

調査レポート

三重県サービス業の発展に向けた課題と取り組み ～「産業連関表」からみた県内製造業とサービス業の関係強化に向けて～

三重県は、輸送機械や電子部品・デバイス、化学など、製造業が経済の牽引役を担っており、国内における「ものづくり立県」としてのポジションを着実に築いています。他方、県内サービス業は、製造業に比べ緩やかな成長ながら、三重県の産業構造において製造業以上のウェイトを占めるなど、県内産業の基盤であると言えます。

そこで今回は、産業間の連鎖的なつながりを一覧表にした「産業連関表」を用いて、県内製造業とサービス業との関係性を確認し、三重県が製造業のみならず、サービス業においても盛んな地域となるために、その方策を考察することとします。

要 約

1 三重県製造業とサービス業の現状

ここ30年間における三重県産業の推移を辿ると、その発展に製造業が大きく寄与しています。ただし、県内サービス業も、三重県産業におけるウェイトが製造業以上に大きいといった特徴がみられます。こうした点から、今後、三重県経済が一段と拡大するためには、これまでやや緩慢な動きを続けてきたサービス業が一段と成長していくことが望まれます。

2 「産業連関表」が示す業種間の関係性

本レポートの分析で用いている「産業連関表」とは、産業間、あるいは産業と家計・政府部門間の取引を買い手側・売り手側の双方から示した統計です。この表を用いると、大型工場の立地など各産業に対する需要が増加した場合、経済効果がどのように波及していくのかを分析することができます。

3 県内製造業から生じるサービス業への経済波及効果

産業連関表から三重県内のサービス需要についてみると、県内サービス業が成長していくためには、「ものづくり立県」という地域の特性を活かし、県内製造業のサービス需要獲得に取り組むことが重要であると言えます。もっとも、県内サービス業と買い手である県内製造業との結びつきは、次第に弱まりつつあり、今後、三重県のサービス業が発展していくためには県内製造業とサービス業の関係性を強化することが重要であると言えます。

4 三重県製造業におけるサービス需要の取り込みに向けて

三重県製造業におけるサービス需要獲得に向けた方策を企業規模別に探ると、まず、大企業製造業に対しては、①大手サービス業の県内誘致、②オンリーワン・サービスの提供、の2つが挙げられます。さらに、県内の中小製造業においても、高付加価値化に向けた研究・開発などのサービス需要があると考えられます。こうしたもと、三重県においては、県内サービス業の振興に向けた取り組みが活発化しており、三重県の「ものづくり」を支えるサービス業が、今後の県内経済をリードする産業になっていくことが期待されます。

1.三重県製造業とサービス業の現状

ここ30年間における三重県産業の推移を辿ると、その発展に製造業が大きく寄与しています。

すなわち、わが国製造業における各都道府県の付加価値額シェアをみると(図表1)、三重県は1980年代の1.6%から1990年代に1.9%とわずかながら上昇し、さらに、2000年代には2.4%と拡大基調が持続しています。47都道府県中の順位をみても、1980年代の20位から、2000年代には13位まで上昇し、岐阜県(2000年代:21位)や滋賀県(同:15位)などの近隣他県を追い越す形で上位にランクインしています。

この背景を探ると、三重県は時流とともに、①四日市港にある国内有数のコンビナートを拠点とする石油化学工業、②大手自動車メーカーの製造工場が集積する輸送機械製造業、③近年、液晶パネルや半導体の大型工場が県内に進出している電子部品・デバイス製造業、といった業種が順を追って発展し、素材型・加工型双方の製造業に強みを持つ地域であることが指摘できます。このようにして、三重県は国内における「ものづくり立県」としてのポジションを着実に築いています。

