

## 中部圏におけるサービス産業の展望（後編）

### —サービス消費・サービス産業の現状と課題—

社団法人中部開発センター

主任研究員 服部 健

#### 4 中部圏のサービス産業の展望

前編（第1章から第3章）では、中部圏のサービス経済化の進展、家計調査からみたサービス消費動向、そして企業向けサービス産業の現状をみ

てきた。後編では、中部圏のサービス産業発展のための課題を探りながら、将来展望をしていきたい。まず、中部圏のサービス産業をとりまく環境、諸条件を考察し、強み、弱み、機会、脅威をSWOT分析により下表でまとめた。

表1 中部圏サービス産業成長に関するSWOT分析

STRENGTH・強み	WEAKNESS・弱み
地域経済が好調（製造業が牽引） 効率性を追求する製造企業内で鍛えられた管理部門の存在（スピノフの可能性）  観光資源が豊富 道路等のインフラが整備されている 所得、貯蓄水準が高い 持ち家比率が高い  名古屋駅周辺再開発 郊外型SCの盛況	サービス産業が製造業に比較して弱い 特に、ビジネス支援サービス産業が弱い 自動車産業への依存が強い ポスト自動車産業問題 ベンチャー企業が少ない 外国人旅行者数が少ない 施設の稼働率が低い セントレアの滑走路が1本  労働分配率が低い 居住地、観光地としての魅力が十分に伝わっていない  地方の中心市街地の衰退
OPPORTUNITY・機会	THREAT・脅威
新経済成長戦略による市場・雇用規模の拡大 サービス経済化の進展 IT化・グローバル化 パートナーとしてのアジア諸国の経済成長 税制改正（減価償却制度の見直し）  道州制・地方分権改革の進展	東京一極集中の加速  IT化・グローバル化（競争激化） 競争相手としてアジア諸国の台頭 労働力不足（少子高齢化） 移民問題 道州制・地方分権改革の停滞

#### STRENGTH

地域経済が好調（製造業が牽引）	当地域の製造業は、自動車、工作機械に続き、電子デバイス、航空機も好調である。サービス産業は、製造業に牽引される傾向があることから、当地域の製造業の好調が続けば、順調に進展すると予測される。
効率性を追求する製造企業内で鍛えられた強い管理部門の存在	中部圏の製造企業が厳しい国際競争を生き抜いてきた要因には、モノづくりに関する高い技術力のほか、ロジスティックスなどの管理部門の優秀性も注目される。これらの企

	業に内包された能力は、対企業向けや対個人向けの魅力的で新しいサービス業を派生することが可能で、企業のアウトソーシング化の流れのなかで、今後、スピノフ企業が生まれてくる可能性もある。
観光資源が豊富 道路等のインフラが整備されている	圏内に世界遺産、温泉、歴史、産業施設を始めとする多様で豊富な観光資源が存在する。また、整備された自動車道路網、空港等のインフラを持っているという強みが、観光、商業、流通などに有利に働く。
所得、貯蓄水準が高い 持ち家比率が高い	中部圏は所得や貯蓄水準が高く、消費面でプラスに作用すると考えられる。また、持ち家比率が高ければ、家財道具などの小売り業のほか、リフォームやメンテナンスのサービス需要に対しプラスに作用する。
名古屋駅周辺再開発	名古屋駅周辺の高層ビル建築により、商業地としての魅力度がアップし、小売業や都市観光の面でもプラスに働くと予想される。
郊外型SCの盛況	モータリゼーションの発達した中部圏は、郊外型SCが続々オープンしている。そこには、小売だけでなく、映画館、スポーツジム、エステなど様々なサービスを提供する施設が併設されており、新しい個人消費を喚起する可能性がある。

## WEAKNESS

サービス産業が製造業に比較して弱い	中部圏経済好調の要因は製造業が主役で、サービス産業はやや影が薄い。特に、情報サービス産業などの対企業向けビジネス支援サービス産業が首都圏と比べて弱く、製造業の一大集積地としての効果を生かし切れていない。
ベンチャー企業が少ない	中部圏は、大学発ベンチャー企業の数が国内他地域と比べて少ない。日本全体の傾向としても米国などに比べ、ベンチャー企業がでにくい風土である。
外国人旅行者数が少ない 宿泊施設の稼働率が低い	ビジット・ジャパン・キャンペーンによって訪日外国人旅行者の増大を見込んでいるが、愛知県を除く中部各県は外国人旅行者数が少ない。また、ホテルや旅館等の宿泊施設の稼働率が低いという課題がある。
セントレアの滑走路が一本	2005年、セントレア（中部国際空港）は滑走路1本で開港したが、ピーク時間帯における逼迫や将来の需要増・緊急時等に対応できない可能性が危惧される。
居住地、観光地としての魅力が十分に伝わっていない	各種アンケートによると、中部圏の各地域は、訪れたい地域、住みたい地域としての順位がそれほど高くない。
地方都市の中心市街地の衰退	名古屋市は活況を呈しているが、それ以外の地方都市の中心市街地の衰退が問題になっている。

## OPPORTUNITY

新経済成長戦略による市場・雇用規模の拡大	政府の新経済成長戦略によって中部圏もサービス産業における市場・雇用規模の拡大が期待できると思われる。ただし、具体的に、どう対応していくかが課題である。
サービス経済化の進展	中部圏においても、モノからサービスへという流れ、サービス経済化は着実に進展している。サービス需要の一層の成長のためには、新しい魅力的なサービスの出現が期待される。
IT化・グローバル化	IT化・グローバル化の波は、今後も進展し、中部圏のサービス産業の発展に大きな影響を及ぼすものと推測される。
パートナーとしてのアジア諸国の成長	アジア諸国の成長が見込まれ、中部圏の製造業をはじめとする各企業において有力なパートナーとなる可能性がある。また、これらの国民の所得向上により、訪日観光の増大が期待される。
税制改正（減価償却制度の見直し）	2007年3月に成立した税制改正による減価償却制度の抜本的見直しは、自動車、鉄鋼など中部圏に多い主要産業の設備投資を税制面から支え、企業業績拡大の後押しとなり、それが雇用者所得を増加させる。

道州制・地方分権改革の進展	道州制をはじめとする地方分権改革の進展が、地域の発展につながる可能性が大きい。中央官庁の業務が地方に委譲されれば、公務サービスは地方において伸びると予想される。
---------------	--

THREAT

東京一極集中の加速	新経済成長戦略によってサービス産業の市場・雇用規模の拡大が見込まれるが、中部圏が経済規模相当の成長分を確保できるとはかぎらない。情報サービス産業やコンテンツ分野などは、東京への一極集中が加速する恐れもある。
IT化・グローバル化	IT化・グローバル化の進展は、国際競争の激化を意味する。
競争相手としてのアジア諸国の成長	アジア諸国の経済成長、技術発展により、日本の技術・サービスの先進性が薄れ、競争力が低下する。また、アジア諸国の所得向上から日本国内での外国人労働力確保が難しくなる。
労働力不足（少子高齢化）	中部圏においても少子高齢化の進展による労働力不足が懸念される。中部の製造業は生産工程において、外国人労働者に依存する傾向が強くなっているが、今後もこうした形で労働力確保ができるのか、また外国人の増加に伴う教育、自治体の負担増等の諸問題が課題となる。
道州制・地方分権改革の停滞	道州制をはじめとする地方分権改革の流れが停滞すると、地域の衰退につながる可能性がある。地方分権が進展しないと、産業、文化、人材などますます東京一極集中が加速するおそれがある。

