

「新たな経済成長」について

(基本的な考え方と施策の方向)

平成23年8月10日
広島県経済財政会議



I 基本的な考え方

- 雇用や所得を生み出す「経済成長」は、本県発展のエンジンであり、本県産業が様々な変化に的確に対応し、将来にわたって持続的に発展していくためには、強固な経済基盤の確立が不可欠である。
- しかしながら、経済のグローバル化による国際競争の激化を背景に、自動車や電気機械、鉄鋼等を中心とする本県の産業構造は円高や世界不況の影響を受けやすく、今後、県経済全体として、より持続的な成長を続けるためには、新分野への果敢な挑戦や様々な裾野産業の拡大等が求められている。

- また、人口減少と国内需要の低迷により、国内市場が縮小していく中で、平成22年度の中国のGDPは世界第2位になるなど、新興国の経済は日本を上回るスピードで成長しており、新たな市場として、今後、更に規模が拡大していくことが見込まれる。
- こうした中で、本県経済の成長を中長期にわたって持続可能なものとするためには、県内企業の競争力強化を図る必要があり、新たな付加価値の創造・獲得が不可欠。そのためには、新しいアイデアでモノや仕組みを組み合わせる新しい価値を創造するイノベーション力を徹底的に強化することが重要である。

同時に、国際競争力の低下や新興国の経済成長など、直面している環境変化や課題に対応するためには、市場の動向等を客観的に把握し、ビジョン志向で戦略的な発想に基づいた確かな施策を検討し、実施していく必要がある。

課 題

基本認識

施 策

新たな経済成長

主要産業の国際競争力の低下

➤経済のグローバル化による国際競争の激化

● 県経済の持続的発展のため、成長性が高く、かつ、特定の製造業に依存しない産業構造の構築に取り組む。

● 本県の「強み」や「強みの芽」を最大限に活用することによる県内産業の競争力の再生・強化に取り組む。

➤ 新たな成長産業の育成

- ・次代を支える産業クラスター形成（医療関連分野、環境浄化分野など）
- ・エネルギー関連分野の競争力強化
- ・交流・賑わい型産業の育成（観光振興、都市型サービス産業）

➤ 基幹産業の高度化・高付加価値化

- ・次世代自動車への対応
- ・ものづくり産業の高度化、低炭素化

産業を核とした 中山間地域の 活力強化

- 過疎化や高齢化
- 耕作放棄地の拡大

国内市場の縮小・ 海外成長市場の 出現

- 人口減少と国内需要の低迷
- 著しい経済成長をとげるアジア等の新興国市場

持続的な成長の ための環境づくり

- 新たな付加価値の獲得、創造のためのイノベーション力の強化
- 環境変化への中長期的な適応力の確保

● 中山間地域を支える主要な産業として自立できる農林水産業を確立する。

● 海外成長市場への参入・獲得や、海外への事業展開、観光客の誘致など、アジアの活力を取り込む取組を促進する。

● 「イノベーション立県」の実現に向けて、地域のイノベーション力を徹底強化する。

➤ 中山間地域の産業の核となる農林水産業の実現

- ・経営力のある担い手の育成
- ・「売れるものを作る」生産体制の確立
- ・「産地と実需者」「産地と産地」が連携する仕組みづくり

➤ アジア市場への参入・獲得の推進(アジア戦略)

- ・経済交流の拡大
(四川省、重慶市、インド タミル・ナドゥ州)
- ・県産品・製品の開発・市場開拓
- ・交流・連携基盤の拡充
(グローバルゲートウェイ機能の強化、インバウンド対策の充実)

➤ イノベーション力の徹底強化

- ・イノベーション創出のための環境づくり

○ マインド	産学金官の意識の共有化 等
✓ 人材	イノベーション人材 等
✓ 研究・技術開発	重点分野への集中支援 等
✓ 資金	研究資金の供給システム 等
✓ 事業化	企業への支援体制整備 等
✓ 周辺環境	産学金官のパートナーシップ 等



Ⅱ 施策の方向

施 策

➤ 新たな成長産業の育成

・次代を支える産業クラスター形成
(医療関連分野, 環境浄化分野など)

・エネルギー関連分野の競争力強化

・交流・賑わい型産業の育成

(観光振興, 都市型サービス産業)

