

第 2 回宮城県産業振興審議会商工業部会

日 時 平成 1 7 年 7 月 2 0 日 (水)
午後 1 時 3 0 分 から 4 時 3 0 分 まで
場 所 宮城県県庁 4 階 特別会議室

1. 開 会

司会（鎌田班長） 本日は、お忙しい中お集まりいただき、ありがとうございます。

ただいまから第2回宮城県産業振興審議会商工業部会を開催いたします。

本会議の定足数は2分の1以上であり、本日はこの要件を満たしており、会議が成立しております。

委員と同席しております県職員につきましては、お手元に配付いたしております座席表のとおりでございます。

議事に入ります前に、お手元の資料を確認させていただきます。資料は、資料1から資料3まででございます。資料の不足等がありましたら係員にお申しつけください。

委員の皆様のご発言につきまして、お手元でございますマイクの使用をお願いいたします。その使用方法につきまして説明させていただきます。ご発言の際には右下にございますマイクスイッチをオンにいただき、オレンジ色のランプが点灯しましてからご発言をお願いいたします。ご発言が終わりましたら、必ずマイクのスイッチをオフにいただきますようお願いいたします。大変ご面倒をおかけいたしますが、ご協力をお願いいたします。

それでは、部会長からのあいさつ及び議事に移りたいと思います。

会議は、条例の規定に基づき部会長が議長となって議事を進めることとなっております。高橋部会長、よろしくをお願いいたします。

2. あいさつ

高橋部会長 部会長の高橋です。よろしく申し上げます。

時間前のスタートでございます。皆さんの意気込みが感じられます。前日も終わるのが残念と皆さんからご意見を伺いました。また、県の次長、課長さんからご意見をお伺いする時間があるべきだったんですが、それも割愛せざるを得なかったほど紛糾いたしました。本日も時間をたっぷりとってございますので、ぜひ忌憚のないご意見を。

また、私最近つくづく思うんですけれども、東北の産業の活性化ということを考えますと、やはり関東・関西等に比べまして妥協の多い地であると思っております。それで、本音・本質論が語られないままに、悪く言えば仲よし組というところもありますし、傷をなめ合うという、もっとひどい言葉もあるぐらいですが、やはり是正するには高い目標を掲げて、本当に本音・本質論を語り合うという場がないと、東北の地はうまく成り立たないのではないかとつくづく思います。そういう点で、今回大変な重責を担っているわけですが、事務局の立案され

たたたき台、前回の皆さんのご意見がさらにそれに加味されましてプロジェクト案がまた新たに出てまいりましたので、これをベースにしてしっかりと議論を闘わし合っ、次の会議に参加したいと思いますので、ひとつよろしくご協力をお願いします。

まず議事に入ります前に、本審議会は第1回の会議の際、公開すると決定しておりますので、当部会も公開として進めさせていただきます。

3. 議 事

(1) (仮称)みやぎ商工業振興中期行動計画」について

高橋部会長 それでは、議事に入りたいと思います。

「(仮称)みやぎ商工業振興中期行動計画」について、事務局から説明願います。

事務局(新産業振興課・佐藤産業育成専門監) 新産業振興課の佐藤と申します。

私は、庁内で組織化しております部会の座長役をさせていただいております。私から説明をさせていただきます。

今回の説明、大きく分けて3点になるかと思ひます。1点目は、3月18日にこの部会を開催しておりますけれども、その時点から変更しております変更箇所がございますので、その変更点についての説明。2点目は今回まとめました計画の構成及び内容について。そして3点目は、副題としてテーマ及び現在部会として検討している項目等もござひますけれども、その点について説明をさせていただきます。

まず、1点目でございますが、3月18日に示したのものからの変更点で、A3の資料2、仮称としまして、右側に「みやぎ商工業振興中期行動計画」ということでプロジェクト名が書いてあります。

このプロジェクトを7つから9つのプロジェクトに変更しております。「幅の広い産業構造への転換プロジェクト」を初めとして9つのプロジェクトにしております。

それから、左側にあります「集積促進」「知的財産等の活用」「活力推進」「グローバル化への対応」ということで、「知的財産等活用」と「活力推進」を入れかえておりまして、我々としては「集積促進」から「グローバル化への対応」の流れの中でこのような位置づけをさせていただきました。「知的財産等活用」と「活力推進」の順序を入れかえています。集積された産業が知財の活用等により産業の活力の推進を図りながら、かつ産業活力の高まった後にはグローバル化ビジネスへの転換を示すという流れの中でつくりたいということで、この箇所を入れかえております。

次の同じ資料2でございますけれども、各プロジェクトの変更等もございまして、変更の対照表ということでつけさせていただいております。

「幅の広い産業構造への転換プロジェクト」につきましては、変更前でございますけれども、「産業基盤技術高度化プロジェクト」、それから関連としまして「創業・経営革新支援プロジェクト」、そして「成長産業育成プロジェクト」を、現在の事業区分、さらには内容をよりわかりやすくするというので、一部組みかえまして「幅の広い産業構造への転換プロジェクト」、さらには3番目になりますが「ビジネスプランが次々と生まれる土壌づくりプロジェクト」、そして三つほど飛びまして「マーケットを意識した商品づくり・販路開拓プロジェクト」ということで変更しております。

それから、変更前にございました「地域ブランド形成・発信プロジェクト」というプロジェクトがございましたが、これを三つに分けておりまして、「知的財産創造・活用プロジェクト」、それから地域ブランドや「食材王国みやぎ」などの宮城ブランドの形成を目指すということで「みやぎ商工業振興ブランド戦略プロジェクト」ということ、それから従来の観光から一步踏み込み、集客・交流をキーワードとしました「集客・交流サービス産業振興戦略プロジェクト」というプロジェクト名に変更しております。

さらには、「まちのにぎわいづくりプロジェクト」を商店街振興の意味合いを強く出すということで「商店街魅力度向上プロジェクト」に名称を変更しております。

さらには、「グローバルビジネス総合支援プロジェクト」でありましたけれども、あくまでも企業の販路開拓やビジネス支援を実施するということですのでけれども、総合支援ということでは難しいということもございまして、「グローバルビジネス支援プロジェクト」ということで名称を変更しております。

プロジェクトが七つから九つに変更しているという点のご説明をさせていただきました。

次に二つ目の説明でございます。まとめました計画の構成及び内容についてということで、資料1「中間案」ということでまとめたものをごらんいただきたいと思います。

序章がありまして、その後1章から6章ということで、それぞれまとめております。

序章につきましては、「計画の策定にあたって」の中で策定の趣旨、審議経過までを記載しております。1ページから2ページでございます。

それから第1章につきましては、3ページからなんです、「計画を取り巻く潮流と施策推進の視点」の中で、現在の社会経済の潮流から導き出される課題や問題点について記載しております。7ページまでが第1章でございます。

第2章が「計画の目的と位置づけ」ということで、計画の目的と位置づけを補充しております。

続きまして第3章、11ページですが、「本県のポテンシャル」ということで、本県の持っている商工業振興に資するようなポテンシャルを列記しております。13ページから18ページまで、五つの項目で説明をしております。

続きまして第4章でございますけれども、計画の基本的な方向ということで、次にご説明します各プロジェクトを取りまとめているという形で掲載しております、九つの重点プロジェクト、さらには二つの後方支援という形で説明しております。19ページからでございます、key word 1 としまして「集積促進(活力ある成長産業の育成)」、それから21ページが「知的財産等活用(知的創造活動の推進と競争力強化)」ということで説明しております。22ページ、key word 3 としまして「活力推進(地域産業の競争力の強化)」ということで入れております。そして24ページになりますが、key word 最後の4番目としまして「グローバル化対応(経済社会のグローバル化やボーダーレス化への適応)」ということで入れております。

そしてこのプロジェクトを支援するというで、二つ、各プロジェクトを支える後方支援ということで位置づけておまして、一つ目が「産業人材育成・産業団体等の機能強化・各種金融支援」というものがございます。それから二つ目として、25ページになりますが、「連携・連結(リエゾンの)対応」ということと位置づけておまして、柔軟性ある組織や業態を目指すということで記載しております。

27ページから「重点推進プロジェクト」の九つのプロジェクトをそれぞれ説明しております。取り組む主体あるいは現状と課題、今後の施策展開、そして重点的な推進方向と事業プロジェクトを記載しております、プロジェクトの指標や実施関係機関等を記載したいと考えております。

29ページからがこのプロジェクトのそれぞれのプロジェクトごとに説明しております、No.1ですが「幅の広い産業構造への転換プロジェクト」としまして二つございまして、一つが「重点推進分野の設定・誘導」ということで、30ページ、31ページに出しております。特に、重点的な推進方向と事業プログラムとしまして三つほど上げております。「新事業を起こそうとする者に対する支援」、二つ目が重点推進分野の設定、31ページに行きまして「市場の拡大が見込まれる産業分野へ進出しようとする企業に対する支援」ということで出しております。

次の32ページが、同じプロジェクトの「幅の広い産業構造への転換プロジェクト」の二つ

目としまして、「ものづくり基盤技術高度化支援(キーテクノロジーとなる産業技術の高度化)」ということで記載しておりまして、33ページには重点的な推進方向と事業プログラムとしまして10項目ほど上げております。後ほど説明させていただきますが、プロジェクト指標、まだ検討中でございますけれども、これを指標を上げて数値化したいと考えております。

プロジェクトの二つ目でございます。「企業立地促進プロジェクト」が35ページからございまして、現状と課題、あるいは今後の施策展開を記載後、重点的な推進方向と事業プログラムといたしまして、三つほど大きなくくりで上げております。「重点的な分野における企業立地活動の積極的な推進」、36ページに移りまして二つ目として、「企業立地活動の取り組み手法」、そして37ページに移りまして「新たな重点的な分野にかかる取り組み」ということで、それぞれの事業プログラムを記載しております。それからプロジェクト指標をここで記載したいと考えております。

プロジェクトの三つ目ですが、38ページからございまして。「ビジネスプランが次々と生まれる土壌づくりプロジェクト」ということで二つございまして、一つ目が「コンサルティングなどソフトインフラの提供」ということで上げております。現状・課題、今後の展開、そして39ページには重点的な推進方向と事業プログラムとしまして四つほど上げてございます。

同じプロジェクトの三つ目の「ビジネスプランが次々と生まれる土壌づくりプロジェクト」としまして、41ページ、二つ目の項目としまして「産学官の緊密な連携による起業促進」という項目で上げております。ここも同じように現状と課題、さらには今後の施策展開等を記載しておりまして、重点的な推進方向と事業プログラムを2項目ほど上げております。

それから43ページに移りますが、プロジェクトの四つ目「知的財産創造・活用プロジェクト」といたしまして、ここも同じような項目で記載しておりまして、44ページ、重点的な推進方向と事業プログラムとしまして五つほどの項目を記載しております。プロジェクト指標については現在検討中ということでございます。

45ページに移りますが、プロジェクトの五つ目としまして「みやぎ商工振興ブランド戦略プロジェクト」ということで、前回のプロジェクトにはなかった項目でございますけれども、このプロジェクトを上げておりまして、同じように現状と課題、今後の施策展開、そして46ページにあります重点的な推進方向と事業プログラムということで、現在三つほどのプログラムを上げております。

プロジェクトの六つ目でございますが、47ページ、「マーケットを意識した商品づくり・販路開拓プロジェクト」ということでございます。これも同じように掲載しておりまして、48

ページに移りますが、今後の施策展開がありまして、その次に重点的な推進方向と事業プログラムということで上げております。

プロジェクトの7番目ですが、49ページ、「集客・交流サービス産業振興戦略プロジェクト」ということで上げてありまして、50ページには重点的な推進方向と事業プログラムということで五つの項目を上げております。

51ページ、プロジェクトの八つ目でございますけれども、「商店街魅力度向上プロジェクト」ということで上げております。52ページ、重点的な推進方向と事業プログラムということで五つほどのプログラムを現在上げております。

続きまして54ページに移りますが、最後のプロジェクト、九つ目ということで「グローバルビジネス支援プロジェクト」ということで、現状と課題、今後の施策展開、そして重点的な推進方向ということで、現在四つの事業を上げております。

以上が第5章になります。

続いて第6章でございますけれども、ここでは「計画の推進に向けて」ということで、産業界、大学等学術機関、行政、民間等が担うべき役割について掲載しております。57ページ「産業界が担うべき役割」、そして大学等学術研究機関が担う役割、そして58ページに移りまして「行政が担うべき役割」、そして「民間等が担うべき役割」ということで記載してありまして、最後に推進体制につきまして、「全庁的な連携推進体制の整備」、あるいは「県の商工業振興に係わる組織等の柔軟な見直し」ということで、計画に向けて必要な整備・見直しを実施していきたいということで上げております。

