



石川県産業国際展開戦略



平成26年5月

石川県

目 次

「石川県産業国際展開戦略」の概要

1. 策定の背景	1
(1) これまでの取り組み	
(2) 本県を取り巻く状況の変化	
2. 基本的視座	3
3. 国際展開分野における本県産業の特徴や強み	3
(1) 機械産業を中心とする本県の輸出・進出状況	
(2) 充実した国際物流インフラ	
(3) 伝統と文化に根差した豊富な地域資源	
4. 今後 10 年を見据えた内外の環境変化	
(1) 国内の総人口・生産年齢人口減少による国内市場の停滞	22
(2) 中国、東南アジア等の新興国市場の拡大	
(3) 国内ものづくり産業の海外進出の加速	
(4) 世界的な貿易取引の拡大	
(5) 為替変動	
(6) 和食の世界的認知	
5. 国際展開分野における県内企業の声（アンケート結果）	35
(1) 県内企業の海外展開状況について	
(2) 海外展開を検討中の県内企業の声	
(3) 海外展開している県内企業の声	
(4) 海外展開の必要性を感じているが展開していない県内企業の声	
(5) 県内企業の関心が高い今後の海外展開候補地域	
6. 戦略の柱	41
7. 実行計画	44
(1) 「経済グローバル化に対応する人的基盤強化」に係る施策	
(2) 「海外展開に挑む県内企業の裾野拡大」に係る施策	
(3) 「県産品の輸出拡大」に係る施策	
(4) 「進出企業の現地展開拡大」に係る施策	
(5) 「地域の強みを活用した外需取り込み」に係る施策	
8. 戦略推進の仕組み	48

参考資料

1. 石川県産業成長戦略検討委員会委員名簿
2. 国際展開部会委員名簿
3. 世界の輸入需要動向（ワールド・インポート・トレンド・マップ）

石川県産業国際展開戦略の概要

国際展開分野における本県産業の特徴（強み）

1. 機械産業を中心とする本県の輸出・進出状況
 - 本県の主要輸出産業は、機械、ITハード、繊維、食品
 - 主要輸出先は、米国、中国。近年、インドネシア、タイ等の新興国が増加傾向
 - 県内企業の海外拠点数は年々増加し、とりわけ東南アジアへの進出が近年増加傾向
2. 充実した国際物流インフラ
 - 金沢港の国際定期コンテナ航路数、外貿コンテナ取扱貨物量が拡大
 - 機械産業を中心に金沢港を活用した輸出が増加
 - 金沢港へのクルーズ船寄港数、乗客数が拡大
3. 伝統と文化に根差した豊富な地域資源
 - 地域特有の食材や伝統工芸、温泉や料亭などが豊富
 - 食品や酒、伝統工芸品など海外からも高い評価
 - 東アジアや欧米、東南アジアなど外国人観光客が増加傾向

本県産業を取り巻く内外の環境変化

1. 国内人口減少による国内市場の停滞
 - 国内人口は今後10年間で約600万人減少（2015:1億2,660万人⇒2025:1億2,066万人）
2. 中国、東南アジア等の新興国市場の拡大
 - アジアの中間層は飛躍的に増加（2011:89百万人⇒2020:293百万人⇒2030:747百万人）
3. 国内ものづくり産業の海外進出の加速
 - 海外進出した製造業の海外生産比率は上昇傾向（2001:24.6%⇒2012:32.6%）
4. 世界的な貿易取引の拡大
 - 二国間、多国間の自由貿易協定の増加に伴い、世界全体での貿易取引量が拡大
 - アジア太平洋地域において広域的な経済連携に向けた取り組みが活発化
5. 和食の世界的認知
 - 海外の日本食レストランは近年急増（2006:約24,000店⇒2013:約55,000店）

県内企業の声（アンケート結果）

1. 海外展開を検討中の県内企業の声
 - 動機:①海外市場の開拓 ②国内市場の需要減少
 - 課題:①現地情報や人材の不足 ②現地取引先や販売先の確保
 - 行政に求める支援内容:①商談会や見本市出展支援 ②海外展開に関する専門家派遣
2. 海外展開している県内企業の声
 - 動機:①海外市場の開拓 ②国内市場の需要減少 ③取引先との関係
 - 課題:①現地商習慣や現地法規制等への対応 ②品質管理 ③現地取引先や販売先の確保
 - 行政に求める支援内容:①現地情報の収集・提供 ②商談会や見本市出展支援
3. 海外展開の必要性を感じているが展開していない県内企業の声
 - 課題:①海外展開に関する知識・情報の欠如 ②資金・人材の不足
4. 県内企業の関心の高い今後の海外展開候補地域
 - 東南アジア（展開候補国は、タイ・インドネシア・ミャンマー・ベトナム・シンガポールなど広域に及ぶ）

石川県産業国際展開戦略の柱と今後の主な取り組み

戦略目標

地域の強みを活かして、新興国等の需要を取り込み、県内の雇用維持と両立した国際展開を推進する



柱①経済グローバル化に対応する人的基盤強化

国際ビジネスに対応できる社内人材の不足に直面している県内企業に対し、ジェトロなど他の機関とも連携しながら、社内人材の育成や外部人材の確保等を支援し、経済のグローバル化に対応する人的基盤の強化を図る。

■ 今後の主な施策

- 若手社員を対象にした短期間の海外実地研修を支援
- 海外営業等に対応できる高度専門人材の確保を支援
- 海外展示会出展等と連動した実践的語学研修等の実施

柱②海外展開に挑む県内企業の裾野拡大

海外展開に取り組む意欲はあるが、現地情報やノウハウなど社内リソースが不十分な県内企業に対し、国内準備段階での支援体制を強化し、海外展開に果敢に挑む県内企業の裾野拡大を図る。

■ 今後の主な施策

- 国別の市場動向等に関するセミナー・情報提供
- 個別企業の課題解決のため、専門家を派遣
- 現地需要等を事前に見極めるための海外FS調査や、準備・初動段階を支援

柱④進出企業の現地展開拡大

海外進出している県内企業に対し、現地での円滑な事業展開をサポートすることにより、外需獲得を推進する。

■ 今後の主な施策

- 県内企業の関心が高い東南アジアの現地支援体制を強化するため、シンガポールに県海外事務所を設置
- 海外県人会等本県ゆかりの現地ネットワークを強化
- 進出企業と現地企業との商談会開催等を通じて現地需要開拓を支援

柱③県産品の輸出拡大

海外販路開拓に意欲的に取り組む県内企業に対し、見本市や商談会出展等を支援し、県産品の輸出拡大を図る。

■ 今後の主な施策

- 海外市場を見据え、地域資源を活用した商品開発から海外販路開拓までの一貫した取り組みを支援
- 輸出に関するノウハウや成功・失敗事例の蓄積・共有
- 東南アジアや中国等成長著しいアジア新興国への販路開拓を図るため、商談会の開催や見本市出展等を継続的に支援

柱⑤地域の強みを活用した外需取り込み

産業集積から生まれた優れた技術や製品、食文化等の豊富な地域資源や充実した交通インフラなど、地域の強みを最大限活用することにより、国際競争力を高め、外需取り込みを積極的に推進する。

■ 今後の主な施策

- ニッチトップ企業の海外シェア獲得・拡大を支援
- 金沢港へのクルーズ船誘致、受入体制整備等の推進
- 海外のトレンド発信拠点等で、石川食文化の魅力発信
- 海外富裕層等の本県へのインバウンド誘客を推進

1. 策定の背景

(1) これまでの取り組み

これまで、県では、平成9年に設置した上海事務所や平成16年に設置したニューヨーク事務所を県の海外展開の前線基地としつつ、平成16年に商工労働部産業政策課内に国際ビジネスのワンストップ窓口である「国際ビジネスサポートデスク」を設置し、ジェットロ金沢とも連携しながら、様々な国際展開施策を講じてきた。また、平成17年に策定した「産業革新戦略」（途中、2010年に改定）においては、海外事務所が設置されている中国や米国を主な対象地域として、国際展開支援が施策の方向性の一つとして打ち出され、情報提供から商品開発、販路開拓に至るまで県内企業の国際展開にかかる様々な取り組みを支援してきた。

その結果、開発した商品が海外高級ブランドの素材として採用されるまでに至った事例や、輸出実績のなかった県産品が海外市場の開拓に成功した事例、本県の食文化が海外のオピニオンリーダーに支持された事例など、これまでの取り組みは、一定の成果を生み出してきた。

①情報提供支援

平成16年度より「国際ビジネスサポートデスク」を設置し、県海外事務所、ジェットロ、(財)石川県産業創出支援機構等と連携して県内企業をワンストップで支援し、平成25年度までの10年間で2,243件の個別相談対応を実施するとともに、県内企業の関心がとくに高い地域に関するセミナー等を開催し、県内企業の国際展開の機運を高めた。

②海外向け商品開発支援

平成20年度には国、県、金融機関が出資して、いしかわ産業化資源活用推進ファンド（活性化ファンド）を設立し、平成25年度までの6年間に38件の海外市場向け新商品開発や新事業を採択した結果、特殊な衣料用織物が海外高級ブランドの素材として採用された事例や、アジア市場向け魚肉練り製品の開発により輸出拡大に成功した事例などが生まれた。

③海外販路開拓支援

県内企業の海外販路開拓を支援するため、市場として有望な中国、米国、台湾、韓国、東南アジア等で海外見本市出展や県主催商談会等を実施し、これまで輸出実績のなかった県産品が海外市場の開拓に成功した事例や、アジア新興国市場でのシェア拡大につながった事例が生まれている。また、国内外展示会出展を支援することにより、県内企業の国際展開を後押しし、本県ニッチトップ製品が海外で新規顧客開拓に成功した事例や、伝統的な繊維素材が世界のファッション界で認められるなどの事例が出た。

④海外情報発信

「石川の食文化総合力米国展開事業（平成19年度～）」を通じて世界のトレンド発信基

地である米国での本県食文化のブランド化への取り組みをはじめとして、世界から招へいた一流シェフ 15 名が県産食材を用いた独創的な創作料理を披露した「Cook It Raw in ISHIKAWA」の開催（平成 23 年度）などにより、本県の食材や酒、伝統工芸の器など石川食文化の魅力を国内外に向けて情報発信した。

【諸外国で報道された Cook It Raw in ISHIKAWA】

Time Magazine	アメリカ・週刊誌／2011 年 11 月 22 日 web 版
Travel + Leisure	アメリカ・旅行専門誌／2012 年 5 月号
Eater.com	アメリカ・グルメ専門ウェブマガジン／2011 年 12 月 16 日付
No Reservations	アメリカ・グルメ旅行番組／2012 年 5 月 7 日放送
Phaidon	イギリス・専門書籍／2013 年 3 月刊行
Corriere Della Sera	イタリア・日刊紙／2011 年 12 月 12 日
Mat & Vanner	スウェーデン・グルメ専門誌／2011 年 12 月号
Nespresso Magazine	スイス・ネスプレッソ会員誌／2011 年 12 月 web 版
Gourmet Traveller	オーストラリア・旅行グルメ専門誌／2012 年 2 月号



(2) 本県を取り巻く状況の変化

一方で、グローバルな経済的結びつきが強くなる今日、世界の景気動向が地域経済に及ぼす影響は大きくなっている。実際、産業革新戦略を策定した平成 17 年から平成 19 年にかけて、世界的な好景気を背景に、本県基幹産業である機械産業を中心に高水準の生産が続いたが、平成 20 年のリーマンショックに端を発した世界同時不況の発生により、本県を含め我が国経済は厳しい局面に置かれることとなった。また、情報通信技術の飛躍的な発展などにより、かつてない規模で資本や労働、情報などが国境を越えて活発に移動できる

ようになり、急速に進展する経済のグローバル化の波が我々を取り巻く地域経済はもとより、県民の日常生活にまで多大な影響を及ぼすようになりつつある。

他方で、このような世界の経済的相互依存関係の深まりを背景として、我が国と地理的、経済的なつながりが強く、飛躍的な成長を続けるアジア新興国等との貿易取引は年々拡大し、本県経済にとっても新興国市場の重要性はますます高まってきている。また、海外現地生産を行う国内企業が年々増加する中、本県においても機械産業を中心に中国や東南アジア等の新興国への県内企業の進出が急速に拡大しており、国際貿易取引にとどまらず、産業交流レベルでも本県産業は海外とのつながりを一層深めつつある。

さらに、国においても、平成 25 年 6 月に新たな成長戦略「日本再興戦略-JAPAN is BACK-」が策定され、国内企業が積極的に海外展開して成長著しい新興国をはじめとする諸外国の成長を取り込むことこそ日本経済再生の原動力であるとの認識に基づき、アクションプランの一つに「国際展開戦略」が掲げられた。国では、世界市場で十分に勝負できる潜在力を持った中堅・中小企業等に対する海外展開支援体制の強化や日本食・食文化の輸出促進等、世界の経済成長を取り込むことを目指して、近年、日本企業の海外展開を後押しする取り組みが積極的に推進されている。

2. 基本的視座

上述のように、「産業革新戦略」の下で実施してきた県内企業に対する様々な支援策は一定の成果を上げてきたが、グローバルな経済的結びつきは近年、益々強くなり、国の施策も企業の国際展開を重視する方向へとシフトしている。中長期的視野で見ても、国内の総人口や生産年齢人口減少により国内市場の飛躍的な拡大が見込まれない中で、中国や東南アジア等の新興国市場は急成長を続け、これに伴い、国内ものづくり産業の海外進出が続くことを鑑みれば、本県を取り巻く経済のグローバル化は益々強くなるとともに、本県産業に対するその影響は益々大きくなるであろう。

また、県内に目を転じると、日本海側拠点港として国際海上コンテナ及び外航クルーズ機能を高める金沢港、世界に開かれたゲートウェイとして近距離国際便や貨物便が就航する小松空港とともに、平成 27 年 3 月に金沢開業を控える北陸新幹線など、本県経済のグローバル化を推進する産業・交流基盤の形成も目覚ましい進展を遂げつつある。

このように、グローバル化の進展が世界経済の大きな潮流となりつつある中、今後 10 年間（2024 年、平成 36 年）を見据えて、本県が有する特徴や強みを活かして、本県産業が内外の環境変化に対応して海外需要を取り込み、県内の雇用維持と両立した形で本県経済の持続的な成長につなげていくことを企図して、今般、「石川県産業国際展開戦略」を策定する。

3. 国際展開分野における本県産業の特徴や強み

(1) 機械産業を中心とする本県の輸出・進出状況

平成 25 年の品目別輸出額及び構成比を見ると、本県輸出総額 2,405 億円 7,049 万円のう

ち、「建設機械等の機械類」が927億369万円（38.5%）、「陸上輸送機械（鉄道以外）」が922億302万円（38.3%）、「電気機器、録音機、映像機械類」が263億80万円（10.9%）、「鉄鋼製品」が134億1,291万円（5.6%）となっており、機械製品及びITハード製品が9割超を占め、主要な輸出品目となっている。また、「人造長繊維・織物」が53億6,134万円（2.2%）となっており、繊維製品も主要な輸出品目の一つとなっている。

基幹産業別の輸出額（平成25年実績）で見ると、機械産業は2,201億4,184万円を輸出し、本県輸出額の9割超を占めている他、ITハード産業が69億4,315万円（3.0%）、繊維産業が55億6,807万円（2.4%）、食品産業が4億8,486万円（0.2%）の輸出を行っている。こうしたことから、機械産業は本県輸出を牽引する主要産業として位置づけられ、建設機械や産業機械を輸出している小松製作所及びその協力企業群が本県輸出の牽引役となっていると言える。

また、本県には、機械産業を中心に、高い技術力や独自の技術、ノウハウ等を活かして国際市場の開拓に取り組み、ニッチ分野において高いシェアを確保している「グローバルニッチトップ企業」が6社認定されており、東京（23社）、大阪（18社）、愛知（7社）に次いで全国4位となっている。

（図表1）本県の品目別輸出額及び構成比（平成25年）

順位	HS No. 輸出品目名	輸出額（千円）	構成比（%）	主な輸出相手国・地域
1	84 建設機械等の機械類	92,703,691	38.5	中国:35.8% 米国:12.7%
2	87 陸上輸送機械(鉄道以外)	92,203,020	38.3	米国:39.9%
3	85 電気機器、録音機、映像機械類	26,300,803	10.9	
4	73 鉄鋼製品	13,412,915	5.6	韓国:14.7% 台湾:11.9%
5	54 人造長繊維・織物	5,361,346	2.2	中国:18.1%
6	86 陸上輸送機械(鉄道関連)	2,464,567	1.0	ロシア:40.0% ブラジル:14.2%
7	76 アルミニウム製品	1,101,000	0.5	香港:28.6% 韓国:19.1%
8	69 陶磁製品	1,079,471	0.4	
9	26 鉱石類	1,036,771	0.4	中国:63.6% 韓国:29.6%
10	40 ゴム製品	622,143	0.3	香港:36.0% 中国:19.8%
	その他	4,284,768	1.9	
	総計	240,570,495	100.0	

出典:石川県・ジェトロ金沢「石川県貿易・海外投資活動実態調査報告書(2013年)」

(図表 2) 本県基幹産業別の輸出額・構成比の推移

単位:千円

	H19 (2007)	H20 (2008)	H21 (2009)	H22 (2010)	H23 (2011)	H24 (2012)	H25 (2013)
機械産業	215,531,282 85.5%	220,931,720 97.5%	76,976,006 77.2%	152,046,934 77.5%	232,823,317 90.3%	185,643,752 90.6%	220,141,840 94.4%
食品産業	146,669 0.1%	133,409 0.1%	107,873 0.1%	186,249 0.1%	304,294 0.1%	324,163 0.2%	484,862 0.2%
繊維産業	9,510,686 3.8%	1,970,206 0.9%	1,458,660 1.5%	13,657,940 7.0%	8,279,819 3.2%	7,034,774 3.4%	5,568,071 2.4%
IT産業	26,581,642 10.6%	3,447,040 1.5%	21,194,323 21.2%	30,196,963 15.4%	16,443,845 6.4%	11,823,699 5.8%	6,943,156 3.0%
伝統産業	11,380 0.0%	11,707 0.0%	13,780 0.0%	79,655 0.0%	88,548 0.0%	35,092 0.0%	167,734 0.1%
合計	251,781,659	226,494,082	99,750,642	196,167,741	257,939,823	204,861,480	233,305,663

資料:石川県・シエトロ金沢「石川県貿易・海外投資活動実態調査報告書(2007年～2013年)」より集作成

(図表 3) グローバルニッチトップ企業 100 選 都道府県別認定企業数

単位:社

	都道府県	機械・加工	素材・化学	電気・電子	消費財・その他	計
1	東京	10	9	3	1	23
2	大阪	7	4	4	3	18
3	愛知	6	0	0	1	7
4	石川	4	0	0	2	6
5	埼玉	4	0	0	1	5
5	福井	0	1	1	3	5
7	神奈川	2	0	2	0	4
8	京都	3	0	0	0	3
8	徳島	2	0	1	0	3
10	北海道	2	0	0	0	2
10	三重	0	2	0	0	2
10	兵庫	0	2	0	0	2
10	広島	1	0	0	1	2
10	香川	0	1	0	1	2
10	福岡	2	0	0	0	2
10	佐賀	2	0	0	0	2
全国計		52	20	15	13	100

資料:経済産業省「グローバルニッチトップ企業 100 選 選定企業一覧」(平成 26 年 3 月 17 日発表資料)より県作成

また、輸出企業数という観点から見ると、全国的に近年増加傾向にあるが、本県においても平成 19 年には 121 社だった輸出企業数が平成 25 年には 182 社へと増加し、海外市場に活路を見出そうとする県内企業は拡大傾向にある。業種別で見ると、平成 25 年の輸出企業数 182 社のうち、機械産業は 91 社 (50.0%) と圧倒的に多く、次いで、食品産業 39 社 (21.4%)、繊維産業 20 社 (10.9%)、伝統産業 18 社 (9.8%)、ITハード産業 14 社 (7.6%) となっている。機械産業、食品産業、伝統産業の輸出企業数がここ数年で増加傾向にあることが大きな特徴となっている。

(図表 4) 全国の輸出企業数の推移



資料：経済産業省「工業統計表」再集計加工

(注) 1. 従業員数4人以上の事業所単位の統計を、企業単位で再集計している。

2. 平成21年工業統計表によると、従業員数4人以上の製造事業所を保有する中小企業数は約21万企業である。

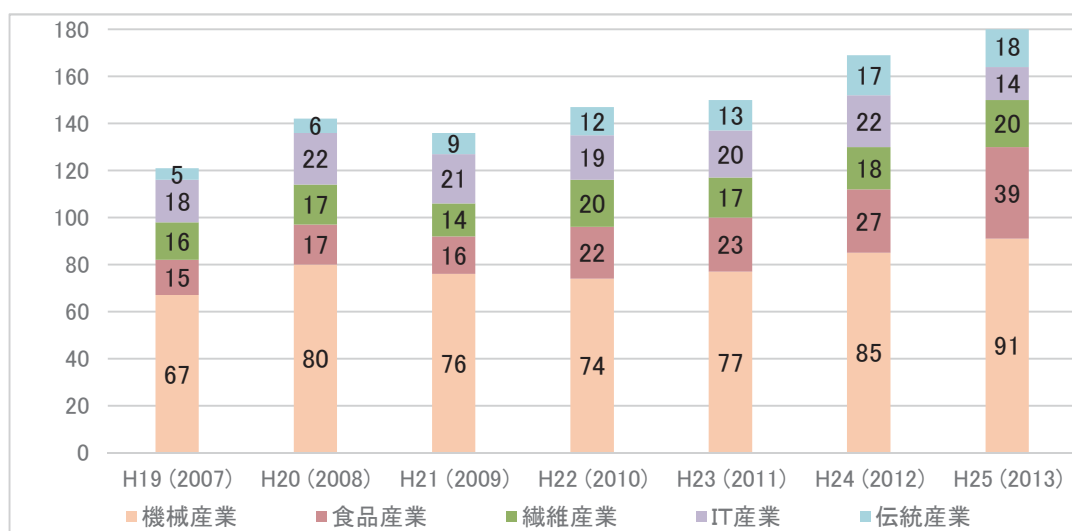
中小企業庁「中小企業白書 2012 年版」より抜粋

(図表 5) 基幹産業別の本県輸出企業数の推移

単位：社

	H19 (2007)	H20 (2008)	H21 (2009)	H22 (2010)	H23 (2011)	H24 (2012)	H25 (2013)
機械産業	67	80	76	74	77	85	91
食品産業	15	17	16	22	23	27	39
繊維産業	16	17	14	20	17	18	20
IT産業	18	22	21	19	20	22	14
伝統産業	5	6	9	12	13	17	18
合計	121	142	136	147	150	169	182

資料：石川県・ジェトロ金沢「石川県貿易・海外投資活動実態調査報告書(2007年～2013年)」より県作成



資料：石川県・ジェトロ金沢「石川県貿易・海外投資活動実態調査報告書(2007年～2013年)」より県作成

本県の主要な輸出先という観点で見ると、米国、中国が多く、これら2か国の輸出額シェアは概ね全体の4割を占めている。他方で、近年、インドネシア、タイ等の東南アジアの新興国の比重が高まってきており、インドネシアとタイの輸出額に占めるシェアは平成19年の5.2%から平成25年の12.9%へと増加傾向にある。

(図表6) 輸出額で見た本県の輸出相手国・地域ランキングの推移

単位:百万円

順位	H19(2007)		H20(2008)		H21(2009)		H22(2010)		H23(2011)		H24(2012)		H25(2013)	
	仕向地	金額	仕向地	金額	仕向地	金額	仕向地	金額	仕向地	金額	仕向地	金額	仕向地	金額
1	米国	45,570	米国	44,585	中国	14,921	中国	37,166	中国	53,239	米国	43,511	米国	52,516
2	中国	37,324	中国	26,446	米国	13,008	米国	34,416	米国	43,985	中国	25,544	中国	39,491
3	韓国	8,259	インドネシア	10,687	インドネシア	3,910	インドネシア	12,401	インドネシア	23,743	インドネシア	16,320	インドネシア	16,379
4	ベルギー	8,078	マレーシア	7,437	インド	3,036	パナマ	6,182	ブラジル	12,091	インド	10,345	タイ	10,317
5	米国	7,884	ロシア	6,927	韓国	2,717	インド	5,808	韓国	9,183	タイ	9,052	ブラジル	9,068
6	インド	7,194	トルコ	6,868	タイ	2,508	韓国	5,705	インド	8,831	パナマ	7,360	パナマ	7,371
7	トルコ	6,541	オマーン	6,552	イラク	2,454	タイ	5,294	パナマ	8,739	ロシア	6,145	ロシア	6,816
8	マレーシア	6,363	マレーシア	6,062	オーストラリア	1,757	台湾	4,085	オーストラリア	6,681	オーストラリア	5,673	韓国	6,706
9	インドネシア	5,533	韓国	5,548	シンガポール	1,647	オーストラリア	3,729	トルコ	5,688	オーストラリア	4,662	インド	5,779
10	台湾	5,431	ベルギー	5,319	台湾	1,206	トルコ	3,584	タイ	5,321	韓国	4,645	マレーシア	5,333
11	マレーシア	5,007	チリ	4,666	ベルギー	1,126	ベルギー	3,340	ロシア	5,055	米国	4,260	トルコ	5,239
12	オマーン	4,634	タイ	4,378	トルコ	1,000	チリ	2,156	台湾	4,882	オーストラリア	3,857	オーストラリア	4,224
13	タイ	4,114	英国	4,336	英国	837	ロシア	2,125	ベルギー	3,982	マレーシア	3,064	ベルギー	3,297
14	マレーシア	3,766	インド	4,238	ロシア	816	ブラジル	1,903	英国	3,011	ドイツ	2,776	台湾	3,224
15	オーストラリア	3,085	マレーシア	4,159	ウズベキスタン	646	英国	1,890	香港	2,700	台湾	2,442	トルコ	2,352
16	アルジェリア	2,962	台湾	3,977	マレーシア	636	パキスタン	1,531	ガボン	2,568	トルコ	2,279	マレーシア	2,344
17	チリ	2,898	オーストラリア	3,781	ブラジル	621	オマーン	1,507	マレーシア	2,283	ベルギー	1,946	メキシコ	2,221
18	マレーシア	2,246	アルジェリア	3,198	香港	614	マレーシア	1,240	オマーン	2,060	オマーン	1,816	米国	1,799
19	パキスタン	2,167	ドイツ	2,360	イタリア	590	ドイツ	1,130	イタリア	1,954	アンゴラ	1,767	ユーゴスラビア	1,778
20	トルコ	1,863	イタリア	2,356	ベトナム	584	フィリピン	1,111	ベトナム	1,593	ガボン	1,731	ドイツ	1,653
21	カナダ	1,615	ブラジル	2,339	アンゴラ	590	ベトナム	1,110	ドイツ	1,157	マレーシア	1,687	フィリピン	1,624
22	イタリア	1,424	クウェート	2,189	オマーン	478	香港	914	パキスタン	1,117	フィリピン	1,586	オマーン	1,447
23	クウェート	1,336	パキスタン	1,429	パキスタン	463	フィリピン	912	チリ	994	ブラジル	1,353	パキスタン	1,429
24	ベトナム	1,157	オマーン	1,447	パキスタン	408	フィリピン	808	フィリピン	906	台湾	1,266	台湾	1,388
25	ドイツ	1,071	アンゴラ	1,546	ガボン	389	ガボン	808	フィリピン	806	台湾	1,266	台湾	1,388

資料:石川県・JETRO金沢/石川県貿易・海外投資活動実態調査報告書より集計作成

しかしながら、輸出に取り組む県内企業数は全般的に拡大傾向にある一方、輸出を行っている企業の割合で見ると、全国平均(2.8%)に比べて本県の水準(2.0%)は低く、輸出企業の一層の裾野拡大を図ることが求められると言える。

(図表 7) 都道府県別の輸出企業数・割合（中小製造業）

本社所在地	輸出企業数	輸出企業割合	本社所在地	輸出企業数	輸出企業割合
北海道	37	0.7%	滋賀県	104	4.4%
青森県	17	1.2%	京都府	156	3.2%
岩手県	27	1.4%	大阪府	690	3.4%
宮城県	34	1.3%	兵庫県	300	3.4%
秋田県	27	1.5%	奈良県	74	3.4%
山形県	50	1.9%	和歌山県	35	1.9%
福島県	71	2.0%	鳥取県	18	2.1%
茨城県	104	2.1%	島根県	20	1.6%
栃木県	92	2.2%	岡山県	88	2.7%
群馬県	95	1.9%	広島県	114	2.3%
埼玉県	397	3.3%	山口県	38	2.2%
千葉県	176	3.5%	徳島県	25	1.9%
東京都	763	4.3%	香川県	41	2.0%
神奈川県	395	4.6%	愛媛県	38	1.7%
新潟県	151	2.8%	高知県	22	2.1%
富山県	45	1.7%	福岡県	134	2.4%
石川県	62	2.0%	佐賀県	33	2.6%
福井県	89	3.8%	長崎県	15	0.8%
山梨県	58	3.1%	熊本県	34	1.7%
長野県	227	4.5%	大分県	19	1.3%
岐阜県	140	2.3%	宮崎県	21	1.5%
静岡県	267	2.7%	鹿児島県	26	1.2%
愛知県	441	2.5%	沖縄県	13	1.0%
三重県	114	3.3%	合計	5,937	2.8%

資料：経済産業省「平成21年工業統計表」再編加工

(注) 従業者数4人以上の事業所単位の統計を、企業単位で再集計しており、
直接輸出を行う事業所を保有する企業の本社の所在地に従っている。

中小企業庁「中小企業白書 2012 年版」より抜粋

県内企業の海外進出状況については、平成 17 年には 92 社（166 拠点）だったのに対し、平成 25 年には 127 社（232 拠点）へと増加しており、県内製造業の海外進出が加速している。業種別で見て海外進出が顕著なのは機械産業であり、平成 17 年には 25 社（46 拠点）だった状況が、平成 25 年には 42 社（82 拠点）へと拡大している。また、機械産業に次いで海外進出に取り組んでいるのは IT 産業及び繊維産業であり、平成 25 年時点で IT 産業は 17 社（51 拠点）、繊維産業は 19 社（23 拠点）が進出している。

(図表 8) 本県の海外進出企業数及び海外拠点数の推移

	H17 (2005)	H18 (2006)	H19 (2007)	H20 (2008)	H21 (2009)	H22 (2010)	H23 (2011)	H24 (2012)	H25 (2013)
機械産業	25	26	26	26	27	29	35	43	42
食品産業	5	6	8	7	8	11	6	7	7
繊維産業	12	13	12	15	16	16	14	17	19
IT産業	20	19	18	19	21	19	16	15	17
伝統産業	2	2	3	4	4	4	4	4	4
その他	28	27	29	32	34	35	37	34	38
合計	92	93	96	103	110	114	112	120	127

単位：社

単位：拠点

	H17 (2005)	H18 (2006)	H19 (2007)	H20 (2008)	H21 (2009)	H22 (2010)	H23 (2011)	H24 (2012)	H25 (2013)
機械産業	46	54	56	54	52	69	73	84	82
食品産業	11	12	14	12	12	15	9	10	10
繊維産業	17	17	16	18	20	20	17	20	23
IT産業	45	44	51	54	59	56	55	48	51
伝統産業	4	4	5	7	7	7	7	7	7
その他	43	45	45	47	50	57	60	53	59
合計	166	176	187	192	200	224	221	222	232

資料：石川県・シフトロ金沢「石川県貿易・海外投資活動実態調査報告書(2005年～2013年)」より編作成

経済のグローバル化を背景に、海外進出する県内企業数は近年拡大傾向にある一方、進出企業割合で見ると、本県の水準（0.20%）は全国水準（0.32%）に比べて低い状況にある。全国的な増加傾向を踏まえれば、本県の進出企業割合も増加する可能性がある。

（図表 9）都道府県別の海外進出企業数・割合（中小企業）

本社所在地	直接投資企業数	直接投資企業割合	本社所在地	直接投資企業数	直接投資企業割合
北海道	27	0.03%	滋賀県	52	0.37%
青森県	6	0.04%	京都府	130	0.38%
岩手県	8	0.06%	大阪府	790	0.56%
宮城県	27	0.09%	兵庫県	218	0.35%
秋田県	6	0.05%	奈良県	31	0.28%
山形県	32	0.21%	和歌山県	21	0.20%
福島県	27	0.09%	鳥取県	8	0.11%
茨城県	42	0.12%	島根県	5	0.05%
栃木県	46	0.15%	岡山県	84	0.31%
群馬県	58	0.18%	広島県	105	0.24%
埼玉県	188	0.22%	山口県	22	0.13%
千葉県	88	0.14%	徳島県	11	0.10%
東京都	1,874	0.68%	香川県	30	0.19%
神奈川県	353	0.31%	愛媛県	78	0.40%
新潟県	55	0.17%	高知県	10	0.12%
富山県	41	0.27%	福岡県	111	0.18%
石川県	36	0.20%	佐賀県	11	0.13%
福井県	44	0.34%	長崎県	7	0.05%
山梨県	19	0.15%	熊本県	18	0.08%
長野県	117	0.34%	大分県	12	0.08%
岐阜県	101	0.33%	宮崎県	3	0.02%
静岡県	173	0.31%	鹿児島県	9	0.04%
愛知県	422	0.39%	沖縄県	6	0.05%
三重県	68	0.32%	合計	5,630	0.32%

資料：総務省「平成21年経済センサス基礎調査」再編加工

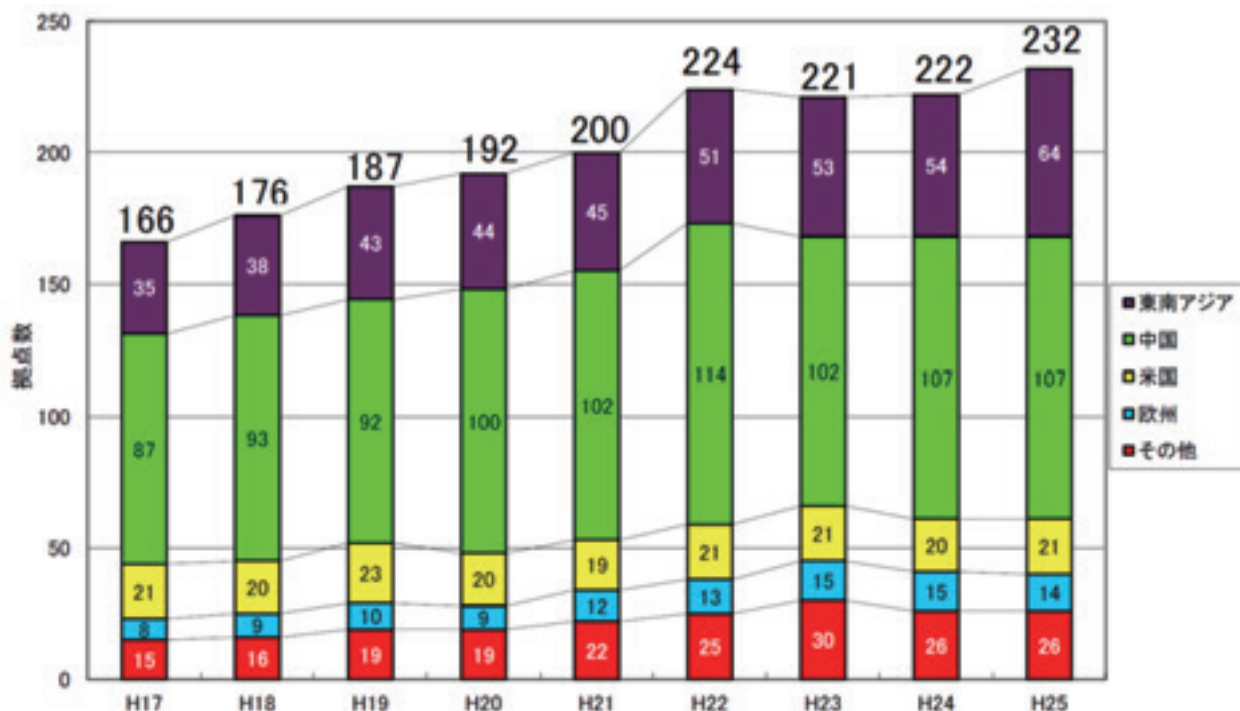
（注）1. ここでいう直接投資企業とは、海外に子会社（当該会社が50%超の議決権を所有する会社。子会社又は当該会社と子会社の合計で50%超の議決権を有する場合と、50%以下でも連結財務諸表の対象となる場合も含む。）を保有する企業をいう。