➤ 基幹産業の高度化・高付加価値化

・次世代自動車への対応

・ものづくり産業の高度化, 低炭素化

重 点 化

○ 広島県におけるものづくり技術の蓄積が活用でき、かつ、今後、大きな市場の拡大が見込まれる分野にターゲットを絞ったクラスター形成に取り組む。

○ 経済波及や雇用創出の裾野が広く、地域経済への寄与が期待される観光産業の振興を図る。

➤ 中山間地域の産業の核となる農林水産業の実現

- ・経営力のある担い手の育成
- ・「売れるものを作る」生産体制の確立
- ・「産地と実需者」「産地と産地」が連携する仕組みづくり

➤ アジア市場への参入・獲得の推進(アジア戦略)

- ・経済交流の拡大
(四川省、重慶市、インド タミル・ナドゥ州)
- ・県産品・製品の開発・市場開拓
- ・交流・連携基盤の拡充
(グローバルゲートウェイ機能の強化、
インバウンド対策の充実)

➤ イノベーション力の徹底強化

- ・イノベーション創出のための環境づくり

○ 中山間地域を支える産業として自立できる農林水産業の実現に向け、生産から販売まで一体となった取組を進め、ニーズに応える供給力の強化と販売力のある生産体制を確立する。

○ アジア市場への参入・獲得を推進するため、中国内陸部を重点地域とした経済交流などを推進するとともに、交流・連携基盤としてのグローバルゲートウェイ機能の拡充を図る。

○ 持続的な成長を続ける「イノベーション立県」を実現するため、イノベーション創出のための環境づくりをスタートさせる。

(本年9月末を目途に具体的なロードマップを作成)

■ 論点①

➤ 新たな産業クラスターの形成

- 新たな産業育成の柱として、本県のものづくり技術を活用して、「医療関連分野」と「環境浄化分野」をターゲットとしたクラスター形成に取り組むべきではないか。
- この場合、「医療関連分野」のクラスター形成に向けては、どのように取り組むことが効果的か。また、こういったことから着手すべきか。
- 「環境浄化分野」のクラスター形成については、環境問題が深刻化する中国等のアジア地域をターゲットに、企業間連携等による幅広い課題解決型ビジネスの創出に取り組むべきではないか。

基本認識

- 産業クラスター形成に早期着手すべき理由
 - ・ クラスター形成には中長期的なスパン(10年程度)が必要
 - ・ 海外成長市場を取り込むためには、早急に取り組むことが効果的
- クラスター形成のターゲット分野選定の視点
 - ・ 県内企業のポテンシャル、広島が強みを生かせる分野
 - ・ 市場成長性、海外展開の可能性
 - ・ 産業としての裾野の広がり

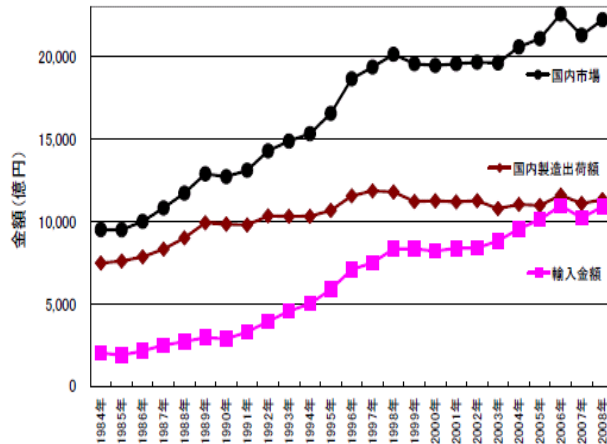
医療関連分野

- ・ 高齢化や高度医療ニーズにより医療機器分野の市場拡大
【世界市場】（2005年） 20兆円 ⇒ （2010年） 25兆円
（※厚生労働省 薬事工業生産動態統計ベース）
国内製造出荷額は伸び悩み、輸入額が増加
- ・ 景気動向に左右されにくく、付加価値の高い安定的な市場
- ・ 企業の集積は弱いですが、医療機器の開発・改良に応用・展開が可能な金属、機械の精密加工技術などが県内に蓄積
※ 本県の医療機器生産額は約100億円。全国第28位

