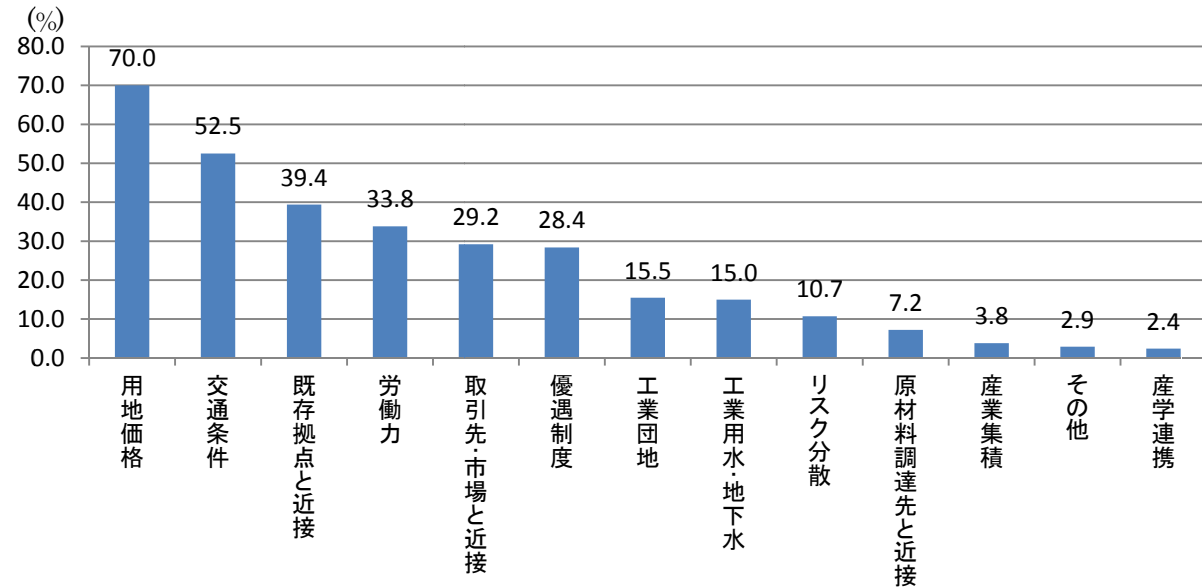


## 企業投資を促す環境整備

○ 企業がグローバルな視点で最適立地や生産ネットワークの構築を進めている中、愛知・名古屋がグローバルな生産ネットワークの中の拠点としての地位を高めていくためには、**企業の投資を呼び込み、立地しやすい環境を整えていくことが必要である。**

(図表1) 立地選定時に重視する要件(製造業)

