

項目	委員意見
<p>次期計画における将来展望・目指す姿</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○自動車産業と貿易が20世紀の発展を支えた大きな要因であり、この地域はその恩恵を最大に受けている地域。愛知県をデトロイトのようにしないようにすることが必要。</li> <li>○技術の進歩が早い中で、10年、20年先を見据えることは至難の技。2040年は難しいので、2030年ぐらいは視野に入れながら議論を進めたい。</li> <li>○次期計画の目標設定に関し、新しい視点として、シェアリングエコノミーへの移行や5G時代におけるビッグデータ活用などをどう評価するかが鍵。具体的には、インバウンドに対して単なる来県者数だけでなく、旅行消費額や宿泊日数等を含めるなど、より実態を反映する項目と、項目ごとのウエイト付けを検討することが必要。</li> <li>○2020年の東京オリンピック以降、首都圏の経済はかなり反動があると想定される中で、愛知と大阪の重要性が高まってくると認識しており、対大阪、対関西という視点で、競争力を高めていくことが必要。また、シェアリングエコノミーがより重視される社会になる中で、その市場規模が大きい東京・大阪の優位性が高まり、愛知の優位性が相対的に低下する可能性。</li> <li>○愛知県は、日本の中で一番、二番と言っているのではなく、世界の動きに付いていけているのか、あるいは世界をリードできるポジションにいるのかなど、外に目を向けていくことが必要であり、「日本の未来を切り拓く」国際イノベーション都市よりも、むしろ「世界とどれだけ戦える」国際イノベーション都市なのかを考えることが必要。</li> <li>○「愛知県」という範囲を超えることが必要。三重や岐阜、浜松からは、一つの経済圏・社会圏の中で愛知県のリードを期待する声がある。周りのために愛知はいかにあるべきかという観点で捉えていただきたい。</li> <li>○生産性を向上させなければ、労働力人口・生産高・税収が減り、インフラの維持が出来なくなることを意識すべき。</li> <li>○SDGsは今後課題として押さえるべきテーマ。これまでの仕事や取組の「やり方」をSDGsに沿うように変えていくことが求められており、一過性の特別なことを行うのではなく、「考え方」を変えていくことが大切。</li> <li>○先を見ることも大事である一方、2025年までの計画を策定するに当たり、直面する5年以内の変化も加味した方がいいのではないかな。</li> </ul>
<p>イノベーション・スタートアップ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○イノベーションの担い手としてスタートアップ企業を重視するとともに、どの分野からどのような優れたスタートアップが出てきて、サポート・連携できるのかは想定困難のため、様々なスタートアップが次々と生まれてくるような地域にしていくことが必要。若者の起業が多い東京や京都、福岡などは、外から来る人に対して総じて寛容で、チャンスや失敗を受け入れるような土壌もあり、愛知県も一気にそうした風土を持つ地域に変えていくことが必要。</li> <li>○イノベーションへの取組は百発百中で成功するという前提ではなく、チャレンジャーを大事にしていくことが重要。失敗からの学びも含めて、その知見を共有できるような体制づくりに期待。失敗の知見の共有は新しい分野を加速させ、イノベーションの礎となるという認識。</li> <li>○イノベーションをいかに生み出すかだけでなく、行政として社会実装にいかに取り組むか、そして産業とどう連携していくかを見込んで計画を策定していただきたい。</li> <li>○新しい産業やスタートアップが全て成功するわけではなく、失敗からの学びが必要。チャレンジャーとして、失敗しても復活でき、改めて再スタートできる世の中が重要。</li> </ul>
