

中国地域製造業における新規事業展開に関する調査 ～ 企業へのアンケート調査結果を中心に ～

調査レポート

人口減少・少子高齢化に伴う国内市場の縮小や旺盛な外需に対応した海外進出など、わが国製造業を取り巻く環境は変化を遂げている。そうした中、地域での持続的経済成長や雇用機会確保等の観点から、伸びゆくアジア需要の取り込みや、新産業・新事業創出の必要性が指摘され、国や自治体においては環境・エネルギー、医療・健康等を新たな成長分野に位置付け、販路開拓や人材育成など様々な産業政策を打ち出している。

こうした状況を踏まえ、エネルギー総合研究所では中国経済連合会および中国地方総合研究センターと共同で、中国地域製造業を対象にアンケート調査を実施し、新規事業展開の状況を把握するとともに、その課題や方向性等について調査した(2012年10月)。そこで本稿では、アンケート調査結果を基に中国地域製造業の現状を中心に紹介する。

1. わが国産業政策からみた成長分野

中国地域について述べる前に、わが国全体の動向について概観する。

政府は、わが国産業の競争力強化や国際展開に向けた成長戦略の具現化等について検討を重ね、6月14日に「日本産業再興プラン」「戦略市場創造プラン」「国際展開戦略」を三本柱とする成長戦略「日本再興戦略 -JAPAN is BACK-」を閣議決定した。

このうち、戦略市場創造プランでは、世界やわが国が直面している社会的課題の中で、わが国が国際的に強みを持ち、グローバル市場での成長が見込めるものとして、国民の「健康寿命」の延伸、クリーンかつ経済的なエネルギー需給の実現、安全・便利で経済的な次世代インフラの構築、世界を惹き付ける地域資源で稼ぐ、という4つのテーマを設定している。

この4テーマに対応した主な戦略分野として、図表1に示しているとおり、「健康・医療・介護分野」をはじめ、「環境・エネルギー分野」「安全・安心・ICT(情報通信技術)分野」「地域資源活用分野(食料・工芸品・観光分野)」などがあり、それらをわが国産業政策における成長分野として捉えることができる。

2. 中国地域各県の産業政策からみた成長分野

中国地域においても、各県が産業振興に関する戦略をそれぞれ策定している(鳥取県「鳥取県経済成

長戦略」、島根県「しまね産業活性化戦略(第1次とりまとめ)」, 岡山県「第3次おかやま夢づくりプラン」、広島県「ひろしま産業新成長ビジョン」、山口県「やまぐち工業振興推進計画(改訂版)」および「住み良さ日本一元気県づくり加速化プラン(やまぐち未来デザイン21第6次実行計画)」。

それらを見ると、国(図表1)と概ね同じ分野をはじめとして、新事業・新産業の創出を主な重点目標としていることから、それらを各県産業政策における成長分野とみることができる(図表2)。

そして、その原動力として、例えば広島県は「ひろしま産業新成長ビジョン」の中で「国内等の既存市場が縮小・成熟化し、地域間競争や国際競争が激化する中で、本県産業の持続的発展には、県内企業が新分野や新市場に果敢に挑戦していくことが不可欠」とし、「県、民間企業、大学等の様々な関係主体が連携・協働して、県内企業のイノベーションを促進することで、新たな産業の創出、既存産業の高度化・高付加価値化を図る『イノベーション立県』を実現」することを掲げている。

このように、各県ではそれぞれ産業政策が展開されているが、その一方で中国地域製造業においては実際にどのような取り組みが行われているのだろうか。

そこで、当所は中国地域製造業を対象に、新規事業展開の状況を把握するとともに、その課題や方向性などに関するアンケート調査を中国経済連合会および中国地方総合研究センターと共同で実施した。以下でその結果について、紹介していく。

