

令和元年度

主要施策の成果に関する調書

PR・観光戦略部

目 次

9 人・モノ・情報が盛んに行き交う「KAGOSHIMA」の実現	1
(1) 国内外における戦略的なPRの展開.....	1
① ICT等を活用したPRの展開.....	1
② オール鹿児島によるPRの展開.....	3
(2) 観光維新 鹿児島の創造.....	8
① 魅力のある癒やしの観光地の形成.....	9
② 戦略的な誘客の展開.....	11
(3) かごしまの「食」などの国内外マーケットへの戦略的な展開.....	25
① 海外展開に対する支援の充実・強化.....	25
(4) 国際化と多文化共生の実現.....	30
① 交流会議等を核とした国際交流の充実.....	30
② 日本人と外国人が共生する地域づくり.....	38
(5) 「鹿児島のウェルネス」のブランド化と交流の促進.....	39
① 「鹿児島のウェルネス」を活用した誘客促進.....	39
10 革新的技術の導入と競争力のある産業の創出・振興	40
(1) イノベーションの創出と競争力のある産業の振興.....	40
① 地域特性を生かした産業の振興.....	40
13 県政情報を分かりやすく提供できる広報活動の実施	46
(1) 積極的かつ効果的な県政広報・広聴の展開.....	46
① 広報広聴活動.....	46

9 人・モノ・情報が盛んに行き交う「KAGOSHIMA」の実現

(1) 国内外における戦略的なPRの展開

① ICT等を活用したPRの展開

(単位：千円)

予算科目	予算額	財源内訳			決算額	財源内訳		
		国庫支出金	その他の特定財源	一般財源		国庫支出金	その他の特定財源	一般財源
中小企業振興費	8,780	4,008	—	4,772	8,074	3,682	—	4,392
内 戦略的プロモーション展開事業	8,780	4,008	—	4,772	8,074	3,682	—	4,392
計	8,780	4,008	—	4,772	8,074	3,682	—	4,392

(1) 戦略的プロモーション展開事業（かごしまPR課） 〈地方創生関連事業〉

<1> 施策の目的

「新鹿児島PR戦略」に基づき、効果的な情報発信を積極的に実施することにより、本県の認知度向上及びイメージアップを図る。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

ア 野外フェスティバル(サ・グレート・サマニオン・フェスティバル)を活用したプロモーションの実施

(ア) 出演アーティストを活用した情報発信

本県出身アーティストが県内各地を旅し、鹿児島島の魅力を伝える様子を県公式インスタグラム等で紹介した。

実施日：令和元年9月20日～10月6日

(イ) 「音を楽しむインスタグラムキャンペーン」の実施

インスタグラムを活用し、一般の方から投稿された「あなたが好きな鹿児島島の音」を広く紹介・拡散することにより、鹿児島島の多彩な魅力を発信した。

実施日：令和元年10月5日～11月25日

(ウ) フェス会場でのPR

アーティストによる鹿児島旅のパネル展示や、大島紬、川辺仏壇の技術が体験できるワークショップの開催、PR動画の放映等により、来場者に向け鹿児島島の魅力発信を行った。

実施日：令和元年10月5日～10月6日

場 所：桜島多目的広場、桜島溶岩グラウンド

イ ユーチューブを活用したプロモーションの実施

「健康」をテーマに、本県の自然や食、温泉などの魅力を伝える動画コンテンツを制作し、県内外のアクティブシニア層をメインターゲットに情報発信を行った。

(ア) 動画の種類

「絶景編」、「美食編」、「温泉編」

(イ) 放映

公開日：令和2年2月27日

媒 体：ユーチューブ「どんどん鹿児島」チャンネルで公開

(ウ) PRイベントの実施

実施日：令和2年2月27日

場 所：東武百貨店池袋店「第39回大鹿児島展」

内 容：動画出演タレント「宮下純一氏」によるプロモーション（動画放映等）

<3> 施策の実施による成果（アウトカム）

ア 野外フェスティバル(サ・グレート・サマニオン・フェスティバル)を活用したプロモーションの実施

・「#どんどん鹿児島」投稿数 H30：22,400件→R1：31,154件

- ・県公式Instagramアカウント「どんどん鹿児島」フォロワー数 H30:1,041人→R1:2,798人
- イ ユーチューブを活用したプロモーションの実施
- ・ユーチューブ動画視聴回数 113,383回

②オール鹿児島によるPRの展開

(単位：千円)

予 算 科 目	予 算 額	財 源 内 訳			決 算 額	財 源 内 訳		
		国 庫 支 出 金	そ の 他 の 特 定 財 源	一 般 財 源		国 庫 支 出 金	そ の 他 の 特 定 財 源	一 般 財 源
中 小 企 業 振 興 費	78,813	10,013	—	63,800	65,058	10,013	—	55,045
内 訳	特産品総合振興対策事業	24,744	—	24,744	24,744	—	—	24,744
	薩摩大使委嘱活用事業	2,259	—	2,259	1,831	—	—	1,831
	かごしま食の大交流会開催事業	12,832	5,954	6,878	12,541	5,954	—	6,587
	鹿児島県産品等セールス推進事業	28,907	4,059	24,848	21,983	4,059	—	17,924
	かごしま遊楽館関連事業	1,131	—	1,131	716	—	—	716
	明治維新150周年記念プロジェクト記録誌発行事業	2,189	—	2,189	1,798	—	—	1,798
	薩長土肥連携事業	1,751	—	1,751	1,445	—	—	1,445
計	73,813	10,013	—	63,800	65,058	10,013	—	55,045

(1) 特産品総合振興対策事業（かごしまPR課）

＜1＞ 施策の目的

大消費地での特産品の販路拡大と物産観光展の開催やブランドショップの運営など、特産品の総合的な振興を図る。

＜2＞ 施策の実施状況（アウトプット）

・ 物産観光展開催事業

阪神百貨店梅田本店など、県主催の物産観光展を5地区5回開催した。

百貨店名	場 所	日 程
阪神百貨店梅田本店	大阪府大阪市	平成31年4月3日～4月9日
名古屋三越栄店	愛知県名古屋市	平成31年4月17日～4月25日
井筒屋小倉店	福岡県北九州市	令和2年1月15日～1月23日
東急百貨店札幌店	北海道札幌市	令和2年1月16日～1月21日
東武百貨店池袋店	東京都豊島区	令和2年2月27日～3月3日

・ 販路拡大推進事業

小売店等への定番化や消費者ニーズに適応したモノづくりを推進するため、県内企業や関係団体と連携のもと、商談会や物産展等を展開し、商品に対する評価や販売方法等の情報収集及び提供に努めた。

・ ブランドショップ展示管理

工芸品企業や作家等と連携して、首都圏の消費者等に対し特産品を展示・紹介し、販路拡大に努めた。

＜3＞ 施策の実施による成果（アウトカム）

県産品の販路拡大や観光客の誘客促進が図られた。

(2) 薩摩大使委嘱活用事業（かごしまPR課）

＜1＞ 施策の目的

本県の観光や特産品の県外への紹介、宣伝等本県のイメージアップに貢献できる方を薩摩大使として委嘱するとともに、それぞれの立場からの県政に対する提言や意見をいただき、県勢の発展を図る。

また、薩摩大使に県勢全般について理解を深めてもらうことを目的に、情報誌等を送付する。

＜2＞ 施策の実施状況（アウトプット）

- ・ 薩摩大使の証，名刺，楯の作成配布
- ・ 情報誌等の送付（2ヶ月に1回）
- ・ 年度別委嘱者数

年 度	H29年度	H30年度	R1年度
新規委嘱者数	－	9人	3人
活動者数	210人	206人	207人

※ 令和元年度に，13人の任期が終了したところ。

社会的地位及び人的ネットワーク，本県に対する貢献や，薩摩大使としての活動実績等から，13人全員を再委嘱した。

- ・ 各部局等の施策での大使の活用

木浦 信敏氏（かごしま国体・かごしま大会の開・閉会式において提供する式典メニューの監修：令和元年9月）

坂井 宏行氏（「ウェルネス鹿児島への誘い」での本県食材を使った料理の提供：令和元年9月1日）

宮下 純一氏（東武百貨店池袋店「大鹿児島展」トークショーに出演：令和2年2月27日）

高嶋 政宏氏（「石橋貴明のたいむとんねる」で薩摩大使の名刺を紹介し，本県製品のPRを実施：平成31年4月22日）

北園 涼 氏（県内企業とコラボした「ショットバー涼飲み」の監修：令和元年10月1日）

〈3〉 施策の実施による成果（アウトカム）

薩摩大使の活用等により，本県のイメージアップや本県へのさらなる理解醸成が図られた。

(3) かごしま食の大交流会開催事業（かごしまPR課） 〈地方創生関連事業〉

〈1〉 施策の目的

首都圏において，本県にゆかりのある方々等を招いて，本県が誇る農林水産物や特産品及び観光情報などを紹介宣伝することにより，参加者の鹿児島に対する理解を深め，鹿児島が生み出す一流品に関する情報を国内外に効果的に発信する。

〈2〉 施策の実施状況（アウトプット）

和牛オリンピックで日本一となった鹿児島黒牛をはじめ，本県がトップブランドとして国内外に誇る農林水産物を使った料理の提供や旬の観光情報等を来場者にPRする「かごしまのタベ」を開催した。

〔開催実績〕

実 施 日	会 場	参 加 者
平成30年1月31日	セルリアンタワー東急ホテル（東京都）	関東地区在住薩摩大使及び一般招待者（918人）
平成31年1月31日	セルリアンタワー東急ホテル（東京都）	関東地区在住薩摩大使及び一般招待者（921人）
令和2年1月31日	セルリアンタワー東急ホテル（東京都）	関東地区在住薩摩大使及び一般招待者（931人）

〈3〉 施策の実施による成果（アウトカム）

「かごしまのタベ」の開催により，本県の紹介やイメージアップの活動を担う薩摩大使等の本県への理解を深められた。

(4) 鹿児島県産品等セールス推進事業（かごしまPR課）〈地方創生関連事業〉

〈1〉 施策の目的

ア トップセールス推進事業

国内外を問わず，知事が先頭に立って農林水産物の販売促進，観光宣伝等，鹿児島の売り込みを積極的に行い，本県が誇る農林水産業から先端産業まで，これらの産業のさらなる振興を図り，「新しい力強い鹿児島」を創る。

イ 「鹿児島の食」ブランド力UP事業

地域の優れた食材を扱う高級レストランのトップシェフや高級スーパーのバイヤー等に「鹿児島食」を売り込み、フェア等を通じた活用を推進するなど「鹿児島食」のブランド力UPを図る。

ウ 県産品宣伝販売促進事業

「かごしま県産品宣伝販売促進活動方針」に基づき、県外の百貨店や量販店、ホテルレストラン等において、各種フェア等を開催し、県産品の販路拡大等を図る。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

ア トップセールス推進事業

国内外において、関係機関・団体と一体となったトップセールスの実施により、本県のイメージアップや県産品の販売促進を図った。

	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度
海外	8回	32回	5回	17回
県外	14回	18回	14回	8回
県内	12回	20回	38回	38回
合計	34回	70回	57回	63回

イ 「鹿児島食」ブランド力UP事業

(ア) 主な取組実績

- a トップシェフによる産地視察（7月～8月）
- b 首都圏6店舗でのレストランフェアの開催（11月～12月）
- c 松屋銀座での「鹿児島フェア」の開催（2月）

(イ) 「鹿児島食の匠」の委嘱状況

平成26年から3年任期で委嘱しており、平成29年9月に5人を再委嘱。

- ・中村 勝宏 氏（フレンチ） ・木浦 信敏 氏（和食） ・濱崎 龍一 氏（イタリアン）
- ・上柿元 勝 氏（フレンチ） ・坂井 宏行 氏（フレンチ）

ウ 県産品宣伝販売促進事業

国内外の量販店やレストラン等において鹿児島フェア等を開催した。

	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度
量販店	19回	15回	13回	12回
レストラン	8回	25回	29回	19回
その他	36回	40回	38回	43回
合計	63回	80回	80回	74回

<3> 施策の実施による成果（アウトカム）

ア トップセールス推進事業

国内外の様々な機会を活用した「知事トップセールス」を63回実施し、県産品の販売促進や輸出拡大、宿泊者数の増加等が図られた。

【参考】

項目	実績	備考
平成30年度農林水産物の輸出額	227億円	過去最高
平成30年農業産出額	4,863億円	全国2位
令和元年延べ宿泊者数	796万人	H30は886万人で過去最高
令和元年外国人延べ宿泊者数	79万人	過去最高
平成30年観光入込客の観光消費額	3,016億円	過去最高
令和元年志布志港国際ターミナル取扱量	108,209TEU※	過去最高

※1 TEU=20ftコンテナ1個分

イ 「鹿児島食」ブランド力UP事業

トップシェフが経営するレストランや松屋銀座での「鹿児島フェア」において、鹿児島黒牛、かごしま黒豚、さつまいも、ヒゲナガエビなど10品目以上の県産品が活用され、ブランド力の向上が図られた。

ウ 県産品宣伝販売促進事業

国内外の量販店やレストラン等において鹿児島フェア等を開催し、県産品の販路拡大や観光客の誘客が図られた。

(5) かごしま遊楽館関連事業（かごしまPR課）

<1> 施策の目的

首都圏における物産や観光についての広報や宣伝、販売、展示等を行う総合的な情報の受発信拠点である「かごしま遊楽館」において、県産品のブランド確立と観光かごしまの魅力あるイメージづくりを推進する。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

年間を通じた広告やイベントの開催等により、本県の農産物、加工食品、工芸品等や遊楽館のPRを行った。

・イベントの開催

年度	イベント	実施日	実施内容
H29	22周年誕生祭	平成29年5月27日～30日	旬な農産物フェアや特産品販売など
	来館1,000万人達成記念セレモニー、記念フェア	平成29年10月30日～11月1日	記念セレモニーの実施、特産品の謝恩価格販売など
H30	23周年誕生祭	平成30年6月2日～3日	旬な農産物フェアや特産品販売など
	かごしまフェアin遊楽館	平成30年9月16日、10月4日～6日、9日	明治維新150周年を記念した公開講座や野外散策講座、パネル展の開催
		平成31年2月16日	日比谷ゴジラスクエアでのかごしまおはら祭りinかごしま遊楽館の実施
R1	24周年誕生祭	令和元年6月1日～2日	旬な農産物フェアや特産品販売など

