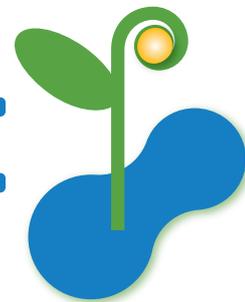


知をつなぎ、地を活かす

# 東北活性化研



特集 女性の定着に関する意識調査と提言(シリーズ2回目)



Vol.43  
2021 春季号

公益財団法人 東北活性化研究センター

# 目次

## Contents

### 巻頭言

- ◆隣の笑顔を東北の力に ..... 2  
浜 知美 ariTV 株式会社(アリエィーヴィー) 取締役副社長

### 特集

- ◆女性の定着に関する意識調査と提言(シリーズ2回目)  
調査報告 加速化する地方の人口減少・少子高齢化に歯止めをかける(その2) ..... 4  
～若い世代から積極的に選ばれる東北の実現に向けて～  
橋本 有子 地域・産業振興部 主任

### 活動紹介

- ◆2020年度東北圏社会経済白書 ..... 18  
◆東北における女性活躍推進の実態と働く女性の意識調査 ..... 32  
—東北圏・首都圏で働く20-40代男女5000人アンケート—  
◆キラ☆企業と若者の交流イベント ..... 42  
第2回「東北・新潟Meetup! オンラインイベント」実施報告  
◆令和2年度「事業報告会」開催報告 ..... 46

### 調査ノート

- ◆地域新電力「株式会社三河の山里コミュニティパワー」(通称 MY パワー)の事例 ..... 48  
宮曾根 隆 部長(特命担当)

### 会員企業だより

- ◆「真に豊かで持続可能な社会の実現を目指して」 ..... 58  
大重 誠四郎 古河電気工業株式会社 東北支社長

### 事務局より

- ◆令和2年度 第5回理事会 開催 ..... 60  
◆今後の主な予定 ..... 62

## 隣の笑顔を東北の力に

ariTV 株式会社 (アリエティーヴィー) 取締役副社長 浜 知美



まず、このような素晴らしい機会をいただきありがとうございます。私は10年ほど前まで地元のテレビ局でアナウンサーをしており、東北各地取材し、言葉と映像で、地域の魅力を伝えていました。震災後は、風評被害が大きくなってしまった東北をどうにかしたくて、本当の魅力を世界に発信しようとインターネットの世界に足を踏み入れ、仲間と映像などを使い世界に東北をプロモーションする会社を立ち上げ、今に至っています。東北活性化研究センターでは、評議員をさせていただいております。

現在は、多国籍スタッフと共に各地取材しながら、国内、そしてコロナ後に向けた観光プロモーション、また、こちらに住む外国人がより暮らしやすいように環境を整えたり、就職のお手伝いをしたりと、インターネットテレビ局でありながら、やっていることは多種多様、社会課題があり自分たちが求められれば実行する、いわゆるソーシャルビジネスを、形を変えていきながらやってきました。

その一つが、東北大学などに留学してきた、いわゆる高度人材の地元定着化です。実は、宮城、東北に残り就職する人はとても少なく、宮城ではそんな人材を受け入れる会社が数社しか

ないことを皆さんはご存知でしょうか。弊社は何年か東北大学などと連携し、地元定着のお手伝いをさせてもらっていますが、受け入れ企業は少しずつは増えてはきたものの、「うちにはまだ早い」「どう対応していいかわからない」というところがほとんどです。

本格的に自分たちが役に立てないかと思いはじめたのは、宮城が大好きで日本語が堪能な東北大学の留学生が、就職先がないと泣く泣く母国に帰ったことがきっかけでした。宮城に定着しない原因は様々ありますが、留学生が地元企業を知らない、彼らが求めるグローバル化に対応した企業が少ない、大学で学んだ専門性を生かせる会社がないということも原因です。

そもそも終身雇用の日本企業に、キャリアアップで会社を変えていく他国の働き方が合わないこともあります。それでも、今留学生を採用している地元企業は、中小零細企業でもその人材が持つ能力を最大限活かして、どうにか自分たちも世界に出ようとしています。

弊社も震災後すぐから外国人の採用をはじめ、今は正社員で東北大学博士課程を修了したインドネシア人など2人、台湾や中国、タイ、韓国出身などのアルバイトが在籍しています。

私たちも最初から外国人と働くことがうまくいったわけではなく、日本人的な根性論を持ち、曖昧に言うことが他人への気遣いと信じて過ごしてきた私は、自由ではっきりと主張する他国の文化に慣れることができず、たくさんぶつかり涙してきました。

例えば、普段あまり話しをしていなかった日本語が不得意なスタッフに激を飛ばしたら次の日に辞めてしまった、待遇の交渉もあまりにもはっきり言ってくるので、言葉がでないこともありました。でも、これは、みんなが教えてくれた世界の常識です。今では本当に感謝しています。

今いる社員はムスリムですので、このコラムが出る頃にはラマダン、断食の時期に入っています。ラマダンの朝は早く、夕方みんなで食事をする習慣があるので、働く時間を変えます。また、普段から、簡易的なお祈り室を設けていて、就業中にお祈りもします。金曜日は会社をぬけて、モスクに行っています。

メイド文化のある国で掃除を強要するべきではない、服装は決めない、国へ帰れるよう長期休暇を設ける…。じっくり対話をすることで様々なことを学び、形をかえながら会社のスタイルも変えていきました。また、お互いが理解し、ミスマッチが起こらないよう、学生時代からアルバイトをしてもらい、お互いが納得した上で正式に入社するということが実践しています。

これからの地域の活性化には、外からの知恵ももらいながら、交流人口を増やすことが必要不可欠だと考えます。世界大学ランキング日本版で一位に選ばれた大学がすぐそこにあるの

に、その力を借りないなんて本当に勿体無いです。

そんな偉そうなことを言いながら、弊社の成長スピードは本当にゆっくりです…。しかもコロナ禍ですから、踏ん張り時です。私自身もまだまだ成長段階で、皆が満足する会社が作れているか日々考えている状況です。少しでも様々な文化、人に寄り添えるよう、努力をする日々です。

本当に「コツコツ」がぴったりの会社で10年、色々な国との絆を作っていました。いままで働いてくれたみんなの力で、東北の魅力を世界に発信していたら、今年は宮城県の4言語の観光SNSを担当させていただくことになりました。また、世界が私たちの存在に気づいてくれて、これまでとは逆のプロモーション、韓国の魅力を日本に発信するキャンペーンを韓国仙台領事館と一緒にさせていただけることになりました。

インバウンドは一度ストップしてしまいましたが、隣にいる人を笑顔にしていれば、きっと一緒に地域を作ってくれる。そしてそれは世界平和にもつながっていく。そう信じて、コロナ禍もみんなで戦っていきます。



## 調査報告

## 加速化する地方の人口減少・少子高齢化に歯止めをかける(その2) ～若い世代から積極的に選ばれる東北の実現に向けて～

地域・産業振興部 主任 橋本 有子

### はじめに

人口減少・少子高齢化が進む東北圏(東北6県および新潟県)は、女性人口の域外流出の面でも最も深刻な地域となっており、若い女性の定着・還流対策が課題となっている。

これまで東北圏各地では、人口減少・少子化問題に対し様々な施策に取り組んできたが、若い女性が東京など域外に流出する問題を放置している、真の地方創生実現は困難と考えられる。

そこで、本調査では東京圏に転出を希望している、または転出した若い女性の意識・考え方について情報収集・分析を行い、その傾向を探ることによって、従来の地方創生施策のあり方を見直す契機とするとともに、東北圏から若い女性が域外に流出する問題に対する示唆を得ることを目的に、アンケート調査とインタビュー調査を行った。

前号(Vol.42:2021新春号特集:その1)では、主に、東北圏出身で東京圏に転出を希望している、または転出した18歳～29歳の女性2300人を対象に行ったアンケート調査結果についてお伝えしたが、アンケートによる定量調査では、複数回答の設問を集計した際、回答結果全体の傾向は伺えたとしても、その結果自体が優先順位を表しているわけではないことに注意しな

ければならない。

そこで、回答者が複数回答の中で何を最も優先しているのかを確認する必要があることから、アンケート回答者の中から8名を対象に、個別にインタビューを行った。

今号では、前号でお伝えしたアンケート調査結果を基に、インタビュー調査結果と調査結果からみえた課題、そして、有識者により組織した「人口の社会減と女性の定着に関する意識調査検討委員会」で取りまとめた提言について紹介する。

## 1 インタビュー調査概要

### 1.1 目的

- ・アンケート調査に回答した東北圏出身の若い女性に直接話を聞き、自身の体験を基にした率直な意見を伺うことで、定量調査だけではみえない意識や考え方への理解を深める。
- ・当事者である若い女性に直接東北圏の課題や問題点を問うことで、今後の施策の一助とする。
- ・定量調査で特色のある傾向がみられた回答結果において、回答理由や回答傾向に対する意見を伺うことで、定量調査の分析に際する補足の示唆を得る。

## 1.2 対象者

(共通条件)

- ・ 定量調査アンケート回答者
- ・ 東北圏出身で、東京圏に転出した方
- ・ 現在東京都在住

(割付)

- ・ 会社員(正社員):6名
- ・ 大学生:2名

※アンケート回答者の構成比率が高い順番

## 1.3 手法・時間

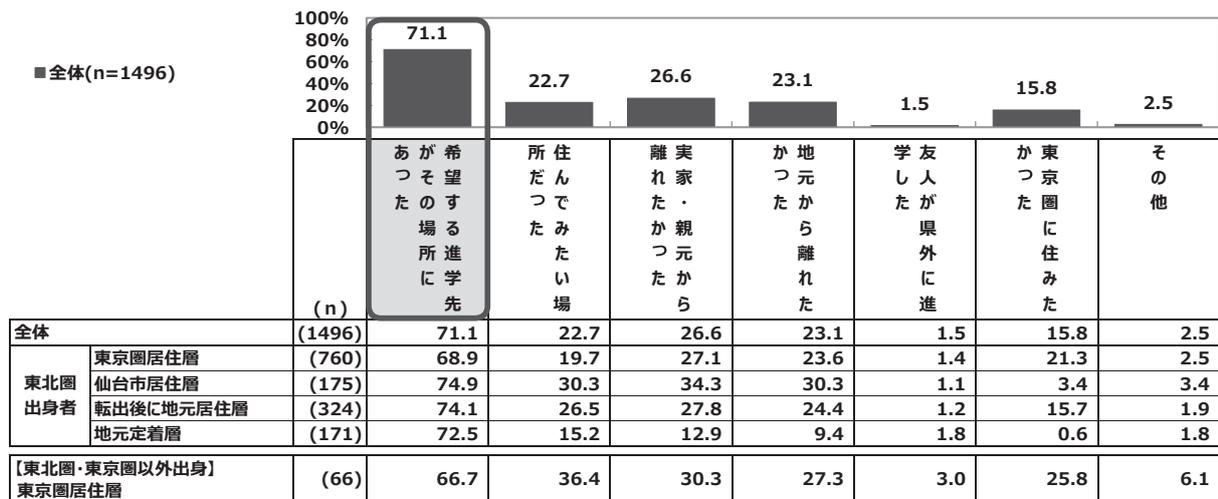
- ・ オンラインによる個別インタビュー
- ・ 1人あたり40分

## 2 若い女性が東京圏を選ぶ理由

### 2.1 高校進学後に東京圏に進学した理由は、「希望する進学先がその場所にあった」が7割超で圧倒的

アンケート調査の結果、高校卒業後に東京圏に進学した理由として7割が「希望する進学先がその場所にあった」と回答している(図1)。

図1 高校卒業後に東京圏に進学した理由



### 【インタビュー調査結果】

- 学力レベルの高い大学へ進学した
- 自分の学力に合う短期大学に進学した

学力レベルの高い大学を目指して上京する人がいる一方で、やりたい仕事を叶えるため、地元の学部が難解すぎたので、受かりやすい東京圏の進学先を選んだという回答もあった。

このように、志望学部のジャンルだけではなく、自身の学力と兼ね合う必要もあることから、学校

や学部の選択肢が多く、学力レベルの高低も選べる東京圏の進学先に行きつくケースもある。

### 2.2 東京圏に進学した学生の半数超は地元に戻るつもりなし

アンケート調査の結果、高校卒業後に東京圏に進学した時点で、半数は「地元に戻る気はなかった」と回答している(図2)。

図2 東京圏に進学した際のUターン意向

		(n)	地元に戻るつもりだった	地元に戻る気はなかった	特に考えていなかった	(%)
全体		(1496)	24.5	46.0	29.5	
東北圏出身者	東京圏居住層	(760)	18.3	54.5	27.2	
	仙台市居住層	(175)	26.3	47.4	26.3	
	転出後に地元居住層	(324)	30.9	34.0	35.2	
	地元定着層	(171)	39.8	28.1	32.2	
【東北圏・東京圏以外出身】 東京圏居住層		(66)	19.7	50.0	30.3	

\*2.0%未満は値表示なし

【インタビュー調査結果】

「地元に戻る気はなかった」回答者

○進学時点で、東京で就職するつもりで上京した

「特に考えていなかった」回答者

○やりたい仕事を選んだ結果、東京にある就職先に絞り込まれた

「地元に戻るつもりだった」回答者

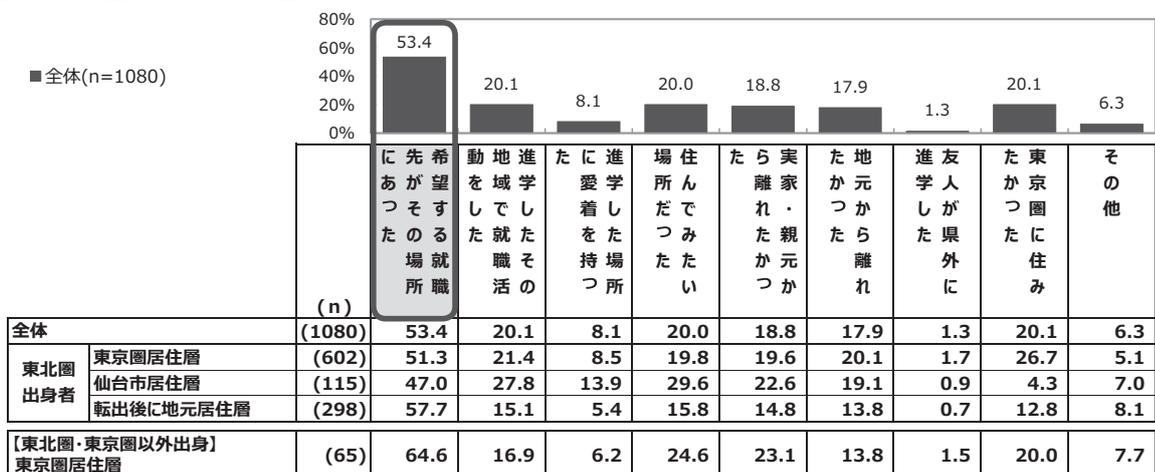
○資格を必要とする専門職の資格をとっても、地元で新卒の求人が少ないため、東京に残った  
進学時点で地元に戻る気がない人の多くは、

卒業後を見据えて進学時から地元を出ている傾向がある。一方、進学当初は地元に戻る意向であったとしても、就職の関係から東京に残ることを選択しているケースがあることが確認された。地元に戻る人が少ない背景には、労働市場の問題があることが伺える。

2.3 東京圏に就職した理由は「希望する就職先があった」が半数超で他より圧倒的

アンケート調査の結果、「希望する就職先がその場所にあった」との回答が半数を超えた(図3)。

図3 東京圏に就職した理由



【インタビュー調査結果】

- 資格を必要とする専門職でも、特定の勤務先（特に子どもに関わる仕事）を新卒から求めると、地元では求人数が少なかった
  - 営業職を希望して地元でも就職活動を行ったが、地元には女性での募集がなく東京で就職した
- 子どもに関わる仕事として、保育園での栄養士や養護教諭などを希望していたが、そもそも地元では子どもの人数が少ないために保育園や学校の施設数が少なく、新卒の求人が殆ど無かった。一方、子どもの数が多い東京圏では、保育園や学校の数が多く、求人数も多いため、

結果的に東京圏で就職したとの回答があった。

また、もともと地元での就業を希望し、実際に地元で就職活動を行ったが、自分が希望する職種では女性の採用枠が地元になかったため、東京圏で就職をしたとの回答もあった。

2.4 東京圏を選ぶ理由は、「夢や、やりたい仕事の実現機会が数多くある」から

アンケート調査での複数回答の結果、「東京の生活に憧れがある」「文化・娯楽などの刺激が多くある」「自分の夢や、やりたいことを実現できそう」との回答数が多かった（図4）。

図4 東京圏を選ぶ理由

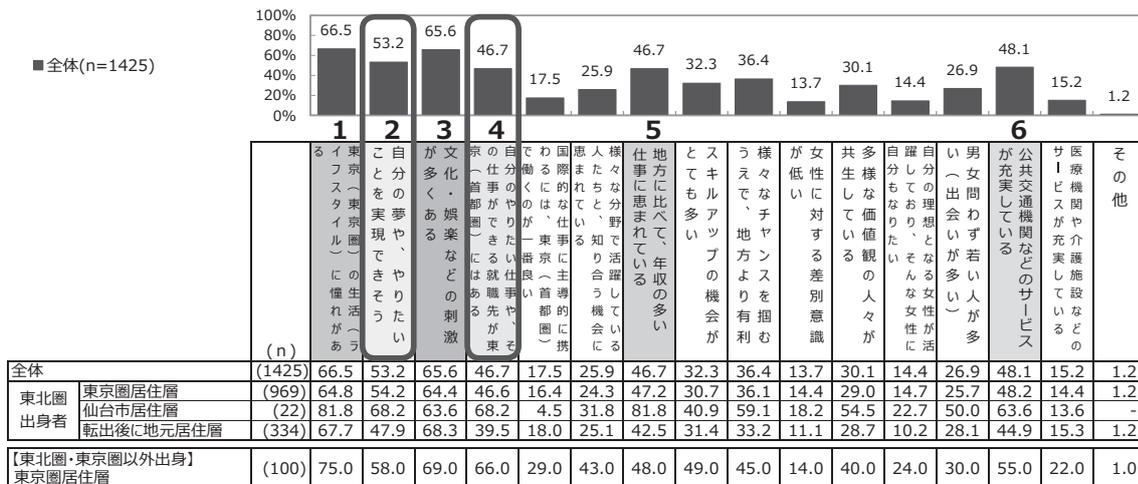


図5 インタビュー調査での順位付け

	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8
共感性1	6	1	4	1	2	4	2	2
共感性2	4		2	3	4	2	1	4
共感性3	3		6	2	3	5	3	5

○インタビュー対象者（#1～#8）に優先度（共感性）の高い順に順位付けをしていただいた。

例) #6の方は東京圏を選ぶ際の1番の理由を上記図4の「4. 自分のやりたい仕事や、その仕事ができる就職先が東京（東京圏）にはある」と回答。2番目の理由を図4の「2. 自分の夢や、やりたいことを実現できそう」と回答した。

※以下、図7・図11・図13も同様

【インタビュー調査結果】

定量アンケートの票数に比べ、インタビュー調査では「自分の夢や、やりたいことを実現で

きそう」「自分のやりたい仕事や、その仕事ができる就職先が東京にはある」が上位に出る傾向が確認された（図5）。

「夢や、やりたい仕事の実現機会が数多くある」ことが、東京圏を選ぶ最大の理由ということが分かった。

「やりたい仕事、やりがいのある仕事が見つからない」「東京(東京圏)と比べて年収が少ない」「若者が楽しめる場所や施設が少ない」「刺激が少ないなど、地方の生活は退屈な印象がある」「公共交通機関などのサービスが劣る」等の回答数が多かった(図6)。

## 2.5 地方から転出する理由は一見様々あるように見えるが、1番の理由は「やりたい仕事・やりがいのある仕事がない」

アンケート調査での複数回答の結果、「やり

図6 地方から転出する理由

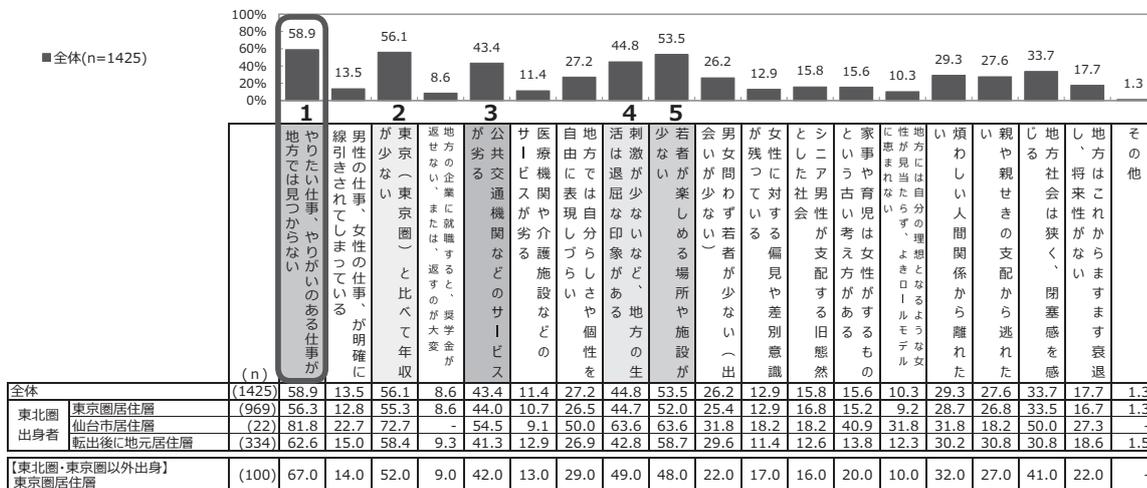


図7 インタビュー調査での順位付け

	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8
共感度1	1	2	1	5	1	1	1	1
共感度2	2	4	3	4	2	2	4	5
共感度3		5	2	1		3	5	2

### 【インタビュー調査結果】

定量アンケートの調査結果では、地方から転出する理由は一見様々あるようにみえたが、インタビュー調査の結果、1番の理由は「やりたい仕事、やりがいのある仕事が見つからない」ことであることが確認された(図7)。

### 3 若い女性の満足度

#### 3.1 東京圏居住層の7割は今の暮らしに満足

アンケート調査では、いずれの層でも概ね

「非常に満足している」「まあ満足している」と回答しており、特に首都圏居住層の7割が満足していると回答している。(図8)

図8 今の暮らしの満足度

		(n)	非常に満足している	まあ満足している	どちらともいえない	あまり満足していない	全く満足していない	(%)
全体		(2300)	11.5	53.3		18.7	12.1	4.4
東北圏 出身者	東京圏居住層	(969)	11.8	56.9		18.0	10.6	2.8
	仙台市居住層	(203)	12.8	53.7		15.3	16.3	
	転出後に地元居住層	(424)	9.0	52.1		19.6	12.7	6.6
	地元定着層	(604)	12.7	47.0		20.7	12.9	6.6
【東北圏・東京圏以外出身】 東京圏居住層		(100)	9.0	60.0		17.0	11.0	3.0

\*2.0%未満は値表示なし

#### 3.2 今の暮らしを変える場合、東京圏居住層の多くがイメージする転居先は東京圏

アンケート調査の結果、東京圏居住層の多く

がイメージする転居先は、東京圏であると回答している(図9)。

図9 今の暮らしを変える場合イメージする転居先

		(n)	宮城県仙台市	仙台市以外の東北6県	新潟県	東京圏(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県)	その他	(%)
全体		(997)	21.6	15.2	6.2	49.3	7.6	
東北圏 出身者	東京圏居住層	(411)	7.5	10.9	4.9	70.3	6.3	
	仙台市居住層	(79)		43.0		21.5	26.6	7.6
	転出後に地元居住層	(221)	19.5	19.0	11.8	41.6	8.1	
	地元定着層	(242)		44.2		19.8	6.2	25.2
【東北圏・東京圏以外出身】 東京圏居住層		(44)		65.9			34.1	

