

令和2年度知事と在京有識者との県政懇談会における主な意見等

<テーマ「山形県の発展について～ポスト・コロナを見据えた県づくりの方向について～」>

日時 令和2年9月2日(水)
15:30～17:00
場所 ウェブ会議

五十嵐 佳子 氏 (作家)

- 山形県は三世代同居率が高いという理由で、積極的に濃厚接触者にPCR検査を行ったと聞いており、家庭内感染がいま増えていることを考えると、早期の取組みを高く評価したい。また、ゴールデンウィークを見据えて県境で検温を実施したことは、山形にはコロナを拡大させないという県の強い意思表示になったと思う。
- 農業に関して、高級食材を中心に引き受け手がないという状況を受けて、ネットでの販売推進事業が展開されている。生産者と消費者がネットで繋がることはお互いにとってメリットが大きく、一過性にしないためには生産者のアクションが必要である。消費者は味だけではなく、そこに秘められた歴史や、大切に育てた人々の物語も望んでおり、そうした付加価値が物を選ぶ基準になる。例えば、生産物に添えられた手紙や、次の季節に販売する野菜の紹介など、山形のこの人が作ったものを食べたいと選んでもらえるきっかけが重要である。こうした取組みが、農家や漁業従事者の自信とやる気を生み、コロナが収束した後も、生産者と消費者が繋がり、支え合うという潮流を生み出せるのではないか。
- 自粛警察や同調圧力といった日本社会の負の面により、陽性者は、ウイルスだけでなく世間とも対峙しなければならない。こうした集団意識を変えていくには、幼少期から、ありのままの自分と他者を認める教育、他者とコミュニケーションするスキルを高める教育が重要である。

今井 敏 氏 ((独)農林漁業信用基金理事長)

- 一足飛びにポスト・コロナを論ずるのではなく、コロナの正体が分かるまでどうするかという段階、次に、当面の対策が進んで、ポスト・コロナを見据えた新しい社会をどう作っていくのかを論じることが出来る段階というように、段階を分けて考えていくことが重要である。
- コロナの正体が分かるまでの段階では、国や県には、リーダーシップを発揮し、一定の方向に強力に誘導する役目が求められる。山形県による県境での検温のように、その時点での知見に基づき、何らかの措置を積極的に講ずることが重要である。具体的な行動に出たことで、県民は安心が得られ、県への信頼も増したのではないか。「新型コロナウイルス予防の手引き」も良くできている。様々なルートで県民に配布・説明することが効果的であり、公的主体である県に期待される役目である。
- 当面の対応が終わり、ポスト・コロナを見据えた社会変革の方向が見通せるようになった段階では、社会全体を変えていく運動論的な取組みをすることになる。地方志向、イノベーション、高付加価値化や働き方改革などは全国共通の方向になるが、山形県としては、これらを縦割りのこなすということではなく、例えば、徹底的な

I Tの活用でオンライン社会を実現し、人口減少に歯止めをかけるといったような、横断的な目標を設定し、山形ならではの総合的な施策として構築していくべきである。そうした取組みを県民挙げて推進するような体制ができれば、県民にとっても、コロナ前に戻るのではなく新しい社会を作っていく、県の将来に期待が持てるという思いにも繋がるのではないか。

大石 利雄 氏（自治医科大学理事長）

- コロナの時代は、県政には、感染防止対策と経済対策を両立させる難しい舵取りが求められる。経済対策はこれまでと発想を変える必要がある。観光は、しばらくは域外からの入込みに多く期待できないので、当面は県内の観光需要の掘り起こしを重視すべきである。県民による県内宿泊施設の利用を推奨するとともに、政府のG o T oトラベルや、3兆円の地方創生臨時交付金を有効に活用すべきである。また、山形の特産品を県外に売り込むことが、県経済の発展には不可欠である。県主導でI T企業と連携し、eコマースを効果的に展開してはどうか。山形には人気のある特産品がたくさんあるが、入込み客が期待できない状況では、eコマースが地産外商の鍵を握っている。
- コロナの影響で、東京一極集中に変化の兆しが出てきている。就職氷河期世代の非正規労働者の多くが職を失っており、地方移住に関心を示す人が増えている。特に、山形県出身で故郷に帰りたいという思いのある人たちに、山形で安心して仕事ができる機会を作っていくべきである。移住や就労の支援情報を丁寧に提供することが有効である。また、I C T基盤の拡充によりリモートで働ける分野が広がっている。コロナ感染や首都直下型地震など災害のリスクが高い東京を離れ、安全な地方で仕事を求めるニーズも高まる。こうしたニーズに応えるため、企業のサテライトオフィスの誘致や支援を強化すべきである。コロナ後の時代は、これまでより心の豊かさや安全・安心な生活が尊ばれるようになる。豊かな自然と食に恵まれ、人情味豊かな山形こそ、こうしたニーズを満たす日本のモデルになるべきである。
- コロナ感染症対策については、秋以降、インフルエンザと併せて感染の大きな波が来ることが懸念され、これに備えることが重要。保健所の人員体制の強化、医療機関のP C R検査能力の拡充を図るとともに、感染症指定病院とその他の病院との役割分担による症状に応じた患者受入れ体制をしっかりと構築する必要がある。政府の補正予算で措置された2兆円の新型コロナ緊急包括支援交付金を、こうした医療提供体制の整備等に有効に活用すべきである。

