

「みえ産業振興戦略」(案)

～「移動する県庁」: 現場主義からの政策創造～

第1章 戦略策定の背景と課題	1
(1) 近年の地域産業政策	1
(2) 汎用品生産拠点からの脱却を目指して	2
(3) 成果と残された課題	5
第2章 戦略の策定について	9
(1) 戦略策定の目的	9
(2) 戦略の策定手法	9
第3章 地域(現場)からみる産業構造の変化と企業行動の在り方	10
(1) 産業別の付加価値構造・就業者構造の変化からの考察	10
(2) 代表的企業の事業構造の考察	10
(3) 企業アンケート調査の考察	11
(4) ものづくり三重の考察	16
(5) 企業1,052社訪問の考察	19
第4章 検討会議の議論	24
(1) 「成長産業」	24
(2) 「立地環境整備」	25
(3) 「中小企業」	26
(4) 「内需振興(新しいサービス産業、観光の産業化)」	27
(5) 「海外展開」	28
(6) 「ひとづくり」	29
(7) 先行営業によるプロジェクトの構築	30
第5章 今後取り組む課題	31
第6章 今後の産業政策と目指す姿	43
(1) 今後の産業政策	43
(2) 戦略で目指す姿(目標値等)	48
第7章 地域の成長戦略	52
(1) 成長産業(社会的問題解決型産業)への攻めの取組	52
(2) 戦略的な企業誘致(更なる県内投資促進への挑戦)	57
(3) ものづくり戦略(メイド・イン・三重)	59
(4) サービス戦略	61
(5) 観光の産業化戦略	63
(6) 海外展開戦略(国際戦略)	67
(7) 振興戦略プラットフォームの構築	70
(8) その他	76
第8章 現場(1,052社訪問)からのメッセージ	78

「みえ産業振興戦略」(案)

～ 「移動する県庁」：現場主義からの政策創造 ～

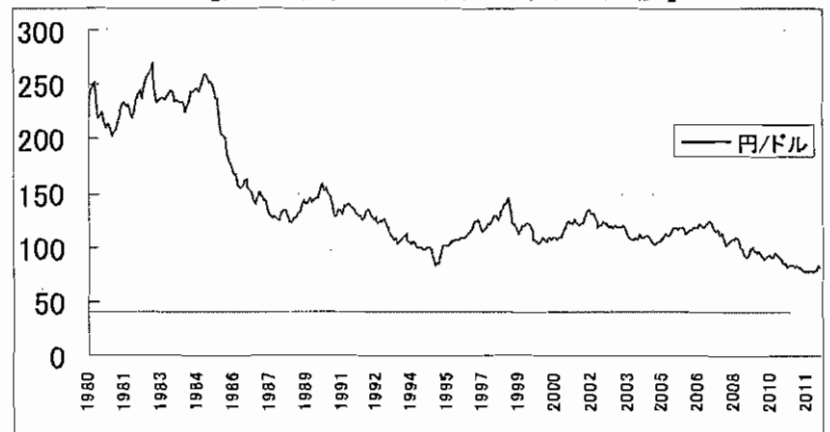
第1章 戦略策定の背景と課題

(1) 近年の地域産業政策

①オイル・ショック以降、重化学工業を中心とした我が国の産業構造は激しい変化に見舞われる。エネルギー源や主原料を輸入に頼る重化学工業の地位が低下し、代わりに情報産業や半導体・ソフトウェアを組み込んだ産業機械や家電などのシステム機器が台頭。重厚長大から軽薄短小へと変化した。

その後、為替レートの変動は、産業構造に更なる影響を与える。特に、1994年には、円は1米ドルに対して100円を切る水準まで上昇し、輸出産業は大打撃を受け、その多くが国外生産に踏み切ることとなった。

【東京市場 ドル・円スポットの推移】



②その間、地域においては、「企業誘致」と「中小企業振興」の両軸で産業政策を展開。国の地方分散思想とも相まって、伸び盛りの企業を地域へ誘致し、雇用を創出、それに連なる中小企業を育成していく取組であった。

③三重県においては、昭和60年代以降、電気機械や輸送用機械など加工組立型の大規模工場の誘致を積極的に進め、産業構造の変化にいち早く対応してきた。

平成12年からは、クリスタル、シリコン、メディカルの3つのバレー構想を打ち出し、補助金制度を活用した関連企業の誘致を

強力に推進した。特に、「クリスタルバレー構想」では、すでに平成7年より多気町（三重工場）で操業していたシャープの新規工場を、亀山市に誘致することに成功した。亀山工場の誘致は、その後の凸版印刷（平成16年）、日東電工（平成16年）などを地理的に隣接する拠点形成の呼び水となり、関連産業の集積につながり、雇用をはじめ新たな経済効果がもたらされ、一定の成果を上げてきた。

我が国においては、一部の例外を除いては、研究開発機能は関東などの「都市圏」、生産機能である量産工場は「地方」との棲み分けであった。

一方、地域に多くの雇用をもたらす中小企業の振興には、資金供給（金融政策）、財政・税制措置、情報提供・指導・研修体制、技術開発支援などきめ細かい政策を実施することにより、一定の成果を上げてきた。

（2）汎用品生産拠点からの脱却を目指して

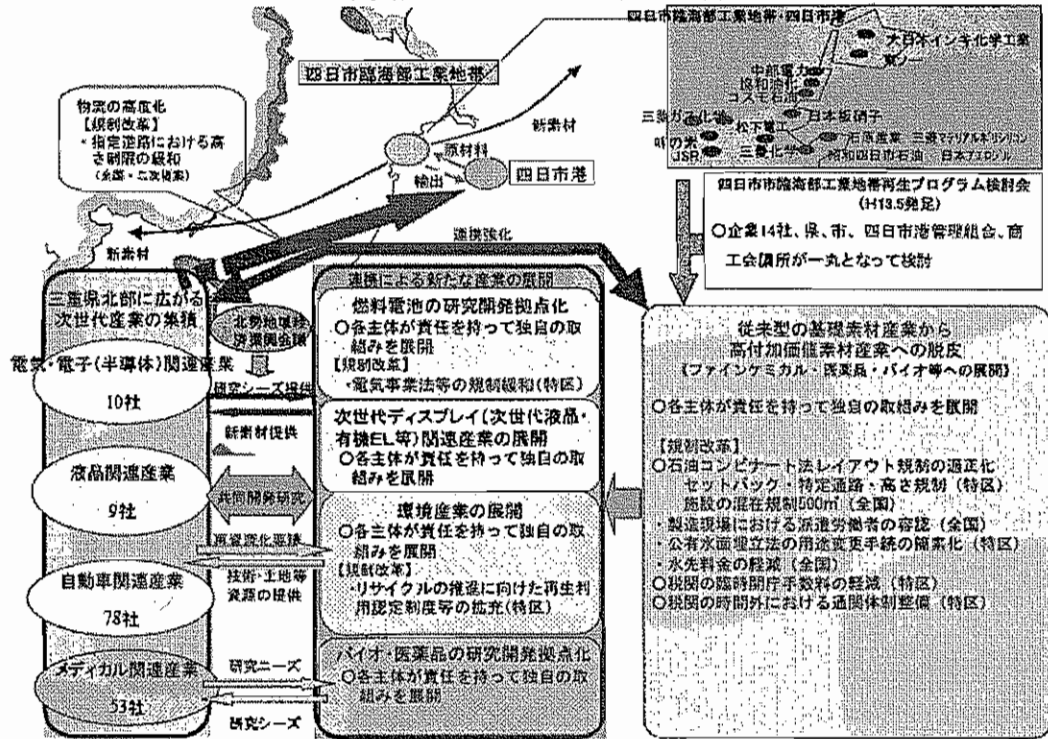
①平成13年、低収益での稼働を余儀なくされてきた汎用品生産拠点の海外移転やグローバル競争の激化を背景として、四日市コンビナートの中心的役割を担ってきた三菱化学株式会社がエチレンセンターを停止した。

「産業のコメ」の一つと言われるエチレン生産の停止により、四日市コンビナートの空洞化懸念が一気に強まった。三重県及び四日市市は連携し、行政、有識者、民間企業などからなる検討会・研究会を設置し、地域再生と活性化に向けた課題整理と対応策の検討を実施した。そして、産業界のコミットメント、行政をはじめとする関係機関それぞれ独自の取組をパッケージとした「技術集積活用型産業再生特区」構想を策定し、四日市コンビナートの高付加価値素材産業への転換を図る取組を実施した。

その後、四日市コンビナートに蓄積された副生水素、LNG冷熱、水素供給インフラや素材開発力の蓄積、自動車産業や電気・

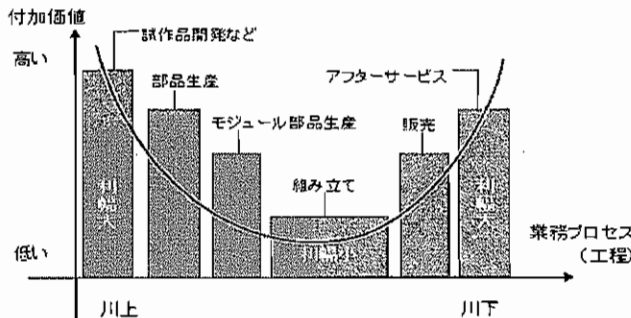
電子産業の集積、そして、当該構造改革特区における規制の特例などを活用し、県主導による燃料電池実証試験（平成15年）に加え、ナショナルプロジェクトとして「固体高分子形燃料電池実用化戦略技術開発」（平成17年）の誘致にも成功した。

