

第3回(仮称)滋賀県産業振興新戦略策定委員会議事録

1. 開催日時 平成22年7月20日(火)10時00分から12時00分まで
2. 開催場所 滋賀県庁東館 7F大会議室
3. 出席委員 委員15名中12名
川端委員長、尾賀副委員長、阿部委員、伊藤委員、大塚委員、小川委員、肥塚委員、中本委員、西沢委員、花田委員、平山委員、安田委員
(欠席：井上委員、西沢委員、西本委員)
4. 招請者 Auto-ID フロンティア株式会社 代表取締役 杉江尋幸氏
株式会社ナユタ 代表取締役 西村安正氏
株式会社カフィール 代表取締役 川上忠嗣氏
5. 議事内容

(1) 委員交代の報告

事務局より、安竹委員から阿部委員への委員交代について報告

(2) (仮称)滋賀県産業新興新戦略策定にかかる企業からの意見聴取

Auto-ID フロンティア株式会社

【事務局】

本日は[資料2]にあるとおり、県内の3社の企業の方々にお越しいただいて戦略策定の論点についてご意見をいただくとともに、委員の皆様へ質疑応答及び意見交換をしていただきたいと思う。

まず、Auto-ID フロンティア株式会社の杉江様へお願いします。Auto-ID フロンティア株式会社様は平成17年に設立され、中小企業のIT化をサポートするシステムを販売、入出庫・在庫管理の業務管理システムの構築・販売などを行っておられる。会社設立当初にはコラボしが21の創業オフィスに入居されていたが、現在は守山に事務所を移されている。また、県の経営革新計画の承認を受けられて、新たなツールの展開などで成長を目指しておられる。今回私どもが実施したアンケートでは、横断的な連携、新しい考え方によって、その取り組みが新しい雇用を生むと考えておられ、様々な主体の方々との連携強化といった視点にご意見をいただいている。

【杉江氏】

現在、実際にやっているサービスであるが、内容的には、今よく言われているクラウドやSaaS、ASPなどインターネットを使ったサービス提供というものを手がけている。コラボしが21のインキュベーションオフィスでお世話になった段階で、ASPをいつでも受けられる定期サービスの「Web-GoodJob」というサービスを展開させていただいており、今、

新たに「くるねっと」という携帯電話に向けてのメーリングサービス、並びにバックヤードでの顧客管理やパレート分析などで、より企業のITの一層の成熟を手がけていきたいということで業務を進めている。当社は自動認識業界というところにおり、基本的にはバーコードを使ったりICタグを使ったりする業界である。

【事務局】

具体的には、今日お渡ししている[資料3]の7ページから戦略ということでいくつか書かれている。戦略について議論したいと思うので、ご意見賜りたいと思う。

【杉江氏】

この資料を見させていただき、当社で特に大事なことは何かという中で、9ページに「戦略6：パートナーシップ強化戦略」が書かれている。当社は、県のインキュベーションでお世話になり、色々なイベントにも参加させてもらいながら、何とか企業を前に転がしていこうという取り組みをここ5年間やってきたが、その中で、やはり横の連携が上手くいかない仕事も上手くいかないと思う。自分のやっている得意分野はITだが、ITだけでは結局システムを提供するだけで終わってしまう。そこに新しいサービスとか新しいものが生まれるのかというと、ITだけではなかなか生まれてこない。その中で、ITを使って何を便利にするのか、何を強化するのかといった発想があってはじめてITも生きてくるし、新しいものも生まれてくると常々感じている。企業はそれぞれ得意分野を持っているので、得意分野を延ばしてもらうために、隣のITを使って今までは出来なかったこんなことが出来るといふ連携が図れると強くなると思う。その連携を図るために、色々としていただいていると思う。「あきんどひろば」には私も時々参加させていただき、こんなサービスを始めるということでスピーチもさせていただいているが、まだまだ弱いのではないかなと思う。そこへ行って話をすると、その時の情報交換で終わってしまっていて、そこから一緒に仕事をしようかというところまでなかなか話が転がっていかないところがある。今も具体的にやっていただいているが、成果に結びつくところまで突っ込んでいただきたい。それはなかなか難しいのだが、参加した人が自主的にそういう関係を持って、新しい人に伝えていくというのが理想ではあるが、そこには誰かがどこかで仕掛けていただかないと、そういうものにはなかなか成り得ないのではないかなと思う。今、世の中が疲弊している。それぞれの会社が苦しい中で、精一杯新しいものを見つけて次の一手を考えているので、そう思っている時点でなかなか次の一手が出せないというのが現状である。そういったところで、何らかの仕掛けをしていくことが、早く目的を達成できるというふうに思う。

もう1点は、商工会、商工会連合会、商工会議所、中央会、県、市それぞれ商業に関わっている方が方針を出して展開していただいているが、見ていてどうしても縦割の感がある。同じような取組があるのではないかと、私が言うのはおこがましいが、今まちづくり大賞とかをやっている。私も色々なところに営業を兼ねて足を運ばせていただいているが、よく似た話をあっちでも聞きこっちでも聞き、情報交換をあまりしていないよと感したりすることがある。そういうのを、できるだけ横軸で同じような取組なら一緒になってやろうというところを、もう少し意識を持って取り組んでもらえればありがたいと思う。今、中央会がやっておられる農商工連携の勉強会に参加させていただいている。農業と工業と商業は全然

違うものであるが、私が得意とするITを使って何らかの形で一緒にできないかと勉強させてもらっている。何とか異業種がつながりを持つことで、新しいものを生み出すきっかけの仕組みなり働きかけなりをやっていただいてもいいかと思う。

【委員長】

ただ今のお話を踏まえながら、ご意見があればせっかくの機会なのでお願いしたい。

まず私の方から、今のお話は情報ネットやIT技術を使いながら、県内で情報の交流の場が作れば効率的に進むのではないかのご指摘であったと思う。また一方で、情報交換であるとか知識交流といったフェイス・トゥ・フェイスの部分の使い方のバランスについてはどのように考えるか。

