

第4回「ポストコロナの都市のあり方」有識者ヒアリング（産業・雇用）意見交換の要旨（R2.12.17開催）

1 産業戦略

- 産業連関表の分析によると、東京都は企画、開発、営業、総務、経理といった本社的な機能を地方に売ることによって稼ぐ一方、地方は東京からそれらを仕入れることで貧しくなっていく
- この辺りの地域の特性として、BtoBの部分でバイローカルの視点が足りない。例えばクリエイティブ産業で、ウェブサイト作成を発注する際に地域の業者でなく地域外に発注してしまう等。田代様資料22ページの地域経済循環図によると、次の生産に投入するための原材料を地域外から買うための支出が赤字になっている。この部分を確かに稼げる項目とするために、流出を抑制する、或いは地域内発注を心がける等してはどうか
- ものづくり産業は一定の雇用を生み、固定資産税、事業所税、法人市民税など税収への貢献も大きい。岐阜市でもものづくり産業、製造機能を育ててはどうか
- これからの製造業を考えたとき、本社機能を岐阜市に置き、実際の製造拠点を岐阜市外とする方法は合理的。このことを前提として、会社の研究開発機能を強化するための支援策について考えてはどうか
- 20年後の産業のリーダー事業は替わっているかもしれない。ヘルスケア、ライフサイエンス、クリエイティブ産業、観光など特定の分野或いはセクターをターゲットとして振興策を掲げるのではなく、例えば企画開発人材、エンジニア、デザイナー等を担う人材を集めるといったように、機能をターゲットとして捉えたほうがいいのではないか
- 1つの産業に賭けるのはある種のギャンブルだが、どの産業に特化すべきかよりも寧ろレジリエンス、変化への適応力の有無のほうが重要ではないか
- 稼げる、或いは地域外への流出を抑え地域内での発注を心がけるといった発想を持ちながら、産業、機能をどう組み立てていくかという議論のほうが安定性や健全性が高いのではないか
- 岐阜市には試作開発型の会社、プロダクトデザイナーが少ない。例えば3Dプリンターでの試作などが抜けている。一方で、例えばウェブ制作やプログラミングの技能を持ち、インターネットの世界で勝負できる人は結構いる。今後、岐阜市がどの産業や機能に座標軸を置くべきかについては、こうした事情を踏まえて考えてほしい

2 人材育成

- 幅広い教養とデジタルリテラシーを基盤として、グローバルな視点で課題を発見し、総合的な解決策を戦略的に立案できる人材が求められている。デジタル人材、クリエイティブデザイン人材は製造業その他さまざまなものに応用が効く

3 デジタル活用

- これからのイノベーションを支えるのはICT、AI、IoT、デジタルデータ活用。それは生産現場でも同じで、例えばコンピューター上でシミュレーションしながら試作品の数を減らすとか、サプライチェーンを川上から川下まで、ティア1からティア3まで結んで製造を効率化するなど。生産だけでなくサービス業での活用も期待できる
- 農業でもデジタル化、スマート農業推進は必要。ドローンによる農薬散布、高度機械化、植物工場等のイメージがあるが、身近なスマホの普及活用がポイント
- これまでの農業はプロダクトアウトであったが、これからは消費者が求めるものを作る発想が必要。具体的にはコミュニケーション手段を電話やファクスからスマホに替えて、例えば生産者は生育状況、販売者は販売状況を画像やデータでやり取りすることで変わっていくと思う
- 広島県では、レモン栽培について、日照、雨量、肥料などを熟練者の経験と勘に頼らずデータ化しAI解析して、この気象データの下ではこうするべき、といった示唆を受けられるものや、若手でも体現できるものをまとめているところ