—三重県技術集積活用型産業再生特区—



資料：三重県

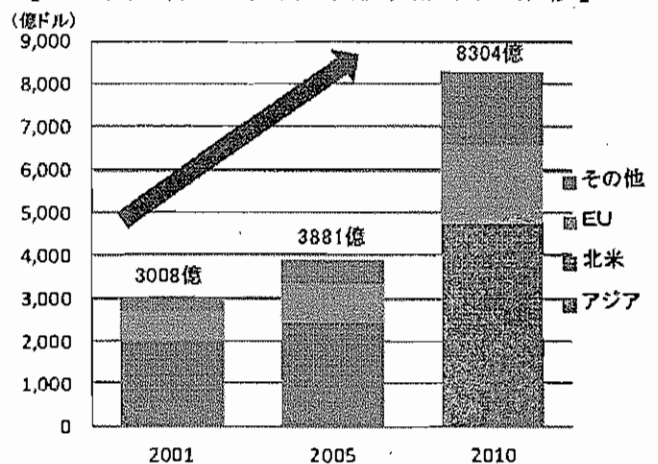
②地方にある量産工場は、近年、スマイルカーブで表される業務工程間の国際分業により、企業が地産地消などによりグローバルな視点で適地適産を求める傾向があることから、国外へと移転するケースが多くなってきた。



「スマイルカーブ現象」

台湾の大手パソコンメーカーであるエイサーの創業者スタン・シー氏が提唱。製造業の業務工程別の付加価値率等が部材生産とアフターサービスで高い一方、加工組立は低いという現象を指す。近年、国境を越えた国際分業の進展やブランド戦略に伴い、カーブの谷がより深くなっているモデルや、カーブ自体が上昇しているモデルなどがある。

【我が国企業の対外直接投資残高の推移】



資料：経済産業省「グローバル需要の取り込みに向けて」（2011年11月）より引用

針 2008」、いわゆる「骨太方針 2008」において、地方再生の具体的手段の一つとして「科学技術による地域活性化」が挙げられ^{*}、地域イノベーションの創出が国の重点施策の一つであることが示された。これに先立ち同5月に総合科学技術会議にて取りまとめられた「科学技術による地域活性化戦略」では、産学官連携による多様な地域科学技術拠点群及び世界に伍するグローバル型科学技術拠点の形成支援を行い、「地域拠点のエコシステム」の形成を目指すことが提案された。

※経済財政改革の基本方針 2008

『科学技術による地域活性化戦略』等を踏まえ、産学官連携による多様な地域科学技術拠点群及びグローバル科学技術拠点の形成支援等を行う。」

AMICの設置は、地域イノベーション創出のためのエコシステム形成に向けた科学技術拠点構築という国の重点方針を先取りした施策であったと言える。

(3) 成果と残された課題

①これら時代に即した企業誘致と四日市コンビナート再生の取組は、当時全国10位(平成14年)だった製造業の製造品出荷額の順位を全国9位(平成21年)とわずかながら上げ、ものづくりを強みとする産業構造を形成させ、一定の成果を出している。

製造品出荷額等の都道府県順位

【2002年】		(百万円)	【2009年】		(百万円)
順位	都道府県	金額	順位	都道府県	金額
1	愛知	34,524,877	1	愛知	34,431,322
2	神奈川	17,963,706	2	静岡	15,050,953
3	静岡	16,185,060	3	神奈川	14,868,385
4	大阪	15,797,409	4	大阪	14,806,158
5	埼玉	12,759,874	5	兵庫	13,423,028
6	兵庫	12,458,804	6	千葉	12,345,845
7	東京	11,749,815	7	埼玉	11,774,761
8	千葉	10,534,916	8	茨城	9,779,425
9	茨城	9,960,715	9	三重	9,374,584
10	三重	7,664,237	10	東京	8,023,647
11	栃木	7,659,208	11	広島	7,917,797
12	群馬	7,229,167	12	福岡	7,767,530
13	福岡	6,982,022	13	栃木	7,679,672
14	広島	6,556,297	14	群馬	6,706,669
15	岡山	6,289,547	15	岡山	6,611,585

出典)経済産業省「工業統計調査」から作成

※中小企業の製造品出荷額についても、大企業にけん引されるように、当時全国16位(平成14年度)から全国14位(平成21年)へと向上している(平成19年には全国12位まで上昇)。

②一方、製造業の付加価値額については、当時全国11位(平成14年)だったものが、平成21年は全国順位に変化はない。

製造品出荷額では同期間にわずかながら全国順位を上げたもの

の、付加価値額の全国順位が上がっていないということは、付加価値率（付加価値額÷製造品出荷額）が大幅に低下しているということを示している。

実際、データを分析してみると、付加価値率は当時 34%と全国 33位（2002年）だったものが、2009年に 24.7%と全国 44位まで低下しており、大きな課題を残している。

全国平均の付加価値率も同期間に 36.2%から 30.3%へと約 6ポイント低下したが、三重県では全国平均の水準を下回るとともに約 9ポイントも低下した。

③大企業では、主力の輸送機械や電子デバイス等の量産型加工組立工場の付加価値率が相対的に低い一方、県内中小企業の多くは、下請け構造の下で大企業の低い付加価値率に大きく影響を受けているとみられる。三菱化学株式会社のエチレンセンター停止を契機に、三重県はイノベーションを促進し付加価値向上を図るための施策をいち早く打ち出してきたものの、その成果は未だ実際の産業データには表れていない。

製造業の付加価値額の都道府県順位

【2002年】 (百万円)		【2009年】 (百万円)	
	金額		金額
1	愛知	11,164,116	8,793,408
2	大阪	6,582,981	5,269,689
3	静岡	6,146,048	4,973,224
4	神奈川	6,046,188	4,476,465
5	埼玉	4,842,371	4,155,976
6	東京	4,747,349	4,065,873
7	兵庫	4,609,905	3,061,130
8	茨城	3,618,734	2,732,714
9	千葉	3,336,746	2,627,945
10	栃木	2,772,574	2,341,621
11	三重	2,605,184	2,316,871
12	群馬	2,566,149	2,275,769
13	福岡	2,455,486	2,207,958
14	滋賀	2,378,369	2,202,235
15	広島	2,338,798	2,143,846

出典)経済産業省「工業統計調査」から作成

製造業の付加価値率の都道府県順位

【2002年】 (百万円)		【2009年】 (百万円)		
	付加価値率		付加価値率	
1	高知	46.8%	徳島	44.9%
2	富山	44.0%	青森	39.5%
3	徳島	43.3%	東京	38.2%
4	奈良	42.8%	京都	37.1%
5	新潟	42.7%	長野	36.9%
...	
32	島根	34.7%	39 和歌山	27.4%
33	三重	34.0%	40 広島	27.1%
34	神奈川	33.7%	41 山口	26.5%
35	北海道	33.6%	42 岡山	25.8%
36	香川	33.1%	43 愛知	25.5%
37	岡山	32.8%	44 三重	24.7%
38	山形	32.6%	45 愛媛	23.7%
39	岩手	32.5%	46 大分	22.0%
...	
全国計	36.2%	全国計	30.3%	

出典)経済産業省「工業統計調査」より作成から作成

付加価値率の都道府県順位(従業員300人以上)

【2002年】 (百万円)		【2009年】 (百万円)		
	付加価値率		付加価値率	
1	富山	48.6%	1 徳島	50.6%
2	徳島	47.8%	2 青森	47.3%
3	奈良	44.9%	3 沖縄	43.4%
4	新潟	43.3%	4 新潟	36.1%
5	大阪	40.1%	5 鹿児島	35.6%
...	
21	東京	31.8%	37 和歌山	22.1%
22	宮崎	31.6%	38 愛知	21.5%
23	三重	31.6%	39 広島	21.1%
24	広島	31.4%	40 佐賀	20.9%
25	埼玉	31.2%	41 三重	20.8%
...	
43	岩手	22.6%	42 山形	19.7%
44	山形	21.3%	43 岡山	18.3%
45	青森	19.5%	44 岩手	16.7%
46	高知	X	45 愛媛	15.9%
47	沖縄	X	46 大分	15.1%
...	
全国計	31.7%	全国計	25.4%	

出典)経済産業省「工業統計調査」から作成

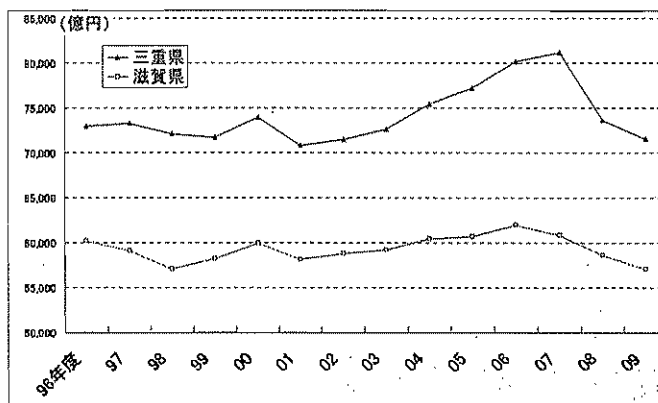
④また、経済規模が近く、製造業が県内総生産に占める比率が相対的に高い点でも共通している滋賀県との比較では、三重県の県内総生産は90年代半ば以降、常に滋賀県を上回るとともに、景気変動を受けた県内総生産の変動は三重県が滋賀県に比べて大きい。