【杉江氏】

基本的には、フェイス・トゥ・フェイスがなければ始まらないというふうに思うが、最近ITの世界では、物を買うのにインターネットやWEBショッピングで買う。一度も店の人と顔を合わすことがなく、番号のみで済む。当社の方もWEBショッピングをしているが、何も顔を見ずに、1回2回の電話は入ってくるが、今までで一番高い金額で買っていただいたのでは、1,000万円の買い物をしていただいた方がいる。さすがにこちらは顔を見ずに1,000万円の商売をするのは厳しいので東京まで会いに行ったが、相手側はこの商材をどこで買おうか一緒だからいいというような時代にもなっているのも確かである。そこにはやはりフェイス・トゥ・フェイスで必ずこの人なら安心という人間的な部分と、WEBショップのようにボタン操作1つで欲しいものが買える便利性的バランスの中で成り立っていると思うので、まずはWEBの時代になってきて、そういう変化も起こってきているというのがまず1つである。

新しいビジネスを一緒に取り組もうという時には、私の会社ができること、相手の会社でできることを最初に深くフェイス・トゥ・フェイスで話し合わないと、何ができて何ができないのか、また何が提供できて何が足りないのかというのは、じっくり話し込まないと、アンマッチングというか上手くいかないところがあると思う。

【委員】

大阪の中小企業の社長ばかりが集まっている研究会みたいなものに出させていただいたことがあって、そこでお話を聞いていると、その委員会というのは1970年代の終わりくらいからスタートしたようである。初期の頃は、企業間の連携とか何か一緒にやろうという話があったそうだが、ここ10年15年くらいの間では、一緒にやるという話にはなかなかならない。ただし中小企業をめぐる環境が色々変化していて、中国に進出する、あるいは次はベトナムだという話になった時に、現地の情報を教えてくれる人が来られたという状況だそうである。そういう意味でさっきおっしゃっていた、横で連携した時に新しいビジネス云々というのはなかなか大阪辺りでも難しいのが現状のようであるが、それでも結構続けてやっておられる。大企業に比べると中小企業は孤立しやすいため、色々な情報交換や連携を求められているのは、大阪でも同じような状況である。

【委員長】

普段からIT技術の可能性について接しておられる方もおられると思うが、いかがか。

【委員】

滋賀県でビジネスをしていく上で良いところと、なかなか厳しいところと、あるいは先程1,000万円の買い物をした客が東京の方ということで、ビジネスの範囲について、県内外とかその辺りは仕事をする上でどのように考えておられるか教えていただきたい。

【杉江氏】

インキュベーションではお世話になったし、大変勉強になった。私は思っただけを持って飛び出して、ヒト・モノ・カネの何にもないところでスタートして、どうしようかと思っていたが、インキュベーションの創業オフィスに入らせていただき、3年半お世話になった。苦労もしたが、その間、どうやって会社や企業を立ち上げていくのかということも教えてもらった。また会社の理念が大事だということも勉強させていただき、それがないと長続きしない、会社として成り立たないというようなことも学んだ。しかし、その間、個人的には甘え体質的なものが自分の中にあった。インキュベーションに入っている時は、色々なことで相談できる人がすぐ近くにおられ、愚痴も聞いてもらえる環境下にあるので、非常に甘えていることがたくさんあったと、インキュベーションを出てから非常に感じた。

今、ITの業界に関し滋賀県でやるというのは、私が始めた頃は、ITはインターネットの世界で、これからどこに居てもビジネスをできるという捉え方であったが、やはりまず東京である。それから名古屋、最近大阪は元気がないが、市場は向こうにあるというのを感じる。特に今やっているサービスは、顧客は色々で、滋賀県の顧客、滋賀県以外の顧客も多いのが確かである。インターネットを通じてということなので、九州から東北の方の企業から使っていきたいと連絡も入る。ただ、今回の「くるねっと」というサービスは携帯電話に対してのサービスであるので、何とか地元で普及したいと思い、守山を一生懸命営業に回っているが、なかなか厳しい。値付けなのか何が悪いのか考えながら、何とか地元で使っただいて喜んでもらいたいと思って取り組んではいるが、地元では少ない。費用対効果を考えたら今はいらないと言われることが多い。これが東京だと、10店舗、20店舗展開しておられるお客様なら、やはり食い付きが違う。そこに地方と都市圏との違いを非常に感じるころである。

【委員長】

経済の規模であるから、基本的なお金の動くスケールが地方と比べるとかなり違う。このように、少し経済が収縮してくると、余計にその差が出てしまうのが現状であろうと思う。ITというのは投資を伴うので、すぐに費用対効果に結びつき、回転していないところには投資ができないということになってしまう。

【委員】

インキュベーションオフィスでは聞ける人が身近にいたということだが、創業して5年経って一番困っていること、こういうことがあればいいというのは、やはりそういったインキ

ュベーションマネージャーみたいな方が身近にいて、色々な分野のことを知っていて、相談すれば乗ってもらえるようなことが必要なのか。

それとも、むしろITは主だが、色々な業界を知っていて御社のITの技術を売り込むような営業的な部分が必要なのか。

【杉江氏】

今、当社で一番強いのは後の部分である。3年間は立ち上げる時間として、開発投資という形でやっていたが、これを売っていかないと商売ができない。本当にどこに行けば買ってもらえるか、自分たちで回れるところは精一杯回っているが、なかなか成果が出てこないのが現状である。特にここ1年2年、大変厳しい中なので、なかなか成績も自分で思っている程上がらない中で、どのように商売をしていくとか、本当に喜んでもらえる商売にしたいとかは、お客様があつてのことだと思う。