・新聞、雑誌や交通広告媒体等を活用した遊楽館の広報PR

<3> 施策の実施による成果（アウトカム）

県産品の認知度向上や観光かごしまの魅力あるイメージづくりが図られた。

(6) 明治維新150周年記念プロジェクト記録誌発行事業（かごしまPR課）

<1> 施策の目的

オール鹿児島で官民一体となって取り組んだ、明治維新150周年記念プロジェクト（「かごしま明治維新博」）の成果を記録として取りまとめ、今後の地域主体の新たな取組の資料とするとともに、明治維新200年に向けた記録整備を図る。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

・記録誌の発行

発行部数：900部

掲載内容：かごしま明治維新博の取組内容等

配布先：宮内庁、内閣府、各市町村、都道府県立図書館等

<3> 施策の実施による成果（アウトカム）

今後の地域主体の新たな取組の有益な資料とすることができたとともに、明治維新200年に向けた記録整備が図られた。

(7) 薩長土肥連携事業（かごしまPR課） 〈地方創生関連事業〉

〈1〉 施策の目的

平成30年度に鹿児島県、山口県、高知県、佐賀県の4県が締結した「薩長土肥同盟」に基づき、これまでの関係性を更に継続・発展させるため、明治維新200年に向け、4県において、各県の歴史・文化など魅力ある地域資源を活かし、地域の活性化を推進する取組を連携して展開する。

〈2〉 施策の実施状況（アウトプット）

明治維新150周年を契機に、鹿児島県、山口県、高知県、佐賀県が締結した「薩長土肥同盟」に基づき、青少年交流などの取組を実施した。

ア 薩長土肥連携青少年交流事業

日 程：令和元年10月12日～14日

場 所：仙巖園，薩摩藩英国留学生記念館 等

参加者：鹿児島県，山口県，高知県，佐賀県の高校生 39名

内 容：フィールドワーク，グループワークなど

イ 薩長土肥同盟推進協議会会議

実施日：令和元年11月15日

場 所：県福岡事務所

参加者：協議会委員（4県担当課長）ほか

内 容：次年度事業計画の検討 ほか

〈3〉 施策の実施による成果（アウトカム）

参加者からは、視野を大きく広げることができた、自分の地域のことをもっと知りたいと興味を持った、実際に行動し学んだことを発信したい等の声が聞かれ、自らの郷土への愛着と誇りを育み志を持って地域をリードする人材の育成が図られた。

(2) 観光維新 鹿児島県の創造

(単位：千円)

予算科目	予算額	財源内訳			決算額	財源内訳		
		国庫支出金	その他の特定財源	一般財源		国庫支出金	その他の特定財源	一般財源
観光費	2,183	—	—	2,183	1,912	—	—	1,912
内訳 企画開発管理費（観光基本方針策定事業）	2,183	—	—	2,183	1,912	—	—	1,912
計	2,183	—	—	2,183	1,912	—	—	1,912

(1) 企画開発管理費（観光基本方針策定事業）（観光課）

<1> 施策の目的

観光立県の実現に関する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く、「鹿児島県観光振興基本方針」を策定する。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

ア 観光立県推進会議の開催

条例に基づく鹿児島県観光立県推進会議を開催し、意見聴取を実施した。

<開催状況>

	実施日	議題等
第1回	令和元年7月30日	<ul style="list-style-type: none"> 本県の観光動向について 観光立県かごしま県民条例に基づく第3期「基本方針」について
第2回	令和2年1月29日	<ul style="list-style-type: none"> 観光立県かごしま県民条例に基づく基本方針として「鹿児島県観光振興基本方針」（案）（諮問）について 諮問に対する答申について

イ パブリック・コメント

次期観光振興基本方針（骨子案）について、パブリック・コメントを実施した。

対象	次期鹿児島県観光振興基本方針（骨子案）
期間	令和元年10月7日～11月6日
結果	意見数：15件（11人）

<3> 施策の実施による成果（アウトカム）

観光立県推進会議からの答申、議会での議決を経て、令和2年度から令和6年度を推進期間とする「鹿児島県観光振興基本方針」を令和2年3月に策定した。

① 魅力ある癒やしの観光地の形成

(単位：千円)

予 算 科 目	予 算 額	財 源 内 訳			決 算 額	財 源 内 訳		
		国 庫 支 出 金	そ の 他 の 特 定 財 源	一 般 財 源		国 庫 支 出 金	そ の 他 の 特 定 財 源	一 般 財 源
観 光 費	1,380,000	14,000	1,326,000	40,000	972,265	2,000	938,000	32,265
内 訳 魅力ある観光地づくり 事業	1,380,000	14,000	1,326,000	40,000	972,265	2,000	938,000	32,265
計	1,380,000	14,000	1,326,000	40,000	972,265	2,000	938,000	32,265

※ 翌年度への繰越金 407,735千円

(1) 魅力ある観光地づくり事業（観光課） 〈地方創生関連事業〉

＜1＞ 施策の目的

本県を訪れる観光客の受入体制の充実を図るため、地域素材を生かしたにぎわい空間や体験空間の創出、沿道修景などの景観整備やわかりやすい案内標識の整備を行い「魅力ある観光地づくり」を推進する。

＜2＞ 施策の実施状況（アウトプット）

ア にぎわい回廊整備

地域の自然・歴史・文化等の魅力的な観光資源を活かしたにぎわいや憩いの空間の創出・沿道修景等の整備を行った。

(にぎわい回廊整備状況)

地 域 名	整 備 箇 所
鹿 児 島	鶴丸城跡保全整備（鹿児島市）
	美山薩摩焼の里景観整備（日置市）
	市来観音ヶ池周辺景観整備（いちき串木野市）
南 薩	西郷どん巡り拠点整備（指宿市）
	内山田七不思議巡り整備（南さつま市）
	池田湖周辺景観整備（指宿市）
北 薩	藤本の滝散策路整備（薩摩川内市）
	出水麓武家屋敷群散策拠点整備（出水市）
	長島サンセットロード景観整備（長島町）
	阿久根北部観光拠点整備（阿久根市）
	甕島観光交流拠点整備（薩摩川内市）
始 良 ・ 伊 佐	日当山温泉郷まち歩き拠点整備（霧島市）
	丸尾の滝散策路整備（霧島市）
	始良しおかぜ街道景観整備（始良市）
	加治木まち歩き拠点整備（始良市）
	八幡大地獄散策路整備（湧水町）
	肥薩線沿線周遊観光ルート整備（霧島市）
大 隅	垂水しおかぜ街道景観整備（垂水市）
	鹿屋しおかぜ街道景観整備（鹿屋市）
	神川七福神めぐり整備（錦江町）
	雄川の滝周辺景観整備（南大隅町）
	大隅歴史散策拠点整備（大崎町，東串良町，肝属町）
熊 毛	種子島北部観光拠点整備（西之表市）
	千尋の滝景観整備（屋久島町）
	屋久島沿道景観整備（屋久島町）

大 島	土浜ビューポイント整備（奄美市）
	西郷南州史跡周辺整備（龍郷町）
	大和サンセットパーク景観整備（国直）（大和村）
	井之川集落まち歩き拠点整備（徳之島町）
	敬天愛人発祥の地周辺整備（和泊町）
	ジッキョヌホー周辺整備（知名町）
	与論島散策拠点整備（与論町）

イ 観光案内標識（サイン）整備

全ての観光客がストレス無く快適に観光を満喫できるよう、外国語併記の観光案内標識等の整備を行った。

（案内標識設置状況）

（単位：基）

種 別	～H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	合計
観光案内板	36	—	—	—	—	—	—	—	36
観光案内標識 （かごしまロマン街道）	826	—	52	34	39	9	—	4	964
道路案内標識	1,001	—	3	7	6	2	10	9	1,038
合計	1,863	—	55	41	45	11	10	13	2,038

<3> 施策の実施による成果（アトカム）

ア にぎわい回廊整備

県内各地において、広域観光ルートの拠点となる「魅力ある癒やしの観光地」の形成が図られ、本県を訪れる観光客の満足度と回遊性が高まった。

イ 観光案内標識（サイン）整備

外国語併記の観光案内標識等の整備，充実により，観光客の県内観光地への適確な誘導・案内が図られた。

② 戦略的な誘客の展開

(単位：千円)

予算科目	予算額	財 源 内 訳			決算額	財 源 内 訳		
		国 庫 支出金	その他の 特定財源	一 般 財 源		国 庫 支出金	その他の 特定財源	一 般 財 源
観 光 費	349,876	—	8,000	341,876	343,858	—	6,397	337,461
内								
観光かごしま大キャン ペーン推進事業	85,000	—	—	85,000	85,000	—	—	85,000
国内誘客プロモーション事業	66,661	—	—	66,661	64,538	—	—	64,538
南九州観光振興事業	2,000	—	—	2,000	2,000	—	—	2,000
フィルムコミッション 活動支援事業	8,739	—	—	8,739	8,739	—	—	8,739
観光サイトリニューアルによる誘客促進事業	9,067	—	—	9,067	9,067	—	—	9,067
海外誘客ステップアップ事業	125,418	—	—	125,418	124,803	—	—	124,803
祭りアイランド九州事業	5,625	—	—	5,625	5,625	—	—	5,625
国際クルーズ船誘致促進事業	16,838	—	—	16,838	15,169	—	—	15,169
外国人観光客受入体制整備事業	22,528	—	—	22,528	22,520	—	—	22,520
鹿児島島の国立公園周遊促進事業	8,000	—	8,000	—	6,397	—	6,397	—
計	349,876	—	8,000	341,876	343,858	—	6,397	337,461

【参考】①目標値

項 目	区 分	基準年	目 標	現 状
		(H25年)	(R1年)	(R1年)
(1) 宿泊者数を増やす ^(注1)				
① 延べ宿泊者数		約7,323千人泊	9,500千人泊	8,367千人泊
② ①のうち、 外国人延べ宿泊者数		約215千人泊	430千人泊	840千人泊
(2) 観光客の満足度を高め、リピーターを増やす				
		(H25年度)	(R1年度)	(R1年度)
観光客の満足度		9割	9割	9割

②本県観光客の推移

(単位：人泊)

	H27年	H28年	H29年	H30年	R1年
延べ宿泊者数	7,972,730	7,202,190	7,986,670	8,864,320	8,366,340

※出典：観光庁「宿泊旅行統計」

※対象施設：全てのホテル・旅館・簡易宿泊所

(注1)観光庁「宿泊旅行統計調査」の延べ宿泊者数(暦年)の集計結果を目標の指標として設定

(1) 観光かごしま大キャンペーン推進事業（観光課） （地方創生関連事業）

＜1＞ 施策の目的

本県を訪れる観光客の一層の増加を図るため、メディア、キャリア、エージェント等を活用した効果的なキャンペーン等を実施する。

＜2＞ 施策の実施状況（アウトプット）

【誘客対策】

広域連携による観光周遊ルートづくりをはじめ、主要観光地が持つブランド力のある観光資源を活かし、各種テーマ・エリアキャンペーン等の実施により県内各地へ拡がりのある誘客への取組を推進するため、大規模イベント等を活用した効果的な情報発信と魅力ある観光素材を活用した誘客キャンペーンをメインに据え、訪日外国人も含めたキャンペーンを展開するため、観光かごしま大キャンペーン推進協議会へ負担金の拠出を行った。

ア 旅行需要を喚起する観光素材の創出

(ア) 広域観光周遊ルートの整備

拠点地域（指宿・霧島・鹿児島）を軸とした隣接地域間の観光周遊ルートを整備・周知し、連泊・リピーターの拡大を図ることを目的に、観光関係者等による協議やモニターツアー等を実施した。

年	実施日	実施主体	実施方面	参加者数
H28	平成28年6月1日	霧島地区観光関係者等	霧島・始良・伊佐・湧水方面	20名
	平成28年9月23日	日置地区観光関係者等	美山地区・日置方面	30名
	平成28年11月25日	鹿児島地区観光関係者等	鹿児島・桜島・垂水方面	44名
	平成28年11月18日	指宿・大隅地区観光関係者等	指宿・鹿屋・南大隅方面	42名
H29	平成29年6月28日	指宿地区観光関係者等	指宿方面	66名
	平成29年8月3日	大隅地区観光関係者等	指宿・大隅方面	13名
	平成29年10月25日	日置地区観光関係者等	美山地区・日置方面	34名
	平成29年10月26日	北薩地区観光関係者等	薩摩川内・阿久根・出水方面等	37名
	平成30年2月14日	始良地区観光関係者等	始良方面	16名
H30	平成30年12月14日	北薩地区観光関係者等	北薩方面	40名
	平成31年3月19日	始良地区観光関係者等	始良方面	25名
R1	令和元年8月29日	大隅地区観光関係者等	大隅方面	10名
	令和2年2月27日	中・南薩地区観光関係者等	中・南薩地区方面	27名

(イ) 本県観光素材を活用した誘客促進

本県の観光体験素材を着地型旅行商品として活用するため、観光素材のブラッシュアップ（21件）、着地型旅行商品販売サイトの開設・運営、着地型旅行商品販売サイトで販売する旅行商品の販売管理を実施した。

(ウ) 桜島七十七景ルート整備

桜島七十七景フォトコンテストの実施に向けた募集パンフレットの作成を行った。発行部数・30,000部

(エ) 霧島ロングトレイルコースづくり

ロングトレイルの先進地である信越トレイルコースの視察を行った。また、霧島地区の現地視察及びワークショップを行った。

(オ) 各地域の特性と魅力を活かした観光素材づくり

広報宣伝用ツールの作成の為、「食」をテーマとした素材について自治体・観光協会へ照会し、結果をとりまとめた。

イ 戦略的な情報発信

(ア) 県観光ホームページ「かごしまの旅」を活用した情報発信の強化

季節ごとの観光情報を発信する特集ページのデザイン改訂・更新、モデルコースの更新作業などを行い、閲覧

者の利便性向上と効果的でタイムリーな情報発信を行った。

(イ) 地域の特性を活かす広報媒体の選択と効果的PR

a 雑誌社等取材協力事業

雑誌社等の取材受入・協力をを行った。

(受入・協力実績)

	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度
雑誌等	7誌	6誌	5誌	3誌

b 観光展等出展事業

各地で行われる観光展に出展し、鹿児島県の情報発信を図った。(6回)

c ツーリズムEXPOジャパン2019出展事業

世界最大級の旅の祭典であるツーリズムEXPOジャパンに出展し、鹿児島県の情報発信を図った。

ウ 効果的なプロモーション展開

(ア) 旅行エージェント・キャリア等と連携した誘客促進

a 旅行商品造成支援

旅行エージェントの本県離島への旅行商品及び拠点観光地以外の素材を使用した旅行商品造成における支援

	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度
助成件数	32件	35件	70件	47件
送客実績	4,263人	8,024人	27,176人	17,922人

b オフ期における貸切バス誘致支援

オフ期(6月～8月)(12月～2月)における貸切バス誘致支援

	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度
実績台数	68台	77台	85台	74台

c 旅行エージェントが実施する社員や代理店を対象とした現地視察研修等に対して支援を行った。

(イ) 旅行エージェント・キャリアと連携したキャンペーン等の実施

旅行エージェントやキャリアが独自に行う大型キャンペーン等で本県への集中送客が見込めるものとタイアップを行った。(10件)

