

新潟県における産業の現状と施策展開について

安田信之助・利根川雄大

目 次

- I. はじめに
- II. 新潟県の経済・産業等の概況について
 - 1. 景気動向指数及び有効求人倍率の推移
 - 2. 新潟県の人口動向
 - 3. 新潟県の産業構造
 - 4. 新潟県の地場産業
 - 5. 新潟県の観光
- III. 新潟県における産業政策の展開について
 - 1. 「夢おこし」政策プラン
 - 2. 具体的な各施策の概要について
 - (1) 成長産業への参入促進
 - (2) 新潟県の強みを有する中小企業への支援
 - (3) 観光振興
- IV. おわりに

I. はじめに

地域経済を活性化する政策として、「地方創生」という言葉がよく使われている。内閣官房まち・ひと・しごと創生本部によると、「各地域がそれぞれの特徴を活かした自律的で持続的な社会を創生」することと定義されている^①。我が国全体として人口減少・超高齢化社会に突入した今、各地域が有する強みや特徴を最大限に活かして地域の経済・社会を活性化し、そのことを通じて我が国の持続的な経済発展につなげるという考え方である。換言すれば、東京や大阪等の大都市一極集中を是正し、人的、経済的資源を地方に分配することである。しかし、それを実現することは簡単ではない。過去これまで同様の取り組みがなされながらも、地方における人口減少を抑止できず、むしろ人口の大都市集中が進んでいる。本稿では、新潟県の産業政策等を例に挙げながら、「地方創生」を実現していくために必要な政策について論じる。まずはじめに、新潟県の経済・産業の概況を分析し、次いで新潟県で実施されている主な産業政策について考察する。そして、最後に新潟県の産業政策の今後の方向性について論じる。

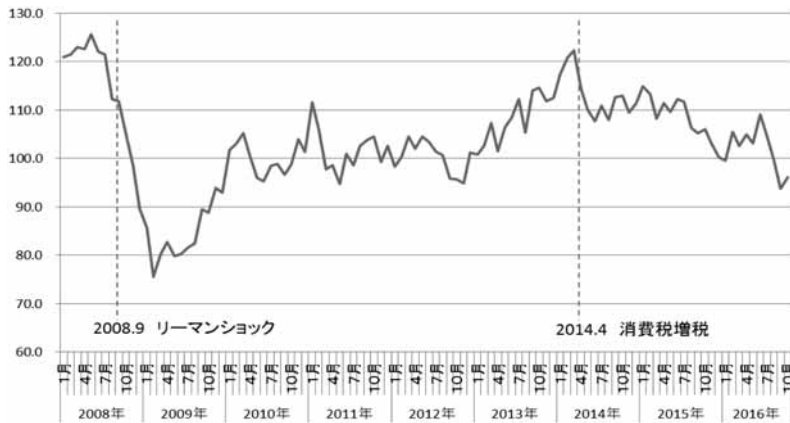
II. 新潟県の経済・産業等の概況について

1. 景気動向指数及び有効求人倍率の推移

新潟県の景気動向指数（図表1）によると2012年の後半頃から、いわゆるアベノミクスによる金融緩和、財政拡大によって、円高が是正され輸出環境が改善した。その結果株価上昇による資産効果、マインドの改善によって、景気動向指数は改善されてきた。しかし、2014年4月の消費税増税をきっかけに急速に悪化し、その後若干持ち直したものの、好況感を得るまでには至っていない⁽²⁾。

他方で、雇用動向については、改善傾向が続いている。有効求人倍率は（図表2）、リーマン

図表1 新潟県の景気動向指数の推移



出所：新潟県 HP <http://www.pref.niigata.lg.jp/tokei/> (2016年12月25日アクセス)

図表2 有効求人倍率の推移



出所：新潟県労働局 HP

http://niigata-hellowork.jsite.mhlw.go.jp/kakushu_jouhou/chingin_toukei/koyou_u.html (2016年12月25日アクセス)

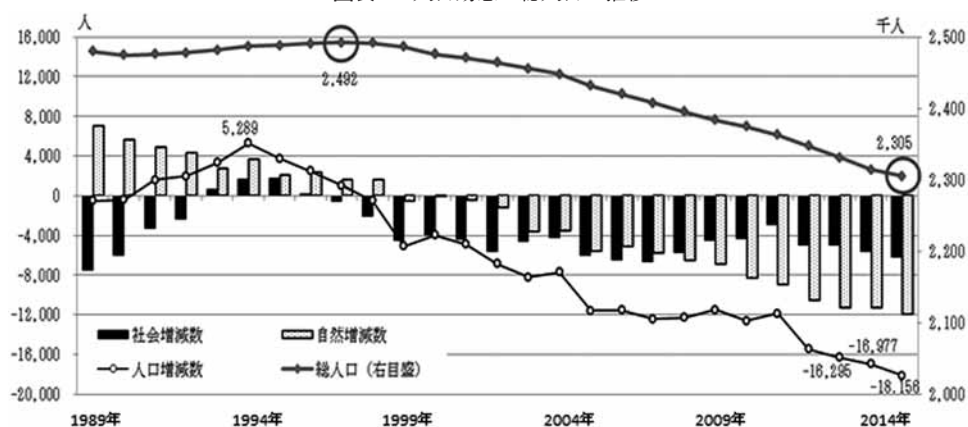
ショック後の2009年に0.44倍まで急激に落ち込んだ。2013年8月には5年5か月ぶりに1倍を超え、改善傾向が続いていた。2014年4月の消費税増税後に低下したものの、2015年8月以降は全国平均を下回りつつも上昇傾向で推移しており、2016年9月時点では1.35倍となっている⁽³⁾。

2. 新潟県の人口動向

次に、新潟県の人口動向について分析する。新潟県の現在の人口は約230万人で全都道府県中15位である。1997年の249万人をピークとして、全国に先駆けて減少してきている。特に、1999年から自然動態が減少に転じ、16年連続で拡大傾向にある。新潟県の2015年の自然減少数は11,980人で4年連続で1万人以上減少している。これが、人口減少の最大要因となっている。また、人口減少については、このような自然減少だけでなく、社会動態、つまり県外からの転入から、転出を差し引いたものも重要な要素となる⁽⁴⁾。

