

平成 24 年度「みえ産業振興戦略」アドバイザーリポート 議事概要

日時：平成 25 年 2 月 23 日（土） 10：00～12：00

場所：東京商工会議所 4 階 特別会議室 A

出席者

佐久間座長、田中委員、西田委員、山根委員、ダマシエック委員、後藤委員、生駒委員、宮崎委員、徳増委員、西村委員、松原委員、和田委員、鈴木知事、山川雇用経済部長、加藤観光・国際局長

議事概要

1. 開会

三重県知事 あいさつ

2. 議題「みえ産業振興戦略」の具現化等について（各委員の発言）

●田中委員（ジャパンマテリアル株式会社 代表取締役社長）

- 高圧ガス、特殊ガスの製造及び保守管理をやらせていただいているが、その分野に関して、韓国・台湾・中国・アメリカ等と日本の規制との違いが明確におかしいと感じ、業界に携わっている人が集まってもう一度見直す勉強会をやらせようとして提案させていただいた。
- 例えば、昭和 26 年に作られた高圧ガス保安法規程集は数十回の改訂がなされており、全てを解説することは事実上不可能。一方で韓国にはこのような法律が無いことから、イニシャルコストだけでなく、運転コストにおいて非常に大きな差が発生し、そのコストはユーザー企業に上乗せされることとなる。NAND 型フラッシュ等は高い保安基準を超えて作られたもの、韓国は基準無しで作られたものとなるが、購入される際は、そのような事情関係なく価格が決め手となるため、国際競争に圧倒的に負けてしまう。
- 他にも、R&D については、新しいガスの実験に際して 2 週間前の届出規制があるが、それでは研究開発にならない。一括で全て届け出る仕組みが必要なのではないかと感じている。
- このような弱点を改善していく必要があると感じているが、その際、一方的に規制撤廃を要求するのではなく、まずは勉強会において、技術開発でカバーできる部分の見直しを行っていくべきではないかと考えている。

●西田委員（株式会社東芝 取締役会長）

- 成長戦略はどの時代の政権でも大きな柱の一つであるが、これまで殆ど実行されてこなかった。知事の発言にもあったとおり、やるしかないということだと思う。
- 実行されてこなかった理由の 1 つは、まず優先順位がつけられないということと、国の成長戦略は中長期をカバーしているにも関わらず、政府は単年度予算であることか

ら1年間の投資しか提示できないということ。

- 政府がどれだけ投資するか、またそれにより民間の投資をどう喚起するかが重要となる。そのためには、政府は優先順位をつけた戦略で今後10年間の投資規模を示し、また、民間からはどの程度の投資規模を期待しているかというやり取りがあるべき。民間は、来年、再来年がどうなるかわからない状況で、リスクの高い長期的な投資をすることはできない。
- 2つめの理由は行程表が大雑把なマイルストーンに過ぎず、具体的なアクションに結びつくものになっていないこと。
- 例えば、この三重県の戦略でも、2015年までに、30億円ぐらいの投資規模になるかと思うが、民間企業に対して、2015年までに、県としてどの項目にどれぐらいの投資をするか、見える化していくことも重要。
- 田中委員から大変いい規制緩和の話があったが、今回の政府の成長戦略の中でも、今まで以上に規制緩和が重要な要素を占めることになると思う。その意味で、三重県としても、ものづくりだけでなく、サービス業も含めいろんな分野で規制緩和要望を出していくべきだと思うが、知事から説明のあった3つのアイテムだけでも当社にとっていくらコストダウンになるかということ、すでに計算している。企業の発想でぜひ進めるべき。
- エネルギーというのも成長戦略の一つ。地球温暖化の問題に行き着くことになると思うが、CO2の排出・温室効果ガスの排出にどういう効果をもたらしているかということ、三重県としても問われることになるだろう。四日市などで計画されているスマートコミュニティの取組を他県に先駆けていち早く仕上げることで、エコツーリズムとしても展開し、海外、東南アジアの皆さんに技術を売り込むことが重要ではないか。日本の他地域に同様のものがたくさんできる前に、三重県にスマートコミュニティが出来上がっているところを見せられるよう、急ぐ必要がある。
- そのためには世界にはない、他では供給できない技術に新たにに取り組むということも重要。例えばサイバー攻撃などによる機密情報・個人情報の漏えいへの備えが重要になっているが、当社では、究極の暗号システムといわれている量子暗号を開発しており、実用化・商用化段階になっている。これをスマートコミュニティの中に投入するITシステムの中に入れ込めば世界初になり、非常にいいのではないかと思う。
- 企業にとって21世紀に生きるための戦略として、グローバル化への対応は避けられない。グローバル化に対応するということ、大前提にして、いかに日々のイノベーションを創出できるか、それによってまた自分たちが変えていけるかということが一つ。
- 次はイノベーション。私も社長になって2005年からずっと言い続けているので、イノベーションのほうにウエイトが移ってしまい、やや生産性というところに日本の課題として議論されなくなったが、持続的成長を支えるためには、生産性の向上もないと絶対に実現できない。これをもう一度、やっぱりサービス業における生産性の向上をはじめとして、特定のプロジェクト形式をとることにより、要素別に生産性向上を図るための施策を展開していかなければならない。
- グローバル化への対応として上海、バンコクにビジネスサポートデスクを設立したの