三重県の県内総生産全体の動きは製造業の動きに連動しており、04～07年度の高成長は製造業がけん引したが、滋賀県では製造業の県内総生産が低下傾向を示す一方で、サービス産業が成長トレンドにある。

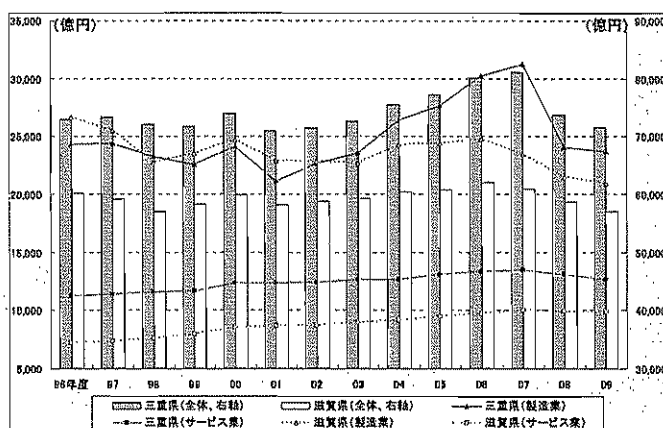
県内全体の付加価値率（県内総生産÷産出額）の推移を見ると、三重県が一貫して滋賀県を下回っており、03年度以降、両県とも低下傾向にあるものの、低下幅は三重県が相対的に大きい。

三重県と滋賀県の県内全体の付加価値率格差は製造業に起因しているとみられる。業種別の製造業付加価値額ランキングを見ると、三重県では相対的に付加価値率の低い業種（輸送機械、電子・デバイス）が上位を占めている一方、滋賀県では相対的に付加価値率が高い業種（化学工業、電気機械）が上位を占めている。

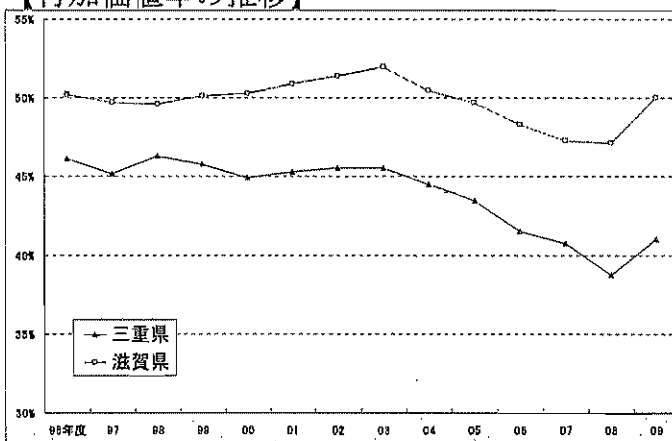
【県内総生産(全体)】



【県内総生産全体と製造業・サービス業の推移】

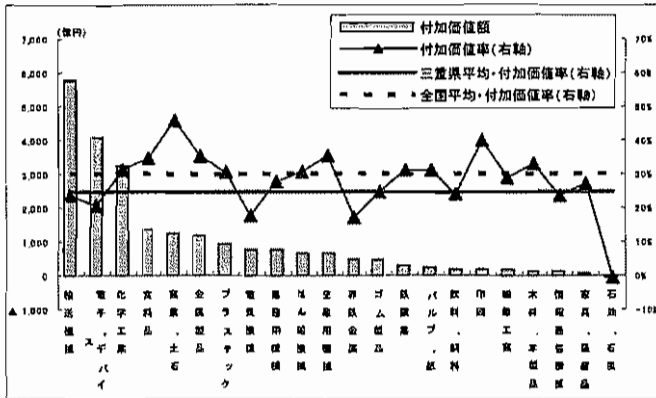


【付加価値率の推移】



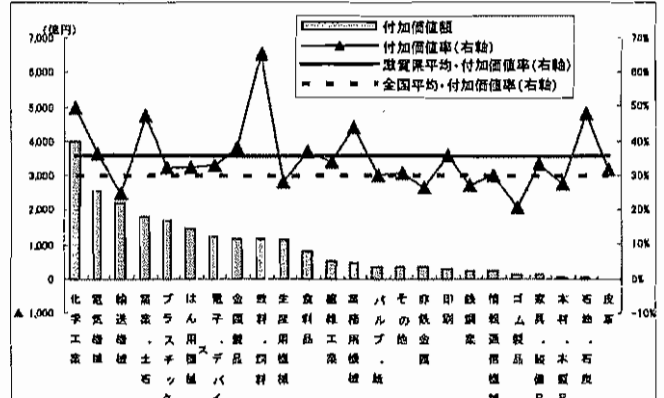
< 製造業業種別付加価値額のランキングと付加価値率（2009年） >

【三重県】



備考1: 産業部門の業種別県内総生産が大きい順に並べている。
備考3: 経済産業省「工業統計調査」から作成

【滋賀県】



備考2: 付加価値率 = 付加価値額 ÷ 製造品出荷額等

第2章 戦略の策定について

(1) 戦略策定の目的

- ①今後、三重県が何を成長産業と位置付け、何で雇用を生み出していくのかについて整理。
- ②そのための強じんて多様な産業構造をどのような方向で構築していくのかについて整理。
- ③地域の成長戦略（地域がけん引する日本経済の進むべき方向性）についての仮説を提示。

(2) 戦略の策定手法

- ①知事そして職員が、日本一現場に飛び込み、公私融合で働く（寝ても覚めても考え抜き、動く）産業政策を展開。
- ②企業の方々の「肌感覚」に近い、「使える」戦略。
 - ・県内外約5,000社へのアンケート調査の実施
 - ・県内外1,052社訪問の実施※「肌感覚」：「現場」からのみ得られる企業経営の実態（経営者の感性など）。
- ③戦略策定時から先行営業を行い、策定とともに具体的なプロジェクトなどの取組が動き出す戦略。
- ④世界の流れを捉えた（世界的な視座にも立った）戦略。

第3章 地域（現場）からみる産業構造の変化と企業行動の在り方

(1) 産業別の付加価値構造・就業者構造の変化からの考察

①我が国の強みである「高度部材」や「中小企業のものづくり基盤技術」を再認識し、維持・進化していくべき。

※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。

1. 付加価値構造の変化				2. サービス産業の付加価値構成			
【製造業の付加価値構成比】			【付加価値成長率(年率)】			96年	08年
	96年	07年	08年	96-07年	08年(前年比)		
全国	22.3%	→ 20.6%	に低下	→ 19.9%	0.1%増	▲2.5%減	
					(電機▲10.9、輸送機械▲7.3)		
三重県	32%	→ 37%	に上昇	→ 31.5%	1%増	▲9.8%減	
					(電機▲43.8、輸送機械▲15.8)		
※付加価値は名目ベース							
						全国	17.7% → 22%に上昇
						三重県	14.8% → 17.9%に上昇

②特定の業種に過度に偏らない、強じんて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な。

③その際、製造業と非製造業を産業の両輪と捉え、両者を共に伸ばしていく必要があるのではないかな。

「ものづくり(製造業)」が支えるサービス経済化(サービスの高付加価値化、国際展開、地域貢献の視点)

- ・マイクロソフトのWindowsシリーズとインテルのMPUの組み合わせ(ウインテル)
- ・医療サービスと医薬品・医療機器の組み合わせ
- ・オペレーション・フル・サポート・ビジネス(総合請負型ビジネス)
- ・スマートシティなどの展開(まちづくりとIT等)

(2) 代表的企業の事業構造の考察

代表的企業の収益構造の変化(過去10年)を踏まえ、構造改革の方向性について、財務データの分析と企業ヒアリングを実施。

【主要産業の構造改革の方向性】 ※企業本社等にてヒアリング

(2)－1. エレクトロニクス産業

- ・勝ち組顧客を確保する部品・部材産業の競争力強化
- ・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
- ・スマートシティ事業への参画・強化

(2)－2. 自動車産業

- ・ガソリン車等の抜本的燃費向上
- ・成長産業としてのエコカー拡大
- ・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
- ・低シェアの新興国・欧州等の海外市場開拓
- ・スマートライフ実現への貢献

(2)－3. 化学産業

- ・国内の石化コンビナートの再編加速
- ・独自の高度部材・素材技術を活かした成長事業の強化
- ・化学技術を結集してグローバルな社会的問題解決への貢献

(2)－4. 石油・エネルギー産業

- ・国内製油所の抜本的な競争力強化
- ・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
- ・独自の高度部材・素材技術を活かした新エネルギー等の成長事業の強化
- ・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

