

みえ国際展開に関する 基本方針

2013年9月

三重県

目 次

策定趣旨	1
------	---

第 1 章 世界経済の状況と三重県における国際展開の現状

1 拡大する世界経済	1
2 三重県の国際展開の現状と課題	3

第 2 章 国際展開に係る三重県のポテンシャル

1 三重県の持つ多様な海外ネットワーク	5
2 ファシリテーターとして活用可能な組織	6
3 世界に誇る産業集積と試作ものづくりの能力	8
4 世界に知られる観光資源	9
5 三重県の食文化と食材	10

第 3 章 国際展開に対する今後の取組の方向性

1 基本的な考え方	10
2 重点的に取り組むべき国・地域	11
3 国際展開のためのプラットフォームの構築	20
4 各分野（海外展開、外資系企業誘致、海外誘客）における取組方針	24

みえ国際展開に関する基本方針

策定趣旨

三重県では、平成 24 年 7 月に策定した「みえ産業振興戦略」の中で地域の成長戦略を策定し、そのひとつとして海外展開戦略（国際戦略）を定め、拡大する海外市場への展開を目指す県内企業の支援ならびに、海外の成長の取り込みに取り組んできた。

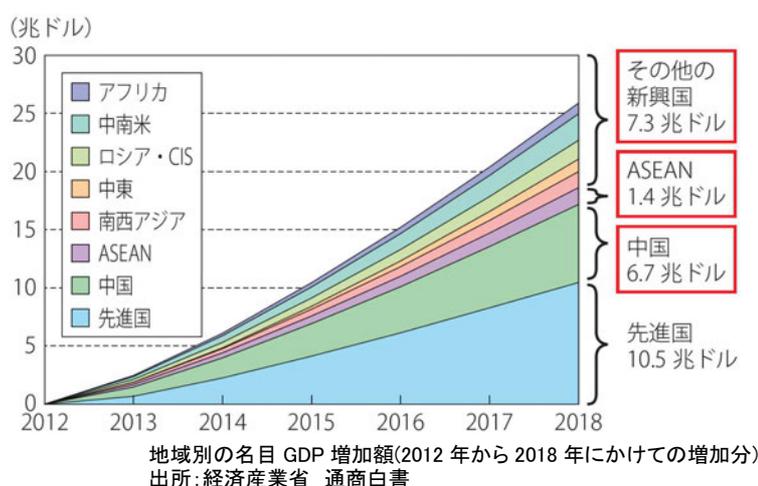
こうした取組を一層推進するために、世界の潮流を的確に見極め、三重県の持つ強みやこれまで培ってきたネットワークを活かしつつ、戦略的な施策を実施していくことが求められている。

このため、今後、三重県が取り組むべき方向性を定めた「みえ国際展開に関する基本方針」を策定し、県の強みを発揮できる分野及び国・地域に対して、限られた資源の中で、重点的かつ集中的に国際展開を行うこととする。

第 1 章 世界経済の状況と三重県における国際展開の現状

1. 拡大する世界経済

我が国の有する技術力等ポテンシャルを背景に、依然として国内市場の重要性は高いが、人口減少社会の到来、国内需要の減退等により、国内市場の大幅な伸びは今後期待できないところである。



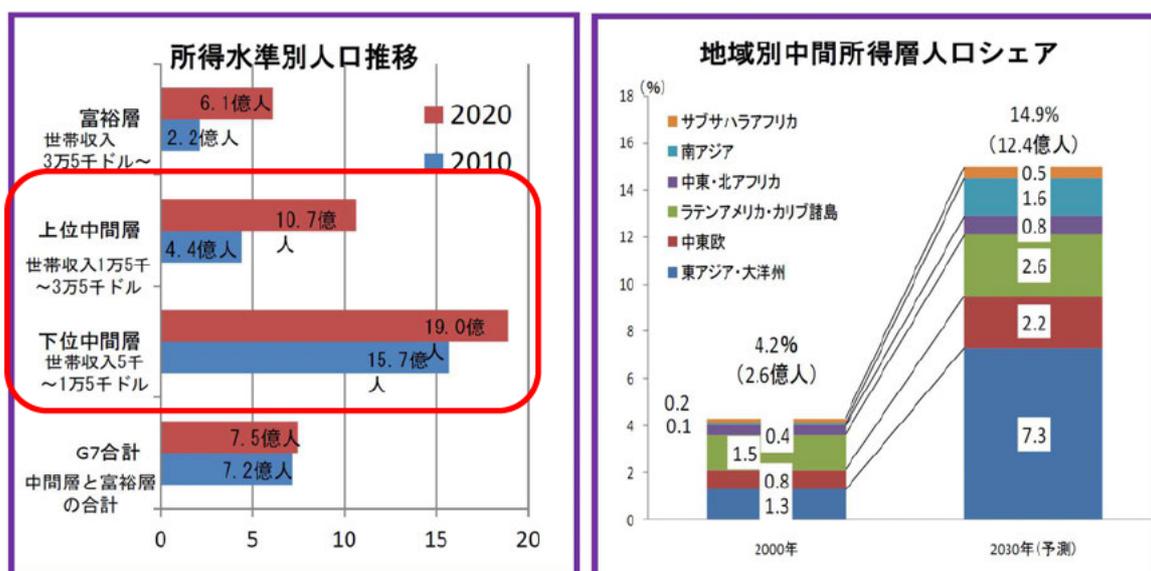
一方、海外においては、世界経済の中心が G8 から G20 に推移する中、BRICS 諸国をはじめ

として新興国が急速に経済成長を遂げており、今後、ますます購買力が拡大していくことが予想されている。

特に、アジアの経済規模は著しく成長しており、2012年から2018年にかけての名目GDP増加額をみると、中国では6.7兆ドル、東南アジア諸国連合（ASEAN）で1.4兆ドルと見込まれている。

また、耐久消費財の購入、外食やレジャーなどの各種サービスに対する消費性向が急速に高まるとされる上位・下位中間層（世帯収入が5000ドル～35000ドル）の人口は、2010年から2020年にかけて9.6億人の増加が予測されており、特にアジアを中心とした新興国における中間層の増加が見込まれている。

【拡大する新興国の中間所得層】



出典：経済産業省(産業構造審議会通商政策部会(新興国市場開拓に関する課題と対応(中間整理)(平成24年7月))