<p>論点1 中小企業支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○中小企業やサービス業は、人員の制限等から今日のことで精一杯であり、生産性が伸びていない状況であるが、航空宇宙産業では組合によって共通の部分は効率化するような動きもあるので、そうした点にも一歩踏み込んでいただきたい。</li> <li>○地域で消費するものを自分たち自身（地域）で生産する「地消地産」の考え方を具体化していくことで、小さな仕事がたくさん生み出され、中小企業の仕事づくりに繋がる。また、技術革新を行う大企業を支えていく要素技術、部品レベルの強化こそが、中小企業の役割ではないか。中小企業は、技能・技術を「深めること」、そして大企業へ「広げること」を同時に行うことが、世界に勝つために必要。</li> <li>○経営者の事業承継とともに、現場の技能承継が進んでいないことも課題であり、結果的に事業承継の難しさに繋がっている。これに対して、技能検定を有効的に使えないかと考えており、そのためには教育の支援体制が非常に大事。</li> <li>○県の施策に「中小企業の日（7月20日）」を位置づけるとともに、毎年7月の「中小企業魅力発信月間」において、「中小企業で働き、地域で豊かな人生を送る」という新しいライフスタイルを提起していくことが、地域とそこに根付く産業、ひいては県民生活の将来を考える上で最も大切。</li> <li>○愛知の産業基盤を支えているのは「人」であり「技術」。これまでの蓄積のおかげで今の愛知の技術があり、中小企業の技術・技能の承継にしっかり取り組むことが必要。</li> </ul>
<p>次世代産業の育成</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○将来的には、県内の企業がスマートフォンにAIが組み込まれたAI端末を開発し生産すると、愛知のモノづくりは非常に安泰だと思うが、おそらく日本の企業では困難。</li> <li>○自動車製造業からモビリティサービス業への移行を目指しているが、新しいサービスが利益を生むことについては、全く目途が立っていない状況。様々な部署が、外部と連携しながら模索する状況がしばらく続くのではないかな。</li> <li>○2021年から2025年は、水素社会の実用化に向けた仕込みの時期。先行的に水素社会に向けた取組を行っている愛知県が、他の地域を引っ張るという視点も必要。</li> <li>○近隣地域では移動式水素ステーションがあるが、肝心のFCV（燃料電池車）の普及が不足しているとの認識。</li> <li>○地域計画は名古屋中心の内容になる傾向が強い中で、東三河地域をどう考え、どう位置づけるか。次期計画では、東三河地域の強みである農業において、アグリテックのようなデジタル技術を活用し、一次産業の高度化や成長産業化を図るような視点を取り入れていただきたい。</li> </ul>

項目		委員意見
論 点 2	人材育成・雇用のあり方	<p>○現行ビジョンの横断的な施策の「産業人材の育成・強化」は、施策の柱1から8までの全てに対して、どのように人材育成をしていくかという視点であった。<b>次期計画でも施策の柱ごとに人材育成をどうするのか検討</b>することが必要。</p> <p>○人間にしかできない業務への労働需要がポイント。単純労働の機械化が進む中、<b>人間の能力・知恵を発揮する仕事をいかに増やしていくかが「やりがいづくり」に繋がる。</b></p> <p>○<b>中小企業の場合は、終身雇用や年功賃金といった日本型雇用慣行をもっと強化すべき。</b>中小企業の社員は、月日を重ねるほど技能が向上するので、終身雇用でしっかり雇い、年齢とともに着実にレベルを上げ、手に職を持つという方向にすることが、雇用の本来の姿。</p> <p>○<b>終身雇用や年功賃金といった日本型雇用慣行は、既に大手も含めて見直しをされており、働き方に応じた賃金、あるいはライフステージに応じた賃金体系に移行。</b></p> <p>○今まで経験をしたことのないスピードで様々に変化していく時代の中で、<b>従来の働き方が合わなくなっている企業が多く、新しい雇用の形を模索していくのではないかな。</b></p>
	学び直し	<p>○「<b>学び直し</b>」がキーワード。最大の対象はシニア層だが、十分な学校教育を受けていない一部の外国人材の子弟なども、学び直しの対象になるのではないかな。</p> <p>○70歳定年も見据えると、働く期間が長くなる中で、学ぶ意欲のある人を受け入れる、<b>大学の枠を超えた専門人材を育てる場が重要。</b>こうした施策は<b>企業などの単体では難しいことから、県で考えていただきたい。</b></p> <p>○<b>働く期間が伸びていくに従い、リカレント教育といった新しい学び方や新しい働き方が重要になる。</b></p>
	生産性向上	<p>○テレワークは、便利な反面、費用と手間が必要。今後、<b>テレワークを支えるネットワークや、データの持ち方のあり方など、何か有効な施策を打ち出せるとよい。</b></p> <p>○日本経済は、この5年間で高齢者と女性の就業が伸びた一方、生産性は低下。<b>日本の経済成長力を落とさないためにも、生産性をいかに伸ばしていくかが計画の肝。</b></p> <p>○<b>サービス業について、ICTを活用して生産性をいかに上げていくか、県がリードして具体的な施策を考えていくことが大事。</b></p>
