

令和3年度 ひょうご経済・雇用活性化プラン推進会議 議事要旨

I 日 時 令和3年11月30日(火) 13:15～15:15

II 場 所 兵庫県公館第1会議室

III 出席者

構成員：18名（別紙1のとおり）、関係機関：兵庫労働局長
県：知事、片山副知事、産業労働部長 他

IV 次 第

1 議事：令和4年度の施策展開

V 主な内容

1 開会

2 知事あいさつ

3 議事

(1) 座長選出

当局からの事前提案により加藤委員を座長に選出

(2) 当局資料説明・意見交換

別紙2のとおり

出席者（構成員）18名

氏名	団体・役職等
岡田 真希子	兵庫県女性農漁業士会会長
小田垣 栄司	株式会社ノヴィータ代表取締役会長
加藤 恵正	兵庫県立大学大学院減災復興政策研究科教授
金井 良宮	陶泉御所坊ブランドマネージャー
系谷 瞳	株式会社 IROHA STANDARD 代表取締役
國井 総一郎	株式会社ノーリツ代表取締役会長
近藤 裕重	元町3丁目商店街理事長
坂本 康裕	日本製鉄株式会社瀬戸内製鉄所副所長（広畑地区）
篠倉 庸良	兵庫県商工会連合会理事
佐藤 慎介	佐藤精機株式会社代表取締役社長
神栄 美穂	武庫川女子大学経営学部経営学科准教授
関 治之	一般社団法人コード・フォー・ジャパン代表理事
田中 裕子	兵庫県経営者協会副会長
土谷 千津子	社会福祉法人きらくえん理事長
畑 豊	兵庫県立大学理事兼副学長
福永 明	日本労働組合総連合会兵庫県連合会会長
古山 陽子	P&G ジャパン合同会社執行役員（法務政府渉外本部）
吉田 智一 （代理 佐藤 利幸）	シスメックス株式会社取締役常務執行役員 （同社中央研究所長）

(敬称略 五十音順)

議事要旨（意見交換）

○ 座長

この会議は随分長く続いているのですが、今の状況を産業経済の観点から一言で言うと、「ひょうごを動かせ」ですかね。これは二つの意味があると。

一つはやはりこのコロナで、否応なく凍り付いてしまった地域経済をどうやって、これからエンジンをまわし始めるか。様々な分野からお越しいただいていますので、是非とも、貴重なご示唆・ご経験から、将来に向けての展望・話をいただければというふうに思います。

二つ目の「兵庫を動かせ」の意味は、地域経済、日本経済そのものが転がり落ちるように、衰退に向かっているのですが、現場である地域経済はより厳しい状況にさらされていることはもうご承知の通りであります。その中で、様々な硬直化してしまった制度や仕組み、産業間・企業間の関係性も含めて、これらをうまく解きほぐして再編成していくことで、凍り付いた、動かなくなった兵庫経済を動かしようのではないかと、私は都市経済とか地域経済政策が専門でありますけれど、世界の流れを見てもやっぱりそうして再生した地域というのは随分あるわけですね。是非とも兵庫県も、そうした引き金を、コロナの状況の中、本当に終わってくれるかわからないですが、終息しつつあるとすれば、この時点で引き金を引いて、新しい兵庫県の姿を皆さんで議論させていただければというふうに思っております。

それでは早速ですが議事に入りたいと思います。

【事務局資料説明】

○ 座長

今事務局から、施策展開の方向性ということでご説明いただきました。おそらく、事務局の意図は、あまり細かなことを書かずに大きな視点から、皆さん自由にご発言いただきたいということなのだろうと思いますので、自由に発言いただければと思っております。

○ A委員

GDPのところからちょっと話したいのですが、今、世界の中で日本だけがコロナ前に回復していないということで、取り残されているというのが現状ではないかなというふうに思っています。第1四半期がマイナス3.9ぐらい、2四半期が1.3。第3四半期がマイナス3.0ということで、これは本当に今年プラスになるのかという状況になっていると感じています。世界中は、ほとんどコロナ前に回復をしている。6.0%ぐらいプラスというのが今の状況ではないかなと。

そうした中で、日本の国力が落ちてきて円安に動いているということと、エネルギー価格が高騰してインフレ傾向にあるというのが現状ではないかと思っています。インフレ傾向で消費者は基本的にお金がなくて困った、と言っている状況です。企業の方は、コストアップに苦しんでいるという状況です。特に我々ものづくり企業がコストアップに苦しんでいます。コストアップに苦しんでいるのですが、海外はほとんどコストアップを価格転嫁して、好循環でインフレで好景気に持っていつているというのが世界の状況です。日本国内は、なかなか価格転嫁できないというのが現状だと思います。

今、様々な業界で、日本でも値上げしたらいいのではないかというような動きが出てきています。ただし我々の完成品メーカーはなかなか難しく苦戦をしているというのが現状です。とにかく値上げをできるような環境に持って行って、それから賃金を上げる活動に持っていきみたいなことをやらないと、日本経済はなかなか活性化できないのではないかと考えています。少しマクロな観点から言うとそういうところです。

もう一つ、ものづくり企業で今ネックになっているのは、部品が入らないことです。これはよく半導体ショックとか、ベトナムがロックダウンして製品が作れないとか、中国が電力不足で製品が作れないということがあるというものです。我々完成品メーカーの場合は、調達拠点が全世界に散らばっていますので、一つ部品が入らないだけでラインが止まってしまうようなことが起こっています。9月ぐらいまでは比較的良い環境で来ましたが、兵庫県はものづくりの企業が多いので製品が作れないということと、コストが上がるということで、非常に苦しんでいるというのが今の足元の現状だと思います。

○ B委員

同じく製造業の立場から申しますと、これまでに培ってきた技術や、日本が頑張ってきた商品価値をきちんと認めてもらうというのが、一番大事なことだと考えています。どれだけ価値があるのかということをお客様が決めるものだ、というだけではなく、しっかり発信していく必要があります。

もう一つは、サプライチェーンが完全にグローバルになっていますので、日本国内だけではもちろん原料がすべてそろわなくてもいいですし、国内ですべてが回っているわけではないと考えたときに、今後発展していく”カーボンニュートラルの社会”を実現していくには、やはり原材料や電力を含めたエネルギー課題も併せて考えた上で、最終製品の価値を高めて、それを認めていくということが必要です。個々の企業の頑張りだけでは何ともならない課題を、どのように地域・国とも連携してやっていくのかというのが重要と考えます。

今まで培った技術をさらに高めていくためには、コストもやはり原料が高い、エネルギーが高いといったところをしっかり対応していかないといけないのですが、そこに付加価値を載せて、いかに買っていただく方々に価値を認めていただくか、この努力をやっぴりしないといけない。それをもっと広い観点で進めていく必要があるのではないかと考えています。

播磨の国というのは、実は鉄づくりでいうと日本の最初の神様がおりたところです。播磨の奥に「たたら」があります。あそこにはじめて神様が降りて、その後島根に行ったという地場の歴史が非常に重要なところもあると思うので、一朝一夕にできないところであるがゆえに、歴史を大切に連携して盛り上げていける、この地域のよさというのをもっと発信していくべきかな、というふうに考えています。

○ 座長

今の大企業関係で、価値に対する価格付けの問題というのが出て、我々経済学者にとって非常に興味深いというか、そこがどうもゆがめられていたようだ。地域の経済というのは、大企業の発言の後で恐縮ですけども、大企業と中小企業の間でそういう価格付けにも、中小企業の方から伺うとかなりゆがみがあるのではないかという指摘もあって、このあたり、地域経済の活性化する一つの重要なポイントなのかもしれないという気もしました。

