

第3回滋賀県産業振興審議会 会議議事録

1 日 時

平成26年5月19日（月）16:00～18:00

2 場 所

ピアザ淡海 2階 207会議室

3 出席委員

【委員】石田晃朗委員、今井浄委員、金子博美委員、川口清史委員、川端均委員、木村正人委員、鹿田由香委員、島本さゆり委員、高瀬幸子委員、高橋祥二郎委員、種市正四郎委員、田畑直子委員、辻田素子委員、辻野宜昭委員、成瀬和子委員、藤田義嗣委員、堀秀子委員、三木清幸委員

【オブザーバー】商工会議所連合会、中小企業団体中央会、経済同友会、経済産業協会、産業支援プラザ、日本労働組合総連合会滋賀県連合会、市長会

【県】羽泉商工観光労働部長、福永商工観光労働部次長、ほか関係職員

※敬称略、五十音順

4 内 容

■開会

<商工観光労働部部長>

本日皆さんには、お忙しいところご出席をいただきましてありがとうございます。また委員の皆様には職員が事前に訪問をさせていただいたりしまして、ご意見をいろいろとお伺いする時間をいただきました。併せてお礼申し上げます。ありがとうございます。

今回は3回目ということで、前回2回目までの議論、その後年度をまたぎまして、実は県では4月1日に職員の異動というのがございまして、こちらに座っております者も一部顔ぶれが変わりました。しかし、全体として部としてこのビジョンの関係について積極的に取り組んで参りますのでどうぞよろしくお願い申し上げます。

このビジョンの策定につきましては、これまでの2回の会議で本県産業の現状や課題についての整理をいただきますとともに、ビジョンを検討していく上での論点ということなどにつきましてもいろいろとご示唆をいただいたところでございます。昨年度の段階では、本日第3回目では、ビジョンの骨子案を検討する予定をしておりましたが、策定にあたり、関係団体等からもいろいろなご意見を収集したいという思いから、本日は、これまでの議論の論点整理という形で審議会を進めさせていただきたいと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

以上、開始時間が16時と少し遅く、また、駅からも不便なところを会場にさせていただきまして、ご迷惑おかけしましたけれども、熱心なご議論をお願いしたいと思います。

どうぞよろしくお願いいたします

■議題

(1) 滋賀県産業振興ビジョン〈仮称〉策定に向けた論点の整理について

<会長>

早速、事務局から説明をお願いします。

(事務局から資料1に基づき説明)

<会長>

ありがとうございました。今、事務局から説明がありましたように、資料1の12ページ以降のビジョンが目指す姿、視点を中心に議論していきたいと思います。

議論に入る前に、私がこれまでの審議会をとおして考えたことを、お話しさせていただければと思います。

(川口会長 資料)

滋賀県の産業構造の特徴を押さえることを議論してきたのですが、製造業や商業といった産業分類に基づいて産業構造を議論するだけではなかなか見えてこないことが多々あります。特に地域経済を見るときに、二つの視点が必要ではないかと思います。一つは意志決定、もう一つはマーケット、市場です。

地域経済を考える場合に、意志決定が県外で行われているのか、県内で行われているのかによって決定的な違いがある。滋賀県は県外が多く、県内が少ないという議論がある。

もう一つは、マーケットがグローバル市場なのか全国市場なのか地域内市場なのかによって違ってくる。それらがどのような構造になっているのか、地域経済を考えるうえで大事だと思います。

滋賀県を見た場合は、意志決定が県外で行われ、市場がグローバルという企業がいっぱいある。これが滋賀県経済の大きな特徴です。実はこれは県の方からの影響はあまりないわけです。彼らは彼らなりに自分たちで意志決定するわけです。グローバルな市場によってそれは動くわけです。いつ滋賀県から出て行っても誰も文句は言わない。滋賀県にはグローバル企業群が立派にあり、その影響がものすごく強い。これは、逆に言えば非常に厳しい、いついなくなるかわからないという企業群であるということを押さえておかなければならない。同時に、滋賀県の強みはそのような企業群を支えている中小企業がしっかりしているところです。そのような企業群はただ立地が良いから、場所が良いから居るとい

うわけではない。これが二つの特徴ではないかと思います。これがおそらく滋賀県経済の大きな強みで、ある意味ではグローバル企業群を支える中小企業の強さ、ここが決定的にポイントかなと思います。

通常、地域経済を語る場合は、注目されるのは地場産業です。地域で生産して全国市場に向かう部分です。県内で意志決定するが、ナショナルな市場に向かうという部分です。これは長浜ちりめんといった伝統産業もあると思いますし、いわゆる一次産業、琵琶湖漁業や近江牛、観光、お酒のような食品もこの分野です。私はこの分野の議論も政策も弱いのではないかと思います。他県はグローバル企業群もなければそれを支える中小企業もないわけですから。頼るのは地場産業しかないのです。このような議論ばかりしています。やはり滋賀県は、グローバル企業群やグローバル企業関連中小企業が強いから、この部分が見えないし統一的なイメージがないような気がします。

地域需要を支えるサービス業や食品加工、流通、建設業などの企業や産業群が、地域産業の基盤的な部分です。ここがしっかりしていないと地域の暮らしが成り立たないということです。これは最近かなり伸びてきており、特にサービス産業は伸びてきています。対人サービスが伸びてきているのが特徴ではないかと思います。

これをベースに10年後をどのように考えるかという時に、産業政策そのものではないですが、科学技術イノベーションがどのような方向に向かおうとしているのかについて見ておく必要があると思います。

昨年6月に閣議決定されました総合科学技術会議の総合戦略―新次元日本創造への挑戦―というものがあります。ここでは、人口減少、少子高齢化、環境問題などを考えています。2030年に実現すべき経済社会の姿として、経済力を維持し持続的に発展する、国民の豊かさ、世界との共生、人類の進歩という目標を掲げています。少し大事かなと思ったことは、三つの視点であるスマート化、システム化、グローバル化で、この審議会でもシステム化の議論、グローバル化の議論はあったと思うのですが、スマート化の視点が少し弱いのではないかと思います。スマート化というのは、産業分野を越えてすべての産業分野がスマート化、ICTの徹底的な利用を図っていかなければいけない。ここについての視点は大事かなと思います。

また、具体的な課題としては、エネルギー、健康長寿、インフラ、地域資源の利用といったところが挙げられています。その中の仕組みをどのようにつくるかということも書いていますので、参考になるところがあると思います。

