

司 会

## ——開 会——

本日は、ご多忙のところ、平成 29 年度第 2 回福島県地域創生・人口減少対策有識者会議にお集まりいただきましてありがとうございます。私は本日の進行役を務めさせていただきます企画調整部復興・総合計画課の高橋と申します。よろしくお願ひいたします。

それでは、ただ今から平成 29 年度第 2 回地域創生・人口減少対策有識者会議を開会いたします。

司 会  
企画調整部長

## ——あいさつ——

はじめに企画調整部長よりごあいさつを申し上げます。

企画調整部長の櫻井でございます。いつもお世話になっております。本日はお忙しい中、地域創生・人口減少対策有識者会議にご出席いただきまして誠にありがとうございます。

8 月に今年度の第 1 回有識者会議を開催させていただきましたけれども、その際には総合戦略で定める 7 つのプロジェクトごとに主な事業の K P I や課題等についてご議論をいただきまして、その日の午後には、3 年連続で人口が増加している大玉村の視察をしていただいたところでございます。

本日は、各委員の皆様から、事前に事業ごとの評価をしていただきましたので、こちらを踏まえまして、現時点における来年度の方向性等についてお示ししているところでございます。来年度の事業構築にできるだけ反映させてまいりたいと考えておりますので、委員の皆様方におかれましては、忌憚のないご意見を賜ればと思っております。

県といたしましては、市町村、国、企業、大学、それから各種団体など、できるだけ多くの方々と連携しながら、地方創生の加速化に向けまして、全庁を挙げて引き続き取り組んでまいりたいと考えておりますので、ご支援のほどよろしくお願ひ申し上げます。

それでは、本日のご議論をよろしくお願ひいたします。

司 会

続きまして、岡崎座長からごあいさつをお願ひします。

岡崎座長

## ——座長あいさつ——

岡崎でございます。

地方創生の戦略期間はあと数年でございますが、鋭意、着々と将来を見据えながらやっていくことではなかろうかと思っております。特に今回、第 2 回の有識者会議は県庁内からも各部署から多くご参加をいただいておりますので、委員の皆様方からも忌憚のないご意見をぜひ出していただき、県のこの地域創生・人口減少対策の何らかの原動力になるようなことがこの有識者会議で取りまとめられていけばと思っております。ご協力のほど、よろしくお願ひをいたします。

ありがとうございました。

司 会	<p>続きまして、議事に移ります。これ以降の進行につきましては、座長にお願いしたいと存じます。岡崎座長、よろしくお願いいたします。</p>
岡崎座長	<p style="text-align: center;">— 議 事 —</p> <p>本日はお手元の議事次第に従い、主に2つの議事を予定しております。</p> <p>まずは報告事項ということで、先ほど櫻井部長からもご紹介のありました大玉村視察について、ご説明をお願いいたします。</p>
復興・総合計画課長	<p>復興・総合計画課長の國分でございます。どうぞよろしくお願いいたします。</p> <p>資料1、資料2を使ってご説明いたします。</p> <p>まず、資料1は大玉村の現地視察の結果になります。8月23日の第1回の有識者会議の後、午後から大玉村を訪問しました。</p> <p>最初に役場を訪問いたしまして、村長さんから次のようなご説明を伺いました。1つは、先ほど3年連続人口が増加しているという話もございましたけれども、5年ごとに行われる国勢調査ベースで40年間、人口が増加し続けているという話を伺いました。これは政策の継続性がひとつの要因だろうということでございます。住宅政策によって人を増やすというような施策を柱としてきたことや福島市や郡山市の通勤・通学圏内であること、資料1、1頁の下段にあります、来年度、幼稚園の3年保育を開始し、保育所から移っていただくというような子育て政策にも力を入れていること、それから、資料1、1頁の一番下のところですが、収益を村内にとどめるために村民出資の村づくり会社を設立する準備をしているというお話を伺いました。</p> <p>資料1、2頁でございますけれども、先ほども申しましたとおり、人口増の要因は地理的な条件もありますけれども、やはり子育て支援策などの施策を総合的・継続的にやってきた結果だろうとのお話をいただきました。</p> <p>村長さんのお話の後、各部長さん方から具体的な施策の説明をいただきました。まず総務部長さんからはあだたらの里直売所について2倍ぐらいの売り場スペースを確保するため隣接地に新設するという、住民福祉部長さんからは、保育料の軽減事業、これは第2子以降の保育料を無料にするというような施策を実施していること、産業建設部長さんからは、農業機械の共同利用購入補助金、それから企業誘致の検討などもしていること、最後に、教育部長さんからは、大玉村の教育は、響育、共育、強育、郷育というような4つの「きょう育」に力を入れて進めていること、資料1、3頁になりますが、現地調査の中でもご覧いただきましたが、幼稚園、小学校の芝生化事業を行って、子どもたちが屋外で自然に遊べるような環境をつくっており、住民からの評判も非常にいいというお話を伺いました。その後、質疑応答ということで、各委員の先生方から様々なご質問をいただきました。その資料の2頁に写真が載っておりますけれども、役場の後に玉井小学校、幼稚園、それから総合福祉センターさくら、あだたらの里直売所などをご視察させていただきました。こういった大玉村のような取組を県内の自治体に普及させていくことを考えております。</p> <p>次に資料2をご覧ください。こちらは前回もご説明いたしましたので簡潔に触</p>

れますけれども、この会議のスケジュールになります。8月に第1回会議を開催いたしましたして、同日、現地調査を行いました。その後、委員の皆様から平成28年度事業の効果検証をしていただきました。本日は、委員皆様から新年度に向けたご意見をいただき、来年度の事業構築につなげていきたいと考えております。

以上でございます。

岡崎座長

ありがとうございました。私は全国、特に町村の現場はかなり力を入れて回っているところがございますが、この大玉村のような、福祉から企業振興、地域経済振興まで視野に入れて、非常に幅広い取組を行っているというのは珍しいケースではないかなと拝見しました。何か特にお気づきの点がございましたらご意見をいただければと思いますが、よろしいでしょうか。

スケジュールに関しましても、今、ご説明をいただいたとおりでございますがよろしいでしょうか。それでは、第1議題の報告は終えさせていただきたいと思っております。

続きまして(2)の議題でございますが、「平成28年度の地方創生関連事業の効果検証と平成30年に向けた方向性」というテーマに移りたいと思っております。前回同様、これは7つのプロジェクトがございますので、このプロジェクトごとに事務局からご説明いただいて、プロジェクトごとにご意見を出していただくという流れで進めていきたいと思っております。

事務局からご説明をお願いいたします。

復興・総合計画課長

資料3と資料4によりご説明いたします。資料3をお開きいただき、資料4も同時にお手元に置いていただいて、両方を見比べながら説明を進めさせていただきます。

まず、資料3の1頁「I ふくしまの雇用・起業創出プロジェクト」になります。「1. 成果目標の達成状況」がございますが、成果目標として工場立地件数を設定しており、平成28年度の目標を360件としておりましたが、実績が299件であったため評価としてはBとなります。

次の成果目標は製造品出荷額となりますが、平成28年度目標の約5兆3,000億円に対して、まだ平成28年度の実績値が出ておりませんので、現時点において評価ができないということで棒線を入れております。

商業・サービス業の総生産額につきましては、1兆9,650億円の目標に対して、こちらも同様に平成28年度の数字がないので、棒線となっております。

この3つの成果目標を達成するための具体的な事業を資料4に記載しております。資料4では事業ごとの評価を「KPI」の欄にA～Dで記載しており、これら事業ごとの評価をまとめたのが資料3の「2. KPIの達成状況」の欄となります。KPIの達成状況は県の自己評価となり、A、B、C、Dで評価しております。例えば、資料3「① 企業誘致等による雇用創出」については、Aの事業が1件、Cの事業が1件という形で記載しております。

それから、資料3の「3. 有識者からの評価」というのが、先日、委員の皆様から評価していただいた結果となります。委員評価の「非常に効果的であった」「有効であった」などの項目は、事務局が委員の皆様からいただいたコメントをもと

にまとめさせていただいております。簡単に申しますと「非常に効果的」がA、「有効」がB、「相当程度効果があった」がC、「有効とはいえない、効果がない」がDというように、上の「2. K P I の達成状況」の評価とリンクして考えていただければわかりやすいと思います。

それでは、具体的な事業ですけれども、資料4をご覧くださいまして、まず「① 企業誘致による雇用創出」につきましては、海外からの立地促進を図るため、外資系企業投資促進事業を実施しました。K P I が3つございまして、いずれも目標を達成しているということでA評価です。委員評価も「有効であった」「非常に効果的」ということのでございました。