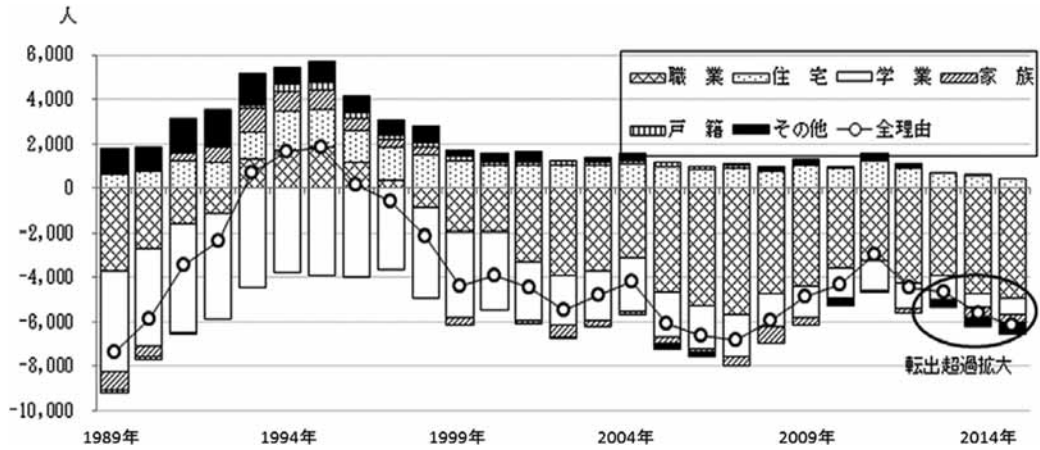
社会動態について、もう少し詳しく分析する。図表4は、新潟県の移動理由別社会動態の推移を表したもののだが、1993年から1996年頃にかけて、一時的に、社会減がマイナスからプラスに転じたものの、その後再びマイナスに戻っている。2000年までは学業理由が最も多い状況にあったが、2001年以降は職業理由が最も多くなっている。最新のデータである2015年の県外への転出超過数6,141人のうち、4,948人が職業理由となっており、ここ数年拡大傾向にある。また、図表5は転出入増加数(棒グラフ)と、東京都と新潟県の有効求人倍率の差を表したもの(折れ線グラフは右側の縦軸が1.00より大きいと、東京の方が新潟より有効求人倍率が高いということになる)であるが、東京都と新潟県の有効求人倍率の差が広がると転出超過が拡大する傾向にある。これは新潟県に限った傾向ではなく、大都市以外のほとんどの地方において首都圏等への人口流出が進んでいると考えられる。

図表3 人口動態と総人口の推移



出所：新潟県 HP <http://www.pref.niigata.lg.jp/tokei/1194797750548.html> (2016年12月25日アクセス)

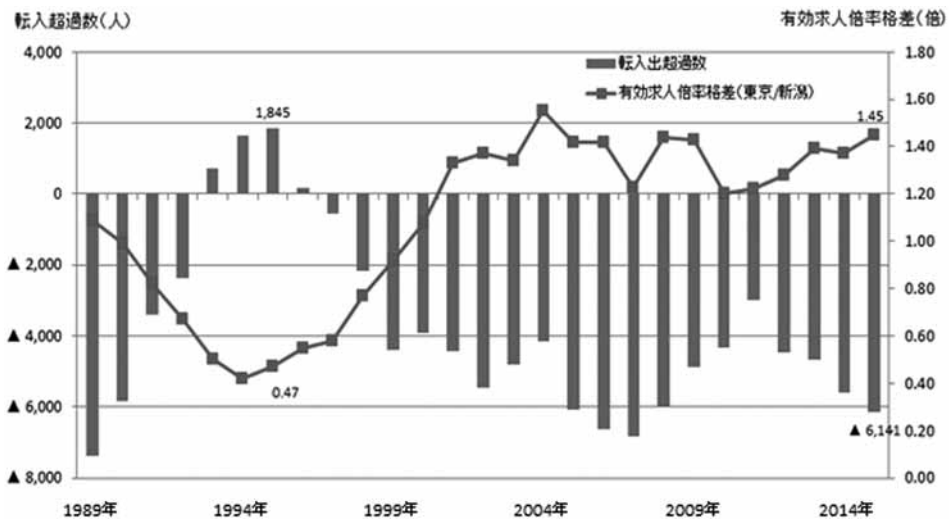
図表4 理由別社会動態推移



出所：新潟県 HP

<http://www.pref.niigata.lg.jp/tokei/1194797750548.html> (2016年12月25日アクセス)

図表5 県外転入・転出及び有効求人倍率格差（東京／新潟）の推移



出所：新潟県 HP

<http://www.pref.niigata.lg.jp/tokei/1194797750548.html> (2016年12月25日アクセス)

厚生労働省 HP

<http://www.mhlw.go.jp/toukei/list/114-1.html> (2016年12月25日アクセス)

そのため、人口の維持・拡大に向け、子供を産み育てやすい環境を整えていくとともに、雇用のミスマッチの解消や、若者が能力とやる気を発揮できる職場をつくり出していくことなどにより、人口の社会減少を減らす施策の展開が求められている。

3. 新潟県の産業構造

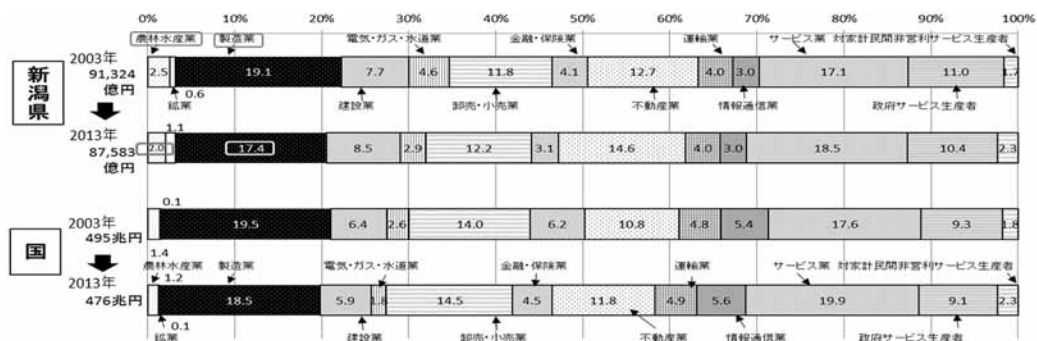
一般に、新潟県といえば農業県というイメージが定着している。しかし実際は県内総生産を産

業別に見ると、農林水産業の付加価値額は約 1,800 億円で 2.0% にしか過ぎない。それに対して、製造業は約 1.6 兆円で、全体の 17.4% を占めている⁽⁵⁾。全国との比較で見ると、農業、建設業、電気・ガス・水道業、不動産業で全国平均よりウェイトが高い。

新潟県の製造業の全国での位置については、2014 年の工業統計調査⁽⁶⁾によると、事業所数は、5,564 と、全国シェアは 2.7%，全国順位は 10 位となっている。人口や GDP の順位よりも高くなっている（人口は 15 位，GDP は 14 位）。従業員数は約 18 万 1 千人で全国 17 位，製造品出荷額等は 4.6 兆円で 23 位，付加価値額は 1.7 兆円で 20 位となっている。また，従業員 1 人当たりの製造品出荷額等や付加価値額を見ると，それぞれ，44 位，36 位とやや下位に位置している。そのことから新潟県は規模の小さい事業所が多く，生産性が高くないという実態が見えてくる（図表 7）。

続いて，図表 8 は新潟県の主要な製造業を業種別，項目別に示したものである⁽⁶⁾。事業所数では，金属製品が約 2 割を占め，最も多く，次いで食料品，生産用機械の順番になっている。従業員

図表 6 新潟県の産業構造



出所：新潟県産業労働観光部「新潟県の産業・労働・観光の現状と施策の展開」

図表 7 新潟県工業の概況（2014年）

	新潟県	全国		全国
		全国シェア	全国順位	
事業所数	5,564所	2.7%	10位	202,410所
従業員数	180,932人	2.4%	17位	7,403,269人
製造品出荷額等(億円)	46,426	1.5%	23位	3,051,400
従業員 1 人当たり(万円)	2,566	—	44位	4,122
全国比(全国=100)	62.3	—	—	—
付加価値額(億円)	16,731	1.8%	20位	922,899
従業者 1 人当たり(万円)	925	—	36位	1,247
全国比(全国=100)	74.2	—	—	—

