

令和 7 年度第 1 回福島県中小企業振興審議会 議事録

- 1 開催日時 令和 7 年 9 月 1 日（月） 9 時 45 分から 11 時 15 分まで
- 2 場 所 福島県庁本庁舎 5 階「正庁」
（福島市杉妻町 2 番 1 6 号）
- 3 出席者数 委員数 18 名
出席者数 16 名（うち、2 名オンライン出席）

【議事1：福島県中小企業振興審議会に係る会長選出について】

- ・委員からの自薦、他薦なし。
- ・事務局案として「福島大学経済経営学類教授 末吉健治委員」を提示。
- ・委員から「異議なし」の声があり、末吉委員を会長に選出。
- ・会長より一言あいさつ。
- ・議事録署名人について臼井委員及び野地委員を指名。

【議事2：中小企業・小規模企業の振興に関する施策の年次報告(令和6年度)】

●末吉委員

この審議会は、県の商工、商工業振興基本計画に基づく施策の進行管理や今後の、取り組むべき方向性の審議を行い、審議会での意見を踏まえ、毎年県議会に対して計画に基づき実施した施策について報告をしております。

それでは、議題 2 の「中小企業小規模企業の振興に関する施策の年次報告、令和 6 年度分」であります。事務局からご説明をお願いします。

○商工総務課長

福島県商工業振興基本計画に基づき、令和 6 年度に講じた施策については、資料 1－2「中小企業・小規模企業の振興に関する施策の年次報告（案）」により県議会に報告することになります。

この 100 ページに渡る年次報告の内容については、資料 1－1「施策別進行管理調書」に、そのエッセンスをまとめておりますので、本日は資料 1－1 により説明します。また、資料 1－1 別表については、実施した事業の詳細となります。説明は割愛しますので、後ほど御確認をお願いします。

資料 1－1 の 7 ページをお開きください。7 ページから 11 ページまで「柱Ⅰ 東日本大震災及び原子力災害からの復興・創生、自然災害等への対応」について記載しています。

「施策 1 東日本大震災及び原子力災害からの復興・創生」について説明します。

まず、現状についてですが、本県の復興は着実に進んでいるものの、依然として風評・風化や急激に進む人口減少など、困難な課題を多く抱えております。

8 ページの施策の主な実施状況として、事業再開支援や雇用の維持・確保、工場等の新増設、創業の支援、福島イノベーション・コースト構想の推進、観光振興等の各種事業に取り組んだところでございます。

9 ページの施策の評価として、双葉郡の商工会会員事業所の事業再開状況が 89.0%と目標を達成するとともに、指標 19 番、ホープツーリズム催行件数や観光入込客が目標値を超えるなど、浜通り地域の交流人口拡大を図ることができました。

今後の方向性については、引き続き本県全域の産業振興に向け、地域産業の再生や新産業の育成・集積、雇用の創出、交流拡大などに取り組んでまいります。

続きまして、12 ページをお開きください。12 ページから 19 ページまでは「柱Ⅱ 地域に根ざした産業の振興」について記載しています。

「施策 1 中小企業・小規模企業の経営基盤の強化」について説明します。

中小企業を取り巻く現状について、人口減少に伴う労働力減少に対応するため生産性向上の

取組や、経営者の高齢化に伴う事業承継が急務となっています。

施策の主な実施状況として、商工団体等と連携し、中小企業等の経営改善を図る取組みを支援するとともに、13 ページに記載のとおり、制度資金による資金繰り支援を通じ、中小企業の経営基盤の強化を図りました。

今後の方向性については、支援機関や商工団体との情報共有を一層図り連携を強化しに、中小企業等のDX推進や省力化など生産性向上への支援を更に進めるとともに、事業承継に関し、セミナーを開催するほか、企業のニーズに合わせたマッチング支援を強化するなど、中小企業等の経営基盤強化に引き続き取り組んでまいります。

続いて17 ページをご覧ください。「施策5 起業・創業の促進」について説明します。

個別指標の34 番、令和6 年の開業率は2.8%で目標値の4.4%を下回っているものの、東北地域では宮城県に次ぐ数値となっています。

施策の主な実施状況の4つ目の◆、女性の起業アテンダントを養成するほか、大学発ベンチャーの促進として県内大学生等を対象としたワークショップを行い、若者の起業意識を醸成するなど、女性や若者が起業しやすい環境づくりに取り組みました。

18 ページ、今後の方向性として、本県発のスタートアップ企業となりうるような新規プロジェクトの創出や事業成長への支援を行うとともに、県内全域で起業に対する意識や機運の醸成に取り組むことを通じて起業に係る裾野を広げるなど、起業・創業を支援してまいります。

続きまして、20 ページをお開きください。20 ページから31 ページまでは「柱Ⅲ 成長産業・技術革新の振興」について記載しています。

25 ページをご覧ください。「施策3 ロボット関連産業の育成・集積」について説明します。

現状として、ロボット関連産業分野は、県内に高い技術力を持つ企業が多く存在し、自社製品が増えてきた一方、販路開拓・拡大が課題となっております。

施策の主な実施状況として、企業間連携による試作品開発に係る補助や、2 番の5つ目の◆、海外展示会出展支援により、製品開発や販路拡大の促進を図りました。

26 ページ、今後の方向性として、製品の競争力強化、社会実装に向けた実証、海外でのPR など、製品開発や販路拡大に向けた支援を実施するとともに、県内に進出した企業と地元の企業とのマッチングなどを積極的に支援してまいります。

続いて、27 ページをご覧ください。「施策4 航空宇宙関連産業の育成・集積」について説明します。

福島県では、各種認証の新規取得や国際商談会へ出展する事業者が増えてきています。

施策の主な実施状況として、令和6 年度は、各種認証の取得支援や人材育成を実施するとともに、JAXA等の関係機関と県内企業との連携を促進しました。

併せて、企業交流会を開催し、企業間の連携を強化することで航空宇宙関連産業の育成・集積に取り組みました。

今後の方向性として、参入企業の取引活性化のため、国際商談会への出展やマッチング支援を実施するとともに、次世代航空モビリティ分野や宇宙産業に参入する企業への支援を強化してまいります。

続いて、32 ページをお開きください。32 ページから37 ページまで「柱Ⅳ 人材の育成・確保の促進」について記載しています。

34 ページをご覧ください。「施策2 多様な人材の確保」について説明します。

施策の主な実施状況として、令和6 年度は、進学や就職を機に転出した若年層や県内の児童生徒等に県内企業の魅力を伝えるため、様々なメディアを活用した情報発信の強化や、子どもたちの工場見学、高校生に対して若手社員による社会人講話を実施するとともに、中小企業を対象にオンライン採用に関する伴走型支援やセミナーを実施しました。