以上、中期計画のまとめということで出させていただきました。

次、皆さんにお話しすべき3点目でございますけれども、現在、資料1の表紙に副題ということで括弧書きにしております。現在検討中ということで、前回のアクションプランに一部つけたわけですが、今回副題を、見た方によりわかりやすくしたいということで副題をつけたいと思っておりますが、例えば「みやぎ元気企業倍増宣言！」とか、それから特に意欲のある企業を育てるといような意味で「みやぎ 出る杭「太く」「伸ばす」宣言！」のような、我々の中ではそのようなサブ・テーマといえますか、副題をつけてはどうかということが案として上がっております。

それから先ほどありましたように、プロジェクト指標、まだ数値化、記入をしておりません。若干難しいこともありますけれども、これを入れたいと。また、項目としてもいいのかというふうなことも検討していかなければならないと思っております。さらに、全体を通してでござ

いますけれども、例えば東北全体を引っ張るような記述はどうかとか、世界を視野に入れた記述はどうかとか、あるいは大変厳しい財政の中で県庁の人材及び外部の方のネットワークを含めて人材を生かすという視点もどうかとか、宮城に来れば他の地域よりも企業を起こす動機や、あるいは企業の成長にかかわる環境がすぐれている、そのような環境づくりをという視点とか、さまざまな意見は出てはおりますが、それも含めてこれから入れ込めればとは思っておりますけれども、委員の先生方にはそれも含めてご意見・ご提言いただければと思っております。

以上でございます。

高橋部会長 事務局、どうもありがとうございました。ご説明、ありがとうございました。

では皆さん、今のご説明に対するご質問とかご意見でも結構ですので、自由にご発言をお願いします。

千葉委員 大変細かいところで恐縮なんですけど、プロジェクト3で「ビジネスプランが次々と生まれる土壌の育成プロジェクト」という書き方がありますし、それから「ビジネスプランが次々と生まれる土壌づくりプロジェクト」というものがあるんですけど、これは意識して変えているということなんですか、それとも何か……。

事務局（新産業振興課・佐藤産業育成専門監） 土壌づくりプロジェクトでございます。

千葉委員 単純に訂正でよろしいですか。

事務局（新産業振興課・佐藤産業育成専門監） はい

千葉委員 それからもう一つは、この辺は難しいところかもしれませんが、今、一生懸命企業誘致をしても難しいよという話なんかもあるかと思えます。これに関しては自前でできるだけ育てるべきということと、一生懸命企業誘致したらいいという意見とがあろうかと思えますが、私の立場で言うと、やっぱり一生懸命企業誘致をするという視点は欠かせないだろうと感じています。そこに関して、ご説明もあつたんですが、宮城としてはこんなふうに企業誘致をしたいということを考えているということがありましたらもう少し説明をいただきたいということが2点目です。

それから、3点目に金融という部分が出てくるわけですが、県の金融ということではどんなスタンスというか、姿勢といいますか、そういったことに関してもちょっとご説明いただければありがたいと思います。以上です。

高橋部会長 では事務局、お願いします。

事務局（産業立地推進課・菅井副参事） 企業誘致のお話を今いただきましたけれども、具体的に県としてどんな企業を誘致しようとしているのかというお話だったと思います。

20ページに「企業立地活動を積極的に推進していきます」という中で、一つは先端産業をねらっていきましょと。それから「みやぎ産業振興重点戦略」の中の重点分野、その中の食産業であるとか環境、情報、こういったものを我々としてはターゲットとして誘致していきたいと。余り大まかだと言われればそうなのかもわかりませんが、これまで我々企業誘致をする中でどういったものに特化して誘致をしていこうという指針が初めて出されたのが、平成12年の重点戦略だったものですから、これを引きずりながら、我々こういった業種に対して企業誘致を積極的に図っていくというふうな考えです。

千葉委員 それに関連をしまして、宮城県の企業誘致に当たる強みという点、優位性といえますか、そういったものと弱みというか問題点に関してどのような認識をしているかということをお願いいたします。

高橋部会長 では少し企業誘致についてお話し合いしましょうか。

私は、宮城県は過去においてそんなに熱心ではなかったのではないかと。ここ1年以降、大変熱心になってきたという明るさを見出しているんですけども。少しこの辺を議論しませんか。

佐宗委員 ここで言っている企業誘致というのは国内企業でしょうか、それとも国際的にすべてを対象にしているのでしょうか。

高橋部会長 問わずですね。だから地元で新規事業を立ち上げるベンチャーさん、それから中小企業さんの企業内に新しい技術シーズを埋め込んで、新規事業を立ち上げるんだとかというものが一方であって、それに対して、外部から誘致するというものを立地と言っていますね。ですから、それは海外問わずです。

佐宗委員 企業誘致するためには、出ていく企業側に何か魅力あるものをアピールしないと誘致できないと思うので、どういったところを。例えば中国のどこかの地区では日本語がすごくできる人が多いということで、対日本向けの企業だったり、コールセンターだったりという話を聞いています。あるいは、インドではコンピューターが得意な技術者がいるということでアピールしたりしていますけれども、そのあたりは宮城県としては、どこかを強みで出していかなければいけないと思うんですけども、何かお考えありますでしょうか。

事務局（産業立地推進課・菅井副参事） では一番最初からのご質問で、宮城県の強みは一体何かというお話なんですけれども、我々は実際に企業誘致をして歩くときに、やはり強みというのは、地元にある東北大学の存在が非常に強みであるということと、それから大学が非常に多いということで優秀な人材の確保が容易ですよということでセールスをしております。弱み

というと、我々余り弱みというものは考えたことがないので、何とお話ししたらいいのかわからないんですけれども。

誘致の対象にするのはどこかというお話ですが、先生の方からもお話しいただいたのですが、一つはよそから連れてくる企業誘致と、それから今もうご存じのとおり、相当労働集約型の企業というものは国内で事業展開というよりも海外の方にシフトしているということで、国内での都道府県間で非常に企業の取り合いが厳しくなっているといったときに、一つは県内の企業を地元で事業拡大していただくための方策といったものも、今回のアクションプランの中に入れさせていただいているということでございます。

高橋部会長 ほかの方でございませんか。

事務局（新産業振興課・吉田課長） 補足、多少。弱みという部分については、やはりアジアのマーケットの中で考えれば、人件費が高いことと土地代が高いこと。こういったコスト競争の面では、やはりなかなか勝てないなという状況が日本の中では出てきているわけですね。一方で、高度な部材をつくることで日本の企業というのは貿易黒字を生み出してきている構造は変わらないんです。ですから、高度部材をつくり続けられる地域であるところが生き残ってきているということになっています。高度部材をつくり続けられる地域というのはどういうことかと言いますと、R & D & Pとよく言われますけれども、研究開発能力プラスアルファで製造能力。これが極めてスピードと柔軟性があってリンクしているところが強いというふうに言われております。この地域は東北大学の知的集積があって製造能力はあるんですが、R & D能力がちょっと弱いと言われております。こういったR & D能力の蓄積というのが当面の課題かなと感じております。

千葉委員 今の話で言うと、土地代が高い、人件費もあるんですが、この土地代はほかの東北なら東北の他県と比べてどうなのかということと、今言ったようなR & D & Pという観点で考えれば、その辺はほとんどある意味では本質的には余り問題がないと考えているということになりますか。

事務局（新産業振興課・吉田課長） 土地代・人件費は東北の各県で考えれば多少高目だと思えますが、アジアのマーケットの中で比べれば、ほとんど遜色ないという状況で、要するに中国に立地するかシンガポールに立地するかベトナムに立地するかという選択肢と、東北地域のどこに立地するかという選択肢を比べているわけですので、企業活動の中でのマーケットの見ているところはかなりワールドワイドだと感じております。ですから、東北の中で人件費が高いかどうかということは、それほど余り大きくは効いていないだろうなと感じています。それ

から、逆に R & D 関係の力に対する期待というのは、実は私も企業を回っていてわかったのですが、古川の食品会社などを回ってみますと、古川に農業試験場があるので食品会社の自分のところは期待して来ましたとか、そういった会社さんが何件かいらっしゃるんです。そういう大学があるから R & D に期待してまいりました。協同で何か成果を出せないかということに期待してまいりましたという立地の話がありますので、そういった面では、今は集積は弱いんですけども、ある意味ポテンシャルとしては持っているのかなと、ここに期待できるのかなと感じているところもあるわけです。

高橋部会長 ありがとうございます。

かつては新日鉄を仙台港に呼ぼうとかいうスタイルだったと思いますけれども、当然ながら時代の変化とともに業種だとか会社名だとか皆違って来るんだと思いますけれども、私は宮城県が成功した例としては、やはりコールセンターだと思います。2、400名の雇用をふやしたという点では大変な功績だと思います。かつて電子産業だとか電子機械産業が賃金の安いところ安いところと移り住んだように、やはり IT 系の仕事というのは東京では人材が求められない。高級なエンジニアはもちろんそうです。テレワーカーさんというのもそうだと思いますけれども。だから、教育を含めてテレワーカーというものを相当充実させて、それでコールセンター王国をつくる、みやぎコールセンター王国のようなね。こういうものは現代的な立地事業ではないかという気はしますけれども。そういう点で考えると、いろいろな分野での誘致というのは語れるのではないかと思います。

それと、今吉田課長さんから特徴、優位性のお話ありましたけれども、当然インセンティブの提示がありまして、かつて三重県に北川さんがシャープを呼んだときのように90億円というインセンティブをつけて呼び込みました。議会からも大変おしかりを受けたわけですが、それは年間5億円という額に対して6億円のインセンティブをつけたのですね。それで議会から北川さん怒られたんですけども、それは議会もすぐに納得できる話だと思いますけれども、結果として90億円であの大事業を三重県に呼び込んだ。第2ステージの事業もやはり宮城県が競争で持ってこようと、たとえしたにしても、やはり三重県の亀山には勝てなかったんじゃないのかと。そういう点でインセンティブというものも同時に大変重要なことでして、海外などに工場を持っていくときも、我々も民間のときそうでしたけれども、あらゆるインセンティブがつくんです。税金すべて7年間はただ。それから日本に対するエンジニアの実習の派遣の費用を全部市で持つとか。それから最近でもそうですけれども、不動産取得税をただにしますとか。表向きはやはり税金を納めるんですけども、その分ペイバックするだとか、あ

らゆるインセンティブがつく。海外の場合には怖いぐらい、何か欠点がこの地にあるんじゃないかと思うぐらい、これでもかこれでもかとインセンティブをつける競争があるというものもお考えいただきたいと思います。

千葉委員 すみません、今の5億、6億というのはどういうことなんですか。90億円は何か聞いたことがありますか。

高橋部会長 15年間で90億円を県が補助を出しますと。だからどうぞ三重県に来てくださいと言ったわけです、北川知事が。

千葉委員 佐宗さんから誘致の魅力はということで、今のインセンティブということでも判断をしているのではないかと思うんですが、何かその辺で県としてはこういう基準で考えてますという基準とかそういったことはないんでしょうか。

事務局（産業立地推進課・菅井副参事） 現在のインセンティブ、お金をお支払いして誘致をしようという制度で行けば、今着目しているのは、一つはそこがどういった業種であるのかというところに、先端であればほかの業種よりも手厚くお支払いしましょうというふうな制度は設計してございます。基準は投資額、幾ら設備投資をしていただけるのかという額によって、20億円という線を引いておりますが、20億円を超えた場合とそれ以下とは交付率に違いを設けているという形になっております。

高橋部会長 製造業で100人の事業所を持ってこようとしたら結構大変だと思いますけれども、私がよく実践経営塾で行っている石巻の産業創造館で、あそこは光通信のコールセンターがスタートしたんです。これがあそこの地域を一気に活性化したようなムードを起こしました。100人ちょっとの雇用らしいんですが、大変元気な意識を市にも創造館にももたらしたんじゃないかと思いますけれども。

福嶋委員 企業誘致の魅力として、宮城県は大学とか研究機関というお話だったんですけれども、大学とか研究機関の近くに来る企業というのは、やはり研究開発とかを重視するような会社で、なかなか製造とか販売までやっているようなところというのは、要はビジネスになるようなところというのは、実は余り来ないんじゃないかということも心配もあるんですけれども、そこら辺は何かポートフォリオみたいなものをつくっていらっしゃるんでしょうか。要は、成果が出るのがかなり遠い未来の話になってしまうんじゃないのかなということなんですけれども。