【委員長】

ただ今のご指摘は、要するにマーケティングサポートみたいなものが中小企業にとって重要だということは、かなり前からこういうような施策の議論の話を出てきているが、それが一番難しいところであり、また改めて重要性を感じる場所である。ITサポートには業種によって色々な方向性があるのだが、モノづくり系もそうだがIT系においても、その部分が重要になってくるということで、この辺りは委員会としてもどう議論していくかという話である。

【委員】

先程、滋賀県の市場は小さいので、マーケティングの際の市場は大都会もしくは世界であるということ、もう一つは、ITを滋賀県で築かせてくれるという際の人材の確保のことである。ITというのは、日進月歩すごく動いているので、都会の方がはるかに人材を集めやすいと思う。IT企業がこの滋賀で根付くべき優位性というのがあまりないように思う。ただ逆転すれば、顧客をつかめないわけではない。やはり、人材の確保の面からいっても、ITは東京とか名古屋とか大阪とかの方がいいような気がする。フェイス・トゥ・フェイスで交渉する時でも大都会の方がすぐ行ける。何も滋賀でIT技術を目指す必要はないのではないかとと思うが、いかがか。

【杉江氏】

今、言っていた流れはそのとおりだと思うが、大都会でないと成功しないというのは悔しい。滋賀県は環境がいいし、人もいいし、ある意味ITの技術者は、逆にこういう環境下で本当にクリエイティブな仕事ができるのではと思っている。何とかそういう場所にならないか、全国から滋賀に来て仕事がしたいと思われる場にならないかと思う。クリエイティブな仕事という意味では、琵琶湖があるというのはすごくいいことである。インターネットやメールで外との情報交換や海外の最新情報の入手もできるので、今申し上げたような方向に持って行っていただけないかと思う。

【委員長】

IT系産業の場合、人材確保や人材育成が重要なポイントになると思うが、そういう視点から滋賀を見たときに、優位性や課題としてどのようなものがあるか。

【杉江氏】

優位性は先ほども言ったが、クリエイティブで素晴らしい環境だと思う。冬場に琵琶湖越しに雪の積もった比良山を見ることができたりする環境で仕事ができるのはいいことである。課題としては、滋賀にはITが根付いておらず、大成功した企業がないことと考える。滋賀県にシリコンバレーというような仕掛けがあってもいいのではないかと思う。

【委員長】

IT系のクラスター形成にとって一番重要なポイントは何か。

【杉江氏】

まずは連携ということが挙げられるが、人が自然と集まってきて話をしやすい場所があり、名刺交換で終わるのではなく、そこから話が展開することが大切である。相手の持っているものと自分の持っているものを出し合ったことによって何かを作るという雰囲気を持った空間を創り出さないといけない。いざ情報交換をしようとしても、雰囲気がないと「ノウハウを盗まれるのではないかと懸念されて、アイデアを出すことができない。お互いにやっていることを大いに話し合えることが大切である。「あきんどひろば」でもそうだが、昼間の席談の時よりも夜の親睦会の方が良い情報交換がされている場合もある。時間帯によっても、ここに行ったら良い情報が得られるというような空間をぜひ仕掛けてほしいと思う。

【委員長】

IT産業の発展にはコミュニティーが必要だということは、以前から指摘されているようであるが、滋賀県にもそういうコミュニティーが出来るといいかと思う。

【委員】

IT産業の環境変化について教えていただきたい。御社のパンフレットにユビキタスが出てくるが、最近ユビキタスという言葉が新聞を見てもほとんど出てこなくなったし、総務省にはユビキタス社会は実現したという方もいるくらいである。数年前だとどこでも「IT」という言葉が溢れ、国の産業政策でもIT戦略となっていたが、今はIT自体が政策の中でも位置付けが低くなってきた。そういう環境変化について何か感じていることはあるのか。

【杉江氏】

ユビキタスで食べていこうと思っていたのに最近はどうしようというのが実際のところである。確かにもう言われなくなったが、実現したと言われている方がおられるのは、一部5年前から比べるといつでもどこでも誰でもという発想のユビキタスなので、そういう意味で、インフラ面では充実した。ADSLが今や光となり、インターネットを通じた情報入手というのは当たり前になったし、中学生や高校生は携帯文化の中で生きており、いつでもど

こでも情報が入手できる状況にはなっているのは確かだが、まだまだかなという思いはある。例えば、ICタグを全ての荷物に付けようというサービスソリューションが謳われているが、実際はコスト的なことなどが原因でまだである。中小企業では、ICタグをやりたいけど、ICタグって何？という世界である。ゴールは見えないけど、どんどん流れは進んでいる。ITがなかったら、環境であったり今注目されている分野では、バックヤードでITがフルに活用されている形でないとなり立っていかない時代になっている。ただ、注目度が下がると、生き残りをかけてしのぎの削り合いが激しくなり、ここ1年は単価が上がっており、人件費をどんどん削らなければ生き残れない厳しい状況である。いかに新しいサービスを生み出していくかが重要となってくる。

株式会社ナユタ

【事務局】

続いて、株式会社ナユタの西村様をお願いする。株式会社ナユタ様は、情報通信業として平成11年に設立され、携帯電話を使った動画配信による新分野進出で県の経営革新計画、市場化ステージ支援事業補助金に採択されている。地域密着型の情報配信サービスにより全国的なネットワークの展開を図られている。今回実施したアンケートでは、経営上の課題として、人材の確保・育成を挙げておられ、行政や支援機関に人材確保・育成面での支援を期待しておられる。

【西村氏】

弊社ではモノづくりをしているが、比較的、県内あるいは県外含めて色々なハード関係を手掛けている。平成11年に設立し、電気通信工事業として放送設備から始め、そこからコンピューターのネットワークに進んだ。ハード面で5年ほどやり、ネットワークへの取組をはさみ、次のステップとして携帯に取り組んだのが3年ほど前のことである。ワンステップずつ上がってきているところである。