兼子 良夫 氏（神奈川大学学長）

- コロナにより、価値観や物の考え方が大きく変化し、大学に求められるものも変わってきている。みなとみらい地区に整備中の新キャンパスでは、安全・安心を重視している。感染防止に向けた設備のあり方について今後検討していくが、様々な知見を基に、きちんと手を打たなければいけない。コロナ後の新しい世界に対応するためには、健康、食品、衛生、デジタル、教育など、「命」を守る分野の経済に対する価値の置き方を高めることが重要である。

- 本学では、2018年にダイバーシティ宣言を行い、昨年はSDGsへのコミットメントを発表するなど、様々な課題に対し、教育の場から宣言している。このように、目指すべき理想にどう対応できるか、現実的に前に進めるにはどうすべきかを考えることが大事であり、そのためには正確な知識が必要である。
- オンライン教育には批判もあるが、本来、何から何まで教わるのではなく、内発的に、感性に基づいて自分で勉強するのが学問であり、その面ではプラスである。一方で、いわゆる学習者本位や丁寧な教育というものも必要とされている。高等教育はどうあるべきなのかということを見つめ直す機会であり、トライしていこうという状況である。県も、批判を恐れず、適切に判断して、山形なりの政策を進めていくべきである。

木本 泰行 氏（(株)日本総合研究所顧問）

- 感染者や家族等が誹謗中傷を受けたという話を聞き、異質なものを排斥する意識が、まだまだ社会の根底に残っていることにショックを受けた。日本人はどうにかしてこれを乗り越えていかなければならない。
- 日本が5年前10年前からやらなければいけなかったのにやってこなかったこと、できていないことが、コロナ禍で浮き彫りになった。例えば、アメリカに比べて、日本の学校はオンライン化に対応できていない。デジタル化されていない通知表や紙の報告書の作成に先生は忙殺されている。また、病院では電子カルテが普及しているが、カルテの書き方が統一されておらず、本当の意味での電子カルテになっていない。根源的などころができていないからデジタル化が進まないのであり、日本社会の構造変化を起こしていかないと、根本的な解決にはならないということコロナを見せている。
- 山形県の感染レベルは、小規模なクラスターが起こってもコントロールできる範囲だと思う。感染者数の少なさ、一定の医療設備を持っているというメリットを発揮して、県内や東北各県との交流をはじめ、何か取り組みができるのではないか。
- 海外から帰国すると、PCR検査を受けて2週間は自主隔離しなければいけないが、空港からの送迎や隔離用宿泊施設の手配を行う民間のサービスがあるとのこと。民間企業は、こうしたことに積極的かつスピード感を持って対応している。大きな初期投資もなく始められるようなスタートアップビジネス、特に、新しい価値観に基づくビジネスを支援していくことが重要である。

津坂 美樹 氏（ボストンコンサルティンググループ マネージング・ディレクター&シニアパートナー）

- 弊社は50以上の国や地域でコンサルティング事業を展開しているが、うち半数程度で、コロナからの社会経済の回復に関わる支援を行っている。弊社では、感染が拡大した3月ごろから各地で消費者動向の調査を始め、現在では25に及ぶ国と地域を対象を拡大している。
- コロナ禍における社会経済の状態は、経済封鎖などにより急激な感染拡大を抑える「フラッテン(Flatten)」、一部経済を再開しつつ引き続き社会的距離を維持する「ファイト(Fight)」、企業活動を全面再開する「フューチャー(Future)」という