事務局（産業立地推進課・菅井副参事） おっしゃるとおり、いわゆる協同研究しましょうという動機で県内に来られた企業がすぐに工場を建てるのかと言えば、それはかなり厳しいお話

だと思えます。ただ我々は、やみくもに企業訪問して企業誘致をするというのが一つの方法でしょうし、もう一つはそういった一つのつながりによって将来県内に工場を建ててもらえる可能性があるというのであれば、やはりそれも力を入れていきたいという考えでございます。短期的に見たときにどうなのといった場合にはおっしゃるとおりだと思います。それが即座に工場の立地にはつながらないであろうとは考えております。

福島委員 何となくある程度組み合わせみたいなものも今後は、今後というのかずっと考えてもらっちゃっているとは思いますが、短期・長期という。

高橋部会長 大学の開発シーズを企業化しようというとき、民間もみんなそうですけれども、最初から製造プロセス - がすぐかけるというものではないんです。ですからノウハウの部分も相当開発当初というのはあるわけです。だから、一気に日本は、海外では労賃が安いから土地が安いからといって先端技術をすぐ持っていくことは絶対にしない、できない。だから、東北大の大見先生なら大見先生、そういう先生たちの特許で守られた技術も譲渡しますけれども、そばで製造展開をしないとノウハウの移転はできません、技術移転があります、指導があります、それは離れた地では不可能ですということに、私は可能性をもたらずと。どうぞ隣接した東北大と言わず北部工業団地でも結構ですから、比較的先生たちが指導しやすい地形に配置していただくというのが一つのうたい文句じゃないかと思うんです。

事務局（大槻次長） お話が少し高度になっているところに、逆にという話をして申しわけないんですが、企業立地においての東北大学とかを我々がこれまでセールスポイントとして使ってきたもう一つ本音の部分は、東北大学の卒業生が会社がもしかしたら採用しやすくなるというのが実はかなりあるのと、それから東北大学が存在している仙台市の生活環境というのが、例えば東京とか大阪に暮らしていた人たちが、仙台みたいな田舎に行って子供が満足な教育を受けられないとかというような心配がないという部分も含めて、東北大学というものをPRしてきた部分があるんです。だから、R & Dみたいなものはそんなにナンバーワンプライオリティーではないんですけれども、そう言っているという部分ですよね。だから、そこら辺を余り強調し過ぎてしまうと、企業誘致がうまくいかなくなるということもあるのかなと思って、企業誘致のOBなので一言だけ言わせてもらいました。

高橋部会長 ありがとうございます。では先に進めまして、千葉さんのさっきの金融の質問について、事務局からどうぞ。

事務局（経営金融課・佐々木課長） スタンスのお話でしたよね。一応経営金融課のスタンスといたしましては、すべてがそうだということではないのですが、企業にはいわゆるサイクル

があると思うんです。創業期であり成長期であり成熟期であり衰退期。衰退期を第二創業期という考え方もできます。そこで民間の金融機関はどこに視点を置くかといいますと成長期と成熟期、これに当然視点を置くわけでございます。したがって県の場合は、創業期あるいは第二創業期に力点を置くべきだろうというふうには思っております。

それから、現在は大分メガバンクの不良債権の処理が進みまして、金融が安定化してきたということもありまして、中小企業の方にもどんどん進出しております。そういったことももちろんあるわけなんです、私どもとしてはいわゆる民間の金融機関との差別化といいますか、それは長期であること、固定金利であること、低利であることということも非常に大切な要素じゃないかなとは思っております。以上です。

高橋部会長 これも今までなかったことですよ。ベンチャーキャピタルに投資を、ファンドを与えて、それでベンチャー育成に供してもらおうというのは、今まで地方自治体がそんなリスクをとったことはなかったでしょうね。だから大きな変革だったのではないですか、ここへ来て。

佐宗委員 「ビジネスプランが次々と生まれる土壌づくりを目指します」とありますけれども、ビジネスプランというのは、みやぎ産業振興機構でも実践経営塾等でビジネスプランをよりいいものにとブラッシュアップしていますけれども、次々と生まれることが重要ではなくて、次々と育てるという方が重要だと思います。最初にベンチャー企業が考え出したビジネスプランというのは、私も経験がありますけれども、往々にしてそれだけでは通用しない。核の部分はいいものがあるかもしれませんが、それだけではビジネス世界で勝ち残っていけないというものもあります。やはり宮城県で現在やっている新事業へのコンサルティングみたいなベンチャー育成が非常によかったと思いますし、また、それを育てていっているというのはこれまでも非常によかったと私は思いますので、これを引き続き行って、新しいものをどんどん生み出すというよりも、むしろ育てるという方を重点的に今後も継続してほしいと思います。

事務局（新産業振興課・吉田課長） そうですね。ここの記載は「次々と生まれる土壌づくり」と書いてあるんですが、確かに、ビジネスプランが生まれ、育ち、開花していくといった一連の流れに対して、適宜適切に支援できていると、その結果として開業率が上がった、それからビジネスプランのヒット率と申しますか、ファンドを受けられるようになったとか、代理店が生まれたとか、パートナーを見つけたとかいったことができるようになって、この地域でビジネスプランが活発に動いていくという状況ができればよいなという思いでこちら辺は記載していますので、そういったことがわかるように少し記載を足していくことがいいのかなと感じて

おります。おっしゃるとおりビジネスプランを育てるという部分が、宮城は幸いなことに全国的にもよくやったということの評価いただきまして、今年、ジャンボ（JANBO：Japan Association of New Business Incubation Organizations 日本新事業支援機関協議会）という機関からみやぎ産業振興機構、それから今日いらしてます高橋四郎さんが日本一の産業支援だという形で表彰を受けたということがございましたので、ビジネスプランを育てていくというのはもう少し深掘りしていければなと考えております。

高橋部会長 佐宗さんがおっしゃるように、産むはやすしで、割と産むのはやすしなんです。育てることが大事なんです。お母さんと同じだと思いますけれども。そういうところでデスバレーという死の谷を越えなくてはいけないという課題があるんです。当然産むということは育てることにつながるんだと思いますけれども、それは吉田さんがおっしゃるとおりで、一連のフェーズがうまく仕組みづくりができないといけないということがあります。

大志田委員 個別的な意見でちょっと恐縮ですが、六つほど述べたいと思います。

民間の稟議で考えれば、成果目標の指標が出ているんですが、これらの実行に際する主体者の組織図と実現プロセスの工程表が付されてこない、政策理念に終わって、いわゆるアクションプランにはならないと思いますので、これを加えた行動計画が完成されればいいというのが1点目でございます。

脈絡なく続けますが、2点目は、ブランドという言葉がかなり出てますけれども、ブランドは何のことかということをおいまいなままでブランド戦略はできませんので、これについても明確な用語の定義をすべきだろうと。ネーミングのこととかロゴマークのことだけではないので、ここについてきちっとコンセンサスをつくるべきではないかということです。

3点目は、またこれも用語ですが、製品と商品の違いということが出ておまして、これは非常に民間のマーケティング的には重要なことなんです。では製品というのはどこまでのことを製品と言って、商品というのは製品に対して何が付加されているか。この違いもやはり明確にしていかないと完成度が低くなる。政策的な用語が各人の通念の理解ではだめなので、やはりきちっと客観的な定義を置きたい。

4点目は、今申し述べたことを含めてなんですが、これらの行動計画の一番最後に、本計画で使われている用語はこういう意味合いで宮城では使っていますよと用語定義を付することも一考だろうと思います。

5点目でございますが、これは組み合わせ方の問題ですが、「グローバル化対応」の一番最後に「外国人観光客誘致促進」というものがありますが、個人的には属性としては、実際のプロ

プロジェクトの推進としては集客交流産業の方に入るのはないのかなという感じがいたしますし、あわせて人材育成の人材というのも、例えば外国人によるみやぎアテンダントのような育成視点、つまり育成人材の中に外国人が入るといった考え方も欲しいと思います。

最後でございますが、一般的に小口分散型ではなくて、やはり選択集中型の事業にすべきだろうと思いますので、その意味では事業目標としての指標だけではなく、では何をもって事業とするのかという、事業化する場合の指標自体も客観的な基準が必要だと思えます。ある案件は事業化されるけれども、別の案件は同じような内容なのに事業化されなかったということではいけないと思いますので、事業化要素の数値性とか客観性というものがあれば、なおブラッシュアップされた行動計画になるだろうという意見でございます。以上です。

高橋部会長 どうもありがとうございました。

簡単なものもありますが、まず1番の問題ですけれども、目標を掲げて、それにはその主体者があって、そして組織図があって、さらに実行プランが掲げられるべきであるというお話なんです、まさにきょうの最も重要な部分ではないかと思えます。前回と比べて、プロジェクトという姿を鮮明に表示してきたというところに、私は大きな進歩があるのではないかと感心しているところですが、この辺について、まずプロジェクトというのはプロジェクトマネージャーというのが必ずいるわけです。だからこれは職位を離れて、県の課長さんなり次長さんなり部長さんなりがプロジェクトマネージャーをしっかり受けとめて、そして組織をつくってプランニングをするという体制だとかでお考えなのか、その辺についてお聞かせ願えますか。

事務局（産業政策推進室・齋藤主幹） それでは事務局の方からお答えしたいと思います。大志田委員さんの方から申し出のあった1点目のことなんですけれども、確かに今事務局の方でいろいろなプロジェクトチームをつくってプロジェクトを検討していく中で、プロジェクト指標というものが非常に難題となっております、どういう形でそれをあらわしていくか、そのプロジェクトの事業達成を示す指標として本当にそれが正しいのかといった部分もありますし、それから経営的に数値化できるようなものとか計数的にとれるような数値があればいいですけれども、なかなかそういった適正な指標がないということもありまして、それは難題となっております。今回できれば提示したかったんですけども、提示できていないプロジェクトもあって大変申しわけないと思っております。大志田委員さんおっしゃるように、工程表みたいなものとかプロジェクト実行の組織みたいなものというものも必要な視点なのかなと思いつつ、この辺はちょっと事務局で検討させていただきたいなと思えます。

それから、今、高橋部会長の方からお話のあったプロジェクトマネージャーみたいなもの、事

業のプロジェクトを統括していくという視点も大事だと思います。これも事務局でも検討していきたいと思います。

高橋部会長 最近ではISOが先鞭をつけたんですけれども、目標のない方針は方針ではなくて、ISO9000でやり始めたんですけれども、あれは品質のマネジメントのシステムではなくて、一般の会社のマネジメント、団体のマネジメントのマネジメントシステムの道具だと解釈しているんです。だからそういう意味では大変便利なものだったんですが、方針を立てる、数値目標を入れる、それをプラン・ドゥー・シー・チェック(Plan-Do-See-Check)で回していくという行為を定義づけたわけなんですけれども、そういう点ではやはり指標として数値で掲げられるものはできるだけ数値で見えるように。プロジェクトの内部の人たちが目標として掲げてその進捗が見えるように、できるだけ数値で書かれたものを。だから解説の部分にはいろいろな数値が載ってますよね。工業の製造額と出荷額にしても、日本で16位だとか、人口の大きさから比べたらやはりビハインドしてるところがありますよね。私が一番しゃくなのは、福島に何でビハインドするんだ。そんなに優秀な東北大があって、大変いい立地にあって、何でビハインドするんだというのがあつたんですよ。どんどん差をつけられるような気がしてしょうがない。これはやはり追い越さないといけませんね。その前に道州という話が出たりするので、もっとグローバルな考えをしなくてはいけないかもしれないですが、少なくともきょうの段階では、やはり宮城ありきで考えていいんだと思いますけれども。福島を追い越すとか、日本のベストテン以内に入る製造出荷額を確保するとか。そうすると、プロジェクトマネジャーも皆買って出たくなりますよね。俺にやらせろという人が出てくるわけです。これならやりがいがある、おもしろそうだ。そういう具体的な指標を入れること、それで2008年、向こう3年間の目標値、それから2010年の目標値というものをに入れてしかるべきだと思います。