\*2.0%未満は値表示なし

【インタビュー調査結果】

○現在の住まいはユニットバスなので、それぞ

れ独立させたい

○社員寮から出たい

転居意向がある人の理由は、現在の住まいの不満な点として、「ユニットバス」を独立させたいなど、ささやかな広さの改善をイメージしている場合が多く、住まいの広さを優先するために地方へ戻りたいとまでは考えていないことが分かった。

また、地方は“車社会”なので、生活するうえで自家用車の所有が必須となる。そのための維持費が余計にかかることから、それならば、家賃が多少高くとも、収入も高く維持できて、やりたい仕事に就ける東京圏での生活の方が好ましいとの回答もあった。

## 4 若い女性が求めていること

### 4.1 地方に求めているものは「多様な雇用先・職場を多く創出すること」

アンケート調査での複数回答の結果、「若い女性たちが正社員として長く働き続けられる企業を増やす」「女性にとって多様な雇用先・職場を多く創出する」「公共交通機関などのサービスを充実させる」「地方の閉塞感や退屈なイメージを払拭するような取組みをする」などの回答数が多かった(図10)。

図10 地方へ求めているもの

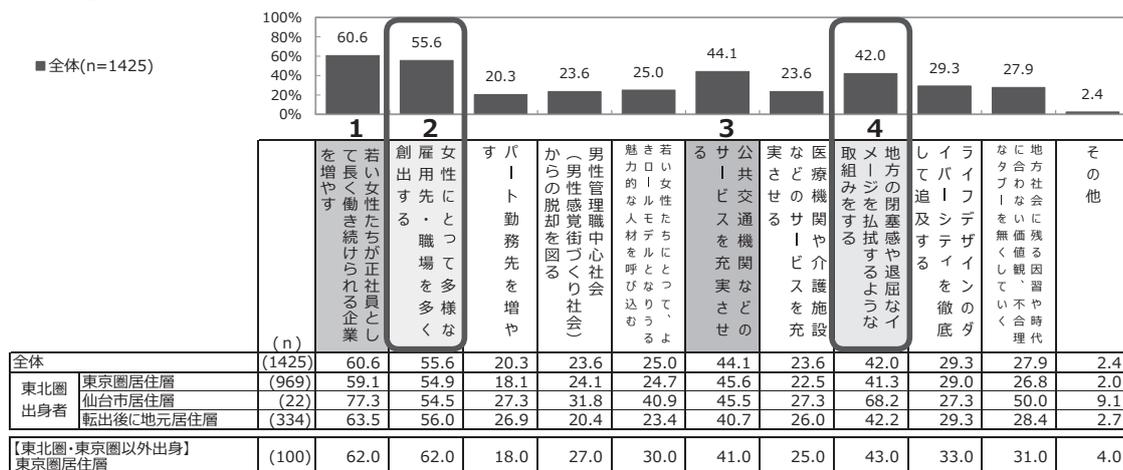


図11 インタビュー調査での順位付け

	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8
優先1	4	2	2	4	2	2	2	2
優先2	2	4	1	2	4	1	1	4
優先3		3	3	3	1		4	3

【インタビュー調査結果】

○営業職を希望していたが、地方では事務や販売の仕事しかなかった

インタビュー調査の結果、最も地方へ求めていることは「多様な雇用先・職場を、多く創出すること」であることが確認された(図11)。

営業の仕事を探して地元でも就職活動を行ったが、事務や販売の仕事しか地元にはなく、地元での就職を断念したというケースもあった。

このような回答からも分かるように、若い女性の多くは、ただ長く働き続けられることよりも、やりがいのある仕事に就くことの方を重要視している傾向が伺える。

また、地方での就職活動中に、女性がお茶汲

みをするのは当然だという企業もあったとの声も聞かれ、このような体験から、「地方の閉塞感」と女性の雇用が多様ではないことを関連付けてイメージする様子も伺えた。

4.2 地方に居住する1番の条件は「多様な雇用先・職場がたくさんある」こと

アンケート調査での複数回答の結果、「出産・育児のしやすさ、支援する体制を用意する」「若い女性たちが正社員として、長く働き続けられる企業を増やす」「女性にとって、多様な雇用先、職場を多く創出する」「地方に足りていない要素(文化・娯楽など)を高め、ワクワク感を演出する」などの回答数が多かった(図12)。

図12 地方に居住する条件

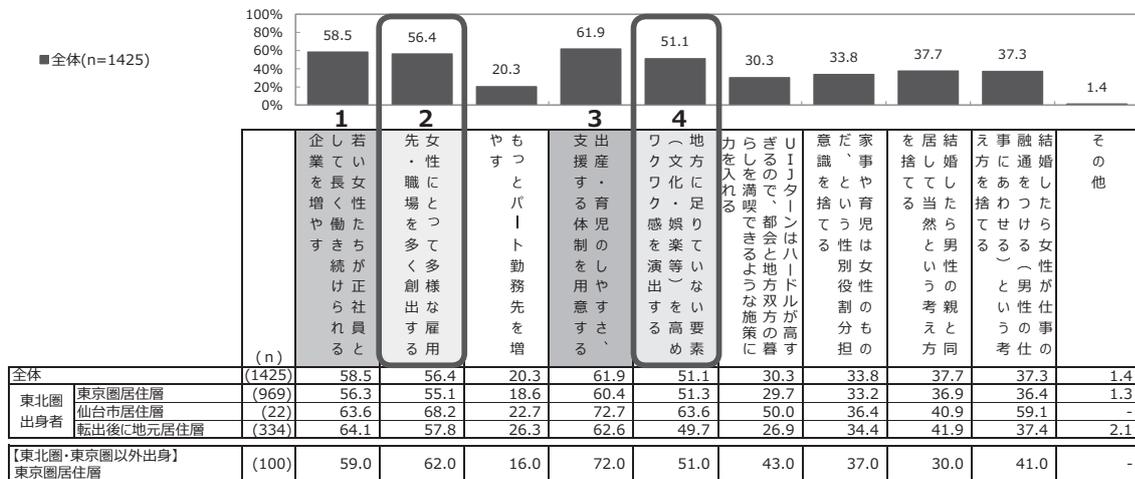


図13 インタビュー調査での順位付け

	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8
優先1	2	2	4	2	3	2	1	2
優先2	1	4	1	4	2	1	2	4
優先3	3	1	3	1	1		3	3

## 【インタビュー調査結果】

地方へ求めているものと同様に、地方で居住する際に最も望んでいる条件は「多様な雇用先、職場を多く創出する」ことであり、「やりたいと思える仕事があること」が重要であることが確認された（図13）。

「出産・育児のしやすさ、支援する体制を用意する」の項目については、

- 地元の女友達は、出産や育児をきっかけに会社を辞めている人が多い
- 共働きであっても、地方での所得水準で育児をすることや、地方での育児休暇取得の厳しさを伝え聞いている

との声もインタビュー調査で聞かれた。

## 4.3 結婚も出産も望んでいる若い女性のライフデザインに対応する環境の整備を

アンケート調査では、いずれの居住層でも「30～34歳」までに不妊治療を行いたいとの回答が半数を占めており、若い女性の多くはライフデザインをスピード感をもって捉えていることが伺えた。

結婚も出産も早い方が望ましいと考えている若い女性が望む年齢（早い段階）で、安心して結婚や出産ができる労働環境を整備することが重要であると考えられる（図14）。

図14 不妊治療を考える年齢

		(n)	20～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45～49歳	50歳以上	(%)
全体		(1036)	19.7			48.8		27.5		
東北圏 出身者	東京圏居住層	(457)	19.5			49.0		27.8		
	仙台市居住層	(101)	22.8			51.5		21.8		
	転出後に地元居住層	(173)	17.9			46.2		34.1		
	地元定着層	(249)	3.6	22.1		48.6		23.7		
【東北圏・東京圏以外出身】 東京圏居住層		(56)	10.7			51.8		32.1	3.6	

\*2.0%未満は値表示なし

## 5 若い世代から選ばれる

### 地域になるために

#### 5.1 検討委員会のご紹介

本調査を進めるにあたり、株式会社ニッセイ基礎研究所 人口動態シニアリサーチャーの天野馨南子氏に委員長に就任いただき、有識者に

よる検討委員会を組織し、調査結果を踏まえた示唆・提言についてご意見をいただいた。

検討委員会構成メンバーは以下のとおりである。（敬称略）

#### 委員長

天野 馨南子(株式会社ニッセイ基礎研究所 生活研究部 人口動態シニアリサーチャー)

#### 委員

内田 直仁(宮城大学 事業構想学群事業プランニング学類 大学院事業構想研究科 教授)

熊本 均(株式会社フィデア情報総研 執行役員 上席理事)

今野 彩子(株式会社ユーメディア 取締役 経営企画・ワークイノベーション・ブランド推進室)

新居 日南恵(株式会社 manma 代表取締役社長)

#### オブザーバー

小池 司朗(国立社会保障・人口問題研究所 人口構造研究部 部長)

小林 正明(一般社団法人東北経済連合会 専務理事)

当委員会では、深刻な人口減少問題に直面する東北圏において、地方創生施策を推進するに際し、本調査から得られた示唆を積極的に活用する意義を強調してきた。

東北圏に限らず、多くの地方圏では深刻な人口減少問題を抱えており、これまで様々な対策が進められてきたが、地方圏における若い女性たちに着目した対策が少なく、また、転出する女性たちの意識や考え方に着目した調査もほとんど行われてこなかったからである。

このことから、本調査結果を踏まえた提言を取りまとめるにあたり次の基本方針を打ち出した。

## 5.2 提言に向けた基本方針

「若い世代から積極的に選ばれる地域づくりを進める」。

地方圏では若い世代が域外に「出ていかないように」するような視点で対策を考えていないだろうか。また、地元から「出て行った人を呼び戻す」ことだけに一生懸命になっていないだろうか。こうした施策ではなかなか東京圏への人口流出に歯止めがかからない。

「出ていかないで」ではなく、「戻っておいで」だけでもなく、地縁のない若い世代をも惹きつける地域になるための戦略に転換しなければならないのである。

## 5.3 2つの提言ポイント

そこで、若い世代から積極的に選ばれる地域になるために、提言のポイントとなる2つの柱を掲げた。

- (1) 多様性と経済的自立可能エリアを実現し若い世代の選択肢を増やす
- (2) 東北圏をデュアルライフに適した地域へ

それぞれの提言ポイントごとに調査結果からみえた課題と課題解決の方向性を解説し、提言の具体策を示していく。

## 6 多様性と経済的自立可能エリアを実現し若い世代の選択肢を増やす

### 6.1 本調査からみえた課題

- (1) 若い女性が地方から転出する1番の理由は「やりたい仕事・やりがいのある仕事がない」こと。

(2) 地方に求めているもの、地方に居住する1番の条件も「多様な雇用先・職場を多く創出する」こと。

(3) 若い女性の多くが感じている「地方の閉塞感」には、多様性がないことによるもの。

若い女性にとって“仕事”を選択する際に、東京圏には多様な選択肢があることが大きな魅力となっており、また、現在の東京圏での生活にも満足していることが分かった。

このことから、若い世代が求める多様性を実現し、若い世代から積極的に選ばれるような地域づくりを進めなければならないのである。

## 6.2 課題解決の方向性

(1) 若い世代が希望する多様な就業機会を提供し、性別に関係なく経済的に自立しながら自分に合ったライフデザインが選択できる社会を実現する。

(2) 多様な価値観をもつ若い世代を受容し、その力を積極的に引き出せるように、地方の意識と行動を変革する。

(3) 地域内外の若い世代が地域と関わり、魅力ある地域づくりに参画する機会を増やす。

## 6.3 提言(解決方策)

### ■地方自治体などの公共機関

(1) 女性の雇用創出・働く環境に成果を上げている企業への優先発注スキームを構築する

(2) 女性の雇用や多様性のある職場の認証制度のさらなる普及と情報発信に取り組む

①差別化と実効性の確保のために認定基準を厳しく設ける。

②地域の優良企業として内外の大学へ周知す

ると共に、SNS等で広く情報発信する。

③認証された企業に対しインセンティブを付与する。(上記、優先発注スキームなど)

(3) 地域内外の若い世代と共に魅力ある地域づくりに向けた検討・立案

①各自治体が実際に行っている誘致施策が、本当に若い世代が求めている内容なのかどうか、当事者である若い世代の方々に議論してもらう場を提供する。

②地元と東京圏など他地域の高校生や大学生を交えて、地元を魅力ある地域にするにはどうしていくべきか、ワークショップなどの議論の場を提供する。

③上記の議論の様子も含めて、若い世代の生の声をSNS等で情報発信する。

(4) 男女間や世代間のアンコンシャス・バイアスを払拭するため、広域的啓発運動を展開する。(親子間の就業、男女の役割に対する意識の違いも含む)

### ■地方の企業

(1) 地方の中小企業が若い世代に対し自社の魅力をアピールできるよう、積極的にアドバイスを受ける

①地方の中小企業のHP内容や採用方法および情報発信の仕方などについて、コンサルなどを通じて支援を受ける。

②若い世代の意見や考えを、経営者向けにフィードバックできるルートを構築する。

(2) 女性にとって魅力ある多様な企業の連携および情報発信の強化を図る

①コーポレートサイトなどのSNSを通じて、女性にとって魅力ある多様な企業に関する

特集を組み、参加企業が同時に情報発信をしていく。

- (3) 男女関係なく若い世代が希望する仕事の機会を提供する
- (4) 働きたい女性を支える多様な職場づくりを強化する

## 7 東北圏を

### デュアルライフに適した地域へ

#### 7.1 本調査からみえた課題

- (1) 東京圏に進学や就職した理由の多くが「希望する進学先・就職先がその場所にあった」から。
- (2) 若い女性が東京圏に転居する理由も「夢や、やりたい仕事の機会が数多くある」から。
- (3) 東京圏居住層の多くが、今の生活を変える場合にイメージする転居先も東京圏である。  
若い女性たちの多くは「希望する・やりがいのある仕事」の継続を望んでおり、それらを失ってまで地方への転居を望んでいないことが分かった。やりがいのある仕事や夢の実現を求めて東京圏に転出した女性たちへ、地元へのUターンを促すことは難しいと考えられる。

しかし、一方で、多くの若い女性は結婚・出産・育児などのライフデザインをスピード感をもって捉えていることも調査結果よりみえた。このことから、「希望する・やりがいのある仕事」または、「東京圏の仕事」を継続しながら、若い世代が思い描く多様なライフデザインにきめ細かく対応できることが、“選ばれる地域”になれる重要なポイントとなるのである。

#### 7.2 課題解決の方向性

- (1) 東京圏と対抗するのではなく、東北圏と東京圏の広域連合的な新しいモデルの構築  
「東京」か「東北」といった2項対立の構図で捉えるのではなく、東京圏に近接している東北圏の地理的特性を活かして、東京圏と東北圏による広域連合的な共生モデルを組み立てる。
- (2) テレワークなど新生活様式の拡がりを前提に、東京圏に集中する若い就業人口を誘致する

新しい働き方や新生活様式の拡がりは、働く場所の分散化につながり、生活拠点の多様化を促すことになる。今回の調査でも、若い女性たちは、ただ就職先があることだけではなく、職種も含めて東京圏の多様性に魅力を感じている。

東京圏で働いている若い世代が地方に目を向け、生活拠点として選ばれるようになるため、地域戦略を再構築する必要があると考える。

- (3) 関係人口の拡大に政策軸を転換し、若い世代が望む様々なライフデザインで生じるニーズにきめ細かく応えることのできる地域を実現する

地域戦略の再構築で重要なことは、人口動態の問題を動的に捉えることである。東京圏での仕事やキャリアを継続させながら、一定期間、生活拠点を地方に移すなど、柔軟な発想が求められる。テレワークをするためのIT環境を整備するだけではなく、多様なライフデザインに対応した支援制度を構築することも必要となってくる。

### 7.3 提言 (課題解決の方策)

#### ■国

- (1) テレワークや2拠点生活等柔軟な働き方を広げるべく、官民の各種支援制度を創設する
- (2) 東京圏にある本社機能の一部を地方転換へ促す

#### ■地方自治体などの公共機関

- (1) 多様なライフデザインを整備する
  - ①男女ともに仕事とキャリアを継続しながら、結婚・出産・育児・介護ができる環境を、地方の企業が整備できるよう支援制度などを設けてバックアップする。
- (2) 東京圏の仕事を地方でテレワークできる環境を整備する (IT 環境など)。
- (3) 東京圏の企業へ地方居住者向けのリモート新卒採用枠の設置を促す

#### ■地方の企業

- (1) 男女ともに性別による就業住み分けを感じずに仕事とキャリアを継続しながら、結婚・出産・育児・介護ができる労働環境と支援制度を整備する

#### ■東京圏の企業

- (1) 地方に生活拠点を変えながら、継続して東京圏の仕事が行える制度とシステムを導入する

### おわりに

前号(その1)から2回にわたり、主に東北圏から東京圏へ転出を希望している、または転出した18歳～29歳の女性を対象に実施した意識調査結果をお伝えしてきた。

今回の調査結果として示してはいないが、本

調査では、参考値として[東北圏・東京圏以外出身]で東京圏へ転居した方にもアンケート調査に回答いただいていた。

その結果、例えば東京圏へ進学した際の奨学金の利用状況をみると、貸与型奨学金(日本学生支援機構)「第一種奨学金:利息なし」の利用率は、

- ・東京圏出身者 42.9%
- ・[東北圏・東京圏以外出身]者 51.4%

と、どちらも半数近く利用しており、上記を利用できる優秀な学生は、東北圏では宮城、関西圏では大阪、九州圏では福岡など“近くの都市”でも有利な就職先を選択可能だが、あえて東京圏に転出している様子が伺える。

一方で「第二種奨学金:利息あり」の利用率は、

- ・東北圏出身者 52.4%
- ・[東北圏・東京圏以外出身]者 45.7%

と「第一種・利息なし」とは逆に、東北圏出身者の割合が高いのである。このことから、東北圏は他地域に比べると東京との距離が近いため“近くの都市”同様の感覚で東京へ転居できる条件があると考えられ、東北圏の特徴として、東京圏転出へのハードルが低い(東京と共生しやすい)と考えることができるのである。

このような“東北圏出身者の特徴”についても、更に検証していくとともに、これからの将来を担う若い世代が、安心してライフデザインを描ける、魅力ある東北圏になれるよう、今後は示した提言について、情報発信事業を通じて我々活性研も主体的に取り組んでいきたい。

## [参考・引用文献]

- 天野馨南子(2018)「データで見る「東京一極集中」東京と地方の人口の動きを探る(上・流入編)―地方の人口流出は阻止されるのか―」、「データで見る「東京一極集中」東京と地方の人口の動きを探る(下・流出編)―人口デッドエンド化する東京の姿―」、ニッセイ基礎研究所・基礎研レポート
- 天野馨子(2019)「データで読み解く「東京一極集中」最新動向―人口デッドエンド化する東京の姿―」、『経営センサー 1・2月号 2019 No.209』、P60～66、株式会社東レ経営研究所
- 熊本均(2019)「地方版人口ビジョンを検証する～人口の「将来展望」と現実の乖離は埋まらず～」『FUTURE-SIGHT』、P2～7、株式会社フィデア情報総研
- 天野馨南子(2020)「―人口動態データ解説―東京一極集中の「本当の姿」(上)」「人口動態データ解説―東京一極集中の「本当の姿」(下)―なぜ「子育て世帯誘致」では奏功しないのか」、ニッセイ基礎研究所・基礎研レポート
- 天野馨南子(2020)「―人口動態データ解説―東京一極集中の「次世代ループ構造」―出生人口定着率に大きな地域格差―」、ニッセイ基礎研究所・研究員の眼

## 2020年度 東北圏社会経済白書

当センターでは2013年度より東北圏内の社会経済調査および分析を取りまとめた「東北圏社会経済白書」を刊行しております。このほど2020年度版を刊行いたしましたので、その概要についてご紹介いたします。詳細は当センターのウェブサイトをご覧ください。

(参照 URL : <https://www.kasseiken.jp/2021/04/06/post-3041/>)

### 【作成趣旨】

新型コロナウイルス感染症の拡大は、東北圏でも観光など幅広い業種で需要の消失を引き起こし、経済活動の停滞を余儀なくされている。

しかしながら、コロナ禍における新たな生活様式に対応した動きや首都圏で生活する人々の地方移住の関心の高まりは、新たなビジネスチャンスと捉えることもできる。ポストコロナ時代を見据えたデジタル化、その先にあるDXへの対処、多様な人材が活躍する社会の実現などの課題に挑戦し、震災10年を節目に新たな東北圏を切り拓いていくことが求められる。

本白書はこうした新しい時代において、地域活性化に向けた取組みを行う自治体等の政策立案者や大学等の研究機関、経済団体、ならびに社会経済の活性化に取り組む諸組織の参考に供すべく作成した。

### 【作成体制】

作成には6名の委員からなるアドバイザリー会議を組織した。委員には7・12月に開催した2回の会議を通して様々な角度から貴重な意見を頂戴し、白書の内容に反映させた。また、委員の一部からは知見に基づいたコラムも執筆し

ていただいている。

### アドバイザリー会議委員(敬称略・50音順)

- 折橋伸哉(東北学院大学教授)
- 木下幸雄(岩手大学准教授)
- 西井英正(弘進ゴム株式会社取締役社長)
- 福嶋路(東北大学教授)
- 三宅諭(岩手大学准教授)
- 吉田浩(東北大学教授)
- (事務局)東北活性研

### 【構成】

本白書は例年同様3部から構成されている。毎年特定の分野(テーマ)を選定して考察を行う第Ⅱ部では「社会起業家の活躍による社会・地域課題の解決」を取り上げた。

表1: 白書の構成

パート	主な内容
第Ⅰ部 東北圏における社会経済の現状と今年の変化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東北圏の社会経済の現状</li> <li>・2019～2020年の東北圏</li> </ul>
第Ⅱ部 社会起業家の活躍による社会・地域課題の解決	<ul style="list-style-type: none"> <li>・社会起業家台頭の背景</li> <li>・調査の視点</li> <li>・アンケート調査</li> <li>・先進事例調査(東北圏内外11事例)</li> <li>・提言</li> </ul>
第Ⅲ部 資料編	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東北の社会・経済の現状を示す人口、県民経済計算等の10分野からデータを掲載</li> </ul>

## 【白書の主な内容】

### 第Ⅰ部 東北圏における

#### 社会経済の現状と今年の変化

東北圏の社会経済の概要について、2015年に実施された国勢調査を含めた各種の統計資料を用いて東北の概観を明らかにするとともに、この1年の変化について図表を中心にまとめている。

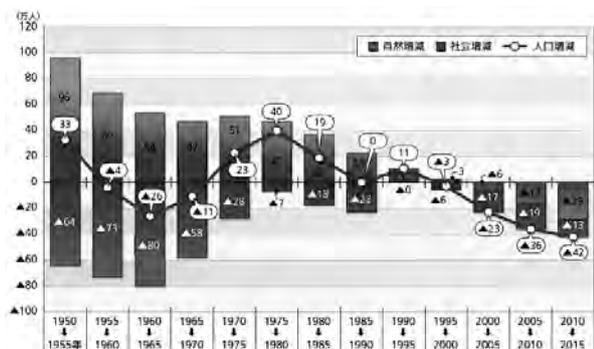
### 第1章 東北圏の社会経済の現状

環境、人口、産業構造、主要産業の動向、文化・教育の5つのセクションに分け、東北の現状を概観している。

#### 人口動態

東北圏全体の長期的な人口動態を要因別に見ると、まず社会動態は戦後一貫して減少傾向にある。また、自然動態は2000年までは出生者が死亡者を上回る自然増であったが、高齢化・少子化が進展し、2000年以降は自然減となっている。

