

## 第2回豊かさ共創フォーラム 議事要旨

日 時:令和6年2月1日(木)15:00~17:00

場 所:山梨県庁 別館3階 正庁

### 1 出席者 (五十音順・敬称略)

#### 委員:

今 井 久	山梨総合研究所 理事長
宇佐川 邦子	リクルート ジョブズリサーチセンター長
大 森 竜	連合山梨 副事務局長
黒 澤 尋	山梨大学 副学長・地域人材養成センター長
後 藤 宗 明	ジャパン・リスキリング・イニシアチブ 代表理事
佐々木 啓二	株式会社ササキ 代表取締役社長
鈴 木 秀	ホリプロデジタルエンターテインメント 代表取締役社長
土 橋 悦 子	株式会社土橋製作所 代表取締役社長
中 澤 和 樹	山梨県商工会連合会 専務理事
東 秀 忠	山梨学院大学 経営学部 教授
渡 邊 正 雄	山梨中央銀行 地方創生推進部 部長

#### 山梨県:

知事政策局理事、産業労働部理事、労政人材育成課長、知事政策局政策主幹

### 2 会議次第

- (1) 開会
- (2) あいさつ
- (3) 議事 令和6年度のキャリアアップ・ユニバーシティの運営について
- (4) 閉会

### 3 議事概要

#### (1) 開会（司会:知事政策局政策主幹）

#### (2) あいさつ（知事政策局理事）

委員の皆様には「第2回豊かさ共創フォーラム」に御出席いただき感謝。昨年9月の第1回フォーラムの際には、それぞれの立場から貴重な御意見を賜り、改めて御礼申し上げます。

1回目フォーラム以降、いただいた意見や論点をもとに各ワーキンググループ（以下、「WG」という）や庁内で議論を深めてきた。また、キャリアアップ・ユニバーシティ（以下、「CUU」という）については、先月から3講座をスタートしたところ。

本日の会議では、これまでの取り組み状況を報告するとともに、本格稼働を迎えるCUUの運営方針について御意見をいただきたい。

本県が目指す姿は、働き手のスキルアップによる企業の収益アップ、賃金アップで働き手に還元される好循環、スリーアップ（以下、「3UP」という。）の実現。3UPの実現には課題も多く、息の長い取り組みとなる。委員の皆様の御意見を今後の取り組みにしっかりと反映し、着実に前進して参りたい。本日はよろしく願います。

#### (3) 議事

##### (進行役)

この豊かさ共創フォーラムは、令和6年度に本格稼働を迎えるCUUの運営方針を決定するなど、県が目指す豊かさ共創社会の実現に向けた推進エンジンとなる重要な組織。まずは、昨年9月の第1回フォーラムから時間が経っているので、その後の経過などについて事務局から説明をお願いします。

##### (事務局)

資料5～6ページ 本日は本プロジェクトの目指す姿 フェーズ1「成功モデルの創出」にフォーカスした議論を依頼。資料7ページ 前回フォーラム以降の経過について説明。

##### (進行役)

続いて、前回フォーラムでの意見や、3つのWGの議論を踏まえ、①令和6年度におけるCUU提供サービス、②3UP宣言とCUU参加の連動性向上に向けた現状把握、③CUU認知獲得と参加者増大に向けた広報戦略について、事務局から説明をお願いします。

##### (事務局)

資料8～11ページ 豊かさ共創スリーアップ推進協議会について説明。宣言企業

は今日現在で157社。宣言企業も着々と増えている。各WGにおける議論、資料12～17ページについては、事前配布しているので説明は割愛する。

資料18～20ページ CUU提供サービスの概要を説明。資料21ページ CUUの特徴について、キャリアコンサルタントによる伴走支援、実践に重きを置いた講座、修了証の交付を説明。

資料22～24ページ R5講座の実施状況について説明。各講座の初回には交流の場を設け、受講生同士が名刺交換・意見交換を実施。受講生同士の交流によって新たな人脈やアイデアを生み、イノベーションの場になることも期待するところ。受講後のアンケートでも「新たな気づきがあった」などの感想が寄せられている。経営マネジメント講座では、キャリアコンサルタントや講師による支援が行われ良いスタートが切れた。経営者への伴走支援も、ニーズに相応しい支援機関につなげていけるよう、事務局設置のコーディネーターと合わせて体制を整えている。

