

記者発表資料

平成24年3月6日

大阪経済記者クラブ会員各位

(同時資料配布：福岡経済記者クラブ／長崎経済記者クラブ／熊本経済記者クラブ
神戸経済記者クラブ)

「西日本の連携強化による経済活性化に関する要望」と連携促進のための自主事業について

【問合先】

大阪商工会議所 経済産業部 (近藤・伊藤)

Tel : 06-6944-6304

【概要】

- 大阪・京都・神戸と九州の主な商工会議所（計11商工会議所）で構成する「九州新幹線を活用した西日本活性化研究会」（事務局：大阪／福岡商工会議所）は、3月12日に九州新幹線全線開業1周年を迎えるのを前に、「西日本の連携強化による経済活性化に関する要望」と、連携促進のための自主事業を取りまとめた。要望については、本日付で野田佳彦・内閣総理大臣はじめ政府関係機関・各政党幹部や地元自治体などに建議する。
- 要望テーマは、「相互補完と相乗効果により西日本経済圏を日本再生の原動力に」。全線開業2カ年目以降、九州新幹線の効果を最大限引き出すには、両地域の相互補完・相乗効果の深化により、観光面はもとより、さらに幅広い分野での産業振興や、インバウンド促進・アジア市場開拓などを強力に推進し、西日本経済圏として国全体の力強い再成長を担っていくことが最重要。そこで、地域の活力増進や連携強化促進、ビジネスフレンドリーな立地環境整備などに関する18項目を要望している。
- また、インバウンド促進に向けた取り組みや、京阪神／九州で注力している産業・特産品・商業施設などに関する双方向のビジネス視察会など、両地域間の連携強化のために、京阪神と九州の商工会議所がそれぞれに取り組む自主事業についても取りまとめた。

【特徴的な要望項目】

I 地域間連携による観光振興とインバウンド促進策の強化（資料2：1～2ページ）

◆西日本の新しい広域観光ルート開発によるインバウンド促進（1ページ）

- 関西／九州双方を結び付けた新しい広域観光ルートの開発や、両地域共同での海外プロモーションの実施など、広域連携による外客誘致に向けた取り組みを強力に支援すべき。

◆地域間連携による観光魅力の向上（2ページ）

- 各地で形成されている「観光圏」間の交流を後押しするほか、「観光圏」への支援策を維持・拡充すべき。また、自然・歴史・文化など観光資源において連携が有効と考えら

れる地域間であれば、関西と九州など近接していないケースにおいても、1つの「観光圏」と同様の支援策を講じるべき。

Ⅱ 地域を超えたビジネス交流の強力なバックアップ（資料2：3～4ページ）

◆国際戦略総合特区の連携による相乗効果の創出（3ページ）

- 関西の「関西イノベーション国際戦略総合特区」と福岡県・福岡市・北九州市の「グリーンアジア国際戦略総合特区」の取り組みがより効果的なものとなるよう、特区間の連携をバックアップすべき。
- また、企業誘致促進のため、地方税の減免措置の拡充や公的規制の見直し、補助金の拡大といった、自治体独自の上乗せ措置を強化すべき。

Ⅲ 地域間連携によるアジア市場開拓支援（資料2：4ページ）

◆日本ブランドの再構築（4ページ）

- 関西と九州による合同ミッションの実施など、トップセールスの強化などにより、日本の製・商品・サービスや観光資源のブランド力向上に一層注力すべき。

Ⅳ 観光と産業振興に資するインフラの早期整備（資料2：5ページ）

- 西日本広域での観光・産業振興のため、主要鉄道網や空港、道路ネットワーク、港湾など、必要とされるインフラの早期整備に全力で取り組むべき。

【自主事業提案】

◎交流担当窓口の設置とインバウンド促進（資料3）

- 研究会メンバー会議所ごとの交流担当窓口を設置する。また、交流担当窓口の情報交換会を開催し、先進的な事例紹介などを行う。特に、インバウンド促進に向けた連携策を検討し、西日本地域合同による中国はじめアジアへの観光プロモーション実施を目指す。

◎会員企業の情報収集・市場調査のためのビジネス視察会実施（資料3）

- 京阪神・九州で注力している産業や特産品、商業施設などに関するビジネス視察会の実施を検討する。例えば、京阪神では「コンテンツ産業」「ライフサイエンス産業」などの関連施設の視察や交流を通じて、九州企業への情報提供を行う。同様に、九州では「環境産業」「自動車関連産業」「半導体関連産業」などについて、京阪神の企業への情報提供を行う。

以上

<添付資料>

資料1：「西日本の連携強化による経済活性化に関する要望」フレーム

資料2：「西日本の連携強化による経済活性化に関する要望」

資料3：「西日本における連携促進のための自主事業」

資料4：「九州新幹線を活用した西日本活性化研究会」これまでの経緯（参考資料）

西日本の連携強化による経済活性化に関する要望 ～ 相互補完と相乗効果により西日本経済圏を日本再生の原動力に～

九州新幹線を活用した西日本活性化研究会

- ◆九州新幹線の全線開業以降、観光面を中心に関西－九州間の交流は大きく進展しつつある。九州新幹線の効果を最大限引き出すには、両地域の相互補完・相乗効果の深化により、さらに幅広い分野での産業振興や、インバウンド促進・アジア市場開拓などを強力に推進し、西日本経済圏として国全体の力強い再成長を担っていくことが最重要。地元商工会議所も連携してアクションを展開しつつある。
- ◆このため、政府・自治体においても、当地域を広域連携によりわが国の成長エンジンの役割を担う新たなモデルと明確に位置づけ、地域の活力増進や連携強化促進、ビジネスフレンドリーな立地環境整備を急ぐべき。

I. 地域間連携による観光振興とインバウンド促進策の強化

1. 西日本の新しい広域観光ルート開発によるインバウンド促進
2. 地域間連携による観光魅力の向上
3. MICEの開催・誘致の更なる推進
4. 地域資源を活用した産業観光の振興
5. クルーズ客船の誘致支援
6. 観光人材の育成支援
7. 外国人に優しいまちづくりの推進

II. 地域を超えたビジネス交流の強力なバックアップ

1. 国際戦略総合特区の連携による相乗効果の創出
2. 魅力的な事業環境の整備
3. 地域を超えた実証研究の強化
4. 地域資源を活用した新商品・サービスの開発促進
5. 中小企業による共同受注活動のバックアップ
6. 地域を超えた企業の危機管理支援策の強化