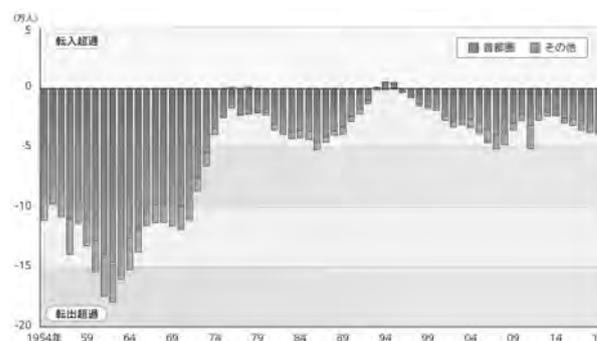
図1：東北圏の人口動態(1950～2015年)



資料：総務省「国勢調査」・「住民基本台帳人口要覧」、厚生労働省「人口動態調査」

社会移動の主な流出先は首都圏であり、特に1950～1960年代の高度経済成長期にはその傾向が顕著であった。近年でも首都圏への転出超過数は総数の8割を占めている。

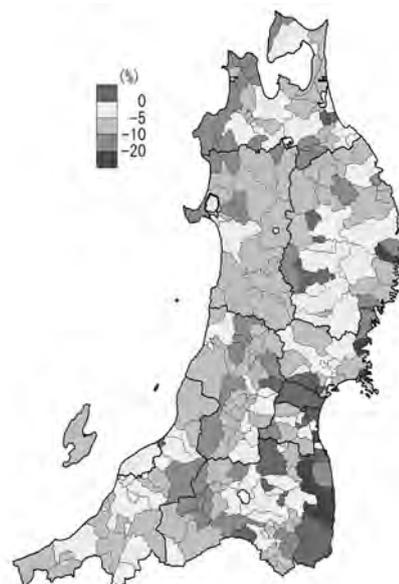
図2：東北圏の社会移動



資料：総務省「住民基本台帳人口移動報告」

また、この5年間の圏内257市町村の人口動態を見ると、人口が増加したのは仙台市、いわき市、福島市などの23市町村であり、その他234市町村の人口は減少している。人口が減少している市町村のほとんどは社会減かつ自然減であり、東北圏は深刻な人口減少局面を迎えているといえる。

図3：2010～2015年の人口増減



資料：総務省「国勢調査」

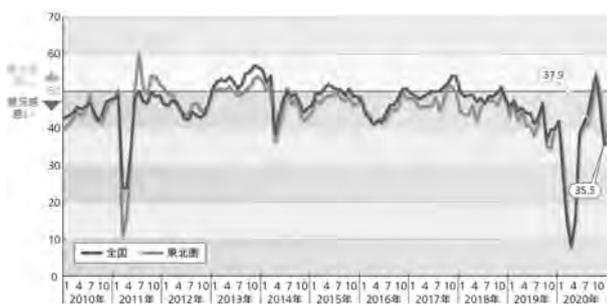
## 第2章 2019～2020年の東北圏

この1年における変化を、人口、経済、投資、雇用、消費活動の5つのセクションに分けてグラフを基に説明している。

### 景気の現状判断

内閣府の景気ウォッチャー調査によれば、2015年後半における中国経済の減速を契機とした設備投資や個人消費の足踏みから景況感は目安となる50を割る水準が続いている。2020年に入り新型コロナウイルス感染症の影響で大幅に落ち込み、一時持ち直すも再び低い水準となっている。

図4：景気の現状判断DI（家計動向関連＋企業動向関連＋雇用関連）の推移

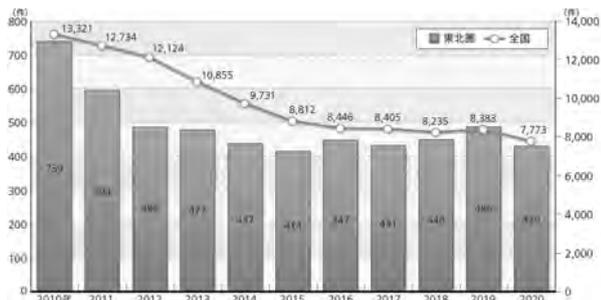


資料：内閣府「景気ウォッチャー調査」

### 企業倒産状況の推移

2020年の倒産件数はコロナ禍の各種支援策が講じられたことなどから7,773件となり、30年ぶりに8,000件を下回った。東北圏では3年ぶりに前年を下回り429件となった。

図5：企業倒産件数の推移

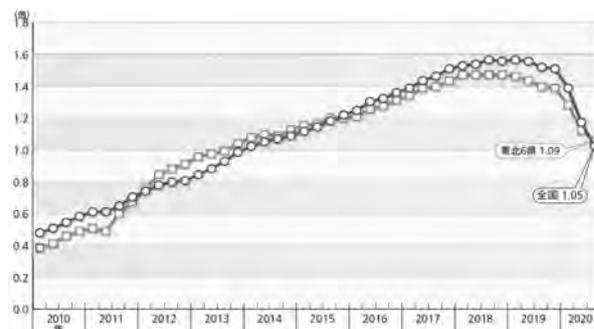


資料：東京商工リサーチ「年間全国企業倒産状況」

### 雇用の状況

有効求人倍率は2008年の世界金融危機から回復傾向にあり、2011年の東日本大震災後も上昇した。2020年に入り大幅に落ち込んだが、全国・東北6県ともに1倍を超えている。

図6：有効求人倍率の推移

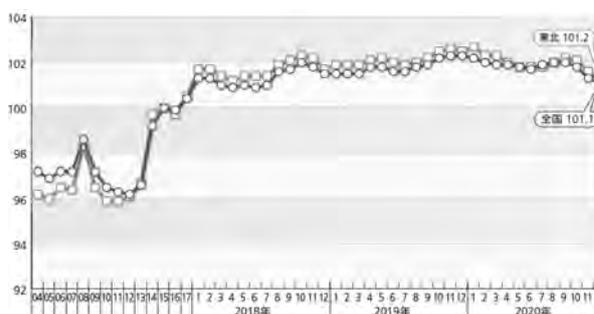


資料：厚生労働省「職業安定業務統計」、日本銀行「地域経済報告」

### 物価の状況

2016年10月に100.0(2015年基準)となった消費者物価指数はそれ以降、100を超える水準で推移している。足もとでは、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う観光需要喚起策などの影響により、全国・東北ともに下落気味である。

図7：消費者物価指数の推移



資料：総務省「消費者物価指数」

## 第Ⅱ部 「社会起業家の活躍による

### 社会・地域課題の解決」

東北圏では、2011年の東日本大震災により、それまでに潜在的に存在していた社会課題があぶり出され、復興をはじめ数多くの社会課題の解決に向けた対応が急務となっていた。そこに、東北圏内外から「誰かのために、地域のために」という強い思いを持って事業を起こそうとする人が多く現れたことで、社会・地域課題解決のためのさまざまなイノベーションが生まれ、広がっている。このようなイノベティブな発想で解決手法を示す社会起業家の果たす役割は大きく、社会起業家の事業の持続性が担保され、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、ひいては東北圏各地の活性化につながっていくことが期待される。

加えて、新型コロナウイルス感染症の影響で、従来の社会・地域課題は深刻化したり、顕在化したり、また新たな課題も生まれている。この局面を打破するための新しい発想を持つ社会起業家が地域で担う役割は、今後さらに大きくなると思われる。

そこで今年度の第Ⅱ部では、「社会起業家の活躍による社会・地域課題の解決」をテーマに、社会起業家が新たなアイデアの導入や事業モデルの工夫によって事業の持続性を確保する動きや、そうした動きを積極的にサポートする行政、民間企業・団体や金融機関といった支援者に焦点を当てている。

## 第1章 社会起業家台頭の背景

### (1) 社会起業家の潮流

官だけでは、複雑化・多様化する社会課題の解決に限界が生じ、欧米を中心に課題解決の担い手として社会起業家が注目されていること、わが国においても阪神淡路大震災を契機に、NPO法の制定などの環境整備が進み、社会起業家の活躍の機会が拡大していることなどを踏まえ、国内外における社会起業家の変遷を中心に概観した。

### (2) 東北圏における社会起業家の動向

社会起業家の動向の背景にある東北圏の主要な社会・地域課題を概観するとともに、NPO法人の認証件数などをもとに東日本大震災を契機とした東北圏における社会起業家、また行政などによる社会起業家を支える活動の動向を概観した。

## 第2章 調査の視点

### (1) 本調査における社会起業家

本調査における「社会起業家」は、以下のよう

社会課題の解決を最優先に、事業（ビジネス）を通じて、その解決に持続可能な形で取り組む人、およびその人に率いられる組織。

下図（図8）で示すところの「社会的リターン優先」に該当する企業と「寄付と事業収益の併存する非営利組織」が本調査で対象とする社会起業家像である。本調査では、社会起業家による、社会課題の解決を図りつつ、市場性が低い分野において新たなアイデアの導入や事業モデ

図8：本調査における社会起業家



資料：G8 社会的インパクト投資タスクフォース国内諮問委員会「社会的インパクト投資の拡大に向けた提言書」より作成

ルを工夫することで事業性や持続性を確保する動きに注目した。

(2) 調査の基本的な考え方

①東北圏において社会課題の解決に向けて活動をしている団体や企業を対象としたアンケート調査から、設立の経緯や事業運営上の課題、支援策の活用、今後の事業展開、新型コロナウイルス感染拡大の事業への影響や対処策などを定量的に把握し、社会起業家の活躍を推進するために何が課題となっているかを明らかにする。

→ 第3章

②東北圏内外において活躍する社会起業家のほか、社会起業家を支える行政、支援組織、金融機関への先進事例調査から、アンケート調査結果で明らかになった課題にどう対処しているか、社会起業家が社会・地域課題の解決に向けた活動をさらに前進させるためには、何が求められるかのヒントを得る。→ 第4章

第3章 アンケート調査

(1) 調査概要

東北圏の社会起業家を対象にアンケート調査を実施し、彼らの活動の現状や課題、起業意識などを定量的に把握し、整理を行った。また、新型コロナウイルス感染症拡大の影響(課題や取組みなど)についても、あわせて把握した。

調査対象

東北圏に所在地があるNPO法人4,136団体、ならびにINTILAQ東北イノベーションセンター、ETIC.などを通じて紹介のあった社会起業家21団体。

有効回答数745件のうち、事業収益(補助金・会費・寄付以外の収益)の合計が収益全体の50%以上など、内閣府「我が国における社会的企業の活動規模に関する調査」(平成27年3月)の社会的企業の条件に基づいてスクリーニングした101件を「事業を通じ社会課題に取り組む社会起業家」として集計した。

## (2) アンケート結果

結果のポイントは以下のとおり。

- ・設立・創業の動機は、やりがいや社会的評価といった利己的な動機よりも、社会や地域の課題解決をしたいという利他的な動機が上回っている。
- ・半数以上の団体が、ビジョン（実現したい社会）を明文化し掲示するなどしてスタッフと共有しようとしているが、個々のスタッフの具体的な行動目標にまで落とし込んでいる団体は一部にとどまる。

### → ビジョンの共有化に改善の余地あり

- ・実施事業の位置づけとして、社会課題の解決と収益性を両立させた事業が最も多いものの、社会課題の解決には資するが収益性に課題を残す事業も多く手がけており、多くの事業者が、社会課題の解決と収益性の両立に苦労していることがわかる。

### → 収益モデルが未確立

- ・今後の事業展開意向としては、事業領域と活動エリアの拡大に対し慎重な傾向があり、また事業モデルの改善意向も決して強くはない。

### → 事業拡大や経営改善に消極的

- ・安定的な事業運営を行うに当たっての課題としては、人材の確保や教育だけでなくスタッフの高齢化などによる後継者の確保も含む人材面が挙げられる。このほか、財源の確保や、行政・民間企業との協働推進、支援者・受益者の確保も上位に挙がり、さまざまなステークホルダーとの連携を強めながら、財源を確保し事業基盤を強化していくことが必要であることがうかがえる（図9）。

### → 人材（後継者を含む）確保・育成の遅れ 財源（資金）不足

- ・事業運営に伴う社会への影響（社会的インパクト）の評価を行っている団体はまだ少数である。

### → 社会的インパクト評価の遅れ

- ・新型コロナウイルス感染症の影響は、東日本大震災の際のマイナスの影響を大きく上回り、震災よりも新型コロナウイルスのほうが事業や経営の妨げになっている様子が見える。

アンケートから見てきた社会起業家像は、社会課題の解決に対する意欲は高いが、事業の収益性や人材確保の面で課題を抱えている。公益性と収益性の両方を確保する必要があるソーシャルビジネスならではの課題が浮かび上がった。

震災後に設立された団体の設立者は震災前に設立された団体と比較して若者が多く、震災を機に、社会的起業が若者による社会課題解決の選択肢の1つになった様子が見える（図10）。

また、震災後に設立された団体の方がビジネス機会の獲得に向けて企業や行政、支援機関との関係を深めつつ、事業を拡大したり、コロナ禍での新たな事業展開にも前向きである。震災を契機に生まれた社会起業家は、それまでの社会起業家像と比して、事業全般に積極的な姿勢が見て取れる。東北圏においては、震災を契機に若い社会起業家が新たなチャレンジを積極的に展開する様子が見える。

図9：安定的な団体運営を行うための課題

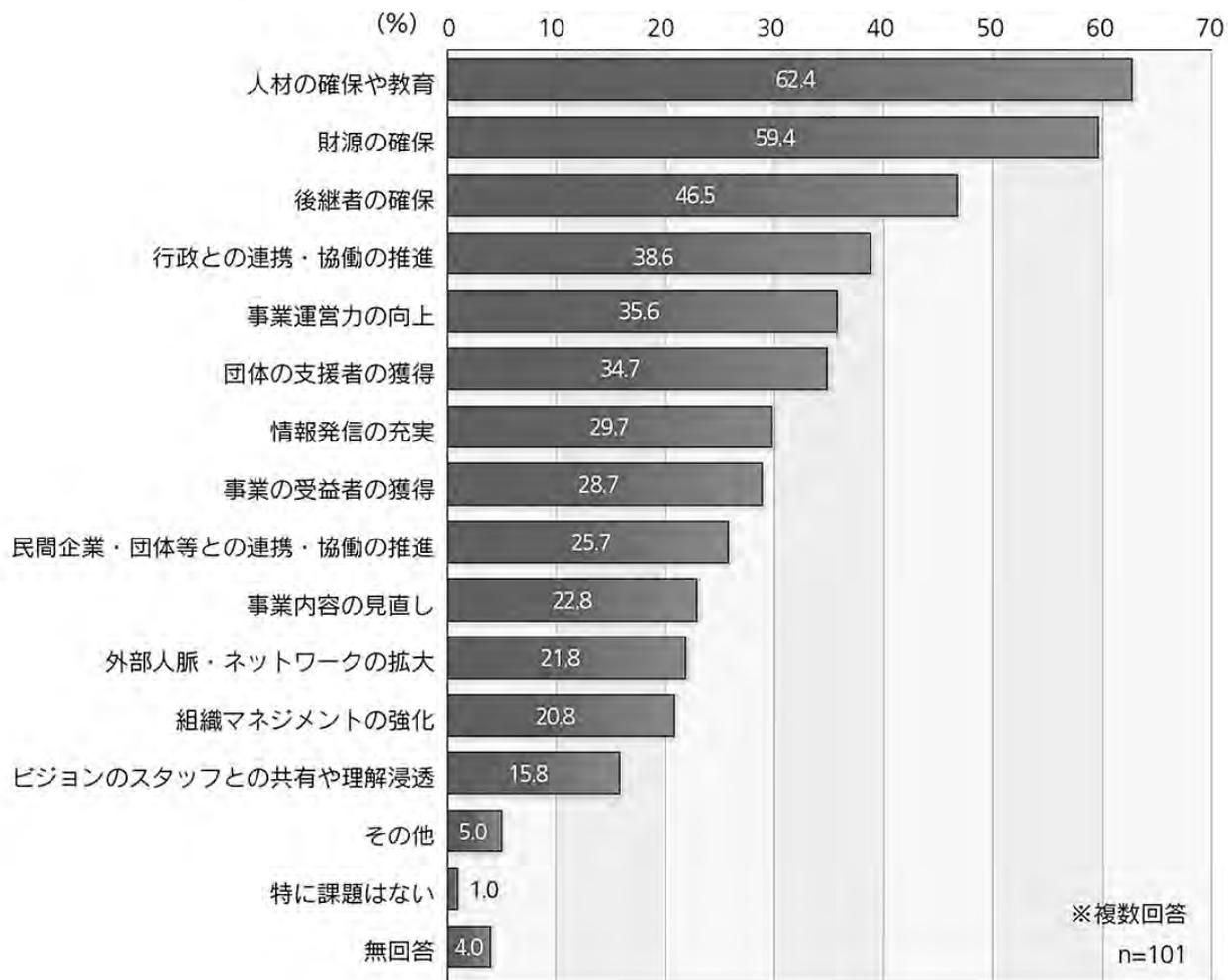
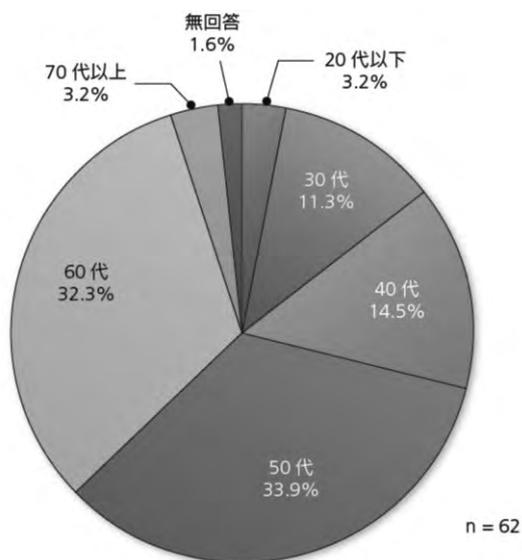
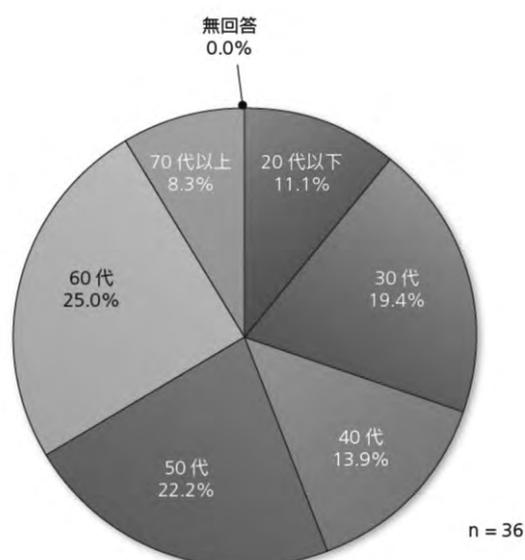


図10：設立者の設立当時の年齢

震災前に設立された団体



震災後に設立された団体



## 第4章 先進事例調査

### (1) 調査概要

アンケート調査結果で見られた社会起業家が抱える種々の課題への対応方法など、事業の持続性確保などに関するヒントを探るべく、先進事例として東北圏内外の社会起業家とその支援者(行政、支援組織、金融機関)を対象にヒアリング調査を実施した(計11事例)。詳細は以下(表2)のとおり。

### (2) 個別事例 (P.29 ~ 31「事例調査一覧」を参照)

表2: 課題克服や成功のポイント

社会起業家	※「関連事例」に掲載した番号は「事例調査一覧」の番号と対応
課題克服や成功のポイント	関連事例
課題解決への強い思いをもとに <b>明確なビジョンを掲げ</b> 、他者の共感を生むことで、 <b>チーム作りの円滑化や支援者拡大</b> を図り、事業の拡大や成長、社会課題の解決に結びつけている。	全ての社会起業家
社会課題の解決と事業性の確保の両立という難題に対しては、これまでになかった <b>新たな着眼点でビジネスモデルを構築</b> したり、 <b>未開拓であった市場に参入するための創意工夫を事業に組み込んだり</b> 、また、 <b>事業領域やエリアを拡大(面的拡大)</b> するなど、収益源を開拓し両立を実現させている。	全ての社会起業家
<b>不測の事態に備え</b> 、その影響を最小限に抑えるために <b>事業継続計画(BCP)を策定</b> している。今回の <b>コロナ禍では、オンライン化などにより、これまでできなかったサービスの提供や、新たな需要層の開拓</b> など、マイナスをプラスに変えるための取組みを進めている。	②マドレボニータ ④ケアプロ ⑥アスヘノキボウ
社会起業家同士や行政・企業・支援組織などとの関係性を強化し、そこで生まれた <b>ネットワークを通じて協業を進めることで相乗効果を発揮し、収益源の拡大と自らの組織だけでは解決が困難な複雑化する課題にも対応</b> している。	全ての社会起業家
<b>中長期的な視点から計画的に後継者育成</b> を図っており、インターンシップなど <b>外部人材を活用し人材を確保</b> している。	全ての社会起業家
事業の <b>社会的インパクト</b> を定期的に評価し、 <b>支援者を含めた外部に対する丁寧な情報発信</b> により、企業や会員などから共感を呼び込み、寄付や会費などの継続的な支援を獲得している。	②マドレボニータ ③Homedoor ④ケアプロ

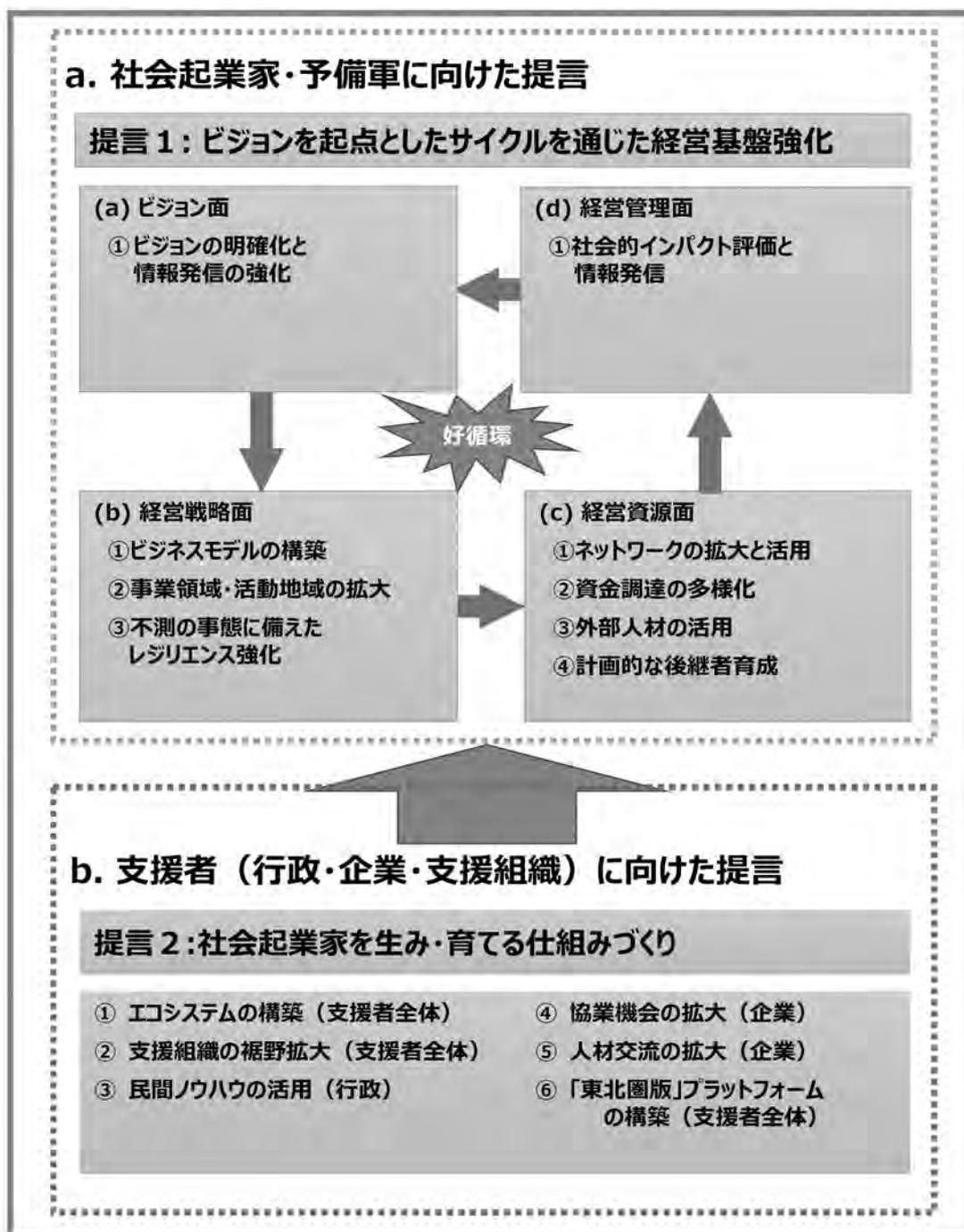
### 支援者(行政・企業・支援組織)