(1) 中部圏経済のポテンシャル

SWOT分析によれば、今後の中部圏は以上のような諸条件の中で、持続的な発展を模索していくことが予想される。ここで、今後の中部圏経済全体の動向を俯瞰しておきたい。

○強い製造業、高い技術力

中部圏経済の好調さは、自動車産業、工作機械等を中心にした製造業が牽引しているが、この中部圏の製造業の強さの理由は、一般的に以下の3つであるといわれている。

- ① 組織的に実現されている生産技術の高さと本業で培った技術をもとにイノベーションを生み出す力。
- ② 強固なグループの協業体制による組織面の強さ。
- ③ 協調性や勤労意欲の高さなど労働力の質の高さ。

一方こうした製造業の強みに対して、一部大企業への強い依存度、上記の中部圏の強さを支えてきた諸条件の変化の兆し、新産業に向けた動きの

弱さなどが懸念材料として指摘されることも多いが、総合的にみてまだまだこの地域の製造業は好調さを持続できるという見方が支配的である。

○ポスト自動車産業の胎動

中部圏には、自動車産業のほかに将来を期待される製造業が多い。まず、三重県北部を中心に集積し始めた電子部品・デバイス産業がある。また、もともとこの地域での集積度が高い航空機産業は世界需要の長期的成長が見込める有望な分野とされている。現在はまだ自動車産業等に比べて規模は小さいが、航空機産業は先端技術の塊であり、波及効果が大きいことから、この地が第2のシアトルになれるか、ポスト自動車産業などと期待する声も大きい。

ちなみに、(財)日本航空機開発協会が発表した「2005年小型民間輸送機に関する調査研究」によると、世界の航空旅客輸送量（有償旅客<sup>キョ</sup>）は、過去20年間で年平均5.5%の伸びをみせたが、今後20年間でも年平均4.7%伸びが見込まれ、2025年には2005年の約2.5倍の規模になると予測している。また、有償旅客<sup>キョ</sup>における2025年の地域別

シェアは、拡大する経済を背景にアジア・太平洋地域が北米や欧州を凌ぐシェア（32%）となり、2006年～2025年の世界全体の航空機の需要予測は、退役機の更新需要込みで25,600機としている。（表2）

### ○個人消費・所得増加の期待

個人向けサービス産業の発展には、サービス経済化の流れに加えて、個人消費全体の増加とそれを可能にする個人所得の増加が重要である。中部圏については、以下の要因から今後の個人消費、個人所得の増加が期待できる。

- ① 一世帯当たりの純貯蓄額が大きく、生活に余裕がある。
- ② 東海、北陸の労働分配率は各々67.5%、68.9%であり、全国平均69.4%に比べれば低い。もし全国平均並になれば個人消費に対し

てプラスに作用する。

- ③ 2007年度税制改正による減価償却制度の抜本的見直しは、自動車、鉄鋼など中部圏に多い主要産業の設備投資を税制面から支え、企業業績拡大の後押しとなり、それが雇用者所得を増加させる。
- ④ 前述のようにサービス経済化は全国的に進展しているが、中部圏はこの流れが全国に比べてやや遅れているため、今後、サービス経済化が加速すれば全国以上にサービス消費へのプラス効果が期待できる。

## (2) 新経済成長戦略

政府の新経済成長戦略によると、2015年までに日本全体でサービス産業の市場・雇用規模はそれぞれ、70兆円、175万人拡大する見通しである。

表2 世界の航空機旅客予測（有償旅客<sup>※</sup>。単位：10億人<sup>※</sup>）

	2005年		2025年	
		シェア		シェア
アジア・太平洋	951	25%	3,064	32%
北米	1,323	35%	2,931	31%
欧州	1,127	30%	2,581	27%
その他	406	10%	964	10%

資料) (財)日本航空機開発協会 2005年 小型民間輸送機に関する調査研究

表3 労働分配率と家計最終消費支出影響額試算

都道府県	a 雇用者報酬 (兆円)	b 県民所得 (兆円)	c = a / b 労働 分配率 (%)	d 家計最終消費 支出 (兆円)	e 影響額 (億円)
北海道・東北	31.2	44.6	70.0	32.4	-1,726
関東	104.9	151.9	69.0	94.5	3,906
東海	32.6	48.3	67.5	30.4	5,844
北陸	6.2	9.0	68.9	5.6	323
近畿	42.7	59.9	71.2	41.3	-7,221
中国	14.8	21.0	70.7	14.0	-1,746
四国	7.1	10.1	69.9	7.2	-336
九州	24.5	35.3	69.5	23.7	-84
全県計	264.1	380.3	69.4	249.2	0

資料) 2004年 県民経済計算から試算 労働分配率 = 雇用者報酬 / 県民所得  
e 影響額 = (全県計と各地域との労働分配率の差) × d 家計最終消費支出

たとえば、日本全国のビジネス支援サービスは現在の市場規模75兆円から2015年に93.9兆円と18.9兆円の増加を見込んでいる。また、雇用規模においても630万人から51万人増加の681万人を見込んでいる。

ここでは、産学が連携した高度IT人材の育成や、企業の海外展開の支援等を行うと唱われているが、中部圏においても高度ITの人材育成が進めば、相対的に弱いと思われる情報サービス産業などを始めとする企業向けサービス産業全般にプラスになるし、輸出産業の多い地域だけに企業の海外展開支援は歓迎できる。

また、少子高齢化が進展するなかで、健康福祉や育児支援に関するサービス業の進展は、中部圏としても是非伸びて欲しい分野である。

### (3) 期待を込めた展望

SWOT分析と今後のポテンシャルを加味した展望のなかで述べた強みを活かし、かつ弱点を克服しながら、中部圏のサービス産業が発展するためのキーワードは、「製造業」「スピノフ」「ロボット」「観光」ではないかと思われる。次に、この4つが順調に展開していく将来像を描いてみたい。

#### ① 製造業がサービス産業を牽引

\* 中部圏のサービス産業は、首都圏や近畿圏に比べ発展スピードはゆるやかであるが、従来通り製造業が牽引することで着実に進展する。

- 強い製造業がサービス産業を牽引する法則  
2006年6月に経済産業省が出した「2006年もの

表4 経済産業省 新経済成長戦略 重点サービス分野

分類	分野	サービス業種	将来展望 (市場・雇用)	背景	
生活充実型 サービス	健康・福祉	医療サービス、医療機器・医薬品、スポーツ・健康維持増進サービス、介護サービス、エステサービス等	51.8兆円→66.4兆円 496万人→552万人	高齢化、健康志向の高まり	一人当たりの所得増加や高齢化の進展により需要拡大 ライフスタイルの変化
	育児支援	幼児支援サービス（保育サービス、安全提供サービス、就学前教育サービスなど） 家庭支援サービス（送迎サービス、献立作成サービスなど）	3.1兆円→3.9兆円 50万人→54万人	核家族化、女性の社会進出、地域社会の変化	
	観光・集客	旅行業、宿泊業、運輸業、飲食業、娯楽サービス業等	24.5兆円→30.7兆円 475万人→513万人	レジャー志向の潜在ニーズ、地域再生の中核的産業と期待	
	コンテンツ (制作・流通・配信)	映像（映画、テレビ、アニメなど）、音楽、ゲーム、出版・新聞等を扱う産業等	13.6兆円→18.7兆円 185万人→200万人	ITの進展、日本文化の発信	
事業充実型 サービス	ビジネス支援	情報サービス、労働者派遣サービス、リース、レンタル、デザイン等のサービス業等	75.0兆円→93.9兆円 630万人→681万人	製造業とサービス業の戦略的アライアンスが進展、製造業の競争力強化の面から期待	
	流通・物流	卸売業、小売業、運輸業	126.5兆円→150.7兆円 1447万人→1458万人	IT化、流通ニーズの多様化、高度化	
合計		市場規模	294.5兆円→364.3兆円 +69.8兆円増加		
		雇用規模	3,283万人→3,458万人 +175万人増加		

