

第2回みやざき成長戦略会議 議事録（要約版）

日時：令和4年10月19日（水） 午後1時15分～午後2時15分

会場：市長室

講師：平田 実 氏（九州経済産業局 地域経済部地域経済課長）

【講演内容】

【市長】

改めまして今日のテーマです。第4回目の戦略会議ということで、本日、九州経済産業局の平田課長においでいただきました。どうぞよろしくお願いいたします。

この会議は私が今年の2月に就任してから、今後宮崎市としての経済政策、主に経済分野での政策を考える上で、様々なデータや分析を参考にさせていただきたいと思って、開かせていただいております。

主に民間からであったり、また国であったり、先日は国からだ労働局の宮崎の局長にもご参加いただいたり、民間の方も参加いただいて提言を受けています。

純粹に、宮崎市の市民所得を向上するとか、経済を成長させるために、自治体としてどんなことができるのかという視点に絞って、お話を聞いたり、意見交換させていただいているところで、早速ですけれども、今日は30分程度、まず課長より、様々なお話をいただければ幸いです。よろしくお願いいたします。

【講師】

九州経済産業局の平田でございます。今日は貴重な機会をいただきありがとうございます。よろしくお願いいたします。来年にはG7の農相会合も開催されるとのことで、ますます宮崎がよいチャンスを迎えているものと感じております。

みやざき成長戦略会議ということで、何かこういう視点があるんじゃないでしょうかと言ったアプローチの仕方で、話をさせていただきます。

スライド1ページ

はじめに宮崎市の状況につきまして、RESASを活用した分析を紹介します。地方創生の文脈の中から、官民データをどういうふうに可視化できるか、その基礎となるデータベースが、このRESAS（地域経済分析システム）です。今回、そのベースをなす地域産業連関表に基づき、これを活用して成長戦略のヒントとなるお話をします。

スライド2ページ

まず宮崎市の成長率は、全国を上回って、いわゆる成長率というのは付加価値額の伸びだということでございますけども、全国10%のところを、2018年10.3%ぐらいで成長している状況です。

スライド3ページ

産業構造に着目すると、右の青いグラフにありますように、その付加価値額の構成を見ると、第三次産業が85.4%ということが宮崎市、宮崎県では70.9%ということで、ややこの第三次産業に特化というか、中心とした構造になっている状況です。赤い枠で囲んでいるところが、そういう強いところ。それから、青い枠のところは、いわゆる製造業と言われて、建設業、電子デバイス、食料品といったようなところですよ。

スライド4ページ

こういう状況で、第二次産業が少し手薄かなという中で、実際に第二次産業を見ると、電子デバイスの存在感が圧倒的に強そうです。右に211億円、電子デバイス製造業ということでございますけど、ここはラピスさんの存在が圧倒的な状況ではないかと思えます。あくまでデータのうち定性的なところを見ていただいたところですよ。

スライド5ページ

第二次産業に着目して、生産性はどうなっているかということを見た場合、やや全国、あるいは宮崎県と比較すると、少し従業員1人当たりの付加価値額、第二次産業が低いのではないかというようなデータが推計されている状況ですよ。

スライド6ページ

それをさらに見ると、この労働生産性、従業員1人当たり付加価値額の状況を見ますと、食料品がちょっと乏しく、一方で非鉄金属は強い、もしくは電子デバイスが強いというような状況ですよ。下の付加価値構成比、いわゆる儲かった分の割合ですけども、やはり電子デバイスであったり、建設業が大きい。食料品は少し低いという状況ですよ。上の労働生産性の食料品は、全国平均よりもかなり少ないのは説明が付きにくいので、そこは割り引いて考えていただければ幸いです。

スライド7ページ

このように第三次産業が非常に強い宮崎市ですけれども、それを強くするためには、やはりそれを支える基盤産業（赤字で書いているところ）、つまり外貨を稼いでくるような産業を強化しなければ、青いところの非基盤産業、いわゆる域内市場産業も強くない、ということが申し上げたい点ですよ。これは、