出所：2014年工業統計調査

員数、製造品出荷額等及び付加価値額では、食料品が1位となっている。このことから食料品分野の製造業が優位である。加えて、全国と比べ、金属製品のウェイトが高いという特徴があることも分かる。全国的には製造品出荷額等や付加価値額でみると、我が国の基幹産業のひとつである輸送用機械が最も大きくなっているが、新潟県には大手自動車メーカーの最終組立工場等が立地していないため、輸送用機械の割合は高くない。

図表9はリーマンショック前と比べて、回復が進んでいる業種、遅れている業種を表したものである。製造業全体の製造品出荷額等は、リーマンショック前である2007年の約5兆2千億円から、2014年には約4兆6千億円と、6千億円余り減少している。業種別に見ると、リーマンショック以前の水準に回復している業種としては、化学、食料品、パルプ・紙・紙加工品、金属製品などが挙げられる。一方、回復が遅れている業種としては、電子部品・デバイス、機械（生産用・業務用・はん用）、情報通信機器、鉄鋼、輸送用機械、繊維などが挙げられる。周知のように米国でリーマンショックの発端となるサブプライムローン問題が顕在化する前は1ドル110～120円程度であった。その後のリーマンショック、東日本大震災を契機に円高が70円台後半まで進んだ。行きすぎた円高により、国内生産の国際競争力が大きく損なわれた。それに伴い、生産

図表8 新潟県の主要な製造業別の事業所数、従業者数等（2014年）

① 事業所数

業種	構成比%、順位	
	新潟県	全国
金属製品	①20.0	②13.2
食料品	②13.6	①13.4
生産用機械	③11.5	③9.4
繊維	④7.7	④6.6
窯業・土石業	⑤4.3	⑧4.9
参考 輸送用機械	⑬2.7	⑦5.1

出所：2014年工業統計調査

② 従業者数

業種	構成比%、順位	
	新潟県	全国
食料品	①18.9	①15.0
金属製品	②13.3	③7.8
生産用機械	③8.6	④7.4
電子部品・デバイス	④8.2	⑦5.2
電気機械	⑤5.3	⑤6.5
参考 輸送用機械	⑨4.2	②13.2

出所：2014年工業統計調査

③ 製造品出荷額等

業種	構成比%、順位	
	新潟県	全国
食料品	①15.7	③8.5
化学	②13.0	②9.2
金属製品	③11.3	⑧4.6
生産用機械	④7.1	⑦5.4
電子部品・デバイス	⑤6.8	⑨4.5
参考 輸送用機械	⑪3.8	①19.7

出所：2014年工業統計調査

④ 付加価値額

業種	構成比%、順位	
	新潟県	全国
食料品	①17.8	③9.5
化学	②12.0	②10.6
金属製品	③11.9	⑥5.8
生産用機械	④8.3	④6.7
電子部品・デバイス	⑤6.7	⑦5.3
参考 輸送用機械	⑦4.7	①18.2

出所：2014年工業統計調査

図表 9 工業統計に見るリーマンショック前との比較

産業中分類	製造品出荷額等				
	2007年	2014年	増減額	増減率	寄与度
製造業計	5,209,244	4,642,624	▲ 566,620	▲ 10.9%	▲ 10.9%
化学	498,794	605,445	▲ 106,651	21.4%	2.0%
食料品	698,570	728,350	29,780	4.3%	0.6%
パルプ・紙	201,172	221,888	20,716	10.3%	0.4%
金属製品	506,883	523,189	16,306	3.2%	0.3%
飲料・たばこ・飼料	71,683	75,300	3,617	5.0%	0.1%
木材・木製品	43,774	44,726	952	2.2%	0.0%
石油・石炭製品	21,052	20,536	▲ 516	▲ 2.5%	▲ 0.0%
皮革製品	4,215	3,035	▲ 1,180	▲ 28.0%	▲ 0.0%
家具・装飾品	45,051	42,501	▲ 2,550	▲ 5.7%	▲ 0.0%
ゴム製品	17,623	13,822	▲ 3,801	▲ 21.6%	▲ 0.1%
印刷	89,633	82,706	▲ 6,927	▲ 7.7%	▲ 0.1%
その他製造	38,695	30,275	▲ 8,420	▲ 21.8%	▲ 0.2%
窯業・土石製品	127,429	111,009	▲ 16,420	▲ 12.9%	▲ 0.3%
プラスチック製品	199,603	180,108	▲ 19,495	▲ 9.8%	▲ 0.4%
電気機械	283,319	257,067	▲ 26,252	▲ 9.3%	▲ 0.5%
はん用機械	256,681	224,357	▲ 32,324	▲ 12.6%	▲ 0.6%
繊維	110,493	73,860	▲ 36,633	▲ 33.2%	▲ 0.7%
非鉄金属	133,080	94,738	▲ 38,342	▲ 28.8%	▲ 0.7%
輸送用機械	218,017	177,029	▲ 40,988	▲ 18.8%	▲ 0.8%
鉄鋼	274,861	220,234	▲ 54,627	▲ 19.9%	▲ 1.0%
生産用機械	395,306	331,651	▲ 63,655	▲ 16.1%	▲ 1.2%
情報通信機械	188,729	114,264	▲ 74,465	▲ 39.5%	▲ 1.4%
業務用機械	232,674	149,116	▲ 83,558	▲ 35.9%	▲ 1.6%
電子部品・デバイス	551,906	317,420	▲ 234,486	▲ 42.5%	▲ 4.5%

出所：2014年工業統計調査

拠点の海外流出が進むとともに、大規模なリストラが行われたことなどが影響している。

次に、新潟県の産業構造の一つの側面として商業について分析する。経済センサス⁽⁷⁾によると、新潟県の小売業の事業所数は約2万3千事業所で全国第14位、年間商品販売額は2.3兆円で全国第15位であり、先述のとおり本県のGDPが全国14位なので、それとほぼ同じ水準ということになる（図表10、11）。大規模小売店の進出状況については、新潟県内では、10,000mを超え

図表 10 小売業の事業所数の全国順位

2014 順位	都道府県	事務所数			
		2012年	2014年	増減率	
	全 国			構成比	2014/2012
		1,033,358	1,024,881	100.0	▲ 0.8
				%	%
1(1)	東京都	98,661	101,172	9.9	▲ 2.5
2(2)	大阪府	67,429	66,820	6.5	▲ 0.9
3(3)	愛知県	53,843	53,723	5.2	▲ 0.2
4(4)	神奈川県	52,125	52,542	5.1	0.8
5(6)	福岡県	43,147	43,473	4.2	0.8
11(11)	広島県	24,652	24,386	2.4	▲ 1.1
12(12)	茨城県	23,800	23,546	2.3	▲ 1.1
13(14)	京都府	23,179	22,815	2.2	▲ 1.6
14(13)	新潟県	23,696	22,579	2.2	▲ 4.7
15(15)	長野県	19,556	19,470	1.9	▲ 0.4
16(17)	宮城県	17,920	18,607	1.8	3.8

