

第1回宮城県産業振興審議会商工業部会

日 時 平成17年3月18日（金曜日）
午後1時30分から3時30分まで
場 所 宮城県県庁4階 特別会議室

1. 開 会

○司会 それでは、定刻となりました。ただいまから第1回宮城県産業振興審議会商工業部会を開催いたします。

この商工業部会は、産業振興審議会の7名の委員に加えまして、新たに専門委員3名の方々にお入りいただきまして計10名でご審議いただくこととなっております。

2. 委員紹介・委員委嘱

○司会 今回が初めての会合でございますので、事務局の方から委員の皆様のご紹介をさせていただきますと思います。

まず、高橋四郎部会長でございます。

○高橋部会長 高橋でございます。

○司会 磯田悠子委員でございます。

○磯田委員 磯田です。よろしくお願いいたします。

○司会 佐宗美智代委員でございます。

○佐宗委員 佐宗でございます。よろしくお願いいたします。

○司会 千葉 基委員でございます。

○千葉委員 千葉です。どうぞよろしくお願いいたします。

○司会 堀切川一男委員でございます。

○堀切川委員 堀切川でございます。よろしくお願いいたします。

○司会 大志田典明専門委員でございます。

○大志田専門委員 大志田でございます。よろしくお願いいたします。

○司会 福嶋 路専門委員でございます。

○福嶋専門委員 福嶋です。よろしくお願いいたします。

○司会 柳原榮夫専門委員でございます。

○柳原専門委員 柳原です。よろしくお願いいたします。

○司会 本日は、所用のため、伊藤弘昌委員と宮原育子委員がご欠席となっております。

専門委員の皆様には、県から委任状が交付されますけれども、時間の都合上、あらかじめお手元に置かせていただいておりますので、ご了解いただきたいと思います。

本会議の定足数は2分の1以上でございます。本日は、この要件を満たしておりますので、会議は成立しておりますことをご報告いたします。

委員と同席しております県職員につきましては、別紙の座席表のとおりでございますので、ご確認いただきたいと思います。

それでは、議事に入ります前に、お手元の資料の確認をさせていただきたいと思います。

資料は、資料1から6までございます。不足があれば係の方へ申し出てください。

次に、委員の皆様のご発言についてなんですけれども、マイクを使用してほしいと思います。マイクの使用の方法につきましては、発言の際にはマイクのスイッチをオンにさせていただきまして、マイクのところにありますオレンジ色のランプが点灯しましてからご発言の方をほしいと思います。発言が終わりましたならば、マイクのスイッチをオフにいただければと思います。そうしませんと、ちょっとハウリングしたりしますので、よろしくご協力の方、ほしいと思います。

3. 議 事

○司会 それでは、議事に入りたいと思います。

会議は、条例の規定に基づきまして、部会長が議長を務めるということになっておりますので、高橋部会長に議事の進行の方をほしいと思います。どうぞよろしくお願ひいたします。

○高橋部会長 改めて、高橋でございます。よろしくご協力のほどをお願いします。

大変難しい諮問を受けまして、「みやぎ産業振興アクションプラン」という平成9年3月に制定したその内容を5年計画で設定されていたんですが、ここへ参りまして今年度見直して向こう10年間の行動指針を策定しまして、仮称でありますけれども「みやぎ商工業振興中期行動計画」というものを設定するよう仰せつかりました。大変難しく重要なテーマですけれども、皆さんたちと一緒に、大きな変動期にあるとも言える県経済の発展に、明るい未来を提示できるような行動計画が策定できればと思っております。

確かに、東北は変わりつつあります。楽天の三木谷さんにもこの間東京でお会いしたのでお話ししたんですが、すごい目ききですね。その変わりつつある東北を見抜きましたねと言ってお話ししましたら、キーナートさんがそばにいて、そうだ、そうだ、高橋、そうだとおっしゃっていましたが、東北の企業の皆さんにも大きな変革が起きていると私は見てとれます。過去にとらわれず、リスクを取って改革するという今だかつてない活発な行動性を明らかに私も見届けておりますので、一緒にいいプランを策定したいと思いますのでよろしくお願ひします。

まず、議事に入ります前に、本審議会は第1回の会議の際に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。

それでは、議事に入りたいと思います。

(1) 諮問事項について

○高橋部会長 議事(1)諮問事項について、事務局からご説明願います。

○事務局（宮原産業政策推進室長） それでは、私からご説明をさせていただきます。

産業政策推進室長をやっております宮原と申します。よろしくお願ひいたします。

それでは、皆様のお手元の資料のうち、資料の2番をごらんいただきたいと思います。

これは、昨年12月15日に産業振興審議会、本会議に当たりますけれども、こちらの方に知事から会長あて諮問を行っております。その諮問書の写しをつけさせていただいております。

これは、今、部会長のごあいさつの中にもございましたが、平成9年につくりました「産業振興アクションプラン」というものがございます。これの見直しを行うに当たりまして、新しいプランの案を答申していただきたいということでお願ひを申し上げたものでございます。

実際に作業といたしましては、これからの工業と商業の振興に関しまして中・長期的な目標、それから基本的な方針、具体的に行っていくべき施策、こういったものにつきまして、この商工業部会の方でご議論をいただきたいということでございます。

ちなみに、産業振興審議会、これがこの部会の親組織に当たりますけれども、この審議会には三つの部会がございます。農業部会、それから水産林業部会、それとこの商工業部会、三つでございます。今回のこのアクションプランの見直しにつきましては、この商工部会の方で原案をおつくりいただきまして、それを親会議である審議会にご報告をいただくということになります。

諮問についてのご説明は以上でございます。

○高橋部会長 ありがとうございます。

ただいまは、前回に引き続きまして諮問内容についてのご説明がありました。どうぞ委員の皆様、ご承知願ひたいと思います。

○高橋部会長 次に、議事(2)（仮称）「みやぎ商工業振興中期行動計画」について、事務局からご説明願ひします。

○事務局 それでは、引き続き私からご説明をさせていただきます。

まず、次第の①と②、これをあわせてご説明を申し上げます。

まず最初に、①の「みやぎ産業振興ビジョン」というものがございます。これにつきましては、お手元の資料3の方をまずごらんいただきたいと思います。

これが産業振興ビジョンの簡単にまとめたパンフレットになっております。

その前に、説明が前後して申しわけないんですが、資料4の方をごらんいただきたいんです。

この3枚目のところにA3判の横に広げていただく資料がございまして、これに基づきまして簡単にご説明をさせていただきます。

この資料、全部で左、中、右と三つのブロックに分けてございまして、一番左側が今回見直しをお願いしております「産業振興アクションプラン」でございまして。これは平成8年度、平成9年3月に策定をいたしまして平成17年度までが計画期間になっております。これは「産業振興アクションプラン」という名前がついておりますが、実は今の産経部ができる前、商工労働部時代につくったものでございまして、内容といたしましては、製造業と、それから商業、この二つが内容となっております。その後、平成12年に入りまして、従来の農政部、水産林業部、それと商工労働部、三つが今の産業経済部に合体をいたしました。ちょうどこの時期に県の新しい総合計画もできております。こうしましたことから、新たに産経部として産業全般についての考え方をまとめようということで、平成12年に産業振興審議会に諮問をいたしまして、案をまとめ、産業振興ビジョンとしてつくったものでございまして。したがって、今回見直しをお願いしておりますアクションプラン、これは商工労働分野のプランということでございまして、つくった順番は前後するんですが、産業振興ビジョンが上位計画としてあるとご理解をいただきたいと思います。

それでは、産業振興ビジョンそのものの概要についてまずご説明をさせていただきます。

恐れ入りますが、先ほどの資料3の方にお戻りを願いたいと思います。

これは、ちょっと見開きになっておりますので前後6ページの資料になっております。開いていただきまして、左下のところをごらんいただきたいと思います。

ここに、左下の方に四つのカラーリングした丸の中に施策、四つの重点施策というふうに書いてございます。この四つの重点施策を設定して重点的、戦略的な施策展開を行うというのがこのビジョンの内容でございまして。以下、四つの重点施策につきましては、今お開きいただきましたページの右側に向かいまして、1番目、2番目、それから反対側に回りまして3番、4番というふうに順にございまして。順を追って説明をさせていただきます。

まず、1番目は「産業の高度化と新しい産業の創出への挑戦」ということで、今後成長が見込まれる分野等における産業の集積あるいはベンチャー企業等による事業の創出、こういったものを目指しております。具体的には、大学の研究成果等を生かしまして、知識集約型の産業の集積の促進。さらには、ベンチャー・ファンドの創設・育成、こういったベンチャービジネスへの支援というものを専ら内容といたしております。

それから、その次、2番目の「地域の特性を生かした産業の新たな展開」ということでございますが、この辺は地域に根ざした産業、特に農林水産業等も含めてということになります。競争力の強化、それから地域資源などを生かしたビジネスの展開、こういったものを内容といたしております。具体的には、農林水産業ですとか、あるいは中小企業の経営革新、さらにはみやぎのブランドの確立、こういったことに向けた取り組みというのを内容にいたしております。

それから、くるっとひっくり返していただきまして3番目の方でございますが、「産業技術力のレベルアップと産業人材の育成・確保」という項目を挙げております。これは、産業の競争力を強化する基礎的な条件を整備するというので、技術力の向上、それから人材の育成、こういったものに力を注ぐという内容になってございます。

それから、その右側に、さらに4番目といたしまして「産業経済のグローバル化への適応」ということがございます。一般的に言われていることでございますが、グローバル化とかボーダレス化、こういった進展に対応いたしまして、これを本県経済産業の振興の好機ととらえるということで、国際化に対応した取り組みを推進していこうといったものでございます。

以上、四つが重点施策ということで、このビジョンの中に取り込まれております。まず、ビジョンについてはそういった内容となっております。

それでは、続きまして、仮称ということでございますが、「みやぎ商工業振興中期行動計画」、これは事務局の方できょうご議論いただくためのたたき台という形でつくらせていただきました。資料の方は、先ほどの資料の4の最初の方からまずごらんいただきたいと思います。

大分文章でざっと書いてありますので、あらかじめある程度お目通しいただいたという前提でここは簡単にご説明いたしますが、まず中ほどのところに計画の基本理念ということで、「この宮城の地で安心して暮らせるための活力ある産業の振興」というのが理念ということでとりあえず置いております。

それから、計画策定の進め方、これはごらんいただいたとおり本商工業部会、そして審議会

の中でご検討いただくと。それについて事務局として、私ども産業経済部の総力を挙げてチームをつくって審議会、商工業部会のご検討、ご審議をお手伝いするという形で進めさせていただきたいと思います。

それから、計画の内容等、一番下のところでございますが、前回の審議会の方でもご了承いただいておりますけれども、平成18年度、来年の4月から始まる年度を初年度といたしまして、平成22年度を目標年次とする5カ年の計画となっております。前回のアクションプランは10カ年の計画でございましたけれども、さまざまな情勢変化の速さに対応するということと、それからもう一つは、県の総合計画ないし振興ビジョンの終了期間が平成22年ということとなっておりますので、それと同じ終期設定をさせていただいたという点でございます。

