

第3回次期計画起草部会 要旨

期 日 平成24年1月18日(水)10:00~12:00

会 場 長野県庁議会増築棟3階 第1特別会議室

委 員 小澤吉則(部会長)、小口徹、五味光亮、関安雄、萩本範文(5名 敬称略)

1 開 会 (進行:産業政策課 高田企画幹)

ただいまから長野県中小企業振興審議会第3回次期計画起草部会を開会いたします。本日は、部会委員5名全員が出席していますので、条例の規定によりこの会議は成立していることを初めに御報告いたします。本日の会議は、ただいまから12時までの2時間を予定しております。

会議の開催にあたりまして小澤部会長からごあいさつをお願いします。

2 あいさつ

(小澤部会長)

皆さま新年明けましておめでとうございます。これまでの審議を振り返りますと、昨年度は、製造業部会を設置し、本日と同じメンバーで8月、11月、1月に会議を行い、3月の審議会本会議において検討結果を報告しました。報告では、3つの成長分野への展開、新興国市場への展開、利益が高い川上・川下分野への展開、地域資源を使った製品のブランド化、そして、それらを実現するための人材育成や産業誘致などについて提案しました。

そして、今年度は次期計画起草部会を設置し、製造業部会の報告を基に次期産業振興戦略プランの検討を行ってきたところです。本日は、前回までの部会での意見、その後の審議会本会議での意見を踏まえて、次期プランの案を提示してもらっております。

次期計画起草部会は、本日が最終回となりますが、修正すべき点等を御指摘頂きながら内容のある会議にしたいと思っておりますので、よろしくをお願いします。

(産業政策課 高田企画幹)

ありがとうございました。

それでは、これより議事に入ります。議長は条例の規定により小澤部会長をお願いします。

3 議 事

(議長:小澤部会長)

これより議事を進めさせていただきますので、引き続き皆様の御協力をお願いします。

本日の資料の中で、資料1「次期計画策定の上で加えるべき視点」、資料2「次期プランの概要(案)」、資料3「長野県の目指す次世代産業のイメージ(案)」、資料4「長野県ものづくり産業振興戦略プラン(仮称・案)」について、事務局から説明をお願いします。

(石原産業政策課長)

(資料1、2、3、4により説明)

(小澤部会長)

ありがとうございました。今回のプランでは、前産業振興戦略プランを踏襲した上で、新たに3つの方向性を示したので、その背景を詳しく御説明いただきました。基本戦略、重点プロジェクトに、3つの分野をどのように達成するかという視点を加えて、重層的な内容になりました。

また、重点プロジェクトの中では、イノベーションを推進するための新しい組織として、イノベーション推進本部・メディカル産業支援センターや、次世代産業技術開発推進本部・技術開発推進グループといった組織を、意欲的に設置することを御紹介いただきました。また、今回は、金融機関、商工団体、市町村などとの連携をかなり意識していただいております。

ただいまの御説明により、おおよそはイメージ出来たと思います。

まず、質問から始めさせていただきます。前プランにおいて4つのセンターが設置され、今回は、それぞれのセンターが様々な形で拡充・変化している中で、マーケティング支援センターについての記述があまりありませんが、マーケティング支援センターはどのようになるのでしょうか。

(町田経営支援課長)

マーケティング支援センターについては、引き続き独立した組織として位置付け、さらに拡充していきたいと考えております。

(小澤部会長)

それでは、さきほど事務局からの説明でも審議の要望がありました、35ページの目標値について、皆様の御意見をいただきたいと思っております。

製造品出荷額等をピーク時の7兆円とする目標や、有効求人倍率を1倍とする目標、工場立地件数を200件とする目標を掲げていただきましたが、この点について御意見を申し上げます。

(関委員)

質問を含めてですが、製造品出荷額等について過去2回超えているという最高値の7兆円を単純に取って設定したのでしょうか。

もう少し、根拠あるいは重点を置く分野毎に分析などが必要ではないのでしょうか。

(石原産業政策課長)

7兆円の内訳については今のところ議論していません。内訳について、どのような算出の方法があるか、内訳を出すことが可能かどうかも含めて、今後、検討させていただきたいと思っております。

今回の目標値については、あえて、目標を高いところに置くことで、一生懸命取り組んでいくという心意気を示そうと考えました。過去の製造品出荷額等の推移や現在の状況を考えると、7兆円という目標値が簡単ではないことは認識しております。

