

# 富士の国やまなし国際総合戦略

平成 28 年 3 月

山 梨 県

## 【目次】

1. 国際総合戦略の性格・位置づけ	1
2. 基本戦略	3
3. 取組の柱	5
■ 戦略1 世界遺産富士山を核とした観光資源の魅力の向上・発掘	5
■ 戦略2 外国人観光客の受入体制の整備	8
■ 戦略3 農畜産物のブランド化・販路拡大	13
■ 戦略4 県産品のブランド化・販路拡大	15
■ 戦略5 機械電子産業等の海外展開	18
■ 戦略6 海外へ向けた効果的な情報発信	20
■ 戦略7 姉妹都市交流の深化・新たな交流の創出	22
■ 戦略8 国際感覚の豊かな人材の育成	23
■ 戦略9 推進体制	25
■ パートナーシップ会議名簿	27

## 1 . 国際総合戦略の性格・位置づけ

我が国は、戦後の高度経済成長期、石油ショック、その後の安定成長、バブル景気とその崩壊後の低成長期を経験する中で、価値観の多様化などから少子化が進み、人口は2008（平成20）年の1億2,808万人をピークに減少局面に突入しています。また、これと相まって諸外国に例をみない高齢化が急速に進んでおり、1960（昭和35）年にわずか6%程度だった65歳以上人口は今や25%を超えるまでになっています。加えて、2012（平成24）年1月に国立社会保障・人口問題研究所が発表した将来推計人口によると、合計特殊出生率が1.35程度で収束した場合でも、2060（平成72）年の人口は8,674万人となり、65歳以上人口は約4割まで上昇することが予測されています。これは、戦後間もない1954（昭和29）年の人口と同程度であるにもかかわらず、65歳以上人口は8倍ということになります。

本県についても例外ではなく、人口は、2000（平成12）年の89.6万人をピークに減少局面に入り、2016（平成28）年2月には83.4万人となっています。また、65歳以上人口は26.5%となっており、全国平均に比べても人口減少・高齢化が進んだ状況となっています。

人口減少・高齢化は、価値観の多様化や医療の進歩などにより少産少死傾向が進めば必然的に生じる先進国共通の現象であり、それ自体が悲観されるものではありませんが、人口減少・高齢化が急速にかつ過度に進むことにより、経済活動が停滞し社会保障制度をはじめとする社会システムの維持が困難となり、結果的に日本全体が疲弊していくこととなります。

他方、世界的に人口は増加傾向にあり、中国、ASEAN諸国などにおいて

は、購買力のある富裕層や中間層の増加により観光、産業など様々な需要が増大していくことが見込まれています。また、TPPなどにより経済圏・交流圏が拡大し、世界規模で人や物の行き来が活発化していくことが予想されます。

こうした状況を踏まえると、県民ひとりひとりが自身の身近な問題としてグローバル化を捉え、暮らしや生き方の中で、世界に目を向け、世界の成長を取り込み、世界とともに成長していくという視点を持つことが重要です。

幸いにも本県は、東京に隣接していながら、富士山をはじめ南アルプスなどの自然景観に優れ、豊かな温泉、清れつな湧水にも恵まれています。加えて、高品質で日本一の生産量を誇るブドウ、モモや、海外でも注目されている甲州ワイン、織物等の伝統工芸品など、世界に誇れる魅力ある地域資源を有しています。また、今後は、中部横断自動車道やリニア中央新幹線の開通など、国内外につながるアクセスが飛躍的に進展します。さらに、2020(平成32)年には、世界が注目する東京オリンピック・パラリンピックも開催されます。

この絶好の機会を逃さず、県庁各部局はもとより、県内市町村、企業団体などが連携し地域資源に更に磨きをかけるとともに、新たな魅力の発掘を行い、オール山梨で「富士の国やまなしブランド」を世界へ発信することにより、地域知名度の向上を図り、観光客の更なる誘客や農畜産物、県産品の販路拡大などを通じて、地域の活性化を図っていく必要があります。

本戦略は、こうした基本認識を県内で共有し、国際関係施策を総合的・戦略的に進めるに当たっての基本的方向性及び柱となる戦略を示すことにより、多様な主体が行う様々な施策の効果的な推進を図るために策定するものです。

なお、計画期間は、2015(平成27)年度から2019(平成31)年度までの5年間とし、毎年度、実施状況をフォローアップし、社会経済環境の変化に対応して適切に見直しを行っていきます。

## 2. 基本戦略

### ■ 世界に向けて発信する

世界遺産富士山のある山梨をキーコンセプトにし、果実や県産酒、地場産品などの豊かな地域資源「富士の国やまなしブランド」を関係市町村、関係団体などオール山梨で世界に向けて発信することにより、地域知名度と個々のブランド力の向上を図ります。

