

集積が進む本県の自動車関連産業 ～アンケート調査からみるその動向～



トヨタ自動車東日本(株)岩手工場から出荷される“世界戦略SUV”C-HR
(写真提供：トヨタ自動車東日本(株))

目 次

はじめに

1. わが国の自動車関連産業の動向

- (1) 自動車生産台数の推移
- (2) 製造品出荷額の推移
- (3) 都道府県別の状況

2. 本県の自動車関連産業の動向

- (1) 本県の自動車関連産業の製造品出荷額の推移
- (2) 本県の自動車関連産業の事業所数と
従業者数の推移

3. 県内自動車関連産業アンケート調査結果

- (1) 自動車関連産業への参入状況
- (2) 参入済み事業所の動向
- (3) 未参入事業所の動向

4. 本県における地元企業の参入事例

- (1) (株)北上エレメックの取り組み
- (2) (株)長島製作所の取り組み

おわりに

要約

- わが国の自動車の生産台数は1000万台近傍で推移していたが、平成21年に前年のリーマンショックの影響を受け793万台まで急減し、その後は持ち直したが近年は900万台の水準で推移している。
- 自動車関連産業の製造品出荷額は、直近では19年の57・2兆円をピークに、21年にはリーマンショックの影響から40・5兆円まで減少した。23年も東日本大震災の影響を受けたが、その後は堅調に推移し26年には53・3兆円まで回復した。
- 本県の製造品出荷額は5694億円で全国17位と中位で、東北6県では首位である。
- 本県の製造品出荷額は、関東自動車工業岩手工場の立地とこれに伴う自動車部品メーカーの進出などを要因に増加を続けた。24年は「アーク」効果などから前年の約1・8倍となる6745億円とピークをつけ、直近の26年では5572億円となっている。
- アンケート調査の結果では、進出企業の方が自動車関連産業への参入時期は早く、その後、地元企業の参入が拡大していくという傾向がみられた。
- 「自動車関連事業の売上が全売上に占める割合」は、「10%未満」が最も多く、自動車関連事業が主要事業といえる「50%超」の累計割合は全体の42・5%だった。
- 参入のメリットは「売上の増加」が約7割となり、次いで「収益力の向上」「経営の安定化」などとなった。
- 参入の課題は「品質対応」がトップで、「人手不足(数的要因)」「販売価格」「設備投資」「人材不足(質的要因)」とした回答も多かった。
- 未参入事業所の参入意向は「ある」「なし」が二分し、地元企業の方が進出企業より参入意欲は高かった。
- 県内の参入事例では、(株)北上エレメックは同業者で組織した共同受注グループ「アラ21」の設立が参入のきっかけのひとつとなり、全国的にも先駆的な取り組みとなっている。
- (株)長島製作所では、自動車関連事業が受注の平準化に寄与しているほか、信用力の向上から雇用の確保にも貢献している。
- トヨタ自動車東日本(株)は、東北の自動車関連産業の強みは、地元企業の仕入先と1対1での連携を行うことにより、お互いが競争力を強化できる環境としている。

はじめに

自動車は1台につき2万〜3万点に及ぶ部品が使用される組立総合産業である。そのため自動車関連産業は完成車メーカーを頂点として数多くの企業が属するピラミッド型を形成している。製造品出荷額でみると自動車関連産業は製造業において最大の産業部門となっており、輸出品目においても金額ベースでトップであるなど、長らく基幹産業としてわが国の経済成長に寄与してきた。

本県においても、平成5年に関東自動車工業(株)岩手工場(現トヨタ自動車東日本(株)(以下、「トヨタ東日本」))岩手工場・金ヶ崎町)が立地して以来、自動車関連産業の集積がスタートし、同産業は本県経済の主要産業となるまでに成長している。東日本大震災から6年半を迎え復興需要もピークアウトしたといわれる今、今後も本県経済が持続的に成長するためには自動車関連産業のより一層の集積が求められる。

本稿では、統計指標を用いて全国と本県の自動車関連産業を概観するほか、県内事業所へのアンケート調査とヒアリングにより本県の現状の把握を行い、今後の課題と展望について考察する。

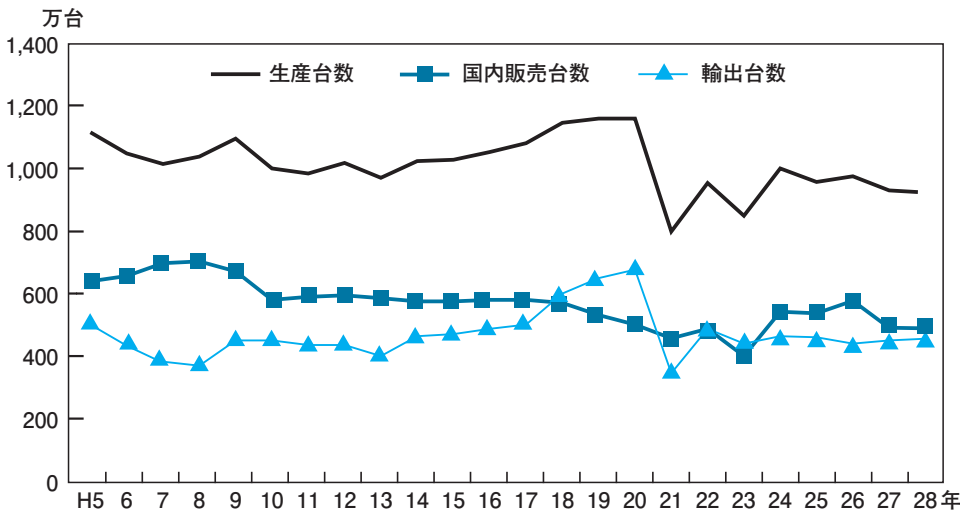
1. わが国の自動車関連産業の動向

(1) 自動車生産台数の動向

初めに、わが国における自動車の生産台数について、一般社団法人日本自動車工業会の公表計数を基に平成5年からの推移をみると、5年の1123万台から緩やかな減少を続け、11年に一度1000万台を割り込み、13年には978万台まで落ち込んだ（図表1）。翌14年移行は再び1000万台の水準を回復し、19年には1160万台で直近のピークを記録した。しかし、21年には前年のリーマンショックに端を発する世界的不況の影響を受け793万台まで急減し、その後は1000万台を回復することなく900万台の水準で推移している。

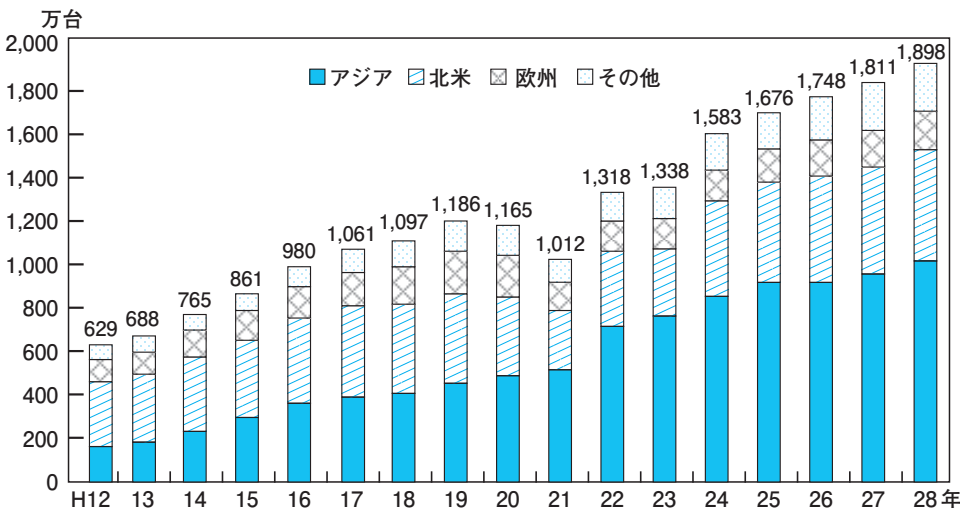
市場動向をみると、国内販売は5年から増加傾向にあり8年には708万台と直近のピークを記録したが、その後は長らく続いた不況による需要の伸び悩みや市場の成熟化などから減少に転じた。10～20年までは500万台で推移したが、21年にはリーマンショックの影響で461万台となり、23年には東日本大震災の影響から421万台まで減少した。24年には500万台を回復したが、直近の28年は497万台と再び500万台を割り込んでいる。

