

平成 22 年度アカデミー政策研究「北海道の対中国戦略」(概要)

研究の目的

- 観光や貿易の面で北海道と中国との関わりが変化している中、本道の可能性や潜在力を活かし、経済、技術、文化等幅広い分野で相互に win-win の関係を構築していくため、中長期的な視点に立ち、戦略的に環境を整備するとともに各種方策に取り組んで行くことが必要である。
- このため、民間有識者と連携しながら、現状分析を行うとともに、「観光」、「商取引」、「共生」、「環境整備」の観点から課題解決の検討を行い、本道の経済成長、活性化に向けた「対中国戦略」を研究する。

I 対中国戦略の意義と必要性(第1章)

○北海道の対中国经济交流の意義

- ・ 厳しい経済情勢の中、これからの北海道経済の活性化のためには成長著しいアジア、特に中国の活力を北海道に引き入れることが不可欠
- ・ しかし、北海道ではこれまで中国との交流のための「戦略」が欠如しており、中国との経済交流に関する情報、経験、資本、人材がいずれも不足
- ・ 北海道と中国との経済交流を促進するため、中長期の視点に立った産学官全体で取り組む「戦略」が必要

○北海道の対中国戦略の必要性

中国は「広く、深く、多様で複雑」という特性があり、北海道の対中国戦略の策定に当たっては、その特性をよく理解した上で検討することが必要

○北海道の対中国戦略策定における具体的な課題

- ・ 「観光」、「商取引」、「共生」、「環境整備」の4つの分野から、課題とその解決の方向性を検討
- ・ 北海道と中国との経済交流を促進するため、産学官が一体となって解決に向けて取り組むことが不可欠

II 中国と日本、北海道の現状 (第2章)

○中国经济の概況

- ・ 改革開放経済の始まり
- ・ 世界の工場から巨大な市場へ
- ・ 経済発展に伴う社会格差問題の発生
- ・ 経済成長による個人消費の増加
- ・ 外資誘致(引進來)から海外進出(走出去)への政策の転換

○日本と中国の経済交流の概況

- ・ 「安くて豊富な労働力」確保から販路開拓のための中国進出へ
- ・ 日中間の投資の増加
- ・ 来日中国人観光客の増加

○北海道と中国の交流の概況

- ・ 大手企業の動向に影響される北海道と中国との貿易
- ・ 少ない道内企業の中国進出
- ・ 中国市場への販路開拓の取組の増加

Ⅲ 北海道と中国との交流活性化のための基本的視点(第3章)

1 観光 ～「観光をキーワードにした中国との経済交流促進～」

■ 中国人観光客誘致の方向性

【現状・課題】

- 北海道の観光の魅力の中国への周知と中国側ニーズの把握が不可欠
- 中国側のニーズに合った本道の観光資源を活かした付加価値の高い北海道ツアーづくりが必要
- 北海道人気を一時のブームで終わらせないための継続・積極的な北海道観光PRが重要
- 「安くて質の悪い北海道ツアー」による弊害(経済効果に結びつかない、北海道全体のイメージ低下)の発生を防止

【課題解決の方向性】

- 「大自然」、「雪」等の本道のイメージを活用し、北海道観光をアピール
- 「中間層の上」をターゲットに誘致活動を展開
- 道内観光施設のランク付け等により北海道全体の観光ブランドを向上

■ 中国人観光客誘致による道内経済活性化

【現状・課題】

- 中国人観光客が消費しやすい環境づくりを進め、域内循環率の向上と道内各産業への波及効果を高める必要がある
- 観光客のロコミ等を活用した、中国国内での道産品や技術・サービスのPRが必要

【課題解決の方向性】

- 継続的な関係を構築
- 道産食材を使った食事の提供やツアーでの生産現場の訪問等により、道産品を知ってもらう機会を提供
- 中国有名ブロガーを招聘するなどインフルエンサー※を活用
- 良質な観光ガイドを育成し、中国人観光客に北海道の食や技術、産業等の魅力を紹介
- ブランド戦略を検討するための観光事業者や生産者等が連携した「場」の設定

※人々の消費行動に影響を与える人物のこと

■ 中国人観光客の増加に伴う影響(ハレーション)とその対策

【現状・課題】

- 来道中国人客が急激に増加した場合、道内の交通、観光施設、インフラ施設等に大きな影響
- 文化・習慣の違いや外国語対応の不足等によるトラブルの発生
- ツアー・団体客中心の旅行形態から、今後個人客が増加した場合、各観光施設でのきめ細かな対応が必要
- 道民全体での中国人観光客に対する歓迎とおもてなしの気運が不足

