

【施策⑥】 県産品の販路拡大、国際物流の強化

【基本的考え方】

- ・ 本県産業の一層の振興を図っていくためには、多様化する消費者ニーズに的確に対応した情報発信により県産品のブランド力の向上・定着を図るとともに、国内外への流通・販売網を構築し、消費拡大につなげていくことが重要である。
- ・ 県産品のブランドイメージの向上・定着を図るためには、県産品等が生み出された自然や歴史背景、商品等の物語性などの付加価値による訴求力の向上を図り、多様なチャンネルを活用して消費者等のニーズに的確に対応して県産品等の魅力を発信していくことが必要である。
- ・ さらに、確実な消費拡大につなげていくために、伝統を踏まえつつも新たな視点を取り入れるなど現代の生活にマッチした魅力ある県産品の創出や磨き上げにより県産品の需要を喚起し、新たな販路の掘り起こしや拡大を図ることが必要である。
- ・ 人口減少による国内市場の縮小が懸念される中、経済成長が著しいアジア諸国などの活力を取り込み、本県産業の持続的な発展と地域の活性化を図るため、重点5地域（台湾、中国、香港、韓国、ASEAN）を中心に、信頼できる輸出パートナーや関係者との人的ネットワークなどの活用や取組みの重点化を図りながら、県産品の輸出拡大等の取組みを強化していく。
- ・ 輸出を見据えた県産品の育成と市場特性に応じた商品づくりに向けた支援を行うとともに、ハルビン事務所等の現地活動拠点、コーディネーター、海外取引支援機関等との連携強化、金融機関、商工団体等との連携協力による一体的な海外取引等に関する支援の充実を図る。
- ・ ICTの利用拡大が進む中、効果的・効率的な取組みの推進を図るため、越境EC（インターネットを通じた国際的な電子商取引）を活用した販路開拓への支援、SNS等を活用した情報収集・発信の強化など、グローバル化に対応したICTの活用を促進するとともに、海外の人的ネットワークを活用した情報発信と山形ファン拡大のための取組みを強化していく。
- ・ ものづくり企業の海外取引等の事業展開を支援するため、海外取引支援機関との連携により海外取引着手（スタートアップ）時における関連情報提供や、取引拡大のための機会確保への支援など取組みを強化するとともに、大学等と連携しグローバル人材の確保・育成を支援する。
- ・ 酒田港利用の伸びしろのある内陸地域の企業に重点をおいたポートセールスを官民一体となって展開するとともに、多様な媒体を通じた情報発信や県内の商工団体等と連携した周知活動を効果的に実施することにより、酒田港国際定期コンテナ航路の利用拡大を図る。
- ・ 酒田港の国際定期コンテナ貨物の増加に向けた取組みのPRや要望等の働きかけを、酒田港を就航する海運会社を実施することにより、増便などの航路利便性の向上を図る。

(1) 県産品全体のブランドイメージの向上・定着

◎ 地域イメージと一体となった「上質ないいもの山形」ブランドの定着

(施策の展開方向)

- ・ 「上質ないいもの山形」ブランドの定着と県産品に対する需要の創出のため、ポータルサイトを核とした継続的な情報発信を実施する。
- ・ 有識者等の専門的な知見を生かし、地域イメージと一体となった県産品の商品力及び発信力を強化する。
- ・ 生産者団体、観光や農林分野の関係機関等と連携した取組みにより、ブランドイメージの県内外への幅広い浸透を図る。
- ・ 今後、国内外のマーケットの中心となる「ミレニアル世代」等を新たなターゲットとして、需要の創出・拡大を図る。

