

## 地域再生・活性化対策調査特別委員会報告書

地域再生・活性化対策調査特別委員会の調査・検討結果について報告する。

本委員会は、新型コロナウイルス感染症の影響における地域再生・活性化対策に関する諸施策を検討するため、令和二年十二月十六日に設置され、付議事件「新型コロナウイルス感染症の影響における地域再生・活性化対策に関する諸施策について」を受け、調査項目を以下の二項目とした。

- 一 コロナ禍における感染防止対策を踏まえた地域産業等の回復策・活性化策
- 二 ウイズコロナ・アフターコロナを見据えた地域再生対策

以上の項目について、県関係部局から県施策の概要を聴取するとともに、参考人意見聴取を実施した。参考人として招致したのは、宮城ワーケーション協議会共同代表の櫻井亮太郎氏、株式会社Public dots & Company取締役兼デジタル戦略室長の菅原直敏氏の二人である。また、県内の実情を把握するため、アイリスオーヤマ株式会社及び宮城県中小企業団体中央会の取組について調査を実施したほか、他県における先進事例を参考にするため、公立大学法人会津大学及びアクセンチュア・イノベーションセンター福島取組などについて調査を行った。

その概要は、次のとおりである。

### 一 現状と課題

#### 1 地方創生について

本県の人口は、平成十五年の推計人口約二百三十七万二千人をピークに減少傾向が続いており、令和二年の最新の国勢調査における速報結果では約二百三十万三千人であった。国立社会保障・人口問題研究所の推計によれば、令和四十二年の本県の人口は約百四十三万五千人、老年人口割合は四十四・二%になると予測されており、労働力不足や地域の担い手の減少をはじめ、幅広い分野における活力の低下が懸念されている。

そこで、令和三年度からの「新・宮城の将来ビジョン」では、子ども・子育て分野の重点化や地域の魅力向上対策を行うことで、人口減少の幅を少しでも緩やかにし、令和四十二年の県の人口を百七十二万人にする目標を設定している。

また、本県から主に首都圏に人口が流出している状況にあることから、移住・定住の推進や若者の県内定着の促進など人口流入増・人口流出抑止策を図ることで、社会減の解消に努めることも求められている。

## 2 移住・定住の推進について

人口減少や高齢化等が進行していく中で、地域コミュニティを維持し、その活性化を図るためには、担い手となる人材を育成するとともに、外部からも人材を確保していく必要がある。したがって、市町村や民間企業等とも連携し、首都圏等からの移住を更に推進する必要がある。

また、相談窓口における移住希望者は、二十代から四十代の働き盛りが中心となっており、移住に際して就業が重視される傾向にあることから、移住希望者に対し、県内企業の魅力を伝えることや、就業に向けた丁寧なマッチング支援を行うことが特に重要となっているほか、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う企業や国民の意識・行動の変容に対応した移住・定住施策を推進する必要がある。

そこで、既に運用を開始しているオンライン相談の定着を図るとともに、インスタグラムによる情報発信の強化やオンラインイベントの内容充実等を図る必要がある。また、移住支援金については、今後、必要な手続を市町村と協力して進めるとともに、要件緩和により新たに加わったテレワーカー等潜在的な対象者へ

の広報の充実に努める必要がある。

### 3 観光戦略について

本県では、平成三十年度から令和二年度までを計画期間とする第四期みやぎ観光戦略プランに基づき、令和二年までに観光客入込数を七千万人、宿泊観光客数を一千万人泊にするなどの目標値を設定し、関係者と連携しながら具体的な取組を進めた。その結果、令和元年の観光客入込数は六千七百九十六万人、宿泊観光客数は九百八十九万人泊と、それぞれ震災前を上回り、過去最高を記録した。また、外国人観光客宿泊者数は五十三万人泊を超えて、計画の目標値である五十万人泊を一年前倒しで達成するなど、順調に推移してきた。

しかし、その後、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、インバウンドが壊滅的な状況となるなど観光需要は大幅に落ち込んでおり、県内の観光事業者に甚大な影響が生じている。

