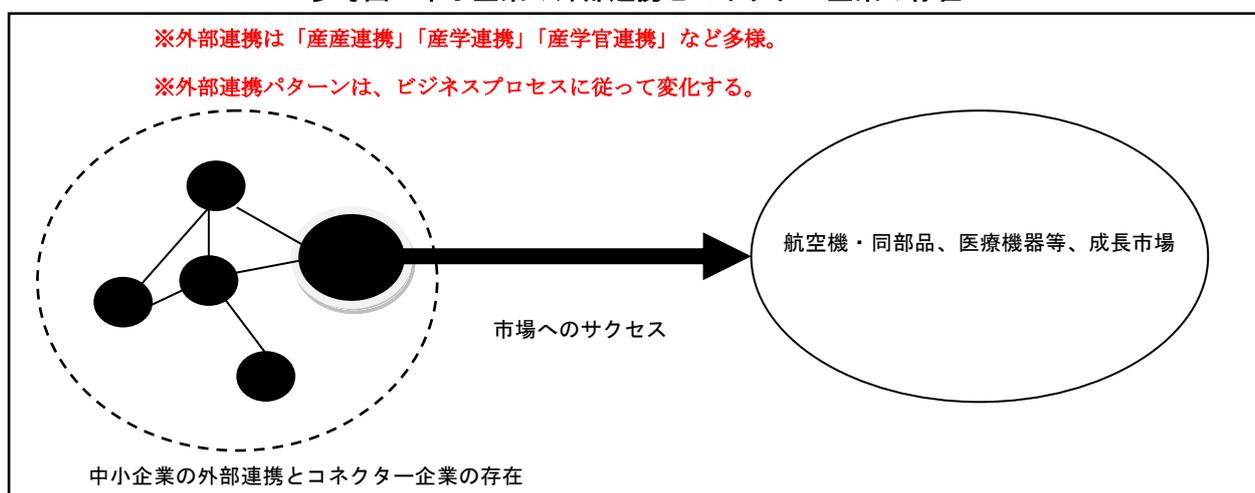


H29-2 中小企業の外部連携による成長市場戦略 基本企画書

1. 調査研究の背景と目的

本調査研究では、自動車部品及び電子部品等の受注生産に従事している機械関連中小企業の新事業展開を成長市場戦略と捉え文献調査及びヒアリング調査を中心にその実態把握を行うと共に成長市場分野に関するクラスター形成状況、成長市場分野への取り組みに対応した中小企業の外部連携パターンに類型化を行う。特に中小企業の多様な外部連携活動については、航空機・同部品、医療機器・健康・福祉機器、次世代農業分野などに新規参入している中小企業を対象にしたヒアリング調査を実施し、成長市場戦略上の課題抽出を行い、中小企業を軸にした地域産業政策の立案に資する調査研究を目指す。

参考図 中小企業の外部連携とコネクター企業の存在



<調査研究の視点>

- ①航空機・同部品、医療機器等、成長市場分野の動向分析（統計データ、既存資料等）
- ②成長市場分野に関するクラスター形成状況の分析（ヒアリング調査、既存資料）、
- ③中小企業の外部連携による成長市場分野への取り組み状況の分析（ヒアリング調査）
- ④中小企業の外部連携パターンと成長市場分野の関係性の考察（委員会での検討）

備考)

①航空機市場の成長と日本の課題

- 民間航空機市場は、年率約 5%で成長すると見込まれる成長市場。
- 航空機産業全体では、国内生産額は、過去 5 年間で 1.1 兆円から 1.8 兆円に増加。2030 年には 3 兆円を超えると期待。
- これまで材料や機体・エンジン部品製造では強みを発揮してきたが、今後、より高付加価値

値な分野に展開していくため、MR J で完成機事業（最終製品化・整備）に挑戦。

- 我が国航空機産業の規模は、約 1.8 兆円で米国の 10 分の 1 程度。欧州各国と比較しても、小規模に留まっており、今後世界市場が拡大する中で成長余地が大きい。
- 国内で見た場合にも、自動車や電気機械等に比べると小規模に留まっており、今後我が国の基幹産業となるべく、さらなる成長が期待される

②医療機器市場の成長と日本の課題

- 我が国の医療機器市場規模は、平成 16 年以降、増加に転じ、2 兆円超で推移。平成 25 年は、約 2.7 兆円となり、過去最大の市場規模。
- 我が国の医療費は、平成 24 年度は 39.2 兆円。医療機器市場は、うち 7%弱となっている。
- 医療機器市場（約 2.7 兆円）のうち、金額ベースでは治療機器（カテーテル、ペースメーカー等）が 53%、診断機器（内視鏡、CT、MRI 等）が 26 %を占める。一般的に治療機器の成長率が高く、市場規模も大きい。しかしながら、治療機器は輸入比率が相対的に高い。

2. 調査研究の実施体制

中小企業経営、産学官連携、地域産業政策、各種成長分野の動向に精通した研究者及び専門家で構成される調査研究委員会の構成メンバーは下記のとおりである。

平成 29 年度調査研究事業（H29-2）

H29-2 中小企業の外部連携による成長市場戦略に関する調査研究委員会

委員名簿

<委員長>

高橋美樹 慶應義塾大学商学部 教授

<委員>

糸野博行 大阪商業大学総合経営学部 教授

近藤信一 岩手県立大学総合政策学部 准教授

高木正彦 中小企業アドバイザー

鍋山 徹 一般財団法人日本経済研究所 専務理事

山本匡毅 相模女子大学人間社会学部 准教授

<経済研究所>

北嶋 守 次長 兼 調査研究部長（プロジェクトリーダー）

太田 志乃 調査研究部 研究副主幹

井高章子 調査研究部 リサーチアシスタント

加藤秋人 調査研究部 リサーチアシスタント

3. 調査研究の実施スケジュール

本調査研究では、計 4 回の調査研究委員会を予定している。また、調査方法は文献・資料調査のほか国内 10 箇所程度を対象にしたヒアリング調査を予定している(下表参照)。

調査研究実施スケジュール

	2016/4	5	6	7	8	9	10	11	12	2017/1	2	3
1. 詳細企画	←→											
2. 中小企業調査 ・文献調査 ・ヒアリング ・情報整理					←→			←→				
3. 成長分野調査 ・文献調査 ・統計資料調査		←→				←→						
4. 委員会				▲			▲			▲	▲	
5. 成果報告会												◎
6. 報告書作成										←→		

4. 調査研究成果の普及

本調査研究の成果は調査研究報告書(130 頁程度、発行 200 部程度)に纏められるが、その内容については、経済産業省、地方自治体及び関連団体に配布される。また、成果報告会(関東)以外にも、地方講演会、各種外部セミナー等を通じて機械関連中小企業の方々に対して積極的な情報提供を行う。さらに、成果概要については、日刊工業新聞や公的機関の月刊誌等マスメディアを通じて効果的な情報発信に努める。

以上