令和8年度大分県中小企業活性化条例推進委員会　委員意見・県の考え方

①賃上げの持続化に向けた支援

NO.	委員の発言	県の考え方
1	中小・小規模事業者が持続的に賃上げを行うためには、原材料費やエネルギー価格、人件費などの上昇分を適切に価格転嫁することが何より重要である。この価格転嫁推進に向けた取組みは令和5年2月の「価格転嫁の円滑化に関する協定」を締結した後、パートナーシップ構築宣言の促進を図る等、機運醸成が図られてきた。 しかしながら、本会が会員事業者157社に対して価格転嫁に関する状況等を調査したところ、約8割が「一部実施」「実施できていない」と答えており、価格転嫁できない理由については、売上減少や取引打切りへの不安が最も多い状況である。 そのため、パートナーシップ構築宣言をさらに普及させ、宣言企業数を増やすことも重要となるが、加えて、本宣言の実効性を高めるため、宣言した企業が実際の取引において遵守するよう、発注側企業への働きかけを一層強化することも必要となる。また、中小・小規模事業者向けの補助施策は賃上げの後押しとなっているため、継続的に強化・拡充をお願いしたい。	宣言の実効性を高めるためには、発注側企業が取引先の立場を尊重し、適切な価格転嫁に応じることが重要である。このため、県では、経済団体等と連携し、パートナーシップ構築宣言企業の増加に向けて取り組んでおり、10月20日現在、県内企業の登録数は746社となっている。引き続き、宣言の趣旨の周知を図りながら、登録企業の増加に取り組んでいく。 また、宣言の実効性を確保するため、国の制度では、企業の代表者自らが宣言を行い、宣言企業をホームページで公表する仕組みとなっている。適切な取引を行っていない企業については、ホームページから削除されることとなっており、こうした仕組みを通じて、宣言内容の遵守を促していると認識。 加えて、県では中小・小規模事業者の賃上げを後押しするため、企業のデジタル化や生産性向上につながる取組を支援している。今後も、事業者のニーズや課題を踏まえながら、デジタル技術の活用等による生産性向上や収益力の強化を支援し、持続的な賃上げにつなげていく。
2	所定内給与額についても上昇傾向が続いているとのことだが、例えば全国水準の金額により近づけることを目指すなど、県が今後の目標として掲げていることはあるのか。 賃上げ状況に応じて補助金の加算や特別枠を適用するというだけではなく、賃上げを実施するということ自体に対して支援することにより、今後賃上げを行おうとする企業数の増加を促し、全体の底上げを図る考えはないか。	県では、県民生活を守るとともに、優秀な人材の確保等を図る観点からも、全国や福岡県との賃金格差の縮小に向け、賃金が継続的に引き上げられていくことが重要と考えており、近年の最低賃金改定において意見書を提出している。 また、賃上げのみを支給要件とする支援は、一時的な負担軽減にはなり得るものの、その効果は一過性にとどまり、長期的な事業者の収益向上につながらない可能性がある。 このため、県では、生産性向上に資する設備投資や資金繰りを支援することで、中小企業の長期的な収益力の向上を図り、持続的な賃上げにつなげていく考えである。

②副業・兼業の促進

NO.	委員の発言	県の考え方
3	例えば、近年、AIを活用した業務効率化が進んでいるが、県内企業においては、まだ十分に普及していないと考えられる。こうした新しい技術やスキルを持つ副業・兼業人材を活用することで、企業にどのようなメリットがもたらされるのかなど、導入企業側の具体的な利点を積極的に周知する取組に重点を置いてはどうか。	ご提案のとおり、副業・兼業人材の活用を検討する企業にとって、導入後の具体的なメリットを知ることは重要であると考えている。 AIを活用した業務効率化については、肖像権や個人情報の取扱いなど、留意すべき点も多い。このため、専門的なスキルを持つ人材を活用することは、付加価値の向上や業務効率化に加え、こうしたリスクの回避にもつながると考えている。 今後は、こうしたメリットを積極的に周知できるよう、副業・兼業人材の活用による成果事例を広く発信する取組を検討していく。
4	副業・兼業人材のマッチング実績は、R5年度の4件から、R6年度は15件、R7年度は27件と増加しているが、補助期間終了後も企業が契約を継続している件数や継続率はどの程度か。 自身のテレワークの取組経験から、中小企業では業務が属人化しており、外部人材に任せる業務を切り出すこと自体が難しいと実感している。補助率8/10という手厚い支援があるにもかかわらず、R7年度の実績が27件(県内中小企業の約0.08%)にとどまっている背景には、こうした課題があるのではないかと考える。契約の継続率も低い場合には、制度の効果を検証した上で、支援のあり方を見直す時期に来ているのではないか。	R7年度初回補助金の活用実績が27件に留まっているのは、予算額が600万円上限に達したためです。来年度は、大幅に予算額を増額するよう検討していきます。 契約を継続している件数と継続率については、R5～7年度の46件のうち4件で8.7%となります。一度活用した企業が再度別の業務でも活用できるよう、成功事例の情報発信を強化することを検討しています。 これに限らず、副業・兼業の活用が促進されるよう企業ニーズを把握し、検討していきたい。 外部に任せる仕事を切り出すこと自体が難しいとのご指摘については、プロ人材拠点の企業訪問を通じた伴走支援に加え、個別のオンライン相談など検討したい。
5	業務の切り出しにAIを活用すべきと思うが、そういう活用を検討してほしい。	副業・兼業人材を活用してAIの活用に取組むことは親和性が高いと考えている。今後も、こうした専門人材の活用を推進していく。