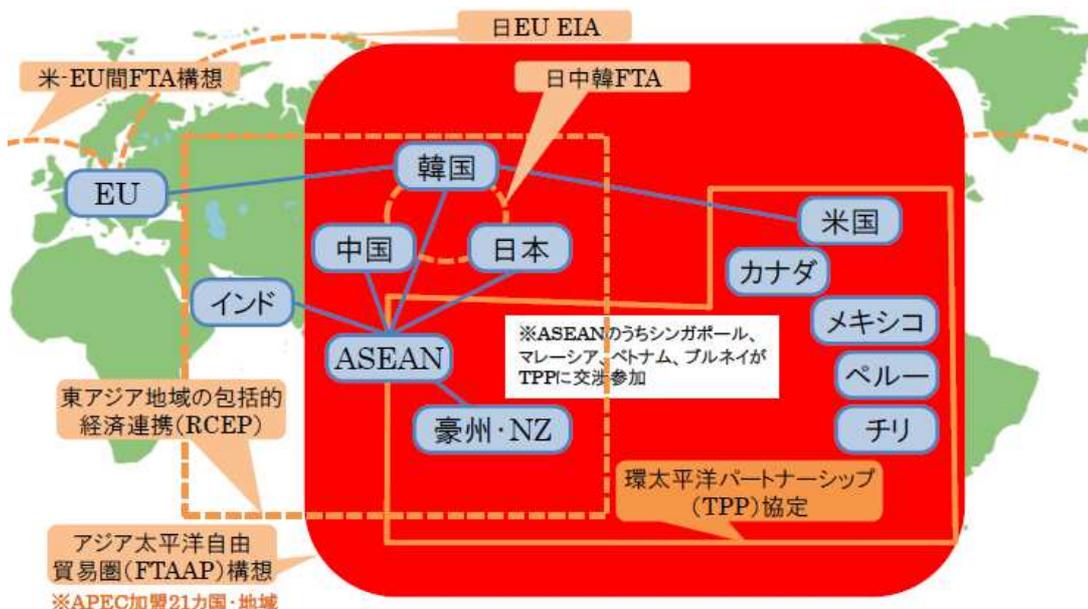
[資料]世界銀行「Global Economic Prospects2007」及び国連「World Population Prospects: The 2010 Revision」から作成

さらには、近年、世界的に国家間・地域間の連携が進んでおり、2国間による経済連携協定（EPA）、自由貿易協定（FTA）、そして欧州連合（EU）、ASEANをはじめ広域経済連携による経済自由化の動きが急速に進んでいる。

特に、アジアにおいては、ASEAN域内における経済的、社会的な地域統合が着実に進展しているほか、日本、中国、韓国、イン

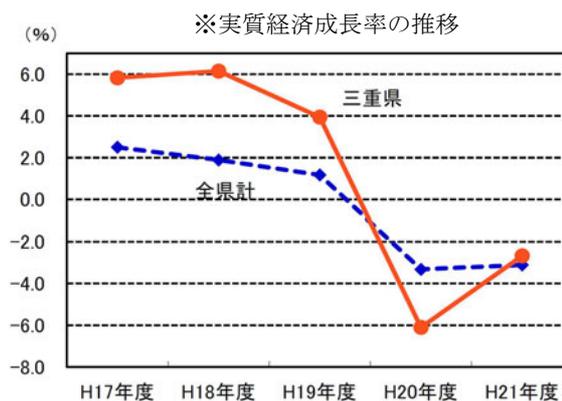
ド、オーストラリア、ニュージーランドを加えた東アジア地域包括的経済連携（RCEP）の動きがあり、加えて、環太平洋パートナーシップ（TPP）構想が進められており、わが国もTPP交渉に参加するなど、アジア・太平洋地域に幅広い広がりを見せている。

世界の主な広域経済連携



2. 三重県の国際展開の現状と課題

三重県経済は、輸送用機械等を中心とする製造業の動きに連動しており、景気変動を受けた県内総生産の変動は相対的に大きくなっている。平成20年度は世界金融経済危機の影響により製造業が一転急減したため、全国の経済成長率が前年度比マイナス2.5%のところ、三重県ではマイナス6.0%と、全国で最も落ち込みが激しくなるなど大幅なマイナス成長に陥った。



こうした中、「みえ産業振興戦略」における調査でも明らかのように、三重県内製造業と県外企業について、海外展開の取組状況を比

較すると、県内製造業の海外展開の取組比率は、県外企業に比べ一般的に低くなっている。

大企業や県外中小企業の海外展開が加速し、国内の取引構造が変化しつつある中、三重県経済が特定の業種に過度に偏らない、強じて多様な産業構造を構築し、地域経済全体を底上げするために、三重県の国際展開は喫緊の課題であると認識する必要がある。

三重県観光においては、日本の旅のはじまりともいわれている伊勢神宮への参拝を中心に、国内旅行者に依存する傾向が強かった。それに加え、三重県は、豊かな自然景観、美食、歴史的施設等観光資源に恵まれた土地であり、古来より、多くの国内旅行者がおのずと訪れる地であった。こうした背景もあり、インバウンド誘客について、県内観光事業者等においては、現時点では必ずしもニーズが高くないというのが現状である。

他方、例えば、景気の動向、20年に一度の遷宮効果、正月初詣効果といった国内旅行者の景気波動、季節波動、行事的要素に左右される誘客構造では、今後、急速に少子高齢化を迎える国内旅行者マーケットへの対応としては脆弱性を有するものであり、また、我が国観光地の恒常的な課題である、平日や真冬等閑散期問題の解決ための方策として、インバウンド誘客の振興は、三重県観光地の脆弱性克服の観点から一つの解決策をもたらすものであると考えられる。また、アジア各国を中心に、富裕層、そして中間層が急速な伸びを示しており、加えて、海外旅行者の土産や宿泊等に費やす観光消費額の単価は、国内旅行者と比較して高額なものとなっており、「誘客数」ではなく、「県内観光消費額」そのものの底上げを図るといふ観光誘客自体の本質的な目的を達成するという観点からも、三重県において、インバウンド誘客を強化することは、一定の効果があるものと思われる。

よって、インバウンド誘客に関心のある県内民間事業者等のニー

ズを十分踏まえ、景気波動や季節波動、行事的要素などの影響や閑散期問題という脆弱性を可能な限り克服し、地域の強靱な観光地づくりの一つのツールとして、また、国内観光にも対応した持続的発展可能な三重県観光地づくりの将来も見据え、インバウンド誘客に対応していくことが必要である。

第2章 国際展開に係る三重県のポテンシャル

1. 三重県の持つ多様な海外ネットワーク

三重県並びに県内市町は、これまで様々な海外都市との姉妹・友好提携の構築に取り組んできた。また、台湾經濟部台日産業連携オフィスとの産業提携や中国河南省との観光協定のよう、姉妹友好提携を超えた分野における連携体制の構築により、さらに強固なネットワークへと繋げている。

	三重県側	相手国・地域	相手先	提携年月
経済産業連携	県	台湾	台日産業連携推進オフィス	2012. 7
	津市	フランス	パリ地域経済開発局	2012. 11
		スイス	ジュネーブ州産業振興機構	2012. 11
	四日市商工会議所	中国	天津市工業連合会	2011. 6
相互協力・連携協力	県、津市、四日市市、三重大学、産業支援センター	スイス	CSEM 社 【県、三重大学と連携オフィス設置の協定を別途締結】	2013. 1
	県、津市、四日市市、産業支援センター	フランス	アヌシー広域行政体、アルプインダストリー・オート・サヴォア・モンブラン・クラスター、テザム	2009.11
	県、三重大学	ドイツ	ブラウンホーファー研究機構	2012. 1
	みえメディカルバレー	ドイツ	ビオコンバレー	2004. 5
	県	中国	上海市食品薬品监督管理局	2006. 11
	南京市食品薬品监督管理局		2006. 11	
	瀋陽市食品薬品监督管理局		2007. 10	
観光協定	県	中国	河南省	2011. 8