図表 1 わが国産業政策における成長分野

課題（テーマ）	主な戦略分野
国民の「健康寿命」の延伸	シルバー産業（生活支援サービス、住宅、まちづくり・交通等） 最先端の再生医療（iPS細胞等）
クリーンかつ経済的なエネルギー需給の実現	クリーンエネルギー（風力・地熱・太陽光、燃料電池等） エネルギーロスを徹底排除する次世代デバイス・部素材
安全・便利で経済的な次世代インフラの構築	事故回避・走行支援技術 IT活用型生活関連サービス産業（移動支援サービス等）
世界を惹き付ける地域資源で稼ぐ	世界で勝負できる製品・技術・サービスを継続的に生み出せる産業集積 スポーツ、医療、農業等のニューツーリズム

資料：日本経済再生本部産業競争力会議第4回配布資料「戦略市場創造プランについて」（2013）

図表 2 中国地域各県産業政策における成長分野

分野	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県
健康・医療・介護	○健康・福祉サービス関連 (地域資源を活用した健康関連商品等)	○健康・福祉・安全産業 (健康食品産業創出等)	○医療・福祉関連 (医療産業の創成)	○医療・健康関連 (医工連携等)	—
環境・エネルギー	○環境・エネルギー (エコカー・太陽光・リサイクル)	○環境・エネルギー関連 (太陽光等)	○次世代自動車 (EV) ○グリーンバイオ ○環境・新エネルギー産業	○環境・エネルギー関連分野 (環境浄化等) ○次世代自動車 (環境技術) ○低炭素化技術	○省エネ・省資源分野 (LED等) ○環境産業マルチパーク構想 (グリーン部材、新エネルギー等)
安全・安心・ICT	—	○IT関連産業、IT技術、ソフト系IT産業	—	○次世代自動車 (安全・快適技術) ○人間工学、RT (ロボット技術) ○新素材 (炭素繊維等)	○高度技術産業 (新素材、自動車、IT等)
地域資源活用 (食料・工芸品・観光)	○バイオ・食品関連産業 ○農林水産資源関連ビジネス ○観光ビジネス	○食品関連産業 (県産品の販路拡大等) ○観光	○観光 ○6次産業化・農商工連携	○交流・賑わい型産業 (海外からのインバウンド誘致等)	○地産・地消 (農商工連携、農林水産業と食品産業の連携等) ○観光・交流 (アジアからの観光客誘致等)
その他	○次世代デバイス (電機・電子関連産業) ○まちなかビジネス (空き店舗を活用した創業等) ○コミュニティビジネス (高齢者などの生活サポート等)	○機械金属関連産業 ○地域産業 (石州瓦等)	○マイクロものづくり産業 (超精密生産技術等) ○航空機産業 ○地域産業 (繊維、耐火物) ○ソーシャルビジネス (配食や移動手段など、高齢化が進む中山間地域における課題解決事業)	—	—

資料：鳥取県「鳥取県経済成長戦略」(2010)、島根県「しまね産業活性化戦略(第1次とりまとめ)」(2007)、岡山県「第3次おかやま夢づくりプラン」(2012)、広島県「ひろしま産業新成長ビジョン」(2011)、山口県「やまぐち工業振興推進計画(改訂版)」(2012)および「住み良さ日本一元気県づくり加速化プラン(やまぐち未来デザイン21第6次実行計画)」(2009)

3. アンケート調査概要

(1) アンケート調査実施概要

今回のアンケート調査の概要は図表3のとおりである。調査対象は「中国地域に本社を置く従業員数20人以上の製造企業」および「中国地域外に本社はあるものの、従業員数300人以上で中国地域に製造拠点を構える企業」(計1,000社)で、うち193社から回答を得ることができた。

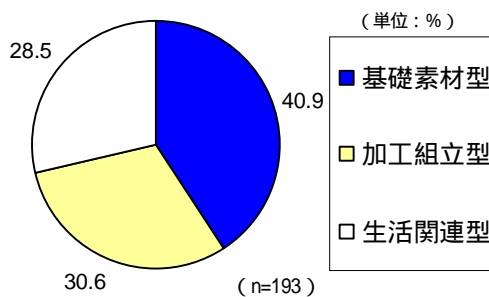
図表3 調査対象企業数と回収結果

	調査対象企業 (うち本社が中国地域外)	アンケート 回収数
中国地域計	1,000 (97)	193
鳥取県	70 (7)	15
島根県	84 (11)	18
岡山県	271 (31)	52
広島県	406 (26)	78
山口県	169 (22)	30