III. 地域間連携によるアジア市場開拓支援

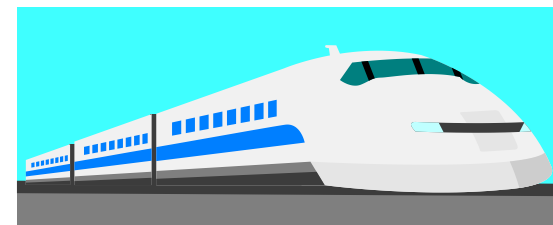
1. 日本ブランドの再構築
2. 新しい外需開拓支援
3. 海外進出企業情報などのインターネット上での公開
4. グローバル人材の育成・呼び込み

IV. 観光と産業振興に資するインフラの早期整備

主要鉄道網や空港、道路ネットワーク、港湾など、必要とされるインフラの早期整備

西日本における連携促進のための自主事業

1. 交流担当窓口の設置とインバウンド促進
2. 会員企業の情報収集・市場調査のためのビジネス視察会実施
3. 関西と九州を結ぶ観光をテーマにした販路拡大事業における連携強化
4. 技術開発支援事業における連携強化
5. 各地の広報媒体を活用した産業・特産品などの認知度向上と観光PR



(例1) 関西⇄九州の旅行需要が拡大

● 関西⇄九州の人的交流が拡大。とりわけ、関西発・九州行の旅行商品は好調。

<平成23年の旅行販売実績>

	関西発・九州行	九州発・関西行
旅行代理店 A社(平成23年3月～12月)	+29.2%	+0.8%
旅行代理店 B社(平成23年4月～12月)	+27.0%	増減なし
旅行代理店 C社(平成23年3月～12月)	+44.0%	▲4.0%

(例2) 京阪神／九州の企業による、ビジネス交流への関心がUP

● 「九州新幹線を活用した西日本活性化研究会」が実施したアンケート調査結果によると、京阪神／九州とも2割以上の企業が「九州新幹線の全線開業を契機に営業活動が増加した」と回答。

● 「市場調査」、「情報交換」、「製・商品、サービスの販売」についても、増加したとの回答が多く見られた。

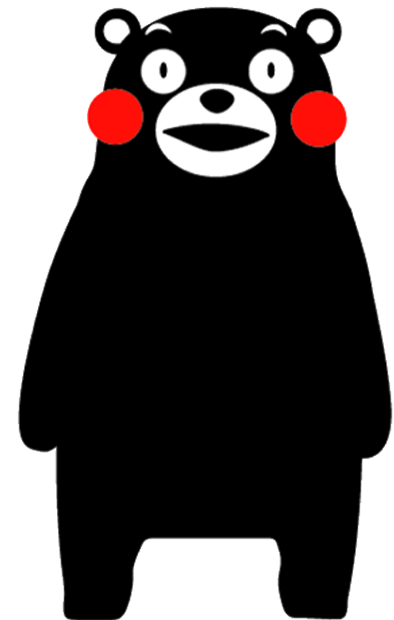
(例3) 地域を超えた営業活動も活発に

● 九州新幹線の全線開業を契機に、各地のPR活動が活発になってきている。

● 例えば、熊本県では、独自のキャラクター「くまモン」を活用した関西へのPR活動を展開。平成23年度には京阪神各地で通算7回のPRイベントを開催した。さらに、特産品を活用した、大手食品メーカーなどとのタイアップ商品の開発も進めている。

● 大阪府でも、平成24年2月24日～26日の3日間、九州での観光PRイベントを実施。

くまもとサプライズキャラクター
『くまモン』



今回の要望のポイント①

西日本の新しい広域観光ルート開発によるインバウンド促進

- 関西の6商工会議所は、関西6都市を周遊する6つの広域観光ルートを作成。
- 平成24年6月7日～9日に、各会議所会頭などが中国の上海市や広州市を共同訪問予定。

<例>

①クールジャパン探訪の旅(産業観光の旅)

