

第 3 回宇治市産業戦略策定会議における主な意見

中小企業サポートセンターについて	
	< 全体的なこと >
	サポートセンターが重要な役割を果たす。宇治市や商工会議所が 1 か所に集まるだけでも意味があると思うが、外部からの資金調達や民間出向者の参加などの広がりを考えると、実行組織として独自の機関にすることもひとつの手ではないか。
	サポートセンターがワンストップで全ての機能を持つのではなく、各機関へつなぐなど、身軽な体制をつくった方が有効ではないか。金融機関や京都リサーチパークなどの民間を接着剤として力を借りることも重要。
	サポートセンターが市内企業をまわることはとても良い。日常的なコミュニケーションがなくてはマッチングができないので、用事がなくとも出かけて行き、他愛もない話をすることも必要。
	センターは器だけつくっても動かないので、職員が現場である企業へ出て行くべき。主役はセンターにいる職員であることを明確にした方が良い。京都産業 21 や中小企業技術センターへつなぐのは人である。
	製造業にとって、率直にいうと宇治市はやりにくい。製造業が伸びて行こうとするときに規制などがあり、廃業や市外へ転出している現状を認識して、サポートセンターにはきめ細やかに対応してほしい。
	京都産業 21 の登録支援企業は京都市の次に宇治市が多く、機械金属などものづくり企業への支援に期待している。現場レベルでの連携や一緒に地元企業をまわるなど京都産業 21 が協力できることはある。
	サポートセンターが機能するかどうかが最も重要。商工会議所も含めていると回ってもらうことがよいのではないか。
	< センターの取組内容など >
	いろいろな企業や人が集まり、交流し、イノベーションが生まれる場所として、サポートセンターの中にシェアオフィスがあっても良いのではないか。そこへ行けばおもしろいことができそうという場を緩やかに発想してつくってほしい。
	課題としてベンチャー工場の卒業企業が市内に定着していないとあるがなぜなのか。その理由がサポートセンターの戦術的な話として重要なのではないか。
	空き家を活用して飲食業などの起業の場所とするようなマッチングもサポートセンターでできないか。定住人口や地元雇用につながる。
	サポートセンターの人材育成も大事。欧米の経済政策を担当している人は大学院で学んだ専門性のある人が多い。職員が専門性を身に着け、マッチングのアイデアを提供できるような担い手になって欲しい。

観光、ブランドについて	
	外貨を稼ぐには製造業や観光などが重要となる。観光振興計画があるとのことだが、観光の重要性は本戦略でも記載した方がよいのではないか。
	観光は交流人口や消費額など横串の刺さるテーマが多い。産業戦略のなかにも観光があり、観光振興計画のなかにも産業としての位置づけが記載されていれば、双方がより密接に結ばれる。
	観光は風評などの影響を受けやすい。商業・工業のしっかりとした産業に観光を加えて層を厚くすることが大事。宇治のブランド化という点で観光の果たす役割は大きい。外国人対応において、外国人を採用することは役に立つ。
	観光は総合産業と捉えている。観光政策としては交通や宿泊業、ものづくりへの相乗効果を考えるとよい。
	京都市では観光公害という言葉が言われているが、インフラ整備があれば発展しやすい。例えば荷物を預ける場所があり、手ぶら観光ができればより多くの人を訪れるだろう。
	宇治市は何より全国的に有名。世界遺産があり宇治茶がある。ブランドは有効なツールであり前面に押し出すとよい。
	海外で「宇治茶」はかなり認知されてきているが、一方で「宇治茶」というブランドが勝手に使用されてしまっており、ブランドを守るために商標権の確立などに取り組んでいる。
情報発信について	
	情報発信では英語、多言語対応をして欲しい。現在はネットで多くの情報収集が行われている。コミュニケーションやマッチングについて市内外・海外の人達とつながることで様々な効果が期待でき、多言語を意識するだけで可能性が広がる。
	情報の出し方も重要で、生半可な出し方では埋没してしまう。価格や品質はもちろんだが、生産されたプロセスや環境に配慮しているということ、歴史・文化などが込められた情報発信が、高付加価値化やブランド化へ繋がるだろう。また、ESG投資など社会貢献的なものへの投資は増えており、資金調達にも情報発信の効果は大きい。
	情報発信の「宇治ブランドの向上」の中に奨励作物の記載があるが、それを使用した加工品や抹茶製品など6次産業的なものも入れてもらえないか。抹茶コロッケなども情報発信に入れてもらえれば商業も活性化するのではないか。
人材、雇用について	
	案に記載された施策では人材の確保は難しいのではないか。京都市内の中小企業も人が集まらない中で宇治市の企業のことが全く認知されていないということを知識する必要がある。

