

成長企業を支える上での地域経済の課題に関する調査
調査報告書

平成 15 年 2 月

財団法人岐阜県産業経済振興センター

目 次

概 要 編

本 編

序章．調査の概要

1. 調査の背景・目的 1
2. 調査方法・フロー 2
3. 検討委員会 3

第 部 岐阜県の現状把握と有望産業群・企業群の検討

1. 岐阜県の現状把握 5
 - (1) マクロ経済の動向把握 5
 - (2) 岐阜県において比較優位性・成長性が期待される産業分野の検討 35
2. 岐阜県の地域ポテンシャル・強み 48
 - (1) 研究開発拠点 48
 - (2) 既存産業・産業集積 52
 - (3) 金融機関・投資家 54
 - (4) 地域資源（人・自然等） 55
 - (5) 交通インフラ 59
 - (6) 情報インフラ 61
 - (7) 市場近接 63
 - (8) 行政支援 63
 - (9) まとめ 70
3. 岐阜県有望産業群・企業群の検討 71

第 部 岐阜県における成長企業支援のあり方の検討

1. 調査の着眼点 75
 - (1) 「成長企業」の捉え方 75
 - (2) 岐阜県版バリューチェーン 75
2. 岐阜県企業の「成長仮説」とその検証 78
 - (1) 「成長仮説」の設定 78
 - (2) 地域ポテンシャル・強みを活かした岐阜県版バリューチェーンの想定 78
 - (3) 事例による仮説検証 81
3. 成長企業を支える上での岐阜県地域経済が抱える課題の整理と今後に向けての提言 84
 - (1) 成長企業が抱える具体的課題の整理 84
 - (2) 岐阜県版バリューチェーンの強化策 87

参 考 編

1. 既存資料に基づく成長業種等の整理 参考-1
2. 検討委員会・議事要旨 参考-9

概 要 編

第 部 岐阜県の現状把握と有望産業群（企業群）の検討

1. 岐阜県の現状把握

（1）マクロ経済の動向把握

【経済全般】

* 岐阜県では3年連続（1997～1999年度）でマイナス成長が続いている。その背景として製造業の停滞が挙げられる。また、サービス業も近年は伸びが鈍化している。

図表 -2 経済活動別県内総生産（岐阜県） <本編 p6>

【製造業】

* 岐阜県の製造業のなかで1990年代において付加価値額が増えた業種は、増加幅が大きい順に5業種を挙げると、電気機械器具、プラスチック製品、出版・印刷・同関連産業、化学工業、ゴム製品である。

* 一方、減少した業種は、減少幅が大きい順に5業種を挙げると、窯業・土石製品、衣服・その他の繊維製品、繊維工業、一般機械器具、家具・装備品である。

* こうした増減の背景には、各業種における生産性の伸びの差がみられる。

図表 -13 業種別付加価値額の増減（2000年の付加価値額 - 1990年の付加価値額） <本編 p12>

（2）岐阜県において比較優位性・成長性が期待される産業分野の検討

【労働生産性】

* 1990年代に労働生産性及びそのランクが向上した業種には、パルプ・紙・紙加工品、飲料・たばこ・飼料、電気機械器具、ゴム製品、出版・印刷・同関連産業がある。

図表 -55 岐阜県における労働生産性の推移（従業者4人以上） <本編 p39>

【集積度】

* 1990年代以降に集積度が高まりつつある業種は、出版・印刷・同関連産業、ゴム製品、鉄鋼業、一般機械器具、電気機械器具である。

図表 -58 主要業種の集積度の推移 <本編 p42>

【成長性】

* 1995～2000年の直近期間において製造品出荷額の成長性が高い業種（産業格差、成長格差の各要因がいずれもプラス）は、食料品、飲料・たばこ・飼料、石油製品・石炭製品、プラスチック製品、一般機械器具、電気機械器具、輸送用機械器具、精密機械器具の8業種である。

* 特に、プラスチック製品は全国平均ではほとんど伸びていないが、岐阜県での成長は著しい。

図表 -61 直近期間（1995年～2000年）における主要業種の成長性 <本編 p46>

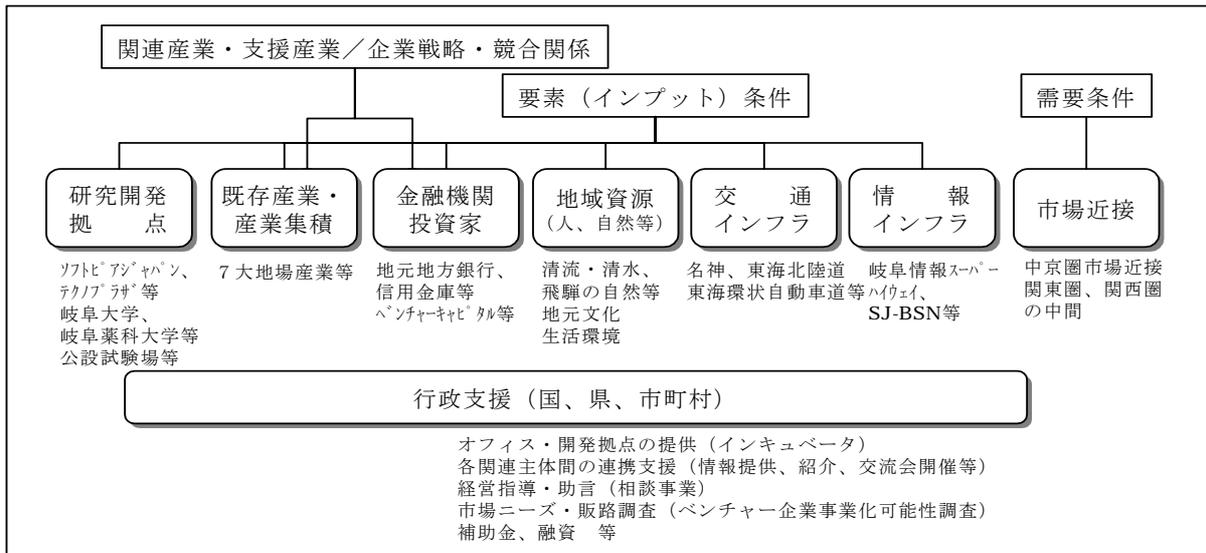
【総括】

* 生産性の向上、集積の拡大、製造品出荷額の成長等からの検討を総合すると、岐阜県において今後比較優位性・成長性が期待される産業分野として、出版・印刷・同関連産業、プラスチック製品、ゴム製品、電気機械器具の4業種を挙げることができる。

* 7大地場産業のうち、1995～2000年の直近期間において高い成長性がみられる業種は、食料品とプラスチック製品の2つである。

図表 -62 比較優位性・成長性が期待される産業分野の検討（総括） <本編 p47>

2. 岐阜県の地域ポテンシャル・強み



【研究開発拠点】

* 岐阜県には、ソフトピアジャパン、テクノプラザ等の優れた研究開発拠がある。また岐阜大学など地元大学や県の研究所など地元研究機関では、技術シーズをビジネスに結びつける取り組みが活発に行われており、成果を上げている。

【既存産業・産業集積】

* 岐阜県は従来よりモノづくりに強みがある。現在でも、7大地場産業をはじめ、成長著しい電気機械器具製造業など厚い産業集積がみられる。

【金融機関・投資家】

* 伝統的に健全度が比較的高い地元金融機関は、既存企業はもちろんベンチャー企業に対しても積極的なビジネスを展開している。

【地域資源】

* 岐阜県が誇る地域資源として、人と自然、住みやすい生活環境が挙げられる。特に、飛騨、美濃の自然や文化、豊かな自然に育まれた農産品など、恵まれた地域資源が存在する。

【交通インフラ】

* 岐阜県は古来より東西南北交通の要衝であり、現在でも名神高速道路、東海北陸自動車道が縦横に貫く。また、東海環状自動車道や中部縦貫自動車道の整備も進められており、道路輸送の強みはさらに強化される。

【情報インフラ】

* 岐阜県には全国的に有名なソフトピアジャパンが立地し、情報スーパーハイウェイの整備も進められている。また、携帯電話の人口普及率が全国6位、携帯インターネット人口普及率が全国9位など、ソフト、ハード両面で情報化が進んでいる。

【市場近接】

* 岐阜県は名古屋圏の大消費地や豊田市、名古屋市という世界有数の製造業集積地に隣接している。最終製品、中間製品両方の供給にとって有利な位置関係にある。

【行政支援】

* 岐阜県では、ソフトピアジャパンやテクノプラザなどの企業支援施設、ワンストップ窓口であるエンタープライズ岐阜事務局などによる経営指導・助言といった相談事業、補助金、融資などの資金援助プラン、企業立地への助成等々の施策が充実している。

3. 岐阜県有望産業群・企業群の検討

* 統計分析などによって得られた「岐阜県において比較優位性・成長性が期待される産業分野」、「岐阜県の地域ポテンシャル・強み」及び「企業支援機関や成長企業等へのインタビュー調査」、「検討委員会での討議」などを踏まえると、下表のような「岐阜県有望産業群・企業群」を想定することができる。

岐阜県有望産業群・企業群

分野(キーワード)	地域ポテンシャル・強みの活用	関連産業
健康、食生活、農	<p>既存産業・産業集積を起点にした新ビジネスの創出</p> <ul style="list-style-type: none"> * 豊かな自然環境のなかで育った農産物・素材(漢方薬/等) * 食料品・医薬品・バイオ分野の製造技術を苗床として活用(飛騨地域の酒・味噌/等) * 地元研究機関(岐阜大学、岐阜薬科大学、岐阜県国際バイオ研究所/等)の活用可能性 * 道路ネットワーク(生鮮食品の速達性、市場拡大) 	<ul style="list-style-type: none"> * 農業 * 食料品製造業 * 医薬品製造業 * 卸・小売業 * 物流業 * 外食産業 / 等
環境・リサイクル	<p>集積効果と立地優位性の融合によるリサイクルビジネスの創出</p> <ul style="list-style-type: none"> * リサイクル需要の集中的な発生源としての産業集積(プラットフォーム) ・ 電気機械関連、一般機械関連分野の集積効果 * リサイクル拠点の立地優位性(道路ネットワーク) * 市場近接性(名古屋圏等) 	<ul style="list-style-type: none"> * 廃棄物処理業 * 製造業 ・ 電気機械器具 ・ 一般機械器具 / 等 * 物流業 / 等
観光	<p>既存産業・産業集積、地域資源のネットワーク化による観光ビジネスの創出</p> <ul style="list-style-type: none"> * 工場を産業観光振興のための苗床として活用 ・ ファクトリーパーク化、ものづくり体験/等 * 飛騨地域・美濃地域の伝統・文化・歴史、自然環境、農産品の観光資源化・アミューズメント化 ・ 体験型農業/等 * 道路ネットワークによる観光スポットのネットワーク化、集客力のある魅力的な観光ルートの設定 * 県内外で開催される大型イベント(万博、世界ボート選手権/等)を契機にした観光客の誘致の方法・ルート等の開発と相乗効果の実現 	<ul style="list-style-type: none"> * 農業、製造業 * 旅行業、運輸業 * 情報メディア * 観光型商業 * 外食産業 * アミューズメント業 * 宿泊業 / 等
ものづくり	<p>技術・人材・知の集積を活かした成長産業の育成</p> <ul style="list-style-type: none"> * 産業集積地における技術・技能の蓄積や人的・知的ネットワークをプラットフォームにした成長産業育成 ・ 地場産業の集積(伝統的な産地形成) ・ 東濃・中濃地域の自動車・同部品、繊維、陶磁器 ・ 非産地型の企業集積(西濃地域等)/等 * 地元研究機関、研究開発拠点(ソフトピア、テクノプラザ/等)の活用可能性 * 物流拠点の立地優位性(道路ネットワーク) * 市場近接性(名古屋圏等) 	<ul style="list-style-type: none"> * 製造業 ・ 電気機械器具 ・ 印刷 ・ プラスチック ・ ゴム製品 / 等 * 物流業 * 情報サービス業 / 等

第 部 岐阜県における成長企業支援のあり方の検討

1. 調査の着眼点

(1) 「成長企業」の捉え方

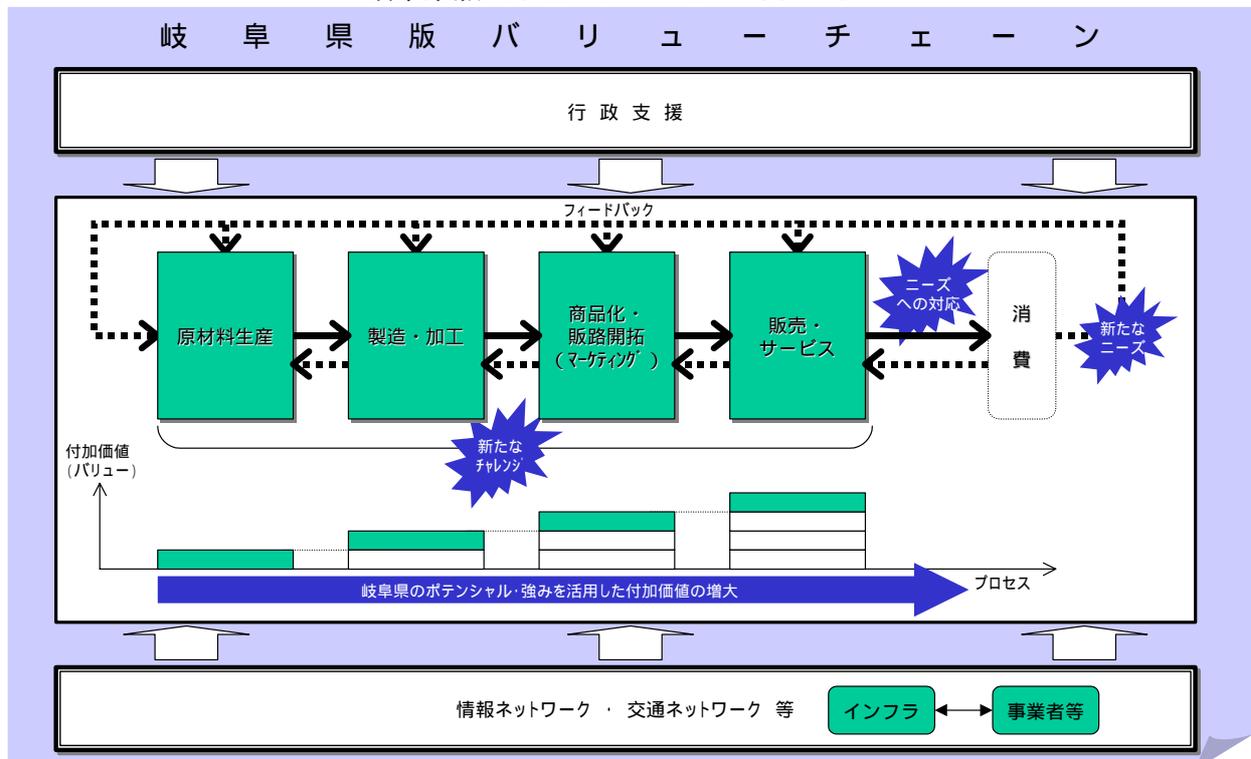
* 「成長企業」は、売上面、利益面、雇用面など様々な角度から捉えることができる。
* 本調査では「成長企業」を、「既存企業、ベンチャー企業を問わず、ニーズに対応して新しい事業にチャレンジしていく企業」と定義する。

(2) 岐阜県版バリューチェーン

* 岐阜県版バリューチェーン^(注)では、
・ 交通ネットワーク・情報ネットワーク・研究開発拠点などの産業基盤や、起業・企業立地に関わるソフト支援施策を活用しながら、
・ 岐阜県に優位性が見出される地域ポテンシャル・強みと個別企業のコア・コンピタンスのコラボレーションを実現し、新たな付加価値を創造していくことを目指す。

(注) 「バリューチェーン」とは、企業の提供する製品・サービスが部品・材料等の購買から製品の製造等の諸過程を経て最終的に顧客の手元に届くまでの価値連鎖のことである。

岐阜県版バリューチェーンのイメージ



2. 岐阜県企業の「成長仮説」とその検証

(1) 「成長仮説」の設定

* 岐阜県企業のさらなる成長のためには、

- ・ 岐阜県に優位性がみられる地域ポテンシャル・強みと個別企業のコア・コンピタンスのコラボレーションを実現し、
- ・ 新たな付加価値を創造していけるよう、県内の産業基盤や支援施策を活用しながら、製品のバリューチェーン（価値連鎖）を強化することが必要である（本調査における岐阜県企業の「成長仮説」）。

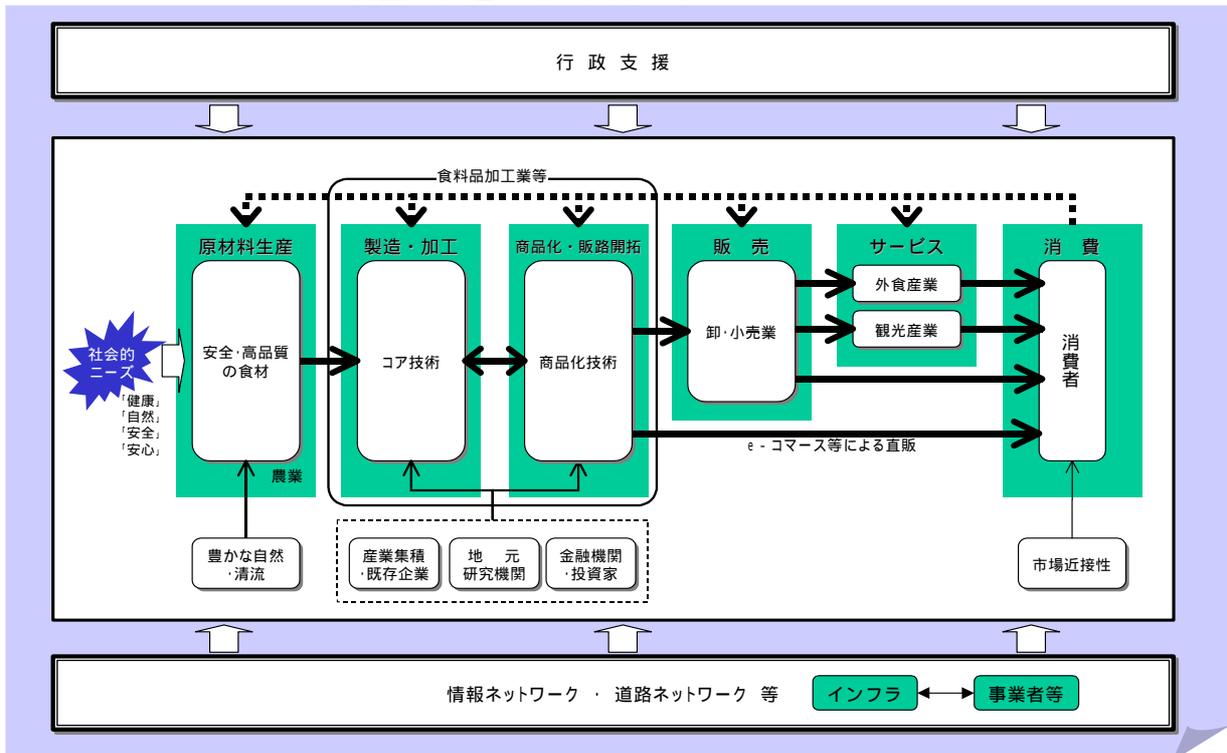
(2) 地域ポテンシャル・強みを活かした岐阜県版バリューチェーンの想定

* 本調査では、地域ポテンシャル・強みを活かせる岐阜県版バリューチェーンとして、第一部で検討した「岐阜県版有望産業群・企業群」のなかから、「健康、食生活、農」分野のバリューチェーンを取り上げる。

「健康、食生活、農」分野に着目した理由

- ・ 「健康」「自然」は有望分野として定着
- ・ 岐阜県の農産物は有望
- ・ 高度な食品加工技術の活用が可能
- ・ 岐阜県の食料品製造業は近年成長している（工業統計表のデータ分析）
- ・ 岐阜県の食料品製造業は他産業への波及効果大きい（産業連関表のデータ分析）
- ・ 大市場が近接し、交通インフラも整っている

食生活関連の岐阜県版バリューチェーン



(3) 事例による仮説検証

* 本調査では、支援機関や県内企業へのインタビュー調査を実施し、(1)で設定した仮説の検証を行った。

【上流チェーンの形成状況】

- ・ 健康、自然、安全といった社会ニーズを背景として、品質が高く安全な地元の農産品を食材として活用するとともに、行政や地場産業、既存企業から資金、技術的な支援を受けて「オンリーワン」的な商品を開発するなど、上流のチェーンがうまく形成されている。

【下流チェーンの形成状況】

- ・ 初期の販路として道の駅の売店や物産展などを活用し、下流のチェーンを徐々に形成することにも成功している。さらには、地域資源のなかで話題性のあるものを積極的にアピールしながら、商品の知名度や付加価値を向上させようとする努力がみられる。

【コラボレーションによるバリューチェーンのさらなる強化】

- ・ こうした成果がある程度波に乗った時期には、新商品の開発、レストランの直営など、下流チェーンの一層の強化を図っている。この際、自社にない技術やノウハウが必要となるため、外部の企業共同開発や共同運営するなど、コラボレーションに乗り出している。
- ・ また、より大きな市場を目指し、大手の小売、卸売業者への販路開拓に取り組む企業や、商品をより多様化させるため、新製品開発に向けて大学とコラボレーションする事例もみられる。

* その結果、「健康、食生活、農」分野において食料品加工に携わるベンチャー企業や既存企業のうち、比較的うまくいっている企業では、原材料生産から商品化・販路開拓に至るまでの上下流のチェーンが有効に構築されていることが明らかになった。

「健康、食生活、農」関連の県内成功企業の取り組み（インタビュー結果）

原材料生産

- * 地元の質の高い農産品を活用。(明宝レディースのトマト、飛騨ハムの飛騨牛など)
- * 製造・加工業者は地元の生産者(農家)との契約栽培により、品質の維持、安定的な供給を実現している。また、生産者にとっても利益のある良好な関係を構築している。(明宝レディースの契約栽培)
- * 高品質で安価な新しい製造技術を開発している。(フォスのプラスチック容器によるわさび栽培)

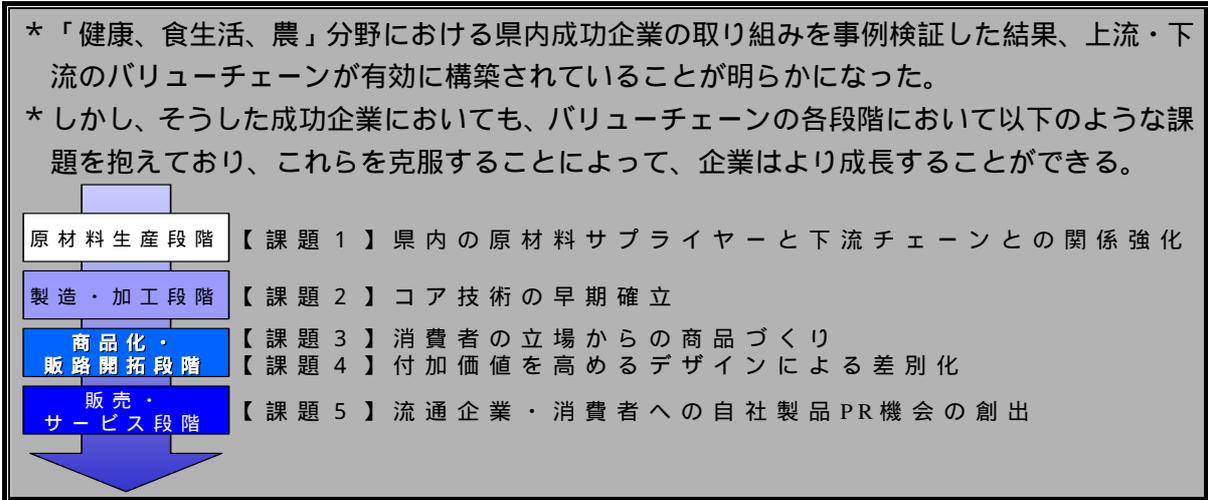
製造・加工

- * 独自の製法により、オンリーワンの商品開発に成功。(製法特許を取得した飛騨唐辛工房の「うま辛王」)
- * 工場を工房風にし、製造過程を見学できるようにするなど、工夫をこらしている。(飛騨匠の森に工房を持つ飛騨ハム、道の駅に工房を持つ飛騨唐辛工房など)
- * 新製品の開発のため、大学の研究室ともコラボレーションを図っている。(フォス、飛騨唐辛工房など)

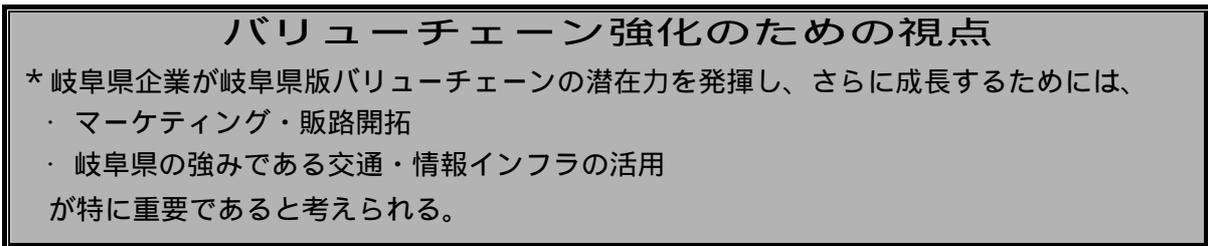
商品化・販路開拓

- * 県が主催する物産展や道の駅の土産物屋で商品を販売し、商品認知を進め、また消費者からの反応を探ろうとしている。(飛騨唐辛工房、明宝レディースなど)
- * 行政関連の販売チャンネルを使った販路開拓も行っている。(フォス)
- * 製品を使った直営のレストラン(フォス、飛騨ハム、明宝レディース)を持ち、消費者の反応を探るアンテナショップとして、また、下流の流通面から需要を掘り起こすためのバリューチェーン強化を図っている。
- * 製品を使った商品の開発、販売(飛騨唐辛工房の「うま辛王ラーメン」、飛騨ハムの飛騨牛カレー、飛騨牛佃煮等)を独自に行い、下流チェーンの充実を図っている。この際、他の企業と共同開発したり開発委託したりするなど、コラボレーションを図っている。(飛騨唐辛工房)
- * 商品に話題性を持たせ、メディアに取り上げられることにより知名度の向上を図っている。(飛騨唐辛工房の廃トンネル活用、明宝レディースの女性ばかりの起業など)
- * 地元の土産物屋等での販売を経て、本格的な販路を求め地元の流通業者や関東、関西の流通業者を営業訪問にまわり、新規販路を開拓しつつある。(飛騨唐辛工房など)

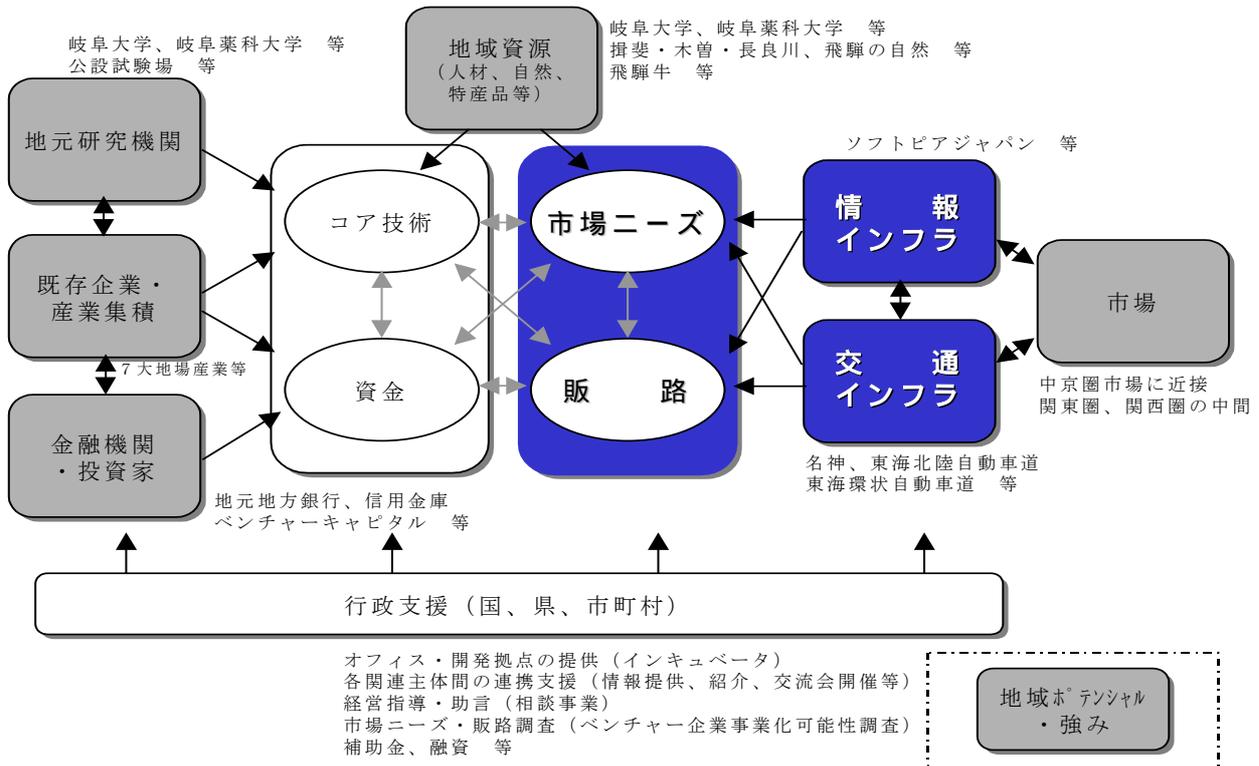
3. 成長企業を支える上での岐阜県地域経済が抱える課題の整理と今後に向けての提言
 (1) 成長企業が抱える具体的課題の整理



(2) 岐阜県版バリューチェーンの強化策（今後に向けての提言）



成長のために重要なマーケティング・販路開拓と交通・情報インフラの活用



バリューチェーン強化に向けた5つの提言

- * 岐阜県版バリューチェーンを強化するためには、チェーンを構成する成長企業・産業（もしくは成長が期待される企業・産業）とその周辺・関連分野（流通・物流企業等）とのコラボレーションが重要である。
- * 特に、物流面等における岐阜県の強みを最大限活用することにより、マーケティング・販路開拓段階のチェーンを強化していくことが必要である。
- * 具体的には、以下のような5つの方策を提案する。大きくは、「バリューチェーンの流通面の強化」（提言1～4）と「バリューチェーンを下支えする環境整備」（提言5）に分かれ、前者については、活用するネットワーク・ツール（オフライン/オンライン）とコミュニケーションの形態（B2C/B2B）という2つの視点から整理できる。



本 編

序章. 調査の概要

1. 調査の背景・目的

経済の成熟化に伴って、その成長は長期にわたる停滞が観測されている。経済構造の転換による活性化が叫ばれており、全国的に経済構造改革が進められている。こういった状況下、地域経済の対応はまだ十分ではないが、これまで支えてきたシステムを新しくする必要性が認識されてきたところである。

地域経済には、多様性の涵養、地域特性の発揮による市場経済性の強化、自律性の向上等が求められており、地域の優位性を活かして成長する企業・産業分野の存在が不可欠とされている。そこで、岐阜県においてこれらの産業を育成、支援していくための地域経済のあり方・環境整備について検討し、提言を行うことを目的とする。

調査内容

(1) 比較優位性のある産業分野・成長している産業分野の検討

現在の岐阜県において比較優位性があると考えられる産業分野、及び実際に成長がみられる産業分野について検討する。

(2) 地域経済環境下で企業が抱える具体的課題の抽出

岐阜県内の企業、及びこれを支える行政、金融、学術機関などから、岐阜県に立地することの有利・不利、経営環境、支援環境、経済環境等を聞き取り、地域経済が成長企業を支えていく上での課題・問題点などを具体的に抽出する。

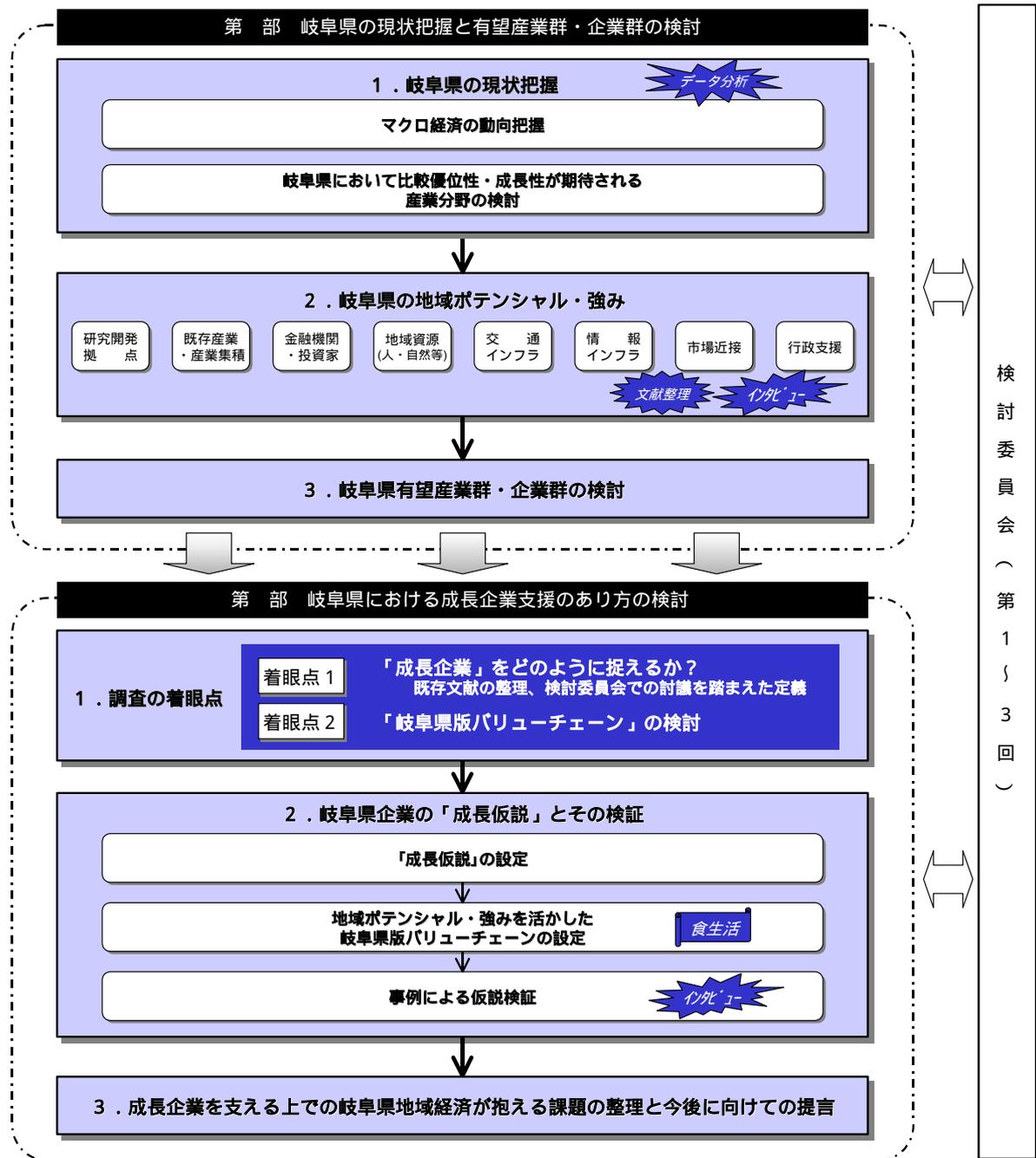
(3) 成長企業を支えていくための岐阜県地域経済のあり方の提言

有識者で構成される検討委員会において調査結果に検討を加え、岐阜県において成長企業を支えていくための望ましい経済環境のあり方や整備方針についてとりまとめる。

2. 調査方法・フロー

本調査のフローは、以下に示すとおりであり、仮説構築・検証型で調査を進める。

具体的には、データ分析・インタビュー・既存文献等により把握した岐阜県の現状を踏まえたうえで、岐阜県にどのような地域ポテンシャル・強みが存在するのかを整理し、これらを活かすような岐阜県企業の成長仮説を構築する。さらに、県内先進的企業等に対してインタビュー調査を実施することにより、その検証を行う。



3. 検討委員会

本調査では、調査結果に検討を加え、意見・提言を得ることを目的として、学識経験者・民間企業・支援機関などから構成される検討委員会を設置した。

「成長企業を支える上での地域経済の課題に関する調査」検討委員会 委員名簿

<座長>

間仁田 幸雄 岐阜経済大学 経営学部教授

<委員>

渡辺 伊津子 朝日大学 経営学部専任講師

中塚 進一 有限会社ナカハラ科学 取締役社長

平田 章 合資会社平田木工所

山田 邦夫 岐阜信用金庫 業務統括部調査広報グループ長

杉田 伸樹 財団法人岐阜県産業経済振興センター 理事長

繁田 栄司 財団法人岐阜県産業経済振興センター 産業振興部長

倉知 文彦 財団法人岐阜県産業経済振興センター 企業立地支援部長

佐藤 和弘 株式会社UFJ 総合研究所 研究開発第2部（名古屋） 部長

<オブザーバー>

大野木 邦與 財団法人岐阜県産業経済振興センター 企画研究部長

妹尾 康志 財団法人岐阜県産業経済振興センター 企画研究部 主任研究員

<事務局>

赤土 大介 株式会社UFJ 総合研究所 経済・社会政策部（東京） 研究員

近藤 智 株式会社UFJ 総合研究所 研究開発第2部（名古屋） 研究員

検討委員会開催経緯

第1回検討委員会開催 平成14年9月24日(火) 15:00~17:00

岐阜県県民ふれあい会館 402 小会議室

議題

- (1) 調査の概要、進め方について
- (2) 岐阜県経済の現状と課題について
- (3) 岐阜県において比較優位性及び成長性が期待される産業分野について

第2回検討委員会開催 平成14年11月13日(水) 15:00~17:00

岐阜県県民ふれあい会館 407 小会議室

議題

- (1) 第1回検討委員会における指摘ポイントへの対応について
- (2) 岐阜県版「創業モデル」「成長企業モデル」について

第3回検討委員会開催 平成14年12月19日(木) 15:00~17:00

岐阜県県民ふれあい会館 407 小会議室

議題

- (1) 岐阜県企業の成長仮説と検証について
- (2) 報告書の構成案及び今後に向けた提言について

第 部

岐阜県の現状把握と有望産業群・企業群の検討

I. 岐阜県の現状把握と有望産業群・企業群の検討

1. 岐阜県の現状把握

ここでは、統計データの整理を中心に、岐阜県におけるマクロ経済の動向を把握するとともに、岐阜県の製造業において比較優位性・成長性が期待される産業分野について検討する。

(1) マクロ経済の動向把握

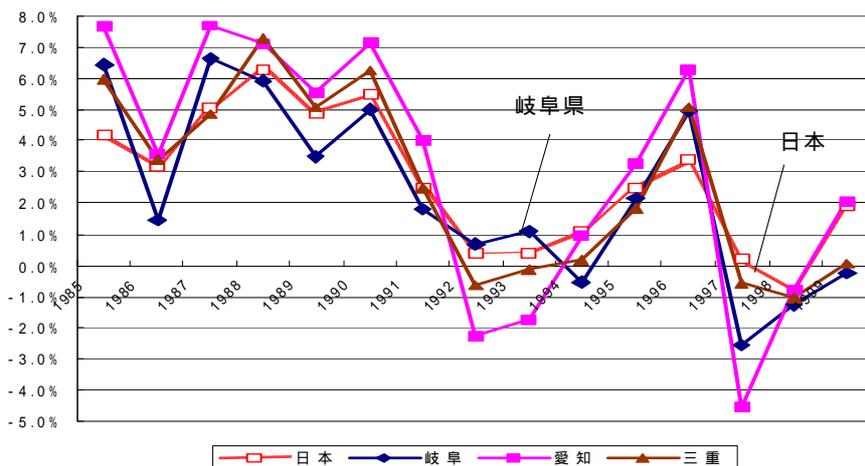
総論

a) 経済成長率

3年連続のマイナス成長

日本経済全体と同様に、岐阜県の経済成長率も 1990 年代から停滞している（図表 I-1）。特に、1997 年度以降の岐阜県の経済成長率は-2.6%、-1.3%、-0.2%とマイナスで推移しており、日本経済全体の成長率をさらに下回っている。1995 年度から 1999 年度の 5 年間で岐阜県の経済成長率が日本の経済成長率を上回ったのは、1996 年度の一度しかない。

図表 I-1 経済成長率



備考) 実質値、年度

資料) 内閣府「国民経済計算」、「県民経済計算」より(株)UFJ 総合研究所作成

製造業の低迷と第3次産業の伸び悩み

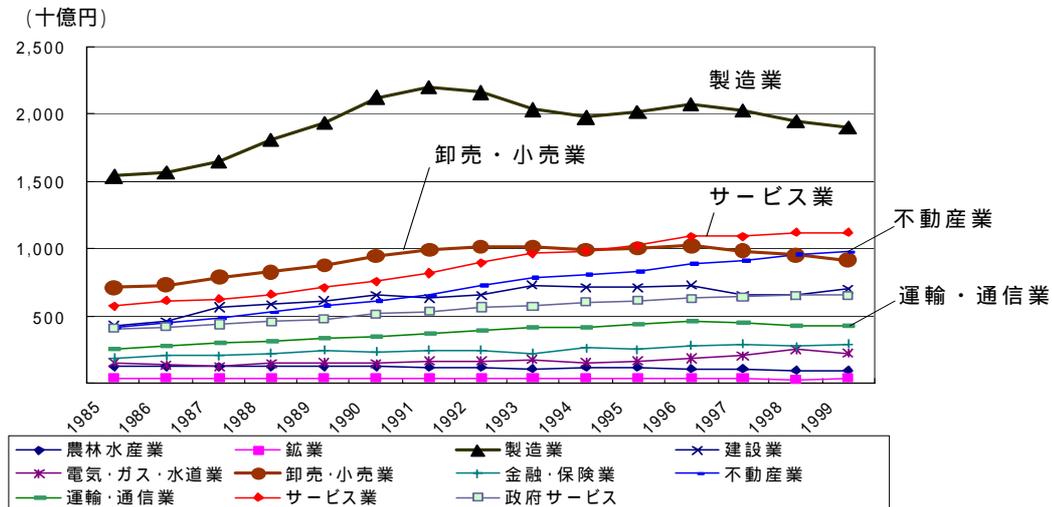
図表 I-2は、経済活動別に岐阜県の県内総生産の推移を示しているが、岐阜県経済のなかで大きなウェイトを占める製造業、卸売・小売業の低迷が目立つ。1996 年度から 1999 年度の 3 年間で、製造業、卸売・小売業ではそれぞれ-1,733 億円、-1,083 億円となっている。卸売・小売業は製造業に次ぐ下げ幅であるが、小売業は若干伸びており、減少しているのは卸売業である。

一方で、サービス業、不動産業などは概ね順調に成長し、サービス業は 1995 年度には卸売・小売業を上回っている。しかし、1996 年度から 1999 年度にかけてのサービス業、不動産業のプラスは 284 億円、874 億円であり、前述した製造業、卸売業のマイナスをカバーするほどには伸びていない。その結果、この 3 年間で県民総生産は-1,479 億円となっている。

次に、製造業に関して鉱工業生産指数の推移をみると（図表 I-3）、岐阜県の製造業は、三大都市圏の他の都道府県と比較しても、不調な部類に入っている。

以上から、近年の岐阜県経済停滞の背景にある重要な要素として、製造業の低迷が第一に挙げられる。さらに、これをサービス業など第3次産業の伸長が十分には補えなかったことが、第二の要素として挙げられる。

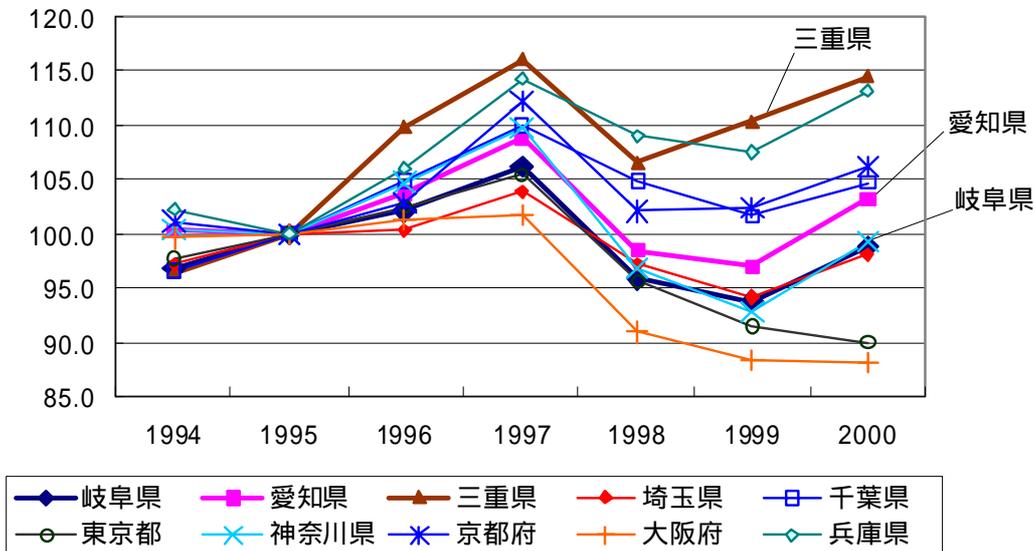
図表 I-2 経済活動別県内総生産（岐阜県）



備考) 名目値、年度

資料) 岐阜県「県民経済計算」より(株)UFJ 総合研究所作成

図表 I-3 都道府県別鉱工業生産指数



備考) 暦年

資料) 経済産業省「地域別鉱工業指数年報」より(株)UFJ 総合研究所作成

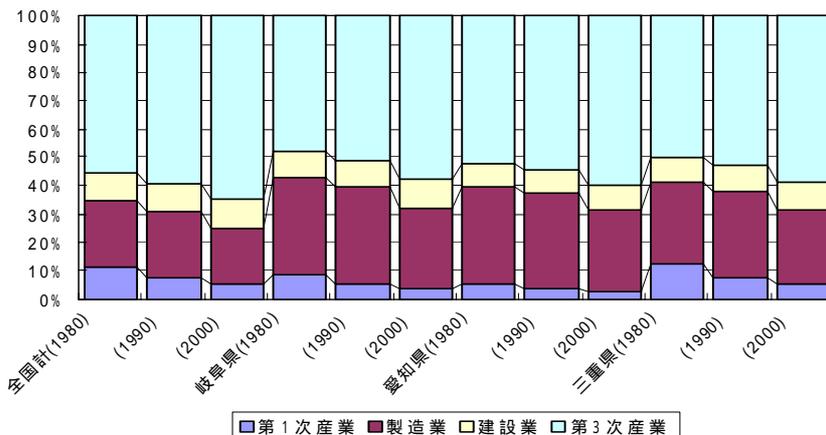
b) 産業構造

第2次産業のウェイトが高いが近年は第3次産業化が加速している

岐阜県全体の経済の特徴としては、第2次産業（製造業、建設業）のウェイトが高いことが挙げられ、2000年の産業別就業割合をみると、第1次産業、第2次産業、第3次産業はそれぞれ、8.8%、43.4%、47.8%となっている。ただし、製造業では、1990年代の10年間で

10%近く比率を落としている。

図表I-4 産業別就業者割合

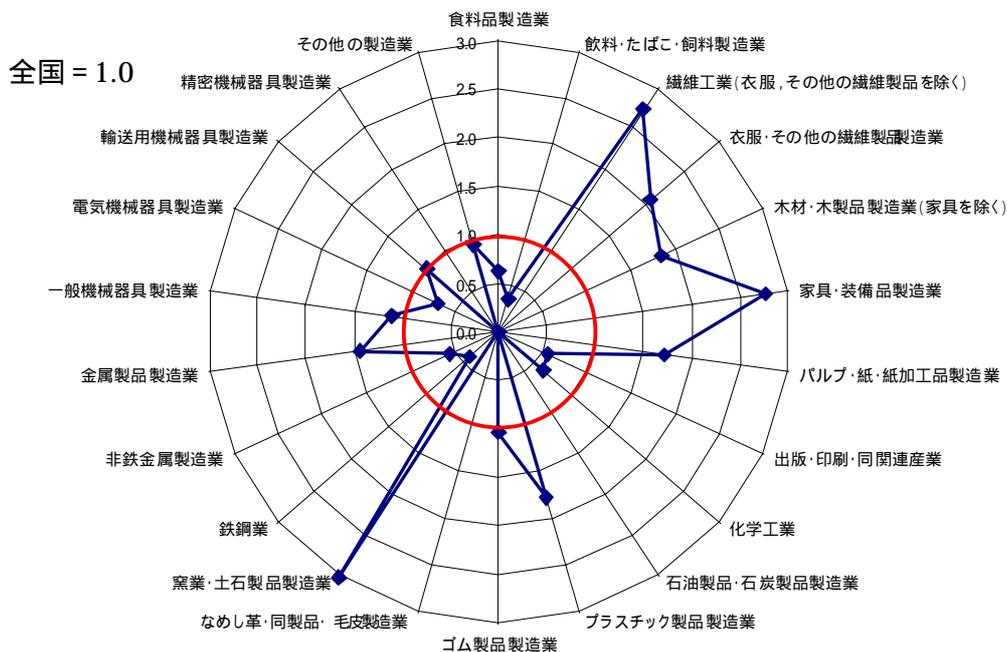


資料) 総務省「国勢調査報告」より(株)UFJ総合研究所作成

特徴的な地場産業

製造業のなかでは、窯業・土石製品、繊維、木材・木製品、家具・装備品、金属製品、プラスチック製品、紙・紙加工品といった地場産業の特化係数が高くなっている。

図表I-5 岐阜県の産業別特化状況(付加価値)



備考) データは2000年12月

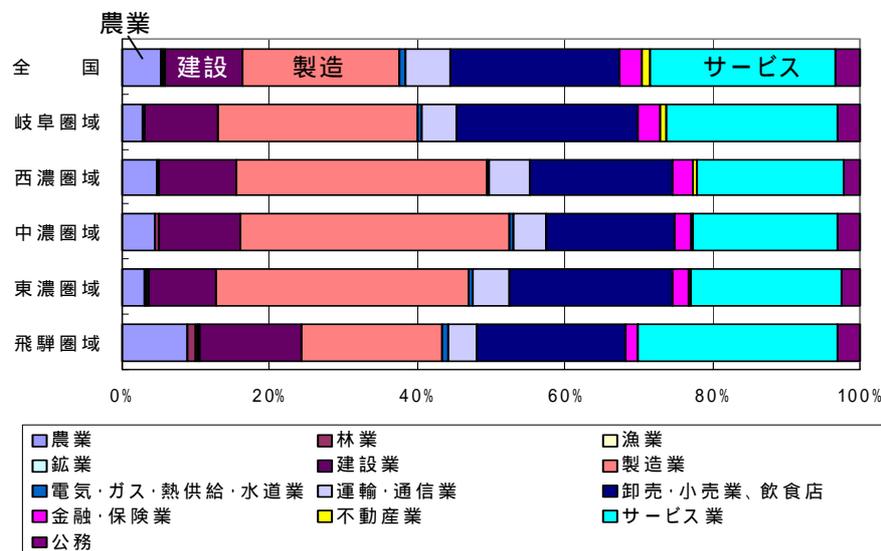
資料) 岐阜県「工業統計調査」より(株)UFJ総合研究所作成

圏域別特性

製造業の割合が大きいことは岐阜県全体の特徴であったが、これは岐阜、西濃、中濃、東濃の4圏域に関して当てはまる。特に西濃、中濃、東濃では製造業の割合が35%前後と、全国の21%と比べて非常に高い(図表I-6)。したがって、製造業の好不況はこれら4圏域の経済に大きな影響を与える。

一方で、飛騨圏域は他の4圏域と様相が異なる。飛騨圏域で最も割合が大きいのはサービス業(27%)であり、消費支出額、平均消費性向とも高い(図表I-7)。ただし、全国のサービス業は25%であり、全国と比べるとそれほど大きくはない。全国と比べてより特徴的な産業は農業(9%)と建設業(14%)で、いずれも全国平均を4ポイント上回っている。

図表I-6 産業別就業者割合(1995年)



資料) 総務省「国勢調査」より(株)UFJ総合研究所作成

図表I-7 各圏域における消費実態

項目	県平均	岐阜圏域	西濃圏域	中濃圏域	東濃圏域	飛騨圏域
消費支出(円)	314,648	314,991	319,041	312,062	299,768	343,018
年間収入(万円)	790	774	799	801	768	872
貯蓄現在高(万円)	1,778	1,880	1,717	1,902	1,497	1,754
負債現在高(万円)	515	457	517	521	531	748
実費貯蓄(万円)	1,263	1,423	1,200	1,381	966	1,006
実収入(円)	555,121	566,472	544,824	552,968	573,102	497,582
可処分所得(円)	457,722	466,440	457,231	454,418	466,000	412,733
消費支出(円)	336,341	341,695	339,323	328,426	330,901	337,533
黒字(円)	121,381	124,744	117,909	125,992	135,099	75,199
貯蓄純増(円)	54,500	70,377	43,226	43,143	51,609	44,199
平均消費性向(%)	73.5	73.3	74.2	72.3	71.0	81.8
平均貯蓄率(%)	11.9	15.1	9.5	9.5	11.1	10.7
年間収入(万円)	862	877	839	875	868	804
貯蓄現在高(万円)	1,529	1,657	1,367	1,692	1,287	1,384
負債現在高(万円)	545	530	608	546	571	416
実質貯蓄(万円)	984	1,127	759	1,146	716	968