図表1 国内生産台数等の推移



資料：（一社）日本自動車工業会ホームページ資料より当研究所作成

図表2 国内メーカーの海外生産台数の推移



資料：（一社）日本自動車工業会ホームページ資料より当研究所作成

一方、輸出台数は国内販売とは逆の動きをみせ、8年の371万台まで減少を続けたが、その後は緩やかな増加を続け、17年に500万台を突破した。翌18年には597万台と国内販売の574万台を上回り、20年には673万台とピークを記録したが、21年にはリーマンショック

の影響から362万台と国内販売を上回る落ち込みをみせ、8年を下回るボトムとなった。22年以降は400万台の水準で推移している。なお、輸出台数が伸び悩んでいる背景には、国内メーカーの海外現地生産が進んでいることも背景にあるとみられ、リーマンショックの影響

響があった21年を除いて、増加傾向にある（図表2）。地域別ではアジアが突出しており、18年にこれまで最大であった北米を抜きトップとなると、27年には国内生産台数をも上回り、直近の28年には1000万台も突破した。今後も海外現地生産はアジアが牽引役となり拡大が続くものとみられる。

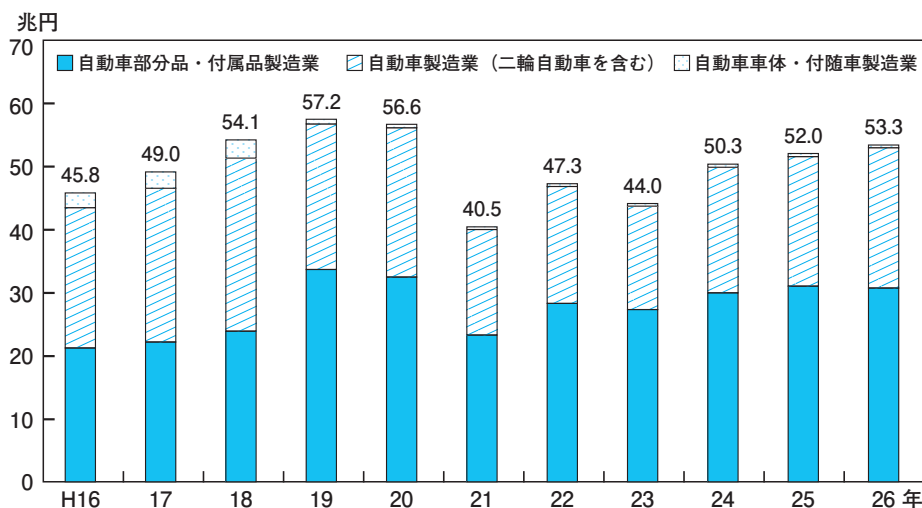
(2) 製造品出荷額の動向

次に、経済産業省「工業統計表」から自動車関連産業の製造品出荷額をみる。工業統計表では自動車関連産業として、「自動車製造業（二輪自動車を含む）」「自動車車体・付随車製造業」「自動車部分品・附属品製造業」の3業種に分類されている。ただし、乗用車やトラック、バスの鍛造品及びプレス加工車体附属品、部品を製造する事業所は金属の種類によって「金属素形材製品製造業」に、自動車部分品などを製造するための金型を製造する事業所は「その他の生産用機械・同部分品製造業」などに分類されており、自動車に関わるすべての製造品について網羅されているわけではないことに注意が必要である。

直近10年間の自動車関連産業の製造品出荷額の推移をみると、19年の57・2兆円をピークに、21年には40・5兆円まで減少しボトムとなった

（図表3）。23年に東日本大震災の影響から44・0兆円となったが、その後は堅調に推移し、26年には53・3兆円まで回復している。内訳をみると、18年までは「自動車製造業（二輪自動車を含む）」が自動車関連産業の約5割を占め最も金額が大きく、次いで「自動車部分品・附属品製造業」が45%程度となっていたが、

図表3 自動車関連産業の製造品出荷額の推移



資料：経済産業省「工業統計表」より当研究所作成

19年からは両産業が逆転し「自動車部分品・附属品製造業」が約6割、「自動車製造業（二輪自動車を含む）」が約4割と、部品メーカーの存在が大きくなっている。26年では「自動車部分品・附属品製造業」が30・7兆円で57・6%、「自動車製造業（二輪自動車を含む）」が22・0兆円で41・3%となっている。

(3) 都道府県別の状況

都道府県別の状況は、先にみた自動車関連産業に限ると、都道府県によっては事業所数が少なく製造品出荷額などが秘匿とされていることがあるため、産業分類を「輸送機械器具製造業」に拡大してみる。なお、「輸送機械器具製造業」には船舶や航空機関連の事業所が含まれるものの、このうち自動車関連産業の製造品出荷額は約9割を占めることから、都道府県別の順位などには大きな影響を及ぼさないものと考えられる。

26年の「輸送用機械器具製造業」における製造品出荷額は、愛知県が23・5兆円で全国計の39・1%を占め断トツで、事業所数や従業者数、付加価値額でも全国1位である。これはいうまでもなくトヨタを中心とした完成車工場や部品メーカーが集積しているためであり、続く2位の静岡県、3位の神奈川県などの上位層もメーカーは違うが同様の理由による。

図表4 都道府県別の輸送機械器具製造業の状況（平成26年）

順位	都道府県	製造品出荷額（億円）		事業所数（社）		従業者数（人）			付加価値額（億円）			
		金額	構成比（%）	数	構成比（%）	数	順位（位）	構成比（%）	金額	順位（位）	構成比（%）	
1	愛知	235,089	39.1	1,807	1	17.3	292,009	1	29.8	68,858	1	41.1
2	静岡	42,249	7.0	1,118	2	10.7	81,946	2	8.4	13,657	2	8.1
3	神奈川	36,856	6.1	600	3	5.8	56,139	3	5.7	8,744	4	5.2
4	群馬	31,563	5.3	518	5	5.0	47,023	5	4.8	9,833	3	5.9
5	広島	27,280	4.5	503	6	4.8	48,079	4	4.9	7,598	5	4.5
6	福岡	24,185	4.0	155	16	1.5	24,406	12	2.5	2,861	12	1.7
7	三重	22,692	3.8	303	10	2.9	38,921	7	4.0	6,128	7	3.7
8	埼玉	22,012	3.7	597	4	5.7	43,920	6	4.5	4,740	8	2.8
9	栃木	15,841	2.6	303	10	2.9	31,107	8	3.2	3,663	10	2.2
10	東京	15,493	2.6	303	10	2.9	21,996	13	2.2	7,135	6	4.3
...
17	岩手	5,694	0.9	62	34	0.6	6,677	27	0.7	795	24	0.5
...
22	福島	4,008	0.7	119	23	1.1	10,189	20	1.0	1,402	18	0.8
...
26	宮城	3,660	0.6	101	26	1.0	9,064	21	0.9	770	27	0.5
...
35	山形	1,259	0.2	110	24	1.1	5,913	28	0.6	517	33	0.3
...
39	秋田	619	0.1	28	39	0.3	2,466	40	0.3	172	39	0.1
...
41	青森	286	0.0	27	40	0.3	1,023	42	0.1	152	40	0.1
...
全国計		600,633	100.0	10,415	-	100.0	980,505	-	100.0	167,642	-	100.0