35 ページの施策の評価につきまして、工場見学では、8 割以上の児童生徒がものづくりに興味を持つことができたなど、取組の成果が着実に表れております。

今後の方向性として、引き続き、県内企業の魅力を戦略的に発信するとともに、新入社員の早期離職防止に対する支援を行い、人材の確保、定着に取り組んでまいります。

続いて36 ページをお開きください。「施策3 働き方改革の促進」について説明します。

人口減少により、将来の労働力不足は必至であり、社会活力の維持と持続的な経済発展のた

めにも、誰もが活躍できる職場環境を整備することが求められています。

施策の主な実施状況として、働きやすい職場環境づくりに係る経費の補助、セミナーや窓口相談により女性活躍を支援するなど、誰もが働きやすく活躍できる環境の整備を進めました。

今後の方向性として、誰もが働きやすい職場環境づくりに向け、働き方改革や女性活躍の取組に対する奨励金の支給、えるぼし（女性の活躍に関する取組の実施状況が優良な企業を国が認定する制度）・くるみん（次世代育成支援対策推進法に基づき、一般事業主行動計画を策定した企業のうち、計画に定めた目標を達成し、一定の基準を満たした企業を子育てサポート企業として国が認定する制度）の取得支援等の取組を実施してまいります。

続いて、38 ページをお開きください。38 ページから 45 ページまでは「柱Ⅴ 多様な交流の促進・県産品の魅力発信」について記載しています。

40 ページをご覧ください。「施策 2 国際観光の推進」について説明します。

個別指標の外国人宿泊者数について、全国的にインバウンド需要が伸長するなか、289,160 人泊と令和 6 年度の目標値を大きく上回り、過去最高を更新しました。

事業の主な実施状況につきましては、台湾を始め 4 か所に現地窓口を設置し、商談会への参加やセミナーを実施しました。また、SNS 等の情報発信を強化し、訴求力のあるインフルエンサーを招請して本県の魅力を発信するなど、インバウンド誘客を進めました。

今後の方向性として、現地目線での情報発信を引き続き行うとともに、多様な食習慣等に対応するための受入環境の整備に加え、東北や隣接県との広域連携により、新たな誘客を生み出してまいります。

続いて、42 ページをご覧ください。「施策 4 県産品の振興と輸出拡大」について説明します。

県産品につきましては、風評等による企業間取引の減少や販売の低迷が依然として続いているものの、令和 6 酒造年度の全国新酒鑑評会では金賞受賞数日本一に返り咲くなど明るい兆しも見えています。

施策の主な実施状況について、首都圏や関西圏における PR イベントのほか、43 ページ、海外における販売促進のためのプロモーションや専門家による貿易に関する助言、商談支援等を実施しました。

その結果、海外販路の商談成立件数は 144 件と、目標の 52 件を大きく上回る結果となりました。

今後の方向性として、県産品のブランド力向上や販売促進に取り組むとともに、オーストラリアやヨーロッパなど新たな輸出先の国のニーズを踏まえ戦略的な輸出に取り組み、県産品の更なる振興に努めてまいります。

最後に、指標の達成状況等について説明します。

46 ページをご覧ください。全部で 76 の指標があり、総合的に本県産業の振興の成果を表す全体指標が 10 指標、今ほど説明した 5 つの柱ごとに個々の施策・取組の進捗や成果を示す個別指標が 60 指標、目標値を設定しないモニタリング指標が 6 指標となっています。表の一番下に記載のとおり、目標値を設定している全体指標及び個別指標の合計 70 指標のうち、目標を達成した指標が 31、未達成の指標が 28、令和 6 年度の実績が出ていない指標が 11 となっています。

6 ページをお開きください。全体指標の達成状況につきまして、主な指標について説明します。番号 1 番「製造品出荷額等」は、直近の統計の数値である令和 4 年の金額が、東日本大震災の前年を上回る 5 兆 4,610 億円まで回復しています。一方で、その伸び率は全国の数値を下回っていることから、より一層、産業振興施策に力を入れてまいります。

番号 3 番「観光客入込数」は目標を達成しましたが、4 番「県内宿泊者数」は 954 万人泊と目標に未達となっています。積雪不足によるスノーレジャーの入込数減少などが要因と推測されます。

6 番「新規大卒者の県内就職率」及び 7 番「新規高卒者の県内就職率」につきましてまして、いずれも目標値に未達となっています。人口減少、少子高齢化社会の中で、女性や若者がチャレンジしやすい環境づくりや誰もが働きやすい職場づくりに加え、地元企業の魅力発信等により、将来を見据えた人材育成・確保を進め、本計画で目指す将来の姿の実現に向けて、各種取組を実施してまいります。

以上が、資料 1－1 の説明となります。

本日、委員の皆様からいただいた御意見等を踏まえて、今年度後半の事業執行や来年度事業の構築につなげたいと考えておりますので、審議のほど、よろしくお願いいたします。

●末吉会長

ありがとうございました。ただいまの説明につきまして、委員の皆様から、ご質問ご意見等ございましたら、よろしくお願いします。いかがでしょうか。

●高橋委員

今ご説明いただいた中で、詳細なデータを示していただいております、ありがとうございます。

1点教えていただきたい点として、男性の育休取得率の項目のところで、取得日数の平均値がもしお分かりでしたら教えていただけますでしょうか。

○雇用労政課長

昨年度の男性育児休業の平均取得日数ですが、36.6日となっています。以上です。

●高橋委員

36.6日ということで以前に比べると大分長くなったなあとは思いますが、おそらく産後パパ育休などの法改正などがあって、認知が広がっているのかなというところが今のご説明で分かったところです。一方で、まだまだ、企業さんのところに伺いますと、やっぱり有給の方がとりやすいということでしたり、あと一番は、ぎりぎりのマンパワーで回しているので代替え要員がいなかったところが、非常にハードルとなっています。

そのような点も踏まえまして、37ページ、働き方改革、多様性のあたり、今後の方向性についてですが、指標のところに、特に男性育休の取得日数や離職の防止といった記載が見当たりませんが、取得日数などは数値で測れるものの1つでもあると思いますので、企業の文化面、文化改革と組織改革の部分でご検討いただければと思います。

あとはどうしても未達部分というのは、企業の努力不足ではなく、今ご説明いただいた人口減少とか人口流出、特に若者の流出がものすごいことになっておりますので、そういった構造的課題が主な要因になっているのかなと感じております。