それで、プロマネはやはりこの中から絶対に選ばれるべきですね、9人。それに外郭団体がその下につながると。先ほど吉田さんが紹介してくださったんですけれども、ジャンボアワード(JANBO Awards 新事業創出支援事業及び起業家表彰)というものをいただいたんですけれども、それはビジネスプランをつくる基礎養成講座から、それを事業として成り立つように技術性を高めて特許を取れるようにして、市場評価してということも手伝うという経営塾、そしてさらに「みやぎビジネスマーケット」ということで投資を呼び込む、それから販売を手伝ってもらおう商社を呼ぶというようなスキームをつくりまして、また旧来品でなかなか売りにくいというものがあつまして、これをセールスレップ制度というのに乗せてしゃにむに売らせてやろうという仕組みをつくったんですよ。それは見事に、我々民間がお手伝いしながら本庁

の産業経済部と、それから外郭団体のみやぎ産業振興機構がワンピースになって、それで展開していたことの評価ですね。だから、ああいう実行の仕方を見たら、このプロジェクトはやはりそういうところから出てきたのかなと想像するんですけれども。ぜひ、今までの課の組織なんてご破算にしても、そこは最小限にしても、このプロジェクトを太くして流動的に、また横にその人たちが動けるような形に。そういう組織を用意していただければ。

私が行政でやったもので一番近く知っているのは岩手県の滝沢村で、係・課制を廃止して、要するに絶えず変化する。縦割りで固定しておく人数の配賦だとかが大変不公平になり、大きな仕事を消化し切れないということで全部それは廃止して、プロジェクト制にしたんです。人は横断的に異動できるという形で、給料はちゃんと何号級何号級でそれは保証します。プロジェクトで渡り歩くという流動的な組織の作り方ということをやりました。

だから、私はこの中身については、もう相当練られていい中身になってきたんだろうと。これをいかに実行するかという点で、プロジェクトが動く。ではこのプロジェクトの目標をどうするか。大志田さんがおっしゃったように数値指標を掲げて、それでリーダーを決めて、そして組織図をつくって、それで具体的なその人たちが作業をする。目標もこのリーダーにつけさせる、このグループに指標を掲げさせるというのが本来望ましい姿ということですが。与えられたものではなくて、自分たちで目標を設定するというのがいい方法ではないかと思えます。そのプロジェクトに民間の人が、本当に民間だけど、ただ民間ということではだめですよ、民間でそういう大きなプロジェクトを消化してきたとかグローバルな場でそういうことを消化してきたという人を選ばないと、ただ民間だけでぶら下がっているのではだめですね。皆さんの大きな力になるような人を選ばないと。産業経済部が柱になって外郭団体を一緒に、そして民間の人も若干名入れてというのがおもしろい組織かなと思います。

そんなところで、皆さんほかにご意見ありませんか、この件に関して。

大志田委員 部会長、今のご説明で大変詳しくフォローしていただいたんですけれども、私は端的にここで申し上げたのは、今空欄ですけれども、各プロジェクトの最後にちゃんとプロジェクト指標という項目が入っているので、このほかに誰がいつまでということを加えてくださいという非常にシンプルなことでございますので。

高橋部会長 誰がというのは、やはりプロジェクトマネジャーですね。

大志田委員 そうですね。それをトップにスタッフを加えた実行組織ということですね、はい。

高橋部会長 では、次長さん課長さんでこの点に関して。

事務局（観光課・伊本課長） 大志田さんがおっしゃった中で、観光課に関連した分では

観光客の誘致、外国人の観光客誘致というのは、どこに入れるかというのは余り問題ないかと思しますので、それはそれでわかりました。

あと、これはちょっと感想なのですが、3月まで一応これを担当する座長だったので、その立場からちょっと一言申し上げておきたいんですが、大志田さんが今おっしゃった中で、用語の定義というのが意外と大事かなと思います。それで用語の定義というのは、なかなか我々事務方では最終的には難しいのかもしれないなと思って、例えば大志田さんと、例えば福島先生と堀切川先生とかに監修してもらって、用語の定義とかというのをやったらいいのではないかなというふうには一応思います。

あともう一つ大志田さんおっしゃった中で、事業化の基準ということをおっしゃったのですが、これは意外と私どもの中で難しいのではないかなと思うんです。恐らく今のまま行けば、予算がとれる、とれないというだけで、これが事業化できるかできないかというふうになってしまうだろうと思います。それは今までも確かにそうだったし、これをクリアする方法というのは正直言うと思いません。思い当たりませんが、何か指標とか何か、例えば高橋部会長がおっしゃっているように、プロジェクトマネジャーがある程度の指標を見て、それでうまくクリアの仕方をちゃんとつけたらこれは事業化すると、ゴーサインを出したら何かやれるとかという何か仕組みみたいなものをつくらないと、なかなか難しいのではないかなと、一応これはもう個人的に思います。

これは少し、この中で議論してもなかなか仕方がないんですけども、ちょっと役所的にはなかなか事業化の基準をつくるというのは難しいのではないかなというのが今のところ感想なんですが、最終的には事務方に預けてしまうんですが、もしそこら辺で何かご意見あれば、ちょっと議論してもいいのではないかなと思っています。

大志田委員 確かに政策で執行しますから、予算がついていないとできないので。ただ、今の事業化の基準が基本的には予算がとれる、とれないという事業化決定軸、あるいは予算が例えば1億円とれるものと100万円しかとれないものというような事業化決定軸だけで決まってしまうと、実はさまざまな理念を掲げても最後はお金で決まってしまうということになりますから。それだと実際はこれだけの作業をしたことが結論はお金に全部引っ張られるということなので、もう一つそれを補う指標を生み出すべきだし、これは行政の場合難しいですけども、民間の場合というのは予算なき予算をプロジェクトの事業化基準によって稟議を得て予算を引っ張ってきたりということがあったりするわけです。あるいは優先的にトータルの産業政策の予算のうちから重点に配分をいただくということもあったりする。それを全部同じ基準でつく

るというのはもちろん無理ですから、各プロジェクトごとに内部で会議をして、最終的にプロジェクトマネージャーが「ではこの基準で今回の事業というのは決めよう」ということがはっきりすればいいだろうと思うんです。ぜひそういうことを加えられると、私はそれが宮城モデルとしての産業政策の一つになるのかなと思いましたので。

事務局（新産業振興課・吉田課長） 過去につくったアクションプランから今回のアクションプランにかけて大きく変わったところが一つありまして、それは補助金中心の施策からコンサル中心の施策に大きく転換したという考え方の違いがございます。補助金を当てて新成長産業を大いにふやしましょう、応援しましょうということで、補助金だけあげてあと終わり、予算がとれたから補助金をあげてあと終わりという形での支援策はどうも行き詰まりを感じていまして、先ほども出ましたが、ビジネスプランをブラッシュアップしてビジネスプランのレベルを上げて、コンサル的な要素を入れて熟度を上げて初めて成功に近づいていくということを学習してきたような感じがしています。それが今回は、さらに色濃くこのプランの中では出そうという意識がありまして、そういうコンセプトから考えていきますと、予算がとれたかとれないかとまた別な軸が我々として重要視しなければならないものがあるような気がしています。

それから、もう一つコンセプトとして入れたいのが、足で稼ぐというコンセプトです。これはネットワークの時代になっておりまして、県だけが産業支援機関ではありません。いろいろな機関とのネットワークでこの地域全体での求心力があるような支援策を一緒にやっていると、つないでいく、足で稼いでいくといった活動が極めて重要だなと感じておるわけです。企業のニーズ、困っていることは一体何なのか、わかっているかしらどうかしらという本当に素朴なところから始めていって、それが要所要所にちゃんと伝わっているんだろうか、専門家の方とのマッチングまでつながっているんだろうかといったことが、我々今までやってきて学習してきた内容ではないかなと思っています。

それから最後に、実施するに当たっては予算と関係が出てくるんですが、やはり選択と集中という概念が今まさに大事だと思っておりますので、そういった三つぐらいの要素を少しコンセプトとしてまとめていくと、それぞれの事業における優劣、重要度を把握しやすくなるのかなと感じております。

大志田委員 吉田課長の説明いただいて、この資料2で言うと一番右端のところですね。結局、「各プロジェクトを支える機動的連携（リエゾン）」と書いていますけれども、まさにこのリエゾンだとか、その隣にある「産業人材育成」だとか「産業団体等の機能強化」とかいろいろな支援制度。ここをどのような形でリエゾンさせていくのかということについては、今回の

中からは具体的になかなか読み取りづらい部分、巻末にあり期待されるということでもありますけれども、そこが僕は多分キーだと思うんです。ですから県庁単体で全部しかけてやっていくということは非常に限界があるので、どうやってほかのリソースを活用するかということなので、その活用の仕方が連携ということになると思います。その視点みたいなものが、文字にするということではなくて、実行されるに当たっては内部で形づくられていくと非常にいいものができるのではないかという意味合いで、意見を申し述べたのでございます。

高橋部会長 だから、ここでこの行を読んでしまうと、各プロジェクトを支えるだとか、隣の各プロジェクトを支えるという言葉が出てくると、この横書きした9行は「これはただ紙に書いた施策でしかないんだ」としか解釈されないんですよ。組織がまだ書かれていない。プロジェクトというのは、やはりその行為する人の組織であって、施策をどう消化していくかという行為を語らないといけないので、ここに9個の主体性を持った組織を語るときは、それを支える人材育成だとか産業団体だとかという説明はちょっと考え直さないといけないですよ。もうその中にそういう機能がないと。あすの行動、あさっての行動についてプロジェクト自身やらなくてはいけないわけだから。だからこの9行が組織自体になると、吉田さんがおっしゃる「足で稼ぐ県政」という言葉がずばり入ってくるわけです。コンサルを動かす行為もその中で行われるはずです。

私、今まで5年間おつき合いしていて、とにかくどの方も優秀です。民間に比べてキャッチアップは早いし、民間センスを持って行為を行うことも早い。才能豊かな人が圧倒的に多い。だから、もうご自身でプロジェクトマネジャーをおやりになって、それに下に組織化する人材をつけていくという機能強化ということは十分考えられるだろうと。今までやったことがない、自分で高い目標を掲げてリスクをとる、それでこの目標が達成したならば、絶対いい世の中が来るんだという建前で少々の危険は冒す、だけどリスクマネジメントもしっかり皆さんの知能を得てリスクを回避するようなことでプロジェクトは管理していかないといけないんだと思いますよ。

さっき指標で、数値で表せないようなこともあるという話があったんですが、当然製造業の出荷額だとか、それから雇用をコールセンターで5、000人にしようかとか1万人にしようかという数値目標を掲げられることもありますけれども、また福祉のようなところは大変高邁な精神でうたわないと、そういう数値だけで消化し切れない文化だとか福祉だとかというものがありますから、それはそれでまた評価の指標を変えたらいいと思います。そこで予算配分が決まる。どれが優先であるというのは、その重要度だとか緊急性だとかという尺度も加えて、

アウトプットも加えて、それで予算配分もするというのがまたプロジェクトのおもしろいところだと思いますけれどもね。

大志田さんの先ほどの6項目のご質問に対して、一番目の目標だとか組織だとかというお話を主にしてきましたが、そのほかでも結構ですので、皆さんご提案方おっしゃってください。

はい、どうぞ。

磯田委員 大分私には難しい話が多くてよく理解できないのですが、ただ先生がおっしゃっていた、コールセンターで雇用が確保されたことによってすごく地域が元気になったりしたということで、私たち観光事業も大変人を多く使う商売でございまして、売り上げの大体4分の1が人件費くらいになるだろうということで、結構松島の年寄りたちは元気なんです。なぜかと申しますと、皿洗いをしたり、そういう下働きをして、すぐ現金化されて喜びを感じるということで、物すごく元気な年寄りが結構多いんです。特に私たちの海岸地区は、すごい元気な年寄りが多いと言われていたような状態なので、ぜひ観光の方の、建物をふやせばお客さんがふえるというわけではございませんが、そういうところにもうちちょっと力を入れて県外の人を人口をふやすということで、それによって消費もふえる、地場産品もそこで消化されればもっと農業や漁業、それから林業とかそういうところにも影響を与えることはできるのではないのかなと思っております。

それにつけて、大変観光に携わる人間の技術、いろいろな面の接客の技術とかマインドの向上を図ってもらいたいなど。どうも私たち、自分たちでやるべきことなんでしょうけれども、大変現場のお客さまの接遇だけで流されてしまいまして、学校教育の中からそういうところをもっとプロの、ヨーロッパとかですとウエーターならウエーターさんのプロとか、それからマネジャーはマネジャーのプロとか、そういうものの育成がなされていると思うんですが、ぜひ観光立県みやぎというところで、もう少しそういうところにも力を入れてほしいなと思っております。以上です。

