

第4回登別市総合計画第3期基本計画市民検討委員会 産業躍動部会 議事録

(敬称略)

- ◆ 開催日時 平成26年7月2日(水)  
18:30 ~ 19:50
- ◆ 開催場所 登別市役所3階 第2会議室
- ◆ 出席部会員 部会長 高橋 弘康  
部会員 安達 陽子  
近井 一夫  
川田 弘教  
志水 孝暢 (市庁内検討委員会 部会長)  
【観光経済部 次長】  
井上 昭人 (市庁内検討委員会 副部会長)  
【観光経済部商工労政グループ総括主幹】
- ◆ 欠席部会員 副部会長 小川 賢  
部会員 木村 義恭  
白田 明義
- ◆ 事務局 西川原 邦彦【総務部企画調整グループ主査】  
田中 健太郎【総務部企画調整グループ担当員】
- ◆ 議題 体系図に関する協議(2回目)

《部会長》

時間になりましたので、今日も体系図に関する協議を進めていきたいと思えます。

今回は、体系図の第3章「第1節—活力に満ちた魅力あふれる産業をつくる」「施策I—活力ある複合的産業基盤の形成と雇用の安定」「施策の基本的な方向性1—活力ある市内企業の育成」の中の「主要な施策①経営基盤の強化と経営支援機能の充実」について話し合いを行いました。第1節は、特に中身が濃い部分ですので、本日は、その後、皆さんが考えたことを聞きたいと思えます。

《事務局》

2週間空いておりますので、まずは、前回どのような話が出ていたか、振り返っていききたいと思えます。

今回は、体系図の基本的な構成と3章全般の説明の後、庁内検討委員から第3章「第1節—活力に満ちた魅力あふれる産業をつくる」「施策I—活力ある複合的産業基盤の形成と雇用の安定」「施策の基本的な方向性1—活力ある市内企業の育成」「主要な施策①経営基盤の強化と経営支援機能の充実」の中で、現在、どのような具体的な事務事業を行っているのか聞きました。

その後、経営基盤を強化するためには、何が必要で、そのためには、民間でどのようなことができるのか、一方、行政では、どのような支援ができるのかという話をしました。

また、地域の方々が自分たちで身近なお店に行かないとお店がつぶれてしまいますが、そのことがわかっていながら、現在、その流れを止められない状況を改めて認識しました。

本日は、この状況を打開するためには、どうしたら良いのかという話と、それが終わったら、「②ブランド力・技術力の強化」について、庁内検討委員会から現在の取り組みを説明していただき、前回同様、「ブランド力と技術力を高めるには何が必要なのか」ということを議論していきたいと考えております。

#### 《部会長》

お一人ずつ考えてきた内容の話していただきたい。

#### 《部会員》

特に考えに変わりはありませんでした。

#### 《事務局》

具体的な事務事業を考える場ではないが、具体的にどんなことが必要なのかということだけでも出していただけると、話が広がり、計画に盛り込める可能性も出てきます。

#### 《部会員》

難しいです。何をしたら良いかというところが、まず、具体的に思い浮かばないです。

現時点で、既に、人口減少や少子高齢化は始まっていて、売上も減少しているので、人材不足、後継者がいないことにつながっているという悪い流れになっています。

経営者としては、とても苦勞していることで、つかみどころがありません。

経営者として言えることは、お客さんに選んでもらえるような会社の体制作りとして、多様なニーズに応えられるようにサービスの質を上げていかないとはいけません。

出来る範囲でやっていくしかありません。

市内で今以上の売り上げをあげられるのであれば良いのですが、全体のパイが少なくなってきた中で、登別市内にだけこだわってはいけないということが1つの選択肢です。室蘭や苫小牧などで稼ぐ方法も考えていかなければならないと思っています。

ユーザーは減ってきているが、ニーズは多様化していますので、売り上げを確保すること自体が大変です。雇用の場を守り、雇用を広げていくのがまちづくりに関して大事なことであり、経営基盤の強化の基本だと考えます。

#### 《部会長》

人口がどんどん減っていく、つまり、お客さんがどんどん減っていくと小売店の売り上げもどんどん減っていきます。

まず、根本的に考えなければならないことは、やはり、雇用だと思います。働く場所が安定して、人が確保されれば、売り上げの増加につながります。

今は、売る人が少なく、同業者が多い状態であるため、取り合いの状況になってい

ます。どこかの企業の経営が良くて、どこかの企業の経営が悪いというような状況が続いてしまいます。

何か有益なことを考えているところに、まちが応援してくれるようなことがあれば良いと思います。もしかしたら、今もあるのかもしれないですが、もっと頑張っている業者にチャンスを与えるような取り組みがあっても良いと思います。