図表1 わが国製造業の各都道府県シェア
＜付加価値額、上位20位＞

1980年代 (1980～89年度平均)			1990年代 (1990～99年度平均)			2000年代 (2000～09年度平均)		
順位	都道府県	シェア	順位	都道府県	シェア	順位	都道府県	シェア
1	東京都	13.3	1	愛知県	9.9	1	愛知県	10.7
2	愛知県	9.4	2	東京都	9.9	2	東京都	8.9
3	大阪府	8.8	3	神奈川県	7.6	3	大阪府	6.2
4	神奈川県	8.4	4	大阪府	7.2	4	神奈川県	6.1
5	兵庫県	5.0	5	兵庫県	5.0	5	静岡県	5.6
6	埼玉県	4.6	6	静岡県	4.9	6	兵庫県	4.5
7	静岡県	4.2	7	埼玉県	4.7	7	埼玉県	4.4
8	千葉県	3.2	8	千葉県	3.6	8	千葉県	3.6
9	茨城県	2.9	9	茨城県	3.2	9	茨城県	3.3
10	福岡県	2.7	10	福岡県	2.7	10	栃木県	2.7
11	栃木県	2.3	11	栃木県	2.5	11	広島県	2.6
12	京都府	2.2	12	群馬県	2.4	12	福岡県	2.6
13	広島県	2.2	13	広島県	2.3	13	三重県	2.4
14	群馬県	2.1	14	滋賀県	2.2	14	群馬県	2.3
15	岡山県	2.0	15	京都府	2.1	15	滋賀県	2.2
16	長野県	1.8	16	岡山県	2.0	16	京都府	2.1
17	滋賀県	1.7	17	長野県	2.0	17	長野県	2.1
18	北海道	1.7	18	三重県	1.9	18	岡山県	2.0
19	岐阜県	1.6	19	岐阜県	1.8	19	福島県	2.0
20	三重県	1.6	20	北海道	1.7	20	新潟県	1.7

(資料)内閣府「県民経済計算」

一方、三重県におけるサービス業の動向をみると、製造業のようなシェア拡大の動きはみられません。すなわち、製造業と同様に、わが国サービス業における各都道府県の付加価値額シェアをみ

ると(図表2)、三重県は1980年代、1990年代、2000年代ともに1.1%と横ばいで推移しており、製造業ほどのシェアは確保できていない状態です。さらに、47都道府県中の順位も2000年代には22位と中位にとどまっています。

図表2 わが国サービス業の各都道府県シェア
＜付加価値額、上位20位および三重県＞

1980年代 (1980～89年度平均)			1990年代 (1990～99年度平均)			2000年代 (2000～09年度平均)		
順位	都道府県	シェア	順位	都道府県	シェア	順位	都道府県	シェア
1	東京都	22.6	1	東京都	21.5	1	東京都	22.6
2	大阪府	9.6	2	大阪府	9.5	2	大阪府	8.4
3	愛知県	5.8	3	神奈川県	6.1	3	神奈川県	6.3
4	神奈川県	5.1	4	愛知県	5.8	4	愛知県	5.9
5	北海道	4.2	5	北海道	4.0	5	埼玉県	3.9
6	福岡県	3.9	6	福岡県	3.8	6	福岡県	3.8
7	兵庫県	3.8	7	埼玉県	3.8	7	千葉県	3.8
8	千葉県	3.4	8	兵庫県	3.7	8	北海道	3.7
9	埼玉県	3.2	9	千葉県	3.6	9	兵庫県	3.6
10	広島県	2.5	10	静岡県	2.5	10	静岡県	2.5
11	静岡県	2.5	11	広島県	2.3	11	広島県	2.2
12	京都府	2.0	12	京都府	1.9	12	京都府	1.9
13	新潟県	1.7	13	茨城県	1.7	13	茨城県	1.7
14	宮城県	1.6	14	宮城県	1.7	14	宮城県	1.7
15	茨城県	1.5	15	新潟県	1.7	15	新潟県	1.6
16	福島県	1.4	16	長野県	1.4	16	長野県	1.4
17	岡山県	1.3	17	福島県	1.4	17	福島県	1.3
18	長野県	1.3	18	岐阜県	1.3	18	岐阜県	1.3
19	岐阜県	1.3	19	岡山県	1.2	19	栃木県	1.2
20	群馬県	1.2	20	栃木県	1.2	20	岡山県	1.2
：	：	：	：	：	：	：	：	：
25	三重県	1.1	22	三重県	1.1	22	三重県	1.1

