

鹿児島県国際戦略

2026年3月
鹿児島県

目 次

<u>1 策定の趣旨等</u>	1
(1) 策定の趣旨.....	1
(2) 位置付け.....	1
<u>2 国際情勢等</u>	2
(1) 世界人口増加・国内人口減少.....	2
(2) 経済・社会のグローバル化.....	3
(3) 経済成長.....	7
(4) 国際情勢の不安定化.....	7
(5) デジタル化の進展, カーボンニュートラルへの対応.....	8
<u>3 国際関連施策の展開に当たっての基本的な考え方</u>	9
<u>4 分野別の取組状況と今後の方向性</u>	11
(1) 農林水産物等の輸出拡大.....	11
(2) 海外からの誘客促進.....	15
(3) 製造業等における海外企業との取引拡大等.....	17
(4) 外国人材の安定的な確保及び受入・定着.....	18
(5) 国際都市にふさわしい交通インフラの充実・強化.....	20
(6) 多文化共生の推進.....	21
(7) 国際交流の推進.....	22
<u>5 国・地域別の特性・ニーズ等を踏まえた取組の方向性</u>	24
(1) 人的・物的交流の更なる深化を図る国・地域.....	25
米国, 中国, 香港, 台湾, 韓国, シンガポール	
(2) 人的・物的交流の強化を図る国・地域.....	57
EU, 英国, タイ, ベトナム	
(3) 人的・物的交流の構築を図る国・地域.....	73
インド, 中東地域, インドネシア, オーストラリア, マレーシア	
<u>6 重点プロジェクト</u>	88
I 農林水産物等輸出拡大プロジェクト.....	89
II 国際観光促進プロジェクト.....	91
III 製造業等における海外企業との取引拡大プロジェクト.....	93
IV 外国人と日本人が安心して暮らせる環境づくりプロジェクト.....	94
V 国際交流推進プロジェクト.....	96

1 策定の趣旨等

(1) 策定の趣旨

- ・ 本県ではこれまで、県産品の輸出拡大や海外からの誘客促進、県内企業の海外展開支援、外国人材の確保、多文化共生の推進、海外との文化交流・青少年交流の推進などの国際関連施策について、関係部局が連携しつつ、基本的にはそれぞれの分野ごとに取り組んできている。
- ・ 本格的な人口減少の進行による国内市場の縮小や人手不足に加え、国際貿易の不確実性の高まり、世界的な半導体製造企業の隣県進出など、近年本県の国際関連施策を取り巻く環境は大きく変化しており、こうした状況に的確に対応し、本県の発展につなげるためには、国際関連施策を、より効果的・効率的に展開していくことが求められている。
- ・ そのためには、国際関連施策について、それぞれの分野ごとの取組の方向性を踏まえつつ、相手国・地域の特性・ニーズ等も十分把握した上で、関係部局がより一層の連携を図りながら、戦略的に取り組む必要がある。
- ・ このようなことから、今般、「国際関連施策の展開に当たっての基本的な考え方」や「国・地域別の特性・ニーズ等を踏まえた取組の方向性」等をまとめた「鹿児島県国際戦略」を策定する。

(2) 位置付け

- ・ 本戦略は、本県の目指すべき姿や施策展開の基本的方向等を示す「かごしま未来創造ビジョン」や、分野別の計画や方針である「『南の宝箱 鹿児島』輸出拡大ビジョン」、「鹿児島県観光振興基本方針」、「かごしま製造業振興方針」、「かごしま外国人材受入活躍推進戦略」などを踏まえ、国・地域別の取組の方向性等を示すものとする。
なお、国際情勢等がめまぐるしく変化する中で、現時点において、中・長期的な視点で取りまとめた戦略とする。

2 国際情勢等

(1) 世界人口増加・国内人口減少

- 世界人口は今後も増加を続け、2024年の82億人から2080年代半ばには103億人でピークに達する見込みである。

特に、アフリカは2.2倍に増え、インド、東南アジア、中南米など、いわゆる新興国や発展途上にある国・地域の増加が顕著である。(図1)

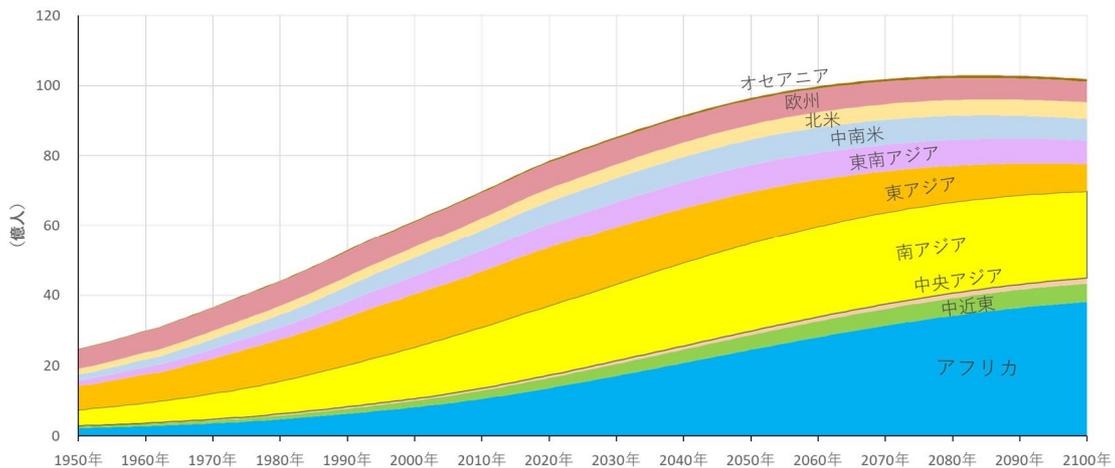
一方、日本の総人口は2008年の1億2,808万人をピークに減少に転じ、2056年には1億人を割り、2070年には8,700万人になると推計されている。

生産年齢人口についても、1995年の8,726万人をピークに減少に転じ、2062年に5,000万人を割り、2070年には4,535万人になると推計されている。(図2)

人口減少により国内市場が縮小傾向にある中、海外市場への販路開拓・拡大、海外からの誘客促進を図り、海外の成長市場の活力を取り込んでいくことが重要である。

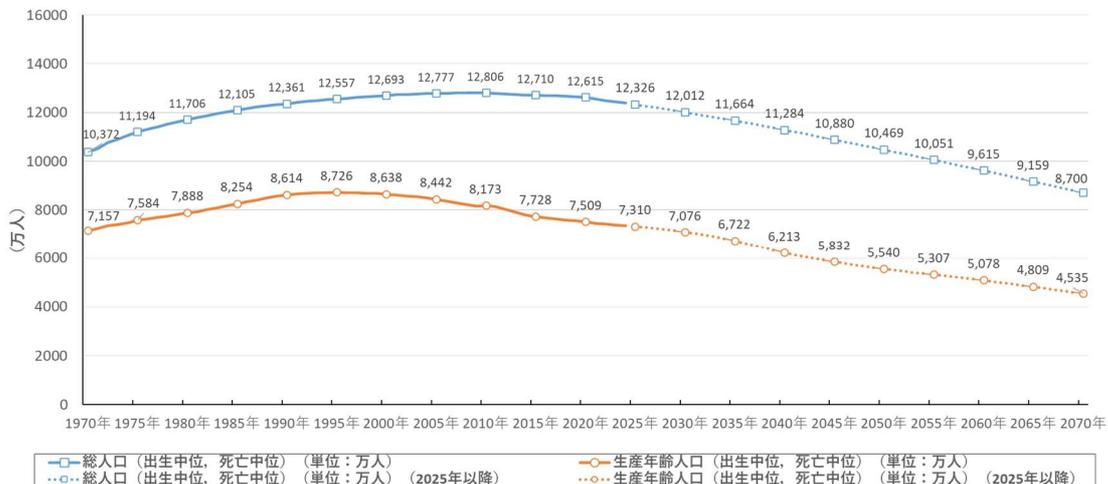
また、生産年齢人口の減少を受けて、人手不足の深刻化が見込まれることから、外国人材の安定的な確保や受入環境の整備が求められている。

【図1：世界人口の推移】



出典：World Population Prospects 2024, Online Edition. (United Nations) を元に県作成

【図2：日本の総人口及び生産年齢人口の推移】



出典：日本の将来推計人口（令和5年推計）（国立社会保障・人口問題研究所）を元に県作成

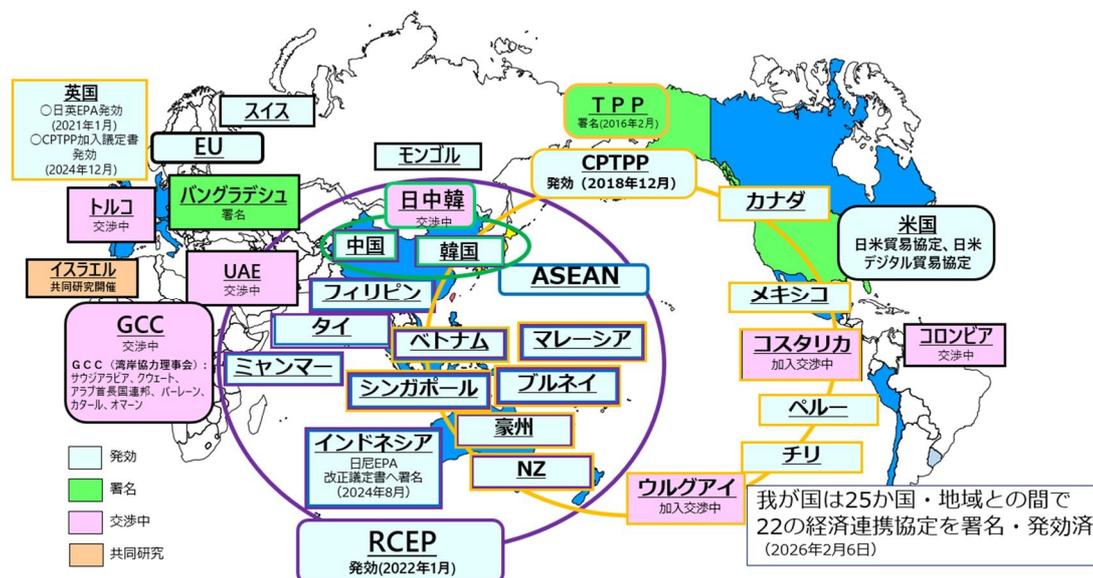
(2) 経済・社会のグローバル化

- ・ 経済のグローバル化が進展する中、我が国は経済の基盤を強化するため、各国・地域との経済連携を推進しており、これまで、25 各国・地域との間で 22 の経済連携協定が署名・発効済となっている。(図 3)

近年では、2020 年に日英包括的経済連携協定(日英 E P A)が締結され、2022 年 1 月に地域的な包括的経済連携(R C E P)が発効したことにより、発効済みの日米貿易協定、環太平洋パートナーシップに関する包括的及び先進的な協定(C P T P P)、日・E U 経済連携協定(日 E U ・ E P A)と合わせて世界の G D P の 8 割をカバーする自由な経済圏が形成されることになった。

また、経済活動のグローバル化に伴い、サプライチェーンは国境を越えて広がり、世界中の企業や経済を結びつけるネットワークが構築されている。

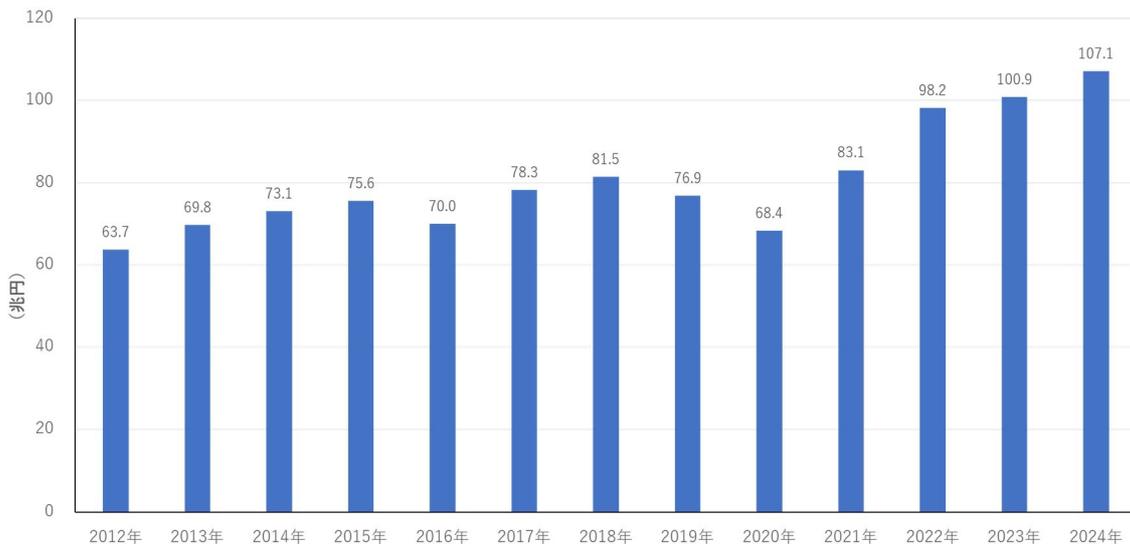
【図 3 : 日本の経済連携の状況】



出典：経済産業省

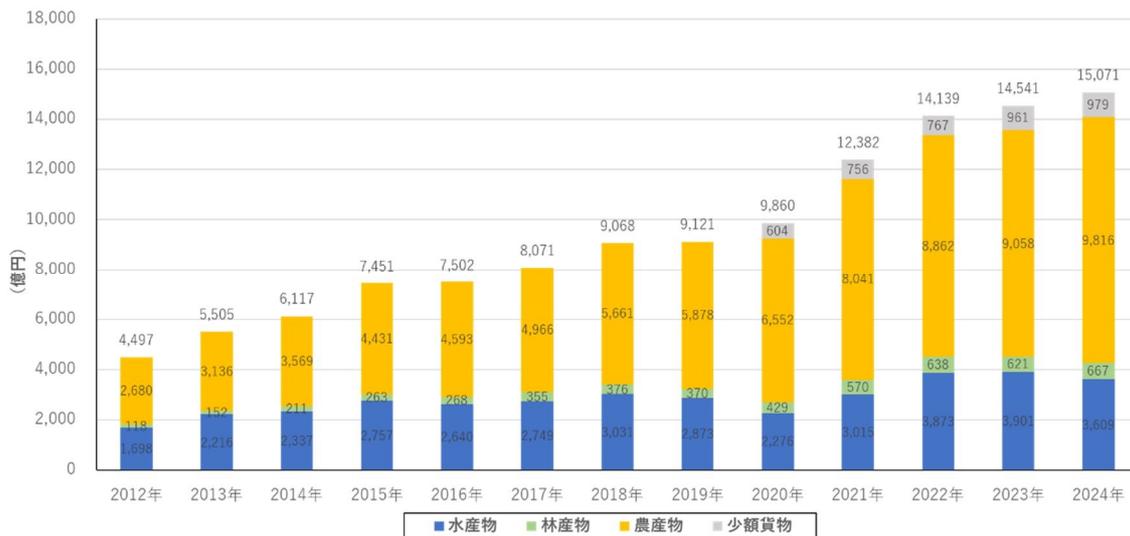
- ・ こうした、貿易の円滑化やサービスの自由化などを意義とする新たな枠組みや、サプライチェーンの多元化は、日本企業が海外市場で一層活躍する契機となっている。
 一方、保護主義の台頭や地政学的リスクの増大など、様々な要因で国際的な政治・経済の構造は急速に変化しており、これらへの対応が求められている。
- ・ 日本の 2024 年の輸出総額は 107 兆 879 億円で 4 年連続過去最高額を記録し、農林水産物・食品に関しては、2024 年に輸出額が 1.5 兆円を初めて突破した。(図 4, 5)
 2030 年 5 兆円の目標達成に向け、輸出産地の育成や販路開拓・拡大に係る更なる取組が求められている。

【図4：日本の輸出総額の推移】



出典：貿易統計（財務省）を元に県作成

【図5：日本の農林水産物・食品輸出額の推移】



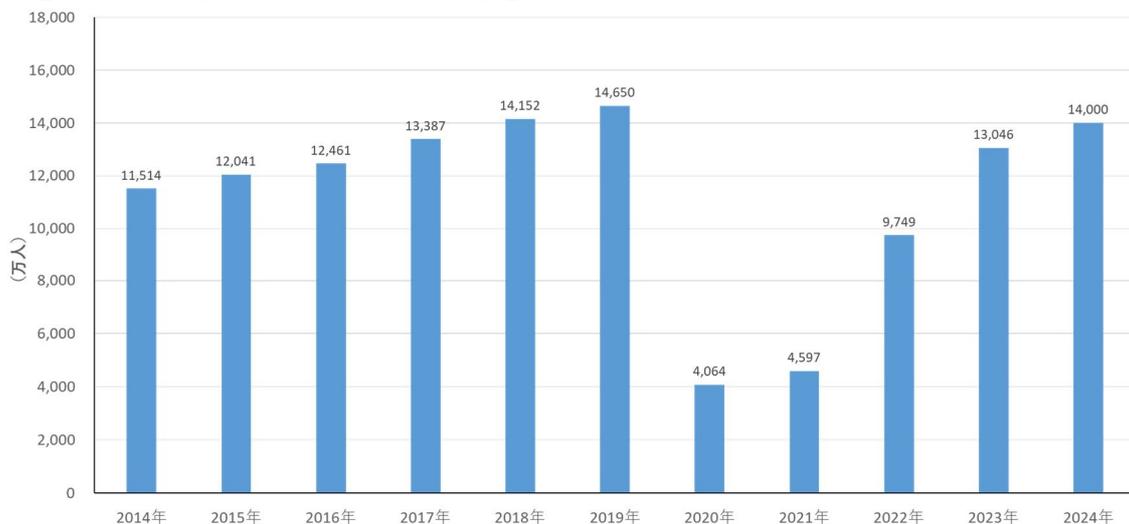
出典：農林水産物輸出入情報（農林水産省）を元に県作成

- 2024年の国際観光客到着数は推定で約14億人（前年比10.7%増）となり、新型コロナウイルス感染症拡大前（2019年）の水準まで回復しつつある。（図6）

訪日観光需要も、コロナ禍後は力強い成長軌道にあり、円安の影響も追い風に2024年の訪日外客数は3,687万人、訪日外国人旅行消費額は8兆1,257億円と、過去最高を更新した。（図7, 8）

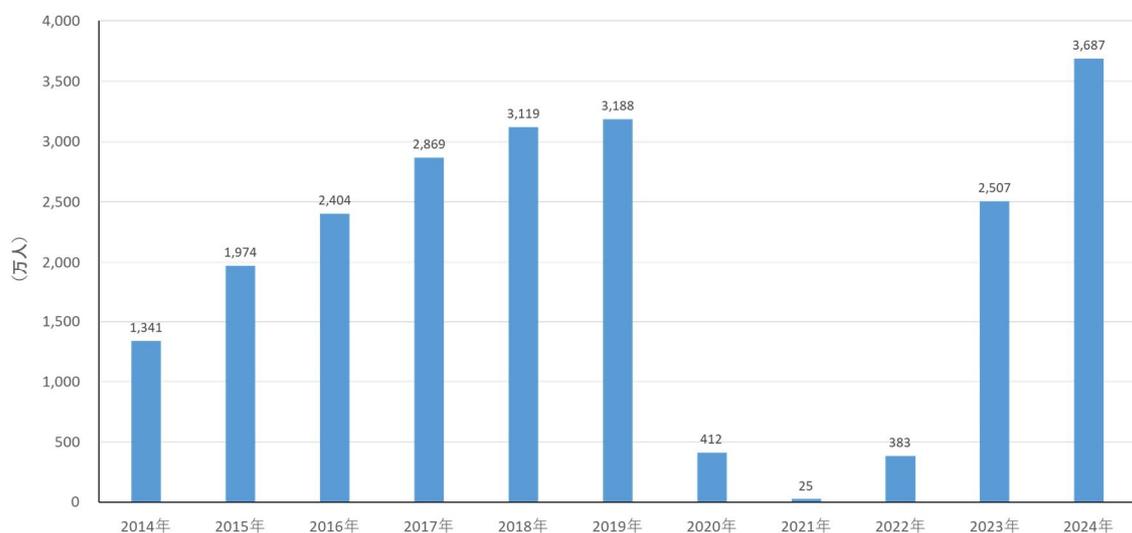
2030年の訪日外客数6,000万人、消費額15兆円の目標達成に向け、地方誘客の促進や消費額の拡大に向けた更なる取組が求められている。

【図6：国際観光客到着数の推移】



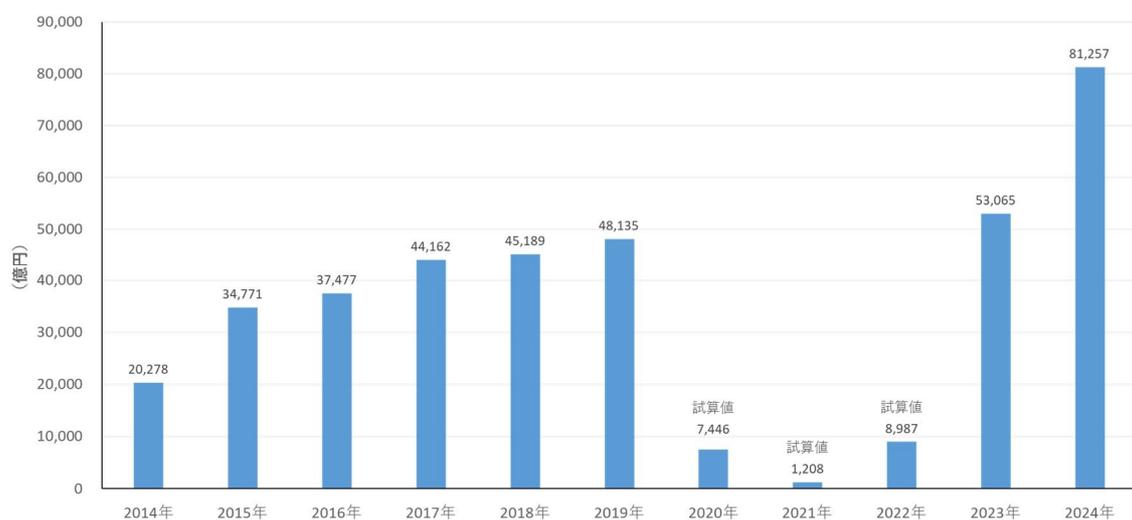
出典：International Tourism Highlights (UNWTO) を元に県作成

【図7：訪日外客数の推移】



出典：訪日外客統計 (JNTO) を元に県作成

【図8：訪日外国人旅行消費額の推移】

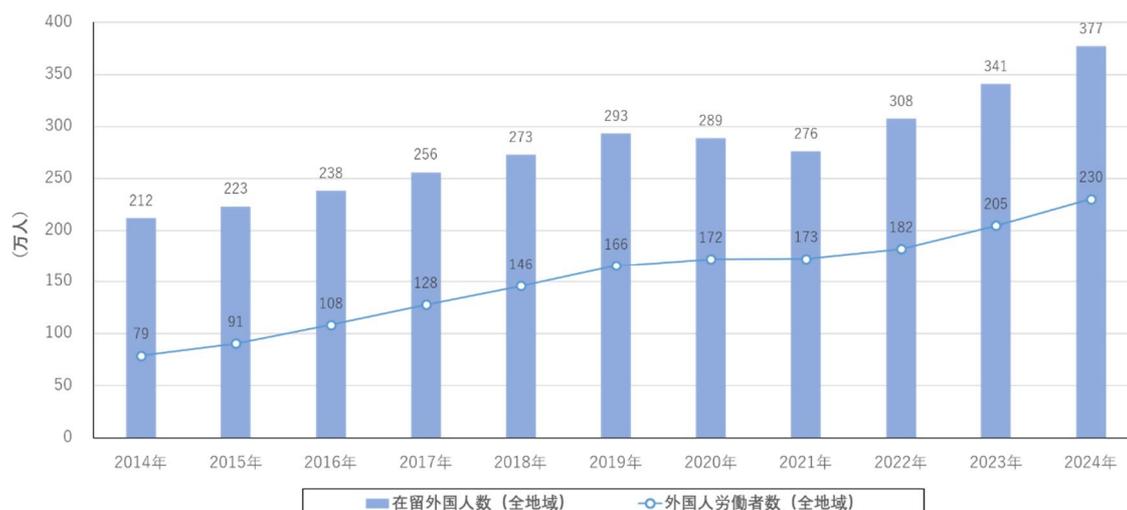


出典：インバウンド消費動向調査 (観光庁) を元に県作成

- 国内に在留する外国人は年々増加しており、2024年12月末時点の在留外国人数は約377万人で、10年前と比べ約165万人増加している。また、2025年10月末時点の外国人労働者は約257万人で、人口減少社会において、国内産業の人手不足を緩和し、経済の活性化を図る役割を担っている。(図9)

国においては、2027年4月から、人材育成と確保を目的とした育成就労制度が開始される。労働力不足の解消や経済全体の活性化につなげるため、外国人材の安定的な確保や定着に係る更なる取組が求められている。

【図9：在留外国人数及び外国人労働者数の推移
(在留外国人数：各年12月末時点，外国人労働者数：各年10月末時点)】



出典：在留外国人統計（出入国在留管理庁），外国人雇用状況（厚生労働省）を元に県作成

- 2026年3月時点の日本の地方自治体と海外の自治体との間に結ばれている姉妹都市・友好都市提携の数は1,865件と、10年前に比べ182件増加しており、これらの提携等に基づき、世界の国・地域と経済・観光・文化・青少年など多様な分野での交流が行われている。

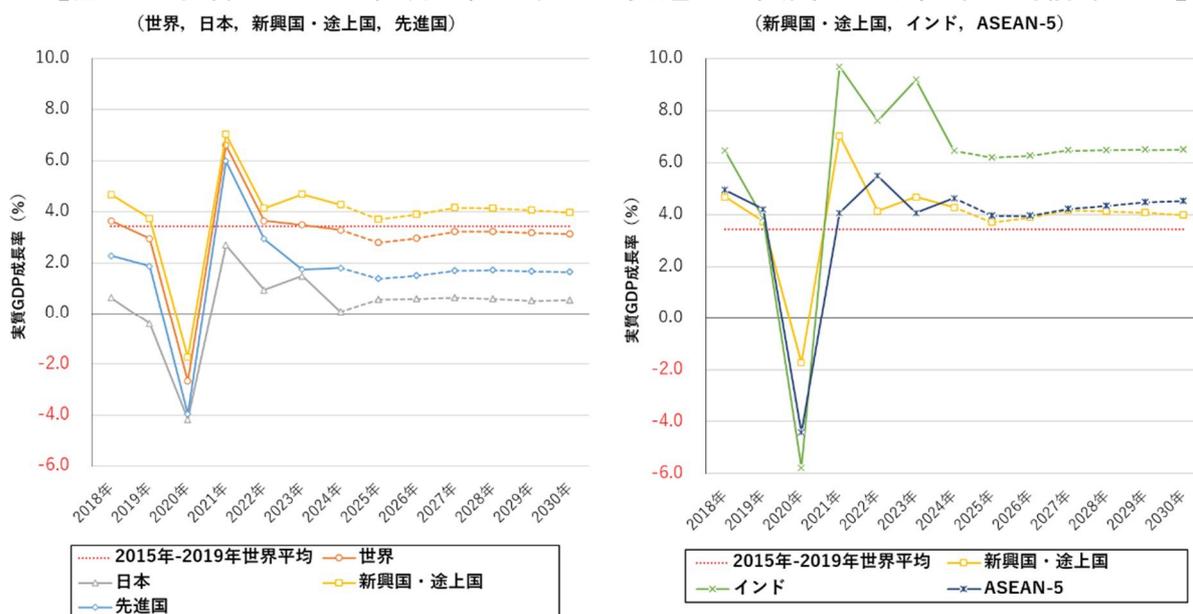
国も、外交を推進していく上で、地方自治体等を重要なパートナーと位置付け、その国際的取組を支援していくこととしており、これまで積み重ねられてきた地域間交流の更なる取組が求められている。

(3) 経済成長

- 世界経済は底堅い成長を維持しているものの、当面の間、新型コロナウイルス感染症拡大前の平均成長率を下回る成長が予測されており、回復には地域差が見られる。G7など先進国は緩やかな回復を続ける一方、新興国では引き続き先進国よりも成長率が大きく上回り、特にインドやASEAN5などにおいては高い経済成長が見込まれている。(図10)