組織改革のコンサルティングのあり方や働き方改革を担当する中で、クライアントさんからよく聞かれるのが、人を呼び込む施策だけではなく、人材のやめない仕組みづくりというところについて、非常に課題感をもっていらっしゃるなというふうに感じております。

今、女性活躍、個別相談会やセミナーなどもやっているとありますが、どうしてもまだまだ皆様、福祉施策、制度設計までの感覚で止まってしまっているなという感じでありますので、これは経済再生とか事業承継とか人口減少の改革の促進の取組みとしてとらえていただけるように、中小企業であればあるほど必要かなというふうに思っております。

ぜひその辺りを、むしろ数値ではかれるものだけではなく、質的な変化などをどう図るかといったところについて、今後の議論に含めていただけるとよろしいかなと思っておりました。私から以上でございます。

○雇用労政課長

委員がおっしゃるとおり、やはり各企業の皆様の意識の改革が非常に大きなテーマなってます。数値的には先ほどおっしゃった福祉的な部分ではなくて、改めて「人ざいは財務部の財」であるということを意識していただきまして、しっかりとその社員の皆様を引き留めていただく、我々としても、そういった意識改革というものの支援をしていくという形で今後取り組んでいきたいと思っております。

●山口委員

この会議が福島県の中小企業の振興ということで、この会議にとって一番重要な成果指標とは何かと考えていますが、今日の資料の74ページに代表的な指標が10個、掲載されています。

でも、一番重要な指標は何かと考えるときに、やはり県内の中小企業で働く従業員の方、一人当たりの所得というのが、ぴったりだと思います。

しかし、資料の中にはなかなかそれに近いような指標がないので、今後の課題として、働いてる方の所得というのが重要なと思っています。

それから、いろんな指標がある中で、全国のシェアが何%になっているかということがわかる指標がございます。これらを見るときに、僕はいつも人口で見えています。福島の人口が今、

全国の1.5%ですね。ですから、シェアで表せる指標についての最低限の基準値っていうのが1.5%になるのかなと思っています。

そうした中で今日の資料で製造品の出荷額はまさに、ちょうど1.5%となっていて、製造品の付加価値額は1.7%になっているということで、平均よりも付加価値の高い分野で福島県はやっているというふうな気がしています。

（医療創生大学が所在する）いわき市のデータを見る時は、県内の人口を100にしていわき市の人口が今18%ぐらいなんですね。ですからいろんな指標を見るときに、18%を基準にしているというところがございます。

全国シェアで見えないような指標については、本県の場合ですと、東北6県の中でどの位置にあるかということが、この74ページの指標の資料の中でわかればいいなと思います。

自前の目標値に対する達成率というのも、もちろん重要なんですけども、東北地方や全国での位置がわかるような表示の仕方があればいいかなと思いました。以上です。

○商工総務課長

従業者の所得を指標にしてというご指摘について、現在の計画では指標となっておりますが、今後計画を見直す中で、指標として加えられるかどうか検討していきたいと考えております。

また、全国でのシェアや東北でのシェアについても、合わせて見ていくことで福島のポジションが分かりますので、今後、計画を見直す機会に、今ほどのご意見を参考にさせていただきます。

●堀内委員

先ほど観光政策の中でインバウンドが増加傾向にあって、宿泊が増えているという話をいただいて、いろいろな具体的な施策が進んでいる中で、ひとつずつ成果が出ているなあと思いながらお聞きしておりました。

1つ教えていただきたいのが、福島県のインバウンドで伸びているのが、人数なのか、泊数なのか、泊数というのが1人の人が県内で何泊もするようになったのか、一気に人数で数値が上がっているのかを教えてください。

そのあたりがわかると、地域の事業者の方もそれぞれ取組みができるなと思いましたので、わかる範囲で結構ですので、泊数や人数の増加について教えてください。

○観光交流局次長

今ほどのご質問について、外国人、いわゆるインバウンドについては、県内にたくさんの旅館さんがございますので、そこに1つ1つ確認して集計しているのではなく、観光庁が全国における外国人の宿泊、もしくは国内の宿泊ということで統計をとっておりますので、そのデータを用いて、本県の外国人宿泊者数を発表しているところがございます。

外国人の宿泊については、直近ですと、資料の40ページ、ナンバー69番、外国人宿泊者数ということで、289,160人泊となっております。

実際に何名の方が福島県に入っているかという細かい統計については、取りにくいというところがありますが、ご存じのとおり、福島空港に台湾便が就航し、台湾のお客様が県内を観光している姿も多く見受けられるようになりまして、また宿泊も県内各地で増えているというところもございます。

今は台湾人観光客が多いですが、これまでは東京や大阪などに外国人観光客が多かったところ、今後は地方にも伸びてくるのではないかなということで、そういった観光客を取り込むため、SNSでの発信、現地窓口の設置、商談会の開催などを様々な施策を実施したいと思っていますところがございます。

●山口委員

以前、高湯温泉のあったか湯に行ったときに、壁に外国名が書いてありまして、そこにシールを貼って、どこの国の方がどの期間に来たかということを、興味深く拝見しました。

県内でできることは、各宿泊施設さんに外国の方が来られたときに、どの国からですかとか、或いは福島県は何回目ですかとか、簡単なアンケートのような仕組みがあれば、すぐリピーターの増やし方などもわかっていいかなと思いました。

○観光交流局次長

先ほど宿泊総計について、福島県の宿泊について国ごとのデータがございまして、その中

で、台湾の方が15万4000人ということで、約半分が台湾からのお客さんということになっております。続いて、タイの方が2万人、それから中国が1万6000人、それから香港が1万1000人ということで、宿泊施設の方ではどこの国の方が泊っているのかということは、把握していらっしゃると思います。

地域によっては、例えば花見山でも、どこの国から何名来たかということとはわからないので、先ほどおっしゃった、シールを貼ってカウントをしているようなケース、また奥会津、三島宿でもシールで対応しています。

旅館、もしくは観光施設さんの工夫次第で、どこの国がこの地域には来ていて、今後どの国に対してアプローチをして増やしていこうかということ参考にして、そのような取り組みをしているということ把握している部分もあります。

●後藤委員

多様な人材の確保に関してご質問をさせていただきます。

県の施策として、企業の魅力の発信やセミナーを実施しているというところが中心かなと思いますが、そもそも企業の実態の把握といいますか、具体的にどんな仕事があって、それが魅力的かどうかとか、或いは、企業が何に対して課題感を持っているのかというところを把握されていますでしょうか。

浜通りに目を向けますと、人が足りないなどが課題だとおっしゃっている経営者の方の声はもちろん聞こえるんですけども、そこに対して行政としては、安易にWEBに求人を載せますなど、そういったことでお茶を濁しているような状態ではないかと私としては思っております。

