

## 令和5年度秋田県総合政策審議会 第2回産業・雇用部会 議事録要旨

1 日 時：令和5年7月31日（月）13：30～15：00

2 場 所：県庁第二庁舎3階31会議室

3 出席者

### 【産業・雇用部会委員】

株式会社ドレッシング・エー 代表取締役 伊藤 明子

株式会社 See Visions 代表取締役 東海林 諭宣

株式会社フォラックス教育 代表取締役 高橋 美佳子 ※オンライン参加

株式会社フルヤモールド 常務取締役 古谷 美幸

### 【県】

産業労働部 次長 佐藤 功一

〃 他 各課室長 等

4 東海林部会長あいさつ

皆様、災害対応などでお忙しい中、本部会に向けて資料作成等に御尽力いただき感謝申し上げます。今般の豪雨災害で弊社も床上浸水になり、機械を3台ほど駄目にしてしまった。一方で、秋田の災害が全国的にニュースでも取り上げられたことで、御支援の声や支援物資をたくさん届いた。昨日はヤフージャパンの社長がお越しになり、災害ボランティアを丸1日やっていた。これからは、今まで御支援いただいた分を、お返ししたいと思う。このような災害がまた起こる可能性があるので、非常時に備えて今回つくったボランティアチームの活動を広げていきたい。それでまた皆さんの絆が広がって、一緒に盛り上げていこうというような気概にしていきたい。本日は、多くの議事が進行されると思うが、活発な意見交換を期待したい。

5 議事

### ◎ 東海林部会長

それでは議事に入る。

議事(1)今年度の提言に向けた検討について、意見交換を行う。

資料-1「今年度の提言に向けた意見整理表」により進行

## No. 1 経営規模の拡大

### ◎ 伊藤委員

県内の実例が少ないこともあり、事例を多く有する県外支援機関による研修会等の開催により、県内支援機関のスキル向上を図るべきと考える。

### ◎ 高橋委員

企業の実情を理解している県内専門家の活用はどうか。経営コンサルタント、税理士、弁護士等に研修会等を開催してもらい、県内の支援機関が知識を得る機会を設けていけば良いのではないか。

### ◎ 古谷委員

今までもメディア等を活用してM&AのPRをしてきたと思うが、M&Aのメリット等を単発ではなくて、定期的にPRしていく必要がある。

## No. 2 事業承継

### ◎ 伊藤委員

事業承継に興味がありそうな層にターゲットを絞って情報発信を行う必要がある。幅広く国内外にSNSなどで情報発信することも必要だが、例えば和菓子であれば、全国菓子協会、料理専門学校など、ターゲットを絞って情報発信していくことが必要だと考える。

### ◎ 高橋委員

県外からこういう事業をやってみたいというような人材を呼び込むという意味でも、Aターン相談会、ウェブサイト、移住相談と提携して、事業承継希望者を県内に呼び込むような取組がよいと思う。

### ◎ 東海林部会長

優秀な経営者を呼び込むために会社の規模を少し広く大きくしないといけない。例えば協同組合だったり、少しまとまった形で、それ全体を経営してみませんかというような形で呼び込むのがよいと思う。

## No. 3 県内企業のデジタル化・DXの推進（IT関連以外の企業）

### ◎ 伊藤委員

デジタル化DXを行っている企業に対し、当該取組をPR広報する動画等を作成する経費を助成することで、分かりやすく、事例の横展開を図るような支援がよいと思う。

◎ 高橋委員

デジタル化が進まない背景には費用負担や従業員のスキル不足という背景がある。デジタル技術による効果やコストの可視化等の提案を適切に行う県内事業者に認定等を与え、その事業者の提案による導入経費の一部を助成するといった支援がよいと思う。

◎ 東海林部会長

社内にデジタル化を担当する専門の部門の創設が必要ではないか。現状そのままの体制で進めていくのは難しいので、新たにデジタル推進室のようなものを設けるとよいと思う。

また、デジタルの専門家などを県内企業に派遣し、具体的な業務内容を確認した上でデジタル化の提案などを行ってはどうか。経営者、事業社員も含めてデジタル化自体をまだ理解できていない人が多い。