資料：経済産業省「工業統計表」より当研究所作成

本県は、製造品出荷額が5694億円で0.9%を占め17位と全国では中位で、東北6県では首位である。事業所数は34位で0.6%、従業者数は27位で0.7%と決して順位は高くないが、事業所数や従業者数に比べ製造品出荷額が大きいのは、金ケ崎町のトヨタ東日本岩手工場の存在とその周辺企業の集積が大きい役割を果たしているためであろう。一方、付加価値額が30位で0.5%となっており、製造品出荷額と比べ全国に占める割合が低いことが、本県の課題として挙げられる。

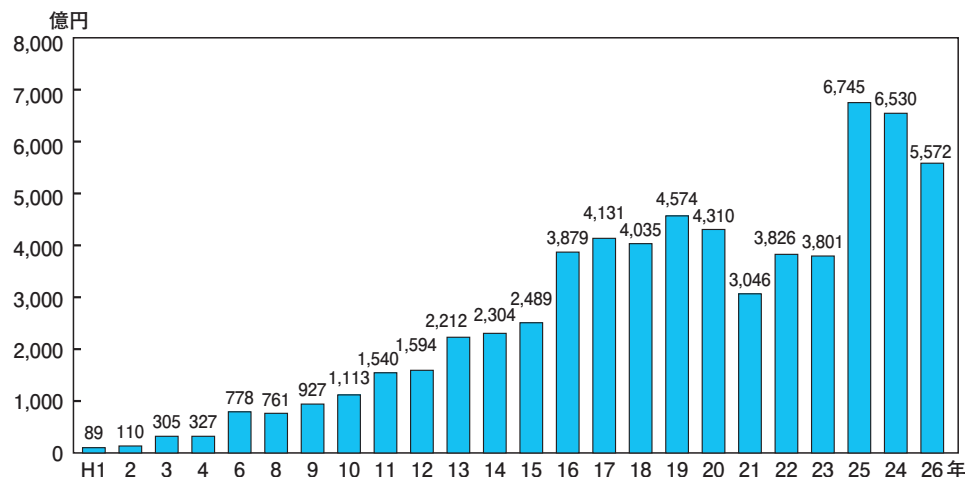
東北他県では、福島県が4008億円で22位、宮城県が3660億円で26位、山形県が1259億円で35位、秋田県が619億円で39位、青森県が286億円で41位となっている。トヨタ東日本の2工場が所在する宮城県より福島県が上位にあるのは、同県に日産の部品工場があるほか、福島南部は関東地域に近いことなどから多くの自動車関連産業が集積していることが要因とみられる。

2. 本県の自動車関連産業の動向

(1) 本県の自動車関連産業の製造品出荷額の推移

本県の自動車関連産業の製造品出荷額の推移をみると、段階的に顕著な伸びをみせている（図

図表5 本県の自動車関連産業の製造品出荷額の推移



(注) 1. 従業者4人以上の事業所
2. 平成5、7年は秘匿措置

資料：県調査統計課「工業統計調査」より当研究所作成

表5)。最初の伸びは、平成4年から6年（5年は秘匿措置）であり、これは5年に操業を開始した関東自動車工業岩手工場（現トヨタ東日本岩手工場）の立地と、これに伴う自動車部品メーカーの進出が寄与している。その後も、堅調に増加を続け10年には1000億円、13年には

2000億円を突破し、4年から14年までの10年間で製造品出荷額は約7倍に拡大した。

次に大幅に増加したのは16年であり、前年の約1・6倍の3879億円となった。これには関東自動車工業(株)岩手工場内に、関連するサプライヤーが進出するサテライトショップが整備されたことが寄与しているとみられる。また、17年には同工場に第2ラインが完成し、生産体制が強化された。21年にはリーマンショックの影響から落ち込みをみせたものの、震災があった23年については前年から微減にとどまった。

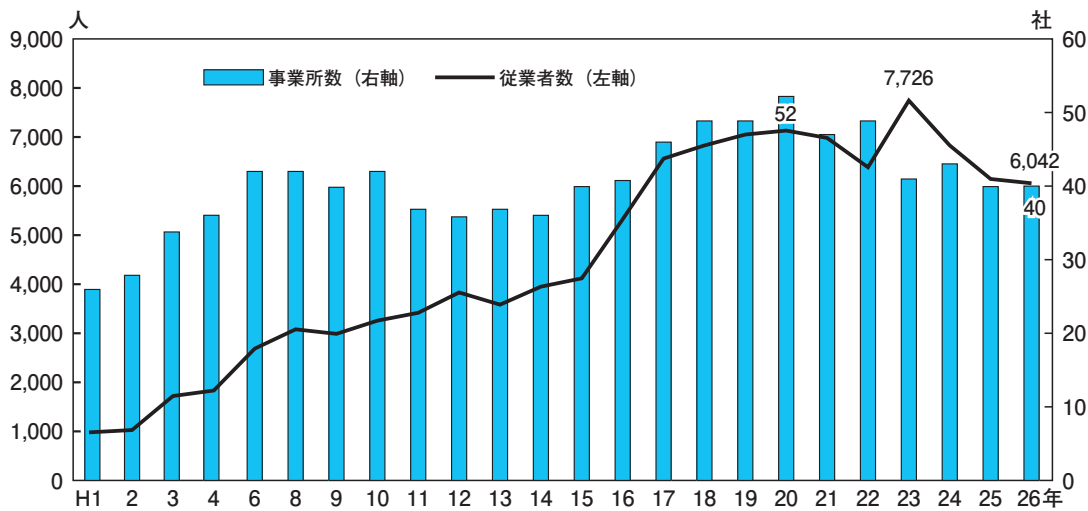
翌24年は前年の12月に同工場で全量生産が開始され、復興のシンボルとして位置付けられる小型ハイブリッド車としては初の「アクア」が全国的な人気車種となったことなどから、前年の約1・8倍となる6745億円と本県の自動車関連産業の製造品出荷額のピークをつけた。直近の26年はアクア人気の落ち着きなどもあり5572億円と数字を落としたものの、高い水準を維持している。

(2) 本県の自動車関連産業の事業所数と従業者数の推移

製造品出荷額と同様に、従業者数も年により増減があり、近年は減少しているものの、概ね増加傾向にある(図表6)。特に関東自動車工

業(株)岩手工場の立地を契機に大きく増加した。すなわち立地前の4年には1790人であったものが、立地後の6年は2689人となり8年には3000人を突破、16年からも急激な伸び

図表6 本県の自動車関連産業の従業員と事業所数の推移



(注) 従業員4人以上の事業所

資料：県調査統計課「工業統計調査」より当研究所作成

をみせ23年に7726人とピークをつけた。ただし、翌24年以降は減少に転じ、直近の26年は6042人となっている。

一方、製造品出荷額や従業者数の増加とは異なる動きとなっているのが事業所数である。同工場立地後の6年の42社を境に大きな変動はみられず、20年に52社のピークをつけるも26年は40社と6年からも減少している。前述したとおり、「工業統計」の産業分類では自動車の製造に関係するすべての事業所や、また自動車部品を製造していても他事業が主要である場合の事業所については含まれてはいないものの、本県の製造品出荷額と従業者数は事業所数とは異なった動きとなっており、同工場やメガサプライヤーと呼ばれる大手部品メーカーなどの規模拡大に伴っているものと考えられる。