《主な取組内容》

- ・ 県産品の情報発信の核となるポータルサイト「いいもの山形」の魅力を高めるため、山形の地域イメージや県産品等が生み出されたストーリーを積極的に活用した定期的なコンテンツの更新及びSNS等の活用による鮮度の高い情報を発信
- ・ 生産者によるポータルサイト「いいもの山形」の活用を促進するため、サイトコンテンツの磨き上げや情報発信への積極的な取組みへの働きかけの実施
- ・ モデルケースとなる成功事例の発信による県産品のブランド全体の底上げを図るとともに、専門家の知見を活用した新たなモデルケースの創出に向けた支援を実施
- ・ 県産品ブランドプロモーションに関する有識者等による事例視察や意見交換の実施及び課題の抽出・改善
- ・ 「上質ないいもの山形」ブランドを浸透させることを目的に、観光や農林分野の施策と連携し、交通関係の催事、施設、各種媒体等を活用した情報発信を実施

◎ ポータルサイトやふるさと納税のしくみ等の多様なチャンネルを活用した情報発信力の強化

(施策の展開方向)

- ・ 山形の優れた地域資源や県産品の情報発信について、時代やターゲットにマッチした手法による戦略的な情報発信を推進する。
- ・ インターネットにおいて他者の購買行動に影響を与えるインフルエンサー等と連携し、より多くの人に県産品の魅力が届く仕組みを構築する。
- ・ 首都圏における観光物産情報の受発信拠点として、東京アンテナショップの一層の機能強化を進めるとともに、アンテナショップ利用者を中心に会員を募っている山形ファンクラブの会員増加を図る。
- ・ 主要都市で開催している物産展や県との包括連携協定を締結している企業、首都圏に次ぐ有望市場である関西圏における期間限定アンテナショップ等の出展を通して情報発信を行い、全国各地から多くの山形ファンを獲得する。
- ・ ふるさと納税制度を積極的に活用し、県産品の認知度向上と交流人口の拡大を図る。
- ・ 県民一人ひとりが県産品を知って、買って、使って、その良さを県外に発信していく県産品愛用運動をさらに推進する。

《主な取組内容》

- ・ SNSやメディアの活用等、効果的な事例を分析・検討の上、発信時期や発信元となる媒体、発信先となる世代・性別等のターゲットを明確に設定した情報発信の推進
- ・ 産業ツーリズム等、県産品の魅力体験機会の提供促進と、それを活用した情報発信の推進
- ・ ブランド特命大使等、優れた情報発信力を持つ著名人や各界有識者を活用した情報拡散を図る取組みの推進
- ・ アンテナショップの季節ごとのキャンペーンや県産品のプレゼント、県産酒試飲会等のイベント開催による本県の認知度向上の取組みや、市町村の特産品等各種PRの推進
- ・ 首都圏で山形ならではの料理等を提供する飲食店等を登録するパートナーショップ制度¹⁵の拡大による情報発信拠点の充実
- ・ 首都圏に多く訪れている訪日観光客をアンテナショップに呼び込むための誘客企画の実施や、地下鉄の駅、外国人観光客向け施設等への英語版パンフレットの設置による誘客
- ・ 他の自治体アンテナショップやパートナーショップとの連携した企画による発信力強化
- ・ 首都圏を中心に開催される観光物産をPRするイベントや山形ゆかりの企業を活用したアンテナショップ出張販売の実施
- ・ 県産品の販路拡大及び観光誘客のための関西圏における本県の情報受発信拠点としての期間限定アンテナショップの出店と消費者動向等調査の実施
- ・ 県ゆかりの企業・人脈やSNSの活用など、県の各部局と連携したふるさと納税の戦略的広報を通じた県産品の情報発信
- ・ 県庁ロビーでの常設展示や山形県観光物産市へのブース出展等による県産品の展示・PRの実施

¹⁵ パートナーショップ制度：首都圏において、本県の郷土料理の提供や本県産の食品等の提供を行う店舗を通して、本県の情報発信に協力いただく仕組み

- ・ 県外に居住する「山形心のふるさと県民¹⁶」に対して、返礼品として本県への体験旅行等のモニターとなっていただく取組みの実施
- ・ 県民が県産品の魅力を知る機会を増やすため、自治体が行う産業まつり等と連携した県産品愛用運動の展開