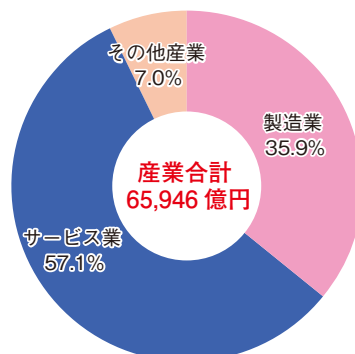
(資料)内閣府「県民経済計算」

このように、過去30年間における製造業とサービス業の動向を比較した場合、三重県は製造業に強みを持つ地域であると判断できます。

ただし、サービス業も、三重県の産業構造におけるウェイトが製造業以上に大きく、今後、三重県経済が一段と成長するうえで重要な産業であると言えます。

すなわち、三重県の産業構造を、各業種の付加

図表3 三重県の産業構造
＜付加価値額シェア、2009年度＞



(資料)内閣府「県民経済計算」

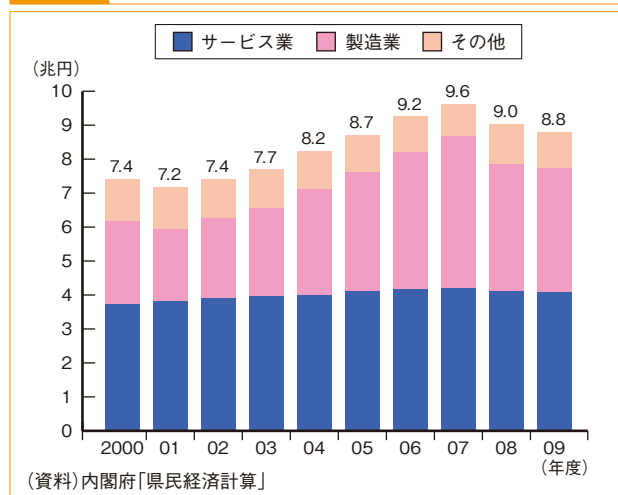
価値額シェアから確認すると(前ページ、図表3)、製造業(35.9%)の割合が3分の1程度にとどまっている一方、サービス業は57.1%と全体の半分以上を占めています。このように、三重県のサービス業は、県内産業の基盤という役割を担った産業であると言えます。

さらに、一般的な特徴として、サービス業は、製造業に比べて成長は緩やかながら、域外の景気変動に左右されにくいという点が挙げられ、三重県のサービス業にもこの特徴が当てはまります。

この点について、「県民経済計算」より各産業の総生産の動向をみると(図表4)、製造業が2000年度から2009年度まで、概ね拡大傾向ながら2～5兆円の間で大きく増減している反面、サービス業は、期間を通じ4兆円程度を維持しており、比較的安定した動きとなっています。

この背景には、他の都道府県や海外との取引が多い製造業にとって、県外における需要の変化が生産額の大きな増減要因となっている一方、サービス業の販売先は県内が中心であり、一定の需要がコンスタントに確保されているなど、それぞれの性質の違いが挙げられます。

図表4 三重県の実質県内総生産



こうした点を踏まえると、今後、三重県経済が一段と拡大するためには、牽引役を担ってきた製造業のみならず、これまでやや緩慢な動きを続けてきたサービス業が成長していくことが重要であると考えられます。

そこで以下では、産業間の連鎖的なつながりを一覧表にした「産業連関表」を用いて、県内サー

ビス業が需要を獲得するために、どのような手段を講じるべきかについて考察することとします。

2.「産業連関表」が示す業種間の関係性

(1) 産業連関表の仕組み

本分析に用いる「産業連関表」とは、総務省や各都道府県から5年ごとに公表されている統計であり、各地域における経済活動について、産業間、あるいは産業と家計・政府部門間の取引を需要(買い手)側・供給(売り手)側の双方から示した表のことです(次ページ、図表5)。

このうち、自動車部品製造業を想定し、産業間の取引について例示すると、エンジンやブレーキなどの自動車部品を生産するためには、他の産業から原材料・燃料といった財や、機械のメンテナンスといったサービスを購入する必要があります。一方、生産された自動車部品も、自動車を組み立てるための材料として、別の産業に販売されます。こうした産業間における「購入→生産→販売」の流れを、産業連関表では投入(購入)額、生産額、産出(販売)額といった数字で示しています。

まず、表の縦(列)方向は、ある産業が財やサービスを生産するために、どのような産業からどれだけの財・サービスを購入しているのかを表しています。図表5における製造業(黄色)を縦方向にみると、1年間の生産活動において、農林水産業からは1,840億円、製造業からは43,240億円、建設業からは374億円…と、各産業から財・サービスを合計72,191億円購入しています。これに、雇用者に支払われた賃金(雇用者所得:14,050億円)や企業の利益(営業余剰:4,810億円)など、生産活動によって生み出された価値(粗付加価値)を上乗せし、最終的に1年間で100,815億円の生産を行っていることが分かります。

次に、表の横(行)方向は、ある産業が生産した財・サービスが、どのような産業(あるいは家計・政府部門)にどれだけ販売されているのかを表しています。図表5の製造業を横方向にみると、農林水産業へ417億円、製造業へ43,240億円、建設業へ3,109億円…と、製造業が生産した財・サービスは各産業の原材料(中間需要)として51,

