

人材育成学会第21回年次大会シンポジウム

2023年12月10日、長野県立大学三輪キャンパスにて、人材育成学会第21回年次大会が開催されました。「新たな地方創生と人材育成」を大会テーマとしてシンポジウムが企画され、長野県立大学教授の宮下清先生のファシリテーションで、長野経済研究所の小澤吉則先生、長野県プロフェッショナル人材戦略拠点の中坪成海先生、信州ワインバレー構想推進協議会の花岡純也先生、信州大学の川地尚武先生にご登壇いただきました。当日のシンポジウム内容をお届けします。

新たな地方創生と人材育成

パネリスト

- ・小澤 吉則 氏 一般財団法人長野経済研究所 理事・調査部長
- ・中坪 成海 氏 長野県プロフェッショナル人材戦略拠点 マネージャー
- ・花岡 純也 氏 信州ワインバレー構想推進協議会 副会長
- ・川地 尚武 氏 信州大学 地域活性化人材育成事業推進本部 特任准教授

コーディネータ

- ・宮下 清 氏 長野県立大学 グローバルマネジメント学部 教授

(敬称略)

I. 登壇者による話題提供:

宮下:

それでは、シンポジウム「新たな地方創生と人材育成～長野県の事例から考える地方の人材育成～」を始めたいと思います。コーディネータを務めさせていただきます長野県立大学の宮下と申します。よろしくお願いいたします。

本学会大会に遠くからお越しいただいた皆さま、ありがとうございます。今回のシンポジウム企画では長野県を題材としながら、地方創生により地方の人材育成にどのようなことが起きているか、どのような変化があるかを明らかにしたいと考えております。そのためにシンクタンクから小澤様、公的部門から中坪様、地域産業から花岡様、大学から川地様と、それぞれの分野の方にご登壇いただきます。

長野県の実情を通して、地方の産業・企業人材

の確保や育成について4名の専門家が一堂に会してお話を伺えること、さらにはフロアの皆様からのご質問を頂き、討議できることも楽しみであります。それではさっそく始めたいと思います。小澤様からお願いします

小澤:

皆さん、こんにちは、ご紹介いただきました、長野経済研究所の小澤と申します。長野県の地方銀行として八十二銀行があり、こちらの銀行の研究所です。長野の人材育成についての基本的な課題と言うことで現状と課題についてお話ししたいと思っております。よろしくお願いいたします。

まず厳しさを増す人手不足と言うことです。そして、その原因は何かというと、離職が多いことです。ですので、その原因を見ながら、人が辞めない事例を見ていきたいと思っております。現状、左側の図が有効求人倍率です、1倍を超えると人手不足ですが、1倍を超えています。右側の図は長野県の手手不

足の現状です。今回の調査では4千社聞きまして、500社からの回答です。全体で65%の企業が人材不足とっており、これは全国でも同様な状況と思われる。

次に左側の図は業種別の過不足状況です。左側が過剰、右側が不足となります。特に目立っているのは四角で囲んだ建設業85%、運輸業82%、宿泊・飲食業93%と不足していますね。こうした人の足りないところは、皆さんの肌感覚と合っているのではないのでしょうか。

次に職種別ですが、上からIT関連と研究開発が多く、それぞれが75%位、営業販売と現場作業では65%位の企業で人が足りないと言うことですね。常にこういう所はミスマッチと言うことで、人が足りていません。

そして人手不足の原因を示したのが、次の縦棒グラフですね。一番多いのが、採用人数が確保できないが65%ということ。それから受注が増えた、ニーズの多様化、高齢化、そしてもう一つ、離職という問題があります。これはとても重要なことです。

採用できない状況は次のグラフです、上が新卒採用、下が中途採用でそれぞれ3つありますが、全体、不足している企業と適正な企業を示しています。不足している企業の一番左側の求める人材を必要な人数採用できているが少なく、また一番右側の応募がなく採用できないということが、不足している企業です。これは適正な企業とは対照的です。応募さえしてもらえない企業です。それでは、どうやって採用を増やすかです。

これについて、続いて採用活動への取組があります。採用のためにはハローワークへの登録などが多い取組であることが示されています。問題は右側ですよね、効果が見えているのですか、というわけです。ハローワークは効果も57%と高いので、当然続けていかないと行けません。自社の社員からの紹介(リファラル採用)は32%ほどですが、これが意外と効果が70%と高いことが示されています。それと就職説明会も6割近くと効果が高いですね。このようにこれらは効果が高いと言えるわけです。

高齢者の雇用についてですが、尋ねたアンケートでは60歳定年、65歳定年、70歳定年、定年な

しとなっています。その中で一番多いのは全体の65.2%が60歳定年となっております。その中で建設業をご覧くださいと、四角で囲んだ通りですが、59%ほどが65歳以上の定年制を敷いて人を確保しており、これは実態をなぞらせています。もう一つはそうせざるを得ないと言うこと、そういう状況に追い込まれているということです。

次に離職です。こちらは入社3年目社員の離職率です。右側の図を見ていただくと、3年目社員の離職率は全体では32%ほどですが、不足している企業では36%と高くなっています。適正企業では23%となっています。3年以内に辞めてしまう企業はやはり自社を見つめ直す必要があるのではないかとすることですね。

それでは、離職の内容については、こちらに左側からご覧頂ける通り、やはり仕事内容と従業員スキルのミスマッチがあります。やはり採用するときにはインターンシップや自社の短所などもしっかり言って、それでも本当にいいですか、という採用が必要だと思いますね。

それから、社内の人間関係の問題、それから賃金が低いということですね。ここからは意外と賃金が一番ではないということですね、やはり社風なども大事ということですね。ここまでする採用の問題ですね。

これからは育成となります。育成の取組が左、効果が右と言うことをご覧くださいと、当然ながら、研修(OJT)が一番多いと言うことですが、効果が見られたのは、一番多いのは社内公募制度、メンター制度やジョブローテーションですね。これらは適材適所に関わることであり、これらにより、やる気が出て、生産性が上がるのではないかとことですね。ただこれらを実施している企業はとても少ないのが問題なのですね。

それは次の課題に重なってくると思うのですが、こちらをご覧ください。中小企業の場合、この育成を担当する人がそもそもいないということがあるのです。だから今、申し上げたことがやりたくてもできない。それから、時間的な制約があつてできない。それから従業員の成長への意欲が低いとか、まあ従業員のせいにしてしている面もあるわけなんです。たいがいは経営がいけないと思うのですが。

つまり、人とノウハウがないということですね。まあこういう場合は、是非外部を使う、また大学にお願いするというようなことも、地域連携として必要になるのではと思います。

総合的に、それではどうしたら定着するのでしょうか、ということで見たとのが5の結果ですね。こちら左側からご覧いただくと、やはり賃金の引き上げということですね。ただ地方では給与では太刀打ちできない、そこでどうするのだと考えた場合に、働きやすさと働きがいと落ち着くのではないかと思うんですけどね。

例えば、4番目にある育児支援がある会社であるとか、次の提案制度があり、従業員の意見を反映できるような制度があり、やりがいを作っているのですかとか、次の公正な人事評価制度があつてやりがいを作るとか、メンター制度で面倒を見てくれるか、それから休憩所とか食堂とかがあつて働きやすくしてくれるのですかとかね。次のイベントもですね。そして、研修もそうですし、若い人は自分の生活と会社を重ねますから、私を成長させられないような会社は、ちょっと勘弁していただきたいとね。