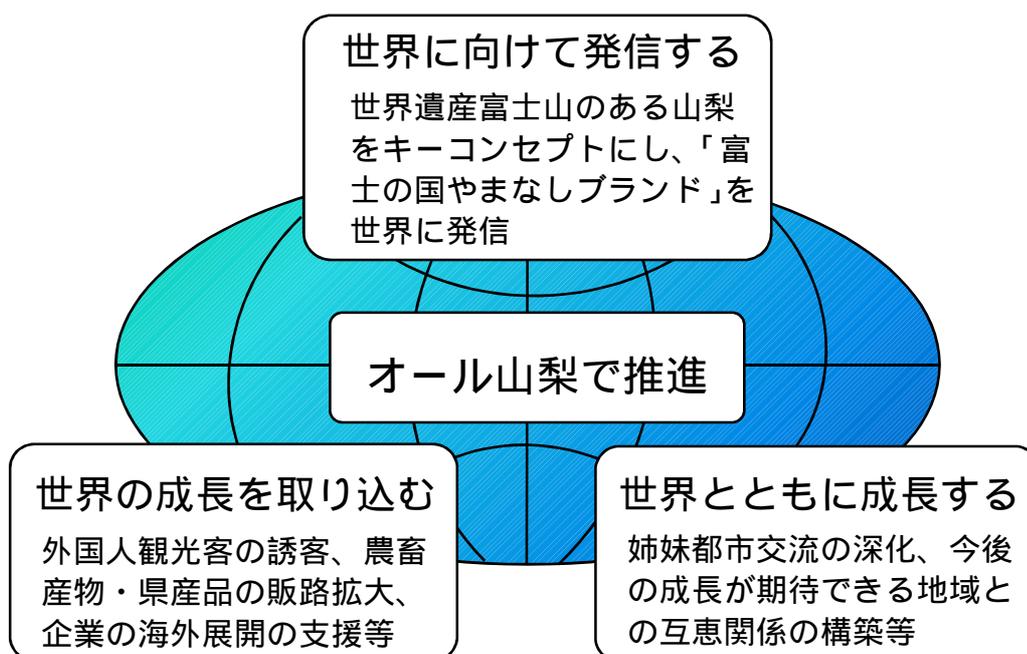
### ■ 世界の成長を取り込む

外国人観光客の誘客や農畜産物・県産品の販路拡大、県内の意欲ある企業の海外展開の支援などを通じて、海外の成長を取り込みます。

### ■ 世界とともに成長する

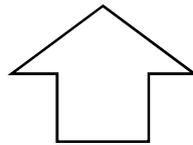
姉妹都市交流の深化、今後の成長が期待できる地域との産業交流などを推進することにより、国際交流の新たなステージを目指します。

また、グローバル人材の育成や多文化共生の取り組みを通じて、次世代を担う人材の育成と県民の国際感覚の醸成を図ります。



< 戦略の概念 >

地域の活性化・持続的な発展



【基本戦略】

- 世界に向けて発信する
- 世界の成長を取り込む
- 世界とともに成長する

【取組の柱】

- 戦略1 世界遺産富士山を核とした観光資源の魅力の向上・発掘
- 戦略2 外国人観光客の受入体制の整備
- 戦略3 農畜産物のブランド化・販路拡大
- 戦略4 県産品のブランド化・販路拡大
- 戦略5 機械電子産業等の海外展開
- 戦略6 海外へ向けた効果的な情報発信
- 戦略7 姉妹都市交流の深化・新たな交流の創出
- 戦略8 国際感覚の豊かな人材の育成
- 戦略9 推進体制

### 3 . 取組の柱

#### 戦略1 世界遺産富士山を核とした観光資源の魅力の向上・発掘

国は、2003（平成15）年からビジット・ジャパンの取り組みを開始し、訪日外国人旅行者の増加による経済の活性化を目指しています。この間、ビザの緩和、LCCの普及、円安などにより、訪日外国人旅行者数は2014（平成26）年に1,300万人を超え、観光消費額は2兆円を超えるまでに増加しています。また、2015（平成27）年には、更に増加し、訪日外国人旅行者数は1,974万人、観光消費額は3.5兆円となっています。

本県の外国人宿泊者数も、2015（平成27）年には131万人を超え、前年を大きく上回る状況となっています。

国内市場が伸び悩む中、訪日外国人旅行者、観光消費額の増加は、地域活性化の主要な柱になり得ます。

このため、事業者、各種関係団体、市町村、NPO、国など多様な主体と連携し、世界遺産富士山を核とした各地の観光資源の魅力を一層高めるとともに新たな視点から観光資源の発掘を進めます。また、これらの情報を効果的に発信することにより地域知名度の向上を図り、外国人旅行者の増加に伴う観光振興により、地域の活性化を図ります。

あわせて、国等と連携し、中部横断自動車道、中央自動車道小仏トンネル、スマートIC、須走道路・御殿場バイパス等の整備を促進し、本県への首都圏及び中京圏からのアクセスの向上を推進します。

#### < 主な施策 >

##### 世界遺産富士山

富士山は世界的な知名度を誇り本県の観光資源の核になるものです。このため、景観形成に配慮し、構成資産等を含む全体の適切な保存管理を行うことにより富士山の顕著な普遍的価値を守ります。