③男性の育児休業取得の推進

NO.	委員の発言	県の考え方
6	成果を上げている企業の事例を紹介するセミナーを開催してもらえるとよいと考える。 また、数値目標ばかりが強調されることへの意見もあった。数値だけでなく、子育てを通じて心豊かな子どもが育つことや、人格形成にもつながることなど、取組の本来の目的や意義を入り口として学べるセミナーがあれば、企業側の理解も深まり、より前向きな取組につながるのではないか。	数値目標の達成そのものが目的ではなく、男性も女性もともに子育てを担うことが当たり前となる社会を実現することが重要である。 本県では、国の方針を踏まえ、男性の育児休業取得率について、令和7年度の50%、令和12年までに85%という目標を設定している。今後も、こうした社会の実現に向けて、セミナーの開催などを通じ、取組を進めていきたい。 また、子育ては子どもの人格形成に関わるだけでなく、第1子の誕生時に配偶者とどのように育児を分担したかが、第2子、第3子を持ちたいと思えるかどうかにも影響する重要な要素であると考えている。 そのため、単に出産時に立ち会うだけでなく、少なくとも1か月以上の育児休業を取得し、夫婦がともに子育てに取り組めるような施策を検討するとともに、出生数の増加にもつながる取組を進めていきたい。

③男性の育児休業取得の推進

7	中小企業において男性の育児休業取得が進みにくい背景には、金銭面だけでなく、企業と従業員双方の知識不足もあるのではないかと考える。 企業側では、育児休業中の給与や国の給付金の仕組みについて十分に理解されておらず、実際以上に金銭的な負担を大きく捉えている可能性がある。一方、従業員側にも、業務の引継ぎなど、休業に向けた準備や配慮が求められる。こうした対応が不十分な場合、同僚の負担増や職場内の軋轢を招き、次に取得を希望する従業員が育児休業を取得しにくい雰囲気につながるおそれもある。 企業と従業員双方の知識・意識の向上について、県として既に取り組んでいることがあれば、具体的にどのような支援を行っているのか伺いたい。また、今後の取組となる場合には、企業と従業員の双方に働きかけ、育児休業を取得しやすい職場環境づくりを促進することは可能か。	男性育休取得に関する正しい知識と意識が、企業と従業員双方において不足していることは否定できない。 例えば、令和7年度大分県労働福祉等実態調査で、男性の育児休業が進まない理由として、「収入が減少するため」が45%を占めているが、令和7年4月からは、出生後休業支援給付金の制度が開始されており、育児休業給付金と合わせて、最大28日間、実質、手取り10割相当の給付がなされているところ。こうした制度についても、周知を進めていく必要がある。 現在、商工観光労働部では企業向け、福祉保健部子ども未来課では育児休業を取得する当事者や県民向けに、それぞれ周知や意識啓発に取り組んでいる。今後は、両部局が連携し、企業と従業員双方に対して、育児休業に関する知識の普及や意識の向上に取り組んでいきたい。 また、育児休業取得者の同僚への負担軽減については、本年度、男性育休取得促進助成金において、同僚への支援に関する制度を創設したところである。金銭的な支援に加え、休業取得に伴う業務の引継ぎなど、職場全体で育児休業を支えるための具体的な取組についても、セミナー等を通じて事例を紹介し、企業の取組を促していきたい。 今後は、育休中の給与や国の給付金の仕組みなどについて、企業及び育休取得者双方へ丁寧な周知を強化していく。 また、育休取得にあたっての引き継ぎ等についても、セミナーにおいて先進企業の取組などの具体的事例を紹介していきたい。