（注）2. 個人事業所は含まない。

中小企業庁「中小企業白書 2012 年版」より抜粋

海外進出先を見ると、県内企業の海外拠点の約 50%は中国に集中しているが、近年は東南アジアへの進出が加速し、平成 17 年に 35 拠点だった東南アジアの海外拠点数は、平成 25 年には 64 拠点に増加し、全拠点数の 4 分の 1 を占めるに至っている。

(図表 10) 本県企業の海外進出先の推移



資料：石川県・ジェトロ金沢「石川県貿易・海外投資活動実態調査報告書（2005年～2013年）」より県作成

(2) 充実した国際物流インフラ

本県においては、海外へのゲートウェイである港や空港の整備・活用が着実に進展している。金沢港、七尾港、小松空港は本県の国際物流拠点として重要であり、これらインフラを活用した本県貿易額は着実に拡大している。平成25年の貿易額で見ると、輸出は1,640億円、輸入は1,546億円であり、平成17年の貿易額（輸出672億円、輸入862億円）と比較して輸出額は244%、輸入額は179%の伸び率を示している。

(図表 11) 金沢港、小松空港、七尾港の貿易額推移

単位:百万円

	輸出			輸入		
	金沢港	小松空港	七尾港	金沢港	小松空港	七尾港
H17	67,244	31,489	1,168	86,258	30,025	47,633
H18	78,197	48,486	1,696	100,491	33,505	57,143
H19	86,710	54,626	2,200	118,835	37,847	67,978
H20	95,458	62,620	4,560	129,220	40,524	76,352
H21	57,524	37,205	274	78,463	25,086	42,239
H22	111,855	69,400	103	95,980	36,099	45,885
H23	151,186	106,820	1	130,845	48,532	60,834
H24	127,263	98,585	89	146,311	55,419	65,301
H25	164,052	123,197	27	154,607	67,896	60,955

資料：大阪税関貿易統計より県作成

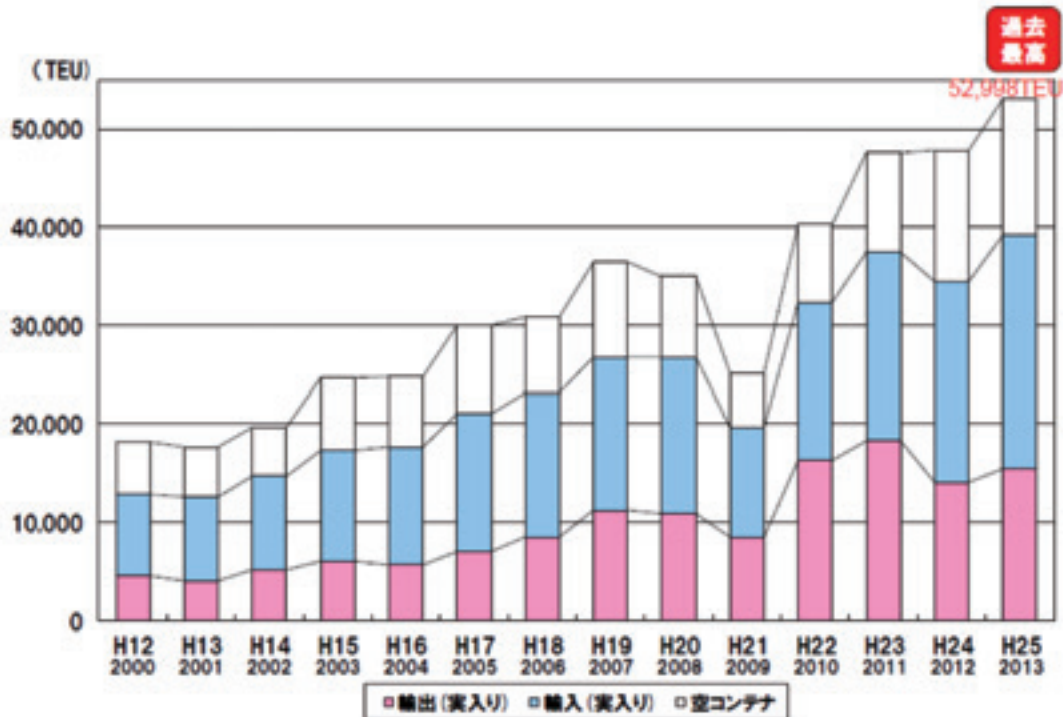
大水深岸壁の整備等を推進している金沢港は、今後も新規の国直轄事業の対象となる重点港湾であり、日本海側拠点港として国際海上コンテナおよび外航クルーズ機能に係る整備を進めてきた。実際、平成 17 年には週 5 便だった国際定期コンテナ航路数が、平成 25 年には週 9 便のコンテナ航路とともに週 2 便の韓国 RORO 航路、月 1 便の東南アジア RORO 航路が就航し、アジア諸国を結ぶ国際物流拠点としての役割を強めつつある。また、金沢港の取扱コンテナ貨物量も増加傾向にあり、平成 25 年には過去最高の 52,998TEU を記録した。全国港湾別の外貿コンテナ取扱貨物量で見ても、平成 17 年の 28 位から、平成 24 年には 23 位へと上昇してきており、日本海側拠点港としての存在感が徐々に高まりつつある。

(図表 12) 金沢港の国際定期航路 (平成 26 年 1 月現在)



資料：石川県港湾活用推進室調べ

(図表 13) 金沢港のコンテナ貨物量の推移



注) TEU(20フィートコンテナ換算によるコンテナ個数)

資料：石川県港湾活用推進室調べ

(図表 14) 港湾別外貿コンテナ取扱貨物量ランキング (平成 17 年・24 年比較)

平成17年						平成24年					
単位:千TEU						単位:千TEU					
順位	所在地	港湾名	外貿コンテナ	輸出	輸入	順位	所在地	港湾名	外貿コンテナ	輸出	輸入
1	東京都	東京	3,963	1,780	2,183	1	東京都	東京	4,235	1,948	2,287
2	神奈川県	横浜	2,727	1,419	1,308	2	神奈川県	横浜	2,731	1,466	1,265
3	愛知県	名古屋	2,307	1,166	1,141	3	愛知県	名古屋	2,492	1,299	1,193
5	兵庫県	神戸	1,885	973	912	4	大阪府	大阪	2,120	942	1,178
4	大阪府	大阪	1,802	810	992	5	兵庫県	神戸	2,070	1,118	952
6	福岡県	博多	621	312	309	6	福岡県	博多	818	404	414
8	静岡県	清水	411	230	181	7	福岡県	北九州	434	226	208
7	福岡県	北九州	408	216	192	8	静岡県	清水	414	214	200
9	北海道	苫小牧	171	83	87	9	北海道	苫小牧	196	89	107
10	新潟県	新潟	153	74	79	10	三重県	四日市	182	105	77
15	山口県	下関	85	43	42	11	新潟県	新潟	175	88	87
20	富山県	伏木富山	56	56	0	17	山口県	下関	72	36	36
23	秋田県	秋田	43	21	22	19	富山県	伏木富山	65	31	34
28	石川県	金沢	30	15	15	20	秋田県	秋田	64	32	32
34	鳥取県	境	26	13	13	23	石川県	金沢	47	24	23
35	新潟県	直江津	22	11	11	29	福井県	敦賀	35	17	18
41	福井県	敦賀	17	8	8	32	新潟県	直江津	29	14	15
48	山形県	酒田	10	5	4	34	鳥取県	境	27	14	13
49	京都府	舞鶴	8	4	4	46	山形県	酒田	12	6	6
60	鳥取県	浜田	2	1	1	49	京都府	舞鶴	8	4	4
						63	鳥取県	浜田	4	2	2

資料：国土交通省港湾局監修『数字で見る港湾』2007年版、2013年版より県作成

金沢港を活用した輸出状況を業種別に概観すると、本県基幹産業の中で機械産業が県内港湾の活用度合いが圧倒的に高い状況にあり、平成19年に132億2819万円（6.1%）だった輸出額が、平成25年には489億748万円（22.2%）へと増加している。

（図表15）本県基幹産業の金沢港活用状況

単位：千円

	H19 (2007)	H20 (2008)	H21 (2009)	H22 (2010)	H23 (2011)	H24 (2012)	H25 (2013)
機械産業	13,228,198 6.1%	9,746,797 4.4%	7,318,799 9.5%	14,834,092 9.8%	68,750,236 29.5%	42,164,801 22.7%	48,907,487 22.2%
食品産業	12,160 8.3%	7,055 5.3%	10,000 9.3%	6,084 3.3%	0 0.0%	9,464 2.9%	3,070 0.6%
繊維産業	0 0.0%	24,441 1.2%	40,000 2.7%	6,200 0.0%	86,500 1.0%	54,821 0.8%	16,036 0.3%
IT産業	534,164 2.0%	473,155 13.7%	450,579 2.1%	599,185 2.0%	630,138 3.8%	359,833 3.0%	2,673,439 38.5%
伝統産業	150 1.3%	2,500 21.4%	1,151 8.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	31,000 18.5%
合計	13,774,672	10,253,948	7,820,529	15,445,561	69,466,874	42,588,919	51,631,032

資料：石川県・シエトロ金沢「石川県貿易・海外投資活動実態調査報告書(2007年～2013年)」より作成

また、金沢港は、国際物流拠点であるとともに、国際観光拠点としてもその重要性を増している。金沢港へのクルーズ船寄港数の推移を見ると、平成19年の26隻をピークとして、ここ数年は年間10隻を下回っていたが、平成25年には18隻が寄港し、平成18年の水準（16隻）を上回った。また、クルーズ船乗降客数を見ると、平成19年の6千人をピークとして年間1千～3千人で推移していたが、平成25年には1万人を超え、今後も増加していくことが見込まれる。

（図表16）金沢港クルーズ船寄港数・乗客数の推移

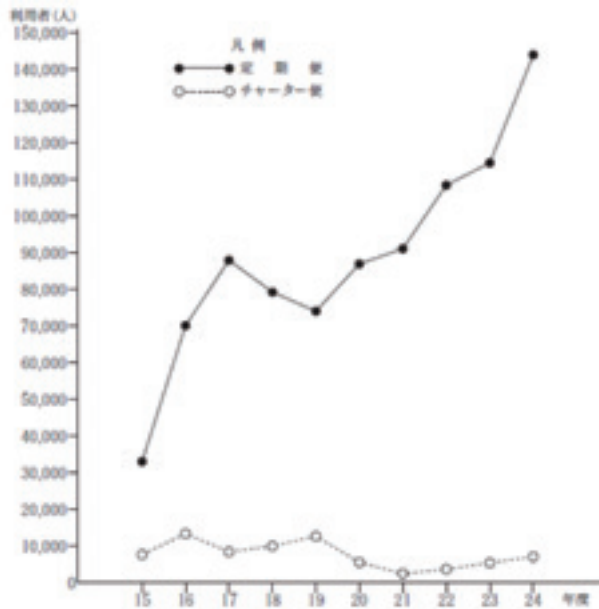
	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25
寄港数 (単位：隻)	8	16	26	10	7	6	5	6	18
乗客数 (単位：人)	1,203	3,178	6,071	1,850	2,130	2,447	1,364	2,223	12,227

資料：石川県港湾活用推進室調べ

小松空港は国内主要都市との充実した航空網を有している上、近距離国際便も就航し、平成24年度の国際線利用者数は144,074人に達し、平成17年の水準（87,992人）と比べて167%増加するとともに、空港別国際線乗降客数で見ると全国13位に位置している。また、大型で重量のある貨物便にも耐えられる構造を有し、欧米向け貨物専用機が発着していることは、地方圏においては大きな特徴となっている。空港別国際線貨物取扱量を見ると、平成24年に年間11,584トン（積3,373トン、卸8,211トン）の貨物取扱高があった

小松空港は全国7位に位置し、世界に開かれた本県のゲートウェイとしての役割は大きい。

(図表 17) 小松空港国際線利用実績



資料：石川県企画振興部空港企画課調べ

(図表 18) 空港別国際線乗降客数ランキング (平成 24 年)

順位		空港名	乗降客数		順位		空港名	乗降客数	
			年間	構成比				年間	構成比
1	成田国際	26,881,528	46.80%	31	羽田	15,231	0.03%		
2	関西国際	11,245,425	19.58%	32	石垣	12,046	0.02%		
3	東京国際	7,948,089	13.84%	33	花巻	7,270	0.01%		
4	中部国際	4,343,217	7.56%	34	山口宇部	6,274	0.01%		
5	福岡	3,039,507	5.29%	35	福島	5,810	0.01%		
6	新千歳	1,102,001	1.92%	36	高知	4,072	0.01%		
7	那覇	603,257	1.05%	37	対馬	2,184	0.00%		
8	広島	348,826	0.61%	38	出雲	1,211	0.00%		
9	岡山	211,583	0.37%	39	山形	1,147	0.00%		
10	静岡	192,712	0.34%	40	名古屋	1,103	0.00%		
11	仙台	186,421	0.32%	41	能登	894	0.00%		
12	新潟	175,693	0.31%	42	徳島	880	0.00%		
13	小松	151,080	0.26%	43	石見	592	0.00%		
14	鹿児島	107,981	0.19%	44	宮古	569	0.00%		
15	百里	99,490	0.17%	45	女満別	549	0.00%		
16	北九州	94,838	0.17%	46	鳥取	520	0.00%		
17	富山	90,269	0.16%	47	庄内	368	0.00%		
18	函館	77,668	0.14%	48	徳之島	338	0.00%		
19	高松	74,546	0.13%	49	与那国	279	0.00%		
20	宮崎	63,670	0.11%	50	松本	170	0.00%		
21	松山	52,311	0.09%	51	神戸	48	0.00%		
22	旭川	40,356	0.07%						
23	青森	38,981	0.07%						
24	熊本	34,711	0.06%						
25	佐賀	34,142	0.06%						
26	秋田	32,364	0.06%						
27	長崎	31,590	0.05%						
28	美保	31,031	0.05%						
29	大分	23,414	0.04%						
30	帯広	21,194	0.04%						
				合計	57,439,450	100.00%			

資料：国土交通省航空局「平成24年空港別乗降客数順位」より県作成

(図表 19) 空港別国際線貨物取扱量ランキング (平成 24 年)

順位	空港名	年間貨物取扱量	構成比	内訳	
				積	卸
1	成田国際	1,921,081	63.27%	846,154	1,074,927
2	関西空港	654,134	21.55%	297,408	356,726
3	東京国際	140,915	4.64%	61,541	79,374
4	那覇	139,220	4.59%	66,341	72,879
5	中部国際	111,082	3.66%	48,708	62,374
6	福岡	46,656	1.54%	16,853	29,803
7	小松	11,584	0.38%	3,373	8,211
8	新千歳	5,472	0.18%	2,349	3,123
9	鹿児島	1,848	0.06%	62	1,786
10	北九州	1,412	0.05%	307	1,105
11	広島	805	0.03%	184	621
12	佐賀	655	0.02%	655	-
13	新潟	281	0.01%	123	158
14	富山	259	0.01%	4	255
15	仙台	245	0.01%	140	105
16	静岡	222	0.01%	16	206
17	長崎	124	0.00%	63	61
18	松山	44	0.00%	17	27
19	岡山	44	0.00%	-	44
20	百里	24	0.00%	-	24
21	高松	9	0.00%	-	9
合計		3,036,116	100.00%	1,344,298	1,691,818

資料:国土交通省航空局「平成24年空港別貨物取扱量順位」より県作成

(3) 伝統と文化に根差した豊富な地域資源

加賀百万石の歴史と伝統に育まれた本県には、加賀料理や料亭、茶道文化や伝統工芸など長きにわたって継承されてきた文化が残り、鮮魚や野菜をはじめ地酒や発酵食品など豊富な食材を有するとともに、料理人や茶人、杜氏や伝統工芸士など食文化を支える達人が多数存在している。

本県には、加賀野菜や能登牛等の食材、輪島塗や加賀友禅等の伝統工芸、山代温泉や和倉温泉など 27 件の地域団体商標が登録されており、全国的に見ると、京都府 (60 件)、兵庫県 (32 件)、岐阜県 (28 件) に次いで全国 4 位に位置し、本県の地域的特性に根差した独自の地域資源の豊富さを物語っている。

(図表 20) 都道府県別地域団体商標登録件数ランキング (平成 25 年 12 月現在)

順位	都道府県名	商標登録件数
1	京 都	60
2	兵 庫	32
3	岐 阜	28
4	石 川	27
5	北 海 道	24
6	静 岡	21
全 国		551

資料:特許庁『地域団体商標2013』より県作成

(図表 21) 石川県の地域団体商標登録案件一覧 (平成 25 年 12 月現在)

分野	登録件数	登録商標名
食	10	■加賀野菜 ■加賀太きゅうり ■加賀れんこん ■能登牛 ■能登大納言 ■沢野ごぼう ■加賀みそ ■大野醤油 ■中島菜 ■能登井
工芸	12	■輪島塗 ■加賀友禅 ■金沢箔 ■九谷焼 ■金沢仏壇 ■七尾仏壇 ■牛首紬 ■能州紬 ■美川仏壇 ■田鶴浜建具 ■加賀蒔絵 ■小松瓦
温泉	5	■山代温泉 ■片山津温泉 ■和倉温泉 ■山中温泉 ■粟津温泉

資料:特許庁『地域団体商標2013』より県作成

石川県には、輪島塗、山中漆器、九谷焼、加賀友禅など 10 品目に上る国指定伝統的工芸品が存在し、都道府県別の品目数で見ると全国 6 位に位置しており、伝統工芸が地場産業として地域に深く根を下ろしている。

(図表 22) 国指定伝統的工芸品 指定品目数ランキング

順位	都道府県名	国指定品目数
1	京 都	17
2	新 潟	16
3	沖 縄	14
4	東 京	13
5	愛 知	12
6	石 川	10
全 国		218

資料:(一財)伝統的工芸品産業振興協会「伝統的工芸品指定品目一覧・都道府県別」(平成25年12月26日現在)より県作成

また、「伝統工芸王国いしかわ」の名に恥じない多くの工芸作家を生んでいるのも大きな特徴であり、人間国宝（重要無形文化財保持者）の都道府県別人数を見ると東京都 48 人、京都府 12 人に次いで、石川県は 9 人と全国 3 位となっている。その内訳を見ると、本県人間国宝の 9 人全てが工芸技術保持者であり、藩政期から培ってきた伝統工芸技術の厚みを示している。

(図表 23)重要無形文化財保持者数および工芸技術保持者数(平成 26 年 2 月現在)

重要無形文化財保持者数



注 平成24年12月1日現在の登録保持者数と工芸技術保持者数の合計である。
資料 文部科学省ホームページより

工芸技術保持者数



注 平成24年12月1日現在
資料 文部科学省ホームページより

いしかわ統計指標ランド「統計トピックス (2012 年 12 月)」より抜粋

旅館や料亭は、地域独自の食材や伝統工芸品、土地の歴史に根差した食文化などを発信する「ショールーム」として重要であり、本県には由緒ある全国的にも著名な旅館や料亭が多数存在しており、全国的に見ても、地域の食文化の魅力を国内外に発信する基盤は充実していると言える。

加賀百万石の歴史と伝統に根差した本県の豊富な地域資源や高品質な食文化は、海外においても高く評価されている。実際、本県食品産業及び伝統産業の輸出状況を見ると、平成 21 年にリーマンショックを背景とした世界的な景気減速により 1 億 2,165 万円まで落ち込んだものの、平成 25 年には 6 億 5,259 万円の輸出額があり、平成 19 年の水準(1 億 5,804 万円)と比べて 412%増加した。

また、食文化関連産業の主要輸出先を見ると、北米では米国、東アジアでは中国、香港、台湾、韓国が上位を占めてきたが、近年、東南アジアのシンガポールやタイ、ベトナムへの輸出が拡大している。

(図表 24) 食文化関連産業の輸出実態

	H19 (2007)	H20 (2008)	H21 (2009)	H22 (2010)	H23 (2011)	H24 (2012)	H25 (2013)
食品産業	146,669	133,409	107,873	186,249	304,294	324,163	484,862
伝統産業	11,380	11,707	13,780	79,655	88,548	35,092	167,734
合計	158,049	145,116	121,653	265,904	392,842	359,255	652,596

資料:石川県・ジェトロ金沢「石川県貿易・海外投資活動実態調査報告書(2007年～2013年)」より県作成

	H19 (2007)	H20 (2008)	H21 (2009)	H22 (2010)	H23 (2011)	H24 (2012)	H25 (2013)
食品産業	15	17	16	22	23	27	39
伝統産業	5	6	9	12	13	17	18
合計	20	23	25	33	36	43	57

※重複している企業有り

資料:石川県・ジェトロ金沢「石川県貿易・海外投資活動実態調査報告書(2007年～2013年)」より県作成

(図表 25) 食文化関連産業輸出先ランキングの推移

順位	H19(2007)		H20(2008)		H21(2009)		H22(2010)		H23(2011)		H24(2012)		H25(2013)	
	仕向地	金額 シェア	仕向地	金額 シェア	仕向地	金額 シェア	仕向地	金額 シェア	仕向地	金額 シェア	仕向地	金額 シェア	仕向地	金額 シェア
1位	米国	71,022 44.9%	米国	39,498 27.2%	中国	36,442 30.0%	中国	71,590 26.9%	米国	84,639 21.5%	中国	77,597 21.6%	香港	202,026 30.2%
2位	中国	30,090 19.0%	中国	29,202 20.1%	米国	26,847 22.1%	シンガポール	42,554 16.0%	タイ	61,036 15.5%	香港	65,462 18.2%	米国	67,459 17.0%
3位	香港	20,379 12.9%	香港	29,126 20.1%	香港	16,701 13.7%	米国	40,911 15.4%	中国	55,081 14.0%	米国	65,393 18.2%	台湾	68,351 13.2%
4位	韓国	13,693 8.7%	タイ	11,013 7.6%	タイ	13,500 11.1%	台湾	33,216 12.5%	香港	41,406 10.5%	台湾	38,356 10.7%	中国	66,360 12.9%
5位	フランス	6,000 3.8%	韓国	8,736 6.0%	韓国	11,117 9.1%	韓国	23,952 9.0%	台湾	39,704 10.1%	シンガポール	34,962 9.7%	シンガポール	43,056 8.4%
6位	オーストラリア	4,083 2.6%	英国	6,717 4.6%	台湾	6,628 5.4%	香港	17,926 6.7%	シンガポール	39,626 10.1%	フランス	31,301 8.7%	ポーランド	18,300 3.6%
7位	シンガポール	2,334 1.5%	フランス	6,024 4.2%	カナダ	4,500 3.7%	アジア各国	15,000 5.6%	アジア各国	18,000 4.6%	アジア各国	15,500 4.3%	韓国	6,114 1.2%
8位	世界各国	2,000 1.3%	台湾	5,674 3.9%	シンガポール	3,370 2.8%	カナダ	10,000 3.8%	英国	15,696 4.0%	韓国	10,995 3.1%	英国	4,129 0.6%
9位	英国	2,000 1.3%	シンガポール	2,766 1.9%	スウェーデン	457 0.4%	世界各国	3,000 1.1%	フランス	12,115 3.1%	タイ	5,109 1.4%	デンマーク	3,500 0.7%
10位	不明	シエア90% ライン	0.000 1.4%	英国	386 0.3%	英国	2,283 0.9%	韓国	8,876 2.3%	オーストラリア	3,417 1.0%	ベトナム	3,262 0.6%	
11位	スウェーデン	234 0.9%	アジア各国	381 0.3%	ベトナム	2,000 0.8%	世界各国	3,800 1.0%	カナダ	2,900 0.8%	カナダ	3,000 0.8%	カナダ	3,000 0.6%
12位	台湾	1,045 0.7%	オーストラリア	1,000 0.7%	スイス	365 0.3%	欧州各国	1,000 0.4%	オーストラリア	3,641 0.9%	英国	2,570 0.7%	スウェーデン	1,895 0.3%
13位	スイス	803 0.5%	スウェーデン	805 0.6%	デンマーク	315 0.2%	スウェーデン	877 0.3%	ベトナム	3,000 0.8%	ベトナム	1,700 0.5%	タイ	1,532 0.2%
14位	カナダ	500 0.3%	カナダ	600 0.4%	フランス	200 0.2%	スイス	515 0.2%	オーストラリア	3,000 0.8%	欧州各国	1,600 0.4%	オーストラリア	815 0.2%
15位	マレーシア	498 0.3%	スイス	376 0.3%	マレーシア	137 0.1%	ドイツ	137 0.1%	ドイツ	137 0.1%	ドイツ	137 0.1%	ドイツ	137 0.1%

本県の地酒は、世界最大規模のワイン・コンペである「IWC（インターナショナル・ワイン・チャレンジ）」での Gold メダル受賞をはじめ、平成 25 年にはノーベル賞授賞式後のパーティーでの提供酒や第 5 回アフリカ開発会議（TICAD）公式晩餐会での乾杯酒に採用されるなど、世界的にも高い評価を得ている。

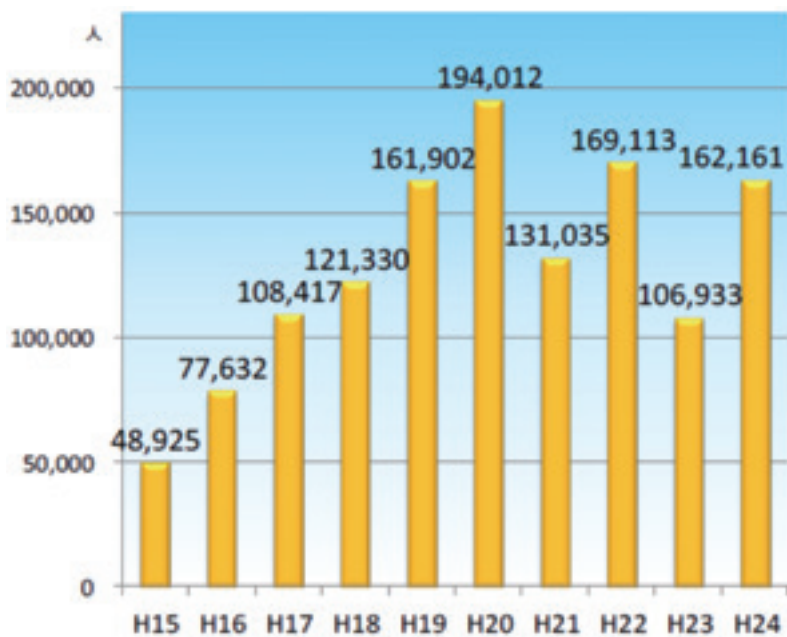
【世界が認めた石川の地酒】

IWC(インターナショナル・ワイン・チャレンジ)はロンドンで開催される世界最大規模・最高権威のワイン・コンペティションであり、2007 年より新設された sake 部門(純米酒の部)において、本県の地酒はこれまで高く評価されてきた。



本県の外国人宿泊者数を見ると、平成 24 年には 162,161 人を記録し、平成 20 年の水準（194,012 人）には及ばないものの、平成 21 年のリーマンショック、平成 23 年の東日本大震災の影響等による一時的な落ち込みを乗り越えて、16 万人台まで回復した。他方、全国的に見て、外国人宿泊者数を基準とした本県の海外誘客状況は全国 19 位にとどまり、東京や京都に比べて本県の認知度はまだ低い状況にあると言える。

（図表 26）本県の外国人宿泊者数の推移



資料：石川県「統計から見た石川県の観光」

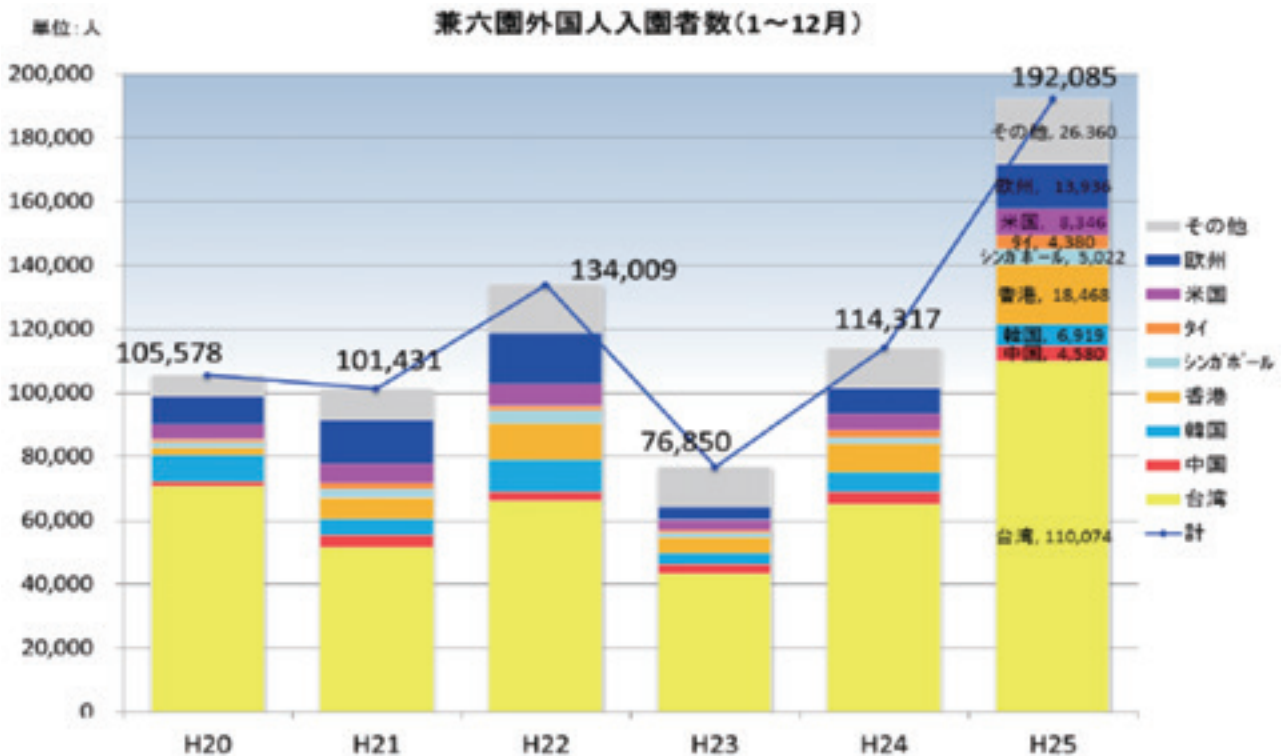
(図表 27) 都道府県別外国人延べ宿泊者数ランキング (平成 19~24 年)

順位	H19		H20		H21		H22		H23		H24	
1位	東京都	7,860,570	東京都	7,349,280	東京都	6,377,700	東京都	8,720,480	東京都	5,651,810	東京都	8,291,740
2位	大阪府	2,504,330	大阪府	2,565,490	大阪府	1,966,500	大阪府	3,092,600	大阪府	2,365,390	大阪府	3,060,850
3位	北海道	1,867,580	北海道	2,198,170	北海道	1,806,740	千葉県	2,253,950	北海道	1,583,740	京都府	2,305,170
4位	千葉県	1,663,530	千葉県	1,569,810	千葉県	1,622,660	北海道	2,055,360	千葉県	1,429,740	北海道	2,012,070
5位	愛知県	1,027,470	愛知県	963,370	京都府	818,000	京都府	1,435,240	京都府	1,052,740	千葉県	1,794,850
6位	京都府	965,910	京都府	951,070	愛知県	704,180	愛知県	1,070,180	愛知県	712,630	愛知県	944,640
7位	神奈川県	706,050	神奈川県	643,040	神奈川県	609,200	神奈川県	625,110	神奈川県	674,600	神奈川県	924,550
8位	福岡県	579,670	福岡県	527,420	山梨県	408,800	福岡県	617,250	福岡県	604,160	沖縄県	781,210
9位	長崎県	451,070	兵庫県	456,080	福岡県	374,830	静岡県	601,040	沖縄県	560,770	福岡県	758,730
10位	静岡県	449,140	静岡県	448,810	静岡県	372,230	山梨県	597,460	大分県	358,860	静岡県	494,220
11位	兵庫県	428,160	長崎県	395,790	兵庫県	311,840	沖縄県	442,260	静岡県	333,560	長崎県	418,820
12位	熊本県	407,310	熊本県	369,020	沖縄県	293,010	兵庫県	393,900	兵庫県	309,060	広島県	401,130
13位	山梨県	367,870	山梨県	366,710	長崎県	216,700	大分県	363,160	長崎県	276,810	山梨県	387,360
14位	大分県	326,380	大分県	316,440	熊本県	190,810	長崎県	360,990	熊本県	250,390	兵庫県	353,830
15位	長野県	265,990	沖縄県	307,300	長野県	166,760	熊本県	331,320	山梨県	250,270	熊本県	325,910
16位	広島県	234,680	広島県	243,010	大分県	172,500	長野県	288,600	長野県	224,140	大分県	310,320
17位	沖縄県	234,180	長野県	242,970	広島県	171,880	広島県	239,370	広島県	169,620	長野県	288,340
18位	岐阜県	167,320	岐阜県	192,700	岐阜県	153,330	岐阜県	223,460	岐阜県	134,080	岐阜県	260,090
19位	石川県	158,390	石川県	166,550	石川県	121,980	石川県	166,340	石川県	126,260	石川県	190,380
20位	宮城県	152,190	宮城県	150,920	宮城県	115,100	宮城県	159,490	鹿児島県	92,890	鹿児島県	170,570
21位	栃木県	143,480	滋賀県	128,130	和歌山県	88,830	栃木県	127,740	新潟県	91,250	宮城県	153,230
22位	滋賀県	139,320	福島県	122,620	滋賀県	88,320	鹿児島県	126,000	三重県	90,990	和歌山県	116,930
23位	福島県	128,490	栃木県	120,010	新潟県	87,430	滋賀県	119,060	茨城県	88,200	滋賀県	114,000
24位	鹿児島県	105,710	鹿児島県	117,470	三重県	86,560	新潟県	99,330	滋賀県	85,710	栃木県	106,910
25位	和歌山県	100,930	和歌山県	113,620	栃木県	85,610	三重県	95,740	栃木県	77,300	奈良県	104,300
	全国計	22,654,340	全国計	22,248,300	全国計	18,297,770	全国計	26,023,000	全国計	18,415,690	全国計	26,314,340

資料:観光庁「宿泊旅行統計調査」より集作成

兼六園入園者数に基づき外国人観光客の国別入り込み状況を見てみると、台湾人観光客が圧倒的に多く、平成 25 年の入園者総数 (192,085 人) の 57.3% (110,074 人) を占め、次いで香港 18,468 人 (9.6%) となっている。また、欧米からの観光客が比較的多いことが本県の特徴となっており、平成 25 年には欧州から 13,936 人 (7.2%)、米国から 8,346 人 (4.3%) が来県した。他方で、平成 25 年 7 月から東南アジアからの観光客に対するビザの発給要件が緩和されたことに伴い、シンガポールやタイからの観光客が増加している。

(図表 28) 本県への外国人観光客の国別入り込み状況 (兼六園入園者数)



資料：石川県観光戦略推進部調べ

海外からの誘客促進に取り組むにあたって、本県への入り込み客数の増加とともに、観光消費額単価の拡大が本県地域経済の活性化にとって重要である。訪日外国人観光消費額単価を見ると、観光目的で本県に宿泊した外国人の消費額単価は84,151円(平成24年実績)で全国8位となっており、本県は全国的に見ても消費単価が高い地域と言える。また、ビジネス目的で本県に宿泊した外国人の消費額単価は106,289円(平成24年実績)で、東京に次いで全国2位となっている。