また、訪れる観光客の安心・安全の確保のため、弾丸登山の自粛要請、山岳遭難発生時や噴火時における迅速な避難、救助等のための取り組みを実施します。加えて、富士山の自然と人との関わりを知ってもらうため、世界遺

産センターの整備を着実に進めるとともに、関係自治体等と連携し、国際シンポジウムの開催、巡礼路と構成資産をつなぐモデルコースの設定( R E B I R T H ! 富士講)、周遊ツールの作成等を行うことにより国内外に向けて新たな魅力を情報発信し、周遊観光の普及を図ります。

< 目標等 >

- |                          |  |
|--------------------------|--|
| ■ 世界遺産センターの開館            | 平成 28 年 6 月                                |
| ■ REBIRTH ! 富士講モデルツアーの実施 | 平成 28 年度 ~                                 |
| ■ 富士北麓地域の電線類地中化延長        | 30.8 km (平成 31 年度)<br>【平成 26 年度末: 17.3 km】 |

## ワインリゾート・世界農業遺産

峡東地域は、日本最古の歴史を持つ甲州ワインの一大産地であり、約 60 のワイナリーが立地し、ワイナリーには年間 180 万人の観光客が訪れます。また、ブドウ、モモの生産量日本一を誇る本県の主要な果樹産地であり、桃源郷とも称される豊かな農業景観や特色ある農業資産が数多く存在し、歴史的・文化的価値が高い地域です。こうした地域資源を磨き上げ、効果的に P R することにより、魅力ある観光拠点となり得る潜在力を持っています。

このため、峡東 3 市(山梨市、笛吹市、甲州市)及び関係団体と連携し、ワイナリー、宿泊施設等の受入環境の整備、地域内の周遊を促進するための二次交通の充実等を図り、峡東地域をワインリゾートとして発信することにより、首都圏からの誘客、富士山を訪れた観光客の国中地域への周遊を促進します。

あわせて、峡東地域世界農業遺産推進協議会(県、峡東 3 市、関係団体)が中心となって峡東地域の世界農業遺産への認定を推進し、本県の誇る果樹農業、更にはワインや観光をはじめとする関連産業の更なる発展や地域の活性化につなげていきます。

世界農業遺産(GIAHS: Globally Important Agricultural Heritage Systems)

社会や環境に適応しながら何世代にもわたり発達し、形づくられてきた農業上の土地利用、伝統的な農業とそれに関わって育まれた文化、景観、生物多様性に富んだ、世界的に重要な地域を次世代へ継承することを目的に、国連食糧農業機関(F A O)が 2002(平成 14)年から開始したプログラム。

< 目標等 >

- |                           |             |
|---------------------------|-------------|
| ■ ワインリゾート構想の策定            | 平成 27 年度    |
| ■ ワイナリー、宿泊施設等の受入環境整備、PR   | 平成 28～31 年度 |
| ■ 国際連合食糧農業機関(FAO)へ申請・現地調査 | 平成 28 年度    |
| ■ FAOへのプレゼンテーション          | 平成 29 年度    |

## リニア中央新幹線

リニア中央新幹線は、東京・甲府間を約 25 分、東京・大阪間を約 1 時間で結ぶ夢のインフラです。また、リニア中央新幹線は、インフラとしての機能に加え、乗るために人が訪れる観光資源としての大きな魅力を有しています。

こうした中、2014（平成 26）年 4 月にリニューアルオープンした県立リニア見学センターには、2014（平成 26）年度には 26 万人を超える来館者がありました。

しかしながら、海外での認知度はいまだ低く、外国人来館者数は 1 %未満にとどまっています。

このため、交流視察団の訪日などの機会を捉えて、リニア中央新幹線やリニア見学センター等の情報を発信するとともに、館内表示の多言語化などの取り組みを行い、開業に向けてリニア中央新幹線の知名度向上を図り、将来の県内への外国人旅行者の誘客につなげます。あわせて、リニア中央新幹線の開業に向け、リニア駅周辺の整備を進めます。

< 目標等 >

- |                       |           |
|-----------------------|-----------|
| ■ リニア館の映像展示物の多言語化     | 平成 28 年度  |
| ■ リニア環境未来都市の整備方針の策定   | 平成 28 年度  |
| ■ リニア環境未来都市の各種整備事業の推進 | 平成 29 年度～ |

## 高速道路等の整備促進

本県は、周囲を急峻な山々に囲まれた内陸県です。このため、県内外との連携を強化する高速道路等は、産業経済の活性化、観光・文化の振興や災害

時の緊急輸送など、欠くことのできない社会資本であり、早急な整備が必要です。

また、高速道路等は、東京や京都・大阪、名古屋を訪れるゴールデンルートからの外国人旅行者を呼び込む観点からも重要な役割を担っています。

このため、国等と連携し、中部横断自動車道、中央自動車道小仏トンネル、スマートIC、須走道路・御殿場バイパス等の整備を促進し、観光資源へのアクセス改善を図ることにより、本県への外国人旅行者の増加につなげます。