3. 県内自動車関連産業アンケート調査結果

これまでみてきたとおり、既存の統計は自動車関連産業のすべてを網羅するものではなく、その実態を捉えることは難しい。したがって、当研究所では県内の自動車製造に関連すると思われる事業所に対しアンケート調査を実施し、本県の自動車関連産業の動向の把握を試みた。

【調査概要】

○調査内容

自動車関連産業への参入の時期や目的、納入・仕入地域などについてのアンケート調査

○調査時期

平成29年8月初～中旬

○調査対象

「いわて自動車関連産業集積促進協議会」の会員（輸送業や商社などを除く）及び東北経済産業局「東北の自動車関連企業マップ」掲載の県内事業所、計270社

○回収状況

回答事業所数 103社

回収率 38・1%

(1) 自動車関連産業への参入状況

本アンケートに回答があった103社の事業所に「自動車製造関連の事業を行っているか」を尋ねたところ、「行っている」と回答したのは70・9%の73社だった。うち地元企業は31社で「行っている」とした事業所の42・5%、他県からの進出企業が42社で57・5%となった。

次節(2)は、自動車関連事業を「行っている」とした73事業所の、また(3)は「行っていない」とした事業所30社に対するそれぞれのアンケート調査結果である。

(2) 参入済み事業所の動向

①自動車関連事業への参入時期

自動車関連事業への参入時期（「不明」「無回答」の3社を除く）は、平成以前が地元企業が4社、進出企業が12社、平成元～10年までの10年間の合計は地元企業が4社、進出企業が13社となり、進出企業が地元企業に比べ自動車関連産業への参入時期は早い傾向がみられた（図表7）。一方、11～20年の10年間は、地元企業が15社、進出企業が7社と地元企業の参入が活発になり、21年から直近までは地元企業が6社、進出企業が9社となった。

回答があった事業所の傾向をみると、県外企業が都市部と比べ地価や賃金水準が低く工場などの立地条件が良い本県に進出して自動車関連産業の基礎を築き、関東自動車工業(株)岩手工場の立地も相まって、地元企業もそうした進出企業との取引が徐々に増えることで集積が進んだものと考えられる。

②自動車関連事業の取扱内容

「自動車関連事業の取扱内容（複数回答）」に

図表7 自動車関連事業への参入時期

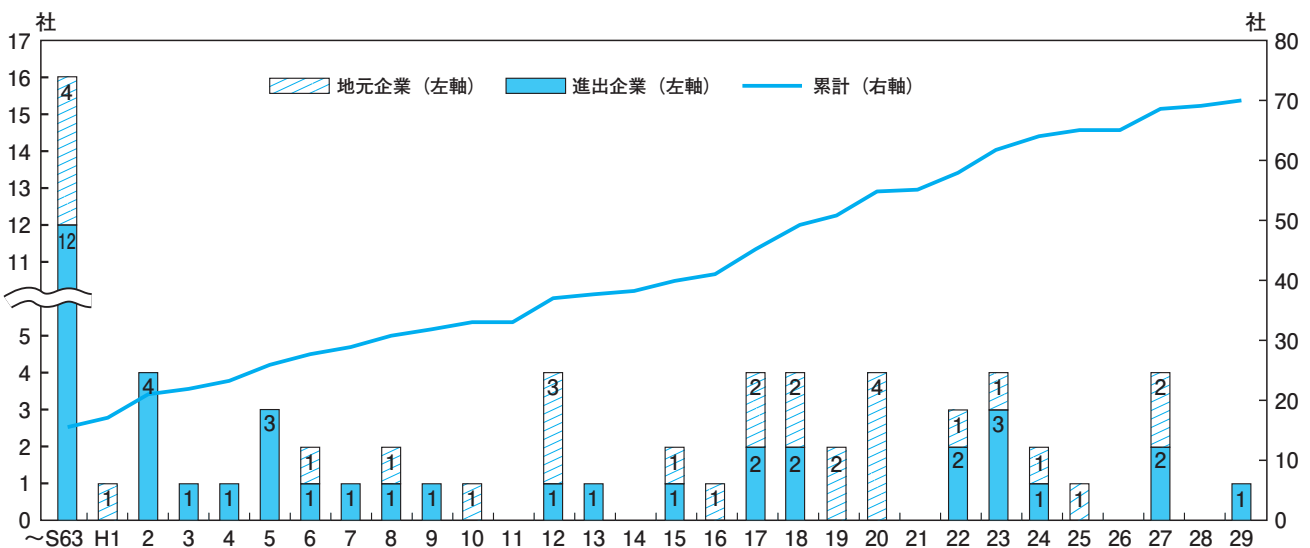
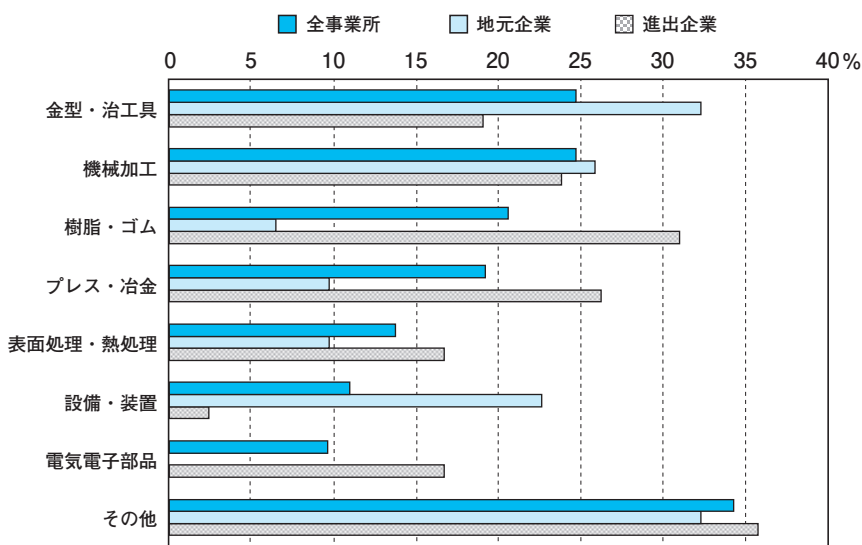


図8 自動車関連事業の取扱内容



については、「金型・治工具」と「機械加工」が全体の24・7%で最も多く、次いで「樹脂・ゴム」が20・5%、「プレス・冶金」が19・2%、「表面処理・熱処理」が13・7%と続いた(図表8)。「その他」には「素材・材料」「铸造・ダイカスト」などもみられた。

属性別にみると、地元企業は「金型・治工具」が32・3%と最も多く、「機械加工」が23・8%、「設備・装置」が22・6%などとなった。一方、

進出企業は「樹脂・ゴム」が31・0%と最も多く、「プレス・冶金」が26・2%、「機械加工」が23・8%などとなり、「電気・電子部品」の16・7%、「機能部品」の7・1%は進出企業のみのお答えだった。