環境浄化分野

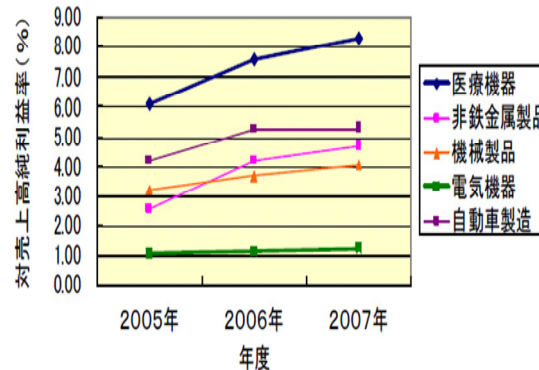
- ・ 急速な経済成長に伴う環境問題等の深刻化により、新興国等の市場が拡大
【水ビジネスの世界市場】（2007年） 36兆円 ⇒ （2025年） 87兆円
- ・ 本県企業の環境装置やポンプの生産規模は全国トップクラス
- ・ 県内企業の保有技術（公害防止、精密加工技術など）の応用・展開が可能

【医療関連分野の国内市場の推移】



(「日本の医療機器市場の長期動向」)

医療機器産業と主要産業との収益率比較



高付加価値の確保への期待

(「日本の医療機器市場の長期動向」)

【県内企業の医療分野への展開の例】

○ 県内には大手医療機器メーカーのほか、医療機器の部品・部材の製造に取り組むものづくり企業が存在する。

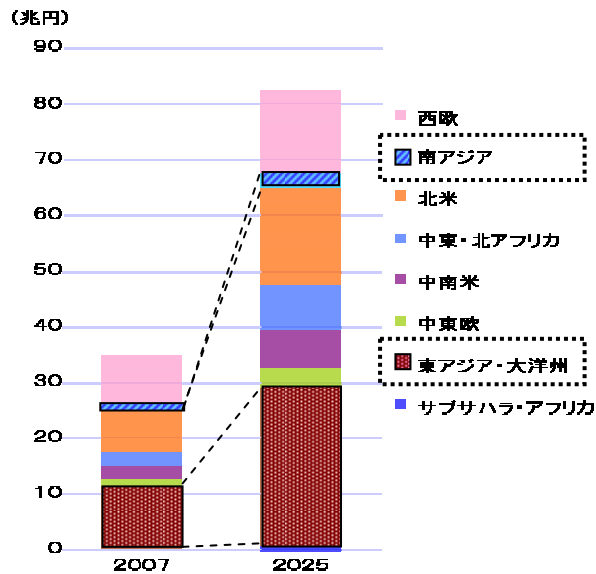
(医療機器製造許可事業所数: 34社)

○ 自動車や機械・電気の製造などで培った高い技術を活用して、医療機器やその部品・部材の製造に取り組む企業が存在する。

■ 自動車関連部品の精密加工技術
⇒ ステント、人工関節、デンタル製品など

■ 電気・電子分野の技術
⇒ 超音波エコー、脳波計、筋電計、皮膚炎治療器など

【水ビジネスの世界市場の見込み】



(Global Water Market 2006 及び経済産業省試算)

【環境浄化分野の県内への集積状況】

区分	事業所数	出荷額	シェア	
			シェア	順位
環境装置(化学的処理)	4	215 億円	29.7 %	1 位
蒸気タービン	3	206 億円	9 %	2 位
多段式うず巻ポンプ	5	136 億円	24.5 %	2 位
単段式うず巻ポンプ	6	105 億円	13.7 %	3 位
その他のポンプ	5	150 億円	8.2 %	3 位
耐しよ性ポンプ	3	14 億円	5.4 %	2 位
熱交換器	9	77 億円	8.2 %	4 位
遠心送風機	3	46 億円	10 %	3 位
集じん機器	4	30 億円	7.2 %	4 位
乾燥機器	7	20 億円	7.2 %	5 位

(経済産業省 工業統計調査 H21)