#### < 目標等 >

- 中部横断自動車道全線開通予定(清水JCT～増穂IC) 平成 29 年度
- 笛吹八代スマートIC供用予定 平成 28 年度
- (仮称)富士吉田北スマートIC供用予定 平成 28 年度
- (仮称)談合坂スマートIC供用予定 平成 28 年度
- (仮称)甲府中央スマートIC供用予定 平成 31 年度
- 須走道路・御殿場バイパス供用予定 平成 32 年度

## **戦略2 外国人観光客の受入体制の整備**

外国人観光客の満足度の向上を図ることは、帰国後の情報発信による新たな誘客、リピーターの増加につながります。

観光庁が実施した外国人観光客へのアンケート調査によれば、目的地までのアクセス方法、無料Wi-Fiスポットの充実、クレジットカード利用、宿泊施設での従業員対応、通訳、急病時の対応の満足度が低い状況となっています。

このため、関係団体等と連携し、観光スポットごとの入込状況、場面ごとの特性等に応じて、優先順位や効果的手法を整理した上で課題の解消を図り、外国人観光客の満足度の向上を図ります。

#### < 主な施策 >

##### **道路案内標識、民間観光施設等における多言語表記への支援等**

道路案内標識、民間観光施設、宿泊施設、県立美術館等における多言語化

の促進を図るため、事業者が行う施設案内パンフレットや館内表示等の多言語化の取り組みを支援します。

< 目標等 >

- 国県道案内標識 英語表記整備完了 平成 31 年度  
【平成 26 年度末:69%】
- 民間集客、宿泊施設等の施設案内パンフレット・サインの多言語化  
平成 27 年度 ~

### 多言語観光パンフレットの充実

外国人観光客のニーズを踏まえて、より詳細な情報を分かりやすく提供するため、新たに、アウトドア、自然と歴史・文化、食とショッピング、温泉と宿などの目的・テーマ別に整理したパンフレットを多言語で作成し、外国人の利用の多い観光案内所、都内ホテルなどに配布し、誘客の促進を図ります。

< 目標等 >

- 新たなパンフレットの作成・配布 平成 27 年度 ~

### 外国人向けスマートフォンアプリによる情報提供

海外では、スマートフォンが広く普及していることから、外国人に向けたスマートフォンによる情報発信は効果的です。

このため、スマートフォンアプリを活用した観光情報、アクセス情報等を多言語により発信し、効果的な周知を行うことにより外国人観光客の利便性を向上し、県内への誘客、周遊を促進します。

なお、提供する情報については、各地域の観光協会、観光施設、飲食店等と連携して、ユーザーニーズに合った情報提供となるよう工夫します。

< 目標等 >

- スマートフォンアプリの提供開始 平成 27 年度



県内大学等が行う外国人対応のための社会人講座の取り組みを支援します。

山梨の子どもたちが郷土に誇りをもち、その魅力について外国人と進んでコミュニケーションが図れるよう、英語による山梨の自然や文化等の紹介を取り入れたグローバル人材育成郷土学習教材を作成します。高校の英会話を学ぶ部・同好会における声かけ運動の普及を図ります。観光業の経営者層・実務者層を育成するために県内大学が行う観光系コースの開設、教育に係る取り組みを支援します。

#### < 目標等 >

- 地域限定特例通訳案内士登録者数      平成 30 年度までに 100 名
- 通訳ガイドのPRネットワーク構築      平成 28 年度
- カタコト英語プロジェクト              平成 30 年度までに全県で実施
- グローバル人材育成郷土学習教材の作成      平成 28 年度
- 山梨大学及び山梨県立大学の観光系コースの開設      平成 28 年度

#### 小売店等の免税店申請・県産品の販促に係る支援等

2014(平成26)年10月1日から、従来、免税販売の対象となっていなかった消耗品(食品類、飲料類、薬品類、化粧品類その他の消耗品)を含めたすべての品目が新たに免税対象となり、平成28年度税制改正では免税適用金額の更なる引下げ(一般物品1万円超 5千円以上。消耗品5千円超 5千円以上)等も盛り込まれています。これにより、外国人観光客の消費拡大が一層進む環境が整ってきています。

近年、県内の免税店は増加しており、一部の免税店には多くの外国人が訪れています。他方で、手続き、需要等への不安から申請について二の足を踏んでいる事業者も少なくありません。

このため、商工会議所等と連携して、免税店申請、クレジットカードの導入に関するセミナーの開催などの取り組みを行うことにより、免税店の増加を図り消費を喚起します。あわせて、店頭における多言語による県産品の魅力ある商品説明など、事業者が行う販促に係る取り組みを支援します。

< 目標等 >

- 免税店数 平成 31 年度までに 300 店舗

【平成 27 年 10 月 1 日現在 : 139 店舗】

### 「やまなし医療ネット」の多言語化

外国人旅行者が急病やけがをしたときに受け入れてくれる医療機関を探すことは困難を伴います。また、患者を受け入れる医療機関でも、言葉の違いが障壁となり、診療が円滑にできない場合があります。

県が運用している「やまなし医療ネット」には、どの医療機関がどのような外国語に対応しているのかの登録情報もありますが、多言語化による情報提供が行われていないことから有効活用が図られていません。