それでは、今回ご用意しましたそのたたき台の内容についてご説明をさせていただきます。

先ほどの資料4の後ろの方の3ページ目、先ほどのA3判のものを使いましてご説明をいたします。

左側の方、アクションプランとビジョンについては、先ほど簡単にご説明をさせていただきました。

その右側の欄でございますが、ちょうど真ん中に縦に黒い枠で白抜き文字を並べております。一番上のところに「ビジョン・現状を踏まえたキーワード等」というふうになっております。これは、ビジョンの中で既に出ていた考え方、基本的な方針に加えまして、その後の情勢の変化、これに対応したものを幾つか主だったものを挙げてございます。

上から順次説明をさせていただきますが、まず「優れた知的シーズの存在」。これにつきましては幾つか資料を用意してございますので、そちらを後でござらんいただいても結構でございますけれども、ちょっと引きながら簡単に申し上げたいと思います。

お手元の資料の5（その1）というのがございます。一緒にくっつけてありますのでばらして見ていただいた方がよろしいかもしれません。この資料5の（その1）の21ページから大体3ページから4ページにわたりまして、これは研究論文の引用動向ということで、本県あるいは東北、日本を代表する大学であります東北大学のさまざまな研究論文からの引用の件数というのが資料として載っております。これは、ほんの一例ということでございますが、それだけすぐれた知的シーズというのが本県に所在していると。むしろ国内あるいは海外の方が評価が高いといったこともこれから読み取れるのではないかと思います。

それから、2番目のキーワードとして「低下傾向の製造品出荷額」というのがございます。それにつきましては、ただいまの資料5（その1）の7ページの方、資料前後して申しわけご

ざいせんが、7ページの方をごらんいただきたいと思います。

こちらの方に出荷額の推移というのが出ております。これは出荷額ということで金額的なとらえ方をしておりますので、果たしてこういったとらえ方だけでいかどうかという論点はございますが、一つの目安としてこの資料を出させていただきます。

それから、三つ目としまして「改善が見られる雇用状況と際立つ雇用のミスマッチ」ということで、これは同じ資料5の24ページと25ページの方をごらんいただきたいと思います。

こちらの方に一般労働市場の状況、それから有効求職者数、有効求人数の推移、それから右の方のページに本県の求人・求職のバランスシートといったものがございます。これは皆さんもよくご存じの内容とは思いますが、蛇足的にご説明させていただければ、このバランスシートを見ますと、トータル、一番上の欄、合計欄でございますが、求人募集数3万6、000強に対して求職者が4万2、000ということで求人の方が少ないということになっておりますが、実は上から三つ目の箱で事務職の欄がございます。ここをごらんいただきますと、合計で見まして求人が4、000超に対して求職が1万1、000ということで、特に事務職系の求職が非常に多いと。この分を抜いてしまいますと、そのバランスというのはむしろ0.86から1.0に相当に近づいていくと。むしろちょっと1を超すぐらいにというような実際の状況、こういったことから、ある意味でミスマッチ的な部分が依然としてあるといったことが言えると思います。

それから、キーワードの四つ目といたしまして「少子・高齢化、仙台圏への人口集中」ということで、このデータにつきましては、同じ資料の4ページから5ページに書いてございます。これは、数値で見るというのも一つの方法でございますけれども、皆さんの生活実感としてこういったものがあるのではないだろうかと思います。これはかなり、人口関係のデータはさまざまございますが、そのうち主なものだけを取り出して掲げさせていただいております。

それから、次のキーワードといたしまして「減少を続ける卸売・小売事業所数」ということで、これは資料の16ページの方でございます。これもちょっと見づらい資料でございますので、後ほどごらんいただければと思います。

それから、六つ目のキーワードとして「空洞化の進む中心市街地」。実は、これは資料はつけてございませんでした。後ほど説明の中で、あるいは質疑応答の中でお話をできればと思います。

それから、その次の「伸び悩む製造業粗付加価値額」というのがございまして、これは12ページの方に数値データを出しております。これも表が大分見づらくなっておりますけれど

も、本県の付加価値額を考えたときに特徴的に言えることですが、この産業中分類の箱の中の一番上の食料品、それから中分類の下から四つ目に電子部品というのがございます。この辺が非常にウエートが高いということで、一番右側の構成比を見ていただきますと、食料品で17.9%、それから電子部品で15.4%ということで、他に比べてこの二つの項目が突出をしているという状況になっております。

それから、キーワードとして「知的財産戦略大綱の制定」、それともう一つ「プロ野球新球団等新しい観光資源」ということで、これは同じく資料5の(その4)と(その5)、これを後ろの方につけてございますので、後ほどごらんいただければと思います。

それから、キーワードの下の方、「国際競争力の強化」、それから「企業の海外販路開拓の促進等」、それから、「拡大する中国ビジネス」ということで、これは資料5の(その1)の方に戻りまして、28、29、この二つのページに資料をつけております。これは28、29でございますが、財務省の方から引っ張ってきた資料になっております。

まず、28ページの方をごらんください。

これは、主要輸出入の相手国でございます。輸出の方をとらえてみますと、実はこの表が百分比、パーセンテージだけの構成になっておりまして全体の額が数字しか載っておりません。トータルでは、平成10年で3,319億円から、平成15年になりますと5,066億円ということで相当ふえております。ですから、構成比で減っているところでも実はプラスになっておりますし、まして構成比でふえている。特に目立つのが中華人民共和国、中国でございますが、これが180億円から648億円ということで4倍近く伸びているという状況でございます。これが主だった資料等でございます。

ほかにいろいろ資料をつけてございますが、後ほど議論の中で、あるいはご質問等があればお受けしたいと思います。

こうしたキーワードを踏まえまして、実際その計画の中身として大きく四つの基本的な方向をとりあえず仮置きとして挙げております。これはキーワードの右側に丸でくくった単語が四つございます。「集積の促進」から一番下の「グローバル化対応」ということで、さらにその下に一つか二つの柱立てをいたしております。網かけをした細長い箱のところ、一番上に「産業基盤技術高度化プロジェクト」から始まりまして、一番下の「グローバルビジネス総合支援プロジェクト」まで一応七つの柱立て、これらを仮置きとしております。

実際に皆様に特にご議論いただきたいということで私ども考えておりましたのが、そのプロジェクトの右下のところ、それぞれ点線で囲った箱がございます。実際に計画の中に盛り込む

べき内容というのを幾つか議論をいたしまして、こんなものでどうだろうかというたたき台として挙げております。これも事務局サイド、県庁の中でいろいろ議論をしていたわけですが、まだ十分その結論が出し切れていないところ、議論がまだ十分でない部分等もございますので、その中で出ました主な論点等をご紹介しながら今後の議論等に役立てていただければと思っております。これは大項目がございますので、代表的な分、こういった論点がありましたということでご説明をさせていただきたいと思っております。

まず、プロジェクトの上から二つ目で「企業立地の促進プロジェクト」というのがございます。これは今まで計画なりビジョンなどで余り大きな柱立てとはしていなかった部分なんです。今回柱立て、プロジェクトとして立てようと考えましたのは二つの意味がございます。一つは、現在県が実施しております経済産業再生戦略、この大きな柱として企業誘致というものを掲げております。即雇用に結びつくものということで企業誘致と。その再生戦略が平成17年度で終了いたしますので、その後を何か明確に見える形で引き継ぎをできないかという点が一つと、それからもう一つは、従来企業立地といった場合に工場の誘致というのにどちらかという重点が置かれていたわけですが、再生戦略の中でかなりそれを広げまして工場に限らない企業誘致と。もちろん全部の企業とまではいきませんが、雇用の創出が相当見込める部分にまで考え方を広げております。こういったことで、こういった企業立地のプロジェクトという柱立てをしてはどうかというのが一つの論点になっておりました。

それから、四つ目の「まちのにぎわいづくりプロジェクト」というのがございますが、これはいわゆる中心市街地の活性化をどうやっていくかという点が相当議論になりました。中心市街地といいますが、例えば仙台市の中心部のような場所、それから圏域の中心都市、例えば石巻、古川といった都市部の市街地、それからさらに人口が減少している地域、さまざまないわゆる中心市街地といいますが、商店街というのがございます。これをすべてひっくるめて、同じアプローチというのはなかなか難しいだろうと。それで、特に考えていかなければいけないのが人口が減少している地域、こういったところの商店街をどうしたらいいのかということで、人口減少とか、あるいはそれに合わせた高齢化が進んでいきます中で、言ってみればそこに人が住むための基本的な条件としてやはり商店街等の整備というのはどうしても必要だろうと。じゃあ、それをどうやってその地域に維持していったらいいのかということで、同じ箱の一番下に「コミュニティビジネス」というのを入れています。「コミュニティビジネス」というのは、これは使う方によって定義はさまざまございます。ある程度共通しておりますのは、その地域が抱える課題をそこに住んでいる住民の方が中心になって継続的なビジネスとし

て解決できないかと。大体そういったものがほぼ共通した内容になっております。このコミュニティビジネスそのものの議論ということではなくて、この中心市街地、ある意味で旧商店街になりかかっている地域も含めてということになるんですが、こういったコミュニティビジネスの手法を使った活性化の方法がないだろうかということを議論したいというふうに考えておりました。

それから、三つ目の論点といたしまして、下から二つ目の「地域ブランドの形成・発信プロジェクト」というのがございますが、この中に「地域ブランドの形成推進」、それから「知的財産戦略」と二つ掲げてございます。これは、いずれも概念として非常に似てはいるんですが全く同じではなくて、重なる部分はあるんですが、恐らくアプローチ等としては大分変わっているのではないかと。

まず、ブランドについてご説明いたしますと、現在県の行政の取り組みとしては専ら個別のブランドというものを扱ってきたというふうに言えるだろうと思います。ただ、それだけではなくて宮城というこの地域のトータルイメージというよりはコンセプトと言った方がいいのかもしれないんですが、そうした宮城と言えれば何々と、それで宮城がイメージできるようなものをつくっていく必要があるんじゃないかと。他の都道府県でも幾つかそういった一つのキャッチフレーズと言ってもいいんでしょうけれども、例えば北海道でしたら「試される大地」とか、お隣の福島ですと「うつくしま、ふくしま」とかこういった、これはちょっとキャッチコピーの方に類するのかもしれませんが、そういったある意味でブランドをねらったような動きがございます。こういった点も何か考えていく必要があるだろうということ。

それから、これは申すまでもありませんけれども、先ほどの資料の中におつけしておりますが、知的財産の扱いというのが今後非常に大きな意味を持ってくるだろうと考えております。専ら試験研究機関等で獲得したさまざまな特許等のパテント、こういったものが中心になりますが、もちろんこういったものだけではなくてさまざまな商標ですとか、先ほどのブランドもある意味で共通する部分があるんですが、こういったソフトの成果としての知的財産をどうやって活用していったらいいかと。これも議論が必要になるだろうということでございます。

それから、同じ箱の中の下から二つ目に「集客・交流サービス産業」という項目を立てております。全体を見渡していただくと、あれっと思われた方もいらっしゃると思うんですが、実は「観光」という文字がこの中にございません。これは、あえて柱立てをしないでみた。ちょっと議論をしていただきたいという意味もありましてこういった書き方をしたわけなんです。従来の観光、サイトシーイングだけではなくてそのプラスアルファの部分はかなり重視を