配布した資料の中に、福井の大学との連携の資料を入れているが、ハードがあってコンピューターを使い携帯まで関わってくるが、人と人をつなげる仕事をメインに進んでいるので、この機器を売るとかこのシステムを売るとかということではない。まず話が合えば、その人のもとへ走るというのを進めており、そういったマーケティングのやり方をしている。

【委員長】

事業内容の確認であるが、学校教育現場での教育システムとか環境関係の風力発電システムから携帯まで拡張してこられたという理解でよいか。

【西村氏】

もう少し補足すると、電気通信工事業から出てきているので、ハードの実績には誇りを持っており、そこからスタートして携帯に進出し、ハードおよび携帯動画などのソフト、中でもコンテンツで何を表現していくかという一つの文化面に関わるところまでを学習していかなければならないという課題をいただいて、その辺りをもう少し大きくしていくように前

を向いている。

そういう中ではチャレンジであるので、中小企業でありながら、我々は経営革新を得て、市場化ステージというところでこれからのチャレンジを認めていただいて、インセンティブを持って進めてきたことが、大変大きく我々にとってはありがたい部分であった。現在も、新しい人材をチャレンジ的部分を踏まえて新戦力という形で育てていく部分では、ふるさと雇用の応援をいただいている。応援いただいている県の方からご不満があるかも知れないが、我々のステップだけでは、前に進んでいる形で小さな成果は少しずつ上げている。それから、県内の他の企業ともコラボレーションできるような形になっていければと思って進めている。

【委員長】

そういった企業から見たときに、この[資料3]の7ページから9ページに戦略が6つ並んでいるが、そういった戦略がどのように映るのか、またあるいは関心があるのはどの辺りなのか教えていただきたい。

【西村氏】

「人財力向上戦略」という中で言うと、我々もこういう世界にいて、納品事例もあるように、社内教育あるいは外部からの教育に関しても、やっぱりインターネット、テレビ会議、動画と色々とITを同じように利用して教育してもらっている。そういう中で、単刀直入に言うと、例えば弊社の場合、ポリテクカレッジとか県の工業技術総合センターから色々ご指導いただいている。そういう中でも、こういった人をコーディネーターにどうかということでご紹介いただいたりする中で、うまくマッチングする人を探すのは当たり前であるが、マッチングする人もいれば、概論的なことを言われる場合もあって、そういった時に我々としては、紹介していただいても文句は言えないので、つつい「今回は結構」ということでお断りする場合もあるが、あえてもう少し支援いただけるのであれば、人的な応援の中でも、より相談側に近いコーディネーターをご紹介いただくとありがたいかなという具体的なことはある。

我々としては、人材の向上なんかで、少し大きなポイントという感じである。弊社側で向上していく部分は自分で考えられて分析をお願いしたりはするが、あえて支援の流れの中でお話をするのであれば、我々に近い人をたくさんの方がおられるので、紹介いただければという感じは強い。弊社の目標としては情報とか教育分野が中心であるが、先程杉江様も言われたが、実際我々の分野というのはモノを生んでいないので、同じように農業とか工業とか、特に滋賀であるとバルブとか管とかがあがるが、いわゆるインターネットの中ではどうしてもなかなか分かりにくい商材を見せていくようなお客様に、実質的には携帯の動画についてはポイントをおいてPRしている。そういった中でも、こういったITの世界にありながら、なるだけ足を運んでお客様に説明するような形で販売の戦略をとっている。

先程もあった、あきんどフォーラムなどに私どもも覗くが、堅い話は抜きにして、我々も経営者であるので、参加されている方と話をしたら、だいたいお互いのプロフィールはできるので、むしろセミナーの後で色々な話をするというケースは多々ある。どうしても利害関係が少し絡んだ時にズレを起こす場合はあるが、それは個々の会社の問題であるので、やは

りあきんどフォーラムのような形でもう少し敷居の低いというか、会が決まっているような状態でもいいので頻繁に開催していただいて、各社にメルマガを送っていただけると、寄ってくる人はたくさん寄ってくると思うので、ぜひ機会をいただけるとありがたいと思う。

【委員】

先程おっしゃった、県の方からコーディネーターを紹介してもらったところ、実務家の方ではなくて評論家的な方が来られて全然使えなかったというお話をされていたみたいであるが、具体的にはどのようなことだったか。

【西村氏】

使えなかったということではないが、むしろ我々の方が資料などを用意できていない部分もあるので、むしろ来られる方が早く分かっているようなら、我々の方としても会社の問題点などを早く出せたのではないかと、こちらの方の反省点も大きいと思っている。長いスパンでお付き合いできるようなコーディネーターを紹介いただけるとありがたいと思う。正直に言うと、来られたときに最初の1回や2回は費用が発生しないが、それ以降は発生するので、ファーストコンタクトでの第一印象がズレてしまうと、会社としてどうかということを考えてしまうので、事前にもう少し我々の資料等をなるべくたくさん出して、もう少し弊社の現状を具体的に知っていただいて来られるようだといいのかなと思う。そのためなら我々も努力はする。

【委員】

西村さんの方からどなたかアドバイスが欲しいということで、産業支援プラザの方に要請されたということか。

【西村氏】

色々なところをお願いしたりはしている。我々としては、いきなり一般の大手企業のように費用を投じてコンサルティングをとすることはできないので、ファーストは無料でしていただけるだけでもありがたいと思っているが、できれば上辺だけの資料ではなく、会社の実情などしっかりとした資料を出して、来ていただける方にもしっかりと見ていただけるとありがたいなと思う。一番いいのは、我々の資料も過不足があるのではないかという部分は実感しているので、事前に時間をいただければ、あるいはこういった資料を用意するように指示いただければ、準備できるのではないかと思う。

【委員】

電気通信工事業という業種だとお聞きしたが、例えば仕事されている上で、こんな規制があるから仕事がやりづらいとか、こんなのは無くても大丈夫じゃないか、とかといった形で認可業であるので規制が強いと思うが、そのようなことを感じたことはあるか。