【課題解決の方向性】

- 来道中国人客増加の影響を幅広い観点から調査し、その結果を基に整備計画を策定
- 中国人観光客受入れノウハウの共有による道内観光業界全体をスキルアップ
- 良質な観光ガイド、通訳等を育成
- 中国人観光客に対する道民のおもてなし気運を醸成

2 商取引 ～ターゲットを絞った北海道の強みの売込みと企業進出・誘致の促進～

■ 对中国の輸出・進出促進に係る基本戦略

【現状・課題】

- 中国との商取引における北海道の強みの分析が必要
- 中国の各地域(経済圏)の特徴や成長分野の分析が必要

【課題解決の方向性】

- 中国の成長分野で、北海道が優位性のあるものの輸出を促進していくための基本戦略を構築
- 産学官が連携して、中国の社会資本整備事業関連分野への売込みを図っていくための基本戦略を構築

■ 道産食品等の輸出の促進

【現状・課題】

- 農産物は輸出可能品目に大幅な制限があるが、水産物は手続きが一定程度整備
- 北海道の对中国貿易は大幅な輸入超過であり、農産物や加工食品の輸出はごく一部
- ターゲットとする地域や階層についての十分なマーケティングと販売戦略が不足
- 中国国内で価格競争ができない道産品は高付加価値化の工夫が不可欠
- 中国への貨物輸送のためのロットの確保が必要

【課題解決の方向性】

- 観光分野やコンテンツビジネスとの連携など、北海道のブランドイメージを活かした高付加価値商品の輸出を促進
- 道内各地や他県とも連携し商品の取りまとめを行うとともに、物流を確保

■ 对中国直接投資の促進

【現状・課題】

- 全国的には中小企業の中国への進出が増加するとともに、官民連携のパッケージ型インフラ輸出の取組が増加
- 自治体間交流から、ターゲットを絞った産学官連携による経済交流へのシフトが不可欠

【課題解決の方向性】

- 産学官連携で、北海道が優位性を持つ寒冷地技術等での中国ビジネスへの参入を、これまでの交流を活かしニーズの高い東北三省をターゲットに展開
- 中国国内での拠点(事務所)、常設店舗の設置等により道内企業の中国進出サポート体制を強化

■ 中国資本の導入及び中国企業の誘致促進

【現状・課題】

- 経済産業省がJETROと対日投資・ビジネスサポートセンターを設置した他、先進自治体では民間団体等と連携して海外企業誘致のためのワンストップサービス窓口を設置
- 中国企業による日本企業の買収・合併が増加
- 海外資本のリゾート施設や森林等の不動産購入により、道内では投機目的の安易な乱開発等に対する懸念が増加
- 技術力があっても資金力がないため事業展開ができない道内中小企業が多いことから、中国資本の導入などにより事業規模を拡大し、海外販路を開拓していくことが必要

【課題解決の方向性】

- 海外企業誘致のためのワンストップサービス窓口を設置するとともに、北海道のビジネス環境について中国でプロモーション活動を行い、中国資本や企業を北海道に誘致
- 国際コンベンション・学会などに合わせて中国企業関係者等を本道に招聘し、道内企業との商談会を開催するなどして、中国からの資本や企業の誘致を図るとともに、中国経済界との人脈を形成

3 共生 ～オール北海道で取り組む中国人(外国人)受入体制づくり

■ 多文化との「共生」に向けた道民意識の向上

【現状・課題】

- 世論調査で「中国に対して親しみを感じない」、「日中関係は良好だと思わない」割合が増加
- 北海道経済の活性化のため中国との交流促進が重要ということについての道民理解の促進が必要

【課題解決の方向性】

- マスメディア等の効果的な活用により、海外（特に中国）との「共生」の必要性を、道民に積極的に発信
- 中国に対する理解促進のため、一般道民向けの学習機会を提供
- 地域イベント等へ中国人研修生等の参加を促し、地域住民との交流を深め、相互理解を促進

■ 多文化との「共生」のための基礎づくり

【現状・課題】

- 「観光客（短期滞在型）」、「観光客（長期滞在型）」、「外国人研修生等」、「定住・長期滞在者」等、来道目的や滞在期間、行動スタイル等に応じた対策が必要

【課題解決の方向性】

- 地方都市在住の外国人向けに日本語教育を支援するなど、地域の受入体制を整備
- 外国人が入居拒否をされないための入居サポートなどの仕組みづくりを検討
- 病気やケガ、災害等の緊急時に外国人を支援する仕組みづくりを検討
- 外国人の生活支援のため、保険制度の周知などにより外国人の経済的リスクを低減
- 地域にもたらす効果など、外国人を受け入れるメリットを発信