そこで、本県では、令和二年六月にみやぎ観光振興会議を立ち上げ、地域事業者と観光需要の回復に向けた議論を重ね、同年十一月にみやぎ観光回復戦略を策定した。当該戦略では、デジタル化への対応を強化しつつ、ビジネスモデルの転換を図っていくことで、持続可能で選ばれる観光地を目指すこととしている。

また、全国的にも注目されているワーケーションについては、本県でも令和二年九月に民間主導で宮城ワーケーション協議会が設立されるなど、機運が高まってきており、県内の自治体や団体でも地域資源を生かした独自の取組を展開する動きが出てきている。したがって、地域の特性を生かしたワーケーションのプログラムが県内各地で提供され、地域と企業とのマッチングが図られるよう、宮城ワーケーション協議会と連携しながら、県としても支援していく必要がある。

### 4 企業誘致について

本県では、これまで自動車分野、高度電子分野、食品関連分野の企業を誘致ターゲットとして重点的に企

業誘致に取り組んできており、これらの企業の県内への新規進出が継続している。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、サプライチェーンの脆弱性が顕在化したことから、製造業の国内回帰や生産拠点の国内確保が進んでいる。この機会を逃さず、トップセールスをはじめとする積極的かつ効果的な誘致活動を行う必要がある。

また、新たに生じた巣ごもり需要等も視野に入れ、今後投資の活発化が期待される食品や物流等の産業分野等の誘致活動を強化していく必要がある。

さらに、IT関連企業を中心にテレワークの普及やリスク分散を目的とした地方への移転の動きが見られるなど社会全体の働き方が変化していることから、県内への会社拠点の移転を見据えた企業向けの支援を行うことも必要である。

## 5 中小・小規模事業者への支援について

県内中小企業等は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う需要の落ち込み等により、売上げの減少など大きな影響を受けている。国や地方自治体の資金繰り支援を含めた各種支援策などが功を奏し、令和二年の倒産件数は百十三件と、前年比八十一%にとどまったものの、新型コロナウイルス感染症の収束の見通しが立っておらず、依然として予断を許さない状況が続いている。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、対面サービスの需要減少やサプライチェーンの寸断で取引が減少する中、接触回避や居住地選択の拡大、デジタル技術の活用など、新たな日常への移行が進んできている。今後、新たな日常への移行を念頭に置き、変化を新しいビジネスチャンスにできるよう、中小企業のデジタル化や業態転換などを推進し、事業の維持・発展を図る必要がある。

そのためにも、新たな経営環境に対応できるよう、生産性向上や販路開拓を支援するほか、中小企業等のデジタル化に対する意識の底上げを図るなど、デジタル化の取組を支援する必要がある。

## 6 農林水産業への支援について

少子高齢化の進行等による担い手、働き手不足が課題とされる中、新型コロナウイルス感染症が発生し、その影響により、農業分野においては新規就農者や担い手を確保できるかが懸念されている。水産業分野でも、外国人技能実習生等が入国できなくなったため、漁業や水産加工業の現場で人手不足が発生している状況にある。

そこで、ウェブやSNS等を活用した情報発信を更に強化し、これまで以上に、県内外からの優秀な人材の確保に取り組むことが必要である。

また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を受け、飲食店における需要が大きく減少しているほか、県外での物産展やイベント等が中止になるなど、県産品の販売に多大な影響が出ていることから、コロナ禍で市場が大きく広がった電子商取引（以下「EC」という。）を活用し、新たにECに取り組む事業者の掘り起こしや既に取り組んでいる事業者の販路拡大の支援を強化することが必要である。

## 二 参考人からの意見聴取

### 1 宮城ワーケーション協議会共同代表 櫻井 亮太郎 氏

櫻井氏からは宮城ワーケーション協議会（以下「協議会」という。）の取組について説明を受けた。

協議会は、ワーケーションが本県の経済、そして本県の将来において有益であるという理由から、櫻井氏が共同代表の一人として立ち上げた組織である。協議会の使命（ミッション）は、宮城をワーケーション受入れのナンバーワンの土地にすることであり、将来像（ビジョン）は、ワーケーションを通して宮城県の熱烈なファンを増やし、観光、移住・定住へとつなげることである。