(2) アンケート回答企業の属性 業種類型別

今回の回答企業の属性を業種類型別にみると、基礎素材型が79社(40.9%)と半数弱を占め、次いで

図表4 業種類型別属性



図表5 業種類型および構成業種

業種類型	構成業種
基礎素材型	木材・木製品, パルプ・紙・紙加工品, 化学, 医薬品・化粧品, 石油・石炭製品, プラスチック製品, ゴム製品, 窯業・土石製品, 鉄鋼, 非鉄金属, 金属製品
加工組立型	はん用機械器具, 生産用機械器具, 業務用機械器具, 電気機械, 情報通信機械器具, 電子部品・デバイス, 自動車・同部品, その他輸送用機器
生活関連型	飲食料品, 繊維, 織物・衣服, 家具・装備品, その他製造業

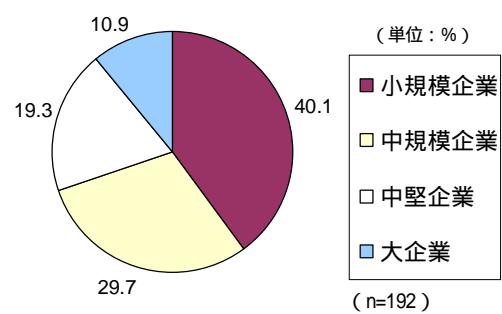
加工組立型が59社(30.6%), 生活関連型が55社(28.5%)となっている(図表4)。

なお、各類型を構成する業種は図表5のとおりである。

従業員規模別

従業員規模別にみると、小規模企業(49人以下)が77社(40.1%), 中規模企業(50~99人)が57社(29.7%), 中堅企業(100~299人)が37社(19.3%), 大企業(300人以上)が21社(10.9%)の順となっている(図表6)。

図表6 従業員規模別属性



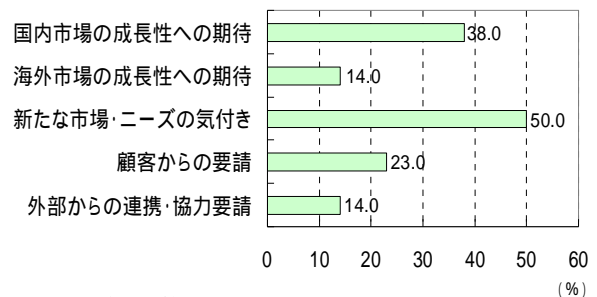
注: 回答企業は193社(図表3)であるが、従業員数未回答企業が1社あったため、図表6には計上していない。従って母数は192社となる。

4. アンケート調査からみた中国地域製造業の新規事業展開の現状

(1) 新規事業の検討・実施の背景・契機

新規事業の検討・実施の背景・契機をみると、「顧客からの要請」(23.0%)や「外部からの連携・協力要請」(14.0%)といった外部要因も2割前後みられるものの、「新たな市場・ニーズの気づき」(50.0%)や「国内市場の成長性への期待」(38.0%)といった市場要因の方が割合が高い(図表7)。こうしたことから、新規事業にあたっては市場動向を踏まえての検討・実施の方が重視される傾向にあるといえる。

図表7 新規事業の検討・実施の背景・契機



注: 複数回答(n=100)
回答企業は193社のうち、新規事業を検討・実施した企業90社が回答した新規事業計100件について集計・分析。(以下同様)

(2) 新規事業のテーマ・コンセプト

新規事業のテーマ・コンセプトについて、業種類型別からみると、生活関連型では食料(25.9%)や加工食品(22.9%)に加え、環境(22.2%)も多い。基礎素材型と加工組立型ではともに環境(31.4%, 44.7%), エネルギー(25.7%, 28.9%)の割合が高くなっている(図表8)。

次に従業者規模別からみると、小規模企業では安全(22.9%)が、中規模企業では健康(20.8%)が

それぞれ2割を上回り、中堅・大企業とは異なる結果となっている。

なお、新規事業として回答のあった主な取り組み事例を整理すると、図表10のとおりとなる。

(3) 新規事業のターゲット層(対個人)

