

<3班> 活躍しやすい環境の整備と働き方改革 ほか

課題	だれが	なにをする	備考
①人材確保			
人材の確保	県、企業	参加しやすいインターンシップの実施	インターンシップは一般的に大学3年生を対象という認識がある。対象を1, 2年生にしぼったり、選考なしにしたりして、参加しやすいインターンシップを実施したら、学生も企業を知るチャンスになるのではないかな。
人材の確保、中小企業への支援	県	インターンシップ参加企業には補助金を出し、さらにそこに就職した場合は上乘せする	インターンシップ中は企業も人手が取られるので、その補助金
労働者と企業のマッチング	企業	(補助金を活用した) 転職者の長期インターンシップの実施。	
人材の確保 (育成)	企業	インターン実施。OB・OG訪問のネットワークを構築する。全国規模求人ページに参入する (幅広い人に情報発信)。	
人材の確保	企業	インターンシップの拡充と情報の提供	企業を知らないと就職をするハードルが上がるから。
中小企業への支援	企業	学生へのインターンシップへの実施	知ってもらうことが人材確保の第一歩となると思うからです。
人材の確保、流出を防ぐ、人を呼び込む魅力	県と大学	県内外の学生をインターン生とした2, 3人を引き込む、1年ほど長期のインターンを通じて企業のDXに取り組んでもらう	学生さんに企業を知ってもらう。知ってもらうことでより効果的なDXが出来る。
Uターン就職等の支援 (インターンシップ)	県	給料や福利厚生、地域への貢献生などの若者のニーズに合わせた企業説明会やインターンシップを実施する。	参加企業の特徴で分類し、日によって分けて特徴でまとめた企業の説明会を実施する。(給料が高い企業を中心に企業説明会、地域への貢献性が高い企業を中心に企業説明会)
U I ターン就職等の支援 インターンシップ	県	今以上に、中小企業向けのインターンシップ開催のためのセミナーを開催するべき	セミナーを実施して開催のポイントなどを説明しているとのことでしたが、参考資料p.4下部表のように県内企業のインターンシップ実施率が低いのが実情。コストはかかるとは思いますが、回数を増やして参加企業を増やすべきだと感じます。
U I ターン就職等の支援 インターンシップ	中小企業 人事担当者	長期インターンシップを積極的に実施	学生や求職者に、静岡県で働くことのイメージをしやすくさせる
人材の育成	県	学生がインターンシップに何を求めているか確認	ただの会社説明会になっていないか
人材の育成	県	インターンシップの対象を、社会人経験のある学生も対象にするのを検討	プロフェッショナル人材を育てる。
人材の確保	県	“プロフェッショナル人材”の確保	子供の時から静岡を愛する人、特殊な技能の人など。別に新卒者でなくても良い。
人材の確保	県と企業	情報の連携 学生と企業のマッチング (情報の) がどうなっているか調べる	
人材の確保	県と市町村	人と企業の誘致	県の売りである自然環境に賛同する企業 (業種) を誘致し、子育て世代を引き込み人口増加へ

課題	だれが	なにをする	備考
人材の確保	縣市町と上記に連携した民間業者	宅地造成	子育て世代を引き込むために上記企業誘致をセットで住む場所の確保も必要
人材の確保	県	具体的にどういった人材が必要なのか分析し、そのターゲットに合わせ適切な政策を考える。	ターゲットを絞った方が効率が良いと思う。
働く環境づくり	県	企業の魅力とそれを魅力とを感じる人とのマッチング	それぞれの企業にそれぞれの魅力があり、求める魅力が一致することが理想だと考える。
人材の確保、中小企業への支援	県	中小企業のニーズしっかり聞き取り、マッチングさせる（離職を減らす）	中小企業のリスクを減らし、倒産を防ぐ
人材の確保、中小企業への支援	県	高度専門職の就職は県が補助金を出す。	中小企業のリスクを減らし、倒産を防ぐ