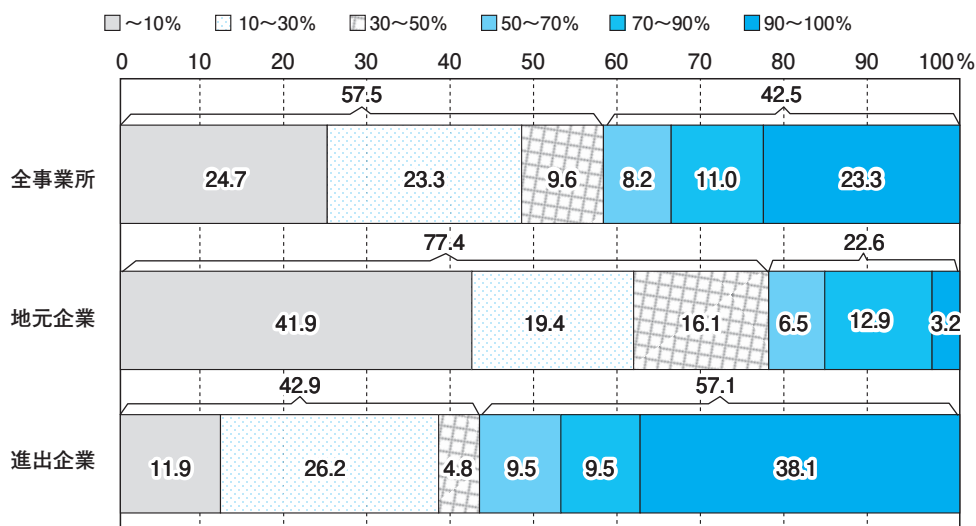
なお、複数の事業を実施しているのは25所(34・3%)あり、そのうち最も多い事業数は8事業で、1所当たりの平均事業数は1・6事業だった。

③自動車関連事業の売上が占める割合

「自動車関連事業の売上が全売上に占める割合」は、「10%未満」が24・7%と最も多く、「10%～30%」と「90%～100%」が23・3%、「70%～90%」が11・0%、「30%～50%」が9・6%、「50%～70%」が8・2%となり、自動車関連事業が主要事業といえる「50%超」の累計割合は42・5%だった(図表9)。

属性別にみると、地元企業は「10%未満」が4割を超え、それに「10%～30%」と「30%～50%」を加えた「50%以下」の累計割合は8割弱となった。一方、進出企業は「90%～100%」の自動車関連事業をほぼ専業としている割合が38・1%と最も多く、「70%～90%」「50%～70%」を加えた「50%超」の累計割合は6割弱となり、地元企業とは逆の結果となった。これは地元企

図表9 自動車関連事業の売上が占める割合



(注) 四捨五入の関係により合計が100とならない場合がある

業の方が参入して日が浅い事業所が多いことや、進出事業所の主たる目的が自動車関連事業であることが多いことなどが要因として考えられる。

④自動車関連事業参入のきっかけ

「自動車関連事業への参入、またはそれを目

的として本県へ進出したきっかけ（複数回答）の割合は、「自社による販路開拓」が43・8％と最も多く、次いで「取引先からの紹介・依頼」が34・2％となっており、日常の営業活動から自動車関連事業につながったケースが多かったものとみられる（図表10）。それ以外では「行政からの紹介」が13・7％、「トヨタ東日本岩手工場（関東自動車工業(株)岩手工場）の立地」が12・3％などとなった。

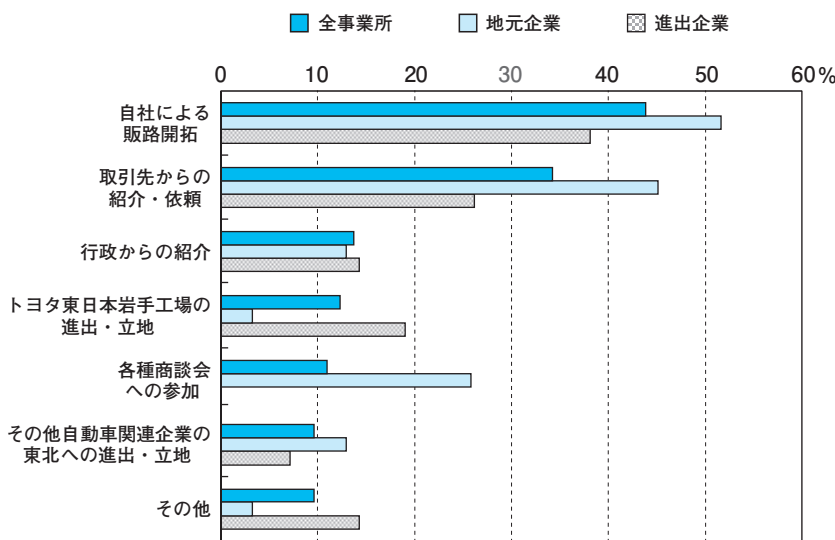
属性別でも全体と同様に、地元企業、進出企業とも「自社による販路開拓」が最も多く、「取引先からの紹介・依頼」が続いた。属性別で特徴的だったのは、「各種商談会への参加」が地元企業のみのお話となり、進出企業では「トヨタ東日本岩手工場（関東自動車工業(株)岩手工場）の立地」が地元企業に比べ多かった。

⑤自動車関連事業参入のメリット

「自動車関連産業への参入、またはそれを目的として本県へ進出したメリット（複数回答）」としては、「売上の増加」が69・9％と約7割となり大勢を占めた（図表11）。次いで「収益力の向上」と「経営の安定化」がともに35・6％、「技術力の向上」が31・5％、「信用力の向上」が20・5％などとなった。

属性別にみると、進出企業は全体と概ね同様

図表10 自動車関連事業参入のきっかけ

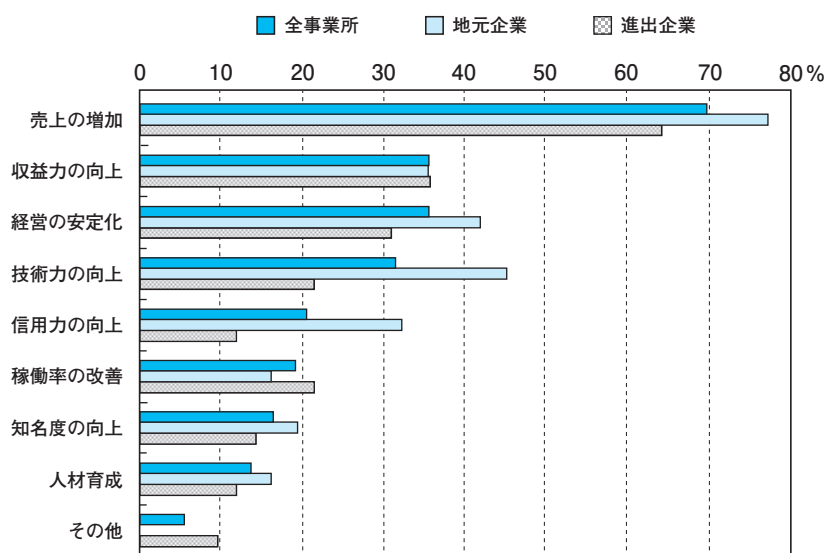


の傾向がみられたが、地元企業では「経営の安定化」や「技術力の向上」「信用力の向上」といった割合が多かった。

⑥自動車関連事業参入の課題

「自動車関連事業への参入、または岩手県へ進出した際の課題（複数回答）」としては、「品質対応」が41・1％と最も多かったが、「人手不足（数的要因）」38・4％、「販売価格」37・0％、「設備投資」35・6％、「人材不足（質的