金閣寺・二条城などの世界遺産やパナソニックセンター大阪、カワサキワールドなどを巡るルート

②水と緑の癒しの旅

琵琶湖周辺や、大阪の『川の駅』はちけんや、有馬温泉などを巡るルート

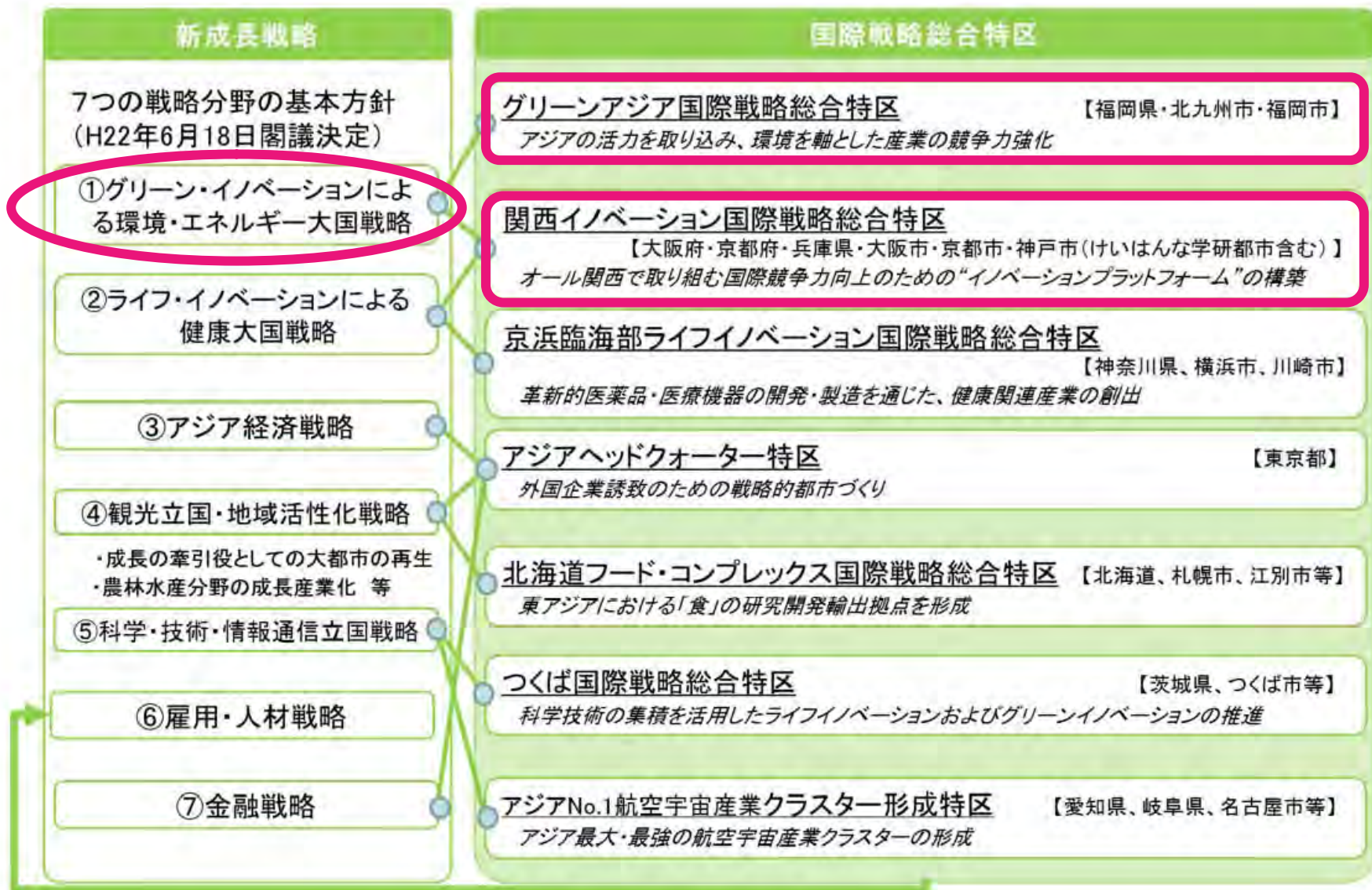


- 九州では、九州観光推進機構が情報サイト「九州旅ネット」などで様々なモデルコースを紹介。



出典:九州観光推進機構「九州旅ネット」

両地域の観光ルートを結び付けた広域ルート開発や、共同での海外プロモーション実施など、広域連携により外客誘致を促進



出典：内閣官房 地域活性化統合事務局「総合特別区域の第一次指定について」

関西と九州の国際戦略総合特区には関連性が見られる → 相乗効果をもたらす特区間の連携へのバックアップを要望

平成24年3月6日

西日本の連携強化による経済活性化に関する要望

～相互補完と相乗効果により西日本経済圏を日本再生の原動力に～

九州新幹線を活用した西日本活性化研究会

<構成メンバー会議所>

京都・神戸・大阪／北九州・佐賀・長崎・
熊本・大分・宮崎・鹿児島・福岡

(事務局：大阪・福岡)

九州新幹線の全線開業以降、観光面を中心に関西－九州間の交流は大きく進展しつつある。我々地元商工会議所は、開業2カ年目以降の課題とその解決策を研究してきた。その結果、九州新幹線の効果を最大限引き出すには、両地域の相互補完・相乗効果の深化により、さらに幅広い分野での産業振興や、インバウンド促進・アジア市場開拓などを強力に推進し、西日本経済圏として国全体の力強い再成長を担っていくことが最重要と考え、自ら連携してアクションを展開しつつある。

このため、政府・自治体においても、当地域を広域連携によりわが国の成長エンジンの役割を担う新たなモデルと明確に位置づけ、地域の活力増進や連携強化促進、ビジネスフレンドリーな立地環境整備を急ぐべきである。

かかる観点から、政府・自治体は、下記の諸点について特段の配慮を払われるよう強く要望する。

記

I. 地域間連携による観光振興とインバウンド促進策の強化

1. 西日本の新しい広域観光ルート開発によるインバウンド促進

関西と九州はそれぞれ広域観光ルートを作成し、アジアからの観光客をはじめとするインバウンドの取り込みを進めている。そこで、双方を結び付けた新しい広域観光ルートの開発や、両地域共同での海外プロモーションの実施など、広域連携による外客誘致に向けた取り組みを強力に支援されたい。

また、関西・九州と、海外の都市（釜山・上海など）を巡る観光ルートの開発についてもバックアップされたい。

2. 地域間連携による観光魅力の向上

地域間連携による観光魅力向上への取り組みを支援されたい。具体的には、各地で形成されている「観光圏」間の交流を後押しするほか、「観光圏」への支援策を維持・拡充されたい。また、自然・歴史・文化など観光資源において連携が有効と考えられる地域間であれば、関西と九州など近接していないケースにおいても、1つの「観光圏」と同様の支援策を講じられたい。

3. MICEの開催・誘致の更なる推進

地域経済の活力を増進するうえで、MICE全般の振興が果たす役割は大きい。そのため、MICEによる外国人客誘致に向けたプロモーション活動など、地域の取り組みを強力に支援されたい。

4. 地域資源を活用した産業観光の振興

現役の工場や産業遺産など産業関連施設を訪ねる産業観光が広がりを見せている。そこで、各地の産業関連施設と既存の観光地との連携を図り、新しい観光資源として売り出していくため、観光資源発掘調査や旅行商品開発などを支援されたい。

5. クルーズ客船の誘致支援

外国クルーズ船の寄港に際し、外国人観光客に対するサービス向上のため、出入国手続き（C I Q）の人員体制や施設の強化により時間短縮・効率化を図り、入国手続きがスムーズになるよう努められたい。また、瀬戸内海においては全長200mを超える大型船については、一部区間で夜間航行が制限されているなど、クルーズ振興の妨げとなっている各種規制の緩和を図られたい。

6. 観光人材の育成支援

観光ボランティアガイドは、各地の観光を推進するうえで欠かせない存在になっている。そこで、地域の観光まちづくりに積極的に活動する人材の育成・強化に関する取り組みを支援されたい。また、宿泊施設や飲食店、商業施設の従業員育成のためなどに実施している語学研修やおもてなしセミナーなどについて、講師派遣や費用助成などの支援策を講じられたい。

7. 外国人に優しいまちづくりの推進

海外からの観光客増大に向け、査証の発給要件の緩和を図るとともに、外国人に優しいまちづくりを進められたい。その一環として、公共空間はもとより、各小売店内における多言語表記に関する助成を強化されたい。また、公的施設や小売・サービス現場での簡易な通訳サービスシステムの導入や、外国人留学生を活用した通訳サポートの強化といった、ソフト面でのインフラについても支援策を講じられたい。さらに、買い物観光の利便性向上のため、地域における観光バスの駐停車場の整備や、免税ショップ（D F S）の設置拡大を進められたい。

