

## 要 約

---

---

### 1. 北陸圏経済の現状と地場産業

#### 【北陸圏経済の概観】

北陸圏（富山・石川・福井3県）は、我が国全体の2.5%程度の経済規模を有する地域である。産業としては金属や合繊織物など主に地場産業から発展してきた製造業のウェイトが高く、我が国を代表するグローバル企業や独自の強みを持った企業も少なくない。

しかし、世界金融・経済危機により北陸圏の基幹産業である機械産業等は大きな打撃を受け、北陸圏の製造業を取り巻く経営環境は厳しい状況が続いている。このため、内需型の消費財産業やサービス産業、観光関連産業の新たな展開に期待がかかる。

#### 【地場産業の概観と発展可能性】

北陸圏には古くから織物、陶磁器、漆器、鋳物、医薬品など多様な地場産業が存在する。また、消費者から高い評価を受けている一次産品および醸造など加工品も北陸を代表する地場産業として数えられる。

これらの地場産業は、①一次産品、加工食品など、販路がローカルな商圏で閉じている「域内完結型地場産業」、②売薬（配置薬）、輪島塗など、早くから際立ったビジネスモデルや巧みなPR戦略で全国での販路開拓に成功した「全国展開型地場産業」、③九谷焼、絹織物、高岡漆器など、明治期に殖産興業の号令の下に欧州市場に美術工芸品などを盛んに輸出した歴史を持つ「戦前の輸出型地場産業」、④眼鏡フレーム、合繊織物など、戦後の復興と高度経済成長の中で対米輸出により隆盛を誇った「戦後の輸出型地場産業」、の4種類に類型化することができる。

これら地場産業は、雇用面や観光産業への経済波及を考慮すれば、今なお北陸経済において大きな影響力を有する存在であり、新たな展開を模索することによりより大きく発展していく可能性を有しているものの、現状、これら地場産業の経済活動は活発とは言いがたい。

こうした中、地場産業の中には、これまで培ってきた要素技術を活用して新たな用途開発を行う事例、製造業者が自らデザインや素材を革新する事例、製造業者が問屋に頼らず自ら販路を開拓する例などが見られる。

## 2. 地場産業の新展開

### **【中国など東アジアの成長の取り込み】**

中国の経済が高い成長を維持し、東アジアのみならず世界経済においてその存在感を増している。今後、「世界の工場」としての位置づけから、徐々に「世界有数の消費市場」へと変貌していく可能性が高い。

高い経済成長に伴い豊かになった中国人は嗜好が高度になり、消費財への質的な要求水準を高めている。日本の優れた感性によって作られた消費財や高品質の一次産品、優れたコンテンツなどの市場として、中国をはじめとする東アジアの重要性が一層高まり、我が国の対東アジア輸出は、部品・資本財中心から消費財中心へと徐々にシフトしていくことが予想される。

こうした中、これまで外需型資本財産業に大きく頼ってきた北陸圏においては、今後、東アジア市場における台頭著しい富裕層や中間所得者層を視野に入れた内需型消費財産業の外需転換を目指す必要がある。その際、有望な産業として、全国でも際立って豊かな地場産業に着目する必要がある。

### **【意識改革、企画・プロデュース機能の再構築】**

しかし、北陸の地場産業の産地では、かつて産地問屋が担ってきた企画・プロデュース機能が大幅に低下しており、作り手自身の海外への販路開拓に対する意欲も決して高くはない状況にある。今後地場産業が輸出産業としての新たな展開を模索していくためには、企画・プロデュース機能を再構築するほか、作り手自身の海外市場に対する意識を変えていくことが不可欠である。

### **【クールジャパンの活用】**

アニメや漫画、若者ファッションといった日本のポップカルチャーは「クールジャパン」と呼ばれ世界の若者を魅了しているが、こうしたコンテンツは中国人の間で日本の豊かな消費生活や日本文化への関心を高める上で重要な役割を果たしている。北陸圏の地場産業が海外市場開拓に取り組んでいく際には、クールジャパン現象を商品企画や販売戦略に活かしていく視点が求められる。

### **【今後の課題】**

中国をはじめとする東アジアをターゲットとした市場開拓は、北陸でもその萌芽を見ることができる。しかし、今後、北陸圏の地場産業が新たな展開を図っていくためには、次の課題を克服する必要がある。

- (1) 外需転換に向けた意識改革、啓発
- (2) 企画・プロデュース機能の強化
- (3) 異業種とのコラボレーション
- (4) コンテンツと地場産業の融合
- (5) クールジャパンの活用
- (6) 環境分野、医療分野への展開
- (7) JETRO、銀行、商社、在外公館、留学生等の活用による情報収集、マーケティング
- (8) 国際イベントを活用したマーケティング、販促

### **3. 観光の新展開**

#### **【中国等のインバウンド観光の可能性】**

我が国は「観光立国」を重要な政策課題として掲げ、外国からの観光客の来訪（インバウンド観光）を大きく伸ばしていくことを目指している。中でも魅力的な顧客として目されているのが、個人での海外旅行ビザが一部解禁となったことで海外旅行ブームが起こる可能性が高い、中国からの観光客である。今後、中国からの訪日観光客は東京や京都を中心に激増していくことが予想され、北陸圏としても彼らの一部を呼び込む取り組みが重要である。