高橋部会長 ありがとうございます。どうぞ。

佐宗委員 観光に関してなんですけれども、観光に関して旅館とかのあり方、それからホテルのあり方も、今東京あたりでホテル戦争ですか、高級ホテルが今進出してきたりとかいうことがあって二極化しているんだそうですね。従来は旅館に泊まってそこで部屋でお食事を食べてという同じようなスタイルではなくて、ただ安く、食事は出なくてもいいから、ただ泊まって長期連泊ができる。これから団塊の世代の人たちが退職していくという時期を迎えるので、結構時間を長くゆったりしたいというお客さんもいるかと思っております。それからあと高級志向で、

すごく贅沢にしたい、その両極端に。長く泊まるということは1泊当たりが安くなるんですけどもというようなニーズがあるのではないかと思いますけれども。それにつけても、ここにマーケットを調べるとかいったものの、商品づくりとか販路拡大の方にもありますけれども、観光事業というんですか、交流サービスの方にはそういったものが見当たらないんですけれども、まさに観光業の方こそ一番最もマーケットを必要としているのではないかと思います。

国内向けのお客さんを、日本人が求める二極分化、それから外国人の方が必要とするものですね、外国人が一様に皆さん日本の旅館等はプライバシーがないとおっしゃいますけれども、そういった皆さんがどういったものを求めているかというマーケティングも、一つの旅館だけではなかなか難しいことだと思いますので、盛り込めたらいいのではないかと思いますがいかがでしょうか。

磯田委員 大変マーケティングに関しましては、旅館経営者は不得手でございます。今までやってきた体感という勘どころでやっている状態と、個性を大事にするなどということをおっしゃいますが、確かに外国の方がお見えになりますと、2人1部屋が最低の条件という感じ。それから日本人は大部屋に5人とか6人と、それが当たり前というところで、それで売り上げにも物すごく格差が出てくるんです。構造のひずみといいますか、従来型の旅館では売り上げが恐らく、そのように2人1部屋にしてしまうと落ちてしまうという不安を抱えて経営しております。でも、やはりそのようにならざるを得ないのかなと思って、どこではしょうかと、経費を減らしてそういう形態にしていきたいというふうには皆やっているようでございますけれども、まだまだその旅館経営者はちょっとずれがあると思っております。以上でございます。

事務局（観光課・伊本課長） いわゆる人口が減少する社会の中では、交流人口の増加というのがやはり地域経済にとって一番大きいと思うんです。そういう意味で、観光の場合、例えば人が集まるという仕掛けをつくる、あとその集まった人にいっぱい消費してもらおうという仕掛けも大事だし、消費するときもできれば地場の物を使ってもらったり、買ってもらうということも大事なことだと思います。そういう意味で、地域が元気になる一番大きな原動力になるのではないかと考えております。ただ、今おっしゃられたようなことは承っておいて、この中に書き込むのは確かに可能なんですけれども、なかなかお客様の要望とかというのも難しいと思うんです。二極化とかというお話もありましたし、今いろいろな個性的な商品をつくっていかなくてはだめだということもあるし、どこまでそこにいわゆる官が入っていくかというのは、なかなか難しいのではないかと考えてはおります。一応これは私の考えなんですけれども。

あとマーケティングなども、やはり宮城県は弱いとは思いますが。各旅館さんとか各観光地も

実際弱いと思うので、そこら辺を何らかの仕掛けでサポートしていくということは大事なのかなとは思いますが、官が余り引っ張っていいかというのはいろいろ議論のあるところのような気がします。大分民の方がより強い業態なのでというのが条件にあるんですけども。そこら辺は委員の先生方の逆に言うにご意見をお聞かせいただければ、またちょっといろいろと入れていったり入れていかなかったりという形で……。

高橋部会長 だから、どういう面で強いかなんですよ。

事務局（観光課・伊本課長） 宮城県がですか。

高橋部会長 いや、観光協会さんが強いというのは結束が強いのか、強情で人の意見を聞かないとか。伊本さんたちは行政だから上位に立って指導するという立場ではないですか。だから、やはり苦勞しておられるというのは、ニーズがあるから話があるわけです。それではどうすればいいか、そこを打診するにはどうすればいいかということを示唆しないといけない。

事務局（伊本観光課長） 観光の場合は我々が上位だと一応思っておりません。我々はやはり同じレベルといたら変ですけども、これは我々よりも民の方が強いのがやはり一番いいことだと思っております。あと民の方が、逆に言うとまとまりというのがなかなか難しいような気もするんです。いわゆる高級旅館とある程度値段の安い旅館さんで、やはりなかなかまとまらないというのはあるような気はします。

磯田委員 今課長がおっしゃったようなことで、高級旅館と小さな旅館で大変まとまりが悪うございます。でも、オンリーワンとか世界に一つしかない花とか、そういう歌が去年か一昨年はやりましたですね、その歌を耳に思い出しながら、我がおかみさんたちは「オンリーワンのよね」「オンリーワンでいいのよね」というような合い言葉で、今一生懸命やらんとはしております。ですから同じでなくていいんだと、でも料金をきちっと明確化すると、消費者に説明のできるような料金体系にしていきたいという思いはしております。

それから、観光協会自体もまとまりは大変悪いと思っております。そこに強力なリーダーシップを発揮する人間をいかに発掘するかと、その人間をサポートするかというような体制がまだまだできていないような気はいたします。ぜひ県の方でのリーダーシップをいただければ、割と協力できるのではないかなと。みんな個人個人が社長でございますので、なかなかその辺が難しいところだと思っております。

あと、ぜひ地場産品とかの情報とかですね、どういうふうなものがある、あと「みやぎ食材王国」とかの補助事業で始まったものにぜひ乗りたいと思っております。ですから、もう少し私たち観光業者が踊れるような情報が欲しい、仲間に入れてもらいたいと。補助だけで終わっ

てしまわないで、それを私たちが元気の源、きっかけとして使わせていただきたいなと思っておりますので、よろしく願いいたします。

高橋部会長 私はだから県の指導というときは、もう一段上の立場でやらなくてはいけないと思うんですね。それはどういうことかということ、観光地というのは非日常を味わいたい人たちが来るところで、それをとらえていかにリピーターを呼ぶかということです。家庭と同じ料理が出て、同じベッドがあって、同じことがあってではつまらない。だから、どうそういう差別化をしていくか。

長逗留するというものもそうだと思うんですね。もしかしたら、うるさい家族がいないところで1週間ごろりしたいとか、料理持ってきましたなんて、これもやはり非日常を味わうことです。人口が減る中で集客をやるということで、それを年々ふやそうとするとりピーターをふやすということだから。日本でそういう事業で一番うまくやったところは、やはりディズニーです。ディズニーも最近悩んでいまして、ここだけではだめで、どこか日本のほかの地に出たい、第2ブランドをつかってよそに行きたいということで、プロジェクトを組んでいるんです。だから、塩竈市と松島と一体になって大型のアミューズメントなどを呼び込むという形の突破口をつくらないと、私は解はないんだと思います。韓国などでも、韓国ドラマで非常に目につきますけれども、カジノの誘致だとかですね。

磯田委員 松島にはたくさんの島があります。

高橋部会長 これは吉田さんあたりの出番なのではないのかな、こういう企画ものは、はい、どうぞ。

佐宗委員 ここに盛り込む内容ではないんですけれども、例えば今の観光で県ができて得る具体的な施策となると、例えば県の方でアンケートというんですか、どういうところに泊まりたいかいろいろなのがあるじゃないですか。こういうものを希望するというアンケートをとって、それに対して宿泊、無料ですとか、何軒か選んだらするなんてというのをとると、各旅館の人がアンケートを実施しても、恐らく個人情報とかいろいろなものがあって皆さんのらないと思うんですけれども、県というところがやれば必ず皆さん参加すると思うので、それをまた旅館の方に情報をバックする、マーケティングのお手伝いだと思いますけれども、そういうことをする。

それから、各旅館のおかみさんたちが今度は外に出て行ってどこか宿泊体験、研修ではないんですけれども、いろいろな例えば海外とかに行ったりすると、また旅館というんですか、宿泊地の感じが違います。ヒルトンホテルとかそういうホテルではなくて、長期滞在型のいわゆる

外国だとモーテルというようなものがありますけれども、そういうところに行くともたお感じになることがあると思うんですけれども、そういうものを企画されるとか、多々そういったものはあると思います。

いずれにしても、マーケティングに関するそういった施策をされると、新しくまた松島とかいろんなこちらの方の旅館が強い旅館になって、観光客も呼び込めるようになるのではないかなと思います。

事務局（観光課・伊本課長） そのようなことも一応やってはいるのですが、我々もちょっとPRが下手だということもあるし、あと、今、佐宗委員おっしゃったようなことを少し書き込むとか何かをしていけばいいということで、承りましたということで引き取ってよろしいんでしょうか。

高橋部会長 承りましたただじゃなくて、しっかりプランニングに反映させますからということが重要です。

後ろの方、座っている方でもご意見あったらどんどん。ただオブザーバーではもったいないですから。

千葉委員 ちょっと話が違ってしまいうんですが、先日、政府系金融機関から、多分経済産業省の事業だと思うんですが、中小企業新連携というふうなプロジェクトの話があって、こんな格好でやっていくと。つまり、旧産業から新しい産業に挑戦をしていく中小企業が連携をしてやっていくものに対して応援をしたいということがございました。そういう意味で言えばいろんな、プロジェクトというのがキーワードにある意味ではなっているんですが、各課で実は新産業を育てるためにこういうことをやっているんだと、こういう事業に対しては非常に応募者が多いとか、こういうことをやっているんだけれどもなかなか応募してもらえないんだとか、その辺のポイントのことを、短くて結構なんですけどちょっと教えていただければと思います。

それから、このプロジェクトのいろいろ見ている中で、食産業というのが非常に重要な、各プロジェクトに出てきますし、「食材王国みやぎ」というテーマもありましたので、最後に真木課長さんには食産業のポイントのお話をいただきたいということで、指名をして大変恐縮なんですけど、産業人材育成課の田中課長さん、それから経営金融課の佐々木課長さん、そして新産業振興課の吉田課長さん、そして最後に真木課長さんに、新産業育成にかかわる部分でこんな現状ですという話をいただけたらありがたいと思います。

高橋部会長 はい、順次。

事務局（新産業振興課・吉田課長） うちの課で新成長産業を育成しましょうと、新産業を興

しましょうということをやっているわけです。それで、たまたま前のアクションプランから今回までかけてどういったジャンルの会社に支援したのが多かったかというのを統計をとってみたのが前にありまして、ちょっと今は記憶だけなんですけれども、そのとき多かったのは環境ビジネスです。環境ビジネスに関する話題が大変ふえていまして、そちらに対する支援策の件数が極めて多かったという特徴が出てきています。これはやはり地域に資源というかニーズがあるんですね。それに対応していくようなビジネス展開がしやすいという面があって、それから参入意欲も極めて高いということを感じました。それから、食産業に関するいろいろな商品をつくりましたという話題もかなりあったなど。

意外と少なかったのが医療福祉に関するビジネスプランという感じがしております。これは実は、産業経済部ですとメーカー系の医療福祉関係の機器を応援しましょうとか、そういったものが割と話の中心、技術の高度化を応援しましょうというのが話の中心になるわけなんですけれども、実は医療福祉で一番ニーズが多いのは、介護保険適用以来ソフトサービスを行う事業者が極めてふえているわけなんです。雇用力もふえているわけなんです。これに関する情報を一番持っているのは実は保健福祉部なわけなんです。保健福祉部は許認可を預かっているわけなんですけれども、情報も一番持っているということです。狭い意味の介護福祉に関する情報を持っているところが、実は産業興しの方の視野を持つということも大事なんじゃないかなということが、今回統計をとってみて感じたことの一つになっています。

私どもは、新産業全般の応援をしていく中では環境が多いです、食産業が多いです、医療福祉が意外と少なかったです、というのがまず総じて言える傾向です。

千葉委員 募集を100したときに、100なのか10なのかわかりませんが、実際来るのはその何十%なんでしょうか。それとも何百%でかなり選別するという実態なんでしょうか。

