

5. 新たなニーズを受け止める多様な産業を創出・振興し、雇用を生み出す

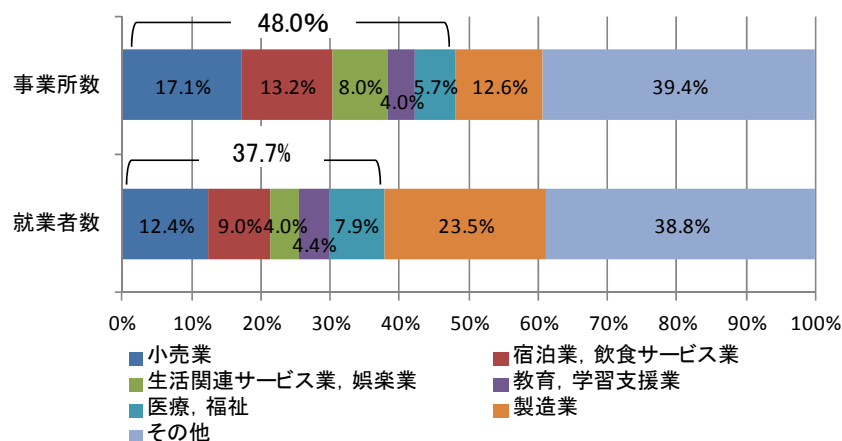
【現状と課題】

- 本格的な少子高齢社会を迎えるとともに、社会の成熟化が進む中で、人々の関心は、モノから、医療、介護、教育など、暮らしの質の向上に向かっていくことから、対個人サービスの成長が見込まれる。
- 企業活動のグローバル化に伴う国際的な法務・経理などに関する高度な業務支援サービスをはじめ、企業における経営の効率化や資源の重点配分によるアウトソーシングの進展、付加価値創出や顧客との関係性を築くうえでのデザインや広告・広報の重要性の高まりなど、企業の業務支援に係るサービスのニーズは一層の拡大が見込まれる。
- また、世界的な需要拡大が見込まれる観光産業や農林水産業の振興のほか、新産業の創出、産業構造の多様化を担うベンチャーや社会的企業の創出・育成を図るなど、身近な雇用の場を創出していくことが求められる。

(1) 対個人サービス業

- 愛知県の対個人サービスの事業所数と就業者数(2009年)をみると、それぞれ県内総数の48.0%、37.7%と多くの割合を占めており、大きな雇用の場となっている。(図表3-5-1)
- 今後の成長が期待される福祉、介護などの業種は、従来、行政が主体となって提供してきた公的サービスからの成長途上にあるということもあり、他産業に比べ、賃金が安く、就業者の定着率が低いといった就労面の課題や、企業規模が小さい、財務面が弱い、新規参入が困難といった経営上の課題が指摘されている。

<参考データ>



図表3-5-1 対個人サービス業の事業所数・就業者数の割合
出典：総務省「平成21年経済センサス-基礎調査」

【施策の方向性】

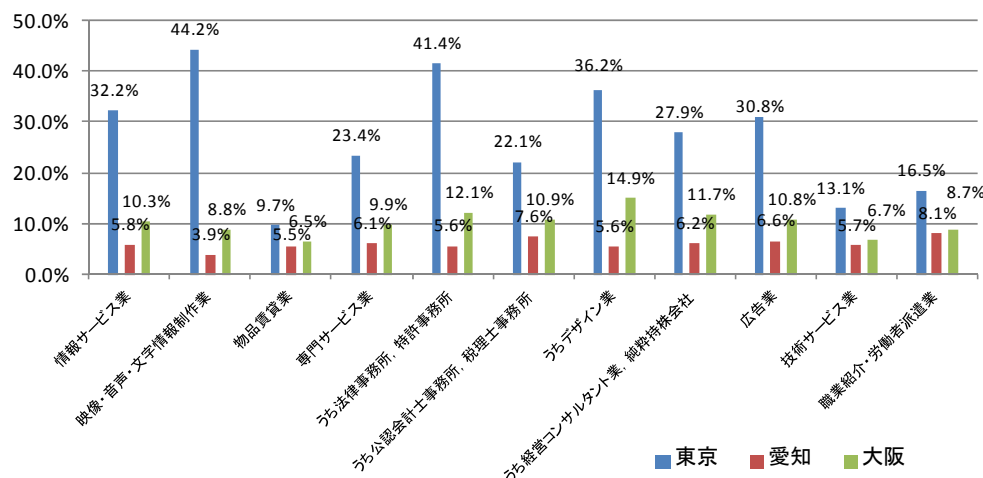
- 安定した雇用の場となるよう、処遇面を含めた就労条件の改善
- 公的サービスでは十分に対応できないきめ細やかなサービス（夜間や緊急時のサービスなど）の提供など、効率化や生産性向上に向けた取組の促進
- サービスの品質の「見える化」など、消費者に対する信頼性の確保