資料) 経済産業省 新経済成長戦略 市場・雇用規模は直近(2004年前後)と2015年時点の数値

づくり白書」のなかに「製造業とサービス業の相互依存性についてみると、製造業を中心とした物的部門が基盤となって、サービス部門の成長が物的部門に依存している傾向が強くなってきている。」との記述がある。つまり、サービス産業の成長は、製造業の生産増に基づくサービス投入需要によって支えられている傾向が強くなっていると指摘している。

総務省の産業連関表の逆行列係数表を用いて計算すると、1990年においては全国の製造業1単位の生産に対し、0.35のサービス産業（商業、金融・保険、不動産、運輸、通信・放送、公務、サービス）の生産が誘発されていた。同様の計算を1995年、2000年について行うとサービス産業の生産0.37、0.38が誘発される構造に変化している。これは、製造業の生産増がサービス産業に与える影響が年々強くなっていることを物語っている。

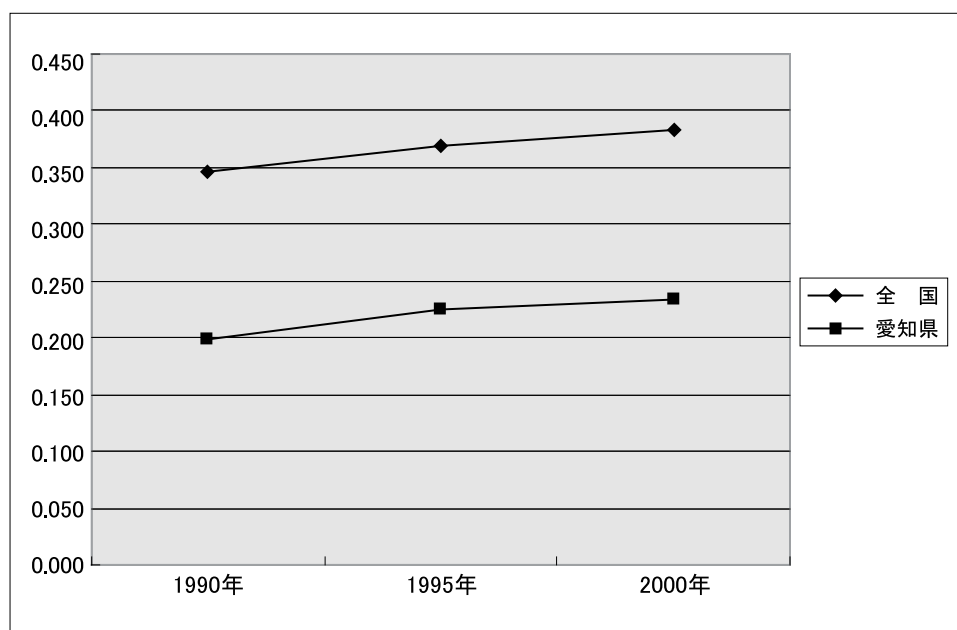
愛知県について同様の計算を行うと、1990年においては、製造業1単位の生産に対してサービス産業の生産が0.20誘発されていたものが、1995年には0.22、2000年には0.23と上昇し、こちらも影響力が年々強くなっている傾向が読み取れる。  
（波及効果が県外へ漏出するため全国と比べて数

値は低くなる。）

このように、製造業の生産増がサービス産業の生産増を誘発する傾向が強くなっていることもあり、中部圏の自動車、電子デバイス、航空産業などの製造業が引き続き躍進していけば、これに牽引された形で中部圏のサービス産業も成長していく可能性がある。

しかし、裏返せば、強い製造業が不振に陥れば、サービス産業も含めた地域産業全般に対するマイナスの影響も大きくなっているともいえる。人口減少社会において、中部圏の製造業が優秀な人材を確保していくために個人向けサービス産業の充実が不可欠であることに加え、こうした影響度の上昇は、製造業の国際競争力の維持・拡大のために、よりレベルの高いビジネス支援産業が必要であることを示しているといえよう。

図1 製造業のサービス産業に対する影響度の推移



資料) 総務省、愛知県 産業連関表より作成

## ② スピンオフ企業の興隆

\*高い技術力をもった中部の製造企業群から、コア事業とはならないが優れた新しい技術を活かしたスピンオフ・ベンチャー企業が数多く生まれる。また、競争力のある製造企業の管理部門から生産性の高い様々なサービス業が生まれる。

近年、大企業などから新しい事業を創出する手法として、スピンオフという形態が注目されている。この名称が一般的に使われるようになったのは比較的新しいが、親元企業から派生して新しい企業が生まれるという意味では、日本では既に1930年代から、著名な大企業からいくつもの新しい企業が出現している。中部に本社がある世界的な自動車企業は自動織機のメーカーから生まれたものであるし、この自動車企業からファイナンス企業や住宅関連企業が生まれている。他にも、大手電機メーカーから通信機械企業が分離したり、電信電話企業から新しい情報通信企業が生まれたりしている。また、浜松地域にはソフトウェア業や光電子産業に属する多くのスピンオフ企業が存在している。

経済産業省のスピンオフ研究会報告書によると、親元企業から独立して会社を設立する場合は、親元企業の管理下で運営する子会社型、親元企業の支援を受けないスピアウト型、両者の中間的なスピンオフ型に分類することが可能であるとしている。いかえると、一般的に親元企業との友好的な関係を維持しながら独立した会社をスピンオフ企業と呼び、親会社に従属する子会社や親会社との関係が途絶えているスピアウトと区別して議論されることが多いということであろう。

一般的に大企業は、自社のもつ技術、社内ベンチャー事業、新規事業などが将来どうなるかという展望が十分にできていないことが多く、技術を外部に放出することに躊躇している現状がある。また、研究者を十分に活用せずにリストラを進め、やむを得ずスピアウトするケースや、研究成果

を活かせず死蔵してしまうケースもあるだろう。そこで、スピンオフ企業を輩出することによって、これらのデメリットを解消し、逆に収益力の向上や固定費削減、社風の改革などのメリットが見込めるとしている。これまでわが国の経済成長を支えてきた大企業が、組織の硬直性、機動性の欠如により、イノベーション能力を喪失し、経済の長期的な停滞をもたらしているとの見方もあるなかで、スピンオフは大企業のもつ潜在能力を顕在化させ、わが国経済に地殻変動をもたらす可能性を秘めたものであるといえる。

近年、このスピンオフを組織的に支援する仕組みを設けた大手企業も増加してきたもようであり、大手企業の4割が社員発案のベンチャー設立を支援する社内ベンチャー制度を持つといわれている。少子化で人口減少が予想される日本が、経済発展を持続していくには、大企業が活用しきれしていない人材・技術・事業アイデアなどを顕在化させることが有用であるといえよう。