出所：2014年経済センサス、2012年経済センサス

図表 11 小売業の年間商品販売数の全国順位

2014 順位	都道府県	年間商品販売数			増減率 2014/2012
		2012年	2014年	構成比	
	全 国	億円 1,148,523	億円 1,221,767	% 100.0	% 6.4
1(1)	東京都	152,247	158,551	13.0	4.1
2(2)	大阪府	81,488	84,014	6.9	3.1
3(3)	神奈川県	73,312	76,089	6.2	3.8
4(4)	愛知県	69,672	73,036	6.0	4.8
5(5)	埼玉県	57,115	60,530	5.0	6.0
11(11)	広島県	26,287	28,090	2.3	6.9
12(12)	茨城県	25,165	27,863	2.3	10.7
13(13)	京都府	24,756	25,537	2.1	3.2
14(15)	宮城県	21,986	23,627	1.9	7.5
15(14)	新潟県	22,072	22,849	1.9	3.5
16(16)	長野県	19,142	21,495	1.8	12.3

出所：2014年経済センサス，2012年経済センサス

る大規模な小売店舗が2002年以降に21店舗立地している⁽⁵⁾。大規模店舗は特に、新潟市周辺に集中しており、中心市街地の集客力が相対的に低下している。このような状況を背景に、大規模集客施設の適正立地を図ることを目的とした「にぎわいのあるまちづくりの推進に関する条例」を2008年に施行した。その後は大規模店の出店は沈静化の状況にある。

4. 新潟県の地場産業

新潟県内には、金属製品やニット、織物など、長い歴史と伝統を持つ多くの地場産業が存在している。例えば、三条、燕地域は、ともに江戸時代は和釘の生産が盛んであった。その後、三条では明治時代に利器工匠具の生産へ、燕では大正時代に洋食器の生産へと発展した。また、新潟県は国内では石油の産出量が最も多いが、長岡・小千谷・柏崎地域では、油田開発に伴う石油掘削などの機械産業が発達した。そうした技術の蓄積が、現在の工作機械や精密機械、鋳物関連などの集積へとつながっている。このような歴史的背景をもとに発達してきた地場産業だが、図表12に示されているように地場産地10年間の製造品出荷額の推移⁽⁸⁾を見ると、総じて製造品出荷

図表 12 地場産地の5年ごと10年間の製造品出荷額の推移

(単位: 億円)

		2004年	2009年	2014年
燕・三条	金属製品	1,620	1,348	2,052
長岡	機械他	1,725	2,491	2,996
五泉	ニット	254	116	115
見附	ニット	97	58	51
栃尾	織物	109	45	25
十日町	織物	70	39	32

出所：2004年工業統計，2009年工業統計，2014年工業統計
2014年新潟県繊維産地概要より作成

額が年々減少している産地が多い。

2004年と比較すると2014年は、ニットや織物の繊維産業において大きく減少している。その背景としてはライフスタイルの変化、新興国の台頭等が要因である。今後消費者ニーズを的確に捉え商品開発を行う必要がある。また、他社他業種との連携等によりいかにして魅力ある商品を提案していくかが課題である。競合に負けない技術力をいかに維持・向上させていくかが要請される。

次に地場産業の地域別の特徴や強みについて分析する。新潟地域では米菓、水産練り製品などの食料品の出荷額が多くなっている。三条・燕地域では金属製品、長岡地域（長岡・出雲崎）でははん用・生産用・業務用機械器具、上越、妙高地域では、電子部品・デバイスの出荷額が多くなっている。新潟県のものづくり地域で代表されるのは、三条・燕地域や長岡地域だが、これらの地域は、金属加工や機械加工のためのあらゆる加工技術が蓄積されている。いわゆる「素形材産業」が集積した地域と言われている。「素形材」とは、素材に熱や力を加え、形をつくる部品や部材のことを指す。素材には、金属をはじめ木材、石材、窯材、ゴム、ガラス、プラスチックなどがある。これらを素形材に変えるための、鋳造、鍛造、プレス、粉末冶金など、さまざまな要素技術を有する事業所が集積している。また、同地域は金属製品、機械製品等を製造するために必要な金型産業が発達している。この中には国内外に誇れる優れた企業が多い。

上越地域は三条・燕や長岡周辺とは異なる産業形成がなされている。豊富な水資源を活かした化学工業、鉄鋼・非鉄金属をはじめとした大規模工場が立地している。また、半導体製造工場の立地も多く、ハイテク技術を支える地域である。

新潟県域全体に及ぶ地場産業として、新潟清酒が挙げられる。新潟清酒の出荷数量は、大規模なメーカーの立地する兵庫（灘）、京都（伏見）には及ばないものの全国3位となっている⁽⁹⁾。県内には90の蔵元があり、蔵元の数是全国一である。各蔵元が、それぞれ個性的で高品質な酒造りを行っている。新潟県では、特定名称酒と呼ばれる「吟醸」、「純米」、「本醸造」といった高品質なお酒の製造割合が6割以上を占めている。他の県を圧倒して高いのが特徴である⁽⁹⁾。このような高品質な清酒を造り出すため、新潟県では、醸造試験場を中心に、業界が一体となって、酒造技術の維持・向上や酒造りの技術を受け継ぐ人材の育成などに取り組んでいる。

5. 新潟県の観光

図表13は新潟県における観光入込客数の推移を表している⁽¹⁰⁾。これによると過去10年間に於いて、大河ドラマの放映、トキめき新潟国体が開催された2009年の「大観光交流年」がピークとなっている。その後リーマンショックに伴う景気の低迷や東日本大震災の影響等により、大きく減少した。近年は回復傾向を見せており、2014年では、7,299万人、前年度比1.9%増となっている。観光は多くの地域で幅広い事業者が関わっている裾野の広い産業である。その経済効果

図表 13 新潟県観光入込客数の推移



出所：新潟県 HP

<http://www.pref.niigata.lg.jp/koryu/1245960085415.html> (2016年12月25日アクセス)

は、宿泊業のみならずサービス業や商業、運輸業など多岐に及んでいる。新潟県が2012年に公表した県内観光地の経済波及効果等に関する調査⁽¹¹⁾によると、観光客の消費総額は4,159億円で、経済波及効果まで含めると5,644億円になる。これは県内総生産額の3.4%相当を占め、農林水産業、電気・ガス・水道業を大きく上回っている。観光業は54,000人の雇用効果と、406億円の税収効果をもたらしている。

Ⅲ. 新潟県における産業政策の展開について

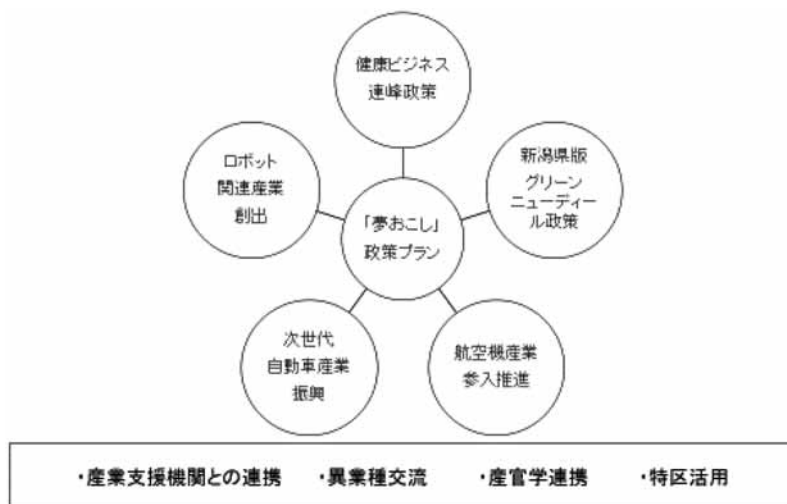
1. 「夢おこし」政策プラン

新潟県は、県の行政計画として最上位に位置づけられている「夢おこし」政策プランを2006年に策定した。産業政策としては「産業夢おこしプラン」の名称として、「新潟県産業をめぐる経済環境を整え、産業の高付加価値化を進める」ことを政策目標として施策を展開している⁽¹²⁾。主要目標数値としては、「名目県内総生産額を2016年度まで年3.0%程度の成長を促すことにより、9兆6千億円を目指す」こととしている。