引き続き、主要な国・地域との関係強化を図るとともに、高成長が際立つ新興市場国等を新たなターゲットとした取組も求められている。

【図10：世界における経済成長の状況の見通し（実質GDP成長率（対前年比））】



出典：World Economic Outlook, April 2025(IMF)を元に県作成

(4) 国際情勢の不安定化

- 東アジアにおける緊張感の高まり、米中の対立、ロシアによるウクライナ侵略など安全保障上のリスクや、気候変動、環境問題、食糧危機、感染症危機など地球規模の課題が顕在化しており、我が国を取り巻く国際情勢は不安定化しつつある。
- これらのリスクや課題が、我が国の経済活動等にも直接影響を及ぼす可能性もあることから、国際情勢の潮流を的確に把握し、変化に適切に対応することが求められている。

(5) デジタル化の進展，カーボンニュートラルへの対応

- デジタル化が進展する中，世界規模で情報やサービスが行き交い，産業や生活等あらゆる場面でデジタル技術の活用が進んでおり，急速なA I技術等の進歩により，こうした動きは更に加速していく。

我が国においては，人口減少に伴う構造的な人手不足に対応するためにも，デジタル技術のより一層の活用が不可欠であり，デジタル技術の実装により社会変革を進め，新ビジネスや付加価値の創出を図るD X（デジタル・トランスフォーメーション）の更なる推進が求められている。

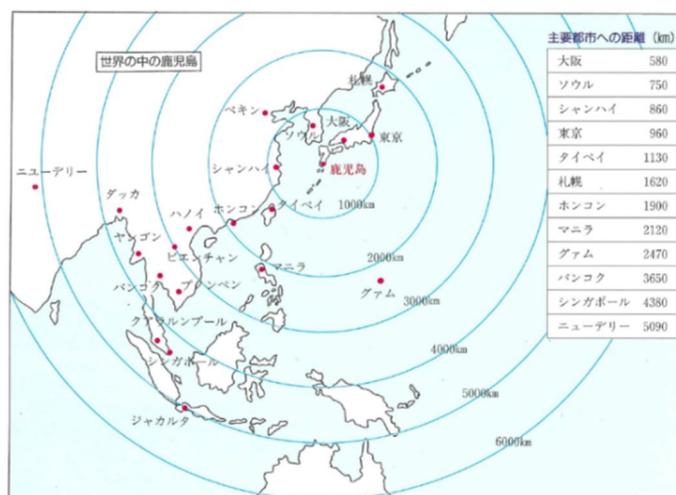
- 温室効果ガス排出量の削減に向けて，2015年12月の「第21回気候変動枠組条約締約国会議」（C O P 21）において「パリ協定」が採択され，脱炭素化などカーボンニュートラルを目指す動きが世界的に加速している。

我が国においても，2030年度の温室効果ガス46%削減，2040年度73%削減，2050年カーボンニュートラル実現という目標に向けて，経済成長と脱炭素化の実現を図るG X（グリーン・トランスフォーメーション）を推進しており，物流の分野では，鉄道・海運・航空へのモーダルシフトへの取組による環境負荷軽減や，多様なインフラを活用した脱炭素化に資する地域づくりなど，様々な取組が求められている。

3 国際関連施策の展開に当たっての基本的な考え方

- 本県は、南北 600km に及ぶ広大な県土に、豊かな自然・食、個性的な伝統・文化、特色ある数多くの離島など、世界に誇れる魅力ある素材～ポテンシャル～を有している。

- また、本県を中心とした 1,000km 圏内にはソウルや上海が位置し、さらに 2,000km 圏内には北京や香港、台北が位置するなど、アジアの主要都市に近接している。(鹿児島-東京間 960km)



- 本県は、南に開かれた地理的特性を有しており、古くから黒潮の流れに乗って南方との様々な交流を行うなど、南の玄関口として、海外との交流の門戸として重要な役割を果たしてきた。

- 現在、ソウルや上海、台北などとは国際定期航空路線で結ばれているほか、志布志港と川内港等は国際物流の拠点となっており、香港やシンガポールとは 40 年以上、韓国全北特別自治道や中国江蘇省とは 30 年以上にわたり、定期的な交流を継続している。

- グローバル化やデジタル化の進展等により、サプライチェーンが国境を越えて多元的に構築されるなど、人・モノ・情報が地球規模で移動・流通するようになってきている。

- 世界的には人口が増加する中で、我が国においては、人口減少に伴う国内市場の縮小や人手不足を背景に、海外に販路や人材を求めることの重要性がより高まっている。

- 本県が持続的に発展していくためには、このような国際情勢等に的確に対応し、本県が有するポテンシャル、南の玄関口としての地理的優位性、これまで培ってきた交流実績、それを支える交通基盤、これらを最大限生かして、海外の活力を積極的に取り込み、鹿児島の稼ぐ力を向上させることが重要である。

- 県産農林水産物等の輸出については、輸出額の半分を占める最大の輸出国である米国における更なる販路拡大を図りつつ、EUや香港、台湾等における販路拡大、インドや中東など新たな国・地域への販路開拓など輸出先の多角化を図る必要がある。

- ・ 海外からの誘客については、国際定期航空路線が就航する直行便市場及び欧米豪等の戦略的市場からの誘客を促進するため、国・地域ごとの特性を踏まえた戦略的な誘客に取り組む必要がある。
- ・ 製造業等における海外企業との取引拡大については、県内企業の海外展開や輸出先国の規制・条件に対応した生産体制の整備を促進する必要がある。
- ・ 空港、港湾、道路など国際都市にふさわしいインフラの充実・強化、国際路線の維持・拡充や、医療、防災など外国人も安心して暮らせる受入基盤の更なる充実などを図る必要がある。
- ・ 国・地域の結び付きが一層強まっていく中、本県が持続的に発展していくために、国際的な視野と先見性、語学力、コミュニケーション能力等を持った次世代をリードするグローバル人材の育成を図る必要がある。
- ・ また、相手国・地域との人的・物的交流を充実・拡大するために、本県のニーズのみならず、相手国・地域の特性やニーズ等を踏まえた国際関連施策をより分野横断的に推進し、相互に理解を深め、本県の利益・発展が相手国・地域の利益・発展につながる好循環を生み出すW i n - W i n の関係を構築していく必要がある。
- ・ 海外からの誘客促進や半導体関連産業の振興等に当たっては、九州という広域的な視点で、施策の企画立案・展開を図ることも必要である。

4 分野別の取組状況と今後の方向性

(1) 農林水産物等の輸出拡大

① 方針・計画等

- 県では、県産農林水産物等の輸出拡大に取り組むため、中・長期的な視点から、本県の農林水産業等が目指すべき将来像とその実現に向けた戦略的取組等を明確にした『南の宝箱 鹿児島』輸出拡大ビジョン～かごしまの農林水産物・食品を海外へ～を策定している。

名称	「南の宝箱 鹿児島」輸出拡大ビジョン ～かごしまの農林水産物・食品を海外へ～
策定時期	2018年3月に初回策定。現ビジョンは2026年3月策定
計画期間	2030年度まで
目標等	2030年度の輸出額800億円を目標として設定

- 県産農林水産物の輸出額は、前ビジョンの基準年度であった2016年度の約155億円から、2024年度には約471億円に増加している。(図11)

※ 同ビジョンについては、2026年3月の策定に向けて現在検討中。

【図11：鹿児島県産農林水産物の輸出額の推移】



資料：県とりまとめ

注) 県産農林水産物を輸出している事業者に聞き取り調査を行い、回答があったものについて取りまとめているものであり、県産農林水産物全ての輸出額ではない。

② 主な取組状況や今後の方向性

- 同ビジョンにおいては、牛肉、鶏肉（モミジ（鶏足）を含む）、鶏卵、お茶、さつまいも、柑橘（きんかん・大将季等）、木材（丸太等）、水産物（養殖ブリ・カンパチ・鰹節等）、焼酎を輸出重点品目として、野菜類（キャベツ・大根等）、米粉、切り花等（切り花加工品含む）、その他酒類（ウイスキー・リキュール等）、菓子、調味料（黒酢・味噌・醤油等）を今後輸出拡大が期待される品目として位置付けている。

また、米国、ASEAN諸国、台湾、中国、香港、EU等、韓国を輸出重点国・地域として、中東地域（UAE等）、インドを今後輸出拡大が期待される国・地域として位置付け、輸出拡大に取り組んでいる。

- ・ 米国による一連の関税措置など国際情勢が不安定な中であっても、最も重要な輸出先国である米国への輸出促進に取り組むとともに、既存の輸出先国への販路拡大に加え、輸出先国の多角化を図る。

以下、主要な輸出品目についての主な取組状況及び今後の方向性を整理する。

[牛肉]

- ・ 和牛肉需要の高まりに加え、円安の追い風もあり、米国、EU、台湾向けを中心に、2024年度の輸出額は約173億円（2016年度は約62億円）と増加している。
- ・ 更なる輸出拡大を図るため、生産基盤の維持・拡大に向けた畜舎等を整備するとともに、「和牛日本一」を活用した海外展示会におけるPR・商談、多様な部位を販売するためのカット技術の指導・普及、海外販売指定店を活用した販路拡大に取り組んでいる。
- ・ 米国など既存の輸出国・地域については、販路拡大に向けて、引き続き、海外の食品展示会等におけるPR・商談などに取り組む。
- ・ EUについては、アニマルウェルフェアや環境負荷軽減に配慮した畜産が望まれていることから、付加価値の高い牛肉の生産に取り組む。
- ・ イスラム圏については、輸出に当たりハラール認証を取得することから、食肉事業者の意見を踏まえながら、輸出促進のための方策について検討を進める。
- ・ 中国については、日中政府の動向を注視し、適宜、輸出再開を見据えた対応を行う。

[養殖ブリ等]

- ・ 外食商材としての需要が順調に推移しており、養殖ブリの2024年度の輸出額は米国向けを中心に約149億円（2016年度は約69億円（養殖カンパチ等も含む））と増加している。
- ・ 更なる輸出拡大を図るため、輸出先国の規制に対応したHACCP等の基準を満たすために必要な施設等の整備を行うとともに、漁協や輸出商社等が一体となった販売促進活動や他国産・他県産競合商品との競争力向上等に資する取組を支援している。
- ・ 最大市場である米国については、西海岸を中心とした既存商流を維持するとともに、更なる販路拡大を図るため、南部や東海岸、内陸部への販路開拓に取り組む。

- ・ 香港や台湾などのアジア地域については、引き続き、漁協や商社等が一体となって行う販売促進活動に対する支援を通じ、販路拡大に取り組む。また、新たな輸出先として中東地域等の販路開拓に取り組む。
- ・ 中国については、日中政府の動向を注視し、適宜、輸出再開を見据えた対応を行う。

[お茶]

- ・ 海外の健康志向や日本食への関心の高まり等を背景に、大手カフェチェーン等での抹茶商品が定番化するなど外食需要が伸びており、米国やEU向けを中心に、2024年度の輸出額は約63億円（2016年度は約2億円）と増加している。
- ・ 更なる輸出拡大を図るため、てん茶・抹茶加工施設等の整備支援を行うとともに、生産者と茶商との連携による海外向けの商品開発や海外メディア・バイヤーの招へいなどに取り組んでいる。
- ・ 最大市場である米国については、販路拡大に向けて、引き続き、現地デスク設置等による情報収集や輸出事業者の支援に取り組む。
- ・ EUについては、有機JAS認証を求める傾向にあり、有機栽培茶の生産量が多い本県にとって有望な市場であることから、販路拡大に向けて、現地デスクの設置等に向けて取り組む。

[青果物]

- ・ 東南アジアを中心とした焼き芋需要を背景に、さつまいもの2024年度の輸出額は約8億円（2016年度は約7千万円）となっている。
- ・ さつまいもやきんかんをはじめとする青果物については、国際水準GAPの取得や有機栽培の拡大に対する支援による輸出先国の規制・ニーズに対応できる産地育成、海外販路拡大に係る連携協定を結ぶ企業と協力した商談会やフェア開催による販売促進などに取り組んでいる。
- ・ 輸出拡大に向けては、販路・商流の多角化、輸出に意欲的な生産者の掘り起こし・育成、海外ニーズに対応した品目の拡大や、競争が激化する既存市場におけるシェアの維持に取り組む。

[木材]

- ・ 主要な輸出先国である中国については、梱包材や土木用資材などの原料として日本産丸太の需要が増加したことに加え、円安の追い風もあり、2024年度の輸出額は約47億円（2016年度は約12億円）と増加している。
- ・ 木材輸出の大部分は、中国向けの丸太であることから、付加価値の高い製材品等の輸出促進を図るため、海外展示会における合同出展や商談・PR活動の実施など、販路開拓の取組を支援している。

- ・ 台湾については、日本の製材技術などの評価が高く、また、韓国については、ヒノキ内装材等の需要が高く、更なる輸出拡大が見込まれることから、引き続き、輸出事業者が行う商談やトライアル輸出等への支援に取り組む。
- ・ 米国については、日本産スギ・ヒノキの2×4構造材が設計強度の認可を受けたところであり、当該木材の輸出に向けた取組を検討する。
また、米国でのニーズが高いフェンス材について、本県から中国に輸出した丸太の一部が加工され輸出されているが、直接米国へフェンス材を輸出する可能性について検討する。

[加工食品]

- ・ 本格焼酎については、中国や韓国をはじめとするアジア地域や米国向けを中心に輸出されている。
海外での認知度向上や輸出促進を図るため、アジア、欧米において、これまでに培った人的ネットワークを通じた現地酒類事業者の理解促進に向けた取組や、継続したプロモーション、「伝統的酒造り」のユネスコ無形文化遺産登録を生かした情報発信を強化する。
- ・ 鰹節については、米国向けを中心に輸出されている。販路拡大を図るため、輸出先国の規制に対応した施設等の整備及び加工業者や輸出商社等が一体となった販売促進活動を支援している。
更なる販路の多角化を図るため、EUの厳しい基準に適合した製造技術の実用化の実証や、現地での販売促進活動の実施など、EUへの販路開拓を図る。

[品目横断的な取組]

- ・ 県産品の更なる輸出拡大を図るため、輸出促進に向けたセミナーの開催や専門家による伴走支援など、輸出に意欲的な事業者の掘り起こし・底上げに取り組む。
- ・ 本県の輸出入拠点である、志布志港及び川内港の利用促進を図るため、荷主企業が行うトライアル輸出に対する支援を行っており、引き続き、これらに取り組む。
- ・ 県産品の新たな販路開拓を図るため、本県への寄港が増加している国際クルーズ船に対して、品目横断的に県産食材を供給できる体制の整備を図る。
- ・ また、デジタル技術を活用したビジネスへの移行が進み、企業のデジタル化の必要性が増していることから、ECモールを活用した販売機会の提供や、マーケティング支援、販促用動画等の作成といった取組を支援していく。

(2) 海外からの誘客促進

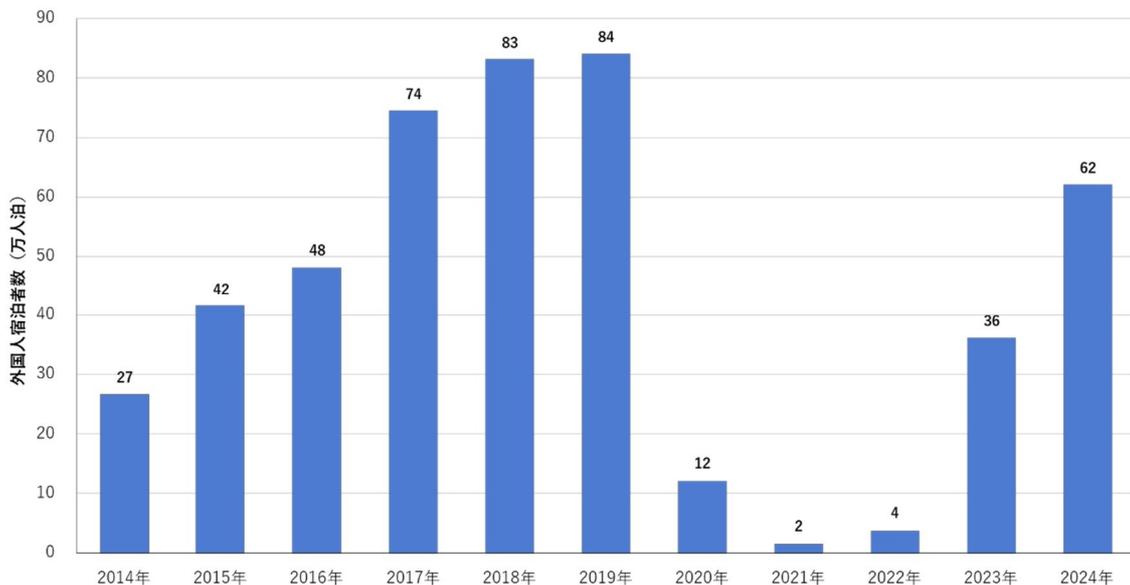
① 方針・計画等

- 県では、県、市町村、県民、観光関係者等の共生・協働による「観光立県」の実現に向けて、主要な施策を総合的かつ計画的に推進するため、「観光立県かごしま県民条例」に基づき「鹿児島県観光振興基本方針（第4期）」策定している。その中で基本的施策として、外国人観光客の来訪の促進等やクルーズ船の誘致などに取り組むこととしている。

名称	鹿児島県観光振興基本方針（第4期）
策定期期	2010年3月に初回策定。現方針は2025年3月策定
計画期間	2029年度まで
目標等	<ul style="list-style-type: none"> 2029年の外国人延べ宿泊者数約155万人泊 2029年のクルーズ船乗客数69万人等を目標として設定

- 本県の2024年の外国人延べ宿泊者数は、約62万人泊であり、未だ新型コロナウイルス感染症拡大前（2019年：約84万人泊）の水準まで回復していない状況である。国・地域別では、韓国、中国、香港、台湾の順となっている。（図12）

【図12：鹿児島県の延べ宿泊者数のうち外国人延べ宿泊者数の推移】



出典：2014年（平成26年）～2024年（令和6年）宿泊旅行統計調査（国土交通省観光庁）を元に県作成

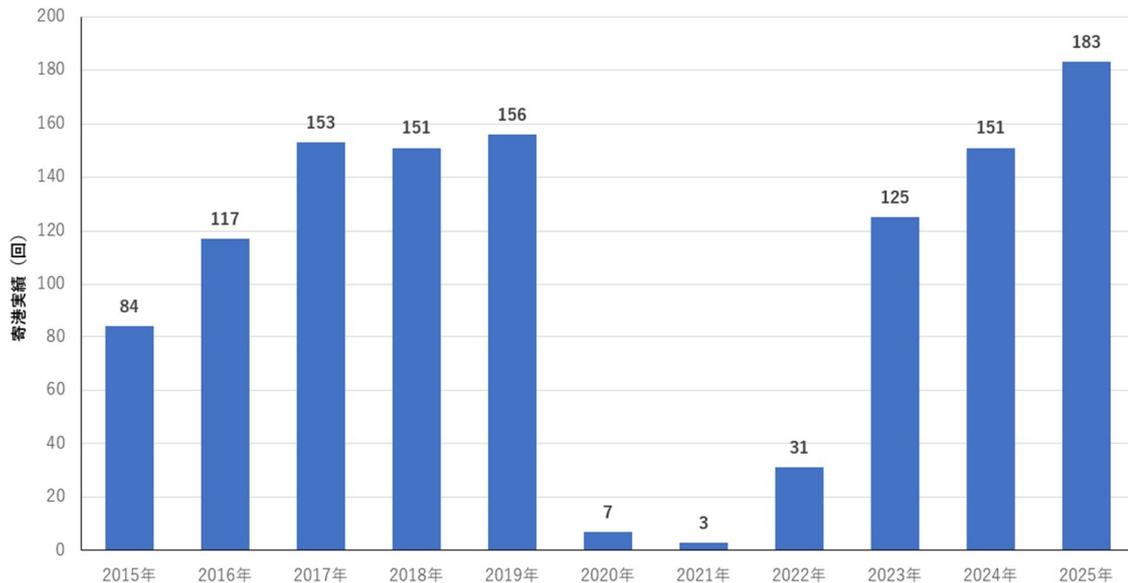
- 一方、新型コロナウイルス感染症の影響により、全ての路線で運休となった鹿児島空港国際線は、2024年7月の上海線の再開により、コロナ禍前に運航していたソウル線、上海線、台北線及び香港線の4路線全ての運航が再開したところである。

《2025冬ダイヤの状況》

ソウル線：週21便、台北線：週3便、上海線・香港線：運休中

- また、国際クルーズ船については、2025年の本県への寄港実績が、過去最高の183回となっており、ラグジュアリー船などの寄港や欧米の乗船客の割合が増加している。(図13)

【図13：鹿児島県内へのクルーズ船の寄港実績の推移（港湾，漁港計）】



資料：県とりまとめ

② 主な取組状況や今後の方向性

- 海外からの観光客を誘致するため、国・地域ごとの特性に基づいて設定した主要ターゲットに対して、SNS・ウェブサイトなど様々なメディアを活用したプロモーションを実施するとともに、旅行予約サイト（OTA）等と連携した取組を展開し、個人旅行者の誘客を図っている。
- また、本県を訪れた外国人観光客が安心・快適に周遊できるよう、フードダイバーシティへの対応の推進や多言語コールセンター運営によるサポートなど、受入体制の整備を図っているところであり、引き続き、事業者等への制度の周知や利用促進などに取り組む。
- 鹿児島空港国際線については、鹿児島空港発着の国際定期路線の拡充及び安定的な運航を図るため、航空会社に対する運航支援を行うとともに、定期便就航に向けたチャーター便の運航支援など、新たな路線開設に向けた取組を推進している。
- 直行便市場である韓国，中国，台湾，香港においては、個人旅行の割合が増加傾向にあることから、SNS・ウェブサイトなど様々なメディアを活用した情報発信や旅行博覧会への出展，航空会社と連携した取組など，BtoCをメインとした各種プロモーションを実施するとともに，旅行予約サイト（OTA）と連携した誘客に取り組む。
- 直行便が就航している4か国・地域に続く有望な市場であるシンガポール，タイ，ベトナム，欧米豪についても，直行便市場同様，様々なメディア

アを活用した情報発信に取り組むとともに、現地旅行会社等を本県に招請し、観光地の視察や意見交換等を通じた旅行商品化の促進を図る。

- ・ 国際クルーズ船については、更なる誘致を図るため、現地セールスや、市町村・関係団体等と連携した受入体制の強化に取り組んでいるほか、経済効果を県内全体に波及させるため、水上交通や新幹線を活用したツアー造成や鹿児島発着クルーズの造成等に取り組んでいる。県内各地の港湾等に寄港できる通船を利用したラグジュアリー船の誘致も行っており、引き続き、これらに取り組む。

(3) 製造業等における海外企業との取引拡大等

① 方針・計画等

- ・ 県では、製造業を取り巻く環境変化を的確に捉え、本県製造業の持続的発展・「稼ぐ力」の向上を図るための取組の方向性を定めた「かごしま製造業振興方針」を策定している。方針においては、本県製造業の現状・課題を踏まえて、「成長支援」、「基盤強化」の2つの柱で製造業の振興を図ることとしている。

名称	かごしま製造業振興方針
策定時期	2011年3月に初回策定。現方針は2026年3月策定。
計画期間	2030年度まで
目標等	2030年度の海外との取引を行う従業員300人未満の事業所数87社を目標として設定

- ・ 本県の2023年度の海外との取引を行う従業員300人未満の事業所数は77社となっている。

※ 同方針については、2026年3月の策定に向けて現在検討中。

- ・ 全国的な人口減少などにより国内市場が縮小する中で、県内製造業が生き残り、成長を続けていくためには、県内市場や人口が集中している国内大都市圏を中心とした国内市場の販路の維持・拡大を図るとともに、東南アジアや欧米などを中心とする海外市場の新たな開拓や販路の拡大を積極的かつ継続的に取り組んでいくとともに、多様化する市場ニーズに対応するマーケティング力・販売力の強化などにも取り組む。

② 主な取組状況や今後の方向性

- ・ 県内製造業者の海外展開を図るため、海外企業との取引を検討している県内製造業者を対象とした海外商談会・展示会への出展や、食品製造業事業者等に対し、輸出先国の規制に対応したHACCP等の基準を満たすために必要な施設等の整備などを支援している。
- ・ 台湾の台日産業連携推進オフィス（TJPO）との間で2018年にMO

Uを締結し、台湾において商談会を開催するなど、双方の各製造業分野における企業間の連携を図っている。

- ・ 世界的な台湾半導体製造企業の隣県進出を受け、同地に進出した台湾半導体関連企業等との取引拡大につなげるため、引き続き台湾との産業交流を行う。

(4) 外国人材の安定的な確保及び受入・定着

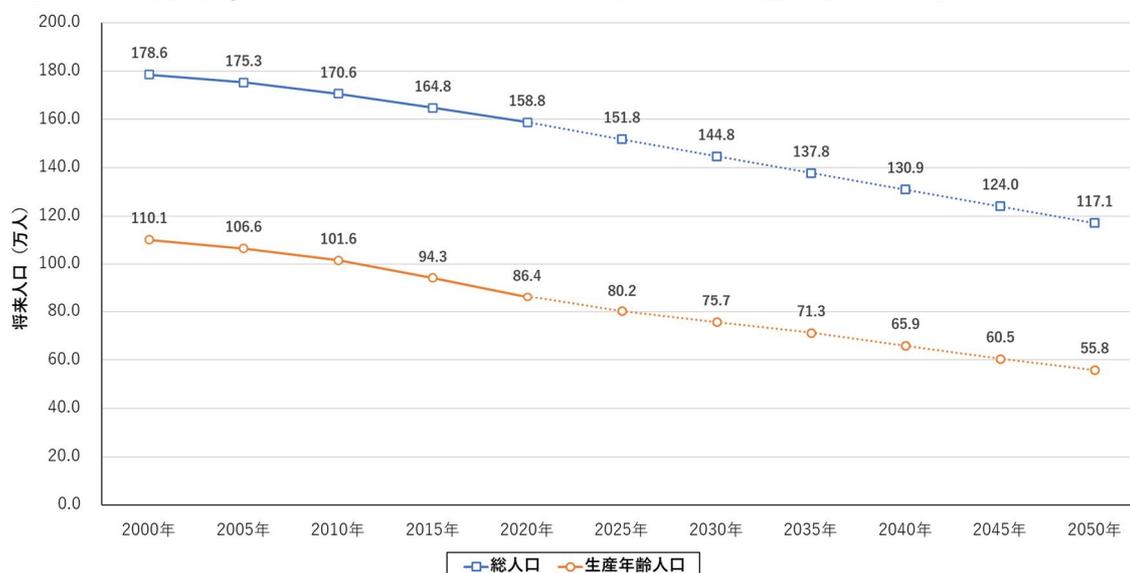
① 方針・計画等

- ・ 県では、外国人材の更なる確保、受入・定着に向け、外国人材の安定的な確保や外国人材が安心して働き、暮らせる環境整備等の取組をより一層推進するため、「第2次かごしま外国人材受入活躍推進戦略」を策定している。

名称	第2次かごしま外国人材受入活躍推進戦略
策定時期	2020年3月に初回策定。現戦略は2025年3月策定
計画期間	2029年度まで

- ・ 本県の生産年齢人口は、2015年に100万人を下回り、2023年には約79.7万人まで減少している。今後も減少が続き、2030年には約75.7万人となる見込みである。(図14)

