

第3回 みえ国際展開推進連合協議会 議事概要

- I 日時：平成28年7月6日（水） 10:00～11:30
- II 場所：三重県庁本庁舎 3階 プレゼンテーションルーム
- III 出席者：鈴木会長、駒田委員、佐久間委員、中澤委員、服部委員、藤田委員、山川委員、
田山委員、玉本委員、野地委員、山本委員、雲井委員、柴原委員
代理出席：木村氏（上田委員代理／（株）百五銀行 理事 地域創生部長）、
西場氏（岡本委員代理／三重県経営者協会 専務理事）
藤本氏（小林委員代理／三重県商工会議所連合会 専務理事）
湯浅氏（清水委員代理／三重県漁業協同組合連合会 常務理事）
オブザーバー：吉良氏、藤田氏、山田氏
（事務局）廣田雇用経済部長、水島観光局長、村上サミット推進局長、横田雇用経済部副部長、
谷合観光局次長、佐々木国際戦略課長 他
- IV 会議概要：
- 1 議題
伊勢志摩サミット開催を踏まえた三重県の国際展開について
 - 2 その他
三重県の国際展開推進体制について
上記について、事務局から配布した資料により説明した後、各出席者からご意見等を伺いました。

【委員からの意見等】

- ・サミット後の国際展開としてよく取り上げられるのはインバウンドであるが、アウトリーチとして参加したベトナムは、日本への渡航者が18万人と前年比5割増で過去最高を更新し、かつ一人あたりの旅行支出額が24万弱と中国人以上に爆買する国民であるというデータがあり、国を絞った観光施策として、ベトナムが有効ではないかと思う。ベトナムホーチミンイオンで行われたセントラルジャパンフェアでも日本商品は人気だった。
- ・サミットの効果として、非常に三重県の知名度はあがった。そのことを生かし、これからどうやっていくのかをみんなで考えていくことが大事ではないか。
- ・過去にも経済ミッションに参加しているが、そのメリットとしては、知事が訪問することで、国の代表の方々と会うことができる。そのことは非常に大きく、今後も参加していきたい。
- ・三重県からもベトナムへ進出している企業もある。成長途中であり、これからも伸びしろが期待できる国である。ミャンマーなども含めASEANに目を向けていくことが大事。
- ・サミットにおいて多くの情報発信がなされた。小規模事業者、個社の応援はしっかりやっっていかなければならないが、地域全体で面として世界へ発信しながら地域資源を売り込んでいくことが必要。地域全体で連携し、リスクもシェアし世界へ展開していくことが大事。
- ・観光では、地域で利益が回るような仕組みを柱に観光戦略、インバウンド施策を行っていただきたい。
- ・国際展開を県内の雇用と所得をいかに拡大させるかで考えると、海外の販路拡大とインバウンドの二つといえる。県内の資本やお金の流出ではなく、モノとヒトの輸出入に視点を置いて取り組んでいくことが大事。
- ・中小企業、小規模事業者の立場に立った補助金や支援メニューを強化し、マッチングや展示会において成果につながるよう事前調査を行い、企業に細かく情報提供することが大事。販路拡大には三重県内の基盤が大切なので、日々の企業経営の支援も必要。

