

「みえ産業振興戦略」
検討会議の論点ペーパー
～問題意識と論点～

三重県

2011年11月18日

I. マクロの産業構造の変化

1. 付加価値構造の変化

【製造業の付加価値構成比】

96年 07年 08年

全国 22.3% → 20.6%に低下 → 19.9%

三重県 32% → 37%に上昇 → 31.5%

※付加価値は名目ベース

【付加価値成長率(年率)】

96-07年 08年(前年比)

0.1%増 ▲2.5%減

(電機▲10.9%、輸送機械▲7.3%、化学▲14.2%)

1%増 ▲9.8%減

(電機▲43.8%、輸送機械▲15.8%、化学▲15.9%)

○三重県では、96年から07年にかけて電機・自動車産業等の拡大により、製造業の付加価値構成比が上昇し、これにより、この間の県民総生産は年率1%増と、全国GDPの同0.1%増を大幅に上回った。

○08年は世界金融経済危機の影響により、三重県では電機・自動車産業等の製造業が一転急減し、県民総生産は1年で▲9.8%も低下(全国GDP▲2.5%減)。

【サービス産業の付加価値構成比】

96年 08年

全国 17.7% → 22%に上昇

三重県 14.8% → 17.9%に上昇

○サービス産業は国、三重県ともに付加価値構成比を緩やかに高めている。

I. マクロの産業構造の変化

2. 就業者構造の変化

	【製造業の就業者構成比】		【製造業の就業者数増減(年率)】	
	96年度	08年度	96-08年度	08年(前年比)
全国	20.5%	17.1%に <u>低下</u>	▲1.9%減	▲2%減
三重県	27.1%	25.2%に <u>低下</u>	▲0.9%減	▲0.6%減

○三重県では、96年度から08年度にかけて製造業の就業者構成比が低下したものの、全国に比べ低下幅は緩やかとなっている。

⇒ 不況局面においても、三重県の製造業は全国に比べ雇用を維持する傾向があるのではないか。

	【サービス産業の就業者構成比】		【サービス産業の就業者増減】
	96年度	08年度	96-08年度(年率)
全国	25.8%	35.2%に <u>上昇</u> (+9.4ポイント)	2.2%増
三重県	21.1%	25.9%に <u>上昇</u> (+4.8ポイント)	1.5%増

○三重県では、サービス産業の就業者比率が上昇しているものの、全国に比べ上昇幅は小さい。

I. マクロの産業構造の変化

【マクロデータから見た論点】

○わが国の強みは「高度部材」やそれを支える「中小企業のものづくり加工技術」であり、その強みを維持・進化すべきではないか

⇒製造業の付加価値構成比をこれ以上低下させてよいのか

○経産省「現下の円高が産業に与える影響に関する調査」(2011年9月)

「諸外国からの海外進出の誘致について」:

・中小企業85社／「受けている」13%、「受けていない」87% (※大企業製造業57社／「受けている」18%)

○サービス経済化の進展(サービスの高付加価値化、国際展開、地域貢献の視点)には、むしろ製造業の競争力強化が必要ではないか

例)・マイクロソフトのWindowsシリーズとインテルのMPUの組合せ(ウインテル)

・医療サービスと医薬品・医療機器の組合せ

・スマートシティの展開(まちづくり・生活サービスとIT・エレクトロニクス産業)

・オペレーション・フルサポート・ビジネス(統合請負型ビジネス)

○特定の業種に偏らない、強靱で多様な産業構造を構築していく必要があるのではないか

Ⅱ. ミクロベースでの企業構造の変化

1. 代表的企業の構造変化

○主要産業(電機、自動車関連、化学、石油・エネルギー)の代表的企業の事業セグメント情報(有価証券報告書データ)を用いて、代表的企業の収益構造の変化(過去10年)を比較。

○併せて代表的企業へのヒアリングも実施。

【方向性】

- ・高度部材・素材技術を活かした成長事業の強化
- ・安定収益を確保する事業の維持・強化による事業ポートフォリオの最適化
- ・新興国等の海外市場開拓
- ・グローバルな社会課題解決への貢献(スマートシティ事業等)

Ⅱ. ミクロベースでの企業構造の変化

2. 企業アンケート調査【取りまとめ中】の考察

○アンケート調査結果から、円高・国際競争激化の下での経営戦略の方向性と課題を抽出する。

【方向性(考察)】

- ・基盤となる人材育成・確保と国内市場での競争力・技術力強化
- ・今後の成長産業として期待されるクリーンエネルギー分野
- ・成長戦略として求められる海外進出
- ・これまでの産学連携の成果への評価は比較的高い
- ・地域資源を活用した事業展開では販売チャネルやマネジメント人材の確保、市場ニーズの把握、地域資源の安定調達課題



参 考 资 料



主要マクロデータ

～付加価値構造と就業者構造～

総生産(付加価値ベース)の産業構造・成長率比較

	名目県内総生産/国内総生産(10億円)						構成比						年率増減率					
	三重県			全国			三重県			全国			三重県		全国			
	96年度	07年度	08年度	96年	07年	08年	96年度	07年度	08年度	96年	07年	08年	96-08年度		96-08年			
													96-07年	07-08年	96-07年	07-08年		
1 産業	6,860	7,589	6,755	472,256	471,953	458,212	90.4%	90.0%	88.9%	90.1%	89.0%	88.6%	-0.1%	0.9%	-11.0%	-0.3%	0.0%	-2.9%
(1) 農林水産業	191	107	105	9,697	7,326	7,192	2.5%	1.3%	1.4%	1.8%	1.4%	1.4%	-4.9%	-5.1%	-2.0%	-2.5%	-2.5%	-1.8%
農業	99	63	64	7,244	5,834	5,828	1.3%	0.8%	0.8%	1.4%	1.1%	1.1%	-3.5%	-3.9%	1.6%	-1.8%	-1.9%	-0.1%
林業	36	13	12	834	497	438	0.5%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	-8.5%	-9.1%	-1.8%	-5.2%	-4.6%	-11.9%
水産業	56	31	28	1,619	995	926	0.7%	0.4%	0.4%	0.3%	0.2%	0.2%	-5.6%	-5.2%	-9.5%	-4.5%	-4.3%	-6.9%
(2) 鉱業	16	8	12	863	348	311	0.2%	0.1%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	-2.4%	-6.5%	58.2%	-8.1%	-7.9%	-10.6%
(3) 製造業	2,430	3,116	2,394	117,193	109,090	102,982	32.0%	37.0%	31.5%	22.3%	20.6%	19.9%	-0.1%	2.3%	-23.2%	-1.1%	-0.6%	-5.6%
食料品	159	125	105	12,950	12,768	12,519	2.1%	1.5%	1.4%	2.5%	2.4%	2.4%	-3.4%	-2.2%	-16.2%	-0.3%	-0.1%	-2.0%
繊維	34	11	8	1,437	725	784	0.5%	0.1%	0.1%	0.3%	0.1%	0.2%	-11.5%	-10.0%	-26.6%	-4.9%	-6.0%	8.1%
パルプ・紙	24	16	21	3,444	2,435	2,474	0.3%	0.2%	0.3%	0.7%	0.5%	0.5%	-1.4%	-3.6%	26.0%	-2.7%	-3.1%	1.6%
化学	185	228	192	9,744	7,253	6,221	2.4%	2.7%	2.5%	1.9%	1.4%	1.2%	0.3%	1.9%	-15.9%	-3.7%	-2.6%	-14.2%
石油・石炭製品	135	81	113	5,980	6,857	7,368	1.8%	1.0%	1.5%	1.1%	1.3%	1.4%	-1.5%	-4.6%	40.3%	1.8%	1.3%	7.4%
窯業・土石製品	178	165	130	4,474	3,550	3,259	2.3%	2.0%	1.7%	0.9%	0.7%	0.6%	-2.6%	-0.7%	-21.1%	-2.6%	-2.1%	-8.2%
一次金属	132	77	97	8,072	8,675	7,566	1.7%	0.9%	1.3%	1.5%	1.6%	1.5%	-2.6%	-4.8%	25.6%	-0.5%	0.7%	-12.8%
金属製品	131	118	112	6,963	4,715	4,751	1.7%	1.4%	1.5%	1.3%	0.9%	0.9%	-1.3%	-0.9%	-5.1%	-3.1%	-3.5%	0.8%
一般機械	249	322	265	12,178	13,399	13,154	3.3%	3.8%	3.5%	2.3%	2.5%	2.5%	0.5%	2.4%	-17.8%	0.6%	0.9%	-1.8%
電気機械	358	1,051	591	18,957	17,374	15,478	4.7%	12.5%	7.8%	3.3%	3.3%	3.0%	4.3%	10.3%	-43.8%	-2.1%	-1.3%	-10.9%
輸送用機械	524	624	525	11,498	15,801	14,655	6.9%	7.4%	6.9%	2.2%	3.0%	2.8%	0.0%	1.6%	-15.8%	2.1%	3.0%	-7.3%
精密機械	9	3	4	1,725	1,828	1,847	0.1%	0.0%	0.0%	0.3%	0.3%	0.4%	-7.2%	-9.2%	17.3%	0.6%	0.5%	1.0%
その他	311	295	232	18,861	13,710	12,907	4.1%	3.5%	3.1%	3.6%	2.6%	2.5%	-2.4%	-0.5%	-21.4%	-3.1%	-2.9%	-5.9%
(4) 建設業	658	405	411	41,126	31,444	29,998	8.7%	4.8%	5.4%	7.8%	5.9%	5.8%	-3.8%	-4.3%	1.6%	-2.6%	-2.4%	-4.6%
(5) 電気・ガス・水道業	224	205	165	13,518	10,280	9,000	3.0%	2.4%	2.2%	2.6%	1.9%	1.7%	-2.5%	-0.8%	-19.3%	-3.3%	-2.5%	-12.5%
(6) 卸売・小売業	659	611	601	75,444	69,906	69,326	8.7%	7.2%	7.9%	14.4%	13.2%	13.4%	-0.8%	-0.7%	-1.6%	-0.7%	-0.7%	-0.8%
(7) 金融・保険業	389	420	357	31,391	34,317	29,852	5.1%	5.0%	4.7%	6.0%	6.5%	5.8%	-0.7%	0.7%	-15.1%	-0.4%	0.8%	-13.0%
(8) 不動産業	651	819	826	55,090	61,292	61,806	8.6%	9.7%	10.9%	10.5%	11.6%	12.0%	2.0%	2.1%	0.9%	1.0%	1.0%	0.8%
(9) 運輸・通信業	522	527	522	35,372	34,130	34,115	6.9%	6.3%	6.9%	6.7%	6.4%	6.6%	0.0%	0.1%	-1.0%	-0.3%	-0.3%	0.0%
(10) サービス業	1,120	1,372	1,362	92,563	113,822	113,630	14.8%	16.3%	17.9%	17.7%	21.5%	22.0%	1.6%	1.9%	-0.7%	1.7%	1.9%	-0.2%
2 政府サービス生産者	619	716	720	43,134	47,752	48,048	8.1%	8.5%	9.5%	8.2%	9.0%	9.3%	1.3%	1.3%	0.6%	0.9%	0.9%	0.6%
(1) 電気・ガス・水道業	48	106	111	4,141	5,262	5,294	0.6%	1.3%	1.5%	0.8%	1.0%	1.0%	7.1%	7.4%	4.8%	2.1%	2.2%	0.6%
(2) サービス業	187	179	173	13,482	13,221	13,126	2.5%	2.1%	2.3%	2.6%	2.5%	2.5%	-0.7%	-0.4%	-3.5%	-0.2%	-0.2%	-0.7%
(3) 公務	383	431	436	25,511	29,269	29,628	5.0%	5.1%	5.7%	4.9%	5.5%	5.7%	1.1%	1.1%	1.2%	1.3%	1.3%	1.2%
3 対家計民間非営利サービス生産者	113	126	127	8,982	10,697	10,834	1.5%	1.5%	1.7%	1.7%	2.0%	2.1%	1.0%	1.0%	1.3%	1.6%	1.6%	1.3%
4 小計(1+2+3)	7,591	8,430	7,602	524,372	530,402	517,095	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.0%	1.0%	-9.8%	-0.1%	0.1%	-2.5%