されてきている。特にソフト重視と言ってもいいかと思います。例えば、一つの方向性として、ただ眺めるだけではなくて体験型の観光。例えば、グリーンツーリズムとかそういったものも当てはまると思うんですが、あるいはその訪れた土地の生活とか雰囲気を実感する、味わう、こういった方向に観光というのがだんだん変わってきているというのが1点。

それから、もう一つは、これはかなりトピック的な話になりますけれども、例えば楽天ゴールデンイーグルスが今年から来るということ。あるいは、まだ商工会議所等の動きでございすけれども、ミュージカル劇場をつくったからどうか。こういったさまざまな動き。言ってみればエンターテインメントの部分というのが入ってくるわけですが、これも従来にない一つの観光スタイルとして取り込んでいけるのではないかと。あえて観光を使わなかったのは、もう少し幅広いトータル、確かに観光というのは総合産業であるというふうにおっしゃる方も多いと思いますが、まさしくそのとおりで、従来にない観光という枠に閉じ込めない形での議論をできないかという意味でこういった柱立てにさせていただいています。この中で、集客・交流サービスという言い方をしたのは、そういった意味合いでございす。

それから、もう一つ、情報関連の産業としてもろにこの中には柱立てとしては書いてはおりません。あえて言えば、下から三つ目の「成長産業育成プロジェクト」の中で「ビジネス支援関連産業」といった言い方があります。この中に入って行くのかなというところなんです、果たしてこういった扱いでいいのかどうか、この辺もご議論をいただきたいと思います。

それから、もう一つ大きな柱としては人材の育成、これからの産業を担っていく人材の育成をどうしようかと。もちろん、この人材についてたたき台の中にも何か所か触れております。例えば、一番上の「産業基盤技術高度化」の中の一番下に「技術経営人材の養成」、こういった項目も入っておりますが、どちらかという企業を経営する方あるいは新しく企業を起こそうとする方の人材育成というのは割と中心になっておりまして、今一番問題になっております先ほどの「際立つ雇用とのミスマッチ」というところでも出てくる話なんです、いわゆるニート、なかなか仕事につかない方たちが相当ふえている。この中で、果たして産業を担っていく人材、もちろん経営者だけでは産業は成り立たないわけでございますので、そういった人材をどうやって育てていったらいいか、こういった論点も必要ではないだろうかと。これはあえてまだ中には入れ込みをしておりませんが、こういった議論もぜひお願いをしたいと思っています。

それから、ざっと見まして最後に一つ申し上げますと、金融関係をどうしようかと。と申しますのは、2次産業と3次産業がどちらかというこのプランの担当分野ということになるん

ですが、確かに商業とただだけでは3次産業は当然カバーし切れませんで、もちろん観光ですかと、あるいは情報産業とかそういったものもございませうけれども、さらに例えば入っていない分野とすると金融関係というのが、これはどうしたらいいかなというのちょっと悩んだところでございます。あるいは、これもちょっと県庁としての取り組みをどうしたらいいか悩んでいる部分であるんですが、例えば建設業とかこういった分野、さまざまな分野があります。

簡単に事務局の中で議論した論点、決して十分に詰めているわけではないので紹介するのも恥ずかしかった部分もあるんですが、そういった部分で論点がございました。

特に私の方で今日お願いしたいと思っておりますのは、今挙げましたような論点も含めて、この計画に盛り込む内容、特に点線でくくった幾つか項目ございませうけれども、こういった内容に過不足がないかどうか。いや、こういった議論、項目がないとだめですよといったご提言なりがいただければ大変ありがたいと思っております。

ちょっと持ち時間をオーバーしてしまいましたが、ご説明は以上でございます。よろしく願いたします。

○高橋部会長 どうも宮原室長、ご説明ありがとうございました。

資料3から5までご説明いただいたんですが、質問の時間を10分ほどとりたいと思います。

それで、きょうの日程は、その後3時20分ぐらいまで質問の後に皆さんでこの内容について議論したいと思います。

ところで、事務局、この終点はいつ、答申する時期と、それまでのステップと時間を教えてくださいませんか。

○事務局 それでは、資料の6というのが一番後ろについてございます。最後と思ったんですけども、先にスケジュールとしてご説明をさせていただきたいと思います。

産業振興審議会の今後のスケジュールというのがございます。資料6でございます。

左の方から親委員会の産業振興審議会、それからその隣に商工部会ということで今後のスケジュールが載っております。きょうは3月のまだ中旬なんですが、課題の整理方針をご検討いただいて、今日出しましたたたき台について、のせるべき内容の過不足等について柱立てを含めてご議論いただければと。それ以降、それをもとにしましてまた事務局の方でけんけんがくとやりまして、それにもう少し肉づけを、手直しを含めた肉づけをいたしまして、大体6月の下旬ぐらいに素案という形でこの場に出してご説明をしたいと思っております。おおむね素案と

ということで大体その肉づけができたところで、ここで6月下旬に皆様にご議論いただいた後また必要な修正を加えまして、8月の中旬に親審議会の方に中間報告という形でその素案をご説明し、またその場でご意見をいただきまして、その後、またさらにそれについて修正等を加えたものを10月上旬にまた商工部会、この場の方に最終案としてお諮りをしたいと思います。その場で若干の修正等があれば、あるいは相当の手直し等も覚悟しておりますけれども、そういったものがあればそれを直した後でまとめをいたしまして、10月の下旬ごろに答申の案として審議会に出しまして、そこで了承をいただければ11月の中旬あたりに知事の方に審議会から答申をいただくといったのが全体のスケジュールになっております。

○高橋部会長 ありがとうございます。

私は今宮原室長のこのご説明を伺っていて、資料3のこの大きなシートでざっと理解したことは、平成9年3月策定のアクションプラン、これは私は見事な内容だと思うんです。プランが立ててある。行き先が立ててある。それから、その支援システム等もきめ細かに掲げられている。ところが、これはある割合で実行されなかった。それが問題提起としてこの資料の黒で塗られた部分、宮原さんがキーワードとおっしゃったけれども、多くは問題点なんです。「優れた知的シーズの存在」とかというのがありますけれども、やっぱり小売業の問題、それから付加価値が低減している製造業の問題、市街地の空洞化だとか結局多くの問題があります。平成9年のアクションプランが完璧に実行されていたら、現時点で問題点はない筈です。それは、アクションプランでの支援組織、お金、いろいろな理由があってこのプランが動かなかつたというものの結果だと思うんです。ですから、まずはこの問題点がどれだけ重要かということをやっぱり吟味すべきだと思うんです。プライオリティーづけして何が宮城県にとって一番大きな問題であって、しつぽの方はどれであるかというポートフォリオみたいものでその問題の大きさの認識をすべきだと思うんです。その問題の分析をして、今度はアクションプランへ行くという右側のくくりの、点線でくくった活動項目だと思うんです。ですから、今回は、そのプランに当たってはやっぱり実行プランですから、きっちりそれを達成するための経済性、お金、組織、人材、時間設定だとか、それから外部評価だとかいろいろな絶対に達成率の高いプランをつくるというところまで行かないといけないのであります。だから、そういう点で広くご質問はやっていただいて、その問題点は本当に何かというあたりからお話しいただいた方がいいんじゃないかという気がします。我々が考えを整理する上において、そんな見方を私はしてみたんですが、皆さん、いかがですか。

さらに、市街地の空洞化とか大きな問題として挙げられているのも相当強引な形で引っ張って

いかないといけないと思います。東北のあしきところで簡単に動きませんから、どうやってそれを動かして新しいシステムをつくり上げていくかということが大切です。例えば、一番町の二代目の若い経営者たちは変えたい、変わりたいと思っても、先代がそれは良しとしないという現実があったりするわけです。だから、あとは中小企業の付加価値の問題。それらは大学シーズを受けられるようなレベルでもない。それをどう解決するか。ただ甘んじているところはある。低付加価値の商品をかかえている。しかし、製造業の26%、宮城県の出荷額を担っている。6、600社ぐらいが中小企業で、それが中国と十分対抗できるようなまでに変革したかしないかという点では、相当数が変革されないまま残っているんです。そういうものも強引なリードが必要だと思います。

どうぞ。

○佐宗委員 今、高橋委員がおっしゃられた問題点をまず議論するという話ですよ。真ん中に黒い枠で、先ほどご紹介された問題点があります。この全体の動きというか流れとして、過去にこういう事態があったのが悪くなっているという問題が列挙されているとは思いますが、それをまたもとのように戻すことが正しいのかどうかというのも議論する必要があるのではないかと思います。

具体的に言いますと、例えばですが、小売とか卸売事業所数が減っているという話があります。IT化が進んでいけば当然直販といいますか、そういうルートができてくるので、ある程度時代の流れとして、その構造の流れ、お店とか商業の割合というのが変わってくるというのは仕方がないことで、その流れをもとに戻すことはできないと思います。ならばそれに対してどうしたらいいかというのを議論するべきではないかと思います。いかがなものでしょうか。

○高橋部会長 いや、いい状態が変わって悪くなったら戻した方がいいです。だから、それには拘泥しなくて、今後どういう状態がいいかでいいと思うんです。

○佐宗委員 そうですね。例えば、町が市街地が空洞化していったときに、そこにいた商業の方々がもとどおりに商売をするというのが果たしていいのか、ただそこを新たなビジネスをやる人に提供するとかそういう話もあると思いますので、もともとのその状態がすべていいという話ではないですよ。

○高橋部会長 そうですね。だから、それは変わってもいいですよ。大志田さんあたり、相談に乗ってあげても変わり得ないというような大変な大きな問題意識を持っておられるんじゃないですか。

○大志田専門委員 きのうもある市で、1年ぐらい「あきんど塾」という形で、まさしく中心市

街地の活性化を監修した事業報告会を開催したところですが、中心市街地あるいは商店街全体をまるごと活性化するというのは、かなり難しい状況になっています。つまり、その組織とかスキーム、お金の流れとか使い方も含めてそうですけれども、みんなまとめて元気にさせるには資金的な量を含めて難しくなっている。商店街では親世代の頃の寄り合いは出席者イコール商店主イコール実行者だったんですけれども、今は、例えば貸したりしていますから、大手のチェーンの店長さんも出てきたりして、必ずしもビジョンが一致するとは限らないし、仮にビジョンが一致したとしても、意思決定を自分でできるオーナー店舗とそうでない店舗が混在しているわけです。

じゃあ、そういう中で何をやるかということになると、資料4にもありますように、いわゆる個店づくりです。要するに、みんなで少しずつやるということではなかなか具現化しないので、これ以上空洞化が広まる前に、再生の核となる元気な個店を一つずつオセロのようにひっくり返していかないと実際の活性化は難しい。そこで、私どもが支援をしながら、ある6店舗が手挙げ方式で、自分自身が強い個店、要するに再生の実験役になりますとやったところ、平均とってもしょうがないんですが、前年対比の売り上げが108.8%という結果を生んだのが昨日の話です。結局きちっと活動すると個店の再生というのはあり得る。6店舗だったのが、翌年も6店舗、10店舗やろうというような積み上げ型で再生を図っていく努力が必要な時代です。限られた助成金の中で仮に100万円あって店舗が100店舗あったとしたら1店舗1万円しかできませんから、ちょっと飾りつけをきれいにして終わってしまうということになる。これをやる気のあるお店を5店舗選んで20万円かけるという考え方へのシフトです。そのかわり、そこにかけたプロセスないし成果というものを広く事業者に公開をして、そのノウハウを波及しながら繰り返していくというスキームが数字に現れる実業的な再生の仕方だと実感しております。中心市街地全部を再生するということは非常に難しいですが、中心市街地の中の強い部分をつくることは可能なんだろうと私は思います。