今後Uターンや転職で県内に戻ってくることを前提にしますと、企業の実態をしっかり把握した上で、移住の窓口等とも連携して対応していかなければいけないのではないかと思います。浜通りで行っている私たちの取組を例にしますと、関係人口づくりを3年間やってきて、浜通りをご案内した方が800人、その3割が2回以上地域を訪れて、今後浜通りで働いていきたいとおっしゃっています。一方で、企業側はリスクもあるので全員できるものでもなく、就職先や生活環境をいろいろ改善しないと、これ以上移住促進もできないと、現在一緒にしている南相馬市には強く訴えているところです。

私たちがヒアリングなどをしても、ロボット関連でいらっしゃる事業者さんも、実は営業や総務の人材が欲しいけど、なかなか1人をフルで雇用することができなくて、何社かでシェアするような、対応ができれば良いという声があったりしまして、行政が企業のニーズを本当に掘り起こすことができているのかなというところに疑問をもっているところです。

ですので、まずは本当に働き先があるのか、ないのかという掘り起こしをした上で、この後も受入体制や学び、支援等、その企業の魅力を発信していくというようなPRが必要なのではないかと思っております。以上です。

○雇用労政課長

おっしゃるとおり、我々としてもですね、ただ情報流すだけというのは、受け手である学生さん、あとはこちらに戻っていただきたい方には伝わらないというのは承知しております。

我々としても、伴走支援をいたしまして、企業のどこに魅力があるのか、企業さんが自分でも気がつかない魅力を、例えば今年であれば、学生さんが学生さんの目線で企業の魅力を見つけてCMを作って流すという取組をしております。そして、それに共感していただいて、こういった企業が県内にあるという情報を受け取っていただく。その上で、もちろん企業側にも努力していただくということで、例えば先ほどから申し上げているような企業の内部の改革をしていただく取組を実施しています。

●野地委員

私からはイノベ構想の全県的な波及についてお伺いしたいと思います。

取り組み状況や指標からはなかなか見えない部分かなと思います。

本県の産業力向上に向けて、復興と地域に根差した産業振興、そして成長産業・技術革新の振興を施策の柱にして取り組んでいるところかと思います。

復興事業の中心である、イノベ構想やF-REI事業については、従来より、中通りや会津の企業にとってはなかなか関係が薄いという意見が根強くあります。その原因として、いろいろ聞いているところでは、イノベ構想などに関わる企業とは、県外を中心としてネットワーク構築

が完結するなど、なかなか中通り、会津の既存企業との取引事例が少ない、さらには、量産になるまで発展している企業が少なく、なかなか例が少ないということも聞いております。

そこで、商工労働部の考え方として、このイノベ構想やF-REIの取組をどのように全県的に波及させ、全県的な産業集積に結びつけているのかという視点で、指標の設定や考え方も含めて、商工労働部として現状をどういうふうに認識して、どのように取り組んでいくのか、伺いたいと思います。

○商工総務課長

福島イノベーション・コースト構想の全県波及につきましては、商工労働部の施策として、これまで新産業の集積を推進するとともに、地場の中小企業を支援するという両面で進めているところであります。

国において、今年の6月に福島イノベーション・コースト構想の青写真を改定したところであり、その中で、面的なサプライチェーンの構築や、進出企業と地元企業とのネットワークの構築といったことが示されておりますので、県といたしましても、地元企業の窓口となって、福島イノベーション・コースト構想に関係する企業と出会える場、マッチングの場を作っていくことが大切であると考えています。

また、全県的な波及等を進めていく際には、県内企業を支援する経済団体と、これまで以上に密接に連携を図ることが大切であり、様々な情報を共有しながら、県内企業の取引拡大につなげていけるような施策に力を入れていきたいと考えております。指標につきましても、今後検討を進めてまいります。

●野地委員

ありがとうございました。

補足的なお話でございますが、イノベ構想に関わる事業者については、仕事を県内企業に発注するという考え方が、浸透していないのではないかとこの可能性があり、進出企業に対しては、商談会などあらゆる機会、あらゆる場で県内企業との情報交換とかマッチングの場があるということを積極的に伝えていくということが、大事なかなと思います。

我々産業振興センターが行っている企業連携商談会などにおいても、県内既存企業とイノベ構想による進出企業、さらにはスタートアップ企業のマッチングの場を積極的に作っていきたいと考えておりますので、こういった連携の姿を見せていくことが大切だと思いますので、よろしくお願ひしたいと思います。

●若松委員

観光業について、外国人宿泊者数28万9000人泊という数字について伺います。

浜通りにはあまり外国人の方がいらっしゃっていないと感じています。何がいけないのかなとずっと考えていたのですが、全然何もやっていないのではなくて、誘客をしています。ですけども、いらっしゃっていないのです。

ですから、空港からのアクセスに課題があるのだろうかと考えております。自転車を持ってきた方について、浜通りの海の方をサイクリングする企画なども考えています。そういった方が、空港についてからのアクセスについてどのように考えていらっしゃいますでしょうか。

浜通りだけではなくて会津、中通りについてもどのようにアクセスしていらっしゃるのかなと思っております。

○観光交流局次長

インバウンドについては、ここ2年ほどで、福島県に入ってくる、宿泊する方が非常に増えてきているという状況ですが、方面的には会津地方や裏磐梯等、観光的に風景がきれいであるとか只見線など鉄道があるところを中心に来ていただいているところもございます。一方で、浜通り地方、こちらではやはりホープツーリズム、福島県にしかない、ならではの観光地です。また、ふくしま浜通りサイクルルートを整備しており、風光明媚な景色や震災の遺構等を見ながら走れるばかりでなく、ゴルフ等もできるということで、旅行会社、特に台湾の旅行会社が多くございますので、それに合わせていきたいと思いますということも非常に観光で大きなテーマになっております。併せて、浜通り地方ですと常磐ものということで、非常に多くの水揚げがあるということもございます。

旅館さんのみならず、観光施設さん、また浜通り地方の自治体、市町村を含めて、やはり一緒に連携しながらやっていくということも大事だと思っております。また、福島県だけではな

く、例えば茨城県もしくは栃木県、宮城県、そういった広域的な観光についても連携しながら進めていきたいと考えております。

台湾で、旅館さんやホテルさんが現地に行って商談会を実施いたしました。50 名を超える方が福島から現地に行って商談をされました。その結果、100 名近くの旅行会社の方から反応をいただいているという事実もございます。