資料25ページ R6講座運営に向けた対応案、資料26ページ CUUが一元化する講座の考え方、資料27ページ R6講座の全体像について説明。資料29～31ページ 3UP宣言とCUU参加の連動性向上に向けた現状把握について説明。宣言企業を対象にしたアンケートを行う予定。

資料35ページ R6年度のCUU運営のポイントについて説明し、現在の講座の熱が冷めないうちに来年度の講座受講生の獲得を目指したい。委員の皆様の見解や、今年度の課題や反省点を踏まえて来年度より良い講座としたい。

資料33ページ 広報戦略WGからの提言について説明。

### (進行役)

ただ今の説明を踏まえて、議論を進めていきたい。

資料35ページの運営のポイントを踏まえて36～40ページまで議論いただきたいことがまとめてある。この点について、皆様から御意見を伺いたい。

### (委員)

まずは県内の状況だが、4万の県内事業所があり、うち99%が中小企業である。従業員10人以下がほとんど。CUUでは、効果がわかりやすい、イメージがわかるもの、ニーズがあるものを作って一点突破していく、それを横展開するイメージがよい。成功事例を作って広くPRしていくことが大切。

現在の中小企業は、コロナ後も様々な課題があり、賃上げまでいけない、価格転嫁できない状況にある。一番深刻な課題は人材不足。大きな企業に人手を取られてしまうので、生産性向上のためのDXに興味が高まっている状況。

当会が実施する専門家派遣事業も6割がDX関連についてだが、事業者側はDXに取り組みたい気持ちはあるが、何をすれば良いかわからない。「何がわからないのか」がわからないという状況。事業所によりレベルも異なる。DXの課題を自分で見つけられる人材が求められる。

当会（会員1万8千事業所）では、NTTとDX連携協定を結び、ドコモショップを拠点にDX相談会、DX伴走支援の取り組みを進めている。DXのニーズはある。県内の中小企業へアンケートをとって要望をくみ上げ、要望に沿った講座にしてもらいたい。例えば、身延町の和紙の製造について、従来、ホワイトボードで生産管理をしていたことをDXによって一元化したことにより、余力ができ、その分営業に行ける、海外展開も視野にいれるようになった。そういった好事例もある。DXは中小にとっても分かりやすい。当会もCUUと連携してDXを推進していきたい。

#### （委員）

15ページの④「収益アップ」の考え方について、前回フォーラムでも議論となったが、対応が「ふわっ」としている印象。今回、成功事例を作っていくのであれば、的確に決めていかなければならない。DXの単語のとらえ方、意味が広域すぎる。ホワイトボードをiPad、自動化、slackなどもDX。

トップラインを上げていくことは体力のある企業でないと難しいということであれば、効率性・利益率を上げていくところにフォーカスすると決めて、「DXで効率化→時間削減→利益率を上げる」というような、コンセプトを決めていく必要がある。そうすることで、DXという広域の中でも具体的に「これを学べる、これにより効率性、利益率が上がる可能性があるから受講させてみよう」という動機付けになる。

提示された対策は、「ふわっ」としているので、我々が決めとしてやらなければ、成功事例をつくる前にカリキュラムを作ることに膨大な時間がかかり、成功事例を作れないと考える。この場でトップラインを上げるのか、効率性アップなのかを決める必要がある。

#### （委員）

今の意見に同感。明確に点で攻めていくべき。3UPのためには、まず利益を上げなければならない。中小が利益を上げるためには、高付加価値に特化した講座。数値化するチカラを育む講座。収益をあげるための講座、売り先（マーケティング）の講座、製造業は生産性を上げる講座。具体的に利益を上げられる講座に突っ込んでいくべき。

36ページの逆展開を講座として提供すればよい。疑問に思っていることを逆説的に攻めていくことで、具体的に会社が求めている講座（技能・技術）にたどり着けると考えた。

#### （委員）

県として何のためにCUUをやるかが「ふわっ」としていると感じている。DXや効率化をするのであれば、リスキリングやキャリアアップである必要はない。求められることは、ブーカ時代に地元企業がいかに成長できるかである。20年前の「改善」という言葉が「DX」に代わっただけ。効率化だけを考えるのであれば、県が支援し

なくても、企業が独自にできる。出口戦略としてDX・効率化で終わらないように、どこかで支えていくものがあるべき。

#### (進行役)

CUU目標は「トップラインをあげる」ということか。

#### (委員)

当然だと思う。DXは分かりやすいが、それに留まるのであれば、リスクリングやCUUは邪魔になるのではないか。その先をみて、どのフェーズでどういうところを目指すのかを明確にすべき。DXはあって当然であるが、最終目標にすべきではない。