そのようなところを見ながら、今後の産業政策の方向性を考えるときに何が必要か、ここでは四つに分けましたがそれぞれを意識した政策があるだろうと思います。グローバル企業群あるいはナショナルな企業群を含めて、彼らに対して打つ政策は何なのか。要するに滋賀県に居たいと思わせる政策をどのようにつくっていくかということです。そういう意味では単純な組立て作業のようなものはなくなっていくと考えなければならない。やはり今進んでいるマザー工場化、R&Dとそれを一時的につくってみるマザー工場、グロー

バルに展開する工場群の中心に座るような位置にしていくための技術力が決定的に大事になってきます。技術力とそれを支える担い手になる人材を滋賀県ではしっかり確保できる状況をどのようにつくるのか。一つは、大学を含めた研究機関との連携をしっかりとシステム化していくということ。それから決定的に大事なことは、取引する中小企業の技術力だと思います。そこのところが非常に高くないといけないし、それから技術者を確保するという意味では、技術者にとって住み良いまちでないといけない。そのような条件があったら、グローバル企業群は滋賀県に立地し続けるのではないかと思います。

ここでの議論として大事なのはグローバル企業群、ないしは、これらの企業と取引をしている中小企業群の力をどのようにつけていくか、技術力をどのようにつけていくか、ということだと思います。その企業が一步先を見た準備ができるようにしていかなければならないと思います。言わば、後追いなら置いて行かれるわけで、グローバル企業群が変化したときに、パッと対応できるような力を持たなければならない。それは汎用的な技術力だと思います。この産業分野が伸びるからその分野に突っ込むこと以上に、それを支える基礎的な技術力をどのようにつけていくか。それが、IC化の高い技量を身につけておく、高い水準があるということはずごく重要なことだと思います。また、常に高度な技術力を持った研究者を一定利用すること、これは個別利用になるのか地域で利用するのかよくわからないところですが、そのような層が先を見ながらそれぞれの中小企業にアドバイスできるような、コンサルタントができるような仕組みが大事かなと思います。同時に、きちんと熟練労働力を持っておくことが大事なことです。そのような条件をどのように整えていくのか。そこでは個々の中小企業にその力を求めるのは難しいところがありますから、どのようにネットワーク化し、あるいはコンソーシアムとして技術開発なり、R&Dに備えるのか方向性があるのではないかと思います。同時に、この企業群の産学連携はずごく大事になってくると思います。

それから地場産業というのは全国市場を相手にする企業群、これは産業を越えていると思いますが、ここについてももう少し実態とか、今後のことについて議論してみたいと思います。ここでしばしば言われているように、滋賀県の弱さは統一ブランドの弱さで、それぞれのところがそれぞれの方向で動いていて、物語として滋賀県は売りきれていないところがあるのではないかと。それは繊維産業にしる観光、農業、漁業にしる滋賀県と言うものを物語として売るようなものを全体として統制していく取り組みがあるのではないかと思います。ここもまた、まちづくりとかなり連携をしないと地域資源のブランド化、あるいは全国区への打ち出しにつながっていかないのでここも大事だと思います。

地元需要と関連した諸産業についても、これはまちづくりそのものであって、このことがグローバル企業群を支えていく大きな要因になるという構造連関になると思います。

<辻田委員>

(辻田委員 資料)

この4月の商工金融に掲載させていただいたものです。グローバル企業関連中小企業に焦点を当てた考察です。滋賀県の方と一緒に3年ほどかけて、滋賀県内の中小製造業のアンケート調査を行い、かつ非常に元気が良いと言われる中小製造業の方々にヒアリングをさせていただきその中からまとめたものです。ここで革新的企業と書いているのが、グローバル企業関連中小企業に相当することになります。

先ほどから滋賀県の産業構造のお話が出ておりますが、3ページに事業所数、従業者数、製造品出荷額等の推移が出ています。一般的に言われるとおり、事業所数は減っているのですが、従業者数や製造品出荷額等に限ると、滋賀県は非常に堅調であるということが大きな特徴です。

滋賀県の場合は、静岡県や三重県と同じものづくり県ということで比較されることも多いと思うのですが、例えば静岡県だと自動車に非常に強い、ある種自動車にかなりシフトしている。三重県だとシャープに大きく依存していたということがあります。一方、滋賀県の場合は、自動車や電機・電子関係の部品、機械もやっています。このように業種的な広がり大きいというのが、滋賀県のものづくりの非常に大きな強みであり、今後の可能性を感じさせるものだと感じています。そのような意味で、業種的な広がりがある、多様性があるというところで、従業者数や製造品出荷額等というところで、何か落ち込んでも他でカバーする。どこかがしんどくなっても他が成長産業として可能性を示すということで、図表1や図表2で堅調な数字が出ていると思います。

二つ目の特徴としては、グローバル企業関連中小企業というのが、規模的に中小企業と言うものの、一定の規模を誇っているということです。4～5ページをごらんください。図表5は、従業者数の規模で滋賀県内の製造業の比率と全国の比率をそれぞれ比較したものです。従業者数で20人～29人、30～99人、100～299人というあたりが全国と比べて高い比率を示しています。事業所数の比率で言うと、10人以下の小さなところより、20人以上の比較的組織立って事業をやっている企業さんが多いのが特徴です。図表6を見ていただくと、製造品出荷額等や従業者数でもそのような企業が重要な役割を示していることがわかります。さらに図表7が特徴的で、事業所規模別の1人当たりの付加価値額を比較したものです。そうすると、30～99人あるいは100～299人の事業所で全国に比べて滋賀は非常に高い付加価値を創出していることがわかります。このあたりが、グローバル企業関連中小企業が入っている規模の層になっていきます。

アンケートをしてわかったことは、従業員30～300人弱のレベルの企業さんとしては、6ページになりますが、自社製品を開発して自社ブランドとして販売されているという企業さんと、大企業の下請を行っておられる企業さんの二つが大きく滋賀県の製造業を引っ張っていることがわかってきました。ただ、大手企業に依存している傾向、特定一社やせいぜい二社程度に依存している企業さんが多いということなので、このあたりが大企業の拠点がなくなったときにどのようになるかという潜在的なリスクとして想定されるので、このような一社依存の高い企業さんを今後どのようなかたちで発展させていくのかと

