

委員など主な意見要旨（第1回策定委員会・各部会、地域産業労働会議、車座集会、地域金融機関との勉強会）

| 目指すべき方向性の項目 | 委員意見：（委）策定委員会、（産）産業部会、（労）労働部会、（地）地域産業労働会議、（車）車座集会、（金）金融機関との勉強会 |
|------------------------|--|
| 次期計画における将来展望・目指す姿 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 20世紀の発展を支えた自動車産業と貿易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。（委） ○ 東京オリンピック以降、首都圏の経済は反動があると想定される中で、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。（委） ○ 愛知県が世界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、「世界とどれだけ闘える」国際イノベーション都市なのかを考えることが必要。（委、産） ○ 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。（委） ○ 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、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。（委） ○ 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。（委） ○ 目標を達成するため、具体的な施策を盛り込んだ実効性の高い計画に。（産） ○ 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。（委） ○ 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と。（委） ○ 過去の延長線上では将来の姿を描くことができないという危機感を共有することが重要。教育の充実や、インフラ整備や都市計画など、あらゆる面でこれまでとは違うアプローチが必要。現在の前提条件が変化する場合に、どのような方向性を目指すべきかという観点も必要。（産、地） ○ 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、どこまでやっていくのかというメッセージを広く発信していくことが大切。（委、産） ○ 都市部のみならず、愛知県全体の産業構造を見据えた計画とし、ローカルな地域の取組も盛り込んでいただきたい。（産、地） ○ 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。（委、地） ○ 人を呼び込み、定着させ、地域格差を解消できる取組を検討していただきたい。（地） ○ モノづくり企業に拘らず、多様な業種に対して投資が行われるべき。全方位でイノベーション都市を目指す動きを盛り込んでいただきたい。（産） ○ 地域内での経済循環を高める視点を取り入れていただきたい。（車） ○ 地域のお金を地域で回すような仕組みにしていくことが必要。愛知で稼いだお金が東京に流出してしまい、この地域の活性化に繋がらない。（労） ○ SDGsは今後課題として押さえるべきテーマ。一過性の特別なことを行うのではなく、これまでの仕事や取組の「考え方」を変えていくことが大切。（委） ○ 県でも、縦割りではなくヨコの繋がりを持って施策を考えていただきたい。（車、地） ○ 随時見直し等をしながら、現場に立脚したタイムリーな施策を柔軟に対応していただきたい。（地） ○ 現行計画のように、柱があり、その下に施策と目標を数で示す整理の方法はよいと思う。（車） ○ 次期計画の数値目標設定に関し、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。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。（委） |
| 論点1 イノベーション・スタートアップ | <ul style="list-style-type: none"> ○ イノベーションの担い手としてスタートアップを重視するとともに、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することが必要。（委） ○ 愛知県も、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・風土を持つ地域に変えていくことが必要。（委、産） ○ イノベーションへの取組は、チャレンジャーを大事にすることが重要。失敗からの学びも含めて、知見を共有できるような体制づくりに期待。（委） ○ チャレンジの保証や、再チャレンジできる環境を整えていくことが必要。（金） ○ スタートアップも、モノづくり中小企業も、新事業の展開や研究開発といった課題は全く同じ。モノづくり中小企業は既に設備を有しており、スタートアップの新たなプレイヤーとして重要な存在。スタートアップと中小企業が分断されすぎないような議論をすべき。（産） ○ 国の「グローバル拠点都市」の選定に向け、愛知県が名古屋市や当地域の大学、経済界を適切にリードすることが必要。（産） ○ 地域や機関が別々にスタートアップ支援を行うのではなく、地域全体で連携して支援を行うことが重要。（産、地） ○ 創造性の高い名古屋大学を擁しているにもかかわらず、十分に連携が図られていないのではないかと。（労） ○ 「愛知県発のスター企業20社」のように、芽のあるスタートアップを戦略的に育て、身近な成功事例を作り上げることが重要。（産） ○ モノづくり系スタートアップは若い世代に限る必要はない。モノづくり企業の事業承継との連携や定年退職した技術者の起業という考え方もある。（産） ○ 収益や雇用を生み出す創業して数年経っている企業にも目を向けていただきたい。（産） ○ 大企業から中小企業やスタートアップで活躍している方たちは成長のキーマンであり、ロールモデルとして注目を。（産） |

| 目指すべき方向性の項目 | 委員意見：（委）策定委員会、（産）産業部会、（労）労働部会、（地）地域産業労働会議、（車）車座集會、（金）金融機関との勉強会 |