資料：内閣府「県民経済計算」、「国民経済計算」から作成。

就業者構造から見た産業構造・増減率の比較

	就業者数(万人)						構成比						年率増減率					
	三重県			全国			三重県			全国			三重県			全国		
	96年度	07年度	08年度	96年度	07年度	08年度	96年度	07年度	08年度	96年度	07年度	08年度	96-08年度		96-08年度			
													96-07年	07-08年	96-07年	07-08年		
1 産業	84.2	80.8	80.2	6,194.1	5,986.6	5,956.3	89.8%	88.4%	88.4%	92.3%	92.9%	92.9%	-0.4%	-0.4%	-0.8%	-0.3%	-0.3%	-0.5%
(1) 農林水産業	6.0	4.6	4.5	453.9	326.8	322.6	6.4%	5.0%	5.0%	6.8%	5.1%	5.0%	-2.3%	-2.4%	-1.0%	-2.8%	-2.9%	-1.3%
(2) 鉱業	0.2	0.1	0.1	8.2	4.7	4.5	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	-5.3%	-5.2%	-6.7%	-4.9%	-4.9%	-4.3%
(3) 製造業	25.4	23.0	22.9	1,374.7	1,115.9	1,093.7	27.1%	25.2%	25.2%	20.5%	17.3%	17.1%	-0.9%	-0.9%	-0.6%	-1.9%	-1.9%	-2.0%
(4) 建設業	9.4	7.4	7.2	698.2	541.7	522.9	10.0%	8.1%	8.0%	10.4%	8.4%	8.2%	-2.2%	-2.1%	-2.7%	-2.4%	-2.3%	-3.5%
(5) 電気・ガス・水道業	0.8	0.7	0.7	45.3	42.8	42.5	0.9%	0.8%	0.8%	0.7%	0.7%	0.7%	-1.2%	-1.2%	-1.8%	-0.5%	-0.5%	-0.7%
(6) 卸売・小売業	14.4	13.3	13.4	1,184.5	1,074.6	1,065.0	15.3%	14.6%	14.7%	17.6%	16.7%	16.6%	-0.6%	-0.7%	0.1%	-0.9%	-0.9%	-0.9%
(7) 金融・保険業	2.5	2.1	2.1	204.1	181.2	184.7	2.6%	2.3%	2.3%	3.0%	2.8%	2.9%	-1.2%	-1.2%	-1.2%	-0.8%	-1.1%	1.9%
(8) 不動産業	0.5	0.6	0.6	98.5	98.8	99.0	0.6%	0.7%	0.7%	1.5%	1.5%	1.5%	1.0%	1.1%	0.7%	0.0%	0.0%	0.2%
(9) 運輸・通信業	5.2	5.1	5.1	396.1	372.0	366.2	5.6%	5.6%	5.7%	5.9%	5.8%	5.7%	-0.2%	-0.2%	-0.1%	-0.7%	-0.6%	-1.6%
(10) サービス業	19.8	23.8	23.5	1,730.6	2,228.2	2,255.2	21.1%	26.0%	25.9%	25.8%	34.6%	35.2%	1.5%	1.7%	-1.0%	2.2%	2.3%	1.2%
2 政府サービス生産者	7.1	6.7	6.6	372.8	337.6	333.1	7.6%	7.3%	7.3%	5.6%	5.2%	5.2%	-0.6%	-0.5%	-1.1%	-0.9%	-0.9%	-1.3%
(1) 電気・ガス・水道業	0.2	0.2	0.2	13.5	11.9	11.8	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.4%	-1.4%	-1.1%	-1.1%	-0.8%
(2) サービス業	2.6	2.3	2.3	136.8	123.5	122.3	2.7%	2.5%	2.5%	2.0%	1.9%	1.9%	-0.9%	-0.9%	-1.2%	-0.9%	-0.9%	-1.0%
(3) 公務	4.3	4.2	4.1	222.6	202.2	198.9	4.6%	4.6%	4.6%	3.3%	3.1%	3.1%	-0.4%	-0.3%	-1.1%	-0.9%	-0.9%	-1.6%
3 対家計民間非営利サービス生産者	2.5	3.9	3.9	144.2	120.9	120.4	2.7%	4.3%	4.3%	2.1%	1.9%	1.9%	3.9%	4.2%	0.2%	-1.5%	-1.6%	-0.4%
4 小計(1+2+3)	93.7	91.4	90.7	6,711.2	6,445.1	6,409.7	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-0.3%	-0.2%	-0.8%	-0.4%	-0.4%	-0.5%

資料：内閣府「県民経済計算」、「国民経済計算」から作成。

主要産業の構造改革 の方向性

○主要産業の代表的企業の事業セグメント情報（有価証券報告書データ）を用いて、収益構造の変化（過去10年）を比較。

○併せて代表的企業へのヒアリングも実施。

エレクトロニクス産業の構造改革の方向性

1. 勝ち組顧客を確保する部品・部材事業の競争力強化
2. 安定収益を確保する事業の維持・強化による事業ポートフォリオの最適化
3. 新興国等の海外市場開拓
4. スマートシティ事業への参画・強化

自動車関連産業の構造改革の方向性

1. ガソリン車等の抜本的燃費向上
2. 成長事業としてのエコカー拡大
3. 高度部材・素材技術を活かした軽量化等によるイノベーション創出
4. 低シェアの新興国・欧州等の海外市場開拓
5. スマートライフ実現への貢献

化学産業の構造改革の方向性

1. 国内の石化コンビナートの再編加速
2. 強みを有する石化製品の海外展開・世界市場開拓
3. 独自の高度部材・素材技術を活かした成長事業の強化
4. 化学技術を結集してグローバルな社会課題解決へ貢献

石油・エネルギー産業の構造改革の方向性

1. 国内製油所の抜本的な競争力強化
2. 好採算の安定収益源の維持・強化による事業ポートフォリオの最適化
3. 独自の高度部材・素材技術を活かした新エネルギー等成長事業の強化
4. エネルギーソリューション提供による低炭素社会実現への貢献



企業アンケート調査結果

【暫定版(取りまとめ中)】

アンケート調査の概要【取りまとめ中】

【実施期間】2011年9月29日から同年10月14日まで

【アンケートの方法】郵送発送、郵送回収による

【調査対象】合計：5,322社（※事業所単位）

（内訳）県内企業：3,252社（※県内企業名簿を基に、業種別事業所数に応じてランダムに配分）

県内その他関連企業：854社（※ハンドブック、企業立地ガイド等より）

県外ものづくり企業：1,216社（※元気なモノ作り中小企業300社、ものづくり日本大賞）

【中間集計対象企業数】合計：1,040社（全調査対象比19.5%）

（地域別）県内847社（81.4%）、県外163社（15.7%）、不明30社（2.9%）

（業種別）製造業482社（46.3%）（うち県内317社）、非製造業470社（45.2%）、不明88社（8.5%）

（企業規模別）資本金3億円以上187社（18.0%）、同1億円～3億円未満55社（5.3%）、5千万円～1億円未満132社（12.7%）、5千万円未満558社（53.7%）、不明108社（10.4%）

現時点での企業アンケート調査【取りまとめ中】の考察

○基盤となる人材育成・確保と国内市場での競争力・技術力強化

- ・事業所の発展のために取り組むべき経営戦略として、「人材の育成」、「国内での新規顧客の開拓」を挙げる企業が多い。特に製造業では、「コア技術・スキルの更なる活用」、「国内既存市場での競争力確保」も多く挙げている。
- ・今後最も改善・高度化を望む立地環境要因としては、製造業では「熟練労働力の確保」、「専門人材の確保」を挙げる企業が多い。
- ・円高への対応策として、製造業を中心に「国内でのコスト削減」及び「製品・サービスの高付加価値化」重点施策として挙げている。

○今後の成長産業として期待されるクリーンエネルギー分野

- ・企業が今後成長を最も期待している産業分野は、幅広く分散しているものの、「クリーンエネルギー」を挙げる企業が最も多かった。

○成長戦略として求められる海外進出

- ・業績の好調な企業ほど海外展開や海外拠点設立の取組が進む傾向がある。
- ・海外展開の現在の取り組みとして、製造業では4割以上の企業が「海外拠点の設立」を行っているものの、3割弱の企業が海外展開の取組を行っていない。

現時点での企業アンケート調査【取りまとめ中】の考察

○これまでの産学連携の成果への評価は比較的高い

・これまでに実施された外部連携の連携先として、製造業を中心に「大学」を挙げる企業が圧倒的に多い。一方、「中小・ベンチャー企業」や「大企業」を挙げる企業は、製造業でも10%台にとどまっている。

・外部連携の成果の全般的な評価として、製造業を中心に4割程度の企業が「少しは成果が得られた」としており、また3割程度が「非常に大きな成果が得られた」としている。

○地域資源を活用した事業展開では販売チャネルやマネジメント人材の確保、市場ニーズの把握、地域資源の安定調達課題

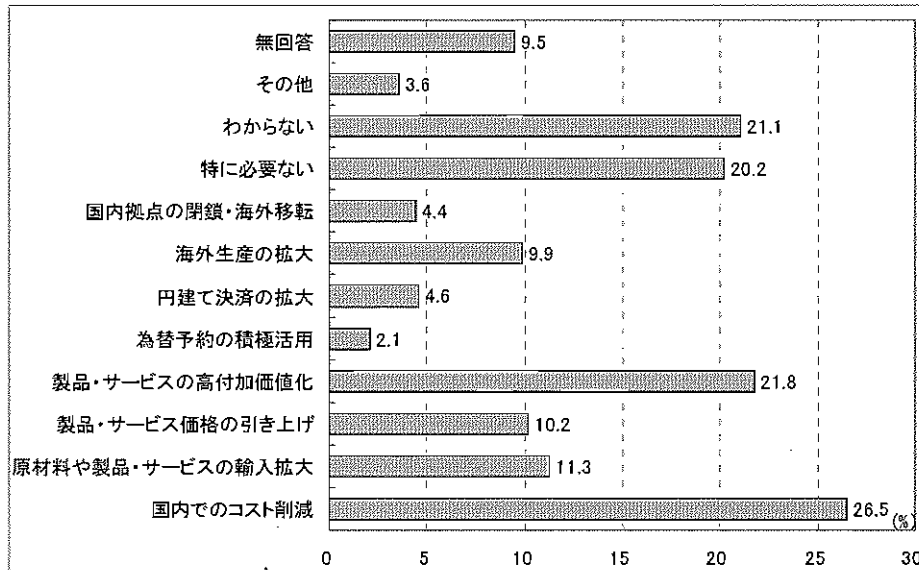
・地域資源を活用して商品・サービスを開発する際の障壁として、製造業では「販売チャネルの確保が難しい」、「取組全体をマネジメントする人材が不足」、「市場ニーズの把握が難しい」を挙げる企業が多い。非製造業では「地域資源の安定的な調達が難しい」との回答も多い。

※参考として主要なアンケート調査結果を以下に示す。

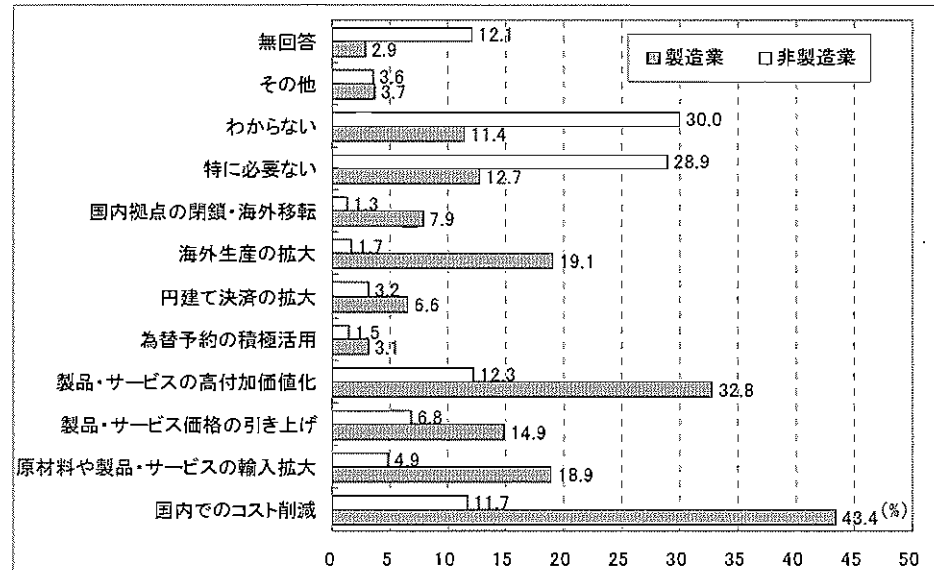
円高への対応策

- ・円高への対応策として、製造業を中心に「国内でのコスト削減」及び「製品・サービスの高付加価値化」重点施策としてあげている。
- ・一方、非製造業は「特に必要がない」と多くの企業が考えている。