(萩本委員)

過去、7兆円に達した時のバックグラウンドを検証すべきだと思います。7兆円に到達した2000年

はIT産業が大変元気だった時期ですが、次の年には、いわゆるITバブルの崩壊により落ちていきます。その後、2007年までの上昇については分析が必要ですが、私は、アジア地域の新興が引っ張った上昇カーブだったと感じています。これについても、次の2008年にはリーマン・ショックにより落ち込みが始まっています。

要するに、過去に製造品出荷額等が7兆円に到達したのは他力本願であって、必ずしも何らかの政策が効果を発揮して、7兆円に到達したわけではないということです。結局、周辺の経済状況が良くなれば、製造品出荷額等も良くなるし、悪くなれば悪くなるということだと思います。

我々がプランを作っていく上で、それをどのように自立的に金額に裏付けていくかについて、もう少し検証しておく必要があると思います。

(小口委員)

製造品出荷額等が増えれば当然求人が増えますので、有効求人倍率とは連動していると思います。

今回の目指すべき方向では、次世代産業や新しいマーケットの開拓を掲げていますが、どれも時間がかかるものであり、開発を担当した経験から言えば、5年というのはすぐに経ってしまいます。

医療機器等に取り組んだ場合、製品を完成して、それをテストして、さらに薬事法の承認をとるという流れになりますが、日本では薬事法の承認を取るだけで2年近くかかります。新興国の販売についても、新興国に行けばすぐに売れるわけではなく、代理店を探したりしていくと、5年くらいはすぐに経ってしまいます。

タイムスケジュールとして、ここまでだったら5年以内に達成できるというように設定しないと、簡単に目標設定は出来ないと思います。ただし、目標値自体は必要だと思います。

(五味委員)

我々は、日本が高度成長を果たし、そしてバブル期によって到達した過去の最高点に対して、現在はどうか、ということを常に考えながら経営を行っています。

製造品出荷額等について、7兆円という目標値はこれで良いと思います。

私がいろいろ関わっているところの目標値でも、バブル期に対する設定をするべきといつも言っており、日本が成長してきた最高点がここにあったということを、いつも夢に見ながら取り組んでいきたいと考えているところです。

(小澤部会長)

いろいろな意見が出ましたが、目標値が必要ということでは一致したと思います。

製造品出荷額等が過去7兆円に達した背景としては、一つはITバブルの発生、もう一つはアジア新興国の進展とアメリカやヨーロッパの住宅バブルにより輸出が伸びたことが要因だと思います。

目標値については、完璧な積み上げは難しいと思いますが、理由が見つくものにする必要があると思います。個人的には製造品出荷額等が7兆円というのは難しいと思いますが、いずれにしても、委員の皆さまからの御意見を受けて、事務局において、再度検討していただきたいと思います。

(萩本委員)

工場立地件数についてですが、円高を背景にした海外シフトが懸念される中で、日本企業が海外に出ていく理由が何かを考えてみれば、海外企業までも引き込んでくるような理由や魅力が無いと、海外シフトを止めて、逆に誘致することは出来ないと思います。

単に工場の付け替えをしたものを、件数としてカウントするだけでは、誘致とは言えませんし、かなり画期的な条件を作らないと難しいと感じています。

(関委員)

識者の方達の意見では、昨今の経済環境で行くと、これまで考えられていた以上に、海外シフトが進むのではないかとされています。長野県内には、実際にもう海外シフトをしてしまっていて、これ以上海外に出すものが無いところもあれば、これから海外にシフトしていくところもあると思いますが、海外シフトが想定以上に進み、そのために製造品出荷額等が7兆円に届かなかった場合に、例えば、医療機器分野といったような分野別の目標値があれば、全体は達成できなかったが、個別の分野では達成出来た、というような分析が出来るのではないかと思いますがいかがでしょうか。

ただし、今回の目標値は、とにかく目指す値を示すということだけで良いということであれば、このままで良いという考え方もあろうかと思えます。ご検討いただければと思います。

(石原産業政策課長)

過去の水準に戻したいという気持ちがあるが、この数字を選んだのが実情です。裏付けが出来るかどうかは、確認したいと思えます。

我々としては、達成可能な数値を挙げたのでは少々さびしいと感じるところもあり、区切りの良いところで、高い数字を掲げたところがあり、正直簡単ではないと感じておりますが、取り組む前から批判されることを恐れるのではなく、心意気を持って、旗を掲げようということで考えました。