新規事業のターゲット層(図表11)について、業種類型別からみると、生活関連型では中高年(44.4%)と高齢者(37.0%)が多い。また加工組

図表8 新規事業の主な展開分野

(単位:%)

		環境	エネルギー	資源	食料	加工食品	安全	安心	健康
業種類型	基礎素材型	31.4	25.7	17.1	2.9	11.4	11.4	14.3	8.6
	加工組立型	44.7	28.9	18.4	5.3	7.9	28.9	10.5	7.9
	生活関連型	22.2	7.4	14.8	25.9	22.2	14.8	18.5	18.5
従業者規模	小規模	34.3	22.9	20.0	17.1	11.4	22.9	17.1	8.6
	中規模	33.3	12.5	12.5	4.2	12.5	20.8	12.5	20.8
	中堅・大	32.5	25.0	17.5	7.5	15.0	15.0	12.5	7.5

注: 複数回答(n=100)

図表9 テーマ・コンセプト例

分野	テーマ・コンセプト例
環境・エネルギー・資源	新エネルギー 環境浄化(水質, 大気, 土壌等) 新部素材開発 燃費向上技術(車体軽量化等)
食料・加工品	原料穀物の多機能化 新たなコンセプトでの食品開発(介護向け等) 既存技術を応用した加工食品開発
安全・安心, 健康	事故防止・回避 セキュリティー 医療機器・器具 高齢者対応

図表10 新規事業取り組み事例(アンケート結果より)

分野	取り組み事例
環境・エネルギー・資源	畜糞燃焼バイオサイラーを導入した豚舎床暖房用温水供給装置の開発 廃棄物を利用した軽量発泡資材の製造 自動車軽量化防音部品
食料・加工品	高齢者向け加工食品市場(医療・介護)への商品開発 醤油の製造技術と農産物を活用した健康志向ドレッシング等の開発
安全・安心, 健康	人工筋肉(空気圧ゴム人工筋)の開発と応用 入眠防止装置 不審車両の無断進入防止・管理用装置の開発

立型では中高年(13.2%)以外に中堅・壮年(13.2%),若者(10.5%)もターゲットとして重視している。一方、基礎素材型は中間財(部品等)に代表されるように、対個人ではなく、対企業を主な納入先としているといった特性がある。こうしたことから対個人をターゲットとする割合は、どの年齢層においても低くなっている。

次に従業者規模別からみると、中規模企業では中高年(20.8%)のみが2割を超え、抜きん出ている。一方、小規模企業では中堅・壮年(17.1%),中高年(17.1%),高齢者(14.3%)だけでなく、子ども(11.4%)もターゲットとして重視している。また、中堅・大企業では中高生(12.5%)の割合が高く、これは他とは異なる特徴である。

5. アンケート調査からみた中国地域製造業の新規事業展開の方向性

(1) 今後有望と考える分野

前章では新規事業展開の「現状」についてみてきた。本章では新規事業展開の「今後の方向性」についてみていく。

今回のアンケート調査において「新規事業を今後検討する必要があると考えている」と回答した企業

(計90社)に対して、「今後有望と考える新規事業分野」をたずねたところ、その結果は図表12のとおりとなった。

業種別からみると、生活関連型では健康(51.9%)と介護(37.0%)が圧倒している。一方、基礎素材型と加工組立型ではともに環境(50.0%, 58.1%)エネルギー(50.0% 54.8%)資源(31.3%, 32.3%)の割合が高い。なお、加工組立型については医療(25.8%),健康(22.6%),介護(22.6%)がそれぞれ2割程度みられる。

次に従業者規模別からみると、中堅・大企業では環境(50.0%),エネルギー(36.7%)の割合が高い。一方、小規模および中規模企業はそれらに加え、健康(31.6%, 31.8%)も有望と考えていることがわかる。

なお、業種別または従業者規模別のいずれで捉えても、健康と介護について一定の割合がみられる。その要因としては、高齢化社会への対応を意識していることが考えられる。

(2) 今後有望と考えるターゲット層(対個人)