#### (委員)

提示の講座は大きな枠に入っている。中小は4万社。宣言企業200社がターゲットであれば、やるべきこと・枠は具体的に決まるのではないか。この中にDXゼロの会社はないと思う。世の中にDXの講座は沢山ある。もっと講座の中身を具体的に示すべき。狙いや内容を見たときに、我々が社員を出したいと思うような具体性を表示してほしい。大枠で考え過ぎていて見えない部分が多い。

#### (進行役)

事務局としては、宣言企業200社をもっと増やしていく考えなのか。

#### (労政人材育成課長)

3UPの機運醸成は広く県内に広めていきたい。一部企業ということではなく、山梨県だとキャリアアップできる、豊かな学びができるという機運を広めていきたい。宣言企業の中でもCUUを活用してスキルアップしていく社もあれば、他の研修機関や講座を活用するところもある。宣言企業は今年度200社を目標としているが、なるべく多くの企業と考え方を共有したい。

講座については、いただいた意見をWGで検討していきたい。本日は大きな考え方をお示しした。DX講座についても、他のDX関係の講座との違いが分からないなどの意見、内容を具体的に示さなければ、社員を送り出せない、イメージが湧かないという意見はある。来年度は講座名や内容の提示についても工夫をしていく。

#### (委員)

宣言企業へのアンケートについては、経営者がどのような人材が社内であれば良いかということが分かってない中でカリキュラムをつくっても焼け石に水。

アンケートに盛り込んで内容を精査して「ギャップを埋めるソリューション」をカリキュラムにする「決め」など、我々のなかで「決め」がない。カリキュラムの軸を何にするかを定めるためにアンケートをするという議論をしたい。

今は戦略なく宣言企業を増やしていくイメージ。成功事例を作らなければ、他企業も追従がない。例えば、職種やジャンルについて、理想のポートフォリオを作りながら、いかにして宣言企業を増やしていくか、理想形がなければ、カリキュラムをつくる速度やニーズがかけ離れてしまうし、検証もできない。

アンケートをとって企業が抱えている課題（どういう人材がいれば課題が解決できるか）を考えて、そこから逆算して講座を決めていく。カリキュラムの軸をどこにするかの「決め」が必要。また、宣言企業を増やしていくのであれば、職種やカテゴリの理想形のパーセンテージを決めていかなければ、やみくもにカリキュラムが増えてしまう。そのギャップを埋めるための目標設定がないと、フォーラムで数値に対する評価ができない。

#### （委員）

40ページ 広報戦略にある「誰に」を掘り下げていくことで答えが見えてくる。成功事例を作り出せそうな経営者。宣言企業をやみくもに増やしても、「お付き合いで講座受けます」では、その企業にどんな講座を設けても、アンケートをとっても効果は出ない。

成長意欲の強い、ポテンシャルのある企業に狙い撃ちしていく。何が問題かがわからない企業にアンケートをしても答えは出ない。増やすという視点がどれくらい重要かということは厳しく見ていく必要がある。初期段階では、「成功事例を作り出せるか」にフォーカスして、個別にヒアリングするなど、利益が出ている会社にフィルタをかける。経営課題が顕在化している、あるいは成功の途上にある企業を選別しながら、それらのニーズに合わせる方が良いと考える。

#### （進行役）

長い目でみれば、この機運を県全体に広めていくが、最初は成功事例になりうる企業に絞って講座提供や伴走支援をしていくという意見が多く出たが、県の取り組みとして、一企業、狙いを定めてやることは可能か。

#### （労政人材育成課長）

県が行う意義の整理をさせていただきたい。恐らく、目的意識を持って取り組んでいるところは、県の支えがなくてもできるという考え方もあると思う。一方で、成功事例を創出する初期段階ではターゲットを絞っていくことも充分理解できる。両足の方がよいかと考えているが、講座認定WGでも検討して整理していきたい。

#### （委員）

中小経営者の困りごとは、人が足りない、確保の見通しが立たないということ。そのため省人化、DX活用のニーズが高まっている。しかし、10年20年後を考えると、GX、カーボンニュートラルなどの新事業にシフトしていくことが必要になる。