このため、「やまなし医療ネット」を多言語化するとともに、スマートフォン対応に改修し、外国人向けスマートフォンアプリや利用の多い外国語パンフレットなどに URL を掲載し周知することにより、滞在中の安心を確保します。

また、「やまなし医療ネット」を通じて、外国語と日本語が併記された「多言語医療問診票」を提供するとともに、翻訳アプリの活用事例を紹介するなど、医療機関における受入環境の充実に係る取り組みを支援します。

< 目標等 >

- 新システムの運用開始

平成 29 年 9 月

### 外国人旅行者への医療の提供

外国人旅行者の安全・安心を確保するために、医療機関と連携し、「訪日外国人旅行者受入医療機関」を選定し、外国人旅行者が不慮の怪我や病気の際にスムーズに医療機関を受診できるような受入環境の充実に図ります。

< 目標等 >

- 訪日外国人旅行者受入医療機関の運用開始 平成 28 年 4 月

## 外国人への交通ルールの周知等

県内を訪れた外国人が事件・事故に遭遇した場合の対応として、外国人が訪れることが多い地域等への警察通訳官の優先配置、多言語の交通安全ガイドブックを旅行会社、宿泊施設、土産物取扱店、レンタサイクル店等に配布することにより交通マナーの周知を図ります。

### 戦略3 農畜産物のブランド化・販路拡大

本県のブドウ、モモは、高品質で比較的高価ですがアジア市場を中心に人気があり、潜在需要は更に大きいと考えられます。

国においても、農林水産物・食品の輸出拡大を図るとして、2020（平成32）年の輸出額の目標を1兆円に設定（平成26年の輸出実績：6,117億円）し、2015（平成27）年6月には、輸出環境が有利な香港を対象にイオンダイレクト、全国農協食品等と協働で宅配・予約販売方式による国産農産物等の輸出事業も開始されています。

本県においても、これまで、トップセールスや海外販売フェアなどの取り組みを実施してきており、2014（平成26）年度の輸出額は5億円（対前年度比+44%）と増加傾向にあります。今後、更に輸出拡大を進めていくためには、生産体制を確保するとともに、本県農畜産物の認知度の向上を図っていく必要があります。

このため、生産者、JA、山梨県果実輸出促進協議会、ジェトロ山梨等と連携して、生産体制、海外ニーズの把握、物流、PRに係る取り組みを総合的に進めることにより、輸出拡大と農家所得の向上を図っていきます。

#### < 主な施策 >

##### 県産果実の生産体制の確保

果樹農家の高齢化、担い手不足などにより栽培面積が減少していることから、輸出拡大を進めていくに当たっては、将来にわたって生産体制を確保していくことが重要な課題となっています。



## 戦略4 県産品のブランド化・販路拡大

本県は、海外においても一定の評価を受けている甲州ワインをはじめ、全国的にも高いシェアを誇るジュエリー、高い技術力と品質を誇る織物（ネクタイ生地等）等の優れた県産品があります。

これらの優れた県産品のブランド化を進めることにより、新たな販路を拡大し、県内地場産業の活性化を図ります。

### < 主な施策 >

#### 世界に通用するワイン産地の確立・販路拡大

甲州ワインについては、これまでの取り組みの結果、海外においても一定の評価を得るまでに成長し、県産ワインの生産量も増加傾向にあります。

しかしながら、輸入ワイン等の増加から、県産ワインの国内シェアは減少傾向にあります。更に、TPPやEUとのEPA交渉におけるワインに対する関税の撤廃など、今後、国内外の競争環境は厳しくなることが予想されています。

一方で、世界的な和食ブームなどにより、和食に合う甲州ワインは他の産地との差別化を図る好機を迎えています。

これらの状況を踏まえ、ワイナリー、栽培農家、県等が協働し、ワイン産地の評価を確立するため、高品質な醸造用ブドウの生産供給体制の構築、醸造技術の高度化に取り組みます。

あわせて、K O J、ジェトロ山梨等と連携し、ロンドン市場における継続的な評価の確立、富士山、清れつな水と太陽で栽培したブドウ、和食などと組み合わせた効果的なPRを行うことでブランド力の向上を図り、東南アジアをはじめとする海外販路の拡大や外国人観光客を含む国内需要の増加につなげます。

K O J (Koshu of Japan)

山梨県内のワイン生産者 15 社と甲州市商工会、甲府商工会議所、山梨県ワイン酒造協同組合によって 2009 年 7 月に設立された団体

< 目標等 >

- 日本ワインの県内製成数量(平成 26～30 年の平均) 4,450kl  
【平成 16～25 年の平均:4,046kl】

### やまなし地酒のブランド化・販路拡大

国内の酒類市場は、人口減少・高齢化に伴い全体として減少傾向にあります。その中でも清酒は酒類の多様化などにより、今ではシェアが7%程度まで減少しています。加えて、全国には数多くのブランド銘柄がひしめき熾烈な競争環境にあります。

