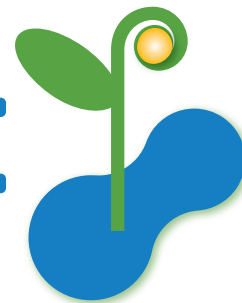


知をつなぎ、地を活かす

東北活性化研



特集 ウィズコロナ時代の地方への新たな人の流れ



Vol.41
2020 秋季号

公益財団法人 東北活性化研究センター

目次

Contents

巻頭言

- ◆未来志向のまちづくりに向けて ―多様な力で未来を創る、新たな杜の都への挑戦― 2
郡 和子 仙台市長

特集

- ◆ウィズコロナ時代の地方への新たな人の流れ
・ニューノーマルが掘り起こす関係人口と地域とのつながり方 4
伊藤 孝子 調査研究部 主任研究員
- ・With コロナ時代に必要な、地域への「参加」の仕組みづくり
～ 20-30代限定コミュニティ「Flags Niigata」による都市活性～ 14
後藤 寛勝 Flags Niigata 代表 / プロデューサー
- ・ワーケーションによる人の流れの創出を目指した妙高市の取組み 20
斉藤 誠 新潟県 妙高市役所 企画政策課 未来プロジェクトグループ
- ・関係人口創出・拡大に向けた「遠恋複業課」の取組について 24
岩手県ふるさと振興部地域振興室
- ・首都圏人材と地域企業が創り上げる複業のカタチ 26

活動紹介

- ◆TOHOKU わくわくスクール 2020 開催及び昨年度の報告について 30

調査ノート

- ◆社会起業家の活躍による社会・地域課題の解決 36
平岡 清春 調査研究部 主任研究員
- ◆地域新電力「一般社団法人東松島みらいとし機構」の事例 40
宮曾根 隆 部長 (特命担当)

会員企業だより

- ◆『危機を乗り越えて社会に貢献する』 54
井澤 徹 東京海上日動火災保険株式会社 理事仙台支店長

事務局より

- ◆令和2年度 第3回理事会 開催 56

未来志向のまちづくりに向けて —多様な力で未来を創る、 新たな杜の都への挑戦—

仙台市長 郡 和子 氏



現在、世界中で猛威を振るっている新型コロナウイルス感染症につきましては、仙台市においても、市民の皆さまの暮らしに大きな不安をもたらすとともに、地域経済に深刻な影響を与えています。本市が8月に実施した市内事業所を対象としたアンケート調査によると、回答事業所のうち約9割の事業者が「新型コロナウイルス感染症の影響が出ている」または「今後の先行きを懸念している」と回答しており、依然として厳しい状況が続いています。

このような中、本市では、仙台商工会議所、みやぎ仙台商工会とともに、「想いやり」、「会社・お店とお客さま双方の対策意識向上による地域経済の循環・再生」をキーワードに掲げ、「仙台感染症対策・地域経済循環プロジェクト」に取り組んでいます。

厳しい経営状況にある事業者に向けて、国をはじめとしてさまざまな支援策が設けられていますが、今後重要になってくるのは、こうした支援体制によって企業の経営を支えながら、地域を挙げて継続的な感染症対策に取り組むこと。そして、域内経済の循環を促し、新しい日常をつくっていくことです。

今後、市内事業者の皆さま、市民の皆さま

と協力し、感染症対策と地域経済再生の両立に取り組んでまいります。

挑戦を続ける、新たな杜の都へ ～ “The Greenest City” SENDAI ～

厳しい社会状況ではありますが、本市では、未来志向のまちづくりに向けたさまざまなチャレンジを進めています。

一つ目は、来年度からスタートする基本計画の策定です。まちづくりの理念を「挑戦を続ける、新たな杜の都へ～ “The Greenest City” SENDAI ～」として検討を進めています。本市を象徴する言葉である「杜の都」と親和性のある「Green」という言葉に、「自然」＝目指す都市の姿である杜の恵みとともに暮らすまちへ、「心地よさ」＝多様性が社会を動かす共生のまちへ、「成長」＝学びと実践の機会があふれるまちへ、「進め！」＝創造性と可能性が開くまちへという4つの意味を込め、最上級「est」をつけることで、常に高みを目指していくという想いを込めています。

この理念のもと、仙台の強みや現状を踏まえて重点的に取り組む8つの「チャレンジプロ

ジェクト」の一つとして、「TOHOKU 未来プロジェクト」を掲げています。社会的・経済的効果を生み出し、グローバルとローカルな視点を併せ持って戦略的にビジネスや誘客を進め、東北の魅力を国内外に広めることに重点的に取り組んでまいります。

新たな都心まちづくりに向けて

二つ目は、新たな都心のまちづくりへの取り組みです。

本市では、昨年度から「せんだい都心再構築プロジェクト」として、都心部の再構築を進めることで安全性を一段と高めながら、本市の防災力、「杜の都」の美しい都市環境を活かしたまちづくりを進め、首都圏の企業から選ばれる都市となり、本市ひいては東北全体の持続的な活力増進につなげることを目的に、老朽建築物の建替促進事業等を行っています。

今年9月には、緊急かつ重点的に市街地の整備を推進する「都市再生緊急整備地域」の拡大および東北初となる「特定都市再生緊急整備地域」の新規指定を受けました。これにより、都市計画の特例等の都市再生特別措置法に基づく国の支援措置が受けられることに加え、本市が独自に展開している施策の適用範囲も拡大されることから、都心の再構築が一層推進されることを期待しています。

また、その他にも、市役所本庁舎の建替えや市役所周辺の勾当台エリアのビジョン策定、定禅寺通の道路空間再構成の検討等、新たな都心まちづくりに向けたさまざまなプロジェクトに取り組んでいます。

東日本大震災から

10年を向かえるにあたって

さて、来年3月には、東北地方に未曾有の被害をもたらした東日本大震災から10年を迎えます。

この間、本市におきましては、東部復興道路（かさ上げ道路）や沿岸部への避難の丘の整備、集団移転跡地利活用など、ハード事業は着実に進展してまいりました。

また、本市の経験や教訓、取り組みなどを広く国内外に発信する取り組みにも力を入れて取り組んでまいりました。平成27年に本市で開催した「第3回国連防災世界会議」においては、今後各国が目指すべき防災の指針である「仙台防災枠組2015-2030」が採択され、「仙台」という言葉が世界の防災関係者に広く認識されたほか、「世界防災フォーラム／防災ダボス会議」や「仙台防災未来フォーラム」を開催いたしました。現在は、震災遺構である仙台市立荒浜小学校と荒浜地区住宅基礎の公開や、せんだい3.11メモリアル交流館を開設しているほか、本市中心部への震災メモリアル拠点整備に向けた検討も進めています。

震災から10年の節目を迎える今、「防災環境都市・仙台」を広く浸透させるとともに、震災の記憶を風化させることなく伝えていけるよう、今後も積極的に取り組んでまいります。

ウィズコロナ時代の地方への新たな人の流れ

新型コロナウイルス感染症の流行は、地方への人の流れを生み出す「関係人口の創出・拡大」に向けた動きに大きなブレーキをかけた。収束のめどが立たない新型コロナウイルス感染症の現状を受け、多くの自治体では本年度から本格化するはずであった関係人口づくりに向けた取組みの方針転換を余儀なくされた。また、感染予防対策として普及したテレワークを始めとする「新しい生活様式」は我々の生活意識・行動に変容を促した。

こうした状況下で関係人口づくりのこれまでの取組みを別なカタチで加速化させたり、新しい取組みに着手したりする地域や団体が現れており、そうした動きはウィズコロナ時代に適した新しい人の流れを生み出し、その人の流れが地方創生への道筋を切り開くと考えられる。

本特集では、これからの関係人口づくりを考える上で参考となる東北圏各地の取組みを紹介する。今回取り上げたのは、東京と新潟を結ぶオンラインコミュニティ「Flags Niigata」、首都圏からの人の流れを創出する「妙高型ワーケーション」(新潟県妙高市)、複業人材とのマッチング事業「遠恋複業課」¹(岩手県)及びそのマッチング事例についてである。

以下、その導入部分として関係人口を巡るこれまでの政策動向や新たな切り口として注目される動きについて概観し、これからの関係人口づくりを考える上でのポイントを考察することとする。

ニューノーマルが掘り起こす 関係人口と地域とのつながり方

調査研究部 主任研究員 伊藤 孝子

1 東北圏の社会動態

総務省が公表した2020年1月1日時点の住民基本台帳に基づく人口動態調査によると、都道府県別の社会増減は1都3県を含む7団体のみが増加し、社会増加数及び社会増加率ともに東京都が最も高い。東北圏については、新潟県

の社会減少数(△8,000人)が全国1位となり、福島県が6位(△6,917人)、青森県(△6,319人)が7位と続く。また、社会減少率についても、青森県(△0.49%)が全国2位、3位に秋田県(△0.414%)、4位に山形県(△0.413%)と続いている。2015年度から始まった地方創生であるが、東京圏への一極集中と東北圏の人口流出が

1 岩手県では、「副業」ではなく「複業」とすることで、本業と副業という主従の関係ではなく、マッチングで関わった仕事を本業と同じ次元で捉えていくという想いを事業参加者に感じ取ってもらいたいと意図する。

図1 都道府県別社会増減(日本人住民)

<社会増加数>

<社会増加率>

順位	都道府県名	人	順位	都道府県名	%
1	東京都	87,308	1	東京都	0.66
2	神奈川県	24,935	2	千葉県	0.29
3	埼玉県	18,729	3	神奈川県	0.28
4	千葉県	17,979	4	埼玉県	0.26
5	大阪府	11,341	5	大阪府	0.132
6	福岡県	6,325	6	福岡県	0.125
7	愛知県	2,084	7	愛知県	0.03

出所：総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」(2020年1月1日現在)

<社会減少数>

<社会減少率>

順位	都道府県名	人	順位	都道府県名	%
1	新潟県	△8,000	1	長崎県	△0.53
2	北海道	△7,907	2	青森県	△0.49
3	長崎県	△7,130	3	秋田県	△0.414
4	兵庫県	△7,081	4	山形県	△0.413
5	静岡県	△7,035	5	和歌山県	△0.406
6	福島県	△6,917	6	徳島県	△0.40
7	青森県	△6,319	7	岩手県	△0.38
8	三重県	△6,264	8	福島県	△0.37
9	岐阜県	△6,029	9	福井県	△0.362
10	鹿児島県	△5,313	10	高知県	△0.359

顕著となっていることがわかる(図1)。

そうした中で、今年度から始まる第2期総合戦略では、「東京圏への一極集中の是正」が最重要課題に掲げられ、2024年度までに地方・首都圏間の転入者と転出者を均衡させることを目指し、引き続き地方移住を促進する施策を展開するとともに、将来的な移住にもつながるよう地方とのつながりを築く「関係人口の創出・拡大」が大きな柱として盛り込まれた。

2 新たなつながりとして

期待される関係人口

2.1 関係人口が求められる背景とその意義

関係人口という言葉は2016年に初めて登場し²、その定義について様々なものがあるが、総務省によると「移住した『定住人口』でもなく、観光に来た『交流人口』でもない、地域と多様に関わる者」³としている。

関係人口が注目される背景には、少子高齢化・人口減少が進展する地方では地域づくりの担い手不足が深刻化しているが、一部の地域では地域おこし協力隊を始めとした移住者や地域外人材が地域住民との交流や地域の課題解決などを

通じて地域の活性化に貢献する取り組みが見られたことにある。また、そうした彼らと地域との関わり方は、地域との行き来はなくても、ふるさと納税やクラウドファンディングなど何らかのかたちで地域を応援する人など、多様化している。そうした地域外の人材を「関係人口」と呼び、彼らが地域づくりの新たな担い手となることが期待され、そうした地域内外の担い手を広くつなぎとめ、活用することが重要とされている。

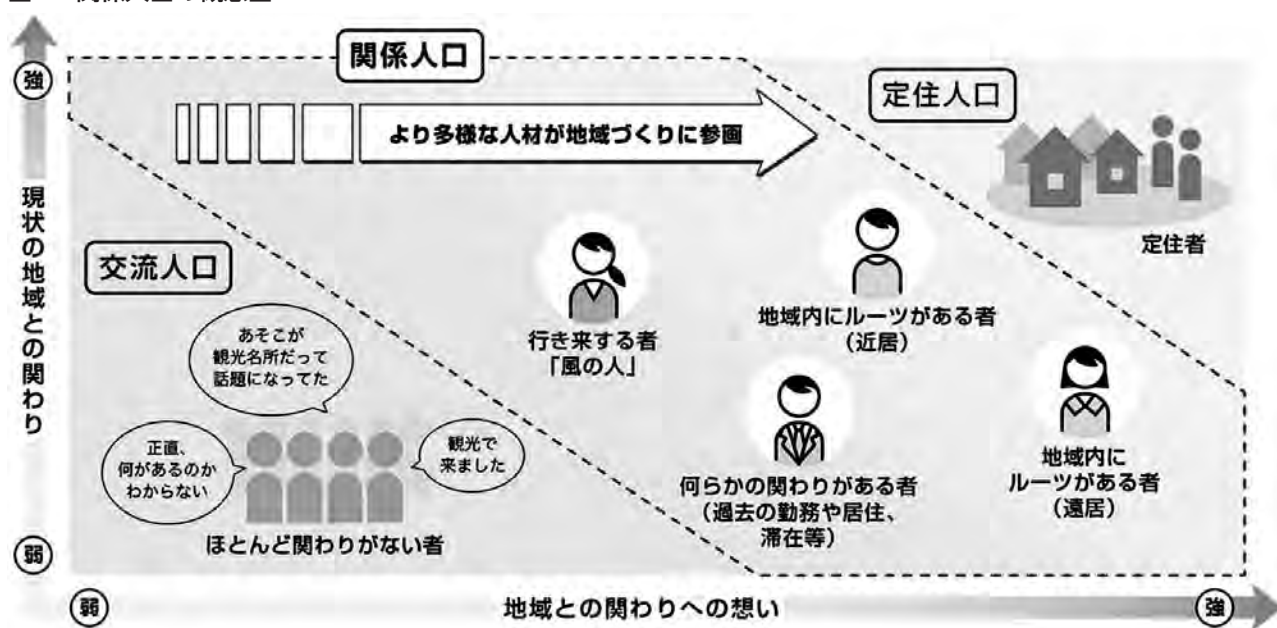
2.2 関係人口の類型

関係人口の対象は地域と様々に関わる広範囲な人々に及ぶが、その類型は地域との関わり方の深さに応じた段階的な関係性で整理されている。総務省では、「関係人口」を地域との関わり方とその想いによって、4つに類型化している。地域内にルーツがあり、かつ近隣地域に住む「近居の者」や地域内にルーツはあるが遠方地域に住む「遠居の者」、過去に勤務や居住、滞在などの経験を持つ「何らかの関わりがある者」、ビジネスや余暇活動、ボランティアなどをきっかけにその地域を「行き来する者(風の人)」に分類している(図2)。

2 「東北食べる通信」編集長高橋博之氏や「ソトコト」編集長の指出一正氏などの著書で紹介された。

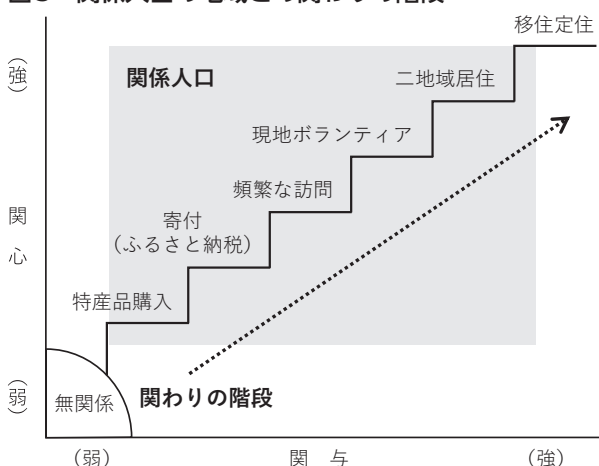
3 総務省「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会報告書ー『関係人口』の創出に向けてー」(2018年1月)

図2 関係人口の概念図



出所：総務省「地域への新しい入り口『関係人口』ポータルサイト」

図3 関係人口の地域との関わりの階段



出所：国土交通省「第6回国土専門委員会」配付資料4_小田切委員長発表「『関係人口論』とその展開」(2017年9月26日)をもとに作成

また、明治大学農学部教授小田切徳美氏は関係人口の地域との関わりを深めるプロセス「関わりの階段」として各段階の関わり方を整理しており、地域との関わりがない、または弱い人が特産品などを購入することで地域との関わりを深め、さらに寄付(ふるさと納税)、頻繁な訪

問、現地ボランティア活動、二地域居住へとステップアップし、最終的に地域への想いと関わりが高まり移住定住につながるというイメージを提示している(図3)。

2.3 関係人口創出・拡大に向けた政策的取組み

2018年度から総務省のモデル事業が実施され、30団体が地域と関わりを持つ人やこれから地域との関わりを持とうとする人を対象に地域との継続的なつながりを持つ機会・きっかけを提供する取組みを行った。2019年度は関係人口の対象を拡大し、44団体が都市住民や外国人などの地域への関心を醸成する取組みなども行った。2020年度のモデル事業は、関係人口と地域との協働を深化させるとともに、その取組みを全国に向け情報発信することで取組みの横展開を図る⁴とし、さらに第2期総合戦略のもと各地域で関係人口創出・拡大に向けた取組みが本格化するはずであった。

4 25団体が採択されており、事業の実施にあたっては新型コロナウイルス感染症に係る状況に十分配慮し、実施時期や実施方法を検討しながら進めるとしている。

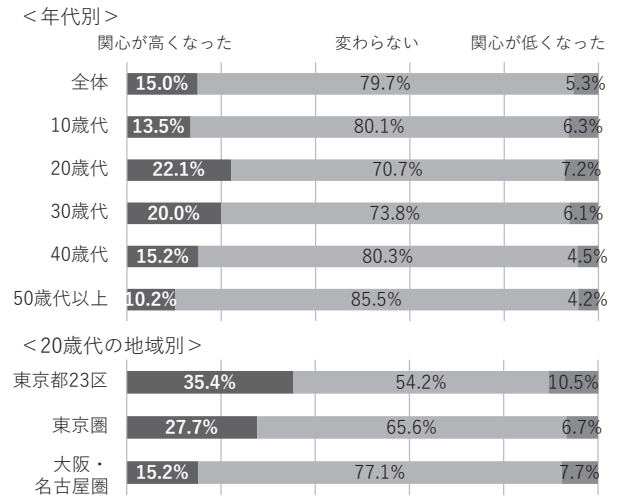
そうした中、2020年3月以降に急速に拡大した新型コロナウイルス感染症の流行は、人々の生命や生活だけでなく、社会や経済に大きな影響を及ぼすこととなった。新型コロナウイルス対策の特別措置法に基づく緊急事態宣言によって外出自粛が要請され、社会全体で不安や混乱が拡大し、人々の都市と地方、また地方間の往来に制約を与え、様々な分断を招く結果となった。関係人口創出・拡大に向けた取組みについても、継続的なつながりを通じて地域への想いや関わりを深めていく前提となる人と人との交流を阻害し、各地域の関係人口づくりに向けた取組みに大きなブレーキをかけた。

2.4 新たな生活様式と高まる関係人口への期待

多方面にわたり甚大な影響を与えている新型コロナウイルスだが、感染拡大をきっかけに、人々が過度に集中する都市部では、ひとたび感染者が現れれば感染症が一気に拡大する危険性が高まり、東京一極集中のリスクが浮き彫りになった。また、政府が「働き方改革」の一環として推し進めてきたテレワークが職場における感染症の拡大防止策として急速に普及したことで、人々の生活意識や行動に大きな変化が生まれた。

新型コロナウイルス感染症の影響下で、都市部から地方への移住に関心を持つ人が増えており、内閣府の調査⁵によると、東京都23区に住む20歳代の若者を中心に地方移住への関心の高まりがみられている(図4)。さらに、全国平均で3割超のテレワーク経験者がいるが、テレワーク経験者と通常通りの勤務者の地方移住への関心の違いについては、約15ポイントの差があり(図5)、テレワーク経験者の地方移住意

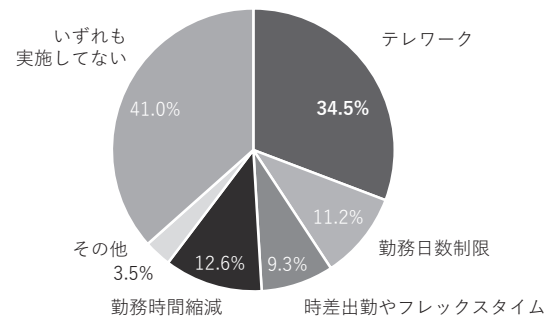
図4 地方移住への関心



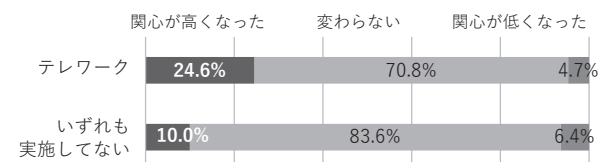
注)「関心が高くなった」は「関心が高くなった」と「関心がやや高くなった」、「関心が低くなった」は「関心がやや低くなった」と「関心が低くなった」を合わせた数値。

出所：内閣府「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」(2020年6月21日)

図5 テレワーク実施率と地方移住への関心



<テレワーク経験者と通常通り勤務者(いずれも実施していない)の地方移住への関心>



注1)「テレワーク」は「テレワーク(ほぼ100%)」と「テレワーク中心(50%以上)」、「定期的にテレワーク(出勤中心:50%以上)」、「基本的に出勤(不定期にテレワーク)」を合わせた数値。

注2)「関心が高くなった」は「関心が高くなった」と「関心がやや高くなった」、「関心が低くなった」は「関心がやや低くなった」と「関心が低くなった」を合わせた数値。

出所：内閣府「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」(2020年6月21日)