このような背景のなか、改めて中部圏の企業を眺めると、技術力の高い製造企業が多く、大企業のコア事業とはならないが、ベンチャー事業としてならばやっていける新しい技術が埋もれている可能性がある。新しい技術からは、それを使った製造業だけでなく、IT関連情報サービス業のように、それを利用した新しいサービス業も生まれる。

また、この地域の製造企業に対しては、モノづくりに関する高い技術力だけが注目されがちであるが、他にもロジスティクスなどの管理能力も秀でた企業が多いといえる。これらの企業に内包された能力は、対企業向けや対個人向けの魅力的で新しいサービス業を派生することが可能である。企業のアウトソーシング化の流れのなかで、今後、さらに多くのスピンオフ企業が生まれてくる土壌をつくることができれば、当地域の発展に寄与していくものと予想される。

こうして、当地域の製造業のさらなる競争力強化に役立つIT関連の情報サービス業、デザイン、人材派遣、物流など効率的で力強いビジネス支援

サービスが生まれ、生活支援サービスの介護や育児支援、教育などにも新風を吹き込むことが期待される。

### ③ ロボット産業の台頭

\*サービス経済化の流れのなかで、製造業のなかのロボット産業が台頭する。例えば、介護、家事など様々な目的に応じたロボット関連のサービス産業が盛んになる。これによって、家事の軽減が図られ、子育て・仕事・趣味の時間が充実する。また、多数の製造ラインにロボットが導入され、低賃金労働を求めて海外に展開していた工場が国内に回帰するとともに、管理や物流面等での関連サービスの創出を含め、雇用が拡大する。

#### • ロボット産業の現況

2005年のわが国におけるロボット市場規模は約7,000億円であり、大半は自動車や工作機械等の製造ラインで稼働する産業用ロボットであると推定される。同年の世界のロボット稼働台数のうち約4割が日本で稼働しており、現在の日本はロボット大国であるといえる。さらに、経済産業省の「次世代ロボットビジョン懇談会」報告書によると、2025年には、産業用を除く日本全体のロボット市場規模は約7.2兆円にまで達する見通しを行っており、将来を期待された産業分野であるといえる。

#### • ロボット産業の歴史

わが国における産業用ロボットの開発と実用化が開始されたのは、アメリカからプレイバックロボット（教示プログラミングによって記憶したタスクプログラムを繰り返し実行することができるロボット）の実用機が初めて輸入された1960年代であるが、この時期はちょうど日本の高度成長期にあたり、余剰労働力が解消し、労働力確保の問題が成長の制約要因になり始めたことがロボットの普及と開発を促進させた要因といわれている。また、産業用ロボットは、主にこれまで人間が行っ

てきた危険作業や単純繰り返し作業といった労働の代替として、安全性の向上や品質の安定、そして生産性の向上という観点からも普及した。工場における生産様式が大量生産から、多品種少量、中品種中量生産の時代に移行していくなかで、ロボットは従来の自動機に比べてその汎用性の高さが評価され、新しい生産システムの中核的役割を担うようになった。こうしてわが国のロボット産業は、1970年代から今日にいたるまで、自動車や電気機械産業等の幅広い製造業分野に普及し、製造現場でのものづくりや国際競争力向上に大きく貢献してきた。

#### • 将来の日本とロボット

しかし、今日および将来の日本においては、少子高齢化への対応、安心して安全な社会の実現、自己実現に便利でゆとりのある社会の実現が社会全体の大きなテーマとなっており、ロボットを製造業などの産業にかぎらず、国民生活や公共分野で幅広く活用し、前述した課題の解決に役立てていきたいという期待も高まっている。

2007年2月に発表された政府のイノベーション25戦略会議のレポートである「イノベーション25」中間とりまとめのなかで、次のようなロボットに関する例示が記述されている。

#### <例：家事からの解放 一家に1台家庭ロボット>

高度な人工知能を備え、家事に必要な動作が可能なロボットが開発されている。また、ロボットのリース・サービスなど新たなサービス・ビジネスが出現し、ロボットが家庭に安全に導入され普及することにより、家事から解放され、時間にゆとりができ、子育て・仕事・趣味が同時に支障なく成り立つ。

#### <例：頼れる仲間、製造現場の頭脳ロボット>

自ら危険作業に対処できるなど人工知能（AI）を有するロボットの開発と安全基準・保安基準の整備等によって、多数の製造ラインにロボットが導入される。低賃金労働を求めて海外に展開して



いた工場が国内に回帰するとともに、管理や物流面等での関連サービスの創出を含め、雇用が拡大する。

2025年の日本社会は、高齢化や女性の社会進出の進展などにより、高齢者層を中心とした二人以下の世帯や、共働きの世帯がさらに増加すると予測されている。このうち高齢者世帯では、家事労働による身体への負担を軽減することが求められており、共働き世帯では、忙しい生活にゆとりをもたらすため、家事に要する時間の節約が求められている。このような中で注目されるのが、近年著しく進化を遂げているロボット技術を応用した家事支援である。また、従来から活躍している生産現場においても、よりいっそう進化したロボットの活躍が期待されている。

- ロボット開発に伴い発展が予想されるサービス業

具体的に、将来、実現が期待されるロボットとしては、育児支援ロボット、高齢者等の介護支援ロボット、医療現場支援を行う手術ロボットや看護ロボット、治安維持・テロ対策ロボット、生活支援ロボット（留守番。ゴミをだす。献立を考える。ペットのえさやり。）、コミュニケーションロボット、ペットロボット、エンターテインメントロボット、受付・案内ロボットなどが考えられる。

これらのロボットが開発されるにあたり、様々なサービス業の発展や新しいサービス業の展開が予想される。たとえば、ロボットの生産・開発に際して、ソフトウェア、デザイン、コンテンツなどのサービス業が発展するであろうし、ロボットを販売するにあたって、販売の他にも、流通、リース・レンタル、メンテナンスなどのサービス業が発展すると思われる。ロボットのリース・レンタル事業について、経済産業省「ロボット政策研究会報告書」は以下のように述べている。「ロボットのように技術革新が速い製品の場合、リース・レンタルを利用することによって、ユーザーにとっては、購入リスクの低減、メーカーにとっては、取引規模が大きくなる、返品・返却等の機会

を通じて顧客接点が増えることで、顧客のニーズ把握や販売機会が増加する、店頭においてユーザーに多様な品揃えをすることで、衝動買いのなロボット活用が広がる、保守管理など製品の運用に関連する新規サービスが生み出される等のメリットがある。」

また、ロボットが直接サービスを行うサービス業、ロボットを利用したサービス業も、数多く出現するであろう。たとえば、受付・案内、エンターテインメント、清掃、介護のようなサービス業が考えられるが、ロボットも機能別にリース・レンタルすることのほか、包括的なパッケージ・サービス、たとえば、展示会における受付・案内、清掃、エンターテインメントなど目的の異なった複数のロボットをトータル・コーディネートして派遣するようなサービス業も盛んになるかもしれない。