【西村氏】

我々が最初に始めた電気通信工事業というのは確かに免許制であるので、電気通信工事の

免許を持っていないと進められないということがありますが、その中でも、分野的に我々はコンピュータネットワークをやっているので、その辺の施工とかそういう商品に関しては、運用とかそういった形が中心になるので、大きなウエイトにはならない。

【委員長】

ちょっと確認だが、コーディネーターという方の仕事は、簡単に言ってしまうとコンサルティングのようなものだというふうに考えてよいか。

【西村氏】

過去にご相談させていただいたことは、特に新しい分野の中で携帯動画の配信をしていくのに、我々も電気通信工事業から始めているので、その上に乗っかるものであるので何かと勉強不足なところもあり、例えばそういったところを相談する部分と、まだ10年そこそこの会社であるので、経営面についての相談などをさせていただくことが多かった。

【委員長】

先程の戦略5「人財力向上戦略」に絡む質問や、あきんどフォーラムの話をしていただいて、もっと企画の幅がある「パートナーシップ強化戦略」に関する話であったが、御社は環境関係のシステム設計、太陽光発電であるとかそのような事業をされているが、そういう環境関連ビジネスをやる場としての滋賀県が持っている課題であるとか、戦略1に関わる部分だろうと思うが、その辺りで普段思っておられることはあるか。

【西村氏】

元々環境については、実際は市場として滋賀県よりも福井県の方が多くて、福井県の方に行くと太陽光や風力など色々ある。我々は、直接的には太陽光や風力を据え付ける業者ではなくて、太陽光や風力が発する電力、それ以外に情報も必要としているので、その情報を子どもたちや一般の人たちに見せる。つまり、太陽光というのは天井についてしまうと、もうわからない。発電はしているし、発電力もわかる。これぐらいの発電をしたらどれぐらいのCO₂が削減されたのかといったデータを学生や子どもたちがうまく利用して研究発表に結びつけていく。当然、運用は福井の方が多い。それには、電力関係の取引先があるということがいちばん大きいと思う。

【委員長】

そういう場としては、滋賀県はあまり需要がないと言ってよいか。

【西村氏】

確かに、去年から学校ICTとか「環境の見える化」ということに関し、文部科学省の補助があったが、そういった中ではハード面をつけるのはそこそ一杯なので、それを利用して、子どもたちに何かを見せるとか、みんなでどれぐらいの電力でどうしていこうとか、その後を考える部分までは、なかなか難しいというのがあって、全国的にもそうであるし、滋賀県でも我々が参加していないだけかもしれないが、なかなかそういう機会をいただくこと

はない。

【委員】

ここにペーパーをつけていただいているが、「福井県内の高等教育機関がゆるやかに結合」ということであるが、大学というのは独立意識が強く、このような結合をするのは非常に難しいと思うが、これはやはり御社がハードを通じて仕掛けられて構築された、御社が仕掛けられたということか。それともどこかの機関からの要請があってやられたということか。

【西村氏】

福井にある事例であるが、まず、お客様が何をしたいか、まずそれがあると思う。その上で、我々が何を構築できるか、その中でもやはりまだまだ溝は深くあって、実現させるためには、お互いが歩み寄りというのはすごく必要だと思う。そういう中では、システムがあってお客様がこうしたいというその溝を埋める一つが我々のソリューションであるかと思っている。そういう意味では、お客様が思いついたところと我々のシステムとの間には、溝があったので、そういうものをソリューションという形で、埋めてきたという形である。

【委員】

滋賀県では色々な形で環境に取り組んでいて、例えば企業、大学、経済団体などがそれぞれ情報を持って横の線が上手くいかずバラバラになっている。そういう中で、結合的な横の情報交換とかを利用することはできると思うがいかがか。

【西村氏】

まったくおっしゃるとおりで、そういうようなひとつの形ができていますので、それに環境も乗っかるような形で現在考えている。例えば環境データを載せていこうとか、大学を超えた結びつきを意識してされている。そういうことを考える人がおられれば我々も提供できるので、インターネットでは見つからない、人というのを足で探すというような古風なやり方だが、やっているのが事実である。また、その他にインターネットなどを使っているのも事実であるが、後は人が動かないといけないかと思う。

【委員長】

環境ビジネスと関わって、色々なものを結合させてシステムを構築されるということだが、特に環境関連で滋賀県には現状ではあまり市場がないということだが、市場が形成されるために行政がやるべきことや役割はあるのか。滋賀と福井では何が違うか。

【西村氏】

一番大きく感じるのは、福井では産官連携がリアルというか現実的である。システムを導入する際には産がリードして官も動いた。環境関連なので、産学官連携は必要だと思うが、我々が官の方に仕組みを提案する中で、枠組みはハードが中心だが、啓発も重視してもらえるかどうかなど、こちらもう少し勉強不足の部分もあるかなと思う。福井はストレートに進んだという事例である。

株式会社カフィール

【事務局】

最後に、株式会社カフィール代表取締役、川上様にお願います。株式会社カフィール様は、製造業として昭和 48 年に設立され、低温度工場内での無人化対応システムの導入により、24 時間 30 日フル稼働体制での高性能光学プラスチックレンズの製造をされている。平成 18 年には経済産業省のいわゆるサポーターリングインダストリーの開発計画の認定を受けられ、平成 19 年には滋賀県のチャレンジ計画の認定を受けておられる。平成 21 年には中小企業庁の「2009 年元気なモノ作り中小企業 300 社」に選出されておられる。

【川上氏】

最初イメージしていたのと違って、大々的な会合の場で非常に緊張している。私どもは長浜市(旧湖北町)でプラスチック製品を作っている。パソコンにしてもテレビにしてもプラスチックの固まりで、我々はプラスチックの部品を大手企業から受注を受け、型を作成し、部品を作るという 100%受注産業である。2000 年にプラスチック成形を光学レンズというものに切り換えて、今現在では光学プラスチックレンズを中心にモノづくりをやっている。先程ご紹介のあったように、平成 19 年度にサポイン(サポーターリングインダストリー)を採択いただき、一昨年「2008 年 K A N S A I モノ作り元気企業」に選出され、昨年は「元気なモノ作り中小企業 300 社」に選出され、実際は空元気であるが頑張っているのが現状である。

