

和歌山市産業戦略会議 意見交換会議録

1 日 時 平成27年5月26日（火） 15:00～17:00

2 場 所 ホテルアバローム紀の国 5階会議室

3 出席者

委員名	役 職
岡田 重 紀	菱岡工業株式会社 代表取締役
金子 英一郎	日本政策金融公庫 和歌山支店長
島 正 博	株式会社島精機製作所 代表取締役社長
谷口 博 昭	一般財団法人国土技術研究センター 理事長
デービッド・アトキンソン	株式会社小西美術工藝社 代表取締役社長
細江 美 則	太洋工業株式会社 代表取締役社長
吉村 典 久	国立大学法人 和歌山大学経済学部教授
和坂 貞 雄	和歌山県工業技術センター 所長

4 意見交換会議録

次のとおり

発言者	意 見
A委員	<p>産業振興ビジョンといったものを策定する場合、今からの積み上げという議論になりがちだが、そうではなく、半世紀後をどうしたいのか、半世紀後と現状のギャップをどう埋めるのかという議論が必要であると思う。</p> <p>課題は多く、普通にすると総花的なものになりがち。そこで例えば、売価を2倍にする、コストを半減するという商品開発をするためには相当変わったことをしなければならないが、そういったことにトライする企業へのサポートや、少子高齢化など社会的課題を解決する企業家（社会的企業家）へのサポートといったことをビジョンに盛り込むことができればと考える。</p>
B委員	<p>下請け製造業にとって、優秀な人材の確保に苦慮している。優秀な人材ばかりで高賃金では、海外との競争に勝てないため成り立たない。そこで、女性・主婦層の活用と体制づくりを考えているが、保育環境が十分でないことからもっと働きたいが子どもを預けられないため働けないといった声もある。また、老々介護も始まっており、働かないと食べていけないが、費用面が大変なため預けることができないということも聞く。</p> <p>また、障害者の就労支援を行うNPO法人の新事業では、和歌山の特産品と組み合わせたチョコレートの製造・販売を行っている。障害者支援学校の数は増えているが、社会で活躍できる場が少ないので、活躍の場を提供し家庭の負担を減らすことができればと支援している。一流ショコラティエに育てるのが夢。しかし、受け入れる人数も限られており、なかなか難しい。障害者の教育体制についても課題が多いと感じている。</p>

C委員	<p>資料を見るに、学齢期の流出が多い。大阪府という大きなまちがあることが大きいと思うが、学生や若い世代にふるさと教育を行うことや、和歌山大学にきた市外の学生に和歌山の企業の技術力やいいところを見ていってもらうということが大切なことだと感じる。</p> <p>若者が東京や大阪へ行ったとしても、ハードな生活を経てもう一度ふるさとに帰ろうという意識を持ち、30代や子育て世代になってから帰ってくるようなことが出てくればよいと思う。35歳から44歳までの流出をいかに減らし、流入に持っていかれるかが重要だと思う。</p> <p>県内への進学10%となっているが、大阪に40%も行っており、通える地域、戻って来ることができる地域であるためあまり悲観することもないのでは。やはり中学校、高校でふるさとのいいところを十分教育し、戻って来る素地をつくることが重要と考える。</p> <p>和歌山市は、繊維、木材、家具、皮革関係の事業所数がまだ多く、伝統的産業であるが特化係数が高くなっている。これらの産業は40年間で厳しい環境で淘汰されて乗り越えてきているため、力の持った企業ではないか。こういった頑張っている企業を支援していくことも一考の余地があり、いい形が出てくるのではと感じる。</p> <p>観光については、いろいろなものが混在していると感じる。いろいろなものがあるがどこにでもあるとなってしまう。何か他と違う「ストーリー」が必要であり、やはり和歌山は和歌山城を中心とした紀州徳川家だと思う。付随するものとして養水園、番所庭園、和歌祭りといった施設や文化がある。それらを統一するストーリーがあれば魅力あるものになっていくのではと感じる。</p> <p>公庫としては創業支援を進めていきたい。特に、働きたいという女性が小さい商売をサービス業として始められる環境ができればいいと思っている。</p>
D委員	<p>一つ質問したい。富山さんの講演会にあったGとL、Lがキーワードということだが、和歌山市の場合は資料でみるとGの産業に比重が置かれている。鉄鋼業、化学工業、汎用機械工業など、トリクルダウン（上位のものから順に富が全体に行き渡るという理論）になっているのか。あまりなっていないのか。</p>
C委員	<p>具体的な数値はないが、あまりなっていないのではと感じる。</p> <p>ピラミッドになっているかどうか疑問。そちらについては、他の委員がお詳しいのでは。</p>
E委員	<p>古くから部品づくりをしているところは多いが、完成品として出しているところは少ない。完成品として国内、海外へ出すことが発展につながる。いかに魅力を創り出すか、部品だけでは魅力が少ない。複合的な付加価値のある製品を作り出すことで、市の発展にも繋がると考える。</p> <p>国体によるアクセスの改善は、企業の生産活動にもつながる。少子高齢化の点では、優秀な人ほど外へ行き、若い人が戻ってこない。川から大海へ出ても元の川に戻ってくる、ふるさとに戻ってくるような魅力をつくるべき。産業活性化により働く場所が出てくると若年層も増える。いずれにせよ和歌山にどのような魅力をつくるかが大事。単体ではなくつながりのある商品、そういうサービスを創り出すことが必要と考</p>

