

国土交通中部地方有識者懇談会

「まんなか懇談会」

(第3回提言分)



平成14年10月4日開催

「モノづくり産業の国際競争力について 中部の経済社会の活性化について」

1. 基調発言

奥野信宏 委員（名古屋大学総長特別補佐）



一歩先に行くあるいは半歩先に行くための研究開発や施策に加え、追いつかれないものを作ることが大事

最近、産業の空洞化が大きな問題になっているわけですが、産業の空洞化というのは産業発展と同義語でして、リーディング産業はいつまでもリーディングではなく、そのうち標準的なものになり、地価の安い所、賃金の安い所に移っていくわけでありまして。

中部地域は常に新しい産業を育ててきたということで日本の産業をリードし、また日本は世界の産業をリードしてきたということだと思っております。追いつかれそうになったら、もっと高い付加価値のあるものを作っていくということだったわけでありまして。

名古屋にいらっしゃった故赤松要先生が産業あるいは国同士が競争しあって、追いつき追い越されるパターンをガンが飛んでいく形態になぞって「雁行形態論」を唱えていらっしゃいました。最近では、その追いつかれるパターンが非常に短くなってきたと感ずるわけでございます。

そういう意味では、一歩先に行くあるいは半歩先に行くための研究開発であるとか施策が非常に大事だと思いますが、それを前提にしてさらに言うと、追いつかれないものを作ることが大事ではないかと思っております。

また、新しいものを作っていくという意味では、名古屋市の駅前地区が緊急整備地域に指定されて、名古屋から栄の都心部を磨き上げていくというように選択的な整備の意思決定を役所がされるということは非常に重要な政策の転換であると思っております。

地域の歴史や文化こそ追いつかれないもの。自分たちが誇りを持てるように活かす努力を

追いつかれないものと言いますと、その地域の歴史や文化があります。国の内外を問わず、地方は歴史を非常に大切に守り育てて、それを誇りにして売り出すということが行なわれているわけです。例えば、衣川の合戦、川中島の合戦などいろいろな合戦などがそうだと思います。関ヶ原ほど天下分け目ではありませんが、各地域では非常に大事にして誇りにして育てているわけです。

この地域はどうかと言いますと、長篠合戦、小牧長久手、三方ヶ原、桶狭間の戦いという、いわば天下分け目的な非常に重要な合戦がたくさんあるわけですが、歴史的な史跡はあるものの、地元がそれほど大事に守り育てて誇りに思うということをしてきていないのではないかと思います。最近では、中部地域でも観光への取り組みということがかなり熱心に行なわれるようになってきたわけですが、それは地域の住民が、自分たちの誇りを持ち、追いつかれないものを作るという意味では私は非常に大事な取り組みだと思っております。

同じことはまちづくりについても言えるのではないかと思います。古い町並を保存して活かしていくということは、各地域で熱心に行なわれているわけですが、名古屋あるいはこの地域にもそういう所はもちろんあります。けれども、名古屋市内の有松であるとか主税町のあたりの古い町並を保存して活かして、地域を散策できるようになっているかと言いますと、とてもそんな地域にはな

っておりません。有松は町並み自体は非常に古くいいのですが、ぶらぶら歩いたら車にはねられてしまいそうになるような所です。

余談になりますが、先日、オランダのスキポール空港でちょっと時間があつたものですから、空港内の本屋を歩いておりましたところ、「ジャパン」という本が置いてありました。その本の中で、名古屋がどのように書かれていたかといいますと、「東京をスケールダウンした町である。しかし、東京よりはリラックスできる町である」、「名古屋はコマーシャルとインダストリーの町である。訪問する町ではない。しかし、白川とかそういう所に行くには非常に大都会でいい足場になる」というように、誉めているような貶しているような評価ですが、正当な評価がしてあるような気もしました。そういった、まちづくりも含めて、追いつかれないものを作っていくことは非常に大事なことであり、産業のためにも大事なことではなからうかと感じております。

広域的な視点での社会資本整備が大事であるが、どのように意志決定するかが直面する一番の問題

社会資本整備について述べさせていただきますと、今後は広域的な視点での社会資本整備がことに大事になっていくと思っております。今までは、国の計画があり、都道府県の計画があり、それから市町村の計画があるということでしたが、市町村の計画よりももう少し広域的なもの、都道府県の計画よりももう少し広域的なものといったものが、これからは特に大事になっていくのではなからうかと感じております。

例えば、病院とか文化施設といった生活基盤的なものは、現在の小規模な市町村よりも広い圏域で計画していくことが大事になってまいりますし、高速の交通ネットワークであるとか港湾・空港等々は現在の都道府県よりももう少し広い、広域的なところで考えていくことが、国際競争力のあるものを作るという意味で非常に大事なことであると感じております。

けれども、広域的に考える際に、意思決定をどのようにしていくかということが問題になると思っています。今、中部圏協議会方式というのが注目されておりますが、各県の計画を持ってきてそれをバインドしただけという感じがします。右肩上がりの税収がどんどん伸びていく時代であれば、陳情型の計画でもいいわけでありますが、地方も経済があまり伸びない時代になってきまして、どの事業を行なうかという選別をしなければいけないということになりますと、どのようにして意思決定をするかということが、直面する一番大きな問題だと思えます。大将がいなくて意思決定ができるかどうかということが課題となるわけですが、道州制などをにらんでいけば一つの方向性も見えてくるのではと感じております。