4 イノベーション創出支援

- 場を提供するだけでイノベーションが起きるわけではない。例えばアイデアソン、ハッカソンを形にした試作品製作や、マーケットイン、資金獲得を行い、スケールアップや次のステージに繋げる工夫が必要
- 場を提供する場合に注意すべきことは、意味のある集まり、繋がりとなっているかどうか。偶発的な出会いに委ねると、その後に繋がりが生じる確率はかなり低くなる。場を意味のあるものとするためには、解決を図ろうとする課題、具体的に活用していく技術を明確にするなどの工夫が必要
- イノベーション施策の設計図をしっかりと描いた上で、施策をぶら下げることが重要
- 技術力・やる気のある中堅・中小企業を巻き込む仕組みは重要。広島県では、ひろしまデジタルイノベーションセンター（産学官連携によるスーパーコンピューター共同利用と人材育成）、ものづくりデジタルイノベーション創出事業（産学官コンソーシアムによるデジタル人材育成と研究開発）、ビジネス実験部（大企業をサポーターとして新規事業を開発するプログラム）等の取り組みを実施している

5 県と市の連携

- イノベーション創出支援を県市が重複してやる必要はない。行政リソースが分散して非効率的になる。スケールメリットが求められるものについては県が、市町村が単体でできるものは市町村が、といった棲み分けも効果的。岐阜県の取り組みを市としてどう活用していくかを考える中で、足りないリソースや取り組みについて岐阜市がオリジナルで補完することもよい
- 岐阜県の施策中に拠点づくりがあるのなら、そこに岐阜市が協力を申し出るのも1つの打ち手

6 施策推進のための行政組織

- 広島県の組織のコンセプトは、成果思考の行政経営。デジタルトランスフォーメーションなど行政横断的なミッションについては組織横断的なプロジェクトチームを作って対処している

7 観光振興のポイント

- 1点目は、地元の人が民間主体できちんと合意形成し、ビジョンを作れるかどうか。2点目は、プロモーションなどで女性や若者（観光に行こうと意思決定する主体）の意見を採用する組織を作ることができるかどうか

8 農業と開発との均衡

- 全国各地で、農業と新産業のための開発の均衡が問題となることがあるが、愛媛県宇和島市のインターチェンジ出口に大きな道の駅を造った際は、農地を潰したにもかかわらず、オープン後の売上げが1.5倍に増えて農家の人たちは納得したし、岐阜県大野町のパレットピアおおのでも、インターチェンジ完成後に確実に客が来るという目論見でやったので、地権者の理解を得るのが容易であった。農作物の売り場を作ってあげるのがポイントではないか
- ものづくりに道の駅などを加えてインターチェンジ周辺の立地活用を考えることにより、農業バーサス新産業という構図になることもなく、周辺農家とウインウインの関係を築くことができる

9 農産物直売

- 直売事業の鍵は2点。1点目は、店員がソムリエのように作り方から食べ方までを説明するための知識を持ち、消費者に働きかけること。2点目は、生産者がスマート農業を進めるとともに、情報を基に更に技術を向上させて、消費者が求めるものを自分で探究して作る姿勢を持つこと

10 農地集積

- 担い手がない田を仕分けして、営農意欲のある農家に集約化し、或いは農地転用をかける取り組みを進めるべき。行政は長い時間がかかって大変だろうが、ぜひチャレンジしてほしい

11 ポストコロナの産業振興のポイント

- キーワードはデジタル化。現在、経済はコロナ禍で停滞しているが、今後これまでと同様のやり方を続ける必要はない。今こそデジタル化により生産性が低い仕事を減らし、よりクリエイティブな仕事に取り組むべき時期
- 適散、適集のほかにはデジタル化。コロナを契機に3密対策、非対面、非接触などデジタルと親和性の高い分野が認識されるようになった。ポストコロナはデジタル技術要素を大いに取り入れるべき
- 農業分野のデジタル化推進。農家、農協職員、卸売市場などすべての農業関係者がスマホを活用できるとよい
- コロナ禍にあっても、直売所に触れ合いや直接の会話を求めて人がやってくる。これからはコミュニティづくり産業的なものが求められるのではないか

(以上)