備考) 岐阜県ホームページ(http://www.pref.gifu.jp/s11111/news/c_set.htm)より転載

資料) 岐阜県「平成13年岐阜県地域別消費実態調査結果」

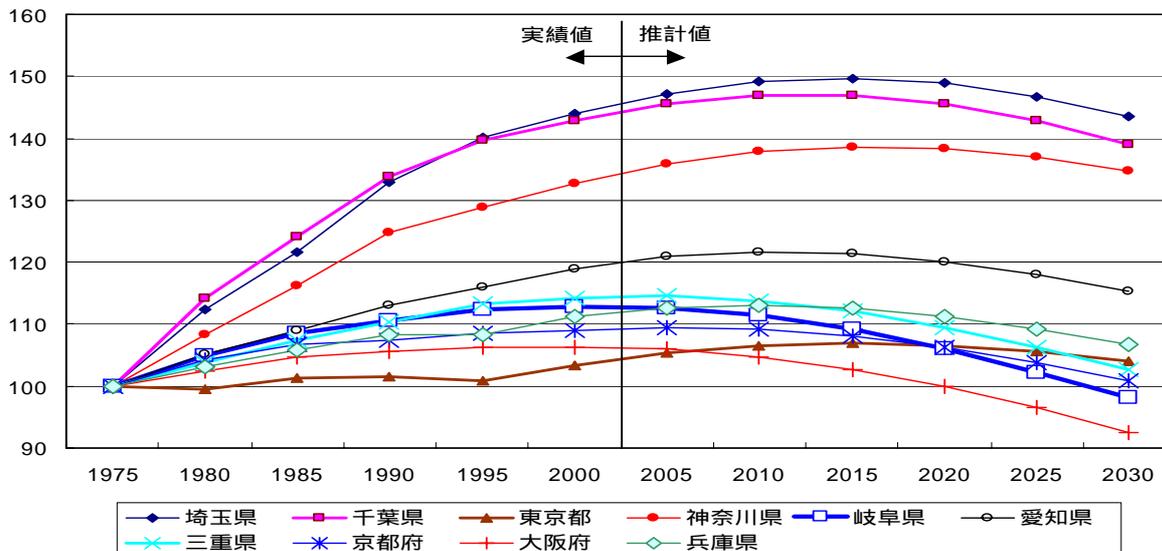
c) 人口・就業

人口は2000年をピークに年間1万人程度のペースで減少

1975年から2000年までの25年間で、岐阜県の人口は12.8%増加し、2,108千人に達した。一方、2000年から2030年までの30年間では13.1%減少し、1,831千人になると推計されている。減少率も拡大していくことが見込まれているが、平均すると年間1万人程度の減少スピードとなる。図表I-8に示すように、現時点では三大都市圏の他都府県の多くが人口増加局面にある中、岐阜県では既にピークを迎えており、比較的早い時期から人口減少局面

を迎えると予測されている。

図表I-8 人口推移 (1975年 = 100)

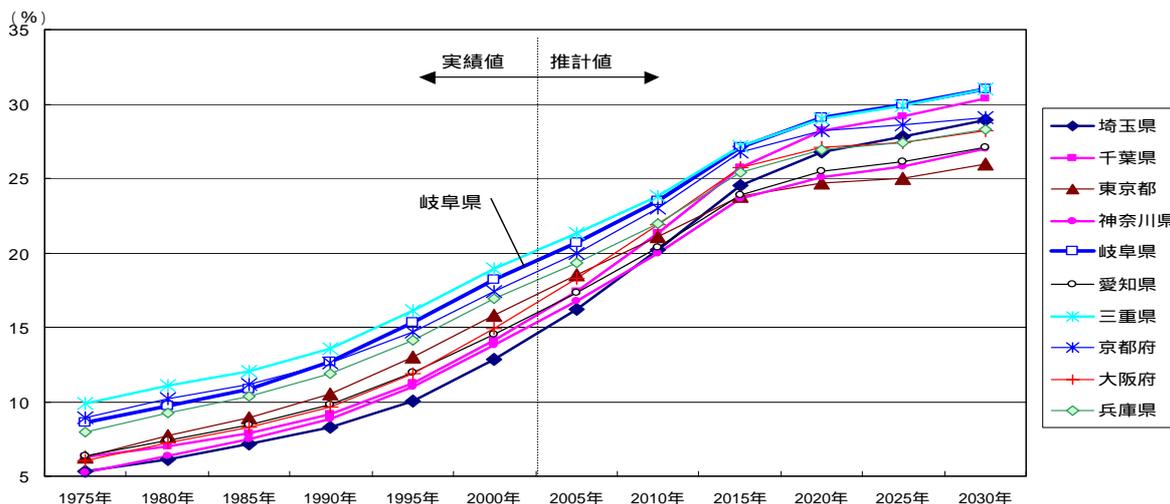


資料) 1975～2000：総務省「国勢調査報告」
 2005～2030：国立社会保障・人口問題研究所「都道府県別将来推計人口(平成14年3月推計)」
 より(株)UFJ総合研究所作成

老年人口割合は比較的高い

岐阜県の老年人口割合は1975年以降上昇しており、三大都市圏の他都府県と比べて高い水準にある。2005年以降についても、他都府県と同様、上昇することが見込まれており、2025年には30%に達すると予測されている。

図表I-9 老年人口割合



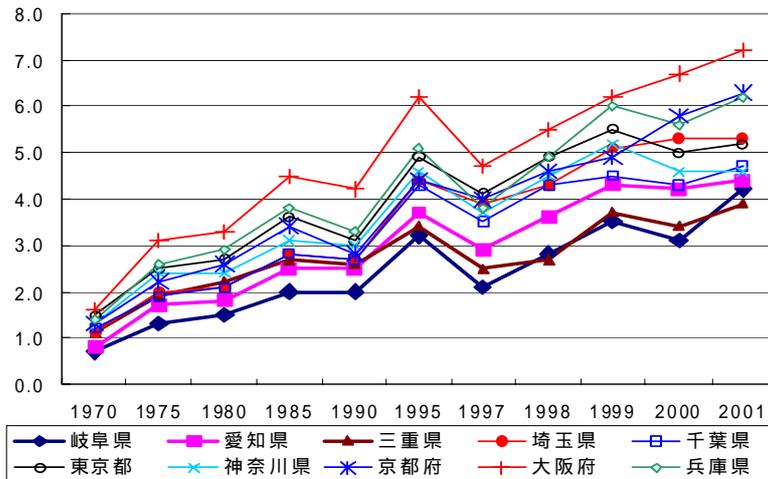
資料) 1975～2000：総務省「国勢調査報告」
 2005～2030：国立社会保障・人口問題研究所「都道府県別将来推計人口(平成14年3月推計)」
 より(株)UFJ総合研究所作成

失業率は比較的低いが上昇傾向にある

岐阜県の失業率は、三大都市圏の他都府県と比べて低い水準にある。しかし、日本経済の

低迷と軌を一にして、岐阜県の失業率も上昇傾向にある。

図表I-10 完全失業率



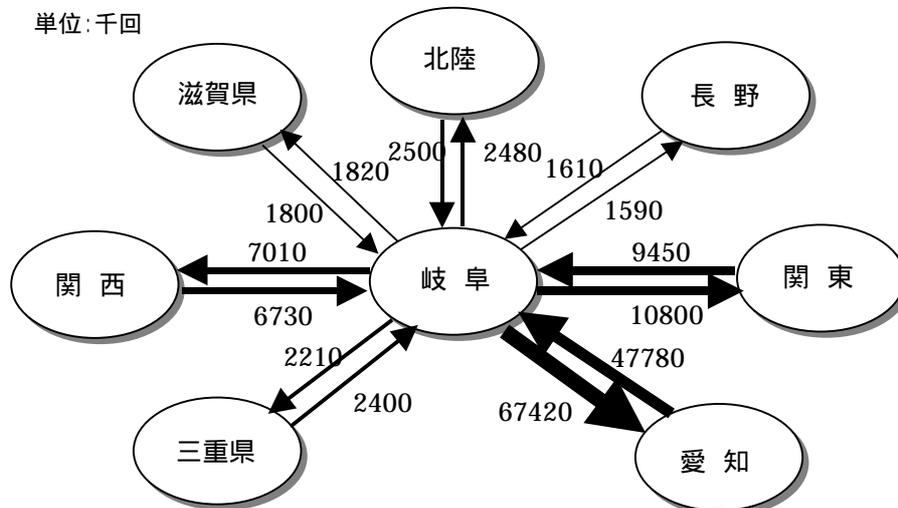
資料) 総務省「国勢調査報告」、厚生労働省「労働力調査参考資料」(1997年以降)より(株)UFJ総合研究所作成

d) 他地域とのつながり

愛知県とのつながりが強い

岐阜県と他地域との交流に関して、電話の都道府県間通信量をみると、岐阜県は愛知県とのつながりが非常に強い。

図表I-11 都道府県間通信量



備考1) 関東: 埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県 北陸: 富山県、石川県、福井県

備考2) データは1998年度、加入電話(事務用)

資料) (株)日本電信電話資料より(株)UFJ総合研究所作成

製造業

a) 業種別動向

出荷額、付加価値額の上位は機械関連（加工組立型）

付加価値額で見ると、上位は、電気機械器具、一般機械器具、窯業・土石製品、輸送用機械器具、金属製品、プラスチック製品、化学工業となっている。

また、窯業・土石製品、金属製品などの伝統的地場産業は、付加価値額の大きさからみても、現在なお岐阜県の主力産業である。

図表I-12 岐阜県の産業別付加価値額



備考) データは2000年12月

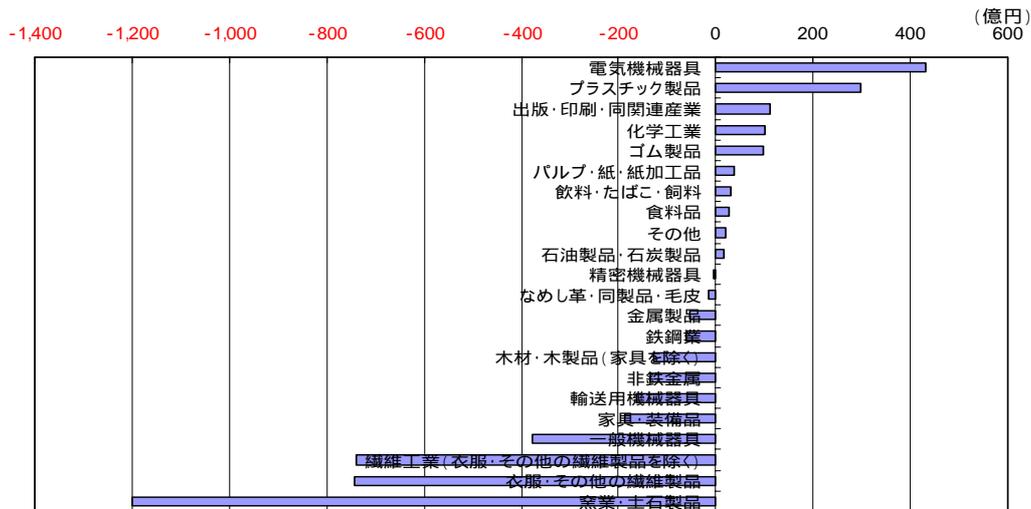
資料) 岐阜県「工業統計調査」より(株)UFJ総合研究所作成

繊維工業などの急激な減少

岐阜県の製造業の年間付加価値額は、1990年から2000年にかけて2,630億円減少(11.5%減)している。これを業種別にみると(図表I-13)、中分類22業種のうち電気機械器具(431億円)、プラスチック製品(299億円)など10業種がプラスであり、繊維工業(衣服を合わせて-1,484億円)、窯業・土石製品(-1,201億円)など残り12業種がマイナスである。

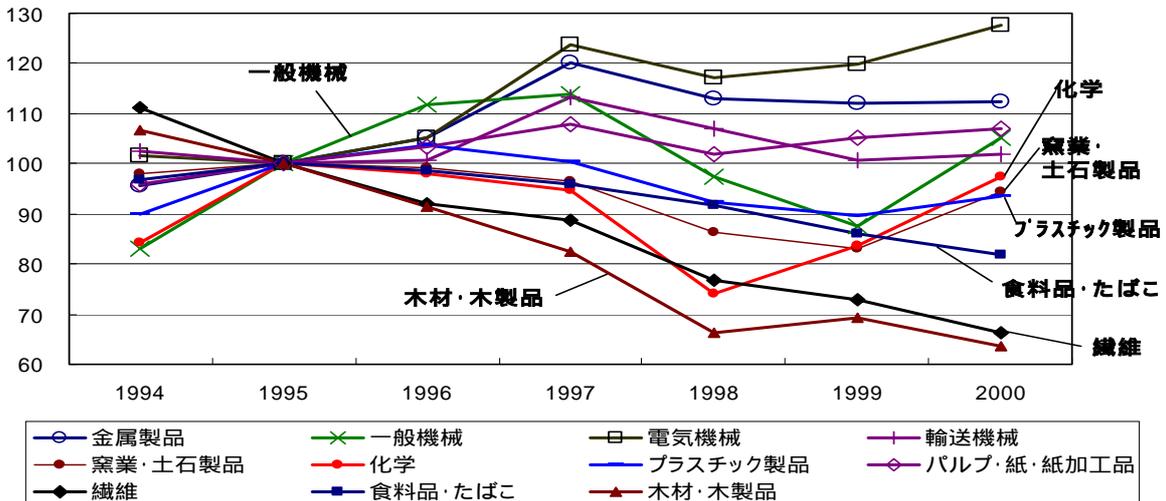
次に、1990年代後半からの動きを鉱工業生産指数(1995年=100)で見ると(図表I-14)、2000年時点で指数が100を大きく超える業種もあるが、半分は100を切っている。2000年時点で指数が100以下の業種のうち、化学、窯業・土石製品、プラスチック製品については、落ち込んだ時期があった後、やや回復の兆しも見せている。しかし、繊維、木材・木製品、食料品などは現在でもほぼ一貫して低下傾向にあり、特に繊維、木材・木製品の落ち込みは急である。繊維、木材・木製品などは短期的にも中長期的にも落ち込みが激しく、これら業種は近年の岐阜県経済に特に大きな影響を与えていると考えられる。

図表I-13 業種別付加価値額の増減（2000年の付加価値額 - 1990年の付加価値額）（岐阜県）



備考) 暦年
資料) 岐阜県「工業統計調査」より(株)UFJ 総合研究所作成

図表I-14 主要業種の鉱工業生産指数（岐阜県）



備考) 暦年
資料) 岐阜県「鉱工業生産指数」より(株)UFJ 総合研究所作成

細分類ベースでの分析

図表I-15は、細分類ベースで付加価値額が増加した業種を示している。

中分類で増加が目立つ業種についてさらに細分類でみると、具体的な最終財のイメージが見えてくる。例えば、輸送用機械器具の自動車・同付属品、プラスチック製品の工業用プラスチック製品、プラスチック成形材料などは、自動車関連であり、電気機械器具の電子部品・デバイス、電子計算機・同付属装置などはIT関連機器である。また、これらの伸びには及ばないものの、健康や医療への需要の高まりを背景として、化学工業の医療品（医薬品）も大きく増加しているほか、食料品製造業の畜産食料品、調味料なども増加している。

一方で、中分類では減少している業種のなかにも、細分類でみると増加しているものもある。衣服・その他の繊維製品では、毛皮製衣服・身の回り品が伸びている。

図表I-15 付加価値額増加業種（細分類ベース）

区分	業種名(中分類:2桁コード、細分類:3桁コード)	増加率	寄与度	寄与率	2000年	1989年	差額
12	食料品	13.3%	13.3%	100.0%	10,361,217	9,142,541	1,218,676
121	畜産食料品	27.0%	5.6%	41.7%	2,392,755	1,884,526	508,229
123	野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品	36.6%	2.2%	16.8%	762,365	557,949	204,416
124	調味料	53.4%	2.1%	15.5%	541,255	352,797	188,458
129	その他の食料品	46.5%	11.1%	82.9%	3,185,389	2,174,507	1,010,882
13	飲料・たばこ・飲料	19.1%	19.1%	100.0%	2,174,158	1,824,960	349,198
131	清涼飲料	43.4%	14.5%	75.5%	871,261	607,477	263,784
133	茶・コーヒー	42.7%	2.6%	13.7%	160,352	112,377	47,975
134	製氷業	466.5%	0.9%	4.5%	19,277	3,403	15,874
14	繊維工業(衣服・その他の繊維製品を除く)	-46.3%	-46.3%	100.0%	6,837,462	12,722,061	-5,884,599
148	レース・繊維雑品	27.8%	0.1%	-0.3%	68,568	53,654	14,914
15	衣服・その他の繊維製品	-50.8%	-50.8%	100.0%	6,518,099	13,245,962	-6,727,863
154	毛皮製衣服・身の回り品	453.9%	1.1%	-2.1%	173,920	31,399	142,521
17	家具・装備品	-15.5%	-15.5%	100.0%	6,533,856	7,728,022	-1,194,166
173	建具	11.2%	1.9%	-12.2%	1,450,018	1,304,378	145,640
179	その他の家具・装備品	7.3%	0.7%	-4.8%	845,008	787,354	57,654
18	パルプ・紙・紙加工品	9.6%	9.6%	100.0%	9,240,807	8,434,174	806,633
185	紙製容器	22.9%	5.5%	58.0%	2,506,961	2,039,141	467,820
19	出版・印刷・同関連産業	25.8%	25.8%	100.0%	6,801,093	5,407,704	1,393,389
192	出版業	36.9%	5.5%	21.4%	1,105,013	807,038	297,975
193	印刷業(謄写印刷業を除く)	18.6%	12.2%	47.5%	4,214,911	3,553,625	661,286
194	製版業	25.2%	1.5%	5.9%	408,721	326,554	82,167
195	製本業	89.8%	3.1%	12.0%	354,190	186,589	167,601
20	化学工業	12.1%	12.1%	100.0%	12,675,266	11,304,634	1,370,632
205	油脂加工製品・石けん・合成洗剤・界面活性剤・塗料	140.7%	2.6%	21.6%	507,447	210,799	296,648
206	医療品	9.9%	7.5%	61.7%	9,404,013	8,558,085	845,928
21	石油製品・石炭製品	121.0%	121.0%	100.0%	416,525	188,439	228,086
215	舗装材料	110.4%	110.3%	91.1%	396,018	188,254	207,764
22	プラスチック製品	27.7%	27.7%	100.0%	13,870,619	10,861,094	3,009,525
221	プラスチック板・棒・管・継手・異形押出製品	53.9%	3.0%	10.9%	940,972	611,496	329,476
222	プラスチックフィルム・シート・床材・合成皮革	3.9%	1.2%	4.5%	3,566,766	3,432,080	134,686
223	工業用プラスチック製品	80.3%	18.2%	65.8%	4,446,060	2,466,424	1,979,636
224	発泡・強化プラスチック製品	13.5%	1.6%	5.9%	1,503,345	1,325,031	178,314
225	プラスチック成形材料	53.1%	2.3%	8.4%	729,521	476,521	253,000
229	その他のプラスチック製品	7.4%	1.7%	6.1%	2,683,955	2,499,542	184,413
25	窯業・土石製品	-31.0%	-31.0%	100.0%	23,717,844	34,384,454	-10,666,610
256	炭素・黒鉛製品	27.0%	0.1%	-0.4%	223,515	175,985	47,530
26	鉄鋼業	5.4%	5.4%	100.0%	3,110,346	2,951,602	158,744
264	製鋼を行わない鋼材	35.0%	7.5%	139.0%	851,967	631,295	220,672
269	その他の製鋼業	136.7%	12.5%	231.5%	636,393	268,875	367,518
27	非鉄金属	-27.5%	-27.5%	100.0%	1,890,346	2,605,782	-715,436
273	非鉄金属・同合金圧延業(抽伸・押し出しを含む)	16.3%	4.0%	-14.7%	749,560	644,641	104,919
28	金属製品	8.5%	8.5%	100.0%	18,292,135	16,864,701	1,427,434
284	建設用・建築用金属製品(製缶板金業を含む)	4.7%	1.5%	17.2%	5,506,611	5,261,005	245,606
285	金属素形材製品	48.3%	6.8%	80.9%	3,542,894	2,388,534	1,154,360
288	ボトル・ナット・リベット・小ねじ・木ねじ等	68.5%	6.7%	78.7%	2,761,515	1,638,769	1,122,746
29	一般機械器具	4.2%	4.2%	100.0%	23,849,397	22,886,728	962,669
292	農業用機械(農業用器具を除く)	17.3%	0.2%	3.9%	251,338	214,230	37,108
294	金属加工機械	36.5%	7.3%	172.4%	6,210,330	4,551,022	1,659,308
298	事務用サービス用・民生用機械器具	150.1%	6.2%	147.5%	2,366,316	946,136	1,420,180
299	その他の機械・同部分	20.3%	5.9%	140.0%	7,985,120	6,637,638	1,347,482
30	電気機械器具	25.7%	25.7%	100.0%	24,743,525	19,686,521	5,057,004
301	発電用・送電用・配電用・産業用電気機械器具	17.4%	4.4%	17.0%	5,797,540	4,939,275	858,265
305	電子計算機・同附属装置	170.0%	1.3%	5.1%	407,546	150,948	256,598
306	電子応用装置	22.1%	1.8%	6.9%	1,934,013	1,583,682	350,331
307	電子計測器	268.3%	0.1%	0.6%	39,687	10,775	28,912
308	電子部品・デバイス	50.5%	15.7%	61.1%	9,196,165	6,108,395	3,087,770
309	その他の電気機械器具	1601.8%	14.5%	56.3%	3,024,313	177,709	2,846,604
31	輸送用機械器具	15.9%	15.9%	100.0%	20,843,071	17,985,812	2,857,259
311	自動車・同付属品	27.4%	18.3%	115.5%	15,359,010	12,059,463	3,299,547
313	自動車・同部品	26.5%	0.5%	3.0%	414,183	327,336	86,847
314	船舶製造・修理業・船用機関	3.5%	0.0%	0.0%	25,959	25,081	878
319	その他の輸送用機械器具	74.5%	0.8%	5.3%	352,832	202,247	150,585
32	精密機械器具	-17.6%	-17.6%	100.0%	904,334	1,096,889	-192,555
321	計量器・測定器・分析機器・試験機	219.2%	26.6%	-151.7%	425,311	133,236	292,075
323	医療用器械器具・医療用品	27.1%	5.5%	-31.3%	282,607	222,355	60,252
34	その他の製造業	10.6%	10.6%	100.0%	3,493,342	3,158,372	334,970
343	がん具・運動用具	37.2%	15.3%	144.2%	1,782,141	1,299,213	482,928
349	他に分類されないその他の製造業	14.3%	3.5%	32.8%	879,269	769,250	110,019

備考) 単位: 万円

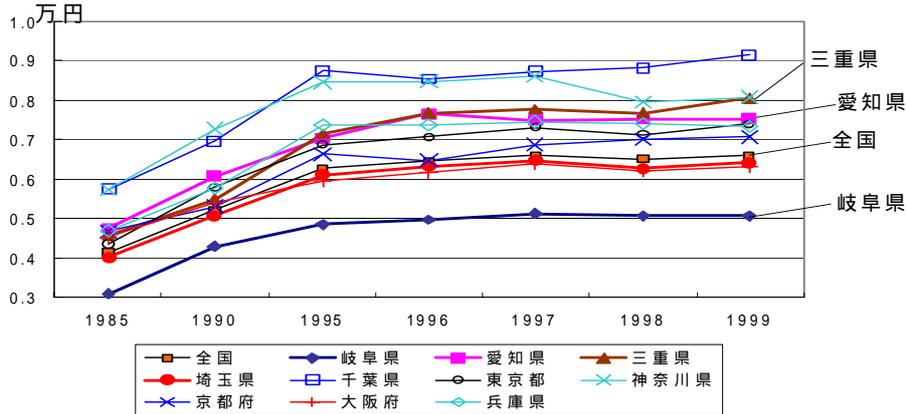
資料) 岐阜県「工業統計調査」より(株)UFJ 総合研究所作成

b) 労働生産性

岐阜県の製造業の生産性は三大都市圏において低い水準にある

岐阜県の製造業の労働生産性をみると、三大都市圏の他都府県と比べてかなり低い水準にある。

図表I-16 製造業の労働生産性

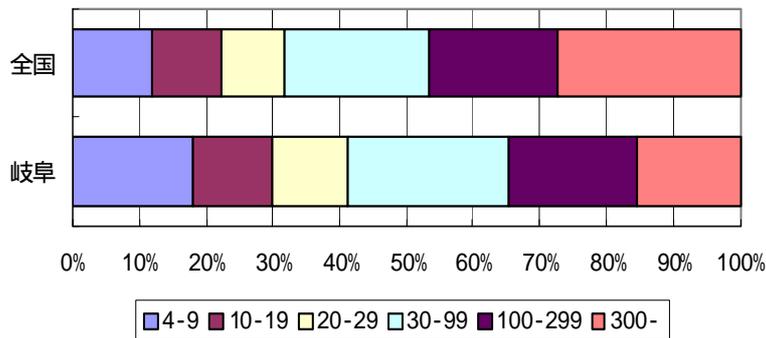


備考) 労働生産性：付加価値額 / (従業員数 × 常用労働者 1 人平均月間総実労働時間数 × 12)
 資料) 岐阜県「工業統計調査」、同「毎月勤労統計調査」より(株)UFJ 総合研究所作成

岐阜県の製造業では小規模事業所で働く従業員の割合が高い

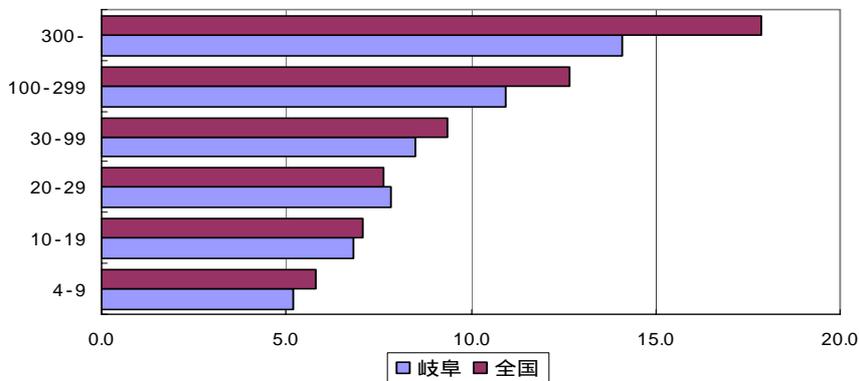
岐阜県の製造業においては、4～9人の事業所で働く従業員が全体の2割近くを占めるなど、小規模事業所で働く従業員の割合が高い(図表 I-17)。一般的に、小規模事業所ほど生産性は低いため(図表 I-18)、全体として生産性が低くなる一因となっている。

図表I-17 規模別従業員数の割合 (1999年)



備考) 暦年
 資料) 岐阜県「工業統計調査」、同「毎月勤労統計調査」より(株)UFJ 総合研究所作成

図表I-18 事業所規模別の 1 人当たり付加価値額 (1999年)



備考) 暦年
 資料) 岐阜県「工業統計調査」、同「毎月勤労統計調査」より(株)UFJ 総合研究所作成

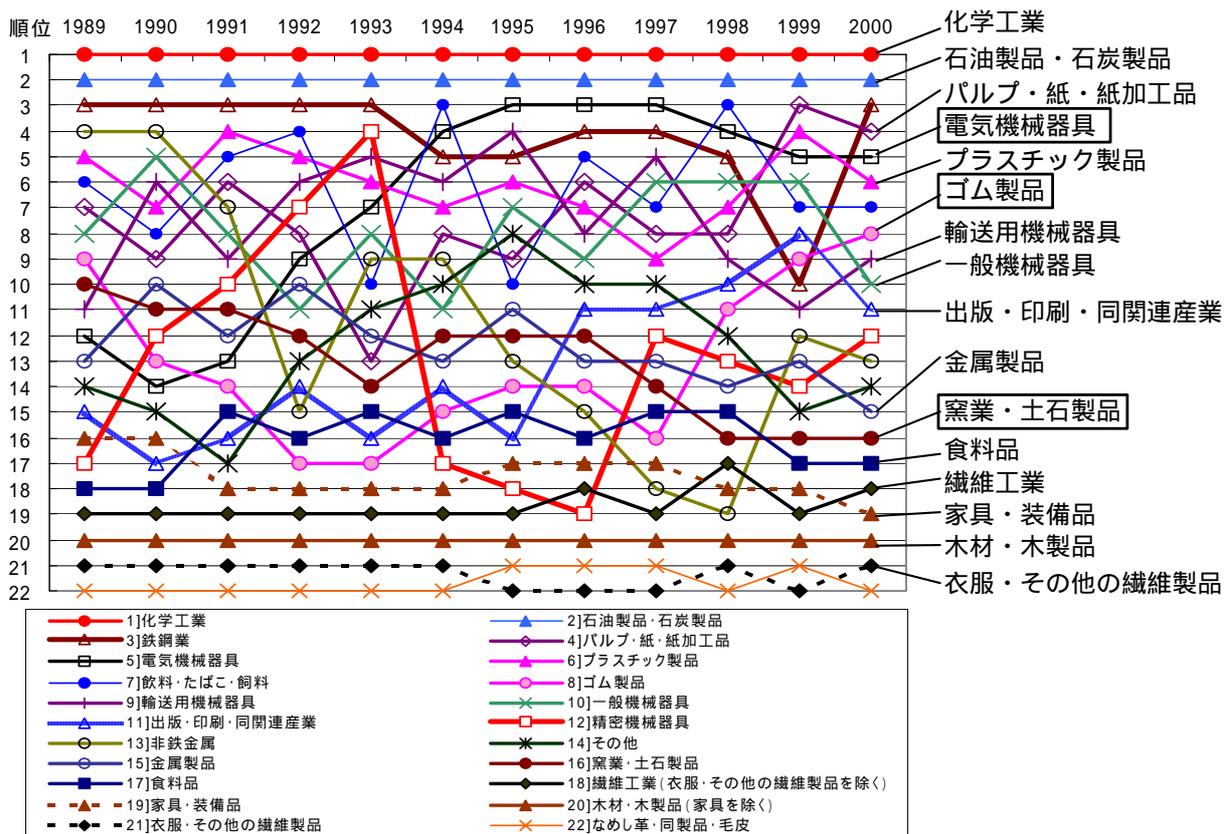
低迷業種の生産性は一貫して低い

図表 I-19は、岐阜県の製造業における労働生産性順位の推移を示している。これによると、化学、石油製品・石炭製品は、1990年代を通じて相対的に高い生産性を維持していた。その結果、両業種は規模が拡大し、付加価値額も着実に増加している。石油製品・石炭製品は現在でも小規模であるが（図表 I-20）、化学工業については、1990年から2000年までの10年間で付加価値額が増加し（p12・図表 I-13）、2000年時点では岐阜県の製造業のなかでプラスチック製品に次いで7位となっている。

また、これら高い生産性を維持する業種は、需要の変動などにより付加価値額が一時的に落ち込むことがあってもやがて回復する可能性があることを図表 I-14(p12)は示している。これに対して、繊維工業、衣服・その他の繊維製品、木材・木製品、家具・装備品、食料品などは、岐阜県の製造業のなかでは一貫して生産性が低い。これら5業種は、図表 I-14(p12)でみたとおり低迷が続いているが、その背景として、他業種と比べた場合における生産性の低さが挙げられる。

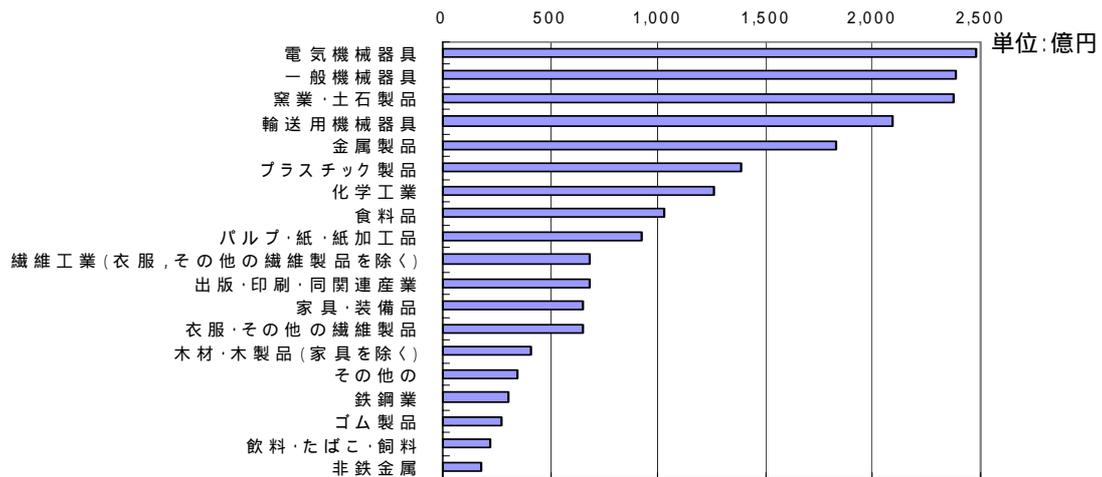
なお、1990年代に相対的に生産性を改善させたのは、電気機械器具、出版・印刷・同関連産業などである。反対に窯業・土石製品、金属製品などは徐々に生産性の順位を下げている。

図表 I-19 製造業の労働生産性順位（岐阜県）



備考) 労働生産性: 付加価値額 / (従業員数 × 常用労働者 1 人平均月間総実労働時間数 × 12)
 ただし、石油製品・石炭製品、ゴム製品、なめし革・同製品・毛皮、非鉄金属、その他の労働時間は、製造業平均値を使用。
 資料) 岐阜県「工業統計調査」、同「毎月勤労統計調査」より(株)UFJ 総合研究所作成

図表 I-20 岐阜県の産業別付加価値額



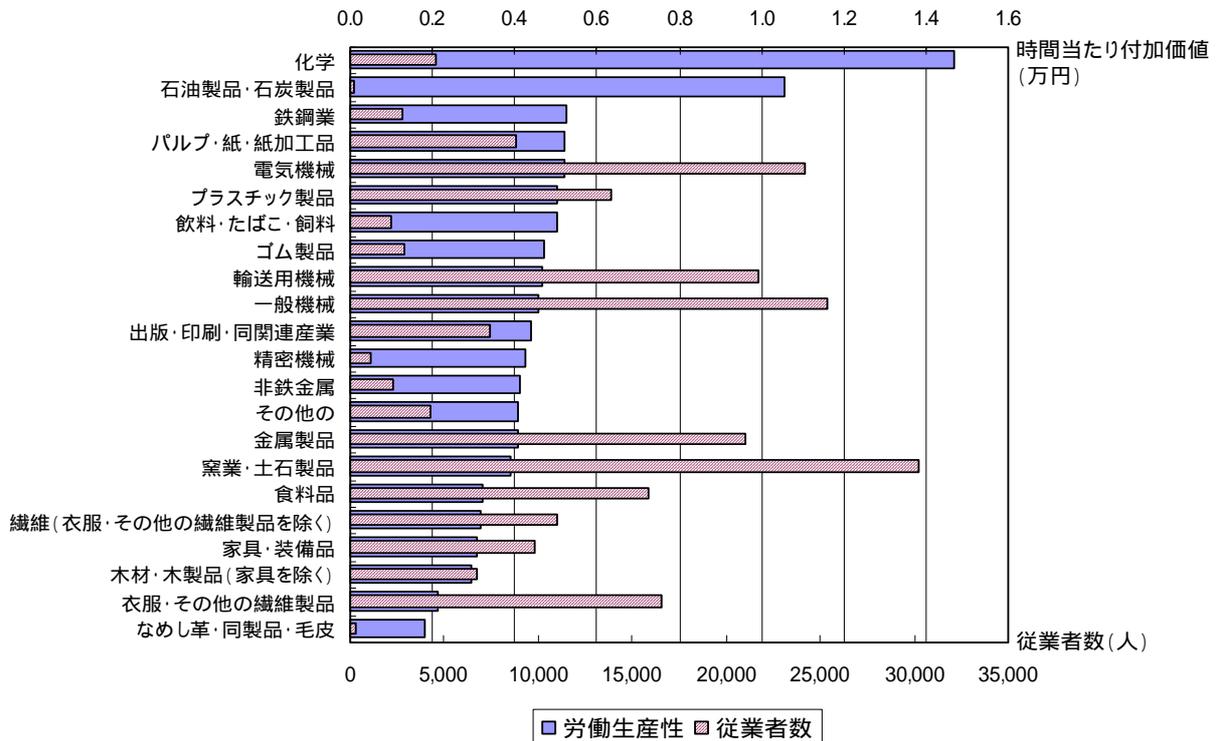
備考) データは 2000 年 12 月

資料) 岐阜県「工業統計調査」より(株)UFJ 総合研究所作成

岐阜県では生産性の低い製造業種で働く従業者が多い

岐阜県の製造業においては、生産性が相対的に低い業種で働く従業者数が多い(図表 I-21)。このことも、岐阜県の製造業の生産性が全体として低い一因と考えられる。

図表 I-21 業種別労働生産性と従業者数 (2000年)



備考) 暦年

資料) 岐阜県「工業統計調査」、同「毎月勤労統計調査」より(株)UFJ 総合研究所作成

高付加価値業種で全国と比べて生産性が低い

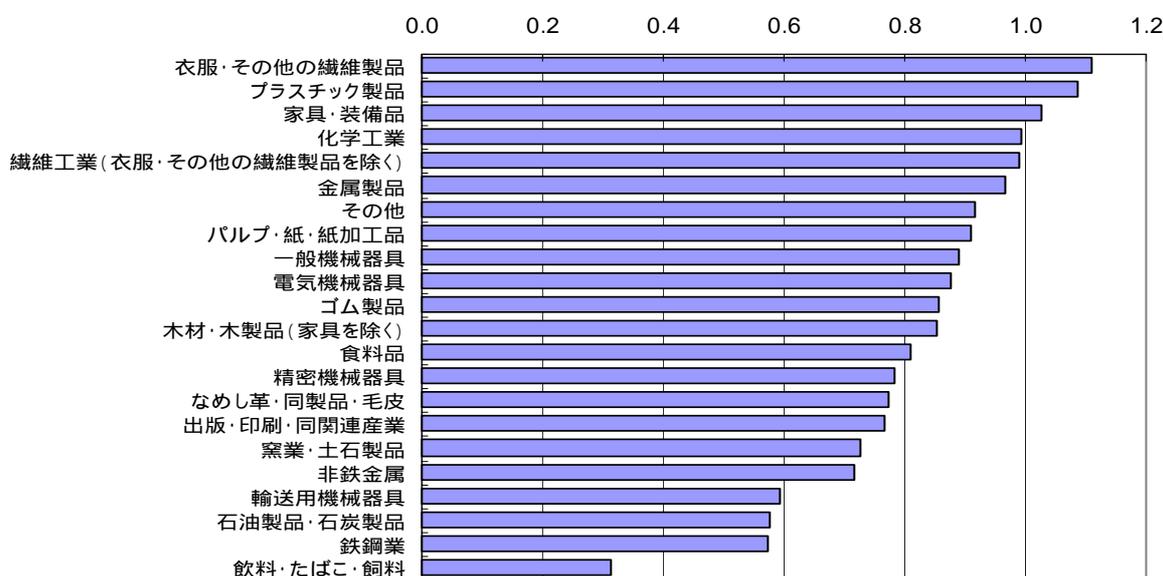
図表 I-22は、各製造業種の全国における 1 人当たり付加価値額を 1.0 とした場合の、岐阜

県の各製造業種の1人当たり付加価値額を示している。

これをみると、全国よりも生産性が高い業種は、衣服・その他の繊維製品、プラスチック製品、家具・装備品の3つしかない。次いで化学工業、繊維工業（衣服・その他を除く）、金属製品、パルプ・紙・紙加工品と続いている。

このように、岐阜県の繊維工業（衣服・その他を除く）、家具・装備品など地場産業では、全国と同産業よりも優秀な企業が多いことを示している。しかし、これらの業種は、他業種と比べると、生産性が低く、全体のパイが縮小傾向にある。その一方で、電気機械器具、輸送用機械器具など、図表 I-21 の上位にある業種では、全国と比べると生産性は総じて低い。このように高付加価値業種で全国と比べて生産性が低いことも、岐阜県の製造業の生産性が比較的低い水準で推移していることの一因になっている。

図表 I-22 1人当たり付加価値額の対全国比（1999年）



備考) 岐阜県の1人当たり付加価値額 / 全国の1人当たり付加価値額

資料) 岐阜県「工業統計調査」、経済産業省「工業統計表」より(株)UFJ 総合研究所作成

生産性を改善させた業種では付加価値額が増加傾向

図表 I-23 は、岐阜県の製造業の付加価値額と従業者数に関して、1990年の各値を1.0とした場合における2000年のそれぞれの指数値を散布図で表しており、4つの業種グループに分けることができる。

最初に、付加価値額が業種平均以上に伸びた業種をみる（図の0.95縦線の右側）。ゴム製品をはじめ石油製品・石炭製品、プラスチック製品など（図中【A】）は、生産性の大きな改善を背景として、付加価値額、従業者数ともに増加している。次に、電気機械器具、パルプ・紙・紙加工品など（図中【B】）も生産性を改善しており、付加価値額は成長している。ただし、これら業種では従業者数は減っており、人員調整などいわゆるストラ型の生産性改善といえる。

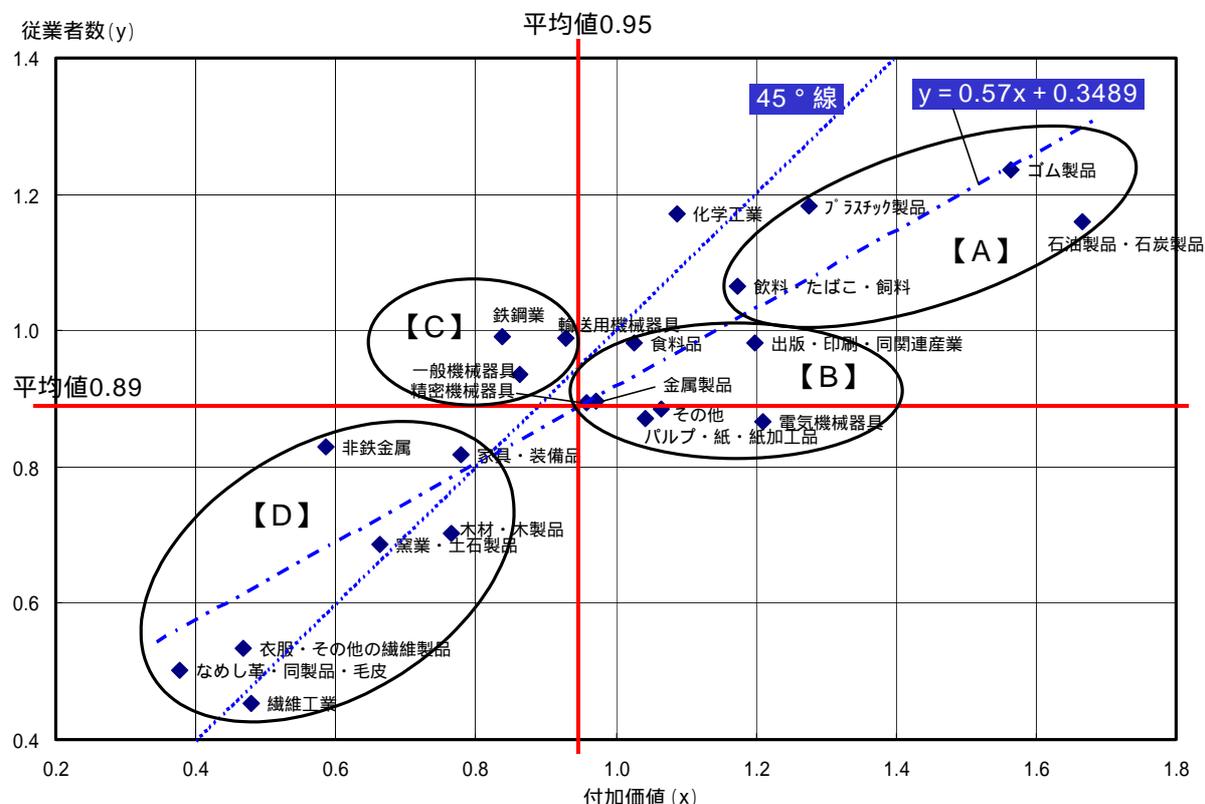
一方で、付加価値額が減少している業種をみると（図の左側）、一般機械器具、輸送機械器具など（図中【C】）は、付加価値額、従業者数ともに若干減少している。また、繊維工業、窯業・土石製品、木材・木製品など（図中【D】）は、付加価値額、従業者数ともに大

きく減少している。これら業種では生産性の改善がなく、産業が停滞ないし縮小傾向にあることを示している。

以上に関して、以下の2点を指摘することができる。

- 第一に、付加価値額が相対的に伸びている業種は、図の45°線右側にあり、ほぼ確実に1人当たり付加価値額（生産性）が改善している。付加価値額が増加する業種を成長業種と捉えるならば、その必要条件のひとつとして、生産性の改善が挙げられると考えられる。
- 第二に、視点を変えて図を付加価値額と従業者数の関係からみると、付加価値額が増加すると従業者数は増加する関係がみられる¹。したがって、製造業における雇用の増加といった観点からは、生産性の改善に加えて付加価値額が大きく増加する拡大型の成長業種が県内に存在する必要がある。

図表I-23 製造業の付加価値と従業者数の変化（2000年における対1990年指数）（岐阜県）



備考) 図において付加価値額の0.95の線及び従業者数の0.89の線は、それぞれの平均値を示している。また、図中の45°線は、付加価値額の伸びと従業者数の伸びが一致する点の集合であり、これより右側は従業者1人当たりの付加価値額（概ね労働生産性）が改善された業種、左側は逆に低下した業種に分けられる。

資料) 岐阜県「工業統計調査」、同「毎月勤労統計調査」より(株)UFJ総合研究所作成

労働生産性の低さを反映して賃金は低い

岐阜県の製造業の労働生産性は全国平均と比べてもかなり低い(p14・図表I-16)が、生産性の低さを反映して、岐阜県の製造業従事者の賃金も比較的低くなっている。

¹ 従業者数を y、付加価値を x とすると、 $y = 0.57 \cdot x + 0.3489$ ($R^2 = 0.7593$)

図表I-24 岐阜県の製造業の平均賃金

単位:千円		1998年		1999年		2000年	
全国		408		399		407	
名古屋圏	岐阜県	351	(10)	368	(10)	371	(10)
	(対全国比)	0.86		0.92		0.91	
	愛知県	434	(4)	430	(4)	430	(4)
	三重県	372	(9)	407	(5)	414	(6)
東京圏	埼玉県	377	(8)	368	(9)	382	(9)
	千葉県	402	(7)	391	(8)	404	(8)
	東京都	554	(1)	522	(1)	536	(1)
	神奈川県	475	(2)	461	(2)	469	(2)
大阪圏	京都府	410	(5)	395	(7)	405	(7)
	大阪府	448	(3)	444	(3)	449	(3)
	兵庫県	409	(6)	402	(6)	421	(5)

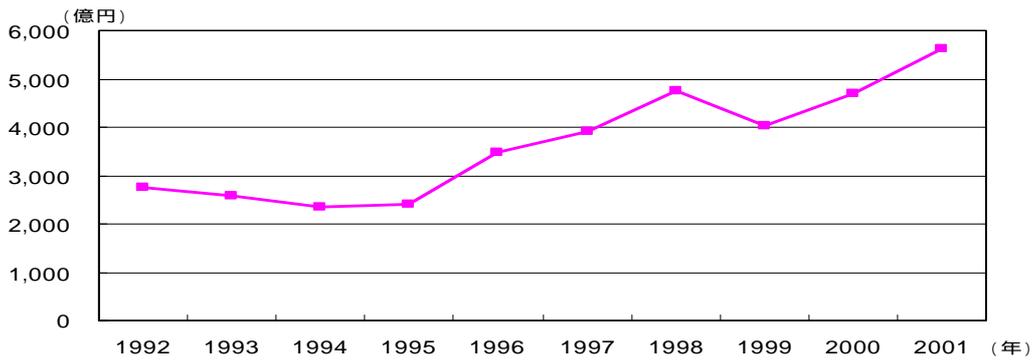
備考1) データは1人平均月額現金給与額、暦年、事業規模30人以上
 備考2) カッコ内の数値は、三大都市圏(10都府県)中の順位
 資料) 厚生労働省「労働統計年報」より(株)UFJ総合研究所作成

c) 輸出入状況

輸出額は近年再び増加している

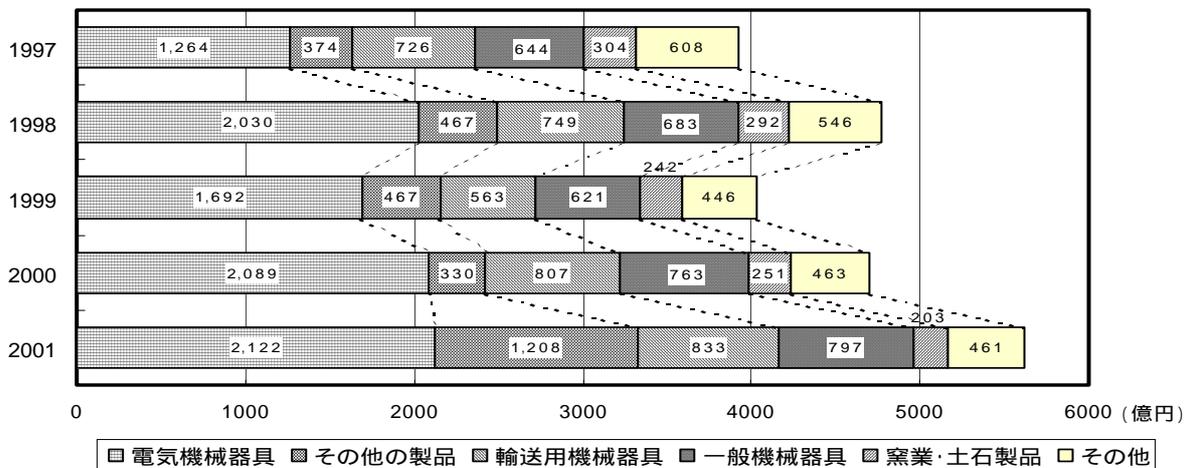
岐阜県の輸出額は近年再び増加しているが(図表I-25)、3分の1強は電気機械器具である(図表I-26)。圏域別では、機械関係(電気機械器具、一般機械器具、輸送用機械器具)が多い²中濃圏域が3分の2を占める(図表I-27)。

図表I-25 輸出額(岐阜県)



資料) 岐阜県「平成13年岐阜県輸出関係調査結果」より(株)UFJ総合研究所作成

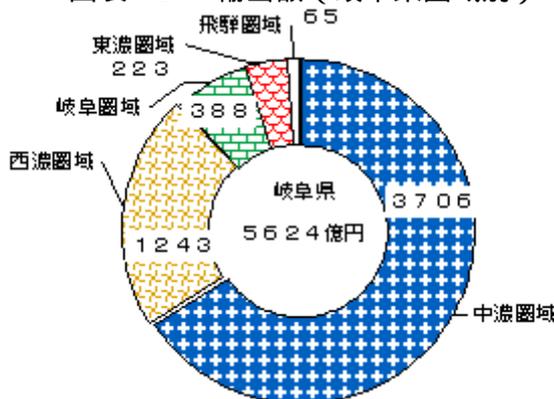
図表I-26 製品別輸出額(岐阜県)



資料) 岐阜県「平成13年岐阜県輸出関係調査結果」

² p23・図表I-31参照

図表I-27 輸出額（岐阜県圏域別）



資料) 岐阜県「平成 13 年岐阜県輸出関係調査結果」

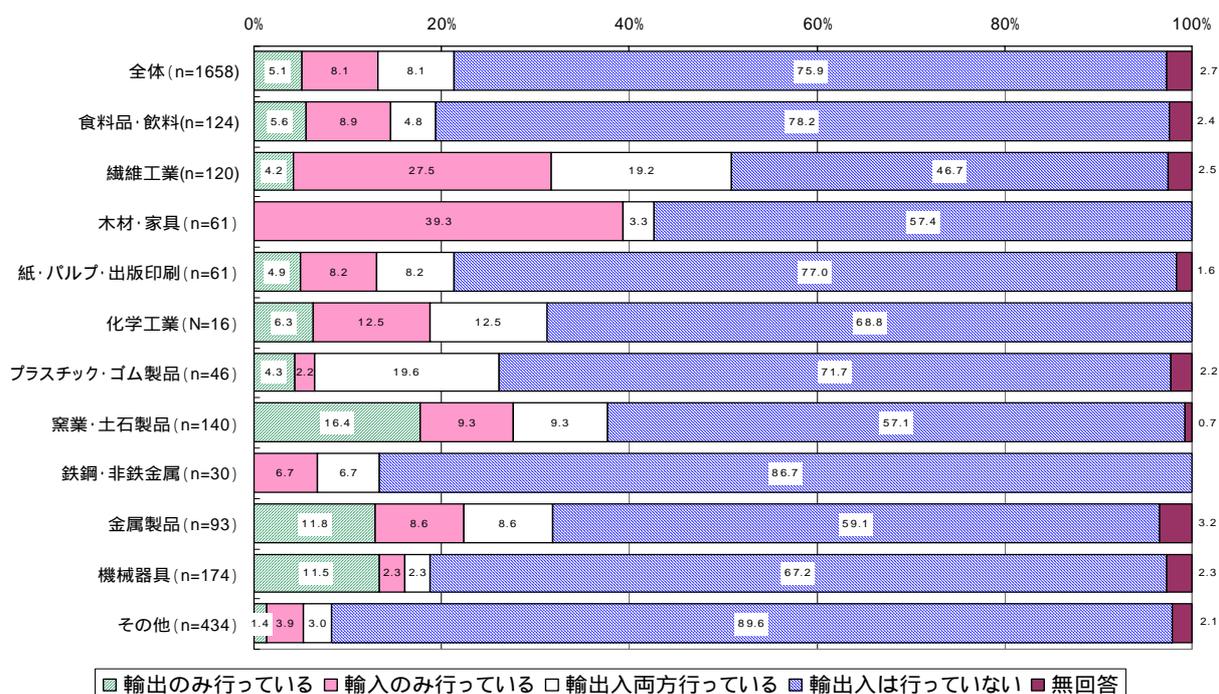
アンケートの集計結果からみた企業の輸出入

図表 I-28は、岐阜県内の企業に輸出入の有無を尋ねたアンケートの集計結果である。

まず、貿易の有無（「輸出のみ行っている」「輸入のみ行っている」「輸出入両方行っている」の合計）をみると、繊維工業、木材・家具、化学工業、窯業・土石製品では、貿易を行っている企業の割合が全体に比べて高くなっている。

次に、業種ごとに輸出入状況を見ると、繊維工業と木材・家具は輸入中心型であり、輸入を行っている企業（「輸入のみ行っている」「輸出入両方行っている」の合計）の割合が、輸出を行っている企業（「輸出のみ行っている」「輸出入両方行っている」の合計）の割合を大きく上回っている。また、繊維工業は、輸出を行っている企業及び輸出入両方を行っている企業の割合も他の業種に比べて高く、輸出と輸入の両方への依存度が高い業種といえる。一方、窯業・土石製品は輸出が中心で、輸出を行っている企業が4分の1程度を占める。