	<p>える。</p> <p>和歌山はワインの消費が少ないが、年々増えてきている。ワインを飲むと食べるものも変わってくる。新しい和洋折衷（フュージョン）が必要となってくる。和洋折衷になるとお酒でもワインでも合う料理が必要になる。当社ではシニアソムリエが2人、ソムリエが3人いる。取引先が訪問された時のホスピタリティとして、どこにでもないものをと考えている。ホスピタリティを生み出していくことが当たり前になっていくと和歌山の魅力に繋がっていくのではないかと。</p>
F 委員	<p>市と県の観光ホームページを見たが、もっと観光に力を入れるべきと感じた。整備されていないものが多く、発信がどこまでできているのかも疑問。魅力があるにも関わらず、全国のどこでもあるようなおもてなし云々があるといっても人は来ない。整備と発信に力を入れるべきと考える。</p> <p>外国人観光客（宿泊者数）が6万人になったが、本来は全体の3割は占めるはず。75万人の観光客（宿泊者）のうち6万人は少ない。トリップアドバイザーなどで口コミを見ても、和歌山城は綺麗だが、展示もなければ、説明もない、座る場所もない、食べる場所もないと書かれている。</p> <p>観光は難しくない。インターネットの時代である以上、人が書いてくれているものを素直に整備していけば概ねうまくいく。</p> <p>海外では文化財の拝観料は1,000円単位が基本、和歌山城をはじめ数百円といった料金の考えは改めた方がよいと思う。市ではないが和歌山県の観光推奨コースに、日本に5日滞在したら2日を和歌山に宿泊と説明しているが、根本的に間違いであり、和歌山市、和歌山県だけで5日過ごしてもらえるコースを考えるべき。そのためのニーズ、方法など細かく戦略を練り直すべきと考える。</p> <p>和歌山は果物のイメージが強いため、農業体験の観光、釣りも可能性がある。</p> <p>また、日本国内でビーチリゾート、山のリゾートがなかなかできない中で、和歌山はビーチリゾートの天国という感じがする。一流ホテルを誘致してきて、そういうきちんとしたものを造った方がいいと思う。</p> <p>日本国内には世界のトップ50に入るビーチリゾートはない。なかなかできるものではないが和歌山なら可能であると思う。中途半端なものは国内にもいっぱいあるが、本物のビーチリゾートはない。沖縄であってもない。そういうものを造れば、6万人の外国人の宿泊者は劇的に変わると思う。</p> <p>和歌山市の観光ホームページでニュースは5件しか入っておらず、最後のニュースが5月の半ばだったので、過去の話、ニュースではなく歴史になっている。112日ルールというのがあるが、観光してもらうために112日、事前に示さなければいけない、発信しなければならないというのが世界のルールとなっている。</p> <p>観光ホームページの外国語版があるが、何万石だったとか、徳川幕府の御三家だとか、外国人には説明がないと分からない。元の日本語サイトを直訳しただけで、外国人にとってほとんど意味のある情報になっていない。これを変えることで効果はあると考える。</p>