図表5 三重県産業連関表<2005年>

需要部門 (買い手) 供給部門 (売り手)		県内中間需要					県内最終需要					移輸出	(控除) 移輸入	県内 生産額	
		農林水産業	製造業	建設業	サービス業	その他	合計	民間消費支出	一般政府消費支出	固定資本形成	その他				合計
中間投入	農林水産業	202	1,840	17	171	0	2,230	535	0	20	87	642	992	-1,613	2,251
	製造業	417	43,240	3,109	4,698	442	51,906	14,869	55	8,647	732	24,303	76,405	-51,799	100,815
	建設業	8	374	26	830	76	1,314	0	0	9,635	0	9,635	0	0	10,949
	サービス業	239	19,277	2,480	11,811	1,580	35,387	28,595	7,035	1,232	2,206	39,068	13,383	-28,708	59,130
	その他	21	7,460	182	1,212	280	9,155	102	4,056	0	8	4,166	280	-8,138	5,463
	合計	886	72,191	5,815	18,722	2,378	99,992	44,101	11,146	19,533	3,033	77,814	91,060	-90,258	178,607
粗付加価値	雇用者所得	284	14,050	3,851	18,681	1,919	38,786								
	営業余剰	749	4,810	147	10,798	-345	16,159								
	その他	332	9,763	1,136	10,929	1,511	23,671								
	合計	1,365	28,624	5,134	40,408	3,085	78,616								
県内生産額		2,251	100,815	10,949	59,130	5,463	178,607								

(資料)三重県「三重県産業連関表」をもとに三重銀総研作成

906億円販売されています。

さらに、最終需要として、個人消費(民間消費支出)向けに14,869億円、住宅投資・設備投資(固定資本形成)向けに8,647億円販売されているほか、県外へ移輸出として76,405億円販売されています。こうして、需要側、供給側のどちらからみても県内で生産する額は同じであるため、縦と横の末尾である「県内生産額」の数字は一致します。

(2) 産業連関表を用いた「経済波及効果分析」

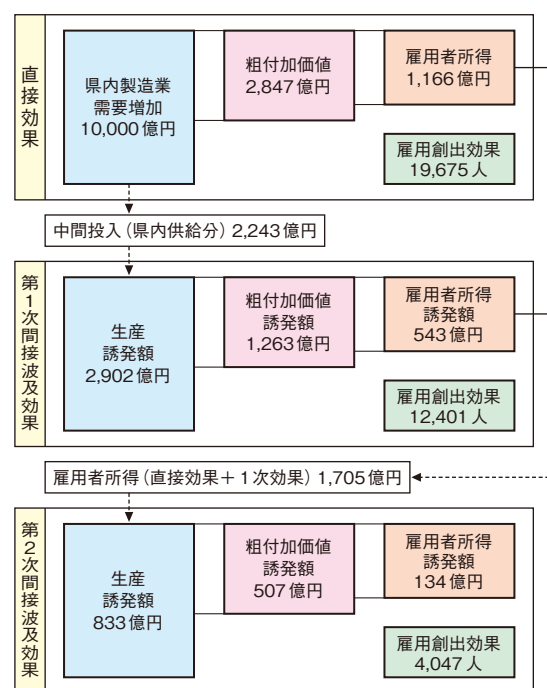
この産業連関表を用いると、大型工場の立地やイベントの開催など各産業に対する需要が増加した場合に、各産業間の取引を通じて、生産や雇用などの経済効果がどのように波及していくのかを分析することができます。このような分析を「経済波及効果分析」と呼びます。

産業連関表から得られる経済波及効果は、段階別に3つです(図表6)。

まず、「直接効果」は、需要増加から直接波及した生産や雇用などの増加を指します。図表6のように県内製造業の需要が1兆円増加したと仮定すると、1兆円の生産を行うことで生み出された粗付加価値2,847億円やそのうち雇用者に支払われた賃金(雇用者所得)1,166億円、この賃金に相当する雇用者数19,675人などがこの項目に分類されます。

次に、「第1次間接波及効果(1次効果)」は、直接効果を受け、新たに生じた需要増加に対する誘発分を指します。すなわち、製造業が1兆円の生産を行うためには、各産業から原材料を仕入れる必要があり、製造業以外の業種も含め、新たな県内需要が合計2,243億円生じます。さらに、こう

図表6 経済波及効果分析の流れ
＜ケース:三重県製造業の需要が1兆円増加＞



(資料)三重県「三重県産業連関表」をもとに三重銀総研作成

した新たな需要の増加は、産業間の相互取引を通じて連鎖的に新たな需要を発生させます。この一連の流れから生じた生産(2,902億円)や粗付加価値(1,263億円)、雇用者所得(543億円)などの増加分が1次効果となります。

さらなる経済波及効果として、「第2次間接波及効果(2次効果)」が挙げられます。これは、直接効果と1次効果から誘発された雇用者所得により、県内の個人消費需要が増加することで生じる誘発分を指します。図表6では、生産誘発額833億円、粗付加価値誘発額507億円などが2次効果にあたり、一般的にこれら3つの効果が経済波及効果測定範囲となります。