③男性の育児休業取得の推進

8	私自身、5人の子どもを育てているが、1点お聞きしたい。母親を対象に、夫に育児休業を取得してほしいと思っているかどうかについて、アンケート調査を実施しているのか。	母親を対象に、夫に育児休業を取得してほしいかどうかを尋ねる調査は実施していないが、男性は仕事、女性は育児という従来の考え方は、すでに限界にきていると考えている。 そのため、昨年度から助成金による支援を行いながら、男性の育児休業取得を促進している。以前は、男性が育児休業を取得する企業は限られていたが、近年は取得率が上昇しており、昨年度は42%となった。 かつては、女性が育児休業を取得することも、現在ほど当たり前ではなかったが、今では一般的なものとなっている。男性についても、育児休業を取得することが当たり前となる社会を目指し、今後も必要な施策を展開していきたい。
9	育児休業を取得したい人が取得できる環境を整えることは重要だが、取得を強制するのではなく、それぞれの家庭の状況や意向に配慮した取組を進めてほしい。	育児休業の取得を強制することがないよう、取得率の目標も100%ではなく85%としている。本人や配偶者の意向、企業経営者の考え方など、それぞれの事情に配慮することが重要である。 取得を強制するのではなく、本人が自然に取得時期を相談できる職場環境の実現を目指していきたい。
10	私の娘の夫も、最近、育児休業を取得した。その経験を聞いて感じたのは、育児休業を取得した人が、実際にどのような経験をし、どのような点でよかったと感じたのか、具体的な事例を共有することが重要だということである。 娘の夫は、第1子のときには取得せず、第2子のときに育児休業を取得した。その際、家事を手伝うというよりも、上の子の世話や送迎などを担ったことで、普段、妻が担っている育児の大変さを改めて実感したそうである。 また、普段は仕事で帰宅が遅く、なかなか子どもと向き合う時間が取れない中、育児休業を通じて、子どもとじっくり向き合うことができたという。 こうした取得者の実体験や、育児休業を取得してよかったと感じた具体的な事例を共有することも、取得促進につながるのではないかと考える。	私自身も、第1子のときには育児休業を取得しなかったが、第2子のときには、3週間ほど休業を取得した。当時は、育児休業の取得に対する理解もまだ十分ではなかったが、職場の上司には快く認めていただいた。 休業中は、家事を手伝うというよりも、主に上の子の面倒を見ることに取り組んだ。その経験を通じて、子育ての大変さを実感するとともに、夫婦が一緒に子育てに取り組むことの意義を改めて認識することができた。 こうした経験を踏まえ、今後も研修などを通じて育児休業の意義を伝えるとともに、家庭内での役割分担についても考えるきっかけをつくり、夫婦が協力して子育てできる環境づくりを進めていきたい。

④AIを活用した課題解決支援

NO.	委員の発言	県の考え方
11	中小企業がDXを進めるうえでの大きな課題の一つは、業務上の課題を整理して問題を定義し、その内容を会社のナレッジとして蓄積する土台が整っていないことであると考える。 私自身、IT事業者として中小企業の現場に関わる中で、「ITの仕組みがなくてもDXはできる」と伝えてきた。まずは業務上の問題を定義し、ナレッジとして蓄積する考え方を持ち、そのうえで効率化に必要なITを選択するという順序が重要である。 AIは、こうしたナレッジの蓄積・整理や、必要な情報の検索・活用に有効な手段である。また、同じ生成AIであっても、与えるデータやナレッジによって回答の内容は大きく変わる。 そのため、個人の経験や社内に散在する情報を、業務上の問題を明確にしたうえでナレッジとして整理・蓄積していくこと、すなわちDXの土台づくりにこそ、AIの活用が有効であると考える。	令和8年7月に閣議決定された第Ⅱ期人工知能計画においては、AIを前提として意思決定や業務の進め方を根底から見直す「AIトランスフォーメーション」（AX）の推進が明記されている。委員ご指摘の社内のナレッジをDXの土台としてAIに蓄積・整理する取組は、まさにAXにむけた重要なプロセス。 現在、県では、お示ししているとおり、Digital＆AI Innovation Bridge（DAIB）を7月に立ち上げており、その活動の中で、自律的にタスクを処理していくAIエージェントによるプロジェクト創出を目指している。AIエージェントは、組織内に存在する多様な情報ソースを網羅的に収集・解析することで、従来、言語化が難しかった経験則に基づく「暗黙知」を「形式知」へ転換し、指示したタスクを実行することが可能である。 今後、AIエージェントのプロジェクトを推進する中で、委員ご指摘のDXの土台作りとしての活用も視野に、取り組んでいく。