今後有望と考えるターゲット層(図表13)について、業種別からみると、基礎素材型、加工組立

図表 11 新規事業のターゲット層

(単位: %)

		子ども (小学生以下)	中高生	若者 (18~29歳)	中堅・壮年 (30~49歳)	中高年 (50~64歳)	高齢者 (65歳以上)
業種類型	基礎素材型	0.0	2.9	5.7	5.7	2.9	8.6
	加工組立型	2.6	2.6	10.5	13.2	13.2	7.9
	生活関連型	29.6	22.2	11.1	25.9	44.4	37.0
従業者規模	小規模	11.4	5.7	8.6	17.1	17.1	14.3
	中規模	4.2	4.2	8.3	16.7	20.8	16.7
	中堅・大	10.0	12.5	10.0	10.0	17.5	17.5

注: 複数回答(n=100)

図表 12 今後有望と考える新規事業分野

(単位: %)

		環境	エネルギー	資源	食料	加工食品	安全	安心	健康	医療	介護
業種類型	基礎素材型	50.0	50.0	31.3	6.3	6.3	9.4	15.6	9.4	6.3	12.5
	加工組立型	58.1	54.8	32.3	0.0	3.2	19.4	6.5	22.6	25.8	22.6
	生活関連型	25.9	3.7	7.4	11.1	22.2	25.9	33.3	51.9	18.5	37.0
従業者規模	小規模	47.4	39.5	23.7	2.6	2.6	15.8	18.4	31.6	18.4	28.9
	中規模	36.4	36.4	22.7	4.5	18.2	4.5	13.6	31.8	18.2	18.2
	中堅・大	50.0	36.7	26.7	10.0	13.3	30.0	20.0	16.7	13.3	20.0

注: 複数回答(n=90)

図表 13 今後有望と考えるターゲット層

(単位：%)

		子ども (小学生以下)	中学生	若者 (18～29歳)	中堅・壮年 (30～49歳)	中高年 (50～64歳)	高齢者 (65歳以上)
業種類型	基礎素材型	3.1	0.0	6.3	3.1	6.3	21.9
	加工組立型	0.0	3.2	3.2	6.5	3.2	29.0
	生活関連型	14.8	11.1	14.8	22.2	33.3	74.1
従業者規模	小規模	7.9	0.0	7.9	7.9	10.5	39.5
	中規模	0.0	4.5	4.5	13.6	18.2	40.9
	中堅・大	6.7	10.0	10.0	10.0	13.3	40.0

注：複数回答 (n=90)

型、生活関連型の全ての類型において、高齢者 (21.9%、29.0%、74.1%) の割合が最も多く、他の年齢層よりも抜きん出ている。また、生活関連型では中高年 (33.3%) や中堅・壮年 (22.2%) も一定の割合で有望と捉えられている。

