地域経済

REGIONAL ECONOMY

1998. 3

ご　挨　拶

和歌山地域経済研究機構
理事長　小　田　　章

和歌山地域経済研究機構が実質的活動を開始してから、はや1年が経過しました。平成9年度事業として、当初2つの自主研究と2つの受託研究を予定しておりましたが、都合で受託研究の一つが取り消しとなり、計3つのテーマで研究を行ってまいりました。その概要につきましては本誌に掲載してある通りです。できるだけ早い時期にそれらを報告書として纏める予定でおります。

さて、政府は今年に入り、減税を始め景気回復を目的とした種々のテコ入れ策を打っておりますが、一向にその効果が現れる気配がありません。和歌山地域においても種々の施策が講じられてきたようですが、景気回復の兆しは一向に看取することができません。県経済の統計数値がそれを裏付ける格好になっております。過日発表された平成10年度の県予算案も、景気低迷を反映して歳入不足による歳出抑制の中で県経済をいかに活性させるかに腐心したものになっていますが、その活性化は楽観視できるものではありません。

また、今年度から第5次和歌山県長期総合計画が実施の運びになりますが、その計画を見る限り夢のあるバラ色の姿が描かれております。もちろん、未来に夢のある、豊かで住みよいコミュニティーを創造することは重要なことです。しかし、その計画をいかに遂行し、いかにして実現していくかが今後の課題であり、そのためにじっくりと将来を見極め、最良の策を勘案すること、つまり大局的な立場で和歌山地域のあるべき姿を模索・究明することが不可欠であります。そして、こうした課題の解決・遂行こそが本研究機構に与えられた究極の目的であると認識しております。

来年度も、本機構では3つのプロジェクトを予定しております。これらの研究を通じて微力ながら和歌山地域経済の活性化に寄与できますよう一意専心する所存です。とともに、本機構の活動に対し、機構関係者は言うまでもなく、機構外の方々から多くの助言、要望、批判等を頂戴し、機構の一層の充実を図ってまいりたいと思っております。最後に、本機構の今後の活動と成果に注目していただきたいと思います。

重要性を増す産学連携

近畿通商産業局総務企画部長
河　野　秀　樹

経済のグローバル化の進展の中、かつてない程の厳しい環境に直面している我が国経済が活力を取り戻すためには、国際競争力を有する新規産業の創出が不可欠です。特に、創造力豊かな人材や確かな技術力・経営戦略を持つ企業が、地域のポテンシャルを活用し、全国各地で新規事業展開を図ることになれば、日本経済の構造改革は確実に進み、新たな環境への対応が可能となるでしょう。

地域における新規産業創出のためには、大学における研究成果の産業界への移転の促進が重要です。なぜなら、大学には我が国の研究リソースの多くが集中し、技術・経営革新を生み出す大きなポテンシャルが存在するとともに、地域社会活性化の中核として地域の大学への期待が高まっているからです。しかし、我が国ではこれまでそのリソースが社会において十分に活用されてきたとは言い難いのが実状です。米国ではスタンフォード大学等における研究成果の産業界への移転が1980年代後半以降の米国経済全体の活力再生に大きく貢献したと言われています。

我が国においても、近時、産学に官を加えた産学官連携の重要性について「経済構造の変革と創造のための行動計画フォローアップ（平成９年12月閣議決定）」等において指摘され、政府としても、任期付任用制度の導入、兼業規制の緩和等大学の人材活用面からの手当てや地域コンソーシアム研究開発制度の創設等資金面での施策充実を図るとともに、大学等における研究成果について民間事業者への効率的な技術移転を行う技術移転事業者（TLO：Technology Licensing Organization）の支援のため、新規法案を今通常国会に提出しているところであります。特に中小企業は日本経済の雇用の７割を占め、かつ、新規産業創出の担い手と期待されていますが、その中の14％の企業でしか研究開発が実施されていないとの調査報告もあり、中小企業が大学等の外部の豊富な研究開発資源を活用できる環境整備がとりわけ重要になっています。