それから本社機能の移転促進を図るために、地方拠点強化推進事業を実施しました。これは本県への本社移転を促進するための支援をする事業ですが、K P I を移転件数としており、目標1件に対して実績が0という結果でC評価としておりますが、本社機能拡充という取組で1件の実績があったと報告を受けているところでございます。委員の評価ですが、「効果があった」ということでC評価となりましたが、他県との差別化を明確にすべき、本県の魅力を増大し、デメリットの低減に努めるべきといったご意見をいただきました。それに対し、県で検討した今後の方向性でございまして、立地補助金、それから特区制度を併用することで、他県よりも手厚く支援できる本県の優位性をアピールしていきたいと考えております。

次に、「② 起業促進による雇用創出」でございまして。まず「(ア) 若年層・女性の起業支援」については、ふくしま復興・創生ファンド支援事業というクラウドファンディングの事業を投資型、購入型の両方で実施し、いずれも実績が目標を上回りましたのでK P I はA評価です。委員の皆様からはB評価、A評価をいただきましたが、効果的な広報が望ましい、アフターフォローが必要、県の事業として独自性の発揮や差別化が必要というご意見をいただいております。それに対する方向性ですが、本県の独自性を出すために復興・創生をテーマにしたファンドの組成、本県を応援してくれるような企業への戦略的なP R等を考えております。

次に「(イ) リーダー的起業家の発掘」ではスタートアップふくしま創造事業を実施し、K P I はB評価、委員評価も「有効であった」ということでB評価としております。

資料4の2頁の「(ウ) 空き家、空き店舗の活用」では、里山オフィス企業立地促進事業で、過疎・中山間地域へのサテライトオフィスの立地を促進してきました。サテライトオフィスの進出支援件数をK P I としており、こちらはC評価となっております。委員評価も「有効とはいえない」ということでD評価に相当するような評価をいただき、I T企業誘致に積極的な市町村と連携して、長期にわたる環境整備、他県の成功例、失敗例の事例研究が必要とのご意見をいただきました。こちらに対して県の方向性ですが、I C T関連企業の誘致に積極的な市町村と連携し、広くI C T企業の誘致を図っていきたいと考えております。

次に「③ 地域企業の競争力強化による雇用創出」につきましては、高度人材

の招聘のため、1つはU I J ターン助成金、もう1つはプロフェッショナル人材戦略事業という2つの事業を実施しております。まず上のU I J ターンではK P I がC評価ということで、委員方から「有効とはいえない」とのご意見をいただきましたので、今後は地方創生交付金の事業では実施しないという方向性を出しているところでございます。

また、福島県プロフェッショナル人材戦略事業につきましては、マッチング成約件数などをK P I の指標としており、A評価ですが、委員方からは、K P I 設定に疑問がある、満足を得られる支援を受けることができたのかどうかの検証が必要、期待値に対して成約件数が少ない、賃金・業務内容等のほかに要因があるのではないかとのご意見をいただいております。

県の方向性ですが、平成29年度のK P I については、企業相談件数300件、成約件数8件と設定しています。なお、成約した企業のうち、8割が満足と回答しています。また、委員ご指摘の賃金、業務内容以外の成約件数が少ない要因としては、福島県についての風評と生活環境激変による家庭の反対などが考えられるということでした。

資料4の3頁にまいりまして、「(イ) 製造業における高度人材育成」では、ふくしま産業人材育成支援事業を実施し、A評価としております。また、「(ウ) 海外への販路拡大」では、チャレンジふくしま成長産業グローバル展開事業を実施、再エネ・医療の2つの分野のうち、再エネは成約件数がK P I の目標に達していないということでB評価、委員からはC評価をいただいております。成約件数、商談件数が未達であるため、要因を検証し対策を立案すべきではないか、知られていない企業や技術の発掘、磨き上げ、レベルアップにも力を入れてほしいというご意見をいただいております。県の方針としましては、成約を実現するため、これまでの事業を通して構築された企業間連携を継続的にフォローアップしていくとともに、具体的なビジネスに取り組んでいる複数の案件の確実な成約や海外企業との商談を通じたグローバル展開を進めていくための効果的・戦略的なP R、J E T R O と連携した企業の育成支援等を実施していきたいと考えております。

次に「(エ) 客観的データに基づく企業支援」として3つの事業を展開しておりますが、地域創生・人口減少対策本部事業のK P I はビッグデータを活用した分析件数を設定しておりますが、目標3件に対して1件の実績のためC評価になっております。この事業では、R E S A S を活用し分析した結果、海外の方々には日光から会津にあまり足を運んでいただけていないことが分かりました。この結果を踏まえ、まずは東京から日光へ、そして日光から会津への外国人誘客を図るため、海外の出版社、具体的にはロンリープラネット社と連携して外国人向けの旅行ガイドブックを作成した事例です。委員方からはK P I と事業内容が結びつきにくい、K P I の設定が不十分ではないかとのご意見をいただきました。

次に、R E S A S の普及促進事業につきましては、A評価となっておりますが、K P I、先ほどのビッグデータを活用した分析件数という部分でございまして、K P I は事業内容に即したものに变更していきたいと考えております。それか

ら、この2つの事業は関連が深いということで、この2つの事業を統合した形で連携して取り組んでいきたいと考えております。

資料4の4頁の「④ 成長が期待される産業の育成・集積」についてですが、「(ア) ヘルスケア産業等の育成」の健康ビジネス創出支援事業では、高齢者、要介護者向けの商品開発数、取り扱う施設・小売り店舗数をK P Iに設定しております。食品の開発数が1件ということでC評価となっており、委員からは、特に食物アレルギー対応食品や栄養補助食品などに対象を拡大することが望ましい、県外の商談会への参加支援にも力を入れてほしいといったご意見をいただきました。方向性としましては、健康ビジネスに参入するような県内企業の機運醸成、高齢者や要介護者向けの食品・機器の開発、販路拡大の促進を図っていくと考えております。

次に、航空宇宙産業集積推進事業でございますが、こちらは特にK P Iの②、サプライチェーンの実績が0のため全体としてB評価となっており、委員からはC評価という評価をいただいております。サプライチェーン数が増加しない点に関して、事業分析や対策が必要というご意見を踏まえ、受注獲得に向けて本県の企業間連携による多工程受注の体制をつくってまいりたいという方向で考えております。

1つ目のプロジェクトについては以上でございます。

ありがとうございました。この「ふくしまの雇用・起業創出プロジェクト」は分量も一番多いので、委員の皆様も様々なご意見があると思います。また、補足しますと、委員の皆様からいただいたご意見は資料に書き切れなかった部分も多々ありますが、県庁内の各所属にはご意見全文をお伝えしているということですので、ご了解いただければと思います。

第1プロジェクトの「① 企業誘致等による雇用創出」では3人の委員よりご意見をいただいておりますが、こちらに関しまして何かございましたらお願いします。

須貝でございます。意見について少し補足をさせていただきます。

まず、「(ア) 海外からの立地促進」について「非常に効果的だった」とさせていただきます。ドイツを相手に企業誘致をなされたという点に非常に驚いています。というのも、震災後、私はI H Iの相馬事業所で勤務しておりましたが、ドイツのお国柄もあり、原発からは一目散に逃げ帰るような状況でした。そういう国の方々を福島にあえて誘致をすること、また誘致件数が目標を超えているということに驚いております。福島県内をはじめ、県外に対しても大きなアピールになったのではないかと想像し、評価を付けさせていただきました。

2番目の岡山県の事例については、たまたま機会があり、外務省と岡山県がお互いに協力し合って、8月の上旬に岡山県の魅力セミナーというイベントを開催しました。かなり精力的に取り組まれていて、特に岡山県は地震がないとか、津波がないとか、あるいは温かくて良いというようなアピールをされていました。各大使館の人たちを招いて、何十人も来ていらっしやっただので、似たような活動をされてはいかがかなと思ったところです。逆に言うと、岡山県と競い合うには

