

# とちぎ国際戦略～世界から選ばれるとちぎ～（仮称）骨子案

## 目 次

	ページ
I 策定趣旨	1
1 背景と経過	
2 戦略の位置づけ	
3 推進期間	
II 栃木県を取り巻く環境	1
1 人口動態	
2 グローバルリスク	
3 技術革新	
III 栃木県の目指す国際化	2
1 目標（目指す姿）	
2 基本姿勢	
3 基本戦略（戦略の4本柱）	
IV 取組の方向性	3
V 重点エリア	5
VI 推進体制	5
VII 進行管理	5

## I 策定趣旨

### 1 背景と経過

県では、平成28年3月に「とちぎ国際化推進プラン2016～2020」を策定、5年間に取り組むべき基本施策を示し、国際化に向けた取組を実施してきた。  
その後、新たな経済連携協定の発効や外国人材の受入れ拡大等、大きな環境変化を踏まえ、平成31（2019）年4月、「国際戦略推進本部」を設置した。  
県勢の持続的発展には、本県の魅力・実力を世界に発信し、様々な地域間競争に打ち勝つ必要がある。  
そのため、関係者がビジョンを共有し、積極的に挑戦するために戦略を策定する。

### 2 戦略の位置づけ

栃木県重点戦略「とちぎ元気発信プラン」の次期プランに掲げる目指すとちぎの将来像の実現に向け、本県国際化を推進するための考え方や取組の方向性等を示すもの

### 3 推進期間

令和3（2021）年度～令和7（2025）年度

## II 栃木県を取り巻く環境

### 1 人口動態

世界の人口は増加し続けているが、日本は人口減少・超高齢社会を迎え、今後も生産年齢人口の減少、国内市場の縮小が予想されている。  
一方、日本を訪れる外国人や、日本で暮らしたり、働いたりする外国人は増加傾向にあったが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、人の動きが制限された。

### 2 グローバルリスク

1990年代以降、グローバル化が進展してきたが、近年発生している過去に類例がない自然災害、新型コロナウイルス感染症等は、ヒトやモノの移動を遮断する等、深刻な影響を及ぼしている。  
今後のグローバル化の潮流に生じる変化、日本の進路や対外政策のあり方等を注視していく必要がある。

### 3 技術革新

技術革新のペースは年々速くなっており、デジタル技術の進展やテクノロジーの発達等は、ビジネスモデルを変えるにとどまらず、EC（電子商取引）市場の拡大や新たなサービスの普及等、人々の生活を様変わりさせてしまうほどの影響力を持つようになっている。  
また、人手不足等の課題の解決や、生産性や付加価値の向上等の実現が期待されている。

### Ⅲ 栃木県の目指す国際化

#### 1 目標（目指す姿）

##### ◆ 世界から選ばれるとちぎ

- 本県の魅力・実力が世界から評価され、それが県内産業の発展や地域活性化につながっている“とちぎ”
- 日本人と外国人とが互いの文化的な違いを認め、対等な関係を築きながら共生している“とちぎ”
- 県民、事業者、関係団体、行政等、様々な主体が本県の国際化のために連携している“とちぎ”

#### 2 基本姿勢

##### ○ 強みを生かす

- 世界に誇る、または潜在的なとちぎの強みを生かす

##### ○ 連携する

- 県内関係者が連携して取り組むとともに、他自治体、相手国等とも連携する

##### ○ 挑戦する

- 意欲のある県民や事業者等とともに、国際競争に挑戦する

#### 3 基本戦略（戦略の4本柱）

##### グローバル展開の促進

- ・ 県内企業の海外展開支援や、県産品・県産農産物のブランド力の強化により、輸出を促進
- ・ 世界で活躍するグローバル人材の育成

##### 外国人観光客の誘客推進

- ・ 様々な媒体を駆使して県内の観光資源の魅力を効果的にPRするとともに、外国人旅行者が快適に観光を満喫できるよう受入態勢を強化

##### 国際交流・協力の促進

- ・ 東京オリンピック・パラリンピックを契機とし、様々な国や地域との交流を推進するとともに、県民の豊かな国際感覚の醸成を促進
- ・ 国際協力の理解・参加を促進