【全体】



【製造業・非製造業別】



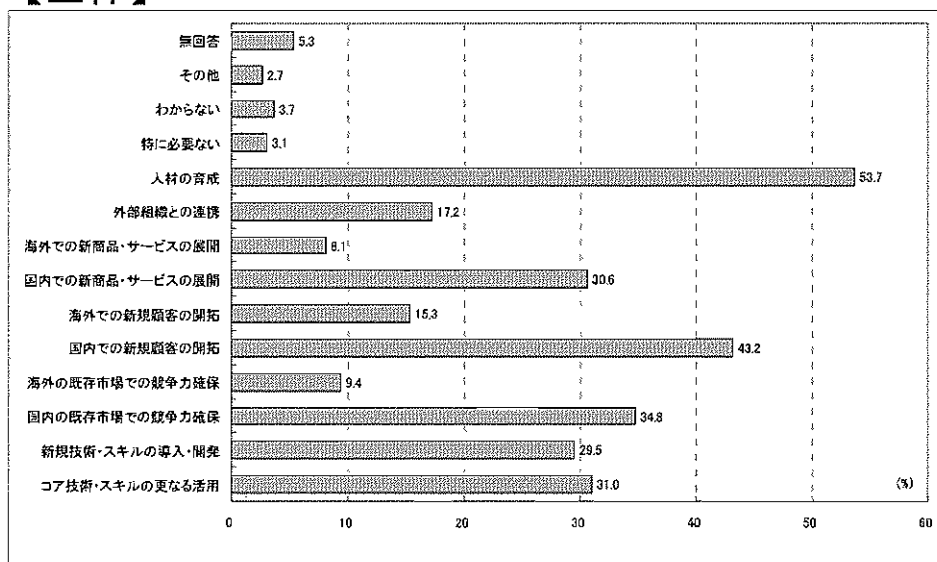
<ヒアリング例>

円高による厳しい経済情勢だからこそ、現場主義、顧客主義を徹底し、2~3年後を見据えて「価格」だけではない製品を目指す。

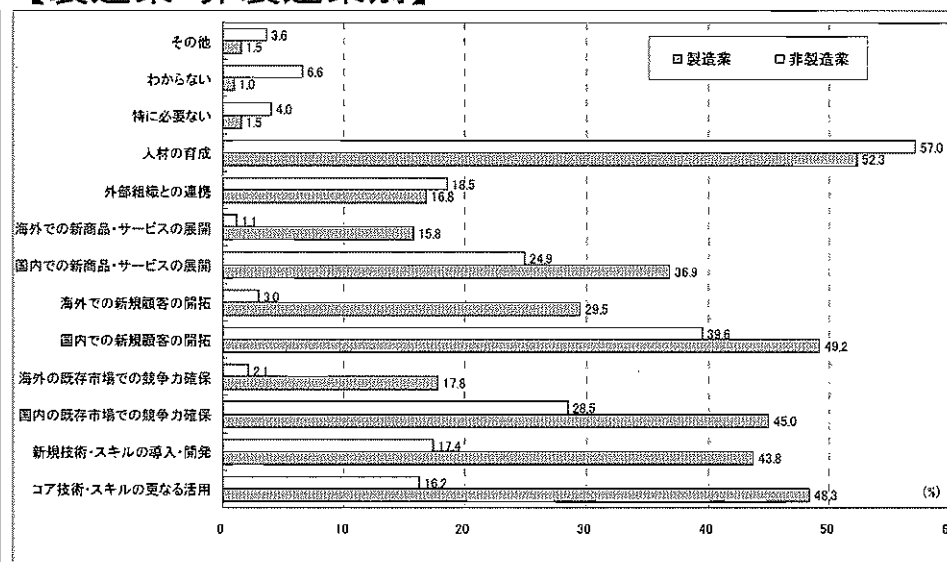
事業所の発展のために取り組むべき経営戦略

- ・事業所の発展のために取り組むべき経営戦略として、「人材の育成」、「国内での新規顧客の開拓」を挙げる企業が多い。
- ・特に製造業では、「コア技術・スキルの更なる活用」、「国内既存市場での競争力確保」、「新規技術・スキルの導入・開発」も多く挙げている。

【全体】



【製造業・非製造業別】

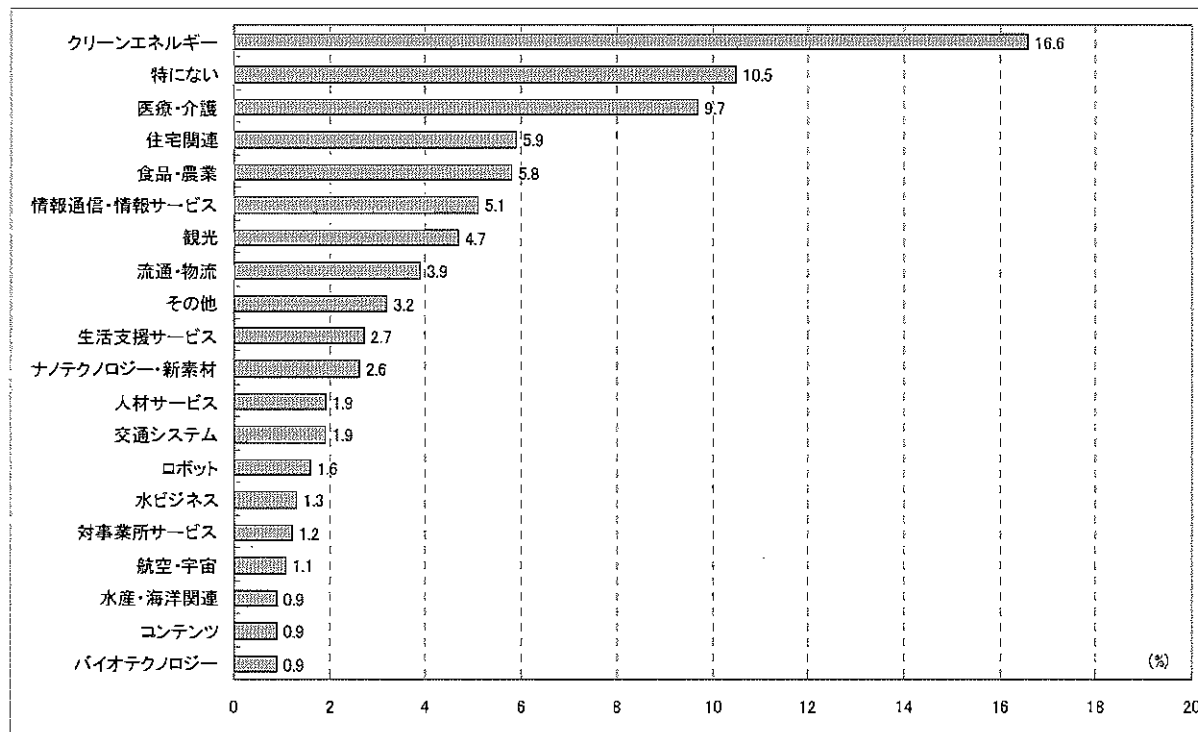


<ヒアリング例>

基盤技術、匠の技から先端技術までの全てをレベルアップさせることが必要。
顧客と製品開発時のパートナーとなることにより、ニーズを製品へ直接反映。
就職先としての強い大企業志向に加え、中小企業が採用活動に十分なリソースを割けず、中小企業における人材確保が困難となっている。

今後最も期待している産業分野

・企業が今後成長を最も期待している産業分野は、幅広く分散しているものの、「クリーンエネルギー」を挙げる企業が最も多かった。医療・介護、住宅関連、食品・農業がこれに続いている。



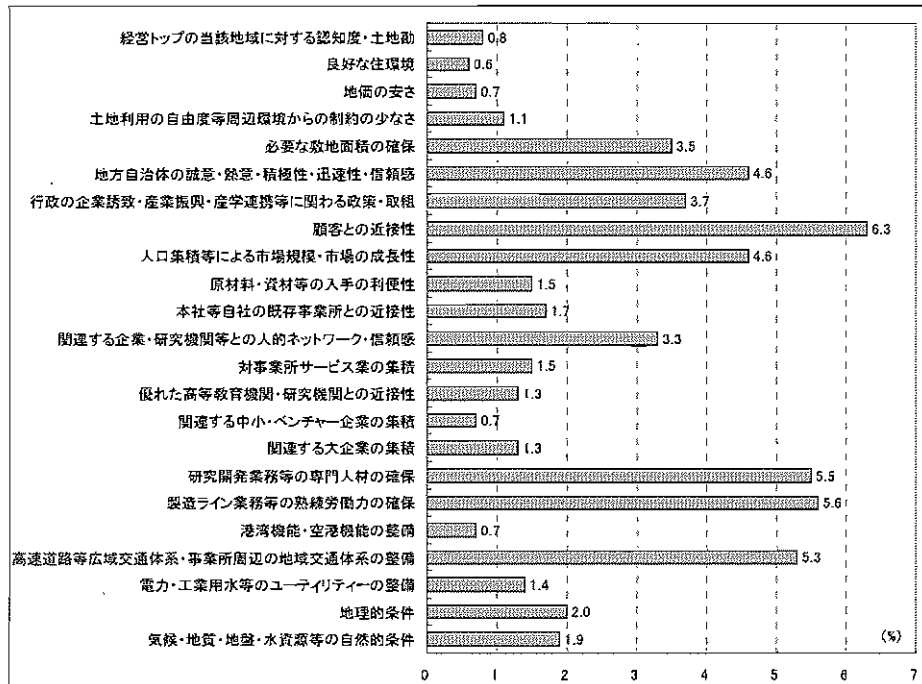
<ヒアリング例>

一方、従来の産業分類の境界を超えた、新産業を志向する姿が見られる:グローバルに地域別のニーズに応え、サービスとものづくりの融合に特化した産業、大企業等のオペレーション・フルサポート産業、ITを活用した独自モデルの構築 など。

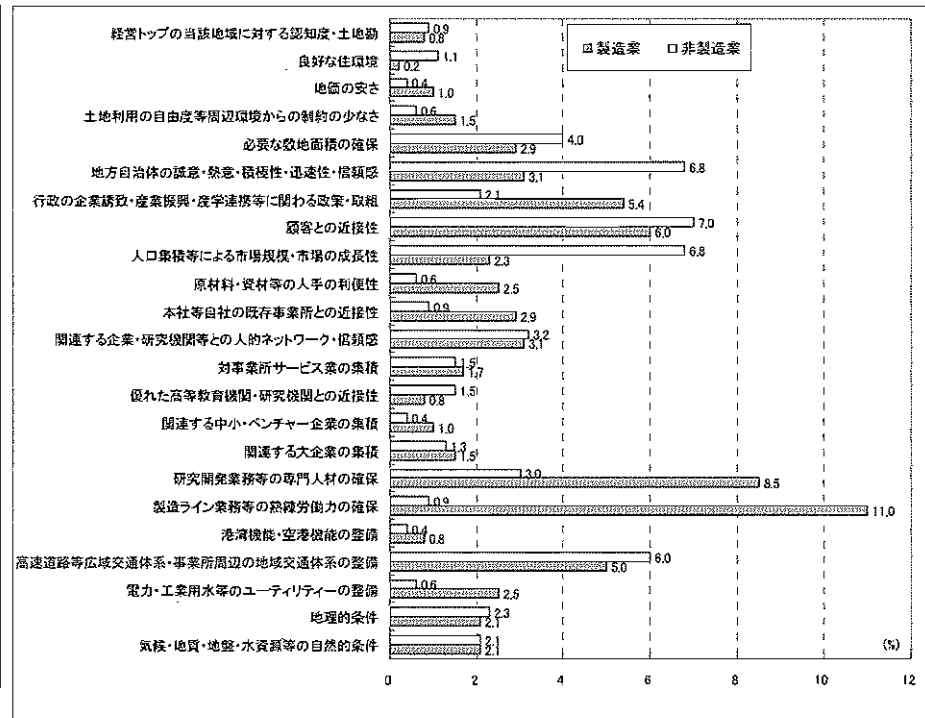
今後最も改善・高度化を望む立地環境要因

- ・今後最も改善・高度化を望む立地環境要因としては、製造業では「熟練労働力の確保」、「専門人材の確保」を挙げる企業が多い。
- ・「顧客との近接性」は製造業、非製造業とも重視している。

