

## 第4章 東北圏への新たな人材・人口還流に向けて

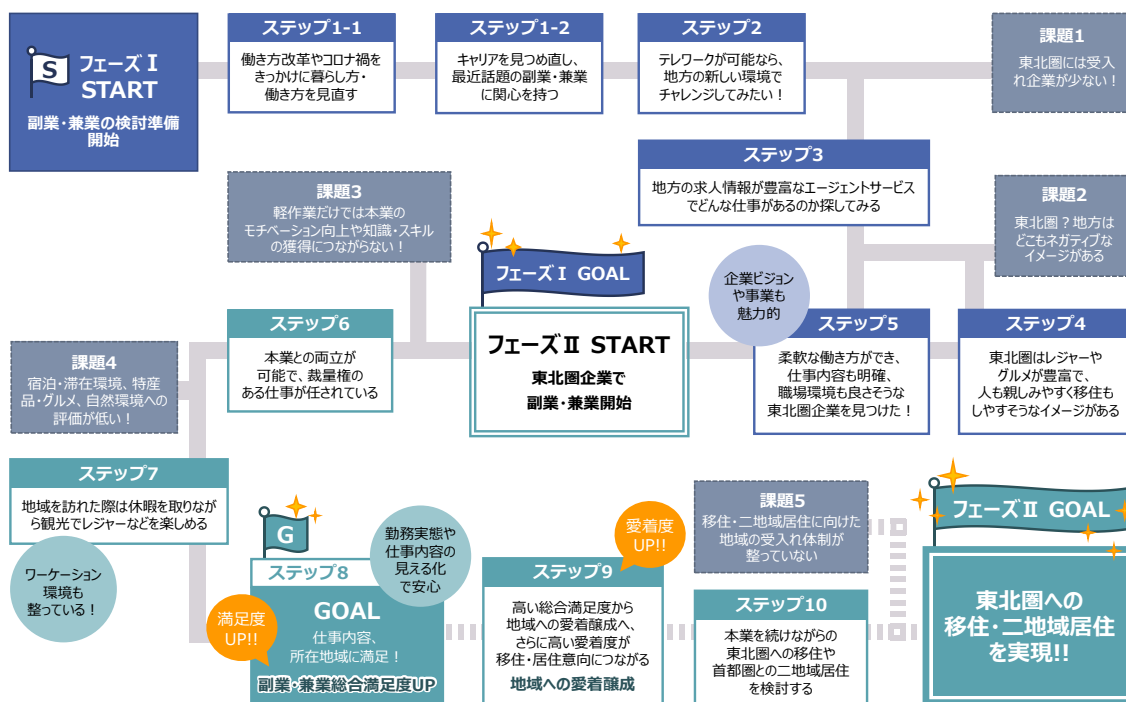
### 4.1 都市部人材の地方企業および地域との持続可能な関係構築プロセス

本章では、前述の3つ（「①全体調査」「②地方抽出調査」「東北圏企業調査」）の調査結果をもとに、首都圏を含む都市部人材が副業・兼業に興味関心を持ち、地方企業での副業・兼業を開始し、さらにその先で地方への移住や都市部との二地域居住を実現するまでのプロセス（以下、「都市部人材の地方企業および地域との持続可能な関係構築プロセス」）を体系的に整理し、各段階の特徴と課題を明らかにする。

都市部人材の地方企業および地域との持続可能な関係構築プロセスは、2つのフェーズから構成される（図表4-1）。フェーズⅠは都市部人材が副業・兼業に興味関心を持ち、地方企業での副業・兼業開始に至るまでの準備段階となり、都市部人材の地方企業での副業・兼業の開始（「副業・兼業の検討準備開始」から「東北圏企業で副業・兼業開始」まで）をゴールとした。フェーズⅡは実際に地方企業で副業・兼業を行い、その先で地方への移住や都市部との二地域居住を実現するまでの段階（「東北圏企業で副業・兼業開始」から「東北圏への移住・二地域居住を実現!!」まで）とした。フェーズⅡは2つのゴールを設定し、1つ目は副業・兼業人材が仕事内容および副業・兼業先地域の双方に満足し、副業・兼業の総合満足度の高まりを実感できること、2つ目はその総合満足度の高さが地域への愛着醸成につながり、ひいては移住や二地域居住に結び付くこととした。

以下、調査結果から明らかとなったフェーズⅠ、Ⅱにおける各ステップの特徴とステップアップの障害となる課題を解説する。

図表4-1 都市部人材の地方企業および地域との持続可能な関係構築プロセス



## 第4章

### (1) フェーズⅠ「地方企業での副業・兼業実施の検討準備」

フェーズⅠは、都市部人材が副業・兼業に興味関心を持ち、地方企業での副業・兼業開始に至るまでの準備段階であり、前述の3つの調査結果から明らかとなった5つのステップと2つの課題から構成されている。

#### Step1-1 働き方改革やコロナ禍をきっかけに暮らし方・働き方を見直す

#### Step1-2 キャリアを見つめ直し、最近話題の副業・兼業に関心を持つ

昨今、副業・兼業に興味関心をもつ20代、30代の都市部人材が増加している背景には、働き方改革による企業の副業解禁の動きや新型コロナウイルス感染症拡大による大都市集中リスクの顕在化によって都市部での暮らしや働き方が見直されたことがある。さらに、感染対策として都市部で急速に普及したテレワークによって、場所や時間に捉われない働き方が可能となり、都市部人材は自身のキャリアを見つめ直す中で隙間時間を活用した副業・兼業への興味関心を高めている。

#### 【根拠となったアンケート結果】

- ✓ 首都圏人材を対象にした「①全体調査」(n=20,000)によると、副業・兼業の実施・実施意向がある首都圏人材(「実施者」「実施希望者」「実施関心者」)の割合は53.4%と半数を超えた。男女とも低い年代で実施意向者(「実施希望者」「実施関心者」)の割合が高かった(図表2-2,3)
- ✓ 「①全体調査」によると、副業・兼業のきっかけについて、実施希望者および実施関心者は「自分のキャリアを見つめ直した」(36.1%、34.3%)、「テレワークなど働き方の変化で時間ができた」(23.3%、22.0%)、「新型コロナウイルスの影響で生活が変化した」(20.8%、20.1%)と回答した割合が高かった(図表2-5)

#### Step2 テレワークが可能なら、地方の新しい環境でチャレンジしてみたい!

副業・兼業に興味関心をもつ都市部人材のほとんどが首都圏での実施を希望しており、地方を希望する人材は限られている。しかし、地方を希望する都市部人材は、副業・兼業に本業にはない新しい環境やチャレンジの機会を求めている。さらにテレワークが可能で、自身の希望に合う仕事があれば地域は問わず、地方での副業・兼業を前向きに捉えている。地域を問わず副業・兼業にチャレンジしたいという都市部人材の存在は、担い手不足が深刻化する東北圏において地域に新たな人材を呼び込む大きなチャンスである。

→ **課題1** に進む?