あと次は、そうですね、風通しの良い職場になつてくるとかということで、定着のためにはですね、当然、給与は必要ですが、これらのような働きやすさや働きがいが必要になると思うのです。

ということで、多少の事例について、残った2分間で少しお話したいと思います。このA社とは長野県須坂市にある「岩の湯」という温泉があります。18ある部屋が驚くことに客室稼働率が100%ということです。この会社どうしてそんなに凄いのかというと、さっき申しあげましたが、結果が出たら社員を大事にしようというわけではないですね。もう30年ぐらい前からですかね。とにかく社員を大事にすることから始まったのです。

なんと信じられないことにですが、旅館の一番の稼ぎ時の暮れ正月、クリスマスイブなどは全部休みなんです、年間40日以上休みですね。そうでないと若い人や地域の奥様は働きに来てくれなかったのです。しかしそこまでは他の期間は満室にする必要があるとすることで、顧客の満足が得られるサービスを磨き上げていきました。

その結果、来る人の7割がリピーターになって離

職はなく、空きがないということになりました。こういう会社は必ずコミュニケーションが良くて、例えば朝、具合が悪ければ、社員は当然、ニコニコはできないだろうとなり、それで毎朝一時間の朝礼があるとこの会社です。

最後になりますけどね。これはB社ですが、軽井沢のヤッホーブルーイングという、クラフトビールの会社があるのですが、その事例です。ここも社員は158名いるのですが、離職はほぼゼロですね。そしてすごい人気がありまして、一人採用するとなると、100名の応募があるということです。とても大変な、いわゆる燃える集団と言うことです。

何がそんなにすごいのかっていうと、いわゆる心理的安全性という、まあ、皆さんご存知の通り、この組織で言いたいことを言うとエライ目に遭うという状況を作らないということが必要で、そんな環境ですとイノベーションも起こらないと言うことです。ここでは毎朝30分は仕事と全く関係ない、おしゃべり朝礼を行っています。それで各従業員はそれぞれ何でもわかっている、知っていると言うことで、何かあったときでも言えばすぐあなたが言うことならやると、わかってもらえるわけです。

そもそも、この会社の一番の思いは社員が一番です、お客さんより社員が一番であると言うことです。従って社員が一番であると、お客さんより大事にされているので、コロナ禍で普通のビール会社は一般に売上げは1割落ちる中、同社は何と売上げを3割上げてきたと言います。この会社はファンを多く作ったというのです。スタッフは会社に大事にされているので、会社に恩返しをしたいと頑張ると言うことです。一生懸命になるということなんです。さきほどのアンケートにありました、社員はどこで働きたいかというアンケートを毎年取りまして、適材適所ということを実現するようにしているわけです。

しかし、それは全員にはできないので、そうであれば、労働時間の1割は自分でやってもよいということになっています。自分でやりたいことが出来ることほど幸せなことはないということですね。まあ地方でもそうしたことが出来るので、そういう意味では中央にも負けないと言うことがあります。地方にそうした会社が増えれば、人もお金も集まり、循環しますから、まさにこれこそ地方創生ではない

かと感じているところであります。以上です。ありがとうございました。

中坪:

皆さま、こんにちは。長野県プロフェッショナル人材戦略拠点の中坪と申します。どうぞよろしく願いいたします。大変貴重な機会を頂き、感謝申し上げます。私はこの4月から拠点の仕事に携わったばかりで、3月迄は長野県の職員をしておりました。約8か月間この業務に携わってみた感想などを少しお話させていただきます。

このプロ人材拠点事業、あまり知られていないかもしれませんが、内閣府の地方創生事業であり、長野県だけでなく全国的に同じ仕組みで事業が実施されています。地方創生の取組みは様々ありますが、その中でも成功事例と評価されておりまして、当初予定された事業期間を延長して、これまで8年にわたり事業が続いてきています。

この間には、新型コロナウイルス感染症の蔓延や働き方改革の推進、そしてただ今お話もありました通り、深刻な人手不足への対応など次々に課題がクローズアップされてきました。こうした社会環境・経済環境の変化に対応するかたちで、拠点事業そのものもその取組や方向性が事業のスタート時点とは変化してきていると感じております。そのあたり、レジュメに沿ってお話させていただき、少しでも人材確保からみた地方創生の現状をお伝えできたらと思います。

まず拠点の設置目的とどのような仕事をしているかについてお話しします。このプロ人材拠点は内閣府の地方創生事業として、2015年から16年にかけて東京都を除くすべての道府県に順次設置されました。当初は国の方から各自治体への委託事業としてスタートしましたが、現在は国からの交付金を活用しながら、それぞれの自治体が必要な予算を手当てして、事業を実施しております。

業務の内容ですが、私たちマネージャーが企業訪問をしまして、企業様の経営課題や人材ニーズをお聞きして、専門人材の求人を入材紹介会社に取次ぐ、そこまでの仕事を当拠点でしております。従いまして、私たちが行う相談や求人取次の業務は、国や県の財源で賄われますのですべて無料で

すが、ただ求人を取次いだ後は企業様と人材紹介会社の間で契約を結んでいただいて、ビジネスとして人材紹介を行っていただくという仕組みとなっています。人材を採用できれば企業様が契約に基づく手数料を入材紹介会社に支払う仕組みとなります。

それではなぜ、企業様との相談や人材会社への取次業務について国や県が全額費用を出してまで行っているかといいますと、内閣府では次のように説明しています。都市部から地方へ専門人材の移動を促すためには、中小企業の皆さんに人材紹介ビジネスを適切に有効に活用いただくことが必要である。しかし残念ながら、実態としては地方の中小企業は非常に求人数が少ないものですから、どうしても人材紹介会社は大手には営業をかけるのですが、中小企業に対してはなかなか営業をしないわけです。そこで、国・県で拠点を設けて相談員が無料で取り次ぎをする、中小企業の人材ニーズを入材紹介会社につなげることで、人材の獲得を後押しして、都市部から地方への人材移動ができるのではないかと理由となります。

さらに、こうした拠点事業に加えて、国・県では移住転職者には移住支援金を支給し、また県外から人材を獲得された企業様には補助金を出すなどの移住支援事業を併せて実施しています。このように都市部から地方へ人の移動を促すため、非常に多くの公金が支出されています。

2つ目として、これまでの8年間でのどの程度の実績があったかといいますと、昨年度末迄の累計ですが、訪問相談を行った件数が4,200件ほど、このうち人材紹介会社へ取次いだ求人件数が約2,500件、成約に至った件数が600件ほどとなっています。

成約の中身を分析してみますと、採用できた企業様の規模は従業員300人以下のいわゆる中小企業が6割です。それから転職者の年代はシニアが多いのではないかとスタートしましたが、思いがけず20代から40代までの、いわゆる働き盛りといわれるような世代の方が移住されており、ご家族を伴った移住も多くを占めています。

そして、県外から本当に人材を呼び込めたかという、県外からの採用が6割余ですので、まあま

まず目論見通りの事業効果があったのではないかと評価がされております。ただ、ここへ来て、先ほど小澤さんからのお話にもありました通り、非常に深刻な人手不足という状況になっており、私どもが求人を取次をしても、なかなか成約に至らない案件が増えてきており、どうすれば成約につながるのか思案する毎日です。