(ウ) 観光関係団体等と連携した誘客促進

a 教育旅行受入対策協議会事業と連携したプロモーション

ガイドブックを作成し、学校関係者や旅行会社に配布(3,000部)

b 九州観光推進機構と連携した誘客促進

九州観光推進機構主催の観光素材説明会・相談会への参加

5地区(東京・名古屋・広島・大阪・福岡)、参加人数 延べ685名参加

c 各県観光連絡協議会等観光関係団体と連携した誘客促進

・県外各観光連絡協議会主催による旅行エージェント招聘事業にかかる協賛

・県外観光連絡協議会による誘客宣伝活動にかかる協賛

(エ) 風評被害等緊急対策

a 5月の豪雨の影響による屋久島観光の情報をホームページで正確に情報発信

b JTBとタイアップした屋久島誘客事業の実施(実績179人)

【誘客拡大特別対策】

九州新幹線全線開業効果の拡大や主要観光地が持つブランド力のある観光資源を最大限に活かすため、県内全体へ拡がりのある誘客の取組を推進するとともに、島津義弘公没後400年を契機とした誘客キャンペーンなど、各種事業を展開するため、観光かごしま大キャンペーン推進協議会へ負担金の拠出を行った。

ア 観光かごしま大キャンペーン推進事業（重点戦略事業）

(7) テーマ性のある観光キャンペーン

a 魅力ある観光素材を活用した誘客キャンペーン

(a) 島津義弘公没後400年「戦国島津ゆかりの地を訪ねて」簡易版パンフレット作成（増刷5,000部）

(b) 島津義弘公没後400年「戦国島津ゆかりの地を訪ねて」詳細版パンフレット作成（10,000部）

(c) 島津義弘公没後400年と連携した観光PR

県歴史資料センター黎明館での開催の「島津義弘没後400年記念展」と連携し、パネル展示や関係市町のパンフレット展示等

b 重点地域を絞った集中的なエリアキャンペーン

(a) 日本遺産「薩摩の武士が生きた町～武家屋敷群『麓』を歩く～」の旅行情報誌掲載

旅行情報誌「Leak」9・10月号 38,000部

併せて抜き刷りパンフレットも作成し、イベント等で配布（20,000部）

※平成28年度は「スクープ！大隅」、平成29年度は奄美群島観光キャンペーン「ふおとしま」の実績

(b) 広域（本土最南端）周遊観光プロモーション

じゃらん九州版10月号で、薩摩半島と大隅半島の南端の人気のパワースポットや絶景スポットなど、フェリーなんきゅうを活用した本土最南端の周遊観光情報を紹介（103,000部）

(c) 広域（出水市、薩摩川内市及びいちき串木野市）周遊観光プロモーション

「出水のツル」の渡来時期に合わせて、出水市とその周辺エリアとして薩摩川内市、いちき串木野市の観光素材情報を発信。

旅行情報誌「温泉博士」1月号 230,000部

(d) 主要観光地首都圏誘客プロモーション

インフルエンサーによるモニターツアー・情報発信や、webサイトへの特集記事を掲載。

(e) 大隅地域誘客プロモーション

福利厚生倶楽部会報誌「F.U.N」への掲載（1,200,000部）及び大隅地域宿泊施設の宿泊補助（先着400名）

(f) 広域（霧島・大隅）周遊観光プロモーション

伝統行事等を、観光コンテンツとして歴史的な魅力と併せて発信した。文化情報誌「九州王国」2月号で巻頭特集記事掲載（約50,000部）

(g) 奄美地域誘客プロモーション

・JAL奄美路線等におけるプロモーション（タブロイド紙やあまみシマ博覧会のポスター等を掲出・配布、郷土菓子のふるまい）

・webプロモーション（「LINEトラベルjp」（閲覧ユーザー月間2,700万人）でインフルエンサーによる現地体験及び奄美群島タイアップ特集広告）

(h) 熊毛地域誘客プロモーション

・テレビを活用した情報発信（RKB毎日放送 種子島1回、屋久島1回）

・ラジオを活用した情報発信（RKB毎日放送 パーソナリティによるPR及び電話出演）

・イベントブース出展（旅博～トラベラーズフェス～in FUKUOKA2020）

(イ) 交通キャリアとタイアップした効果的な誘客

a 鉄道会社とのタイアップ

(a) 「リメンバー九州キャンペーン」の展開（JR西日本）（平成31年4月1日～令和2年3月31日）

九州5県（鹿児島・長崎・熊本・大分・佐賀）がJR西日本と連携し、女性グループ、シニア世代、家族連れをメインターゲットとした、各種媒体の記事掲載や、アクティビティの特別料金提供等のキャンペーンの展開により、西日本エリアから九州5県への送客を図った。

送客実績：個人型394人泊、団体型4,744人泊 総計5,138人泊

(b) 「旬の鹿児島共同キャンペーン」の実施（JR九州）

JR九州と連携し、旅行商品の造成・販売、広告掲出、販促イベント等によりD&S（デザイン&ストー

リー) 列車の利用促進を図り、鹿児島県新たな魅力を創出するキャンペーンを行うことで、本県への誘客促進を図った。

(c) 春の鹿児島キャンペーンの展開 (JR西日本)

冬季から春季にかけての誘客促進を図るため、JR西日本管内の駅等における広告掲出、車内広告、レンタカーや観光施設利用の割引等の実施した。

b 航空会社等とのタイアップ

(a) セントレア (中部国際空港) かがしまキャンペーン

中部国際空港発の鹿児島路線の搭乗者に桜島フェリー「よりみちクルーズ」の無料乗船券をプレゼントし、中部地区からの新規旅行客の誘致促進を図った。

c 船舶会社等とのタイアップ

(a) フェリーさんふらわあとのタイアップキャンペーン

Youtuberを起用し、動画配信を行うことで、フェリーさんふらわあ及び大隅半島の観光素材のプロモーションを展開した。

d その他

(a) NEXCO西日本SA・PAステッカー広告掲出

NEXCO西日本が実施する秋の高速道路利用促進キャンペーンの実施を見据えて、北部九州のSA・PAに観光スポットを紹介するステッカーを掲出した。(福岡ブロックのSA・PA 7か所)

(7) 効果的なプロモーション展開

a 情報発信等

首都圏、関西、北部九州などにおいて、空港や鉄道の利用者などターゲットを絞った効果的な情報発信を実施し、本県への来訪意欲の向上を図った。

- ・福岡エリア JR博多駅デジタルサイネージ 480回/日(平成31年4月1日～令和2年3月31日)
- ・関東エリア 里アンナコンサートチラシ 5,000部
- ・情報誌西Navi (43万部) 4・5・11・12・2月号掲載

b 県外事務所のネットワークを活用した情報発信

県外事務所において、イベントにおける観光PRや、地区の旅行エージェントを招聘したモニターツアー等の情報発信を実施した。

c 本県への誘客が期待できる各種イベント等への出展

ラグビーワールドカップ南アフリカ代表キャンプやツアーズEXPOジャパン2019へ出展し、誘客促進を図った。

<3> 施策の実施による成果 (アトカム)

観光庁「宿泊旅行統計調査」令和元年年間値(確定値)本県分概要

延べ宿泊者数(人泊)

区分	人泊	対前年比	対H29年比
鹿児島県	8,366,340	▲5.6%	+4.8%
うち国内客宿泊数	7,526,440	▲6.3%	+3.9%

令和元年度においては、大河ドラマ「西郷どん」の放送があった平成30年度と同じ効果とすべく努力し、相次ぐ自然災害の影響などの減少要因をなんとか食い止めるために、風評被害等緊急対策事業の他、旅行商品造成支援、周遊ルート整備等を活用した効果的なキャンペーン、新たな観光素材の発信、キャリアイベント等を活用した戦略的なプロモーション等を展開した。

この効果もあり、前年と比べ、延べ宿泊者数は減少したが、平成29年度と比較すると、3.9%増加した。

(2) 国内誘客プロモーション事業 (観光課) (地方創生関連事業)

<1> 施策の目的

マーケティング調査の結果に基づいた、戦略的かつ効果的なプロモーション活動の展開により、県外からの誘客促進を図る。

また、市場における動向、観光需要を的確に把握し、今後の観光施策への活用につなげる。

＜2＞ 施策の実施状況（アウトプット）

ア マーケティング調査

（ア）県内観光素材に対する評価分析

収集・分析内容	収集件数
旅行サイトにおける観光素材への書き込み	約65,000件
SNS（インスタグラム）への投稿	約70,000件

イ マーケティング調査等に基づく誘客促進

（イ）SNSを活用した情報発信

実施内容	実施時期	実績
写真映えする観光素材を主としたプロモーション	令和元年7月 ～令和2年3月	フォロワー数：約99万人
インフルエンサーが参加するイベント開催	令和元年11月9日	参加者数：107名
インフルエンサーが訪れた行程を巡る旅行商品造成・販売	令和元年8月 ～令和2年3月	送客数：2,615人泊
インスタ100選ポスター作成及び写真募集キャンペーン	令和元年7月～12月	写真投稿数：817枚
ANA鹿児島線利用者数1億人達成ありがとうキャンペーン	令和元年12月 ～令和2年2月	写真投稿数：1,261枚

（イ）メディア媒体を活用した情報発信

a 活字媒体を活用した情報発信

発行雑誌：じゃらん

発行日：令和2年2月

b TV等の映像メディアを活用した情報発信

テレビ局	放送日
鹿児島テレビ(他8局放送)	令和2年3月3日(他局各日)

（イ）特定コンテンツ等を用いた誘客

島津義弘公没後400年プロモーション事業

実施期間：令和元年7月～令和2年3月

実施内容	実施時期	参加人数
島津義弘没後400年シンポジウム	令和元年7月21日	約400名
島津義弘没後400年特別トークショー	令和元年10月26日	約902名
島津義弘特別トークショー旅行商品造成	令和元年10月26日～27日	約29名

（イ）鹿児島とくとくキャンペーン（宿泊割引）

	助成内容	実施時期	クーポン利用枚数
第1弾	1室2名以上利用で10,000円の割引クーポンを発行	令和元年11月11日～ 12月31日	979枚
第2弾	1予約当たり10,000円の割引クーポンを発行 県外在住者で、1室2名以上利用で2泊以上30,000円以上の利用が対象	令和2年1月15日～ 3月15日	247枚

その他、期間中の旅行者で応募した方を対象に、鹿児島の特産品を抽選でプレゼント

応募数：166人

(オ) ゴルフキャンペーン

実施期間：令和元年12月12日～令和2年3月29日

内容：ゴルフ場利用促進のため、webにてキャンペーンページ作成

<3> 施策の実施による成果（アウトカム）

マーケティング調査の結果に基づき、ターゲット毎に効果的な媒体を活用した情報発信を行った結果、活字媒体を活用した情報発信においては、雑誌流通期間、当該媒体と連携する旅行webサイト予約を利用した旅行客数が66,045人から71,379人となり、対前年比108.1%増となるなど、効果的な情報発信及び観光客誘致が図られた。

(3) 南九州観光振興事業（観光課）

<1> 施策の目的

南九州3県（鹿児島県・熊本県・宮崎県）が連携し、南九州広域周遊ルートの造成・提案や、修学旅行の誘致活動を行う。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

ア 国内対策事業

(ア) 修学旅行誘致セールス事業

a 南九州地区修学旅行素材現地研修会

南九州への修学旅行誘致拡大のため、JR西日本及びJR九州と連携し、関西地区旅行エージェンツの教育旅行担当者の招へいを行った。

- ① 期 日：令和元年7月16日～18日 宮崎－熊本
令和元年7月22日～24日 鹿児島－熊本
令和元年7月24日～26日 宮崎－鹿児島

② 主 催：南九州3県，JR西日本

③ 招請人数：関西地区旅行業者 計27名

b JRへの要望活動

教育旅行で利用する新幹線の上限拡大のため、JR西日本に働きかけを行った。

- ① 期 日：令和2年1月28日
② 場 所：JR西日本本社
③ 参 加 者：南九州3県，九州観光推進機構，JR西日本

(イ) 南九州3県での情報発信事業

a 南九州3県での広域周遊ルートの情報発信事業

南九州3県をまたぐ観光周遊ルートをつくり、各県観光サイトに掲載し、情報発信を行った。

① 掲載webサイト

熊 本 県「熊本県観光サイト もっと、も一つと！くまもつと。」：<https://kumamoto.guide/>

鹿 児 島 県「鹿児島県観光サイト かのしまの旅」：<https://www.kagoshima-kankou.com>

宮 崎 県「みやざき観光情報 旬ナビ」：<https://kanko-miyazaki.jp>

イ 海外対策事業

(ア) 香港レンタカードライブPR事業

a 香港におけるレンタカーを活用した南九州誘客促進事業

香港市場に向けて3県の周遊促進を図るため、旅行雑誌の誌面やフェイスブック、香港エクスプレス機内誌にて南九州3県のドライブスポットや観光情報を掲載し、PRを行った。

- ① 掲載期間：令和元年12月号
② ページ数：「香港ウォーカー」13ページ掲載
「U. explore」 3ページ掲載

(イ) RWC期間の誘客促進事業

a RWC期間における北部九州から南九州への誘客促進事業

RWC（ラグビーワールドカップ）を機に九州へ訪問増加が見込まれる外国人観光客向けに、ラグビー人気の高いイギリスや、九州への流入が多い福岡で南九州3県のPRを行った。

① イギリスラグビー専門メディアを活用した情報発信（雑誌・ウェブ・SNS）

イギリスのラグビー専門メディア最大手「RUGBY WORLD」9月号の本誌付録ハンドブック並びにウェブ版に南九州3県の魅力を掲載。

掲載期間：令和元年9月号（雑誌）

令和元年8月12日（ウェブ・SNS）

ページ数：4ページ（雑誌）

② 外国人向けフリーマガジンを活用した情報発信

福岡市を中心に約500か所で配布されている外国人向けフリーマガジン「FUKUOKA NOW」で南九州の情報を掲載。

掲載期間：令和元年10月号（RWC特集号）

ページ数：見開き2ページ（北部九州及び主要空港から各県へのアクセス情報をメインに掲載）

<3> 施策の実施による成果（アウトカム）

ア 国内対策事業

修学旅行誘致セールス等を実施し、南九州広域周遊ルートの周知・誘客促進が図られた。

イ 海外対策事業

ラグビーワールドカップ2019期間中の令和元年9月～11月において、南九州3県への欧米豪からの宿泊者数は対前年比で約2倍増加した。（観光庁「宿泊旅行統計」）

(4) フィルムコミッション活動支援事業（観光課） 〈地方創生関連事業〉

<1> 施策の目的

本県における映像製作の支援環境を整え、本県の魅力を情報発信する機会を増やすことにより、本県の更なる観光振興を図る。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

