

令和5年度第1回山形県産業構造審議会における主な意見等

日時：令和5年11月29日（水）

10：00～12：15

場所：山形県庁1001会議室

○審議事項

- ・山形県産業振興ビジョンの概要と目標指標の進捗状況について
- ・次期山形県産業振興ビジョンの策定について

○審議経過

上記について事務局から説明し、各委員から、次期ビジョン策定に当たっての課題を中心とした意見を聴取した。

<各委員の意見要旨> ※発言順

【浅野委員】

- ・高校生や大学生の就職相談の支援をメインとしたキャリア教育を行っている。年間約400名の若者の就職相談と、今年度は98本のキャリアに係るセミナーを担当している。また、企業内カウンセラーとして、職場定着のための社員教育や面談も行っている。
- ・県の公式サイトや、施設である強みを活かし、今あるものの見せ方、魅せ方を変えて利用してもらえるようになってほしいという思いを基に、(3)「人材の育成・確保、特に若年女性の県内定着・回帰の促進」について二つ述べさせていただく。
- ・一つ目、県内定着について、職場環境の整備と、就業者のためのキャリア相談、キャリアの健康診断の導入についてである。高校生の県内就職率が高いという数字が出ているが、これは高卒時点の数字であり、3～4年後に大学へ進学した友人が就職活動を始めるときに、横の繋がりから影響を受けて、次の一步を考えるタイミングであることが分かってきた。就職後にお金があまってきたときに、一度山形を出てみたいという思いなどが離職の一因となり、その際に職場での人間関係の善し悪しが離職するかどうか大きく影響していることも、企業のカウンセリングをする中で感じている。
- ・799人の高校生を対象としたデータを取ったが、仕事でもっとも重視することは、収入よりも、「休みがしっかりとれること」で89.2%、「安定して長く続けられる仕事」が67%だった。賃金アップは山形県の課題であるが、同時にそこを押さえて環境整備を早急に行きたいと思う。
- ・この度リリースされた「やまがたスマイル企業認定制度」は、良い職場環境を望む学生にも分かりやすく、企業にも環境整備の指針となるよい制度だと思うが、制度の整備や情報提供だけでなく、情報交換など交流の機会を作っていただき、山形全体で働きやすい山形に繋げてほしい。特に若年女性を意識した働きやすい職場作りは、男性や老人にも働きやすい職場であるはず。若者が選んだ山形でのキャリアを大事に守っていかれたらと思う。

- これに加え、大学生は、自分が成長できる会社を就活の軸にする人が多い。社内で成長を実感できるか、また、制度やステップアップビジョンが示されているかも離職の大きな要因となっている。女性に関しては、やりたい仕事如山形にないから、仙台、東京と広げており、最近は山形への戻ってきやすさ、交通の便も考え、仕事を選んでいるようである。
- 現在就業中の若手のセミナーなどで、少し相談にのるだけで、辞めることをやめるという若手社員が毎回いる。若者就職支援センターがその役割を担っていると思うが、実際は就職のための相談が多く、悩みながら働いている若者に、この存在が届いていない。ホームページを案内しても就職サイトだと思われており、就職相談とは認識しづらい。早急にサイトの改善を望む。転職の相談ではなく、キャリアドックのような、山形で働く人のキャリアの健康診断など、オンラインを駆使してUターンも取り込んだ若者のキャリア形成が実現できるとよい。
- 二つ目、回帰の促進について、山形県就職情報サイトの一新についてのお願いである。目標の2倍のアクセス数とのことだが、私の関わる学生や若手社員からの認知度は低く、使い勝手もよい声は聞かない。一つ一つの情報はよく詰め込まれているが、トップ画面からの導線が分かりにくい。新卒採用情報との文字が飛び込んでくるが、長期的なUターン回帰も狙っていかなければならない今、学生や一般の入口の違いや、女性やUターン、県内就職を考える時に、奨学金返還支援が一つのカギになると思うので、そのページを設けるなど、導線に配慮いただき、ワークキャリアに悩んだときに利用してもらえるサイトとなってほしい。また、このサイトを中高生の時から触れてもらえる機会やページを設け、学校の先生や若者が必ず知っているというサイトとなるよう私も案内を続けていくので、SNSから情報を仕入れることの多い若者が使いやすい安心な県のサイトにしてほしい。
- 就職を目前とした学生だけでなく、長期的視点で、小中学生の時から地場産業や山形の産業に関わることや、知らないことを知る機会、可能性を広げる良い機会となるので、技術だけでなくこんな風に働けるといことが分かるよう働き方にも焦点を当てた情報発信をしてほしい。