そのため、「付加価値創造型産業の振興」に力点を置き、企業育成の推進、新潟のブランド化、雇用対策、企業誘致、観光推進等の施策を進めている。その他、それぞれの政策の柱ごとに個別の数値目標を立て、その進捗状況や結果について、外部有識者委員会から評価を受けながら、フィードバックするPDCAサイクルにより、改善を進めている。

新潟県の産業構造や県内企業を取り巻く状況を整理すると、

図表 14 新潟県の「夢おこし」政策プラン



出所：筆者作成

- ・県内企業は、経営規模が小さく、中間財の生産・下請け取引が主流となっており、十分な付加価値・利益が得にくい構造となっている
 - ・県内経済はこのところ停滞している。デフレ・為替変動の影響、原材料価格の上昇、消費税増税による影響、人手不足などで、依然として中小企業を中心に厳しい経営環境にある
- こうした状況を踏まえ、新潟県としては、企業の新たな取り組みへの支援や成長分野への参入の促進、地域経済の下支えと投資需要の喚起、安定した雇用・就労を支えるための各種の取り組み、企業誘致の推進など、県内中小企業への支援を総合的に取り組んでいる。

2. 具体的な各施策の概要について

(1) 成長産業への参入促進

① 健康ビジネス連峰政策

健康・医療・福祉関連分野は、少子高齢化の時代においても市場の伸びが期待される分野である。この分野で付加価値の高いビジネスが多数輩出されるように、2006年より「健康ビジネス連峰政策」を推進している。2009年10月に発足した民間経済団体「健康ビジネス協議会」⁽¹³⁾などの協力のもと、これまでに健康ビジネス関連企業、大学、医療関係者を含む多様な主体による連携を促し、商品開発に必要な経費の助成等、事業化への支援を行ってきた。こうした取り組みにより、高齢者が安心して食べることができる非常食など、市場訴求力の高い取り組みによって成果がでてきている。また、2008年度から全国の健康ビジネス関連企業、大学、医療関係者が課題を共有し異業種間交流を行う「健康ビジネスサミットうおぬま会議」も開催している。

さらに、新潟県を代表する食品産業においては、現在、新潟県の先進性と優位性を持つ技術を

発展させ、世界をリードする産業に育てる取り組みが進展している。例えば、食品に対し、加熱によらず、高圧処理技術を施すことにより、殺菌・低菌効果、有用成分の増加効果、物性変化など、食品の付加価値を高める取り組みである。高圧処理技術を施した食品の認証制度の構築や、高圧食品の開発支援や技術の普及啓発活動も展開している。

② 新潟県版グリーンニューディール政策

再生可能エネルギーの活用を促進することにより、地球温暖化問題といった環境問題に対処しつつ、県内産業の活性化につなげる取り組みをしている。「新潟県版グリーンニューディール政策」の推進である。具体的な取り組みとしては、太陽光発電をはじめ、海洋エネルギー、地熱発電、小水力発電などの取組の支援などである。また、電気エネルギーだけにとどまらず、再生可能エネルギー熱として、雪冷熱、地中熱活用の取組も併せて実施している。

新潟県の今後の展開としては、多様な地域資源の活用可能性をさらに追求し、海流や洋上風力などの海洋エネルギー、雪冷熱や地中熱などの再生可能エネルギー熱の有効利用の取り組みの促進である。出力が気象条件などによって変動するという再生可能エネルギーのデメリットに対応するため、電気自動車のリユース蓄電池を活用した研究等、電気系統に与える負荷を低減させる取り組みが行われている。

③ 航空機産業参入推進

前述したように、新潟県には、金型や精密機械部品の製造に高い技術力を有する企業がたくさんあることから、これらの企業の強みを活かし、世界的に市場が拡大している航空機産業への参入を支援する事業として、以下のような取組を2012年度から展開している。

(i) 工業技術総合研究所における技術支援

エンジンの燃焼効率向上や機体の軽量化に必要な耐熱・軽量材料は、切削が難しい材料が多い。こうした素材の加工技術の確立のために、新潟県の公設試験研究機関である工業技術総合研究所において、高速切削加工技術の研究開発を進めてきた。2012年からは国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構の「次世代構造部材創製・加工技術開発」事業に参画⁽¹⁴⁾、航空機部品メーカーが必要とするアルミ合金の高速切削加工技術開発を担当するなど、積極的に国のプロジェクトに関わりながら工業技術総合研究所自ら技術に関する研究を実施している。こうした技術の蓄積をベースに、参入を目指す県内企業との共同研究などを通じて関連する技術の移転や指導を行うことで、県内企業の技術の高度化をサポートしているところである。また、工業技術総合研究所で「航空機産業参入研究会」を立ち上げ⁽¹⁵⁾、航空機産業へ参入した企業や参入を検討する企業を対象に、情報提供を行うとともに、関連する大手メーカーとのマッチングなどを行っ

ている。そのような取組を通じ、県内のものづくり企業の技術力が認められ、実際に大手の航空機メーカーとの間で、関連部品の量産や試作品といった受注につながったケースも現れ始めている。また、県内に航空機関連企業の集積が見られるようになった。

(ii) 品質管理能力の向上

航空機産業では、極めて高い安全性の要求から、厳しい品質管理が行われており、関連製品の受注を受けるためには、徹底的な環境整備が求められる。航空機産業特有の品質認証である JISQ 9100 や国際航空宇宙産業における特殊工程や製品に対する国際的な認証制度である Nadcap を取得していることは、航空機関連部品の製作・受注するための“運転免許証”と言われており、品質マネジメントシステムを確立することは航空機産業に参入するためには不可欠なものである。新潟県では、そのような認証を取得するために専門家を企業に派遣する際、必要となる経費を一部負担する等の支援を 2014 年から実施しており、県内企業の環境整備を進めている。

(iii) 人材の育成・確保

上述のとおり、航空機産業は技術面・品質管理面等、様々な場面で特有の技能・知見が求められることから、参入を検討している企業が自社で専門的な知見を有した人材を育てることが難しいという課題が存在する。そのため、新潟県では 2016 年に、航空機部品製造に携わっている企業や新規参入を検討している企業の従業員を対象に、継続的な人材育成講座を実施している（延べ 15 日 97 時間）。航空機産業に関する技術的な知識をはじめ、経営側面からのノウハウ等もテーマにして講義を行う他、現場見学会として大手重工メーカーの製造現場を視察、部品製造に関する具体的なロードマップの作成を行うといった具体的な研修を実施。今後も、継続的な実施を行う方向である。