本県における映像制作の支援環境を整えるとともに、製作支援を実施した。

・ 支援実績

	H29年度	H30年度	R1年度
映画	11件	7件	13件
CM	13件	8件	12件
TV番組	33件	15件	28件
TVドラマ	2件	—	1件
その他	17件	18件	28件
計	76件	48件	82件

※上記表については、製作支援を行った総数であり、実際に本県で撮影等が行われた総数ではない。

<3> 施策の実施による成果（アウトカム）

制作支援を行うことで、テレビ等による本県の魅力を情報発信する機会が増え、本県の更なる観光振興に繋げることができた。

(5) 観光サイトリニューアルによる誘客促進事業（観光課） 〈地方創生関連事業〉

<1> 施策の目的

本県の観光の飛躍につなげるため、情報発信の窓口となる観光サイトに魅力あるコンテンツを掲載することで誘客を図る。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

ア システムの更新

(ア) コンテンツエリアの拡大

- a 全体の構造設計・構成要素等策定・ワイヤーフレームの作成
- b 最新情報ページの改訂（PC版）により、総合TOPページ及び一覧ページにおいて、観光/法人向けをタブで切替可能となった。
- c 教育旅行カテゴリの改訂（PC版）で検索BOXを導入した。これにより、ブルー・グリーンツーリズムや平和学習等の学習テーマについて、検索条件を絞って検索可能となった他、受入人数、所要時間、雨天対応可等、こだわり条件を指定可能となった。
- d スポーツ・キャンプ・合宿カテゴリの改訂（PC版）で検索BOXを導入した。これにより、競技24種目を絞って検索可能となった他、プロが使用、冬芝対応、近くにスーパー・コンビニ等、こだわり条件を指定可能となった。
- e 会議・大会カテゴリの改訂（PC版）で検索BOXを導入した。これにより、会場ごとの最大収容人数を指定して検索可能となった。
- f 法人サイト用ページにおける資料ダウンロードページの新設により、PowerPoint等の企画書等のダウンロードが可能となった。

(イ) 特集ページのコンテンツ追加

- a 構成要素の策定、簡易ワイヤーフレームの作成
- b 一覧及び詳細ページのコーディング・システム連結
- c CMS管理画面への機能追加

(ウ) コンテンツの動的化

- a アクセスページの動的化（PC版・スマホ版）により、スマートフォンでの画面の最適化が可能となった。

(エ) 遊び、体験予約等APIの導入

- a じゃらんAPIの導入（PC版・スマホ版）により、各体験プランについてオンライン予約への円滑な誘導が可能となった。

(オ) その他上記に関連する更新等

- a 観光サイト「イベント」コンテンツの並び順に「開催日順」を追加（PC版）したことにより、検索性がより向上した。

イ コンテンツ制作

(ア) 既存情報のリライトによる特集記事の制作により、温泉情報等を充実させる他、各テーマ内の情報から観光スポットへ回遊させる機能が向上した。

(イ) 新規コンテンツ用特集記事の制作により、鹿児島県の素材をアピールできる情報をテーマ別に制作、分類した他、各ページから資料ダウンロードページ等へ誘導し、サイト内をより回遊させることができた。

＜3＞ 施策の実施による成果（アウトカム）

サイトの利便性向上が図られ、新たなコンテンツを制作するなどした結果、サイトのページビュー数が前年度比101.5%、ユニークユーザー数（固有ユーザー数）が102.3%となった。

県観光サイト「かごしまの旅」アクセス実績

	H29年度	H30年度	R1年度
ページビュー数	3,208,289回	3,359,406回	3,411,414回
ユニークユーザー数	2,367,434人	2,487,088人	2,545,548人

(6) 海外誘客ステップアップ事業（観光課） 〈地方創生関連事業〉

＜1＞ 施策の目的

国や九州観光推進機構等と連携しながら、海外セールスや現地でのプロモーション、各種メディアや旅行会社の招請など更なる誘客促進を図る。

＜2＞ 施策の実施状況（アウトプット）

ア 直行便市場からの誘客強化

(ア) メディア等プロモーション

海外における本県の認知度向上を図るため、市場ごとに「観光ビジネスパートナー」を起用し、各市場に応じた集中的なプロモーションを行い、更なる誘客促進を図った。

a 韓国

- ・旅行博覧会への出展及びセールス（HANATOOUR旅行博覧会，MODETOUR旅行博覧会）
- ・現地SNSを活用した情報発信（naverブログによる情報発信，著名インスタグラマーを招請しての情報発信）

b 中国

- ・現地SNSを活用した情報発信（Wechat及びWeiboを活用した観光情報発信）
- ・BtoC向けプロモーション（インフルエンサーを起用した情報発信，訪日観光誌でのPR）

c 台湾

- ・現地SNSを活用した情報発信（webサイト及びFacebookによる情報発信）
- ・BtoC向けプロモーション（鹿児島ポップアップストアの開催）
- ・雑誌による情報発信（現地旅行誌を招請し，幅広く本県の観光素材を発信）

d 香港

- ・現地メディアとの共同プロモーション（航空機内誌へのPR記事掲載，Facebook等のSNSによる情報発信，訪日旅行雑誌等への掲載による情報発信）
- ・香港在住ブロガーとの共同プロモーション（ブログ，SNS等による情報発信，現地でのBtoC向けセミナー開催）
- ・現地イベント等への出展（香港ウェディングフェア，EGLトラベルカーニバル）

(イ) 旅行会社等プロモーション

本県への観光客誘致促進を図るため，海外の旅行エージェント等へのセールス活動等を行った。

	H30年度実績		R1年度実績	
	実施日	場所	実施日	実施場所
韓国	平成30年6月6日～13日	ソウル	平成31年4月11日～12日	ソウル
	平成30年8月1日～3日	ソウル	令和元年6月5日～12日	ソウル
	平成30年8月29日～9月3日	ソウル	令和元年8月19日～23日	ソウル
	平成30年11月28日～12月3日	ソウル，釜山	令和元年12月13日～15日	ソウル
中国	平成30年5月23日～30日	上海	令和元年6月3日～7日	上海
	平成30年9月5日～8日	上海，南京	平成元年11月13日～16日	上海，南京
香港	平成30年7月26日～28日	香港	令和元年5月27日～30日	香港
	平成30年11月12日～16日	香港，深圳	令和元年7月29日～8月2日	香港，深圳
	平成31年1月13日～15日	香港	令和元年12月9日～11日	香港
台湾	平成30年6月19日～23日	台北，台中，高雄	令和元年6月9日～16日	台北，台中，高雄
	平成30年12月18日～20日	台北	令和元年8月6日～11日	台北
	平成31年3月7日～10日	台北	令和元年12月5日～8日	台北

(ウ) 旅行業者等招請事業

韓国，中国，台湾，香港の旅行会社等を招請し，本県の観光資源や受入体制の視察，県内観光関係業者等との意見交換を行い，旅行商品化の促進，観光客の誘致促進に努めた。

(エ) 旅行商品企画化支援事業・新商品造成促進事業

韓国，中国，香港，台湾の旅行エージェントに対する旅行商品パンフレット作成やツアー商品広告への助成など，鹿児島旅行商品づくりの促進を図った。

(オ) 航空便利用促進事業

鹿児島空港発着定期便による外国人観光客の誘致促進を図った。

フリージャーナリストによる情報発信（台北BtoCセミナー）

チャイナエアライン台北・鹿児島線送客コンテスト

イ 戦略的市場からの誘客強化

海外における本県の認知度向上を図るため、市場ごとに「観光ビジネスパートナー」を起用し、各市場に応じた集中的なプロモーションを行い、更なる誘客促進を図った。

(ア) メディア等プロモーション

a タイ

- ・現地SNSを活用した情報発信（Facebook等のSNSによる情報発信）
- ・旅行博覧会への出展（旅行博覧会（TITF）での鹿児島発信）

b シンガポール

- ・Facebook等SNSを活用した情報発信
- ・旅行博覧会への出展（旅行博覧会（NATAS）での鹿児島発信）

c ベトナム

- ・旅行博覧会への出展（旅行博覧会（FEEL JAPAN）での鹿児島発信）

d イギリス

- ・Facebook等のSNSによる情報発信
- ・東京と九州地域の連携による外国人旅行者誘致事業への取組（メディア招請による情報発信）

e その他

- ・JR九州レールパスと鹿児島観光の一体的なプロモーションによる北部九州から鹿児島への誘客促進
- ・観光多言語webサイトを用いた誘客促進強化

(イ) 旅行会社等プロモーション

本県への観光客誘致促進を図るため、海外の旅行エージェント等へのセールス活動等を行った。

<3> 施策の実施による成果（アウトカム）

直行便及び戦略的市場からの誘客強化のため、メディアや海外旅行社等のプロモーションを実施し、外国人宿泊者数は対前年比で2.9%増加した。（観光庁「宿泊旅行統計」）

(7) 祭りアイランド九州事業（観光課） 〈地方創生関連事業〉

<1> 施策の目的

ラグビーワールドカップ2019期間中に行われる祭りアイランド九州に参画し、本県のPRを行うことで、観戦に訪れている外国人観光客の本県への誘客を促進する。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

ア 祭り集結

実施日：令和元年9月28日～29日

場 所：熊本市シンボルブルームナード ほか

参加団体数：37団体

総 観 客 数：22万人

旅 行 商 品：海外市場 2商品，国内市場 30商品

イ 周遊促進

令和元年9月20日～11月3日に開催される九州・山口地域の57の祭りへの周遊促進を実施した。

ウ テレビ・新聞等を活用したプロモーション

テレビ 9社，新聞 11社，海外 2社

<3> 施策の実施による成果（アウトカム）

ラグビーワールドカップ2019期間中の令和元年9月～11月において、本県への欧米豪からの宿泊者数は対前年比で36.2%増加した。（観光庁「宿泊旅行統計」）

(8) 国際クルーズ船誘致促進事業（観光課） 〈地方創生関連事業〉

〈1〉 施策の目的

国際クルーズ船の本県への更なる誘致を図るため、本県へのクルーズ船寄港の増加・定着化に向けたプロモーション等を戦略的・一体的に展開する。

〈2〉 施策の実施状況（アウトプット）

ア 国内外セールス活動

本県へのクルーズ船誘致促進のため、国内外でクルーズ船社や旅行社等へのセールス活動等を行った。

実施日	訪問先
平成31年4月15日～16日	東京
平成31年4月22日～23日	東京
令和元年5月13日～14日	東京
令和元年5月27日～30日	台湾
令和元年7月10日～12日	東京
令和元年8月28日～31日	中国
令和元年9月24日～25日	東京
令和元年10月3日～4日	東京
令和元年10月31日～11月1日	東京
令和2年1月17日～18日	大阪
令和2年1月20日～25日	ドイツ・スイス
令和2年3月3日～4日	東京
令和2年3月9日～11日	東京

イ 船社等視察受入

実施日	視察地
平成31年4月23日	マリポートかごしま
令和元年5月28日	鹿児島港，県内観光地
令和元年6月18日～19日	マリポートかごしま，県内観光地
令和元年8月5日～8日	マリポートかごしま，県内観光地

ウ 海外クルーズ・コンベンションへの参加

実施日	開催地	主な活動内容
平成31年4月7日～14日	米国	日本ブースにおける本県寄港に向けた船社，旅行会社等へのセールス等

〈3〉 施策の実施による成果（アウトカム）

県内各港クルーズ船入港実績

（単位：回）

港名	H29年	H30年	R1年
鹿児島	108	100	106
西之表	3	2	6
宮之浦	24	24	17
名瀬	13	21	20
古仁屋	2	1	2
湾	1	1	—
平土野	2	—	3
和泊	—	—	1
与論	—	2	1
合計	153	151	156

(9) 外国人観光客受入体制整備事業（観光課） 〈地方創生関連事業〉

〈1〉 施策の目的

国や九州観光推進機構等と連携しながら、鹿児島を訪れた海外の観光客が安心して周遊できるように、観光案内所の整備やガイドの育成、講習会の開催などの受入体制の整備を図る。

〈2〉 施策の実施状況（アウトプット）

ア 観光案内の実施

国際観光推進機構の「JNTO認定外国人観光案内所」（外国人のための外国語による観光案内所）とタイアップして、外国人観光客の利便を図るための観光案内、情報提供を行った。

- ・ JNTO認定外国人案内所：17か所

イ 全国通訳案内士試験セミナー開催

外国語で観光案内を行う全国通訳案内士（国家資格）になるための試験概要や資格についての説明を行うとともに、現役の通訳案内士による講演等を実施した。

- ・ 実施日：令和元年6月14日
- ・ 参加者：約30名

ウ 通訳ガイド有資格者レベルアップ研修セミナー開催

本県における外国人観光客の受入体制の整備充実を図る一環として、全国通訳案内士（国家資格）等のレベルアップに向け、座学講習及び実務研修を実施した。

- ・ 実施日：令和元年7月27日～令和元年11月2日（トライアル2回、座学講習5回、実務研修2回）
- ・ 参加者：約6～12名/回

エ 外国人観光客受入体制推進講習会開催

海外からの観光客の増加や多様化に対応するため、外部講師による、外国人観光客の受入体制の向上を目的とした講演や国（市場）別に個別相談対応を行った。

- ・ 実施日：令和元年9月6日
- ・ 外部講師：4名
- ・ 参加者：150名

オ インバウンド実務担当者研修会開催

本県における外国人観光客の受入体制づくり・誘客促進を図るため、県内観光関係実務担当者を対象にした会議・意見交換会を実施。インバウンドに関する基調講演のほか、「インバウンド受入状況や今後の取組について」等について、参加者同士の意見交換を実施した。