【板垣委員】

- 2点、一つは県内の生産物を輸出すべきということ。もう一つは若手女性の県内定着回帰の促進ということを、少子化の絡みで、また企業との絡みで話したい。
- 一つ目、今年の2月にサンフランシスコに行ったところ、現地の最低賃金が高く一般的な労働者でも月50~60万円は稼げるものの、物価も高く犯罪も多いようだった。日本とどっちが良いのかと考えると、日本に住んで海外と取引するのが一番受益があると思う。ただ、中小企業には直接輸出するノウハウがないので、県がリードして、必要に応じて外郭団体と協力しながら輸出を促進し、物価の高い国に売り込むなどしてほしい。
- 二つ目、若い女性が出て行ってしまいう理由として、社会インフラ、コミュニティと家庭の問題、企業の問題があると思う。コミュニティと家庭の問題としては、三世代同居だと家計の自由がないことが若い世代にとって息苦しさがあるのではと思う。

- ・企業について、男女の賃金格差はOECDの調査では男性 100 に対して女性 78 と出ていたが、地方ではもっと乖離があり業種によっても差があるという印象がある。男女同じ給料を払わないと若い女性が出て行ってしまう。
- ・リモートによって子育てしながら勉強できるような取組みを県で促進してもよいのではないか。また、企業としても産休育休明けの女性を同じ条件で復帰させる努力も必要である。
- ・当社ではキャリアアッププランというものを作っており、高卒で工場勤務の社員でも技術職や営業職などになりたいという時は、手続きや評価によって異動できるというルートを明確に示している。また、管理者になりたい時は試験にパスして研修を受けるとポストが空いた際に登用される仕組みを作っており、人事の納得性と本人の自覚を高めるようにしている。

【伊藤委員】

- ・仲間づくりをテーマに起業して5年目になる。旧朝日村の出身だが、地元から人が出て行って前向きな話がなくなっていったことや震災でコミュニティがなくなったという話を大学の同級生から聞いたことなどから、自分たちが守りたい場所を守っていかなければという思いで起業した。
- ・事業としてはマーケティングによる地元企業の事業成長の支援とデジタルマーケティングなどを行っており、経済的にも精神的にも豊かになることを追求して事業を行っている。
- ・教育と産業の連携が必要だと感じている。WAKU WAKU WORK に毎年参加しているが参加企業が少なく、先生も申し訳なさそうにしていることに教育と産業界との溝を感じた。産業界にとっても教育は重要で関わりたいと思っているので、連携の在り方についてビジョンに盛り込めるといいし、未知の部分についてお互い話し合う場を設けるなど県でも取組みを仕掛けていければと思う。
- ・産業振興ビジョンについて読んだが理解するのに3時間かかった。ビジョンは人を巻き込むためのものなので、ビジュアル化やストーリー化、小中学生でもわかるような1ページでまとめたものがあるとよい。また、山形らしさを見出しにくく、人と自然との調和といったキーワードと産業の結びつきに物語性が見えてこないのがもったいない。思いの根源としては絶対によいものがあると思うので、もっと伝わる形になるとよりよい。
- ・ビジョンの作成について、会議で3回くらい確認したら骨子が出来上がるというのは、せっかく委員を集めているのにもったいない。機会があれば、審議会の前に学び合い、話し合いをしながらビジョンを練り込んでいけるような時間が欲しい。せっかくの機会なので、予定調和的に終わらせずに話し込んでいければと思う。