④AIを活用した課題解決支援

12	現場では、AIを導入すればすぐに使えるアプリケーションとして捉えている企業も多く、実際の活用も検索エンジンの延長にとどまっているように感じる。また、IT・DX・AIといった言葉が混同されている場面も少なくない。さらに、AIの導入は経営幹部の判断で進められることが多く、経営層がAIに関心を持たなければ、社員の関心や活用も進まない企業があると考える。 私自身、DAIBに加盟しているが、先進的な取組や成果事例の紹介は大変有意義である一方、そうした成果を伝えるだけでは、AIに馴染みのない企業や働く人にとって、自分ごととして捉えにくい面もあると感じている。 そこで、現在の活動の質を大切にしながら、「そもそもAIとは何か」「無料で利用できるAIツールで何ができるのか」といった身近な内容から伝えていく役割も、DAIBが担ってはどうかと考える。 対象を企業の経営者だけでなく、実際に働く従業員にも広げ、誰もが参加できる場を設けることで、社員や若手の幹部社員が得た知識を職場に持ち帰り、経営者にAIの活用を提案するといった動きも期待できる。より多くの人がAIへの期待や関心を高めることで、県内企業におけるAIへの理解や活用に対する意識も変わっていくのではないか。 情報発信の方法としては、例えば、祝祭の広場など人通りの多い場所でのイベントや、可能な範囲でのテレビ・ラジオなどのメディアの活用も考えられる。また、こうした「伝わりにくいことを分かりやすく伝える」役割は、県だけでなく、DAIBの会員企業も担っていくことが重要であると考える。 県として既にさまざまな工夫をされていると思うが、こうした視点も踏まえ、今後の取組について伺いたい。	ご指摘のとおり、AIの活用を広げていくためには、まず「AIで何ができるのか」を知っていただき、身近なものとして関心を持っていただくことが重要と考えている。 DAIBは、主として事業者の具体的な課題解決やプロジェクト創出を進めるための枠組みとなっており、企業で働く方や一般の方がAIを基礎から学ぶ機会については、おおいたAIテクノロジーセンターにおいて、個人も参加できるセミナーや勉強会を実施している。まずは同センターをAIに触れ、学ぶための入口として活用してもらい、そこで得た知識を職場に持ち帰って提案するとともに、企業として具体的な導入や課題解決に取り組む段階では、DAIBの活動につなげていきたいと考えている。 また、より多くの方にAIを知ってもらうための情報発信も重要である。おおいたAIテクノロジーセンターのセミナーやDAIB等で生じる好事例の紹介などを通じて、AIに関する情報発信にも努めていく。

④AIを活用した課題解決支援

13	DAIBは発足して間もないこともあり、現在は、AI活用の幅を知るためのセミナー情報の発信や、会員企業の拡大、AI活用プロジェクトの創出を中心に活動していると理解している。 今後は、こうした取組に加え、AIの基本的な仕組みや、業務上の問題の定義の仕方、データやナレッジの捉え方など、基礎から学べる機会を設けてはどうかと考える。 また、その対象を会員企業に限らず、県内企業で働く一般の従業員などにも広げ、情報を受け取るだけでなく、実際に参加しながら学べる場として展開することは可能か、県の考えを伺いたい。	DAIBは、先駆的なAI活用プロジェクトを創出していく組織である。プロジェクトの創出にあたっては、課題の整理からAIの導入・活用までを実践的に学んでいただくことも想定されることから、会員企業のニーズをくみ取りながら、進めていく。 また、会員企業以外の方や企業で働く個人の方が、まずAIの基礎を学びたいという場合には、おおいたAIテクノロジーセンターにおいて、個人も参加できる研修や勉強会を実施している。DAIBとおおいたAIテクノロジーセンターのそれぞれの役割を生かしながら、県内のAI活用の裾野を広げていく。
14	今後、多くの企業でAIエージェント（業務を自動化するAI）の活用が求められるようになると考える。しかし中小企業が導入するには、各企業に出向き、AIで何ができるかを経営者や現場と一緒に考えながら業務の棚卸しを行い、仕組みを構築・定着させるFDE（Forward Deployed Engineer）と呼ばれる新しい職種が必要とされる。 社内外のFDE人材の育成が喫緊の課題です。DAIBには、FDE人材の紹介とともに、実際の業務を通じて企業内にもFDE人材を育てる場としての役割を期待します。	AIエージェントは導入するだけで効果が得られるものではなく、自社の業務課題を整理し、適切に使いこなして現場に定着させる人材が必要である。こうした実践を担う人材を育成し、AIを前提として業務や組織の変革を進めるAX人材へとつなげていくことが重要であり、DAIBの会員企業からも高い関心やニーズが寄せられている。 DAIBでは「AIエージェントWG」において、AIエージェントの構築・導入、現場への定着までを実践的に進めるプロジェクトを立ち上げる予定である。こうしたプロジェクトの推進を通じて、参加企業の社員がAIの活用方法や課題解決の進め方を学び、企業内でAXを担う人材として成長していくことも期待している。 また、DAIBのフェローにはAX人材の育成に取り組む専門家もいることから、こうした方々の知見や協力も得ながら、人材育成を進めていくことを想定している。人材育成には様々な手法があるため、ご意見を賜りたい。