#### 《部会員》

消費者の立場から言いますと、前回の説明で、住宅改修に市内の業者を活用した場合に支援が受けられるといった話がありましたが、まず、お店のPRが大事だと思います。

制度を使っていただきたいという気持ちがあるのであれば、まずは、PRに力を入れていった方が良いと思います。お店のことを知っていれば、わざわざ遠くに頼むようなことはなくなっていくと思います。

地元で、楽にもっと選べれば、遠くに頼む必要はないと思います。

#### 《事務局》

支援制度があってもお店のことがわからなければ使えないということはあると思います。

#### 《部会員》

この支援制度により、市民から使っていただいた企業は、売り上げの一部を企業のPR費に上乗せしていくなどの努力があっても良いと思います。

人が減っていくことに歯止めがきかないとしたら、いる人にどのようにするかということが大事だと思います。

#### 《市庁内部会副部長》

何年前に、市では、プレミアム建設券を出しました。

通常、屋根の整備を5年に1回程度実施するものであるとしたら、5年後、10年後に実施するときも、ずっと、その企業が選ばれるよう営業などを努力していただきたいということを市から企業に話していました。

会社の規模が小さくなると営業に力を入れることが難しくなるという話を聞いておりましたので、市内の企業では、なかなか難しい状況にあると思います。

#### 《事務局》

プレミアム建設券を実施した時には、市は、プレミアムの助成をするだけでなく、企業のPRも行ったのでしょうか？

#### 《市庁内部会副部長》

プレミアム建設券の取り扱いは商工会議所でしたが、まずそれぞれの企業が、商工会議所に登録しないと利用はできないというものでした。登録していない事業所は、一覧

にも載りませんでした。

市としては、プレミアム分を負担しましたが、実際の受注額は相当大きな金額になったと思います。

《市庁内部会部会長》

アンケートをとったところ、「営業のきっかけづくりになった」という声もいただいております。今まで、営業活動が満足にできていなかった企業やされてなかった企業が、特に「きっかけづくり」ができ、今後につながっていくと考えています。

今後は、事業者自らの営業努力が重要だと思っています。

《部会員》

そう思います。黙っていてもダメで、PRして自分たちの良さを知っていただいて、市民の皆さんに使ってもらえるようにしないとイケません。

少しは前に進めるかと思っています。

《事務局》

リピーターはいたのでしょうか？

《市庁内部会部会長》

まだ5年、10年経っているわけではないので、これからです。

《市庁内部会副部会長》

リピーターを増やしてほしいという思いがあり、営業努力のお願いも行ってきました。

《市庁内部会部会長》

事業者にとっては、事業の実施により、1つの声をかけに行くきっかけづくりになりました。

市民も「いい業者だったな～」と思ってくれていると、次につながると思います。

でも、事業者もこのような事業に甘んじないで、積極的にPRしていくことが大事だと思います。

商工会議所あたりは、事業者のPRは何か実施しておりましたか？

《市庁内部会副部会長》

「ななかまど」という広報紙を年に2回発行する等しています。

《市庁内部会部会長》

市の方でも、事業者の紹介などを実施しています。

《部会員》

何か頼むにしても、たくさん目にする機会が多い事業者をお願いしたいと感じますので、情報発信は大切だと思います。

#### 《市庁内部会部会長》

市民は市内の事業者を大事にするという「持ちつ持たれつ」の関係を続けていくことが大切だと思います。

市民に地元の商店街の応援団になってもらう等、良い関係を構築していかなければなりません。

商店街は、コミュニティの場という位置づけもありますので、事業者には、それなりのサービスをしてもらいたいし、市民の皆様にはそのような場に集まってほしいと思います。

#### 《事務局》

前回から、市民に地元業者を使ってほしいという話は結構出ていると思いますが、一方で、市内の企業間のつながりはどうなのでしょう。

例えば、前回、住宅産業は裾野が広いので、市民が市内業者に発注した場合、有利な融資を受けられるという制度を創設しているという話がありましたが、発注を受けた市内の事業者は、例えば、工事や改修に必要な色々な部品等を市内で購入しているのでしょうか。