【全体】



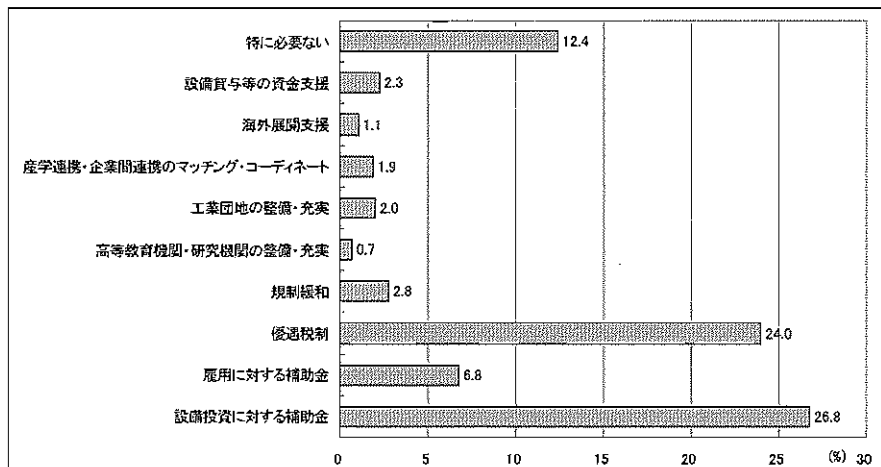
【製造業・非製造業別】



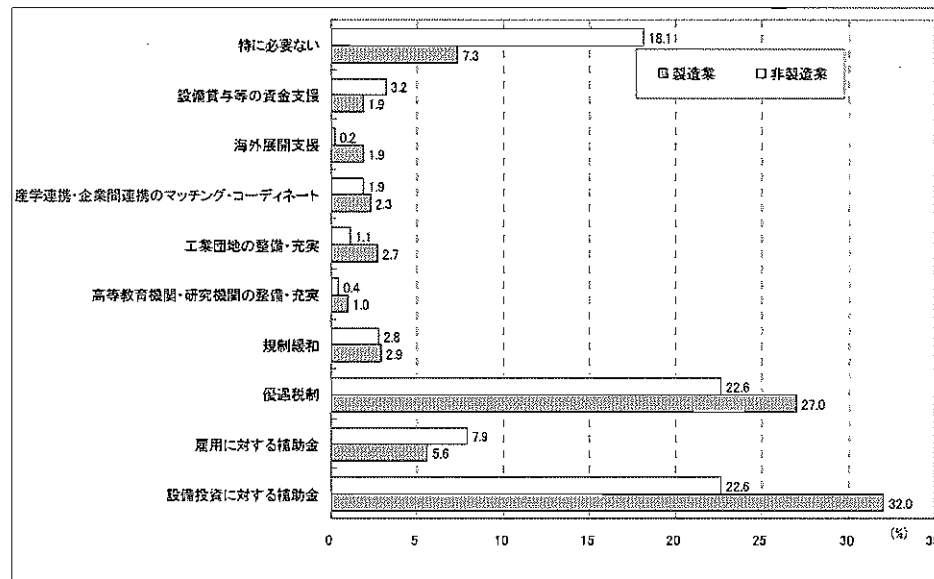
設備投資のために求められる行政の支援メニュー

・設備投資のために求められる行政の支援メニューとしては、「設備投資に対する補助金」、「優遇税制」を挙げる企業が多い。

【全体】



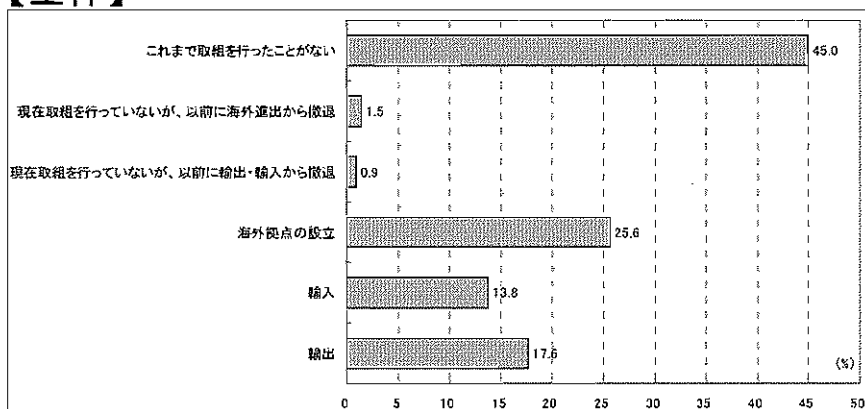
【製造業・非製造業別】



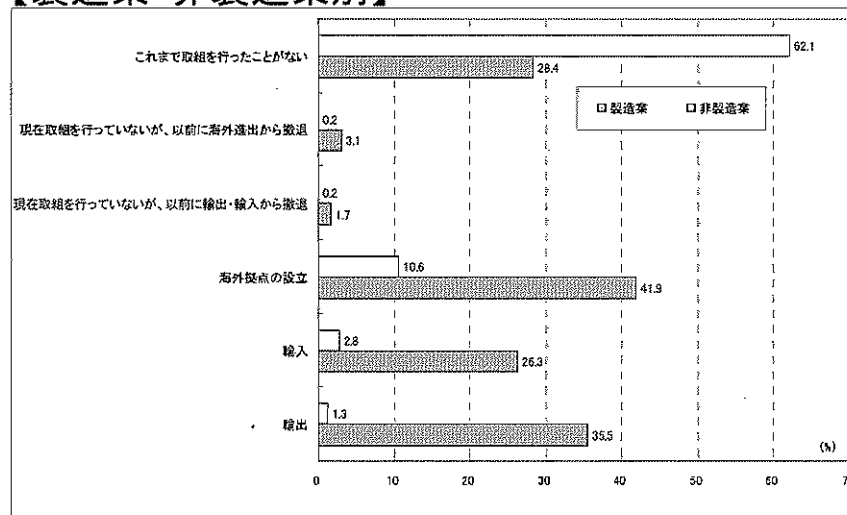
海外展開の現在の取組状況①

- ・海外展開の現在の取り組みとして、製造業では4割以上の企業が「海外拠点の設立」を行っているものの、3割弱の企業が海外展開の取組を行っていない。
- ・業績の好調な企業ほど海外展開や海外拠点設立の取組が進む傾向がある。

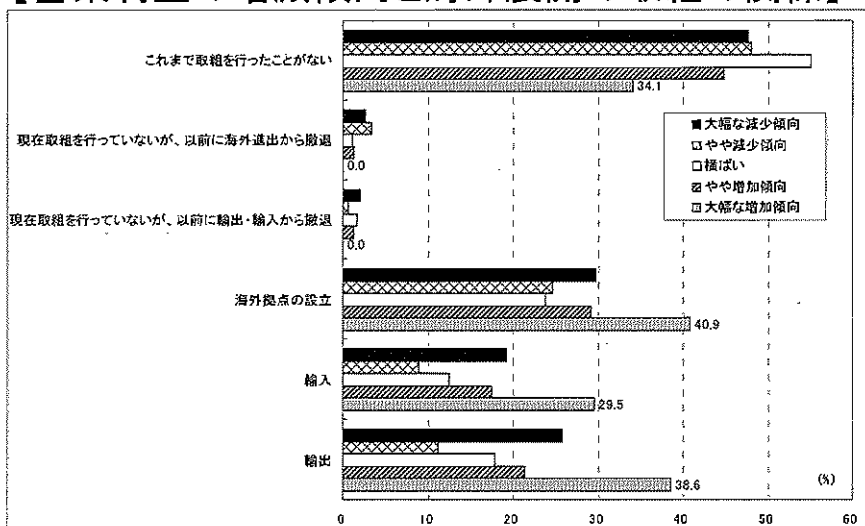
【全体】



【製造業・非製造業別】



【営業利益の増減傾向と海外展開の取組の関係】

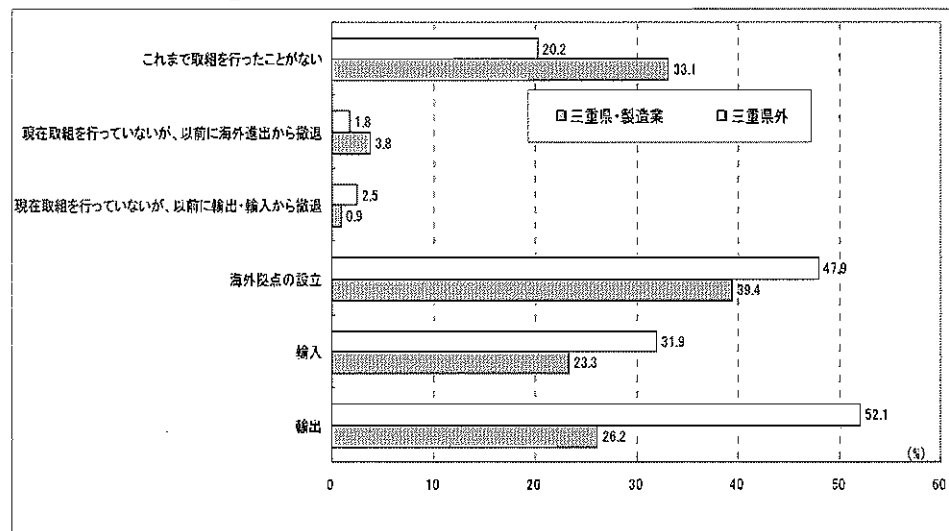


備考: 営業利益の増減傾向は、2010年度営業利益の2005年度対比増減率を示す。

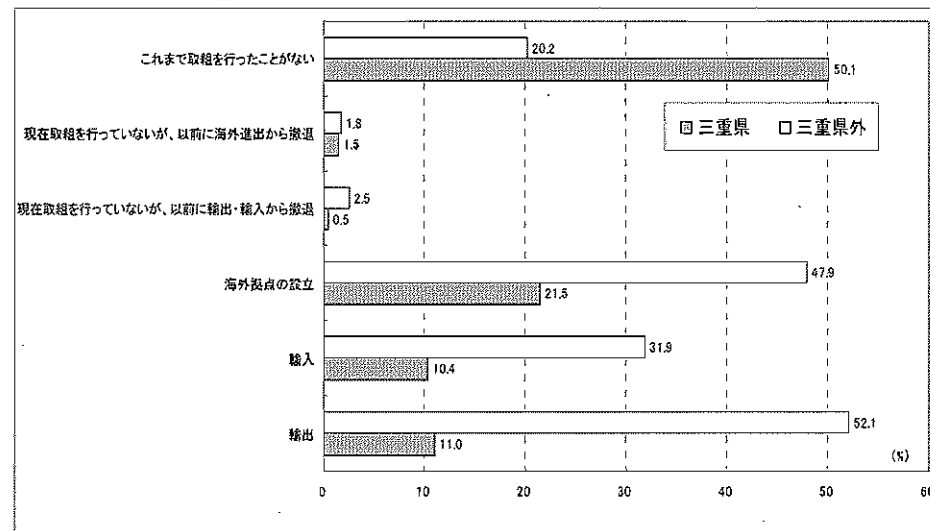
海外展開の現在の取組状況②

・三重県内の製造業企業と県外企業（製造業が調査対象）について、海外展開の現在の取組を比較すると、県内製造業が海外展開を行っている比率は、県外企業に比べ全般的に低い。「海外拠点の設立」を行っている企業は、県内製造業が39%と県外企業の48%を下回っている。「輸出」への取組は、県内製造業が26%と県外企業の52%を大幅に下回っている。一方、「これまで取組を行ったことがない」企業は、県内製造業が33%と県外企業の20%を上回っている。

【地域別①：三重県・製造業と三重県外の比較】



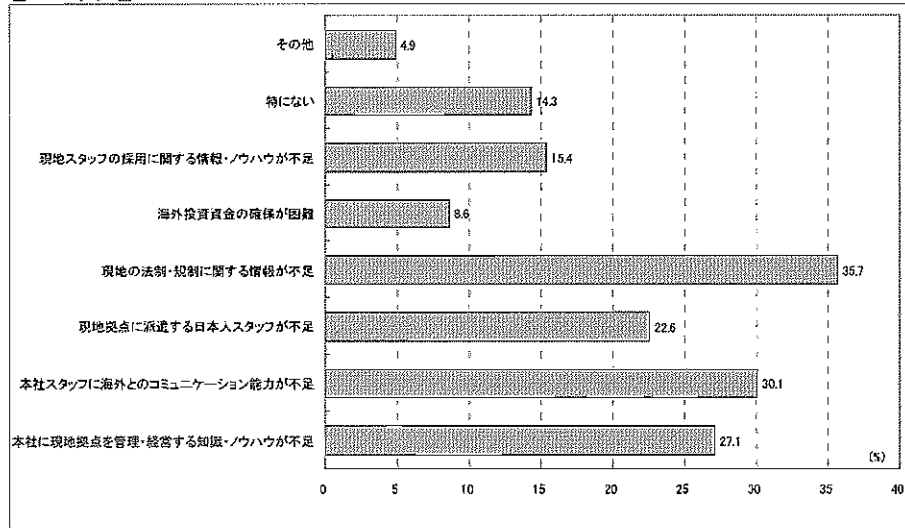
【地域別②：三重県と三重県外の比較】



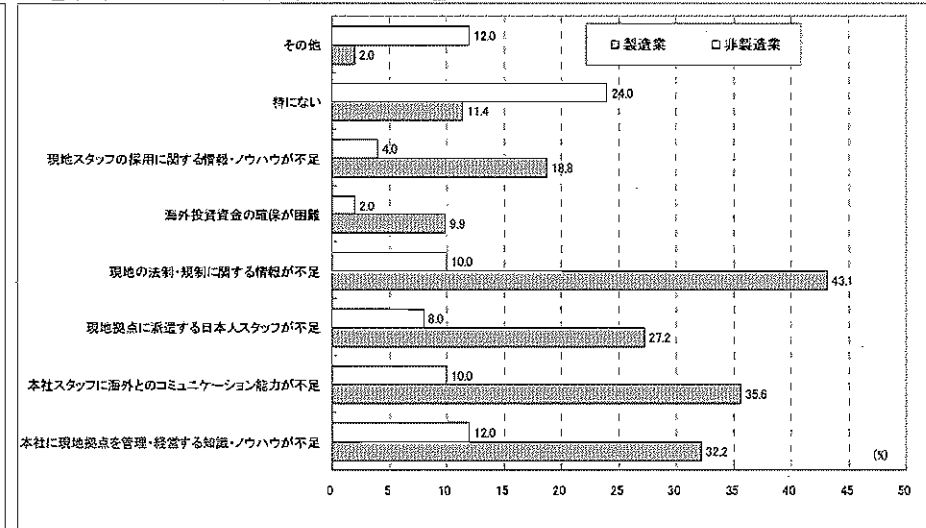
海外進出の際の障壁

・販路開拓など海外進出の際の障壁として、製造業では「現地の法制・規制に関する情報が不足」を挙げる企業が最も多く、「本社スタッフに海外とのコミュニケーション能力が不足」がこれに続いた。