このような中で「和歌山地域経済研究機構」が、産学交流の一層の充実により地域経済の活性化を図られようとされて

いることは誠に時宜を得たものであり、その活動の成果が大いに期待されます。国の関連施策等の積極的ご活用により勢いを増しつつある産学連携の動きが更に加速され、確かなものとなりますことを心より祈念致します。

地域産業における市場構造の分析をめざして

―平成９年度Ａプロジェクト研究の中間報告―

チーフ　大　泉　英　次
（和歌山大学経済学部）

1　はじめに

平成９年度の和歌山地域経済研究機構Ａプロジェクト研究において設定されたテーマは、「和歌山県及び和歌山市の経済市場構造の特性とその対応について」というものである。平成９年６月に第１回の研究会を行い、和歌山商工会議所、和歌山社会経済研究所、和歌山大学経済学部からの各３名、合計９名のメンバーによる共同研究を開始して、今日にいたっている。

ここでは、①本プロジェクトにおける研究テーマの意味、②本プロジェクトにおいて採用された調査研究方法、③本プロジェクトにおける共同研究体制とその活動の経過、④最終的な調査研究報告書において予定されている内容、等について説明したい。

2　本プロジェクトにおける研究テーマの意味

近畿あるいは関西経済圏において、和歌山県経済がもっている特性はどのようなものか。これを「経済循環の地域的な特性」という形でとらえていこう、というのが本プロジェクトの基本的な目標である。

県経済の活性化、産業の振興そして県民生活の向上に必要な施策を考える場合、さまざまな施策が個々に独立して行われるのであっては、その有効性は限界がある。それぞれの施策が地域経済のどういう側面にたいして効果をもち、そしてその効果の相互関係はどのようなものか、が理解されることで諸施策の有効性は高まる。そのためにも地域経済の仕組み、その特性を理解することが必要なのである。

そもそも経済活動というものは、財およびサービスの生産→流通→消費の流れ（循環）から成りたっている。この経済循環は、市場経済の発達につれて、全国的な、あるいは今日では世界的な広がり（グローバル化）のなかで成立している

ことはたしかである。その意味で経済活動に国境はないし、境い目はない。しかし他方でやはり、社会的文化的な、あるいは行政的な側面をも考慮して、1つの相対的に独自なまとまりとして地域というものを考えることはできるし、地域における経済循環およびその特性をとらえる方法として、地域産業連関表が用いられる。地域産業連関表とは、1つの地域における、原材料・中間製品の部門間取引、賃金・利潤等の付加価値の構成、資本形成と最終消費について、投入と産出の構造を一定の期間（1年）でまとめたものである。ただし、そこではすべてが統計的に把握された経済量（金額）で表現される。したがって、これを見ただけで地域経済循環のありよう、その特性について具体的なイメージをえることは難しい。

ではどうすれば、地域経済循環についてのもっと具体的な、量的側面だけでなく質的な側面も含めた理解をえられるのか。これが本プロジェクトのもっとも基本的な課題である。

3　本プロジェクトにおける調査研究方法

この課題に接近するために本プロジェクトが採用した調査研究方法、手順は、つぎのようなものである。

和歌山県の産業のうち、まず製造業をとりあげて、その製造業に携わる諸企業の「市場構造」を調査分析しようというのである。

製造業の企業（もちろん、すべての産業の企業、経営もそうであるが）は、財の製造にあたって様々な種類の市場と関わりをもっている。原材料や資金を調達する。従業員を雇用する。製品を出荷あるいは販売する。これらの活動で企業が関わりをもつのは、原材料、半製品、最終製品の調達、出荷（販売）市場であり、労働市場、金融市場である。個々の業種、企業がこれらの市場とどのような形で関連をもつか、すなわち、どういう種類の財、商品をどういう規模、比率で調達するかは、それぞれの業種、企業のもつ製造技術のありかたによって決まってくる。本プロジェクトでは、これらを一括して産業（または企業）の「市場構造」と名づけている。