また従業者規模別からみても業種類型別と同様、全ての規模において高齢者の割合が4割前後と最も多く、次いで中高年、中堅・壮年、若者の順となっている。

これらを踏まえると、中国地域製造業においても高齢者市場への期待が高まっているといえる。

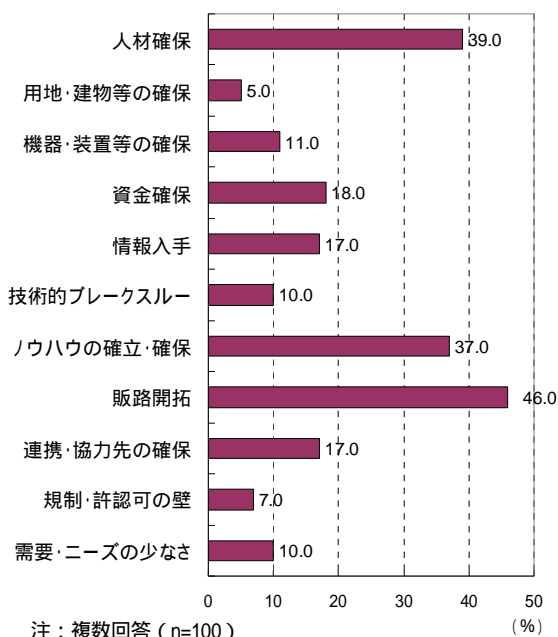
6. 新規事業展開にあたっての課題

(1) 課題

今回のアンケート調査では、新規事業展開にあたっての主な課題についてもたずねた。

それによると、企業は新規事業展開にあたって何らかの課題に直面していることが浮き彫りとなった。

図表 14 新規事業展開にあたっての主な課題



まず全体でみると、販路開拓 (46.0%) や人材確保 (39.0%)、ノウハウの確立・確保 (37.0%) が多く、資金確保 (18.0%) や情報入手 (17.0%)、連携・協力先確保 (17.0%) など挙げられている (図表 14)。

次に業種類型別からみると、全ての類型において販路開拓、人材確保、ノウハウの確立・確保の割合が高く、これらは共通の課題と考えられる。一方、個別にみていくと、基礎素材型では情報入手 (22.9%)、加工組立型では機器・装置等の確保 (18.4%)、生活関連型では資金確保 (29.6%) も課題に挙げられている (図表 15)。

また従業者規模別からみると業種類型別と同様、販路開拓、人材確保、ノウハウの確立・確保の割合が高い。特に小規模企業においては、販路開拓 (54.3%) と人材確保 (45.7%) に集中し、その割合は他の規模よりも高くなっている (図表 15)。

(2) 課題克服に活用し効果のあった外部機関

前節でみたように、新規事業にあたっては多くの課題が伴っている。それらを克服するために各社は試行錯誤を重ねており、例えば「あくまで自社のみで取り組む」や「他社との連携」といった様々な解決方法が考えられる。

今回のアンケート調査では、過去に新規事業に取り組んだ際、課題克服のために活用し効果のあった外部機関についてたずねた。

外部機関の有無

図表 16 に示すとおり、全体の 62.0% が「効果のあった外部機関が有」と回答している。

業種類型別にみても、「有」と回答した企業は加工組立型では 78.9% と 8 割近くあり、基礎素材型 (57.1%) や生活関連型 (44.4%) でもそれぞれ 5 割前後となっている。

従業者規模別で捉えても、小規模企業での 65.7%

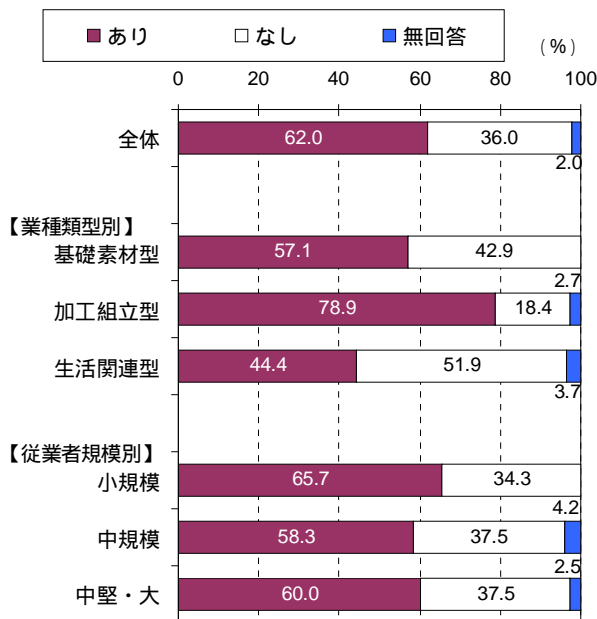
図表 15 新規事業展開にあたっての主な課題

(単位：%)

		人材確保	用地・建物等の確保	機器・装置等の確保	資金確保	情報入手	技術的ブレークスルー	ノウハウの確立・確保	販路開拓	連携・協力の確保	規制・許認可の壁	需要・ニーズの少なさ
業種類型	基礎素材型	34.3	5.7	5.7	11.4	22.9	11.4	37.1	42.9	17.1	8.6	5.7
	加工組立型	50.0	5.3	18.4	15.8	10.5	13.2	42.1	52.6	15.8	5.3	10.5
	生活関連型	29.6	3.7	7.4	29.6	18.5	3.7	29.6	40.7	18.5	7.4	14.8
従業者規模	小規模	45.7	2.9	11.4	20.0	17.1	5.7	37.1	54.3	22.9	2.9	14.3
	中規模	33.3	0.0	4.2	12.5	20.8	12.5	37.5	50.0	12.5	12.5	4.2
	中堅・大	37.5	10.0	15.0	20.0	15.0	12.5	37.5	37.5	15.0	7.5	7.5