→ **Step3** に進む?

#### 【根拠となったアンケート結果】

- ✓ 「①全体調査」によると、実施・実施意向者が希望する副業・兼業先地域の割合は「首都圏」が94.6%、「首都圏以外の地方」が10.6%(うち「東北圏」2.8%)となった(図表2-7)
- ✓ 地方での実施・実施意向者を対象にした「②地方抽出調査」によると、首都圏人材の副業・

兼業の目的は、1位「本業だけでも生活できるが、収入をもっと増やしたい」(45.5%)、2位「本業ではできないことに取り組みたい」(31.7%)、3位「ライフスタイルを変えるきっかけにしたい」(31.2%)、4位「新しい知識やスキルを得たい」(30.5%)、5位「自らの知識やスキルを活かしたい」(29.0%)の順となった(図表 2-9)

#### 課題1 東北圏には受入れ企業が少ない！

地方での副業・兼業先を探す上で課題となるのが、東北圏にはそもそも副業・兼業人材を受入れる企業が少ないことである。受入れ側の東北圏企業については約6割が人材確保に悩みながらも、副業・兼業人材受入れの可能性がある企業は約3割に過ぎない。このままでは都市部人材を東北圏に呼び込むチャンスをみすみす逃しかねない。東北圏企業が受入れに前向きになれない理由としては、見ず知らずの外部人材への警戒やその受入れの効果検証などの懸念がある。さらにほとんどの東北圏企業は副業・兼業人材活用に向けた支援を得ていない。東北圏企業の副業・兼業人材受入れに向け、成功事例・モデル事例を共有しながら各懸念点を払拭することで企業の人材活用ニーズを引き出し、受入れ企業の掘り起こしを図っていくことが急務である。

#### 【根拠となったアンケート結果】

- ✓ 東北圏企業を対象にした調査(「東北圏企業調査」)によると、人材確保に苦戦している企業の割合は61.2%と半数を超えた(図表 3-2)。一方、副業・兼業人材受入れの可能性がある企業の割合は34.9%となった(図表 3-3)
- ✓ 東北圏企業が人材受入れの際に抱く懸念点は、「マネジメント」(73.3%)、「受入れの検討」(71.1%)、「処遇・評価」(48.9%)となった(図表 3-7)
- ✓ 東北圏企業が人材受入れの際に自治体や金融機関、経済団体に期待する支援は「成功事例・モデル事例の共有」(46.7%)、「人材とのマッチング支援」(44.4%)、「副業・兼業に関する情報の発信」となった。なお、実際活用している支援が「特にない」と回答した割合は84.4%となった(図表 3-8)

### Step3 地方の求人情報が豊富なエージェントサービスでどんな仕事があるのか探してみる

地方での副業・兼業を希望する都市部人材は、インターネットなどの誰もがアクセス可能な方法よりも、詳細な企業情報にアクセスできる人脈を通じて副業・兼業先を探したいと考えている。しかし、東北圏での実施を希望する人材は、人的ネットワークが乏しくとも副業・兼業先企業を探することができる副業・兼業紹介のエージェントサービスを活用したいという希望がある。近年、そうした民間のエージェントサービスは活況を呈しており、全国から地域企業の求人が集まり、都市部人材と地方の副業・兼業先企業とのマッチングが成立しやすい環境が整い始めている。

- **課題2** に進む?
- **Step4** に進む?
- **Step5** に進む?

#### 【根拠となったアンケート結果】

- ✓ 「②地方抽出調査」によると、地方の副業・兼業先企業を探す際に最も有効な手段については、地方全体は「人脈（人から）」(19.8%)、東北圏は「副業・兼業紹介のエージェントサービス」(21.7%)と回答する割合が最も高かった（図表 2-26,27）

### 課題2 東北圏？地方はどこもネガティブなイメージがある

特定の地域を定めてその地域から企業を選ぼうとする際に、地域にネガティブなイメージしかなければ副業・兼業先としてその地域が、さらにその地域内にある企業が選ばれる可能性は低い。地域全体で副業・兼業人材を誘致する上で、その地域での副業・兼業にポジティブなイメージがあることが重要である。しかし、都市部人材の東北圏のイメージは、「求人が少なそう」「報酬が少なそう」といったネガティブなイメージが目立ち、その上「北陸」や「中国」、「四国」との差別化が図られていないという現状がある。東北圏が都市部人材から副業・兼業先地域として選ばれる地域になるためには、ネガティブなイメージを払拭するとともに東北圏ならではのポジティブなイメージを構築し、他地域との差別化を図っていかなければならない。

#### 【根拠となったアンケート結果】

- ✓ 「①全体調査」によると、首都圏人材の副業・兼業先としての「東北圏」への興味度は 22.9% となった。具体的なイメージについては、「求人が少なそう」(22.3%)、「報酬が少なそう」(22.1%)といったネガティブなイメージが強かった（図表 2-20）
- ✓ 「東北圏」、「北陸」、「中国」、「四国」の4地域は、「求人が少なそう」「報酬が少なそう」「業種や仕事内容が限られそう」「通信インフラが整っていないそう」「宿泊環境が整っていないそう」といったネガティブなイメージとの関係が認められた（図表 2-21）