つまり、地域の経済循環の特性を、さしあたり、製造業の企業がそれぞれもっている市場構造の特性という側面から分析しようというのである。

つぎに、まず製造業の企業の調査から出発するといっても、

これまた業種や企業は多様であって決してひとくくりには扱えない。そこで、地域製造業を、①伝統企業型、②下請企業型、③革新企業型、④大企業型、の４つに類型化し、これらについて、それぞれ調達市場、販売（出荷）市場、雇用市場の特徴を分析することにした。

ここで、①伝統企業型とは、本県に独自な資源、技術あるいは技能等に基盤をもち、早くから発展を示し今日にいたっている企業群をさし、②下請企業型とは、主として県外の元方企業から部品・半製品製造、素材加工等の注文を請け負う形で営業している企業群をさす。また、③革新企業型とは、経営上あるいは技術上の高度な技術革新を達成し、これにもとづき顕著な成長をとげている企業群をさし、そして、④大企業型とは、全国的あるいは国際的に事業所を展開し、その事業本社あるいは事業所が本県に所在する企業群をさしている。

もちろん、本県に集積、展開する諸業種および企業群は、この４つの類型に完全に分類できるわけではない。４つの類型の複数にまたがるような特徴をもつ企業も多いのであって、その意味でこの類型分けは、あくまで諸業種、諸企業のそれぞれがもつ主要な側面に注目して行われるものである。

こうして、企業（ここでは製造業の企業）がそれぞれもつ市場構造は、企業の製造技術のありかた、そしてこの類型分けに示される経営上の特質によって異なっているという仮説を立て、これを実証的に検討することが、本プロジェクトの採用する調査研究方法である。

4　本プロジェクトにおける共同研究体制と活動経過

平成９年６月の第１回研究会以降、同年12月までに計６回の研究会を行った。この間、研究テーマについてのブレイン・ストーミングから始まって、調査研究の方法と調査研究計画をめぐる討論、さらに和歌山化学工業協会ヒアリング調査、太洋工業株式会社ヒアリング調査および視察を行ってきた。上に述べてきた、本プロジェクトにおける研究テーマの具体的な意味づけ、調査研究方法等は、これらの活動を通じて確認されてきたものである。

その後、調査研究報告書の作成にむけて、さらに研究体制をつぎのように再構成した。

調査研究の対象を、和歌山市およびその近隣地域における製造業に限定する。また、上記の4類型区分のうち、①伝統企業型、②下請企業型、③革新企業型、に該当すると考えられる業種、企業をとりあげ、これについて3つの研究チーム（各3名のメンバーで構成）を設けて、それぞれ調達市場、販売（出荷）市場、雇用市場の特徴を調査分析する。さらに、調査分析の統一性を保つため、崎山氏の作成にかかる調査票にもとづいて、関連する資料・データ等の収集と分析、業界団体あるいは個別企業にたいするヒアリング調査を行う。

平成10年1月以降は、こうした研究計画、手順にもとづき、各研究チームごとにそれぞれ活動しているところである。

5　調査研究報告において予定される内容

現在の時点で、最終的な調査研究報告において予定されている内容はつぎの通りである。

(1)　調査研究報告書のタイトルは「和歌山市地域産業の市場構造」とする。

対象地域は和歌山市（およびその近隣地域）とし、製造業を主たる対象とする。ただし、産業構造全般との関わりで、必要に応じて県域全体ならびに他産業にも及ぶ。

(2)　調査研究報告書の構成は大略つぎのとおりとする。

①最近の県産業構造とその変動

②最近の和歌山市域経済の動向ないし景況

③地域産業（企業）の諸類型とその市場構造

(3)　研究テーマである「経済市場構造の特性とその対応について」のうち、「対応」の意味は、ここでは各業種、企業において市場構造とその変化にたいする業界組織および個別企業としての対応はどういうものか、ということである。この点にも調査分析を及ぼすことで、県下の経済および産業の振興策にたいしても資するような成果を達成できるよう努力したいと考えている。