採用できた職種をご覧いただくと、長野県の特徴がよく出ていると思います。長野県は大変、ものづくりをする企業様が多く、エンジニアの方、生産現場の管理、さらに営業・販売についても業種でみると、多くは製造業となっています。

3つ目として、最近の拠点の取組の方向性に少し触れながら、この拠点事業を地方創生の観点から、またあるいは人材の確保という観点から、どのように捉えるのかについてお話をしたいと思います。「働き方改革」の流れの中で、2018年に厚生労働省が「副業・兼業の促進に関するガイドライン」を策定し、「副業・兼業の促進」が方向性として打ち出されました。その後、新型コロナウイルス感染症の蔓延でリモートワークが急速に普及したこととも相まって、副業・兼業をする方が急速に増加してきております。

こうした副業・兼業人材の活用というのは、都市部の専門人材の方が持っておられる専門知識やスキルを、地方の発展のために役立てていただくという点で、まさに地方創生の観点到叶うものであり、国あるいは都道府県の方でも副業・兼業の活用を大いに進めています。

またその下に少し記載しましたが、今年度から5年間の期間で、いわゆるデジ田構想という、「デジタル田園都市国家構想総合戦略」が策定されました。この構想の柱である「デジタル人材の育成・確保」と言われておりますが、これは「副業・兼業人材の活用」ととても親和性があります。例えば中小企業の皆さんがハイクラスのシステムエンジニアの方を常勤で採用することは、費用の面から、また業務量の面からも難しく現実的ではないですね。まあ実際には必要な業務をうまく切り出した上で、副業・兼業のデジタル人材を活用して課題解決を図ることが中小企業にとっては現実的な選択肢といえます。

また、現状は人手不足で常勤採用が思うように進まないこともあります。副業・兼業人材では状況が異なり、買い手市場となっています。そのため、現在では「副業・兼業人材の活用」に拠点事業の軸足を置かざるをえない状況も出てきています。他県の事例を参考に申し上げますと、鳥取県のプロ人材拠点では、2019年から「鳥取で週一副社長」と銘打って、都市部のビジネス人材を副業兼業のかたちで鳥取県内へ呼び込む取組みに力をいれています。背景をお聞きますと、鳥取県も拠点のスタート時には鳥取県への移住・転職にいろいろ努力され、取り組まれたようですが、プロ人材として鳥取県へ移住してくれる方というのは本当に現れてこないと言うことでした。そうであれば、常勤雇用に注力するのではなく、副業・兼業のかたちで都市部の外部人材を受け入れる企業文化を醸成すべきだという問題意識から副業・兼業人材の活用促進に取り組まれたというわけです。

一方で長野県はどうかと言いますと、各種調査では移住希望先として、とても人気の高い県とされていて、長野県としても引き続き移住・定住の促進を掲げています。加えて実際に企業様の声を伺いますと、長野県内はものづくりの企業様が多くを占めており、企業様からも副業・兼業のようなりモートワークでは仕事にならない、現場でやはり毎日働いてくれる人、手を出してくれる人が欲しいという声をよくお聞きます。

では、常勤の方の採用ができるのかと言いますと、今は人手不足が深刻な上に、都市部であれば企業も人材も集積していますので、その中である程度マッチングが可能になりますが、長野県においては地域内で欲しい人材を見つけるということは非常に難しく、結果として転職のために移住をしていただくこととなります。移住するとすると、ご本人だけでなく、一緒に生活するご家族を含めて、住まいはもちろん、どこで買い物をするのか、子供たちの教育はどうなるのか、医療機関は整っているか、そういったご本人だけでなく、ご家族を含めたそれぞれのニーズについて手間暇かけてマッチングしないと専門人材の確保にはつながりません。地方創生が掲げる移住ということはそれほど簡単ではないなど、その大変さや難しさをとても強く感じています。

最後に最近、人材紹介会社の皆さんとよく話をすることは、かつては企業様が人材を選ぶことができた時代、就職氷河期などがあったものが、今や求職される方が企業を選ぶ時代になったということです。今の求職活動は皆さまご案内のように、スマホひとつあれば全国の求人をつちどころに一覧でみるができます。そういう採用環境になっています。職種や年齢要件を入力して、給料はどのくらい、休日は何日以上と検索をかけて職を探す時代です。検索の結果、リストに残れない企業様には採用チャンスがないと、そういう採用環境になっています。

ですので、企業が良い人材を確保したいと思えば、少なくとも待遇面は業界のスタンダードを確保することが大前提です。ただし、この大前提は地方では非常に難しいことです。それに加えて、先ほどお話もありましたように、その企業でどんな働きがいがあるか、自分は働いて成長できるのか、さらに働きやすさはどうなのかというように企業の魅力や特徴を総合的にアピールできない限り、求職者に選んでもらえないという時代になっています。今はそういう採用環境にあることを企業様にご理解いただくことはなかなか難しいことですが、企業様が人材に選ばれる時代であることをお伝えしながら、日々企業訪問をさせていただいております。ご静聴ありがとうございました。

花岡:

信州ワインバレー構想推進協議会の副会長をしております、花岡と申します。本日は遠くからいらっしゃっている方も多いと伺っております。長野県へようこそおいでくださいました。今までの先生からは長野県内における人材確保の難しさや地方創生の活動についてのお話をいただきましたが、私からは少し角度を変えて、より具体例としまして、現在生産土壤が大変活発となっている長野のワイナリー事情をお伝えしたいと思います。

長野のワイン全体のお話をさせていただく前に、予備知識として、日本のワイン全体やワイン作りの現状を少しお話させていただきたいと思っております。皆さんご存じの通り、ワインという飲み物は基本的には水を一滴も加えない果実酒となります。ですので、ぶどうの品質がそのままワインに反映されます。そ

のため、品種であったり、産地であったり、生育状況などが重要な要素となり、ワインのラベルにはこれらの情報が記載される場所です。ワインとは、その土地を表現する飲み物といわれ、テロワールという言葉を使う事がありますが、6次産業化の一つのきっかけとして、行政でもワイナリーをバックアップして、その土地の表現方法のひとつとしている流れにあります。

日本ワインにおける、長野ワインの現状ですが、私は先ほどから、日本ワインという言い方をさせていただいておりますが、日本国内で流通しているワインは大きく分けて二つあり、一つは輸入ワイン、もう一つは国内製造ワインとなります。輸入ワインというのは皆さんご存知の通り、イタリア、フランス、チリなどで生産され、海外から輸入されているものです。一方、国内製造ワインとは国内で瓶詰めされたワインという意味になります。ですので、例えばチリワインを大きな容器で輸入して、日本で瓶に詰め替えても、国内製造ワインとして販売することができます。一般消費者の方からするとちょっと認識とずれますし、紛らわしいですね。ここの区別をしようと、国内製造ワインの中に「日本ワイン」という括りが、2018年に国税庁が定める果実酒等の製法品質表示基準によって規定されました。「日本ワインとは国産ぶどうのみを原料とし、日本国内で製造された果実酒」と基準が設けられ、現在では対象のワインに「日本ワイン」と表記がされております。機会があれば、お買い求め頂く際にご確認頂ければと思います。