人材の確保、流出を防ぐ、人を呼び込む	企業	事業提案の中に盛り込む	特定の企業利益にならないようにしつつ、受注した企業にメリットとなるように
人材の確保、流出を防ぐ、人を呼び込む	学生、子ども	県内地元出身者に向けた経営・後継者育成の施策	静岡は地主や自営の人が人口に対して多い。静岡に定着する意識をネイティブがまず持つこと。
労働者と企業のマッチング	県	補助金、告知	
労働者と企業のマッチング		県内企業間の人材交流制度	
労働者と企業のマッチング	県	県内在住者で県外勤務者・企業への補助金制度	県内人材の活用。育成フィールドとしての静岡の在り方を考える。移住を防止させる必要がある。
人材の確保（育成）	県	取組のターゲットを絞る。企業を誘致する。必要なスキルを持つ人材を育成するために新高校生や新大学生に奨学金を出す（条件つき奨学金）。	
人材の確保（育成）	企業と求職者をつなぐ役割（例：ハローワーク等）	企業と協力して必要としているスキル/人材を明確にする。適合する人材に積極的に職を紹介する（効率的にマッチング）	
人材の確保（人を呼び込む魅力→特に子育て世代）		人口が増加した市町村は子育て世代の人口割合が高く、出生率は高くなっており、住環境の整備や子育て支援策の充実が挙げられる。 <生まれてよし 老いてよし><生んでよし 育ててよし><学んでよし 働いてよし><住んでよし 訪れてよし>を是非実現して欲しい。	
人材確保	県	県内外の方に対してプロフェッショナルの育成	大学新卒以外の方へのプロフェッショナル教育
人材の確保、流出を防ぐ、人を呼び込む魅力	県or企業	住宅等の生活の補助	寮があるところは提供してもらう
人材の確保（子供の頃からとし、静岡県から流出をふせぐ）	県	地元のまつりを活性化	まつりに参加したくて静岡にとどまる
人材の確保（子供の頃からとし、静岡県から流出をふせぐ）	県	地元の自然を美しく	素敵だから静岡にとどまる

	課題	だれが	なにをする	備考
	人材の確保（子供の頃からとし、静岡県から流出をふせぐ	県	地元でできる趣味の充実化	サーフィン、カイト、釣り、近くでやりたいから静岡にとどまる
	産業人材の確保	県		
	U I ターン就職等の支援 インターンシップ	県と高校が連携して	進路決定する高校生に対し、なぜ県外/県内大学を選んだのか、アンケート調査し、共有すべき。そしてその理由を基に、大学での研究内容を向上させるのか、大学数、優良企業数を増やすのか、考える材料にする	県内外の大学を選択する理由と希望就職地との関連
	U I ターン就職支援	県	・県外就職者に静岡の何が不満、疑問かヒアリング ・県内就職者に静岡の何が良かったのかヒアリング	静岡の長所・短所が分かれば、何をすべきか手っ取り早く分かるので
	労働者と企業のマッチング	県	経営者の本音（企業ブースでの意見）を聞く場をつくる。	聞いた意見を可能であれば何らかの形で学生に向けて発信して欲しい
	労働者と企業のマッチング	企業	学生とのコミュニケーションの場をつくる	県主催・企業主催のイベントに参加
	人々、企業の意見・ニーズの把握と施策への反映	県	働く人のニーズを聞く	企業と求職者のミスマッチの把握
	人々、企業の意見・ニーズの把握と施策への反映	県	企業にニーズを聞く	そのニーズが市場の相場感に合っているか確認
	移住・定住者数の増加	県	・移住定住者数の増加促進 ・更に詳しい数字の内容精査が必要 ・首都圏における相談窓口のみの対応意外にも他に対策はないか？	・静岡県の生産人口減少を抑止 ・農業者、企業人材等のバランスの取れた政策、施策が必要 ・首都圏以外にも（他県へ）広報活動が必要
	移住・定住者数の増加	各企業	・人員不足の要因、原因を明示する ・仕事内容についての説明 ・学生に企業内の見学をしてもらう	・補充された人の配置場所が分からないと困る ・安心できる職場環境作り ・企業事業への理解をしてもらう