	<p>大企業が中途採用を増やしており、新卒・中途の両方で大企業へ流れている。大学も学生のニーズとして大企業を向いており、親も大企業を勧めているのが実態。まずは親に地元企業のことを知ってもらう努力をすべき。奨学金の返済を企業と行政と一緒に支援するなど、就労できる人を取り込むことを考える必要がある。</p>
	<p>京都市でアニメ企業による就業イベントを開催したところ 1,000 人が集まった。今の若者がどのようなところに就職したいのか考える必要がある。南丹市では地元企業が高校に実習用の機械を提供したところ、採用が楽になったという話もある。</p>
	<p>雇用について、教育との関係が抜けている。息の長い話であるが、地元の人や小中学生に地元企業を知ってもらう必要性は京都市でも言われている。</p>
	<p>就職のときに宇治市から出て行ってしまふことを止めたい。親や小中学生に地元企業を知ってもらうことも重要。</p>
<p>企業誘致について</p>	
	<p>概要版では、企業誘致を「慎重に考える」とあるが、慎重にする必要はないのではないか。誘致の対象として、付加価値の高い情報系、研究開発など、企業一社ではなく企業の一部門を狙うイメージになるのではないかと。</p>
	<p>企業誘致をやっていくということを鮮明にした方がよい。宇治市の高い地価を考えると、ニッチ分野で競争力を持つ企業や付加価値の高い企業しか立地できない。また、京大と結びつく企業を誘致するのが良いのではないかと。</p>
<p>茶業の取組みについて</p>	
	<p>宇治茶は、商工業者と農家は車の両輪と言われてきたが、6次産業化が進むなど多様化してきている。</p>
	<p>体験や工場見学により宇治市内での回遊性を高め、お茶に対する知識を深めてもらうようなことができないか。他産地でもお茶の消費が減っているために抹茶に転作する農家も増えている。抹茶は茶葉をそのまま摂取するので健康に対する効果が言われており、宇治茶が健康に良いということを広めていきたい。また、急須を持つ家庭が減ってきているので、急須や茶筌を配ることも考えている。</p>
<p>優先順位について</p>	
	<p>短中長期的なこと、自前・他者でできることなど、サポートセンターで整理して進めて欲しい。</p>
	<p>戦略上、優先順位は大事だが、5つの柱はどれも重要であり、いずれも成果が出るのは長期的。各施策の中で短中長期の目線を持つと良いだろう。施策はできるだけ早く着手し、基盤をつくとよいのではないかと。</p>
	<p>時間軸で見たときの取組のロードマップをつくってほしい。5本の柱は順序だけでなく、有機的に関連付けられる。どのように進めていくのかストーリーをつくれれば順番が見えてくるのではないかと。</p>

その他について	
	グローバル化の視点がないのではないか。販路開拓や共同研究、留学生の人材確保など、京都産業 21 やジェットロ京都との連携も含めてどこかに盛り込んでどうか。
	取組の方向性の中で、起業家を「育成」とあるが、「輩出」という言葉の方が良いのではないか。
	京都アニメーションという日本を代表するアニメ企業が立地しているので、上手く活用できるなら、アプローチしてみてもいいのではないか。

以上