いうことは、重要なポイントになるのではないかと思います。

三点目が7ページの強い研究開発志向と技術力への自負ということです。多くの滋賀の中小企業は、大企業さんと一緒に仕事をしなければならないし、しかも、そうした大企業さんが新しい製品を次々と開発されている。中小企業は大企業の新製品向け部品の生産や生産設備をつくるということになるので、中小企業の方々も非常に研究開発志向が強く、技術力に対しても強い自負を持っておられます。そのような中小企業さんの強い自信とそれに裏打ちされた高い技術力が大企業との連携を可能にしているのだと思います。8ページにあるように、滋賀県に中小企業さんが立地するメリットとして、受注先との距離や長年の付き合いを挙げていらっしゃるところが非常に多くて、県内の大企業さんとのつながりを持ちながら、技術力、開発力を磨いて一緒に日本のものづくりをけん引していくというところが従来の滋賀県の中小企業の大きな役割だったと思われま。

話が変わりますが、9ページの図表13は近江商人から由来する「三方よし」の精神と業績との関係を見たものです。売上高経常利益率が高いほど「三方よし」の精神を遵守しているという、滋賀県にとっては好ましい結果が出ています。従来からある滋賀県の「三方よし」なども今後の産業戦略を考えるうえで、一つ使っていってもいいのではないかと思います。

アンケートに加えて10ページの図表14に挙がっている企業さんにお話しをお伺いさせていただきました。先ほどのアンケートでは、特定一社に依存している中小企業の方が多かったのですが、ヒアリングをさせていただいた企業さんに関しては、特定一社に依存するというよりは、多数の企業さんと取引することによって業績を伸ばしていらっしゃる、技術を高めていらっしゃるということが目立ちます。訪問させていただいた企業さんを大きく3つに分けて考えてみました。それが12ページ以降になります。

一つは自社製品を開発されている企業さんです。例えば、プラスチック容器に印刷する曲面印刷機を開発されている湖北精工さんや山科精器さんといった滋賀県を代表される中小企業さんだと思いますが、いろいろな技術を蓄積されて、様々な産業の方と取引されることによって業績を伸ばされている。さらに様々な産業の方と取引することによって、どの産業が今後の成長の可能性を持っているのか、あるいはどこの産業が将来的に明るくないのかといったことを見極める目を持たれていることが印象的でした。これが、自社製品開発型企業さんです。

この特徴は下請型企業さんにも同じように言えて、例えば、下請型企業さんとしては日伸工業さんや新生化学工業さんがここに入ってきます。新生化学工業さんは100社近い販売先を持っていらっしゃる。日伸工業さんも従来はエレクトロニクス系の産業としかお取引がなかったのですが、自動車がエレクトロニクス化する中で、どんどん自動車産業にも入っていかれて、エレクトロニクスに関する情報も自動車産業に関する情報も日伸工業さんのところに集まってくる。100社近い取引先がある新生化学工業さんのところにも様々な情報が集まってくる。一社に依存せずに様々な業界、企業と取引をすることによ

て、中堅的な中小企業さんのところにいろいろな情報が集まっており、大企業さんよりもその企業さんに行ったほうが今後の可能性についての見通しがより良くできるのではないかと思われるほど、非常に確度の高い情報収集力を持っていらっしゃるというのが今回の大きな発見で、こういった企業さんの数をいかに増やしていくのか、さらに強くして大企業さんをこの滋賀に留め置くのかについて、今後も注力してやっていかなければならないのではないかと感じています。

15ページに併存型と書いていますが、下請型企业さんのまま大企業さんの研究開発をサポートするという生き方もありますし、高橋金属さんのように水ビジネスで自社ブランドの製品開発をされて、国内外に販売されるという生き方もあります。滋賀の場合は下請型中小企業と言っても、一定の規模を持っていらっしゃる企業さんが多いので、展開力がある。そういう意味で、これでないダメ、これしか無理ということではなく、展開の仕方次第ではいろいろな可能性があるということも今回の発見の一つです。

最後になりますが、自社製品を持っていらっしゃる企業さんの中に、I S Tさんやオプテックスさんなど非常に特殊でニッチな技術を持たれて、その技術をベースに国内外の市場で高いシェアを占めていらっしゃる企業さんも滋賀にちらほら見受けられます。こういった企業さんも、今後滋賀県が積極的に誘致したり、育てていく対象になるのではないかと感じています。こういった企業の場合、オプテックスさんの場合はそうなのですが、琵琶湖で余暇を楽しめるような環境がやはり社長さんも社員の方にとっても重要なので、いかに高度な人材を誘致するために住み良い生活空間をつくるかといったところも、一緒に考えていくべきポイントではないでしょうか。

以上申し上げたように、中堅の中小企業さんの情報収集力が滋賀の強みだと思います。こういった企業さんの数を増やしていくということと展開力をさらにつけていくということが、ものづくり立県としての滋賀の一つの可能性ではないかと感じています。

<委員>

先ほど会長から示唆のある内容を説明いただき、辻田委員から滋賀県の実態を報告いただき大変参考になったと思います。資料を県からいただいて目を通したのですが、ここに書かれている内容は否定するものは一つもなく、問題はどのようにしてまとめしていくか。例えば新しい計画の中でどこに求心力をもたせていくのか。そうすると例えば新しい物を創出するようなイノベーションというものについて、会長からありましたように国の戦略をしっかりとみておかなければならないと思います。

そういう意味からいくと求心力をうまくもたせた中で、滋賀県という普遍性、例えば、滋賀県はどこの地域と競争してもここでしか出来ないというそのような文化的、地勢学的強みなどを活かすとともに、もう一つは変動性の中でどう戦略展開していくか。これはビジョンの中でいうと創出するということと、そして幸せな暮らしが滋賀県で出来るということと、どういうふうにもたせていくか議論ができれば非常にいいかなと思

います。

そのように考えると、一つはやはり今の県の特徴や将来に向けて、かつてイノベーション先駆者のような歴史的人物である信長が行ったように、楽市・楽座のように一つは物をつくりだそうというのは国や他府県も言っていますが、新しいものを滋賀県に行ったら何か買ってくれると、つくるというよりも滋賀県に来ればそういう知的集約的な新しいイノベーションをビジネスとして買ってくれる場があるということは、重要なキーワードだと思います。

もう一点はやはり少子化などがありますが、経済力・付加価値を上げるとなると回転率が上がるようなことを考える必要がある。例えば私たちの行動原理を一昔前からみると、相当イノベーションしていると思います。ビジネスの移動にしても新幹線の無い時代に東京までビジネスで行って帰ってくるには1泊、2泊することもあった。今は新幹線を使えば日帰りできる。それがリニアになればもっとスピードが上がるので、1人で3人分、4人分くらいに回転率が上がってきますから、そういう意味で地の利を活かしていく戦略をどのように考えていくかということが要素として出てくる気がします。人口が減ってはいますが、その分回転すれば元と同じですから、その回転率を非常にうまくつくりあげているのが東京市場だと思います。真似をする必要はないので、そのような意味でグローバル化の中で、ここに知識の集約的な場ができあがっていくことによって、回転率が非常に大きくなっていくというようなものが事業計画にうまくつくることができればいい。そして、片方ではやはりスローフード運動ではないですが、滋賀県ならではの暮らしの豊かさがあまりスピードとは関係ないような世界といかに関心をつけていくかという気があります。それをどのようにしてまとめていくかを考えると、意志決定ということはそこに求心力があるということですから、求心力をビジョンの中につくりあげていくかということが大きな課題であると思います。それと滋賀県が持っているポテンシャルと時代のパラダイムを組み合わせれば何か出てくるのではないかという気がします。