| 項目 | 主な取組内容 | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 |
|---|--|------------------------------------|----|----|---------------|----|
| 地域イメージと一体となった「上質な いいもの 山形」ブランドの定着 | ポータルサイト「いいもの山形」の魅力増進 | 定期的なコンテンツの更新・情報発信 | | | | |
| | | 生産者に対するサイト活用に向けた働きかけ | | | | |
| | モデルケースとなる成功事例の発信及び創出に向けた支援の実施 | モデルケースとなる成功事例の発信 | | | | |
| | | 来県者・県産品の分析 | | | 県産品アワード全体の底上げ | |
| | | 来県者に対する県産品のPR | | | | |
| ポータルサイトやふるさと納税のしくみ等の多様なチャンネルを活用した情報発信力の強化 | 発信時期や発信元となる媒体、発信先となる世代・性別等のターゲットを明確に設定した情報発信の推進 | SNSやダイレクトメール等、媒体の性質(世代・性別等)に合わせた発信 | | | | |
| | | → | | | | |
| | アンテナショップにおけるイベント開催による本県の認知度向上の取組みや、市町村の特産品等各種PRの推進 | 季節ごとのキャンペーンの実施 | | | | |
| | | 他の自治体アンテナショップ等との連携 | | | | |
| | | → | | | | |
| | ふるさと納税制度を活用した県産品のPR | 県の各部局と連携した広報の実施 | | | | |
| | | 心のふるさと県民モニター制度の取組みの実施 | | | | |
| | | → | | | | |

(2) 国内外への流通・販売網の構築による「地産外商」の加速、県内消費の拡大

◎ 購入機会の創出

(施策の展開方向)

- ・ 多様化する消費者の購買行動に応じた県産品の魅力の訴求による新たな需要の開拓やポータルサイトを核とした時代に対応した新たな流通・販売ネットワークの構築を図る。
- ・ 国内外における県産品の販路を開拓するため、バイヤーなどに対する商談機会の拡大を図る。

《主な取組内容》

- ・ 有識者等の専門的な知見を生かし、多様化する消費者の購買行動に応じた県産品の魅力に訴求した販売スタイルの提案等、県産品生産者の販売拡大に向けた自発的な取組みを支援
- ・ ECサイト¹⁷との連携等によるポータルサイト「いいもの山形」を核とした実売につなが

¹⁶ 山形心のふるさと県民：ふるさと納税で3年連続寄附いただいた方を「山形心のふるさと県民」として認定し、山形ファンクラブのポイントや体験型返礼品モニターになっていただく権利などを贈呈する取組み

¹⁷ ECサイト：自社の商品やサービスをインターネット上に置いたウェブサイト販売するサイト

る仕組みの構築（集客力のあるサイトの活用）

- ・ 産地から直送される新鮮な農産物の提供、首都圏のパートナーショップ等の拡大、首都圏における新商品販売の機会の提供等、本県アンテナショップを活用した首都圏における県産品の認知度向上及び販売拡大に向けた取組みの実施
- ・ 主要都市の大手百貨店等で開催する物産展等開催への支援
- ・ 県産品の新たな販路開拓につなげるためのバイヤー等との商談機会の創出に向けた取組みの実施
- ・ 東京 2020 オリンピック・パラリンピック開催に関連したイベント等を通じた県産品の魅力発信への支援

◎ 伝統工芸品をはじめとした地場産業の振興

（施策の展開方向）

- ・ 消費者の生活様式の変化や価値観の多様化などに対応するため、デザイナーやプロデューサーなどの専門的人材を活用し、海外も見据えた訴求力のある商品開発を促進する。
- ・ 大都市圏の百貨店やセレクトショップなどでの商品定番化に向け、バイヤーの購買意欲に訴えかける戦略的なプロモーションの展開を図る。
- ・ 長年に渡り受け継がれてきた伝統技術・技法を、次の世代へと着実に引き継ぐため、後継者の確保・育成に向けた支援の充実を図る。
- ・ 若者の斬新な発想やこれまでにない視点を取り入れ、地場産業・伝統的工芸品産業の産地組合等が抱える課題の解決や新たな事業展開を促進する。
- ・ 地場産業・伝統的工芸品産業の産地組合や、これまで支援が行き届かなかった小規模事業者などが実施する新たな取組みを幅広く支援し、組合等の活性化と産業の振興を促進する。
- ・ ふるさと納税制度を活用し、地場産業・伝統的工芸品産業製品のPRと消費拡大を促進する。

