

農商工労働常任委員会 管外調査  
令和5年11月15日（水）から17日（金）

1 福島県農業総合センター（福島県郡山市）

【調査事項】

福島県産農産物のブランド力強化に向けた取組について

【調査目的】

福島県は県産農産物のブランド力を強化し、競争力強化に結びつけていることから、府内産農林水産物のブランド力強化の参考とするため、福島県における取組について調査する。

【調査内容】

福島県の農林水産物は、いまだ残る東日本大震災及び原子力災害の影響により、価格面や産地イメージについて、他都道府県に比べ低迷しており、農産物等流通実態調査では、ブランド力が低いという課題が浮き彫りとなった。

そこで、福島県では令和4年4月から農林企画課内に「福島ならではの担当」を新設するとともに、9月に「福島県農林水産物ブランド力強化推進方針」を策定し、農林水産物のブランド力強化を図っている。推進方針では、消費者や流通事業者などが魅力と感じる「価値」をブランド力と定義し、①県内3地方の気候風土に応じた作物の品種開発や他産地との差別化を図るための機能性の確認・表示制度の活用を通じた「福島オンリーのモノづくり」、②GAP認証取得農産物の拡大や有機農産物・特別栽培農産物の生産拡大など、食の安全・安心に対応した「福島だからこそのストーリーづくり」、③安定生産のための生産拠点の育成や、長期出荷体制の構築による「市場から選ばれる産地づくり」、④郷土料理の素材となる県産農林水産物の魅力や生産現場のリアルタイムの情報を職員がSNSなどを通じて行う「『福島』ならではの戦略的な情報発信」などの取組を実施し、ブランド力の底上げや強化に努めている。

これらの取組以外にも、福島県では、県産農産物の安全性確保や消費者からの信頼向上のために県独自の認証制度「ふくしま県GAP（FGAP）」の取組を進めている。既存のGAP制度に放射性物質対策の項目を加え、県として導入や認証までの過程をサポートしており、令和4年度では221経営体がFGAPを取得し、安全意識や品質の向上につなげているとのことであった。

【主な質問事項】

- ・ブランド力と農作物価格の関係について
- ・消費者の理解促進の取組について
- ・農業関係者との連携について
- ・放射線モニタリングについて

など



説明事項を聴取



施設を視察

## 2 みやぎ森林・林業未来創造機構〔於：宮城県林業技術総合センター〕 (宮城県黒川郡大衡村)

### 【調査事項】

みやぎ森林・林業未来創造カレッジの取組について

### 【調査目的】

みやぎ森林・林業未来創造カレッジでは、多様な生き方を求める現代にマッチした林業の人材育成に取り組んでいることから、京都府の林業に係る人材育成の参考とするため、みやぎ森林・林業未来創造機構の取組について調査する。

### 【調査内容】

宮城県は、森林が県土の約6割を占め豊かな森林資源を有しており、さらに東北地方最大の産業経済圏域を形成していることなどから木材の需要環境が良好な土地である。一方で、平成半ばまでの資源の未成熟さや木材価格の低迷などにより林業就業者の長期的な減少・高齢化が進み、県内林業事業体の新規就業者数も少ないという課題がある。

そこで、令和2年度に産業界、地域の団体、行政などで構成する「みやぎ森林・林業未来創造機構」を設立し、多様な主体の連携・協働により課題解決への検討を進め、令和4年度には「みやぎ森林・林業未来創造カレッジ」を開講するなど、林業の就業環境の向上や経営強化と人材の確保・育成に向けた取組を一体的に推進する体制を整備した。

みやぎ森林・林業未来創造カレッジでは、林業大学校の形式によらない、より柔軟かつ効果的な人材育成システムの確立と、「関係機関の既存研修+新設・拡充する研修」で人材育成プログラムを体系化することを目標としている。「産業界・地域・研究・行政がともに創り上げる学びの交流拠点」を基本方向とし、森林・林業の学び始めから就業後のキャリアアップまで各段階に応じた4コースがあり、専門的なコースではさらに細かいクラス分けを行うことで、自分のレベルや仕事内容に合わせた研修が受講できる体制を整備している。令和5年度の受講者数は10月末現在で延べ334名と、令和4年度の253名を大きく超えることとなった。