一方で、WHOによると世界の酒類消費傾向は横ばいですが、東南アジアでは増加しています。また、清酒については、クールジャパンに代表されるPR戦略により、今では世界の60を超える国や地域で飲まれています。輸出額は10年前の約3倍の100億円を超えるまでに増加していることに加え、TPP参加国間の酒類の関税撤廃など、今後も需要の増加が期待できます。

このため、事業者、山梨県酒造組合、ジェトロ山梨等と連携して、東南アジアの中でも競争環境が比較的優位で潜在的な需要が見込まれるエリアをターゲットに、富士山、南アルプスと清れつな水のイメージを重ね合わせた効果的なPRを行うことなどにより、海外販路の拡大を図ります。

< 目標等 >

- 年間清酒輸出本数 2万本(720ml換算)(平成28年度)  
【平成26年度:1万4,500本】

### やまなしジュエリーのブランド化・販路拡大

本県は、貴金属製装身具出荷額全国1位(出荷額274億円)の産地であり、高い技術力を有していますが、1990(平成2)年に3,000億円を超えていたジュエリーの国内市場は収縮し、2013(平成25)年には1/3の1,000億円まで落ち込んでいます。

他方で、国内のジュエリーの展示会には、中国を中心としたアジア圏から多くのバイヤーが訪れるなど関心が高まっています。

このため、事業者、山梨県水晶宝飾協同組合、ジェトロ山梨等と連携し、

PR効果の高い海外展示会への出展や海外バイヤーの招へい等への支援を通じて、富士山の知名度も活用しながら「ジュエリー産地やまなし」としての産地知名度を向上し、販路拡大を図ります。

< 目標等 >

■ 甲府ジュエリーフェア展示会における来場者数

1,900人 / 2日間当たり(平成28年度)

【平成27年度:1,800人 / 2日間当たり】

### やまなし繊維のブランド化・販路拡大

郡内織物は国内で高品質との評価を得ていますが、生産額は価格競争の激化等により1991(平成3)年の282億円をピークに減少し、2014(平成26)年には1/3以下の89億円まで落ち込んでいます。

繊維産業は、OEM生産が主流であるため、生産者の顔が見えにくく、世界の繊維トレンドの発信や世界的なファッションブランドの拠点が欧米諸国であることから、産地ブランド化が難しい分野です。

このため、事業者、山梨県絹人織織物工業組合、ジェトロ山梨等と連携し、2014(平成26)年9月に県内企業がはじめて出展した世界最高峰のテキスタイル(生地、糸等)見本市である「ミラノウニカ」への継続出展や、世界のファッショントレンド等を分析・予測し、情報発信している調査機関との協働を通じて、世界のブランドから選ばれる生地産地を目指します。

OEM (Original Equipment Manufacturing) 生産

委託者が製品の詳細設計から製作の図面を受託者へ支給し、受託者がそれに基づいて製品を生産する方式

< 目標等 >

■ ミラノウニカ展示会における商談件数 30件/1社当たり(平成28年度)

【平成27年度:22社/1社当たり】

■ トレンドブックへの掲載 平成28年度

## 戦略5 機械電子産業等の海外展開

ブラザ合意以降の急激な円高等により、我が国の製造業の海外進出が進み、海外生産比率は上昇傾向で推移しています。本県の企業も、既に一部が、海外進出をしています。

日系企業はA S E A N諸国が多くなっていますが、現地における人件費の上昇や、人材の確保、品質の維持などの課題から生産工程の自動化のニーズが高まっています。更に、今後は、T P P協定による自由貿易圏の拡大により、県内機械電子産業等の技術力を生かせる市場の拡大も期待されます。

他方で、中小企業が海外展開を行うに当たっては、言葉の問題をはじめ、現地の商慣習、通関など、個々の企業では解消が難しい課題もあります。

このため、ジェトロ山梨、やまなし産業支援機構、商工会議所、商工会、金融機関等と連携し、海外展示会への出展支援、商談サポートの充実等を行うことにより、意欲ある中小企業の海外展開の取り組みを支援します。

### < 主な施策 >

#### ○ 情報提供と相談体制の整備

県内中小企業が効率的な海外展開を図るためには、県内産業の特性や個別企業の状況などを把握した上で、海外の正確な情報や知識を有する専門職員による迅速かつ適切な情報提供等を行う必要があります。

このため、ジェトロネットワークを活用した海外ビジネスの最新情報の提供や経験豊富な職員による助言などを通じて、県内中小企業の海外展開を支援します。

#### < 目標等 >

- 支援件数 各年度 600 件(平成 31 年度)

【平成 25 ~ 26 年度平均 : 523 件】

#### 中小企業の海外展示会への出展支援

中小企業の海外取引の拡大のためには、自らが直接自社製品を現地でP Rし、需要動向を感じる事が重要です。他方で、海外出展には、渡航費や



行とバンコック銀行とで締結した業務協定（2011年）、ジェトロネットワークなどを活用して、現地企業のニーズ把握や本県企業の技術力の発信などを行うことにより、県内中小企業と現地企業とのマッチングを促進します。