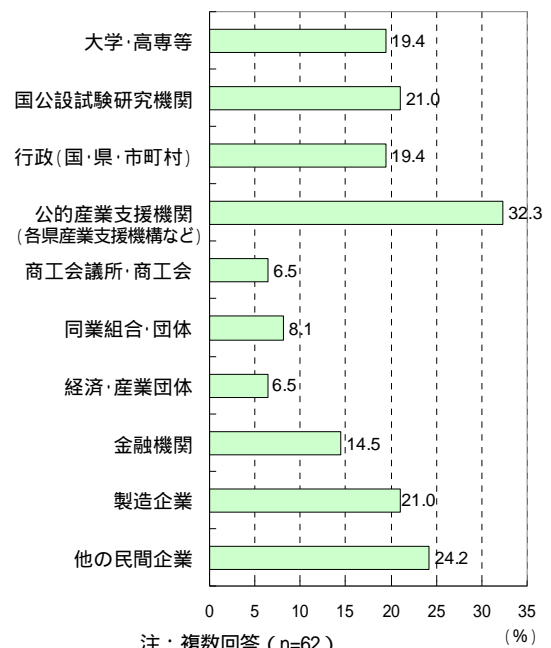
注：複数回答 (n=100)

図表 16 外部機関の有無



注：複数回答 (n=100)

図表 17 効果のあった主な外部機関



注：複数回答 (n=62)

をはじめ全ての規模において過半数を占めている。小規模企業の場合、自社が保有する技術・設備には限りがあることも、割合が他を上回っている要因の一つと考えられる。

効果のあった外部機関の種類

課題克服に効果を発揮している外部機関としては、公的産業支援機関が32.3%と最も多く、次いで、他の民間企業(24.2%)、国公設試験研究機関(21.0%)、製造企業(21.0%)、行政(19.4%)、大学・高専等の学校(19.4%)、金融機関(14.5%)の順となっている(図表17)。

課題別に効果のあった外部機関

次に、課題別に効果のあった主な外部機関をみていくと、販路開拓では公的産業支援機関(40.0%)や他の民間企業(30.0%)が、人材確保では公的産

業支援機関(32.1%)や行政(25.0%)、金融機関(25.0%)などが、またノウハウの確立・確保では公的産業支援機関(34.6%)や国公設試験研究機関(30.8%)などがそれぞれ活用されている(図表18)。

また、外部機関ごとにみると、行政は多様な課題に対して活用されているのに対して、公的産業支援機関は技術力や販路、国公設試験研究機関は情報・技術・ノウハウなど、製品化・事業化に直結する課題に対して活用される傾向にある。そのほか、大学・高専等の学校は技術力、金融機関は資金や機器・装置等の確保にそれぞれ役立っている(図表18)。

7. 具体的な支援事例

中国地域では公的機関が中心となって取り組んでいる具体的な支援事例がある。その主なものとして鳥取県および広島県でのケースが挙げられる。

図表 18 課題別に効果のあった主な外部機関

(単位：%)

	大学・高等 専	国公設試験 研究機関	行政(国・ 県・市町 村)	公的産業支 援機関	商工会議 所・商工会	同業組合・ 団体	経済・産業 団体	金融機関	製造企業	他の民間企業
人材確保	21.4	17.9	25.0	32.1	3.6	3.6	10.7	25.0	25.0	17.9
用地・建物等の確保	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
機器・装置等の確保	12.5	25.0	25.0	12.5	12.5	0.0	0.0	50.0	0.0	12.5
資金確保	25.0	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0	12.5	37.5	0.0	37.5
情報入手	14.3	35.7	28.6	21.4	14.3	0.0	0.0	14.3	28.6	42.9
技術的ブレークスルー	50.0	33.3	33.3	50.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
ノウハウの確立・確保	15.4	30.8	23.1	34.6	11.5	7.7	3.8	7.7	7.7	30.8
販路開拓	13.3	23.3	16.7	40.0	10.0	10.0	0.0	13.3	23.3	30.0
連携・協力先の確保	30.8	15.4	38.5	23.1	7.7	15.4	15.4	0.0	30.8	38.5
規制・許認可の壁	0.0	33.3	33.3	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	16.7	16.7
需要・ニーズの少なさ	60.0	20.0	20.0	40.0	20.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0