○ 知事

まさに価格転嫁をしていけないという状況、これは日本国民特有の安くていいものが良いというものなのかわかりませんが。特に海外展開していくときには、高価格で輸出していくという流れを作っていくということが大事だと思いますが、国内での価格転嫁の問題と海外に輸出していく場合の価格の転嫁とまた差異があるのでしょうか。

○ B委員

日本国内の個々のお客さまとちゃんと丁寧に対話しながら決めていく。海外とのビジネスでは、市況の影響が大きく数量により価格の振れ幅が大きい傾向があります。

○ 知事

量が減れば価格が上がるというのはBtoBのみならずBtoCでも同じなのですか。どちらかという日本企業はBtoBに強いイメージがありますが、BtoCの場合も同じなののでしょうか。

○ A委員

我々はBtoCのビジネスに取り組んでいます。やっぱり日本の場合はデフレ社会がもう30年続いていますので、なかなか値段を上げることができないのですけども。アメリカや中国、ヨーロッパもオーストラリアも、毎年値上げするのが当たり前となっていて、アメリカなどは、年2回くらい値上げすることがあります。こうしたコストアップがあれば、例えばエネルギー価格がアップすれば値上げをします。例えば電力料金とかガス料金の中でも、この現状において値上げしているというのが、完成品においても海外では当たりというものが、今の状況だというふうに思います。

○ 座長

製造業のBtoBの場合は、よく言われるように長期継続的な取引慣行が日本には多くある。一方で海外、特に欧米なんかの場合は基本的にスポット取引で市場の価格でのいわば一発取引です。長期継続がそれなりにメリットがあったのですが、やはり今、グローバル化すればするほどスポット的な方向にどうしても動かざるをえないということですね。あとBtoCでは、例えばテレビでマヨネーズが幾ら値上げしますとか、ニュースでやるのが驚きです。要するに、いかに値上げができないかということ。何かマスコミなんかと一緒にやっているような気がしますよね。毎年度値上げはけしからんみたいなことになっています。

○ C委員

今はどうしたら経済回復していくのかと、非常に難しいですね。私も姫路にいますので、三菱電機系列と、メタルと二つあるのですが、両サイドの中小企業の人に聞くと、三菱系はかなり企業的には潤っている。理由を聞くと、やはり車関係の製品っていうのがすごく高く売れている。今、部品がないですよ。それが取り合いになっているということで、その系列は儲かっているのですけれども、そうでないところは部品もないし、しんどいといった話もされています。我々大学人としては、コンピューターやDXが、鉄鋼業界などの材料業界では足りなかったのではないかと、それを今後大学として教育した人間を輩出していない限

り、一挙に産業構造を変えるのは難しいと。そんなこといつまでかかるかわからんやないかと言われるかもしれないのですけれども、我々大学人としては、そういうところを考えるしかないと思っています。

もう一つ、今いろんな先生と話をしているのが、「言葉ではいえない価値」をつくり上げることです。要するに、言葉に出した時点でそれは陳腐になってしまうので、製品を売るときに、無意識下にいかに、その価値を出すか。城崎温泉なんてどうやって説明したらいいのかさっぱり僕わからないのですけれども、あれは多分、行った人が無意識下に持っている、それは言葉にはできないですね。だから、「言葉ではいえない価値」を製品に転嫁するために、どのような教育ができるのか、今、S・T・E・A・MでAが入っていますよね。サイエンス、テクノロジー、エンジニアリング、アートと数学ということで、そのアートの部分というのを、どう大学として設計して、教育に生かしていくかということ、そこをやっていく必要があるというふうに感じています。

○ 座長

C委員から、人材育成のお話がありました。昔の言葉で言うと「暗黙知」のような表現をよくしていましたが、さらに進化したような議論を先生から伺ったと思います。

○ 知事

非言語の価値について、私もこれからの兵庫にとってすごく大事だと思っていて、さきほどの価格転嫁の話にも繋がってくると思いますが、もっといろんな形で行政ができれば、兵庫県のイメージをよくしていくということ。実は、それをこれから戦略的にやっていきたいと思っています。その時にやはり大事なのが、ソフトのメディア・コンテンツ、例えば動画だとか、様々なコンテンツを定期的に発信、何らかの形で提供できれば、ソフトメディアは今世界以上かけ巡ることができますから、定期的にパッ・パッ・パッと少し話題になるようなものを兵庫県中のクリエイターの方に賛同いただいて、兵庫県の色々なものづくりもそうですけど、地場産業や農業、観光もそうですが、それをパッと発信するような仕掛けづくりをしていくことをやっていきたいと思っていて、それをやっていくことで、何か兵庫のイメージをよくしていくということをじっくりやっていきたいですね。そうすれば兵庫の元気、メイドイン兵庫のイメージづくりにもなるかもしれないので、これからやっていきたい。それがまさに無意識の価値に繋がっていく気がしますし、それが価格転嫁の方向性にもなってくる。そうしたことを国内でもそうですけど、国外でも、通用するようなものをやっていきたいと思っています。これからの話ですが。

○ 座長

兵庫のブランディングについて、D委員、経営学的見地からご発言いただければ。

○ D委員

私は、2002年に神戸大学のMBAに入りまして、そのときにもベンチャーの研究をして修士論文でベンチャーの研究を書いたのですが、その時と比べて、今のスタートアップのこと考えると若干変わってきているのかなと思うところが1点ございます。2000年代初めというのは、ITバブルとかっていうのが多かったと思いますけども、スタートアップしたから

にはとか、ベンチャー企業を起こしたからには IPO を目指すべきというような、大きなものを目指すベンチャーを支援していたようなところがあると思いますが、最近は結構多様性みたいなものが出てきていて、特に今、女子大生と教育で関わっておりますと、SDGs や社会貢献に対する興味とか、意識がものすごく高いです。それで、起業をというようなことも非常に多く聞きます。身の丈起業といいますか、別に IPO だけがベンチャーの出口戦略ではなく、自分の生活の中でできることでの起業とか、アントレプレナーシップを育てていくというやり方というの、女子大生や主婦の方には有効だと思いました。

もう一つ、付け加えたいことがあります、スピード感というのがすごく大事だと思います。今振り返って思うのは、GDP が 30 年間全然成長していないであるとか、賃金平均賃金も全然 30 年間日本だけ変わってないと言われていたことについて、50 代の私たちは、経営者や大学の教員などでやってきて、結局何も今の若い子たちに残してあげられなかったというような後悔のようなものがございまして、それを今、新たに机の上で議論しているだけではダメで私たちが何かしら動いていかないといけないと感じています。この問題はまああと 10 年・20 年と置いてきぼりにならないかすごく危惧していますので、スピード感をもって何でもやらせてあげるというのも私達がしていくべきことではないかと思っております。

○ 座長

起業・スタートアップ、或いは人材の問題まで言及していただきました。ちょっと話が動いていますので、このあたりで何かご意見がありましたら、いただければと思います。

○ E 委員

有馬温泉で勤める前、日本ではじめて仕事をしたときにびっくりしたのですが、日本の企業では細かく計算をして、自分たちで価格を決めている、自分たちが納得する価格をつけて売っています。一方で、海外に行くと、例えばフランスとかイタリアは、ほとんどすべて高級ブランドとしてプロデュースできる。それに興味があって、フランスに行って MBA、高級ブランドのマネジメントを勉強したのですが、発見したのは、一つは、ブランディングの技術という勉強は、結構、大学の中にあります。