図表I-28 業種別輸出入の有無（アンケート）



資料) 岐阜県「平成 12 年度岐阜県県内企業海外展開実態調査」より(株)UFJ 総合研究所作成

d) 圏域別特性

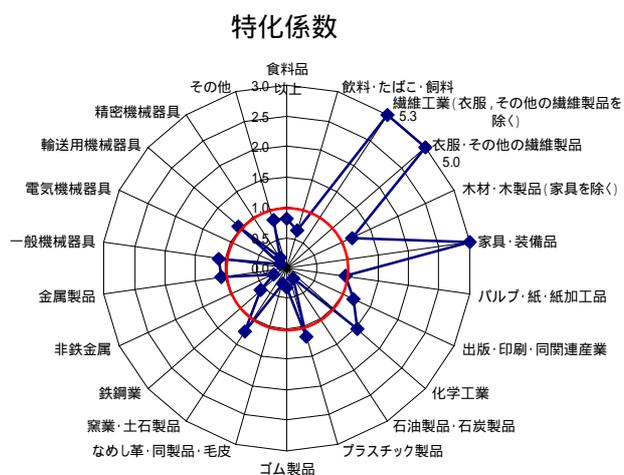
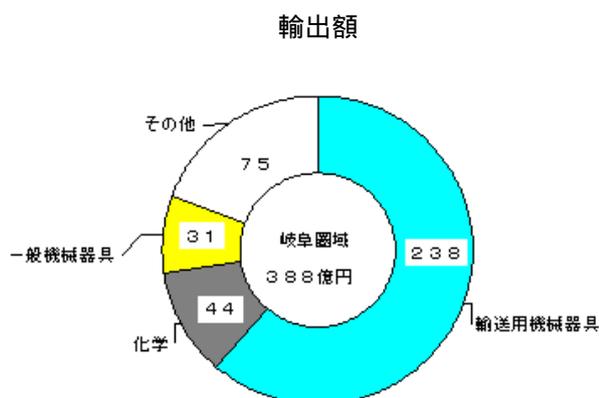
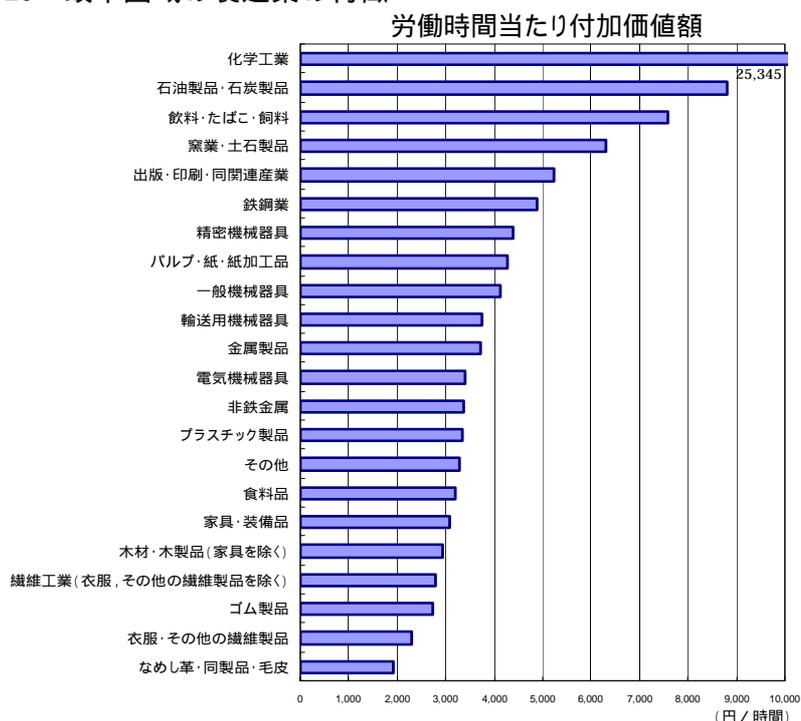
以下では、圏域別に「付加価値額上位 10 業種（中分類）」、「労働時間当たり付加価値額」、「輸出額」及び「特化係数」を整理する。

岐阜圏域

付加価値額及び特化係数が示すように、岐阜圏域は化学工業、繊維工業、一般機械器具、輸送機械器具などに特徴がある。なかでも、化学工業は付加価値額が大きく、生産性の高さも群を抜いている。

図表I-29 岐阜圏域の製造業の特徴

付加価値額	
付加価値額合計 5,630 億円 (県の 27.7%)	億円
化学工業	878
一般機械器具	681
輸送用機械器具	619
衣服・その他の繊維製品	440
出版・印刷・同関連産業	408
金属製品	377
食料品	376
繊維工業(衣服,その他を除く)	374
窯業・土石製品	275
プラスチック製品	256



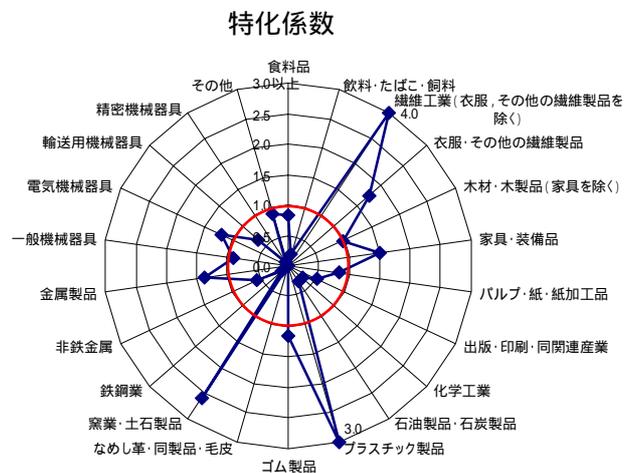
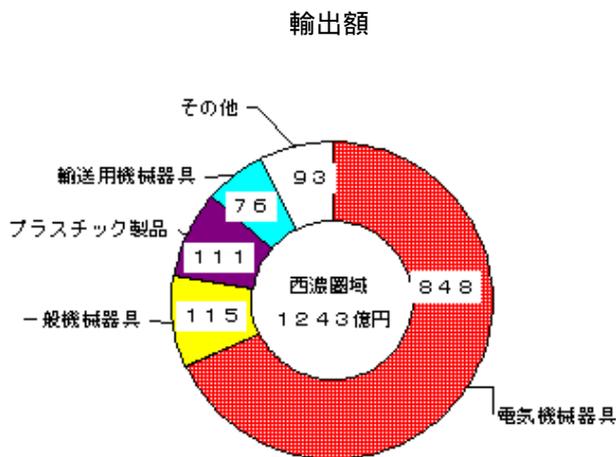
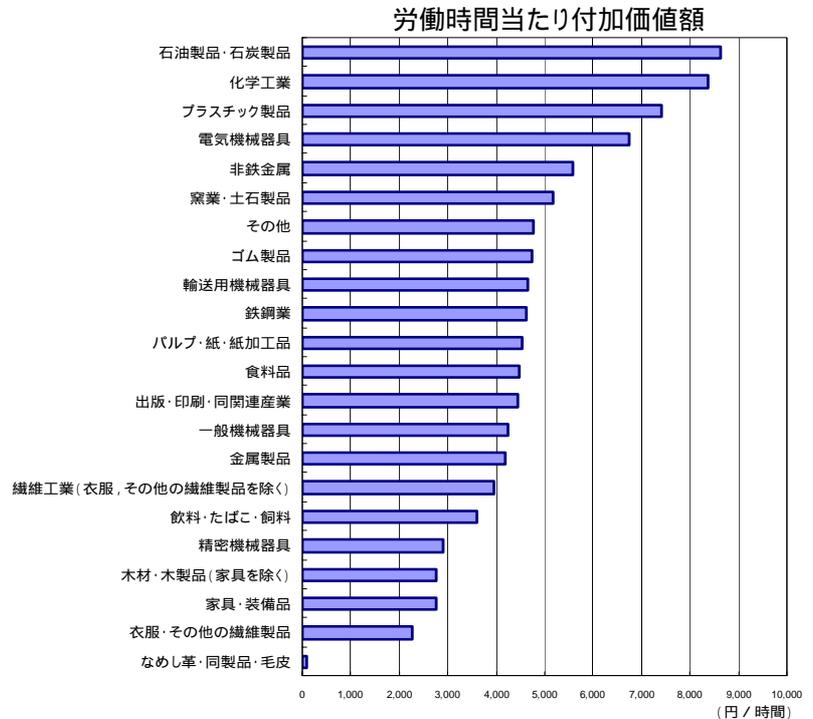
資料) 岐阜県「工業統計調査」「毎月勤労統計調査」「平成 13 年岐阜県輸出関係調査結果」、経済産業省「工業統計表」より(株)UFJ 総合研究所作成

西濃圏域

電気機械器具の付加価値額が非常に大きいが、生産性も他圏域と比べて高い。次いでプラスチック製品、窯業・土石製品なども生産性が高く、付加価値額も大きい。

図表I-30 西濃圏域の製造業の特徴

付加価値額	
付加価値額合計 5,155 億円 (県の 25.4%)	億円
電気機械器具	1,115
プラスチック製品	600
窯業・土石製品	523
一般機械器具	492
金属製品	446
輸送用機械器	365
食料品	354
繊維工業(衣服,その他を除く)	255
化学工業	163
出版・印刷・同関連産業	160



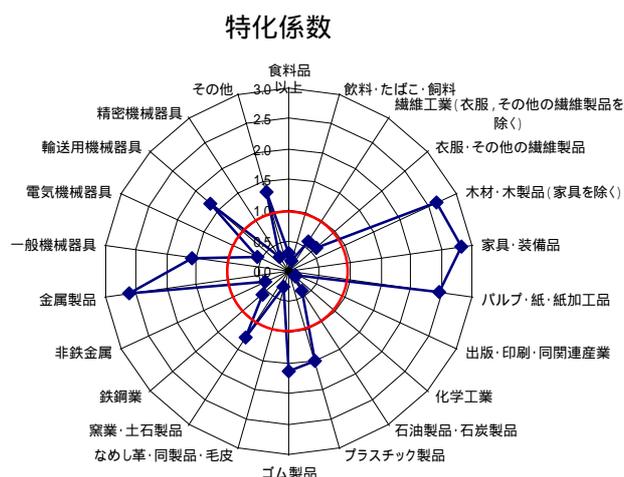
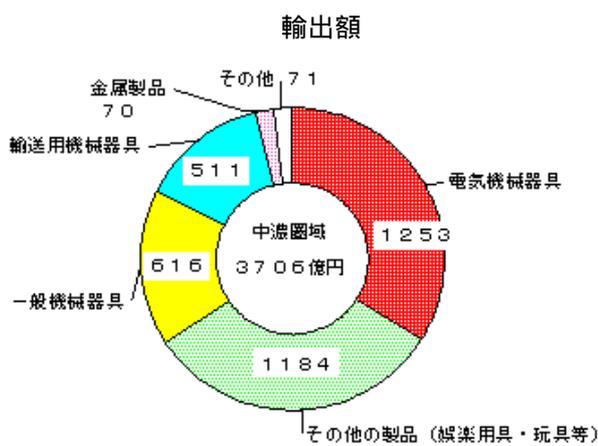
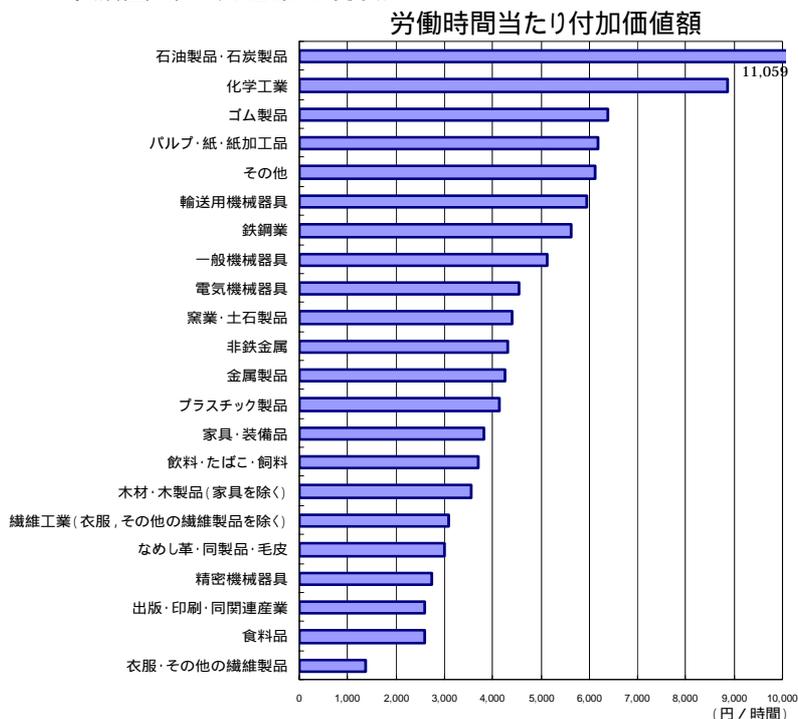
資料) 岐阜県「工業統計調査」「毎月勤労統計調査」「平成13年岐阜県輸出関係調査結果」、経済産業省「工業統計表」より(株)UFJ総合研究所作成

中濃圏域

輸送機械器具、一般機械器具、電気機械器具といった機械関連産業が集積しており、特に輸送機械器具の生産性が高い。また、地場産業である金属製品は付加価値額が大きい。さらに、パルプ・紙・紙加工品も生産性が高く、特徴がある。また、規模は小さいものの、ゴム製品の生産性も高い。

図表I-31 中濃圏域の製造業の特徴

付加価値額	
付加価値額合計 5,187 億円 (県の 25.5%)	億円
輸送用機械器具	913
一般機械器具	884
金属製品	847
電気機械器具	541
パルプ・紙・紙加工品	342
プラスチック製品	304
窯業・土石製品	260
家具・装備品	172
木材・木製品(家具を除く)	153
その他	127



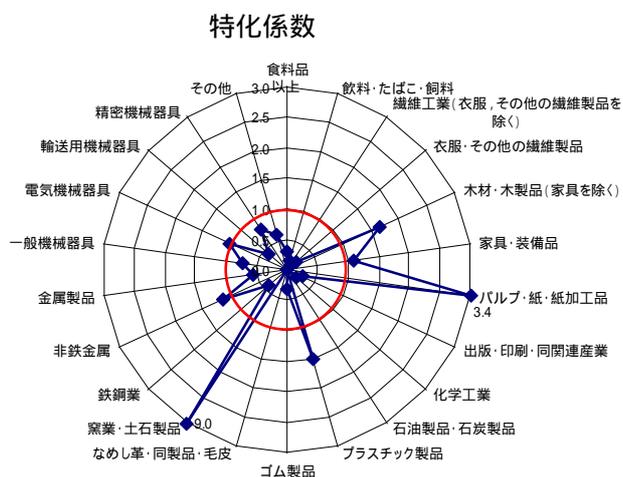
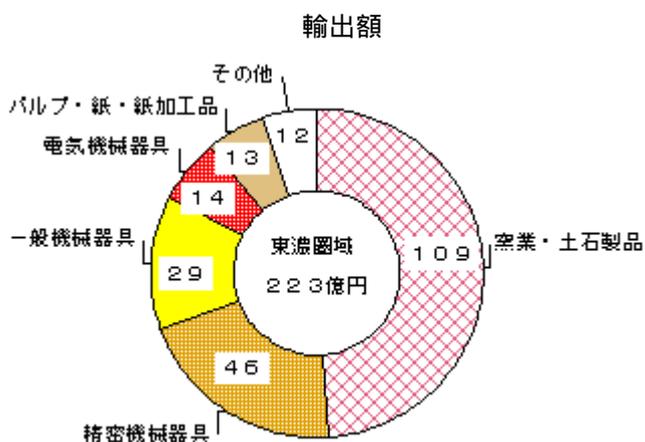
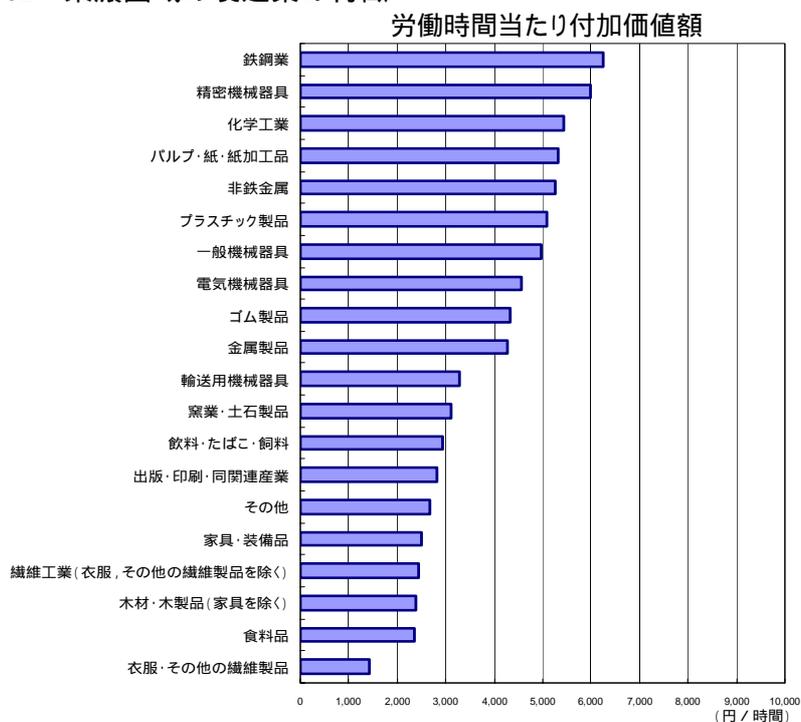
資料) 岐阜県「工業統計調査」「毎月勤労統計調査」「平成13年岐阜県輸出関係調査結果」、経済産業省「工業統計表」より(株)UFJ 総合研究所作成

東濃圏域

窯業・土石製品の付加価値額が突出して大きく、現在も大きな産地である。また、電気機械器具の付加価値額も大きい。さらに、パルプ・紙・紙加工品、プラスチック製品、木材・木製品にも特徴がある。

図表I-32 東濃圏域の製造業の特徴

付加価値額	
付加価値額合計 3,377 億円 (県の16.6%)	億円
窯業・土石製品	1,190
電気機械器具	616
パルプ・紙・紙加工品	304
一般機械器具	261
プラスチック製品	197
輸送用機械器具	141
金属製品	115
食料品	85
化学工業	65
非鉄金属	65



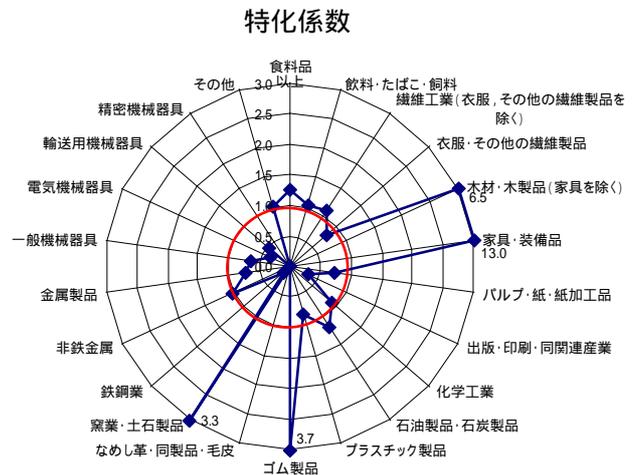
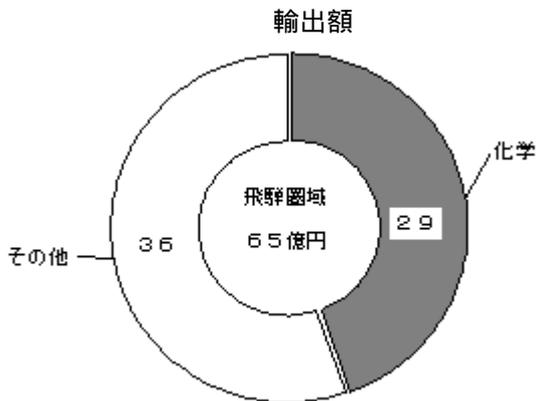
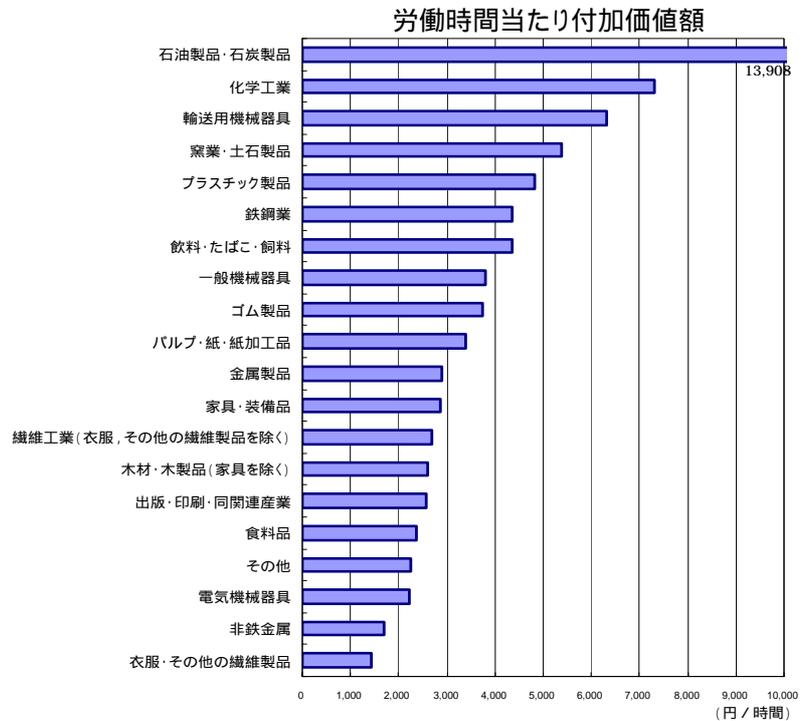
資料) 岐阜県「工業統計調査」「毎月勤労統計調査」「平成13年岐阜県輸出関係調査結果」、経済産業省「工業統計表」より(株)UFJ総合研究所作成

飛騨圏域

家具・装備品、木材・木製品といった木工製品に最大の特徴がある。ただし、生産性は必ずしも高くなく、付加価値額も大きくない。また、飛騨圏域の製造業の付加価値合計は岐阜県全体の付加価値合計の約 4.8% にすぎない。

図表I-33 飛騨圏域の製造業の特徴

付加価値額	
付加価値額合計 972 億円 (県の 4.8%)	億円
家具・装備品	149
窯業・土石製品	124
食料品	99
化学工業	90
木材・木製品(家具を除く)	71
一般機械器具	66
電気機械器具	63
ゴム製品	47
輸送用機械器具	46
金属製品	44



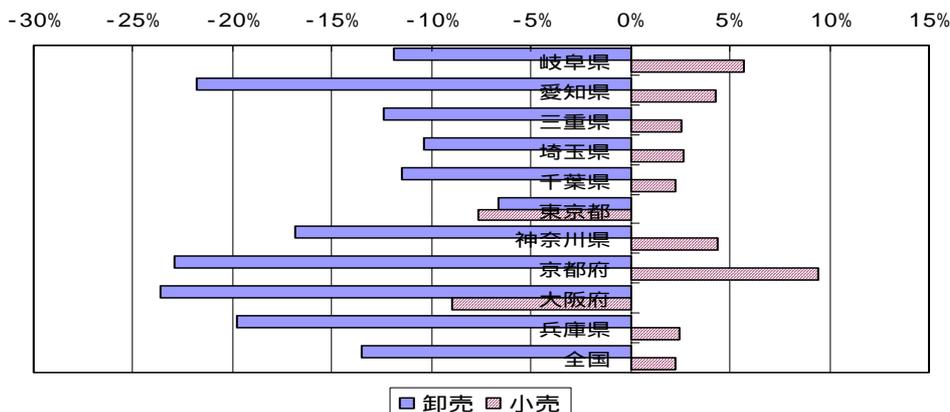
資料) 岐阜県「工業統計調査」「毎月勤労統計調査」「平成 13 年岐阜県輸出関係調査結果」、経済産業省「工業統計表」より(株)UFJ 総合研究所作成

商業・サービス業

卸売業は減少、小売業は増加

図表 I-34は、卸売業と小売業の年間販売額の増減率（1999 年対 1991 年）を示している。岐阜県の卸売業の年間販売額は 11.9%減少しているのに対して、小売業は 5.7%増加している。全国では卸売業-13.6%、小売業 2.3%であり、岐阜県も同様の傾向を示している。

図表 I-34 卸売業と小売業の年間販売額（1999年における対1991年増減率）

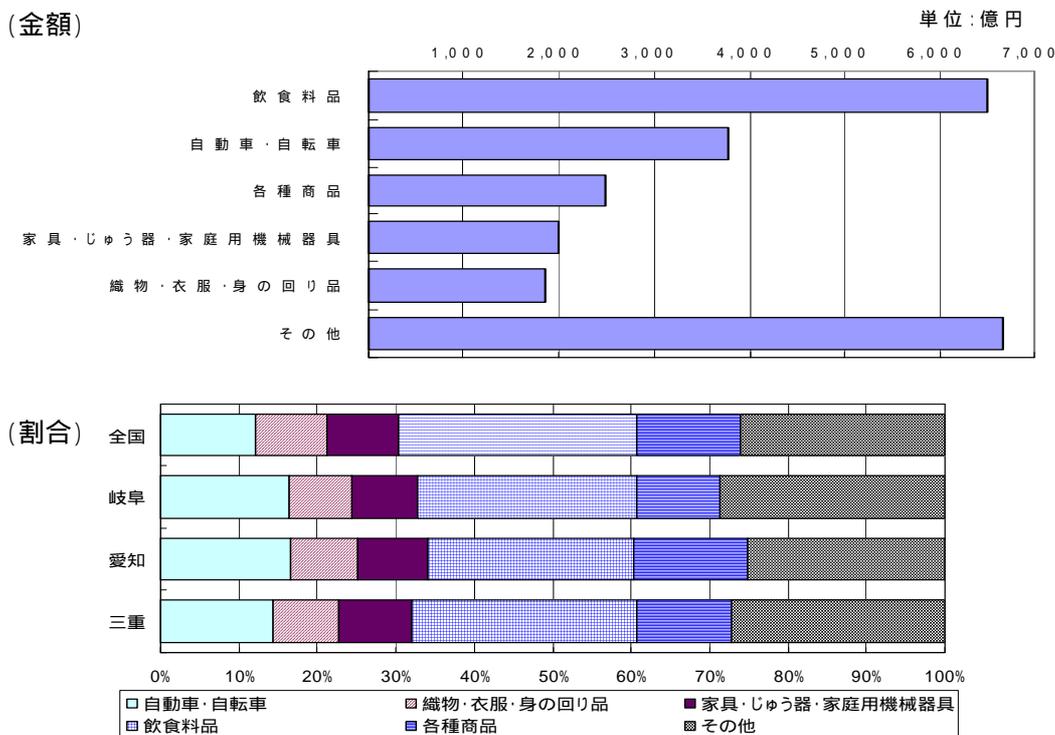


資料) 経済産業省「商業統計表第3巻産業編(市区町村表)」より(株)UFJ 総合研究所作成

小売業は飲食料品販売がやや少なく自動車販売が多い

小売業の産業別(中分類)販売額は、図表 I-35(上)のとおりである。また、図表 I-35(下)が示すように、岐阜県は全国と比べて、飲食料品販売額の割合がやや小さく、自動車販売額の割合がやや大きい。

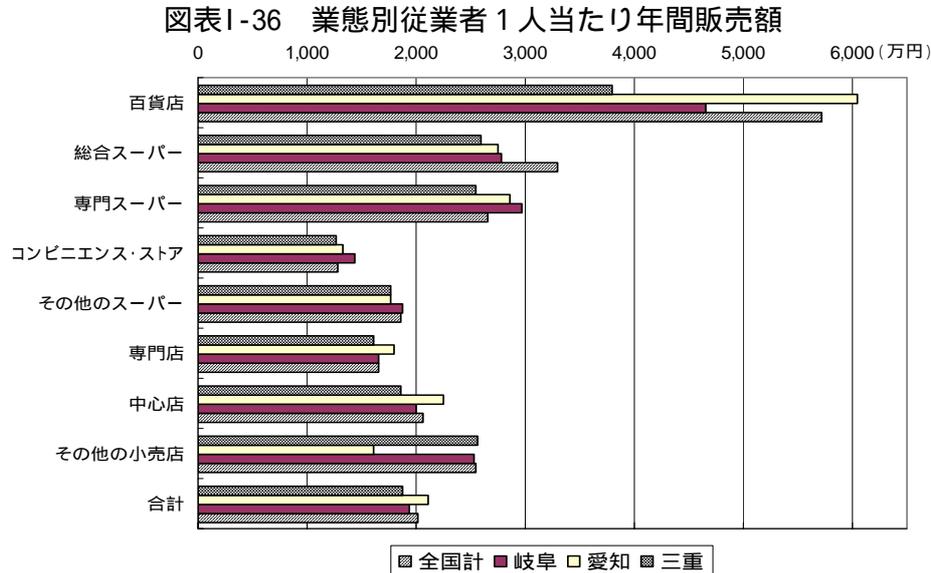
図表 I-35 岐阜県の小売業の年間販売額



資料) 経済産業省「平成 11 年商業統計」より(株)UFJ 総合研究所作成

百貨店や総合スーパーの従業者1人当たり販売額が小さい

業態別に従業者1人当たりの販売額をみると、岐阜県は全国と比べて、百貨店、総合スーパーなどでは小さく、コンビニエンスストアで大きい。一方、専門スーパーは、専門店、中心店などよりも従業者1人当たり販売額は大きい。

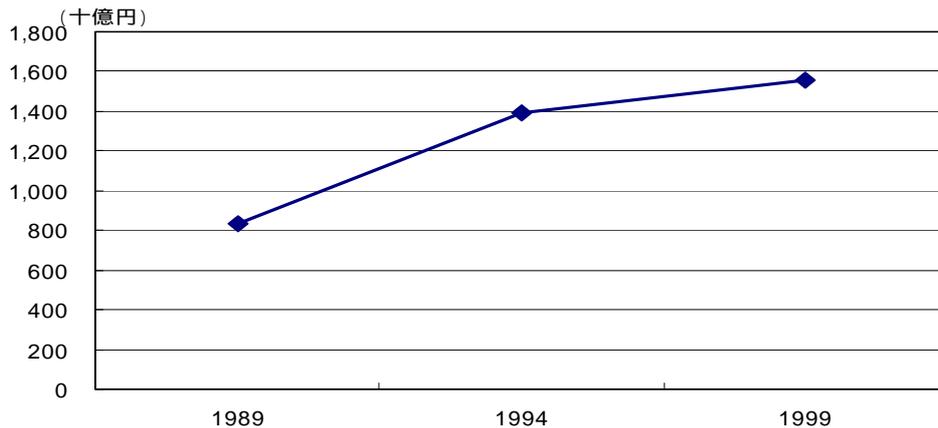


資料) 経済産業省「平成9年商業統計確報」より(株)UFJ 総合研究所作成

サービス業は順調に増加しているが近年は伸びがやや鈍化

図表 I-37は、岐阜県のサービス業の年間収入金額の推移である。1999 年における岐阜県のサービス業の年間収入金額は、1989 年の約 1.9 倍に増加しており、概ね順調に推移している。ただし、1994 年から 1999 年にかけては伸びがやや鈍化している。

図表I-37 サービス業の年間収入額（岐阜県）



備考) 協同組合、宗教、政治団体などを除く

資料) 総務省「サービス業基本調査」より(株)UFJ 総合研究所作成

商圈

図表 I-38は、買い物における地域間流動を示している。各地域とも自地域内での買い物割合が最も高いが、岐阜地域では広く県内から来訪する割合が比較的高く、岐阜県における商業の中心地になっている。

図表I-38 買い物の地域間流動

数字：%

発地	着地 (人口)	岐阜	大垣	揖斐	中濃	郡上	可茂	東濃 西部	中津 恵那	益田	飛騨	愛知 県	三重 県	富山 県	その 他県
岐阜	80万人	91.8	1.4	0.2	0.4	0.0	0.2	0.2	0.1	0.1	0.0	3.9	0.1	0.0	1.7
大垣	32万人	6.1	87.7	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	2.0	2.0	0.0	1.2
揖斐	7万人	22.0	8.3	67.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	1.6
中濃	12万人	17.4	0.3	0.0	77.4	0.0	0.5	0.1	0.0	0.1	0.0	2.9	0.0	0.0	1.2
郡上	5万人	7.9	0.1	0.0	15.0	71.7	0.0	0.1	0.0	1.1	0.3	1.6	0.0	0.0	2.2
可茂	22万人	2.3	0.1	0.0	4.1	0.0	79.9	2.7	0.8	0.6	0.0	7.8	0.0	0.0	1.6
東濃西部	22万人	3.9	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	86.5	0.5	0.0	0.0	5.9	0.0	0.0	1.4
中津恵那	14万人	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	4.3	89.9	0.4	0.2	2.9	0.0	0.0	1.6
益田	4万人	3.9	0.1	0.0	2.2	2.2	1.7	0.0	1.3	77.5	7.8	1.5	0.0	0.1	1.7
飛騨	13万人	0.8	0.1	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	91.7	0.8	0.0	5.5	0.8
愛知尾張	57万人	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	93.2	0.0	0.0	2.9

備考1) 人口は、岐阜県は2002年7月時点、愛知県は2001年

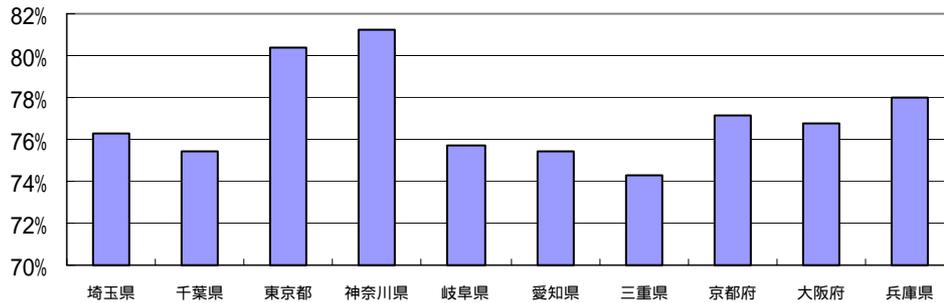
備考2) データは、岐阜県は商品総合、愛知県は買回品

資料) 岐阜県「買物動向調査」1997年3月、愛知県「消費者購買動向調査報告書-尾張部(名古屋除く)」2001年8月より(株)UFJ総合研究所作成

岐阜県の平均消費性向は比較的低い

三大都市圏のなかでは、岐阜県を含む東海3県の平均消費性向は比較的低い。

図表I-39 平均消費性向



備考) 平均消費性向：総世帯、1999年

資料) 総務省「平成11年全国消費実態調査」より(株)UFJ総合研究所作成

企業行動

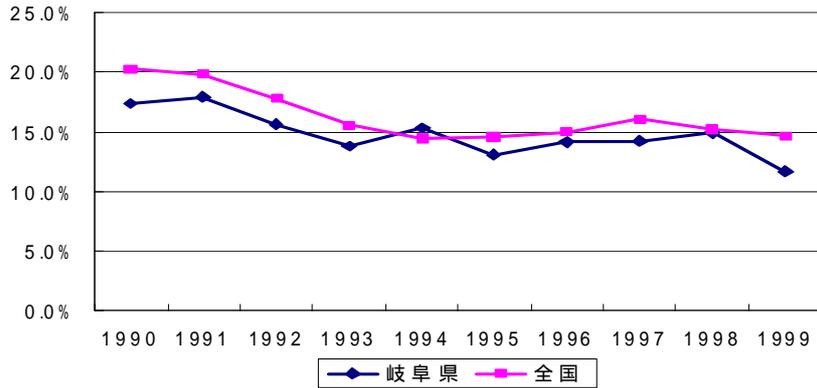
a) 設備投資

設備投資が比較的小さい

図表I-40が示すように、岐阜県の県内総支出に占める民間企業設備投資の割合は、全国とほぼ同じ、もしくはやや少ない水準で推移しており、製造業、非製造業別では、設備投資額及び県内総支出に対する割合とも、愛知県、三重県に比べて小さい(図表I-41及び図表I-42)。

岐阜県においては、非製造業に比べて製造業の投資規模が小さく(図表I-43)、1999年度において設備投資額の比較的多い業種としては、電力(対GDP比約0.6%)、通信・情報(0.4%)、リース(0.4%)、電子部品(0.3%)、自動車(0.2%)が挙げられる(図表I-44)。

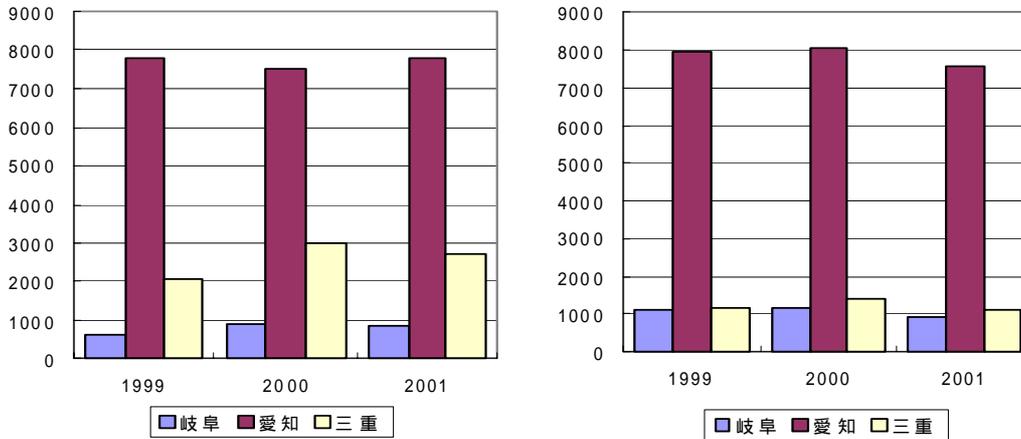
図表I-40 民間企業設備投資（対GDP比）



備考) 名目値

資料) 内閣府「国民経済計算」「県民経済計算」より(株)UFJ総合研究所作成

図表I-41 設備投資額（製造業、非製造業別）
（製造業:億円） （非製造業:億円）



備考) 資本金1億円以上の企業、工事ベース

資料) 政策投資銀行「設備投資動向」より(株)UFJ総合研究所作成

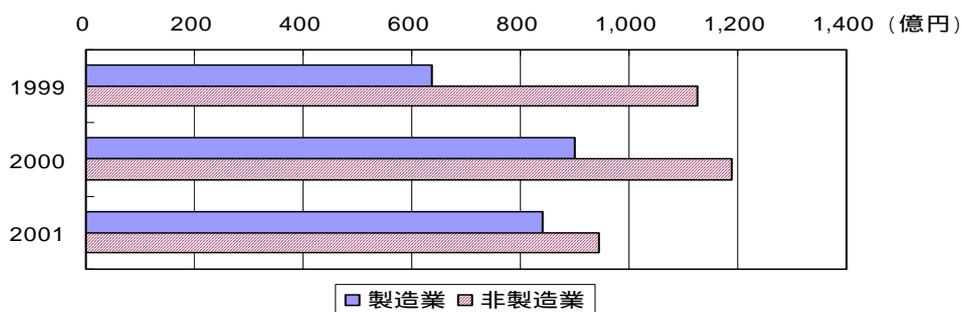
図表I-42 県内総生産に対する設備投資額の割合（1999年度）

	全国	岐阜	愛知	三重
全産業	5.00%	2.40%	4.80%	5.20%
製造業	1.50%	0.90%	2.40%	3.30%
非製造業	3.40%	1.60%	2.40%	1.90%

備考) 数字は対名目県内（国内）総生産比、1999年度

資料) 政策投資銀行「設備投資動向」、内閣府「国民経済計算」「県民経済計算」より(株)UFJ総合研究所作成

図表I-43 設備投資額（岐阜県）



備考) 資本金1億円以上の企業、工事ベース

資料) 政策投資銀行「設備投資動向」より(株)UFJ総合研究所作成

図表I-44 岐阜県で設備投資が多い業種（1999年度）

	全国	岐阜	愛知	三重
電気機械	0.42%	0.30%	0.11%	1.56%
うち電子部品等	0.28%	0.26%	0.04%	1.38%
輸送用機械	0.28%	0.18%	1.62%	0.67%
うち自動車	0.26%	0.18%	1.56%	0.66%
電力・ガス	0.83%	0.62%	1.03%	0.48%
うち電力	0.76%	0.60%	0.87%	0.44%
通信・情報	0.61%	0.39%	0.27%	0.43%
リース	0.93%	0.36%	0.42%	0.19%

備考) 数字は対名目県内(国内)総生産比、1999年度

資料) 政策投資銀行「設備投資動向」、内閣府「国民経済計算」「県民経済計算」より
 (株)UFJ総合研究所作成

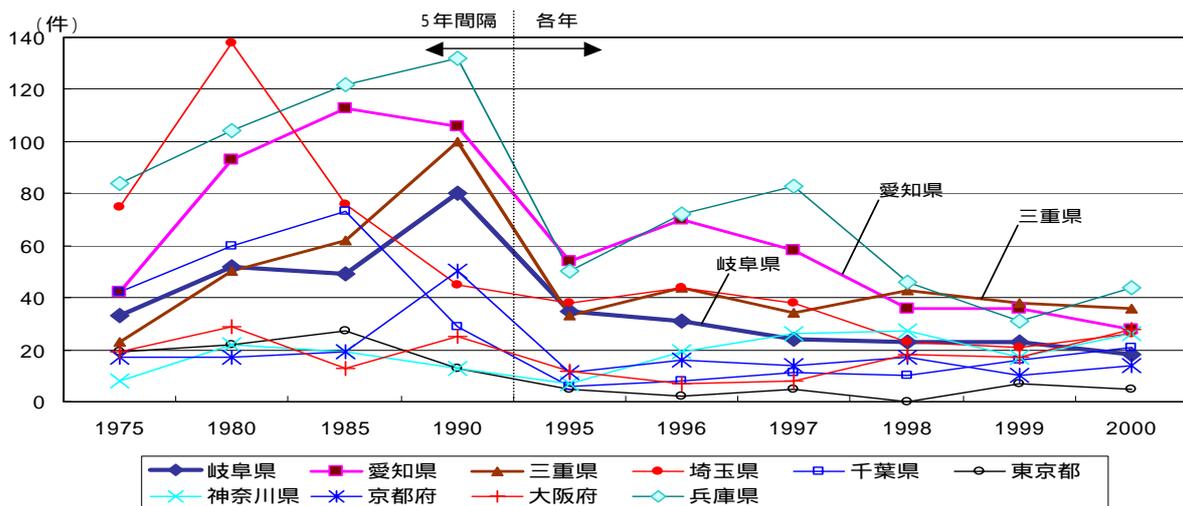
b) 企業立地

企業立地件数が比較的少ない

図表I-45は、三大都市圏における工場立地件数の推移である。全体的な傾向として、1990年頃をピークに以降は低迷状態にある。そのなかで岐阜県も他県と同様に停滞している。

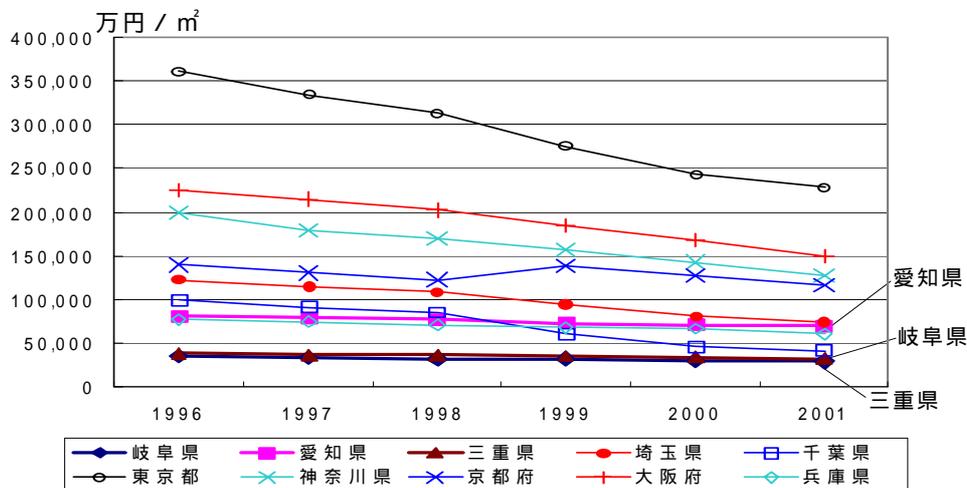
なお、地価(図表I-46)については、岐阜県は三大都市圏では低い水準にある。

図表I-45 工場立地件数



資料) 経済産業省「工場立地動向調査結果集計表」より(株)UFJ総合研究所作成

図表I-46 工業地の平均地価



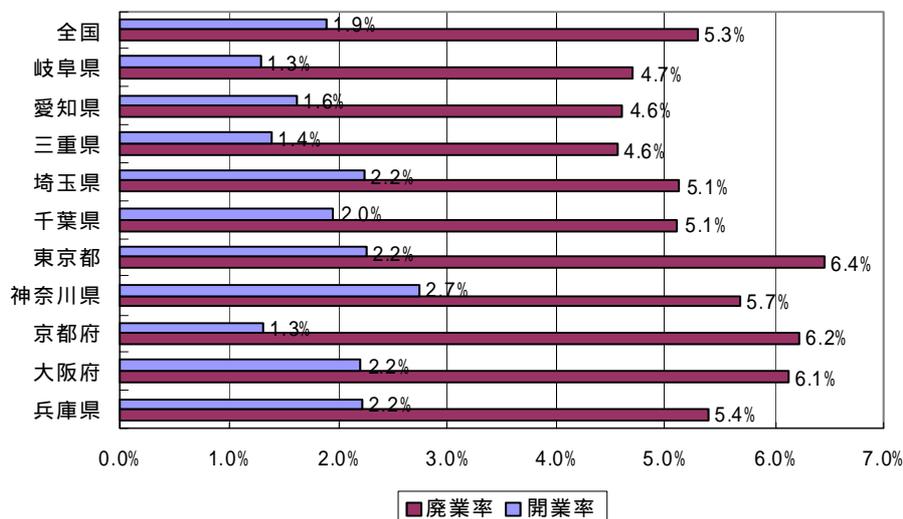
資料) 国土交通省「都道府県地価調査」より(株)UFJ総合研究所作成

c) 開業・廃業、新事業展開

開業率が低い

図表 I-47が示すように、製造業の開業率は全国的に低い。そのなかでも、岐阜県の開業率は低い水準にある。また、サービス業も全国と比べてやや低い（図表 I-48）。

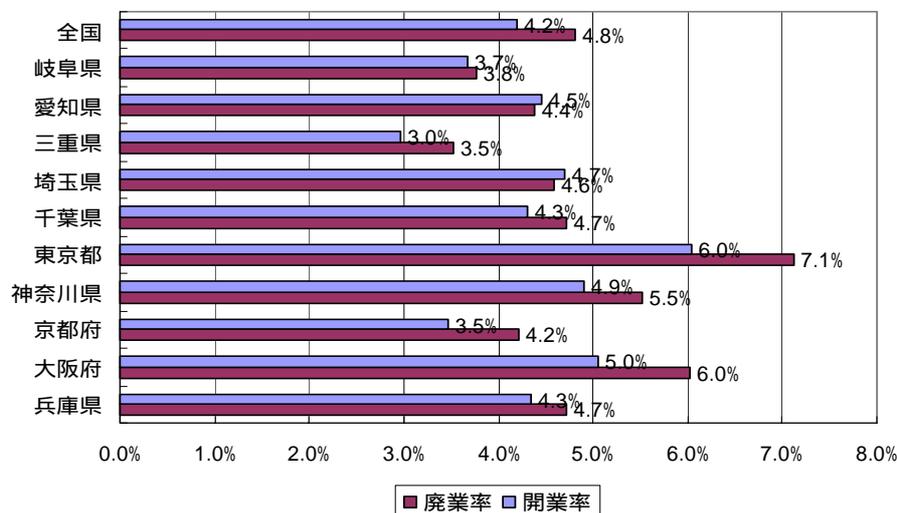
図表 I-47 製造業の開業率と廃業率（岐阜県）



備考) 数字は 1996 年から 1999 年の年平均、製造業

資料) 総務省「事業所・企業統計調査」より(株)UFJ 総合研究所作成

図表 I-48 サービス業の開業率と廃業率（岐阜県）



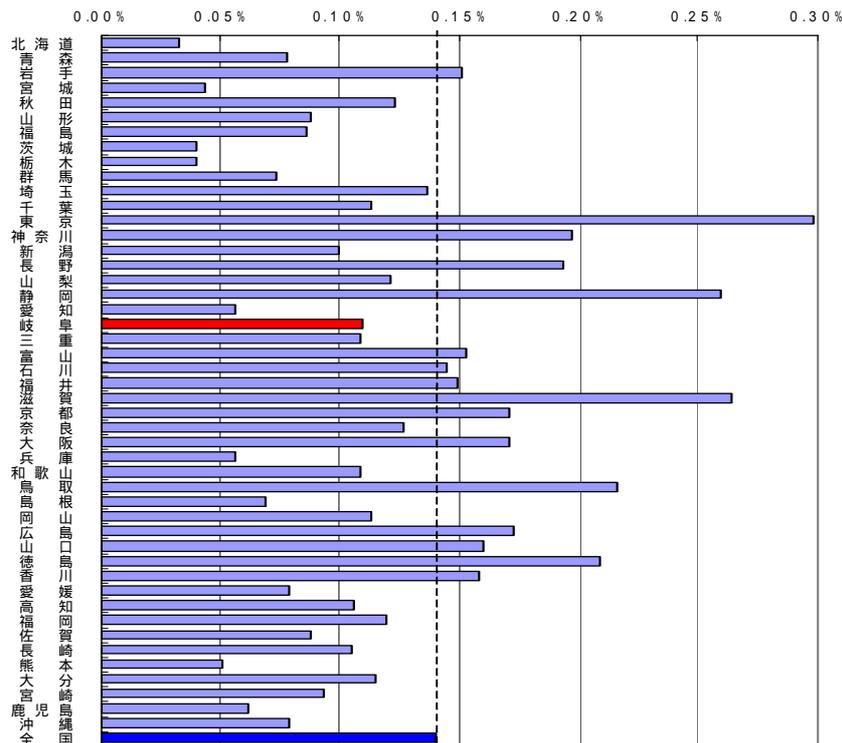
備考) 数字は 1996 年から 1999 年の年平均、サービス業

資料) 総務省「事業所・企業統計調査」より(株)UFJ 総合研究所

質の高い新事業展開、開業が少ない

図表 I-49は、中小企業創造活動促進法に基づき、「創業や研究開発・事業化を通じて、新製品・新サービス等を生み出そうとする取り組み」をおこなっていると認定された中小企業数の、全事業所数に対する割合を示している。これをみると、岐阜県は全国 24 位とほぼ中間に位置する。

図表I-49 中小企業創造活動促進法認定率（2002年4月末現在）



備考) 認定率：中小企業創造活動促進法認定企業 / 全事業所数

資料) 中小企業庁発表資料、総務省「事業所・企業統計調査」より(株)UFJ 総合研究所作成

d) 増益企業

成長企業は低迷業種からも誕生

図表 I-50は、岐阜県の3年連続増益企業数を示している。これによると、繊維関連、陶磁器、家具の製造業、卸売業など低迷業種においても、成長企業が存在する。

図表I-50 3年連続増益企業の数（岐阜県）

業 種	総 計	岐 阜 県				
		岐 阜	西 濃	中 濃	東 濃	飛 騨
建設	4	1	2			1
食料品	2	2				
繊維製品	2	2				
化学	4	3	1			
ゴム製品	1	1				
ガラス・土石製品	1				1	
金属製品	2	1		1		
機械	1			1		
電気機器	3			1	2	
輸送用機器	3		2	1		
その他の製品	2	1			1	
電気・ガス	1	1				
陸運	1			1		
海運	1		1			
倉庫・運輸関連	1				1	
卸売業	11	8	2		1	
小売業	9	5	1	1	2	
保険	2	1	1			
その他の金融	1				1	
不動産	2		1		1	
サービス	21	10	5	2	2	2
総 計	75 (100.0%)	36 (48.0%)	16 (21.3%)	8 (10.7%)	12 (16.0%)	3 (4.0%)

