

みえ国際展開に関する基本方針(案)

平成 25 年 5 月 23 日現在案

三重県

みえ国際展開に関する基本方針<H25/5/23 現在案>

国内市場とともに海外市場も見据えた展開の必要性

- 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。他方、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。
- 他方、海外においては、世界経済の中心がG 8からG 2 0に推移する中、アジアを中心とした新興国やB R I C S諸国が急速に経済成長を遂げており、今後ますます発展の余地を残している。このため、三重県においても、国内市場とともに、海外市場も含めた展開を行っていくことが必要である。

未来を見据えた海外展開 ～三重県の持続的な発展の確保～

- 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。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。
- 産業面からみても、国内市場が縮小している中、海外への販路拡大等が必要となっているとともに、海外展開を行っている企業は国際競争力を有することが「みえ産業振興戦略」（24 年 7 月策定）における調査でも明らかなように、県内企業の海外展開は喫緊の課題となっている。

総力戦での海外売り込みの実施 ～「数量」ではなく「質」の追求へ～

- これまで、外国人入込客数という「数値」にとらわれてきたが、本質的には、当該外客関係消費額に注目すること、また、いわゆる「観光客」のみならず、ビジネス等目的を問わず外客来県者の促進を目指すことが適切であり、「シティプロモーション」的視点への転換を行うこととする。同様に、産業面においても、実質的に経済効果が高い指標(付加価値額、付加価値率等)をターゲットとする。
☆ シティプロモーション（東海大学文学部河井孝仁准教授）：「地域を持続的に発展させるために、地域の魅力を地域内外に効果的に訴求し、それにより、人材、物財、資金、情報などの資源を地域内部で活用可能としていくこと」
- 県全体での売り込みをすべく、誘客活動（観光展の開催等）のみならず、産業活動（物産展の開催、経済団体ミッション同行等）とのコラボレーションを十分考慮する。なお、その際は物産・観光・経済を含む三重県ブランドのB t o Cのプロモーションの実施を念頭に置き効果的に実施する。

世界に広がる知的ネットワークの構築 ～様々な分野での相乗効果の創出～

- 国際展開を行う上で幅広い者との人的ネットワークの構築は極めて重要であるが、単なる友好・親善や一時的なイベント実施だけではなく、相互互惠的な関係、顔の見える関係づくりを行うことが持続的な関係構築には不可欠であるという視点で、相互の往来や共同作業等を頻繁に行うこととする。
- これまでの交流等で得られた人脈等資源を活用しつつ、世界に広がる知的ネットワーク（姉妹・友好提携先、海外自治体、駐日外国公館、海外学術研究機関、三重県関係海外進出企業、県人会等幅広い者との持続的な関係）の構築を行い、観光や産業のみならず、文化、環境、産学官連携など様々な分野で相乗効果を創出することとする。

限られた経営資源を最大限有効に活用 ～「選択と集中」での海外展開～

- 昨今の厳しい財政状況等経営資源の制約や、グローバル化により国内外で地域間競争が激化する中、国際競争力を有し、持続的発展が可能な三重を確立するため、県民や県内企業のニーズ等を踏まえ、今後連携等を進めるべき国・地域や国際交流のコンテンツにつき重点化を実施する。
- 一定のターゲットを定め、県庁内各部局での取り組みを国際戦略の視点でとらえ、また、世界に広がる知的ネットワークを最大限活用し、産官学一体となって総合的に三重を海外に売り込むこととする。

- 経済的規模や国内情勢等を背景にG 8 諸国とG 2 0 諸国との間でも対応が異なるなど、国・地域別のポテンシャルを考慮して国際展開を行っていく視点が重要である。例えば途上国対応については、国際環境技術移転研究センター（ICETT）が1990年の設置以来受け入れた約2,000名の海外研修生という人的つながりを活用し、実際の応用につなげていくことが有用である。
- 対象国・地域やカウンターパートについては、以下の観点を踏まえ選定する。
 - ① 相応の経済力等を有し、また、層の厚い中間層、一定規模の富裕層が存在すること。
 - ② これまでの交流等で得られた人脈等資源を活用しつつ、世界に広がる知的ネットワークが存在し（又は構築が可能であり）、海外展開の橋頭堡となりうるもの。
 - ③ 対象国・地域そのもののみならず、背景に控える経済圏を有する等今後の広がりのあるゲートウェイ機能を有することも重要な要素であり、戦略的にとらえることとする。