- ロボット開発に関わる中部圏の動き

ロボットまたはロボット技術（RT：Robot Technology）は、幅広い技術の統合システムであり、技術も市場も十分に成熟していない段階では、個々の製品ごとに技術の擦り合わせを要する産業である。このため、サービスロボットを含む新たなロボット産業が創成されるうえで、わが国の「高度部材産業集積」は大きな強みであり、世界的にもわが国ロボット産業は競争力を発揮しやすい。経済産業省「ロボット政策研究会報告書」のなかで、この「高度部材産業集積」が、モノづくりに不可欠な要素技術（精密微細加工や特殊素材合成などの）のネットワーク化を通じた異分野の技術領域の融合によるイノベーションの創出と、現場レベルでの迅速かつ高度な「擦り合わせ」を可能にしていることを指摘している。つまり、この「高度部材産業集積」が発達した中部圏は、ロボット産業が発達するために非常に適した地域であるといえる。

なお、中部圏は首都圏などに比べて持ち家比率が高く、住宅の居住面積も広い。将来的にはSF映画に出てくるような2足歩行が可能で、自律移

動がスムーズな高性能ロボットが開発されるかもしれないが、しばらくは、据え置き（自律移動できない）で使うタイプや移動するにしても車輪等を使うタイプになると思われる。また、ロボット本体の大きさは家電製品のように徐々にコンパクトになっていくであろうが、当初はある程度の大きさが必要と思われ、居住面積はある程度広い方がよいと思われる。この中部圏の住環境の良さに加えて所得が高いことは、家庭用ロボットの普及に関して有利に働くと思われる。

こうした地域特性もあり、近年、中部圏においてロボット開発に関する動きが活発化している。中部経済産業局は、東海地区における2007年度の経済産業政策の基本方針「グレーター・ナゴヤにおける経済産業政策の展開」を発表し、この中で、ロボットと航空宇宙の両分野を自動車や工作機械などに次ぐ新たなモノづくり産業と位置付け、まず、それぞれの技術に精通したコーディネーターの育成に取り組むとしている。ロボットや航空宇宙分野はさまざまな要素技術（製品を構成する要素を高める技術）の組み合わせで成り立っており、ロボットでは、センサーをはじめ、ソフトウェア、モーター、さらには形状記憶合金などの材料、バッテリーといった幅広い技術が必要となる。ただ、それぞれの要素技術を支える部品は多くの企業が別々に手がけているため、「ロボットや航空宇宙分野の開発には複数の要素技術を評価できるコーディネーターの存在が欠かせない」としている。

岐阜県においても、成長が期待されるロボット関連産業に着目した産業振興施策「ギフ・ロボット・プロジェクト21」を推進しており、この一環として、岐阜県情報技術研究所では、2足歩行型ロボットや身体障害者用の高機能電動車、案内ロボット、レスキュー（災害時の情報収集）ロボットなどの研究・開発に取り組んでいる。また、中部の個別企業のなかにも愛知県内に次世代ロボットの研究開発センターを建設する方針を固めたところもある。

#### ・中部圏がロボットを必要とする理由

中部圏は、製造業を中心に成長してきた地域であるが、今後も、自動車産業をはじめとする製造業がこの地域の経済を牽引していくものと思われる。しかし、先に述べたように、強い製造業が不振に陥れば、地域産業全般に対して大きなマイナスの影響を与えることを考えると、個人向けサービス産業や企業向けサービス産業をいっそう充実させる必要がある。したがって、中部のサービス産業の充実のためのひとつの鍵となるのは、次世代のロボット開発とその活用ではないだろうか。

高い技術力をもつ中部の企業群が次世代ロボットの開発に成功し、中部がロボット開発のメッカとなることと同時に、これらのロボットの活躍によって、当地域の少子高齢化や労働力不足の問題などを解決するてがかりにもなると思われる。つまり、ロボット産業の興隆は、製造業だけでなく、中部圏のサービス産業全体に対しても大きなインパクトを与える存在になると見込まれる。

経済産業省の次世代ロボットの市場規模の試算結果（2025年時点）によれば、家事在宅介護の労働代替が約3.3兆円と非常に大きな規模となっているが、それだけ家事に関する負担軽減の要望が大きいということであろう。育児支援ロボットや介護支援ロボットが活躍することによって、各家庭における家事の軽減が図られ、その分、仕事や趣味の時間が充実すると考えられるが、もともと、中部圏はゆとりと豊かさを持った地域であり、中部圏がなお一層のゆとりを持ち、充実した時間を過ごすことのできる地域として注目されるかもしれない。このことは、地域の魅力度を向上させ、人材の確保という観点からもプラスに働くと思える。

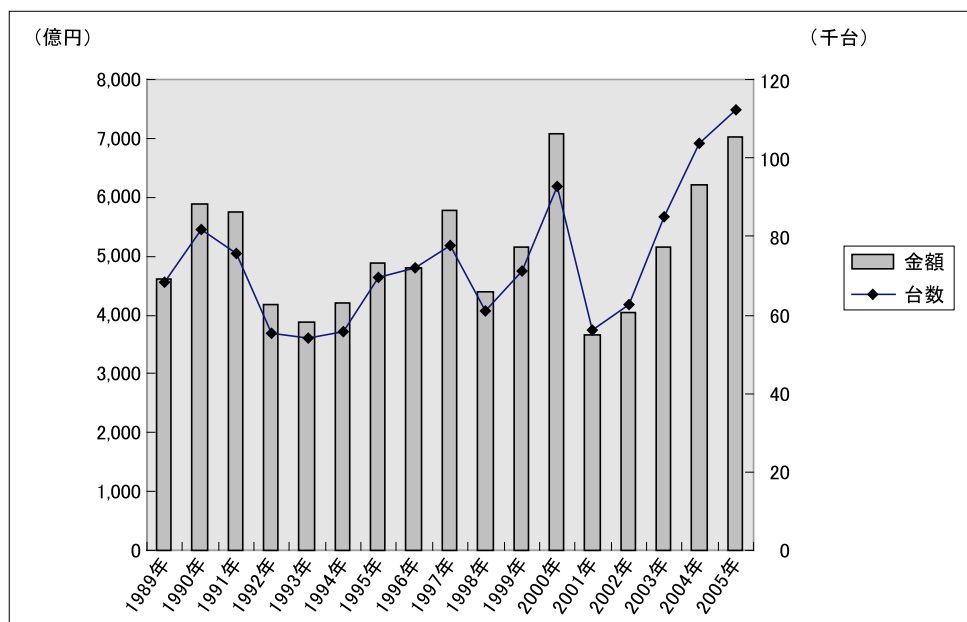
さらに、製造業においては、多数の製造ラインに高性能なロボットが導入されることによって、低賃金労働を求めて海外に展開していた工場が国内に回帰すれば、管理や物流面等における関連サービスなどの創出を含め、雇用が拡大することも期待できる。これは、製造業の盛んな中部圏にとっては、まさに願ってもない理想的な未来像で

ある。

五内川拓史氏（元経済産業省ロボット政策研究会委員、ユニファイ・リサーチ 代表取締役社長）はWEB上のコラム「ロボット・アナリストの視点 産業トーナメントの理論とロボット産業」の中で、「大手企業にとって、50億～100億円の売上が期待できないと、事業化にゴーサインを出すのはむつかしいのではないか。その意味では、ロボットを継続研究し続けるのは、体力があって、