図表11 自動車関連事業参入のメリット

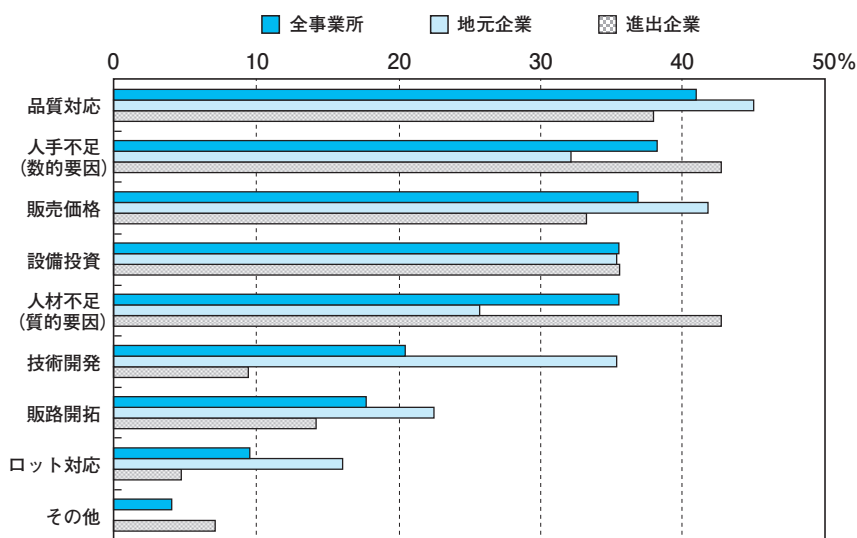


要因）」35・6％も同水準で多かった（図表12）。属性別にみると、地元企業は「品質対応」が最も多く、「販売価格」や「設備投資」「技術開発」などが上位だったのに対し、進出企業は「人手不足（数的要因）」と「人材不足（質的要因）」がともに最も多く、課題に違いがみられた。

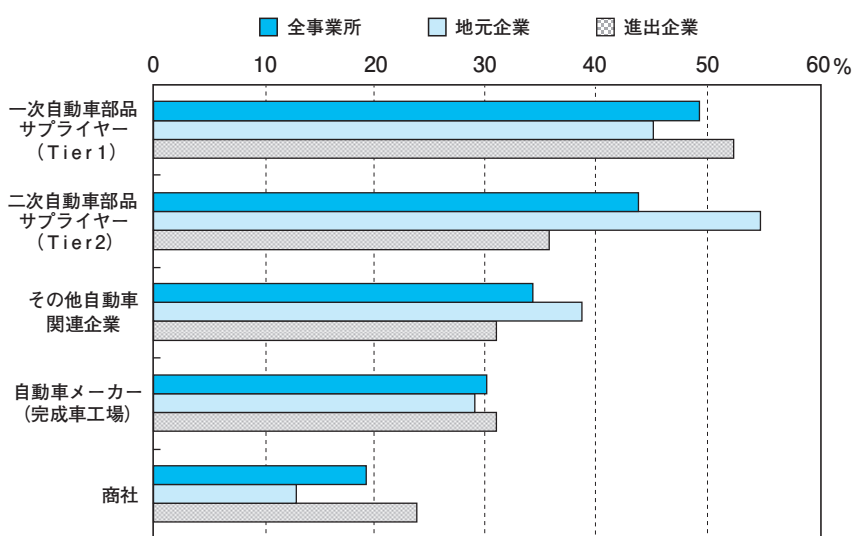
⑦自動車関連事業の納入先

「自動車関連事業の納入先（複数回答）」は、自動車メーカー（完成車工場）の一次卸先であ

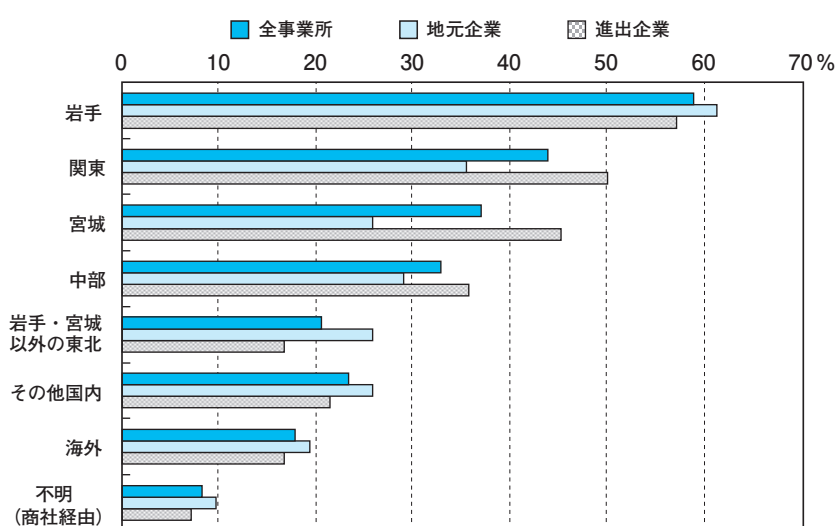
図表12 自動車関連事業参入の課題



図表13 自動車関連事業の納入先



図表14 自動車関連事業の納入地域

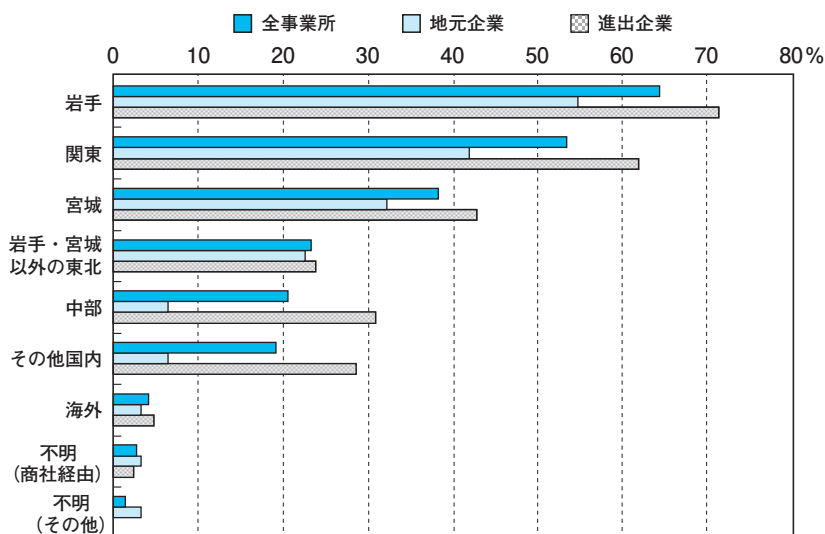


る「一次自動車部品サプライヤー (Tier1)」とした割合が49・3%と約半数となり、二次卸先の「二次自動車部品サプライヤー (Tier2)」が43・8%と続いた(図表13)。「その他自動車関連企業」は34・2%で、「自動車メーカー (完成車工場)」との直接取引としたのは30・1%だった。属性別にみると、地元企業は「二次自動車部品サプライヤー (Tier2)」の割合が54・8%と半数を超えており、「一次自動車部品サプ