岡崎座長

須貝委員

<p>岡崎座長 森川委員</p>	<p>大変なのかなというような印象も持りましたので、あえて意見として書かせていただきました。ご検討いただけると幸いです。</p>
	<p>では、森川委員、お願いします。</p>
	<p>私が書きましたのは本社機能の移転促進についてですが、今、例えば東京とか大阪にある本社を福島に移転する場合、やはり、機能だけを移転することだけではなく、働く人にも来てもらわないといけないということになります。昔であれば、旦那さんの転勤に伴い、奥さんもついてくる、家族がついてくるということもあったと思いますが、今は共稼ぎも増えており、奥さんは東京で基盤を持って働いていると来てもらうことはなかなか難しく、以前よりもそういう面ではハードルが上がっているのではないかなと思います。</p>
	<p>ですから、本社機能の移転では、それこそ、今の転勤族も含めて、別の地方から福島へ機能を移すことのプラス面、マイナス面をよく聞き、何か改善できることはないか検討し、取り組んでいければ良いと思います。</p>
	<p>経済的な問題以外で、例えば、本社を移転してくれた会社にお勤めの方の配偶者の就職を県で斡旋するとか、学校、例えば県立高校への入学等をもっと幅広く認めるとか、そういった面も含めて、もっともっと企業に来てください、人に来てくださいというような他の県にない取組によって、福島への本社移転というのがよりスムーズにいくのではないかと思った次第です。</p>
<p>岡崎座長</p>	<p>ありがとうございました。では、「① 企業誘致等による雇用創出」につきましてはその点も含めてご検討いただければと思います。</p>
	<p>「② 起業促進等による雇用創出」につきましてはいかがでしょうか。(ア) から(ウ) までの項目がございます。</p>
<p>森川委員</p>	<p>クラウドファンディングについて、意見でも書きましたが、やりたいと言っている方々の中には、ネットに載せればお金が入ってくる、お金を調達する手段と思っておられる方が多いように感じます。</p>
	<p>本当に大事なのは、その企業を応援してくれる人を見つけるということ、それからもう1つは、その趣旨に合ったことをちゃんとやっているかどうかということです。特に、これは県でされるわけですから、集めたお金がきちんと目的に合った事業に使われているかどうかのフォローも必要だと思いますし、それからクラウドファンディングは県だけではなくて、金融機関やマスコミ等、様々なところがやっておりますので、その中で県がやるということについて、何か独自性みたいなものが必要ではないかと思います。</p>
<p>岡崎座長</p>	<p>どうぞ。</p>
<p>企画調整部長</p>	<p>森川委員のおっしゃるとおりで、このクラウドファンディングは寄付型とか購入型もやっていますが、メインは投資型でございます。結果、投資家の皆さんにすべて情報を開示して、何に使ったか、そしてどのような収益があつて、生じた収益をお返しするというので、監査をきちんとやるシステムになっています。また、その過程で、ただ手を挙げるだけではなくて、地銀さんなどのご協力を得て、きちんとペイできるようなモデルにするという過程も目的にしております。</p>

それから、後段でございますけれども、「福島」というキーワード、特に復興・創生ということで興味を持っていただく方々もいらっしゃるの、それを一覧に集めるということと、それぞれの案件の中身の情報発信をするというところに力点を置いていまして、県外の皆様に、福島県の魅力を訴求するような制度としておりますが、引き続き、ご指摘の点をきちんと磨いていけるようにしていきたいと思っております。

岡崎座長

ありがとうございました。「② 起業促進等による雇用創出」につきまして、何かございませんでしょうか。

高橋委員

高橋でございます。スタートアップふくしま創造事業を評価いたしました。私がお勉強なだけかもしれないのですけれども、起業後のフォローアップも大切ですが、起業するまでの基本的な教育がどの程度なされているのかが非常に気になっております。

実は、様々なところにコンサルとしてご相談に入り、お話を伺ったときに、起業は意外と誰でも、その気になれば頑張ればできるのですけれども、持続性が非常に大事であり、利益を出さなければいけない。また、その後、従業員を雇う際、保険の加入や一定以上の人数になったら就業規則をつくらなければいけないなどの法的なこと、また、有休は誰にでも権利があり、時短勤務でも一定要件を満たせば取れることなど基本的な法律を知らない方が非常に多いです。

このことは、知らず知らずに労基法違反を起こしてしまったりとか、従業員に非常に不利益なことが起きてしまったりとか、併せて、今、非常に福島県が進めていらっしゃる働き方改革、ワーク・ライフ・バランスにも大きく影響してくることだと思います。当然、女性活躍もそうです。

私は以前も、昨年か一昨年ぐらいにも同じようなこととお話しさせていただいた記憶があるのですけれども、実は会社の中でそのような部署にいないと意外と法律をご存じないのですね。これが学生となるのもっと知らないのではないかと思いますので、今後どうなさるかについて、ひとつご検討いただければと思っております。

以上でございます。

岡崎座長

ありがとうございました。県のご担当の方からございますか。

産業創出課

産業創出課でございます。おっしゃるように、起業された方からまず真っ先に話として出るのが、先ほどの財務の扱いとか労務管理、そういった基本的な支援がほしいという声です。まず、私どもでスタートアップ補助として起業するときに補助しておりますが、そういった過去に補助金を支出した企業を中心に、その後のフォローアップとして、財務関係のセミナーとか、あるいは西口にありますインキュベーション施設のインキュベーターマネージャー、もしくはよろず支援相談拠点などもございますので、そういったところをご案内して個々の相談に応じる体制をとっているところであります。

それから、起業してから5年後位がいわゆる死の谷と呼ばれるひとつの正念場でもありますので、その辺のフォローアップについて様々な専門の方からご意見も伺いながら、これからの施策を企画していこうとしているところでございます。

ので、本日の意見も非常に貴重なご意見として、次年度以降に反映させていただきたいと思います。

岡崎座長

ありがとうございました。

それでは「③ 地域企業の競争力強化による雇用創出」はいかがでしょうか。追加的なご意見がもしございましたらどうぞ。

森川委員

森川でございます。私は、チャレンジふくしま成長分野産業グローバル展開事業で、県の機関や大学等と連携し、知られていない企業や技術の発掘、磨き上げ、レベルアップにも力を入れてほしいとの意見を出しました。私も銀行として販路拡大を支援しているのですが、そのときに非常に感じるがあります。それは自分の会社が何をできるのかということをご商売の観点から評価できていない企業が多いのではないかとことです。

例えば、金融庁は金融機関に何を求めているかという、販路拡大の支援とか、そういう経営課題の改善、コンサルなどがありますが、ヨーロッパの中小企業をご訪問してヒアリングしますと何を言っているのだという顔をされます。金融機関に求めているのは資金であり資金をちゃんと貸してくれればいい、販路拡大は自分たちがプロなのだから自分たちでやります、そんなことは金融機関にやってもらう必要はないということと言われることが結構多いわけです。

ところが、日本でアンケートやヒアリングをしますと、金融機関にそういうことを求めている企業さんが多く存在します。これは金融機関だけではなくて、行政等にも求めているのだらうと思いますが、なぜなのか、私は疑問に思ってきました。特に製造業では、日本の会社は企業というよりも職人であり、ものづくりには非常に長けているけれども、それを事業として展開していくということが非常に苦手な人が多い。職人氣質な人が多いから、非常に良いものはつくられるけれども、それがどうしたら売れるのか、この技術を何に應用できるのかということが比較的苦手な人が多い。だから、一生懸命いいものをつくっているのだけれども、販路が広がっていかないのではないかなと思います。

特に医療関係とか、航空宇宙関係とか、今までやったことがない分野については、自分の技術がその分野にも使えること自体わかっていらっしゃらないことが結構あるように感じます。「おたくの技術、こんなことに使えるのではないですか」と言うと、「あっ、そうですか」という話しになって、販路が広がっていくということが実際に私どもの銀行でもあるわけですけれども、そのように自分たちで、これにも使えるのではないか、あれにも使えるのではないかとことを考えない人が多いといいますか、ひたすら一生懸命になってもものをつくっていらっしゃる方が多いような気がします。

ですから、県の研究機関や大学の先生方などよくわかっている方々と協力し、あるいは県のほうで色々な企業に接触し、「おたくの企業でつくっておられるものはこういうものに使えるのではないですか」ということを積極的にアプローチする、背中を押してあげるようなことをやるとうまくいくのではないのかと思います。福島県の企業はかなりいいものをつくっていると私自身は思っています。他の地方からみても有望な企業は多いと聞いていますので、ぜひそういうことを

