

第4回滋賀県産業振興審議会（8月2日）における主な意見

●論点1 チャレンジする人・企業が集まる

・滋賀は保守的であり新規の開業・第二創業についてリスクを取る人が少ない。資金面の支援、補助金等の制度を知らない人が多いため県や民間、商工会議所等でしっかり周知するだけでなく、開業した後のフォローや制度面の充実により開業しやすくなる。

・滋賀に今イノベーターがいないのであれば外から呼ぶしかない。徹底した場づくりや実証実験の承認が下りやすい県になれば人が集まりやすくなる。また、人材輩出面ではシンガポールでの取組やモンテッソーリ教育の活用等、教育の根本解決をしないとイノベーターが育たない。

・銀行や商工会等、起業支援の場はあるが、一步踏み出したい地域のお母さんと結びつかない。一步を踏み出しやすい緩いコミュニティーの場づくりを心掛けることで起業しやすい人をつくれるのではないか。

・意欲のある人たちを呼び込む力を滋賀でどう作っていくかが重要。近くに京都、大阪、名古屋、兵庫があり競争環境が激しく、差別化を明示しなければ人を呼び込むのは困難。今まで培ったものを活かすことが、強みを活かすことになる。

・カリフォルニアのモンレーベイ水族館は展示や太平洋の魚や環境の説明だけでなく研究所が併設されており、海洋環境や水環境関連のあこがれの研究所である。滋賀県は水の恵みを守りながら産業や生活の知恵を磨いてきた。若い人はサステイナブルや環境に敏感であるから、世界的に水に恵まれた環境を発信するだけでなく、淡水に関するシンボリックな水族館を作り、水に関する国際会議場や子供を育成するための機能を有すればよい。

・2030年は私たちの価値観とは違うものが支配しているだろう。そういったなかで滋賀県は近畿、日本、世界の中でどういう位置づけにありたいか。働き方や目指すべき幸福の価値観も変わるだろう。東京では事業に失敗してもまぎれられるから失敗できるが、滋賀県では失敗したら目立つ。その考え方が変化しなければチャレンジする人が集まらない。

・チャレンジする分野を絞り、滋賀に行けば技術や人や仕組みがあるということが知れ渡れば人が集まるのではないか。完成していない段階でも技術を展示し、ユーザの声を聴き商品開発に活かすやり方もある。要は、連続的に挑戦できる仕組みができればよい。

・世界から選ばれるためのキーワードは水、自然だろう。たねやでは、自然一杯の施設を造り今まであったものに新たな価値を感じ人が集まってきた。注目される豊かな自然を、守ってきた地域の人と外からくる人と一緒に自然の良さ等を再発見できると、新しいビジョンを示せるのではと思う。

●論点2 滋賀を実証実験のフィールドに

・「実証実験のフィールドに」を一番進めるべき。いまや良いものを作るだけで世界で通用する時代ではない。仕組みやプラットフォーム、ビジネスモデルのなかで仕事をしないと戦えない。そういった意味で技術を検証するだけではないので、実証実験という言葉は狭すぎる。なお、滋賀の強みである地理や人を活かすことがキーポイントになるだろう。

・国でグリーゾーン解消制度を設けており活用してもらいたいが、ベンチャーが申請するにはハードルが高いため、県が手助けする案もある。また、生半可な状態でも市場に出し反応をみることも大切であり、そういったことができる場に滋賀県がなってみてはどうか。

・他府県でもいろいろやっているなかで、優先して滋賀に来てもらう視点が必要であり、他府県では足かせになっていることが滋賀に無いと良いのでは。また、キーメッセージの流れを受けると、県として何をしていくのが見えにくいので何を指すかを盛込むべき。なお、キーメッセージにサブタイトルを入れ補完すると理解が進むのでは。

・異業種というより個々人の多様性やアイデアをぶつけあうことで新しい商品やビジネスモデルが作られている。プラットフォームとは社会基盤であり、その活用を通して既存の県民や企業のレベルアップだけでなく、滋賀県外の人・企業や滋賀の大学の学生・卒業生とも繋がることのできる。