本プロジェクトの研究員は次の通り

和歌山大学：大泉英次、橋本卓爾、大澤　健

和歌山商工会議所：宮本澄麿、松下隆三、田中守成

和歌山社会経済研究所：中浴久雄、窪田正平、崎山頌一

ニーズの多様化と規制緩和の進展に伴う経営戦略

和歌山企業の活性化を目指して

ー平成９年度Ｂプロジェクト研究の中間報告ー

チーフ　崎　山　頌　一
（和歌山社会経済研究所）

バブル経済崩壊以後、日本経済は限りなくゼロに近い低成長を余儀なくされており、もはや構造的に行き詰まっているとも言われている。和歌山に於いても経済成長は全国の数字よりもさらに低い水準をさまよっている。このような経済の閉塞感を打破するために、官民あげて新産業の育成、ベンチャー企業の育成が叫ばれ、いろいろな施策が採られている。この背景には「規制緩和」と「消費者ニーズの多様化」という大きな社会経済環境の変化がある。この変化に対応して、活力あるベンチャー企業を育成し、やる気のある企業に新分野への進出を促し、日本経済の活性復活を図ろうとするものである。国や地方の経済、とりわけ個々の企業にとって環境の変化に合わせて、自らを変革させていくことが成長・繁栄するうえで最も重要なことである。

我々は、この環境変化のうち「規制緩和」と「消費者ニーズの多様化」を現在の和歌山企業に大きな影響を与えるものであるとの認識のもと、和歌山の企業がこれに対応してどの様な経営戦略に基づき、経営行動をとっているのか、その実体を把握し、合わせて今後どの様なことが必要なのかを調査するものである。

1．規制緩和について

日本の経済が活力を失いかけている。その原因は、第１に、自動車に続く大型有望商品が出ていないこと。第２として福祉の拡大をはじめ種々の要因により財政状態が悪化していること。第３には製造業の多くが日本の高コスト体質により国際競争力が低下していること。以上の３点が指摘されている。日本の高コストから海外に工場を移転する、いわゆる産業の空洞化の問題もいわれている。工場等の海外移転はその企業が生き残るためには致し方のないところであるが、日本の国

家としては大問題である。製造業が国際競争力を失った国で繁栄を続けられた国は、世界には存在しない。このような日本経済の閉塞感を打破し、産業活性の復活を図る切り札として、規制緩和が出てきたのである。

日本では社会全般にわたり各種規制が多く存在し、これが民間の自由な事業の発想を阻害しているというのである。この規制の存在のため、新規事業への取り組みの発想が出てこない。また一面では既存業界の利益が確保されており、これが企業の効率化を遅らせ、国際競争力が低下している大きな原因となっている。この規制を緩和することにより、新規事業が生まれ新たな雇用が生まれ、周辺業界が発展する。また規制緩和は非効率な業界のリストラクチャリングをも促進し、真に国際競争力のある、活力ある産業に復活させる。

93年に細川内閣が発足した時、1ドル100円を切ろうとする状況のなかで、これに対応する経済政策として初めて「規制緩和」が打ち出された。93年9月には94項目、94年2月の行革大綱では数百項目の緩和策がそれぞれ打ち出された。
94年7月には村山内閣は279項目の規制緩和策を閣議決定した。当初は遅々として進まなかった規制緩和も徐々に動き出し、今後、大きく進展するものと思われる。これまでの所、規制緩和の実施による大きな変化はないが、あえてあげると、新規の事業としては宅配便、地ビール、携帯電話、制度の改革では車検制度などいくつかが思い浮かぶ。

今後「規制緩和」が進展すると新規事業の誕生が多くなることが期待される。と同時に「規制緩和」はもう一つの面も押し進めることになる。それは、前にも述べた「既存事業のリストラ」を迫ることになる。既得権益を持つ業界にとっては、規制緩和により他の業態や業種からの参入が増え、競争が激化することは目に見えている。また需要そのものが減退することも予想される業界もある。いずれにしても日本の国家にとっては大競争、国際競争時代を迎え、産業全体が効率化を進め、国際競争力のある経済に転換する必要がある。そのためには大きな痛みを受ける産業、業界が発生することは避けては通れない。
また、各種の規制は消費者保護の側面も少なからずあった。この規制が緩和されることにより消費者保護が忘れられてはならない。消費者に支持されない企業は生きていけないので