(2) 業務支援サービス業

○愛知県の業務支援サービスの事業所数の全国シェア（2009年）は概ね4%から8%程度となっている。とりわけ、「情報サービス」、「映像・音声・文字情報制作業」、「法律事務所、特許事務所」、「デザイン業」など都市型と言われるサービス業は、県内総生産の全国シェア（2010年度：6.6%）を下回る一方、東京都が全国シェアの30%以上を占め、一極集中が見られる。（図表3-5-2）

○情報サービスや広告、デザイン、コンテンツといった都市型サービス業は、モノづくり産業の高付加価値化に資することが見込まれるほか、都市の魅力の基盤となって内外の人材や情報を引きつけるのに重要な役割を担うことも期待される。

<参考データ>



図表3-5-2 対事業所サービス関連企業の全国シェア（事業所数）
出典：総務省「平成21年経済センサス-基礎調査」

【施策の方向性】

- 高度な専門知識を持つ人材や創造性に溢れた人材が好むとされる猥雑性やにぎわいのある都市づくり
- モノづくり産業の集積が厚いという地域の特性を生かした業務支援サービス（モノづくりの高付加価値化に資するデザイン、モノづくり産業の海外展開を支援する国際業務支援サービスなど）の戦略的な育成・誘致

(3) 観光産業

○新興国が大きな経済成長を遂げていくとともに、国際的な交通ネットワークが一層充実していく中で、世界的な交流人口の増大が見込まれている。そうした中で、観光産業は、旅行者による様々な消費活動を通じて、幅広い産業や雇用に大きな波及効果をもたらすものとされている。
(図表 3-5-3)

○愛知県への宿泊を伴う旅行目的は、国内では 63.5%、外国人では 58.2%がビジネス目的であり、国内・外国人ともに、全国よりもビジネス目的が多くなっている。(図表 3-5-4)

○愛知県内における観光レクリエーション資源・施設利用者総数は、1990 年（平成 2 年）から 2004 年（平成 16 年）までは 1 億 1,000 万人台から 1 億 2,000 万人台で推移し、愛知万博が開催された 2005 年（平成 17 年）は 1 億 6600 万人を越え、その後、1 億 4,000 万人台で推移してきたが、世界金融危機や東日本大震災の影響もあり、このところ、1 億 3,000 万人台となっている。利用者数については、「行祭事・イベント」や「歴史・文化」、「スポーツ・レクリエーション」が多くなっている。(図表 3-5-5、図表 3-5-6)

○訪日外国人旅行者数は、全国と同様に増加傾向にあるが、愛知県への訪問率は 10%前後で推移しており、東京の 50%、大阪の 25%と比較すると低い状況にある。(図表 3-5-7)