伊勢湾から眺めた一つの水系が当地方のブロックの範囲として適しているのではないか

広域ブロックを考えるときには、東海地域だとか中部地域であるとか部分的に近畿と重なる地域であるとか様々なケースが考えられますが、私は伊勢湾とその水系を一つのブロックとして捉える考え方もこの地域にとっては大事ではないかと思っております。どちらかということ、現状は、鉄道あるいは道路がブロック形成に大事とされているわけでありますが、自然とか文化をたどっていきますと伊勢湾から眺めた一つの水系というものがブロックとして考える単位として意味を持つてくるのではないかと思います。

佐々木一成 委員（日本政策投資銀行東海支店長）



経済的に恵まれた環境下にあったため、地域活性化に対する危機意識が他地域に比べ弱い中部

これまでの中部経済の特徴につきまして私なりにまとめますと、次の2点になるのではないかと考えております。

まず1点目は、バブル崩壊後10年以上経った現在も不況が及んでいるわけですが、中部経済につきましては比較的恵まれた環境下にあったのではないのでしょうか。その要因といたしましては、地元の企業活動が堅調であったということと他地域のような本社組織等の移転が少ないということがございます。さらに、いろいろな点で基盤となる人口も安定的に推移していったように、恵まれた環境と言えるのではないかと思います。

2点目は、恵まれた環境であったがゆえに地域の活性化に対する危機意識が他地域に比べて総じて弱かったと言えるのではないのでしょうか。これは逆に言いますと、幸いにも地域の活性化を考える必要性に迫られなかったというのが中部経済であったとも言えるかと思えます。

今後の地域経済を考える上で考慮すべき要因は、少子高齢化、国際化、国・自治体の財政難の3つ

これから先を考えた場合、これまでと同じようなことがずっと続いていくかということ、そうはいかないであろうと考えられます。今後の地域経済を考える上で何を考えるべきか、どのような要因を考慮すべきかということでは、地域経済の構造変化を促すような要因は、少子高齢化、国際化、国・自治体の財政難の3つであると思えます。

我が国の人口は2006年にピークを迎え、その後はずっと減少基調に転じると言われております。さらに2050年を過ぎると1億人を下回ることも想定されております。合わせて高齢化も進展しており、2014年には国民の4人に1人が65歳以上という高齢化社会というか高齢社会に突入するという見通しがございます。

国際化の進展については、中国等の台頭による国内産業の空洞化も一つの国際化と考えられます。中部地域に限って見てみますと、現在整備が進められている中部国際空港が2005年には出来上がり、それによって国際化は否応なく進展していくことになるわけであります。

国・地方自治体の財政難に関しては、相次ぐ景気対策で公共事業等を相当実施しまして、我が国の借金は今年度末で693兆円になると予測されております。これはGDPの1.4倍に達し、先進7カ国中最悪の水準ということで財政的にも非常に厳しい事態が予想されるということでございます。以上を踏まえた上で中部地域の課題と方向性について考えていくと、モノづくりのさらなる強化と魅力的な地域づくりに取り組んでいくべきではないかと思えます。

ものづくりをさらに強化するためには次の3つのポイントが重要

世界中から情報やアイデアをもっと集めてくるような都市づくりや知的な環境づくり

これまで中部地域は世界でもトップレベルの技術水準をモノづくりにおいては発揮してきたことは周知のとおりでございます。ただ、今後の国際化等々の潮流を踏まえますと、モノづくりを強化する方策についてさらに強化していくという観点から次の3つのポイントが出てくると考えております。

モノづくり強化のための第1のポイントは、さらなる高付加価値化をするための体制整備ということになると思います。世界的な競争に勝ち残ってきた当地域の輸送機械メーカーの動向を見てみると、燃料電池、ハイブリッドカーなどの研究開発にかなり活発な投資計画があるようで、この分野についてはそのままやっつけられるだろうと思います。

一方で、中部地域の企業一般は、デザインやソフトについてもすべて自社内で開発しているケースが非常に多いということで、その分、情報産業とかコンテンツ産業の企業数を見ますと首都圏に比べて非常に集積が弱いという状況がございます。今後、製造業の高付加価値化を図っていくためには、本社機能の強化はもちろん大事ですが、さらに研究開発拠点等々のいわゆるソフト面での環境整備が必要になってくるのではないかと思います。このためには、情報サービスとかビジネスサポートサービスの集積を高める、情報交流の場を形成することが非常に重要になってくるだろうと思います。世界中から情報とかアイデアをもっと集めてくるような都市づくりとか知的な環境づくりが非常に重要になってくるということがございます。

他地域や世界から先端産業の研究開発や生産拠点を呼び込み、産業クラスターを形成していくこと

モノづくりの強化のための2つ目のポイントは、他地域とか海外から先端産業の研究開発や生産拠点を呼び込んでいくことが必要であろうということであり、これにつきましては、岐阜県ではインキュベーション施設の整備等をおこなっているスイートバレー構想、三重県では液晶関連産業を集積させるためのクリスタルバレー構想、静岡県では医薬品の研究開発施設を集積させるファルマバレー構想といった具体的な動きがすでに始まっております。