今後は、受講生のニーズに対応するため、コースの内容を必要に応じて柔軟に拡充するとともに、受講生の増加に向けてオープンカレッジを実施するなど、PR強化に取り組んでいくとのことであった。

### 【主な質問事項】

- ・林業大学校との違いについて
- ・林業従事者の所得向上の取組について
- ・企業における研修中の給料の取扱いについて
- ・カレッジの広報に関する取組について など



調査事項を聴取



施設を視察

### 3 一般社団法人イシノマキ・ファーム〔於：石巻・川のビジターセンター〕 (宮城県石巻市)

#### 【調査事項】

ソーシャルファームや農福連携の取組について

#### 【調査目的】

イシノマキ・ファームでは、不利な立場にある人の生き方や就労をビジネスの手法で支えていくソーシャルファームや農福連携に取り組んでいることから、京都府の農福連携の取組の参考とするため、イシノマキ・ファームの取組について調査する。

#### 【調査内容】

イシノマキ・ファームは、東日本大震災の影響で、心に困難を抱える若者が働くことができる場を生み出したいという思いから、平成28年8月に設立された。不利な立場にある人々の生き方や就労をビジネスの手法で支えていくというソーシャルファームの概念に基づき、多様な人々が、対等な関係、同一労働条件の下で仕事をする場を提供している。また、心に困難を抱える若者とは、障害者手帳の有無に関わらず、不登校やひきこもりを経験するなど、生きづらさを抱えている若者まで、広く対象としている。

イシノマキ・ファームでは、「中間的就労支援」や「農村留学プログラム」など就労支援や居住支援などにより、働きづらさを抱えた若者への自立支援を行っており、農作業を通じて、日常生活では気づきにくい利用者の特性などを見出し、就労に向けて次のステップへの助走となるようサポートを行っている。また、自社栽培ホップを使ったクラフトビールを製造、販売するほか、市内社会福祉法人と連携してホップソルトや干し芋を6次産業化商品として開発しており、若者の雇用の創出とともに、その売上げを日当として渡すことが、仕事に対する達成感につながるなど、就労意欲向上のきっかけになっている。

そのほかにも、新規就農者を増やすため、石巻市からの委託を受けて、石巻市農業担い手センターの運営も行っており、伴走支援をしながら個人の希望に合わせた就農プランを作成し、就農につなげている。また、イシノマキ・ファームが運営するVillage AOYAを活用したお試し移住ツアーなどを開催し、具体的な就農スタイルを体験することで、就農後のギャップによる離農防止にも努めているとのことであった。

#### 【主な質問事項】

- ・ソーシャルファームに参加する若者の地域について
- ・サポーター養成事業について
- ・支援の実績について
- ・就農の傾向について



調査事項を聴取



ホップの圃場を視察

## 4 仙台市起業支援センター アシスタ（宮城県仙台市）

### 【調査事項】

スタートアップの創出に向けた取組について

### 【調査目的】

仙台市は、仙台・東北から世界を変えるスタートアップの創出を目標に掲げ、スタートアップ支援の取組を続けていることから、京都府のスタートアップ支援の参考とするため、仙台市の取組について調査する。

### 【調査内容】

仙台市は、平成 25 年の「日本一起業しやすいまち」宣言後、起業家同士の交流を深める地方最大級の起業家応援イベントや、外国人の起業を啓発・促進するための外国人起業家誘致イベントの開催を通じて多様な起業家によるイノベーションの創出を目指している。また、アントレプレナーシップの醸成に向けて、小学生から大学生まで幅広い層に対し、起業の一連の流れ等を体験してもらうシームレスなプログラムを展開し、起業の啓発や促進に取り組んでいる。