【県内企業の保有技術(公害防止)の例】

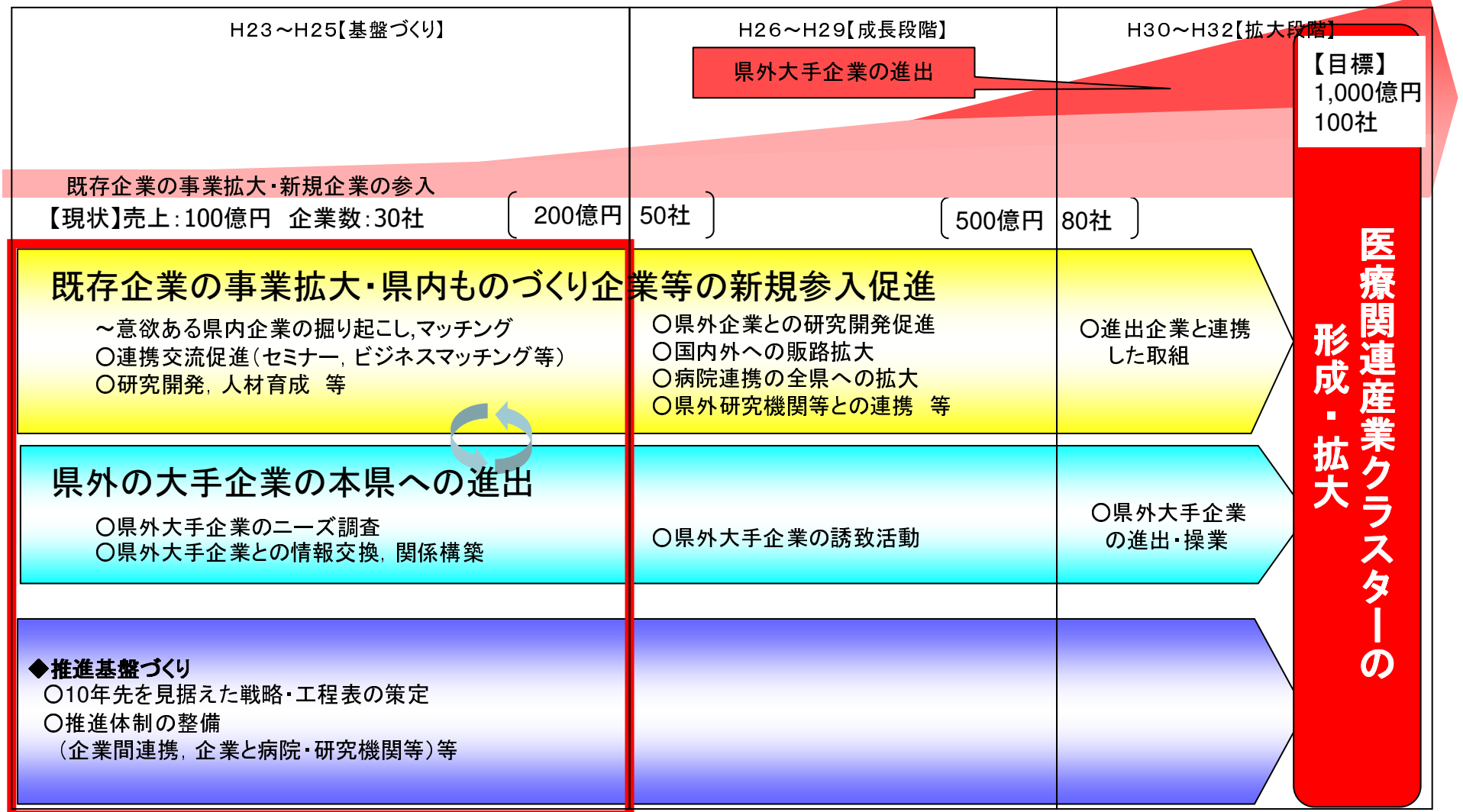
○ 公害防止等で培った環境関連技術・ノウハウ等を活用して、環境関連機器・装置・システムの製造などに取り組む企業が幅広く存在する。