備考) 1999年～2001年の3年連続増益企業（ただし、年間4000万円以上の法人申告所得企業を対象）

資料) 帝国データバンク資料より(株)UFJ 総合研究所作成

図表I-51 3年連続増益企業

所在圏域	所在地	会社名	業種	申告所得金額(千円)	
岐阜	岐阜市	(株)オベックス	遊園地・遊戯場	2,022,125	
		岐阜トヨタ自動車(株)	自動車・自動車小売	1,209,640	
		(株)岐阜セラック製造所	その他化学	748,521	
		(株)秋田屋本店	肉製品	542,782	
		新日本ガス(株)	燃料小売	458,559	
		(財)岐阜県市町村行政情報センター	情報処理・ソフトウェア	442,124	
		カネ井青果(株)	野菜・果実卸	305,581	
		岐阜県民共済生活協同組合	共済事業	296,168	
		(株)ロンチェスター	洋服卸	283,540	
		(株)オンダテクノ	法律・会計	270,410	
		(株)帝国建設コンサルタント	土木建築サービス	260,052	
		(有)ニッコー	洋服卸	245,019	
		岐阜日石(株)	燃料小売	220,336	
		(株)ベック	経営コンサルタント	166,143	
		(株)岐阜セラック	一般化学品卸	143,328	
		岐阜エヌディエス工事(株)	通信工事	127,271	
		トヨタ部品岐阜共販(株)	自動車・部品卸	430,548	
		(株)ナカシマ	ゴム製品	209,571	
		医療法人寿康会	病院	125,015	
		医療法人あちわ内科胃腸科	病院	64,899	
	羽島市	不二精工(株)	綿材製品	2,971,575	
		(株)高陽社	その他化学	2,819,616	
		美濃屋(株)	洋服卸	5,144,095	
	羽島郡	ネットトヨタ岐阜(株)	自動車・自動車小売	966,787	
		岐阜トヨペット(株)	自動車・自動車小売	498,020	
		岐阜南農業協同組合	協同組合等	492,681	
		カネカ食品(株)	その他食品	302,423	
		(株)オーツカ	フェルト	266,260	
		(株)大野光	ゴム・革製品卸	178,771	
		医療法人社団清生会	病院	138,732	
		(株)西武管商	配管・冷暖房機器卸	82,078	
		トーギ(株)	その他家具・装備品	78,270	
		一丸ファルコス(株)	その他化学	1,217,474	
	本巣郡	岐阜工業(株)	建設用金属製品	504,586	
		(有)富士管理センター	水道工エネルギー	80,303	
	山県郡	岐阜北農業協同組合	協同組合等	303,307	
	西濃	大垣市	太平洋工業(株)	自動車部品	1,621,766
			(株)コタカファーマシー	医薬・化粧品小売	1,055,885
			イビデンエンジニアリング(株)	設計・エンジニアリング	769,318
			(株)大光	コーヒー・清涼飲料卸	388,452
			医療法人社団大誠会	病院	359,403
			タック(株)	情報処理・ソフトウェア	275,475
			合資会社矢橋大理石商店	建材等卸	151,703
			正和商事(株)	保険代理	106,177
			(株)厚生農城会	不動産代理・仲介・管理	105,819
			大安建設(株)	住宅・建築工事	100,964
			医療法人社団正和会	病院	98,965
吉田拓産(株)			クリーニング	127,258	
安八郡			三宝化成(株)	プラスチック・合成皮革	993,329
		医療法人社団崇仁会	病院	133,528	
養老郡		医療法人博愛会	病院	608,190	
不破郡		(株)サンワーク	その他輸送機器	224,049	
		足立工業(株)	刃物・手工具・一般金物	107,300	
中濃		関市	セイノーエスティーサービス(有)	貨物運送	53,996
			ソニー美濃加茂(株)	ビデオ	3,547,066
	美濃加茂市	美濃加茂ガス(株)	燃料小売	80,744	
		寿和工業(株)	清掃・廃棄物処理	1,444,096	
	加茂郡	バジエロ製造(株)	自動車	6,768,761	
	郡上郡	医療法人白鳳会	病院	333,285	
	武儀郡	(株)藤田製作所	バルブ・付属品	384,478	
東濃	土岐市	(株)三幸	その他家具・装備品	172,412	
		(株)ダイドー電子	電子部品・電子材料	361,909	
	中津川市	医療法人中津川共立クリニック	その他	140,160	
		(株)ハロー	飲食料品小売	2,023,992	
	多治見市	中部薬品(株)	医薬・化粧品小売	420,290	
		中部興産(株)	その他運輸関連	254,907	
		(株)コバン	スポーツ施設	153,722	
		ヤマカ興産(株)	不動産賃貸	144,906	
	瑞浪市	どうしん信用保証(株)	信用保証	108,009	
	恵那市	丸沼釜戸鉱業協同組合	陶磁器	61,616	
東海神米電子工業(株)		電子部品・電子材料	77,726		
土岐郡	(株)オリエンタル	建材等卸	232,425		
飛騨	吉城郡	(有)吉城環境管理センター	清掃・廃棄物処理	108,952	
		(株)ユアソフト	情報処理・ソフトウェア	98,349	
	益田郡	日産工業(株)	総合建設	134,500	

備考) 1999年～2001年の3年連続増益企業(ただし、年間4000万円以上の法人申告所得企業を対象)
資料) 帝国データバンク資料より(株)UFJ総合研究所作成

まとめ

- 1990年代から日本経済は低迷しているが、その一要因として製造業の停滞がある。製造業比率の高い岐阜県経済のここ数年のマイナス成長はさらに厳しいが、特に岐阜県の主要産業である繊維などの比較的急な減少が影響を与えている。
- 生産性を改善させている業種では付加価値額が増加する傾向を持つが、雇用面からマクロ的にみると、生産性を改善し付加価値額を増加させたとしても、業種全体として雇用が増えるとは限らない。主に生産性の低い企業が高い企業に取って代わられるなどして生産性を改善させている業種では、業種全体の付加価値額は増えても雇用はかえって縮小することもみられる。
- 成長企業は衰退業種の中からも生まれている。
- 岐阜県の製造業比率は全国的にも高い部類に入るが、岐阜県の製造業は中長期的に徐々に縮小していく傾向にある。そうした中、岐阜県でも経済のサービス化は概ね順調に進んでいる。しかし、ここ数年は、サービス業の伸びはやや鈍化している。
- 岐阜県の製造業は、小規模事業所が多い、生産性の低い業種で働く従業者数が多い、高付加価値業種での生産性が全国と比べて低い、といった構造的な課題を抱えており、このため、製造業全体でも生産性が低くなっている。
- また、企業行動の面では、設備投資が少ない、開業率が低い、質の高い開業、新事業展開が少ない、企業立地件数が少ない、といった課題がみられる。

(2) 岐阜県において比較優位性・成長性が期待される産業分野の検討

ここでは、統計指標を用いた分析にもとづき、岐阜県内の製造業においてどのような産業分野に比較優位性・成長性が見いだせるか検討する。

分析に用いる指標

以下に示す4つの視点から分析を行う。

a) 業種別シェア

本調査では、製造品出荷額等の業種別シェアを用いる。

b) 労働生産性

労働生産性（ここでは「従業者1人当たりの付加価値額」により算出）は、下式に示すように「付加価値率」と「従業者1人当たりの製造品出荷額等」に分解することができる。

$$\begin{aligned} \text{労働生産性} &= \text{付加価値額} / \text{従業者数} \\ &= (\text{付加価値額} / \text{製造品出荷額等}) \times (\text{製造品出荷額等} / \text{従業者数}) \\ &= \text{付加価値率} \times \text{従業者1人当たりの製造品出荷額等} \end{aligned}$$

c) 集積度

集積度に関しては、特化係数と拡大係数を用いて把握する。

特化係数: ある時点における特定地域・特定業種の特化度を表す指標

(t期における特定業種の地域内シェア / t期における特定業種の全国シェア)

拡大係数: ある期間における特定地域・特定業種の特化度の変化を表す指標

(t期における特化係数 / t-1期における特化係数)

d) 成長性

成長性に関しては、特定地域・特定産業の成長率が全国・全産業の平均成長率に比べてどの程度高いかに着目して分析を行う。本調査では、これを「成長率格差」と定義して、「産業格差要因」と「立地格差要因」の2つの要因に分解する（指標の定義方法、数式展開については、p36の図表 I-52及び枠囲み部分参照）

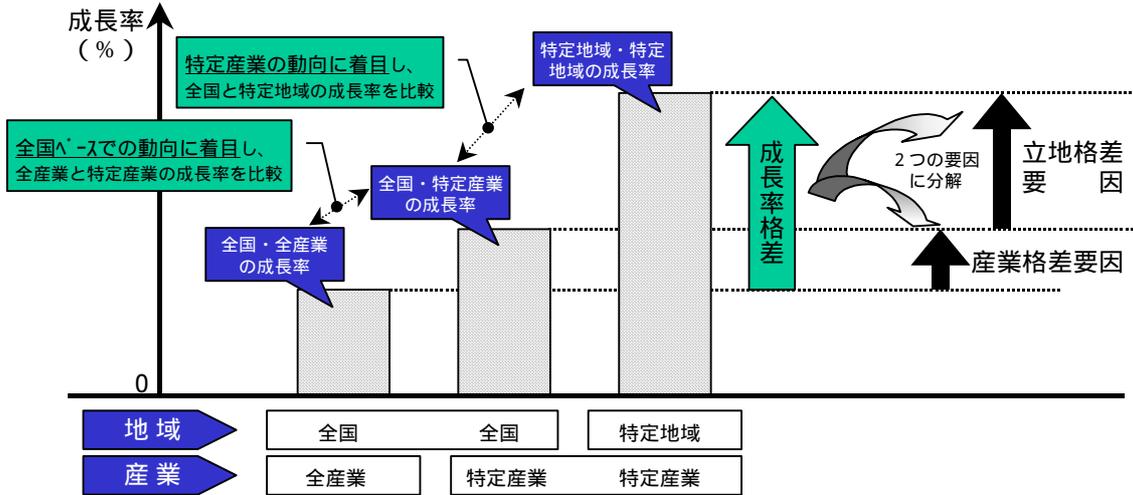
産業格差要因

「産業格差要因」とは、全国ベースの動向として特定産業の成長率が全産業の成長率に比べて高いかどうかを表す。したがって、産業格差要因がプラスであればあるほど、その特定産業は他の産業よりも相対的に成長が早い産業であることを意味し、マイナスであればあるほど相対的に成長が遅い産業であることを意味する。

立地格差要因

「立地格差要因」とは、特定地域における特定産業の成長率が、全国における特定産業の成長率に比べて高いのかどうかを表す。したがって、立地格差要因がプラスであればあるほど、地域での産業活動や立地に関して優位な条件にあることを意味し、逆に立地格差要因がマイナスの場合には、地域での産業活動や立地に関して不利な条件にあることを意味する。

図表I-52 分析指標の定義



成長率格差の数式展開

* 全国及び地域Sの経済指標(例えば、従業者数・生産額など)を以下のように定義する。

A_i : 全国・産業iの生産額(t-1期) ΔA_i : 全国・産業iの生産額の変化(t-1期 - t期)

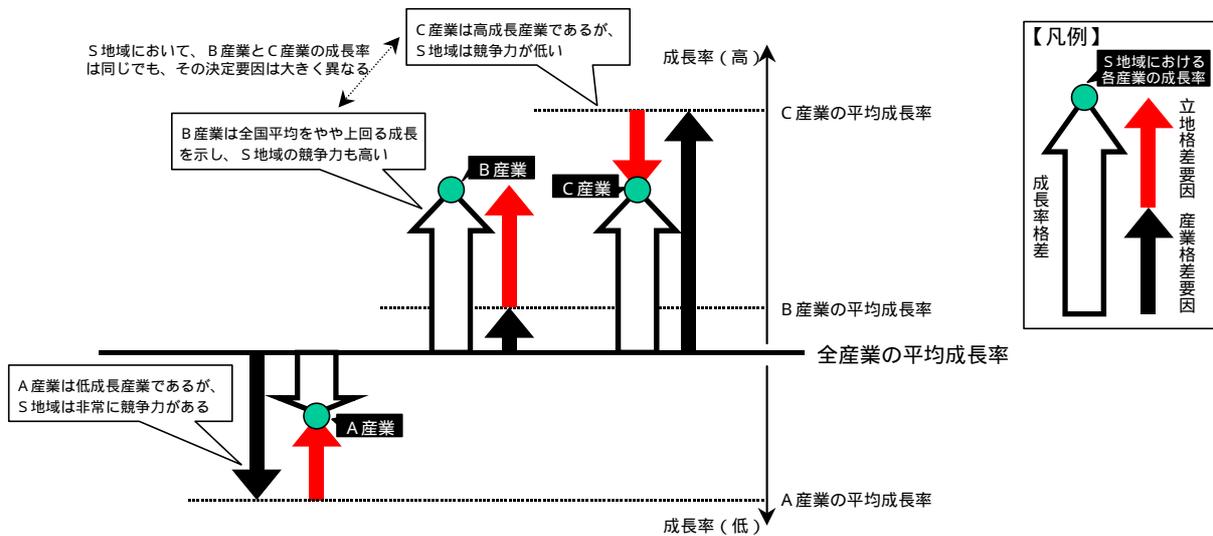
a_i : 地域S・産業iの生産額(t-1期) Δa_i : 地域S・産業iの生産額の変化(t-1期 - t期)

* 成長率格差は、下式のように展開でき、右辺の前半が産業格差要因、後半が立地格差要因を示す。

$$\frac{\Delta a_i}{a_i} - \frac{\sum \Delta A_i}{\sum A_i} = \left(\frac{\Delta A_i}{A_i} - \frac{\sum \Delta A_i}{\sum A_i} \right) + \left(\frac{\Delta a_i}{a_i} - \frac{\Delta A_i}{A_i} \right)$$

成長率格差
産業格差要因
立地格差要因

図表I-53 分析指標の解釈



分析結果³

a) 業種別シェア

1970 年以降における岐阜県の製造品出荷額等の業種別シェアの推移をみると、図表 I-54 のとおりである。

ここでは、業種別シェア（実数）・県内における相対的地位（県内ランキング）が、高水準で推移もしくは向上している業種に着目する。

業種別シェア・相対的地位が高水準で推移している業種

2000 年における業種別シェア上位 3 業種をみると、**電気機械器具**（17.3%）、**輸送用機械器具**（11.8%）、**一般機械器具**（武器含）（11.4%）の順になっており、これら業種の相対的地位は高い水準で安定している（カッコ内の数値は 2000 年におけるシェア）。これら 3 業種の業種別シェアは拡大する傾向がみられ、特に、電気機械器具ではその傾向が強く、直近の 10 年間でシェアが 6.4 ポイント上昇している。

また、**金属製品**をみると、県内ランキングは、1990 年以降、第 5 位で安定しており、業種別シェアも増加傾向がみられる。

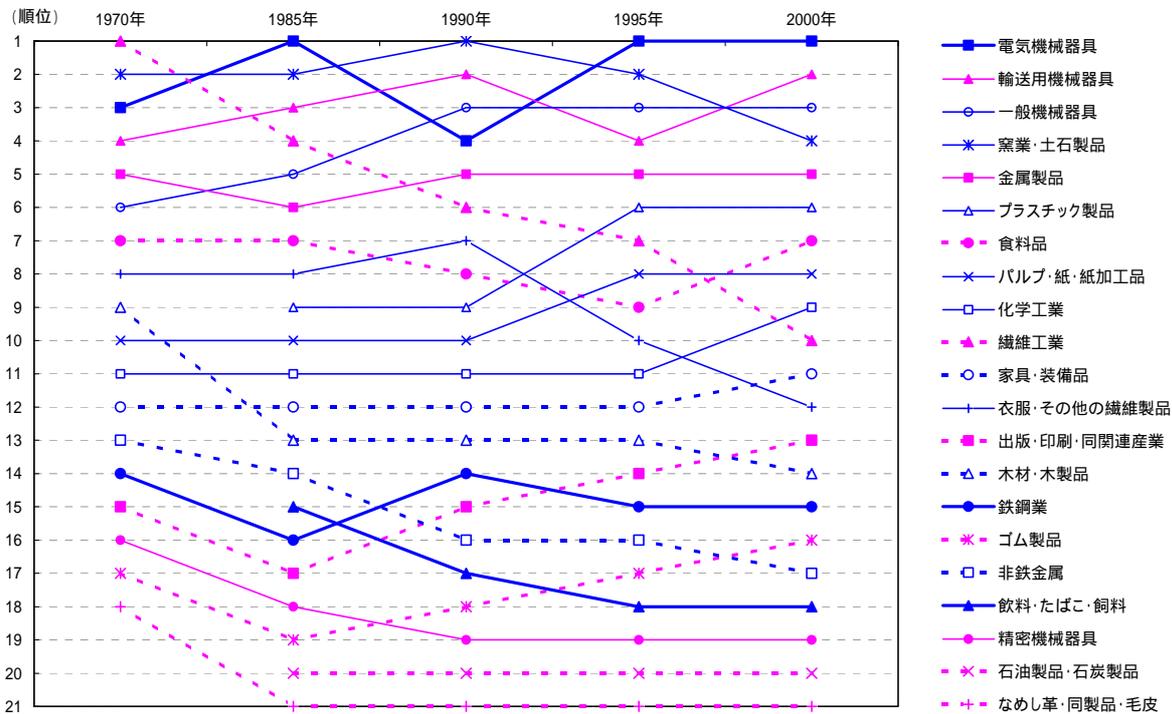
業種別シェア・相対的地位が向上している業種

以下に挙げる業種については、県内ランキングが中位から下位に位置しているものの、業種別シェア・相対的地位が共に向上している。

- **プラスチック製品**（2000 年における県内ランキングは第 6 位、業種別シェアは 6.7%）
- **パルプ・紙・紙加工品**（同第 8 位、同 4.9%）
- **出版・印刷・同関連産業**（同第 13 位、同 2.4%）
- **ゴム製品**（同第 16 位、同 1.3%）

³ 本調査では中分類ベースでの分析を実施。ただし、「その他の製造業」は除く。

図表I-54 岐阜県における製造品出荷額等の業種別シェアの推移（全事業所）



産業分類	実数					順位				
	1970年	1985年	1990年	1995年	2000年	1970年	1985年	1990年	1995年	2000年
12 食品	5.7%	6.0%	5.3%	5.0%	5.3%	7	7	8	9	7
13 飲料・たばこ・飼料	x	1.8%	0.9%	0.9%	1.1%	x	15	17	18	18
14 繊維工業	21.4%	9.6%	7.7%	5.2%	3.8%	1	4	6	7	10
15 衣服・その他の繊維製品	5.6%	5.5%	5.6%	4.4%	2.8%	8	8	7	10	12
16 木材・木製品	5.1%	2.7%	2.5%	2.5%	2.1%	9	13	13	13	14
17 家具・装備品	2.6%	3.2%	3.4%	3.8%	2.9%	12	12	12	12	11
18 バルブ・紙・紙加工品	4.7%	4.7%	4.4%	5.1%	4.9%	10	10	10	8	8
19 出版・印刷・同関連産業	1.0%	1.7%	1.8%	2.2%	2.4%	15	17	15	14	13
20 化学工業	3.6%	3.9%	3.7%	4.4%	4.1%	11	11	11	11	9
21 石油製品・石炭製品	x	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	x	20	20	20	20
22 プラスチック製品	x	5.5%	5.0%	5.7%	6.7%	x	9	9	6	6
23 ゴム製品	0.3%	0.6%	0.8%	1.0%	1.3%	17	19	18	17	16
24 なめし革・同製品・毛皮	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	18	21	21	21	21
25 窯業・土石製品	13.2%	12.3%	12.5%	11.5%	9.2%	2	2	1	2	4
26 鉄鋼業	1.6%	1.7%	2.0%	1.9%	1.9%	14	16	14	15	15
27 非鉄金属	2.0%	1.8%	1.5%	1.2%	1.2%	13	14	16	16	17
28 金属製品	6.4%	6.0%	7.9%	8.2%	8.1%	5	6	5	5	5
29 一般機械器具(33武器含)	6.3%	8.3%	11.2%	10.9%	11.4%	6	5	3	3	3
30 電気機械器具	8.5%	12.5%	10.9%	13.5%	17.3%	3	1	4	1	1
31 輸送用機械器具	8.1%	10.1%	11.3%	10.7%	11.8%	4	3	2	4	2
32 精密機械器具	0.4%	0.7%	0.3%	0.3%	0.3%	16	18	19	19	19

備考1) 産業分類の変更について（以下、図表I-55～図表I-62についても同様）

飲料・たばこ・飼料は、1985年より前は食品に含まれる。

プラスチック製品は、1985年より前はその他の製造業に含まれる。

1994年から日本標準産業分類の改訂に伴い、繊維工業と衣服・その他の繊維製品製造業間で相互に大幅な産業移動があるため、時系列での比較には留意する必要がある。

備考2) 秘匿値について（以下、図表I-55～図表I-62についても同様）

1970年における石油製品・石炭製品は秘匿値

1970年における武器製造業は秘匿値であるため、一般機械器具（武器含）には含まれていない。

資料) 岐阜県「工業統計調査」、経済産業省「工業統計表」より(株)UFJ総合研究所作成

b) 労働生産性

1985年以降の岐阜県における製造業の労働生産性の推移について整理すると、図表 I-55、図表 I-56 のようになる。図表 I-55 は県内における相対的地位（県内ランキング）の変化を示し、図表 I-56 は、労働生産性を「付加価値率」と「従業者 1 人当たりの製造品出荷額等」に要因分解した結果である。ここでは、労働生産性及びその相対的地位が高水準で推移もしくは向上している業種に着目する。

労働生産性及びその相対的地位が高水準で推移している業種

化学工業は、1985 年以降、県内第 1 位をキープし、2000 年における労働生産性は 29.2 百万円 / 人となっている。また、労働生産性を構成する 2 つの要因については、付加価値率、従業者 1 人当たりの製造品出荷額等のいずれも高い水準にあり、増加する傾向がみられる。

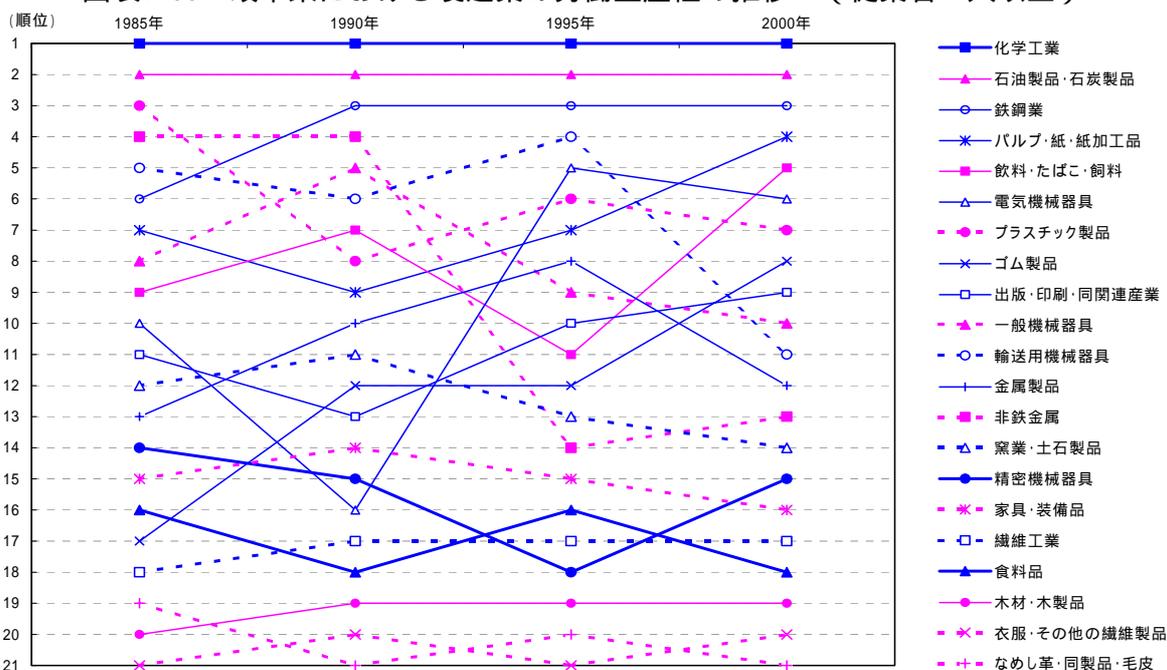
石油製品・石炭製品は、1985 年以降、化学工業に次いで県内第 2 位をキープしている。労働生産性の要因をみると、付加価値率が 2000 年で 34.4%（県内第 16 位）と低くなっているが、これを県内で最も高い従業者 1 人当たりの製造品出荷額等でカバーしている。

鉄鋼業は、1990 年以降、県内第 3 位をキープしており、石油製品・石炭製品と同様、付加価値率の低さを従業者 1 人当たりの製造品出荷額等の高さでカバーしている。

労働生産性及びその相対的地位が向上している業種

労働生産性及びその相対的地位が向上している業種としては、**パルプ・紙・紙加工品、飲料・たばこ・飼料、電気機械器具、ゴム製品、出版・印刷・同関連産業**を挙げることができる。電気機械器具では、製品出荷における生産性（1 人当たりの製造品出荷額等）の上昇が著しいものの、付加価値率が 1990 年から 1995 年にかけて大幅に低下しており、その結果として、労働生産性が微増するにとどまっている。

図表 I-55 岐阜県における製造業の労働生産性の推移（従業者 4 人以上）



備考) 数値は、工業製品の国内卸売物価指数により実質化している（1995年平均 = 100）
資料) 岐阜県「工業統計調査」、経済産業省「工業統計表」より(株)UFJ総合研究所作成

図表I-56 岐阜県における製造業の労働生産性の推移 (従業員4人以上)

産業分類	指標	実数				順位				対前期比・増減ポイント					
		1985年	1990年	1995年	2000年	1985年	1990年	1995年	2000年	1985	90年	1990	95年	1995	2000年
製造業計	労働生産性	6.0	8.2	9.0	9.7					1.37	+++	1.09	+	1.08	+
	付加価値率	37.1%	39.5%	41.0%	38.8%					2.3%	+	1.5%	+	-2.2%	-
	出荷額@人	16.1	20.8	21.9	24.9					1.29	+++	1.05	+	1.14	++
12 食料品	労働生産性	4.8	6.3	7.0	7.0	16	18	16	18	1.29	+++	1.12	++	1.00	-
	付加価値率	29.0%	32.9%	37.2%	37.6%	18	18	13	12	3.9%	+	4.3%	+	0.4%	+
	出荷額@人	16.7	19.1	18.8	18.6	10	14	14	14	1.14	++	0.99	-	0.99	-
13 飲料・たばこ・飼料	労働生産性	6.5	9.3	8.2	11.0	9	7	11	5	1.43	+++	0.88	--	1.34	+++
	付加価値率	20.2%	34.9%	31.8%	37.5%	21	15	20	13	14.7%	+++	-3.1%	-	5.8%	++
	出荷額@人	32.3	26.7	25.9	29.3	3	6	7	7	0.83	--	0.97	-	1.13	++
14 繊維工業	労働生産性	4.7	6.3	7.0	7.5	18	17	17	17	1.34	+++	1.10	+	1.07	+
	付加価値率	29.5%	30.9%	33.0%	33.3%	17	21	17	18	1.4%	+	2.1%	+	0.2%	+
	出荷額@人	16.1	20.5	21.1	22.4	11	12	12	13	1.28	+++	1.03	+	1.07	+
15 衣服・その他の繊維製品	労働生産性	3.4	4.8	4.9	4.8	21	20	21	20	1.40	+++	1.01	+	0.99	-
	付加価値率	41.1%	41.9%	42.3%	42.8%	6	7	7	7	0.9%	+	0.4%	+	0.5%	+
	出荷額@人	8.4	11.5	11.5	11.3	21	20	19	20	1.37	+++	1.00	+	0.98	-
16 木材・木製品	労働生産性	4.0	5.8	6.3	7.0	20	19	19	19	1.45	+++	1.09	+	1.10	++
	付加価値率	33.8%	36.2%	35.4%	37.3%	13	13	15	14	2.4%	+	-0.8%	-	1.9%	+
	出荷額@人	11.8	16.0	17.8	18.6	18	17	16	15	1.36	+++	1.11	++	1.05	+
17 家具・装備品	労働生産性	5.1	7.4	7.5	7.6	15	14	15	16	1.46	+++	1.02	+	1.01	+
	付加価値率	38.6%	42.1%	40.6%	43.1%	9	6	10	5	3.4%	+	-1.5%	-	2.6%	+
	出荷額@人	13.1	17.5	18.6	17.6	16	15	15	17	1.34	+++	1.06	+	0.95	-
18 パルプ・紙・紙加工品	労働生産性	7.0	8.8	9.6	11.2	7	9	7	4	1.25	+++	1.09	+	1.17	++
	付加価値率	33.7%	35.3%	33.9%	36.5%	14	14	16	15	1.6%	+	-1.3%	-	2.5%	+
	出荷額@人	20.9	24.9	28.2	30.8	8	7	5	5	1.19	++	1.13	++	1.09	+
19 出版・印刷・同関連産業	労働生産性	5.7	7.7	8.5	10.2	11	13	10	9	1.35	+++	1.10	++	1.21	+++
	付加価値率	53.5%	53.7%	54.8%	55.3%	1	2	3	3	0.1%	+	1.2%	+	0.5%	+
	出荷額@人	10.6	14.3	15.4	18.4	19	18	18	16	1.35	+++	1.08	+	1.19	++
20 化学工業	労働生産性	24.6	29.0	30.9	29.2	1	1	1	1	1.18	++	1.06	+	0.94	-
	付加価値率	53.1%	55.2%	58.0%	59.5%	2	1	1	1	2.1%	+	2.8%	+	1.5%	+
	出荷額@人	46.3	52.6	53.2	49.0	2	1	1	2	1.14	++	1.01	+	0.92	-
21 石油製品・石炭製品	労働生産性	13.0	14.1	16.0	22.1	2	2	2	2	1.09	+	1.13	++	1.38	+++
	付加価値率	27.4%	34.3%	31.9%	34.4%	19	17	19	16	6.9%	++	-2.4%	-	2.6%	+
	出荷額@人	47.6	41.3	50.3	64.1	1	2	2	1	0.87	--	1.22	+++	1.27	+++
22 プラスチック製品	労働生産性	8.5	9.3	10.0	10.7	3	8	6	7	1.10	+	1.08	+	1.07	+
	付加価値率	36.1%	37.8%	40.6%	39.7%	10	12	9	9	1.7%	+	2.9%	+	-1.0%	-
	出荷額@人	23.4	24.6	24.6	27.0	6	8	8	9	1.05	+	1.00	+	1.10	+
23 ゴム製品	労働生産性	4.8	7.7	8.2	10.4	17	12	12	8	1.63	+++	1.06	+	1.26	+++
	付加価値率	34.4%	39.2%	41.0%	39.2%	12	10	8	11	4.8%	+	1.8%	+	-1.8%	-
	出荷額@人	13.9	19.8	20.0	26.4	13	13	13	10	1.43	+++	1.01	+	1.32	+++
24 なめし革・同製品・毛皮	労働生産性	4.1	4.1	5.1	4.0	19	21	20	21	0.99	-	1.25	+++	0.78	---
	付加価値率	43.5%	41.1%	44.6%	39.4%	4	8	5	10	-2.3%	-	3.5%	+	-5.2%	--
	出荷額@人	9.5	9.9	11.5	10.1	20	21	20	21	1.05	+	1.15	++	0.88	--
25 窯業・土石製品	労働生産性	5.6	8.3	8.2	8.7	12	11	13	14	1.48	+++	0.99	-	1.06	+
	付加価値率	46.5%	49.5%	48.6%	49.2%	3	4	4	4	3.1%	+	-0.9%	-	0.6%	+
	出荷額@人	12.0	16.7	16.8	17.6	17	16	17	18	1.39	+++	1.01	+	1.05	+
26 鉄鋼業	労働生産性	7.8	13.0	10.6	11.7	6	3	3	3	1.72	+++	0.81	--	1.11	++
	付加価値率	27.0%	31.8%	28.9%	32.0%	20	20	21	19	4.7%	+	-2.8%	-	3.0%	+
	出荷額@人	28.0	41.0	36.6	36.7	4	3	3	4	1.47	+++	0.89	--	1.00	+
27 非鉄金属	労働生産性	7.9	11.6	7.9	8.9	4	4	14	13	1.46	+++	0.68	--	1.13	++
	付加価値率	32.5%	38.0%	32.8%	31.0%	15	11	18	20	5.5%	++	-5.2%	--	-1.8%	-
	出荷額@人	24.4	30.5	24.0	28.7	5	4	9	8	1.25	+++	0.79	--	1.19	++
28 金属製品	労働生産性	5.5	8.7	9.5	9.9	13	10	8	12	1.58	+++	1.10	+	1.04	+
	付加価値率	40.8%	41.0%	44.3%	43.0%	7	9	6	6	0.2%	+	3.4%	+	-1.4%	-
	出荷額@人	13.5	21.2	21.5	23.1	14	11	11	12	1.57	+++	1.02	+	1.07	+
29 一般機械器具	労働生産性	6.9	10.2	9.3	10.1	8	5	9	10	1.48	+++	0.91	-	1.10	+
	付加価値率	42.9%	42.5%	40.4%	39.7%	5	5	11	8	-0.4%	-	-2.2%	-	-0.7%	-
	出荷額@人	16.1	24.0	22.9	25.6	12	9	10	11	1.50	+++	0.96	-	1.12	++
30 電気機械器具	労働生産性	6.3	7.1	10.3	10.7	10	16	5	6	1.13	++	1.45	+++	1.04	+
	付加価値率	30.2%	32.6%	38.5%	27.6%	16	19	12	21	2.4%	+	5.9%	++	-10.9%	---
	出荷額@人	20.8	21.7	26.7	38.8	9	10	6	3	1.05	+	1.23	+++	1.45	+++
31 輸送用機械器具	労働生産性	7.8	10.0	10.3	10.1	5	6	4	11	1.28	+++	1.04	+	0.98	-
	付加価値率	36.1%	34.5%	36.3%	34.0%	11	16	14	17	-1.5%	--	1.8%	+	-2.3%	-
	出荷額@人	21.5	28.9	28.5	29.7	7	5	4	6	1.34	+++	0.99	--	1.04	+
32 精密機械器具	労働生産性	5.3	7.2	6.5	8.4	14	15	18	15	1.37	+++	0.89	--	1.30	+++
	付加価値率	40.1%	50.7%	56.9%	58.4%	8	3	2	2	10.7%	+++	6.1%	++	1.6%	+
	出荷額@人	13.2	14.3	11.3	14.3	15	19	21	19	1.08	+	0.80	---	1.26	+++

【凡例】

(対前期比) ---: 0.8未満 --: 0.8 ~ 0.9未満 -: 0.9 ~ 1.0未満 +: 1.0 ~ 1.1未満 ++: 1.1 ~ 1.2未満 +++: 1.2以上
 (増減ポイント) ---: -10%未満 --: -10% ~ -5%未満 -: -5% ~ 0%未満 +: 0% ~ 5%未満 ++: 5% ~ 10%未満 +++: 10%以上

備考1) 数値は、工業製品の国内卸売物価指数により実質化している(1995年平均=100)

備考2) 単位: 百万円/人

備考3) 労働生産性及び従業員1人当たりの製造品出荷額等については対前期比で示し、付加価値率については増減ポイントを示している。

資料) 岐阜県「工業統計調査」、経済産業省「工業統計表」より株UFJ総合研究所作成

c) 集積状況

岐阜県における製造業の集積度の推移について整理すると、図表 I-57 のようになる。

1970、80 年代においてはさほど集積度（特化係数）が高くなかったが、90 年代以降、特化度合いが高まりつつある業種としては、**出版・印刷・同関連産業**、**ゴム製品**、**鉄鋼業**、**一般機械器具**、**電気機械器具**を挙げることができる。

また、県内の地場産業のうち、**繊維工業**、**木材・木製品**、**家具・装備品**、**パルプ・紙・紙加工品**、**プラスチック製品**、**金属製品**といった業種においては、特化係数が横ばいもしくは拡大する傾向がみられる。

図表 I-57 岐阜県における製造業の集積度の推移（全事業所）

産業分類	指標	1970年	1985年	1990年	1995年	2000年
12 食料品	特化係数	0.55 -	0.77 -	0.76 -	0.63 -	0.67 -
	拡大係数		1.40 +++	0.99 -	0.83 ---	1.06 ++
13 飲料・たばこ・飼料	特化係数	x x	0.55 -	0.29 --	0.27 --	0.31 --
	拡大係数		x x	0.53 ---	0.92 --	1.14 +++
14 繊維工業	特化係数	3.37 +++	3.06 +++	3.06 +++	3.61 +++	3.68 +++
	拡大係数		0.91 --	1.00 -	1.18 +++	1.02 +
15 衣服・その他の繊維製品	特化係数	4.03 +++	3.90 +++	3.87 +++	2.53 +++	2.31 +++
	拡大係数		0.97 -	0.99 -	0.65 ---	0.91 --
16 木材・木製品	特化係数	1.59 ++	1.76 ++	1.74 ++	1.80 ++	1.93 ++
	拡大係数		1.10 +++	0.99 -	1.03 +	1.07 ++
17 家具・装備品	特化係数	1.81 ++	2.77 +++	2.58 +++	3.09 +++	2.98 +++
	拡大係数		1.53 +++	0.93 --	1.20 +++	0.96 -
18 パルプ・紙・紙加工品	特化係数	1.43 +	1.71 ++	1.63 ++	1.85 ++	1.85 ++
	拡大係数		1.19 +++	0.95 -	1.14 +++	1.00 -
19 出版・印刷・同関連産業	特化係数	0.35 --	0.48 --	0.46 --	0.50 -	0.55 -
	拡大係数		1.39 +++	0.96 -	1.08 ++	1.10 ++
20 化学工業	特化係数	0.45 --	0.51 -	0.51 -	0.58 -	0.52 -
	拡大係数		1.13 +++	0.99 -	1.13 +++	0.91 --
21 石油製品・石炭製品	特化係数	x x	0.03 ---	0.05 ---	0.07 ---	0.07 ---
	拡大係数		x x	1.94 +++	1.37 +++	1.06 ++
22 プラスチック製品	特化係数	x x	1.81 ++	1.54 ++	1.66 ++	1.92 ++
	拡大係数		x x	0.85 ---	1.08 ++	1.16 +++
23 ゴム製品	特化係数	0.26 --	0.52 -	0.68 -	0.89 -	1.29 +
	拡大係数		2.03 +++	1.30 +++	1.31 +++	1.45 +++
24 なめし革・同製品・毛皮	特化係数	0.10 ---	0.30 --	0.21 ---	0.24 ---	0.18 ---
	拡大係数		3.01 +++	0.71 ---	1.13 +++	0.77 ---
25 窯業・土石製品	特化係数	3.70 +++	3.73 +++	3.76 +++	3.45 +++	3.12 +++
	拡大係数		1.01 +	1.01 +	0.92 -	0.90 --
26 鉄鋼業	特化係数	0.17 ---	0.25 --	0.37 --	0.42 --	0.47 --
	拡大係数		1.48 +++	1.45 +++	1.15 +++	1.13 +++
27 非鉄金属	特化係数	0.45 --	0.77 -	0.61 -	0.57 -	0.57 -
	拡大係数		1.71 +++	0.80 ---	0.93 --	1.01 +
28 金属製品	特化係数	1.18 +	1.19 +	1.34 +	1.40 +	1.58 ++
	拡大係数		1.00 +	1.13 +++	1.04 +	1.13 +++
29 一般機械器具（33武器含）	特化係数	0.64 -	0.91 -	1.07 +	1.09 +	1.13 +
	拡大係数		1.42 +++	1.18 +++	1.02 +	1.03 +
30 電気機械器具	特化係数	0.80 -	0.82 -	0.65 -	0.76 -	0.88 -
	拡大係数		1.03 +	0.80 ---	1.17 +++	1.16 +++
31 輸送用機械器具	特化係数	0.77 -	0.75 -	0.78 -	0.75 -	0.80 -
	拡大係数		0.98 -	1.05 +	0.96 -	1.07 ++
32 精密機械器具	特化係数	0.29 --	0.40 --	0.20 ---	0.20 ---	0.22 ---
	拡大係数		1.36 +++	0.51 ---	0.99 -	1.09 ++

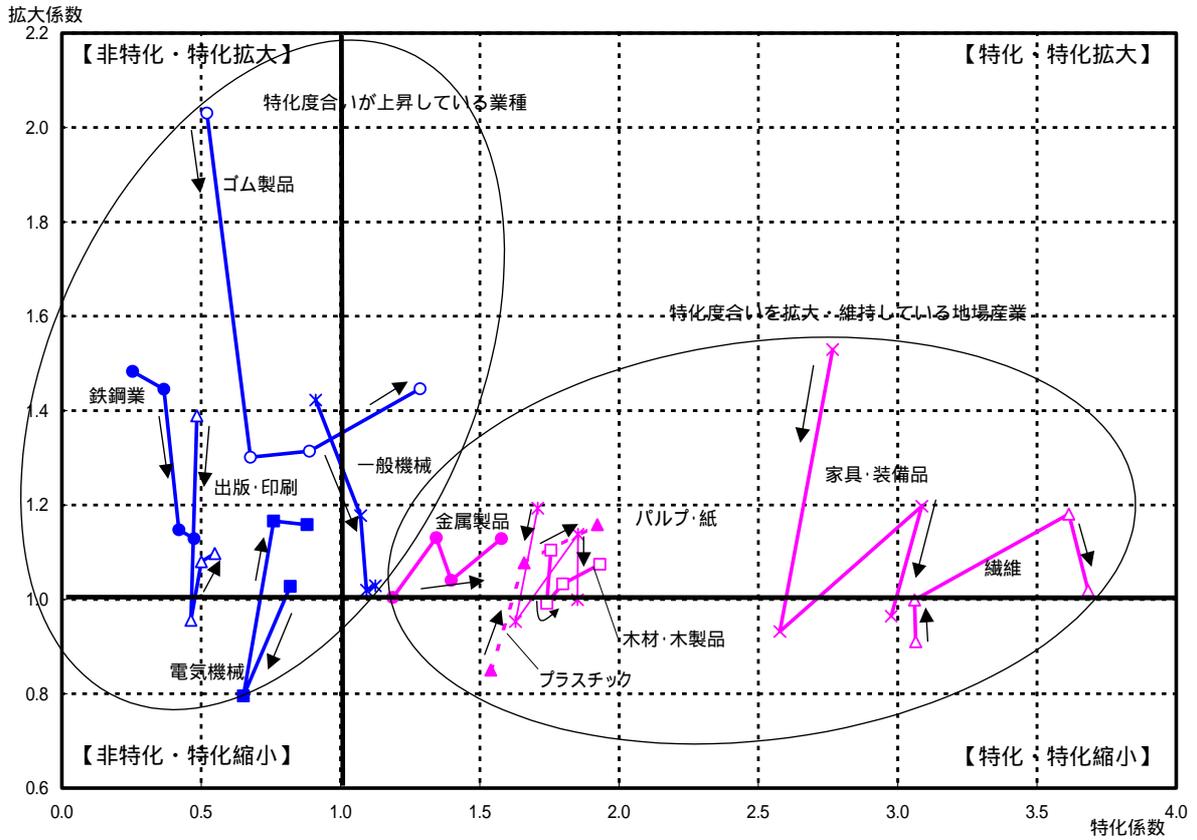
【凡例】

(特化係数) ---: 0.25 未満 --: 0.25 ~ 0.50 未満 -: 0.50 ~ 1.00 未満 +: 1.00 ~ 1.50 未満 ++: 1.50 ~ 2.00 未満 +++: 2.00 以上
(拡大係数) ---: 0.90 未満 --: 0.90 ~ 0.95 未満 -: 0.95 ~ 1.00 未満 +: 1.00 ~ 1.05 未満 ++: 1.05 ~ 1.10 未満 +++: 1.10 以上

備考) 特化係数、拡大係数は製造品出荷額等を用いて算出。

資料) 岐阜県「工業統計調査」、経済産業省「工業統計表」より(株)UFJ 総合研究所作成

図表I-58 主要業種の集積度の推移



資料) 岐阜県「工業統計調査」、経済産業省「工業統計表」より(株)UFJ 総合研究所作成

d) 成長性

岐阜県における製造業の成長性の推移は、図表 I-59に示すとおりであり、特徴的な業種の動向について整理すると、以下のようになる。

出版・印刷・同関連産業

成長率格差は縮小傾向にあるものの、依然として比較的高い水準にあり、1995年から2000年までの期間においては、全国・全産業の平均成長率を9.6ポイント上回っている。産業格差要因は、1985年以降3期連続で低下し、直近の1995年から2000年までの岐阜県の成長率は、全国・全産業の平均成長率とほぼ同じ水準になっている。このように、当該業種は全国的にみて成長性が低下しつつあるが、立地格差要因をみると、1985年以降、3.5%（1985年）、5.0%（1990～95年）、10.0%（1995～2000年）と堅調に上昇していることから、岐阜県の優位性が高まっていると推測される。

また、細分類ベースでみると、2000年時点の付加価値額の6割以上は「印刷業（謄写印刷業を除く）」が占めており、1989年から2000年までの付加価値額の増加（p13・図表 I-15）の2分の1近くは同業種の影響である（寄与率47.5%）。こうしたことから、岐阜県の「出版・印刷・同関連産業」の中心は、出版業ではなく印刷業であることがわかる。

石油製品・石炭製品

成長率格差及び産業格差要因の拡大傾向が顕著である。また、立地格差要因は急激に低下しているものの、直近の期間においてもなお、岐阜県の成長率は当該業種の全国平均を8.0ポイント上回っている。

プラスチック製品

成長率格差は、1985年から1990年にかけて全国・全産業の成長率を3.7ポイント下回っていたが、1990年以降は10.9%（1990～95年）、18.0%（1995～2000年）と大幅に上昇している。産業格差要因の低下傾向がみられる一方で、立地格差要因は上昇が続いており、2000年における岐阜県の成長率は当該業種の全国平均を16.5ポイントも上回っている。

ゴム製品

産業格差要因が1985年以降マイナスで推移していることから、全国的にみて成長性の低い業種であると推測されるが、立地格差要因が非常に大きく、結果として成長率格差が高い水準で推移している。

電気機械器具

成長率格差は、1990年以降、19.8%（1990～95年）、28.6%（1995～2000年）と大幅に拡大している。産業格差要因が一貫してプラスで推移していることから、全国的にみて成長性が期待される業種であるといえ、さらに岐阜県においても、1990年以降は当該業種の全国平均を上回るペースで生産が拡大している。

図表I-59 岐阜県における製造業の成長性の推移（全事業所）

産業分類	指標	1970	85年	1985	90年	1990	95年	1995	2000年
製造業計	成長率格差	10.2%	++	9.1%	+	-3.0%	-	0.1%	+
	産業格差要因								
12 食料品	成長率格差	19.3%	++	-5.2%	-	-9.6%	-	6.7%	+
	産業格差要因	-49.9%	---	-11.8%	-	11.7%	++	0.9%	+
13 飲料・たばこ・飼料	成長率格差	x	x	-56.6%	---	-2.9%	-	20.4%	+++
	産業格差要因	x	x	-2.1%	-	8.4%	+	5.0%	+
14 繊維工業	成長率格差	-104.3%	---	-19.0%	---	-33.7%	---	-26.6%	---
	産業格差要因	-100.1%	---	-26.0%	---	-41.9%	---	-28.0%	---
15 衣服・その他の繊維製品	成長率格差	8.5%	+	10.2%	++	-23.3%	---	-37.1%	---
	産業格差要因	5.2%	+	2.0%	+	20.0%	++	-30.9%	---
16 木材・木製品	成長率格差	-87.7%	---	0.1%	+	-3.8%	-	-16.8%	--
	産業格差要因	-103.0%	---	-7.4%	-	-3.9%	-	-22.7%	---
17 家具・装備品	成長率格差	50.4%	+++	20.3%	+++	8.9%	+	-25.9%	---
	産業格差要因	-43.5%	--	20.6%	+++	-5.9%	-	-23.2%	---
18 パルプ・紙・紙加工品	成長率格差	11.5%	++	-0.1%	-	12.2%	++	-5.0%	-
	産業格差要因	-31.0%	---	-2.8%	-	1.9%	+	-5.0%	-
19 出版・印刷・同関連産業	成長率格差	142.7%	+++	23.3%	+++	14.3%	++	9.6%	+
	産業格差要因	35.3%	+++	19.8%	++	9.2%	+	-0.3%	-
20 化学工業	成長率格差	26.5%	+++	-0.2%	-	15.2%	++	-6.0%	-
	産業格差要因	-8.9%	-	-7.7%	-	5.0%	+	3.7%	+
21 石油製品・石炭製品	成長率格差	x	x	11.7%	++	28.7%	+++	34.4%	+++
	産業格差要因	171.2%	+++	-60.4%	---	-2.7%	-	26.4%	+++
22 プラスチック製品	成長率格差	x	x	-3.7%	-	10.9%	++	18.0%	++
	産業格差要因	x	x	8.4%	+	6.2%	+	1.5%	+
23 ゴム製品	成長率格差	232.9%	+++	49.5%	+++	20.2%	+++	40.7%	+++
	産業格差要因	3.9%	+	-0.4%	-	-5.2%	-	-3.3%	-
24 なめし革・同製品・毛皮	成長率格差	316.7%	+++	-30.6%	---	-12.1%	--	-44.3%	---
	産業格差要因	-35.4%	--	-0.2%	-	-19.7%	--	-26.9%	---
25 窯業・土石製品	成長率格差	-4.0%	-	10.6%	++	-10.8%	--	-19.9%	--
	産業格差要因	-14.9%	--	0.4%	+	0.1%	+	-11.2%	--
26 鉄鋼業	成長率格差	17.1%	++	39.2%	+++	-9.3%	-	-2.4%	-
	産業格差要因	-60.0%	---	-19.7%	-	-18.3%	--	-13.8%	--
27 非鉄金属	成長率格差	-6.0%	-	-18.3%	--	-20.8%	---	-2.0%	-
	産業格差要因	-91.1%	---	0.6%	+	-12.0%	--	-2.9%	-
28 金属製品	成長率格差	-3.3%	-	51.9%	+++	1.0%	+	-1.0%	-
	産業格差要因	-13.5%	--	20.6%	+++	0.2%	+	-12.6%	--
29 一般機械器具（33武器含）	成長率格差	76.8%	+++	55.7%	+++	-5.8%	-	5.4%	+
	産業格差要因	-14.2%	--	17.8%	++	-4.7%	-	2.3%	+
30 電気機械器具	成長率格差	109.3%	+++	-8.5%	-	19.8%	++	28.6%	+++
	産業格差要因	86.4%	+++	12.2%	++	6.2%	+	10.7%	++
31 輸送用機械器具	成長率格差	62.7%	+++	24.7%	+++	-7.4%	-	9.8%	+
	産業格差要因	55.6%	+++	8.0%	+	-0.3%	-	2.3%	+
32 精密機械器具	成長率格差	162.7%	+++	-60.5%	---	-18.6%	--	11.0%	++
	産業格差要因	54.8%	+++	-5.0%	-	-15.1%	--	1.1%	+

【凡例】

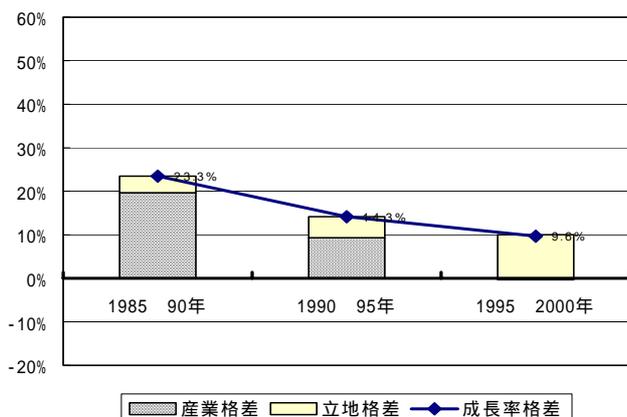
(成長率格差) ---: -20% 未満 --: -20% ~ -10% 未満 -: -10% ~ 0% 未満 +: 0% ~ 10% 未満 ++: 10% ~ 20% 未満 +++: 20% 以上

備考) 成長率格差は製造品出荷額等を用いて算出。

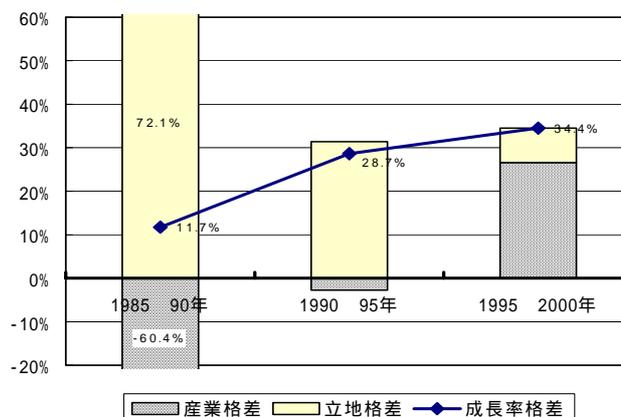
資料) 岐阜県「工業統計調査」、経済産業省「工業統計表」より(株)UFJ 総合研究所作成

図表I-60 主要業種の成長性の推移

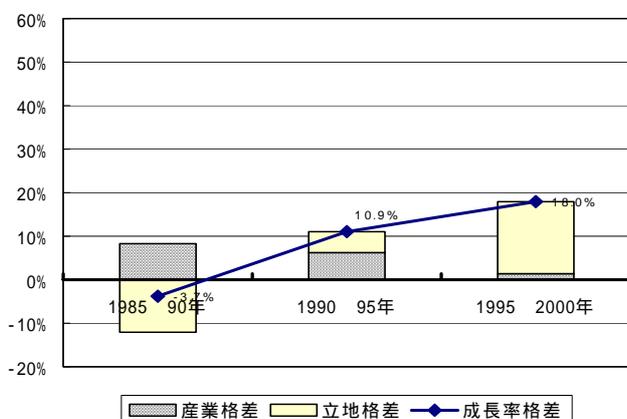
出版・印刷・同関連産業



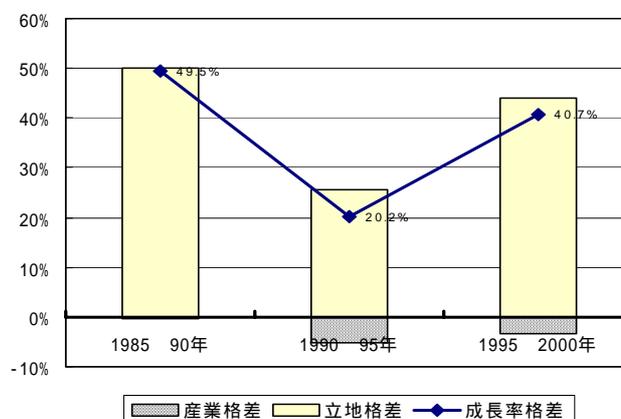
石油製品・石炭製品



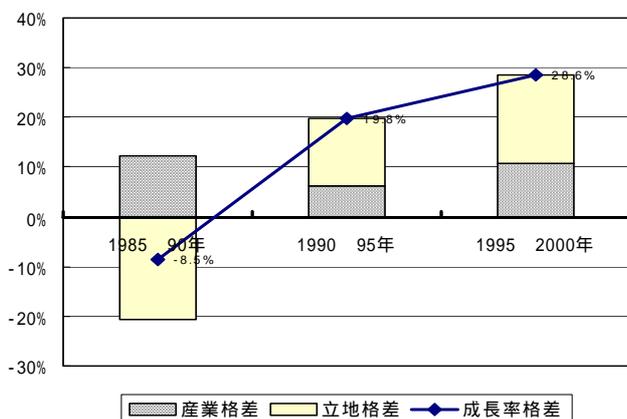
プラスチック製品



ゴム製品



電気機械器具

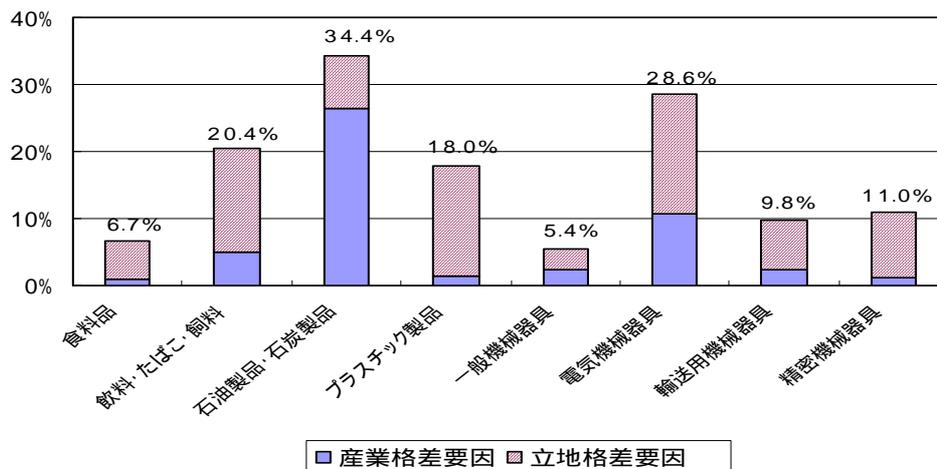


資料) 岐阜県「工業統計調査」、経済産業省「工業統計表」より(株)UFJ総合研究所作成

また、1995年から2000年までの直近期間に着目すると、産業格差要因、立地格差要因の両方がプラスである業種は、**食料品、飲料・たばこ・飼料、石油製品・石炭製品、プラスチック製品、一般機械器具、電気機械器具、輸送用機械器具、精密機械器具**の8業種である。