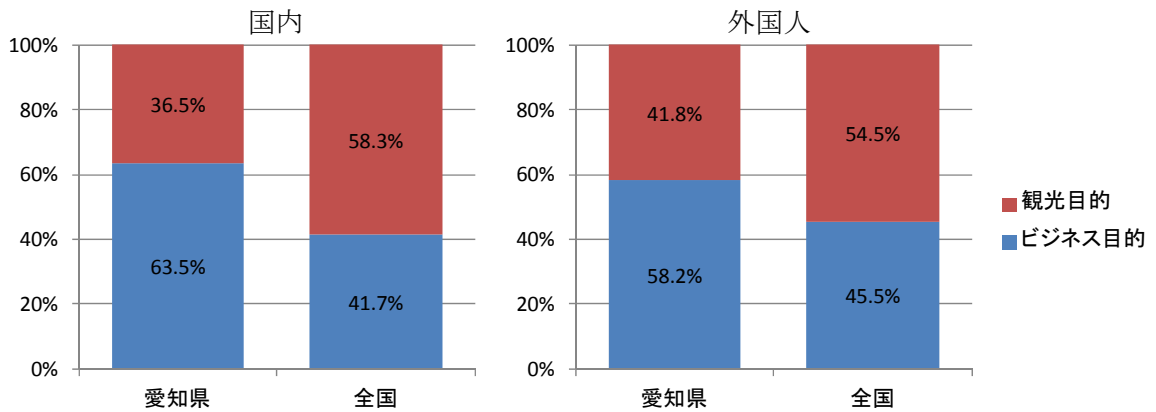
○国際会議の開催件数は東京都に比べて大幅に少ない。また、2002 年と 2011 年の全国の会議開催に占める愛知県シェア 7%程度と、ほとんど変化はみられない状況にある。(図表 3-5-8)

○国際見本市等では世界的に受入施設の大規模化が進んでいる中であって、名古屋市においては、名古屋市国際展示場の拡充に向けた検討が進められている。

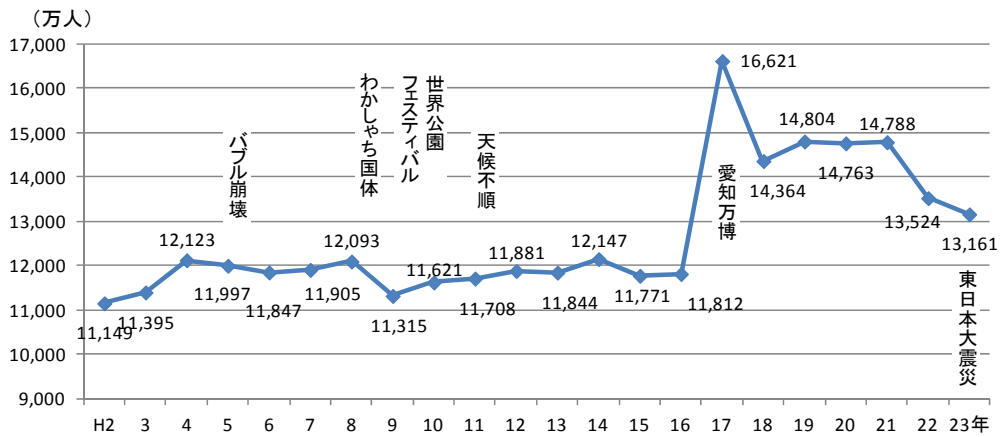
<参考データ>



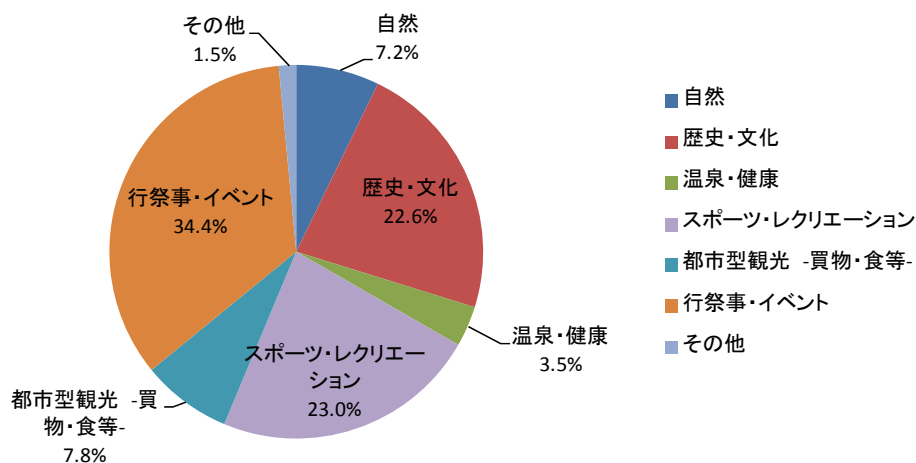
図表 3-5-3 観光産業の経済波及効果
出典：観光庁「平成 22 年（2010 年）における旅行消費による経済効果」