岡崎座長	<p>やっただけたらと思います。</p> <p>ありがとうございました。</p> <p>それでは、資料4の4頁「④ 成長が期待される産業の育成・集積」はいかがでしょうか。</p>
森川委員	<p>健康ビジネス創出支援事業ですが、ちょっと正確なところをわかっていないのかもしれないのですが、産業をつくろうとしているのか、県内農産物を利用させるということに力を入れるのか、どちらに力点を置いているのでしょうか。例えば健康に役立つものをつくるということであれば、他の県でつくっているものを使って、製品として福島で何かをつくっても構わないわけですね。一方で、県内の産品を使ってということであるならば、そちらを重視すべきと思うのですが、これはちょっとよく見えないところがありました。</p> <p>それから、高齢者とか要介護者向け食品に限るのではなくて、最近アレルギー一患者といますか、アレルギー体質の人が多くなっていて、自分が食べられるものを探すことにもものすごく苦勞している方々もいらっしゃいます。マーケットとしても大きくなっていて、そういった分野に広げていくのもいいのではないかと思います。それから、一部の病気も、食べられるもの、食べられないものが結構ありますので、その点に着目すれば、一つ一つのマーケットはそんなに大きくないですが、付加価値がある、付加価値の大きい、しかも確実に売れるものをつくることのできるのではないのかと思いました。ですから、対象を高齢者とか要介護者だけでなく、より幅広いものにしていったほうがいいのではないのかと思った次第です。</p>
岡崎座長	<p>ありがとうございました。</p> <p>それでは、時間の都合もございますので、資料4の5頁、「Ⅱ 『しごと』を支える若者の定着・還流プロジェクト」についてご説明をお願いいたします。</p>
復興・総合計画課長	<p>資料3の2頁をご覧ください。まず成果目標の達成状況は、安定的な雇用者数を設定しており、平成28年度の目標約54万人に対し実績が約56万人という状況ですので、A評価としております。以下、KPIの達成状況、委員の皆様からの評価については、資料4の5頁をご覧ください。「① 若年層の県外流出の抑制」でございます。</p> <p>まず「(ア) ICT人材の育成」では、会津大で2つの事業を展開しております。こちらはB評価、A評価ということで、委員の皆様のご意見もB評価が主となっております。</p> <p>次に、「(イ) インターンシップ等の強化」では、NPO強化を通じた若者定着・地域活性化事業に取り組み、A評価としております。委員評価も「有効であった」ということでB評価となります。</p> <p>「(ウ) ものづくり産業を担う人材の育成・確保」では、戦略的産業復興人材育成支援事業を実施し、KPI評価がB。委員からも「相当程度効果があった」としてC、「有効であった」としてBをいただいております。</p> <p>資料4の6頁にまいりまして、「② 県外若年層の県内還流の促進」になります。「(ア) 県内企業の情報発信」では、ふくしまのものづくり人材確保事業について</p>

B評価、委員評価も「有効であった」ということでB評価をいただいております。

次に「(イ) 県外学生の就職活動支援」では、ふくしま就職応援事業でB評価、委員評価もB評価ということでございます。

「(ウ) 理系大学生の県内就職の促進」の医療関連産業高度人材育成事業では、実績が0となっておりますが、K P Iの注意書きのとおり、受講者の半数が県内に就職・進学することが目標となっておりますので、まだ卒業生が出ていないという状況がございます。途中経過ではございますけれども、アンケートの調査などでは7割ぐらいの学生が県内就職を考えるようになったという結果がございますが、こちらは評価に含めない整理としております。

次に「(エ) ブランド力のある企業の創出」のチャレンジふくしま中小企業上場支援事業では、上場企業を増加させるための取組ということで、上場企業数をK P Iに設定しております。目標は増加を目指すということで、13社あった上場企業が12社に減ったことによるD評価でございます。具体的には日本化成さんが三菱ケミカルホールディングスに吸収統合され上場廃止となったため、1減としてD評価としております。

以上でございます。

岡崎座長

ありがとうございました。それでは、プロジェクトⅡの「① 若年層の県外流出の抑制」に関して、ご意見をいただいた委員の皆さんから何か追加がございましたらお願いしたいと思います。

高橋委員

高橋でございます。「① 若年層の県外流出の抑制」の「(ウ) ものづくり産業を担う人材の育成・確保」について、実は先般の労働審議会にもお話しさせていただいたのですが、ぜひ皆様にも知っていただきたくて、情報シェアの意味でお話をさせていただきます。

高卒者の就職、県内就職という切り口ですけれども、私が関わったケースでこのような高校生がいました。県内の工業高校を卒業した男子生徒です。運動部に所属しておりまして、頼もしさもあり、たくましくもあり、役員なども一生懸命やっており、非常に有望な生徒と先生から評価されておりました。彼はものづくりがものすごくしたくて、工業系の高校で3年間、一生懸命、頑張りました。就職の話になった3年生のときに、進路指導の先生から、成績のいい子は安定して長く勤められる郵便局を勧められました。彼はものづくりがしたいという気持ちを持ったまま、親に相談し、三者面談も行われました。お父様もしっかりとした半官半民のようなところにお勤めで、お兄様も違う会社ではありますが、同じような傾向の就職をなさっていました。安定するからいいぞと、すごくいいからそこを受けなさいと親も賛成しました。

結局、郵便局を受けることとし、当然、採用となり、毎日、自転車で郵便を配達していました。しかし、7月にもなると彼の中の「僕はものづくりがしたいのに、なんで汗を流して郵便配達をしているのか」という疑問は強くなり、8月になる前に郵便局を辞めてしまいました。親はすごく反対しました。でも、彼はどうしても、「ものづくりがしたい、製造業で、派遣でもいい、何でもいいから現場に入りたい」ということで、実は私どもの会社にご相談がありました。いろいろ

ろ話を聞くと、本気でやりたいという気持ちが伝わってきましたので、派遣の形ではありますが、ものづくりの現場をご紹介します。当然、先様からは3カ月、4カ月で簡単に辞めちゃう子で大丈夫なのかというお話しはありました。心配しますよね。でも、まずは請負の現場だったので、弊社がきちんと責任を持ちますから、まずはスタッフの一員としてラインに入れてくださいとお願いしました。

そうしましたら、水を得た魚のように彼は生き生きと、コミュニケーションがあまり得意な子ではなかったのですけれども、すごく頑張るのです。コミュニケーションが下手だから、大丈夫かとよく先方様からは言われましたが、仕事はしっかりしている。ちょっと教えると、その先まで自分でいろいろやっていて頼もしいねと言われて、半年後、派遣先での正規の職員として採用となりました。

なぜこんなことをお話しさせていただいているかといいますと、どうしても先生方、親御さん、周りの大人が、その子のためによかれと思ってミスリードをしている案件が非常にあります。その子の適性というのは、実際、就職して、勤めてみないとわかりません。ただ、その時点で本人が求めているもの、それが一番大事なことだと思っております。

そのことも踏まえて、ぜひこの福島県で、ものづくりで秀でた企業様はたくさんありますので、そういったミスリードにも注意しながら引き続き事業を継続していただきたいと思います。ありがとうございました。

岡崎座長

ありがとうございました。「② 県外若年層の県内還流の促進」はいかがでしょうか。

金内委員

金内でございます。「(ア) 県内企業の情報発信」ですが、ふくしまのものづくり人材確保事業で意見を申し上げたところですが、ちょっと補足をさせていただきたいと思います。ものづくり企業キャラバン、これは県外大学生のみを対象としているかと思うのですけれども、一方で、「① 若年層の県外流出の抑制」で書いているとおり、県内大学生の県外流出という問題もあります。これは表裏一体だと思いますが、ものづくり企業キャラバンというのは県内外の大学に問わず、県内企業を知ってもらうという意味では、県外大学生のみを対象を絞るというのはどうなのだろうと思ったところです。日本大学の工学部の学生を対象にしたバスツアーなど書いておりますが、この企業キャラバンの対象を県内にも拡充していったらどうかという趣旨ですので、その点を踏まえて次年度の方向性もご検討いただけたらと思った次第でございます。

岡崎座長

これは何か、ご担当の方、ご意見はございますか。

雇用労政課

雇用労政課です。この事業は県内から県外への学生の流出を防ぐという趣旨で、ガイドブックの作成とバスツアーなども実施しているところであります。先生からの貴重な意見を踏まえて、県内の学生、県外出身者が県内の学生として来るというパターンもありますので、そういった点も踏まえて事業を展開していきたいと考えております。どうぞよろしく申し上げます。

岡崎座長

プロジェクトのⅡについてはよろしいですか。

それでは、プロジェクトの「Ⅲ 農林水産業のしごとづくり」についてご説明をお願いします。

「Ⅲ 農林水産業しごとづくりプロジェクト」でございます。成果目標の農業産出額について、平成28年目標の2,322億に対して、こちらは平成26年度までしか公表されておられません。1,942億という状況でございます。林業、沿岸漁業、いずれも数字が出ていない状況ですので、成果目標に対する評価は今のところできませんが、KPIの達成状況、有識者からの評価は以下のとおりでございます。

資料4の7頁になりますが、「① 法人・企業による安定雇用の創出」の「(ア) 法人の育成・企業等の誘致」の1つ目、“絆”で拓く！ふくしま未来農業創出事業についてですが、KPIはビジネスモデル構築による新規雇用人数としておりますが、実績が0ですので評価をCとしております。平成28年度、2件ほど採択されたものがありましたが、事業の開始年度ということもあり、ビジネスモデルの構築までには至らなかったということで、平成29年度は本格的に実証に取り組んでいるところでございます。