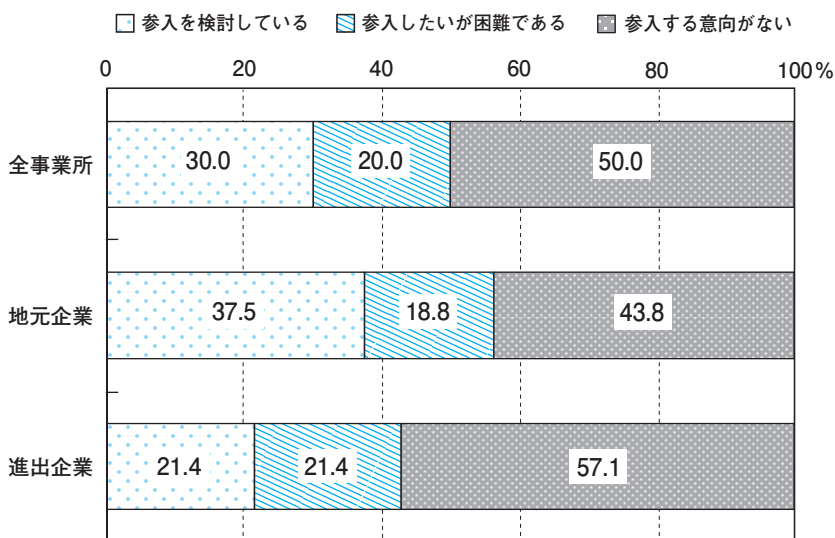
プライヤー (Tier1)」も45・2%と多かった。進出企業は「大手自動車部品メーカー (Tier1)」が52・4%と最も多く、「二次自動車部品サプライヤー (Tier2)」が続いた。地元企業、進出企業とも「自動車メーカー (完成車工場)」との直接取引は3割程度で違いはみられなかった。⑧自動車関連事業の納入地域

「岩手」が58・9%と最も多く、次いで「関東」「中部」の順となった。「海外」への納入は地元企業が43・8%、「宮城」が37・0%、「中部」が32・9%となった(図表14)。「岩手・宮城以外の東北」は20・5%にとどまり、「海外」への納入は17・8%となった。属性別では、地元企業は「岩手」が6割以上を占め最も多く、次いで「関東」が35・5%となり、「中部」が「宮城」より多かった。進出企業では同じく「岩手」「関東」と続き、「宮城」「中部」の順となった。「海外」への納入は地元

図表15 自動車関連事業の仕入先

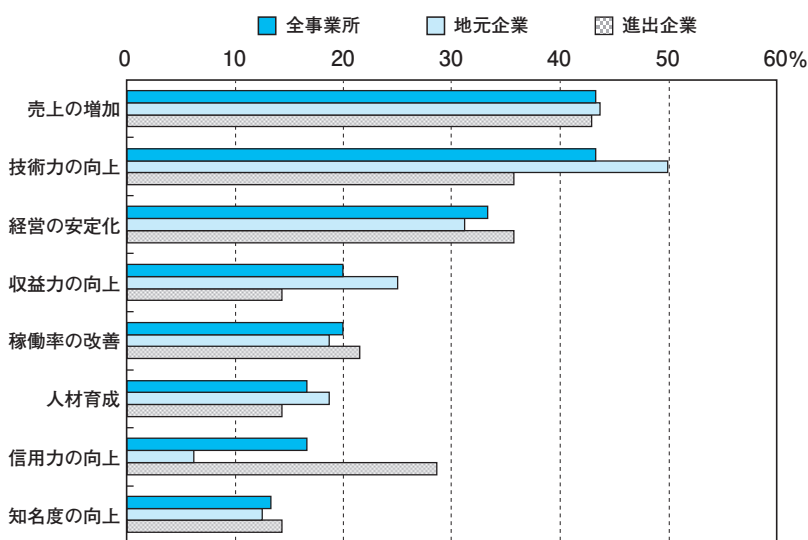


図表16 自動車関連事業への参入意向



(注) 四捨五入の関係で合計が100とならない場合がある

図表17 自動車関連事業の参入に期待すること

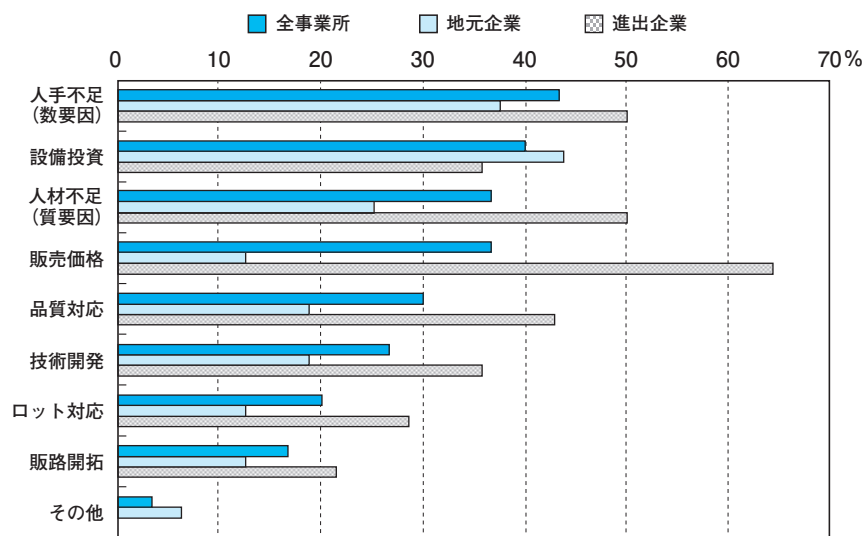


企業が進出企業の割合を上回った。
 ⑨自動車関連事業の仕入地域
 「自動車関連事業の仕入地域(複数回答)」は、「岩手」が64・4%と最も多く、「関東」53・4%、「宮城」38・4%が続く、上位3地域は納入地域と同様だったが、4地域目に多かったのが「岩手・宮城以外の東北」で、次いで「中部」と納入地域とは逆の結果となった(図表15)。「海外」からの仕入も4・1%と一桁であった。

属性別にみると、地元企業、進出企業がすべ
 ての地域で地元企業を上回り、より幅広い地域
 から仕入を行っていることがわかる。
 (3) 未参入事業所の動向
 ①自動車関連事業への参入意向
 自動車関連事業に未参入の事業所30社(うち
 地元企業14社、進出企業16社)の「自動車関連
 事業への参入意向」は、「参入を検討している」
 が30・0%、「参入したいが現時点では困難で

ある」が20・0%、「参入する意向がない」が
 50・0%となり、参入意向のある・なしが二分
 した(図表16)。なお、「参入が決定している」
 とした事業所はなかった。
 属性別にみると、地元企業は37・5%が「参
 入を検討している」として、進出企業の21・4
 %を上回った。地元企業は「参入したいが現時点
 では困難である」とした割合も上回っており、自
 動車関連事業への参入意向が高いことが伺える。

図表18 自動車関連事業に参入する際の課題



②自動車関連事業への参入に期待すること
 「自動車関連事業への参入に期待すること(複数回答)」は、「売上の増加」と「技術力の向上」が43・3%と最も多く、「経営の安定化」が33・3%、「収益力の向上」と「工場等の稼働率の改善」が20・0%などとなった(図表17)。前述3―②―⑤の「自動車関連事業への参入のメリット」とにおける地元企業の回答結果と類似した結果となった。

③自動車関連事業に参入する際の課題
 「自動車関連事業に参入するにあたっての課題(複数回答)」は、「人手不足(数的要因)」が43・3%と最も多く、「設備投資」40・0%、「人材不足(質的要因)」36・7%、「販売価格」36・7%、「品質対応」30・0%などとなった(図表18)。前述3―②―⑥の参入済み事業所の課題と比べ、全国的に問題化している人手不足や設備投資についての問題など、差し迫った課題が多くみられた。また、参入済み事業所の課題ではトップで挙げられた「品質対応」が中位の回答となっており、進出企業の課題として「販売価格」が突出していることが特徴的である。