は非常に良いと思う。我々も中国、バンコクに多くの工場、多数のスタッフを抱えているので、我々の方からも積極的にサポートさせていただきたい。

- イノベーションは技術だけからは生まれない。開発部門とものづくり部門とマーケティング部門が新技術や新商品の開発を一体となって進め、イノベーションの3乗「アイキューブ」として掛け算の効果、すなわちイノベーションの乗数効果を創出していかなければ、日本の強みは失われていく。
- 産業立地、競争力をつけるということは、企業が悩んでいる六重苦をいかに解消するかということ。円高は解消されつつあるが、10年～15年を睨んだ円高の解消策も必要。成長戦略が成功して日本の競争力がつけば円高になっていくわけなので、長期にわたる円高対策を為替レートの問題として考えていかねばならない。
- 企業にとっての法人税は大きな課題。日本は世界でも地方税にしろる法人の貢献度合いが突出して高い。地方自治を今後どのような形で進めていくのか、また、受益者負担という基本原則に基づき、将来的に是正していく必要がある。
- エネルギーの安定供給及びコストは差し迫った極めて重要な問題で、今後、電気代が高くなれば我々の意思に反して、本当に海外へ出て行かざるを得ない。
- 地球温暖化については、25%という目標値で産業界も色々な努力を迫られてきた。国際的合意ではあるが、2050年に80%削減というのは大変な課題。そのための努力を地球全体で要求されることを考えると、どう取り組んでいくかは産業立地における目標・課題でもある。

●山根委員（本田技研工業株式会社 執行役員・鈴鹿製作所長）

- 日本のマザー工場とは何かという議論を10年前からしているが、今日の知事の提案を聞くと、我々の悩みを県としても実行していく姿勢を感じた。
- 具体的には、過去、国内には二輪の大きな市場があったが、それが一挙に縮小し、海外と国内のバランスが崩れた。当初、約50万台分の仕事がないと国内の雇用確保はできないとされ、生産性向上によって仕事の維持を図ったが、最終的に海外のバイクの技術のキャッチアップのスピードと賃率には勝てなかった。結果的に、現在国内における二輪については、一つは大型のバイク、もう一つはプラットフォームとしてマザー機能を担っている。全世界で作っている二輪のコアとなるエンジンについて、競争力のある設計や材料を日本で極め、熟成して世界の中に出す方式を取っている。
- 四輪については、いかに日本において確固とした地位を作るか議論をしているところであり、まずは鈴鹿で新たな試みをするため、栃木にある研究所のメンバー、品質管理のメンバーを鈴鹿製作所に呼んだ。従来は、企画した人が図面を作成し、それを現場が受けた後、この図面をどうしたら現場で作れるかという流れであったが、その時代は終わった。
- 図面を書く前に、車に必要な機能や、先端材料の活用方法などを一つのフロアで提案しあい、最終製品が競争力のあるものになるよう仕上げていきたい。
- サムソンもヒュンダイも加工技術、基礎技術に対してはあまり投資をせず、どちらかというとな企画力で相当良いものを作っている。それに対して、日本はベース技術を持