【全体】



【製造業・非製造業別】

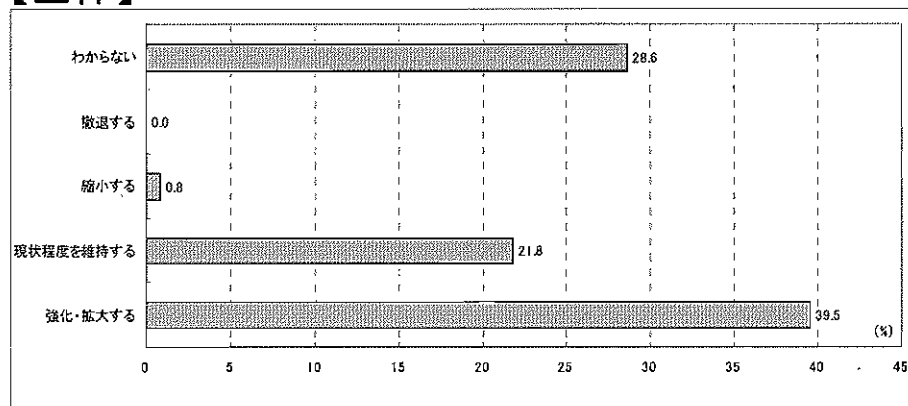


備考: 本設問は、現在行っている海外展開の取組として「海外拠点の設立(海外進出)」と回答した266社(25.6%が対象)。

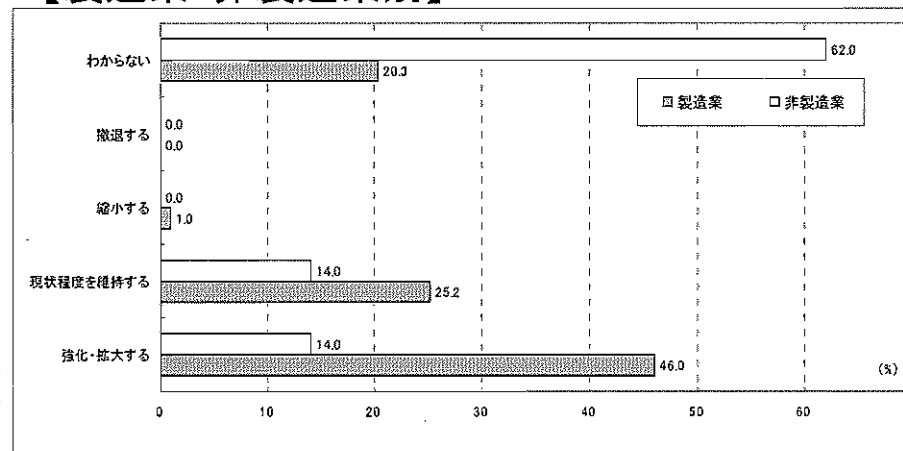
海外拠点に関する中期的な展開方針

・海外拠点に関する中期的な展開方針としては、製造業では「強化・拡大する」が最も多く、「現状維持」が続いた。

【全体】



【製造業・非製造業別】

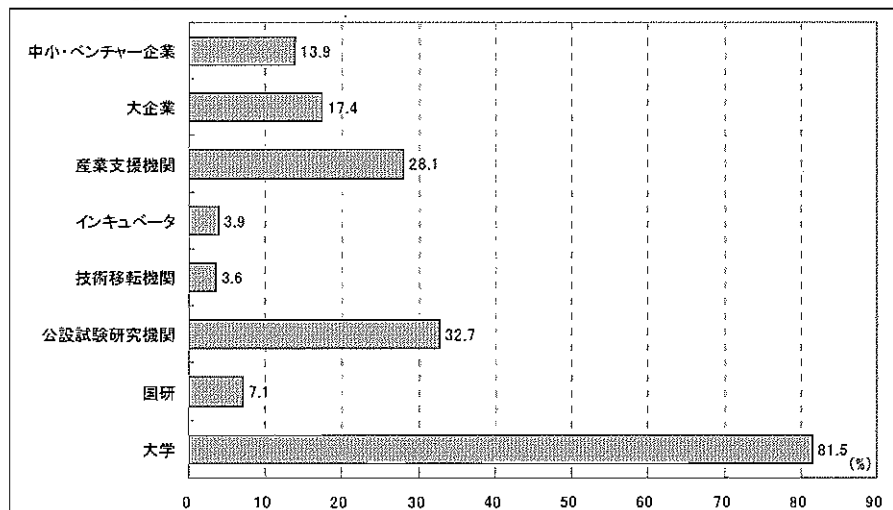


備考: 本設問は、現在行っている海外展開の取組として「海外拠点の設立(海外進出)」と回答した266社(25.6%が対象)。

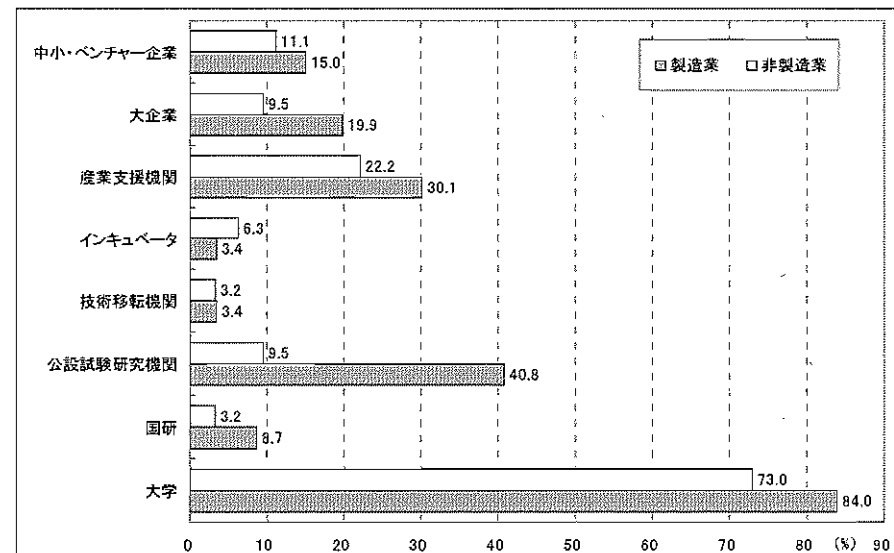
これまでに実施された産学官連携等外部連携の連携先

- ・これまでに実施された産学官連携等外部連携の連携先として、外部連携が非製造業より進んでいる製造業を中心に、「大学」を挙げる企業が圧倒的に多く、「公設試験研究機関」、「産業支援機関」がこれに続いている。
- ・一方、連携先として「中小・ベンチャー企業」や「大企業」を挙げる企業は、製造業でも10%台にとどまっている。また、「国研」を挙げる企業はさらに少ない。

【全体】



【製造業・非製造業別】

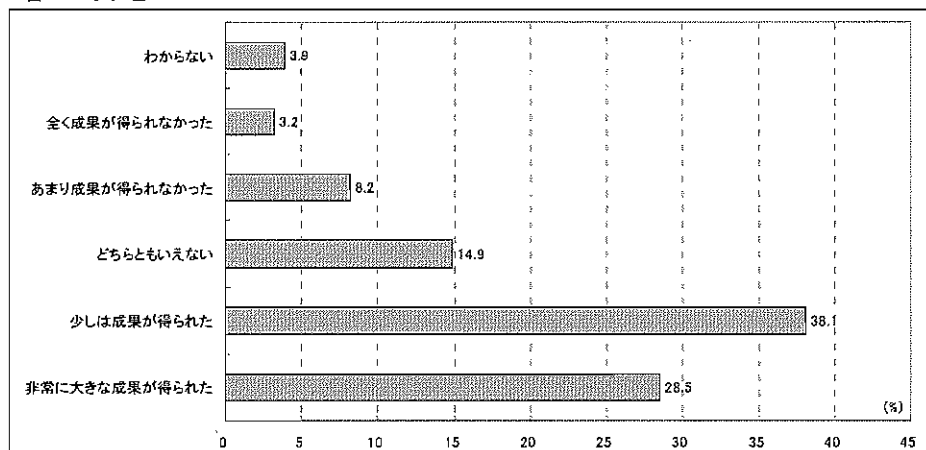


備考：本設問は、「これまでに組織的に産学官連携等外部連携を行ったことがある」と回答した281社（27%）（製造業206社（42.7%）、非製造業63社（13.4%））が対象。

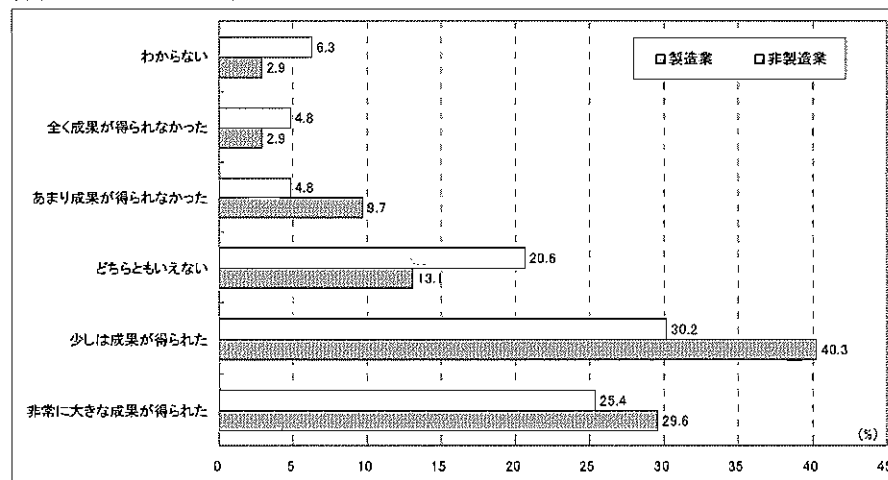
これまでに実施された外部連携の成果の全般的な評価

・これまでに実施された外部連携の成果の全般的な評価として、製造業を中心に4割程度の企業が「少しは成果が得られた」としており、また3割程度が「非常に大きな成果が得られた」としている。一方、「あまり成果が得られなかった」や「全く成果が得られなかった」とする企業は、10%以下にとどまっている。

【全体】



【製造業・非製造業別】

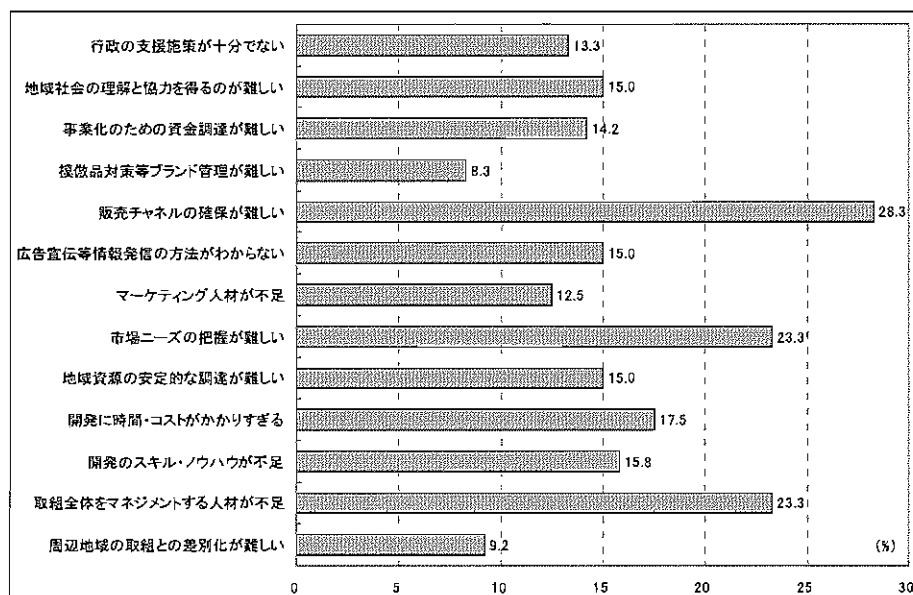


備考: 本設問は、「これまでに組織的に産学官連携等外部連携を行ったことがある」と回答した281社(27%) (製造業206社(42.7%)、非製造業63社(13.4%))が対象。

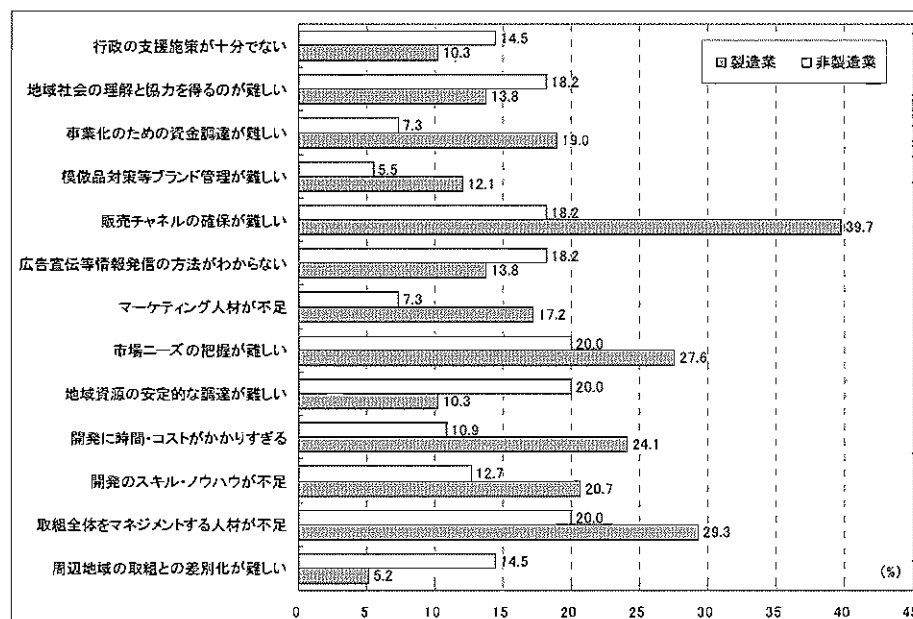
地域資源を活用して商品・サービスを開発する際の障壁

・地域資源を活用して商品・サービスを開発する際の障壁として、製造業では「販売チャネルの確保が難しい」を挙げる企業が最も多く、「取組全体をマネジメントする人材が不足」、「市場ニーズの把握が難しい」がこれに続いている。非製造業では「地域資源の安定的な調達に難しい」との回答も多い。

