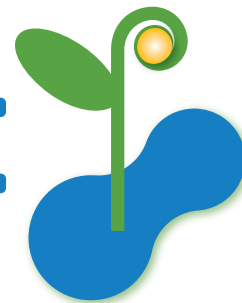


知をつなぎ、地を活かす

東北活性化研



特集 ニューノーマルにおける新しい働き方



Vol.47
2022 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

- ◆東北域内でのデュアルライフ推進を 2
高田 佳幸 株式会社日本政策投資銀行 東北支店長

特集

- ニューノーマルにおける新しい働き方 4

[特集論文]

- ◆副業・兼業による新たな人材・人口還流方策
ーニューノーマルにおける首都圏人材と東北圏企業の意識調査からー 4
伊藤 孝子 調査研究部 主任研究員

[講演]

- ◆月3万円の報酬で、鳥取県はなぜ大都市圏から人材が呼べるのか？
地元企業に活力、「とっとり副業・兼業プロジェクト」 18
松井 太郎 氏 とっとりプロフェッショナル人材戦略拠点 戦略マネージャー
株式会社あきんど太郎 代表取締役店主

活動紹介

- ◆人口の社会減と女性の定着に関する情報発信
「人口の社会減と女性の定着に関する情報発信 山形フォーラム」実施報告 26
◆BizDev Meetup ! オープンイノベーションで東北・新潟をもっとおもしろく
～第2回 StudyNight 「MaaS が変える東北・新潟」実施報告～ 38
◆東北・新潟の「キラ☆企業」情報発信事業による動画の配信 (前編)
～「キラ☆企業」Web サイト内の特集コーナー開設と今後の取り組み～ 40
◆令和3年度事業報告会 開催報告 44

調査ノート

- ◆大仙市における木質バイオマス発電の事例～地域新電力への示唆～ 46
宮曾根 隆 部長 (特命担当)

事務局より

- ◆令和3年度 第5回理事会開催 52
◆今後の主な予定 54

東北域内でのデュアルライフ推進を

株式会社日本政策投資銀行

東北支店長 高田 佳幸



私は東北の地で仕事をさせていただき3年が経とうとしています。東北圏は人口減少割合が他地域よりも大きいことから課題先進地域の一つと言われています。東北・新潟の各地で人口減少に歯止めをかける施策に懸命に取り組まれているものの、その流れは止まっておらず、先送りのできない課題は残されたままとなっています。コロナ禍は地域の社会経済に深刻なダメージを与え続ける一方、DX ツールが早送りで導入されつつあり、DX が地域の抱える課題解決の糸口になろうとしていることは不幸中の幸いと言えるのかもしれません。

こうした中、(一社)東北経済連合会では、今が地方分散のラストチャンスと捉え、従来の二地域居住やUIJ ターンのみならず、リモートワークと兼業・副業を組み合わせることによって東北と首都圏の二地域(デュアル)にて暮らしや働き場・機会を持ち、双方の良さを享受・満喫する暮らし方・働き方を可能にするエリアを目指すことを提唱し、東北・新潟の自治体・大学も賛同・推進しています。(公財)東北活性化研究センターでは、東北圏と首都圏の二拠点

で活動している人を紹介し、東北圏の魅力を積極的に発信されているほか、私が在籍する(株)日本政策投資銀行でも日本全国のリモートワークや移住・定住を促進する官民による取り組みの調査を行い、先行する事例を紹介させていただくなど、「デュアルライフ東北」の実現に向け東北・新潟の産学官金が連携して取り組んでいるところです。

国立社会保障・人口問題研究所の「将来推計人口(2018年)」によりますと、2045年の東北地域の人口は2020年比▲28%(約▲240万人)の約620万人になると推計され、総務省の「過疎地域等における集落の状況に関する現況把握調査(2020年)」によれば、東北圏の過疎地域にある14,067の集落のうち今後10年以内に439もの集落が消滅すると予測されています。

高齢化社会の進展と都市部への人口集中により、過疎地の集落機能は低下を余儀なくされ、過疎地に繋がる道路、水道、電気、通信等の社会インフラの維持・更新は、財政等の制約もあり、今後大きな課題になることが見込まれます。

過疎地ばかりでなく都市部においても高齢化等の曲がり角をむかえている郊外地もあり、まちの中心部に人口を回帰させるコンパクトシティを推進する地域も増えています。有り体に言いますと、今後人口の減少が更に進む地域の人々を都心部に集めることで、行政サービスや社会インフラ整備に要するコストを抑制するとともに、まちの賑わいを取り戻し人びとのコミュニティを再生させる検討・取り組みが日本全国の各地で行われております。

しかしながら、過疎地や郊外の人びとが都心部に移住する上では様々なハードルを乗り越える必要があります。先祖代々守ってきた土地から離れることや穏やかな生活スタイルを変えることに抵抗感を抱く方も少なくないでしょう。また、移住に伴う費用や働き場を確保しなければならないという課題もあります。