	移住・定住者数の増加	地方公共団体	・移住者（定住者）の活躍の場の整備 ・農業の場合、入植しやすい作物提案 ・定住地域の自治会紹介（資金的補助を手厚くする）	・（農業者）リスクが少ない商用作物の生産が取り組み易い ・（定住者）資金不足 ・総合的な政策提案が必要だから
	環境造り	地域	安心、安全な街造り	人が定住しやすい環境を作ることで安心して生活できる。
	自然を資源と考える必要。幹線道路から見る自然を大切に。	県	伊豆から御殿場までの長いサイクリングロードを作り、景色も考える。自然が美しいと移住者も増える。企業も移転してくる。税収も増える。	
	産業人材の育成・確保	県	・伝統工芸技術の伝承者教育システムの充実 ・各企業内の各セクションリーダー教育と実施状況の点検	・後継者不足（消滅）危機の解消 ・健全な企業活動の点検チェック
	働く環境造り	県	更なる企業誘致の促進	企業が誘致されれば雇用も生まれる。
	働く環境づくり	県	住む所／職場／交通／学校／病院の整備／補助金 他県がしていないことをしなければ、人は来ない。そのためには、人が来ないとダメだけど…。	

	課題	だれが	なにをする	備考
	UIターン就職等の支援	県	亡き父親がやっていたオリーブ畑と兼業副業で仕事をする	親が亡くなったから帰るのでなく「国産オリーブの魅力」を勉強して欲しい。 今回のように情報交換をして、次の代へ継げていけたらいいと思う。
	働く環境づくり	県	事務系をふやす努力する	最低2人体制にすれば、1人が産休になっても補填できる。ただし、会社に給料を上げれる体力があるのが必要条件
	働く環境づくり	企業	学生に職場に何を求めるかヒアリングする	「魅力のある職場、環境良い職場」といっても、企業と社会人経験のない学生とでは、ギャップがある可能性があるため。
②キャリアアップ				
	人材確保・情報発信	企業	キャリアアップ制度の導入	経験及び実力による評価制度を取ることでやりがいを養っていく
	産業人材の育成・確保	国	・マイスター制度拡充 ・ハローワークにおける窓口相談者への指導	職業訓練を実施後、即戦力として企業で活躍出来る
③中小企業支援				
	中小企業の育休支援	県・企業	企業と意見のすり合わせ	休暇期間の人材不足問題や仮にそれが穴埋めで解決したとして期間終了後に穴埋めで来た人と復帰する人をどうするのかetc
	環境の整備	県	職場環境の改善や住居や公共交通、資金面などの県外からの県内就職者支援	県外から来る人は下宿が前提。かつ特に都心から来る人は車を持たない人が多いため通勤の負担が大きいのでは。
	環境の整備	企業	職場環境の改善実施。状況の把握。	リアルタイムでの近況の報告を受けることが1番の近道であると考え。
	中小企業への支援	県	不足した人員の補填。どこをサポートすればうまく回せるかという施策をとる。	
	中小企業等への支援	県、民間業者	子育て間の休職者の代替人員が不在	共働きを望む主婦を過去勤務職種ごとに登録して派遣する制度を構築
	中小企業等への支援	県、民間業者	子育て間の休職者の代替人員が不在	時間的自由を確保。パートタイムの勤務できる主婦を派遣できる制度構築
	中小企業等への支援	県	経営者だけではなく働いている人との交流も活発に	就職活時もOB・OG訪問が大切と言われてるように、実際に働いている人からの意見を聞き、支援にいかす。
	中小企業等への支援	県	人材支援	育休や有給などは大切だが、その休みを補うことができる人材を支援する。
	魅力ある会社の数→今ある企業の魅力を引き出す必要、取組	県	経営者の意識改革、企業マインドの再調整、働き方（に対する）従業員のニーズの再調査	

	課題	だれが	なにをする	備考