【全体】



【製造業・非製造業別】

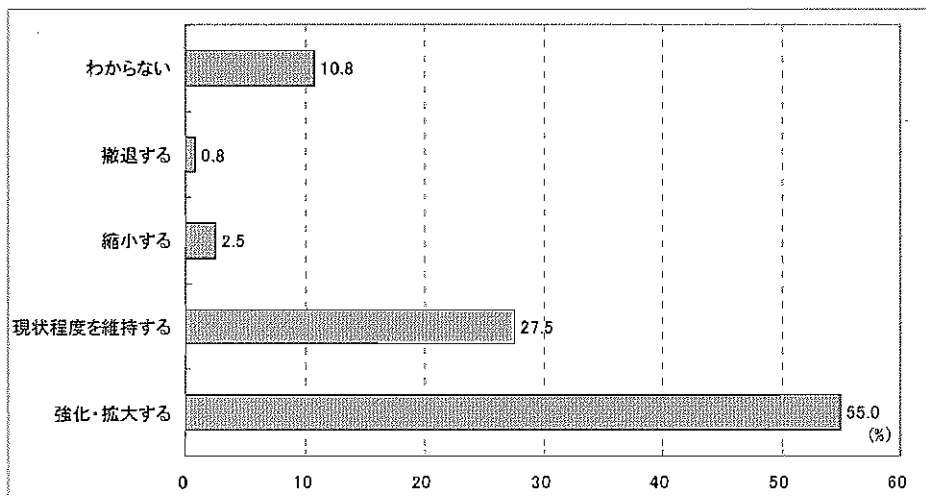


備考: 本設問は、「地域資源を活用して開発した商品・サービスが現在ある」と回答した120社(11.5%が対象)。

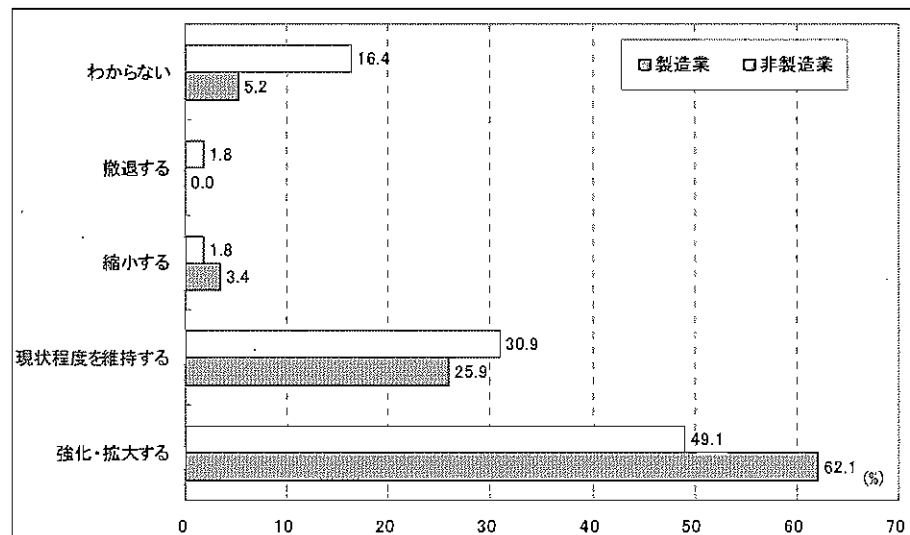
地域資源を活用した商品・サービスの今後の展開方針

・地域資源を活用した商品・サービスの今後の展開方針としては、「強化・拡大する」が最も多く、「現状程度を維持する」がこれに続いた。「強化・拡大する」と回答した企業は、製造業では6割強、非製造業では5割弱を占めている。

【全体】



【製造業・非製造業別】



備考: 本設問は、「地域資源を活用して開発した商品・サービスが現在ある」と回答した120社(11.5%が対象)。

第1回「みえ産業振興戦略」検討会議 議事概要

日時：平成23年11月18日（金）7：15～10：30

場所：御殿山ガーデン ホテルラフォーレ東京（中宴会場「九重」）

出席者

佐久間座長、上田委員、内田委員、小林委員（代理出席）、後藤委員、今野委員、澤田委員、田中委員、ダマシエク委員、寺島委員、野村委員、宮崎委員

議事概要

1. 開会

- ・ 出席者紹介
- ・ 三重県知事 あいさつ（問題意識と論点）
- ・ 座長選出

2. 今後の産業構造の変化や企業行動の在り方（各委員の発言）

寺島委員（財団法人日本総合研究所 理事長）

- ・ アジア地域の世界経済に占める位置付けが大きく高まり、日本の貿易相手国としても、米国に代わりグレーターチャイナ（大中華圏）の存在感が大きく増している。このような「アジア・ダイナミズム」とどう向き合うかが日本の重要な課題。
- ・ 09年の世界港湾ランキング（コンテナ取扱量）では、グレーターチャイナと釜山が上位を占める一方、日本の主要港湾は20位以下に低迷。注目すべきは釜山港のハブ化（釜山トランシップの増大）であり、群馬県や栃木県に立地する中小企業も新潟港経由で釜山トランシップを利用して輸出しているという。その意味で、港湾機能の日本海側へのシフトを十分に認識していく必要がある。
- ・ エネルギー問題との相関も今後の方向性を考えるうえで大切な視座。米国では「シェールガス革命」といわれるほどシェールガス開発にエネルギー戦略の比重を置きつつある。ベンチャーがガス回収技術の商業化に成功したのを契機にオイルメジャーも参入し、シェールガスの供給増により、北米の天然ガス価格は低下した（日本の1/3の価格で回りはじめている）。そして、北米におけるエネルギーのガス転換の加速により、石油需要の減退している状況。これは、2年前までマイナーな話であった「シェールガス革命」が世界のエネルギー戦略を「脱石油」「脱中東」へと大きく流れを変えていることを示唆している。
- ・ 米国では、この1か月で再生可能エネルギー関連ベンチャーがばたばたと倒産している。再生可能エネルギー事業は、補助金や固定価格買取制度など政策支援により軌道に乗せる必要があるが、米国政府は財政悪化のため補助金を切る方向にある。

また、再生可能エネルギーの需要が喚起されても、太陽電池など関連する製品・部材は中国製や日本製であり、米国内に雇用は創出されないとの見方が強まった。

- ・ アジア・ダイナミズムの中で、中国や韓国等アジアの中小企業と技術力のある日本の中小企業の連携を推進していく必要がある。台湾や中国は、手厚い優遇策により技術力のある日本の中小企業を誘致しようとする一方、国内の中小企業がアジア企業との連携に自ら動き出すケースも出てきている。その流れを踏まえ、三重県では今後は中小企業群の連携による海外展開などに力を入れていくべき。その際、日本および三重県は自動車産業に過度に依存している点を改めることも必要だろう。
- ・ 三重県は、アジアなど海外と連携していく上でも「総合交通体系（インフラ）」の戦略を持って立ち向かっていくべき。
- ・ 三重県は、高齢者や子供にとって暮らしやすい「良い県」を志向するプロジェクトを実行していくべき。農業生産法人の設立や重要な地域資産である森林の活用は一例。その際、団塊の世代の都心回帰に伴い、田舎の食や観光などへの関心が高まり、高齢者による都会と地方の「二地域居住」のトレンドを活用することが肝要。地方にいる時は単なるリゾートではなく、地元の中小企業のアジア展開や農業法人のマーケティングを手伝うなど、生産活動に関与する傾向が強まるのではないか。定住人口の減少を食い止めるのは難しく、移動人口の増加でカバーしていくべき。三重県は、関西圏と中部圏の間にある好立地に加え、伊勢神宮の参拝者が年 800 万人を数える強みがある。

小林委員（株式会社三菱ケミカルホールディングス 取締役社長、代理：池浦常務執行役員）

- ・ 日本では今回の原発事故後に LNG 火力へのシフトを進めたため、LNG 購入価格にジャパンプレミアムが付いている。再生可能エネルギーの在り方を真剣に検討すべき。
- ・ エネルギー多消費型の化学産業は成長するアジアの需要を取り組むためにも、海外に進出せざるをえない。海外で稼いだキャッシュを国内に還流させて、それをもとにしかるべき研究開発を行い新技術を事業化していくことが重要。
- ・ 21 世紀は化学の時代だと思っている。自動車、電機、化学では産業間で必ずしも連携・融合が図れていないが、今後は産業の壁を越えて融合し、イノベーションを創出していく時代である。
- ・ 産学連携がうまく機能しているとは思えない。大学はサイエンスだけでなくテクノロジーにも目を向けるべきであり、市場、開発、プロセスエンジニアリング、生産などビジネスを理解できる人材を育てるべき。
- ・ 当社は差異化を念頭に置いて研究開発を行い事業展開しているが、世界で高い市場シェアを有し、かつ強い特許を持っているある当社製品に対して、価格は安く品質

は少し劣るだけの中国製品が出てきている。当社の特許では抑え切れない。中国市場に応じた研究開発手法があるのに、当社は研究開発の積み上げによってハイテク・ハイエンドを狙いすぎているところがあるのかもしれない。ボリューム増を狙うには、それなりの取り組みが必要。中国では研究開発に取り組むたくましさは凄まじく、理系学生の目はギラギラしている。日本の大学ではそのような光景は見られない。企業と大学がお互いの強みを持ち寄って補完すべき。

- ・ 今後は、様々な形で連携を模索していかなければならない。三重県の中にも逞しい中小企業が沢山あるので、何か良い形で連携し、お互いの強さを感じあうことが出来ればと考えている。

ダマシエク委員（日本キャボット・マイクロエレクトロニクス株式会社 代表取締役社長）

- ・ アジアのハブ拠点として津市に R&D センターを置き、日本で 10 年以上事業展開してきたが、この 5 年で状況が変化してきている。顧客である半導体産業の中心が日本から韓国・台湾にシフトし、顧客との近接立地の必要性や人件費・エネルギーコスト・物流コスト等のコスト競争力の面から、日本の拠点は難しい立場にある。このような状況下、日本で何を手掛ければ、日本、三重県、当社にとってよいか考えている。
- ・ アジアでは知的財産を守るのが難しい一方、知的財産保護の確実性が日本の特徴であり活路ではないか。製造技術や品質もアジア拠点がキャッチアップしつつあるものの、日本の拠点に優位性がある。LED 基板材料となるシリコンカーバイド (SiC) など素材技術については、最先端のものは日本に強みがある。素材技術は人材・技術面で裾野が広く、アジアではまだまだ育っていない。
- ・ 半導体関連の素材産業・装置産業の視点から見て、日本の中小企業は世界一だと思う。しかし、個々がバラバラとしていて世界のサプライチェーンに入りきれていない面がある。中小企業を上手に連携させて、アジアのサプライチェーンにはめ込むべき。日本の中小企業は、グローバルなニーズへの対応、交渉力、メンタル面なども含めて、余りにもグローバル化されていないと感じる。この点を県のインフラで支援していくべき。
- ・ 企業誘致については、新素材・新技術の分野において今後花開く企業を規模に関係なく手掛けていくべき。県内に資金・ビジネス上のアドバイスを行える体制を整え、ベンチャーの育成も手掛けてはどうか。
- ・ サムスンが韓国の特定大学を支援し、その大学の学生が同社に入社できるようにしている。学業が疎かにならないか懸念もあるが、興味深い取組と思われる。
- ・ 良いものがあるのに隠れていることを英語では best-kept secret と言い、三重県の農業や観光などがそれに当たるのではないか。県内の農業や南部の観光地をブラン

ド化して世界から十分に認知してもらう努力が必要ではないか。

野村委員（パナソニック株式会社 顧問）

- ・ 当社の工場跡地に展開する Fujisawa サステイナブル・スマートタウン（藤沢市）は、環境に配慮したまちづくりの象徴的な試みとして取り組んでいく。サービス事業も視野に入れているが、太陽光発電やガス系発電を含めて新しいエネルギーの供給関係をつくっていくことが重要。まちづくりの障壁となるような多様な電気安全規定の規制緩和を含め国内でしっかりと勉強するため、意識的に研究開発投資を集中している。その際、交流→直流の変換ロスを軽減する「直流化」に重点的に取り組んでいきたいと考えている。
- ・ 欧米のデバイス関連の生産拠点や設計陣は引き揚げてアジアにシフトしている。アジア拠点では標準（一般）金型なら日本の 1/3～1/4 の価格で製造できるが、精密金型の生産機能は熟練度が求められるため津市に残している。
- ・ 中国・大連市や天津市では、エネルギーロスを軽減する直流家電の普及・拡大を含めて環境に配慮したまちづくりに取り組んでいる。エネルギーソリューションに関わる HEMS（ホーム・エネルギー・マネジメント・システム）、BEMS（ビル・エネルギー・マネジメント・システム）、スマートハウスは各国でルールが異なっており、ISO で標準化の議論がなされているものの、各国で具体的な事業の取組は進んでいない。家電、照明器具、住宅設備機器などをトータルに供給できるのは日本メーカーのみであり、その強みを活かしてルールの改定を含めて、街まるごとのエネルギーソリューションを先行的に完成すれば、アジア勢に対して優位性を持てるのではないか。
- ・ 住宅・店舗向け配線器具の市場では、仏シュナイダーエレクトリックグループが約 18%の世界トップシェアを有し、次いで当社が 8%を占めるが、当社が三重県内で生産している製品は国内ではナンバーワンである。当社が住宅・店舗用に開発する「AC（交流）/DC（直流）ハイブリッド配線システム」（従来の交流の配電に加え直流も配電するシステム）では、通信線と電力線という概念がなくなるだろう。
- ・ 電気安全上のルール改定にしっかり関わりながら、それに関わる事業化のために関連会社を含めてプロジェクトを立ち上げたい。工業団地・まちづくりにおいて電力インフラと情報インフラが融合した地域ネットワークを手掛けていき、それはスマートシティ・スマートファクトリー事業につながっていく。このような取組には、関係機関と連携して初期段階から加わっていきたい。