事務局(新産業振興課・吉田課長) それも、実は補助金を上げましょうという施策のほかに、コンサルとしていろいろ勉強会を一緒にしましょう、環境ビジネスに関する勉強会を新たに燃料電池でやりましょうとか、そういうものによって性質の違いが結構あります。勉強会をやりましょうというものについてはたくさん手が挙がるわけです。ところが、実際に補助金を上げましょう、具体的に熟度の高いビジネスプランについて応援しましょうとなりますと、まだまだ宮城県内でビジネスプランがたくさんあると言える状況にはならない。例えば30件ぐらい手が挙がってそこから二つしか選べないというわけではなくて、10件ぐらい手が挙がってそこから3件選びましょうとか、そういったのが割と競争率が高い方なんです。

高橋部会長 要するに環境、食産業、介護福祉というのは参入しやすい業態。そこには技術水

準が低いということもありますし。

事務局（新産業課・吉田課長） ニーズが地域にあって繰り返し需要が発生すると。製品を一たん納めただけではなくて、メンテナンス需要などもありますよね。状況が変わっていくわけですから次のニーズがあるわけです。マーケットが小さいから中小企業が参入しやすく大企業や外国企業が入りにくいという構造になっています。

高橋部会長 物すごく競争の難しいところですが、競争の激しいところ。アウトプットが少ないから。少しお休み入れましょうか。10分ぐらい。4時まで議論を進めますけれども、20分の再スタートとします。

〔休憩〕

高橋部会長 では、再スタートを。4時までですから。きちんとやめますので、早目にご意見を出してください。では、田中さん。

事務局（産業人材育成課・田中課長） 私の方では今、若手料理人甲子園というものを、これは毎年、今5年目になりますけれども、宮城のおいしい料理をつくるコンテストをやっておりますが、今年度は「元気になるみやぎの弁当」というタイトルでつくっております。それで、若手の料理人からいろんな創作弁当を出していただいて、これを宮城の食関係者に使っていただく。いつもは11月ごろになるんですが、ことしは10月までに審査を終えて秋の行楽シーズンに間に合うように。例えば新しい駅弁ですとか、ホテルで使っていただくとか、弁当屋さんで行楽弁当に持っていただくとかこんなふうな、直接新しいビジネスに結びつくかどうかはあれですが、少し地域の活性化に広げていけるような企てもやっております。

またあと、私の方は工業も商業も1次産業も全部人材の担い手を育成する担当をしているんですが、私どもで持っているところに宮城県農業実践大学校という2年コースの大学校があるんですがけれども、ここで少しカリキュラムを見直しをいたしまして、4月に入って3月に卒業するというふうにしきちんとした決まりきったコースではなくて、今いろいろ話題になっております異業種からの農業参入というものもできるようなコース設定もしてはどうかということで、今検討しております。今我々の手のかからないところでも、実際に異業種からイチゴのハウスをつくって大規模にやろうというところ、あるいはトマトをやろうとしているところもございますけれども、私の方でこういうふうなコース設定をすれば新たに参入してくる人が多くなるかどうかは別として、そんなことも考えております。

あとは、高等技術専門校、こちらは工業あるいは3次産業がベースですけれども、そちらの方の人材育成をやって社会に送り込もうということをやっているんですが、今一つ新しいコースとして日本版デュアルシステムという学習方法を募集しているんですけれども、座学を学校でやりまして、実際の実学は電子部品ของบริษัทにお願いして、座学と実学を行ったり来たりしてやっていただいて、9カ月学んだ後にはすぐ企業に採用されるような人材を育てようとしているんですけれども、10名募集した中に8名しか応募がないんです。フリーター対策なんですけれども。それだけ我々官の方がそういうふうな準備をしてもなかなか乗って来てくれないというところはあるんです。

あとは、今後いろいろなソフト事業にも手がけて、先ほど旅館のお話もありましたが、業界のニーズ等もいろいろ調べてみなくてはいけないんですが、例えば旅館・ホテルに就職する人たちの訓練コースをつくって人材を育てようというふうなこともあります。それはどうしても民と官との線引きの部分がございまして、余り民がやっているところに官が大きく出ていくという異論が出てくるということもございまして、市場をある程度調査した上でそういうふうなソフト的なものに対しても手がけなければなど考えております。

事務局（経営金融課・佐々木課長） 新連携のお話でしたよね。千葉委員ご承知のとおり、高度化事業というのがございます。まさに高度化事業のメニューの一つに新連携ということを出しております。これはどちらかというとな国展開で、イメージといたしましては例えば酒造メーカーと卸さんが手を組むとか、そういったような形での高度化事業ということですが、残念ながら、現在うちの方にそういったお話はありません。

ついでに、磯田委員の接客技術のお話が出ましたので、うちの事業の中で、若手マネジャー等実践研修というのがございます。これはイトーヨーカドーで実際に研修・体験していただくんですが、松戸の研修所に行っていて、接客技術を3日間みっちりご指導いただくことになっております。平成10年度から始めておりまして8年目になりますけれども、1回当たりの人員が10名とかなり少ないんですが、受講者の意見等を聞きますと本当に感動したというお話を聞いております。商業ですので旅館業であってももちろん構いません。ただ、イトーヨーカドーでの体験研修というのもございますので、接客技術ということだけに絞るのであればその3日間という部分も非常に有効じゃないかなと。これはPRです。

事務局（食産業・商業振興課・真木課長） 食産業関連でございますけれども、ご存じのとおり、宮城県、食産業を非常に重要な産業であると思っておりますし、私どもで産業連関表を使って試算した中では、食関連産業1兆500億円ぐらいになるという試算も出ております。非

常にすそ野の広い産業でございます。

その中で、先ほど大志田委員の方からブランドというものをしっかり定義すべきだというお話がございました。私どももそのとおりだろうと思っておりますけれども、私の方の食産業にかかわる部分では、地域ブランドを一つと、それから商品・サービスに対してのブランド、その二つを分けて考えるべきだろうと私は思っております。地域ブランドからすれば、その中でも食産業。地域ブランドというのはいろいろな考え方があるかと思っておりますけれども、その中の一つとして食を使った地域ブランドの開発というものがあるのではないかなと。それが「食材王国みやぎ」ということではないかなと思っております。「食材王国みやぎ」、先ほど田中課長からもお話がありましたとおり、いろいろな仕掛けをしております。先ほどの「食の甲子園」などは料理人を育てる、それから食に対する話題性をつくるといった部分もあります。それからそのほかに私どもでは、食べる場所でいろいろおもてなしを持った接客をしていくと。それは何かと言いますと、食材をつくった産地はどこであるかとか、カロリーがどのくらいであるかとか、それからお店全体がバリアフリーになっているかとか、それから禁煙・喫煙がきちっと分けられているかとか、そういったお店を募集をいたしまして「おもてなしの店」ということで推奨をしていると。そういった「おもてなしの店」が280軒ぐらいになっていたと思っておりますけれども、そういったお店に対してはいろいろと県のホームページで紹介をするとか、いろいろな広報誌でお伝えをしていくとか、そういったPR活動もさせていただいていると。そういった食べる場所の問題、人の問題、いろんなロケーション。これは観光などでもそうですし、旅館・ホテルで食材を使っていただくような取り組みであるとか、そういった中で地域ブランドというものが「食材王国みやぎ」として根づいていければなと一つ思っております。

それからもう一つ重要なことは、商品のブランド化ということでございます。実は現在いろいろな方のご支援をいただきながら、これは本当に官と民が一緒になって現在やっているプロジェクトでございますけれども、まさしくブランド開発でございます。これは商品の流れから見ると、生産・製造の場面から卸さんの場面、小売の場面、消費者の場面という一つの動脈の部分がございます。それから逆に消費者から返ってくる、要するに廃棄物であるとかトレーの問題であるとか、そういった静脈の部分がございます。この動脈と静脈、すべて一気通貫で支援というか、県がいろいろ関与しながら食産業を高めていこうという取り組みをしております。具体的に申し上げますと、一つは商品開発のところでは1、000件を超える県内企業様に商品開発をやってみませんかというふうなご案内をさせていただいております。それで現在7チームが商品開発に取り組んでおりますけれども、その商品開発のコンセプトもきちっと

商品分野ごとに、水産加工品であり乳製品加工品でありいろいろ商品コンセプトを持ちながら、それから生協様にお入りいただいておりますので、生協様での消費者ニーズといえますか、そういったものをいろいろご提供いただきながら商品開発をしていくと。それで1社だけの商品開発ではなくて、その1社にいろいろな産業が乗っかってくるということで、当然1次産業はそうですし、それからパッケージの関係でございますね、パッケージデザイン。そういったいろいろな産業の連携の中で商品開発をしていくというふうな取り組みで、現在チームの中で商品開発をしているところでございます。

その商品全体に、今度新たに「食材王国みやぎ」とは違うブランドデザインを考えまして、それを一斉につけていくということで、そのコンセプトに基づいて開発された商品について統一マークを張って商品販売をしていくということで考えております。差し当たって、ここで開発された商品については生協様で必ずまず試験販売をしていただくということで生協様の方からご支援をいただいております。この商品開発したものはきちっと売れる場所があるということとは非常に魅力的でもあるのではないかなと思っておりますけれども、商品開発だけを支援するのではなくて、その売り先までをきちっと面倒を見ていくというやり方をしてございます。その中に卸さんなども入りまして、卸さんの方がスーパーなどに商品提案をしていく場面が非常にたくさんございます。そういったところにやはり卸さんがきちっと入っておかないと、行く行くはスーパーに置かせていただくときになかなかうまくいかないということがございますので、卸さんなども入ってやっていただいているということでやっております。

それから、逆に静脈の方でございましてけれども、食品小売業から出る食品残さというものは毎日何トンというふうな食品残さが出ます。これは食品残さそのものだけではなくて、トレーであったりダンボールであったりいろいろなものが排出されますけれども、その排出の場でもきちっと処理をしていけるようなシステムを考えようと。今、小売業さんはそれぞれ産廃事業者へ委託をしているのが現状でございましてけれども、それを自己処理ができないかと。どこかのスーパーさんであればスーパーさんで、チェーン店であれば県内何10店も県内店舗があるチェーン店もございまして、そこから出る排出物を1カ所に集めてきて、ある程度のところまで自己処理をしていこうというシステムを今現在考えています。

そういったものをすべて合わせて、みやぎフードマネジメントシステムという事業プロジェクトで今現在進めておりますけれども、そういった動脈から静脈からいろいろな産業が連携をしながら宮城の商品のブランド化をしていきたいということで現在進めているところでございます。以上でございます。

高橋部会長 真木さん、商工会議所で1年ほど前から委員会を立ち上げましたね、みやぎのブランド関係で。

事務局（食産業・商業振興課・真木課長） 仙台商工会議所ですか。

高橋部会長 その後、何ら音沙汰がないんですけれども、あれはどうなったかわかりますか。

事務局（食産業・商業振興課・真木課長） 私もちょっとそこはつかんでいません。何か報告書といたしますか、提案書を出されたことはわかっているんですけれども。

事務局（新産業振興課・佐藤産業育成専門監） ブランドマークをつくりたいと、全国に募集ををかけたいという話は出てました。

高橋部会長 あの委員会は続いているんですか。

事務局（新産業振興課・佐藤産業育成専門監） 続いています。

高橋部会長 事務局の方、この辺もちょっと詰めてほしいとか何か意見ありますか。

ここで、情報系の話が立地のところでは若干出てくるんですけれども、その後、表には出てきていませんよね。だめな情報だからもうこれは捨ておけというんですかね。佐宗さんが怒るんじゃないかなと思っているんですけれども、怒らないでね、佐宗さん。

佐宗委員 最近寛大になりましたので怒りませんけれども、やはり情報が最終目的ではなくて、今後は情報を手段としていくということも視野に入れて、マッチングが非常に重要ではないかと。今までの旅館さん、ホテルさん、あるいは中小企業もありますけれども、そういったところで必要とされているニーズを、いかに県内の、それこそ地場の地域の情報産業がやっていくべきではないかと思っています。そのあたりはまだ見えませんが。

今現在、情報でいわゆる勝ち組と言われているところは、直接情報で売っているよりも、いわゆる楽天さんとかそのあたりもネット上で何か販売したりする手数料といたしますか、そういうので直接利益を伸ばしているところが今現在あるんですけれども、これからはまさにすべてが情報化していく、情報化に打ち勝ったところが勝っていく事業だと思しますので、情報化産業だけではなくて一般の中小工業事業者さんが情報化していくことがこれから生き残っていくんだと思いますし、それを支援することによってその同じ分野、例えばホテルならホテル、それからいろいろな中小企業の製造業なら製造業に特化した支援を情報化産業がしていくことによって、それがまた製品支援ツールみたいなものが商品化して売れたりという相乗効果があると思いますけれども、そのあたりは確かに見えませんね。