●論点3 健康しが、をビジネスに

・ツーリズムの世界で、ウェルネスやリトリート、癒しの観光を国内で前面に出しているところは少なく滋賀はそれに向いている。スイスのツェルマットという場所は、山間の村で何もないが何万人もの観光客が都会から癒しを求めて来る。何も資源がなく生きていくためには外から人を呼ぶしかなかった。長浜や彦根など競争するのではなく地域で連携して取組み共存していけば、滋賀県だけの価値観として発信できる。

・修学旅行で米原に来る子供が感じていることは、夜は真っ暗になる、星が綺麗に見える、食べ物は自分で作る等地元の人にとっては当たり前のことであり、子供の育みにも地域間格差を感じている。これからは、近くに山があつてよかったという時代に入ってくる。大自然の中で子供たちが学べる登山、キャンプや自転車等はビジネスの可能性を強く感じる。

・SDGs やサーキュラーエコノミーは地球中心に考えている。条例の見直しやB Corp 等の認証制度を設けることで注目を集めスピーディーに進むのでは。

●論点4 滋賀から世界、世界から滋賀へ

・30年先、40年先を見据えた上でこれからの10年を考えるべきである。一番大事で難しいことに明らかに挑戦している姿勢をアピールすれば敬意を払われる。高い所を目指せば、そこに来た人と一緒に解決し、実用化に繋がる。

・これからは、「世界から滋賀へ」が重要である。滋賀ではシンボリックなもの、例えば水や環境などで先進的な取組があり学ぶことが多いと、様々な国の人や専門人材なり企業が積極的に関わってくれる。それが結果的に地域の人のイノベティブな精神を高める。

・デジタルトランスフォーメーションは重要であるが、中小企業ではなかなか受け入れてくれない。社会の健康という話はあったが、地域のコミュニティーが弱体化している理由の一つはIT化が遅れていることである。旧態依然としており時代の動きに追いついていない。民間だけでなく行政も危機感をしっかり持って地域に働きかけていく必要がある。

・滋賀は魅力的な自然資源がある。面白い例として1,000年以上続くお祭りがありクローズでやっていたが、オープンにすることで若い人が集まり、SNSの活用等若い人の知恵を織り交ぜ若い人と一緒に肩を

並べて共に進めることでお年寄りが元気になった。世界から来てもらったときに、住む人、暮らす人、企業で受け入れる風土を作っていくことが最も大事。

・キーメッセージにあるチェンジやチャレンジというワードにひっかかりがある。チェンジは過去を否定しかねない。他人事ではなく自分事に感じられるキーワードが必要であり、今まで受け継いだものを継承する、発展させるというワードがあると印象が変わる。

・キーメッセージにセンスが感じられない。チェンジだけを認めるように受けとられる。受け継いだものを大切にするというニュアンスを入れたほうがよい。

●オブザーバー

・滋賀は小規模な事業者が圧倒的に多く、2030年になっても比率は変わらないだろう。現在の産業振興ビジョンは小規模事業者をかなり意識しているが、今回のビジョンはむしろ事業者の規模の大小にこだわらないとなっており、中小企業が我がこととして読んでもらえるのか疑問である。せめて滋賀県中小企業の活性化の推進に関わる条例に関する取組をしっかりと行っていくことを明記して欲しい。

●まとめ（会長）

・滋賀の魅力の基本は、「健康しが」でありそこからチャレンジする環境を整備するのだろう。起業のアイデアには様々な人のアイデアを繋ぎ合わせる必要があり、多様な人たちが出会える場を県が作っていくべきである。コツコツやるのも一つ、大きな花火を打ち上げるのも一つである。また、産業の交わりも重要であるが、既存産業をデジタルの活用を通し変えていくことが重要であり、テクノロジーを使える人を育てていく必要がある。

以上