< 目標等 >

- 現地企業と県内企業のマッチング件数 各年度 30 件

## 戦略6 海外へ向けた効果的な情報発信

観光、農畜産物、県産品、産業など、分野ごとの特性に応じて効果的なPR手法は異なります。

他方で、本県の優れたものをパッケージにした「富士の国やまなしブランド」として情報発信することや、異なる産品等を相手地域のニーズ等に応じて効果的に組み合わせることで、本県の知名度が向上し、PR効果の広がりや個々の産品等の魅力の向上につながるものと考えられます。

このため、個々の産品等の情報発信を行う際には、世界的な知名度がある富士山や清れつな水のイメージの活用、各分野の連携の強化による効果的な組み合わせやストーリー性をもったプレゼンの工夫などを行うことによりPR効果の最大化を図ります。

また、発信媒体についても、パンフレット、インターネット、展示会など、従来の媒体に限らず、例えば、海外テレビや著名な旅行ガイドブック、在県留学生のSNSなど、新たな媒体・手法の活用について検討します。

< 主な施策 >

### トップセールスによる情報発信

これまでのトップセールスは、主として、比較的近距離であって、旅行の潜在需要が高く農畜産物の輸出や企業の海外展開先となり得るアジア地域を対象に行ってきました。

今後は、部局横断的・戦略的にアジア地域との更なる結びつきの強化を図るための継続的な取り組みを行うとともに、ヨーロッパをはじめとするそ

の他の地域における、新たな観光需要や産業連携の掘り起こしについても検討します。

### 関東各都県と連携した情報発信

本県には、観光客が海外から直接アクセスできるゲートウェイがないため、海外からの旅行者は、成田国際空港、東京国際空港等から入国し、浅草、上野、箱根、伊豆や富士山を經由して、関西方面に向かう、いわゆるゴールデンルートを通る場合が多いと言われています。

このため、関東各都県共同のプロモーション活動や、富士箱根伊豆地域への外国メディアの招へい、博覧会への出展などについて連携した取り組みを行うことを通じて効果的な情報発信を行います。

### 東京オリンピック・パラリンピック等を契機とした情報発信

2020(平成32)年の東京オリンピック・パラリンピック、2019(平成31)年のラグビーワールドカップの開催を契機とした交流人口の増加が期待されます。

この機会をとらえて、関係市町村等と連携し事前合宿の誘致活動や観光PRを行うことにより地域知名度の向上を図り、今後の国際大会、スポーツ合宿の誘致、大会期間中における外国人旅行者の増加につなげます。あわせて、誘致のために必要な県有スポーツ施設の改修を行い、受入環境を整えます。

また、オリンピック・パラリンピックの競技施設等に県産FSC認証材が活用されるよう、オリンピック組織委員会等に対して働きかけ、山梨県産材の情報発信を行います。

FSC 認証材:環境に配慮した適切な森林管理が行われていることを国際的に認証された森林から生産される木材

#### < 目標等 >

- 富士北麓公園陸上競技場改修 平成 27 ~ 29 年度

## 海外における情報発信拠点の設置

個々のブランド単体ではなく、それらをパッケージにした「富士の国やまなしブランド」として経常的に情報発信することにより、本県の知名度、個々のブランド力の向上につながることが期待されます。

このため、ジェトロ山梨と連携し、他の自治体等が設置する海外アンテナショップの状況をはじめ、現地の観光需要や消費者ニーズ、検疫、現地の店舗の状況等を調査し、これらの結果を総合的に検討した上で、海外における常設の情報発信拠点を設置していきます。

### < 目標等 >

- 情報発信拠点の設置・運営 平成 28 年度～

## 戦略 7 姉妹都市交流の深化・新たな交流の創出

県では、アイオワ州（米国）、ミナスジェライス州（ブラジル）、四川省（中国）、忠清北道（チュンチョンブクト（韓国））と姉妹友好締結を行っています。また、県内市町村においても、海外の複数の都市との交流を行っています。

友好締結に至った経緯は、地勢的、産業的類似など様々ですが、これまでは、行政、教育、文化、スポーツ分野における交流が主となっています。

今後は、既存の姉妹都市との間で産業分野や観光分野における交流の充実を図るとともに、それ以外の地域についても互惠関係の構築を図っていきます。

### < 主な施策 >

#### 姉妹都市との交流

行政職員や留学生の相互派遣、スポーツ交流等を継続的に行うことにより、相互理解を深め、今後の交流に貢献できる人材を育成します。

加えて、派遣された相手国の職員、学生等に対して、県内の観光資源、産業をみてもらう機会をつくることを通じて、本県の魅力を発信していきます。

#### 山梨県・タイの経済連携推進(再掲)

## 戦略8 国際感覚の豊かな人材の育成

子どもたちが国際社会の中で成長し、山梨と世界をつなぐ架け橋として成長するためには、我が国の文化を理解するとともに、異文化への理解を深め、外国語でコミュニケーションをとりながら課題を解決していく能力が求められます。

このため、学校教育全体を通じて、我が国及び山梨の歴史や文化・風土について学び、これを英語で紹介する取り組みや、グローバルな課題を発見し探究する活動等を推進します。加えて、意欲と資質のある学生が、世界の優秀な人材が集う大学へ進学することが可能となる取り組みを推進します。