このような産業クラスターと呼ばれる産業集積を形成させることが今後は非常に重要になってまいります。産業クラスターの一番大きなメリットは、アメリカのシリコンバレーがそうであるように、技術開発とか新製品開発が産業集積の相乗効果によって継続的に生み出せる継続的なイノベーションという効果があります。たとえばアメリカのシリコンバレーなんかもそうですけれども、このような地域産業手法をぜひ中部地域においても、先端産業を呼び込むという観点から続けていただければということがございます。

物流コストを削減するために輸送インフラをきちんと整備していくこと

モノづくりの強化のための3つ目のポイントは、物流コストを削減するために輸送インフラをきちんと整備していく必要があると思います。航空物流につきましては、現在、中部国際空港が整備されておりますし、港湾については、名古屋港をはじめとして当地域には物流機能が健全な形で残っている状況かと思われ、今後は、コンテナバース等の継続的な整備をきちんとやっていたら、国際競争力の高い港湾へと整備していくことが必要であろうと思います。

さらに、道路交通の方ではIT Sの導入が始まっております。2004年には名古屋市でIT S世界会議が開催されると聞いておりますが、空港・港湾・道路が一体となってトータルコストを低減させるような物流インフラづくりが当地域においても非常に重要になってくると思われ、

魅力ある地域づくり、集客産業による地域振興のためには、次の3つのポイントが重要

既存の地域資源を活用した地域づくり型観光を育成すること

魅力ある地域づくりということですが、これについては当地域におきましても集客産業

による地域経済振興策をしっかりと考える時期に来ているのではないかと思います。

1点目として、既存の地域資源を活用した地域づくり型観光を育成することが必要であろうと思われる。既存の観光資源等をうまく掘り起こして、それをさらに魅力あるまちづくりへとつなげていくことが非常に重要であろうと思われる。例えば、愛知県足助町では、地域づくり型観光を行っており、最近ではだいが有名になってきています。人口1万人の町に年間130万もの観光客が訪れると言われており、定住人口の130倍もの交流人口があるということでございます。このような地域づくり型観光をきちんとやっていくことが非常に重要であると思います。それから、当地域の特色を生かした地域づくり型観光の一つのコアとして、産業観光が位置づけられるのではないかと思います。

外資の導入や国際的なアイデアを積極的に取り入れてサービス産業を育成すること

魅力ある地域づくりの2点目として、外資の導入や国際的なアイデアを積極的に取り入れてサービス産業を育成するべきではないかということでございます。例えば、セントラルタワーズのマリオットホテル開業に伴いまして、当地のホテル業界もある意味で活性化したと私は見えています。そのような海外の資本や海外の新しい経営手法を導入していくことが当地域の底上げと活性化につながるのではないかと思います。さらに、いろいろ問題があるかも知れませんが、ハードルも高いですが、中部国際空港の臨港地域で考えられておりますカジノ構想などもアイデアの一つとして評価できるのではないかと思います。

財政制約下で効率的なまちづくりをいかに行なっていくかということも考えるべき

魅力ある地域づくりの3点目は、財政制約下で効率的なまちづくりをいかに行なっていくかということも考えるべきだろうということでもあります。名古屋駅前の都市再生に則った都市機能整備もこれに含まれますし、市町村合併の推進による広域的な観点からの施設整備等も含まれると思います。官と民が連携して新しい事業の仕組みづくりを行ないながら、効率的なまちづくりを行なっていくことが必要です。PFIもその手法のひとつであろうと思われるわけでございます。

人材育成のために地元の大学の充実を

これまで述べたことを実現していくためには、中部国際空港の開港と愛知万博の開催という2大プロジェクトがハード整備においては非常に重要であると思われます。さらに活性化を進めるためには、ハードだけでなくソフトの充実が不可欠だろうと思います。そのためには、世界中から情報とか研究者、デザイナーが集まってくるのにふさわしいまちづくり、利便性の高い交通インフラの整備、高付加価値型の先端産業の誘致などにおいて、地域を挙げた創意工夫をおこなっていく余地がまだまだあると思います。そして、ソフトの充実とか地域活性化のカギを握るのは、やはり人材であろうと思います。今後の中部地域を担う人材を育成するためには、やはり地元の大学を充実させていくことが重要です。中部地域では、特に社会科学の面を充実させることが必要であろうと思っております。これらをポスト万博、ポスト空港の課題として、新しい時代の地域活性化が中部地域で行なわれることを願いまして、私からのお話は終わりとさせていただきます。

鈴木修 委員（スズキ（株）取締役会長）



我が国の技術・技能の低下は、トップが現場を知らず技能を軽視し、技術者が机の上でものを作ってしまう傾向が生じているから

私は自分が実際にやっている実務の面から非常に狭い意味でモノづくり産業の国際競争力ということについてのみお話を申し上げてみたいと思います。

皆さんご承知のように日本はモノづくり大国になったのだと思っていたところ、いろいろなトラブルが発生したことはご承知のとおりです。自動車で言うとクレームを隠してしまうとか、ラベルを改ざんするとか産地を偽装するとか等々、世界一のモノづくり大国だと思っていたのが事実は我が国の技術・技能が低下したというのが現代だろうと思うのです。