- 高橋部会長 私の言う問題の大きさという点では、やっぱり大きいんですか。地方の商店街が疲弊しているのは、明瞭にわかるわけです。昔の西部劇みたいな荒涼とした町というのも見かけます。名掛丁だとか中央通りだとか一番町というのも大問題なんですか。
- 大志田専門委員 大問題ということはないと思いますけれども、人がいっぱい通っているところはいいとは限らない。つまり、人がいっぱい通っているということと自分の店に入ってきて買うということは必ずしも一致しないということは問題です。一方で、人が通っていなくてもそこのお店のを必要とする人間は目的で来店する。いいものであれば離れていると

ころでも買いに行くという状況になっているわけです。ですから、人が通っているから大丈夫だという考え方もないし、同じように通っていないからだめもないし、じゃあ、通ってなくても大丈夫かというところもないので、商圈の性格をトラフィック要素だけに偏らず分類することが求められます。今はどちらかというと大手の都市圏の中心市街地における商店街というパターンとか、先ほどおっしゃったように地方の都市部における商店街とか、例えばもっと人口が減少したり中山間地における商店街とか三つぐらいの分け方なんです。実はこれはポートフォリオでいうとX軸一本の分け方であって、これに対してトラフィック増減をY軸、業種分布をZ軸にするようなキューブの状態の立体区分にしてみれば、最低でも八つぐらいのタイプができるわけです。このような少し細かい分け方をすることで再生策の精度を上げるということは可能になってくるんだろうと思います。

○高橋部会長 だから、一見、大通りは人がいっぱい通っていますよね。

○大志田専門委員 通っていますね。

○高橋部会長 地方からも来ます。他県からも高速バスでどんどん仙台へ行きたいって乗ってきます、若い人も。けれども、購買意欲は持っていないとかそういうことはやっぱり問題視されることなんですか。

○大志田専門委員 というか、通っている人の欲しいものがそこにあるかどうかということが一つ。

○高橋部会長 ということがミスマッチとしてありますと。

○大志田専門委員 あるということ。それともう一つは、あるんだけど、そこにあると思わないで通っている人がいると。例えば……。

○高橋部会長 宣伝方法とかの問題。

○大志田専門委員 もありますし、例えば20代の女性が歩いた後に一番町の地図を書かせるわけです。書かせますと、その中に書かれてくるのは、もちろんファッションのお店出てくるし、コーヒー屋さん出てくるし、携帯電話屋さんとかカラオケ屋さんとか出てくるけれども、魚屋さんとか陶器屋さんは出てこないわけです。だから、それは同じ通りを歩いているのに、年代だとかニーズによってその人たちの目に映っている店の種類が違って、あるのに気づかないという状態があったりしますから、その意味でのPRの仕方というのも重要になってくる。

○高橋部会長 その辺になるとランドデザインの問題になります。

○大志田専門委員 そうですね。ですから、商店街のことでいえば、商店街全体としての品ぞろ

えというのが今非常に重要になってきていると思うんです。自分の店のところの品ぞろえというよりも、商店街を一つの大きな売り場だと考えたときに、やっぱりコーヒー売り場ばかりがいっぱいあってもなかなかその町としての魅力度というのは均一化してしまいますから、そういうことが重要なんだろうというふうに思います。

○高橋部会長 ありがとうございます。

じゃあ、討議の取っかかりとしてもう一つの例を、問題か、問題でないかというのをちらっと語りたいんですが、先ほど宮原さんが製造品の出荷額の推移というグラフを示されました。私は、これは縦軸のグラフの設定の不適切さだと思った。これだけの世の中で10%しか低下していないんです。10%であればよしとしないといけないというふうに私は見てもいいぐらいのグラフだと思うんです。問題は中身でして、これが中国と戦っている中身であって、大手企業は改革が終わって、それで史上最高のボーナスが出るような中身になってきているんです。中国は敵にあらずという。だから、県内のその6、600社に近い中小さんもそういう中身に変えていかないと。もちろん変わっているところもあるわけですけども、そのパーセンテージは2割行くか行かないかなんです。大学シーズもありました。いろいろな研究機関のシーズもありました。自分たちで創意工夫して変えたのもありました。付加価値は高めました。産業再生までひっかからない中間域にある問題を含んだ中小企業の方々が、この後50年、100年と営々と栄えるような、発展するような中身にするにはどうしたらいいかという視点。黒塗りである伸び悩む製造業、その付加価値額というのが大問題だというふうに私は思います。

皆さん、いかがですか。磯田さん。

○磯田委員 私はさっきいろいろ説明をしていただきまして、「際立つ雇用のミスマッチ」というところで、私たち観光事業のサービス業に対しての雇用ですか、私たちは結構人手の要る仕事でございますので、そこへの働きたいという人が少ないのではないかなという大変心配しております。そして、事務職へ殺到するんです。やはり私が今から思いますに、宮城県は何でいくのか、そして将来的に對外、外国との競争、やはりアジアの方が人件費が安くなったり何かして工場がみんな向こうへ行ったときに、果たして何で職を見つけたらいいかということで、私はもう観光事業しかないのではないかと。優しさとか思いやりがあればだれでもできる仕事ではないかと私は思っているんです。それで、そういう方へ向けるような教育、何かそういうものがないのかなと考えています。例えば、高校とかそういうところからの意識づけ。まるで、結構事務職は高級で時間的にもゆとりができるというような感じでい

と思うんですが、私たちサービス業は24時間営業でございます。そういうものに対しての意識づけ、もっとすばらしい仕事であるというようなことをどこでアピールしたらいいのかなというふうに日ごろ悩んでいるわけでございます。ぜひその辺も何か mismatch ということではなくて小さいころからの何か教育というものがないものかと。そういう部分で宮城らしさを出していけないかと。

それから、食材王国とかいろいろな物づくり、ブランド物をつくっても果たしてそれはそのつくったもので終わってしまっているのではないかと。それを発表する場所がどこなんだろうと思っております。ぜひそれも観光ではないかなと思って、日ごろ宮城、宮城と叫んでおいでになるお客様には声を出して言っているような状況です。

あと、宮城県の住民だけではなくてやはり県外、国外からおいでになる方たちも消費をしていってもらおうということに努力をできるような場所、その意識づけの何か機会があったらと思って、ぜひその辺も何か考えていただきたいなと思っております。以上です。

○高橋部会長 どうぞ。

○佐宗委員 磯田委員からとてもいい発言があったので補足的に、私も意見を言わせていただきたいのですが、この観光事業と思われるところがこの右の図の中でいくと地域ブランド形成の中の食材王国みやぎとか集客・交流サービス産業とかのあたりに当たるのだと思います。これは下のグローバル化対応の中にも含めていただきたい。というのは、今グリーンツーリズムというのが全国的に急速にはやってきました。インターネット上のサイトでもたくさん見受けられます。すべて都会向けといえますか、都会の人向けのいやし系というんですか、都会に住む方が田舎で体験を求めていらっしゃるよう向けにできています。実際問題今中国とか韓国とか、先ほどお聞きしたら香港もあるそうなんですけれども、あとは欧米からの旅行客が非常にふえている現実があります。それから、私も農家民宿に宿泊を実際に12月にしてみたんですけれども、非常に外国の方が一番喜ぶパターンではないかと。つまり、日本人は何かというとイベント、1日行って何か見て終わって、一晩泊まって終わりなんです。外国の方は、例えば農家だったら大根掘るだけではなくて、それを植えたり、草取りをしたりとかそういう普通の農家の生活をして、しかも休暇も長期にとるというスタイルがあると思います。それはまさに宮城県は非常にマッチしてまして魅力ある土地ではないかと思っておりますので、ここをぜひ観光事業を国内だけに限定しないでグローバル化対応の方からもつながるような枠組みにさせていただけたらと思います。以上です。

○高橋部会長 ありがとうございました。

問題点もいい、システムもいい、分析したらどうだということでもいいし、組織を語っても、もちろんここに記載されている範囲外は大歓迎なわけですし、ここで全部網羅されているというものではないと思います。ご自由にご発言いただいて、ここにいらっしゃる行政の人たちは大変優秀ですから、その分類だとか分析はお手の物ですから、いかようにもプランに反映させることができますから、よろしくお願いします。

○堀切川委員 せっかくですから、私にも発言させてください。

何か今回はこのA3の紙に出されたものをベースに課題を整理するということというふうにお聞きしていましたので申し上げたいと思うんですけども、黒塗りの白抜きの文字のところが、先ほど部会長からも実際は問題点が列挙してあるんだという言い方だったかと思うんですが、妙に大学に気使っておられて、「優れた知的シーズの存在」というのだけが問題点というよりはいいことのように書いてあるんですが、多分これは本音を書かれた方がいいのではないかなと思います。もし、本当にすぐれた知的シーズがあるんだとすると、いかに大学が地域産業に貢献してこなかったかというふうを書くべきな感じもちらっとはするんですが、露骨に書けないということかなと思いました。

ただ、個人的に思いますのは、大学には知的シーズがあって、それを生かせば何とかなるというようなそんな簡単な話はないと思ってまして、右側を見ましても何か産業基盤の技術の高度化プロジェクトのところに産学官連携とか大学の活用というようなことが書いてあるんですけども、もし可能でしたらなんですが、すぐれてなくても何でもいいので大学は使った方がいいというようなものが本音なんです。何というんですか、大学に気を使って言うと知的人材は存在しているんだけど地域産業に貢献してこなかったということなので、大学の人間を何とか地域産業づくりに組み込むというか、担ぎ出すような方向性を何とか右側の一番上のあたりに書いていただけるといいかなという感じがしました。大学の高度技術の活用というよりは、大学の人材を活用するというふうに書いていただいて、どさっと東北大なら100人ぐらいは地域産業のために担ぎ出すから頑張れというように言っていただいた方がいいのではないかなと思います。戻ってから大学でしかられるかもしれないですけども、そんな気がしたところがございます。

ですから、個人的にはあと四つ目ですか、プロジェクトの四つ目に「まちのにぎわいづくりプロジェクト」というところで、先ほどコミュニティビジネスのご説明をいただいて、ああ、そういうことかというふうに理解させてもらったんですけども、先ほどのご説明をベースにするともうちょっとここをわかりやすく書いてしまって、個人的には「地域ニーズにこたえる

ニュービジネスをつくる」とかというふうに言っていた方がわかりやすいかなというふうな感じがしました。

先ほどの話にもなるんですが、消費者が欲しい物を売っていないので町は歩くけれども買えないというのもある意味で消費者のニーズを知らないで店が並んでいることにもしかしたら問題があるだろうということになるかもしれないので、例えば「地域ニーズにマッチしたニュービジネスをつくるぞ」と書いておけば、地域ニーズは何やろうというのを県の方で調べましようということにもなるのではないかなと思っていて、結局はニーズにこたえるために産業をつくるんだというのはどのサイド、どの局面でも同じかなという気が個人的にしたところがあります。