	魅力ある会社の数→今ある企業の魅力を引き出す必要、取組	企業	セミナーへの参加、専門人材の採用（派遣ではなく）、コンサル・アドバイザー・プロジェクトマネージャー→この人材がいま静岡に必要不可欠なスペシャリスト	
	中小企業等への支援	県	現況把握をして、適切な支援をする（将来を見越した投資）。大企業と中小企業の連携に中継ぎする。	
	中小企業等への支援	中小企業	現況や課題を明確に発信していく働きかけ。求人窓口を広げる（海外の方なども受け入れる）。採用条件を緩和する。	
	中小企業等への支援	学生・親・学校など	大企業＞中小企業という価値観を変革していく。中小企業に勤めつつ兼業するなどの働き方を許容する。	
	働く環境づくり	県	必要な企業に投資する。世論を取りまとめ、企業に情報提供する（どんな制度を求めているか）	
	中小企業への支援	県	ヒアリングなどの調査	ターゲットを絞り、政策の効用をあげやすく、支援に対する認識の齟齬の是正になる
	中小企業支援	県	中小企業を集めて、グループを作り福利厚生を一緒にできる仕組みを支援。	小さい企業も幾つか集まれば、できることも増える？
	人材の確保、流出を防ぐ、人を呼び込む魅力	県	DXに取り組みたい企業を探す、県外からコンサルタントと現場リーダーを呼び込む	DXと言っても何をすれば良いか分からない。高いお金を出しても結果に繋がるか判断できる人がいない企業に、県として信頼できるコンサルタントを紹介する。
	中小企業等への支援	県	補助金くらいしか思い当たりません。経営者次第になると思います。マッチングのみで良いと思います。どんな基準で支援しているか不明ですが…。中小企業といってもピンキリあり。どこまでをターゲットにしているか不明ですが…。	
	中小企業等への支援	県	経営者ではなく従業員にヒアリングする	正しく聞き取る
	働く環境づくり	県	中小企業のトイレとか設備の補助してあげる	
	中小企業等への支援	県	企業へのサポート	公的人材派遣等の提供（必要な人材を必要な期間派遣するなど）
	中小企業等への支援	企業（派遣会社）	公的機関との連携	必要な人材の提供をスムーズに行える
	働く環境造り	企業	環境整備	整理整頓された場所に人は集まりやすい
	働く環境づくり	県	企業トップの脳内を改革させるようなセミナー	啓発活動が大切。先進企業の紹介。
	働く環境づくり	企業	トップの意識・知識の改革	トップが変わらなければ何も変わらない。良い人材も辞めてしまう。
	インターネットでやり取りするのを、逆にアナログで通信。本当に伝えたいことだけにする。	企業	大都市と同額以上の賃金が払えないとき、企業で畑を借りて社員に貸す。	給料で勝てないのであれば、違う方法で補う必要がある。
	働く環境づくり	県	企業の制度づくりへの支援	企業側の要望やニーズを聞く
	働く環境づくり	県	監督、指示、指導したものを改善、補助する	現状を正しく把握する

	課題	だれが	なにをする	備考
④多様な働き方の実現				
	女性の働き方 働く環境づくり	県	女性の働き方	女性が働くためにはいろいろな条件がありその条件を緩和してもらおう。 子供が大きくなり時間を伸ばしていく。 経営者の思いに沿っていく。 周りの人も変わっていき勤めやすくなる。
	働く環境づくり	県	子育て世代へのフォロー ←女性だけではない。男性への支援なども。	
	働く環境づくり	企業	企業主による意識改革（経営者）、雇用される側への配慮	
	働く環境づくり	県+企業で	新たな起業家の育成。起業したいと思う支援。	
	働く環境づくり	企業	自由化するライフスタイルで従業員の必要としている制度を明確にして、近づける工夫を検討する。	
	働く環境づくり	学生・求職者	その職場で働くうえで、自分の人生を見据えて必要なシステムを明確にしてから就活する。	適した制度のある企業に就職できるので、その企業にある現況を活かして働くことができ不満も生まれづらい。