もう一つは、これからの10年は過去の10年とは全く違うような変化が起こってくるのではないかと想像しています。オリンピックなどいろいろなイベントがありますが、これがオリンピックのためだけの投資に終わらないように、あるいは国体の投資だけで終わらないように未来への投資につながっていくようになれば、それに関連して様々な施策が打てるのではないかと思います。オリンピックのためだけの投資で終わってしまうとちょっと寂しいと思います。その為だけの投資で終わらないようになれば、その投資を見極めて、滋賀県でできることとの組み合わせを考えていけばいいのではないかという思いがしました。

<会長>

どのように一つのところに収斂していくかということが重要ではないかということをお聞きしました。

<委員>

産業振興ビジョンの論点の整理の資料をいただいて、まず一つ感じたのが、14ページの7つの視点のところ、一つ目に「操業環境づくり」という視点が出ている。これは滋賀県がいかにか恵まれた地位にあるかということを示すものだと思います。産業集積が今も現存していて、今後も発展させていくべきだということで、こういったところばかりではありませんので、これを活かすような取り組みをしていただきたいと思います。ただ、こういった産業集積も今後どうなるかわからないという課題をはらんでいますし、その解決に中堅中小企業の底力をさらに活用するといったところもその通りだと思います。

経済産業省でもグローバルニッチトップ100選というものを選定いたしまして、滋賀県の企業も選ばれています。こういったところにぜひとも頑張ってくださいと思います。そのための施策などをぜひ考えていただきたいと思います。

全国や政府の動きからいきますと、地方産業競争力協議会の強化戦略が4月初めに出そろいました。北海道から九州・沖縄まであるわけですが、戦略産業を各ブロック単位で決めておりまして、共通の戦略産業として4つほどにまとめられるのではないかと考えています。

一つがイノベーションを創造するものづくり産業、さきほど先生方のご指摘があったような産業になると思います。中堅中小企業の集積を活かしてグローバル競争に勝ち抜くといったようなもので、分野として中部が自動車産業、東北も自動車の設計開発や研究開発拠点と言っていますし、東海は航空機産業と言っています。四国が紙産業や炭素繊維など素材産業という提唱をしております。

二つ目が地域資源を活かした観光産業ということで、ブランド力強化によって交流人口を増大させるといったものです。近畿もこういった産業面を提唱しております。また、面白いところで中国や四国がどちらもサイクリングなどを起点としたスポーツ産業。四国はサイクリングアイランドという言い方もされております。

三つ目ですが、成長産業としての食、農林水産業これも各地域から出ておりまして、北海道は当然のことながら、中国は里山資本主義を提唱しておられる地域ですので森林資源とか未利用の木材の有効活用や有害鳥獣対策を推進することが新たな産業を生むといったような提案をしております。

四つ目で新たな市場を切り開く医療ヘルスケア産業、これも近畿も提唱している分野ですし関東、東海などもそうなのですが、少し面白いところでは、九州は特に北九州のコスメティック産業という言い方をしまして、フランスの化粧品メーカーがアジア拠点をおいているといったところも活用したいということだと思います。また北陸では富山もありますので、漢方の産業化というような言い方もしております。

各地域がその地域にしかないもの、地域の強みをさらに磨くという観点で戦略に取り組む動きになっています。またこういった戦略を受けまして、内閣府の方で地域活性化モデ

ルプロジェクトの募集を先般行いました。急な募集日程だったにもかかわらず、全国で155件の応募があり、滋賀県下でもかなり応募されたようです。例えば滋賀県さんは、広域分野で大阪市さんなどと連携した環境エネルギー分野のグローバル展開や守山市さんは医療資源を核とした健康・生活都市など、他にも様々な良いプロジェクトに取り組んでおられます。こういった意味で今回のビジョンの中でプロジェクトを示してはどうかと21ページにありましたが、ある意味目立つようなプロジェクトを全国的に発信していくということが世界展開の一つなのかとも思いますので、そういう観点でも取り組まれてはいかがでしょうか。

<会長>

地場産業系のことも議論したいという思のですが、いかがでしょうか。

<委員>

あくまでも観光からの観点ですが、オリンピックということで日本中でオリンピックを視野に入れたインバウンドという海外からのお客さんの取り込みに対していろいろなことを働きかけでおられます。もちろん滋賀県も遅れの出ないように働きかけてはいらっしゃるのですが、個人的な見方としては、まだまだ日本の方に滋賀県の良さを充分わかってもらえてないですし来てもらえてないのに、海外の人がオリンピックだからといって滋賀県まで来るかという、どうだろうかと疑問に思います。オリンピックにしても一つの短期間のイベントですので、そこにだけ注目してしまうと大事なところが見失われてしまうと思います。もともとある滋賀県の良い素材を本当にまずは県民の皆さんがわかっているのかと言う事もあります。滋賀県民は幸福感をもって暮らしておられるので、それが当たり前と思われていますが、実は他府県から見たらそれはものすごく恵まれていることですよということが大変多いです。それを滋賀県民は当たり前すぎて意識がありません。観光業としてはそのあたりをこういう県ですので来てくださいと言いたいのですが、観光業に携わっている者も滋賀県民なのでどのようにお伝えしたらいいのかわからずに滋賀県は宣伝ベタというところがあります。また、そのように滋賀県のブランド力というのをもう少し強調し宣伝したいのですが、さて「来てください。来てください。」ばかり言って来ていただいたとしても、あまりにもいろいろなものが生活に密着し過ぎて、期待を裏切らないような受入れができるかどうか。各施設がどうかということだけではなく、滋賀県に来てすごく良いと思う、何回も来たいなと、引っ越してきたいなと、引退したらこちらに住みたいと思うような、そこまで思っただけなのか。その要素はあると思うのですが、それが自信を持って発信出来るような細かいところの最後の詰めが甘い気がします。県民の皆さんも企業も、皆さんのそのあたりの意識が低いように思います。他の目ばかり気にする必要はないのですが、経済産業として他の県から滋賀県に関わってもらいたいというふうに目標があるとすれば、ある程度整理する所は整理する。例えば見た目もそうですし、