ワーケーションは、観光地や自然の中で余暇を楽しみながらテレワークをすること、あるいはテレワーク

をしながら余暇を楽しむことであり、その目的は三点ある。一点目は、ワーケーションに来た人が消費行動を行い、地域に経済効果が生まれることによる「地域の成長」である。二点目は、ワーケーションを許容すること自体が企業の魅力になることや、社員が効率良く高い生産性で仕事をするることによる「企業の成長」である。三点目は、集中して仕事ができることによる「個人の成長」である。

また、ワーケーションのスタイルは四点に分類することができる。一点目は、休暇中の一部の期間に仕事を行う「休暇活用型」、二点目は、仕事为空いたときに休暇を取得する「日常埋め込み型」、三点目は、出張先で仕事の後に自費で延泊し、帰りの交通費は職場が負担する「出張延長型（ブリジャー）」、四点目は、企業研修等を地域で行う「企業型」である。この中で、とりわけ三点目の「出張延長型（ブリジャー）」を本県で浸透させたいが、これを認めていない行政機関や企業が多いことが課題である。

さらに、ワーケーションの効果については五点に分類することができる。一点目は、ストレスが減り幸福度が上がる「ヘルス・インパクト」、二点目は、地域への経済効果が生まれる「ビジネス・インパクト」、三点目は、外部の人と地域の人との交流により様々なイノベーションが起きる「ソーシャル・インパクト」、四点目は、ワーケーションを行う企業が地域で環境に配慮した取組を行う「グリーン・インパクト」、五点目は、家族との時間が増える「ファミリー・インパクト」である。

自然や食べ物を売りにワーケーション誘客をしても、それらは日本全国どこにでもあり、特に、東京からの誘客を考えた場合、本県よりも近くにある軽井沢や那須高原に完全に負けてしまう。よって、本県ではまた違う形を考えなければならない。

協議会では、一つ一つの自治体に、このような人たちが集まっているという色づけをしたいと考えている。例えば、ある自治体に釣り好きが集まるという色づけをすることによって、その自治体に様々な職業の釣り好きが集まり、地域の人たちとの交流・協業が行われたり、ワーケーションに来た人同士の交流・協業が行

われたりすることが期待できる。

また、ワーケーションをしたいという人にアンケートをとると、地域活性化への貢献をしたいという回答が全体の五十六％に上ることから、本県では、地域課題の解決と一緒に取り組んでくれる人を募るようなワーケーション、すなわち、課題解決型ワーケーションに取り組む必要がある。

さらに、地域への単発・短期間の滞在から長期間の滞在、ひいては移住・定住に結び付けるため、ワーケーションの六次化を進めていきたいと考えている。一次は「仕事と観光」、二次は「仕事と地域」、三次は「仕事と移住・創造」である。その上で重要になるのは、観光に偏ることなく、商工に偏ることなく、移住・定住に偏ることなく、県庁の各担当課が連携して一緒に取り組むことである。

本県がワーケーションを推進する上で一番の課題となるのが、教育である。両親がワーケーションに行きたくても、子どもが義務教育ゆえにワーケーションに行けないというハードルがある。ワーケーションに来た子どもを県内の学校が一時的に受け入れるなどの支援体制が構築されれば、本県に来る人が増えると考えたと述べた。

## 2 株式会社 Public dots & Company 取締役兼デジタル戦略室長 菅原 直敏 氏

菅原氏からは、自身が最高デジタル責任者（CDO）に就任している福島県磐梯町のデジタルトランスフォーメーション（以下「DX」という。）の取組について説明を受けた。

最近、デジタルやDXがやはり言葉になっているが、DXを進める上で大切なことが三点ある。一点目は、デジタル技術は「手段」であって、「目的」ではないということである。二点目は、デジタル技術の活用で重要なのは、「技術の理解」ではなく、「技術の使いやすさ」であるということである。三点目は、全ての人が同じ技術を使えることで、課題が解決され、大きな価値を生んでいくということである。

DXの思考法とは、テクノロジー起点でなく、県民起点で物事を考えていくことである。人口減少により

自治体のヒト・モノ・カネというリソースがどんどん縮小していく一方で、県民ニーズは多様化・複雑化・広範化してきており、このミスマッチの中で課題解決ができなくなっているのが現状である。ヒト・モノ・カネが減っていき、これから増えることがない中、県民の幸せのために第四の手段としてデジタル技術が使えるのではないかというのがDXの発想である。