ある。経営者のモラールも厳しく問われることになるであろう。

このように「規制緩和」は和歌山企業にとっても新たな事業への進出のチャンスでもあるし、また反面、今まで安泰であった業界にも厳しい環境が到来する可能性がある。この両面に対し、どの様な経営戦略で経営を行うのか、和歌山の経営者の真の能力が試される時代である。

2．消費者ニーズの多様化

規制緩和により新たに産業ができたり、新規参入者の増加により競争が激化することが想定される。新たな産業が成立するためには、そこで作り出される製品やサービスが消費者が買ってくれなければ商売として成り立たない。競争激化のなかで、誰が勝利するかの決定権は、やはり、消費者側にある。つまり消費者に支持されないと、新産業も生まれないし、競争激化のなかで存続できない。企業の発展の最大の要素は「いかに優秀な技術を持っているか」ではなく、「いかに売れる製品又はサービスを提供できるか」である。従って、消費者ニーズを的確に把握し、それにあった物づくり、サービスの提供が重要なことは自明である。

我々がこの研究のなかで業界関係者にお会いした中で「和歌山の企業は消費者ニーズに基づいた物づくりという考えがない」とか「和歌山の企業は相変わらずただ自社の技術で黙々と製品を作るだけ。自社で作っているものがどの様に使われているのか知らないところも多い」ということを何人かの人に聞かされた。

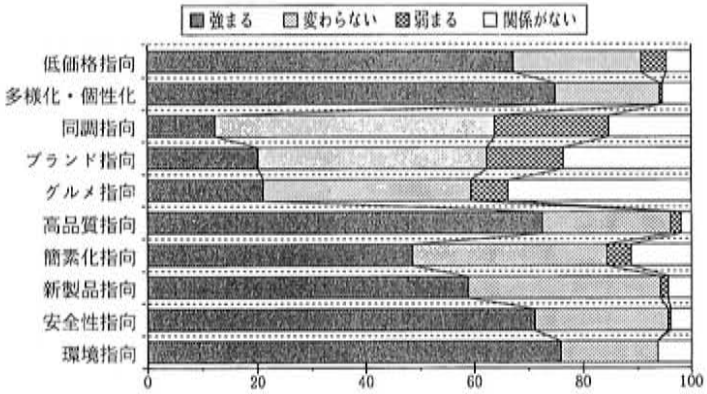
〈和歌山の製造業のニーズに対する考え〉

我々が和歌山の製造業に対し、「今後、消費者ニーズや取引先ニーズがどの様に変化するのか」についてアンケート調査を行った。この結果の一部を紹介したい。

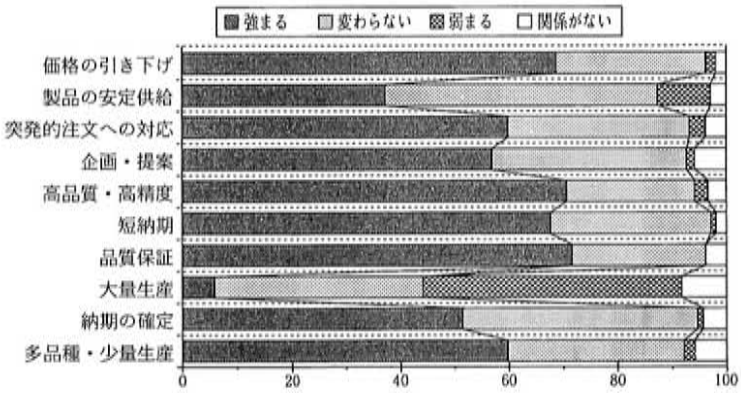
自社の製品について、今後さらに強まる消費者ニーズは、多様化・個性化、環境指向、安全性指向、高品質指向、低価格指向が高い比率を示した。

