

ASEAN経済交流支援拠点に係る検証結果

【概要】道産食品の輸出1千億円や外国人観光客300万人といった目標の達成に向け、成長著しいASEANの成長力を着実に取り込んでいくため、新たに設置するASEAN経済交流拠点に必要な機能等について検討 ～ 旧事務所担当者へのヒアリング等により、旧事務所の成果などを検証するとともに、市町村・関係団体・道内企業へのアンケート等を実施 ～

旧事務所の検証

【旧事務所の概要】

- 1 設置時期:平成9年2月～平成20年3月
(平成15年10月からは、北東北三県との合同事務所)
- 2 所管区域:ASEAN各国、台湾、中国(含香港)
- 3 活動内容
 - ①現地情報の発信
 - ②企業誘致に係るミッション準備、アテンド
 - ③物産展、観光博への参加、開催支援
 - ④道内自治体支援(物産展支援、友好交流) 等
- 4 体制:所長、副所長及び現地スタッフ

【主な成果】

- ◇北海道物産展の開催～H9:2回 → H18:10回 5倍
(うちシンガポール ～H9:1回 → H18:5回 5倍)
- ◇外国人来道者数 ～H9:69千人 → H19:464千人7倍
(うちシンガポール ～H9:1.4千人 → H19:37千人 26倍)
- ◇食品輸出額 ～H13:5,758百万円 → H19:29,285百万円 5倍
(うちシンガポール～H13:17百万円 → H19:552百万円 32倍)

- ・ 現地での北海道物産展の開催定着、来道観光客の増加、食品輸出の増加等、一定の成果があった
- ・ スイーツメーカーの現地進出を支援する等、本道企業の海外進出に先鞭をつけた
- ・ 航空路線誘致は、チャーター便の運航拡充により、現在の季節定期便の運航に結びついたものの、定期路線の開設には至らなかった
- ・ その後、経済成長や民間の取組の進展などにより、飲食店の進出増やSIT等こだわり旅行へのニーズの高まりなど、新たなビジネスチャンスが生まれている

【旧事務所を閉鎖した理由】

- ・ 上記のとおり一定の成果があり、民間主導による経済交流拡大を期待
- ・ 当時、シンガポール以外のASEAN諸国は所得水準が低く、魅力あるマーケットに成長するには時間を要すると判断
- ・ 一方、中国市場の成長が期待される中、中国市場の開拓を重視(H22.1 北京デスク、H23.12 上海事務所を設置)

状況の変化

- ◆ 本格的な人口減少社会の到来
 - ・ 海外市場に目を向ける企業等が増加
 - ・ ASEAN市場の開拓に本格的に取り組む企業等が増加
- ◆ 成長続けるASEAN市場
 - ・ ASEAN新興国の富裕・中間層が急増(H21:2億人→H32:4億人)
 - ・ シンガポールはASEANのショーケース
- ◆ 新たなビジネスチャンス
 - ・ 日本食レストランの増加
→ 飲食店進出を通じた販路拡大
 - ・ 北海道人気の深化
→ こだわり旅行へのニーズの高まり

道内のニーズ・課題

- ターゲット市場
 - ・ 海外との経済交流を志向と回答のあった市町村の7割、関係団体・企業の9割が有望市場をASEANと回答
- 経済交流を進める上での課題
 - ・ 情報不足(現地ニーズ、支援制度等)、人材不足、価格競争力がない 等
- 新たな拠点へのニーズ
 - <求める情報>
 - ・ 現地市場動向、現地業者、現地法制度に関する情報
 - ・ シンガポール及び周辺国への商流、物流情報 等
 - <期待する機能・支援>
 - ・ 北海道全体のイメージ向上機能
 - ・ 現地ネットワークの構築(道内への還元)
 - ・ 専門知識を有するスタッフ機能
 - ・ 実際のビジネスにつながるようなきめ細やかな商談支援
 - ・ 現地PRイベントの実施支援
 - ・ 執務スペースや会議室の一時貸し出し
 - ・ 他自治体等が実施するイベントとの調整 等

※77市町村が「海外との経済交流を行っておらず、今後も予定なし」と回答 → 気運醸成が必要

求められる新たな拠点のあり方

■ 目的

- 輸出拡大、誘客の促進、対内投資の促進
- ASEANの成長力を取り込む → 道産食品輸出1千億円
- 外国人観光客300万人

■ 所管地域

ASEAN全域(ASEAN拠点として位置づけ)

■ 主な機能等

- ◎ 一般的な情報に留まらないコアな情報収集機能(現地業者や輸出実務に即した規制等に関する情報 等)
→ ASEAN各国の現地政府機関、貿易関係企業、旅行会社、航空会社等とのネットワークづくり
- ◎ 北海道ブランドの発信、浸透機能
→ ASEAN現地メディア及び現地進出企業と連動したプロモーション活動
- ◎ きめ細やかな商談支援機能
→ 専門知識・ノウハウを有する者と連携した商談支援
- ◎ シンガポールを中心としたASEANへの事業展開支援機能
→ 周辺国への商流・物流の拡大(飲食店進出に伴う輸出拡大支援)、SIT等こだわり旅行ニーズへの対応
- ◎ 現地ニーズ等の道内へのフィードバック機能
→ 道内企業、市町村等との意見交換等の実施(道内との情報共有、市町村・企業等の人材育成、気運醸成 等)
- ◎ 輸出拡大や誘客の促進を支えるデスク機能
→ 道内自治体や企業等が活用できるオープンな拠点

■ 体制等

- ◎ 常駐職員及び現地スタッフ
- ◎ 道本庁内に兼務者を発令(キャッチャー機能、庁内連携促進、運営支援等)
- ◎ 民間企業等と連携した拠点運営 等