これが、情緒的だということであれば、もう一度考えてみたいと思えます。

(萩本委員)

今の御説明は結構なことだと思います。数字を先に掲げ、これに向かうために、こういう方策を進めようという形で数字が目標となり、夢となるように進めていただければと思います。

(小澤部会長)

目標達成に向けた施策にあたるのが、基本戦略と重点プロジェクトになると思えます。この戦略やプロジェクトによって、製造品出荷額等や工場立地件数などの目標値を達成できるかどうか考える必要があります。

重点プロジェクトの7番で、産業誘致の強化が書かれていますが、これについて事務局から御説明いただき、その上で、各委員から御意見をいただきたいと思えます。

(石原産業政策課長)

次世代産業誘致の強化推進では、その一つとして、県外製造業の誘致を考えたいと思えます。そのためにはインセンティブを与えるための優遇策も必要ですので、その優遇策については、見直しを掛

けて対応したいと考えております。すでに昨年9月には円高対策として、助成金を2億円増額し、助成条件についてもハードルを下げております。また、これに加え、政策減税も検討していきます。

さらに、研究所・研究開発型企業の誘致については、3つの成長分野に特化した誘致活動を進めてまいりたいと思います。現在、大学の研究所に出入りする方々には、しっかりとした技術がありますので、最初は小さな研究室であっても、いずれはそれが大きく育つことを夢見て取組を進めてまいりたいと思います。

また、72、73ページに記載のとおり、ネットワーク強化プロジェクトとして、今までは、ゼネコンや金融機関を中心に企業の立地情報を得ていましたが、これからは、大学や工業系の専門学校の先生と連携しまして、技術を仲介ツールとして企業を誘致しようと考えております。今までの組立型の工場ではなく、研究開発型の企業を呼び込みたいと思います。

72ページに記載のとおり、オンリーワン企業誘致プロジェクトとして、いくつかのテーマに絞って、市場シェアの高い企業、高いブランド力を有する企業について誘致していこうと考えております。

一つは、機能的食品、伝統食品などが、伊那谷を中心に芽が出てきており、この分野で企業群を作ればと期待しています。また、再生可能エネルギーなど環境分野の誘致、研究所・研究開発型企業、マザー工場の誘致も行いたいと考えています。

これまでは雇用を作ることを重視していましたが、技術力があり、発展の可能性のある企業に来てもらい、限られた人材、資金をそこに振り向けていきたいと思います。

重点的に取り組む分野については、73ページに記載のとおり、これを進めるための応援プロジェクトとして、助成金や税の免除などを経済情勢に応じて弾力的に進めていきたいと思います。

また、長野県に立地を考えている企業には、ワンストップで対応していきたいと考えております。現在、産業政策課のなかに、産業誘致を担当する係がありますが、これをさらに充実しまして、対応していきたいと考えております。

(太田商工労働部長)

名前が産業誘致となっていることから、外から中に企業を誘致するというイメージが強いですが、73ページの右上に「県内企業応援プロジェクト」とありますとおり、県内企業の立地についても取り組んでまいります。

かつてのテクノハイランド構想でも、外からの誘致とともに、長野県の企業集積を活かした内発的な展開を進めてまいりました。昭和60年代前半に立地件数が百件を超え、全国1位となった時代がありましたが、その内訳の半分以上は県内企業の新たな立地でした。

今後も、県内企業の海外進出の増加が見込まれますが、これは新たな投資を考えているということでもありますので、ただ、海外進出を止めるのではなく、海外進出に合わせて県内への立地も考慮してもらえそうな優遇措置や、企業・大学との連携による支援措置を考えているところです。

(小澤部会長)

企業を誘致する前に、まず企業が流出しないようにという考え方であれば、「誘致」というよりも「立地」という広い視点での戦略だと思います。また、技術を、県内への一つの誘因とするのであれば、例えば、メディカルシーズ育成拠点を誘因として活用していくという方法があると思います。

さらに、72 ページにも記載されているとおり、地震の少ない長野県では、BCPにおけるリスク分散という視点も、誘因材料になると思います。

(萩本委員)

大学等との連携はとても大事ですが、技術は地域で結び付くわけではありませんので、地元の信州大学や長野高専とだけ連携するわけにはいかないと思います。

20 ページに記載のとおり県外の大学にもたくさんの知見があります。例えば、東京大学では1年間で670 も特許権の出願があり、こういった全国区の大学の知見を取り込む必要があります。地元だけという発想を取り除いて、技術はもっとグローバルであると考えてほしいと思います。