	三重県側	相手国・地域	相手先	提携年月
姉妹友好提携	県	ブラジル	サンパウロ州	1973. 11
		中国	河南省	1986. 11
		スペイン	バレンシア州	1992. 11
		パラオ	パラオ共和国	1996. 7
	津市	ブラジル	サンパウロ州オザスコ市	1976. 10
		中国	江蘇省鎮江市	1984. 6
	四日市市	アメリカ	カリフォルニア州ロングビーチ市	1963. 10
		中国	天津市	1980. 10
	鳥羽市	アメリカ	カリフォルニア州サンタバーバラ市	1966. 3
	尾鷲市	カナダ	ブリティッシュコロンビア州プリンス・ルパート市	1968. 9
		中国	遼寧省大連市金州区	2007. 7
	熊野市	ブラジル	サンパウロ州バストス市	1972. 12
		イタリア	カンパーニア州ソレント市	2001. 11
	鈴鹿市	フランス	ル・マン市	1990. 5
		アメリカ	オハイオ州ベルフォンテン市	1991. 8
	名張市	中国	江蘇省蘇州市	2004. 3
	松阪市	中国	江蘇省無錫市濱湖区	2008. 10
多気町	アメリカ	ワシントン州キャマス市	1995. 10	
四日市港	オーストラリア	シドニー港	1968. 10	

2. ファシリテーターとして活用可能な組織

三重県内には、海外研究機関と共同研究を進めているシンクタンクや外国人研修生を受け入れて国際貢献に取り組む機関など、国際連携を進めるうえで有望な支援機関が存在する。

(1) 三重大学地域戦略センター (RASC)

地域づくりや地域発展に貢献するとともに、地域社会との双方向の連携を推進し、大学が生み出し蓄積している知的財産と人財を地域の自治体や産業界などに還元することを目指して発足した。大学発のシンクタンクとして、地域振興、産業育成、環境政策、医療福祉政策など幅広い戦略を立案している。これまで、台湾の大学やス

イスの研究機関との間で積極的な連携を行っており、三重県企業が参加する海外との共同プロジェクト創出の役割を果たしている。

(2) 公益財団法人国際環境技術移転センター (ICETT)

諸外国の環境改善をめざし、地球環境の保全と世界経済の健全な発展に寄与するため、我が国の環境保全システムを円滑に移転していく機関として産・官・学の協力によって設立された。環境保全に関する技術の移転のために、これまで89カ国から2,000名以上の研修生を受入れ、幅広い海外ネットワークを構築してきている。

(3) 高度部材イノベーションセンター (AMIC)

地域に集積する素材・部材産業、ユーザー産業とともに、大学、研究所、さらには海外の組織をも引き入れ、オープンなイノベーションを誘発する出会いの場として設立された。これまで最先端部材の研究開発、中小企業支援、技術人材の育成に取り組んでおり、また、ドイツのフラウンホーファー研究機構のショールームを設置するなど、海外研究機関と県内企業の窓口となっている。

(4) 日本貿易振興機構(ジェトロ)三重貿易情報センター

三重県企業の貿易投資相談などによる海外展開への支援や、県内への外資系企業誘致などで県との業務協力を進めている。平成25年5月には、両者の連携を一層強化し、県内の中小企業等に対してより効果的な支援を行うため、「中小企業等の海外展開支援に係る業務協力に関する覚書」を締結し、三重県企業への情報提供や、海外企業とのマッチング機会の創出及びフォローアップ、海外へ進出している企業への支援等で連携を進めることとしている。

(5) 三重県海外ビジネスサポートデスク

平成 24 年度に、県内中小企業の中国、アセアンへの事業展開を支援するワンストップ窓口として、県内、中国（上海）、タイ（バンコク）に設置した。海外事業展開における疑問や直面している課題などについて、随時相談の他に、個別相談会の実施などを通じて、コンサルティングを行っている。また、セミナー開催や現地レポートを通じての情報提供や、現地における商談機会を提供することで、海外展開に取り組もうとする企業のビジネスチャンスの拡大を支援している。

（6）三重県外国人観光客誘致促進協議会

三重県内への外国人観光客誘致を促進し、ひいては県内の観光産業全体の活性化に寄与することを目的に、県と県内自治体 8 団体、観光連盟・協会、民間事業者等 91 団体で構成している。また、組織内にコアメンバーで構成される WTM（Welcome To Mie）委員会を設けて、海外プロモーション活動に取り組んでいる。

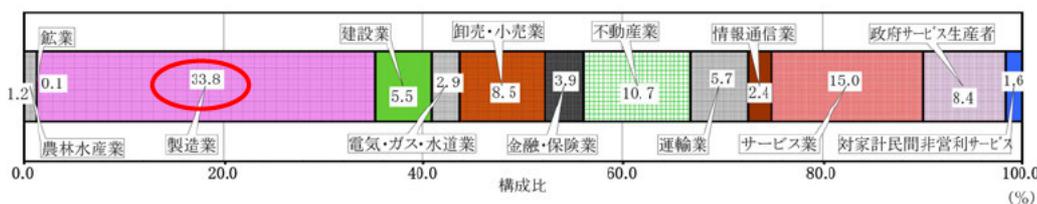
3. 世界に誇る産業集積と試作ものづくりの能力

県全体の製造品出荷額等の 7 割を占める北勢地方を中心に、自動車関連、電子部品・デバイス、石油化学分野などで、日本を代表する企業が数多く集積しており、これらの企業へのサプライヤーとして、高い技術を有する様々な中小企業を含めて、素材・部材産業群と周辺のものづくり産業群が、時間距離にして 1 時間程度以内の範囲に集積している。また、これらの産業集積に加えて、外資系企業の立地も進んでいる（外資系企業立地数 12 社（平成 22 年度））。

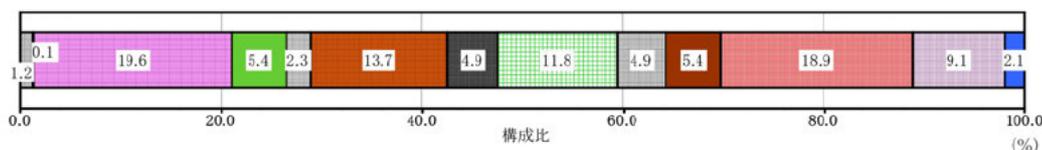
さらに、これらの中小企業は連携して「試作グループ」の形成を進めており、「ものづくり」を通じた、技術レベルの向上や人材育成だけでなく、あらゆる産業分野のニーズに対応できる「高付加価値のものづくり」を提供できる。

