

富山県総合計画審議会活力部会（第1回）の概要

- 1 日時 平成29年1月24日（火）10:00～12:00
 2 場所 富山県民会館8階バンケットホール
 3 出席委員 審議会委員11名、専門委員12名 計23名
 4 主な意見

（1）グローバル競争を勝ち抜く力強い産業の育成と雇用の確保

＜第4次産業革命対応、成長産業・バイオ・ものづくり等＞

- I o Tなどの考え方がここ数年で急速に進んでいるが、中堅・中小企業にその考えを浸透させる意味からも、県の「I o T活用研究会」等の取組みを単年度ではなく継続して進めること。
- 第4次産業革命への対応について、中小企業にどのように普及させるかが課題。業種・地域単位で束になって対応する必要がある、そのためにもA Iやロボットなどの先端技術導入を支援するための産学官金あげての仕組み（導入支援センター）が必要。
- 医薬・バイオは本県の基幹産業としてこの5年間で大きく成長しており、施策を独立させたことは、今後集中して進めていくという点で大切。
- 相手が本当に欲しがっている薬、付加価値の高い医薬品の開発に取り組んでいけば、まだまだ将来性はあるのではないか。
- ものづくり産業の競争力を強化するために必要な「品質面の確保」への支援が重要。流行の「インダストリアル4.0」「I o T」などを進めるうえでも、「生産技術の向上」を認識しないと、取組みの方向性を見失ってしまう。
- 県内にはものづくりなど沢山の産業があるのに、互いに違う産業のことを知らない。新しい産業が生まれる可能性につながるので、産業をつなぐ施策が必要。
- 中小・小規模企業の支援体制強化が位置づけられていることを評価する。中小企業の販路開拓・商品開発支援ファンドのうち2つが終了予定であり、継続を希望。
- トランプ政権になったことから、県内企業にも必ず影響が出てくるので、注視する必要がある。

＜まちづくり、商業・サービス業振興等＞

- 新たな政策として「商業」関係が弱い。新幹線開業効果がまだ及んでいない面もあり、「商業の活性化」「まちの賑わい」は大きな課題。定住人口の増加という観点から、Uターンサポート、企業の誘致、学生の確保などに積極的に取り組んでほしい。
- 富山駅周辺ではチェーン店が増える一方で、昔からの商店が後継者不足もあり廃業しており、富山の良さが失われている。どのように「まちの賑わい」を取り戻すか再検討することが必要。

＜人材育成等＞

- 力強い産業にしていくためには人材の確保が重要。そのためには、この企業で働きたいという魅力を発信することが大切。「富山に来たらカッコいい仕事ができる」と思えるような情報発信が必要。
- A Iなどが進めば労働時間も激減するといわれている今こそ、基礎学力をしっかり身に付けることが大切。
- 人材不足対応、また女性の活用のためにも、女性の教育が大切であり、教育に対する補助が必要。

（2）生産性・付加価値の高い農林水産業の振興

＜担い手育成等＞

- 農業の後継者の育成が最重要課題。若い人の「農業離れ」を止めるため、意欲ある若者の長期研修、外部研修への参加など、自立を促す取組みに支援してほしい。

- 漁業は自然が相手であり不安定だが、富山湾は魚種が豊富なためなんとか成り立っている。最近ではクロマグロ規制などで、自主的に休業日を設けるなどして対応。

<高付加価値化、市場開拓等>

- グローバル化が進展するなか、「誰が、どのような作物を、どの程度作るのか」といった大きなスキームが必要。現在は「米・麦・大豆」を中心に、野菜の1億円産地づくりにも取り組み、成果も出てきているが、これからはさらなる品質向上が重要。
- 本県の農業はコメ中心であるが、海外市場での日本米の産地間競争も激しい。コメの輸出に当たっては、品質の向上、差別化が重要。
- 農業に限らず、生産性を向上させるには、域内・域外の交流を活発にしていく必要がある。輸出（域外交流）では、特に対EUとしてハサップ（HACCP）対応がポイントになり、これに対応する食品加工施設の整備も必要。
- 農林水産物の輸出という点では、①機械生産により安定的に生産することで勝負する、②数ではなく、ブランド力があって、付加価値が高く、他にはない品種で勝負するという2つのアクセスの仕方がある。

(3) 環日本海・アジア新時代に向けた陸・海・空の交通基盤の強化

<インフラの活用>

- 交通基盤は既に確立されており、これをどのように活用していくのかという視点が大切。
- 本県は多くの鉄軌道線が運行しており、乗継ぎの利便性という点で共通の交通ICカードの導入が不可欠。県が沿線自治体や交通事業者の橋渡し役になるべき。

(4) 観光振興と魅力あるまちづくり

<移住促進、選ばれ続ける観光地づくり>

- 移住に関心を持つ人が多い。新幹線開業により東京圏が通勤圏となった。交通基盤を活かして長期滞在型の産業観光への取組みを強化したらどうか。「富山に留学する」という視点で、富山で学び、世界で活躍する人材を広げ、「県民化」していくことが必要。
- 県内からの情報発信も大切だが、県外で富山の良さを伝えることも重要。例えば、東京から富山に2時間で行けることを知らない人も多く、日本橋とやま館でのPRなども効果的。
- 子どもたちが富山の魅力に接する・体験する機会を設けることで、県に愛着を持ち、県外への流出を食い止めることにつながるのでは。
- 観光資源、魅力は十分あるので、中長期的な視点で計画をたて、どう発信していくかを考えるべき。

<ブランド化、戦略的な国際観光の推進>

- 海外では、東京や大阪のイメージはあっても、地方の認識はまだ弱い。この時期に一步先に出て、積極的に「トヤマ」を海外に売り込むことで、例えば、「富山の魚は富山に来ればもっと安く、おいしく食べられる」と思ってもらうことで、インバウンドの取込みにつながっていくという良いサイクルが生まれるのではないか。
- 大型クルーズ客船の受入については、北信越で連携し、共同で体制づくりや海外への発信を行うことが大切。
- インバウンド取込みの観点で、LCCの活用・誘致を進めるべき。また、クルーズ船の受入は、インセンティブをつぎ込んでも寄港してもらうことが大切。
- 「富山の魚」は目玉になる。特定の魚を英語・中国語で積極的に売り込むべき。
- 富山は「海のあるスイス」を目指しているが、本家スイスでは二次交通の充実、外国人移動時の優遇策など行っており学ぶところが多い。
- 映画・アニメの影響力は大きく、ロケ地誘致、フィルムコミッションの取組みをさらに進めるべき。