①高度部材・素材技術を活かした成長産業の強化

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新興国等の成長する海外市場の開拓

④グローバルな社会的問題解決への貢献

(3) 企業アンケート調査の考察

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。

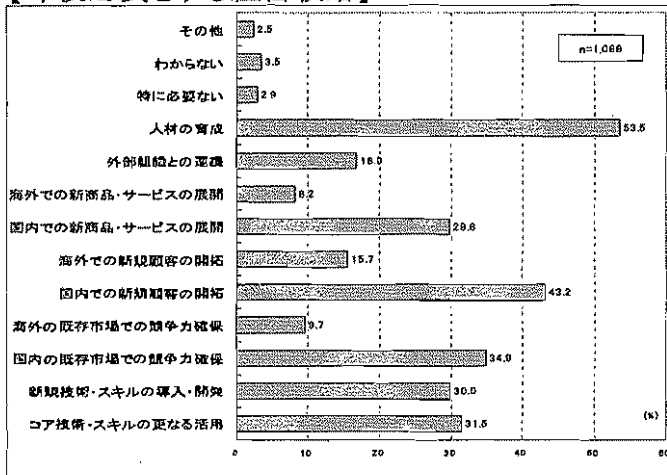
【アンケート調査概要】

- ・実施期間：平成23年9月から同年10月まで（郵送発送、郵送回収）
- ・調査対象：合計5,322社（県内：4,106社、県外：1,216社）
- ・集計対象企業数：合計1,099社（回収率20.7%）
 - （地域別） 県内898社、県外167社、無回答34社
 - （業種別） 製造業525社、非製造業484社、無回答90社
 - （規模別） 資本金3億円超：185社、同3億円以下：772社、無回答：142社

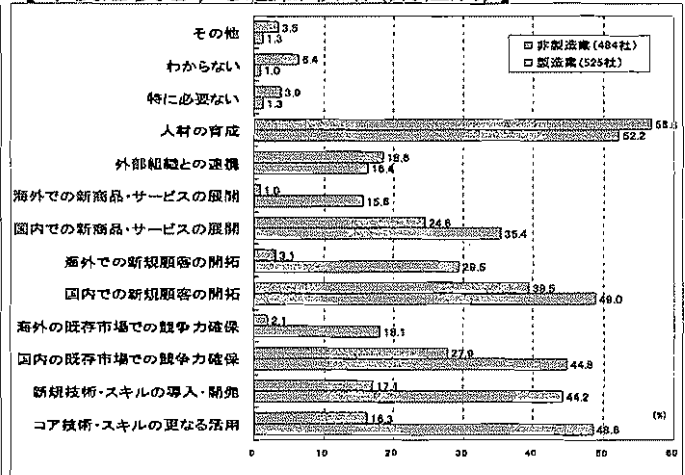
① 基盤となる人材育成・確保と国内市場での競争力・技術力の強化

- ・ 事業所発展のために取り組むべき経営戦略としては、「人材の育成」が半分以上を占め、「国内での新規顧客の開拓」が43%、「国内の既存市場での競争力確保」が35%、「コア技術・スキルの更なる活用」「新規技術・スキルの導入・開発」「国内での新商品・サービスの展開」が各々3割前後で続いた。国内を中心とした取組が相対的に多い。
- ・ 一方、「海外での新規顧客の開拓」は16%、「海外の既存市場での競争力確保」は10%、「海外での新商品・サービスの展開」は8%と、海外市場での取組は相対的に少ない。「外部組織との連携」も17%にとどまった。

【今後必要とする経営戦略】



【今後必要とする経営戦略(業種別)】

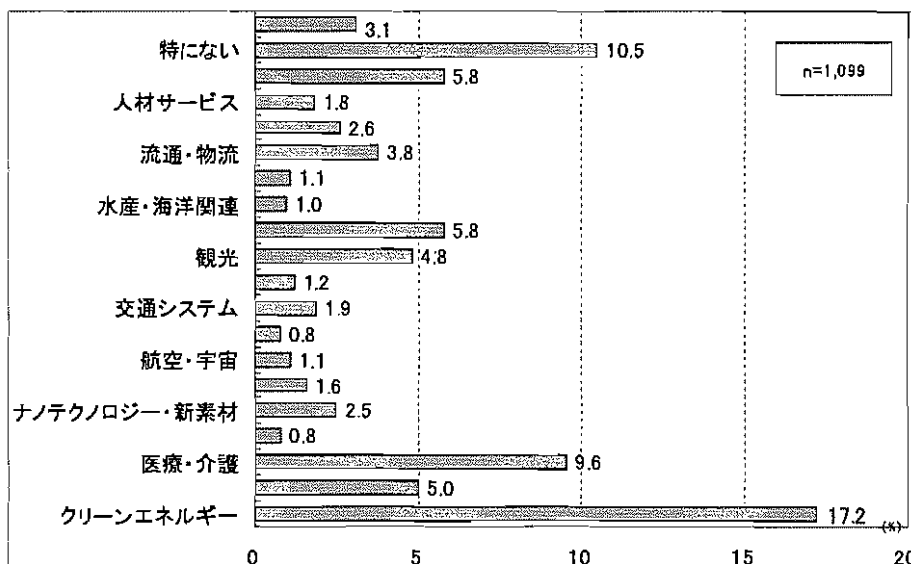


資料:5000社アンケートより

② クリーンエネルギー分野（成長産業）への期待

- ・ 今後成長を最も期待している産業分野については、「クリーンエネルギー」が17.2%と最も多く、「医療・介護」が9.6%、「食品・農業」「住宅関連」が各々5.8%、「情報通信・情報サービス」が5%、「観光」が4.8%で続いた。

【成長を期待している産業分野】



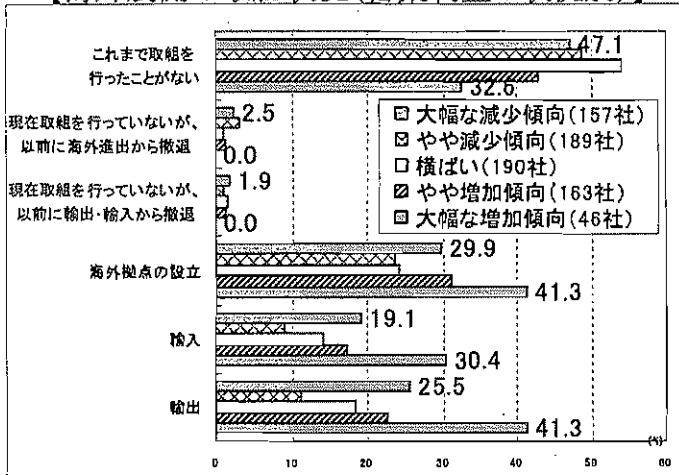
資料:5000社アンケートより

③成長戦略として求められる海外展開

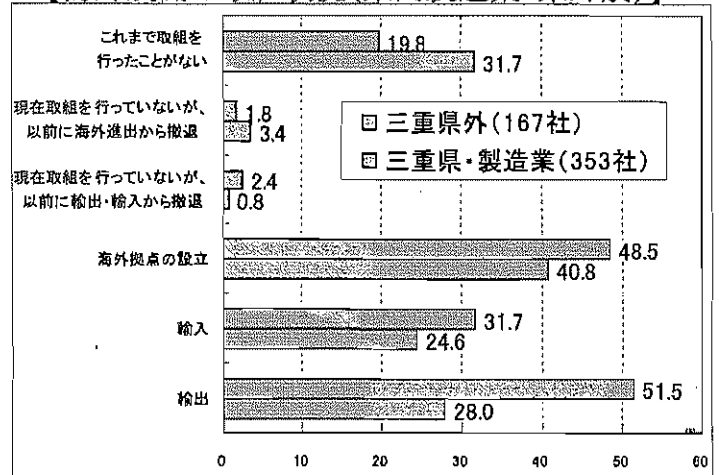
・海外展開の現在の取組としては、業績の好不調にかかわらず「海外拠点の設立」「輸出」「輸入」の順が多いが、営業利益が「大幅な減少傾向」とする企業群を除いて、業績の好調な企業ほど海外展開の取組が進んでいるように見える。大幅な減益傾向とする企業群では、海外展開の取組比率が必ずしも低くない。

・三重県内製造業と県外企業について、海外展開の現在の取組を比較すると、県内製造業の海外展開の取組比率は、県外企業に比べ全般的に低い。「海外拠点の設立」は県内製造業が41%と県外企業の49%を下回り、「輸出」は県内製造業が28%と県外企業の51%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」は県内製造業が32%と県外企業の20%を上回っている。