（国際展開の方向性）

- （1） 経済的規模や社会的成熟度等に鑑み、欧米諸国は幅広くカウンターパートとなりうる。そのうち、産業提携での取り組みが進展しているフランス、ドイツ、スイスについて関係の維持・強化に努める。また、世界全体への情報発信地であり、あらゆるイノベーションの源泉地である米国も重点的にとらえる。
- （2） 経済の急激な発展が今後も見込まれる東南アジア地域は有望な市場である。他方、「選択と集中」のもと、一人当たり名目GDPが5,000ドル以上を目安とし、シンガポール、マレーシア、タイへの資源の投入が有用である。そのうち、東南アジア地域の重要拠点であり三重県ビジネスサポートデスクを設置したタイにつき、産業・観光連携につき重点的に対応。
- （3） 中国及び華人経済圏への展開のゲートウェイである台湾との連携は極めて有用である。このため、25年5月の「2013日台観光サミット in 三重」開催までの間を交流・連携の「重点強化期間」と定めて、観光連携、産業連携ともに集中的に対応する。
- （4） 中国については、三重県海外ビジネスサポートデスクを設置した上海を拠点に、産業連携を中心に対応する。観光連携については、広域連携の中で取り組んでいく。
- （5） 友好提携先であるブラジル・サンパウロ州とは、三重県人会との繋がりは貴重な財産であり継続的な関係を構築する。また、中国・河南省とは、引き続きハイレベルの交流を継続する。

持続的関係の構築と友好交流で得た資源の活用 ～「友好交流」から「経済交流」へ～

- グローバル化の進展等により、あらゆる面において海外との相互依存関係が深化している今日、官主導による親善を目的とした友好交流の必要性は低下している。また、限られた資源のなか、結果的に単発的な友好親善関係にとどまる交流だけではなく、持続的な関係を築いていく視点が重要である。
- このため、これまでの友好交流で得た人脈等資源を、経済交流（観光連携、産業連携）等幅広く活用すべく、友好交流先との関係についても、持続的な関係構築可否の視点から改めて見直すこととする。
 - （1） **中華人民共和国・河南省（1986年締結）**： 25年を超えても政府代表団の相互訪問が継続し、地理的にも近く、人脈も蓄積。また、23年8月に観光協定を締結したところ、引き続き緊密な関係を継続・強化するため、ハイレベルの交流を継続。
 - （2） **ブラジル・サンパウロ州（1973年締結）**： 三重県人会（約400人）との繋がりは貴重な財産であり、里帰り誘客や日本食等販路拡大面で有望な富裕層の多い日系人（約150万人）マーケットを有することから、継続的関係の構築が可能。友好交流から経済交流へシフト。
 - （3） **スペイン・バレンシア州（1992年締結）**： 相互交流が州政権交代後困難となり、地理的にも距離感があることから、パラオ共和国（1996年締結）と同様、民間交流にシフト。

1. 重点的な分野における国際展開の方向性

重点的な分野ごとの国際展開の方向性は、以下の通りとする。

(1) 海外からの誘客の戦略的展開 ～ニーズに対応した重点的なプロモーションの実施～

限られた経営資源のもと、また成功事例を確保すべく、ターゲットを重点化することとする。

- ① 25年5月「2013日台観光サミット in 三重」開催までの間を交流・連携の「重点強化期間」と定めた台湾につき、インバウンド施策を重点的に実施する。台湾は極めて親日的で震災後も順調に訪日客が回復しているが、平成20年をピークに来県者は落ち込んでおり、三重県の知名度向上や各種施策により、来訪者の20年ベースへの回復を目指す（20年：2.5万人、23年：1.3万人）。
- ② 伊勢神宮や熊野古道といった三重県の観光資源が強い訴求力を持ち関係も有するフランスとともに、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タイを第二の対象とする。
- ③ 三重県観光にとり今後の有望市場である東南アジア（ベトナム、マレーシア）については、タイを拠点として、将来的な展開を見込む。香港は、華人経済圏市場における先駆者的存在であり重要な市場であることから、富裕層をターゲットに取り組み。中国は、三重県単独ではなく広域連携の中で取り組む。韓国は、海女のユネスコ無形文化遺産登録を視野に交流を推進する。
- ④ 広域的取り組みについても、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。

(2) 頑張る企業の国際展開を後押しする支援 ～産業・農林水産業振興のための海外展開～

県内企業が海外展開に挑戦しやすい環境づくりのため、三重県関係企業等による海外ネットワークを構築するとともに、海外の自治体や研究機関等との連携づくり・強化に取り組む。また、公益財団法人国際環境技術移転センター（ICETT）と連携し、そのネットワークを活用した取り組みを図る。

また、県内地場産業、農林水産業ともに、県産品の海外市場への展開を望む声は高く、こうした分野では、「地方政府」としての信用力の供与や知事によるトップセールスなど、県に求められる役割は大きいことから、望まれる役割を積極的に果たしていく形での支援を行うこととする。

- ① 台湾は、一人あたりのGDPは2万ドルを超え、半導体をはじめハイテク産業は世界トップクラスのシェアを誇るとともに、GDP成長率も安定的に成長を続けている。加えて、中国をはじめとする東アジアの市場と密接に結びついており、特に、中国及び華人経済圏への展開の「ゲートウェイ」として、県内企業の海外展開において戦略的に重要な地域の一つとして位置づけていく。
- ② 三重県海外サポートデスクを設置した中国(上海)、タイ(バンコク)での産業連携を強化する。
- ③ 欧州提携先（フランス、ドイツ、スイス）との産業連携を維持、強化する。

(3) 海外からの企業誘致の推進 ～三重県経済基盤の国際競争力の強化～

日本の産業は、経済のグローバル化が一層進めつつ産業構造の転換が進んでいる中、歴史的な円高水準が続くなど、国内産業の空洞化への大きな懸念要因が顕在化してきており、海外からの投資を呼び込む観点から、地域としても戦略の構築が求められている。