【委員長】

プラスチックレンズを中心にモノづくりをやっておられるということであるが、そういった企業様から見て、[資料 3]の 7 ページから 9 ページの 6 つの戦略を見ていただいた時に、何か議論であるとか方向性であるとか、あるいは思っておられることなど、ご意見をいただきたいが、その辺りはいかがか。

【川上氏】

その前に優位性というのを見ても、滋賀県の特徴としては第二次産業の比率が非常に高い。私どもモノづくりをやっている者としては、強みをより強くする戦略として方向性を示していただければ、非常にありがたいと思っている。

実際に、サポイン(サポーターリングインダストリー)をやったときにも思ったが、例えば何か我々が新しいものを作って新しいものを売るというのは、実際問題、非常に難しいと感じる。一番手っ取り早いのは、大手企業からこういうものが作れないかという課題が来て、それをクリアして納品するというのが一番ビジネスになりやすいと思っているので、大手企業とのビジネスマッチングの機会を持っていただくとありがたいと思っている。

【委員長】

現在の取引先は、やはり県内というよりも京都とか大阪などの県外の方が。

【川上氏】

県内の企業様はない。現在の取引企業は県外である。

【委員長】

そうすると、滋賀県に立地されている優位性はどのようなものがあるか。

【川上氏】

優位性は、はっきり言ってないと思う。私は滋賀県の生まれで、以前は大阪でサラリーマンを長くやっていたが、滋賀へ戻ってきて、たまたま滋賀でやっている。今は運輸サービスもあって翌日には荷物が届くので、逆に滋賀県にいるデメリットを感じることもない。

【委員長】

例えば、中小企業を相手に市場が広がっていく可能性は少ないのか。

【川上氏】

顧客としての中小企業というのはいり得る。例えば商店街の街灯をLEDにする動きがあり、確かにイニシャルコストがかかるが、東京や大阪では補助金を出して積極的に取り組んでいる。大手もやっているが、かなり中小企業もやられている。この前話があったのが、自動販売機の蛍光灯をLEDに替え、缶に影ができないような設計ができないかなどの面白い話もくるのだが、話を持ちかけた企業が倒産してしまうなど、リスクなところも実際はある。中小企業、ベンチャー企業で頑張っておられるところもあり、大手企業だけでなく、中小企業もあると思う。

【委員長】

仕事の応用の可能性はあるが、現状では仕事の規模というか大きさでは、大手企業にはかなわないということか。

【川上氏】

光産業はこれからの産業だし、大手企業に頼らずやればいいのだが、やはり我々の業界としてまず何をすることが難しいので、大手企業と組む方が取り組みやすいと感じる。

【委員】

色々な大賞に選ばれることとか、大手企業から受注できることには、何か特徴とか強みがあるのかと思うが、立地条件が恵まれてはいないということであるものの、そういう対象になっている。選ばれる優位性であるとかは、ご自身でどのようにお考えか。

【川上氏】

特に優位性というのはないと思うが、確かにプラスチックレンズは他のプラスチック製品とは違い、精度の高さが求められる。また大手企業の子会社ではないため、気楽な立場にある。結構インターネットで気軽に問い合わせが寄せられ、逆にその中で、万華鏡など我々の

知らなかったマーケットが見えてくることもある。

【委員】

今おっしゃったインターネットでの注文が多いというのは、発信の仕方が上手なのではと思う。また光学やLEDなどを手掛けられることを考えると、従業員にいい人材が必要になると思うが、雇用の面でご苦労されていること、あるいは工夫されていることはないか。

【川上氏】

今のところ特にそういうことはない。従業員には恵まれていると思っている。従業員教育の面でも特に悩んでいない。

【委員】

雇われている方は滋賀県出身の方が多いか。

【川上氏】

従業員は地元の間人ばかりである。

【委員】

最近のモノづくり企業の中には国際戦略を展開するところもある。[資料3]の7ページに戦略2「国際ビジネス戦略」と挙がっているが、御社の場合、この辺りについての考えはどうか。

【川上氏】

国内でモノづくりされる企業と仕事をしたいと考えている。実際は中国に進出する会社もあり、それは仕方のないことかと思う。自ら進出することは考えていない。

【委員】

生産は国内で、販売は海外でということについてはどうか。

【川上氏】

それはいいと思う。

【委員】

特に最近の10年、中国が台頭していった世界の経済環境が変わってから、従来のお取引先様、大手企業様で従来受注環境で何か変化があったか。また、会社を子どもに後継者として承継するのか、それとも自分の代限りでこの事業を終わりにしようと思っておられるのか、その辺りを聞かせていただきたい。

【川上氏】

今現在の取引先で中国に進出する企業もあり、一緒に中国進出をという話をいただく場合

もあるが、実際中小企業が出て行くには金もかかるし、人材の問題もあり容易ではない。また、会社の承継については社内の若い人に頼むと言っている。あえて子どもに継いでほしいとは言っていない。

【委員】

先程ニーズ・シーズのマッチングという言葉が出てきて、まさに滋賀県でも商工観光労働部の中の新産業振興課というところで色々と企画されているが、なかなか難しいと思っている。単に大手企業と中小企業が集まって、例えばびわ湖環境ビジネスメッセのような場で展示するようなことはやる。本当は中小企業と大企業のニーズを知っている人が間に入るとか、あるいは中小企業の営業が大企業のニーズをとらえてマッチングすることが大事であるが、ただ実際はなかなか難しい。最近で言うと、滋賀県の中小企業に声を掛けて、トヨタや大阪ガスなど大企業に出かけ、団体で展示会をして割と成功している。そういうことを知った上で、どのようなニーズ・シーズのマッチングのやり方が良いと思うか。