【海外展開の取組状況(営業利益の状況別)】

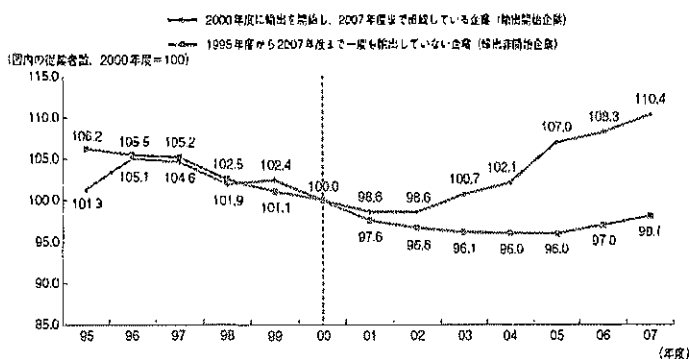


【海外展開の取組状況(県内製造業・県外別)】



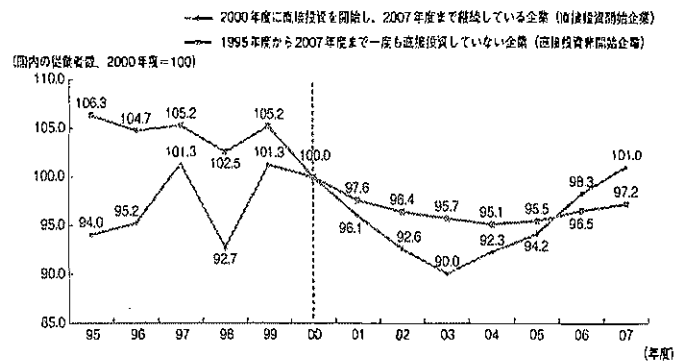
資料:5000社アンケートより

【輸出開始企業と輸出非開始企業の国内の従業者数(中小企業)】



資料:経済産業省「企業活動基本調査」再編加工
(注) 1994年度から2007年度まで連続して調査している企業を抽出している。

【直接投資開始企業と直接投資非開始企業の国内の従業者数(中小企業)】



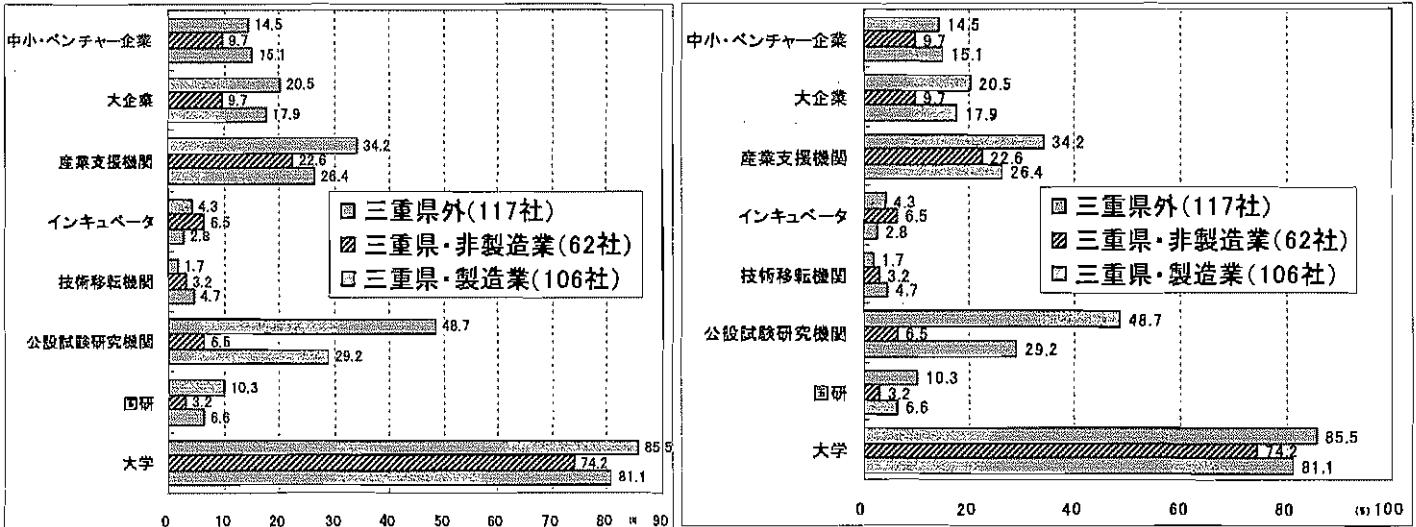
資料:経済産業省「企業活動基本調査」再編加工
(注) 1994年度から2007年度まで連続して調査している企業を抽出している。

資料:経済産業省「中小企業白書」

④産学官連携など外部連携の促進

- ・産学官連携など外部連携を実施したことがある比率は、県内企業が県外企業を大幅に下回っている。また、外部連携先として、県内企業は公設試験研究機関との連携比率が特に低い。

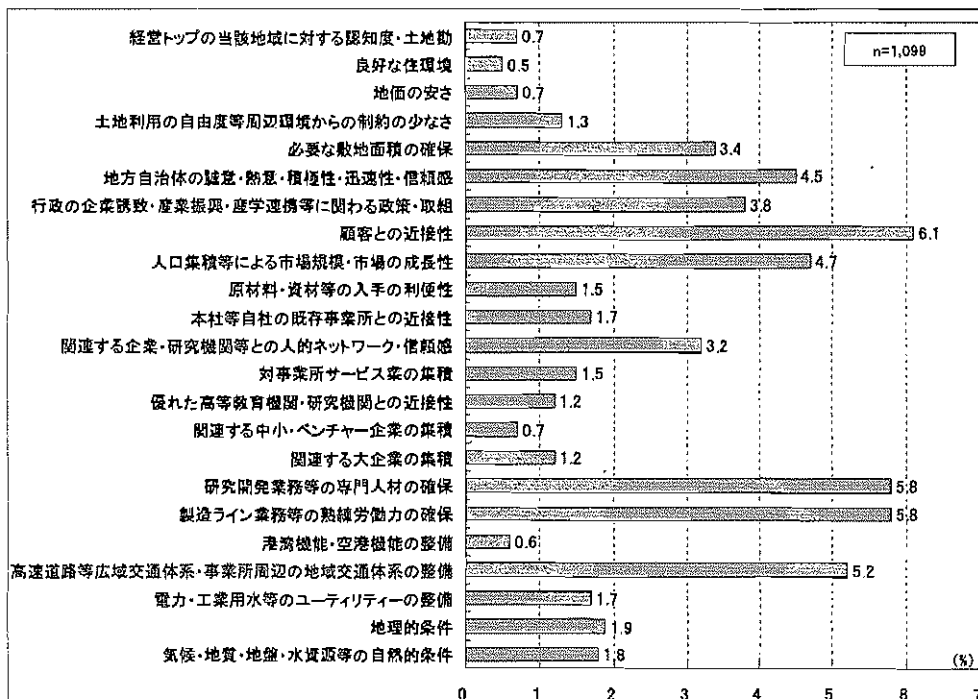
【大学・研究機関・他企業等との組織的外部連携の有無】 【外部連携の連携先】



資料:5000社アンケートより

⑤複数の立地環境要因を踏まえた立地最適化の促進

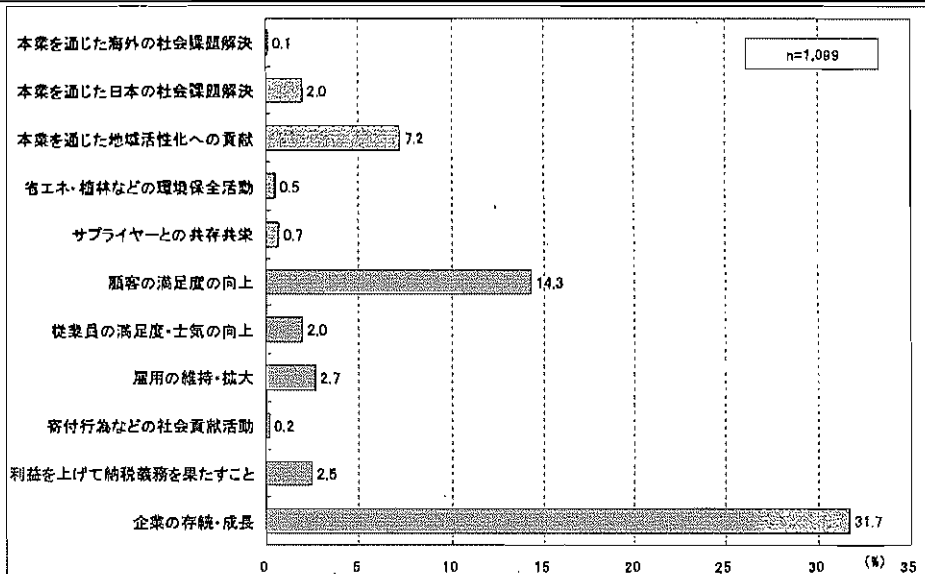
- ・今後最も改善・高度化を望む立地環境要因としては、「顧客との近接性」が6.1%と最も多く、「製造ライン業務等の熟練労働力の確保」が5.8%、「研究開発業務等の専門人材の確保」が5.8%、「地域交通体系の整備」が5.2%、「市場規模・市場の成長性」が4.7%、「地方自治体の誠意・熱意・積極性・迅速性・信頼感」が4.5%で続いた。
- ・企業が望む立地環境要因は、最も多い項目でも6%と複数項目にかなり分散している。



資料:5000社アンケートより

⑥企業の社会的責任としての本業を通じた社会的問題解決・地域活性化の促進

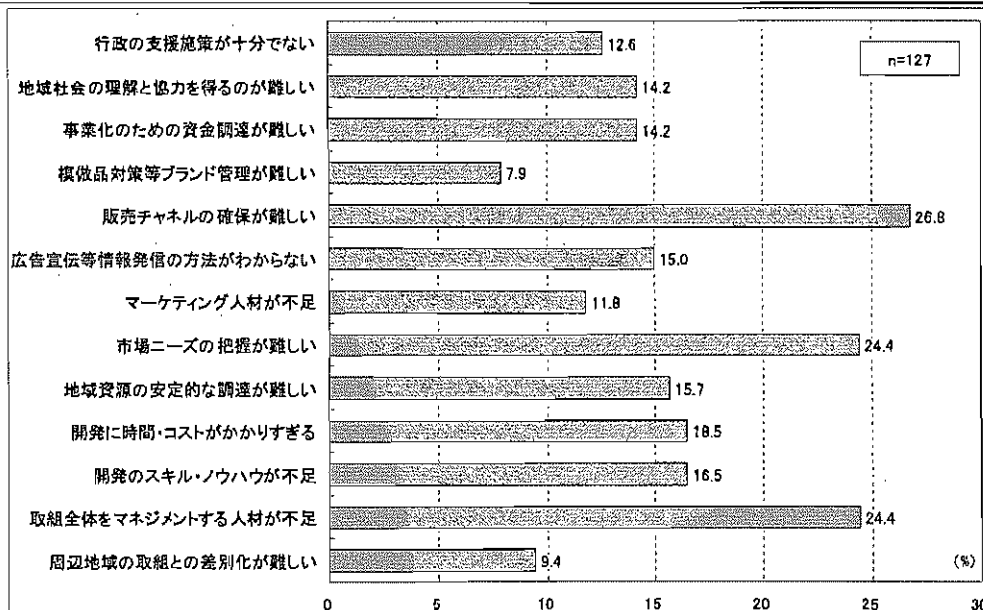
- ・最も重視している企業の社会的責任としては、「企業の存続・成長」が32%と最も多く、「顧客の満足度の向上」が14%、「本業を通じた地域活性化への貢献」が7%で続いた。
- ・「雇用の維持・拡大」「従業員の満足度・士気の向上」「サプライヤーとの共存共栄」「本業を通じた日本の社会課題解決」「本業を通じた海外の社会課題解決」など従業員、サプライヤー、社会課題解決に関わる取組は、いずれも5%以下と極めて少ない。