なかでも、**石油製品・石炭製品**と**電気機械器具**の成長性の高さが突出しており、前者は産業格差要因、後者は立地格差要因のシェアが高くなっている。

図表I-61 直近期間（1995年～2000年）における主要業種の成長性



備考) グラフ中の数値は成長格差（産業格差要因 + 立地格差要因）

資料) 岐阜県「工業統計調査」、経済産業省「工業統計表」より(株)UFJ 総合研究所作成

まとめ

以上の検討結果をとりまとめると、図表 I-62のとおりである。なお、図中では、特徴的な変化がみられた指標（本文中にてコメントを付している）を網掛け表示をしている。

これによると、岐阜県において比較優位性・成長性が期待される産業分野としては、出版・印刷・同関連産業、プラスチック製品、ゴム製品、電気機械器具の4つを取り上げることができよう。

図表I-62 比較優位性・成長性が期待される産業分野の検討（総括）

産業分類	業種別シェア					労働生産性(百万円/人)					集積度					成長性				
	2000年値	順位変動				2000年値	順位変動				特化係数 2000年値 凡例	拡大係数				成長性				
		順位	1970 85	1985 90	1990 95		1995 00	順位	1985 90	1990 95		1995 00	1970 85	1985 90	1990 95	1995 00	1970 85	1985 90	1990 95	1995 00
12 食料品	5.3%	7		1	1	2	7.0	18	2	2	2	0.67	-	+++	-	---	++	++	+	+
13 飲料・たばこ・飼料	1.1%	18		2	1		11.0	5	2	4	6	0.31	--	X	---	--	+++	X	+	+++
14 繊維工業	3.8%	10	3	2	1	3	7.5	17	1			3.68	+++	--	-	+++	+	---	---	
15 衣服・その他の繊維製品	2.8%	12		1	3	2	4.8	20	1	1	1	2.31	+++	-	-	---	--	+	+	
16 木材・木製品	2.1%	14	4			1	7.0	19	1			1.93	++	+++	-	+	++	+	+	
17 家具・装備品	2.9%	11				1	7.6	16	1	1	1	2.98	+++	+++	--	+++	-	+	+	
18 パルプ・紙・紙加工品	4.9%	8			2		11.2	4	2	2	3	1.85	++	+++	-	+++	-	+	+	
19 出版・印刷・同関連産業	2.4%	13	2	2	1	1	10.2	9	2	3	1	0.55	-	+++	-	++	++	+	+	
20 化学工業	4.1%	9				2	29.2	1				0.52	-	+++	-	+++	--	+	+	
21 石油製品・石炭製品	0.2%	20					22.1	2				0.07	---	X	+++	+++	++	+	+	
22 プラスチック製品	6.7%	6			3		10.7	7	5	2	1	1.92	++	X	---	++	+++	+	+	
23 ゴム製品	1.3%	16	2	1	1	1	10.4	8	5		4	1.29	+	+++	+++	+++	+++	+	+	
24 なめし革・同製品・毛皮	0.0%	21	3				4.0	21	2	1	1	0.18	---	+++	---	+++	---	+	+	
25 窯業・土石製品	9.2%	4		1	1	2	8.7	14	1	2	1	3.12	+++	+	+	--	--	+	+	
26 鉄鋼業	1.9%	15	2	2	1		11.7	3	3			0.47	--	+++	+++	+++	+++	+	+	
27 非鉄金属	1.2%	17	1	2		1	8.9	13		10	1	0.57	-	+++	---	--	+	+	+	
28 金属製品	8.1%	5	1	1			9.9	12	3	2	4	1.58	++	+	+++	+	+++	+	+	
29 一般機械器具(武器含)	11.4%	3	1	2			10.1	10	3	4	1	1.13	+	+++	+++	+	+	+	+	
30 電気機械器具	17.3%	1	2	3	3		10.7	6	6	11	1	0.88	-	+	---	+++	+++	+	+	
31 輸送用機械器具	11.8%	2	1	1	2	2	10.1	11	1	2	7	0.80	-	-	+	-	++	+	+	
32 精密機械器具	0.3%	19	2	1			8.4	15	1	3	3	0.22	---	+++	---	-	++	+	+	

【凡例】

(順位) : 順位上昇 : 順位下降

(特化係数) ---: 0.25 未満 --: 0.25 ~ 0.50 未満 -: 0.50 ~ 1.00 未満 +: 1.00 ~ 1.50 未満 ++: 1.50 ~ 2.00 未満 +++: 2.00 以上

(拡大係数) ---: 0.90 未満 --: 0.90 ~ 0.95 未満 -: 0.95 ~ 1.00 未満 +: 1.00 ~ 1.05 未満 ++: 1.05 ~ 1.10 未満 +++: 1.10 以上

(成長率格差) ---: -20% 未満 --: -20% ~ -10% 未満 -: -10% ~ 0% 未満 +: 0% ~ 10% 未満 ++: 10% ~ 20% 未満 +++: 20% 以上

備考1) 成長性については、上段：成長率格差、中段：産業格差要因、下段：立地格差要因を示す。

備考2) 特徴的な変化がみられる指標（本文中にてコメント）については網掛け表示

資料) 岐阜県「工業統計調査」、経済産業省「工業統計表」より(株)UFJ 総合研究所作成

2. 岐阜県の地域ポテンシャル・強み

ここでは、以下の8つの項目ごとに岐阜県の地域ポテンシャルを把握する。さらに、インタビュー結果・検討委員会での指摘事項などを参考に定性的な分析を行い、岐阜県にどのような強み（＝周辺県等の他地域に対する優位性）があるのかについて整理を行う。

岐阜県の地域ポテンシャル	
(1) 研究開発拠点	(2) 既存産業・産業集積
(3) 金融機関・投資家	(4) 地域資源（人・自然等）
(5) エラー! 作表の結果が正しくありません。	(6) 情報インフラ
(7) 市場近接	(8) 行政支援

(1) 研究開発拠点

スイートバレー構想

岐阜県は、情報産業を戦略産業に位置づけて早くから振興に取り組んでおり、県南部に広がる濃尾平野を流れる木曾三川（木曾川、長良川、揖斐川）流域を中心とした地域において「スイートバレー構想」を推進している。

具体的には、現在集積しているソフトピアジャパン、テクノプラザなどの情報通信・マルチメディア・ロボット分野の研究開発拠点、ハイテク産業、国際情報科学芸術アカデミーなどの教育機関や商業複合施設などの資源を結集して、世界有数のIT関連企業、コンテンツビジネス、ロボット産業の一大集積地を形成し、世界に誇る情報価値生産の場“情場”づくりを目指している。

図表I-63 岐阜県の主な研究開発拠点

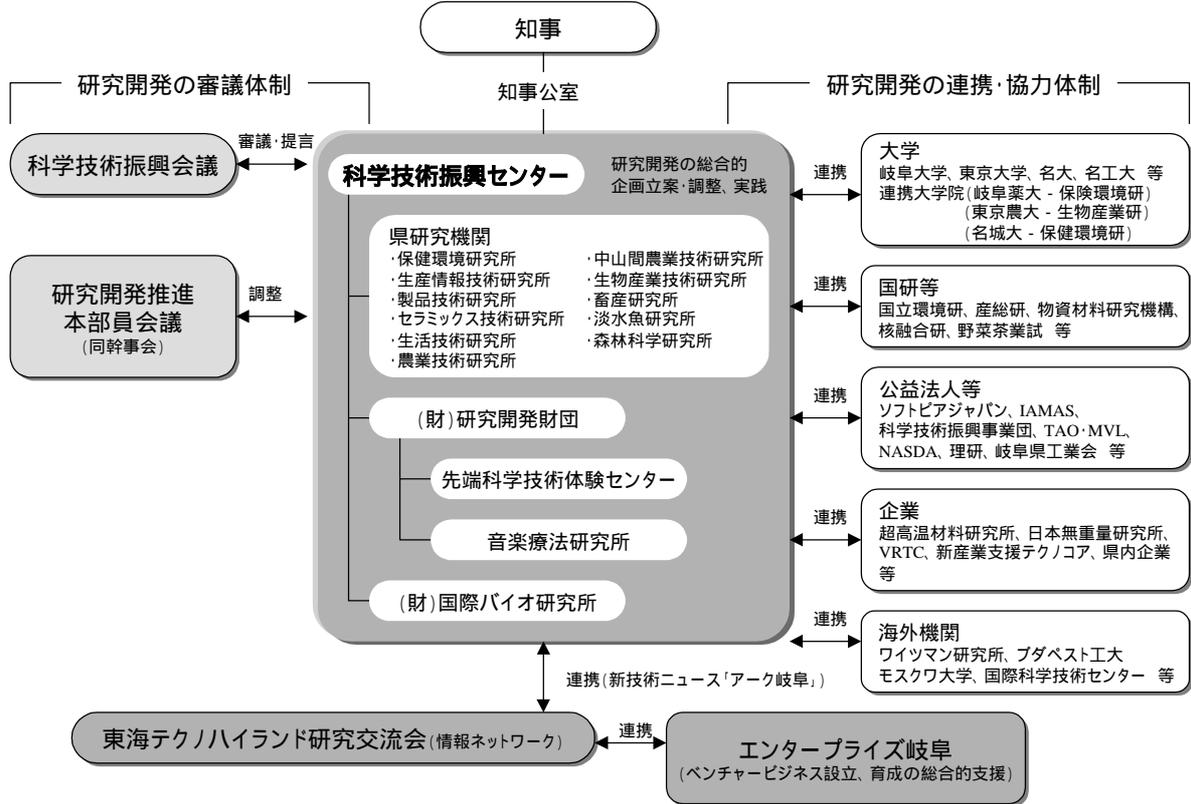
ソフトピアジャパン	<ul style="list-style-type: none"> * 新産業の育成や地域産業の高度化、さらには、医療・福祉・教育などの県民生活と関わりが深い民生分野の情報化を目指した、国際的なソフトウェアの開発拠点。 * 人材の育成・確保、先端的な研究開発の支援、世界への情報発信などを、産学官が一体となって進めており、センタービルを中心に快適な環境が整っている。 * 関連施設:ソフトピアジャパン・ドリームコア、ソフトピアジャパン・ワークショップ 24、情報科学芸術大学院大学、国際情報科学芸術アカデミー
テクノプラザ	<ul style="list-style-type: none"> * VR 技術やロボット技術等、科学技術に関する各種研究機関が集積する研究開発拠点で、21世紀型モノづくりの拠点として、「ITとモノづくりの融合」による産業の高度化、情報化及び新産業の創出を目指している。
東濃研究学園都市構想	<ul style="list-style-type: none"> * 東濃地域において超高温、超高圧、超伝導、無重量等の極限環境等をテーマにした世界水準の研究開発機能の集積を促進するとともに、緑豊かな自然環境を生かした快適で高機能な研究学園都市づくりを推進。 * 関連施設:土岐プラスマ・リサーチパーク、核融合科学研究所、日本無重量総合研究所、超高温材料研究センター、岐阜県先端科学技術体験センター

資料) 岐阜県資料等より(株)UFJ 総合研究所作成

各種支援機関の連携によるサポート

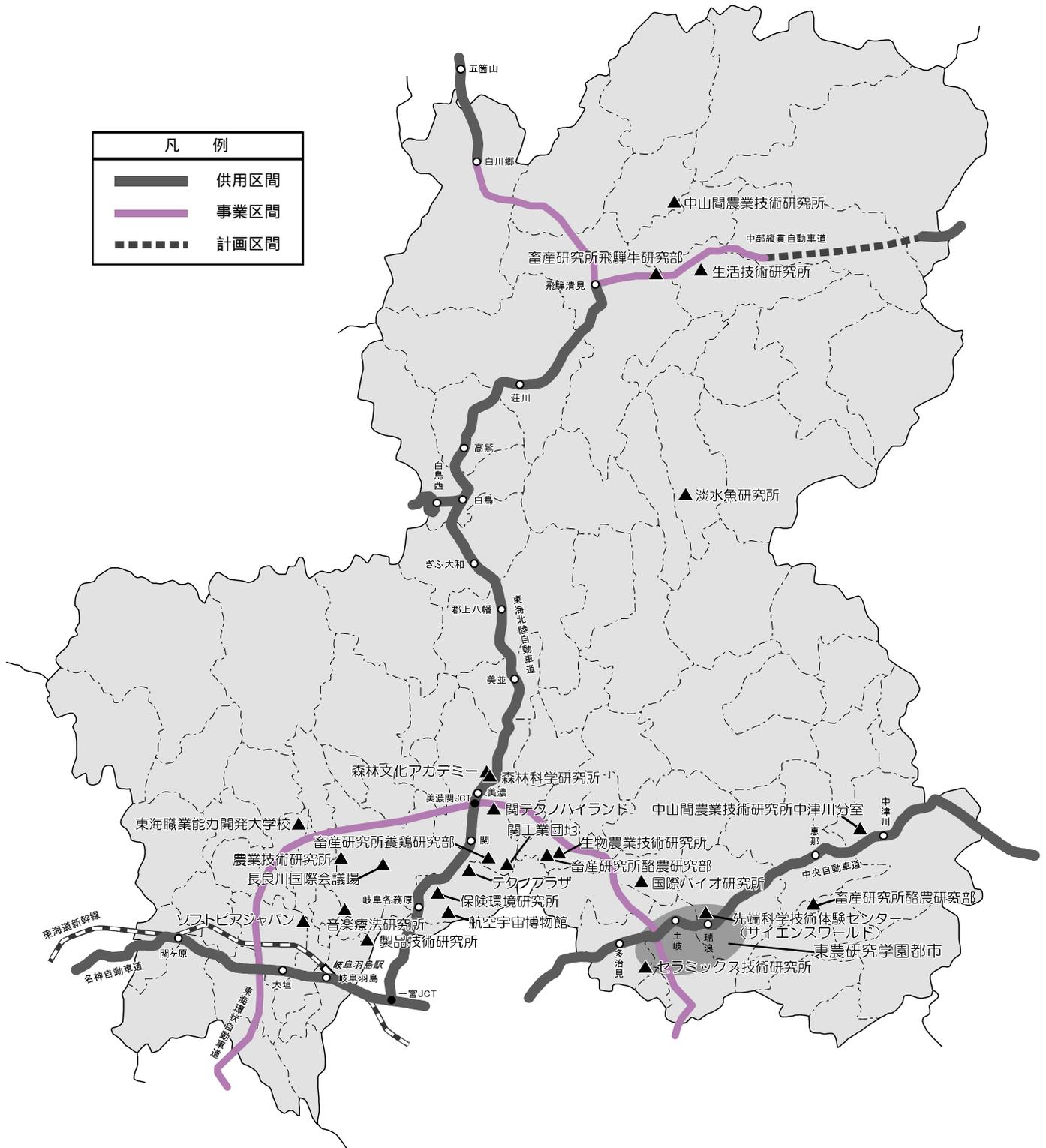
上述の研究開発拠点の他にも、県内外の各種支援機関（p50・図表 I-65）との連携を図りながら、図表 I-64に示すような研究開発体制が構築されている。

図表I-64 岐阜県における研究開発体制



資料) 岐阜県資料

図表I-65 岐阜県の研究開発拠点



凡 例	
	供用区間
	事業区間
	計画区間

備考) 大学については、p58・図表I-73参照
 資料) 岐阜県資料等より(株)UFJ 総合研究所作成

大学の技術シーズ

岐阜大学をはじめとする岐阜県の大学では、研究室で開発したオンリーワン技術を実際にビジネスに結びつけている有望な「大学発ベンチャー」の例がみられるほか（図表 I-66）、県内の企業が大学や県の研究所、公設試験場等と共同研究をおこない、製品化や特許取得を実現させた例もある（図表 I-67）。

このように、岐阜県の地元研究機関では、技術シーズをビジネスに結びつけようとする取り組みが行われており、成果を上げている。

図表 I-66 岐阜県の子な大学発ベンチャー

社名	代表者	関係大学	業種	備考
CMC技術開発	河辺憲次	岐阜大学 など	カーボンマイクロロイル(CMC)製品の開発、販売	元鳥栖二岐阜大学工学部教授が発起人となり設立。株式の公開を計画中。
ナカハラ科学	中塚進一	岐阜大学	生命科学用試薬の販売、精製受託	中塚進一岐阜大学農学部教授が代表者。

資料) 日本経済新聞(2002/10/16 付朝刊)より(株)UFJ 総合研究所作成

図表 I-67 岐阜県の産学官共同研究(岐阜県研究開発財団関係分)

県内研究機関	研究課題	企業	実施年度	備考
岐阜大学	人間型ロボットハンドの試作研究	(株)ダイニチ	8~10	H9特許出願 製品化 H13特許取得
岐阜大学	汚泥の乾留活性炭素による人工培土の開発研究	(株)TYK	8~10	製品化
岐阜大学	視覚センサを用いた製造用中子ハンドリングロボットの研究	(株)岡本	9~11	H11特許出願 試作
岐阜大学 県畜産試験場	接着剤を用いない木質ボード及び積層板	(有)レールフラワー	9~11	商品化[バスターボード]
岐阜大学 愛知医科大学 豊橋技術科学大学	ヒト由来抗菌ペプチドを利用した広範囲の消毒抗菌剤・抗発ガン剤の開発と事業化	(株)バイオゲート	10~11	H11特許出願
岐阜大学	遺伝子組換え技術を利用する天然由来のマラリア生育阻害成分の検出とその検査キットの開発研究	(株)岐阜セラック製造所	11~12	H13特許出願予定
岐阜大学	医療補助効果のあるマットの開発	(株)アーバス	12	試作(特許流通フェア出展)
岐阜大学 県保健環境研究所	柿・茶・大豆ポリフェノールの抗動脈硬化作用の解明とその高度有効利用	一丸ファルコス(株)	13継続	
岐阜大学	溶媒可溶性の高耐熱性ポリマーの合成法に関する研究	関日生化学工業所	13継続	
岐阜大学	学校・生涯学習における個別学習・在宅学習を可能とするマルチメディア教材情報データベースとその配信システムの開発研究	関文溪堂	13	
岐阜大学	使用済み発泡スチロールのリサイクル化の技術開発	㈱エコプロジェクト東海	13	
岐阜大学	浄水処理用高効率ろ過装置の開発	岡田産業㈱	13	
岐阜大学 県製品技術研究所	環境型弾性紙の開発	カワボウ株式会社	13	
岐阜大学 (株)前川製作所 県農業技術研究所	岐阜県内産小麦を用いた低アレルギー化パンの製造	(株)マルセパン	14	
岐阜大学 県製品技術研究所	ステンレス球状炭化物鑄鉄の製造方法の確立と疲労強度の評価	(株)岡本	14	
岐阜大学	ポリマーブレンドによる廃プラスチックの改質技術の開発	岐阜プラスチック工業(株)	14	
岐阜大学	土壌伝染病害に対応する効率的な園芸培土殺菌システムの開発	揖斐川工業(株)	14	
岐阜薬科大学	プラズマ照射による薬物放出制御技術の医薬品製剤化への応用研究	(株)三和化学研究所	10~13	H13特許出願予定
飛騨国際工芸学園 県生活技術研究所	漆液酵素の活性と彩色漆によるうづくり家具等への実用化研究	大日㈱	13継続	
県保健環境研究所	ハロン等の小型分解処理装置の開発	上田石灰製造(株)	11~12	H12特許出願 試作
県セラミックス技術研究所	機能性セラミックス砥石の開発	岐阜製砥	11~12	H12、13特許出願 試作
県製品技術研究所	光触媒酸化チタンを利用した消臭繊維製品の開発	(株)長谷虎商店	11	H12特許出願 製品化
県製品技術研究所 信州大学	やすらぎのある快適繊維製品の開発	東亜紡織(株)大垣工場	11~12	H13特許出願 試作
県製品技術研究所	廃プラスチックのマテリアルリサイクルに関する研究	岐阜プラスチック工業(株)	13継続	
県製品技術研究所	芯鞘2層構造を有する複合繊維の中空加工技術の開発	堀場染色(有)	14	
県森林科学研究所 九州大学	漢方・生薬製剤に用いられる生薬の有効成分の免疫学的感度迅速測定法の開発と品質確保に関する研究	アルプス薬品工業(株)	13継続	商品化
県生活技術研究所 金沢美術工芸大学	家具のユニバーサルデザイン開発研究	(株)キタニ	13継続	

資料) 岐阜県研究開発財団資料より(株)UFJ 総合研究所作成

(2) 既存産業・産業集積

統計データからみた比較優位性・成長性が期待される業種

「1(2)」での統計データの分析結果によると、岐阜県製造業において比較優位性・成長性が期待される業種として、「出版・印刷・同関連産業」「ゴム製品」「電気機械器具」「プラスチック製品」の4つを挙げる事ができる。

産地におけるネットワークの強み

地方の成長企業は、地域の主要産業から生まれるケースが多いといわれており、岐阜県でも、繊維等集積のある産業のなかに成長企業がみられる。

<内閣府『地域経済レポート』における指摘>
 内閣府『地域経済レポート2000』
 * 「さらに地域を細分化してみると、成長企業数は少ないながら、・・・岐阜県南部の繊維等で成長企業がみられ、これら業種はその地域の主要産業である。」
 内閣府『地域経済レポート2002』
 * 「売上高を伸ばしている地域成長企業の地域的な分布をみると、・・・全般的には、人口集積度と産業集積度の高いところに地域成長企業が多く分布する傾向がみられ・・・」

また、今般のベンチャー支援機関等へのインタビューでも同様の趣旨の発言がみられる。地場産業は現在厳しい環境下にあるが、繊維、窯業・土石、プラスチック等といった地域の既存産業が集積している岐阜県は、地域企業の成長に有利な環境といえる。例えば、プラスチック製造業は、図表 I-68 に示すように、業種別シェアの相対的地位が上昇し、高い成長性がみられる。

こうしたことから、長い歴史のなかで培われてきた技術・技能や既存の産業集積によるネットワークは、岐阜県の強みとして捉えることができる。

<支援機関インタビュー結果>
 * 地域の既存産業、地場産業から成長企業が生まれる可能性もある。(エンタープライズ岐阜事務局)
 * 東濃・中濃地域は、(既に集積している)製造業が有望である。具体的には自動車・同部品、繊維、陶磁器(セラミックス)等が期待される。(岐阜県産業経済振興センター)

図表 I-68 地場産業の比較優位性・成長性

産業分類	業種別シェア					労働生産性(百万円/人)					集積度 特化係数 2000年値	成長性				
	2000年値 順位	順位変動				2000年値 順位	順位変動					1970 85	1985 90	1990 95	1995 00	
		1970 85	1985 90	1990 95	1995 00		1985 90	1990 95	1995 00							
繊維工業	3.8% 10/21	3	2	1	3	7.5 17/21	1			3.68	+++	成長率格差	---	--	---	---
													産業格差	---	---	---
													立地格差	-	+	+
衣服・その他の繊維製品	2.8% 12/21		1	3	2	4.8 20/21	1	1	1	2.31	+++	成長率格差	+	++	---	---
													産業格差	+	+	++
													立地格差	+	+	-
木材・木製品	2.1% 14/21	4			1	7.0 19/21	1			1.93	++	成長率格差	---	+	-	---
													産業格差	---	-	---
													立地格差	++	+	+
家具・装備品	2.9% 11/21				1	7.6 16/21	1	1	1	2.98	+++	成長率格差	+++	+++	+	---
													産業格差	---	+++	-
													立地格差	+++	-	++

【凡例】

(順位変動) : 順位上昇 : 順位下降
 (特化係数) ---: 0.25 未満 --: 0.25 ~ 0.50 未満 -: 0.50 ~ 1.00 未満 +: 1.00 ~ 1.50 未満 ++: 1.50 ~ 2.00 未満 +++: 2.00 以上
 (成長性) ---: -20% 未満 --: -20% ~ -10% 未満 -: -10% ~ 0% 未満 +: 0% ~ 10% 未満 ++: 10% ~ 20% 未満 +++: 20% 以上

図表I-68 地場産業の比較優位性・成長性（つづき）

産業分類	業種別シェア					労働生産性(百万円/人)					集積度 特化係数 2000年値 凡例	成長性			
	2000年値 順位	順位変動				2000年値 順位	順位変動			1970 85		1985 90	1990 95	1995 00	
		1970 85	1985 90	1990 95	1995 00		1985 90	1990 95	1995 00						
パルプ・紙・紙加工品	4.9% 8/21			2		11.2 4/21	2	2	3	1.85 ++	成長率格差 ++	-	++	-	
											産業格差 ---	-	+	-	
											立地格差 +++	+	++	-	
プラスチック製品	6.7% 6/21			3		10.7 7/21	5	2	1	1.92 ++	成長率格差	-	++	++	
											産業格差	+	+	+	
											立地格差	--	+	++	
窯業・土石製品	9.2% 4/21		1	1	2	8.7 14/21	1	2	1	3.12 +++	成長率格差 -	++	--	--	
											産業格差 --	+	+	--	
											立地格差 ++	++	--	-	
金属製品	8.1% 5/21	1	1			9.9 12/21	3	2	4	1.58 ++	成長率格差 -	+++	+	-	
											産業格差 --	+++	+	--	
											立地格差 ++	+++	+	++	

【凡例】

(順位変動) : 順位上昇 : 順位下降

(特化係数) ---: 0.25 未満 --: 0.25 ~ 0.50 未満 -: 0.50 ~ 1.00 未満 +: 1.00 ~ 1.50 未満 ++: 1.50 ~ 2.00 未満 +++: 2.00 以上

(成長性) ---: -20% 未満 --: -20% ~ -10% 未満 -: -10% ~ 0% 未満 +: 0% ~ 10% 未満 ++: 10% ~ 20% 未満 +++: 20% 以上

備考) 指標については「1(2)」を参照

資料) 岐阜県「工業統計調査」、経済産業省「工業統計表」より(株)UFJ 総合研究所作成

非産地型の企業集積

さらに、非産地型の企業集積地における企業間ネットワークも強みとなりうる。

例えば、著名な大企業が立地している大垣地域は、既存企業との関係を活かしたスピンオフなど、ベンチャーが創出されやすい土壤にあるといえる。

<支援機関インタビュー結果>

* 有望なベンチャー企業像としては、西濃運輸・イビデン・太平洋工業などの上場企業や上場企業の子会社を退職して起業する例もみられ、これらの場合は技術力もあり成功しやすいだろう。(NOBUNAGA21)

また、大垣地域における同業他社との取引関係をみると(図表I-69)、全体としては、約半数(48.9%)の企業が、同業他社との取引関係があると回答しており、これらの企業の大半が、受注能力を超える場合や得意分野に応じて仕事を相互融通していることがわかる。

図表I-69 大垣地域における同業他社との取引関係

業種別	計		同業他社との取引関係								無	未記入				
	数	%	有	有				無								
				共同受注グループを作った	共同受注グループなし	受注能力を超える仕事を互いに融通	得意分野に応じて仕事を互いに融通	その他未記入								
食料品・飲料等	28	100.0%	12	42.9%	1	8.3%	2	16.7%	3	25.0%	6	50.0%	14	50.0%	2	7.1%
繊維・衣料等	24	100.0%	12	50.0%	2	16.7%	4	33.3%	4	33.3%	2	16.7%	9	37.5%	3	12.5%
木材・家具等	12	100.0%	6	50.0%	0	0.0%	1	16.7%	2	33.3%	3	50.0%	5	41.7%	1	8.3%
紙製品・印刷等	15	100.0%	9	60.0%	0	0.0%	1	11.1%	7	77.8%	1	11.1%	6	40.0%	0	0.0%
化学・プラスチック等	16	100.0%	7	43.8%	0	0.0%	1	14.3%	5	71.4%	1	14.3%	9	56.3%	0	0.0%
窯業・土石製品	20	100.0%	16	80.0%	0	0.0%	7	43.8%	9	56.3%	2	12.5%	4	20.0%	0	0.0%
金属製品	15	100.0%	5	33.3%	0	0.0%	4	80.0%	1	20.0%	1	20.0%	9	60.0%	1	6.7%
一般機械器具	23	100.0%	9	39.1%	1	11.1%	5	55.6%	3	33.3%	2	22.2%	12	52.2%	2	8.7%
電気機械器具	19	100.0%	9	47.4%	0	0.0%	3	33.3%	4	44.4%	2	22.2%	10	52.6%	0	0.0%
輸送機械器具	10	100.0%	4	40.0%	1	25.0%	1	25.0%	2	50.0%	0	0.0%	5	50.0%	1	10.0%
その他	2	100.0%	1	50.0%	0	0.0%	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%
計	184	100.0%	90	48.9%	5	5.6%	30	33.3%	40	44.4%	20	22.2%	84	45.7%	10	5.4%

備考1) 大垣商工会議所会員企業を対象にしたアンケート調査結果

備考2) 斜体の数値は、同業他社との取引関係がある企業を100とした場合の構成比

資料) 大垣商工会議所、大垣地域産業情報研究協議会「大垣地域製造業およびソフピアジャパン進出企業に対する現況調査」(平成13年3月)より(株)UFJ 総合研究所作成

こうした結果を踏まえ、大垣商工会議所・大垣地域産業情報研究協議会「大垣地域製造業およびソフトピアジャパン進出企業に対する現況調査」では、大垣地域の企業集積について以下のような指摘がなされており、産地のみならず、非産地型の企業集積地においても集積によるメリットが働いていることがうかがえる。

- 当該地域における企業相互間の関係が強いことがうかがえる。
- 同業他社との取引関係がかなり強く一般的にみられることは、当該地域では産業集積効果が強く働いていることを示唆しているといえる。

(3) 金融機関・投資家

岐阜県の地元金融機関は、伝統的に健全度が比較的高いとされている。これらの金融機関は、既存企業に対してはもちろん、ベンチャー企業に対しても子会社のベンチャーキャピタル等を立ち上げ、積極的に関わっている。

本調査では、NOBUNAGA21 と共立ベンチャーサポートセンターの各支援機関にインタビューを実施し、その取り組み内容等について把握した。

NOBUNAGA21

(設立経緯)

- 銀行(十六銀行)、証券会社(野村證券)、監査法人(トーマツ)が2000年12月に設立した民法上の組合(民法667)で、「地域経済への貢献」、「地域ネットワークの活用」、「新産業と伝統産業の融合」の3つをコンセプトとしている。
- 上記3社の運営メンバーを中心に、サポーター会員(民間企業、個人または団体としてベンチャー企業のもつアイデアをビジネスとして成功させるための支援をする)、オブザーバー会員(公的な視点から、大所高所にたった意見等をベンチャー企業に提供)、そしてベンチャー会員(ベンチャー企業)からなる。

(特徴・支援内容)

- 地域ネットワークを活かした支援体制に特徴がある。具体的には、岐阜地域を基盤にしている銀行・証券会社・監査法人が持つ地域に密着した情報をもとに、成長途上のベンチャー企業を支援を行っている。
- 支援内容としては、インキュベーション機能(起業家の発掘と人材マッチング、ビジネスモデルの検討・評価、ベンチャーキャピタルによる資金調達支援、専門知識の提供とコンサルテーション)、サポーター機能(サポーター会員による豊富な経営資源の提供、専門機関の紹介)、ネットワーク機能(起業家と起業家、支援者、投資家が集う「場」の提供、ベンチャーフォーラムの開催、インターネット活用による双方向コミュニケーション、外部支援機関との連携)があり、有望なベンチャー企業は株式公開までの支援を受けられる。
- ソフトピアジャパン内には相談施設が設けられており、相談窓口としての機能だけではなく、ビジネスプランなどのプレゼンテーションも可能となっている。

共立ベンチャーサポートセンター

(設立経緯)

- 大垣共立銀行は平成7年に「共立ベンチャーサポート投融資制度」を創設して以来、資金面、販路開拓、経営相談などの様々なベンチャー支援をしてきたが、より充実させるため、相談窓口を提供し、地域に新たな産業を育成することを目的として設置。

(特徴・支援内容)

- 特徴として、サポート機能の充実(従来のものづくりやIT関連はもちろん、環境、介護、福祉など幅広い分野を対象に、全国的なネットワークを活用)、アドバイザー機関との連携強化(アドバイザー機関として、ソフトピアジャパンなど岐阜県の支援機関、岐阜大学などの学術機関、名古屋証券取引所などの取引所等の協力)、産・学・官の連携の実現(「サポート機関」(産)、「アドバイザー機関」(官・学)とともに連携)の3つがある。
- 支援内容としては、各種評価(事業性・技術性・市場性)、各種コンサルティング(経営・人事・財務・税務・法律・特許・不動産・企業年金・保険等)、株式公開サポート(資本政策・事業計画・公開審査・会計指導・証券代行・IR等)、資金サポート(資本参加・投資家紹介・公的投融資情報・助成金情報等)、営業サポート(販路拡大サポート・M&A情報・不動産情報等)、その他(共同研究相談・相続事業承継・ロゴ・パンフレット相談等)があり、ベンチャー企業、既存企業を問わず支援する。

(4) 地域資源(人・自然等)

地方の成長企業の成長要因として、地元の地域資源をうまく活用していることが挙げられる。岐阜県には、人材をはじめ、美濃、飛騨の自然や文化、豊かな自然に育まれた農産品など、他地域と比べてもそん色のない豊かな地域資源が存在している。

自然環境

<インタビュー結果>岐阜県の自然資源の豊かさ

* 岐阜は水が豊富で水質も良い。(岐阜県産業経済振興センター)

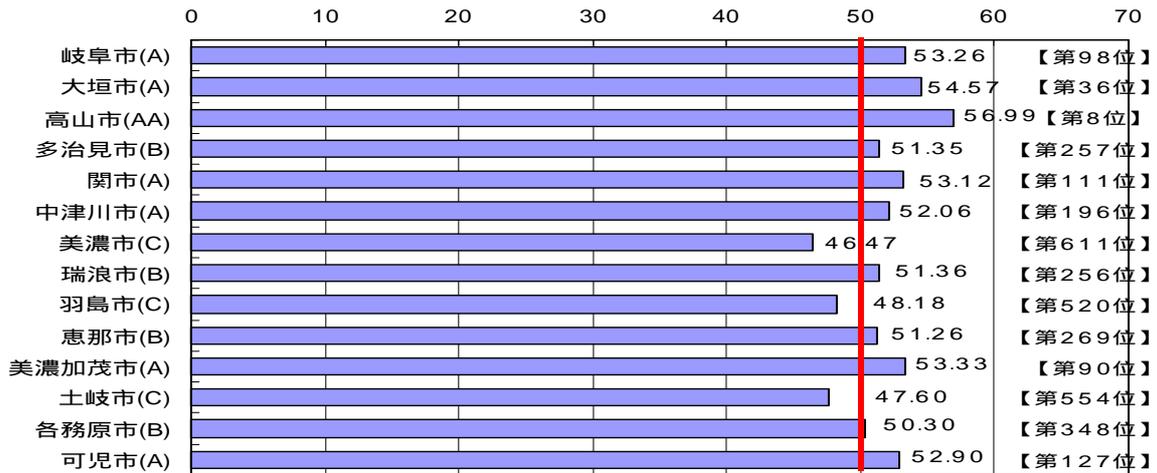
* 農産品など質の高い食材が豊富で、ファミリーレストランチェーンの食材用にも使われている。(岐阜県産業経済振興センター)

生活環境

生活環境についても、他地域よりも優れているとの指摘がなされており、優秀な人材、元気な企業を惹きつける要因になりうるものと考えられる。

図表 I-70は、全国の673都市(東京特別区を含む)を対象にした住みよさランキングを示しているが、岐阜県では、14都市のうち11都市で総合点(偏差値)が50を超えており、平均以上の水準の都市が8割弱と高いシェアを占める。特に、高山市は673都市のなかで第8位にランキングされているほか、大垣市(全国第36位)、美濃加茂市(同第90位)、岐阜市(同98位)なども上位にランキングされている。

図表I-70 住みよさランキング(総合点)



備考1) 採用指標について

「安心度」「利便度」「快適度」「富裕度」「住環境充実度」の5つの観点から、16の社会経済指標を採用

備考2) 評価方法について

16指標をそれぞれについて各都市の偏差値を算出し、その平均を総合点として算出

備考3) 都市名の後の英字は、総合点に基づき7段階でランク付けを行った結果

58.00以上：AAA、55.00～57.99：AA、52.00～54.99：A、49.00～51.99：B、46.00～48.99：C
43.00～45.99：D、42.99以下：E

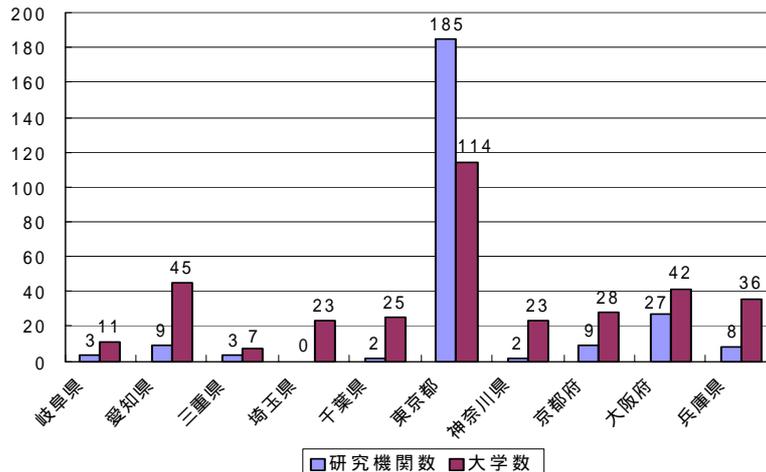
備考4) グラフ中の数値は、総合点(左側)、ランキング(右側)を示す。

資料) 東洋経済「都市データパック」より(株)UFJ総合研究所作成

教育機関

大学は、地域に優れた人材を輩出し、企業に技術を供給するなど、イノベーションの拠点として重要な役割を担っている。岐阜県内の大学数は11校で(図表I-71)、短期大学・高等専門学校を合わせると、図表I-72、図表I-73のように、県内には計23機関が立地している。

図表I-71 大学、研究機関数



資料) 大学：文部科学省「学校基本調査報告書」

研究機関：総合研究開発機構「シンクタンク年報」、「シンクタンク要覧」

人材に関しては、検討委員会等では「岐阜県は人材の宝庫である」など、その質の高さが指摘されている一方で、以下に示すように、IAMAS等の教育施設面での強みを活かされて

いないという課題も残っている。

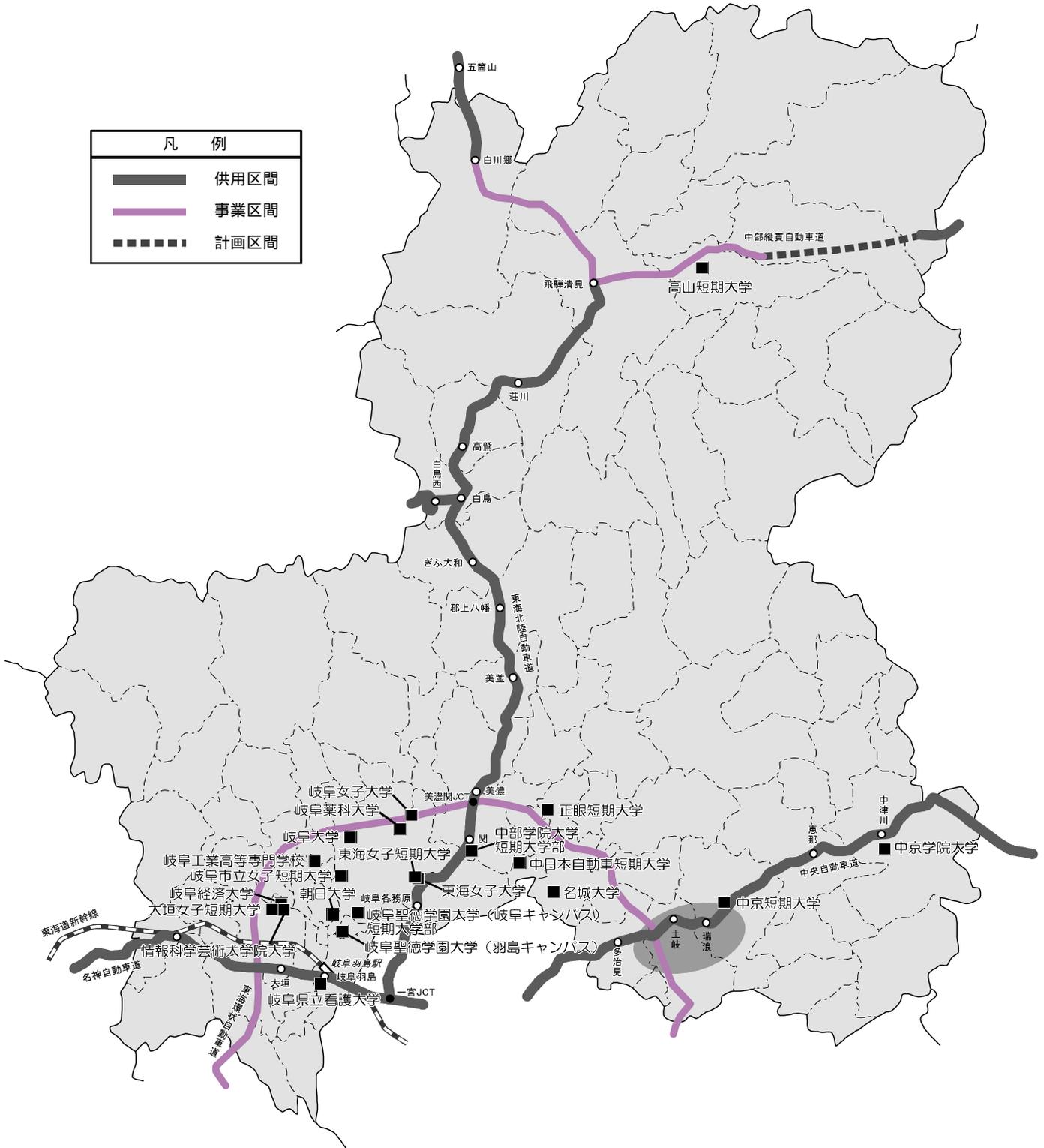
<検討委員会での指摘事項> IAMAS における人材育成の課題
 * IAMAS は、ソフトピアへの人材提供という戦略的目標のもとに設立された教育機関だが、地元には卒業生が残っていない。ここで育成した人材を活かして産業化することは重要な課題である。また、卒業生にはデザイナー的な人が多く、その分野での就職先が少ない。

図表1-72 岐阜県内の大学・短期大学・高等専門学校

設置者	大学名	学部	学科	所在地
国立	岐阜大学	教育学部	学校教育教員養成課程、養護学校教員養成課程、生涯教育課程	岐阜市
		地域科学部	地域科学科	
		医学部	医学科、看護学科	
		工学部	土木工学科、機械システム工学科、応用精密化学科、生命工学科、電気電子工学科、応用情報学科	
		農学部	生物資源生産学科、生物生産システム学科、生物資源利用学科、獣医学科	
		大学院	教育学研究科、地域科学研究科、医学研究科、工学研究科、農学研究科、連合農学研究科、連合獣医学研究科	
		専攻科 別科	特殊教育特別専攻 農業別科	
国立	岐阜工業高等専門学校		機械工学科、電気情報工学科、電子制御工学科、環境都市工学科、建築学科	本巣郡
			専攻科(電子システム工学専攻、建設工学専攻)	
公立	岐阜県立看護大学	看護学部	看護学科	羽島市
公立	情報科学芸術大学院大学	大学院	メディア表現研究科	大垣市
公立	岐阜薬科大学	薬学部	厚生薬学科、製造薬学科	岐阜市
		大学院	薬学研究科	
公立	岐阜市立女子短期大学		英語英文学科、国際文化学科、食物栄養学科、生活デザイン学科	岐阜市
私立	岐阜経済大学	経済学部	経済学科、コミュニティ福祉政策学科	大垣市
		経営学部	ビジネス戦略学科、経営情報学科	
		大学院	経営学研究科、留学生別科	
私立	岐阜女子大学	家政学部	家政学科、住居学科	岐阜市
		文学部	観光文化学科、文化情報メディア学科	
		大学院	文学研究科	
私立	朝日大学	法学部	法学科	本巣郡穂積町
		経営学部	経営学科、情報管理学科	
		歯学部	歯学科	
		大学院	法学研究科、経営学研究科、歯学研究科、留学生別科	
私立	岐阜聖徳学園大学	大学院	国際文化研究科	羽島郡柳津町
		教育学部	初等教育課程、中等教育課程	
		外国語学部	英米語学科、中国語学科、日本語学科	
		経済情報学部	経済情報学科	
私立	岐阜聖徳学園大学 短期大学部		幼児教育学科第一部・第三部、生活学科	岐阜市
私立	東海女子大学	文学部	英米文化学科、人間関係学科、美学美術史学科、総合福祉学科	各務原市
		大学院	文学研究科	
私立	中京学院大学	経営学部	経営学科	中津川市
私立	名城大学	都市情報学部	都市情報学科	可児市
		大学院	都市情報学研究科	
私立	中部学院大学	人間福祉学部	人間福祉学科、健康福祉学科	関市
		大学院	人間福祉学研究科	
私立	中部学院大学 短期大学部		幼児教育学科、社会福祉学科、経営学科	関市
			専攻科(福祉専攻)	
私立	大垣女子短期大学		幼児教育科第一部・第三部、デザイン美術科、音楽科、歯科衛生科	大垣市
私立	高山短期大学		自動車工学科、商経学科	高山市
私立	中京短期大学		生活学科、保育学科	瑞浪市
			別科(調理専修)	
私立	正眼短期大学		禅・人間学科	美濃加茂市
私立	東海女子短期大学		生活学科、英文・コミュニケーション学科、児童教育学科、人間福祉学科	各務原市
			専攻科(生活科学専攻)	
私立	中日本自動車短期大学		自動車工業科	加茂郡坂祝町
			専攻科(自動車工学専攻・車体整備専攻)	
私立	岐阜医療技術短期大学		衛生技術学科、診療放射線技術学科、看護学科	関市
			専攻科(地域看護学専攻・助産学専攻)	

資料) 岐阜県ホームページ

図表I-73 岐阜県内の大学・短期大学・高等専門学校



資料) 岐阜県資料等より(株)UFJ 総合研究所作成

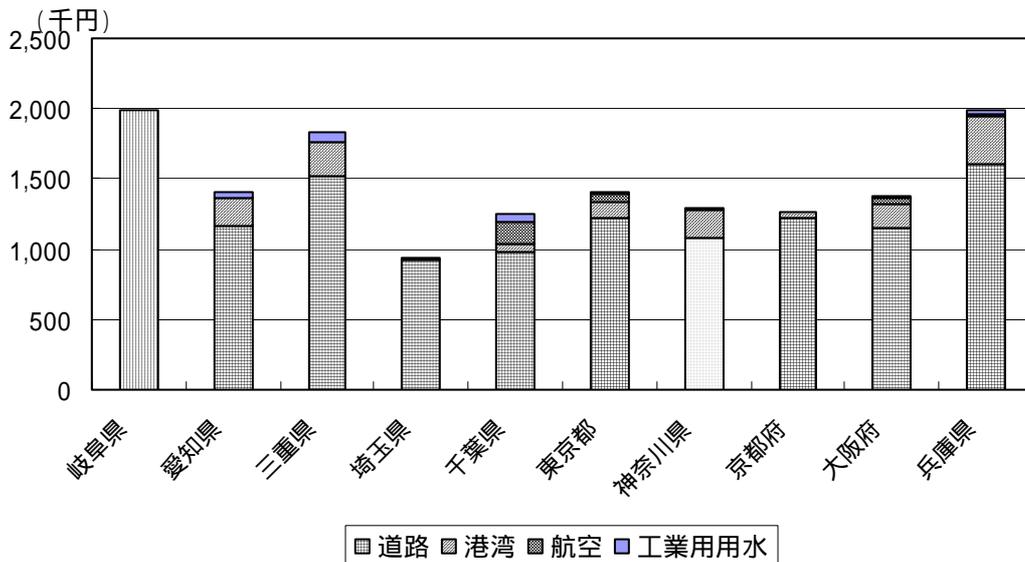
(5) 交通インフラ

道路輸送に大きな強み

日本のほぼ中央部に位置する岐阜県は、日本の人口重心の地であり、古来より東西（関東、関西）、南北（伊勢、北陸）交通の要衝の地となっている。現在では、名神高速道路、東海北陸自動車道路が県内を東西・南北に貫き、また名神高速道路から北陸自動車道や名阪自動車道を経由しても、北陸、伊勢、関西などに達することができる。

ここで、岐阜県の県民1人当たり産業基盤資本ストックをみると、全国平均の倍近くある。岐阜県の産業基盤資本ストックのほとんどすべてが道路であり、岐阜県の県土は他県と比べて広いとはいえ、道路交通基盤は比較的充実していることがうかがえる。

図表I-74 県民1人当たり産業基盤資本ストック



備考) データは1998年、1995年暦年価格

資料) 内閣府政策統括官編「日本の社会資本 世代を超えるストック」(2002年)、総務省「国勢調査結果による補間補正人口」より(株)UFJ総合研究所作成

このように、道路関係のインフラが充実している岐阜県には、以下に示すようなトラック輸送のメリットを最大限に活かした物流において優位性があるといえる。

- 戸口から戸口までの一貫輸送が可能で便利
- 近距離輸送に適しており、近距離輸送では運賃が割安
- 輸送のための荷造包装が比較的簡単でよく、経済的
- 輸送を必要とする時期に合わせて輸送できる

高速道路網の整備による優位性の向上

岐阜県は、高い山や大きな川により地域が分断されているが、このような地理的・地形的制約を克服し「開かれた岐阜県」を実現するために、東海北陸自動車道、東海環状自動車道及び中部縦貫自動車道の整備が進められている(図表I-75、図表I-76参照)。これによって、前述したような岐阜県の物流の優位性がより一層高まることになる。

図表I-75 新高速三道の整備概要

<p>東海北陸自動車道 * 一宮市～小矢部市 * 総延長 185km(県内 142km)</p>	<p>* 名神高速道路の一宮市と北陸自動車道の小矢部市を結び、太平洋側と日本海側が直結され、中部内陸地帯の開発と発展に大きな効果が期待されている。 * 平成10年12月13日に名神高速道路と一宮JCTで接続し、現在は、飛騨清見ICまで供用されている。</p>
<p>東海環状自動車道 * 豊田市～四日市市 * 総延長 160km(県内 100km)</p>	<p>* 名古屋市を中心とする半径30～40km圏に位置する都市群をつなぎ、東名、名神、中央などの高速道路と一体となって、地域開発の基盤を形成する。 * 美濃関JCT～愛知県境の間では、2005年国際博覧会開催にあわせた開通を目標に工事が進められている。</p>
<p>中部縦貫自動車道 * 松本市～福井市 * 総延長 160km(県内 60km)</p>	<p>* 北陸と関東を最短距離で結び、中部内陸地域の一体的総合開発を図る。 * 平成9年12月に待望の安房峠道路(トンネル)が開通し、長野県への通年通行が可能。さらに、平成11年11月には、福井県境の油坂峠道路が開通し、現在では高山清見道路の工事が進められている。</p>

図表I-76 新高速三道の整備概要



資料) 岐阜県資料等より(株)UFJ 総合研究所作成

また、高速道路網の充実、県内外における道路アクセスの利便性を向上させるばかりだけでなく、県内にはない空港・港湾へのアクセス性も向上させる。岐阜県は、海運・航空を利用した貨物輸送においては不利な環境にあるため、これら輸送機関が有するメリット（図表 I-77）を享受しにくい、高速道路が県内と港湾・空港とを結びつけることによって、上述のようなデメリットを補うことができる。さらには、陸・海・空の複数モードにわたるマルチモーダルな交通体系を活用することで、岐阜県は「日本の真ん中」のみならず「アジアの真ん中」へと飛躍するものと期待できる。

図表 I-77 海上輸送・航空輸送のメリット

海上輸送	<ul style="list-style-type: none"> * 運賃負担力の少ない大量商品の遠距離輸送に適しており、割安で経済的。 * 原材料などバラ貨物を大量輸送する場合、特に専用船による輸送及び荷役の合理化が可能で効果的である。 * 一般に、潤大品・重量品・大量品の輸送に適している。
航空輸送	<ul style="list-style-type: none"> * 輸送速度が非常に速い。 * 運賃負担力の大きい少量商品や生鮮食料品の中・遠距離輸送に適する。 * 荷傷みが少なく、荷造包装が比較的簡単でよい。

<新聞記事>東海北陸自動車道の全通による物流の強みの拡大

* 岐阜県多治見市に本部を置くショッピングセンター「バロー」は、日本海でとれた新鮮な魚を“海なし県”である岐阜で販売したいと考えており、2001年7月、東海北陸自動車道の全線開通を睨んで、富山県福光町の福光 I.C. 近くに物流センター整備した。

* 日本海の漁港に揚がった鮮魚は現在、一般道を経由していったん名古屋の市場まで運ばれ、競りにかけられている。このため、岐阜県内の店に並ぶのは翌日になるが、東海北陸自動車道が全通すると、新設した物流センターから1時間以内で高山まで配送でき、富山で競り落とした“朝捕れ”の鮮魚を、昼には店頭で並べることができる。

* こうした東海北陸自動車道の全通効果について、同社は「輸送時間を大幅に縮めることでより効率的に配送でき、高速料金を考えても効果は大きい」としている。

* また、日本海対岸に太いパイプを持つ伏木海陸運送（富山県高岡市）は、東海北陸自動車道の全通によって「ロシアなどからの荷物を富山で揚げて岐阜まで運ぶルートが便利になる」と指摘しており、「名古屋港との役割分担も考え直す」としている。

（資料）中日新聞記事（2002/11/05 付朝刊）をもとに要約

（6）情報インフラ

岐阜県には全国的に著名なソフトピアジャパン等があり、行政が IT ビジネスを積極的に支援している。また、情報先進県を目指して、ビジネス以外の面でも中長期的な視野で情報化を促進させている。例えば、学校のインターネット接続率は 100% で全国 1 位であり、コンピュータ教育のできる職員数も同 13 位と高い水準にある。