兵庫県には、いろんな大学があるのですが、ブランディングという分野を学べるところがないのです。ブランディングが強いのは慶応大学が有名です。それ以外は、大学は多いのですけれどもブランディングという分野がない。そのことがすごく悔しかった。だから、できるだけその経営を勉強している若い人たち、その分野には、そのブランディングだけという、コースだけではなく、もっと強くしたほうがいいのではないかと思います。その価格に関してですが、ものづくりの素材はいろんな国から持ってくる一方で、観光に関しては、素材はできるだけ地域のものを使っていくのがよいイメージがあるから比較はできないですが、例えば海外の人達は、日本に行くときは、高級なイメージがあります。高くても当たり前と思っている。観光に関しては、そのイメージが強いので例えば城崎にいても有馬でも、ある程度の価格を想定しています。納得させる必要はありません。期待して目で感じて、味で体験して納得していく、マジック、魔法の価値というか、言葉で言えない価値が存在していると思っています。

例えば前回、コロナのときの対応は二通りがあったと思います。ひとつは、だんだん人を減らしていくとかコストダウンしていく対応。もうひとつは、いい人材をその時に採用する。

そして価格が高くても、安全に旅ができる、泊まることできる、それを目的として価格は関係ないと思ってプロデュースしていく対応。多分、一方の対応だけを行っていくと、全体的な地域や国はそういったイメージになってしまうので、価格と直接関係なく、言葉で言わなくてもマジックが働く価値があるような空気をつくっていくことが必要です。それはメディアもそうですが、人材もその空気を作っていけないと、言葉にでないし、特徴がでないし、メディアにも伝わらない。広報の人もその言葉を出せないということになっていくと思いますので、違う分野ですけど、同じ課題だと思います。

○ 座長

先ほどC委員から目に見えない価値についてお話いただきましたが、今もE委員から「可視化できない」そういう魅力みたいなお話をいただいたと思います。

○ F委員

先ほどから少し出ていたイメージであるとかブランディングとも若干共通するのですが、今回いろいろと指摘されていた方向性や、柱というものを実際に進めるにあたって、成果を最大化するためにぜひ取り入れていただきたいというポイントを3つコメントします。

第1は、先進的で話題性のある目玉の必要性です。人や投資を引き付けるには独自性をもって、発信力によって認知度を上げることが本当に必須だと思います。全てにおいて平均点であるとか、平均点のやや上という状態では困難だと思います。

第2は、シナジーを強化するということと、徹底的なアクティビティシステムの構築の必要性だと思います。今後挙げていく強化項目については、双方にシナジーがある分野というのがあるはずで、それを洗い出して、実際に生かし合うということになると思います。

先ほどD委員がご指摘のとおり、若い世代がCSRとかSDGsというものを重視することが分かっているのであれば、折角SDGsや水素関連産業等にこれを推進するのであれば、県内企業のこういった強みというものをきちんと学生に伝えるようにしなければもったいないということになると思います。

また、こういった強化項目いろいろとあると思いますが、それぞれについて3つや4つの取組では全く不十分で、そういった各項目におけるアクティビティシステムを全面的に見直して、周到に進めないで中途半端な結果に終わってしまうのではないかと思います。

3つ目は、若い世代を見据えた視点や手法というものを必ず検証する必要があると思います。プランの3つの強化策の柱全てにおいて、若い世代にアピールするには何が重要かということとを徹底的に検討すべきです。先ほど知事もおっしゃられていましたけど、例えば観光戦略であるとか、UJIターン就職をすすめるということになれば、単にブロガー・ユーチューバー・SNSの活用というところにとどまらず、それらにおいて大きな話題を巻き起こすためには何をすべきか、というところをぜひ検討すべきだと思います。

例えば、女子学生の県内就職というのが出ていたと思うのですが、これに関連して聞いた話なのですが、富山県の製薬会社は、東京都から積極的に薬学部の学生を会社見学に招くそうなのです。ただ、参加したある女子学生から聞いた話ですが、彼女は富山が田舎だからということではなく、女子社員全員がダサい制服を着せられていたということで興味を失ったと。これをくだらないと考えるのは簡単ですが、若い世代のニーズをきっちり理解しなければ、折角様々な取組をしても成果につながらないということは、留意すべきだと思います。

そういう意味では、若い世代へのアピールといえば、ぜひ知事の若さというものを生かしていただきたいと思います。特に兵庫県が子育て世代の働きやすさというところで注目されれば、必ず人材確保や育成の柱に書かれている全ての項目の向上につながると思うので、このあたりは一つの焦点かなと思います。

具体的な例ですが、子育て世代の知事ご自身が、週に1・2回でも仕事を中抜けされて、一旦ご自宅で食事をされて、その後家事もされて、また9時頃から仕事を再開されるということを実践されて、これを発信することができれば、県内の働き方改革に本当に最高だと思います。もちろん各企業が残業時間を減らすとかそういったことも大切なのですが、忙しい役職であってもフレキシブルに働くことができれば、家庭との両立ができるということを示すロールモデルとしてはこれ以上の方はいらっしゃらないのではないかと考えます。

また知事が実体験から必要な施策等を理解されたということになれば、さらなる強みになると考えます。私もそうなのですが、子育て中の方が中抜けをした後、家で仕事をする10時では終わらないです。ただ、現行の労働規制では10時以降は深夜残業になってしまうのです。公平性などを考えると、個人の都合で中抜けして、フレキシブルな働き方をしたい人の障壁となってしまう規制なのですが、これを中央行政に働きかけるのか、特区などを活用対応するのか、そのあたりはともかく、働きやすさ向上のために、実際に知事が経験された上で発信できれば、一層の影響力が期待できると考えます。これは単なる一例ですが、こういったことをぜひ検討していただければと思います。

○ 知事

独自性・発信力、認知度がまさに大事なところで、知事のあり方についても、実はそういうふうなところがあってですね。47都道府県の知事がこの間も政府官邸で集まったんですけど、いろんなキャラクター等独自のやり方というものをそれぞれ持っていて、その中で、どういう独自性を発揮していくかというのが、県のブランディングにも繋がっていくという時代になっています。コロナ対応でもそうでしたが、知事の色々な行動や発信が、メディアでも大きく取り上げられる時代になってきていますので、まさにご指摘の通りだと思います。ですので、ぜひ仕事の中抜けをして、子育て世代でもありますが、できるかどうかも含めて、ちょっと役所的な答弁にならないようにしますが、しっかりとやっていきたいです。知事が中抜けして22時以降働くとなると、またそれで職員の皆さんも残業させることになるので、そこはリモートで組み合わせてやっていくとか、工夫をして、ワーケーションの知事室をこれからやろうと思っているんですけど、それと同じように間中抜けじゃないですけど。そういった取り組みを考えてみたいと思います。

あと、途中でおっしゃった大きな話題をつくっていくということは、大事だと思います。また、県内の事業所への定着ということで従業員の制服の例がありましたが、イメージアップというのは、意外と足元の問題として実は大事だったということで、なるほどと思います。そういったこともよくわかりました。貴重なご指摘ありがとうございます。

○ 座長

外資系企業にお勤めということでの質問ですが、日本の現在の状況からいっても、外資系企業というのは非常に貴重で、海外から入ってきて地域経済にインパクトを与える影響が大変大きいと思うのですが、日本の対内直接投資の対GDP比っていうのは大体OECDでもまだ

最低ぐらいだと。要するに、なぜ日本には企業が入ってこないのか。そこをもう少し兵庫県の突破することができたら、かなり地域経済の状況も雰囲気変わるような気がするのですが。このことについて、外資系企業にお勤めの立場としてコメントいただければと思うのですがいかがでしょうか。

○ F 委員

要因は色々あると思います。例えば、シンガポール・香港と比べると、どこまでスピード感をもって規制を変えていってくれるかという点、日本は本当に遅いと思います。関西・兵庫で考えると関空の使い勝手がコロナ禍ですますます悪くなっているとか、いろいろと問題があるのかなと思います。コロナ禍で日本に入国すると、そこからの乗り継ぎがないと、羽田とか成田止まりとなってしまうとか、14 日間の自主隔離をしないと行けないとか。海外から見るとシンガポールあたりは政府がスピード感をもって色々を変えようとしてくれる。比較すると日本は色々制約がある。国レベルでも地方レベルでも行政が遅い、待っている間に他の国での投資を決断してしまうということはよく聞きます。