っている。素材を熟知した人、加工を熟知した人達が一箇所で議論するなど、ニーズとシーズが同じ場所で議論されることを通じて、顧客に望まれるものを作っていくことが日本の強みになると思っている。

●**ダマシエク委員（日本キャット・マイクロエレクトロニクス株式会社 代表取締役社長）**

- 我が社では、世界のどの拠点にどんなファンクションを持たせるか、各国における差別化できる強みは何かなどの議論をしている。本社からすれば日本はいろんなオペレーションがあるうちの一つのコマに過ぎない。
- 海外から日本を見ると、人件費、公共料金、税率の割高さが目立ち、コツコツと多少のコストダウンをしてはとても太刀打ちできない。加えて、半導体の業界では、人口減少や事業の縮小等により、最終顧客のベースがどんどんアジアへとシフトしている。確かに円安はプラス要因ではあるが、それが全部帳消しになるくらいの逆風となっている。
- その環境の中で、三重県にどう製造業を誘致し、復活させるのか考えた場合、集積化されている工業の形を一つの大きな差別化のポイントとして、さらに前進させていくことは正しいと思う。
- イノベーションに向けて、日本は技術・ものづくりの点では強みを有しているが、その強みを外に向けて発信するマーケティング力が弱い。
- マーケティングから話が始まる外資系企業から見ると、良いものの価値が必ずしも精査されておらず、パッケージとして数値化して外に出すことができていないため、結果として価値が曖昧になり、宝の持ち腐れとなってしまう。
- 製造業が継続的に成長していくためには、やはり技術開発が必要であり、我々はそこに特化している。モノを作るコストでは台湾にも韓国にも到底勝てないため、三重県の工場に新しい装置等を導入して付加価値のある技術開発を行うことで競争力を維持しているのが現状。
- 県外から企業や研究所を三重に誘致してくるためには、助成金も重要だとは思いますが、インフラの提供や融資のサポート、人材確保の支援が必要。中でも人材確保については、三重県では人材が容易に集まらないため、外部から人材を調達せざるを得ず時間もかかる。人材確保のサポートを県でやってもらえれば非常に有効。
- 三重県においても実力ある退職予定の団塊の世代が大勢いるので、この人達を組織化し、新しい世代の教育において活躍してもらおうのも一案。
- 人材確保に関わらず、「なんでもサポートデスク」といったものを置けば、小さな企業でも三重県に立地するのではないかな。
- また、半導体のウエハーサイズが大きくなるにつれ、今後、自社のクリーンルームでは製品評価ができなくなるおそれがあり、それでは韓国や台湾に負けてしまう。三重県単独では難しいと思うが、例えば、グレーター名古屋や関西圏などの協力において共同で評価用装置を保有し、リースなどの形態で企業が研究開発に使うことができれば、研究開発の為のハードへの投資資金も抑えられ、その分高度な技術開発に資金を使うことが出来ると思う。

- 長期的に考えると、製造業として将来成長しそうなベンチャーを三重県に誘致して行くことは非常に重要。ベンチャーファンドの立ち上げや大学発ベンチャー支援などの中に、アジアの若者達も呼び込んで技術開発をすることで、日本に根付き、三重で工場を作るところまでサポートすることができれば、最初は小さなところから始まったシリコンバレーみたいなものが三重県でもできあがり、それがまた大きな特色となつて、三重株式会社より大きくなっていくのではないかと思う。