課題克服や成功のためのポイント	関連事例
社会起業家を次々に輩出する <b>エコシステムの構築</b> や、社会起業家、行政、民間企業、支援組織などを巻き込みマッチングを促す <b>プラットフォームの形成</b> を図るとともに、伴走型の育成プログラムなど <b>さまざまな支援メニューを通じて、社会起業家を生み・育てるしくみを創出</b> している。育成プログラムについて支援組織は、ビジョンの作りこみ、磨き上げについて、事業を成功に導く上での重要なポイントとして重点的な支援を行っている。こうした社会起業家の支援に当たっては、行政・企業・支援組織などが連携しながら取り組んでいる。	⑦仙台市 ⑧京都市 ⑨INTILAQ ⑩ETIC.
<b>融資における審査プロセスなどを通じ、ビジョンや事業計画をブラッシュアップすることで、事業性確保</b> のための支援を展開している。	⑪日本政策金融公庫

## 第5章 提言 ～社会起業家の活躍による社会・地域課題の解決に向けて～

社会起業家の活躍による社会・地域課題の解決に向けては、社会起業家やその予備軍の取組みだけでなく、行政・企業・支援組織などの支援者が連携しながら支援策を展開することが求められ、社会起業家・予備軍と支援者が両輪となり進めていくことが重要である。したがって、提言にあたっては、「a. 社会起業家・予備軍に向けた提言」と、「b. 支援者（行政・企業・支援組織）に向けた提言」とに分けて取りまとめる。

図11：提言



資料：東北活性化研究センター作成

## a. 社会起業家・予備軍に向けた提言（提言1）

社会起業家・予備軍に向けては、「ビジョンを起点としたサイクルを通じた経営基盤強化」を提言する。

アンケート調査から見える社会起業家が抱える課題と、先進事例調査から見える課題克服や成功のポイントを踏まえ、①組織を運営する上での土台となる「ビジョン」、②ビジョンを形にするための「経営戦略」、③人材や資金といった組織を動かすために必要な「経営資源」、④事業を評価し、次なる改善につなげるための「経営管理」の4つのキーワードの面から取りまとめた。また、これら4つのキーワードは、独立したものとして考えるのではなく、相互に関連し合うものとして推進することが重要である。

すなわち、「ビジョン」を確立し、ビジョンに基づき「経営戦略」を策定する。経営戦略のもと、人材、ネットワーク、資金といった「経営資源」を活用し事業を動かしていく。実施した事業に対しては、その成果や意義を客観的に評価し改善につなげられるよう、「経営管理」を推進する。そして、「ビジョン」に照らし合わせながら、次なる事業の展開を図っていく。このように、ビジョンを起点にサイクルを継続的に回しながら好循環を生み出し、経営基盤を強化していくことが重要である。

以下、4つのキーワードに沿って提言の実現に向けた主な施策を提示する。

### (a) ビジョン面

社会課題の解決と事業性の確保を両立させるソーシャルビジネスを推進する上では、組織の根幹となるビジョンを明確に定め、そのビジョンと照らし合わせながら事業を計画→実行→改善していくことが必要である。

確固たるビジョンに基づいた、組織としての一貫した行動は、事業の成果を高めるだけでなく、組織や事業に対する共感を生み、外部からの支援拡大にもつながるため、組織内でのビジョンの理解浸透のほか、各種媒体を活用して積極的に情報発信などを行っていくことが重要である。

### (b) 経営戦略面

ソーシャルビジネスは、モノやサービスの受け手（受益者）に社会的弱者が多く、受益者から対価を受け取れない、あるいは受益者からの収益だけでは赤字の場合が多い。こうした事業特性を踏まえ、受益者以外から収入源（第二の顧客）を開拓し、事業資金に充て事業の安定性や継続性を高める「ビジネスモデルを構築」する必要がある。

また、ソーシャルビジネスは、社会起業家本人の身の回りの課題解決を目的としていることが多く、その成り立ち故に、地理的な活動範囲や受益者数が限られ、収益性を確保しづらい。こうした特性が、収益源の確保・拡大における課題につながっている側面もあるため、他地域への事業展開や、自分たちのモデルやノウハウが生かせる事業を関連する領域へ広げることも視野に、事業を拡大していくことが求められる。

### (c) 経営資源面

収益性の低いソーシャルビジネスにおいて、資金調達は大きな経営課題の一つである。金融機関によっては、ソーシャルビジネスに対し、金利面での優遇制度を用意している。また、クラウドファンディングや休眠預金の活用といった新たな手法も増えている。自己資本と負債のバランスに留意しつつ、多様な手段により資金

調達を図っていくことが求められる。

資金調達と並び大きな課題である人材の確保に関しては、インターンシップのほか、プロボノや副業・兼業といった多様な働き方が進んでいるなか、こうした人材をスポット的に取り込むことで、人材不足解消と同時に経営力の強化を図ることが可能になる。

#### (d) 経営管理面

ソーシャルビジネスの事業継続には、活動に対する効果(社会的インパクト)のモニタリングが必要不可欠である。社会的インパクトを見える化し、適切に評価した上でビジョンと照らし合わせながら事業の改善につなげていくことが求められる。

社会的インパクト評価の対外的な発信によって事業の意義をPRすることは、新たな支援者獲得につながり、ひいてはソーシャルビジネスに不足している資金や人材の継続的な獲得につながる可能性が広がる。

#### b. 支援者(行政、企業、支援組織)に向けた提言 (提言2)

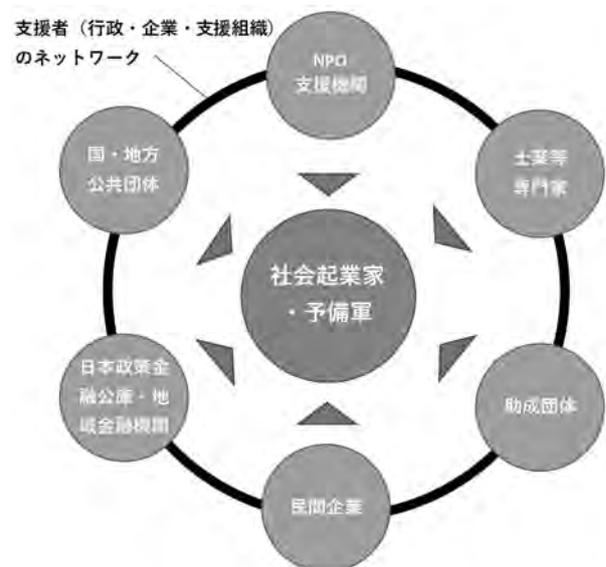
社会起業家を側面から支える支援者(行政・企業・支援組織)に向けては、「社会起業家を生み・育てるしくみづくり」を提言する。

以下、提言の実現に向けた主な施策を提示する。

社会起業家を生み出すためには、社会起業家同士のネットワーク化を促進し、持続的に社会起業家を生み出す仕掛けが求められる。その仕掛けとして、社会起業に立ち上がった人が、次に挑戦しようとする人を支援していく、そしてまた次の人へと自然に循環していく「エコシステムの構築」が有効である。

社会起業家を育てるためには、社会起業家が活躍するフィールド(事業機会)を創造と拡大することが重要である。具体的には、行政が進める事業において「民間のノウハウを活用」した事業の切り出しや、民間企業との間では「協業機会の拡大」を図ることが望まれる。また、副業・兼業への期待が高まっている機会を捉えた、ソーシャルビジネスに関する「人材交流を拡大」する動きが望まれる。

図12: 社会起業家・予備軍と支援者の関係性



資料: 日本政策金融公庫資料をもとに作成

こうした生み・育てる取組みは、個別に実施するよりも統合して実施することで相乗効果を発揮し加速度的に進むことが期待される。さまざまな主体が関与し連携しながら取り組める体制として「プラットフォーム」を東北圏でも構築していくことが望ましい。

## 事例調査一覧

### 社会起業家

No.	法人名	社会起業家	課題テーマ	概要
①	愛さんさんグループ 愛さんさん宅食(株) (宮城県 塩釜市) 愛さんさんビレッジ(株) (宮城県 石巻市)	代表取締役 CEO 小尾 勝吉	・高齢者福祉 ・ノーマライゼーション	・施設利用者の高齢者や障害者、また障害者を含めたスタッフなど誰もが「生まれてきてよかった」と実感できる場所づくりを目指す。 ・高齢者向けの宅食サービスを行う「愛さんさん宅食」と有料老人ホームやりハビリを主目的としたデイサービスなどを提供する「愛さんさんビレッジ」の2社で構成される福祉事業者。愛さんさんビレッジは、高齢者と障害者の共生を目指す複合施設として運営。
②	認定 NPO 法人 マドレボニータ (東京都 渋谷区)	吉岡 マコ (前理事長)	・少子化 ・DV・ 児童虐待	・全ての産婦に産後ケアがいきわたる社会的インフラの実現を目指す。 ・産後ケアの重要性を啓蒙しつつ、認定インストラクターによる産前産後ケア教室を全国で開催。取組みは、子供の健全な育成、虐待防止、夫婦不和の予防、女性の社会復帰、少子化の歯止めなどにも及ぶ。マドレボニータとは、スペイン語で「美しい母」の意。
③	認定 NPO 法人 Homedoor (大阪府 大阪市)	理事長 川口 加奈	・安全・安心のくらしづくり	・誰もがホームレスにならずに安定した生活を営むことのできる社会の実現を目指す。 ・経済的貧困や社会的孤立を抱えている人、特に、ホームレスまたはホームレスになるおそれのある人で自ら生活を向上させていこうという意思のある人に対し、日常生活および就労における支援事業を展開。
④	ケアプロ(株) (東京都 中野区)	代表取締役 社長 川添 高志	・健康寿命 ・高齢者福祉 ・安全・安心のくらしづくり	・革新的なヘルスケアサービスをプロデュースし、健康的な社会づくりに貢献することを目指す。 ・病気の重症化を未然に防ぐべく、手軽に予防医療を受けられるサービスを展開するほか、看取り難民や孤立死の増加を背景に、24時間365日対応の在宅医療やマッチングシステムによる要介助者に対する外出支援サービスを展開。
⑤	(株)ハラルボニー (岩手県 盛岡市)	代表取締役 社長 松田 崇弥  代表取締役 副社長 松田 文登	・ノーマライゼーション	・「障害者」という言葉がまとうネガティブな先入観を拭い、障害者、健常者が分け隔てなく得意な分野で活躍できる社会を目指す。 ・知的障害があるアーティストが描く芸術性の高いアート作品に着目し、銀座老舗ネクタイ店や異業種企業とのコラボレーションなど、プロデュース方法を工夫することで、作品の価値を世に広く伝える。

No.	法人名	社会起業家	課題テーマ	概要
⑥	(特非)アスヘノキボウ (宮城県 牡鹿郡 女川町)	代表理事 小松 洋介	・移住・定住 ・安全・安心 のくらしづくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>・女川町の社会課題解決モデルを通じて、先々に同じような課題に直面する日本や世界の課題解決に貢献することを目指す。</li> <li>・女川町を拠点に町の行政と民間、そして町外の国や県、企業、団体などをつなぎ、被災地である女川町の地域課題の解決に取り組む。地域に雇用を生み出す創業支援や、関係人口増加のためのお試し移住、まちづくり計画の策定支援など、人々の暮らしや産業の復興につながる事業を展開。</li> </ul>

## 行政

No.	自治体名	対応者	概要
⑦	仙台市	経済局産業政策部産業振興課 イノベーション推進担当課長 林 雄次  創業支援係長 酒井 宏二	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東日本大震災を契機に高まってきた社会的起業の機運を後押しすべく、「仙台を日本一起業しやすいまち」を目標に掲げ、東北における社会起業家輩出のエコシステムの構築を目指す。</li> <li>・仙台市だけでなく東北全域を対象とした「TOHOKU Social Innovation Accelerator」を中心に、社会起業家育成に特化した支援プログラムを展開。スタートアップ・エコシステム拠点都市(推進拠点都市)に選定されたことを機に、産学官金から構成される「仙台スタートアップ・エコシステム推進協議会」のもと、「(仮称)仙台スタートアップ戦略」の策定などさまざまな取組みにより起業家育成を加速化。</li> </ul>
⑧	京都市	産業観光局 地域企業イノベーション推進室 ソーシャル・イノベーション創出支援係長 筒井 昭彦	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「京都市ソーシャル・イノベーション・クラスター構想」を掲げ、市民、企業、NPO、大学などの多種多様な組織や個人が社会的課題の解決に挑戦することで、度を過ぎた効率性や競争原理とは異なる価値観を、日本はもとより、世界にも広めていくことを目指す。</li> <li>・「京都市ソーシャル・イノベーション研究所」を拠点に、ソーシャルビジネス企業認定、ソーシャルビジネスに関わる人材育成、全国から自治体など社会起業家関係者が参加するソーシャル・イノベーション・サミットの開催などに取り組む。</li> </ul>

## 支援組織

No.	法人名	対応者	概要
⑨	(一社) IMPACT Foundation Japan INTILAQ 東北 イノベーション センター (宮城県 仙台市)	代表理事 竹川 隆司  センター長 佐々木 大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ INTILAQ 東北イノベーションセンター (INTILAQ)を拠点に、東北の社会起業家を育成するとともに、誕生した社会起業家が、それに続く人を支援し、継続的に社会起業家を輩出するエコシステムの構築を目指す。</li> <li>・ 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す交流スペースなどを備える。仙台市より「TOHOKU Social Innovation Accelerator」、東北経済産業局より「東北プロボノプロジェクト」を受託するなど、行政との連携のもと、東北における社会起業家発掘・育成支援に貢献。</li> </ul>
⑩	(特非) ETIC. (東京都 渋谷区)	理事 山内 幸治	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 起業家育成を通じて、課題が自律的に解決されていく社会・地域の実現を目指す。1993年の創業以来、1,600人を超える起業家を輩出した日本最大の社会起業家の支援組織。</li> <li>・ 社会起業家輩出のエコシステムの構築に向け、起業家支援プログラム「社会起業塾イニシアティブ」を展開するほか、数多くの事業を全国で展開。</li> <li>・ 東日本大震災後は、「震災復興リーダー支援プロジェクト」として、さまざまな復興支援や起業家支援事業に取り組み、東北のソーシャルキャピタル形成に貢献。</li> </ul>

## 金融機関

No.	法人名	対応者	概要
⑪	(株)日本政策金融公庫	仙台支店 支店長 吉池 雅志  国民生活事業本部 東北ビジネスサポート プラザ 所長 松田 周一  上席所長代理 岸田 和也	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 政策金融機関として、ソーシャルビジネスの担い手であるNPOや社会的企業が抱える経営課題の解決を支援することを目的とする。</li> <li>・ ソーシャルビジネスに特化した融資制度のほか、事業計画書作成などに関する相談受付、ホームページなどを通じたソーシャルビジネスに関わる情報発信など手厚いサービスを提供。自治体、地域金融機関、NPO 中間支援組織などとの連携による「支援ネットワーク」を全国に展開し経営課題の解決をワンストップで総合的に支援。</li> </ul>

# 東北における女性活躍推進の実態と働く女性の意識調査 —東北圏・首都圏で働く20-40代男女5000人アンケート—

## はじめに

当センターでは、近年関心が高まっている「女性活躍推進」について、東北圏・首都圏男女5000人にアンケートを実施し、東北圏企業の女性活躍の状況や取組みの実態、課題を調査し、報告書を取りまとめた。本稿ではその概要を紹介する。

## 1. 構成

報告書の目次は以下の通りである。

はじめに
調査結果の概要
序章 調査の問題意識
第1章 基本属性と働く女性の意識
第2章 東北圏企業における女性活躍推進の現状
第3章 東北圏女性の能力育成・キャリア形成の現状
第4章 東北圏企業における社員処遇の現状
第5章 東北圏企業における働き方の多様性
第6章 タイプ別東北圏女性の特徴と活躍を促す要因
第7章 自由記述回答から聞こえる「女性活躍」に苦悩する男女の声
第8章 東北圏における女性活躍推進方策(提言)
おわりに
資料 属性別タイプ分布、アンケート調査票、女性活躍推進状況チェックシート

## 2. 背景および目的

我が国は人口減少・少子高齢化の進展に伴い担い手不足が深刻化しており、その対策のひとつ

つとして女性の活躍が期待されている。2016年からスタートした女性活躍推進法の下、従業員規模301人以上の大企業を中心に女性社員の育成や登用への本格的な取組みが始まっており、2022年以降その取組みは101人以上300人未満の中小企業にも拡大される。しかしながら、大企業を中心に女性が就業継続しやすい環境は整備されつつあるが、女性の育成や登用、キャリア形成が進まないといった状況がある。

一方、人口減少・少子高齢化の進展が著しい東北圏においても女性が能力を発揮し活躍できる環境の整備は喫緊の課題である。東北圏における女性活躍の実現は、担い手不足の解消だけでなく、東北圏が女性にとって働きやすい地域となることで女性人口の首都圏などへの流出抑制や流入増も期待されることである。

そうした背景を踏まえ、本調査では女性のキャリア形成に焦点を当て、働く女性の視点から職場の女性活躍の状況や取組みの実態、課題を明らかにし、東北圏企業の女性活躍推進に資する提言を行った。

## 3. 問題意識

女性活躍推進法の下で企業は労働環境の整備や職場の男女格差解消などを進めているが、今なお女性活躍を阻害する要因は根深く、その改善・解消までの道のりは遠い。その要因として、①女性の個人的要因(「昇進意欲の低さ」「キャリア形成への不安」「自信の欠如」など)、②働く

場の組織的要因（「両立支援制度の未整備や非  
 公知」「能力育成・キャリア形成支援の不足」「無  
 制約な働き方」など）、①と②に大きく作用する  
 ③社会的要因（「性別役割分業意識」「アンコン  
 シヤス・バイアス」）の3つが指摘され、今日ま  
 で多くの議論がなされている。

#### 4. アンケート概要

東北圏、首都圏で正社員、また管理職以外の  
 一般社員として働く20～40代の男女を対象  
 にwebアンケート調査を実施し、東北圏にお  
 ける女性活躍推進に向けた職場の状況や取組み  
 の実態、それに対する自身の意識の実態を明ら  
 かにした。

調査項目は、①東北圏で働く女性の意識（第  
 1章）、②企業の女性活躍推進の現状（第2章）、  
 ③能力育成・キャリア形成の現状（第3章）、④  
 企業の社員処遇の現状（第4章）、⑤働き方の多  
 様性（第5章）であり、調査結果はエリア別属性、  
 年代別、企業規模別、業種別、学歴別などの観  
 点から分析を行った。なお、業種別の分析につ  
 いては、調査項目によって業種Aと業種B（専

図表1 サンプル構成

回答数	5,392
エリア別男女	東北圏女性：1,518 首都圏女性：1,143 東北圏男性：1,677 首都圏男性：1,054
企業規模	11～100人：39.3% 101～300人：18.6% 301人以上：42.0%
業 種	
業種A：77.8% 「農業、林業、漁業、鉱業、採石業、砂利採取業」「建 設業」「製造業」「電気・ガス・熱供給・水道業」「情 報通信業」「運輸業、郵便業」「卸売業、小売業」「金 融業、保険業」「不動産業、物品賃貸業」「学術研究、 専門・技術サービス業」「宿泊業、飲食サービス業」 「生活関連サービス業、娯楽業」「複合サービス業（協 同組合、郵便局）」「その他のサービス業」「その他」	
業種B：22.2% 「教育、学習支援業」「医療」「福祉」	
※調査項目によって業種Aと業種B（専門的な技術や知識、 資格を要す）とに分けて分析を実施	

門的な技術や知識、資格を要す）とに分けて分  
 析を実施した。

#### 5. 東北圏の女性活躍の現状と課題

アンケート調査から明らかとなった東北圏の  
 女性活躍の現状と課題は以下の通りであり、主  
 なポイントについて紹介する。

##### 東北圏女性のモチベーション（第1章）

- a. 昇進意欲が低い
- b. 重要な仕事を担当する意欲が低い
- c. 男性よりもキャリアアップができていない

##### 東北圏企業の女性活躍推進の現状（第2章）

- d. 女性活躍推進の行動計画が浸透していない
- e. 継続就業しやすい環境要因がある

##### 東北圏女性の能力育成・キャリア形成の現状（第3章）

- f. 男性よりも異動や担当替えの経験が少ない
- g. 男性よりも責任の軽い仕事をしている
- h. 男性よりも「多様な業務の経験」が少ない
- i. 男性よりも管理職になれる可能性がないと認識している
- j. 上司からの期待が感じられない
- k. 「女性活躍推進」「男性の家事育児参加の支援」への管理職の取組みが進んでいない
- l. キャリア形成支援制度の整備不足
- m. 5年後のキャリアの目標を持っている人が少ない

##### 東北圏企業における社員処遇の現状（第4章）

- n. 特定の業種において評価に偏りが見られる
- o. 特定の業種において重要な仕事の付与に性別による偏りがある

##### 東北圏企業における働き方の状況（第5章）

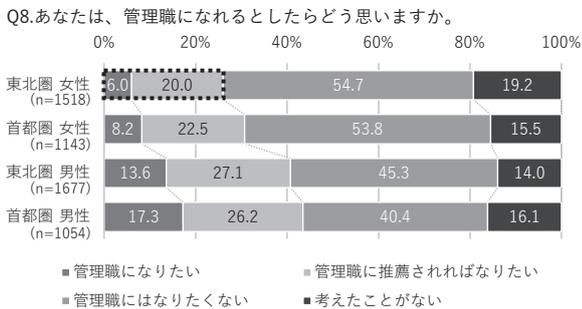
- p. 働き方の選択肢が少ない
- q. コロナ禍での在宅勤務実施率が低い

##### a. 昇進意欲が低い

管理職になりたいと思っている人の割合は東  
 北圏女性が26.0%なのに対し、首都圏女性が  
 30.7%、東北圏男性が40.7%、首都圏男性が

43.5%と、東北圏女性の昇進意欲は最も低い。

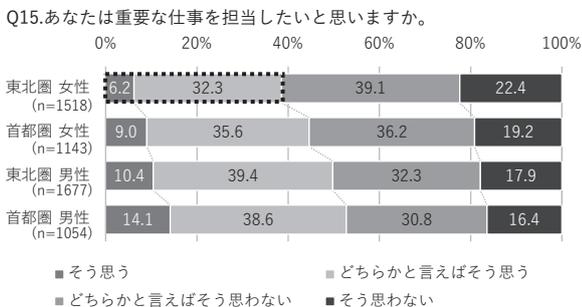
図表2 【男女エリア別】昇進意欲



b. 重要な仕事を担当する意欲が低い

重要な仕事を担当したいとする意欲については、東北圏女性 (38.5%) のスコアが最も低く、首都圏女性 (44.6%) と比べても 6.1 ポイントと大きな差が見られ、仕事に対するモチベーションが低い傾向が見られる。