G委員	<p>観光客が少ないと言う意見もあるが、外国人観光客が2.7倍になっているのは和歌山市にとって画期的なこと。</p> <p>人口の自然増を和歌山だけ増やすことは難しく、観光客を増加して社会的に増やすというのは比較的簡単にできると思う。</p> <p>関空が近いのは財産、LCC増により海外から来やすくなっている。関空から大阪、京都にだけというのではなく、いかに和歌山に取り込めるか。できるだけ長い滞在をいかにしてもらえるかということを考えていかなければならない。</p> <p>外国人は日本人と違った興味、行きたいところがある。その違うという多様性に注目して、今までとは変わった形の和歌山の魅力をアピールすることが必要である。</p> <p>日本中どこでも頑張っている中で、特長をどのように出すのが課題、他と同じでは伸びない。</p> <p>やはり、和歌山のメリットは関空が近く、LCCの就航も増加傾向にあることから、この条件を完全に取り込むことが必要だと考えている。</p> <p>顧客が我が社を訪れた後、他県の競合会社へ行く予定となっている場合、できるだけホスピタリティを出してこちらに長く滞在してもらおうようにしている。産業界でのお客さんだけでなく、観光客に対しても引き止め工作が必要ではないか。各企業が単独ではなくネットワーク、コラボレーションしてやっていく必要があると考える。</p>
H委員	<p>産業振興ビジョンを考える上で、短期、中期、長期と考えていかなければならない。</p> <p>短中期的には、即効性のある県外からの企業誘致を積極的に進めていく必要がある。しかし、助成金や税制優遇などはどこにでもあることで、それに加えたものがないければ企業は来ない。一つ考えられるものとしては交通インフラで、京奈和自動車道、南への高速道路が展開されているが、これらをうまく活用した企業誘致を図らなければならぬ。意外と忘れがちだが、工場が入るということは水が必ず必要になる。工業用水の供給、排水処理が一元的にできる工業団地なども考える必要がある。これにより企業誘致を積極的に進めることができるのではと考える。</p> <p>中長期的には、成長産業を育成することが大事であり、食品の6次産業化を図ろうとしているところは多いが、全て小粒。もう少し大規模に6次産業化を考えていかないと食品産業として大きく育っていかない。その点で、和歌山のブランドというと果実、年中何かの果実があり、これが和歌山の強みである。これを何とか大きくしたい。そうするとこれを大量に集約的に扱うところが必要になり、流通だけでなく加工も含めて一元的に扱う、果実のコンビナートのようなものを考えていかなければならない。食品コンビナートはいろんなところで造られていて、一番大きいのは京葉コンビナート、そこまで大きくなくていいが、果実を総合的に一括して扱うような、例えば生果のみだと年間を通じてどこかに空白期間ができるためにそれを補うよう1～2か月保存できる大規模な設備を、B級品だけでなくもっと積極的に加工をする加工場を、良好な交通アクセスを生かした流通施設を、それらを組み込んだ食品のコンビナートを考えてはどうかと思う。</p> <p>長期的には、化学や機械などの基幹産業は成熟度が高く、伸ばすのはかなり困難で、現状維持をしていかなければならない。そのためには人材の育成が必要であり、特に</p>

	<p>理系人材を育成する必要がある。進学で県外に出て行っても戻ってくるようにしなければならない。私自身も学生当時、和歌山の産業を知らなかった。学生にもっと積極的にPRをし、戻ってきてもらわなければならない。効果的な方策を検討する必要がある。また、中高生の認識を変えていくために、和歌山の産業、理系の魅力を教えていかなければならない。</p>
B委員	<p>国体は全競技を和歌山県で開催というわけでない（乗馬、ボート等）。オリンピックのセーリングを誘致してマリーナシティの魅力を高めるべき。</p> <p>中国、韓国の観光客は大阪に泊まれないから和歌山に泊まりに来ているという話も聞く。そうではなく和歌山自身の魅力を向上させて、和歌山に来てもらわなければならない。</p>
D委員	<p>富山氏の講演であったGとLについて、市の戦略となるとLが主体であり、地産地消が基本だと考える。地方創生を考えると観光の交流人口も大事だが、定住者がなくては腑抜けになってしまう。自分たちがこの市に誇りを持てるような環境整備が必要。このまちを愛してこのまちを何とかしたいという郷土愛や、価格が少し高いけど近くの商店街を盛り上げるために購入するといった価値観を育てていくことが重要である。自らのまちの産業、観光の魅力について自信を持って教育することが必要。県外に出て行く人を無理に止めることはできないが、郷土愛で何とかしていこうという人が増えていくことが望まれる。</p> <p>先ほど付加価値の話があったが、目先の利益ではない新たな中長期的な価値を創造することが必要。</p> <p>ワインと同じように10年、20年寝かせられることで大きな価値を生み出す、価値を高めるような情報発信をやっていかないことには差別化はできない。自らのまちや産品に自信を持って語るができなければ、付加価値を高めていくことができない。</p> <p>平均値で語ったり、平均値でものを見るのではなく、価値観が二極化・多極化という時代においては、差別化できるようなきめ細かな情報提供、情報分析が重要であるとする。内からの視点だけでなく外からの視点も必要ということで、できれば何らかの形で若い人の意見を聴いて、反映できるようなビジョンにしていくことが重要だと思う。</p> <p>経済は民が主体であるが、市の役割は産業において何であるかというのをしっかり認識しなければならない。まだ、お上の意識があるのではないかと思うので、市の役割は何ぞやというのを見失わないようにしなければならない。そうはいっても歴史、伝統、文化、今までの経緯等もあるので、そこが大切ではないかと思う。</p> <p>交通インフラの話もあったが、情報インフラも大切。若い人に手を挙げてもらいスマートフォンをはじめ多様な情報発信をすることが重要であるとする。</p> <p>今までのところで、市長からのご意見を伺う。</p>