No. 4 海外展開

◎ 伊藤委員

海外展開が事業として成立するためには、一定の時間が必要となることから、長期的な視点で丁寧な支援が必要である。私の経験からも海外の展示会などに一回参加しただけで取引が成立する確立はとても低い。またアジア、ヨーロッパなど国によって味やパッケージの好みが違う場合があるため、マーケティングリサーチも含めて長期的な視点で支援が必要である。

◎ 古谷委員

県内事業者が海外展開の戦略を独自に考えるのは難しいと思うので、県側で課題等の整理を行い、県内事業者に示すことで、海外展開のハードルは下がるのではないかと。また、海外で新たな市場になりそうな分野、例えば秋田の工芸品や食品などをターゲットにして輸出するというのも大事である。

□ 佐藤次長

経営規模の拡大と事業承継の促進について、県内での成功事例はあまり多くないということで県外にその成功事例を求め、その方向性を広く県内に知らしめるということが大事だと思う。県外の専門家を呼んで、県外の実例を聞きながら進めていって、県内の指導する立場の専門家コンサルタントの方々の知見も増やしながら、同時に事業者側の意識を高めていくという形が、方向性としては良いと思う。

また、同じように県外に事業承継の相手を求めることも必要だと思うので、Aターン相談会の機会を通じてPRするのも良い。おそらく今まではAターンは就職することしかPRはしていないが、独自のコーナーを設けて事業承継を紹介していくのも一つのやり方だと思った。会社の規模なり会社の魅力がないと、良い反応は得られないと思うのでそういう意

味では規模を大きく見せるような支援が必要だと思う。

デジタル化については、企業の意識がなかなか進んでいないことが問題。社内の意識改革を行政の側から進めていくことは難しいと思うが、継続的に支援していく必要がある。

□ 大門室長

コストや人材がないという理由でデジタル化が進んでいないという現状がある。コストの可視化については、国のIT導入補助金という制度もあるが制度自体がまだ企業に周知されていないので県も一緒にPRしていく。専門家派遣については、経済産業省の事業を企業活性化センターを中心に申請して採択となっており、ICT企業が中心となって窓口として相談を受け、デジタル化を推進している。

□ 佐藤次長

ようやく海外市場が動いてきて、今まで他の県と比べれば輸出は出遅れたところがあったが、一旦スタートラインが同じになったと思っている。コロナ禍によりビジネスのオンライン化が一層進んだことから、企業の意識を変えながらうまく海外展開をしていくことが重要だと考える。

□ 佐藤参事

経営規模の拡大について、今年度M&Aマッチングコーディネート事業では、コンサルタントをお願いをして、実際に元気な企業同士でM&Aを進めるという事例づくりをしている。M&Aの事例を一つでも多くつくって、得られるメリットをPRしていきたい。

また、事業承継については、国の事業である事業承継引き継ぎ支援センターでマッチングを行っているが、発信がうまくいっていないこともあるので、飲食店であれば、料理学校をターゲットにするなど、ある程度ターゲットを絞っていくのが有意義だと思う。

売り手について、相応の役割や規模の話があったが、事業承継ができずに困っている人には、なるべく早く相談をしていただき、実際に事業承継が必要になるまでの時間を十分確保したい。その間に魅力を向上させるなど、売り手側の企業にも我々の方から働きかけていきたいと思う。

No.5 人材確保・育成

◎ 伊藤委員

人材確保・育成には、経営者の理解が必要であることから、経営者の意識改革等を図るため、研修会等を開催してはどうか。また、経営環境が厳しい現状では、広報費等は削減傾向にあると思われるので、人材確保や、会社の認知度向上に向けた県内企業の広報費等の支援があったら良いと思う。

◎ 高橋委員

進学者に対する県内就職を条件とした給付型奨学金を実施してはどうか。高齢者や障害者については、それぞれに合った短時間勤務や勤務日数の調整等、柔軟な勤務形態の導入促進を図ったらどうか。また、小中高生を対象とした地域愛着教育を実施して将来的に秋田で働きたいという意識を醸成するような教育の実施が必要だと思う。

◎ 古谷委員

県外に就職・進学した人に対して、Uターンで秋田に帰ってくるきっかけづくりとして、県のウェブサイトなどで、首都圏の企業に勤めた場合と、県内企業に勤めた場合の生活のコスト、通勤時間、休暇などを比較して示してはどうかと思う。また、若者の意見を聞くのが一番いいと思うので、県内定着に関わる支援策を考えるにあたって、県内の大学生の声を直接聞くワークショップの機会を設けたら良いと思う。

