

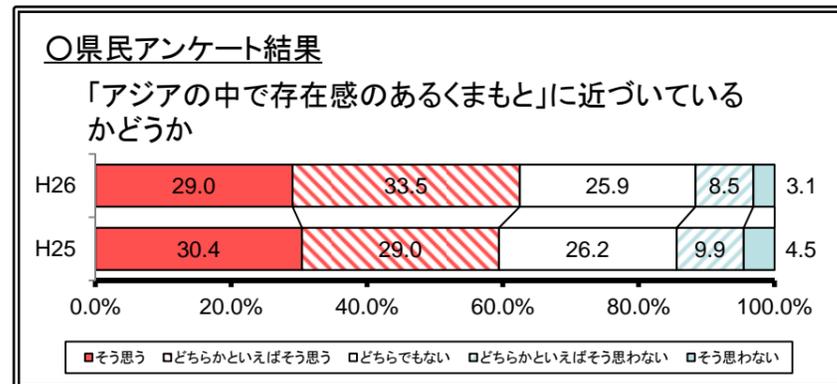
(総括評価表Ⅱ)

“アジアとつながる”～「アジアの中で存在感のあるくまもと」をめざします～

1 実現に向けて推進する戦略

戦略5 **アクション・アジア**
～成長するアジアの市場に打って出ます～

- ① **アジアに打って出る**
- ② **アジアから呼び込む**



2 戦略指標の動向

※ 下表の「指標の動向」・「達成状況」欄は目標値の種類に応じて次により整理。

| 目標値の種類 | 「指標の動向」 | 「達成状況」 |
|---------------------------|---------|--------|
| 戦略策定時から最終年度までの累計値で見えていく指標 | ↑ | ☆ |
| 最終年度(単年)の実績値で見えていく指標 | → | ★ |

| 指標 | 戦略策定時(年度) | H24実績値(H25評価) | H25実績値(H26評価) | 単位 | 指標の動向(策定時との比較) | 目標値(H27年度) | 種類 | 達成状況 | |
|----|---------------------------------------|---------------|---------------|-----|----------------|------------|------------|------|---|
| ① | アジア地域への輸出及び進出を行っている県内企業・農業団体等の数(中国) | 延べ57(H23) | 66 | 120 | 延べ数 | ↑ | 延べ86 | 累計 | ☆ |
| | アジア地域への輸出及び進出を行っている県内企業・農業団体等の数(アセアン) | 延べ27(H23) | 33 | 120 | 延べ数 | ↑ | 延べ40 | | |
| | アジア地域への輸出及び進出を行っている県内企業・農業団体等の数(台湾) | 延べ16(H23) | 21 | 54 | 延べ数 | ↑ | 延べ23 | | |
| ② | 延べ外国人宿泊者数 | 33万人/年(H22) | 30 | 42 | 万人 | → | 60万人/年 | 単年 | |
| | うちアジアからの延べ外国人宿泊者数 | 30万人/年(H22) | 28 | 40 | 万人 | → | 55万人/年 | 単年 | |
| | 留学生の数 | 575人/年(H23) | 655 | 684 | 人 | → | 1,000人以上/年 | 単年 | |

3 平成25年度の主な成果・今後の課題や方向性

【戦略5】アクション・アジア～成長する市場に打って出ます～

平成25年度の主な成果

今後の課題や方向性

海外戦略を総合的に企画・推進する海外展開推進本部を設置し、アジアとのつながりの強化、本県産業のマーケットの拡大を図った。具体的に、輸出促進アドバイザーを活用した新規事業者の掘り起こしやシンガポール・香港での延べ52品目の物流実証、延べ18業者・50品目の販売実証、台湾の高雄市との交流を軸にした県産品の販路拡大、これらの国・地域での知事トップセールスや物産展開催、中国広西壮族自治区での中国-アセアン博への出展支援などにより、マーケットの開拓を進めた。また、中国・ベトナム向けの木材のテスト輸出、製造業関連企業のアセアン地域の市場調査への支援等を通じて相手国の現況把握が進むとともに、農林水産物に係るオール熊本での輸出支援体制が整備・強化された。

ポートセールスの展開では、熊本港、八代港のコンテナ取扱数が前年比で約25%増加し、八代港では、新規国際航路3便(プサン、大連・青島、上海)の運航開始、大型船舶対応の水深14m航路の整備やガントリークレーンの大型化を進めた。

海外からの誘客について、外国人宿泊者数が前年比で約4割増加し過去最高となり、国際航空路線の誘致・拡充では、知事トップセールス等の結果、ソウル線では就航後初となる5日連続便、台湾線では連続50便を含む過去最高となる115便のチャーター便が実現した。さらに、国内初となるH27年の認知症アジア学会開催が決定し、同分野での今後の交流促進が見込まれる。

SNSや人的ネットワークなどを効果的に活用して、アジア地域での熊本の認知度を高めていく必要がある。また、相手国の需要や商流、商習慣などを把握し、適合する品目や事業者の選定・掘り起こしを進めるとともに、専門的な相談・助言体制の構築や人材養成に向けた講座、研修開催等の支援を進める必要がある。

ポートセールスの展開では、熊本・八代両港の既利用企業の維持と同時に、利用荷主の掘り起こしを強化し、貨物量の確保を図ることで、増便や新規航路の誘致につなげる。加えて、水深14m航路やガントリークレーン、その他港湾機能の着実な整備と維持管理を進める。

海外誘客に向けて、多様なニーズを踏まえた旅行商品の造成や販売促進、ハード・ソフト両面での受入環境の整備を進める。さらに、誘致を進める国際航空路線の中でも、特に台湾線は機材繰りの調整という最終段階にあるため、航空会社等との協議を継続し、定期便の開設を実現する。



〔アジアでの物産展〕



〔香港バイヤー招へい商談会〕