

■ 平成26年10月29日～10月30日 経済労働委員会県外調査（東京都）

1 10月29日 日本マイクロソフト株式会社（東京都港区港南）

【調査目的】

ITを活用したワークスタイルについて

【調査概要】

マイクロソフトにおけるワークスタイルについて説明を受け、施設見学・質疑応答を実施

<説明の概要>

- 「テレワーク推奨強化週間2014」として、今週（10月27日～30日）、マイクロソフト他30社が連携してテレワークに関する取組を行っている。今年で3年目である。いろいろな学びの成果を中央官庁に提出する予定。テレワークの実施は、新しいビジネスチャンスの発見、働き方の提案、雇用の創出につながっていく。
- マイクロソフトは、世界191カ国で営業。112カ国に102,000人の社員がおり、6カ国・7地域の13地域を3つのタイムゾーンに分割。
- 同じタイムゾーンの社員が全員同じ就業時間である必要はない。テレワークでタイムスロットの入替ができた方が、異なるタイムゾーンの顧客や社員との時間の共有がしやすい。仕事にとってもワークライフバランスにとってもよい。
- 本社を現在の場所に移転した際、ワークスタイルを変革。コミュニケーション、コラボレーション環境を改善。
- ワークスタイルを変革のフレームワークは、「なぜ（目的、評価指標）」、「何を（変革テーマ、実行タスク）」、「誰が（推進者、責任部門）」である。
- マイクロソフトのミッションは、世界中の全ての人々とビジネスの持つ可能性を最大限引き出すための支援をすること。
- モバイルとクラウドは地域振興に直結する。ネットワークのボリュームが大きければ仕事のために東京にいることは必要ない。
- モバイルパソコン、自宅のパソコンなど普段使っているものは非常時にも使える。東日本大震災の2日後の3月13日、メールで社長から全社員にテレワークを指示。社員の85%がテレワークにしたが、業務レベルが下がらなかった。さらにその年の営業成績が向上した。このことが全社的にテレワークの効果を理解させた。

【質疑応答】

Q：奈良県は女性の就業率が低い。テレワークについて奈良県の企業になにかアドバイスはないか。

A：経営者が女性を労働者とみるかタレント（才能）とみるかである。タレントは短い時間でも活躍する。「活躍」がキーワードになる。クラウドソーシングを活用したマッチング、コーディネートを県が支援して企業が実施する方法もある。効果がない場合には、撤退が比較的容易なのでリスクは少ない。



Q：市町村などから農林業（農産物）に関する情報を世界に発信しながら、収益を上げることは可能か？

A：企業にも参入してもらい、パターンをひとつひとつカスタムメイドで作成し、展開するもの一つの方法。

2 10月30日 東京青果株式会社<東京都中央卸売市場大田市場>（東京都大田区東海）

【調査目的】

奈良県農産物の流通状況について

【調査概要】

首都圏における奈良県農産物の流通状況について説明を受け、施設見学・質疑応答を実施

<説明の概要>

- 東京都中央卸売市場における取扱高について奈良県の位置付けは、果実は20位、野菜は44位となっている。
- 関東における富有柿は、福岡県、岐阜県、和歌山県、奈良県産が中心となっている。
- 果物については、品質・味ありきという面が強いので、もっと奈良県産の柿を中心とした青果物を首都圏でPRすれば、首都圏の消費者からも奈良県に対する注目度が増すと思われる。優良顧客を獲得し、シェアを確保することが単価向上につながる。
- 柿の取扱高は、1位が和歌山県の6582トン、2位が奈良県の4459トン、3位が福岡県2200トンとなっている。1位になると知名度が上がる。
- 大田市場には全国のバイヤーや仲介がおり、ここで扱っている品物が地方のスーパーでも取り扱われ、全国的に波及する。大田市場へ一定の量を出荷して、奈良県ファンというお客様づくりをすることが効果的であると考えます。
- 和食がこれから伸びると見込まれる中で、京都には京野菜を使った「おぼんざい」という伝統料理がある。奈良にもあると思うが、全国的な認知度が高いとは言えないので、そういった点も含めて、レシピの開発が有効と考える。

【質疑応答】

Q：レシピの開発という話があったが、どのような内容がふさわしいか？

A：2通りあれば良いと思う。

1つは料理屋で出してもらえる、「奈良といえばこの料理」というイメージのもの。

もう1つは、家庭で簡単にできておいしいが、この野菜（奈良の野菜）を使わないと作るのが難しいというイメージのもの。

Q：大和野菜と奈良野菜、ネーミングとしては、どちらが良いか？

A：関東地方では大和という言葉がイメージ的に奈良とつながらない。

関東の方に説明する際は、分かりやすいように奈良大和野菜と言っている。

Q：奈良県の野菜・果物で伸ばしたら良いと思われるものはあるか？

A：ほうれんそうは全国的に出荷量が減っており、葉物関係は伸びる余地がある。

トマト、いちご（あすカルビー）も伸ばすと良いのではないかと。

また小玉スイカ、メロンなども需要がある。



3 10月30日 パナソニックセンター東京（東京都江東区有明）

【調査目的】

「ビジネスソリューションズ」及び「クラウドサービスを活用した事業」の展開について

【調査概要】

パナソニックの取組内容について説明を受け、施設見学を実施

<説明の概要>

- パナソニックセンター東京はパナソニックグループの情報発信拠点として、2002年にオープン。現在までの来場者は世界各国から約700万人。
- パナソニックは、生産活動と販売活動を通じて「人々の暮らしの向上と社会の発展に貢献すること」を経営理念としている。家電、デバイス、車載、住宅関連、B to Bソリューションの5つの事業領域を日本を含めた世界各国で展開。
- パナソニックという家電のイメージが強いが、オフィス、店舗、自動車、航空機、まち全体といったあらゆるお客様にとって、よりよい暮らし、よりよい社会を意味した「A Better Life, A Better World」を追究しており、パナソニックセンター東京はそれらのエッセンスを展示。
- 2018年の創業100周年に向けて、「お客様一人ひとりにとってのいい暮らしをあらゆる空間に広げること」を目指している。
- パナソニック工場跡地（神奈川県藤沢市）に「Fujisawaサスティナブル・スマートタウン」として、官民共同で土地区画整理事業を実施。パナソニックの持っているノウハウを活かしたまちづくりを実施。安全・安心、エネルギーの管理を主眼としたまちづくりを進めている。30歳代から60歳代までバランスよく、幅広い層が居住している。

【施設見学】

①Business Solutions

パナソニックがグローバルに展開する事業コンセプトを学校、街区、自動車など具体的な場面における様々なソリューションを体験。

②Wonder Life-BOX 2020

クラウドを活用しながら、家電製品や住宅設備から集まる生活者のライフログを住まいに取り込むことでパナソニックが考える2020年のより良い暮らしを体験。