◎ 東海林部会長

会社の経営理念や、どのような思いで商品やサービスを提供しているか、などを求人サイトなどに掲載してはどうか。実感として、最近の大学生などの若者は、その会社の理念を大事にしているので、会社の規模や報酬も大事だが、会社の方向性をしっかりと伝えることが重要だと思う。

No. 6 専門的分野における若年女性の活躍推進

◎ 伊藤委員

女性が得意とするクリエイティブな業務、デザイン、写真、ダンス等について求人を行えば、多く応募があるのではないか。ダンスでは、クラシックバレエの業界の人たちに聞くと、秋田は土方巽が生まれたところということで認識されている。ダンス業界では秋田はダンスが盛んだと思う方がたくさんいる。そういう人が副業も含めて、秋田に来てくれることで、文化的にも発展できる可能性があるのではと考える。

◎ 高橋委員

女性が得意な分野ということで、商品ラベルのデザインとか販売戦略とかをきっかけに興味持っていただけると思う。また、女性と言えばやはりコミュニケーション能力が高い方が多いので、対面販売だとか、首都圏等のPRで活躍できるのではないか。

◎ 東海林部会長

フルリモートを採用している大手企業と連携し、一定期間県内に居住してもらえる取組はどうか。冒頭で話したヤフージャパンは、従業員数は2万6000人くらいおり、フルリモート採用している。その中には、秋田県出身者で何百人かいることから、秋田に一定期間居住

しながら、仕事ができるような状況になれば良いと思う。長い期間というよりは、関係性を持てるような期間で来てもらえれば、いろんなことが好転すると思う。

#### No. 7 起業の促進

##### ◎ 高橋委員

県外のスタートアップと県内企業が協業するための窓口、県外スタートアップの実証に関する基本方針などがあれば安心して取り組めるのではないかと思う。

##### ◎ 古谷委員

今の時代は起業に年齢は全く関係なく、大学生でもどんどん起業する時代になってきているので、中学高校などの段階から起業について情報提供していくことで、東京に行かなくても、秋田県でやりたい仕事ができると伝えていくことが重要。

##### ◎ 東海林部会長

若者が気軽に起業家に相談できるサロンのような場があっても良いのではないか。県内にいる起業家に、事業を相談できたり、同じ思いを持って起業したいというような仲間を作れるようなサロンがあれば良いと思う。

#### No. 8 洋上風力発電

##### ◎ 伊藤委員

本県の洋上風力発電が海外からも注目されていることを知った。普及啓発の材料としても効果的ではないか。ヨーロッパは再生可能エネルギーやSDGsに対して、日本よりもはるかに意識が高いので、海外から影響力のある人たちを呼んでシンポジウムなどを開催することによって、県内の人たちにも理解してもらえたら良いと思った。

##### ◎ 高橋委員

風力発電と聞くと、何となくこう大きな風車が回っているというイメージだが、そこには人間が働いていて、関わっているわけなので、関連産業の現場で働く若者や就職を目指して勉強している学生などを紹介するなど、生身の人間にスポットライトを当てた啓発活動を行ってみるのも良いのではないか。

##### ◎ 東海林部会長

県民への普及啓発にあたっては、洋上風力発電事業者との連携をより一層図っていくべきではないか。洋上風力発電事業者の方々には様々な知見をもっており、県外の方々との関係性も深いと思うので、一緒に取り組んでいくということが良いと思う。

□ 佐藤次長

人材確保育成について、4月に人材投資確保対策本部を立ち上げて、全庁的を挙げて、人材の育成・確保に取り組んでいる。県内で労働移動を進めても、限られたパイの中では、右から左に移してもどこかが足りなくなる。そういった意味では県外進学者から呼び込むとか、そういった視点も絡めながら進めていく必要がある。

□ 高橋課長

伊藤委員からお話のあった経営者の理解が必要だという点については、企業の採用力を向上させるための講座や、働きやすい職場づくりに向けた講座の開催のほか、専門家による伴走支援を現在進めており、こうした取組を進めるためには、経営者の意識を変えていくことが必要であることから、ロールモデル企業を作って横展開をしていければと思っている。

また、働き方については、フルタイム勤務の企業が多いかと思うが、高齢者や障害者のほか、特に子育て中の女性については、多様な勤務形態に応じた働き方を導入していく必要がある。