そこで私見となりますが、「デュアルライフ 東北」の暮らし方や働き方を、「東北圏」と「首都圏」の二拠点のみならず、「東北圏内の過疎・郊外地」と「東北圏内の都心部」の二拠点にも取り入れては如何かと考えます。例えば、平日は今の住まいで生活を送り、週末だけ都心部に移り住み、都心部での生活が自身に馴染むのかなどトライアル体験してみるというものです。一足飛びでの移住に躊躇する人はステップを踏んでみましょうという考え方です。経済面の課題に対しては、都心部で休業中の店舗スペースを借りて地元品（農産物など）を販売したり、週末で賑わう商業施設や飲食店でアルバイトをして

みたり、住居としてシェアハウスを借りることなどにより経済的な負担は幾分解消できるのではないのでしょうか。一般的に都心部は医療・介護・文化施設や交通手段が整備されておりますので、高齢者が生活を送るには過疎・郊外地より適していますし、豊かな経験と技術を持つ高齢者・シニアの方の活躍は人手不足の解消にも繋がると考えます。

私は金融業を通じて企業と接していますが、繰り返すコロナ禍や資源価格の高騰、急激な円安等により、企業も難しい事業運営を余儀なくされていますが、そのような中でもコロナ前を上回る利益を計上している企業も少なからず存在します。その企業に共通することは、10年後、20年後の事業環境を見据え、成長する事業と先細る事業を見極め、バックカスティングの思考で投資やコストカットに着実に取り組んでいます。東北地域も先々の人口減少を現実のものとして捉え、経済のパイが縮小する状況下でも持続的に成長するための様々な取り組みを早送りで実行すべきではないかと考えます。

ニューノーマルにおける新しい働き方

近年の働き方改革や地方創生の動きに加え、コロナ禍の影響を受けて、都市部人材を中心に新たな働き方のひとつとして副業・兼業への関心が高まりを見せている。その一方で人口減少が進行する地方では、副業・兼業を通じた都市部人材の確保は、労働力不足が深刻化する地方企業の経営課題の解決や企業の成長につながるとともに、地域へのさらなる人材・人口還流も作り出し、地域の活力向上や地域経済の活性化につながることが期待されている。

本特集では、このような背景を踏まえて当センターが実施した首都圏人材および東北圏企業を対象にしたアンケート調査の結果をもとに導き出した、東北圏への人材・人口還流を促すうえでの課題と対応策の概要について報告するとともに、鳥取県で松井太郎氏(とっとりプロフェッショナル人材戦略拠点 戦略マネージャー、株式会社あきんど太郎 代表取締役店主)が取り組んでいる都市部ビジネス人材の副業・兼業ニーズと県内企業の求人ニーズのマッチング事業について紹介する。

副業・兼業による新たな人材・人口還流方策

—ニューノーマルにおける首都圏人材と東北圏企業の意識調査から—

調査研究部 主任研究員 伊藤 孝子

POINT

- 副業・兼業を行う労働者とその送出し企業、受入れ企業のそれぞれがメリットを享受できるとともに、発展・成長できるという視点が重要。
- 9割の首都圏人材が首都圏での副業・兼業を希望。地方圏での希望は1割に留まる。
- 副業・兼業人材の獲得競争に乗り遅れないため、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。

はじめに

近年、働き方改革やコロナ禍の影響を受けて、都市部人材を中心に新たな働き方のひとつとして副業・兼業への関心が高まりを見せている。一方、人口減少が進展する地方では、副業・兼

業を通じた都市部人材の確保は、労働力不足が深刻化する地方企業の経営課題の解決や企業の成長につながるとともに、地域へのさらなる人材・人口還流も作り出し、地域の活力向上や地域経済の活性化につながることが期待される。

そうした背景を踏まえ、当センターでは、首

都圏人材および東北圏企業を対象にしたアンケートを実施し、地方での副業・兼業意向および副業・兼業人材受入れ意向を把握し、東北圏への人材・人口還流を促すうえでの課題と対応策をとりまとめた。本稿ではその概要を紹介する。

1. 報告書の構成

報告書の目次は以下のとおりである。

はじめに
調査結果の概要
第1章
地方創生と都市部人材の「副業・兼業」を巡る動き
〔統計調査、文献調査、事例調査〕
第2章
首都圏人材の地方における副業・兼業の意向と実態
〔アンケート調査〕
第3章
東北圏企業の副業・兼業人材受入れ意向
〔アンケート調査〕
第4章
東北圏への新たな人材・人口還流に向けて
〔提言〕
おわりに
巻末資料 アンケート調査票

2. アンケート調査の概要

(1) 首都圏人材の地方における副業・兼業に関する調査

首都圏在住の20～60代の有職者男女を対象に、副業・兼業への意向、首都圏以外の地方での副業・兼業の意向や実施状況などを調査した。

調査は「首都圏人材の副業・兼業の意向調査」(①「全体調査」)と、地方で副業・兼業を実施している者(「実施者」)、地方での副業・兼業を予定している者(「実施希望者」)、地方での副業・兼業に関心のある者(「実施関心者」)を対象とした「地方企業での副業・兼業への意識および実態調査」(②「地方抽出調査」)の二本立てで実施した。

