

# 中部経済とベンチャー・ビジネス

名古屋市立大学経済学特任教授 近藤 邦治

## 1. 経済の概況と企業の対応

中部地域の経済活動の中心である輸送機器産業は、2007年をピークに減少傾向にある。第1図は、トヨタ自動車の国内生産台数動態を示しており、2007年の420万台から、2012年度の300万台と、30%の減少となっており、国内の内訳では、東北・九州での生産台数を引くと、中部地域での生産台数は、40%減前後になっていると想定される。

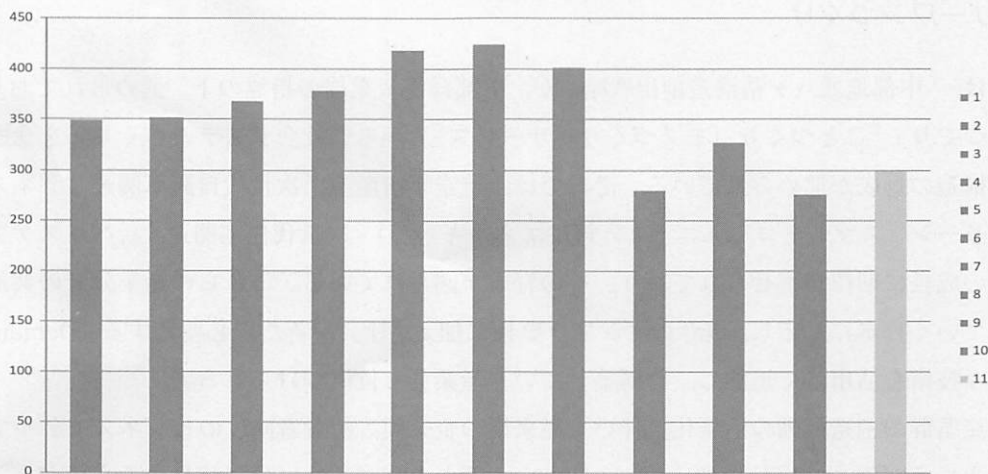
第2図は、中部地域の鉱工業生産指数を示しているが、2008年のリーマンショック、東北大震災により最近の景気の変動は大きなものがある。

## 2. 新規事業への取り組み

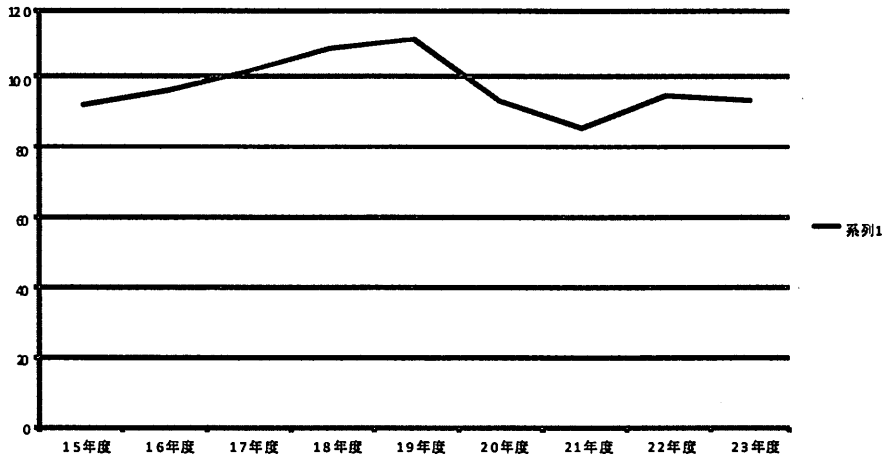
企業は、国内外の市場環境変化に対応し、様々な取り組みを開始している。

国内市場は、少子高齢化に伴い縮小傾向にあり、各企業は新たな製品・市場の創出に向け、新規事業への取り組みを盛んにしており、脱下請け化を図るためにヘルスケア産業や、省エネ産業など、今後成長が期待される市場への新たなチャレンジを始めている。それらの動きを捉え、中部経済産業局では、「中部地域八ヶ岳構造創出戦略」展開している。また、新たな市場を求め、成長著しい海外市場に向けた進出と円高を活用したM&Aが進められている。そこでは、グローバルな視野を持った人材の活用と、知的財産