向が高まっていることがわかる。これまで働く場所に合わせて暮らす場所を選択することが当たり前だったのが、テレワークの導入によって暮らす場所に働き方を合わせられるようになり、都市部での満員電車で揺られての通勤やワークスペースを確保できない狭い住まい、そうした暮らしを維持するコストと感染リスクから都市部での暮らしに疑問を感じ始めている。実際に、各地の移住相談窓口ではオンラインによる相談が急増しているという。そうした国民の変化によって、コロナ禍における東京一極集中是正への可能性がにわかに期待されることとなった。

2020年7月17日に閣議決定された「まち・ひと・しごと創生基本方針2020」では、コロナ禍のそうした変化を逃すことなく、地方創生の実現に向けた取組みを加速化するとして、東京圏への一極集中、人口減少・少子高齢化の課題に対し取組みを強化するため、デジタル化やオンライン化を推進するとした。地方への新たな人の流れを生み出すうえでも、首都圏の大企業を中心に地方へのサテライトオフィスの開設やテレワークを後押しし、地方への移住を推進するとした。

そして、関係人口については、その取組みが地方移住へのすそ野を拡大すること、さらにコロナ禍において地域経済を立て直すうえで関係人口が原動力となることを踏まえ、オンラインなどによる関係人口の創出に向けた取組みが重要としている。一方、各地域については、この状況を関係人口を増やすための大きなチャンスと捉えて、これまでの取組みを加速化させたり、

新しい取組みに着手したりする動きが見られている。

以下では、そうした新しい動きとして注目される、オンライン関係人口、ワーケーション、副業・兼業について、それらの動向をみていくこととする。

3 オンラインによる関係人口の発掘

関係人口の実態について、国土交通省が2019年に三大都市圏の18歳以上の居住者を対象にアンケート調査⁶を実施した。関係人口（訪問系）⁷として定期的・継続的に関わりがある地域があり、かつ訪問している人は2割ほど存在しているが、特定の地域との関わりがない人は全体の約6割に上る（図6）。その約6割の関係人口ではない人について、居住地等以外の地域への関わりの希望を確認したところ、「訪問・滞在して関わる地域があると良い」と「訪問・滞在はせずに応援できる地域があると良い」と応えた関心層が約3割、「特に関わりを持ちたくない」とする無関心・無関与層は7割を超しており（図7）、新たな関係人口を掘り起こしていくうえで、無関心・無関与層の地域への興味・関心をいかに引き出すか、関心層との関わりをいかに作り出すか、また関係人口との関わりの深化など、様々な段階に応じた対応が求められている。

そうした中テレワークの普及によってオンライン上で会議やミーティングを行う機会が増加したことで、オンラインでの新たな関係人口づくりが始まっている。全国各地で地域とオンラ

6 国土交通省「関係人口の実態把握（「地域との関わりについてのアンケート」（2019年9月実施）結果とりまとめプレスリリース）」（2020年2月18日）

7 日常生活圏、通勤圏、業務上の支社・営業所訪問等以外に定期的・継続的に関わりがある地域があり、かつ訪問している人（地縁・血縁先の訪問（帰省を含む）を主な目的としている人を除く）

図6 三大都市圏における関係人口の存在

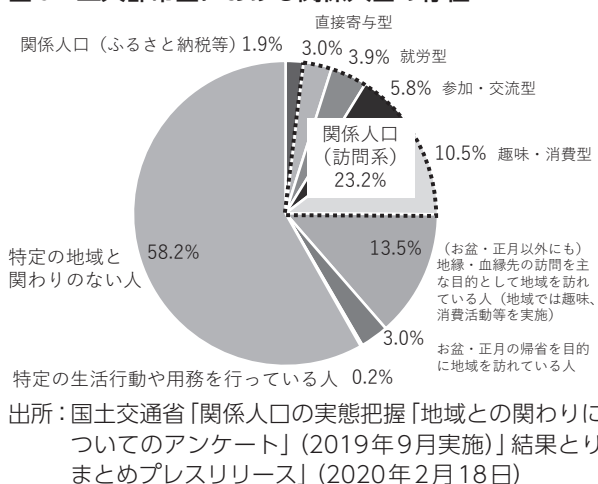
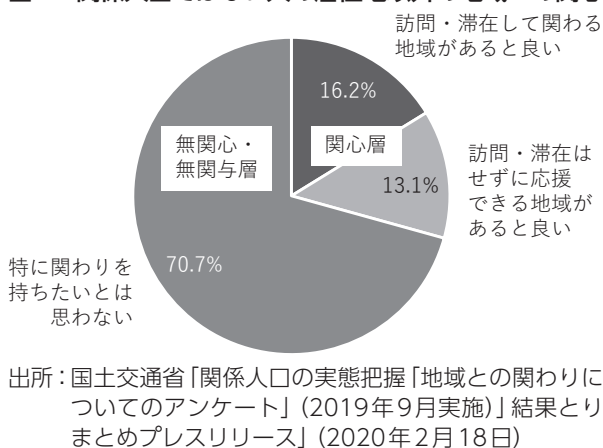


図7 関係人口ではない人の居住地以外の地域への関心



インでつながる交流イベントが活況を呈しており、コロナの影響で売上が低迷する地域事業者の応援を兼ねて事前に購入した地域の特産品を楽しみながらオンラインで飲み会を楽しんだり、中止が相次ぐ祭りを全国各地の踊り手がオンラインで集い祭りを開催したり、複数の地域が共同で関係人口づくりを行うイベントを開催したりするなど様々な取組みが見られる。そうしたオンラインによって次々に生み出される新しいアプローチが様々な段階に応じた対応の実現につながる可能性は大きい。

これまでの関係人口づくりは地域内でのリアルな交流を前提としたものであり、オンラインでの交流に関心は向けられていなかった。オンラインによるつながりは誰もが気軽に参加する

ことができ、地域に関心があっても遠方に住んでいる人や、働き方の変化によって時間的な余裕が生まれ新たに地域への関心をもつ人など、これまで獲得することができなかった新たな関係人口を掘り起こす可能性が期待される。また、若者の地方から東京圏への流出は大きな課題となっているが、オンラインコミュニケーションを得意とする若者の地域への関心を高めてもらえるチャンスも十分にある。国交省では昨年度に引き続き関係人口の実態調査を行うとし、インターネット上で交流する「オンライン関係人口」の実態についても明らかにするという。

当面はオンラインによる交流に多くを頼らざるを得ない状況ではあるが、オンラインは交流の入り口を広げ、潜在的な関係人口を掘り起こし、多様な関わり方を増やしていく。今はオンラインによる交流を最大限に活かしていくことで、新型コロナウイルスが収束し、人々が自由に行動できるようになれば、オンラインによる関係人口が直接地域に足を運んでくれるだろう。そして、リアルな交流がオンラインの交流にもつながっていくような双方向の仕組みを整えていくことで、変化に強い継続的なつながりを通じて関係人口が地域への想いや関わりを深めていくことができるのではないだろうか。

4 ワーケーションという新しい切り口

緊急事態宣言が2020年5月末に全面解除され、7月から国内観光需要喚起を目的とした「Go To キャンペーン」が始まった。そして、その新たな試みとして政府が意欲を示したのが「ワーケーション」の普及である。環境省においては、それに先立ち低感染リスクの国立・国定公園の観光事業を支援するとし、今年度補正予算を財源とし、誘客の推進、雇用の維持、ワー

ケーションの推進などを支援している。

ワーケーションとは仕事を意味する「Work」と休暇を意味する「Vacation」を組み合わせた造語であり、その定義は様々あるが、一般社団法人日本テレワーク協会は「テレワークを活用し普段の職場や居住地から離れ、リゾート地や温泉地、さらには全国の地域で、仕事を行いつつ、その地域ならではの活動を行うこと」としている。企業のワークライフバランス実現への寄与が期待され、テレワークの一形態として一部の大企業で導入が進められてきた。さらに地方創生という観点から、ワーケーションは地域への活発な訪問・滞在を通じた地域経済への貢献、地域間交流の活性化などが期待されることから、今、地方自治体が大きな関心を寄せている。和歌山県が2015年に全国でいち早くワーケーションを推進したのち、長野県でも推進し、2019年に両県とテレワーク協会により「ワーケーション自治体協議会」が設立され、ワーケーションの更なる拡大のため自治体が連携して活動していくこととなった。現在、113団体（1道13県99市町村）が加盟しており、東北圏では八幡平市（岩手県）、湯沢市、にかほ市（秋田県）、鶴岡市（山形県）、磐梯町（福島県）、糸魚川市、妙高市、湯沢町（新潟県）の8団体が参加している⁸。

関係人口づくりの新たな切り口として期待されるワーケーションは、ワーケーションで訪れた個人が地域に関わり関係人口として地域の活性化に様々な効果をもたらす可能性がある。協議会のワーケーションの意義の1つとしても「関係人口の創出・拡大と新市場・ビジネスチャンスの創出促進」が掲げられている（図8）。ワー

図8 自治体におけるワーケーションの意義

- 都市部の人口集中の緩和や地方への移住の促進
- 異なる地域や企業間での協業を進める、イノベーションを活発に創出
- すべての人々の健康と生活の確保や雇用の促進などSDGs（持続的な開発目標）の実現
- 長期滞在を通じた関係人口の創出・拡大と新市場・ビジネスチャンスの創出促進
- オリパラなどの大規模イベントにおける地域への人の流れの促進

出所：和歌山県情報政策課、長野県創業・サービス産業振興室「ワーケーション・スタートアップ宣言」（2019年7月18日）

ケーションの企業側のメリットについて見てみると、働く場をリゾート地や温泉地などに変えることによって従業員のリフレッシュはもちろんのこと、モチベーションや集中力が向上したり、長期休暇が取得しやすくなったり、生産性や効率性が向上する。さらに、そこで行う業務そのものも、地域住民との交流や地域や地域企業の課題解決などに関わらせることで、従業員の人材育成や新規ビジネスの創出、CSR活動の推進による企業価値の向上などにつながる。そして、誘致する地域側のメリットも観光消費拡大だけでなく、地域課題の解決やイノベーション創出、関係人口の創出・拡大、ひいては移住者の獲得につながる。

ワーケーションについての取組みはまだまだ始まったばかりであり、企業の導入には労務管理など解決しなければならない課題はある。また、誘致自治体についても全国的に事例が少なく、オフィス環境の整備や受入プログラムの検討、実施体制などノウハウの構築はこれからである。働き方改革、観光振興、地域振興として期待されるワーケーションが普及していくとともに、新たな入り口として関係人口の創出拡大につながっていくような今後の各地の取組みに

8 2020年10月2日時点。ワーケーション自治体協議会（Workation Alliance Japan）、“【全体投稿】（北海道長沼町がWAJに参加されました）” Facebook、2020年10月2日、
< <https://www.facebook.com/WorkationAllianceJapan/> >（2020年10月5日アクセス）

注目していきたい。

5 副業・兼業が生み出す多様な関わり

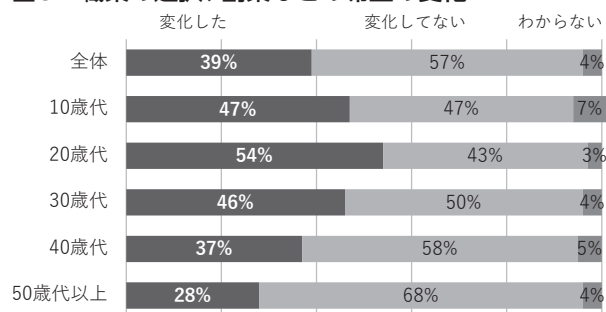
テレワークの普及によって働き方が見直される中、複数の仕事を同時に持つ副業・兼業への関心が高まっている。内閣府の調査⁹によると、20歳代の54%、30歳代で46%が「感染拡大前に比べて、職業選択、副業等の希望が変化した」と回答している(図9)。

関係人口としての副業人材は、様々な経営課題を抱える中でそれを解決する人材を確保できない地方の中小企業にとって、そうした高度なスキルとノウハウを持つ人材が都市部に住みながら関わってくれることに大きな期待が寄せられている。また、一部の企業だけでなく、複数の企業や地域で副業人材を共有できれば、多くの地域の活性化につながる可能性がある。

政府は第1期総合戦略から「プロフェッショナル人材戦略事業」を推進し、副業などの多様な形態で首都圏などの多様なプロ人材と地域企業とのマッチングを進めている。今年度以降もその支援制度を拡充するとして首都圏に住みながら地方で副業や兼業をする人に交通費を支援する制度を始めるといふ。また、都市部の人材と故郷などの地域企業を結ぶ民間のマッチングサイトも続々と登場しており、「ふるさと副業」として地域や企業の課題解決のために週末だけの就業や二拠点ワーク、テレワークなど、新しい地方との関わり方が提案されている。副業・兼業を通じて継続的に首都圏人材と地方が多様な関わりを創出する取組みに期待が寄せられている。

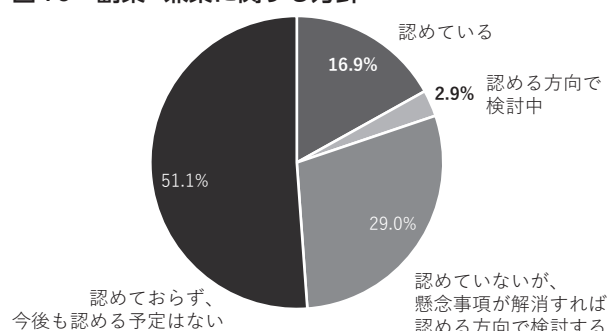
一方、政府が推し進める働き方改革の一環としても、副業・兼業の促進は推奨されており、2018年には厚生労働省より「副業・兼業の促進に関するガイドライン」などが作成され、首

図9 職業の選択、副業などの希望の変化



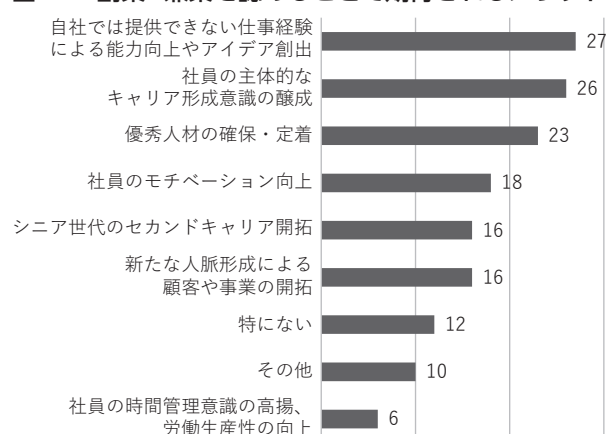
出所：内閣府「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」(2020年6月21日)

図10 副業・兼業に関する方針



出所：一般社団法人日本経済団体連合会「2019年労働時間等実態調査」(2019年9月17日)

図11 副業・兼業を認めることで期待されるメリット



出所：一般社団法人日本経済団体連合会「2019年労働時間等実態調査」(2019年9月17日)

9 内閣府政策統括官(経済社会システム担当)「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」(2020年6月21日)

図12 副業・兼業のメリット・デメリット

	メリット	デメリット
労働者	・ 所得増加 ・ 自身の能力・キャリア選択肢の拡大 ・ 自己実現の追求・幸福感の向上 ・ 創業に向けた準備期間の確保	・ 就業時間の増加による本業への支障等 ・ 本業・副業間でのタスク管理の困難さ
企業	・ 人材育成 ・ 優秀な人材の獲得・流出防止 ・ 新たな知識・顧客・経営資源の獲得	・ 本業への支障 ・ 人材流出等 ・ 従業員の健康配慮 ・ 情報漏洩等、様々なリスク管理

出所：中小企業庁経営支援部創業・新事業促進課、経済産業政策局産業人材政策室「兼業・副業を通じた創業・新事業創出に関する調査事業研究会提言～パラレルキャリア・ジャパンを目指して～」(2017年3月)

都圏の大手企業を中心に副業解禁の動きが生まれた。副業・兼業のメリットについて、厚生労働省のガイドラインによれば、労働者、企業双方にメリットがあり、社会全体として、「オープンイノベーションや起業の手段としても有効であり、都市部の人材を地方でも活かすという観点から地方創生にも資する」¹⁰としている。

企業の動きを見てみると、経団連が会員企業を対象に実施した2019年労働時間等実態調査によると、副業・兼業を認めている企業の割合は約17%、認める方向で検討している企業の割合は約30%となっており、副業・兼業を認めている、認める方向で検討している企業の割合がおおよそ半数を占めることが分かった(図10)。そのメリットについては、「自社では提供できない仕事経験による能力向上やアイデア創出」や「社員の主体的なキャリア形成意識の醸成」を挙げる企業が最も多かった(図11)。一方で、約半数を占める副業・兼業を今後も認める予定のない企業は、認めない理由として複数の職場で働く従業員の時間管理や健康管理、労災認定の判断基準などを挙げており、副業・兼業の推進には様々な課題も残る。

新型コロナウイルスの影響により、テレワークが普及したことで、副業・兼業に関心を持つ

従業員だけでなく、企業が従業員の副業・兼業を容認したり、副業人材の登用を進めたりしやすくなっているのは確かな動きである。7月にはこれまで従業員の副業・兼業を認めていたヤフージャパンが、外部から副業人材を募集すると発表し、大きな話題となった。8月には厚生労働省が副業・兼業の新たな指針を公表し、労働者が本業と副業の残業時間を双方に事前申告するルールが始まった。今後、副業・兼業を促す環境整備は進んでいくと考えられる。そうした中で、首都圏に住みながら地方で副業・兼業する新しい働き方がより一層注目され、副業・兼業という切り口が地方における関係人口づくりの追い風になることが期待される。

ウィズコロナ時代の

関係人口づくりに向けて

新型コロナウイルス感染症の流行による関係人口を巡る新たな動きを概観してきたが、まとめとしてウィズコロナ時代に求められる関係人口づくりのポイントについて考察することとする。

1つ目が「多種多様な人材の受け入れ」である。テレワークの普及によって、地方への新たな

10 厚生労働省「副業・兼業の促進に関するガイドライン」(2018年1月)

な人の流れが生み出されたが、それは地域外人材との交流の入り口を確実に増やすとともに、多種多様な人々の流入を促すものと考えられる。そうした多種多様な人材を受け入れ、彼らの活躍を促していくには、これまで以上に地域や地域企業の理解を深めながら、様々な主体が連携して受け皿づくりを丁寧に進めていくことが求められる。

2つ目は「地方と都市(人材、企業)の共生」である。新型コロナウイルスの流行は地方と都市の分断を招いたが、都市部では東京一極集中のリスクが浮き彫りとなり、地方には首都圏から人材を呼び込む大きなチャンスが巡ってきた。このチャンスを活かした関係人口づくりを一過性で終わらせないために必要となる視点が地方と都市(人材、企業)が共生するという視点である。地方と都市が共生、地域と人材及び企業が互いに発展・成長できるという視点を持つことで、ワーケーションや副業・兼業などの新しい関わりを通じて首都圏人材の継続的な呼び込みが可能となり、それらとの持続可能な関係性の構築にもつながる。

3つ目は、不確実性の高い今こそ必要な「変化への柔軟な行動・姿勢」である。新型コロナウイルスの収束が見えない中で、未来を予測できずとも立ち止まることなく、走りながら考え、行動を起こしていくことが重要である。そして、これからの変化の激しい時代を見据え、変化に柔軟かつスピード感を持って対応する姿勢こそが地方と都市、人と人の強固なつながりを構築していくと確信する。

新型コロナウイルスが生み出した地方への人の流れは、まだまだ動き出したばかりである。東北圏に関わってくれる関係人口が増え、地域づくりの担い手としての彼らの活躍が地域の活性化に寄与することを願うとともに、その流れ

が行き着く東北圏の未来に期待したい。

この後の事例編では、今後の関係人口づくりを考える上で参考となる東北圏各地の取組みとして、東京と新潟を結ぶオンラインコミュニティ「Flags Niigata」、首都圏からの人の流れを創出する「妙高型ワーケーション」(新潟県妙高市)、複業人材とのマッチング事業「遠恋複業課」(岩手県)及びそのマッチング事例を紹介する。

【参考文献】

- 一般社団法人日本テレワーク協会(2019)「令和の時代の新しい生き方・働き方『ワーケーション』に関するフォーラム及び『ワーケーション・スタートアップ宣言』署名式の開催」、報道発表資料、< https://japan-telework.or.jp/news/newsrelease_workationstartup/ > (2020年8月30日アクセス)
- 「ウィズコロナ時代にマッチした地域振興と働き方改革を実現!!『ワーケーション最前線』」、「コロンブス」、2020年8月号、755(225)、pp.3-5
- 小田切徳美(2020)「日本は『低密度居住者会』へ」、『月刊事業構想』、2020年7月号、pp.24-25
- 国土交通省「ライフスタイルの多様化と関係人口に関する懇談会～関係人口と連携・協働する地域づくり～」、第1回ライフスタイルの多様化と関係人口に関する懇談会事務局資料「ライフスタイルの多様化と関係人口に関する懇談会における今後の論点について」(2020年7月10日)
- 田中 敦(2020)「インバウンドコラム with コロナ時代の観光戦略 vol.3 ～拡大するワーケーションの課題と可能性～」株式会社やまごころ ZOOM ウェブセミナー、< <https://www.yamatogokoro.jp/column/inbound-seminarreport/39257/> > (2020年8月30日アクセス)
- 田宮和夫・浅野純次(2020)「地域人材の活用やワーケーションの普及で地域が元気になる!!」、「コロンブス」、2020年8月号、753(224)、pp.16-18
- 三菱地所株式会社・和歌山県・白浜町(2018)「三菱地所が和歌山県・白浜町においてワーケーション事業に参画～テナント企業の多様な働き方を支援～三菱地所・和歌山県・白浜町の3者で進出協定を締結(プレスリリース)」、< https://www.mec.co.jp/j/news/archives/mec0808_worcation.pdf > (2020年8月30日アクセス)