### < 主な施策 >

#### グローバル人材育成郷土学習教材作成事業(再掲)

#### スーパーグローバルハイスクール事業

国は、高等学校におけるグローバル・リーダー育成に資する教育を通じて、社会課題に対する関心と深い教養、コミュニケーション能力、問題解決力等の国際的素養を身に付けることにより、国際的に活躍できるグローバル・リーダーの育成を図ることとしています。

本県においても、昨年、甲府第一高等学校がスーパーグローバルハイスクール(SGH)に指定(5年間)され、地域の国際的な課題を探究する取り組みを実施しています。

今後は、指定校の増加を図ることにより、本取り組みを県内に広げていきます。

### < 目標等 >

- 県内 SGH 指定校数 1校(平成 28 年度)

#### 国際バカロレアの導入

国際バカロレアは、国際バカロレア機構(本部ジュネーブ)が提供する国際的な教育プログラムです。同機構は、生徒に対して国際的に通用する大

学入学資格(国際バカロレア資格)を与え、大学進学へのルートを確保するとともに、柔軟な知性の育成と国際理解教育の促進に資することを目的として発足しました。

政府は、2020(平成32)年までに、国際バカロレア認定校等を200校に増加させる目標を掲げています。

本県では、2015(平成27)年に山梨学院大学附属高等学校が国際バカロレア候補校に申請し、2017(平成29)年の認定を目指しています。県では、県立高校に国際バカロレアの教育プログラム(DP)を導入することにより、意欲と資質を有する生徒が国際的に通用する大学に進学できる環境を整備します。

ディプロマ・プログラム(DP) 【2,964校(国内:26校)】

16歳~19歳を対象としたプログラムであり、所定のカリキュラムを2年間履修し、最終試験を経て所定の成績を収めると、国際的に認められる大学入学資格(国際バカロレア資格)が取得可能。原則として、英語、フランス語又はスペイン語で実施

(注)平成27年度には、DP科目の一部を日本語でも実施可能とする「日本語DP」課程が開始され、本県も日本語DPを導入する予定

#### < 目標等 >

- DP 課程導入予定校の検討 平成28年度
- IB 候補校申請 平成29年度
- IB 校認定申請 平成30年度
- IB 校認定 平成31年度

### 高校生・大学生の留学促進

国は、グローバル人材を育成するため、高校生等の留学の促進を図り、2020(平成32)年を目途に、日本の海外留学生数を倍増する目標(高校:3万人を6万人)を掲げ、留学費用の一部を助成する事業を実施しています。

本県においても、引き続き、国の事業や県単独の留学プログラム、新たに設立する大村智人材育成基金(2016年)等を活用しながら、高校生・大学生の留学促進を図ります。

< 目標等 >

- 高校生の海外研修や留学等への参加人数 1,800 人(平成 27～31 年度)  
【平成 26 年度:317 人】

### 語学指導教員の充実・教員の国際感覚の醸成

語学指導を行う教員の招致をはじめ、教員の海外教育施設等への派遣を通じて、語学指導の充実と教員の資質向上、国際感覚の醸成を図ることにより、グローバル人材の育成を進めます。

### 多文化共生社会の形成

本県の在住外国人の状況は、平成 27 年 6 月時点で 91 か国、13,997 人となっており、県人口の約 1.7%を占めています。

外国人住民と日本人住民が多様性を認め合い、相互理解を深め、安全で安心して生活ができる多文化社会を形成することは、地域の活性化のみならず、国際交流の活性化にもつながります。

このため、引き続き、市町村等と連携して、生活に不可欠な情報の多言語化の取り組み等を進めます。

## 戦略 9 推進体制

国際関係の取り組みは、観光業、農業、製造業、教育など様々な分野において多様な主体により行われており、課題、取り組み内容等はそれぞれ異なります。

他方で、海外の最新情報、効果的な情報発信の方法、ネットワークなど共有することが有意義なものや、外国人観光客の受入環境の整備、農畜産物の輸出拡大など多様な主体が連携して取り組む必要がある課題もあります。

このため、本戦略を「オール山梨」で総合的・戦略的に進めていくため、県の体制の充実や関係団体等を構成員とする会議等を開催し、グローバル化に対する基本的認識を共有するとともに、情報共有や連携強化を図ります。

## < 主な施策 >

### 県庁内体制の充実

主要な施策の立案及び調整機能を一元化し、施策推進の司令塔的機能をより一層強化するため、「知事政策局」を「総合政策部」に改め、国際総合戦略の一元的管理及び推進を行うため、部内に「国際総合戦略室」を設置します。

#### < 目標等 >

- 山梨県総合政策部国際総合戦略室の設置 平成 28 年 4 月

### オール山梨での推進体制構築

本戦略に沿って、行政機関や関係団体等の多様な主体が行う取り組みについて、情報共有を図り、連携を強化してより効果的な実施が可能となるようにパートナーシップ会議を設置します。

#### < 目標等 >

- 富士の国やまなし国際総合戦略パートナーシップ会議の設置・開催  
平成 28 年度