⑤スタートアップ支援

NO.	委員の発言	県の考え方
15	創業支援だけでなく、特に重要なのは、創業後の企業の成長支援であると考える。会社を立ち上げることと、売上を1億円、5億円、10億円へと伸ばしていくことでは、直面する課題が異なり、成長段階に応じて必要な知識や経営判断も変わってくる。そのため、創業後の企業が次のステージに進めるよう、成長段階に応じた支援を充実させる必要がある。 また、経営者が抱える課題は、資金調達だけでなく、採用や組織づくり、事業戦略など多岐にわたり、セミナーや講習だけでは学びきれないことも多い。実際に、他の経営者や先輩経営者との交流を通じて、経営に対する考え方や判断が大きく変わることもある。 県内外で事業を成長させてきた経営者の知見を、次の世代に還元する仕組みがあれば、大きな価値がある。先輩経営者が長年かけて培った経験や知識を、次の世代がより短い期間で学ぶことができれば、企業の成長を加速させることにもつながる。 経営者同士の横のつながりも重要だが、それに加えて、先輩経営者が損得勘定抜きで後輩経営者に助言する、メンター制度のような仕組みを充実させることが重要ではないか。	創業後の企業が専門家などの支援を受けられる環境づくりは重要であり、起業家が孤独に陥ることなく、成長を加速させていくことも大切であると考えている。 現在、大分県スタートアップセンターは創業セミナーなどを中心に取り組んでいるが、起業家同士のネットワークづくりや、先輩経営者から助言を受けられるメンター機能については、さらに強化する必要があると認識している。このため、人員体制の強化やメンターの確保など、センターの機能強化に向けた検討を進めている。 今後は、スタートアップセンターを核として、県内の関係者をつなぐ支援体制を構築していきたい。具体的には、組成を検討しているファンドや既存のファンドによる資金面での支援に加え、大分大学や別府大学、NPOなどが持つ知見、さらにはベンチャー企業での経験を持つ方々の知見も活用しながら、起業家を支援する仕組みを整えていきたい。 また、イベントなどを通じて関係者が協働できる仕掛けをつくり、それぞれの取組が相乗効果を発揮し、起業家コミュニティ全体が活性化するような連携のあり方についても検討していきたい。

⑤スタートアップ支援

16	創業から成長段階まで、切れ目のない支援体制が重要である。創業初期は商工団体や日本政策金融公庫が事業計画や資金調達を支援し、その後は民間金融機関や信用保証協会が連携して伴走支援を行っている。 また、スタートアップは資金供給の規模も課題であり、県が取り組むファンドについては、資金面に加え、経営面での助言も期待できることから、有効な取組と考える。さらに、10億円単位の資金供給を可能にする仕組みについても、制度改正を含めた検討が進められていると認識している。な取組みではないかと思います。	今回のファンドについては、県が直接出資しない形での組成を目指している。ファンドの運営は、大阪府や埼玉県、長野県などで実績のある事業者に委ねることとしており、投資先を選定する能力にも期待している。 フ ァンドが選定した事業者に対しては、大分県スタートアップセンターを中心に、民間の支援機関とも連携しながら、経営面を含めて幅広く支援していきたい。また、県が取り組む支援プログラムへの参加なども通じて、事業の成長を後押ししていく。 今回のファンドの特徴として、事業性の高さに加え、大分県への貢献や地域との関わりを重視し、県内企業だけでなく県外企業も対象として投資先を検討していく。特に、地域未来戦略などで掲げられた、本県の成長につながる分野にも注目していきたい。 こうした取組を通じて、創業段階から成長段階まで、切れ目のない支援を実現していきたい。
17	起業する人材が不足していることも課題である。自治体と高校・大学などが連携し、起業家精神を育む教育を一過性の取組に終わらせず、継続的に実施していくことが必要である。	スタートアップを継続的に生み出していくためには、長期的な視点に立った起業家の育成が重要である。 大分大学や大分大学教育学部、立命館アジア太平洋大学（APU）などの高等教育機関とも連携し、大学からスタートアップが生まれる環境づくりを進めていきたい。 また、起業家同士の交流会やSNSでの情報発信などを通じて、県内の起業家を確保し、支援につなげていきたい。
18	「地方創生SDGs官民連携プラットフォーム」について、全国の自治体とスタートアップなどをマッチングする仕組みと認識しているが、実際の活用状況が分からないため、どの程度活用されているのか伺いたい。	「地方創生SDGs官民連携プラットフォーム」は、1つの良い例と考えている一方で、今後は東京都が運営するTokyo Innovation Base（TIB）やCIC FUKUOKAなどと連携し、おおいたスタートアップセンターを中核に県外の拠点を活用した情報発信を検討しているところ。 また、県内産業の振興につながるよう企業の経営課題解決に資する県外スタートアップとのマッチングを推進することとしており、今後は、県外スタートアップの県内での実証・協業事例の蓄積、発信に努める。