経済活動別の構成比

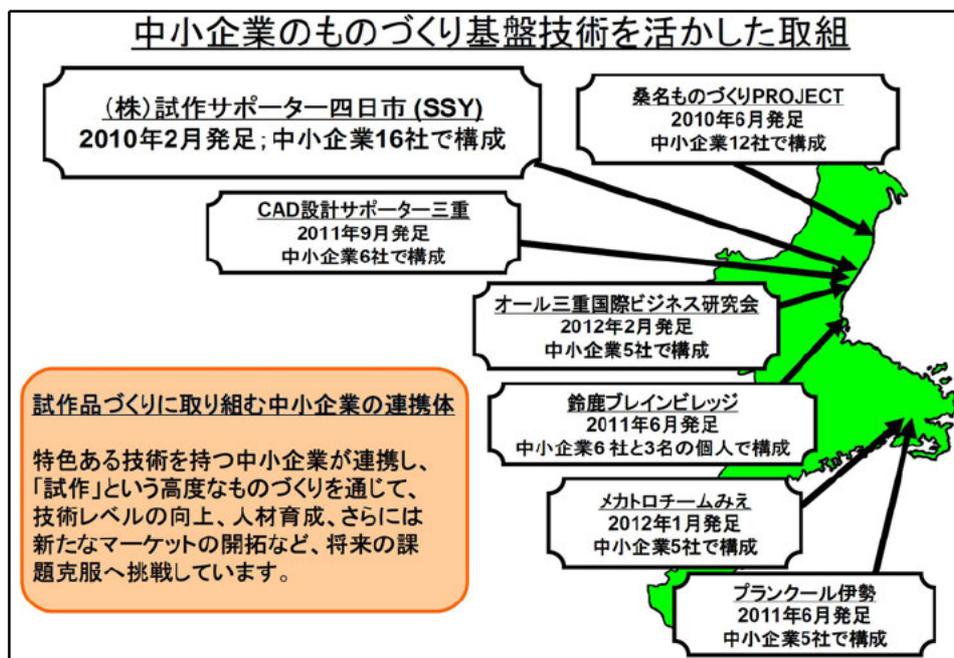
三重県(平成22年度)



全国(平成22年度)



出所:三重県民経済計算結果



4. 世界に知られる観光資源

三重県は、豊かな自然と個性豊かな歴史や文化を背景に外国人に誇れる数多くの観光資源に恵まれている。特に、世界でも有数の歴史を有する伊勢神宮、世界のだれもが知っている「忍者」、そして伊勢志摩を中心とする「真珠」や「海女」など、世界的レベルで発信のできる魅力ある観光資源を有している。また、平成25年は、1300年続く伊勢神宮式年遷宮の年であり、26年は熊野古道世界遺産登録

10周年にあたり、三重県の魅力ある観光資源を海外にも売り込む絶好の機会となっている。

5. 三重の食文化と食材

三重県には、厳選された新鮮な素材を使用した「松阪牛」、「伊勢えび」、「あのりふぐ」、「的矢かき」、「あわび」などの三重ブランド認定品を使った料理や、安定生産が可能な養殖の「マグロ」「マダイ」、また、北は桑名のはまぐりから、伊賀でんがく、赤福餅、伊勢うどん、てこね寿司、さんま寿司、南は熊野のめはり寿司まで豊富な食が存在する。

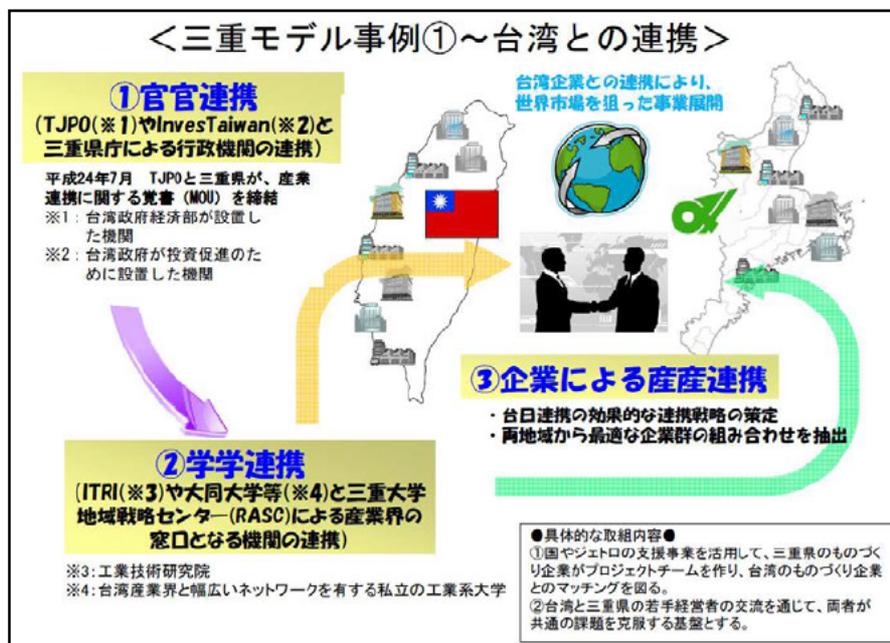
第3章 国際展開に対する今後の取組の方向性

1. 基本的な考え方

まず、国際展開にあたっては、国際的に開かれた三重県文化を形成することが必要である。そのうえで、上記のポテンシャルを最大限活用し、世界情勢を踏まえながら、重点的、集中的に海外展開を行うこととする。その際、相手国・地域の特性などを考慮し、お互いを高める「Win-Win」の関係構築を基本として、相互に発展していくものとする。なお、中長期的な海外誘客については、この「Win-Win」関係の延長線上に位置づけていく必要がある。

草の根による継続的な民間交流や文化交流といった基盤がある上で、まず県が相手国・地域とのチャンネル作りの役割を果たすことにより信頼関係及び産業交流の土台を構築し（ステップ1）、県内企業のニーズやシーズを把握している支援機関が、海外の大学または研究機関等との窓口となり、「ファシリテーター」として具体的なプロジェクトと仕組みを創出（ステップ2）、こうした官学連携をベースに、多くの企業が参加できる産業連携（ステップ3）への展開（「三重モデル」）を戦略的に進める。

また、三重県が有する資源（ものづくり、環境技術、観光資源等）はハイレベルであると自ら認識し、プライドを持って国際展開していくべきである。



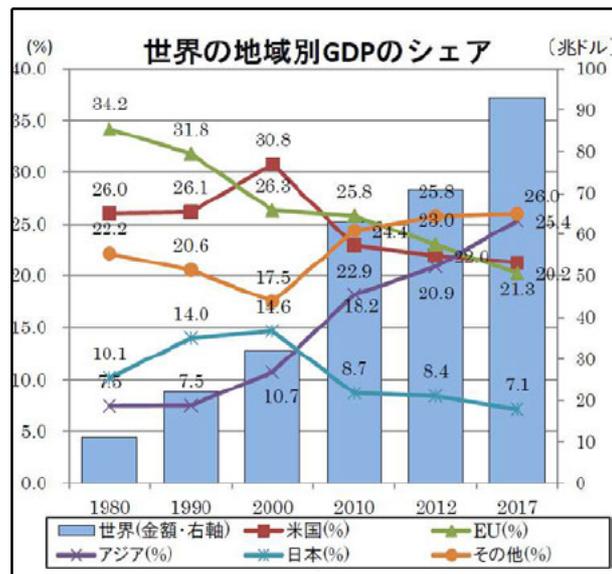
2. 重点的に取り組むべき国・地域

今後、重点的に国際展開を進める国・地域については、以下のような視点から選定し、世界情勢の変化に応じて見直しを行う。

- 経済規模及び経済成長の視点
 - GDPの規模や増加率、富裕層および中間層の規模や増加状況、貿易市場等
- ビジネス環境の視点
 - ビジネス活動のしやすさ、日系企業の進出状況、訪日外国人旅行者数、日系人等橋頭堡の存在等
- 三重県ネットワークの視点
 - 経済連携・観光協定、姉妹提携の状況、県人会の状況等