|-----------------|--|
| イノベーション・スタートアップ | <ul style="list-style-type: none"> ○ スタートアップや今後育てていきたいと思う企業に対して、民間では動かさない、法律や制度の部分で後押しができる制度を作っていくべき。（産） ○ 首都圏から愛知に戻っての起業や、大企業からのスピノフなど、愛知らしいスタートアップの定義、在り方が示せるとよい。（産） ○ 学生のチャレンジ精神といった観点も非常に大事。（産） ○ スタートアップ支援は県と連携しながら支援メニューや体制を作っていくことが重要。（地） ○ ベンチャー、スタートアップについて、アントレプレナーシップが低いので、うまく回ることを期待。助成金だけではない他の支援も必要。（車） ○ 金融機関がスタートアップ支援の事業サポーター等になる場合、事業のスタート時期から参加させていただきたい。（金） |
| 中小企業支援 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 中小・小規模企業を伸ばすことを大きな柱の一つに位置付けてほしい。将来を見据えて中小企業がどうあるべきかというビジョンを。（産、地） ○ 最先端技術も重要だが、これまで培ってきた確かな技術をもつ中小企業をどのように生かしていくのかという視点が必要。（労） ○ 中小企業支援とイノベーションやスタートアップ支援といった施策とのバランスを考えた方向性を検討してほしい。（産、金） ○ 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が、中小企業の仕事づくりに繋がる。（委） ○ 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。（委） ○ 中小企業は地域社会の担い手や生活サービスの提供者としての役割が大きい。（金） ○ IT分野のベンチャー企業の成果を中小企業にも取り入れるなど、既存の中小企業が最新技術を導入する環境づくりが必要。（産） ○ ITの活用をもっと積極的に推進するべき。中小企業の方が小回りがきき、一気にデジタル化を進めることも可能。（産） ○ 中小企業において大規模な投資が非常に難しいので、IoTの活用は身の丈に合った規模で、スモールスタートで取り組んでいくことが重要。（産） ○ ITリテラシーを持つ人材を養成することが必要。中小企業のIT教育への支援を。（地、車） ○ 伝統産業にも、モノを作ることに加え、サービス業になっていくようなイメージが必要。（地） ○ 伝統的工芸品は産業であり文化である。産業としてではなく、文化として残る可能性もある。（地） ○ 中小企業は技術的な知見が乏しい。研究機関や大学と中小企業がもっと見近に結びつく場が必要。（地） ○ 技術力、研究開発力強化を後押しするためにも、公設試験研究機関や大学等との共同研究等への支援を。（地） ○ ロボットや航空宇宙分野でも、大企業では難しい基礎的技術の振興や技術者育成など、中小・小規模企業のイノベーションを図る支援も必要。（産） ○ 他の産業へ進出するにあたり、頑張る中小企業が多様な変化に対応できるようにバックアップが必要。（産） ○ 中小企業やサービス業は、生産性が伸びていない状況。共通の部分を効率化するような動きにも踏み込んでいただきたい。（委） ○ サービス業について、IGT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。（委） ○ 支援メニューは多くあるが分かりづらく丁寧な説明が必要。施策が本当に必要な方に届いているか、どう周知するかが大事。（地、金） ○ 事業所の防災・減災対策、BCP計画作成支援が必要。（地） ○ 中小企業とスタートアップや大企業との連携において、成功事例集や発表の場があるとよい。（金） ○ 県の施策に「中小企業の日（7月20日）」を位置づけていただきたい。（委） ○ 働く場所や再チャレンジの機会を提供し、次の道を用意したうえで、適切なタイミングで企業の清算を促進することも大切ではないか。（産） ○ 市場からの撤退をいかにスムーズに支援していくか。余剰となる労働力を新たな産業とマッチングさせ、新事業への展開に繋げられるとよい。（地） ○ 事業承継を広く、多様化して捉えられないか。企業をたたむための支援や、たたんだ後の再生も考えていく必要がある。（車） ○ 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。（委、地） ○ 愛知の産業基盤を支えているのは「人」であり「技術」。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。（委） ○ 早急な事業承継に向けて、各種施策や支援機関間の連携、さらには市町村を巻き込んだ取組も重要。（産） ○ 商店街の一番の課題は事業承継。（産） |
| 次世代産業の育成 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 自動運転を小さな町が生かせるかという視点が必要。（地） ○ 過疎化や高齢化が進む地域では、これまでと同等なサービスや商品の提供を行うためには、機械化や通信・AIといった次世代の技術革新が生活や労働にとってより身近なものとなる必要がある。（地） ○ 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、産業とどう連携していくかを見込むことが必要。（委） ○ 水素社会の実用化に向け、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。（委） ○ 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。（委） |

論
点
1

| 目指すべき方向性の項目 | | 委員意見：（委）策定委員会、（産）産業部会、（労）労働部会、（地）地域産業労働会議、（車）車座集會、（金）金融機関との勉強会 |
|-------------|--|--|