【図14：鹿児島県の将来人口の見通し（総人口，生産年齢人口）】



出典：国勢調査（総務省統計局），日本の地域別将来推計人口 令和5（2023）年推計（国立社会保障・人口問題研究所）を元に県作成

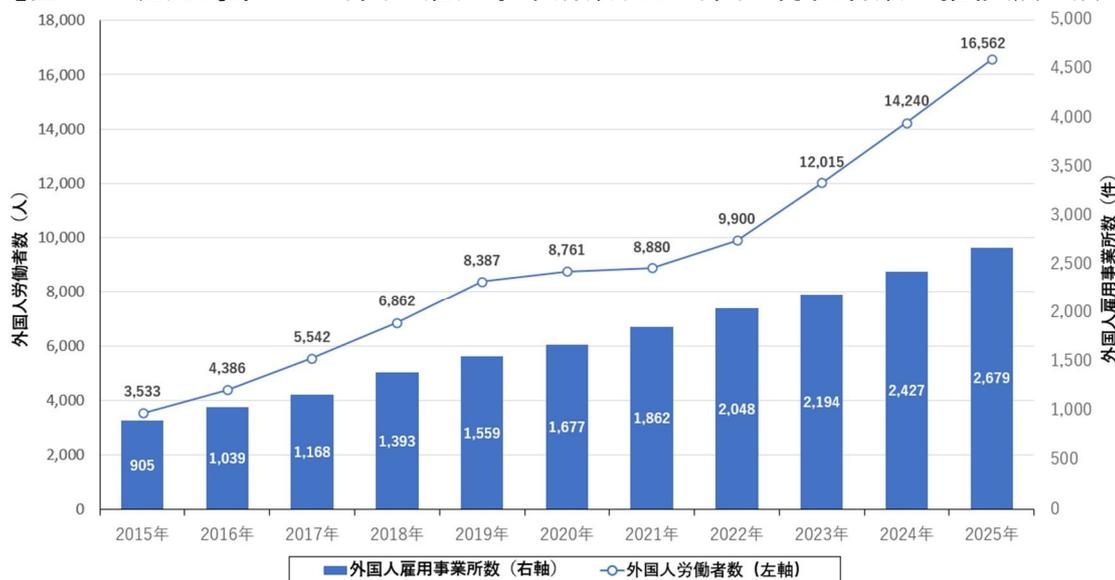
※2015年，2020年の人口は「令和2年国勢調査—参考表：不詳補完結果」による平成27年，令和2年国勢調査に関する不詳補完結果を利用。

- ・ 本県では人手不足を補う形で外国人労働者が増加しており，外国人労働者数は，2025年10月末時点で16,562人と過去最高を記録した。2020年

と比較して7,801人増加し、5年間で1.9倍増加している。また、外国人雇用事業所数は2,679事業所であり、2020年の1,677事業所から1.6倍に増加している。(図15)

なお、県の推計では、外国人労働者は2029年10月末に約19,000人となる見込みである。

【図15：鹿児島県内の外国人雇用事業所数及び外国人労働者数の推移(各年10月末時点)】

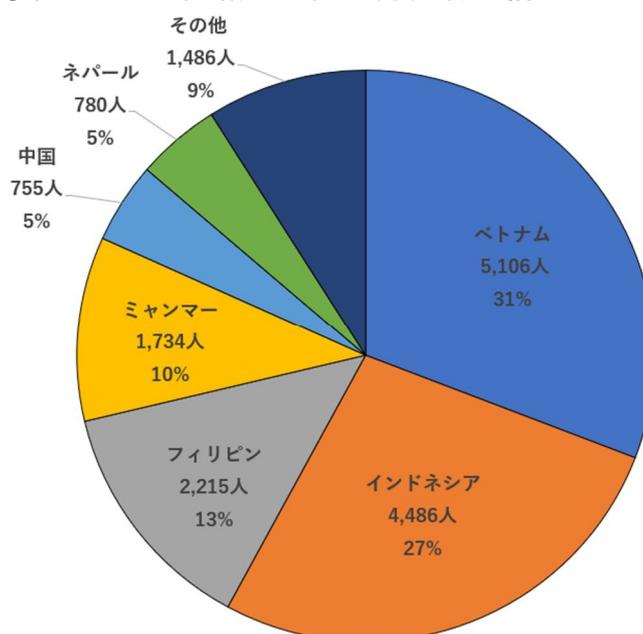


出典：「外国人雇用状況」の届出状況表一覧（鹿児島労働局）を元に県作成

- 2025年の外国人労働者数の国籍別内訳は、ベトナムが5,106人で最多であり、続いてインドネシア4,486人、フィリピン2,215人、ミャンマー1,734人などとなっている。(図16)

近年は特にインドネシアの増加が顕著であり、過去5年で約11.7倍に増加しているほか、ミャンマーなども増加傾向である。

【図16：鹿児島県における国籍別外国人労働者の構成（2025年10月末時点）】



出典：「外国人雇用状況」の届出状況表一覧（鹿児島労働局）を元に県作成

② 主な取組状況や今後の方向性

- ・ 外国人材の安定的な確保のため、ベトナムとの関係強化を図るとともに、今後の有望な送り出し国（インドネシア、フィリピン、ミャンマー、インド）との関係構築や、送り出し機関と県内監理団体等とのマッチング等を実施している。
- ・ また、高度外国人材の確保及び外国人留学生等の県内就職の促進のため、本県での就業に向けた県内企業でのインターンシップ等の支援及び企業と留学生のマッチングを実施している。
- ・ 外国人材の安定的な受入れや定着及び雇用管理の推進を図るため、県内企業が行う職場の受入体制整備、外国人材と地域住民との交流等の取組支援及び企業向け相談窓口の運営・セミナーを開催している。また、県内企業で就労する外国人材を対象とした日本語学習支援を行っている。
- ・ 新たな送り出し国（インドネシア、ミャンマー、フィリピン、インド）については、人口規模や経済状況等を踏まえると、送り出し国として有望であり、引き続き、人材を安定的に受け入れるスキームの構築に向けて取り組む。
- ・ 高度外国人材については、県内の産業や企業のニーズを踏まえ、海外大学が輩出する学生と県内企業とのマッチングについて取り組む。
- ・ 育成就労制度の施行により、外国人材が賃金水準の高い都市部へ流出することが懸念される。また、今後、外国人材の長期就労が増え、家族を帯同することができる在留資格を有する外国人材の増加が予想されることから、多言語による相談体制の充実や、家族を含めた日本語学習に対する支援、事業者等が行う外国人材と地域との交流に対する支援等に取り組む。

(5) 国際都市にふさわしい交通インフラの充実・強化

① 方針・計画等

- ・ 県産農林水産物の輸出拡大や海外からの誘客促進等を図るためには、アジアをはじめとした海外との人流・物流の拠点となる空港・港湾の機能強化に取り組み、加えて、県内の空港・港湾と県内の農林水産物等の産地や観光地とを結ぶ道路等との連携強化などにも取り組む必要がある。
- ・ そのため、県の「かごしま未来創造ビジョン」では、施策展開の基本方向「快適な生活環境の向上と世界に繋がる県土の創造」の中で「人やモノの交流を支える交通ネットワークの形成」を掲げており、空港の機能向上や港湾施設の整備などを施策の基本方向としている。

② 主な取組状況や今後の方向性

- ・ 人流・物流の拠点となる鹿児島島空港の機能の強化・充実に向けて、国際線ターミナルビルの増改築やC I Q機能の向上などに取り組んできたほ

か、グランドハンドリング体制についても、新たな事業者が参入し、国際線の受入体制の充実が図られている。

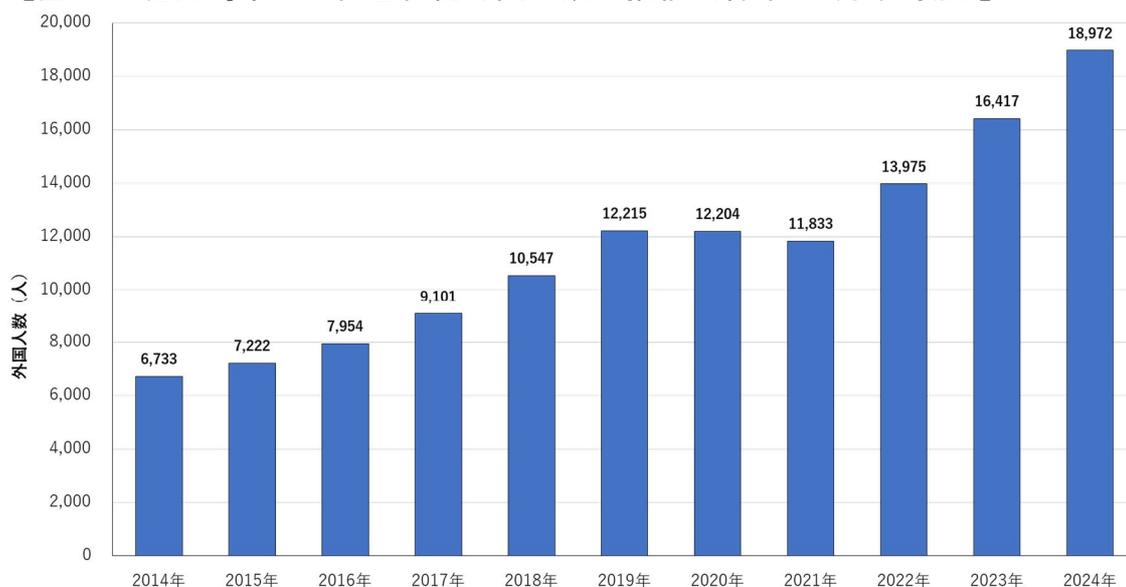
- また、同空港については、空港や航空業界を取り巻く環境変化を考慮しながら、国内外の既存の航空路線の維持・拡充を図りつつ、新規路線就航に向けて、関係者と連携したエアポートセールス等を展開するとともに、ターミナルビルの整備を含めた今後の鹿児島空港のあり方について、関係者と議論を進める。
- 国際クルーズ船の受入れのための港湾の環境整備については、クルーズ船の大型化に対応した岸壁の改良などの整備に取り組んできたところであり、今後は、民間企業と連携した新たな旅客ターミナルの整備やC I Q機能導入など、クルーズ船の受入れに必要な施設整備などを推進する。
- 国内外の物流拠点としての港湾の機能向上については、引き続き、船舶大型化などに対応する新たな岸壁や埠頭用地等の整備を推進する。
- 陸の玄関口である鹿児島中央駅周辺については、観光客も利用する交通結節拠点としての機能強化を図るなどの観点から、県工業試験場跡地の活用の方角性について検討を進める。
- これらの拠点施設から観光地などを結ぶために、引き続き、県内外の各地域を結ぶ高規格道路など本県の骨格をなす道路の整備等を推進する。

(6) 多文化共生の推進

① 方針・計画等

- 県の「かごしま未来創造ビジョン」では、施策展開の基本方向「誰もが個性と能力を発揮し活躍できる社会の実現」の中で「多文化共生の実現」を掲げており、外国人の持つ多様性への理解を深めるとともに、それぞれの文化的違いを尊重しながら、日本人と外国人が共生する地域づくりに取り組むことを施策の基本方向としている。
- 外国人労働者の増加を要因として、2024年12月末時点の県内に住む外国人数は18,972人で、2014年と比較して約12,000人増加している。10年前と比較して約2.8倍となり、県内人口に占める割合は1.2%となっている。(図17)
なお、2025年6月末時点では初めて2万人を超え、20,032人となっている。

【図 17：鹿児島県内に住む在留外国人数の推移（各年 12 月末時点）】



出典：在留外国人統計（出入国在留管理庁）を元に県作成

- ・ 公立小中学校等において日本語指導を必要とする児童生徒数は 2023 年度時点で 79 名と過去最高となっている。
- ・ 県内の外国人等を対象とした実態調査（R6.7 県実施）等によると、多様な言語による行政・生活情報の提供や、日本語・日本社会の学習機会の提供のニーズが高くなっている。

② 主な取組状況や今後の方向性

- ・ 県内に住む外国人が、生活に係る適切な情報や相談場所に到達できるようにするため、多言語で相談に対応する窓口を設置している。
- ・ やさしい日本語や多言語による情報発信，日本語や日本文化等を学ぶ機会の拡充，各種ボランティアの養成，外国人住民と地域住民の交流を促進する取組への支援等を行っている。
- ・ 日本人と外国人が相互理解を深めるためには，行政・生活情報の多言語化や相談体制，日本語学習への支援の充実などに取り組む。
- ・ 日本語指導を必要とする児童生徒数は今後も増加すると見込まれていることから，学校における日本語指導に係る研修の充実などに取り組む。

(7) 国際交流の推進

① 方針・計画等

- ・ 県の「かごしま未来創造ビジョン」では，施策展開の基本方向「地域を愛し世界に通用する人材の育成，文化・スポーツの振興」の中で「鹿児島の発展を牽引する人材の育成」を掲げており，交流会議等を核とした国際交流の充実を施策の基本方向としている。

② 主な取組状況や今後の方向性

- 香港（1980年～）、シンガポール（1982年～）、韓国全北特別自治道（1994年～）、中国江蘇省（1998年～）との間では、定期的な交流会議・交流協議会において合意された事項に基づき、経済、観光、芸術・文化、青少年等の広範な分野で交流を行っている。
- また、2018年に英国ロンドン・カムデン区及びマンチェスター市と友好協定を締結、2019年には姉妹盟約を締結している米国のジョージア州と親善関係を強化していく旨の確認書を取り交わし、同年、ベトナムハイズオン省（現ハイフォン市）と連携協定を締結、2024年には、台湾屏東県と交流協定を締結するなど、交流の充実を図っている。
- 中国の清華大学との間で、2013年に包括協定を締結し、人材育成や人的ネットワークの構築等を図るため、青少年、学術、経済などの分野において交流事業を実施している。
- 国際協力促進を目的とした開発途上国等からの技術研修員の受入、本県の国際化促進に向けた国際交流員などの外国青年招致に取り組んでいる。
- 海外の文化芸術団体等の文化交流の促進を図り、国際性豊かな感性を備えた県民の育成や特色ある郷土文化の発展に資することを目的に、文化芸術団体等の相互派遣を行っている。
- また、グローバル化が一層進展する中、国際的な視野と先見性、語学力、コミュニケーション能力等を有した人材を育成するため、現場での体験や交流が図られるような青少年の海外派遣事業等を実施している。
- 県内大学等において受け入れている留学生は、2024年5月時点で502名となっており、県では、将来、本県と海外を繋ぐ人的ネットワーク形成に貢献する可能性のある県内留学生に対して、勉学・生活の安定化を図るために、奨学金を給付している。
- これまで行ってきた香港やシンガポール、台湾等との交流や、県内留学生に対する支援など、これまで行ってきた国際交流を更に推進しながら、交流を通じて形成してきた人的ネットワークを活用し、産業振興にも生かす取組を行う。
- 長年交流を行っている国・地域に加え、世界最大の人口を有し、高い経済成長が続くインドについては、日印間で新たな姉妹都市や州・県間の連携を促進する動きもあることから、地域間交流などインドとの関係構築を図る。

5 国・地域別の特性・ニーズ等を踏まえた取組の方向性

相手国・地域ごとに、その特性やニーズ等を踏まえ、分野横断的な取組を推進することが必要であることから、国・地域別の取組の方向性を示すものとする。

なお、国・地域については、県産品の輸出や青少年・文化交流など、これまでの本県との人的・物的交流の状況に加えて、人口や経済成長の今後の見通しなどを踏まえ、「人的・物的交流の更なる深化を図る国・地域」、「人的・物的交流の強化を図る国・地域」、「人的・物的交流の構築を図る国・地域」に区分する。

(1) 人的・物的交流の更なる深化を図る国・地域

- ・ 米国，中国，香港，台湾，韓国，シンガポール

(2) 人的・物的交流の強化を図る国・地域

- ・ EU，英国，タイ，ベトナム

(3) 人的・物的交流の構築を図る国・地域

- ・ インド，中東地域，インドネシア，オーストラリア，マレーシア

等

(1) - 1 米国

1 特性・ニーズ等

基礎情報

- ・面積：約 983 万km² ※日本の約 26 倍
- ・人口：3 億 4, 011 万人 [2024: 世界銀行]
- ・言語：主として英語
- ・宗教：キリスト教 他
- ・名目 GDP：29 兆 1, 849 億ドル [2024: 世界銀行]
- ・一人当たり GDP：85, 810 ドル [2024: 世界銀行]
- ・経済成長率：2. 8% [2024: 世界銀行]
- ・在留邦人数：413, 380 人 [2024. 10: 外務省]
- ・進出日系企業拠点数：9, 639 拠点 [2024. 10: 外務省]

《特性》

【輸出関連】

- ・2024 年の日本産農林水産物・食品輸出額は、「アルコール飲料」、「ぶり」、「ホタテ貝(生鮮等)」、「お茶」、「調味料類」、「牛肉」を中心に 2, 429 億円（1 ドル 150 円換算で約 16. 2 億ドル）で、国・地域別では第 1 位。
- ・米国は食料輸入大国で、2024 年は 2, 300 億ドル余りを輸入しているが、日本からの輸入の割合は 1 %にも満たない。
- ・州によって所得水準やアジア系住民の割合が異なり、食品やアルコール飲料に関する規制についても、州によって異なるものもある。
- ・様々な人種・民族で構成されており、大都市では各国からの移民が持ち込んだ食文化や外国料理店が存在するなど食生活は多様。
- ・成人肥満率が 42. 9% (日本は 4. 9%) と、G 7 各国と比較すると突出して高い。
- ・近年は、健康志向と日本食への関心が高まっており、特に東西両海岸ではこうした傾向が強く、抹茶をはじめ日本産食材の需要を生んでいる。
- ・オーガニック食品や肉代替商品の市場が急成長し、大きなトレンドとなっている。特に、オーガニック食品は市場で 2 ~ 3 割程度、高値で取引されることもあり、米国政府によるオーガニック認証を取得する食品メーカーが増えている。
- ・日本食レストラン数は 23, 000 店で、カリフォルニア州はおよそ 5, 000 店。次いでニューヨーク州 1, 900 店、フロリダ州 1, 500 店、テキサス州 1, 200 店と続く (2022. 12)。テキサス州においては、日系自動車メーカーや米国巨大 IT 企業などの進出に伴い、日本食レストランやショッピングモールが増加。
- ・世界最大の牛肉消費国であり、所得の増加と人口増加に牽引され需要は拡大傾向。健康志向の高まりや環境の持続可能性等への関心を背景に、セカンダリー部位（かた、うで、もも等）の需要増加やオーガニック・ビーフといった商品ニーズへの変化が見られる。

- ・国土が広大なため、西海岸と中西部のような地域を跨ぐワールドチェーンは整っていない。また、地域によってマーケット特性が異なることから、地域や品目に特化した大小のディストリビューターが存在している。
- ・日系のディストリビューターは、日系やアジア系の小売店・レストランへの販路を有しているが、非日系のレストラン等への販路開拓を図るためには非日系ディストリビューターとの関係構築が必要である。
- ・蒸留酒は食前酒・食後酒として、主にバーにおいてカクテル等で飲酒されており、蒸留酒である焼酎はカクテルベースとしての需要が考えられる。

【観光関連】

- ・2024年の来日外客数は2,725千人で、国・地域別では第4位。
- ・訪日旅行滞在日数は全体平均よりも長く、1人あたりの消費額も平均より高い。
- ・地域、気候、所得、人種、宗教などの違いにより、ライフスタイルが異なることもあり、米国人の余暇の過ごし方は多様性に富んでいる。
- ・アドベンチャートラベル(アクティビティ・自然・文化体験の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行)やクルーズ旅行の成熟度が高い。
- ・西海岸は距離的にもヨーロッパと変わらず、訪日旅行の最多送客数を誇るカリフォルニア州は全体のおよそ4割を占める。日米間の直行便の発着も多いことから、訪日旅行経験のあるリピーターも増えている。
- ・一方、東海岸は距離的にアジアから遠く、近場のヨーロッパなどを選ぶ傾向にあるが、近年はアニメやゲーム、日本食などで身近になっており、特に家族旅行において、子どもの希望で日本に行きたいというケースが増えている。
- ・米国人旅行者が訪日前に期待していたことの上位は、「日本食を食べること」、「ショッピング」、「繁華街の街歩き」。

《ニーズ》

- ・新型コロナウイルス感染症の流行による外出制限に伴い、運動不足や体重増加が深刻化したことを背景に、健康に対する意識の高まりが見られ、オーガニック食品の需要拡大やベジタリアン・ヴィーガンの食事スタイルが広がっている。
- ・本県農林水産物は西海岸の日系やアジア系の小売店やレストランを中心に輸出されており、東海岸や南部、非日系のレストラン等への販路開拓の余地がある。

2 本県との関わり

【輸出拡大】

- ・2024年度の県産農林水産物輸出額は、「養殖ブリ等」、「お茶」、「牛肉」を中心に約237億円で、国・地域別では第1位。
- ・2024年度の県産本格焼酎輸出量は約59KLで、国・地域別では第3位。

【誘客促進】

- ・2024年の本県への延べ宿泊者数は24,130人泊で、国・地域別では第5位。
- ・米国に本社を置くクルーズ船社があり、同社の国際クルーズ船が本県に継続的に寄港。

【国際交流】

- ・ジョージア州と姉妹関係盟約に関する協定を締結し、親善使節団等の派遣や受入、青少年交流等のほか、民間レベルでの交流も実施(1966～)。

《市町村姉妹・友好都市提携締結状況》

- ・県内3市において、米国内の都市との姉妹・友好都市提携を締結。
 - ・鹿児島市：フロリダ州マイアミ市(1990～)
 - ・いちき串木野市：カリフォルニア州サリナス市(1979～)
 - ・奄美市：テキサス州ナカドゥチェス市(1995～)

《大学間学術交流協定等締結状況》

- ・県内5大学・短期大学において、米国内の大学等機関と延べ15の学術交流協定等を締結。
 - ・鹿児島大学：ジョージア大学，グアム大学，サンノゼ州立大学，ノースダコタ州立大学，ハワイ大学マノア校，ウィスコンシン大学ラクロス校，フロリダ農工大学，ワシントン大学
 - 〃 医学部：ベレア大学
 - ・鹿屋体育大学：スプリングフィールド大学
 - ・鹿児島国際大学：クラーク大学，フロリダ国際大学
 - ・鹿児島純心大学：ヴィターボ大学
 - ・鹿児島県立短期大学：ハワイ州立大学コミュニティカレッジズ，ウィスコンシン州立大学リバーフォールズ校

《県人会組織》

- ・南加鹿児島県人会(ロサンゼルス)(1899～)：約730人が在籍
- ・ハワイ鹿児島県人会(1918～)：約40人が在籍
- ・シアトル鹿児島県人倶楽部(1907～)：約50人が在籍
- ・NY奄美会(2013～)：約30人が在籍
- ・北カリフォルニア鹿児島県人会(2017～)：約50人が在籍

《国際交流・協力団体等》

- ・いちき串木野市サリナス市姉妹都市協会
- ・鹿児島サンタローザ友好協会

3 本県のこれまでの取組

【輸出拡大】

- ・『南の宝箱 鹿児島』輸出拡大ビジョン』では、輸出重点国・地域として位置付けている。
- ・「牛肉」については、主要なマーケットである西海岸での食品展示会出展によるプロモーション及び商談を実施。また、東海岸を含めた飲食店や量販店等の食肉実需者向けのカット技術指導等を実施。
- ・「お茶」については、現地デスク設置による情報収集や輸出に必要なF D A登録支援等を実施。
- ・「養殖ブリ等」については、主要なマーケットである西海岸での食品展示会出展によるプロモーション及び商談を実施。また、販路開拓が課題となっている南部及び東海岸では、テイクアウトメニューのプロモーション等を実施。
- ・「さつまいも」については、グアムの現地小売店と連携したフェアを実施。
- ・「木材」については、フェンス材など製材品の販路拡大を図るため、商談やトライアル輸出の支援を実施。
- ・「焼酎」については、トップバーテンダーによる蔵元視察や焼酎カクテルセミナーを実施。
- ・「鰹節」については、東海岸の日本食レストランにおいてブリ等の県産食材と併せたプロモーションを実施。
- ・県産品の効果的な輸出拡大を図るため、カリフォルニアの日系小売店において、牛肉・養殖ブリ・お茶・焼酎・加工食品等を販売するフェアを定期的開催。
- ・南加鹿児島県人会と連携して、ロサンゼルスハリウッドにおいて、現地食料品バイヤーやレストランオーナー、シェフ等を招待し、牛肉・お茶・焼酎・工芸品等のPRレセプションを実施。

【誘客促進】

- ・「鹿児島県観光振興基本方針（第4期）」では、直行便市場に次ぐ有望な戦略的市場として位置付けており、米国市場にユーザーの多いO T Aと連携したプロモーションや、SNS等のメディアを活用した情報発信等を実施。
- ・国際クルーズ船の誘致のため、国際クルーズ見本市に継続的に参加するなど、クルーズ船社・ランドオペレーターに本県の魅力を発信。

【国際交流】

- ・米国ジョージア州との交流の一環として、同州の大学への留学に興味のある学生等を対象とした、同州の紹介セミナーを実施。
- ・北カリフォルニア鹿児島県人会と連携し、シリコンバレーにおいて、県内起業家等を対象としたスタートアップエコシステム海外研修を実施。

4 取組の方向性

【輸出拡大】

- ・「牛肉」、「養殖ブリ等」については、更なる販路拡大に向けて、現在の主要なマーケットである西海岸への商流は維持しつつ、南部や東海岸など様々なチャネルを活用したプロモーション等を強化する。
- ・また、これまで取組を行っている日系小売店や日本食レストランだけでなく、非日系のレストラン等をターゲットとした販路開拓にも取り組む。
- ・「お茶」については、需要が拡大している抹茶の原料となるてん茶の生産拡大に向けて、抹茶加工事業者とてん茶の生産者によるコンソーシアムの形成による生産・輸出体制の構築に係る取組を推進する。
- ・「木材」については、米国の規格に合わせたフェンス材生産ラインの整備や販路の確保、今後需要拡大が期待される2×4構造材の輸出体制の整備に係る取組を推進する。
- ・「さつまいも」については、更なる需要創出に向けて、グアムでは小売店や生産者等と連携した新たな食べ方提案等の取組を行う。また、青果のさつまいもの輸出が認められていない米国本土では、ペーストなどの加工品輸出の取組を推進する。
- ・「焼酎」については、カクテル市場での認知度向上に向けて、これまでに培った人的ネットワークを活用した継続的なプロモーションを実施する。また、ユネスコ無形文化遺産登録で世界的に評価された価値を情報発信するとともに、現地ニーズに応じた商品開発を支援する。
- ・「鰹節」については、認知度向上に向けて、日本食レストランのシェフ等に対するプロモーションを行う。

【誘客促進】

- ・アドベンチャートラベルなどを好む傾向がある米国市場に向けて、桜島のサイクリング、屋久島のトレッキングなどの観光コンテンツを生かして、旅行会社の本県への招へいやSNS等のメディアを活用した情報発信を行う。
- ・また、訪日旅行消費額が高く、健康志向と日本食への関心が高まっていることから、ガストロノミーツーリズムなどの鹿児島ならではの食文化を生かした高付加価値なコンテンツの造成に取り組む。
- ・国際クルーズ船の寄港の継続及び新規の寄港増加に向けて、引き続き、本県の魅力発信など誘致に取り組む。

◎南部や東海岸での販路開拓と観光誘客の取組

米国は、本県農林水産物の輸出額の約半分（養殖ブリとお茶に関しては8割以上）を占める最大の輸出先国である。これまでは西海岸への輸出が中心であり、米国の南部や東海岸への販路開拓は十分でないことから、西海岸を中心とした既存商流への商流は維持しつつ、南部や東海岸への販路開拓を図る。

なお、実施に当たっては、輸出拡大と観光誘客の連動など、効果的な取組を行う。

- ① 日本食レストラン等が増加しているテキサス州やフロリダ州等において

て、養殖ブリや牛肉、お茶などの品目横断的なプロモーションの展開。

- ② これまで取り組んでいる日系商流に加え、開拓の余地のある現地非日系商流に対する販路開拓の展開。
- ③ 併せて、訪日旅行者が多い西海岸だけでなく、訪日需要の高まりが見られる東海岸においても、大規模なイベント開催の機会を捉えた観光誘客の取組など、分野横断的に取り組む。

【国際交流】

- ・ これまで交流を行ってきている在米県人会の現地でのネットワークを生かし、米国において県産品や観光、文化等の情報を発信するなど本県の認知度向上を図る。
- ・ 姉妹盟約を締結しているジョージア州については、セミナー等での相互の紹介や、同州関係者の訪日など機会を捉えた交流を行う。また、今後の親善関係の深化について可能性を検討する。