With コロナ時代に必要な、地域への「参加」の仕組みづくり ～ 20-30代限定コミュニティ「Flags Niigata」による都市活性～

Flags Niigata 代表 / プロデューサー
後藤 寛勝 氏



初めまして。Flags Niigata 代表 / プロデューサーを務めております、後藤寛勝と申します。新潟県新潟市出身、1994年生まれの26歳です。私は、大学への進学を機に上京し、現在は東京の広告代理店に勤務していて、コンテンツのプロデュースを通して、日本の地域の魅力の発見・再編集・発信に携わる仕事をしています。

今回は、「with コロナ時代に必要な、地域への参加の仕組みづくり」と題して、緊急事態宣言中に立ち上げた、20-30代の新潟出身者限定のコミュニティ「Flags Niigata」の活動を通して実現したい都市活性の形について書きたいと思います。

大きなテーマは、

「参加」をどう生み出すか

はじめに、「Flags Niigata」設立の背景にある考え方について、自己紹介も兼ねて書かせてください。私は、高校時代の同級生の進路選択がきっかけで政治に興味を持ち、18歳から若者と政治がつながる機会と場づくりをする活動を始めました。目指していたのは、若者の政治参加の促進です。私たち若い世代にも政治にもっと興味を持ってもらい、「参加」を生み出すことができれば、より多様な意見が反映される政治を実現できると考えていたからです。若者にとって、政治への参加の前には、とても高い

Flags Niigata web サイト



NPO 代表時代の活動時



ハードルがあります。それをどうやって下げるかということに注力していました。若い世代が政治について考える確実なタッチポイントである公教育のプログラムを、政治教育に興味関心を持てるようなコンテンツにするという考え方から、NPO 法人の代表として、自分の住んでいる街や地域のことを考えることで政治関心を促す「票育」というコンテンツをつくり、全国の地方自治体の中高生に提供していました。

ただ、活動の広がりには限界を感じていました。「政治に参加してください!」「興味を持ってください!」という、真面目すぎるメッセージと活動は、一部の人たちしか巻き込めなかったからです。私は、より多くの参加を生み出すためには、直接的なメッセージや活動だけではなく、自然に参加している・自然に興味を持っているという状況を生み出すことが必要だという考えに至りました。

大学を卒業し、私は東京・赤坂の広告代理店に入社します。私が所属するチームでは、日本の地域の価値創造(魅力の再発見・再編集・発信)を行う事業を運営しています。代表的な事業は「DINING OUT」という、日本のどこかで数日限定でオープンする野外レストランの事業です。国内外で活躍するトップシェフが、その土地の食材をその土地の歴史や文化を感じることができるオリジナルのコース料理に昇華し、そ

DINING OUT



の土地の象徴的な野外のスポットで、五感全てでその土地を味わってもらおうという取り組みです。チケットは、1席150,000円以上(40席限定)という価格設定ですが、販売開始後すぐに完売します。これほどの価格でも、それ以上の付加価値を感じてその地域に足を運びたいと思わせ、実際に足を運んでもらおうというコンテンツづくりのプロデュースは、私のルーツになっています。つまり、クリエイティブな手法で「参加」を生み出す仕組みです。自然に興味を持てたり、自然に関心を持ってしまっていたり、そういった仕組みをいかに生み出すことができるかということを常に考えていました。

緊急事態宣言を経て

そんな中、新型コロナウイルスの感染が拡大し、政府から緊急事態宣言が発令されました。もともと、地方への出張が多く、あまり家にい

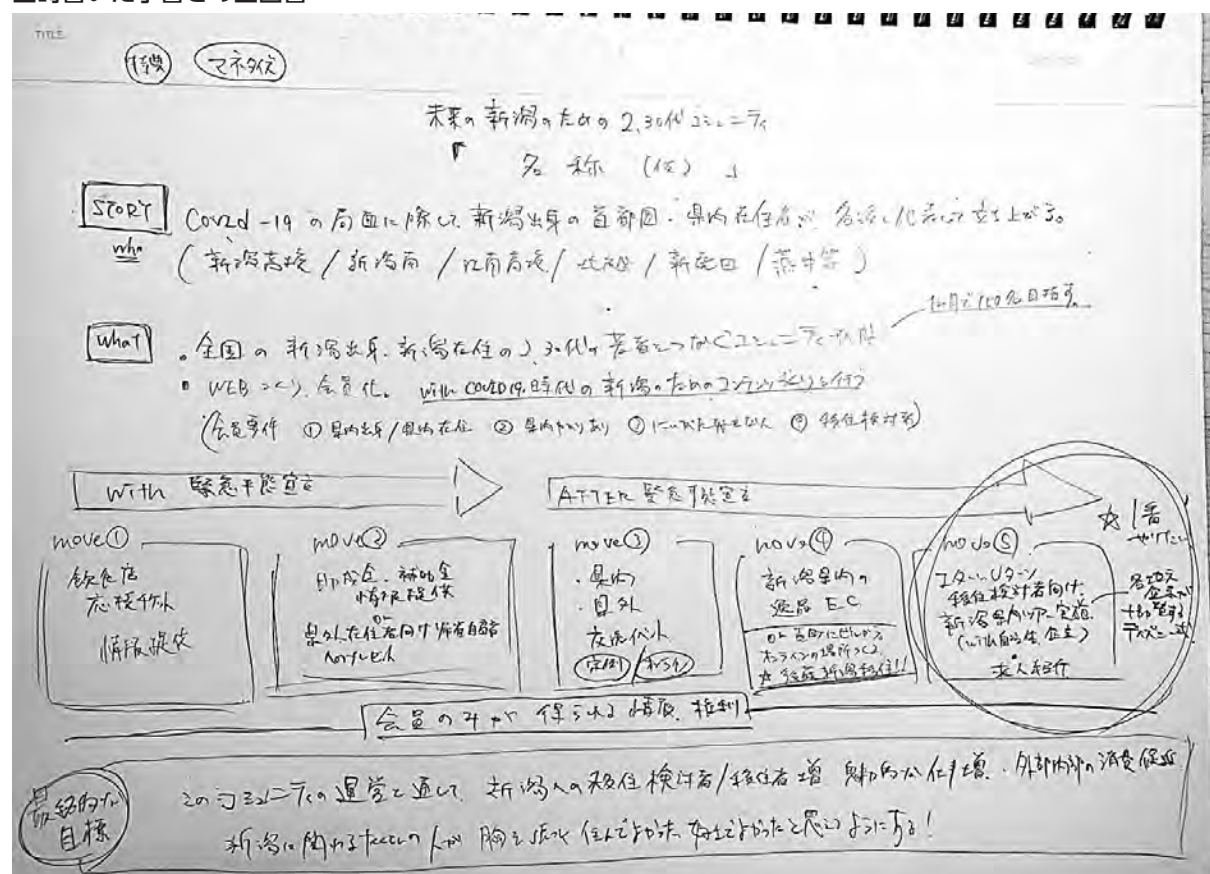
る時間がない生活をしていたので、急遽たくさん
の仕事が延期や中止になったり、慣れない在宅勤務がベースになったり、一人暮らしの家にこもりきる生活を余儀なくされました。2週間ほど経過して、誰にも会えない、どこにも行けないというストレスから憂鬱になることが増え、無力感を感じるようになりました。地域の価値創造に関わる仕事をしているのに、大好きな自分のふるさと、新潟のために自分は何もできてないこと。これが私の無力感の大きな原因です。だからこそ、「今ここで立ち上がらなければ」という、焦燥感に駆られ、今できることから動き出すことを決めました。

ファーストアクション

まず、とにかく地元にいる友達や知り合い、

今までお仕事でお世話になった方々などに連絡をとり、徹底的に現地の状況をヒアリングしました。当時の新潟は、まだ東京ほどの危機感がなかったので、東京の状況も伝えつつ、今の新潟には何が必要かを探りました。一番聞こえてきたのは、やはり店舗営業がままならないお店の不安感です。当時もテイクアウト情報やデリバリー情報の集約は溢れていましたが、結局は、その店舗で商品を買ったり、食事をするのが一番の支援になるので、東京にしながら応援できることが見つかりませんでした。東京にいるからこそできるやり方がないかと考えたのと同時に、せっかくやるのであれば、私と同じように、新潟のために何かしたいと思っている同世代の、東京から新潟に「参加」するきっかけをつくろうと思いつきました。すぐに企画書を書いて、各分野の最前線で活躍する仲間たち・先輩

当時書いた手書きの企画書



がたにばらまいて、仲間を募りました。いろいろな分野から支援策を考案できるように、多様な職種の人間に力を貸してもらったことも、今振り返るととても重要な視点だったように思います。(アプリ開発者・エンジニア・カメラマン・デザイナー・米農家・地域おこし協力隊・大学生・料理人・広告代理店プランナー・コピーライター等)

Flags Niigata とは

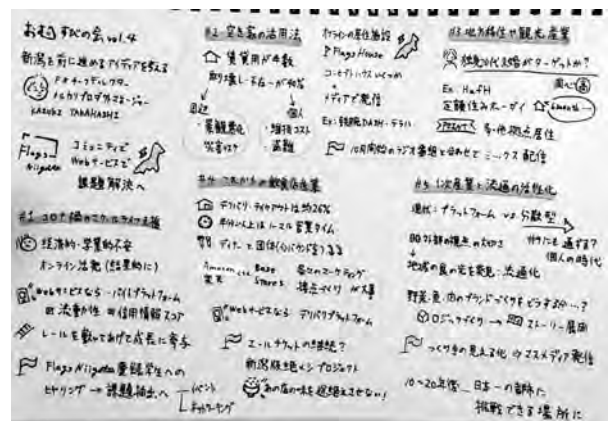
前置きが長くなってしまいました。ここからは、そんな背景から生まれた Flags Niigata の具体的な活動と目指していることについて書きます。Flags Niigata とは、20-30代の新潟にゆかりがある若者によるコミュニティです。2020年5月に設立し、9月末現在、550名の参加者がいるコミュニティに成長しました。新潟出身で、新潟のために何かしたい、新潟と関わりを持ち続けたいという同世代とともに、新潟にまつわる様々な企画、情報を発信するコミュニティです。

具体的な活動は、新潟の飲食店を先払いチケットで支援する「新潟エールチケット」(現在は販売中止)、日用品にもっと新潟のモノや食材を取り入れるためのEC紹介サイト「ステイホーム with 新潟」、月2回定期的に開催している、新潟のお酒とおつまみを持ち寄って集う「新潟オンライン酒場」、コミュニティ内限定のイベント企画「新潟おむすびの会」、また、新潟にまつわる SNS キャンペーンや、地元のテレビ局と、最先端の新潟の情報発信を行うラジオ番組の制作などです。

ポイントは、活動は全て、コミュニティメンバーから生まれた声をプロデュースして形にし

ているということです。漠然とした「新潟のために何かしたい」「新潟に関するこんなことがあったらいい」ということを、コミュニティ内の様々なリソース(人材やスキル)を使って、企画に落とし込みます。つまり、コミュニティが

コミュニティ内限定イベント 「新潟おむすびの会」・イベントレポート



2020年8月に実施した SNS キャンペーン



地元のテレビ局と制作しているラジオ番組



拡張されるほど、リソースが増えていき、やりたいことや実現したいことがどんどん生み出せるような仕組みになっています。

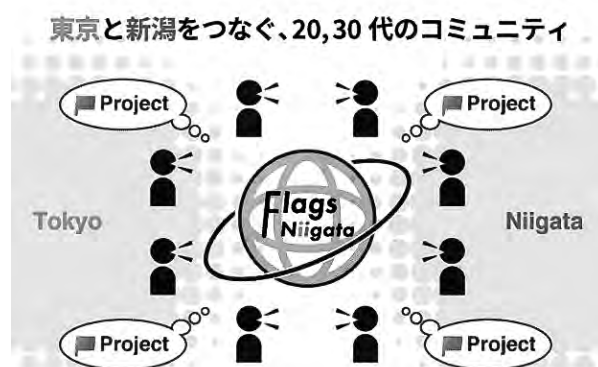
差別化のポイント

他のコミュニティとの差別化を図るために、そして、Flags Niigata にしかない仕組みをつくるために主に2つのポイントを重要視しています。

1つ目のポイントは、コミュニティに機能を持たせることです。まずは、オンラインもオフラインも横断できる地域の寄合所としての機能です。若者の地域離れが進んでいると言われていますが、町内会や自治会に参加することだけが、地域に参加することなののでしょうか？私は違うと思います。新潟が好きで、新潟のために何かしたいという思いで集ったオンラインコミュニティでも、地域参加の形が体现できていると思います。このコミュニティは、困ったときに頼れるような寄合所として機能させています。次に、アイデアを実現するためのプラットフォームとしての機能です。それぞれが漠然と持っている、新潟のために何かしたいという気持ちを、具体的に実現できる人やスキルをつないで、実際に形にしていくというプロセスが踏めるように機能させています。

2つ目のポイントは、マスメディアでの発信を通したブランドづくりです。Flags Niigata にはコンセプトがあります。「上手に東京を離れよう。上手に新潟に近づこう。」です。ただ、群がり、集うコミュニティではなく、方向性を示すことにこだわりました。また、広く「参加」を生み出すために必要不可欠な、外部への情報発信は、地元のマスメディアと協働で行います。

Flags Niigata の構造



(実際に、設立から現在まで、15分以上の特集を3つの地方局に組んでもらいました。)

コミュニティ活動が続けるなかで一番懸念しなければならないのは、内輪ネタだけで終わってしまうことです。広く、確実によりたくさんの人にメッセージを届けることで、参加者が増えるのはもちろん、各セクターとの協働の可能性も広がります。

Flags Niigata が目指していること

Flags Niigata を立ち上げ、活動を続けて5ヶ月が経とうとしていますが、自分の中で大きな気づきがあります。それは、人を媒介する情報は、より人の中に強く残るということです。当たり前かもしれませんが、これが何より大きな気づきです。Flags Niigata の一番の魅力は、参加している人の多様性です。今まで取得してきたどんな新潟の情報よりも、コミュニティ内で出会った方とのコミュニケーションから得る新潟の情報の方が、自分の中に深く濃く残っていることを、とても強く実感しています。この期間、オンラインでのつながりがベースで、たくさんの会いたい人・そして、新潟の行ってみたい場所がたくさんできました。それには漏れなく、紐づいている人がいます。「あの人がやっ

新潟オンライン酒場



ている〇〇が素敵だから行きたい」「あの人に会いにあの地域に行きたい」など。最後は人と、五感で喜びを噛みしめ合うことに、あらゆる欲求が着地するはずです。なので、今はオンラインベースの活動がメインですが、活動は全てオフラインに着地させ、最終的に東京から新潟への人の流れをリアル場で作り続けることに注力したいと考えています。そのためのオンラインコミュニティであり、そのための今の活動です。

そして、私には Flags Niigata を通して、実現したい未来があります。それは、新潟を、“稼げる自治体”にして、日本一魅力的な都市にすることです。そのために必要なのは、都市構造の転換だと考えています。あらゆることを政治頼りで完結させるのではなく、政治をセーフティーネット化し、民間でできることは民間で全てまかなっていくという文化を作る必要があると思っています。そうすれば、大事な予算も本当に必要なところに行き届き、歳出のバランスを見るだけではなく、行政はどうやって歳入を増やせるかに注力できるはずです。壮大すぎる夢かもしれませんが、Flags Niigata の活動は、新潟の魅力を外に発信し、人やお金の流れを新潟で生み出すことにつながっていると思うので、私にとっての小さな一歩でもあります。

旗を掲げる人の背中を押せる、 優しい社会に

偉そうなことをたくさん書いてしまいました。ただ、一番大事なことは、参加者の方々に、Flags Niigata がきっかけで、自分たちが生まれ育ったふるさとである新潟のことをもっと好きになってもらうことだと思っています。参加してくださっている方々には、Flags Niigata を通して人生をもっと彩る出会いに遭遇して欲しいと思うし、実際に私自身もここで出会った人たちに本当に救われています。

私たちの世代は、上の世代から「やりたいことはなんだ」と問われることが多いと思うんです。そして、「やりたいことがある」人が偉くて、カッコいいみたいな風潮があるように思います。けど、「やりたいことがある」ことがそんなに重要なのでしょうか。私はそうは思いません。新型コロナウイルスがきっかけで、誰も先が見えない、明日何が起きるかわからない時代で生きています。そんな時代だからこそ、もっと柔軟に、臨機応変で、行き当たりばったりでいいのではないかと思います。たとえ自分にやりたいことが見つからなくても、やりたいことがある人、旗を掲げた人を気軽に応援できたり、支えることができたり、背中を押すことができる優しい社会になればいいのではないのでしょうか。そういう意味で、「Flags」と名付けました。微力ながら、私もそんな社会をつくる一人として、引き続き、Flags Niigata を通して新潟という魅力的な都市を活性できるように取り組んでいきたいと思っています。

ワーケーションによる人の流れの 創出を目指した妙高市の取り組み

新潟県 妙高市役所

企画政策課 未来プロジェクトグループ

斉藤 誠 氏



はじめに

東京オリンピック・パラリンピック開催への期待を胸に始まった2020年は、コロナ禍による大きな社会変動のうねりの年に様変わりしました。

新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、多くの人々が、都市間移動の制限や在宅勤務、オンライン授業などを経験し、その一方で、オンラインによる新しいコミュニケーションのツールやシステムが普及しました。

特に、リモートワークについては、今回のコロナ禍によって、半ば無理を強いる形でありながらも、劇的に普及し、私たちの働き方に変化をもたらしたことは言うまでもありません。今後、感染拡大に一定の収束が見られたとしても、これらのオンライン化・デジタルシフトの流れは、おそらくは、完全に元に戻ることはないのではないのでしょうか。

一部の企業などでは、社員のフルリモート化やオフィスの縮小・廃止、さらには、土地代が安価な地方へ事務所移転を進めている企業も多くなっているといわれており、地方への移住やサテライトオフィスの設置の動きなどを見ると、これらは、地方行政を担う私たちにとって、地方への「新たな人の流れ」を創出する大きなチャンスとも言えます。今後は、国内外で起きた経済社会の変化や、コロナ禍が気づかせてくれたニーズなどを捉えつつ、地域の実情に即した地方創生に取り組んでいくことが重要です。

そこで、地方への都市資源の誘引などを図るため、妙高市が2019年度より取り組んでいる「ワーケーション」を中心に、新たな人の流れを創出するための施策や考え方の一端について、ご紹介したいと思います。

妙高市の紹介

私たちの住む妙高市は、新潟県の南西部に位置する、人口3万1千人余りの地方都市です。

「妙高」といえば、スキーや温泉などの観光地として知っているという方もいらっしゃると思います。日本でも有数の豪雪地帯で、冬は、ディープスノーを求めてオーストラリアなどからスキーやスノーボードを楽しむ訪日観光客が多く訪れています。

また、妙高高原地域を中心に、妙高戸隠連山国立公園が広がり、自然景勝地や登山・トレッキングを楽しめるトレイルが豊富にあり、とりわけ、美肌の湯として知られる7つの温泉地をはじめ、新潟ならではのおいしいお米とお酒、

妙高市の概要



さらには海にも近いこともあり、山と海の幸を楽しめるリゾートエリアです。

近年では、2015年の北陸新幹線（金沢延伸）開業によって、東京から2時間程度で移動できるようになりました。

新幹線開業効果への期待と課題

新幹線の開業によって、インバウンドを含めた新たな観光需要が喚起され、外資企業による複数のリゾートのホテルの開業など、一定の投資開発効果が見られました。

しかしながら、開業効果や都市部からの投資効果は、当初期待された範囲を超えず、限定的であったのではないかと思います。

そこで、妙高市としては、新幹線の延伸効果をさらに発揮し、首都圏などからの都市資源の一層の獲得を図るため、①観光分野以外での新たな都市需要の掘り起こし、②時間・場所を超える可能性を秘めているリモートやICTの活用、③市内の構造的な地域課題解決への寄与、などの視点から、新たな取組み（施策）を進めていくこととしました。

都市部とのつながりによる

地方創生を目指す

新たな施策を検討していたのは、2019年の夏頃であり、首都圏などでは、1年後に迫った東京オリンピック・パラリンピックに向け、通勤混雑の緩和や分散化のほか、人口減少時代における労働力人口の確保、ワーク・ライフ・バランスや働き方改革の実現等の観点から、リモートやICTを活用したテレワーク導入企業の割合が増加し始めていました。

また、全国的に時間や場所を有効に活用できる柔軟な働き方が普及しつつある中、人材不足社会における人材採用・確保に向け、企業単位

による副業（複業）等が解禁・推奨され始めており、多様な地域資源と暮らしやすさに魅かれて地方へ訪問し、地方発イノベーションへの協力・参画や、地域との関係性の構築や理解の深化（関係人口化）へと発展するような、地方創生の好事例がみられるようになっていました。

これらの背景を踏まえ、首都圏などから当市への新たな人の流れの創出や都市資源の誘引・獲得を図るため、「しごと＋休暇」の要素を取り入れた「ワーケーション」によって、地域の活性化を目指すことができないかと考えました。

その後、ワーケーションをきっかけに当市を訪れる首都圏等企業・人材と市内企業との「ビジネスマッチング」につなげていくほか、企業とのつながりの中でアウトソーシング業務を受注し、市内の雇用創出につながる「ワークシェアリング」にまで有機的に事業を発展させていくこととしました。

さらに、これらの受け皿として、「テレワーク研修交流施設」（ハード事業）の整備を合わせて計画しました。

これらソフト事業・ハード事業を含め、5ヵ年間（2020年～2024年）にわたる事業推進の財源として、国（内閣府）の地方創生推進交付金（先駆タイプ）の採択をいただき、2020年度から各種施策をスタートしました。