工場等の新規立地選定時に重視する要件としては、用地価格、交通条件、既存拠点との近接性、労働力の確保などが上位の項目として挙げられている。



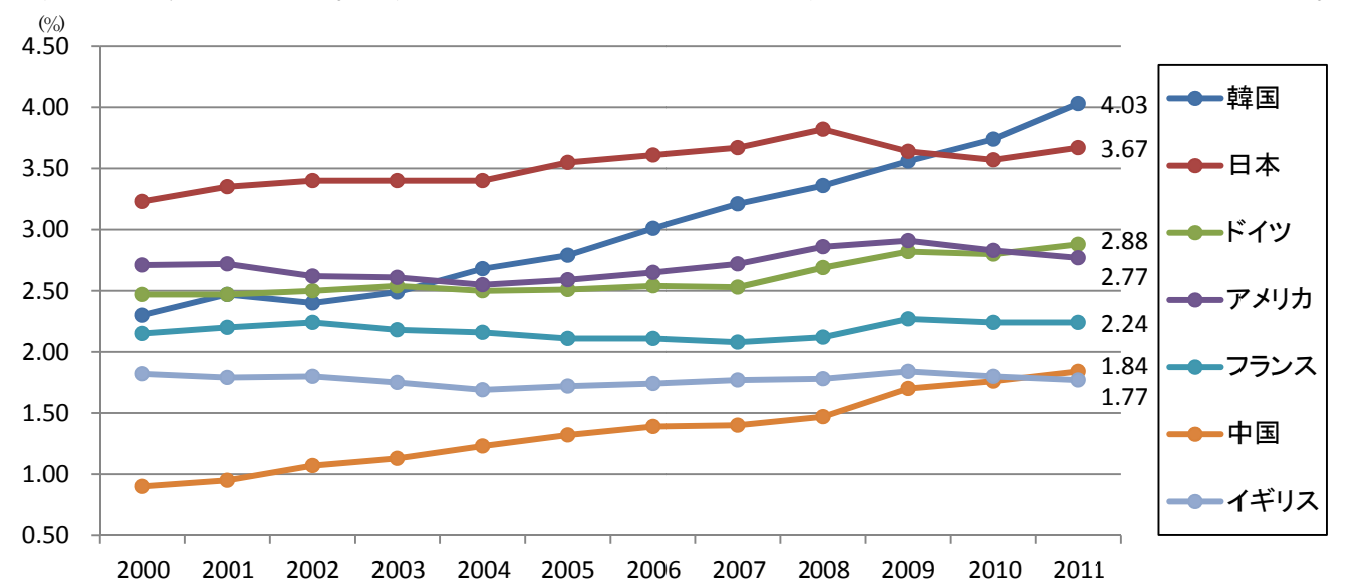
(資料: (一財) 日本立地センター「新規事業所立地計画に関する動向調査(2012年)」)

## 研究開発機能のさらなる強化

○ アジアをはじめとする新興国の技術力が向上する中、愛知・名古屋のモノづくり産業の**競争力をさらに強化**するためには、産学行政の連携を一層図りながら、革新的な製品や産業技術などを生み出す**研究開発力を高める**ことが必要である。

(図表3) 主要国の研究費対GDP比の推移

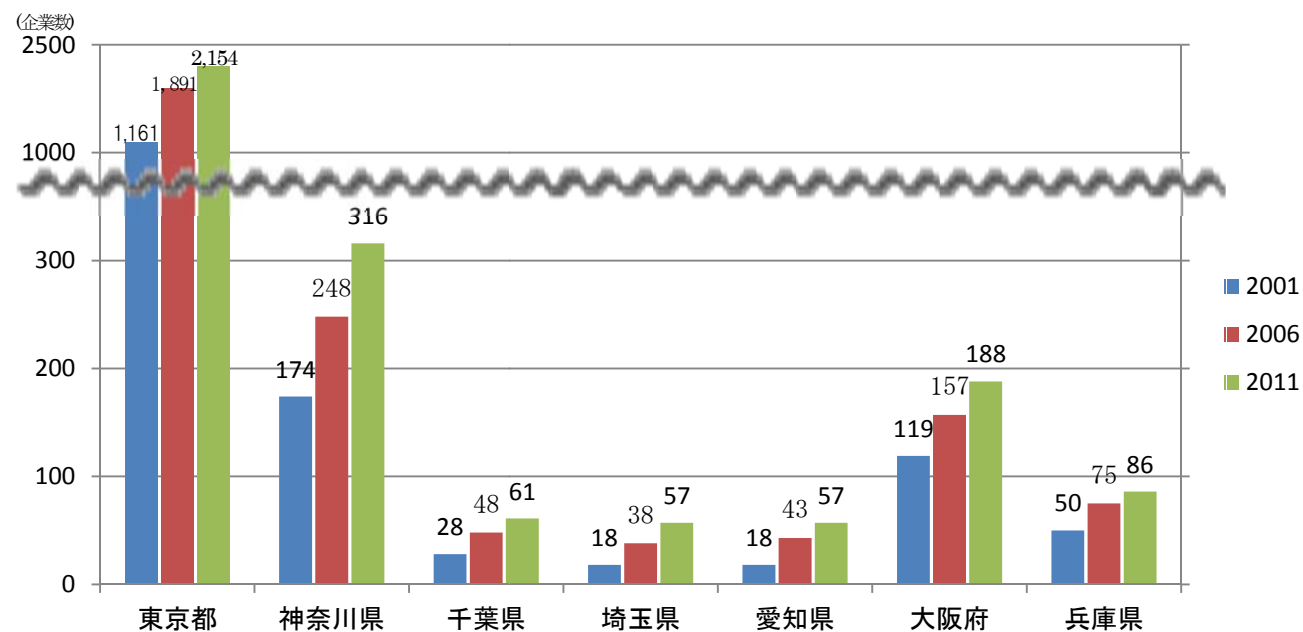
日本は主要国の中で最高水準を維持してきたが、2009年から2年連続で減少し、2010年には韓国に追い抜かれている。中国は順次その割合を高めており、2011年にはイギリスを上回っている。