(1) - 2 中国

1 特性・ニーズ等

基礎情報

- ・面積：約 960 万km² ※日本の約 26 倍
- ・人口：14 億 897 万人 [2024:世界銀行]
- ・言語：中国語
- ・宗教：仏教, イスラム教, キリスト教 他
- ・名目 GDP：18 兆 7,438 億ドル [2024:世界銀行]
- ・一人当たり GDP：13,303 ドル [2024:世界銀行]
- ・経済成長率：5.0% [2024:世界銀行]
- ・在留邦人数：97,538 人 [2024.10:外務省]
- ・進出日系企業拠点数：30,864 拠点 [2024.10:外務省]

《特性》

【輸出関連】

- ・2024 年の日本産農林水産物・食品輸出額は、「丸太」、「アルコール飲料」、「清涼飲料水」を中心に 1,681 億円で、国・地域別では第 4 位。
- ・中国人の日本食に対する受容度は比較的高く、日本食レストランの数も安定的に増加。2023 年 10 月時点で 78,760 店と国・地域別で最多。
- ・国土が広く、地域によって味付けの好みが大きく異なる。(華北地域(北京周辺)：塩辛い味, 華南地域(広州周辺)：さっぱりした味, 華東地域(上海周辺)：濃い味・甘い味, 内陸中部：香辛料の効いた味・辛い味)
- ・菓子類や清涼飲料水、調味料類の食文化は日本と共通点が多い。一方で、中国産や他国産などの安価な競合品が多数存在する。
- ・フィットネスやダイエットが健康的なライフスタイルとして定着し、老若男女問わず健康志向が高まりつつある。また、コロナ禍で自宅での食事を余儀なくされたことから、調理済み食品の人気が高まった。
- ・春節(旧正月)や中秋節などで食品ギフト(果物、菓子、酒など)を贈る習慣がある。
- ・Eコマースが発達しており、食品を含む生活必需品はネット上で購入することが多い。
- ・ALPS 処理水の海洋放出に伴い、2023 年 8 月以降、日本産水産物の輸入が全面的に一時停止。2025 年 5 月に条件付きで輸出再開することが日中間で合意されたものの、同年 11 月から事実上輸出ができない状態になっている。
- ・日本産牛肉は 2025 年 7 月に、中国向け輸出再開の前提となる日中動物衛生検疫協定が発効したが、その後の政府間協議が進んでいない。

【観光関連】

- ・2024 年の来日外客数は 6,981 千人で、国・地域別で第 2 位。

- ・中国人が日本で個人旅行をする場合、個人観光査証の取得が一般的で、査証発給条件として一定の経済力を有していることなどが必要であるが、発給要件の緩和措置もあり、需要が拡大している。
- ・最大のボリューム層である 20～40 代の訪日経験者と高所得者層がターゲット。
- ・中国人旅行者が訪日前に期待していたことの上位は、「日本食を食べること」、「ショッピング」、「自然・景勝地観光」。
- ・日本文化や飲食習慣に対する認知度は、訪日観光やアニメ・ドラマなどの影響から、従来の沿岸部だけでなく内陸部でも高まりつつある。
- ・モバイル決済が一般化しており、商品の代金支払いだけでなく、タクシーやホテルの予約、シェア自転車の貸し出し、ビジネス上の決済など、社会生活全般に浸透。

《ニーズ》

- ・政府は 2025 年の重点政策のひとつとして、「ハイレベルの対外開放を拡大し、貿易・対中投資の安定化に積極的に取り組む」としており、特にインターネットや文化分野の開放推進や、電気通信、医療、教育などの分野で開放拡大を進めている。
- ・2021 年に人口に占める 65 歳以上の割合が 14%を超え、高齢社会に突入したところであり、高齢者人口の拡大に伴う関連サービス・製品の需要が更に高まると見込まれている。
- ・養殖ブリ等や牛肉をはじめ、日本産農林水産物や加工食品に対する消費者の潜在的なニーズは高い。

2 本県との関わり

【輸出拡大】

- ・2024 年度の県産農林水産物輸出額は、「丸太」を中心に約 44 億円で、国・地域別では第 3 位。
- ・2024 年度の県産本格焼酎輸出量は約 149KL で、国・地域別では第 1 位。

【誘客促進】

- ・2024 年の本県への延べ宿泊者数は 85,540 人泊で、国・地域別では第 2 位。
- ・鹿児島ー上海定期航空路線運航(2002 年路線開設)。
- ・東アジア地域に配船を行うクルーズ船社の拠点が上海にあり、同社の国際クルーズ船が本県に継続的に寄港。

【国際交流】

- ・「鹿児島県・江蘇省交流協議会」を毎年交互の地で開催し、経済、観光、青少年等の分野での友好交流を促進(1998～)。
- ・北京・清華大学と包括交流に関する覚書を締結し、青少年、学術、経済等の分野での交流を促進(2013～)。

- ・「県上海事務所((公社)鹿児島県特産品協会上海駐在事務所)」を開設し、これまで県職員延べ11人を派遣(2010～)。
- ・「在上海日本国総領事館」に、これまで県職員延べ11人を派遣(2004～)。
- ・「南京師範大学」における中国語派遣研修を実施し、これまで県職員延べ18人を派遣(1997～)。

《そのほかの県交流実績》

- ・青少年交流派遣：延べ1,797人(1995～)
- ・海外技術研修員受入：延べ30人(1991～)
- ・専門家派遣：延べ18人(2000～)
- ・国際交流員受入：延べ26人(1996～)

《市町村姉妹・友好都市提携締結状況》

- ・県内6市町において、中国内の都市との姉妹・友好都市提携を締結。
 - ・鹿児島市：湖南省長沙市(1982～)
 - ・薩摩川内市：江蘇省常熟市(1991～)、上海市嘉定区馬陸鎮(1995～)
 - ・霧島市：陝西省銅川市耀州区(1995～)、湖南省瀏陽市(2007～)
 - ・南さつま市：江蘇省宿遷市(2002～)
 - ・南大隅町：上海市奉賢区庄行鎮(2008～)
 - ・和泊町：広東省東莞市望牛トン鎮(1997～)

《大学間学術交流協定等締結状況》

- ・県内4大学・短期大学において、中国内の大学等機関と延べ39の学術交流協定等を締結。
 - ・鹿児島大学：湘潭大学、雲南農業大学、湖南農業大学、中南大学、中国医科大学、南京工業大学、東北師範大学、東北大学、重慶大学、山東師範大学、上海海洋大学、首都経済貿易大学、華東政法大学、大連海事大学、四川大学錦江学院、山西師範大学、曲阜師範大学、清華大学
 - 〃 法文学部・人文社会科学部：長江大学外国語学院、内蒙古大学民族学与社会学学院、内蒙古師範大学外国語学院、上海海事大学外国語学院、海南大学外国語学院、江蘇師範大学
 - 〃 農学部：華中農業大学
 - 〃 水産学部：大連海洋大学、自然資源部第二海洋研究所、浙江海洋学院、華中農業大学水産学院
 - 〃 医歯学総合研究所：徐州医科大学
 - 〃 稲森アカデミー：浙江工商大学
 - ・鹿屋体育大学：上海体育大学、渤海大学、天津体育学院
 - ・鹿児島国際大学：大連外国語大学、華東師範大学、曲阜師範大学、青島西海岸新区誠実外語培訓学校
 - ・鹿児島県立短期大学：南京農業大学国際教育学院

《県人会組織》

- ・上海鹿児島県人会(1998～)：約 220 人が在籍
- ・北京さつま会(2001～)：約 20 人が在籍
- ・ぼっけもん会(蘇州鹿児島県人会) (2006～)

《国際交流・協力団体等》

- ・鹿児島県日中友好協会
- ・鹿児島市日中友好協会
- ・佐多郷友会

3 本県のこれまでの取組

【輸出拡大】

- ・『南の宝箱 鹿児島』輸出拡大ビジョン」では、輸出重点国・地域として位置付けている。
- ・「木材」については、より付加価値の高い製材品の販路開拓を図るため、商談やトライアル輸出の支援を実施。
- ・「養殖ブリ等」については、販路開拓を図るため、現地飲食店でのメニュー開発や現地シェフ向けプロモーションを実施。
- ・「焼酎」については、認知度向上と販路拡大を図るため、展示会出展によるプロモーションや、国税庁と連携した酒類専門家の招へいを実施するとともに、本県焼酎を積極的に取り扱う飲食店等を「鹿児島本格焼酎販売応援店」として認定し、販促活動を支援。

【誘客促進】

- ・「鹿児島県観光振興基本方針（第4期）」では、本県の歴史的、地理的な特性等を生かした直行便市場として位置付けており、現地セールスや旅行会社の本県への招へいを実施。
- ・また、本県の更なる認知度向上のため、県公式SNSとして、新たにRED（小紅書）のアカウントを開設し、メディアを活用した情報発信等を実施。
- ・さらに、直行便利用誘客促進に向けて、航空会社とのタイアップ広告等の取組を実施。
- ・「鹿児島空港将来ビジョン」では、既存路線の維持・拡充を図りながら、新たな定期路線就航を推進することとしており、アウトバウンド需要喚起の支援や、エアポートセールスを実施。
- ・国際クルーズ船の誘致のため、国際クルーズ見本市に継続的に参加するなど、クルーズ船社・ランドオペレーターに本県の魅力を発信。

【国際交流】

- ・鹿児島県・江蘇省交流協議会での合意内容に基づき、各種訪問団の相互派遣や海外技術研修員の受入や専門家派遣などの交流を実施。

- ・清華大学との覚書に基づき、双方の人材育成や人的ネットワークの構築を図るため、青少年・学術・経済などの分野において交流を実施。
- ・国際的な視野を持ったリーダーの育成を図るため、上海市の若い企業人等との交流や現場体験活動を行う青少年派遣を実施。

4 取組の方向性

【輸出拡大】

- ・「木材」については、内装材などの新たな販路開拓に向けて、商談やトライアル輸出を支援する。
- ・「焼酎」については、更なる輸出拡大に向けて、「鹿児島本格焼酎販売応援店」の販促活動を支援するとともに、若者等をターゲットとしたプロモーションを実施する。また、ユネスコ無形文化遺産登録で世界的に評価された価値を情報発信するとともに、現地ニーズに応じた商品開発を支援する。
- ・「養殖ブリ等」、「牛肉」については、日中政府の動向を注視し、適宜、輸出再開を見据えた対応を行う。

【誘客促進】

- ・食や自然・景勝地観光を好む傾向があり、特に、現在中国に輸出ができない牛肉や黒豚などの人気が高い中国市場に向けて、かごしまブランド食材を使った郷土料理や、仙巖園、桜島、出水の鶴などの観光コンテンツを生かして、旅行会社の本県への招へいやSNS等のメディアを活用した情報発信を行う。
- ・また、個人旅行の割合が増えていることから、ゴルフや釣り等のテーマ旅行のコンテンツの造成に取り組む。
- ・鹿児島ー上海線の安定的な運航及び路線拡充に向けて、あらゆる機会を捉えて航空会社等へ要請を行うとともに、引き続き県民の海外旅行需要の創出に向けた取組などを推進する。
- ・国際クルーズ船の寄港の継続及び新規の寄港増加に向けて、引き続き本県の魅力発信など誘致に取り組む。

【国際交流】

- ・交流協議会を開催している江蘇省との交流については、引き続き、経済、観光、青少年等の分野を中心とした交流を行うとともに、江蘇省のニーズを踏まえ、医療分野などの技術研修員の受入や、土木・農業等の専門家の派遣を通じて、江蘇省の医療の向上や産業振興に寄与する。
- ・覚書を締結している清華大学との交流については、引き続き、青少年、学術、経済等の分野を中心とした交流を行い、次代を担う人材の育成を図るなど、相互の発展に繋がるよう取り組む。
- ・これまで行ってきた、青少年交流派遣や海外技術研修員受入などの取組を推進するとともに、培った人脈を生かし、県産品や観光、文化等の情報を発信するなど関係の深化を図る。

【その他】

- ・ 中国では、少子高齢化に伴い、高齢者サービスや高齢者関連製品のニーズが高まっていることから、介護事業所における高齢者ケアの取組紹介など、介護分野における協力についても検討する。

(1)－3 香港

1 特性・ニーズ等

基礎情報

- ・面積：約 1,100 km² ※東京都の約半分
- ・人口：752 万人 [2024:世界銀行]
- ・言語：広東語，英語，中国語 他
- ・宗教：仏教，道教，キリスト教，イスラム教，ヒンドゥー教，シーク教，ユダヤ教
- ・名目 GDP：4,071 億ドル [2024:世界銀行]
- ・一人当たり GDP：54,107 ドル [2024:世界銀行]
- ・経済成長率：2.5% [2024:世界銀行]
- ・在留邦人数：22,877 人 [2024.10:外務省]
- ・進出日系企業拠点数：1,500 拠点 [2024.10:外務省]

《特性》

【輸出関連】

- ・2024 年の日本産農林水産物・食品輸出額は、「真珠(天然・養殖)」，「ホタテ貝(調製)」，「アルコール飲料」を中心に 2,210 億円で，国・地域別では第 2 位。
- ・人口は少ないものの，高い購買力，日本産品の高い知名度，関税や規制の少なさ等もあり，過去 10 年以上，日本からの農林水産物・食品の輸出先 1 位または 2 位となるなど，日本産品が多く輸出されている。
- ・ほぼ全ての食品を輸入に依存しており，海外産品を受け入れる素地があり，日本産食品は種類，量ともに豊富で成熟市場である。特に，和牛については産地間・価格競争が激しくなっている。
- ・日本産生鮮食品は日系スーパーでの取り扱いが圧倒的に多かったが，近年では地場系スーパーでも一定程度取り扱われている。日本の加工食品は高級スーパーからローカルスーパーまで広く取り扱われている。
- ・物流中継拠点としての機能も持っており，中国本土からの旅行者も多いことから，香港外への日本食の普及も期待できる。

【観光関連】

- ・2024 年の来日外客数は 2,683 千人で，国・地域別では第 5 位。
- ・海外旅行者のほとんどが訪日経験者である成熟市場。訪日旅行者のうち，訪日回数 10 回以上の割合が約 35%とリピーターが多く，「鹿児島」を含めて地方レベルの認知度も非常に高い。
- ・香港人旅行者が訪日前に期待していたことの上位は，「日本食を食べること」，「ショッピング」，「自然・景勝地観光」。

《ニーズ》

- ・香港では急速な高齢化の進行に伴い，高齢者やその介護者をサポートする高齢者用品のマーケットが拡大しつつある。特に一人暮らしの高齢者が増えている

ことから、自立した生活を容易にするための製品が求められている。

- ・2024年4月には、使い捨てプラスチック食器などの店内提供を禁止する規制が開始されるなど、サステナブルな消費についての意識が高まりつつある。
- ・日本のマンガやアニメ、キャラクターの人気の非常に高い。日本のトレンドに敏感であり、香港での流行は日本とほぼ同時並行で進んでいる。

2 本県との関わり

【輸出拡大】

- ・2024年度の県産農林水産物輸出額は、「牛肉」、「養殖ブリ」を中心に約44億円で、国・地域別では第4位。
- ・2024年度の県産本格焼酎輸出力は約15KLで、国・地域別では第6位。

【誘客促進】

- ・2024年の本県への延べ宿泊者数は70,640人泊で、国・地域別では第3位。
- ・鹿児島ー香港定期航空路線運航(1972年路線開設)。

【国際交流】

- ・「鹿児島・香港交流会議」を2年ごとに交互の地で開催し、経済、観光、文化、青少年等の幅広い分野での交流を促進(1980～)。
- ・「JETRO((独)日本貿易振興機構)香港センター(鹿児島県海外事務所)」に、これまで県職員延べ11人を派遣(1985～)。
- ・「在香港日本国総領事館」に、これまで県職員延べ11人を派遣(1998～)。
- ・本県とゆかりの深い人々で構成される「香港かごしまクラブ」を設立し、本県からの交流団体の受入支援や鹿児島島の情報発信等を実施(1999～)。現在約400人が在籍。

《そのほかの県交流実績》

- ・霧島国際音楽祭講習生受入：延べ47人(1992～)
- ・芸術文化交流受入：延べ12団体(1990～)、〃派遣：13団体(1989～)
- ・青少年交流受入：延べ407人(1997～)、〃派遣：441人(1983～)

《大学間学術交流協定等締結状況》

- ・県内1大学において、香港内の大学等機関と学術交流協定等を締結。
〔・鹿児島大学歯学部：香港大学歯学部〕

《県人会組織》

- ・香港鹿児島県人会(1986～)：約60人が在籍

《国際交流・協力団体等》

- ・かごしま香港クラブ

3 本県のこれまでの取組

【輸出拡大】

- ・『南の宝箱 鹿児島』輸出拡大ビジョン』では、輸出重点国・地域として位置付けている。
- ・県産品の更なる輸出拡大を図るため、牛肉・養殖ブリ・焼酎等の知事トップセールスを実施。
- ・「牛肉」については、認知度向上と販路拡大を図るため、展示会出展や鹿児島フェア開催によるプロモーションを実施。
- ・「さつまいも」については、現地シェフを対象とした産地視察を実施し、品種紹介を行うとともに、鹿児島フェア開催によるプロモーションを実施。
- ・「養殖ブリ等」については、日系大手小売店が運営する寿司店での本県産水産物を使用したフェアを実施。また、大手外食チェーンの産地招へいやフェアも実施。
- ・「焼酎」については、現地レストラン・バー等での料理との組み合わせや多様な飲み方を提案するPR・販売促進活動を実施。

【誘客促進】

- ・「鹿児島県観光振興基本方針（第4期）」では、本県の歴史的、地理的な特性等を生かした直行便市場として位置付けており、現地セールスや旅行会社の本県招へいなどの取組を実施。
- ・また、「鹿児島空港将来ビジョン」では、既存路線の維持・拡充を図りながら、新たな定期路線就航を推進することとしており、アウトバウンド需要喚起の支援や、エアポートセールスを実施。

【国際交流】

- ・国際性豊かな感性を備えた県民の育成や特色ある郷土文化の発展に資するため、文化芸術団体の相互交流を実施。
- ・また、次代を担う青少年リーダーの育成を図るため、青少年の相互交流や、香港の若い企業人等との交流、現場体験活動を行う青少年派遣を実施。

4 取組の方向性

【輸出拡大】

- ・「牛肉」については、産地間・価格競争が激化しており、顧客の安定的な確保と販売強化が求められていることから、外食・小売り向けのプロモーション活動を実施するとともに、販売指定店におけるフェア開催などのPR活動により、鹿児島和牛の更なる認知度向上と輸出拡大を図る。
- ・「さつまいも」については、長年にわたる輸出実績と現地小売店等との関係を活用し、現地ニーズを更に増やすためのフェアやPR等を実施し、加工品等の新たな商品を提案し、更なる需要の創出を図る。
- ・「養殖ブリ等」については、他産地との競合が激しくハイエンド層は飽和気味であることから、ミドルクラス外食/小売商流を集中的に狙ったプロモーション

ンを推進する。

- ・「焼酎」については、更なる輸出拡大に向けて、これまでに培った人的ネットワーク等を活用した継続的なプロモーションを実施する。また、ユネスコ無形文化遺産登録で世界的に評価された価値を情報発信するとともに、現地ニーズに応じた商品開発を支援する。

【誘客促進】

- ・食や自然・景勝地観光を好む傾向があり、庭園や花、フルーツ狩りなど自然を楽しむツアーの人気の高い香港市場に向けて、郷土料理、開聞岳、仙巖園、霧島温泉、茶摘み体験などの観光コンテンツを生かして、旅行会社の本県への招へいやSNS等のメディアを活用した情報発信を行う。
- ・また、訪日リピーター旅行者が多く、地方訪問意向も高いことから、本県独自の素材である桜島や霧島神宮、白熊、黒豚しゃぶしゃぶなど、本県の魅力も生かしたセールス活動を行う。

◎香港定期航空路線の維持・拡充に向けた取組

鹿児島－香港線は、鹿児島空港国際定期便の中で、一番長い歴史があり、鹿児島と香港を結ぶ交流の架け橋として、本県にとって欠くことのできない、重要な交通基盤の一つとなっており、本県観光の振興や地域の活性化に大きく寄与している。

香港において、日本で大災害が発生するという風評の影響により、旅客需要が減少し、全国各地の香港路線で、定期便の減便や運休等が発生。鹿児島－香港線においても、2025年7月以降運航されていない。

運航再開及び安定的な路線維持・拡充に向けて、イン・アウト双方での需要喚起・確保に努めながら、コロナ禍前と同様のデイリー運航を目標に取り組む。

- ① 航空会社や旅行会社、政府関係者等に対し、あらゆる場面を活用した運航再開の働きかけ
- ② 香港からインバウンド需要を喚起するため、現地インフルエンサーや旅行予約サイトを活用した情報発信を強化
- ③ 香港へのアウトバウンド利用を促進するため、航空会社と連携したプロモーションやパスポート取得・団体ツアー助成などの取組を推進

【国際交流】

- ・交流の核となる鹿児島・香港交流会議について、相互の発展に繋がるよう、引き続き、経済、観光、文化、青少年等の幅広い分野での交流を図る。
- ・交流会議の合意事項に基づき行ってきた、霧島国際音楽祭講習生受入や、芸術文化、青少年等の相互交流などの取組を推進するとともに、培った人脈を生かし、県産品や観光、文化等の情報を発信するなど関係の深化を図る。

(1) - 4 台湾

1 特性・ニーズ等

基礎情報

- ・面積：約 3 万 6,000 km² ※九州よりやや小さい
- ・人口：2,342 万人 [2024:世界銀行]
- ・言語：中国語, 台湾語, 客家語 他
- ・宗教：仏教, 道教, キリスト教
- ・名目 GDP：7,560 億ドル [2023:世界銀行]
- ・一人当たり GDP：32,300 ドル [2023:世界銀行]
- ・経済成長率：1.4% [2023:世界銀行]
- ・在留邦人数：21,696 人 [2024.10:外務省]
- ・進出日系企業拠点数：1,595 拠点 [2024.10:外務省]

《特性》

【輸出関連】

- ・2024 年の日本産農林水産物・食品輸出額は、「アルコール飲料」、「りんご」、「ホタテ貝(生鮮等)」を中心に 1,703 億円で、国・地域別では第 3 位。
- ・外食産業の売上高は、2024 年に過去最高を記録しており、日本産農林水産物・食品にとって特に外食向けは非常に重要な市場となっている。
- ・日本食レストランのレベルは、他国・地域と比べて高く、洗練化されていると言われている。
- ・インバウンドで日本現地の味を知っている層では、日本と同じ食味を求める層もいる。
- ・カフェ人気が高く、街の至る場所にはドリンクスタンドがある。
- ・中秋節、春節といった節句のタイミングでは贈答用の商品の引き合いが大きくなり、肉製品や海産物の需要も増える。

【観光関連】

- ・2024 年の来日外客数は 6,044 千人で過去最多を更新、国・地域別では第 3 位。
- ・台湾人観光客の約 9 割が、リピーター旅行者であり、台湾からの旅行者は、地方訪問意向が高い。
- ・観光庁の「インバウンド消費動向調査(2024年)」によると、他国・地域と比較し、家族旅行(47.4%)が多く、3 世代での旅行形態も見られる。
- ・台湾人旅行者が訪日前に期待していたことの上位は、「日本食を食べること」、「ショッピング」、「自然・景勝地観光」。

《ニーズ》

- ・台湾は、世界最大の半導体集積回路の受託生産拠点であるが、台湾メーカーに IC 生産を委託する顧客企業のリスク分散意識の高まり、主要国・地域の手厚い立地補助金を伴う誘致競争の本格化、そして台湾域内のリソースの限界など

を背景に、主要メーカーの間で、台湾に集中する先端半導体の生産の一部を他国・地域へ分散させようとする動きが見られる。

- ・九州においても、世界的半導体製造企業の熊本県進出を契機に、台湾からの投資が活発化しており、相互の企業進出や取引拡大などを支援する役割を担う台湾貿易投資センターが2025年4月に福岡に開所。
- ・災害リスク管理や災害対応、気候変動への協力について、科学的な知見の共有や研究面での協力、また技術提供が求められている。

2 本県との関わり

【輸出拡大】

- ・2024年度の県産農林水産物輸出額は、「牛肉」、「養殖ブリ等」、「お茶」を中心に約40億円で、国・地域別では第5位。
- ・2024年度の県産本格焼酎輸出量は約30KLで、国・地域別では第4位。

【誘客促進】

- ・2024年の本県への延べ宿泊者数は65,520人泊で、国・地域別では第4位。
- ・鹿児島ー台北定期航空路線運航(2012年路線開設)。
- ・大学・社会人のトップチームやプロが、カテゴリーの枠を超え対戦する大規模な野球の交流戦である「薩摩おいどんリーグ」において、2026年は台湾から1チームが参加。

【製造業等における海外企業との取引拡大等】

- ・台湾の台日産業連携推進オフィス(TJPO)との間で2018年にMOUを締結し、台湾との産業連携を推進。
- ・台湾の大手ベンチャーキャピタルなどが、薩摩川内市に国内最大級のAIデータセンター群の立地準備を行う会社の設立を発表。

【国際交流】

- ・屏東県と交流協定を締結し、青少年、芸術・文化、観光、経済などの幅広い分野での交流を促進(2024~)。
- ・西郷隆盛の長子・菊次郎(1861~1928)が台湾宜蘭県の初代庁長を務めたという背景から、2009年から2019年にかけて、本県議会関係者が台湾を訪問するなど、両県議会による交流が行われた。

《そのほかの県交流実績》

- ・青少年交流派遣：延べ247人(2012~)

《市町村姉妹・友好都市提携締結状況》

- ・ 県内 7 市町村において、台湾の都市との姉妹・友好都市提携を締結。
 - ・ 阿久根市：台南市善化区(2018～)
 - ・ 出水市：南投県埔里鎮(2017～)
 - ・ 曾於市：屏東県里港郷(2023～)
 - ・ 南さつま市：高雄市旗津区(2023～)
 - ・ 伊佐市：花蓮県花蓮市(2024～)
 - ・ 東串良町：屏東県九如郷(2025～)
 - ・ 大和村：屏東県内埔郷(2025～)

《大学間学術交流協定等締結状況》

- ・ 県内 6 大学・短期大学において、台湾内の大学等機関と延べ 28 の学術交流協定等を締結。
 - ・ 鹿児島大学：淡江大学，国立高雄科技大学，国立中興大学，国立高雄大学，国立成功大学，国立台湾海洋大学，国立中央大学，国立屏東大学，国立宜蘭大学，国立台湾師範大学
 - 〃 人文社会科学研究科：国立暨南国際大学人文学院
 - 〃 教育学部：国立台北教育大学
 - 〃 教育学部附属中：台北市立大直高級中学校
 - 〃 歯学部：国立陽明大学歯学部，高雄医学大学歯学部
 - 〃 農学部：中国文化大学農学院
 - 〃 水産学部：国立嘉義大学生命科学院，国立嘉義大学
 - 〃 理工学研究科：国立台湾大学理学部
 - ・ 鹿屋体育大学：国立体育大学，国立台湾体育運動大学
 - ・ 鹿児島国際大学：国立高雄科技大学，国立台湾師範大学，台北城市科技大学
 - ・ 志學館大学：文藻外語大学
 - ・ 鹿児島純心大学：静宜大学，文藻外語大学
 - ・ 第一幼児教育短期大学：国立屏東科技大学

《県人会組織》

- ・ 台湾鹿児島県人会(1967～)：約 30 人が在籍

《国際交流・協力団体等》

- ・ 鹿児島日華親善協会
- ・ 台湾文化交流会 in 鹿児島

3 本県のこれまでの取組

【輸出拡大】

- ・『南の宝箱 鹿児島』輸出拡大ビジョン」では、輸出重点国・地域として位置付けている。
- ・「牛肉」については、認知度向上と販路拡大を図るため、展示会出展や販売指定店によるイベント活動を実施。
- ・「お茶」については、ドリンク原料用の煎茶の需要が高いことから、台湾向け防除体系への転換や、国際水準GAPの認証取得などの産地づくり支援などに取り組んでいる。
- ・「養殖ブリ等」については、日系外食店と連携したメニューの定番化に向けた取組を継続しており、小売店においてもフェアを実施。
- ・「木材」については、CLTや集成材などの販路開拓を図るため、商談やトライアル輸出の支援、展示会への合同出展によるプロモーションを実施。