平成 26 年 1 月には、小規模事業所の立ち上げを支援するため、「仙台市起業支援センター アシスタ」を設立し、起業をサポートする各種専門家の配置や、事業の構想段階から起業後のフォローまでのステージに合わせて、起業相談やセミナー、交流会など様々な支援メニューをワンストップで提供している。令和 4 年の起業前相談件数は開設前の約 3.8 倍になり、開業支援件数は 126 件と、過去最多となった。

また、スタートアップの創出にも取り組んでいる。令和元年に「仙台スタートアップ・エコシステム推進協議会」を設立、令和 4 年に「仙台スタートアップ戦略」を策定し、さらなる成長・発展を目指すスタートアップ企業の集中支援プログラムやシリコンバレーとの交流を通じて、「仙台らしさ」を活かしつつ、社会的・経済的インパクトの創出に挑戦し続けるインパクト・スタートアップの創出を目指している。

令和 5 年度にスタートアップ支援課を新設し、「ロールモデルとなるスタートアップの輩出」「ロールモデル予備軍の発掘・育成」「学生・若者のアントレプレナーシップの醸成」の 3 つの方向性を軸とした施策を実施している。また、スタートアップ支援関連予算を倍増するなど、今後のさらなる支援環境の充実に向けて取り組んでいるとのことであった。

### 【主な質問事項】

- ・日本で起業家が育たない原因について
- ・起業家を目指す若者の両親への働きかけについて
- ・大学発のスタートアップを増やす取組について
- ・県や東北地域との連携について

など



調査事項を聴取



施設を視察

## 5 宮城県議会（宮城県仙台市）

### 【調査事項】

みやぎZ世代推し事（お仕事）はかどるプロジェクトについて

### 【調査目的】

宮城県では、Z世代を含む若年層の採用力向上及び定着促進に加え、県外からの誘引を進めていることから、京都府における若年層の就職支援の参考とするため、同プロジェクトについて調査する。

### 【調査内容】

宮城県では、大学進学により県内に住んでいる学生が多いにもかかわらず、令和3年3月に卒業した大学生の県外就職率が54.8%と、若者の県内就職・定着が喫緊の課題となっている。

そこで、今後就職時期を迎える「Z世代」と呼ばれる約11歳から26歳の若者が、自分の好きなことや価値を感じた「コト」への消費を惜しまない「コト消費（イミ消費）」を重視するという特徴を持っていること、その中でも自分の好きなことに情熱を注ぐ活動である「推し活」に着目し、県庁内の若手職員の企画により、「みやぎZ世代推し事（お仕事）はかどるプロジェクト」が実施された。

本プロジェクトは、①企業支援、②学生支援、③マッチングの3つを柱として、「仕事」と「推し活」が両立できる企業を育成し、県内外の学生を誘引することを目的としている。企業には、Z世代をターゲットにしたSNS等を利用した情報発信方法や、Z世代の特徴をテーマとしたセミナーや個別支援を行い、Z世代への理解や職場環境整備につなげているほか、学生には、企業の魅力発信イベントなどを開催し、仕事への推し活の活かし方や、仕事と推し活の両立などの情報発信に努めている。また、本プロジェクトを通じて「仕事」と「推し活」の両立を応援してくれる企業を「みやぎ推し活応援企業」とし、合同企業説明会などでの学生とのマッチングの機会を創出している。

本プロジェクトは、参加企業が仙台市の企業に偏っていることや、イベントへの参加人数に比べ合同企業説明会への参加人数が少ないことが課題であり、今後は、大学や関係団体との連携、SNSを活用した周知拡大を実施するほか、県内各圏域にわたる支援をはじめ、関連事業とのつながりをより強固にし、学生の就職までの一体的な支援を展開していきたいとのことであった。

### 【主な質問事項】

- ・ Z世代のニーズについて
  - ・ プロジェクトを進めるにあたっての課題について
  - ・ ワークライフバランスなどの認識について
  - ・ 実際の事例について
- など



説明事項を聴取