○ 座長

以前の統計ですが確かシンガポールというのは対内直接投資の対 GDP から大体 200%を超えたと思います。日本は 10%かちょっと、いわゆる先進国の中で最低レベルでして、とんでもない違いになっているわけです。このあたりやはり、なぜ遅いのかというのは、兵庫県の皆さんに是非とも聞いてみたいですね。理由はあろうかと思うのですが、色々な会議で必ず新しいことを提案すると、時期尚早という声が上がって、大体それに収斂していくのですよね。行動経済学的に言うと、現状維持バイアス、つまり、理由はないのに今がいいとみんなが思い込んでいて、その意見が出るとなるとそこに収斂する、典型的な意見の集約ですね。

それと実験嫌いというのがあります。ちょっと前まで県庁の会議で実験的にこういうことをやったらどうですかという点、公務に実験というのはありませんと言われていたのですが、最近の県庁は、随分アグレッシブなことをされていると思います。兵庫県がそれこそ目に見えない、文化のようなどころでいろんなことが変えることができると、外資系企業も、日本は嫌だけど兵庫県には来るかという気になってくれるといいなという気がいたしました。

○ 知事

実験という言葉ですけど私もそこは結構大事にしていまして、こないだ大阪の USJ ポートと神戸と淡路を結んだクルージングの社会実験をやらせていただいて、11 月 10 日ですね。これ結果的には、悪天候で淡路にも行けなかったりして、予定調和じゃない事象がいっぱいあり、それはどうなのかというメディアも居たのですが、だけど私は大事にしたいのが、予定調和で落とすところを見つけてやるというより、この社会実験自体も別に出口は見つけていなくて、とりあえず走りながら、もしかしたらそれをやる中で、民間の船舶事業者さんたちが、面白いから自分たちもこういう商品づくりをしてみようとか、という動きが出てくることを願いながらやっています。

おっしゃるように別に成功しなくても失敗しても、尻すぼみで終わってもいいから、どんどんいろんなことを挑戦しようというスタイルでやっていきたいと思っていまして、ワーケーション知事室というのも、知事自身が、今度は、多可町、北播磨でワーケーションという

ことで一泊ぐらいして、リモートで仕事しながら、誰もやったことないやり方なのですが。これもある意味、実験でした。こんな実験をどんどんこれからやっていくということが大事だと思っています。

○ G委員

私どもが居ますのは但馬の国といいまして、知事の名刺の一番上の青い濃い部分が我々の但馬と申します。但馬で言いますと、本当に山があり、兵庫県の中でもどちらかというところと少しおしとやかといいたいでしょうか、あまりこう、活力という意味では地域性としてもおっとりしているところかなと思います。ただ資源としては、環境のよさもそうですけれども、海外の方にとっては、トラディショナルイコール城崎温泉に来られたときのインパクトというのは、言葉にしなくとも伝わる魅力というものがある資源としてあり、誇りでもあります。

その一方で、先日、3日ほど前の26日、関西テレビで「女性がすーっと消えるまち」という、進学で域外に出た女性が戻らない、域内のジェンダーギャップなどを取り扱ったドキュメンタリーが放送されました。その地域にいる人たちの満足度や心の豊かさというのは、男女の別なく感じるものだと思います。私自身も自分で誇れるからこそ、例えば日本文化を伝えるであるとか、城崎温泉のよさをより知っていただくために見てわかる装いをしています。やはりその人から醸し出るものというものは、若い方にそれをどうやって伝えていくのかという意味で、すごく大事なのではないかなと思っています。それは雇用にも当然繋がっていくことだと思います。本物とは何かというものは、今情報社会であるがゆえに目の前で見なくとも、ディスプレイや携帯上で、こういうものなのだというのを見えたとしても、体験しないとそれは本人にとっての確かなものにはならないと思います。城崎温泉でいうと、浴衣を着てみる、着物を着てみる、やはりそれは着たからこそ体験できることでして、そこを日本人だから当たり前ではなく、今、むしろ当たり前でなくなってしまうので、私は自信を持って伝えていきたいと思っています。すぐには雇用には繋がらないとしても、必ず繋がっていくと思います。そしてそれは心の豊かさ、私たちがどのように若い方に、芽生えさせてもらえるような、きっかけをつくることに繋がるのではないかなと思います。また、女性が自信を持って経済社会で活躍していくか、ということにも繋がると思いますし、私自身も「女性起業家支援事業」を利用させていただいて起業をさせていただいているので、そういう意味では女性が元気を出して、男性に負けないというよりは、女性は女性のよさとして勝負するというところだと思いますので、そこら辺はすごく、今回のテレビの映像でもよく感じましたし、そのあたりも、私自身は頑張っていきたいなと思っていますのでございます。

○ 座長

G委員のような動きというのは、但馬あたりでは、かなり出はじめているのですか。

○ G委員

そうですね。今回の市議選でもかなり女性が立候補されています。また、中貝前市長が小さな世界都市という動きと、ジェンダーギャップを対策する課を市役所に設けられました。

ただやはりその、私は山陰という表現を嫌いなのです。海外の方に言われたのですが、海外の方が、「イン」のところにわざわざ行きたいと思わないよ、というのを聞きました。中国の方たちは漢字がわかるので、それを聞いてから山陰と言わないようにしています。但馬

の女性は、やはり少し控え目といいますか、人前に出ることが恥ずかしい女性がどちらかというと多いので、やはりそれをじゃあ変えていこうよって声かけても、実際そういう文化がどうしても根づいてきてしまっています。神戸や西宮あたりよりは、その傾向が強いと思いますので、まだ女性がそこまでっていうところではないですが、少しずつ声を上げる機会を作って頂いているところはあると思います。

○ H委員

元町商店街から来ました。3丁目理事長を務めさせてもらっております。皆さんも同じなのでしょうが、コロナ前はインバウンドで非常に観光客等で賑わっていました。元々は1874年、明治7年、神田孝平さんという当時の県知事ですけれども、元町通りというのが作られて147年になります。全長1.2キロ、元町1丁目・2丁目の合併で1番から3・4・5・6と五つの団体に分かれて連合会という組織で運営しております。コロナ前までは秋の元町ミュージック、この県公館で、メインのコンサートをずっと行わせていただきました。商店街ではストリートコンサートをやっております。夏は夜市・ハロウィンとかいろいろな集客のイベントをやっていたのですが、コンサート、舞台など、集客人数がわかるイベントはできるので、商店街の場合、何人来るか不確実なイベントとなりますので、足もとでは非常に実施しにくい状況になっております。

先ほど産業労働部長とも話したのですが、兵庫県と一緒に日本酒のイベント、ワインアベニューとかもやっておりました。いろいろ皆さんの意見聞いていまして、商店街もやはり、デフレが一番のガンなのかなと感じています。物が売れなくなってきた段階で大体価格を下げていっている。聞いていましたら海外は価格をあげているじゃないかということですが。私は本業としてアパレル、ファッション関係の商売をしています。やはりユニクロができた段階で本当に価格が下がっていきました。下げざるをえなかったという状況もあります。物販でしたら百均などはまさにデフレの商売だとは商売人として思っております。今現在やるべきこととして、この前知事も来られましたけれども、商店街の緑化事業、商店街に緑を飾ってもらった様に、憩いをつくるを、テーマとして安心安全に買い物や食事をできるまちを目指しておりますので、あと3年、150年に向けて、さらなるチームは一丸となって元気でやっておりますので、知事もぜひ来てください。