4. 本県における地元企業の参入事例

(1) 株式会社エレメックの取り組み

(株)北上エレメック(北上市)は、昭和48年創業のプラスチック金型設計製作や射出成形などを主要事業として市内2工場と宮城県亘理町に1工場を有し、また同社の関連会社においても金型設計や設備メンテナンスを手掛けている企業である。

当社では自動車関連事業に参入する以前は、時計部品加工や半導体の組立加工など精密機械

関連事業を手掛けていた。しかしながら、これら精密機械関連事業が取引先における海外への生産移転やITバブルの崩壊などの影響を受け、新たな事業の柱を構築する必要があった。そうした中、関東自動車工業(株)岩手工場と取引のある長野県内の自動車関連企業(TIENS)が地元企業との取引先拡大のため、同業者の紹介により当社を訪れ、これを契機として平成13年から自動車ラゲージ部品の生産に取り組んだことが、当社の自動車関連事業参入のきっかけである。

これまでの当社製品は精密機械関連であり、大きくても手のひらサイズであったため、自動車ラゲージ部品はその大きさから工場の動線や在庫の保管場所などに苦勞しながら生産を行っていた。ところが当社製品が使用されていた生産車種がトヨタ九州へ移管されることとなり、自動車関連事業は一度終了することとなった。転機は16年から始まった新たな取り組みである。当社を含む市内の同業者3社は東北経済産業局の補助事業を活用し共同受注グループ「プラ21」を発足させ、受注体制の構築や販路開拓などの活動を行った。こうした取り組みは全国的にも先駆的な動きとされ、岩手、宮城両県主催の愛知県での商談会の参加をきっかけとして

シート関連部品の受注を獲得、県や市の補助金を活用した設備投資を行い18年から生産を開始した。

その後、厳しい品質管理と納期対応に苦慮しながらも、いわて産業振興センターの「工程改善研修会」に参加するなど、トヨタ生産方式の導入に取り組み、自動車関連事業の取引先を増やしていった。

当社の現在の自動車関連事業の売上は全体の13～14%程度であるが、主要事業である精密機械関連事業などと併せ、バランスを考慮した経営となっている。また、自動車関連事業を行っていることにより企業信用力が向上し、自動車関連事業以外の取引先の開拓にも繋がっている面もあるとのことである。

当社の目下の課題については、在庫低減を挙げている。自動車関連事業の金型の一部は中京地区から取り寄せる必要があることから、「ジャストインタイム」に対応するとともにこれら金型の万一の故障に備えた数日分の在庫の確保が現段階では必要なものの、今後はさらに保管場所や在庫負担の軽減の取り組みが求められる。

(2) 株長島製作所の取り組み

(株長島製作所(一関市)は、プレス加工や板金加工を行う金属加工メーカーであり、市内2

工場のほか奥州市の前沢工場で自動車金属部品の製造を行っている。

当初、当社は家電部品メインの金型製作とプレス加工を行っていたが、約20年前に家電業界の海外移転が相次いだことから業績が伸び悩んでいた。そうした中、12年に県の紹介により平泉町へ進出予定である愛知県のリニ企業との工場見学会に県内の同業20社で参加し、そのうち当社のみが協力企業として手を挙げ自動車関連事業を開始することとなった。

トヨタ生産方式の導入やQCD(「Quality(品質)」「Cost(価格)」「Delivery(納期)」)への対応には苦労することとなるも、自社で金型や治具などの設計・製作が可能であるという強みも活かし堅調に事業を拡大、現在では自動車関連事業の売上が6割を占め、当社の主要事業となるまでに成長している。自動車関連事業は大ロットであるが受注は他事業と比べ平準化されており、経営の安定化が図られている。

当社の特徴は、従業員150人の3分の1に当たる約50人を女性が占めている点にある。金属加工メーカーでこれほど女性比率が高いことは珍しいが、自動車部品の製造は大ロット対応のため反復作業が多く、こうした作業には女性に適性があるとの考えから女性採用を重視して

雇用を増やしていったとのことである。女性が家庭と仕事を両立させるために当然のことながらワークライフバランスには力を入れており、全従業員対象にバースデー休暇の取得を推奨するなど福利厚生の実を図っている。

また、当社はこの10年間、毎年3人以上の新卒採用を行っている。自動車関連事業に取り組んでいることが、自動車という身近な存在に学生が興味を持ち易いことに加え、保護者や教師からも就職先として推薦されるなどの信用力が生まれているとのことである。人手不足が深刻化するなかでも、雇用にも貢献していることが自動車関連事業の大きなメリットといえる。

今後は技術力の向上に向けてエンジン周辺部品の製造を目標としており、このため東北では取り扱っている企業がまだないステンレス加工に取り組んでいる。

おわりに

本県や宮城をはじめとする東北の自動車関連事業は関東自動車工業(株)、トヨタ自動車東北(株)、セントラル自動車(株)を中心に成長を遂げてきたことは言うまでもない。今年はその3社が統合してトヨタ自動車東日本(株)が設立されて5周年という節目の年にあたる。設立からの5年間で東

図表19 トヨタ東日本の目指す姿とその実現に向けた取り組み



資料：トヨタ自動車東日本(株)ホームページ

北における当社の1次仕入先と2次仕入先は約4割増の約140社となった。トヨタ東日本は「東北を基盤に、世界No.1の魅力あるコンパクト車をつくる」ことを掲げ、目指す姿の実現に向けた取り組みとして「I ものづくり」「II 地域連携」「III 人づくり」を挙げており、このような取り組みは東北の自動車関連産業の一層の集積に大きな役割を果たすことであろう(図表19)。

岩手工場においては、「復興の星」第1弾として登場したアクアや、宮城大衡工場で生産されている第2弾のシエンタに続く第3弾のC-HRが好調な生産を続けている。同工場は平成27年と28年を合わせ、200人規模の期間従業員の正社員化を行うなど、雇用の面でも地域への貢献度は高まっている。

こうした中、トヨタ東日本が生産を担うコンパクトカー市場は国内外のメーカーが鎬を削っており、地域の自動車関連の企業にも競争力強化が求められる。トヨタ東日本では東北の自動車関連産業の強みとして、仕入先と1対1での連携を行うことによりお互いが競争力を強化できる環境があることを挙げている。これは生産車工場が多数ある他地域では真似できないことであり、この環境を十分に活かすことができるかどうかは今後重要となろう。

また、アンケート調査の結果やヒアリングからみられるように、未だ東北の企業のみでは技術力が追い付かず、中部や関東などの企業に頼らざる点が多い。こうした技術力を持った企業の進出を促すことは、現地調達率の向上だけではなく、取引機会の増加により地域企業の技術力向上にも寄与するものと思われる。

一方、自動車メーカーが1社しかない弱みも存在する。現在、トヨタ東日本は年産50万台体制であるが、トヨタだけではなくダイハツや日産などが進出する九州では3倍の年産150万台規模であり、その分企業を誘致する力も強い。生産台数の規模差もあり東北では自動車関連産業だけの取引では、収益性の問題などから進出は難しいとする企業もあると考えられるが、こ



生産過程にあるC-HR
(写真提供：トヨタ自動車東日本(株))

うした企業に対しては、自動車関連産業に加えて他産業とも取引が可能かどうか模索するなど、産業の垣根を超えた誘致施策が求められる。

来年は関東自動車工業(株)岩手工場が立地して25周年と、トヨタ東日本にとってまた節目の年となる。これまでみてきたとおり、本県ではこの四半世紀に自動車関連産業の集積が格段に進んだといえるが、今後もこの動きを持続させるとともに、他産業にも波及させることが本県経済の一層の発展に繋がるものと期待したい。

(研究員 澤田 恭範)