資料:5000社アンケートより

⑦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、市場ニーズの把握などが課題

- ・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は、「販売チャネルの確保が難しい」が27%と最も多く、「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24%で続いた。



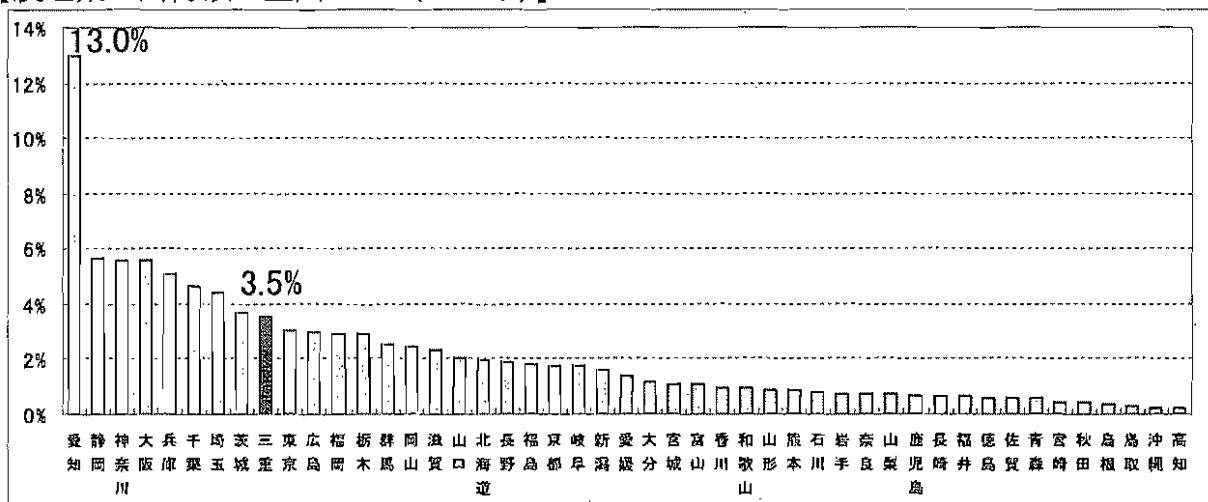
(4) ものづくり三重の考察

三重県の強みである「ものづくり産業」について、事業規模及び付加価値構造の視点から考察を実施。

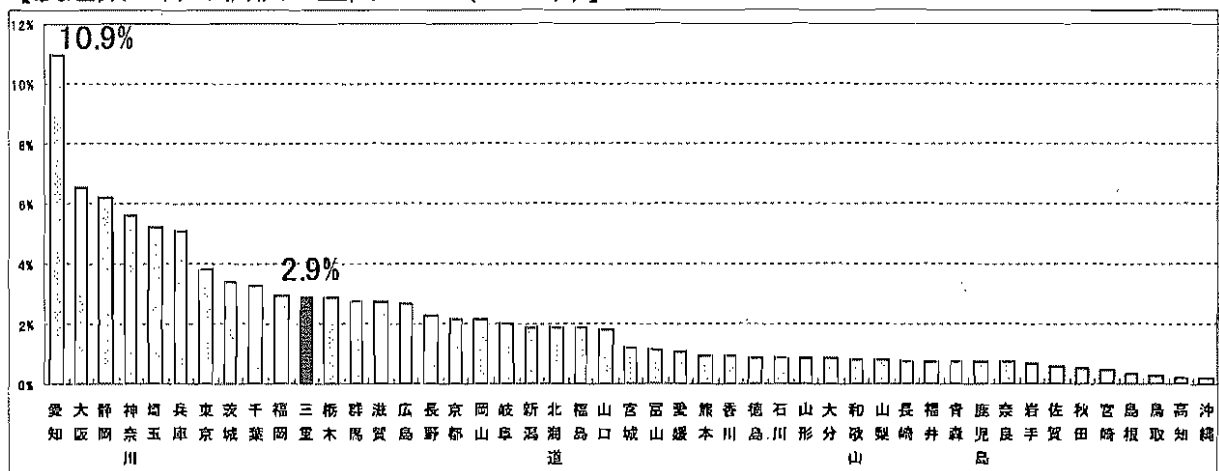
【ものづくり産業全般】

- ・ものづくり産業の出荷額及び付加価値を比較すると、三重県は出荷額では、約9.4兆円であり、全国シェア3.5%と9位、付加価値では2.3兆円であり、全国シェアは2.9%と11位、いずれも上位グループに位置する。

【製造業の出荷額の全国シェア(2009年)】

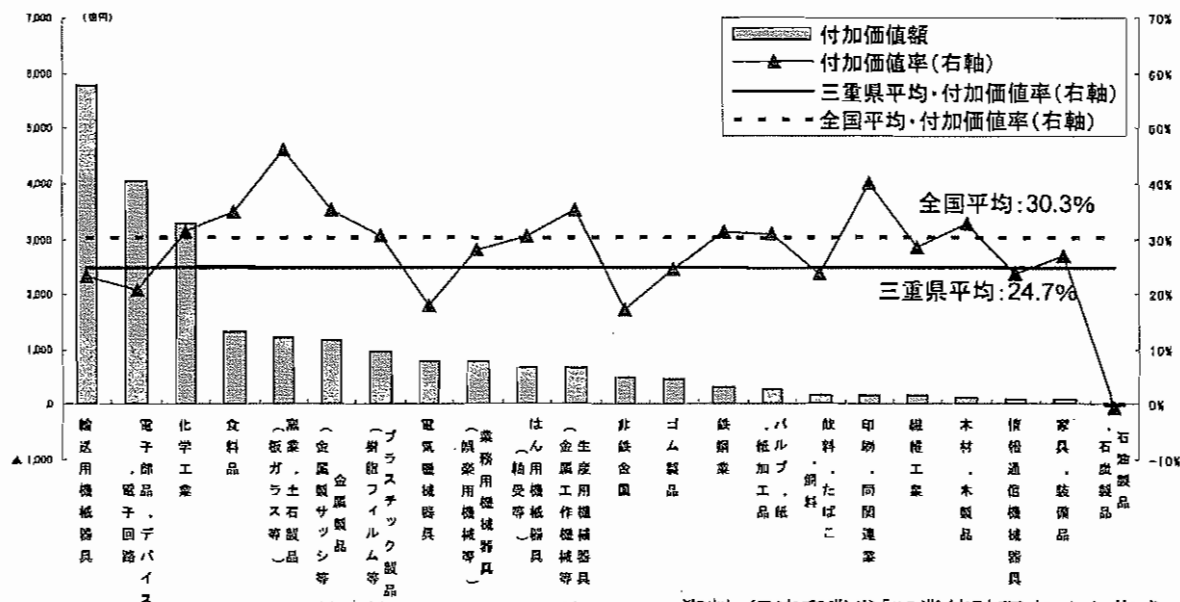


【製造業の付加価値の全国シェア(2009年)】



生産機械などで上回っているケースも散見される。

【三重県ものづくり産業の付加価値額及び付加価値率(2009年)】



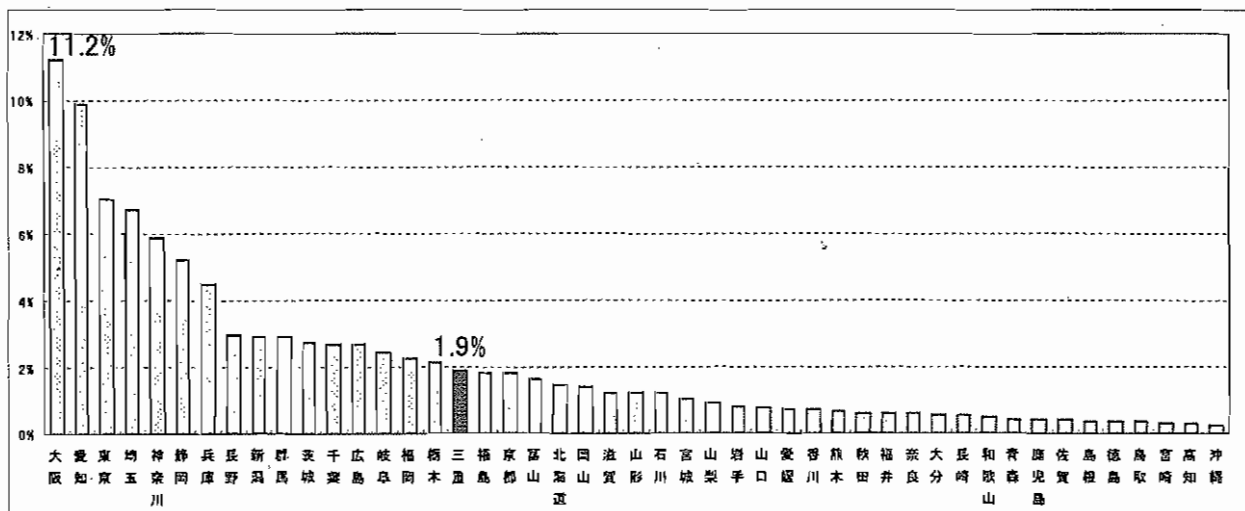
資料:経済産業省「工業統計調査」から作成

- ・ものづくり産業の事業規模や付加価値構造を踏まえると、三重県の多様な「高度部材」産業の競争優位が伺える。

【ものづくり基盤技術系の中小企業】

- ・我が国のものづくり産業の競争力を支える「ものづくり基盤技術※」系中小企業の事業所分布をみると、三重県には1,949社が立地し、全国シェアは1.9%と17位に位置する。

