資料３－２

**平成30年度盛岡広域振興事業（案）等に係る委員からの提言等**

**＜盛岡広域振興局事業等取組み全般について＞**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | 提言者 | 提言等内容 | 担当公所 |
| １ | 工藤委員 | ○地場産業振興について（中小企業振興条例）地場産業振興策の一つとして、各市町村における「中小企業振興条例」の制定についてどのように進めていったらよいのか教えて欲しい。平成27年に県が策定した中小企業振興条例につながる形で各市町村にも制定を呼び掛けるべく、商工会が中心となって動いていますが、この条例を策定する意義がわかりにくく、各市町村では二の足を踏んでいるのが現状ではないか？私なりの理解では、条例の制定意義は、地域の中小企業の振興の課題は、企業の経営基盤の強化のみならず地域で雇用する人材の育成や地域企業の製品の活用やPRなどの様々な分野に渡りますが、これが縦割り行政の中ではうまくつながりにくいため、条例を制定の上、例えばオール八幡平市で地域の中小企業を振興していくような体制が出来上がるのではないかと期待しています。　しかしながら、現状の条例の制定を促す説明においては、現状の自治体の取り組み方ではどこが不十分であるかを指摘できておらず、新しい条例を制定するだけの動機付けに乏しいのが現状と感じていることから、是非わかりやすい説明をしていただいて、中小企業振興に努めていただきたい。 | 経営企画部 |
| ２ | 平野順子委員 | ○人材の確保について　取組みの柱のどの分野においてもカギになるのは「人材」だ。　この先、人手不足に拍車がかかることが予想され、人材確保・定着・育成が非常に困難なものになっていくと思う。　そうした状況を考慮に入れて、先手先手に対応してほしい。 | 経営企画部 |
| ３ | 八重畑委員 | ○平成30年度の取組について　盛岡局としては、ふるさと振興に向けた重点施策として、平成30年度には産業振興に力を入れて取組むということか。 | 経営企画部 |
| ４ | 八重畑委員 | ○継続事業の検証について平成30年度継続事業に係る検証はどのようになされているのか。 | 経営企画部 |

