いわて国際戦略ビジョン（2024～2028）【2026年10月改訂_概要】

＜見直しの背景＞

○ **国際情勢の複雑化・緊迫化を踏まえた、安定的な輸出体制の構築（市場分散）の重要性の高まり**
○ **現行ビジョン策定後における岩手県と海外との交流の進展**
➡ 北米、タイ、シンガポールといった、具体の市場との関係の深化
➡ シンガポールのベンチャーキャピタルとの連携やインドとの交流の進展

＜全体概要＞

Ⅰ　策定の趣旨及びビジョンの位置づけ
Ⅱ　前ビジョンにおける取組成果
Ⅲ　本県を取り巻く国際情勢の変化

※　ビジョン策定時点の整理であるため、今回の見直しでは従前のまま。

・　コロナ後の国際環境変化を踏まえ、海外展開・観光・外国人材施策を再整理し、県民計画と連動する実効的な国際戦略とするもの。
・　輸出・観光・多文化共生の各分野においてコロナ禍を通じ基盤の維持・強化が図られた。
・　国際環境の不確実性が高まる中、外国人材の重要性や体験型・地方志向の観光需要が拡大し、県の国際的認知も向上している。

Ⅳ　本ビジョン策定後の国際情勢等の変化による見直し　【新設】

1　本ビジョン策定以降の情勢の変化
・　国際情勢の複雑化等を背景とした輸出入環境の不確実性の高まり
・　訪日外国人旅行者数がコロナ禍前水準まで回復
・　育成就労制度の創設（R6.6）を踏まえた、外国人材に係る対応の重要性の高まり
・　北米やインド、シンガポール等との間で新たな経済・人的交流が進展

2　今後の国際貿易・観光動向の見通し
・　アジア地域における財貿易成長率の高い伸び率
・　国際観光の回復局面から成長局面への移行

Ⅴ　国際戦略ビジョンの展開方向　【一部見直し】

1　戦略の視点

交流地域・連携分野の広がり（北米、インド、ASEAN諸国等）と新たな国際展開の動き（シンガポール）を踏まえ、県内産業の高度化や新たな価値創出につなげていく視点を重視

➡「**世界に開かれた地方創生**」の一層の発展

2　目指す姿

（1）海外市場への展開
国際競争力の高いものづくり産業の集積や成長市場との連携による経済の高度化と新産業の創出

（2）外国人観光客の誘客拡大
市場特性に応じた戦略的プロモーションと地域資源の活用による高付加価値なインバウンドの誘客拡大

（3）ネットワークの強化と多文化共生の推進
多様な主体とのネットワーク構築・活用による国際連携強化と受入れ環境整備による多文化共生の推進

3　推進体制

庁内関係部局で構成する「国際戦略推進ＣＦＴ」を中心として、県や市町村、国際交流協会をはじめとする関係団体等が協力し合い、一体となって施策を推進

Ⅵ　基本戦略　【一部見直し】

（1）海外市場への展開　※重点市場を更新
・　県内事業者の海外展開支援・販路拡大
（市場ニーズに応じた商品開発、EC・商談会等を活用した販路開拓等）
・　農林水産物等の輸出促進とブランド強化
（米・りんご・牛肉など重点品目の輸出拡大、プロモーションによる認知向上等）
・　産業基盤強化と国際競争力向上
（ものづくり産業の集積・研究開発、港湾活用・物流機能強化等）

（2）外国人観光客の誘客拡大
・　戦略的プロモーションによる誘客拡大
（市場特性に応じたターゲット設定、高付加価値旅行者の誘客等）
・　地域資源を生かした観光コンテンツの高度化
（自然・文化・食を活用した体験型観光、世界遺産・文化・スポーツ資源の活用等）
・　受入環境整備と交流基盤の強化
（多言語対応等の体制整備、いわて花巻空港の利活用、ポートセールス等）

（3）ネットワークの強化と多文化共生の推進
・　国際ネットワークの構築・活用による連携強化
（海外政府・企業・大学等との連携、オープンイノベーションの促進等）
・　多文化共生の推進と人材定着環境の整備
（外国人県民の生活支援・日本語教育、外国人材の定着とグローカル人材育成等）

Ⅶ　重点プロジェクト　【新規エリア追加】

アジア

（1）中国プロジェクト
・　県産品の販路拡大と観光誘客の推進（見本市出展、現地ﾊﾟｰﾄﾅｰ連携、氷雪経済）
・　大連市・雲南省等との多分野交流によるネットワーク強化（人的交流、産業協力）

（2）台湾プロジェクト
・　観光誘客と直行便活用による交流拡大（台北線、旅行商品造成）
・　農林水産物等の販路拡大とブランド強化（物産展、トップセールス）

（3）東南アジアプロジェクト　【新設】
・　成長市場に向けた輸出拡大とプロモーション強化（現地フェア、商談会）
・　観光誘客と経済交流の一体的推進（現地旅行会社等との連携、ＳＮＳ等発信）

（4）インドプロジェクト　【新設】
・　半導体分野を軸とした人材・技術連携（研修交流、技術協力）
・　地方政府・産業分野での交流基盤の構築（地方政府間ﾊﾟｰﾄﾅｰｼｯﾌﾟ関係構築）

欧米

（5）北米プロジェクト　【新設】
・　農産品・食品の販路拡大とブランド認知向上（バイヤー招へい、展示会出展）
・　高付加価値観光コンテンツによる誘客拡大（体験型観光、広域周遊ルート）

（6）欧州プロジェクト
・　日本酒・工芸品等の価値を活かした販路開拓（文化的価値発信、専門機関等連携）
・　文化・観光を軸とした人的・経済交流の拡大（和食・自然、長期滞在型観光）

（7）その他新興有望市場へのアプローチ　【見直し】
・ニーズ把握を起点とする販路開拓や体験型観光等による将来需要の創出