市 長	<p>先ほどのご意見にあったように半世紀後をどう考えるか、長期のビジョンが必要と考える。地方創生でもそうだが、2060年までのビジョンがターゲットになってくるのではと思う。長期のビジョンと当面実施するような5年程度の計画を検討していければと考えている。</p> <p>いただいたご意見を参考にし、いいビジョンを作ってまいりたい。</p>
A委員	<p>先ほど、平均値で語るのではなくきめ細かな分析が必要との意見があった。例えば、宿泊者数が増えている中で総滞在時間の内訳の分析、ただ泊まっているだけか、お金を使う時間があるのかという細かな分析が必要であると考え。また、LCCの話もあったが、利用者のうちどれだけ和歌山に来ているかなどの交通動態のデータを集めることができれば、意見につながれるのではと思う。</p> <p>若い人の意見を何らかの形で取り上げたい。成長したときに和歌山に住みたいと思ってもらえるよう、意見を取り入れることができればと考える。</p> <p>集めた意見について、単発的・並列的ではなく、ひとつボタンを押せば次へつながっていくようなストーリー、階層的な形にしていかなければならない。</p>
F委員	<p>一般論として、日本の観光業がアピールしたいこと、一つ目は「マナーと気配り」、二つ目は「治安」、三つ目は「サービスの細かさ」となっている。国内向けならいいが、問題なのは外国人にアピールをできていないこと。欧米人は飛行機で14時間、20万円をかけて日本に来る。これだけかけて人のマナーだけを見る観光というのは確認されていない。治安が悪い国でも行く。ちなみに治安が世界一良いと言われているアイスランドには80万人しか観光客が来ない。また、おもてなし、知名度、便利さ、これらも主たる観光動機になるとは確認されていない。</p> <p>何のために人が来るのか、“食べ物”というのは簡単なことだが、24時間滞在となると、8時間寝て、どんなに長くても食事を使うのは5時間程度、残りの11時間をどうするのかというのが問題。極めて親切でおもてなしが素晴らしいと言われている国でも何らかの目的がないと人は来ない。世界一おもてなしが悪いと言われているフランス、観光客数は8,473万人で世界一観光客が多い。おもてなし云々というのを国内でよく言われるが、行って何もなし、リゾートもなければ勉強になるものもない、安いホテルしかないが人が親切、それでは人は来ない。</p> <p>関空が近いのはいいことであるが、他のものがあってはじめてそれが生きてくる。人がいい、食事がおいしい、空気がおいしい、だけでは人はこない。県のホームページでは、日差しが素晴らしいと書いているが、海外の人からすると和歌山の日差しが素晴らしいといってもアピールポイントにはならない。</p> <p>観光は世界GDPの9%、11人に1人の雇用になっている。これが世界一伸びている業種であり年3.4%伸びている。自動車産業は世界2位で1.4%しか伸びていない。日本への外国人観光客は年間1,300万人を超えたが、0から1になったようなもので、本来あるべき姿に比べると全然なっていない。例えば、世界一高いホテルは1泊800万円、そこまでいなくても、和歌山市内に10万円超えているホテルが果たしてあるのか。この多様性を受け入れる設備がないとどうにもならない。</p>

	<p>おもてなしだけではどうにもならない。ロンドンで海外からオリンピックのために来た人は82万人しかいない。現実にはなかなか来ない。</p>
--	--