さらに、三重県が2012年3月に公表した「三重県地域間産業連関表」(図表7)を用いれば、三重県内の産業間取引のみならず、県外産業との繋がりも把握することができるため、三重県内での需要増加に対する県外への経済波及効果を推計することが可能となります。

図表7 三重県地域間産業連関表の構造

供給	需要	中間需要		最終需要		輸出	(控除) 輸入	生産額
		県内	県外	県内	県外			
中間投入	県内							
	県外							
	粗付加価値							
	生産額							

(資料)三重県「三重県地域間産業連関表(2005年)」より三重銀総研作成

3. 県内製造業から生じるサービス業への経済波及効果

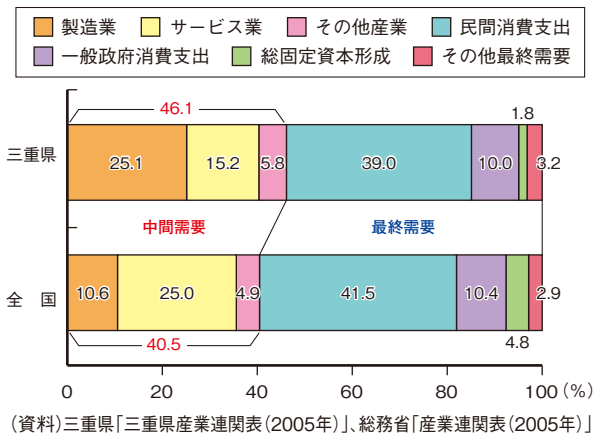
(1) 三重県におけるサービス需要

この「産業連関表」から、三重県内のサービス需要について分析すると、今後、県内サービス業が成長していくために、どのような需要者(買い手)をターゲットにすべきと言えるでしょうか。

具体的に、サービス業に対する需要について、

三重県および全国の需要者別シェアを比較すると(図表8)、民間消費支出、すなわち個人消費向けが、三重県(39.0%)、全国(41.5%)ともに最も大きな割合を占めています。ただし、三重県では、原材料としての需要を示す「中間需要部門」の割合も比較的高く、とりわけ製造業の割合は25.1%と、全国(10.6%)を大きく上回っています。

図表8 需要者別みたサービス業に対する域内需要 <三重県・全国、2005年>



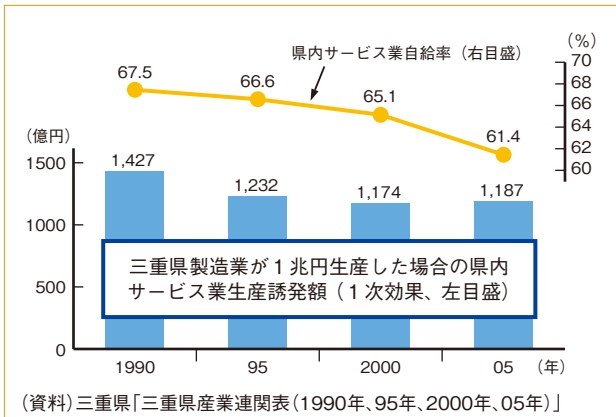
したがって、三重県は、中間需要部門における製造業のサービス需要が大きく、製造業向けのサービス業が発展する余地の大きい地域であると判断できます。このような点から、県内サービス業は、「ものづくり立県」という地域の特性を活かし、県内製造業のサービス需要獲得に取り組むことが重要であると言えます。

(2) 県内製造業と県内サービス業の結びつき

もっとも、県内サービス業と、その買い手である県内製造業との結びつきは、むしろ近年次第に弱まりつつあります。

この点に関して、産業連関表をもとに、三重県における製造業の需要増加に対するサービス業への経済波及効果を分析すると(次ページ、図表9)、県内製造業が1兆円生産した場合のサービス業の生産誘発額は、1990年の1,427億円から、2005年には1,187億円と約2割減少しています。このように、県内製造業からの県内サービス業への経済波及効果は縮小傾向にあり、今後は、需要者である製造業と供給者であるサービス業の関係性を強化していくことが重要であると言えます。