Ⅱ. 地域を超えたビジネス交流の強力なバックアップ

1. 国際戦略総合特区の連携による相乗効果の創出

関西の「関西イノベーション国際戦略総合特区」と福岡県・福岡市・北九州市の「グリーンアジア国際戦略総合特区」は、ともに新成長戦略の「グリーン・イノベーションによる環境・エネルギー大国戦略」の実現を目指すものであり、取り扱う分野にも関連性が見られる。そこで、両特区の取り組みがより効果的なものとなるよう、特区間の連携をバックアップされたい。

同時に、企業誘致促進のため、地方税の減免措置の拡充（法人事業税、法人住民税、不動産取得税、固定資産税・都市計画税、事業所税）や公的規制の見直し（土地の用途指定など）、補助金の拡大（企業立地促進補助金など）といった、自治体独自の上乗せ措置を強化されたい。

2. 魅力的な事業環境の整備

地方法人税の超過課税の早期撤廃や固定資産税・都市計画税、事業所税の軽減など、海外との厳しい競争に晒される企業にとって魅力的な事業環境を整備されたい。さらに、既に地域に立地または計画中の企業が、海外を含めた取引先企業の工場進出を促し、実現した場合には、双方に対し既存の優遇制度拡大などのインセンティブ（「友割り」制度）を検討されたい。

3. 地域を超えた実証研究の強化

地域イノベーション創出実証研究補助事業など、地域の内外を問わず、中小企業や大学・研究機関などが連携して、新産業・新事業創出に向けた実証研究を行う場合の支援を拡充されたい。

4. 地域資源を活用した新商品・サービスの開発促進

新事業活動促進支援補助金など、地域資源を活用して新商品の開発や新サービスの事業化などを行う際の支援策を強化されたい。

5. 中小企業による共同受注活動のバックアップ

中小企業では、高い技術力を有するものの、それに見合った十分な受注が得られていないなどのケースも見られる。そこでこれら中小企業が連携して営業活動を行い、国内外から共同で製品を受注する新しい試みをバックアップされたい。

6. 地域を超えた企業の危機管理支援策の強化

災害など不測の事態に対応するため、国内での代替生産拠点の確保など、企業が地域を超えて危機管理体制を構築する際の支援策を拡充されたい。

- ① 代替生産・リスク分散拠点として国内で工場・設備などを新增設する場合、思い切った補助金や柔軟な償却を認める税制措置を講じられたい。また、大規模災害発生時などに国内企業から代替品を取得した場合、追加費用の一定割合を税額控除する措置を創設されたい。

- ② 危機管理上、データセンターなどを分散させる場合、柔軟な償却を認めるなど、二重投資の負担を緩和されたい。
- ③ 代替生産・リスク分散拠点の稼働に伴う人件費増大に対応するため、雇用促進税制の要件を緩和されたい。具体的には、雇用者増加数1人目から控除対象とするとともに、控除割合の上乗せを図られたい。

Ⅲ. 地域間連携によるアジア市場開拓支援

1. 日本ブランドの再構築

東日本大震災以降落ち込んでいた訪日外国人数は持ち直しつつあるものの、農産品はもとより工業製品や観光資源など、安全安心・高品質な日本ブランドへの外国人の信頼感は十分回復するに至っていない。そこで、関西と九州による合同ミッションの実施など、トップセールスの強化などにより、日本の製・商品・サービスや観光資源のブランド力向上に一層注力されたい。また、民間による海外プロモーションの実施を後押しされたい。

2. 新しい外需開拓支援

わが国企業が生き残るためには、これまで外需に縁の薄かった中小企業・サービス業を含め、新しいマーケットをアジアはじめ海外に求めていかざるを得ない。そこで、自らリスクを取り新市場に挑む企業を強力にバックアップされたい。

- ① 府省の枠を超えて外需開拓戦略を策定・推進する「外需開拓担当大臣」を設置するなど、政府のサポート体制の拡充。
- ② わが国の技術・規格の国際標準化に向けた取り組み強化。
- ③ インフラ輸出に向けたトップセールス、ODAの活用、政策金融の充実など総合的な支援の枠組み拡充。
- ④ アジアの中間層向けに拡大が有望視されている、日本の優れたおもてなし技術を生かしたサービス輸出の促進と知的財産の保護。

3. 海外進出企業情報などのインターネット上での公開

海外進出している日系企業などの情報を、都道府県別に容易に検索できるようリストを作成するとともに、インターネット上にポータルサイトを構築して無料で閲覧可能とされたい。

4. グローバル人材の育成・呼び込み

国内外の企業がわが国を拠点に国際展開を進めていくためには、グローバル高度人材の育成や誘致が重要である。そのため、企業が実施する従業員の海外留学や研修に対する補助金制度の創設など、グローバル人材の育成を支援されたい。また、海外から優秀な人材を誘致するため、職歴や国内外での活動実績などに応じて入国審査に際し優遇するポイント制度を導入するとともに、審査の迅速化や基準明確化など出入国管理制度を見直されたい。

IV. 観光と産業振興に資するインフラの早期整備

西日本広域での観光・産業振興のためには、当地域内外を結ぶ交通インフラの一層の整備が不可欠である。このため、主要鉄道網や空港、道路ネットワーク、港湾など、必要とされるインフラの早期整備に全力で取り組まれない。