●後藤委員（LLC 場所文化機構 代表）

- 知事の説明に三重県の気合とエネルギーを感じたが、誰がやるかというプレイヤーの部分で明確になっていない。誰かにやらせるのか、自らの責任でやるのかという所に大きな違いがある。やらせてしまうと、経験したことが自分の中に積み上がっていかず勿体無い。
- 北海道から三重県を見ると宝の山である。ものづくり技術をはじめ様々な企業が立地しており、日本における位置的なものも含めて相当優位にある。北海道は広大な面積があり、量を沢山作ることができるが、それを上手く活かせてない。
- 三重の価値を三重だけに収めるのではなく、日本の宝、アジアの宝にしていくと考えた時に、足し算ではなく、掛け算的な地域連携が必要になる。そのような連携モデルとして、現在、三重県と北海道という場所が繋がる動きが行われている。民と民が色々な形で動き、そこに県という行政が加わったことで、現場の小さなアクションが、地域全体のムーブメントになっていくことを実感している。
- 行政は平等的に支援しなければならないという話があるが、しっかりと道を切り拓いていく企業や個人をどんどん支援していく「戦略的不平等」という視点が必要ではないか。
- 課題は評価にある。評価する側が目先だけに囚われて身動きがとれないでいる。視点を変えて、何かをする際、国は20年先を、県は10年先を、市町村は5年先を考え、その手前は地域の民間が動くという期間における役割分担が必要。そうすると同じことをやってもつながっていく。しかし、現状は今の結果・評価の取り合いで、国も県も市町村も民間も同じ所で動いてしまい、地域の戦略が立てられないでいる。
- 三重には知恵も力もお金もあり、あとは意識を変えるだけだと思う。そこをどのようにしていくのか、三重県としての中長期の戦略を立て、しっかりと軸を持ってプロジェクトを進めていくことができれば、三重県が日本の宝になる仕掛けになっていくと思う。
- その意味で、日本橋の首都圏営業拠点是非常に重要になる。東京には沢山の人がいるが、その中でたった一人の人を掴めるかが重要なポイント。それができなければ人がどれだけ大勢いても何の役にも立たない。
- 以前、車メーカーのプレミアムブランドの企画に関わった際に視察した米国のカリスマディーラーは、「大きなお金が動く新車購入者だけを大切にするのはではなく、タイヤ交換や洗車に来る1回の金額が低いお客様を生涯の顧客にすることが重要だ」という意識改革で大成功した方だった。目先の大きな金額ではなく、長期的な視野で利益を

考えることも必要。

- すべてのことにおいて、人の意識をどう変えるのかが最も重要なポイントであり、人を育て、それぞれを連携していくことができたなら事業はどんどん具体化していく。今は北海道との連携であるが、全国各地と連携することで、日本の宝、アジアの宝になる三重県戦略が立っていく。