| 論 点 1 | 農林水産業 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 東三河地域の強みである農業で、アグリテックなどデジタル技術を活用し、1次産業の高度化や成長産業化を図る視点を盛り込んでほしい。（委、地） ○ 『農業×モノづくり』が愛知の産業の将来を考えた際のキーワードの一つ。モノづくり企業が農業分野に関わる可能性とチャンス。（産） ○ 農林水産業も産業政策に組み込んで、就業者を増やすような取組を。（地、車、金） |
| 論 点 2 | 人材育成・雇用のあり方 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 単純労働の機械化が進む中、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。（委） ○ 愛知で働き続けることに誇りが持て、愛知で働くことがステータスとなるような施策に力を入れていくことが必要。（労、車） ○ 教育と連携して、愛知の魅力、仕事の魅力をどう伝えていくか考えていくことが必要。（車） ○ 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いる状況。（委） ○ 様々に変化していく時代の中で、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。（委） ○ 高齢者を70歳まで雇用するのであれば、今までとは違った雇用の仕方も考えることが必要。（労） ○ 人口流出の対応として、働きたい場所や学びたい学校の整備や、Uターンをどのようにしていくかという議論が必要。（産） ○ 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することが必要。（委） ○ 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。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。（委） ○ 大企業志向のなか、中小企業で働くほうが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。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。（委） ○ 中小・小規模企業に人材育成の大切さが伝わる効果のある具体的な方向性や施策を盛り込んでいただきたい。（産） ○ 中小企業においては、AI、ロボット等の導入も難しいと思われるので、定年延長や再雇用制度等を検討することも必要。（労） ○ ITベンダーとモノづくり企業を繋ぎ、IoTやAI等を活用して課題解決を行う「ITものづくりブリッジ人材」の育成も重要。ITベンダーと連携し、モノづくり企業のやりたいことをやってもらうことが、中小企業の生産性向上に繋がっていくのではないか。（産） |
| | 学び直し、リカレント教育 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 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。学ぶ意欲のある人を受け入れる、大学の枠を超えた専門人材を育てる場が重要。こうした施策は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。（委） ○ 高校卒で働く方が、社会に触れて問題意識を感じ、改めて学びたいと思ったときに大学に通うというスタイルがあってもよい。（産） ○ 高齢者のリカレント教育という視点も必要。（労） ○ 「学び直し」の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対象になるのではないか。（委） |
| | 働き方改革 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 働き方改革の本質は生産性の向上。中小企業が変わろうとしているのであれば、事例の共有や足並みを揃えた行政のサポート等も必要。（地） ○ 女性も含め優秀なイノベーション人材の副業・兼業を広めるためには、家事代行などの制度を他地域よりも早く導入し促進することが重要。社会保険や残業代の扱いなど、企業の中で生じる問題をより早く乗り越えることが、成長戦略を描く後押しになるのではないか。（産） ○ 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。（委） ○ 女性の活躍、災害被害の分散という観点からもテレワークが有効。（地） ○ ワークシェア、ロボット化等によって働きやすさを考えていかないと、人手不足感は解決しないのではないか。（地） ○ 確保した人材が辞めないような魅力ある職場づくり、モチベーションを上げるような取組が必要。（地） |
| | 次世代の担い手の育成 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 労働市場がタイトな状況下では、能力開発で若年層にアピールできる企業が重要。企業内でのマネジメントを確立し定着性を高める努力が必要。（労） ○ 若者の流出を食い止めるため魅力ある環境をつくり、産業を興すことが必要。（地） ○ 技術者・中小企業に日が当たる価値観が必要。技術者、農業・漁業・林業に従事する人を、愛知の宝として若年から育てることが重要。（車） ○ 技術者が地元に根付いてこそ、製造業とITとの融合が起こりうる。その道を究めることの価値観を、幼い頃から醸成することが必要。（車） |
| 多様な人材の活躍 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 多様な人材の活躍にあたり、「生き生きと」「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。（委、労） ○ SDGsの実践に向けた視点として、「ディーセントワーク」という視点を盛り込んでいただきたい。（委） ○ 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、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。（委） ○ 多様な人材が活躍できる環境づくりは、産業や労働という視点のみでなく、家族の在り方なども含め、広い視点でとらえないと表面的なものになる。（車） ○ 施策には、一つのカテゴリーの中で整理する部分と、個々のカテゴリーごとにきめ細かく整理する部分があるのではないか。（労） | |