■ 環境関連分野を中心とした、特徴的な製品・技術等
⇒ 環境プラントの設置ノウハウ、給水ポンプ、ディスポーザー(生ゴミ処理機)、遠心脱水機、環境分析など

医療関連産業クラスター形成に向けた計画的な取組

取組の方向性

- 既存企業の事業拡大や、県内ものづくり企業等の新規参入を促進
- 県外の大手企業の本県への進出



■ 論点②

➤「ひろしまブランド」の構築

○「広島らしさ」を活かした観光振興を進める中で、「ひろしまブランド」の確立・浸透を急ぐべきではないか。

〔現状と課題〕

- ・ 本県には、2つの世界文化遺産、風光明媚な自然環境、伝統文化等、豊富な観光資源が存在する。
- ・ しかしながら、宿泊型・高消費型観光客や、海外からの観光客が少ない状況である。
- ・ 現在、海の道構想を進めているところである。加えて、平成24年の大河ドラマ「平清盛」の放送を始め、広島をテーマにした観光イベントが控えている。
- ・ このため、現在検討中のコンセプトを早急に決定するとともに、県内外に浸透させることを目的に集中的な情報発信を行い、「ひろしまブランド」の確立を図る必要がある。

【宿泊観光客の状況】（「平成21年 宿泊旅行統計調査」）

首都圏からの宿泊観光状況

（千人、％）

区分	総数	広島県	北海道	宮城県	大阪府	福岡県	沖縄県
人数	21,274	93	2,024	479	417	106	2,161
比率	-	0.4	9.5	2.3	2.0	0.5	10.2

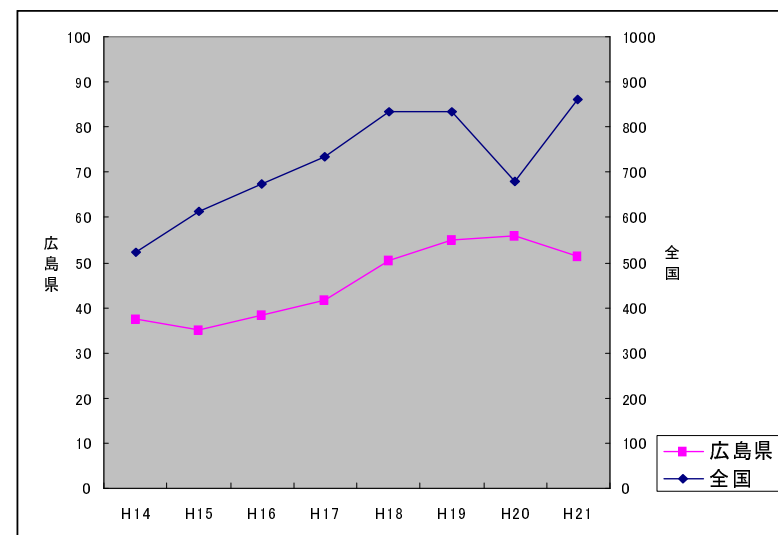
宿泊旅行状況

合計		観光		ビジネス	
比率	順位	比率	順位	比率	順位
1.6%	21	0.9%	34	2.5%	9

各ブロック別外国人宿泊状況

	北海道	東北	関東	北信越	中部	関西	中国	四国	九州	沖縄
率%	9.9	2.1	50.6	2.5	7.3	18.1	1.5	0.5	5.9	1.8
順位	8	7	1	6	4	2	9	10	5	8