以上のことから、本県には、食文化をはじめとして、海外に訴求可能な地域資源が多数存在し、海外富裕層等のインバウンド誘客の取り組みを今後一層強化していくことにより、県内での旅行消費を拡大していく余地は大きいと言える。

(図表 29) 訪日外国人観光消費額単価 都道府県別ランキング

平成22年度 (円/人回)					平成23年度 (円/人回)					平成24年度 (円/人回)							
順位	都道府県	観光目的		ビジネス目的		順位	都道府県	観光目的		ビジネス目的		順位	都道府県	観光目的		ビジネス目的	
		宿泊	日帰り	宿泊	日帰り			宿泊	日帰り	宿泊	日帰り			宿泊	日帰り	宿泊	日帰り
1位	北海道	125,533	-	106,617	-	1位	北海道	126,192	-	91,005	-	1位	北海道	123,837	-	58,820	-
2位	新潟県	89,559	8,109	234,388	-	2位	山口県	89,188	-	58,514	-	2位	鹿児島県	107,424	14,159	56,916	-
3位	沖縄県	86,691	8,109	137,845	-	3位	東京都	81,543	26,415	105,922	33,665	3位	広島県	93,864	11,715	53,295	-
4位	東京都	82,722	25,461	102,531	32,758	4位	新潟県	70,384	-	129,165	-	4位	岡山県	93,857	10,719	61,900	-
5位	徳島県	67,382	-	59,856	-	5位	鹿児島県	68,462	7,220	86,296	-	5位	群馬県	91,129	13,529	66,944	-
6位	鳥取県	67,105	8,109	23,358	-	6位	埼玉県	66,922	7,668	84,730	-	6位	長野県	86,524	9,588	86,311	-
7位	福島県	61,995	8,109	65,004	8,109	7位	長崎県	64,865	6,101	71,641	-	7位	東京都	84,627	26,938	107,055	35,526
8位	鳥取県	56,237	-	63,016	-	8位	茨城県	61,957	7,768	83,027	-	8位	石川県	84,151	-	106,269	-
9位	岡山県	54,821	8,109	74,744	8,109	9位	長野県	60,644	9,529	94,972	-	9位	埼玉県	83,150	-	76,032	-
10位	宮崎県	53,891	8,109	69,369	-	10位	奈良県	58,535	8,750	71,846	9,319	10位	茨城県	83,087	15,254	68,451	5,021
11位	鹿児島県	52,417	8,109	134,990	-	11位	滋賀県	57,393	7,751	91,420	-	11位	山梨県	82,656	3,654	75,067	6,239
12位	愛知県	50,183	8,109	63,052	-	12位	和歌山県	54,442	7,326	92,046	-	12位	栃木県	76,990	15,856	71,616	-
13位	石川県	49,630	-	55,712	-	13位	福島県	51,470	8,109	66,125	-	13位	沖縄県	74,782	14,273	77,187	-
14位	和歌山県	49,616	8,109	86,573	-	14位	沖縄県	50,542	9,727	85,827	6,048	14位	和歌山県	74,322	15,411	88,498	-
15位	宮城県	46,647	-	94,451	-	15位	岩手県	50,235	8,109	82,287	-	15位	高知県	70,939	-	50,526	-
16位	岩手県	44,060	8,109	122,981	-	16位	愛知県	50,103	8,109	76,835	-	16位	香川県	68,453	-	51,177	-
17位	神奈川県	43,181	8,109	84,196	-	17位	神奈川県	49,563	8,249	98,353	7,091	17位	兵庫県	67,242	14,701	80,679	-
18位	愛媛県	42,046	-	41,170	-	18位	静岡県	49,437	-	77,155	-	18位	山口県	63,941	11,104	61,647	-
19位	長野県	38,259	8,109	143,179	-	19位	宮城県	47,915	7,872	83,405	-	19位	神奈川県	60,409	11,730	81,218	-
20位	滋賀県	37,956	8,109	77,006	-	20位	岡山県	47,057	-	67,201	-	20位	愛知県	56,506	14,509	81,500	-
21位	千葉県	36,818	8,109	45,215	-	21位	高知県	45,956	-	40,782	-	21位	宮城県	56,011	-	71,132	-
22位	兵庫県	35,194	8,109	74,782	-	22位	石川県	43,682	-	76,684	-	22位	青森県	55,785	7,585	68,794	-
23位	富山県	34,966	8,109	58,779	-	23位	鳥取県	43,419	5,443	59,931	-	23位	秋田県	55,719	-	68,188	-
24位	青森県	34,876	8,109	70,689	-	24位	兵庫県	43,368	8,375	83,324	-	24位	新潟県	55,059	-	89,214	-
25位	広島県	34,225	-	53,432	-	25位	鳥取県	42,461	-	63,508	8,527	25位	福島県	53,828	4,134	69,161	-

資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」より集計作成

4. 今後 10 年を見据えた内外の環境変化

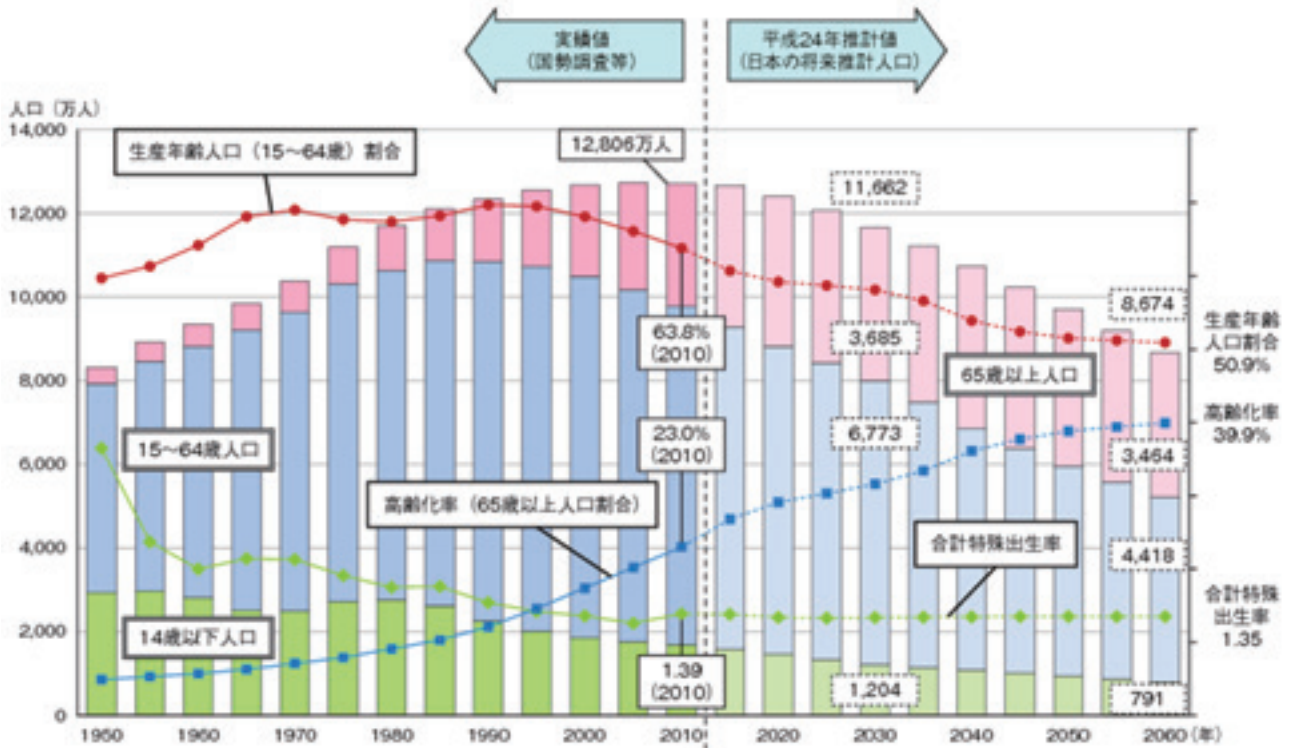
(1) 国内の総人口・生産年齢人口減少による国内市場の停滞

国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成 24 年 1 月推計）」における出生中位（死亡中位）推計によると、我が国の総人口は、2015 年（平成 27 年）の 1 億 2,660 万人から、2025 年（平成 37 年）には 1 億 2,066 万人へと減少し、2048 年（平成 60 年）には 1 億人を割って 9,913 万人となるものと見込まれている。

生産年齢人口（15～64 歳の人口）についても、2015 年（平成 27 年）の 60.7%から減少を続け、2017 年（平成 29 年）には 60%台を割り、2060 年（平成 72）年には 50.9%まで縮小する見込みである。これに対し、高齢人口（65 歳以上の人口）は、2015 年（平成 27 年）の 3,395 万人から、団塊世代と第二次ベビーブーム世代が高齢人口に入る 2042 年（平成 54 年）には 3,878 万人に達し、高齢化率（高齢人口の総人口に対する割合）も 2015 年（平成 27 年）には 26.8%で 4 人に 1 人を超え、20 年後の 2035 年（平成 47 年）には 33.4%となり、3 人に 1 人が 65 歳以上の社会となることを見込まれる。

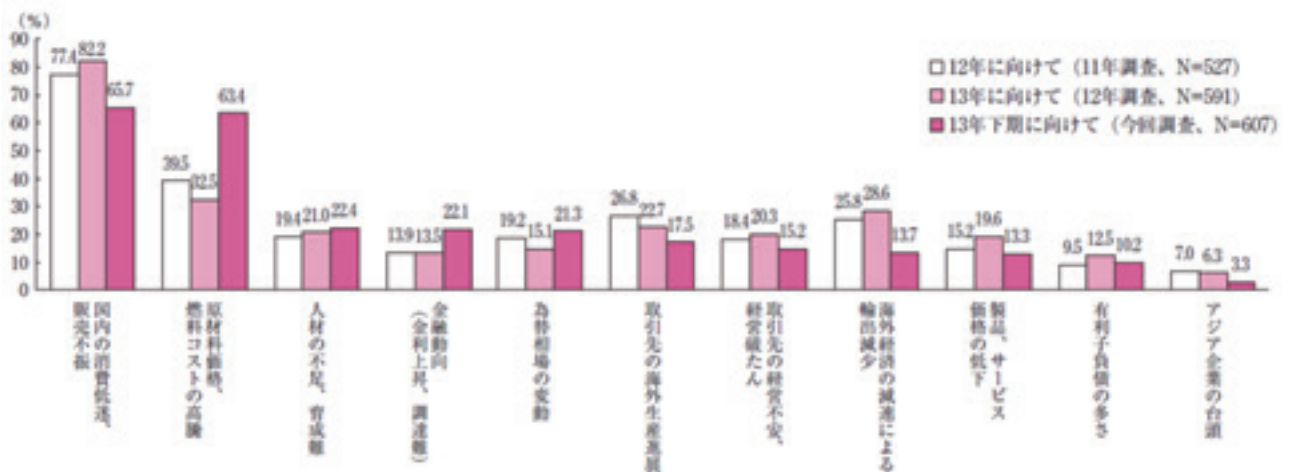
このように、今後、我が国で人口減少と少子高齢化が急速に進展していく中、企業にとって、国内市場の縮小が今後の経営上の大きな不安要素となっている。実際、日本政策金融公庫総合研究所「中小企業景況調査」（2013 年 6 月）によると、我が国中小企業の多くが経営上の不安として挙げているのが「国内の消費低迷、販売不振」であり、国内需要の停滞に対する中小企業の懸念は非常に強くなっている。

(図表 30) 日本の人口推移



資料：総務省「国勢調査」及び「人口推計」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）：出生中位・死亡中位推計」（各年10月1日現在人口）、厚生労働省「人口動態統計」総務省「情報通信白書平成24年版」より抜粋

(図表 31) 我が国中小企業が抱える今後の経営上の不安要素



資料：日本政策金融公庫総合研究所「中小企業景況調査」（2013年6月）付帯調査結果（※複数回答可のため、合計は100%を超える。）

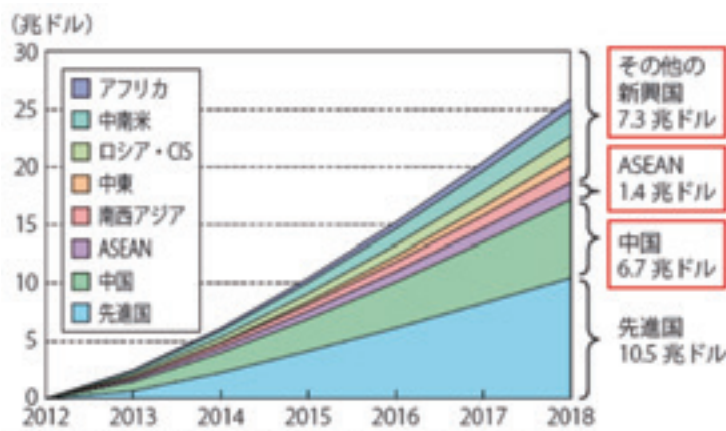
日本政策金融公庫総合研究所「中小企業動向トピックス」（平成25年7月29日、No.63）より抜粋

(2) 中国、東南アジア等の新興国市場の拡大

一方で、中国、東南アジア等の新興国市場の拡大は今後も継続する見通しである。2012年から2018年にかけて、世界全体での名目GDPは25.9兆ドル増加する見込みであるが、その内訳を地域別に見ると、先進国が10.5兆ドルの増加に対し、新興国は15.3兆ドルの増加が見込まれ、世界全体の名目GDP増加分の59%を新興国が生み出すことになる。

また、地域別の実質GDP成長率の見通しを見ると、2018年時点で前年比8.5%の成長率が見込まれる中国を筆頭に、南西アジア（同6.6%成長）やASEAN（同5.6%成長）など、アジア新興国において高い経済成長率が維持されることが見込まれている。

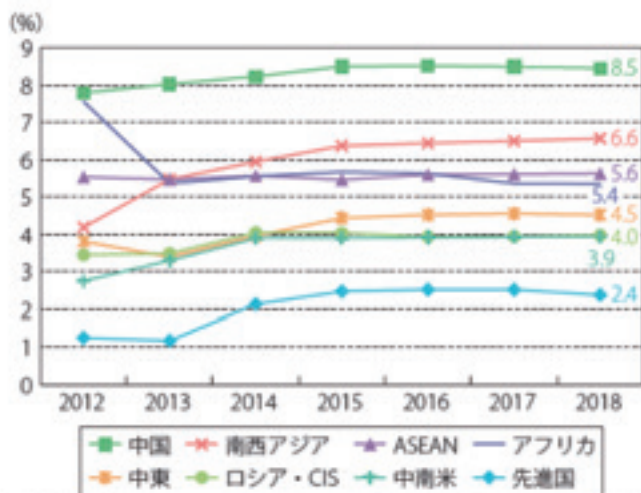
(図表 32) 地域別の名目GDP増加額（2012年～2018年にかけての増分）



資料：IMF「World Economic Outlook, April 2013」から作成。

経済産業省「通商白書 2013」より抜粋

(図表 33) 地域別の実質GDP成長率

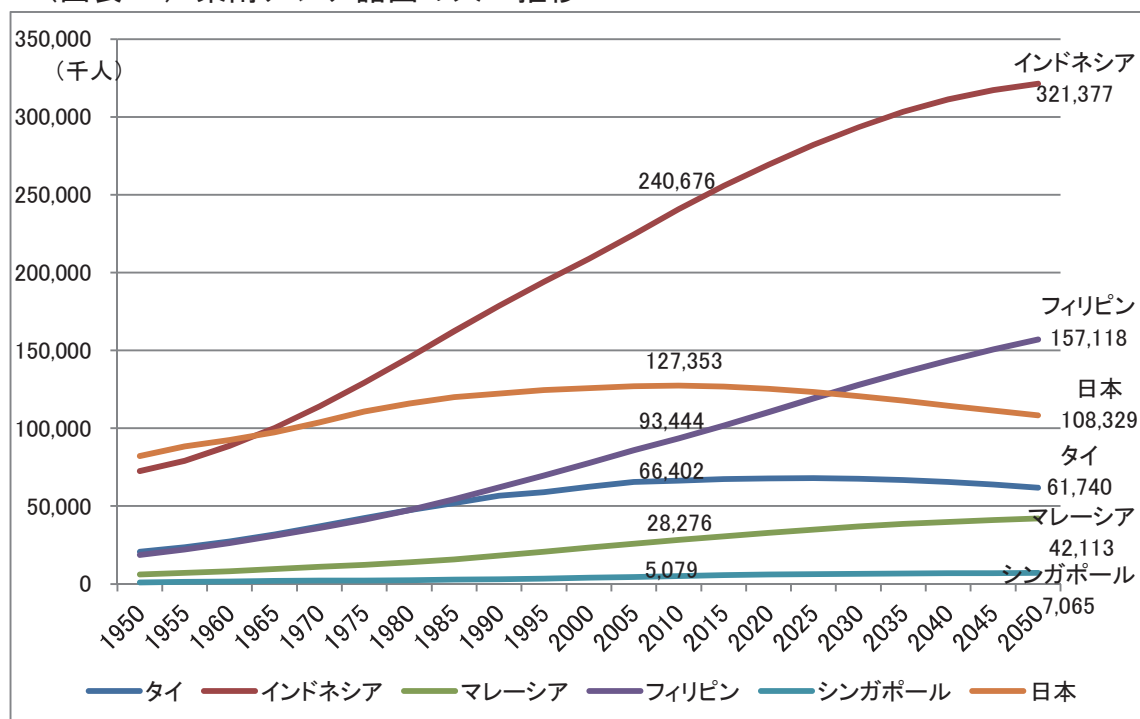


備考：各地域の実質GDP成長率は、それぞれの地域に属する国の実質GDP成長率に、各年の名目GDPウェイトを乗じて算出した値の合計値。
名目GDPのウェイトは、各地域の名目GDP総額に占める各国の割合。
資料：IMF「World Economic Outlook, April 2013」から作成。

経済産業省「通商白書 2013」より抜粋

東南アジア新興国の人口は、2020年にピークを迎えた後は減少へと向かうタイを除いて、2050年までの間、人口増加が見込まれている。2010年基準で見ると、2050年時点で我が国は約2千万人の人口減少が見込まれているのとは対照的に、東南アジア諸国はインドネシアで約8千万人、フィリピンで約6千万人、マレーシアで約1千万人が増加すると推計されている。

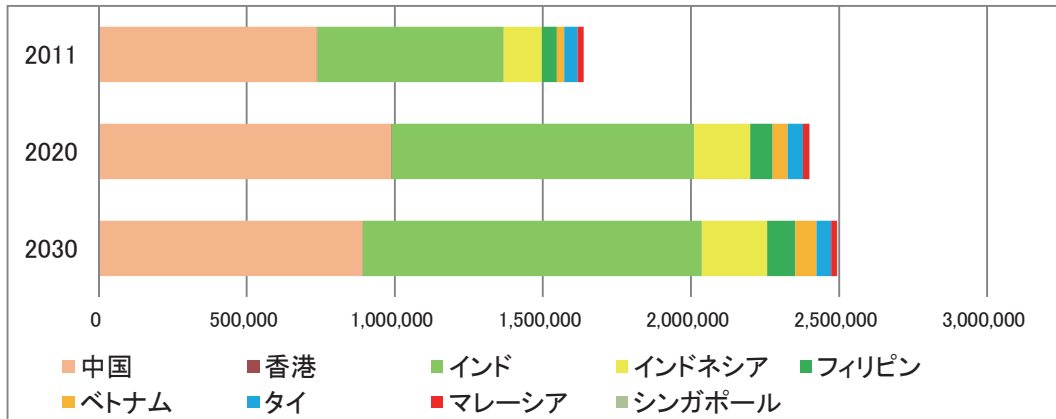
(図表 34) 東南アジア諸国の人口推移



資料：United Nations「World Population Prospects (the 2012 Revision)」より三菱UFJ
リサーチ&コンサルティング作成

主なアジア新興国の中間層（世帯の年間可処分所得が5,000～35,000ドルの家計）人口の推移を見ると、2011年の16億3,897万人から、2030年には24億9,386万人へと1.5倍増加することが見込まれ、高所得者層（世帯の年間可処分所得が35,000ドル以上の家計）については、2011年の8,930万人から、2020年には2億9,307万人、2030年には7億4,779万人へと飛躍的な増加が見込まれている。また、家計消費支出を見ても、2012年には5兆3,747億ドルに達しており、この10年間で3倍以上の伸びを示している。このように、アジア新興国では、経済発展に伴う所得水準の向上によって、購買力を持った中間層及び高所得者層は年々増加し、消費市場としての魅力が今後も増していくことが期待されている。

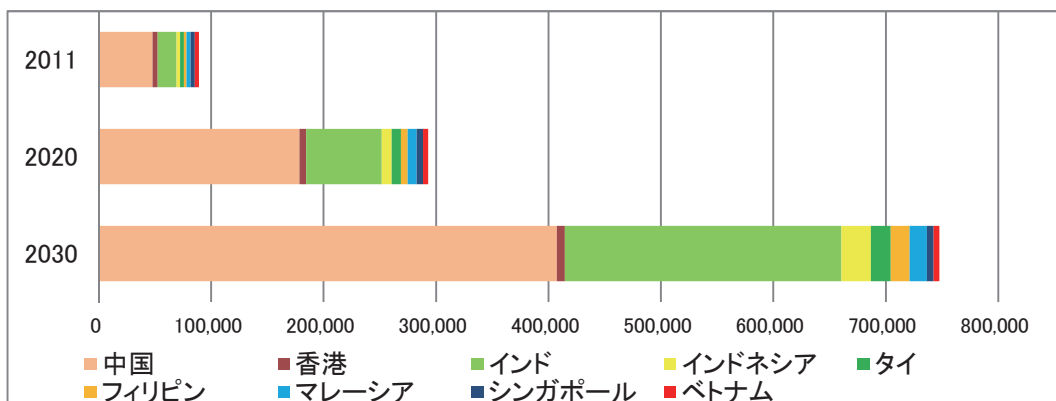
(図表 35) アジア新興国の中間所得層の推移 (単位：千人)



資料：総合研究開発機構（NIRA）データより県作成

※中間所得層とは、世帯の年間可処分所得が 5,000～35,000 ドルの家計を指す。

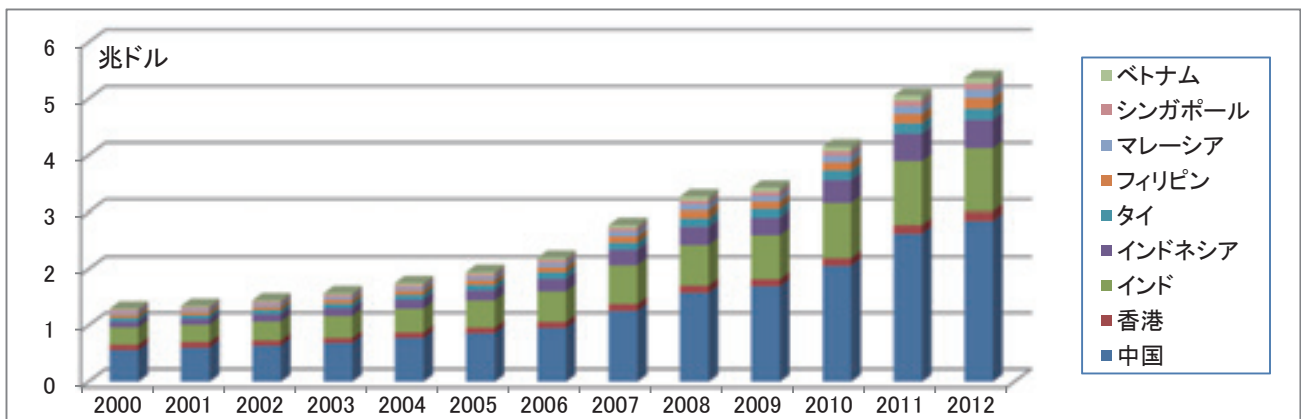
(図表 36) アジア新興国の高所得者層の推移 (単位：千人)



資料：総合研究開発機構（NIRA）データより県作成

※高所得者層とは、世帯の年間可処分所得が 35,000 ドル以上の家計を指す。

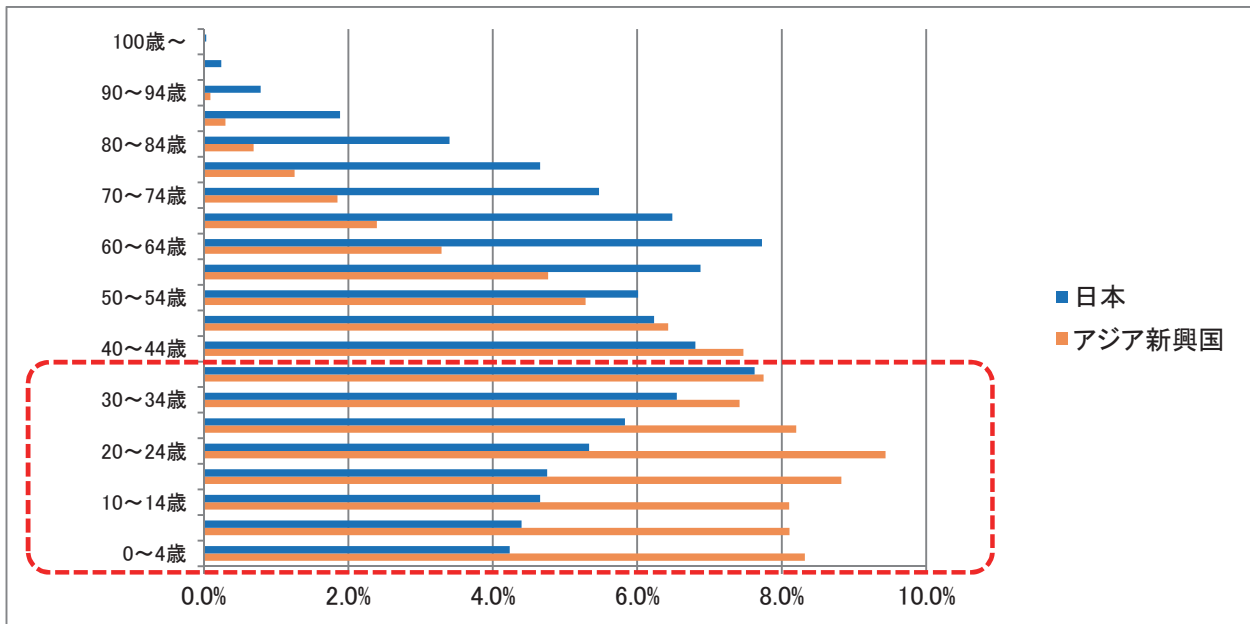
(図表 37) 主要なアジア新興国の家計消費支出の推移



資料：世界銀行オープンデータより県作成

アジア新興国の人口構成を見てみると、高齢化の進む日本と比較して、若年層に厚みがあり、こうした生産年齢人口の存在は今後の経済成長にプラス要因となるのみならず、旺盛な消費意欲のある市場になることが期待される。

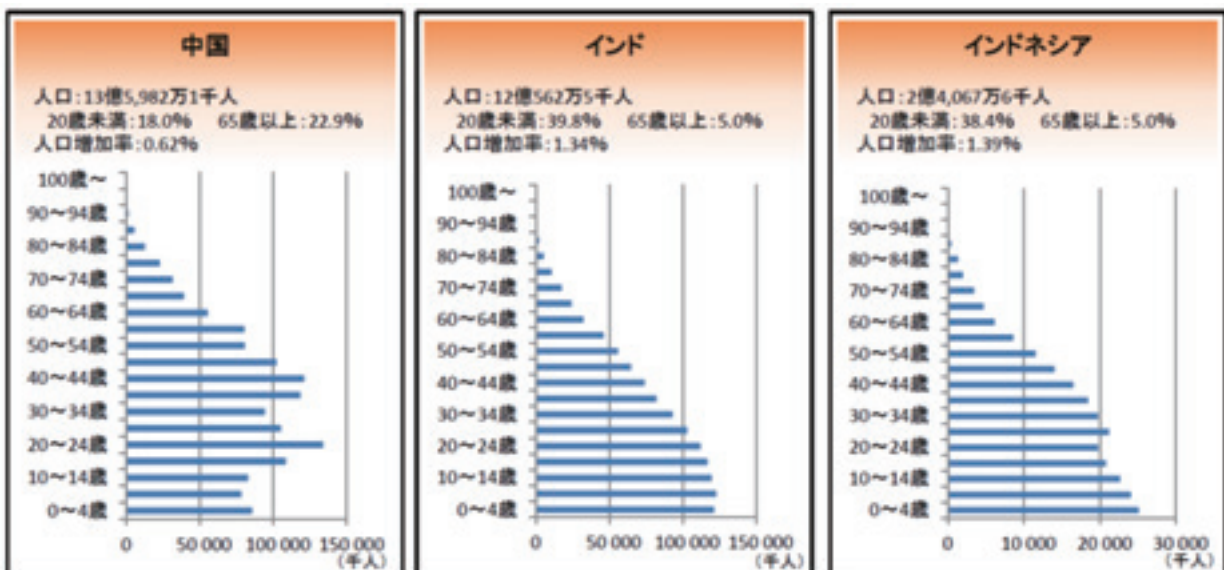
(図表 38) アジア新興国と日本の年齢層別構成比 (2010 年)

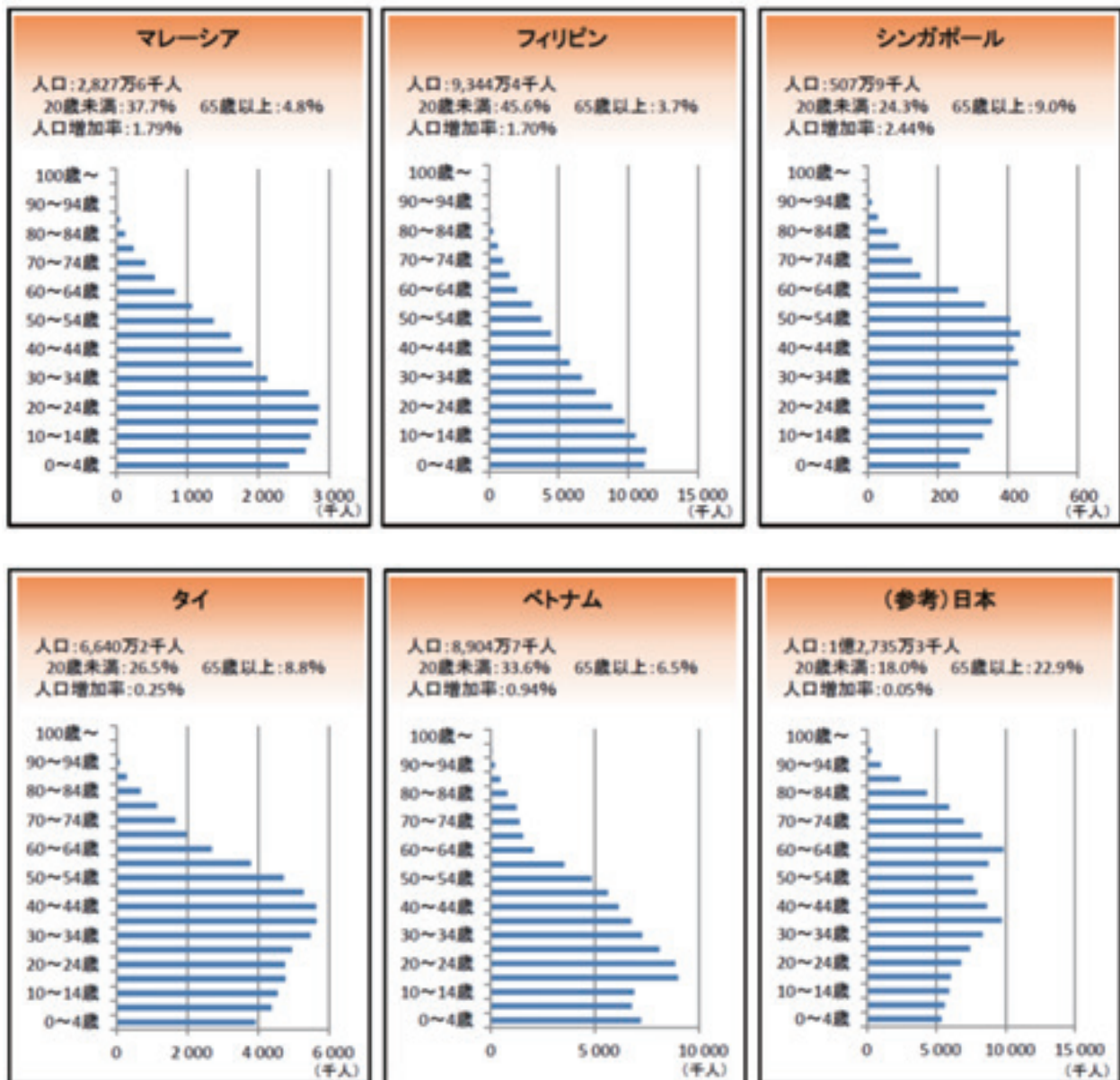


資料：国連 World Population Prospects (The 2012 Revision) データより県作成

※アジア新興国は、中国、インド、インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイ、ベトナムの8か国で集計した。

(図表 39) 主要なアジア新興国の年代別人口構成 (2010 年)

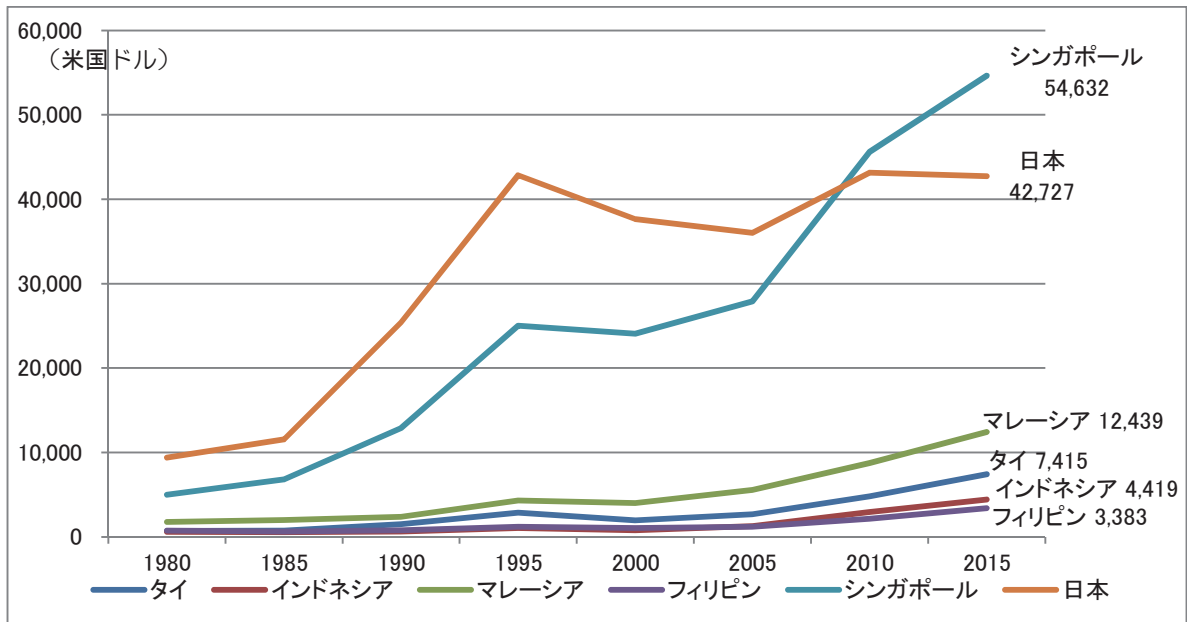




資料：国連 World Population Prospects (The 2012 Revision) より県作成

近年、東南アジア諸国は、先進国に比べて高い経済成長率を誇ってきたが、今後もこの傾向は続く見込みであり、1人あたり名目 GDP も順調に上昇を続けていく見通しである。