今後、県内連携も進めていきたいと思っておりますのでご協力よろしくお願いします。

アクセスについてですが、福島空港をメインで考えますと、団体であれば団体バス、また、個人であればシャトルバスということになっておりますが、これは県内各地を移動する際に、空港利用であれば、レンタカーもしくは乗合タクシーの制度もございますので、当然個人の足の確保ということが大事であると考えておりますので、引き続き取り組んでまいります。

また JR など、二次交通の視点ということは大事でありまして、これは国内旅行者も含めて、大事になって参りますので、レンタカー利用、もしくはシーズンによっては臨時的観光バスを走らせるなど、地域の自治体と連携して進めてまいりたいと思っております。

●堀内委員

先ほどアクセスのお話ありましたが、令和 7 年の 6 月に実施していただいたレンタカーの利用促進に対する、利用者へのクーポンチケットの配布という事業がありました。その事業に関しまして、現場としては、広い福島県をレンタカーで移動する人は、そのチケットを持って、現地にお金を落としてくれる、お土産屋さんや道の駅で使えるチケットでしたので、それを使って動いていただけたという点では、ありがたかったと思います。もう少し周知をすれば、もっと費用対効果が上がり、いろんな人が広く福島県の観光をしながら、自分のお金を出して、また次来てくれるかもしれないなと思います。

DC もあると思っておりますので、幅広いアクセス面の予算の分け方というのもの、これからは必要かなと思います。なお、レンタカープランも引き続き実施されるのであれば、周知についても強化していただければと考えております。

○観光交流局次長

来年は本番の福島デスティネーションキャンペーンが行われます。今年はその前年のプレ DC ということで、キャンペーンの展開いたしました。

その中で、先ほどお話ししましたとおり、どうしても旅行者が新幹線等で来ていただいても、その後の観光地への足の問題、福島県は高速道路も整備されていて車利用の方も多いということで、車を持っていない方はレンタカーをぜひ使っていただけて県内をご覧いただきたいということで、レンタカーのキャンペーンを実施しました。この取組が、今お話いただきましたとおり、非常によかったという、観光事業者さんの声も多くいただきましたので、参考にしながら、DC の本番に向けてより一層、その利便性、そして NEXCO さんとも話をしながら、うまく高速道路を使えるような、現在の交通網の方をうまく使いながら、DC の本番に向けて進めていきたいと考えております。

●後藤委員

多様な人材確保、若年者向けの支援について伺えればと思います。

様々な合同就職説明会や学生目線の CM 制作も取り組まれていると伺いましたが、関わりができた方との継続的な関わりづくりやフォローアップの取組みができているのかなと、ぜひ取り組んでいただけたらと思っています。

やはり学生の時から繋がりを持っているということも大事であり、将来的に帰ってくるときに重要だと思っております。県のこの計画の中でも柱として取り組まれているところだと思います。私たちも移住相談窓口で取組をしている中で、出身者の関係づくりを行っておりまして、3 年間を経て、まちづくりをしたいということで、大学生や高校生が、私どものベントに来てくれる出身者、東京でイベントをする場合でも運営を手伝ってくれる方が出てきております。そのように接点を持ち続けるとことは、時間もかかりますし、量よりも質というところになるかなと思いますが、協力したいという方が戻ってくる仕組みとしては非常に大事であると思っております。

私たちもすごく小さな会社ではありますが、地元出身者の方との関わりを継続し、U ターン採用は引き続きやっていきたいと思っております。ぜひ単発的な取り組みではなく、定期的な関係づくりに取り組んでいただけたらと思います。以上です。

○雇用労政課長

我々も、単発でつながりを切ってしまうということは、すごくもったいないと思っております。例えば、雇用労政課でLINEを運用しており、ポータルサイトもございます。これに県の出身の若年層に登録していただき、こちらから興味がありそうな情報や実施している取組、例えば先程申し上げました、CMを作る際にぜひ一緒にやりませんかというような情報を発信して、参画をしていただく。その上で、例えば他県の方であれば、実際に福島県に来ていただいて、県の取組をまず認識をしていただく。

離職防止も非常に重要ですので、離職防止という観点では、例えば、中小企業ですと採用時に1人や2人しか同期がいないということもあります。そういった方々を集めてのセミナーで同じ仲間がいるというように共感を持っていただくなどして、離職防止に努めてまいります。以上でございます。

●末吉会長

ありがとうございました。

活発ご意見ありがとうございます。ただいまいただいたご意見等は、私と事務局で、調整させていただきまして、県議会への報告書を作成させていただきたいと思います。よろしいでしょうか。

●委員

異議なし。

●末吉会長

ありがとうございます。では、本案については了承ということにしたいと思います。

【議事3:福島県商工業振興計画の指標について】

●末吉会長

それでは議題3の福島県商工業振興基本計画の指標について、事務局から説明をお願いいたします。

○商工総務課長

議事3、福島県商工業振興基本計画の指標について説明します。

170ページの資料2になります。内容としましては、指標の上方修正をしたいという案件です。

この計画に掲げる指標につきましては、計画を策定した令和3年度に公表された実績値を基準として、令和12年度までの目標値を設定しております。令和6年度実績の時点で目標値を大きく上回っており、今後も同様の傾向であると考えられる5つの指標、「観光客入込数」「浜通りの観光客入込数」、171ページ「再生可能エネルギー・水素関連産業の成約件数」、「男性の育児休業取得率」、172ページ「外国人宿泊者数」について、それぞれ資料のとおり目標値の上方修正を行うものです。

説明は以上となります。ご審議のほどよろしくお願いします。

●末吉会長

それではただいまの指標の変更につきまして、ご意見ご質問ございましたらよろしくお願いいたします。

●高橋委員

男性の育児休業取得率についてお話をいただきまして、本当にうれしく思っているところですが、ただ先ほど申し上げたとおり、取得率というところと、昨年度、厚労省から発表されたデータによりますと、就職活動で育休取得情報を重視するという男性が60%を超える中で、企業の実態、育児休業を取得できても1ヶ月程度というところが、やはり離職の原因になっていたり、または就職先を選ぶ時にふるいにかけてしまう。取得率が公表されていても、企業説明会で質問すると、3日ですなどと平気で回答してしまう会社もまだある中で、取得率だけが上がっても、やっぱここじゃだめだなと感じてしまう。そういったところで、どうしても制度設計が進んでいる都会の企業に行ってしまうというような声も当事者たちから聞いておりますので、取得日数といったところも、指標としてご検討ください。今まではなくても結構です。