■ 戦略的な交流人材づくり

【現状・課題】

- グローバル化が進む一方で、日本では若者の「内向き志向」が増加
- 姉妹友好交流の縮減等により海外との交流機会が減少
- 語学面での不安や旅行費用の問題等から、海外渡航に対するモチベーションが低下

【課題解決の方向性】

- 中国語講師等がない地方都市での学習機会の提供など、中国語学習環境を整備し、中国語人材の層を拡大
- 若者に関心が高い分野での交流を促進し、北海道の若者が中国に興味を持つきっかけづくりを多面的に展開

4 環境整備 ～各分野での中国との交流を促進するための基礎づくり

■ 情報の収集・発信

【現状・課題】

- 道内各組織・団体等で中国関連情報の収集・蓄積がバラバラに行われているため、必要な情報を探するのが困難
- 特に中小企業にとっては、情報探しの手間暇が中国ビジネス参入のハードルの一つ
- 北海道から中国に向けた具体的な情報の発信が不可欠
- 中国人にとって魅力ある内容となっていない中国語 HP が散見

【課題解決の方向性】

- 道内各組織・団体が収集・蓄積した情報をインデックス化して整理・共有し、ワンストップサービスで提供するシステムを構築
- 「中国向け北海道情報ポータルサイト（仮称）」を設置し、関心を集められる魅力ある内容とするため、民間企業と連携して運営

■ 人材の育成

【現状・課題】

- 全国的には、中国人等の外国人を積極的に採用する企業が増加するとともに、先進自治体では留学生の地元での就職支援を実施
- 道内では中国ビジネススペシャリスト、企業スタッフ等のビジネス人材が不足
- 中国人留学生の道内での就職支援だけでなく、帰国した留学生の活用について検討が必要

【課題解決の方向性】

- 中国ビジネスに取り組む各レベルの現状に合わせ、ビジネス人材を育成
- 中国ビジネス人材として、中国人留学生の道内での就職を支援する他、帰国後、中国国内でネットワークを構築し、北海道情報を発信する等、中国人留学生を活用

■ 各組織・分野の連携のための体制づくり

【現状・課題】

- 道内の様々な組織・団体等が取り組む中国関連事業では、事業内容等の重複や小規模事業であること、また他分野との連携が不足しているといったことなどから、効果が限定的

【課題解決の方向性】

- 産学官金が連携してオール北海道で中国にアプローチするための組織を設立

【北海道の対中国戦略 イメージ図】

〈観光〉

■中国人観光客誘致の方向性

提言1 観光の北海道ブランドを守り、北海道にメリットのある形で
中国人観光客の誘致

■中国人観光客誘致による道内経済の活性化

提言2 中国人観光客の道内滞在中の消費満足度を高める取組

提言3 将来を見据えた新たな市場づくり

■中国人観光客受入れ体制の整備

提言4 中国人観光客の増加に伴うハレーション対策

提言5 中国人観光客がもたらす北海道への経済効果のPR

提言6 外国人観光客の受入れを可能にする整備計画の検討

〈商取引〉

■対中国輸出・進出に係る基本戦略の構築

提言7 地域・分野のターゲットを絞った取組

■道産食品等の輸出の促進

提言8 北海道のブランドイメージを活かした高付加価値商品の輸出促進

提言9 道内各地や他県とも連携した商品の取りまとめや物流の確保

■対中国直接投資や中国資本・企業の誘致の促進

提言10 産学官連携による技術提携など中国ビジネスの促進

提言11 中小企業の中国進出サポート体制の強化

提言12 海外資本の受入れや海外企業誘致のための窓口サービス機関の設置

提言13 コンベンションの開催と連携した海外からの資本・企業の誘致

北海道経済活性化促進

〈環境整備〉

■情報の収集・発信

提言22 中国関連情報のデータベース化による情報提供のワンストップ
サービス

提言23 インターネットを活用した中国向け北海道情報の発信

■人材の育成

提言24 ビジネスを中心とした中国との交流人材の育成

提言25 中国人留学生の活用

■各組織・分野が連携した体制づくり

提言26 中国関連事業を行っている道内関係組織による連携体制組織の構築

〈共生〉

■多文化との「共生」に向けた道民意識の向上

提言14 「国際化」や多文化との「共生」の必要性についての道民理解の促進

提言15 中国との交流に関心を持つための機会づくり

■多文化との「共生」のための仕組みづくり

提言16 地域における多文化との「共生」の仕組みづくり

提言17 緊急時における外国人支援の仕組みづくり

提言18 民間団体・企業を活用した在留外国人の生活支援

提言19 在留外国人の日常生活におけるリスクの軽減

■戦略的な交流人材づくり

提言20 中国語学習環境の整備

提言21 日中の若年層に関心の高い分野での交流の促進