【後藤委員】

- ・AI を用いたリスキリングの推進などの活動を行っており、21 世紀山形県民会議や、やまがた AI 甲子園などで山形県と関わっている。
- ・山形県のリスキリングは全国から注目されており、今年1月に知事が年頭あいさつで宣言を出したほか、就業時間中に英語学習をしていることなどが全国の自治体に影響を与えている。

- ・デジタル技術を活用したイノベーションの創出について、新しいものを作るのも重要だが、今ある素晴らしいものを高く売っていくことも重要ではと思っている。英語研修とデジタルマーケティングのリスキリングをセットでやると諸外国へのアピール、輸出の増強に繋がるのではないかと。
- ・電子決済や外国人への対応に慣れていない人を見かけたが、外国語とデジタルツールの活用ができるインバウンドへの対応がスムーズにできる。山形県のパスポート取得率は 8.3% で、9割が海外で働くことを前提としていない現状だが、山形の良いものを海外に売っていくためにデジタルとグローバルの強化をおすすめしたい。
- ・ビジョンの中にある個々の施策をリスキリングという形に集約するにあたって、産学官連携によるリスキリングに関する推進委員会の立ち上げをお願いしたい。
- ・特定の国にターゲットを絞ったデジタルマーケティングの強化や、経営者向けのワークショップといった企業に対するリスキリング支援もできるとよい。山形県には AI 部の活動があるが、高校生向けの他に企業向けの AI 導入への支援も重要だと思う。また、海外で広がっている就業時間内のリスキリングを普及させる制度設計も必要になる、
- ・県内からリスキリングのロールモデルになる企業を 1社でも出すことを目標に活動していきたい。1社成功企業が出てくるとそれに倣って他でも取り組みが始まっていくので、成功事例を出してリスキリングを全体のムーブメントにしていければと思う。

【鈴木委員】

- ・着物の縫製や米沢織製品の卸、着物の魅力を伝えるためのサロンを運営している。取引先は東京を中心とした関東地方の大手チェーン店であるが、下請けからの脱却のため 2020 年よりサロンを運営し、着物が好きな人と繋がって販売やお手入れの相談を受けるようになった。従業員は全員女性で平均年齢は 38 歳から 40 歳ほど。
- ・着物業界は社会的に時代遅れになっていると言われることが多いが、その原因は若手育成がうまくいっていないことだと思う。当初は女性が活躍できる仕事として行っていたものの、携わる人が高齢化し後継の育成もうまくいっていない。高校を卒業して和裁士の資格を取ったものの、それだけでは生活していけないので着物の仕事をしていないという人もいる。後継者が育たず教えられる人もいなくなったというところもある。
- ・若手を育てるためには賃金アップをしなければならず、そのためには下請けからの脱却が必要で、そのための取組みを模索している。
- ・後継者育成には企業努力だけでは難しいところがあるので、ものづくり、ブランド力の両面からサポートをしていただければ幸いである。

【綱川委員】

- ・2015 年に起業し、AI のスタートアップ企業として ChatGPT のようなチャットボットのサービスを展開している。私からはスタートアップに関して話をしたい。