それで、あと1点なんですが、今回の右側の方に「(仮称)みやぎ商工業中期行動計画」という(仮称)と書いているところが結構気に入っているんですけども、最終的にこれはことの終わりごろに確定する段階では、ぜひともここにばっちりのキャッチフレーズを入れていただければいいなというふうに思います。平成9年のときの「宮城県産業振興アクションプラン」よりはいい言葉がここに欲しいなというふうに思うんですが、じゃあ、それが何かというのがわかっていたらここで申し上げたいんですけども、そういう立場にもないというか、頭もないのでよくわからなかったんですが、これは全体を網羅するような、とにかくキャッチフレーズ一つ、5年後に絶対実現できるという言葉で用意できたらいいんじゃないかなというふうに思ったところがございます。今はこのぐらいでよろしいですか。

○高橋部会長 堀切川先生、どうもありがとうございました。

ご承知のとおり、堀切川先生は大学シーズを中小さん、ベンチャーさんとともに商品としてつくり上げてニーズにこたえるというのを世界レベルで考えてこられたわけですから、まさに実践の成果をもってのお話で、今まではやっぱり先ほども宮原さんがご説明されましたけれども、材料では世界一の論文数だとか、それから共同開発も日本でも第4位だとか言われますけれども、ほとんどの東北大学の技術シーズは地元にはおられない。これまでは、先生方の成果は、アメリカで生かされても、中央で生かされても良かった。しかし、近年は地域産業の振興という3本目の柱をはっきりうたっています。最近東北大も法人化というものにかかっています。堀切川先生おっしゃるように、よし、先生をみんな引っ張り出そうと。逆に言ったら、さっき私が申し上げている中小の中身はがらっと変わる。だから、山形大学だとか岩手大学のいいところは、敷居が高くないというのは、そういうことをもう随分前からやっている。けれども、東北大の今までの先生にはちょっと細か過ぎるよ、そういうの持ってこないでよと

というようなところはなきにしもあらずで、地元との連携ではやっぱり不得手だった。従って、これをどう仕組みづくりをするかなんです、おっしゃるとおり。

これまでの産業振興は東北大のすぐれた知的シーズも役に立たなかったということですから、おっしゃるとおり「みやぎ商工業中期行動計画」にはその仕組みまでしっかり語る。大学の先生を100人組織するそのボスは堀切川教授であるというような組織から人まで、そして時間軸まで当てはめて語らないと、やっぱりやり残しだったなと5年後にまたこういう会合をやらないといけない。だから、今後はそういう轍を踏まないように。個人名まで語るぐらいのところまで本当におやりになったらいいと思います。

ほかの方で。千葉さん。

○千葉委員 私もこういうのはきれいな文章ができ上がっておしまいになりがちですので、やっぱりそうではないだろうと思います。これはもうずっと前から思っております。それで、それこそ5年後に、我々がこういうことをやったからこうなったんだというかなり具体的なあかしといたしますか、そういったものが必要なんだろうなと。それは、今政治の世界ではマニフェストというふうな格好で言われているんですが、いただいた資料を見ながら非常にいろいろ関心を持って見たのは、資料編のその1でしょうか、本県の主要経済指標の中で1人当たり県民所得というのがあります。平成14年度しか出ていなくて、多分ひょっとしたら平成15年度が出るぐらいじゃないかと思うんですが、1人当たりが257万6、000円という数字になっている。1ページめくっていただきますと、平成8年度の数字が出てまして、これが291万4、000円という数字になっています。つまり、290万円から260万円弱まで落ちてしまったというのが県内の所得であると言えると思います。やっぱり我々がここで5年間の仕組みをつくってきちんと活動したら、これが過去最高を更新するというぐらいじゃないと、ある意味では本当の意味でいい仕事をしたということにはならないんじゃないかという感じがしまして、この主要な討議の中においていわゆる県民所得をアップするためにどうしたらいいのかという切り口で見るということは非常に大きなテーマなのではないかと思っています。私の理解では、県民所得というのは、いわゆる個人の収入というだけではなくて、プラス企業収入がたしか入っているのではないかと思いますので、その辺も含めて後から教えていただきたいと思っています。

それから、いろいろな流れのことで、佐宗さんからお話があったりしまして、私は商店街活性化を今やっています。これは宮城県、それからいろいろな国の機関からも大変な応援をいただいて具体的に着手したところなんです、そういう商店街の活動だとか、それからもともと

の自分の本業であります木材業、これは創業140周年というのが今年なんです、そういう事業を通じて、やっぱり産業には大きな流れがあると。ある種、端的に言ってしまうと、衰退をしてしまうとき、そのときにその流れにうんと逆らって頑張っても、それは必ずしも報われないかもしれない。そうだとすれば、その流れの中できちっと小さくするものは小さくして新しいビジネスを起こしていくと。逆に言うと、新しい流れに沿って起こしていくということで、そういう意味でいえば、佐宗さんがおっしゃったことに、私は古いところに属する方の人間だと思いますが、商店街だとか材木屋とか。ですが、全く賛成で、新しいビジネスを県としてはつくっていくと。その中に古いところから上手に乗りかえていただくような仕組みをつくる。これがこの今回の5年間のプランの大きなテーマなのではないかなと思っております。そういうことができれば、本当によかったということになるかと思っております。

○高橋部会長 今のお話をもう少し具体的な例を挙げて、お話いただけますか。

○千葉委員 具体的なことを申し上げますと、これはまだ途中ですので、さっき申し上げた中心市街地活性化、古川市という人口7万4、000人の都市ですが、このたびそれこそ行政機関の応援もいただいて再開発というものをいたします。ここに宮城県北では初めてという格好でシネマコンプレックスなどを集客の目玉として入れて、そしてやっていきたいと思っておりますが、何とかきちんとやり切れれば、今まで本当ににぎわいがなくなった中心市街地に人を集めてくることのできるのではないかと。これはまだ1年後のオープンのことですから、そういう見通しをしております。

ただ、この流れ、こういった再開発の動きですとか、それから古川は大変苦勞しながら大崎市に、今度は人口14万人になるんですが合併をすることになりました。この合併、つまり東北新幹線の古川駅があつて合併都市14万都市になる古川市の玄関口というものに対して、やはり魅力を感じていただく方々があるということで、我々は今度の再開発で今空き店舗になって14年の建物を解体をしておりますけれども、その隣にサティーさんの空き店舗がまたできてしまいました、この間。ところが、やっぱり今度は小売り商業ではない福祉事業でそこを活用してやりたいとか、そういった空き店舗に対するほかからの動きというのが2件ほどございます。それから、大きな空き店舗のホテルに対しても働きかけがあると聞いていますので、一生懸命中心市街地活性化ということをやっていると、どうもそれに呼応する格好で出てくる可能性もあると。だから、やっぱり一つのパイロットプロジェクトみたいなものをきちんと実現をしていくということが地域活性化につながる可能性があると感じているということがあります。

それから、具体的にという話でしたのでもう一つだけお話をします。

これは、私の友人の話で、実はこの産業振興審議会の委員でもあるんですが、水野さんという塩竈のかまぼこ屋さんがいらっしゃいます。彼は、もう本当にどんどんどん、いわゆる倍倍ゲームで売り上げを伸ばして成功している食材産業の経営者ですが、結局経営の仕方をがらっと変えたということがあるようです。それは、素材を非常にいい素材を使っていいものを、ですからもちろんいい値段で売ると。それで、もう東京市場、全国に売るというふうな格好で、今までお付き合いしていたヨーカドーさんとかジャスコさんとか、申しわけありませんがと言ってお断りをして、そしてぜひくださいというふうなところに売ってそのように伸びているということのようでした。ですから、いわゆる事業改革をしていくと、確かに大きな成果が出てくるということと、食材王国みやぎ、我々自身知らなかったりするわけですが、それを具体的に実現をしている方がこの仲間にいるというそんなことを感じています。

そういったことが必要で、そのためには、堀切川先生の話にも通じてくるんですが、やっぱり地方でいろいろな事業をやっている人材不足、人の能力不足を感じるものがあって、勉強したことが生きるのが3年後、5年後かもしれないんだけど、やっぱり一生懸命勉強して、そのことによって物事をうまくまとめていくというようなことができるような感じがしますから、中心になるべき若手経営者の勉強、すぐには成果が上がらないにしても一生懸命その勉強をさせるという仕組みが本当に必要なんじゃないかなと感じています。ちょっとまとまらなくてすいません。

○高橋部会長 ありがとうございます。

いっぱいやりようがある。大きく変革できる例もいっぱいあるということですね。

ほかの方で。福嶋さん。

○福嶋専門委員 幾つかプロジェクトが並んでおりまして、それぞれのプロジェクト、実は別々に分類するという、はっきりとこれとこれは別々というふうに分けられるプロジェクトじゃなくて、幾つかやっぱりダブっている部分が、先ほど佐宗委員の方からもあったように、例えば「グローバルビジネス総合支援プロジェクト」と「地域ブランド形成・発信プロジェクト」と幾つか重なる部分が結構出てくるんじゃないかという思いです。例えば、産学連携なんか見ましても、やはり産学連携の先には創業とかスピンオフとかそういうような話が出てきたり、それを行うためには例えば人材育成、高度技術、基盤技術みたいなものが必要だとかそれぞれきれいにカテゴリーされているんですけども、実はすごく関係がかなり強いプロジェクトだと思うんです。

これはちょっと先走ってしまうかもしれないんですけども、いわゆるプロジェクトを実行していくときに、そのプロジェクトを別々という形ではなくて、ある意味でプロジェクト横断的なタスクフォース（特別作業班）みたいなものをつくって、少し柔軟な形でこれを実行できるという体制をつくれると無駄に資源を使うこともなく、しかもいろいろなプロジェクトがシナジーを発揮できるというんですか、融合するというそういうようなメリットもあると思えました。

- 高橋部会長 縦組織に対する横組織みたいなそういう横の連携をとるようなマトリック組織みたいな考えが取り入れられるべきだというお話ですか。
- 福嶋専門委員 そうです。プロジェクト横断的なものも何か必要に応じてつくれるようなそういうようなものをちょっとイメージしてみました。

2点目は、先ほど堀切川先生が「優れた知的シーズの存在」ということに対して疑問を呈していたんですけども、やはり期待されているという、先ほどのお話伺っていると理系の知識を非常に、どうしても大学で産学連携というやはり理科系のもの、理科系の知識なんです。でも、宮城県内を見ますと結構、例えば経営学部を持っている大学とかほかに芸術とか文化とかそういうものを持っている大学も実は多々あって、非常に文科系もかなり資源はあるんじゃないかなと。そっちの方の知識をまた活用できるような、何かそういうプロジェクトが入ってくるのもおもしろいのではないかと思いました。