●西村委員（国立大学法人三重大学大学院医学系研究科 教授・学長補佐）

- 資料はよくできていると思うが、一方で、どこでもできることが書いてある。「なぜ三重県でなければならないのか」という切り口を個々の政策に落とし込んでいくことが重要。
- 先日、台湾を訪問したが、台湾と組む場合でも、台湾から見てなぜ三重県と組むのかという点を先鋭化する必要がある。町工場からトップの研究機関を訪問し、1～2時間程ディスカッションをしたが、三重県だから出せる特徴のひとつは中小企業連合ではないかと感じた。
- 三重県には研ぎ澄まされた技術を持った特徴のある社長が多い。その技術を組み合わせることにより、流行を追いながら形態を変えつつ、コラボレーションを起こしやすくなる。また、台湾の中小企業にも想像以上に技術力があるが、世代交代に際して、これまで培ってきた技術をどうやって生かすか悩んでいる。その双方の中小企業間でのコラボレーションには可能性があると考えている。
- 台湾では、単なる部品製造だけでなく、最終製品の製造までしたいという気持ちがあるが自分達だけでは出来ない。日本と台湾の間で若手研究者を交流させ、新しいイノベーションを起こしうる国際異業種交流若手会、経営者会のようなものを、三重大学が台湾の大学と組んでできないか考えている。
- 台湾にある大同大学は、台湾中の企業に技術者を作り上げたいと訴え、また、全ての企業の情報を持っている。ワンストップサービスで、企業の課題や求めている技術などの情報が蓄積されており、私も大学に呼ばれ、日本の中小企業の技術について意欲的に尋ねられた。
- 台湾の教授陣を三重県に招いて県内企業を回ってもらうことにした。その中で、大同グループにリストアップしてもらった技術を探してもらうことを通じて、具体的なプロジェクトにつなげていきたい。
- また、三重大学でも同様に県内企業を熟知し、考えながら組み合わせていくことで、台湾との学々連携にもつながるのではないか。
- 人材育成については、若い人材を育てる15年政策が必要であり、その際、工業高校や商業高校等の実学面を強化すべき。具体的には、若い人達の教育に光をあて、実業界の人達が今後産業界に入ろうとしている人達に対して、工業高校で学ぶことのプライドの高さを直接伝えるようなことを、県が盛り上げてほしい。そうすると人材の層が厚くなり、その世代が大学に入学した時点の考え方が変わり、それは大学の改革にも繋がっていく、というような県全体での高度な人材育成に取り組んでいくべき。

●生駒委員（ファッションジャーナリスト）

- 日本のデザイナーが世界中のマーケットを圧倒しているが、パリ発、ニューヨーク発ばかりで、決して東京からは出現しない。経済産業省が2010年に策定した「新産業構造ビジョン」の「今後日本が何で稼ぎ、どのような形で雇用を創出していくか」という5本柱の1つが、文化産業立国であるにも関わらず、日本は文化の発信が徹底的に遅れていると感じている。
- この会議資料は日本の現状を凝縮していると感じたが、文化戦略として、「クールジャパン」ならぬ「クール三重戦略」も一つの柱として加えたらどうか。
- 最近、クールジャパンのメンバーと「地方のメッカ化」という言葉を掲げている。例えば、ダボスと言えば世界経済フォーラム、カンヌと言えば国際映画祭など、人口規模に関係なく戦略的に発信力を持つ都市は存在している。
- 今、日本はデザイン立国であり、建築やアート、ファッションも実は世界のトップレベルに近く、各ジャンルの世界トップ3に入る人達を多数輩出している。ただ、日本からのサポート、発信力が弱い。
- 三重県においても、複数箇所程をつなぐことで東京とかわらないぐらいの発信力を持ち得る、潜在的なクリエイティブ力が存在している。文化というのは多ジャンルのものをつなげて発信することで、一つのメディアになりうるジャンルなので、もっと活用すると共に、産業化につなげる意味で、ビジョンの中に戦略的なプロモーションを組み込んでもらいたい。
- そもそも、クリエイティブ・インダストリーが日本ではまだ明確になっていない。スタンフォード大学やMIT等の海外の大学では、10代・20代の学生が企業と一体となって、サイエンス・テクノロジーやクリエイティブ力、マーケティング、ベンチャーなど、新しい企業の作り方や産業振興が勃発している。
- 机上の空論かもしれないが、例えば三重にスタンフォード大学の分校やMITを誘致し、そこで企業がヘッドハンティングできるような才能の誘致にも取り組むべき。
- アートがアートだけでは成り立たない時代。その意味で、研究機関や大学、国際会議、アートイベントのような場で、才能を持った方々が集約的に情報交換することが必要ではないか。クールジャパンは食から観光まで含んでいるので、このクールジャパンを色々なジャンルのつなぎ役としてプロモーションにつなげていくべきであり、更にはクール三重的な戦略を共に考えていきたい。
- この社会を未来につなぐために必要な21世紀の力は社会貢献と文化貢献だと思っている。社会貢献は、例えば企業と地域をつなぐ力として重要になってきているNPOやNGOの動きとの連携も検討して欲しい。