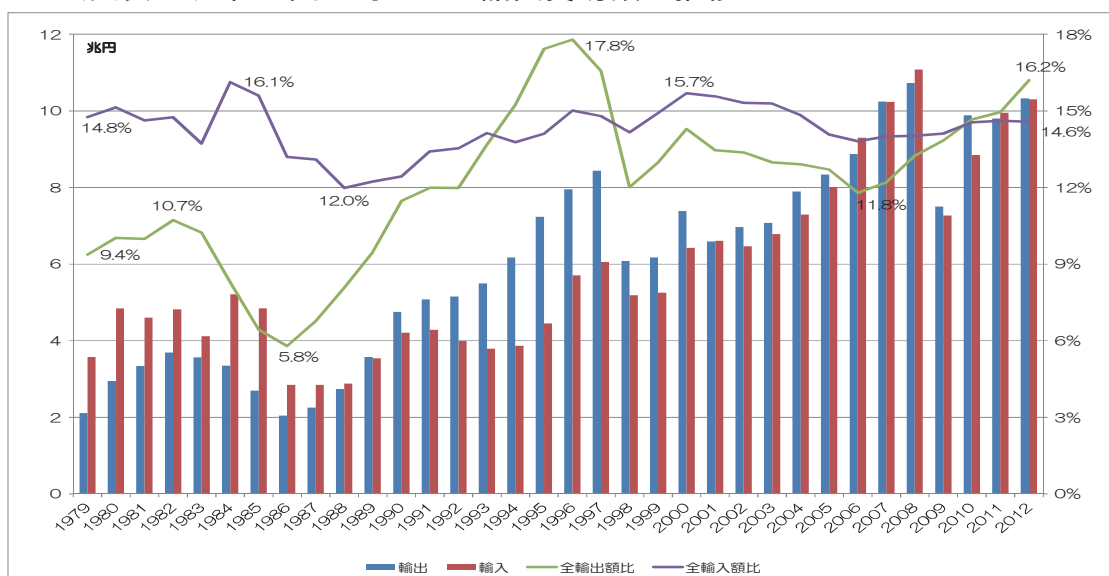
(図表 40) わが国と東南アジア諸国における 1 人あたり名目 GDP の推移



資料：United Nations「World Population Prospects the 2012 Revision」および IMF「World Economic Outlook」 April 2013 Edition」より三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

経済成長著しい ASEAN 諸国と我が国との貿易関係は拡大傾向にあり、経済的な相互依存関係は年々深まっている。直近 5 年間を見ると、我が国の対 ASEAN 貿易額は、世界金融危機により 2009 年には 7 億円台まで低下したが、2012 年には 2007 年の水準まで回復した。また、我が国の全貿易額に対する比率で見ると、輸出額は 2006 年を境に一貫して増加しており、2012 年には 16.2%に達した。他方、輸入額は 15%前後で横ばいに推移している。

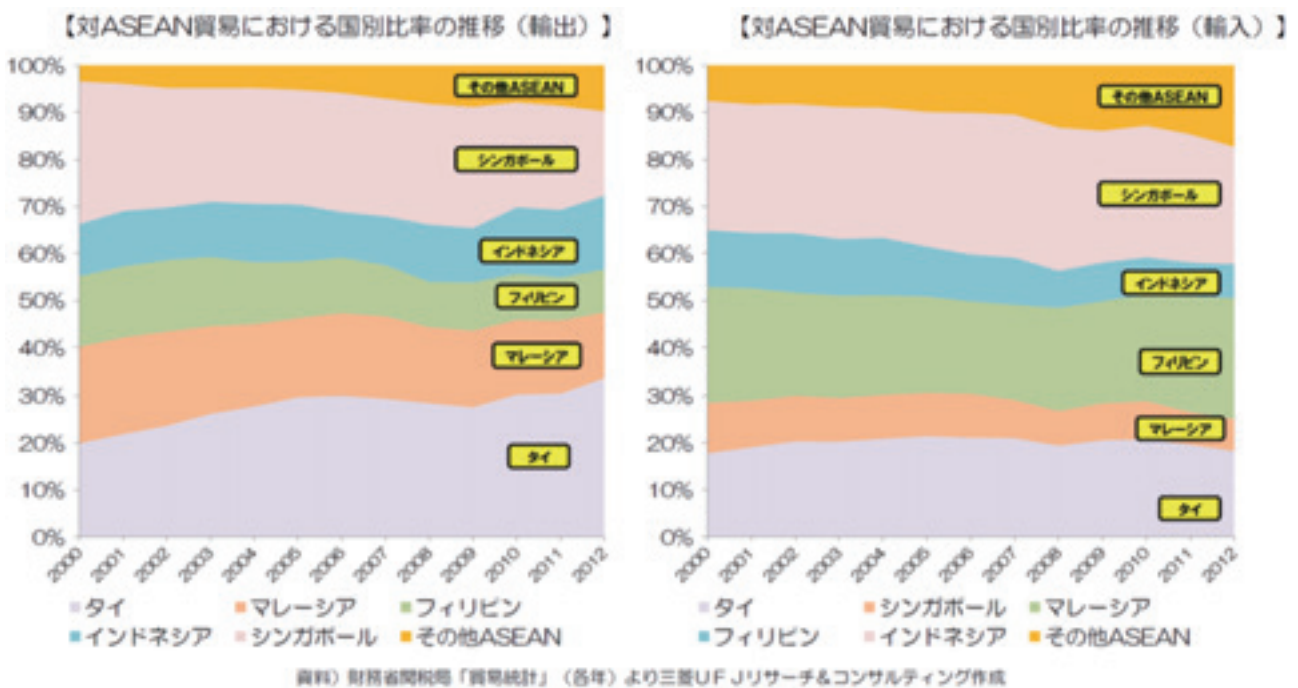
(図表 41) わが国の対 ASEAN 諸国貿易額の推移



資料：財務省関税局「貿易統計」(各年)より三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

東南アジアへの我が国の輸出先として重要なのは、長年ほぼ7割を占めてきたASEAN4(タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン)であるが、近年はシンガポール向け輸出の比率が下がり、ASEAN 後発国であるベトナム、ラオス、カンボジア等の比率が増加してきている。また、輸入については、ASEAN4 とシンガポールで9割近くを占めてきたが、近年はASEAN 後発国からの輸入が2割近くまで増加してきている。

(図表 42) 対 ASEAN 貿易における国別比率の推移



(3) 国内ものづくり産業の海外進出の加速

海外生産比率は2001年度の24.6%から、2012年度には32.6%（実績見込み）へと上昇し、海外売上高比率についても2002年度の27.9%から2012年には35.5%へと増加するなど、我が国製造業のグローバル展開は年々加速している。

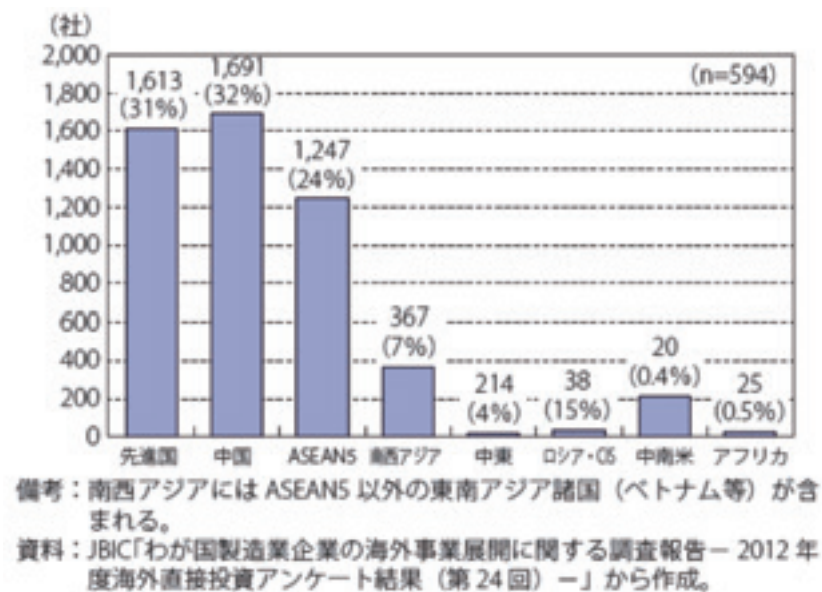
また、製造拠点が設置されている地域別の内訳を見ると、先進国（31%）に対して、中国（32%）、ASEAN（24%）、南西アジア（7%）が世界全体の約6割を占めており、製造業の海外進出先としてのアジア新興国の重要性は高まっている。

(図表 43) 国内企業の海外生産比率と海外売上高比率の推移



経済産業省「通商白書 2013」より抜粋

(図表 44) 製造拠点機能を有する海外現地法人の地域別内訳



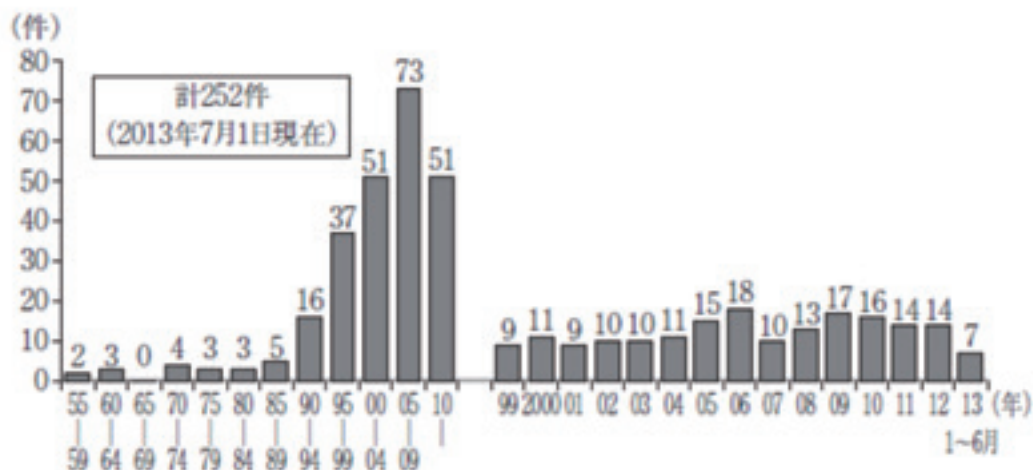
経済産業省「通商白書 2013」より抜粋

(4) 世界的な貿易取引の拡大

2013年7月1日現在、世界で発効した自由貿易協定 (FTA) は 252 件あるが、特に 2000 年以降は、概ね年間 10 件を超えるペースで FTA が新たに発効し続けている。このように、二国間や多国間の自由貿易協定の増加に伴い、世界全体での貿易取引量も拡大してきた。

実際、2008年9月のリーマンショックを契機として世界の貿易取引は急激に減少したものの、ここ20年間の趨勢としては世界全体の貿易量は確実に拡大してきた。

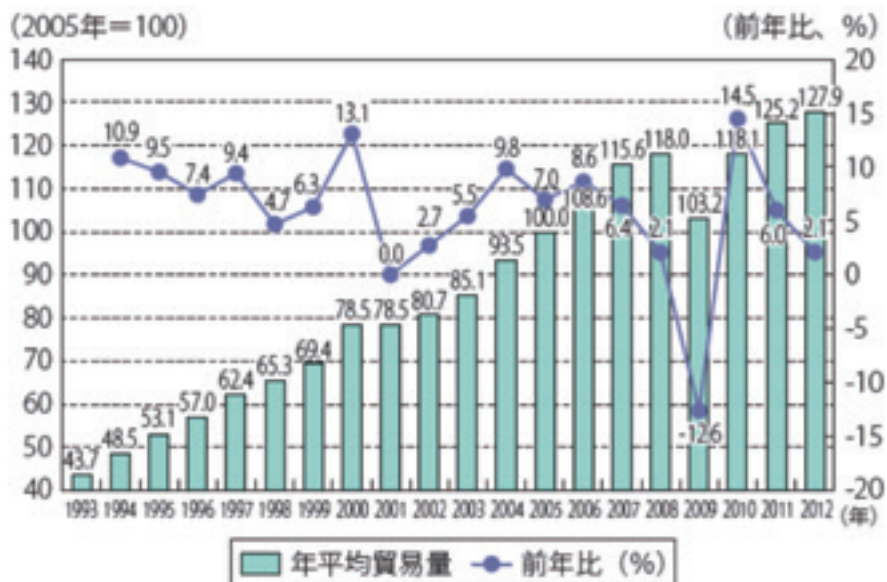
(図表 45) 世界の FTA 年代別発効件数



〔注〕 合計件数には発効年不明の4件を含む

日本貿易振興機構「ジェトロ世界貿易投資報告 2013年版」より抜粋

(図表 46) 世界の貿易量の推移 (年平均及び前年比)

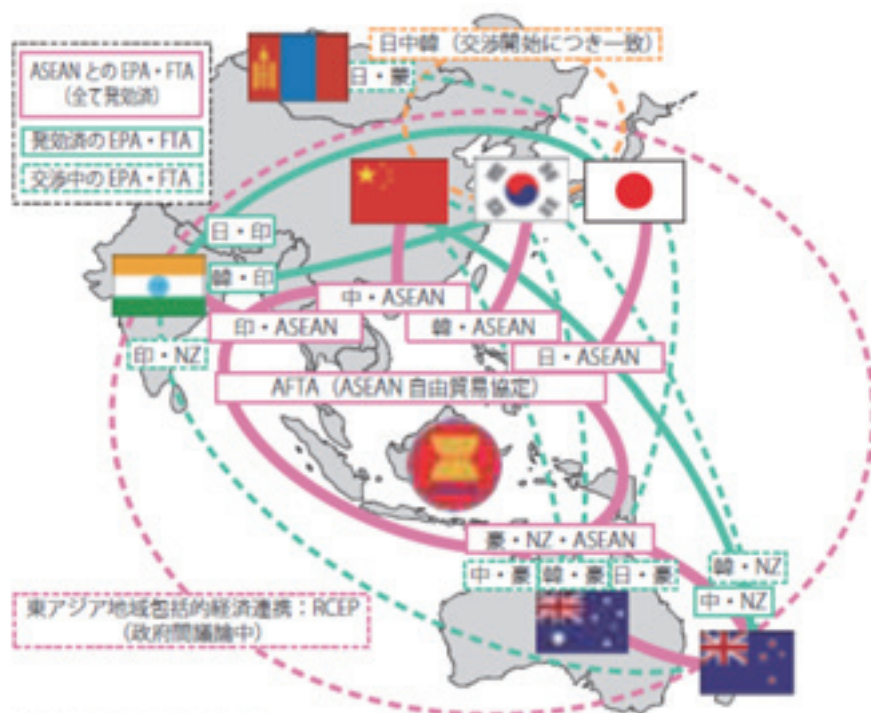


備考：ここでの年平均貿易量は、1-12月の各月の貿易量(指数)を足し上げ、12で除したもの。その結果をもとに、前年同月比を算出した。
資料：Netherlands Bureau for Economic Policy Analysis (CPB) 公表データから作成。

経済産業省「通商白書 2013」より抜粋

また、我が国を取り巻くアジア太平洋地域に目を転じると、広域的な経済連携に向けた取り組みは近年活発化している。実際、ASEANは2010年に原加盟国6か国（インドネシア、シンガポール、タイ、フィリピン、マレーシア、ブルネイ）の間での関税を原則撤廃するとともに、ASEAN周辺の6か国（日本、中国、韓国、インド、オーストラリア、ニュージーランド）との間でも物品分野について個別に「ASEAN+1」の形でFTAを締結、発効するなど、ASEANをハブとした重層的なFTA網が張り巡らされつつあり、アジアにおける地域的経済連携が年々深化していく見通しとなっている。これに伴い、ASEAN諸国への我が国の輸出・進出状況が今後も大きく変化していく可能性がある。

（図表 47）アジアにおける経済連携の動き



資料：経済産業省作成。

経済産業省「通商白書 2012」より抜粋

（5）為替変動

過去20年間の為替変動を概観すると、長期的に見てドル円為替レートは円高基調で推移してきた。実際、1990年4月～1995年4月の5年間に160円から80円へと50%の下落や2002年1月～2005年1月の3年間に135円から101円へと25%の下落を経験するなどして、2011年10月には過去最高の円高水準（1米ドル75円台）に達した。その後、2012年秋以降は円安基調に転じてきたが、過去20年間のドル円為替レートは、およそ100円～120円あたりのレベルを中心に、円高、円安基調を交互に繰り返してきた。

最近の円安傾向が県内企業に及ぼす影響について見ると、海外での価格競争力向上など「良い影響」が出ていると感じている県内企業は4割に上る一方、県内企業の1割強は原

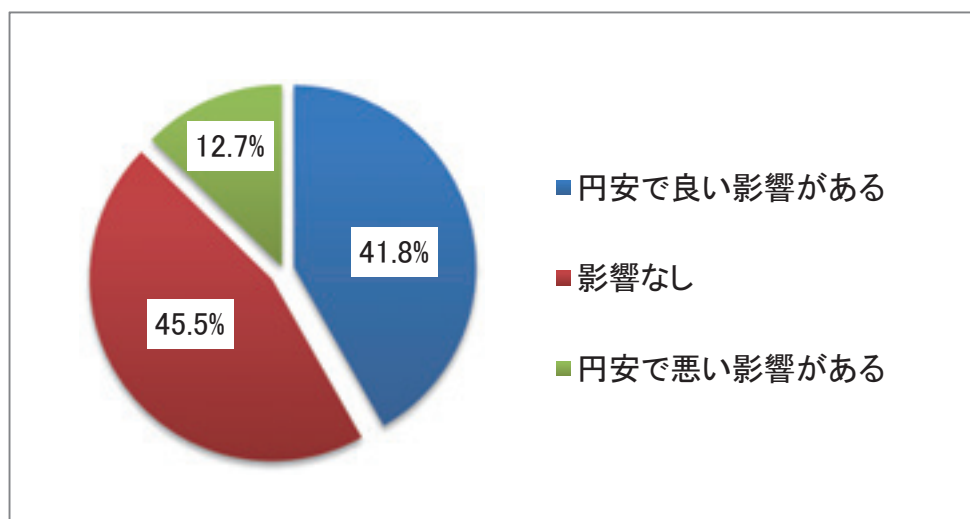
材料価格の値上りなどにより「悪影響」が出ていると回答しており、海外との貿易取引など個々の企業が置かれている状況により様々な為替の影響が出てきている。

(図表 48) 為替レートの推移



経済産業省中小企業庁「中小企業白書 2013 年版」より抜粋

(図表 49) 県内企業から見た最近の円安の影響

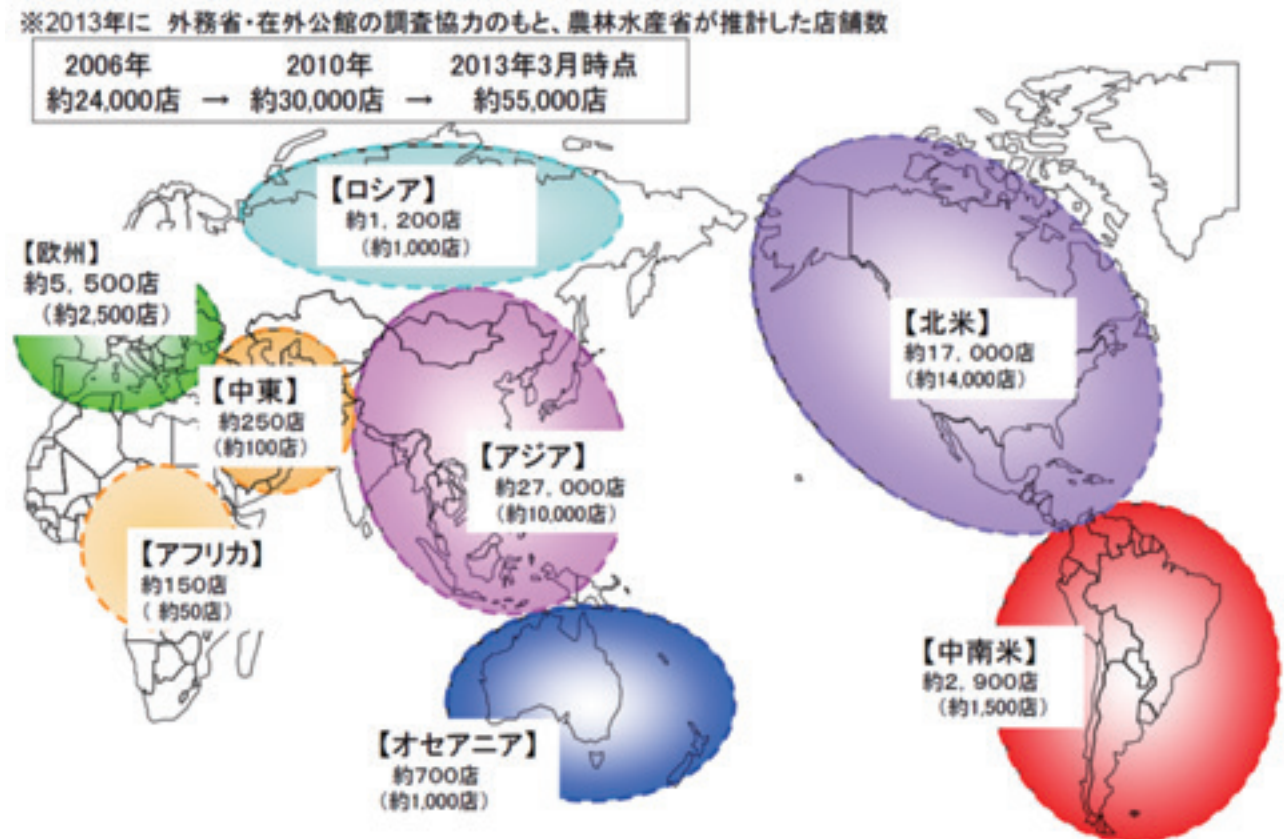


資料：石川県「県内企業への最近の為替相場の影響について（平成 25 年 6 月実施）」より県作成（県内企業 55 社対象）

(6) 和食の世界的認知

世界的な健康志向を背景に、「ヘルシー」なイメージや見た目の美しさから、欧米を中心にブームになってきている日本食・食文化は、平成 25 年 12 月にユネスコ無形文化遺産に登録されたことにより、今後、世界的な注目が一層高まっていくことが期待されている。実際、海外における日本食レストラン店舗数を見てみると、2006 年（約 2 万 4000 店）から 2010 年（約 3 万店）にかけて 6,000 店の増加だったのに対し、2010 年から 2013 年 3 月までの約 4 年間で、3 万店から 5 万 5,000 店へとほぼ倍増した。また、日本食が比較的早くから紹介されてきた北米やアジア地域のみならず、近年では、欧州やロシア、中東、さらにはアフリカ地域においても急速に日本食レストランの店舗数が増加しており、イタリア料理やフランス料理と並ぶ一つの料理ジャンルとして、和食が世界的に認知されつつあることを如実に示している。

(図表 50) 海外における日本食レストラン店舗数の推移



※カッコ内 …… 2006年「日本食レストラン海外推奨有識者会議」資料を元に、2010年時点の情報整理のうえ掲載(農林水産省推計)

農林水産省外食産業室「日本食・食文化の海外普及について(平成 25 年 6 月)」より抜粋

5. 国際展開分野における県内企業の声(アンケート結果)

加速する経済グローバル化の波に対応し、国際的な経済活動に取り組む主役は企業であり、外需を取り込んで本県経済を活性化するためにも、国際展開に果敢にチャレンジする

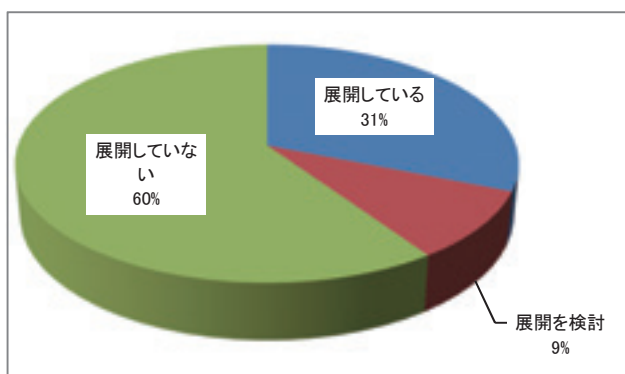
県内企業の存在が不可欠である。このため、今回の戦略策定プロセスでは、石川県産業成長戦略検討委員会及び同部会の開催と並行して、新たな産業振興指針の策定にあたって県内企業を対象としたアンケート（平成25年2月及び6月実施。県内企業1,045社を対象とし、有効回答数は531社、有効回収率は50.8%）及び企業ヒアリングを実施し、国際展開に関する実情や課題、ニーズ等に関し、可能な限り多くの県内企業の声を収集した。

（1）県内企業の海外展開状況について

アンケートに回答した県内企業のうち、海外展開に取り組んでいる企業が31%、海外展開を検討している企業は9%、海外展開していない企業は60%であり、実に、県内企業の4割が海外市場との関わりを意識していることが示されている。

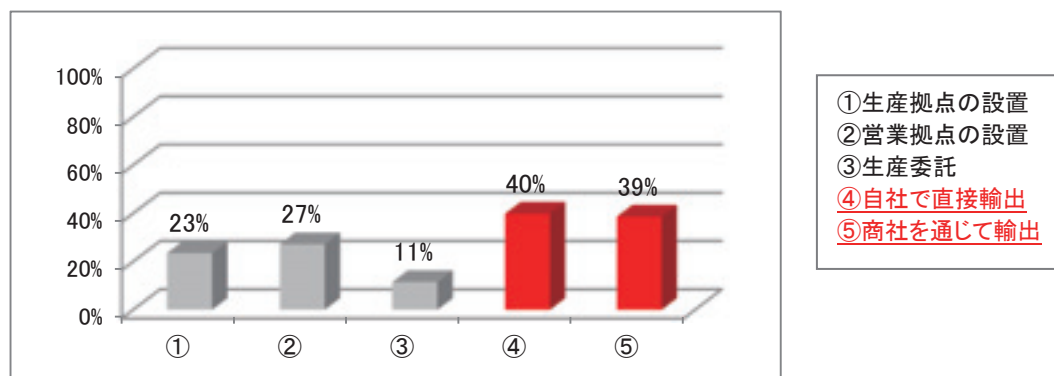
また、展開形態について見ると、現在、海外展開している県内企業の多くは「自社での直接輸出」（40%）や「商社を通じた輸出」（39%）に取り組んでいる一方、海外展開を検討中の県内企業は、「自社での直接輸出」（22%）よりも、「商社を通じた輸出」（38%）から海外展開をスタートしたいという意向が示されている。

（図表 51） 県内企業の海外展開状況



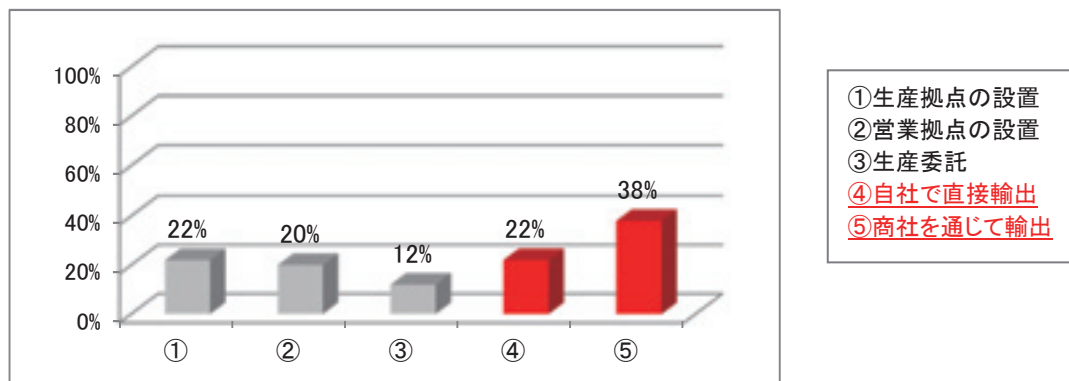
資料：「石川県の新産業振興指針の策定に係るアンケート調査」より、県内企業531社の回答を集計

（図表 52） 海外展開している県内企業の展開形態



資料：「石川県の新産業振興指針の策定に係るアンケート調査」より、県内企業166社の回答（複数回答可）を集計

(図表 53) 海外展開を検討中の県内企業が望む展開形態

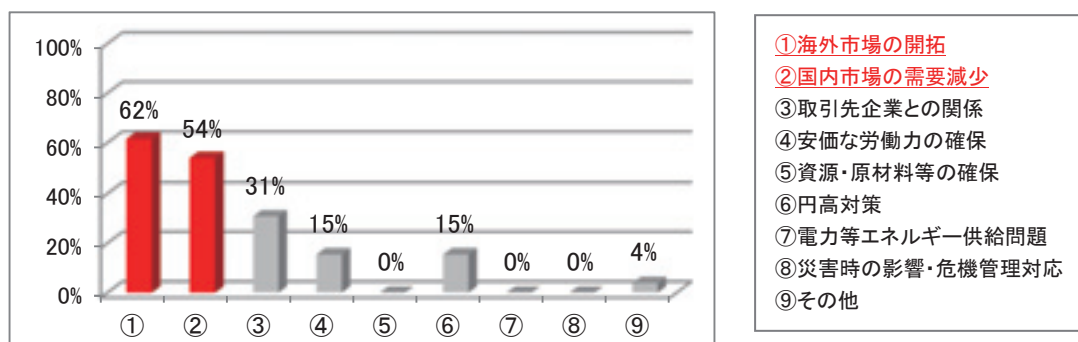


資料：「石川県の新産業振興指針の策定に係るアンケート調査」より、海外展開を検討している県内企業 47 社の回答（複数回答可）を集計

(2) 海外展開を検討中の県内企業の声

海外展開を検討することになった動機・目的としては、「海外市場の開拓」(62%)、「国内市場の需要減少」(54%)が主な理由となっており、国内市場縮小への危機感から海外展開により新たな活路を見出そうとする県内企業が多いことを示している。

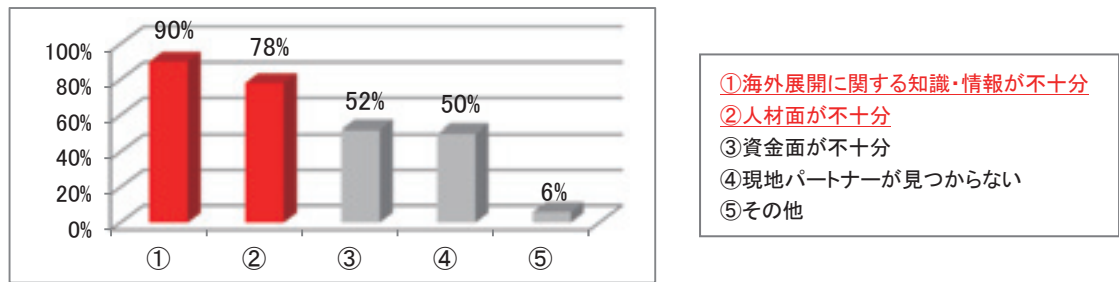
(図表 54) 海外展開を検討することとなった動機・目的



資料：「石川県の新産業振興指針の策定に係るアンケート調査」より、海外展開を検討している県内企業 47 社の回答（複数回答可）を集計

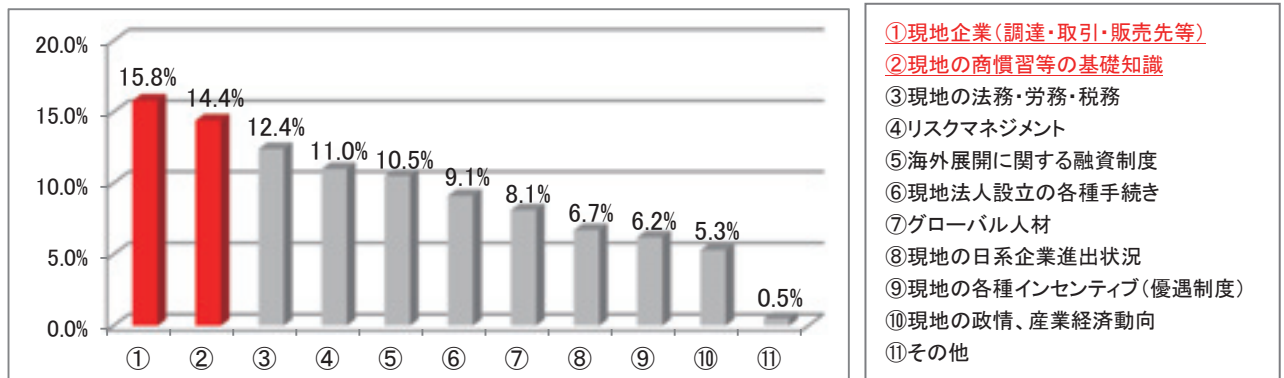
海外展開を検討している県内企業の大部分が、「海外展開に関する知識・情報の不足」(90%)、「人材の不足」(78%)といった課題に直面している。「現地商慣習等の基礎知識」(14.4%)とともに、具体的なビジネスにつながる「現地企業（調達・取引・販売先等）」に関する情報(15.8%)へのニーズが高い。

(図表 55) 海外展開を検討している県内企業が直面する課題



資料：「石川県の新産業振興指針の策定に係るアンケート調査」より、海外展開を検討している県内企業 47 社の回答（複数回答可）を集計

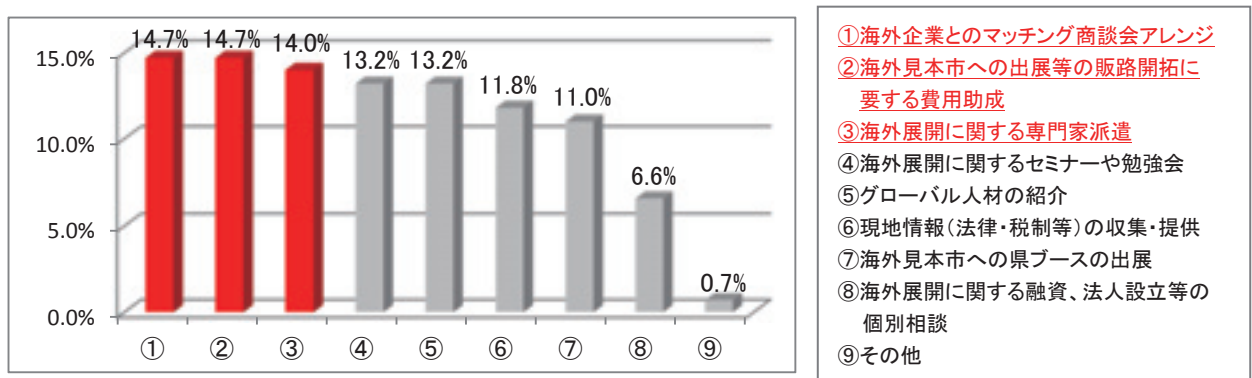
(図表 56) 海外展開を検討している県内企業が必要とする情報



資料：「石川県の新産業振興指針の策定に係るアンケート調査」より、海外展開を検討している県内企業 47 社の回答（複数回答可）を集計

海外展開を検討している県内企業が期待している行政からの支援内容は、「海外企業とのマッチング商談会」（14.7%）や「海外見本市への出展助成」（14.7%）など海外販路開拓に直結する取り組みと、海外ビジネスに精通した「専門家派遣」（14.0%）となっている。