委員評価では、課題に的確に対応できているか十分に検証すべき、他地域へ横展開することを意識して事業推進してほしいというご意見をいただき、C評価、D評価となっております。これに対して、県では、今後はコンソーシアム検討会の専門家による助言・指導を受けまして、持続可能なモデル化を検証し、成果を取りまとめ、そして、他地域へ普及推進を図っていきたくと考えております。また、2つ目の元気な農村創生企業連携モデル事業、こちらはA評価とさせていただきます。先生方からも概ね良好な評価をいただいております。

次に「(イ)の生産法人等への初期投資への支援」では、耕作放棄地活用条件整備復興促進事業を実施しており、こちらはB評価となっております。

資料4の8頁の「② 新規就農者に対する支援の強化」、「(ア) 就業女性への支援」では、きらめく・ふくしま農業女子育成・確保支援事業を実施していますが、こちらはKPIを女性の新規就農者数に設定し、評価はBとしております。委員の皆様からは「有効とはいえなかった」ということで、農業女子ということではなくて農業女性経営者というように真剣さと視野の広さを持たせる必要があり、研修内容も工夫が必要というご意見をいただきました。これに対しては、経営体質の強化に向けた研修会や販路拡大、本ネットワークの女性農業者をはじめ、様々な方が就農へ結びつけていくような取組を図ってまいりたいと考えております。

また、「(イ) 研修・体験機会の確保」では、ふくしまの未来を創る新・農業人育成・確保支援事業に関してAと評価し、委員の皆様からも概ね良好な評価をいただきました。

資料3の9頁「③ 稼ぐ視点での地域産業6次化の推進」の「(ア) 地域産業6次化の推進・体制整備」では、2次3次産業がけん引する6次化プロジェクト推進事業を実施し、KPIの6次化商品数について、A評価となっております。

「④ 消費者を見据えた販売促進」では「(ア)の産品の見える化」として、ふくしま「医食同源の郷」づくり事業を実施し、おたねにんじん、エゴマの作付面積をKPIに設定し、A評価としております。以上です。

ありがとうございました。こちら①から順次、追加でご意見をいただければ

関委員	<p>と思います。いかがでしょうか。</p> <p>関です。「① 法人・企業等による安定雇用の創出」の件ですが、最近、補助金を採択するにあたり、農業振興の面で法人が大きく位置づけられてきておりますが、先ほど高橋委員からご指摘があったように、企業である以上、やはり経営、財務、労務を見ることができなければいけないと思います。私の身の回りにも、いずれはこの集落営農を法人にするという意見を聞きますが、看板の掛け替えだけで、中身はあまり変わらないように感じます。</p> <p>押し付けがましくなるかもしれませんが、やはり県としてあるべき農業法人の姿やモデル、イメージをしっかりと示して、それを担える人の育成にも同時に力を入れていったほうが良いと思います。補助金があっても受け皿となる人や法人も育たないと思いますので、その点を懸念しているところでございます。</p> <p>また、「③ 稼ぐ視点での地域産業6次化の推進」と「④ 消費者を見据えた販売促進」に関連して、6次化と消費者を見据えた販売促進が必要と考えます。6次化については、お金を出せば商品開発してもらえらるでしょうし、お金を出せば生産振興の観点から作付面積を増やすことは簡単ですけども、やはりそれが続かなければ、経営として成り立たなくなるので、そこを意識したフォローアップも大切だと思っています。</p>
岡崎座長	<p>さらに、地方創生を考えるにあたり、いかに現場の創意工夫を出していただくに尽きるとは思います。私も補助事業に取り組む中で思うのは、どうしてもメニューに縛られ、あれをやってはダメとか、これはできないとか、そういうことで出鼻をくじかれたり、意欲を削がれたりする生産者もおります。私自身もそう思うので、公のお金なのでなかなか難しいところはあるかと思いますが、現場の自由度を尊重するような仕組みにさせていただけると、より現場の創意工夫が出るとは思いますので、その点をご配慮いただけると幸いです。</p> <p>当然、これは他の復興事業とか、従来から取り組まれている事業にも当てはまりますが、特に地方創生の分野の事業としては、少しそういう有効性を従来の事業よりも一歩前に進んで、モデル的にやるのがこの地方創生にはあると思いますので、今、関委員から述べていただいたような点もぜひ福島県として先取りをしていただくということが重要と感じます。</p>
石山委員	<p>それでは、今、関委員から「③ 稼ぐ視点での地域産業6次化の推進」についてもご発言がございましたので、ほかに委員の皆様で「② 新規就農者に対する支援の強化」、「③ 稼ぐ視点での地域産業6次化の推進」に関連する意見等がありましたらお願いします。</p> <p>農業女子については、賑やかというか、ネットワークをつくってきっかけづくりという意味では非常に効果があったと思いますが、今後どのように進めていくのかということが重要だと思います。</p> <p>私は、この「③ 稼ぐ視点での地域産業6次化の推進」、この目標（6次化商品数）が350品に対して864品というのは素晴らしいと思います。ただ、森川委員が書いているように、まず、いろいろやってもらって、いっぱい出して、その中からどれが売れるのかということになっていくのだと思いますが、実際は同じ</p>

岡崎座長  
森川委員

ようなものを使った同じような商品が多くあったように感じます。農業者から言わせると、同じトマトだったら、自分のところのトマトはおいしいとかおっしゃる。ただ、トマトを使った商品で似たようなものが何個もある、とりあえず賑やかしてぱっと出すという意味では非常に効果があったのですが、それをうまく連携させるとか、いろいろな方々が作った類似の商品をみんなで1つのものにして売上を伸ばしていくといった農業者の意識改革の部分が不足しているように感じます。どのようにしていったらいいかはわかりませんが、行政主導でそのような取組を進めていくべきではないかと思っています。

ありがとうございました。ほかは、ご意見はございますか。

今の石山委員のお話と関連しますが、「③ 稼ぐ視点での地域産業6次化の推進」の関係について「非常に効果的であった」と書きました。古い話になりますが、今から40年ぐらい前、1980年代の初め、私の家内の出身である大分に初めて行ったところ、ちょうど一村一品運動がスタートした時期で、当時、大分駅とか大分空港とか、あるいは地元の百貨店の県産品コーナーというのが非常に充実していることに驚き、感動した記憶があります。

他県ではそういう事例があまりなく、一村一品はすごいなと思ったのですが、何回も行っていると、だんだん飽きてきてしまう。まさに先ほど石山委員さんがおっしゃったように、同じようなものが多く並んでいるということです。特産品というのはそんなに多く作りようがないというところがあり、関サバや関アジ、城下カレイなど、比較的値段の張るようなものが捕れるところはいいのですが、特に山間地になってきますと、野菜とキノコぐらいしか採れないため、野菜を粉にしてクッキーでも作るとか、あるいはパンに混ぜる、キノコは佃煮にするという手法になり、一村一品というよりは一村一佃煮みたいな状況になり、あまり魅力的ではないなとしばらく経つと思い始めた次第です。

今、このように350品の目標に対して、実績が864品できるということは、今まで福島にあった潜在力が解放されたということだと思います。それはそれで非常にいいことだと思います。ただ、これからはそれをどうやって育てていくかが重要です。やはり、何年後にもその商品がちゃんと販路を確保して売り続けられる、あるいは売上がやはり一定金額以上になっていく、それを目指す必要があるのではないかと思います。そのためには、作っている方々がただ単に地元の道の駅だけで売っているというような状況から一歩前に進み、例えば全国的な商談会等に出し、他の地方で作っているものと自分のものを比較し、改良を加えていくということが必要ではないかと思っています。

そういったところに出品するための支援、例えば、商談会等の案内や出品費用の補助なども必要ではないかと考えた次第です。

ありがとうございました。どうぞ、ぜひ、ご意見があるそうですから。

農産物流通課でございます。どうもありがとうございます。

委員の皆様のご指摘のとおり、売れる商品づくりというのがやはり課題でございまして、平成29年度からマーケティングをはじめ、そういった実績がある東京の委託事業者を通じたテストマーケティングによる売れる商品づくり、バイヤ

岡崎座長  
農産物流通課

一や企業などによる商品力改良に取り組んでおります。つまり、バイヤーと一緒に組んで商品の販路拡大になるような仕組みづくりをモデル的に進めているところでございまして、来年度はそうした取組を強化していきたいと考えている次第でございます。

もう1点、商談会の出店補助は既に実施しておりまして、引き続き、来年度以降も継続していきたいと考えております。以上です。

岡崎座長

ありがとうございました。今、森川委員のお話をやはり私も非常に懐かしく伺ったのですが、大分県の一村一品運動というのは、若干、お手伝いといいますか、関係していたことがございまして、先ほどのお話は非常に正確なご記憶だと思えます。1979年に県の事業として一村一品運動というものがスタートし、その前はもう4～5年前に由布院とか大山町等がモデル的なものをスタートしているのですが、やはり、地元の資源、農産物等に地元の伝統的な技術などをプラスしていくこととなりますので、漬物の吉四六漬とかそういったものがたくさん出てきて、これを進めていくとサプライサイドだけのものづくり路線となり、互いに競合してしまうという状況になってきたわけですね。