東海林部会長から求人サイトのお話があったが、私も昨年商工会議所の青年部の研修会に参加した際に、企業がいかに自分たちの会社の仕事に誇りを持っているかといった魅力を伝えていくことが大事だと感じたところであり、そこにいる社員の方が働きがいを持って仕事をするのが重要である。

□ 佐藤次長

産業人材の確保・育成の専門分野にわたる若年女性の活躍の推進については、女性向けの仕事の掘り起こしが必要である。県庁の事業で、ウェブサイトやデザインの制作を手がける求人かけたところ、かなり人数が集まった。そういうクリエイティブな業務など、女性に人気のある分野を掘り起こしていくことが重要。テレワークはあきた未来創造部でも担当している部分があるので連携しながら進めていきたい。

企業の促進については、今年度、県のスタートアップエコシステムの構築に向けた調査事業を行っており、来年度に向けてプラットフォームを作っていく。

□ 安田課長

来年度に向けて、スタートアップのエコシステムを機能させるためのプラットフォームを作りを進めている。有識者のスタートアップに知見のある有識者から意見を聞いたところである。委員からも同じような指摘があったが、例えば「早い段階から起業に対して興味を持ってもらえるような取組が必要である」、「若い人たちが気軽に知見のある方たちと触れ合うような機会が必要」といった意見があった。今回、委員からいただいた意見も採り入れて、プラットフォーム構築に取り組んでいきたい。

□ 佐藤次長

秋田県で洋上風力が進んでいくということを県民に知っていただくことが重要である。洋上風力発電事業者、県、市町村、各種団体が発電事業に限らず様々な分野で連携していく。そのための会議を8月1日に開催することになっている。その会議の相手方である丸紅、三菱商事は大手商社であるため、様々な分野に関わりがあるし、いろいろ形で県内の事業者さんと連携できるようにしたい。特に洋上風力の沿岸部だけではなく、内陸部にも効果があるように取り組みたい。

No.9 情報関連産業の振興

◎ 伊藤委員

1社でアピールするのは難しいと思うので、県内企業が複数で、若者が興味を示すようなアピールの手法を工夫しながら展示会等に出展してはどうか。

◎ 高橋委員

現在は様々な営業ツールがあるので、例えば電話代行をして代わりにアポイントをとってくれるような経費支援があれば嬉しい。また、首都圏等の県外への販路拡大も大事だが、県内の企業が県内で事業を回していける取組も必要だと思うので、県内での販路拡大ということも忘れることなく取り組んでいただきたい。

◎ 古谷委員

メディアを活用した定期的なPRを実践してみてはどうか。

No.10 医療福祉・ヘルスケア産業の振興

◎ 古谷委員

本来の目的である社員の健康増進に加え、ヘルスケアサービスが社内のコミュニケーションツール（世代の垣根を超えた共通の話題）にもなることをPRすることで、県内企業の健康投資への興味を高めることができるのではないかと。例えば、大仙市ではタニタと組んで万歩計を使った健康増進を図っている。

No.11 伝統的工芸品の魅力向上と販売戦略

◎ 伊藤委員

県内の伝統工芸品は、海外での人気も高いことから、外資系ホテルとの連携が有効ではないかと。海外からの富裕者をターゲットにホテルに商品を置いてもらうことによって、お客さんに親しみを持ってもらえる。

◎ 古谷委員



自動販売機を使った販売手法はどうか。例えば駅や空港でおみやげ自動販売機を設置することで、おみやげとして伝統工芸品を購入してもらえらると思う。

◎東海林部会長

インバウンド客をターゲットとした販売戦略（宿泊や体験も踏まえたもの）を考えるべきではないか。一つの観光コンテンツとして工芸を作るなど、体験を踏まえたツアーを作っていくべきである。それによって販売向上につながっていくような流れができれば良い。

No. 12 商業・サービス業の振興

◎ 伊藤委員

異業種・異分野の経営者等と交流する機会を提供することで、新事業展開や新分野進出に結び付くのではないか。実際に、繊維業界の企業が海外で飲食店を経営したり、県内の酒造会社が日本酒造りとカフェなどを併設した施設を作って、世界的なパティシエとコラボしている例もあるので、異業種の人たちと交流することで、自社の新しい可能性というものを生み出していける。