ので、今後ぜひそういった指標を入れていただければと思います。

○雇用労政課長

ご意見ありがとうございます。

おっしゃるとおり、我々としても取得率だけではなく、日数を増やしていかないと実が入らないと考えております。取得日数をいかに伸ばしていくかと考えますと、我々としては、まずは経営層の方の理解が進まないといけないと思っております。

これが1つの魅力ある職場づくりの契機にもなると考えてございますので、日数を延ばす、これも我々としても力を入れていきたいと考えているところでございます。

●高橋委員

ありがとうございます。

経営者の方もですが、実際は、私も経営層の方もぎりぎりの人数でやっていますので、本音としては、もう有給とられても困るのに、育休なんてというところの問題はまだまだございますが、そうは言ってもどうしても、大企業と中小企業を比較したときに、賃金や福利厚生では勝てません。ただ、男性の育児休業は福利厚生ではなくって、今はもう人口減少の問題にも関わってくる非常に重要な施策の1つになっておりますので、そのあたりを自社の従業員をいかに潤沢に採用できるかというところと結びついているということをご理解をしていただきたいと思います。もう1つ、当事者です、プレパパ、プレママたちに情報が入っていないがゆえに経済的に困ってしまうというような、大きな誤解はあったのが、長期休業に入ると将来の年金の金額に影響すると、年金が減るのではという誤解があります。また、実際に休みを取ったことによって、何をしたいかわからないという当事者の声、そういうものもあるんですね。

なので、育休に入る段階になって何かを考えるのは遅すぎる。管理者と当事者、両方に情報を伝えることは非常に重要になってきております。

これが先ほど申し上げた採用や中小企業の労働力を増やすというところにもつながってくると思いますので、縦ではなく横ぐし通して、やっていただきたいなとすごく感じておりますのでよろしくお願いいたします。

●井上委員

うちの会社ですと、育児休業の取得率なかなか実際が難しいというところもあります。

特に製造業、人が足りていない現状を見ますと、どうしても中小企業、属人的になってしまいうという課題もありますので、1人抜けてしまうことで相当の不利益が生じます。

いろいろある中で、特に申し上げたいのが、解決策は金銭的な部分かなと思っております。儲ければ、何とでもできるということが現実だと思っております。

そうなる和我々も努力して現実に向き合ってお金を儲けなきゃならんというところがあります。育休について、取得率や日数というところ、それは私は良いと思っているんですけども、その周辺の部分、要は1人が抜けて不利益が生じる部分をいかに埋めるかというところ。観光でも製造でも、製造については、我々はアイスクリームを作っていますが、全国的に出荷しておりますけれども、全国的に人口が減少しております。県内で売れる量もたかが知れているところで、牛乳等もどんどんどんどん需要が落ちていっているとなると、それ以外にどういったところで利益を生んでいくのかというところの方法というものが何かございますでしょうか。

誘致等も課題があります。人がいないと、やはりお金も産めないというところで、そのような状況で、人が持っていけるっていうところは問題であるかなと思っており、今、福島県の地場の産業っていうののどういった形で、保護していくか、保持しなければ、いくら関係人口を増やしても、結局就職する場所がないということになる。そういったところのトータルの部分はどのように考えてらっしゃるかお聞きしたいなと思います。

そういったところで、何らかを、我々中小企業に希望持たせていただけるあれば、そう思います。よろしくお願いします。

○経営金融課長

いまおっしゃったことは非常に重要な論点だと認識しております。

中小企業の生産性向上が、人手確保の必要な対応であるという認識はまさにそのとおりだと思っております。

中小企業の生産性向上を図るためには、売上げを伸ばす、またはコストを下げるという2つ

のやり方があるかと思いますが、売上げを伸ばすということにつきましては、生産設備の増強、あるいは販路開拓をするであるとか、そういったものに対する支援をしっかりと取り組んでいきます。

もうひとつ、コストを下げるということにつきましては、昨今、エネルギー価格等が高騰しておりますので、そういったエネルギーコストの削減に対する支援を我々としては実施しております。その両面から中小企業の生産性向上を支援してまいりたいと思っております。

いずれにいたしましても中小企業がおかれている状況が、昨今、非常に厳しいと認識しておりますので、我々としてもできる限りの支援を実施してまいります。

●井上委員

ありがとうございます。そういったことを相談をする時に、各場所の振興局であるとか、どちらに行けばよろしいでしょうか。

○経営金融課長

いろいろな相談窓口がありますが、まず、産業振興センターに経営支援プラザというところを設置しておりますので、そちらで経営全般に対する相談対応を行っております。また、各地の商工会、商工会議所等の商工団体におきましても、企業訪問等をしながら相談対応を行っております。それ以外でも、各種金融機関等を始めとする支援機関において、様々な経営相談に対応しておりますので、中小企業の方々が相談しやすいところにしていただくということがよろしいかと思います。

●末吉会長

ありがとうございました。

他にございますか。よろしければ、この目標値の変更につきましては、了承ということにさせていただきますか。

資料等につきましては先ほど山口委員からも出ておりましたけれども、少しずつブラッシュアップしていただくということで、今後の課題とさせていただきますか。

【議事4:令和7年度に講じる施策について】

●末吉会長

最後に議題4の令和7年度に講じる施策についてであります。事務局からご説明よろしくお願ひします。

○商工総務課長

議事の4番、令和7年度に講じる施策について説明します。

173ページの資料3をご覧ください。

令和7年度における重点事業等を、計画に基づく5つの柱ごとに整理しています。

令和6年度の実績や現状を踏まえて事業を構築しており、本日は、このうち令和7年度に新たに実施する主な取組について説明します。

175ページをお開き願ひします。ページの中程、成長産業技術革新の振興、番号8番です。福島水素サプライチェーン構築事業として、県内においてより強靱な水素のサプライチェーンを構築するために、再生可能エネルギー由来の水素製造施設で製造された水素を、運ぶまたは使う取組に対して補助を行い、水素の需要拡大を図ってまいります。

次に、177ページをお開き願ひします。番号14番、女性活躍オフィス立地促進事業として、女性の県内定着を図るため、県内外の企業が県内にオフィス等を設置し、県内在住の女性を新規に雇用する際の費用を一部助成するものです。

の下、多様な交流の促進、県産品の魅力発信の1番、観光関連団体連携推進事業につきましては、前年度から大幅に事業費が増えています。これは、来年度に開催される福島デスティネーションキャンペーンに向け、官民一体となった取組やプロモーション活動を展開しております。

その他の個別事業につきましては、本日の説明では割愛します。これらの事業を着実に実施することにより、本県産業の振興に努めてまいります。

また、PDFファイルで、令和7年度福島県商工労働行政施策の概要をお配りしています。本日は説明を割愛しますが、今ほど説明した内容を含め、今年度を実施する商工労働部の事業をまとめておりますので、参考にご覧ください。