(資料: 文部科学省「科学技術要覧(平成25年版)」)

(図表2) 外資系企業数の推移(上位7都府県)

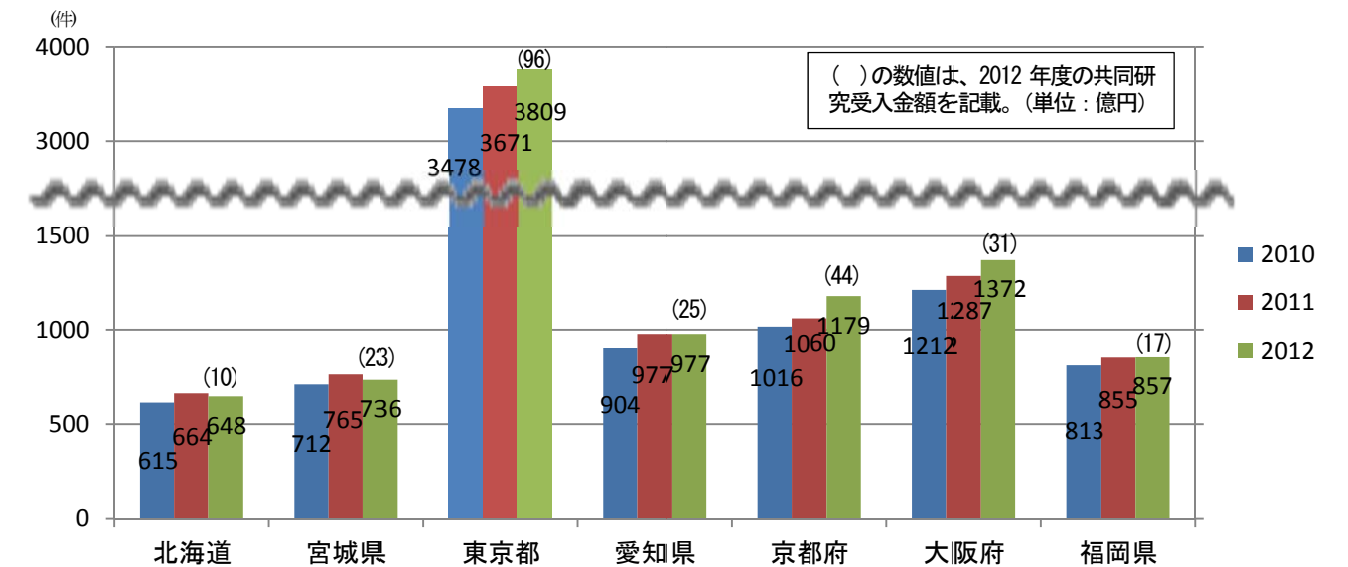
愛知県の外資系の企業数は、リーマンショック前と比較しても増加しているが、全国シェアは2%程度となっている。



(資料: 経済産業省「外資系企業動向調査」各年)

(図表4) 大学等における民間企業との共同研究実績(上位7都道府県)

愛知県の大学等における民間企業との共同研究実績(件数)は増加傾向にあるが、全国シェアは6%程度となっている。また、愛知県の1件当たりの研究費受入額(約254万円)は、全国平均(約201万円)と比較すると、やや上回っている。



(資料: 文部科学省「大学等における産学連携等実施状況」各年)