その後、私どもが提案して県と一緒にやったのが、東京とか福岡とか大きな市場にテストマーケット的なものを出す、いわゆるアンテナショップですが、大きな市場の一次情報のようなものを生産現場に返すという仕組みとしてのアンテナショップを提案して、大分県は確か福岡で最初にはじめたと思えます。

しかし、本当に市場の一次情報がちゃんと生産者のところへ戻っているかどうかという疑問はたくさんあって、今は銀座、有楽町あたりでアンテナショップ自体は非常に盛んにはなっているのですが、本来の趣旨がそこで生かされているかどうか、ややアンテナショップにお金をかけすぎているのではという反省点もあろうと思っています。

では、この「農林水産業しごとづくりプロジェクト」につきましては、よろしいでしょうか。

西内委員

後半でお話ししたいと思うところがたくさんあり待っていましたが、いろいろな市町村に頼まれ、本学の学生がこの6次化商品の開発を行っております。特に国見町は過去5年間にわたって、毎年のように学生たちがスイーツコンテストを行い、地元のお菓子業者さんと協力して商品を開発し、それがだんだん定着してきております。

その過程の中で、若い人たちはできあがったものを食べる暮らしのため、農家さんが何をしているかを知らないのですね、関委員などの生産者さんを訪問し、畑から食卓までの流れを知り、自分たちの商品開発の意味がわかったということがありました。特に地元の県立高校から進学してくる子たちが多く、普段、通りすがりに見ていた農産物が、これもものづくりだと思えるのですけれども、自分たちの手で生産物になって一般の人たちに購入していただけるという、すごく手応えのある仕事をさせていただいているという実感があります。こうした活動は、よい学びになりますし、地元への愛着も湧く経験となるかと思えます。

しかし、先ほどご指摘があったように、その先に行っていないということも森

川委員の発言でよくわかりました。道の駅に行くと、すぐに午前中で売り切れてしまうぐらいの爆発的な商品となっておりますが、これが全国で通用するのか。国見の道の駅のスイーツはおいしいと思うのですが、個人的に思っているだけで、これを世にアピールする手立てが全く無いということを痛感しました。各市町村で頑張っている取組を県が吸い上げ、全国規模に乗せていただけるような手立てを行政でお考えいただければと思いました。よろしくお願いいたします。

岡崎座長

ありがとうございました。では、「IV 定住・二地域移住推進プロジェクト」のご説明をお願いします。

復興・総合計画課長

「IV 定住・二地域居住推進プロジェクト」でございます。資料3の4頁、それから資料4の10頁をご覧ください。

成果目標を人口の社会増減としており、平成28年度はマイナス1,326人という目標に対して、マイナス5,839人という実績ですので、評価はDとしております。3月の転出者数が増え、4月の転入者数が減った状況となっております。

資料4、10頁、「① 地域が求める人材の移住促進」の「(ア) 地域が求める人材の移住促進」、定住・二地域居住推進事業でございます。受け入れ環境の整備ということで、この事業による移住者数をKPIとしておりますが、評価はCとしております。委員の皆様からは「有効であった」、それから「有効とはいえなかった」という2つの意見をいただいております。まずは空き家の魅力化が重要、それから、積雪時の過ごし方、楽しみ方をアピールする方策の模索が必要ではないかというご意見をいただきました。この事業のほか、ふくしま定住・二地域居住推進基盤整備事業、地域資源を活用した利雪・克雪事業などの関連事業がございますので、そうした事業と連携しながら展開していきたいと考えております。

また、経済活動が停滞している過疎地域では、福祉介護や山林管理等、仕事を絞り込んで仕事づくりを見えるようにした方がいいのではないかというご意見に対しましては、各地域が課題として考えているような事業を支援し、仕事づくりを進めるとともに、移住希望者のニーズに応えながら就業先の確保に努めていきたいと考えております。

次に「(イ) 戦略的な情報発信と環境整備」につきましては、戦略的情報発信をきっかけに移住を決めた世帯数をKPIに設定し、A評価としております。

それから「② 住まいの確保など定住・二地域居住を支える環境の充実確保」につきましては、空き家・ふるさと復興支援事業により居住環境の確保を進めており、移住世帯数であるKPIについてはA評価としております。

「③ 若者等と集落の交流促進」につきましては、大学生等と集落との交流人数をKPIに設定し、A評価としております。以上でございます。

岡崎委員

ありがとうございました。定住・二地域居住推進の分野でご意見などありますでしょうか。

「(ア) 地域が求める人材の移住促進」では、私も書かせていただいたのですが、東京とか大阪などの大都市の居住者3,000人を対象とした総務省の調査では、田舎、農山漁村への移住を考えているかどうかの設問に対して、20代男性で「機

会があればぜひ移住したい」、「もう移住することに決めている」などが40%を超えていました。今までの日本ではなかった結果だと思います。

最近では、自分の子どもがUターンで帰ってくるのではなく、自分の子どもは東京に行っていて、その孫が帰ってきたいという、いわゆる「孫ターン」という事例もみられるようです。お年寄りにとっては、孫に自分の財産も渡せるような関係性になっているわけです。

その子たちも、やはり非常に強い農山村志向というものを持っているので、そういうニーズの把握を県でも、こうした大きな変わり目のときに行ってみる必要があるのではないかと強く感じました。ただし20代の男性は40%を超えていますが、20代女性はかなり控えめという結果となっていました。

ほかの皆様、何かご意見等がありましたらお願いします。

関委員

「(ア) 地域が求める人材の移住促進」ですが、岡崎委員のご意見にもありますが、空き家の魅力化が重要だと思います。私も自分の農業の後継者を育成するため、小さいながらも各種ツアーとして外の方を地元を受け入れて、お付き合いを始めているところですが、その中で、やはり田舎というのは上下水道を含めたインフラが弱いということを感じています。やはり都会の方々のニーズに応えにくいところもあり、インフラの弱い部分への支援策なり補助等も併せて進めていただけると、もっと人が来やすい環境になるのかなと思います。

岡崎座長

そうですね。これは他の事業で実施されているかもしれませんが、秋田県の藤里で新しく農家民宿の免許を1集落で6軒が一同に取り、一昨晩は私もそちらのお宅に農家民宿させていただきました。やはり、今は勢いでやっているけれども、せつかくの古い民家をもう少しうまくリノベーションをして、デザイン的に、あるいはトイレとかお風呂の水回りとか、そういったところをもっと改善しないと、なかなか持続的な農家民泊にはつながっていかないという感触を持ちました。只見等には昔、宮大工がつくった本当にいい民家はまだ残っていますので、そういうところにきちんとデザイナーも入れながら、うまく魅力的なリノベーションをやっていくということがぜひ必要だと思います。

ほかに何か。よろしいでしょうか。

それでは「V 観光コンテンツ創出プロジェクト」についてご説明をお願いします。

復興・総合計画課長

資料3の5頁、資料4では11頁をご覧ください。

「観光コンテンツ創出プロジェクト」につきましては、観光入込客数を成果目標に設定しており、平成28年度目標の6,060万人に対しまして、約5,276万人の実績があり、B評価としております。

資料4の11頁、「① 地域資源の発掘・磨き上げによる観光コンテンツの創出・交流人口の拡大」の「(ア) 地域資源を生かした交流人口の拡大」では、地域支援を活用した利雪・克雪事業において外国人延べ宿泊者数をKPIとして設定しており、平成28年度はB評価となっております。

2つ目、ふくしまヘルスツーリズム実証モデル事業になりますが、こちらは4つほど目標値が設定されており、すべて0という実績になっておりますので、C

評価としております。事業1年目は関係団体の認識共有化、深化を図り、実績までには至っていない状況で、委員の皆様からもC評価、B評価という意見をいただいております。モニターツアーなどを実施して段階的に取り組んではどうか、ヘルスツーリズムの認知度が低いのではないかとのご意見をいただいております。県としましては、山、食、温泉、観光、こういったものを結びつけたモデルコースの展開や、市町村にしっかりと理解を得られるような事業説明等を通じて、認知度が低いところを補っていきたいと考えています。