**Step4 東北圏はレジャーやグルメが豊富で、人も親しみやすく移住もしやすそうなイメージがある**

東北圏で副業・兼業を実施している都市部人材は、地域に興味関心を持っていたり、観光で訪れていたりと地域と何らかの関わりがあることで東北圏を副業・兼業先地域として選定している可能性は高い。さらに東北圏に対して「レジャーやグルメが楽しめそう」「地域の人と関わるのが楽しそう」「将来的に移住がしやすそう」といったイメージを持っている場合、都市部人材は東北圏を副業・兼業先地域として選択するという傾向がある。自治体や地域住民などがそうした地域イメージを副業・兼業希望者に向けて積極的に発信し、日頃より都市部人材とのつながりを構築することも、東北圏企業への副業・兼業人材呼び込みの一助となる。

**【根拠となったアンケート結果】**

- ✓ 「②地方抽出調査」によると、「東北圏」での副業・兼業実施者の地域との関わりは「興味・関心がある地域である」(31.6%)、「観光で訪れている・いた」(31.6%)、「親族、知人・友人がいる」(30.3%)などが上位になった(図表 2-12)
- ✓ 「東北圏」での副業・兼業の実施率(30.0%)、実施希望率(35.3%)が最大化するイメージは、「地域の人と関わるのが楽しそう」なイメージがある、かつ「のんびりマイペースに働けそう」なイメージがある場合(30.0%→57.1%、27.1pt プラス)、「将来的に移住しやすそう」なイメージがある、かつ「仕事以外のレジャーやグルメを楽しめそう」なイメージがある場合(35.3%→75.0%、39.7pt プラス)となった(図表 2-22,23)

**Step5 柔軟な働き方ができ、仕事内容も明確、職場環境も良さそうな東北圏企業を見つけた！**

地方での副業・兼業を希望する都市部人材は、募集内容において詳細な仕事内容や十分な金銭報酬が明確に提示されている企業で副業・兼業を実施したいと考えている。また、テレワークや出社を併用した柔軟な勤務形態や、職場内の良好な人間関係や風土などの職場環境も検討材料として重視している。加えて、東北圏での希望者は魅力的な事業や商品に携われるか、提示された企業理念やビジョンに共感できるかといった点も企業を選定する際のポイントとなっている。副業・兼業人材を募集する企業はこうした希望者のニーズを的確に捉えて募集活動を行うことが求められる。

**【根拠となったアンケート結果】**

- ✓ 「②地方抽出調査」によると、副業・兼業先企業を選ぶ際に重視する要素は、地方全体、東北圏ともに「勤務スタイルが柔軟である」(39.7%、43.1%)、「仕事内容が明確である」(39.3%、39.7%)、「金銭報酬が高い」(37.5%、39.9%)が上位となったが、東北圏では「魅力的な事業や商品に携われる」(33.0%)、「企業理念・ビジョンに共感できる」(18.7%)も上位に上がっていた(図表 2-25)

## 第4章

### (2) フェーズII「地方企業での副業・兼業実施と活躍」および「副業・兼業を通じて地方居住・二地域居住を実現」

フェーズIIは、実際に地方企業で副業・兼業を行い（「東北圏企業で副業・兼業開始」から「Step8\_副業・兼業総合満足度UP」）、その延長線上として地方への移住や都市部との二地域居住を実現する（「Step8\_副業・兼業総合満足度UP」から「東北圏への移住・二地域居住を実現!!」）までの段階であり、前述の3つの調査結果から明らかとなった5つのステップと3つの課題から構成されている。

#### ① 地方企業での副業・兼業実施と活躍

##### 課題3 軽作業だけでは本業のモチベーション向上や知識・スキルの獲得につながらない！

東北圏企業で副業・兼業を開始したものの、従事する仕事に満足できなければ、短期間で辞めてしまう恐れがある。東北圏企業は副業・兼業を開始した都市部人材に対して、即戦力や専門知識を有するスペシャリストであることを求めつつ、軽作業などの単純労働を任せたいと考えている。しかし、新しい環境でチャレンジしたいと考える志の高い都市部人材は軽作業では満足できず、副業・兼業先の東北圏企業との間にミスマッチが起こる可能性がある。さらに東北圏企業では、副業・兼業人材に対して本業のモチベーション向上や地域・社会貢献、新たな知識・スキルの獲得、人脈の拡大につながるような仕事を付与できていないという現状がある。東北圏での副業・兼業人材の仕事への満足度を効果的に高めるためには、副業・兼業人材と東北圏企業のニーズのミスマッチを解消するとともに、副業・兼業人材にやりがいのある仕事を付与することが求められる。

##### 【根拠となったアンケート結果】

- ✓ 「東北圏企業調査」によると、副業・兼業人材に求める職種は、「作業・軽作業」（33.3%）が最も高く（図表 3-11）、一方で求める人物像は「同事業で経験を積んでいる即戦力社員」（51.1%）、「市場・業界における専門知識を有する人」「IT（情報技術）に精通した人材」（46.7%）となった（図表 3-12）
- ✓ 「東北圏企業調査」および「②地方抽出調査」によると、東北圏企業が持つ副業・兼業人材に対するイメージ（一番あてはまるもの）と地方での副業・兼業実施・実施意向を持つ都市部人材の副業・兼業の目的を比較すると、1位の「本業だけでも生活できるが、収入をもっと増やしたい」は共通だが、イメージの2位「本業だけでは生活が苦しい状況である」や5位「活躍の場を広げたいと思っている」は首都圏人材の目的の上位とはなっていなかった（図表 3-6）
- ✓ 「②地方抽出調査」をもとにした東北圏の仕事内容の満足構造について、個別の満足度は低いですが総合満足度との相関が高い「弱み」といえる項目は、「新しい知識・スキルを得られる仕事」「社会貢献につながる仕事」「本業のモチベーション向上につながる仕事」「地域の役に立つ仕事」「人脈が広がる仕事」となった（図表 2-44）