以 上

【建議先】

- 内閣総理大臣、内閣官房長官、内閣官房副長官
- 内閣府特命担当大臣（経済財政政策）、地域活性化担当大臣、国家戦略担当大臣、内閣府副大臣、内閣府大臣政務官、内閣府事務次官、内閣府官房長、政策統括官（経済財政運営担当）
- 総務大臣、副大臣、大臣政務官、事務次官、官房長、自治財政局長、自治税務局長
- 法務大臣、副大臣、大臣政務官、事務次官、官房長、入国管理局長
- 財務大臣、副大臣、大臣政務官、事務次官、官房長、主計局長、主税局長、近畿財務局長、九州財務局長
- 経済産業大臣、副大臣、大臣政務官、事務次官、審議官、官房長、経済産業政策局長、地域経済産業審議官、産業技術環境局長、通商政策局長、近畿経済産業局長、九州経済産業局長
- 中小企業庁長官、次長、事業環境部長、経営支援部長
- 国土交通大臣、副大臣、大臣政務官、事務次官、官房長、総合政策局長、国土政策局長、都市局長、道路局長、鉄道局長、海事局長、港湾局長、航空局長、政策統括官、近畿地方整備局長、九州地方整備局長、近畿運輸局長、九州運輸局長
- 観光庁長官、次長、審議官、観光地域振興部長
- 大阪府知事、大阪市長、京都府知事、京都市長、兵庫県知事、神戸市長、福岡県知事、福岡市長、北九州市長、佐賀県知事、佐賀市長、長崎県知事、長崎市長、熊本県知事、熊本市長、大分県知事、大分市長、宮崎県知事、宮崎市長、鹿児島県知事、鹿児島市長、関西広域連合長
- 衆議院議長、参議院議長
- 各政党の代表、地元選出国會議員

【(写) 送付先】

- 日本商工会議所会頭、地元府県の商工会議所会頭、日本経済団体連合会会長、経済同友会代表幹事、関西経済連合会会長、関西経済同友会代表幹事、九州経済連合会会長、九州経済同友会代表委員

西日本における連携促進のための自主事業

九州新幹線を活用した西日本活性化研究会

本研究会のメンバー商工会議所は、九州新幹線を活用した西日本の連携による経済活性化を目指し、国や地元自治体の協力を得つつ、下記事業についてそれぞれ取り組むものとする。

記

1. 交流担当窓口の設置とインバウンド促進

メンバー商工会議所における交流事業の実施にあたり、会議所ごとの交流担当窓口を設置する。また、交流担当窓口の情報交換会を開催し、先進的な事例紹介などを行う。特に、インバウンド促進に向けた連携策を検討し、西日本地域合同による中国はじめアジアへの観光プロモーション実施を目指す。

2. 会員企業の情報収集・市場調査のためのビジネス視察会実施

京阪神・九州の両地域間でのビジネス交流や地域間連携を促進するため、双方で注力している産業や特産品、商業施設などに関するビジネス視察会の実施を検討する。

例えば、京阪神では「コンテンツ産業」「ライフサイエンス産業」などの関連施設の視察や交流を通じて、九州企業への情報提供を行う。同様に、九州では「環境産業」「自動車関連産業」「半導体関連産業」などについて、京阪神の企業への情報提供を行う。

3. 関西と九州を結ぶ観光をテーマにした販路拡大事業における連携強化

関西と九州を結ぶ観光をテーマにしたB to Bの商談会など、各会議所が販路拡大事業を実施する場合、他のメンバー会議所の会員企業にも参加を呼び掛けるなど、連携を強化する。

4. 技術開発支援事業における連携強化

技術マッチングイベントへの相互参加促進など、メンバー商工会議所が実施する新技術などの開発支援事業について、連携を強化する。

5. 各地の広報媒体を活用した産業・特産品などの認知度向上と観光PR

会員企業の紹介ページや観光・イベント情報などについて、インターネット上での相互リンクを検討するなど、メンバー商工会議所の広報媒体を活用して、各地の特徴的な産業・特産品などの認知度向上や観光PRを図る。

以上

**資料 4 「九州新幹線を活用した西日本活性化研究会」これまでの経緯
(参考資料)**

(1) 「日本再生に向けた西日本からの共同アピール」

日本再生に向けた西日本からの共同アピール

東日本大震災は、わが国経済全体に依然深刻なダメージを及ぼしている。

西日本には、「復興支援基地」として日本経済を支える役割が求められ、3月12日に全線開業した九州新幹線は、その基幹インフラとして期待されている。我々は、開業効果を最大限に引き出し、観光・インバウンド振興はもとより、両地域の強みを活かした技術・商品開発、アジア市場の開拓など、西日本広域における幅広い分野での交流活発化を図り、早期復興と力強い再成長の担い手となる覚悟をもって臨む。

政府・自治体においても、わが国の成長セクターである西日本でのこうした連携・協働を強力に後押しすることが肝要である。

こうした観点から、九州・京阪神懇談会において、我々12商工会議所の総意として、以下のとおり決議する。

- 一、 国内の観光振興策や、インバウンド促進に資する施策を強化すること。とりわけ、「西日本版ゴールデンルート」といった新しい観光ルートの開発など、東日本大震災後に激減した外客を再びわが国に呼び込む取り組みを、行政・経済界挙げて強力に推進すべき。
- 一、 企業間の販路拡大やアライアンス、大学・研究機関などとの連携による新しい製・商品・サービスの開発といった、地域を超えた取り組みを活発化させ、わが国経済成長の基盤を堅持すること。政府・自治体は、企業とりわけ中小企業に対する助成制度や税制優遇策などを一層拡充し、こうした自助努力をバックアップすべき。
- 一、 各地域の特徴や強みを活かしながら、連携してアジア市場はじめ新しい外需の開拓に取り組むこと。その一環として、政府・自治体は日本の製・商品・サービスのPRや海外企業の国内誘致につき、トップセールスを強化すべき。

平成23年9月14日

福岡商工会議所	会頭	河部 浩幸	大阪商工会議所	会頭	佐藤 茂雄
北九州商工会議所	会頭	利島 康司	京都商工会議所	会頭	立石 義雄
佐賀商工会議所	会頭	井田 出海	神戸商工会議所	会頭	大橋 忠晴
長崎商工会議所	会頭	松藤 悟			
熊本商工会議所	会頭職務代行者	古荘 善啓			
大分商工会議所	会頭	姫野 清高			
宮崎商工会議所	会頭	米良 充典			
鹿児島商工会議所	会頭	諏訪 秀治			
那覇商工会議所	会頭	國場 幸一			

(2) 「九州・京阪神の企業間交流に関するアンケート調査」結果概要

平成24年 1 月 18 日

「九州・京阪神の企業間交流に関するアンケート調査」結果概要

九州新幹線を活用した西日本活性化研究会
(事務局：福岡商工会議所／大阪商工会議所)