田中委員（ジャパンマテリアル株式会社 代表取締役社長）

- ・ 半導体や液晶パネルなど日本のデバイスメーカーが全盛期にあった 12～13 年前は、製造の大半は日本にあったが、今や製造場所はアジアに移っている。しかし、製造

技術のベースは今も日本のものである。サムスン電子などオーナー系でスピーディな意思決定を行うアジア勢が台頭してきたが、使用する製造装置やインフラを支える純水・ガスなどは日本製であり、日本企業が現場に出向いてアジア勢の生産現場を支えている。

- 日本のサプライヤーのアジアの大手デバイスメーカー向け納入価格は、ロットの大きさがあるものの、日本のデバイスメーカー向けに比べ、圧倒的に安いケースがある。日本のサプライヤーは、これまで国内のデバイスメーカーと二人三脚で事業展開してきたのに、これでいいのだろうか。東南アジアの顧客が当社のサービスを買ってくるので、このような動きには活路を見出したいと考えているが、製品サービスに自信を持っているので、安売りはしない。
- 当社には定年がなく、18歳の若人から、活力に満ちた40歳代、熟練技術を有している70歳代の3世代が喜びを分かち合いながら働ける「Work-by-3G（トリプルジェネレーション）」の実現を実践している。これは技術伝承の取組でもある。当社は従業員の家族・親戚から「良い会社」と言われたい。
- 中国の人口の10%に当たる北京、上海、蘇州、大連の人々は、比較的容易に来日できる一方、安徽省や河南省の人々は日本に憧れる人が多いのに、旅行会社に年収の5年分に相当する15万元（約200万円）を積まないと日本の外務省はビザを発行しない。仮に三重県において旅行特区を創設して15万元を3万元にしたら、多くの中国人観光客が三重県を訪れるようになるのではないか。

宮崎委員（株式会社宮崎本店 代表取締役社長）

- ボジョレーヌーボーは3年前に3,500円だったものが、今では500円で買える。3年前の価格には産地より日本でいち早く飲める付加価値分として2,000円が含まれていた。大手スーパーがスクリュエ・キャップのペットボトル入りで売り出したことにより、物流費低減もあるが、その「物語性」がなくなり低価格で売られた。
- ロマネ・コンティは年産6,000本と稀少性が極めて高い。ブドウは熟すると使えないため1～2日で収穫するが、「世界一のワインを作っている」という誇りを持って、子供を含めて村中で収穫に当たるという。ロマネ・コンティ社の売上高は30億円にすぎないが、ES（従業員満足度）、CS（顧客満足度）、CSR（地域貢献）でナンバーワンの企業であり、会社の規模と存在感・存在価値は違うことを示している。安売りでは存在感は出ない。
- 中国向けの日本酒は、他社は紙パック入り300円で安売りをしているが、当社は2.5万円で売っており、中国の1%の顧客に飲んでもらえばよいと考えている。
- 県内の食などに関わるいくつかの有力企業がまとまって、東京圏で売り込む取組をしてはどうか。そのような取組の一端を担いたいと考えている。「入り口」の異業種交流は盛んに行われているが、行政は「出口＝売り」（三重産品をパッケージ化して

売るなど)に重点を置くべきではないか。

- ・ 三重県出身者が経営するニューヨーク在住の食関連の店舗は数多くあるものの、県にそのようなデータベースはないだろう。中国についても同様だろう。三重県発祥の大手スーパーが今後中国に積極的な店舗展開をしていく計画だが、同社の中国店舗における県のフェアの申込は他県からは殺到したが、三重県からは申込がなかったという。三重県はなぜそのような好機にプレゼンを打たないのか。
- ・ 三重県は観光強化に向けて伊勢神宮と連携していくべきではないか。一流の画家が伊勢神宮を題材にして描いた絵画が数多く奉納されていたり、世界的な音楽家による奉納演奏が行われているものの、それらは外部に積極的にアピールされていない。伊勢神宮は県と連携しながら「日本のバチカン」となるべきではないか。

澤田委員 (株式会社エイチ・アイ・エス 代表取締役会長)

- ・ アジアにおける海外旅行者は、以前は日本人が1～2番を占めたが、今は5～6番に低下している。海外旅行者としてもアジア人が台頭している。
- ・ シンガポールは資源・技術がなく、企業誘致のために法人税率を日本の概ね半分に設定しているが、それでも国は黒字である。特徴は、経済開発庁 (EDB) が優秀な人材、企業、資金を世界中から誘致・吸引していることであり、まるで株式会社のような国である。因みに、マカオも世界から資金を集めているが、その体制を10年という早さで構築したことが特筆される。
- ・ ヒト・カネ・企業が集まりやすい構造をつくるための政策には、スピード感が必要となる。日本では、古いルールや規制のために、結果として実行が遅れることが多い。
- ・ 製造業と非製造業は産業の両輪となるべきものである。製造業は重要でありオンリーワン企業を強化すべきだが、非製造業では雇用の伸びが大きい面がある。ヒト・モノ・カネをどの産業分野に集中するか、選択と集中も必要になるだろう。豊かな三重県をつくるのか、それとも雇用を創出するのか、いずれかの選択も必要だろう。非製造業では、IT産業も見据えておくべき。当社では昔は電話と手でのオペレーションだったが、今はシンガポールやタイでの企画、サービスステーションでの全自動のオペレーションとなっており、データがホテルやエアラインに行くしくみを構築している。
- ・ 三重県では自然・歴史・食べ物に優位性があるのに、アジア人の8割は三重県を知らないだろう。まずは多くの人に知っていただくことが大切。だからと言って、あまり多くの人に来ることが必ずしも良いことではないと思う。三重県にはバランスのある発展を狙ってほしい。

今野委員（ダイヤル・サービス株式会社 代表取締役社長）

- ・ 日本でアリーステージのベンチャーを潰してはいけないとの思いから、「ベンチャーの母」として若手起業家を支援する役割も担ってきた。今後は「女性＋ニュービジネス」も地域活性化、雇用創出を荷う重要なキーワードと考えている。
- ・ 日本では、ベンチャーが持つすぐれた技術を積極的に活用しようという姿勢がみられず、残念である。日本社会の意思決定の遅れを逆手にとって、中国や韓国はそうした日本のベンチャーたちの各分野にわたる新技術を取り入れて使っていこうとする意欲がある。
- ・ 全国の自治体が自動車・電機・エネルギー関連の大企業誘致を狙っており、そうした基幹産業の維持強化は税収や経済の安定基盤としてこれからもしっかりと行っていくべきと思う。しかしその一方で、そのような産業だけに偏らない未来を見据えた県内産業バランスが大切と考える。
- ・ 三重県ならではの歴史・文化・伝統に根ざした独自性のある産業振興戦略をつくるべき。観光、酒・食、農業、エコ産業などを含む多様な産業群を視野に入れ、「ロマネ・コンティ的産業」を掘り起こすべき。企業はナンバーワンよりオンリーワンに徹して誇りを持つことが重要であり、これがナンバーワンにもつながっていく。
- ・ 「三重県の魅力とは何か」を尋ねる県民アンケートを実施してはどうか。「日本になくはない三重県」が浮き彫りになるかもしれない。その結果、県民のふるさと意識が掘り起こされる事になれば嬉しい。主役は県民であり、県民一人ひとりの幸福度を高める事が、この戦略会議の目的だと思うから。
- ・ 「環境」・「健康」・「教育」を私の「3K」と捉えているが、地域の幸福度アップを考えるならば、「観光」のKや今問題として浮上している「心」の健康や癒し、いわばメンタルヘルスツーリズムなども含めて、多様な産業マンダラを考えてはどうか。

後藤委員（LLC場所文化機構 代表）

- ・ まちづくりや観光の視点から見て、人は自分のためには時間もカネも使っている。祭りが一例。地方だからダメということではなく、時間・カネを使わせるしくみをつくるべき。時間・空間の質を高めていくことが重要。地方には都会に対する「場所のコンプレックス」があるので、これをうまくひっくり返して個性を磨いていくことが必要であり、東京と競争するのではなく補完していくべき。
- ・ 三重には「何もしなくても豊かである」という意識があり、改善の余地が多々あるように思える。また、伊勢神宮の印象が強すぎて、他にも良いところが隠れている面があるので、その隠れたところにフォーカスしてはどうか。
- ・ 食などを含めてヒトのつながりを促していくべき。点を線・面にしていく中で、まずは点づくりを担いたいと考える。日本人はアジアに対して欧米と逆のコンプレックスがあり、行きもしないで毛嫌いしているところがある。アジアを自分のフィー

ルドと思えるよう、アジアに行ってアジアの人々との関係を深めるべき。逆にアジアの人々には、三重県を訪れて県内の場所と人と関わりたいと思ってもらうことが重要。

- ・ インターネットやケータイなど情報インフラの整備・充実化により、まちづくりは二次元から三次元へシフトしたととらえている。ネット技術をバーチャルではなくリアルと連動して使えば、二地域居住を含めて、三重県と他の周辺地域との関係性を深めることができるのではないかと考える。観光は観光客が行って終わりではなく、持続的な関係を大事にしていくべきであり、それが観光の産業化につながっていくと考える。

上田委員（株式会社百五銀行 代表取締役頭取）

- ・ 三重県の一人当たり貯蓄残高は全国五指（津市はナンバーワン）に入る一方、県内の金融機関の預金残高の融資向け比率は30～40%にとどまっている。地域で集まったお金が国債等に回って、地域で使われていない、地元の投資に回っていないことを示している。
- ・ 四日市港の荷物は製造完成品の海外生産増加に伴い、製造完成品から部品輸出にシフトしている。今後は部品下請工場が海外へ出ていくことになれば、輸出減が危惧される。
- ・ 自動車部品を手掛ける中小企業であれば、顧客の自動車メーカーへの流通ルートを認識した上で海外化に取り組めるが、自動車部品以外の県内中小企業は新たな海外生産・販路開拓を行う必要があり、ハードルが高い。
- ・ 県内の中小企業を対象に、インドネシア等で商談会や日系企業の視察を実施している。ビジネスマッチングだけでは不十分であり、ベトナムに工業団地を作ってほしいと言われることがある。大手商社が整備する工業団地は中小企業にとって大きすぎるので、行政と関係機関が連携して海外プロジェクトなどを進めていくべきだと思う。
- ・ 農業金融には、日本の商業銀行はタッチできていない一方、米国では農業金融の30～40%を商業銀行が手掛けている。今後の農業の発展のためには、大規模化や流通短縮を検討する必要があると考えるが、その際の金融の付け方を提案していきたい。
- ・ スマートシティの推進はシャッター通りを市街地として活性化する効果を持つのではないかと考える。一方、事業所税は企業を中心部から周辺部へ追いやる税制だと考える。

内田委員（国立大学法人三重大学 学長）

- ・ 三重大学における学生の出身地は県内が40%、東海地区が40%である一方、就職先も同じ比率となっている。学生に「郷土愛」や「大学への愛校心」が薄れており、これを涵養していくことも重要である。

- ・ 企業が求める人材像は、20世紀は企業を支える基礎的人材、21世紀は最先端技術を開発する人材であり、これからはこの2種類の人材が求められている。大学も機能分化していく流れにあり、大きな大学は最先端技術の開発人材、中規模大学は基盤的人材の育成を中心に行う方向にある。三重大では大学院に地域イノベーション学研究所を開設し、プロジェクトマネジメントとリサーチが出来る人材の育成を目指している。
- ・ 企業は、大学との人材交流を積極的に行ってほしい。そして産学の互いの目的を明確にすべき。10年スパンで考える基礎的研究と、2年で成果を出さないといけない応用研究をある程度区別して連携を推進すべきである。
- ・ 三重大学では安心・安全を売り物にしたい。今年末よりスタートする経済産業省のスマートキャンパス実証事業に参加し、ガス・コジェネによるエネルギー・マネジメント・システムの実証をスタートし、その成果を地元還元していく。
- ・ 三重大学は250人以上の留学生を受け入れ、27か国50大学以上と連携協定を締結している。中国、タイ、ベトナム、インドネシアと親しく、その点を活かして自治体や県内中小企業と連携していきたい。津市は江蘇省・鎮江市と姉妹都市提携している一方、三重大学は鎮江市にある江蘇大学と連携している。それなら津市と三重大学が中国の連携相手に対して歩調を合わせて行動することも考えられるだろう。三重大学はこれまで他者が注目しない国にいち早く戦略的に連携を働きかけてきた。

佐久間座長（株式会社スエヒロEPM 代表取締役会長）

- ・ 三重県は他県にないものを志向すべき。当社は他社に出来ないオンリーワン技術・製品を追求することを志向しており、その強みを活かして円ベースでしか見積もらないし円でしか仕事をしない。値下げのネゴをされると注文を断るが、そこまで企業を高めるべき。
- ・ 企業はひとづくりがすべてである。多くの人との縁・関係が重要であり、多くの人意見を聞き集約していく必要がある。
- ・ 全国に中小企業が300万社、3.5万組合ある一方、三重県には2.9万社、235組合ある。中小企業にとって今後、「自律自尊」が重要となる。
- ・ 三重県は「維新」すべきだが、維新はヒトが行うものである。全国で最も若い知事が誕生したことは大変良い事だと思っている。「人間力」を持つ人材が県内で減っており、他地域からも人材を引っ張ってくることも必要である。残り2回の検討会議では「ひとづくり」についても議論を展開してほしい。