さて、これからお話する「ナガノワイン」というのは、この日本ワインのカテゴリーのお話になります。現在、国内にはワイナリーが413場あります。図が小さくて申し訳ないのですが、左の棒グラフで日本全国では年々ワイナリーが増えているということが分かります。右側に醸造所数が細かく載っていますが、現在、山梨県が一番多くて104場、長野県が80場、続いて北海道が55場と言われております。右側の円グラフは、日本ワインの生産量が示されています。ただ今、お話しました上位の山梨県、長野県、北海道の3県で日本ワインの生産量の約3/4を作っているということになります。そして左側は作っているワインの種類ですが、日本ワインでは、赤ワインと白ワインではほぼ同数、若干白ワインの生産が多いとい

う現状です。

さて、今までは生産土壌の話でしたが、次は消費動向についてです。右側の図はメルシャンさんからお借りした果実酒の消費量の推移についてです。これは果実酒ですので、細かくはワインだけではなく、りんごを原料としたお酒、シードルも含まれております。見て頂きますと、全体的に右肩上がり、急激に伸びた年にはトピックがついています。これまでワインの消費が伸びるタイミングには、いつもトピックがあり、例えばボジョレーヌーボーであったり、田崎信也さんが世界一のソムリエとなったりと、その都度、少しずつ消費量が伸びてきており、現在業界では第7次ワインブーム、そのけん引役が日本ワインです。

また、今年4月、軽井沢でG7外相サミットが行われました。長野県で開催されたこともあり、ディナーの際は長野県産の日本酒と共にナガノワインも提供されました。現在では各国要人が集まる際のディナーなどでは、日本ワインが提供されておりますが、そのきっかけになったのが、2008年北海道で開催された洞爺湖サミットです。それまでは日本酒の提供はされていましたが、ワインは海外産のワインが使われていました。日本ワインの品質が上がり、国策としてもワインに力を注ぎ始めたことから、日本ワインが提供されるようになり、それ以降、各国要人が集まる際には、日本酒と共に日本ワインも提供されています。

長野県ではワイナリーが毎年10軒ほど増加しており、新聞を見ると何かしらワインのネタが載っているくらい大変動きが活発です。では長野県でなぜそんなにワイナリーが増えているのか。これはまさに温暖化のプラスの影響で、健全なワイン用のぶどうが栽培できる環境が整い、その原料を求めて、移住や新規就農が相次いでいるからなのです。私の生まれた1975年では、マイナス10度になるという日が何日も続くという冬を経験しております。しかし現在マイナス10度になることはあっても何日も続くということはほぼありません。これだけ肌感でも温暖化が進んでいるのを感じます。特に長野県内のぶどうが評価していただいているところがあります。左側のワイン用ぶどう栽培に適する環境の図、ちょっと小さくて申し訳ないのですが、ここで温度、日照時間、雨量、土壌と4つあげています。こ

でまず見て頂きたいのが温度。昼夜の気温差があることがワイン用ぶどうには好ましく、日中しっかり陽射しを浴びて、ぶどうがどんどん濃縮され、糖度も上がり、粒も小さくなっていく。なおかつ夜温が下がることによって、実がきゅっと引き締まり酸味が抜けない。これにより醸造に適した、糖度も酸度も高い、バランスのとれた原料がとれるのです。

夜温が下がらないと、甘いぶどうにするには良いのですが、酸も抜け、ワインにした時にアルコール度数が高く、一杯飲むだけで飲み飽きしてしまうワインになってしまいます。現在、長野県のワイン用のぶどうは、助剤で酸を加えたり、糖分を加えることもなく、バランスのよいワインができるということで高い評価をいただいております。

日照時間に関しては、長野県、岡山県と北海道が日照時間のベスト3であり、日照時間が大変長いです。それから雨量ですが日本でワイン用のぶどうを作るには、この雨量が最大の敵になります。本来ワイン用ぶどうの栽培には500~900mm程度の雨量が望ましいとされているので、いかにこの水分をコントロールするのか大切になります。

それから標高ですが、図の折れ線グラフをご覧ください。左が岩見沢、余市、北海道で、右側には九州が入っています。長野県は真ん中に記されていますが、塩尻市、東御市、高山村を見て頂くと、標高350mから1100mのところまでぶどう畑があります。長野県では、標高の低いところでは南フランスなどで栽培される、温暖な気候を好むぶどう品種、標高の高いところではドイツ系の冷涼な気候を好むぶどう品種と標高によって植えるぶどうを変えており、バラエティ豊かなワインが生産されているのが最大の特徴です。余談ですが、ワイナリーに行かれる際は、ぜひワイナリーの人間に標高の話をしてみてください。きっと喜んでその話をしてくれると思います。

そんな原料を醸造した日本ワインを対象にしたコンクールが、年に一度、山梨県で開催されています。2020~2021年はコロナ禍で開催されませんでした。昨年2022年、そして今年2023年と長野県が金賞受賞数、2年連続1位を獲得しました。ここで申し上げたいのは、よいぶどうが取れているからこそ、ワインが評価していただいているということです。

それではいよいよ本題となります。私が副会長を務める信州ワインバレー構想推進協議会では、ナガノワインを包括的に考え、次の10年を見据えて活動する協議会です。策定は長野県が行い、栽培に関わる農政課、醸造は産業労働部、それから販売、啓蒙活動は営業局と、ナガノワインで担当部局を一気通貫した組織となります。また、ワイン産業を観光資源として考えるべく、県観光部はじめ、長野県バス協会、同タクシー協会、宿泊業協会と言った方々にもご参画頂いています。

2013年に第1期が施行され、今年から第2期がスタートし、長野県をワインバレーという名で5つの地域に分けて、プロモーションや地域にあった施策を行っております。今回は詳しい話は省かせて頂きますが、①ワイン文化の醸成、②ワインをテーマにした観光地域づくり、③ワインバレーの活動整備、④産地力の強化、⑤GI長野による産地の確立、以上5つのテーマについての活動・施策を行っているとあります。

その中でも、私共が次の10年間に向けて、一番力を入れていくものは、ワインをテーマとした観光地域づくり、ワインツーリズムです。長野県内のワイナリーというのは大変生産量も少ない、小さなワイナリーが多いです。ワイナリーに行くのは秋、やはり収穫の時期に行きたい方が多いのですが、なかなかそれを受け入れられるワイナリーが少ないわけです。実務的にはワイン作りには傾注しなければいけないということで、見学に対応する時間が取れない、対応が出来ないという環境になっております。そこで、ワイナリーが信頼できる地域のインタープリター（伝え手）を設置して、その方がワイナリーやワインの魅力、その地域の魅力を伝えていこうと、育成カリキュラムを進めております。

先ほどもお話いたしました、現在長野県では新しい生産者さんたちが増えています。背景として長野県の受け入れ体制が充実しており、県の支援としても新規就農と移住について大変手厚くなっております。移住して新規就農まではよいのですが、さらにワインを造るとなると、ワインのいわゆる醸造などがわからないという方が当然いらっしゃる。

長野県では2か所にワイン学校が設置されており、新幹線ルートの方では軽井沢の少し北にある東御

市にアルカンヴィーニュがあります。日本初の民間のワイン学校として設立されたこの学校では、毎年30名の生徒さんがワイナリー準備者として巣立っていきます。

それから中央線沿いでは、塩尻市が運営する塩尻ワイン大学があり、3年間かけて30名を輩出しています。カリキュラム内容はどちらもあまり変わりませんが、栽培、醸造、それから販売、ブランディングといったものを、授業を通して身につけていただき、卒業してからその地でワイナリーを作るという動きになっております。