○ I委員

我々、自治体県内の自治体のDXのサポートなんかもいろいろなところでやらせていただいております。この施策強化の方向性の資料について、ちょっと意見を述べさせていただくと、スタートアップエコシステム強化、これまでも、兵庫県いろいろやられてきたと思いますけれども、これ結構効果が出てきているのかなと思っております。ここで、こういったスタートアップを誘致したり、育てていけばいいのかというところが結構大事だと思っております。例えばインターネット上で閉じているようなビジネスを幾ら誘致しても、あまりそこからの派生・波及効果みたいなものは、県内にはあまり効いてこないもので、やはり、例えばSDGsに貢献するような企業とかですね。あとは、例えば、農業関係のDXとか、そういう関係するプレーヤー・ステークホルダーへの波及効果が大きいものを、積極的に支援するみたいな、そういった、少しずつ色をつけていくみたいな、ことが大事なのかなというふうに思っております。

一方で重要なのが、最近のスタートアップで、既存の産業を変えるみたいなものが結構多くなっています。ガブテックとか、フィンテックなどいろんな何とかテックがありますけれども、そのときに今後障壁となるのが、受ける側、例えば農家とか、工場とか。そういうターゲットとなる産業側が変化を嫌って、なかなかスタートアップのサービスを受け容れられない。クラウドが使えないとか、クレジットカード決済ができないとか。すごく小さなことで結構止まってしまうみたいなことがあるので、やはり併せて地場の産業のDX推進みたいなものも必要なかなというふうに思っております。そういったときに、DX人材を育てようとか、IT人材を強化しようとか、そういった戦略よく出てきます。それも大事なのですが、実はそうでなくて、やはり今IT興味ないって言っている人に、いかに興味を持ってもらうかみたいなことのほうが大事で、特に経営層が変わっていかなくちゃって思わないといけないと思います。そのための環境をあわせてつくっていく必要があると思います。では具体的にどういったことをやるべきか、というと、やはり、実践の場みたいなものが必要で、例えばリビングラボみたいな言葉がありますけれども、大学と自治体と地元の企業と外からの人材が何か特定のテーマを決めて、グリーンでもいいですし、さっき言った農業でもいいですし、特定のテーマを決めてそれに対して、みんなで話し合って考えて、例えばこのままいくと5年後どうなる、みたいなものを数字でちゃんと出して、ロジックモデル作り、これ変えようということみんなで合意して、少しずつ始めて、その実践の場をどんどんつくっていく、そういうような自治体でいろんなことやったらいいと思うのですが、そこをサポートしていただくと、そこにスタートアップがそれぞれのソリューションを持ち込みやすい、ということになっていくかなと思っております。そういう全体のロジックを決めた上で、今、数値もちゃんととって、KPIも決めて、政策を進めていただくのがよろしいかなと思えました。

○ 座長

邪魔しているのは大体社会イノベーションができないところ、つまり役所が大体その邪魔をしているので、政府の要らぬ仕組みはともかくとっばらわないといけないというのが我々の立場ですが、今、I委員がおっしゃったのは、実は人が問題なのだという、何というか、人材のイノベーションが必要だということかわかりませんが。この辺りこれからの人材の育成というようなことと関わって非常に重要なポイントだと思います。

○ 知事

I委員と、それから最初の方でD委員もおっしゃったスタートアップ、これからやっぱり兵庫県として大事にしていきたいなと思っております。D委員がおっしゃったIPO型、要はユニコーンを目指すようなスタートアップ、バランスかと思いますが、そこも一方で目指しつつ、大事なのは、SDGs といつか社会課題解決型のスタートアップ、身の丈に合ったスタートアップといつか、地域に波及効果を及ぼすような、いろんな地域の課題を解決するタイプのスタートアップを応援していきたい、という思いを実はまさに私が思っていて、特に最近環境であるとか、フードロス、ガブテックとかいろいろ出てきていますが、むしろ行政の側から、こういった社会課題を認知しているのだけど、なかなか解決する方法がないので、テックを使ったり、思いも寄らぬ発想で、持続可能な解決モデルを作るといような提案型のスタートアップの支援もやっていきたいと実は思っています。

例えば、今いろんな自治会の方とか、農業の方とか、まちづくりの団体と議論してみんな共通しているのが、後継者がいないということを皆さん共通におっしゃいます。自治会の方だともう成り手がなくて、若手と言われている方も60代で会計の決算なども自分たちがなきゃいけないと。こういうのをどう解決したらいいかというのは、NPOとかまちづくり団体などみんな一緒に、そういう後継者をどう何らかの形でマッチング、確保していく方法などを考えてもらいたいとか、そういうことを投げかけていくというのも大事だと思っています。一方でおっしゃったようにデジタル技術を使うということに対する抵抗もやっぱりあるみたいですが、自治会の方々の中にはですね、若い人たちを交えて自治会活動をやっているときに、LINE グループを打ち合わせ等で使うようにしたら、若い子育て世代の方も自治会の活動にコミットしてくるようになったとのこと。ある意味それも一つのテックの活用なので、そういうのも含めて何かおっしゃるような実践の場を作っていければいいなと思っています。

○ J 委員

今、逗子市にいてリモート参加しています。地元は豊岡市で但馬地域出身です。

豊岡で取り組んでいることで、働く場所がないという話が3~4年前にあって、その課題を解決しましょうということで地元に戻らせてもらって話を聞きました。すると、働く場所がないのではなくて、8時間出勤してくれという条件しかないなど、単に働く条件が整っていない、そうすると子育てとか介護で職場に行けない、働けないという人が生じているという状況でした。そのときに兵庫県と豊岡市からお金を出して貰って、デジタルマーケティングができる人材を育てていけば自宅で仕事をすることができるのではないかと思い、ちょうど私が東京でやっているデジタルマーケティングの仕事を豊岡市内の子育て中の女性でもできるのではないかと、という提案をさせてもらって、今もやらせてもらっています。

3年たってそのお母さんたちが、働きに行けなくて正社員になれない、就労できていないという状態になっている人たち、こういう人たちにデジタルマーケティング教えましょうというようなカリキュラムを作って、それをオンデマンドで見たり、オンラインでサポートしたりということをやらせて貰っています。はじめは子育て世代の女性にという話でやっていたのですが、ハローワークでやっている離職者等職業訓練みたいなものをやりはじめた時に、退職後の50・60代の年齢の方が参加したいとオーダーをくれるようになって受講して頂いています。何を言いたいかというと、1度退職はしたものの、自分の目の前にある問題とか課題を解決するためにデジタルマーケティングを使いたい。ただ、会社員ではなくなっているから、自分の出来る範囲で何かできないかということで訓練を受けたいと言って来てくださっている方がおられます。リカレント教育でもデジタルマーケティングを受けたいという方がいらっしゃるし、学校で習うようなことではなくて、実務で使えることを希望される方がすごく多くて、先ほどのLINEを使ってという話はものすごくよくはまっているなあと感じました。あと、就職のために作っているセミナーであるが、受けに来てくださっている方の3割くらいは自分で事業をやりたいとおっしゃっています。小さな起業というか、小さな事業化という形でやられている方もおられます。

もうひとつやらせて貰っていることで、域外・兵庫県外の事業者を兵庫県に連れてきて、兵庫県にあるもので何かおもしろいものがないか探して貰うということをやっています。僕は仕事のタネとか宝探しという言い方をして外部の事業者を誘っていますが、県内に生まれ

て育つと、あまりに当たり前の日常に見えてしまう。そこで、外から来てもらって、魅力を見つけて貰って、一緒にその魅力を磨き上げていくというようなことをやって貰っています。その中で1社おもしろい会社があって、豊岡市に今度事務所を構えてくれることになるのですが、地元にある製品や商品の価値を高めて日本中で売る、元々地域でしか流通していなかったものをネットを使って日本中に売るということをやっています。地元だと数百円で売っているものをネットだと千数百円で売れるということ始めて、ちょうど4年目ですが、売上が1億円を超えました。元々ネットでの売上がゼロ円だったのに1億円を超えてくるというのは結構インパクトもあるようで、そういう事業者を豊岡市に誘致するような取組をやっていて、豊岡市内でしか流通していないものを域外に出していこうということもしています。