【誘客促進】

- ・「鹿児島県観光振興基本方針（第4期）」では、本県の歴史的、地理的な特性等を生かした直行便市場として位置付けており、現地セールスや旅行会社の本県への招へい、SNS等のメディアを活用した情報発信等を実施。
- ・また、直行便利用誘客促進に向けて、航空会社とのタイアップ広告等の取組を実施。
- ・「鹿児島空港将来ビジョン」では、既存路線の維持・拡充を図りながら、新たな定期路線就航を推進することとしており、アウトバウンド需要喚起の支援や、エアポートセールスを実施。

【製造業等における海外企業との取引拡大等】

- ・TJPOと締結しているMOUを活用し、台湾における商談会や現地企業視察を実施するなど、双方の各製造業分野における企業間の連携を図っている。

【国際交流】

- ・屏東県との交流については、両県知事の相互訪問や、青少年、芸術・文化、観光、経済などの分野の今後の交流に関する意見交換等を実施。
- ・国際的な視野を持ったリーダーの育成を図るため、台湾の若い企業人等との交流や現場体験活動を行う青少年派遣を実施。
- ・県内の中・高等学校と現地学校との間でオンライン交流プログラムを実施するとともに、生徒を交流先へ派遣。

4 取組の方向性

【輸出拡大】

- ・「牛肉」については、「鹿児島和牛」の認知度向上を図るため、引き続き食品展示会への出展や、販売指定店でのフェア開催などのイベント活動を行う。
- ・「お茶」等については、拡大する需要に対応するため、引き続き台湾向け輸出に対応できる防除体系の転換の推進に加えて、複数の輸出国に対応できる防除

体系への転換を支援する。

- ・「養殖ブリ等」については、他県産魚との競合も踏まえ、鹿児島ブランド力向上による差別化を図るため、バイヤー等の産地招へいやシェフ向け勉強会等により、品質やストーリーを訴求した取組を推進する。
- ・「木材」については、CLTや集成材の販路拡大、内装材の販路開拓に向けて、商談やトライアル輸出の支援、展示会への合同出展によるプロモーションを行う。
- ・「柑橘（きんかんや大将季等）」については、縁起物・贈答品としての需要が見込めることから、小売店や生産者等と連携し、現地ニーズを捉えた取組を推進する。
- ・「焼酎」については、更なる輸出拡大に向けてプロモーションを実施する。また、ユネスコ無形文化遺産登録で世界的に評価された価値を情報発信するとともに、現地ニーズに応じた商品開発を支援する。
- ・日本食レストランのレベルは、他国・地域と比べて高く、洗練化されていると言われており、日本と同じ食味を求める層もいることから、現地のシェフ招へいなどを行う。
- ・県産品の定番化を図るため、引き続き台北や台中等において販路拡大に取り組むとともに、台湾南部での外食市場の拡大や屏東県との交流協定締結も踏まえ、高雄、台南、屏東県などにおける販路開拓に取り組む。

【誘客促進】

- ・食や自然・景勝地観光を好む傾向があり、エコツアーやローカル鉄道、サイクリングツアーの人気の高い台湾市場に向けて、屋久島トレッキング、観光列車（指宿のたまて箱、肥薩おれんじ鉄道）、サイクリングツアーなどの観光コンテンツを生かして、旅行会社の本県への招へいやSNS等のメディアを活用した情報発信を行う。
- ・また、リピーター旅行者が多く、地方訪問意向も高いことから、まだ認知されていないような観光地の魅力や台湾で関心が高いと思われる体験コンテンツ（黒豚料理や砂むし温泉など）も生かしたセールス活動を行う。
- ・鹿児島ー台北線の安定的な運航及び路線拡充に向けて、あらゆる機会を捉えて航空会社等へ要請を行うとともに、引き続き県民の海外旅行需要の創出に向けた取組などを推進する。

【製造業等における海外企業との取引拡大等】

- ・世界的な台湾半導体製造企業の隣県進出を受け、同地に進出した台湾半導体関連企業等との取引拡大につなげるため、MOUを締結している台日産業連携推進オフィス（TJPO）とも連携した取組を行う。
- ・本県への半導体関連の投資の呼び込みや地場の半導体関連企業の投資の活性化を図るため、産学官が連携しながら、半導体関連のサプライチェーンへの県内企業の参入促進などに取り組む。
- ・大規模なデータセンターは、開設後においては、サーバーなど多数の機器の補

修や更新が発生し，地元における機器の組立製造や部材供給の拠点化が期待されることから，台湾大手投資会社等による薩摩川内市への大規模データセンターの早期開設を支援する。

【国際交流】

- ・ 屏東県との交流については，協定に基づき，青少年，芸術・文化，観光，経済等の相互交流を推進する。
- ・ これまで行ってきた青少年交流派遣や，県内の中・高等学校と現地学校との学校間交流を引き続き実施する。

1 特性・ニーズ等

基礎情報

- ・面積：約 10 万km² ※日本の約 4 分の 1
- ・人口：5, 175 万人 [2024:世界銀行]
- ・言語：韓国語
- ・宗教：仏教, キリスト教(カトリック, プロテスタント) 他
- ・名目 GDP：1 兆 7, 128 億ドル [2023:世界銀行]
- ・一人当たり GDP：33, 121 ドル [2023:世界銀行]
- ・経済成長率：1. 4% [2023:世界銀行]
- ・在留邦人数：43, 064 人 [2024. 10:外務省]
- ・進出日系企業拠点数：3, 003 拠点 [2024. 10:外務省]

《特性》

【輸出関連】

- ・2024 年の日本産農林水産物・食品輸出額は、「アルコール飲料」、「ホタテ貝（生鮮等）」、「養殖ブリ等」を中心に 911 億円で、国・地域別では第 5 位。
- ・全人口の 50%が首都圏に居住しており、経済、文化、人口などの社会資本が一極集中している。
- ・健康志向の高まりから、高タンパク質、ノンシュガー、ゼロカロリーの関連商品が人気上昇。ベジタリアン、ヴィーガンなども流行。
- ・EC サイトでのオンライン購入が急速に伸び、従来の加工食品のみならず、生鮮食品まで拡張。注文後、翌日に配送されるシステムが人気。
- ・日本式居酒屋や日本食レストランの人気から業務用食材は全般的に有望。一方、小売向け商品は、原発事故の影響から避けられている傾向。

【観光関連】

- ・2024 年の来日外客数は 8, 818 千人で、過去最多を更新。国・地域別では第 1 位。
- ・海外旅行者のほとんどが訪日旅行経験者である成熟市場で、リピーターがメインターゲット。
- ・冬季にゴルフができないことや、プレー料金が高いこともあり、海外でのゴルフ需要が高い。（ゴルフ人口約 600 万人のうち、約 60%が海外ゴルフ旅行経験あり）
- ・外国旅行の行き先は、短期旅行が可能で交通費が比較的安い近距離のアジア諸国が中心。
- ・韓国人旅行者が訪日前に期待していたことの上位は、「日本食を食べること」、「ショッピング」、「繁華街の街歩き」。

《ニーズ》

- ・女性の社会進出と高学歴化を背景として、2024年の合計特殊出生率は0.75と世界最低水準であり、政府では女性支援政策や出生率向上政策など、現状の打破に向けた取組が進められている。
- ・未婚率の上昇や高齢化を背景として、一人暮らし世帯が増える中、人間関係よりも自らの趣向を重視する個人主義的なライフスタイルが生まれ始めており、1人での外食や旅行などのニーズが高まっている。
- ・日韓両国では、学校同士の教育交流や国費外国人留学生制度などの民間団体や自治体が主導するものも含め、様々な交流プログラムを通じた相互理解の促進が長年に渡って行われており、引き続き交流が見込まれる。

2 本県との関わり

【輸出拡大】

- ・2024年度の県産農林水産物輸出額は、「養殖ブリ等」を中心に約5億円で、国・地域別では第9位。
- ・2024年度の県産本格焼酎輸出量は約126KLで、国・地域別では第2位。

【誘客促進】

- ・2024年の本県への延べ宿泊数は126,960人泊で、国・地域別では第1位。
- ・鹿児島ーソウル定期航空路線運航(1990年路線開設)。
- ・鹿児島ーテグ定期航空路線運航(2018~2019)。
- ・本県では、Kリーグ(韓国プロサッカーリーグ)チームが、1~2月にキャンプを行っており、2025年は2チームが実施。
- ・また、大学・社会人のトップチームやプロが、カテゴリーの枠を超え対戦する大規模な野球の交流戦である「薩摩おいどんリーグ」において、2026年は韓国から1チームが参加。

【国際交流】

- ・全北特別自治道(旧全羅北道)との友好協力の推進に関する共同宣言に基づき交流を開始し、「鹿児島県・全北特別自治道交流協議会」を2年ごとに交互の地で開催し、青少年・文化等の分野での交流を促進(2009~)。
- ・「CLAIR((一財)自治体国際化協会)ソウル事務所」に、これまで県職員延べ16人を派遣(1994~)。
- ・本県とゆかりの深い人々で構成される「全羅北道かごしまクラブ」を設立し、県からの交流団体の受入支援や鹿児島の情報発信等を実施(1999~)。現在約220人が在籍。
- ・県議会と全北特別自治道議会(旧全羅北道議会)で「交流協力に関する合意書」を締結(2001~)。

《そのほかの県交流実績》

- ・霧島国際音楽祭講習生受入：延べ 25 人(1995～)
- ・芸術文化交流受入：延べ 207 人(1994～)， // 派遣：217 人(1995～)
- ・青少年交流受入：延べ 76 人(1996～)， // 派遣：246 人(1995～)
- ・国際交流員受入：延べ 11 人(1994～)

《市町村姉妹・友好都市提携締結状況》

- ・県内 9 市町において、韓国内の都市との姉妹・友好都市提携を締結。
 - ・出水市：全羅南道順天市(2012～)
 - ・薩摩川内市：慶尚南道昌寧郡(2012～)
 - ・日置市：全羅南道南原市(2008～)
 - ・南九州市：全北特別自治道淳昌郡(2003～)
 - ・伊佐市：慶尚南道南海郡(1991～)
 - ・長島町：仁川広域市江華群吉祥面(1994～)
 - ・徳之島町：天城町・伊仙町：慶尚北道清道郡(2003～)

《大学間学術交流協定等締結状況》

- ・県内 4 大学において、韓国内の大学等機関と 21 の学術交流協定等を締結。
 - ・鹿児島大学：釜慶大学校，全北大学校，群山大学校，済州大学校，江陵原州大学校，木浦大学校，江原大学校，韓国外国語大学校，祥明大学校，忠北大学校
 - // 医学部：中央大学校赤十字看護大学，東亜大学健康科学大学
 - // 病院：韓国中央大学病院
 - // 歯学部：慶熙大学校歯学部
 - // 水産学部：韓国海洋科学技術院
 - // 国際島嶼教育研究センター：済州研究院済州学研究センター
 - ・鹿屋体育大学：韓国体育大学，韓国海洋大学校海洋科学技術大学
 - ・志学館大学：新羅大学校
 - ・鹿児島国際大学：慶熙大学校，培材大学校

《県人会組織》

- ・ソウル薩摩会(1996～)：約 40 人が在籍

《国際交流・協力団体等》

- ・鹿児島県日韓親善協会
- ・ひおき韓国交流実行委員会

3 本県のこれまでの取組

【輸出拡大】

- ・『南の宝箱 鹿児島』輸出拡大ビジョン』では、輸出重点国・地域として位置付けている。
- ・「木材」については、プレカット材の販路拡大を図るため、商談やトライアル輸出の支援、展示会への合同出展によるプロモーションを実施。
- ・「養殖ブリ等」については、販路開拓を図るため、現地小売店をターゲットとした養殖カンパチフィレ等の商談を実施。
- ・「焼酎」については、認知度向上と消費拡大を図るため、国税庁と連携した酒類専門家の招へいを実施。

【誘客促進】

- ・「鹿児島県観光振興基本方針（第4期）」では、本県の歴史的、地理的な特性等を生かした直行便市場として位置付けており、現地セールスや旅行会社の本県への招へい、SNS等のメディアを活用した情報発信等を実施。
- ・また、直行便利用誘客促進に向けて、航空会社とのタイアップ広告等の取組を実施。
- ・「鹿児島空港将来ビジョン」では、既存路線の維持・拡充を図りながら、新たな定期路線就航を推進することとしており、アウトバウンド需要喚起の支援や、エアポートセールスを実施。

【国際交流】

- ・鹿児島県・全北特別自治道交流協議会での合意内容に基づき、国際性豊かな感性を備えた県民の育成や特色ある郷土文化の発展に資するため、文化芸術団体の相互交流を実施。
- ・また、国際的な視野を持ったリーダーの育成を図るため、本県の青少年と同国の若い企業人等との交流を実施。
- ・県議会と全北特別自治道とで締結した合意書に基づき、相互訪問による視察や意見交換等を実施。

4 取組の方向性

【輸出拡大】

- ・「木材」については、プレカット材の販路拡大や内装材の販路開拓に向けて、商談やトライアル輸出の支援、展示会への合同出展によるプロモーションを行う。
- ・「養殖ブリ等」については、更なる輸出拡大に向けて、加工品需要が期待できる小売店等に対し、フィレやロイン等を訴求する取組を推進する。
- ・「焼酎」については、更なる輸出拡大に向けて、多様な消費者ニーズを踏まえた高付加価値酒の開発や販路開拓との支援のほか、インバウンド等をターゲットとしたプロモーションを行う。

【誘客促進】

- ・誘客に向けて、食や繁華街の街歩きを好む傾向があり、トレッキングや冬場のゴルフの人気が高い韓国市場に向けて、天文館の街歩き、霧島・屋久島登山、県内のゴルフ場などの観光コンテンツを生かして、旅行会社の本県への招へいやSNS等のメディアを活用した情報発信を行う。
- ・鹿児島ーソウル線の安定的な運航及び路線拡充に向けて、あらゆる機会を捉えて航空会社等へ要請を行うとともに、引き続き県民の海外旅行需要の創出に向けた取組などを推進する。
- ・冬季はゴルフや温泉などの需要が高い一方、夏季は伸び悩む傾向にあることから、夏季の誘客促進に向けた、需要喚起の取組を検討する。

【国際交流】

- ・交流協議会を開催している全北特別自治道との交流については、これまで行ってきた青少年・文化等の交流に加え、発酵文化など食品分野における経済交流を検討する。
- ・青少年や文化芸術等の分野を中心とした交流を推進するとともに、培った人脈を生かし、県産品や観光、文化等の情報を発信するなど関係の深化を図る。

(1)－6 シンガポール

1 特性・ニーズ等

基礎情報

- ・面積：約 720 km² ※東京 23 区よりやや大きい
- ・人口：604 万人 [2024:世界銀行] ※うちシンガポール人・永住者は約 400 万人
- ・言語：マレー語(国語)，英語・中国語・マレー語・タミル語(公用語)
- ・宗教：仏教，イスラム教，キリスト教，道教，ヒンズー教
- ・名目 GDP：5,474 億ドル [2024:世界銀行]
- ・一人当たり GDP：90,674 ドル [2024:世界銀行]
- ・経済成長率：4.4% [2024:世界銀行]
- ・在留邦人数：32,565 人 [2024.10:外務省]
- ・進出日系企業拠点数：4,558 拠点 [2024.10:外務省]

《特性》

【輸出関連】

- ・2024 年の日本産農林水産物・食品輸出額は、「アルコール飲料」，「牛肉」，「調味料類」を中心に 557 億円で，国・地域別では第 8 位。
- ・東南アジアの物流，金融，人材，情報のハブ機能を有し，地理的な利便性やビジネスフレンドリーな環境，同国政府の手厚い支援により，世界中からスタートアップ企業が集まる。
- ・中華系，マレー系，インド系などが共存する多民族社会であり，うち中華系が全体の 7 割以上を占め，文化の形成に大きな影響を与えている。
- ・検疫条件が緩く関税も無税であるため，幅広い品目が輸出可能。一方で，他国・産地との競争も激しくなりつつある。
- ・外食中心の食文化。昼食の他，朝・夕食も外食又は中食で済みます人が多い。
- ・身近に日本の物や情報が溢れており，好感度・関心度も非常に高い。
- ・健康志向の高まりから，減塩商材や健康食品に販路開拓の可能性あり。また，趣味でスポーツをする人も増えており，外国におけるマラソンやトレッキングなどへの関心も高い。

【観光関連】

- ・2024 年の来日外客数は 69 千人で，国・地域別では第 9 位。また，一人当たり訪日旅行支出額は 29.1 万円で，アジア 1 位。
- ・国籍保有者の 7 割以上が訪日旅行経験のあるリピーター中心の成熟市場で，訪日旅行経験の多い 20～40 代が主なターゲット。
- ・熱帯気候で一年中高温多湿であるため，四季への憧れを持つ。
- ・シンガポール人旅行者が訪日前に期待していたことの上位は，「日本食を食べること」，「ショッピング」，「繁華街の街歩き」。

《ニーズ》

- ・国土が狭く、廃棄物処理を行う場所等が限られている一方、ゴミ排出量は増加傾向で、2024年のリサイクル率も11%と低い水準であることから、リサイクルの普及啓発活動を推進。また、都市環境の改善を図るため、緑化政策が推進されるなど、これらの環境分野をはじめとして、サステナビリティな取組が求められている。
- ・水資源についても、天然水源や貯水池が少ないことから慢性的に不足しており、約4割を隣国からの輸入水に依存。水の自給率向上に向けて、技術開発や多様な供給源確保などの取組が進められている。
- ・平均寿命は83.86歳で、日本に次ぐ世界第2位の長寿国。今後、高齢化率も更に高まり、2026年には超高齢社会となる見通し。そのため、地域社会で高齢化を支える社会インフラの充実に取り組むなど、介護分野でのニーズが高い。

2 本県との関わり

【輸出拡大】

- ・2024年度の県産農林水産物輸出額は、「牛肉」、「さつまいも」を中心に約12億円で、国・地域別では第7位。
- ・2024年度の県産本格焼酎輸出量は約13KLで、国・地域別では第7位。

【誘客促進】

- ・2024年の本県への延べ宿泊者数は14,770人泊で、国・地域別では第6位。
- ・鹿児島ーシンガポール定期航空路線運航(1980~1990)。
- ・シンガポールに本社を置くクルーズ船社があり、同社の国際クルーズ船が本県に継続的に寄港。

【国際交流】

- ・「鹿児島・シンガポール交流会議」を2年ごとに交互の地で開催し、経済、観光、文化・青少年等の幅広い分野での交流を促進(1982~)。
- ・「CLAIR((一財)自治体国際化協会)シンガポール事務所」に、これまで県職員延べ17人を派遣(1990~)。
- ・元国際交流員など本県とゆかりの深い人々で構成される「かごしまクラブシンガポール」を設立し、県からの交流団体の受入支援や鹿児島の情報発信等を実施(1999~)。現在約130人が在籍。
- ・「鹿児島県ASEANディレクター」を設置し、ASEAN地域における市場情報の収集や人的ネットワークの構築等を推進(2016~)。

《そのほかの県交流実績》

- ・霧島国際音楽祭講習生受入：延べ51人(1988~)
- ・芸術文化交流受入：延べ12団体(1993~)、〃派遣：12団体(1992~)
- ・青少年交流受入：延べ110人(2001~)、〃派遣：262人(1990~)
- ・国際交流員受入：延べ7人(2003~)

《県人会組織》

- ・シンガポール鹿児島県人会(1986～)：約110人が在籍

3 本県のこれまでの取組

【輸出拡大】

- ・『南の宝箱 鹿児島』輸出拡大ビジョン」では、ASEAN諸国を輸出重点国・地域として位置付けている。
- ・県産品の更なる輸出拡大を図るため、牛肉・養殖ブリ・お茶等の知事トップセールスを実施。
- ・「牛肉」については、認知度向上と販路拡大を図るため、展示会出展や鹿児島フェア開催によるプロモーションを実施。
- ・「養殖ブリ等」については、認知度向上と販路拡大を図るため、展示会出展や高級和食店におけるプロモーションを実施。
- ・「さつまいも」、「きんかん」については、更なる認知度向上を図るため、現地小売店において試食販売などを行うフェアを実施。
- ・また、2022年度から越境ECを活用したトータルマーケティング支援を実施。
- ・シンガポールに本社を置く食材供給事業者と連携した、県産水産物等のクルーズ船への積込の実証実験を実施。

【誘客促進】

- ・「鹿児島県観光振興基本方針（第4期）」では、直行便市場に次ぐ有望な戦略的市場として位置付けており、旅行社向けのセミナーやSNS等のメディアを活用した情報発信等を実施。
- ・また、「鹿児島空港将来ビジョン」では、新規路線誘致における対象路線として位置付けており、チャーター便の運航支援やエアポートセールスを実施。
- ・国際クルーズ船の誘致のため、国際クルーズ見本市に継続的に参加するなど、クルーズ船社・ランドオペレーターに本県の魅力を発信。
- ・国際航空路線の今後のチャーター便運航や将来的な定期便就航、国際クルーズ船の寄港増加やツアー先拡大等に向けた知事トップセールスを実施。

【国際交流】

- ・国際性豊かな感性を備えた県民の育成や特色ある郷土文化の発展に資するため、文化芸術団体の相互交流を実施。
- ・また、次代を担う青少年リーダーの育成を図るため、青少年の相互交流を実施。

4 取組の方向性

【輸出拡大】

- ・「牛肉」については、シェアの維持・拡大を図るため、和牛日本一を前面に出

したプロモーションを実施するとともに、ウデ、モモなど多様な部位の活用提案による、フルセットの取引を推進する。

- ・「養殖ブリ等」については、更なる販路拡大に向けて、バイヤー等の産地招へいやシェフ向け勉強会による品質やストーリーの訴求など、鹿児島ブランド力向上に係る取組を推進する。
- ・「さつまいも」については、近隣産・国内他県産との差別化を図るため、有機栽培のさつまいもや品種の豊富なラインナップを前面に出したプロモーションや、販路拡大に向けた現地商社等へのセールスを強化する。
- ・「柑橘（きんかんや大将季等）」については、縁起物・贈答品としての需要が見込めることから、認知度向上及び更なる需要拡大に向けて、安定した量・品質を前面に出した現地小売店におけるプロモーションや、販路拡大に向けた現地商社等へのセールスを強化する。
- ・加工食品等についても、健康志向の高まり等を捉えた、機能性や健康を意識した取組や、特に高級品に関してはストーリー性を考えた取組を推進する。
- ・また、クルーズ船への県産食材の積込について、食材供給事業者やクルーズ船社との関係性を生かし、クルーズ船への食材の供給拡大に向けた取組を推進する。
- ・シンガポールでは、外食・中食の割合が高く、また、高齢者向け商品産業への注目度も上昇していることから、それらを捉えた取組を検討する。

【誘客促進】

- ・訪日リピーター中心の成熟市場であり、まだ認知されていないような観光地の魅力や、食・学びの要素を含む旅行などの新しいコンテンツが求められていることから、それらを捉えたセミナー等の開催や各種メディアを活用したプロモーションなどを行う。
- ・また、訪日旅行消費額が高いことから、ガストロノミーリズムなどの鹿児島ならではの高付加価値なコンテンツの造成に取り組む。
- ・新規路線誘致に向けて、現地航空会社と連携したチャーター便の運航やエアポートセールスに取り組む。また、国際クルーズ船の寄港の継続及び寄港増加に向けて、引き続き、本県の魅力発信など誘致に取り組む。

【国際交流】

- ・交流の核となる鹿児島・シンガポール交流会議について、相互の発展に繋がるよう、引き続き、経済、観光、文化・青少年等の幅広い分野での交流を図る。
- ・交流会議の合意事項に基づき行ってきた、霧島国際音楽祭講習生受入や、芸術文化、青少年等の相互交流などの取組を推進するとともに、培った人脈を生かし、県産品や観光、文化等の情報を発信するなど関係の深化を図る。

◎県産品の販路開拓・拡大と観光誘客の分野横断的な取組

販路拡大に向けた商談会やレストラン・小売店でのフェア開催、観光誘客に向けたセミナー等の開催や各種メディアを活用したPR実施等、引き続きこれまでの取組を実施する。なお、実施に当たっては、健康志向の高まり等を捉え

て、販路開拓・拡大と観光誘客の連動などによる効果的な取組を図る。

加えて、これまで本県と交流を行った人々やASEANディレクター等を紹介して鹿児島ファンを獲得し、県産品の販路開拓・拡大や観光の誘客に分野横断的に取り組む。

【その他】

- ・シンガポールでは、リサイクルの普及啓発等のニーズが高まっていることから、自治体におけるリサイクルの事例紹介や子どもたちへの環境教育など、環境分野における協力を検討する。
- ・また、高齢者ケアの充実等のニーズも高まっていることから、介護事業所における高齢者ケアの取組紹介など、介護分野における協力についても検討する。

1 特性・ニーズ等

基礎情報

フランス

- ・面積：約 54 万 9,134 km² ※日本の約 1.4 倍
- ・人口：6,852 万人 [2024:世界銀行]
- ・言語：フランス語
- ・宗教：キリスト教(カトリック), イスラム教, キリスト教(プロテスタント), ユダヤ教 他
- ・名目 GDP：3 兆 1,621 億ドル [2024:世界銀行]
- ・一人当たり GDP：46,151 ドル [2024:世界銀行]
- ・経済成長率：1.2% [2024:世界銀行]
- ・在留邦人数：37,056 人 [2024.10:外務省]
- ・進出日系企業拠点数：835 拠点 [2024.10:外務省]

基礎情報

ドイツ

- ・面積：約 35 万 7,000 km² ※日本の約 94%
- ・人口：8,351 万人 [2024:世界銀行]
- ・言語：ドイツ語
- ・宗教：キリスト教(カトリック), キリスト教(プロテスタント), ユダヤ教
- ・名目 GDP：4 兆 6,599 億ドル [2024:世界銀行]
- ・一人当たり GDP：55,800 ドル [2024:世界銀行]
- ・経済成長率：-0.2% [2024:世界銀行]
- ・在留邦人数：43,513 人 [2024.10:外務省]
- ・進出日系企業拠点数：1,902 拠点 [2024.10:外務省]

《特性》

E U

【輸出関連】

- ・2024 年の日本産農林水産物・食品輸出額は、「アルコール飲料」、「お茶」、「調味料類」を中心に 858 億円。
- ・食品輸入の規制が厳しく、原則、動物性原料は E U 認定施設を經由・加工されたものしか認められない。
- ・蒸留酒は食前酒・食後酒として、主にバーにおいてカクテル等で飲酒されており、蒸留酒である焼酎はカクテルベースとしての需要が考えられる。
- ・鰹節などの燻製食品は規制が厳しく、現在は輸出が困難。
- ・E U 域内の包装全般の廃棄物の削減等を目的とする「包装・包装廃棄物規則」が発効し、2026 年以内に適用される予定。輸入品を含め、持続可能性要件を満たす包装の使用などが義務づけられることから、輸出に当たっては、再生利用

可能な包装の使用など対応が必要。

- ・アニマルウェルフェアの考えが浸透しており、飼養動物の保護に関する協定など、畜産動物の保護に関する最低基準を保証するための様々な規制を導入している。

【観光関連】

- ・訪日旅行未経験者の割合が高いが、滞在日数は全体平均よりも長く、1人あたりの消費額も平均より高い。
- ・欧州の旅行者が訪日前に期待していたことの中では、「日本食を食べること」、「自然・景勝地観光」、「日本の歴史・伝統文化体験」と回答した者が多い。

フランス

【輸出関連】

- ・2024年の日本産農林水産物・食品輸出額は、「アルコール飲料」、「お茶」、「果汁」を中心に144億円で、国・地域別では第15位。
- ・お茶は健康に良いイメージから人気が高く、特に抹茶の需要が高い。品質へのこだわりを持つ事業者も増加しており、日本の産地を訪問し、仕入れの意思決定するケースもある。有機栽培であることが非常に重要視される。
- ・フランスは、世界各国からバイヤーなどが集まる国際見本市が定期的で開催されるなど、世界中から一流の食品が集まる国である。
- ・また、商品のストーリーや技術的な特徴を重視する傾向がある。

【観光関連】

- ・2024年の来日外客数は385千人で、国・地域別では第15位。
- ・知的好奇心が旺盛で、これまで多様な文化・文明を幅広く吸収してきたフランス人にとって、「固有の伝統文化」と「大都市やポップカルチャーに象徴される現代性」の両面を持つ日本は憧れの旅行地の一つであり、今後も高い関心を集めることが期待される。
- ・日本では「モノ」を買うよりも、日本文化を感じられる体験など、「コト消費」を楽しみにするフランス人が多い。