(2) 東北圏企業の副業・兼業人材の受入れに関する調査

一般社団法人東北経済連合会会員企業を対象に、副業・兼業人材の受入れに関する状況や意向、懸念点などを調査した。

図表1 アンケート調査の概要

	(1) 首都圏人材の地方における副業・兼業に関する調査		(2) 東北圏企業の副業・兼業人材の受入れに関する調査
	首都圏人材の副業・兼業の意向調査 (①「全体調査」)	地方企業での副業・兼業への意識および 実態調査 (②「地方抽出調査」)	
調査目的	首都圏人材の地方企業での副業・兼業に関する意向や実態の把握		東北圏企業の副業・兼業人材受入れに 対する意向の把握
調査地域	首都圏（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県の1都3県）		東北圏（東北6県および新潟県の7県）
調査対象	20～60代の有職者 (n=20,000)	首都圏以外の地方での副業・兼業 実施者、実施希望者、実施関心者 (n=1,518)	東北経済連合会会員企業 (n=129)
調査時期	2021年7月15日～22日	2021年7月19日～26日	2021年9月13日～30日
調査手法	インターネット調査モニターを用いたインターネット定量調査		インターネット定量調査

※「副業・兼業」とは、本業以外の仕事で、本業先以外の企業や他者から業務依頼を受け、報酬として何らかの対価（金銭、現物など）を受け取るものを指す。なお、株式投資、FX、不動産投資、オークションやフリーマーケットでの販売、アンケートモニターなどは除く

3. 調査結果の概要

3-1 地方創生と都市部人材の「副業・兼業」を巡る動き

首都圏への人口流出によって地方の担い手不足が深刻化する中で、都市部人材による地方での副業・兼業に大きな関心が高まっている。これまで企業に勤める従業員の副業・兼業は原則として認められていなかったが、2018年に政府が働き方改革で副業・兼業推進の姿勢を示したことで、一部の大企業では従業員の副業・兼業を容認する動きが見られ始め、社会的にも副業・兼業への関心が高まりを見せた。さらに地方創生の観点からも副業・兼業という働き方が注目され、2019年からの第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略において都市部人材の地域との関わり方のひとつとして副業・兼業が取り上げられた。副業・兼業を通じて都市部人材が地方企業に関わることが、人材不足を始め様々な課題を抱える地方企業の課題解決につながるのではないかと期待され、地方創生における都市部人材の地方への人材還流手段としても推進されることとなった。

そうした都市部人材による地方での副業・兼業の追い風となったのが2020年からの新型コロナウイルス感染症の流行である。拡大防止策として急速に普及したテレワークが都市部人材の副業・兼業への関心を高め、地方での副業・兼業の可能性も大きく広げた。すでに地方創生の実現に向け、そうした人材を獲得し、地域への人材還流を推し進めていくべく、地方自治体や地域金融機関などが民間のマッチングサービス事業者と連携して都市部人材と地域企業のマッチング支援に乗り出している。

そうした動きの一方で、副業・兼業を行う労働者とその送出し企業、受入れ企業の実態に目

を向けると、副業・兼業はそれぞれにメリットのみならず、デメリットももたらす（図表2）。地方企業が都市部企業の人材を継続的に活用していくためには、「副業・兼業」を巡って誰かがデメリットを被ることは避けなければならず、それぞれがメリットを享受できる、また発展・成長できるという視点を持つことが重要である。地方企業は副業・兼業の目的をスキルアップや自己実現とする人材を受け入れ、それらを達成可能な環境や経験を提供し、ひいては都市部企業のメリットにつながっていくように人材を活用していくことが求められる。東北圏企業がそうした視点を持ち、人材活用を進めていくことで、3者の持続的な関係が構築され、都市部の副業・兼業人材の地方還流の可能性を高めるものと期待する。

図表2 3者を巡る「副業・兼業」のメリット・デメリット

	メリット	デメリット
個人	収入補填／スキルアップ・キャリアアップ／自己実現／起業や転職の準備が可能	体調管理が困難／期待した成果につながらない／本業との時間管理が困難
送出し企業	人材獲得、流出抑制／人材育成／新たな経営資源の獲得	本業への支障／従業員への健康配慮／人材流出の可能性など
受入れ企業	必要な技術、ノウハウや人材の獲得／柔軟な人材活用／社員の業務量・負担の軽減など	人材が定着しない／評価が難しい／副業・兼業人材への健康配慮など

3-2 首都圏人材の地方における副業・兼業の意向と実態

首都圏在住の20～60代有職者を対象としたアンケート調査から、首都圏人材の地方企業での副業・兼業に関する意向や実施状況などを把握し、副業・兼業への興味関心別に分析を行った。アンケート調査のポイントは以下のとおりである。