これはどういうことかということ、やはりトップが現場を知らないということが一番大きな要因になるわけですし、技能を軽視して技術が衰退したということだと思います。モノづくりというのは現場ですべてが決まるものであり、現場の作業者が自分で工夫をしながら改善を進めていくというのが日本の製造業の強みだったのですが、その現場が荒れてしまい、技能と技術のバランスが取れなくなってしまったところに一番大きな問題があるのではないかと思います。

この問題に関しては、教育が非常に大切だと思います。特に産学の連携や地域ごとの特色ある大学づくり・人づくりといったところに帰結してしまうのではないだろうかと思っています。

もう一つは、情報が非常に取りやすくなったことで、技術者が机の上でものを作ってしまう傾向が出てきたということがあります。連絡や設計のやりとりでもメールでやってしまう、メールを打っておしまいというような状況になっていることが、実はモノづくりに非常に大きなマイナスを来しているのではないかと。だから、フェイス・トゥ・フェイスというのがいかに重要かということがおろそかにされていると私は思っております。

国内のオートバイメーカーが浜松に生き残った理由は、浜松高等工業学校の存在が大きい

抽象論は抜きにして、静岡県というか浜松地区特有のオートバイについて具体的にお話を申し上げます。

実は、オートバイ産業は1960年代、今からちょうど40年ほど前にヨーロッパが全盛でした。国内では、ご承知のようにホンダさん他いろいろなメーカーが、1960年の頃には130くらいありましたが、結局は4社だけが残ったというわけでございます。生き残ったメーカーは偶然にも浜松が中心であった。これが東京に1つ、大阪に1つ、浜松に1つということ、これだけの競争はなかったのではないかと。むしろ近くにあったから、きわめて競争心理が働いたことが、品質の向上とかコストの低減につながったのだと思います。ではなぜ浜松であったかということ、本田さんがいらっしまったということもさることながら、やはり浜松高等工業学校の存在です。当時のオートバイの設計・生産のスタッフをやっていたのは99%が浜松高等工業学校の卒業生がやっていたという状況です。そういう点でお互いが切磋琢磨して日本一になったのだらうと思います。

モノづくりは文化ですから、安いからといって海外に移転するわけにはいかないのであって、我々製造業に携わる者としては知恵と汗を搾ってやっていくことなのです。国家的にはやっぱり教育をどうするかという問題だらうと思います。一握りでも良いから教育をどうするかということが

重要なのではないのでしょうか。徹底した少数精鋭を作っていただくような教育がそれぞれの地域で必要ではないでしょうかと思います。

モノづくりは、付加価値が低いからといって発展途上国に取られるものではなく、特化して国際競争に打ち勝つだけのものを作っていくことが大事

日本がヨーロッパのオートバイ産業を全部根こそぎ奪ってしまって、世界のオートバイ生産国になったというふうに考えられがちですが、統計の数字をよく調べてみると、1960年代にヨーロッパは約280万台～290万台くらい生産して、日本が約150万台生産していたわけです。それが1960年代の後半に日本が世界の二輪車生産国になり、1981年にピークを迎えます。このとき日本のオートバイの生産は741万台でその半分が輸出されていたということなのですが、ヨーロッパは衰退してなくなってしまったかということ、実は1960年代に280万台であった生産台数が、1980年代もそのまま280万台なのです。根こそぎ取ったと思っていたものが、実は全く取れていなかったというわけですね。ヨーロッパは依然として、オートバイも作っているわけです。だから、決してモノづくりはアジアに取られるものではなくて、モノづくりをどうやればヨーロッパのようにやっていけるかということを探求することが、我々に課せられた大きな問題だろうと思います。

ヨーロッパの場合は、オートバイが特化されて生き残っているということですから、250ccとか1,000ccといった大きなものだけがヨーロッパに残ったかということではなく、50ccの小さなものも残っています。すなわち、一つの産業としてきちんとできているというわけです。したがって、付加価値の低い小さいものだから安い所で作るとの話とイコールにはならないだろう。私はそんなふうに思っております。

その後、ヨーロッパは今どんなふうであるかということ、200万台そこそこを維持しています。日本はピーク時に741万台までいきましたが、今は220万台まで下がってきています。これはヨーロッパとほとんど変わらない状況になってきているということです。一方で、インドが350万台になったとか中国が1,126万台というように増えてきています。これも事実でございますが、日本のオートバイが必ずしも発展途上国、特に中国になびくということではないと私は思っております。

次に、浜松の繊維産業がどんなふうであったかを見ますと、ご承知のように繊維はほとんど発展途上国に奪われてしまって、企業の整理が進んでおりますが、遠州地区の繊維産業は1960年に473億の売上があったものが、1975年のピーク時に853億までいきました。それからだんだん下がって1991年で195億まで衰退したわけです。しかし1992～93年には実は600億まで回復しています。そうすると、これまでに山あり谷ありしたのだけれども、特化して競争に打ち勝つだけのものを作っている。こういうことが国際競争力なのだろうと私は思います。