図表 3-5-4 愛知県への旅行目的（宿泊）
 ※平成 25 年 3 月現在で集計されていない神奈川県、富山県、福井県、京都府、大阪府、福岡県のデータは含まれていない。
 出典：観光庁「全国観光入込客統計のとりまとめ状況（年間値：平成 23 年）」



図表 3-5-5 愛知県内における観光レクリエーション資源・施設利用社総数の推移
 出典：愛知県「平成 23 年愛知県観光レクリエーション利用者統計」



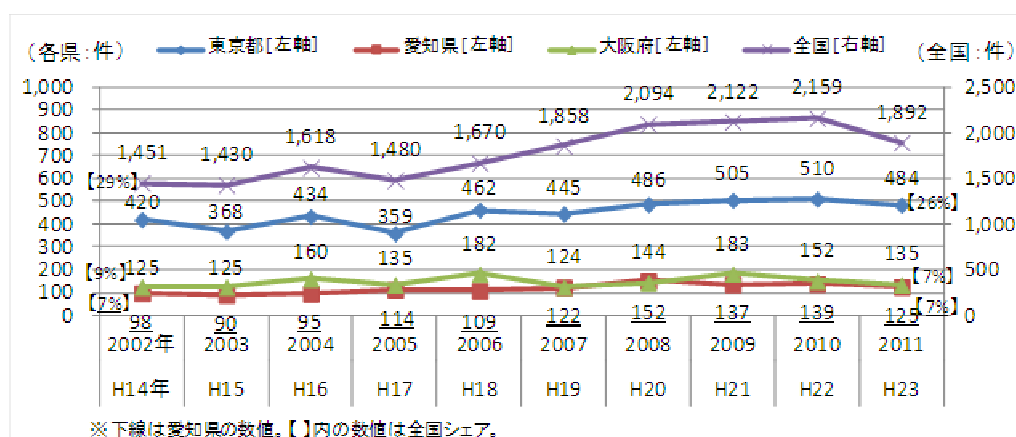
図表 3-5-6 愛知県内における観光レクリエーション資源・施設の施設等区分別件数の割合
 出典：愛知県「平成 23 年愛知県観光レクリエーション利用者統計」

順位	平成18年度 2006年度		平成19年度 2007年度		平成20年度 2008年度		平成21年度 2009年度		平成22年度 2010年度		平成23年 2011年	
	都道府県	訪問率	都道府県	訪問率	都道府県	訪問率	都道府県	訪問率	都道府県	訪問率	都道府県	訪問率
1位	東京	57.4%	東京	58.2%	東京	58.9%	東京	58.8%	東京	60.3%	東京	50.6%
2位	大阪	23.7%	大阪	25.8%	大阪	25.0%	大阪	24.4%	大阪	26.1%	大阪	25.2%
3位	京都	20.3%	京都	21.8%	京都	21.4%	京都	20.6%	京都	24.0%	京都	16.7%
4位	神奈川	18.8%	神奈川	16.3%	神奈川	16.0%	神奈川	16.7%	神奈川	17.8%	神奈川	11.8%
5位	千葉	16.7%	千葉	11.4%	千葉	11.8%	千葉	12.7%	千葉	15.0%	福岡	9.7%
6位	愛知	9.6%	福岡	9.6%	愛知	10.1%	愛知	9.6%	愛知	10.9%	千葉	9.0%
7位	福岡	8.7%	愛知	9.4%	福岡	9.7%	福岡	8.6%	福岡	9.1%	愛知	8.8%
8位	兵庫	7.4%	兵庫	8.8%	兵庫	8.1%	北海道	8.0%	北海道	8.8%	北海道	6.9%
9位	山梨	6.6%	北海道	7.6%	北海道	8.1%	兵庫	7.9%	山梨	8.2%	兵庫	5.9%
10位	北海道	6.4%	奈良	7.1%	奈良	6.5%	山梨	6.8%	兵庫	7.6%	山梨	4.6%

図表 3-5-7 訪日外国人の都道府県別訪問率

※JNTO の訪日外国人訪問地調査が 2010 年度で終了し、2011 年からは観光庁の訪日外国人消費動向調査に継続された。そのため、数値に断層がある可能性があることに注意が必要である。また、年度と暦年の概念の違いがある。