ドイツ

【輸出関連】

- ・2024年の日本産農林水産物・食品輸出額は、「お茶」、「調味料類」を中心に161億円で、国・地域別では第14位。
- ・健康的なイメージのある食品に近年人気が高まっている。脂肪分カット、シュガーカット、プロテイン強化といった新製品が目立つようになり、消費者の需要が反映されている。
- ・グルテンフリーや、ベジタリアンが急速に増加している。一般消費者の環境やサステナビリティに対する意識は高い。また有機食品や、フェアトレード認証のある食品が好まれる。

- ・特に抹茶はスーパーフードとして認識され、健康的なイメージが強い。有機茶の需要が特に大きい。

【観光関連】

- ・2024年の来日外客数は326千人で、国・地域別では第16位。
- ・日本食ブームや若者の間でのマンガ・アニメ人気などを要因に、訪日ドイツ人数は増加しており、初めて訪日委旅行をする際、日本の伝統文化や歴史に触れることを期待する旅行者が多い。

《ニーズ》

- ・プラスチックの削減など環境への配慮や、アレルギーフリーなど健康ニーズへの対応、また、ベジタリアン対応など食習慣の変化への適応が、より一層求められる市場である。
- ・アニマルウェルフェアにも関心が高いことから、牛肉の輸出に当たっては、食肉処理場までの運搬方法や食肉処理場での係留方法など、アニマルウェルフェアに即した対応が求められる。

2 本県との関わり

EU

【輸出拡大】

- ・2024年度の県産農林水産物輸出額は、「牛肉」、「お茶」を中心に約48億円で、国・地域別では第2位。

【誘客促進】

- ・2024年の本県への延べ宿泊者数は7,720人泊（フランス）、8,370人泊（ドイツ）。
- ・EUに本社を置くクルーズ船社があり、同社の国際クルーズ船が本県に継続的に寄港。

【国際交流】

《市町村姉妹・友好都市提携締結状況》

- ・県内3市町において、EU内の都市との姉妹・友好都市提携を締結。
 - ・鹿児島市：イタリア共和国ナポリ市(1960～)
 - ・西之表市：ポルトガル共和国ヴィラ・ド・ビスポ市(1993～)
 - ・与論町：ギリシャ共和国ミコノス市(1984～)

《大学間学術交流協定等締結状況》

- ・県内2大学において、フランス国内の大学等機関と延べ9の学術交流協定等を締結。
 - ・鹿児島大学：レンヌ第2オート・ブルターニュ大学、
ボルドー・モンテーニュ大学、
フランス獣医学農学高等教育学校、ボルドー大学
 - 〃 法文学部：ブルターニュ・アトランティック・ビジネススクール
 - 〃 教育学部：国立障害者教育指導方法高等研究所
 - 〃 共同獣医学部：アルフォー獣医大学
 - 〃 理工学研究科：ソルボンヌ大学
 - ・鹿児島純心大学：アンジェ西カトリック大学
- ・県内3大学において、ドイツ国内の大学等機関と延べ7の学術交流協定等を締結。
 - ・鹿児島大学：カール・フォン・オシエツキー大学オルデンプルク、
ロッテンブルク林業大学
 - 〃 法文学部：ミュンヘン大学東アジア研究部日本センター
 - 〃 教育学部：ボン大学哲学部
 - 〃 共同獣医学部：ベルリン自由大学
 - ・鹿屋体育大学：ケルン体育大学
 - ・鹿児島県立短期大学：ベルリン工科経済大学

《国際交流・協力団体等》

- ・鹿児島日仏協会
- ・鹿児島日独協会

3 本県のこれまでの取組

【輸出拡大】

- ・『南の宝箱 鹿児島』輸出拡大ビジョン』では、輸出重点国・地域として位置付けている。
- ・「牛肉」については、認知度向上と販路拡大を図るため、フランスやドイツで開催される展示会に出展するほか、アニマルウェルフェアに配慮した「鹿児島和牛」のPR動画を作成。
- ・「お茶」については、有機JAS認証取得や茶商・生産者が行う商談会・国際コンクールへの出展を支援。更なる販路拡大に向けて、マーケット調査を行うとともに、現地パートナーの設置に向けた検討を実施。
- ・「養殖ブリ等」については、フランスにおいて、パリ食品本市への出展を行うほか、知事トップセールスでのレセプションにおいて食品事業者等へPRを実施。また、ドイツにおいては、ブリを中心とした県産食材を活用したメニュー開発及びシェフ等へのPRを行い、日本食店でメニュー化された。

- ・「焼酎」については、九州経済産業局と連携し、フランスの KuraMaster 協会審査員等を努める専門家を本県に招へいしたほか、現地酒類販売店等へプロモーションを実施。

【誘客促進】

- ・「鹿児島県観光振興基本方針（第4期）」では、直行便市場に次ぐ有望な戦略的市場として位置付けており、旅行会社の本県への招へいやSNS等のメディアを活用した情報発信等を実施。
- ・国際クルーズ船の誘致のため、国際クルーズ見本市に継続的に参加するなど、クルーズ船社・ランドオペレーターに本県の魅力を発信。

4 取組の方向性

【輸出拡大】

- ・環境やサステナビリティ、健康に対する意識が高く、輸出に当たっては、これらに配慮して取り組む必要がある。
- ・「牛肉」については、認知度向上と販路拡大を図るため、引き続き、現地で開催される食品展示会に出展するほか、アニマルウェルフェアへの対応など供給体制を強化する。
- ・「お茶」については、有機JAS認証取得などにより、有機栽培茶の需要に対応できる生産対策を行う。また、各国バイヤーの集まる国際見本市等への出展による認知度向上や販路拡大に取り組み、現地パートナー人材を確保・活用し、輸出サポート体制の構築を行う。
- ・「養殖ブリ等」について、フランスにおいてはブリが比較的浸透しつつあることから、更なる販路拡大を図るため、プロモーション等を継続する。また、新たな水産物・水産加工品の販路の開拓を図る。
- ・「焼酎」については、KuraMaster協会などこれまで培った人的ネットワークを生かし、継続的なプロモーションを実施する。また、ユネスコ無形文化遺産登録で世界的に評価された価値を情報発信するとともに、現地ニーズに応じた商品開発を支援する。
- ・「鰹節」については、EUの厳しい基準に適合した製造技術の実用化の実証や、現地での販売促進活動を支援する。
- ・「包装・包装廃棄物規則」に対応するため、包装資材の脱プラスチックなどの取組を支援する。

【誘客促進】

- ・日本の歴史・伝統文化体験を好む傾向があるEU市場に向けて、お茶、焼酎、伝統的工芸品、出水麓武家屋敷群などの観光コンテンツを生かして、旅行会社の本県への招へいやSNS等のメディアを活用した情報発信を行う。
- ・訪日旅行未経験者が多い一方で、日本文化への関心が高いことから、日本文化や歴史に触れる体験を中心としたプロモーションを実施する。
- ・国際クルーズ船の寄港の継続及び新規の寄港増加に向けて、引き続き本県の魅力発信など誘致に取り組む。

(2) - 2 英国

1 特性・ニーズ等

基礎情報

- ・面積：約 24 万 3,000 km² ※日本の約 3 分の 2
- ・人口：6,932 万人 [2024:世界銀行]
- ・言語：英語(ウェールズ語, ゲール語等使用地域あり)
- ・宗教：英国国教会等
- ・名目 GDP：3 兆 6,438 億ドル [2024:世界銀行]
- ・一人当たり GDP：52,637 ドル [2024:世界銀行]
- ・経済成長率：1.1% [2024:世界銀行]
- ・在留邦人数：64,066 人 [2024.10:外務省]
- ・進出日系企業拠点数：925 拠点 [2024.10:外務省]

《特性》

【輸出関連】

- ・2024 年の日本産農林水産物・食品輸出額は、「調味料類」、「アルコール飲料」、「牛肉」を中心に 132 億円で、国・地域別では第 16 位。
- ・伝統的に食に対して保守的であるが、新しい食品も気に入れば継続して購入する傾向がある。
- ・人・社会・地域・環境に配慮した商品やサービスを選ぶ消費行動である「エシカル消費」の概念が広まっている。
- ・成人の約 3 割が肥満であり、肥満率は世界第 2 位。政府は、喫緊の課題として肥満対策に取り組んでおり、消費者がより健康的な食事を選べるよう飲食店のメニューや食品ラベルへのカロリー表示が義務化されたほか、ジャンクフードの広告規制などが行われている。
- ・蒸留酒は食前酒・食後酒として、主にバーにおいてカクテル等で飲酒されており、蒸留酒である焼酎はカクテルベースとしての需要が考えられる。
- ・煎茶・抹茶の輸出額が、2025 年 9 月時点で前年の 2 倍となるなど、需要の増加が著しい。

【観光関連】

- ・2024 年の来日外客数は 437 千人で、国・地域別では第 14 位。
- ・訪日旅行未経験者が 8 割を占めるが、滞在日数は全体平均よりも長く、1 人あたりの消費額は全体の平均額の約 1.8 倍と高い傾向。
- ・英国人旅行者が訪日前に期待していたことの上位は、「日本食を食べること」、「自然・景勝地観光」、「日本の歴史・伝統文化体験」。

《ニーズ》

- ・ベジタリアン・ヴィーガン向け食品、グルテンフリー、シュガーフリー食品などの市場が拡大しており、また、オーガニック商品やフェアトレード商品な

ど、人・社会・環境などに配慮したエシカルな食品の売上が年々増加している。

- ・消費者は総じて、日本食を「ヘルシー」なイメージなどポジティブに評価しており、価格面の課題はあるものの、品質の高い日本産食材には一定の需要がある。

2 本県との関わり

【輸出拡大】

- ・2024年度の県産農林水産物輸出額は、「お茶」を中心に約3,300万円。
- ・2024年度の県産本格焼酎輸出量は約2.6KLで、国・地域別では第13位。

【誘客促進】

- ・2024年の本県への延べ宿泊数は6,740人泊。
- ・英国に本社を置くクルーズ船社があり、同社の国際クルーズ船が本県に継続的に寄港。

【国際交流】

- ・ロンドン・カムデン区と友好交流に関する協定を締結し、教育・文化等の分野での交流を促進(2018～)。
- ・マンチェスター市と友好交流に関する協定を締結し、教育・文化等の分野での交流を促進(2018～)。鹿児島県サッカー協会が、マンチェスター市の選抜チームとの交流試合を実施。
- ・鹿児島日英協会が設立されており、英国に関する講演等の活動を行っている(1992～)。
- ・1865年、いちき串木野市羽島から、15名の薩摩藩英国留学生と4名の使節が英国へ派遣されるなど、歴史的にも深い関係があり、2014年に、同市が薩摩藩英国留学生記念館を開館。

《大学間学術交流協定等締結状況》

- ・県内3大学・短期大学において、英国内の大学等機関と3つの学術交流協定等を締結。

- ・鹿児島大学：セントラル・ランカシャー大学
- ・鹿児島国際大学：セントラル・ランカシャー大学
- ・第一工科大学：ノーザンプトン大学

《県人会組織》

- ・UK薩摩藩(2015～)：約40人が在籍

《国際交流・協力団体等》

- ・鹿児島日英協会

3 本県のこれまでの取組

【輸出拡大】

- ・『南の宝箱 鹿児島』輸出拡大ビジョン』では、EUと合わせて輸出重点国・地域として位置付けている。
- ・「牛肉」については、周辺国（ドイツ・フランス）で開催される展示会への出展を通じて、認知度向上と販路拡大を図るほか、アニマルウェルフェアに配慮した「鹿児島和牛」のPR動画を作成。
- ・「お茶」については、有機JAS認証取得や茶商・生産者が行う商談会・国際コンクールへの出展を支援。
- ・「養殖ブリ等」については、高級多国籍レストランにおいて養殖ブリ、マダいの試食商談会を実施。
- ・「焼酎」については、英国に本部があるワインとスピリッツの世界的教育機関WSETと連携し、蒸留酒専門家の産地視察や、現地酒類事業者等を対象としたセミナー・試飲会等を実施。
- ・ロンドンで開催される「ロンドンデザインフェスティバル」に出展し、デザインクラフトショップと連携した県産工芸品や生活用品の販売プロモーションを実施。

【誘客促進】

- ・「鹿児島県観光振興基本方針（第4期）」では、直行便市場に次ぐ有望な戦略的市場として位置付けており、旅行会社の本県への招へいやSNS等のメディアを活用した情報発信等を実施。
- ・国際クルーズ船の誘致のため、国際クルーズ見本市に継続的に参加するなど、クルーズ船社・ランドオペレーターに本県の魅力を発信。

【国際交流】

- ・本県の高校生を英国に派遣し、薩摩藩英国留学生在が学んだユニバーシティ・カレッジ・ロンドン（UCL）等で実施される教育体験プログラムへの参加、友好協定を締結しているロンドン・カムデン区及びマンチェスター市への表敬訪問を実施。
- ・鹿児島と英国2自治体との友好関係を深めるため、ロンドン・カムデン区及びマンチェスター市の青少年の鹿児島訪問を受入。
- ・薩摩藩英国留學生派遣160周年を記念し、現地「ジャパンハウスロンドン」において、JNTO（日本政府観光局）等と連携し、薩摩藩英国留學生の歴史などをテーマとしたセミナーを実施（2025.7）。

4 取組の方向性

【輸出拡大】

- ・「牛肉」については、引き続き、周辺国（ドイツ・フランス）で開催される展示会出展を通じた販路開拓に取り組むほか、アニマルウェルフェアへの対応など供給体制を強化する。

- ・「お茶」については、有機JAS認証取得などにより、有機栽培茶の需要に対応できる生産対策を行う。また、各国バイヤーの集まる国際見本市等への出典による認知度向上や販路拡大に取り組み、現地パートナー人材を確保・活用し、輸出サポート体制の構築を行う。
- ・「養殖ブリ等」については、英国においては養殖ブリが比較的浸透しつつあることから、引き続き、漁協や加工業者、輸出商社等が一体となって行う販売促進活動への支援や、海外専門家による伴走支援を継続し、販路拡大を図る。
- ・「焼酎」については、WSETなどこれまで培った人的ネットワークを生かし、継続的なプロモーションを実施する。また、ユネスコ無形文化遺産登録で世界的に評価された価値を情報発信するとともに、現地ニーズに応じた商品開発を支援する。

【誘客促進】

- ・日本の歴史・伝統文化体験を好む傾向がある英国市場に向けて、お茶、焼酎、伝統的工芸品、出水麓武家屋敷群などの観光コンテンツを生かして、旅行会社の本県への招へいやSNS等のメディアを活用した情報発信を行う。
- ・訪日旅行未経験者が多い市場であるが、日本文化や歴史に触れる体験を中心とするプロモーションを実施する。また、英国は本県との歴史的なつながりがあることから、薩摩藩英国留学生などのストーリーも意識した誘客に取り組む。
- ・国際クルーズ船の寄港の継続及び新規の寄港増加に向けて、引き続き、本県の魅力発信など誘致に取り組む。

【国際交流】

- ・友好協定を締結しているロンドン・カムデン区やマンチェスター市との交流については、青少年交流等を行うとともに、新たにお茶・Tea文化を切り口とした交流など、産業振興にも資する交流を検討する。

1 特性・ニーズ等

基礎情報

- ・面積：約 51 万 4,000 km² ※日本の約 1.4 倍
- ・人口：7,167 万人 [2024:世界銀行]
- ・言語：タイ語
- ・宗教：仏教 94%，イスラム教 5%
- ・名目 GDP：5,264 億ドル [2024:世界銀行]
- ・一人当たり GDP：7,345 ドル [2024:世界銀行]
- ・経済成長率：2.5% [2024:世界銀行]
- ・在留邦人数：70,421 人 [2024.10:外務省]
- ・進出日系企業拠点数：6,083 拠点 [2024.10:外務省]

《特性》

【輸出関連】

- ・2024 年の日本産農林水産物・食品輸出額は、「かつお・まぐろ類」、「いわし」、「ホタテ貝(生鮮等)」を中心に 628 億円で、国・地域別では第 7 位。他国・地域と比べて水産物の割合が高い。
- ・所得向上による食生活の多様化や健康志向の高まりを背景に、日本食の人気の高まっている。また、健康志向・機能性食品の需要も増加傾向。
- ・日本産食品の認知度が高く、市場としての成熟度は高い。日本食レストランも、2023 年 10 月時点で 5,330 店と増加を続けている。
- ・訪日タイ人が増えること等により、タイ人の日本食に対する経験及び知識が増え、これまで以上に「本物」の日本の味や日本の食のトレンドを求める人が増えている。
- ・外食・中食の割合が高く、自宅にはキッチンがないところもあるなど、家庭での調理はほとんどしない。
- ・富裕層やアッパーミドルはバンコク及び近郊に集中しており、バンコク周辺部と地方の所得格差は大きい。

【観光関連】

- ・2024 年の来日外客数は 1,149 千人で、国・地域別では第 6 位。
- ・年間最大の旅行シーズンはソンクラーン(タイの正月で 4 月中旬)の休暇。
- ・約 7 割は訪日旅行が未経験である一方、訪日旅行経験者の 7 割超がリピーター。また、女性比率が高いことから、フォトジェニックな場所など、女性を意識したアプローチが必要。
- ・訪日短期滞在査証の免除措置や、タイー日本間の LCC 就航、個人旅行者の情報収集や予約が容易になったことから、個人旅行の需要が拡大。
- ・日本は、桜、紅葉、雪など季節によって風景が変わることから、タイ人にとっ

て新鮮に映る。

- ・タイ人旅行者が訪日前に期待していたことの上位は、「日本食を食べること」、「ショッピング」、「自然・景勝地観光」。

《ニーズ》

- ・タイの出生率は約 1.0 で低い水準となっている。今後 10～20 年程度で高齢化社会に移行する見込みであり、高齢者向け商品や介護商品の需要が高まることが予想されている。
- ・男女問わず美意識が高く、外見を整えることに非常に気を遣う国民。女性は美容、特に美白に拘る傾向が強いと言われており、美容を意識した機能性食品・商品に対する期待も高い。

2 本県との関わり

【輸出拡大】

- ・2024 年度の県産農林水産物輸出額は、「牛肉」、「養殖ブリ」を中心に約 15 億円で、国・地域別では第 6 位。
- ・2024 年度の県産本格焼酎輸出力は約 21KL で、国・地域別では第 5 位。

【誘客促進】

- ・2024 年の本県への延べ宿泊者数は 4,620 人泊。

【国際交流】

- ・「鹿児島県 ASEAN ディレクター」を設置し、ASEAN 地域における市場情報の収集や人的ネットワークの構築等を推進(2016～)。

《大学間学術交流協定等締結状況》

- ・県内 3 大学・短期大学において、タイ国内の大学等機関と 15 の学術交流協定等を締結。
 - ・鹿児島大学：メジョー大学，国立モンクット王工科大学トンブリ校，カセサート大学，スラナリ工科大学，国立モンクット王工科大学ラカバン校，タクシン大学
 - 〃 歯学部：プリンスオブソンクラ大学医学部
 - 〃 農学部：メーファンラン大学農産学学部，タクシン大学テクノロジーコミュニティ開発学部
 - 〃 水産学部：東南アジア漁業開発センター，カセサート大学
 - 〃 医歯学総合研究所：プリンスオブソンクラ大学医学部
 - 〃 総合研究機構：ブラパー大学
 - ・鹿児島国際大学：チュラロンコン大学アジア研究所
 - ・第一工科大学：アジア工科大学院

《県人会組織》

- ・タイ国鹿児島県人会(1971～)：約 90 人が在籍

3 本県のこれまでの取組

【輸出拡大】

- ・『南の宝箱 鹿児島』輸出拡大ビジョン」では、ASEAN諸国を輸出重点国・地域として位置付けている。
- ・「牛肉」については、認知度向上と販路拡大を図るため、展示会出展によるプロモーション及び商談を実施。
- ・「さつまいも」、「養殖ブリ等」については、認知度向上と販路拡大を図るため、現地小売店と連携したフェアや商談会を実施。
- ・また、新たな県産品の販路を開拓するため、輸出商社と連携し、営業活動やバイヤー招へい等を実施。

【誘客促進】

- ・「鹿児島県観光振興基本方針（第4期）」では、直行便市場に次ぐ有望な戦略的市場として位置付けており、本県の認知度向上を図るため、SNSで情報発信を実施。
- ・また、本県の旅行商品造成を促進するため、現地セールスや旅行会社等の招へいを実施。

4 取組の方向性

【輸出拡大】

- ・「牛肉」については、認知度向上と販路拡大に向けて、引き続き展示会出展によるプロモーション及び商談を行う。
- ・「さつまいも」、「養殖ブリ等」については、認知度向上と更なる需要拡大に向けて、現地小売店等と連携したフェア開催やバイヤー招へい等を行う。
- ・これまで開拓した販路の維持・拡大や、更なる販路開拓を図るため、ASEANディレクターのネットワークも生かしながら、営業活動やバイヤー招へいなど、県内事業者と輸出商社が連携して行う取組を支援する。

【誘客促進】

- ・フォトジェニックな場所を好む傾向があり、美意識や健康志向の高いタイ市場に向けて、砂むし温泉や西大山駅、黒酢やお茶体験などの観光コンテンツを生かして、旅行会社の本県への招へいやSNS等のメディアを活用した情報発信を行う。
- ・また、タイでは見られない四季折々のコンテンツに対する評価が高いことを踏まえ、温泉や自然、食を中心要素とした、誘客促進に取り組む。
- ・個人旅行の割合が増えていることから、インフルエンサーと連携した情報発信や、現地でのBtoCプロモーション等を行い、本県の更なる認知度向上を図る。

(2) - 4 ベトナム

1 特性・ニーズ等

基礎情報

- ・面積：32万9,241 km² ※日本の約0.9倍
- ・人口：1億99万人 [2024:世界銀行]
- ・言語：ベトナム語
- ・宗教：仏教，キリスト教(カトリック)，カタイ教 他
- ・名目 GDP：4,764億ドル [2024:世界銀行]
- ・一人当たり GDP：4,717ドル [2024:世界銀行]
- ・経済成長率：7.1% [2024:世界銀行]
- ・在留邦人数：17,410人 [2024.10:外務省]
- ・進出日系企業拠点数：2,543拠点 [2024.10:外務省]

《特性》

【輸出関連】

- ・2024年の日本産農林水産物・食品輸出額は、「粉乳」、「ホタテ貝(生鮮等)」、「清涼飲料水」を中心に862億円で、国・地域別では第6位。
- ・節約志向や家族団らんを大切にする国民性を背景として、自宅での自炊が盛んである。一方で、経済成長に伴い幅広い層が外食を楽しむようになり、レストラン市場も拡大。中所得層や若年層を中心にインスタント食品の購入も増加。
- ・国土が南北に長く、全国に販売網を持つ流通事業者は少ない。北部・中部・南部で気候の違いなどにより料理の種類・味付けが大きく異なる。(北部:薄味, 中部:辛くて濃い味, 南部:甘く濃い味)
- ・元々、魚介を生で食べる習慣はないが、近年、都市部の若年層を中心に食の多様化が進み、寿司や刺身に抵抗の無い人も増えてきている。

【観光関連】

- ・2024年の来日外客数は62千人で、国・地域別では第10位。
- ・訪日旅行未経験者が8割弱を占める市場。訪日旅行時には査証の取得が必要であり、旅行会社を通じた予約割合が高い。
- ・高所得者層を中心に、少人数旅行や特定の目的のための旅行を求める傾向。
- ・ベトナム人旅行者が訪日前に期待していたことの上位は、「日本食を食べること」、「ショッピング」、「自然・景勝地観光」。

【人材関連】

- ・2024年12月時点のベトナム人在留者数は634,361人で、国・地域別では第2位。
- ・また、2025年10月時点のベトナム人労働者数は605,906人で、国・地域別では第1位であり、全体の4分の1近くを占める。
- ・一方、ベトナムの経済発展に伴い日本との賃金格差が縮まったことや、円安に

よる給与の目減り等の理由から、伸び率は年々鈍化。

《ニーズ》

- ・ベトナム北部では電力需要が急増しており、電力不足のリスクが高まっていることから、政府は再生可能エネルギーや送電網の整備を推進している。
- ・ベトナムはASEAN6か国（インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイ、ベトナム）の中でも有数の農業国で、環境配慮型・低炭素型の農業手法が取り入れられつつある。気候変動に適応しつつ持続可能な農業を実現するため、有機肥料等の使用拡大や資源循環型の農業モデルを構築などの施策を推進している。

2 本県との関わり

【輸出拡大】

- ・2024年度の県産農林水産物輸出額は、「牛肉」、「養殖クロマグロ・サバ等」を中心に約6億円で、国地域別では第8位。

【誘客促進】

- ・2024年の本県への延べ宿泊者数は1,540人泊。
- ・鹿児島ーベトナム間チャーター便運航。

【外国人材受入】

- ・2024年12月時点の本県のベトナム人在留者数は5,754人で、国・地域別では第1位。また、2025年10月時点のベトナム人労働者数も5,106人で、国・地域別も第1位。
- ・ベトナム国立農業大学と覚書を締結し、農業分野におけるベトナム人技能実習生の確保・育成に係る取組を推進(2023~)。

【国際交流】

- ・ハイズオン省（現ハイフォン市）と覚書を締結し、人材や農業、観光等の分野に関する交流を促進(2019~)。
- ・「在ベトナム日本国大使館」に、これまで県職員延べ2人を派遣(2023~)。
- ・「鹿児島県ASEANディレクター」を設置し、ASEAN地域における市場情報の収集や人的ネットワークの構築等を推進(2016~)。

《大学間学術交流協定等締結状況》

- ・県内1大学において、ベトナム国内の大学等機関と7の学術交流協定等を締結。

- ・鹿児島大学：ベトナム国家農業大学、ハノイ貿易大学、
ベトナム社会科学院、ニャチャン大学、カントー大学
- 〃 水産学部：ニャチャン大学
- 〃 医歯学総合研究所：ハノイ医科大学
- 〃 総合研究博物館：ベトナム科学アカデミー熱帯生物学研究所

《県人会組織》

- ・鹿児島県人会ハノイ(2018～)：約20人が在籍
- ・ホーチミン鹿児島県人会(2018～)：約20人が在籍

《国際交流・協力団体等》

- ・鹿児島県ベトナム人会

3 本県のこれまでの取組

【輸出拡大】

- ・『南の宝箱 鹿児島』輸出拡大ビジョン」では、ASEAN諸国を輸出重点国・地域として位置付けている。
- ・「牛肉」については、認知度向上と販路拡大を図るため、イベント出展によるプロモーションを実施。
- ・「養殖ブリ等」については、販路開拓を図るため、現地飲食店でのメニュー開発やプロモーションを実施。
- ・また、新たな県産品の販路を開拓するため、輸出商社と連携し、営業活動やバイヤー招へい等を実施。

【誘客促進】

- ・「鹿児島県観光振興基本方針（第4期）」では、直行便市場に次ぐ有望な戦略的市場として位置付けており、県の認知度向上を図るため、SNSでの情報発信を実施。
- ・また、本県の旅行商品造成を促進するため、現地セールスや旅行会社等の招へいを実施。
- ・「鹿児島空港将来ビジョン」では、新規路線誘致における対象路線として位置付けており、チャーター便の運航支援やエアポートセールスを実施。

【外国人材受入】

- ・本県へのベトナム人材の送り出しを促進するため、県内監理団体と送り出し機関とのマッチングを実施。
- ・ベトナム国立農業大学との連携協定に基づき、農業分野の技能実習生の受入れ支援を実施。

【国際交流】

- ・ハイズオン省との覚書に基づき、相互交流を行うとともに、同省への農業専門家の派遣や経済交流セミナーを実施。
- ・また、県内で活躍するベトナム人技能実習生や留学生等とテト（旧正月）を祝い、故郷を懐かしんでもらう「ベトナム・テト(旧正月)フェスタ」を開催。
- ・県内の中・高等学校と現地学校との間でオンライン交流プログラムを実施するとともに、生徒を交流先へ派遣。