国際競争力は、最終的にデザインを含めた品質とコストに尽きる

最終的に国際競争力は何かということ、品質とコストに尽きるということでございます。デザインを品質の中に入めると考えるならば、品質とコストの戦いをどのようにやっていくかということが一番重要だと思います。その点、繊維の話聞いてみましても品質とコストで十分太刀打ちして生き残っている。生き残るという表現は大変失礼で、堂々とやっているということが言えるだろうと思います。

そういう点で、品質とコストということになりますと実は為替相場の問題が非常に大きいのです。

需要と供給の関係以外に相場で変動するという問題がございます。今の1ドル=120円程度でいくということ的前提にした場合と、1ドル=100円になった場合という中でものを考えていかななくてはいけない場合では状況は大きく異なってきます。

今までのモノづくりの中で我々がやっておりましたコストダウンというのは、作業改善をすることで、合理化をすることだけでやっておりましたが、愛知県の一部上場のメーカーでは、「今年は50%のコストダウンをやる」というキャッチフレーズを立てていらっしゃいました。「50%だなんて信じられない。今まで何をやってたのか」と言いたいくらいの話ですが、その話を聞きますと、小手先の改善ではなく、「材料から変えていく。材料を変えるから、作る機械も変える。そして機能まで変えていく」というようなやり方で、今年は50%のコストダウンを達成するのだということでした。私どもスズキでは、30%のコストダウンをやるということでは青息吐息なのですが、すごいメーカーがあるのだなと思いました。

2. 自由討議

桑田宜典 委員 ((財)岐阜県県民ふれあい会館理事長)



各県の試験研究機関は行政の垣根を越えて、地域に密着した研究開発に力を入れるべき

中部というのはモノづくりに特化した地域であるわけございまして、鈴木委員からお話ございましたように、結局は品質とコストにかかるということだと思っております。大企業は、いわゆる研究開発に相当費やしているかと思いますが、各県においてもいろいろな試験研究機関を持っているわけですから、県とか市の垣根を越えた試験研究機関の連携をおこない、地域と密着した研究にもっと力を入れていく必要があると思っております。

大学と企業が重要であり、そのためにもっと大学が企業の中に入り込む努力を

それから、大学と企業の連携がきわめて重要です。岐阜県においても岐阜大学との連携はずいぶん様変わりをしてきておりますが、企業との関係においては、これからもっともっと大学が企業の中に入り込み、人づくりを含めて、企業と一体となった研究を進めていただく必要があるのではないかと思います。

観光面では、もう一度、中部を売り出していく体制づくりの見直しを

非常に多くの日本人が海外に出かけられますけれども、外国から日本に来るケースは非常に少ないと言えます。世界順位で言えば、おそらく35番目くらいに位置しているのではないのでしょうか。中部地域には、非常に優れた資源等があるわけですから、ある程度お金を使う必要もありますが、これをもっと売り出していく体制づくりももう一度見直していく必要があると思っております。

観光というのは非常に裾野が広いものですので、これをもう一度洗い直して、もっと世界に売り出すように努めていく必要があると思っております。

須田寛 委員（東海旅客鉄道（株）取締役会長）



中部の産業集積を活性化するために一番大事なことは、世界に通用するブランド化

中部のウリは世界的な産業集積だと思います。こういうものを世に問うて国際競争力を持つ産業と地域をさらに活性化するために一番大事なことは情報の発信ではないかと思います。

私どもが子供の頃、日本がまだ産業先進国ではなかった頃に、ヨーロッパやアメリカの産業についての情報に接して強烈な印象を受けました。従って、ドイツに行った折には、迷わずゾーリンゲンの刃物を買って帰ろうと思うのです。ところが、買って帰ってみると日本の刃物とどこが違うのかよくわからない、そんなに違いがないのです。日本製のものも十分立派になっているのです。そういうことを考えると、ブランドというものが人々に与える先入観は非常に強いと思います。

中部の産業集積を作っていくには、中部のブランド、名古屋のブランドを世界に情報発信していかなければ、世界の人にはなかなか使ってくれません。使ってくれなければ価値がわからないわけですから、何とか情報を発信していかなければいけません。そのために、名古屋地域のブランドを強烈に印象づけなければいけないと思うわけです。したがって、「Made in JAPAN」と書くならば「Made in CHUBU, JAPAN」とか「Made in NAGOYA, JAPAN」という文字を一つ添えるだけでも違うのではと思います。

一体となって地域のブランドを世界に売り出すことが重要

奥野委員のお話にもありましたが、外国の観光案内雑誌を見ると、驚くほど中部の記事は少ないのです。東京の10分の1しか記述がありません。それほど関心がないのです。そこで万博を開催するので大変だと思います。そう考えると、「NAGOYA! NAGOYA!」、「CHUBU! CHUBU!」と叫び回らなければいけないのです。そういうことを考えて、きわめて現実的なことからブランドを発信して情報発信しなければと思っているわけであります。