- ・スタートアップの促進において重要なことは二つあり、一つ目は県内企業との連携、二つ目が首都圏、都市圏との連携である。
- ・一つ目の県内企業との連携について、富山県は、令和4年度より県の成長戦略において、スタートアップ支援を柱の一つとして掲げ、特に県内企業との連携、それから首都圏との連携を強く意識している。その中で、富山版スタートアップ支援策である「T-Startup」では、県内だけではなく、県外のベンチャー企業からも、成長する可能性の高い企業を選定して集中的に支援を行うプログラムを実施している。このプログラムはサポーターとして、50社以上の県外企業が参加しており、開発やネットワークの構築支援等、支援を得られるエコシステムを構築している。そればかりか、富山県内の企業で自前のインキュベーション施設を富山市内に設置して、県、市と連携し、ベンチャー企業の入居にとどまらず、自分たちで出資してコーポレートベンチャーキャピタルを組成し、自社の新規事業の創出に繋げている。
- ・山形では全国で2番目に老舗企業が多いが、これはイノベーションを起こし続けてきた結果であり、そうした老舗企業をも巻き込みながら、スタートアップの育成に取り組むことを検討いただきたい。
- ・二つ目の首都圏、都市圏との連携について、これも富山県の事例になるが、富山県は「とやまスタートアッププログラム」という、起業する人を発掘するプログラムを作り、参加者のターゲットを最初から首都圏や都市圏に住んでいる方に設定している。
- ・周りに起業経験者がいない中で、突然起業する気になる人は少ないだろう。私の経験からしても、周りの親族や友人に起業経験のある方がいる人は起業しており、私自身も父母や兄が起業している家族で育っている。
- ・山形県の場合は、山形県出身の起業家であれば巻き込みやすいと思うので、そういった方へアプローチをして、スタートアップ人材を都市圏から呼び込むことを検討してはどうか。創業するだけでは意味がないので、丁寧に事業を成長させていく必要があるが、これにはノウハウが必要なので、やはり外部から連れてくる必要があると思っている。
- ・そのほか、全国的に地域づくりやスタートアップ創出において、知名度の高い鶴岡市の資源も活用できるのではないかと考えている。

【内藤委員】

- ・出身は千葉県で、山形県新庄市にIターンで起業して20年ほどになる。以来、ずっとデザイン制作に携わってきたが、転機となったのは「インスタ映え」が流行語大賞を受賞した2017年である。それまでは、美しい写真を共有するためのInstagramであったが、現在は、有益な情報を共有し、人々が欲しいものや良いものを求めて検索する場が変わってきている。それは自分の仕事においても同様で、2017年は、お客さんから求められることが確実に変わるなど感じた年であった。このとき以来、今後はデザインだけでは駄目だということで、ブランディングを仕事にするようになった。こうしたことから、(5)「県産品等のブランド力の向上」に絞った話をさせていただきたい。
- ・ブランド力というと、やはり物、製品、あるいは農作物が頭に浮かぶと思われる。ただ、根本的なところを見ていないと、全く意味のないブランド力向上になってしまうということに

注意したい。ブランドとは、価値のあるもの、みんなに選ばれるものと考えられがちだが、それは全然違って、ブランドとは、世の中の人たちに刷り込まれた、商品、プロダクト、会社、人、様々なものに対するイメージである。

- したがって、ブランド力向上を目指すとしたときに、製品、プロダクト、商品、サービスの認知を上げる方向に行くのではなく、それらを作っている人たちを磨いていくことに焦点を当てる必要がある。僕がいろんな企業とブランディングで関わる中で感じるのは、やはり人が追いついていないということ。なので、ここでは県産品のブランド力向上が謳われているが、そうではなく、そこで磨くべきは人である。その人たちが自ら自信を持ってこの商品は絶対負けないぞと世界に行けることがブランドである。
- これからのミレニアム世代の人を採用していこうと思ったとき、一番大事なのは待遇、給料等々あるが、一番大事なのはそこで働いている人や経営者がどんな魅力的な人なのかである。やはり磨くべきは人の部分であり、ここが置いてけぼりになっているので、これをブランド向上に入れていただきたい。
- 最後に、山形での採用の話もあったが、山形にもいろんな仕事があって、そこで働いている人たちも、同じブランドを作れる。採用を高めようと思ったら、製品、物ではなくて、そこで働いている人たちやその生活が今後重要になるので、そこを一緒にブランド力を高めていかなければいけないと思う。
- 伊藤委員の話にあったように、このビジョンを理解するのに3時間かかったという点は、非常に共感している。