**Step6 本業との両立が可能で、裁量権のある仕事が任されている**

東北圏で副業・兼業を実施している都市部人材は、東北圏企業から本業との両立が可能で、裁量権のある仕事を付与されているということの評価している。副業・兼業人材の多くが本業に差支えない範囲での仕事を希望する中、東北圏での副業・兼業実施者の多くが本業との両立が可能で、裁量権のある仕事を任せられていると認識していることは東北圏企業の副業・兼業人材活用の「強み」となっている。東北圏での副業・兼業人材の活躍を促していくためには、係る「強み」を強化して、仕事へのさらなる満足度向上に努めていくことが求められる。

→ **課題4** に進む？→ **Step7** に進む？**【根拠となったアンケート結果】**

- ✓ 「②地方抽出調査」をもとにした東北圏の仕事内容の満足構造について、仕事内容の満足度も総合満足度との相関も高い「強み」といえる項目は、「本業との両立ができる仕事」「裁量権のある仕事」となった（図表 2-44）
- ✓ 「②地方抽出調査」によれば、仕事内容への期待は、地方全体、東北圏ともに「本業との両立ができる仕事」（76.5%、76.6%）が最も高かった（図表 2-33）

**課題4 宿泊・滞在環境、特産品・グルメ、自然環境への評価が低い！**

出社に伴い副業・兼業先地域を訪れたとしても、地域で過ごす時間を満喫できなければ、地域へのさらなる来訪や滞在時間の延長を促すことは困難である。地方での副業・兼業を希望する都市部人材は、副業・兼業先地域を訪れた際に休暇を取りながらリフレッシュしたいと考えている。しかし、東北圏で副業・兼業を実施している都市部人材は、東北圏の宿泊・滞在環境や特産品、食事、自然環境に満足していないという現状がある。東北圏での副業・兼業人材の地域への満足度を効果的に高めるためには、副業・兼業人材が地域で充実して休暇を過ごせる環境の整備が必要である。

**【根拠となったアンケート結果】**

- ✓ 「②地方抽出調査」によれば、地域を訪問した際に行きたいことは、地方全体、東北圏ともに「休暇・リフレッシュ」（62.2%、60.3%）、「観光・レジャー・スポーツ」（50.1%、50.7%）となった（図表 2-35）
- ✓ 「②地方抽出調査」をもとにした東北圏の所在地域の満足構造について、個別の満足度は低いですが総合満足度との相関が高い「弱み」といえる項目は、「特産品・グルメ」「宿泊環境・滞在しやすさ」「自然環境」となった（図表 2-47）

### Step7 地域を訪れた際は休暇を取りながら観光でレジャーなどを楽しめる

東北圏で副業・兼業を実施している都市部人材は、東北圏を訪れた際に観光やレジャーを楽しめているという傾向が見られた。前述の通り、副業・兼業人材の多くが地域を訪れた際に休暇を取りながらリフレッシュしたいと考えており、楽しめる観光資源を提供できることは東北圏が地域として副業・兼業人材を受け入れる上での「強み」となっている。加えて、コロナ禍の影響を受け密接や密集を避けて観光地やリゾート地で働くワーケーションへの興味関心は高くなっており、ワーケーションが可能な環境を整備することも重要なポイントである。東北圏での副業・兼業人材の活躍を促していくためには、観光資源という「強み」を強化し、地域へのさらなる満足度向上に努めていくことが求められる。

#### 【根拠となったアンケート結果】

- ✓ 「②地方抽出調査」をもとにした東北圏の所在地域の満足構造について、個別の満足度も総合満足度との相関も高い「強み」といえる項目は、「観光資源」となった（図表 2-47）
- ✓ 「②地方抽出調査」によれば、地域を訪問した際に行いたいことについて、東北圏では「本業のワーケーション（休暇を取りながら本業のテレワーク・リモートワークを行う）」(49.3%)が高かった（図表 2-35）

### Step8 仕事内容、所在地域に満足！副業・兼業総合満足度 UP!!

仕事内容および所在地域の満足度が高まることによって、都市部人材の東北圏企業での副業・兼業全体の満足度が高まる。さらに、仕事内容の明確さや勤務スタイルの柔軟さも満足度を高める要素となっており、遠隔でも安心して業務に専念できる職場環境を整備することも重要なポイントである。そうした良好な職場環境の提供は、副業・兼業人材の活躍を促すことを可能とする。その活躍をさらなる人材の呼び込みにつなげることで、東北圏への持続可能な人材還流を実現することができる。

#### 【根拠となったアンケート結果】

- ✓ 「②地方抽出調査」をもとにした東北圏の仕事内容および所在地域の満足構造によれば、それぞれの「強み」を維持・強化するとともに「弱み」を改善することで副業・兼業総合満足度の向上を図ることができる（図表 2-44,47）
- ✓ 「②地方抽出調査」によれば、副業・兼業実施中の満足ポイントは、地方全体、東北圏ともに「仕事内容が明確である」(32.0%、30.3%)、「勤務スタイルが柔軟である」(22.9%、25.0%)が多かった（図表 2-37）



## ② 副業・兼業を通じて地方移住・二地域居住を実現

**Step9 高い総合満足度から地域への愛着醸成へ、高い愛着度が移住・居留意向につながる**

地方で副業・兼業を実施する都市部人材は、副業・兼業先企業での仕事にやりがいや達成感を感じ、さらに出社に伴う地域への度々の来訪や地域住民などとの触れ合いにより地域への愛着を高め、その愛着が副業・兼業先地域への移住や二地域居住検討の呼び水となる。地方での副業・兼業実施者の約6割が副業・兼業先地域に愛着を持っていることから、移住や二地域居住を実現させられる可能性は充分にある。そのために副業・兼業総合満足度の向上を図ることで、地域へのさらなる愛着醸成を促し、都市部人材の移住や二地域居住の意向増加に結び付けていくことが求められる。

**【根拠となったアンケート結果】**

- ✓ 「②地方抽出調査」によれば、地域に愛着を持っている割合は、地方全体では56.5%、東北圏では60.5%となり、東北圏は地方全体に比べやや高い。地域への愛着度は副業・兼業の総合満足度が高いほど大きくなる傾向が見られた（図表 2-48,49）
- ✓ 地域への移住・居留意向は、地域への愛着が強いほど、①移住し転職する可能性、②移住し本業をテレワーク・リモートワークする可能性、③二地域居住の可能性が高まる傾向が見られた（図表 2-53,54,55）