●宮崎委員（株式会社宮崎本店 代表取締役社長）

- 県庁職員による県内外1,052社訪問を通じて、中小・下請け企業の売上・利益率の低さ、産学官の連携の弱さ、海外戦略の遅れが課題として判明したが、これは宿題であり、それをどう解決していくかが重要。
- 県はどうしても入り口連携に取り組みたがるが、上手くいった例はない。ものすごく

良い製品でも、売れるかどうかはデザインやメディア戦略に徹底的に取り組むことが連携で最も大切なことなので、出口連携に力を入れるべき。

- 我々の業界のように、海外原料を使用して国内販売している場合、今年は値上げできないと非常に苦戦する年だと思うが、今までの商品をすぐに値上げできるほど甘い市場ではなく、値上げするには新商品開発しかない。
- 例えば、清涼飲料水であれば特定保健用食品という機能をつけることにより、価格維持、値上げが可能になる。その際の商品開発は入り口連携であるが、出口のコンセプトが前提となっている。県はもっと柔軟に、デザイナーやクリエイターを連携に巻き込んでいくべき。
- 海外戦略ではニューヨーク、パリ、ロンドン、上海、北京などが挙げられるが、まずは東京でマーケティングができなければ世界を攻めることはできない。その意味で、是非とも東京の戦略として、首都圏営業拠点で三重のブランドを売る実験をしていくべき。
- また、昨年、県では海外ビジネスサポートデスクを開設した。例えば、そこで「三重県のお酒」というブランドで一括りにして売っていく場合、仮にその中に粗悪なものがあれば、それを買ってしまった人は二度と三重県のお酒を買わないことになる。行政は個々のブランドを選定するというリスクをとりたがらないが、選定基準の明確化や、第三者の監修などにより、県はリスクテイクしていくべき。
- 行政の政策で民間投資は左右されるが、「日本株式会社」の社長は頻繁に代わるのに対して、「三重県株式会社」は4年単位で社長が代わらず、政策も変わらない。連続性のある県の方針に則った投資ができる差は大きい。

●和田委員（帝京大学経済学部経済学科 教授）

- 三重県に産業集積があることはわかっているが、実態は不明。隠れた面白い中小企業を沢山発掘し、上手く宣伝していくことにより、三重県の集積の深さが再認識され、さらには連携にもつながっていくという好循環につながるのではないかと。
- 規制緩和については、行政はどのような緩和が効果的であるのかわからず、民間の声を待っているのではないかと。検討されているような実用的な例があるということは、行政と民間双方に問題があったのだろうし、もう少しPRも必要だろう。
- 海外戦略については、北海道連携のような国内でのローカル・トゥ・ローカルを海外ともできるのではないかと。中国の吉林省は農産物の宝庫であり、トウモロコシを何百万トン使ったバイオコンビナートが出来つつある。こういったところに対して、日本の確立した技術体系を提供し、結びついていくこともあり得るのではないかと。
- 海外ビジネスサポートデスクについては、現在の仕組みが委託であることから、県から指示をしないと現地が動かない可能性がある。海外拠点においては、国内からの様々な要望を解決することで人脈を作り、新しい知識が身に付くのだが、現行の仕組みでそれができるのかは疑問がある。
- 成長分野については、海外市場向けの戦略がないので、海外に目を向けたうえで、どの分野が成長するか考えるべき。例えば、ICETTのような公的機関がインフラビ