## 次世代産業等の育成・振興

- 愛知・名古屋は、時代とともに産業構造を変化させながら、高い成長を実現してきたが、今後も我が国経済をリードしていくためには、HV、PHV など次世代自動車や、日本一の集積を誇る航空宇宙など、**次世代分野の産業育成・振興**を図る必要がある。

(図表5) 次世代自動車の普及目標

政府が目指すべき車種別普及目標（新車販売台数に占める割合）として、次世代自動車は、2020年に20～50%、2030年には50～70%の目標設定がされている。また、愛知県は、県内の新車販売台数における次世代自動車の割合を2020年度までに60%にすることを目標としている。

2020～2030年の乗用車車種別普及目標（政府目標）		2020年	2030年
従来車		50～80%	30～50%
次世代自動車		20～50%	50～70%
	ハイブリッド車	20～30%	30～40%
	電気自動車 プラグイン・ハイブリッド自動車	15～20%	20～30%
	燃料電池自動車	～1%	～3%
	クリーンディーゼル自動車	～5%	5～10%

(資料：経済産業省「次世代自動車戦略研究会「次世代自動車戦略2010」)

(図表6) 愛知県における次世代産業の市場規模見通し

健康長寿や環境・エネルギーといった次世代産業は大きな成長が見込まれており、愛知県では、環境関連産業で約5兆円、航空機産業で約1兆円の市場規模を見込んでいる。

産業名	対象年		市場規模(単位:兆円)	
			愛知県(推計)	全国
ヘルスケア産業 (医療機器・再生医療)	直近	2010、2012年	0.05	1.72
	将来	2020年	0.25	3.79
環境関連産業	直近	2010年	4.57	69.20
	将来	2020年	5.39	81.64
航空機産業	直近	2011年	0.38	1.14
	将来	2030年	1.01	3.00
宇宙機器産業	直近	2011年度	0.06	0.27
	将来	2020年	0.12	0.50

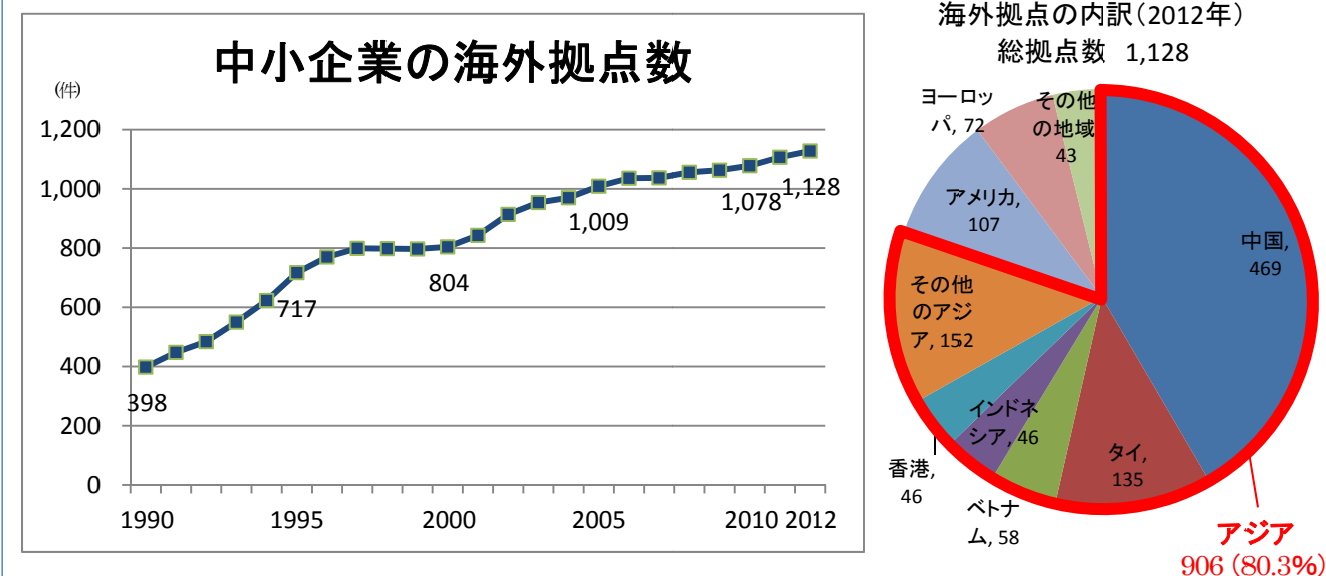
(資料：愛知県「愛知・名古屋の成長戦略基礎調査報告書(平成25年3月)」)