- ・ 実施日：【第1回】令和元年7月11日 【第2回】令和2年1月31日
- ・ 参加者：【第1回】145名 【第2回】98名

カ ムスリム関係者招請及び訪問、セミナーの実施

(ア) 県内のムスリム受入体制の発信及び更なる整備促進を図るため、ムスリム圏であるマレーシアの旅行会社への訪問、BtoC向けの発信を実施。

派遣時期 1回目：令和元年8月20日～24日
2回目：令和元年9月30日～10月8日

派遣者 1回目：3人
2回目：4人

(イ) ムスリム市場における鹿児島県の受入体制の認知度向上のためモニターツアーの造成・販売を実施。

実施時期 1回目：令和元年5月31日～6月2日
2回目：令和元年6月23日～26日

参加者 1回目：2人
2回目：3人

(ウ) ムスリムに関する本県の現状や体験談を含めたハラル対応セミナーの実施。

実施日：令和2年1月31日

参加者：98人

キ 多言語コールセンターの設置及び運営

本県を訪れた外国人観光客が安心して周遊できるよう、多言語コールセンターを設置し、24時間365日対応の電話通訳サービスを提供した。

・開設日：平成30年7月27日

・対象：宿泊施設、観光案内所、観光施設、交通事業者、飲食店、小売店（大規模小売店舗除く）、医療機関、警察、消防及び外国人観光客（令和元年10月1日から医療機関、警察、消防を追加）

・利用件数：毎月平均30件（令和元年度）

〈3〉施策の実施による成果（アウトカム）

観光案内所の整備やガイドの育成、講習会の開催などにより、受入体制の整備向上が図られた。

(10) 鹿児島県の国立公園周遊促進事業（観光課）

〈1〉施策の目的

欧米系の海外旅行者層に多い「SIT(Special Interest Tour)層」の中でも自然体験旅行に特化したSIT層に鹿児島県の国立公園（霧島錦江湾、屋久島、奄美群島）の魅力を訴求し、欧米豪市場から本県への誘客促進と旅行消費額の増大を図る。

〈2〉施策の実施状況（アウトプット）

ア 海外専門家の招請

自然体験旅行の専門家を海外から招請し、国立公園（霧島錦江湾、屋久島、奄美群島）とその周辺地域の観光視察を実施。

時期：令和2年2月24日～3月1日

招請者：4名（ドイツ1名、イギリス1名、カナダ2名）

視察エリア：3か所（霧島錦江湾国立公園、屋久島国立公園、奄美群島公園）

イ 海外専門家と地域観光事業者による共同ワークショップの実施

観光視察を終えた海外の専門家と国立公園（霧島錦江湾、屋久島、奄美群島）の観光事業者が集まって共同でワークショップを実施した。

時期：令和2年2月28日、3月1日

開催場所：鹿児島市、奄美市

参加者数：鹿児島市23名、奄美市10名

〈3〉施策の実施による成果（アウトカム）

本県の自然を効果的にPRすることで、欧米豪からの宿泊者数は対前年比で22.2%増加した。（観光庁「宿泊旅行統計」）

(3) かごしまの「食」などの国内外マーケットへの戦略的な展開

①海外展開に対する支援の充実・強化

(単位：千円)

予 算 科 目	予 算 額	財 源 内 訳			決 算 額	財 源 内 訳		
		国 庫 支 出 金	そ の 他 の 特 定 財 源	一 般 財 源		国 庫 支 出 金	そ の 他 の 特 定 財 源	一 般 財 源
貿 易 振 興 費	121,153	25,091	—	96,062	120,492	24,951	—	95,541
内								
貿易促進事業	45,771	9,112	—	36,659	45,512	9,112	—	36,400
海外ビジネス支援事業	10,830	4,245	—	6,585	10,830	4,245	—	6,585
上海マーケット開発推進事業	56,801	8,625	—	48,176	56,399	8,485	—	47,914
ASEANマーケット販路開拓事業	6,218	3,109	—	3,109	6,218	3,109	—	3,109
駐日外交官への魅力発信事業	1,533	—	—	1,533	1,533	—	—	1,533
計	121,153	25,091	—	96,062	120,492	24,951	—	95,541

(1) 貿易促進事業（かごしまPR課）（地方創生関連事業）

<1> 施策の目的

香港に駐在員を設置し、現地での情報収集、県産品のPRなどの各種支援を行うほか、九州・山口合同による商談会の実施や各種貿易関係団体の育成等により貿易の促進を図る。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

ア 商談会等の実施

九州各県並びに北九州市、福岡市及び熊本市で構成する九州貿易振興協議会において、九州・山口圏内の優れた食品を製造・加工・販売する企業の海外での販路開拓を目的に、現地商談会・市場視察等を実施した。

(ア) 国内事前相談会、セミナー

年 度	実施内容	実施場所	期 間	参加企業数
H29	ベトナム事前相談会	長崎、熊本	平成29年8月3日、4日	4社
H30	アメリカ事前相談会	福岡、宮崎	平成30年10月16日、18日	9社
R1	米国市場セミナー	福岡、鹿児島	令和元年8月26日、27日	21社

(イ) 海外現地商談会・市場（産地）視察

年 度	実施内容	実施場所	期 間	参加企業数
H29	商談会、市場視察	ベトナム(ホーチミン、ハノイ)	平成29年11月13日～15日	21社（うち県内4社）
H30	商談会	国内(福岡、宮崎)	平成30年11月13日、15日	34社（うち県内8社）
R1	商談会、市場視察	国内(福岡、鹿児島)	令和元年10月21日、24日	43社（うち県内10社）

イ 香港駐在員設置事業

香港の駐在員が、商談会・見本市等海外事業の推進、貿易情報の収集・提供、県産品の広報宣伝等を行ったほか、各種交流の支援を行った。

年 度	来訪者	調査	会議	訪問先訪問
H29	505人	44件	44回	290件
H30	410人	43件	45回	294件
R1	245人	72件	47回	280件

ウ 貿易団体育成事業

日本貿易振興機構鹿児島貿易情報センター及び(公社)鹿児島県貿易協会への負担金支出を行うことにより、両団体の育成強化を図った。

〈3〉 施策の実施による成果（アトカム）

商談会等の実施により、本県産品の海外における販路開拓が促進された。また、香港事務所による現地情報発信などを通して、本県の認知度向上が図られた。

(2) 海外ビジネス支援事業（かごしまPR課） 〈地方創生関連事業〉

〈1〉 施策の目的

県内企業の海外ビジネス展開を支援するため、貿易情報の収集・提供や各種海外事業を実施する。

〈2〉 施策の実施状況（アウトプット）

ア インターネット等を活用した貿易情報の収集・提供

- ・メーリングリストによる情報交換（登録者数：183人・団体）
- ・情報誌の発行
- ・ホームページによる情報発信

イ 海外における商談会等の実施

名称等	期間	会場	参加企業数
業務用食品展示会 in シンガポール	令和元年6月12日	シンガポール（サンテック・シンガポール国際会議展示場）	県内企業 7社

ウ 県産品のPR及び販売促進活動

名称等	期間	場所
マカオ大手外食チェーン関係者との商談会	令和元年7月15日～18日	県内企業22社
米国 スーパーでの「鹿児島フェア」	令和元年8月2日～5日	ニジヤマーケット （カリフォルニア州の10店舗）
香港の日本食レストランでの「鹿児島（垂水・霧島）フェア」	令和元年10月10日～ 令和2年2月2日	マキシムグループ「千両寿司」 （香港内13店舗）
マカオの日本食レストランでの「鹿児島フェア」	令和元年11月1日～約1ヶ月半	日本食レストラン「江戸」（5店舗）、「千喜膳」（2店舗）
中国の飲食店オーナー等による産地視察	令和元年11月27日～30日	鹿児島県内
台湾 スーパーでの「鹿児島フェア」	令和元年12月20日～22日	裕毛屋（台中の2店舗）
中国上海市の飲食店での「鹿児島フェア」	令和元年12月14日～ 令和2年1月19日	中国上海市の飲食店（4店舗）
シンガポールの日系量販店での「鹿児島フェア」	令和2年1月18日～19日	DONDONDONKI （シンガポール内7店舗）
米国 スーパーでの「鹿児島フェア」	令和2年2月7日～10日	ニジヤマーケット （カリフォルニア州の10店舗）

エ 海外バイヤー等招聘商談会

年度	名称等	期日	場所	参加企業数	国・地域
H29	うんまか鹿児島輸出商談会	平成29年7月28日	鹿児島市	83社	東アジア、北米、欧州、南米等
H30	うんまか鹿児島輸出商談会	平成30年9月6日	鹿児島市	61社	東アジア、北米、欧州、豪州等
R1	うんまか鹿児島輸出商談会	令和元年9月2日	鹿児島市	64社	アジア全域、北米、欧州等

オ 専門のアドバイザーによる貿易相談・セミナーの実施

年度	貿易相談件数	貿易セミナーの開催回数（場所）
H29	268件	3回（薩摩川内市、出水市、奄美市）
H30	353件	2回（西之表市、霧島市）
R1	452件	1回（鹿児島市）

カ 貿易研修事業

名称等	期 間	参加者
フィリピン アドバイザーセミナー	令和元年6月6日	19人
商談スキルワークショップ	令和元年6月28日, 7月12日	11人, 5人
令和元年度志布志港ポートセミナー	令和元年11月12日	180人
貿易実務講座(初心者向け)	令和元年5月30日	15人
貿易実務講座(中級編)	令和元年12月4日～5日	12人

キ 混載貨物輸出業者育成事業

食品輸出の振興及び県内外貿港の利用促進を図るため、県内食品企業の商品をとりまとめ、混載コンテナの仕立てや貿易書類の作成代行などの役割を担う混載貨物輸出業者の育成を行った。

年度	申請数	コンテナ数	交付実績	仕向け地(国・地域)
H29	5社	30TEU	3,080千円	米国, 香港, 台湾, カナダ
H30	7社	30TEU	3,000千円	米国, 香港, 中国, マカオ, 台湾
R1	5社	26TEU	1,500千円	米国, 香港, 中国, マカオ

<3> 施策の実施による成果(アトカム)

商談会等の実施により、本県産品の海外における販路開拓が促進された。また、海外でのフェア等の実施により、本県産品の販売促進及び本県の認知度向上が図られた。

(3) 上海マーケット開発推進事業(かごしまPR課) (地方創生関連事業)

<1> 施策の目的

県上海事務所を中心に、中国における本県産品の販路拡大や、本県の認知度向上等を図るため、県産品のPRや販売促進活動、バイヤー等招へいによる商談会や産地視察等を実施する。

<2> 施策の実施状況(アウトプット)

県産品(焼酎, 薩摩焼, 大島紬, 県産食品等)のPRや試食・販売を行った。

ア 県産品のPR及び販売促進活動

名 称	期 間	場 所
北京大使公邸「春の交流会」	令和元年5月16日	在中国日本国大使公邸
在上海日本国総領事館「日本の酒試飲体験会」	令和元年5月19日	在上海日本国総領事館
九州食博会	令和元年6月1日～30日	上海市内レストラン27店舗
九州食博会(日系居酒屋でのランチバトル)	令和元年6月1日～16日	薩摩居酒屋 竿屋(上海市)
在上海日本国総領事館「上海市と九州の観光素材魅力発信交流事業」	令和元年6月15日	在上海日本国総領事館
「JAZZ IN SHOCHU 鹿児島料理」1周年記念フェア	令和元年8月3日～17日	JAZZ IN SHOCHU 鹿児島料理(上海市)
北京ABCクッキングスタジオ「料理体験を通じた日本の魅力発信事業」	令和元年9月21日	北京ABCクッキングスタジオ
蘇州市「蘇州観光セミナー」	令和元年10月26日	蘇州蔚来中心(蘇州市)
北京なだ万「鹿児島美食フェア」(オープニングイベント)	令和元年11月22日	北京なだ万(北京市)
北京なだ万「鹿児島美食フェア」(美食フェア)	令和元年11月23日～ 令和2年1月19日	北京なだ万(北京市)

上海市内飲食店「第2回鹿児島フェア」	令和元年12月14日～28日	暁海鮮居酒屋（上海市）
	令和元年12月16日～29日	傾奇者（上海市）
	令和元年12月23日～ 令和2年1月5日	赤坂うまや（上海市）
	令和元年12月23日～ 令和2年1月19日	竿屋（上海市）

イ 展示・商談会等

名 称	期 間	場 所
揚州市「大運河文化旅遊博覧会」	令和元年5月3日～6日	揚州国際展覽中心（揚州市）
義烏市「浙江省国際輸入商品博覧会」	令和元年5月23日～26日	義烏国際博覧中心（義烏市）
重慶市「重慶新光天地日本商品展」	令和元年6月21日～30日	重慶新光天地（重慶市）
連雲港市「江蘇省農業国際合作商談会」	令和元年9月20日～22日	連雲港工業展覽中心（連雲港市）
温州市「浙江（温州）輸入商品博覧会」	令和元年9月25日～29日	温州国際会展中心（温州市）
南通市「森林旅遊博覧会」	令和元年10月18日～20日	南通国際博覧中心（南通市）
国際見本市「第2回中国国際輸入博覧会 ジャパンパビリオン」	令和元年11月5日～10日	上海国家会展中心（上海市）

ウ バイヤー等招へいによる商談会及び産地視察

年度	件 数	招へい数	被招へい者
H29	3件	6社・団体	レストラン・流通・小売関係者，マスメディア関係者等
H30	2件	2社・団体	小売関係者，流通関係者等
R1	1件	4社・団体	現地インポーター，飲食店関係者等

エ 上海事務所の活動状況等

年度	情報提供・市場調査	県内企業等訪問	貿易・取引等相談	事業企画・調整	その他国際交流
H29	182件	70件	50件	498件	178件
H30	185件	73件	49件	516件	207件
R1	237件	92件	61件	659件	264件

〈3〉 施策の実施による成果（アトカム）

バイヤー招へい等の実施により，本県産品の販路開拓が促進された。また，フェアの実施や展示会等への出展により，本県産品及び本県の認知度向上が図られた。

(4) ASEANマーケット販路開拓事業（かごしまPR課） 〈地方創生関連事業〉

〈1〉 施策の目的

ASEANの経済，金融の中心であるシンガポールを中心として，現地の人材を活用して，以下の業務を推進することにより，ASEANにおける県産品の販路開拓や観光誘客の促進などを図る。

〈2〉 施策の実施状況（アウトプット）

鹿児島県ASEANディレクターを委嘱し，シンガポールを起点としたASEAN地域における活動を実施した。

ア ASEANディレクターの委嘱

(ア) 氏名

シュ・ユエンシャオ・ケナード氏

(イ) 委嘱日

平成28年4月27日

(ウ) 業務遂行場所

シンガポールを起点としたASEAN地域

(エ) 業務内容

- ・現地企業への定期的訪問及び意見交換による情報収集
- ・マーケティング調査
- ・人的ネットワークの構築
- ・現地メディアやイベントへのPR・広報活動の支援
- ・本県からの進出企業への支援
- ・企画・立案の構築及び実施

イ 活動状況等

年度	市場調査等	商談会, イベント等PR	貿易・取引等
H29	5件	12件	3件
H30	5件	13件	3件
R1	2件	18件	2件

<3> 施策の実施による成果 (アウトカム)