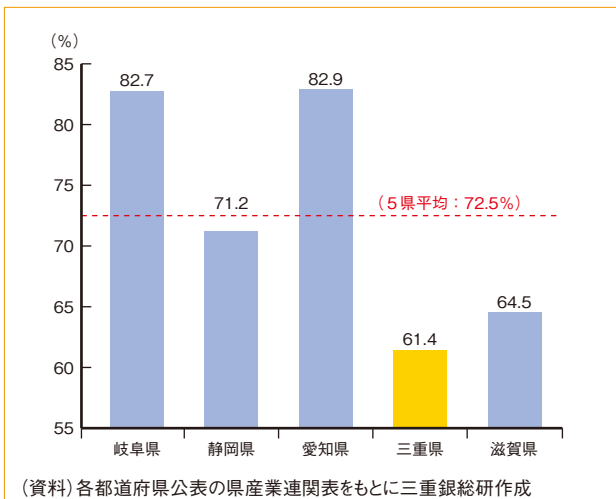
図表9 三重県製造業に対する県内サービス業の生産誘発額と県内サービス業自給率の推移



製造業からサービス業への波及効果が弱まりつつある原因を探ると、県内製造業の波及効果が県外へ流出し、県内サービス業に対する生産誘発効果が低減していることが考えられます。

例えば、各産業における県内需要のうち、県内生産で賄っている部分の割合である「自給率」をみると、県内サービス業の自給率は(前掲図表9)、1990年の67.5%から、2005年には61.4%と6.1ポイント低下しています。さらに、近隣4県(岐阜県、静岡県、愛知県、滋賀県)と三重県で、サービス業の自給率を比較しても(図表10)、三重県は5県のなかで最も低い水準にあり、平均値(72.5%)を11.1ポイントも下回っています。これらを踏まえると、三重県のサービス需要は、県内の供給分で賄いきれていない部分が比較的大きいうえ、その額が拡大傾向にあると言えます。

図表10 三重県および近隣県のサービス業自給率 <2005年>

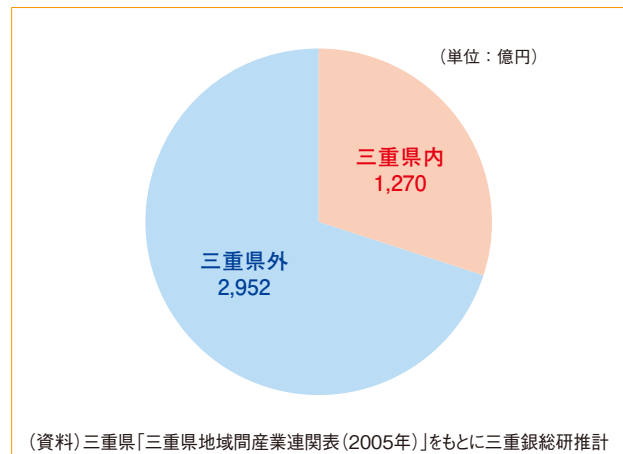


(3) 経済波及効果に対するシミュレーション

そこで、サービス業の波及効果がどれだけ三重県外に流出しているかを、地域間産業連関表を用いて推計してみると、県内製造業の需要増加に伴うサービス生産誘発額は、その3分の2以上が県外で生じていることが分かります。

すなわち、三重県製造業が1兆円生産した場合のサービス業への波及効果を、県内、県外それぞれ区別してみると(図表11)、県内への生産誘発額1,270億円に比べ、県外への生産誘発額は2,952億円と2倍以上となっています。

図表11 三重県製造業が1兆円生産した場合のサービス業への生産誘発額<県内・県外、1次波及効果>

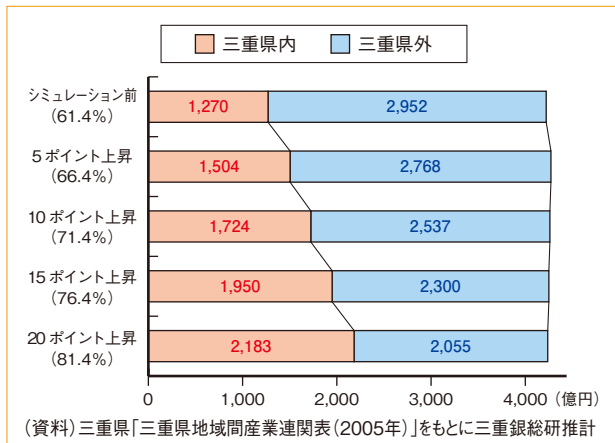


このように、自給率の低さが県内サービス業の弱みであるもと、製造業の生産波及効果を測るに際し、自給率の上昇がどの程度のインパクトとなるかをシミュレーションすると、県内サービス業への波及効果は、自給率上昇に比例する形で着実に拡大すると見込まれます。