先日、東京大学のTLOの社長と話したところ、TLOを訪れるのは、海外の企業ばかりだというお話を聞きました。TLOの特許を見せていただきましたが、非常に高いレベルの特許がたくさんありました。せっかく3つの分野を決めたのですから、場所を限定せずに、全国から高いレベルの情報を取り込んでくる努力が必要だと思います。

(五味委員)

県内でものづくりをする企業が、一番苦手とするのは、販売まで持っていくことです。製品を作ることは出来るのですが、販売がうまく出来ないために、あきらめてしまう分野も相当あるようです。

販売さえうまくいけば、大々的ではなくても、自ずと人員増や新たな展開は出てくると思います。しかし、技術がある会社ほど販売が苦手で、注文を受けたものをただ作っているだけという企業が多く見られます。

新たな工場立地につなげるためには、県内企業の販売をいかに手助けするかが重要です。これまでも様々な手段を講じて支援が行われていますが、芽が出るまで支援を続けるのはなかなか難しいのが実情だと思います。そういうことがうまくいけば、既存の企業が県内で新たな立地を行うことが可能になります。県外から企業を持って来るのは、今の時点では相当難しいと感じています。

また、安易に海外に行くといっても、皆が成功するわけではありません。かつて、縫製業界も海外展開を進めましたが、最近では戻ってくる企業も見られます。これは、一部の高度産業を除くと、世界中の生産数量が100分の1近くに減っているという状況があるからです。日本であれば生産量が減ってもなんとか対応が出来ますが、海外生産の場合は、生産量が減るとうまくコントロールが出来ず、日本に戻らざるを得ない場合も起きるそうです。しかし、戻りたくても日本に基となるものが無くなってしまっている企業もあるようです。

(小澤部会長)

販路開拓については、前回のプランにおいてマーケティング支援センターを設置しましたが、今回の重点プロジェクトでも販路開拓の支援について記載されておりますので、その点について、事務局から御説明をお願いします。

(石原産業政策課長)

重点プロジェクトの3にあります地域資源を活用した高付加価値産業の集積について説明します。

この中では、感性価値の向上支援として、地域資源製品開発支援センターにおいて、発掘・提案から商品化・発信まで一貫して支援する仕組み作りを考えております。ここでは、能動的な提案型の支援機能を強化して、講習会等を通じた提案を行っていききたいと思っております。

また、市場ニーズをしっかりと把握する必要がありますが、市場ニーズ志向型支援として、地域資源製品開発支援センターでは、マーケティング支援センターとも連携して、商品の企画段階からニーズ調査を行い、さらに市場でのクイックモニタリングといった手法を取り入れ、きちんとした商品にして市場に出していきたいと考えております。

このようなスタイルで商品化につなげていきたいと考えております。

(萩本委員)

このプランの名称を「ものづくり産業」とし、強調したこと自体はこれで良いと思っております。

しかし、文中で長野県の強みについて強調されていますが、強みは、弱みにも変わるということを考えておく必要があります。

以前、松島委員もマーケティングの重要性を強調されましたが、マーケティングにおいては、市場として誰を想定するかという問題があります。次のファイナル商品を作る人を市場として想定するのか、それとも、エンドユーザーを市場として想定するのかによってずいぶん違ってきます。今、長野県の強みとっているのは、ハードの中に組み込まれる部品等で、現在、アジア諸国から追いつけられ、値段も下がり、厳しくなっている分野です。今後は、立ち位置を、もう一步消費者側に近づけていかないと、より厳しくなっていくのではないかと考えております。

ハードの側からユーザー側に近づけていくために、ソフト、サービス、システムの側に立ち位置を変えていくことが、長野県産業にとって非常に大事なことだと思います。

マーケティングの本質で考えれば、我々の部品を使っただけ人を開拓するのではなく、もう一步先のエンドユーザーに近づいていかないと、厳しい状況になると思います。

本日書かれたプロジェクトでも業種転換とか開発型とか提案型とかいろいろな形で書かれていますが、これを分かりやすく書くと良いと思っておりますし、長野県産業の本当のイノベーションを図っていくべきだと思います。

(小口委員)