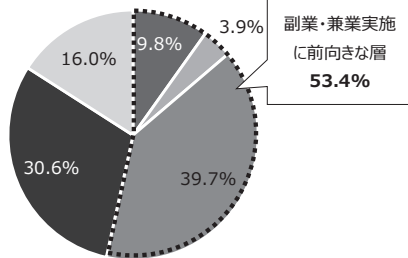
① 首都圏人材の副業・兼業実施率および実施意向がある割合は半数超となり、年代が低いほど実施意向者が多い

首都圏人材を対象にした「①全体調査」によると、副業・兼業の実施・実施意向者（「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（図表3）。男女とも低い年代で実施意向者（「実施希望者」「実施関心者」）の割合が高く、20～30代若者の副業・兼業への興味関心が高かった（図表4）。

図表3 副業・兼業の実施・関心割合 [全体調査]

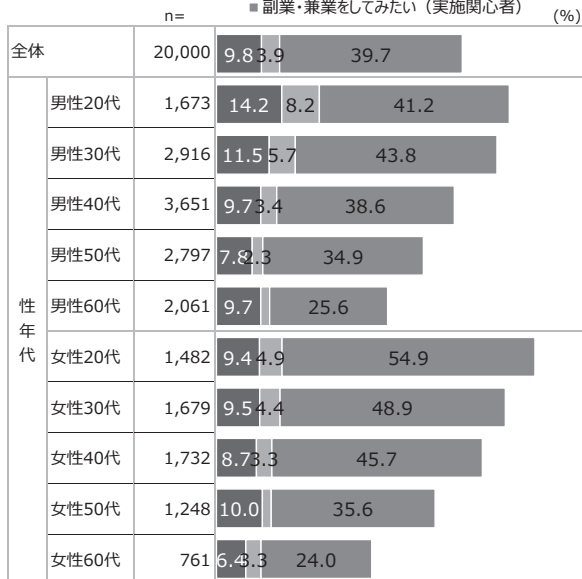
- 現在、副業・兼業をしている（実施者）
- 副業・兼業をする予定だ（実施希望者）
- 副業・兼業してみたい（実施関心者）
- これまでに副業・兼業をしたことはなく、今後も副業・兼業してみたいとは思わない
- これまでに副業・兼業をしたことがあり、今後は副業・兼業はしたくない

n=20,000



図表4 性年代別副業・兼業の実施・関心割合 [全体調査]

- 現在、副業・兼業をしている（実施者）
- 副業・兼業をする予定だ（実施希望者）
- 副業・兼業してみたい（実施関心者）

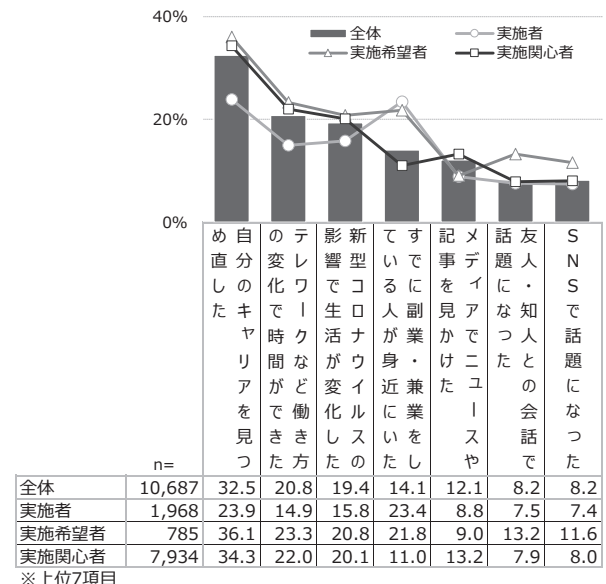


※2%未満のスコアレベルは非表示

② 副業・兼業に興味関心を抱いたきっかけは昨今の働き方改革やコロナ禍の影響によるキャリアの見直し

「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5）。

図表5 副業・兼業のきっかけ [全体調査]



③ 9割の首都圏人材が首都圏での副業・兼業を希望する一方、地方圏で希望する割合は1割に留まる

「①全体調査」によると、実施・実施意向者が希望する地域の割合は「首都圏」が94.6%と高く、「首都圏以外の地方」が10.6%（うち「東北」

図表6 地域別副業・兼業希望割合 [全体調査] (MA)

		地域別 (%)		
		首都圏	首都圏以外の地方	東北・新潟
全体	10,687	94.6	10.6	2.8
実施者	1,968	92.6	12.6	4.1
実施希望者	785	90.4	14.8	4.6
実施関心者	7,934	95.5	9.6	2.4