仮に、市外から買っているのであれば、結局は、地域のお金が外に流れてしまうことにつながっていくと思います。

市民が市内業者を使うことはもちろん大切なことだと思いますが、事業者間では、そのことをどの程度徹底して行っているのでしょうか。

#### 《部会員》

そこを徹底していくことが地域の経済循環のキーになると思いますが、現実としては、仕入れる問屋がニーズに応えられないことも多くあります。市内事業者が、ニーズに応えられるのであれば、安く仕入れようとするよりは、「持ちつ持たれつ」でやろうという話になりますが、現実には、少ないです。

付き合いのある花屋さんとかお菓子屋さんであれば良いが、自分で使う部品等を買うとなれば、そういうわけにもいきません。お客様へのより良いサービスを考えると、低価格で提供したいという考え方もあります。

#### 《部会長》

私の会社の関連の話ですと、富浦墓地の中の80%くらいは中国材を使っています。また、10%くらいはインド材で、日本の石は、ほとんどありません。

ほとんどは、輸入というかたちになるが、コンクリートは市内の事業者を使い、ガスを使う場合も、なるべく市内の事業者で行う等の気遣いはしている。

《部会員》

市役所はどうなっているのでしょうか？

公共工事のほか、事務用品、事務機器等があると思います。

《市庁内部会副部長》

基本的に、市内事業者へ発注しています。

《事務局》

基本的に市内で賄えるようなものは、市内の業者優先としています。

《市庁内部会部長》

市内業者育成の方針で、買える物、対応できるものは市内優先となります。

業界によっても違うと思いますが、建設関係ですと、板金、塗装、電気等いろいろあるので、市内で繋がっているのかと思います。

《部会員》

今、市民は買い物をインターネットで済ませている方が増えています。

事業者も同じで、部品や事務用品は問屋からとる方が高いので、付き合いなどを考えない利益重視の会社は、インターネット等で安く買っていると思います。

そのような企業が増えていくと、市内企業のバランス（産業構造）がどんどん崩れていってしまいます。

今、登別市中小企業地域経済振興基本条例の関係でもこのような話をしています。

市民、行政、事業者がそれぞれの役割の中で、それぞれの関係をどのように守り、どのように広げていくか、という話をしています

どのようなルールを作って、どのように周知するのかということはこれからとても重要になってくると思います。

《市庁内部会副部長》

市内の業者さん同士が付き合うことになる「きっかけ」というのは、経営者が集まって名刺交換しながらそれぞれの取り組み内容を話し、最終的に取引につながるようなことを目指している「異業種交流会」等でしょうか。

きっかけの場として、どのようなものがあればよいのでしょうか？

例えば、市として、そのような場を設定するという事はできる可能性があるように思います。そのような場は必要だと考えますか？

《部会長》

行こうと思えば、そのような機会はたくさんありますので、皆、選んで行っていると思います。

#### 《事務局》

今の話しで、事業実施の目的や目指している成果は異なりますが、場ということだけ考えると、当市が昨年度から開催している「協働のまちづくりセミナー」は、様々な職種に従事する地域の方々がグループ討議等による意見交換を通じて、地域づくりの具体的な方策を見出すために開催しており、「異業種交流セミナー」という位置づけで、補助金をもらいながら事業を実施しています。

まちづくりを行うには、町内会や市民団体の力だけではなく、民間企業の力が必要であるので、お声掛けさせていただいていますが、民間企業の方は、どのようなテーマだと魅力を感じて、参加しやすいのでしょうか？

#### 《部会員》

そのようなセミナーは、公共的な事業を民間が行うことができるチャンスにつながると思いますので、大事なことだと思います。

行政サービスを民間が代わりに行うことは、今もやっているかもしれないが、今後、進んでいくと思います。

また、民間が関わることで、仕事づくりができると思います。今ない分野や新しい分野の仕事を市民、民間企業、行政の三者でつくれる可能性があると思います。そのようなことができるとまちが変わってくると思います。

また、異業種交流ではなく、ある程度、同業種の人たちをグルーピングして、効果的にそれぞれが利益を上げられるようにするにはどうしたらいいかということを考える内容のものがあると、変わってくる部分もあると思います。