以上

シャープ株式会社亀山工場立地に伴う経済波及効果等について

1 雇用

【調査方法】

シャープ㈱亀山工場立地に伴う雇用創出効果について、同工場及び同工場と直接取引関係にある企業(合計 33 社)を対象にヒアリング等を実施し、各企業の雇用者数を調査しました。

調査は平成 23 年 5 月 1 日時点を基本としています。

【調査結果】

① シャープ㈱亀山工場立地に伴い、平成 23 年 5 月時点での対象企業 33 社全体における雇用者数は、約 7,100 名となっています。平成 16 年 1 月の操業開始時(約 2,500 名)と比較し、約 2.8 倍の増加となっています。

企業別内訳では、平成 23 年 5 月時点で、シャープ㈱約 2,200 名、シャープ㈱亀山工場内協力企業 約 1,100 名、県内で新增設した関連企業 約 3,800 名となっています。

雇用形態別では、平成 23 年 5 月時点で、正社員約 5,200 名、派遣・業務請負等従事者約 1,900 名となっています。

② シャープ㈱亀山工場を含めた 33 社の企業のうち 5 社が、平成 23 年 4 月に県内高校新卒者 85 名を採用しています。平成 16 年度から平成 23 年度までの県内高校新卒者採用者数(各年 4 月採用)は累計で 972 名になりました。

◇ 総雇用者数の推移

(単位:名)

区分		H16.1 (操業)	H19.5	H20.5	H21.1	H21.5	H22.1	H22.5	H23.5
シャープ㈱		約 500	約 2,300	約 3,100	約 3,000	約 3,000	約 2,600	約 2,700	約 2,200
協力企業※1		約 1,200	約 1,800	約 1,600	約 1,400	約 1,200	約 1,500	約 1,400	約 1,100
内 訳	生産	約 1,000	約 1,300	約 1,100	約 900	約 800	約 1,200	約 1,000	約 800
	非生産	約 200	約 500	約 500	約 500	約 400	約 300	約 400	約 340
関連企業※2		約 800	約 3,600	約 3,900	約 3,400	約 2,600	約 2,800	約 2,800	約 3,800
計		約 2,500	約 7,700	約 8,600	約 7,800	約 6,800	約 6,900	約 6,900	約 7,100

※1 「協力企業」:シャープ㈱亀山工場敷地内で操業している企業

※2 「関連企業」:シャープ㈱亀山工場敷地外で操業している県内立地企業

◇ シャープ(株)、協力企業<工場内>、関連企業の合計(H23.5における総雇用者数) (単位:名)

区分		企業数	雇用者数	備 考
総雇用者数		33	約7,100	<<雇用形態別>> 正社員 約5,200 派遣、請負等 約1,900 <<地域別>> 亀山市内事業所分 約5,600 鈴鹿以北事業所分 約1,100 津市以南事業所分 約 400
内 訳	新規採用者数	24	約4,500	シャープ(株)亀山工場内<シャープ(株)及び協力企業>:約1,500
	社内異動	23	約2,600	
	県内出身者	25	約5,400	シャープ(株)亀山工場内<シャープ(株)及び協力企業>:約1,200
	県外出身者	12	約1,700	
新規県内出身常用雇用者数		26	約2,500	
23年4月の県内高校新卒採用数		5	85	H16年度以降累計:972名

2 税 収

【調査方法】

シャープ(株)亀山工場及び同工場立地に伴い新設又は増設を行った製造業15社(新規立地9社、新規増設3社、既存増設2社、営業拠点1社)、ユーティリティー関連3社及び物流関連等3社、計22社を対象とし、法人事業税及び法人県民税の額から推計しました。

【調査結果】

調査対象とした上記22社の平成22年度県税収入(法人事業税、法人県民税、地方法人特別税)は約29.1億円となっています。平成16年度以降の税収累計額は、約315.2億円となりました。

リーマンショックの景気悪化による影響を受けた平成21年度(約2.4億円)から約26.7億円増加していますが、リーマンショック前の平成20年度(約47.7億円)と比較すると、約6割程度の水準となっています。

◇ 法人事業税及び法人県民税(法人税割のみ)調定額実績 ※3

(単位:億円)

区分	H15年度		H16年度		H17年度		H18年度		H19年度		H20年度		H21年度		H22年度	
	立地企業分 ※4	うち鈴鹿分 ※5	立地企業分	うち鈴鹿分	立地企業分	うち鈴鹿分	立地企業分	うち鈴鹿分	立地企業分	うち鈴鹿分	立地企業分	うち鈴鹿分	立地企業分	うち鈴鹿分	立地企業分	うち鈴鹿分
収入合計額	33.3	5.5	49.7	14.5	60.3	21.7	65.6	26.3	60.4	20.4	47.7	14.3	2.4	1.1	29.1	4.0
16年度以降累計額			49.7	14.5	110.0	36.2	175.6	62.5	236.0	82.9	283.7	97.2	286.1	98.3	315.2	102.3
対15年度比税収増加額			16.4	9.0	27.0	16.2	32.3	20.8	27.1	14.9	14.4	8.8	0	0	0	0

※3 平成20年度の税制改正により、法人事業税の税率が引き下げられ、その引き下げた部分を新たに創設された地方法人特別税(国税)としているため、平成21、22年度の税収は、地方法人特別税を含めた数字

※4 「立地企業分」:税収調査の対象としている22社の合計。

※5 「うち鈴鹿分」:22社のうち鈴鹿市・亀山市内の企業12社の合計

3 製造品出荷額

【調査結果】

① 県全体の製造品出荷額は平成 18 年に 10 兆円を超え、堅調に推移してきました。平成 21 年はリーマンショック等の影響で大幅に減少したものの、平成 22 年(速報値)は、若干持ち直し、9 兆 7,469 億円となりました。

全国順位は、平成 18 年以降全国 9 位の水準を維持しています。

② シャープ(株)亀山工場が平成 16 年 1 月に操業を開始して以降、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」の製造品出荷額は、8,725 億円(H15 年)から 1 兆 9,419 億円(H21)と大幅に増加し、平成 16 年以降、三重県は全国 1 位の水準となっています。

「電子部品・デバイス・電子回路製造業」の製造品出荷額の伸びを従業員規模別で比較すると、中小規模(300 人未満)の事業所では 275%(H21 年対 H15 年)、大規模の事業所(300 人以上)では 218%(同)となっています。

◇ 三重県における製造品出荷額の推移(従業員 4 人以上の事業所)

(単位:億円)

区分		H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22 (速報)	
製造業合計額		78,039 (100)	87,751 (112)	94,581 (121)	107,885 (138)	116,018 (149)	117,451 (151)	93,746 (120)	97,469 (125)	
全国順位		10 位	10 位	10 位	9 位	9 位	9 位	9 位	9 位	
電子回路製造業 電子部品・デバイス・	製造品出荷額	8,725 (100)	12,491 (143)	13,359 (153)	16,126 (185)	21,761 (249)	23,656 (271)	19,419 (223)	—	
	全国順位	2 位	1 位	1 位	1 位	1 位	1 位	1 位	—	
	従業員規模別	300人未満	634 (100)	1,133 (179)	1,252 (198)	1,517 (239)	1,731 (273)	2,563 (404)	1,744 (275)	—
		300人以上	8,091 (100)	11,359 (140)	12,107 (150)	14,609 (180)	20,030 (248)	21,093 (261)	17,675 (218)	—

(資料出所:経済産業省「工業統計調査」)

4 亀山市の状況

【調査結果】

① 亀山市の人口増加率は、平成 15 年以降県人口増加率を上回る伸びを示しています。

② シャープ(株)亀山工場が立地して以降、市税収入の増加傾向、財政力指数の上昇傾向が見て取れます。

③ 平成 13 年に 3,589 億円であった亀山市の製造品出荷額は、平成 21 年には 1 兆 115 億円となり、四日市市、鈴鹿市に次ぐ県内 3 番目の規模となっています。

(1)人口の状況(住基台帳人口及び外国人登録者数の計)

(単位:人)

区分	H13.4.1	H15.4.1	H17.4.1	H18.4.1	H19.4.1	H20.4.1	H21.4.1	H22.4.1	H23.4.1
人口	47,875	47,919	48,517	48,824	49,110	50,001	50,245	50,404	50,211
うち20代	6,578	6,148	6,254	6,380	6,440	6,794	6,719	6,663	6,348
うち30代	6,038	6,383	6,740	6,892	7,065	7,306	7,384	7,458	7,397
市人口増加率(H13比)	—	0.1%	1.3%	2.0%	2.6%	4.4%	5.0%	5.3%	4.9%
(県人口増加率)	—	0.2%	0.5%	0.4%	0.4%	0.5%	0.3%	-0.1%	-0.4%
20代増加率	—	-6.5%	-4.9%	-3.0%	-2.1%	3.3%	2.1%	1.3%	-3.5%
30代増加率	—	5.7%	11.6%	14.1%	17.0%	21.0%	22.3%	23.5%	22.5%

※H13、H15は、旧亀山市と旧関町の合算数字を使用(亀山市戸籍市民室調べ)

(2)財政の状況

(単位:百万円)

区分	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
歳入額	18,048	17,238	18,332	20,644	20,059	19,202	20,122	24,618	23,621	22,121	19,885
自主財源額	10,855	10,918	10,643	12,798	13,263	13,599	15,176	16,515	18,098	15,485	13,585
地方税額	7,707	7,386	7,175	8,039	10,092	11,000	12,867	14,618	13,884	12,341	11,127
法人市民税	747	475	680	1,073	1,534	1,965	1,690	1,443	564	922	942
固定資産税	3,873	4,011	3,720	4,215	5,651	5,789	7,336	9,117	9,316	7,706	6,562
自主財源割合	60.1%	63.3%	58.1%	62.0%	66.1%	70.8%	75.4%	67.1%	76.6%	70.0%	68.3%
財政力指数(単年)	0.78	0.82	0.78	0.84	1.06	1.15	1.38	1.45	1.34	1.05	0.97
歳入額(H13比)	—	95.5%	101.6%	114.4%	111.1%	106.4%	111.5%	136.4%	130.9%	122.6%	110.2%

(亀山市歳入歳出決算書・予算書)

(3)製造品出荷額の推移(従業者4人以上の事業所)

区分	13年	14年	15年	16年	17年	18年	19年	20年	21年	22年 (速報)
製造品出荷額(億円)	3,589	3,406	3,451	5,957	7,895	8,767	10,920	13,843	10,115	10,851
事業所数	169	168	162	152	158	143	150	155	142	135
製造業従業員数(人)	7,758	7,953	7,669	9,583	10,206	10,701	12,008	12,438	10,657	10,523
従業員当たり製造品出荷額(万円)	4,626	4,283	4,499	6,216	7,736	8,192	9,094	11,130	9,491	10,312
製造品出荷額(H13比)	—	94.9%	96.1%	166.0%	167.2%	244.3%	304.3%	385.7%	281.8%	302.3%

※13年～16年は旧亀山市と旧関町の合算数値(工業統計調査)

(4) 住宅建築(民間共同住宅)の状況

区分	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度
アパート建築確認申請戸数(戸)	249	458	583	695	770	282	192	34	6
延床面積(㎡)	12,448.1	20,809.6	22,309.9	28,258.2	33,498.1	11,356.7	10,854.2	1,920.9	490.2
戸数累計(戸)	249	707	1,290	1,985	2,755	3,037	3,229	3,263	3,269

(亀山市調べ)

(5) 公共交通機関の状況 (タクシーの状況)

区分	13年度	15年度	16年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
会社数	3	6	6	6	7	6	6	6	6
台数	25	39	45	51	56	44	40	41	40

(タクシー会社への聞き取りによる)

(6) 物流の状況(亀山IC及び亀山PAスマートIC交通量)

(単位:千台)

区分	13年	16年	17年		18年		19年		20年		21年		22年	
			亀山IC	スマートIC	亀山IC	スマートIC	亀山IC	スマートIC	亀山IC	スマートIC	亀山IC	スマートIC	亀山IC	スマートIC
交通量	17,486	18,518	12,737	90	13,145	459	13,118	498	10,185	609	13,500	610	12,949	885
対13年度増減率	—	105.9%												
対17年度増減率			—	—	103.2%	510.0%	103.0%	553.3%	80.0%	676.7%	106.0%	677.8%	101.7%	983.3%

(中日本高速道路(株)調べ)

※ 平成17年12月、シャープ(株)亀山工場に至近の亀山PAにスマートインターチェンジが設置されました。

※ 平成20年2月、新名神高速道路(亀山JCT～草津JCT)が開通しました。

(7) 宿泊施設の状況

区分		15年	16年	17年	18年	19年	20年	21年	22年
登録数	ビジネスホテル	1	3	3	5	5	7	7	7
	国民宿舎	1	1	1	1	1	1	1	1
	旅館	5	5	5	5	5	5	5	5
	計	7	9	9	11	11	13	13	13
室数	ビジネスホテル	85	311	311	612	612	992	992	989
	国民宿舎	26	26	26	26	26	26	26	26
	旅館	36	36	36	36	36	36	36	36
	計	147	373	373	674	674	1,054	1,054	1,051
収容人員	ビジネスホテル	88	336	336	689	689	1,308	1,308	1,304
	国民宿舎	120	120	120	120	120	120	120	120
	旅館	107	107	107	107	107	107	107	103
	計	315	563	563	916	916	1,535	1,535	1,527

(観光レクリエーション入込客数推計書等)