取引先ニーズ（その企業の直接販売先のニーズ）では、品質保証、高品質・高精度、価格の引き下げ、等が高比率であった。大量生産製品のニーズは弱くなると回答したところが圧倒的に多い結果となっている。

消費者ニーズについての考え



取引先ニーズについての見通し



これらのニーズに共通することは、低価格と高品質である。さらに、もはや大量生産の時代ではなく、消費者の様々な個性に合わせた、つまりニーズの多様化に合わせた個性的な製品づくりの時代といえる。より重要なことは和歌山の製造業の今後のニーズの捉え方ではなく、そのニーズに沿った経営戦略を採り、それに基づいた現実の企業行動はどうかである。

3．和歌山の製造業の経営実態

「規制緩和」と「消費者ニーズの多様化」の進展の中で、和歌山の製造業はどの様な経営戦略に基づいて企業行動をとっているのか、その経営実態を把握するために、アンケート調査を実施した。この結果について、和歌山の製造業の経営実態の一部を紹介する。なお、詳細な内容及び分析結果については、後日、報告書としてまとめたい。

なお、アンケート調査は我々の保有する事業所リストに基づいて実施したため、この結果が和歌山の製造業の全てではない。しかし、ある程度の実体が見えていると思われる。

(1) 事業年数及び創業の形態業歴

和歌山の製造業は業歴が古く、現経営者及び先代が創業した企業が圧倒的に多い。

事業年数と創業形態（事業所数の比率）　単位：%

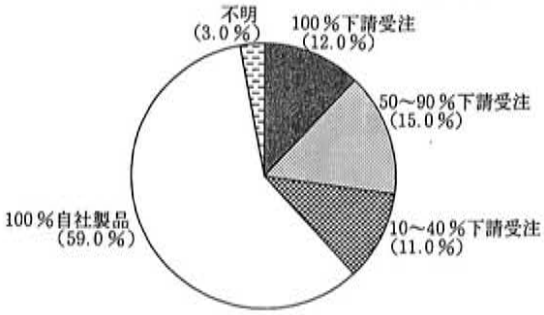
事業年数	現社長が創業	現社長の親族が創業	親会社の一部として創業	その他	計
5年未満	1.9	0.3	0.0	0.0	2.2
5～10年	2.5	1.1	1.1	0.3	2.5
10～20年	4.7	1.4	1.9	0.5	8.5
20～30年	13.2	4.1	1.1	0.8	19.2
30～50年	14.5	23.3	2.2	3.0	43.0
50年以上	1.4	20.3	0.5	2.5	24.7
計	36.7	50.4	6.0	6.8	100.0

和歌山の製造業は、ほとんどが30年、50年前は創業企業であった。業歴の新しい事業所が少ないのは問題と思われる。全国的に1年間の新規創業件数は既存事業所数の約4％と言われているが、その大部分が飲食店などの第3次産業であり、日本全体として製造業の新規創業の少なさが指摘されていろところである。

(2) 事業形態（自社製品か下請受注か）

和歌山の製造業で自社製品だけを作っている企業は、全体の6割を占める。売上の5割以上を下請受注している企業は、全体の1／4にすぎない。下請け受注を行っている企業の半数は自社製品の比率を増やしたいと考えている。

事業形態別事業所数（自社製品、下請受注）



以上のことから和歌山の製造業の多くが自社製品中心、より消費者のニーズが強く感じられるところで事業を進める意向であると言える。

(3) 和歌山の製造業の経営の実態

和歌山の製造業の経営について、アンケート結果の特徴的なことを一部紹介する。

経営方針	①新製品の開発により、売れる製品作り。 ②コストダウンによる利益確保
会社・製品の成熟度	①成熟段階（47%）　②衰退段階（15%） ③初期段階（9%）　④成長段階（9%）
自社の強み	①信用がある　②安定した取引先がある
経営上の重要課題	①販売力の増強 ②新製品の開発
事業内容	①新たな事業に取り組む（約6割） ②今のままの事業だけを続ける（約35%）
規模拡大	①拡大する（45%）　②現状維持（40%）
技術開発	①積極的に取り組む（約4割）
技術情報の満足度	①満足（3割） ②不満（4割）
自社の弱点	（同業他社と比較して） ①販売力　②研究・新製品開発力