#### 《市庁内部会部会長》

「経営基盤を強化する」、「新たな事業に取り組む」、「新たな場所での事業機会を設ける」等を考える場合は、どういう情報が必要なののでしょうか？

また、そこに市ができることはないのでしょうか？

#### 《部会員》

出店しようとしている場所の市場調査は必要です。

出店先の周辺の人口規模や経済の動態を調べるには、専門の機関などに委託するしかないので、その部分を協力していただけるのであればありがたいです。

また、今もやっていただいておりますが、新規に事業展開する場合の補助制度の情報提供や申請などの支援をいただけるとありがたいです。

経営等の相談に乗ってくれるという部分では、商工会議所が行っている中小企業相談事業があるかと思います。

#### 《部会長》

石材業の場合は、霊園の場所が登別であっても、苫小牧や岩見沢、旭川などからも企業が入ってきます。市外から規模の大きい企業がどんどん入ってきますが、選ぶのは市

民の皆様であり、それが悪いというわけではありません。

登別の中で市民から仕事をとれなくても、例えば、室蘭や苫小牧で大きな仕事があるときに、その仕事の10%でも15%でも登別の企業が使われるようなことがあれば、登別のお金が増えると考えます。他のまちにもPRしていくことも大事だと思います。

《事務局》

今の石材業の話で、岩見沢や旭川の企業が登別の市場へ参入してきているということでしたが、どのような手法でPRして、参入してきているのでしょうか。

《部会長》

広告を掲載したり、チラシを投げ込んだりしています。

また、大きなトラックで展示品を持ってきて、展示会を行ったりしておりますが、経費が相当かかりますので、大きな企業だからできることです。

《部会員》

お墓の場合は、親戚などからの口コミも考えられます。

業者がセールスに来ても、お墓をつくる話にはならなくて、親戚の発言の方が信用性が高いです。

《部会員》

地元の企業からも広告が来てほしいが、他のまちの業者ばかりから来ます。

地元の企業にも頑張ってもらいたいです。

《部会員》

定期的に企業の存在をPRしていかなければならないので、多少のチラシは必要なのかもしれませんね。

《部会員》

企業の営業努力が必要という話しにつながっていきますね。

《部会員》

新規の客を取ることも大事ですが、買っていただいた方のフォローが大切です。

お墓の場合は、スパンが長いですけど、一度できた「つながり」を切らないことが大切だと思います。

《事務局》

先ほどのプレミアム建設券の話でも、その時に、自宅の改修等を行った市民が再度、改修を行うのは、5年から10年先になるということでしたが、定期的に営業活動を続けていけば、商品券を使って改修等を行った家の近所などで修繕が必要な家があった時

に、口コミで広がる可能性もあると思いますので、営業活動を続けていくことは大事な  
ことだと思います。

《部会員》

地道な活動は大事です。

《部会長》

自動車の車検の時は、どうしていますか？

《部会員》

時期が来たら1ヵ月前には出すようにしていますが、大手では、予約を早くすること  
で割引を行う「早割」等のサービスがあるため、苦戦しています。

資金力のない中小企業が大企業にどう対抗していくかを考えなければなりません。

チェーン店のノウハウを活用するのも選択肢の1つとして考えています。

キャンペーンなどを行うにしても、例えば、「今までのやり方で良いのか」、「プレ  
ゼントにしても商品をどんなものにするか」、「割引率はどれくらいが良いのか」、「キ  
ャンプーンの資金はどこからねん出するのか」などを考えなければなりません。

大手では、そのようなことを考えられる人材などを雇ったり、研修制度を活用して人  
材を育成したりしていますが、これと同じことを1つの中小企業で行うことは難しいで  
す。

《部会員》

チェーン店は看板料が高いと言われていました。

看板料を賄えるだけの儲けが獲得できるのかということを考えなければなりません。

《部会員》

その通りです。

できるだけ全体のパイの大きなところに進出することもあわせて考えていかなけれ  
ばなりません。

地元は地元で昔からの付き合いがあるので、それは継続して、稼ぐ場所をパイの大き  
な場所にすることも考えていかないと、縮小していくしかなくなると思います。

《市庁内部会部会長》

地域外のお金の獲得は必要だと思います。

《部会員》

大きな話をすると、海外も考えていかなければなりません。

《部会員》

登別の経済の話をする、地元の企業で、地元の企業を育てていくことで雇用が増えると思います。そういう関係が作れると良いと思います。

先日までは、一次産業の部分を膨らますことができれば良いと考えていましたが、この場を通じて難しい部分もあることが分かりました。

#### 《部会員》

札内では、個々の経営のやり方次第で、生産量を多くすることはできますが、登別に何もメリットが考えられません。

生産した牛乳は、朝にタンクローリーが回収して函館のプラントに運搬し、そこで、パックに詰めたり、チーズやヨーグルトに加工されます。

大きなプラントがあるから、回収した牛乳を余すことなく使うことができますが、酪農館は、こだわりを持って特殊な加工品をつくっており、価格も一般の加工品に比べて値段が高いので、大量に売れる訳ではありません。また、加工施設も牛乳を大量に加工できる設備になっていません。