圏」2.8%)に留まった(図表6)。

④ 地方での副業・兼業を希望する理由には、 「(希望する仕事が見つければ) 地域はどこでもよい」「地方でチャレンジしたい」という2つの傾向がある

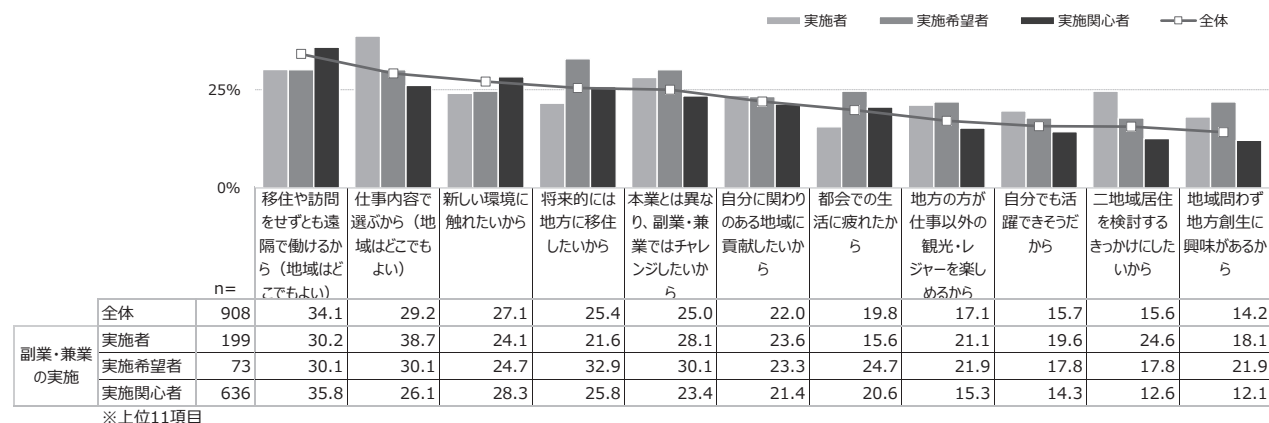
地方での実施・実施意向者を対象にした「② 地方抽出調査」によると、首都圏人材の地方での副業・兼業を希望する理由は、「移住や訪問をせずとも遠隔で働けるから(地域はどこでもよい)」(34.1%)、「仕事内容で選ぶから(地域はどこでもよい)」(29.2%) (→「地域はどこで

もよい」)、「新しい環境に触れたいから」(27.1%)、「将来的には地方に移住したいから」(25.4%)、「本業とは異なり、副業・兼業ではチャレンジしたいから」(25.0%) (→「地方でチャレンジしたい」)などとなった(図表7)。

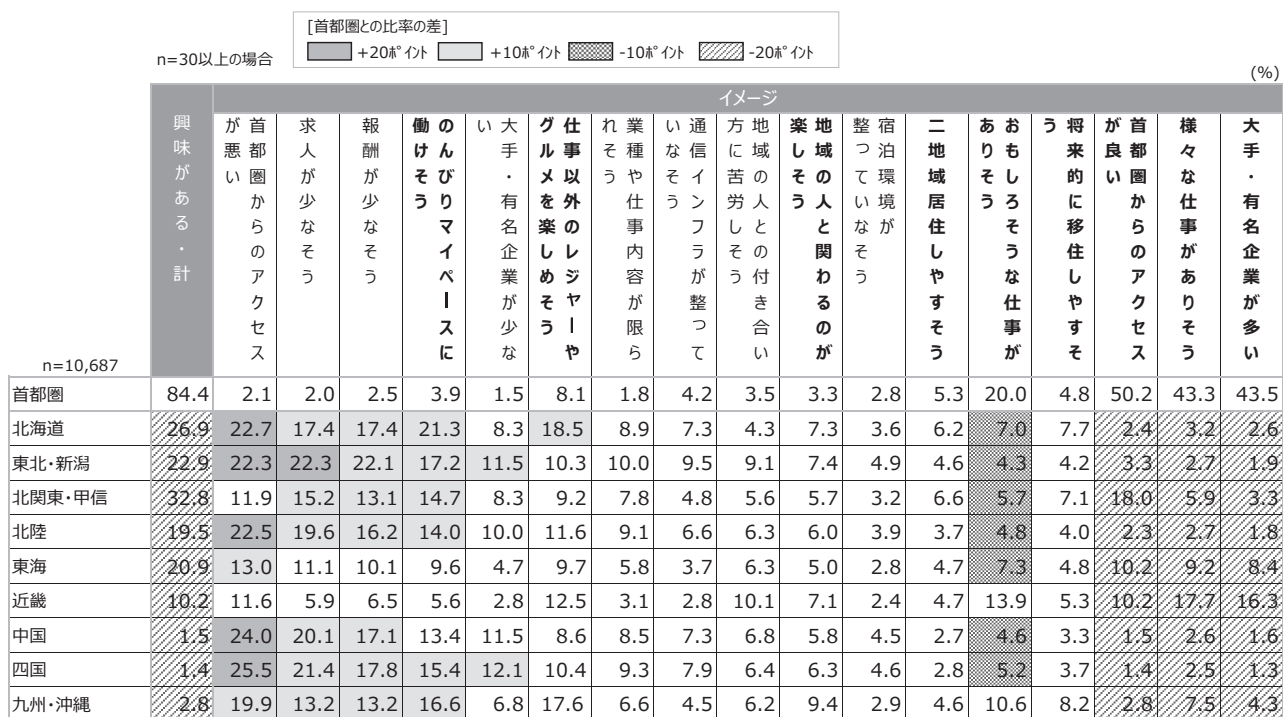
⑤ 東北圏での副業・兼業にはネガティブなイメージがあり、他の地方圏(北陸・中国・四国)とのイメージの差別化が図られていない