4 取組の方向性

【輸出拡大】

- ・「牛肉」については、認知度向上と販路拡大に向けて、引き続きイベント出展によるプロモーション及び商談を行う。
- ・「養殖ブリ等」については、新たな販路開拓に向けて、地域の嗜好に合わせたプロモーションを行う。
- ・これまで開拓した販路の維持・拡大や、更なる販路開拓を図るため、ASEANディレクターのネットワークも生かしながら、営業活動やバイヤー招へいなど、県内事業者と輸出商社が連携して行う取組を支援する。

【誘客促進】

- ・食や自然・景勝地観光を好む傾向にあり、日本らしい自然風景の人気の高いベトナム市場に向けて、かごしまブランド食材を活用した郷土料理や甲突川河畔の花見、霧島の紅葉などの観光コンテンツを生かして、旅行会社の本県への招へいやSNS等のメディアを活用した情報発信を行う。
- ・また、現地において日本文化や食に触れる体験を中心としたBtoCプロモーションを実施し、本県の認知度向上と旅行需要の喚起を図る。
- ・将来的な国際定期便の就航に向けて、チャーター便の実績を積み重ねることが肝要なことから、引き続きチャーター便運航支援やエアポートセールスを行う。

【外国人材受入】

- ・ベトナム国立農業大学などと連携し、県内事業所における外国人材の受入に係る取組を引き続き実施する。

【国際交流】

- ・ハイフォン市との交流については、旧ハイズオン省との協定を踏まえ、今後の交流のあり方について協議を行う。
- ・ベトナムの旧正月を祝う「ベトナム・テト（旧正月）フェスタ」の開催等を通じて、引き続きベトナム人材と県民との交流を促進する。
- ・オンライン交流や現地への生徒派遣など、県内の中・高等学校と現地学校との学校間交流を引き続き実施する。

【その他】

- ・ベトナムでは、農業分野において環境配慮型・低炭素型の手法が取り入れられつつあり、持続可能な農業の実現に向けて、有機肥料等の使用拡大に係る取組への協力を検討する。

(3) - 1 インド

1 特性・ニーズ等

基礎情報

- ・面積：約 329 万km² (パキスタン, 中国との係争地含む) ※日本の約 9 倍
- ・人口：14 億 5, 094 万人 [2024:世界銀行]
- ・言語：ヒンディー語など 22 の公用語 (英語が準公用語)
- ・宗教：ヒन्दゥ教 79. 8%, イスラム教 14. 2%, キリスト教 2. 3% 他
- ・名目 GDP：3 兆 9, 127 億ドル [2024:世界銀行]
- ・一人当たり GDP：2, 697 ドル [2024:世界銀行]
- ・経済成長率：6. 5% [2024:世界銀行]
- ・在留邦人数：8, 102 人 [2024. 10:外務省]
- ・進出日系企業拠点数：5, 205 拠点 [2024. 10:外務省]

《特性》

【輸出関連】

- ・世界最大の人口を有し、総人口に占める若年人口の割合が高く、今後も総人口、生産年齢人口ともに増加が続くと見込まれている。また、高い経済成長が続いており、近い将来、米国、中国に次ぐ世界第 3 位の経済規模となって、富裕層や中間層の比率が拡大していく見通しである。
- ・2022 年の日本産農林水産物・食品輸出額は、「アルコール飲料」、「真珠」、「魚油」を中心に 30 億円で、国・地域別では第 29 位。
- ・牛肉及び牛肉を含む食品は、宗教上の理由により輸入不可であるが、水産物・水産加工品の市場は 500 億ドルを越えており毎年消費量が増加。一部の都市部や高級レストランでの輸入水産物・水産加工品の需要が今後更に高まる可能性がある。
- ・ウイスキーの消費も多く、焼酎への潜在的需要も見込まれる。
- ・文化的な違いや宗教の戒律、地域的な要因が食事の嗜好や傾向に影響を与えており、水産物等の消費においても地域ごとに差異が見られる。
- ・インドへの輸出に当たっては、複雑かつ独自の輸入規制や宗教的な背景による表示規制、小ロット輸出による高い物流コストのほか、日本産食材への理解と認知度の向上も課題。

【人材関連】

- ・2024 年の来日外客数は 233, 061 人で、国・地域別では第 17 位。
- ・2024 年 12 月時点のインド人在留者数は 53, 974 人で、国・地域別では第 13 位。
- ・人口規模や生産年齢人口の割合、経済状況等を踏まえると、外国人材の新たな送り出し国として潜在的な可能性を有する。
- ・広大な国土に、様々な人種、宗教、言語の人々が暮らしており、地域ごとに特

性が異なることから、人材の受入に当たっては地域特性を考慮する必要がある。

《ニーズ》

- ・2025年8月の日印首脳会談後に採択された「今後10年に向けた日印共同ビジョン」において、二国間貿易・投資を拡大及び多様化することや、食料安全保障の推進と農業ビジネス連携の奨励を促進することなどが盛り込まれ、対印民間投資10兆円の目標が設定された。
- ・また、今後5年間におけるインドから日本への熟練した人材及び将来性のある人材5万人の移動を含む、日印間の50万人の双方向の人材交流を目標とすることなどが盛り込まれた。
- ・さらに、日印の自治体間が果たす重要な役割を強調し、新たな姉妹都市や州・県間の連携を促進することなどが盛り込まれた。国内でも、自治体がインド各州等とMOUを締結するなどの動きが広がっている。
- ・インドは世界最大の竹被覆面積を有しており、日本の竹産業、企業や大学の持つ加工技術や産業利用等の事例を視察・協議する事業をJICAが実施。本県においても、同国の行政官が鹿児島大学における竹の飼料化の取組を視察。

2 本県との関わり

【国際交流】

- ・県議会において、インドとの友好交流を促進するための議員連盟が発足。(2025.3)。

《大学間学術交流協定等締結状況》

- ・鹿児島大学において、カルナタカ国立工科大学と学術交流協定を締結。

【外国人材受入】

- ・2024年12月時点の本県のインド人在留者数は70人。

3 本県のこれまでの取組

【国際交流】

- ・在日本インド大使等との相互訪問や、在福岡総領事によるセミナーなどインドとの交流を開始。

【外国人材受入】

- ・「第2次かごしま外国人材受入活躍推進戦略」において、今後、関係を強化する送り出し国として位置付けており、送り出し機関に関する現地調査を実施し、人材に関するセミナーや、送り出し機関と県内監理団体等との個別相談会を実施。

【輸出拡大】

- ・『南の宝箱 鹿児島』輸出拡大ビジョン」では、今後輸出拡大が期待される国・地域として位置付けている。

- ・インドの表示規制等に対応するための商品パッケージの作成や、混載便を活用した県内港湾からのテスト輸出など、県内食品加工事業者と地域商社が共同で行う取組を支援。
- ・本県食材への理解と認知度向上を図るため、魚食文化があり経済の中心都市であるムンバイをターゲットに、現地で強い影響力を持つ日本料理店のシェフに対し、水産物など県産食材の特長や調理方法等を提案。

4 取組の方向性

【国際交流】

- ・在日本インド大使等との相互訪問や同大使館において本県のPRを行うなど、インドとの関係構築を図る。
- ・日印間で、今後10年に向けた共同ビジョンが示され、新たな姉妹都市や州・県間の連携を促進することとされていることから、インドの地方自治体との交流を検討する。

【外国人材受入】

- ・外国人材の安定的な確保に向けて、引き続きインド人材の特徴等の理解を促進するためセミナーや、送り出し機関と県内監理団体等との個別相談会を実施する。
- ・特に、インドの中でも日本人と親和性のある人材が多い北東部の州においては、宗教上の観点から食事への制限が少ないなど、今後安定的な人材の受入が見込めることから、北東部の州を中心に人材受入に向けた取組を推進する。

【輸出拡大】

- ・複雑かつ独自の輸入規制や宗教的な背景による表示規制、地域性のある食事の嗜好や潜在的需要を踏まえ、県産品の販路開拓を図ることが必要であることから、当面はムンバイへの販路開拓を図ることとし、輸出商社等と連携し、現地日本食レストラン等へのプロモーションやバイヤー招へい、トライアル輸出などの取組を推進する。
- ・また、他の地域への販路開拓を見据えたニーズ等の把握を行う。

(3) - 2 中東地域

1 特性・ニーズ等

基礎情報

アラブ首長国連邦(UAE)

- ・面積：約 8 万 3,600 km² ※日本の約 1/4, 北海道程度
- ・人口：1,088 万人 [2024:世界銀行]
- ・言語：アラビア語(公用語), 英語
- ・宗教：イスラム教(スンニ派が多数)
- ・名目 GDP：5,371 億ドル [2024:世界銀行]
- ・一人当たり GDP：49,378 ドル [2024:世界銀行]
- ・経済成長率：3.8% [2024:世界銀行]
- ・在留邦人数：4,775 人 [2024.10:外務省]
- ・進出日系企業拠点数：343 拠点 [2024.10:外務省]

基礎情報

サウジアラビア

- ・面積：約 215 万 km² ※日本の約 5.7 倍
- ・人口：3,530 万人 [2024:世界銀行]
- ・言語：アラビア語(公用語)
- ・宗教：イスラム教(スンニ派が大多数)
- ・名目 GDP：1 兆 2,375 億ドル [2024:世界銀行]
- ・一人当たり GDP：35,057 ドル [2024:世界銀行]
- ・経済成長率：1.8% [2024:世界銀行]
- ・在留邦人数：661 人 [2024.10:外務省]
- ・進出日系企業拠点数：118 拠点 [2024.10:外務省]

《特性》

中東地域

【輸出関連】

- ・北アフリカも含めて MENA 市場(中東・北アフリカ地域(Middle East & North Africa))と呼ばれ、人口規模の拡大や平均年齢 29 歳の厚い若年層を特徴とする新興市場として注目されている。
- ・中東地域のほとんどの国ではイスラム教を信仰するムスリムが人口の大多数を占め、基本的に豚やアルコールなどを口にすることは許されていない。また、食肉及び肉製品の輸出に当たっては、ハラール認証の取得が必要。

【観光関連】

- ・2024 年の GCC (湾岸協力理事会(Gulf Cooperation Council)) 6 か国(サウジアラビア, アラブ首長国連邦(UAE), バーレーン, オマーン, カタール, クウェート)の来日外客数は 45 千人。

- ・訪日旅行未経験者が多く、旅行先としての日本の知名度は低い。
- ・富裕層が極めて多く、富裕層世帯比率は世界でも上位。年に2～3回は、中～長距離の国外旅行をしている。
- ・高い旅行消費意欲を持ち、高付加価値旅行(1人あたりの着地消費額100万円以上の旅行)については、米国、中国に次ぐマーケット。

アラブ首長国連邦(UAE)

【輸出関係】

- ・2024年の日本産農林水産物・食品輸出額は、「清涼飲料水」、「牛肉」、「調味料類」を中心に101億円で、国・地域別では第19位。
- ・総人口を上回る数の観光客が来訪することに加え、中東有数の港や空港を擁する物流のハブであること、大規模展示会が頻繁に開催されるなど、中東地域に日本産食品を普及させる拠点として適しており、2024年に農林水産省が「輸出支援プラットフォーム」を設置。
- ・ドバイを中心に日本食レストランが相次いでオープン。人口を上回る数の観光客が来訪する国際観光都市であり、周辺諸国への波及効果も見込まれる。
- ・「WAGYU」という名称が広く普及している。WAGYUの多くはオーストラリア産であるが、日本産和牛はワンランク上に位置付けられており人気がある。また、日本産水産物や加工品の需要も高まっている。
- ・消費者の健康志向が高まり、オーガニック商品やグルテンフリーなどのアレルギー対応商品が普及しているほか、抹茶の人気も急上昇している。

サウジアラビア

【輸出関係】

- ・2022年の日本産農林水産物・食品輸出額は、「米菓」、「魚等缶詰」、「菓子(米菓を除く)」を中心に21億円で、国・地域別では第30位。
- ・日本のアニメや訪日サウジアラビア人などの影響により、日本食への関心・認知度が高まりつつある。
- ・日本産和牛は、2023年1月から輸入が開始。訪日経験のある富裕層を中心に関心は高いが、オーストラリア産との違いについて認知度向上・普及・販売戦略が求められている。
- ・消費者の健康志向が高まり、オーガニック商品やプロテイン商品などの需要が拡大しつつある。カフェブームにより抹茶の人気も高い。
- ・2030年にリヤド万博、2034年にはFIFAワールドカップなど、国際的な大規模イベントの開催が決定しており、国際的にも注目を集めている。

《ニーズ》

- ・乾燥した気候で淡水資源が限られ、耕作に適した土地が希少であることから、生鮮食品の多くを輸入に頼っており、食料自給率の向上に向けて、水産物や農産物の生産技術導入の関心が高い。

2 本県との関わり

【輸出拡大】

- ・2024年度の県産農林水産物輸出額は、UAE向けの「養殖ブリ」を中心に約3,300万円。また、サウジアラビア向けには、「お茶」を輸出。

【国際交流】

《大学間学術交流協定等締結状況》

- ・鹿児島大学医歯学総合研究科において、ガルフ医科大学と学術交流協定を締結。

3 本県のこれまでの取組

【輸出拡大】

- ・『南の宝箱 鹿児島』輸出拡大ビジョン』では、今後輸出拡大が期待される国・地域として位置付けている。
- ・「養殖ブリ」については、販路開拓を図るため、UAEの現地レストランやバイヤー向けの商談会を実施。
- ・県産品の輸出促進に向けた仕向先の多角化を図るとともに、日本産品の競合が少ない中東市場への県産品の優位性を確立するため、UAE及びサウジアラビアにおいて、牛肉・養殖ブリ・お茶の知事トップセールスを実施。

4 取組の方向性

【輸出拡大】

- ・物流のハブ、ショーケース機能を有するドバイを中心に、北アフリカを含む成長著しい5億人のイスラム市場のゲートウェイとして、県産品の輸出拡大に向けた取組を推進する。
- ・「牛肉」については、当面は県外のハラール認証を受けた食肉処理施設を活用した輸出の取組を支援するとともに、市場調査の結果や県内食肉事業者の意見を踏まえながら、輸出促進のための方策について検討を進める。
- ・「養殖ブリ」については、コールドチェーンが発達しているUAEへの販路開拓を図るため、バイヤー招へいなど現地パートナーと連携した取組を推進する。
- ・「お茶」については、生産者等によるセールス活動や展示会・商談会の出展、プロモーション等の取組を推進する。
- ・また、牛肉・養殖ブリ・お茶等の効果的な販路開拓を図るため、輸出商社等と連携し、現地日本食レストランや多国籍レストランへのプロモーション、バイヤー招へいなどの取組を推進する。

(3)－3 インドネシア

1 特性・ニーズ等

基礎情報

- ・面積：約 192 万km² ※日本の約 5 倍
- ・人口：2 億 8,349 万人 [2024:世界銀行]
- ・言語：インドネシア語
- ・宗教：イスラム教(スンニ派が大多数) 87%，キリスト教 10.4%，ヒンズー教 1.7% 他
- ・名目 GDP：1 兆 3,960 億ドル [2024:世界銀行]
- ・一人当たり GDP：4,925 ドル [2024:世界銀行]
- ・経済成長率：5.0% [2024:世界銀行]
- ・在留邦人数：14,934 人 [2024.10:外務省]
- ・進出日系企業拠点数：2,409 拠点 [2024.10:外務省]

《特性》

【輸出関連】

- ・2024 年の日本産農林水産物・食品輸出額は、「ホタテ貝(生鮮等)」, 「錦鯉」, 「調味料類」を中心に 127 億円で、国・地域別では第 17 位。
- ・貿易依存度が ASEAN 諸国の中では目立って低く、内需主導型の経済で農産物の輸出には高い規制がある。一方で、積極的に国内外からの投資を誘致している。
- ・世界第 4 位の人口規模、東南アジア最大の経済規模を誇り、2040 年頃まで総人口、生産年齢人口ともに増加が続くと見込まれている。
- ・世界最大のムスリム人口を有し、人口の約 9 割を占める。

【観光関連】

- ・2024 年の来日外客数は 518 千人で、国・地域別では第 12 位。
- ・インドネシアにおける九州の認知度は 3.1% (2025.7:JNTO) であり、東京等の 78.3%，大阪等の 40.0%，北海道 28.0% に比較して低い。
- ・海外未経験者が多数を占める市場であるが、今後の経済成長に伴い海外旅行者も増加することが見込まれる。
- ・インドネシア人旅行者が訪日前に期待していたことの上位は、「日本食を食べること」, 「ショッピング」, 「繁華街の街歩き」。

【人材関連】

- ・2024 年 12 月時点のインドネシア人在留者数は 199,824 人で、国・地域別では第 7 位。
- ・また、2025 年 10 月時点のインドネシア人労働者数は 228,118 人で、国・地域別では第 5 位。高い増加率であり前年比 34.6% 増。
- ・インドネシアでは、特に若年層の失業率が高いこともあり、2024 年に政府は今後 5 年間で 25 万人のインドネシア人労働者を日本に送り出す目標を発表。

《ニーズ》

- ・インドネシアは環太平洋火山帯に位置する島国であり熱帯の高温多湿な気候に覆われていることから、地震・津波や火山噴火、洪水、土砂災害など、日本と同様に大小多様な自然災害が頻発する国であり、インフラ整備や防災意識の向上等が求められている。

2 本県との関わり

【誘客促進】

- ・2024年の本県への外国人延べ宿泊者数は1,710人泊。

【外国人材受入】

- ・2024年12月時点の本県のインドネシア人在留者数は3,749人で、国・地域別では第2位。また、2025年10月時点のインドネシア人労働者数も4,486人で、国・地域別で第2位。

【国際交流】

- ・鹿児島市の桜島火山防災研究所において、インドネシア人の研究員が噴火予測に関する研究に従事(2025.7~)。

《大学間学術交流協定等締結状況》

- ・県内3大学・短期大学において、インドネシア国内の大学等機関と19の学術交流協定等を締結。

- ・鹿児島大学：アンダラス大学、インドネシア大学、ボコール農科大学、ディポネゴロ大学、バンドン工科大学、サムラトランギ大学、パティムラ大学、スリウィジャヤ大学、アイルランガ大学
- 〃 歯学部：ブラウイジャヤ大学医学部、アイルランガ大学歯科医学学部
- 〃 水産学部：ハサヌディン大学海洋科学水産学部、サムラトランギ大学、ボゴール農科大学
- 〃 理工学研究科：マタラム大学
- 〃 医歯学総合研究所：ジェンバー大学医学部
- 〃 国際島嶼教育センター：パティムラ大学島嶼研究所
- ・第一工科大学：ガジャマダ大学工学部
- ・鹿児島県立短期大学：パジャジャラン大学日本語学科

《県人会組織》

- ・ジャカルタ鹿児島県人会(1970~)：約50人が在籍

3 本県のこれまでの取組

【外国人材受入】

- ・「第2次かごしま外国人材受入活躍推進戦略」において、今後、関係を強化する送り出し国として位置付けており、送り出し機関に関する現地調査を実施

し、人材に関するセミナーや、送り出し機関と県内監理団体等との個別相談会を実施。

【輸出拡大】

- ・『南の宝箱 鹿児島』輸出拡大ビジョン」では、ASEAN諸国を輸出重点国・地域として位置付けている。

4 取組の方向性

【外国人材受入】

- ・外国人材の安定的な確保に向けて、引き続きインドネシア人材の特徴等の理解を促進するためのセミナーや、送り出し機関と県内監理団体等との個別相談会を実施する。

【輸出拡大・誘客促進】

- ・インドネシアは2035年には人口が3億人に達し、2050年にはGDPが世界4位になると予測されている。現在、農産物に対する高い輸入規制やハラール対応など、輸出に当たっては課題があるが、今後、更なる経済成長に伴って中間所得層が増えていくことを見据えて、輸出や誘客等について検討する。
- ・「牛肉」については、当面は県外のハラール認証を受けた食肉処理施設を活用した輸出の取組を支援するとともに、県内食肉事業者の意見を踏まえながら、輸出促進のための方策について検討を進める。

【国際交流】

- ・多くの活火山を有するという共通性があることから、今後、防災や火山学などの分野での交流の可能性について検討する。

(3) - 4 オーストラリア

1 特性・ニーズ等

基礎情報

- ・面積：約 769 万km² ※日本の約 20 倍
- ・人口：2,720 万人 [2024:世界銀行]
- ・言語：英語
- ・宗教：キリスト教 43%，無宗教 38%
- ・名目 GDP：1 兆 7,522 億ドル [2024:世界銀行]
- ・一人当たり GDP：64,408 ドル [2024:世界銀行]
- ・経済成長率：1.4% [2024:世界銀行]
- ・在留邦人数：104,141 人 [2024.10:外務省]
- ・進出日系企業拠点数：852 拠点 [2024.10:外務省]

《特性》

【輸出関連】

- ・2024 年の日本産農林水産物・食品輸出額は、「清涼飲料水」、「アルコール飲料」、「調味料類」を中心に 328 億円で、国・地域別では第 9 位。
- ・移民の多いシドニーなどの都市圏では、ヴィーガン、ベジタリアン、グルテンフリーなど、様々な宗教・文化的背景を想定したメニューに対応している。
- ・日本食に対してはヘルシーとの認識が強く、関心も高い。
- ・健康志向が非常に強く、「添加物不使用」、「オーガニック」などの食品が好まれる。また、自然環境への配慮も重要であり、脱プラスチックの意識も高い。
- ・海洋に囲まれ独自の生態系を持つため、国際的にも検疫制度は厳しい。特に生鮮青果物、動物性原材料などは輸出できるものであっても厳しい検疫条件を満たすよう求められることが多い。

【観光関連】

- ・2024 年の来日外客数は 920 千人で、国・地域別では第 7 位。
- ・旅行時の消費額単価と平均泊数の値が他国・地域に比較して高く、長距離旅行に慣れている。
- ・旅行支出額における買い物代がアジア市場からの訪日客に比べると少なく、娯楽・サービス代（体験費用など）が多いことが特徴。
- ・オーストラリア人旅行者が訪日前に期待していたことの上位は、「日本食を食べること」、「自然・景勝地観光」、「繁華街の街歩き」。

《ニーズ》

- ・プラスチックの削減など環境への配慮や、アレルギーフリーなど健康ニーズへの対応、また、ベジタリアン対応など食習慣の変化への適応が、より一層求められる市場である。

2 本県との関わり

【誘客促進】

- ・2024年の本県への延べ宿泊者数は8,570人泊。
- ・オーストラリアに本社を置くクルーズ船社があり、同社の国際クルーズ船が本県に継続的に寄港。

【輸出拡大】

- ・2024年度の県産農林水産物の輸出額は、「牛肉」、「お茶」を中心に約5億円で、国地域別では第10位。

【国際交流】

《市町村姉妹・友好都市提携締結状況》

- ・県内2市において、オーストラリア国内の都市との姉妹・友好都市提携を締結。
 - ・鹿児島市：西オーストラリア州パース市(1974～)
 - ・指宿市：クイーンズランド州ロックハンプトン市(1980～)

《大学間学術交流協定等締結状況》

- ・県内2大学において、オーストラリア国内の大学等機関と5の学術交流協定等を締結。
 - ・鹿児島大学：ニューイングランド大学，シドニー工科大学，セントラルクイーンズランド大学
 - 〃 医歯学総合研究所：フリンダース大学
 - ・鹿児島純心大学：西シドニー大学

《県人会組織》

- ・シドニー鹿児島県人会(2017～)：約50人が在籍

《国際交流・協力団体等》

- ・鹿児島日豪協会

3 本県のこれまでの取組

【誘客促進】

- ・「鹿児島県観光振興基本方針（第4期）」では、直行便市場に次ぐ有望な戦略的市場として位置付けており、旅行会社の本県への招へいやSNS等のメディアを活用した情報発信等を実施。
- ・国際クルーズ船の誘致のため、国際クルーズ見本市に継続的に参加するなど、クルーズ船社・ランドオペレーターに本県の魅力を発信。

【輸出拡大】

- ・「養殖ブリ等」については、養殖カンパチ等の販路開拓を図るため、バイヤー産地招へいや商談会を実施。
- ・また、新たな県産品の販路を開拓するため、輸出商社と連携し、営業活動やバイヤー招へい等を実施。

4 取組の方向性

【誘客促進】

- ・食や自然・景勝地観光，繁華街の街歩きを好む傾向があるオーストラリア市場に向けて，郷土料理や天文館の街歩き，霧島・屋久島登山などの観光コンテンツを生かして，旅行会社の本県への招へいやSNS等のメディアを活用した情報発信を行う。
- ・訪日旅行消費額が高く，健康志向への関心も高いことから，ガストロノミーツアーリズムなどの鹿児島ならではの高付加価値なコンテンツの造成に取り組む。
- ・国際クルーズ船の寄港の継続及び新規の寄港増加に向けて，引き続き，本県の魅力発信など誘致に取り組む。

【輸出拡大】

- ・「養殖ブリ等」については，現地で養殖カンパチ等の認知度向上を図るため，現地サプライヤーと連携したシェフ向けのプロモーション等を実施する。
- ・健康志向の高まりや，環境保護などへの意識の高さなども捉えたプロモーションを検討する。
- ・これまで開拓した販路の維持・拡大や，更なる販路開拓を図るため，営業活動やバイヤー招へいなど，県内事業者と輸出商社が連携して行う取組を支援する。

(3) - 5 マレーシア

1 特性・ニーズ等

基礎情報

- ・面積：約 33 万km² ※日本の約 0.9 倍
- ・人口：3, 556 万人 [2024:世界銀行]
- ・言語：マレー語(国語)，中国語，タミル語，英語
- ・宗教：イスラム教(スンニ派が大多数)64%，仏教 19%，キリスト教 9%，ヒンズー教 6%
- ・名目 GDP：4, 220 億ドル [2024:世界銀行]
- ・一人当たり GDP：11, 867 ドル [2024:世界銀行]
- ・経済成長率：5. 1% [2024:世界銀行]
- ・在留邦人数：20, 025 人 [2024. 10:外務省]
- ・進出日系企業拠点数：1, 643 拠点 [2024. 10:外務省]

《特性》

【輸出関連】

- ・2024 年の日本産農林水産物・食品輸出額は、「牛肉」、「小麦粉」、「緑茶」を中心に 231 億円で、国・地域別では第 12 位。
- ・民族構成として、マレー系を中心にムスリムが約 6 割、中華系が約 2 割、インド系が 1 割弱を占め、多民族・多宗教国家を形成している。
- ・マレーシアはハラール産業を国家戦略の一環として支援しており、ハラール認証は政府（マレーシア連邦政府総理府イスラーム開発庁（JAKIM））主導で運営されるなど、世界的に見ても非常に厳格で信頼性が高い。
- ・また、中東やASEAN，ヨーロッパに向けたハラール食品の主要輸出国であり、ハラール産業のグローバル・リーダーを目指している。
- ・ノンハラール商品の販売が禁じられているわけではないため、ノンハラールの商品もマレーシアの輸入規制を満たせば輸出が可能。
- ・日本食レストランは都市部だけでなく、地方にも広く分布するなど、日本食が幅広く受け入れられている。
- ・1981 年に提唱されたルックイースト政策（東方政策）の影響で親日家，知日家が多く、日本産食材や製品への信頼が厚い。また，アニメや漫画も人気が高い。
- ・健康志向や美容への意識が富裕層・中間層を中心に高まりを見せている。

【観光関連】

- ・2024 年の来日外客数は 507 千人で、国・地域別では第 13 位。
- ・東京から京都・大阪間のいわゆるゴールデンルートが依然として主流の訪問先であり，九州はゴールデンルートや北海道などを旅行したことがあるリピーター客からの人気が高い。
- ・訪日客の大半は，人口の 2 割を占める中華系マレーシア人であるが，今後は，

人口の6割を占めるムスリムの所得増などにより、旅行者の増加が見込まれる。

- ・マレーシア人旅行者が訪日前に期待していたことの上位は、「日本食を食べること」、「ショッピング」、「自然・景勝地観光」。

《ニーズ》

- ・サステナビリティにも注目が集まっており、オーガニック食品や環境に配慮した製品の需要が高まっている。また、日本食レストランの増加に伴い、水産物、和牛及びアルコール飲料の需要が増加している。