議題4の説明は以上になります。よろしくお願いします。

●末吉会長

ありがとうございました。それでは、委員の皆様からご質問ご意見はございますでしょうか。

●井上委員

先ほどのお話とも関連しますが、県産品の輸出に関する取り組みはどの辺りに記載がありますでしょうか。

○観光交流局次長

178ページの13番、県産品振興戦略実践プロジェクト、こちらに、アジア地域等での販路拡大のためのプロモーションを行うという事業がございます。

また、17番、県産品風評対策事業という、こちら、ALPS処理水の海洋放出に伴う風評対策ということで、海外に向けての事業でございます。

●井上委員

ありがとうございます。というのは、先ほども申し上げましたけども、国内需要は、なかなか今、難しい状況にあります。観光は当然インバウンド、ねらうべきところだとは思いますが、観光するものがない地域もあります。そうなるとうような地域は観光需要っていうのがまず見込めないところではあります。

そういった地域は何に力入れるかというメリハリが絶対必要だと思います。観光が強いところはやはりそれでやっていくということもありますし、製造が強い、ロボット等そういったところもあります。ただ、あとはその大きな枠組みだけでなく、非常に零細、小規模零細の企業が無数にあるわけですけども、私はそれらのレベルが相当高いと思っております。努力をしている企業さんももちろんあるということ、企業さん自体はその価値を、結構認識されていないのですが、これを外に持っていくと相当高い価値になってくるものは結構あるんです。

事例でいうと、私のところはソフトクリームを作っています。これはその辺のスーパーで170～180円ほどで売っている、別になんてことないソフトクリームです。

ただ、これがドバイや香港とかに流れる。だれが買うって言ったら富裕層が買うっていうんです。富裕層は必ずしも高いものを買うわけではなく、安全なものを買うという、ドバイの国内で作ったものよりも日本で作ったものの方が絶対的に安全であるという考えがあるので、大体、最近20万個ほど、ドバイに流れてるという状況です。

170円で買っているソフトクリームがあちらでいくと600円、700円で売れるという状況があります。これは円安も関わっているんで非常に有利なところなんです。

我々、中小企業は物価が高くなっていて、売ることなかなか難しいし、原材料もなかなか利益を圧迫しているという状況にあります。それをもし乗り越えるということであれば、やはり輸出力を入れるべきではないかと思っております。ただ、やっぱり中小企業ですと、どこにどうしたらよいか、輸出についてどこにどういうふうに教えてもらえばいいかというところはなかなか掴めない部分があります。

ただ、福島県内の中小零細、その辺のものを作っているところが一般的に輸出ができる、そういうふうに行っている人が多いということになれば、やはり外からお金がどんどん入ってくる、お金が入れば当然、育休だって取らせられます。女性の仕事っていうこともできてくると思います。やはりお金があれば、人がどんどん外に出ていくということに対しても効果があると思います。

なので、やはりお金をどうやって稼ぐか、稼がせるシステムを作るかということは、結構重要などころでもある。これは風評ということもありますけども、そういうことではなく、もっと大きな形を構築するのは、やはり団体だけでは難しいところがありますので、そういったところは、今後考えていただければと思います。

○観光交流局次長

貴重なご意見ありがとうございました。

人口が減っているという数字はもちろんあって、販路も国内向けはだんだん縮まっていると

いうところもあります。今後、世界では人口が伸びているところもございますし、また経済力が発展している地域もございますので、やはり1つの販路先、販売先としては海外というのも選択肢ではないかということで、輸出を促進しているところがありますけれども、これも県だけではできませんので、例えば今日いらっしゃるジェトロさん等と連携しながら、実施しているところがございます。

どこに相談していいかわからないというところは本当のところだと思います。輸出の関係で力入れているのが1つはジェトロ福島さんもそうですし、また県としては、県産品振興戦略課という課がございまして、そこで一部輸出の仕事をしております。任意団体になりますが、福島県貿易促進協議会という協議会がございまして、100社以上の県内中小企業の方が加盟していただいています。まずは、輸出をしたい、どういうふうにすればいいのか、例えば障壁がいろいろございます。品質を確保しなくてはならないですとか、国によってはまだ日本の商品については受入れていない、そういう制約もございますので、そういったことをしっかり知っていただきながら、輸出を進めていくことは大事だと思います。輸出したいという中小企業者がございましたら、ぜひ、積極的に声がけいただいて、貿易促進協議会に入ってくださいますと、例えば海外に行くと渡航費の補助、海外で実施する販売会の一部補助、もしくは輸出コーディネーターがヨーロッパやアジアに対して輸出商品のサンプルを、事業者さんにかわっているいろいろなマッチングの商談をしております。積極的にご利用いただければ、少しずつですが、輸出にも繋がっていくと思いますので、ご利用いただければと思います。

●井上委員

ありがとうございます。ただ、1つだけちょっと要望としては、やはり輸出って割と中小企業的にはハードルが高いと思う方向にありますので、そのハードルを下げるような発信というか、本当にその辺の就職相談会のようなふわっとしたところがあって、中小企業で製造をやっている企業からすると、自分たちの商品を持っていったら笑われてしまうのではないかと、しょうがないねみたいな、自分で思ってしまう部分もあります。

振興局さんが、今、相双振興局でいうと、一生懸命地域の食堂の情報などを発信していただけていますが、そこからもう1歩踏み込んでいただけると非常にやりやすいかなと思っています。お菓子も、結構手の込んだものはいっぱいあります。会津の方でも手の込んだものがいっぱいあるかと思っていて、輸出するときのいろいろなハードルを超えるためにもパワーはとてもかかります。ですので、まず、踏み出せるような形が何かないかなというふうに考えます。広く輸出ができる県になってほしいと思っています。以上ですありがとうございます。

○観光交流局次長

ありがとうございました。

この輸出に関する勉強会や説明会、毎月ではないのですか、年に数回実施しています。振興局単位ではなく福島県全面的にやっているというところではございますが、需要をお聞きしながら、その地域の中小企業の方々が輸出にトライしてみようかなと思えるように取り組んでまいります。

●高橋委員

177ページの7番、「感働！ふくしま魅力ある職場づくり促進事業」についてお話ししたいなと思ったところです。これ拝見すると、やはり女性のキャリアアップや女性のキャリア支援のところにターゲティングしているなど。どうしても、そうすると女性本人のマインドセットや、女性本人の努力といったところで、女性のキャリア面談とか、希望されるところもあるのですが、実は女性社員がそれを望んでいないというところがあります。女性自身のライフイベントを女性自身がどう盛り込めるかということは、本人はもう考えているんだけど、受け皿の会社側がまったくそれに対応できていないことがあります。