「ワーケーション」事業の推進体制の構築

まず、首都圏企業などからのワーケーションやテレワークを活用したワーカーの来訪を受け入れ、事業を継続的に推進していくためには、行政（自治体）だけでは難しいため、地元側に受け入れや、各種プログラムの構築を行うことのできる「新たな事業推進体制」が必要になります。

このため、当市においては、関係者などと協議・検討した結果、受け入れ等の機能を担う団

体として、現在、市内で農泊や教育体験旅行の受入れや、農業体験などをはじめとしたアクティビティの提供を行っている「妙高市グリーン・ツーリズム推進協議会」からその役割を担ってもらうこととしました。

また、実質的な推進体制を構築するため、現有のスタッフに加え、新たに2名のスタッフを増員しました。

2名のうち1名は、首都圏のIT企業の複業人材として市内に在住するかたを採用し、2020年6月から、「妙高ワーケーションセンター」という名称を掲げ、しっかりと受入れができる新体制がスタートしました。

「テレワーク」や「ワーケーション」で パートナー企業と連携

妙高市は地方都市であるが故に、首都圏等の企業との接点が少ないといった課題があるほか、単に、「観光地があるからワーケーションに来てほしい」というPRにとどまることなく、企業の生産性向上に寄与したり、社員の人材育成が図られたりといった、企業視点で真に価値（バリュー）を提供することのできる「妙高型ワーケーション」を目指していくことが重要ではないかと考えました。

その考えと、同じ方向感を持つ、和歌山県などで人材育成型のラーニング型ワーケーション¹を中心に事業展開を行っている「株式会社日本能率協会マネジメントセンター」（JMAM）と、2019年11月に、同社として国内で2例目となるワーケーション事業の実施に向けた包括連携協定を締結しました。

同社では、企業の人材育成支援を事業の柱に、国内5,500社以上の顧客への教育研修サービス

妙高ワーケーションセンター



妙高におけるラーニング型ワーケーション 「Here There」の開発チームによるトライアルツアー



を行っています。特に、同社のワーケーション商品の一つである「Here There」（ヒアゼア）では、妙高市において、「リスク含みの大自然の中で生きるマインドを養う（仮称）」といったテーマで、ネイチャートレッキングやキャンプ等を通じて、ビジネスでの学びを提供するプログラムを展開する予定であり、2020年10月に、ラーニング型ワーケーションを体験できる「Here There」のモニターツアーを皮切りに、2021年の4月には、一般のワーケーション商品販売として展開するべく、市内の団体を含めた開発チームによるトライアルツアーなどを経て、安全かつ、企業やワーカー視点で効果的な価値を提供できるプログラムの準備を進めています。

また、このほかにも、2020年1月には、(株)ウェルビーイングジャパンと、こちらも同社として国

1 単なる休暇やリフレッシュを目的としたものではなく、人材育成、学び、チームビルディング、地域課題解決などにつながるワーケーションのこと

妙高高原 coworkingスペースでワークをする首都圏企業の写真



内で2例目となる包括連携協定を締結しました。

同社は、この協定に基づき、市内でワーケーション事業を進めるため、市内を運行する「えちごトキめき鉄道」の妙高高原駅の駅舎内に、coworkingスペースを同年2月にオープンしました。このcoworkingスペースは、えちごトキめき鉄道と、しなの鉄道の接続駅であり、観光地の玄関口である「妙高高原駅」の立地を活かすとともに、駅ナカとしての利便性を有しています。

さらに、2020年8月に同社が主催した都内のワーカーを対象にしたワーケーションツアーにおいても、高速 Wi-Fi 環境下で、首都圏と遜色のない快適なワーク環境の中での仕事や、異業種交流など、有意義な時間を過ごすことができたとのお言葉を頂戴しました。

今後も、同社が企画する趣向を凝らしたワーケーションツアーが複数予定されており、当市としても、事業推進主体等と連携し、コロナ禍においても安心して受け入れる体制づくりを進める中で、新たな人の流れを創出していく取り組みを引き続き行っていきたいと考えています。

最後に

2020年4月、「新型コロナウイルスの世界的流行を抑えるためには、外出規制などの措置を、2022年まで断続的に続ける必要がある」――。

こんな予測を米ハーバード大の研究チームが発表しました。

「今だけの辛抱」と耐え忍び、生活、ビジネスの先行きも見えず、将来の不安に押し潰されそうになっている人も少なくない中、「もう去年までの世界には戻らない。これから来る新しい生活と未来の世界を考えないと。」そう考えはじめている人も多いのではないのでしょうか。

すでに、多くの人がウェブ会議や在宅勤務などを経験し、私たちの日常は、少しずつ、確実に「ニューノーマル」になっていくのだと思います。そして、その現実を受け止め、私たちの価値観にしっかりと取り込んだ上で、今、新しい未来に進んでいくことが必要なのだと思います。

当市としては、ワーケーションにとどまらず、オンライン化やデジタルシフトの変化が都市と地方とのあらゆる距離を縮め、真の地方創生につながっていくような、新しい視点での様々な施策展開を行うことによって、地方としての在り方を大きく変えていくことができるのではないかと考えています。

地方特有の人口減少問題や、担い手不足などの課題に悩んでいる地方自治体は多くあります。しかし、新しい日常の中で、これらの課題に対して挑戦し、「反転攻勢」をかけ、地方として何ができるかを真剣に考えていく、重要な時期に来ていると思います。

当市としても、新しい日常の社会変化を適切にキャッチし、引き続き、同じ考えを持つ企業や自治体などと協働しながら、WITH コロナ／AFTER コロナの時代にふさわしい新たな未来につながる施策を創造してまいりたいと考えています。

以上

関係人口創出・拡大に向けた 「遠恋複業課」の取組について

岩手県ふるさと振興部地域振興室

1 岩手県の状況

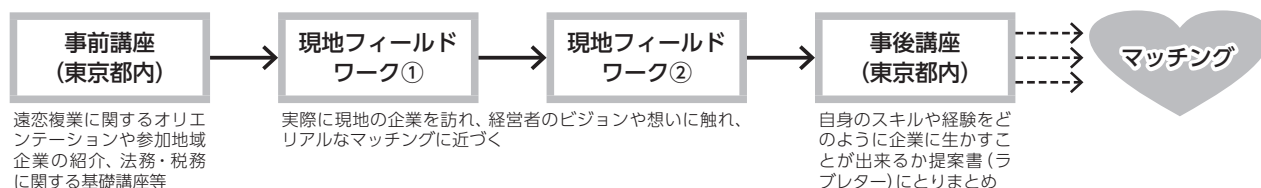
岩手県では、2011年の東日本大震災津波以降、全国の復興支援者やボランティアの方々と築くことができた貴重な交流関係を継続・発展させていくことが重要であるとの考えのもと、つながりをさらに深めるための様々な取組が行われています。

また、人口減少が進むなかで、地域の活性化、コミュニティの維持を担う人材不足が懸念され、県内企業等においても、事業継承や人手不足等の課題を抱えています。

そのような状況の中、都市部の人材が「複業」によって継続的に地域と関わるきっかけをつくり、新たな発想と地域との触れ合いを通じて、地域を活性化し、岩手への新しい人の流れを生み出すため、2018年度から「遠恋複業課」の取組を始めました。

遠恋複業は、緩やかに岩手と関係を持っていただくものであることから、「遠距離恋愛」に見立てたソフトな名称としました。岩手で貢献したいと考えている方と、スキルのある人材を求めている企業・団体が結び付くことにより、お互いに Win-Win の関係を築いていただくものです。

「遠恋複業課」プログラム



「遠恋複業課」ロゴマーク



2 「遠恋複業課」の取組について

遠恋複業課は、「複業」を希望する首都圏の人材と、人材不足に直面している県内企業・団体等をマッチングさせるための取組を行っています。

具体的には、首都圏及び県内において当該事業を広く PR するとともに、首都圏における複業を希望する人材の発掘や、複業人材を受入れる県内企業、団体とのマッチングを行っています。

3 2019年度の取組状況

2019年度は、11月に複業希望者向けに東京都内で「事前講座」を開催し、遠恋複業に関するオリエンテーションや参加地域・企業の紹介を

首都圏における説明会



複業人材とマッチングしたゲストハウス



2019年度マッチング事例

業 種	複業の業務内容
食品製造業（花巻市）	広告宣伝、WEB 販売強化・新企画立案
//	WEB 販売サイト等制作
宿泊業（花巻市）	海外向け情報発信支援
野菜販売・流通（花巻市）	WEB サイト制作
水産物養殖・販売（宮古市）	ホタテのブランディング、広告宣伝
水産加工業（宮古市）	アカモクのブランディング、ロゴマーク等制作
//	講演会登壇調整（コーポレートメッセージ）
自動車部品等製造業（一関市）	イベント出展のサポートや補助
NPO 法人（盛岡市）	広報・ブランディングのデザイン制作
NPO 法人（大槌町）	海の清掃活動と一緒にを行う支援活動
観光地域づくり法人（一関市）	インバウンドの通訳ガイド
冠婚葬祭事業（盛岡市）	首都圏での営業代行・広報 PR サポート
一般社団法人（釜石市）	事業拡大のコンサルティング
建設コンサルタント（一関市）	新規事業の共同開発と人材確保
観光まちづくり会社（釜石市）	WEB による販促・広報・PR
地元有志団体（一関市）	新規プロジェクトの共同実施
地元有志団体（一関市）	商品開発のコンサルティング支援
宿泊業（西和賀町）	IoT を活用した業務改善支援
NPO 法人（陸前高田市）	法人ビジョン作成、資金調達コンサル
温泉経営者団体（一関市）	Web 集客、販促戦略の策定支援
農業団体（花巻市大迫）	農繁期のブドウ農家人手マッチング
一般社団法人（釜石市）	遠隔バックオフィス支援

行い、11～12月に岩手県内で経営者のビジョンや想いに触れる「現地フィールドワーク」を実施しました。最後に、12月に東京都内で「事後講座」を開催し、複業希望者が自分のスキルや経験をどのように企業に生かすことができるか、提案書（ラブレター）にまとめていただきマッチングを実施しました。そのほか、オンラインの面談によるマッチングも実施しました。

その結果、22件のマッチングが成立し、一例として、岩手県内のゲストハウスと複業人材がマッチングし、ゲストハウスのホームページを作成するなどの様々な連携が生まれました。

4 今後の取組

2020年度は、新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、対面でのマッチングをリモートに切り替えて実施するなど、感染症対策を講じながら、取組を継続していきます。

「遠恋複業課」が目指すのは、「遠距離恋愛」に見立てた「複業人口」＝「関係人口」の拡大です。今の環境を大事にしながら、岩手をぜひ好きになっていただきたい。移動距離や時間の壁を乗り越えて、岩手とのお付き合いを始めてみませんか？

「遠恋複業についてもっと知りたい！」「岩手との関わりを深めたい！」など、興味を持たれた方は、ぜひ、「遠恋複業課」で検索をお願いします。

次項では、2018年度の「遠恋複業課」を通じて首都圏人材と食料品製造の地元企業がマッチングした事例を紹介

首都圏人材と地域企業が創り上げる複業のカタチ

はじめに

株式会社 NTT データ（東京都）に勤める増田洋紀氏（41）は、岩手県による2018年度「遠恋複業課」事業を通じて、一関市の餅製造販売「大林製菓株式会社」の大林学社長（44）と出会い、同社製品の首都圏での販路開拓と一関・平泉が誇る「餅文化」のPRを任された。そして、2019年9月から複業（副業）を始めている。

大林学氏の家業承継と経営方針の転換

1925年創業の大林製菓（2019年法人化）は、時代の変化に合わせながらも伝統を重んじ、産地の厳選や土壌の研究など、生産者とともに米づくりにもこだわりながら、OEM生産を中心とした餅や団子の製造販売を手掛けてきた。

大林学氏が3代目社長を継いだのが2003年。OEM製品の発注元企業の評価も高いことから法人化はせず、家族経営のまま製品の品質を追求していくことに重きを置いた経営を引き継いでいくつもりであった。

しかし、岩手県南技術研究センターのセンター長との出会いが、大林社長の事業への考え方を大きく変えた。一関・平泉には伊達藩由来の400年続く餅文化があり、餅料理も300種以上存在する。一関こそが全国に誇れる歴史と伝統、文化を備える餅の聖地である。しかし、残念ながら、その知名度は全国的に高いとはいえず、また一関を訪れても餅を楽しめる飲食店は限られ、地域内で気軽に餅を食べることも、土産として買い求めることも、餅の特産品化もできていないという現状があった。そこで、地域に根差す餅製造会社として、餅文化とその聖地

2020年9月にオープンしたオンラインショップ



出所：大林製菓 HP

OEM 製造する「果報餅」



出所：大林製菓 HP

としての一関を全国、そして世界に発信するとともに、「100年、200年と一関の餅文化とそれを支える技術を継承していこう」と大林社長は決意した。

地域が誇る餅文化を発信する使命

大林社長は2017年に県南技術研究センターと共同で「ふわ mochi」¹を開発した。同製品は無添加にも関わらず長期間の冷凍保存が可能であり、自然解凍でつきたての美味しさが味わえる。冷めても固くならない同製品は、新たな販路を開拓するとともに、食べ方のバリエーションを広げ、餅食の普及に大きく寄与するこ

とが期待できる。同製品を使い市内の蔵元「世嬉の一酒造株式会社」とともに一関の餅文化の魅力を詰めた「果報餅」、地元高校生とともに手軽に食べられ、さらに土産品にもなる「いちのせきおわん餅」などを商品化。また、一関に足を運ばなければ味わえない商品として肉だねに刻んだ餅を練り込んだメンチカツ「ふわ mochi メンチ」は地域内の飲食店で提供され、好評を博している。地域の餅文化や伝統を広く発信するために、引き続き県内企業や学生などと連携しながら、新たな商品づくりを目指している。

複業人材への不安と期待

餅文化を発信していく上で課題も見えてきた。これまで OEM 製造を中心としてきた同社には、自社の「顔」となるブランドがなかった。「どのように経営転換をはかればよいのか」、大林社長は岐路に立たされていた。そんな時に紹介されたのが岩手県の「遠恋複業課」のマッチング事業であり、複業人材の採用に興味を持つきっかけとなった。だが、複業といえども首都圏で活躍する起業家や大手企業社員など、スキルやノウハウをもつ優秀な人材を採用できるほどの資金的な余裕はなく、そうした複業人材の求めに自社リソースが応えられるのかという不安もあった。しかし、主催者側から「悩みの1つを共有して、ともに改善していけばいい」とアドバイスされ、不安が軽減するとともに、「複業」を通じて首都圏人材と自社がそれぞれ次のステージに向かい、その先に新しい世界を見ることができるのではないかという期待に胸が膨らんだ。

今年度で3年目を迎える「遠恋複業課」のマッチング事業だが、2018年度は開始初年度ということで運営は手探りの部分も多かった。しか

し、事業全体の雰囲気は非常に良く、首都圏から参加してくれた複業希望人材はいずれも岩手への関心や想いのある人ばかりであった。マッチングが進んでいくと、1対1のマッチングを前提としながらも、参加した複業希望人材の間に採用企業1社だけでなく全ての企業を応援しようとする想いが醸成されるのを感じたという。大林社長のもとには数多くの企画提案が寄せられ、自社の課題解決に協力してくれようとする真摯な姿勢や彼らの素晴らしいビジョンに心打たれた。その中から増田氏を採用した理由は、企画提案にあった的確な課題抽出、そして現実的で明確な解決方法に、増田氏であればお互いが無理なく複業を続けられると感じたからであった。さらに、増田氏がこれまで岩手県沿岸地域の活性化に熱心に取り組んできた実績も評価のポイントになった。

増田洋紀氏の地方で知る新しい自分

群馬県の限界集落に生まれた増田氏は、高校までを地元で過ごし、首都圏の大学に進学後、そのまま NTT データに就職した。進路を決める際、その選択の根底にあったのは故郷であり、「地方のコミュニティ活性化に貢献したい」という想いであった。仕事では官公庁向けのシステム営業を担当してきたが、なかなか地域に根差した業務に携われないまま10年が過ぎたころ、遂にチャンスは巡ってきた。東日本大震災後の岩手県宮古市で官民連携事業が実施され、その担当者が公募された。当時所属していた業務とは異なる領域での募集であったが、迷わず手を挙げたという。

そして、2016年4月から宮古市での業務に就き、公私混じえて月2～3回、年間60日ほど足を運ぶことになった。地元企業や住民との交

1 2019年に製法特許取得。ウルトラファインバブル水(ナノバブル)を餅に含ませ、餅硬化の原因となるアミロペクチンの凝固を抑制し、つきたての食感を保つ。

流は地域社会への理解促進や地域住民との関係構築などこれまでにない新たな経験となった。出張の際に宮古市で食べたものを SNS に投稿していたところ、宮古市から「宮古 PR 隊」²を拝命し、宮古市の知名度向上と関係人口を増やす活動に取り組んだ。さらに、2018年になると仕事以外でも地域に目を向けるようになり岩手県内で様々な社会課題解決に奮闘する起業家の活躍を知った。その中でも遠野市で若者の居場所を創ろうと奮闘する家富万里氏³の想いに共感し、そうした社会課題解決の取り組みを IT で支援したいと考えた。彼らとの出会いが強烈な刺激となり、次第に自分自身の中に「地域課題を解決できる人材になりたい」という新たな目標が生まれた。

新しい働き方へのチャレンジ

自社そして自身に新たな事業や価値を生み出すイノベーション創発のヒントが得られればと考え、遠野市で出会った起業家らが企画開催した、新しい働き方を実践するワークショップ⁴に参加した。そこで起業や複業など新しい働き方に必要なマインドセットを学んだことで、複業へのハードルが下がり、組織の名前や肩書に頼らなくても個人として働ける自分に気付いた。そこで自身のキャリアを切り開くための棚卸しも行った。そんな中で2018年に岩手県「遠恋複業課」事業を知り、自分が複業するとは毛頭思わなかったが増田氏は興味本位で説明会に参加した。そして、複業という新しい働き方へのチャレンジに増田氏を突き動かしたのも起業

家らから得た学びであった。

複業への挑戦について「起業家らからの学びがなければ何もできなかった」と振り返る増田氏、大林製菓が求めた「首都圏での販路拡大」「餅文化の PR」という役割に対して、食品販売の経験はもちろんのこと、餅そのものや一関の餅文化などへの知識はまったくなかったが、本業で培ってきた実績と経験とともに、情報発信をしたり、人と人をつないだり、ユニークな挑戦をしたり、そうした自分の「好き」や「得意」を活かして、大林製菓と自分が無理なく続けられる複業のカタチをデザインした。

2人で創り上げる複業のカタチ

増田氏の複業は、雇用契約ではなく業務委託契約で、対価は成果報酬型となっている。本業の業務終了後や週末に都内の飲食店を回って、飛び込みで「ふわ mochi」や「ふわ mochi メンチ」の営業を行うほか、出店イベントなどへの企画持ち込みも行っている。約半年という時間をかけて、増田氏と大林社長はよりよい関係を築いてきた。その最中に発生した新型コロナウイルス感染症は、多くの飲食店を休業へと追い込み、増田氏の営業活動も休止状態にさせた。大林社長は、これまで増田氏と築いてきた良い流れが止まってしまうのではないかという不安がよぎった。

しかし、そんな心配を吹き飛ばしたのは他ならぬ増田氏だった。増田氏は自身のスキルアップのために3月に取得したワークショップデザイナーの資格を活かし、「餅」をテーマとした

-
- 2 本州最東端のまち宮古・PR 隊市が「自発的な活動で宮古の知名度向上に貢献しようとする人を公的に承認」する仕組み。
 - 3 「元ガングロ。東北にセンター街をつくる!」。中学、高校時代に渋谷でガングロギャルをしていた家富氏が移住先の遠野市に「渋谷センター街」をつくることで、生きづらさを抱える子どもの“居場所”づくりをするプロジェクト。
 - 4 株式会社アスノオト、Next Commons Lab 共同開催「COMMONS SCHOOL」(2018年8~10月に全5回、東京開催)

カフェ風メニュー創作ワークショップ



出所: 増田氏 facebook

ワークショップを企画した。会社の後輩の紹介で知り合った山形県出身のレストランオーナーの協力を得て、7月にレストラン「Shisui deux」(東京都)で同社製品「ふわ mochi」カフェ風メニュー創作ワークショップを開催した。万全の感染対策の上で開催されたワークショップには都内在住者約10名が参加した。一関からオンラインで登場し、商品紹介を行った大林社長は、餅の新たなPRの仕方やその食べ方の広がりには確かな手ごたえを感じた。さらに、新たな人との出会いが都内菓子メーカーとのオンライン商談にもつながり、販路開拓の足掛かりもつかむことができた。増田氏も自身のスキルアップを兼ねた新たなアプローチを開拓することができ、8月には餅を楽しむ夕涼みイベントを開催し、今後もワークショップやディナー会などのイベントを通じてPR活動を継続していくという。また、オリジナル餅ソングの製作というユニークな展開も構想中である。コロナ禍という逆境を経てもなお、増田氏と大林

増田洋紀氏(左)、大林学社長(右)



出所: 大林氏提供

社長はお互いが無理なく続けられる複業のカタチを創り上げている。

本業と複業の間で

増田氏が勤める NTT データは社員の副業を認めており、増田氏も許可を得て副業を行っている。実施にあたっては、副業が本業の支障にならないように利益相反行為や職務専念義務に違反しないための注意や労働時間管理など自主的にルールを設定し、会社と合意を図っている。

新しい働き方を実践することで、首都圏に住みながら地方で複業を実践するパイロットになるという社会的な使命に気付くことができた。そして、「地域課題を解決できる人材になりたい」という目標とともに、複業で蓄積した経験を通じて首都圏の人材と地元企業を結び付ける支援を行い、誰もが好きな生き方、好きな仕事に挑戦できる社会を実現したいという夢も思い描く。

(調査研究部 伊藤)

[取材・インタビュー]

増田洋紀氏(2020年9月1日)

大林製菓株式会社 代表取締役大林学氏(2020年9月3日)