(4) 業界の評価（他府県の同業者との比較評価）

所属する和歌山の業界全体を他府県の同業者との比較評価をお願いした。自社の評価よりも、自社が属する業界全体の評価の方がより客観的な評価が期待できると考えたからであろ。

ここに特徴的な項目について示したい。

評価されている項目	評価の低い項目
◇経営者の事業に対する熱意	◇社員教育・人事管理
◇経営者のリーダーシップ	◇経営の近代化
◇納期の早さ	◇世間の変化に対する対応
◇クレーム処理	◇新製品開発・企画・提案力
◇取引先のニーズへの対応	◇新事業展開への積極性
◇技術力	◇営業力

以上(3)の和歌山の製造業の経営実態と(4)の他府県の同業者の比較評価から和歌山の製造業の経営実態を総括すると、全体として、以下の傾向が強いと思われる。

・業歴は古く、長年の信用、取引先により営業を行っている。

・取引先のニーズには熱心に応えて来て、評価されている。

・経営者の事業に対する熱意は強いが、積極的事業展

開は少ない。

- 会社、製品共に成熟段階を過ぎつつあり、やや活力を失いかけている。
- 時代の変化への対応が遅れており、経営の近代化も遅れている。
- 自らの弱点を認識しており、その課題は新製品開発であり、販売力である。
- しかし、それを切り開く人材、情報、技術に欠けている。

4．和歌山企業の活性化に向けて

日本の経済の再活性化を目指して、ベンチャーブームが起こっている。ベンチャー企業は未完成の技術と活力だけが取り柄であり、その他の経営資源を持ち合わせていない。これを支援しようとしているのが今のベンチャーブームである。官民あげての支援の多くが資金であり、これだけでは経営を支える力にはなり得ない。企業が成長するためには多くの資源が必要である。資金、技術、マーケティング、管理等が総合されて初めて企業経営が成り立つのである。今回調査した和歌山の製造業は企業としての資源を持ち合わせている。ただ不足するのは新製品開発力と販売力（技術とマーケティング）である。企業を『経営者個人』ではなく、『組織』でうまく運営していく能力も不足しているようである。この辺の支援を総合的に組み立てられるなら、ベンチャーよりも遙かに大きな効果が得られるものと思われる。

今回の調査で技術面では和歌山県の工業試験場の評価が非常に高いという結果が出ている。反面、機能すら知られていないものも多い。業界団体、行政機関、大学、民間の機関、各種の交流会等の機能を総合的かつ有機的に機能させるならば、和歌山の製造業の活性の復活は可能と確信する。その最大の理由は、アンケート結果から和歌山の製造業にはバイタリティーあふれる経営者が多いからである。

本プロジェクトの研修メンバーは次の通り

和歌山大学：森口佳樹、吉村典久、佐々木壮太郎

和歌山商工会議所：宮本澄麿、金谷好泰、田中守成

和歌山社会経済研究所：崎山頌一、貝川雅章、都築良一

―― 事務局よりお知らせ ――

今回掲載したＡ・Ｂ両プロジェクトの最終結果報告書は、本年夏頃の発刊をめざして編集作業を進めています。

和歌山地域経済研究機構の平成10年度の研究テーマ（仮称）は、次の３つを予定しています。

- 和歌山県（市）域における産業構造の変化と雇用市場
- 和歌山県（市）域における消費市場と消費者行動
- 高次都市機能について

和歌山地域経済研究機構

〒640-8227　和歌山市西汀丁36　和歌山商工会議所内
TEL. 0734－22－1111　FAX. 0734－33－0543