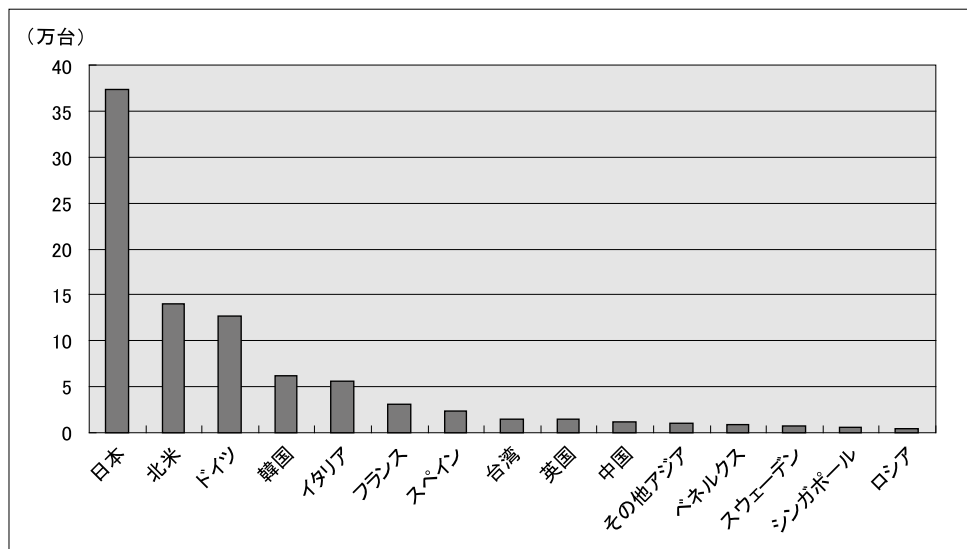
先行投資と割り切ってR&Dができる組織が必須だ。ロボット産業においても、他の新産業同様、ベンチャー企業の活用がのぞまれるところである。大企業のロボット事業運営戦略として、スピンオフや分社化が有効になるケースも考えられる。一例としては、それまでの開発費を埋没コスト（すでに支払ってしまったコストで、どのオプションを選択しても回収出来ないコストのこと。従って、プロジェクト評価、経営の意思決定では考慮の対象から外すべきもの。しかしながら、し

図2 ロボット受注額年間推移



資料) 日本ロボット工業会

図3 世界のロボットの稼働台数 (2005年)



資料) 世界ロボット連盟 (IFR)

表5 次世代ロボットの市場規模の試算結果（2025年時点）

区分	分野	ロボット利用の内容	わが国の社会テーマ			市場規模 (10億円/年)
			少子高齢化	安心・安全	便利・ゆとり	
ロボット本体の市場	生活分野	家事在宅介護の労働代替	○		○	3,264
		家庭向け警備作業の代替		○		2
		エンターテインメント(ペットロボット)			○	40
	医療・福祉分野	施設における看護・介護の労働代替	○		○	931
	公共分野	電気・鉄道・通信施設等の保全作業の代替		○		527
		事業所向け警備作業の代替		○		20
		消防機関設備の高度化		○		2
	計				4,785	
副次的産業の市場	アプリケーション	ソフトウェア・付替え商品				2,245
	教育事業	安全講習・技術講習など				42
	中古品販売	ロボットの中古品販売				96
	計					2,383
その他の市場 (ロボット本体市場の内数)	メンテナンス					(401)
	損害保険					(76)
	合 計					7,168

資料) 経済産業省 「次世代ロボットビジョン懇談会」報告書

次世代ロボットの市場規模試算は生活、医療、公共分野のロボットが対象で、製造業分野は除外。

ばしば心理的な影響を及ぼしてしまうもの。)として処理し、身軽な形で企業内(グループ)ベンチャーとして組織再編するという方法がありうるだろう。」とロボット開発におけるスピノフ・ベンチャー企業の有用性を指摘している。

つまり、中部圏には数多くの優秀な製造企業があり、そこには高い技術能力をもつ製造部門と競争力のある効率的な管理部門が存在することから、たとえばロボット産業のような未来の産業に対して事業化に踏み出せないでいる大企業であっても、スピノフで派生した企業が親元企業から受け継いだ高い技術力で開発を行い、管理部門から派生したスピノフ企業が、効率的で魅力的なロボット関連サービスを生み出していくという未来図を描くことができるのではないか。

#### ④ 観光産業の戦略的展開

\* 中部圏は、美しい自然などの豊富な観光資源を活用し、東海・北陸の連携による広域観光が活発化し、訪日外国人旅行者数が増加する。また、産業遺産を活用した産業観光が独自に発展し、名古屋市も国際的な観光都市として飛躍する。

レジャー白書(財)社会経済生産性本部)によると、余暇活動における潜在需要の第1位は海外旅行、2位が国内観光旅行であるという。

また、2003年1月に小泉前総理大臣が行った施政方針演説「2010年(平成22年)に訪日外国人旅行者数を倍増の1,000万人へ」から始まったビジット・ジャパン・キャンペーンの展開は、訪日旅行者の増加を通じて地域振興を図ろうとする各地域が激しい観光客の争奪戦を繰り広げることが予想される。ビジット・ジャパン・キャンペーンは、日本観光の魅力を海外に発信するとともに、日本への魅力的な旅行商品の創成等を行う施策を官民一体で推進するものとされている。同キャンペーンでは、今後、訪日旅行者数の増加が見込める12

表6 ビジット・ジャパン・キャンペーンの重点市場国とターゲット

国・地域	主に対象としている層	具体的手法
韓国	若年層、熟年層	教育旅行、テーマ性のある目的型ツアー、ゴルフ・スキーなど高付加価値型ツアー
台湾	教育旅行の学生、20～30代女性、家族層	スキー、温泉、日本の四季、ショッピングなどの日本の多様な魅力
米国	シニア層、高所得者層	伝統工芸の体験や寺院の日本庭園など日本の文化的、歴史的な観光地、富士山や桜など自然の美しさ、都市の現代文化
中国	私企業経営者、ホワイトカラー、専門職	旧正月の旅行商品、日本の典型的・代表的な自然（富士山など）、文化（京都など）、現代（秋葉原の電気街など）を含むルート
香港	20～40代の有所得者	都市文化、日本の自然、日本食、ショッピング、ポップカルチャー等の日本の多様な魅力
英国	中高年の富裕層、若年層	日本の伝統と現代の両面性、日本の食文化、オーストラリアへの乗り継ぎの旅行
フランス	中高年の富裕層、若年層	日本の伝統と現代の両面性、日本の食文化
ドイツ	中高年の富裕層、若年層	日本の伝統と現代の両面性、日本の食文化
オーストラリア	ヨーロッパの乗り継ぎ旅行者、ウィンタースポーツ愛好者	日本の文化の多様性、雪質が良く、設備の整ったスキー場
カナダ	シニア層、高所得者層	伝統工芸の体験や寺院の日本庭園など日本の文化的、歴史的な観光地、富士山や桜など自然の美しさ、都市の現代文化
タイ	高所得者層	日本の自然、日本食、アミューズメントパーク、ショッピング
シンガポール	20～40代	都市文化、日本の自然、日本食