第1図



第2図 中部の鉱工業生産指数



への対策・戦略が必要となっている。

### 3. 企業の対応

第3図では、日本の地位と置かれた立場が大きく変化しつつあることを示している。製造業のみならず小売業も数多くの企業が海外での事業展開が急速に進みつつある。

新潟県の「パール金属」（資本金 6000 万円，従業員 600 名）では、自社への中国人研修生との信頼関係を基に、中国でのテナント展開に成功し、大きな成果を出している。

一方で、海外進出には多くのリスクが存在する。事業展開上のリスクとともに、カンントリーリスクとしての政変などの社会的リスクや、セキュリティリスクがあり、特に知的財産権の保護と対策が重要である。海外進出では、必ず技術やノウハウの流出が、多かれ少なかれ生ずるとの認識に立ち、日本国内でのたゆまぬ技術開発を継続できる体制の維持が肝要となる。

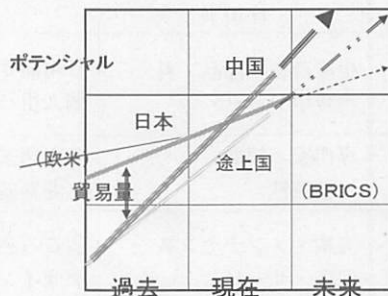
### 4. オンリーワンづくり

当地域では、「中部地域八ヶ岳構造創出戦略」が、中部経済産業局の指導の下、進められており、これまでの「モノづくり」「ことづくり（モノづくり+サービス）」から「社会システムづくり」を念頭に置いた新たな産業構造の形成が進められている。そこでは、航空宇宙産業、次世代自動車関連ビジネス、グリーンアンドグリーン（スマートコミュニティ、再生エネルギー等）、次世代住宅関連、新ヘルスケア産業等の産業分野の成長に期待が寄せられており、その育成が図られている。これらの産業分野の共通点は、少子高齢化していく日本に対応し、既存のインフラ整備に加え、社会が新たに必要とする（Demand）インフラを、新たな技術を活用して追加し、再構築していく産業群と位置づけられる。

これらの産業群の創造活動の活発化に伴い、従来型の企業間、消費者向けのビジネスモデルである B to B、B to C、というビジネス区分に加え、B to D という新たなビジネス区分に注目する必要がある。これま