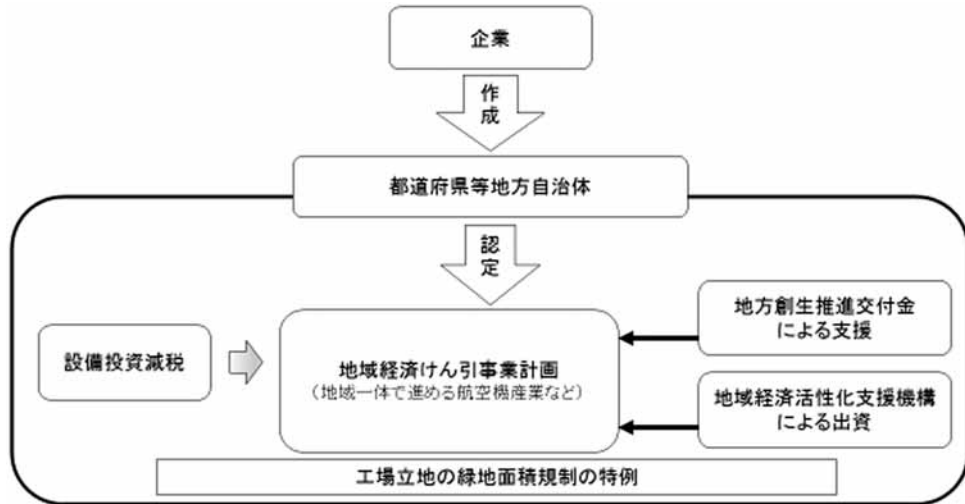
(iv) 企業ネットワークの構築

航空機業界で経験を積んだ人材（大手重工メーカーや航空機業界の OB 等）をアドバイザーとして県内企業に派遣し、その経験や知見を活かした現場指導を行う他、人脈を活かして新たな販路の獲得を含む取引の拡大や、企業連携の促進を行う支援を実施している。

政府は企業立地促進法を改正し、2017 年度から IT や観光、農業、地域一体で進める航空機産業などの先進的な事業に取り組む各地域の企業を支援する政策を実施する予定である。

設備投資した場合は法人税を優遇し、国が認めた場合には「機械・装置」の取得で投資額の 4 %の税額控除か 40%の特別償却が認められる。建物や付属設備などに関しては 2%の税額控除か 20%の特別償却が認められる⁽¹⁶⁾。

図表 15 地域経済のけん引企業の支援策



出所：日本経済新聞 2017 年 2 月 9 日「地域の先進企業支援」の記事を参考に筆者作成

④ 次世代自動車産業振興

自動車産業は、依然として我が国のリーディング産業であり、自動車関連産業への参入促進は新潟県経済の発展に寄与するものと考えられる。そのような考え方の下、県内企業が持つ優れた技術力を生かして、新規参入や受注拡大の可能性を探るとともに、産学官が連携した次世代自動車の研究等を推進するため、「新潟県次世代自動車産業振興協議会」を 2013 年に設立した。同協議会では、専門家によるセミナーや講演会のほか、アドバイザーによる支援を通じて、県内企業の技術開発を促進するとともに、自動車メーカー等への提案力向上を支援している。また、東北の各県と連携しながら自動車関連産業の育成を目指した取組も進めているところである。東北地域との連携会議では、毎年、トヨタグループ企業向けの商談会を開催しており、新潟県からも 10 社程度が出展して取引拡大につなげている。現在、自動車業界では自動運転等の次世代技術開発が進められている。今後、こうした流れが加速することが予想される。新潟県においても革新的な技術開発や、産学官連携による研究等を促進することで、県内企業のビジネスチャンスの獲得を支援している。

⑤ ロボット関連産業の創出

ロボット技術は、介護をはじめ様々な分野の現場における作業負荷の軽減や、人手不足等の課題解決に向けて活用が期待されている。今後ロボット産業は市場の大幅な拡大が期待されている。新潟県では、こうした市場の伸びが期待されているロボット関連産業への参入を促進するため、ニーズ発信会等による情報発信や、県内関連企業の掘り起こし、関連製品等の開発支援を行っている。

(2) 新潟県の強みを有する中小企業への支援

① 県制度融資による円滑な資金調達支援

制度融資は、金融機関の資金調達コストの一部を県が負担することに加えて、信用保証協会の損失を県が補償する制度である。これによって、中小企業・小規模企業者への円滑な資金供給を行うものである。一般的な事業資金の他に、不況対策資金である「セーフティネット資金」や、経営改善のための借換資金がある。十分な新規融資枠を確保することで、金融面でのセーフティネット機能の充実を図っている。また、創業・第二創業時の資金調達のための「創業等支援資金」や、積極的な設備投資を行う企業のための「フロンティア企業支援資金」の制度もあり、これらにより、引き続き中小企業の円滑な資金繰りを支援している。

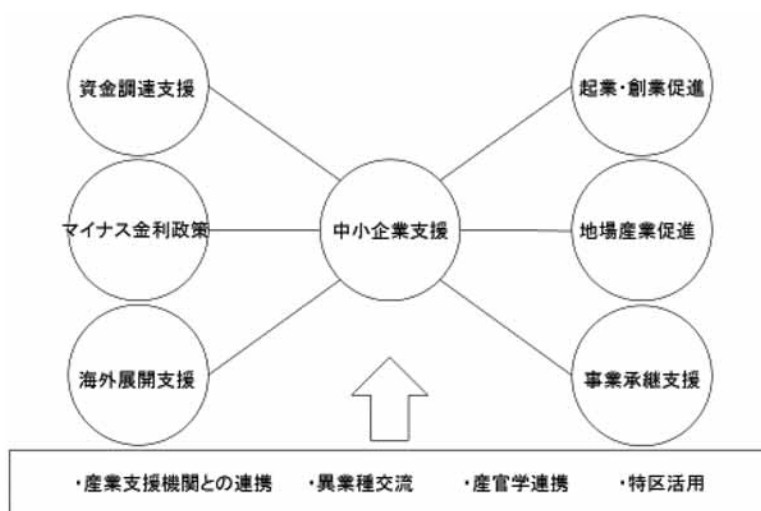
② マイナス金利制度

マイナス金利制度とは、企業が設備投資を行うため、金融機関から借入を行う際に、その利子相当額の金額を助成する制度である。実質的に利子がマイナスになるという助成制度のことである。海外市場開拓、新分野進出等に向けた設備投資を行う企業を積極的に支援している。企業規模にかかわらず設備投資を行う企業を広く助成対象とすることで、県内の設備投資を促進している。

③ 販路等の海外展開支援

新潟県ではジェトロ等と連携して、中国、韓国、ロシアのほかに、成長著しいタイやベトナム、シンガポールなど東南アジアをはじめとした海外での販路開拓を目指す県内中小企業の取り組みを

図表 16 新潟県の中小企業支援



出所：筆者作成

総合的に支援している。海外での見本市や商談会への参加は、初めての場合は特に敷居が高いのが実情である。現地の情報収集、海外マーケティングへのノウハウや経費面での支援、海外でのコーディネーターの紹介や、国際特許の出願など、幅広く支援を行っている。その他、「営業拠点の設立」や「現地企業との提携（代理店獲得）」により海外市場の獲得を目指す取り組みを支援している。マーケティングから販路開拓まで一貫した支援の実施である。

④ 起業・創業の促進

ベンチャー企業や、若者の起業を増やし、地域経済の活性化を図ることを目的として、総合的な起業・創業支援を展開している。独創的な技術やアイデアを持って新規創業する起業家への資金助成のほか、UターンやIターンによる起業や若者・女性による創業を加速化させる取り組みを強化している。ラーメン店やネイルサロンといったより身近なビジネスで起業する起業家の支援についても併せて実施している。加えて、創業準備オフィスなど創業した企業の活動拠点の提供、創業関連セミナー等を開催するなど、起業意識の醸成の取組なども積極的に推進している。