#### 《市庁内部会部会長》

登別市ではだいたい1日8トンの牛乳がとれますが、そのうち酪農館で使っているのは、2トン弱ですので、残りは、先ほど説明があったように函館に運ばれています。

もっと市内から需要があれば、酪農館も考えるのでしょうか、今はそうなっていません。市民の皆さんに、もっと地元の製品の応援団になってもらって、製品がたくさん売れていく必要があります。

#### 《部会員》

それができれば、施設を拡大して、雇用も拡大することができ、活気が出てくると思います。

#### 《市庁内部会部会長》

会社が元気になるというのは、そういうことだと思います。

酪農館の牛乳の品質は全道トップクラスですので、ブランド化されていくと思います。

#### 《部会員》

酪農館の現在のシステムを拡大することはできないのでしょうか。

#### 《部会員》

酪農館の考え方ですので、それはわかりません。

#### 《市庁内部会部会長》

将来的には、登別で採れた牛乳を登別で全て加工したいと考えていますが、酪農館はまだ設立して10年程度の企業ですので、身の丈に合った事業経営を行っていただきたい

いと考えているところです。

《部会員》

せっかく登別産の牛乳ですから、地元で活用できるようにしたいですね。  
しっかりPRしないといけないと思います。

《市庁内部会部会長》

酪農館もホームページを立ち上げ、行政でもPRしています。

《部会員》

値段も高いけど、良いものだということがわかれば、買う人も増えると思います。

《部会員》

今は、6次産業化という話も出ているが、正直、手間暇もかかるし、なかなか積極的に進まないと思います。

先ほど説明したように、酪農館で使わない牛乳は、全て函館へ運ばれますので、生産者は、このシステムの中では、牛乳をどれだけ絞っても良いのです。

しかし、安定的に引き取ってくれる先がないと、たくさん絞ることはできません。

函館でも酪農館でも引き取ってくれる金額は同じなので、生産者が生き残るためには、函館に運ぶ手段も残していかなければいけません。

先ほど、話があったように、将来的には、酪農館に絞った牛乳を全部引き取ってもらえるようになるのかもしれませんが、今のところ、酪農館も生産者も積極的に働きかけたりすることは行っておりません。