そのためには、情報発信するに足るものがなければダメです。先ほど来お話がありますように、この地域には立派な技術を持った世界的な産業ばかりがあるわけですから、産業コンプレックスとか産業共同体といった横の連携を保って一つのイメージを作ることが重要です。中国で生産したもので、それが日本のノウハウの下で生産しているならば、そこに先ほどの「CHUBU」のシールを貼るとかいろいろなやり方があるかと思います。個々の企業は立派なものがあるわけですから、全体として一体的に、中部の産業を世に問えるようなものにすると同時に、情報を徹底的に発信して、世界中に「CHUBU」「NAGOYA」を知らしめることが大事ではないかと思います。

平山芳昭（中部運輸局局長）

いわゆるモノづくり産業の国際競争力という話で、いろいろな所で最近聞かせていただいていることですが、トヨタは非常に国際競争力があります。鈴木委員がおっしゃったように、日本の製造業がなくなるわけではありません。全てがどこかへ行ってしまわないわけではないのですが、奥野委員がおっしゃるように追いつかれないものを作るとか付加価値の高いものを作る、いわゆる一般製品ではないものを作ることによって生き残るという道はあると思います。

けれども、モノづくり産業の国際競争力という話をするときに、個々の企業や付加価値の高い製品を持っている企業が日本に残っていくのは当然だと思いますが、第2次産業、いわゆる製造業が従来通り日本の国民生活をかなりの部分で支えていけるのでしょうか。このような不安感があるからこそ、いわゆる観光や従来あまり目が行かなかったところに日本経済を支える裾野を広げなくてはいけないという動きが最近強くなってきているのではないかという気がしてなりません。

そういう意味では、日本の製造業は本当に将来、国民の生活を支えられるのかというマクロな意味でのご意見はどんなものでしょうか。

奥野信宏 委員

広がりを持つ産業のコアとなるものとして、製造業を持つことが今後も大事

東海地域は、局長ご指摘のように付加価値の42～43%が製造業、第2次産業ですね。日本全国で33%。これを支えているわけです。これがどのあたりまでいくのかということ、やはり日本の3分の1は製造業が支えているのだと思います。

サービスについても、例えばITがサービスの典型的なものだと思いますが、これもやはり製造業が需要者として大きいわけでありまして、デザインなども物に付加されて売れていくわけですから、サービス業が現場に近いということが非常に大事だと思います。研究開発がなんと言っても大事なのですが、それが生産拠点とともに出ていってしまうということが一番大きな問題だと思いますし、単に研究開発の試作品を作っているだけでは、ご指摘のように、とてもじゃないけれど日本の膨大な人口を支えきれないわけでありまして。

製造業だけでどこまで支えていけるのかと言いますと、33%～40数%という数字ではないかと思えます。サービスもそれと一体となって発展していくものと理解しております。

この地域でモノづくりということを叫んでいるのは、それだけで日本の人口が全部支えられるとは思っておりませんが、広がりを持つ産業のコアとなるものを持つことが重要であるということなのだろうと思います。

須田寛 委員

日本の産業の中で、突出してウエイトが高いものを除いてみれば問題点は明らかになる

この地域で大きな数字が出るものは圧倒的に自動車です。この数字があまりにも大きいものですから、これが全体を押し上げる効果を与えています。しかし、自動車を除いたその他の産業だけを見るとどうなるかということ、いろいろ違った答えが出てくるのではないかと思います。

観光も、観光統計だけ見るとそんなに減っておりません。なぜかということテーマパークが含まれているからです。1,000万人を呼ぶものが新たにできますと、一気に数字を押し上げてしまいます。テーマパークを全て除いてみるとどうなるかといえますと、かなり悪い状況なのです。

したがって、日本の産業の中で、突出してウエイトが高いものを除いてみれば、残ったものにとこういう問題点があるのかということが見えてくるのではと思います。

谷岡郁子 委員（中京女子大学学長）



経済の真水の部分とバブルな部分とを見極め、健全な国民経済を保つことが重要

須田委員がおっしゃったこととも関係があると思いますが、経済の真水の部分とバブルな部分とを見極めることが必要です。かつての日本を見た場合、飲食産業やサービス産業では、例えば高級クラブと言われるような所で座っただけで何万円だとかウイスキーを1杯飲むと何万円だとかいうところや、すごい値段の料亭だとかがあったわけですね。この材料費とか実質にかかるお金はほんのわずかであって、あまりに安易にお金が儲かるしくみになっていたわけです。そこで支えられていた人数は非常に多かったわけですが、統計上、経済効果が非常に高いものであっても、国民経済として健全であったのかと考えると、これはあまり健全ではなかったと思います。こうしたことが、まじめに勤勉に働く意欲を奪い、若い人たちが非常に安易な方向へ流れるといったことが起きてきたのです。今、実はそういうツケが回ってきているのではないのでしょうか。

ものづくりを支える知的生産など関連産業の存在も重要

愛知県の輸送産業、中部の輸送産業は効率的ですばらしいという話が出ましたが、トヨタは単にモノを作っているわけではなく、トヨタのパッケージ能力やマーケティング能力、そしてそれを支える基盤的な財務や総務的なもの、あるいは戦略研究開発といったものが総合的に非常に大きな力を持っているのです。工場でモノを作っているということで純粹に工員の人数を考えてみれば、トヨタでもそれほど高くはないと思います。実はマーケティングをはじめとする様々な分野、デザイナーも多いでしょうし、情報関係の人も多いでしょう。いわゆるサービス部門と考えられる人がトヨタ自身の中にもたくさんいるということだろうと思います。