**＜各事業の実施について＞**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | 提言者 | 提言等内容 | 担当公所 |
| １ | 工藤委員 | ○ITについてITは世の中を変えていくと感じており、ITの振興には是非力を入れていただきたいと思う。現在の計画ではIT産業の事業者の育成に注力されていますが、じつは中小企業においてはまだまだITが入れていない分野が多く、また自分たちの分野はITは関係ないだろうと思っている事業者が多いのではないかと感じている。岩手県の酒米「結の香」は、平成28年度産の米を使って造った純米吟醸酒が山田錦と比較しても高い評価を頂いているが、この結の香の栽培を支えようとしているのがITだ。他にも、翻訳ソフトの精度が上がってきてスマホがあればコミュニケーションができるので、観光客とのコミュニケーションにスマホを活用するような取り組みも面白いと思う。中小企業の導入事例などをわかりやすく情報発信して、ITへの障壁を小さくすることが必要と考える。 | 経営企画部 |
| ２ | 嵯峨委員 | ○IT産業の各種分野への参入について　生産現場における後継者不足や規模拡大の解決ツールとしてIT技術の導入は不可欠だ。　現場レベルの課題は大小様々あることから、机上のみならず、是非、生産現場に直接入り、体験を通じてIT産業と各種分野のマッチングを行ってほしい。 | 経営企画部 |
| ３ | 三上委員 | ○プログラミング教育について　プログラミング教育については、大いに賛成。　協力できることがあればやっていきたい。 | 経営企画部 |
| ４ | 三上委員 | ○IT技術者への教育について　IT技術者への教育については、技術的な分野のみならず、ビジネスにどう活用するかといった観点も必要と考える。 | 経営企画部 |
| ５ | 工藤委員 | ○インバウンド対策についてインバウンドの対応については、弊社はまだまだ十分に取り組めていない。お客様がいらっしゃれば、説明をしたり商品を購入して頂いたりという対応は可能だが、免税への対応や外国語パンフレット等のツールの準備についてはまだまだ準備ができていない。訪れるお客さんが増えてくることが見えてこないのでは業務的にも資金的にも資本を投入してよいか迷っており、観光業界と一体となって取り組みをしなくてはいけないかと考える。 | 経営企画部 |
| ６ | 工藤委員 | ○食産業と観光の連携について食産業は観光と相乗効果で伸びていくと考える。 また、観光とつながることによって、より地域の食材、地域の商品がレストランで使用されるはずだと思う。日本酒をはじめ、味噌、醤油、漬物、豆腐、納豆といった日本ならではの発酵食品は特にもインバウンドにおいては重要になると思う。日本酒が中心にはなっていますが、「是非岩手県の発酵文化全体のひとつ」という視点でみていただき、他の発酵食品へと広げていく方向で進めていってはどうか。 　発酵は味わいは勿論のこと、「食品製造に対する考え方」に特徴がある。人が積極的に加工するだけではなく、微生物の力を借り、その微生物が働くのを「待つ」時間を必要とする点が、ともすると哲学的な仕事ではないかと感じており、岩手の、ひいては日本の良さを世界に発信できるのではないか。 | 経営企画部 |
| ７ | 工藤委員 | ○ハーベストレストレンについてハーベストレストランの企画には私も参加しているが、これは、岩手県の魅力を発信していくのに最高の企画のひとつだと考えている。地域の食材を作り手がストーリーや風景と共に発信することは生産物の商品としての価値を高めていきますし、それが美味しい一皿になるという体験は作り手に自信を抱かせている。 　一方で運営体制の弱さがハーベストレストランの弱点。予算面だけでなく、イベント運営のプロではない為に効率的ではない部分も多くて大変な苦労をしてイベントを実施しており、これを続けていけるのだろうかというのが内部から見ての正直な感想。そのため、予算だけではなく、このあたりの技術を（コンサルやイベント会社に委託するのではなくて）県でバックアップできなか？県では、様々なイベントをやりくりする技術は相当な積み重ねがあると思っており、蓄積されたノウハウを民間にアウトプットしてほしい。  | 経営企画部 |
| ８ | 工藤委員 | ○食産業におけるカイゼン活動について食産業におけるカイゼン活動も業界に取っては非常に大きな効果がある。 「在庫を持たない、無駄なことをしない、タクトタイムで生産する」の3つがカイゼン活動の軸となりますが、弊社でもこの事業に取り組み始めたことで生産性が上がり、昨年末の繁忙期においても働きやすくなったことを実感している。当初、働き方を変えることに現場の抵抗がありましたが、今では現場に変えていくことに意欲が芽生え、その結果、生産性が上がるほかに、現場で働く人にとっては「自分たちが仕事を良いものにしていける」という自信を持つことで働く意欲や楽しみを持つことにつながった。こうした雰囲気が就職先を選ぶ若い人たちに伝わると食産業に就職することに価値を見出していただけるのではないかと考える。 | 経営企画部 |
| ９ | 小笠原委員 | ○他産業への波及について　食産業の育成等における成果を林業産業等他産業へフィードバックして、活かして欲しい。 | 経営企画部 |
| 10 | 工藤委員 | ○海外への情報発信等について引き続き海外とは積極的にコミュニケーションを続けてほしい。 特にもヨーロッパは大きな都市には日本の自治体は進出していますが、地方に行くとまだほかの自治体が出ていっていない地域がたくさんある。私の関係では、フランスのストラスブール総領事様からは岩手県がその気であれば是非応援したいとおっしゃってくださっているし、在ルクセンブルク大使館参事官様は復興庁にいた時代に岩手とは縁があるので岩手の力になるとのことだ。  | 経営企画部 |
| 11 | 八重畑委員 | ○食の安心・安全について食に関するイベント実施時には、安心・安全実施されるように十分に注意して実施してほしい。 | 経営企画部 |