⑤ 地場産業の振興

長年にわたり、地域の経済や雇用を支えてきた地場産業を再び活性化するための施策である。地域社会の持続的発展の核とし、地域経済の活性化や雇用の場の創出といった地方創生を実現するため、地場産業の振興を総合的に支援する政策である。具体的には、地場産地が策定する3年程度の中期的な振興計画に基づく取組に対する支援や、産地課題の解決に向けた、市場調査や情報収集などの取組に対する支援を行っている。

⑥ 事業承継の支援

県内企業の経営者の高齢が進む中、新潟県内の約6割の企業が後継者不足という状況である。新潟県特有の強みを有する事業者の事業活動の継続に向けた支援が重要になっている。そのような問題意識の下、2015年7月に県内の産業支援機関に「事業引継ぎ支援センター」を開設した。事業承継の専門家が、事業承継に悩む企業からの相談に対応し、外部民間専門家とも連携しながら、事業引継ぎを希望する企業との仲介、M&Aなどを総合的に支援する制度である。更に、2015年11月からは「後継者バンク」事業を開始した。事業者からの相談や起業家とのマッチング等を総合的に支援している。

(3) 観光振興

新潟県では、観光に携わる事業者や、県民、行政が一丸となり観光振興に取り組むことで、観光客にもう一度新潟へ足を運んでもらえるよう「おもてなし」の心の徹底を図っている。県民ひ

とりひとりが新潟に愛着の持てる社会の実現を目指して、2009年度に「新潟県観光立県推進条例」を制定した⁽¹⁷⁾。

条例に定められた基本理念を実現するための具体的なアクションプランとして、「新潟県観光立県行動推進計画」⁽¹⁸⁾を定め、「観光旅行者の満足度を高める」、「より多くの観光旅行者から何度も訪れてもらう」、「より長く滞在してもらう」という観点から数値目標を設定するとともに、「北陸新幹線開業」、「新規市場を視野に入れた外国人旅行者の誘客拡大」、「満足度の高い観光地づくりによるリピーターの確保」、「Wi-Fiなど情報発信環境の整備促進」という4つの重点方針を定めている。さらには、「①観光立県の実現に向けた戦略的な施策」、「②観光立県の実現に向けた各種基盤整備」、「③外国人旅行者、コンベンション誘致」の3つの柱で施策を分類し、観光振興に取り組んでいる。

「①観光立県の実現に向けた戦略的な施策」の具体例としては、食を活かした観光客の満足度を向上させるため、国内外・外国からのご当地グルメを集め、食の魅力を全国発信する「国際ご当地グルメグランプリ」を開催している。ここで総合第1位を獲得した「柏崎鯛茶漬」が全国規模のグルメイベントでもグランプリを獲得するなど、一定の成果も現れ始めている。

「②観光立県の実現に向けた各種基盤整備」の具体例としては、魅力的な景観を活用した地域資源の整備や、観光業の発展に必要な人材の育成など、旅行者の受入体制の充実・強化が挙げられる。

「③外国人旅行者、コンベンション誘致」の具体例としては、外国人旅行者の来訪促進に向け、現地の旅行フェアや観光説明会への参加を通じたプロモーションを実施するほか、国際会議の誘致などの取り組み強化が進められている。

IV. おわりに

新潟県では、夢おこし政策プランを中心とし、様々な施策を展開している。また、その取り組みをしっかりとPDCAサイクルで改善させながら、地方創生に向けた取り組みを進めている。地方創生に関する施策を点検し展開する際、特に重要なのは、多くの地方が抱える課題のひとつとも言える「人口減少」をいかに食い止め、「人口増」を実現するかということである。つまり、少子化対策に関する施策に加え、いかに域外からの人口流入（Uターンで戻ってくることも含め）を実現するかということである。そのためには、その地域においてしっかりとした雇用が確保されることが重要である。雇用を確保できる魅力的な産業を興すことが政策的に求められるのである。

新潟県には、強みを有する様々な地域資源が多く存在している。これまで成長産業として推進してきた健康ビジネス連峰政策は、新潟県の強みの一つである「食」を着想の原点とし、様々な

図表 17 新潟県の新たな取り組みと政策方向



産業分野が横断的に関わるような取り組みを進めてきた。その結果として従来なかったような価値のある商品やサービスの開発を後押ししてきた。また、エネルギー分野では、太陽光に加え、新潟県に豊富に存在する水資源を有効に活用した大小の水力発電が有望である。それに加え、日本海側に吹く強い風を活用した陸上や洋上の風力発電、冬に積もる膨大な量の雪を冷熱利用しようとする取り組みも注目される。更には、長大な海岸線に裏付けされた海流を発電に活かそうという取組も先進的である。このような未来型の成長産業は、すぐには結果が出るものではないが、地方特有の強みを生かして、産業創出につなげることは、まさに地方創生の手本となるであろう。

歴史的な経緯を経て比較優位を有し、地域の雇用を支えている地場産業の支援も忘れてはならない。このような地場産業の多くは中小企業や小規模企業であり、ヒト・モノ・カネといった経営資源に乏しい事業者が多い。行政や様々な産業支援機関がしっかりと連携し、事業者の要望を真摯に受け止め、伴走的な施策の企画立案、執行が求められている。たとえ事業規模が小さくとも、優れた技術力を有する事業者は数多く存在している。その有用性と魅力を広く発信し、地域の雇用に繋げていく工夫が今後の重要なポイントになる。

このように、地方にはその地方にしかない強みが必ず存在し、事業規模に関わらずにその強みを下支える事業者が存在する。地方行政における産業政策に求められることは、自分たちの地域がどの分野で比較優位を有しているか、どのような魅力を持っているのか、それをどのように伸ばしていくのかという点である。また、地域に存在する事業者は、どのような技術を強みとして持っているか、何が足りていないのかということも、冷静に分析することが重要である。

周知のように、今日のグローバル化の下ではヒト・モノ・カネ・企業は国境を越えて移動する。したがって地域の産業集積においても国際的な繋がりを考えることが重要である。現在、製造業の生産工程は分割され、国際的にネットワーク化し分業が行われている。各国はそれ

それぞれ得意な特定の工程に特化して国際間分業を行っている。これがグローバル・バリューチェーンである。新潟県の産業をさらに活性化するには、こうした国際的ネットワークに県内の産業集積を組み込んでいくことが重要である。特にアジア地域におけるグローバル・バリューチェーンに直接繋げることができるかが大きな課題である。グローバル・バリューチェーンに繋げることができれば新潟県の産業は大きな飛躍が期待できるのである。

バリューチェーンに加わる際に重要なものが上述した比較優位である。したがって、何が新潟県の産業の比較優位なのか、県内の企業の得意な分野は何か、その分野で国際的に勝負できるのか、それらを見極めることで地域経済の発展に活用することができるのである。

このような国際的な視点に立って、地域の課題やニーズにマッチした施策を機動的に実施していくことである。「地方のことは地方で考える」、これが地方創生時代に求められる地方自治行政の基本姿勢だと考える。