資料) 国土交通省 HPより作成

の国・地域を重点市場と位置づけ、各国・地域向けに各種の取組みが実施されている。

中部圏においても、オリジナリティを活かして次のような観光戦略を展開することが可能である。たとえば、韓国に対しては、教育旅行やテーマ性のある目的型ツアーに着目して中部が得意の産業観光ツアーや、戦国時代の武将をテーマに城などを巡る歴史ツアーを推進する。台湾には日本人同様の温泉好きに注目して、温泉とスキー場を組み合わせた長期滞在ツアーを推進する。また、紅葉や春の桜の名所も多いことから、日本の四季をテーマにしたツアーも企画する。欧州各国においては、日本食をテーマにしたグルメツアーを提案する。太平洋と日本海的好漁場に挟まれた中部圏は日本食の特徴である新鮮な魚介類に恵まれており、浜松のうなぎ、富山のます寿司、長良川の鮎、伊勢エビ、福井のかになどは地域ブランドとして有名である。また、魚以外でも、松阪牛や飛騨牛などの地域ブランドがあり、スキヤキは日本

食の代表といえる。日本食は、海外でもブームであり、これを機会に中部独自の日本食を広めていくなどの方策が望まれる。

しかし、観光資源が豊富に存在するという有利な環境ではあるが、観光統計からみると、こうした利点を活かしきれていない現状にあるようだ。

国土交通省の宿泊旅行統計（宿泊旅行統計調査第二次予備調査 2006年6月～8月調査）によると、中部各県の延べ宿泊数は東京、大阪などに比べ概ね低い数値となっており、特に外国人宿泊客数や施設の定員稼働率が低い状況であることがわかる。全国の延べ宿泊者数は7,760万人であり、東京都の全国シェアは11.2%で第1位、北海道が10.4%で第2位、続いて千葉県が4.8%で第3位となっている。中部では、静岡県が大阪府に次いで第5位となっている。

各都道府県の延べ宿泊数における外国人の割合をみると、1位の東京都が20%を越えており、千葉県、大阪府、京都府が10%を越えている。中

表7 中部の観光戦略案（国・地域別のアプローチ）

国・地域	先方のニーズ	中部の観光戦略・ツアープラン（例）
韓国	教育旅行、テーマ性のある目的型ツアー、ゴルフ・スキーツアーなど高付加価値型ツアー	<ul style="list-style-type: none"> <li>産業観光資源を活用した教育（研修）ツアー</li> <li>戦国時代等の人物・城・遺跡等を活用した歴史ツアー</li> <li>豊富な温泉、スキー場、ゴルフ場を活用した長期滞在型健康増進ツアー</li> </ul>
台湾	スキー、温泉、日本の四季、ショッピングなどの多様な魅力	<ul style="list-style-type: none"> <li>豊富な温泉、スキー場、ゴルフ場を活用した長期滞在型健康増進ツアー</li> <li>秋の紅葉、春の桜の名所巡り、北アルプス等の山岳を活用したツアー等、日本の四季を活用した自然観光ツアー</li> <li>自然観光と名古屋都市観光を組み合わせたツアー</li> </ul>
米国 カナダ	伝統工芸の体験や寺院の日本庭園など日本の文化的、歴史的な観光地、富士山や桜など自然の美しさ	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本有数の陶磁器の産地であることを活用した陶芸体験ツアー</li> <li>熊野古道や東海道・中山道の宿場町などの歴史的街道、街並みを活用した歴史街道ツアー</li> <li>豊富な伝統芸能資源を活かした祭り体験ツアー</li> </ul>
欧州	日本食、日本の伝統と現代との両面性	<ul style="list-style-type: none"> <li>好漁場に囲まれた立地条件を活かし、山・川・海の豊富な地域ブランド食材を利用した日本食グルメツアー</li> <li>豊富な伝統芸能を活かした祭り体験ツアー</li> </ul>

部圏では、愛知県が9.4%と比較的高いものの、その他の中部各県は全国平均の6.5%より低い数値となっている。また、各都道府県ごとの宿泊施設における定員稼働率は、1位大阪62.1%、2位東京62.0%、3位沖縄58.9%となっており、愛知県（49.6%）を除く中部各県は、全国平均（46.1%）の稼働率よりも低い数値となっている。

中部圏としては、世界遺産、温泉、歴史、産業施設を始めとする多様で豊富な観光資源とおいしい日本食が食べられるという利点をインターネットなどを通じてもっと海外に強くPRし、また、空港や自動車道路網等の整備されたインフラを有効に使って魅力ある広域観光プランを提案するなど、外国人旅行者の獲得に対するいっそうの取り組みが必要である。

## 5 サービス産業振興のための提言

中部は製造業における高い集積と技術力を活かして、今後も製造業を中心に地域経済の伸張を図っていくことが肝要であり、また、近年、若者をはじめとしてモノづくりに対する関心が薄れているため、学校教育や産業観光を通じて、モノづ

くりの精神や文化を高揚させる風土を醸成していく必要があると思われる。こうしたモノづくりを地域経済発展の根幹に据えながら、前章で述べたサービス産業の展望を実現するために、以下の提言を行いたい。

### ○スピノフ企業、ベンチャー企業出現を促す活性化策を

従来、日本は欧米に比べてベンチャー企業が出現しにくいと言われてきたが、大学発ベンチャーの普及など、近年、徐々に環境は好転しつつある。さらに中部圏には、製造業企業内で磨かれた強い企業支援サービス産業が埋没している可能性がある。中部としては、こうした状況を踏まえて、さらなるスピノフ企業やベンチャー企業の出現を促す措置が必要である。

まず、ベンチャー企業やスピノフ企業の出現を促すような社会風土、企業風土を醸成するための組織、中部ベンチャー・フォーラム（仮称）を設立する。産学連携を推進する組織は多いが、ここでは中部圏全体の広域的運営を目指す。そして、ベンチャーのなかでもサービス業の創出に対して特に力を入れたい。一般的にベンチャー企業は、