出典：2006 年～2010 年度：日本政府観光局（JNTO）「JNTO 訪日外国人訪問地調査 2010」、2011 年：観光庁「訪日外国人消費動向調査 平成 23 年暦年」



図表 3-5-8 国際会議開催数の推移 (JENTO 基準による)
出典：日本政府観光局 (JNTO) 「2011 年国際会議統計」

【施策の方向性】

- 東京・大阪間のゴールデンルートの通過点、ビジネス利用が多いという現状を踏まえたうえで、目的地として選ばれる魅力づくり
- 短期滞在などビジネス客の特性に応じた観光利用の促進と、観光旅行者としての再訪を促す取組の実施
- 産業観光・武将観光の強化、農林水産業や商工業、地域づくりとの連携など、地域資源の一層の活用
- 中部広域圏において、テーマ性やストーリー性を持った魅力ある広域観光の推進
- 「昇龍道」プロジェクトをはじめ、認知度向上やイメージ定着を図るセールス・プロモーションの推進
- 愛知県の産業集積を生かしたテーマの設定など、大規模な国際会議やイベント、国際見本市の戦略的な誘致

(4) 農林水産業

○愛知県の農林水産業の県内総生産に占める割合は0.5%（平成22年度県民経済計算）、就業者数は全就業者数の2.3%（平成22年国勢調査）となっている。

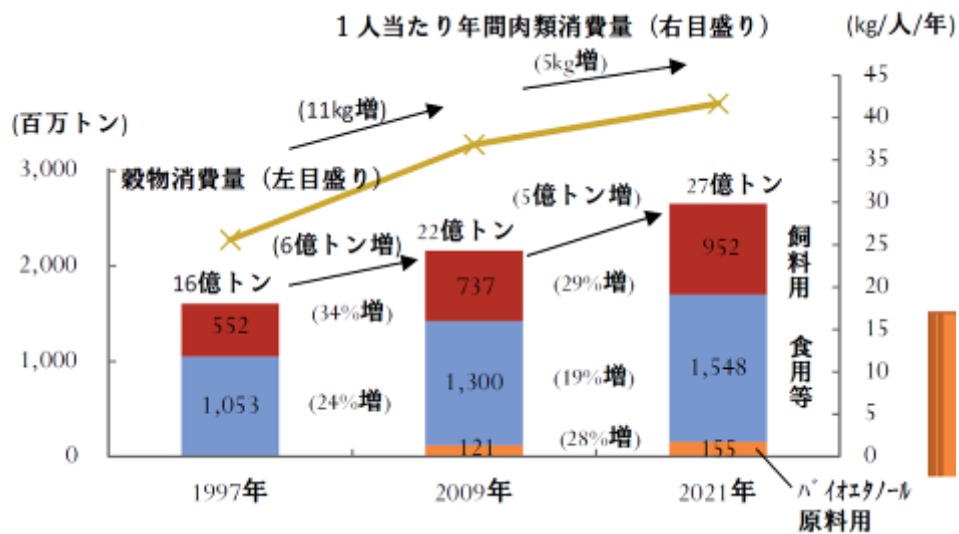
○農林水産業については、担い手の不足や高齢化、生産性の向上の必要性といった課題を抱えている。一方で、世界的に食料の需要拡大が見込まれ、将来的な需給逼迫も懸念される中で、食料自給率の向上といった面からの対策はもとより、海外市場を獲得する成長産業としての発展も期待される。（図表3-5-9）

○愛知県の農業純生産は2010年度で約897億円となっている。農業産出額の全国順位は、10位以内に位置し、全国有数の農業県である。また、耕地10aあたりの生産農業所得は全国第2位の118千円と全国平均の2倍であり、愛知県の農業の特徴でもある施設型農業が進んでいることなど、土地生産性の高い農業が展開されている。（図表3-5-10、図表3-5-11）