しかし、中国人社会での北陸圏の知名度は低く、また北陸圏での中国人を受け入れる環境も十分には整備されているとはいえない。今後、北陸圏では中国人観光客を意識したハード、ソフト双方のインフラ整備を進めると共に、地元の観光関連産業関係者の意識を変えていくことが求められる。

#### **【具体的な取り組みと今後の課題】**

北陸におけるインバウンド観光の入り込みに向けた具体的な取り組みとしては、①金沢市における「創造都市」の取り組み、②富山県利賀村(現、南砺市)などにおける芸術・芸能の活用、③富山県におけるアニメを活用した海外からの誘客、などが注目される。

今後、北陸圏が中国人観光客の誘客を進めていく上では、次の課題を克服する必要がある。

- (1) 外需転換（インバウンド観光）に向けた意識改革、啓発
- (2) 広域的な観点からの地域間協調
- (3) 地域文化の「物語」の創成

- (4) 地域の魅力活用
- (5) 異分野のコラボレーション（観光と医療）
- (6) 芸能、コンテンツの活用
- (7) 華僑・華人の活用
- (8) 積極的な情報発信

#### 4. 交通インフラ活用のあり方

2008年の東海北陸自動車道の全通、2015年頃の北陸新幹線の長野～金沢間、舞鶴若狭自動車道の開通といった高速交通基盤の整備は、北陸圏の経済優位性を高め、地域経済の活性化につながるものと期待される。さらに、北陸圏の港湾・空港は対岸諸国との輸出入において重要な役割を果たしており、最近始まった小松・富山両空港とアジア5都市を高速で結ぶ航空貨物の輸出入サービスは、北陸の空港を活用した対アジア貿易の利便性を増すことが期待される。

インバウンド観光の推進に当たっては、受け入れ態勢や基盤整備を進めていくと同時に、交通インフラの整備と活用が重要である。また、訪日観光客・ビジネス客を東京や信州、関西、中京圏経由で北陸圏に招致するなど、隣接圏と協調・連携した広域観光の視点が重要である。特に、国際的なハブ機能を高めている上海やプサン、インチョン等とのアクセス強化は、北陸圏と東アジアの人流、物流を活発化させていくに際して現実的な方策となる。

#### 5. 「環日本海」から「東アジア大交流圏」への発想転換

これまで北陸の自治体、経済界、大学等は、極東ロシア、中国東北地区、韓国東部など対岸諸国との交流を推進してきた。しかし、これまでの経緯をみる限り、「環日本海経済交流」には依然、克服すべき課題が多く残されている。

今後は、中国全域を含む東アジアをメインターゲットとする「東アジア大交流圏」の発想で経済交流を進めていく方向への転換が必要である。交流の内容も、地場産業の対中輸出やインバウンド観光にスポットを当てた内容にシフトしていくとともに、形式的な会議やセレモニーにかかる負担は極力軽減し、実務的な協議や展示会、商談会、交流会を中心に展開していく必要がある。さらに、取り組みの主体も北陸圏に限定することなく、他の日本海沿岸地域と広域的な連携を取り、お互いの資源を活用しながら「東アジア大交流圏」との交流を推進していくことにより、相乗効果の発揮や効率化が期待できる。

## 6. 「東アジア大交流時代」における北陸圏活性化の提案

東アジア大交流時代において北陸圏が取り組むべき経済活性化策として、以下を提案する。

### (1) 地場産業の新展開

- ① 企画・プロデュース機能の再生
- ② 北陸圏企業の外需転換の促進
- ③ 外国人（中国人等）の日本製品・サービスに関する嗜好に関する調査研究
- ④ 一次産品・食品・酒等の「安心・安全ブランド」プロジェクト
- ⑤ 一次産品と地場産品・伝統工芸のコラボレーションの促進
- ⑥ 都内のアンテナショップの積極活用・県境を越えた商品の相互乗り入れ
- ⑦ 他の日本海沿岸地域との連携による新たな地場産品作り
- ⑧ 都銀、地銀等の横連携によるマッチング機会の増加

### (2) 観光の新展開

- ① 「産業観光」的手法による北陸圏の新たな観光資源発掘・発信
- ② フィルムコミッション機能の強化
- ③ 建築、鉄道など埋もれた観光資源の再評価、活用
- ④ 「夜の観光」の開発
- ⑤ 中国人の独立開業支援、中国資本の誘致
- ⑥ 北陸新幹線と伝統工芸のコラボレーション推進

### (3) 北陸圏の魅力発信

- ① 北陸圏の物語づくり
- ② 若者を活用した北陸圏の魅力発信
- ③ 芸能を活用した北陸圏の魅力発信

### (4) 交通インフラ等の整備

### (5) 「東アジア大交流時代」の経済交流



# 「東アジア大交流時代」における北陸圏の経済活性化(概要版)

～地場産業と観光の新展開を中心に～