県がどっちに重きを置いているかが分かりづらい。

ニーズを聞くとマーケットイン（省人化）になる。プロダクトアウトでいくと、10年後20年後の基幹産業を育てイノベーションを起こしていく考えになる。両方に取り組むにはパワーがいる。もともとのスタートラインがどこかを教えていただけると意見が出しやすい。

リスキリングという言葉とCUUがやる内容にギャップを感じる。リスキリングはスキルの学び直しであって、電気自動車に代わるときに、エンジンではない異なる技術を身に付けるのがリスキリング。そこまでのリスキリングに対するニーズが県内の中小企業にあるのか。

### （進行役）

私の認識だと、経営者がイノベーションをやりたい、そのために社員にスキルを身に付けてほしい、それがリスキリングだと思うが。

### （委員）

海外で生まれたリスキリングの考え方と日本の学び直しのギャップが大きい。日本は他国に比べてデジタル競争力が下がってきている。その原因は、日本ではデジタル化を個人に委ねてきたからだ。海外では、経営のチェンジマネジメントの取り組みとして、新しい成長分野を支える人材を組織が責任を持って育てることで競争力を高めてきた。リスキリングは個人が好きなことを学ぶのではなく、明確な会社の事業戦略に基づいて必要なスキルを身に付けるということ。

例えば、ボッシュ（独）という自動車部品メーカーは内燃エンジンからEV化へシフト。そのために、業務時間内に週3日、EV化に向けた研修を実施、週1日はEVの新しい部署で弟子見習いとして実践を仕事としてやる、残り1日は既存部署で働く。このように、会社全体のトランスフォーメーションをチェンジマネジメントとリスキリングによって実践している。

CUUでは、会社の経営者の事業戦略に基づいたリスキリングなのか、リカレントとして個人が好きなことを学ぶことを示しているのか、線引きしなければならない。

構想そのものはどっちにも対応できるが、経営者にターゲットを置くのか、業務を支える従業員にフォーカスするのか、2つの方向性があるとすると、日本の成功事例では経営者のトップダウン。リスキリングはボトムアップでは進まない。

しかしながら、経営者自身がデジタルを理解していない、事業戦略が欠けた状態でDXしろというのは無理。結果、「DX講座を受けさせた」これが日本のリスキリングの現状。

その意味では、CUU講座の構造にある経営者対象の部分は非常に重要で、経営者がリスキリングを正しく理解することは欠かせない。経営者がデジタルに投資していない、理解していない状態で従業員にリスキリング講座を提供しても行き場がなくなってしまう。学んだことを仕事にいかす機会をつくることが重要である。

**(委員)**

非常に難しいテーマだと感じている。企業規模・職種・ニーズも様々。県の目指すゴールが成功事例の創出か、3UPマインドの醸成か定まっていない。

企業の誰かが受講すれば、収益アップするほど簡単な話ではない。短期の効果を目指すのか、10年20年後の山梨のイノベーション、基幹産業創出か。CUUの最終的なゴールが分からないので、フワフワしている。

成功事例に特化するのであれば、それに絞った議論をした方がよい。

**(進行役)**

県に確認したい。1つは、目指すところは経営者主導のリスクリングか。2つ目は、人手不足の解消のためのリスクリングと、20年後の企業の成長を見据えたリスクリング、どちらを狙うのか。

**(労政人材育成課長)**

リスクリングは会社の方針。今回のCUUも企業に申し込んでもらう。経営者が自社の成長に必要な従業員の学びとは何なのか、何を学ばよいかを認識してもらうことも重要。そのために人材育成、経営マネジメントの講座を来年度充実していきたい。

人手不足については、人材確保が深刻化していることは承知。息の長い話になるが、求職者が企業を選ぶ際に福利厚生を重視している中で、どのようにキャリアを築けるかについても関心が高い。CUUに参加してもらうことで、企業の魅力を高められると考えている。

**(委員)**

それだと「全部やります」と言っているのと同じ。目先の人材不足の解消、10年後のイノベーションのどちらも当然重要であるが、県が公費を投入してやるべきこと、どちらを選ぶかは、県が決めるべき。

経営者は目先の人手不足、操業資金の確保。短期目標はほっといてもやる。20年後の投資は動機が向きにくい。動機が向きにくいところに後押しすることが公的機関としてふさわしい。県が明確にメッセージを出すべき。そうしないと短期的DXか長期DXか。どちらでも良いとは思いますが、決めないことには始められない。