【訪日外国人観光客の動向】



（「平成21年 広島県観光客数の動向」及び「日本政府観光局 資料」）

取組の方向性

- 現在検討中のコンセプトの早期決定及び浸透と、コンセプトに基づくプロモーションの強化
- 関連イベントを活用した情報発信の強化



■ 論点③

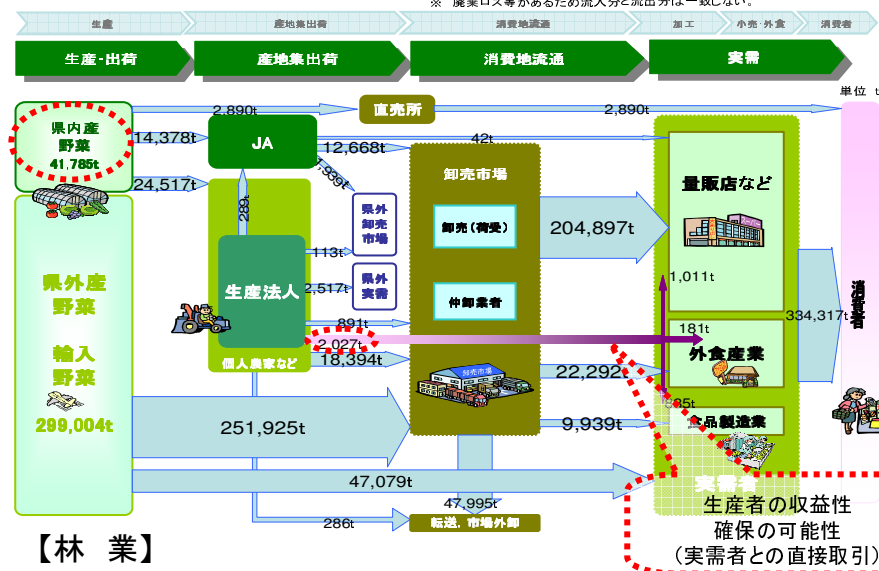
➤ 生産から販売までが一体となった取組の強化

○ ニーズに応える供給力の強化と販売力のある生産体制の確立に向けて、どのように取り組むべきか

【農業】

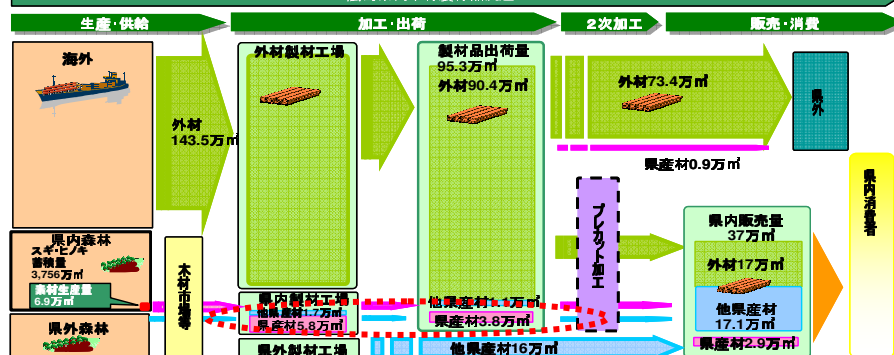
広島県内青果物(野菜)流通の推計

農林水産物流通実態等調査 2010年 広島県 を基に作成
※ 廃棄ロス等があるため流入分と流出分は一致しない。



【林業】

広島県内木材製材品流通の推計



【現 状】

- 本県の野菜の生産量は県内流通量の約12% (その約4割をJAが集出荷, それ以外は直接卸売市場や直売所等へ流通)
- 農業法人は, 生産量の多くを県外や県内の実需者へ直接販売
- 県内産野菜の実需者向けの流通のうち, 約8割が卸売市場を経由
- 実需者向け流通全体の約7割強が量販店向け
- 量販店が価格決定に少なからず影響を及ぼしていると推測

課 題

- 担い手対策や生産条件の遅れに加え, 販売戦略を踏まえた生産の取組が不十分
- 中食・外食化の進行や小売等の大型化や加工・業務需要の増加など, 多様化する販路への対応の遅れ
- 流通規格に応じた出荷など物流体制の高度化への対応の遅れ
- 国内市場の成熟化に伴う新たな販路開拓の遅れ

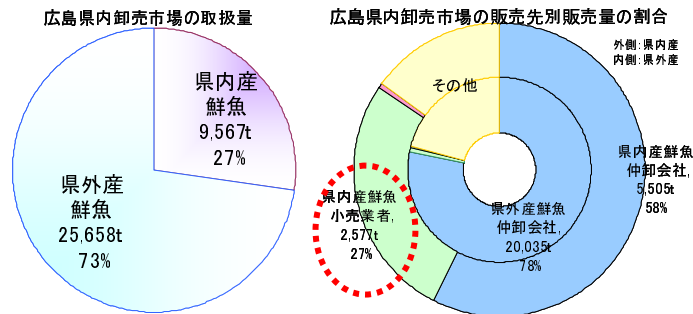
【現 状】

- 国内でも有数の木材製材品加工能力が有するが, 原材料の95%は輸入に依存
- 県内の森林資源が育ってきているが, 原材料としての利用は低位 (消費についての県産材の割合は8%程度)
- 県産材の多くは県内で消費されており, 県産材の付加価値に着目した流通が存在