	女性・子育て世代支援	県	職場復帰のしやすいための環境・制度づくり	育休・産休が取れても、戻ったあとに役職から外されたり、重要な仕事を任せられなかったりすることがあると、育休・産休を取りたくても取れなくなりそうだから。
	女性・子育て世代支援	企業	男性も育休をとりやすい環境づくり	女性の育休取得は理解されているが、男性はまだそうでもないと感じるため
	働く環境づくり	県	「働きやすさ」の再検討	コロナ等で労働環境が変わり、労働者の求める条件も変わってきていると思ったため

課題	だれが	なにをする	備考
⑤情報発信			
情報発信（ニーズと意見のマッチング）	県	企業が発信したい情報と求職者が欲しい情報をすり合わせて発信する 仕事以外でも若い人たちが静岡県に対して魅力を感じる情報を発信する	綺麗事を無しにすれば、就活生に大事になるのはお金やワークライフバランスであるがそういったことは実際の面接や説明会では聞きづらいため、仮に条件にマッチしていても気づけないことがある。また、就職理由で単に「東京に出たい」という理由で就職する人もいる。
情報発信（ニーズと意見のマッチング）	企業	発信して欲しい情報を県に伝える	
中小企業への支援	企業+県からの支援	企業への誘致のためにイメージアップの戦略、情報発信でいかにうまく見せるか	
情報発信	県	学生がどう選び取るか、会社の情報をどう入手して会社に入るかを学ぶ	
情報発信	県	・発信の相手を考える ・スペックだけでなくストーリーを ・具体的なイメージを持った発信	
中小企業等への支援	県	中小企業だからこそその良さを伝える工夫	
働く環境づくり	県	働きやすい企業をピックアップして紹介する	褒めて育てる。他の企業の参考にする。
人材の確保のための魅力発信	県	住む場所としての静岡の魅力を伝える	
人材の確保のための魅力発信	県	実家の近くで子育てする良さを伝える	
情報発信	県	県立2大学に重点を置いて県内就職率を上げる	
情報発信	県	大学と連携して情報発信	大学の学生目線で発信できるよう学生の意見を聞いてHP等の改善を実施
働く環境づくり	県	学生へのアピール	大学に企業が来たことで、はじめて静岡にはこんなにも素敵な企業があると知った。知られていないのはもったいない。
情報発信	県	求人情報以前の企業の情報発信	まずどんな企業があるのか知るところから始まる。就職に関する情報以前に自己紹介的な情報が学生に届いたら良い。
情報発信	県	情報発信の対象を、県内の学生にまずはターゲットを絞る	県外を対象にするより、県内に絞った方が現実的だと感じた。
情報発信	県	親世代も就職情報が取れるような場所にあれば、県外にいる子どもにも共有できる	子どもへの支援
情報発信	県	県でも有名な企業にスポットを当て、県の関連企業や外部からの企業を誘致し、発信する	人材の確保にもつながる
人材の確保、流出を防ぐ、人を呼び込む	県	県事業の対応企業、関連企業の仕事紹介PRか、仕事説明を盛り込む	企業の仕事の内容を分かりやすく、あらゆる県民に伝える機会とする。
情報発信	県	情報発信に強い企業や団体に業務を委託するなどする。学生を巻き込んで、届けたい対象に近い存在と協力する。	

課題	だれが	なにをする	備考
情報発信	企業	学生のリーチにつながりやすい形で発信する（利用者の多いツールを使ったり、検索にヒットしやすいキーワードを含めたりする）。内容をもっと深く発信。	
情報発信	学生	情報のリーチ方法を学ぶ。	
情報発信	県	県内の人材不足が建設・製造・介護等であるならば、ポイントを絞り県内外へ宣伝	正しく仕事の内容が伝わる様に正確な情報を発信出来るようにする
情報発信	市町村	上記企業（人材不足の企業）のフォロー（環境、待遇、研修）等	社員が意欲をもって仕事出来る様にサポートする