**Step10 本業を続けながらの東北圏への移住や首都圏との二地域居住を検討する**

地方への移住・居留意向がある副業・兼業人材は、都市部での本業の継続を前提とした、地方での新しい暮らし方、働き方を模索している。なかでも、副業・兼業の実施を具体的に検討している都市部人材は、副業・兼業先地域に移住し本業をテレワークすること、首都圏と地方との二地域居住することに前向きである。そのため、都市部人材の副業・兼業検討準備の段階から、東北圏が多様な暮らし方、働き方が可能な地域であることを訴求することで、東北圏への移住や首都圏との二地域居住を促していくことが可能となる。

→ **課題5** に進む？  
→ **GOAL** に進む？

**【根拠となったアンケート結果】**

- ✓ 「②地方抽出調査」によれば、地方全体、東北圏での副業・兼業実施希望者は②移住し本業をテレワーク・リモートワークする可能性（64.3%、63.9%）、③二地域居住の可能性がある（64.7%、65.1%）と回答した割合が半数以上となった（図表 2-51,52）

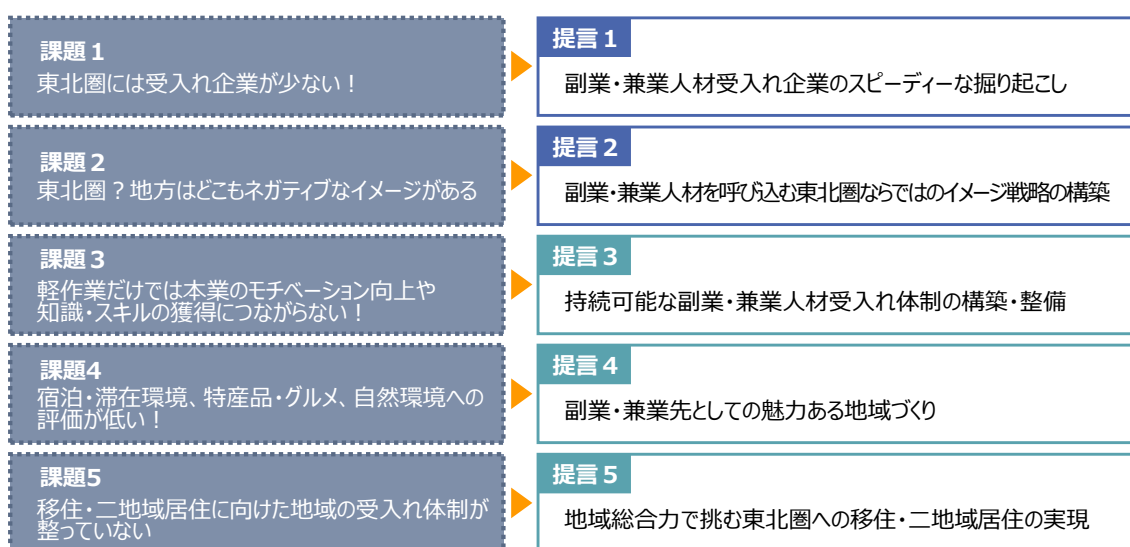
#### 移住・二地域居住に向けた地域の受入れ体制が整っていない

副業・兼業を通じた都市部人材の移住・二地域居住の実現は、人口減少が深刻化する東北圏において人口還流の大きなチャンスである。しかしながら、副業・兼業人材が東北圏での副業・兼業に満足していたとしても、地域に多様な人材を受け入れる体制が整っていなければ、都市部人材を東北圏への移住・二地域居住に結び付けることは難しい。そもそも東北圏として副業・兼業人材の誘致や活用、定着を図っていく上で、地域の協力がなければ、副業・兼業先地域としてのイメージ構築や地域を楽しめるコンテンツの提供などは困難である。東北圏全体で継続的に人材・人口還流による様々なメリットを享受するためには、企業のみならず地域が一丸となって副業・兼業人材の誘致から活用、定着、さらに移住・二地域居住まで一連の環境整備に取り組むことが重要である。

## 4.2 都市部人材の副業・兼業を通じた東北圏への人材・人口還流方策

人手不足が深刻な東北圏企業にとって、副業・兼業は新たな人材獲得の手段として有効であり、地域間の新たな人材獲得競争に乗り遅れないためにも副業・兼業人材を積極的に受け入れ、活用していくことは必要不可欠である。そのために前述の都市部人材の地方企業および地域との持続可能な関係構築プロセスにおける5つの課題を解決し、東北圏への人材・人口還流を促すべく、企業や地域、自治体、金融機関、経済団体に向けて以下5つの提言を示す。

図表 4-2 課題と対応策としての提言



### 提言1 副業・兼業人材受入れ企業のスピーディーな掘り起こし<sup>1</sup>

東北圏に副業・兼業人材を呼び込み、地域の活力向上や地域経済の活性化を図る上で何より重要なのは、副業・兼業人材を受け入れる企業の掘り起こしである。今後副業・兼業人材の増加が予想される中で、新たな人材獲得競争に東北圏が乗り遅れることは避けなければならない。そのために、自治体や金融機関などによる副業・兼業人材を受け入れる東北圏企業の早急な掘り起こしが最優先事項となる。

既に自治体や金融機関などが中心となり副業・兼業人材活用に向けたセミナーなどの情報発信も行われているが、情報の散在などによって企業がそうした情報に巡りあえていない可能性は高い。そのため自治体や金融機関などは、地域内の経済団体などの協力も得ながら、副業・兼業への興味関心の有無に関わらず企業が人材活用の情報に触れる機会を増やし