## アジアパワーの取り込み

- 当地域の産業が成長著しいアジアなど新興国の活力を取り込んで発展していくためには、**現地進出等による海外市場の獲得**とともに、**外国企業との取引拡大**を図っていくことが必要である。

(図表7) 愛知県の中小企業の海外進出状況

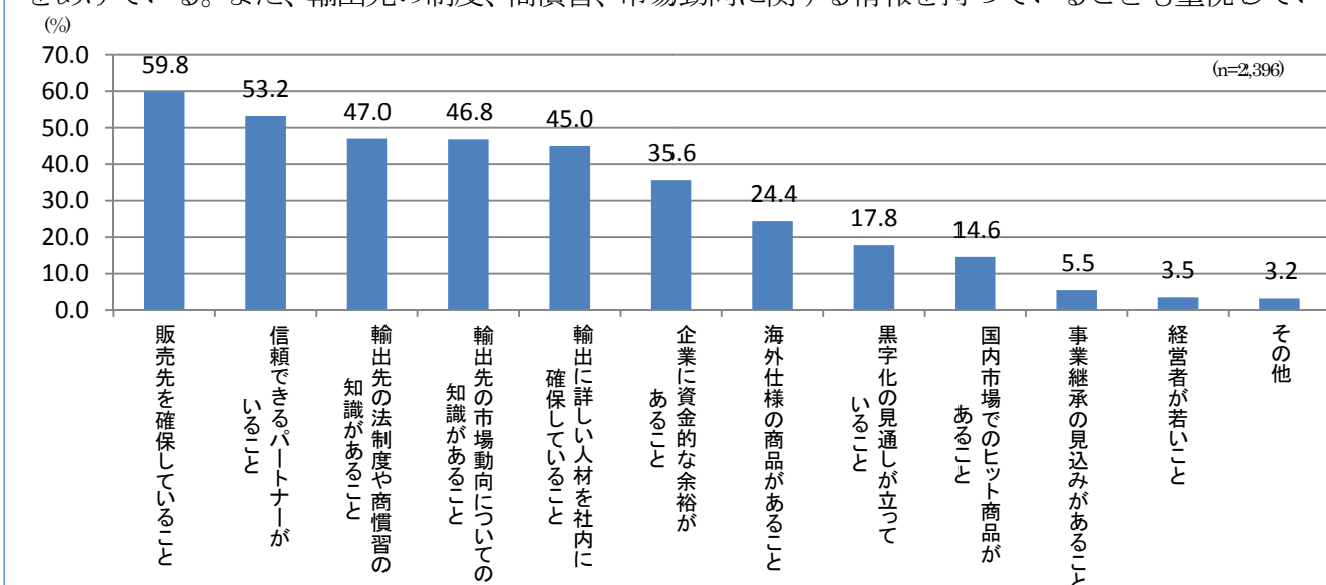
愛知県の中小企業の海外拠点数は増加しており、1990年と比較すると約3倍となっている。また、進出している地域はアジアが8割を越えており、特に中国、タイへの進出が多い。



(資料：(公財) あいち産業振興機構「2012年における愛知県内企業の海外事業活動」)

(図表8) 中小企業が輸出を開始するために必要な条件

輸出開始の条件として、5割を超える企業が、販売先や信頼できるパートナーが確保されていることをあげている。また、輸出先の制度、商慣習、市場動向に関する情報を持っていることも重視している。



(資料：中小企業庁「中小企業白書2012年版」)