No. 13 企業誘致

◎ 伊藤委員

本県の現状を踏まえ、雇用人数や県内経済へのインパクトに小さくとも、若者や女性が働きたいと感じる企業、外資系やSDGsに積極的に取り組む企業などを優先的に誘致する考え方があってもいいのではないか。また誘致企業の広報を実施し、認知度の向上を図ることで、地元企業との連携がしやすい環境になるのではないかと思う。

◎ 高橋委員

地元金融機関や商工団体から橋渡し役となり、誘致企業と地元企業との取引や連携の拡大を図ってはどうか。

□ 佐藤次長

情報関連産業の振興について、県内で情報化を進めることが情報関連産業の振興につながってくる。そういう意味では県内での販路拡大は非常に重要な視点である。

また最近、情報関連の誘致企業等も増えているという状況もあり、県内でも下地ができつつある。

□ 大門室長

販路拡大について、コロナ禍ではオンラインでの面談が頻繁に行われていたと思うが、現在は対面での商談になっている。当室の事業でも販路拡大の事業もあるが、委員の御意見を

踏まえて、今後のアフターコロナの後の事業をどうするか考えていきたい。

#### □ 佐藤次長

医療福祉ヘルスケア産業振興について、従業員の健康に対する投資がその企業の魅力向上にもつながることになる。先ほどタニタのプロジェクトのお話があったが、健康福祉部でもそういった取組をしている事例もあるので、部局を超えて取り組んでいきたい。

伝統的工芸品については、インバウンド客をターゲットにして売り込んでいくということは、非常に重要なことだと思う。昨年、食のあきた推進課でパリの見本市で出展したときも、曲げわっぱを食材とコラボしながら売り込んだという例もある。伝統的工芸品もインバウンド向けで外資系ホテルでPRすれば良いと思う。

商業サービスの振興について、新分野進出する動きをスタートアップとも絡めながらできれば幅が広がってくる。第二創業や社内ベンチャーなど、いろいろな形で可能性あると思うので、異業種分野含めて、スタートアップを絡めながら進めていければ良い。

企業誘致について、誘致してきたところが地元でサプライチェーンを構築すること、地元で調達することが重要だと思う。

#### □ 松井参事

県は自動車、医療機器、電子デバイスなどの成長産業をターゲットに誘致してきたが、コロナ禍を契機として、情報関連産業にも力を入れている。誘致実績で見ると、令和3年度は12件のうち4件、令和4年度は13件のうち10件、今年度は10件のうち4件が情報関連産業である。情報関連産業の内訳は、システム開発が多いが、ウェブ開発であったり、スマホゲームの開発など様々であり、2～3年前はアニメの制作企業を誘致するなど、県としては幅広い業種の誘致に取り組んでいる。それによって若者や女性の仕事の選択肢の幅を広げていきたいと思う。

二つ目の誘致企業の広報については、昨年度製材業者で日本一の売上の企業を誘致したが、外国の企業と勘違いする人も多かった。上場会社であっても知名度が低いため、県民に周知する必要がある。現在、企業誘致する場合には、その企業代表者、知事、進出する先の市町村長の三者でもって立地協定を行ないマスコミに取材してもらうなど、新たに秋田に進出した企業のPRに努めている。また最近では、県の広報紙の、あきたびじょんなどに誘致した企業を記載して紹介している。

地元金融機関と商工団体との連携については、企業誘致推進協議会という組織があり、県、25市町村、4団体が入っており、その中に金融機関も入っているなど金融機関の方々とも連携しながら誘致活動を行なっている。また、関係機関とは、誘致企業と県内企業とのマッチング、サプライチェーン構築に向けた支援に連携して取り組んでいる。

第二庁舎の二階にあるあきた企業活性化センターは、ワンストップ支援機関であり、よろず支援拠点や取引マッチングに対するアドバイザーを設置しているので、連携を図りなが

ら県内企業、誘致企業とのマッチングを強く進めていきたい。

◎ 東海林部会長

以上で議事の（１）を終了する。

◎ 事務局

総合政策審議会では、各委員の所属部会が所管する以外に関する意見についても、幅広く伺いたいと考えている。資料２の通り、関係する部会へ意見を送付するので御了承願いたい。

◎ 東海林部会長

以上で議事の（２）を終了する。

閉会

◎ 東海林部会長

それでは本日の議事をすべて終了する。

—— 議事終了 ——