《主な取組内容》

- ・ デザイナーを活用し、商品とともに歴史的・文化的背景やものづくりのストーリーなども含めた統一感のある商品群のプロデュースと販売促進を支援
- ・ 外部の専門家のもと、首都圏などに向けた戦略的プロモーションの展開による販路の開拓・拡大を支援
- ・ 後継者の確保・育成に向けた全国の工芸・デザイン系大学で学ぶ学生など地場産業や伝統的工芸品産業に関心が高い者を対象とする就業体験プログラムの実施
- ・ 地場産業・伝統的工芸品産業の産地組合を対象とした東北芸術工科大学との連携によるデザイン思考を活用した課題解決や新事業の創出支援
- ・ 外部有識者の意見も取り入れた、地場産業・伝統的工芸品産業の産地組合や小規模事業者による企業グループなどが行う新商品・新技術開発や海外市場も視野に入れた販路開拓、後継者の確保・育成などに対する補助
- ・ （一財）伝統的工芸品産業振興協会と連携し、東京で開催される「伝統的工芸品展」への出店等を支援

- ・ ふるさと納税の返礼品に地場産業・伝統的工芸品産業製品を積極的に取り入れるとともに複数の製品を組み合わせた新たな商品開発を促進
- ・ 中小企業等が行う新技術・新商品・新サービスの開発や事業化の取組みに対する補助（再掲）

◎ 県産酒を核とした県産品の取引拡大

（施策の展開方向）

- ・ 都道府県単位では初の日本酒の地理的表示（G I）「山形」の指定や世界最大規模のワインコンクールである「インターナショナル・ワイン・チャレンジ（IWC）」の「SAKE部門」審査会の開催などにより注目が高まっている県産日本酒のブランド力を着実に向上させる。
- ・ 本県は国内有数の日本ワインの産地であり、各種ワインコンクールでも高い評価を受け、新たなワイナリーの設立も相次いでいる県産ワインの更なる知名度の向上を図る。
- ・ 「乾杯は県産酒で！」運動の更なる推進により、県内における県産酒の消費拡大を図る。
- ・ 県外・国外の酒類業関係者（酒販店や飲食店など）とのネットワークを強化し、県外・国外における取引拡大・輸出促進を図る。
- ・ 県産日本酒やワインと、県産農産物や加工食品、伝統工芸・地場産業製品など関連する産業との連携を強化し、県産品全体の取引拡大を図る。
- ・ 酒蔵やワイナリー自体の魅力を高め、温泉など本県の魅力的な観光資源とともにプロモーションを強化し、国内外からの観光客による地元での消費拡大に結び付ける。
- ・ 海外に向けて、これまで築き上げてきた人的なネットワークを活かしながら、県酒造組合に加え、県国際経済振興機構やジェトロ山形等と連携し、日本酒をはじめとする県産品の魅力を発信し、更なる販路拡大と輸出促進に取り組む。

《主な取組内容》

- ・ 県酒造組合が運営する「「日本一美酒県 山形」ファンクラブ」ホームページやSNSを活用した県産酒の魅力発信
- ・ 日本酒全体の国内出荷量が減少傾向にある中で、純米大吟醸酒など高付加価値の酒造りの更なる推進に向けた技術指導の強化
- ・ 新規ワイナリー設立など県産ワインの更なる振興に向け、ワイン特区に認定されている上山市及び南陽市や庄内産ワイン振興プロジェクト会議などの関係機関との連携強化
- ・ 小売酒販組合や、飲食店組合などと連携した「乾杯は県産酒で！」キャンペーンの実施
- ・ 県内外で開催されるイベント等の機会を活用した県産酒のPR及び試飲・販売の実施
- ・ 県産酒の知名度向上や取引拡大を目的に、本県の酒造りの特長や県産酒の魅力を学び、県内外で県産酒の魅力の語り部となる「日本一美酒県 山形」伝道師の養成
- ・ 県内高等教育機関等と連携し、学術的なアプローチによる県産酒の魅力などについての理解促進と若い世代への知名度向上を目的とした日本酒講座を開設
- ・ 県産酒の魅力発信及び新規販路開拓に向けた、IWCなどの世界の日本酒コンクール審査員を務めるソムリエやバイヤー、世界70カ国で酒類に関する講座を展開する「ワイン&スピリッツ教育財団」の講師等の招へい
- ・ 県産酒を中心に、本県の食や工芸品など県産品全体を総合的にPRする展示商談会「「日