TOHOKU わくわくスクール2020

開催及び昨年度の報告について

1 TOHOKU わくわくスクール2020

東北6県及び新潟県に所在する企業・団体にご協力いただき、当該地域の小学生・中学生・高校生を対象とした出前授業のマッチングを行っている。

次世代層の向学及び就業意欲を喚起するテーマを選択し、デモンストレーションや実演など魅力的なプログラムにより、地元の地域社会・産業の理解をも深めてもらう機会を提供している。

4年目となる今年度は、81企業・団体の参加・登録のもと、新型コロナウイルス感染拡大を踏まえ、各学校からの応募は期限を設けず受け付けることとした。

休校の長期化など教育の現場でも新型コロナウイルスによる影響が深刻な中、本事業に対する各校からの反応は上々であり、今年度は9月末時点において64件の応募があり、49件の開催が予定されている。

■ TOHOKU わくわくスクール2020 実施予定一覧

	日 程	学校名	対 象	講 師
1	6月9日(火)	秋田県 大仙市立西仙北小学校	小学6年生 47名	東日本旅客鉄道株式会社
2	7月3日(金)	福島県 田村市立大越中学校	中学1～3年生 100名	株式会社 NTT ドコモ東北支社
3	7月10日(金)	山形県 山形県立鶴岡南高等学校 山添校	高校2年生 19名	株式会社清月記
4	7月17日(金)	岩手県 花巻市立太田小学校	小学6年生 20名	株式会社 NTT ドコモ東北支社
5	7月27日(月)	青森県 弘前市立北辰中学校	中学2年生 32名	株式会社ビジネスサービス
6	7月30日(木)	宮城県 仙台市立南材木町小学校	小学6年生 55名	日本銀行仙台支店
7	8月24日(月)	岩手県 紫波町立紫波第一中学校	中学2年生 225名	地域未来プロジェクト実行委員会
8	8月25日(火)	福島県 福島市立立子山中学校	中学1～3年 4名	株式会社オクヤピーナッツジャパン
9	8月27日(木)	青森県 八戸市立島守中学校	中学2～3年生 16名	ヤマニ醤油株式会社
10	9月1日(火)	宮城県 宮城県名取高等学校	高校1年生 40名	株式会社ゆいネット
11	9月11日(金)	宮城県 仙台市立東仙台小学校	小学6年生 72名	株式会社アルテ
12	9月15日(火)	福島県 田村市立都路中学校	中学1～3年生 10名	フジイコーポレーション株式会社
13	9月15日(火)	福島県 田村市立都路中学校	中学1～3年生 10名	株式会社日本能率協会マネジメントセンター 東北営業部
14	9月15日(火)	宮城県 仙台市立南材木町小学校	小学3年生 48名	株式会社松島蒲鉾本舗多賀城工場
15	9月16日(水)	福島県 棚倉町立近津小学校	小学5年生 23名	株式会社ユアテック
16	9月17日(木)	宮城県 川崎町立川崎中学校	中学1年生 61名	株式会社たびむすび
17	10月8日(木)	宮城県 仙台市立八木山小学校	小学6年生 75名	日本銀行仙台支店

	日 程	学校名	対 象	講 師
18	10月9日(金)	青森県 八戸市立白銀南中学校	中学2年生 78名	株式会社アルテ
19	10月12日(月)	新潟県 村上市立村上小学校	小学5年生 45名	日本製鉄株式会社
20	10月13日(火)	福島県 郡山市立穂積小学校	小学6年生 16名	株式会社東邦銀行
21	10月13日(火)	福島県 郡山市立穂積小学校	小学5年生 8名	東日本旅客鉄道株式会社
22	10月20日(火)	宮城県 仙台市立寺岡小学校	小学3年生 119名	株式会社鐘崎
23	10月21日(水)	福島県 棚倉町立近津小学校	小学6年生 23名	株式会社東芝
24	10月22日(木)	青森県 大鰐町立大鰐中学校	中学1年生 52名	ヤマニ醤油株式会社
25	10月23日(金)	秋田県 能代市立能代東中学校	中学1年生 33名	株式会社たびむすび
26	10月27日(火)	青森県 平川市立碓ヶ関中学校	中学2年生 14名	株式会社みちのく銀行
27	10月27日(火)	新潟県 南魚沼市立中之島小学校	小学5年生 27名	日本製鉄株式会社
28	10月28日(水)	岩手県 盛岡市立東松園小学校	小学5年生 35名	株式会社アルテ
29	10月29日(木)	福島県 須賀川市立西袋第二小学校	小学1～6年生 44名	株式会社明治
30	11月5日(木)	青森県 八戸市立島守中学校	中学1年生 9名	株式会社たびむすび
31	11月6日(金)	岩手県 平泉町立平泉中学校	中学2年生 67名	株式会社岩手銀行
32	11月10日(火)	岩手県 栗石町立西山小学校	小学5年生 32名	株式会社稲見建築設計事務所
33	11月10日(火)	宮城県 仙台市立仙台工業高等学校	高校3年生 196名	三井住友海上火災保険株式会社
34	11月11日(水)	宮城県 仙台市立南光台中学校	中学2年生 120名	宮城県金融広報委員会
35	11月13日(金)	宮城県 仙台市立広瀬中学校	中学2年生 242名	株式会社清月記
36	11月13日(金)	宮城県 宮城県石巻西高等学校	高校3年生 159名	SMBC コンシューマーファイナンス株式会社
37	11月18日(水)	山形県 寒河江市立陵西中学校	中学2年生 50名	株式会社日立ハイテック
38	11月18日(水)	岩手県 岩手県立大迫高等学校	高校1年生 27名	公益財団法人環日本海経済研究所
39	11月20日(金)	宮城県 仙台市立長命ヶ丘中学校	中学2年生 68名	宮城県金融広報委員会
40	12月2日(水)	宮城県 仙台市立寺岡小学校	小学6年生 139名	一般財団法人東北電気保安協会
41	12月3日(木)	福島県 福島県立猪苗代高等学校	高校2～3年生 47名	株式会社日本能率協会マネジメントセンター 東北営業部
42	12月9日(水)	青森県 平川市立碓ヶ関小学校	小学5～6年生 17名	野村ホールディングス株式会社
43	12月10日(木)	秋田県 秋田市立下新城小学校	小学5～6年生 47名	株式会社 NTT ドコモ東北支社
44	1月12日(火)	新潟県 新潟市立黒崎南小学校	小学6年生 32名	株式会社ゆいネット
45	1月14日(木)	宮城県 仙台市立館小学校	小学6年生 58名	有限会社柏崎青果
46	1月26日(火)	福島県 矢吹町立矢吹小学校	小学1～2年生 61名	株式会社明治
47	1月27日(水)	福島県 南相馬市立八沢小学校	小学1～3年生 41名	株式会社明治
48	2月17日(水)	福島県 会津若松ザベリオ学園小学校	小学1～6年生	株式会社明治
49	2月18日(木)	福島県 福島県立猪苗代高等学校	高校1年生 23名	株式会社たびむすび

2 昨年度の様子と参加者の声

■「お金」について考えよう

講師：株式会社みちのく銀行

対象：青森県 中学校3年生

「お札の鑑定」の様子



生徒の感想

おこづかいのお金の元をたどると、国から会社、会社から親、親から子に渡っていることが分かり、今自分が持っているお金はたくさんの人が携わっているのだと不思議な感じがしています。

私は何のために勉強するのだろうという考えを持っていましたが、「社会に出るために自分の質を高めるもの」だと、この講座で分かりました。

■モノの「とくちょう」を利用してリサイクル ～理科は地球を救う～

講師：キャノンマーケティングジャパン株式会社

対象：岩手県 小学校5年生

講義の様子



「分別実験」の様子



生徒の感想

改めてリサイクルがとても大切だということがわかりました。リサイクルをするために材料を分別する必要がある、モノの性質を利用すると便利ということも、実験をしてよく分かりました。

実験も楽しかったけれど、リサイクルをするための準備（分別する）が大事なことが分かりました。分別することをしっかりしなくてはと思いました。

■良質な住宅とは

講師：スモリ工業株式会社

対象：宮城県 小学6年生

「釘打ち」の様子



「塗り壁」の様子



生徒の感想

いくつもの体験があり、どうやってつくったのか、どういう工夫をしているのかが分かりやすかったです。ぬりかべは模様をつくるのがとても難しく、とても重かったです。

ビスをかべに打ち込んだり、レンガをかべにはめこんだり、小さな骨組みをゆらしてどれくらいゆれるかなど、色々な体験ができて良かったです。

■チョコレートの世界へようこそ！

講師：株式会社明治

対象：秋田県 高校3年生

講義の様子



試食の様子



生徒の感想

チョコレートができるには多くの人々の時間と労力がかかっていた。普段、何気なく食べていたチョコレートは当たり前ではないと実感した。改めて自分はとても恵まれた環境で生活しているのだと思った。

地球温暖化や自然破壊などで、カカオの生産場所が減っている事や、生産よりも食べる量が多く生産が間に合っていない事など、チョコレートがある事が普通だと思っていけないなと思いました。

■物流の役割

講師：第一貨物株式会社

対象：山形県 中学校2年生

講義の様子



体験の様子



生徒の感想

今回の講座では、4つの輸送手段や荷台の様子、必要な免許、ケアマークなど沢山知ることができました。また、大型トラックの綱引きや、ボディの開閉も体験することができました。

クイズ形式で教えていただいたおかげで、楽しみながらいろいろな事を学べて良かったです。トラックの中で、どのように荷物が積まれているのかを見たり、車体が持ち上がったところも見ることができてとても良かったです。

■ホテルの役割と仕事

講師：ハマツ観光株式会社ホテルハマツ

対象：福島県 高校1～3年生

講義の様子



実践練習の様子



生徒の感想

多くの人々に福島の本来的な魅力が伝わっていない事を改めて理解し、後に福島の未来を創る我々の世代が、より福島、日本、世界の現状を理解しなければならないと気づきました。

「福島に行ってみたいと思わせることと、ホテルの気持ちよいサービスが大切」と聞いて、確かにもう一度行ってみたいとか、他の人にも行ってほしいなどお客様に思ってもらう事はとても大切な事だと思いました。

■紙の知識・紙抄き体験

講師：北越コーポレーション株式会社新潟工場

対象：新潟県 小学校3年生

紙抄き体験の様子



生徒の感想

紙のれきしや工場の仕事を、ていねいに教えてくださってありがとうございました。工場では紙を作る仕事だけではなく、ほかにもいろいろな仕事があることが分かりました。

紙すきたいけんでは、紙のもとになるパルプを見るのがはじめてだったので「これが紙になるんだ」と思って、きょうみを持ちました。

先生方の声

- 県内の企業のみならず、東北全体の企業の中で本校のニーズにあう内容を選択できる機会を与えてくださり有難い取り組みに感謝いたします。
- いろいろなジャンルがあるので、本校の教育課程と合わせながら、また利用させていただきたいです。申し込みの手続き等も簡易で、その後も丁寧に対応していただけるので、とてもありがたかったです。
- 様々な企業の特性がいかされた内容であると思われますので、それぞれの学校、学年のニーズに合致する内容が選べるのならとても助かります。そのためにも様々な分野で講座が行われることを希望します。
- このように、出前で“プロ”から実際に教えていただく機会があると、生徒たちの学ぶ意欲に繋がり、自分の進路や自分の夢を考えるきっかけになると思います。
- なかなか最先端のデータには触れられないし、プロの方においでいただくことも、出かけることもできないのが学校現場です。色々な講座があって知識を教えていただいたり、経験させていただいたりできることは、とてもありがたいと思っております。
- 本講座がとても素晴らしかったです。企業のコラボ等柔軟な対応や小学生とその年齢に合う講座を開く企業とのマッチングが非常に良かったためだと思っています。今後もその点を期待しています。

社会起業家の活躍による社会・地域課題の解決

調査研究部 主任研究員 平岡 清春

はじめに

東北圏では、人口減少・少子高齢化などの課題が全国に先駆けて進行している。また、東日本大震災に起因する課題が複雑に絡み合っている。こうした中、「社会、地域のため」という思いが広がり、イノベーティブな発想で社会・地域課題解決を目指す起業家が生まれている。

上記のような社会起業家の果たす役割は大きく、事業の持続可能性が担保され、さらに活動が広がっていくことで、社会・地域課題の解決が継続的に達成され、東北圏各地の活性化に繋がることが期待される。

今年度は、社会起業家や自治体等の支援団体の取組みに関する調査を進めており、その中から社会起業家誕生の経緯と東北圏における動向について紹介する。

社会起業家について

健康や福祉、地域社会の維持など、より良い暮らしを実現するために解決すべき社会的課題に対して、自らが行動を起こし、事業性を確保しながら取り組む動きが活発化している。これら活動の主体は「社会起業家」と呼ばれる。

「ソーシャルビジネス研究会報告書」（2008年経済産業省）によれば、こうした社会起業家が、事業性を確保しつつ社会的課題解決を目指す活動を「ソーシャルビジネス」と呼び、その特徴を①社会性、②事業性、③革新性の観点で次

のように定義している。

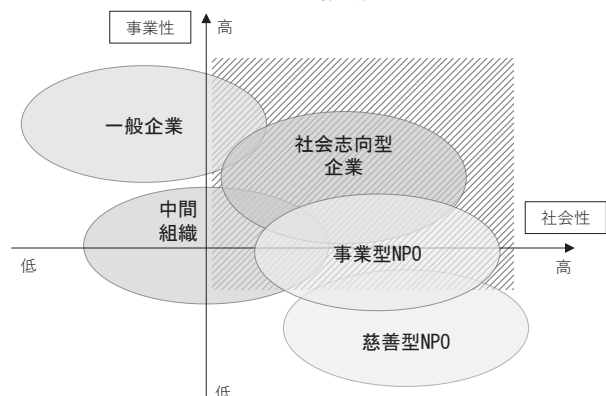
表1：ソーシャルビジネスの特性

①社会性	現在解決が求められている社会的課題に取り組むことを事業活動のミッションとすること。
②事業性	①のミッションをビジネスの形に表し、継続的に事業活動を進めていくこと。
③革新性	新しい社会的商品・サービスや、それを提供するための仕組みを開発したり、活用したりすること。また、活動が社会に広がることを通して、新しい社会的価値を創出すること。

（資料：経済産業省「ソーシャルビジネス研究会報告書」）

その活動主体は、株式会社、NPO 法人、中間組織など、多様なスタイルが想定され、組織形態による明確な線引きはない。「社会性」と「事業性」の2軸で表すと下図のような関係性があり、高い社会性を有しながらも事業性を担保している主体が該当する。事業継続のために社会性よりも利益を重視せざるを得ない大宗の一般企業や、寄付の依存度が高い慈善型 NPO などはこの範囲から外れるものと解される。

図1：ソーシャルビジネスの領域



（資料：経済産業省「ソーシャルビジネス研究会報告書」）

社会起業家誕生の経緯

社会起業家の誕生に大きく影響を及ぼしたのは、1980年代の英国サッチャー政権における「小さな政府」を志向する動きであったと言われている。当時の英国政府は、財政赤字が拡大し、政府が社会課題の解決に直接関与する事業を縮小していったが、これらを一方的に打ち切ることも難しい状況にあった。

そこで縮小の対象となる事業を「民」で担う方法が模索され、これまでの企業の社会貢献活動や市民のボランティア活動のような無償の奉仕ではない、自ら一定の収益を上げながら社会課題解決に貢献するソーシャルビジネスとそのプレーヤーに期待が寄せられた。

社会起業家の誕生の背景には、米国を中心とした寄付文化の変容も影響している。かつての社会課題解決に向けた事業の多くは、寄付によって支えられていたが、次第に寄付を行う側が単なる寄付ではなく、事業の社会的インパクトを吟味し、有望な事業を選んで投資するというスタンスに移行していった。このスタンスの変容を受け、社会課題に取り組むプレーヤーは、より高い社会的価値の創造や、持続可能なビジネスモデル作りを意識するようになった。さらに、他のビジネスで成功した起業家が、自身のビジネススキルの転用先として、社会起業家としての活動に目を向けたことで、ソーシャルビジネス分野におけるノウハウ蓄積や、ビジネスモデルの確立が進んでいった。

社会起業家をめぐる日本の動向

わが国においても社会課題は以前から数多く存在し、その解決の多くを「官」が担ってきた。しかしながら、諸外国の状況と同様に、社会課

題が複雑化、多様化の経過を辿る中で、「官」の政策対応だけはカバーしきれなくなってきた。わが国においても、企業の社会貢献活動や市民ボランティアによる社会課題への対応は見られたが、寄付文化の根づいている欧米と比較すると、その活動の広がりには限りもあった。

そうした中、1995年に発生した阪神・淡路大震災では、その復旧・復興に市民やボランティア団体が機動的かつ細やかな対応によって大きな貢献を果たし、これらの活動が「官」では及ばない社会課題を解決する力を持っていることに注目が集まった。他方で、活動を支える基盤は脆弱で、また責任の所在もあいまいなことなどから、活動の持続性や安定性に関し課題も多かった。

そこで、市民やボランティア団体の活動を制度的に支えるべく、1998年に特定非営利活動促進法（通称：NPO法）が制定された。NPO法では、市民団体やボランティア団体に対して一定の基準のもとで法人格を認証することで、法人名義での取引や口座開設が可能になるなど、団体に対する信頼性を向上させることで、活動の拡大を支え、継続性を担保する態勢整備がなされた。

その後NPOが徐々に市民権を得るようになり、社会貢献に対する意識の高い世代が増えていく中で、社会起業家的マインドをもった若い人たちを中心に社会課題の解決に向けた活動を「業」として行おうとする人が2000年代後半から目立つようになってきた。

仙台市を中心とした東北圏における

社会起業家支援の動き

2011年の東日本大震災は、多くの犠牲者や被災者を出し、広範囲にわたりインフラ・建物

が破壊されるなど未曾有の被害をもたらした。街の再建やダメージを受けた産業の復興、被災者の生活再建、逼迫した医療体制の改善など課題は山積みであった。また、避難生活や仮設住宅での生活が続く中で、子どもの心のケア、地域コミュニティの崩壊による高齢者の孤立など、人々の生活に深く根差した社会課題が至る所で顕在化していた。

こうした惨状を目の当たりにして、自身も被災者でありながら「誰かのために、地域のために」と事態の改善に立ち上がる地域のリーダー達が出始めた。時を同じくして、外部人材が被災地に入り、こうしたリーダーをサポートする動きが生まれた。その代表的な取組みが、社会起業家の育成支援などを展開する NPO 法人 ETIC.¹ による「みちのく仕事・右腕派遣プログラム」(2011 ~ 2016年)であった。

本プログラムは、東北の復興に向けた事業・プロジェクトに取り組むリーダーのもとに、その「右腕」となる有能かつ意欲ある若手人材を派遣する事業である。社会起業家に限定したものではないが、派遣先は、地域資源を活かした新しい経済の創出、人口減少社会を生き抜く新しい地域の暮らし方、子どもたちの教育など、社会起業家的な活動を行う組織が多かった。

このような支援が相乗効果を生み、震災後の東北圏では、「誰かのために、地域のために」といった思いを持って事業を起こす人が増えていた。中でも仙台市は、2014年の経済センサスにおける新規開業率が政令指定都市で2位になるなど起業が活発化していた。

仙台市では同年に「日本一起業しやすいまち」のスローガンを掲げ、2014年1月の仙台市起業支援センター「アシ☆スタ」開設など、スタートアップを含む各種創業支援施策を展開してきた。

仙台市の創業支援施策には、2つの大きな特徴がある。1つは、社会起業家の支援を明確に謳っていることである。社会起業家支援を積極的に展開している自治体は希有である。その背景には、震災後に社会貢献に重きを置く起業家が多く誕生してきたことがある。

もう1つは創業支援施策を仙台市に限定するのではなく、仙台市を中心に東北圏全体への展開を視野に入れていることである。その考えの根底には、仙台市だけが成長しても東北圏全体の活力が低下してしまうと、やがて仙台市の活力も低下するという問題意識がある。

2015年8月には、「女性活躍・社会起業のための改革拠点」の国家戦略特区の指定を受け、NPO 法人の認証手続きの短縮が図られるなど、社会起業家に対する支援策の拡充が進んだ。さらに2017年には社会起業家の発掘・育成支援を行う(一社)IMPACT Foundation Japan²との協働により、東北圏における社会起業家支援を行う「Social Innovation Accelerator プログラム³」をスタートさせ、昨年度までに36人の卒業生(社会起業家)を輩出している。

直近の動きでは、2020年7月に、仙台市はスタートアップ・エコシステム拠点都市(推進拠点都市)のひとつに選定され、今後ますます社会起業家に対する支援が加速していくことが期

1 1993年設立(東京都渋谷区)。自らの意志と行動で社会の課題を解決し、新しい価値を生み出す「起業家型リーダー」の育成を目指し、実践型インターンシップや起業支援プログラムを提供。

2 2010年設立。次世代のグローバルリーダー育成を目指し、世界の起業家、イノベーター、起業支援機関と連携し、起業家精神とイノベーションを推進するためのプログラムを提供。INTILAQの運営にも関与。

3 社会起業家を目指す人材が、持続可能なカタチで事業化出来るよう後押しする、メンター伴走型プログラム。

待されている。

INTILAQ

東北イノベーションセンターの開設

東北圏における社会起業家の発掘・育成支援に関しては、2016年2月に開設されたINTILAQ東北イノベーションセンター(以下、「INTILAQ」という。)の存在も大きい。

図2: INTILAQの外観



(資料: INTILAQ ホームページより)

INTILAQは、震災復興に資金を援助する「カタルフレンド基金」の復興活動に提案された、社会起業家の発掘・育成支援を行う構想が採用されたものである。

施設内には、社会起業家の活動をサポートするためのレンタルオフィスのほか、多彩な社会起業家の交流を促し、社会課題の解決や事業にかかるアイデアを創発する交流スペースなどを備えている。また、ハードだけでなく、実績のある社会起業家によるセミナーの開催や法律・会計などの実務セミナー、ITに関するワークショップの開催などソフトの支援を行っている。