綺麗にしないといけないとか整えて気持ち良く暮らせる、気持ちよく来ていただける、気持ちよく引っ越ししてみようかと思っただけ、気持ちよく働いてみようかと思えるような環境をつくるための意識のレベルアップ。そういうことを全体で意識して、その底上げで全体の意識が上がることによって滋賀県の良さをアピール出来ます。そうなるといういろいろな企業さんが滋賀県に注目してくださると思いますし、滋賀県ということで商品なり製品なりの価値観も上がってくると思います。

まずは海外も大切ですが、まずは日本の方が「滋賀県はうらやましいな」と思ってもらえるような滋賀県になるための県民の意識、そういうことをレベルアップしていくのも大切ではないかと思います。

<会長>

県の方から少し観光関係のご紹介をお願いします。

<事務局>

今年、県の方では観光交流指針を定めました。その中で、特に力を入れていく方向としたしまして、滋賀県は良いものがあるにもかかわらず認知度が低いということですので、認知度を高めていくような方策をやりたいと思っています。そして滋賀県ならではの特色あるツーリズムということで、例えばグリーンツーリズムや琵琶湖を素材としたツーリズム、また滋賀県は全国から学生さんが集まっていますので、学生さんを巻き込んだ観光交流の推進をはかっていくという戦略も考えています。また、観光の基盤と言いますか、来訪者を温かく迎える人づくりが少し弱いのではないかと、地域にそのような意識が低いのではないかとという反省もありますので、そのあたりも力を入れて行きたいと思っています。そして、県だけではなく観光事業者の方や滋賀県の観光組織であるびわこビジュアルビューロー、市町とも一緒になってやっていこうということで観光入込客4800万人、観光消費額1640億円を達成できるように取り組んで行こうと思っています。まだまだ観光については、滋賀県には非常に高いポテンシャルがあるという認識をしていますが、そのポテンシャルをまだまだ発揮しきれていないと思いますので、今年度から新しい指針をもとに取り組んでいきたいと思っています。

<委員>

農業現場ということだけではなく、ファーマーズマーケットというお店を担当しているというところからも少しこの資料を見させていただいて感じたことを申し上げさせていただきたいと思っています。

前段に会長が言われましたように、この資料の1から4番は、私たち一次産業の現場の中では、分断されているような気がしていました。それに気付いたのは、先ほどご紹介をいただいた地方産業競争力協議会の4つの大きな戦略産業のことが、ここ4、5年いろいろ

ろな角度から農業現場にテーマとして舞い込んできています。現状はそれに対応できるだけのキャパはないですが、テーマとしては非常にあるなということも意識しております。昔から強みをそのまま伸ばし、弱みを克服すればいいのではないかとされていると思います。小さな産業構造の中の特に一次産業の個人経営の部分で、全てをクリアすることは難しいので、どうしても連携であったり手助けいただいたりというようなことが非常に重要だと思います。グローバルな企業様やナショナルな企業様と地場産業との決定的な違いは、伝統産業、観光資源、農業、漁業等含めましてその場所から動かせないということが根本的にあると認識しています。しかし、動かさなくても受入れることは出来るのではないかとこの考え方もあります。現状ではまだまだ対応できていませんけれども、地場産業も20%くらいは農業現場のイノベーションを展開し、この1と2のグローバル、ナショナルの企業様にご満足いただけるような施策を講じないといけないのではないかと。グローバルな企業様やナショナルな企業様の方に地域をもう少し見つめてあげてくださいということが言えれば、そのあたりから少し開かれていくつくりというの出来るのではないかと考えています。

具体的なことを一つ申し上げますと、例えば十分に外国の方を受入れることが出来るか、もしくはグローバル企業にお勤めの方の受け入れが出来るかということです。コンバインに乗って稲刈りをやるのではなく、鎌を持ってやろうと、単純に外国語でおもてなしの気持ちを持って鎌で稲刈りをしてもらおうようなつくりくらいは少し地域を見渡せば出来るのではないかと。そのようなことも観光的といいますか、泥臭い動きですが、おもてなしが出来るのではないかと。このような活動をしながら今まで滋賀県を支えてきてくださった企業群の方々に、これから先もう1年でも2年でも10年でも、もしくは関連企業をここへ呼んであげようと思ってもらえるくらい、おもてなしをするのは地場産業といわれる産業群にいる私たちがさせていただく一つのテーマにならないかなということを感じています。

先ほど医療ヘルスの特区の話が出ましたが、観光的にもヘルスツーリズムなどは滋賀県のロケーションなどを考えると出来るのではないかと。ネクタイを締めて革靴を履いて自分の田んぼの水の水位を見に行けるということはなかなか恵まれているところとも解釈できますので、背伸びをしないで何か伝えられるものはないかと感じているところです。

<委員>

私も地場産業に焦点を当てるのは非常に良いお話だと思いますし、我々としても直接的・間接的に貢献出来ることもありそうです。

先に企業としての話もしておきますと、「日本有数のものづくり県」というところまでこれたのは、これまでの滋賀県の企業誘致が非常に成功されたからだだと思います。私どもの白物家電事業はヘッドクォーターが滋賀県にあり、県内で意志決定して日本向けの商品を生産しているので、先ほどの分類でいくと「ナショナル」になりそうです。

白物家電の場合は、各国地域ごとに商品特徴が違いまして、基本的には中国のものは中国で、アジアのものはアジアで設計製造していこうというスタンスをとっています。日本向け商品を、草津や彦根、八日市でつくっています。

その中で滋賀県内のパートナー企業の皆さんと本当に強く連携して、私どもからこういったことがしたいと要請することもありますし、パートナー企業さんからご提案をいただくこともあり、密に数百社の皆さんと連携しながら仕事を進めさせていただいています。このあたりは引き続き強化していきたいと思っています。

一方で、滋賀県のイメージがわからないという審議会でのお話を伺っていると、地場産業に焦点を当ててプランをつくっていくということは大事なことだと感じています。これから最終答申に向けて、この分野のプロジェクトをつくっていくという議論があってもいいのではないかと思います。まんべんなくやると恐らくぼやけてしまうので、滋賀県としてここに力を入れていこうというテーマに絞って、選んだターゲットはアジアでも有数だというクラスに持っていく必要があります。例えば観光でも、日本の旅行者は、格安の飛行機でどんどん海外に出でいきますので、惹き付けるだけの魅力がなければ日本の方も滋賀県に来てくれないということになります。アジアでも有数のものに仕上げられるようなプロジェクトを選んでいってはどうかと感じています。