	次世代の担い手の育成・定着	<p>○<b>イノベティブな人材の育成</b>に当たっては、①試してみる力、最後まで折れずにやり抜く力などの<b>非認知能力を十分に育てる教育力を持った保育士や教員の養成</b>、②ワーク・ライフ・バランスなど<b>仕事と子育てとの両立を望む女性が安心して働くことができる優れた保育・教育環境</b>、③どのように社会が変わっても、その変わりゆく社会の中で、<b>柔軟にそれぞれの能力を生かしながら社会を支え続けることができる女性の育成</b>の3点が重要。</p> <p>○この地域の<b>若者は、親世代も含めて、大企業志向が根強い。</b>中小企業で働く方が、より自分の能力を発揮できるにも関わらず、はじめから中小企業に目が向かないことで、その人の可能性が狭められてしまっている。<b>中小企業への正しい認識が進んでいないことは、人材確保が上手くいっていない大きな原因。</b></p>
	多様な人材の活躍	<p>○多様な人材の活躍にあたり、「<b>生き活きと「働きがいをもって」という言葉を、是非加えていただきたい。</b>SDGsの実践に向けた視点として、「<b>ディーセントワーク</b>」という視点を盛り込んでいただきたい。</p> <p>○<b>外国人の増加に伴い、様々な価値観が持ち込まれるようになり、新しい社会の秩序のようなものを形成していかなければいけないのではないかな。</b></p> <p>○人材や働き方の多様化は、自然に進んでいく部分は少なく、<b>多様化を「させていかなければいけない」部分が大きいのではないかな。</b></p>
論 点 3	地域のブランド化、魅力発信	<p>○<b>魅力と刺激あるまちづくりがキーワード。</b>愛知県もワーク・ライフ・バランスの良さや、都市と自然が近接しサテライトオフィスやワーケーションといった様々なポテンシャルがあるが、<b>SNSの時代に沿った魅力発信が出来ていない。</b></p> <p>○愛知県に住んだことのない方、接点のない方は観光情報で地域のイメージを決めてしまう。<b>観光都市としてのブランディング戦略を重視していただきたい。</b>その際、「魅力」も重要である一方、<b>従来の「堅実性」とは真逆の「刺激的」な地域への脱皮も必要。</b></p> <p>○リニア開業に伴い、名古屋の良さを発信し、懸念されている<b>ストロー現象による東京への人や企業の流出を引き起こさせないことが必要。</b></p> <p>○愛知県外からの誘引や県の魅力発信を考えるには、<b>検討プロセスの中に外部の目を入れることが必要。</b></p> <p>○インバウンドが大幅に増加している状況にも関わらず、愛知県は観光という面で捉えられていない。<b>ブランド力の不足こそが一番の課題。</b></p> <p>○やみくもに海外、あるいは首都圏、関西圏で愛知をPRしても、本当に愛知を知りたい人に情報が届いているのかというマーケティングができていなかったのではないかな。デジタルマーケティングなどで、<b>愛知の一番いいところの情報を、一番いいタイミングで届けるようなマーケティングを方向付けたい。</b></p> <p>○21世紀の日本国内の産業にとって重要なキーワードは、「<b>ブランド化</b>」と「<b>イノベーション</b>」であり、観光は、これらの最先端に位置する<b>営み。</b>観光は、人と人の間に「出会い」と「交流」をもたらす力も持ち、出会いや交流がもつ多様な効果を使うことで、地域全体、あるいは他の産業を振興することが可能。</p> <p>○<b>一次産業、二次産業、三次産業などの分厚い集積を、観光を通じた「出会い」の力と組み合わせることによって、「ブランド」や「イノベーション」へと転換させていくための戦略的な使い方をすることが必要。</b>それが<b>愛知県にしかできない、またはもっとも愛知県らしい観光への取り組み方だと認識。</b></p>
	海外とのパートナーシップ	<p>○最近の国際情勢からは、必ずしもグローバル化が進むのではなく、むしろ<b>ブロック化のリスクも考えることが必要。</b>ある地域に頼り過ぎると思わぬリスクに直面する恐れもあり、<b>いかに多角的に、国家レベルのみならず、企業レベル・地域レベルで独自のネットワークを作るかが大事。</b></p>