まず、今後、世界のGDPの地域別シェアにおいて、アジアの比率が上昇することが見込まれている（次項図）。こうしたことから、三重県として、アジア市場（華人経済圏、ASEAN等）を国際展開のマ

マーケットとして捉え、戦略的に取り組んでいく。あわせて、外国からの観光誘客については、特にリピーター率が高く、三大都市圏のみならず地方への訪問率が高い東アジア地域、そして、所得の向上や親日感等により今後の訪日客の着実な増加が期待できるタイを中心に東南アジア諸国からの海外誘客対策に重点的に取り組む。



[資料]IMF“World Economic Outlook”(2012年10月)から作成

米国・EUについては、パートナーとして、知的交流による研究開発等、新産業分野創造への視点に加え、企業誘致も含めた連携を目指す。また、ブラジル等においても保有するネットワークの維持・強化を行う。

また、国においても、成長戦略の柱のひとつとして、「国際展開戦略」を位置付け、拡大する国際市場の獲得に向けて、新興国を「中国・ASEAN」「南西アジア、中東、ロシア・CIS、中南米」「アフリカ」の3つの類型に分けて、戦略的に取り組むこととしている。特に、「中国・ASEAN」については、既進出分野の更なる競争力強化、製造業だけでなく幅広い産業における市場獲得を基本方針として、幅の広い取り組みを行うこととしている。

こうした中で、ジェトロにおいても様々な事業が行われるところ、三重県としても、ジェトロと連携しながら国際展開を進めていく。

また、国やジェトロとあわせて、他県との連携など広域連携の中で国際展開に取り組んでいく。

新興国市場に対する戦略的取り組み(全体像)

・新興国市場を下記の3類型に分けて戦略的に市場開拓に取り組む。
 ・A)日本企業の海外展開支援、B)インフラ・システム輸出、C)相手国からの資源供給確保について、上記類型・各国の特性に応じて、戦略的かつ重点的に進める。



出所: 経済産業省「新興国への戦略的な取組に対する考え方」

◇ 新興市場開拓に向けた課題とジェトロ事業の方向性

「今後5年間で新たに1万社の海外展開を実現する」ことへの対応として、体制整備、支援の量的拡大を図るとともに、ハンズオン支援の拡大、強化などを行う。

- (1) 海外展開支援の量的、質的拡大(ハンズオン支援の拡大、強化)
 - 企業OB等を専門家として多数登用し、企業ニーズに応じて顧客企業目線で支援(専門家の増強など体制整備が必要)
 - 量的拡大に伴う工夫が必要(最適なマッチング方法、事業運営管理等)
- (2) 国内外支援体制の拡充、拡大
 - 新興国進出を支援する機関・企業等を組織化し、ニーズに応じて支援を行う(プラットフォーム化: ジャカルタ、サンパウロ、ヤンゴン、マニラ、ハノイ、ホーチミン、バンコク、ムンバイ、チェンナイ、重慶/成都(2都市で一プラットフォーム)に設置済)
 - 顧客開拓の裾野拡大のための関係機関との連携拡大
- (3) 海外拠点の整備、拡充(アフリカ、中国など)
 - 新興国市場等の開拓における基盤として、他国に双肩する拠点を整備、拡充
 - アフリカについては拠点倍増(今後5年間で、5→10カ所)
- (4) リスク情報の提供(カントリーリスク、オペレーションリスク等)
 - 市場情報とリスク情報の積極的提供

出所: 日本貿易振興機構(ジェトロ)

(1) アジア経済圏 (ASEAN を除く)

アジア経済圏 (ASEAN を除く) の中で、三重県とのビジネス環境や三重県とのネットワークの視点を見ると(下図参照)、交流が進む台湾への展開を引き続き進めていくことが重要である。

「世界の市場」と呼ばれる中国市場は、海外販路拡大の有望先であるが、日本企業にとってのビジネス環境としては多くの課題がある。

アジア(ASEANを除く)におけるビジネス環境とネットワークの視点による比較

			ビジネス活動の しやすさ	日系企業の 進出状況	外国人延べ 宿泊者数
台湾	ビジネス 環境	国 (三重県)	16位 (-)	1,100社 (2社)	3,797,970人 (18,630人)
	三重県とのネットワーク		平成24年7月、三重県と台日産業連携推進オフィス(TJPO)との間で産業連携の覚書(MOU)を締結。		
中国	ビジネス 環境	国 (三重県)	91位 (-)	32,834社 (51社)	4,038,040人 (14,100人)
	三重県とのネットワーク		三重県と河南省との間で友好提携及び、観光協定を締結。 昭和26年、三重県日本中国友好協会が発足。		
韓国	ビジネス 環境	国 (三重県)	8位 (-)	555社 (8社)	2,889,350人 (13,380人)
	インド	国 (三重県)	132位 (-)	1,428社 (6社)	173,640人 (310人)

※データはすべて2012年。

(出所:世界銀行「世界のビジネスのしやすさランキング」、外務省「海外在留邦人数調査統計」、東洋経済新報社「海外進出企業総覧」、観光庁「宿泊統計」)

○ 台湾

- ・これまで、台湾政府の台日産業連携推進オフィスとの産業連携に関する覚書の締結(平成24年7月)、三重大学とITRI(工業技術研究院)や大同大学等との連携、2013日台観光サミットin三重(平成25年5月)での「三重宣言」など、官・学・産での連携が進んでおり、台湾は三重県の国際展開の先駆的地域(三重モデル)となっており、引き続き三重県の国際展開の重点地域である。
- ・今後、産業面においては、産業連携に関する覚書の具現化を行うため、三重大学地域戦略センター(RASC)を中心として、若手の経営者同士との連携など産学官一体となったプロジェクトの推進に努める。例えば、平成25年度は、ジェトロの支援メニューを活用して機能性食品をテーマとしたプロジェクトに取り組んでいく。この他、製造業を中心とした企業マッチングによる産業交流や百貨店における物産展の開催など県産品の販路開拓を支援する。