##### 多文化共生の推進

- ・ 市町や関係団体等と連携し、生活・就労環境の整備を促進することにより、外国人の誰もが働きやすく、暮らしやすい、魅力ある地域づくりを推進

デジタル技術の活用（オンライン商談・交流等）

## IV 取組の方向性①

### グローバル展開の促進

【主な取組】	【主な現状】 丸囲み数字は年/年度	【主な課題等】
1 県内企業の海外展開支援	① 海外展開企業：平成28年度から令和元年度にかけて約6.4%増加(265社→282社) ② 留学生等：合同企業説明会に参加する県内留学生が増加(㊸79名→①122名)	① 海外展開企業数が伸びていない食料品製造業への支援が必要 ② 企業や留学生等からのニーズを踏まえ、更なるマッチングが必要
2 県産品の輸出促進	① 輸出企業：輸出している食料品製造業数は減少(㊸17社→①16社) ② 日本酒：世界的な和食ブームを背景に全国的な輸出量は増加 一方、本県は直近で輸出量が減少(㊸1,163kℓ→㊹1,071kℓ)	① 海外展開に係る人材、ノウハウや資金等不足 ② 輸出先等の偏り、輸出に当たっての蔵元のノウハウ不足
3 県産農産物の輸出促進	① 輸出額：令和元年度は天候不順や新型コロナウイルス感染症の影響等により、8年ぶりに前年度から減少(㊹3.69億円→①3.11億円)	① 輸出に取り組む産地や生産者が限られており、主要品目の輸出額が鈍化。また、国際情勢の急変により、国外でのPRが困難となるリスクが存在
4 学校教育におけるグローバル人材の育成	① 大学生：海外留学に対し、平成27年度以降、累計200名に支援 ② 高校生：講演会による留学機運醸成等により、留学する高校生は増加傾向(㊸288名→①397名) ※新型コロナウイルス感染症の影響により、①の留学実施人数は170名 また、英語ディベート等の学習活動も普及(㊸11校→①57校)	① グローバル社会を担う人材育成のための資金確保 ② グローバル・コミュニケーション・スキル強化の留学プログラム内容の充実。また、英語による学習活動の充実
5 外資系企業の誘致・定着促進	① 新規立地：全国で計45件(令和元年) 本県は、平成27年度以降、2企業に産業団地の現地案内を実施したが、新規立地に至らず	① 魅力的な産業団地の造成、外資系企業誘致のためのスキルを持つ人材の育成、本県の投資環境について興味・関心をもってもらえるようなPRを行うことが必要

### 外国人観光客の誘客推進

【主な取組】	【主な現状】 丸囲み数字は年/年度	【主な課題等】
1 外国人観光客の誘客強化	① 旅行需要：新型コロナウイルス感染症の影響による各国の渡航制限などから、世界的に停滞 ② 宿泊者数：中国・台湾など東アジアに加え、米国からの宿泊者が多い(①台湾48.9千人、中国(大陸)36.3千人、米国21.2千人)	① アフターコロナに対応した誘客対策 ② 東アジア、東南アジアからの誘客に加え、特定の国・地域に偏らないバランスの取れた新たな市場の開拓
2 外国人観光客の受入態勢の整備	① 受入態勢：案内標識の多言語化や無料公衆無線LAN環境の整備率は4～5割 安心・安全かつ満足度の高いコンテンツも不足	① 外国人観光客に対する基本的な受入環境整備に加え、新たな旅行スタイルに対応した観光地づくり

## IV 取組の方向性②

### 国際交流・協力の促進

【主な取組】	【主な現状】 丸囲み数字は年/年度	【主な課題等】
1 友好交流の推進	① 浙江省 : 交流員の相互受入(㉔～㉒10名)を始め、経済団体の来県(㉓6名)や民間団体による積極的な交流(㉔～㉑189名)等が継続 ② インドネシア州 : 交流員の受入(㉔～㉒2名)、大学間の交流(㉔～㉑21名)等が継続 本県本企業が平成28年に現地で操業開始 ③ ガオクリューズ県 : 民間団体による交流が長年にわたり継続(㉔～㉑70名)、令和元年に行政間の交流が再開 ④ 県民認知度 : 交流先を認知している県民は約1割	① 経済団体の来県はあるが、効果的な経済交流等には結びついていない ② 大学等教育面での交流は継続しているが、その他の交流に広がりがみられない ③ 特定の団体の交流は継続しているが、裾野の広がりがみられない ④ より多くの県民が交流活動に参加するような事業展開の工夫
2 新たな交流の展開	① 高雄市 : 平成29年の友好協力に関する覚書締結を契機に、市町や民間団体等が新たに交流を開始(台湾からの教育旅行招致(㉔～㉑1,256名)) ② ハンガリー : オリ・パラのホストタウン登録や直前キャンプ受入の覚書締結を契機に、市町の取組が拡大(5市がホストタウンに)、また、教育機関が交流開始 ③ カレーガ州 : 平成30年に両県州知事が相互を訪問、また、本県企業等が現地を訪問	①～③ 新たな交流関係を、本県の飛躍に向けてどのように発展させ、県民の利益の最大化につなげていくかの検討が必要
3 国際感覚の醸成及び国際協力の促進	① 国際理解講座 : 講師派遣実績は増加傾向であったが、令和元年度は新型コロナウイルス感染症の影響を受け減少(㉔65件、㉔72件、㉓89件、㉑78件) ② 国際協力 : 青年海外協力隊やシニア海外協力隊等への県民の参加を促進(JICA等と連携)(青 : ㉔～㉑52名、シ : ㉔～㉑7名)	① 国際化の担い手としての青少年に対する教育は重要であり、講師をより活用してもらうためのPR方法や派遣先拡大の検討が必要 ② 開発途上国の経済・社会の発展や異文化社会における相互理解に資するため、引き続き広報啓発等が必要