⑤スタートアップ支援

19	外国人留学生などが日本で起業するにあたり、経営・管理ビザの取得要件が厳格化され、資本金や雇用などの面でハードルが高くなっている。実際に、本学の留学生が起業を目指す際にも障壁となっていることから、起業意欲のある外国人留学生等への支援についても検討いただきたい。	令和7年10月16日に施行された許可基準の改正は、事業実態のない、いわゆるペーパーカンパニーによる在留資格の取得など不適正利用が多数指摘されたことから、事業の実体を伴う経営者のみを適正に受け入れることを目的として見直されたものと認識している。 本基準においても円滑な起業がなされるよう引き続き支援するため、お困りの学生等がいる場合には、ケースバイケースで対応したいと思いますので、本県や「おおいた留学生ビジネスセンター（SPARKLE）」、「おおいたスタートアップセンター」にご相談いただきたい。

⑥製造業の振興

NO.	委員の発言	県の考え方
20	以前訪問した金属加工企業では、自社が製造した部品が最終的に何に使われるのか分からないという話があった。特に4次、5次といった下請企業では、自社の技術が活用される市場や分野を把握することが難しい一方、これらが見えてくれば、新たな取引や新分野への展開につながると考える。 また、災害時の供給停止によって取引先を失うリスクもあるため、BCPの策定・運用による早期復旧体制の整備や、代替調達・生産に向けた企業間連携など、サプライチェーンの強靭化も重要である。 10年後を見据え、県内企業の技術と市場をつなぐ「成長」と、供給を途切れさせない「強靭化」の両面から、製造業政策を進めていく必要がある。	県としては、令和8年9月の補正予算で半導体関連企業を対象に、企業が持つ技術、加工・製造工程、供給上の役割などを把握するためにヒアリング調査を実施することとしています。調査を通じて、県内企業の強みや企業間のつながりなどを把握・分析し、その結果を今後の支援策の検討に活用してまいります。 また、調査で得られた知見を踏まえ、企業間の情報共有やマッチング、既存分野での受注拡大や新たな分野への参入に向けた支援についても検討することとしています。 あわせて、企業間の連携や代替調達・代替生産に向けた検討、事業継続計画の策定などを促し、供給網の強靭化にも取り組んでまいります。 半導体分野での調査手法や得られた知見については、他の分野にも活用できるか検証し、関係機関と連携しながら、県内産業の実情に応じた取組を検討してまいります。
21	造船業は国の成長戦略17分野に位置付けられており、国は2035年までに建造能力を倍増する計画である。大分県においても、地域戦略産業クラスター計画に造船・船舶関連産業を位置付け、具体的な検討を進めていただいているところ。 業界としても、県内造船各社の生産能力を現在の1.5倍に引き上げることを目指しているが、その実現には人材や外注先の確保が大きな課題となる。 県では企業間連携や異業種とのマッチングに取り組んでいただいていると思うが、造船業の業務を外注したり、繁忙期に応援・協力したりできる企業があれば、ぜひマッチングを進めていただきたい。	地域産業クラスター計画については、今後10年間で官民連携による420億円の投資と400人の人材育成を目指し、計画の実行に向けた準備を進めている。 県南部の基幹産業である造船業の振興は、県経済の活性化にとっても大変重要であると考えており、引き続きご理解とご協力をお願いしたい。