- ・「三重宣言」に基づいて、地域間観光交流の推進、台湾旅行会社からなる三重県観光アドバイザー会議の設置、台湾旅行博への集中出展、地域イベント相互交流、高校生料理相互交流等を実施するなど幅広い交流に取り組んでいく。特に、共通のトピックを通じた誘客の促進として、「三重区」を有し、人口約400万人の巨大なマーケットである新北市との観光相互交流の促進に努める。また、文化交流として、平成26年4月に開館予定の三重県総合博物館と台湾の博物館との交流についても検討を進めることとする。
- ・こうした三重県と台湾との連携の土台となっているのは、例えば、安濃津よさこい(津市)による台湾最大の祭りである台湾ランタンフェスティバルへの2002年からの毎年参加など多方面での草の根の継続的な相互交流であり、今後とも、一過性でない、相互に有益となる層の厚い取組を推進する。

○中国

- ・上海に設置した三重県海外ビジネスサポートデスクにより、県内企業の事業展開を引き続き支援していく。また、上海や広州において、自動車など製造業向けの展示会などに出展する。さらに、ICE TTが河南省や天津市などに持つ研修生ネットワークを活用し、中国に対する環境技術の展開を図る。加えて、マーケットとして急成長する内陸部の四川省成都への県産品の販路開拓にも取り組む。
- ・海外誘客については、三重県単独ではなく、「昇龍道プロジェクト」を中心に広域連携の中で対応する。一方で、友好提携を結んでいる河南省については、平成23年8月に観光協定を締結したところ、政府代表団の相互訪問、県庁国際交流員や研修員の受入れ等、引き続き人的交流を継続する。

○韓国

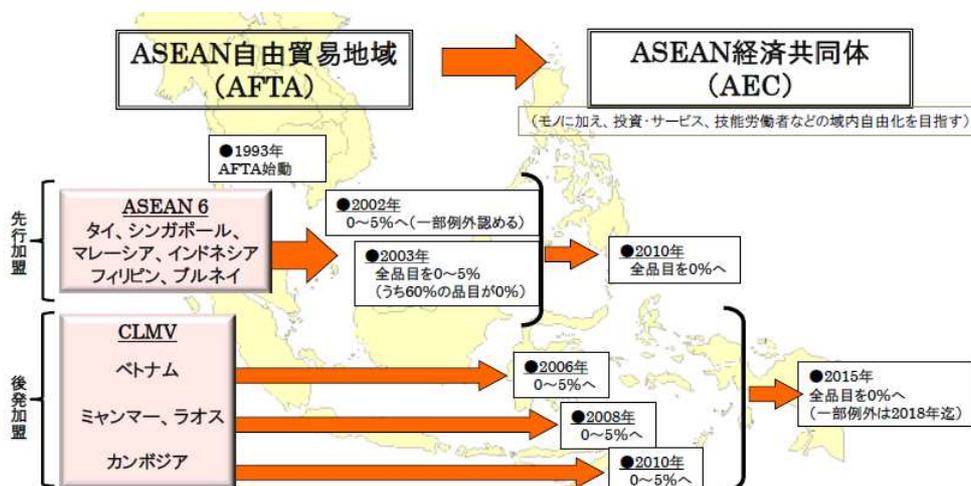
- ・訪日外国人旅行者が多い韓国については、「海女」のユネスコ無形文化遺産登録を視野に観光交流を推進するとともに、三重県単独ではなく、中部広域観光推進協議会など広域連携の中で対応する。また、国際ハブ港である釜山港のトランシップを活用した県内企業のグローバルアクセスの強化や、医療機器、バイオ医薬品等の韓国の産業クラスターとの連携に向けた検討を行う。

○インド

- ・大企業の進出が増加していることもあり、注目すべき新たな成長市場として、長期的視点で動向を注目しつつ、ジェトロや在大阪・神戸インド総領事館とのネットワークを活用して、セミナーを開催するなど情報提供を行う。

(2) ASEAN

東南アジア地域の10カ国からなるアセアン(東南アジア諸国連合)は、1992年のアセアン自由貿易地域(AFTA)創設、2008年のアセアン物品貿易協定(ATIGA)が締結されるなど、域内における経済的、社会的な統合が着実に進展し、実体的に一体化が進んでいる。



ASEAN をひとつの市場として捉えた場合、人口は約 6 億人で、名目 GDP は 2.3 兆ドルとなるが、将来にわたって安定的な人口増加が見込まれている。

ASEAN 諸国について、ビジネス環境や三重県とのネットワークの視点で見ると（下図参照）、タイは、ASEAN 全域へのアクセスが良く、自動車産業や電子産業を中心とした日系企業の最大の進出先でもあり、日系企業にとってアセアン地域におけるハブとしての役割を果たしていることに加え、三重県企業の進出状況や外国人宿泊数において、他の ASEAN 諸国と比べても多い。

ASEANにおけるビジネス環境とネットワークの視点による比較

			ビジネス活動の しやすさ	日系企業の 進出状況	外国人延べ 宿泊者数
タイ	ビジネス 環境	国	18位	1,363社	812,090人
		(三重県)	(-)	(16社)	(6,910人)
	三重県とのネットワーク		・三重県とタイ投資委員会(BOI)との間で産業連携の覚書(MOU)を締結予定。		
ベトナム	ビジネス 環境	国	99位	1,081社	(データ無し)
		(三重県)	(-)	(7社)	(データ無し)
	三重県とのネットワーク		・平成25年6月、三重県・ベトナム友好協会が発足。		
マレーシア	ビジネス 環境	国	12位	1,172社	329,570人
		(三重県)	(-)	(3社)	(450人)
シンガポール	ビジネス 環境	国	1位	722社	618,560人
		(三重県)	(-)	(3社)	(650人)
インドネシア	ビジネス 環境	国	128位	1,308社	(データ無し)
		(三重県)	(-)	(5社)	(データ無し)
フィリピン	ビジネス 環境	国	138位	1,171社	(データ無し)
		(三重県)	(-)	(6社)	(データ無し)

※データはすべて2012年。

(出展:世界銀行「世界のビジネスのしやすさランキング」、外務省「海外在留邦人数調査統計」、東洋経済新報社「海外進出企業総覧」、観光庁「宿泊統計」)

○タイ

- ・タイについては、三重県の国際展開の重点国として位置づけ、タイに設置した三重県海外ビジネスサポートデスクの機能強

化を図り進出企業に対する相談や展示会出展の支援を強化するとともに、タイ投資委員会（BOI）とのMOU締結を実現し、中小企業の産業交流を一層促進させる。

- ・タイ市場に対しては、三重県企業が強みを有する環境技術について、タイにおける製造業のニーズも踏まえ、ICE TTを活用しながら積極的に展開していく。また、ものづくり試作（中小企業の連携体）及び高度部材の展開を図ることで、アジアのサプライチェーンに積極的に参入していく。
- ・所得の向上や親日感情等により富裕層による来訪が期待できるため、バンコクで観光PRを含む物産展を開催し、海外誘客を展開する。