(図表 57) 海外展開を検討している県内企業が行政に求める支援内容

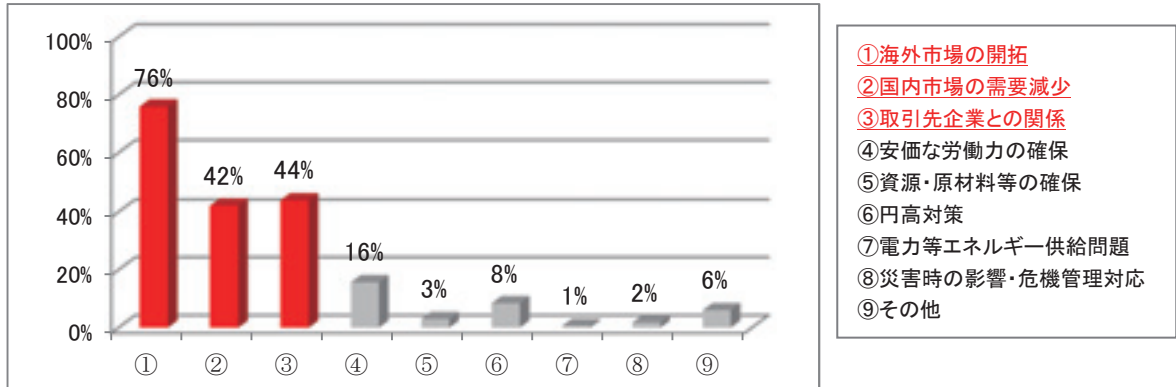


資料：「石川県の新産業振興指針の策定に係るアンケート調査」より、海外展開を検討している県内企業 47 社の回答（複数回答可）を集計

(3) 海外展開している県内企業の声

海外展開を開始した動機・目的としては、国内市場縮小への懸念を背景とした「海外市場の開拓」(76%)が圧倒的に多くなっている一方、「取引先企業との関係」(44%)により海外展開への取り組みを開始した県内企業も多い。

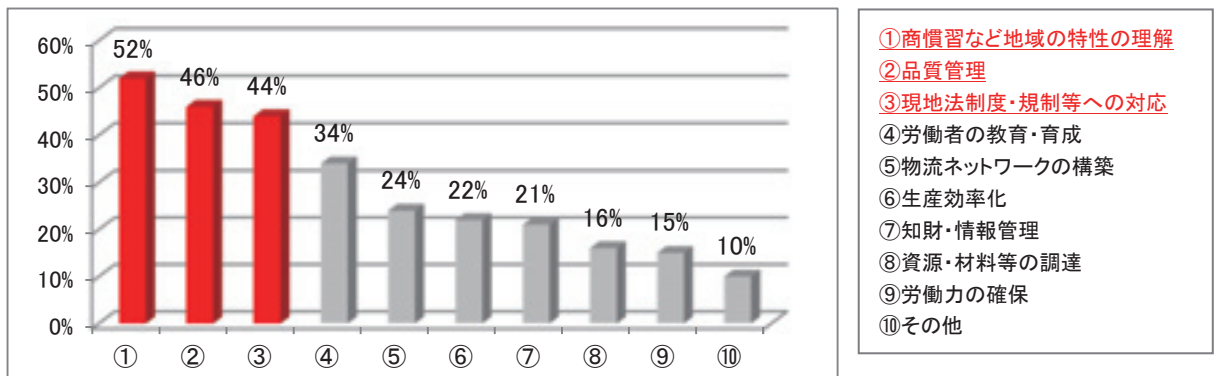
(図表 58) 海外展開を開始した動機・目的



資料：「石川県の新産業振興指針の策定に係るアンケート調査」より、海外展開している県内企業 166 社の回答（複数回答可）を集計

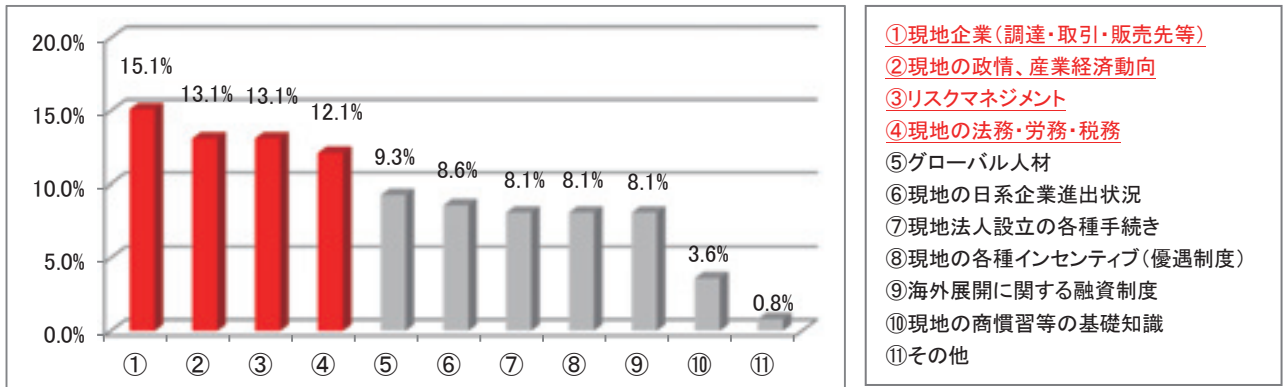
海外展開している県内企業は、主に「商慣習など地域の特性の理解」(52%)、「品質管理」(46%)、「現地法制度・規制等への対応」(44%)といった課題に直面している。また、具体的なビジネスに直結する「現地企業（調達・取引・販売先等）」情報から、現地の政治経済動向や法務・労務・税務等まで幅広い情報を必要としている。

(図表 59) 海外展開を検討している県内企業が直面する課題



資料：「石川県の新産業振興指針の策定に係るアンケート調査」より、海外展開している県内企業 166 社の回答（複数回答可）を集計

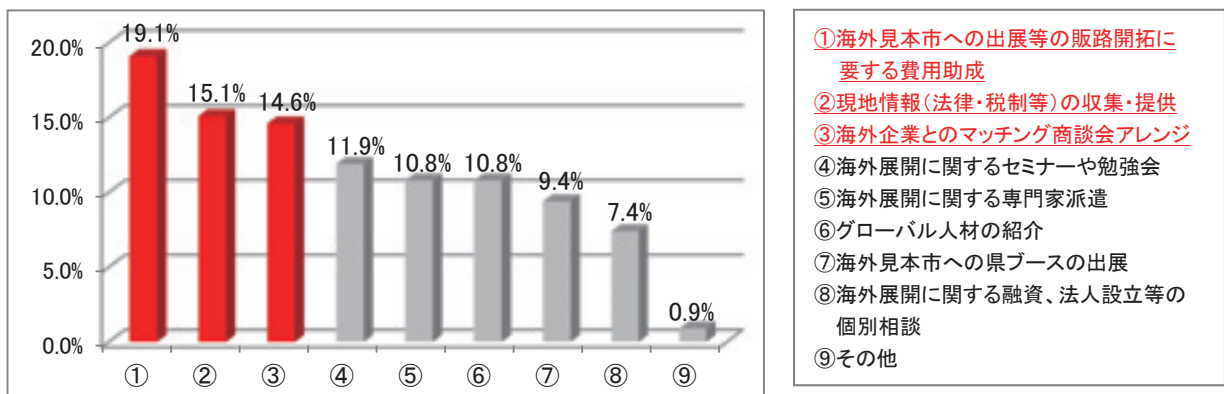
(図表 60) 海外展開している県内企業が必要とする情報



資料：「石川県の新産業振興指針の策定に係るアンケート調査」より、海外展開している県内企業 166 社の回答（複数回答可）を集計

海外展開している県内企業は、「海外見本市への出展助成」（19.1%）や「海外企業とのマッチング商談会」（14.6%）など海外販路開拓に直結する取り組みについて行政からの支援を期待している。他方で、現地法制度や規制等に対応するため「現地情報（法律・税制等）の収集・提供」（15.1%）を行政に求める声も多い。

(図表 61) 海外展開している県内企業が行政に求める支援内容

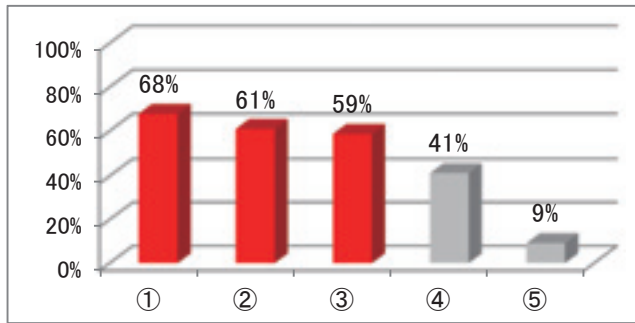


資料：「石川県の新産業振興指針の策定に係るアンケート調査」より、海外展開している県内企業 166 社の回答（複数回答可）を集計

(4) 海外展開の必要性を感じているが展開していない県内企業の声

海外展開の必要性を感じているが現状では展開していない県内企業（87社）は、その主な理由として、「海外展開に関する知識・情報の欠如」（68%）、「資金不足」（61%）、「人材不足」（59%）などを挙げている。

(図表 62) 海外展開の必要性を感じているが展開していない理由



- ①海外展開に関する知識・情報が不十分なため
- ②資金面が不十分なため
- ③人材面が不十分なため
- ④現地パートナーが見つからないため
- ⑤その他

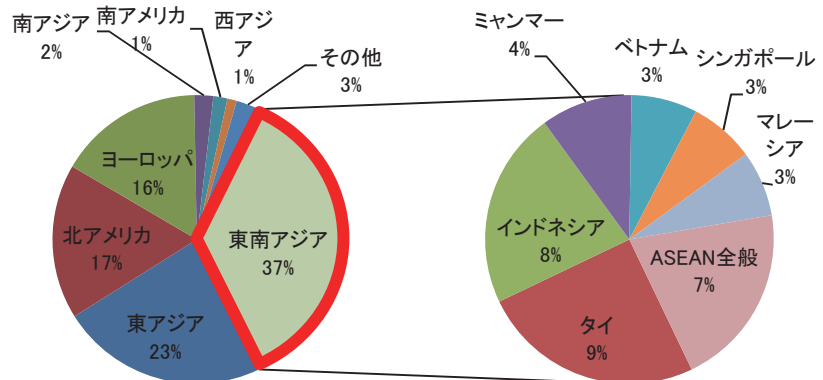
資料：「石川県の新産業振興指針の策定に係るアンケート調査」より、海外展開の必要性を感じているが展開していない県内企業 87 社の回答（複数回答可）を集計

(5) 県内企業の関心が高い今後の海外展開候補地域

今後の海外展開候補地域として、県内企業の関心が高最も高いのは東南アジアである。また、東南アジア域内において県内企業が今後の展開先として注目している国は、タイ、インドネシアをはじめ、ミャンマー、ベトナム、シンガポールなど広域に及んでいることが大きな特徴となっている。

(図表 63) 県内企業の今後の海外展開候補地域

展開候補地域	延べ企業数(社)
東南アジア	68
タイ	17
インドネシア	15
ミャンマー	7
ベトナム	5
シンガポール	5
マレーシア	5
ASEAN全般	14
東アジア	44
北アメリカ	33
ヨーロッパ	31
南アジア	4
南アメリカ	3
西アジア	2
その他	5



資料：「石川県の新産業振興指針の策定に係るアンケート調査」より、海外展開に対する今後の方針として拡大予定を選んだ企業 92 社、及び、海外展開を検討中の企業 50 社の回答（複数回答可）を集計

6. 戦略の柱

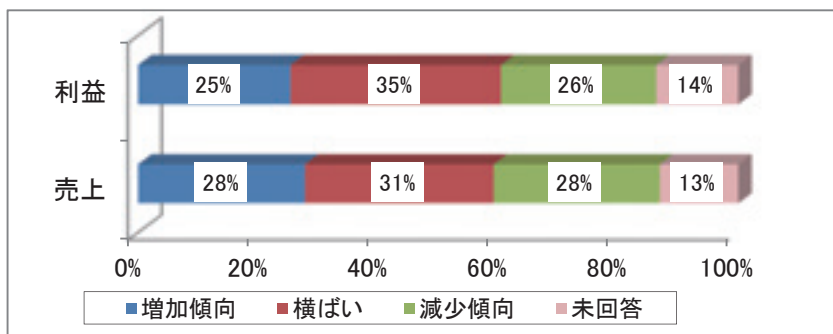
我が国は今後、本格的な人口減少・少子高齢化社会を迎え、国内市場の停滞が懸念される一方、先進国を上回る高い経済成長を続ける中国や東南アジア等の新興国市場は今後もさらなる成長余地が期待されている。こうしたことから、新興国をはじめとする旺盛な外需を取り込み、世界経済の活力を県内に呼び込むことは、従前以上に、本県経済の持続的な成長にとって重要であり、これまで海外展開とは縁の薄かった県内中小企業も積極的に

世界に市場を求めていくことが重要となる。

国の政策も、以前は雇用減少や産業空洞化の懸念から中小企業の海外展開に慎重であったが、近年、企業の海外展開により国内雇用や国内業績が拡大するという考え方にパラダイムシフトしつつあり、「中小企業白書 2010 年版」では中小企業の更なる発展の方策として、アジア新興国等の成長を踏まえて、「世界経済の発展を自らの成長に取り込み」「厳しい現実をも念頭に置きつつ、積極的に国際化を行っていく」必要性を謳い、中小企業の海外展開を積極的に支援する方向に転換しつつある。

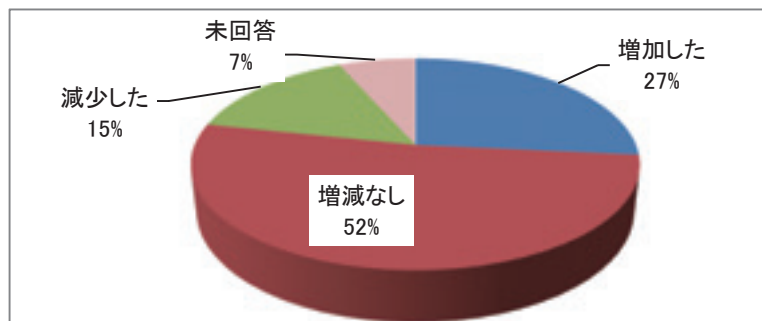
実際、本県企業へのアンケート結果によれば、海外展開している県内企業の 6 割が国内業績や国内雇用を維持・拡大しており、県内の雇用や技術等の維持と両立した海外展開の推進は可能であることを示している。本社機能や研究開発部門、コア技術などのマザー機能などを国内に残し、汎用品を中心に海外の需要に即した製品については現地で生産するという考え方がある一方で、国際展開するには国内で通用する技術や製品を有しており、それを現地でも生産すべきという考え方もある。いずれにせよ、本戦略の検討過程の議論においては、企業の国際展開によって、雇用が減少するという懸念は示されなかった。

(図表 64) 海外展開している県内企業の国内業績動向



資料：「石川県の新産業振興指針の策定に係るアンケート調査」より、海外展開している県内企業 166 社の回答を集計

(図表 65) 海外展開している県内企業の従業員雇用動向



資料：「石川県の新産業振興指針の策定に係るアンケート調査」より、海外展開している県内企業 166 社の回答を集計

また、本県には産業集積から生まれた優れたものづくり技術や、この土地に固有の伝統や文化に根差した地域資源等、「地域の強み」と呼べるものが豊富に存在する。これらは世界を惹きつけ海外の需要を獲得する源泉となりうることから、こうした強みを継承し、不断に発展させていくことは極めて重要であり、海外展開の推進と並行して、県内のものづくり技術や文化、それらを支える人材の維持が不可欠となる。

以上を踏まえて、石川県産業国際展開戦略が目指すべき目標は、「地域の強みを活かして、新興国等の外需を取り込み、県内の雇用維持と両立した海外展開を推進する」こととし、新たな産業振興指針に掲げる「国際展開の拡大」を図っていくこととする。

個々の企業が置かれている状況が国内準備段階から海外輸出段階、海外現地展開段階に至るまで様々であることを踏まえ、以下5つの柱に沿った施策展開を推進していく。

第1の柱「経済グローバル化に対応する人的基盤強化」は、国際ビジネスに対応できる社内人材の不足に直面している県内企業に対し、海外展開実務を任せられる社内人材の育成や外部人材の確保等を支援することによって、経済のグローバル化に対応する人的基盤の強化を図るものである。

第2の柱「海外展開に挑む県内企業の裾野拡大」は、海外展開に取り組む意欲はあるが、現地情報や人材など社内リソースが不十分な県内企業に対し、国内準備段階での様々な取り組みを後押しする施策を展開することで、海外展開する県内企業の裾野拡大を目指すものである。

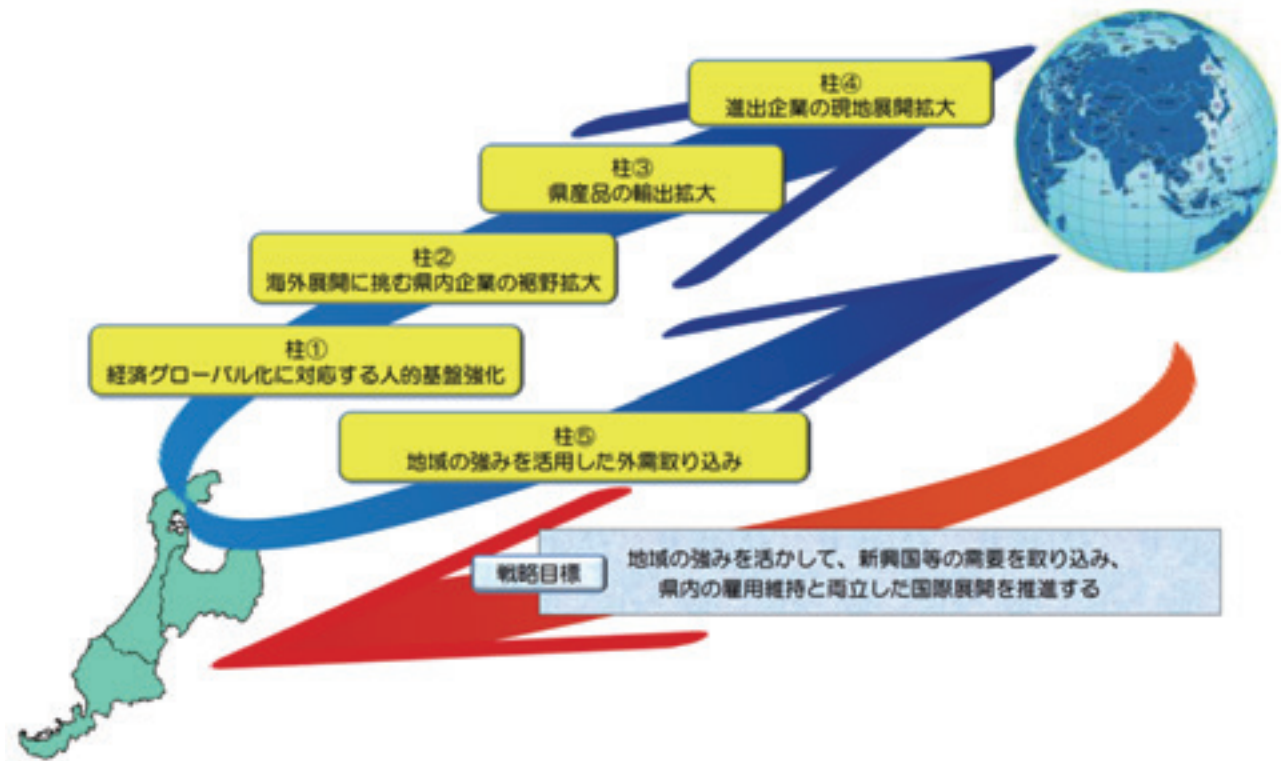
第3の柱「県産品の輸出拡大」は、海外販路開拓に意欲的に取り組む県内企業に対し、見本市出展支援等、海外輸出段階での様々な取り組みをサポートすることによって県産品の輸出拡大を図るものである。

第4の柱「進出企業の現地展開拡大」は、海外進出している県内企業に対し、現地での円滑な事業展開等を支援することによって外需獲得を推進するものである。

第5の柱「地域の強みを活用した外需取り込み」は、本県の産業集積から生まれた優れた技術や製品、食文化等の豊富な地域資源や充実した交通インフラなど、地域の強みを最大限活用して外需の取り込みを推進するものである。

このように、個々の企業の取り組み段階やニーズに応じた施策展開を行い、本県産業の特徴や強みを活かした取り組みを積極的に推進することにより、外需獲得を基軸とした本県経済の持続的な成長を目指すこととする。

(図表 66) 石川県産業国際展開戦略の目標及び施策展開の5つの柱



7. 実行計画

石川県産業国際展開戦略が目指すべき目標の実現に向けて、前章で確認した5つの柱に沿った施策展開を行っていくため、以下の具体的な取り組みを重点的に実施する。

(1) 「経済グローバル化に対応する人的基盤強化」に係る施策

国際ビジネスに対応できる社内人材の不足が海外展開の足かせとなっている県内企業に対し、ジェトロなど他の機関とも連携しながら、海外展開実務を任せられる社内人材の育成や外部人材の確保等を支援することによって、経済のグローバル化に対応する人的基盤の強化を図るため、以下の施策を実施する。

- ①海外事業を担う社内人材育成のため、若手社員を対象にした短期間の海外実地研修への支援を実施する。
- ②海外営業などグローバルなビジネス展開に対応できる高度専門人材の確保を支援する。
- ③海外展示会出展等と連動した実践的語学研修等を実施する。

【戦略策定時の委員意見】

- ・ 零細企業の海外駐在員は、経営や労務管理、営業等すべてを行わなければならない、こうした広範囲な業務に対応できる人材の育成研修をサポートしてほしい。（国際展開部会）
- ・ 海外展開を進める上で人材の確保、とりわけ海外で商談を進める語学の出来る人材が重要。（国際展開部会）
- ・ 海外展示会等で成約につなげるには、展示会の前後で、どれだけきめ細やかに現地顧客候補とコミュニケーションを行うかが鍵。（国際展開部会）

(2) 「海外展開に挑む県内企業の裾野拡大」に係る施策

海外展開に取り組む意欲はあるが、現地情報やノウハウ、人材等の社内リソースが不十分な県内企業に対し、国内準備段階での支援体制を強化し、海外展開に果敢に挑む県内企業の裾野拡大を図るため、以下の施策を実施する。

- ①海外展開に取り組む意欲はあるが、現地情報やノウハウ等の社内リソースが不十分な県内企業を対象に、国別の市場動向や法・税制等に関するビジネスセミナー、国際弁護士による個別相談等を実施する。
- ②海外戦略策定や販路開拓等に関する個別企業の課題解決のため、現地情報やノウハウ、人脈豊富な海外ビジネス経験を持つ専門家を派遣し、個社の取り組みをきめ細やかに支援する。
- ③海外市場についての情報不足等により海外展開を躊躇している県内企業に対して、現地の需要動向や採算性等を事前に見極めるための海外F S調査や、海外展開に挑戦するための準備・初動段階を支援する。

【戦略策定時の委員意見】

- ・ 海外では宗教等が違い、行政は相手のことを知るための支援をすべき。（親会）
- ・ 国ごとの規制や変更点など法務面での情報収集支援を行政に期待したい。（国際展開部会）
- ・ 海外展開に取り組む段階やターゲットとする市場は、各企業で異なるので、行政は一律的な支援だけでなく、個々の企業の実情に即した個別支援メニューも考慮することが必要。（国際展開部会）
- ・ 自社製品の市場ニーズがあるか等を見極めるため、トライアル販売できる場所や現地のことを相談できる水先案内人がいるとよい。（国際展開部会）

(3) 「県産品の輸出拡大」に係る施策

海外販路開拓に意欲的に取り組む県内企業に対し、海外輸出段階での支援体制の充実に

より県産品の輸出拡大を図るため、以下の施策を実施する。

- ①海外市場を見据えて、地域資源を活用した商品開発から海外販路開拓に至るまでの一貫した取り組みを支援する。
- ②輸出に関する個社のノウハウや成功・失敗事例等を蓄積し、海外展開に取り組む他の県内企業にも共有できる仕組みを構築する。
- ③東南アジアや中国等成長著しいアジア新興国に対する県産品輸出を促進するため、商談会の開催や見本市出展等を継続的に支援し、新興国市場での販路開拓を促進する。

【戦略策定時の委員意見】

- ・海外市場に展開するにあたり、出口としっかり連携した商品開発、販路開拓が重要。(繊維部会)
- ・展示会出展等によって各企業が得たノウハウを集約していくことが重要。(国際展開部会)
- ・中国の購買力は強くなってきており、中国市場を開拓するためには今のタイミングを逸してはならない。(国際展開部会)
- ・今後はいかに ASEAN 等新興国の富裕層を取り込んでいくかが重要。(繊維部会)

(4)「進出企業の現地展開拡大」に係る施策

海外進出している県内企業に対し、現地での円滑な事業展開をサポートしていく現地支援体制を強化し、外需獲得を推進するため、以下の施策を実施する。

- ①県内企業の関心が高い東南アジアでの現地支援体制を強化するため、金融、情報の中心であり、周辺国へのアクセスが良く利便性の高いシンガポールに県海外事務所を設置する。同時に、行政効率化の観点を踏まえて、平成 16 年に設置した県ニューヨーク事務所のあり方の見直しについて検討する。
- ②県内企業のスムーズな海外展開を支援するため、海外県人会等の本県ゆかりの現地ネットワークを強化する。
- ③進出企業が現地の需要開拓を積極的に行うため、現地企業との商談会開催等を通じたビジネスマッチングを後押しする。
- ④海外展開に取り組む県内企業を対象に、制度融資を通じた円滑な資金調達を支援する。

【戦略策定時の委員意見】

- ・日本の国の企業同士がアジアで競争している状態なので、早く体制を整えて、県にも東南アジアでの基盤をぜひ作っていただきたい。(親会)
- ・東南アジアでシンガポールは情報、カネ、モノが集まるビジネスの中心であり、人口の多いマレーシアやインドネシア、インド、中近東への市場の広がりも生まれる重要な場所である。(国際展開部会)
- ・シンガポールはアジアの流行の発信基地であり、石川県のブランディングを行う上で重要。シンガポール自体の市場は大きいわけではないが、アジアへの情報の波及効果が期待される場所である。(国際展開部会)
- ・海外進出に取り組むにあたり、いろいろな疑問や不安について気軽に相談できる現地窓口があると助かる。(国際展開部会)
- ・海外展開の後発企業が海外県人会との交流会を行えば、現地ビジネスのきっかけ作りに役立ったり、個別に市場調査するよりも豊富な現地情報の収集が可能となる。(国際展開部会)

(5)「地域の強みを活用した外需取り込み」に係る施策

本県ものづくり産業の集積から生まれた優れた技術や付加価値の高い製品、食文化等の豊富な地域資源や、本県港湾等の充実した交通インフラなど地域の強みを最大限活用した外需の取り込み、及び、海外からのインバウンド誘客等外需の呼び込みを積極的に推進するため、以下の施策を実施する。

①差別化された製品や技術等を有する企業の育成に係る施策

- (a) 他社にない製品や技術、ノウハウ等を有するニッチトップ企業を対象として、海外市場でのシェア獲得・拡大を支援する。
- (b) 海外戦略策定や販路開拓等に関する個別企業の課題解決のため、現地情報やノウハウ、人脈豊富な海外ビジネス経験を持つ専門家を派遣し、個社の取り組みをきめ細やかに支援する。(再掲)

【戦略策定時の委員意見】

- ・世界一のダントツ製品を作ることが、企業が伸びていくための基本。(親会)
- ・海外では自社の強みを活かした独特なもの、特徴的なものを作ることが重要。(国際展開部会)
- ・ニッチトップ企業は、全国・世界に出ていく必要があり、国内外に出ていく足掛かりに対して支援するべき。(IT部会)

②交通インフラの活用促進に係る施策

- (a) 経済成長著しい東南アジア等への国際貨物航路誘致とトランシップの活用を推進する。
- (b) 金沢港に就航する国際定期コンテナ航路の安定を図るため、船社向けのインセンティブを講じる。
- (c) 本県港湾を活用した貿易取引を拡大するため、コンテナの小口混載輸送等を推進する。
- (d) 本県港湾の利便性向上を図り、県内における集荷機能を高めるため、東部工業用地等への物流企業の立地を促進する。
- (e) 日本海側のクルーズ拠点を目指すため、クルーズ船誘致強化及び受入体制の整備を推進する。

【戦略策定時の委員意見】

- ・ 金沢港の利用で輸送コストが軽減し競争力向上に繋がっている。荷量が増えれば便数が増え、いい循環に繋がる。更なる施策の展開を期待する。(機械部会)

③石川食文化の海外発信に係る施策

- (a) 石川の食文化をトータルでPRするため、現地オピニオンリーダー等を活用して、海外のトレンド発信拠点を中心に、石川の食文化の魅力発信に取り組む。
- (b) 県産食材や酒等の海外輸出の拡大を図るため、商談会の開催等を支援し、県内企業の海外販路開拓を促進する。
- (c) 伝統工芸については、欧州、米国、中国等を中心に、各地域の市場ニーズに合った海外販路開拓の取り組みを推進する。
- (d) 日本食や食文化に関心の高い海外富裕層旅行エージェント等に対し、石川の食文化の魅力を発信し、本県への海外富裕層の誘客促進を図る。

【戦略策定時の委員意見】

- ・ 日本や石川の文化を背景に商品を提案していくことが重要。(国際展開部会)
- ・ 海外で石川県全体のブランド力を上げるためには、1社単独の努力ではなく同業他社が共同して取り組むことが不可欠であり、海外イベントでは、石川の酒、食、伝統工芸品など関連する県産品を組み合わせることで総合的にPRすることが重要。(国際展開部会)
- ・ 県内への富裕層の受け入れ促進策を検討していただきたい。(食品部会)

8. 戦略推進の仕組み

平成16年4月に商工労働部産業政策課内に設置した「国際ビジネスサポートデスク」は、海外販路開拓等の国際ビジネスを展開しようとする県内企業に対し、県海外事務所や

ジェットロ、県人会等のネットワークを活用し、現地情報提供や適切な機関の紹介・斡旋、各種助言等のきめ細やかなサポートを実施してきた。これを踏まえて、県内企業が直面する課題や実情、求めるニーズに加え、海外現地動向等についての様々な情報を一元的に集約する国際ビジネスサポートデスクが、本戦略に掲げる多様な施策を一元的に管理しながら推進していく。

他方で、複数の県内企業が連携協力しながら海外販路開拓や現地展開を推進するような共同案件については、国際ビジネスサポートデスクと関係部署・ジェットロなどの機関が一体となって支援を行うことが重要であり、個々の案件ごとに、国際ビジネスサポートデスクと関係機関が連携して県内企業の取り組みを後押しする。

このように、今般、策定する石川県産業国際展開戦略で掲げた施策展開及びフォローアップは、国際ビジネスサポートデスクが中心となって実施していくが、経済グローバル化の加速により、今後も国内外の環境が目まぐるしく変化していく可能性があることを踏まえて、必要に応じて、本戦略の見直しを図ることとする。

参 考 资 料

1. 石川県産業成長戦略検討委員会名簿

委員

【教育・研究機関】

林 勇二郎	独立行政法人国立高等専門学校機構特別顧問
中村 信一	前 金沢大学学長
片山 卓也	前 北陸先端科学技術大学院大学学長
熊谷 英彦	石川県立大学学長
石川 憲一	金沢工業大学学長
勝田 省吾	金沢医科大学学長
村本 健一郎	石川工業高等専門学校校長

【産業界】

澁谷 弘利	一般社団法人石川県鉄工機電協会会長
伊藤 靖彦	社団法人石川県繊維協会会長
佃 一成	一般社団法人石川県食品協会会長
饗庭 達也	一般社団法人石川県情報システム工業会会長
蚊谷 八郎	石川県伝統産業振興協議会会長

【経済団体等】

深山 彬	石川県商工会議所連合会会頭
田上 好道	石川県商工会連合会会長
明石 巖	石川県中小企業団体中央会会長代行副会長
安宅 建樹	一般社団法人石川県銀行協会会長
青木 桂生	株式会社クスリのアオキ代表取締役会長

2. 石川県産業成長戦略検討委員会 国際展開部会名簿

部会長	片山 卓也	前 北陸先端科学技術大学院大学学長
副部会長	蚊谷 八郎	石川県伝統産業振興協議会会長
委員	石野 晴紀	株式会社石野製作所代表取締役社長
委員	打本 照治	石川県鉄工機電協会常任理事
委員	久保 敦	独立行政法人日本貿易振興機構金沢貿易情報センター所長
委員	酒井 良明	メカトロ・アソシエーツ株式会社代表取締役
委員	車多 一成	株式会社車多酒造代表取締役専務
委員	砂崎 友宏	株式会社朝日電機製作所常務取締役
委員	竹田 忠彦	テックワン株式会社代表取締役社長
委員	山本 晴一	株式会社ヤマト醤油味噌代表取締役社長

(委員 50 音順)

3. 世界の輸入需要動向（ワールド・インポート・トレンド・マップ）

【調査の趣旨】

ある品目に関する世界各国の需要は、国内で生産されたものと外国から輸入したものによって満たされることを前提として、本調査は、国内の需要を満たすために外国から輸入した金額、すなわち、各国の輸入額に着目して、本県産業の貿易取引に直接関係する「外需」の世界的な動向を分析した。

【分析方法】

本県基幹4業種及び伝統産業が輸出している主要な品目に関して、対応するHS分類番号を下記のとおり定義した上で、このHS分類番号を基に、International Trade Center（※）が公開している貿易統計データベースから各国の輸入額を抽出、集計することにより、世界の需要動向を分析した。

業種	品目名	HS 分類番号
機械産業	建設機械	8429～8431
	工作機械	79, 80, 8454～8466
	織機	8444～8448
繊維産業	人造繊維糸	5401～5406, 5501～5511
	人造繊維テキスタイル	5407～5408, 5512～5516
	繊維製品	61～63
食品産業	加工食品	16～21
	アルコール・飲料	22
IT産業	ITハード製品	8523
伝統産業	漆器・陶磁器	441900～4419100, 442090～4420100, 6911～6913

（※）International Trade Center（国際貿易センター）とは、国連貿易開発会議（UNCTAD）と世界貿易機関（WTO）の共同機関として、開発途上国等の貿易振興を技術的に支援することを目的に設立された国際機関である。同センターが各国政府と協力して作成している国際貿易統計データベース（<http://www.intracen.org/>）を通じて、HS分類番号ごとの世界各国の輸出入額等を公表している。

世界全体での建設機械の輸入需要は、05年の8兆3,498億円から、リーマンショック後の09年に7兆7,218億円へと落ち込んだものの、12年には11兆2,497億円に拡大した。

エリア別で見ると、欧州は12年の輸入額が3兆5,658億円で世界シェアの31.7%を占めているが、05年に比べ、輸入額、世界シェアともに漸減した。北米はリーマンショックにより09年に9844億円と激しい落ち込みを経て、12年の輸入額は1兆9,237億円に回復したが、世界シェアは21.7%（05年）から17.1%（12年）へと下落した。