【船山委員】

- 賃金について、労働組合の立場から御説明したい。2023年春闘では、物価上昇を上回る賃金引上げ、人への投資拡大をキーワードとし、賃上げが行われたが、実質賃金ベースでは、前年比マイナスとなり、賃上げが物価上昇に追いついていない現状となった。2024年春闘に向けた動きも報道されているが、連合としては、持続的な賃上げ5%以上の目標を掲げている。
- 賃上げにあたっては、製品の価格転嫁が課題となるところ、連合山形では、本年3月に、山形労働局、県、経営者団体等が共同となって、価格転嫁の円滑化を目指す共同宣言を結んだ。
- 経営者団体の調査では、価格転嫁が進んでいるとした企業は20%台半ばに留まるとの結果も出ており、経営者と連携して政策を実施していきたいと考えている。こうしたことから、県としても県内産業を支える中小企業支援を引き続き強化してほしい。

【牧野委員】

- 私どもの会社は業務用洋酒を主軸に営業しているが、今年2月より菓子製造部門を始めた。私達にしか作れないものは何かと考えて、どこにでも流通しているものではなく、地元酒蔵やワイナリーの酒の活用、地域の生産者、地元企業とのコラボ商品、山形を代表するフルーツを使った今までにない商品を季節に合わせて販売したいと思っている。

- ・この事業を始めた理由の一つには、仕入れ卸からの脱却がある。弊社の強みに合わせた商品を作ることで、山形を全国にアピールすることができる。自分たちで作るからこそ、そこに重い愛情、ブランド力に繋がっていくのではと感じている。
- ・さくらんぼのシーズンに何度か東京のアンテナショップを訪れる機会があったが、お客様はまばらで少し寂しいなという印象を受けた。山形県の魅力として思い浮かぶのは果樹であり、自然豊かな景色である。例えば、四つのエリアごとに特徴をアピールできるような店内にするなど、工夫が必要なのではと思った。
- ・ここからは要望になるが、私は子育てをしていく中で不登校の時期を経験したことがあり、市のガイダンス教室にも参加したことがある。子供たちがうまく学校生活に戻れるよう考えられていると感じたが、一方で、建物は古い住宅を改装していたようで暗い印象を受けた。この場所で本当に通いたいと思うのか不安になったことを覚えており、こうした子供たちにも目を向けてほしいと実感した。
- ・子供たちが自分らしく過ごし、勉強できる環境を整えることは、今後の人材育成にもつながる。高校生を含め、いろんな事情で勉強できない子供たちが気軽に活用でき、明るい雰囲気の中で夢や希望を持てる場所をもっと作ってほしい。いずれ山形の力となる子供たちが、山形の魅力をたくさん語れるように支援をお願いしたい。

【八鍬委員】

- ・自動車用製品の縫製を行っており、グローバルに展開している。
- ・私は、京都出身で山形に移住してきたが、食べ物が美味しい、町、環境、自然が美しいなど、山形は非常に魅力がある。「山形さいくべ」と言われるようなブランディング、マーケティングをしていかないといけないと思っている。
- ・会社では女性活躍をうたっており、産休、育休の取得はもちろんのこと、いちはやく昇給、賞与支給を行っている。育児は経験になるという観点から、復帰したら昇給ということをしており、再雇用も減額しないようにしている。
- ・そのためには売上、利益の最大化が不可欠であり、これは企業の努力だけではなしえないこと。政財界と力を合わせてどうやって実現していくかが重要な課題である。さきほど、内藤委員からもあったようにまさしくブランディングとは人への投資であり、社員を幸せにすることがブランディングであると捉えている。
- ・なお、ブランディングにあたってはドメスティックとグローバルを分けた方がいいと考えており、戦い方を変えていく必要がある。ミックスする部分も出てくるが、最初は分けていく必要がある。ミッションをまずどうするか、ドメインをどうするか、というところになっていって、最終的に戦略は一番下である。こういった枠をきちんと組んでいく必要がある。

【安孫子委員】

- ・高校生や大学生の起業支援を行っている。また、山形大学の博士後期課程に在学しながら、米粉食品の研究を続けているほか、この経験を生かして山形県のスタートアップ企業でも米