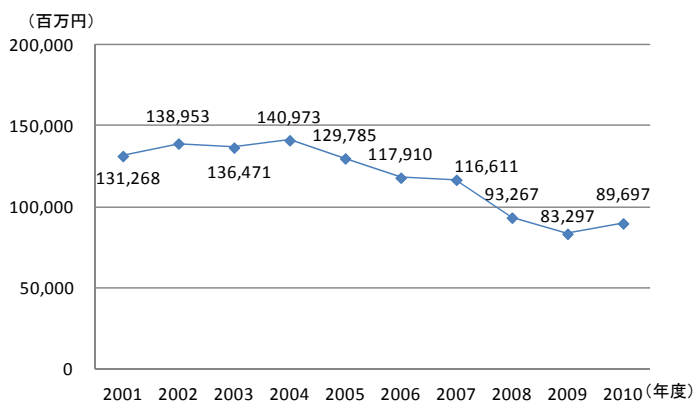
○愛知県の林業純生産は2010年度で約6.7億円であり、減少傾向が続いている。また、林業生産活動は、木材価格の下落等による長期的な林業採算性の悪化等を背景として、依然として停滞している。（図表3-5-12、図表3-5-13）

○愛知県の水産業純生産は2010年度で約138億円であり、2003年以降、増加傾向であったのが、2008年をピークに減少局面になっている。また、漁業種類別では、小型底びき網、船びき網、採貝・採藻等、品目別では、がざみ類、あさり類、いかなご、くるまえび、うなぎ養殖、あゆ養殖などが全国で上位となる。（図表3-5-14、図表3-5-15）

<参考データ>



図表 3-5-9 世界の穀物等の需給見通し
出典：農林水産省「2021年における世界の食糧需給見通し」

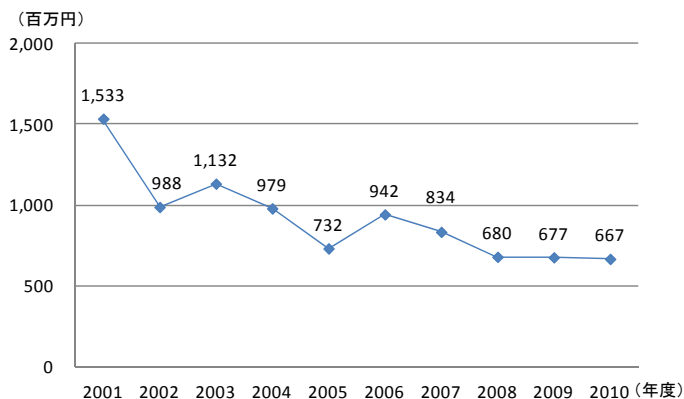


図表 3-5-10 愛知県の農業純生産の推移
出典：愛知県「あいちの県民経済計算（平成 22 年度）」

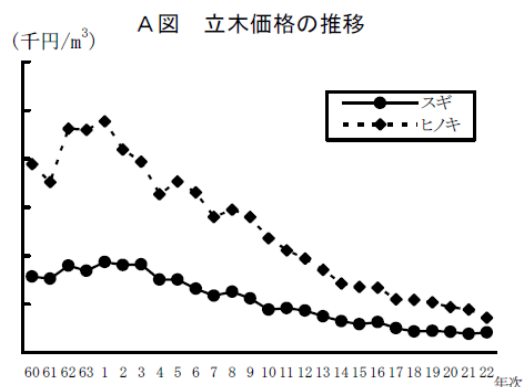
指標	愛知県	全国シェア (全国平均)	順位	調査 年月
総農家数	84,028 戸	3.3%	6	22.2(七)
販売農家数	43,599 戸	2.7%	16	22.2(七)
主業農家数	10,128 戸	2.8%	16	22.2(七)
専業農家数	10,024 戸	2.2%	21	22.2(七)
基幹的農業従事者数	66,861 人	3.3%	9	22.2(七)
耕地面積	79,100 ha	1.7%	17	22.7
500 万円以上 家族経営体数	9,565 戸	3.9%	5	22.2(七)
1,500 万円以上 家族経営体数	4,473 戸	5.4%	2	22.2(七)
農業産出額	2,962 億円	3.6%	6	22
生産農業所得	935 億円	3.4%	7	21
販売農家1戸当たり 生産農業所得	2,145 千円	(1,664千円)	8	21
総農家1戸当たり 耕地面積	94.1 a	(181.9a)	35	22
耕地10a 当たり 生産農業所得	118 千円	(59千円)	2	21