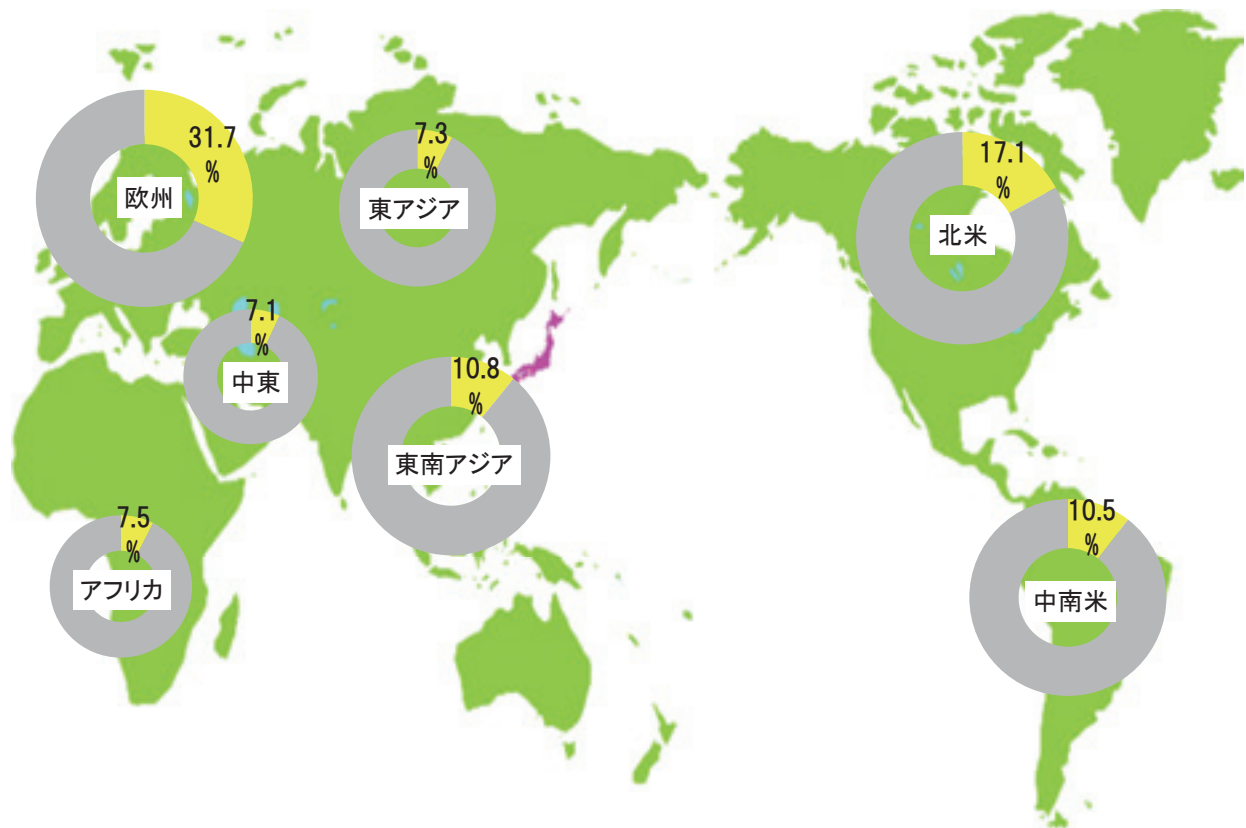
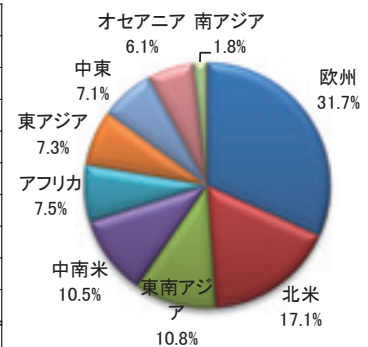
対照的に、東南アジアと中南米は世界市場の中で存在感を増してきている。実際、東南アジアの輸入需要は5,765億円（05年）から1兆2,157億円（12年）へと増大し、世界シェアも6.9%（05年）から10.8%（12年）へと拡大した。また、中南米のシェアも5.5%（05年）から10.5%（12年）へと急速に拡大してきている。

世界のエリア別輸入額・シェア
(2005・2009・2012年)

(単位: 千円)

世界のエリア別輸入需要シェア
(2012年)

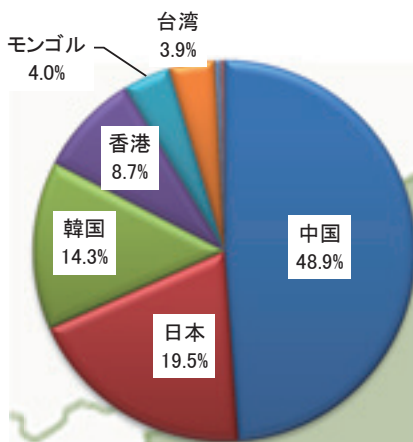
エリア	2005年輸入額	シェア	2009年輸入額	シェア	2012年輸入額	シェア
欧州	3,613,624,014	43.3%	2,707,456,980	35.1%	3,565,807,832	31.7%
北米	1,810,567,728	21.7%	984,408,315	12.7%	1,923,743,391	17.1%
東南アジア	576,562,782	6.9%	863,353,096	11.2%	1,215,704,789	10.8%
中南米	460,653,690	5.5%	721,046,749	9.3%	1,184,636,305	10.5%
アフリカ	429,554,881	5.1%	727,436,259	9.4%	846,982,413	7.5%
東アジア	511,146,177	6.1%	726,481,390	9.4%	821,810,691	7.3%
中東	596,520,276	7.1%	530,411,967	6.9%	802,227,860	7.1%
オセアニア	254,575,861	3.0%	242,926,737	3.1%	683,614,805	6.1%
南アジア	97,038,141	1.2%	218,621,428	2.8%	205,451,316	1.8%
世界全体	8,350,243,550	100.0%	7,722,142,921	100.0%	11,249,979,402	100.0%



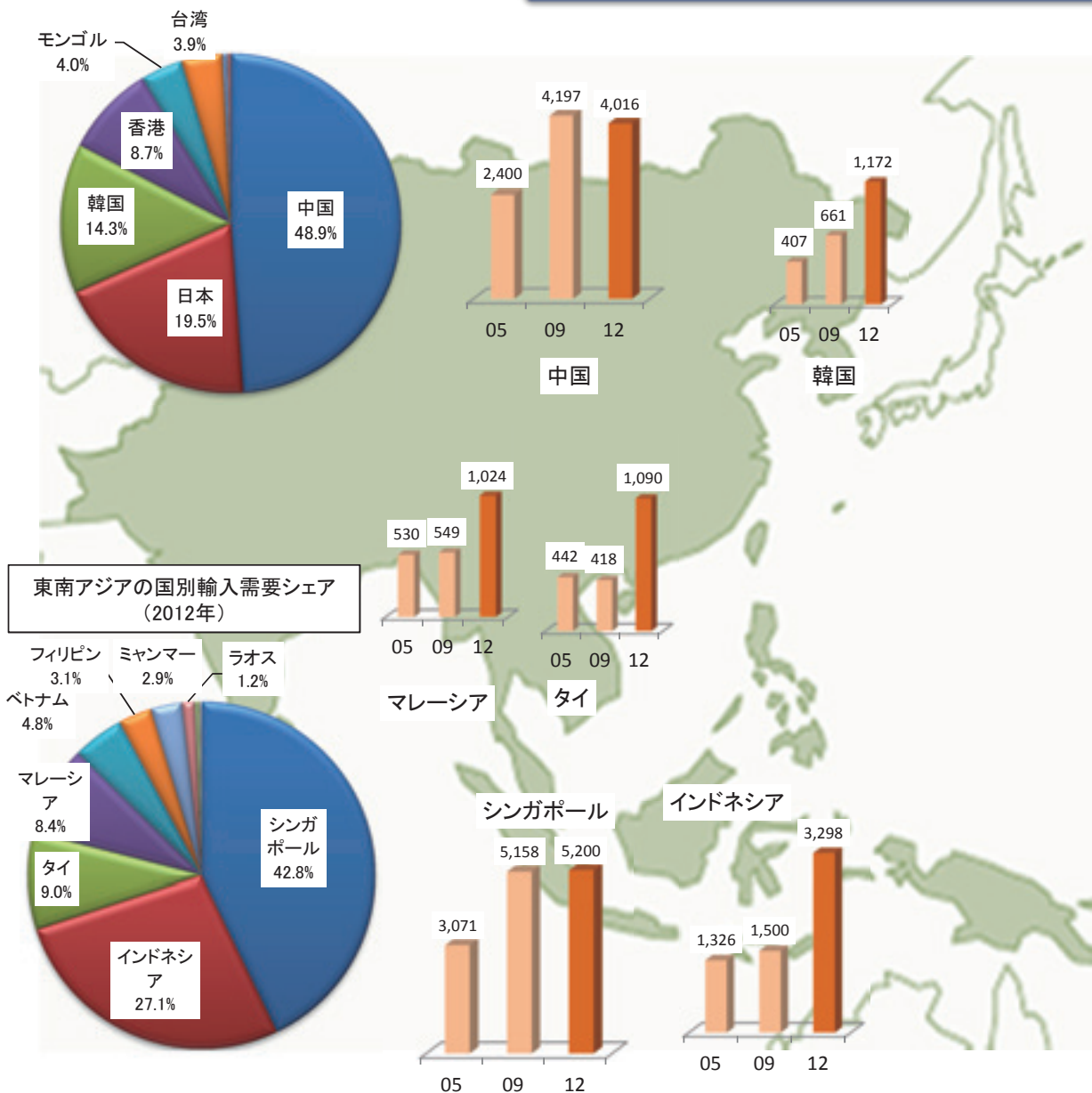
世界需要の7.3%を占める東アジア域内では、中国のシェアが48.9%と圧倒的に大きくなっている。輸入額の推移で見ても、12年の中国の輸入額(4,016億円)は05年(2,400億円)と比べて167%増加している。

また、世界シェアが10%を超える勢いで輸入需要が急速に拡大する東南アジアでは、シンガポール(42.8%)を筆頭に、インドネシア(27.1%)、タイ(9.0%)、マレーシア(8.4%)の4か国が域内需要の4分の3を生み出している。輸入額の伸び率で見ると、東南アジア諸国の中でもインドネシアの需要拡大は顕著で、05年(1,326億円)から12年(3,298億円)にかけて248%の伸びを示している。

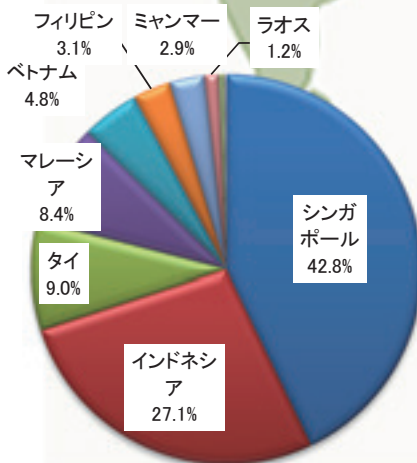
東アジアの国別輸入需要シェア (2012年)



主要なアジア新興国の国別輸入額の推移 (2005年~2012年) (単位: 億円)



東南アジアの国別輸入需要シェア (2012年)



世界全体での工作機械の輸入需要は、05年の8兆6,993億円から、リーマンショック後の09年に6兆8,549億円へと落ち込んだものの、12年には9兆308億円に拡大した。

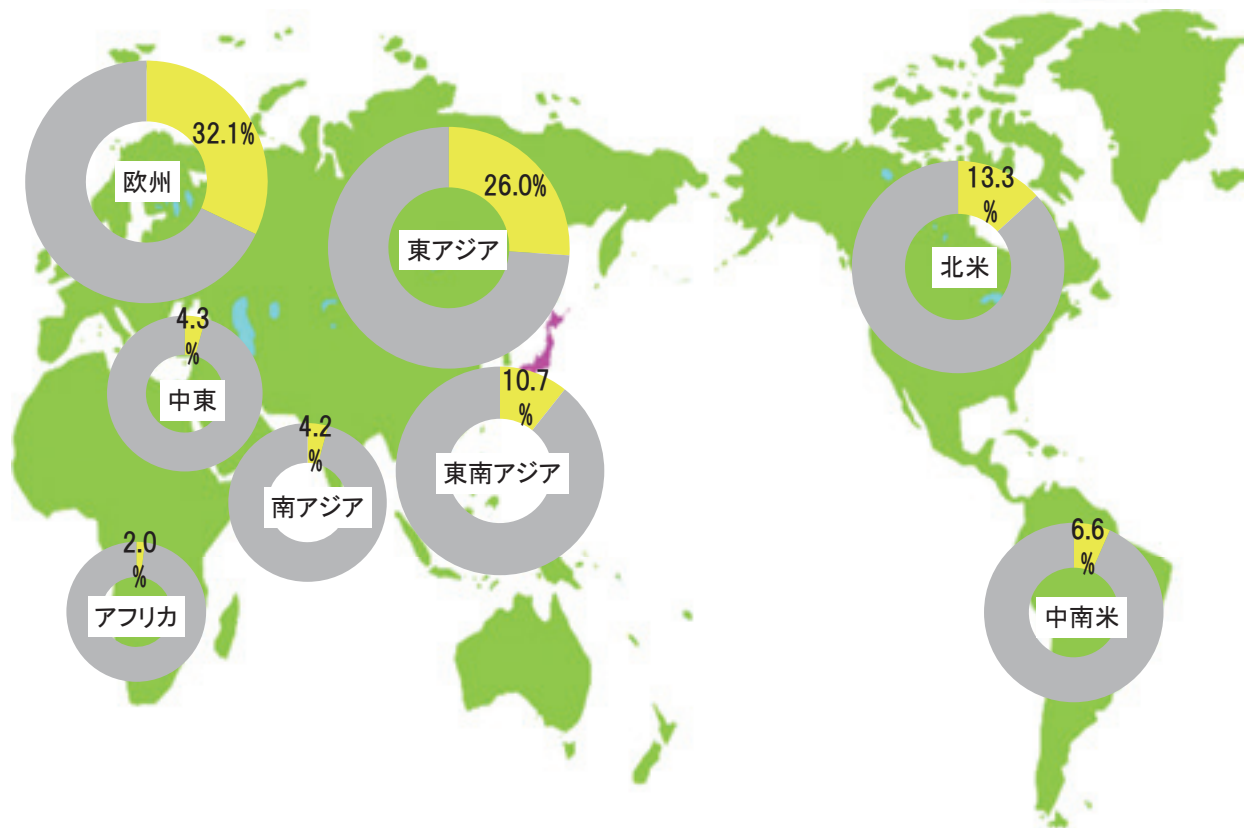
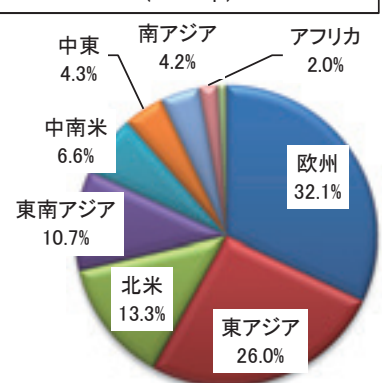
エリア別で見ると、欧州、東アジア、北米の3エリアが世界全体の7割の輸入需要を生み出すマーケットであるが、05年から12年にかけて輸入額は漸減している。

対照的に、近年、輸入需要を拡大し、世界市場の中での存在感を増しているのは東南アジア、中南米、南アジアである。実際、東南アジアの輸入額は7,020億円(05年)から9,630億円(12年)へと137%増大し、中南米は3,943億円(05年)から5,962億円(12年)へと151%増加した。

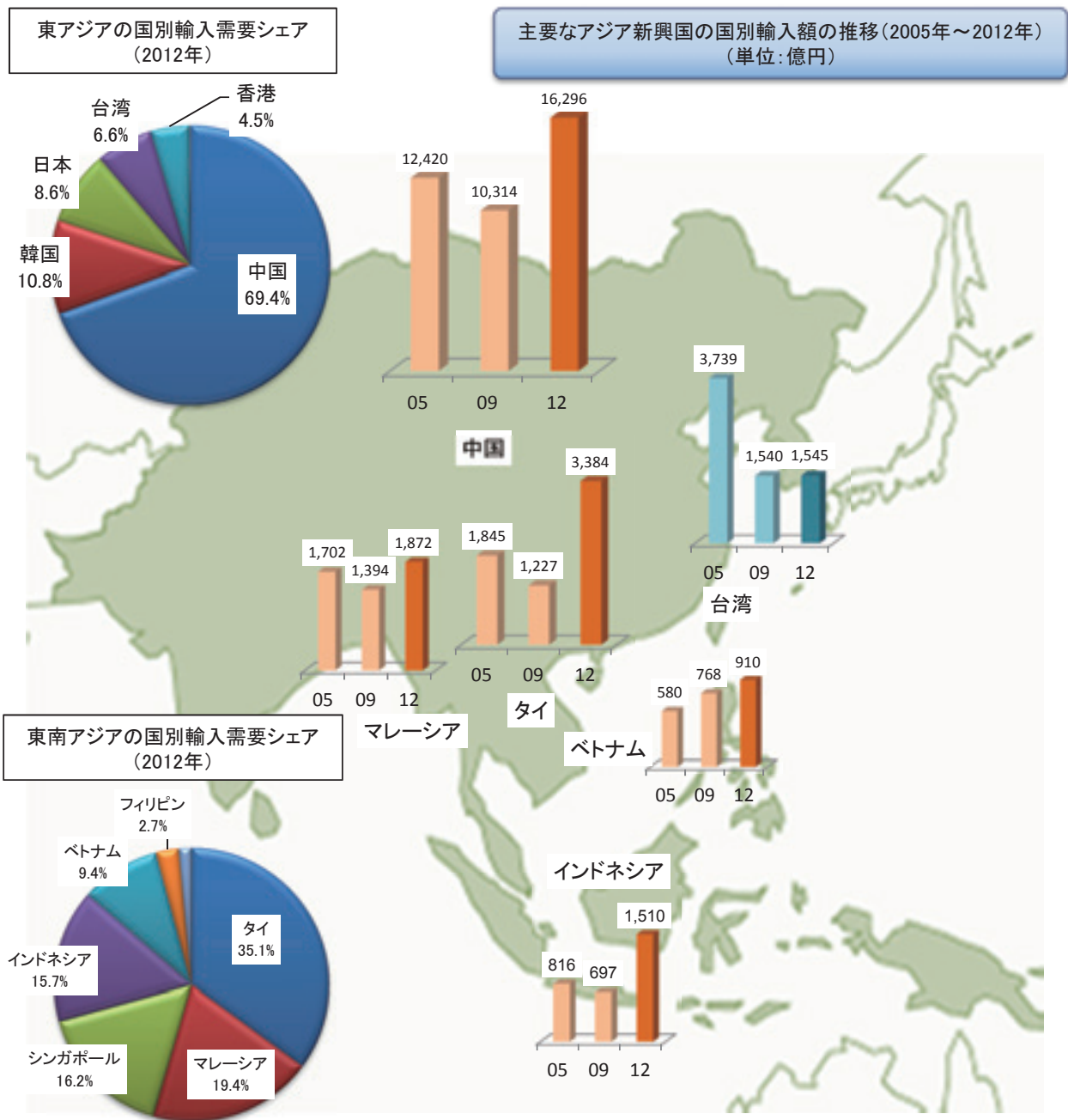
世界のエリア別輸入額・シェア
(2005・2009・2012年)

エリア	2005年輸入額	シェア	2009年輸入額	シェア	2012年輸入額	シェア
欧州	3,073,618,035	35.3%	2,632,728,347	38.4%	2,894,734,791	32.1%
東アジア	2,401,832,374	27.6%	1,650,687,411	24.1%	2,347,397,501	26.0%
北米	1,328,090,961	15.3%	818,019,326	11.9%	1,197,634,086	13.3%
東南アジア	702,016,883	8.1%	564,495,382	8.2%	963,095,572	10.7%
中南米	394,340,597	4.5%	389,936,285	5.7%	596,256,331	6.6%
中東	388,843,723	4.5%	266,902,386	3.9%	387,777,103	4.3%
南アジア	191,779,487	2.2%	273,895,237	4.0%	378,914,459	4.2%
アフリカ	120,041,046	1.4%	192,248,091	2.8%	184,921,299	2.0%
オセアニア	98,765,193	1.1%	66,067,793	1.0%	80,150,359	0.9%
世界全体	8,699,328,299	100.0%	6,854,980,258	100.0%	9,030,881,501	100.0%

世界のエリア別輸入需要シェア
(2012年)



世界需要の26.0%を占める東アジア域内では、中国のシェアが69.4%と圧倒的に大きくなっている。輸入額の推移で見ても、12年の中国の輸入額(1兆6,296億円)は05年(1兆2,420億円)と比べて131%増加した。世界シェアが10%を超える勢いで輸入需要が拡大している東南アジアでは、タイ(35.1%)、マレーシア(19.4%)、シンガポール(16.2%)の3カ国で域内需要の7割を生み出している。また、近年、インドネシア(15.7%)とベトナム(9.4%)の輸入額が拡大している。



世界全体での織機の輸入需要は、05年の1兆4,634億円から12年には1兆1,496億円へと減少傾向にある。エリア別で見ると、東アジア、欧州、南アジア、中東の4エリアでは輸入額が減少しており、とりわけ欧州市場の縮小は著しく、12年の輸入額(1,821億円)は、05年(3,007億円)水準の6割に落ち込んだ。

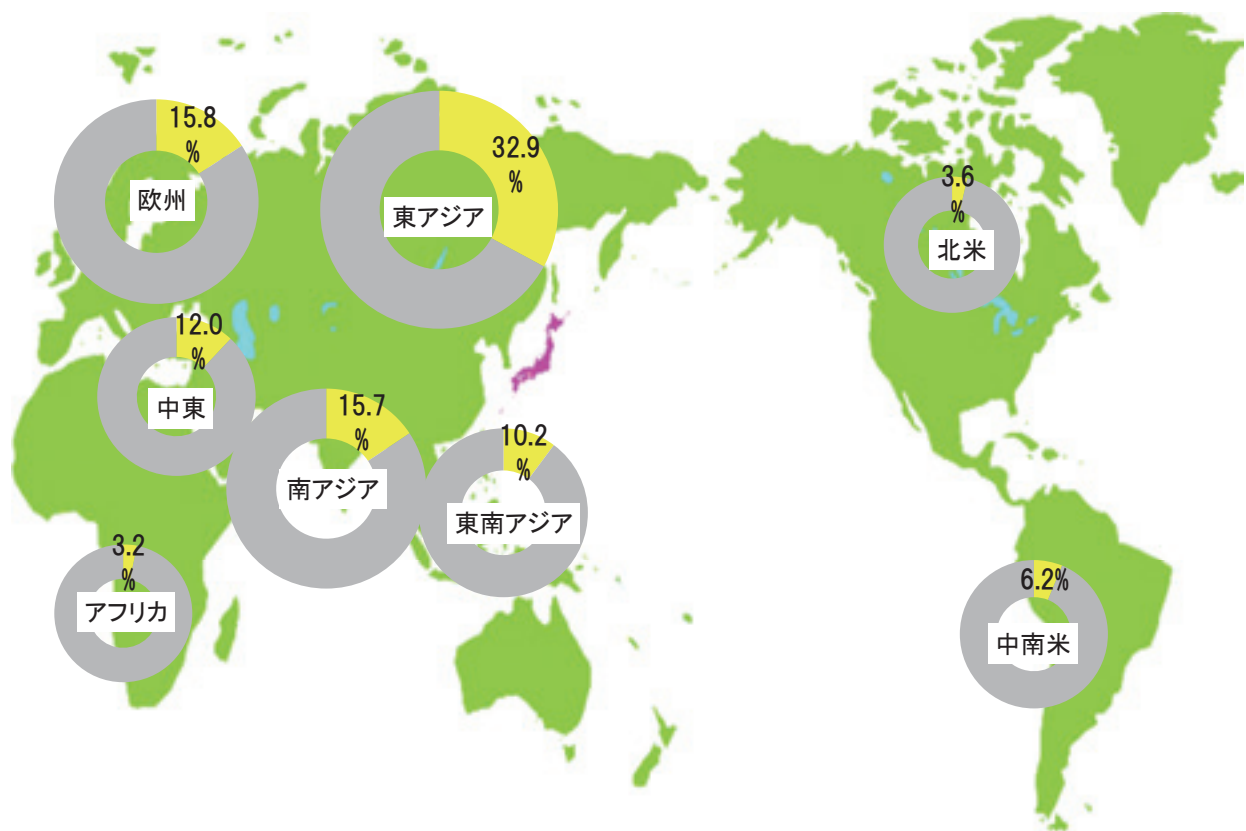
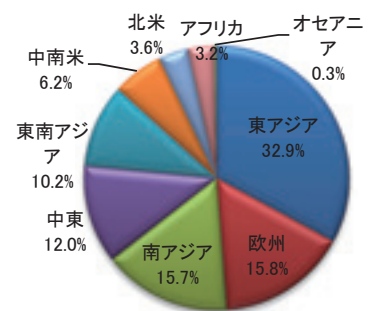
世界全体での織機需要が縮小傾向にある中、唯一、輸入需要を拡大しているのは東南アジアである。実際、05年の953億円から12年の1,177億円へと輸入額は拡大し、世界シェアも6.5%(05年)から10.2%(12年)へと拡大した。

世界のエリア別輸入額・シェア
(2005・2009・2012年)

エリア	2005年輸入額	シェア	2009年輸入額	シェア	2012年輸入額	シェア
東アジア	423,545,375	28.9%	280,163,933	34.1%	378,190,854	32.9%
欧州	300,717,883	20.5%	163,826,593	19.9%	182,104,440	15.8%
南アジア	257,787,489	17.6%	129,627,398	15.8%	180,319,694	15.7%
中東	184,551,715	12.6%	36,947,819	4.5%	138,256,408	12.0%
東南アジア	95,326,914	6.5%	73,616,252	9.0%	117,722,797	10.2%
中南米	73,313,883	5.0%	59,399,841	7.2%	71,736,156	6.2%
北米	87,987,518	6.0%	38,374,084	4.7%	41,319,188	3.6%
アフリカ	35,116,613	2.4%	37,397,447	4.6%	36,996,664	3.2%
オセアニア	5,096,545	0.3%	2,249,002	0.3%	3,014,843	0.3%
世界全体	1,463,443,935	100.0%	821,602,369	100.0%	1,149,661,044	100.0%

(単位:千円)

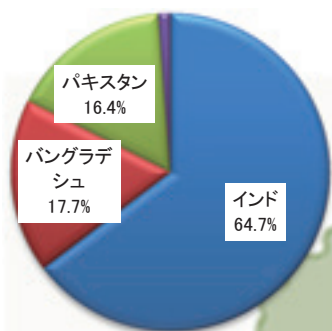
世界のエリア別輸入需要シェア
(2012年)



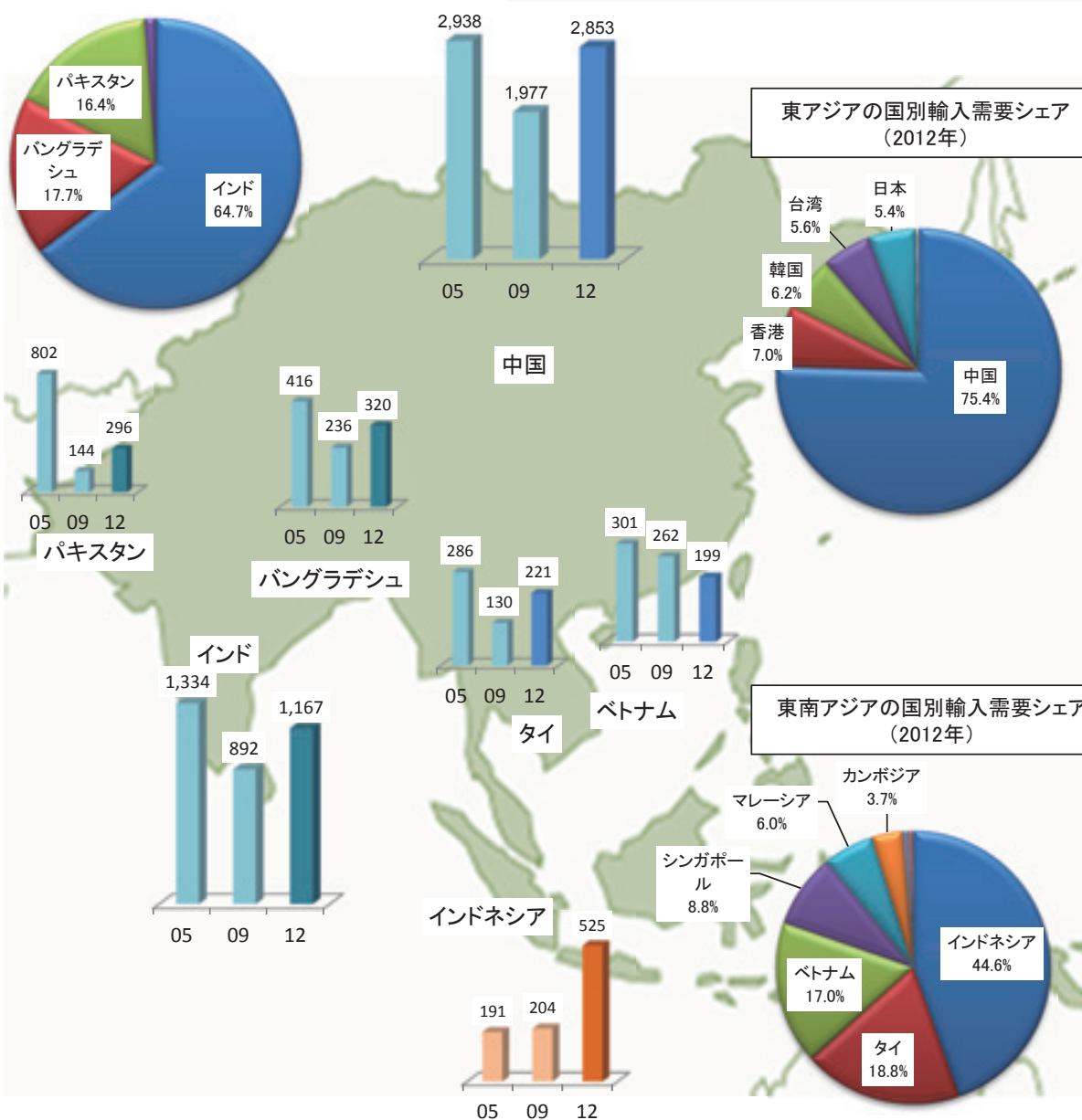
世界需要の32.9%を占める東アジア、15.7%を占める南アジアは、世界の輸入需要の約半分を生み出しているものの、国別に見ると、織機の輸入大国である中国の輸入額(05年2,938億円→12年2,853億円)は横ばい、インドの輸入額(05年1,334億円→12年1,167億円)は漸減している。

他方で、世界シェアが10%を超える勢いで市場が拡大する東南アジアでは、域内シェアが4割を超えるインドネシアの輸入がとりわけ増加しており、05年の191億円から、12年の525億円へと輸入額が274%増加した。

南アジアの国別輸入需要シェア (2012年)



主要なアジア新興国の国別輸入額の推移 (2005年～2012年) (単位: 億円)



世界全体での人造繊維糸の輸入需要は、05年の3兆6,728億円から、リーマンショック後の09年には2兆9,754億円に落ち込んだが、12年には3兆6,155億円へと増加し、05年の水準まで回復した。

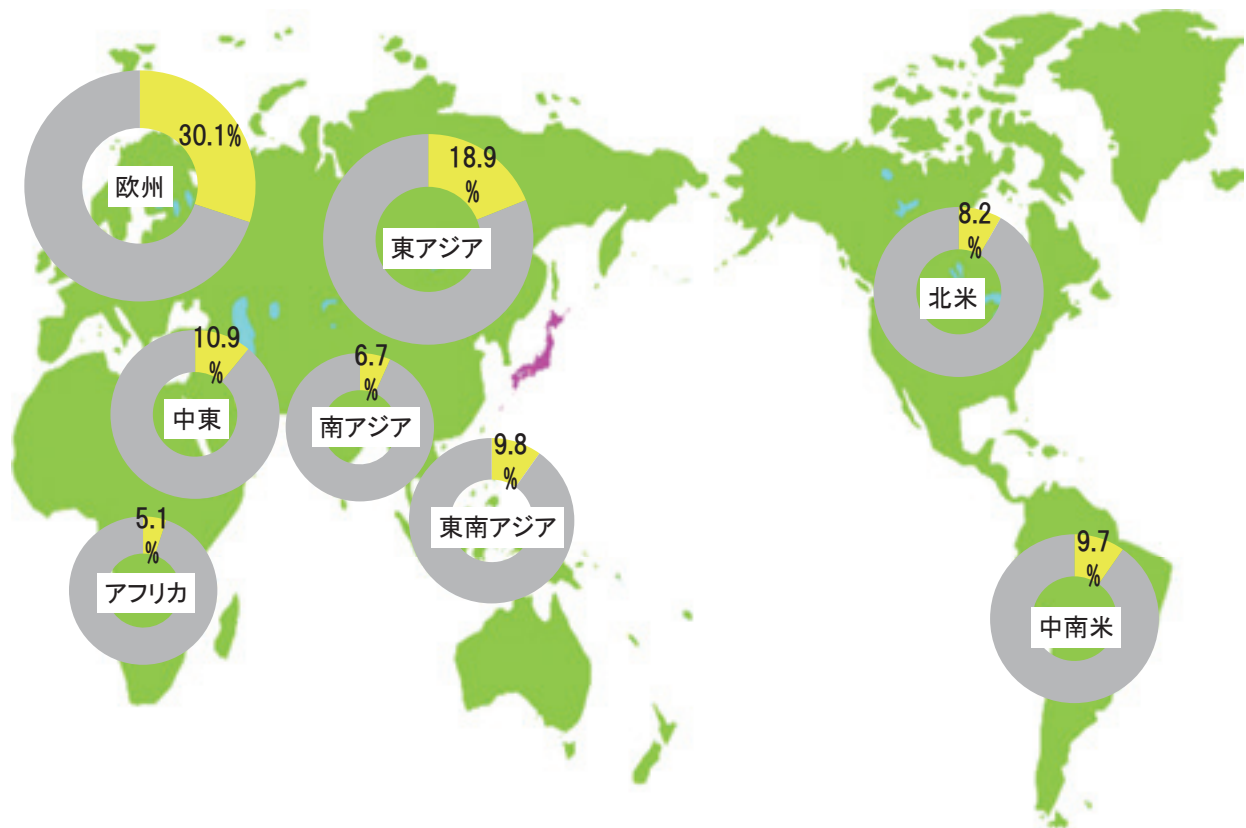
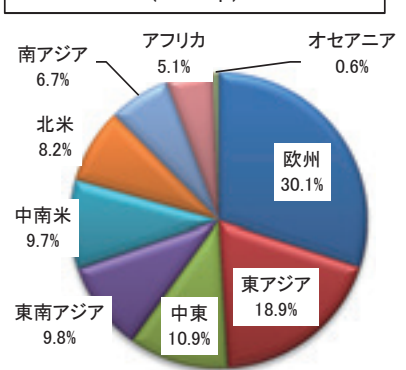
エリア別で見ると、欧州と東アジアの輸入額の減少が著しく、05年に世界の6割を占めていたシェアが、12年には49%まで下落した。

他方で、中東、東南アジア、中南米の輸入額は着実に増加しており、これら3エリアの世界シェアは05年の21.3%から12年の30.4%へと拡大している。とりわけ、東南アジアは、05年に2,160億円あった輸入額が、12年には3,542億円へと拡大し、163%の伸び率を示している。

世界のエリア別輸入額・シェア
(2005・2009・2012年)

エリア	2005年輸入額		2009年輸入額		2012年輸入額	
	金額	シェア	金額	シェア	金額	シェア
欧州	1,424,722,171	38.8%	1,016,688,139	34.2%	1,088,512,789	30.1%
東アジア	831,387,376	22.6%	574,022,982	19.3%	681,771,689	18.9%
中東	315,633,440	8.6%	291,056,223	9.8%	394,322,117	10.9%
東南アジア	216,071,301	5.9%	223,196,900	7.5%	354,265,641	9.8%
中南米	248,823,219	6.8%	267,140,735	9.0%	348,991,215	9.7%
北米	378,453,866	10.3%	246,880,080	8.3%	297,518,864	8.2%
南アジア	145,335,676	4.0%	187,224,781	6.3%	242,480,837	6.7%
アフリカ	81,291,278	2.2%	141,687,573	4.8%	185,685,569	5.1%
オセアニア	31,082,875	0.8%	27,511,133	0.9%	22,024,044	0.6%
世界全体	3,672,801,202	100.0%	2,975,408,546	100.0%	3,615,572,765	100.0%

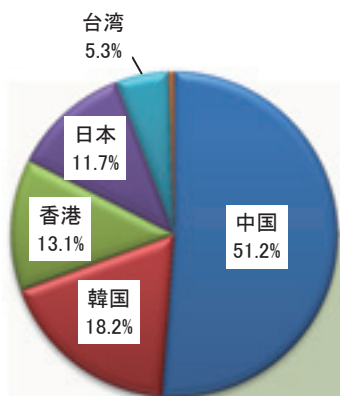
世界のエリア別輸入需要シェア
(2012年)