【ものづくり基盤技術系中小企業の事業所数の全国シェア(2009年)】

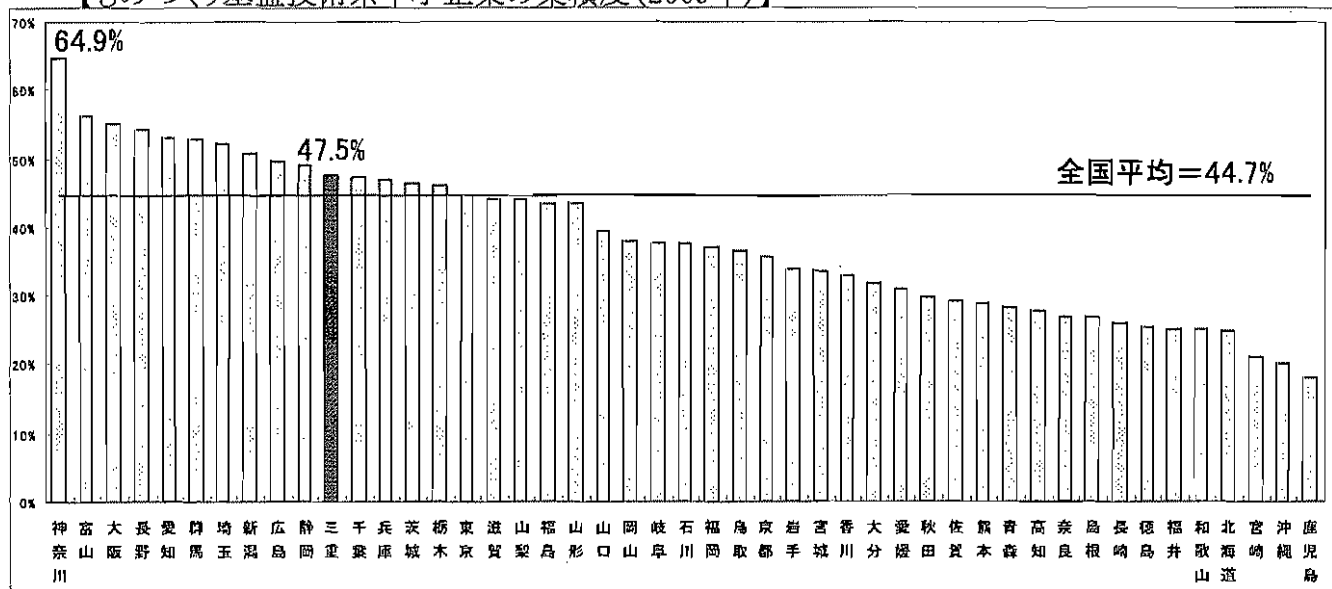


資料:経済産業省「工業統計調査」から作成

※ものづくり基盤技術:①金属製品製造業、②はん用機械器具製造業、生産用機械器具製造業、業務用機械器具製造業、③電子部品・デバイス・電子回路製造業、電気機械器具製造業、情報通信機械器具製造業、④輸送用機械器具製造業、⑤鉄鋼業、⑥非鉄金属製造業、⑦化学工業と定義

- ・ 中小企業事業所数全体（製造業）のうち、ものづくり基盤技術系中小企業の比率を「ものづくり基盤技術系中小企業の集積度」と定義すると、三重県は47.5%と全国平均の44.7%を上回り、11位に位置する。

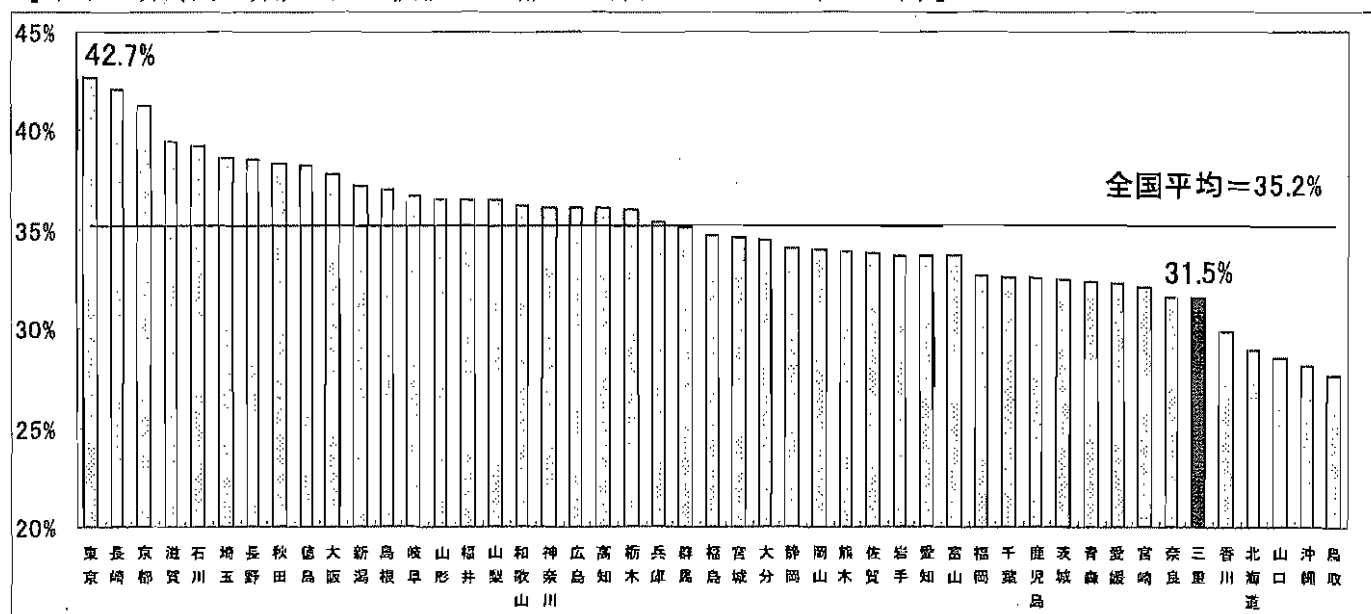
【ものづくり基盤技術系中小企業の集積度(2009年)】



資料:経済産業省「工業統計調査」から作成

- ・ 一方、中小企業（製造業）の付加価値率を比較すると、三重県は31.5%と全国平均35.2%を下回り、全国42位にとどまっている。付加価値額（規模）を稼ぎにくい中小企業にとっては、付加価値額の増加に加えて、付加価値率の向上へ向けた取組も望まれる。

【中小企業(製造業)の付加価値率の都道府県別ランキング(2009年)】



資料:経済産業省「工業統計調査」から作成

(5) 企業 1,052 社訪問の考察

県職員による県内外の企業 1,052 社訪問を実施し、経営者等から現場の生の声をヒアリング。

【企業1,052社訪問概要】

- ・訪問時期：平成23年度
- ・訪問企業：1,052社
(地域別) 県内834社
(北勢389社、中南勢215社、伊勢志摩97社、伊賀87社、東紀州46社)
県外218社 (1都、1道、2府、30県)
- (業種別) 製造業733社
非製造業319社 (卸売・小売77社、サービス業108社、建設業25社、
情報通信業24社、その他85社)

①製品・技術・ノウハウ編

【キーワード】

- ◆外部連携
- ◆地域資源活用
- ◆顧客起点の視点
- ◆感性価値・ストーリー性の導入

【現場の声】

- 産学官連携は、メリットは直ぐには発現しないが、イノベーション創出の手段として重要。自社単独での限界を打ち破るうえでも、有効に活用すべき
- 異業種間の企業連携も必要であり、中小企業は大企業との連携も考慮していくべき
(例：研究開発型中小企業の大企業への製造アウトソーシング)
- 一方、自社技術に対する自負や自社の製品サービスへの強いこだわりも必要
- 顧客起点の発想により顧客の声を取り入れ、顧客に密着した使い勝手のよい製品・サービスを開発・展開していくことが重要
- 感性価値やストーリー性を取り入れた製品・サービス開発が重要であり、その際、知的財産戦略にも配慮していくことが重要
- 高度部材について大量生産から多品種少量生産まで対応できるフレキシブルな生産体制は競争優位を生む
- 垂直統合は、製品化までのリードタイム短縮、バリューチェーンのトレーサビリティ(追跡可能機能)による安心安全な製品サービスの提供などのメリットをもたらす
- 多様な業種の顧客開拓などアプリケーション(用途展開)の多様化が重要
- 地域資源を活用した事業展開では、地場産業との連携等により、地域に密着した資源の活用、直取引による地域資源の安定的かつ割安な調達、時代のニーズにマッチした商品開発、技術ノウハウの伝承が重要