ニーズを捉える時に、セットメーカーだけを見てしまうと先の変化を取り込めません。最終的には、エンドユーザーを見ていかないと時代の変化にはついていけません。

また、今の時代は、ものだけを作っていたのでは、スマイルカーブで示す一番下の部分になってしまいます。エンドユーザーにどういうものを提供していくと喜ぶかということを考えていかなければいけませんし、そこに焦点を当てていかないとイノベーションは起きないと思います。

i P o d (アイポッド) は、ハードである機械そのものはもともと簡単に作れるものだったのですが、成功した要因は、i T u n e s (アイチューンズ) というソフトによって簡単に曲をダウンロード出来たことからです。このように、これからはハードのみならず、どういう付加価値を与えたら便利になるかを考えていく必要があります。

(小澤部会長)

47 ページでも、川上の素材開発をしっかりやろうということを書いてもらっていますが、川下のサービスについても、しっかりと絡めて取り組むべきということだと思います。可能であれば、川下のサービスの記述について、提案型という視点に加えて、両委員からの視点も盛り込んでいただきたいと思います。

(関委員)

製造業を対象にしていくことはわかりますが、私が最近感じているのは、ただ部品やユニットをつくるだけでなく、システムを合わせて提供するというようなことが求められていると思います。例えば、健康・医療分野を考えた場合、単に機器を作るだけではなく、そこに、ソフト、サービス、システムを付加してユーザーにデータや商品を提供するという形にすることがよいのではないかということです。

長野県に残るものづくりは、これまで長野県の強みといわれていた精密・細密な部品や機器のものづくりだけにこだわっては、むしろそれは弱みになってしまうのではないかという視点も必要です。製造業とサービス業の中間にあるようなもの、製造業の枠を広げた拡-製造業とでもいうべき視点が必要になると思います。得意だからということで、単なる精密なものをつくることだけを考えていると落とし穴に落ちてしまうと思います。

例えば、先ほどの健康・医療機器もそうですし、種々のデータ管理が必要な植物工業もそうですが、製造業を大きく捉えないといけないと思いますし、製造業とサービス業の境にあるものがこれから中核になっていく可能性があると思います。

(小澤部会長)

今回のプランでは、ものづくりにはシステムが欠かせないということで、重点プロジェクトの4番で、「ICT（情報通信技術）産業の集積と活用」を掲げてもらっていますので、事務局から説明をお願いします。

(石原産業政策課長)

66、67 ページをご覧ください。ICT産業の現状ですが、現在は、東京都、大阪府、神奈川県などに事業所、従業者、売上高が偏っている状況です。これをいかに長野県内に持ってくるかが課題です。ICT産業は、一次産業から三次産業まで幅広い産業に関連する「知の産業」として、今後、大きな産業になると期待しているところです。

取組としては、66 ページに記載のとおり、具体的な可能性として、ものづくり産業への設計、工法シミュレーション、構造解析等の支援が考えられます。

地域のICT産業が、大手のICT企業の協力のもと、解析システム等をクラウドで活用できる仕組みを構築し、ものづくり産業に対して活用ノウハウを人材面から支援することが考えられます。

また、大学等については、研究や実験などで実証された方法について、地域ICT産業と協力してものづくり産業に提供していくことが考えられます。

また、行政では、工業技術総合センターにおいて、試作・試用段階で分析・計測・評価を行い、

ICT産業がそのノウハウを地域に蓄積し、ものづくり産業に提供するということが考えられます。

また、これらの取組を推進するため、産学官のコーディネートにより産業界、学术界、行政をつなぎ合わせ、新しい技術の活用を進めていきたいと考えております。

(小口委員)

ICTの活用といっても分野はとても広いので、実際に、どこまでを県がやって、どこまでを大手企業にやってもらうかというところがあります。

最近は何をやるにしてもソフトウェアはつきもので、コンピュータと繋がっている必要があります。これを全部自前でやるのは大変なので、企画は自前で行うとしても、人件費の割合が高いソフトウェアの作成については、ベトナムやインドなどに外注することになります。ただし、ベトナムもかつては人件費が安かったのですが、アメリカの企業等が入ってくることで賃金が上がってしまうという事情があり、新たな地域を探す必要が出てきています。

いずれにしても、海外を含めた連携が必要だと思います。

(萩本委員)

例えば、今回の重要テーマである「健康・医療」の記述は、ハードにこだわる文章になっています。医療機器についても、光学技術、精密加工技術を駆使するだけでなく、先生方が使いやすい機材にしていくということが重要であり、そこに向かっていくようなプランが必要だと思います。