このほか INTILAQ では、前述した仙台市との協働による「Socia Innovation Accelerator プログラム」や、東北経済産業局が2019年から始めている「東北プロボノプロジェクト」など、

次世代のグローバルリーダー育成のための様々なプログラムが提供されているなど、東北圏における社会起業家発掘・育成支援の拠点となつつある。

まとめにかえて

新型コロナウイルス感染症について、まだ先行きが見通せない状況にあるが、この影響が長期化することによって、従来の社会・地域課題がより深刻化、複雑化するなど状況が悪化していくことが予見される。

今年度調査では、こうしたコロナ禍の影響も踏まえつつ、社会起業家の現状の取組みを把握するほか、行政・支援団体等によるサポートの取組みを取り上げる。

これまで以上に活躍が期待される社会起業家であるが、我々としては、彼らの活動を認知・理解する層を増やすことに供するとともに、共感を生むことで多くの方がより良い社会を目指して動き出す、そのきっかけとなるような調査としたい所存である。

[参考・引用文献]

経済産業省(2008)「ソーシャルビジネス研究会報告書」
社会起業大学 HP (<https://socialvalue.jp/>)
(2020年9月23日最終閲覧)
福岡 路(2017)「仙台市における震災後の起業」

地域新電力「一般社団法人東松島みらいとし機構」の事例

部長(特命担当) 宮曾根 隆

はじめに

東北活性研は、地域活性化の手段として東北の有力な資源である再生可能エネルギーの活用に着目し、今年度の調査件名「地域再生可能エネルギー事業の事例調査」を設定した。

2016年の電力小売全面自由化の前後から、地域新電力(特定地域のための小売電気事業者)の設立が相次いでいる。ほとんどの地域新電力は再生可能エネルギーの地産地消を標榜している。

本稿では、前述調査件名において調査した地域新電力「一般社団法人東松島みらいとし機構」(略称 HOPE)の事例を紹介する。

主な内容は以下のとおりである。

- ・ 概論として、地域新電力の事業構造、東北経済産業局による東北の地域新電力調査の概要、地域新電力を論じる視点としての地域付加価値分析
- ・ 東松島市の概観と政策
- ・ HOPEの電力事業の詳細と他の事業の概観
- ・ HOPEの支援機関である一般社団法人ローカルグッド創成支援機構の概要

1 概論

1.1 地域新電力の定義と事業構造

地域新電力の定番の定義はないが、ここでは、東北経済産業局(2020)の次の定義を採用する。

地域新電力 = 自治体・地域内企業が主体となって設立され、地域内の経済循環や地域貢献を視野に入れた事業運営を行っている小売電気事業者

図表1は現行制度に基づく地域新電力の一般的な事業構造である。上段に電気の物理的な流れを示した。地域新電力はこの流れには関わらず、発電事業者(図の左)から電気を(帳簿上)調達し、需要家(電気の使用者、図の右)に販売する仲介事業である。

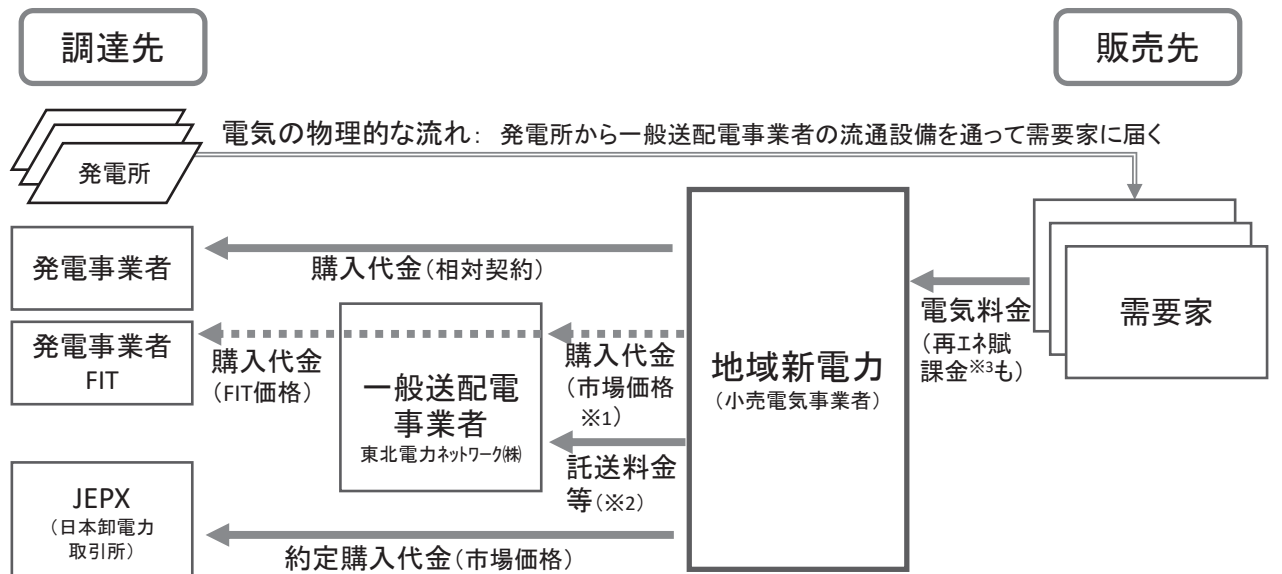
電気の調達には主に次の3種類である。

- ① 相対契約(発電事業者と直接取引)
- ② 再生可能エネルギー電気特定卸供給(一般送配電事業者を経由して特定のFIT発電事業者から調達)
- ③ 日本卸電力取引所(JEPX)への入札(①②で不足する分を調達)

それぞれの詳細は図表2(基本用語)および図表15(HOPEのJEPXへの日々の入札)を参照されたい。

非常に簡単に言うと、地域新電力は市場価格(②③)で仕入れた電気を託送料と諸経費を乗せた価格で(旧一般電気事業者よりも少し安く)自治体の施設中心に販売する。現状の市場価格、託送料を前提とすると比較的风险の少ない事業と言える。

図表1 地域新電力の一般的事業構造



※1 「再生可能エネルギー-電気特定卸供給」（一般送配電事業者を経由するが特定の発電事業者から買ったことになる）の制度による。価格は「回避可能費用」とされるが、現在の制度では市場価格（30分ごとに異なる）が適用される。

※2 託送料金単価は総括原価主義による認可料金。託送料金以外に発電量調整供給契約や接続供給契約によるインバンス調整の代金のやりとりがある。

※3 地域新電力が集める再エネ賦課金は国の指定機関に納付し、そこからFIT電気の買取義務がある送配電事業者に分配される。ただし、以前の制度で新電力がFIT電気を直接買っている場合は、新電力にも分配される。

出所 東北活性研作成

図表2 地域新電力に関わる基本用語 わかりやすく表現することを優先したので正確でない場合がある。

○小売電気事業（者）、新電力、地域新電力

電力自由化前は電気の小売販売は旧一般電気事業者（東北電力㈱など）の地域独占であったが、自由化により、小売電気事業というライセンス制となった。小売電気事業は発電所や送配電設備など大きな初期投資がなくとも参入可能であり、多くの事業者が参入した。それらの新規参入者を通称、新電力と呼ぶ。現在、全国展開も含め数百者登録。地域新電力とは定番の定義はないが、地域限定（市町村など）で地域の利益のために事業を行う新電力。

○一般送配電事業（者）、特定送配電事業（者）、自営網

電気の流通（送配電）分野は、発電や販売（小売）と異なり競争になじまないため、旧一般電気事業者から分社化された送配電会社（東北電力ネットワーク㈱など全国10者）が「一般送配電事業者」として従来通り地域独占で安定供給の責任を負う。新電力は一般送配電事業者に送配電を委託する。「特定送配電事業者」は一定の地域で独立した送配電設備（自営網と言われる）を持ち、電気の流通を担う。全国33者（2020年7月末）。地域新電力が特定送配電事業を行う場合もある。

○需給管理、同時同量、インバンス

電気の周波数を一定に保つためには常に需給（需要と供給）を一致させる必要がある。このことを「同時同量」と言う。同時同量の最終的な責任は送配電事業者にあるが、小売電気事業者も需給を30分単位で一致させる計画を日々作成する必要がある。その業務を「需給管理」と言う。計画と実際の乖離を「インバンス」と言い、送配電事業者によって調整される。

○FIT フィットと読む（再生可能エネルギー-固定価格買取制度）

固定価格買取制度とは再生可能エネルギーを普及させるために一定期間（20年など）かなり高い固定価格（当初40円/kWhなど）で買い取ってもらえる制度。このような料金制度を欧米でFeed-in Tariffと言うので、FIT制度、FIT価格という言い方が一般的。

○再エネ賦課金（再生可能エネルギー-発電促進賦課金）、再エネ交付金

再エネ賦課金は、電気の使用者が電気料金をプラスして小売電気事業者を支払う。単価は全国一律に決められ、現在3円/kWh弱。これを集めて、再エネ発電者からFIT価格で買った電気事業者に交付されるのが再エネ交付金。（電気使用者が再エネ発電者への補助金を負担する仕組み）

○託送、接続供給（契約）

託送とは送配電の受委託のこと。新電力が一般送配電事業者に発電所から需要家までの送配電を委託し、託送料を支払う。この契約を「接続供給契約」と言う（需要家に「接続」するのでこういう名称）。一般にインバンス（前述）の調整もこの契約に含まれる。

○発電量調整供給（契約）

送配電事業者が託送する場合に計画発電量と実際の過不足を調整し、計画発電量を供給すること。一般送配電事業者が、前項の接続供給と発電量調整供給によって、発電者（新電力が代表して契約者になることもある）に代わって同時同量を常時保証すること。新電力は「計画値」の同時同量に努めればよい。

○JEPX ジェイ・イー・ピー・エックス or ジェベックスと読む Japan electric power exchange（一般社団法人 日本卸電力取引所）

発電事業者と小売電気事業者のマッチングの場。一日を30分を1コマ（単位）として48コマに分け、コマごとに双方の参加者が容量（kW）と価格（円/kWh）を入札。コマごとに価格が決まる。地域新電力は相対契約で確保した電力を超える需要分を、主に一日前市場（スポット市場）で調達する。

○広域機関（電力広域的運営推進機関）電気事業法の認可法人 全ての電気事業者が会員。全国大の安定供給、需給の一致に責任を持つ機関。地域新電力は日次、週次、年次の供給計画を広域機関に提出する。

1.2 東北経済産業局の地域新電力調査の概要

東北経済産業局は昨年度(2019年度)『東北地域における地域新電力の競争環境に関する調査』を実施した(委託先 三菱UFJリサーチ&

コンサルティング株式会社)。図表3はその報告書を東北活性研が大胆に要約したものである。図表4は同局が地域新電力と認識した事業者の一覧である。

図表3 東北の地域新電力調査の要約(東北活性研による)

◇東北(新潟県含む)の新電力の概観 —東北が本社の新電力は41 うち局の分類による地域新電力は18 (須賀川などがス会社資本は含まれない) —全国的に見ればごく小規模 ◇地域新電力の主目的と自治体の期待はほぼ共通 —エネルギーの地産地消による、域内経済循環の向上(電力コストの域外流出の取戻し) —電力事業利益による地域課題解決・地域活性化 —地域の電気料金の削減 ◇地域新電力に関わる課題(将来リスクも) —議会など合意形成のためのFS,資料作成が難 —運営ノウハウなし —地域資金調達、電源確保、顧客開拓それぞれにも苦労 —制度変更リスクの把握が難 ⇒当面の対処: 支援団体、大手企業の支援(補助金も活用) ◇地域新電力の将来展望 —地元自治体のエネルギー関連事業と連携 —分散型エネルギーシステムによるレジリエンス強化 —新サービス(VPP、DR、PPA、データ活用サービス) —地域課題解決事業(地域貢献事業)	◇新電力強化のための取組み —多様なネットワーク形成(個別地域内、東北内外) —東北局としての当面の支援策: 全国的支援組織3団体(一般社団法人ローカルグッド創成支援機構、一般社団法人エネルギー・地方創生ネットワーク協議会、地域活性エネルギーリンク協議会)を呼ぶ地域新電力応援フォーラム(新型コロナウイルスにより中止) ◇東北活性研が目した意見(原文のまま) —従来の第3セクターの様な存在として、規模の小さな地域新電力を設立するのは意味が全くないと思います。自治体が出資していることを理由に、その自治体物件を競争なしに契約することも、意義がうすく、不公平と考えています。送配電設備まで含めて、投資するような存在でなければ意味がありません。 —当市は域外資本の再エネ発電が豊富にあったことから、電力資金の域内循環を図るために新電力を設立したが、すべての地域に有効であるとは思わない。また、主旨に賛同しても、現状より高い料金メニューでは需要家の参加は難しく、現状は系統からの電気を安くすることは規模の小さい新電力には困難。目的の明確化、電源などの経済リソース、収支モデルの精査が必要である。
---	--

図表4 東北(新潟県を含む)の地域新電力一覧

	県	所在地	事業者名	出資者等	登録年月日
1	青森	弘前市	(株)さくら新電力	弘善商会,ひろさきアップルパワーほか2	2017年9月11日
2	青森	平川市	(株)津軽あつぷるパワー	(株)タエ100%	2016年3月7日
3	岩手	久慈市	久慈地域エネルギー(株)	宮城建設など市内企業4	2018年2月23日
4	岩手	紫波町	岩手中央エネルギー(株)	町内の企業	2017年5月30日
5	岩手	宮古市	宮古新電力(株)	NTTデータ100%	2016年3月18日
6	岩手	北上市	合同会社北上新電力	NTTフアシリティーズ 100%	2016年1月18日
7	岩手	花巻市	(株)花巻銀河パワー	(株)タエ100%	2016年3月7日
8	岩手	陸前高田市	陸前高田しみんエネルギー(株)	ワタミファーム&エナジー60%,長谷川建設30%,市10%	2020年2月25日
9	秋田	湯沢市	ローカルでんき(株)	北都銀行,秋田銀行ほか5	2017年2月9日
10	秋田	鹿角市	(株)かづのパワー	市,秋田銀行,鹿角エナジーほか17	2019年10月15日
11	秋田	大仙市	(株)大仙こまちパワー	(株)タエ100%	2018年11月26日
12	宮城	東松島市	(一社)東松島みらいとし機構	市,商工会,社協が社員	2016年3月18日
13	宮城	加美町	(株)かみでん里山公社	町66.7%,パシフィックパワー33.3%	2018年10月30日
14	宮城	気仙沼市	気仙沼グリーンエナジー(株)	国際航空,すみよさ創造機構会員企業,市	2019年7月1日
15	山形	山形市	(株)やまがた新電力	県,NTTフアシリティーズ,県内企業等	2016年3月18日
16	山形	山形市	おもてなし山形(株)	県観光物産会館ほか13	2017年10月26日
17	福島	相馬市	そうまグリッド合同会社	IHI84.8%,市10.1%,パシフィックパワー5.1%	2017年7月20日
18	新潟	新潟市	新潟スワンエナジー(株)	JFEエンジニアリング 85%,市10%,第四銀行5%	2019年8月1日

出所 同調査報告書より東北活性研作成

1.3 地域新電力を考察する際の視点

本事例調査では地域付加価値の最大化という視点を採用している。地域付加価値とはある地域で新たに生み出された価値である。具体的には、生産額(売上)から中間投入(原材料費)を引いたものであり、利潤(配当)、賃金、金利、税などの形で生産に貢献した主体(株主、従業員、金融機関、行政)にそれぞれ配分される。

再エネ発電や地域新電力を対象とする地域付加価値については、諸富(2019)や稲垣(2020)が論じている。本稿はそれに発想を得ている。ただし、地域新電力(小売電気事業)は価値創造でなく価値を地域外へ流出させないことが主眼

となる。

図表5は地域新電力の活動要素ごとに地域付加価値の留保・向上のポイントをまとめたものである。新電力の出資主体、資金調達先、電気の調達先、日常運営、どの要素でも地域内の比率を高めることが望ましい。しかし、このようになっていない例もあるようである。

図表6は、前述諸富(2019)所収の地域付加価値分析である。右が出資や需給管理(日常運営)の違いが地域付加価値額を増減させることを試算したものである。前提次第で大きく変化することがわかる。

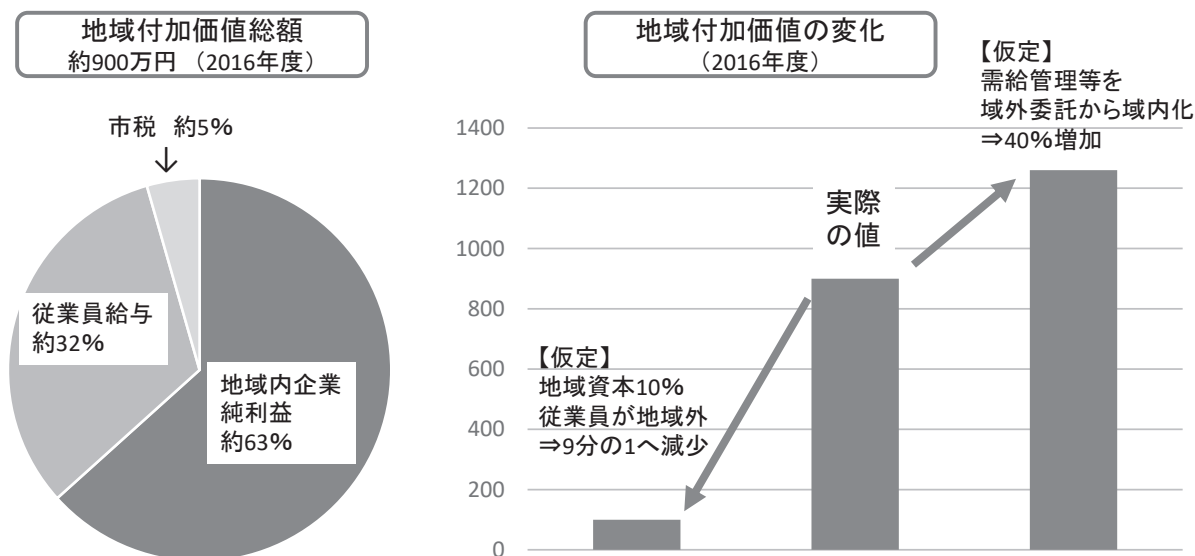
図表5 地域付加価値の視点

新電力事業の要素※	設立・出資	資金調達	電気の調達	日常運営
地域付加価値留保・向上のポイント	・地域内からの出資を多く ・少ないと「利益・配当」が流出	・地域内の金融機関からの融資を多く ・少ないと「金利」が流出	・地域内の発電を振興し、そこからの調達を多く ・多くの地域ではエネルギーを域外調達。地域GDPの減少要因。	・地域内雇用の従業員で多くの業務をこなす ・域外委託が多いと域内「給与」が減少 ・象徴的業務が、多くの地域新電力が外部委託している需給管理業務

※ 小売電気事業のみの場合で記載したので、発電等の「設備形成」は含まれていない。逆に「電気の調達」はどこから調達しても一事業者としては付加価値に関係しないが、地域として見ると地域GDPの増減に影響するので、掲載した。

出所 東北活性研作成

図表6 地域付加価値の分析例～ひおき地域エネルギー(株)～



出所 諸富徹編著『入門地域付加価値創造分析』2019、日本評論社 pp74-76「2.5.2 自治体新電力の地域経済付加価値」より東北活性研加工

2 東松島市の政策

2.1 市の概観と本事例に関係する政策

図表7は市の概観と本事例に関係する大きな政策である。

図表7右で公民館の運営改革(住民自治・自助共助精神向上のための政策)を取り上げたのは、同市の前市長が災害対応などすべての基本

が住民自治・共助意識であるという趣旨を語っておられるからである(河野(2017) pp79-81)。東北活性研も過去の調査より同様の仮説を形成している(図表8右)。

2011年の東日本大震災以降は環境重視の政策(環境未来都市、SDGs 未来都市)が一貫している。

図表7 東松島市の概観と本事例に関係する政策

位置と気候

東松島市は宮城県の県都仙台市の北東にあり、広域石巻圏の西端に位置することから、広域仙台都市圏とも隣接し、東は石巻市、南は太平洋に面しています。気候は、年間平均気温や降水量からみても、東北としては比較的暖かく風雨の少ない地域となっています。

地勢と自然資源

市の中心には、四方を一望できる桜の名所・滝山があり、そこから西北部に丘陵地が連なり、南には特別名勝「松島」の一角を占めるなど風光明媚な景観を楽しみに多くの家族連れや観光客などが訪れています。

人口と世帯

2020年7月1日現在

人口 男 19,428 女 20,166 計 39,594 世帯数 16,124 (参考)

2011年3月1日(東日本大震災直前)

人口 男 21,099 女 22,043 計 43,142 世帯数 15,080

本事例に関連する政策

2009年 公民館の運営改革
(地域コミュニティ充実・共助精神向上)

2011年 (東日本大震災発生)
環境未来都市
東松島市復興まちづくり計画
～産学官民の連携により市民の希望を
実現する「Build Back Better」のまちづくり～

2018年 SDGs※未来都市
～全世代に住みよいまち～

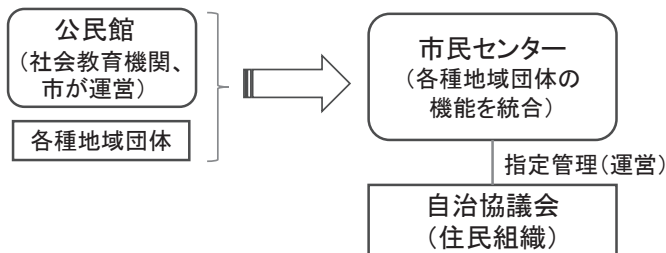
※ SDGs(Sustainable Development Goals)＝2015年国連が定めた、持続可能な世界形成のための17の目標群