- 高橋部会長 どうぞ。
- 佐宗委員 今のお話ですけども、まさにさっき言いました観光事業の方でそれをグローバル化したときに、例えば文系の方の宮城県の歴史だったりとか、そういう文化的なものだったりというような知識というか、それを出していただいて、そういったものを海外に向けて積極的に発信することによってまた観光客が訪れたりとか、それからあと経済に関してもグローバル化するときに、文系はいろいろありますけれども、経済学というのもあると思いますけれども、そういったものも盛り込めていけるといいんじゃないかなと思いますけれども。
- 高橋部会長 おっしゃるとおり、もう理系か何かで片づけられる世の中じゃないんです。理系も欲しいし、文学も欲しいし、医学も欲しいし、それがやっぱり複合的な組織を形成することはおっしゃるとおりだと思います。そこで以前以上の新しい付加価値だとか事業がまた創成できるんだと思います。

大志田さん。

- 大志田専門委員 考え方が共感できる人が集まっていて感激しておりますが、今おっしゃった

ような話は、我々の世界で文理融合型というふうに言っております。理工系と文科系。商品でいえばエンジニアとマーケッターのコラボレーションです。3Mのポスト・イットが有名ですけれども、あれも結局エンジニアとしては貼ってすぐとれるのりは全く役に立たないと没になるような製品が、実はマーケティングの世界から、いや、貼ってすぐとれて何回も使えるのいいじゃないかということで世界でこれだけのシェアをとるようなものになったわけです。そういう意味では、今、福島先生のお話を聞いて思ったんですが、まさに文科系のノウハウ、知識の活用というものが理系に付加されることでよりセールスドライブをかけていけることなんだろうと。宮城には、いいものがいっぱいあるわけですけれども、売れないということの悩みがあるので、やっぱりつくるプロと売るプロという、あるいはサービスを提供するプロというのがいますから、その融合ないし連携というのが、具体的な推進手段として明記されるべきだろうと思いました。

それから、単純に言葉の理解なんですけれども、コミュニティビジネスにはいろいろな理解があるということもございましたが、私どもは「住民による地域課題の解決サービス事業」と言い換えをしております。横文字で策定していくと、解釈にぶれが起きてきますので、注釈として日本語における定義みたいなものをはっきりしておいた方がいいんだろうなと思います。

最後に、この話の中で、私が非常に興味を持ちましたのは集客・交流サービス産業なんです。それぞれ皆さんも分野があるので興味持ったところというのは違うと思うんですが、縦と横のお話が実はございましたんですが、集客・交流サービス産業というのは、クロスサービスとかオーバーラッピングとか、いわゆる複数の違うものをつなげていく役割の産業なので、おっしゃるように単体で割られていくものではないんだと考えております。つまり、団子と串の関係でいうと、例えば地場産業の育成とか、中心市街地活性化とか、地域ブランド形成とか、食材王国みやぎ、これは団子で、これを集客・交流サービス産業という串で連ねることで初めて一つのものが生み出されるということだと思うんです。そういう意味では、高橋委員おっしゃったように、横ぐしの話というようなとらえ方もできます。そうなると、これを支援していくときに、教育とかインターシップだとかいろいろなものも団子の材料として出てくると思うんですが、串としてのいわゆる組織体、進め方が重要です。福島先生おっしゃるようなタスクフォースというやり方もあるし、あるいは班とか室とか、あるいはワーキンググループという進め方もありますが、意味合いとしては民業のプロデュース的なノウハウの機能をそこに措置をしていくということだと思しますので、県の制度の中にある種の専門家的な体制による推進というものがあると非常に具体的な実現ができるのかなと感じます。

そこで、キーワードの方に立ち戻って考えると、「プロ野球新球団等新しい観光資源」とありますけれども、楽天さんは本当に新しい資源でお見えになっていただいたわけですが、これ以外にそうそう新しい資源ができるとは理解をしておりませんで、むしろ新たな着想によるブランド資源化なのかなと。今まで余り資源だと思われていなかったものが着想を変えることで、実はこれは資源なんだという発掘の仕方だと考えております。以上です。

○高橋部会長 ありがとうございます。

どうですか、柳原さん。

○柳原専門委員 県民1人当たりの所得というのは、実は宮城県レベルよりかなり古川市の所得も低いんです。宮城県も全国的に見ると、全国が300万円超していると思うんです、全国の平均というのは。大都会にやっぱり集中しているんです。東京近辺、あと大阪、これで全国の約6割以上がもうそこで経済力を占めている。宮城県を例にとれば、仙台が一極集中で、だから古川の方もレベルがずっと低い。

大都会は過密、過密の反対は過疎ですよ。きょうの新聞にも田代島のことがちょっと書いてあったので今朝読んできたんですが、かつて田代島に1,000人の人口がいたんです。ところが、現在は100人そこそこしかない。もう島が今にもなくなりそうな状況なんです。宮城県でも合併が進んでいて、この4月から合併して、市町村の数が69ですか、今宮城県であるのが。それが合併すれば恐らく50を下回るくらいの市町村になるかと思うのです。その中で県のはずれの方、例えば七ヶ宿とか唐桑とか、あっちの山沿いの方の奥の方は、大分、過疎化されているんです。ところが、宮城県が一番これからいいところは、このプランにも出ていますけれども、集客・交流サービス産業、地域ブランド形成・発信プロジェクト。私は考えているんですが、こういった田代島とかというのは、結構都会から見ると魅力的なんです。海の体験、海の幸とか、猫の好きな人が猫神社に行くとか、あるいは奥羽山脈であれば、歴史も含めかつては多賀城からずっと秋田サクというんですか、秋田のお城に、今から千何百年前に、1,300年ぐらい前に、つまり4号線も、まだいろいろな街道がない時代に多賀城からずっとその山道をつくったんです、奥羽山脈を切り開いて。そういった歴史、古い道路、これは県政だよりも載っていますけれども、この古道を生かした、都会の人がそういった歴史や自然を求め、緑を求めながら観光事業になるんでないかなと私は考えているんです。

例えば、都会の人が山形の温泉街とこちらの小野田の温泉街を行ったり来たり交流する。ちょっと山越えすれば、今都会の人たちというのはマンションとかアパートに暮らしていますから、当然そういったところに喜んで来るわけなんです。かつての旅行というと、観光というと

団体客で大型バスを連ねて歩いた時代もあったんですが、今はこじんまりとそういったところに募集をかけるとすぐに、四、五十人、100人ぐらいは集まるわけですけども、そういうふうにそういった過疎地を目指して何とか観光事業できないのかな。かつての華々しい観光事業じゃなくて、自然を求めるような、環境を求めるような、みんながいやしを求められるようなことがいいのではないかな。これが一番宮城県としては、歴足あり、山あり、海あり、川あり、温泉街もあるわけですから、その辺で何とか伸ばしていけないのかなというふうに思います。都会の方は大分お金持っていますから、こちらに来てどんどん経済交流していってもらうというのが一番の産業になるのではないかなというふうに考えます。以上です。

○高橋部会長 観光で稼ぐ。

○佐宗委員 今、柳原委員の意見を伺っていてふと思い出したんですが、つい最近テレビでやっていました。観光だけではなくて団塊の世代の方々がどんどんこれから退職の時期を迎えられるので、都会に住んでいた方たちを、宮城県の田舎のいいところに、非常に温暖ないい場所だと思いますが、こちらに誘致してく。産業を誘致してくるというのはありますけれども、人を誘致とは言いませんね、何て言うのかわかりませんが。（「移住」の声あり）移住ですか、することによって、その団塊の世代の人たちが持っている財産というか、宮城県で物を買っていただけるし、それから住宅産業とかにも活性化されるでしょうし、それも非常にいいと今思ったんです。その分類はあるのかしらと思ったり、そういうものを促進するような動きはないんでしょうか。

○高橋部会長 それはいいですね。皆促進したい。バランスよくそれは促進したいわけです。けれども、私はプライオリティーづきの費用の配分だとか人材の配分だとか、そういうのをまた今度は区分けして、ここにいる皆さん全部プロジェクトの頭になっていただくことになるかもしれない。そのとき本当に配分は、費用対効果というのはいいのかということは考えていただきたいです。

○佐宗委員 何かどこかの地域では、そこにお金を重点的に出しているという地域もあるんです。

○高橋部会長 だから、経済性を重んじるか、知事がよく、産業振興審議会で私は議論させてもらったんですが、いや、農業は1%の上がりしかないけれども、日本の民土をつくるもので、これ以上大切なものはないんですよというお話をされているわけ。それは当然そういうところはあるんですけども。

どうぞ。

○磯田委員 観光というのは計り方が難しい、即効性が見えないんです。工場をつくって製品をつくれば幾らの額になった。それから、物を売ってもすぐわかるわけです。ところが、観光というのは、お金をかけてもどこで効果が出てきたのか計り方が難しいので、いつも観光が後回しにされているような気がいたしまして、私としてはちょっと寂しいなということと、それから意外と自分のところの日常行っているものがほかの地域の方には非日常性ですごい商品になるということを地域の方たちがもっと自信を持って、自分たちの地域でどんなことをしてきたかという再発見みたいな勉強会みたいなものがあってもいいのではないかと。割と今までは、みんな都会と同じ生活をした。自分のうちの前に大きな道路が通ってもらいたい。そういうような思いで参りましたけれども、やはりそこでなければ体験できないようなものがいっぱいあるのではないかと。そういう住んでいる方たちが自信を持てるようなものが何かないものではないでしょうか。そういう勉強会みたいなものがあってもいいのではないかと思います。ただ、そこそこで、それこそ中央通りが人の通過点だけでも、人通りはすごく多いんです。中央通りというのは駅までの、藤崎のわきから大内屋からのあの通りは、人は歩いているけれども、確かに消費にはつながっていないと。私もそう思っております。調査すると物すごい人通りの多いところだそうです。でも、出店しても、そこ通る方たちとのミスマッチがあれば売れないということだと思います。ただ田舎には、もっと宮城県には広く自然と、あと今までやってきた、経過してきたその歴史が、振り返るべきものがたくさんあるのではないかなと。それから、みんな同じでなくてもいいんだというような自信が持てるようなものが何かあったらいいなと思っております。以上です。

○高橋部会長 私はおととしかな、松島の船着き場で見ていたときに、船に乗る前に時間をつぶしていたとき、県の人たちの意気込みが変わってきたというように思ったのは、おととしの夏か秋だったと思いますけれども、やっぱりビラの、松島湾の観光ビラの多彩さというかな、それまでになかった私は大きな変化を見たんですが、一生懸命なんです。けれども、やっぱりそれだけでは効果としてあらわれない。だから、それは何をなすべきかなのです。

○磯田委員 すいません。地域住民がちょっと認識が足りないんです、松島の場合は。ちょっとハングリーさが足りないかなと思って、私は一生懸命なんです。

○高橋部会長 ありますよね。やっぱり宮城というのは。

○磯田委員 一生懸命何か語り部になって歩かなければならない。

○高橋部会長 ほどほどで幸せでいいの？ もっと幸せあるんじゃないの？ こう申し上げるんですけれども、いや、この程度でいいですというようなものでもったいないんです。