3つのステージに分類できる。日本はこのうちファイトの段階にある。感染者数と消費者動向の相関性の分析では、特に死亡者数の増減が社会経済の回復に大きく影響を与えていることが分かった。日本の消費者心理は、4月頃を底に徐々に不安から立ち直りつつあったが、6月以降の感染再拡大により景気後退を予想する人が増えている。第2波への懸念は高齢者層が最も強い。調査ではまた、生活行動の変化、収入への不安や在宅勤務の実施状況などを尋ねている。収入への不安を年齢別に見ると、高齢者層の収入はそれほど変化がない一方、30代40代の、住宅ローンを抱え家族の面倒も見ているという稼ぎ頭の世代が最も影響を受けていることが分かった。不安感の大きさや、直面している影響には、このセグメントごとに様々なパターンが見られる。パターンごとに取るべき施策も変わってくるのではないかと。

- 第一次産業から第三次産業まで、企業の業績や経営状況への認識を幅広く調べることも行った。例えば農林漁業では、業績に問題はなくとも経営に不安を感じる人が多く、ギャップが大きい。山形県内においても、ある時点での業種ごとの認識や影響の全体像を把握すると、消費者、県民への働きかけも変わってくるのではないかと。なお、企業規模別に分類すると、中小企業ほど経営に不安を感じる割合が高く、苦しんでおられることが分かる。
- 調査では、消費行動の変化の国際比較も行った。日本を含む5つの国で、今後支出を増やす項目、支出を減らす項目を尋ねた。興味深いのは、他国では家庭内でのエンターテインメントや生鮮食品の購入等を増やすとする回答が多いのに対し、日本は支出を増やすと回答した項目がどの国よりも少ない。日本人は、特にOECD諸国と比べると非常にコンサバティブ（保守的）である。政府による権限のない自粛要請に応じているのは、こうした保守性や真面目さによるものと解釈している。
- デジタル化の推進は、日本にとって死活問題だと考えている。日本では小売の売上に対するeコマースの比率が10%程度と低水準にある。だが、中国ではかつてSARSを機にデジタル化、eコマースが急伸長した。今回のコロナから、中国がどう回復するかは、様々な国に課題を示し、示唆を与えるだろう。日本の消費者もコロナを契機にeコマースでの消費を増やす意欲を示している。こうしたトレンドを加速することが、今後の経済成長の大きな鍵になる。デジタルへの投資とデジタル化の加速は、経済だけでなく、教育などあらゆる分野で重要である。
- 緊急事態宣言解除後は在宅勤務をしている人の比率が徐々に減っている。日本の住宅は他国に比べて狭く、在宅勤務が難しい場合が多い。また、女性は家事育児と仕事の両立が求められるため、在宅勤務の意向が男性に比べて低い。しかし、男女とも在宅勤務を継続していきたいという意向はある。山形県内での在宅勤務の拡大に向け、企業が県境を越えたフレキシブルな勤務が可能になるよう推進することが重要である。

横尾 英博 氏（(株)デンソー経営役員）

- 自動車業界全般がコロナの影響を被ったが、この機会に、経費節減と体質強化に向け、全社的に仕事の仕方の見直しを進めている。一つは残業の削減。時間当たりの生産性を上げるべく、仕事の密度と効率アップに皆で挑戦している。もう一つはテレワーク。現在、オフィス部門は50%を在宅勤務とすることを目安にしている。

全国にあるグループ会社の社長会が頻繁に開催できるなど、オンライン会議の有効性も実感しており、コミュニケーションは改善している。一方で、要所要所でリアルなコミュニケーションの必要性も再認識しており、オンラインとリアルのバランスが課題である。

- オンライン化の拡大は不可逆的であり、有効活用していくべきである。オフィスに縛られないことで、地方の価値が最評価される時代になる。本社が大都市部にあっても、地方、山形に住んで仕事ができるという環境を整備していくべきで、デジタル化は大きい要素である。サテライトオフィスや暗号化されたWi-Fiなどの基盤が整備されれば、山形でも仕事をしやすくなる。
- 山形の魅力の一つは「食」である。弊社の事業のうち10%にも満たないが非車載ビジネスがあり、その一つに農業分野がある。施設園芸ハウスの環境制御、収穫用ロボット等の農業生産分野に加え、冷凍技術を活用した物流を通じて、消費者までつなぐところまで一気通貫でやろうということで、「フードバリューチェーン事業推進部」を4月から立ち上げた。また、個人的には単身赴任で自炊しているため、食材の産地や生産者への関心が高まっている。そうした消費者向けに、食材のネット販売について、不在の時でも食事の形で運んでくれるようなサービスがあってもいい。コロナの時代、こうしたニーズを汲み取って、山形の「食」を販売拡大していけるのではないか。