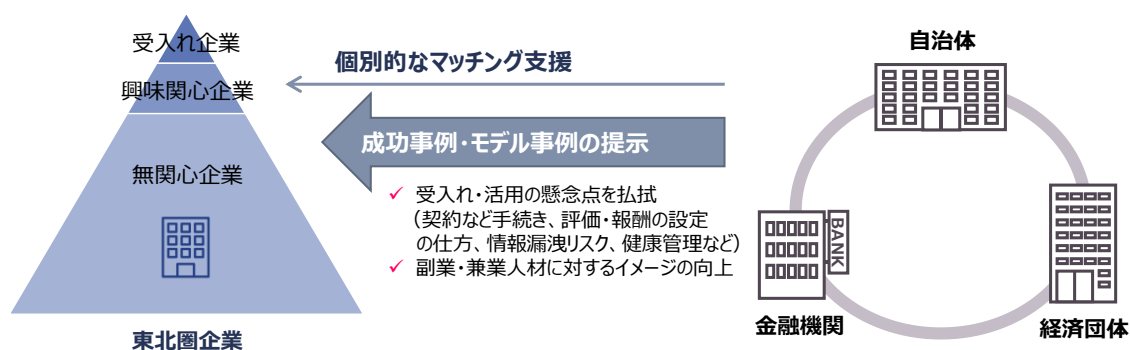
<sup>1</sup> 東北経済連合会では、2021年1月より7県啓発事業として企業経営者を対象に兼業・副業人材の受入促進に向けた「兼業・副業人材活用推進セミナー」を開催している。（東北経済連合会「第8回 わきたつ東北戦略会議 資料1『「デュアルライフ東北」の実現に向けた取り組み』」（2021年11月16日）より）

## 第4章

ていくことが求められる。その際に、人材活用の成功事例およびモデル事例を共有しながら、受入れの検討および活用にあたって企業が抱く懸念を払拭していくことが有効である。さらに副業・兼業人材の具体的な活躍を見せることで副業・兼業人材へのイメージを向上させることも重要である。

それらに加え、受入れに前向きな企業に対して人材活用を促すことも重要である。現在、プロフェッショナル人材戦略拠点や金融機関などによって地方企業と副業・兼業人材のマッチング支援が行われているが、積極的な企業訪問や、経営相談と併せて副業・兼業人材活用の普及活動を展開していくことで、東北圏企業の積極的な人材誘致と人材活用につながっていくものと期待する。

図表 4-3 副業・兼業人材受入れに向けた地域企業の掘り起こし



### 提言 2 副業・兼業人材を呼び込む東北圏ならではのイメージ戦略の構築<sup>2</sup>

副業・兼業先地域としての東北圏のイメージについて、現時点では他地域との差別化が図られていない。しかし、地方における副業・兼業人材獲得に向けた取組みは始まったばかりであり、今後の取り組み次第では東北圏が副業・兼業先進地域として抜きん出る可能性がある。そこで都市部人材から副業・兼業先として選ばれる地域となるために重要なことは、東北圏ならではの副業・兼業イメージを構築することである。

具体的には本調査の決定木分析から導出された都市部人材の東北圏での副業・兼業実施率および希望率を最大化するイメージを向上させていくことが有効である。「のんびりマイペースに働けそう」「将来的に移住しやすそう」「仕事以外のレジャーやグルメを楽しめそう」「地域の人と関わるのが楽しそう」といったイメージを訴求することで東北圏への確かな人材還流につなげていかなければならない。

さらに、イメージ構築には上記イメージの訴求だけではなく、東北圏固有の地域・産業特

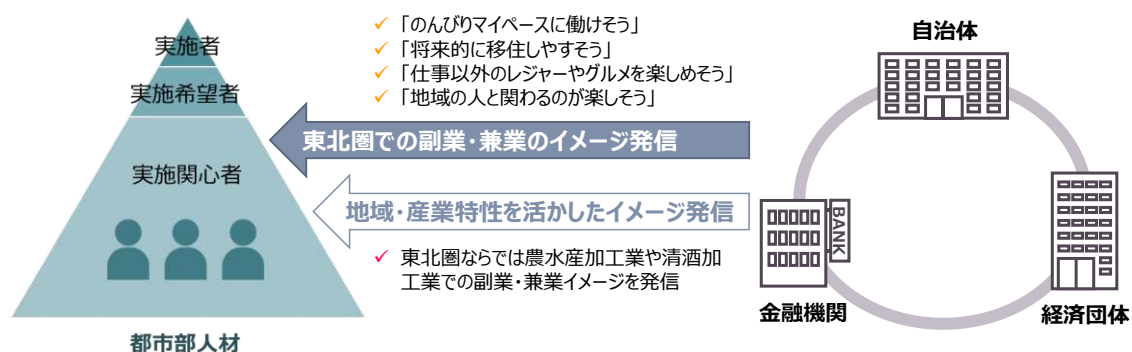
<sup>2</sup> 東北経済連合会では、2021年2月より首都圏人材にデュアルライフのロールモデル（兼業・副業やリモート移住等）を発信し、自治体関連サイトへの誘導を促すためのWEBサイトを公開（7県WEB事業）。（東北経済連合会「第8回 わきたつ東北戦略会議 資料1『「デュアルライフ東北」の実現に向けた取り組み』」（2021年11月16日）より）

性を付加したイメージを戦略的に発信していくことが必要である。構築するイメージの1つとして、東北圏の地域特性・産業特性と結び付きが強い「食料品製造業などでの副業・兼業」をPRしていくことを提案したい。