それからマイルストーンとしては、10年後に仕上げようとする、途中である程度インフラが整ってこないは無理だろうということだと思いますと、ちょうど東京オリンピックが2020年で良いマイルストーンかなと思いますので、そのあたりを意識したスケジュール観を持って設定していってはいかがでしょうか。

<委員>

私は常々どうすれば一つのものが出来上がるのか、ベンチャーさんの立ち上げもそうですが、今までの「選択と集中」という時代から、分散している力をどのように集中させるか、分散から「連携、集中」という形をとらなければ一つのものが出来上がらないと思います。滋賀県は大手企業やグローバル企業でずいぶん恩恵を受けている中で、中小企業が力をつけてこられた。大手企業同士でさえ垣根を越えて連携されている中であって、これからは地元中小企業と大手企業の連携が重要であると思います。中小企業だけでなく、ベンチャーの場合でも、オープンイノベーションという時代の中で産官学だけでなく、垣根を取り払って取り組む必要があると思います。

又、滋賀県だけが発展するのではなく、滋賀県がネットワークの中心になり、結果として全体が発展すればいいのではないかと。体力、技術力がある個々の企業をなんとか呼び込める仕組みをつくるとすれば、環境や医療の分野で技術力の高い、それに関われる企業を育てていくということを経営にやっつけていかなければならないと思います。

話題が変わりますが、観光という話の中で、滋賀県の観光客数は4500万人とお伺いしましたが、京都の観光客数が7700万人ということを見ると滋賀県にもたくさん

観光客が来られている。おそらく京都府下で7700万人ですから、京都市内で5000万人。例えば京都の場合は清水寺に2割ぐらい来られるので、そこだけで、1000万人来られている。実際、滋賀県で1カ所で1000万人も来られることは無理だと思います。

先日、歴史マガジン「歴史人」という月刊誌の中で『日本最強の城はどこか?』ということで「城」が取り上げられてました。全国的に歴史好きの方が読んでおられる雑誌ですが、1位が彦根城で、100位の中に滋賀県の城で、小谷城、安土城、観音寺城と4つの城が入ってました。現在、彦根の方では世界遺産登録を一生懸命やっておられ、小谷城も安土城もそれぞれの市が頑張っておられる。又、最近も地方紙が『近江の城』をシリーズで書いておられる。全国に城のファンというのは非常に多く、私も日本全国旅行すると必ず城に行っています。今までと少し違うのは、これまではおそらく華やかな天守閣が城のイメージだったのが、最近「城跡」も若干ブームになっており、日本人の思考もマニアックになってきているのではないかと思います。サブカルチャーという文化までできています。「城」というキーワードでいくと滋賀県はおそらく城跡を含めると、全国でトップクラスです。尚且つ、城好きの方は、将来リタイヤしたら滋賀県に住みたいという方までおられると聞いたことがあります。

今日は「城」の話をしていただいたが、滋賀県には歴史的に他に負けないものが多いと思います。折角の地域資源を「面」で捉えられるような、宿泊客に来ていただけるような取組であれば新しいものができるのではないかと思います。新しいものをつくるというよりも、あるものをどう活かすかという視点でいけば、分散しているものを集中させる、「面」で捉えられるような取組、そこに集中させてやっていけばいいのではないかと思います。

<事務局>

4800万人というのは目標で、実際は4500万人程度です。滋賀県の場合、宿泊者数が極端に少なく、日帰りで来られる方がほとんどであり、宿泊についてはおよそ300万人程度です。

城の話が出ましたが、滋賀県には有数の文化財があるので、文化財に焦点を当てて観光を進めていくことは非常に大事な視点だと思っています。

びわこビジターズビューローで城に焦点を当てた冊子をつくらせていただいたが、湖北の観音様や隠れた国宝もたくさんありますので、ぜひ進めていかなければならないことの一つだと考えています。

もう一つ近年滋賀県の観光で全国的にもスポットが当たっているのが、映画やドラマのロケーションです。それを活用した観光も近年伸びているので、映画やテレビの露出をうまく観光につなげていくという取組も進めていきたいと思っています。

<委員>

福祉を産業として考えることについて、福祉に携わっている人は違和感を覚えることがあります。滋賀県ではありませんが他の県では儲かるから産業としてやってみようというものもあるようです。しかし、そのことだけではなくボランティア精神やこうありたいと思う自分たちの暮らしを支えるという意味では福祉もしっかりと産業として考えていかなければならないことだと思っています。

今、私は介護ロボットに期待し関心を持っています。昨年9月に内閣府政府広報室が意識調査をしました。私もロボットに何かをしてもらうというのはものすごく違和感がありましたが、だんだんと変わってきました。その意識調査では、介護をする側の介護ロボットの利用意向というのは、「利用したい」と「どちらかという利用したい」を合わせて59.8%です。「利用したくない」というのが33.9%です。一方、受ける側としては、65.1%がロボットの「介護を受けたい」。「利用してほしくない」というのが29.3%です。

介護保険が始まった時も、介護をされるということに抵抗を感じたり、親の介護を他人に任せることに抵抗を感じたりしたことがありますが、どんどん変わっていきっていると思います。体重の重い方の移動などで腰を痛めるということもあるので、そのようなものを開発して使えるものにしていくのがいいのではないかと思います。

滋賀県は福祉の先進県だといいいながら、なかなかそのあたりのところに力が入っていないのではないかと思います。先ほどもあったように滋賀県では中小企業のところにたくさん情報が集まり、高い技術力もあるということですので、スリム化やスマート化をすることと、これを使いたいという方も安価で小さな物をと考えておりますので、滋賀県の技術力を駆使して、開発をしていただきたいと思います。世界中でも利用がたくさんあることと思います。日本は急速に高齢化が進んでいますので、若い人達が働く場所として選ぶためにもこのようなロボットがきちんと配置できるようになればいいと思っています。

福祉用具の事業所でロボットのことを聞いたことがあるかと聞くと、聞いたことはあるがあまり話がないということです。それは、貸与にしても販売にしても金額が高くつくからということもあると思います。東京や大阪ではそのような見本市があるのですが、滋賀県ではありません。滋賀県は福祉の先進県だからこそ出来ればいいと考えております。