三重県における持続的な経済基盤確立のためには、雇用の確保等の観点からも、海外優良企業の誘致や設備投資の促進が課題となっている。また、これらの企業誘致戦略に取り組むなかで、研究者など海外からの「人材の誘致」に挑戦していくことも重要となっている。

世界的な三重の知名度が必ずしも十分なものではないことから、GNI（グレートズ・ナゴヤ・インシアフ）と連携しながら、海外企業に三重県の優位性をPRしていく。

2. 重点国・地域における国際展開の方向性

重点国・地域ごとの国際展開の方向性は、以下のとおりとする。

また、国・地域ごとに、三重県の対応の指標として「パートナー」と「マーケット」とのカテゴリーで分類、明記し、目指すべき対応の方向性を明確化する。

アジア

台湾 <パートナー(産業)、マーケット(観光)>

- ・ 中国及び華人経済圏への展開のゲートウェイである台湾との連携は極めて有用
- ・ 24年7月に知事が訪問し、25年の日台観光サミットを誘致。産業連携協定を締結
- ・ 25年5月の「2013日台観光サミット in 三重」等で構築した台湾関係者とのネットワークを活かし、観光、産業、物産に加え文化交流や青年交流を進めるなど、一過性でない、相互に有益となる層の厚い取組を推進
- ・ 具体的には、継続的な取組として、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、日台産業連携計画の策定、台湾旅行博への集中出展、物産展の継続開催、地域イベント相互交流、高校生料理相互交流等を実施、支援

韓国 <パートナー(文化、産業)>

- ・ 海女のユネスコ無形文化遺産登録を視野に交流を推進
- ・ 海外誘客については、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
- ・ 医療機器やバイオ等の韓国の産業クラスターとの連携に向けた検討

中国(上海) <マーケット(産業)>

- ・ 県内企業との関係が深いところ、上海に三重県海外ビジネスサポートデスクを設置し、県内企業の展開を支援。今後、産業連携を中心に重点的に対応
- ・ 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

中国(香港) <マーケット(観光)>

- ・ 香港は、華人経済圏市場における先駆者的存在であることから、富裕層をターゲットに誘客

中国(河南省) <パートナー(友好提携)>

- ・ 23年8月に知事が訪問。観光協定を締結。
- ・ 25年を超えても政府代表団の相互訪問が継続中であり、また県庁国際交流員や研修員の受入れ等、人脈も蓄積されており、引き続きハイレベルの交流を継続
- ・ 今後、鄭州の富裕層をターゲットに海外誘客を展開

タイ <マーケット(産業、観光)>

- ・ ASEANの重要拠点であり、県内企業との関係も深いところ、バンコクに三重県の海外営業拠点を設置し、県内企業の展開を支援
- ・ 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、海外誘客を展開
- ・ バンコクで観光PRを含む物産展を開催

東南アジア(ベトナム、マレーシアなど) <マーケット(観光、産業)>

- ・ 三重県海外誘客にとり今後の有望市場である東南アジア(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。特に、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。
- ・ 産業連携面についても、2015年のASEAN共同体構築を見据えつつ、三重県海外ビジネスサポートデスクを設置したタイを拠点に、対応していく。
- ・ 県産品(食品)輸出についても、サポートデスクを設置したタイを拠点として行うこととし、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、タイ及びシンガポールの両面から東南アジア全体への販路拡大を狙っていくこととする。

米州

米国 <パートナー(産業、情報発信)>

- ・ 世界全体への情報発信地であり、あらゆるイノベーションの源泉地
- ・ 特に、ニューヨークは、世界経済・文化・芸術の中心地であり、その発信力を活用
- ・ 航空機産業等が盛んなワシントン州(シアトル市)は、高度技術を有する県内企業との相互互惠関係の構築が可能。大学間の交流・連携を深め、関連する企業の誘致や県内企業の進出を支援

ブラジル <パートナー(友好提携先)>

- ・ 三重県人会(約400人)との繋がり貴重な財産であり、里帰り誘客や日本食等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、継続的関係の構築が可能
- ・ 県庁国際交流員や研修員の受入等を通じて得られた人脈の活用
- ・ これまでの友好交流で得た人脈等資源を、経済交流(観光連携、産業連携)等幅広く活用

欧州

欧州(ドイツ・フランス・スイス) <パートナー(産業)>

- ・ 経済産業交流を進めるドイツ・NRW(ノルライン・ヴェストファーレン)州、フランス・アヌシー地域を中心とした欧州への展開を支援
- ・ 欧州最大の研究機関であり県、三重大学と協定締結している独・フラウンホーファー研究機構と環境・エネルギー分野を中心に産学官連携を推進。フランス・アヌシー地域との間でも、今後の双方の大学も県と地域との協定に参画予定
- ・ マイクロエレクトロニクス分野の産業支援機関であるスイス・CSEM社との連携を促進し、県内中小企業等の欧州での事業展開を支援

フランス <マーケット(観光)>

- ・ 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