出所 同市HP(2020年7月13日参照)などより東北活性研作成
<https://www.city.higashimatsushima.miyagi.jp/index.cfm/1.html>

図表8 東松島市の地域コミュニティ政策～公民館の運営改革

公民館の運営改革 (住民による自主運営)

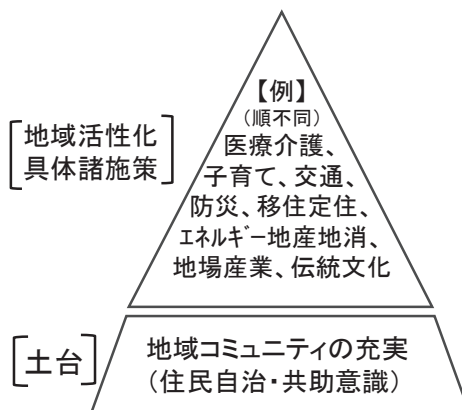
- ・目的は、住民の協働・共助意識の醸成(市民力向上)
- ・市内8つの地区ごとに、市が運営していた公民館を、各種地域団体の機能を統合する形で「市民センター」に改組。住民組織である「自治協議会」が指定管理(運営)。
- ・年間424回(2008年)に及ぶ、市長または市幹部出席の住民との話し合いを経て2009年に移行。



出所 河野博子(2017)『里地山エネルギー 自立分散への挑戦』、pp79-81、中公新書ラクレ、などより東北活性研作成

地域コミュニティ充実の重要性 (東北活性研の仮説)

- ・東北活性研の過去の諸調査より提示される仮説。
- ・土台がしっかりしていると、具体策の実効性が高まる。



2.2 市の復興まちづくり計画とSDGs 未来都市のコンセプト

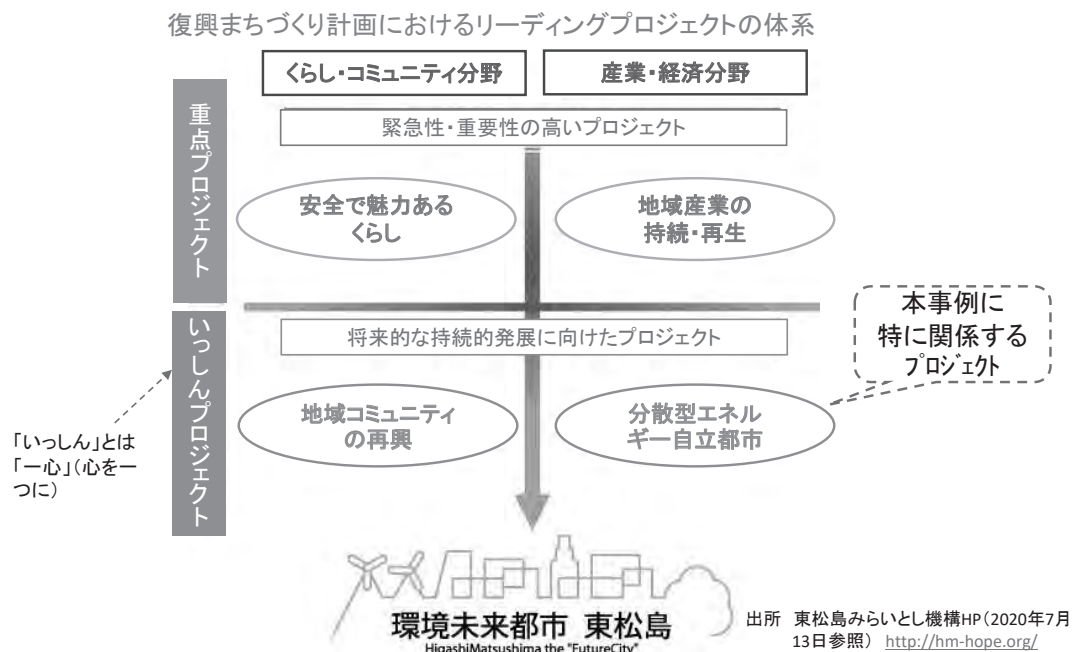
同市は2011年3月の東日本大震災で被災後環境未来都市に認定され、環境を特に意識した復興まちづくり計画を策定した。図表9は同計画のリーディングプロジェクトの体系である。

その一つが「分散型エネルギー自立都市」(大

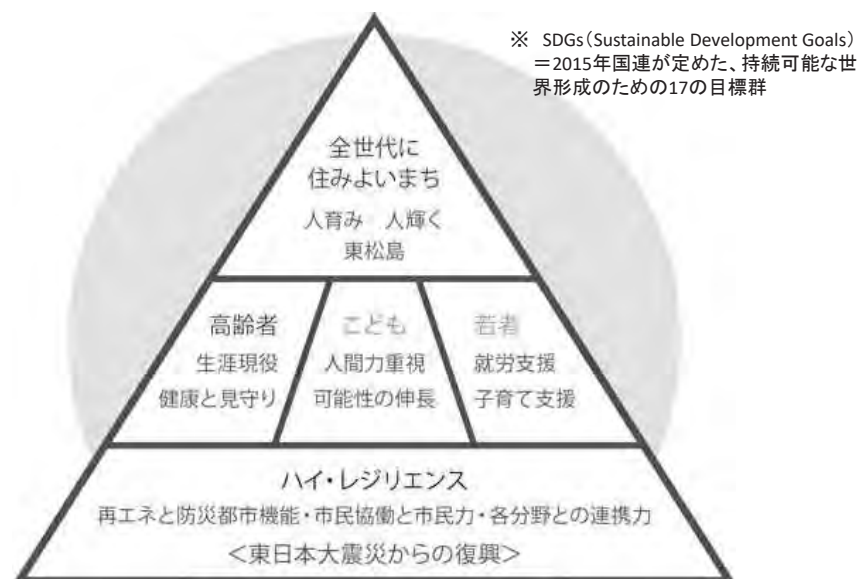
規模発電に過度に頼らない)であり、HOPEが新電力としてその推進当事者となっている。

図表10は2018年認定のSDGs 未来都市のコンセプトである。これは環境未来都市を進化させたものであり、再エネと防災などが「全世代に住みよいまち」(目指す姿)の土台であることを示している。

図表9 東松島市の「復興まちづくり計画」



図表10 東松島市のSDGs※未来都市



出所 東松島みらいとし機構HP(2020年7月13日参照) <http://hm-hope.org/>

3 一般社団法人東松島みらいとし機構 (HOPE) の活動

3.1 HOPE の概要と事業コンセプト

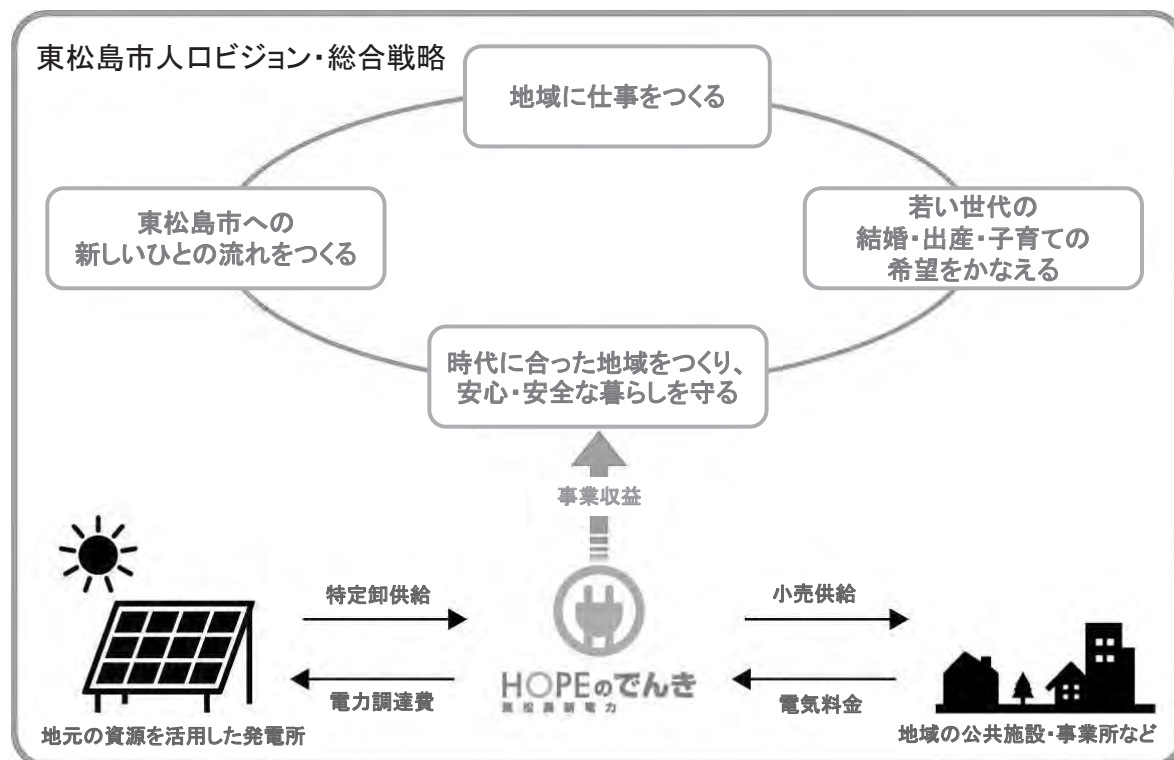
図表11はHOPEの法人概要と事業方針、図

図表11 HOPEの法人概要と事業方針

法人概要	事業方針
法人名：一般社団法人東松島みらいとし機構 英文名称：Higashimatsushima Organization for Progress and"E" (economy,education,energy) 略称 HOPE 設立 2012年10月1日 所在地 〒981-0504 東松島市小松字中浮足156番地1 連絡先 TEL:0225-98-7311 FAX:0225-98-7085 役員 代表理事 渥美 裕介 理事 橋本 孝一 理事 引間 世枝美 社員 東松島市 東松島市商工会 東松島市社会福祉協議会 事業 (1) 安全で魅力あるまちづくりに関する事業 (2) 地域産業の持続及び再生に関する事業 (3) 地域コミュニティの再興に関する事業 (4) 分散型地域エネルギー自立都市に関する事業 (5) ソーシャル・ビジネスに係る人材育成に関する事業 (6) その他上記目的を達成するために必要な事業	原文のまま 1. 地元資源を活用した地元の電気を購入する 2. 地元の産業や市民に安価な電力を安定供給する 3. 事業で地元雇用を生み、得た利益で地域活性化を図る 2016年4月1日、宮城県内の自治体では第1号となる「地域新電力事業」に参入しました。HOPEが小売電気事業者として地域エネルギー事業の実施主体となり、経済・エネルギー・人の循環を創成し、さらに事業収益を地域に再投資する仕組みを構築します。再生可能エネルギーの地産地消に取り組むことは、地域雇用の創出や防災機能の強化、そして低炭素な社会づくりの実現に繋がります。 次図表がコンセプト図

表12は事業コンセプト図である。HOPEは市の復興計画策定の翌2012年に設立され、復興計画、その後策定された地方創生総合戦略、ならびに環境未来都市、その後継のSDGs未来都市の諸施策を推進している。

図表12 HOPEの事業コンセプト図



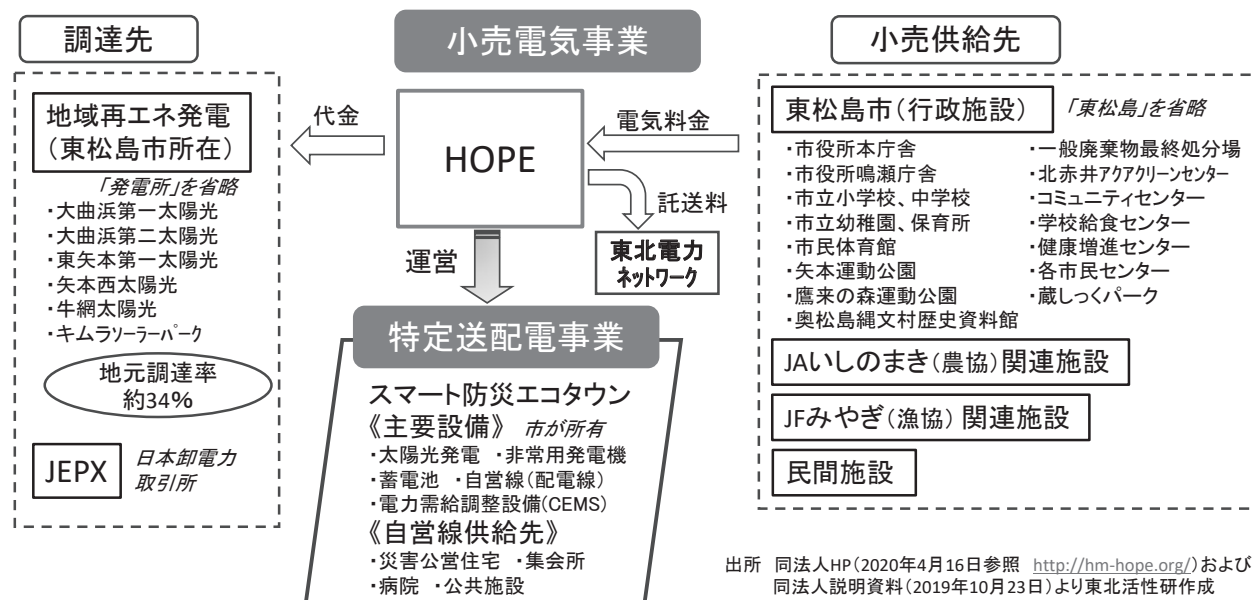
出所 同法人HP(2020年4月16日参照) <http://hm-hope.org/>

特定送配電事業(図表2の用語参照)は東松島市の「スマート防災エコタウン」(災害公営住宅

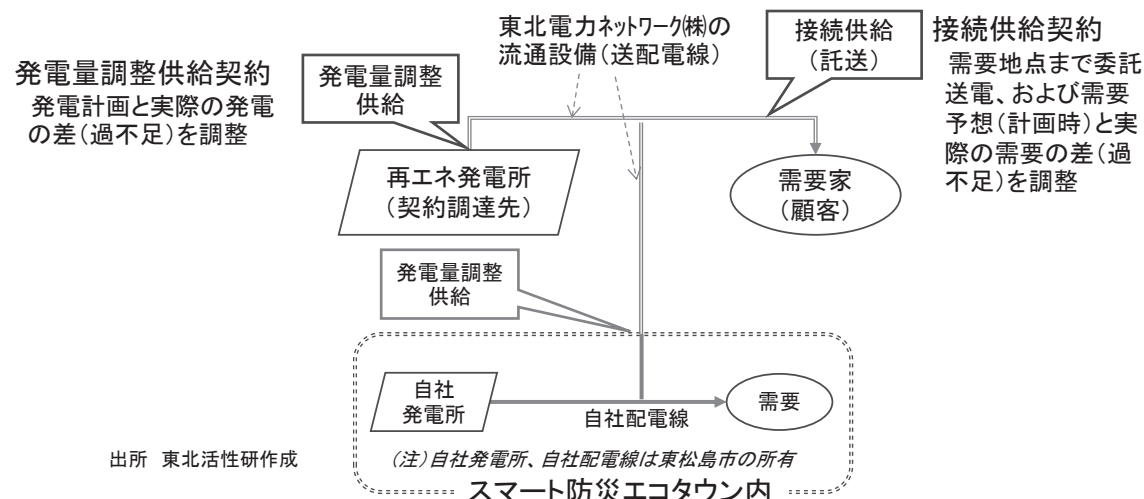
敷地の小さな独立電力供給網)の運営である。同市の目玉政策であり、災害による停電時(東北電力ネットワークの)でも一定時間、電力が供給される(詳細はHOPEのホームページ参照)。

図表14は東北電力ネットワーク(株)(一般送配電事業者)との関係を示したものである。接続供給契約と発電量調整供給契約により、いわゆる同時同量(供給と需要の一致)が確保される。

図表 13 HOPE の電力事業の事業構造



図表 14 東北電力ネットワーク(株) (一般送配電事業者) との関係



3.3 HOPEの需給管理業務

地域新電力の要の業務が需給管理（需要と供給を計画値で一致させる）である。HOPEは多くの地域新電力と異なり、需給管理を内製化（自営）している。

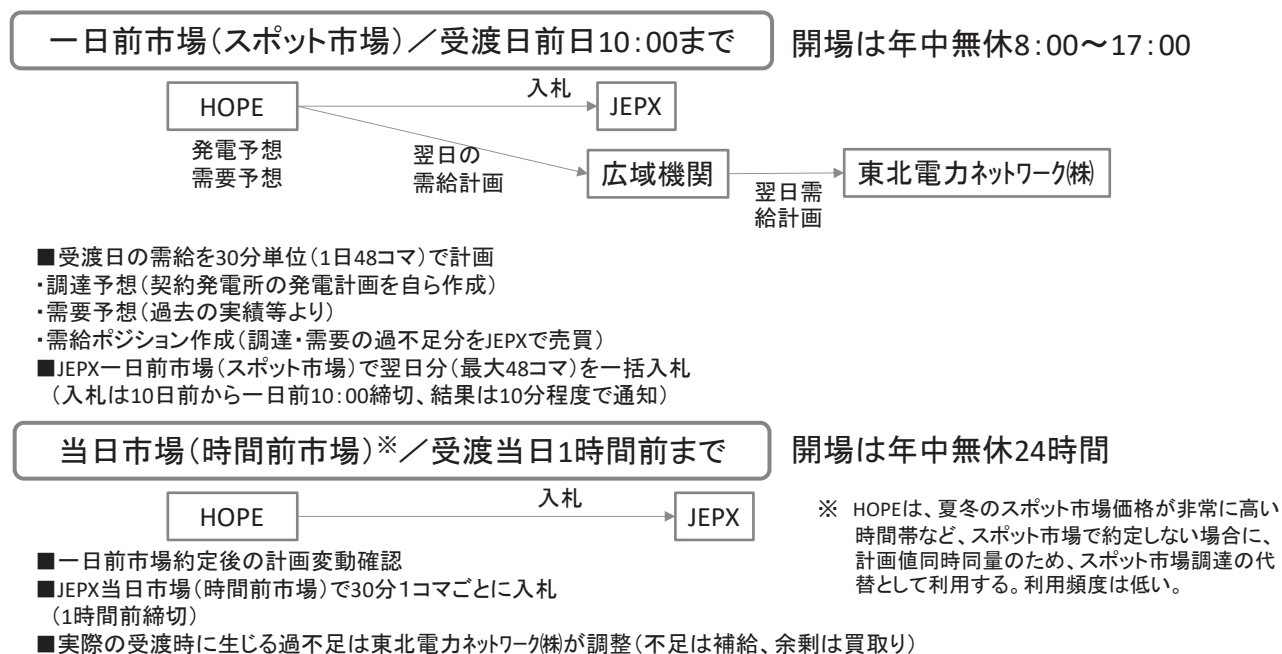
図表15は毎日（一年365日）の需給予想、JEPXへの入札、広域機関への計画提出を表している。HOPEは地元調達34%（前述）以外の分をJEPXから調達する。そのほとんどを「一日前市場（スポット市場）」での入札で調達し（受け渡し前日10:00締切）、まれに当日の状況変化等に合わせて「当日市場（時間前市場）」を利用する。

なお、最終的な需給一致（同時同量）は東北電力ネットワーク㈱が担っているので、広域機関に提出されたすべての新電力の日々計画は同社が把握することになっている。

図表16はHOPEの一日の需給管理を詳しく見たものである。基本的にここに記載以外の突発的事象が発生することはまれであり、かつ、休日分の業務を平日に済ませるので、需給管理要員3名（内1名は他社の受託担当）で無理なく運営できるとのことである。

図表17は需給管理業務の内製化についてまとめたものである。HOPEは新電力業務開始前から、（一社）ローカルグッド創成支援機構（略称LGD、概要後述）の支援を受けた。需給管理については3名がLGDの集中研修を受け、実務ではLGDの会員企業がシェアするソフトを安価に利用している。内製化効果は図表記載のとおりであるが、中央の会社に委託する場合に比べて大幅に低コストになっていると考えられる。

図表15 JEPXへの日々の入札



出所 『日本卸電力取引所取引ガイド（2019年1月版）および同法人提供情報により東北活性研作成』

図表 16 日々の需給管理

略語 JEPX＝日本卸電力取引所 広域機関＝電力広域的運営推進機関	受渡日の前日 8:00 JEPXスポット市場 開場 8:30 9:00 ④天気予報・予測確認(再入札) 9:30 10:00 JEPXスポット市場 締切 10:30 ⑤約定結果確認／約定後ポジション作成 11:00 11:30 12:00 ⑥広域機関翌日計画提出 12:30 補足 ・当日のリアルタイムの需給一致は、東北電力ネットワーク㈱の電力量調整による ・休日分の日次業務は平日に済ませる ・ここに記載以外の外部とのやり取りはほとんどない ・夜間、休日の突発的業務もあまり発生しない ・週次、月次、年次の業務は計画と報告(広域機関) ・JEPXとの日々の精算、東北電力ネットワークとの月次の精算は総務・経理グループが担当 出所 同法人提供情報により東北活性研作成
受渡日の前々日 13:00 ①予測 ②約定前ポジション作成 ③入札 13:30 14:00 14:30 15:00 15:30 16:00 16:30 17:00 JEPXスポット市場 閉場 17:30 (火曜のみ)広域機関週間計画提出	

図表 17 需給管理の内製化

支援組織 ・一般社団法人 ローカルグッド創成支援機構(略称LGD)	写真 HOPE における需給管理の様子  同法人「法人案内」より転載
支援内容 ・HOPEの3名がLGD(東京)にて2週間の集中研修 計画値同時同量ルールの基本的知識を中心とした座学、および 実際の需給管理業務を通じたOJT ・需給管理ソフトの共同利用	
内製化効果 ・外部委託の場合に比べて大幅に低コスト ⇒ 地域付加価値の流出回避 ・地元雇用増 ・需給管理ノウハウ蓄積 ⇒ 予測精度向上、他の新電力の需給管理受託	