商談会等の実施により、ASEAN地域における本県産品の販路開拓が促進された。また、フェア等の開催により、本県の認知度向上が図られた。

(5) 駐日外交官への魅力発信事業 (かごしまPR課)

<1> 施策の目的

外務省の「地方視察ツアー」事業を活用し、日本に駐在する外交官に鹿児島県の豊富な食や観光を体験していただき、本県の魅力を発信していただく、鹿児島県ツアーを実施することにより、本県産品の海外への輸出可能性等について探る。

<2> 施策の実施状況 (アウトプット)

期 間：令和元年11月14日～15日

場 所：鹿児島県内

参 加 者：駐日外交官及び配偶者含む 21名 (18か国)

内 容：鹿児島県内視察ツアー

知事主催レセプション 等

<3> 施策の実施による成果 (アウトカム)

駐日外交官のSNS等による情報発信を通じて、本県の認知度向上が図られた。

(4) 国際化と多文化共生の実現

① 交流会議等を核とした国際交流の充実

(単位：千円)

予 算 科 目	予 算 額	財 源 内 訳			決 算 額	財 源 内 訳			
		国 庫 支 出 金	そ の 他 の 特 定 財 源	一 般 財 源		国 庫 支 出 金	そ の 他 の 特 定 財 源	一 般 財 源	
国 際 交 流 促 進 費	211,942	—	112,623	99,319	200,202	—	111,231	88,971	
内 訳	第20回鹿児島・シンガポール交流会議	8,597	—	—	8,597	8,041	—	—	8,041
	アジア地域との交流	5,548	—	—	5,548	3,610	—	—	3,610
	アジアかごしまクラブ 形成事業	956	—	—	956	917	—	—	917
	海外技術協力等推進事業	14,369	—	—	14,369	11,943	—	—	11,943
	アジア・太平洋農村研 修センター管理運営事業	47,606	—	44,000	3,606	47,606	—	44,000	3,606
	アジア・太平洋農村研 修センター改修事業	5,531	—	—	5,531	4,460	—	—	4,460
	外国青年招致事業	20,858	—	—	20,858	19,365	—	—	19,365
	海外情報ネットワーク 形成事業	84	—	—	84	73	—	—	73
	渡航事務事業	49,623	—	49,623	—	48,231	—	48,231	—
	国際交流企画管理事業	23,708	—	19,000	4,708	23,597	—	19,000	4,597
	渉外事務事業	825	—	—	825	694	—	—	694
	在外県人会等育成事業	1,126	—	—	1,126	1,066	—	—	1,066
	清華大学との交流促進 事業	19,375	—	—	19,375	17,247	—	—	17,247
	南加県人会創立120周 年記念式典等参加事業	7,632	—	—	7,632	7,537	—	—	7,537
英国自治体との交流促 進事業	6,104	—	—	6,104	5,815	—	—	5,815	
計	211,942	—	112,623	99,319	200,202	—	111,231	88,971	

(1) 第20回鹿児島・シンガポール交流会議（国際交流課）（地方創生関連事業）

<1> 施策の目的

アジアの貿易・金融の中心地として目覚ましい発展を遂げているシンガポールとの各般にわたる交流を促進する。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

経済、観光、人的交流などの各分野での交流促進について意見交換を行ったほか、関連事業を実施した。

日 程 令和2年1月16日

場 所 シンガポール

出 席 者 鹿児島側 8人、シンガポール側 8人

関連事業等 ・知事主催レセプション

・シンガポール観光セミナー

・日本食レストランでのフェア

・日系量販店でのフェア

<3> 施策の実施による成果（アウトカム）

ラウンド・テーブル・ミーティングにおいて、各分野での交流促進を目的とした交流プログラムの合意がなされた。

また、知事主催レセプション、観光セミナー、日本食レストランでの県産農畜水産物を使用した鹿児島フェアにおいて、来場者に対する県内観光のPR、県産品の認知度向上と販路拡大が図られた。

(2) アジア地域との交流（国際交流課）（地方創生関連事業）

<1> 施策の目的

国際化の進展に対応するため、アジアに広がる国際交流ネットワークの形成を目指し、韓国全羅北道、中国江蘇省との交流協議会の合意に基づいた取組等を通じて、更なる交流の促進を図る。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

ア 第6回鹿児島県・全羅北道交流協議会

鹿児島県と全羅北道との交流事業について協議を行い、今後の交流プログラムを決めるとともに、両県道の交流に関する幅広い意見交換等を行った。

日 程 令和元年10月31日

場 所 全羅北道庁

出席者 鹿児島側 4人、全羅北道側 7人

イ 鹿児島県・全羅北道交流30周年記念行事

「友好協力の推進に関する共同宣言」調印30周年を迎えたことを記念し、両県道副知事により、今後の交流について確認等を行った。

ウ 第22回鹿児島県・江蘇省交流協議会

鹿児島県と江蘇省との友好交流の関係を強化するため、観光・経済分野における交流の一層の充実・拡大など、今後の交流の在り方等について、書面により協議会を開催した。

<3> 施策の実施による成果（アウトカム）

長年に渡り続けてきた友好交流の継続及び今後のさらなる交流の促進が確認された。

(3) アジアかごしまクラブ形成事業（国際交流課）

<1> 施策の目的

アジア地域との様々な分野での交流を拡大するため、これまでの交流実績により培ってきた貴重な財産である人的ネットワークの形成を促進する。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

アジア地域との人的ネットワークの形成を推進するために設立した香港、シンガポール、韓国全羅北道のアジアかごしまクラブへの活動助成を行った。

<クラブの状況>（各年5月1日現在）

（単位：人）

ク ラ ブ 名	会 員 数			
	設立時	H29	H30	R1
香 港 か ご し ま ク ラ ブ	173	400	400	400
かごしまクラブシンガポール	41	127	127	127
全羅北道かごしまクラブ	42	204	211	213

<3> 施策の実施による成果（アウトカム）

各地のかごしまクラブの活動により、人的交流などが円滑に促進された。

(4) 海外技術協力等推進事業（国際交流課）

<1> 施策の目的

開発途上国から技術研修員を受け入れ、その国の発展と繁栄に貢献し得る人材を育成するとともに、相互の経済・文化の交流促進に寄与する。

また、南米における本県出身移住者の子弟を県内の大学に留学させ、本県と移住先国との緊密化に貢献する有為な人材を育成する。

〈2〉 施策の実施状況（アウトプット）

海外からの技術研修員3人を受け入れ、2か月間の日本語・日本文化研修を行った後、各受入機関において4か月間の実技研修を実施した。

また、県出身移住者の子弟3人を県費留学生として受け入れ、県内の大学に留学させた。

〈海外技術研修員〉

出身国	研修内容	受入機関
ブラジル	製品デザイン	原田学園鹿児島キャリアデザイン専門学校
ドミニカ共和国	アニメ制作	原田学園鹿児島キャリアデザイン専門学校
中国	養殖	国立大学法人鹿児島大学大学院連合農学研究科

〈県費留学生〉

出身国	研究内容	受入機関
ブラジル	土木工学	国立大学法人鹿児島大学大学院理工学研究科
ブラジル	動物の病原菌	国立大学法人鹿児島大学共同獣医学部
ペルー	日本語・歴史・文化	国立大学法人鹿児島大学法文学部

〈3〉 施策の実施による成果（アウトカム）

海外技術研修員及び県費留学生が県内で研修及び留学を行うことにより、県民との交流が生じ、多文化共生の推進に寄与したことに加え、帰国後の県人会活動への積極的な参加等により、次世代への交流の継承が行われた。

(5) アジア・太平洋農村研修センター管理運営事業（国際交流課）

〈1〉 施策の目的

アジアを中心とする海外からの研修生の受け入れや、これらの人々と県民との交流を通じた国際理解の増進、生活・文化学習など多様な機能を有するアジア・太平洋農村研修センターの円滑な管理運営を行う。

〈2〉 施策の実施状況（アウトプット）

海外の学生を対象とした日本語・日本文化研修や青年海外協力隊派遣予定者に対する研修など、国際交流・国際理解の促進等に資する各種事業を実施した。

〈利用実績〉

年 度	H29	H30	R1
利用者数	13,226人（うち外国人2,255人）	12,452人（うち外国人2,116人）	11,683人（うち外国人1,982人）
研修団体数	224団体	221団体	195団体

〈3〉 施策の実施による成果（アウトカム）

国内外からの研修利用がなされたことにより、県民との交流を通じた国際理解の促進が図られた。

(6) アジア・太平洋農村研修センター改修事業（国際交流課）

〈1〉 施策の目的

アジア・太平洋農村研修センターの機能維持のため、改修等を行う。

〈2〉 施策の実施状況（アウトプット）

老朽化していた空調設備や高圧ケーブル、給湯用ヘッダーの改修を行った。

〈3〉 施策の実施による成果（アウトカム）

同センターの機能維持及び利用者の利便性・安全性の向上が図られた。

(7) 外国青年招致事業（国際交流課）

＜1＞ 施策の目的

本県における外国語教育の充実及び地域レベルでの国際交流の促進に資するため、語学指導や国際交流活動を行う外国青年を招致する。

＜2＞ 施策の実施状況（アウトプット）

「語学指導等を行う外国青年招致事業（昭和62年度～）」により外国青年4人を国際交流員として受け入れるとともに、県内の外国青年受入市町村との連絡・調整を行った。

＜3＞ 施策の実施による成果（アウトカム）

県及び市町村で国際交流員21人、外国語指導助手120人の外国青年を受け入れ、国際交流の推進や外国語教育の質の向上が図られた。

(8) 海外情報ネットワーク形成事業（国際交流課）

＜1＞ 施策の目的

本県の海外でのイメージや知名度の向上を図るとともに、海外の観光客の誘致促進、県産品の販路拡大など、観光をはじめとする本県産業の振興に資する。

＜2＞ 施策の実施状況（アウトプット）

本県と海外との永年の交流の中で培ってきた人的ネットワーク等を活用し、海外向けに本県の観光・物産等のPR記事を掲載した外国語（英語・中国語・韓国語）及び日本語によるメールマガジンを発行し、情報発信を行った。

メールマガジン登録者数（各年度3月末時点） （単位：人）

年度	英語	中国語	韓国語	日本語	合計
H29	665	234	130	550	1,579
H30	525	241	115	518	1,399
R1	686	246	131	581	1,644

＜3＞ 施策の実施による成果（アウトカム）

人的ネットワークを拡大して、より多くの方々に本県の観光や特産品等に関する情報を発信することができた。

(9) 渡航事務事業（国際交流課）

＜1＞ 施策の目的

旅券法の規定により、国からの法定受託事務である旅券の発給申請の受理、作成、交付等の事務を行う。

＜2＞ 施策の実施状況（アウトプット）

ア 旅券の発給申請の受理、作成、交付等の事務を処理した。

年度	旅券交付件数
H29	25,862件
H30	29,335件
R1	27,220件

イ 県民サービスの一層の向上を図るため、「鹿児島県事務処理の特例に関する条例」に基づき、旅券の発給申請の受理、交付等の事務を権限移譲している。

<権限移譲市町村>

開始時期	移譲先市町村	市町村数
平成19年4月1日	与論町	1
平成20年4月1日	出水市, 阿久根市, 霧島市	3
平成22年4月1日	鹿屋市, 西之表市, 伊佐市, 錦江町, 南大隅町, 中種子町, 南種子町, 大和村, 徳之島町	9
平成23年4月1日	指宿市, 垂水市, 南九州市, さつま町, 長島町, 湧水町, 宇検村, 伊仙町	8
平成24年4月1日	志布志市, 大崎町, 肝付町, 天城町, 和泊町, 知名町	6
平成25年4月1日	枕崎市, 曾於市, 東串良町, 瀬戸内町, 喜界町	5
平成26年4月1日	日置市, 南さつま市, 奄美市, 屋久島町, 龍郷町	5
平成27年4月1日	いちき串木野市	1
平成29年4月1日	姶良市	1
合 計		39

<3> 施策の実施による成果 (アウトカム)

適切な事務を行うことによって、円滑かつ正確な旅券の発給を行うことができた。

(10) 国際交流企画管理事業 (国際交流課)

<1> 施策の目的

国際交流施策の総合的な企画立案を行うとともに、都道府県、九州各県及び県内市町村との連絡調整や意見交換を行い、国際交流の推進を図る。

また、地方公共団体の共同組織として設立された(一財)自治体国際化協会の運営に要する経費の一部を負担し、地域レベルの国際化推進等を図る。

<2> 施策の実施状況 (アウトプット)

ア 国際交流推進連絡

庁内における各種国際交流事業の総合的企画・連絡調整を行うとともに、今後の国際交流を幅広く推進するため、各都道府県・県内国際交流団体との意見交換会等に参加した。

(ア) 地域国際化連絡会議

日 程 令和元年5月31日

場 所 鹿児島市

参加者 九州各県・各指定都市の国際交流主管課長等

イ (一財)自治体国際化協会負担金

外国青年招致事業等を実施する同協会に対して負担金を支払った。

ウ 市町村からの派遣職員に係る給与負担金

市町村からの相互派遣職員に係る給与負担金を阿久根市へ支払った。

<3> 施策の実施による成果 (アウトカム)

各都道府県、九州各県、県内市町村及び県内国際交流団体との相互連携を深め、国際交流施策の円滑な推進が図られた。

(11) 渉外事務事業 (国際交流課)

<1> 施策の目的

関係国との友好を深め、県民の国際理解・友好親善等を図る。

＜2＞ 施策の実施状況（アウトプット）

ア 外国大使・総領事，使節団等の来鹿に伴う接遇及び通訳，公文書等の翻訳を行った。

年 度	H29	H30	R1
接遇及び通訳	10件	8件	9件
公文書等の翻訳	312件	332件	394件

イ 北方領土返還要求運動に係る広報等の協力や，青年海外協力隊活動の支援を行った。

＜3＞ 施策の実施による成果（アウトカム）

関係国との相互理解及び友好関係を促進し，国際協力に寄与した。また，翻訳により，県の海外交流の促進，多言語でのPR等に寄与した。

(12) 在外県人会等育成事業（国際交流課）

＜1＞ 施策の目的

県海外移住家族会や在外県人会等と協力して本県出身移住者の援助促進を図る。

＜2＞ 施策の実施状況（アウトプット）

海外移住者の安定化を図るため，（公財）鹿児島県国際交流協会及び鹿児島県海外移住家族会の事業に対し助成を行うとともに，関係機関や在外県人会等との連絡調整を行った。

ア 在外県人会等育成費補助金

- ・（公財）鹿児島県国際交流協会に対し，補助金を支給（960千円）
- ・同協会が4在外県人会と業務委託契約し，移住者の援護指導，消息不明者の調査，子弟の育成・指導等を実施。
（ブラジル560千円，アルゼンチン184千円，ペルー104千円，パラグアイ80千円，事務費32千円）