高橋部会長 だから、道具として使わせるという部分について主に働いたりとか。産業としての。例えば楽天だとか、そういう非常に限られた事業体だけが華やかだということがありま

すけれども、例えばコールセンター王国をつくろう、日本一のコールセンター県にしようというのは、これはそんな難しくないですね。東京よりは労働コストも安いし、言葉もそんなに変わった言葉を使ってはいませんし、若い女性がいっぱいいるという点でもいいです。だからコールセンター王国というのはあるんだと思いますけれども。もう一つは、IT系のところでこれからやはり考えなくてはいけない。ここでうたっている「製造業・商業中心から持続的なイノベーションを可能とする産業生態系を目指して」なんていうけれども、では何なんですかというとき、コールセンターみたいなのはそういうものに当たるんだと。

コンテンツも、やはり日本はアニメ王国でもあるんです。それは伝統的に浮世絵だとかいろいろな基礎ベースがあって、そういう文化があって、それでアニメ王国になっているんですけれども、だからそういうものの製作ランドみたいな。決して中国の安いコストで全部やれるというものでもないだろうし、東映アニメーションなどはフィリピンで製作を主体的にやっていますけれども、やはりこれも手を挙げていい話ではないですかね。いかがですか。

佐宗委員 確かに宮城県にはもともと優秀な人材がたくさんいますので、インドではないですけれども、ITの集約、ソフト開発をしたりとかいう、コールセンターではないですけれども、開発センターみたいなのをやっていくももとの基盤はあると思っています。

ただし、今現在、その基盤をつくるためにはやはり教育する必要があります。少なくとも1年ぐらいかけて教育する必要がありますけれども、その教育できる人材が全部東京に流れている。宮城県にいないんですね、教育できる人材が。それはどうしてかということ、東京の方がどうしてもシステム開発そのものに対するコストが違いますので、向こうにどうしても仕事が集約している。宮城県にいても仕事がなかなかとれないという話があります。大手の会社さんの仕事は大手のメーカーさんがとっていつてしまっていて、実際の開発者は宮城県ではなく、遠くの東京だったり名古屋だったりというところの方、あるいは中国とかインドの方が開発していて、地元でそれが落ちない、技術が地元に残らないという問題があります。うちも最近景気が浮上してきたせいかシステム開発の問い合わせありますけれども、やりたくてもやれないという状況があります。だからといって人を入れたらどうかということ、その先の仕事がずっと続くかどうかかわからないので、新たな人が入れられない、人が育てられないという問題があるので、IT技術者を育てるというところが一番問題ではないかと思っています。それがうまく軌道に乗れば非常にいい地域ではないかなと思っています。

あともう一つは、どんどんブロードバンドが進展していきまして、ますます東京あたりはもうギガとか、通信のスピードが物すごく高くなっているんですけれども、宮城県では相変わらず

ず、ようやく光はかなり普及しているものの、かなり落差が大きいというのが.....

高橋部会長 それは集中的に。

佐宗委員 集中的にどこかに置けばいいですね。

高橋部会長 例えば、いわきでは会田和子さんという人がいて、テレワーカーセンターというので教育して、そして彼女はまたコールセンターをつくるわけですね。だから、一体のものとしてそういうのをつくっていく。だから、アニメ用の人材だとか、そういう養成センターをつくることをあわせてやったらいい。故人ですけれども、せっかく石ノ森章太郎がいて、そういう文化があった。中田町の立派な庁舎を、ああいうところを開放してもらって、ああいうところでそういう人を集める、教育をする、そして石ノ森プロとリンクさせるとかということだとかという手だてはあるんじゃないですか。やはり付加価値の高い産業の一つなので、ぜひ考えていただきたい。

コールセンターなどもやはり、テレワーカーセンターですか、コールセンターに付随するテレワーカー研修所というのはやはり宮城県はやったらいいと思うんですね。登米市でそういうのをやりませんかといってこの間行ったら、「いや、町の庁舎だけじゃなくて、小学校もガラガラ空きます」という話をしていたんだね。だからそういう意味で、老人介護センターとか、それからそれを介護する人の養成研修所とか、そういうのをどんどん誘致してつくっていったらいいんじゃないですかと言ったんですけれども。建物はありますよ、いっぱい。だからそういう実体のあるものを少し組み入れていって、付加価値の高いところを。もう一度見直してもいいんじゃないですかね。

佐宗委員 電気と通信さえあれば、それほど場所はいらないと思います。

高橋委員 登米郡の中田町なら中田に引っ張っていきこうといったら、何10ギガだって何100ギガだって持っていきますよ。

佐宗委員 すみません、一ついいですか。

産業人材育成課の田中課長がおっしゃってくれるかと期待していましたが、おっしゃっていただけなかったので、私自分で一つだけ宣伝したいことがあるんですけれども、5年前だか6年前に県で立ち上げていただいた「みやぎの産業を元気にする女性の集い」というのがありまして、それが5年でどうやら宮城県が見放して。というのは成果が上がらなかったからだと思います。成果というのは、宮城県内の女性経営者、産業を元気にするには女性の力をかりましょうということで立ち上げられたんだと思いますけれども、結局、年に2回集いと称して講習会なんなりやって、その場で終わってしまうというのが5年間続いたがために、何ら成

果が見た目上がらなかったために、それは自主運営に任せるということで補助金もなくなってしまっていて、私実は企画委員をやっているんですけども、民間に任されています。

ところが、実は目に見えない、何件事業がここから起こったかとか全然アンケートとか調査されないのを目に見えなくて何も無いと思われているかもしれないんですけども、これがもとで事業を始められて成功されている方も実は何件もいらっしゃるんです。例えば、最初5年ぐらい前に、この中で座談会、女性の経営者同士の悩みとかを話し合う催しが集いの中であつたんですけども、それをたまたま私が話しているのを聞いていられた方が事業を起こされて、ゆいネットの稲葉さんという方なんですけれども、その方もかなりもう今10人、20人と人を使って事業を始められています。

というようなこともありますので、「みやぎの産業を元気にする女性の集い」というのは非常にいいネーミングだと思いますけれども、もう少し光を当てていただきたい。民だけというか、しかもボランティアで個人だけでやるのも非常に苦しいものがありまして、何をしてほしいということはないんですけども、お金をつけてほしいとかそういうことはないんですけども、もう少し企画を練るプロジェクト、県の方の人をもう少しそちらからも、もしかしたら女性の観点から今ある異業種交流会じゃないですけども、企業さんに提言したりとか、そういうことができるのではないかと考えております。実際、住宅メーカーさんで私が相談を受けたところでも、女性の目から見て何をインターネット上で売り出すかというのをやって見直したところ、かなり受注があったということもあります。女性が購買するのは、残念ながら一番高級な住宅であってもお父さんの意見よりはお母さんの意見で住宅が決まっていくという現状がありますので、それを入れてもう少し、どこにも1行も出てこないんですけども、ここに載せてほしいということではないんですけども、忘れないでいただきたいなと思っています。よろしくをお願いします。

事務局（産業人材育成課・田中課長） この間初めて、日曜日でしたか、この集いがあるって参加させていただきましたけれども、皆さん元気な女性の方がいろんなご意見を発表しておられましたけれども、今佐宗さんおっしゃったように、お金がないものですから、できるだけ我々そういう成功事例をPRできるような体制をとって大いに皆さんにPRしていきたいと思っていますので、また次回もよろしく願いいたします。

高橋部会長 今、男女同権というのが非常にクローズアップされていることですから。一方では、男性は中央に出ていくが、女性はそう流出していないですから、地方に行くほど、ミセスかもしれないけれども、優秀な女性がいっぱいいらっしゃるんですね。だから、地方に相談

行ったときはもうそういう人を活用してやるというふうに言いたいんですけども、それがよく理解されていない、認識されていないんだろうと。物すごいパワーを持っているんですよね。

佐宗委員 もう一つなんですけれども、最初の方に計画を取り巻く世間の流れみたいなのが、人口構造だと4ページですか、少子高齢化とかそういうのがありますけれども、忘れては……、書いていましたね、すみません。大変申しわけありません。団塊の世代のことが書いていないのではないかと思ったんですけども、書いてありました。いいです、すみません。

ごめんなさい。もう一度言いますけれども、5ページに書いてある、団塊の世代の人たちが定年退職を迎えることで技能継承や安全衛生の確保の観点から問題視というふうに、要するに技術者とかが定年を迎えていなくなるという方向ですね、働く人がいなくなるという観点で書かれていますけれども、逆に今これをチャンスと見てやるところが多いんです。どちらかというと、例えば観光業とかそういうところに、たくさんの方々がこれから何年間の間は大企業さんがかなりの退職金を出していかなければいけないという話がありますけれども、その退職金とかがどこに流れるかという話があって、時間的にも余裕があってという方々が非常に多く今から何年かの間にあらわれるということは、これはまた一つのビジネスチャンスかなとも思います。観光業もそうですし、人をこちらに、住みやすいまちということで売りこんで住居をふやしていくとかそういった面もあるので、それもうたっただけではないかと、それは考慮する必要があるのではないかと思います、いかかでしょうか。

高橋部会長 どうですか。どうぞ。

磯田委員 私がちょうど2007年に恐らく60歳じゃないかなと思っております。それで、大変ビジネスチャンスと私たち観光業界は思っておりますけれども、やはり勝ち組にならねばビジネスチャンスにはなれないのではないかなと。今こそ商品づくりに精を出さなければいけないということで、我が社の方では一生懸命やっております。何せ目が肥えた世代が恐らく定年でお金をいっぱい持って世の中に出てくると。海外にとられてしまうのではないかなという不安もございます。以上でございます。

事務局（経営金融課・佐々木課長） すみません、今回初めて出させていただいたんですけども、商業とか商店街の振興という部分が視点として全くお話しされておりませんよね。その辺はどうなんでしょうか。

高橋部会長 攻めあぐんでいるんだと思うんですね。だからこれはプロジェクトマネジャーに期待するところなんです。お金の件もありますけれども、やはりこの地で考えて、ないアイデア・戦略は他の地域から持ってこないとだめなんです。だから、攻めあぐんでいる、そうした

らやはり、もっとまちづくりのうまい人は世界じゅうにいるはずなんです。そういうニューフロンティア情報・ニューフロンティア知識を持ってこないといけないわけです。総論ではこのとおりなんだと思うんです。あとはどうやって実行するか。だから、今の一番町ではだめだ、クリスロードではだめだと、それをがらっと変えるぐらいの改革、改善ではなくて改革、がらっと変えるようなことをしないと。

佐宗委員 地元の商店街からも、実は私、相談というか、こういう仕事をしているので意見を求められて1回会合に出たことがあるんですけども、やはり今高橋部会長がおっしゃられたみたいに、外から入れないとよほどだめだと思うんです。非常に一番難しい分野だと思うんですけども、何しろ昔からやっていらっしゃる地元商店街の方々は、もう頭がかたいといひますか何といひますか、昔の姿が非常にいい、繁栄していた商店街のころをもう一度戻したいという考えの方が非常に主流を占めていらっしゃるので。改革するには非常に痛みも伴うもので、全部を一律に例えば補助していこうとかそういうのでは絶対できないことで、どこか1カ所だけピンポイントだけ集中的にモデルみたいな感じでやっていって、それでほかの人たちがそれに気づくというか、成功例をまねしていけるようなモデル地区をやるぐらいしか思いつかないですけども。非常に難しい問題だと思います。

千葉委員 責任上、発言をしないといけないと思っています。

そういう意味では、経済産業省からも、いわば地方都市の中心市街地活性化のモデル地区、ピンポイントとして古川の台町をご指定していただいたとっております。大変なお金も投入をしていただいて、今順調に建築工事が進んでいまして、今のところ来年3月18日にオープンをしたいと思っています。

この大きな集客の核としてはシネマコンプレックスを予定していまして、宮城県北では、石巻にはありますが、内陸部では古川だけということになります。そのような形でやりながら、ある意味では順調に進んでいますが、やはり本当にこれだけで大丈夫なんだろうとかいろいろなことを思っていて、まだまだ何か足りないかなということをおもいながら、ただ、今はテナント開発ということではいろいろお申し込みなどをいただいて、来年3月にはかなりきちんとした形でオープンをさせたいと思っています。古川はこの前に醸室（かむろ）というところがやはり経済産業省の応援をいただいて、もちろん県さんの応援もいっぱいいただいているわけなんです。これは、既存の蔵を活用したまちづくりで、やはり非常にユニークないい建物です。なのでお客様も集まっています。ただ、やはり駐車場問題等々、何というのか、どうしてもクリアしなければいけない問題というのが中心市街地の場合はやはり荷が重いという。例えば駐