岡山大学の中村先生が、経済産業研究所でお話された資料が出典ですが、どちらか一方がというよりは、やはり支える産業を強くすると、その上に乗っかっているところも強くなります。

スライド8ページ

次に感応度係数っていうのがあり、どの部門に最終需要があった場合に、産業全体に生産波及が強く及ぶのか、というようなことがあります。これは右上の象限がそうですが、唯一高いのがこの黄色の情報通信業です。いわゆる電話、電信、それから情報サービス産業、こうした分野が非常に感応度を持つ産業となります。

スライド9ページ

先を急ぎますと、市内の産業間取引構造、これ赤い矢印を打つてるところが繋がりを持っているということでありまして、この茶色い丸のマークは、移輸出、外貨を稼ぐ産業の割合、生産額の規模を示しています。結び付きは例えば保健福祉・社会福祉がありますけども、病院だったり福祉施設であったりそういったところだと思うのですが、そこに対しては化学の方から直線的に何か引いてある。例えばつながりは推測ですが、用いられる消毒液などが関係しているのかも知れません。このような俯瞰したレベルの見方ですが、宮崎市内の産業取引構造はこのような図が書けるという推計が出ているわけです。

スライド10ページ

移輸出額、つまり外からお金を稼いでくる産業ですが、先ほどのロジックで言う基盤産業、ここが強くなると第三次産業を支え成長に結び付くということであり、やはり電子デバイス産業や、保健衛生、小売、宿泊産業がこれに続くというような状況です。

左側が外から外貨を稼いで来るというような類のものであり、右(移輸入額)はその逆という風に思ってください。ただこれも食料品がなぜか非常に域外に依存してる形になっています。ここは、もう少し精緻に分析する必要があるものと認識しています。

スライド11ページ

以上のデータをエビデンスといいますか、手がかりにして、視点を提示できれば幸いです。RESASによる政策データ分析に基づくと、大ざっぱな言い方になりますが、第三次産業に特化した産業構造の中でそれを活性化するためには、やはり製造業などの外貨を稼ぐ産業の育成が、市においても求められるのではないかと、という点です。そして概してその労働生産性も、特に二次産業においては低調であるという中で、第二次産業中心に生産性を上げていくということが、市全体の経済活性化に結び付くのではないかと、というような示唆です。

生産性を上げるためには、ご案内の通り、商品の競争力を作るか、機械化し

たりオートメーション化を図って、コスト削減するかどうかになると思います。こうした中でDXみたいなことも俎上に上がってくるのではないかと思います。

しからは、どのような視点で仮説や問題設定したらいいか。いくつかあると思いますが、そもそも宮崎市の企業・産業の挑戦意欲はどの程度あるのか、人や産業がその意欲を高めるためにどうしたらいいか。あるいは、そもそもヒトやカネや情報が繋がってるのかといったような点からアプローチできるのではないかと考えています。

スライド 12 ページ

こうした考察を踏まえるとシンプルですが、3つぐらい（このブルーのポイントで示している）、「Ⅰ. 企業・人の成長」、それから「Ⅱ. イノベーション」、それから「Ⅲ. 価値共創」、というカテゴリー軸が、視点となるのではないかと思います。

いずれもくポストコロナ、産業のグレードアップ、地域課題、レジリエンス、そういったものについて、よりよい変革を遂げ乗り越えた後に見えてくる将来像に結び付ける視点です。これらが成長戦略へのアプローチではないかというふうに申し上げておきます。

スライド 13 ページ

では、Ⅰ. Ⅱ. Ⅲ. についてそれぞれ述べさせていただきます。

まず一つ目の「企業・ヒトの成長」ですけど、これはやはり企業、事業が成長戦略に至るのは、民間セクターが主体です。従って強い企業、強い事業者を創出・育成するというのが大事な点ではないでしょうか。