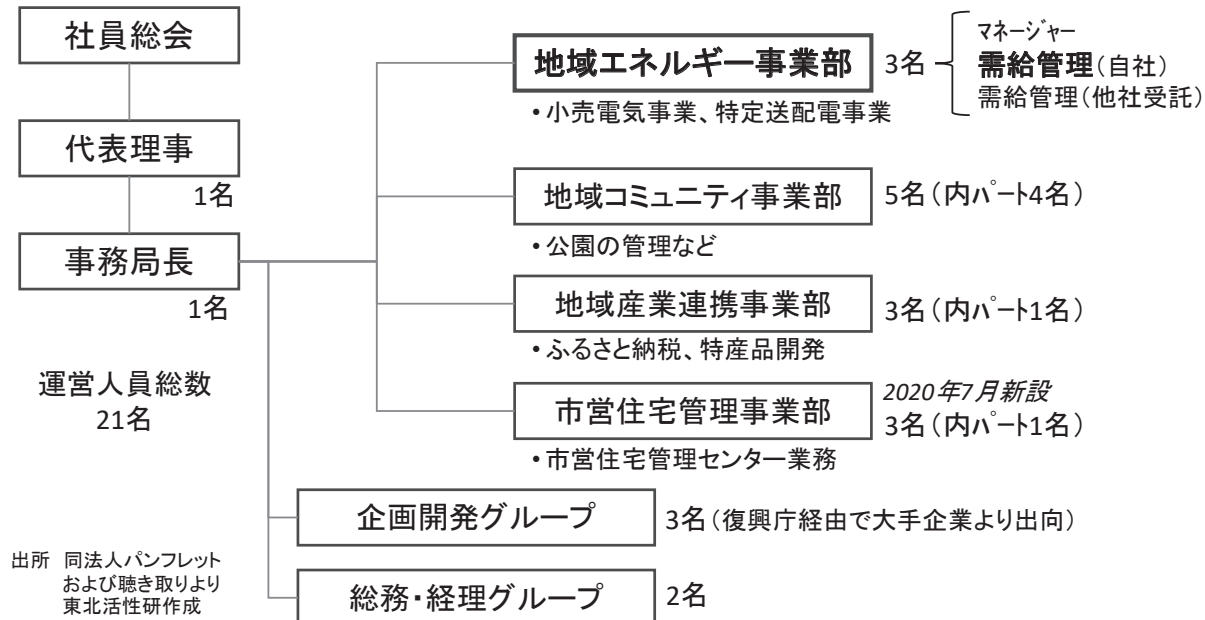
出所 同法人提供情報により東北活性研作成

3.4 HOPE の事業運営体制

図表18はHOPEの事業運営体制(組織図)

である。現在、代表理事以下21名、電力業務を担当する地域エネルギー事業部は3名である。

図表18 事業運営体制

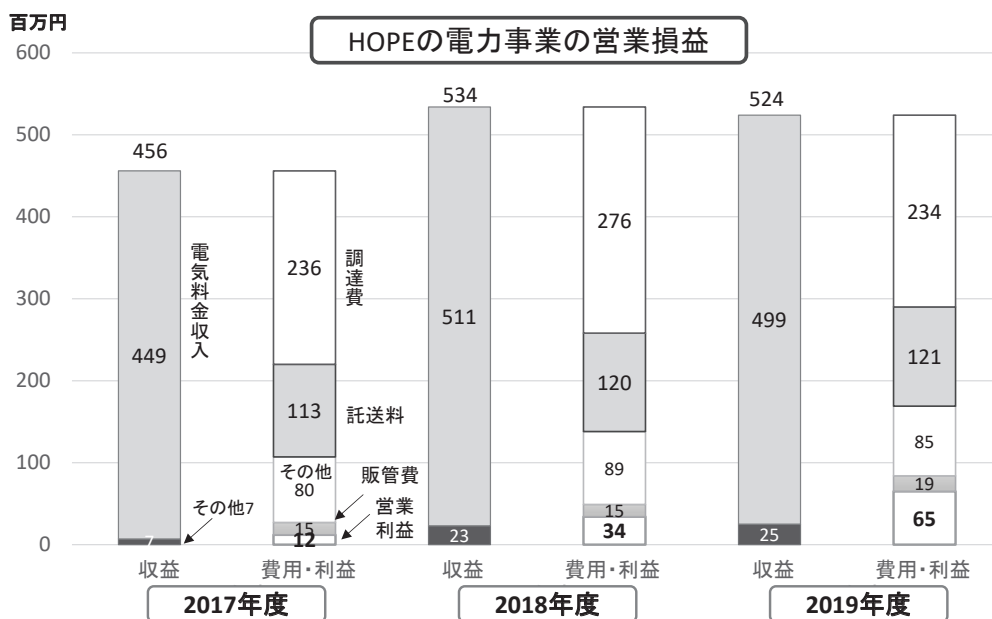


3.5 HOPE の電力事業の収支状況

図表19はHOPEの電力事業の営業損益(過去3年)である。営業増益が続いており順調な経営と言える。ただし、現状、電気の調達が市

場価格(事実上、発電の固定費を反映しない低価格)であるが、数年内に、何らかの固定費負担を求められることになることを想定する必要がある。

図表19 HOPE の電力事業の営業損益



3.6 HOPE の電力事業以外の事業

図表 20 は HOPE の電力事業以外の事業である。東松島市の SDGs 未来都市構想に則り、それぞれの事業は SDGs の 17 の項目との対応関係が明示されている。

地域新電力は電力事業の利益で地域課題解決事業・地域活性化事業をやることが期待されているが、HOPE はそれに応えていると言える。

図表 20 HOPE の電力事業以外の事業

ふるさと納税窓口業務代行業業 東松島市へのふるさと納税を拡大させるため、2015 年より市に代わって窓口業務を行っています。WEB サイトの充実を図り、地域の方々と連携しながら返礼品の企画開発に取り組むことで、2019 年は過去最多となる6 億円以上の寄附金を頂戴することができました。 全国の皆さまから頂戴した寄附金は、東松島市のSDGs未来都市計画を推進させるため、大切に活用させていただきます。	パークゴルフ場運営事業 市民の健康増進とコミュニティ形成に寄与するため、矢本海浜緑地パークゴルフ場の運営を指定管理者制度により行っています。宮城県内でも最大級の広さを誇るコースが特徴で、市内外から多くの利用者が訪れ、市の交流人口拡大にも貢献しています。	生涯現役促進地域連携事業 「人生100 年時代」の到来に向けて、シニア世代のクオリティオブライフを向上させるための仕組みづくりを行っています。市内事業所への就労支援事業のほか、各種セミナー、体験会などを通じて、地域社会へ参加するきっかけづくりを支援しています。
	希望の大麦プロジェクト アサヒグループホールディングスの全面協力の下、市内農業生産法人と協働して、大麦の生産に取り組んでいます。津波で被災した土地の有効活用策として地域に「なりわい」と「にぎわい」を取り戻すため、クラフトビールの企画開発などを進めています。	定住化促進事業 定住人口拡大のため、若い世代が「住みやすい」「定住したい」と思えるまちづくりを目指し、地域のニーズと課題に即した施策を展開しています。定期開催の婚活イベントやセミナーのほか、マッチング事業などを企画しています。

出所 同法人「法人案内」より引用

3.7 HOPE の電力事業関連の今後の展開

HOPE は今後の展開として図表 21 の内容を検討中とのことである。

市の政策を広げていくためには、一般家庭部門への参入が必要となる。しかし、電気単体では難しいので、図表中の付帯サービスなどとセットにするというものである。これは一種の地域課題解決事業でもあるので、地域新電力の一般的コンセプトに沿ったものと言える。

また、一般家庭部門への参入に当たっては、東松島市の地域コミュニティ政策の伝統(前述 2.1)を活かすこと(具体的には自治会等で議論してもらうなど)ができる可能性がある。

図表 21 HOPE の検討中の事業等

検討中の事業等

- 卒FIT※1の買取(既に一部着手済み)
- 一般家庭部門への参入
- 一般家庭部門の付帯事業として
 - ・買い物代行サービス
 - ・独居高齢者の見守り
 - ・地域通貨ポイントの創成
- 非FIT発電所※2の整備 等

※1 卒FITとは、再生可能エネルギーのFIT(固定価格買取制度)の適用期間が切れる電源

※2 非FIT発電所とは、環境価値を訴求できないFITでない、再エネ発電(太陽光など)

出所 同法人聴き取り

4 一般社団法人ローカルグッド創成 支援機構の新電力支援

前述のとおり、HOPE は（一社）ローカルグッド創成支援機構（以下、LGD）の支援を受けた。ここで LGD について紹介する。

図表 22 は LGD の概要である。LGD は地域にとって良いこと（Local Good）をビジネス（継続事業）として実行することを支援する。コンセプトに記載のとおり、対象分野は絞っていないが、現時点で地域新電力の支援実績多数である。

図表 23 は地域新電力支援の説明である。地域新電力の立上げから運営まで継続的な支援となっている。LGD のモットーは、「地域が限られた資源で活動するための『Share』（共同利用）、相互に補完し合う枠組み『Open』（ノウハウ開示）、そして後発を育て連携する仕組み『DIT（Do It Together）』（同法人代表理事挨拶より引用、斜体は東北活性研注）であり、地域新電力支援もこれに基づいて成果をあげている。

図表 22 一般社団法人ローカルグッド創成支援機構の概要

【コンセプト】

地域にとって良いこと Local Good!

当社団法人は、これから地域の再生・活性化を支援する拡大的なローカルプラットフォームとして“地域にとって良いこと Local Good!”の創成に特化した活動を進めます。

地域資源の地産地消に資する地域ビジネス（例えば地域新電力）の立上推進と運営支援を通じ、地域活性化及び地球環境の保全を目的とします。

対象領域はエネルギー、防災、観光、食、学など、地域にとって Good! なテーマであれば、全てとします。

【名称】 一般社団法人 ローカルグッド創成支援機構

【所在地】 東京都港区芝5丁目26-30 専売ビル6階

【設立】 平成26年（2014年）9月3日

【メンバー】

須賀川瓦斯株式会社、荏原環境プラント株式会社、一般社団法人小水力開発支援協会、株式会社中海テレビ放送、鳥取県米子市、一般社団法人東松島みらいとし機構、宮城県東松島市、一般社団法人日本中小企業経営支援専門家協会、一般社団法人食大学、ローカルエナジー株式会社、清水建設株式会社、ローカルでんき株式会社、株式会社まち未来製作所、横浜ウォーター株式会社、株式会社やまがた新電力、一般社団法人三河の山里課題解決ファーム、一般社団法人日本有機資源協会、加賀市総合サービス株式会社、石川県加賀市、秩父新電力株式会社、埼玉県秩父市、スマートエコエナジー株式会社、株式会社アール・エ北陸、葛尾創生電力株式会社

出所 同法人HP (<https://localgood.or.jp/>) 2020年9月15日参照
より東北活性研作成

図表 23 LGD の地域新電力支援

支援内容

2020年7月現在

- ①各種システムをシェア
需給管理、顧客管理、料金計算などを会員で安価にシェア
- ②需給管理の無料トレーニング
初心者でも2週間程度で需給管理の一通りをマスター
- ③自社開発ソリューションを他会員（他地域）にシェア
- ④大型ロットの発電所から電力を共同購入
- ⑤LGマイスターによるノウハウ展開
有能なローカル人材をLGマイスターとして全国の会員に紹介、コンサルティングサービスを提供
- ⑥法務機能
1社では抱えられない強力な専門弁護士をシェア
- ⑦RPA（ロボティックプロセスオートメーション）
大幅な業務効率化を図るRPA活用のノウハウを提供
- ⑧市場分析・最新動向
毎月の卸電力市場価格・インバンス料金の動向分析、電力事業関連の最新トピックを提供
- ⑨他の地域新電力とのネットワーク機能
毎月の会合において、競争力強化や共通課題への対応について意見交換

トレーニング（会員向け）の内容

（実業務開始前の2週間程度、LGDオフィスにて）

- ・需給管理業務の内容説明
 - ・作業フローの説明
 - ・需給管理システムの操作方法の説明
 - ・実作業の練習（日次作業）
- （その後、WEB会議等で）
- ・発受電月報作成（月次作業）
 - ・年次報告業務
 - ・日々の疑問解決
 - ・業務効率化

出所 同法人提供情報（2020年7月28日）より
東北活性研作成

おわりに

HOPE の特徴と成功要因を以下に列挙する。

- ・ 東松島市の地域コミュニティ政策の伝統と環境重視の一貫したまちづくり（環境未来都市、SDGs 未来都市）が土台となっている
- ・ 小売電気事業と特定送配電事業を兼営している
- ・ 再エネの地産地消に努めている（ただし、地元調達率34%）
- ・ 地域付加価値の留保に努めている（設立主体が地元、需給管理内製化）
- ・ 電力事業の収支状況は良好である
- ・ 地域活性化事業も多く手掛けている
- ・ （一社）ローカルグッド創成支援機構の支援を受けている

これまで見たように HOPE は地域新電力のあるべき姿を体現しつつ順調な運営を続けている。しかし、3.5で触れた今後の固定費負担など、電力制度改革（現在進行中）に関わる懸念事項もあることは現実である。また、長期的には地域として家庭用太陽光や電気自動車などをアグリゲートして（束ねて）、VPP（virtual power plant 仮想発電所）や DR（demand response 需要を増減させて供給の過不足を調整）といった新たな価値を創出できる可能性もある。これらについては次の機会に譲りたい。

謝辞

本事例調査では、一般社団法人東松島みらいとし機構（HOPE）、一般社団法人ローカルグッド創成支援機構（LGD）、東北経済産業局、東北電力ネットワーク株式会社の関係者の方々にインタビュー調査や原稿確認などで大変お世話になりました。厚く御礼申し上げます。また、HOPE の代表理事の渥美裕介氏には特に多くのお時間を頂戴しました。ここに記して特別の謝意を表します。

【主要参考・引用文献】

- 稲垣憲治（2020）「自治体新電力の現状と地域付加価値創造分析による内発的発展実証」、京都大学大学院経済学研究科再生可能エネルギー経済学講座ディスカッションペーパー
- 河野博子（2017）『里地里山エネルギー 自立分散への挑戦』、中公新書ラクレ
- 東北経済産業局（委託先 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社）（2020）『東北地域における地域新電力の競争環境に関する調査 業務報告書』、同局ホームページ
- 一般社団法人東松島みらいとし機構（2019）「法人案内」
- 諸富徹（2019）『入門 地域付加価値創造分析 再生可能エネルギーが促す地域経済循環』、日本評論社

『危機を乗り越えて社会に貢献する』

東京海上日動火災保険株式会社

理事仙台支店長 井澤 徹 氏



◆創業と東北との縁

東京海上日動火災保険株式会社の井澤でございます。皆様には、日頃より弊社事業にご理解とご支援を賜りまして誠にありがとうございます。

このたび、この「会員企業だより」に寄稿する折角の機会をいただきましたので、まず、弊社の創業と東北とのご縁についてご紹介させていただきます。

明治維新が成し遂げられた瞬間を、パリの地で迎えた男がいました。彼の名は渋沢栄一、後の東京海上設立を先導することとなる人物、そして来年の大河ドラマの主人公であり、2024年には新一万円紙幣の図柄ともなります。

徳川慶喜に仕える幕臣であった渋沢は当時、訪欧使節団の一員としてフランスに渡航していましたが、維新後すぐに日本へと帰国、居住地を静岡に移していた慶喜と再会しました。その後、自身も静岡に居を構え、商事会社を設立するも、その才能を見逃さない新政府は、大蔵省に入省するよう渋沢を説得。渋沢はこれに応じ、長らく仕えた慶喜の元を離れる決心をします。

しかし、渋沢が持つ真の才能が開花したのはその数年後、大蔵省を33歳で辞し、実業家としての新たな一步を踏み出した時からでした。

1875年、渋沢は第一国立銀行の頭取に就任。そこから、明治初期～中期にかけて発足した多種多様な企業に携わる活躍を見せました。1870年代後半、日本をにぎわしていた新しい

事業の一つは、鉄道建設でした。1872年に誕生した新橋～横浜を走る官営鉄道に続き、東京～青森を結ぶという計画が進んでおり、渋沢もその中心人物でした。しかし、鉄道国有化の話が進み、計画は頓挫。華族の重鎮たちから集めた資本金は、抛り所を失いかけていました。

渋沢が代替案として海上保険会社の設立を推したのは、その時でした。当時、保険と言う概念はまだ周知されていませんでしたが、「国家的事業に投資しよう」という渋沢の説得により、華族の合意を得ることに成功します。

時の運も渋沢に味方しました。当時、郵便汽船三菱会社の経営にあっていた岩崎弥太郎が出資を決定したため、新保険会社に対する世間の信用度は急上昇、他の有力な企業や商人たちから多くの資本が集まりました。

こうして1879年、日本初の損害保険会社「東京海上保険会社」が誕生しました。翌1880年にはロンドン、パリ、ニューヨークで営業を開始し、日本が近代化を目指す上で欠かせない、貿易の積荷を海難事故から守る海上保険会社として発足したわけですが、その資本金の抛り所は、実は東京～青森を結ぶ今の東北本線建設資金であったのです。



渋沢栄一

◆東日本大震災

こうして東京海上グループは今年で創業141年目を迎えましたが、100年以上の歴史がある企業というのは、今日までに例外なく多くの危機や多難の時代ないし大変革期を乗り越えてきています。2011年3月の東日本大震災は、弊社にとってまさにも未曾有の危機でした。

地震発生から47分後、弊社は東京の本店や各被災地に災害対策本部を設置し、被害に遭われたお客様や現地の代理店の皆さん、社員の安否確認を開始しました。また、多くの救援物資も全国の支店から被災地に送られ、最終的には4トントラック延べ23台分の物資が届けられました。

そして、地震保険などの保険金を一日でも早くお届けできるよう、2か月で損害確認の立会いに目途をつけることが決まり、全国から延べ9千人を超える応援社員が現地入りしました。まさに総力を挙げての体制で、2か月で10万件の保険金をお客様にお届けすることができました。尚、昨今では、人工衛星画像を活用した浸水エリアの特定などにより、より早く保険金をお届けできる仕組みを構築しております。

来年3月、発災から満10年を迎えますが、まだ決して終わりではありません。今も苦しんでおられる方々が数多くいらっしゃいます。「被災地のために何ができるか」という想いを社員一人ひとりが絶えず持ち続けながら、支援活動をこれからも続けていく所存です。

◆新型コロナウイルスに立ち向かう

主要国の経済はリーマン危機を上回る落ち込みとなり、コロナ禍の傷の深さが日々鮮明になっています。新型コロナウイルスとの戦いは、まだ道半ばですし、世界はこれまでにない不透明感の中に包まれており、経済アナリストの予

想は兎も角、今後一層厳しさを増すと考えておいた方が良いでしょう。

しかし、危機は、危険でもあり機会でもあるとも申します。大切なことは、この苦しい時に何をすべきか、何をしておくべきか、ということなのでしょう。

新型コロナウイルスの感染拡大により、損害保険業界においても、非対面での保険のご説明・ご提案やご契約申し込み手続きを希望されるお客様ニーズへの対応が求められています。

そこで、弊社では、Web会議アプリを活用してご提案・ご説明をした後に、お客様にQRコードやメールにて申し込み手続きが完了できるURLのご案内を行い、お客様はスマホ等からアクセスすることで、ご契約の申し込み手続きまでのすべてをオンライン上で行うことができ、シームレス・ペーパーレスで快適にご契約の手続きを完結できる「オンライン商談手続き」を12月から導入することとしました。お客様のご意向に沿ったご提案や、安心・安全につながる効果的なアドバイスをご提供できるよう、AIなどの新しいテクノロジーを組み合わせることも検討しております。

こうした大きな変化の時代にこそ、「世のため人のためにお役に立つ」という創業の精神、事業の目的をなんどきも決して見失わず、相次ぐ自然災害への対応をはじめ、お客様、地域社会の“いざ”をお守りする所存です。



令和2年度 第3回理事会 開催

令和2年8月26日(水)、理事10名(定員13名)・監事2名が出席し、令和2年度第3回理事会を仙台市内で開催しました。

当日は、「令和2年度事業経過報告」・「令和2年度参与会の開催」・「参与の交代」等について事務局より報告し、意見交換を行いました。



(今後の主な予定)

令和2年10月30日(金)	令和2年度 参与会	仙台市
令和2年12月 4日(金)	令和2年度 第4回理事会	仙台市
令和3年 3月 4日(木)	令和2年度 第5回理事会	仙台市

※当センターのホームページでも情報は随時更新しております。

「東北活性研メールマガジン」創刊のお知らせ

このたびメールマガジンを創刊いたしました。(創刊号2020年9月15日)

メールアドレスのご登録によりご購入いただけましたら幸いです。

ご登録は以下のフォームよりお願いいたします。

活性研 HP、または QR コードからの登録も可能です。

<https://m.bmb.jp/bm/p/f/tf.php?id=kasseiken&task=regist>



東北活性研

発行月：令和2年10月

発行人：齋藤 幹治

発行所：公益財団法人 東北活性化研究センター

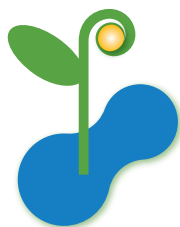
住 所：〒980-0021

仙台市青葉区中央2丁目9番10号(セントレ東北9階)

発行所：022－225－1426

F A X：022－225－0082

U R L：<https://www.kasseiken.jp>



公益財団法人 東北活性化研究センター

〒980-0021 仙台市青葉区中央2丁目9番10号(セントレ東北9階)
Tel.022-225-1426(代) Fax.022-225-0082
ホームページ <https://www.kasseiken.jp>