図表3 【男女エリア別】重要な仕事の担当意欲



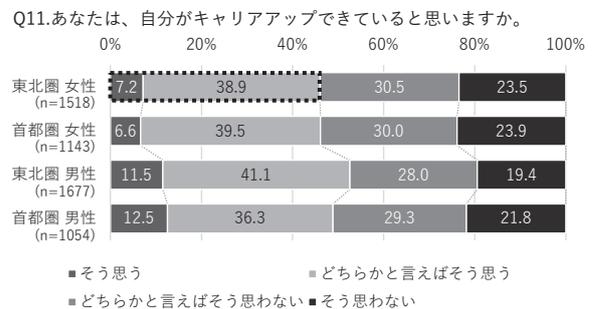
c. 男性よりもキャリアアップができていない

キャリアアップができていていると思っている人の割合は、東北圏女性は首都圏女性と同等のスコアとなっている。一方、男女間比較では、首都圏男女の差が2.7ポイントなのに対し、東北圏男女の差は6.5ポイントと、東北圏では男女の差が大きい (図表4)。

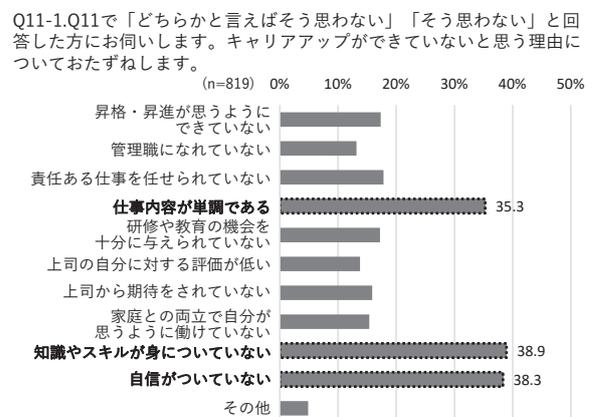
東北圏女性がキャリアアップができていない理由としてあげるのには、「知識やスキルが身についていない」「自信がついていない」「仕事内容

が単調である」が上位を占める (図表5)。

図表4 【男女エリア別】キャリアアップの認識



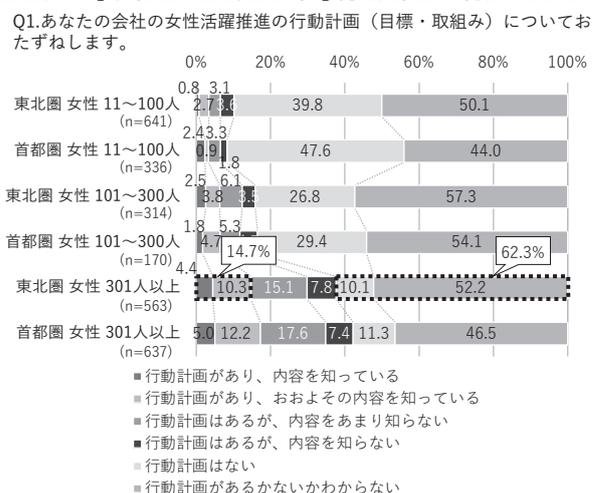
図表5 【東北圏女性】キャリアアップできていない理由



d. 女性活躍推進の行動計画が浸透していない

行動計画の策定・公表が義務付けられている従業員301人以上の企業において、行動計画の内容を認知する割合は東北圏女性、首都圏女性とも1割台に留まっている。また、「行動計画

図表6 【東北圏・首都圏女性】行動計画の有無・認知

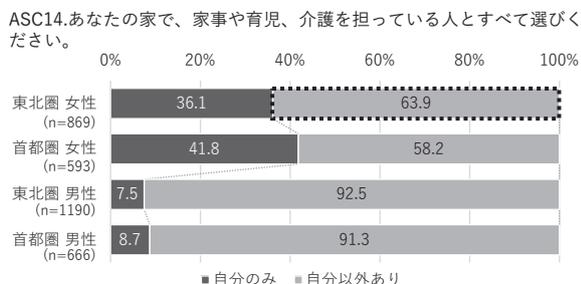


はない」「行動計画があるかないかわからない」と回答した東北圏女性は6割に上り、東北圏において計画の認知度不足は大きな課題である。

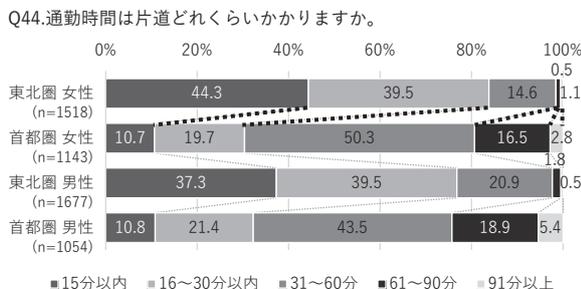
### e. 継続就業しやすい環境要因がある

東北圏女性は首都圏女性よりも「自分以外に家事や育児などを分担してくれる人がある」(図表7)または「通勤時間が短い」(図表8)、と回答した割合が高い。

図表7 【男女エリア別】家事や育児、介護を担っている人(配偶者・パートナーがいる人)

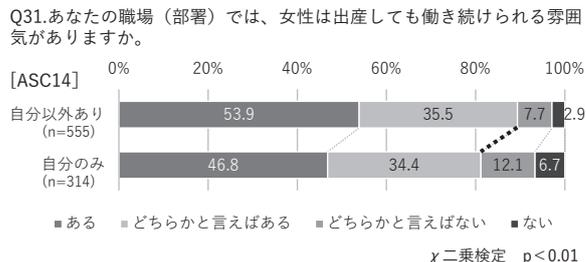


図表8 【男女エリア別】通勤時間(片道)

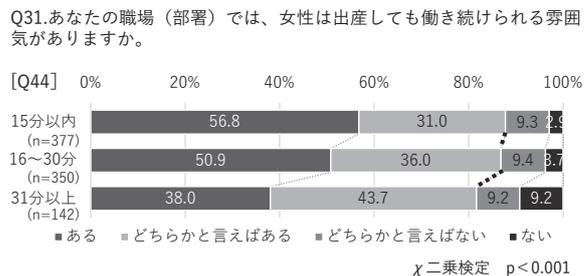


さらに、クロス分析でそれぞれの回答と継続就業のしやすさとの関連をみると「自分以外に家事や育児などを分担してくれる人がある」または「通勤時間が短い」、と回答した女性は、出産後も継続就業がしやすいと認識する割合が高く(図表9、10)、東北圏は首都圏に比べ、継続就業しやすい環境要因があると考えられる。

図表9 【東北圏女性】家事や育児を担っている人別職場の就業継続できる雰囲気(配偶者・パートナーがいる人)



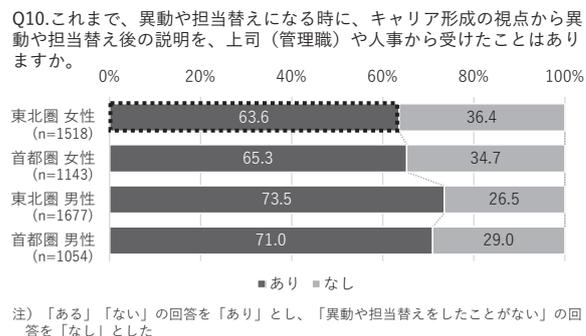
図表10 【東北圏女性】通勤時間別職場の就業継続できる雰囲気(配偶者・パートナーがいる人)



### f. 男性よりも異動、担当替えの経験が少ない

異動や担当替えの経験をしている割合を男女で比較すると、首都圏男女の差が5.7ポイントなのに対し、東北圏男女の差は9.9ポイントと、東北圏では男女の差が大きく、東北圏女性は異動や担当替えの経験が少ないという結果が明らかとなっている。

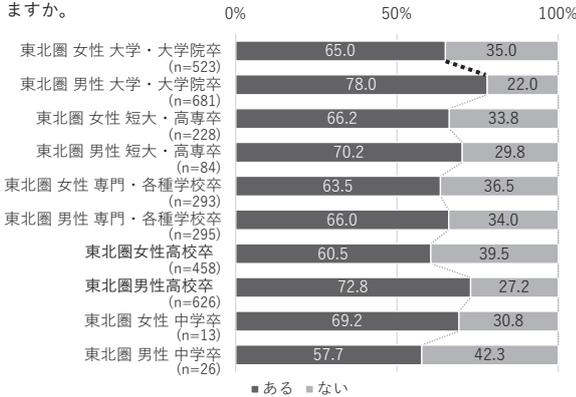
図表11 【男女エリア別】異動や担当替えの経験



学歴の中で経験の差が少ないであろうと想定される「大学・大学院卒」の東北圏男女の比較であっても女性の異動や担当替えの経験をしている割合は男性に比べ13.0ポイント低く、その差は顕著である。

図表12 【学歴別・東北圏男女】異動や担当替えの経験

Q10.これまで、異動や担当替えになる時に、キャリア形成の視点から異動や担当替え後の説明を、上司（管理職）や人事から受けたことはありますか。



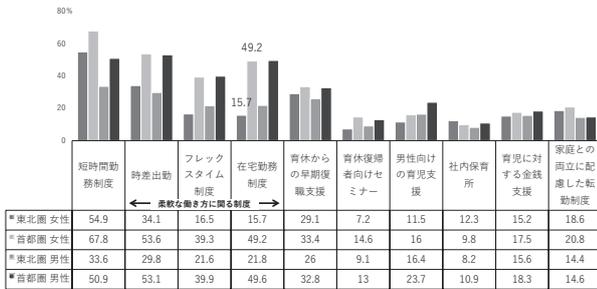
注1) 「ある」「ない」の回答を「あり」とし、「異動や担当替えをしたことがない」の回答を「なし」とした  
 注2) サンプル数が30以下は参考値

p. 働き方の選択肢が少ない

柔軟な働き方に関する制度は男女とも東北圏と首都圏のスコア差が大きく、特に「在宅勤務制度」は東北圏と首都圏の間に約30ポイントの差が見られる。東北圏は首都圏に比べ働き方の選択肢が少ない結果が明らかとなった。

図表13 【男女エリア別】会社の制度や取組み

Q4-1.あなたの会社の制度や取組みについておたずねします。それぞれの制度や取組みの有無、利用のしやすさなどを回答してください。



注) Q4-1の選択肢は「制度があり利用しやすい」「制度があるが利用しづらい」「制度が無い」「制度の有無がわからない」で、「制度があり利用しやすい」「制度があるが利用しづらい」の合計を「制度あり」として集計した

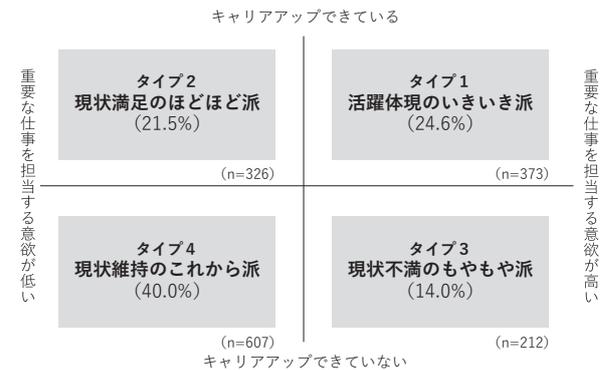
6. タイプ別東北圏女性の 特徴と活躍を促す要因

6.1 女性活躍における4つのタイプ

アンケート結果から東北圏女性のモチベーションが低いという特徴を見てきたが、女性一人ひとりに目を向けると、仕事に対するモチ

ベーションや価値観、ライフスタイルは多様であり、女性活躍を図る上で女性をひとくくりにした対応を行うのは適切でない。それぞれの違いに焦点をあて女性活躍に向けた取組みを総合的かつ有機的に展開し、モチベーションを向上させ、活躍を図っていくことが重要である。そこで、働く女性の意識をもとに東北圏女性を4つのタイプに分類し、その特徴と課題を分析した。なお、4つのタイプは因子分析により抽出された2つの設問を軸に設定し、横軸を「重要な仕事の担当意欲」、縦軸を「キャリアアップの認識」として分類を行った。

図表14 女性活躍における4つのタイプ



「タイプ1」は重要な仕事を担当する意欲が高く、キャリアアップの実感もある「活躍体现のいきいき派」(全体の24.6%)。タイプ1の女性は目標をもって仕事に励み、上司も部下育成に積極的であり、職場としても女性活躍推進に取り組んでいる。しかし、管理職になれる可能性を認識していない女性が半数近くを占める。

「タイプ2」は重要な仕事を担当する意欲は低い、キャリアアップの実感はある「現状満足のほどほど派」(同21.5%)。タイプ2は職場環境に恵まれており、仕事への満足感や達成感が高い。しかし、昇進意欲は4つのタイプの中で最も低く、働く理由を見ると「自分を成長させたい」「仕事が面白い」を選択する割合が少な

く、働くことの意味や価値に重きを置く、いわゆる内的キャリア志向も低いという特徴が見られる。

「タイプ3」は重要な仕事を担当する意欲は高いが、キャリアアップを実感できない「現状不満のもやもや派」(同14.0%)。仕事への意欲は高いが、能力を活かす機会が得られていない。さらに、昇格・昇進における男性優位の傾向を認識する割合が最も高く、上司や企業風土など職場環境にも恵まれていないという課題が見られる。

「タイプ4」は重要な仕事を担当する意欲も低く、キャリアアップも実感できないボリュームゾーンの「現状維持のこれから派」(同40.0%)。タイプ4は管理職になることや職場の制度や取組みに関心がないという特徴がある。さらに、上司は部下育成や女性活躍推進に熱心ではなく、上司からの期待を感じられないという回答が最も高い。有給休暇も取得しづらく、働きにくい職場環境に置かれている可能性が高い。

## 6.2 「活躍体现のいきいき派」への変容を促す要因～多項ロジスティック回帰分析より～

女性活躍推進には企業の成長に寄与するタイプ1の女性を増やしていくことが重要である。どのような取組みが有効かを検討するために多項ロジスティック回帰分析でタイプ2、3、4からタイプ1に移る要因を分析した。その結果、企業としての女性活躍推進への取組み、上司の育成や働きかけ(期待を伝えること、適切な仕事の付与、異動や担当替えの機会提供など)が重要な要因であり、女性が働く企業の規模や業種、女性個人の年齢や学歴などは無関係もしくは

は関係が弱い要因であることが統計的に明らかとなった(図表27)。つまり、現在はタイプ2、3、4に留まっている女性であっても、企業規模や業種などの如何に関わらず、企業としての女性活躍推進への取組み、上司の育成や働きかけを適切に行うことによって、タイプ1「活躍体现のいきいき派」へと変容させることは可能であることが実証された。

## 7. 東北圏における女性活躍推進方策

女性活躍の実現性が懸念される東北圏ではあるが、本調査結果にもとづけば東北圏においても女性活躍を実現することは十分に可能である。女性の意欲の低さといった個人的要因や企業の規模や業種、高卒社員が多いといった東北圏の特徴をあげつらい、女性活躍推進が進まない、できない理由を探すのではなく、東北圏ならではの働く環境の利点を最大限に活かしながら、女性活躍推進に向けた取組みを加速化させていくことが求められる。

留意すべき点として、女性をひとくくりにした対策を講じるのではなく、女性一人ひとりのモチベーションを汲み取りながら、それぞれの活躍を促すという視点が重要である。そうした視点が共有されることで、東北圏全体で女性が働きやすい、活躍しやすい環境の構築を目指すことにつながり、ひいては首都圏への若年女性流出抑制や東北圏への人材の定着・流入につながることを期待される。

上記観点から、企業および自治体や経済団体といった支援団体に向け8つの提言を示す。

## 企業に向けて

- 提言1 女性活躍推進の行動計画の策定および浸透拡大
- 提言2 管理職の理解促進とマネジメント力の向上
- 提言3 出産しても就業継続しやすい環境の充実
- 提言4 人事評価制度の再点検とアンコンシャス・バイアスへの対応
- 提言5 キャリア形成支援制度の整備・拡充
- 提言6 多様で柔軟な働き方に対応した制度の整備・拡充
- 提言7 女性一人ひとりに寄り添って行う多様な支援(タイプ別対応)

## 自治体や経済団体など支援団体に向けて

- 提言8 東北圏全体で取り組む女性活躍推進

以下では4つの提言について、その根拠となる分析結果を紹介する。

### 提言1 女性活躍推進の行動計画の策定および浸透拡大

調査結果から行動計画の内容を認知する女性は、「行動計画がない」「わからない」とする女性に比べ、現在の仕事に対する意欲や管理職になりたいという意欲が高い結果となった(図表15、16)。企業、また経営者自らが自社にとっての女性活躍推進の意義を明確にし、目標とその実現のための行動計画を策定することが重要である。そしてそれを社員に周知・浸透させることが女性活躍に向けた取組みの最初の一歩である。

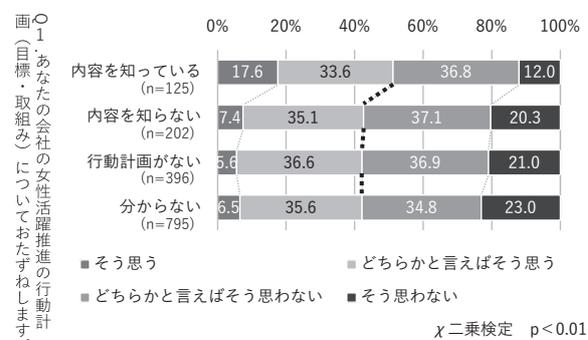
### 提言2 管理職の理解促進とマネジメント力の向上

上司から与えられる仕事の重要度が年々高まっていると感じる女性は、昇進意欲やキャリアアップの認識、達成感が高い傾向が確認された(図表17、18、19)。さらに、上司から期待

を言葉で伝えられている女性は、期待されていないと感じる女性に比べ、昇進や仕事に対する意欲が高いことも明らかとなった(図表20、21)。女性社員のモチベーション向上には、部下を育成する役割を担う上司のマネジメントが大きな影響を及ぼしている。管理職には、部下のキャリア形成を念頭に置きつつ、能力育成につながる仕事を付与していくようなマネジメント力が求められる。

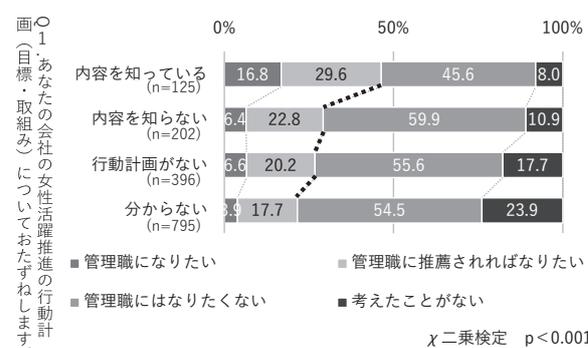
図表15 行動計画の内容の認知別 現在の仕事に対する意欲

Q16.あなたは、現在の仕事に対するご自分の意欲は高いと思いますか。



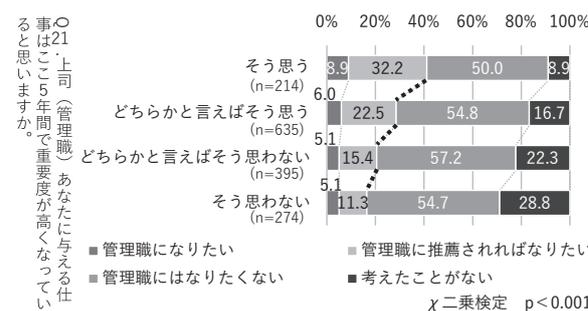
図表16 行動計画の内容の認知別 昇進意欲

Q8.あなたは、管理職になれるとしたらどう思いますか。



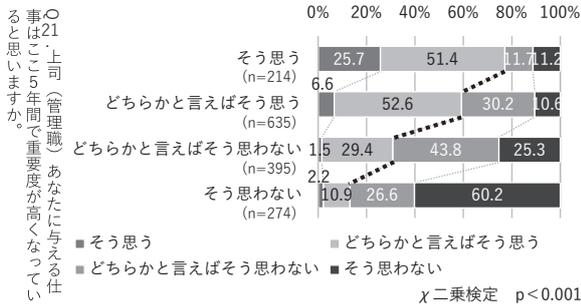
図表17 上司から与えられる仕事の重要度別 昇進意欲

Q8.あなたは、管理職になれるとしたらどう思いますか。



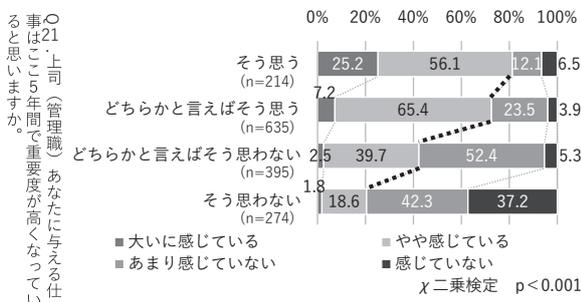
**図表18 上司から与えられる仕事の重要度別 キャリアアップの認識**

Q11.あなたは、自分がキャリアアップできていると思いますか。



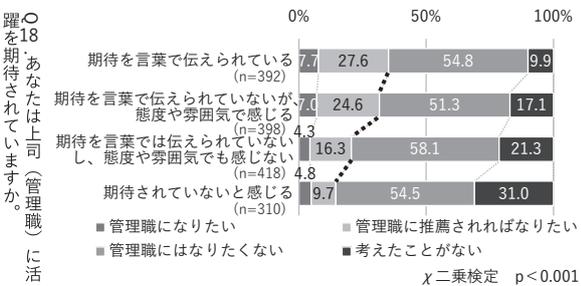
**図表19 上司から与えられる仕事の重要度別 達成感**

Q13.あなたは仕事を通じてどの程度達成感を感じていますか。



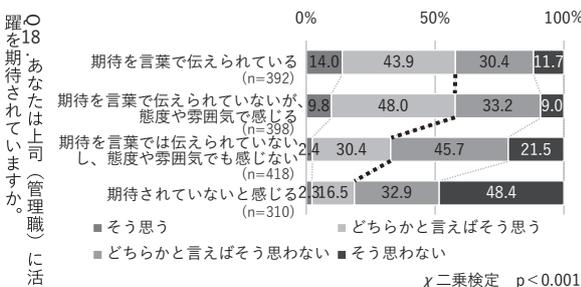
**図表20 上司からの期待別 昇進意欲**

Q8.あなたは、管理職になれるとしたらどう思いますか。



**図表21 上司からの期待別 仕事の意欲**

Q16.あなたは、現在の仕事に対するご自分の意欲は高いと思いますか。

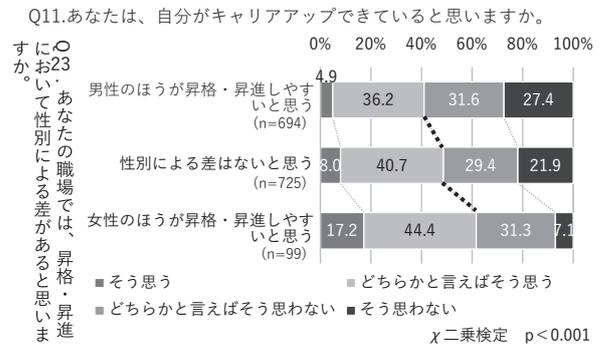


**提言4 人事評価制度の再点検とアンコンシャス・バイアスへの対応**

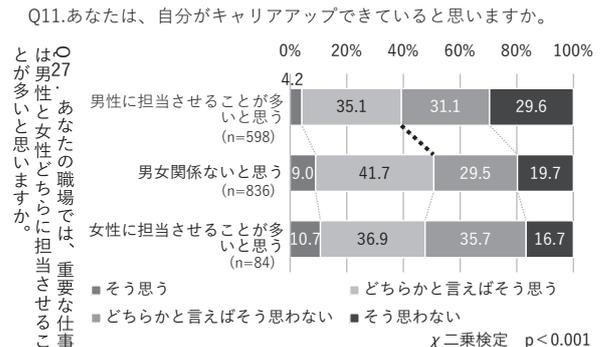
昇格・昇進において性差を感じていない女性はキャリアアップできていると回答する割合が高く、男性優位の傾向を感じている女性は低い結果となった(図表22)。さらに、性別に関係なく重要な仕事を与えられていると感じる女性は、キャリアアップができているとする認識が高く、男性に担当させることが多いと思う女性は低い(図表23)。