「①全体調査」によると、副業・兼業先としての「東北圏」のイメージは、「求人が少なそう」(22.3%)、「報酬が少なそう」(22.1%)とい

図表7 地方での副業・兼業を希望する理由[全体調査] (MA)

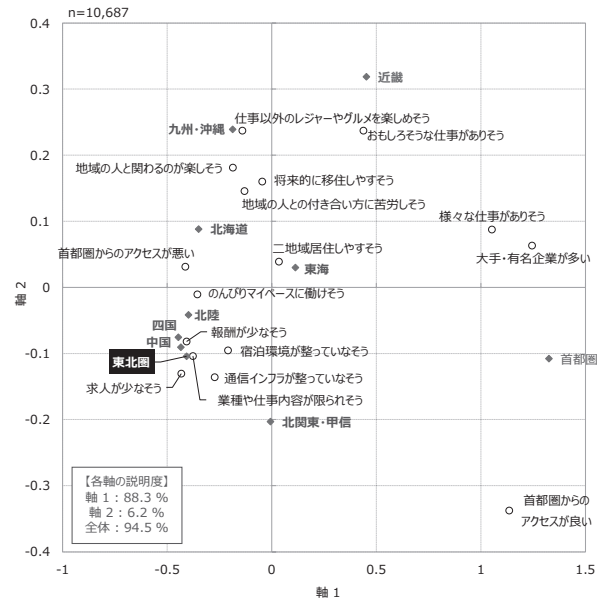


図表8 地域別副業・兼業のイメージ[全体調査]



たネガティブなものが強かった(図表8)。こうした傾向は「北陸」「中国」「四国」など他の地方圏にも同様に見られ、東北圏は他の地方圏とイメージの差別化が図られていなかった(図表9)。

図表9 各地域の興味度・イメージ[全体調査]



⑥ 副業・兼業先企業を選定する際の重視点は、柔軟な勤務形態や明確な仕事内容の提示など
「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。加えて東北圏では「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%)も上位となった(図表10)。

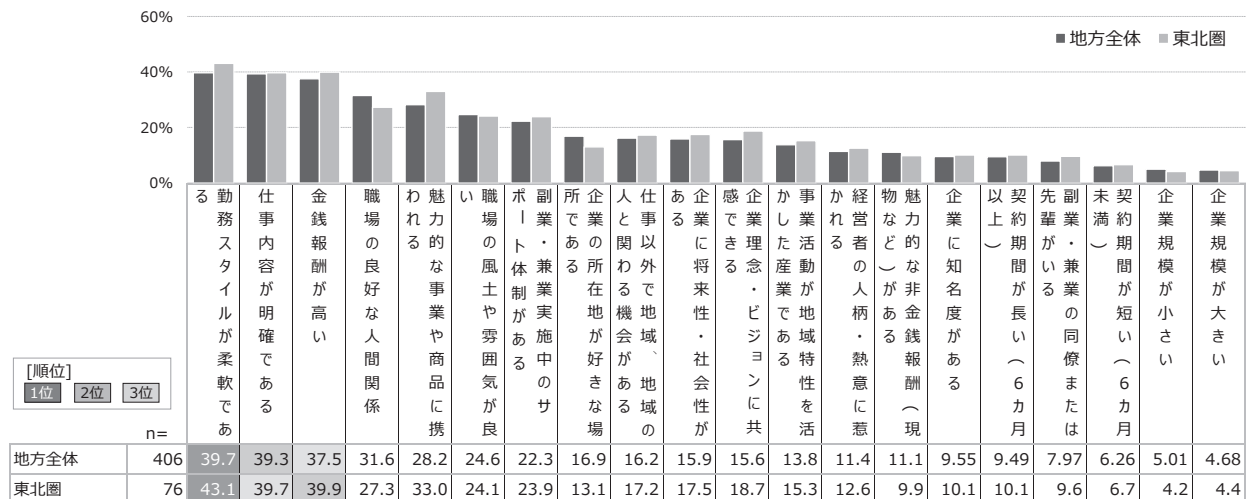
⑦ 地方の副業・兼業先企業を探す手段として、人脈や民間のマッチングサービス活用への期待は高い

「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、地方全体では「人脈(人から)」(19.8%)、東北圏では「副業・兼業紹介のエージェントサービス」(21.7%)となった(図表11)。