スライド 14 ページ

事業再構築補助金の採択企業数をお示ししています。これは全て宮崎市内の採択事業者様のお名前です。123社の方々は事業再構築の補助事業を活用して、コロナを踏まえて再挑戦しようということでやってらっしゃいます。素晴らしいことです。ただ（宮崎市企業は）採択企業の割合が全ての中小企業に対して8%ぐらいです。宮崎県で見ると7.7%なのでそれを上回っていますが、全国的に見ると少し低調な状況です。さらに挑戦していただくことが、マクロデータですけども期待される、そういう見方も出来るかも知れません。

スライド 15 ページ

（活用企業の）1例を挙げさせていただきますと、この（株）FREE POWERさんという企業。九州経済産業局のスタッフが訪問させていただいたことがあります。自転車のギアを作ってる会社ですがコロナ禍を契機に、グローバル展開を図っていく上でも、現在V字回復が望めない中で、自動車分野で勝負しようということで、モーター効率を高めるための事業の再構築を行うというような

取り組みをしてらっしゃるというような事例です。

ものづくり企業で数名の事業所かもしれませんが、本当にこういうEV化の波やいろいろな変化の中、新しい挑戦をこうやって脈々とされてることに、非常に感動した次第です。「現場に行ってくるとこんな企業でしたよ」といった話をスタッフから聞くと非常に勇気づけられ、現場の力というのはすごいなと実感いたします。

スライド 16 ページ

それから生産性向上には、ものづくり補助金というのが効果的に活用されています。いわゆるロボットを導入したり、省力化機器を活用したりする際に支援する制度です。今、100社余りの宮崎市内の企業様が、ものづくり補助金に採択されて活用いただいています。

先ほどの事業再構築はもう少し（事業費は）上なんですけど、ものづくり補助金はおよそ1,000万円上限が目安の補助金です。

例えば左の上にありますマイクロエースさん、ご案内かもしれませんが、佐土原にあります表面処理関係の事業者さんです。活用時は、トヨタ・レクサスのルーフレールを担っていらっしゃいました。自動車メーカーとのお取引でどうしても量に対応していくためには生産性を上げようということになります。そのボリューム対策をしていく難しい局面でロボットを導入されているお取り組みです。

ものづくり補助金活用企業は、意外な企業さんがサービス産業を含めて、生産性を上げるための取り組みをされています。ぜひこういった企業に着目しながら宮崎市の成長を考えるとというのが一つあるのではないかとということをお申し上げさせていただきます。

スライド 13 ページ (再)

また、私どもの組織にある企業成長支援課という部署では、伴走支援というやり方で、1 to 1で企業さんに寄り添って支援しようじゃないかという方程式で何十社かの支援を行っています。こうした中で鍵になるのは、地域の支援機関（金融機関など）もしくは中小企業診断士をはじめコンサルティング能力のある専門家の方々ではないでしょうか。そういった方と一緒に企業訪問し（職員独力ではノウハウにも限界ありますので）、チームを組んで伴走スタイルで、事業者のご用聞き的なことも含めた取り組みを行っています。

個社支援と言っていますが、昨今の取り組みの柱になっています。支援の公平性の点を踏まえながら、一社を伸ばすための個社支援です。戦略的に企業支援するためには有効だということで、経産省全体でも伴走支援のヨコ展開のような取り組み・方法論を取っています。いかに企業がやる気になるか、変革意欲を増すかということに注目しつつ、我々としても取り組んで、試行錯誤している状況です。

また、こちら宮崎市ですと日機装さんはじめ進出企業や、地元の重鎮企業が

あると思いますので、そういったところに着目しながら、言わば中核企業を大事にしていくというのも一つの大きな役割ではないかと思います。

それからその下ですけど、「ヒト」にまつわる点ですが、やはり様々な成長戦略も、最後は人に行き着く点は共通してる話です。宮崎の魅力や若い方や移住者の方々が評価なさっているようですので、宮崎の素晴らしさや宮崎市で仕事をするやりがいや何なのか解像度を上げて、少し客観的に分析してなぜ宮崎が選ばれるのかが分かると良いのではないかと、という印象です。