2 本県との関わり

【輸出拡大】

- ・2024年度の県産農林水産物輸出額は、「さつまいも」、「養殖カンパチ」を中心に約5,100万円。

【誘客促進】

- ・2024年の本県への延べ宿泊者数は2,620人泊。

【国際交流】

- ・「鹿児島県ASEANディレクター」を設置し、ASEAN地域における市場情報の収集や人的ネットワークの構築等を推進(2016～)。

《市町村姉妹・友好都市提携締結状況》

- ・県内1市において、マレーシア国内の都市との姉妹・友好都市提携を締結。
〔・日置市：スランゴール州スバンジャヤ市(2012～)〕

《大学間学術交流協定等締結状況》

- ・県内1大学において、インドネシア国内の大学等機関と9の学術交流協定等を締結。
〔・鹿児島大学：マレーシアトレンガヌ大学，マレーシアサバ大学，マレーシアプトラ大学，マレーシア国際イスラム大学，マレーシア工科大学
〃 歯学部：マラヤ大学医学部
〃 水産学部：マレーシア科学大学，トレンガヌ大学
〃 国際島嶼教育センター：サバ大学島嶼研究所〕

《県人会組織》

- ・マレーシア鹿児島県人会：約40人が在籍

《国際交流・協力団体等》

- ・鹿児島県マレーシア友好協会

3 本県のこれまでの取組

【輸出拡大】

- ・『南の宝箱 鹿児島』輸出拡大ビジョン』では、ASEAN諸国を輸出重点国・地域として位置付けている。
- ・「養殖ブリ等」については、養殖カンパチ等の販路開拓を図るため、バイヤー産地招へいや、小売店・レストラン、ホテルでのプロモーションを実施。
- ・本県農林水産物及び加工食品の輸出先の多角化に向けて、新たな市場の開拓に必要な規制や物流、習慣等に関する詳細な情報について調査を実施。

4 取組の方向性

【輸出拡大】

- ・「養殖ブリ等」については、他県産ブリ等の輸出が進んでいるため、更なる販路拡大に向けて、輸出パートナーや現地プレーヤーの発掘を行う。
- ・「さつまいも」については、認知度向上及び販路拡大に向けて、現地小売店等と連携したフェア開催や、現地の新たなニーズに対応した有機栽培のさつまいもや品種の豊富なラインナップを前面に出した売り込みにより、現地産・国内他県産との差別化を図る。
- ・「柑橘（きんかんや大将季等）」については、小売店や生産者等と連携し、バイヤー招へいやフェア等の開催を通じて、本県産きんかん・大将季の需要拡大を図るほか、安定した量・品質、サイズを前面に出した売り込みにより、国内他県産との差別化を図る。
- ・「牛肉」については、当面は県外のハラール認証を受けた食肉処理施設を活用した輸出の取組を支援するとともに、市場調査の結果や県内食肉事業者の意見を踏まえながら、輸出促進のための方策について検討を進める。

【誘客促進】

- ・訪日客の大半を占める中華系マレーシア人や、今後、更なる経済成長に伴って所得増加が見込まれる中間所得層をターゲットとして、県産品の現地フェア等と併せた誘客プロモーションを検討する。

6 重点プロジェクト

本県の強みを生かした特に成長が見込まれるものや、底上げの必要があるものなど、重点的に取り組む施策を位置付けるものとする。

I 農林水産物等輸出拡大プロジェクト

- (1) 最大の輸出先 米国への更なる販路拡大
- (2) EU, 香港, 台湾等への販路拡大
- (3) 新たな輸出先国への販路開拓
- (4) 国際クルーズ船への県産農林水産物等の供給
- (5) 輸出に当たっての規制等への対応

II 国際観光促進プロジェクト

- (1) 戦略的なプロモーションの展開
- (2) 受入環境の強化
- (3) 国際航空路線の維持・拡充
- (4) 国際クルーズ船の誘致

III 製造業等における海外企業との取引拡大プロジェクト

- (1) 食品関連製造業の海外との取引拡大
- (2) 半導体関連企業の海外との産業交流促進

IV 外国人と日本人が安心して暮らせる環境づくりプロジェクト

- (1) 多言語による相談体制等の充実
- (2) 日本語学習に対する支援
- (3) 企業や地域における受入環境の整備

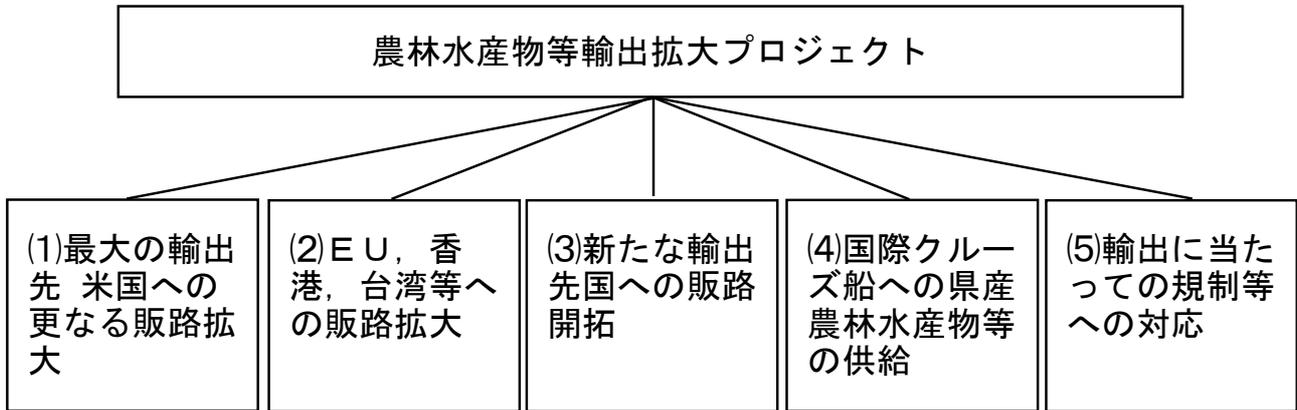
V 国際交流推進プロジェクト

- (1) 交流会議等を核とした国際交流の深化
- (2) 新たな国・地域との関係構築
- (3) 人的ネットワークの形成と各種施策との連携
- (4) 次世代をリードする人材の育成

I 農林水産物等輸出拡大プロジェクト

1 目的（ねらい）

最大の輸出先国である米国への更なる販路拡大に取り組むとともに、EU等の既存の輸出先国への販路拡大や新たな輸出先国への販路開拓など輸出の多角化に取り組み、県産農林水産物や加工食品の輸出拡大を図る。



2 概要

(1) 最大の輸出先 米国への更なる販路拡大

米国は、本県農林水産物の輸出額の半分（養殖ブリとお茶に関しては8割以上）を占める最大の輸出先国である。これまでは西海岸への輸出が中心であり、米国の南部や東海岸への販路開拓は十分でないことから、西海岸を中心とした既存商流の販路拡大を図るとともに、南部や東海岸への販路開拓を図る。併せて、現地の非日系商流に対する積極的な販路開拓を図る。

(2) EU, 香港, 台湾等への販路拡大

米国に次ぐ輸出先国であるEUや香港、台湾などにおいて、引き続き販路拡大を図る。

EUについては、有機抹茶など有機食品に対するニーズやアニマルウェルフェアへの意識が高いことから、有機栽培茶の需要に対応できる生産対策や、アニマルウェルフェアへの対応など供給体制の強化を図るとともに、食品展示会等への出展支援など販路拡大を図る。

香港・台湾については、日本産農林水産物の産地間競争や価格競争が激しいことを踏まえ、それぞれの嗜好性や輸出市場の状況に応じた販売促進活動等を行い、販路拡大を図る。

中国については、日中政府の動向を注視し、適宜、「養殖ブリ等」や「牛肉」の輸出再開を見据えた対応を行う。

(3) 新たな輸出先国への販路開拓

米国の相互関税措置など海外市場の不確実性が高まる状況においては、既存の輸出先国への販路拡大に加え、新たな輸出先国への販路開拓など輸出先国の多角化を図ることが重要である。今後、成長が見込まれ、日本産品の競合

が少ないインドや中東市場での県産品の優位性を確立するため、それぞれの市場の特性に応じた販路開拓を図る。

(4) 国際クルーズ船への県産農林水産物等の供給

県産品の新たな販路開拓を図るため、本県への寄港が増加している国際クルーズ船に対して、シップチャンドラー（船用品納入業者）と連携して、品目横断的に県産食材を供給できる体制の構築を図る。

(5) 輸出に当たっての規制等への対応

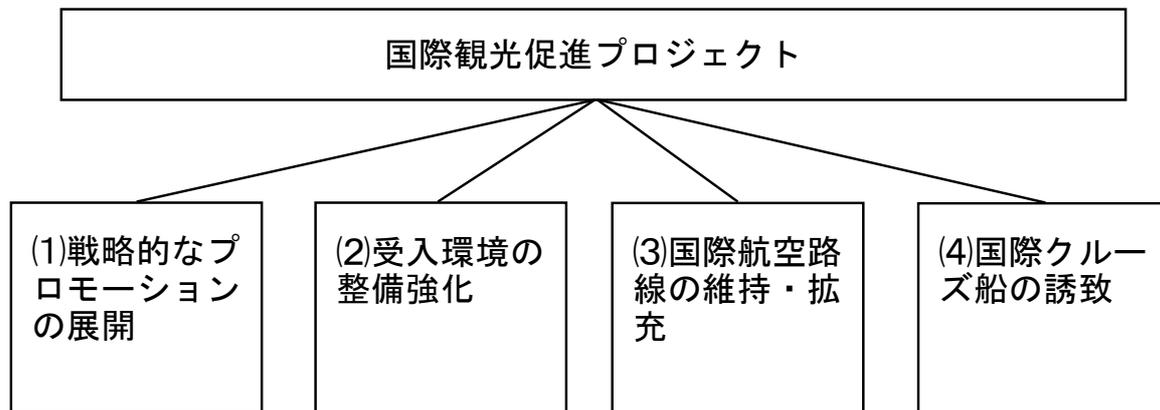
輸出先国・地域によっては、輸出に当たって各種規制等への対応が必要である。EUにおけるアニマルウェルフェア、使用禁止薬剤・森林減少防止、包装資材に係る規制への対応などの取組を促進する。また、EUの厳しい基準に適合した鯉節製造技術の実用化の実証や、現地での販売促進活動等を実施する。

イスラム圏への牛肉の輸出に向け、食肉事業者の意見を踏まえながら、ハラール認証取得など輸出促進のための方策について検討する。

Ⅱ 国際観光促進プロジェクト

1 目的（ねらい）

直行便市場（韓国，中国，台湾，香港）や戦略的市場（シンガポール，タイ，ベトナム，欧米豪）における誘客促進に取り組むとともに，国際航空路線の拡充や国際クルーズ船の誘致など，本県への更なる観光客誘致を図る。



2 概要

(1) 戦略的なプロモーションの展開

国・地域ごとの特性に基づいて，ターゲットや売り込むコンテンツ（温泉，食など）を設定し，SNSや旅行予約サイト（OTA）と連携した情報発信に加え，航空会社と連携したプロモーションや，旅行博覧会への出展，各種メディアや旅行会社の招請等による旅行商品化の促進などの誘客促進を実施する。

ゴールデンルートをはじめ，他の都道府県を訪れた外国人旅行客を本県へ誘客するために各種プロモーションの実施や，九州観光機構等と連携した周遊を促進するなど，海外からの誘客を促進する。

(2) 受入環境の整備強化

本県を訪れた外国人観光客が安心・快適に周遊できるよう，引き続き，観光案内標識や観光案内板の多言語表記の整備のほか，無料Wi-Fiやキャッシュレス決済の導入促進など受入環境整備を促進する。

また，フードダイバーシティに対応した受入体制の整備や，地域の多様な観光関係事業者と連携し，地域資源を活用した高付加価値なコンテンツの造成やガイド人材の育成など受入体制の整備に向けた取組を促進する。

(3) 国際航空路線の維持・拡充

鹿児島空港の国際化促進に向けて，航空会社に対する運航支援により，鹿児島空港発着の国際定期路線の拡充及び安定的な運航を図るとともに，定期便就航に向けたチャーター便の運航支援など，新たな路線開設の取組推進を図る。

アウトバウンドの利用拡大に向けて，航空会社への需要喚起支援を行うと

ともに、パスポート取得や団体利用に対する渡航助成を実施する。

鹿児島空港については、国内外の既存の航空路線の維持・拡充を図りつつ、新規路線就航に向けて、関係者と連携したエアポートセールス等を展開するとともに、ターミナルビルの整備を含めた今後の鹿児島空港のあり方について、関係者と議論を進める。

(4) 国際クルーズ船の誘致

クルーズ船については、2025年の本県への国内・国際クルーズ船を合わせた寄港実績が過去最高の183回となっている。引き続き、船社等へのセールスや鹿児島発着クルーズの造成支援など、更なる国際クルーズ船の誘致に努め、寄港の継続及び新規の寄港増加を図る。

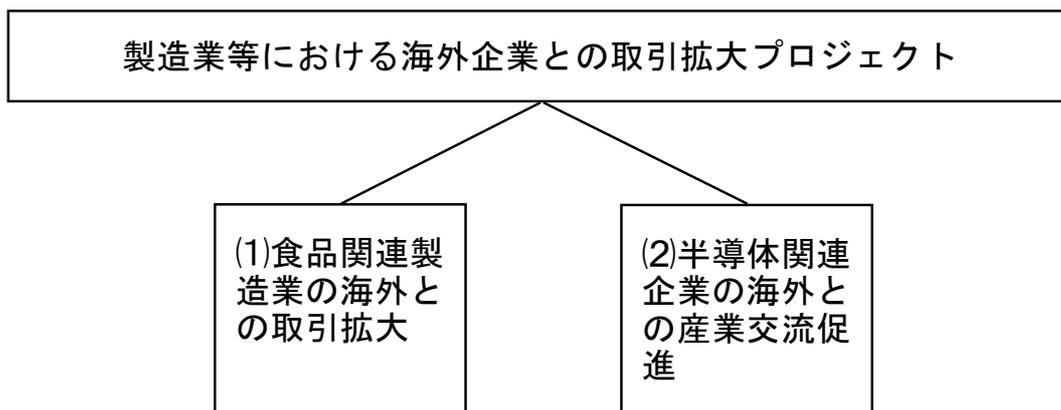
また、県内各地の港湾等への寄港する通船等も利用したラグジュアリー船の誘致や水上交通や新幹線等を活用したツアーなど、経済効果を県内全体に波及させるための取組を推進する。

マリンポートかごしまについては、民間企業と連携した新たな旅客ターミナルの整備や北ふ頭旅客ターミナルへのC I Q機能導入など、クルーズ船の受入に必要な施設整備を推進するなど、外国人観光客の受入体制整備を図る。

Ⅲ 製造業等における海外企業との取引拡大プロジェクト

1 目的（ねらい）

県内製造業が成長を続けていくため、国内市場の販路維持・拡大だけでなく、海外市場への販路開拓・拡大に取り組むとともに、九州における台湾の世界的半導体製造企業の動きを捉えた、サプライチェーンへの参入や半導体関連企業の本県への拠点設置の促進に取り組む。



2 概要

(1) 食品関連製造業の海外との取引拡大

我が国の人口減少に伴い、国内市場が縮小していく中、本県の製造業の出荷額の約1/2を占める食品関連製造業においては、輸出の重要性が高まっている。

県内食品関連製造業の海外での商談会等への参加などを支援し、海外企業との取引拡大を図る。また、輸出先国の規制に対応するために必要な施設・設備等の整備を促進する。

(2) 半導体関連企業の海外との産業交流促進

台湾の世界的半導体製造企業TSMCのサプライヤーの九州への進出が進んでいる。

同社のサプライチェーンへの参入を狙い、九州における商談会・展示会等への参加に加え、MOUを締結している台日産業連携推進オフィス（TJPO）の協力を得ながら、多くの台湾企業が集まる現地での商談会・展示会等への参加や営業活動などの県内半導体関連企業の取組を支援する。

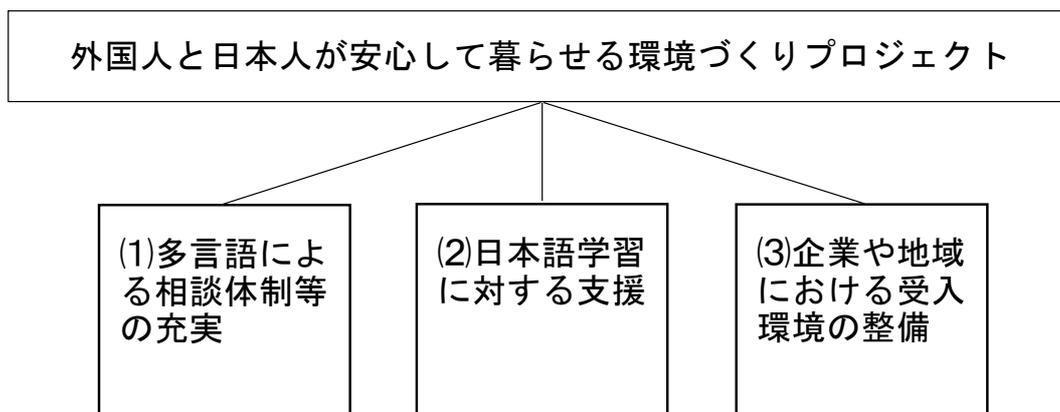
併せて、同社のサプライヤーをはじめとする台湾の半導体関連企業の本県への拠点設置を促進するため、台湾において本県立地環境のPRを行う。

IV 外国人と日本人が安心して暮らせる環境づくりプロジェクト

1 目的（ねらい）

人手不足が深刻化する中、外国人材は地域経済を支える貴重な人材であり、また、地域社会の重要な構成員である。全国的に在留外国人が増加する中、本県でもこの10年で約2.8倍※に増加している。在留外国人の本県への定着を図るため、安心して働くための就業環境の整備に加え、多言語による相談体制等の充実や、家族を含めた日本語学習に対する支援、外国人と地域住民との交流促進など、多文化共生社会の実現に向けて取り組む。

※2014年末：6,733人→2024年末：18,972人（出入国在留管理庁発表）



2 概要

(1) 多言語による相談体制等の充実

外国人材の定着には、外国人に対する情報の多言語化や相談体制の充実、生活面や防災など幅広い分野での支援が必要であることから、在留外国人が、生活に係る適切な情報や相談場所に到達できるようにするための外国人総合相談窓口の運営など、多言語による相談体制や情報提供等の充実を図る。

(2) 日本語学習に対する支援

2027年4月に開始される育成就労制度においては、日本での生活及び従事させる業務に必要な日本語能力の修得が要件とされている。また、今後、外国人材の長期就労が増え、県内で家族を帯同することができる特定技能2号や技術・人文知識・国際業務の在留資格を有する外国人材の増加が予想される。

このため、外国人材の定着に向けて、日本語学習支援e-ラーニングシステムの提供など外国人材の日本語教育体制の充実を図る。また、日本語指導が必要な児童生徒に対する習熟の程度に応じた指導など外国人材の家族に対する日本語学習支援を行う。

市町村や関係団体等と連携して、地域において日本語教育に取り組む体制の整備等を図る。

(3) 企業や地域における受入環境の整備

外国人材の受入れ・定着に向け、外国人材の適切な受入れ・雇用管理等の企業向けセミナーの開催など安心して働くための就業環境の整備を図る。

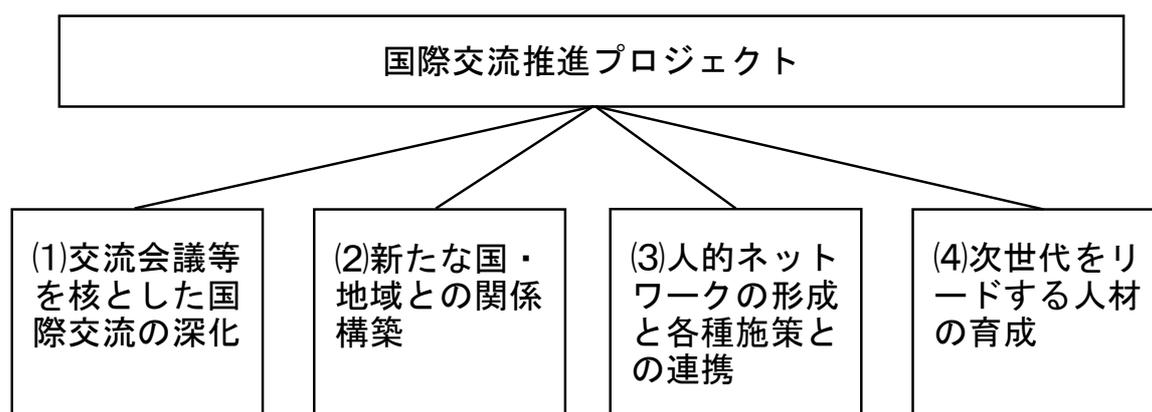
自治会等が行う外国人と地域住民との交流等を促進するとともに、地域住民等を対象とした多文化共生の理念・必要性等を学ぶ講座を開催するなど、多文化共生の意識の醸成を図る。

V 国際交流推進プロジェクト

1 目的（ねらい）

香港、シンガポール等との長年にわたる交流や、各国・地域の自治体等との交流を引き続き推進するとともに、これまでの交流で培った人脈を活かした産業振興に繋がるネットワークづくりに取り組む。併せて、インドとの地域間交流などの関係構築を図る。

また、青少年の海外派遣など、県民の海外体験を促進し、次世代をリードする国際人材の育成を図る。



2 概要

(1) 交流会議等を核とした国際交流の展開

香港、シンガポール、韓国全北特別自治道、中国江蘇省との長年にわたる交流会議、交流協議会などを核とした交流を推進する。

また、台湾屏東県などの地域や、中国・北京の清華大学との交流についても、経済等多様な分野における交流を展開し、人材育成や人的ネットワークの構築を図る。

ベトナム・ハイフォン市との交流については、旧ハイズオン省との協定を踏まえ、今後の交流のあり方について協議する。

(2) 新たな国・地域との関係構築

これまで交流を行っている国・地域に加え、世界最大の人口を有し、高い経済成長が続くインドについては、日印間で新たな姉妹都市や州・県間の連携を促進する動きもあることから、地域間交流の実施や協定の締結など関係構築を図る。

(3) 人的ネットワークの形成と各種施策との連携

交流会議等関係者や海外県人会など本県とゆかりのある関係者など、これまで培ってきた海外との人的ネットワークの充実・強化を図るとともに、他の国際関連施策と有機的連携を図ることにより、本県の観光や輸出など産業振興にも繋がる取組を推進する。

(4) 次世代をリードする人材の育成

グローバル化が一層進展する中、国際的な視野と先見性、語学力、コミュニケーション能力等を有した人材の育成が求められている。

このため、アジア経済圏の主要都市に本県の青少年を派遣し、訪問国の若い企業人等との交流や、現場体験活動を実施する。また、県内の中学・高校と海外校との間で、オンライン交流プログラムを実施するとともに、生徒を交流先へ派遣する。

海外の優れた経営や取組の研修を通じ、国際的感覚や経営の多角化などの意識を高め、地域経済を支えるリーダーとして活躍できる人材の育成を目的とした海外派遣を促進する。

●基礎情報①

		面積	人口	名目GDP	一人当たりGDP	経済成長率	在留邦人数	進出 日系企業 拠点数
			[2024]	[2024]	[2024]	[2024]	[2024.10]	[2024.10]
(1)人的・物的交流の 更なる深化を図る国・地域								
	米国	約983万km ²	3億4,011万人	29兆1,849億ドル	85,810ドル	2.8%	413,380人	9,639拠点
	中国	約960万km ²	14億897万人	18兆7,438億ドル	13,303ドル	5.0%	97,538人	30,864拠点
	香港	約1,100km ²	752万人	4,071億ドル	54,107ドル	2.5%	22,877人	1,500拠点
	台湾	約3万6,000km ²	2,342万人	7,560億ドル [2023]	32,300ドル [2023]	1.4% [2023]	21,696人	1,595拠点
	韓国	約10万km ²	5,175万人	1兆7,128億ドル [2023]	33,121ドル [2023]	1.4% [2023]	43,064人	3,003拠点
	シンガポール	約720km ²	604万人	5,474億ドル	90,674ドル	4.4%	32,565人	4,558拠点
(2)人的・物的交流の 強化を図る国・地域								
EU	フランス	約54万9,134km ²	6,852万人	3兆1,621億ドル	46,151ドル	1.2%	37,056人	835拠点
	ドイツ	約35万7,000km ²	8,351万人	4兆6,599億ドル	55,800ドル	-0.2%	43,513人	1,902拠点
	英国	約24万3,000km ²	6,923万人	3兆6,438億ドル	52,637ドル	1.1%	64,066人	925拠点
	タイ	約51万4,000km ²	7,167万人	5,264億ドル	7,345ドル	2.5%	70,421人	6,083拠点
	ベトナム	約32万9,241km ²	1億99万人	4,764億ドル	4,717ドル	7.1%	17,410人	2,543拠点
(3)人的・物的交流の 構築を図る国・地域								
	インド	約329万km ²	14億5,094万人	3兆9,127億ドル	2,697ドル	6.5%	8,102人	5,205拠点
中東地域	UAE	約8万3,600km ²	1,088万人	5,371億ドル	49,378ドル	3.8%	4,775人	343拠点
	サウジアラビア	約215万km ²	3,530万人	1兆2,375億ドル	35,057ドル	1.8%	661人	118拠点
	インドネシア	約192万km ²	2億8,349万人	1兆3,963億ドル	4,925ドル	5.0%	14,934人	2,409拠点
	オーストラリア	約769万km ²	2,720万人	1兆7,522億ドル	64,408ドル	1.4%	104,141人	852拠点
	マレーシア	約33万km ²	3,556万人	4,220億ドル	11,867ドル	5.1%	20,025人	1,643拠点

日本	約37万7,975km ²	1億2,398万人	4兆262億ドル	32,476ドル	0.1%
----	--------------------------	-----------	----------	----------	------

●基礎情報②

	輸出関連			観光関連		人材関連		
	日本産農林 水産物・ 食品輸出額	県産 農林水産物 輸出額	日本食 レストラン数	来日外客数	本県への 延べ宿泊数	在留者数 (全国)	在留者数 (うち本県)	
	[2024]	[2024]	[2023. 10]	[2024]	[2024]	[2024. 12]	[2024. 12]	
(1)人的・物的交流の 更なる深化を図る国・地域								
米国	2,429億円	236.93億円	26,040店舗	2,724,594人	24,130人泊	66,111人	327人	
中国	1,681億円	44.48億円	78,760店舗	6,981,342人	85,540人泊	873,286人	1,753人	
香港	2,210億円	44.44億円	1,400店舗	2,683,391人	70,640人泊	—	—	
台湾	1,703億円	40.49億円	7,440店舗	6,044,316人	65,520人泊	70,147人	148人	
韓国	911億円	4.87億円	18,210店舗	8,817,765人	126,960人泊	409,238人	488人	
シンガポール	557億円	11.68億円	1,210店舗	691,226人	14,770人泊	3,663人 [2024. 6]	5人 [2024. 6]	
(2)人的・物的交流の 強化を図る国・地域								
EU	フランス	144億円	48.03億円 ※EU向け合計	4,680店舗	385,071人	7,700人泊	15,938人 [2024. 6]	34人 [2024. 6]
	ドイツ	161億円		1,220店舗	325,870人	8,370人泊	8,167人 [2024. 6]	29人 [2024. 6]
英国		132億円	3,300万円	1,260店舗	437,230人	6,740人泊	21,139人	106人
タイ		628億円	14.74億円	5,330店舗	1,148,848人	4,620人泊	65,398人	139人
ベトナム		862億円	5.90億円	1,620店舗	621,173人	1,540人泊	634,361人	5,754人
(3)人的・物的交流の 構築を図る国・地域								
インド		30億円 [2022]	4,600万円	410店舗	233,061人	450人泊	53,974人	70人
中東地域	UAE	101億円	3,300万円	170店舗	10,270人 [2023]	—	74人 [2024. 6]	0人 [2024. 6]
	サウジアラビア	21億円 [2022]	—	150店舗	12,380人 [2023]	—	323人 [2024. 6]	0人 [2024. 6]
インドネシア		127億円	—	4,000店舗	517,651人	1,710人泊	199,824人	3,749人
オーストラリア		328億円	4.63億円	2,000店舗	920,196人	8,570人泊	11,211人 [2024. 6]	49人 [2024. 6]
マレーシア		231億円	5,100万円	1,890店舗	506,883人	2,620人泊	11,776人 [2024. 6]	42人 [2024. 6]