粉食品の開発という部分で、研究員として関わっている。前職では高校生や中高生の起業家育成を行ってきた。

- ・今回は（３）「人材の育成・確保、特に若年女性の県内定着・回帰の促進」と（４）「スタートアップ（創業）の促進」についてお話ししたい。まず、（３）「人材の育成・確保、特に若年女性の県内定着・回帰の促進」については、どこでも一緒の条件で難しいと思うが、時間を指定されたり縛られたりすることが嫌だなと感じている。若者の中には、フレックスタイム制のように自分で決められることを重視する人が多いので、成果制で終わったら帰っていいとか、お金が問題であれば、副業・兼業しながらもっと稼げる仕組みにしていこうが重要だと思っている。
- ・（４）「スタートアップ（創業）の促進」としては、地域に元からある企業との繋がりを作ることが非常に難しい点が問題と考えている。お金だけではなく、地域の企業とどう繋がっていくかを支援していただきたいと思っており、繋がりができれば、昔からある企業も一緒に新しく変化していくことができると思う。

【仲野委員】

- ・私は大学時代から東京に行き、そのまま東京で就職してUターンで自分の事業を検証するために山形に戻ってきて、今８年目でこちらで働いている。私からは次期産業振興ビジョンの（３）「人材の育成・確保、特に若年女性の県内定着・回帰の促進」と（５）「県産品等のブランド力の向上」についてお話しさせていただきたい。
- ・まずは（３）の「若年女性の県内定着・回帰の促進」について、私は元々家業があったので、帰ってくるという選択肢があったが、東京で就学をした友達も含めると、山形に戻って働こうという人は少なかった。
- ・私の経験からみても、就職時期になってからUターンしてください、山形はいいところですよという話や、政策に触れる機会はあったが、小さい頃は郷土愛を育んだり地元の産業を考えたりする機会が少なかったと思う。高校生や大学生になってからではなくて、小さいときから段階を踏んで、山形で生きていく素晴らしさがわかるような政策をお願いしたい。
- ・また、県外で育った方が山形県に来ていただく場合、知らない土地で生活していくイメージがすぐには浮かばないところかと思う。そのため、いきなりの移住、就業ではなく、県内で生活していくイメージが湧くような動画の製作、あるいはそうした機会の創出をしてはどうかと考える。例えば１、２週間お試しで、山形の魅力や働き方を実際に体験できる機会があると、移住に向けて話が進んでいくのではと感じている。
- ・また、（３）の「社会変革に対応した人材の育成・確保」に関しては、山形は３世代同居が多いため、高齢者や退職者に先生になってもらい、世代間コミュニケーションをとることも、人材確保には重要であると思う。一例になるが、弊社の社員で、農業を引退した方から教わり、兼業で農業を始めた者がいる。その社員に聞くと、その方が今まで持っていたコミュニティや、売り先の確保の仕方も教えていただけたようである。地域のコミュニティに属していた方に何かを教わることは、次に繋がる人材を育成する方法になるのではと考えている。

- ・（５）「県産品等のブランド力の向上」に関しては、やはり高い付加価値の創出が大切だと思っており、牧野委員からもあったように他企業とのコラボレーションが重要だと考える。
- ・また、県産品を県外に売り出す力も強化する必要があると思っている。日本酒業界では、日本酒に興味のある方を県内に招く日本酒学校という取り組みを行っているが、その方に地元に戻っていただいて、アンバサダーのような形で活躍していただく方法もある。自社の力だけではなくて、そうした方も取り込んで、県内のものをアピールしていく必要があると考える。
- ・また、（４）「スタートアップ（創業）の促進」については、老舗企業の事業継承や人手不足が深刻な問題になっているため、ブランド力をキープしながらも次の世代に生かしていくような事業継承のお手伝いもお願いしたい。そして、スタートアップ企業とジョイントできるところがないと感じているため、スタートアップ企業との連携も県にお願いしたい。