《部会員》

登別のナショナルブランドができれば良いと思います。

行政が支援するなどして、こだわりの牛乳だけでなく、外でも買っていただけるような牛乳をつくることができれば、変わっていくかもしれないと思います。

《部会員》

その時に作るのは、バターやチーズなど、日持ちするものの方が良いと思います。

生乳では、返品になる可能性があり、それを再加工する話にはなりません。

回収してきた牛乳の廃棄処分する分が生産者の経営の足を引っ張っています。

そのため、大手も加工の方に力を入れてきています。

《部会員》

行政も民間も勇気を持った事業展開ができないと何も変わらないと思います。

《部会員》

極端な話、輸入が止まって食料が調達できない状態にならないと、消費者の感覚は変わらないと思います。

《部会員》

以前、セミナーで日本は人口減少していきませんが、世界は増えていくので、食糧が不足する時が来ると聞いたことがあります。

《部会員》

日本も自分たちで食料を確保する時代だと思います。

食生活に関しては、戦後から変わってきているものであり、変えたとしたら、50年先、100年先を見据えて行かなければならない。

《部会員》

先ほど話したセミナーで、輸出入でいうとイタリアはパスタの輸出で国として儲けているというデータを見ました。

パスタの材料は、北海道にもありますが、イタリアから輸入したパスタを買っている人が多いと思います。

《市庁内部会部会長》

自分も含めてですが、安全・安心な食べ物が食べたいと言いながらも、食べ物を買うときは、値段で決めてしまいます。

応援団になるということは、高いものを買いつけるということになり、そうしていかないと地域のものを守っていけないということになります。

地域のものは地域で守るという意識が大切だと思います。

《部会員》

まちを良くするためには、協賛・協力の気持ちが必要です。

イタリアのパスタより、北海道のパスタを買おうということです。

《市庁内部会部会長》

地域のものを買うということは、まちを守っていくことにもつながっていきます。

登別市中小企業地域経済振興基本条例の施行に伴い立ち上げた協議会では、行政、市民、事業者のそれぞれの役割について議論を行っております。

《部会員》

人間関係が強くなることで、市に賑わいが出てきたり、活性化してくると思います。

《部会員》

普段からの付き合いが大切で、最終的に助け合いだと思います。

そうすることで、お金も地域内でまわっていくと思います

《事務局》

話が途切れましたが、本日の話も、前回と同様で、「消費者の意識」の話と「地域のつながり」という話になってきていますね。

意識は、今すぐ変えられることではなく、前回の話にも合ったように、教育の段階、もっと言うと産まれた段階から身に着けていかないといけないということでしたね。

《事務局》

どこの章も一番重たいテーマが最初にあります。

ほかの部会でも、最初のテーマからなかなか進まないという状況で、この部会も時間がかかるかな、というふうに思って話を聞いていました。

本日の話の中では、いろいろ話がありましたが、「ブランド力」、「市内企業の連携強化」、「まちの賑わい」、「情報発信」というポイントが出てきました。

これは、体系図の「主要な施策」のそれぞれに関連していることですので、皆さんが考えていることは、体系図に含まれている内容と同じだというような印象を受けましたがいかがでしょうか。例えば、まだ足りないことや考え方はあったでしょうか。

《部会員》

そう言われるとそうですね。

《部会員》

それをまとめて話しているんだと思います。

どこかを省くという話にはならないし、いじくり回すという感じでもありません。

《事務局》

今日は「主要な施策①経営基盤の強化と経営支援機能の充実」から進めていましたが、主要な施策の話が包括的に出てきていたと思います。

《部会員》

産業を活性化させるためには、全部関連していますので、それが正解なんだと思います。

《部会員》

1つずつにこだわっていくと、繋がりが出てこないと思います。

《部会員》

そうですね。

この体系図は、専門の人が作っているだけあって、さすがだと思います。

《部会長》

今載っている主要な施策で必要ないものはないと思います。

《事務局》

たまたま聞いていたら、全部の話が出ていたので、言いました。

《部会員》

全部に関連する話をしていたんですね。

《事務局》

今の話を通じて、「何が必要か」ということを皆さんにも意識を持ってもらったのだと思いますけれど、「これをするにはどうしたらよいか」というところが難しいところですね。

《部会員》

「何が必要か」ということが共有できたことで、それぞれの意識が変わっていくこともあると思います。今までそういうことはありませんでした。行政任せだった部分もあったと思います。

《事務局》

今共有できたとおり、これまで、「主要な施策①経営基盤の強化と経営支援機能の充実」というところから話をさせていただいた結果、主要な施策の全てに関連する話が出ていましたが、これから例えば、「②ブランド力・技術力の強化」という別の視点から話すことで、新たなキーワードが出てくることがあると思いますので、1つ1つ整理しながら進めていくことが良いと考えています。

《事務局》

今、庁内委員会を通じて、全体を見つつ、1つ1つ細かく精査しているところです。

そこでも、後ろの方まで進んだときに、同じようなことが書いてあることがありますし、別の章に書いてあることもあります。

今、お配りしている体系図で確定したという訳ではありませんので、これからいろいろ気づいたことを教えていただきたいと思います。

これまで、この体系図の内容をここまで頻繁に市民に考えていただいたことはありませんので、市民目線でチェックをしていただきたいと思います。

《事務局》

さて、「主要な施策①経営基盤の強化と経営支援機能の充実」というところの議論は、どうでしょうか。

議論が出尽くしたということであれば、次の「主要な施策②ブランド力・技術力の強化」のところに関連する事業の説明を聞いて、ブランド力や技術力を強化するためには、どうしたらよいかという話をしていき、出てきたキーワードを拾っていきたいと考えております。

《部会員》

ブランド力というのが、第2節の農水産物の関係のところにもありますが、何が違うのでしょうか。

《市庁内部会副部長》

一次産業の素材そのもののブランド力を高めるという視点と、今、商工側が取り組んでいるのが加工食品のブランド認定事業というものです。

《部会員》

生産するのと、それを加工することの違いでしょうか。

《事務局》

「加工品」と「素材」という違いです。

《部会長》

さて、時間も推してきましたので、本日はキリが良いので、次回に「主要な施策②ブランド力・技術力の強化」のところから話していきたいと思います。

また本日は、人数が少なかったですが、多い方がいろいろな意見が出るとと思いますので、また次回、よろしく申し上げます。

次回の会議は、7月16日（水）18時30分から第2会議室で開催します。