すなわち、県内サービス業の自給率が61.4%(2005年時点)から上昇した場合、県内製造業からの波及効果がどのように変化するかを試算すると(次ページ、図表12)、自給率が5ポイント上昇し、滋賀県の水準をやや上回る66.4%となった場合、県内サービス業への生産誘発額は1,504億円と2割程度の増加が期待できます。さらに、自給率が5ポイント上昇するごとに、生産誘発額は約230億円ずつ増加すると見込まれ、自給率が愛知・岐阜両県並みの81.4%まで上昇した場合、県内への誘発額(2,183億円)は、県外への誘発額(2,055億円)を上回ると想定されます。

これらの推計結果からみても、今後、三重県のサービス業が発展していくためには、県内製造業の需要を取り込み、自給率が上昇していくことが重要であると考えられます。

図表12 三重県製造業が1兆円生産した場合のサービス業への生産誘発額
＜自給率上昇シミュレーション、1次効果＞



(注)自給率上昇シミュレーションは、以下の条件のもとで推計した。
＜条件＞

- ①各産業に対する県内需要額は変化しない。
- ②自給率の上昇により移入額が減少する(輸入額は減少しない)。
- ③生産額に対する各産業からの中間投入の比率は変化しない。

4. 三重県製造業におけるサービス需要の取り込みに向けて

これまでみたように、三重県におけるサービス業の発展には、いかに県内製造業のサービス需要を獲得するかが重要であると考えられます。

こうしたもと、三重県の製造業に大企業が占めるシェアが大きいことを踏まえ、企業規模別に方策を探ると、まず、大企業製造業のサービス需要獲得には、以下の2つの方法が挙げられます。

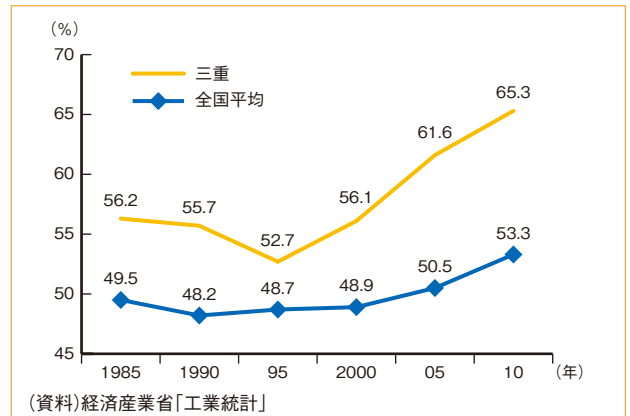
(1) 大企業製造業のサービス需要獲得

① 大手サービス業の県内誘致

近年の県内製造業は、県外からの誘致が進み、大規模事業所の出荷額シェアが拡大しています。

すなわち、わが国の製造品出荷額等に占める従業者300人以上の大規模事業所の比率について、三重県および全国平均の推移をみると(図表13)、三重県は一貫して、全国平均を大きく上回っており、2010年には65.3%まで上昇しています。

図表13 製造品出荷額等における従業者300人以上の事業所シェア＜三重県・全国＞



一方、製造業向けサービスの供給元である事業所向けサービス業について、従業者300人以上の大規模事業所数を都道府県別にみると(次ページ、図表14)、三重県は、各業種とも1ケタ台前半にとどまっています。

このように、三重県では、大企業製造業の集積が進んでいる割に、大企業サービス業の数が少ないことを踏まえると、今後は、誘致した大企業製造業のサービス需要を県内で取り込むための受け皿として、大企業サービス業の誘致を推し進める必要があると考えられます。例えば、大型工場が立地する工業団地内に、運輸業や卸売業などの大規模事業所を誘致すれば、大型工場のサービス需要が団地内の供給で賄うことができます。

とりわけ、三重県はわが国の中心に位置し、東日本と西日本をつなぐ地域であるうえ、今後は新名神高速道路や東海環状自動車道などのインフラ整備が進むことから、物流関連の大企業誘致を果たせる余地が広がると考えられます。

② オンリーワン・サービスの提供

一方、地元企業が高度技術により稼働している大型工場のサービス需要をつかむためには、高い技術力や取引先との信頼性に加え、他にはないサービスの提供を行うという点が鍵となります。

こうした点から、大企業のニーズを上手く捉えた地元企業の事例を挙げると、大型半導体工場に特殊ガスや薬品などを供給するうえで、装置の製造から設置、管理を一括して引き受けている企業があるほか、四日市港のコンビナート企業向けに、