デジタル技術というと、ともすると、業務効率化、コストカット、人員削減という文脈で見る日本人が多いが、人に優しいデジタル技術で、誰一人取り残さないという視点が重要である。

DXとは、行政、社会、地域のあらゆる分野がデジタル技術によって再構築されることである。あらゆる分野がデジタル技術を前提に再構築されることから、ICTや情報システムを所管する部局の職員だけではなく、全ての部局の職員が最低限のデジタルリテラシーを持っていることが前提条件となる。

DXで実現することは、課題解決、価値創造、共生社会である。課題解決という言葉がよく使われるが、課題解決はマイナスをゼロにするという話だけで、それだけでは少なくとも衰退しかない。しかし、デジタルの良いところとして、そのゼロから一、一から十、十から百へと、価値をつくっていくところに極めて重要なポイントがある。さらに、社会の前提条件をデジタルによって再構築することで、誰もが自分らしく生きられる共生社会が実現すると述べた。

### 三 県内調査

#### 1 アイリスオーヤマ株式会社（角田市）

アイリスオーヤマ株式会社（以下「アイリスオーヤマ」という。）からは、コロナ禍において売上げ・利益を伸ばした要因について説明を受けた。

アイリスオーヤマは、コロナ禍以降、マスクをはじめ家電用品、収納用品等の商品が、巣ごもり消費の影



響もあり、大きく売上げを伸ばしており、令和三年も昨年比で三十%程度売上げを伸ばしている。

その要因の一つが、アイリスオーヤマの経営方針であるユーザーイン経営であり、その特徴は六点ある。一点目は、ユーザーインの需要創造による商品開発である。生活者、すなわちユーザーの代弁者として、不満、不足、不備を解消していこうという商品開発のコンセプトである。

二点目は、製造と問屋機能を併せ持ったメーカーベンダーという仕組みである。一般的に、製造業が三十%、問屋が三十%、小売が三十%ずつの利幅をとるが、問屋機能を持つことによって、およそ三十%コストダウンが図れることとなる。そのメリットは、コストの削減のみならず、家電量販店、ホームセンター、コンビニエンスストア、ドラッグストア及びスーパーマーケット等日本全国の十万店舗と直接取引ができるため、売り場の情報がそのまま会社に入り、売場起点のマーケティングができることにある。

三点目は、ネット通販による店舗を通さないダイレクトマーケティングである。全国に八拠点の物流センターを設けているため、購入者の手元に翌日には届けられるような体制を取っており、ECモール以外にも自社サイトでの販売が順調である。

四点目は、業態メーカーとしての製品開発である。中国の大連の工場では、プラスチック製品だけではなく、金属や木を使ったハイブリッドの製品等様々な商品を生産している上、ロボットを使った生産をすることにによって、コスト競争力も付けている。専業ではどうしても好不調があるが、多角化をすることでリスク分散ができることは一つのポイントである。

五点目は、BtoB事業である。東日本大震災の電力不足をきっかけにLED照明に力を入れることとなり、まずは小売から販売を始めたが、その後、一般企業向けの販売を始めた。これに加えて、カーテン、建材、オフィス家具等の品揃えも増やすことで、BtoB事業に非常に力を入れている。さらに、現在、ロボットAI事業も行っており、お掃除ロボットといったロボットを活用することによって、人手不足を解

消し、日本の課題解決、すなわち「ジャパソリユーション」につなげていこうと考えている。

六点目は、グローバル経営である。海外展開は、日本国内でヒットした商品の金型をアメリカやヨーロッパに持って行って、製品を生産したことがはじまりである。中国、アメリカ、オランダ、フランス、韓国の工場では、現地生産・現地販売、すなわち地産地消を心がけている。今後は、収納用品だけではなく、家電についても、海外で生産・販売していこうと考えている。