人事評価基準自体が、女性などの特定の属性に対して不利になっていないかどうかを点検する必要がある。また、評価基準自体は中立であっても評価者が女性に不利なバイアスをかけている場合もある。評価者のアンコンシャス・バイアスを診断し、評価者の意識を改善していく必要がある。

**図表22 昇格・昇進における性差の認識別 キャリアアップの認識**



**図表23 重要な仕事の担当別 キャリアアップの認識**

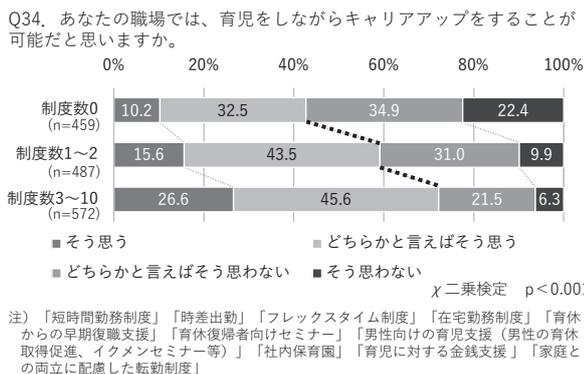


## 提言6 多様で柔軟な働き方に対応した制度の整備・拡充

職場の働き方や両立支援の制度や取組みが多岐にわたるほど、育児をしながらキャリアアップが可能だと認識する女性が多いという結果が明らかとなった。

東北圏は首都圏に比べ、家事や育児を分担してくれる人の存在や通勤時間が短いといった特徴が見られるが、社員それぞれの家庭環境に依存するのではなく、企業の制度としてより働きやすい環境を整えていくことが重要である。

図表24 会社にある制度や取組みの数別 育児をしながらのキャリアアップの可能性



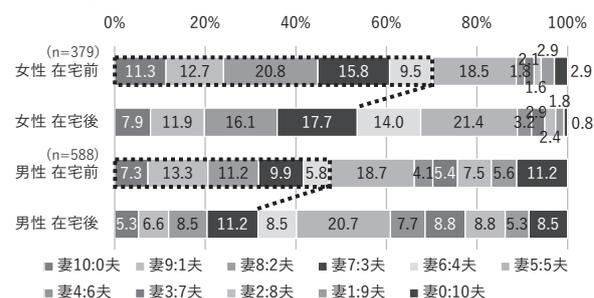
アンケートでは、コロナ禍で導入された在宅勤務が妻と夫の家事・育児負担にもたらした変化も調査した。妻の家事育児負担割合が6割以上(「妻10:0夫」~「妻6:4夫」と回答した割合は、在宅勤務実施前後で男女とも減少しており、妻の負担割合が減少する傾向が確認された(図表25)。さらに、在宅勤務実施者に在宅勤務の効果をたずねたところ、「男性の育児・家事、介護等の時間が増加すると思う」効果について、女性よりも男性の回答割合が高いという結果が得られた(図表26)。

男性の在宅勤務が「男性の家事・育児への参加」を促すことになり、ひいては女性活躍を

る上での家庭環境の整備につながると考えられる。在宅勤務を一時的なコロナ対策で終わらせるのではなく、多様で柔軟な働き方のひとつとして「在宅勤務」の導入を検討することが望まれる。

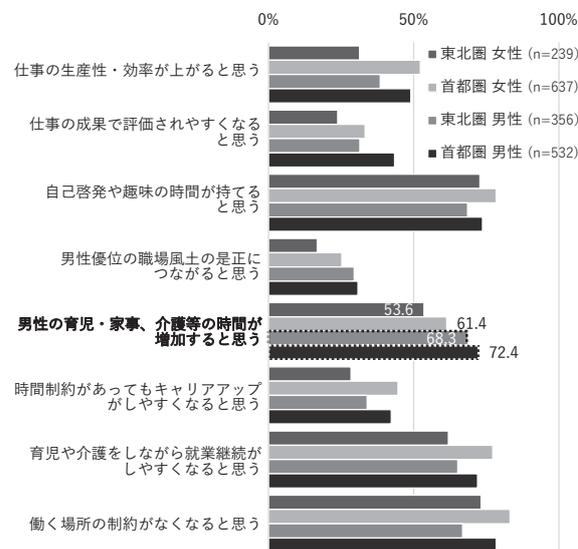
図表25 在宅勤務前後の家事・育児負担割合

Q40.新型コロナウイルス感染症対策として在宅勤務を実施した前後において、あなたと、配偶者・パートナーとの家事・育児負担比率をお知らせください。



図表26 在宅勤務の効果

Q42.新型コロナウイルス感染症拡大で在宅勤務をした経験を踏まえ、在宅勤務が日常的になる場合のあなたの考えをお知らせください。(在宅勤務を「在宅勤務を行った」と回答した人)



注) 「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」の計

(調査研究部 伊藤)

図表 27 多項ロジスティック回帰分析の推定結果

		ベース：タイプ2		ベース：タイプ3		ベース：タイプ4	
		係数	p値	係数	p値	係数	p値
上司の期待	ベース：期待されていない 期待されている	0.359	0.068	0.723	0.001 ***	1.507	0.000 ***
仕事の重要度	ベース：高くなっていない 高くなっている	0.205	0.316	1.042	0.000 ***	0.972	0.000 ***
異動・担当替えの経験	ベース：異動や担当替えをしたことがない 異動・担当替えの経験あり・説明あり 異動・担当替えの経験あり・説明なし	-0.124 -0.322	0.570 0.104	1.276 0.455	0.000 *** 0.035 *	1.088 0.125	0.000 *** 0.501
男性と比べた責任の重さ	ベース：責任の軽い仕事だけしていた 男性よりも責任のある仕事をするが多かった	1.261	0.029 *	1.681	0.010 *	1.269	0.017 *
	同様に責任の重い仕事をしていた	0.798	0.096	1.032	0.032 *	1.204	0.006 **
	ほぼ同様に責任の重い仕事をしてきたが、責任の軽い仕事もしていた	0.371	0.431	0.995	0.035 *	1.020	0.017 *
	責任の重い仕事はわずかで、責任の軽い仕事が多かった	0.353	0.471	0.750	0.122	0.813	0.065
	職場に、同期の男性や同じくらの年齢の男性がいない	0.314	0.518	0.524	0.273	0.627	0.149
仕事と育児の両立支援制度の数	仕事と育児の両立支援制度の数	-0.008	0.849	0.009	0.876	0.049	0.300
キャリア形成支援制度の数	キャリア形成支援制度の数	0.044	0.345	0.038	0.527	0.124	0.014 **
昇格・昇進における性別による差	ベース：男性のほうが昇格・昇進しやすいと思う 性別による差はないと思う、女性のほうが昇格・昇進しやすいと思う	-0.258	0.224	0.431	0.087	-0.322	0.138
重要な仕事の担当	ベース：男性に担当させることが多いと思う 男女関係ないと思う、女性に担当させることが多いと思う	-0.192	0.377	-0.158	0.529	-0.104	0.636
出産しても働き続けられる雰囲気	ベース：出産しても働き続けられる雰囲気がないと思う 出産しても働き続けられる雰囲気があると思う	-0.426	0.198	0.259	0.404	0.214	0.441
育児をしながらのキャリアアップ	ベース：育児をしながらキャリアアップすることが可能ではないと思う						
	育児をしながらキャリアアップすることが可能だと思う	0.704	0.001 **	1.004	0.000 ***	1.307	0.000 ***
企業規模	ベース：301人以上						
	11人～100人	0.357	0.103	0.006	0.983	0.229	0.299
	101人～300人	0.337	0.137	-0.065	0.809	0.308	0.185
業種	ベース：運輸業、郵便業						
	建設業	0.397	0.553	-0.059	0.934	0.275	0.652
	製造業	0.655	0.306	0.667	0.349	0.739	0.218
	情報通信業	0.477	0.526	0.424	0.619	1.309	0.093
	卸売業、小売業	0.552	0.377	0.440	0.525	0.683	0.248
	金融業、保険業	0.032	0.960	0.605	0.428	0.420	0.508
	宿泊業、飲食サービス業	0.350	0.683	1.281	0.261	1.128	0.187
	生活関連サービス業、娯楽業	0.663	0.403	-0.061	0.943	0.640	0.391
	教育、学習支援業	0.414	0.517	0.402	0.592	0.751	0.234
	医療	0.457	0.458	0.453	0.521	0.555	0.348
	福祉	0.615	0.329	0.245	0.734	0.693	0.252
	その他のサービス業	0.783	0.246	0.204	0.778	0.935	0.135
	その他	0.281	0.663	-0.287	0.685	0.743	0.238
職種	ベース：介護、保健医療、生活衛生サービス						
	事務	0.529	0.121	0.054	0.896	0.286	0.398
	営業	0.574	0.193	-0.049	0.927	0.413	0.377
	販売	0.547	0.275	0.333	0.570	0.610	0.224
	飲食物調理、接客・給仕サービス	0.565	0.343	0.656	0.375	0.995	0.090
	専門的・技術的職業	-0.057	0.844	-0.128	0.734	0.238	0.434
	製品製造・加工処理、機械組立、検査など	0.062	0.909	0.355	0.593	0.023	0.966
	その他	0.105	0.787	0.183	0.722	0.211	0.608
勤務場所	ベース：本社 支店、工場、事務所、現場など本社以外の場所	-0.233	0.203	-0.231	0.285	-0.139	0.451
職位	ベース：一般従業員 係長・主任および係長・主任相当職	0.266	0.223	0.585	0.049 *	0.853	0.001 **
年齢	ベース：45～49歳						
	20～24歳	-0.095	0.812	-0.574	0.193	0.283	0.463
	25～29歳	-0.261	0.362	-0.157	0.645	0.618	0.027 *
	30～34歳	-0.158	0.583	0.180	0.612	0.647	0.023 *
	35～39歳	-0.111	0.722	-0.387	0.283	0.114	0.697
	40～44歳	0.136	0.630	0.238	0.477	0.790	0.003 **
学歴	ベース：高校卒、中学卒、その他						
	大学・大学院卒	0.227	0.314	0.276	0.292	0.382	0.093
	短大・高専卒	-0.025	0.927	0.311	0.335	0.166	0.533
	専門・各種学校卒	0.316	0.238	0.060	0.844	0.117	0.648
子どもの人数	ベース：いない						
	1人	-0.225	0.545	-0.162	0.714	0.092	0.798
	2人	-0.109	0.766	0.151	0.732	0.192	0.585
	3人以上	-0.176	0.620	-0.043	0.918	-0.007	0.984

注) \*は5%有意水準、\*\*は1%有意水準、\*\*\*は0.1%有意水準を示す

# キラ☆企業と若者の交流イベント 第2回「東北・新潟 Meetup ! オンラインイベント」実施報告

## 1. はじめに

当センターは2018年度より、東北6県および新潟県(以下、東北圏)に所在する優れた企業を「キラ☆企業」として選定し、各社の事業活動や魅力について若者目線で分かりやすく効果的に紹介してきた。

2020年度は、東北圏での暮らしや就職に関心を持つ若者に、東北圏の魅力に関する理解をより深めていただくことを目的に、キラ☆企業経営者との交流イベントを実施している。

本稿では2021年2月18日(木)にオンラインで開催した第2回「東北・新潟 Meetup! オンラインイベント」の概要を報告する。

## 2. 実施内容

今回ゲストとして登壇いただいた経営者は、高齢者と障がい者に向けた総合福祉事業を展開する愛さんさんグループ 代表取締役CEO 小尾勝吉氏、仙台を代表する伝統工芸品「玉虫塗」の生産を行う東北工芸製作所 常務取締役 佐浦みどり氏、麺茶屋として創業し130余年の老舗食品企業マルニ食品 代表取締役 二階堂玲子氏の3名。

10月に開催した初回イベントが好評を博し

たことから、今回は参加者の募集枠を約2倍に拡大したが、業種も経歴も異なる3人の経営者と直接話ができる貴重な機会とあって全国各地から多くの申し込みをいただき、事務局の想像を超える早さで定員に到達した。



イベントに先立ちゲストのインタビュー記事をHPで公開。参加意欲の向上を図った

イベントはオンラインミーティングツール「Zoom」を使って実施。参加者には事前にマルニ食品のスナック菓子「麺ざくざく」と宮城県山元町のキラ☆企業である農業生産法人株式会社 GRA が生産する「ミガキイチゴ」を使ったスパークリングワインのセットを送付し、オン

ライン飲み会のようなリラックスした雰囲気の中、参加者は自宅など自由な場所で、各経営者の話に耳を傾け、質問を投げ掛け、これからの働き方、生き方、地方で暮らすことなどについて考えを深めた。

## 【イベント概要】

### (1) 日 時

2021年2月18日(木) 19時～21時15分

### (2) 場 所

オンライン開催(配信会場: SEED21(宮城県仙台市青葉区))

### (3) 参加者

19名(男性8名、女性11名)

※エントリー数は24名(当日キャンセル5名)

※年齢は20代13名、30代2名、40代3名、50代1名

※現住所は東北圏7名(宮城7)、首都圏8名(東京5、神奈川2、埼玉1)、

その他4名(北海道1、長野1、徳島1、熊本1)

※職業は学生6名、社会人13名(営業職、ITエンジニア、農業従事者等)

### (4) プログラム

<第一部>

19:00～参加者自己紹介

19:20～各ゲストから自社の事業内容や取り組み、東北圏の魅力などを紹介

<第二部>

19:50～宮城をリードする経営者ダイレクトインタビュー

(参加者を3グループに分け各ゲストと自由交流)

### (5) その他

主 催: 公益財団法人 東北活性化研究センター

後 援: 一般社団法人 東北経済連合会

運 営: シビレ株式会社

参加者からのインタビューで、『縁もゆかりもない場所で起業した原動力』について問われたのは、神奈川県出身で東日本大震災のボランティアをきっかけに、宮城県に移住した小尾氏。

「原動力は大いなる勘違いと言ってもいいかもしれませんが。自分の人生をどうデザインするかというところで勘違いをしながら、でもそれを原動力にやってきました。大事なことは、言葉よりも自分が発しているオーラのようなものだと思います。小手先の効いた話よりも、なぜそうしたいかを本気で思っていれば、それは伝わります。それを探求することが大事です。何をするためにここに来たのかが自分の中に100パーセント落とし込まれていれば、究極的には言葉はいらないと思います」と強調した。



小尾氏による自己紹介の様子

自社で週に数日だけ働く従業員を例に挙げて『地方暮らしの魅力』を紹介したのは佐浦氏。

「私の会社には週2日工房に来て、週1日広報をやってくれて、他の会社でも働いている40代の男性がいます。

彼は東日本大震災の後に仙台に引っ越してきて、それからずっと仙台に住んでいます。次第に仲間も増えて居心地がよくなってきたということもあると思いますが、自分のペースで、例

えば土日はどこに行くかなどを決めて、仕事も調整できるからというようなことを話していました。地方で働くと東京より給料は少ないかもしれませんが、時間を自分で有効に使えるんですよ。地方にいと他人と比べることもなくなって、これでいいんだという納得できる自分なりの過ごし方ができて、自分にとっての価値を見いだせると思います」と話してくれた。



東北楽天ゴールデンイーグルスの玉虫塗ヘルメットを紹介する佐浦氏

『楽しく仕事をする』について聞かれた二階堂氏は、

「普段の生活の中で大変なことや難しい課題にぶつかってしんどいなと思う人は多いと思いますし、人生はそういうものだと思います。でもせっかく人生を送るなら、自分が死ぬ時にあよかったなと思ってほしいし、そのことを私は新入社員に必ず伝えていきます。自分の人生を大切に、楽しい一生を送ってくださいと。

楽しい一生を送ることの一つに食べることがあると思っています、みんなでおいしいねと言い合える瞬間ってすごく楽しいですよ。それが私たちの仕事でもあり、そのためにはまず自分自身が食べてうれしいという、食に対しての楽

しさを当社で働いている人たちにも追求してほしいと思っています。食べてもらった誰かの笑顔をつくれる、そのために楽しんで努力してほしいなと思っています」と力強く語っていた。



参加者からの質問にメッセージ性の強い言葉で答えていた二階堂氏

### 3. 今後の取り組み

参加者へのアンケート調査では、「様々な業界において東北地域を牽引する優れた企業の経営者の想いや背景を聞くことができ、非常に勉強になった」「第一線でご活躍されている経営者のお話を聞く機会はなかなか無く、本当に貴重な経験だった」「前回もこのイベントから繋がった企業があった。今回もこの後の繋がりを大切にしていきたい」など、イベントに満足する声が多く寄せられた。

当センターは来年度以降、本イベントのノウハウを活かし、東北圏や首都圏等の産学官にわたる多様な人材が出会い交流するオープンイノベーション型の企画を実施する方向で検討を進めている。



北は北海道から南は九州まで、多くの参加者に東北の魅力を感じていただくイベントとなった

# 令和2年度「事業報告会」開催報告

## はじめに

当センターは2021年3月12日(金)、令和2年度「事業報告会」を開催いたしました(図1. 令和2年度「事業報告会」次第 参照)。事業報告会は、会員企業の皆さまをはじめとする方々に、活動の概要を報告することにより、当センターへの理解を深めていただき、よりいっそうのご支援を賜る目的で、定期的で開催しているものです。新型コロナウイルスの感染拡大により昨年度は中止を余儀なくされましたが、今年度は、感染対策に万全を期し、コロナ禍前300名収容の会議室に100名程度の定員として開催させていただきました。合わせて、You Tube ライブ配信も限定公開いたしました。最終的に、来場者39名、ライブ配信視聴者119名のご参

図1. 令和2年度「事業報告会」次第

令和2年度東北活性化研究センター事業報告会 次第	
■ 日時	令和3年3月12日(金) 14:00~16:00 (開場 13:30)
■ 会場	TKPガーデンシティ仙台 ホール21C+21D (仙台市青葉区中央1-3-1 AER 21階 会議室)
1. 開会の挨拶 [14:00~14:05]	佐竹 勲(東北活性化研究センター 会長)
2. 基調講演 [14:05~14:35]	<p>テーマ ソーシャルイノベーションが創る『新しい東北』 ~社会課題先進地・東北の現状と社会起業家の役割~</p> <p>講演 竹川 隆司氏 (一般社団法人IMPACT Foundation Japan 代表理事)</p>
3. 報告 [14:35~16:00] (報告:20分 質疑応答:5分)	<p>(1) 社会起業家の活躍による社会・地域課題の解決について [14:35~15:00] 矢萩 謙人(東北活性化研究センター 調査研究部 専任部長)</p> <p>.....【休憩】.....</p> <p>(2) 若者から積極的に選ばれる東北の実現に向けて [15:10~15:35] 橋本 有子(東北活性化研究センター 地域・産業振興部 主任)</p> <p>(3) 東北の企業における女性活躍の実現と推進方策について [15:35~16:00] 伊藤 幸子(東北活性化研究センター 調査研究部 主任研究員)</p>
4. 閉会 [16:00]	以上
本件に関する問い合わせ先	
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2-9-10(セントレ東北9階) 企画総務部 TEL 番号: 022-225-1426 FAX 番号: 022-225-0062	

加をいただきました。以下、基調講演と事業報告三件の概要を報告いたします。

## 1 概要

### 1.1 基調講演

「ソーシャルイノベーションが創る『新しい東北』~社会課題先進地・東北の現状と社会起業家の役割~」と題して、一般社団法人IMPACT Foundation Japan 代表理事の竹川隆司氏よりビデオ出演によりご講演いただきました。概要は以下のとおりです。

「2020年度 東北圏社会経済白書」第Ⅱ部(社会起業家の活躍による社会・地域課題の解決)のアドバイザーを務めていただいた竹川氏より、東日本大震災をきっかけとした、東北風土マラソン&フェスティバルやINTILAQ 東北イノベーションセンターの立ち上げを振り返りつつ、復興支援活動を主導した想いや考え、社会課題先進地の東北における社会起業家の役割、そして、ソーシャルイノベーションが創る東北の未来に向けた想いについて、お話いただきました。

写真1. 基調講演:竹川 隆司氏



出所:東北活性研撮影

## 1.2 東北活性研事業報告

当センターからは、三件の事業報告を行ないました。

一件目は、「社会起業家の活躍による社会・地域課題の解決について」と題して、調査研究部専任部長の矢萩より報告いたしました。概要は以下のとおりです。

東北圏の社会起業家に対するアンケート調査、トップランナーたる社会起業家と先進的な支援策を展開する行政など支援者の事例調査を踏まえ、事業性確保のポイントや支援者に期待される社会起業家育成のあり方などについて提言いたしました。

写真2. 発表者 調査研究部 専任部長 矢萩義人



出所：東北活性研撮影

二件目は、「若者から積極的に選ばれる東北の実現に向けて」と題して、地域・産業振興部主任の橋本より報告いたしました。概要は以下のとおりです。

写真3. 発表者 地域・産業振興部 主任 橋本有子



出所：東北活性研撮影

東北圏から東京圏に転出を希望している、または転出した若い女性を対象に意識調査を行い、意識や考え方について情報収集・分析を行い、調査結果からみえた課題と、東北圏が今取り組むべき人口減少・少子化対策に向けて提言いたしました。

三件目は、「東北の企業における女性活躍の実態と推進方策について」と題して、調査研究部主任研究員の伊藤より報告いたしました。概要は以下のとおりです。

近年関心が高まっている「女性活躍推進」を東北圏企業に促すため、東北圏・首都圏で働く20-40代男女5000人アンケートで明らかとなった女性活躍の実態や課題と、コロナ禍における働き方の変化も踏まえた女性活躍推進方策について報告いたしました。

写真4. 発表者 調査研究部 主任研究員 伊藤孝子



出所：東北活性研撮影

## おわりに

当センターでは、事業報告会を重要な情報発信の機会と位置付けており、今後も毎年定期的で開催してまいります。その他各種イベントもタイムリーに開催しており、少しでも皆様のお役に立てるシンクタンクとなるよう、様々な活動を通じて有益な情報発信を継続してまいります。今後とも変わらぬご支援のほどよろしくお願い申し上げます。

# 地域新電力「株式会社三河の山里コミュニティパワー」(通称 MY パワー)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、愛知県豊田市の山間部における地域活動から発展した「株式会社三河の山里コミュニティパワー」(通称 MY パワー)の事例を紹介する。同社のコンセプトは地域新電力のあるべき姿の例を示していると思われる。

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(概論は前号のやまがた新電力の事例とほぼ同じである。)
- ・MY パワー設立に至る背景としての地域活動
- ・MY パワーの出資母体である一般社団法人三河の山里課題解決ファーム(以下、ファーム)の概要
- ・豊田市、中部電力株式会社(以下、中部電力)、ファームの協定
- ・MY パワーの事業、運営体制(2021年1月時点の状況をもとにしている。)

## 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。地域新電力の多く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(電気の利用者、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。