一方で、携帯電話の普及率（54.9%）やインターネットの普及率（35.4%）も高く、地域の情報化は他県と比べても進んでいる。

図表 I-78 岐阜県が上位（全国15位以内）にある地域情報化指標（全13指標中6指標）

学校のインターネット接続率	携帯電話人口普及率	携帯インターネット人口普及率	地方公共団体のホームページ開設率	インターネット人口普及率	PCで指導できる教員数
1位	6位	9位	11位	13位	13位

資料）総務省「平成14年版情報通信白書」都道府県別地域情報化指標

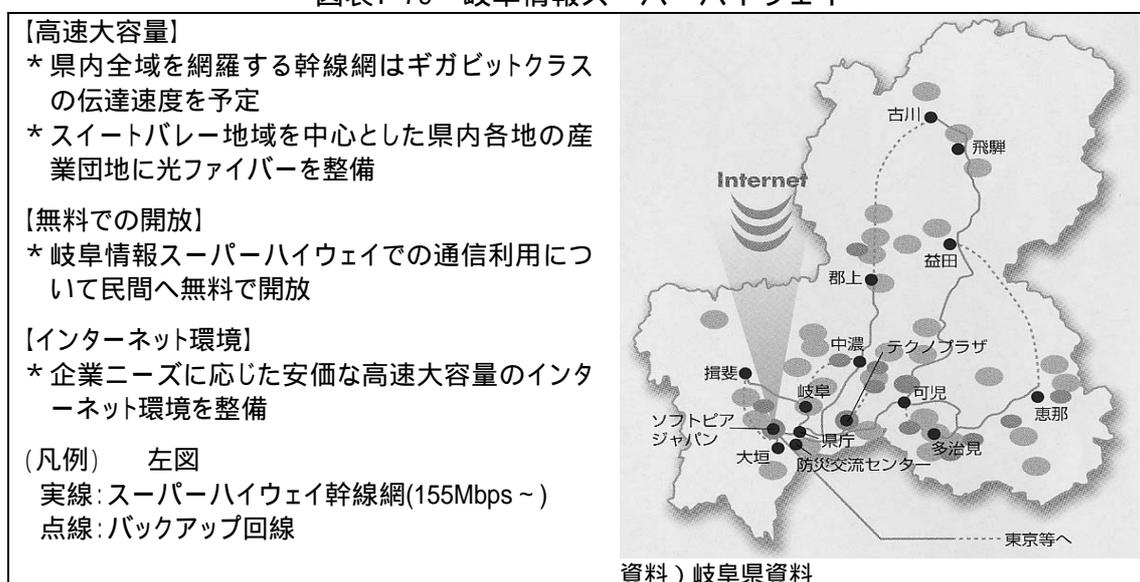
インフラ整備に関しても、岐阜県では、情報通信インフラを 21 世紀の最も重要な社会資本の一つと位置づけ、早急な整備が進められている。

岐阜情報スーパーハイウェイ

県内全域をカバーする光ファイバー網「岐阜情報スーパーハイウェイ」の整備が進められている。この光ファイバー網を民間に無料で開放することにより、平成 14 年度中に、高速大容量の通信サービスが一般的な水準より 3 割程度安く、スイートバレー地域に立地する企業に提供される予定である（図表 I-79 参照）。

また、岐阜県では、CATV、ADSL 等の整備を進める民間業者等を支援し、ラストワンマイル（最寄りの電話局（収容局）や ISP からユーザー宅までの接続回線）といわれるコミュニティネットの整備を進めている。

図表 I-79 岐阜情報スーパーハイウェイ



ソフトピアジャパン・ビジネスサポートネットワーク (SJ-BSN)

ソフトピアジャパン・ビジネスサポートネットワーク (SJ-BSN、図表 I-80 参照) とは、ソフトピアジャパンエリア全域に整備された光ファイバー網のことをいい、この光ファイバー網を活用することにより、ソフトピアジャパン集積企業は、高速、大容量の通信サービスを廉価に利用でき、ネットワークのブロードバンド化が促進される。

図表 I-80 SJ-BSN の特色

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> * ビジネス利用を目的としたブロードバンドネットワーク * 集積企業や通信事業者への開放 * 集積企業間での無料かつ自由な利用 * 県内外の大学や試験研究機関と共同研究、実験が可能 <ul style="list-style-type: none"> ・ 岐阜情報スーパーハイウェイ ... ソフトピアから県内各拠点へ (H15.4 民間開放予定) ・ JGN (研究開発用ギガビットネットワーク) ... ソフトピアから全国へ |
|--|

ジーシーアイエックス株式会社の設立

岐阜県では、三重県、キャリア（第一種通信事業者）、地元企業の協力を得て、商用 IX

を運営する「ジーシーアイエックス株式会社」(Gifu Communication & Information eXchange)を平成14年4月18日に設立している。同社では、平成14年8月から運用を開始し、東海・北陸・近畿の各地域と連携をとりながら広域化・国際IX化⁴し、基幹通信網の安全確保と県民が快適にネットワークを利用できる環境の構築を目指している。

(7) 市場近接

岐阜県は、名古屋圏の大消費地や、豊田市、名古屋市という世界有数の製造業集積地に近接している。また、前述したとおり、至便な交通インフラを通じて、大阪・京都といった関西市場、金沢・長野といった北陸、中部の拠点都市の市場とも程近い関係にある(図表I-81)。

さらに、東海北陸自動車道が富山まで全通すれば、ロシアや韓国、中国といった東アジア市場も視野に入ってくる。

図表I-81 岐阜県・関インターから各地への所要時間

発地	目的地	I.C.	所用時間
関	名古屋	小牧	0:29
	大阪	吹田	2:15
	東京	東京	4:49
	金沢	金沢東	2:39
	長野	諏訪	2:43

資料) 日本道路公団より(株)UFJ 総合研究所作成

<インタビュー結果>岐阜県における市場近接性について

* 立地条件としては、取引先の近くにあること、周辺に市場があること、質の高い労働力を確保できることを重視しており、恵那は自社技術を活かす最適な場所であると考えた。(自動車関係部品メーカー・山本製作所)

* 西濃は関西、北陸方面の市場をターゲットにした企業が進出してくる例が多い。(岐阜県産業経済振興センター)

(8) 行政支援

岐阜県では、ソフトピアジャパンやテクノプラザなどの企業支援施設、経営指導・助言といった相談事業、補助金、融資などの資金援助プラン、企業立地への助成等々の施策が充実している。その他にも、エンタープライズ岐阜事務局では、ベンチャー企業の販路や市場開拓に特に着目し、販路、市場開拓を支援するためのユニークな事業(「ベンチャー企業事業可能性調査事業」)を実施しており、全国的に注目されている。

以下では、岐阜県の産業政策の基本方針を整理するとともに、創業支援及び企業誘致については、支援機関へのインタビュー結果等を参考にしながら、施策の展開状況を把握する。

産業政策の基本方針⁵

岐阜県では、「県民が安心して働ける良質な働く場の確保」「地域産業(地場産業等)の再生」「県民の健康と県土の環境を守り、地域を支える農林業の実現」「21世紀型産業構造への転換促進」を目標に施策を推進している。

⁴ IX (=Internet eXchange) とは、複数のプロバイダや学術ネットワークを相互に接続するインターネット上の相互接続ポイント。

⁵ 岐阜県農林商工部「平成14年度版商工労働施策ガイドブック」をもとに整理

図表I-82 岐阜県における産業政策の基本方針・施策

<p>1. 中小企業・地場産業の再生</p> <ul style="list-style-type: none"> * 活力ある産業の仕組みづくり <ul style="list-style-type: none"> ・ 中小企業支援体制(相談窓口等)の充実 * 地場産業、中小企業の支援の充実強化 <ul style="list-style-type: none"> ・ 中小企業向け融資制度の充実 ・ ものづくり支援 ・ デザイン力の強化(後述) ・ 市場開拓支援 ・ 地産地消運動の展開 ・ IT化支援(後述) ・ 地域産業再生プロジェクトの推進 * 地場産業のデザイン力の強化(ワールド・デザイン・ORIBE 構想の推進) <ul style="list-style-type: none"> ・ デザイン振興拠点の整備及び運営 ・ プロダクトデザイン力の強化(人材育成、商品開発・販売、情報収集・発信) ・ 世界と融合した ORIBE ブランドづくり ・ 世界のファッション工房づくり * 中小企業の IT 化支援 <ul style="list-style-type: none"> ・ 意識改革の促進 ・ 人材の育成 ・ 専門家による相談・支援 ・ IT 導入に対する資金支援 ・ ネットワーク活用事業の推進 * 賑わいのあるまちづくり <ul style="list-style-type: none"> ・ 中心市街地・商店街活性化支援 ・ イベント・コンベンションの積極的な推進 ・ 商店街基盤施設整備支援 * セラミックパーク MINO の開設 <ul style="list-style-type: none"> ・ オープンに向けた施設整備 ・ 開館記念展の開催 <p>2. 21 世紀型交流産業の振興</p> <ul style="list-style-type: none"> * 21 世紀型交流産業の振興 <ul style="list-style-type: none"> ・ 「日本まんなか楽園ぎふ - 飛騨・美濃」構想の推進 ・ 姫街道 400 年祭の開催 ・ 第 8 回全国和牛能力共進会岐阜県大会、第 49 回日本花き生産者大会の開催 ・ 第 2 回国際 IT 合同会議 in 岐阜 (IJC) の開催 ・ 国際・広域観光の推進 ・ イベント・コンベンションの積極的な推進(再掲) <p>3. 農林業の再生</p> <ul style="list-style-type: none"> * 食料の安定供給 <ul style="list-style-type: none"> ・ 農産物の生産振興 ・ 県内農産物の消費拡大 	<p>3. 農林業の再生(つづき)</p> <ul style="list-style-type: none"> * 消費者ニーズに応えた農林水産物の提供 <ul style="list-style-type: none"> ・ 安全・安心・健康な農林水産物の提供 ・ オンリーワン・ナンバーワン農林水産物の生産・販売 ・ 心の豊かさを提供する花き産業の育成 * 農林産物資源の循環利用の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・ 県産材の利用拡大 ・ 循環型農林業の推進 * 農林業の情報化の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・ IT の利用促進 * 農林業を担う多様な担い手の育成 <ul style="list-style-type: none"> ・ 農林業における雇用の促進 ・ 多様な担い手の育成 * 都市と共生する農山村づくり <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域資源を活かした交流人口の増加 <p>4. 新産業の創出、育成</p> <ul style="list-style-type: none"> * 新産業の育成・新事業の創出支援 <ul style="list-style-type: none"> ・ 「エンタープライズ岐阜」の推進 ・ ベンチャー支援の推進 ・ 新しい産業分野への支援 * 情報産業の育成、産業の情報化推進(ソフビアジャパン、テカプラザ・プロジェクトの推進等) <ul style="list-style-type: none"> ・ 産業の情報化を担う人材の育成 ・ 県内産業の情報化支援 ・ 海外直結戦略による情報産業の育成 <p>5. 21 世紀型企業立地の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> * 21 世紀型企業立地の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・ 優良企業の誘致 ・ 戦略的産業用地の開発 <p>6. 雇用対策の推進、労働環境の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> * 雇用対策の推進、労働環境の整備 <ul style="list-style-type: none"> ・ 緊急的な雇用機会の創出 ・ 就業能力の向上支援 ・ 円滑な労働移動の支援 ・ 勤労者福祉の向上 <p>7. エネルギーの安定供給</p> <ul style="list-style-type: none"> * エネルギーの安定供給 <ul style="list-style-type: none"> ・ エネルギー自給率の向上 ・ 地域特性を活用した新エネルギーの重点導入の促進
---	--

資料) 岐阜県農林商工部「平成 14 年度版商工労働施策ガイドブック」より(株)UFJ 総合研究所作成

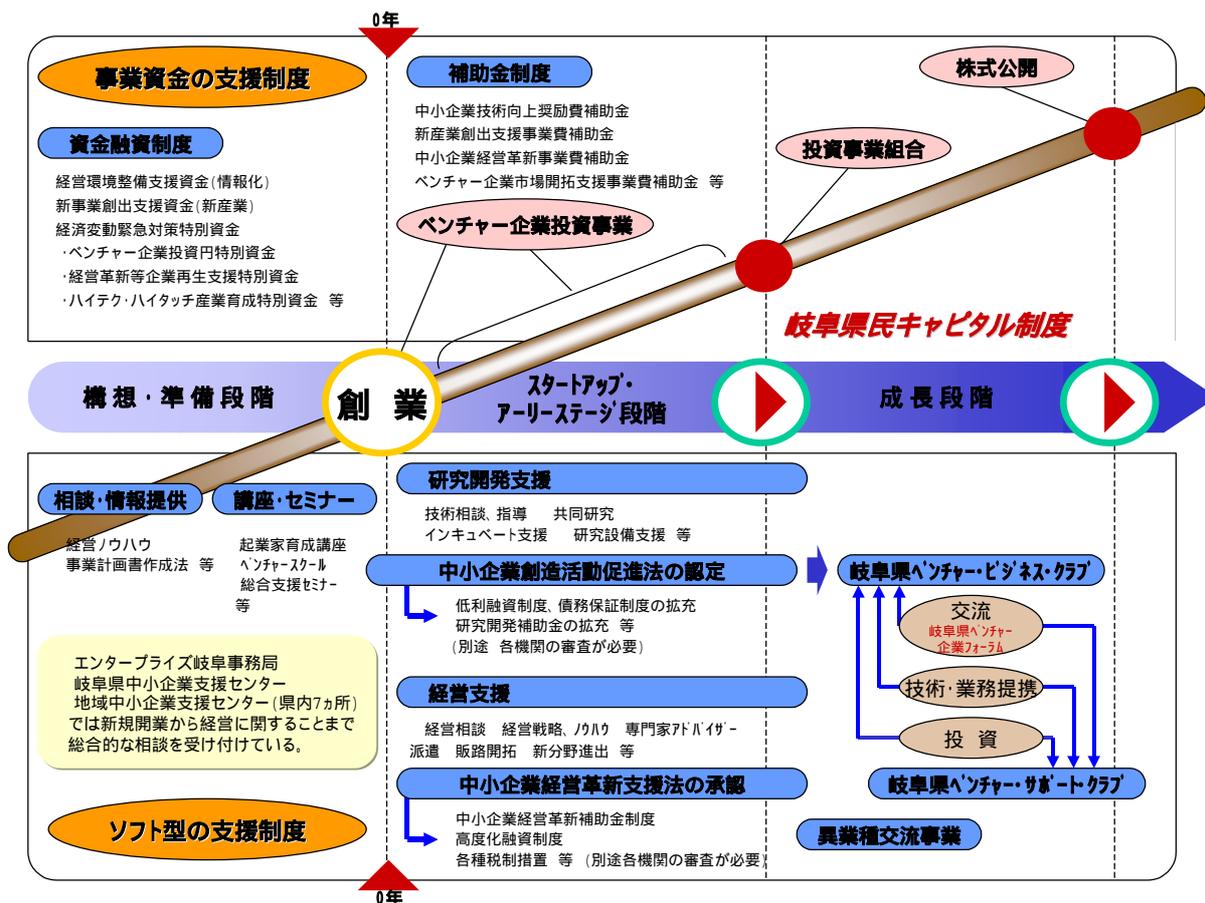
創業支援

a) 支援制度・支援体制の概要

県のベンチャー支援制度は、図表 I-83のとおりである。

大きくは、事業資金の支援制度（図表 I-83の上段）とソフト型の支援制度（図表 I-83の下段）の2つに分けられ、構想・準備段階、スタートアップ・アーリーステージ段階、成長段階という各ステップに応じて、様々な支援メニューが用意されている。

図表 I-83 岐阜県のベンチャー支援制度

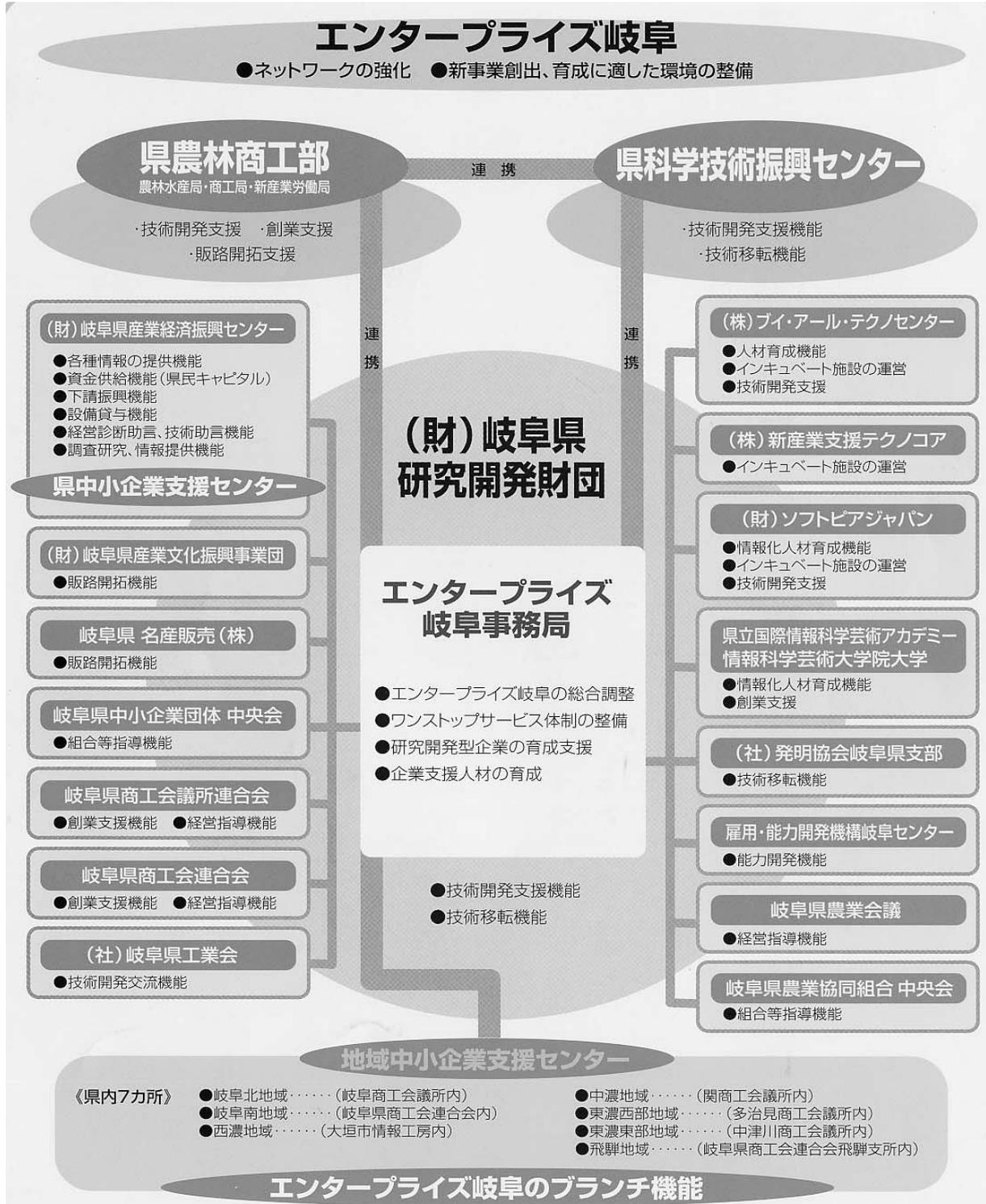


資料) 岐阜県資料より(株)UFJ 総合研究所作成

新事業、ベンチャービジネスの創出、育成を総合的に支援する包括的な体制としては、エンタープライズ岐阜が構築されている（図表 I-84参照）。この事務局では、県内の各支援機関と連携して、企業や創業者の研究開発から商品開発、事業化までを一貫して総合的に支援している。

創業や事業に関する総合的な相談に対しては、エンタープライズ岐阜事務局、県中小企業支援センター、及びエンタープライズ岐阜のランチ機能を有する地域中小企業支援センターが対応している。事務局へのインタビュー結果によると、県及び各地域の中小企業支援センターが一般的な創業支援を行っているのに対し、エンタープライズ岐阜は研究開発型のベンチャー支援に特徴があるとしている。

図表I-84 エンタープライズ岐阜体制



資料) 岐阜県資料

b) エンタープライズ岐阜事務局の取り組み

b.1. 支援内容

エンタープライズ岐阜事務局では、以下に挙げる3つの柱のもと、国庫補助事業を中心に支援活動を展開している。

- 新事業創出に関する総合相談窓口の開設

- 研究開発型企業の育成支援
- ワンストップサービス体制の整備

新事業創出に関する総合相談窓口の開設

企業の成長段階に応じた経営上・新事業創出に係わる諸問題に対して、技術・経営の専門家を派遣してスポット的にアドバイスを行う。

【事務局における総合相談窓口】

細分化している県のベンチャー支援の総合窓口として、創業から成長段階までの支援を実施している。平成 13 年度の相談実績は 330 件で、「技術指導等の相談」が 110 件と最も多く、「公的支援の受け方、申請書類等の指導」（74 件）がこれに次ぐ。

【新規事業創出アドバイザー】

資格を有したアドバイザーを 33 名登録している。専門家であるアドバイザーと事務局が企業に直接出向き、適材適所で高度な相談内容にも応じている。

【エンタープライズ岐阜総合支援体制の推進】

エンタープライズ岐阜の構成機関の相互連携によりチームを組んで、意欲あるベンチャー企業を経営・技術などの面から総合的に支援を行っている。総合的支援を行っている 24 社のうち、7 社では将来の株式店頭公開が検討されている。

研究開発型企業の育成支援

産学官及び異業種間の交流により、新技術・新商品の開発を促進し、研究開発型の育成を支援する。

【地域企業等発掘事業】

各地域中小企業支援センターや商工会等から寄せられる情報等をもとに、県内ベンチャー企業のニーズ・シーズの実態を把握し、地域に埋もれているオンリーワン企業等の発掘を行っている。

【販路開拓・マーケティング支援】

支援機関へのインタビュー結果によると、以下に示すように、ベンチャー企業の抱える課題として「販路開拓」「資金調達」が指摘されているが、販路開拓・マーケティングに係る支援として「ベンチャー企業事業可能性調査事業」が実施されている（平成 13 年度実績：6 事業）。これは、県内ベンチャー企業のビジネスプランについて市場性の有無・事業採算性・製品の改良性・販売促進方法等の調査を民間企業に委託し、具体的な事業化への方向性を模索するものである。

こうした市場性や販路開拓等に関するコンサルティング支援について、エンタープライズ岐阜事務局は「このような個別具体的な指導が企業にとって最も効果的である」と評価しており、平成 14 年度には、コンサルティングにより力点を置いた調査を展開することにより、販売に直接結びつけるためのマーケティング支援を行う予定である。

<支援機関インタビュー結果>ベンチャー企業の抱える課題について

- * 販路開拓と資金調達に問題を抱える企業が多い。また、売れるモノをつくっていない、市場でのポジショニングを把握していない等、マーケティング面も課題となっている。
- * 資金や販路、取引先の開拓に問題を抱える企業が多い。
- * 飛び抜けた技術力がなく、“日銭稼ぎ”を何年も続けている企業が多い。

【その他】

その他では、企業とベンチャーキャピタルとのマッチング支援、ビジネスマッチング支援、セミナー開催など、各種事業を展開している。

セミナーに関しては、岐阜県の開業率の低さを踏まえ、マインド的ではなく、会社登記の方法やビジネスプランの作成など、実践面に関するセミナーを開催している。

ワンストップサービス体制の整備

各支援機関において、エンタープライズ岐阜事務局と同様の機能を発揮できるよう、構成機関の横の連携を強化している。

b.2. 今後の支援事業展開

今後の支援事業展開としては、マーケティング・販路開拓など営業面に特化した支援を実施していくとともに、支援ノウハウの蓄積、属人的なネットワークの形成、個人のスキルアップなどが必要である。

<エンタープライズ岐阜事務局インタビュー結果>今後の支援事業展開について

- * 今後は、エンタープライズ岐阜事務局が有する総合力を活かしながらの継続的支援、企業の成長ステージに合った支援メニューのコーディネートが課題となる。
- * 将来的な方向性としては、営業支援・マーケティング支援に注力し、ベンチャー支援のもう1つの車輪である資金面については、金融機関の支援が必要。
- * 公務員は3年タームでの人事異動があるが、ベンチャー支援には5年程度の期間を要する。したがって、エンタープライズ岐阜に支援ノウハウを蓄積させることが重要であり、将来的には、属人的なネットワークを形成していくことが望ましいだろう。
- * また、ベンチャー企業の指導には先を読む能力が求められるため、内部で研修を実施し、個人のスキルアップに努めている。

企業誘致

岐阜県では、「IT関連企業、コンテンツビジネスの一大集積地の形成と、世界に誇る情報価値生産の場“情場”をめざして」、岐阜県内の工業団地を中心に企業誘致を行っている。

企業誘致にあたっての方針

図表I-85のような優遇制度や補助金が講じられているが、岐阜県では、これらに頼らずに、岐阜の魅力アピールすることを基本に企業誘致が進められている。具体的には、新聞記事等から収集した情報をもとに企業を即座に訪問し、東濃学園都市、ソフトピアジャパン、テクノプラザ、関テクノハイランド、関ロジスティックなどの拠点やロケーション、道路網など、岐阜の魅力アピールしている。また、誘致後においても、取引支援等のサポートサー

ビスを実施している。

企業誘致にあたっては、県の考え方に合致した企業を誘致することを基本方針としており、今後の企業誘致方策については、ドリームコアを起点にした企業育成と、関テクノパーク・テクノプラザ（第2期）を活用したものづくり系企業への支援の2つが挙げられている。

図表I-85 企業誘致の優遇措置

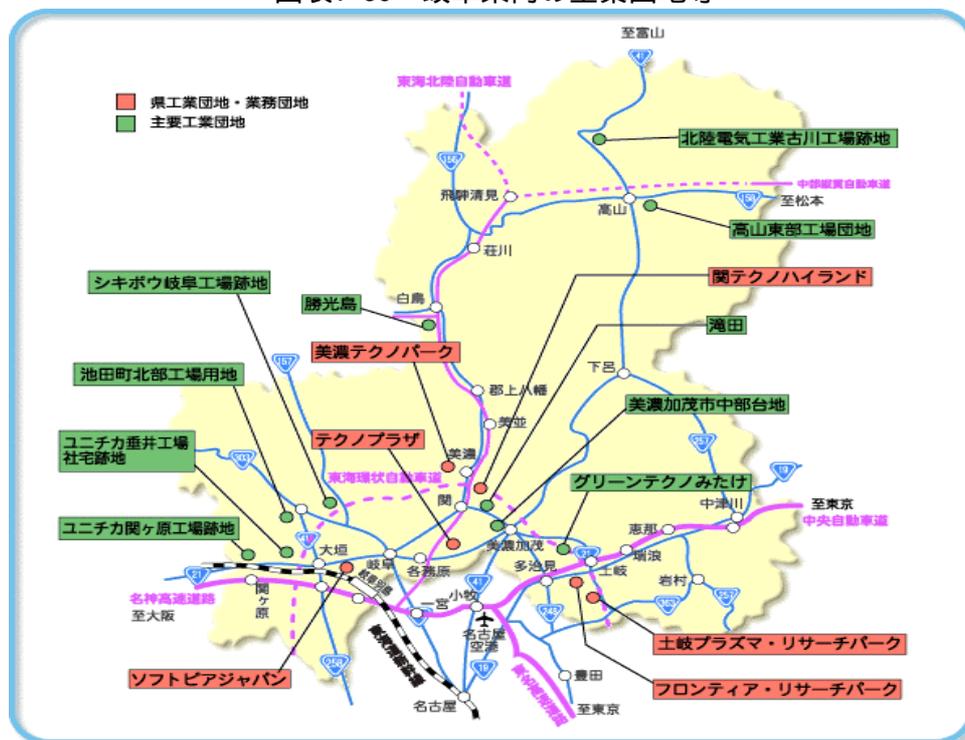
	主体	内容
【優遇措置】 地域開発諸法による 税制上の優遇措置	国税	特定事業用資産の買換の特例
		特定地域における工業用機械等の特別償却
	県税	事業税
		不動産取得税
	市町村税	特別土地保有税の非課税
		固定資産税 条例
【助成措置】	国	産業再配置促進費補助金
	県	岐阜県知識産業立地促進事業補助金
		岐阜県技術先端型産業立地促進事業補助金
		ソフトピアジャパン外国人住居借上等助成事業

工業団地の動向

図表I-86は、岐阜県内の工業団地等であるが、県保有分への入居状況については、恵那テクノパークは完了し、美濃テクノパークの1区画を残すのみとなっている。

関テクノハイランドは、21世紀型の業種を誘致すべく、コンセプトの確立を目指して現在広く公募中である。関ロジスティック構想は、東海環状道路から直接乗り入れる道路一体型ロジスティック拠点である。

図表I-86 岐阜県内の工業団地等

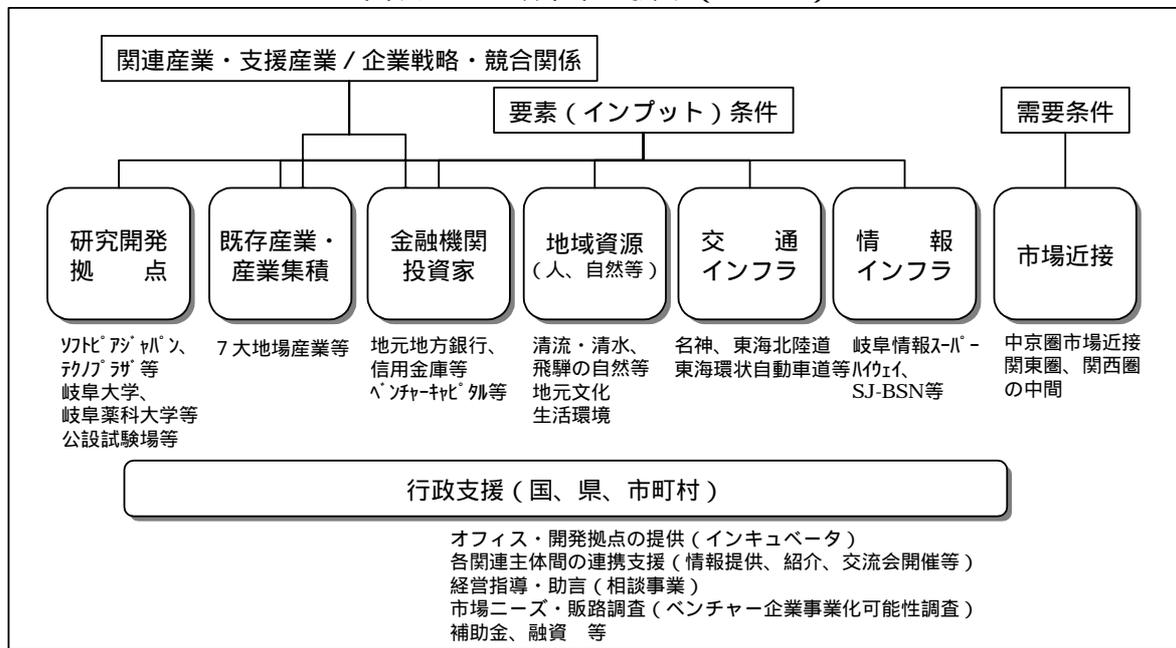


資料) 岐阜県資料

(9) まとめ

以上の検討結果を整理すると、図表 I-87 のようになる。

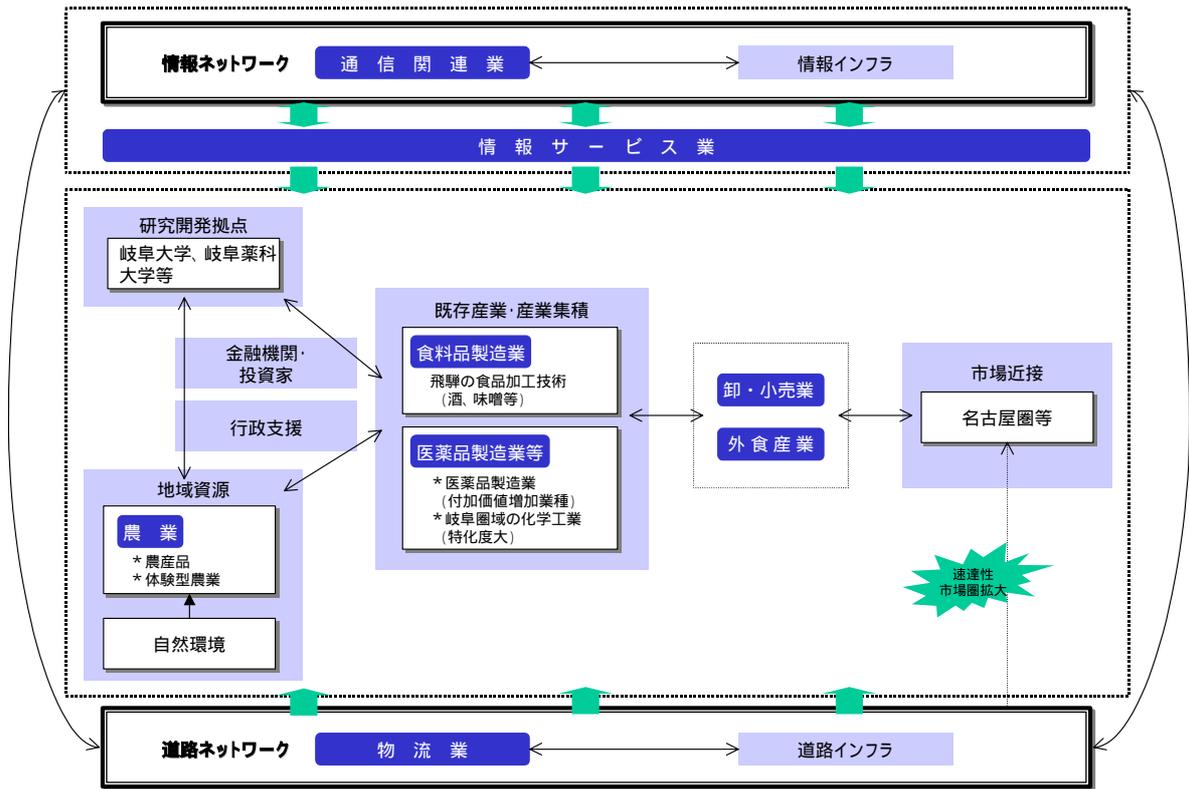
図表 I-87 岐阜県の強み (まとめ)



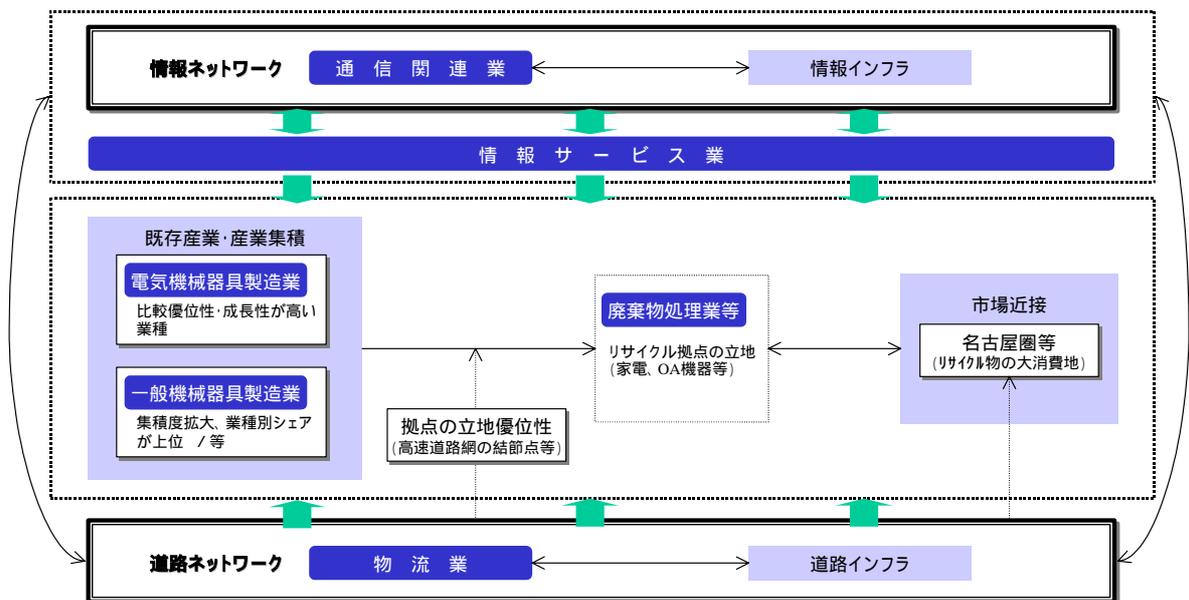
3. 岐阜県有望産業群・企業群の検討

インタビュー調査、検討委員会での討議、委員への個別アンケート（第1回検討委員会前に実施）で指摘のあった「岐阜県において成長が期待される分野（キーワード）」ごとに、関連する地域ポテンシャル・強みを組み合わせると、図表 I-88～図表 I-91 のような4つの岐阜県有望産業群・企業群を想定することができ、図表 I-92 のように整理される。

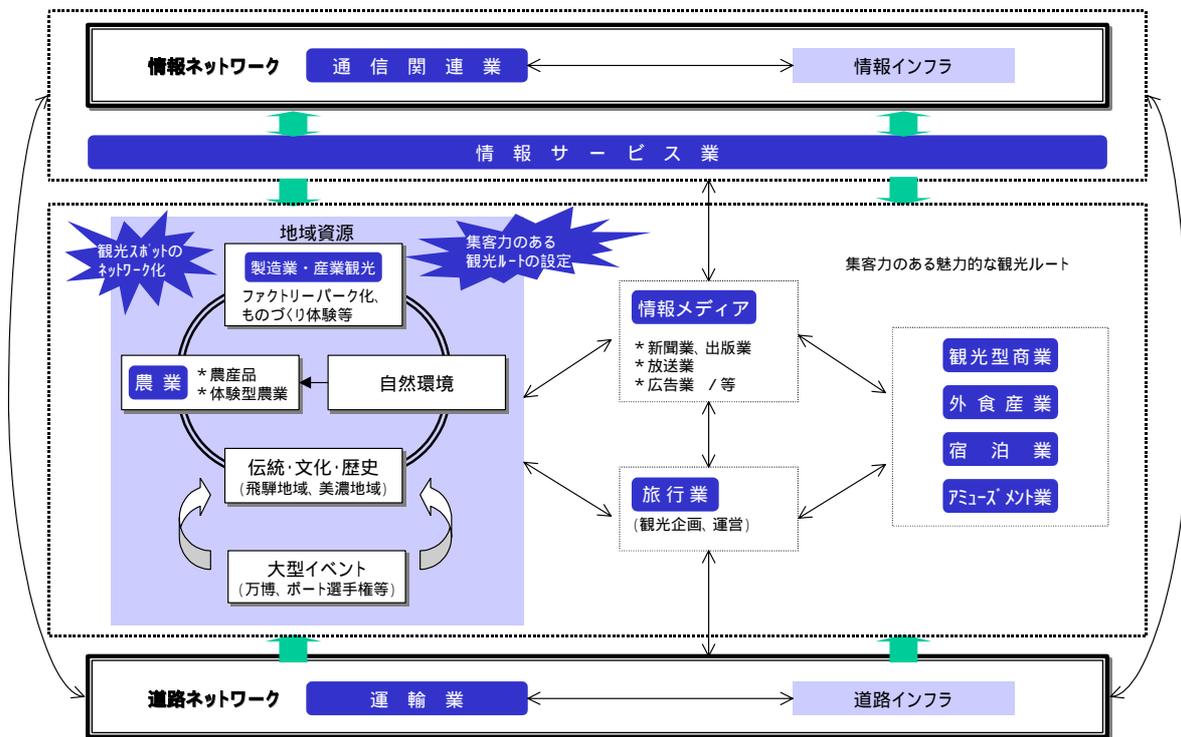
図表 I-88 岐阜県有望産業群・企業群 【健康、食生活、農】



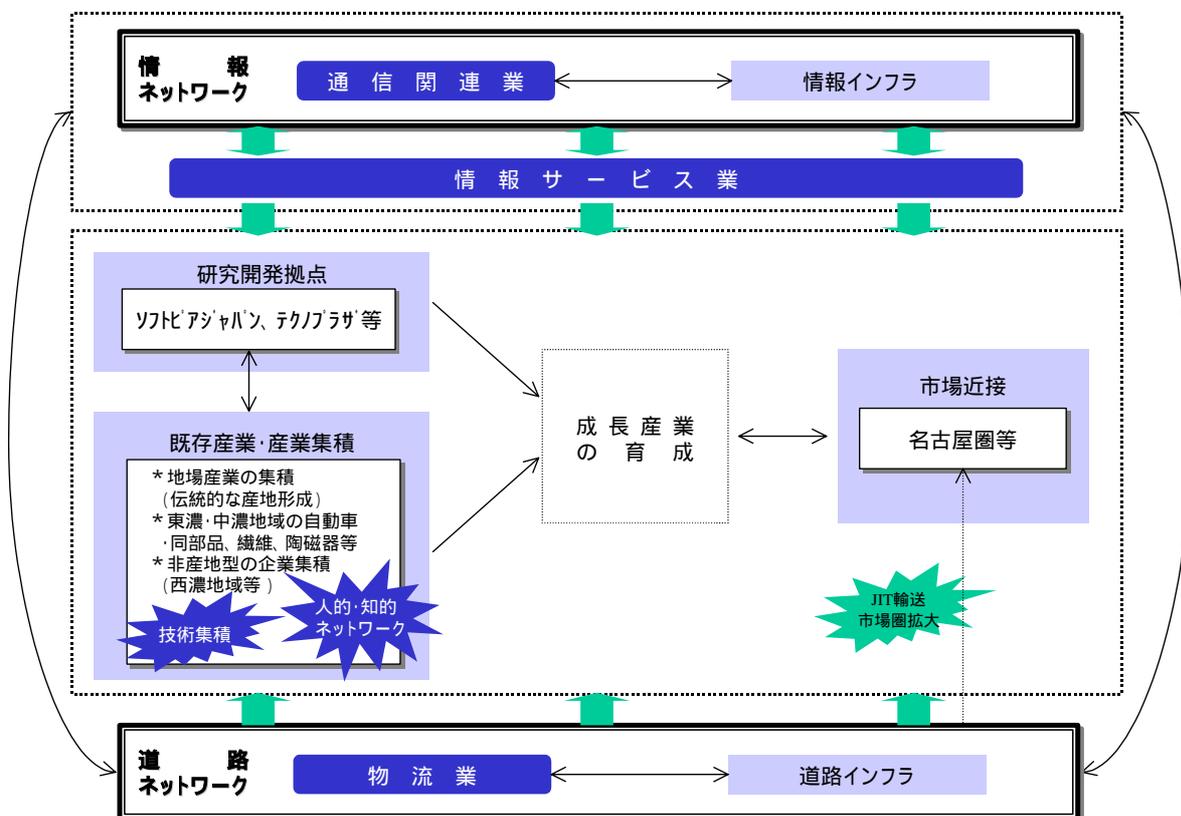
図表 I-89 岐阜県有望産業群・企業群 【環境・リサイクル】



図表I-90 岐阜県有望産業群・企業群 【観光】



図表I-91 岐阜県有望産業群・企業群 【ものづくり】



図表I-92 岐阜県有望産業群・企業群（まとめ）

分野(キーワード)	地域ポテンシャル・強みの活用	関連産業
健康、食生活、農	<p>既存産業・産業集積を起点にした新ビジネスの創出</p> <ul style="list-style-type: none"> * 豊かな自然環境のなかで育った農産物・素材(漢方薬 / 等) * 食料品・医薬品・バイオ分野の製造技術を苗床として活用(飛騨地域の酒・味噌 / 等) * 地元研究機関(岐阜大学、岐阜薬科大学、岐阜県国際バイオ研究所 / 等)の活用可能性 * 道路ネットワーク(生鮮食品の速達性、市場拡大) 	<ul style="list-style-type: none"> * 農業 * 食料品製造業 * 医薬品製造業 * 卸・小売業 * 物流業 * 外食産業 / 等
環境・リサイクル	<p>集積効果と立地優位性の融合によるリサイクルビジネスの創出</p> <ul style="list-style-type: none"> * リサイクル需要の集中的な発生源としての産業集積(プラットフォーム) <ul style="list-style-type: none"> ・ 電気機械関連、一般機械関連分野の集積効果 * リサイクル拠点の立地優位性(道路ネットワーク) * 市場近接性(名古屋圏等) 	<ul style="list-style-type: none"> * 廃棄物処理業 * 製造業 <ul style="list-style-type: none"> ・ 電気機械器具 ・ 一般機械器具 / 等 * 物流業 / 等
観光	<p>既存産業・産業集積、地域資源のネットワーク化による観光ビジネスの創出</p> <ul style="list-style-type: none"> * 工場を産業観光振興のための苗床として活用 <ul style="list-style-type: none"> ・ ファクトリーパーク化、ものづくり体験 / 等 * 飛騨地域・美濃地域の伝統・文化・歴史、自然環境、農産品の観光資源化・アミューズメント化 <ul style="list-style-type: none"> ・ 体験型農業 / 等 * 道路ネットワークによる観光スポットのネットワーク化、集客力のある魅力的な観光ルートの設定 * 県内外で開催される大型イベント(万博、世界ポート選手権 / 等)を契機にした観光客の誘致の方法・ルート等の開発と相乗効果の実現 	<ul style="list-style-type: none"> * 農業、製造業 * 旅行業、運輸業 * 情報メディア * 観光型商業 * 外食産業 * アミューズメント業 * 宿泊業 / 等
ものづくり	<p>技術・人材・知の集積を活かした成長産業の育成</p> <ul style="list-style-type: none"> * 産業集積地における技術・技能の蓄積や人的・知的ネットワークをプラットフォームにした成長産業育成 <ul style="list-style-type: none"> ・ 地場産業の集積(伝統的な産地形成) ・ 東濃・中濃地域の自動車・同部品、繊維、陶磁器 ・ 非産地型の企業集積(西濃地域等) / 等 * 地元研究機関、研究開発拠点(ソフトピア、テクノプラザ / 等)の活用可能性 * 物流拠点の立地優位性(道路ネットワーク) * 市場近接性(名古屋圏等) 	<ul style="list-style-type: none"> * 製造業 <ul style="list-style-type: none"> ・ 電気機械器具 ・ 印刷 ・ プラスチック ・ ゴム製品 / 等 * 物流業 * 情報サービス業 / 等

なお、第 部においては、これら 4 分野のなかから「健康、食生活、農」を取り上げて、岐阜県における成長企業支援のあり方等について検討を行うこととする。

第 部

岐阜県における成長企業支援のあり方の検討

II. 岐阜県における成長企業支援のあり方の検討

1. 調査の着眼点

(1) 「成長企業」の捉え方

○「成長企業」の定義は多様

「成長企業」の捉え方については、売上げや利益などの企業の業績や雇用面での変化に着目するなど、様々な定義が存在する（詳細は参考編参照）。また、「売上げは減少しているが、雇用リストラによって3年連続で増益している」企業や、「拡大路線により従業員を増やし売上げも伸びているが、費用がかさみ赤字が続いている」企業など、各々の視点が互いに両立しないケースが実際にみられる。さらに、前述のような実績数字の変化によって捉える考え方では、ベンチャー企業のような潜在的な成長力を持った将来の成長企業を捉えきれないことも懸念される。

○本調査における「成長企業」

前述のように、「成長企業」には様々な定義があるが、第2回検討委員会においては、以下のような指摘があった。

<第2回検討委員会での指摘要旨>「成長企業」の捉え方について

- * 本調査での「成長」とは、企業が新しい事業にチャレンジしていくことを意味するのではない。ベンチャーと既存企業という違いがあっても、これは、両者に共通する側面として捉えることができる。
- * 創業段階あるいは成長軌道に乗ったベンチャー企業にとっても、既存企業にとっても、イノベーションのプロセスでは共通した問題を抱えている。たとえコア技術を持っていてもそこから大きくジャンプできないのは、商品の企画力が不足していたり、販路を開拓できないからである。
- * 成長とは、カサが増える、身長が伸びるということを意味する。名古屋のツインタワーに人が集まる一方で岐阜が萎んでしまった、というのでは成長とはいえない。全体のパイが成長するためには、新しいことへのチャレンジが必要。

これを踏まえ、本調査では「成長企業」を以下のように定義する。

本調査では、「成長企業」を
既存企業、ベンチャー企業を問わず、ニーズに対応して新しい事業にチャレンジしていく企業 と定義する。

(2) 岐阜県版バリューチェーン

一つの製品が消費者の元に届くまでには、様々な業務活動の段階があり、それぞれにおいて製品に付加価値が加えられる。例えば、製造業であれば、部品や原材料の購買に始まり、製造・加工、出荷物流、販売・マーケティング、サービスといった具合に付加価値が付けられるが、こうした上流から下流までの価値の連鎖は「バリューチェーン」と呼ばれており、重要な概念である。例えば、ある企業が新事業を始めようとするとき、画期的な新製品の製造を技術的に可能にしたとしても、製品が流通に乗り消費者が購入するまでの下流のバリュ

チェーンは決定的に重要である。また、市場に受け入れられる製品を製造するには、材料等の購買といった上流のバリューチェーンが重要である。

つまり、企業はバリューチェーンの一部であるが、上下流のバリューチェーンを確固としたものにできなければ、将来の成長はなかなか望めない。しかし現実には、特にベンチャー企業などにおいて、高い技術力や開発力を持っていても、例えば、販路などの取引先がうまく見つからないために、成長できないケースもみられる。

こうしたことを踏まえると、岐阜県の企業が成長するためには、県内もしくは他地域の企業等が結びついて価値の連鎖を生み出すこと、すなわち「岐阜県版バリューチェーン」の構築が重要である。

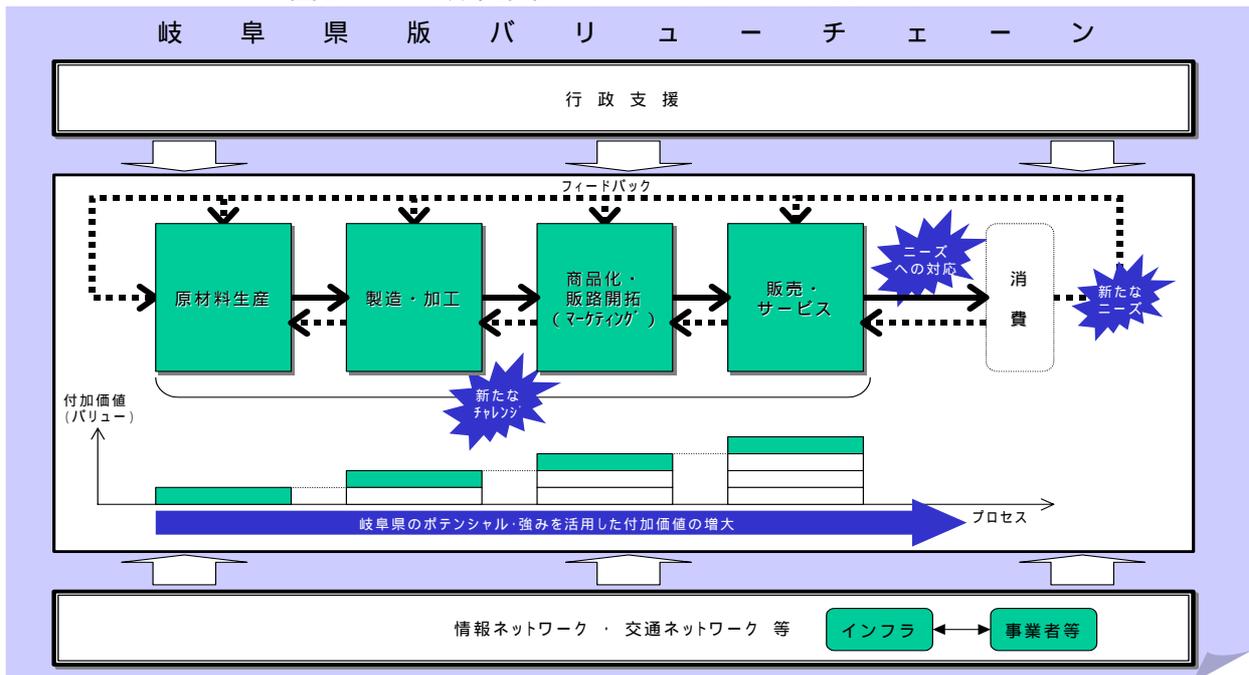
○岐阜県版バリューチェーンとは

「岐阜県版バリューチェーン」とは、岐阜県の企業が地域ポテンシャルや強みを最大限活用することによって、個々のバリューチェーンをお互いにより強固なものとし、潜在的な成長力を現実の成長へと転化させるものである。そのために、岐阜県の企業や研究機関、支援機関、団体といった諸主体間のネットワーク化やコラボレーションの重要性、あるいは岐阜県の自然や文化といった地域資源に着目し、「岐阜県版バリューチェーン」を構築する。

岐阜県版バリューチェーンでは、

- * 交通ネットワーク・情報ネットワーク・研究開発拠点などの産業基盤や、起業・企業立地に関わるソフト支援施策を活用しながら、
- * 岐阜県に優位性が見出される地域ポテンシャル・強みと個別企業のコア・コンピタンスのコラボレーションを実現し、新たな付加価値を創造していくことを目指す。

図表II-1 岐阜県版バリューチェーンのイメージ



○想定される岐阜県版バリューチェーンのパターン

岐阜県版バリューチェーンは、以下のようなパターンが想定される。

「岐阜県版バリューチェーン」のパターン分け
* 成長企業主導型
・ バリューチェーンの中核となる成長企業の主導的な取り組みによるバリューチェーンの構築（垂直的結合タイプ）
* コラボレーション型
・ 互いの強みを活かすような企業間連携（例：製造業と企業支援型サービス業など）の構築（水平的結合タイプ）
* 技術シーズ主導型
・ 大学・研究機関等とのタイアップ
* 流通機能重視型
・ 強みを活かして開発した製品・商品の販路開拓・マーケティングを重点的に強化

2. 岐阜県企業の「成長仮説」とその検証

本章では、これまでに実施した支援機関及び県内企業へのインタビュー結果も踏まえながら、第Ⅰ部「2.」で整理した岐阜県の地域ポテンシャルを活用した、岐阜県企業の「成長仮説」の構築と仮説検証を行う。