<調査概要>

- 調査の目的：九州／京阪神間のビジネス交流の実態などを把握し、商工会議所事業の基礎データとするため
- 調査対象：「九州新幹線を活用した西日本活性化研究会」を構成する九州／京阪神11商工会議所の会員企業8,424社（うち九州側5,319社／京阪神側3,105社）
- 調査実施会議所：福岡・北九州・佐賀・長崎・熊本・大分・宮崎・鹿児島／京都・神戸・大阪商工会議所
- 調査期間：平成23年10月27日～11月10日
- 調査方法：調査票の発送・回収ともにFAX
- 有効回答数：1,122社（有効回答率13.3%）
- ※ 九州側の有効回答数は844社（有効回答率15.9%）。京阪神側の有効回答数は278社（有効回答率9.0%）。
- ※ 中小企業の定義は以下のとおりとする（中小企業基本法より）。
「製造業その他」は資本金3億円以下、「卸売業」は資本金1億円以下、「小売・サービス業」は資本金5千万円以下

<調査結果のポイント>

九州／京阪神地域間のビジネス交流について

(1) 九州／京阪神地域間のビジネス交流の有無【表1】

～九州企業の約6割／京阪神企業の7割以上が両地域間のビジネス交流に前向き～

- 九州／京阪神の企業に対し、両地域間で何らかのビジネス交流（商品の仕入、事業所立地など）を行っているか尋ねたところ（単数回答）、九州企業の半数強（51.7%）、京阪神企業の7割近く（67.6%）が、「交流している」と回答した。
- また、「今のところ交流していないが、機会があれば交流したい」（九州：7.9%、京阪神：6.1%）との回答を合わせると、九州では約6割（59.6%）、京阪神では7割以上（73.7%）が九州／京阪神間のビジネス交流に前向きであると答えた。

（２）現在実施しているビジネス交流の内容【表２－（ｉ）】

～九州側では「京阪神企業からの購入」、京阪神側では「九州での販売」が最多～

- 「九州／京阪神間でビジネス交流をしている」と回答した企業（九州：436社、京阪神：188社）に対し、現在実施している交流の内容を尋ねたところ（複数回答）、九州側では「京阪神企業からの製・商品、サービスの購入」（63.1％）が最も多く、「京阪神での製・商品、サービスの販売」（47.9％）、「京阪神企業との情報交換」（47.2％）、「京阪神への営業活動」（47.0％）と続いた。
- 京阪神側で最も多い回答は「九州での製・商品、サービスの販売」（70.2％）。また、「九州への営業活動」（67.0％）、「九州企業との情報交換」（50.5％）、「九州企業からの製・商品、サービスの購入」（50.0％）との回答も多く見られた。
- 九州側では「京阪神企業からの購入」が、京阪神側では「九州での販売」が最も多いことから、製・商品、サービスの動きとしては「京阪神から九州へ」の流れが強いことが読み取れる。
- なお、京阪神側ではすべての項目で回答が２割を超えている。

（３）九州新幹線の全線開業を契機としたビジネス交流の変化【表２－（ii）－①～⑧】

～一部のビジネス交流は九州新幹線の全線開業を契機に増加～

- 現在実施しているビジネス交流について、九州新幹線の全線開業を契機に増加したかどうかを尋ねたところ（それぞれ単数回答）、九州／京阪神ともに、互いの地域との「情報交換」（九州：17.0％、京阪神：16.8％）、「市場調査」（九州：20.9％、京阪神：17.7％）、「営業活動」（九州：22.9％、京阪神：20.6％）、「製・商品、サービスの販売」（九州：14.8％、京阪神：18.2％）が増加したとの回答が比較的多く見られた。
- また、九州側では「製・商品、サービスの共同開発」（21.5％）や「人材確保」（14.3％）が増加したとの回答も多い。
- 他方、「製・商品、サービスの購入」（九州：10.5％、京阪神：7.4％）や「工場・事業所の立地」（九州：3.0％、京阪神：3.1％）については増加したとの回答は少なかった。
- また、いずれの項目でも「九州新幹線の全線開業を契機に開始した」との回答は少なかった。

（４）今後３年間のビジネス交流の変化予想【表２－（iii）－①～⑧】

～多くの両地域企業が「共同開発」などビジネス交流増加を予想～

- 現在実施しているビジネス交流について、今後３年間の増減予想を尋ねたところ（それぞれ単数回答）、九州／京阪神ともに、互いの地域との「情報交換」（九州：39.8％、京阪神：32.6％）、「市場調査」（九州：45.3％、京阪神：24.2％）、「営

業活動」（九州：47.3%、京阪神：34.9%）、「製・商品、サービスの購入」（九州：25.5%、京阪神：26.6%）、「製・商品、サービスの販売」（九州：42.1%、京阪神：30.3%）、「製・商品、サービスの共同開発」（九州：40.0%、京阪神：26.7%）が増加するとの回答が比較的多く見られた。

- また、九州側では「人材確保」（31.0%）が増加するとの回答も多く見られた。
- 他方、「工場・事業所の立地」（九州：11.9%、京阪神：10.8%）については、増加を見込む回答は少なかった。

（５）今後３年以内の実施に向け検討したい交流内容【表３】

～九州側は「市場調査」、京阪神側は「共同開発」に前向き～

- 「現在何らかのビジネス交流をしている」または「今のところしていないが、機会があれば交流したい」と回答した企業（九州：503社、京阪神：205社）に対し、現時点では実施していないが今後３年以内の実施に向け検討したい交流について尋ねたところ（複数回答）、九州側では「市場調査」（10.3%）との回答が多く見られた。京阪神側では「製・商品、サービスの共同開発」（7.8%）との回答が比較的多い。

（６）九州新幹線の全線開業によるビジネス交流以外の影響【表４】

～プラス影響・マイナス影響ともに少ない～

- 九州新幹線の全線開業によるビジネス交流以外の影響については（複数回答）九州／京阪神ともに「特に影響は受けていない」（九州：70.6%、京阪神：79.9%）との回答が最多。
- 九州側では「同業他社との競争激化」（8.6%）、「九州域外からの観光客・買い物客などの増加による売上アップ」（8.5%）、「出張コスト削減」（8.5%）との回答も比較的多く見られる。

各府県の産業・特産品の互いの地域からの認知度とマッチングへの関心

（７）各府県が注力している産業・特産品への相手地域からの認知度とマッチングへの関心【表５－１～表５－１０】

～全般的に京阪神側による九州の産業・特産品に対する認知度が高い～

- 九州／京阪神の各府県が注力している産業や特産品を知っているかどうか尋ねたところ（複数回答）次のような回答が得られた（九州企業には京阪神各府県が注力している産業・特産品について質問。京阪神企業には九州各県が注力している産業・特産品について質問）。