課 題

- 機械化や現場技能者の育成など効率的な木材生産体制の遅れ
- 県産材の流通・加工体制が不十分で, 消費者ニーズへ応えられていない。

【水産業】



【現 状】

- 水産物流通では県内卸売市場の取扱量のうち約3割弱が県内産鮮魚
- そのうち、約3割が小売業者へ販売されており、県外産鮮魚と比較すると小売への販売の占める割合が大きい

課 題

- 魚種は豊富であるが、ロットが不足
- 鮮魚中心の販売で、加工品への取組が弱い
- かきなど全国的なブランドがありながら、総合的な販売戦略が欠如

取組のイメージ

○産地(生産者)の販売力強化 ～売れるものを作る体制へ 有利に売するための流通へ

マーケティング力強化の体制づくり

○専門家等の知識とネットワークを活用した体制づくり

- ◆ 消費者・実需者ニーズ、販売流通関係情報の収集、産地(生産者)へのフィードバックの体制の構築
- ◆ 販路拡大のための、産地(生産者)と流通事業者、実需者とのマッチング支援
- ◆ 海外市場での農林水産物の販売などに向けたマーケティング力の強化支援

○経営力の高い農林水産経営体の育成

- ◆ 経営者のスキルアップ支援
- ◆ 産地(生産者)間の連携の促進

ニーズに応える農林水産物の供給

○プロダクトアウトからマーケットインへ

- ◆ 安定供給のための生産体制の構築
- ◆ 産地(生産者)間の連携による集出荷体制の構築

○販売競争力のある農林水産物の生産

- ◆ 競争力強化のための生産、集出荷施設・体制の構築
- ◆ 6次産業化による付加価値向上の支援

効率的で有利な流通の仕組づくり

○実需者・消費者等のニーズに対応した流通形態の構築

- ◆ 物流体制の高度化(加工・流通施設等)
- ◆ 中間事業者の機能強化支援

○海外市場をターゲットとした販路の開拓

- ◆ アジアを中心とした商談会による販売力強化やトップセールスの展開

○選ばれる広島県農林水産物としての地位の向上 ～有利に販売するための土壌づくり

ブランディングによる有利販売

○戦略的な広報の実施

- ◆ 県産農林水産物の再評価による比較優位性、アピールすべき項目の工夫
- ◆ トップセールスや各種広報媒体、関係機関との連携による県産農林水産物の効果的なPRの実施
- ◆ 販売店ネットワークの構築

○県産農林水産物の高付加価値化と消費の促進

- ◆ 県産農林水産物を活用した付加価値ビジネスの推進
- ◆ 食の魅力づくりによる観光との連携推進
- ◆ 地産地消の推進
- ◆ 公共建築物、住宅等への県産材利用の推進

■ 論点④

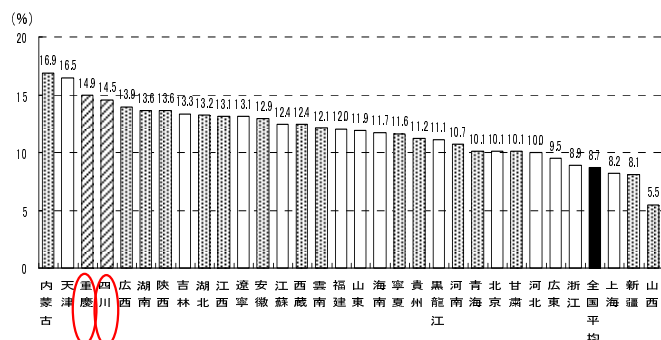
➤ アジアの経済交流拡大に向けたグローバルゲートウェイ機能の強化

- 本年6月、中国経済交流プログラムを策定し、中国内陸部を重点地域として経済交流の拡大に取り組むこととしている。
- こうしたことを踏まえ、県内産業が、中国内陸部をはじめとしたアジア市場への参入・獲得を図るため、広島空港のグローバルゲートウェイ機能をどのように充実・強化すべきか。

中国経済交流の推進について

- ・ アジアを中心とする新興国では経済成長により中間所得層が拡大し、消費市場としての魅力が高まっている。
- ・ 特に中国内陸部については、今後著しい経済成長が見込まれる。
- ・ 本県や県内市町は、中国内陸部と友好提携関係がある。
- ・ このため、四川省・重慶市との経済交流を拡大し、本県経済の更なる活性化を目指す。