もうひとつ、販路拡大ということで、リアルの販路で日本全国400社、5,000店舗に売り場を持っているネットワークを作ること成功していて、このネットワークの上に地元にある商品をブランディングして乗っけていく、ストーリーを付けていってとか、他では買えないものに加工して行って、催事という形で固定費・販管費を掛けない、変動費の中で抑えてやっていこうというような社団法人を作ったりもしています。そういう仕組みを利用して、県内の小さな事業者、自分たちで作っているのが販売まで時間を割けないような人たちも拾っていきけるようにできたらな、ということをやっています。

今、事業者同士を繋げていく取組を進めて、ビジネスプラットフォームを作っています。LINEやFACEBOOKなどソーシャルの繋がりを駆使すると、大きな費用をかけなくても十分コミュニケーションが取れて、その人たちの製品やサービスの手前の抽象化されている強みを僕自身が把握して伝えることで繋がって貰って、新しい課題解決であったり、製品ができたり、今までと同じものを作っているのだけど、ちょっとだけパッケージを代えることで高い値段で売れたりもするので、そうした事例を共有して、具体的に売上・利益を上げていくということではないかということ、僕の場合実践でやっているの、お手伝い出来るのではないかと思います。

あと、もうひとつ思ったことが「検知」と言われるような領域の仕事がもっとあってもよいのではないかと思います。自治体の仕事は、申出があって、検討が加わって、対応するというときには事象は終わっている、遅かったということが多い。そうならないために事前にそれを検知して対策を練っておくということが、IoTのデバイスがこれだけ安価になってきているのもっとできるのではないかと思います。具体的に言うと、いじめの問題とか認知症の問題のような行動や言動の中から兆候を見つけて、未然の段階で対応できるような事業があると、兵庫県の中で暮らして生きやすいとか、老後も安心といったイメージづくりができるし、まだどこの自治体もやっていないので、兵庫県だったら安心ですよ、事後対応ではなく未然対応ができる地域ですよ、というような言い方をすると、キャッチーで人に注目してもらいやすいのではないかと思います。

先ほどの豊岡市の話で、子育て中の女性を働いて貰うために集めているのですが、ハローワークで質問するときに「私、デジタルの仕事やったことないけど大丈夫でしょうか。マーケティングってよくわからないけど何ですか」と聞かれるときに必ず言うのが、ラブレターを書く仕事ですよと説明しています。ラブレターを書くというのは、誰にでも出すということではなく、自分が好きな人に自分がこう思っているから書くわけで、それくらい商品とかサービスのことをよく知った上で、届けたい人に届けることをお手伝いするという仕事だと伝えていきます。技術の部分は教えるし、経験の部分はやっていったら身につくのでと言うと、

履歴書を書いて応募して下さるので、デジタルへの苦手意識や気恥ずかしくて表に出てきてくれないという人に対しても、そういうアプローチの仕方で社会にでてくる機会を作れるのではないのでしょうか。

○ 座長

先ほどのいじめなどの予測をする「検知」とおっしゃったのですが、非常に重要ですよ。経済学でも突き詰めていくと、経済学の目的っていうのは将来の予測だというふうに我々トレーニングを受けてきました。そういう意味では、これからその社会課題の時代、地域課題の時代になってくると、そういう、ある意味で、広い意味での豊かさの予測みたいなことが地域の中でできると本当すばらしいですね。もしかするとこれは行政の、重要な役割になっていくかもしれませんね。

○ K委員

農村は本当に高齢者がばかりで担い手不足ということで、本当に困っております。J委員がおっしゃったように、いろんな、新しい技術とかそういったことを、なんとか情報を農村に入れていただけるシステムがあれば、というふうに考えております。農業をしておりますと日々忙しくてつくることが一生懸命であって、その他に売るとか、例えばマーケティングするとか、宣伝するとか、そういったことに手をかける時間本当にありません。かといって自分たちがわかっていけばいいのですが、知りもしないのに誰かにお願いしてやってもらうのも難しいことです。

今もう担い手不足なので、J委員がされていることだと思っておりますが、地方に情報を持った方や技術を持った方がやってきてくれて、何とか導入するところをやっていただけないかと思えます。そうしたら、地方にいる若い方とかがその技術を得て、地域のために何とか活性化につなげていただけたらなと思えます。農村は本当に若い人がいなくて高齢者ばかりです。いろいろ考えても、にっちもさっちもいかない状況になっています。少ない若者を何とか逃がさないように、と言うとおかしいですが、そういう方にそういう新しい仕事を何とか植えつけていただけたらなというふうに思えます。

農村というのは、一つは先進的な農家で企業的な活動をされて、県の事業でも今そういう法人とか、株式会社化したとか、そういうところがちゃんとそういう恩恵を受けています。一方で、今まで兼業農家が今まで、農地を守ってきたのですけれども、その方たちは別に農地を守らなくても収入はあるわけです。そうするとだんだんしんどくなってしまって、守るっていうことを放棄しだしています。高齢化もありますし。辞めるのも勝手ですが、辞めたら土地が荒れて、地域が成り立たないので、何とか繋ぎとめねばならない、やりたくない人たちが何とかやらせないといけないという辛さがあります。高齢化で辛くなっているのですが、若い人たちが土地に残ってもらったり、或いは女性に来てもらったりということを考えたときに、今一番住みにくい部分というのが、男女共同参画的な考えが農村にはまだまだ浸透していないことです。最初は、子育てしやすいと言われます。確かに保育園もすぐ入れますし、パート的な仕事でしたら幾らでもありますので、子育てしやすいのですけれども、生活していると本当に男女格差が根深く、高齢者が多いのでなかなか改善されません。できれば、ある程度強制的に、社会が男女共同参画に向けた動きがあるようなことをしていただけたらなと。そうすれば、女性も田舎でも少しは住みやすくなってくれたら、若い人たちが住

みやすいまちというふうにならっていくのではないかと思います。

○ 座長

非常に根深く、解決が難しいところですね。東日本大震災の後、東北に行っていますと、女性が声を上げて起業のチームを作って、地域を変えていったという話を随分聞きました。それは男性がもう船に乗らなくなったということと関わっているようです。そういう大きな社会的な衝撃があると、何か変わってくるのですが、なかなか難しいと思います。

○ L委員

震災後すぐ翌年だったと思いますけれども、経営者協会の中で、県内に働く女性の管理職の方、或いは管理職を目指していらっしゃる方の女性会をつくりまして、地道にやらせていただいています。にもかかわらず、県内の女性管理職の方の人数というのはなかなか増えていない。今回、知事選挙のときにも非常に興味を持って副知事に女性がということがかなり上がっていたにもかかわらず、結果として、ならなかったことをとっても残念に思っています。公務員の場合、平等に試験を受けて、優秀な成績の女性たちが県庁に入られています。最近では局長であるとか部長であるとか、女性がかかなり目立つようにはなってきましたけれども、まだ比率からいくと、非常に兵庫県は低く、全国レベルでは非常に低いです。ぜひ意欲的に女性を、採用したときから育てていただきたいと思います。まずは目玉的に副知事、神戸市であれば副市長、複数人いらっしゃる役職ですから、1人は女性枠を作っていただきたい。各企業でも、最近では部課長が大分増えましたが、役員になる方はやはり外資系がほとんどです。兵庫県は女性議員の数も非常に少ないので、先進的なイメージを発信するという意味でも、国の制度では、やっぱり女性は扶養者であるというような仕組みとなっていますが、逆効果になっているのではないかと、国の制度自体も変えていかないといけないのかもしれない。女性を男性と同じレベルできっちり育てていただけるように、これは家庭教育、地域の教育の問題もありますし、学校教育もあると思うのですけれども。男女の差のない社会をぜひ作っていただきたい。兵庫県は本当に遅れています。