宮崎市のホームページで商業政策課さんがやられてる「20do」というサイトを拝見したんですけど、すごく若い方が参考になるような、人々の活動、企業の活動が紹介されていて、なるほど、こういうことで見える化されているのだなと思った次第です。こうした人や企業がもっとインタラクション（相互作用）し、進んでいくとさらに強みになると感じました。

また、若手経営層をどうやって応援したらいいのかなということでは、今着目しているのは商工会議所の青年部（YEG）の方々です。YEGの方々と九州ワイドで交流を強化しつつあります。九州全部で4,000名ぐらいの青年部の方がいらっしゃいます。施策を周知・共有したり、YEGからの調査結果を提供いただいたり、徐々に一歩先に進めています。市の商工部門と商工会議所青年部の距離も大事です。我々自身は、商工人である彼らの若さと挑戦力にも着目し交流や連携を強化しているところです。

また、女性やアトツギといった人の支援としては、私どもも新事業をどうやって後押ししていくかなどを認識しながら取り組んでいます。

スライド 17 ページ

次に、II点目の「イノベーション」です。スタートアップ支援です。本日、こちらに来る途中に、「スタートアップハブ」に立ち寄らせていただきました。今やはり、市の取り組みが大変重要になっているなという気がします。と言いますのも、長崎市・熊本市・鹿児島市などでは、いずれもこの分野に力を入れていらっしゃいます。鹿児島市でしたら「mark MEIZAN」、熊本市は「XOSS POINT（クロスポイント）」などの拠点があります。ここでは創業だけじゃなくてスタートアップに向けたアクセラレーションプログラムをやったり、そこを起点に入居施設もあったり、立体的なスタートアップ・創業支援の環境整備が進みつつある感じがいたします。

宮崎市では民業でこちらアトミカさん（J-Startup九州企業に選定）もいらっしゃるの、さまざまな力を借りながらやれる可能性があると思いますし、取り組みを進めて宮崎市からさらに特色あるスタートアップが出てくることに着目しています。

スライド 18 ページ

経済産業省では「J-Startup」という取り組みがあります。赤い字がオールジャパンのJ-Startup認定企業、青字が九州ワイドのJ-Startup九州企業とし

て選定しています。

その中で、赤い字の J-Startup 企業である「ひむかAMファーマー」さんは、宮崎大学医学部第一内科におけるペプチド研究でそれを実用化する大学発ベンチャーです。現在、新薬開発の治験をオーストラリアで行っている会社です。大学発スタートアップですので、市のスコープ（範囲）に入りにくいかもしれませんが、このような、6億円から7億円の資金調達してる会社が、駅前の通りに拠点を構えています。

それから J-Startup 九州では、宮崎大学発の SMOLT さん、ATOMica さん、SUNAO 製薬さん、それからワンステップさんがあります。ワンステップさんは創業時に市の方にお世話になったという声をお聞きしたことがあります。やはりこうした創業時には、より身近な市にお世話になった企業が多いのではないかと思います。今後も、どんどんこうした企業が出てくるような土壌が宮崎市にあるのではないかと思います。

スライド17ページ（再）

ちょっと前に戻りまして、イノベーションで申しますと、スタートアップに関してはいろいろ要素があります。特に、スタートアップ支援のために、アクセラプログラムのほかにもクラウドファンディングなどの取り組みもあります。熊本市は、マクアケさんと先日提携をされて、それが例えばそのふるさと納税の施策に結び付いたりしたようなことも聞いていますし、キャピタルでは、ドーガンさんのランチが宮崎市にあると伺っておりまして、いろんな人が宮崎に集まって来てるのかなと思います。たしかクラウド関連の事業者も宮崎市内にはいらっしやると記憶していますし、必要な要素や、キーパーソンみたいな方々が宮崎市には要所要所にいらっしやいます。その方々が繋がるか、一体化すると、すごくその宮崎の見える化といいますか、ベクトル合わせが進んでいくのではないかと思います。

