

令和5年度 広島県まち・ひと・しごと創生総合戦略外部評価会議

(令和5年10月20日開催)

項目	主 な 意 見
若年層の県内就職について	<ul style="list-style-type: none"> ○ 若年層が首都圏に出ていくのは、そこに魅力のある企業が集まっているから。一方で北海道や熊本県など、大企業の拠点ができるとそこに人が集まってくるといふ事例もあるので、広島県においても、若者が働きたくなるような企業を誘致することが重要ではないか。 ○ 県内の学生と県外の学生ではキャリア志向が違ふ可能性があるため、就職支援に向けたアプローチの仕方を変えた方がいい。 ○ 転職市場が活発になっているので、転職者を引き入れるという考え方も重要ではないか。リカレント教育やリスクリングを積極的に進めるなど、広島ならではの施策を進めてはどうか。 ○ 中山間地域は若年層の流出が特に厳しい。すでに若者が減っている中で、昔ながらの地域のやり方をそのまま続けると、若者一人当たりの負担が増え、さらに流出が加速してしまう実態があるのではないか。 ○ 国内の総人口が減っている中で、広島県が人口を増やすというのは、他の地域の人口流出を増やしてしまうということであり、それは目指す姿ではないと思う。観光やエンターテイメントの分野を強化して関係人口を増やしていくという施策を進めることも重要ではないか。
リスクリングについて	<ul style="list-style-type: none"> ○ リスクリングは就業時間の中で勉強することが多く、既に人手不足で厳しい状況にある企業にとっては負担が大きいし、リスクリングによって、自社から人材が流出してしまうのではないかと感じる経営者もいる。進め方を間違えると、リスクリングによりマイナスの影響を受ける企業もあるので、その部分は慎重に判断した方がよい。 ○ デンマークでは、教育分野と商工労働の行政機関が連携し、今後の産業構造においてどの分野の人材が不足するのかを議論し、共通認識を持ってリスクリングを行っているため、産業界からみてもメリットがある。産業界だけ、手を挙げたところだけに対してリスクリングを進めるのではなく、全体戦略を持って取り組むことで、社会全体により大きな効果が産まれるのではないか。 ○ 日本のリスクリングは、現在ほとんどが就業時間内に取り組むことになっているが、県が先進的に進めるのであれば、独自の有給休暇制度を試行的に導入してみてもどうか。
食のブランドの取組について	<ul style="list-style-type: none"> ○ 食のブランド化については、販売戦略を明確にしておくべきと考える。特に、瀬戸内の魚についてはワインだけでなく、日本酒とのペアリングについてもぜひ言及してもらいたい。サミットを契機に、広島県の食との様々なアリングが生まれたことから、今後もイベントなどで積極的に発信してもらいたい。
平和について	<ul style="list-style-type: none"> ○ 広島サミットでは広島と平和について、世界中にたくさんの発信ができたと思うが、来年度の情報発信の規模が一気に減ってしまうと認知が下がってしまうため、来年度しぼんでしまわないよう意識してもらいたい。 ○ 平和推進メカニズムについては、10年以上取り組んできて大きな進展があったようには思えず残念である。例えば関連行事の一部をプラットフォームに参加している企業が援助するなど、何か試験的に取り組む余地があるのではないか。