＜京阪神＞

① 京都府

- 京都府が「観光産業」に注力していることへの九州企業の認知度は高く、3割弱（28.3%）。「京料理」（18.6%）、「和装・伝統工芸品」（18.2%）についてもよく知られている。反面、「コンテンツ産業」（5.0%）に注力していることへの認知度は低い。

② 大阪府

- 大阪府が「都市型観光」（14.2%）に注力していることへの九州企業の認知度は比較的高い。他方、「ライフサイエンス産業」（2.6%）に注力していることへの認知度は低い。

③ 兵庫県

- 2割弱（18.0%）の九州企業は、兵庫県が「神戸ビーフ」に注力していることを知っている。他方、「ケミカルシューズ」（7.1%）に注力していることはあまり知られていない。

＜九州＞

① 福岡県

- 福岡県が「ふぐ」に注力していることを、京阪神企業の約4分の1（25.9%）は知っている。また、「自動車産業」（23.7%）に注力していることへの認知度も高い。「ファッション産業」（5.8%）に注力していることへの認知度は低い。

② 佐賀県

- 佐賀県が「陶磁器産業」（25.9%）に注力していることへの京阪神企業の認知度は高い。他方、「木工・家具産業」（5.8%）に注力していることはあまり知られていない。

③ 長崎県

- 京阪神企業の3割台半ばは、長崎県が「造船業」（36.3%）、「観光業」（36.3%）に注力していることを知っている。他方、「長崎かんぼこ王国（蒲鉾業者や飲食店、行政、各種団体などで設立する、蒲鉾の消費拡大・PRを目的とする組織）」（1.1%）への認知度は低い。

④ 熊本県

- 熊本県が「デコポン（柑橘類の一種）」（18.0%）に注力していることは京阪神企業によく知られている。他方、「トマト」（9.4%）に注力していることへの認知度は比較的低い。

⑤ 大分県

- 大分県が「カボス」に注力していることを、2割以上（23.0%）の京阪神企業は知っている。他方、「情報機器産業」（7.9%）に注力していることへの認知度は

比較的低い。

⑥ 宮崎県

- 3割強（31.3%）の京阪神企業は、宮崎県が「マンゴー」に力を入れていることを知っている。また、「観光業」（30.6%）、「焼酎」（24.8%）に注力していることへの認知度も高い。他方、「食品製造業」（10.4%）への認知度は比較的低い。

⑦ 鹿児島県

- 4割弱（38.1%）の京阪神企業は、鹿児島県が「芋・黒糖焼酎」に注力していることを知っている。また、「かごしま黒豚」（36.7%）に力を入れていることへの認知度も高い。他方、「電子関連産業」（8.3%）への認知度は低い。
- また、自社事業とのマッチングに関心がある産業・特産品についても尋ねたところ（複数回答）、回答が1割を超えたのは福岡県の「自動車産業」（10.4%）と佐賀県の「自動車関連産業」（10.1%）、長崎県の「造船業」（10.1%）であった。

九州／京阪神企業のアジア市場開拓

（8）中国などアジア各国を対象にしたビジネスへの取り組み【表6】

～九州企業より京阪神企業の取り組みが活発～

- 中国などアジア各国を対象にしたビジネスへの取り組み状況を尋ねたところ（複数回答）、九州企業の半数（50.0%）は「取り組んでおらず、今のところ関心もない」と回答した。何らかのビジネスを行っている企業は4分の1弱（23.2%）。内容としては、「アジア各国への製・商品の輸出」（7.0%）との回答が比較的多く見られる。また、「取り組んでいないが、関心はある」との回答は4分の1（25.0%）。
- 京阪神企業については、約半数（50.7%）が何らかの対アジア向けビジネスに取り組んでいる。内容としては、「アジア各国に製・商品を輸出している」（20.5%）、「現地に製造・販売拠点を持っている」（20.5%）が最も多い。「取り組んでいないが、関心はある」との回答は約2割（19.8%）。

（9）アジア市場の開拓に関する九州／京阪神の企業・大学・研究機関などとのタイアップ【表7】

～九州企業のおよそ4割台半ば、京阪神企業の3割超がタイアップに関心～

- 「中国などアジア各国を対象にしたビジネスに取り組んでいる」または「取り組んでいないが、関心はある」と回答した企業（九州：407社、京阪神：196社）に対し、アジア市場を開拓する際に、九州／京阪神の企業や大学、研究機関などとタイアップすることへの意向を尋ねた（単数回答）。
- 九州企業の約半数（50.1%）は「京阪神の企業などとのタイアップはしておらず、今後も特に考えていない」と回答。しかし、「タイアップしている」（4.4%）、「今

のところタイアップしていないが、関心はある」(39.6%)との回答を合わせると、およそ4割台半ば(44.0%)はタイアップに前向きであると回答した。

- 京阪神企業では、およそ6割台半ば(64.3%)が「九州の企業などとのタイアップはしておらず、今後も特に考えていない」と答えた。他方、「タイアップしている」(2.6%)と「今のところタイアップしていないが、関心はある」(30.6%)とを合わせて、タイアップに前向きであるとの回答は3割超(33.2%)。

(10) アジア市場開拓に取り組む際の地元の強み【表8-1】

～九州は「アジアからの距離」、京阪神は「高度な中小ものづくり企業の集積」を自らの強みとして認識～

- 「中国などアジア各国を対象にしたビジネスに取り組んでいる」または「取り組んでいないが、関心はある」と回答した企業(九州:407社、京阪神:196社)に対し、アジア市場の開拓に取り組む際の地元の強みについて尋ねた(複数回答)。
- 7割強(72.2%)の九州企業は、九州の強みとして「アジアからの距離」を挙げた。また、「豊富な観光資源」(45.2%)、「豊富な特産品」(41.3%)、「海外との航空航路」(23.3%)、「自治体などの観光・特産品PR」(21.1%)との回答も多く見られる。
- 京阪神企業では、「高度な中小ものづくり企業の集積」(38.8%)を京阪神の強みとする回答が最も多い。次いで多く見られる回答は、「アジアからの距離」(36.2%)、「海外との航空航路」(35.2%)、「整備された鉄道」(29.6%)、「整備された港湾」(28.6%)。