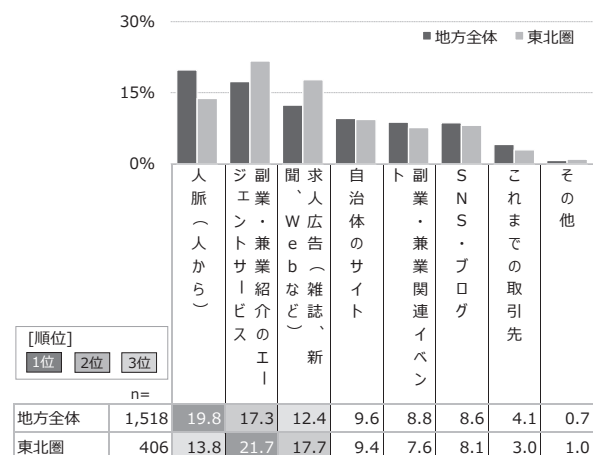
⑧ 副業・兼業先の仕事内容に期待することは、長期で副業・兼業を続けられることや副業・兼業を通じたスキルの向上

「②地方抽出調査」によると、副業・兼業先の仕事内容に期待することは、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%)、「知識・スキルを磨ける仕事」(72.3%、74.9%)、「新しい知識・スキルを得られる仕事」(72.2%、73.9%)となった(図表12)。

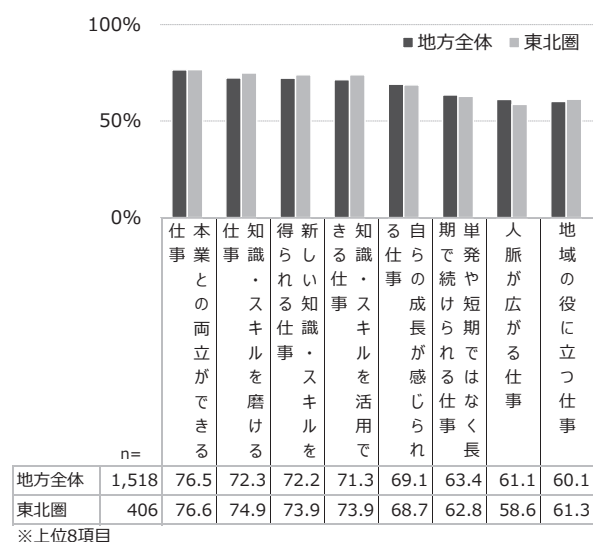
図表10 副業・兼業先企業を選定する際に重視すること[地方抽出調査](MA)



図表11 副業・兼業先を探す最も有効な手段〔地方抽出調査〕(SA)



図表12 仕事内容に期待すること〔地方抽出調査〕(MA)



⑨ 副業・兼業先の地域に期待することは、多様な人材の受入れに対して寛容であることや休暇を取りながらリフレッシュできる環境

「②地方抽出調査」によると、副業・兼業先の地域に期待することは、地方全体、東北圏ともに「多様な人材受入れへの寛容性」(65.6%、69.5%)、「都市部からのアクセスの良さ」(64.8%、62.3%)などとなった(図表13)。

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%)などとなったが、東北圏では

図表13 地域に期待すること〔地方抽出調査〕(MA)

n=30以上の場合		スコア：期待した(する)・計 (%)	
[順位]		地方全体	東北圏
1位	2位	n=1,518	n=406
多様な人材受入れへの寛容性		65.6	69.5
都市部からのアクセスの良さ		64.8	62.3
住環境・住みやすさ		64.3	57.1
通信インフラ		63.8	62.3
宿泊環境・滞在しやすさ		61.6	58.9
自然環境		56.9	54.9
特産物・グルメ		53.4	52.5
観光資源（観光・レジャー・祭り・スポーツ）		53.0	52.2

図表14 地域を訪れた際に行きたいこと〔地方抽出調査〕(MA)

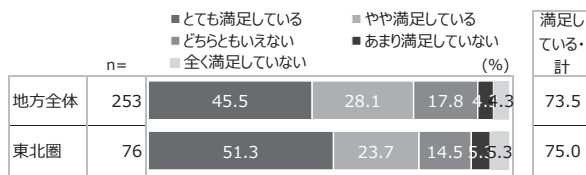
n=30以上の場合		(%)	
[順位]		地方全体	東北圏
1位	2位	n=1,518	n=406
休暇・リフレッシュ		62.2	60.3
観光・レジャー・スポーツ		50.1	50.7
地域の特産品の飲食や買い物		43.8	47.3
本業のワーケーション		40.8	49.3
祭りやイベントに参加		30.4	32.8
地域住民との交流		26.3	30.3
帰省		25.9	29.8
ボランティア活動		14.9	18.2