(資料：農林業センサス、耕地面積調査、生産農業所得統計)

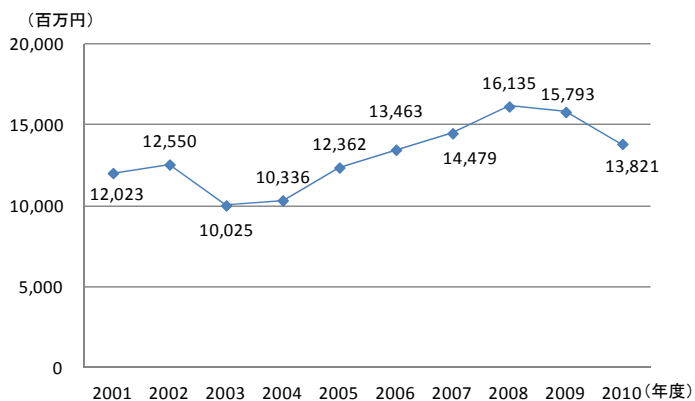
図表 3-5-11 愛知県の農業主要指標
出典：愛知県「農業の動き 2012」【農業動向編】



図表 3-5-12 愛知県の林業純生産の推移
出典：愛知県「あいちの県民経済計算（平成 22 年度）」



図表 3-5-13 立木価格の推移 (スギ、ヒノキ)
出典：愛知県「林業の動き 2012」



図表 3-5-14 愛知県の水産業純生産の推移
出典：愛知県「あいちの県民経済計算（平成 22 年度）」

	生産量(t)		シェア	順位
	愛知県	全国		
しらす	5,382	71,843	7.5%	3
にぎす類	536	4,027	13.3%	3
あなご類	535	5,371	10.0%	3
くろだい・へだい	313	3,467	9.0%	3
いかなご	11,589	70,757	16.4%	2
くるまえば	77	551	14.0%	2
がさみ類	457	2,665	17.1%	1
あさり類	17,635	27,185	64.9%	1
うなぎ養殖	5,002	20,543	24.3%	2
あゆ養殖	872	5,676	15.4%	2

図表 3-5-15 愛知県の主要な漁業種類・品目の全国順位
出典：愛知県「水産業の動き 2012」より作成

【施策の方向性】

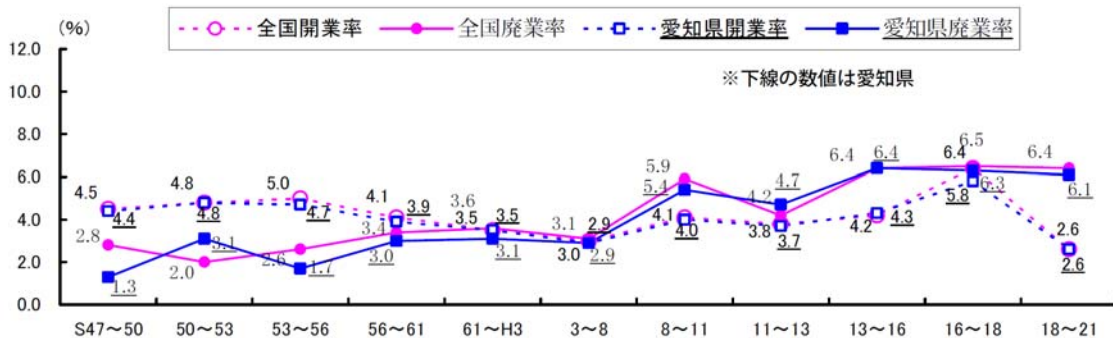
- 大規模農家や農業生産法人の生産規模の拡大、企業の参入促進
- 生産性の向上に資する農地の集約化・大規模化
- 農林漁業成長産業化ファンド（A-FIVE）を受けた6次産業化の本格的な展開
- グローバルな食市場の獲得、多様なニーズに対応した農林水産物の提供など、愛知県の強みを生かせる市場での需要の拡大
- 林業生産基盤の整備や、川上（木材生産）から川下（木材利用）までの一体的な取組などによる林業・木材産業の再生
- 効率的・安定的な経営体の育成と県産水産物のブランド力強化