○ベトナム、マレーシアなど

- ・三重県海外誘客にとり今後の有望市場であるベトナム、マレーシアについては、タイを拠点に将来的な展開を見込みながら対応していく。マレーシアについては、知名度の高い「忍者」をテーマに集客力を有する有力旅行会社との連携強化を図るとともに、ベトナムについては、今後の訪日者の急激な増加を見越し、「ブランド化」を実施し、先駆者利益確保に取り組む。
- ・産業面については、サポートデスクを設置したタイを拠点としつつ、東南アジアの食品バイヤーの拠点であるシンガポールも活用しながら、県産品（食品）の東南アジア全体への販路拡大を狙っていくとともに、国ごとのニーズも踏まえつつ、ICE TTを活用した環境技術の展開を図る。

- ・ベトナムについては、25年6月に三重県・ベトナム友好協会が発足したところ、この民間ベースのネットワークも活用しつつ、効果的に取り組むこととする。

(3) 米国・EU

アジア等の新興国が競争力を増す中、日・欧・米がそれぞれの強みを生かした連携を行い、イノベーションを創出していくことが重要である。こうしたことから、高度部材に強みを有する三重県として、米国・EUに対して、新たな技術の革新を軸として、産業の高付加価値化を図っていく。

○米国

- ・製造業に回帰してきていると言われる米国においては、産業間の連携可能性は広がっている。航空宇宙、ICT、医療、クリーンエネルギー等の関連産業が集積しているワシントン州（シアトル等）において、大学間（三重大学－SSCC）の交流を行うとともに、行政間での連携協定を結ぶことにより、新たなネットワークを構築するとともに、三重県企業と米国企業との産業交流を進める。
- ・多くの競争力のあるグローバル企業が集積し、世界経済の中心とも言える米国において、三重県産業の優位性等をPRすることで、製造業やサービス業の企業誘致や産業交流の促進を図る。また、三重県の「食」についても、人の交流や物産展への出展等を通じて、米国との交流を促進させる。

○ヨーロッパ

- ・三重大学地域戦略センター（RASC）に設置したスイス・CSEM社との連携オフィスを拠点として、スイス企業等と

の産業交流を着実に進める。また、県、三重大学と協定締結しているドイツ・フラウンホーファー研究機構については、AMIC、工業研究所とも連携しつつ、環境・エネルギー分野を中心に産学官連携を推進する。さらには、ドイツ・NRW(ノルライン・ヴェストファーレン)州、フランス・アヌシー地域との産業交流も進めていく。こうした連携を通じ、欧州企業の県内誘致も図る。

- ・また、観光面において、特に、日本文化に対する関心が高いフランスについては、伊勢神宮や熊野古道といった伝統的な観光資源が強い訴求力を有するため海外誘客を展開する。

(4) ブラジル等、その他の地域

ブラジル等、これまで県が友好交流を進めてきた国・地域については、良好な関係を継続するだけでなく、状況に応じて産業交流へと発展させることを視野に、行政間連携の定期的な交流を行うことなどにより関係の維持を図るものとする。

○ブラジル

- ・三重県人会（約400人）との繋がりには貴重な財産であり、里帰り誘客や日本食等の販路拡大面等で有望な富裕層の多い日系人(150万人)マーケットを有し、継続的關係の構築が可能。
- ・ブラジル経済の中心であり姉妹提携を有するサンパウロ州との間で、これまでの「友好交流」から「経済交流」への発展を図るため、25年8月、三重県知事とサンパウロ州知事との間で、①教育、②環境、③産業と商業、④観光の4分野での相互協力につき合意した共同宣言に署名。
- ・今後、特に、①日系人(150万人)を中心とした県産品の販路拡大、②インバウンド観光誘客、③ブラジルの製造業が国際

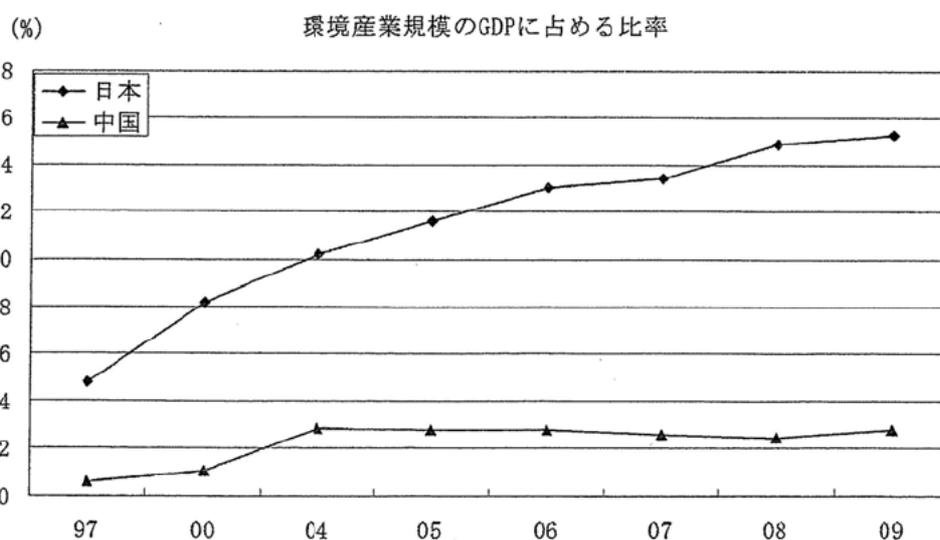
競争力を高めるために必要なイノベーションに対する貢献に取り組むとともに、ジェトロとの連携による市場開拓や I C E T T を活用した産業交流等の可能性についても検討する。

(注) 本基本方針では、国・地域ごとの国際展開の方向性を示しているが、今後、対象国のニーズ調査も含めた具体化の検討を行っていくこととする。

※戦略的な国際展開 具体化のイメージ (例)

日本では成長市場 (インセンティブ市場) である環境産業について、中国においては、GDP に占める環境産業規模の割合が低いままである (下記図参照)。

三重県として、こうした潜在的なニーズを踏まえ、I C E T T のネットワークやノウハウを最大限活用し、中国企業のニーズに対応した環境技術 (環境汚染防止、環境負荷低減技術及び製品、資源有効利用) のビジネス展開を図っていく。



3. 国際展開のためのプラットフォームの構築

これまで海外展開を行ったことがない多くの県内企業にとっては、海外市場の情報や国際展開に関するノウハウが不足しているなど、数多くのハードルが存在する。こうした国際展開におけるハードル

を下げるため、県が前面に立って、行政間の MOU 締結の更なる推進、国際展開の推進体制の整備、人材育成・啓発、といった国際展開のためのプラットフォームを構築する必要がある。このため、官民一体となった協議会を立ち上げ、推進していくこととする。