⑦再生可能エネルギーの導入促進

NO.	委員の発言	県の考え方
22	東日本大震災を契機に、地域再生やエネルギー問題への関心が高まる中、2013年に全国の有志がドイツやオーストリアを視察し、エネルギーシフトの考え方を学んだ。これを受け、2016年に中小企業家同友会としてエネルギー戦略を策定した。 エネルギーシフトとは、省エネやエネルギー利用の効率化、再生可能エネルギーへの転換を進め、地域内でエネルギーを自給するとともに、資金を地域内で循環させ、仕事や雇用の創出につなげるものである。 例えば、福岡県八女市では、中小企業73社が出資して「八女エネルギー株式会社」を設立し、電気代の地域内循環に取り組んでいる。また、住宅に初期費用や維持費用の負担なく太陽光パネルや蓄電池を設置する事業も展開されている。 大分県においても、新エネルギービジョンの推進に当たり、こうした取組を参考に、県内での再生可能エネルギーの導入促進につなげていただきたい。	エネルギーの安定供給にも資する再生可能エネルギーの導入を促進するためには、地域で発電した電力を地域内で活用する「地産地消」を進めることが重要である。 このため、県では、大分県エネルギー産業企業会の取組を通じて、再生可能エネルギーを活用したまちづくりを支援するとともに、地域との共生を図りながら、地域の振興や課題解決につながる取組を後押ししている。また、県内に事業所を有する事業者を対象に、高効率照明や高効率給湯器などの省エネルギー設備の導入を支援するとともに、商用軽電気自動車の購入やEV充電設備の導入に対する補助を実施している。 さらに、今年度の補正予算では、太陽光発電設備と蓄電池を組み合わせた再生可能エネルギー設備の導入などに対する補助も実施しており、こうした取組を通じて、県内事業者のエネルギーの安定的な確保を後押ししている。
23	大分県エネルギー産業企業会では、地元企業による研究や実証実験を支援しており、県内企業の技術やビジネスを全国に展開していく上で重要な役割を果たしている。今後も、こうした支援を継続していただきたい。 また、大分県は地熱発電が盛んな地域であり、エネルギーの安定供給や地球温暖化対策の観点から、次世代型地熱発電の重要性も高まっている。県の地熱資源という強みを生かし、県内を次世代型地熱発電の実証・実装のフィールドとして全国に発信し、その実用化をリードしていくような計画や構想はあるか。	県では、エネルギー産業企業会の取組を通じ、再生可能エネルギーを活用した商品開発や販路開拓を支援しており、県内企業に活用いただいている。今後もフォローアップを行いながら支援していく。 次世代型地熱は、地熱ポテンシャルを現状の4倍以上に拡大する可能性のある技術であり、超臨界地熱、クローズドループ、EGSなどの技術が存在する。そのうち、超臨界地熱については、大分県九重町が有望地域の一つとされている。実際に技術が導入、実装されるのは、2030年以降になるものと思われるが、地熱先進県の大分県としても、実証・実装のフィールドとなるよう、検討を進めていく。

⑧県産品の海外販路開拓

NO.	委員の発言	県の考え方
24	海外展開における課題として、事業規模による取組の二極化がある。一定規模の企業は独自に海外ネットワークを構築し、商談や販路開拓を進めている一方、小規模事業者はノウハウが乏しく、単独で挑戦するにはリスクが大きい。また、セミナー等を開催しても実際の挑戦につながりにくく、支援機関も専門機関につないだ後の継続的な支援が十分でないという課題がある。 こうした状況を踏まえ、次の4点を提案したい。 ①支援機関の連携強化 県や商工会議所、JETROなどが連携し、小規模事業者が海外展開に取り組むための足掛かりとなる支援ネットワークを構築していただきたい。 ②伴走支援の強化 海外展開に必要な手順や基準、留意点などをまとめたマニュアルを作成し、支援機関のノウハウを共有することで、経営指導員による伴走支援の質を高めていただきたい。 ③商談・テストマーケティングの機会創出 小規模事業者が国内外の商談会や展示会に出展し、海外市場の反応を確かめられる機会を設けていただきたい。 ④資金面での支援拡充 商談会や展示会への出展費用に対する補助を拡充するとともに、海外市場に対応した商品パッケージやパンフレットなどの制作にかかる費用も支援していただきたい。	現在、県では「Oita食輸出コンソーシアム」を設置し支援機関と連携した支援を行っているが、先駆的な事業者や海外バイヤー等を加えた体制強化を検討しており、貴所も参加いただければと考えている。 伴走支援もセミナーの開催時に施策説明や個別相談会を実施するなど、同コンソ内で連携して実施している。JETROをはじめ同コンソ支援機関の施策を積極的に活用いただき、貴所との連携を進めていきたい。 (2)挑戦のハードルを下げる機会の創出 事業者のリスクを低減しチャレンジできるよう、台湾・米国等を中心にテストマーケティングの機会を提供しているが、今後は東南アジア市場での実施も検討している。JETROも展示会の主催、出展をしており、貴所支援企業にも積極的な参加をお願いしたい。 加えて、商談会や展示会出展支援については、事業者の多様なニーズに対応できるよう補助制度を設けており、対象者の拡大等も検討したい。 (3)資金的支援・経費補助の拡充 個社での展示会出展やパンフレット制作経費、海外市場を見据えた商品開発やパッケージ見直しについては、(2)の補助制度の対象。今後も事業者の挑戦を後押しできるよう制度の周知を図りたい。