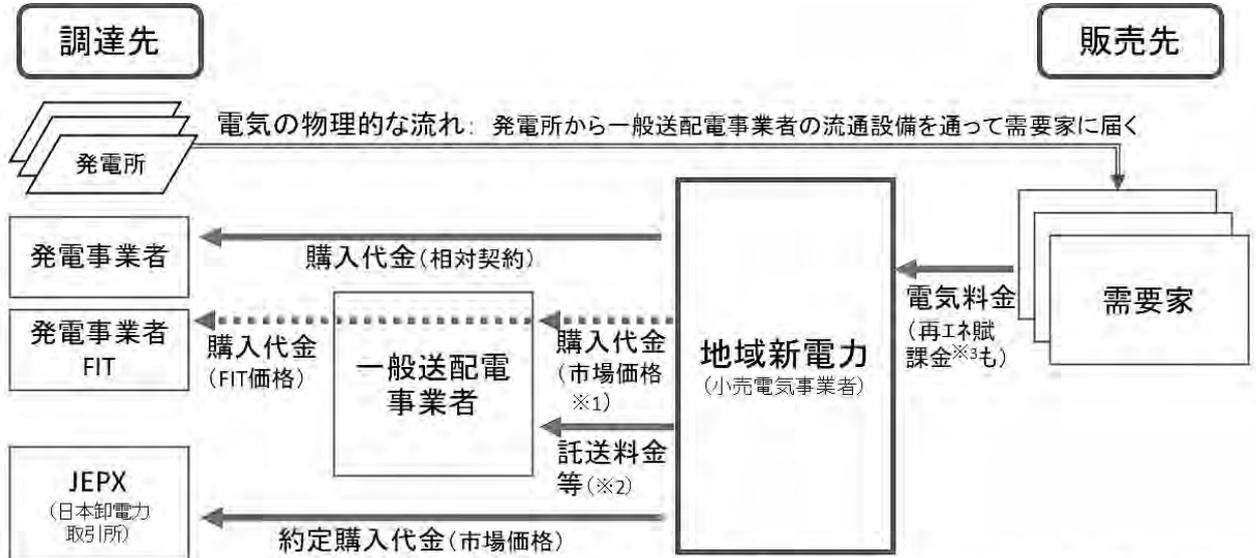
- ① 相対契約(発電事業者と直接取引)
- ② 再生可能エネルギー電気特定卸供給(一般送配電事業者を経由して特定のFIT発電事業者から調達)
- ③ 日本卸電力取引所(JEPX)への入札(①②で不足する分を調達)

それぞれの詳細は図表2(基本用語)および前号のやまがた新電力の事例を参照されたい。

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。市場価格が低位にとどまるならば、比較的风险の少ない事業

と言える。(ただし、至近の冬季は市場価格が高騰した。)

図表1 地域新電力の一般的事業構造 電気の調達である「常時バックアップ」は省略した。



※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ラ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配分される。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、新電力にも配分される。

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(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。2021年2月3日現在、全国で702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(者)、特定送配電事業者(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電気事業法の定めにより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34者(2021年2月18日参照)。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、インバランス  
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「インバランス」と言い、送配電事業者によって調整される。
- FIT ネットと読む(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、電気の利用者が電気料金にプラスして小売電気事業者に支払う。単価は全国一律に決められ、現在2.98円/kWh。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。(電気利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(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)。一般にインバランス(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ということ。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 シェアックスと読む 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合、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)を入力。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  
すべ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 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。

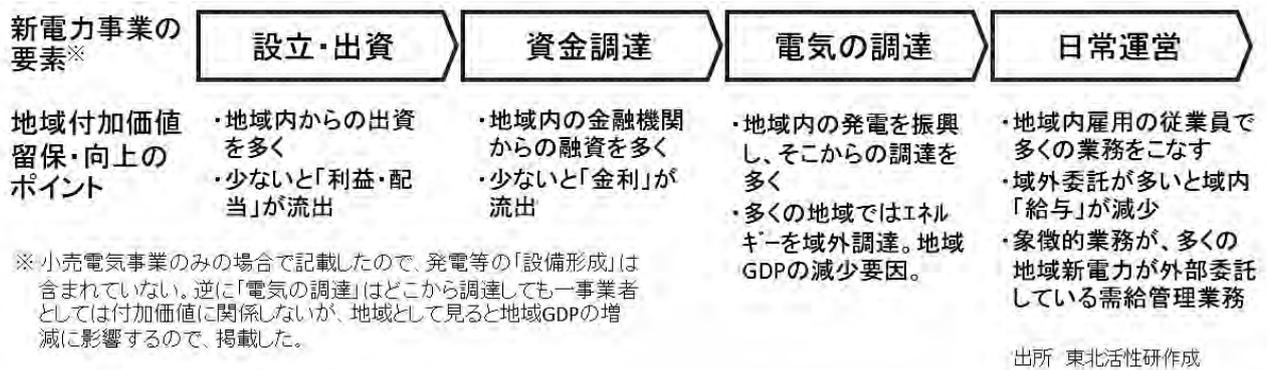
再エネ発電や地域新電力を対象とする地域付加価値については、諸富(2019)や稲垣(2020)が論じている。本稿はそれに発想を得ている。ただし、地域新電力(小売電気事業)は価値創造でなく価値を地域外へ流出させないことが主眼

となる。

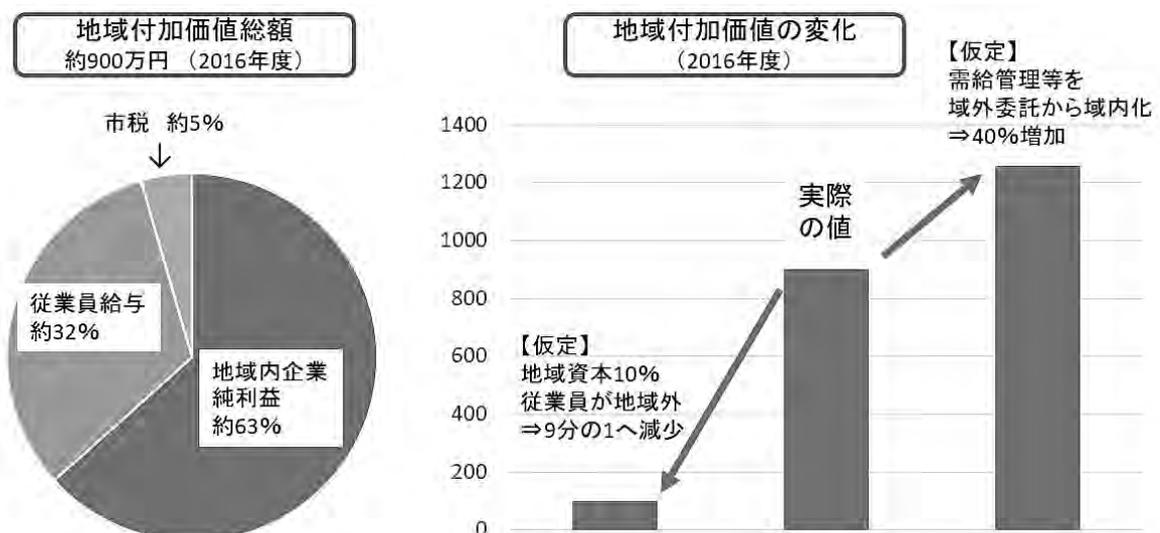
図表3は地域新電力の活動要素ごとに地域付加価値の留保・向上のポイントをまとめたものである。新電力の出資主体、資金調達先、電気の調達先、日常運営、どの要素でも地域内の比率を高めることが望ましい。しかし、このようになっていない例もあるようである。

図表4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3 地域付加価値の視点



図表4 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

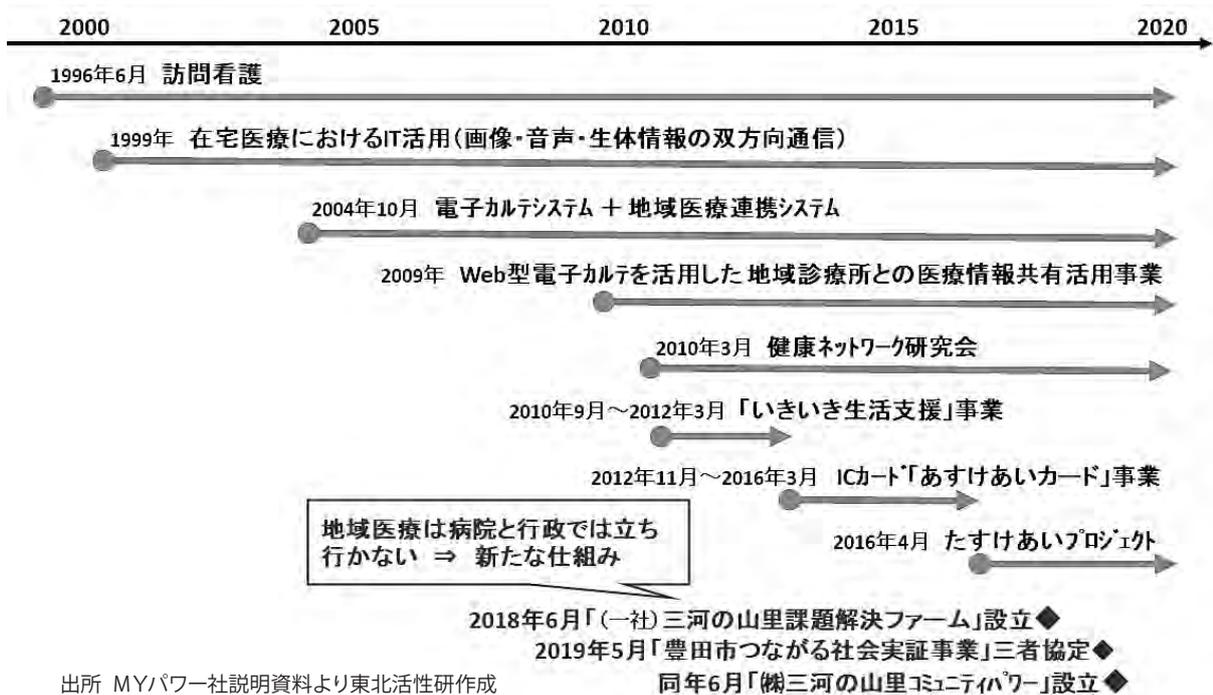
## 2 MY パワー設立前の経緯

### 2.1 豊田市山間部の地域活動

豊田市は人口40万人超の中核市であるが、広大な山間部は他の地域と同様、人口減少、高齢化に関わる課題を抱えている。

図表5は、同市山間部の足助(アスケ)地区にある足助病院の地域活動経緯である。1996年の訪問看護から徐々に活動を拡げ、2018年にファーム(一般社団法人三河の山里課題解決ファーム)の設立に至った(概要、設立メンバーは図表6)。

図表5 足助病院の地域活動



図表6 (一社)三河の山里課題解決ファームの概要と設立メンバー

法人概要		設立メンバー
法人名	一般社団法人三河の山里課題解決ファーム	多彩な顔ぶれ
役員	代表理事: 早川 富博 専務理事: 萩原 喜之 理事: 石井 伸弘、関原 康成、平沼 辰雄、村田 元夫	○ 山村地域の病院長【地元】 23年間地域医療に従事、60代
目的・事業	当法人は、地域経済循環を目指した地域電力事業を基盤として、地域の課題解決を行い、新たな公共サービスの担い手となることを目的とし、そのために次の事業を行う。 (1) 地域の課題解決に関わる事業 (2) 電力及びエネルギーの生産、小売及び需給調整に関わる事業 (3) 地域福祉に関わる事業 (4) 地域交通に関わる事業 (5) 各前号に掲げる事業のほか、地域を構成する主体が地域の課題解決を担う仕組みの検討及び実施に関わる事業 (6) その他上記目的を達するために必要なる事業	○ NPO 食える市民運動、環境、中間支援、60代
所在地	〒444-2351 愛知県豊田市岩神町仲田20番地 足助病院内(サテライト・サロン)	○ 有機農家 エコリーグ、中間支援、農業、40代
設立時期	2018年6月	○ 企業コンサル ソーシャルビジネス、NPO、50代
職員数	1名	○ 行政コンサル【地元】 公共インフラ、ITシステム、NPO、50代
		○ PV 共同発電ファンド PV:太陽光 中小企業会長、60代
		○ 弁護士2名 環境、再エネ発電、40代、30代
		○ 議員 環境、まちづくり、60代
		○ Iターン家族【地元】 環境NPO、薪ストーブ屋、40代(事務局長)

出所 MYパワー社提供情報より東北活性研作成

## 2.2 ファームのコンセプト

図表7はファームおよびMYパワーのコンセプトをMYパワー提供情報より筆者が一般論を加味してまとめたものである。このコンセプトに沿って順調に推移すれば、MYパワーの活動は地域新電力の理想形の一つと言える。

彼らの目指すものは、ずばり「地域自治」である。筆者はこれを「行政に過度に頼らず自主的に地域課題に対処すること」と、ここでは定義しておく。

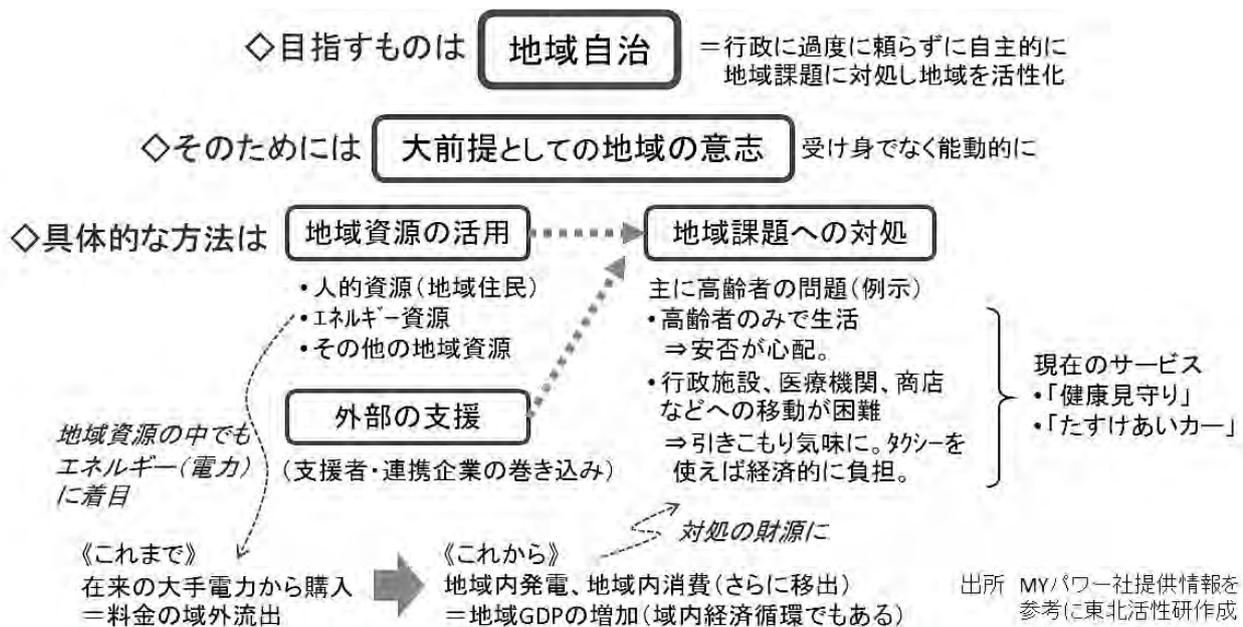
ファーム（そして、その実行組織であるMYパワー）は地域自治を目指して、地域住民を支援するが、その際の大前提は地域住民が自ら何とかしたいと思う意志（やる気）があることである（図表の2行目）。彼らの説明資料には、「サービスしない」という文言がある。これは受け身で支援を待っている人々に一方的にサービスを提供するのではなく、地域とともにサービスを創出するという意味である。

地域課題に対処する具体的な方法は（図表の3行目以下）、地域資源の活用と外部の支援である。ファームは地域資源のなかのエネルギー資源に注目した。すなわち、地域の再生可能エネルギーの開発、販売により、これまで域外に流出していたエネルギーコスト（電気料金）を域内に留めるとともに、その事業利益を地域課題対処の財源にするというものである。（注：ただし、当初は小売電気事業による利益のみ。詳細後述。）

また、地域内外の人的資源活用について、彼らは「巻き込みと連帯」という表現を使っており、積極的な働きかけと仕組み作りに努めている。連帯が形になったものが、後述の市と中部電力との連携協定である。

対処すべき地域課題は主に高齢者の問題である。現時点の具体的なサービスは、電気事業からの利益を財源とする高齢者世帯の見守りと移動支援である（詳細後述）。

図表7 ファームのコンセプト



## 2.3 豊田市、中部電力との社会実証協定

ファームは前節のコンセプトを実現するために行政（豊田市）に提案し、2019年5月31日、図表8のような社会実証のための三者協定を締結した。（具体的な事業スキームは3.2）

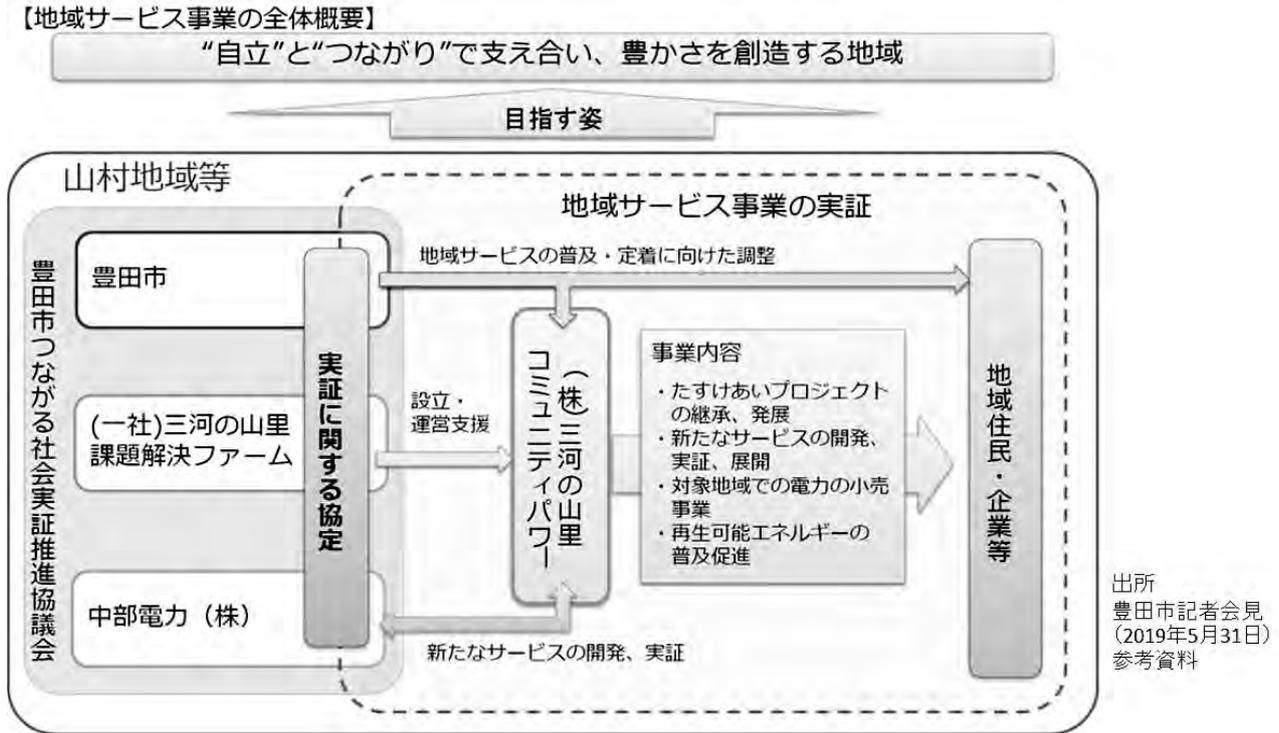
豊田市にとっては山間部の課題解決に地域が

自主的に取り組む、歓迎すべき試みである。

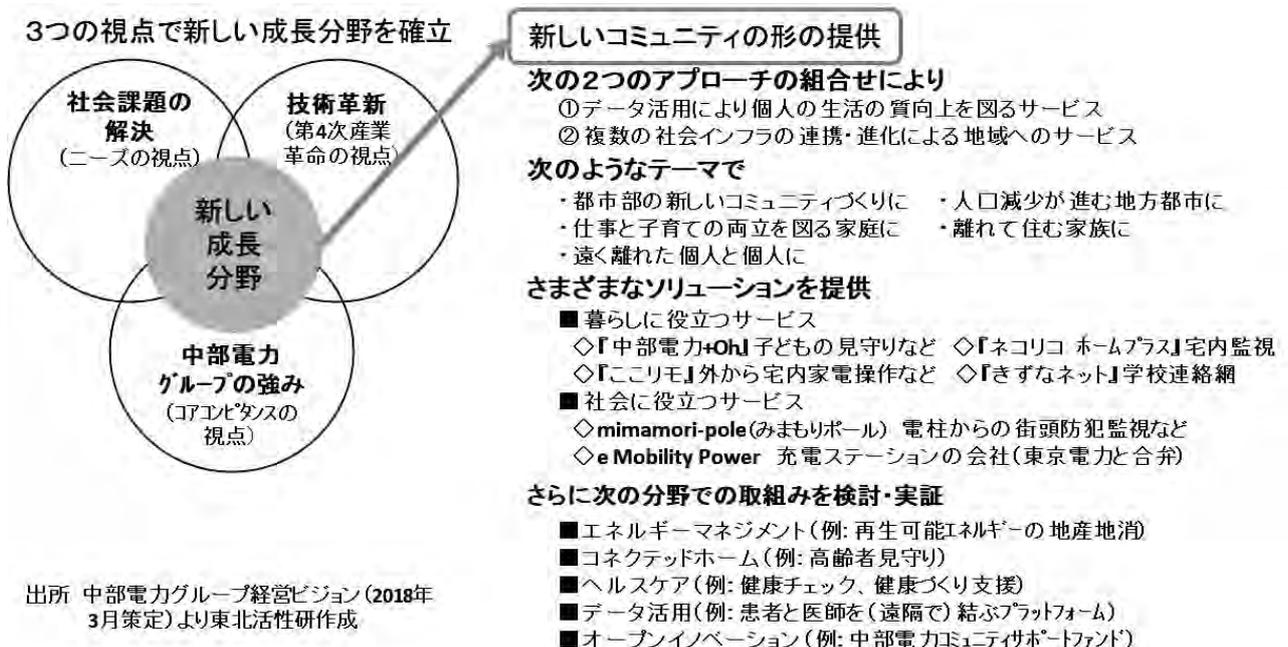
中部電力にとっては至近の経営ビジョンに掲げた「新しいコミュニティの形の提供」（図表9）の格好の実証フィールドとなる。

まさに三者 Win-Win-Win の関係と言える。

図表8 「豊田市つながる社会実証事業」三者協定



図表9 中部電力グループの新成長分野（2018年3月経営ビジョン）



### 3 MYパワーの事業活動

#### 3.1 会社概要と株主構成

ファームは設立の翌年、前節の三者協定の翌月に事業実施主体としてMYパワー（株）三河の山里コミュニティパワー）を立ち上げた。（概要は図表10。所在地、代表、専務はファームと同じ。）