○千葉委員 一つは、磯田さんおっしゃった観光ということに関して。私はプラザホテル古川という、これは全くビジネスホテルなんですけど、古川で経営をしています。それで、ことし10年目なんですけど、新米経営者としてずっと事業を見てきて思うのは、この事業には向いた人と向かない人がいるということで、さっき磯田さんおっしゃったことに尽きると思うんですけど、いわばホスピタリティーみたいなものがすごく出てきて優しくて人にサービスをして喜んでもらえるのが自分も喜びだという人にとってはすごく向いた仕事だと思います。でも、そうじゃないタイプの方は、やっぱりどうも合わないという格好になってやめていってしまうと感じがしまして、そういう意味でいえば、そのホスピタリティーをキーワードにした高校ぐらいからであれば実業で、それから専門学校、こういった部分で一つの人材育成をしていただくと宮城の観光政策に非常にプラスになってくる可能性がある。そしてまた、実質的に雇用というふうな部分でも改善されていくということがあるのではないかなという感じがしています。

それから、もう一つ、地域産業活性化の部分で、地産地消というキーワードもやっぱり忘れて置いといておくということが必要で、いいものがわからなければ使われない。それで、実は案外、例えば観光という切り口でいっても、我々の近くには鳴子温泉があったりするわけですが、地域の人たちがいっぱい来てくれるときは鳴子温泉もにぎやかで、やっぱり地域の方が何となく飽きてしまったりだとかいろいろな、足がちょっと遠のいたというふうな部分ですごく落ち込んでしまうということがあって、ひょっとすると日本三景の松島でもそういう要素はあるんじゃないかと。そうだとすると、近くの方が来てもらえるような仕組みづくりというのすごく大切で、これは前の審議会のときにお話ししたことなんですけど、JTBの永田さんという委員の発言をキーワードに僕がちょっとその言葉をいただいて、「住めたらいいね、ふるさとみやぎ」というそういうふうなキーワードで少しいろいろ誘致をするようなことをしたらいいんじゃないかという話をしたことがあるんですけど、今のようインターネットの時代ですから、宮城産業百科みたいな格好で宮城県の県とか市とか商工会議所のホームページからどんどん産業で観光というところに入って行って松島というふうな格好でいくと。ここではこんなプランがありますよという格好になってどんどん追っていきける。そこに魅力を発見できるというふうなことで、これは物すごくお金をかけなくてももう既にいろいろなホームページがあったりするわけですから、それを体系的にまとめていってあげるだけでもすごく有益な情報になっていくんじゃないかと。これはやってみる価値あるんじゃないかと感じています。

○高橋部会長 千葉さんのおっしゃる地産地消というのは、東北の地では逆にこれを排除しない

と変わらないんだろうと思うんです。松島に呼ぶお客さんが200万人を対象にするより67億の世界の人口を対象にした方が、それは絶対いいはずなんです。だから、香港からも来てもらいたいし、台北からも来てもらいたいし、上海からも来てもらいたい。それに対して地元の人を呼ぶ。それはやっぱり古いんだろうと思う。きょうも午前中に補助金の審査会あったんですが、とってもいいお菓子が誕生しそうなんです。そうしたら、真っ先に持っていくのは地域の道の駅だということです。違う。これはキヨスクに持っていく。東京に持っていく。帝国ホテルで茶菓子として使ってもらう。ここから始めないとだめだと言うんですけども、地産地消が先に来るんです。これは縄文文化の悪い遺産です。

○磯田委員 よろしいでしょうか。

○高橋部会長 どうぞ。

○磯田委員 私は、それに対して異議あります。高い金をかけて輸送して、ほかに行って売る必要はないと思うんです。そして、地産地消、ところが生産者が意識が低いものですから、余りいいものが出てこないというのが今悩みでございます。できたら新鮮な野菜でしたら、できたてを食べさせたい。我々旅館業ですと、同じサイズのものをいつも同じように提供してもらいたいという思いでおりましたけれども、それはちょっと間違いだったなど。やはりできないときもあるんだと。それから、失敗して商品の悪いときもあるんだと。そういうことを消費者にアピールしていかなければいけないのではないかなと私たちは今思っているんです。

○高橋部会長 それは甘えです。

○磯田委員 甘えでしょうか。

○高橋部会長 甘えです。消費者はいつもおいしいのを食べたいんです。

○磯田委員 だけれども、おいしいもの……。

○高橋部会長 切らしてはだめなんです、提供者は。

○磯田委員 ただ、姿は問題ないですよ。野菜ですと刻んでしまったりいろいろしますと。ですから、そういうおいしい提供の仕方をしていかなければいけないというふうには思っております。これは、輸送して傷んだり、あとコストが上がったのでは、やはり消費者の値段に反映されてしまうのではないかなと思っております。

それと、ちょっと話変わりますが、先ほどお客様、うちの顧客というのは割と自分のところで働いている社員なんです。社員が納得しないもの、悪いものを売りますと、うちのお客さんはがたっと減ります。社員の口コミが物すごく大事という、一番の顧客のようだとこのごろ

痛感しております。ちょっと道がそれました。

○高橋部会長 それから、千葉さんがホスピタリティーの人材教育についておっしゃったんですが、どうも宮城県の義務教育、小中学校の人のつくり方も福島なんかとは違うみたいだと伺ったことがあります。改革する心だとか、その程度が違うとか、言われたんです。甘んじているんだとかそういうところにつながっているようだという。そこまで触れることはないのかもしれませんが、やっぱりそれは即効性はありませんけれども、課題の一つだというふうに私は思う。ここに産業人材育成というのがあります。だから、こういう以前にそういうことがまた必要だと思うんですが。

ここで「IT」ということが出てこないんです。やっぱり今デフレで日本が物が安くつくれるようになったからデフレなんです。これは中国を初めとする旧共産圏の安いレバーコストと、それからITをサービス、流通、製造の道具に使ったということ。それと、規制緩和で新規参入したものがニューカマーとして安く商品を提供するようになった。私は、この三つの条件が今のデフレを形成していると思います。そういうことで考えると、ITという道具をもっと宮城は考えないといけないんじゃないかと。ここには情報産業、ITというのはいないんです。むしろコンテンツあたりまで考えたいところですが。

それともう一つは、右側の一番初めに、大きなシートで「産業団体等の機能強化」。私の言う6、000社、これは本当は県が主導的になって、それで(財)みやぎ産業振興機構が実行部隊となって、それでその6、000社の製造業の活性化をするのではなくて、みずから経済会、工業会がしなければいけないという構造改革の論理があると思うんです。従って、工業会とか、東北経済連合会だとかこういう産業団体、経済団体の機能強化ということも呼びかけと、その指導的な体制が必要じゃないかと思います。

それから、ここにまたちょうどよく書いてあるんですが、金融支援。県がみずからリスクをとって、そしてベンチャー投資をするというこういう時代になったんです。私は、県が最も変革したという点でのあかしとしてそういうものを挙げるんですが、リスクをとってインフラづくりに投資するんですから。ということで考えると、金融業界はもっとリスクをとってもらわないといけない。地銀、それから市銀、そういうところまで含めて、組合さんまで含めてもっとベンチャー投資だとかということをやってもらいたい。

私がさるところで議論した、建設と金融が片づかないと日本の21世紀は明けないのだという議論をした座談会の資料があるので、後でお読みになっていただきたい。要するに、アメリカは金利が3.5%だった時代に日本は平均的に1.6%ということで国も何兆円も銀行の健

全化に注入したわけです。それは落ちついてきましたけれども、これからのインフラづくりという点で、行政だけやるものじゃない。やっぱり金融業界がもっともっとリスクを持って自分の道をみずから語ってほしいと思いますので、その金融問題の指導まで私は語っていいんじゃないかと思うんです。

どうぞ。

○千葉委員 地産地消はだめと言われたんですが、会長に反論をとりあえずしておきたいと思うんですが、本当に中小企業で経営に苦労しながらやっている人間から見ると、やっぱり基本的にいかにして損益分岐点を超えるかというところがベースにあるんです。何とかとにかくちゃんと経営ができると。プラスアルファ、収益上がってきたらこういう攻めができるかな。そういうものがやっぱりあるんです。会長は大企業のご出身ですから、中小企業のその辺の感覚をできれば理解をしてほしい。それで、例えばさっき言ったように、そういうことを考えると、地場にいる人たちがお客さんになってくれて何とか損益分岐点を超える。そして、そこからプラスアルファをつくりながら、それこそ帝国ホテルに攻めていくんだというそういうふうな2段階で、何もなくてノーハードでぼんと首都圏市場に行つて成功するかどうかというと、成功する能力のある商品だったとしても、その体力とでもいいますか、その地盤がなければそれは難しいんじゃないかと。そういうことからいえば、みんなで幸せになっていこうと。この地域の人間がみんなで幸せになっていこうということを考えるのであれば、地域の名産品みたいなものを育てていくというそういうふうな意識がないと、僕はその地域は発展をしていかない可能性があるというふうに感じる。だから、やっぱり甘えと言われようが何と言われようが、仲間うちの、この地域のものを使おうよというそういう気分は、ぜひとも県民の意識の中につくってほしいというのがあります。

○高橋部会長 まず、損益分岐点ぎりぎりのところであえぐのはやめましょうよ。疲れますよ。だから、規模が小さくてもいい。これは中小でも大企業でも皆同じなんです。今、考えさせられるのは、あのSMAPの歌なんです。「世界に一つだけの花」。大きく咲かなくたっていい。ソニーみたいに大きくなつて、松下でなくたっていい。けれども、世界にこれしかないというものを持って、それを売ろうよ。そこに普通の米の値段の3倍とか4倍で買ってもらえるという商品構図ができるわけです。そうすると、損益分岐を一生懸命見渡しながら資金繰りの心配することないんです。経常利益率2けた、10%にそろいます。それは大中小規模にかかわらないんです。何をやるかなんです。欲しい物をつくるんです。

○千葉委員 これで終わりにしますが、やっぱり県内においてオンリーワン企業、そういうふう

な、会長がおっしゃるようなことができるのは実に一握りの数%だと思うんです。それはそれでいいんです。

○高橋部会長 いや、みんなそうしようと言っているんです。

○千葉委員 それはそういうふうな格好でパイロット企業として我々に希望を与えてくれればいい。だけれども、非常に多くの部分がそうではない。損益分岐点で苦しんでいる企業なんですから、その人たちをやっぱり政治の、経済の、ライブドアの社長が講演で言うのは高橋会長の話でいいと思うんです。だけれども、政治というか県政をどうするかということでは、やっぱり数多い損益分岐点ぶらぶら企業をどういうふうに救っていくかとか、どういうふうに成長してもらうかということの本気になって考えなければいけない。

○高橋部会長 だから、これを壊すか中身を入れかえてびかびかにしないとだめなんです。それで、税金を納めてくれるような、小さな企業でもそうしないと、もう県税は上がらないし、どこへ行ったって今までと変わらない堂々めぐりの不幸せだけ残るんです。

○堀切川委員 目の前でなかなかすごい論争が展開されているんですけども、地産地消がいいのか、最初からもう外に打って出てビジネスとして成り立つことに挑戦する仕組みをつくらないといけないのかというのは多分物によるんじゃないかなという感じがしていて、どちらもビジネスとしては死にたくない、絶対もうかった方がいい話だと思うので、両方あっていいかなという、逆にどっちかに固定しない方がいいかなと思っています。こういうことを言うとなんとなく幼時的な発言かなという感じなんですけど、以前山形の子供靴と冬場に滑りにくい靴を開発させてもらったんですが、これは完全に地産地消なんです。雪が降っているところでしかその靴買う人いないので、東京へ持っていったってだれも見向きもしないんです。これは北海道に持っていったらもっといい、変なスパイクがいっぱいついた靴があるかもしれないので。まあ、微妙な話ですが。