《注》

- (1) 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部 HP
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/> (2016年12月25日アクセス)
- (2) 新潟県「景気動向指数」
<http://www.pref.niigata.lg.jp/tokei/1356858724343.html> (2016年12月25日アクセス)
- (3) 新潟県労働局 HP
http://niigata-hellowork.jsite.mhlw.go.jp/kakushu_jouhou/chingin_toukei/koyou.html
(2016年12月25日アクセス)
- (4) 新潟県「新潟県人口移動調査」
<http://www.pref.niigata.lg.jp/tokei/1194797750548.html> (2016年12月25日アクセス)
- (5) 新潟県産業労働観光部「新潟県の産業・労働・観光の現状と施策の展開」
- (6) 新潟県2014年工業統計調査結果
<http://www.pref.niigata.lg.jp/tokei/1356836816133.html> (2016年12月25日アクセス)
- (7) 総務省統計局「経済センサス」
<http://www.stat.go.jp/data/e-census/> (2016年12月25日アクセス)
- (8) 新潟県工業統計調査より作成
- (9) 新潟県酒造組合「数字で見る新潟県の清酒」
- (10) 新潟県「新潟県観光入込客統計調査」
<http://www.pref.niigata.lg.jp/koryu/1245960085415.html> (2016年12月25日アクセス)
- (11) 新潟県「県内観光地の経済波及効果等に関する調査」
<http://www.pref.niigata.lg.jp/koryu/1331672416499.html> (2016年12月25日アクセス)
- (12) 新潟県「夢おこし」政策プラン
<http://www.pref.niigata.lg.jp/seisaku/1194192983778.html> (2017年1月13日アクセス)
- (13) 現在は「一般社団法人健康ビジネス協議会」
<http://kenbikyuu.jp/>
- (14) 国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構 HP
http://www.nedo.go.jp/activities/ZZJP_100098.html (2017年2月20日アクセス)
- (15) 新潟県工業技術総合研究所 HP

http://www.iri.pref.niigata.jp/ad_balloon/H28aerospace/index.html (2017年2月20日アクセス)

- (16) 日本経済新聞 2017年2月9日夕刊「地域の先進企業支援」
- (17) 新潟県観光立県推進条例 (2008年12月26日公布, 2009年1月1日施行)
<http://www.pref.niigata.lg.jp/koryu/1231099363290.html> (2017年1月13日アクセス)
- (18) 新潟県「新潟県観光立県推進行動計画」
<http://www.pref.niigata.lg.jp/koryu/1356772722727.html> (2017年1月13日アクセス)

参考文献

- 経済産業省 (2004) 「工業統計調査」(2004-2014)
- 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部 (2016) 「まち・ひと・しごと創生総合戦略 2016 改訂版」
- 新潟県 (2012) 「県内観光地の経済波及効果等に関する調査」
- 新潟県 (2013) 「新潟県観光立県推進行動計画」
- 新潟県 (2013) 「夢おこし」政策プラン (改定版)
- 新潟県 (2014) 「新潟県繊維産地概要」
- 新潟県 (2016) 「景気動向指数」
- 新潟県 (2016) 「新潟県人口移動調査」
- 新潟県 (2016) 「新潟県観光入込客統計調査」
- 新潟県産業労働観光部 (2016) 「新潟県の産業・労働・観光の現状と施策の展開」
- 新潟県酒造組合 (2016) 「数字で見る新潟県の清酒」
- 安田信之助編著 (2014) 『地域発展の経済政策』創成社
- 安田信之助編著 (2015) 『日本経済の再生と国家戦略特区』創成社

On the State of Industry and Industry-related Policies in Niigata Prefecture

Shinnosuke YASUDA and Yuta TONEGAWA

Abstract

Beginning in the latter half of 2012, because of monetary easing policies and expanded fiscal budgets on the national level, there was a corrective push against the strong yen, leading to an improved export environment, and rising stock values led to an onset of the wealth effect; these factors helped boost Niigata Prefecture's diffusion indexes. However, the consumption tax hike in April 2014 triggered another downturn. Though that was remedied, thereafter, the market did not manage to reach a prosperous state, and it continues to hold a cool mood. On hiring trends, though the active jobs-to-applicants ratio fell sharply to 0.44 in 2009, after the Lehman shock, it finally surpassed one-to-one in August of 2013 after five years and five months below that watermark — and it continues to rise. Though it did fall after the aforementioned consumption tax hike, it has trended positively once again since August 2015.

Let us continue by looking at population, a deeply-connected figure with economic power. At present, Niigata Prefecture's population is approximately 2.3 million, which is on a decline outpacing the nation after its peak of 2.49 million in 1997. We particularly note that natural movement turned negative as of 1999 and has been more and more negative in each of the past sixteen years. Natural loss of population for Niigata has been greater than 10,000 for four years in a row leading up to 2015, when it was 11,980. This is the greatest factor behind Niigata's population decline. Further, this population decline has other major factors beyond natural reduction; the change in social movement from positive to negative, implying that more are leaving Niigata to other prefectures than coming to it from others, has also played a major role. Population reduction from social factors in 2015 was 6,141; this and natural population reduction needs to be dealt with through agile policy development.

The common perception about Niigata may well be one as an agricultural region, but if we look at the total prefectural production, we see that the value-added from agriculture, fisheries, and forestry comprises ¥180 billion, or 2.0%. By comparison, manufacturing provides ¥1.6 trillion, or 17.4%. If we were to also compare this nationally, we would see that the weightings for agriculture, construction, power/gas/waterworks, and real estate are higher than the national average.

In the manufacturing industry overall, manufactured goods shipments fell from ¥5.2 trillion in 2007, the year of the Lehman shock, to ¥4.6 trillion in 2014, a drop of around ¥600 billion. Though shipments have returned to or surpassed pre-Lehman shock levels for chemicals, foodstuffs, pulp/paper/paper products, and fabricated metal products,

recovery still lags behind for electronic parts/devices, machinery (for production/business/general use), information and communications-electronics equipment, iron and steel, transportation equipment, and textiles. Though USD/JPY was between 110 and 120 before the Lehman shock, the Lehman shock and Great East Japan Earthquake helped send it down into the high 70s, causing serious loss of global competitiveness for domestic production and the likely ensuing movement of production hubs overseas.

Niigata Prefecture has enacted an overarching policy plan called Yume Okoshi, or Creating Dreams. Its industrial policies seek to increase the value added in industries and improve the economic environment in Niigata. It works to revitalize industries that create value-added, promoting company cultivation, a strong Niigata brand, better hiring policies, inviting corporations to operate in Niigata and encouraging tourism initiatives.

If we were to interpret Niigata Prefecture's industry composition and the state of companies operating within the prefecture as outlined above, we notice that these companies are of small scale and that they are often involved in the production of intermediate goods or in subcontracting. This is a composition with a poor disposition toward earning high value-added/profit. Further, the prefecture's economy is in a cooling-off state. With deflation and exchange rate variation, the increased consumption taxes and raw material costs — along with insufficient labor — have naturally helped constrain business management, particularly for small- to medium-sized enterprises. Given this scenario, there are broad-based industrial policy initiatives in place to primarily support the prefecture's small- to medium-sized enterprises, specifically by 1) supporting new corporate initiatives, 2) promoting entry into growth fields, 3) propping up the regional economy and stimulating investment demand, 4) conducting initiatives aimed at supporting stable hiring/employment, and 5) promoting the invitation of corporations to work in Niigata.

This paper discusses the state of industry and industrial policy development in Niigata Prefecture.