ワインを通じた地方創生ということで、ファンづくりと関係人口の創出について、いくつかお話をしたいと思えます。まず1つ目ですが、先ほどからお話しているように長野県内には小さなワイナリーが多くあり、その中には卸の流通を使わずに直接消費者に届けたいという方も多くおられます。各ワイナリーでの取り組みとしては、クラウドファンディングなどのファンづくりやSNSでの発信などに力を注いでいます。一例として、フォロワーズクラブというものもあります。このクラブに入ると、特典としてメンバー自身が収穫したぶどうから作ったワインを手に入れられるというものになります。このように、長野に来るきっかけづくりや、ワインに親しんでいただくきっかけ作りというのを各ワイナリーで取り組んでおります。

最後に、ナガノワインが考えるワインツーリズムです。これまでプラスの話をずっとさせていただきましたが、そもそも長野県のワインというのは、ぶっちゃけて言うと地元の人は残念ながら飲んでいません。これは単価が高いなどのいくつかの要因がありますが、そこを解決しようと、次の10年に向けて、我々いろいろ施策を打っていくところです。右側にありますが、ワイナリーでやること、量販店でやること、それから飲食店、宿泊業でやること、B to B、B to Cそれぞれの階層に向けて施策を打っていきます。

「ナガノワイン、いいですよ。ぜひ長野にいらしてください」と来ていただいても、地元の飲食店に置いてない、泊まったホテルにも見かけない。そんな張りぼて観光では、本当の地域の姿も見て頂けませんし、2回、3回来て頂くことはありません。そのためまずは地元の人が楽しむワイン文化を次の10年で醸成していければと思っております。そのためにも、

これから伝え手(インタープリター)の育成、醸造家の育成、栽培家の育成というのは並行して行っていかなければいけないと思っており、我々もまだそこには課題を持っております。本日の先生方、皆さまのお力もいただきながら進めていければよいと思っております。

皆様には、本日せっかく長野に来ていただいたので、長野県は実は酒蔵の数も新潟に次いで多く、日本で2番目。それからクラフトビールに至っては長野が醸造量No.1です。今日はしっかり長野の酒文化をお楽しみ頂ければと思います。ご清聴ありがとうございました。

川地:

皆さん、こんにちは。信州大学で文部科学省事業である地域活性化人材育成事業、通称SPARC(スパーク)と申しますが、そのSPARC事業の推進を担当させていただいております川地と申します。本日は貴重な機会を頂き、誠にありがとうございます。

実はこの長野県立大学には一年半前まで職員としてお世話になっておりました。実家の方が名古屋なので、まあ名古屋に帰ろうかなと思っていたのですが、一旦ちょっと松本で途中下車させて頂いて、またしばらく長野で仕事をしようと言う所です。

はい、それでは自己紹介を申し上げますと、私自身は名古屋出身で1992年に社会に出ました。具体的に言えば名古屋鉄道と言う所におりました。その後、三重県庁、桑名市役所にも居りまして、企業や行政での仕事をさせて頂いて、2018年の長野県立大学の開学に向けて2017年から長野に来ており、今は信州大学で仕事をさせて頂いております。

このSPARCとは令和4年度から令和9年度までの6年にわたる事業であり、長野県では信州大学が事業責任大学となり、公立長野大学、私立佐久大学の三大学で共同して実施します。具体的には要項に定めるいくつかの条件を満たす新たな教育プログラムを令和10年度以降に始められるよう実証を進める事業と理解いただければと思います。

これまでのお話にあるように専門人材、人手不足があり、これまで1990年代までは日本が世界にキャッチアップする時代が続いたと思います。特に技術的な人材、工場で管理できる人材を育成しようとい

うことでした。その後、バブル期には日本が世界に追いつき、今後、どのような成長をするかという時代になり、1990年代後半位からは答えのない時代に入りました。コミュニケーション能力や価値創造などが求められるようになりました。

それらは文理横断型教育、STEAM教育、リベラルアーツ教育を実践的な形で大学のカリキュラムで実施していこうというプロジェクトベースラーニング(PBL)などとなります。これらをさらに言えば、地域活性化人材は地域のことをよく知っていないといけないとして、地域のことをしっかり学ぶ「信州学」と言った授業の設計をしております。

ただ今、ご覧いただいているレジュメのURLの図ですが、経団連さんが2022年、SPARC事業が始まる前に示されたものです。Society 5.0において企業が求める能力と資質というところで、論理的思考力と規範的判断力、まさにリベラルアーツ教育を通して涵養していきましょと。さらに言いますと、ここには専門能力というのは実はあまりなくて、リテラシーという表現の中でデータ分析力、いわゆる能力と資質、下支えしている所、リーダーシップ、失敗を恐れず果敢に挑戦する力、といったところを特に強化していくべきではなかろうかと言うところも提言としてなされています。

それをトレースする形になるかと思いますが、具体的に企業向けにアンケートを取られているのですが、資質ですと、主体性、チームワーク、リーダーシップ、実行力、学び続ける力といった、こういったリベラルアーツを通して身につけられる資質、ないしはこれまで自身が経験してきた積み上げの中で得られるものがかなり評価されていることを実感しておりますし、おそらくこの経団連さんのこの資料は新しい時代に対応した大学教育改革の推進の提言として出されているものでございますので、これ自体かなりSPARCの要綱の中にもかなり反映されているのかなというところを感じているところです。

そういった中で2番目として、地域ニーズをしっかりと承って、プログラム化していただきたいところがあります。そこで調査をさせていただきました。105社に対するインタビューを行い、主に3~40代の比較的若い代表者はどのような新卒者を期待していますかという質問をさせていただきました。ここでは

簡単に概要を説明させていただきます。

学力では知識、技能、能力の3要素がありますが、知識、技能と能力、あとは態度というものの中でもう少し具体的にどのような言葉が出てくるのかということをもとめたものでございます。やはり課題設定、解決力、論理的思考力、創造力といったところの中では問題をちゃんと問題として認識できる力であるとか、ものをどう組み合わせるか、まさにイノベーションの力がかなり求められているという印象はございます。一方で、態度というところにまいりますと、主体性の中で、自分の価値観や信念を持っているとか、チームワーク、リーダーシップ、協調性といった部分が企業経営者の方からかなり出てきたなどの印象がございます。これに関しては長野に独特なのか、そうでもないのかなと思っております。

また大手企業様も調査対象とさせていただいておりますが、どちらかと言えば30代、40代の若手とこれから成長していられる企業様に対してインタビューさせていただいた内容なのですが、経団連の感覚とかなり近いところがあると、そういった印象を持たせていただいております。

今後、教育プログラムへの活用ということで、このSPARCコースを必修10単位で準備し、コース認定をしようということになっております。この後の議論できるとは思うのですが、本当にそれがきちんとできるのか、誰がどのように評価して、それをどう反映していくのかということが極めて大事と思うことです。これは大学関係の言葉にすると学修成果の可視化にどうやってつなげていくのかということが非常に大事なのかなと。それが結果として大学としての認証にもなりますし、一方で学生にとってみれば就活等に何かしら有効になるのであれば、それが一番なのですが。