【西谷委員】

- ・一度進学や就職で山形を離れたが、事業継承と子育てのために戻ってきた。創業 275 年当初の歴史を守りつつ、自分が家業を継ぐときには、自分に一番似合わない事業を一番自分に似合う事業にしようと思い、今は「ENJOY BOUSAI」をテーマに、楽しい、美味しい、おしゃれをブランディングして、防災用品を全国の百貨店を中心に展開している。
- ・課題の一つに、若い女性の定着やキャリアアップという話があったが、正直、私が山形に戻ってきたときは、東京に残った女性と同じようにキャリアを積むことは難しいと思っていた。しかし、オンラインや SNS が発達したことにより、環境にとらわれることなく、全国に発信でき、キャリアも積み上げることができると実感している。
- ・しかしながら、首都圏にも事業を展開していくに当たって、3 人の子供を育てながら男性と同じようなキャリアを積むことの難しさを感じている。また最近、女性活躍という言葉をよく耳にするが、専業主婦の方でも活躍している方はいるし、どういうことに対しての女性活躍なのかと違和感を持つ部分もある。
- ・育休取得の促進はありがたく、産後は自分でも何とかなる一方で、子供が保育園や幼稚園に入園するタイミングと、仕事復帰のタイミングが被って大変という現場の声がなかなか施策に反映されてないと感じている。
- ・現役の声を、気軽に育児をしながら SNS や Google フォームで意見を言って、それが県や審議する方に簡単に届くような仕組みを作ってもらえると、自分の声が反映されていると感じられるのではないかと思う。

【吉野委員】

- ・（３）「人材の育成・確保、特に若年女性の県内定着・回帰の促進」と（５）「県産品等のブランド力の向上」、（１）「デジタル技術を活用したイノベーションの創出」に関係する話をしたい。
- ・特に最上地域では、女性が何かしていくときに同居家族や地域住民など、周りの方から理解してもらえないという相談があり、実際にそれを原因に域外に移住してしまう女性もたくさん

ん見てきた。ただ、私が東京でイベント制作業務等に携わってきた経験から言うと、周囲からの理解以前に、本人に自信さえあれば進んでいけるようにも感じているため、自信を付けたり、スキルアップやキャリアアップの機会を受けたりできる環境があればと思う。

- ・今の時代は IT 技術、デジタル技術を使って、子育てしながら在宅でもできるような仕事はたくさんあるので、そうした部分が女性のキャリアアップに寄与できるし、女性だけではなく男性が育休を取っても反映されるといいと思う。
- ・政策としてはいくつかアイデアがあるが、企業が自社だけでは問題解決できない点が課題であると感じている。
- ・鳥取では週一副社長という政策があり、県外に住む人が週 1 リモートで地元企業に参加し事業相談や政策会議に関わることで、地元へ貢献できる仕組みができています。なかには、企業同士のコラボレーションを提案する声もあり、この政策により地元企業が伸びているのを見ると、非常に面白いと思っています。
- ・また、新庄市の古民家を改修して事業を営みながら、商店街の店主の話聞く機会があるが、後藤委員の話にもあったように、デジタルマーケティングや英語を取り入れる際には抵抗感があったり、キャッシュレス導入の際にも漠然とした不安感があった。店主は急に気が変わるのではなく、周りから徐々に慣れていくものなので、そうしたローカルな現状と県の政策がリンクするよう配慮をお願いしたい。
- ・さらに、八畝委員の話にもあったように、ドメスティックとグローバルを分けた方がいいというのはまさにそのとおりである。商店主の話を見ると、地域のお客様しか想定できないような方もいるが、外貨を獲得できるような産業も必要なので、そこにしかないブランドを求めて訪れるお客様がいれば、重要な事業主となる。ローカルの客とそれ以外の客が何を求めているかの意見交換がなされると、商店主の意識も少しずつ変わってくるかと思う。
- ・今後もいろんな場で発言できる機会をいただけたらと思う。

<会議の総括>

【長谷川会長】

- ・総括的な話をすると、山形県の県内総生産は、人口減少が続く中でも増加を続けており、令和 2 年度は 1 人当たり県民所得が初めて東北で 1 位になった。
- ・ものづくりを強調してきた本県経済ではあるが、コロナ禍でも粘り強い経済であったことは自負をもっていい。一方で、人口減少、人手不足を何とかしなければ、山形県の経済発展はないということを申し上げたい。人口減少については、アイデアがあれば是非承りたいと思っている。