先日、経済団体の中でそんな質問が出て答えましたが、兵庫県は何かというとはほぼワースト、就業率ワーストツーカスリーをウロウロしているのですけれども、他の議員の数、いろんな数もほんとにワーストです。一方で女性の大学への進学率は、日本で1位・2位ということで、せっきく教育のレベルではかなりトップクラスにもかかわらず実際の社会で活躍している女性たちが、中レベルより下で働いている人がほとんどというところが、非常に問題だと思います。女性が元気になるということは、経済にしても、雇用に関しても、もっともっと活性化するのではないかなと思いますので、ぜひよろしく願いいたします。

○ 座長

進学率が高いのに働いていないとか、あるいは高いけれどもどこか他で働いているということなのかもわかりませんね。いずれにしてもジェンダーバランス明らかに兵庫県の場が崩れているというかゆがんでいるということが非常に重要なポイントですよ。

○ L委員

優秀な方は海外に出られたり、東京に出られたり。でも働かない人数も本当に多いので、

もったいないですよ。ぜひ活用していただきたいと思います。

○ 知事

ご指摘ありがとうございます。K委員からも先ほど農村に男女共同参画という話もありましたが、兵庫県内でそういった流れを作るということが大事だと思います。

女性の副知事については、コロナ禍で県内の経済も含めて厳しい状況にある中で、様々な人材の中で即戦力というか、県内事情に精通されているということで、今回は片山副知事を選任させていただいたという状況です。今現在の適材が結果的に片山さんになったということです。ご指摘の通り女性の方々に、特に県の幹部を含め、いろんなところで活躍していただきたいという思いは私も常に持っています。いずれこれから今の新卒の採用の状況を見ましても、これはどこの自治体もそうなのです。私が入庁した時は、自治省で20人のうち女性が2人だったのですが、今は半分ぐらいまで増えてきていますので、社会の大きな流れからいうと、これからどんどん出てくる過渡期だと思いますので、働きやすい環境づくりをしっかりと作っていきたいと思っています。

大学の進学率が日本一、日本で有数だということですが、逆に言うと、今日（資料2）5ページにありますとおり、女子学生の方が人材確保ということで、県内で就職していただくような施策をするということは、おそらくこれが県外に流出されているということが課題だと思いますので、しっかりやっていきたいと思っています。

○ 座長

M委員、今の男女の問題と言いますか、働き方の問題について何か働く側からコメントいただければと思います。

○ M委員

男女共同参画というかジェンダー平等の必要性であるとか、意義とかということは、みんな頭の中ではよく理解されているのです。ただ現実的に、じゃあ進めようとなった時に、そこからが急に止まってしまう。結果としてはトップの姿勢だなというふうに改めて感じます。私どもで言うと、兵庫の中で30数組織の加盟組織があるのですが、トップのみなさんの決意を全部オープンにしました。これで1年間取組を進めていますので、多少は進むかなと思っています。

折角なので、他の観点から少しだけ話をさせてください。冒頭からいわゆる付加価値であるとか、エネルギー価格であるとか、原油燃料価格の製品価格の転嫁の難しさみたいな議論をされていましたが、実は働く立場から見ても、現場の人たちが我々の技術力でもって生まれた製品を高く売ってくれと思っているのです。座長から最初中小企業の立場からどうですか、という問いもあったのですが、私自身は中小企業の労働組合ではないのですが、立場上中小の労働組合のみなさんから話を聞くと、やっぱりサプライチェーンでずっと流れて最終製品ができるまでの間に、我が社の技術力はどこまでどうやって利益として残ってきているのだろうと感じてしまうところもあるとのことでした。そういう意味では、サプライチェーン全体で生み出した付加価値が適正に配分されていくということが大事なのだろうと思うし、特に兵庫はものづくり産業が多いので、中小企業は地域経済とか雇用を支える原動力だということからすると、サプライチェーンで言うと中小企業のみなさんからすると、いわゆ

る前後工程のみなさん、あるいは発注元に対して値上げということは非常に切り出しにくいということもお聞きしていますので、そういうところの適正化ということをなんとか図っていくことが重要なのではないかと思います。

今国で、「未来を拓くパートナーシップ構築推進会議」が発足されて、そこでの議論でパートナーシップ構築宣言をやろうということが進められていると承知しております。その中身というのが、企業の代表者のみなさんが中小企業への取引条件のしわ寄せを防止するであるとか、下請け取引を適正化するであるとか、サプライチェーン全体で共存共栄を図っていくのだということを宣言していこうという取組でして、11月19日のタイミングで3,700社以上の企業が宣言されていると聞いておりますので、ぜひ兵庫県も率先をして、各団体に対して周知をしていくというようなことも大事ではないかなというふうに思います。

それから人材の話、ペーパーに書かれている中身についてはよく理解ができますし、賛成なのですが、実際にこのコロナで職を失ってしまった方々であるとか、潜在的人材。この方々を働くステージにどうやって復帰していただくのかという視点が、実は経済・雇用活性化プランの視点としては、必要なのではないかと考えているので、ぜひお考えをいただければというふうに思います。

○ N委員

私は67年目となる企業の2代目でして、事業承継で38年、社長をやっております。姫路に本社があり、6年前にたつのに事業所を新設しました。たつのに事業所を作ったのは、兵庫県でやってないこと、作っていないものを作ろうという気持ちでした。現在では、お付き合いするお客様は、海外も含めて一流企業、東証でいうと一部上場企業になっています。

3年位前から驚くような状況が起こってしまっていて、突然、お会いもしたことがない大企業からメールで取引の打診がきます。私もMBAを出しましたが、MBAの先生などは、中小企業は本当に悲惨なイメージで、大企業とは直取引できないのだという方が多くて、その人に反論もしたのですが、実態は、日本のものづくり自体が量産化してしまい、そういう試作開発、研究開発ができる業者がどんどん減っている。本当は、ここに大きな付加価値があります。

播磨科学公園都市にSpring-8があります。その実情を見ますと、Spring-8には素晴らしい研究者がいっぱい来ているのですが、その研究者がどこに発注しているかという、域内はほとんどないです。そこに風穴を開けることができました。JAXAとか理化学研究所、「はやぶさプロジェクト」で、最近よくテレビに出っていますが、地球に持って帰った石を輸送する精密容器はすべて我が社で作ったものです。ですから、ビジネスチャンスは結構あると思います。

最後に人材の面で言いますと、だいぶ前に、イギリスのデイヴィッド・グッドハートというジャーナリストのレポートを読みました。彼は、現代の先進国はエニウェア族とサムウェア族という2つの階層に分断されていると言っています。エニウェア族は、兵庫県の例がぴったりだと思いますが、高学歴で優秀な人は外に行ってしまう。都心部に住んで、先進的なことをどんどんやっていく。サムウェア族は、地域でキャリア的というと高校止まりぐらいのイメージで、すごく保守的だ。こうした空気感に風穴を開けようとしてたつのに事業所を作りましたが、なかなか進まないです。実際のところ、行政によるそういう人達の啓蒙というのが必要だと思います。これはすごく根深い問題で、タウンミーティングとかそういう手

法だけではなくて、お願いしたいと思います。

○ ○委員

釣り針、釣り仕掛け、ルアー、釣りの小物の製造販売をしております。マーケットは2,500億と、日本製鉄さんの一社の売上に満たないくらいの規模です。去年は3密を避ける行動で、アウトドア業界は全般的に景気がよかったですね。それはおそらく一過性のもので、いかに釣り人を取り込むかということで頑張っております。