(1) 「成長仮説」の設定

本調査では、以下のような仮説を設定し、具体的事例に基づいた検証に取り組む。

本調査における「成長仮説」の設定
<p>岐阜県企業のさらなる成長のためには、</p> <ul style="list-style-type: none"> * 岐阜県に優位性がみられる地域ポテンシャル・強みと個別企業のコア・コンピタンスのコラボレーションを実現し、 * 新たな付加価値を創造していけるよう、県内の産業基盤や支援施策を活用しながら、製品のバリューチェーン（価値連鎖）を強化すること <p>が必要である。</p>

(2) 地域ポテンシャル・強みを活かした岐阜県版バリューチェーンの想定

○仮説検証の対象の絞り込み～「食生活」に着目

仮説検証の土台となる岐阜県版バリューチェーンについては、第Ⅰ部において検討した岐阜県有望産業群・企業群（図表 II-2）のなかから絞り込みを行う。

図表 II-2 岐阜県有望産業群・企業群（まとめ）（再掲）

分野(キーワード)	地域ポテンシャル・強みの活用	関連産業
健康、食生活、農	<p>既存産業・産業集積を起点にした新ビジネスの創出</p> <ul style="list-style-type: none"> * 豊かな自然環境のなかで育った農産物・素材（漢方薬 / 等） * 食料品・医薬品・バイオ分野の製造技術を苗床として活用（飛騨地域の酒・味噌 / 等） * 地元研究機関（岐阜大学、岐阜薬科大学、岐阜県国際バイオ研究所 / 等）の活用可能性 * 道路ネットワーク（生鮮食品の速達性、市場拡大） 	<ul style="list-style-type: none"> * 農業 * 食料品製造業 * 医薬品製造業 * 卸・小売業 * 物流業 * 外食産業 / 等
環境・リサイクル	<p>集積効果と立地優位性の融合によるリサイクルビジネスの創出</p> <ul style="list-style-type: none"> * リサイクル需要の集中的な発生源としての産業集積（プラットフォーム） ・ 電気機械関連、一般機械関連分野の集積効果 * リサイクル拠点の立地優位性（道路ネットワーク） * 市場近接性（名古屋圏等） 	<ul style="list-style-type: none"> * 廃棄物処理業 * 製造業 ・ 電気機械器具 ・ 一般機械器具 / 等 * 物流業 / 等

図表II-2 岐阜県有望産業群・企業群（まとめ）（再掲） <つづき>

分野(キーワード)	地域ポテンシャル・強みの活用	関連産業
観光	<p>既存産業・産業集積、地域資源のネットワーク化による観光ビジネスの創出</p> <ul style="list-style-type: none"> * 工場を産業観光振興のための苗床として活用 <ul style="list-style-type: none"> ・ ファクトリーパーク化、ものづくり体験 / 等 * 飛騨地域・美濃地域の伝統・文化・歴史、自然環境、農産品の観光資源化・アミューズメント化 <ul style="list-style-type: none"> ・ 体験型農業 / 等 * 道路ネットワークによる観光スポットのネットワーク化、集客力のある魅力的な観光ルートの設定 * 県内外で開催される大型イベント(万博、世界ボート選手権 / 等)を契機にした観光客の誘致の方法・ルート等の開発と相乗効果の実現 	<ul style="list-style-type: none"> * 農業、製造業 * 旅行業、運輸業 * 情報メディア * 観光型商業 * 外食産業 * アミューズメント業 * 宿泊業 / 等
ものづくり	<p>技術・人材・知の集積を活かした成長産業の育成</p> <ul style="list-style-type: none"> * 産業集積地における技術・技能の蓄積や人的・知的ネットワークをプラットフォームにした成長産業育成 <ul style="list-style-type: none"> ・ 地場産業の集積(伝統的な産地形成) ・ 東濃・中濃地域の自動車・同部品、繊維、陶磁器 ・ 非産地型の企業集積(西濃地域等) / 等 * 地元研究機関、研究開発拠点(ソフトピア、テクノプラザ / 等)の活用可能性 * 物流拠点の立地優位性(道路ネットワーク) * 市場近接性(名古屋圏等) 	<ul style="list-style-type: none"> * 製造業 <ul style="list-style-type: none"> ・ 電気機械器具 ・ 印刷 ・ プラスチック ・ ゴム製品 / 等 * 物流業 * 情報サービス業 / 等

本調査では、以下のような理由に基づいて、図表 II-2に示した「岐阜県有望産業群（企業群）」の中から「食生活」を検討テーマに設定する。

■「健康」「自然」は有望分野として定着

- 「健康」「自然」は重要なキーワードとして定着しているが、農業、食品はまさにこうしたキーワードと重なる。

■岐阜県の農産品は有望

- 健康や食品安全志向がますます高まっている今日、岐阜県の誇る自然と豊かで質の良い水に育まれた農産品は、上記の市場ニーズに合致している。

■高度な食品加工技術の活用が可能

- 農産品の製造、加工技術を開発する際に、バイオ技術等も含めて岐阜県の既存の産業集積や地元大学・研究機関の技術シーズを活用できる。

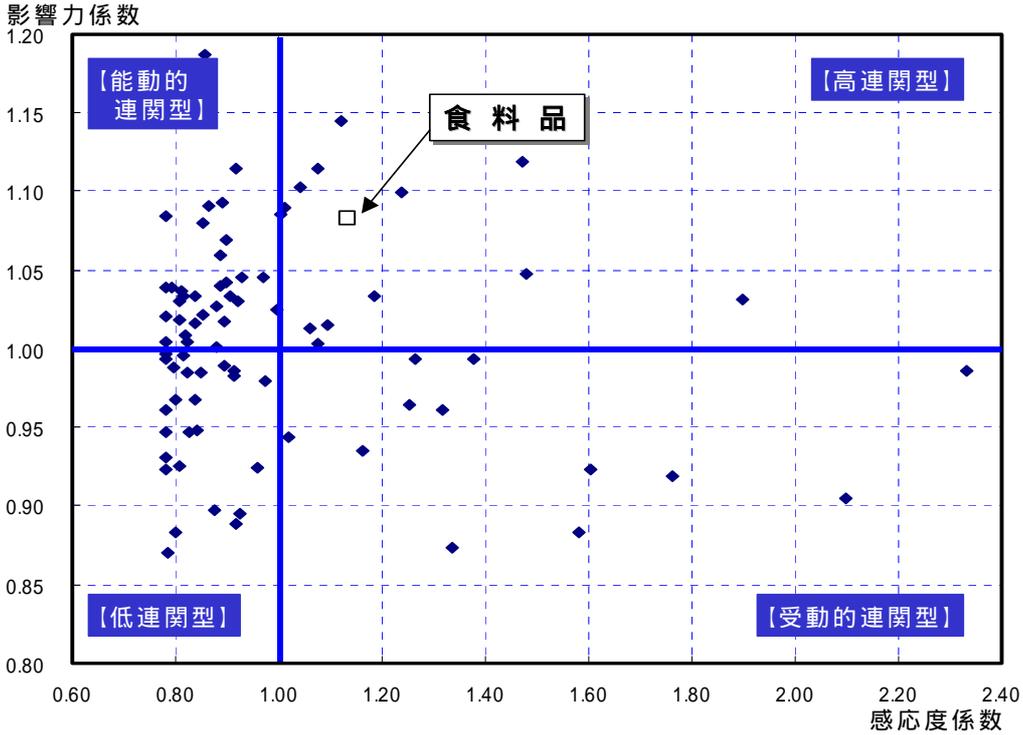
■岐阜県の食料品製造業は近年成長している（工業統計表のデータ分析）

- 第I部「1.(2)」の成長性に関する分析結果（p43～46）をみると、1995年から2000年までの直近5年間において産業格差要因と立地格差要因の両方がプラスとなっているのは8業種あり、食料品製造業もこれに含まれる。

■岐阜県の食料品製造業は他産業への波及効果が大きい（産業連関表のデータ分析）

- 食料品の感応度係数、影響力係数はいずれも1.0を越えており、高連関型に属する（＝他の部門へ与える影響も、他の部門から受ける影響も大きい）。

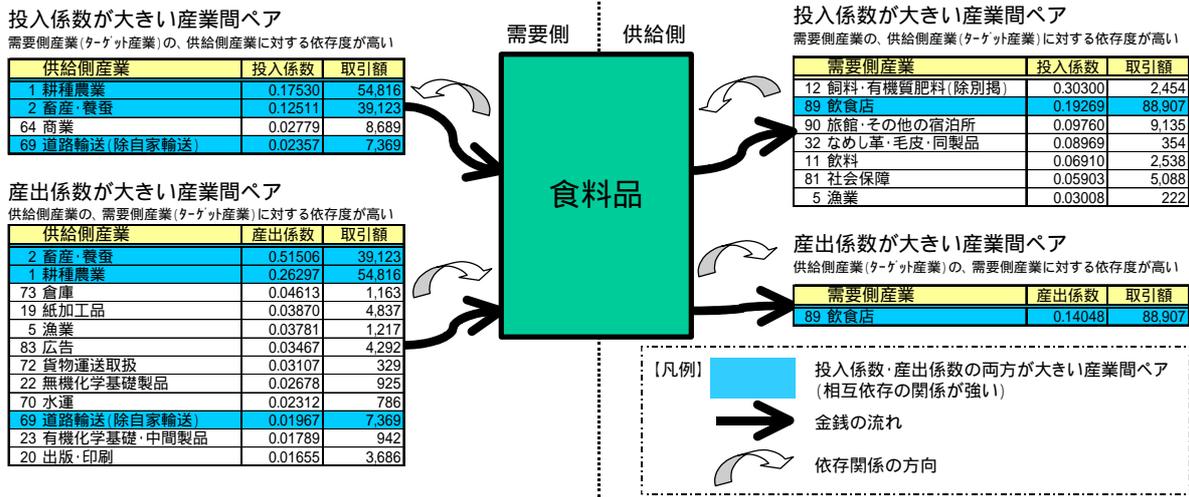
図表II-3 産業別の感応度係数・影響力係数



資料) 「岐阜県産業連関表 (1995年)」より(株)UFJ 総合研究所作成

- また、投入係数・産出係数をみると、食料品分野は、農業、物流、飲食店との結びつき（相互依存関係）が強い。したがって、高連関型の食料品分野における成長が農業、物流、飲食店等の関連分野に波及することにより、バリューチェーン全体の成長につながるものと期待される。

図表II-4 食料品分野を中心とした産業間のつながり（投入係数・産出係数）



備考) 取引額：百万円

資料) 岐阜県産業連関表 (1995年) より(株)UFJ 総合研究所作成

■大市場が近接し、交通インフラも整っている

- 名古屋の大市場が近く、交通インフラも発達しているため、新鮮で質の高い製品を消費地へすぐに輸送できる。
- 岐阜県には美濃や飛騨の歴史や伝統文化が豊かに存在しており、こうした地域資源の価値

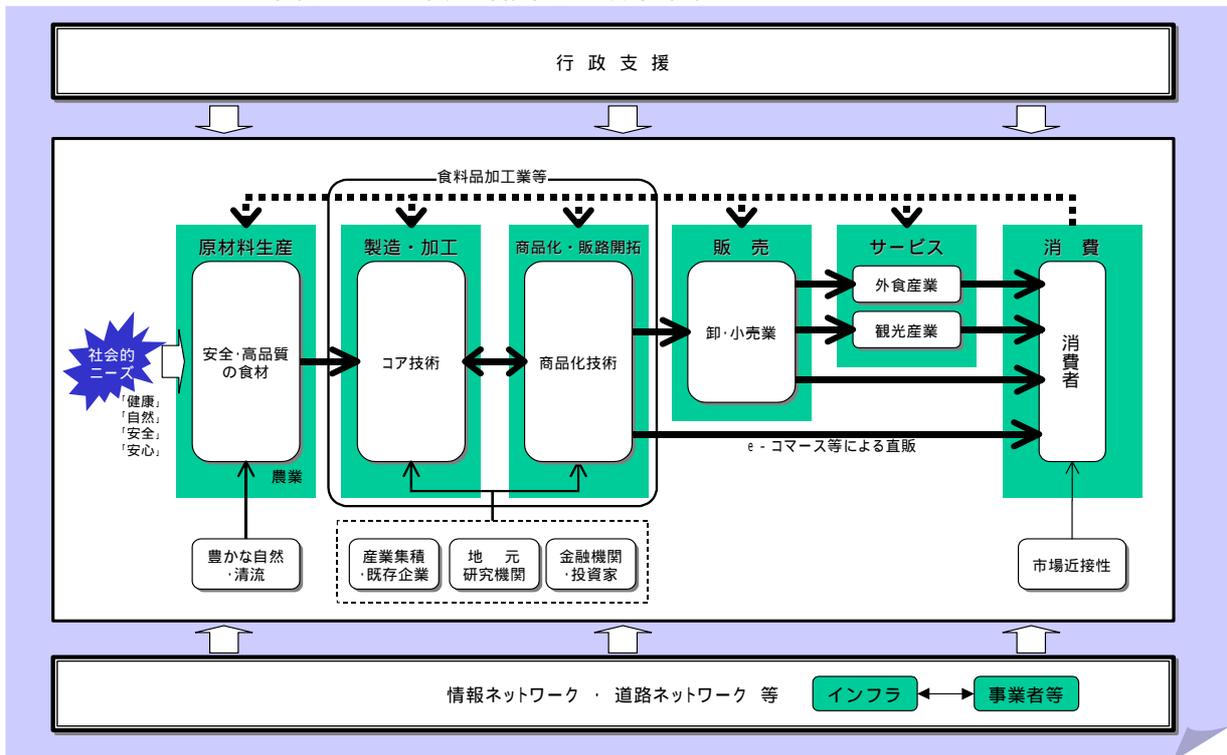
値を製品・サービスに付加することによって、知名度を向上させより「売れる商品」に仕立てあげることが期待できる。

○仮説検証のための具体的なバリューチェーン・モデル

以上を踏まえ、本調査では、食生活分野を検討テーマに設定する。

仮説検証の対象となるバリューチェーン・モデルについては、岐阜県の農産品の有望性、地元大学等の高度な食品加工技術、食料品製造業の成長性、大市場への近接性、交通インフラの利便性など、岐阜県の地域ポテンシャルを考慮すると、図表 II-1 (p76) で示したバリューチェーン・モデルを図表 II-5のように具体化することができる。

図表 II-5 食生活関連の岐阜県版バリューチェーン



(3) 事例による仮説検証

以下では、先に提示した岐阜県有望産業群・企業群のうち「健康、食生活、農」分野を対象に、企業が成長するためには周辺、関連分野とのコラボレーションが重要であり、特に流通、物流面でのつながりを強化する必要があること、いいかえれば、上流下流の各バリューチェーン（図表 II-5の矢印部分）が有効に機能し、特に下流のバリューチェーンの強みが最大限発揮されていることが必要条件であるということの事例検証を行う。

「健康、食生活、農」関連の県内成功企業の取り組み

企業支援機関や主な企業へのインタビュー等によると、県内の「健康、食生活、農」分野において食料品加工に携わるベンチャー企業や既存企業のうち比較的うまくいっている企業では、上流の原材料生産から下流の商品化・販路開拓に至るまで、次のような取り組みをしている。

原材料生産

- * 地元の質の高い農産品の使用を商品の特徴としている。(明宝レディースのトマト、飛騨ハムの飛騨牛など)
- * 製造・加工企業は地元の生産者(農家)との契約栽培により、品質の維持、安定的な供給を実現している。また、生産者にとっても利益のある良好な関係を構築している。(明宝レディースの契約栽培)
- * 高品質で安価な新しい製造技術を開発している。(フォスのプラスチック容器によるわさび栽培)

製造・加工

- * 独自の製法により、オンリーワンの商品開発に成功している。(製法特許を取得した飛騨唐辛工場の「うま辛王」)
- * 工場を工房風にし、製造過程を見学できるようにするなど、工夫をこらしている。(飛騨匠の森に工房を持つ飛騨ハム、道の駅に工房を持つ飛騨唐辛工房など)
- * 新製品の開発のため、大学の研究室ともコラボレーションを図っている。(フォス、飛騨唐辛工房など)

商品化・販路開拓

- * 県が主催する物産展や道の駅の土産物屋で商品を販売し、商品認知を進め、また消費者からの反応を探ろうとしている。(飛騨唐辛工房、明宝レディースなど)
- * 行政関連の販売チャンネルを使った販路開拓も行っている。(フォス)
- * 製品を使った直営のレストラン(フォス、飛騨ハム、明宝レディース)を持ち、消費者の反応を探るアンテナショップとして、また下流の流通面から需要を掘り起こすためのバリューチェーン強化を図っている。
- * 製品を使った商品の開発、販売(飛騨唐辛工場の「うま辛王ラーメン」など)を独自に行い、下流チェーンの充実を図っている。この際、他の企業と共同開発したり開発委託したりするなど、コラボレーションを図っている。(飛騨唐辛工房)
- * 商品に話題性を持たせ、メディアに取り上げられることにより知名度の向上を図っている。(飛騨唐辛工場の廃トンネル活用、明宝レディースの女性ばかりの起業など)
- * 地元の土産物屋等での販売を経て、本格的な販路を求め地元の流通企業や関東、関西の流通企業を営業訪問にまわり、新規販路を開拓しつつある。(飛騨唐辛工房など)

<エンタープライズ岐阜事務局インタビュー結果>

明宝レディース(明宝村)の取り組み

- * 郡上の水を活かした地元トマトを、十分煮込んで作り上げたケチャップ等の製造販売をしている。女性ばかりの起業による第三セクターであり、メディアをうまく活用して販路開拓している。

<参考：明宝レディースについて>

- ・ 郡上の環境の良い農地で栽培したトマトを使って、手作りケチャップの製造販売等を行う第三セクター(1992年設立)。
- ・ 1983年から主婦グループが手作りケチャップの試作を開始していたが、1989年に村が農産加工所を整備し、明宝ハムの流通ルートを通じてケチャップの販売を始めた。商品がテレビで紹介されるとヒット商品となり、1992年の法人化後はレストラン事業や、仕出し、弁当事業へも進出し、現在では年商1億円を超えている。
- ・ 地元の素材を材料にすることにこだわり、地元農家と契約栽培を結んでいる。農家の側も、一定量の収入が予め約束されており、安心して農作業に打ち込める。また、加工場に野菜などを直接持ち込んで、種類、量に関係なく全部買い取ってくれる。
(資料)北海道自治政策研修センター「コミュニティ・ビジネスの豊かな展開」(2002.3)

飛騨ハム(高山市)の取り組み

- * 飛騨牛を使った既存企業。平成4年に飛騨匠の森内で新工房を設け「飛騨牛カレー」の製造販売を手掛けるなど、新分野での販路を開拓中である。
- * 同族会社のキッチン飛騨(高山市)との相乗効果がみられる。

<企業インタビュー結果>

飛騨唐辛工房（高根村）

- * 唐辛子を使った新しい調味料「うま辛王」の開発で製法特許を取得した第三セクター。
- * 商品は見学もできる工房（工場）に隣接する道の駅で販売するほか、地元や関西、関東の卸売企業を通じて販路の拡大を図っている。現在では地元流通大手のバローや、イオングループのスーパー250店舗にも出荷している。
- * 高根村の廃坑を使った唐辛子の熟成法は話題を呼び、テレビなどのメディアでも度々取り上げられ、商品認知を進めている。
- * 調味料の「うま辛王」を販売するだけでなく、調味料を使った商品（ラーメン）の開発を製麺会社に委託し、現在は「うま辛王ラーメン」も販売して、下流のバリューチェーンの強化を図っている。
- * 新製品の開発のため、岐阜大学とのコラボレーションに取り組んでいる。

フォス（岐阜市、高富町）

- * 地元のプラスチックメーカーと共同でプラスチック容器を利用したわさび栽培方法を開発し、特許も取得した。
- * コア技術は、栽培に適した水さえ確保できれば何処でも栽培が可能であるため、休耕田・遊休地の活用策に有効である。また、成果物の品質も良い。
- * 従来の河川での栽培方法に比べ、自然災害からのリスクを軽減できる。害虫対策については栽培容器をネットで覆うことで、無農薬栽培を可能にした。
- * 設置コストは従来の栽培方法に比べ約半分に抑えることが可能になった。
- * わさびの生産・販売管理システムの構築、栽培技術の向上のため、外部のソフト開発企業、岐阜大学農学部とのコラボレーションに取り組んでいる。
- * 現在自治体を中心に販売に力を入れている。
- * わさび関連事業の一環として、直営農園ではそば専門店を経営しているが、あくまでも自治体の産業創設のモデル化である。

上記県内企業の成功要因

前述した企業ではいずれも、健康、自然、安全といった社会ニーズを背景として、品質が高く安全な地元の農産品を食材として活用するとともに、行政や地場産業、既存企業から資金、技術的な支援を受けて「オンリーワン」的な商品を開発するなど、上流のチェーンがうまく形成されている。また、初期の販路として道の駅の売店や物産展などを活用し、下流のチェーンを徐々に形成することにも成功している。さらには、地域資源のなかで話題性のあるものを積極的にアピールしながら、商品の知名度や付加価値を向上させようとする努力がみられる。

こうした成果がある程度波に乗った時期には、製品を使った商品（例えば飛騨唐辛工房の「うま辛王ラーメン」）の開発、販売やレストランの直営など、下流チェーンの一層の強化を図っている。この際、自社の持たない技術やノウハウが必要となるため、外部の企業と共同開発や共同運営するなど、コラボレーションにも乗り出している。さらに、より大きな市場を目指して、大手の小売、卸売企業に向けて販路開拓を行う企業もみられる。

また、商品をより多様化させるため、新製品開発に向けて大学の研究室とコラボレーションする事例もみられる。

以上のように、成功企業では、上流下流の各バリューチェーンが有効に構築されている。

3. 成長企業を支える上での岐阜県地域経済が抱える課題の整理と今後に向けての提言

(1) 成長企業が抱える具体的課題の整理

前述したように、「健康、食生活、農」分野を例に取り上げて県内企業の取り組みを事例検証した結果、独自のバリューチェーンがうまく構築され、ある程度成功していることが明らかになった。しかし、「健康、食生活、農」分野だけでなくその他の分野も含め、県内企業は、バリューチェーンの各段階において、成長を阻害する課題を抱えている。具体的には、企業及び支援機関へのインタビューをもとに整理すると以下のとおりであり、これら課題を克服することによって、企業はより成長することができる。

原材料生産段階

課題 1	県内の原材料サプライヤーと下流チェーンとの関係強化
------	---------------------------

- 国内・外における地域間・企業間競争の激化、情報化の進展によって事業活動の地理的な自由度は高まり、企業はよりグローバルに事業展開できるようになった。これは、取引先を最適な地域から選択できることを意味しており、その結果、地域外との取引が拡大し、地元企業同士の結びつきが弱まる傾向にある。
- しかしながら、製造・加工企業の原材料調達においては、遠隔地よりも地元のサプライヤーと取引する方が物流コスト・リードタイムの面でメリットがあるため、バリューチェーン全体の効率化の観点から、県内の原材料サプライヤーと下流チェーンとの関係を強化することが望ましい。

【「安全、安心、健康」に配慮した農産品の地産地消の促進】

- 近年、農産品に対する消費者ニーズは「安全、安心、健康」志向が高まっており、信用度の面では、産地・生産者の「顔」が見える農産品が好まれる傾向にある。
- 岐阜県には、柿、ほうれん草、キャベツ、ニンジン、白菜、イチゴ、トマトなど、品質の良い農産品が数多く存在する。これら県産品について、地元スーパーは「他の産地と比べて価格もそれほど高くないためよく売れている」と評価しており、「地域の限定品を産地（農家）から直接仕入れたい」との意向も持っている。
- こうしたことを踏まえると、県産品の「品質の良さ」「顔の見える安心感」といった、バリューチェーンの最上流において生み出された付加価値を下流のチェーンに結びつけていくためには、「より安全で安心して食べられる健康によい農産物」の地産地消を促進することが重要である。

製造・加工段階

課題 2	コア技術の早期確立
------	-----------

- 他社・他地域との差別化を図り、強力なバリューチェーンを構築するためには、コア技

術の早期確立が第一条件となるが、企業単独ではこれが困難な場合も多い。

- そのため、研究開発拠点や既存企業・産業集積といった地域ポテンシャルを活用することにより、ソフト・ハードの両面からコラボレーションを行うことが有効である。

【コア技術の早期確立のためのコラボレーション例】

- ※ オフィスや開発拠点として、ソフトピアジャパンやテクノプラザ等の活用
- ※ 公設試験場等の施設・機器類、サービス（技術相談等）の活用
- ※ 既存の産業集積の中で培われた人的・知的ネットワークの活用
- ※ こうしたコラボレーションを仲介する総合的支援窓口（エンタープライズ岐阜、民間の創業支援機関）の活用 / 等

商品化・販路開拓段階

課題3	消費者の立場からの商品づくり
-----	----------------

■ 日常の消費者である県民の視点に立った商品づくりが必要

- 商品に対する消費者の評価を知らずして、新しい商品、アイデアは生まれない。商品の問題点は、製造者ではなく、消費者によって発見されるものである。
- しかし、県内の加工企業には、製品に対する自信、思い込みが強過ぎて、市場や消費者のニーズに合った商品づくりをするという視点を見失っているケースがよくみられる。
 - ※ 売上を伸ばし成長するためには、消費者の反応を見ながら商品づくりする必要があるが、そのような視点が欠けている。
 - ※ 具体的には、消費者の反応を見ながら、「少し高くてもこだわりのある商品」か「安いことを売り物にする商品」に特化するという戦略を考えなくてはならないが、そうした意識が不足している。

■ 零細な生産者・加工企業が、市場や消費者のニーズに合った商品開発に取り組めていない

- 「道の駅や観光地の物産展での客の反応は、知名度の向上やより大きな市場に商品を出すための参考にはならない」ということが理解されていない。
 - ※ 道の駅や観光地の物産展で買い物するのは「観光客」であり、日常の買い物の目ではなく「土産物」としてしか商品を見ていない。そのため、このような場では消費者の本当のニーズを知ることはできず、商品開発の参考にはならない。
- 企業が成長するためには、より大きな市場で商品が売れなければならず、それにはスーパーなど日常の買い物の場で消費者の動向を見て、商品づくりの方向性を修正していく必要がある。しかし、零細な生産者、加工企業はスーパーなどに商品を置いてもらうこと自体が非常に困難である。

■ 販路開拓に対する意欲が不足

- 良い製品を持っている加工企業には、大規模な流通に乗せようとする「熱意」や「意気込み」を欠いているケースがよくみられる。
 - ※ 道の駅や観光地の物産展での販売に満足してしまっている経営者が多く、スーパーな

ど、より大きな流通に乗せる意気込みが足りない。ただ、JA・行政の援助が必要である。

課題4 付加価値を高めるデザインによる差別化

- たとえ優れたコア技術を持っていても、商品の企画力が不足していたり、販路を開拓できない企業は大きくジャンプアップできない。こうした課題をブレイクスルーするためには、ITやバイオといったハイテク（科学的手法）だけでなく、「デザイン」という文化的手法からのアプローチが必要である。
- 「デザイン」は消費者の商品購入時のモチベーションを決定づける重要な要素である。これを商品化プロセスに導入することにより、コア技術に裏付けされた「製品」を売れる「商品」に仕立てあげ、競合商品との差別化を図ることが重要である。

【商品の価値と魅力にプラスアルファを付加するデザイン】

- ※ 消費者が求める機能やサービスを先取りし、新たな市場を開拓するためのデザイン
- ※ 岐阜県が有する豊かな自然や文化、特産品など、全国的に通用する地域資源を活用することにより話題性を持たせ、知名度を高めるためのデザイン
- ※ 生産や物流コスト低減を可能にするデザイン
- ※ エコとの調和を踏まえリサイクルに配慮したデザイン / 等
- また、岐阜県の伝統的な地場産業においては、地域にストックされた経験知、人的・知的ネットワークとデザインとの融合によって地域経済を再生・活性化させようという新たな動きがみられ、これらは成長企業のさらなる飛躍に寄与するものと期待できる。

<参考：地場産業のデザイン力の強化に係る県産業政策の展開状況>

ワールド・デザイン・ORIBE 構想の推進

* オリベの持つ変革の精神で、古来よりこれまで培ってきた岐阜県の伝統・文化と、世界のデザイン・文化、斬新で独創的な文化などが融合したブランドづくりを展開し、世界に通用する新たな GIFU デザイン・イメージを創出。

* 具体的な施策方針

- ・ デザイン振興拠点の整備及び運営
- ・ プロダクトデザイン力の強化（人材育成、商品開発・販売、情報収集・発信）
- ・ 世界と融合した ORIBE ブランドづくり
- ・ 世界のファッション工房づくり

資料) 岐阜県農林商工部「平成14年度版商工労働施策ガイドブック」より(株)UFJ総合研究所作成

- さらに、付加価値を高めるデザインにより差別化を図るためには、フェイス・トゥ・フェイスのコミュニケーションも重要であり、そのためのコミュニティづくりを進めることが必要である。
- ※ 商品化やデザインに関する具体的ヒントは、企業間の取引・情報交換、大学・研究機関のナレッジとの融合のなかに潜在しており、人と人との直接のコミュニケーションを通じてこれらを顕在化させる必要がある。

課題 5	流通企業・消費者への自社製品 PR 機会の創出
------	-------------------------

- 課題3で述べたとおり、零細な生産者や加工企業は、良質な農産品や加工品を持っていても、地域資源を活用して話題性を持たせ、知名度を向上させることに苦勞している。また、特にベンチャー企業においては、新規参入者であるがゆえに複雑な流通ルートになかなか食い込めないケースがみられ、その結果として、消費者はもちろん流通企業（卸・小売）にも十分認知されていない。
- 県内の流通企業にとって県内の良品を知る機会が少なく、そうした商品を扱えないことは利益機会を逸することになっている。
 - ※ これまでは卸売企業が開催する農産品や加工品の展示会の場合、流通企業と地元の産品、製品やそれらを生産、製造する企業とを引き合わせるのに有効であったが、近年はその回数も減ってきている。
 - ※ その結果、新しい魅力ある商品、製品を目にする機会が減少し、生産者、流通企業ともに利益機会を失ってしまう。
- 加えて、流通企業側では、取引上重要となる零細な生産者の信用情報が分からないことが多く、具体的な商談になかなか発展しない。
 - ※ 取引相手が良質な農産品や加工品を持っているとしても、流通企業にとっては、製品は安全か、清潔な設備で製造されているか、安定的な供給が可能か、といった情報が不足しているため、信用面において不安がある。

(2) 岐阜県版バリューチェーンの強化策

バリューチェーン強化のための視点

○視点1：マーケティング・販路開拓の重要性

岐阜県版バリューチェーンの実現のためには、成長企業もしくは成長が期待される企業が地域ポテンシャル・強みの活用によりコア技術を確立することはもちろんのこと、「売れる商品」に仕立てあげるための商品化技術、さらには、商品の販路を開拓・拡大することも重要である。

県内の成長企業の多くが、「製造・加工段階」でコア・コンピタンスを得ているものの、川上にあたる「原材料生産段階」や、川下にあたる「商品化・販路開拓段階」、「販売・サービス段階」において、課題・問題点を抱えている。なかでも、「商品化・販路開拓段階」におけるマーケティング・販路開拓の重要性については、支援機関サイド、企業サイドのいずれからも指摘されている。インタビュー結果によると、マーケティング・販路開拓に関わる行政支援が一定の効果을あげているものの、より一層の成長を目指す企業においては、販路や市場ニーズの開拓がネックとなって伸び悩んでいることが明らかになった。

<インタビュー結果>マーケティング・販路開拓の重要性について

エンタープライズ岐阜事務局

- *ベンチャー企業事業可能性調査など、市場性や販路開拓等に関するコンサルティングは、企業にとって効果的な支援である。
- *エンタープライズ岐阜事務局では、ベンチャー企業にとって販路開拓支援が最も重要と考えており、今後もこれに力を入れていく方針である。
- *現状では、流通企業等とのネットワークが十分ではないため、ベンチャー企業と流通企業とのマッチングまでは実現していない。しかし、こうした支援策は重要かつ効果的と考えており、非常に興味がある。

フォス

- *わさび事業については生産企業化を目指しており、「雪国まいたけ」を一つの企業モデル化としている。自治体からの栽培装置の要請については順次対応をするが、成果物（加工も含め）の販路拡大において、ベンチャー企業事業可能性調査事業に大きな期待が寄せられている。

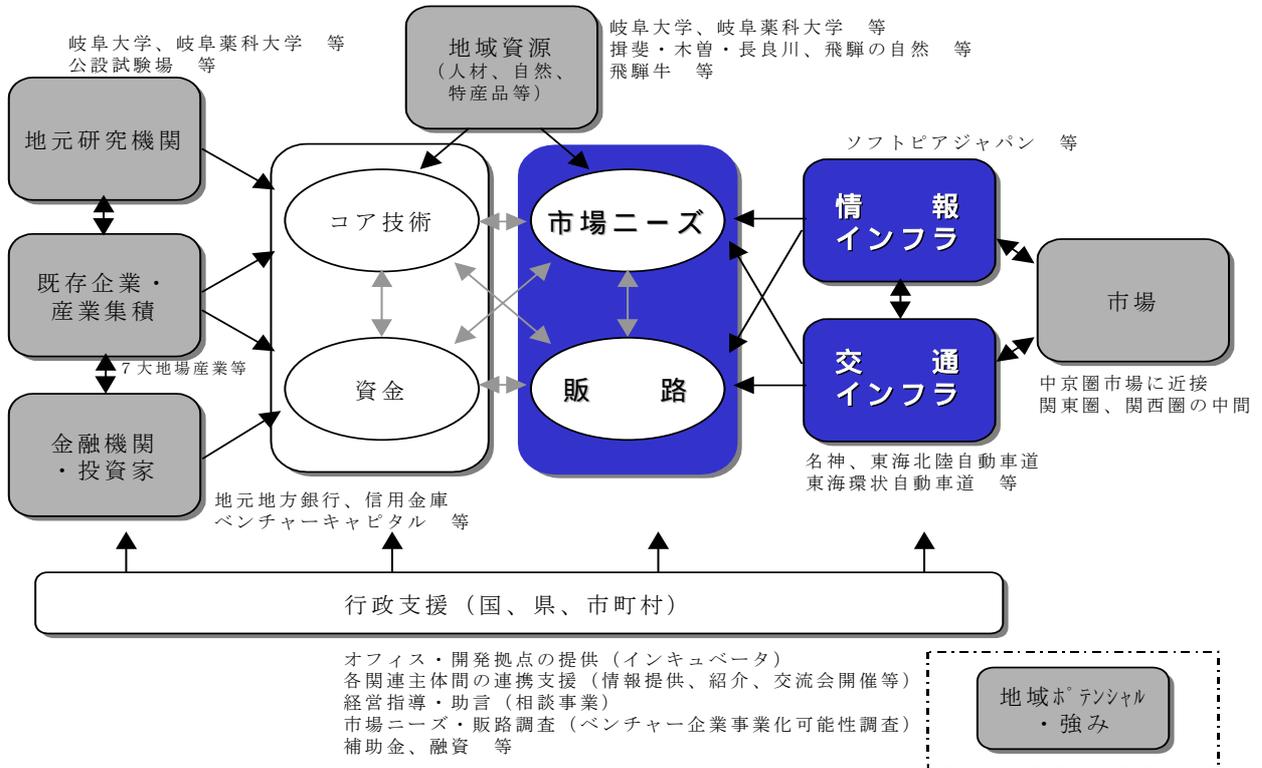
飛騨唐辛子工房

- *市場開拓においては製品を使ったラーメンの開発などにも取り組まれているが、販路開拓も含め苦戦している。

○視点2：岐阜県の強みである交通・情報インフラを最大限に活用

第I部「2.」で述べたように、岐阜県には「物流（道路輸送）」「情報インフラ」の分野で優位性があり、生産から消費までの橋渡し役を担うこれら強みは、マーケティング・販路開拓を強化する上で重要な役割を担っている。

図表11-6 成長のために重要なマーケティング・販路開拓と交通・情報インフラの活用



バリューチェーン強化に向けた5つの提言

ここでは、①を踏まえて、岐阜県の企業が今後一層成長するために必要と考えられる具体的な提言についてとりまとめる。

岐阜県版バリューチェーンを強化するためには、チェーンを構成する成長企業・産業（もしくは成長が期待される企業・産業）とその周辺・関連分野（流通・物流企業等）とのコラボレーションが重要であり、特に、物流面等における岐阜県の強みを最大限活用することにより、マーケティング・販路開拓段階のチェーンを強化していくことが必要である。

具体的には、以下のような5つの方策を提案する。大きくは、「バリューチェーンの流通面の強化」（提言1～4）と「バリューチェーンを下支えする環境整備」（提言5）に分けられ、前者については、活用するネットワーク・ツール（オフライン／オンライン）とコミュニケーションの形態（B2C／B2B）という2つの視点から整理できる。

図表11-7 バリューチェーン強化に向けた5つの提言



提言 1 スーパーなど日常の買い物の場での物産展の開催支援

- 生産者、加工企業にとって、スーパーなど日常の買い物の場で商品をテストできる物産展などの機会は非常に有益である。これにより、市場や消費者のニーズにより合った商品開発をできるようになる。また、そのままよく売れるようなら、この販路を継続して使える可能性も出てくる。
- 流通企業側からみても、商品の有望性を実地に見極めることができ、そのうえで改良の助言をして共同で商品開発をしたり、商品を継続して扱うことが可能となる。これにより、有望な商品を扱う機会を増やすことができる。
- このようなスーパーでの物産展開催などの企画を、県・支援機関がスーパーと協力しながら立案、実施することが考えられる。
- 具体的な企画の例として、次のようなものが挙げられる。

- ① まず、県・支援機関は物産展開催のための企画を立案し、開催場所の提供や企画内容についての助言等を行う実施パートナーとして、県内スーパーの参加協力を要請する。
- ② 県・支援機関はホームページや広報あるいは商工団体、農業団体などを通じて、スーパーでの物産展で商品を販売したい生産者や加工企業を募集する。また、募集にあたっては、業界団体に加盟していない企業に対しても、県・支援機関の独自ネットワークを活用して積極的な参加を呼び掛けることにより、知名度は低いが質の高い産品・製品を持っている生産者・加工企業を発掘することが重要である。
- ③ 県・支援機関は、スーパーの協力のもと物産展を開催する。
- ④ 物産展開催中に、生産者、加工企業、スーパー、消費者が参加する試食会を設けることができれば、生産者、加工企業は商品開発に必要な情報を直接入手でき、より望ましい。
- ⑤ 物産展での商品の売れ行きや消費者の反応については、アンケート調査などを通じて県・支援機関に集約し、物産展終了後に生産者、加工企業に情報をフィードバックする。
- ⑥ 売れ行き、消費者の反応の良かった商品については、県のホームページなどでさらに積極的にPRする。

提言 2

流通企業（卸・小売）と生産者、加工企業間の展示会の開催支援

- 生産者、加工企業にとって、商品を流通企業に対して実地にPRできる場合は貴重である。
- また、流通企業にとっても、商品を実際に目で確かめることができるとともに、生産者、加工企業と対面して信用を確認できる場合は重要である。
- このような場として、流通企業、生産者、加工企業等の間で商品展示会や商談会が増えることが望まれる。
- 商品展示会、商談会の開催支援策として、民間企業による商品展示会等の開催を県等が財政的に支援する、県の関連支援機関が商品展示会等を開催する、といった方法が考えられる。
- いずれの場合でも、商品展示会、商談会の際には、県・支援機関や民間の優秀なビジネスマッチング・コーディネーターが仲介役となり、ビジネスマッチングを積極的に図ることが必要である。
- 県・支援機関には、日頃からビジネスマッチング・コーディネーターを発掘し、育成することが望まれる。

■ 県産品、製品の PR ホームページの設置

- 消費者や流通企業に対して、県の産品、製品の認知度を高めるためには、特に、流通企業が県内の産品、製品を一覧や検索で簡単に把握できるような分かりやすいホームページを、県の関連支援機関などが設置することが望ましい。
- 商品の掲載を希望する企業は、ホームページ設置機関を通じて基本情報（商品名、内容、販売店、自社の連絡先、PR 等）を掲載し、自社のホームページにもリンクを張るといったものが考えられる。
- 現在でも岐阜県のホームページでは「東京でよくみる岐阜県産品（食品関連）一覧」が紹介されている（図表 II-8）。具体的には、これを拡張したものが想定される。

図表 II-8 東京でよく見かける食品関連の岐阜県産品（岐阜県産品の紹介ホームページ）

種別	製造会社	商品	販売店 D:百貨店 S:スーパ-
菓子	株式会社打保屋(高山市)	こくせん、げんこつ、すはま他	三越D、西武D、サミットS 東急D、伊勢丹D、大丸D、けいきゅうS、大丸ビ-コックス
	第一製菓株式会社(岐阜市)	ごまがし 黒ごまがし	東急D、東急S、西武D、西友S けいきゅうS
	東海食品企業組合山口製菓営業所(岐阜市)	栗せんべい	ライフS、西友S、ダイエ- S、東急ストアS、成城石井S、西武D
	ロ-ヤル製菓株式会社(岐南町)	黒糖菓子	西友S、東急ストアS、サミットS、1丁目1番
	三駒屋(高山市)	塩せんべい、溜まりせんべい他	東急D、ダイエ- S、大丸ビ-コックス、けいきゅうS
	みの食製菓(八百津町)	いろいろせん	高島屋D、東急D、西武D、大丸ビ-コックス、
	浪速製菓株式会社(岐阜市)	こんぶ飴	西友S、東急S、サミットS、東武ストアS
地酒等	三千盛酒造(笠原町)	三千盛	京王D、松屋D、東急D、東武D、三越D
	白木恒助商店(岐阜市)	達磨正宗	京王D、小田急ハルクD、東急D、松坂屋D、高島屋D
	老田酒造(高山市)	飛騨自慢鬼ごろし	大丸D、伊勢丹D、松屋D、西武D、東武D、ライフS、大丸ビ-コックス
	平瀬酒造(高山市)	久寿玉	三越D、伊勢丹D、東武D
	三輪酒造(大垣市)	白川郷純米にごり酒	西武D、東武D、東急ストアS
農産加工	桜井食品株式会社(美濃加茂市)	らーめん、パン粉、マカロニ他	ひょうたん島、西武D(こだわり屋)
	株式会社戸谷(大垣市)	お茶漬け(さけ・わさび・梅) ふりかけ(いわし・しらす・やさい)	東急D、東武D、三越D、成城石井S
	敷島産業株式会社(糸貫町)	小車麩、京花ふ、あわ雪ふ他	イズミヤS、ダイエ- S、MyCityD
	渡辺養蜂場(岐阜市)	れんげの花のはちみつ、あかしあの花のはちみつ他	高島屋D、東急D、成城石井S
	株式会社今川食品(岐阜市)	信長公献上うどん・そば・きしめん他	高島屋D、松屋D、東急D、東武D、三越D
	日下部醤油味噌醸造(高山市)	飛騨高山土蔵仕込み味噌、いなか味噌他	西武D、三越D、近鉄D
	日新蜂蜜株式会社(安八町)	れんげのはちみつ、アカシアのはちみつ他	松屋D、東急D、高島屋D、ライフS、ダイエ- S
	内堀醸造株式会社(八百津町)	美濃特選玄米酢、美濃特選本造り米酢他	伊勢丹D、高島屋D、西友S
	白扇酒造(川辺町)	福来純本みりん他	東急D、高島屋D、三越D、松坂屋D、東武D
農産物		トマト	三越D、東急D、伊勢丹D、松屋D、松坂屋D、松屋D、マルエツS、東武ストアS
		ハウレンソウ	三越D、東急D、伊勢丹D、松屋D、松坂屋D、松屋D、西武D、マルエツS、西友S
		あきしまささげ	三越D、東急D、伊勢丹D、松屋D、松坂屋D、松屋D
		匠ねぎ	三越D、東急D、伊勢丹D、松屋D、松坂屋D、松屋D
		ミニトマト	三越D、東急D、伊勢丹D、松屋D、松坂屋D、松屋D
		長なす	三越D、東急D、伊勢丹D、松屋D、松坂屋D
		きゅうり	三越D、東急D、伊勢丹D、松屋D、松坂屋D、松屋D
		ピ-マン	東急D、伊勢丹D、松屋D、松坂屋D
		えだまめ(黒豆)	東急D
		モロヘイヤ	高島屋D、松坂屋D、東武ストアS

備考1) 販売店欄にある百貨店・スーパーの全てで営業店で、あるいは常時販売されているわけではない。

備考2) 表中販売店の下線店は12年7月、8月に実施されたフライト野菜（飛騨から空輸されてきた野菜）の販売促進店。

資料) <http://www.pref.gifu.jp/s21101/kensanHP.htm>

■e コマースを活用した直販ルートの構築可能性の検討

- 県の産品、製品の販売促進を図るためには、従来の販売ルートに加え、流通を通さない直販ルートを開拓する必要がある。近年、e コマースを活用した販売促進方法が県内外で普及しつつあるが、情報インフラの分野で優位性がある岐阜県は、e コマースビジネスを展開しやすい環境にあるといえる。
- e コマースによる販売促進にあたっては、事業採算性等の導入メリットを見極めるとともに、岐阜県でのe コマースビジネスの展開可能性について把握する必要がある。そのためには、県・支援機関が中心となって、業界団体、e コマースビジネスに関心がある企業、協業パートナーを交えた研究会を立ち上げ、電子マネー・電子決済に係るセキュリティ対策、商品を消費者に届けるための物流ルートの確保、物流企業や情報サービス企業とのコラボレーション体制など、決済や物流の仕組みづくりについて検討することが望まれる。
- さらには、e コマースに取り組む県内企業を集めたポータルサイトを構築し、消費者に対して積極的に情報発信していくことも有益である。

提言 4	県内生産者、加工企業や流通企業の情報データベースの構築とネットワーク化
-------------	--

- 図表 II-8 のようなホームページ、展示会、物産展に参加している生産者、加工企業、流通企業に関して、県・支援機関がデータベースを構築することが有益である。
- 加えて、流通企業や消費者が商品や生産者、加工企業に関心を持った場合、あるいはその逆に生産者、加工企業が流通企業に問い合わせたい場合に、相互に直接照会できるとともに、県・支援機関を通じて間接的に照会することも可能な体制づくりも望まれる。
- 具体的には、生産者のニーズに応じて、県・支援機関のワンストップ窓口が流通企業に関する情報を照会・提供したり、場合によっては生産者と流通企業を仲介できるような体制を整えることが必要である。
- このように、成長見込みのある生産者、加工企業と販路・顧客をもつ流通企業を県・支援機関がデータベース化し、さらには相互にオンラインないし県・支援機関を介してオフラインでもつながれるようネットワーク化することによって、岐阜県の流通面におけるバリューチェーンを一層強化することができる。
- また、生産者・加工企業と流通企業とのネットワークの結びつきを強め、より実践的なプロジェクトへと発展させることも有効である。例えば、県・支援機関の仲介のもと、リアルタイムで把握した消費者ニーズを即座に商品開発にフィードバックするための実験的プロジェクトを立ち上げ、生産者・加工企業と流通企業が共同で、売れる商品・売れない商品を見極めていくことが考えられる。

- 現在整備が進められている東海環状自動車道と既存の地域道路と結びつけることにより、岐阜県の強みである物流ネットワークをさらに活かすことができる。
- 具体的には、東海環状自動車道と地域道路との結節ポイントに、荷捌き・仕分け・保管・加工等を行うための積み替え拠点（トランスファーセンター）や在庫・配送拠点（ディストリビューションセンター）の設置を促進し、物流効率化を図る。
 - ※ 積み替え拠点（トランスファーセンター）：
多数の納入元や自社工場から一括して納入を受け、多数の配送先に向けて仕分け・積み替えを行う拠点。
 - ※ 在庫・配送拠点（ディストリビューションセンター）：
多数の配送先の在庫を一括保管し、必要に応じて出荷するための拠点のことを指し、在庫調整機能、ピッキング機能、流通加工機能、積み替え機能などを有する。
- 民間企業等の物流拠点の設置を促進するための支援方策としては、以下のようなものが挙げられる。
 - ※ 設置主体に対する税制優遇措置・金融支援の検討
 - ※ インターチェンジ周辺を中心とした用途地域見直しの必要性の検討
 - ※ 企業誘致活動の強化、企業説明会の開催

参 考 编

【参考資料1】既存資料に基づく成長業種等の整理

「成長業種」「成長産業」「成長企業」等で用いられている「成長」の捉え方には様々なものがある。

例えば、内閣府の「地域経済レポート2000」では、「(株)帝国データバンクの企業概要ファイルを用い、最新年の売上げが5億円以上、従業員1名以上、法人、売上げが2年連続10%以上伸びていること」を条件に成長企業を抽出しており、「売上げ」の大きさと伸びを判断基準にしている。その一方で、売上げが増えていても利益が出ているかどうか分からないため、「3年連続増益企業」のように「利益」に着目する定義もある。あるいは、政策投資銀行のレポート¹⁾のように、「雇用」の成長に着目する定義もありうる。

参考図表 1 内閣府「地域経済レポート2000」における成長企業の地域分布

	成長企業数			売上高			従業員数			1社あたり 平均売上高 (百万円)	1社あたり 平均従業員 数(人)	平均資本金 (百万円)	平均業歴 (年)
	(件)	構成比		(百万円)	構成比		(人)	構成比					
		99年	98年		99年	98年		99年	98年				
北海道	468	4.1%	3.4%	1,551,560	1.8%	2.1%	24,920	2.6%	2.8%	3,315	53.2	178	27.4
東北	743	6.4%	6.1%	2,397,529	2.8%	3.2%	46,804	4.9%	5.5%	3,227	63.0	125	29.3
北関東	686	5.9%	5.6%	3,310,205	3.9%	3.8%	56,216	5.9%	4.9%	4,825	81.9	213	27.5
南関東	4,648	40.3%	41.2%	56,670,693	66.6%	60.2%	476,862	50.1%	48.6%	12,192	102.6	757	19.1
北陸	233	2.0%	2.1%	897,764	1.1%	1.2%	18,525	1.9%	1.9%	3,853	79.5	143	28.7
東海	1,003	8.7%	10.0%	4,929,318	5.8%	7.2%	75,487	7.9%	9.0%	4,915	75.3	273	26.0
近畿	1,821	15.8%	15.6%	7,747,216	9.1%	11.8%	128,927	13.5%	13.6%	4,254	70.8	237	23.9
中国	539	4.7%	4.8%	2,182,216	2.6%	3.2%	35,473	3.7%	4.5%	4,049	65.8	128	27.9
四国	297	2.6%	2.5%	1,195,899	1.4%	1.5%	22,154	2.3%	2.2%	4,027	74.6	133	37.4
九州	980	8.5%	7.7%	3,753,273	4.4%	5.2%	61,203	6.4%	6.5%	3,830	62.5	137	25.7
沖縄	122	1.1%	1.0%	421,139	0.5%	0.4%	5,477	0.6%	0.5%	3,452	44.9	120	20.4
全国	11,540	100.0%	100.0%	85,056,812	100.0%	100.0%	952,054	100.0%	100.0%	7,371	82.5	419	23.6

(備考) 1.成長企業の抽出条件: ①帝国データバンクの企業概要ファイルを用い、①最新年の売上げが5億円以上、
②従業員1名以上、③法人、④売上げが2年連続10%以上伸びていること、を条件として抽出した。
2.地域の分類は、各企業の本社所在地単位とした。従って、例えば同一企業でも他県事務所の従業員等は、本社所在地の都道府県に算入されることに留意。

資料) 内閣府「地域経済レポート2000」

以下では、出荷額などの統計データからみた成長業種について整理するとともに、既存文献で定義されている成長分野がどのようなものなのかを整理する。

検討項目

- * 製造品出荷額・収入金額の伸び
- * 生産性
- * 収益性
- * 1990年代の成長品目
- * 新規・成長15分野

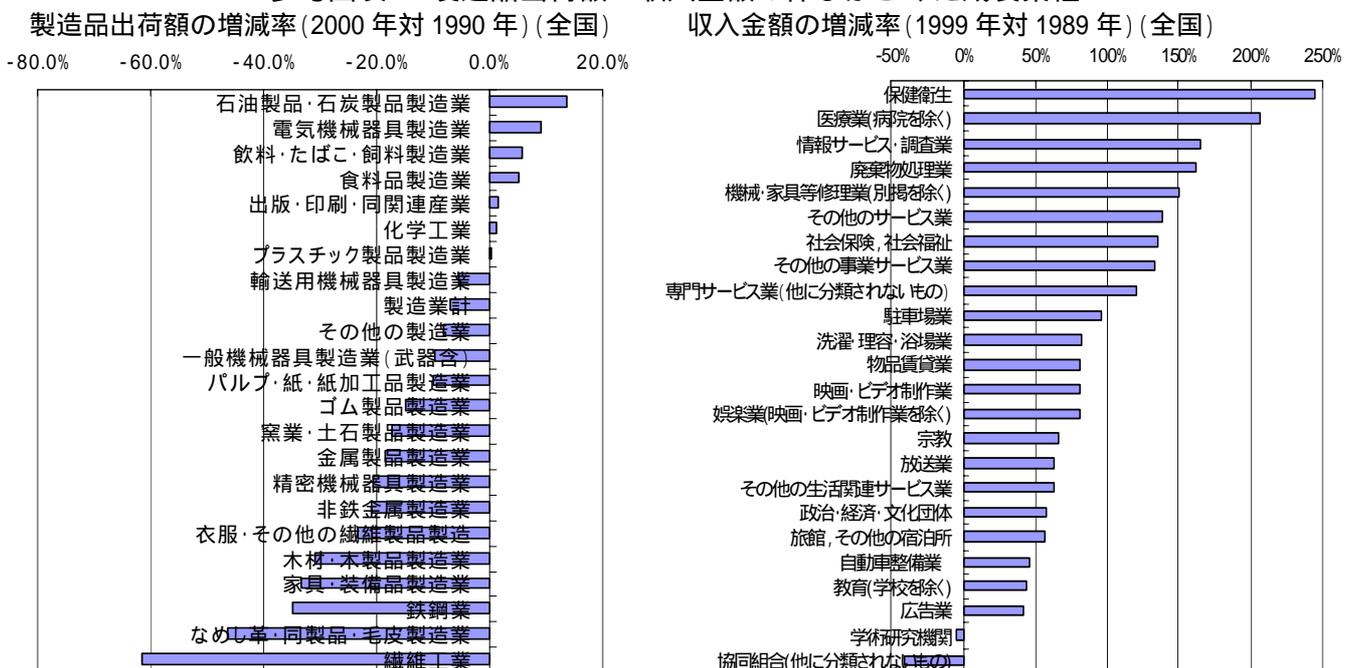
¹⁾清水希容子「産業集積と都市圏の成長～産業の「雇用成長力」と「立地特性」からの検証～」『地域政策研究 vol.5』(2002.9)