社名にパワー（電力）が入っているが、電力関係のみならず、地域課題に対処するための事業を実施する会社である。

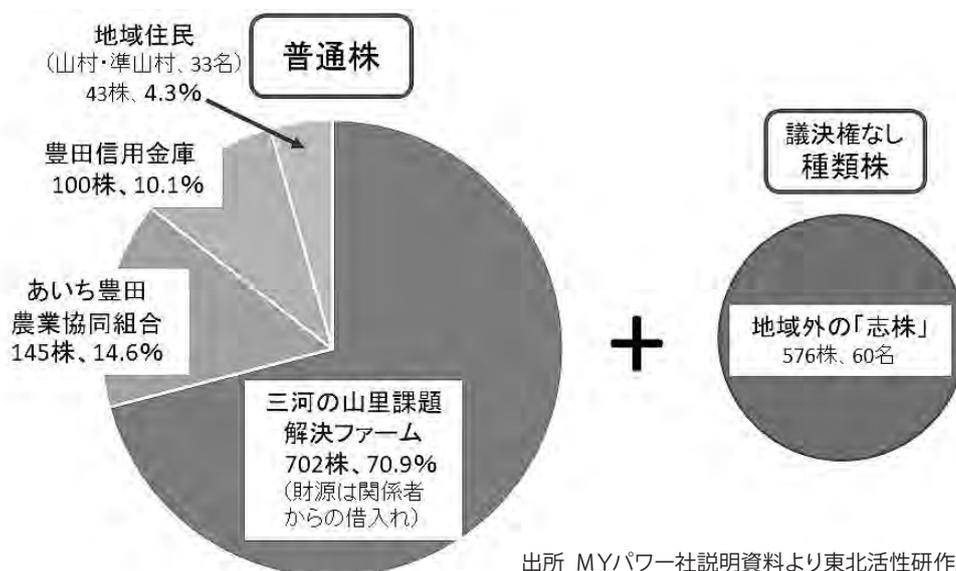
株主構成は図表11のとおりである。普通株はすべて地元であり、概論でのべた地域付加価値留保の点で理想的である。同社のユニークな点は地域外からの志のある株主が議決権なしの種類株を保有することである。

図表10 MYパワーの会社概要

会社名	株式会社 三河の山里コミュニティパワー
役員	代表取締役：早川 富博 専務取締役：萩原 喜之 取締役：関原 康成
所在地	〒444-2351 愛知県豊田市岩神町仲田20番地 足助病院内(サテライト・サロン)
資本金	990万円（2019.10.1現在）
主要株主	一般社団法人三河の山里課題解決ファーム あいち豊田農業協同組合 豊田信用金庫
設立時期	2019年6月3日
社員数	8名
事業内容	○たすけあいプロジェクトの継承、発展 ○山村地域等の課題解決のための 新たなサービスの開発、実証、展開 ○対象地域での電力の小売事業・ 再生可能エネルギーの普及促進

出所 同社 HP (<https://my-power.jp/> 2020年12月1日参照)より  
東北活性研作成

図表11 MYパワーの株主構成



出所 MYパワー社説明資料より東北活性研作成

### 3.2 事業の全体構造

図表12はMYパワーの現在の主要関係図(事業スキーム)である。

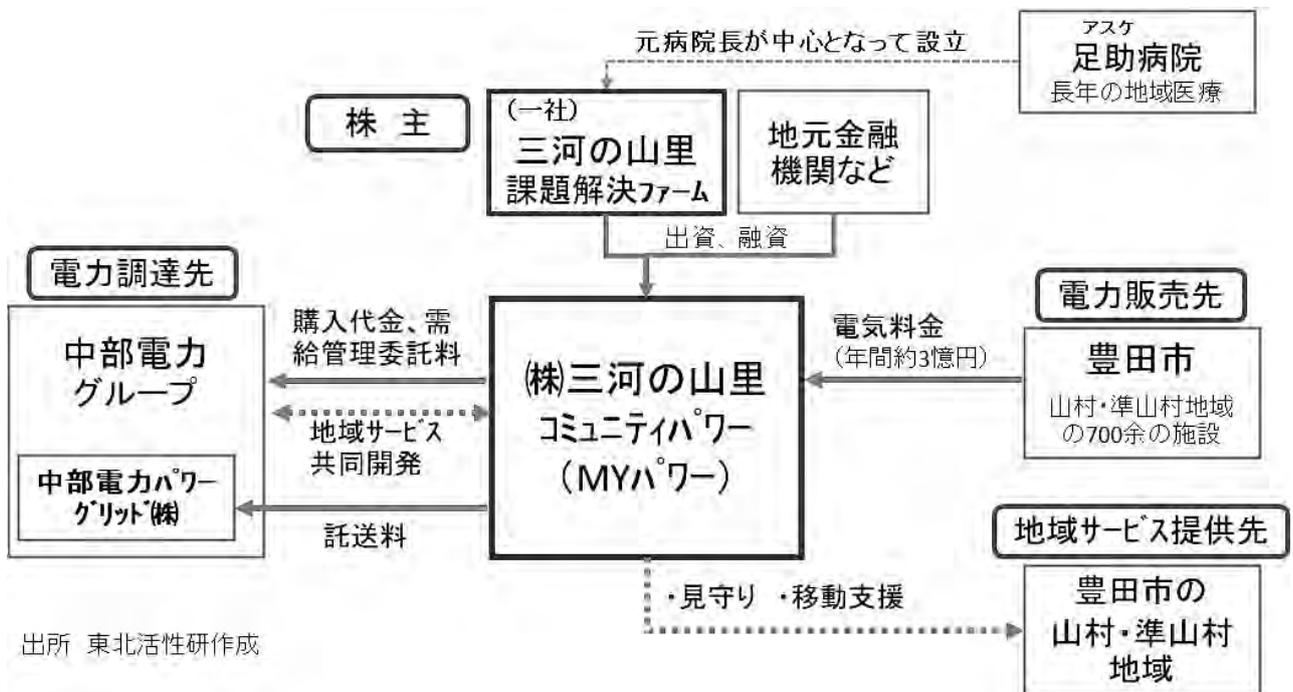
同社の新電力事業(小売電気事業)は、図表中段の中部電力グループから電力を調達し、豊田市の山間部の市施設に小売りするというシンプルなものである。豊田市からの電気料金収入は年間約3億円で、中部電力の料金と同水準とのことである。事業開始間もない同社は、現在、多くの新電力業務(電力調達、需給管理など)を中部電力グループに委託しているが、概論で触れた地域付加価値の留保の観点から今後何らかの内製化が検討されるであろう。また、再エネ発電についても着手しているとのことである。(同社の電気事業全体の将来像は3.5)

中部電力は、豊田市からの電気料金収入約3億円を失うが、業務受託収入を得るほか、前述

したように新しい成長分野としての「新しいコミュニティの形の提供」ビジネスの実証というメリットがある。

MYパワーの地域サービス(図表右下)は現在、高齢者の見守りと移動支援であるが(詳細、次節)、足助病院(図表右上)の地域活動(高齢者向けイベントなど)と連携している。

図表12 主要関係図



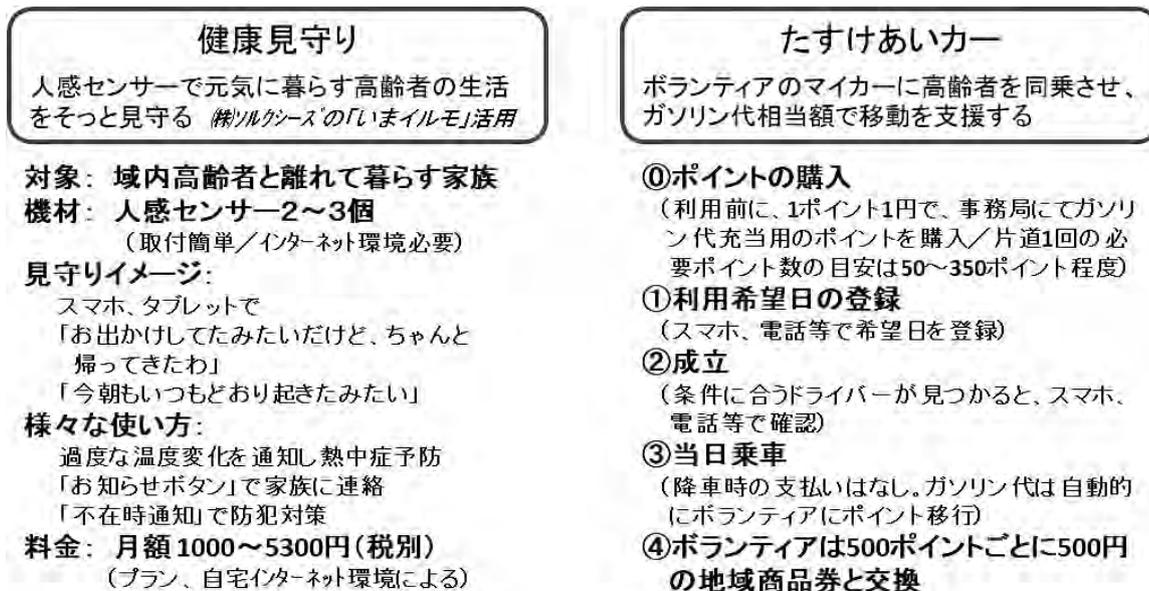
出所 東北活性研作成

### 3.3 「たすけあいプロジェクト」の内容

たすけあいプロジェクトは現在、図表13の2つの事業から成る。健康見守りは既存の民間サービスをそのまま使っている。オリジナルのサービスを生成するより現実的と言える。たす

けあいカーは地域住民ボランティアを募るオリジナルサービスである。報酬の代わりにボランティアポイントを付与し、地域商品券と交換するシステムがユニークと言える。

図表13 「たすけあいプロジェクト」



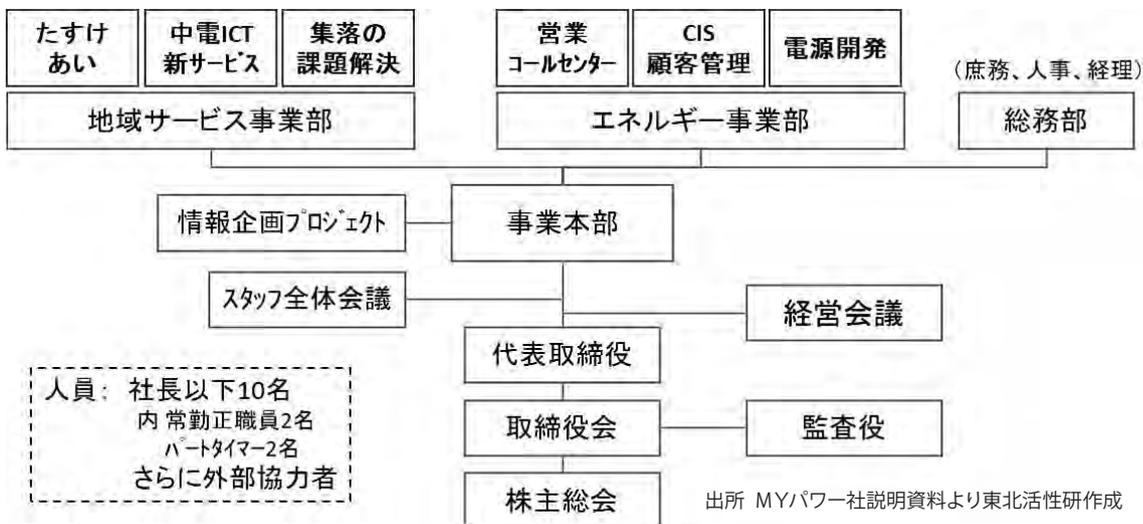
出所 「たすけあいプロジェクト」パンフレットより東北活性研作成

### 3.4 運営体制

総人員は社長を含め10名、内、常勤正職員2名、パートタイマー2名である(図表14)。社長ほか役員は別の職業を持つが、各部署の正担

当も務める。職員は複数の正担当かつ複数の副担当を務めるのが普通である。彼らはティール組織(上下関係がなく目的の共有により各人が自律的に仕事をする)を目指している。

図表14 運営体制(組織図・人員)

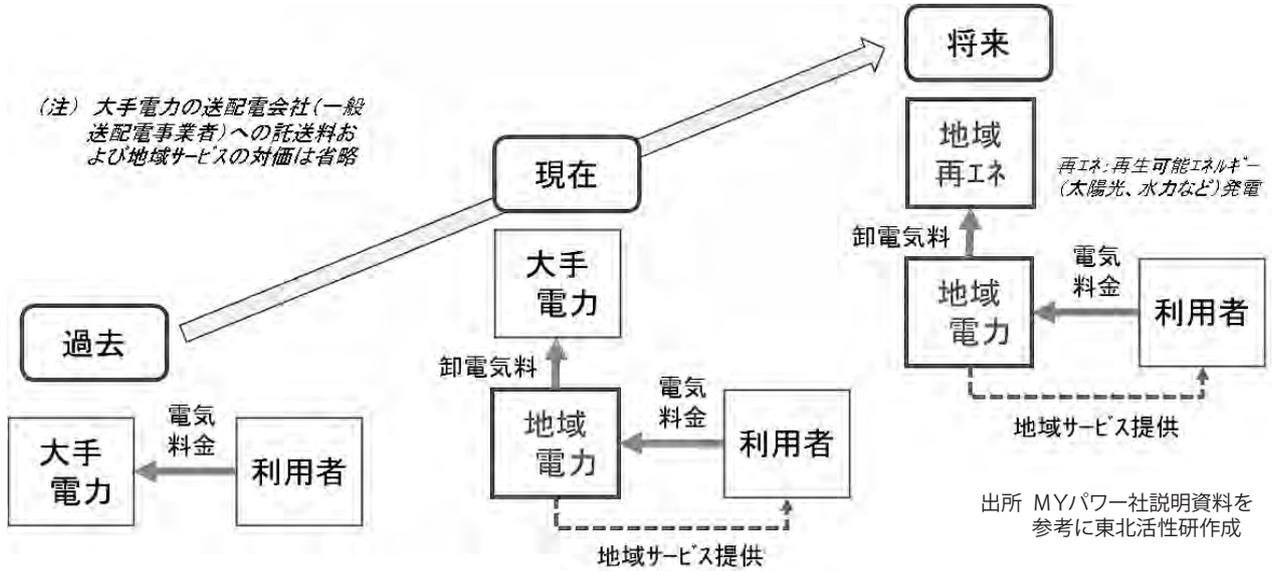


### 3.5 電気事業の今後

図表15はMYパワーの対象エリアにおける電気事業の構造変化である。図中の地域電力はMYパワー、大手電力は中部電力である。現在

は大手電力から電力を調達しているが、将来は地域再エネによる調達比率を増やしていく。概論で述べたように、地域再エネを開発して初めて本来的な価値創造と言える。

図表15 電気事業の構造の過去、現在、将来



### まとめ

本事例の特徴を列挙してまとめとする。

- ・全体コンセプトがすばらしい。地域資源を活用し、外部資源を積極的に取り入れながら地域自治を目指している。
- ・地域のエネルギー資源に着目し、まず、低リスクで収益の上がる小売電気事業から始め、次に大きな価値創造である再エネ開発に着手している。
- ・経営の安定のために行政(豊田市)と小売りでは競合である旧一般電気事業者(中部電力)と協定を結んでいる。特に中部電力とはWIN-WINの関係と解釈できる。
- ・地域課題への対処では、既存の民間サービスを採用するなど無理のない形で進めている。

### 謝辞

本事例調査では株式会社三河の山里コミュニティパワーの関係者に取材対応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。

### 【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
- 東北経済産業局(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』
- 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

(本稿の意見は筆者個人のものである。)

# 「真に豊かで持続可能な 社会の実現を目指して」

古河電気工業株式会社

東北支社長 大重 誠四郎



## ■ご挨拶

古河電気工業株式会社東北支社の大重でございます。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厚く御礼申し上げます。

このたび、東北活性化研究センター様の誌面に寄稿する機会をいただきましたので当社の創業や取り組みについてご紹介させていただきます。

## ■当社の創業

当社グループの創始者である古河市兵衛は、1832年京都に生まれ（幼名木村巳之助）9歳の時から奉公に出され18歳になると名を幸助と改め、盛岡の伯父の縁で南部藩為替御用掛鴻池伊助店に勤めましたがあえなく倒産します。

京都小野組の番頭をしていた古河太郎左衛門が、生糸の買い付けで盛岡を訪れた際に幸助の才能を見抜き幸助は古河太郎左衛門の養子となりました。市兵衛は生糸取引に敏腕を発揮し、やがて養父に代わって小野組糸店の責任者となり、生糸取引にとどまらず、東北各地の鉱山を経営するなど、小野組の事業拡大に大いに貢献しました。

しかし、1874年、政府は突然、為替政策を変更し、そのあおりで小野組は倒産。無一文となった市兵衛は独立して事業経営に乗り出すことを

決意しました。翌1875年、小野組が所有していた新潟県の草倉銅山の払い下げを受け、最初の鉱山経営に踏み切り、山形県の幸生銅山、八総銅山、九十郎畑銀山などを手に入れ、1877年には栃木県の足尾銅山の買収に成功しました。

足尾銅山はすでに掘りつくされて廃坑同然となっていたが、市兵衛は必ず豊かな鉱脈があると信じて疑わず、他の鉱山で得た資金をすべてつぎ込み、実業家の渋沢栄一の出資の協力もあって1881年と1884年、ついに大鉱脈を発見しました。こうして足尾銅山は日本の産銅量の約半分を産出する宝の山となりました。

これが古河鉱業（現・古河機械金属）の創業であり、古河グループの創始となりました。古河鉱業は多角化経営に移ります。

主なところで、古河機械金属（旧古河鉱業）、富士電機、富士通、日本軽金属ホールディングス、日本ゼオン、ADEKA（旧旭電化工業）、横浜ゴム、朝日生命、みずほフィナンシャルグループなどです。

古河電気工業は、1920年（大正9年）に古河鉱業の工業部門・日光電気精銅所・本所鎔銅所と、1908（明治41年）以降に古河財閥が資本参加していた横浜電線製造が合体し、社名を古河電気工業として設立されました。当社の社章である「ヤマイチ」マークは「鉱山専一」として制定されたものです。

## ■最近のトピックス

### (1) 「環境ビジョン2050」を策定



- 地球環境の未来に貢献するため「古河電工グループ 環境ビジョン2050」を策定しました。
- バリューチェーン全体で、脱炭素社会、水・資源循環型社会、自然共生社会に貢献します。
- 古河電工グループの基本理念である「真に豊かで持続可能な社会の実現」に貢献します。

### (2) 地域課題の解決

島根県三郷町とAIで野生動物の生息域を把握する手法について検証する為に包括的連携に関する協定を締結しました。

野生動物の本来の生息域と人に誘引された生息域を知ることで、野生動物による農作物被害の適切な対策を講じることが期待できます。

イノシシが急増して問題になっている東北でも有効活用して地域課題の解決に取り組んでいきます。



### (3) バイポーラ蓄電池の量産

グローバルに拡大する再生可能エネルギーを無駄なく活用するキーデバイスとして、古河電池と両社の技術力を融合させ、特に独自のメタル・ポリマーの素材力を活用することで、長年、実用化困難とされていた次世代型蓄電池「バイポーラ型蓄電池」を共同開発しました。

量産実用化の目処が立ち、2021年度中にサンプル出荷、2022年度より製品出荷開始を予定しています。本製品の開発により、地球温暖化がもたらすとされる自然災害の多発、化石燃料の枯渇などの社会課題の解決に貢献していきます。

## ■古河電工グループの

### SDGs への取り組み

当社グループは、「世紀を超えて培ってきた素材力を核として、絶え間ない技術革新により、真に豊かで持続可能な社会の実現に貢献します」を基本理念に掲げて、4つのコア技術（メタル・ポリマー・フォトンクス・高周波）を軸に、事業活動をしています。

「地球環境を守り、安全・安心・快適な生活を実現するため、情報／エネルギー／モビリティが融合した社会基盤を創る」に向けた取り組みを進めています。

## 令和2年度 第5回理事会 開催

令和3年3月4日(木)、理事11名(定員13名)、監事2名が出席し、令和2年度第5回理事会を仙台市内で開催しました。

当日は、「令和3年度事業計画」および「令和

3年度収支予算」などが審議され、全ての議題が承認されました。また、「令和2年度事業経過報告」などを行い、全ての報告事項が了承されました。



### 令和3年度事業計画について

今回の理事会で承認された「令和3年度事業計画書」および「令和3年度収支予算書」については、当センターのホームページでご確認いただけます。

なお、事業計画の概要は、以下のとおりです。

#### <事業計画の作成にあたって>

東北活性化研究センターは、「知をつなぎ、地を活かす」を活動理念として、東北6県と新潟県を含む東北圏の地域・産業活性化に寄与していくことを目指し、調査・研究活動や地域のプロジェクト支援、人財育成事業などに取り組んでいる。

東日本大震災から10年が経過し、国は新たに令和3年度から5年間を「第2期復興・創生期間」と位置づけ、心のケア等の被災者支援をはじめ、「被災地の自立につながり、地方創生

のモデルとなるような復興を実現していく」という第1期復興・創生期間の理念を継承し、その実現に向けた取り組みをさらに前に進めていくこととしている。

東北圏全体では、被災地ばかりでなく人口減少・高齢化が加速度的に進展する中、若者の移住・定住に向けた対策、女性や外国人等の多様な主体が活躍できる地域づくりの推進、新型コロナウイルス感染拡大をきっかけとする多様な働き方への対応に向けて取り組んでいく必要がある。

こうした中、当センターは、令和3年度事業計画の作成にあたり、具体的には、『調査研究事業』では、将来のDXに向けた東北圏のデジタル活用による地域課題解決の事例調査、多様なワーク&ライフスタイルの実現に向けて都市部人材を対象とする東北圏への関心等に係わる

調査、観光関連ビッグデータを用いた宿泊旅行市場の構造分析調査などを行うこととしている。

『プロジェクト支援事業』では、東北圏の優良企業を紹介する情報発信サイト「ここで働きたい！東北・新潟のキラ☆(ボシ)企業」をベースに、若者への地元企業で働くことの魅力をより強く発信することや、新たな成長産業の創出を促し、地域の魅力と活力を高めるため、東北圏の若手人材と首都圏の大手企業関係者等との接触・交流の場(機会)を創出する。

『人財育成事業』では、東北の次世代を担う若者(小・中・高校生)に対し、地域や産業に対す

る関心を高めていただくよう、企業・団体等との協力による出前授業を継続して実施するとともに、東北圏と首都圏等の二地域に「暮らす」・「働く」若い方々の現場感ある姿を動画で配信する「東北・新潟のキラ☆(ボシ)パーソン(デュアルライフ東北編)」に取り組むこととしている。

以上、事業の実施にあたっては、東北経済連合会ビジョン「わきたつ東北」および「ポストコロナ・5つの提言」の方向性と産学官金の関係機関との連携を深めながら、確実な事業活動を進めていくこととする。

## <主な事業>

### I. 公益目的事業

#### 1. 調査研究事業

- (1) 東北圏社会経済白書の作成
- (2) 東北圏の産業分野におけるデジタル技術活用に関する実態調査
- (3) ニューノーマルにおける新しい働き方
- (4) 外国人留学生の地域への就職・定着に関するインタビュー調査
- (5) 東北圏の宿泊旅行市場構造分析調査

#### 2. プロジェクト支援事業

- (1) 東北・新潟の「キラ☆企業」情報発信事業
- (2) 人口の社会減と女性の定着に関する情報発信
- (3) オープンイノベーションの場づくり
- (4) 地域活性化に関するプロジェクト支援

#### 3. 人財育成事業

- (1) TOHOKU わくわくスクール
- (2) 東北・新潟の「キラ☆パーソン」デュアルライフ東北編

#### 4. 情報発信、情報や資料の収集および提供

- (1) 機関誌「東北活性研」等の発行
- (2) ホームページ等による情報提供

### II. 収益事業等

#### 1. 収益事業

- (1) 景気ウォッチャー調査(東北地域)
- (2) 東北・新潟の活性化応援プログラム

(今後の主な予定)

令和3年 5月19日(水)	令和3年度 第1回理事会	仙台市
令和3年 6月 4日(金)	令和3年度 定時評議員会 令和3年度 第2回理事会(書面決議)	仙台市
令和3年 8月26日(木)	令和3年度 第3回理事会	仙台市
令和3年11月 2日(火)	令和3年度 参与会	仙台市
令和3年12月 3日(金)	令和3年度 第4回理事会	仙台市
令和4年 3月 4日(金)	令和3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**

発行月：令和3年4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>