本一美酒県「山形」フェア」の開催

- ・ 「日本一美酒県「山形」フェア」の開催に併せた旅行商品の企画・造成の促進
- ・ 観光文化スポーツ部との連携による酒蔵及びワインツーリズムの振興
- ・ 県産酒と酒器などを組み合わせた新たな商品の企画・開発と販売の促進

| 項目 | 主な取組内容 | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 |
|---------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-----------------|-------------|----|---------------|
| 購入機会の創出 | ポータルサイト「いいもの山形」を核とした実売につながる仕組みの構築 | サイト分析・改善 | | | | 流通販売ネットワークの構築 |
| | | | | 各種ECサイトとの連携 | | |
| | | | 生産現場における購入機会の創出 | | | |
| | 県産品販売・PR機会の充実 | → | | | | |
| 伝統工芸品をはじめとした地場産業の振興 | デザイナー等の専門家を活用した戦略的プロモーションの支援 | 商品企画から販路開拓まで一貫したプロデュースを支援 | | | | |
| | | → | | | | |
| | 産地組合等が行う新商品・新技術開発、販路開拓、後継者育成等に対する補助 | 地場産業等振興事業費補助金 | | | | |
| | | 伝統的工芸品産業産地補助金 | | | | |
| | | → | | | | |
| | 後継者の確保・育成に向けた人材発掘の支援 | 就業体験プログラムの実施等 | | | | |
| | | → | | | | |
| 県産酒を核とした県産品の取引拡大 | 国内外への県産酒の魅力発信と取引拡大 | ホームページやSNSの活用、語り部となる伝道師養成、バイヤーの招へい等 | | | | |
| | | → | | | | |
| | 「乾杯は県産酒で！」キャンペーンの展開 | 酒販組合や飲食店組合等との連携 | | | | |
| | | → | | | | |
| | 「日本一美酒県「山形」フェア」の開催 | 県産品全体を総合的にPR | | | | |
| | | → | | | | |

(3) 県産品の輸出拡大・戦略的な海外展開

◎ 県産品の更なる輸出拡大に向けた国・地域別の海外展開

(施策の展開方向)

- ・ 重点5地域（台湾、中国、香港、韓国、ASEAN）を中心に、市場ごとの成果・課題、現地情勢を踏まえた取組みの重点化を図りながら、県産品の輸出拡大等の取組みを強化する。
- ・ 海外バイヤーの招へいや海外プロモーションの機会を活用し、海外市場ニーズや嗜好などの把握と県内事業者への情報提供等を図るとともに、県内事業者による輸出を見据えた県産品づくりや海外での販路開拓に対する支援を強化する。

《主な取組内容》

- ・ 重点5地域を中心に、これまで築いてきた輸出パートナーや関係者との人的ネットワークなど経済交流拡大の基盤を活かし、市場ごとに取組みの重点化を図りながら、県産品輸出拡大等の取組みを強化
- ・ 輸出パートナーの確保のための現地商談会の開催や海外見本市等への出展、輸出パートナーの招へいによる県内事業者とのマッチングの実施、輸出パートナーと連携した継続的な販売プロモーション等の展開
- ・ 商談会前の勉強会や商談会後の個別相談など、県内事業者に対する一貫したフォローアップの実施
- ・ 海外での販売プロモーションや商談会の開催等、輸出パートナーや海外バイヤーの招へいなどの機会を活用し、県内事業者の海外向けの商品づくりや商品改良へのアドバイス・機会の創出
- ・ バイヤーやデザイナーとの連携による、輸出を見据えた商品の開発に対する支援や、県内事業者に対する海外向け商品の販路開拓に向けた助成制度の活用支援・フォローアップの実施