続いて、「(イ) インバウンドの促進」、ビジットふくしま外国人誘客復興事業につきましては、K P I の外国人延べ宿泊者数がB評価となります。

それから「(ウ) 地域風土を生かしたまちづくり」、歴史情緒あふれる地域づくり支援事業でございますが、会津若松市を中心に展開しており、会津若松市の入込数をK P I とおりますが、会津若松市のディステーションキャンペーンが終了したということなどにより、観光客が減少していることからD評価という状況になっております。委員の皆様からも「効果がなかった」、「有効とはいえない」という評価で、まち巡りなどを地域が実施してさらなる魅力づけを図るべき、ソフト面のサポートを充実させていくことも重要というご意見をいただきました。こちらにつきましては、板塀化が市民との協働による永続的なまちづくりの礎となるよう事業を進める、まちなか巡りのためのソフト事業なども併せて実施していくという方向性で事業を取り組んでいきたいと考えております。

次に12頁にまいりまして、「(エ) 震災ツーリズムの開発」、ARを活用した観光交流促進事業になりますが、こちらのツアー参加者数をK P I に設定しており、A評価となっております。委員の皆様からも「非常に効果的」「有効だ」というご意見をいただいております。

次に「② メディア芸術を活用した観光コンテンツの創出・交流人口の拡大」でございます。「(ア) メディア芸術等の活用」、福島から発信するコンテンツ推進事業ではARアプリによるスタンプラリーなどを実施しておりますが、この事業による交流人口数をK P I としておりますが、C評価という結果になっております。アニメよりも長期的なコンテンツ力を高める方向に力を注ぐべき、あるいは伝統産業、仏閣など、残す必要があるようなコンテンツの整備、それから海外からの旅行者にわかりやすく伝える努力がまだまだ必要、特定の企業やコンテンツに過度に依存しているように見受けられるというご意見をいただいております。こちらにつきましては、円谷英二監督が須賀川出身ということで、郷土愛の面から意識の醸成を図るため、地域の宝としてコンテンツを深化させたオリジナルのものがARですが、SNSなどを活用して、国内外に魅力を周知しているところではありますが、関係部局と連携しながら風評・風化対策、観光誘客を更に進めていきたいと考えております。

「(イ) クリエイター人材の還流促進」、クリエイティブ伝統工芸創出事業につきましては、A評価となります。

13頁ですが、「③ 戦略的な情報発信と受入態勢の整備」、「(ア) DMOの設置促進」、ふくしまDMO推進プロジェクト事業につきましては、K P I の①旅行

消費額では目標の1人当たり4万9,000円に対して約4万2,000円の実績で評価をBとしております。委員の皆様からは、観光物産協会のリーダーシップにより事業効果を発信して各地域の取組につなげていくべき、観光は広域で取り組むことが有効というご意見をいただきました。県としましては、さまざまな機関と連携して、引き続き支援・啓発を進めていきたいと考えております。

「(イ) 戦略的情報発信に係る環境整備」につきましては、道の駅の事業を実施することになっておりましたが、平成28年度は全額繰越ということで本年度事業を実施しているところでございます。

以上でございます。

岡崎座長

ありがとうございました。それでは順番にご意見がありましたらお願いします。「① 地域資源の発掘・磨き上げによるコンテンツの創出・交流人口の拡大」について、いかがでしょうか。

西内委員

この交流人口の拡大は、県外から人を呼ぶという認識でよろしいですか。

岡崎座長

基本的にはそういうことです。

西内委員

わかりました。感覚的にヘルスツーリズムやグリーンツーリズム、ホープツーリズムなどたくさんあり過ぎてちょっとわかりづらいと思っています。福島県で今回つくった「来て」「味わって」「住んで」というポスターがありますけれども、「福島、来て」などのように端的にわかりやすい言葉に統一すべきではないかと思えます。

また、県外から人を呼び、お金を落としてもらうということなのですが、福島県内の子どもたちや大人が福島の魅力について知らないことが非常に多いと思います。2020年に向かって県外からお客様を迎えるにあたり、県内の方々に福島のことをもっと知ってもらい、きちんと説明できないまでも、福島のことを好きになってもらう取組が欠けているかと思えます。福島に住んでいる人が福島のことを知って、好きになって、逃げない、その人たちが人を呼んで来る。地元企業も全く一緒に、地元企業をもっと定着させて利益を上げれば、その人が外から人を呼んでくることにつながる。足元の福島県民に対する何かが全体的に足りないのではないかと常日頃から感じています。

さらに、食の安全について、消費者庁の調査によれば、「福島県産はあまり気にしないで買う」という県外の方々は大変増加していますが、たぶんですが、県内の数値は変わらない、もしくは反対に増えているのではないかと私は思います。2020年に向け、県内の人に対する取組にもう少し力を入れていけば、食の安全に対する県民の理解も自動的に上がってくるのではないかと考えております。

以上です。

岡崎座長

ありがとうございました。

私も「(イ) インバウンドの促進」で意見を書かせていただいておりますが、私はあまり観光という言葉を使いたくないのですが、県の個性とか魅力という点で相馬野馬追、これは全く観光事業ではないし、地域の心意気とか執念とか、本当に素晴らしい存在だと思っています。しかし、海外から爆買いに来るような旅行者ではなく、刀や雅楽などの日本の伝統文化を知り尽くし、日本の現場を見に

来たいと思っているレベルの高い海外の方々の相馬野馬追に対する関心度がまだまだ低いことを感じております。

私の友人で、ポール・クリスティという、大分県の国東半島で「Walk Japan」という面白いツアーを行う会社を経営しているイギリス人に聞いても、相馬野馬追のことは今まで知らなかったと言っていました。

そういう本当に福島がずっと伝統的に持っていて他県には絶対負けないもの、会津の徳一上人から始まった寺社仏閣、仏像群などもそうですが、素晴らしいものがある。何かそういうカチンとした硬い岩盤のようなもの、しかもグローバルな意味でも位置づけられるようなものをきちんとコンテンツとして磨いていく必要があると感じております。

「地域資源の発掘・磨き上げによる観光コンテンツの創出・交流人口の拡大」については、よろしいでしょうか。

では、「②メディア芸術等を活用した観光コンテンツの創出・交流人口の拡大」に移りたいと思いますが、「(ア) メディア芸術等の活用」について「アニメよりも長期的なコンテンツを高める方向に力を注ぐべき」と石山委員がすごくいい意見をお書きになっています。この点についてもうちちょっと具体的にお話しただければと思いますがいかがでしょうか。

石山委員

私が書きました長期的なコンテンツ力というのは、まさしく今ほど、岡崎委員がおっしゃった伝統ですとか、福島の元からあるものに力を入れていくことです。福島県には素晴らしいものが多くあるのですが、それが点在し過ぎていて、来るときに来づらいという問題があります。そういったものを総合的に、コースを決めて、例えば、歴史が好きな人だったらここなどのようなコースをつくり、全体的に来やすくするための取組が必要かと思います。

一つ一つはやはり素晴らしいのだけれども、例えば福島市でしたら花見山にはたくさん来ますが、餃子を食べるところへ行ってしまふ、また、餃子の店も日中に営業していない。例えば歴史であつたら仏像、アニメであればオタクの方が集まるようなことをやるとか、分野で観光地等をつないでいくこと、特化していくことが必要かと思います。誰でも来やすい、子どもからお年寄りまでどんな人にも来てほしいとやってしまうと、ターゲットが薄まってしまうので、ターゲットを絞り、その人たちの聖地などのようにして、そういった方々から広げていくのが良いと思います。

岡崎座長

ありがとうございました。

石山委員

ウルトラマンもそうですが、やはり福島県民が見ていない、知らないことも多いことから、福島県民が外に発信する、一人一人が宣伝マンになるぐらいに考えて取組を進めていくことも必要かと思います。

岡崎座長

ありがとうございました。「②メディア芸術等を活用した観光コンテンツの創出・交流人口の拡大」、「③ 戦略的な情報発信と受入態勢の整備」関連のご意見はございますか。

それでは、時間もあまりございませんので、第6のプロジェクトをお願いいたします。

復興・総合計画課長

「VI 切れ目のない結婚・出産・子育て支援プロジェクト」でございます。資料3の6頁でございます。成果目標の合計特殊出生率については2040年に2.16を目指しております。平成28年度は1.62の目標に対し実績は1.59であり、B評価となっております。

資料4、14頁でございます。「① 子育て一官民をあげた子育て環境の充実強化一」では、乳幼児も安心して外出できる環境の整備として、赤ちゃんおでかけ応援事業を実施しました。お出かけできるようなスペースを設置する商業施設等への補助整備件数をKPIに設定しております、B評価としております。

先生方からのご意見としては、子育て関連の予算を可能な限り増額して計画的に配分することが必要、外出先でおむつを捨てられるような場所の確保が必要、利用者への広報が課題とのご意見をいただいております。今後の方向性でございますが、引き続きこの取組を進めまして、安心して外出できるような環境の整備を進めてまいります。また、ポータルサイト、広報誌、タウン誌などに情報を掲載しまして、広く県民に広報していきたいということで取組を進めてまいりたいと思います。