産業競争力は品質とコストに尽きるが、品質については日本人の嗜好の変化と売る側の認識にかなりのミスマッチがあり、その点を謙虚に見直す時期に来ている。

私も産業競争力は品質とコストに尽きると思っていますが、最近、品質という概念が実は変わってきているのではないかと感じます。今、韓国であるとか他のアジアの国々であるといったものに対する若者のイメージが完全に変わってきています。だから、大須などでエスニックな食べ物や衣料品店が、安いということと相まってどんどん売れているわけです。

しかし、安いということだけで売れているのではなく、若者は「好きだから」買っているのです。髪の毛を黒のままにしておけばお金はかかりませんが、あれほどまでに多くの学生が髪の毛の色を変えらるということを見ていると、それが好きだからやっているわけで、「好きだったら買う」という部分がかかなり高いのですね。

何が好きかということに対して、日本人の嗜好も変わってきています。かつてアメリカやヨーロッパで日本の嗜好というものが製品として優秀だという形で高い品質だと認められたように、今はアジアのものが高い品質だということで見られている部分があります。したがって、「ただ安いからというだけで買っているのだ」と言い続けているところに、今の産業界の欺瞞があるのではないかと思います。そういう観点から、何が品質なのかと考えますと、例えば、今は安全が大変話題になっていますし、環境も話題になっています。このように、品質という概念が根本から変わって

る時代に、その品質概念を作っている側、売っている側が気づいてない部分があるような気がします。これがかなりミスマッチになっているのではないのでしょうか。そこをちゃんと謙虚に見直す時期に来ているのではないかと感じています。

中村幸昭 委員（鳥羽水族館館長）



パチンコだけでも消費の国外流出は巨額であり、その流れを再考する時期に差しかかっているのではないか

先ほど来、モノづくりの拠点ということで中部がクローズアップされていますが、パチンコ産業は名古屋に発祥し、その後、全国にパチンコ産業ができました。バブルの頃では約30兆円の売上がありました。これは世界のトヨタ、あるいはホンダや三菱、あるいはオートバイのスズキといった車産業全体よりもパチンコ産業の方が金額で上回っているのです。

そうしますと、今18,000軒パチンコ店が全国にあるそうですが、このうち北朝鮮の方が経営している店舗が4割、韓国系が3割、日本人が経営しているものが3割となっています。すなわち、パチンコ産業に流れたお金の中から、北朝鮮にお金流れ、今問題になっている拉致問題の工作船やテポドンが作れたというわけであります。

パチンコで消費することがいいとか悪いとかいうのではないのですけれども、パチンコの1人当たりの消費は日本では平均18,000円と言われています。その使っている人は誰なのかというと、サラリーマンと年金生活者です。彼らのお金がパチンコ産業を潤して、それが北朝鮮のテポドンに化けているというように流通の問題を国際的に考えなければいけない時代が来ているわけであります。国際的な視点で格差や要因を整理するところから、中部の進むべき方向が見える

日本は少子化でございます。去年1年間に生まれた赤ちゃんを調べると120万人であります。今年二十歳を迎えた成人の数は136万であるといわれています。日本の子供たちが0歳から全部生きていたとしても120万人であります。20年後に、中国で二十歳になる成人の数は1,500万人となる言われています。この労働力の格差と、高齢化の問題といった、様々な要因のバランスについて、国際的な価値の中で考えなければ、中部の物差しはできないと思います。あらゆることがそうでありますが、グローバルに考えないといけません。

箕浦啓進 委員（中日新聞社メディア局長）



名古屋はもともと中小企業の町であり、それらが名古屋を支え大企業を生んだ

この地域は、トヨタやスズキなど自動車産業中心でということになっていますが、トヨタにしてもスズキにしても最初はベンチャー企業だったわけです。ソニーもベンチャー企業からスタートしています。名古屋にある大きな企業はベンチャーから育ってきたところがたくさんあるわけです。ベンチャーというと、何となく胡散臭いとか新しいものというイメージがあるのですが、実は名古屋自体がもともと中小企業の町だったわけです。そしてそれが名古屋の産業を支え、さらに、そこから大きく育つ企業が出

て、今の中部地方を支えているところがあります。

新しい産業の目をそだてる施策、環境、風土を産学官が一体になって築くべき

もともと名古屋、中部地方は保守的と言われるのですが、その一方で大変進取の気象に富んだ所でありまして、ここで誕生した新しい事業、産業はご存じのようにいっぱいあります。それが事業化され、成功した企業が大企業になっていった。そういう過程が起きて、それが中部のモノづくりを支えてきたと思います。

ですから、そういう意味で新しい芽を育てる施策、環境、風土を考えていく必要があるのではないかと思います。教育と言うと固い感じになりますけれども、そういう機運をサポートするものを考えていく必要があると考えております。幸いこの地域には特色のある大学がありますし、さらには新しい研究施設ができております。そういうものを引き続き助長するとともに、官と産業が一体になって新しいベンチャーや中小企業の育成を考えていってほしいという気がいたします。