<会長>

福祉分野のロボットを含めた技術の分野はこれから大きなニーズになっていくところだと思いますので、大変大事な視点だと思います。同時に今、国では女性の活用も力を入れてやっておられますが、子育て支援があることで女性が働きやすい地域になっていくということも非常に大事な要素です。あるいは滋賀県では障害者施策が進んでいるということですし、障害者雇用について企業に対してどこまでできているのか、障害者雇用は法定化されていますが、コンサルなりアドバイスなりがどこまでできているのか。そのような福

社と産業の接点というお話もこれからしていただければ大変ありがたいと思います。

また、10年後の産業構造にこれから滋賀県内のインフラをどのように整備するかも非常に大事だということもあります。

<委員>

建設産業といいますと建てるよりもメンテナンスをしていく、保守をしていくということがメインになってくると思います。滋賀県の一番の問題は道路整備であると思っています。この前アメリカに行ったときも、道路がかなり混むのですが、それを企業が船をチャーターして若い優秀な社員が住む街・住みたい街から会社まで船で送り迎えをしており、その船の中でも仕事をしているというようなことを拝見しました。

琵琶湖の交通というのは収益としてはなかなか難しいと思いますが、もう少し考えていくのも一つではないかと思っています。大昔は近江塩津港から大津港までが何よりも早い交通手段であると言われていましたので、観光もいいのですが産業の別の交通手段として琵琶湖のことをもう一度捉え直してみるということも一つではないかと思っています。

ものづくりのことですが、この前、東京の日本橋に行ったときに「COREDO 室町」というビルがあり、それはお宮さんの敷地内に建っているようですが、和のものづくりをしている食品をはじめ、いろいろなものがたくさんあり、そういうものを集積している場所で多くの日本人や外国の方が集まっておられました。京都でしか見たことはなかったのですが、和菓子をテーブルカウンターの前で作りながら出すといったこともしておられました。滋賀県には扇骨などいろいろなものがあるので、そのようなものをもう少し面白く活かさないかと思います。そのなかで、感動したのが三越さんやマンダリンオリエンタルさんのところに大きなマークの入ったのれんがかけられており、そのようなことも面白いのではないかと思います。滋賀県でも十分つくっていますので、染める・織るというのは麻織物や近江ちぢみなど滋賀県独自のもののできるものなので、目線を変えてみるということが面白いと思います。

蛇足ですが、ゴールデンウィーク中に県内でたくさんのお祭りが開催され、滋賀県にはお釜を被ったり、山の上から神輿を降ろしたり、流鏝馬をしたりなど珍しいお祭りがたくさんあります。その場で神主さんと話していたのですが、怒られるかもしれませんが、このお祭りの時期を一日ずつずらして、一日二つの祭りを限定で運営できないか。そうすると一週間ずっとお祭りでそれを見ていただきながら宿泊をして食べていただいて、農業体験をしていただいとというようなこともできるのではないかと感じました。

<委員>

みなさんのご議論は非常に勉強になるお話が多かったのですが、外から見た滋賀県のイメージなのですが、やはりこのような議論をさせていただく際に、他府県ですと通常こういうところで非常に困っているなど、例えば、企業数がどんどん減っていてどう解決して

いけばいいだろうか、人口が減っている、若い人がどんどん流出していなくなるなど、大きな課題があってもそこにテコ入れせざるをえない。そこで、わかりやすい例だと、観光や企業誘致など県のビジョンが否応なく決まっていくという面があるのですが、滋賀県の場合ですと、やはり1000年ぐらい前からポテンシャルは高く、隣に京都という大きな都があったり、その昔は奈良から都が来たりということで、非常に恵まれています。これは誰にも否定はできなくて、大企業さんが戦後に工場を建てられたというのもやはりポテンシャル、人口もあって素晴らしいということで、なかなか議論が先鋭化しないのは恵まれているからではないかと思います。

ですから逆に言うと、今どうしても足りないものを探すよりも、今あるものをより豊かにするという議論もあっていいのではないかと思います。中小企業のみなさんと議論をしているときに、この地でずっと事業を続けたい、バトンタッチして次の世代もこの地で頑張っていて、事業を大きくしなくてもいいのでゆっくりでもやっていきたいとみなさん言われる中で感じているのは、みなさん非常に努力をされていて、例えば公害を出さない努力や環境に良い技術を開発するなど独自に努力されている。ですから、先ほどアジアでNo1というお話が出ていたのですが、滋賀県のものづくり、滋賀県の暮らしやすさというのが、パッケージではないですが、滋賀県にくとそのようなモデル的な工場やモデル的な環境、暮らしというものが、これから発展していくであろうアジアの国から見たときに、滋賀県に行ったら全て学べる。工場のつくり方も人の育て方も学べるし、環境を大事にすることも学べる。地元の方はもともと滋賀県に対して非常に誇りを持っておられますので、そのような日本の中の日本であり、日本の中のものづくり県であることをより自信を持ってアピールできればいいのではないかと感じており、ポテンシャルをますます強く発信できるのではないかと感じています。

<委員>

私も滋賀県の産業の強さ、弱さということが気になりました。当然のことながらグローバル企業とそれを支えるパートナーになっておられる中小企業の下請管理を含めた、そこで技術革新をされた方の強さというのが今の滋賀県の大きな産業を支えている部分は当然のことだろうと考えます。

そのような中で、地場産業や地元需要関連産業をどのように強くするのかということがあると思います。地元需要関連産業は流通やサービス業ということになっておりますが、地場産業を強くする、支えるということからすると、伝統産業や第一次産業の農業と流通が結び付くとより地場産業を活性化できるのではないかと。

例えば、私どもでは、3年前から高島ちぢみと組んで商品開発をして3年間で20万枚ぐらいの商品販売ができています。それまではなかったわけです。ちぢみを使った下着開発と言う事で、例えば男性のステテコということで新たに若い方にも履いていただけるような商品開発を行いました。今まで脚光を浴びていなかった中で、地場農家とのつながり

の地産地消と同じことで、そのようなことを衣料品であったり、住居関連商品であったり、そのようなものがひっつけば、驚くようなパワーが生まれる。なおかつ私どもの店舗は滋賀県だけではありませんので、県外で売れた商品の効果も私ども会社に戻ってきますので、それが又、滋賀県内で経済循環するといいますか、そのような形が出来ていくということからすれば、いかにつながりを持って推し進めていくかということがさらに強くなる要素ではないかと考えております。