商工会の立場で申しますと、事業承継、全国のデータによりますと、250万社が今から4、5年先に70歳の平均定年年齢を迎える。その中の120万社、半分が黒字であっても事業承継ができなくて、廃業に追い込まれるということになっておりまして、失われる労働人口が600万人、GDPが22兆円の減というようなことが出ていまして、これは地方都市にいくほど非常に顕著になっているそうです。皆さん都市部の方だと思いますので、それぞれ自助努力、創意工夫ができますけども、丹波市商工会の会員企業の方々は、地域の人を相手にして非常に限定された地域で仕事をしていますので、人口減少など、商売に関して阻害要因が非常に多いのです。商工会としても指導員が巡回しておりますが、行けば行くほどいろんな悩みを抱えておりまして、その指導員のレベルの問題ですとか、或いは会員のニーズがどんどん高度化しています。疲弊している会社が多くなっていまして、商工会としても何とか手助けしていきたいと、いろんな議論を重ねております。

ただ、言うは簡単ですけども、会員さんのニーズも高まっているということで、ぜひそのところも踏まえて、行政の支援をお願いしたいところです。

○ P委員

尼崎と芦屋、三田、神戸、朝来で介護事業をしています。当法人は75%が女性スタッフで、管理職割合は55%です。介護施設は「生活の場」で暮らしと非常に密着性が高いため、女性が活躍しやすい職場だと思います。

介護人材の確保は積年の課題です。民間が採用を見送っているからか、当法人ではコロナ禍前より採用がうまくいっています。23年卒の学生向けの就職合同説明会では、近年になく多数の学生が来ました。ただ、公務員試験にパスすると内定辞退をしていくという状況ですので、楽観視はできません。

雇用の関係では、20代から70代と広範囲の年齢層が働いています。コロナ禍で、離職された方向けの中途採用も強化をしましたが、ほぼ反応がありませんでした。介護に対する敷居の高さや、業界自体のイメージが良くないのかもしれないかもしれません。介護は魅力的な仕事という無形の価値がなかなか世間の方に知られていません。業界のブランディング力が弱いことも課題の一つであると思います。

採用した新卒と80代後半の入居者との世代間ギャップが大きいです。介護の技術は学べますが、共感力というところが非常に難しい。今年の新人教育でも、80代後半の方の青春時代に流行った昭和歌謡や生活様式から教育をし直したり、急須でお茶を入れるところから教育をしたりということが必要になりました。人間力も重視されますし、倫理感の醸成ということも必要ですので、人数を揃えることも必要不可欠ですが、介護の質をどう担保するかということ考えたときに、人材育成が一番重要だと思っています。

コロナ禍の状況ですが、入院すると、なかなか病院で面会させてもらえないということで、

親の死に目にも会えないということが沢山起きています。私どもの施設ではコロナ禍前からご希望があれば看取りを積極的にしています。入居者の最期に寄り添い、立ち合った家族から非常に喜ばれています。

今、感染者は減っていますが、介護現場はテレワークができません。公私ともに感染対策と行動自粛を徹底してやらざるをえないという状況で、緊張状態はしばらく続くと思っています。クラスターも一つの事業所で起きてしまったのですが、最小限にとどめることができました。今後の発生に備えて、BCPを策定中です。

以前もこの会で少し発言させていただきましたが、もし災害などの有事が起きて、かつ感染のリスクが懸念される場合に、特別なケアを要する方々の居場所というのは、本当に必要だと思えます。福祉避難所の指定も私どもは受けていますが、現実的には施設内にいる方と、ご近所の方のケアで手一杯で、それ以上の方を受け入れる余地はありません。兵庫県の方で、既存施設の活用ということを推進いただきたいと思います。

コロナ禍におきましては、高齢者の外出がままならない、通院もできない、行きたいところに行けないために、著しい心身の機能低下が認められました。コロナ以前は、その方の行きたい場所に個別に外出支援をしていました。それこそ元町商店街にも、城崎にも、有馬温泉にも一緒に行っていました。早く以前のような環境が戻ればと願っています。一方、世の中でデジタル化が進めば進むほど、高齢者が置いてきぼりになってしまいます。若者にとっては便利なキャッシュレス決済も、高齢者には馴染みがありません。デジタル化に非常に興味を持たれている高齢者もいるのですが、二極化しています。

これから県では、ユニバーサルツーリズムも進めていかれるということですのでその観点からお話いたします。外出支援の際、私たちはバリアフリー環境などについて事前に調べて同行します。先日は美術館に個別の外出支援をしたところ、車椅子しか置いていませんでした。車椅子に常時乗っておらず、少しの距離なら歩けるという方は、むしろ歩行器などがあった方が、しっかり作品も鑑賞できるということもあります。ちょっとしたことでも、お出かけのしやすさ、しにくさというのがあるのではないかと思います。買物に行くにも、大型店舗だと広すぎて歩けない方もいます。やはり個人商店でなじみのお店から物を買って、今日の調子はどうですか、と声をかけられ、思んばかってもらうということが、安心に繋がるということもお聞きします。

○ Q委員

コロナ禍ということに関して一言だけコメントいたします。政策上、コロナ後、ポストコロナみたいな記載がほとんどになっていますが、オミクロン株も含めて、我々もまだまだこれからいっぱいやる必要があると思っています。政策についても、やはりそういう観点も必要で、次の波が来たときにどういう経済対策ができるのだということを考えないといけないと思っています。

もう1点ですが、終息した場合、次のパンデミックに備えなくてははいけません。今回医療関係の企業は、かなり投資をして、いろいろと製品を作りました。大きな波が来るとすごく忙しくなる一方で、感染が収束している場合は逆に仕事が無くなる状況です。もし次のパンデミックが、例えば5年7年後に来るとなると、それにどう備えたらいいのだというところは、一つの企業ではなかなか対応できない面があります。国としてなのか、県としてなのかは別にして、今後どのようにパンデミックに備えていくのかということについて考えていた

だけますと幸いです。

○ 座長

本当に新しい産業政策のあり方そのものも分かりませんね。ありがとうございます。

○ 関係機関

先ほど女性活躍の推進の話が出ておりましたが、女性活躍推進法というのがございまして、一般事業主行動計画という女性活躍の計画を出すことになっておりまして、これが令和4年4月1日から101人から300人の企業も出すことになっております。こうしたことも活用しながら女性活躍の推進を図っていきたいと思っております。

それから、コロナ禍において雇用調整助成金等を活用していただきながら、雇用維持を図っていただいたことについて感謝いたします。参考資料3の方に少し実績を出しております。

また、再就職支援や働き方改革のお話も頂きまして、今日お集りの皆様にご協力いただきながら、兵庫県庁の皆様と十分連携を図りながら、雇用対策に努めて参りたいと思っております。

○ 座長

大急ぎでお話いただき申し訳ありませんでした。時間もありませんので、最後に知事にコメントをお願いしたいと思います。

○ 知事

ポストコロナという言葉が、まだちょっと早いのではないかというご指摘もありました。これからの社会に向けて、皆様の視点から多様な意見を頂きありがとうございます。各分野で取り組んでおられる皆様の貴重なご示唆で、様々な気づきをいただき、感謝申し上げます。

これから色々な計画を作っていきますが、現在の「ひょうご経済・雇用活性化プラン」は、2019年から2023年のタイムスパンで作っているものでして、やはりコロナ前に作ったものでコロナで大分社会が変わりましたから、少しリバイスが必要なのではないかという思いもありますので、来年度、また議論をいただきながら、作り上げていきたいと思っております。

令和4年度の予算に向けて、経済雇用をどういうふうにやっていくかということ、これから今日いただいた意見をしっかり受けとめながら、取り組んでいきたいと思っておりますので、引き続きよろしく申し上げます。ありがとうございました。

(以上)