(11) アジア市場開拓に取り組む際に互いの地域に補完を求めたい点【表8-2】

～九州は「海外に詳しい企業・人材の充実」、京阪神は「アジアからの距離」を互いの地域に求めている～

- 「中国などアジア各国を対象にしたビジネスに取り組んでいる」または「取り組んでいないが、関心はある」と回答した企業(九州:407社、京阪神:196社)に対し、アジア市場の開拓に取り組む際に、地元地域では十分に足りておらず、互いの地域に補完を求めたい点について尋ねた(複数回答)。
- その結果、九州企業からは京阪神に「海外に詳しい企業・人材の充実」(30.0%)について補完を求める回答が最も多く、「先進的なサービス産業の集積」(17.7%)、「海外との航空航路」(16.5%)、「大学や研究機関の集積」(16.0%)と続いた。
- 京阪神企業からは九州に対し、「アジアからの距離」(16.3%)との回答が多く、「豊富な特産品」(13.3%)が続いた。
- なお、「(10) アジア市場開拓に取り組む際の地元地域の強み」と合わせて見る

と、京阪神企業が最も補完を求める点（アジアからの距離）については、九州も地元の強みとして認識している。他方、九州企業が最も補完を求める点（海外に詳しい企業・人材の充実）については、京阪神はあまり地元の強みとして認識していない（「海外に詳しい企業・人材の充実」を地元の強みだと考える京阪神企業は14.8%）。

以 上

(3) 「九州新幹線を活用した西日本活性化研究会」開催概要

① 第1回研究会

【日時】平成23年8月11日(木) 午後3時～同5時

【場所】大阪商工会議所 4階 特別会議室

【議件】1. 本研究会の趣旨説明

2. 講演「九州・山陽新幹線相互直通を契機とした観光の取組み」

西日本旅客鉄道株式会社 営業本部部長 兼 東京営業部長
橋本 修男 氏

3. (1) 意見交換：共同アンケート調査の実施概要について

(2) 九州／近畿の交流・連携・活性化について

4. その他

【参加者】 大分商工会議所	専務理事	武田 寛
鹿児島商工会議所	専務理事	竹元 明
北九州商工会議所	専務理事	羽田野 隆士
熊本商工会議所	専務理事	松山 正明
	総務企画課課長補佐	川田 晃仁
長崎商工会議所	専務理事	前田 克彦
福岡商工会議所	専務理事	橋本 洸
	企画広報グループ長	増田 徹也
京都商工会議所	専務理事	奥原 恒興
神戸商工会議所	専務理事	村田 泰男
大阪商工会議所	専務理事	灘本 正博
	地域振興部長	吉田 豊
	地域振興部課長	川端 啓恵
	地域振興部	本 奈美
	経済産業部長	中川 正隆
	経済産業部次長	近藤 博宣
	経済産業部経済担当	伊藤 春佳

② 九州・京阪神懇談会

【日時】平成23年9月14日(水) 午後3時～同4時30分

【場所】東京會館 12階「カトレアルーム」

【議件】1. 基調講演「西日本の可能性と期待

～訪日中国人観光客の動向とインバウンド対策～」

中国国家観光局(東京) 首席代表 范 巨灵 氏

2. 意見交換（「日本再生に向けた西日本からの共同アピール」採択）

【参加者】大阪商工会議所	会頭	佐藤 茂雄
	専務理事	灘本 正博
京都商工会議所	会頭	立石 義雄
	専務理事	奥原 恒興
神戸商工会議所	専務理事	村田 泰男
福岡商工会議所	会頭	河部 浩幸
	専務理事	橋本 洸
北九州商工会議所	専務理事	羽田野 隆士
佐賀商工会議所	専務理事	島内 正彦
長崎商工会議所	会頭	松藤 悟
	専務理事	前田 克彦
熊本商工会議所	専務理事	松山 正明
大分商工会議所	会頭	姫野 清高
	専務理事	武田 寛
宮崎商工会議所	会頭	米良 充典
	専務理事	倉掛 正志
鹿児島商工会議所	会頭	諏訪 秀治
	専務理事	竹元 明

③ 第2回研究会

【日時】平成24年3月1日(木) 午後3時～同5時

【場所】鹿児島商工会議所 14階会議室

【議件】1. 講演「九州新幹線全線開通の効果と課題」

株式会社鹿児島地域経済研究所 主席研究員 阪口 健治 氏

2. 意見交換

①共同アンケート結果について（報告）

②「西日本の連携強化による経済活性化に関する要望」と連携促進のための自主事業提案について

【参加者】京都商工会議所	専務理事	奥原 恒興
神戸商工会議所	専務理事	村田 泰男
大阪商工会議所	専務理事	灘本 正博
	経済産業部長	中川 正隆
	経済産業部次長	近藤 博宣
	地域振興部課長	川端 啓恵
	経済産業部経済担当	伊藤 春佳

北九州商工会議所	専務理事	羽田野 隆士
長崎商工会議所	専務理事	前田 克彦
熊本商工会議所	専務理事	松山 正明
	総務企画課課長補佐	川田 晃仁
大分商工会議所	専務理事	武田 寛
鹿児島商工会議所	専務理事	竹元 明
	事務局長	山下 春洋
	企画産業部長	中村 修
	企画産業部	久保 武之
福岡商工会議所	専務理事	橋本 洸
	企画広報グループ長	増田 徹也
	企画広報グループ課長代理	原武 恒夫
	商工振興本部課長代理	出水 泰輔

(4) 「九州新幹線を活用した西日本活性化研究会」メンバー名簿

＜九州側＞

福岡商工会議所	専務理事	橋本 洸
北九州商工会議所	専務理事	羽田野 隆士
佐賀商工会議所	専務理事	島内 正彦
長崎商工会議所	専務理事	前田 克彦
熊本商工会議所	専務理事	松山 正明
大分商工会議所	専務理事	武田 寛
宮崎商工会議所	専務理事	倉掛 正志
鹿児島商工会議所	専務理事	竹元 明

＜京阪神側＞

京都商工会議所	専務理事	奥原 恒興
神戸商工会議所	専務理事	村田 泰男
大阪商工会議所	専務理事	灘本 正博

＜事務局＞

福岡商工会議所	企画広報グループ長	増田 徹也
大阪商工会議所	経済産業部長	中川 正隆
	経済産業部次長	近藤 博宣
	経済産業部 経済担当	伊藤 春佳

以 上