### 多文化共生の推進

【主な取組】	【主な現状】 丸囲み数字は年/年度	【主な課題等】
1 地域における多文化共生の推進	① 外国人住民数 : 過去最高を記録、多国籍化も進行(㉔35,721人→㉑42,835人) 県民理解度 : 多文化共生を理解する県民は約4割	① 県民の多文化共生意識の醸成や外国人支援を担う人材の育成が重要
2 生活・就労環境の整備促進	① 外国人労働者・事業所数 : 過去最高を記録、今後も外国人材は増加する見込み(労働者数 : ㉔18,366人→㉑27,385人)(事業所数 : ㉔2,356か所→㉑3,215か所) ② 日本語教育 : 日本語能力が十分でない外国人が多く、支援を求める声多数	① 外国人材の雇用に必要な情報が十分でないため、雇用に踏み切れなかつたり適切な雇用を行っていない企業等が存在 ② 体制や各種支援の検討が必要
3 外国人の地域社会参画の促進	① 外国人 : 約8割が日本人との交流を希望 ⇒ 約6割が交流実績なし 日本人 : 約8割が外国人との交流を希望 ⇒ 約5割が交流実績なし	① 日本人と外国人の交流機会の不足による、地域社会での外国人住民の孤立化が懸念

## V 重点エリア

○ 本県の強みである観光地や県産品・県産農産物等の魅力・実力を最大限生かすことができる国・地域を海外展開における重点エリアとする。

### ◆ 重点エリア

- 東アジア：日本と地理的に近く、経済や人の往来等の面で緊密な関係が継続すると見込まれる
- 東南アジア：今後も人口増加、高い経済成長が見込まれるとともに、地政学的要衝に位置している
- 米 国：巨大な市場かつ世界への影響力が強い国であり、米国において高い評価を受けることは、ブランド力の強化等につながる

### 重点エリアにおける栃木県に関する主なデータ

#### ■ 東アジア

中国	
・進出事業所数	: 1位
・日本酒輸出数量	: 3位※
・花き輸出額	: 2位
・外国人延べ宿泊者数	: 2位
・外国人住民数(含、香港)	: 2位
・外国人労働者数(含、香港)	: 3位

香港	
・進出事業所数	: 2位
・米輸出額	: 3位

台湾	
・外国人延べ宿泊者数	: 1位

韓国	
・日本酒輸出数量	: 2位※

#### ■ 東南アジア

ベトナム		フィリピン	
・観光動画視聴回数	: 1位	・外国人住民数	: 3位
・外国人住民・労働者数	: 1位	・外国人労働者数	: 2位

シンガポール		マレーシア	
・牛肉・なし輸出額	: 1位	・いちご・なし輸出額	: 3位
・米・いちご輸出額	: 2位		

タイ		インドネシア	
・進出事業所数	: 3位	・なし輸出額	: 2位
・いちご輸出額	: 1位		

#### ■ 米 国

・日本酒輸出数量	: 1位※
・牛肉輸出額	: 2位
・花き輸出額	: 3位
・米輸出額	: 1位
・外国人延べ宿泊者数	: 3位

本県から重点エリアへの輸出可否  
(食品(含、日本酒)、農産物(除、花き))

- 輸出不可  
中国
- 輸出一部不可  
台湾、韓国、ベトナム、フィリピン、マレーシア、インドネシア、米国

※「日本酒輸出数量」は全国単位での輸出先国の順位、その他は本県の順位

## VI 推進体制

様々な主体と連携しながら施策を推進・促進

## VII 進行管理

PDCAサイクルを導入し、進行を管理