二つ目の要因は、ビジネスチャンス優先の変化対応の経営であり、その特徴も六点ある。

一点目は、稼働率七十%の余力経営である。三年前に大河原工場を増設し、物流機能を移したことで、角田工場に余裕が生まれ、マスクを生産することができた。製造業であれば、九十%から百%の稼働率を目指すのが普通であるが、稼働率にある程度の余裕を持たせることで、市場が変化したときに、増産に対応できたり、新しいことを始められたりすることから、余裕を残した中での設備投資を進めている。

二点目は、新商品比率五十%以上の経営である。毎年、新商品を千点以上発売している。

三点目は、プレゼン会議でのトップによるジャッジである。毎週月曜日に会議室で三十件から四十件の案件をトップがジャッジして、発売していくという流れでやっているため、他社に比べるとかなり早いスピードでの商品開発が可能となっている。

四点目は、オーナー経営による長期的視点に立った経営である。

五点目は、ICジャーナルによる情報の共有である。ICジャーナルはいわゆる日報のことで、様々な社員が当日の出来事や報告したいことを書き込むことになっており、どんな商品が売れているかといった情報など世界各地で起こっている情報を共有できるといえるものである。

六点目は、ビジネスチャンスがある商品への参入である。エアコンや大型家電は、物流がネックになったり、工事が必要になる点で、業界に参入できるメーカーが少ない。すなわち、マーケットが大きくて流通が

遅れているという点でビジネスチャンスがあった。また、ミネラルウォーターは、店での売上げが少しずつ下がっていく一方、ネット通販での売上げが伸びているという状況に着目し、アイリスオーヤマの製造設備と物流力を生かし、ネット販売に参入した。

以上のような取組を行っているアイリスオーヤマは、国内のGDPが十三%しか伸びていない中、十年間で二・六倍の成長を遂げていると説明を受けた。

## 2 宮城県中小企業団体中央会（仙台市）

宮城県中小企業団体中央会（以下「中央会」という。）は、中小企業が組織する事業協同組合をはじめとする中小企業組合への支援等を通じて、地元中小企業の発展・振興を図るべく事業に取り組んでいる。各業界団体から、中小企業におけるコロナ禍の影響について聴取したところ次のとおりであった。

### （一）宮城県ホテル旅館生活衛生同業組合

宮城県全体の六月の宿泊人員は対前年比で二百五・六%だった一方、対前々年比では四十二・九%となっている。地域によっても状況が異なり、作並は対前年比六十二・四%、対前々年比では九・一%で十分に満たない一方で、ビジネス利用が戻ってきている仙台は、昨年比で五百三十六・七%、前々年比で五十一・五%となっており、他の地域と比較して高い数字となっている。このように、仙台市内のビジネス利用に関しては、若干の回復が見られるものの、そのほかの観光地、温泉地に関しては、まだまだ回復していない状況にある。

### （二）宮城県水産物商業協同組合連合会

パーティーや歓送迎会がなくなったことにより、ホテルや宴会場といった外食関係に卸売をしている鮮魚小売業の売上げが大きく減少する一方、巣ごもり需要により、御用聞きを始めた鮮魚小売業は売上げを伸ばしている。

(三) 宮城県生コンクリート工業組合

生コン出荷量は、平成二十五年度をピークに年々減少しているが、震災復興工事の収束によるもので、コロナ禍の直接の影響は少ない。しかし、コロナ禍の収束の見通しが立たない中、民間を中心とした建設投資の冷え込みが生コン需要にも響くことが懸念される。

(四) 宮城県印刷工業組合

これまで組合員に新型コロナウイルス感染症に係る影響についてアンケートを実施しており、最新のデータでは「極めて大きく影響」又は「大きく影響」と回答した組合員が全体の約五十五%に上っており、約一年前の八十四%に比べて改善はしているものの、依然として厳しい状況が続いている。コロナ禍によりイベントやコンサートに関する仕事が激減して売上げが落ち込むとともに、情報発信の方法が紙媒体からSNSに大きくシフトしていることも紙の印刷という部分では大きな影響を受けている。このような状況の中、印刷業界は、これまでの製造業体質から脱却し、付加価値を上げるための「業態変革」、「生産性向上」、様々な人材を採用・育成するための「働き方改革とダイバーシティー経営」、「DXへのチャレンジ」、「企業間格差の拡大」といった課題を乗り越えなくてはならない。