◎ 海外取引に関する県内支援機関の連携による輸出支援体制の充実・強化

(施策の展開方向)

- ・ 現地活動拠点やコーディネーター、海外取引支援機関、県内金融機関・商工団体等との情報や活動内容の共有と連携協力を図り、県内事業者の海外への販路開拓等に対する一体的な海外取引支援に取り組む。
- ・ 海外との県産品の取引拡大のため、新たに越境EC等の活用に取り組む事業者に対する支援、海外の県産品の情報発信拠点を活用した山形の魅力発信など、ICT活用による県産品の販路開拓や認知度向上に向けた取組みを強化する。
- ・ ハルビン事務所等を中心にこれまで築いてきた人的ネットワークの深化と拡大を図り、SNS等の活用や現地協力店等との連携による現地の山形ファンの拡大、さらには山形の情報発信強化を図る。

《主な取組内容》

- ・ ハルビン事務所等の現地活動拠点やコーディネーター、海外取引支援機関等との間で、現地情勢や活動内容の共有を定期的に行い、連携強化を図るなど現地支援態勢を充実
- ・ 海外取引支援機関との連携強化、金融機関、商工団体等との連携協力による一体的な海外取引等に関する支援
- ・ 海外との県産品の取引拡大のため、新たに越境EC（インターネットを通じた国際的な電子商取引）等の活用に取り組む事業者に向けたイニシャルサポート（初期支援）の実施
- ・ 県産品の販路拡大に向け、SNSを活用した双方向の情報収集及び発信
- ・ 海外の県産品の情報発信拠点における、ICTを活用した県産品をはじめとする山形の魅力の情報発信や越境ECの活用等による販売機能の強化
- ・ トップセールスにより現地キーマンとの人脈構築・強化を図るとともに、効果的な情報発信を推進
- ・ 海外活動拠点を中心に構築している現地の人的ネットワーク（フォロワー）に対するSNS等での本県や県産品の魅力ある情報の効果的発信によるネットワークの拡大と山形ファンへの深化の推進
- ・ SNSを活用した情報発信をより効果的にするため、現地協力店と連携したイベント開催等によるSNSのフォロワー数の拡大
- ・ 情報発信のリソース発掘や山形ファン拡大に向けた、関係機関・団体が連携した取組みの推進

| 項目 | 主な取組内容 | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 |
|----------------------------------|---|----|----|----|----|----|
| 県産品の更なる輸出拡大に向けた国・地域別の海外展開 | 輸出パートナーと県内事業者とのマッチング支援等、県産品の輸出拡大に向けた取組み | | | | | → |
| | バイヤーやデザイナーとの連携による、輸出を見据えた商品づくりに対する支援 | | | | | → |
| 海外取引に関する県内支援機関の連携による輸出支援体制の充実・強化 | 現地活動拠点や海外取引支援機関等との現地情報共有等による現地支援態勢の充実 | | | | | → |
| | 越境ECの活用に取り組む県内事業者向けの初期支援の実施 | | | | | → |
| | SNS活用等による現地の人的ネットワークの拡大と山形ファンへの深化の推進 | | | | | → |

(4) ものづくり企業の海外取引の拡大

◎ ものづくり企業の海外現地における取引等への支援

(施策の展開方向)

- ・ 販路開拓・取引拡大など、ものづくり企業の海外におけるビジネス展開への支援を強化していく。
- ・ 海外取引支援機関と連携し、海外取引拡大のための機会確保やマッチングへの支援などの取組みを強化するとともに、大学等と連携しグローバル人材の育成・確保を支援する。