人材の確保（人を呼び込む魅力→特に子育て世代）	県	県内市町村のコントロール（市町村への補助相談相手）、県外へのアピール	首都圏、中部圏を中心に子育て世代へのアピールを行う（市町村への補助）
人材の確保（人を呼び込む魅力→特に子育て世代）	市町村	地元企業へのアピール（受入のための環境整備）	具体的な子育て支援策の立案、実施、管理
人材の確保	県	労働者、学生をはじめとする県民との情報共有	政策のターゲットを絞り、最適なマーケティングをとりやすい。また、問題点の洗い出しができる。
中小企業への支援	県	静岡の情報発信	働くということはそこで生活するということでもあり、静岡で生活したいと思える環境が中小企業の人材確保ないし支援に繋がるから
情報発信	県	県の魅力やパスポート、30歳になったら静岡などの取組の情報発信の方法及びタイミングの精査	静岡県を一つ箱として捉えたときに、その箱の中身がどれだけ詰まっても蓋が閉まっていたら魅力は無いのと同じです。また、パスポートは職場体験や出前講座など就職の話が出たタイミングで配布、30歳の方は移住のサイトの中に含めるなどの工夫が必要だと感じます。
情報発信	大学	地域企業との連携、就職情報の発信	大学は学生が一番就職で頼りにすることが多く、効果が高く思う。マッチング説明会というものが開かれている認識はあり参加したことがあるが、やはり参加しないと次の会の開催日が知れなかったり、就職相談室以外に知る機会が少ないという点に問題を感じた。生協のラインを入れている人が多く、そちらの方で説明会の連絡があるといいかもしれない。
人材確保	県内ハローワーク	情報提供（県内の職業訓練）	県外のハローワークへ
中小企業支援	集まった中小企業	広報	県外のハローワークや高校や大学に仕事の内容を伝えていく。
情報発信	県	学生にヒアリング	どういう情報が欲しいのか？
情報発信	地域（自治会）	地域コミュニティ	お祭り等、人が関係性を築ければ、永住に繋がる。
県内企業の情報発信と理解向上	県	祭り、学祭等の催し物に、企業とタイアップする提案	魅力的な企業が人材確保できれば、催し物の参加者が増える。
県内企業の情報発信と理解向上	企業	自社の魅力を伝えられる物を展示する	他業種の人材に興味を持ってもらう。
ターゲットをしぼる	県	組織横断的に若手を集めて（色々な部署）議論。集めた年齢層があれば、その年代で考えさせてあげたい。	県の担当者の人材育成にもなる

課題	だれが	なにをする	備考
ターゲットをしぼる	県	大学キャリアセンターもしぼる。0人の参加はしなくても良い。神奈川、愛知、長野の近い所をターゲットに。	
情報発信	県	短期的 プロ人材（電通の方とか）に依頼してはどうでしょうか？公の機関として制約はありますか？もう少しメディアを使っても良いのでは？ 長期的 人材の確保／中小企業支援／環境／情報など横しをさせる部門が必要と感じました。ストーリー作ってやって行けると思います。	
情報発信	県	学生目線でのHPをつくる。学生の心理からスタートするホームページ。	
人材の確保、流出を防ぐ、人を呼び込む魅力	県	オクシズPRをインフルエンサーと連携して実施する。	オクシズの知名度向上などにつながるから。
就職活動者のニーズ把握、とともに、情報発信のリーチ確認	県	そうだ。静岡県出身者で集まろう！のSNSについて、TwitterやInstagramでのターゲット広告を、もっと実施する	セミナーを実施して開催のポイントなどを説明しているとのことでしたが、参考資料p.4下部表のように県内企業のインターンシップ実施率が低いのが実情。コストはかかるとは思います、回数を増やして参加企業を増やすべきだと感じます。
就職活動者のニーズ把握、とともに、情報発信のリーチ確認		静大や県立大などの、サークルや学生団体のSNSアカウントをフォローする	フォローされるとおのずと学生たちは情報に触れようとするのでは？