ビジネスや環境ビジネス等においてパッケージでシステムを売り込み、そのシステムに様々な企業が関連してビジネスが成り立つかなど。

- 首都圏営業拠点については、東京で感じる老人パワーなどを巻き込んでいくために、上手くPRをしていく仕組みが必要ではないか。

●松原委員（東京大学大学院総合文化研究所 教授）

- 産業集積地域における面としての競争力をどう考えるべきかのキーワードは3つあると考えている。
- まずはネットワーク。北海道や海外を含め、国内をもとより、グローバルな産業集積地域間ネットワークをどのように構築していくか。
- 次に多様性。産業集積は製造業が多いが、強みと弱みを活かしながら多様な産業集積を構築していくには、製造業だけでは不可能。競争力の観点では農業もあるだろうし、三重県の特徴ある産業としては、漁業が非常に競争力と特徴を持っている。さらには課題となっているサービス業の弱さをどうするのかは政策的課題である。
- 製造業は強いのは確かだが、弱い部分もある。半導体の国内工場閉鎖が多くなってきており、石油精製、化学もリストラクチャリングの段階に入ってきているが、三重県はそこに依拠している部分が多い。産業集積が常に伸びていくものではなく、衰退していくことをどう回避していくかが重要。
- 最後に産業集積の進化。産業集積が進化していくためには、企業と地域が共に進化していくというプロセスを重要な立地競争力の議論と絡めて考えるべき。地域の政策が企業に影響を与え、企業が進化し、それが地域に還元されていく好循環を構築することを考えていきたい。
- 最近発表されたR&D比率に関する統計データによると、三重県内で製造業のR&D比率が高い市町として、多気町、朝日町、四日市、亀山、玉城などがわかってきた。あと国道23号線に連なる鈴鹿、桑名、松阪、伊勢が続く。既存の生産拠点の変化が数値的にしっかりと捉えられていると思う。

●徳増委員（財団法人日本立地センター 専務理事）

- 産業立地に関して、行政の補助制度は活用する側からすると内容が非常に難しいものになっているのが現状だが、いかに具体的に実行に移していくかという観点からすると、補助金は単純な仕組みであるべき。
- その際、従来の補助制度が金額や雇用規模を求めていたシステムであったものから、イノベーションという点に着目していくことが重要。今後、企業がイノベーションを無視し、付加価値が無いものを作っていくことになれば、日本から去っていくことになるだろう。同時に、地域企業との連携がいかに取れているかということも、波及効果の面で大きい点である。
- 農業については、日本の中で非常に衰退してきている現状やTPPを踏まえ、日本の農業を変えるものを作っていく必要がある。例えば、農業の企業化。農業を三重県、日本の輸出産業にどう変えていくのか重要であり、その際に三重県が先導していく勢

いが必要ではないか。

- 産業人材の育成強化については、例えば、プラント配管加工の企業が、その配管の学校を創設している例がある。これまで蓄積されてきた技術は非常に重要だが、団塊の世代が引退することにより技術を継承できなくなることから、民の力で学校を作り出した。三重県においても、廃れていっては問題があるものについて、民間の力も借りながら学校のようなものを創設するなどの取組を進めてはどうか。

●鈴木知事

- 我々の産業振興戦略の具現化にあたっては、演繹的手法と帰納的手法との両方をつなげていくアプローチと、まずコンセプトを鮮明に出していくアプローチと、両方あると思うので、今後研究していきたい。
- 環境ビジネスについては、四日市市にある I C E T T において、これまで 10 年間で途上国 89 カ国 2, 300 人の研修生を受け入れているネットワークを活かした環境ビジネスを検討するための予算を次年度に計上したい。
- マイレージ制度については、単に新規企業の誘致だけではなく、県内の立地済み企業の再投資につながるものにしていきたいと考えている。

●佐久間座長（株式会社スエヒロ EPM 代表取締役会長）

- 皆様からいただいた意見を踏まえ、三重県は具体的なアクションにつなげてほしい。「みえ産業振興戦略」は本日の意見、戦略運営委員会の協力も得るなどし、改訂・更新を行っていく。