松尾稔 委員（名古屋大学総長）



長期目標をもったグランドデザインの策定は国土交通省として重要な任務

第1点目は、長期目標を持ったグランドデザインが必要であるということです。東海のこの地域、中部地域と言ってもいいですが、その地理的な条件とか、今まで持ってきた産業やモノづくりのポテンシャルとか気候の問題、それから人口減少の問題等々も合わせて、グランドデザインを描くべきであると思います。そういうものを描いた上で、マイルストーンを10年とか20年あるいはもう少し短く置いて、中期的な計画を立てていくといった姿勢が必要です。国土交通省というのは特にそういう視野を持ってやっていくべき省庁ではないかと思います。

大学においては、文系、理系を問わず研究の場と現場との関係を近づけることが必要

2点目は、先ほど鈴木さんのお話にも出ておりましたが、現在は大学あるいは大学の研究室と現場との距離が非常に遠くなったと感じております。私が学生であった頃や若い教官の時は、研究室の隣に現場がありました。私は土木出身ですから、名神も東名も臨海工業地帯もすべて、自分で設計しているつもりでやってきたわけです。

そういう意味では、現場が非常に近くにあってフィードバックできる状況がありました。このような関係が今はどうしてなくなってしまったのかということ、大学の側でもいろいろ分析し反省しています。病院と医学部の問題も同様です。これにはインターンシップの問題等々も絡んできますが、大学あるいは研究する場所と現場との関係をお互いに考えていくことが必要です。これは単に工学とか理学とか農学、医学という面に限った話ではなくて、もっと文系の面でも非常に重要なことだと思っております。

名古屋のプレゼンスの確立が重要課題

3点目は、名古屋のプレゼンスの確立が絶対不可欠だと思います。ですから、これもグランドデザインの中に描かれた中期計画の中で、どの分野はどのようにやるということを示していけばいいと思います。大学でも全国あるいは国際的なプレゼンスを高めるための努力をものすごくがんばっ

ています。

コアになる部分を見極め、そこへの重点的な配分が必要

4点目は、コアの部分と非コアの部分を見極めて重点的な取り組みが必要です。大学もこれまで文部省が経営してくれていたものですから、大学に経営という感覚は必要ありませんでした。しかし、今ではこれをどんどん取り入れていかなければならない状況になっています。そうになると、何でもかんでも全部平等に上げていくというスタンスでは、決して世界のトップグループと伍してやっていくことはできません。コアになる部分はどれとどれだということを決めて、そこへ重点的に配分していく。現在、非コアに見えていても、その中からものすごいコアに育っていくということもあるわけですから、そういうことをうまくバランスを取りながらやっていかなければいけないのではないかと思います。

清治真人（中部地方整備局局長）

今日の話は、産業であるとかモノづくりであるとかいうところを重点的にお話ししていただくような会にさせていただいたわけではありますが、たとえば経済産業省とも分担していく分野であります。しかし、国土交通省として、将来どのような国土を目指していくのか、国が持っている目標や地域が持っている目標、当然産業形態もそうではありますが、そういうことに対してしっかりと思いを致さなければならないということが大事なのであります。ものを作ること、ここで言っているのは社会基盤整備についてですが、社会基盤整備をやることが目標ではないのだというふうに意識転換を図っていきたいと思っております。

ただし、ビジョンを作るのに国土交通省の関係機関だけでいいものが作れるかということ、それはやはりご指摘のように、あまり特化した形はよくないと思っております。事務的には関係の省庁にもご意見を伺うようにしておりますし、できれば地方の各省庁の関係の仕事をやっている方々としっかりと連携を取るなり、それぞれの役割を確認しながら地域のためにやっていくというような場を積極的に設けるようなことも考えたいと思っております。

谷岡郁子 委員

地域的な重点投資の格差について合意形成をもっと本気でやる必要がある

現実の問題として地方の人は、名古屋とか東京ばかりが税金を使っているという気持ちがあるわけですね。そういうことに対して合意形成をもっと本気でやる必要があると思います。前回の会議で、水谷委員からお話がありましたように、自分の所はマイナスになっても全国的にプラスになるといった考え方が必要であって、私は何を作るかということよりも何を捨てるかということが大事なのだということをおっしゃっていたのではないかと思います。そういう意味では、重点投資ということが絶対必要だと思います。そういう点を含めて考えていかななくてはいけないと思います。

土屋彰男（中部地方整備局副局長）

運輸局長の方から付加価値の高い企業の話があったところではありますが、それについて私の意見を述べたいと思います。付加価値の高い企業がたくさん出てくるということと、それがうまく出て

こない、あるいは新しい産業も十分に起きてこないという場合についてどうなるかということですが、統計上の数字として見た場合には1人当たりの国民所得が下がるという形になってくるのではないかと思います。その結果として、国際的に見れば為替相場で調整され、国内的に見れば人口の移動が自由ですので、いわゆる圏域を超えた社会移動が行なわれるという形で調整されていくのではないかと思います。近畿圏が昭和40年代以降ずっと圏域が減少しているということに表れているように、付加価値の高い企業、新たな産業が出てくるとするのはやはり所得で調整されてくるのではないかと思います。

以上