就職活動者のニーズ把握、とともに、情報発信のリーチ確認	中学、高等学校に	キャリア教育の中で、県内就職についての比重を増やしてもらおう	教育分野との協働が必要
就職活動者のニーズ把握、とともに、情報発信のリーチ確認	県内大学と県の教育担当がともに	大学就職支援機能と、学生との結びつきを強める	大学の就職支援センターでは県内企業の情報を持っているのに、学生たちと、大学の就職支援センターの結びつきが弱いことが課題
UIターン就職支援	中小企業	学生に企業を知ってもらうために、かしまりすぎないイベントor説明会を開催	「就職のため」というのも大切だが、第一に周知が優先だと思うので
県内企業の情報発信	県	「しずおか就職ネット」の周知	今回の施策レビューで紹介されるまで全く知らなかった
県内企業の情報発信	企業	ターゲットを絞って情報発信する	発信する情報がどれだけ魅力的でも、ターゲットに刺さらなかったら意味が無いと思うので
県内企業の情報発信	大学	県内企業で働く人を講義に呼ぶorセミナー開催	就職情報を積極的に受け取ろうと思っていない人も、こういったものを開催することで自然に巻き込むことができると思ったので。
県内企業の情報発信と理解向上	県	県内企業のSNS等による情報拡散	SNS以外にも、ゼミや情報誌を使用する。
県内企業の情報発信と理解向上	県	大学の就職支援室や就職イベント、ジョブステーションでの「ふじのくにパスポート」が情報を載せた情報誌の配布・設置	就職支援室やサポートセンターを利用する人は県内での就職を希望している人が多いため
人材確保・情報発信	県	全国全世代への情報発信	先ずは多くの方に興味を持っていただくことが大切
人材確保	県	企業発信の周知	定期的なイベント
人材確保	市町	市町のPR	市町の特徴を知ること興味を持つ

課題	だれが	なにをする	備考
人材確保	企業	企業の特徴のPR	県、市町の情報をもとに企業PRすることで更なる魅力をもてる
情報発信	県	定期的な発信	行きたいときの選択が増える
情報発信	市町	学生、子育て世代などターゲットごとの情報発信	
情報発信	県	ターゲットに訴える	情報が届かなければ施策を考えても無駄になってしまう
情報発信		ワンストップで情報共有できるサイトづくり	ホームページを魅力的にする。
インターネットでやり取りするのを、逆にアナログで通信。本当に伝えたいことだけにする。	県	ターゲットを決めたら（県内の学生にインターネット）一回で決まる様に回数を減らす。〇〇さんと名前を打ち込むと読まれやすいです。	
県内企業の情報発信	県	チャンネル・コンテンツの精度、タイミングを整理する	情報を探している人が求めているものに、やり方が合っているか
県内企業の情報発信	県	ターゲットの整理、効果測定と結果に応じて修正	
人材の確保	県	静岡で働くことのメリットやインセンティブをアピール	学生や転職者への動機付けとなるように
対象を絞っての施策づくり	県	対象別でのニーズの適切な把握	ニーズは人や環境により様々に異なるため、それを正しく把握し、ターゲットを絞っての施策を立てる必要があると考えられるため。
対象を絞っての施策づくり	個人	施策に関心を持ち、積極的に意見する。	対象を絞ることは困難であるため、私による行動の存在も必要であるため。
情報発信の多様化	県	発信する情報の内容や発信の仕方、対象等の多様化を図る	情報を多様化することにより、施策の内容も豊かなものとなり得るため。
情報発信の多様化	企業	発信する情報の充実化を図る。	企業による情報の提供も非常に重要であるため。
相互的な情報交換の充実化	県	SNSやアンケート等による情報の授受をより拡大する。	現時点では、双方での情報のやり取りが不十分であると考えられるため。
相互的な情報交換の充実化	個人	積極的に情報を受け取り、また発信する。	個人の意見は、施策の充実にとって必要不可欠であるため。