県でまとめていただきました7つの視点ですが、「ものづくり」の視点と「つながりづくり」の視点が結び付けば、グローバル企業群とそれを支えるパートナー企業群とのつながりが強くなって成功をおさめている産業と、地場産業やあるいは第一次産業など、そのようなものと流通といった他のところと組めてつながりづくりができた中でどんどん滋賀県発の商品が県外にも発信され、先ほど申しました伝統産業の高島ちぢみは発信ができたおかげで、高島ちぢみを扱う県外企業が出てきてその企業とのコラボによりさらに高島ちぢみの需要が上がっているという話もお聞きしていますので、そのような意味で「つながりづくり」というものを積極的に発信し、それが県外に発信ができればリターンが滋賀県に戻ってくるということが考えられるのではないかと思います。

うまくいっている強さのところはさらに広げていただける取り組みがますます発信できるでしょうけれど、少し弱いと言われているところにもそのような組合せさえうまくできればより発信できるものが生まれてくるのではないかという気がしますので、そのようなこともしっかりと取り組んでいきたいと考えています。

<委員>

消費者の立場と女性の立場でお話させていただきたいと思います。

最近のお母さんの消費動向ですが、極端により安くとより豊かにという傾向に分かれています。最近のお母さんはスマホを使ってなんでも買われます。スマホでオークションもされます。海外からも安いものを買われます。そのようなお母さんもおられる一方で、ストーリーや「こと」にこだわられるお母さんもいらっしゃいます。最近、子洒落た雑貨屋さんがあちこちにできており、地元の感度の高いお母さんが自分で作ったものをそこで売るとか、木工の作家さんや地域の素材を使ったパン屋さんやスイーツなどそのようなものを求められるお母さんとに二極化しています。イメージとしては世帯の数が小さくなるほど少ししんどいのかなというイメージで、おじいちゃんおばあちゃんと同居をされている世帯では、割と裕福ではないかというイメージがあります。そのようなことで、明日のことが心配というお母さんとストーリーを買うということに酔っておられるお母さんとに二極化しているのかなというイメージがあります。

先ほど高度人材をどのように呼び込むかというお話がありましたが、少しお洒落な、ハイセンスなストーリーがあるということに、そのような人材の方は惹かれるのではないかと思いますので、あえて都会ではなくて、田舎でいいものを生む、勤めは大阪ですが滋賀

に住むなど、そのようなことで人はすごく惹かれると思いますので、高度人材を呼びこむヒントとなればと思います。

発展するためにはやはり人づくり、地盤がしっかりしていなければならないと思います。「幸せに暮らす」視点ということを書きいただき、これならお話できるのではないかと思います。今まではどうしても子育てや福祉というと施しを受ける側というイメージだったのですが、私も一生懸命マイナスをゼロに、マイナスを10、20にということでやらせていただいています。親子カフェというものをやっているのも、それまでは子育て支援というお金をいただいていたものを何とか自分たちの力で、元気なお母さんたちの力でカフェを回していく。そうするとたくさんは生み出すことは出来ませんが、今まで税金をもらっていたものがゼロになるプラスになるということではないかと思います。葉っぱビジネスのように介護のお世話にならなければならなかった人がスマホを使ってビジネスに取り組みされているというようなことにもなっていますので、そのような力でマイナスをプラスにということで少しずつ地域を巻き込んでいくことで元気なお年寄りや元気なお母さん、元気な障害者の方に地域のなかで働いていただき、豊かに暮らせる地域づくりに貢献できればと思います。

介護や福祉の現場は合理的な考え方とはまったく逆のスローな一対一の個別の関係です。ここをスリムにスマートにするのは難しいと思います。しかし、それを支えるシステムや仕組みをつくり、総力戦で連携して大きな助成金を取っていくとか仕組みを国に訴えていくということも必要です。現場はよりスローに、より個別に、一方でシステムとしてはもう少しスマートな感じで生業が成り立つ仕組みが必要ではないかと思います。

子育て支援ということですので、人を育てるという大事なお役目をいただいています。滋賀県は子どもを育てるにはすごく良いところだと言われます。自分で考えて判断できる子どもを育てるのには、汲々とした環境ではなく、自然の中で親も子ものびのびと育てられる仕組みが大切です。安心感があって初めてすすくと大きくなって自分たちで何かを解決しようという子ども達になるのではないかと思います。

消費者視点と幸せに暮らす、地域を豊かにするという、人を育てるということで、滋賀県はそれにすごく適しているということをお話したいと思いました。

子育て支援の事業に18年携わらせていただいております、いろいろな提案やプランを立てたのですが、少子化は止まっています。このようなプランを考える際には、もう少し危機感を持つ必要があるのではないかと思います。

<委員>

2020年のオリンピックまで経済は間違いなく拡大基調で進んでいくのではないかと思います。しかし、このイベントの後一いわゆる「祭りの後」を、どのようにとらまえてやっていくのかということも非常に重要です。そのような意味では会長から示唆に富んだお話をいただきました。それをしっかり組み込んでいただくと非常にありがたいと思います。

また今後も、われわれ委員の意見を集約した形で、毎回10分程度お話をいただけると非常にありがたいと思います。

<会長>

ありがとうございました。今日は特にこれからの方向性についてご意見いただきました。今後、事務局の方で整理していただいて論点を絞り込んでいただきたいと思います。

最後に一言いうと、審議会でプロジェクトをつくろうということもありましたが、今日は「つながりづくり」という話が出ました。例えば革新的中小企業群のつながりをどのようにつくるか。あるいは地場産業なり、流通業なりといったところでどのようなつながりをつくるか。このあたりは次につながっていくと思いますので、ぜひ具体化を進めていただければと思います。

本日はありがとうございました。

(2) その他

(事務連絡)

■閉会

<商工観光労働部部長>

委員の皆様ありがとうございました。最初に会長と辻田委員から全体を押さえていただくお話をしていただき、その後、大変熱心な目一杯いろいろなお話を聴かせていただきましてありがとうございました。

前回2回目の時に感じた滋賀の良さやいろいろなものを繋いでいこう、頑張っって突出しているところ、稼ぎ頭、それからそれ以外で地域をしっかりと支えるという部分のどちらも大事であり、そこをつないでいって滋賀らしさ、滋賀のもっているベースのところにつながっていくんだという皆様のご発言が、常にそういう気持ちを持った形でのご提案ご提言をいただき、そういったものの可能性あるいはそこをしっかりと見ていかなければならないという思いを新たにいたしまして、貴重なご意見を頂戴いたしまして、この後もう少しそのような形の整理、熟成時間を経まして、またご議論を新たにさせていただく時間を9月頃に設けたいと思っております。その間も含めましていろいろとご意見を頂戴したりということもあろうかと思いますが、どうぞ一つよろしくお願いを申しあげまして、今日のお礼の言葉とさせていただきますと思います。

どうもありがとうございました。