昨年度、J-Startup 九州で取り組んだ経験ですと、県レベルではスタートアップ支援に関してはこれからといった印象でしたが、今後益々行政の熱量が求められるのかも知れません。

それから産学連携ですが、宮崎大学など市内に4大学があると承知しています。これまで食の6次化（「みやPEC」の取組み）などユニークなプロジェクトを進められてると思いますので、引き続きバージョンを上げると言いますか、科学技術の知見を地域のバイタライゼーション（活性化）につなげることは重要かと思っています。

大学周りでは、例えば、研究開発の施設であったり新学部を記載してます。我々も産学連携の研究開発支援のプロジェクトを支援していますが、新しい産業づくりは科学的知見の方から出発していく方がスケールアップしやすく、成長に繋がる点もあります。

また若者・人材の存在もありますし、都市としての感受性に対する取り組みに関しては県では出来ないことです。そういう面で市の役割と言う点では、ク

リエイティブな部分を促し発揮させるアプローチをしていくこともチャレンジングですが重要なことではないかと思えます。

スライド 19 ページ

最後に、「Ⅲ. 価値共創」です。Well-being な宮崎という視点では、競争一本やりの成長でいいのかという点です。インクルーシブ・グロース（包摂的成長）をどう追求していくか、宮崎市の成長を考える上では大事な視点ではないかと考え、最後に触れさせてさせていただきます。

アプローチの1つは、社会的課題解決にどう取り組むのかということで、例えば官民共創プロジェクトをたくさん作っていきながら、市民のウェルネスを向上させていくことが考えられます。

スライド 20 ページ

私どもとの関係では、非常にありがたいことに宮崎市さんとは、農政の部門だと思えますけども、このライトライトさんの実証プロジェクトでの連携例があります。先日日経新聞を拝見しまして（市とライトライト社が）提携したということで何よりです。この取り組みのベースですが、「地域・企業共生型ビジネス導入・創業促進補助金」を活用していただいています。私どものスタッフがブラッシュアップを含めたサポートをさせていただきました。全国でもユニークな農業分野での実証事業で、いろいろな方が注目していますが、ぜひ連携してこういうものを横展開していただくということで、宮崎らしい課題解決のアプローチがあるのではないかと私自身勉強させていただいています。

スライド 19 ページ (再)

いずれにしても、ソーシャルなことに對してどうアタックしていくかというのは、基礎自治体、特に中核市の出番ではないかという感じがしております。

最近はその「ソーシャルX」というような、企業ビジネスで解決する方法を自治体に逆にぶつける「逆プロポーザル方式」なども注目されています。企業と自治体の官民連携の新しい形が進んでいるわけですが、ここでいう「ソーシャルX」が宮崎ならではと言う意味での「ソーシャルM」みたいな形で展開されることを期待しています。こうしたモデルになるような取り組みがどんどん進んでいくと、様々な協調や連携が広がっていくのではないかと感じます。

その他は、レジリエンスや防災関連もあると思います。いろんな社会課題がある中での取り組みが、成長戦略の文脈の中で取り組まれる話でございます。

最後にブランディングですが、スポーツをはじめいろんな方々が宮崎市に來られて、躍動されています。その現場が宮崎市であるということが重要と思っております。科学的な実証も含めて、このキャンプ地になったりしてるところを活かしながら、いいブランディングの仕方や、世界観づくりみたいなことが、もう一步、二歩先も含めて見せることが出来るのではないかという期待を持っ

て締めくくらせていただきたいと思います。以上です。