【川上氏】

私が感じているのは、実際に売上が下がっていないのは食品と医療である。私どもはプラスチック製品を扱っているが、例えば食品だとマヨネーズのキャップ、医療品だと点滴の成形などを行っているところは売上が下がっていないと聞いた。自動車や家電製品は苦戦しているが、医療や食品はこれからも国内に残るのかと思う。そういう業界で国内で消費するもの、なおかつ国の高度化指針にマッチングした我々の技術と、国内に残るべき産業がいかにマッチングするかだと思う。

【委員】

今回の不況によって、第二次産業の税収の落ち込みが大変大きな問題になっていると思うが、御社では影響も受けずやっておられる印象を受けたが、現実のその辺りはどうか。

【川上氏】

大きな影響を受けた。リーマンショック以降、秋を過ぎて12月頃から急に全体の受注が激減した。

【委員】

滋賀県にいるメリットはあまりないとの意見だったが、モノづくりは品質の問題か、それともコストの問題か。また、より良い品質を創るような環境・自然風土が滋賀県にはないのだろうか。コストというのは基本的な人件費コスト、不動産コスト、物流コスト、営業コストの4つで決まってくると思うが、コスト関係では滋賀県でするところが良いということはないか。

【川上氏】

コストか品質かで言ったら、私は品質が一番だと思っている。ただし、取引先でコストを強調するところがあり、ジレンマを感じているのが事実である。滋賀県にいるからこそとい

うのは、難しい。

【委員長】

先程の国際化に関する質問で販売市場に関する話があったが、滋賀に立地されて海外で売ろうという場合、こういう支援や制度があればもっと海外に売りやすいのではないかと聞いたことはないか。具体的に、例えば海外でのメッセなどに出展していくなどはないのか。

【川上氏】

今のところ、具体的に海外というのは考えていない。

(3) (仮称)滋賀県産業振興新戦略策定に向けた論点整理について

【委員長】

3つの企業の経営者の方々から非常に貴重な意見を伺ったが、お手元にある[資料3]の戦略策定に向けた論点であるが、前回の委員会でマトリックスに関する様々なご意見を頂戴したが、それを踏まえながら、特に7ページから9ページの新しい戦略ということで6つの戦略という形で挙げられている。これについてはまだこの委員会で議論できていないが、その議論の中で今日のご意見等を踏まえ、反映できればというふうに思っている。

今日は、特に戦略1、戦略2、戦略5、戦略6辺りに関連した意見が出された。戦略3については直接話がなく、戦略4については最後のカフィールさんの話の中に、いわゆる基礎消費というか、景気動向に左右されない食品や医療との連携ということで出たので、そういうものが自律型産業に納まると思う。

最後に今日聞いた話を踏まえながら、中身については詰められてないが、もう少し戦略1から戦略6までで、こういうような要素をそれぞれの戦略内容に加えたらどうかというような意見があればいただきたいと思う。それを踏まえて、次回会議でこの内容についてもう少しきちんと意見をいただきたいと思うがいかがか。

【委員】

2点あり、先程の企業の話をもっても、ハード+ソフトがキーワードになるのではないかなと思う。前回も申し上げたように、1つの仕組みとして、滋賀の商品とするとモノの形にとられるが、色々なモノを形成することが滋賀らしさの形成につながるのではないかな。テレビで取り上げられていたが、水ビジネスに関し、水循環など日本の機械の開発力は素晴らしいが、実際に国際化の中で販売することについては他国の方が優勢である。その理由は、日本はハードの技術で売ろうとしているのに対し、他国は水のハードにITやフォロー体制などを+して販売しているから優位性を保っているということであった。確かにその視点で言うと、今後そういう形で展開していく必要があるのではないかなというところで、形として戦略に必要なではないかなと思う。

2点目は、9ページの戦略6「パートナーシップ強化戦略」で、産業分類にとられない連携について申し上げたが、もう1つは戦略で振興策をとっていく上での仕組み、つまり、

誰がどのような形でやっていくのかというところがきちんと入り込んでいない。というのは、ただ単に掲げているだけではなくて実効性のあるものにしようとした時に、行政の中でも縦割というのが弊害となっていたので、縦割を排除し1つのテーマで連携した形で行う仕組み、それを戦略の1つとして組み込んでいただきたい。

【事務局】

今の2点について、2点目の戦略6「パートナーシップ強化戦略」ということで、委員のおっしゃるように、第一次、第二次、第三次にとらわれない形で新たな産業システムの構築を目指すということが書いている。先程おっしゃったのは、それを推進していく際の仕組みということであり、6ページの「3.戦略を推進するに当たっての基本的な取組」は、そもそも戦略を推進するに当たっての基本的な取組として、戦略を推進するに当たっての前提として必要ではないかということに記載している。「(1)企業ニーズに応じた弾力的な支援」として企業ニーズにきめ細かに応じて、その下に示したような支援を行っていく。「(2)多様な連携の活用」が、先程委員のおっしゃったことではないかと考えているが、前回と前々回に委員から発言のあったNPOや民との連携も必要なので、産学官金に加えてNPOなど民も含めた産学官金民連携や、地域間連携などが積極的に活用されることにより、産業振興の取組を効果的・効率的に進める。これは論点であるために雑然とした書き方にしかないので、先程の委員のご意見も踏まえ、今後検討してまいりたいと考える。

【委員】

ただ、私がもう1つ言いたいのは、京都府では先月補正予算を組まれているが、商工労働観光部・農林水産部・建設交通部の3つの部署が一体となって建設業の支援策に取り組んでいる。私としては、部署単位で事業を行っていたのではなかなか進まないのではないかと懸念している。部署間の連携の取り方で実施していただけないかと考える。