それをどう果たしていくか。どちらかといえば研究重視の先生もいらっしゃいますし、教育熱心な先生もいらっしゃいます。教育の内部質保証と言われているものをきっちりやるとなると先生方の負担がかなり大きい。そういった中で地域活性化人材を育成する、まではよいのですが、それをどうやって評価し、どうやって認証していくのかというところが、今後の大きな課題にあるのかなというところであり、これを6年かけて今後進めていこうかと思っている

ところでございます。以上、話題提供をさせていただきました。ありがとうございました。

宮下:

ありがとうございました。それぞれのパネリストからの話題提供をしていただきました。それではこれから全体討議、質疑に入っていきます。しばらく会場の設置をしますので、お待ちください。よろしくお願ひします。

II. 登壇者によるパネル討議

宮下:

それでは、全体討議に入りたいと思います。少し全体で共通になるような話題というのがあると思いますが、登壇者の方々はそれぞれのお立場での考えや見方がありますので、ここではそうした違いも伺えればと思います。

まずは地方創生について、ここ10年~20年とかで言われている中で、それによって、どのような変化があったのか、それぞれのお立場でどうであったのかを伺えればと思います。ちなみに地方創生が地域の活性化などにもたらした影響、現場ではどうであったかなどについて伺えればと思います。いかがでしょうか。

小澤:

はい、私ども長野経済研究所では地方のプランニングなどをしておりまして、地域総合戦略をいくつかの自治体で作らせていただきました。長野県内には、58の市町村がありますが、私はそれら全部を回ってお話を伺ったことがあります。地方創生を始めるに当たって、消滅自治体ということも日本創生会議などから言われておりました。それに奮起していた地方自治体なども結構多くありました。これは地域に対して一つの刺激になったのではないかと言うことです。

それから「地域おこし協力隊」というものが始まって、長野県も北海道に次いで多くの協力隊がおります。令和四年には88名がおりまして、その中の72名が県内に定着してくれているということで相当、交流人口それから移住定住につながったと思われ

ます。

今年は何とですね、まあコロナ明けと言うこともあり、70市町村が地域おこし協力隊を受け入れているのですが、379名という大変な数の地域おこし協力隊に来ていただいているということです。そんな中で、我々もその地域おこし協力隊の方と地域イベントを行ったり、またはそういった方が自分で独立起業するためのお手伝い、また新規就農者のためのマーケティングのお手伝いといったことも行っております。

先ほどのデジタル田園都市構想が地域創生の交付金に代わったものとして、各自治体に活用されています。具体的なデジタル人材の事例として、佐久市ではIT業務代行の「はたらクリエイト」(上田市)などと連携したデジタル人材育成事業「Cosmosta+(コスモスタプラス)」を9月から始め、女性のデジタル人材化をはかろうという事業がありますね。

他にも地域の話をし出すときがありませんが、立科町では「ふるさと交流館」を活かしたデジタル人材の育成や活用の取組があります。これは地域の女性、高齢者、障害者にとっての就業機会として総務省のモデル事業となっており、テレワークとして企業の業務を代行するなど自治体連携協働就労地域モデルとされているものです。

市町村長のリーダーシップで地方創生を前に進めている事例も多く、例えば売木村は長野県で2番目に人口が少ない自治体ですが、地域創生にとっても積極的です。同村は清水秀樹村長自ら四季折々のイベントを何十も行っており、そういう中で役場の職員もやらざるを得ないと言うことで取り組んでおられます。このように地域レベルで地方創生のノウハウが蓄積されてきたと思います。地方創生の動きが刺激となって各自治体が動いたという印象はあります。

中坪:

はい、私の立場ではとにかく都市部の皆さんに、移住や転職という形で長野県へ来ていただきたいということに、今取り組んできています。先週の土曜日に銀座にある長野県のアンテナショップとその中に移住相談の拠点がありまして、そこで移住相談

がありました。本当に都市部の皆さんの長野県への移住人気は高いのです。相談に来られた30歳という方が超過勤務を含めて、年収750万円とのことでした。まあ率直に、私共が求人を探っている企業様で30歳の方にそれだけの年収を出せる企業って思い当たりませんね。ですので、本当に、そういう方に移住してもらうには一体どうしたらよいかと日々、悩んでいます。

先ほど長野県移住人気が非常に高いと申し上げましたが、例えばある民間の移住人気を調べている企業様の全国市区町村での移住人気ランキングをみますと、第1位に長野県の伊那市が出てきます。また飯田市も第10位に出てきますが、どちらも長野県南部の市です。私ども伊那市や飯田市の企業様から求人をお預かりしていますが、なかなか成約しません。これは移住したいという人気は高いのに、結局、私どもがお預かりする求人のほとんどがもの作りの工場なのですね。転職して本当に工場に勤めたいかという違うのだろうなと思います。

そこで移住相談に来られる方に何をしたいですかと伺うと、せっくなので農業やりたいとか、(ワインの)花岡さんいらっしゃいますが、まあ、夢としてはワインの輸出みたいなことに携わってみたいなどといった話となります。また長野へ行ってカフェをやりたいですね、みたいな。やっぱりこう職種を見たときに、移住したい方のニーズと私たちが企業様から預かっているニーズは必ずしもうまくマッチングしていないのではないかなという思いはあります。

移住支援金というお話がありましたが、東京で5年以上働いている方には移住支援金というものがあります。これは単身ですと60万円、世帯で100万円、18歳未満の子供さんがいれば、100万円ずつ加算と言うことで、家族4人、まあ2人の子供さんたちを連れてくれば300万円をもらえるという制度があります。

それでは、この移住支援金を一番もらっているのはどんな方かという、実はテレワークで移住した方なのです。移住されていますが、転職していません、そういう実情なのかなと思うところがあります。私からは以上です。

花岡:

はい、私の方は具体的な事案として感じていることになります。先ほど、地域おこし協力隊というお話がありましたが、実際協力隊を終えてから長野県に移住し、ワイナリーを立ち上げるもいらっしゃいますし、新幹線沿い(の地域)は特にそうですが、首都圏から長野まで1時間半ほどで来られるという利便性の良さもあり、平日は東京の丸の内などの企業で働かれている銀行、証券会社や外資系企業に勤務されている方が週末は長野県内でワイン用ぶどうの栽培を行っています。

ワイン用のぶどうは植えてから4年ほどで収穫できるのですが、それに合わせて、ワイナリーを設立、醸造免許の取得、早期退職をされて移住し、ワイナリーを始めるという方が少なからずいらっしゃいます。そのような方は50代後半から60代の方が多く、第2の人生を好きな事に時間を費やしたいとおっしゃいます。

川地:

はい、ありがとうございます。地方創生という言葉出てきた当時、私は桑名市役所にいました。当時と今とを比較すると、大きな違いは何かあるのだろうかという、市民とのコミュニケーションの仕事をさせていただいたんですが、地域の人たちが地域のことを自分たちで何とかする、ということはどうやって生み出していくか、という仕事でした。その意識が前より強くなっているように感じます。特に地域の主体性と言っても良いと思います。学生にも主体性が求められますが、地域側の主体性みたいなものがかなり求められる時代になって来ていると思います。だからこそ、地域格差ということもあるし、地域間競争も起きています。