特に、相手国に対しては、行政、学术界、産業界がトップセールスを行うことで、知名度を上げ、本気度や継続性の担保を示していくこととする。

(1) 既存の行政間ネットワークのフォローアップと新たな戦略的構築

- 三重県がこれまで構築してきた既存の行政間ネットワークのフォローアップを行うとともに、市町等がネットワークを持つ国・地域についても、三重県として、国際展開の潜在性が高いことから、各国ごとのニーズ調査等を行うことで、国際展開の可能性を検討する。
- 各国の駐日在外公館等とのネットワークは、国内における連携の具体化のキーとなっている。外務省が主催する外国大使グループ(14か国)の都道府県訪問受入(24年11月)、台北駐日経済文化代表処代表、駐日韓国大使、駐日ベトナム大使等の受入を通じて、トップレベルでのネットワーク形成を行ったが、今後は、各種課題解決のための連携等に活用すべくネットワークの強化に努めることとする。
- 新たなネットワークとして、平成24年9月にタイを訪問した際、三重県とタイとの継続的な産業連携を図るため、三重県とタイ投資委員会(BOI)との産業連携に関する覚書(MOU)を締結することで合意した。この覚書の早期締結の実現に向け、タイ投資委員会側と具体的な調整を早急に進める。
- 三重大学地域戦略センター(RASC)とアメリカのサウスシ

アトル・コミュニティ・カレッジ（SSCC※）との間で学術協力および交流の促進に関するMOUの締結（平成25年8月）を行い、新たな知的交流を開始するとともに、県内企業と米国企業との産業交流の促進を図る。

（※カリキュラムに地域産業界のニーズを反映し、産業界が必要とする実践性と専門性を重視したコミュニティカレッジ）

（2）国際展開の推進体制（ファシリテーター等）の整備

- ICETT（国際環境技術移転センター）は、日本における環境ビジネスの創造拠点をめざし、研修生ネットワークを再構築するとともに、ODA等を活用し、県内環境関連企業の海外展開プロジェクトの創出に寄与する。その際、国・地域ごとの環境課題に対応した協力や、北九州国際技術協力協会（KITA）や立命館アジア太平洋大学（APU）との連携可能性等について検討していく。
- AMIC（高度部材イノベーションセンター）は、三重大学地域戦略センター（RASC）等の海外との連携プロジェクトに積極的に参画することで、台湾や欧州の研究機関や関係機関との連携を強め、プロジェクトの創出につなげていく。また、共同研究等により開発された製品・技術を海外への展開をめざしていく。
- ジェトロ、三重大学地域戦略センター（RASC）等の支援機関や三重県海外ビジネスサポートデスクは、互いのネットワークの活用や情報共有など緊密な連携を行い、三重県企業の海外展開支援に取り組んでいく。また、県は、「中小企業等の海外展開支援に係る業務協力に関する覚書」を締結したジェトロや、産業振興等に関する包括協定を締結している金融機関、商社とも連携する。

(3) 人材育成・啓発

- 三重県企業の国際化を推進するためには、その土台となるグローバル人材の育成が必要不可欠である。そのため、国際展開に関する企業向けセミナーの実施、県内企業と留学生とのマッチングの場の提供、商社 OB 人材の活用など、県内企業におけるグローバル人材の育成を積極的に支援する。
- これまで国際展開に取り組んでこなかった三重県企業に対して、国際展開の成功例を示すことで、国際展開への関心を高めることが重要である。そのため、三重県企業ならではの国際展開の事例を「みえ国際展開モデル事例集（仮称）」として策定し、県内企業の啓発に努める。

4. 各分野（海外展開、外資系企業誘致、海外誘客）における取組方針

三重県企業の海外展開（直接投資、輸出）、外資系企業の誘致、海外誘客について、それぞれ今後の県の取組方針を以下に示す。県の取組を進めるにあたっては、「ものづくり」（製造業）と「サービス産業」（非製造業）を産業の両輪と捉えて国際展開を図っていくことが重要である。また、三重の強みである食や歴史、文化、景観を世界に発信するためには、世界で通用している地域との連携や三重の強みを最大限発揮できる機関との協創を進めるための取組を強化する。なお、必要があれば、そういった機関を誘致していくことが重要である。

(1) 三重県企業の海外展開（直接投資、輸出）に対する支援

- 県内と中国（上海）、タイ（バンコク）に設置した「三重県海外ビジネスサポートデスク」の積極的活用を促すための PR を行

うとともに、支援機能を強化する。具体的には、これまで取り組んできた企業向け相談や海外展示会への出展支援を拡充するとともに、三重県ビジネスサポートデスクを中核として、国、ジェトロ等が実施する施策の積極的な活用を促進する。

- 三重県企業が強みを有する環境技術（環境汚染防止、環境負荷低減技術及び製品、資源有効利用）について、相手国のニーズを踏まえ、ICE T Tによる専門家派遣や国内研修を活用しながら積極的に展開していく。また、三重県の産業集積の特性である、ものづくり試作及び高度部材の海外受注の拡大やブランド化を目指す。
- 三重の地域資源である食に関わる産品、伝統的工芸品を積極的に海外市場に売り込んでいく。具体的には、特に海外の富裕層ニーズの目線に立ち、有名シェフを取り込んだ「食」のコンテンツ開発、クリエイター等との連携による伝統的工芸品の高付加価値化を支援し、メイド・イン・三重ブランドの海外への売り込みを促進する。

（2）外資系企業の誘致に対する支援

- 自動車関連、電子部品、石油化学など県内の産業特性を活かし、国際的な競争力や先端の技術を有する外資系企業のアジアにおける生産拠点や研究開発拠点の誘致に取り組む。具体的には、平成25年度に創設した「外資系企業アジア拠点立地補助金」や三重県に立地している外資系企業のネットワークを活用しながら、外資系企業への訪問や在日公館とのネットワーク強化など、積極的な誘致活動を行う。
- 魅力的な観光資源を持つ三重県は、海外の高級ホテルや美術館など外資系サービス業の誘致、更にはそうしたサービス業の誘致につながる国際会議等の開催について、高いポテンシャルを

有している。平成 25 年度に創設した「サービス産業立地補助金」も活用しつつ、今後、規制緩和の検討など、サービス産業の立地環境整備を充実させることで、外資系サービス業の誘致を図る。

(3) 海外からの誘客促進

- 一般的な「観光客」というカテゴリーのみならず、ビジネスや F1 などのイベント等目的を問わず、海外からの誘客を促進する。そのためには、これまでの観光誘客プロモーションのみならず、産業、物産等幅広い分野とも連携を強化し、共同で、三重県観光の魅力につき総力を挙げて世界に発信していくことに加えて、海外の個々のニーズに合った商品開発を行うこととする。その際、観光資源の「ブランド化」の確立を目指す。
- 中国など巨大なマーケットや FIT(個人客)化が進んでいる韓国等マーケットでは、県単独での誘客事業は限界があるため、中部・北陸地域の「昇龍道プロジェクト」を中心として、広域的な対応を行うこととする。また、近隣地域ばかりではなく、例えば、台湾人にとり一番人気の観光地である北海道と連携する等、ローカル to ローカルという新しい視点も取り入れる。
- 県内留学生、県内在住外国出身者、海外三重県人会等の三重県に強い親和性を有する人的ネットワークに加え、日本ファンである日本在住外国人ネットワークなど活用し、三重県の魅力を母国語で母国に対して SNS(無償ツール)で発信する。

みえ国際展開に関する 基本方針

平成25年9月発行
三重県雇用経済部

〒514-8570
三重県津市広明町1-3番地
TEL 059-224-2356