1. 製造品出荷額・収入金額の伸びからみた成長業種

製造業については、1990年から2000年の10年間で製造品出荷額が増加した業種は、中分類22業種のなかで石油・石炭製品（13.7%）、電気機械器具（9.0%）、飲料・たばこ・飼料（5.9%）、食料品（5.0%）、出版・印刷・同関連（1.4%）、化学（1.1%）、プラスチック製品（0.2%）の7業種のみである。なお、これらの業種はいずれも、岐阜県でも製造品出荷額が伸びている。

一方、サービス業をみると、1989年から1999年にかけて、ほとんどの業種で収入金額は、増加している。なかでも、保健衛生（健康相談施設等）や病院を除く医療業（療術業等）の健康関連、情報サービス・調査業といった、近年の社会ニーズに対応した業種が特に伸びている。

参考図表2 製造品出荷額・収入金額の伸びからみた成長業種



資料) 経済産業省「工業統計調査」より(株)UFJ総合研究所作成

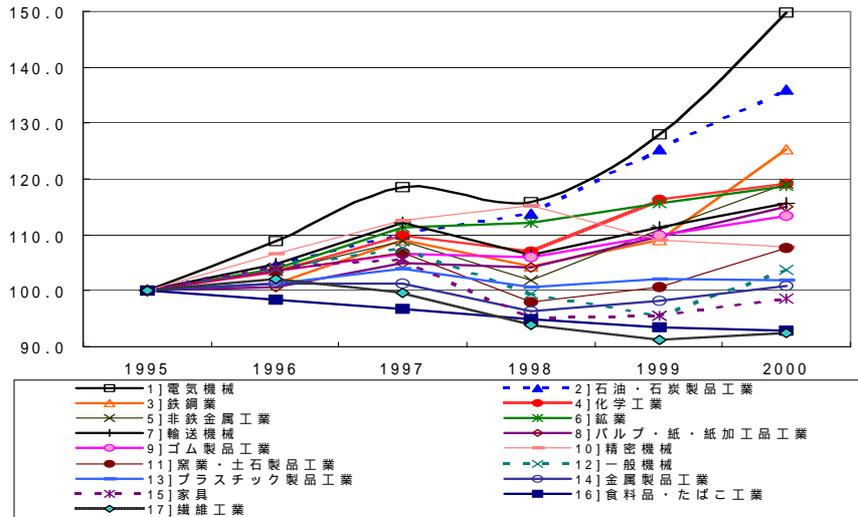
資料) 総務省「サービス業基本調査」より(株)UFJ総合研究所作成

2. 生産性でみた成長業種

製造業については、鉱工業・産業別の労働生産性指数の推移（参考図表3）をみると、岐阜県の製造業の労働生産性と同様に、電気機械、石油・石炭製品、化学などの労働生産性の伸びが高い。

サービス業は、従業者1人当たり収入金額の伸び率（1999年対1989年）（参考図表4）をみると、ほとんどの業種で伸びているが、特に情報サービス・調査業では2倍近くになっている。

参考図表3 鉱工業・産業別労働生産性指数



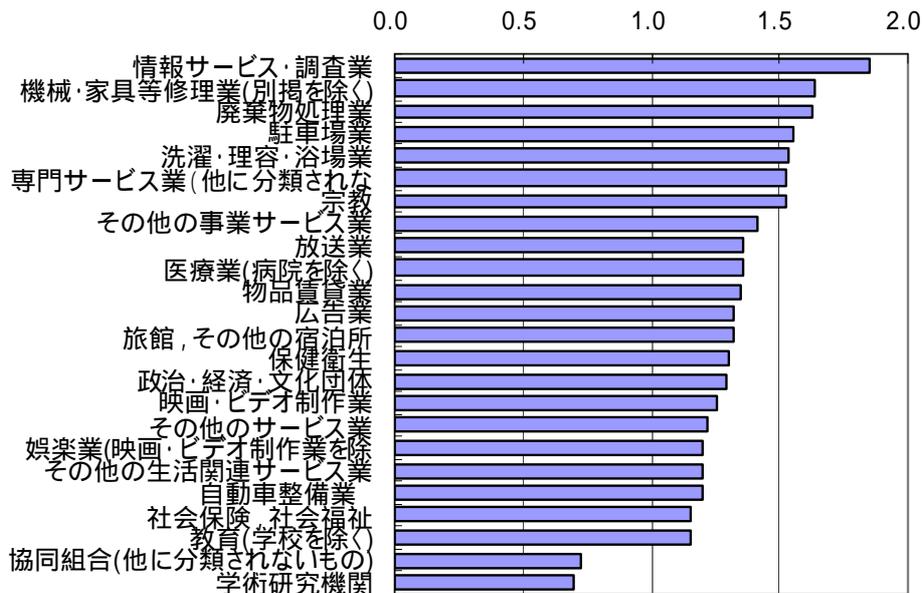
備考1) 労働生産性指数 = 産出量指数 / 労働投入量指数

備考2) 産出量は経済産業省の生産動態統計、労働投入量は厚生労働省の毎月勤労統計調査（事業所規模30人以上）による

備考3) 労働投入量指数は常用雇用指数 × 総実労働時間指数に基づいて作成されている

資料) 社会経済生産性本部「生産性統計」より(株)UFJ総合研究所作成

参考図表4 従業者1人当たり収入金額の伸び率（1999年対1989年）



資料) 総務省「サービス基本調査」より(株)UFJ総合研究所作成

3. 収益性でみた成長業種

参考図表5は、帝国データバンクの法人申告所得（2001年3月期または2001年12月期に4000万円以上の所得額が公示された会社）の業種別伸び率を示している。

申告所得社数、申告所得額の伸び率がともにプラスの業種は12業種ある。製造業では、やはり電機や機械などがともにプラスである。非製造業では、航空運輸、医療などがプラスである。

なお、申告所得社数の伸び率は多くの業種でマイナスであるが、合計申告所得額の伸び率

は逆にプラスの業種が多くなっている。多くの業種において、収益性の比較的低い企業が赤字または廃業に追い込まれる一方で、収益性が上位の一部企業に売上、所得が集約されつつあることが示唆されていると思われる。

参考図表5 収益性でみた成長業種

業種	申告所得社数 (社)	社数伸び率 (%)	合計申告所得 (億円)	所得額伸び率 (%)
農林・水産	265	-1.5	392	5.2
鉱業	190	-13.6	2,169	49.5
建設	7,624	-17.1	16,258	-16.9
食品	2,109	-8.2	11,197	-1.8
繊維	588	-10.6	2,457	1.5
木材・木製品・家具	440	-1.1	1,168	-1.0
パルプ・紙	538	-5.6	2,499	22.9
出版・印刷	1,375	-4.4	6,333	0.3
化学	1,080	-2.5	11,664	5.3
薬品	282	-4.7	14,506	12.5
石油・石炭製品	94	-4.1	1,249	8.5
ゴム・皮革	314	-3.7	1,325	-43.7
窯業・土石	932	-7.9	3,347	10.1
鉄鋼	381	4.4	2,319	93.3
非鉄	348	-1.4	3,580	69.7
機械	2,443	6.5	16,289	31.1
金属製品	1,653	-7.5	4,486	1.4
電機	2,410	2.1	30,732	32.7
自動車	699	0.0	15,133	17.1
輸送機械(除く自動車)	170	-6.1	706	9.3
精密・医療機器	509	3.9	2,576	19.3
その他製造	1,341	-6.2	5,695	15.3
卸売	14,098	-3.1	42,970	10.4
小売	4,538	-0.9	16,828	3.2
飲食店・旅館	1,018	5.2	2,847	0.6
銀行・農林水産金融	191	-16.6	11,349	-41.7
中小商工・庶民住宅等金融	1,083	-4.9	16,100	-8.1
証券・商品取引	200	-21.6	3,553	-47.7
保険	349	-7.9	15,317	-18.8
不動産	4,082	-1.8	9,762	4.2
陸運・倉庫	3,253	0.1	13,365	5.1
水運	198	-6.6	1,714	56.5
航空運輸	27	35.0	428	191.7
医療	4,619	12.4	6,671	18.2
物品賃貸・娯楽	2,704	-7.7	8,600	-0.1
電気・ガス・水道	200	5.3	13,756	5.8
放送	210	7.7	4,719	102.5
共同組合	891	-13.7	2,265	-8.3
広告・調査・事業サービス	5,266	5.9	18,664	22.3
その他・不明	9,602	10.5	31,438	8.5
合計/平均	78,314	-1.8	376,427	4.7

備考) 申告所得額：法人税の課税対象額

資料) 帝国データバンク資料より(株)UFJ 総合研究所作成

4. 1990年代の成長品目からみた成長業種

政策投資銀行は、「長期産業データ集 2002」のなかで、「1990年代における成長品目の例示」をまとめている。成長品目は「IT化・デジタル化・情報化関連」、「低価格・節約・グローバル化関連」、「健康・生活利便・教育・趣味関連」、「環境関連」に4分類されているが、これを業種別に再整理すると参考図表6のようになる。

業種全体の伸びが特に大きい分野として、電気機械(電子部品・デバイスを含む)と情報通信などが挙げられている。

参考図表6 1990年代の成長品目からみた成長業種

業種	90年代に増加した品目の例	%	分野
建設	システム・キッチン出荷台数	4.0	生活利便など
食料品	その他酒類(発泡酒等)	12.0	低価格・節約など
	ミネラルウォーター	19.5	健康など
	ウーロン茶	5.3	健康など
	レトルト食品	6.0	生活利便など
繊維	外衣輸入額	5.2	低価格・節約など
紙ハルブ	古紙消費量	2.1	環境関連
出版印刷	出版系CD-ROM新刊タイトル数	95.6	IT化・デジタル化・情報化関連
化学	医薬品生産額	1.2	健康など
窯業・土石	ICパッケージ	14.5	IT化・デジタル化・情報化関連
	複層ガラス	15.6	生活利便など
非鉄金属	光ファイバーケーブル	20.3	IT化・デジタル化・情報化関連
一般機械	液晶パネル生産額(92-2000)	34.5	IT化・デジタル化・情報化関連
	半導体製造装置生産額	11.7	IT化・デジタル化・情報化関連
	環境装置生産額*	8.4	環境関連
電気機械	携帯電話(92-2000)	59.8	IT化・デジタル化・情報化関連
	パソコン	17.7	IT化・デジタル化・情報化関連
	リチウム電池(93-2000)	11.5	IT化・デジタル化・情報化関連
	DADプレーヤ	7.4	IT化・デジタル化・情報化関連
	ステレオセット海外生産(日系)	17.4	グローバル化など
	DADプレーヤ海外生産(日系)	13.9	グローバル化など
	カーナビ(96-2000)	24.2	生活利便など
輸送用機械	RV国内販売台数(91-2000)	10.7	教育や趣味など
	自転車輸入台数*	22.9	低価格・節約など
	中古車販売台数	1.5	低価格・節約など
精密機械	レンズ付きカラーフィルム	8.4	生活利便など
アムusement	家庭用TVゲーム生産額(96-2000)	7.5	教育や趣味など
商業	電子商取引市場(96-2000)	116.3	IT化・デジタル化・情報化関連
	トラック・ストア販売額(91-2000)	30.8	低価格・節約など
	コンビニエンス・ストア販売額	8.7	生活利便など
外食産業	ファーストフード売上高	6.4	低価格・節約など
	フランチャイズ喫茶店	6.0	低価格・節約など
情報通信	インターネットプロバイダ数(94-2000)	129.9	IT化・デジタル化・情報化関連
	インターネット接続ホスト数(91-99)	104.6	IT化・デジタル化・情報化関連
	ISDN契約数	79.6	IT化・デジタル化・情報化関連
	国内高速デジタル専用線*	53.0	IT化・デジタル化・情報化関連
	NHK・BS放送受信契約*	16.2	IT化・デジタル化・情報化関連
	システム等管理運営受託	10.9	IT化・デジタル化・情報化関連
	ケーブルテレビ契約数	10.7	IT化・デジタル化・情報化関連
	ソフトウェア開発・プログラム作成	7.1	IT化・デジタル化・情報化関連
	国際エクスプレスメール*	14.3	グローバル化など
	国際電話通話回数*	7.9	グローバル化など
国際郵便取扱数(全体)*	3.1	グローバル化など	
貨物輸送	国際定期航空貨物輸送量*	6.7	グローバル化など
消費者物流	宅配便小包取扱個数	8.9	生活利便など
旅客輸送	高速バス旅客*	1.9	低価格・節約など
	国際定期航空旅客*	5.4	グローバル化など
旅行業	国際会議件数*	11.0	グローバル化など
	海外旅行者数	4.9	教育や趣味など
レジャー産業	趣味・創作用品	3.8	教育や趣味など
	学習・レジャーサービス	2.1	教育や趣味など
教育サービス	学習塾等費用(90-98)	14.1	教育や趣味など
	稽古事学習費(90-98)	3.7	教育や趣味など
エネルギー	天然ガス/LNG国内供給*	3.9	環境関連

備考1) 表中の数字は90～2000年の年平均伸び率。特に表示のない場合は国内生産額ベース

備考2) 品目名欄の括弧内の数字は対象期間。*とあるものは90～99年

資料) 政策投資銀行「長期産業データ集2002」より(株)UFJ総合研究所作成

5. 新規・成長 15 分野

政府では、「産業や雇用の空洞化の問題に適切に対応し、良質な雇用機会を確保していくためには、既存産業の高付加価値化を含め、新規産業の創出が鍵」(「経済構造の変革と創造のための行動計画」平成9年5月閣議決定)などとして、新規産業創出環境整備プログラムのなかで新規・成長 15 分野を設定している。

新規・成長 15 分野の雇用と市場の規模

参考図表 7は、新規・成長 15 分野に設定された分野名と、政府によって予測されている雇用と市場の規模（2010 年時点）である。

各分野における業種別の内訳は必ずしも明確にされていないが、次の参考図表 8によって、想定されている事業や業種について知ることができる。

参考図表7 新規・成長15分野の2010年の雇用、市場規模

分野名	雇用規模予測(万人)		市場規模予測(兆円)		備考
	現 状	2010年	現 状	2010年	
1. 情報通信	約125	245程度	約38	126程度	
2. 新製造技術関連	約73	155程度	約14	41程度	
3. バイオテクノロジー関連	約3	15程度	約1	10程度	
4. 環境関連	約64	140程度	約15	37程度	1
5. 医療・福祉関連	約348	480程度	約38	91程度	2
6. ビジネス支援関連	約92	140程度	約17	33程度	
7. 都市環境整備関連	約6	15程度	約5	16程度	
8. 人材関連	約6	11程度	約2	4程度	
9. 住宅関連	約3	9程度	約1	4程度	3
10. 生活文化関連	約220	355程度	約20	43程度	
11. 流通・物流関連	約49	145程度	約36	132程度	4
12. 新エネルギー・省エネルギー関連	約4	13程度	約2	7程度	
13. 航空・宇宙(民需)関連	約8	14程度	約4	8程度	
14. 海洋関連	約59	80程度	約4	7程度	
15. 国際化関連	約6	10程度	約1	2程度	5

備考1) 環境関連産業の範囲は一般的に定まったものではなく、今回の予測値はひとつの見直しである。

備考2) サービス業、製造業等の市場の合計

備考3) 経済構造改革の着実な実施により、著しい成長及び他産業からの雇用吸収が見込まれる居住関連サービス産業及び住宅用建材産業の市場規模・雇用規模。

備考4) 左記の計算は、技術進歩による生産性の推移如何等により変動しうるものであり、幅をもって見るべきである。

備考5) 上記市場規模・雇用規模については、人的・文化的交流関連サービスを中心に市場・雇用を計算している。別途、輸入の拡大に伴う各種事業の市場・雇用の拡大が見込まれる。

資料) 経済産業省「経済構造の変革と創造のための行動計画」より(株)UFJ 総合研究所作成

新規・成長 15 分野の主な業種の動向

経済産業省では、新規・成長 15 分野に関して、1000 社近くの企業に業況等に関する聞き取り調査を実施するなどのフォローアップをおこなっている。参考図表 8は、新規・成長 15 分野における主な業種、事業の動向である。

ここでも、2001 年来好調な業種のなかに、「インターネット接続事業」、「液晶テレビ」、「デジタルカメラ」といった情報通信サービスや家電機器がみられる。また、バイオテクノロジー関連分野、ビジネス支援関連分野なども、いくつかの事業分野で好調が持続している。

参考図表8 新規・成長15分野の主な業種、事業の動向

分野名	主な業種	2001年 6月	2001年 10月	2002年 2月	2001年 5月
情報関連分野	インターネット接続事業	好調	好調	好調	好調
	移動体通信関連サービス	好調	好調	好調	横ばい
	情報システム等のソフトウェア開発	好調	好調	好調	横ばい
	デジタルコンテンツ	好調	横ばい	横ばい	横ばい
新製造技術 関連分野	液晶テレビ	好調	好調	好調	好調
	新素材・新材料	好調	横ばい	-	-
	光通信関連機器	好調	-	低調	低調
	自動車関連部品・金型	横ばい	横ばい	横ばい	横ばい
	半導体等電子部品	低調	低調	低調	横ばい
	半導体製造装置	低調	低調	低調	低調
	パソコン、パソコン製造の部品、周辺機器	低調	低調	低調	横ばい
	新技術を用いた一般機械	低調	低調	低調	低調
	携帯情報端末等	-	好調	好調	好調
デジタルカメラ等	-	好調	好調	好調	
バイオテクノロジー 関連分野	研究用試薬品及び分析機器	好調	好調	好調	好調
	機能性食料品	好調	好調	好調	好調
	遺伝子関連・組織再生関連	-	好調	好調	好調
環境関連分野	環境関連装置	横ばい	横ばい	横ばい	横ばい
	金属を除くリサイクル産業	横ばい	横ばい	横ばい	-
	産業廃棄物関連産業	横ばい	低調	低調	-
	金属リサイクル産業	低調	低調	低調	-
医療・福祉 関連分野	医療機器	横ばい	横ばい	横ばい	横ばい
	介護用品	横ばい	横ばい	-	-
	介護サービス	横ばい	低調	横ばい	好調
	医薬品	低調	横ばい	横ばい	-
	介護用品レンタル	-	-	好調	好調
ビジネス支援 関連分野	ISO取得対策事業	好調	好調	好調	好調
	起業家育成施設(インキュバ-タ)	好調	好調	好調	好調
	ビジネスソリューション	好調	好調	好調	-
	コールセンター業務	好調	好調	好調	横ばい
	テレマーケティング	好調	好調	横ばい	横ばい
	リース業	好調	横ばい	低調	低調
	セキュリティ	横ばい	横ばい	横ばい	横ばい
	広告業	横ばい	横ばい	低調	低調
都市関連分野	景観関連施設等	低調	低調	低調	低調
人材関連分野	人材派遣	好調	横ばい	横ばい	横ばい
	人材紹介	横ばい	横ばい	横ばい	横ばい
住宅関連分野	住宅リフォーム分野	好調	好調	好調	好調
	新タイプ住宅	-	好調	好調	好調
生活文化関連分野	余暇関連(大型テーマパーク等)	好調	好調	好調	好調
	資格取得教育	好調	好調	好調	好調
	流行に即応したファッション関連	横ばい	横ばい	-	-
流通・物流 関連分野	インターネット通販	好調	好調	好調	好調
	物流関連	横ばい	横ばい	横ばい	横ばい
新エネ・省エネ 関連分野	太陽光発電機器	好調	好調	好調	好調
	クリーンエネルギー車	-	好調	好調	好調
航空宇宙関連分野	航空機(大・中型)	-	横ばい	横ばい	低調
	宇宙ロケット	-	好調	好調	-
海洋関連分野	海洋深層水関連	好調	好調	好調	横ばい
国際化関連分野	国際コンベンション	-	横ばい	横ばい	横ばい
	国際物流	-	-	低調	横ばい

資料) 経済産業省「新規・成長15分野50事業・1000社の動向」より(株)UFJ総合研究所作成

6. まとめ

- いずれの側面からみても成長性が高いと示されているのは、製造業のなかでは電気機械や自動車などである。
- 電気機械、自動車の成長品目は、デジタルカメラ、液晶テレビ、携帯電話や、自動車のRV（野外のレクリエーションを目的とした車両の総称）、クリーンエネルギー車などである。
- 非製造業では、医療・健康関連、情報サービス関連のサービス業が特に伸びている。
- 成長業種では、需要面において効率化・利便性やコミュニケーション、健康といった近年の社会ニーズにうまく対応し、かつ供給面でも他業種とくらべて生産性が比較的高いことが特徴といえる。

【参考資料2】検討委員会・議事要旨

第1回検討委員会

出席者： 間仁田座長、渡辺委員、山田委員、杉田委員、繁田委員、倉知委員、佐藤委員 以上7名、オブザーバー及び事務局

1. 冒頭挨拶

委託者側挨拶（センター 杉田理事長）

- 長期的な経済不況のなかで、これから先、岐阜県がどのようにして生きていくのか、また、岐阜県において新しい産業、これから伸びていく産業とは何かを考えていかなければならない。本調査の背景にはこうした問題意識がある。
- 当センターでは、今日と明日の岐阜県企業のワンストップ窓口をスローガンに掲げており、いま現在の岐阜県に立地する企業だけでなく、将来岐阜県に立地する企業も視野に入れている。

受託者側挨拶（UFJ総研 佐藤）

- いま、地方行政は、国への依存の脱却を迫られている。組織や事務事業の見直しなど、内向きの事業にはかなり進んでいるようだが、外向きの事業（具体的には、拡大志向を持った、地域における産業基盤の充実）については、実際のところ、あまり動いていないように思われる。
- こうした状況のなか、今回の調査は非常に時期を得た調査だろう。格好のいい調査、金太郎飴的な調査ではなく、地域にしっかり足を置いて、姿が見えるような調査を行う必要があるだろう。

2. 委員自己紹介

（本調査に関するコメントのみを掲載）

間仁田座長

- 産業・企業のあり方が大きく変わっているなかで、“変化しながらの発展”をどのようにして実現できるかが鍵となるのではないか。
- 立派な分析よりも何か残るものをつくっていききたい。

渡辺委員

- 本調査においては、国・地域を1つの組織を捉えると、日頃の研究成果（専門は経営組織論、最近のテーマは組織の創造性）を役立てることができるのではないか。

倉知委員

- 岐阜市の昔のよさが無くなってしまったことに疑問を感じている。市内には旧紡績工場の跡地が数多く残っているが、なぜこのような状態になってしまったのか。この検討委

員会では、この点についても問題になってくるのではないか。

繁田委員

- 単なるデータの積み上げではなく、行政施策として提言できるようなアウトプットに結びつけてほしい。

3. 調査の概要、進め方（資料1）について

倉知委員

- 県庁サイドで実施している同様の調査とのすり合わせはどうなっているのか。県庁内での検討にも入っていけるようなアウトプットを目指す必要があるだろう。

杉田委員

- 県庁サイドの作業とのベクトル合わせは必要だろう。ただし、その方法については工夫が必要だろう。

間仁田座長

- 県政に役立たないと意味がない。具体的なすり合わせ方法については、こちらである程度作業を進め、問題点が明らかになった段階で突き合わせてみればいいのか。本検討委員会の2回目では課題がいろいろと出てくるだろうし、その段階で県庁サイドとリンクするのがよいだろう。
- 本調査の内容に関する指摘は次のとおり。
 - 調査内容（1）の「比較優位性のある産業分野・成長している産業分野の検討」については、これからの成長性をどのように捉えるのが重要である。成長産業を幅広く捉え、わずかなポテンシャルでも伸ばしていくという視点を取り込む必要がある。
 - （2）の「地域経済環境下で企業が抱える具体的課題の抽出」については、“課題”という言葉は一般的にもよく使われるが、岐阜県のポテンシャルも抽出していく必要がある。
 - （3）の「成長企業を支えていくための岐阜県地域経済のあり方の提言」については、“地域経済のあり方”という表現はあまりにも一般的すぎるような印象があり、やや抵抗感がある。本調査では、県でできることや国レベルでやってもらいたいことについて具体的に検討する必要がある。

4. 岐阜県経済の現状と課題（資料2）、岐阜県において比較優位性及び成長性が期待される産業分野（資料3）について

佐藤委員

- 中分類ベースでの分析では不十分な業種もある（例：化学、電気機械など）。主要な業種についてはもっと細かく分析してもいいのではないか。
- また、地域的な特徴も抑えることも重要である。委員会資料にも盛り込まれているが、もう一工夫が必要だろう。

間仁田座長

- 岐阜県経済の現状と課題については、業種に起因した問題なのか、企業規模に起因した問題なのかが気になる。岐阜県の電気機械・自動車の労働生産性が低いという指摘があったが、組み立てメーカーか部品メーカーという違いも絡んでくる。
- 岐阜県では、トヨタが立地する愛知県やホンダが立地する三重県と違って、企業規模が小さいこと（これには下請け的な要素と産地的な要素の2つがある）が関係しているのではないか。

倉知委員

- もう少し細分化して、それに当てはまる企業が何社くらい存在するのかを把握する必要があるだろう。また、岐阜県の産業構造を押さえておくことも重要である。

繁田委員

- データ分析からはゴム製品や印刷・出版の成長性が高いという結果が出ているが、シェアは非常に低い。大手企業による影響が大きいのではないか。

間仁田座長

- 印刷・出版に関しては、出版に係わる企業は岐阜県にないので、おそらく印刷業のことだろう。小分類別、地域別での詳細把握に加え、前述した規模別の分析も必要である。

杉田委員

- 産業分類に係わる問題は非常に難しい。これから先のことを議論する場合、現在の産業分類でいいのかどうか、また、経済産業省の成長15分野のような分類で十分なのかという意見もある。本調査では、分野をきれいに分類するというのではなく、非常に難しいだろうが、岐阜県で成長が期待される分野を提示していくことはできないだろうか。

間仁田座長

- これまでの話とこれから先の話を一つの指標で分析するのは困難だろう。各委員から指摘のあった点については、既存資料等からどこまで把握できるのかを一度精査してほしい。
- また、これからの産業については、産業統計だけでの把握は難しいので、個別企業の情報（例：中企庁が実施したオンリーワン企業について全国調査）から全体の傾向を掴んでみてはどうだろうか。

渡辺委員

- 個別企業の経営という視点からみると、低迷業種における成長企業について詳しく知りたい。

倉知委員

- 資料2の工場立地件数については、各自治体の工業団地がどの程度塩漬けになっているか、またその負担（金利等）がどの程度なのかは重要な視点である。
- 岐阜県では72ヘクタール程度しか残っておらず、全国的にみても最低の水準にあり、身軽な状況にある。他地域では、優遇制度によってできるだけ早く誘致しようとする政

策が展開されているが、梶原知事はまだ売らないとの方針を打ち出している。こうした状況のなかで、「立地件数が伸びているからいい」と評価するのは不適切である。

- これまで企業誘致に関わってきた経験をもとに、今後成長が期待される企業例を挙げると次のとおりである。

廃木材と廃プラスチックを混合した建材を作っている恵那テクに誘致。

また、とうもろこしの生分解（カーギル社の特許）に取り組んでいる企業を誘致しようとしている。とうもろこしの澱粉を95%以上利用するため、その分コストも高くなるが、農業用ビニールやコンビニのレジ袋などをはじめとして、携帯電話やパソコンのケース、自動車のバンパーなどにも利用可能である。

- これからは、「自然への回帰」「環境配慮」がキーワードになるだろう。絞りカスを燃やすのではなく、土に返すこと（ゼロエミッション）を柱の1つにしてもいいのではないか。

間仁田座長

- 各地域の創造法認定企業がどのような目的でどのような分野において事業展開しているのかを把握してみてはどうか。岐阜県は認定企業の数が少ないが、その中身が重要であり、何も悲観することはない。ミクロの事例を収集して、類型化してみるのはいいのではないか。

5. 岐阜県において成長が期待される分野及び成長企業に関するインタビュー・アンケート結果（補足資料1） 論点メモ（補足資料2）について

間仁田座長

- 地場産業・既存の産業集積については、補足資料1のような内容でよいと思うが、さらに、県関連の研究所の機能を押さえておくのがよいだろう。
- また、物流に関しては、「日本の真ん中」というだけでなく、道路ネットワークと観点からの分析が必要である。東海環状自動車道などのインフラ条件が整えば、有望な物流拠点がいくつも出てくるのではないか。
- サービス業に関しては、地域集積・産業クラスターの形成において必要とされるサービス産業を創出していくことが求められる。地域産業づくりといった視点から整理してみてはどうか。
- これまでの分析結果をみていると、大企業の存在する地域とそうでない地域との違いは大きいように感じる。この場での議論が必要だと思うが、本調査では中小・零細企業に領域・対象を絞り込んで、これらを活性化していくための方策を検討してはどうか。このような狙いうちした検討の中には、産地の問題も含まれる。

倉知委員

- 岐阜の中小企業と中国との物流をみると、距離が近いというメリットから小松空港、金沢港を使っている。東海北陸自動車道、東海環状自動車道が完成すると、アジア～岐阜間の近接性が一気に向上する。さらには、関テクにインランドデポを整備し、岐阜県内

まで保税輸送をかけることによって、コストメリットを生み出すことが可能となる。

- 一方、観光に関しては、世界各国からの訪問客を岐阜に呼び寄せるための戦略について検討しており、JAL、JR 東海を巻き込んでソフトピアジャパン内にコールセンターを作るプランがある。万博が開催される年には、海津町で世界レガッタ選手権が開催される予定であり、多くの外国人がやって来るので、これを取り込まない手はない。世界各国にパッケージツアーを PR できればいいのではないか。

間仁田座長

- 政策を考える際には、物事をあまり小さく捉えない方がいい。ベースにあるのは、岐阜県の産業力、産業基盤を充実させることであって、産業が発展するための基盤づくりという視点も重要である（特に物流分野）。

佐藤委員

- 地域の資源については、地元大学の研究内容やその活用方法、活用可能性を把握しておく必要があるだろう。

杉田委員

- 既存の産業集積に、新しい考え方の産業集積が加わっていけばよい（一皮むけた産業集積）。これを実現するためには、どのような機能が必要か（対事業所サービスなど）を検討していけばいいのではないか。

繁田委員

- 地場産業においては、企業自体が弱体化している。組合も小さく、補助金を消化するのに手一杯のように見受けられる。県内のアパレルや陶磁器業界をみていると、ヨーロッパと違って、組合が戦略機関になっていない。地域全体を支援していく機関が、岐阜には不足しているのではないか。

間仁田座長

- 官でできることと民でできることの両方がある。これらを踏まえて効果的な支援できればいいのだが、あまり対象を広げることもできないので、この調査ではうまくねらい撃ちすることが必要だろう。

渡辺委員

- アグリビジネス（農産物を活用したビジネスの展開）という発想があるが、既存と地場産業と現在力を入れている分野（バイオ、デザインなど）をビジネスという形で結びつけていくことが着目されるようになるのではないか。これには、サービス業による支援なども絡んでいくだろう。

間仁田座長

- いろいろな産業をつなげていくことで、新たなチャンスも出てくるだろう。

第2回検討委員会

出席者： 間仁田座長、渡辺委員、中塚委員、平田委員、山田委員、杉田委員、繁田委員、倉知委員、佐藤委員 以上9名、オブザーバー及び事務局

1. 委員自己紹介

中塚委員

- 3年前に大学の研究成果を活用して創業し、2年前に認められた公務員の兼業制度を利用して取締役社長に就任した。来年の春には、卒業生の就職が内定している。
- ナカハラ科学では、天然物の単離・構造決定、人工合成に関する研究を行っており、生命科学研究所用試薬を製造・販売している。また、自前で分析用機材を作っている。
- 朝顔は、健康によいといわれる赤ワイン色素と同類の色素を含んでいる。この研究のために、岐阜大学の農場で朝顔を栽培したところ、12月まで花が盛んに咲いていた。現在は、長良公園の一角に朝顔園を持っており、これを活用して岐阜県を活性化できないかと考えている。

平田委員

- 平田木工所では、下請けの仕事をしており、フライフィッシング用ロッドの部品（リールを固定する部分）等を作っている。
- 関刃物産業連合会では、下部組織の一つである岐阜県刃物技術デザイン協会の総務委員長を務めている。新商品を作り出すための情報収集などを行い、業界にフィードバックしている。
- 刃物業界では、5年ほど前からユニバーサルデザインに取り組んでいる。講師を招いた勉強会や見学会を開催しており、新しい商品も生まれている（検討委員会では、バリアフリー商品、パワー爪切り等の実物を紹介）。
- 岐阜県産業文化振興事業団と県産業労働課では、イタリアのドムスアカデミー、イギリスのRCA（ロイヤル・カレッジ・オブ・アート）、ニューヨークのIDNF（国際デザインネットワーク財団）との連携を図りながら、新商品の開発に取り組んでいる。刃物業界では、この事業の一環として実施された国際コンペの入賞作品（ステンレス製ペーパーナイフ）を商品化しようとしている。商品の名称や価格は決まっていないが、岐阜県のオリベブランドに登録できるよう努力している。

2. 第1回検討委員会における指摘ポイントへの対応（資料1）について

- 特に意見なし

3. 岐阜県版「創業モデル」「成長企業モデル」について（資料2）について

(1) 岐阜県の地域ポテンシャルについて

間仁田座長

- 地域ポテンシャルを活かすためには、岐阜県他県に対する優位性を把握する必要がある。地場産業については特化係数等で把握できるが、その他のポテンシャルについてはどのように優位性をみているのか。

事務局

- 委員会資料では、他県に対する優位性にまで踏み込んで検討していない。

間仁田座長

- 最終報告書では、この点についても触れておくのがよいだろう。岐阜県の隣には、愛知県という強力な県があるが、これに勝つ方法は2つある。1つは、レベルで優位にたつことであり、もう1つは、差別化する（他がしていないことをする）ことである。

倉知委員

- 当センターでは、他県との差別化を意識しながら企業誘致に取り組んでおり、岐阜モデルを発信していきたいと考えている。
- 恵那テクノパークには、廃材木と廃プラスチックの混合により建材をつくっている企業が立地している。岐阜県には山林が多く間伐材が豊富にあることや、近隣に固形燃料メーカーが立地していることが立地メリットになっており、これらを活かしてコストの安い製品づくりに取り組んでいる。
- とうもろこしの澱粉から生分解性プラスチックの原料を製造する企業を、美濃テクノパークに誘致しようとしている。生分解性プラスチックは、農業用ビニール、パソコン・携帯電話のケース、レジ袋、コンビニ弁当のケースなど、多方面に利用されているが、コストダウンによって広範な普及が期待できるだろう（とうもろこしの澱粉をほぼ100%利用できる反面、コストが高いというデメリットがある）。
- この企業には、東京圏、中部圏、関西圏のそれぞれに拠点を設置する計画があり、岐阜県に中部圏の拠点を設置しないかということで誘致活動を進めている。また、当該企業だけでなく関連産業も岐阜県に立地すれば、クラスターやSCM体制が構築可能となるため、これらを岐阜モデルとして発信していきたい。
- 今後は、サブマリン農法（水耕栽培の一種）のような新しい動きを積極的に取り込んで、岐阜モデルの差別化を図りたい。
- 愛知県で開催された新技術・新工法に関する展示販売会では、岐阜県の企業同士がビジネスマッチングするケースがみられたが、お膝元のことには意外と知られていないようである。知名度は低い新技術・新工法を持っている企業をもっと自己主張させることができれば、ビジネスに結びつくのではないか。
- 全国各地の企業を訪問していると、「岐阜県には人材がいるのか」とよく聞かれるが、人材育成については、高校・大学の学生を岐阜県の戦力として根付かせるための仕組みを構築できれば、岐阜県がよりアクティブになるのではないか。ヤマザキマザックの美

濃加茂工場の話によると、同社のトレーニングセンターで実務研修を積んだ学生を優先的に採用してもよいといっている。

間仁田座長

- 地域ポテンシャルの一つに挙げられているネットワークの関連でいえば、いま、コーポレイティブ・ユニバーシティが注目を集めており、これを地域ユニバーシティにできないかということが議論されている。
- 資源があるというだけでなく、その利用方法にまで踏み込んで検討する必要がある。

繁田委員

- IAMAS は、ソフトピアへの人材提供という戦略的目標のもとに設立された教育機関だが、地元には卒業生が残っていない。ここで育成した人材を活かして産業化することは重要な課題であり、今後の政策提言に結びつけたい。
- また、卒業生にはデザイナー的な人が多く、その分野での就職先が少ない。したがって、画像系の企業を岐阜県に誘致するという施策もありうるだろう。

間仁田座長

- 人材がいるかという問題だけではなく、人材を育てる力があるのかという視点からも検討が必要である。人材は資源の源泉であって、これを育てる体制、受け入れる体制が資源となりうる。
- 繁田委員の発言にあった IAMAS の実情はかなり深刻である。IAMAS を地元企業の活動に結びつけることが重要である。

中塚委員

- 教育の現場において最も痛切に感じたことは、今の若者をどのように生き生きとさせるのかということである。昨今のような不景気のなか、目標を見失っている若者達に対して、見本を示したいという気持ちで会社を創業した。

平田委員

- 刃物業界では、金沢美術工芸大学の荒井先生(ユニバーサルデザイン専門)と連携して、商品開発に取り組んでいる。
- 企業がなぜ大学と連携するのかというと、すべては金儲けのためである。企業にとっては、“売れてなんぼ”のものであり、優れたデザインがどれほど商品として売れる力を持っているのかを実践しなければ意味がない。

中塚委員

- 政府は、大学発ベンチャーの創出目標を掲げて資金援助を行っているが、シーズを出す側が実際に事業化できると考えているのかといえば、必ずしもそうではない。補助金が欲しい人の元に予算配分されているのが実態であって、補助金を欲しがると人を養っているに過ぎない。
- ある大学関係者から聞いた話によると、その大学では5～7社の大学発ベンチャーが創業しているが、商品は1つもないそうである。

- 大学・研究機関等の技術シーズを数だけ評価しても意味はない。

(2) 「創業モデル」「成長企業モデル」について

間仁田座長

- 「創業モデル」と「成長企業モデル」に分ける意味を明確にする必要がある。
- 個人的な資金調達や取引にとどまっているベンチャー企業にとって、1人あたり売上が6百万円という壁が存在する。これをブレイクスルーするためには、販売・財務専門の人材を置く必要があるだろう。
- スタートアップ期から成長軌道に乗るまでの間に大きな壁がある。ベンチャー企業が創業段階からステップアップするためには、創業者個人の能力への依存から組織としての経営体へと脱却を図らなければならない。つまり、成長軌道に乗るためには、テイクオフした段階で経営資源を再構築する必要がある。
- 委員会資料では、上述のような2つのフェーズについての整理が不十分であり、この点を踏まえると、「創業モデル」と「成長企業モデル」の2つを関係づけることができる。

佐藤委員

- レベルの高低は別として、創業・成長するための条件はひととおり整っているように感じている。それを有機的に活用できる構築力の有無が重要ではなからうか。
- 技術があってもそれを自己主張する場がない、また、どのように人材を育成するのかといった課題を克服するために、様々な要素をいかにして創業・成長に結びつけるのが重要であって、そのための仕組みづくりを行う必要があるだろう。

平田委員

- ベンチャー企業が潤沢な資金や優れた技術を有していることと、人を雇うことは全く別の問題であって、後者は人間性や企業戦略との関連性が大きい。
- 成長軌道にステップアップするプロセスにおいては、外的な要素よりも、内的な要素、つまり人間性に大きく左右されるのではないか。これは理屈で説明できることではないが、刃物業界をみても、人間性が豊かな人の周りには多くの情報が集まっている。

杉田委員

- 間仁田座長からは、企業の成長段階には2つのフェーズがあるという指摘があったが、資金面についても同様のことがいえる。創業段階と成長段階というフェーズによって企業の資金ニーズも異なるので、この点にも着目してはどうか。
- 平田委員が指摘した人間性については、ネットワークという枠組みのなかで整理できるのではないか。地域の振興という立場からみると、ネットワークの強さは非常に重要な要素である。人材や資金など、様々なリソースをどのように組み合わせさせてネットワーク化するのが地域としての強さに結びつくのではないか。
- 岐阜モデルを考える場合においても、このようなネットワークの話をもっと最初から持ってくるとうまく整理できるだろう。

間仁田座長

- 企業単独で新しいものを生み出すことは困難であり、企業の発展には、コラボレーションが必要となる。すぐに集まることができる、コーディネートできる人材がいるといった強さが、地域には求められよう。
- また、資金面については、元手のことばかりが注目されているが、成長するために必要となるのは運転資金である。しかし、運転資金に対しては、金融機関は冷たい。

渡辺委員

- 一般的に、インベンションとイノベーションは異なるといわれている。インベンション（発明・アイデア）とは、ここでいうコア技術を指すが、これを商品化したり販路を拡大していくことがイノベーションの部分であり、このプロセスがないとビジネスとして成立しない。
- 創業段階あるいは成長軌道に乗ったベンチャー企業や既存企業は、イノベーションのプロセスにおいて共通した問題を抱えている。たとえコア技術を持っていてもそこから大きくジャンプできないのは、商品の企画力が不足していたり、販路を開拓できないからである。
- 商品化技術のプロセスをネットワークで支援することが重要になるだろう。例えば、確立されたコア技術をデザインに乘せるために、工業デザイナーや商業デザイナーのアイデアを借りる、そのためにセンター等の拠点で交流を図る、また、販路拡大については、大手企業で働いていた定年退職者の人脈を利用、といった展開が考えられる。

中塚委員

- ナカハラ科学の営業方法は特殊である。電話一本で大手企業がやってくるので、セールスをする必要がない。技術力さえあれば営業できる。また、信用関係がない相手に対しても、試薬を同封した手紙を送ることで営業ができる。
- 県内企業を育成するためには、研究者間の交流を活発化させる必要がある。交流があっても長続きしないのが現状である。ナカハラ科学では、漢方薬の研究を行っているが、薬品・食品・農業の各分野間の交流が新たなビジネスに発展する可能性もあるのではないかと考えている。
- 長良公園で栽培している朝顔が 12 月まで咲くという話題性を活かして、名古屋から人を呼び寄せることができないかと考えている。

佐藤委員

- 「成長企業モデル」をどのように捉えればよいのか。ベンチャー企業が成長軌道に乗る段階を指すのか、それとも、既存企業の成長を指すのか。

間仁田座長

- その両方である。

事務局

- テイクオフしたベンチャー企業が成長軌道に乗ることと、既存企業が売上を伸ばすことは、別次元の成長ではないかと考えていたが、この点についてはどうなのか。

間仁田座長

- 本調査での「成長」とは、企業が新しい事業にチャレンジしていくことを意味するのではないかと。ベンチャーと既存企業という違いがあっても、両者に共通する側面として捉えることができる。
- イビデンから分社化したタック(株)を例に挙げると、イビデンの仕事をしている限りにおいては、体制や人材も整っている。しかし、イビデンに頼っているだけでは本当の発展はない、また、情報関連企業として発展しようにも基盤となる事業・人材が存在しない。こうした壁に突き当たったタック(株)は、富士通と組むことでプレイクスルーしようとした。このようなチャレンジは、ゼロから事業を興すのと同じことである。
- 既存企業が自社の経営資源で対応できるのであれば、ここで議論する必要はない。既存資源に頼りすぎていては新規事業にチャレンジできないし、リスクテイクするからこそ新規事業にチャレンジできる。
- 「岐阜県の環境条件を活用した企業モデル」に関しては、戦略性が見えてこないのので、「・・・はできるが・・・については支援が必要」というように、メリハリをつける必要があるだろう。

平田委員

- 成長企業の捉え方についてだが、日本経済がプラス成長しない状況にあっては、前年比5%減、10%減が普通であって、現状を維持すること自体が成長といえるのではないかと。

繁田委員

- イビデンでも、事業内容は時代とともに変化している。新しい事業を創造するという点は、創業モデル・成長企業モデルとも共通しており、両者を分ける必要はないだろう。

中塚委員

- 成長とは、カサが増える、身長が伸びるということの意味する。名古屋のツインタワーに人が集まる一方で岐阜が萎んでしまった、というのでは成長といえない。全体のパイが成長するためには、新しいことにチャレンジしなければならないだろうし、日本全体としても、輸出できるような新しいものが次々と出てこないことには成長とはいえないだろう。
- 大学に対する期待は非常に大きいと認識している。しかし、大学という古い体質のなかでは、教官が会社を創業することに対して反発もあるので、学長宛に認定証を贈るなど、大学発ベンチャーとして頑張っていることや大学に貢献したことを認めてほしい。
- また、県内の研究機関同士が行き来しやすい環境を整備してほしい。

間仁田座長

- 岐阜県には立派な企業が存在し、これらが集積している地域も存在することを認識しておくべきである。既存のものは全て駄目であるという発想ではなく、経営に必要な知恵を共有するという「知の共有(ネットワーク)」も経営資源の一つとして捉える必要がある。これは、杉田委員の発言とも関連するが、一言でいえば「岐阜県の人材は仲がいい」となることが望ましい。

渡辺委員

- ネットワーク、情報といった目に見えない資源を活かすことが重要だろう。

間仁田座長

- 既成概念にとらわれるのではなく、産地とは知恵の集積地であるという見方ができないだろうか。産地を復興させることは難しいが、これを資源として捉えると、貴重な存在であるといえる。

佐藤委員

- 「ネットワーク化」と言葉で表現することは簡単だが、本調査では、行政主導だけではなく民間も含めた仕組みづくりについて提案するなど、ネットワークの具体的内容にまで踏み込めればよいのではないか。

第3回検討委員会

出席者： 間仁田座長、渡辺委員、中塚委員、平田委員、山田委員、杉田委員、繁田委員、倉知委員、佐藤委員 以上9名、オブザーバー及び事務局

1. 調査報告書案（資料1）について

間仁田座長

- 第部の「1.」については、岐阜の成長産業についての統計的な整理をしているが、細分類までおろして整理してあり参考になる。
- 「2.」については、岐阜の強みの整理を踏まえて有望産業を提示しているが、ここでは道路と情報のインフラをかなり強く評価している。特に道路インフラの評価がよすぎると思われるかもしれないが、これは現在素晴らしいという意味ではなく、将来もっとよくなるという先取りの意味である。東海環状自動車道ができることによって、地域の一般道との枝葉がうまく結びつけば、岐阜県内の物流がよくなり、他地域との関係構築もうまくできる。それによって、物流の基盤がよくなるだろうという先行きの見通しである。
- 情報インフラについては、ハードだけでなく、情報を実用する情報ソフト産業が重要という視点がポイントである。ソフトピアジャパン、テクノプラザ等で情報サービスを育てることを前提として情報インフラが生きてくるということに留意しなくてはならない。
- 今回の報告書では、こうしたネットワーク的な視点から強みを取り上げているのが特徴であると思う。

平田委員

- 細かい話だが、「岐阜県の産業育成構想」において、新7大産業は産業名が全部挙げられているが、7大地場産業は全部挙げられておらず関の刃物が入っていない。
- 関の刃物は売上が昔は550億円だったが、現在300億円程度になっている。そうした記述も報告書に記入して欲しい。
- 新7大産業については、構想ということであってもよいと思うが、「新」と「旧」という対比になると問題である。また、新7大産業、地場産業振興に関わる取り組みの内容が古い。

間仁田座長

- 県は地場産業も振興しており、これからの岐阜の産業づくりの力になるだろう。地場産業は岐阜県の強みの中に入れればよいのではないかと。関の地場産業もその中に入れればよいだろう。
- 新7大産業については、「新産業」と「旧産業」という対比ではなく、7大地場産業を高度化させるために新7大産業があるのであり、そうした位置づけでよいのではないかと。

渡辺委員

- 新しいものは古いものから出てくるため、地場産業+ で新しい産業が生まれてくるといふ考え方だと思ふ。その「+ 」が何かということが重要と思ふ。
- その「+ 」は、4つの岐阜県有望産業群・企業群の中では、既存産業・産業集積から出ている矢印で表されていると思ふ。それを具体的に説明すると報告書が生きてくると思ふ。

繁田委員

- 岐阜県有望産業群・企業群に関しては、「知価社会」、「創造(クリエイティブ)産業」という切り口も考えられるのではないかと。イギリスでは、クリエイティブ産業として、デザイン、アート、工芸、ソフトウェア、音楽、ファッション等を育成している。

間仁田座長

- 最近では産業間の融合、コラボレーションということがあるので、そのようなテーマ単位のほうが重要になっている。報告書でも4つのテーマはそのような形になっていると思ふが、表現として補ったほうがよいかも思ふ。
- 従来の産業を「デザイン」や「知のネットワーク」等の「+ 」で再構築する、活性化させるという考え方も、報告書には入っていると思ふ。また、この考え方は新7大産業にも現れている。基本的にはこうした考え方でよいと思ふが、より分かりやすく整理していけばよいのではないかと。新7大産業の扱いについては事務局で再検討することにした。

倉知委員

- 物流に関しては、岐阜に来て3年になり、ある夢を持っている。最近、道路公団の民営化の議論がされているが、民営化後には高速道路を使って様々なビジネスチャンスが生まれるだろう。
- 例えば、高速道路一体型で地元の食材を加工して運ぶ外食チェーン、食品を入れる容器、袋などを岐阜のプラスチック産業が製造し食品・食材をそれに入れて運ぶチェーン、道の駅などで売れ筋の商品を情報ネットワークで伝えるチェーンなどがあるのではないかと。

間仁田座長

- 岐阜県内でターンパイクとして使える高速道路から地方道路網につながる道路ネットワークを有効に活用するという視点が重要である。
- 例えばインターチェンジの近辺では、物流センター、配送センター、救急センターなど、色々な産業で使えるという考え方がある。
- 道路インフラというハードの側面を強調するのではなく、そうした道路の様々な利用の考え方について強調するという方向性でよいのではないかと。

平田委員

- 関では高速道路の分岐点の近辺で救急医療のヘリコプター基地を作る構想がある。経済には関係ないが重要ではないかと。

2. 岐阜県企業の成長仮説の検証及び今後に向けた提言について(資料2)について

間仁田座長

- 参考資料に示されている成長業種等の整理と第 部 の成長産業の整理との関係が分かりにくい。
- 食料品製造業は、第 部 では岐阜県の成長産業として挙げられていないが、第 部 では成長産業になっている。少しおかしい気がするので、整合をとったほうがよいかもしれない。
- 4つのテーマを選定する際には、将来の成長性を考えているので、無理に統計的に説明しなくてもよいのではないか。定性的に議論して、世の中の動きとして4つのテーマを選んだということによりと思う。

杉田委員

- 第1回検討委員会で、数字ばかり整理しても仕方がないということで、定性的なものを強調しようということになった。それで参考資料になったのではないか。
- そういう意味では、若干ちぐはぐなところがあっても仕方がないのではないか。

倉知委員

- 成長のメカニズムとしては、4つのテーマはよくできていると思う。統計にはこだわらなくてよい。

平田委員

- 報告書が出て数年後に県で施策として実施されるとすると、バリューチェーンの成長パターンを提言しても、数年後には崩れている心配はないか。例えば、日産自動車はバリューチェーンを切って成功している。

間仁田座長

- ここでのバリューチェーンの意味だが、いかに価値が連鎖していくかということに着目し、例えば、流通とメーカーの関係をどのように変えれば付加価値がよりプラスされるか、といったことを指している。実際の具体的な取引関係をイメージする必要はない。その辺りを了解して頂きたい。
- ただ、岐阜県版バリューチェーンの中の矢印が、一方通行ではなく消費から各プロセスに戻っていくという複雑なものに修正する必要がある。

佐藤委員

- 4つのテーマの図の中で、渡辺委員が触れたような矢印の中身が重要だと思う。それが具体的に挙げられるかがポイントだろう。今回の調査では時間的な制約もあり無理だとしても、次年度以降で調査するという方向は考えられないか。

間仁田座長

- 4つのパターンをすべて実証するのが望ましいが、今回はその中の1つを実証するということがよいのではないか。

渡辺委員

- 矢印の中身の具体的なイメージの1つとして、産学の関係といったものもあるだろう。

間仁田座長

- 例えば、TLO がそれにあたるが、岐阜の TLO については、岐阜大学だけで可能かどうか等について改めて考える必要もあるだろう。

中塚委員

- その関連では、県から岐阜大学に補助金もたくさん出ているが、事業を起こしたい先生がそれに申請しても通らず、人脈のある先生ばかりが申請して通っている。
- しかし、申請が通った事例でも、起業されていないケースがたくさんある。本当に起業されたかどうか、起業されなかったとしたらどういう理由かについて、きちんとチェックする必要があるだろう。

倉知委員

- 起業立地支援の関係で東京や大阪などに展示会に行くと、大学が展示ブースを持っているのを見かける。こうしたものには企業も非常に興味を持つため重要ではないか。

中塚委員

- 岐阜大学でも県と協力して去年は工学部が実施し、今年は農学部が実施する予定である。
- しかし、企業に役立つような技術を持っていない先生が実行委員になっており、自分では発表をしない。そこで自分が発表を担当したが、その後、企業からの見学者が 40~50 人研究室に来た。そうしたなかでビジネスになりそうなものに補助すればよいのではないか。

間仁田座長

- 静岡大学の工学部はよくやっている。全研究室の研究内容が CD-ROM になっており、教員は個々に自由に企業に対応できる。
- そうした TLO や共同研究のあり方、またコーディネイターの存在が重要である。

倉知委員

- コーディネイターとしては、銀行の役割も重要である。

間仁田座長

- プロジェクトが出てから育成するのではなく、プロジェクトを創造するのが重要である。

山田委員

- 銀行も旧態依然とした担保主義を改める必要がある。ただ最近では地方金融機関でも直接金融でベンチャー企業に投資する例も増え始めている。店頭公開を目指す取引先もある。

間仁田座長

- いずれにしても、バリューチェーンの考え方はよい。汎用品は徹底的に合理化、大規模化する必要がある。その道は岐阜県では推奨できない。そうなるとニッチ狙いとなるが、そのためには、差別化すること、知恵を集めることが必要になる。これがバリューチェ

ーンであると思う。時間的な制約はあるが、矢印のイメージをある程度作っていただけらよいと思う。

渡辺委員

- 矢印のイメージを含め、上記の指摘内容については、食生活関連をテーマにした仮説検証のなかで記述されている。

間仁田座長

- 本調査では食生活関連をテーマに具体的なイメージについて調査分析するという記述が、4つのテーマを挙げたところにもなれば分かりにくい。

繁田委員

- 提言にあたっては、地場産業への育成といった視点も必要に感じる。ヨーロッパにも生き残った産地がある。

間仁田座長

- そうした視点ももっともだが、今回の調査では限りがある。今回調査できなかった点については、最後に列挙するという点でよいのではないか。