

これまでの「研究会」・「地域勉強会」などにおいて提示された課題について (第3 中小企業の人材の確保・育成・定着)

凡例 ○：研究会 ●：支援機関等（市町村・商工会・金融機関等） ◎：中小企業者

1 人材確保・育成への支援

(1) 人材確保への支援

- 全ての企業が若年労働者を欲しいという状況ではなく、必要な企業とそうではない企業が二極化している。必要とする企業については、今後の人口減少は避けて通れない問題である。
- 地元志向が増えてきていると言われるが、地元で働くとなるとサービス関係の募集は少なく、条件が悪い職種の募集が多いため、なかなかマッチングできない。
- 小規模事業者は求人と求職のマッチングが難しい。小規模事業者はすぐにでも採用したいが、学生は4月から働きたいことから、タイミングが合わずミスマッチが生じている。
- ◎各企業に人材募集の情報発信専門の担当者を設置し、担当者同士で連携できるシステムを構築することで、並走的に発信が可能になり、有効な人材採用につなげることができる。
- ◎現場には高齢者が多く、10年後どうなっているのかが心配。
- ◎優秀な人材を登用したいが、工学部卒の学生がものづくり分野ではなく別の業種に就職する事例が増えており、もったいないと感じている。企業と学生のネットワークを構築して学生に対して啓蒙を行い、製造業に目を向けてもらえるような取組が必要。
- デジタル人材の定義は難しいが、一般的な中小企業にとって真に必要なIT技術は、そこまで高度なITスキルではない。
- 業界全体の問題として、デジタル人材の採用単価が上がっている一方で、デジタル人材を受け入れるための受け皿ができていないため、企業のレベルが需要に見合っていないのが現状。
- ◎定年延長の動きに伴い、高齢者が働ける環境・仕事づくりが企業の今後の課題となるため、こうした取組の支援として、行政で成功例やノウハウを蓄積して周知していただきたい。
- 自社の業務において、どの部分に障害者の人たちの力を活用して良いのかが見えていないため、企業は苦勞する部分だと思う。
- 外国人労働者の受入れにあたっては、企業としても環境を整える必要があり、小規模事業者には難しいところもある。また、日本人を雇うよりコストがかかってしまう場合も多い。

(2) 人材育成への支援

- 幹部社員の人材育成を希望する声がある。背景としては、BCPやDXなどの社会変化に伴い、会社の方針を幹部社員含めて一体となって考える必要性が出てきたことである。
- 中高年向けの求人については、即戦力を求めている企業があり、自社で人材育成をする時間的余裕がないように思われる。
- DXに向けた取組を進めたいが、事業所内に適切なIT人材がいない状況であり、またIT人材の育成方法も分からない企業が多い。

2 多様な働き方を実現する環境整備の促進

- ◎東京都にワークライフバランス認定制度や健康経営に関する独自の認定制度があるが、千葉県には登録制度はあるものの、認定制度がないため、東京都と同様の制度を作ってほしい。
- ◎テレワーク浸透の弊害として、人と交流する機会が減少し孤独感を覚えることや、出勤・退勤の概念がなくなりオンオフが上手にできなくなること等に起因するうつ病が、若者を中心に見られているにもかかわらず、自己責任に委ねられることが多い。
- テレワーク以外に副業・兼業なども多様な働き方の一つであるため、様々な支援が有効。
- 通勤中に行う簡単なリモートワークの時間を勤務時間として捉えることで、オフィスでの勤務時間が短くなり、柔軟な働き方につながった事例がある。

これまでの「研究会」・「地域勉強会」などにおいて提示された課題について (第4 中小企業と地域活性化)

凡例 ○：研究会 ●：支援機関等（市町村・商工会・金融機関等） ◎：中小企業者

1 地域づくり・まちづくりと連携した中小企業の活性化

(1) 地域と連携した商店街の活性化

- ◎商店街には地域商業の活性化に取り組む意欲はあるが、課題の整理や取組の具体化に至っていない。コーディネーターによる活性化計画の作成支援はあるが、計画的に取り組むためには、マンパワーと費用が不足しているため、行政からの様々な角度からの支援必要。
- ◎知名度の高いチーバくんを商店街のPRに起用する、若者が喜びそうなインスタスポットを作って集客を図るなどのブランディングが必要ではないか。
- 商店街で新規に事業を始めたい人には場所がない。事業をやめていく人と場所をうまくマッチングできると、商店街の活力の維持につながる。

(2) 地域資源を活用した新商品開発・事業活動の促進

- 各種原材の生産は県でトップクラスであっても、市内に加工の技術がない場合、生産販売で終わってしまう。加工の技術がないことが地域課題。
- まちづくりの観点として、廃業が増えると残ったものの希少価値が上がる面もあるので、新たにゼロから立ち上げるのか、希少価値を活かして古民家のような形で地域を盛り上げるのか、選択を迫られているのではないか。

(3) 多様な主体の連携による地域課題解決の促進

- 大学等と行政のコンソーシアムを形成することは、相互連携を深め、地域の持続的な発展等の課題解決に資することからも重要である。
- 高校と包括連携協定を締結し、市内の優良企業を高校に紹介することは、中小企業の魅力を発信する観点からも重要な取組である。
- 中小企業が元気であるためには、企業で若い社員が生き生きと働くことが必要。そのためには産業界・学校・行政が連携して、県内企業を積極的にPRし、地元中小企業の就職につなげることができるか。地域活性化も企業の活性化も、若者が積極的に進めることが重要。
- ◎学校における職業体験等の後押しは、魅力あるまちづくりにつながることから重要である。

2 地域の特色を活かした地域活性化

(1) 企業誘致の促進

- ◎倒産した企業の廃工場や倉庫等をリノベーションして、創業間もない企業に利用してもらう事例を聞くようになった。設備投資を抑えることができるが、県内の事例は少ないと感じる。
- 企業誘致や産業集積にあたっては、市内の業者が市外に出ってしまうと市民の雇用機会喪失につながるため、市内の移転希望事業者を最優先に集積を進める必要がある。

(2) 観光振興を通じた地域活性化

- ◎オンライン旅行は、地域にお金を落とすという意味では効果は限定的。コロナが明けてから実際に足を運んでもらうための仕掛けが重要。
- 千葉県の観光は房総や東総・九十九里地域のイメージが大きいですが、空港近郊地域も成田空港と距離が近いメリットがあることから、気軽に足を運んでもらえる仕掛けを考えるべき。
- 千葉県の立地優位性を活かし、都心から家族同伴のリゾートを兼ねたワーケーションを積極的に誘致することで観光振興につながる。
- 観光産業は可能性が広がるポテンシャルがあることから、成長産業とすべき。
- 町の特徴を活かした景観地区のようなものを設定し、観光PRができれば、起業の促進や地域活性化につながる。