（５）ベンチャー・社会的企業

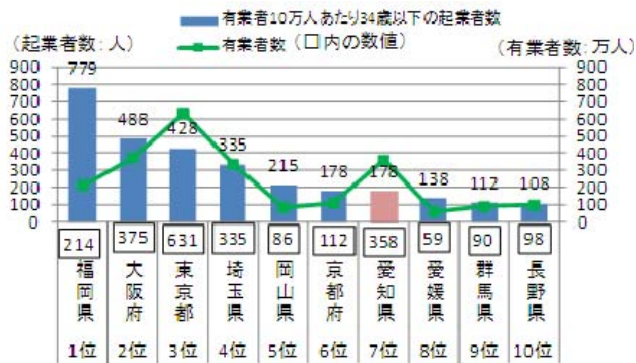
○産業構造の多様化を図るうえでは、ベンチャーなど、新たな企業や産業が生まれ育つ環境づくりが重要である。また、社会的な課題が複雑化・多様化する中で、その解決をビジネスの手法で解決しようとする「社会的企業」については、地域経済の活性化や雇用を創出する新たな主体として注目が高まっている。

○愛知県の開業率は、廃業率を下回っており、こうした傾向は、1996年（平成8年）以降継続している。特に15～34歳の有業者10万人あたりの34歳以下の起業者数は、福岡県が779人と全国で最も多く、愛知県は178人（第7位）である。愛知県の有業者数規模は全国第4位となっているが、有業者規模と比較して、若い世代の起業者が少ない傾向にある。（図表3-5-16、図表3-5-17）

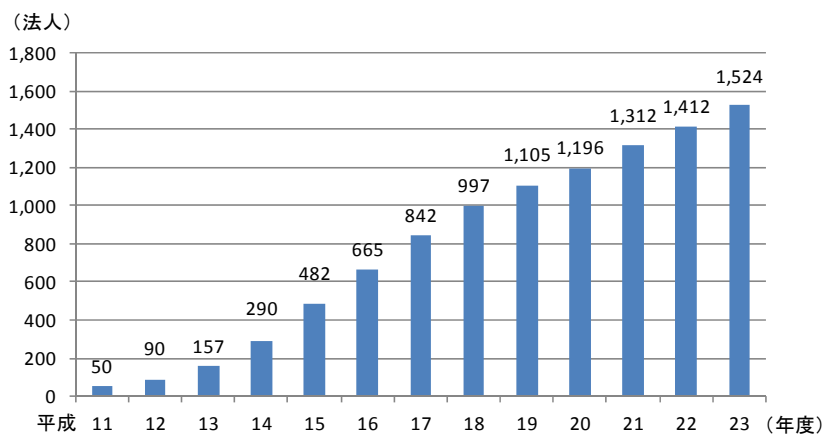
○「社会的企業」は、商品やサービスを有料・有償で提供する事業型のNPOや、会社形態により社会的課題に取り組む社会志向型企业、さらに、一般企業のCSRなど多様な形態を持っている。「社会的企業」に関連する動きとして、愛知県内においてもNPO法人数は着実に増加している。「社会的企業」の活動は、地域資源を活用した特産品の販売といった事業性の高いものから、社会的弱者の保護のように事業活動からは対価を得にくいものまで多岐にわたるが、一般的に財務体質が弱いとの指摘がある。（図表3-5-18）



図表 3-5-16 愛知県の開・廃業率の推移（非一次産業）
出典：愛知県「あいちの産業労働 Q&A」



図表 3-5-17 有業者 10 万人あたりの 34 歳以下の起業者数
出典：総務省「平成 19 年就業構造基本調査」



図表 3-5-18 県内の NPO 法人数の推移
出典：愛知県資料

【施策の方向性】

- ベンチャー企業に対する事業計画、資金調達、技術開発、販路開拓といった様々な側面を一貫体制で支援できる体制の強化
- 社会的企業と行政などを結ぶ中間支援組織との連携による社会的企業の事業展開の支援
- クリエイティブな人材が集まる賑わいあふれる街づくりなど、様々な企業が生まれ育つイノベーティブな環境づくり