注：複数回答(n=62)

(1) 鳥取県

鳥取県は「鳥取県経済成長戦略」において、戦略的推進分野の一つに「次世代デバイス」を掲げた(図表2)。温暖化対策や省エネ志向等を背景に、信号や街路灯などをLED化する動きが全国的にある中、県内に約30社のLED関連企業が集積しているメリットを生かすとともに、鳥取県の技術を国内外に展開すべく、その支援を目的として「LED戦略研究会」が2010年に設立された。そして昨年からは、LED産業のさらなる集積化や事業拡大等を目指して「LED産業競争力強化事業」に取り組んでいる。

鳥取県産業振興機構は県や県産業技術センターと連携し、「研究開発費助成」「専門家派遣による課題解決」「販路開拓支援」等を実施し、県内LED関連企業の事業展開を支えている。例えば昨年7月には、県内企業の独自技術PRや取引拡大、販路開拓等を主な目的に「LED関連産業商談会 in 関西」を大阪市で開催した。商談会では、県内企業と関西企業との間で延べ42件の面談(ビジネスマッチング)が行われたほか、終了後には工場視察希望も入るなど、今後の事業拡大につながる一定の効果がみられた。

(2) 広島県

広島県は「ひろしま医工連携・先進医療イノベーション拠点」を立ち上げた。これは自県の基幹産業である自動車産業で培ってきた技術力と医学を融合させ、一段と進展する高齢化社会にもマッチした中長期的なものづくり展開を狙いとしており、例えば「人間医工学を応用した高機能で安心・安全・快適な次世代自動車の開発」を目標の一つに定めている。高齢化社会はドライバーの高齢化も意味する。同拠点は反射神経の衰えなどをカバーし、安心・安全で快適な運転ができる仕組みを研究している。実際、「居眠り防止装置」「飛び出し検知予測システム」「頸

部損傷を低減する自動車シート機構設計支援技術」等の開発・実用化に取り組んでおり、自動車以外の分野への展開だけでなく、高齢化が進むと見込まれているアジア等への進出も期待される。

8. おわりに

中国地域は1995年の777万人をピークに、全国より15年早く人口減少に突入し、高齢化も進んでいる。よって、政策展開や事業展開を行っていくには、「人口減少・高齢化」はもはや前提条件であり、その上で自らの強みを生かし、縮小していく国内市場や旺盛な外需に対応していくことが一層求められる。

中国地域でも過去、総合計画や産学官連携など様々な産業政策が展開されてきたものの、一過性にとどまっている。人口減少・高齢化社会が本格化する中、持続的経済成長を着実に遂げていくには鳥取県や広島県でのケースの様に中長期的視野での政策運営や研究開発等が求められる一方で、それらが継続的に機能できる仕組みの整備・定着も重要と考える。例えば、広島県内の理工系大学等卒業生の約7割が県外に流出しており、これは人材集積においてマイナス要因であるなど、無視できない現状である。

機械化やIT化などイノベーションは確かに進んでいる。しかし最終的に取り組むのは「人」であり、人がいなければ新しいアイデア・技術も生まれてこない上、ひいては新産業創出や持続的経済成長も実現できない。それだけに、まずは「人が集まる」「人が育つ」「人が活躍できる」といった人材が根付く土壌を整備することが急務と考える。

(参考) 本稿で紹介したアンケート調査に関する全結果を含む報告書「中国地域の製造業の新たな事業展開に関する調査」は、中国経済連合会のホームページでご参照いただけます。
http://chugokukei ren.jp/

経済・産業調査担当 奥本 啓