○高橋部会長 まあそれはたまたま山形で発生したのであって、それは雪国という市場で使うものなんです。地産地消とは、違うのでは。

○堀切川委員 ただ、最近宮城の県北の方の会社とちょっとスポーツ用の自転車のタイヤをつくってようやく製品化したんですけども、これはもう完全にマーケットを考えるとアメリカに売らないと話にならないので、パンフレットを最初に英文をつかって、後から余力で日本語のパンフレットをつくりました。ですので、やっぱり物によるんじゃないかなと、個人的に思うんです。今のお話も伺っていて、これからやる行動計画のこの中身が宮城でないと意味がないことになっているかどうかとさっきから見せて、かなりの部分はほかの県で

こういう行動計画を立てていても似たようなことをやるんじゃないかなという予感もするんです。すると、宮城の特徴は一体何なのかというのが私自身よくわかっていないんです。ひょっとすると地方のいい点、問題点とか、都会のいい点、問題点が全部まざって用意されているのが宮城かなと思っていて、例えば少子高齢化などに人口が集中する仙台市があるというのは、これはある意味で都会の問題と地方の問題が両方抱えている地域なので、そういう地域でないといけない仕組みとか工夫が右側の方に出てきてくれるといいなという感じが個人的にはします。

例えば、右の方に、先ほど「IT」という文字が一つもないというのもあったんですが、「ベンチャー」という文字も一つもないんです、真ん中の方にはあるんですけども。それでいくと、例えばこういう地方と都会の両方の問題が共存する宮城のベンチャーはどうあるべきかというのが何かうたわれてほしいなというのがあって、いわゆるライブドアの社長みたいなのがベンチャーのイメージがすごく強いですけれども、個人的には高齢者の方に頑張ってもらうシルバーベンチャーみたいなものはこれから絶対必要だと思っているんです。シルバーベンチャーだと1人が飯食えるとこの事業は成功なんです。いろいろな経験積まれた人が社会のために、おれは新しいビジネス何かやりたいというのがあれば、その人が飯が食えればまずは成功という非常に成功の確率が高いベンチャーなので、高齢化というのであればシルバーベンチャーを支援することを宮城としては表に出しますよとか、個人的にはベンチャーは三つ魅力があると思っていて、シルバーベンチャーとレディースベンチャーと学生ベンチャーという三つお願いしたいと思うんです。いわゆる産業をつくるのが期待されない人材かもしれないんですけども、この三つから出てくる産業は絶対おもしろいんです。だから、女性の企業家と高齢者の企業家と若い学生の企業家を支援するんだというようなものを書いていただくと、都会と地方のよしあし全部ひっくるめた宮城の色が出るのではないかなと個人的には思います。

それから、もう一つは、宮城県は商、工、もう一つ水産加工と農林と観光とそれぞれに結構な力があって特徴もあるんだろうと思うんですけども、そうしたそれらを連携させるような産業をつくりましょうというのがあってもいいような気がするんです。観光をしかけるためには商が裏で何かうまいアイデアをつなぐとか、先ほどおいしいお土産がないというお話があったので、観光が活性化するよううまい土産をつくりましょうでもいいし、工業の製品をホテルとか旅館に置いていただいて売ってもらってもいいと思うんです。個人的には温泉場が多い地域なので、温泉場に行くときに履くホテルや旅館のスリッパは絶対滑りにくいと。そのスリッパはお客様にお持ち帰りいただくとロコミで、あそこの旅館に行くと安全なスリッパただで

くれるぞという、それをつくっているのはどこだというと宮城のこの会社だとなってそれが売れてくるとか何かそういう複合した仕掛けがあってもおもしろいなと思って、個人的には旅館で浴衣をくれる旅館があったら絶対そこに泊まると思います。2、000円高くてもそっかへ泊まると思うんです。何かあそこに行くところなのもらってこれると。

観光というのは、リピーターが来るようになれば成功だという話もあるんですけども、一庶民の立場から同じ場所の同じ宿屋に泊まるよりは、今回は別なところに行きたがるんですけども、隣近所にあそこはよかったよという5件ぐらいのおしゃべりな人がいれば、似たようなセミリピーターが来るんだとすれば、私はもうすごい格好いい浴衣とスリッパをただでくれる旅館業は宮城から始まったとかというのがあってもいいかなと。

○高橋部会長 磯田さんのところでバスローブとかお上げするとか。松島のバスローブ。

○堀切川委員 ちなみに、自転車のタイヤつくって北米で展示会に出していただいたら、アメリカからえらい評判がよかったらしいんですけども、メード・イン・ジャパンは山ほど見てきたけれども、日本から新しく生まれた製品初めて見たという皮肉を言われたんだそうです。メード・イン・ジャパンというのは質はいいけれども、つくったアイデアはほかの国なんですけれども、だとすればメード・イン・ミヤギというよりは宮城から生まれたものをつくりましょうという、何ていうか、ボーン・イン・ミヤギですか、何かそんなようなブランドをつくっていけばいいんでないかなと思うので、ぜひ浴衣を配れる観光があるといいなと思います。

ちなみに、あるすごい過疎の地域で観光でこ入れするとき人がいないと。やっぱり高齢社会で非常に問題になられた地域があったんですが、ここはうまく国をだまして金取ってきて、町を1周する周遊の観光バス、定期的にぐるぐる1時間おきに出していて、ここの観光バスガイドは完全にシルバーの人に頼んだんです。これが町の心配をよそに非常に評判がよかったんですが、都会から来た人は、おじいさん、おばあさんが何言っているか全然わからない。その何言っているかわからないのに触れて観光地を回れるのが楽しいんだそうです。それで、観光客がその辺のそば屋へ入ろうとすると、あそこはまずいからやめておけと言う。その隣の汚い方がうまいと。これが地元でないと言えない情報だと思うんですけども、そういう地元の人が出てきてくれる方が実は都会の人は非常に新鮮な感動を味わえるみたいなので、そういうものをまぜたらどうでしょうかと思います。

○高橋部会長 各課長さん方からも何かございませんか。

○事務局 きょうは、事務方は、こういう配置ですから、各課長はしゃべるようにと言われてき

ておりますので、せっかくですので一言だけ申し上げます。

今の紙の中で説明で少し弱かったと思うのが、「(仮称)商工業中期行動計画」という表題の下に小さな括弧で「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」と書いてあるんです。今までの議論を踏まえますと、この地でビジネスプランがたくさん出てくるような世界をつくっていくというのが極めて大事だと思っています。私どもいろいろな形で人、物、金、情報の補助をしてきたわけ、支援をしてきたわけですけども、ビジネスプランそのものをブラッシュアップするとか、ビジネスプランの数を多くしようじゃないかとかそういった中身、それから雰囲気づくりというんですか、そういったことに対する観点がちょっと弱かったなという反省があるわけです。

ここに書いてあるのは、製造業や商業を中心とした施策、これがアクションプランだったわけです。付加価値が高いとか、波及効果が高い、それからメインだからこれやっつけようということをつくったんですけども、そうじゃなくて、少し発想を変えていくと、「持続的なイノベーションを可能とする」と書いていますが、要するに次々とビジネスプランが生まれてき、それを応援していけるような「産業生態系」と書いていますが、人と人のネットワークがあるとか、産業支援機関同士が応援し合えるとか、ビジネスプランを持っている者同士がいろいろな形で有機的にぶつかり合った結果またさらにいいものが生まれるとか、そういったものというのが大事じゃないですかというのを戦略的に考えて、そのための武器がとりあえずアプローチする方法としてこんな方法があるんじゃないですか、こんなふうを考えてみたらいかがでしょうという提案なんです。

○高橋部会長 だから、大きく変革するとき、その戦略の次のハウツーを大事にして、それをどうやって実現するかが、やっぱり大きく変化するときには殊に大事なんですけれども、例えば私なんか今のそういう戦略に対しては、私どもがやっている基礎養成講座みたいなプランづくりの勉強会をしていたのが、学生から商店主からいろいろな教授から集まって、ビジネスモデルを立ち上げる勉強会をするようになったんです。3カ月やって、土曜日だけ。それで、最後に土曜日1日卒業式の発表会やりますけれども、そういうものをもう名掛丁のあたりでやろうと。そういうのにどんどん参画してみて、そういう気概を持っていくような。だから、そういう仕組みづくりが大事だと思う気がしますけれども。

中小でも大企業でも、結局は同じでして、高い目標を掲げるということと、スピードを持って処すことだけなんです。楽天の三木谷さんと最近お話ししました。よそが12カ月でやることを1カ月でやろうというこういう会社なんです。小さい会社がそういう目標を掲げてやった

ら、プロ野球を買えるようなすばらしい会社になったということなんで、だからこれはもう大会社でも小さな会社でも同じです。よそが12カ月でやるものを1カ月で解決しよう。そういうスピードなんです。目標値の高さとスピードなんです。だから、それはだれでもそういうのは同じに言えることだということを最後にお話しします。

柳原さん、お願いします。

○柳原専門委員 食品工業というのは、宮城県では工業製品出荷額で大体4分の1占めるんです。非常に重要な産業なんですけれども、電気とかエレクトロニクスに次ぐ産業なんです、4分の1ですから。23%か24%ぐらい行っていると思いますけれども。それで、ただ食材王国みやぎとかいろいろなことを言われているのですけれども、実は宮城県の食品産業、全県、全部まとめても大手の食品会社1社分にしか相当しないんです。例えば、ある大手食品メーカーは、1兆円の売上、要するにあのぐらゐの大手の企業というのは力があるんです。

それで、実は私も考えているんですが、宮城県のいろいろな企業、幾ら誘致しても今来ない時代なんです。ですから、現在ある企業を何とか振興、存続させていただきたいなど。企業の振興と観光事業を伸ばしたいと考えます。

○高橋部会長 分かりました。そういう視点もふまえた議論をしていきたいと思います。それでは今日のところは、時間がまいりましたので、事務局の方へお返ししましょう。

○事務局 意見交換の時間、随分用意したつもりだったんですが、まだ足らなかったかもしれません。熱心な意見交換、本当にありがとうございました。事務局だけで心細いものですから、かわりに答えてくれる課長さんたちをいっぱいそろえたんですが、ほとんど出番がなかったですね。熱のこもった審議まことにありがとうございました。

○高橋部会長 ぜひこの後、きょうの大変いい議論を土台にして、また優秀な行政の頭脳でこれを討議していただいて、より確かなものに立ち上げていきたいと思います。

○事務局 これで次回またということではなくて、次回までの間にまた個別にお伺いしていろいろご意見等をお伺いする機会もあるかと思います。

また、お手元の方にペーパー用意してございましたけれども、もしきょう至らなかった分、あれを言うんだったということがもしありましたらまたメモ等でちょうだいできればと思います。事務局からは以上でございます。

4. 閉 会

○司会 それでは、よろしいでしょうか。

以上をもちまして、第1回の宮城県産業振興審議会商工業部会の方を終了させていただきたいと思えます。

本日はどうもご苦労さまでございました。

○高橋部会長 どうもご協力ありがとうございました。