⑧県産品の海外販路開拓

25	米国・台湾以外の新市場としては、韓国・香港・タイ等が考えられる。大分を訪れる外国人観光客の多い国・地域を重視してはどうか。観光で県産品を味わった観光客が、帰国後に越境ECで購入する「旅マエ・旅ナカ・旅アト」の流れをつくれば、観光施策と輸出施策の相乗効果が期待できる。 県内には多くの留学生が在籍しており、海外販路開拓の貴重な資源である。新市場候補国出身の留学生による試食・パッケージ評価などの市場調査、母国語でのSNS発信、商談時の通訳・橋渡し役などが考えられる。こうした経験を通じて留学生が県内企業の輸出担当人材として就職につながれば、事業者の人材不足解消と留学生の県内定着の双方に資する取組となる。	新市場の開拓については、これまでの市場（米国、中国、台湾）に加え、東南アジア市場への展開についても検討していきたい。 本県を訪れる観光客の多い国・地域を視野に、バイヤーやインフルエンサー等を県内に招聘し、酒蔵・食品工場・工房等を巡る見学ツアーや施設の観光スポット化についても検討を進めたい。 食やものづくりの魅力を体験してもらい、帰国後の継続購入や再来訪へつなげることで、観光施策との相乗効果を高めていきたい。 また、現在もAPU出身者と連携して、中国市場向け県産酒類の現地ニーズ把握やPRに取り組んでいる。今後も留学生等の知見を活かした市場調査・情報発信、留学生と食品加工事業者等との連携などを進めていきたい。

⑨観光消費額の拡大

NO.	委員の発言	県の考え方
26	8月は閑散期であるが、近年の猛暑に加え、メディアによる不要不急の外出を控える呼びかけもあり、観光業界にとって厳しい状況となっている。県には、観光地への誘客につながる情報発信に取り組んでいただきたい。 今後の取組として、次の点を提案したい。 ①地域ならではの商品・体験の充実 地元食材を使った商品や、その地域でしかできない体験など、旅行者がお金を使いたくなる魅力的なコンテンツを増やしていくことが重要である。 ②宿泊施設での消費拡大 追加料理や土産物など、宿泊施設内での消費を増やすとともに、地域の商品やサービスの利用を促し、地域内でお金が循環する仕組みをつくっていく必要がある。 ③県内各地域をつなぐ旅行商品の造成 別府や由布院だけでなく、日田や竹田など県内各地を周遊できる旅行商品を造成し、県内全体への誘客と消費拡大につなげていただきたい。 ④地域の魅力を集約した拠点づくり 伊勢神宮周辺にある地域産品を集めた大規模な集客施設(ヴィソン)のように、地域の方が主体となって商品や魅力を発信する拠点づくりも有効である。大分県内でも、集客が見込める場所を生かし、県が中心となってこうした取組を進めてはどうか。	8月の閑散期対策については、今年度から新たな取組を始めたところであり、暑さだけでなく、県内の涼しいスポットなども積極的にPRできるよう、報道機関にも働きかけていきたい。 また、地域ならではの商品開発については、高付加価値商品の試作・開発・改良に活用できる補助制度を設けており、個別の商品開発を支援している。 周遊観光についても、宿泊日数の増加を目指し、今年度から複数の市町村をまたぐ取組への支援を開始しており、県内12件程度の取組が進んでいる。こうした取組を通じて、県内各地への誘客につなげていきたい。 最後に、地域の魅力を集約した拠点づくりについては、紹介いただいた事例を研究し、県内での展開の可能性を検討していきたい。

⑨観光消費額の拡大

27	消費単価を上げるための取組については、宿単独で取り組むには限界があり、また特にインバウンドについては、モノ消費からコト消費への転換が進んでいることから、地域一体となった取組が必要と感じる。特に、酒造見学や伝統工芸等の体験型観光や高付加価値のある特別メニューの提供等、「宿＋酒＋食＋文化」をひとつのパッケージ商品とすることで消費単価が向上するのではないか。 また、宿泊日数を伸ばすための取組については、見る観光だけでなく、体験する観光も加えることで滞在日数が増えることとなる。特に、インバウンドは日本の文化を体験したいというニーズがあり、神社仏閣での体験（参拝、お香等）等による癒しを感じることのできるコースを提案することも必要と感じる。	県では、県内各地への周遊を促進するため、今年度、県内の観光コンテンツを磨き上げ、高付加価値化を図るための実践的な支援を行うとともに、複数市町村をまたぐ旅行商品の造成にも取り組んでいるところです。 例えば、サイクリングで複数の市町村を巡りながら、和太鼓見学やしめ縄づくり、参拝、ゆず胡椒づくりなどの体験を組み合わせ、地域の食や文化に触れる着地型ツアーの商品化等を支援しています。 見るだけでなく、体験を通じて日本文化の魅力を感じていただける観光を進めていきたい。