| 目指すべき方向性の項目 | 委員意見：（委）策定委員会、（産）産業部会、（労）労働部会、（地）地域産業労働会議、（車）車座集會、（金）金融機関との勉強会 |
|---|---|
| <p>多様な人材の活躍</p> <p>論 点 2</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○ イノベティブな人材の育成に当たっては、①試してみる力などを十分に育てる教育力を持った保育士や教員の養成、②女性が安心して働くことができる優れた保育・教育環境、③自らの能力を生かして社会を支え続けることができる女性の育成の3点が重要。（委） ○ 男性も含め、女性、障害者、労働者、外国人と、愛知県で働く全ての人たちに向けた計画としてほしい。（労） ○ 女性、高齢者、外国人など全ての人材が活躍できる環境づくりの中で、その家族、コミュニティが重要。（地） ○ 多様な人材が活躍できる環境づくりには、「職場の理解」「生活者の理解」が重要。（労） ○ 継続就業など細かい点まで目配りをきかせ、より女性が活躍しやすい社会をつくってほしい。（労） ○ 中小企業の女性の活躍においては介護が深刻な問題。介護は女性が主体となっており、辞めざるを得ない状況。介護に対して画期的な施策を。（車） ○ 子育てと介護は両輪であり、問題の解決に生かせる情報を企業の経営者が知っているかどうかは大きい。（車） ○ 高齢者が労災に合わないように十分に配慮することが必要。若年層中心に行っている能力開発、能力維持を高齢者にも広げていくことが必要。（労） ○ 障害者雇用にはマッチングの機会等、体験ではなくても、触れ合う機会を多く作るような制度ができればよい。（労） ○ 外国人の増加に伴い、様々な価値観に応じた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と。（委） ○ 外国人の方が、ずっと日本にいて、仕事のやりがいや技術・技能を習得できるような労働環境の整備を検討することが必要。（産） ○ 外国人労働者をどういう取組で地場産業に溶け込ませるのかという方向性も必要。（地） ○ 就職氷河期世代の雇用対策を進めるとよい。正規に雇われなかった人たちの雇用が実現すれば、人手不足解消に繋がる。（地、金） ○ 高齢者、障害者、外国人もあるが、ニートのな方を生かすような施策も大事。（車） |
| <p>地域のブランド化、魅力発信</p> <p>論 点 3</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○ 観光都市としてのブランディング戦略を重視すべき。魅力も重要である一方、従来の堅実性とは真逆の「刺激的」な地域への脱皮も必要。（委） ○ 魅力的な都市・地域になるために、どうしたら他地域との差別化が図られ、優位性を確立していくことができるのかを考えることが課題。（産） ○ 県に求めることは、中長期的な計画での、若者が集まってくるような魅力あるまちづくり。（地） ○ 愛知県は「住みやすさ」、「居心地のよさ」が強みであり、人が集まる一つの要因になる。（産） ○ 商業・サービス業を「まちづくり」の観点で捉え、人との交流を活発にすることが重要。商店街をまちの資産として再評価してほしい。（産） ○ 若者のチャレンジのために、仕事をする場と住む場も含め、住みたいまちづくりを総合的に考えていくことが必要。（車） ○ 産業を興し、県外から働き手を募っていくことは、県外の方から見た愛知県のイメージ、観光戦略と非常に関係が深い。（地） ○ 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。ブランド力の不足こそが一番の課題。（委） ○ 21世紀の日本国内の産業にとって重要なキーワードは「ブランド化」と「イノベーション」であり、観光は、これらの最先端に位置する営み。観光は、人と人の間に「出会い」と「交流」をもたらす力も持ち、地域全体、あるいは他の産業を振興することが可能。（委） ○ 1次・2次・3次産業の分厚い集積を、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るための戦略的な使い方をすることが必要。それが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。（委） ○ 愛知県外からの誘引や県の魅力発信を考えるには、検討プロセスの中に外部の目を入れることが必要。（委） ○ 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、SNSの時代に沿った魅力発信が出来ていない。（委、地） ○ デジタルマーケティングなどで、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。（委） ○ この地域に行ってみたくなるような特筆すべきものを展開していくことが必要。人が集まる情報発信が課題。（地） ○ リニア開業を見据えると、インバウンドなどは名古屋駅から名古屋城・栄への導線づくりを考えることが必要。名古屋都心部が「歩いて楽しいまち」となるよう整備を進めていくことも大切。（産） ○ 人口減少社会を補うために、インバウンドを含めた交流人口の拡大を目指すことが非常に重要。（産） ○ 観光客に、地域にお金を落としてもらう仕掛けや施設が必要。（地） ○ 普段の生活と違う「異日常」を感じることができる観光がこれから必要。（車） |
| <p>海外とのパートナーシップ</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○ 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。（委） ○ アジア競技大会を見据えて、アジア市場をターゲットにしたような施策展開も必要。（産） ○ 高付加価値な産業で、中国やインドなど成長市場の富裕層などを相手に販路を拓けるような施策を考えるべき。（車） |