そういった中で学生はどうかというと、地方の大学に入った学生は元々地方に来たくて入学した人もいるし、受験の事情でやむなく入学した人もいます。そうした学生さんを見ていても、コミュニケーションもしくは対話みたいなことを非常に重視する学生が以前に比べては増えてきた、もしくは、彼らにとって日常的になっているような気がします。対話という言葉がいいのかどうか分かりませんが、少なくともコミュニケーションを取りながら、自分たちで何とかし

ないといけないという主体性みたいなものが発揮されると思います。一方で、学生が長野に残るかどうかは別の議論ですが。以上です。

宮下:

皆さま、ありがとうございました。まあ少し、漠然とした質問でお答えにくかったかもしれませんね。もう一つ論点としてお伺いしたいと思います。それは長野県での人材育成、そしてその前に人材確保があると思います。先ほど長野経済研究所の小澤さんの方からもいろいろお話がでておりましたが、その中で採用人材が確保できないというのが人手不足の一番大きな要因だったとのことでした。さらに受注の変化があった、顧客ニーズが変わったからというのが、人手不足の理由ということがわかりました。

確かに採用人数が確保できないのは事実でしょうが、それではなぜ確保できないのかということが重要に思われます。それらはいろいろご説明いただいたことに関わっていると思います。その人材が確保できないということであれば、その背景とか、その理由というものは、それぞれの現場でどうなのか。またワインでしたら、働きたい人が多くいるということもあると思います。

ですので、今の現場、それぞれのお立場ならではの人材確保と育成についての特徴、また長野県という地域での強みなどについてお伺いしたいと思います。

小澤:

さきほどの問題提起でお話したことと重なりますが、人手不足の一番の理由は採用できないこと、さらには採用ができてでも育成できる人材、時間やノウハウが不足していることです。地方では相当こういったことが多いのではと思います。それからあとは離職してしまうということで、ミスマッチの問題です。

採用につきましては、やはり地方の中小では大企業よりどうしても賃金も低いものですから、これでは戦えないということですが、先ほど働きやすさ、働きがいということで事例を申し上げたわけですが。私は現在、働きやすさ、働きがいということに相当に注力している県内の企業をみております。県内企

業は人にやさしい会社が比較的多いのでは思っています。

先ほど2社紹介しましたが、ここでもう1社、長野市にあるアンジェラックスというエステ企業を紹介します。こちらはヤッホーブルーイング(長野市)と日置電機(上田市)と共に、働くのに優れた企業、働きがいのある会社(GPTW: Great Place to Work in Japan)として長野県で認定された3社の一つです。これはエステ業界では凄いことと思いますが、同社は離職率が5%に留まっているそうです。それは働きやすさを整え、チームワークを重視しており、人望のあるマネージャーしか昇進させないということ等々、社員を大事にしています。そのために面談を頻繁にやって、各自のやりたいことを明確にし、人柄や素性もわかっているということだと思います。それを通じて、やりたい仕事についてもらうということです。

人はやりたい仕事で成果を上げたいと思っているので、これはとても大事である。採用でも優れた人を採用できている。大企業ではできないホンモノの技術を身に着け、「貴方に会えて良かった」とお客様に感動していただける人生を作っていこうと学生に呼びかけて、採用に成功しています。今時の若者は取ってつけたような美辞麗句ではなく、自分を高めたいという目線の高い若者も多いため、企業でも本音をおつけ、自社の短所も話し、素晴らしい人生になると自信を持って訴えるべきなのだと思います。

いろいろ回ってみて、人が辞めない会社はコミュニケーションがよく、何でも言える、明るい職場ということがあります。社長が怖くて何も言えないではダメなんですね。それから社員が会社から大事にされているという実感があることです。どの会社でも社長は社員を大事にしていると言いますが、社員が会社に大事にされているかと思っているかは別です。会社はボトムアップであることはまた一つの条件です。そうした条件が整っていれば人はやめない、輝いてきます。

中坪:

はい、長野県の人材確保となりますと、ものづくりの企業様であったり、あるいは建設業であったり、

あとは観光業またさらに運輸業みたいな本当に現場で仕事をしていただかないと、テレワークではなかなかできない職種が多いのだらうと思います。そういう産業構造にもなっております。

副業・兼業は、現在買い手市場ですから、活用するにはチャンスなのですが、残念ながら県内ではこうした外部人材を受け入れる企業風土がまだまだ育っていないというのが実感です。県内の大手企業でも社員の方の副業が始まったばかりの状況ですので、中小企業の方ではまだまだ副業への抵抗感を持っておられるということです。

また私たちは専門人材を有料で人材会社から紹介をしていただくという仕組みですが、もはや人口減少の著しい田舎とされる地域では、エッセンシャルワーカーの方がいなくて、地域そのものが消滅するのではという状況です。

一方で長野県の産業がどうやって付加価値を産み出しているか、どうやって稼いでいるかをみると、やはり圧倒的にITや半導体、様々な産業機械などを扱う製造業が長野県の経済を支えている構造です。こうした企業様を支える専門人材の獲得は県内経済の発展にとってこれからも欠かせないということになります。地方の創生を考える上では、エッセンシャルワーカーと専門人材どちらかではなく、両方の人材の確保・育成がどうしても必要ということを強く感じております。私からは以上です。

花岡:

ワイン作りというのは農業ですので、基本的には農家に準じてくるのですが、ワイン作りという専門性がついて回るということになります。先ほどお話ししたように、新しいワイナリーはほぼドメーヌワイナリーという小さいワイナリーですので、ご自身のワイナリーのファン作りというのが重要で、畑作業と一緒にしてくれるボランティアであったり、ご自身で収穫したぶどうから出来たワインを購入して頂くといった関係人口を作ることが重要となります。

既存ワイナリーでの人材確保についてですが、醸造担当者については専門性も必要なことから、農大出身者や醸造学を学んだ方を新規で採用するのがまず基軸となります。あとはワイナリー間での移籍というのがもう一つです。基本的にはこの

二つの中での人材確保ということになります。また、これからワイナリー設立を目指す準備者の方の里親として受け入れることも増えています。専門性が高く誰でもという訳にはなかなかいきませんが、成長産業として人材が集まるので、専門的な知識や経験は、県内2つのワイン学校や、県で行う研修、それから既存ワイナリーによって補完し、人材育成していると認識しております。以上です。

川地:

はい、なかなかSPARCという取り組みはまだ途中でであり、特徴を出せるというところまではできておりません。長野県の高校はどうなのかなと考えますと、具体的には探究授業が必修化されておりますが、長野県は探究授業では熱心であり、県外からも評価されていると聞きます。

具体例としてはマイプロジェクトという取り組みがあります。これは自分でプロジェクトを立てて、自分でそれを解決するにはどうしていこう、どうチャレンジをしていこうということです。これは長野県の場合、教育委員会がかなり後ろに入っています。教育委員会がしっかり関わるということは全国的にも珍しいと聞いております。長野県を全県で見た場合、探究授業というのは、かなり活性化しているのではないかと思います。

もう一点、これはこうなったらいいなという話ですが、SPARCは山口県もやってらっしゃるのですが、ここは既にPBL型授業で学生の受入れを54社が行っており、その54社が大学に対して一プロジェクトあたり20万円を払って学生を受け入れる形でPBLを運用しているそうです。運営費に充てられる財源が年間1000万円を超えてくるわけです。