先日、コピー機の会社にお話を聞いたところ、コピー機は全て海外で製造しているそうです。国内の工場は、ソフトウェアの開発などが中心で、いかに機械を使うかというところに力を入れているとのこと。そのような中で、県内企業が部品づくりだけを行っていても、中国などとの競争になってしまうと思います。

(小口委員)

コピー機は、ハードをほとんど中国で作っており、最近ではタイでも作られています。そのような中で、国内のコピー業界は、どこにどのような機械をどれだけ配置すれば、印刷コストが最適化できるといったコンサルティングを組み合わせたサービスを行って、利益を得ています。コピー業界は、システム全体で考えないと儲からないようになってきています。

医療分野における大学との連携ですが、大学の先生はどちらかというと学術的なことに興味を持っております。ですから、企業がビジネスを考えていかないと、ただ技術的なだけの研究開発に進んでしまうということになりかねません。

また、医療関係では信州大学との連携を重視していますが、それに加えて、その他の大学との連携も考える必要があります。治験を行い薬事法による承認を取る段階では、大学側にオピニオンリーダーになっていただく必要があります。ただし、分野毎に強い大学が異なりますので、いろいろな大学と連携していく必要があります。

(小澤部会長)

ありがとうございました。次期プランの題名について皆さまから意見をいただきたいと思いますが、

これまでの意見は、どちらかというとな称を肯定した上での御提案だったと思います。

「次世代産業振興戦略プラン」という案もあると思いますが、題名は「ものづくり産業振興戦略プラン」で良いでしょうか。

(小口委員)

システム的なものも含めて「もの」ですので、「ものづくり」という名称で良いと思います。

(五味委員)

最近は、いろいろなところで「ものづくり」という言葉が使われており、受けも良いと思いますので、これで良いと思います。

(関委員)

目指すべき分野の一つに、環境・エネルギー分野が掲げられていますが、事例では、省資源、省エネルギーなどの記述が中心で限定的のよう感じます。

東京都では、東京電力に頼らないエネルギーというものについて検討しているそうですが、長野県のこのプランでは、環境・エネルギーの部分について迫力に欠けるように感じます。水力などの自然エネルギーについては、いろいろな所に触れてはいますが、掘り下げがありません。

「ものづくり」に限定しているため、あまり掘り下げていないということでしょうか。

(石原産業政策課長)

今回のプランでは、「ものづくり」の面から自然エネルギーにどのように取り組めるかという視点で記述しています。自然エネルギーの詳しい活用方法については、県の他の計画の中で議論されることになると思います。

(萩本委員)

「ものづくり」の強さというのは、長野県の集積が証明しており、それ自身が特徴だと思います。繰り返しになりますが、それにソフトを加えて、お客様に提供していく商品にしていくことが一番弱いところだと思います。

プロジェクト1, 2にあります個別の技術を活かして、こういうマーケットを拓こう、こういうマーケットを作ろうというところを工業技術総合センターをはじめとして、県等の公的機関が主体となって進めてほしいと思います。個別企業ではなかなかできないのが、そうした開拓業務です。

(小澤部会長)

時間となりましたので、これで議事を終了したいと思います。

皆様、大変前向きな御意見をいただきありがとうございました。今回の意見を受けて、事務局で案を修正していただき、各委員に御確認いただく形で次期プランをまとめていただきたいと思います。

それではこれにて議事を終了いたします。

(石原産業政策課長)

最後に今後の予定について説明します。本日の御意見を基に修正を加えまして、委員の皆様にお送りし、御確認をいただきたいと思えます。

その後、パブリックコメントを実施し、その意見も加えた上で、3月16日の審議会にかけ、その後、知事に説明しまして、次期プランを正式なものにしたいと考えております。

(産業政策課 高田企画幹)

長時間に渡りまして御審議ありがとうございました。最後に太田商工労働部長から本日のお礼を兼ねてごあいさつを申し上げます。

(太田商工労働部長)

本日は、多岐にわたりまして御議論をいただきありがとうございました。皆様の御意見はうなずくことばかりです。今後、一つは内容を深めること、もう一つは実効性を高めることを行い、所定の手続きを踏みまして3月の審議会に諮ってまいりたいと考えております。本日はありがとうございました。

(産業政策課 高田企画幹)

以上で、長野県中小企業振興審議会第3回次期計画起草部会を終了します。部会長はじめ委員の皆様、本日はありがとうございました。