今国の方でもいろいろやって、別の会社の中間管理職と別の会社の新米管理職が、モデレーター的な役割をしていただいて、メンター・メンティーのようにするというのもいろいろありますが、大企業の女性役員が中小企業や新しい大企業の役員候補とお話をするといったところで成り立っているものであって、なかなかやはり、他の企業様の活躍されている女性のお話を伺っても、うちの会社その制度ないよねとかうちの上司の理解がないよねっていったところで、非常にそのミスマッチが起きている。

その場では参考になりましたと言いますが、実際は難しいところがクライアントさんからい

っぱい聞こえてくるという現状がございます。

一番、女性たちが望んでいるのが、女性が声を上げやすい環境です。女性のために何か施策を作ってくれとか、何かしてくれというわけではなく、男性も女性も若者もシニアもみんなが働ける、活躍できる、戦力となる職場環境というものもやはり望んでいるというのが、女性の若手、シニアの皆さんからもお聞きしている。個人のマインドセットを図ろうとか、個人の努力にお願いしよう、当事者ががんばれというところがぬぐい切れていないというところがすごく強く出ていますので、やはり私を含めの昭和世代の経営層が、もう少し柔軟な考え方をもって、今の若者たちが働くっていうこともニーズ、キャリア教育の整理であったりとか、地元の企業のリーダーだけではなく、自分がどういう働き方をしたいのか、その中で福島県ではどんなすてきな企業があるんだ、そういったところもしっかりと紐づけてあげないと、こんないい会社あるよって言っても、自分がまずどうありたいのかが見つからない学生たちに、どこがどういいのかが伝わっていない、という非常にもったいない状況です。教育庁、知事部局が連携していただいて、今高校だと探求学習等ですごく頑張っている子たちもいっぱいいますので、本来のキャリア教育、働き方、自分の生きがい、やりがい、それを徹底的に、中小企業でもこんなにかっこいいところがある、そこと紐づくような施策、女性のために若手のためにシニアのためにというピンポイントではなくて、総合的に見たときに、どのように福島県の中小企業の振興につながっているのか、ぜひそこを議論するような時間とその場を設けてたら嬉しいなというふうに感じておりました。以上でございます。

○雇用労政課長

おっしゃるとおり、本人を集めてキャリアアップセミナー行ったところで、大変参考にはなるんですが、自分の身に置き換えられないという話は若干あります。その一方で、考えられること、バックボーンにあるのが会社の体制というのはなかなか整っていないという部分もあるし、一方で会社側もやりたいんだけど、なかなかそういった体制をどう整えればよいのかわからないという声もよく耳にします。

そういった方々を対象とした形で、いろいろなやり方ありますよ、考え方がありますよと、我々としては伴走支援を行っています、ちょっとずつありますが、やはり意識を変えていただく、今度は自分たち、例えばその女性の方であれば、例えば、キャリアの中でお子さんを育てて自分の働き方を考えなくちゃいけないというふうに、そういった方に対してどういった、場を提供できるかということをしかりととらえていただくというようにならななきゃいけない部分でも会社さんでこんな働き方の部分と、こういった方法で補えますよねっていう話も我々はしております。

今後もそれらをもっと広げていって、おっしゃるとおり、広くの若者の方にも繋がり、伝わっていくっていうような形を進めていきたいと思っております。

●高橋委員

ありがとうございます。

女性のキャリアアップや、どう働き続けたいかといったときに、相談相手はご主人です。そのご主人はほぼほぼ男性です。ということは、男性の働き方がきちんと改革されなければならない。忙しくなければ定時で帰る、残業が悪いわけじゃない、繁忙期は頑張るしかないんです。

でも恒常的に、周りに付度して長時間労働していたり、休みを自由にとれなかったり、男性の働き方改革がないと、女性活躍といったところでも実は紐づくことができないんだという、まずそこを両輪でぜひ動かしていただきたいなと思っております。

女性の働き方の相談相手は決して会社ではない。変に相談すると付度されてマミートラックにはまります。そうするとやりがいなくします。最悪やめます。

生涯年収1億6000万違うよね、ということが厚生労働省から先日発表になったばかりです。ので、まずご主人と相談するにあたって、同じ情報を奥様も旦那様も持てているかどうか、そしてご主人側の働き方がきちんとできるかどうか、家事分担できるのか、送り当番できるのか、それはご主人が勤めている会社ですよね。

ですから女性のために何かするのではなくて、すべての社員に対してどういった関わりが、今企業側に求められているのか、企業もちょっと固い考えをアップデートしていくという視点

でぜひ施策をしていただきたいなというふうに思っております。
ありがとうございました。

●井上委員

今の高橋委員のお話ところでちょっと関連しますが、誰に訴えたいかというところであると思うんですが、いろんな施策の中で、これは、商工労働部だけではなく、今女性がやはりよく言われている、女性がどんどん県外に出ていっているというところで、何らかセミナーを行うときに、経営者に案内を出して経営者を呼んでもあんまり効果がありません。

なぜなら経営者は、やはり世の中を気にするし、当然そういったところで女性に対しての対応も考えている方です。でも、実際のところ、それを言っているのは割と、従業員です。ただ、セミナーが、例えば浜通りで、いわきで何月何日、相双で何月何日、中通り郡山で何月何日と数か所で実施したとしても、そこに行けるのは経営者か幹部です。

なので、何が言いたいかというと、その経営者に何らかメッセージ、経営者であったり福島県全域に何らかのメッセージを出したいということであれば、やはりリモートであったり、オンデマンドであったりということはあって良いかなと思っております。商工労働部だけではないです。いろいろなところで、今は、ほぼオンデマンドのやり方も確立されているので。ただ、誰を対象にして何を伝えたいかというところで、そこはいろいろなやり方があると思うんです。

魅力ある職場づくり、魅力ある仕事の発信というところが、もし高校生や大学生に伝えたいのであれば、どっかでやるというところで、限られた人数にしか発信ができないのであれば、オンデマンドでやるという方法も当然あるのかなと思っております。

もうこれ全部全般的なところですが、お願いしたいところです。そうすると、経営者は従業員に見ろという命令ができます。それによって、いつでもいいよ。それを見られるように、それを繰り返し繰り返しやることで、考え方や方向性が定着するので、その辺りはいろいろ工夫していただきたいなというふうに思っております。以上です。

●末吉会長

以上をもちまして議題を終了させていただきたいと思います。

以上