

資料 3

項目	該当するページ	審議会委員からの意見	意見に対する回答	担当課
柱Ⅴ 多様な交流の促進・県産品の魅力発信	P110 P115	福島県は広い。各地域には異なる固有の文化・魅力がある。しかし、会津では特に浜通り地域の魅力は知らないことが多い。逆もあり。今の福島だからこそ、福島の魅力を福島の人たちが知る、伝えることが大事だと思う。近隣県との広域周遊モデルも有効だが、県内での浜から会津へなどの広域周遊という視点はどうか。福島の多様な魅力を伝え、滞在期間を延長できるよう。また、地域産品が地域以外でも求められる、観光物産館ランチを浜・会津の商店街での設置なども視野に入れてみてはどうか。知ることが地域活性化の第一歩だと思う。行くと楽しい場所になるために。	感染症拡大等の社会環境の変化も踏まえまして、県内での周遊を促進し、滞在期間の延長につながる取組は重要だと認識しています。第4章（118頁）に「県民に地元や県内の温泉・郷土食・史跡等の魅力的な観光資源を再認識してもらい、域内消費の拡大につなげる地域内観光「マイクロツーリズム」を推進することで、新たな観光需要を創出します。」と記載しており、県としましても県内周遊の促進に積極的に取り組んでまいります。また、現在、県内旅館ホテルを対象とした県民割プラスを実施しております。 観光物産館の支店・分店につきましては、設置が困難であることから、県内の物産について県民に知っていただく取組を進めて参ります。	観光交流課 県産品振興戦略課
第4章 【指標6】新規大学等卒業生の県内就職率	P34	指標の内容が 新規高卒 となっているのでたぶん間違いだと思います。半数近くが内定が出ているにも関わらず県外に就職する理由（就職した場所等）は把握されておられるのでしょうか。その点についてどのように改善することで就職率を上げようとお考えでしょうか。	・指標の内容については、修正いたします。 ・県内大学の卒業生が県外に就職する理由については、本県では、県内大学卒業生に占める県外出身者の割合が高く、県外出身者が県外就職を希望することや県内企業の魅力が学生に伝わっていないことなどが一因であると思われます。 そのため、学生と若手社員による交流事業などにより、学生が県内企業の魅力ややりがいを感じ取ることができる取組を進めるとともに、広く若者に伝わる情報発信に努めてまいります。また、奨学金返還支援制度なども活用しながら、大学生の県内就職を推進してまいりたいと考えております。	雇用労政課

項 目	該当するページ	審議会委員からの意見	意見に対する回答	担当課
第4章 柱Ⅰ－1 （6）農商工連携による6次化の推進	P48	6次化商品の最も大きな問題は開発ばかりで販売に力が注げているという点ですが、販路拡大を支援というところをもう少し具体的に実例も含めて記載してほしい。	6次化商品の販路拡大につきましては、「柱Ⅰ－1（6）」に記載しているほか、「柱Ⅰ－1（5）⑤」などに、6次化商品を含めた県産品の販路拡大の取組を記載しております。また、農林水産部とも連携を図りながら販路拡大の支援に取り組んでまいりたいと考えております。	産業振興課 県産品振興戦略課
柱Ⅱ－2 （1） 【指標27】リノベーションまちづくり推進事業によるまちなかでの起業者数	P57	新規件数も大事ですが、継続率（例えば3年、5年等）も指標に入れたほうがいいのではないのでしょうか。	当該事業は開始して間もない事業であることから、継続率をお示しすることができませんが、起業者が起業後も事業を継続し、まちなかの賑わいに繋げていくことが重要と考えていることから、今後、起業後のアフターフォローと事業継続状況の把握を行ってまいります。	商業まちづくり課