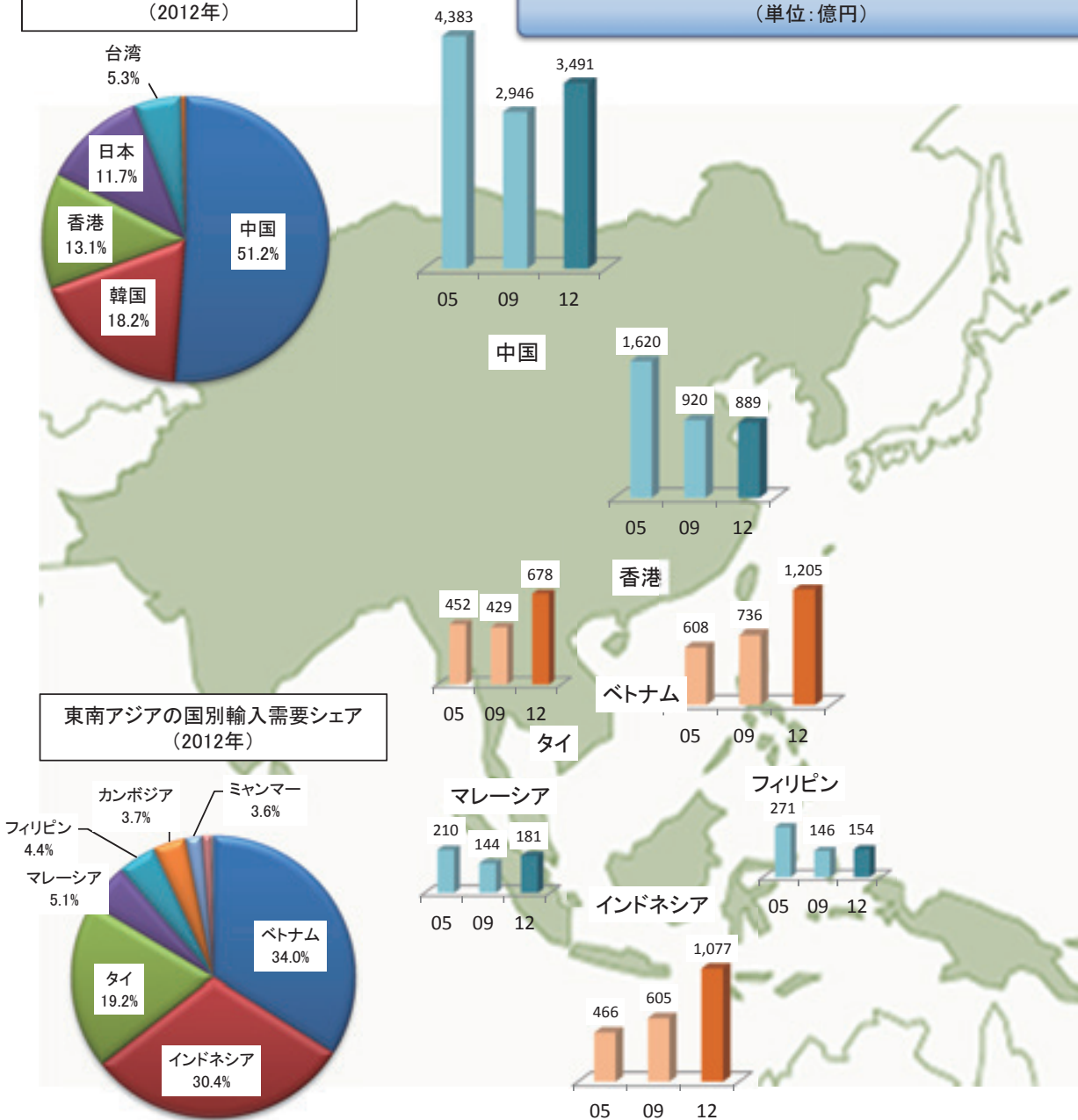
世界需要の18.9%を占める東アジアでは、中国が51.2%と圧倒的に大きなマーケットであるが、輸入額の推移で見ると、12年の輸入額(3,491億円)は05年(4,383億円)と比べて縮小している。また、香港についても、05年の1,620億円から12年の889億円へと輸入需要の落ち込みが激しい状況となっている。

他方で、世界シェアの1割を占める東南アジアでは、ベトナム、インドネシアの輸入需要が近年拡大している。輸入額の伸び率で見ると、ベトナムは198%増(05年608億円→12年1,205億円)、インドネシアは231%増(05年466億円→12年1,077億円)となっており、域内需要の6割強を生み出している。

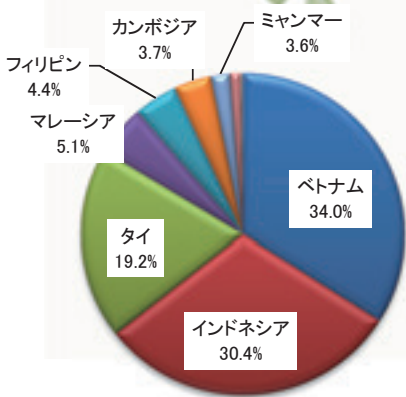
東アジアの国別輸入需要シェア (2012年)



主要なアジア新興国の国別輸入額の推移 (2005年～2012年) (単位: 億円)



東南アジアの国別輸入需要シェア (2012年)



人造繊維テキスタイルの世界輸入需要は、05年の2兆9,643億円から、リーマンショック後の09年に2兆2,728億円へと落ち込み、12年には2兆6,856億円まで回復したものの、05年水準を下回っている。

エリア別で見ると、欧州と東アジアの輸入需要は近年著しく縮小している。実際、欧州は05年に1兆76億円あった輸入額が12年には6,900億円へと落ち込み、東アジアについても05年に6,054億円あった輸入額が12年には3,972億円へと減少した。

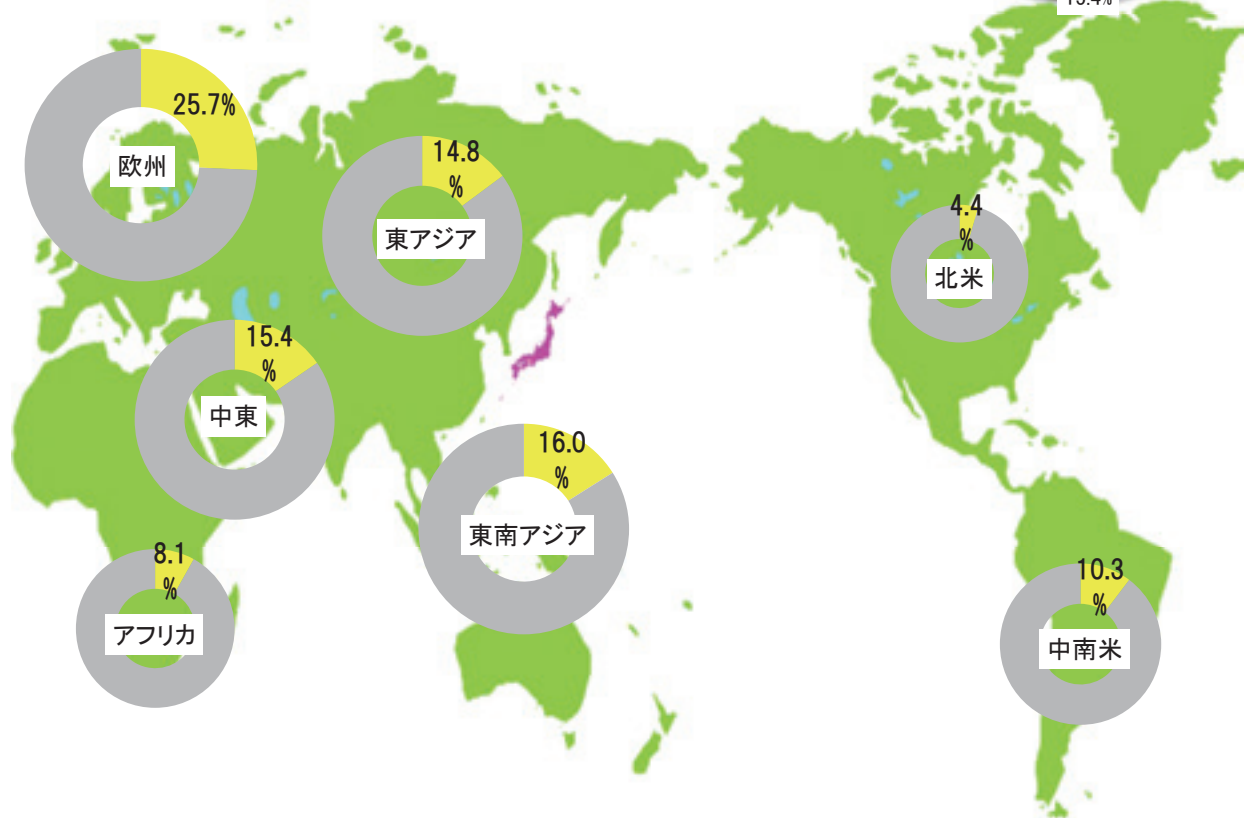
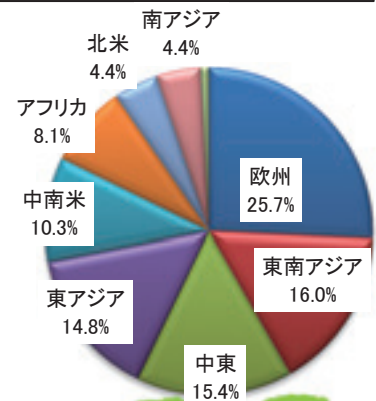
対照的に、東南アジアは05年に2867億円あった輸入額が12年には4,304億円へと増加し、05年に9.7%あった世界シェアも12年には16.0%まで拡大し、東アジアのシェア(14.8%)を上回った。また、中東は、05年に3,222億円あった輸入額が12年には4,138億円へと拡大し、欧州、東南アジアに次いで大きなマーケットとなっている。

世界のエリア別輸入額・シェア
(2005・2009・2012年)

世界のエリア別輸入需要シェア
(2012年)

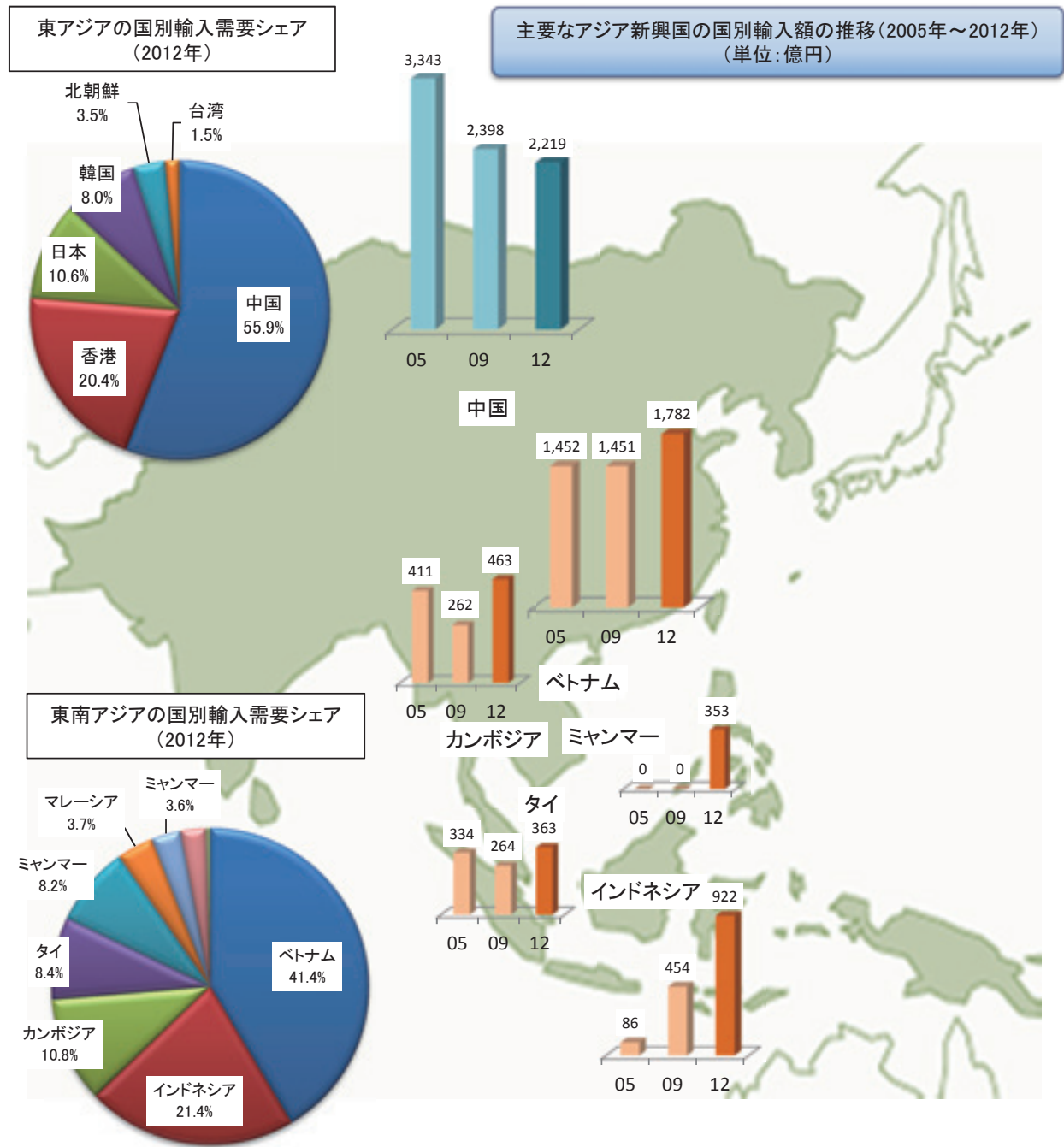
(単位:千円)

エリア	2005年輸入額	シェア	2009年輸入額	シェア	2012年輸入額	シェア
欧州	1,007,612,571	34.0%	688,303,529	30.3%	690,044,522	25.7%
東南アジア	286,744,516	9.7%	276,757,492	12.2%	430,486,981	16.0%
中東	322,283,767	10.9%	297,751,470	13.1%	413,883,189	15.4%
東アジア	605,447,520	20.4%	404,882,282	17.8%	397,266,239	14.8%
中南米	288,739,085	9.7%	222,258,107	9.8%	277,940,422	10.3%
アフリカ	152,698,031	5.2%	183,785,062	8.1%	218,628,429	8.1%
北米	176,092,481	5.9%	95,921,478	4.2%	119,132,941	4.4%
南アジア	92,982,548	3.1%	82,213,376	3.6%	117,948,294	4.4%
オセアニア	31,699,978	1.1%	21,011,361	0.9%	20,306,921	0.8%
世界全体	2,964,300,497	100.0%	2,272,884,157	100.0%	2,685,637,938	100.0%



世界需要の14.8%を占める東アジアでは、中国が55.9%と圧倒的に大きなマーケットであるが、輸入額の推移で見ると、12年の輸入額(2,219億円)は05年(3,343億円)と比べて縮小している。

他方で、世界シェアの16.0%を占める東南アジアでは、ベトナム、インドネシアの輸入需要が近年著しく拡大している。輸入額の伸び率で見ると、ベトナムは122%増(05年1,452億円→12年1,782億円)、インドネシアは1,072%増(05年86億円→12年922億円)となっており、これら2か国で域内需要の6割強を生み出している。



世界全体での繊維製品の輸入需要は、05年の33兆2,216億円から、リーマンショック後の09年には32兆6,302億円へと若干落ち込んだものの、12年には34兆5,399億円に回復し、05年水準を上回った。

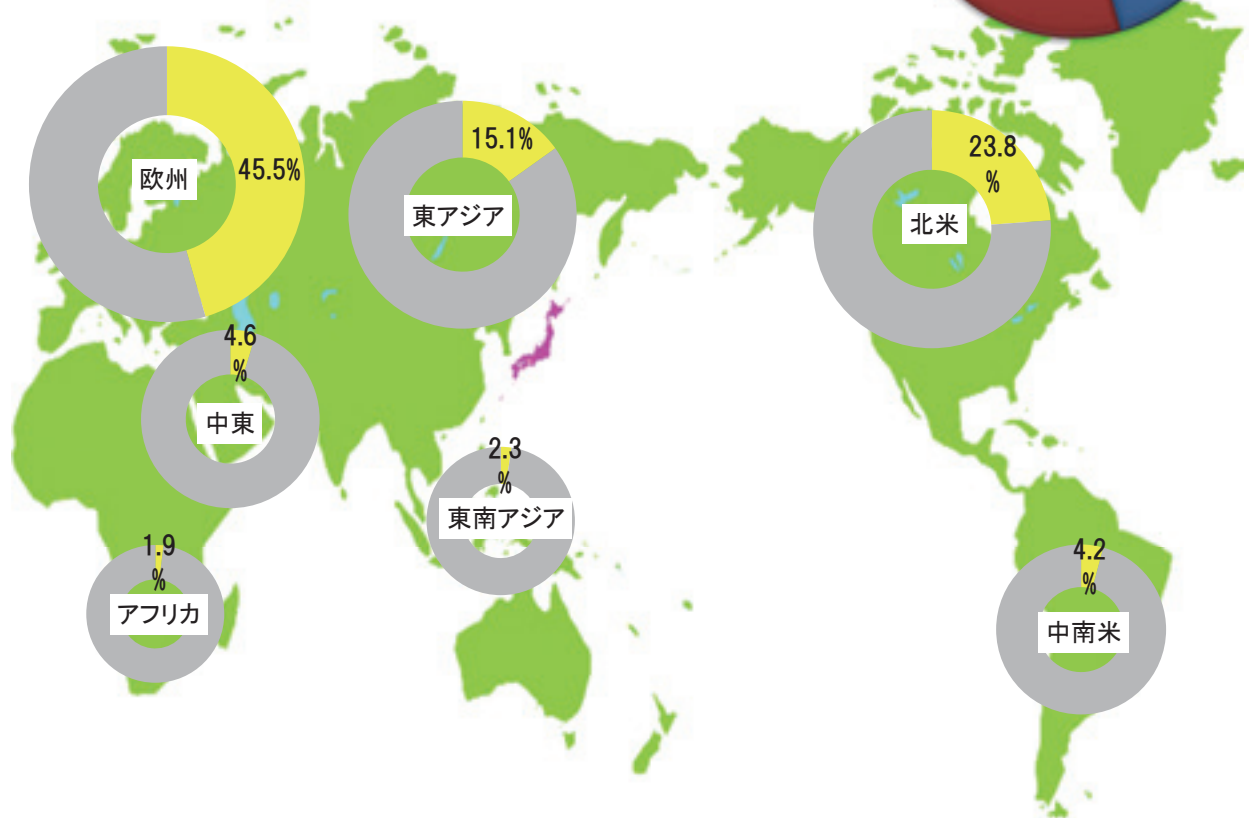
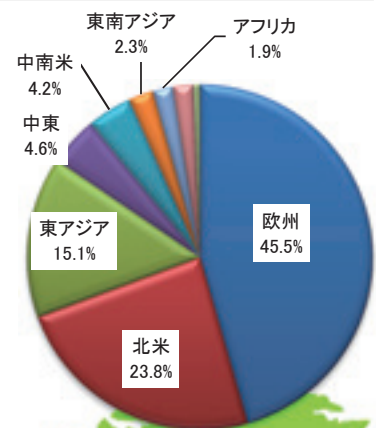
エリア別で見ると、欧州と北米は世界シェアの7割を占めており、繊維製品の最大のマーケットとなっている。また、東アジアも12年の輸入額が5兆2,041億円(世界シェアの15.1%)となっており、欧米市場に次いで大きな輸入需要を生み出している。

他方で、欧米市場に比べてシェアは小さいものの、近年、新興国の輸入需要が拡大している。とりわけ、中東は05年に6,520億円あった輸入額が12年には約2.5倍の1兆5,762億円に増加し、また、東南アジアは05年に3,706億円あった輸入額が12年には7967億円へと倍増するなど、世界の中で存在感を増してきている。

世界のエリア別輸入額・シェア
(2005・2009・2012年)

エリア	2005年輸入額		2009年輸入額		2012年輸入額	
	金額	シェア	金額	シェア	金額	シェア
欧州	15,285,601,195	46.0%	16,568,675,793	50.8%	15,722,852,614	45.5%
北米	9,902,046,123	29.8%	7,902,951,265	24.2%	8,235,995,089	23.8%
東アジア	5,254,270,815	15.8%	4,646,709,883	14.2%	5,204,122,983	15.1%
中東	652,011,967	2.0%	1,084,824,813	3.3%	1,576,280,152	4.6%
中南米	831,797,053	2.5%	967,405,526	3.0%	1,466,916,622	4.2%
東南アジア	370,620,525	1.1%	324,478,928	1.0%	796,706,101	2.3%
アフリカ	382,488,150	1.2%	546,417,850	1.7%	667,593,328	1.9%
オセアニア	477,887,572	1.4%	514,964,107	1.6%	662,607,952	1.9%
南アジア	64,973,638	0.2%	73,773,511	0.2%	206,873,581	0.6%
世界全体	33,221,697,038	100.0%	32,630,201,676	100.0%	34,539,948,422	100.0%

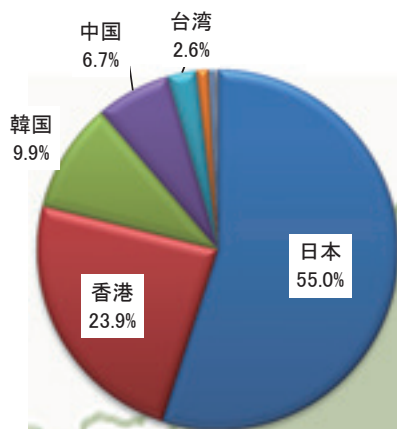
世界のエリア別輸入需要シェア
(2012年)



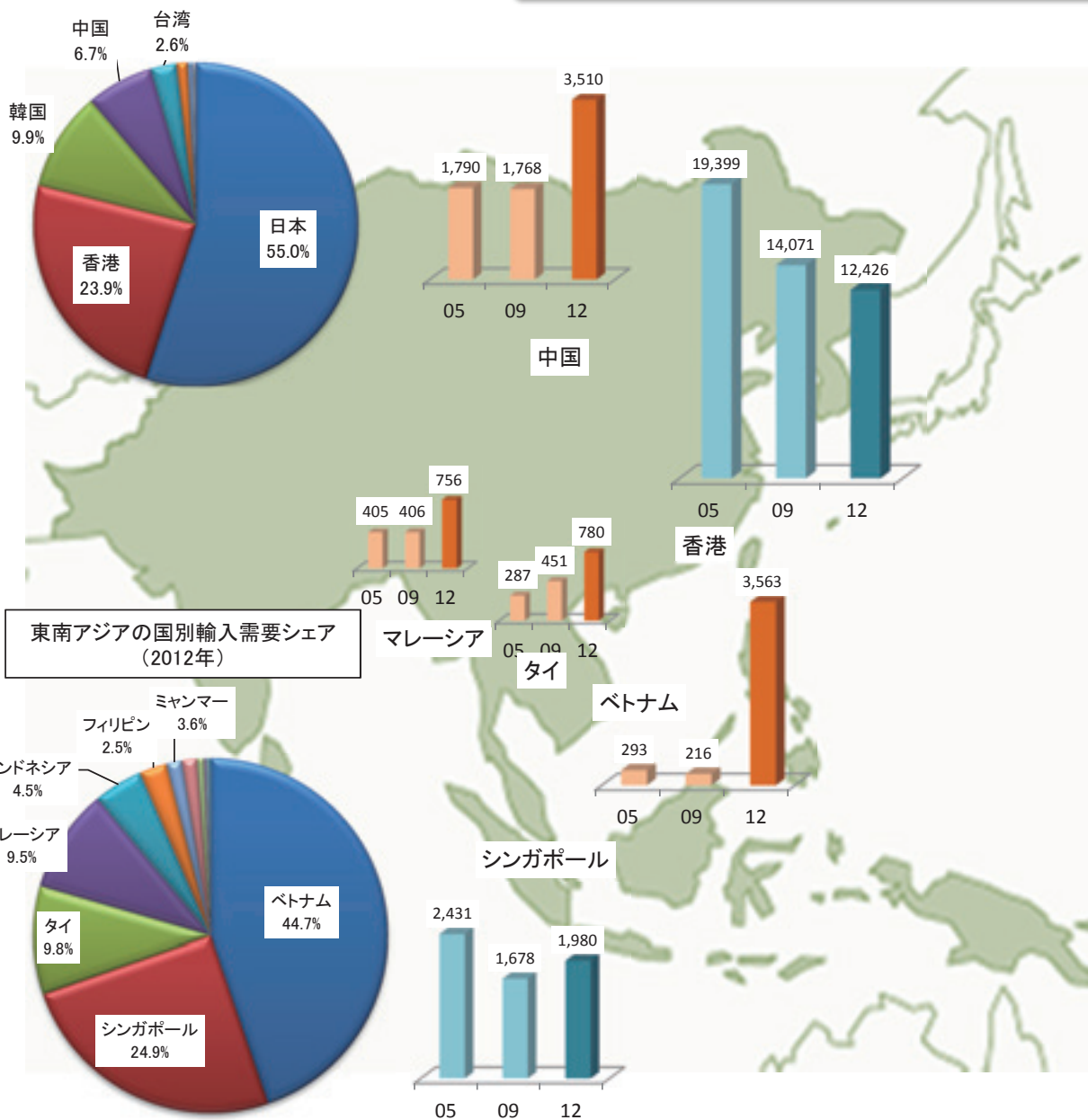
世界需要の15.1%を占める東アジアでは、日本(55.0%)に次いで、香港が域内需要の約4分の1を生み出しているが、輸入額の推移で見ると、05年に1兆9,399億円あった輸入額は、09年に1兆4,071億円、12年に1兆2,426億円へと減少傾向を示している。他方で、中国は05年に1,790億円あった輸入額は12年に3,510億円へと倍増し、繊維製品の輸入需要が急速に拡大している。

世界シェアの2.3%を占める東南アジアでは、ベトナム、タイ、マレーシアの輸入額が近年著しく拡大している。とりわけ、ベトナムは05年に293億円あった輸入額が12年には3,563億円へと急増し、域内ではシンガポールを抜いて最大の輸入大国となった。

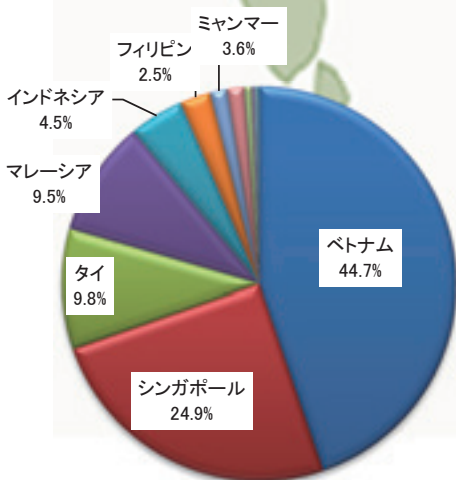
東アジアの国別輸入需要シェア (2012年)



主要なアジア新興国の国別輸入額の推移 (2005年～2012年) (単位: 億円)



東南アジアの国別輸入需要シェア (2012年)



世界全体での加工食品の輸入需要は着実に増加しており、05年に18兆9億円であった総輸入額は、09年に21兆9,910億円、12年には24兆5,345億円へと拡大した。

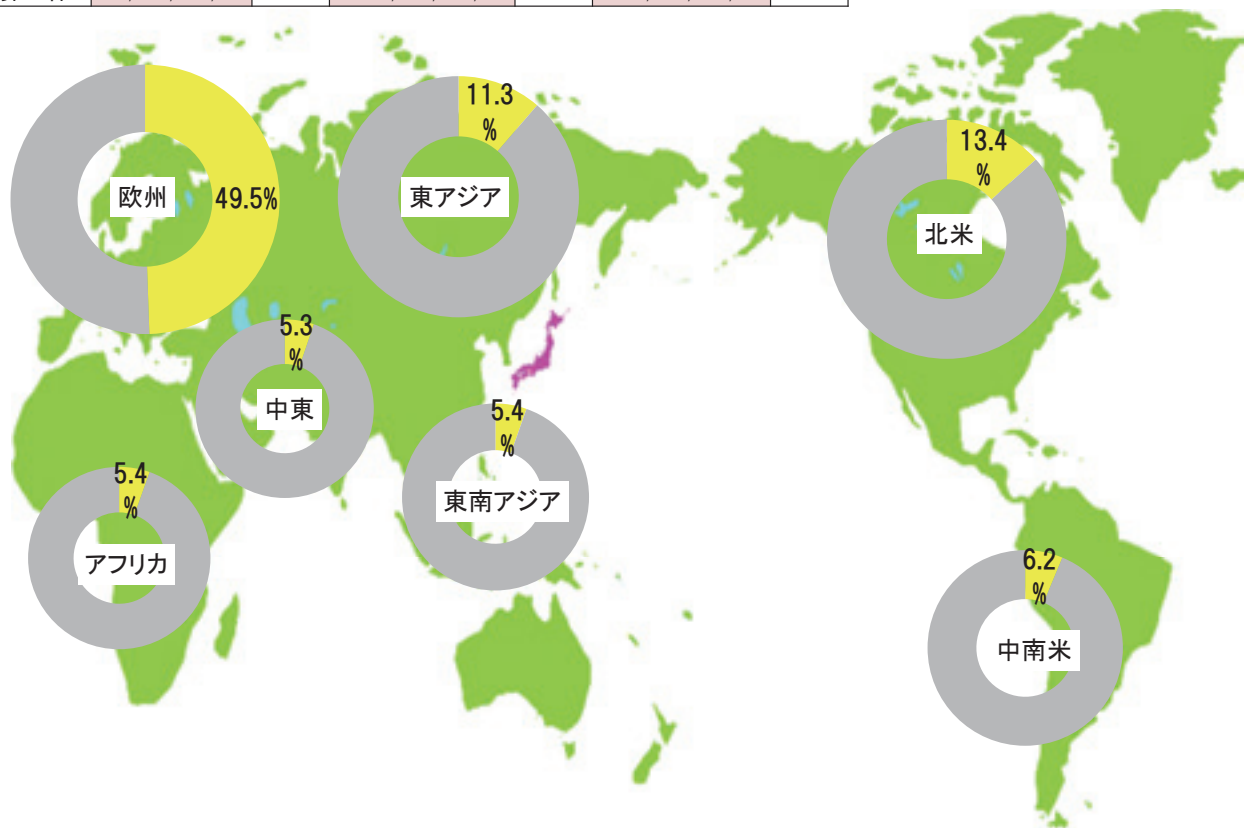
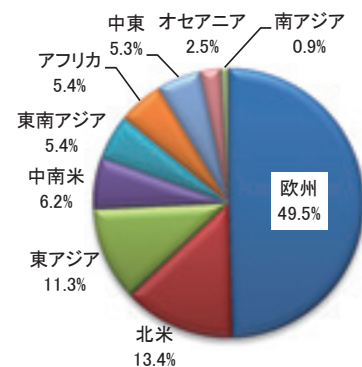
エリア別で見ると、欧州と北米が世界全体の輸入需要の6割強を占めているが、世界シェアで見ると縮小傾向にある。対照的に、東アジア、中南米、東南アジア、アフリカ、中東の5エリアが世界市場の中で存在感を増してきており、これら新興国が世界シェアに占める割合は、05年の26.1%から、12年の33.6%へと拡大している。

世界のエリア別輸入額・シェア
(2005・2009・2012年)

(単位:千円)

エリア	2005年輸入額	シェア	2009年輸入額	シェア	2012年輸入額	シェア
欧州	10,082,043,030	56.0%	12,386,112,825	56.3%	12,155,266,348	49.5%
北米	2,709,737,825	15.1%	2,953,929,294	13.4%	3,289,098,630	13.4%
東アジア	1,920,244,729	10.7%	1,996,011,470	9.1%	2,778,096,019	11.3%
中南米	928,798,394	5.2%	1,191,671,276	5.4%	1,532,161,494	6.2%
東南アジア	605,305,360	3.4%	826,029,833	3.8%	1,321,421,166	5.4%
アフリカ	430,794,580	2.4%	900,570,107	4.1%	1,313,591,351	5.4%
中東	788,294,052	4.4%	1,006,557,871	4.6%	1,298,986,638	5.3%
オセアニア	380,740,559	2.1%	501,882,524	2.3%	623,549,774	2.5%
南アジア	154,990,437	0.9%	228,297,040	1.0%	222,419,905	0.9%
世界全体	18,000,948,966	100.0%	21,991,062,240	100.0%	24,534,591,325	100.0%

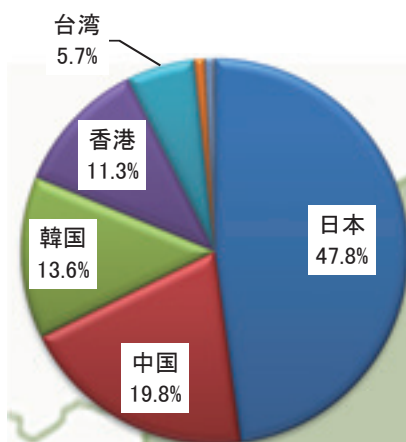
世界のエリア別輸入需要シェア
(2012年)



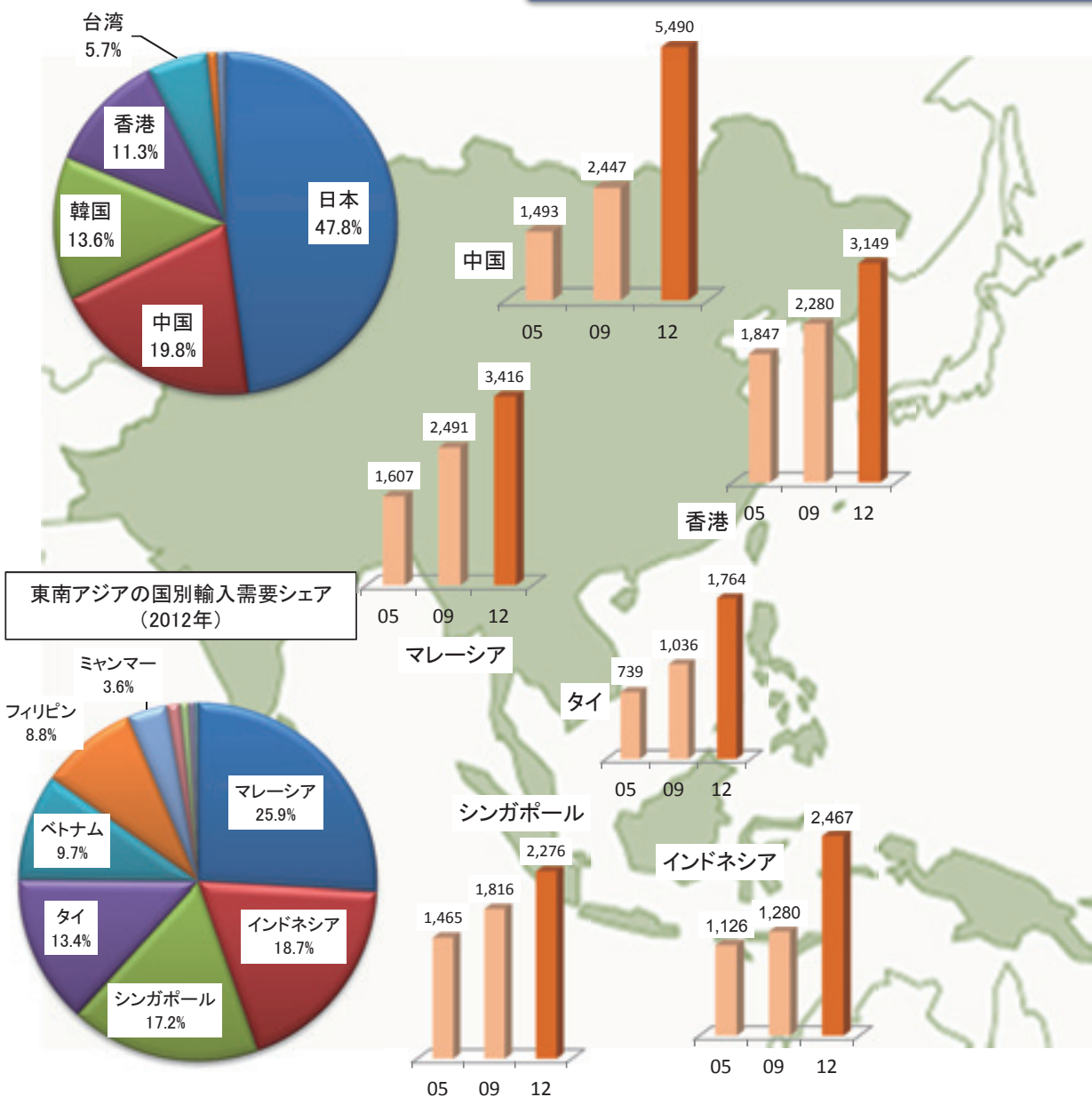
世界需要の11.3%を占める東アジア域内では、日本(47.8%)に次いで、中国(19.8%)、韓国(13.6%)、香港(11.3%)のシェアが大きい。輸入額の推移で見ると、12年の中国の輸入額(5,490億円)は05年(1,493億円)と比べて367%増、香港の輸入額も05年(1,847億円)から12年(3,149億円)にかけて170%増加するなど、東アジアにおいて中国・香港市場の重要性は高まっている。