《主な取組内容》

- ・ 現地企業との商談会の開催など、ビジネスマッチングの機会の創出
- ・ ものづくりに精通する海外取引支援アドバイザーの設置による助言指導
- ・ 県内企業の海外現地調査のコーディネートの実施及び現地進出企業からの情報収集
- ・ 海外取引支援機関と連携した海外取引着手時等における関連情報の提供
- ・ 海外展示会や、取引が期待される国・地域における現地企業等の情報の提供
- ・ 県内企業の海外販路拡大のため、海外取引支援機関や関係団体等が連携した各市場ニーズの情報収集の実施
- ・ 県内や近隣県の高等教育機関で学ぶ留学生と県内企業との接点形成のための取組みの充実
- ・ 本県産業の海外販路開拓等を担う高度外国人材の確保を図るため、外国人高度人材の育成の支援
- ・ 海外取引支援機関との連携による県内企業の海外取引を担うなど、県内で活躍する人材の育成支援

| 項目 | 主な取組内容 | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 | |
|-------------------------|--|---------------|----|----|----|----|---|
| ものづくり企業の海外現地における取引等への支援 | ビジネスマッチング機会の創出 | 現地企業との商談会の開催 | | | | | → |
| | 海外取引支援アドバイザーによる助言指導 | アドバイザーによる助言指導 | | | | | → |
| | 海外取引支援機関等と連携した県内企業への情報提供等の実施 | | | | | → | |
| | 留学生と県内企業との接点形成等、県内企業の海外販路開拓等を担う高度外国人材の育成確保への支援 | | | | | → | |

(5) 酒田港を核とした物流網の強化

◎ 酒田港を利用した国際物流の拡充

(施策の展開方向)

- “プロスパーポートさかた” ポートセールス協議会を構成する県、市、関係団体・企業等、さらには県内の商工団体等との連携により、酒田港利用の伸びしろがある内陸地域の企業に重点を置いたポートセールスを展開し、酒田港を利用する新規荷主の拡大を図る。
- 酒田港を就航する海運会社に対し、地域を挙げた酒田港の国際定期コンテナ貨物の増加に向けた取組みのPRや、荷主企業のニーズ等に基づく要望等の働きかけを実施することにより、増便などの航路利便性の向上を図る。
- 酒田港を活かした企業誘致や、対岸貿易の拡大に向けた販路開拓等の活動により、新規貨物の需要の掘り起こしを図る。

《主な取組内容》

- 内陸地域の企業による酒田港の利用割合が少ないことから、“プロスパーポートさかた” ポートセールス協議会を構成する、県・市・関係団体・企業等が連携し、内陸地域に立地する企業に重点を置いたポートセールスの展開による酒田港利用の促進
- 物流に関する決定権限を有する本社や商社等に対しての、酒田港利用を促すための積極的なポートセールスの実施
- 工業会などの県内の商工団体等と連携し、酒田港の利用拡大に向けたPRの強化
- 酒田港利用拡大及び新規荷主掘り起こしのためのインセンティブとしてコンテナ貨物利用促進助成制度を活用したポートセールス、並びに効果的なポートセールスの展開のための企業ニーズの把握
- ポートセミナーの開催による酒田港利用に向けたPRの実施
- 酒田港のコンテナ貨物の増加に向けた取組みや海運会社の運航計画等の情報を共有し、国際定期コンテナ航路の航路利便性の向上についての働きかけを実施
- 酒田港の航路利便性向上に向けた、企業ニーズの情報収集の実施
- 釜山港や上海港等に繋がる国際定期コンテナ航路を有する強みを活かした企業誘致を推進することによる新たな基幹貨物の創出
- 対岸諸国（ロシア、韓国、中国）の各市場ニーズの調査・把握
- アドバイザーや人的ネットワークを活用した新規取引先の開拓による需要の掘り起こし

| 項目 | 主な取組内容 | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 |
|-----------------|------------------------------------|----|----|----|----|----|
| 酒田港を利用した国際物流の拡充 | 酒田港の利用拡大に向けた官民一体となって展開するポートセールスの実施 | | | | | → |
| | 国際定期コンテナ航路の利便性向上に向けた取組み | | | | | → |