**(委員)**

どちらかに重点を置くことは必要。そもそも3UPという活動で、労働者の賃金を上げることが目的で、直近の成果を求められている。当然、一番良いのはオンデマンドで各企業に合わせた講座を設けることであるが、パイロット的にある程度ターゲットを絞って、まずは生産性の向上をやるということだと思う。10年後を狙う部分は、CUUではなくもっと大きな枠組みでの取り組みと考える。

まずは、目先の実績がなければ、CUU自体が続かなくなる。初期段階では特定企



業に絞って公費を使っても、成功事例としてPR材料になるということでは良いと思う。

#### (進行役)

10年後の中長期的なイノベーションを目標としてリスクリングする場合に、短期的なKPIは設定できるものか。

#### (委員)

短期的なKPIで見ると長期的な成果は出せないと思う。投入した努力に対してのKPI。どの程度の労働時間をトランスフォーメーションのための時間として消費しているかはKPIとしてとれる。

#### (委員)

企画業務でAIを含めたDXを導入する中で業務をどれだけ削減できたか。例えば、見積を出すときに工数計算するが、与えられた時間の中での工数が削減できれば粗利率の改善につながる。そこを指標とすることは自社でも行っているし、KPIを置くことは可能。

#### (委員)

「人材不足をDXで解消」は、まさに今取り組むべきこと。ただし、人材不足における量と質の問題は別。質はリスク。量が足りないのが中小の悩みで切迫度が高い。量が足りないからDXをせざるを得ない状況。リスクリング中は生産性が落ちるので敬遠されてきた。しかし、量が足りなくなっている実態があって、一段階乗り越えなければならない状況になっている。量を解消するために、ロボットを導入したり、デジタル活用で人がやるところを減らすということ。

KPIの検証では、準備期間(導入期)の工数は一時的に上がるが、ある時にガクッと下がる。効果検証ではその点を考慮する必要がある。

経営者がやってみようと思うのは、目に見える、今困っているところを講座で解消する方がファーストステップとしては良い。企業側が求めているリスクのコンテンツは、企業側がどうなりたいと思っているかというギャップから出すという意見には合意。問題は、DXを進めるために、どういう人が欲しいか。欲しい人材や人材要件を定義できていないこと。「能力はあって、知識を与えれば足りるのか」、「能力そのものを外から借りないとダメなのか」、今回のCUUの伴走役がそこを解決してくれればよい。そうすれば、ヒアリング形式のアンケートで課題を棚卸しながら、人材要件が割り出せるので、それに合わせた講座とするのが良いのでは。

#### (進行役)

質問だが、人手不足をDXで解決できる際に、量と質の話になった際に別々の講座

でアプローチが異なるのか。質に関しては、外部からとってくるケースが多いように感じるがいかがか。

#### (委員)

D Xが効果を発揮するには、社内で当たり前のように使えるようになって、初めて成果につながる。問題は知識があり、使いこなせる人が転職・入社し、かつ現場で使えるように循環・成長させる人の両方がいれば良いが簡単ではない。

D X導入は伴走支援のプロの人に任せ、現状の棚卸、課題解決させるプロセスをどう組むのかのサポートをお願いすることはありだと思う。

D Xをフル活用させるための人材は、営業・販売など現場の人がD Xした方が合理的で効果が上がる。現場のことを知っていて転用できる人を育てる方が合理的。これからD Xツールは使いやすいものが増える。ツールを開発するより、使いこなせる人材育成に注力して、それを支えるための仕組みを組み立てる方が良いと考える。

#### (委員)

生産性・利益向上で考えると、38ページの講座の中で分かりやすいのがD Xだと思う。県内の中小企業は、幅広い業種、企業規模も様々、D X進捗度もバラバラである。D Xにも、内部的なD Xと営業で使うアップフロントのD Xなど、D Xにも様々な考え方がある。たくさんの企業の中でどこにニーズがあるのか、くみ取っていかなければならない。

マーケットイン、プロダクトアウトの話もあったが、38ページの講座を初見で見ても難しいと感じた。様々なD X講座が世の中には存在する中で、それと変わらない講座になっている。各企業のニーズをくみ取って講座に反映する必要がある。今のところ総花すぎる。リスキリングではなくリカレントになっているのではないか。