②販路編

【キーワード】

- ◆行政の販売促進・販路開拓へのサポートへの期待
- ◆国内の経済・市場状況への対応策
- ◆展示会・ビジネスマッチングの意義

【現場の声】

- マーケティング・販売戦略を弱みとする中小企業、取引実績の少ない新興企業、地域資源を活用した事業展開については、行政による販売促進・販路開拓へのサポートに期待
- 中小企業にとって首都圏での展示会への出展は、通常ではかなわない大企業等との商談を実現できたり、市場の方向性や自社技術の応用分野を見極める機会となる
- ビジネスマッチングは域外の新たなパートナーを見つけることに意義があり、毎回同じメンバーでやるのは効果的ではない

③円高編

【キーワード】

- ◆台頭するアジア企業との価格競争 ◆円高への対応策
- ◆円高の間接影響と自動車産業の生産移転の可能性
- ◆優れた海外企業買収の好機

【現場の声】

- 韓国・台湾・中国企業の台頭が著しく、このままでは価格競争に勝てず、とりわけ台湾製品は中国製に比べ品質が高く、コスト削減に努めてもかなわない
- 円高の産業界への影響として、海外企業との価格競争に加え、国内の景気低迷や消費マインド低下による間接的な影響もあり、受注量に影響が出始めている企業もある
- 現在の円高水準が是正されず、自動車産業は国内生産が困難になると考える企業もある
- 円高への対応策として、価格競争からの脱却を目指したオンリーワン技術確立による製品の高付加価値化や顧客分野の製造業から他分野へのシフトが必要
- 円高は優れた技術・戦略を持つ現地企業を買収する好機と考えることもできる

④海外展開編

【キーワード】

- ◆海外展開の際の障壁
- ◆海外展開に際して行政に求められるサポート
- ◆海外展開を考えない理由 ◆現地生産のメリットの低下

【現場の声】

- 海外展開の際の障壁として、系列関係の制約、人材・販路・資金のハードルの高さ、取引ルール等現地に関する知識の不足等が挙げられる
- 海外展開に際して行政に求められる支援施策として、現地情報の提供、海外展開のノウハウ提供、海外展開に係る旅費に対する補助金充当、継続的な商談を進めるための海外展示会のアフターケアも含めた支援、零細企業向けの敷居を下げた基本的なサポート等が挙げられる
- 海外では現地人材のレベルが求める水準より低いこと、中国では労務費上昇により、輸送コスト等も考慮すると現地生産するメリットが低下してきているケースもある
- 現段階で海外展開を考えない企業は、その理由として、国内でのシェア拡大の余地があること、利益率の高いニッチ製品の国内生産を優先すること、技術を盗まれる恐れのある中国・台湾・韓国等の市場へは販売しない方針であること、海外顧客に比べ継続的な発注を維持する国内顧客を優先すること等を挙げている
- ただし、海外展開を当面考えない企業の中には、将来的な海外展開に向けて足場を固めるために当面国内事業に注力すると考えたり、今後海外生産を行う場合には現地企業への技術移転によるライセンス生産方式を取ると考える企業もある
- 海外には日本製品のニーズはあるが、わざわざ日本へ買い付けにくることはないため、海外への販売には売り込みが必要
- 欧州では、母国市場で製品が売れていることや創業年数が長いことなどブランド要素が重視される
- 海外の現地スタッフは日本人から得た技術を持って転職するケースが多いため、日本のものづくり技術は人材、技術、工場のどれを取っても世界最高レベルであると体感する

⑤人材編

【キーワード】

- ◆求める人材像 ◆人材採用・人材育成におけるポイント
- ◆人材不足問題 ◆人材育成の課題 ◆人材不足への対応策
- ◆行政に求められる人材・雇用面のサポート

【現場の声】

- 中小企業が求める人材像として、確かな技術力に裏付けられた勤の働く人材、知識レベルと自発的な探究心を兼ね備えた人材、社内の雰囲気明るくしてくれる性格の良い人材等を挙げている
- 人材採用では、面接だけで人材を判断することは難しいため、インターンシップが有効
- 社員が辞めずに長続きしていることによるスキル・信頼性の蓄積やOJTで身に着けた高度な技術が競争優位につながる
- 中小企業に目を向ける若者が少なく、入社したとしても長続きしないため、人材確保が困難となっており、技術の伝承ができないと指摘する企業もある
- 最近の若手人材の課題として、採用した工業高校生の早期退職が目立つこと、創造性がなく技術力も低下していること等を挙げる企業もある

【現場の声（つづき）】

- 人材育成の主体が従来の先輩社員による後輩教育から最近では外部研修などへの参加へシフトしたことにより、社員教育費用が増加していることを課題として挙げる企業もある。人材育成に手間と時間をかけることができず、定期雇用としての人材採用をしていない企業もある
- 人口減少下で労働力を確保していくためには、女性の活用や外国人の雇用等も必要。ただし、外国人の場合、最長3年の雇用のため技術・ノウハウを蓄積した頃に帰国することになってしまうことが課題
- 行政に求められる人材・雇用面の支援施策として、知名度の低い優れた中小企業のPR、業務経験のある中途人材など優れた人材を見つけやすい環境整備、地元高卒者の雇用支援など地域貢献の取組を評価する仕組み等が挙げられている

⑥行政編

【キーワード】

- ◆補助金への要望 ◆支援対象等について
- ◆行政全般に対する意見・要望 ◆インフラ系への要望
- ◆外部連携のサポート ◆公設試活用の課題

【現場の声】

<補助金制度について>

- 用途の制限、事業計画の変更、年度内執行等の仕組みが企業側のタイミングやスピードに合わず、柔軟性が求められる。民間企業からの提案を取り入れた自由度の高い補助金制度をつくってはどうかとの意見もある。
- 書類の作成など手続きが煩雑で労力を要することが負担となっている（その割には助成金額が少ないように感じる企業もある）
- 補助要件の中で雇用要件について、事業の成否が不確定な状況で新規の正規雇用を求められるのは負担が大きいとの意見が多い
- 省エネ・節電、環境、防災・BCPに資する事業や施設改修への助成を求める企業が多い
- 補助金を求める企業がある一方で、補助金に頼らず自己資金で設備投資を行う方針を貫く企業もある。
- 補助金がバラマキになったり市場競争を歪めたりすると、かえって事業者の競争力を削ぐことにもなりかねないと危惧する意見もある。自治体は補助金制度の立案より、不要な規制の見直しなど環境整備に徹するべきとの意見もある。立地補助金よりも低利融資を望む声もある。

<施策の支援対象について>

- 行政の施策は、ある一定の力量のあるミドルステージクラスの中小企業向けの支援事業が多すぎるとの意見がある。ミドルステージ以下の中小企業や中堅企業向けの支援制度を望む声もある。
- 事業の立ち上げ期の設備投資よりも事業運営に伴う運転資金、入口の開発よりも出口の販売への支援が必要との意見がある

【現場の声（つづき）】

- 三重県には、自動車産業に依存しすぎることなく、多様な産業に目を向ける取組が望まれる。工場は親会社の意向ですぐに撤退するリスクがあるため、本社機能を県内に誘致することも大切。
- 地域ブランド構築には地域全体で取り組む必要があり、地域ぐるみで取り組む団体等への支援が必要
- 企業によって支援策としての補助金と税の減免のメリットが異なるため、選択できるようにすべきとの意見がある
- 「特徴ある企業100選」のような企業リストが作成されれば、それを参考にして脈がありそうな企業との商談が可能になるとの意見がある

<行政全般に対する意見・要望>

- 行政の手続きは煩雑でスピードが遅く、行政のスピードに合せると企業活動に支障を来たすとの意見がある。施策・支援に関わる情報の周知も十分ではない
- 行政は予算を作ってから企業に声をかけるのではなく、企業が必要だから予算を作るという発想に転換すべきとの意見がある
- 県の入札はオープンにしすぎであり、地域の企業を育てる思想がないとの意見がある

<インフラ系への要望>

- 四日市港の受け入れ製品の規制緩和、港湾料・使用料の値下げ、周辺の慢性的な渋滞解消が必要
- 従来型電力の値上げは経営的に厳しいため、産業を守っていくうえで、再生可能エネルギーへの代替を進めるべき

<外部連携のサポート>

- 行政の最も重要な役割は、行政主導の産学官連携や企業間連携の推進であり、第三者的な視点で仲介・マッチングを期待するとの意見がある

<公設試活用の課題>

- 公設試が開発した技術をオープンにしてビジネスの提案をしてほしいとの意見がある
- 公設試は場所が遠い、利用料が高い、知名度が低いなどの課題があるとの意見がある
- 県と三重県産業支援センターとの役割分担がわかりにくいので、もっとPRをしてほしいとの意見がある
- 県に公設試があることを認識していない企業もある。技術相談のアクセスの周知が必要