(五) 協同組合仙台卸商センター

令和二年度の事業収入は全体で対前年度比七十六・一%となっており、流通業界の状況を反映したものととなっている。事業別で見ると、産業見本市展示場事業が対前年度比六十二・四%と減少が顕著である。組合員の全体景況感(DI値)については、令和元年十二月から令和三年五月までの調査期間中、前月よりも好転した月はひとつもなく、特に悪化したのが令和二年二月、三月、四月と令和三年一月だった。組合の扱い品目別影響について、スーパー及び一般小売店向けの食料品卸は比較的影響が少ない一方、飲食専門店、ホテル及び旅館向けの食料品卸は特に影響が大きい。繊維関係についても、大きな影響

を受けている。建設関係については、影響は中程度である。

#### (六) 仙台トラック事業協同組合

巣ごもり需要で宅配便の需要が拡大している反面、中小企業間の物流の需要が落ち込んでいる。その結果、運賃や料金の引下げ圧力が出てきており、燃料価格が上がってきたことも相まって厳しい状況にある。

また、中央会からは、委嘱している各業界の情報連絡員からの報告（令和三年六月分）で、ワクチン接種が進むことでの経済回復やG・O・T・Oキャンペーン再開への期待の声が聞かれる一方で、酒造業界では出荷数量が大きく落ち込んだ令和二年六月の出荷数量にも届かなかったという声も聞かれるなど依然厳しい状況が続いていることや、事業者に対し、雇用調整助成金、持続化給付金、家賃支援給付金、固定資産税・都市計画税軽減特例制度及び一時支援金の申請手続等の相談対応等支援を行っていることについて説明を受けた。

## 四 県外調査

### 1 公立大学法人会津大学（福島県会津若松市）

公立大学法人会津大学（以下「会津大学」という。）は、国際化、高度情報化社会が進展する中で、コンピュータ理工学に特化した大学として平成五年に開学した。毎年二百四十人が入学するコンピュータサイエンス領域では日本最大の大学であり、就職率は100%を誇る。また、大学発ベンチャーは三十九社で公立大学では一位である。

会津大学では、成長産業であるICT産業を通じて、産業振興・雇用創出を図るとの方針の下、復興のための産学官連携を行っており、企業や行政機関と会津産学コンソーシアムを組み、様々な事業に取り組んで

いる。事業を行う際、全体の管理を大手企業に任せる場合もあるが、共同企業として必ず地元企業を参加させるようにして、スキルが地元に残るようにしている。また、産学連携のためのデータセンターとして先端ICTラボ（以下「LICTiA」という。）をつくり、学内だけでなく企業も使用可能としている。LICTiAでは、多業種が参加する会津オープンイノベーション会議（AOI会議）を開催し、様々な企業や業種が集まり、ソリューション開発を行っている。令和三年一月に、LICTiAは地域オープンイノベーション拠点として経済産業省の認定を受けた。リカレント教育にも力を入れており、「女性のためのITキャリアアップ塾」を開講し、福島県内の女性を対象にeラーニングでIT技術を身に付けてもらう取組を行っている。その他、ロボット開発を行うプロジェクトにおいて、ロボットを動かすためのソフトウェアを開発したり、地域密着型のAIの研究を行ったりしている。

スマートシティーの取組については、スーパーシティーを見据えたスマートシティーの取組を平成三十一年に開所されたスマートシティーAiCT（以下「AiCT」という。）に入居する企業と協力して取り組むこととしている。会津大学は入居企業の八割と連携実績があり、会津大学があることが企業の移転の動機にもなっており、企業誘致という点でも会津大学は貢献している。

## 2 アクセンチュア・イノベーションセンター福島（福島県会津若松市）

アクセントチュア・イノベーションセンター福島は、東日本大震災後の平成二十三年から、会津若松市及び会津大学との連携協定に基づき、将来に向けた持続可能な街づくりを目指し、スマートシティー計画を策定するとともに、DXをベースにしながら各種プロジェクトを推進してきた。