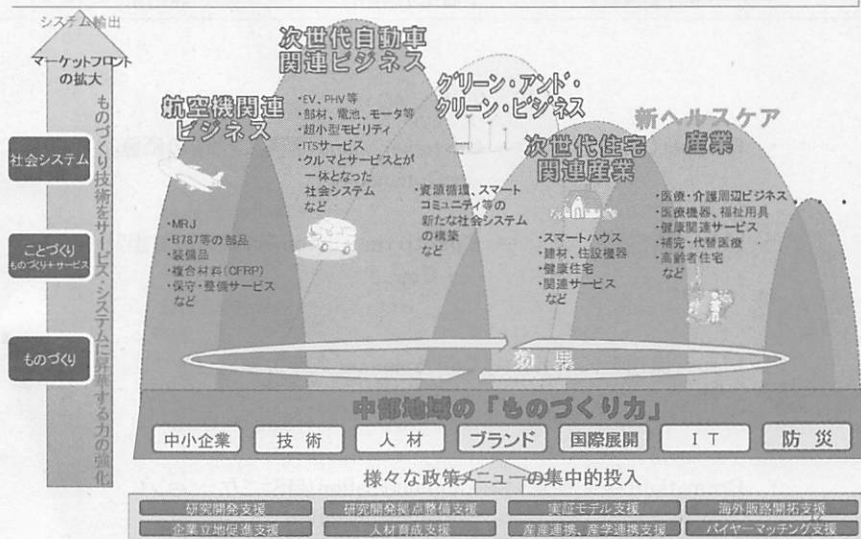
第3図 日本の立ち位置

・ GDP比較



中部地域ハケ岳構造創出戦略

中部地域に存在する高度なものづくり基盤技術の集積を行政経営のベースとして、急激な社会構造、産業構造の変化に対応すべく当地域オリジナルの成長戦略を展開する。



での B to B, B to C, というビジネス区分では、モノやサービスの選択が、一企業や一個人の判断で行われていたが、B to D という、新たなビジネスにおいては、コミュニティや社会全体という観点での選択要素が追加されることである。ここで注目すべきは、選択に当たっての判断に「社会性」という基準が入ってくることである。これまでも、インフラ構築を進めてきた官公庁は、社会性、コミュニティへの貢献などが、予算執行上の判断基準とされてきているが、一般の人々にも、震災などの災害を経て、購買行動の基準に「社会性」や「持続可能な (sustainable) 社会の構築」「未来重視の購買行動」という意識が大きくなってきている。

この3つのモデルの違いを、第4図に示した。また、新たな産業分野でのマーケティングについても、4P, 4C という観点から、4S (社会性) への変化が求められる。

日本における産業活動の重点は、品質向上、特許戦略、情報活用へと変化してきたが、2010 年台にはグローバル化と社会性がキーワードと変化してきており、ここで大切なことは、「次世代までも視野に入れた社会貢献」という意識が、企業活動に求められている。国際的な基準である ISO では、2010 年に

第4表 B to BとB to C・B to Dビジネス

	B to B	B to C	B to D
製品例	生産設備・部品・料 業務用パソコン	日用品サービス 個人用パソコン	医療・福祉機器 スマートハウス エコカー、メガソーラー
客先	専門家・複数 (継続性)	非専門家・単数 (非継続性)	医療従事者 プロ、単数or集団
選択基準	実績・メンテナンス 保証・サービス	値ごろ感 デザイン	性能・実績・操作性 薬価、採算性 補償・サービス
決定ルール 決裁・判断	厳しい 組織判断・説得性	緩い 値ごろ感	厳しい 社会性
事業規模 only one	Global	Local	Global & Local 認可
支援機関	(専門支援者)	商工会議所	専門家

4P, 4C から 4S へ

- **Product(製品)** ⇒ **Customer Value(顧客にとっての価値)**  
→Commodity  
→Social Value
- **Price(価格)** ⇒ **Cost to the customer(顧客の負担)**  
→ Cost  
→Social Cost
- **Place(流通チャンネル)**⇒ **Convenience(入手の容易性)**  
→Channel  
→Social Use
- **Promotion(販売促進)**⇒ **Communication(コミュニケーション)**  
→Communication  
→Social Network

ISO26000「社会的責任に関する手引き」が制定され、2012年3月にはJIS規格として定められ、社会的責任の世界標準として、各組織に早急な対応が求められている。

そこでは、組織統治、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、消費者課題、コミュニティへの参画およびコミュニティの発展という、7つの中核的課題を通じて、持続可能な社会の形成と、より良き社会の構築を目指し、経済活動を展開していくことが、国内外での企業活動に求められ企業や個人の活動により強く求められている。

## 5. 産学官連携と支援の活用

新産業への対応や新規事業の創出に当たっては、産学官の連携が重要でありその効果的活用では、基礎研究、応用研究、商品化研究を、大学、公的研究機関、企業が、効果的に連携し、分担連携する必要がある。また、それらの壁を超えるためには、多くの支援機関や公的な専門家・支援者を活用すること効率的

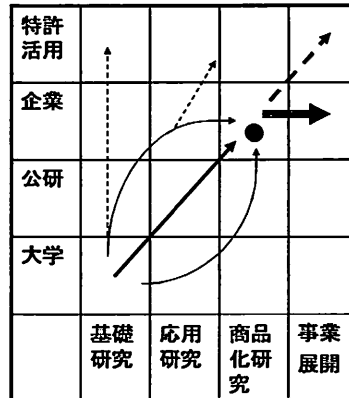
新規事業創出活動（機関・機能・人・資金）

- 経営資源（人、物、金、情報、時間）
- ステージ：

↓

シーズ探索・公開  
 特許相談（創出・保護・活用）  
 公的評価  
 資金相談（研究・運転・・・）  
 人的相談（会社づくり、人・・・）

- AD、CDR、MGR  
 協力・活用関係構築  
 共同体の形成  
 → 壁を越えるお手伝い



であり効果的である。

以上

（2013年1月7日受理）