図表14 都道府県別事業所向けサービス業における従業者300以上の事業所数
 <2009年、上位10位及び三重県>

道路貨物運送業 (全国計：219 事業所)			卸売業 (全国計：500 事業所)			学術研究・専門・技術 サービス業 (全国計：379 事業所)			職業紹介・労働者派遣業 (全国計：504 事業所)			その他事業所向け サービス業 (全国計：1,092 事業所)			参考：製造業 (全国計：3,580 事業所)		
順位	都道府県	事業所数	順位	都道府県	事業所数	順位	都道府県	事業所数	順位	都道府県	事業所数	順位	都道府県	事業所数	順位	都道府県	事業所数
1	東京都	44	1	東京都	258	1	東京都	130	1	東京都	155	1	東京都	278	1	東京都	373
2	埼玉県	20	2	大阪府	79	2	神奈川県	64	2	大阪府	62	2	大阪府	130	2	愛知県	361
3	大阪府	16	3	愛知県	32	3	茨城県	33	3	愛知県	34	3	神奈川県	77	3	神奈川県	264
4	千葉県	14	4	神奈川県	21	4	愛知県	23	4	神奈川県	31	4	北海道	67	4	大阪府	207
5	愛知県	13	5	埼玉県	11	5	大阪府	23	5	福岡県	21	5	愛知県	64	5	静岡県	202
6	神奈川県	11	6	福岡県	11	6	兵庫県	21	6	千葉県	17	6	福岡県	50	6	埼玉県	170
7	広島県	9	7	千葉県	10	7	埼玉県	10	7	静岡県	17	7	千葉県	36	7	兵庫県	154
8	福岡県	9	8	兵庫県	10	8	千葉県	10	8	兵庫県	17	8	埼玉県	36	8	茨城県	113
9	北海道	8	9	群馬県	9	9	栃木県	9	9	京都府	13	9	兵庫県	34	9	千葉県	100
10	静岡県	8	10	北海道	6	10	静岡県	9	10	茨城県	12	10	静岡県	21	10	栃木県	97
：	：	：	：	：	：	：	：	：	：	：	：	：	：	：	：	：	：
18	三重県	2	37	三重県	0	29	三重県	0	24	三重県	3	37	三重県	4	15	三重県	79

(資料)総務省「2009年経済センサス(基礎調査)」

(注)「その他事業所向けサービス業」は、産業中分類における廃棄物処理業、自動車整備業、機械等修理業、その他の事業サービス業の合計。

中小企業ならではのきめ細やかなサービスを提供し、その技術力の高さから、コンビナート企業以外の受注を獲得している企業もあります。

このように、地元企業が大企業製造業のサービス需要を取り込んでいくためには、ニーズを的確に把握し、オンリーワンのサービス供給を実現することが切り口になると考えられ、こうしたニーズへの対応力強化が販路拡大の足がかりとなることが期待できます。

(2) 中小企業製造業のサービス需要獲得

その一方、三重県の製造業は決して大企業だけに限りません。中小製造業にも様々なサービス需要があり、こうしたニーズの把握も重要です。

中小製造業におけるサービス需要の一例として、製造品の高付加価値化に向けた研究・開発が考えられます。中小企業では、人材不足などを背景に高付加価値化への取り組みが遅れているところも少なくないとみられ、こうしたニーズの受け皿となる産業が三重県で育成されれば、売り手であるサービス業と買い手である製造業の間にwin-winの関係を築くことができると考えられます。

こうしたもと、三重県では、企業間の研究・開発に向けた連携の動きがみられます。例えば、四日市市にある「高度部材イノベーションセンター」では、大手メーカーや地元製造業が入所し、最先端部材の研究・開発を支援しているほか、県内の4地域(四日市、桑名、伊勢、鈴鹿)では民間による試作品づくりグループが立ち上げられ、各社

共同で技術開発を進めています。このような取り組みが進行するもと、今後は、他の企業から研究・開発を請け負うといった新たなサービス業の創造につながることを望まれます。

こうした研究・開発に対する需要のみならず、中小製造業における多様なニーズに対応することで、三重県が「製造業向けサービス業立県」としてさらなる成長をしていくと見込まれます。

(3) 行政におけるサービス産業戦略

このように、三重県がサービス業の発展を目指していくためには、製造業のサービス需要獲得に向け、各事業者が様々なアイデアを競うのは勿論、国や県、市町など行政の支援も欠かせません。

こうしたもと、三重県においては、県内サービス業の振興に向けた取り組みが活発化しています。まず、2012年4月には、新しいサービスの創出などを図るため、雇用経済部に「サービス産業振興課」が新設されました。次いで、2012年7月中をメドに最終的な取りまとめが予定されている「みえ産業振興戦略」では、「ものづくり産業」と「サービス産業」の双方を、経済成長における産業の両輪であると捉え、サービス業に対する支援体制の強化などを戦略の一つに掲げています。

こうした取り組みを通じ、三重県の「ものづくり」を支えるサービス業が、今後の県内経済をリードする産業になっていくと期待されます。

(2012. 7. 10)

畑中 純一