- ・インバウンド観光については、観光客に魅せる観光資源を発掘、磨きあげることが重要ではないか。また長く着実に観光客を増やしていくためには、分析や評価を行うことが大事。
- ・サミットにおいては、確かに伊勢志摩は有名になったが、伊勢志摩以外の地域がどこまで有名になったか。直接関わっていない地域の巻き込みが必要。
- ・サミット開催を踏まえ、教育のグローバル化に取り組んでいる。一つ目は留学生の受け入れ強化だが、県内で700人の留学生を受け入れており、そのうち660人がアジア出身である。しかしながら、日本国内には90人が就職するが、県内には15人しか就職していない。県内に残ってもらう人材を確保するため、留学生に対する奨学金制度を充実させることも必要。二つ目は体験実習やインターンシップを広めるための取組をしている。海外でのインターンシップも重要で、企業にお願いしてベトナム、タイへ行ったが、海外へ進出していく学生も増やしていきたい。
- ・サミットを三重県で開催でき、大変良かった。多くの情報発信がなされたが、これを今後どのように生かしていくか。伊勢志摩はとにかく有名になったが、どのように三重県とつなげていくかが重要。今後商品や製品の企画の中で、伊勢志摩のブランディングを出していくことで、海外に向けてヒトやモノを発信できるのではないかな。
- ・産業観光で桑名へ約2,000人が視察に来るが、それがインバウンド観光にもつながっている。
- ・ジュニアサミットで学生間の交流があったが、さらに交流を広めていくことが大切。次世代へ引き継いでいくことの重要性を発信していくことが大事。
- ・インバウンドではSNS、ブロガー、コーディネーターを活用すべき。
- ・サミットの情報発信は非常にうまくいったと思う。今後、伊勢志摩国立公園70周年、菓子博、韓国での冬季オリンピック、高校総体、東京オリンピックと続いていくがどのようにつなげていくかが大事。リオオリンピックから東京オリンピックまでの4年間にイベントも多数行われると思うので、タイアップしていくのもいいのではないかな。
- ・サミットで名前が売れた今がチャンスで、サミットの効果をどのように継続させていくか。キーワードは継続である。
- ・海外展開というところを出ていくことを考えるが、まず、海外において相手方に実感してもらうことが重要。その後結果的として、観光客が継続して増える、商品が継続して売れていくことにつながることを意識するのが大事。
- ・商品開発支援も行っているが、国内、海外の区別又は海外でもその国々にあったものを開発していくことが必要。単に観光のプロモーションをしても、そこに物がなければ、誰も来てもらえないので、食と観光を中心とした新たな商品・サービスと観光客の増加はセットだと思う。
- ・知名度が向上したチャンスを生かし、東京オリンピック・パラリンピックでは伝統・文化もセットにした売り込みを行っていくことが必要。
- ・各事業、取組に対するフォローアップも必要で、JETROとのネットワークをさらに深めていただきたい。
- ・サミットが終わって、全国レベルの会合でも知名度の向上についてよく聞かれ、今がビジネスチャンスであると感じる。伊勢志摩地域以外にも一定の効果を感じており、県全体の知名度向上につながったのではないかな。各地でのイベントでは、サミットの相乗効果を期待できる。
- ・外資系企業誘致の話もあったが、ジェネリック業界を誘致するためのアドバンテージがあれば、三重への誘致につながる可能性も上がる。市場としてもかなり大きいので期待できるのではないかな。
- ・人材不足の問題があり、県内では、新卒の大学生を確保することが非常に難しくなっている。現状一流企業志向の学生が多いが、地域貢献したい学生にしっかりとプログラムを立てていきたい。

- ・多くの方を三重に呼びたいと思っているが、津市にシティホテルがなく、宿泊施設の関係でなかなか呼ぶことができない。観光もよく頑張っているので、シティホテルについても検討いただきたい。
- ・伊勢志摩地域の知名度を他の地域にどのように波及させていくかが大事。
- ・食品の海外展開については障壁となっている制度があり、ヨーロッパだと EU HACCP で国の認証を工場で取得する必要がある、中小企業事業者にとっては大変難しい。またアメリカの FDA では輸入するものに手続きを課している。これらの手続きをとるための教育の充実や必要な手続きの簡素化が必要ではないか。
- ・比較的輸出がしやすい国が ASEAN で、ブリの輸出を行っているが、コストがかかり、利益の出る状況ではない。今後利益を上げていくためには、輸出・物流コスト又は、現地における温度管理や言語面の解決が重要となる。
- ・サミットにおいては、県産材のヒノキが多く使用され、非常にありがたい。
- ・近年、輸出国先の需要増大を背景に国産材の丸太の輸出量は大幅に増大している。
- ・今後は中国・台湾へはヒノキの良質な大径木や広葉樹などを PR し、三重県が良質な産地であること認知してもらうことが必要。
- ・サミットは大成功で情報発信は非常にうまくいったと思う。サミット前には県産品について多くの問い合わせがあり、実際に取引もされた。またサミットにおいては、県内産の農畜産物が数多く使用された。
- ・最近は新規の問い合わせが少なくなってきているので、今後サミット効果を利用した取組について検討していく。
- ・サミット効果が輸出面でアジア等々にどこまで影響があったか読めていない。イベントを行い、輸出先を探しながら、輸出先国、物を絞るのが良いのではないかと。
- ・松阪牛は、サミットでも振る舞われた。松阪牛は三重県の最高のブランドなので、輸出できるよう、県としても検討していただきたい。
- ・知事のトップセールスのあったフェア等では、伊勢まぐろ、伊勢まだいの売り上げが非常に伸びた。これも伊勢志摩サミットの伊勢というのが大きいのではないかと思う。今後、どのように伊勢志摩と三重県をつなげていくかが課題ではないか。
- ・サミットが終わり、フェアが途切れた状況になっているので、自分たちで商談し、つなげていく努力が必要だと感じている。
- ・県内の水産系企業は零細企業が多く、なかなか単独で海外へ向かっていくのは難しいので、呼び込むことも必要で、観光戦略と連携した中でつながりを持ち、商品を提案させていただきたい。
- ・サミットの力を借りて商品を安定した価格に持っていけるような展開を行政と一緒に考えていきたい。
- ・サミットでは、三重県の知名度が上がり非常に良かったと思うが、県全体にその効果があったか、エリア別に温度差があったのではないかとの声もあった。この効果を県内各地に行き渡らせることが大事。
- ・爆買の下火や、円高など心配なこともあるが、個人旅行者は落ち込んでおらず、むしろこれから本来の外国人観光客の方が地に足をつけて来ていただけるのは良いこと。
- ・観光客に満足してもらうには、おもてなし、食事・買い物、体験に大きく分けられると考えている。様々な要望に応えられるようしっかりと人材を揃えてサービスを提供できる体制が必要。
- ・観光連盟としては、観光局と連携しながら誘致活動を行い、結果として MICE につなげていきたい。
- ・フランスから帰国したばかりだが、サミットで伊勢・志摩が PR されたことを目の当たりにした。フランスでは、グリーンツーリズムなど他の業界を巻き込み、その空間・背景も満喫できるようなツアーが団体・個人に受けている。