【事務局】

県庁組織の部局間の連携についてはそのとおりだと思うので、戦略の中でどういうふうにし書き込んでいくかということは今後検討していかなければならないと思う。

また、1点目の水ビジネスについては、7ページの戦略1「環境ビジネス戦略」の「2.戦略の内容 (2)新たな分野への技術活用の推進」で、水ビジネスなど、今後重要性が高まると考えられる分野において、バイオテクノロジーなどを活用した取組を進めると書いているが、更にハードだけでなくソフトも付加してとのご指摘であるが、これから検討してまいりたい。

【委員】

関経連として悩んでいる点についてご紹介させていただきたい。水ビジネスについて関経連で昨年から取り組んでいて、大阪市水道局と水関連事業者と一緒にコンソーシアムを作って、NEDOの事業でベトナムに調査に入ったりしている。私自身も先月シンガポールでの水の国際会議に出席したりしている。ハード+ソフトという話が出たが、グループがいくつにも分かれ、トータルとしてのビジネスが提案できていないのが日本の一番弱いところであ

る。また、肝心なオペレーションを行政が握っており、民間事業者ノウハウがない。そこが日本の弱みであるため、今後行政とどうタイアップして民間事業者の活力を使って海外に臨むか、関経連として取り組んでいるところである。

そのこととも関連するが、色々な強みを持つ人のトータルコーディネートによるパッケージングをどのようにして強みにしていくか一番悩んでいるところであるが、科学技術基本計画が策定された際に、基礎研究的な部分から産業技術への連続性を保つために、地方で得意分野を持つことが大切ではないかと考えている。戦略6「パートナーシップ強化戦略」はまさにそういう意味合いを持つものと思う。滋賀県の色々な強みをどうパッケージングしていくか、その辺についても今後検討されればと思う。

【委員】

1点目は、戦略の論点が提示されているが、どういう形で議論が進んでいるのかわからないので、どうコメントすべきかわからない。6つの戦略は試案的な試みだと思うが、どのように受け止めていいのかわからない。

2点目は、6つの戦略を拝見すると、戦略1、戦略3、戦略4は広い特定の産業を対象にしてそれをどう振興していこうかという話になっていると思うし、戦略2、戦略5、戦略6は特定の産業というものを超えた戦略になっていると思うが、これらが来年度から4年間の滋賀県の産業の戦略として、どういう認識の下にどういう組立をしようとしているのかわからない。

3点目は、2ページの「本県を取り巻く経済・社会情勢の変化」で書きぶりだけを見ると、世界同時不況とか急激な景気悪化など直近の経済環境との関わりが記載されているが、本県産業ということ考えた時に、前回会議でも申し上げたが、日本経済なり産業自身が構造的にこの10年や20年の中で、今世界やとりわけアジアに置かれている状況の中で、相対的に劣位になっているという認識を出発点とする必要があると思う。その点では「アジア諸国の台頭」なんて表現では済まない。正直、もう台頭という水準ではなく、その認識自体が甘すぎる。書きぶり現実の厳しい状況とが対応するようにしていただけるとありがたいと思う。

【委員長】

[資料3]については、前回議論も踏まえて事務局で再整理されたものだが、今回中身の議論はしていないが、3者から[資料3]の1から6の戦略に絡んだ意見をいただいたので、それも踏まえて次回以降で中身を詰めたいと思う。

戦略1から戦略6がどのような構造になっているかということについて、もし答えられることがあれば、事務局からお願いしたい。

【事務局】

戦略の足掛かりとなるところで、第1回、第2回の委員会においてグルーピングの手法をとらせていただきながら、委員からご指摘のあった強み・弱み・課題といったことについて分析を進め、趣旨を捉えながら統一化させていただいた。そういったところを柱とさせていただく中で、前回使わせていただいたグルーピングの例の中で、それぞれを大きくまとめたものが6つの戦略である。前回いただいたご意見も中に内容として入れさせていただいたと

ころである。過不足もあろうかと思うので、更にご意見をいただき進めさせていただきたい。次回は骨子案をご覧いただき、さらにご意見をいただいて、肉付けしていきたいと考えている。今の部分ではまだ個別の事業についてのもが入っていないが、こういった柱であるとか部分は外せないのではないかとこのものをいただいて作らせていただいた。

【委員長】

次回の議論は、この状態で議論するということが。

【事務局】

論点というのはここまでとさせていただいて、ご意見をいただく中でアレンジというか変えていく中で、骨子というレベルまで持っていけたらと思う。

【委員長】

各委員は、直前になってこの資料を受け取られたと思うので、3企業の話も念頭におきながら、次回までにこの内容をどのように改正していくかということになるかと思う。

今日の3企業の話について気が付いたところだけを話すと、Auto-ID様からは、相互交流のための場が必要だということで、IT系企業は昔から非常に重要だと言われているが、そういう話が合うような人が集まって、仕事につながっていくような雰囲気のある空間が必要だという意見が重要な指摘だと思った。

ナユタ様からは、様々なフォーラムも大切だが、敷居の低い交流の場を頻繁に設けることが必要ではないかといったことや、人材力との絡みで人材面での支援やコーディネーターの紹介の重要性についてご指摘いただいた。両社ともIT系、システム構築系なので、本当はこういう企業の育つ環境が、県内産業のネットワーク化や産業の高度化を目指す考え方かという気がした。

カフィール様については、レンズ加工が中心の企業であるが、技術に関して応用範囲が広く、我々が議論している環境ビジネス関連への可能性も伺ったし、国際化に向けての海外市場の可能性についても伺った。一方、現状では滋賀県で操業する優位性が感じられないということも、現実の1つの答えとして我々も受け止めていかなければならないと思うし、企業にとって優位性のある滋賀をどう創っていくのかということが、この委員会の1つの課題でもあると思う。

色々ご意見もあるかと思うが、また次回の第4回でご意見をいただきたいと思う。

(4) 次回会議について

次回開催日程および議題について