世界シェアの5.4%を占める東南アジアでは、マレーシア(25.9%)、インドネシア(18.7%)、シンガポール(17.2%)、タイ(13.4%)の4か国が域内需要の4分の3を生み出している。輸入額の伸び率で見ると、マレーシア、インドネシア、タイの輸入需要が05年から12年にかけて倍増している。

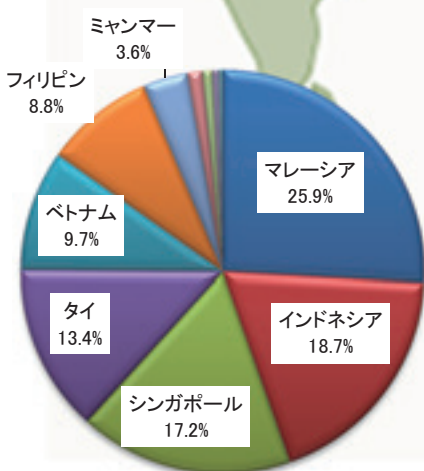
東アジアの国別輸入需要シェア
(2012年)



主要なアジア新興国の国別輸入額の推移(2005年~2012年)
(単位: 億円)



東南アジアの国別輸入需要シェア
(2012年)



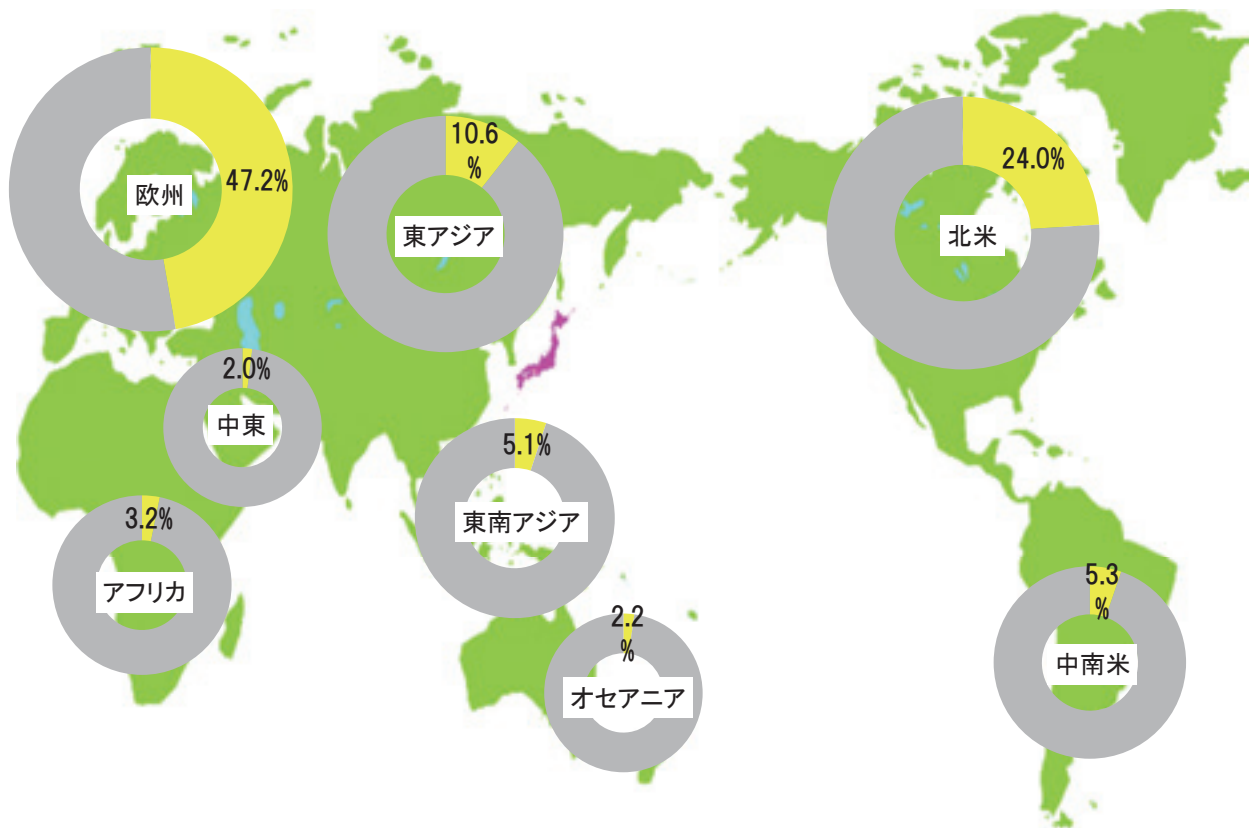
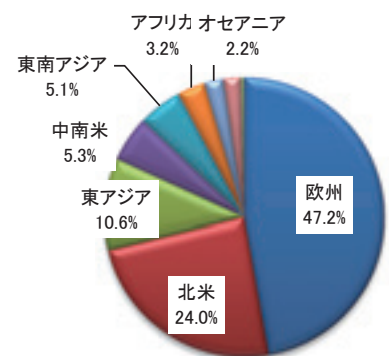
世界全体でのアルコール・飲料の輸入需要は年々増加しており、05年に6兆6,406億円であった総輸入額は、09年に7兆4,804億円、12年には8兆5,398億円へと拡大してきた。

エリア別で見ると、欧州と北米が世界全体の輸入需要の7割強を占め、圧倒的に大きいマーケットであるが、世界シェアの推移で見ると05年の80.6%から、12年の71.2%へと縮小傾向にある。対照的に、東アジア、中南米、東南アジア、アフリカの輸入額は、近年、2～3倍の伸び率を示しており、これら新興諸国が生み出す輸入需要が世界全体の2～3割を占めつつある。

世界のエリア別輸入額・シェア
(2005・2009・2012年)

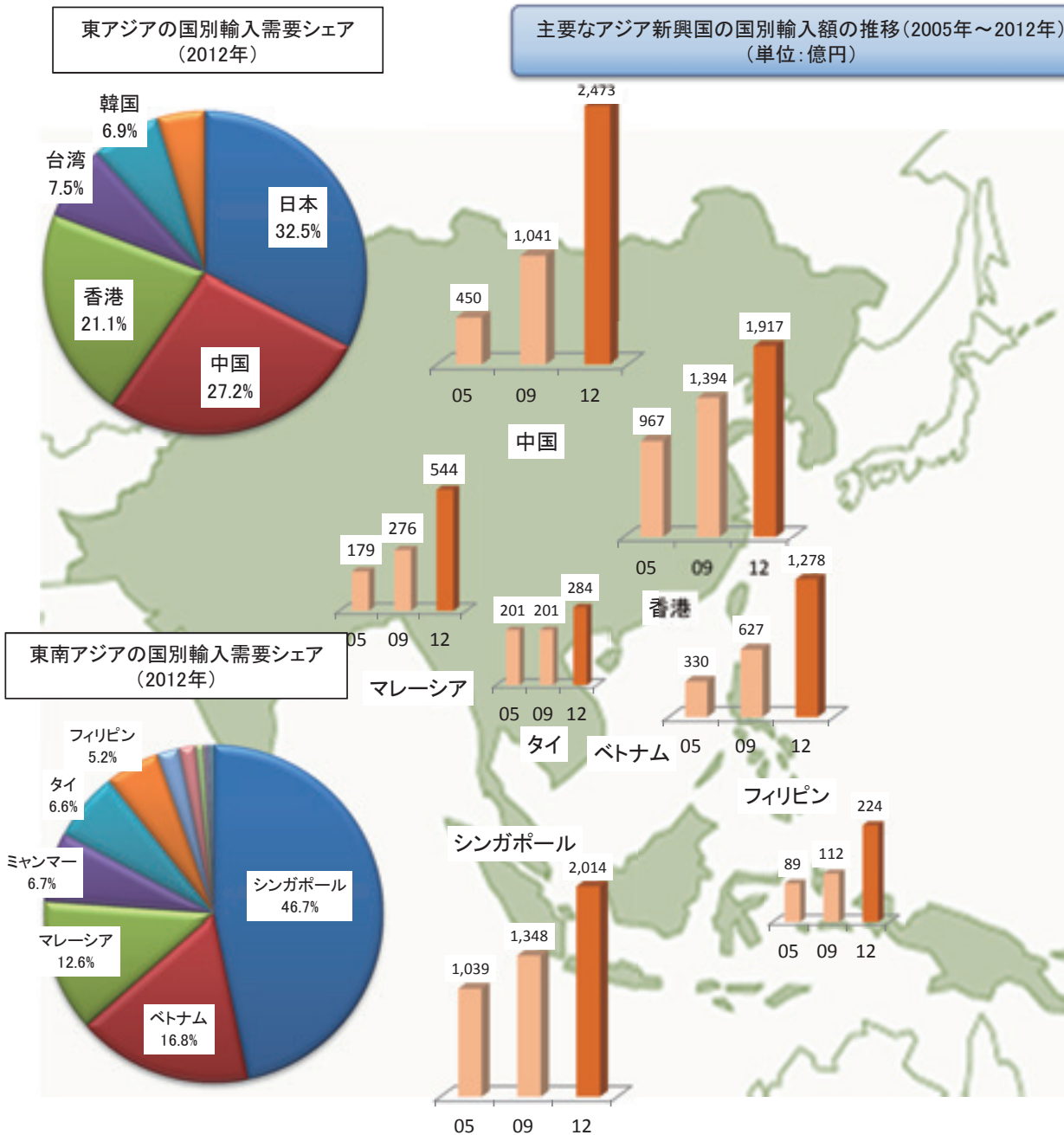
エリア	2005年輸入額	シェア	2009年輸入額	シェア	2012年輸入額	シェア
欧州	3,588,476,590	54.0%	4,011,405,837	53.6%	4,028,366,947	47.2%
北米	1,767,985,269	26.6%	1,767,395,059	23.6%	2,050,286,173	24.0%
東アジア	534,734,971	8.1%	612,128,334	8.2%	908,831,547	10.6%
中南米	223,347,307	3.4%	317,815,165	4.2%	450,738,800	5.3%
東南アジア	164,048,422	2.5%	218,370,540	2.9%	431,382,741	5.1%
アフリカ	114,294,763	1.7%	199,272,826	2.7%	275,253,455	3.2%
オセアニア	112,439,067	1.7%	148,119,435	2.0%	188,008,298	2.2%
中東	104,957,179	1.6%	172,581,158	2.3%	169,118,219	2.0%
南アジア	30,319,882	0.5%	33,384,767	0.4%	37,823,614	0.4%
世界全体	6,640,603,450	100.0%	7,480,473,121	100.0%	8,539,809,794	100.0%

世界のエリア別輸入需要シェア
(2012年)



世界需要の10.6%を占める東アジアでは、中国(27.2%)、香港(21.1%)が域内需要の約半分を占めており、輸入額の推移で見ると、とりわけ、中国の輸入額が05年の450億円から12年の2,473億円へと、5倍以上増加している。

また、世界シェアが5.1%を占める東南アジアでは、シンガポール(46.7%)が最大の輸入大国であるが、近年、ベトナム、マレーシアが輸入需要を急速に拡大している。特に、ベトナムは05年に330億円あった輸入額が12年には1,278億円へと4倍近く拡大しており、シンガポールに次いで域内第2位の輸入需要を生み出している。



ITハード製品の世界輸入需要は概ね拡大傾向にあり、05年の2兆1,498億円から、12年には4兆6,462億円へと増大した。

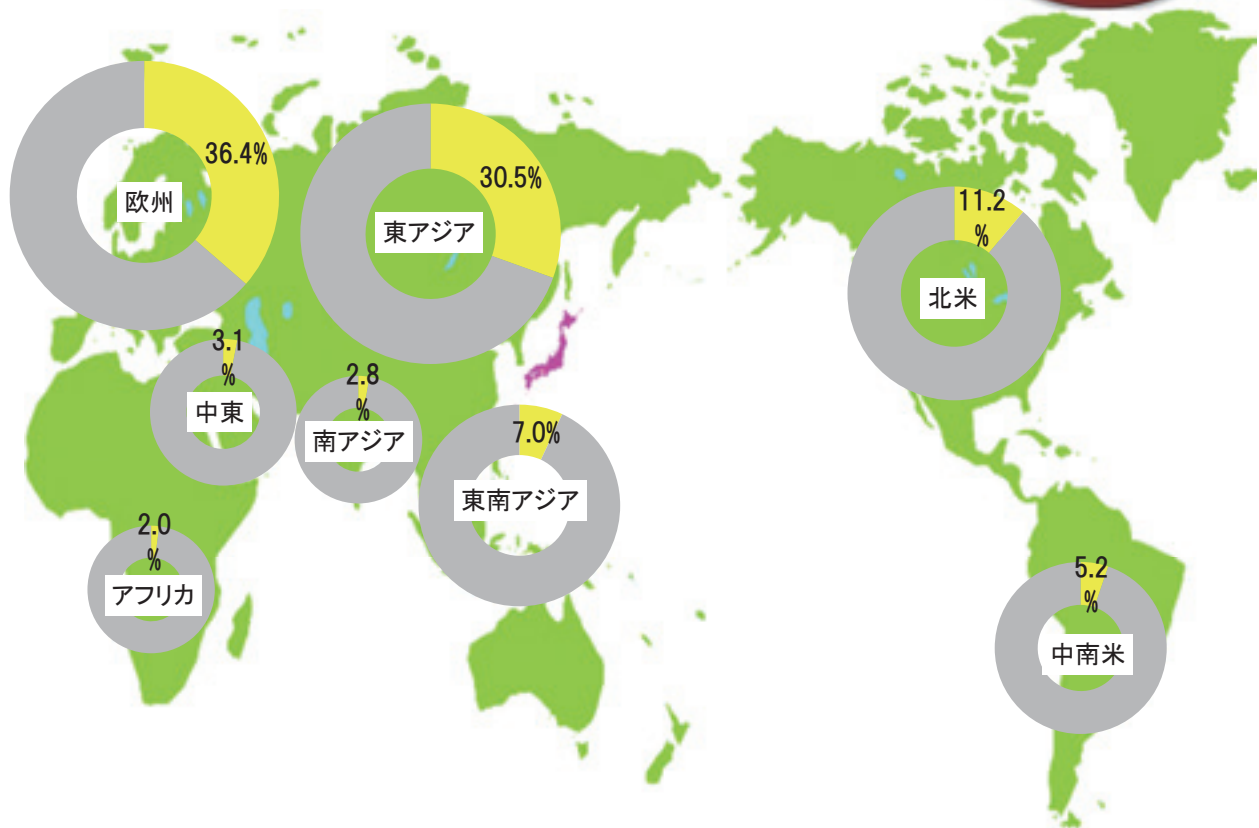
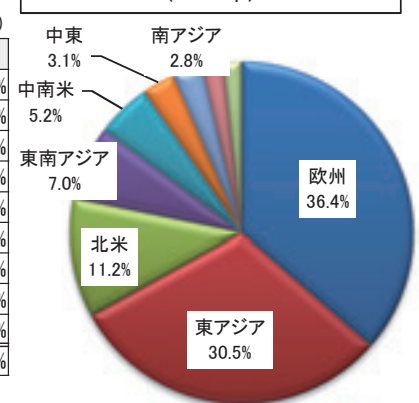
エリア別で見ると、欧州と東アジアの需要拡大が著しく、欧州の輸入額は6,488億円(05年)から1兆6,913億円(12年)へと増大し、世界シェアも30.2%(05年)から36.4%(12年)へと拡大した。また、東アジアについても5,320億円(05年)から1兆4,188億円(12年)へと輸入需要は拡大しており、世界シェアも30%を超え、欧州市場に迫る勢いで成長している。

他方で、北米と東南アジアの輸入需要は05年から12年にかけて概ね横ばいで、両地域の世界シェアは縮小傾向にある(北米は05年23.3%→12年11.2%、東南アジアは05年13.8%→12年7.0%)。

世界のエリア別輸入額・シェア
(2005・2009・2012年)

エリア	2005年輸入額	シェア	2009年輸入額	シェア	2012年輸入額	シェア
欧州	648,836,376	30.2%	2,225,514,068	42.3%	1,691,334,645	36.4%
東アジア	532,020,147	24.7%	1,342,208,380	25.5%	1,418,883,772	30.5%
北米	500,139,772	23.3%	565,452,303	10.8%	518,341,244	11.2%
東南アジア	297,614,473	13.8%	306,647,886	5.8%	327,212,057	7.0%
中南米	92,407,308	4.3%	252,840,709	4.8%	241,402,476	5.2%
中東	28,207,765	1.3%	120,731,173	2.3%	143,938,517	3.1%
南アジア	10,149,583	0.5%	238,024,317	4.5%	131,311,988	2.8%
アフリカ	13,935,901	0.6%	106,079,516	2.0%	92,842,670	2.0%
オセアニア	26,521,369	1.2%	101,600,567	1.9%	81,004,890	1.7%
世界全体	2,149,832,694	100.0%	5,259,098,919	100.0%	4,646,272,259	100.0%

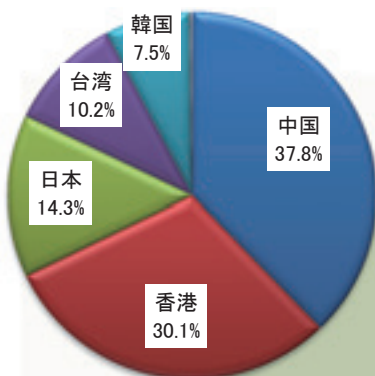
世界のエリア別輸入需要シェア
(2012年)



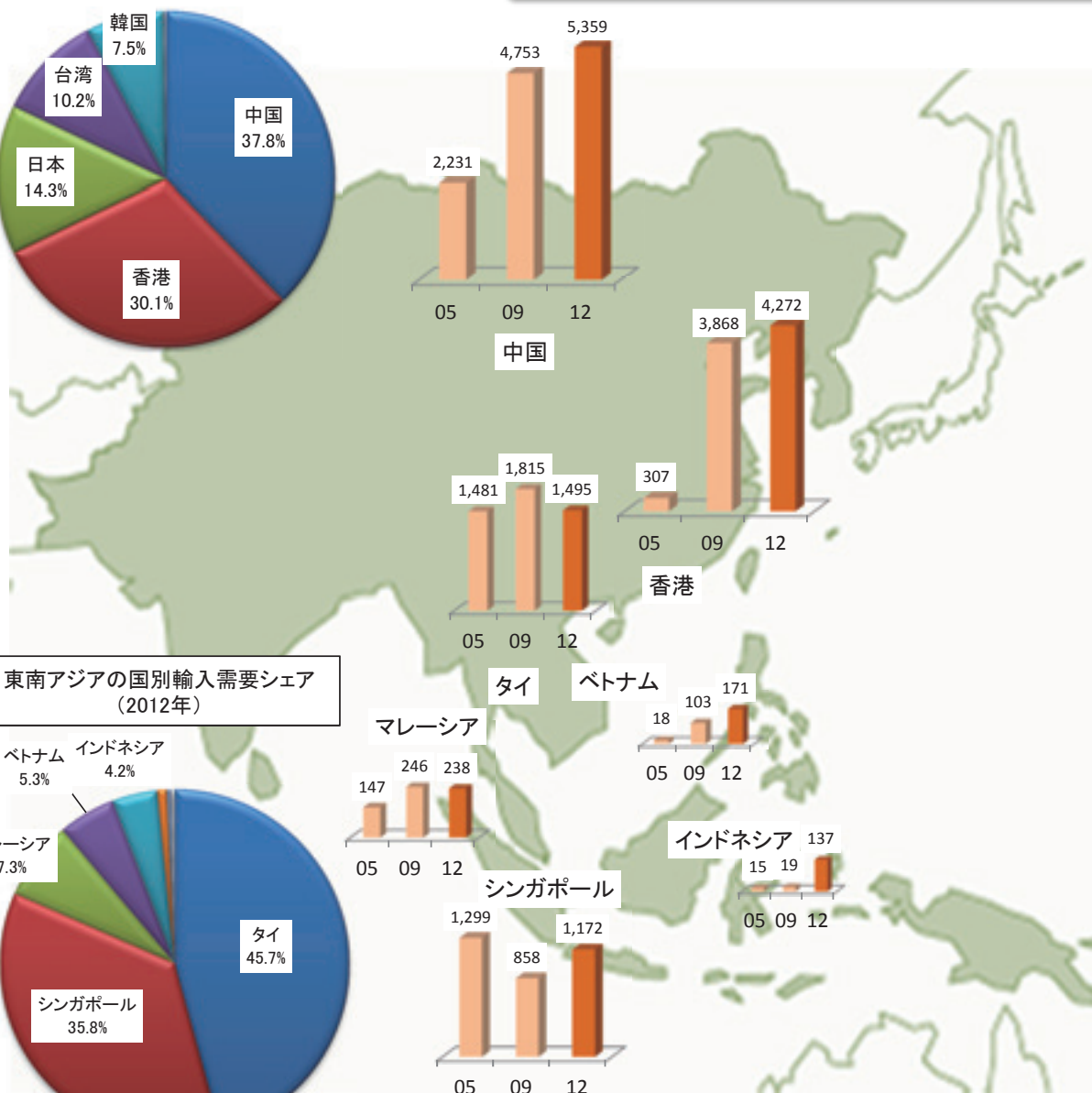
世界需要の30.5%を占める東アジア域内では、中国と香港のシェアが全体の7割を占め、輸入額の推移で見ても、中国の12年輸入額(5,359億円)は05年(2,231億円)と比べて240%増、香港の12年輸入額(4,272億円)も05年(307億円)と比べ1,391%増加した。

世界シェアが7.0%を占める東南アジアでは、タイ(45.7%)とシンガポール(35.8%)が域内全体の8割の輸入需要を生み出しているが、近年はマレーシア(7.3%)、ベトナム(5.3%)、インドネシア(4.2%)の輸入額も増加傾向にある。

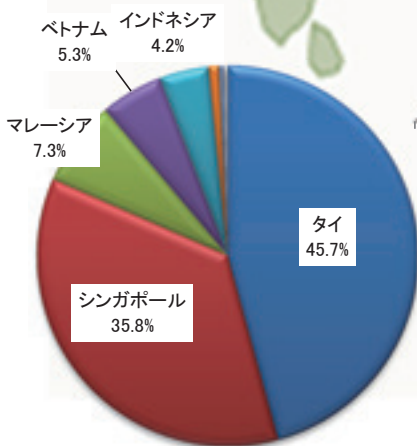
東アジアの国別輸入需要シェア (2012年)



主要なアジア新興国の国別輸入額の推移 (2005年～2012年) (単位: 億円)



東南アジアの国別輸入需要シェア (2012年)



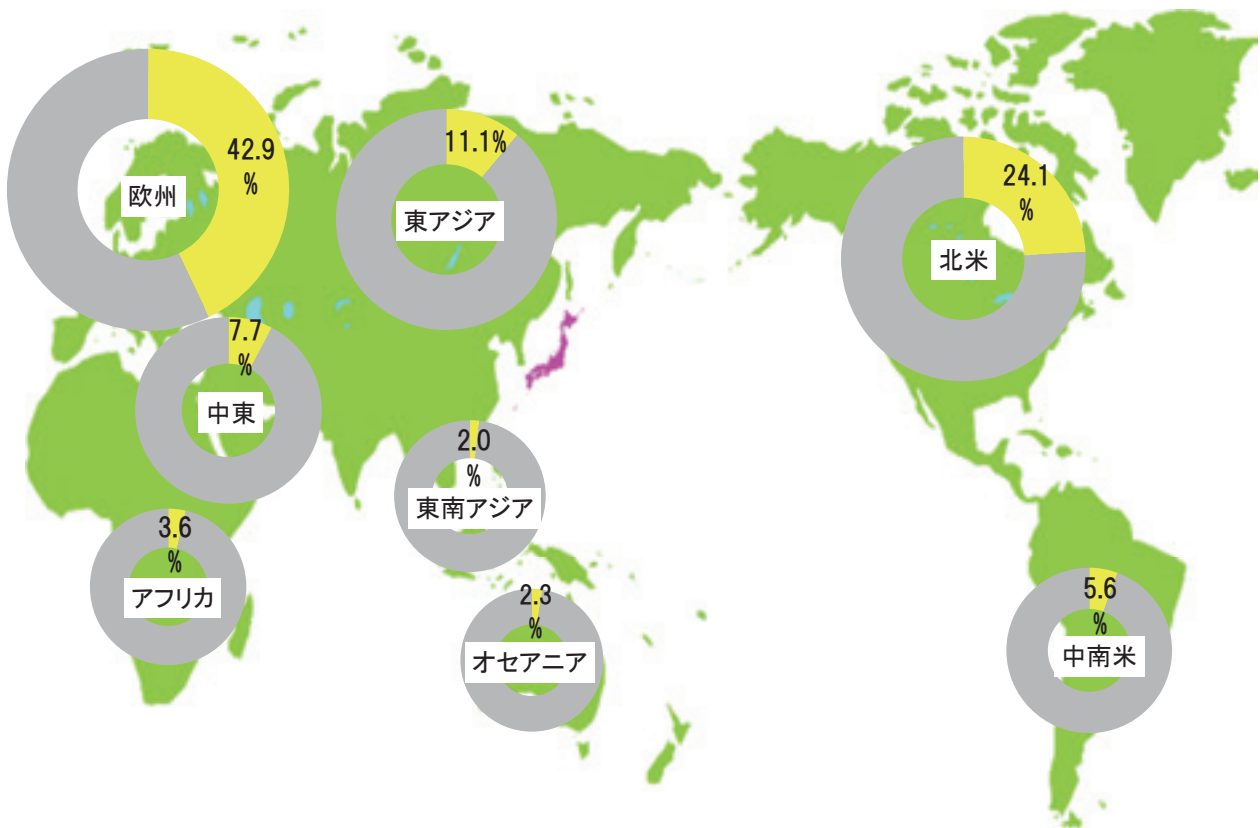
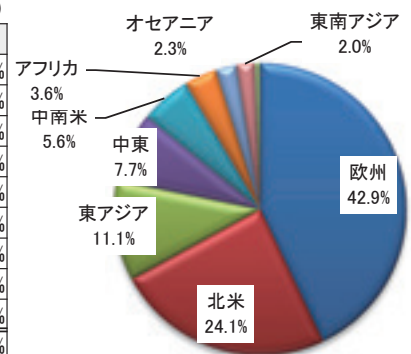
世界全体での漆器・陶磁器の輸入需要は、05年の1兆390億円から、リーマンショック後の09年に8,253億円まで落ち込み、12年には8,961億円と多少の需要回復は認められるものの、05年の水準を下回った。
 エリア別で見ると、欧州と北米が世界全体の輸入需要の6~7割を占めているが、輸入額で見ると減少傾向にある。また、東アジアも世界シェアの1割の需要を生み出しているが、輸入額は縮小している。
 他方で、中東、中南米、アフリカ、東南アジアは、世界シェアで見ると大きいマーケットとは言えないものの、これら新興国の輸入額は、欧米エリアとは対照的に増加傾向にある。

世界のエリア別輸入額・シェア
(2005・2009・2012年)

世界のエリア別輸入需要シェア
(2012年)

(単位:千円)

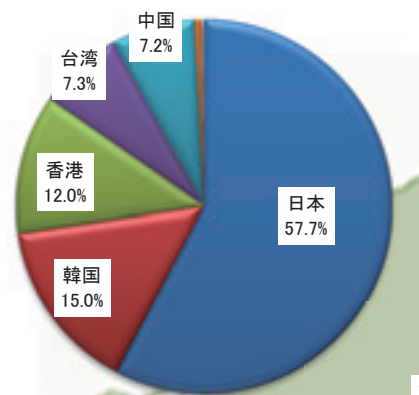
エリア	2005年輸入額	シェア	2009年輸入額	シェア	2012年輸入額	シェア
欧州	486,197,397	46.8%	415,457,062	50.3%	384,845,822	42.9%
北米	322,501,300	31.0%	198,234,336	24.0%	216,431,126	24.1%
東アジア	111,692,000	10.7%	82,534,158	10.0%	99,149,513	11.1%
中東	43,272,731	4.2%	42,902,465	5.2%	69,260,804	7.7%
中南米	27,334,792	2.6%	31,458,782	3.8%	49,947,244	5.6%
アフリカ	13,641,351	1.3%	23,941,167	2.9%	32,345,159	3.6%
オセアニア	20,270,712	2.0%	16,734,525	2.0%	20,632,562	2.3%
東南アジア	10,771,295	1.0%	10,209,712	1.2%	17,860,760	2.0%
南アジア	3,397,623	0.3%	3,908,311	0.5%	5,725,320	0.6%
世界全体	1,039,079,201	100.0%	825,380,518	100.0%	896,198,310	100.0%



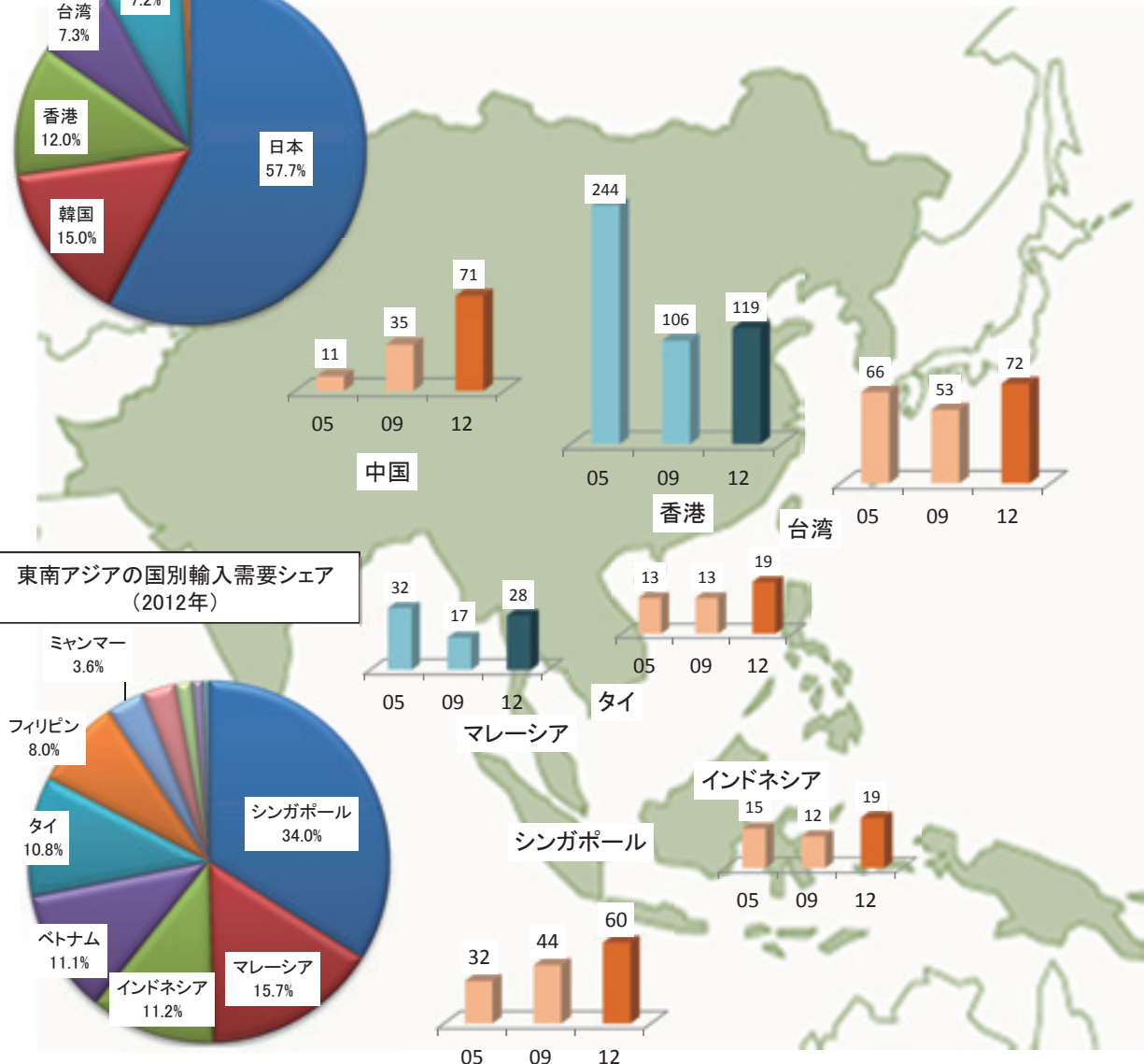
世界需要の11.1%を占める東アジア域内では、日本(57.7%)に次いで、韓国(15.0%)、香港(12.0%)、台湾(7.3%)、中国(7.2%)のシェアが大きい。05年から12年にかけての輸入額の推移で見ると、香港の輸入額は減少傾向にあるのに対し、中国の輸入需要が近年拡大しており(05年11億円→12年71億円)、台湾の輸入規模と同じ水準になりつつある。

東南アジアの輸入需要は世界シェアの2.0%を占めるにとどまっているが、域内需要の34%を生み出しているシンガポールを筆頭に、インドネシア(11.2%)やタイ(10.8%)等の輸入需要は近年増加傾向にある。

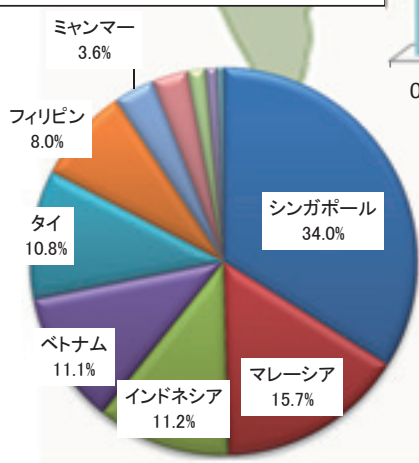
東アジアの国別輸入需要シェア
(2012年)



主要なアジア新興国の国別輸入額の推移(2005年~2012年)
(単位:億円)



東南アジアの国別輸入需要シェア
(2012年)



石川県産業国際展開戦略

平成26年5月 発行
石川県商工労働部産業政策課

〒920-8580 金沢市鞍月1丁目1番地
直通電話 076-225-1511
F A X 076-225-1514
<http://www.pref.ishikawa.lg.jp/syoko/index.html>
メールアドレス syoukou@pref.ishikawa.lg.jp