イ 鹿児島県海外移住家族会協力活動費補助金

- ・鹿児島県海外移住家族会に対し，補助金を支給（100千円）
（在外県人会に係る情報提供，親善交流，移住者援護等）

＜3＞ 施策の実施による成果（アウトカム）

在外県人会による現地での活動（イベント等における本県PRブースの出展等）が促進され，海外における本県の認知度向上が図られた。

(13) 清華大学との交流促進事業（国際交流課） 〈地方創生関連事業〉

＜1＞ 施策の目的

平成25年8月に締結した清華大学との包括協定（MOU）に基づき，経済，青少年，学術などの分野において交流事業を実施し，人材育成や人的ネットワークの構築を図る。

＜2＞ 施策の実施状況（アウトプット）

青少年学生交流，学術交流等を行った。

ア 青少年学生交流

（ア）清華大学留学支援奨学金交付事業（国際交流課）

清華大学への留学生10人に対し，奨学金を支給（計3,000千円）

（イ）中国語研修プログラム事業（高校教育課）

県内の高校生及び教職員計13人を中国語等の短期研修に派遣

イ 学術交流

（ア）文化芸術交流事業（文化振興課）

清華大学美術学院から教授等12人を受け入れ，県内の文化芸術に携わる制作者と芸術分野の交流を実施

（イ）環境分野交流事業（環境林務課）

県内の環境分野の専門家等10人を清華大学へ派遣し，環境分野の交流を実施

〈3〉 施策の実施による成果（アトカム）

様々な交流事業に参加することにより、清華大生の鹿児島への理解増進や県民の国際感覚の醸成、多文化共生社会の推進に貢献する人材の育成等が図られた。

(14) 南加県人会創立120周年記念式典等参加事業（国際交流課）

〈1〉 施策の目的

南加（南カリフォルニア）鹿児島県人会創立120周年記念式典等に参加し、関係者の永年の御労苦をねぎらい、友好親善を図る。

〈2〉 施策の実施状況（アウトプット）

南加鹿児島県人会創立120周年記念式典に参加したほか、姉妹盟約を締結している米国ジョージア州を訪問し、親善関係の強化を図った。

ア 南加鹿児島県人会創立120周年記念式典

日 程 令和元年8月3日～4日

場 所 米国ロサンゼルス市、モンテベロ市

実施内容 ・南加（南カリフォルニア）鹿児島県人会創立120周年記念祝賀会・先亡者追悼法要への参加
・全米日系人博物館視察

イ ジョージア州との交流促進

日 程 令和元年8月2日

場 所 米国ジョージア州議会議事堂

実施内容 ・姉妹盟約に係る確認書の調印、取り交わし
・三反園知事に対する名誉州民の称号の授与
・県産品のPR

〈3〉 施策の実施による成果（アトカム）

米国カリフォルニア州における日系社会の礎を築いた本県出身者との交流を深め、絆を強めることができた。また、姉妹盟約を締結しているジョージア州との間において、今後とも相互交流を深め、親善関係を強化していくことが確認された。

(15) 英国自治体との交流促進事業（国際交流課）

〈1〉 施策の目的

友好協定を締結している英国自治体との間で首長の訪問受入れや青少年等の派遣・受入れを行い、未来の鹿児島を担うグローバルな人材の育成を図るとともに、鹿児島と英国との更なる交流を促進する。

〈2〉 施策の実施状況（アウトプット）

友好協定を締結している英国自治体との間で首長の訪問受入れや青少年等の派遣・受入れを行い、交流促進を図った。

ア マンチェスター市長来鹿

日 程 平成31年4月24日～28日

実施内容 ・知事表敬訪問
・現代の薩摩スチューデントとの意見交換
・薩摩藩英国留学生記念館及び種子島視察 等

イ 薩摩スチューデント派遣

派遣先 英国（ロンドン・カムデン区、マンチェスター市）

日 程 令和元年7月18日～31日

派遣人員 4人（本県高校生3人、引率者1人）

活動内容 ・英国教育体験プログラム参加
・友好協定先訪問 等

ウ ロンドン・カムデン区長及び青少年等来鹿

期 間 令和元年10月22日～27日

相手方 ロンドン・カムデン区長，副事務総長，青少年5人，教員1人

実施内容 ・知事表敬訪問

・現代の薩摩スチューデントとの意見交換

・薩摩藩英国留学生記念館視察

・文化体験，学校体験 等

<3> 施策の実施による成果（アトカム）

平成30年度に知事一行が英国自治体を訪問して締結した友好協定に基づき，初めてマンチェスター市長，カムデン区長及び同区青少年を鹿児島にお迎えしたことで，鹿児島の自然，歴史，文化，特産品などを認識いただき，相互に派遣・受入れを行うという交流の基盤ができた。

② 日本人と外国人が共生する地域づくり

(単位：千円)

予 算 科 目	予 算 額	財 源 内 訳			決 算 額	財 源 内 訳		
		国 庫 支 出 金	そ の 他 の 特 定 財 源	一 般 財 源		国 庫 支 出 金	そ の 他 の 特 定 財 源	一 般 財 源
国 際 交 流 促 進 費	21,030	—	12,000	9,030	20,992	—	12,000	8,992
内 か ご し ま 留 学 生 支 援 事 業	2,450	—	2,000	450	2,412	—	2,000	412
内 国 際 交 流 プ ラ ザ 設 置 事 業	18,580	—	10,000	8,580	18,580	—	10,000	8,580
計	21,030	—	12,000	9,030	20,992	—	12,000	8,992

(1) かがしま留学生支援事業（国際交流課）

＜1＞ 施策の目的

私費外国人留学生の勉学・生活の安定化と将来の人的ネットワークの形成に資するため、県内大学等に在籍する留学生に対し、奨学金を交付する。

＜2＞ 施策の実施状況（アウトプット）

県内在住の私費外国人留学生10人に、月額20千円の奨学金を交付した。

＜3＞ 施策の実施による成果（アウトカム）

留学生による県内の国際交流イベントへの参加等が促進されるとともに、将来の人的ネットワーク構築に寄与した。

(2) 国際交流プラザ設置事業（国際交流課）

＜1＞ 施策の目的

県民と外国人の相互理解を深めるため、国際交流プラザにおいて、県民・外国人・国際交流団体へ交流の場や情報の提供を行うほか、各種相談対応、語学等に関する研修を行う。

＜2＞ 施策の実施状況（アウトプット）

諸外国の生活・文化等の情報提供、外国人の生活相談や県民からの海外渡航等に関する相談への対応、外国人による語学・文化講座等を実施した。

＜利用実績＞

年 度	H29	H30	R1
国際交流プラザ利用者	14,732人	15,821人	16,395人
相 談 件 数	289件	199件	172件

＜3＞ 施策の実施による成果（アウトカム）

県民向けの各種情報の提供・発信や相談受付のほか、外国語講座や文化講座等の実施を通じて、県民の国際理解が深まった。

また、在留外国人との交流が促進されることで、多文化共生社会の実現の促進が図られた。

(5) 「鹿児島県のウェルネス」のブランド化と交流の促進

① 「鹿児島県のウェルネス」を活用した誘客促進

(単位：千円)

予算科目	予算額	財源内訳			決算額	財源内訳		
		国庫支出金	その他の特定財源	一般財源		国庫支出金	その他の特定財源	一般財源
観光費	30,000	—	—	30,000	29,988	—	—	29,988
内「鹿児島県のウェルネス」 観光客誘致促進事業	30,000	—	—	30,000	29,988	—	—	29,988
計	30,000	—	—	30,000	29,988	—	—	29,988

(1) 「鹿児島県のウェルネス」観光客誘致促進事業（観光課）

<1> 施策の目的

鹿児島県のウェルネス素材を活用した体験プログラムの開発と効果的な情報発信によりウェルネスツーリズムによる誘客促進を図る。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

ア 「鹿児島県のウェルネス」観光客誘致促進事業

(ア) 体験プログラムの開発・実施

- a 「鹿児島県のウェルネス」に関連する体験プログラムを地域別に5商品造成。（南薩地域、大隅地域、熊毛地域、大隅地域）

地域名	体験プログラム名
熊毛地域	五感で感じる屋久島の香り体験
大島地域	奄美大島の伝統工芸「泥染」でよみがえる一品「泥染リボン」
大隅地域	お茶会席とほうじ茶焙煎体験
大隅地域	「たからべ森の学校」発！森と温泉リトリート
南薩地域	地元ガイドが案内する名泉ホッピング

- b 造成した体験プログラムを含んだモニターツアーを実施。

(イ) パンフレットの作成

- a 既存素材の紹介と既存素材を活用した宿泊を伴うウェルネスモデルコースを掲載したパンフレットを作成。

イ 「鹿児島県のウェルネス」観光客誘致促進事業（ウェルネスプロモーション）

(イ) ターゲットに応じた効果的な情報発信及び効果測定

- a 「鹿児島県のウェルネス」について、県内観光地でのインフルエンサーの招請やモニターツアーの実施等により、情報発信を行うとともに、各取組における効果測定を行った。

<3> 施策の実施による成果（アウトカム）

誘客対策として、地域毎にウェルネス素材を活用した体験プログラムの開発を行うとともに、インフルエンサーの招聘やモニターツアーの実施等による情報発信を展開することで、誘客を図ることができた。

10 革新的技術の導入と競争力のある産業の創出・振興

(1) イノベーションの創出と競争力のある産業の振興

① 地域特性を生かした産業の振興

(単位：千円)

予 算 科 目	予 算 額	財 源 内 訳			決 算 額	財 源 内 訳			
		国 庫 支 出 金	そ の 他 の 特 定 財 源	一 般 財 源		国 庫 支 出 金	そ の 他 の 特 定 財 源	一 般 財 源	
商 業 振 興 費	6,465	2,934	—	3,531	6,191	2,810	—	3,381	
内 訳 特産品等販路開拓支援事業	6,465	2,934	—	3,531	6,191	2,810	—	3,381	
中 小 企 業 振 興 費	101,726	5,858	55,162	40,706	99,465	5,099	55,162	39,204	
内 訳	伝統的工芸品産業振興対策事業	2,585	—	162	2,423	2,536	—	162	2,374
	大島紬振興対策事業	815	—	—	815	186	—	—	186
	伝統的工芸品産業振興資金貸付事業	55,000	—	55,000	—	55,000	—	55,000	—
	鹿児島ブランド支援センター事業	28,542	—	—	28,542	28,542	—	—	28,542
	薩摩焼需要開拓事業	840	—	—	840	840	—	—	840
	「目指せ！日本一」かごしまの本格焼酎魅力発信事業	4,044	1,570	—	2,474	3,991	1,555	—	2,436
	かごしまの本格焼酎海外展開事業	3,618	1,367	—	2,251	3,616	1,367	—	2,249
伝統的工芸品等販路拡大支援事業	6,282	2,921	—	3,361	4,754	2,177	—	2,577	
計	108,191	8,792	55,162	44,237	105,656	7,909	55,162	42,585	

(1) 特産品等販路開拓支援事業（かごしまPR課） 〈地方創生関連事業〉

<1> 施策の目的

地域の特産物、観光資源等を活用した地域産業おこしを図り、地域小規模事業者の新たな事業機会の創出を図る。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

ア 特産品等の販路開拓、普及を支援するため、県商工会連合会が行う事業に対して助成を行った。

	年度	回数・参加者	
イベント等の開催・出展	H29	13回	239事業者参加
	H30	13回	208事業者参加
	R1	9回	158事業者参加
専門家の派遣指導	H29	11回	11事業者
	H30	7回	7事業者
	R1	7回	7事業者

イ ふるさと特産運動推進指導員を設置し、地域の資源・技術等を活用した特産品の開発、販路開拓等を推進指導した。

	年度	工 芸 品	食 品
訪問指導数等	H29	148か所	231か所
	H30	143か所	205か所
	R1	200か所	317か所

＜3＞ 施策の実施による成果（アトカム）

- ア イベント等を通じて、特産品を県内外消費者に幅広くPRし、販路拡大につながった。
- イ 専門家指導を通じて、事業者が品質改良や新たな特産品開発、販路開拓による事業機会の拡大につながった。

(2) 伝統的工芸品産業振興対策事業（かごしまPR課）

＜1＞ 施策の目的

伝統的工芸品産業の振興を図るため、(一財)伝統的工芸品産業振興協会が実施するイベント等に参加するとともに、伝統的技術を有する業種について、業界に対する助言等を行う。

＜2＞ 施策の実施状況（アウトプット）

国指定及び県指定伝統的工芸品の振興を図るために、指定産地組合等が主体となって実施する需要開拓等の取組について助言を行った。

伝統的工芸品の販路拡大を図るため、伝統的工芸品展WAZA2019（東京）への出展等を行った。

年度	実施日	場 所	出 展 品
H29	平成30年2月16日～21日	東武百貨店池袋店（東京都）	本場大島紬、薩摩焼、県指定伝統的工芸品（薩摩つげ櫛、奄美の芭蕉布、薩摩深水刃物、大漁旗）
H30	平成31年2月21日～26日	東武百貨店池袋店（東京都）	本場大島紬、薩摩焼、県指定伝統的工芸品（薩摩つげ櫛、薩摩深水刃物）
R1	令和2年2月20日～25日	東武百貨店池袋店（東京都）	本場大島紬、薩摩焼、県指定伝統的工芸品（薩摩つげ櫛、薩摩糸びな）

＜3＞ 施策の実施による成果（アトカム）

出展を通じて、伝統的工芸品の販路拡大が図られた。

(3) 大島紬振興対策事業（かごしまPR課）

＜1＞ 施策の目的

国の伝統的工芸品に指定されている本場大島紬の振興発展を図るため、産地組合が振興計画に基づいて行う事業に対して助成するとともに、生産者の技術向上対策等の事業を行う。

＜2＞ 施策の実施状況（アウトプット）

産地組合が振興計画に基づいて行う事業に対して助成するとともに、生産者の技術振興対策等の事業を実施した。

ア 需要開拓事業

(ア) 事業主体 鹿児島県本場大島紬協同組合連合会

(イ) 事業内容 一般消費者を対象とした試着体験及び新作大島紬展示等を行った。

年度	実施日	場 所	内 容
H29	平成30年2月6日～11日	天文館屋根裏ギャラリー（鹿児島市）	一般消費者を対象とした試着体験及び新作大島紬展示、製造工程の実演・体験
H30	平成31年2月10日、21日～26日	天文館屋根裏ギャラリー（鹿児島市）	一般消費者を対象とした試着体験及び新作大島紬展示、製造工程の実演・体験
R1	令和元年2月27日～3月1日 ※ 新型コロナウイルス感染症の影響により中止	東京都港区南青山5丁目4-41 ふくい南青山291	一般消費者を対象とした試着体験及び新作大島紬展示、製造工程の実演・体験