車場一つ整備するにしてもなかなか大変だというところがありますので、やはり応援をしていただきながら、本当に関係者が「これでよかったね」という結果をぜひとも出していきたいというような状況です。以上。

柳原委員 今の千葉委員さんからお話ありましたが、本当に古川の台町、一生懸命でございます。しかも何代も続いて営業しているということは大変なんです。醸室さんも江戸時代から事業を継承してきてやっているわけなんですけれども。たしかこの間の資料の中に、14年32、733軒から16年に31、717軒に1、000軒減ってしまった。1、500軒ぐらいの企業が宮城県ではなくなってしまった。だから減る方が多いんですね。どんどん誘致のお話、先ほどもありましたけれども、誘致するよりも減っていく方が多いものですから。もちろんそれは経済活動ですからいたし方ないとしても、やはり減らないような施策も必要ではないかなと私は思っております。

現在ある企業を何とか育ててほしいということが一つと、それから、5ページの中に地球の環境問題が出てまいりますけれども、ゼロ・エミッションということで廃棄物を出さないという意味だと思うんですが。さっき東北大の話も出ましたけれども、例えば環境型の仕事であれば、今風力発電が非常に人気があるわけですね、太陽熱発電とか。もちろん自然のエネルギーを利用するという。水力もそれに入ると思うんですが。ただ残念なことに、風力発電などはデンマークからの輸入の風車がほとんどなんですね。国内で開発されていないものですから。先ほど東北大の技術を利用してという話もありましたから、そういった意味ではこの辺が需要と供給の、これからどんどんふえると思いますので、ぜひこの辺にも取り組んでいただければと思います。

それから、もう一つは食育。この間17年7月15日に食育基本法が施行になりましたので、食と農というのも、一番宮城県で大事なやはり農業問題。かつての誘致企業というのはほとんど電子関連で誘致していたわけなんです。ですから食品企業などは本当にそちらに追われて、日本全体を見れば東京の近郊に食品企業が張りついているんです。例えば千葉県とか埼玉県とか静岡県とか、あの辺が要するに食料の加工基地になって原料がそこに運ばれて。さっきこの資料の説明の中で、最近の5カ年間の誘致企業の中でほとんどもう40%以上が食品企業が占めているということを言われておりましたけれども、それだけやはり食品企業というのは大事なんだなと思いますし、これからの食育、例えばこれは田中課長さんにお聞きしたいんですが、食育というのは非常にこれから法律化されてきますと、食品産業に関連した問題が出てくると思うんです。もちろん市町村の役割、県の役割、企業の役割。それで人材育成の方で

食育基本法というものは、私も見てみたんですが、例えば学校であれば栄養士さん。栄養士さんだけでもやはり教育できないんですね。やはり教師免許を取らないと学校の現場の教室に入っていけないとか。あるいは保育園とか病院などもしっかりですが、そういった食育に関する人材育成もこれから考えていただけるのかどうか。

かつて古川に高等技術学校とか、千葉さんおわかりですかね、塚目からちょっと入った、あそこに行ったあの学校。かつてはあそこでは板金とか溶接とか、あるいは大工さんのような仕事ばかりやって、「いやこういう時代は終わったよ」と、「ですから、何とか今の時代に合う技術科目を設けてくださいよ」と私は校長先生とお話したことがあるんですが、まさに今から取り組もうとするのはこの食育だと思うんですね。これは非常に大事なんですね。やはり消費者が農村との交流もやらなければならない。農業の方々はもちろん信頼関係を結ぶために一生懸命ハイというふうなことで、食育の方をひとつよろしくお願いしたいと思いますし、食べ物というのは観光になるんですね。観光事業になるものですから、観光農園とか、例えば群馬の方に行くとワサビ園があれだけ人を集めているとか、例えば寒河江に行けばサクランボだけでも観光になっているということですから、ぜひそういった農業が振興するようなことも含めてやっていただきたいなと思います。

それから、このまとめられたの、非常に私も立派で、実は全部何日も目を通してきたんですが、大学卒の英文科卒業の現役の事務員に聞いてみたんですね、このカタカナ語わかるかと。半分ぐらいはわかるけれども、ちょっと今まだそこまでいっていないねというようなこともあって、この冊子をどこに配るのか、その辺も含めてやはりもうちょっと読みやすいように。カタカナ語が多過ぎて実は理解に困る人もいるのではないかなとも思いますので、その辺もよろしくお願いしたいと思います。

もう1回、農業問題と食とですね、日本の今の食料の自給率というのは重量ベースで40%、あるいはカロリーベースですと25%と言われております、いろいろな計算方法あるようですが。先進国では、アメリカは125%とか、フランスは132%とか、ドイツも98%とか。日本だけがぐっと落ちて40%なんです。ですから、そういった意味では、自給率が高まるような施策をしながら商工業がお互いに発展できるように持っていければと思っております。

高橋部会長 その辺は「食材王国みやぎ」の基本方針のところ、上の部会で、審議会ががちり語られているところです。

柳原委員 あと1分だけ。さっき地域ブランドという話も出ましたけれども、例えば私が扱っ

ている牛肉ですと「仙台牛」でブランド化されているんです。これは私は本当は実は大反対したんです。宮城県全体のブランド。仙台には牛おりませんよと。産地は小牛田とか南郷とか蔵王町とか、要するに全部町村。知事さんも銘柄推進協議会の会長になって、あるいは助成金もかなり出しているということですから、実は私は地域ブランドを育ててほしいんです。例えばふるさと振興の意味で各町村の牛がこのように子牛から育てられていますよという意味でのブランド化をしていきたいなと考えております。

高橋部会長 何かご質問いただいていますよね。

事務局（産業人材育成課・田中課長） 私の直接回答できる分野かどうかちょっとあれなんです。我々人材育成の面から、1次産業から2次産業、それぞれの技術屋さんが集まっている課でございますが、例えば農業、水産とか林業ですね、こういう面では生産の立場から小学校、中学校の先生方を呼んで、例えば名取にございます農業園芸研究所のようなところに呼んで、こういうふうな農産物の生産をしております、これを小学生、中学生にもこういう作り方やるんですよということを教えてくださいということで、先生方にも我々の方でご支援している部分がございます。

あとは、先ほど古川の高等技術専門校のお話出ましたが、まだ塚目でございますけれども、委員おっしゃるとおり、板金ですとか大工さんの部分とか、あとは今はIT、OAの部分をやっておりますけれども、そういう面ではご不満かもわからないんですが、なるべく新しい分野にチェンジできるようにやっておりますが、例えば料理に関するところをああいう学校で教えるとなると、例えば調理師学校等がございます、今特に人気があるのがお菓子をつくるコースなんだそうですけれども、あるいは高校などで持っているところございますが、我々の方でそちらの分野に進出しようとするとなかなか隘路がございます、難しい面もございます。できるところからいろいろ進めていきたいと思っております。

事務局（食産業・商業振興課・真木課長） 食育については、高橋部会長もおっしゃっていましたが、農業部会の方で若干の議論をさせていただいております。それからまた基本法に基づく協議会などもつくって今後進められる予定になっておりますので、そちらの方の議論になるかと思っておりますけれども、食育そのものを産業の面で見るとどうかということが若干私はあるのではないかなと思っております。子供たちだけではなくて、生涯教育として食というものをどういうふうに見詰め直すかということであろうと思っておりますので、それを産業論として語っていくというのはちょっと私としてはどうかなというふうに思っておりますけれども、ご異論があるところかもしれません。

高橋部会長 あと、最初におっしゃっていた風力発電に関する事業シーズですが、有望なのが今二つほど県内にありまして、一つは松栄工機さんという松山の会社さんですが、去年のものづくり大賞グランプリをもらったものなんですが、これは非常に具体的な形で広く伸展しております。もう一つの事業シーズは東北工業大学と東北大学との共同研究のもので、ビル型の風力発電を目指すものです。あともう一つありますけれども、これは郡山のベンチャーさんの雨水をためて落下することによって起こす水力発電です。それは個人住宅向けで、これをスモリさんと共同開発を実施している。着々とそういうのは芽生えている。

というところですが、大分時間経過して申しわけありませんが、次のご都合ある方もいらっしゃると思いますけれども、この辺で終わりたいのですが、私から一つだけお願いします。このプロジェクト名でもっと明確に明瞭にやってくださいと、逃げを打たないでくださいという意味合いで、「みやぎ商工業振興ブランド戦略プロジェクト」と。「戦略」というのは何であるかわからないですよね。ですからこういうのは「ブランド力強化プロジェクト」として、はっきりした命題にしていただきたい。その下の方、1行抜かして「産業振興戦略プロジェクト」、これもわかりません。だからこれはカットするだけで「産業振興」。サービス・集客の振興をするプロジェクトであるので、「戦略」を取っていただいた方がいい。それから一番最後の「グローバルビジネス支援プロジェクト」。「支援する」という、プロジェクトの主体性を持たないで側面的に応援しようというような逃げを打っている表現ですので、これも「グローバルビジネス拡大プロジェクト」というふうに積極的に表現していただきたい。

以上ですが、最後に、第2号議案、その他というのがございますが、事務局の方、ご説明をお願いします。

(2) その他

事務局（新産業振興課・佐藤産業育成専門監） 私の方から、資料3の今後のスケジュールをご説明したいと思います。

左側に産業振興審議会、そして右側に本日の部会であります産業振興審議会の商工業部会がございますが、この後、9月上旬になります。産業振興審議会を開催する予定にしております。ここでは、きょうご審議いただきましてご提案いただきましたものを修正した形で中間報告ということで審議会に出させていただきたいと思っております。その後、商工部会の方であります。パブリックコメントとしまして、1カ月程度ございますが、審議会で修正したものを一般県民にホームページ上で公開しまして意見をいただくということ、さらには関係団体に

送付しまして意見をいただくという1カ月間の期間を設けたいと思います。そして、その後、11月上旬にこの商工業部会を開催し、最終検討ということで出させていただきたいと思っております。そして12月下旬になりますが、産業振興審議会を開催していただきまして最後の計画のまとめということで審議いただくという手順にして考えております。そして1月にはこれを知事あてに審議会から答申するというのを考えております。以上でございますが、部会長さんよろしくお願いたします。

高橋部会長 では、これで終了でよろしいですか。

千葉委員 何となく最後にまとめの討議があるのかなと思ったんですが、ちょっとその他になってしまって大変恐縮だったんですが、これは大志田さんがご指摘したとおりで、中身としては本当にこれでいいと思うんですが、全部が全部には要らないと思うんですが、少し具体性のあるプロジェクトをサンプル的な格好でもつけていくと多少理解が進むのではないかという感じがしています。先ほど私、歯切れの悪い話をしちゃったなと思ったんですが、部会長に逃げを打たないようにと言われましたので、商店街活性化も、本当に来年3月オープンしますので必ずパイロット事業になりたいと思っていますし、ぜひ皆さんにも見に来てほしいと思っていますし、それから、そういう意味でいえば商店街活性化という格好で、もしあえてあれでしたらこういうふうな一つのプロジェクトという、プロジェクトサンプルとでもいいですか、そういったものをもしご一緒に県の方とよろしければさせていただいて、具体的にこんなふうな格好でという一つのものをつくっていく。私なんか欠けている視点もあると思うので、県の方からご指導いただければこの中にプロジェクトサンプルとしてつけていくことができるのではないかと思うので、各分野でそういったことができるのであれば、二、三のそういうサンプルをつけながら提案していくというものもどうかと思いました。以上です。失礼しました。

高橋部会長 ありがとうございます。一連の人から組織から具体的なプランニングまで、1月までに確定でなくてもこんな形だというのをこの9プロジェクトで提示できたらいいと思うんですよ。これから1月まで十分あるんですから、だからそれぐらいやったらよしよしと褒められるんじゃないんですか、知事さんから。知事さんが寝て過ごせるぐらいのプランニングを提示した方がいいと思うんですよ。どうもありがとうございました。

4. 閉会

事務局（鎌田班長） 最後に、本日熱心にお話し合いいただいたわけですが、お手元にペーパーを用意してございます。本日ご発言いただけなかったご意見等がありましたら、郵送

あるいはファクシミリ、電子メール等で結構ですのでまたお送りいただきたいと思います。

本日はどうもありがとうございました。