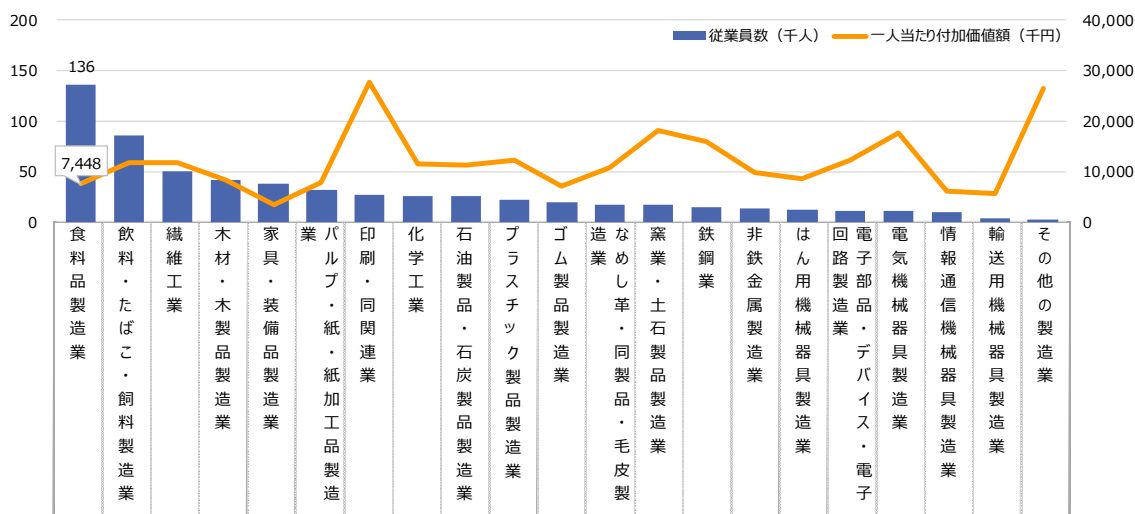
東北圏の食料品製造業については、製造業の中で従業員数は最も多いものの、一人当たりの付加価値額は低位に留まっている（図表 4-5）。付加価値額向上のためにはイノベーションが必要であり、新たな視点やスキルを持つ都市部人材を副業・兼業人材として活用していく意義は大きい。実際に、東北圏での副業・兼業実施者が希望する業種を見ると、基幹産業である一次産業は1割強に留まっているが、希望する割合が最も高い製造業の内、食品や酒類などの食料品製造業を希望する人材が一定数存在していた。東北圏ならではの農水産加工業や清酒加工業などに副業・兼業人材が関わることで、彼らが新たなファンとなり、彼らによる情報発信にも期待することができる。

さらに、そうした産業に携わる地域企業の優れた理念やビジョン、魅力ある事業活動や製品なども発信していくことで、企業や地域の特性が活かされた、東北らしい魅力ある副業・兼業のイメージが構築されることが期待される。

図表 4-4 都市部人材に向けたイメージ発信



図表 4-5 【産業別】東北圏の従業員数および一人当たりの付加価値額



出典：経済産業省「2020年工業統計調査 地域別統計表」

### 提言 3 持続可能な副業・兼業人材受入れ体制の構築・整備

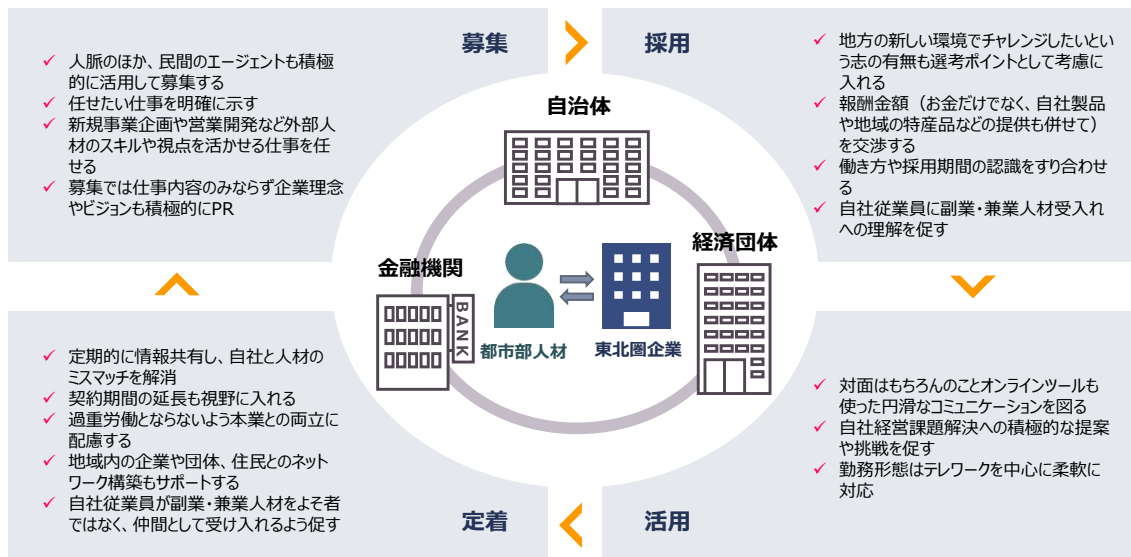
人材確保に苦慮する東北圏企業にとっては、副業・兼業人材の受入れは人材不足解消の契機となり得る。そうした企業の人材活用ニーズを掘り起こしていくことで、副業・兼業人材の受入れを促進していくことが可能である。しかしながら、経営資源に限られる中小企業などにとっては、企業単独で新たに副業・兼業人材を確保し、定着や育成のためのマネジメント体制や人材が活躍できる環境を整備していくことは難しい。ましてや地方での副業・兼業を希望する都市部人材は新たな知識・スキルを獲得したいといった希望があり、受入れ側の企業はスキルアップやキャリアアップにつながる経験を都市部人材に提供することが求められる。そこで、人材活用の検討から募集、採用、さらに育成、定着まで自治体や金融機関、経済団体などからの切れ目ない支援が必要となる（図表 4-6）。

実際に人材を受け入れ、活用していく上で、本調査で明らかとなった都市部人材の副業・兼業の総合満足度の向上につながりやすい個々の仕事内容のポイント（「本業のモチベーション向上につながる仕事」「地域の役に立つ仕事」「人脈が広がる仕事」「社会貢献につながる仕事」）を中心に企業側のマネジメントの在り方を改善していくことが求められる。それらのポイントの中には副業・兼業人材と地域とのつながりがなければ改善が難しいものもある。そのため自治体や金融機関、経済団体などの他、地域住民や地域団体など地域の多様な主体を巻き込みながら受入れ体制を整えていくことが有効である。

都市部の副業・兼業人材を継続的に受け入れていく上で、都市部企業から人材を「送り出してもらおう」という視点を持つことも重要である。都市部人材の本業先企業にとって、地方企業での副業・兼業が従業員の人材育成の機会や新たな経営資源の獲得といったメリットにつながらなければ従業員を継続的に送り出すことは難しい。そのため副業・兼業人材受入れに関わる主体は、地方企業のみならず都市部人材、本業先企業がそれぞれのメリットを享