それから「② 男女がともに子育てに関わることができるよう、仕事と生活の調和を図ることができる環境づくりを推進」では、女性活躍促進事業を実施し、A評価としており、先生方からも「有効であった」という評価をいただいているところでございます。以上です。

ありがとうございました。

では、この第6プロジェクトはいかがでしょうか。

意見として書かせていただいたとおりですが、子育て中の若い両親からは施設の場所が利用者にわかりづらいと聞いております。

おむつ替えスペースというのがほぼ女子トイレにしかなくて、万が一、お父さんが赤ちゃんを連れて動いたときに、どこでおむつ替えをするのかという課題が見えてきました。これは学生と一緒に町を歩いてみてよくわかったことですが、多目的トイレではなかなか難しいと感じました。

先日、訪問させていただいた大玉村が、非常に適正規模で子育てしやすい村をつくろうという、一丸となった方針が貫けるというのは、ある程度の人口密度が制限されているよさだと感じております。福島県は、そういう意味でいうと、まさにそれが実現できる。大玉村のような村があちこちに点在すれば、かなり子育て環境としては充実したものができるのではないかと思います。本当はおむつ替えスペースや授乳スペースがない社会がいいと思います。つまり、夢のようですけれども、どんな家に行っても「どうぞ、どうぞ」といって軒先を貸して、中で赤ちゃんのおむつ替えをさせていただけるような環境があればいいと思います。どの辺にゴールのイメージを持って事業を進めているのかをすごく楽しみにしておりますので、これからぜひおむつ替えができるスポットをどんどん広報していただきたい。本当にこうした情報をあてにしてお出かけしている若いお母さんお父さんが多くいます。それがあからそのお店に行くという地図ができていて、あそこに寄って授乳をして、おむつ替えをしてからここに行くというマップ

岡崎座長  
西内委員

岡崎座長  
高橋委員

ングまで頭にあって子育てしている若いお母さんたちが多くいるので、県が力を入れてくださることはすごくありがたいことだと感謝しております。

ありがとうございました。

続きまして、「② ワーク・ライフ・バランスを図ることができる環境づくりを推進」の「(ア) 仕事と育児の両立を目指した職場環境の整備」、女性活躍促進事業についてですが、数字の部分で伸びていることから、私も「有効であった」という評価をさせていただいております。次世代育成企業認証は今ずいぶん増えておりますし、イクボスに至っては現在 128 社が県の雇用労政課のホームページで公開されておまして、その後もイクボス宣言をしてくださっている企業さんもあるのです、もう 130 社を超えているという状態です。

ただ、私は株式会社ワーク・ライフ・バランス社の認定ワークライフバランスコンサルタントでもありまして、先般も小室社長と意見交換をさせていただきましたが、イクボス宣言をしてそれで終わり、認証を取ってそれで終わりの企業様が大半です。福島県の企業様にコンサルに入らせていただいているなかで、何をしたいのかわからない、イクボス宣言した後に具体的にどうしたらいいのか、いきなり部下と世間話ができないという話を伺います。それはそうです。そのため、上司と部下としてだけではなく、職場内でのコミュニケーションはどうしたらいいのかというところからまず考えていただければいいのかなと感じます。

特に次世代育成企業認証制度では、全ての方がお気づきだとは思いますが、建築、土木、設計のところが入札加点のためにお取りになっているというのが実際大半でございます、就業規則上、大変立派な制度はお持ちです。ただ、ご担当者から、実態が何にもない、実際に運用されているかという、されていませんという非常に切実な声をいただいております。これはその業界だけではなく、一生懸命にご担当者様が会社と調整して、法的な制度設計、法を超えるようなものまでつくってくださっているところは大変多いですが、現場で運用されていない原因が分かっていないのです。実際、現場を知らないで勝手に会社がつくって、いいことを言って外面をつくってという現場からの不平不満の嵐のようなものを私は日頃受け止めています。企業経営者様も社員に対して、私は北風コミュニケーションというのですけれども、ビュービューやってコートを手を脱がせようというようなコミュニケーションでは思いを伝え切れませんし、現場は現場で様々な事情があることについて経営者層にもっと耳を傾けてほしいと思っています。制度設計は誰がつくったのか。現場ではありません。現場が望んでいるのはもっと違う方向だったりします。

併せて、働き方改革というのは、実は会社だけでやるものではありません。当然、制度設計、法整備のところに関しては会社の力が必要ですが、今までの一人当たり生産性を時間当たりの生産性に頭を切り替えて、一人一人の従業員がタイムマネジメントをしっかりして、5時からエンジンがかかってきたのではなく、そろそろ就業時間が終わるから今日も追い込みだというように優先順位を考えて仕事をしていく。社員側も一生懸命やらなければいけない。そこをまずご理解いただく中で、きっちりした働き方改革を企業様にお伝えしていく必要があります。

ます。数字は非常に立派な達成率であっても、実態を伴っていないと強く感じておりますので、この先の展開、制度をつくったけれどもなぜ運用されていないのかについて、きちんと会社の経営者層、ご担当者の方たちが考えて、また現場から反対意見があったときに、きちんとお伝えできるような、そういった支援を今度は行政で少し進めていただきたいと感じておりました。

以上でございます。

ありがとうございました。ほか、よろしいですか。

おむつを捨てられるごみ箱の補助ではなく、商業施設等が産廃業者に払うおむつの処理費用について、全部補助で実施すると大変なので、おむつの処理数と利用率によって補助を出していくという形がいいのかなと思ったので、意見として記載しました。

また、赤ちゃんがお出かけできるような場所に対して補助をするだけではなく、東京都庁に観光客が行くように、県庁にも整備が必要ではないかと思えます。立派なものでもなくてもいいのですが、例えば産休でお休みになられている職員の方が赤ちゃんを連れて職場の最近の状況を聞くとかできるような、職員が赤ちゃんを連れてこられるような体制、県庁の中のお手洗いの中にあるのかわからないのですが、そういう人がツアーできるようなトイレがあって、上でランチして帰るような、県庁が模範となるというか、そういうところにお金をかけて、民間に広げていく。産休の職員の方は多くいらっしゃると思うのですが、赤ん坊を連れて自分の職場に時々顔を出せるような仕組み、施設整備ということをやっていけばいいのかなと思えます。職員の方が赤ん坊を連れてきたら、あたたかく迎えるようなソフト面も対応すると、1年2年休んで戻ってきても、疎外感がない。それは北欧の経団連でやっています。研修で3年前に行きましたが、産休中でありながら昇進するシステムもあるので、それは赤ん坊を連れていける環境をまずつくったということからはじまったので、そういうことをやられればいかがかなと思いました。

非常に具体的なご提案で、ぜひ何か次のステップにつなげていただければというふうに思います。

それでは、最後の7番目のプロジェクトのほうのご説明をお願いいたします。

「Ⅶ リノベーションのまちづくりプロジェクト」でございます。成果目標は「住んでいる地域が住みやすい」と思っている人の割合で、上昇を目指すという定性的な成果目標を設定しており、実績は65.9%となっております。

資料の4の15頁をご覧くださいと思いますが、「① 商店街の新たな価値の創造」では、「(ア) 商店街の魅力向上」のリノベーションのまちづくりプロジェクト事業でA評価。それから「(イ) の新たな担い手の育成」では、まちなか活性化担い手育成事業についてA評価となっております。

それから「② ICTを生かしたまちづくりの推進」では、「(ア) 健康データを活用した健康づくり支援」のため健康長寿ふくしま推進事業を実施しております。こちらはA評価。それからICTまちづくり推進事業ではC評価となっております。先生方のご意見ですが、幅広いアプリの開発、高齢者支援のアプリ開

岡崎座長  
石山委員

岡崎座長

復興・総合計画課長

発などは福島県特有で必要性が高いものではないか、アプリにキャラクターを設けるなど楽しみが増えたほうが良いとのご意見をいただいております。本事業としてアプリの開発は一旦終了しております、今後は利活用を推進する方向で検討を進めてまいりたいということでございます。

以上です。

ありがとうございました。ご意見等よろしいでしょうか。

それでは、一応、これで1～7の各プロジェクトのご説明と各委員からの具体的なお提案や追加的な意見を述べていただいたと思います。

議題としては「その他」がございますが、何か追加的がございますか。それでは、これで本日の議題は終了いたしました。多様なご意見をいただきまして大変ありがとうございました。

—閉 会—

本日はありがとうございました。これをもちまして、平成 29 年度第 2 回地域創生・人口減少対策有識者会議を終了いたします。ありがとうございました。

(以 上)

岡崎座長

司 会