- ・インバウンド政策は必ずしなければならないことであるが、日本人で賑わっていない場所に外国人観光客は来ないので、国内も充実させていきたい。
- ・就業人口の減少もあるが、優秀な人材が三重県で活躍できるよう、大学とも連携していきたい。
- ・ミッション等では、トップに行っていただくことが必要なこともあるので、知事には可能な限り海外ミッションに出て行ってもらいたい。
- ・サミットは大成功だったと思うが、アセアンの現地法人と話していると、三重県と伊勢志摩がリンクしないこともあるので、引き続き継続した取組が必要。
- ・英国の EU 離脱問題等もあり、特にアジアが魅力ある市場になるのは間違いないので、現地駐在員のメリットを活かし、マーケティングごとに県内企業の海外展開を支援していく。
- ・これまで海外展開について胸に秘めていた事業者が声を上げている雰囲気・感触を感じている。
- ・ミッションには何度か参加させてもらっているが、非常に敷居が低く参加でき、県内事業者を盛り上げていく意味でも効果的。
- ・実際の効果を高めていくためには、現地で強力なパートナーを探すことが重要で、そのためにも JETRO が主催している BtoB の展示会や商談会へ参加を促していきたい。
- ・JETRO では専門家を設置して個社支援の体制を整備している。また海外に事務所もあるので活用してほしい。
- ・サミットで海外の目が伊勢志摩、三重県に向けられたが、忘れられないように、継続した活動をしていくことが大事。
- ・海外の目が向いた一方で、県内の事業者も海外に目を向けられたと思うので、初めて海外に目を向けて商売をしようとする方々が増えてほしい。
- ・地域のブランド力が高まったので、価格競争におちいらず、商売になる価格で海外展開していくことが必要。
- ・経済産業省でも製造業だけでなく、食品・農林水産物や観光・サービスなども含めて支援させていただきたいと思う。
- ・先ほど話があったが、津市にシティホテルがないと以前から思っていた。1,000人くらいの会合ができるシティホテル、観光ホテルについて検討いただきたい。
- ・シティホテルについて賛成。現状では宿泊先等の関係で全国レベルの学会を三重県で開催できない状況。
- ・先ほども知事のトップセールスについて意見があったが、継続して行うことが重要だと思うので、忙しいとは思いますが、積極的に行っていただきたい。

【鈴木会長】

- ・これまでの基本方針でもそうだが、国・地域を絞ることが重要で、その際には伸びしろがある国・地域に目を向けることが必要との意見をいただいた。
- ・ブランディングあるいは、障壁となっていることや松阪牛のことなど制度的対応については、県もしっかりフォローしていかなければならない。
- ・サミットは概ね知名度向上に効果があったということだが、どのように2020年東京オリンピック・パラリンピックにつなげていくか。
- ・留学生や教育のグローバル化も含めて、各分野において人材のことが多く出た。
- ・大規模宿泊施設については、各関係者と相談して考えていきたい。
- ・その他具体的なアイデアをたくさんいただいたので、それらの意見を踏まえ、基本方針の改訂につなげていく。