#### (進行役)

一般論として、様々な業種が1つの同じ講座を受講することができるのか。

#### (委員)

皆が共通で知っておかなければならない知識は必ずある。リテラシーなどは業種をまたいで受講できる。マーケティングや目的別として束ねられる講座があると思う。

#### (進行役)

広報戦略について、意見をいただきたい。

#### (委員)

C U U講座を学んでいる風景や成功事例を動画で発信することは有効であるが、メディアの出し先を戦略的にする必要がある。例えば、メールで動画を一齐送信しても

見てもらえない。県のLINEはセグメント（年齢、性別、居住地）で区切って発信できる。県の広報部門と連携して、予め経営者層に向けてのタッチポイントを作ってお出ししていく。情報を欲しい人に絞って投下していくことを同時に考えなければならない。

#### （委員）

情報過多なので、開けたくなる仕組みは何なのかを考えながら広報する必要がある。どういう風に届けば開けてくれるか。得する情報でなければ開けてもらえない。

宣言企業は意識が高いので開けてくれると思うが、それ以外の興味のない人は、単に「学びを提供」、「3UP宣言」と言っても開けない。例えば、学ぶことによって「利益率が2倍」、「人材不足解消」などのキーワードがないと難しい。

#### （委員）

労働者の代表として賃金アップは重要な要素。労働者が会社への貢献を数値化できる、実感できることが重要で、そのための共同宣言であり、目標を共有すべき。労働者としては、10年後も重要だが、目先を守るために今の経営にいかに関与できるかだと思う。

#### （委員）

様々な自治体を回っているが、一番の課題はデジタル化の必要性を感じない経営者が多いこと。関心のない経営者には何を言っても響かない。すでに取り組んでいる意識の高い経営者、そこの一点突破がよい。あそこができるならうちもできる、横の意識が働く。そのために、まずは成功事例を作ることに集中的に取り組む必要がある。

今、経営者が一番困っていることは、リスクリングに対するお金の支援ではなく、リスクリングさせるための時間と労働力がないということ。では、何が欲しいですかと聞くと、「人を雇うお金が欲しい。」と答える。それには、「まず生産性向上のためにデジタル化に取り組む必要がある。」とお伝えしている。

まずは多くの中小企業ができていない「業務のデジタル化」に取り組むことが重要。そのための順序としては、①経営者の正しい理解、②経営者が生産性向上・成長事業創出に向けて動く、③デジタルツール導入の意思決定、となる。

経営者が正しくデジタル化を理解する（リテラシー向上）。同時に、責任者向けに業務をデジタル化するために支援する。いきなりDXにはたどり着けない。まずは社内でデジタルツールを使って仕事ができることが第一。それによって、生産性が上がり、利益が出る、望ましくは人を雇う余裕が出てくるという流れ。

今、どの業種でも若い方が入ってこないという課題を抱えているが、海外では、リスクリングを優秀な若者を採用するための仕組み（宣伝ツール）として使っている。次の段階では、「人材獲得」というところにもアプローチできる。その後、本当の意味でのDXにたどり着くという流れだと思う。

(委員)

ターゲットを決めないと厳しい。現在、3講座が行われている状況。「講座に参加して、会社に戻って、実践して結果につながりました」ということを、参加していない経営者にいかに届けるかが重要。受講することで会社にとってプラスになるとアピール。デジタルをやると、人がより楽をすることができる。食わず嫌いにいかに食わずかの議論。

(委員)

当社はDXまで行っていないと感じた。社員を出したい講座は、講座に行ったら「自社のここを、こうしたい。」というエネルギーが出て、自社に持ち帰って、形にできるもの。行って来ただけではダメ。成果が欲しい。会社のデジタル化、利益獲得、社員の成長。1年でできることもあれば、数年かかることもあるが、そのきっかけとなる講座であってほしいと思う。

(委員)

最後共有したいことがある。日本リスキリングコンソーシアムでGoogle認定講座(2万人が無料になる)を募集したところ46時間で完売となった。これは、Xで「ひろゆき」さんが発信したことがきっかけ。この投稿の「いいね」や「リポスト」を確認して、どういう人がイノベーター、アーリーアダプタであり、リスキリングで学び直そうとしているのかを理解することも大切だと思う。

(4) 閉会 (司会:知事政策局政策主幹)

委員の皆様には、多くの貴重な御意見をいただき感謝。

今後の流れであるが、本年度中に「令和6年度キャリアアップ・ユニバーシティ運営方針」を策定し開示していく予定。

本日、皆様にご議論いただいたことを踏まえ、事務局にて方針案を整理したうえ、3月上旬を目処に共有させていただき、その際に内容の確認をいただく。

以上で第2回豊かさ共創フォーラムを閉会させていただく。

(以上)