受できるよう、副業・兼業を通じて互いにWIN-WINの関係を構築していくという視点を持つことが、都市部企業の人材送り出しと地方企業の人材受入れ双方の持続可能性を高めるポイントとなる。

図表 4-6 多様な主体による受入れと活用のポイント



#### 提言 4 副業・兼業先としての魅力ある地域づくり

副業・兼業人材の副業・兼業の総合満足度の向上には、副業・兼業の仕事内容のみならず副業・兼業先地域の様々な要素も影響していることが明らかとなり、副業・兼業先地域として魅力ある地域づくりが求められている。

地域づくりについてはこれまでも様々な取組みが行われてきたが、東北圏の強みである農林水産物や観光資源といった地域資源を都市部人材の満足度向上につながる形で磨き上げていくことが有効である。都市部人材の多くが入社とテレワークを併用した勤務形態を希望しており、入社のために地域を訪れた際は休暇をとりながら観光を楽しんだり、本業のワーケーションをしたりすることへの期待も高い。しかし、本調査から都市部人材は東北圏の「特産物・グルメ」「自然環境」「宿泊環境・滞在しやすさ」といった点に満足していないという結果が得られた。地域で充実した休暇を過ごせなければ副業・兼業の総合満足度の向上には結び付かない。東北圏の魅力ある食文化や美しい自然などの地域資源を見直し、改めてそうした地域資源を地域づくりに活かし、上記のウィークポイントを改善していくことが重要である。

さらに、地域の魅力づくりにはワーケーション施設の整備も有効である。ワーケーションについては、様々な外部人材による地域への活発な訪問・滞在が地域経済への貢献、さらに地域間交流の活性化を促すことなどが期待され、コロナ禍における働き方改革、観光振興、地域振興の観点から、多くの地方自治体に関心を寄せている。ワーケーション施設として、

## 第4章

既存のホテルや旅館といった宿泊施設はもちろんのこと廃校や遊休施設が有効活用されている。ワーケーションで提供するアクティビティやプログラムにも上記の地域資源が活用されることで、ワーケーションを通じた地域のさらなる魅力向上につながるものと期待される。

そうした地域の様々な魅力を副業・兼業人材に発信し続けることも重要である。副業・兼業人材は普段、都市部で働いているため、地域の情報に触れ続けることは難しい。折角、魅力的な地域づくりをしていたとしても、副業・兼業先企業を訪れた副業・兼業人材が地域を素通りしてしまえば、地域の魅力に触れ、地域を好きになってもらうチャンスをみすみす逃しかねない。そのため、副業・兼業人材の情報を地域全体で共有し、彼らに向け地域の様々な情報を継続的に届けられるような仕組みを作っていくことが求められる。

副業・兼業先としての魅力ある地域づくりを進めていく上で、地域側の協力が必要不可欠であることを留意すべきである。副業・兼業人材の受入れは企業の人手不足の解消だけでなく、地域にとっても関係人口として関わってくれることで地域の担い手不足解消につながる可能性がある。さらに、副業・兼業人材が地域に期待する最たることは、多様な人材受入れへの寛容性となっており、東北圏企業が副業・兼業人材の活躍を促していく上で地域が果たすべき役割は小さくない。そのため地域住民や地域団体などに対して、地域企業が抱える課題や副業・兼業人材を活用する上での地域の役割への理解を促し、副業・兼業人材をはじめとする外部人材受入れの機運を醸成し、地域の寛容性を高めていくことが重要である。

図表 4-7 副業・兼業人材受入れに向けた地域づくりと情報発信



### 提言 5 地域総合力で挑む東北圏への移住・二地域居住の実現

都市部人材の地方企業での副業・兼業は、地方企業における人材獲得のみならず地域にとっては副業・兼業を通じた移住者獲得のチャンスでもある。これまで自治体や地域住民、地域団体などが中心となって取り組んできた移住・定住施策に、新たに地域企業による副業・兼業人材誘致・活用策を加え、副業・兼業を通じた移住・二地域居住の実現に向けた取組みに発展させていくには地域の総合力が問われるといっても過言ではない。

副業・兼業人材の地域への移住・居住意向を高めるには地域への愛着度を高めることが重要である。地域への愛着度の向上には、副業・兼業人材の副業・兼業への満足度を高める必要があることから、まずは多様な主体による取組みで都市部人材の副業・兼業先での活躍を



促し、人材の地域への愛着醸成を図っていかなければならない。そして、都市部人材の移住・居住ニーズに対応し、地域住民や地域団体が取り組んできた関係人口創出・拡大や移住・定住施策に結び付けていくことが求められる。

移住・二地域居住の実現に向けた具体的な取組みとして、地域には働きやすく暮らしやすい環境の整備が求められる。副業・兼業を具体的に検討している実施希望者の傾向を見ると、現時点では本業の継続を前提とし、副業・兼業を通じた地方との新たな関わりを検討している様子が見られる。そのため都市部人材に向けて東北圏で実現可能な多様で魅力的な働き方・暮らし方を提示していくことが有効であり、まずは地域内の通信インフラやコワーキングスペースの整備など柔軟な働き方がしやすい環境とともに、空き家を活用した短期かつ低額で利用しやすい滞在施設など暮らしやすい環境を整備していくことが必要である。

さらに、これまでの移住・定住支援の取組みに雇用という強力な受け皿を持つ地域企業が新たに加わることで、さらなる移住者獲得につながることを期待される。移住希望者の移住のネックは地方で仕事が見つかるか否かである。地方での転職先を探す移住希望者と企業のマッチングを積極的に図っていくことで着実に移住者を獲得していくことは可能である。

都市部人材による地方企業での副業・兼業の動きは、地方創生の実現が急がれる地方において二地域居住を含めた移住者獲得の新たな道を指し示した。企業や地域、自治体、金融機関などが連携し、地域が一丸となって副業・兼業人材も含めた多様な人材を受け入れていくことが肝要である。さらにそうした人材の地域への愛着を醸成しながら継続的な関係を構築するとともに、働きやすく、暮らしやすい環境を整備していくことで東北圏への確かな人口還流につながるものと期待する。

図表 4-8 地域総合力で挑む移住・二地域居住の実現に向けた取組み