表8 宿泊旅行統計

	a 延べ宿泊数		b 訪日外国人旅行者延べ宿泊数				稼働率	
		全国シェア		全国シェア	b/a	全国平均との差		全国平均との差
合計	77,601,770	100.0	5,015,210	100.0	6.5		46.1	
北海道	8,076,940	10.4	558,480	11.1	6.9	0.5	54.0	7.9
青森県	965,300	1.2	20,860	0.4	2.2	-4.3	41.1	-5.0
岩手県	1,113,030	1.4	15,650	0.3	1.4	-5.1	38.6	-7.5
宮城県	1,644,240	2.1	27,220	0.5	1.7	-4.8	41.6	-4.5
秋田県	883,240	1.1	7,030	0.1	0.8	-5.7	41.9	-4.2
山形県	978,070	1.3	6,460	0.1	0.7	-5.8	36.1	-10.0
福島県	1,844,610	2.4	23,950	0.5	1.3	-5.2	40.1	-6.0
茨城県	899,330	1.2	14,050	0.3	1.6	-4.9	42.5	-3.6
栃木県	1,719,070	2.2	24,370	0.5	1.4	-5.0	40.9	-5.2
群馬県	1,484,020	1.9	14,360	0.3	1.0	-5.5	37.2	-8.9
埼玉県	655,850	0.8	20,110	0.4	3.1	-3.4	48.0	1.9
千葉県	3,796,150	4.9	439,690	8.8	11.6	5.1	57.3	11.2
東京都	8,675,120	11.2	1,752,030	34.9	20.2	13.7	62.0	15.9
神奈川県	2,901,620	3.7	147,420	2.9	5.1	-1.4	51.8	5.7
新潟県	1,767,440	2.3	18,700	0.4	1.1	-5.4	33.5	-12.6
富山県	677,130	0.9	20,140	0.4	3.0	-3.5	37.5	-8.6
石川県	1,235,470	1.6	22,220	0.4	1.8	-4.7	30.9	-15.2
福井県	502,790	0.6	3,630	0.1	0.7	-5.7	41.2	-4.9
山梨県	1,132,520	1.5	85,620	1.7	7.6	1.1	42.7	-3.4
長野県	2,806,200	3.6	37,530	0.7	1.3	-5.1	35.6	-10.5
岐阜県	988,290	1.3	43,060	0.9	4.4	-2.1	36.0	-10.1
静岡県	3,291,870	4.2	80,680	1.6	2.5	-4.0	40.5	-5.6
愛知県	2,325,200	3.0	218,600	4.4	9.4	2.9	49.6	3.5
三重県	1,168,190	1.5	15,710	0.3	1.3	-5.1	42.2	-3.9
滋賀県	677,950	0.9	26,730	0.5	3.9	-2.5	45.8	-0.3
京都府	2,219,450	2.9	241,190	4.8	10.9	4.4	52.3	6.2
大阪府	3,755,090	4.8	468,180	9.3	12.5	6.0	62.1	16.0
兵庫県	2,271,640	2.9	90,950	1.8	4.0	-2.5	48.0	1.9
奈良県	343,180	0.4	15,810	0.3	4.6	-1.9	33.7	-12.4
和歌山県	848,540	1.1	12,560	0.3	1.5	-5.0	44.1	-2.0
鳥取県	520,620	0.7	4,420	0.1	0.8	-5.6	42.0	-4.1
島根県	425,620	0.5	2,500	0.0	0.6	-5.9	34.3	-11.8
岡山県	834,240	1.1	13,720	0.3	1.6	-4.8	43.0	-3.1
広島県	1,346,090	1.7	58,530	1.2	4.3	-2.1	51.3	5.2
山口県	710,170	0.9	8,130	0.2	1.1	-5.3	36.2	-9.9
徳島県	286,190	0.4	2,340	0.0	0.8	-5.6	46.7	0.6
香川県	590,320	0.8	4,670	0.1	0.8	-5.7	37.2	-8.9
愛媛県	654,300	0.8	6,750	0.1	1.0	-5.4	40.7	-5.4
高知県	467,750	0.6	2,980	0.1	0.6	-5.8	40.6	-5.5
福岡県	2,381,180	3.1	121,030	2.4	5.1	-1.4	57.2	11.1
佐賀県	416,640	0.5	8,850	0.2	2.1	-4.3	30.2	-15.9
長崎県	1,083,930	1.4	101,510	2.0	9.4	2.9	41.0	-5.1
熊本県	1,185,840	1.5	70,850	1.4	6.0	-0.5	39.8	-6.3
大分県	1,199,860	1.5	64,830	1.3	5.4	-1.1	40.7	-5.4
宮崎県	611,740	0.8	16,420	0.3	2.7	-3.8	41.5	-4.6
鹿児島県	1,034,020	1.3	12,880	0.3	1.2	-5.2	35.9	-10.2
沖縄県	2,205,720	2.8	41,770	0.8	1.9	-4.6	58.9	12.8
北海道	8,076,940	10.4	558,480	11.1	6.9	0.5		
東北	7,428,490	9.6	101,170	2.0	1.4	-5.1		
関東	25,837,320	33.3	2,553,880	50.9	9.9	3.4		
北陸	2,415,390	3.1	45,990	0.9	1.9	-4.6		
東海	7,773,550	10.0	358,050	7.1	4.6	-1.9		
近畿	10,115,850	13.0	855,420	17.1	8.5	2.0		
中国	3,836,740	4.9	87,300	1.7	2.3	-4.2		
四国	1,998,560	2.6	16,740	0.3	0.8	-5.6		
九州	10,118,930	13.0	438,140	8.7	4.3	-2.1		

資料) 国土交通省 宿泊旅行統計調査第二次予備調査より作成 全国シェア、b/aの単位は%

IT関連やバイオに集中する傾向があるが、健康・福祉や育児支援、観光などのサービス産業の育成も地域の活性化にとって重要である。

この中部ベンチャー・フォーラムは、定期的、大々的にシンポジウム、セミナー、フォーラムを開催して起業精神の高揚に役立つ活動を行う。そして、起業に関する経験豊富なもしくは有益なアドバイス能力を持つ者や、地域の企業OBや学識経験者などを含め、幅広くデータベースとして登録し、大学側もシーズとなる研究テーマ、研究者などをここに登録する。これが、中部の起業に関する人材バンクとしての役割を果たすと期待される。このフォーラムの情報、人材バンク機能を活用して、産学の人材交流を始めとしたベンチャー・シーズのマッチングを促進し、大学研究者が参画したベンチャー企業の拡大を促す。また、近年、LLP (Limited Liability Partnership: 有限責任事業組合) やLLC (Limited Liability Company: 合同会社) という新たな事業制度がスタートしたが、東京などと比べて地方においてはまだ設立件数が少ないのが現状である。産学連携や企業同士の共同事業などを行う際に有用なこれらの事業形態をもっとPRしていくことも必要ではないだろうか。

また、特許料や審査料の負担軽減、インキュベーション施設の整備促進のほか、優秀なインキュベーション・マネージャーの養成を行っていく必要がある。特に製造企業からサービス業のインキュベートを促進するため、製造企業からの優秀な人材の派遣を期待したい。これらの施策を地域の産官学に加え、NPOを始めとする地域住民全体の力で推進していく必要がある。

#### ○ロボット産業の重点的育成を。

将来、日本のみならず世界中でロボットが工場等の生産現場や家庭における介護など、さまざまな場面で活躍が予想される。高い技術力をもった中部の企業がこのロボット産業の発展に対して中核的な役割を果たすことで、この地をロボット産業のメッカとすることができる。加えて、ロボッ

ト関連のサービス需要も期待することができる。

ロボット開発においては、地域全体が実証実験を含めた開発を全面的にバックアップする仕組みをつくる必要がある。たとえば、ロボットを介護等の生活支援の活用に関する実験を大々的に行う地域「ロボット生活支援モデル地区」を指定し、その実行に際してモニターとなった者への助成制度（ロボットのモニターとなった人の購入代金やリース代金を自治体や企業が負担するロボットモニター制度）を設けてはどうだろうか。ほかにも、当該地区の公道におけるロボットの実証実験・走行試験を全面的に許可するなど、地域としてロボット開発・実験環境を整備するなどロボット利用の範囲を拡大するような試みの支援も大切であろう。また、地元企業や地元自治体等、学校、図書館など公的機関における各種サービスロボットの率先導入なども望まれる。

#### ○地域連携（企業、教育界、地方自治体、地元住民）による産業観光の重点推進。

21世紀は全国各地で、観光客の争奪戦が予想される。真に生き残ることができる観光地（リピーターのある観光）にはオリジナリティが大切である。中部は地元企業や教育会の支援を得て、たとえば総合学習や修学旅行などの機会を利用して産業観光を重点的に推進していくような工夫が必要である。訪日外国人旅行者や圏外からの旅行者増加策の前に、まず圏内の見学者の増加を図るべきである。

さらには、先に述べたロボット開発に関連して、魅力的なロボット博覧会や展示会を継続して開催していくことや、街中や公道における実証実験の様子を公開し、これらの見物客を国の内外から広く集めるようなイベントを企画していくことが求められる。「最先端のロボットを見るために多くの外国人観光客が集まる中部の街」という姿をひとつの目標にしてはどうであろうか。

以上