会津若松市に人や企業が集まる理由をつくり、関係人口を増やしていこうとするところから取組が始まり、平成三十一年にAiCTが開所されると、すぐに入居企業で満室になった。AiCTが開所された理由の一つは、東京からAiCTに企業が移転することで、会津大学の学生が、東京に行かなくても当該企業に

就職できるようになるということである。給料は東京と会津若松市とで変わらない上、会津若松市の方が可処分所得は高く、通勤や家賃に悩まされなくて済み、取り組むプロジェクトは東京よりも新しい先端のスマートシティーということで、東京に行く理由がなくなる。このようなことを地方で立ち上げていければ、おのずと東京一極集中が是正され、地方分散が進む。

例えば、仙台には、国立大学法人東北大学を卒業した学生が働きたいと思う企業があまりない。よって、東北六県から集まった優秀な学生が、首都圏に就職してしまうため、東北の発展には寄与しないこととなる。したがって、世界トップクラスのプロジェクトを地方で立ち上げて、東京から地方に企業が移転して、その企業がその地域で頑張ることによって、その地域の大学生が東京には行かず地元に残るといった仕組みをつくる必要がある。

会津若松市で取り組んでいるスマートシティーは、人間中心の地域DXである。これは、市民が主体的な同意・参画（オプトイン）の上、地域（ローカルマネジメント法人）に、電気使用量や購買履歴や健康といった自分のデータを提供すると、その人用のサービスが受けられるというものである。

これまでのビジネスモデルは、市民と企業の「二方良し」のモデルであった。会津若松市で取り組んでいるのは、市民と企業の間地域が入る「三方良し」のモデルである。市民は、地域が良くなるために自分のデータを提供し、それに基づき、企業は、地域や市民にとってより良い新しいサービスを提供する。これにより、地域・市民・企業にメリット・納得感が得られるというものである。

## 五 総括・提言

これらの調査結果を踏まえ、本委員会は「新型コロナウイルス感染症の影響における地域再生・活性化対策の課題及び諸施策」について、次のとおり取りまとめた。

## 1 観光戦略について

- (一) 県内の観光地の情報を発信する際には、見る人の目を引くようなありきたりではない画像を紹介するなど、従来のイメージにとらわれない発信方法を検討すること。
- (二) ワークেশションは、観光だけではなく、仕事、地域、移住・定住及び子どもの教育など様々な分野に係ってくるものであることから、推進に当たっては、各担当課が縦割りではなく連携して取り組むこと。
- (三) ワークেশションにおいて、通信環境の良さがアピールポイントとなることから、協議会と連携しながら、県としても通信環境の良い施設にお墨付きを与えるような認証制度の創設を検討すること。

## 2 DXの推進について

- (一) DXを進めるに当たっては、DXが「目的」ではなく「手段」であるという考えに立脚し、県民が主体的に同意・参画することで、利便性や納得感を実感できるような取組をすること。
- (二) 自治体のDXを推進する責任者になるようなDX人材が極めて不足していることから、県と市町村がそうした人材を広域でシェアするような仕組みを構築するなど人材確保対策を検討すること。

## 3 企業誘致について

本県は、東北六県から進学等で人が集まっても、卒業後、首都圏に就職してしまうという現状があることから、学生が就職したいと思うような魅力的な企業の誘致を進めること。例えば、コロナ禍で、IT関連企業を中心に地方への移転の動きが見られることから、そうした企業をターゲットにするなど地域の活性化に資する企業誘致を進めること。

## 4 コロナ禍における中小企業等の支援について

- (一) コロナ禍により苦境に立たされている中小企業等が依然として多く、収束の見通しも立っていないことから、引き続き必要な支援を行うこと。



- (二) コロナ禍において業績を伸ばしている業種や企業等の取組等を分析し、業績が悪化した業種や企業等への支援に生かすこと。
- (三) コロナ禍の中、中小企業等は、業態転換や生産性向上、デジタル化等に迫られていることから、啓発活動や支援を行い、事業の維持・発展につなげること。

以上、これらの提言が今後の関係施策に十分反映されることを期待して、報告とする。

令和三年十一月十九日

宮城県議会地域再生・活性化対策調査特別委員長 佐々木 功 悦

宮城県議会議長 石川 光 次 郎 殿