＜3＞ 施策の実施による成果（アトカム）

一般消費者に大島紬の魅力を発信することにより、大島紬の認知度向上等が図られた。

(4) 伝統的工芸品産業振興資金貸付事業（かごしまPR課）

<1> 施策の目的

伝統的工芸品産業（本場大島紬、川辺仏壇、薩摩焼）の経営の安定・合理化を図るため、必要な資金を融資する。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

本場大島紬をはじめとする国指定伝統的工芸品の製造業者及びこれらを構成員とする組合への低利資金融資を行った。

伝統的工芸品産業振興資金

取扱金融機関	商工組合中央金庫鹿児島支店
原資（県貸付金）	55,000 千円
融 資 枠	165,000 千円
限 度 額	個人・法人 25,000千円，組合 100,000千円
貸 付 期 間	1年以内
貸 付 利 率	個人・法人 1.975%（転貸手数料0.5%を含む），組合 1.475% （平成31年4月1日～令和2年3月31日）

貸 付 実 績

区 分	H29年度	H30年度	R1年度
融 資 件 数	26件	25件	12件
融 資 額	172,233千円	187,422千円	151,651千円
年 度 末 残 高	122,333千円	119,049千円	97,868千円

<3> 施策の実施による成果（アウトカム）

伝統的工芸品産業に対して、金融機関を通じて必要な資金を融資することで、経営の安定化等が図られた。

(5) 鹿児島ブランド支援センター事業（かごしまPR課）

<1> 施策の目的

個性化、多様化していく消費者ニーズに的確に対応した「売れる商品づくり」を支援するとともに、（公社）鹿児島県特産品協会東京駐在員によるかごしま遊楽館でのテスト販売等を通じた情報の受発信に努め、本県特産品の振興を図る。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

ア 鹿児島ブランド支援センター事業

新商品の開発や市場展開など多岐にわたる相談に対し、アドバイザーを紹介・斡旋するなど、「売れる商品づくり」に向けた取組を支援した。

(ア) 事業主体 （公社）鹿児島県特産品協会

(イ) 事業内容

a 県産品支援相談事業

企業・団体等の商品開発、市場展開などの相談に応じ、「売れる商品づくり」を支援した。

相談実績	件 数	内 容
H29年度	221件	主に販路開拓，市場状況等の情報提供
H30年度	222件	主に販路開拓，市場状況等の情報提供
R1年度	234件	主に販路開拓，市場状況等の情報提供

b かごしまの新特産品コンクール事業

県内で新たに開発・製造・改良された商品のコンクールを開催し、入賞商品を県内外で開催される物産観光展等でPRした。

	実施日	出品数		入賞商品			
		食品	工芸品	食品部門	工芸品部門		
H29年度	平成29年10月12日	180社209品	133品	76品	22品	11品	11品
H30年度	平成30年10月10日	158社173品	119品	54品	22品	11品	11品
R1年度	令和元年10月8日	125社138品	103品	35品	22品	11品	11品

c ブランド化啓発事業

市場動向等をメールマガジン等により情報提供を行った。(メールマガジン配布先：約388事業所等)

d アドバイザー紹介活用事業

専門的な相談に対し、百貨店バイヤーや流通コンサルタントなど専門家を派遣し、指導・助言を実施した。

	H29年度	H30年度	R1年度
研修会	10回	12回	11回
コンクール等	36回	39回	38回
個別指導	46件	39件	60件

e 県産品市場展開支援事業

(a) 商品力向上調査

加工食品のテスト販売を行い、バイヤーや消費者の商品に関する意見をとりまとめ、製造者に情報提供した。

	H29年度	H30年度	R1年度
食品テスト販売品目数等	114社387品目	51社200品目	57社167品目

(b) 工芸品市場展開支援

かごしま遊楽館の工芸品ギャラリーにおいて、工芸品作家等自らが、消費者から商品についての意見を直接聞き、今後の商品の開発・改善に活かすための展示会を実施した。

	H29年度	H30年度	R1年度
実施回数	20回	18回	17回

(c) 物産観光展での製作実演

首都圏や県内百貨店などで実施された観光物産展において、工芸品作家自らが製作実演を行うなど、消費者に、鹿児島県の伝統的工芸品をより身近に感じてもらうための取組を実施した。

	H29年度	H30年度	R1年度
実施回数	3回	1回	4回

<3> 施策の実施による成果 (アウトカム)

商品開発から市場展開までの「売れる商品づくり」に向けた幅広い支援を実施することにより、本県特産品の販路拡大が図られた。

(6) 薩摩焼需要開拓事業 (かごしまPR課)

<1> 施策の目的

薩摩焼業界に対して、需要開拓の支援を行い、産業の振興を図る。

<2> 施策の実施状況 (アウトプット)

ア 事業主体 鹿児島県薩摩焼協同組合

イ 事業内容

(ア) 焼酎を楽しむ薩摩焼の器デザインによる新商品開発

「薩摩焼が応援するアスリートの食卓」をテーマに薩摩焼の皿やどんぶりのデザインを開発するため、鹿児島県飲食業生活衛生同業者組合、工業技術センター、地元百貨店関係者の協力により、デザインを取りまとめ、

31の薩摩焼蔵元の新商品を試作した。

実施年度	過去の取組内容
H29	32組の窯元と鹿児島県飲食業生活衛生同業者組合等とのコラボで「焼酎を楽しむ薩摩焼の器展」の新商品開発
H30	31組の窯元と鹿児島県飲食業生活衛生同業者組合等とのコラボで「薩摩焼が彩る西郷どんの食卓」の新商品開発

(イ) 新商品展示会

新商品の展示会「薩摩焼が応援するアスリートの食卓」を開催した。

- ・実施日：令和元年11月27日～12月1日
- ・場所：かごしま県民交流センター

実施年度	過去の取組内容	実施日
H29	コラボ新商品の展示会「焼酎を楽しむ薩摩焼の器展」	平成29年11月29日～12月3日
H30	コラボ新商品の展示会「薩摩焼が彩る西郷どんの食卓展」	平成30年11月28日～12月2日

<3> 施策の実施による成果（アウトカム）

需要開拓支援を通じて、薩摩焼の新商品開発や消費者へのPRにつながった。

(7) 「目指せ！日本一」かごしまの本格焼酎魅力発信事業（かごしまPR課）（地方創生関連事業）

<1> 施策の目的

本県産本格焼酎の国内での認知度を高め、販路拡大を図る。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

ア 鹿児島本格焼酎プロモーションの実施

首都圏有名百貨店において、消費者を対象とした焼酎セミナーや試飲・販売を行った。

名称	実施日	内容
松屋銀座における焼酎PR	令和2年2月19日～25日	消費者を対象とした焼酎セミナーや試飲・販売を実施

イ 本格焼酎の銘柄展示

県庁1階のエントランスホールに県内蔵元が製造する焼酎の銘柄（564銘柄、693本）を追加展示（60本）し、「焼酎王国かごしま」をPRした。

<3> 施策の実施による成果（アウトカム）

首都圏有名百貨店でのPR活動や県内における本格焼酎の銘柄展示リニューアルを実施することで、主に国内における焼酎の認知度向上等が図られた。

(8) かごしまの本格焼酎海外展開事業（かごしまPR課）（地方創生関連事業）

<1> 施策の目的

本県産本格焼酎の国外での認知度を高め、販路拡大を図る。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

ア プロジェクトチームの設置

関係団体や酒造メーカー等を構成員とする鹿児島本格焼酎輸出促進等プロジェクトチームを核に、検討会を実施した。

検討会	実施日	場所	議題等
第1回	令和元年6月29日	鹿児島県庁6階大会議室	<ul style="list-style-type: none"> ・ 令和元年度事業の取組について ・ ロンドン・カムデン区「鹿児島展」について ・ ワシントンD.C.でのプロモーションについて 等

第2回	令和元年12月14日	鹿児島県庁18階特別会議室	<ul style="list-style-type: none"> ・ W S E T アントニー・モス氏等講師の招請(案)について ・ W S E T 本部訪問・セミナー等の開催(案)について 等
第3回	令和2年3月16日 ※ 新型コロナウイルス感染症の影響により延期	鹿児島県庁18階特別会議室	<ul style="list-style-type: none"> ・ 輸出拡大等事業の取組状況について ・ 輸出拡大等事業の今後の取組について 等

イ 鹿児島本格焼酎プロモーションの実施

英国ロンドンに本部を置くワインとスピリッツの教育機関W S E Tの講師を招請し、蔵元見学や情報交換会を開催するとともに、W S E T本部等における焼酎セミナー等を開催した。

名 称	実施日	内容
W S E Tの講師の招請	令和2年1月23日～25日	酒造メーカー2社の見学や情報交換会等を実施
W S E T本部等の訪問	令和2年2月26日～28日	W S E T本部での焼酎セミナー等の実施

<3> 施策の実施による成果(アウトカム)

ア プロジェクトチームの設置

鹿児島本格焼酎輸出促進等プロジェクトチームの検討会を実施することにより、本県産本格焼酎の国外での認知度向上・販路拡大に向けた連携強化が図られた。

イ 鹿児島本格焼酎プロモーションの実施

世界最大のワインとスピリッツの教育機関W S E T等を活用したPR活動を行うことにより、海外における焼酎の更なる認知度向上等に繋げることができた。

(9) 伝統的工芸品等販路拡大支援事業(かごしまPR課) (地方創生関連事業)

<1> 施策の目的

展示会・見本市等への出展支援や、伝統技術を継承するため伝統的工芸品の製作工程の記録動画を作成し、伝統的工芸品の振興を図る。

<2> 施策の実施状況(アウトプット)

ア 国内外の見本市等への出展助成

本県伝統的工芸品等の更なる販路開拓と認知度向上を図るため、国及び県指定伝統的工芸品製造事業者12社について、国内で開催される展示販売会への出展を補助した。

イ 「鹿児島の技」記録映像

県指定伝統的工芸品については、高齢化や後継者不足等の事由により生産が困難となっている品目が多くなっているため、伝統技術が途絶えることがないように、製作工程を記録映像として後世に残すこととした。

実施年度	品目数	品目名
R1	6品目	薩摩弓、薩摩つけ櫛、薩摩深水刃物、鯛車、初鼓、香箱

<3> 施策の実施による成果(アウトカム)

ア 伝統的工芸品の製造事業者への出展支援により、伝統的工芸品の販路拡大が図られた。

イ 伝統的工芸品の製造工程の記録動画作成により、伝統的工芸品の伝統技術の継承が図られた。

13 県政情報を分かりやすく提供できる広報活動の実施

(1) 積極的かつ効果的な県政広報・広聴の展開

① 広報広聴活動

(単位：千円)

予算科目	予算額	財源内訳			決算額	財源内訳		
		国庫支出金	その他の特定財源	一般財源		国庫支出金	その他の特定財源	一般財源
広報費	158,429	—	3,882	154,547	157,617	—	3,899	153,718
内 知事と語ろう車座対話	2,126	—	—	2,126	1,587	—	—	1,587
内 各種広報媒体を通じた県政情報等の広報	156,303	—	3,882	152,421	156,030	—	3,899	152,131
計	158,429	—	3,882	154,547	157,617	—	3,899	153,718

(1) 知事と語ろう車座対話（広報課）

<1> 施策の目的

県政の円滑な推進を図るため、県民の県政に対する意見・要望等を把握し、施策への反映に努める。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

ア 知事と語ろう車座対話

地域の現状や将来について、知事と各地域の自治会長等や各分野に携わっている方々による意見交換を行った。

実施日	開催地	出席者
平成31年4月30日	十島村	16人
令和元年5月3日	三島村	13人
令和元年8月18日	湧水町	24人
令和元年8月25日	垂水市	25人
令和元年11月24日	霧島市	24人
令和元年12月22日	始良市	22人
令和2年2月16日	指宿市	23人

各地域の自治会長等や各分野に携わっている方々

<3> 施策の実施による成果（アウトカム）

ア 知事と語ろう車座対話

県民の県政に対する意見・要望等を把握するとともに、施策への反映に努めた。

(2) 各種広報媒体を通じた県政情報等の広報（広報課）

<1> 施策の目的

各種広報媒体を活用して県の主要施策や当面する課題等を広報し、県民に周知を図る。

<2> 施策の実施状況（アウトプット）

ア 広報紙（誌）

(ア) 偶数月発行：県政かわら版 738,000部／各号

(イ) 奇数月発行：グラフかごしま 15,500部／各号

イ テレビ・ラジオ

(ア) テレビ番組：民放4社 原則週1回／各社（平均視聴率 H29:5.7%→H30:6.3%→R1:6.6%）

(イ) ラジオ番組：民放2社 毎週月～金曜日、毎週木曜日

(ウ) データ放送（地上デジタル放送）

・NHK及び民放1社 県の行事・イベント、各種制度の文字情報

ウ インターネット

(ア) 県ホームページ

- ・トップページアクセス件数：2,339,239件
- ・動画サイト「ムーブ!かごしま」アクセス件数：368,168回

(イ) SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）

- ・県公式ツイッター 県政情報や災害情報など [フォロワー数：17,184件(令和2年3月31日現在)]
- ・県公式フェイスブック 県政情報や観光情報など [いいね!数：9,247件(令和2年3月31日現在)]
- ・知事公式フェイスブック 知事の公式行事参加など [いいね!数：1,870件(令和2年3月31日現在)]

〈3〉 施策の実施による成果（アトカム）

ア 広報紙(誌)

- (ア) 県政かわら版：県の主要施策や県政の動き等について、県民への周知が図られた。
- (イ) グラフかごしま：県の主要施策や県政の動き、本県のイメージアップ情報や県内各地の情報等について、県内外への周知が図られた。

イ テレビ・ラジオ

- (ア) テレビ番組：県の主要施策や県政の動き等について、県民への周知が図られた。
- (イ) ラジオ番組：県の行事・イベント・各種制度に関する情報を幅広く周知することができた。
- (ウ) データ放送（地上デジタル放送）：県の行事・イベント・各種制度に関する情報を幅広く周知することができた。

ウ インターネット

- (ア) 県ホームページ：災害や疾病など、県民の安心・安全に関する情報をはじめ、県民の生活に必要な情報について、県民への周知が図られた。
- (イ) SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）：県政情報や観光情報などについて、県民への周知が図られた。