長野県は広いので、学生が現場に行く交通費だけでも、学生に負担してもらうのはかなり苦労するところだと思います。それで企業も、民間の方々も、そして行政の方も大学も一緒になって学生を育てていこうということが、今後、長野県の特徴になっていくのではと、これはまあ希望でもあります、そのようにしていきたいと思っております。ありがとうございます。

宮下:

ありがとうございました。それでは、時間の方も押してきていますので、1時40分までですね。これからフロアの方にご質問いただきます。手を上げていただき、全員への質問でも、またはどなたかにという質問でも結構です。それではお名前と、よろしければご所属も言っていてから、ご質問をお願いします。それではどうぞ。

質問者A:

大学では留学生を担当しており、それ以外の科目で公民館を使った地域創生ということを行い、毎年、優良公民館が表彰されていますが、それらを学生にすべて調べて報告してもらおうという授業を毎年やっております。その中の傾向として感じるのが、住民の地域起こしをしたいということを経験生に降ろしながら、そこに大学生が絡んで、一緒にその地域で何ができるかを考えることが多くなっています。それらが公民館でのテーマとしてあげられている傾向は全国的にあると思います。

本日のお話をお伺いして、まさに小中高を巻き込んで、地域や商店街も巻き込んで、大学も巻き込んで、企業内起業みたいな形で何か新しいことをやっていくという成功例が出てきているようです。学生は自分の地元を選んで調べるといった傾向がありますが、まあそのあたりにヒントがあるのではと今日のお話を伺って非常に思いました。

その中で一つ感じるのとは地方から来ている学生についてですが、彼らは地元に戻ると、せっかく地元に入ったので、地元で起業するという所とどのように絡めていくのかと、移住というものもありますが、目の前の一人に起業してもらおうような、そうしたプロジェクトというのはどう考えられるのかなと思いました。

川地:

ご質問ありがとうございます。Uターンなどで戻る場合、何が一番有効なのかなと考えると、起業したという経験もありますけれど、中学校、高校の間いかに地元の人に世話になったかということにかなり惹きつけられているという印象があります。その人にお世話になったから戻りたいって意識をい

かに醸成させるかというのはすごく重要だなということを実感として持っております。

一方で、学校というクローズドな場所で、いかにして自分から学校の外に対してオープンにできるかという論点もあると思います。先ほどの公民館については、飯田の方は長野県の中でも特に活発なところだと思えますが、やはりそこで学んだことで、そこでお世話になった人に対して、どう恩返しをするのか、少し情緒的ですけども、そんなことを感じられる取り組みだと素晴らしいと思います。

中坪:

そうですね、自分の地域を学びの場にさせていただく、それは公民館活動もそうだと思いますが。そういう中で地域のこと、地域の企業様を知っていただくと、卒業してすぐなのか、いつかはわかりませんが、いずれ地域に貢献するということにつながるのだと思います。

人材会社の方に一度データを見せていただいたことがあり、はっきりした数字は覚えていませんが、長野県で働きたいという方の属性をみると、ご夫婦であれば、どちらの方が長野県にゆかりがある方が多い。そういう傾向があるということはお聞きしております。

県立大学には様々なところから学生さんがいらしているわけですが、地域を知ってもらう、そして縛り付けるという訳ではなく、結果として地域に興味を持って頂ける、そういう教育をしていくということでしょうか。

宮下:

はい、お答えありがとうございました。

小澤:

私からも県内の事例と言うことで、お話ししますと、子供のころから地域に関わることが重要ということだと思います。長野県には産業集積地としては諏訪という地域があります。この諏訪地域では、2002年から「諏訪圏工業メッセ」が開催されております。現在では長野県諏訪地域を中心に金属・電気・光学等の機械装置や加工部品に関わる400社以上の企業・団体が出展する「地方では国内最大級

の工業専門展示会」と高い評価を受けています。

ここでの事業の1つの目玉が、地域の学校の子供達を迎え入れ、地場産業を知らせ、興味を持ってもらうということです。子どもの頃から、地域産業を教育するというのは、長い目で見た場合の最高の産業振興策であると思います。

宮下:

ありがとうございました。それぞれの地域にさまざまな取り組みがありますね。それでは、また質問をお願いします。

質問者B:

今日のお話ありがとうございました。長野県立大学のソーシャルイノベーションセンターという所で地域交流の仕事をしております。小布施町を拠点に、経産省が進めている地域の人事部という取り組みをさせていただいておりますが、その中で小澤さんがおっしゃっていたヤッホーブルーイングさんとか、マネージャーさんについて聞かせていただきました。

社員が大事にされている所では人材が定着して、業績につながっていると思いますが、そういった企業さんはどうしてそれが出来ているのか、経営者の方がそういったところに注力しているから出来ているのかといったこと、それから企業さんを支援している立場からすると、目の前の企業さんにどのようにすればよいのかということをお伝えしたいと思いますが、皆さんが重要だと考えておられることを伺いしたいと思います。

小澤:

ご質問ありがとうございます。おっしゃる通りですね、大変難しいですけど、あのヤッホーさんですけど、どの会社もいったんは潰れかかった位の歴史があります。まあ日本国自体がそうですけど、相当危なくなると行動が変わらないっていうのは私もそうですが、全員そうですね。岩の湯さんでも、実は一人も集まらなくなった時代もありました。どうしてかという、当たり前ですけど、旅館というのは人が遊んでいる時に働かなければならない。しかし、普通に考えると誰もそんな時に働きたいわけがないということですね。普通はできないですけどね、でも

あえてそれをやって、さっき申しあげたとおり、全員辞めてしまった。まあそこで逆転というか、あり得ないことをやったら、従業員の方も当然のこととなり、徐々に出来てきた。

さきほどのアンジェラックスさんもとにかく技術偏重でやりまくったのですね。それで誰もついていけず、最後は従業員2人になってしまったそうです。そんな中で2年後には必ず休めるようにと社員との信頼関係が出来てきたということです。まあヤッホーさんもそうですね、90年代後半にいろいろやって、教えてもらって、それでようやく社員がすべてだということに気がつくわけですね。

まあ優秀な社長が一人で走り出すというのは当初はいいのですが、ある所まで行くと、遠くに行くためにはみんなで行かないといけないということに気がつくのですね。これからようやく、社員を大事にというのは、大事にしないといけないということです。それでも、ついつい忘れて当たり前でもできないとなるわけです。県でも職場での必要条件として社員アンケートを設けています。まあ定期的に社員にアンケートをとってしっかり聞いておくと、あとは保全的にもなりますね。そうした装置というか、まあPDCA的に必要だということです。

まあ失敗からのスタートですが、結果的に成功と言うことです。あとは日々そうした声を聞きながら、アンケートにおいてお客様第一と共に社員が一番ということを盛り込んでおくこともよいと思います。またご興味を持って頂けましたら、私の名前で検索してもらおうと、ご覧になっていただけたと思います。ありがとうございます。

宮下:

誠に残念ですが、早いもので、ここですでに時間が少し過ぎてしまいました。ご登壇の皆さまには貴重なお話そして討議をしていただきました。拍手で御礼をしたいと思います。本シンポジウムを通して、長野県のさまざまな事例を通して地方での人材の確保や育成についての理解を深めることができました。それでは、これで終わりにしたいと思います。どうもありがとうございました。