省・自治区・特別市別の実質GDP成長率（2009年）



(資料) 中国統計年鑑、国家統計局 他

(注) グラフで網掛けをしている都市・地域は「内陸部」であることを示す。

【県及び県内市町の友好提携先】

団体名	提携先	締結年月日
広島県	四川省	昭和59(1984)年9月17日
広島市	重慶市〔H9.3.14 から直轄市〕	昭和61(1986)年10月23日
庄原市	四川省綿陽市	平成4(1990)年9月29日
三次市	四川省雅安市(現・雅安市雨城区)	平成4(1992)年10月6日
東広島市	四川省徳陽市	平成5(1993)年10月14日
大竹市	四川省都江堰市	平成13(2001)年4月10日

取組のイメージ

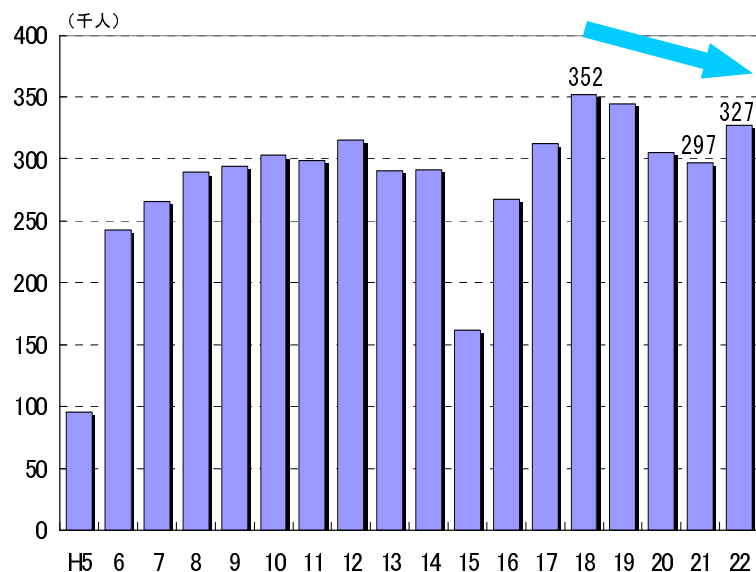
- 県内企業の中国への事業展開
 - ・ 輸出の拡大
 - (消費拡大や現地大規模投資の取込み)
 - ・ 生産拠点や事業所の展開
- 中国の活力の県内への取込み
 - (観光インバウンド・日本への投資のマッチング等)
- 中国との経済交流を支える基盤の強化
 - (航路・空路の拡充、グローバル人材確保の促進等)

➤ グローバルゲートウェイ機能の強化

〔現状と課題〕

- ・ 中四国地方の拠点空港として、3000m滑走路やCATⅢbを備えた充実したハード
- ・ 燃油高騰などによる航空需要の減退に伴い、利用者数、運行便数とも減少（H20）37便→（H22）30便
- ・ 国際線のうち、多くの路線がインバウンド利用には不便なダイヤ
- ・ アクセスを高速道路に依存しており、定時性に劣るだけでなく、「遠い」「不便」というイメージが定着

【広島空港国際線利用者の推移】



【福岡空港との国際線の比較】

	福岡空港	広島空港
韓国	ソウル・釜山・済州	ソウル
台湾	台北	台北
中国	北京・上海・大連 広州・瀋陽・天津 青島・武漢・香港	北京・上海・大連 天津
フィリピン	マニラ	
タイ	バンコク	
ベトナム	ハノイ・ホーチミン	
シンガポール	シンガポール	
アメリカ	グアム	グアム

取組のイメージ

○ アジアをターゲットとしたエアポートセールス

- ・ アジア地域への直行便の拡充
- ・ 国際ハブ空港（ソウル・台北・上海・成田・羽田）とのアクセス路線の強化

○ 空港アクセスの改善

【緊急に実施すべき対策】

- ・ 定時性の向上に係る対策
- ・ サービスの高質化・快適性向上のための対策

【抜本的に講じるべき対策】

- ・ 渋滞・事故発生時の対策
- ・ 高速道路の早期整備
- ・ 新たな空港アクセスの改善の検討