「本業のワーケーション」(49.3%)への期待も高かった(図表14)。

⑩ 地方企業での副業・兼業実施者の総合的な満足度は、仕事内容が明確であることや勤務形態が柔軟であることを中心に総じて高い

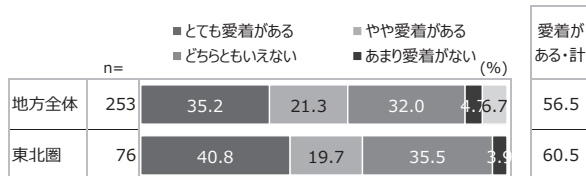
「②地方抽出調査」によると、地方企業での実施者が副業・兼業に満足していると回答した割合は、地方全体、東北圏ともに7割(73.5%、75.0%)となった(図表15)。副業・兼業実施の満足ポイントは、東北圏ともに「仕事内容が明確である」(32.0%、30.3%)、「勤務スタイルが柔軟である」(22.9%、25.0%)が多かった(図表16)。

図表 15 副業・兼業の総合満足度 [地方抽出調査]



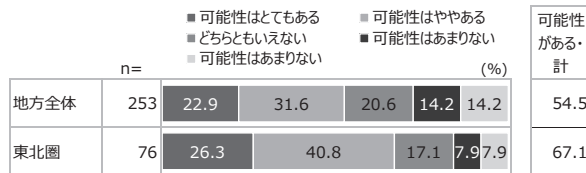
※ 満足している・計 = 「とても満足している」 + 「やや満足している」

図表 17 地域への愛着度 [地方抽出調査]



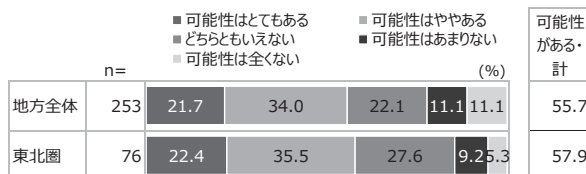
※ 愛着がある・計 = 「とても愛着がある」 + 「やや愛着がある」

図表 18 副業・兼業先に移住し、本業をテレワークにする可能性 [地方抽出調査]



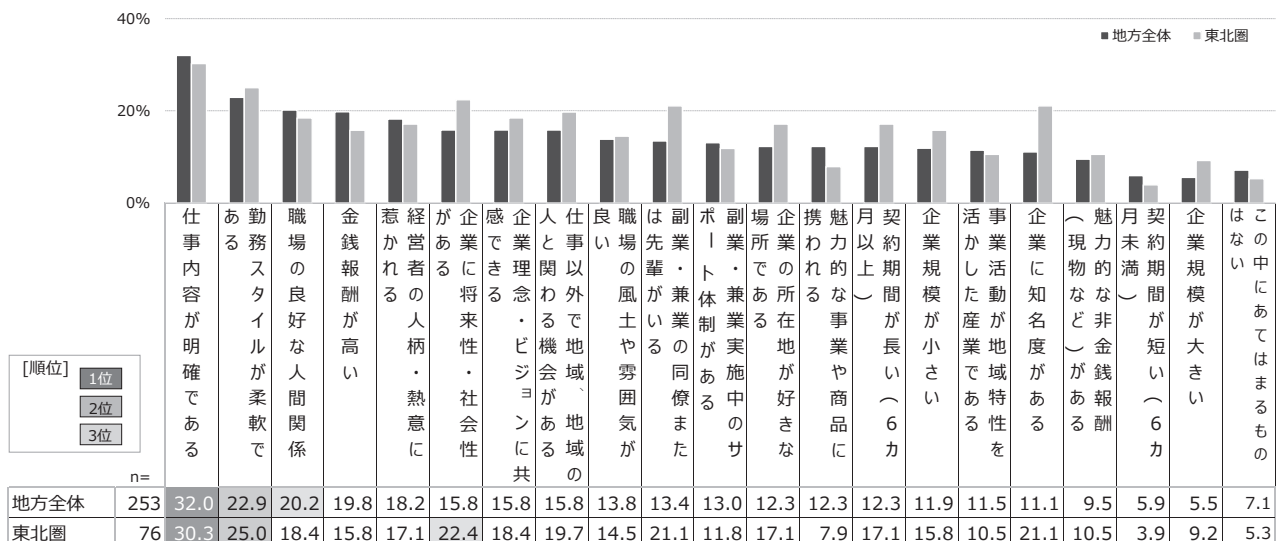
※ 可能性がある・計 = 「可能性はとてもある」 + 「可能性はややある」

図表 19 首都圏と地方の2つの地域に居住する可能性 [地方抽出調査]



※ 可能性がある・計 = 「可能性はとてもある」 + 「可能性はややある」

図表 16 副業・兼業の満足点 [地方抽出調査] (MA)



⑪ 地方企業での副業・兼業実施者の約6割が地域に愛着を持っており、5割以上が地方への移住や二地域居住の意向がある

「②地方抽出調査」によると、地方企業での副業・兼業実施者が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%となった(図表17)。地方企業での副業・兼業実施者が、「移住し本業をテレワーク・リモートワークにする」「首都圏と地方で二地域居住する」可能性があると回答した割合については、地方全体、東北圏ともに5割以上(54.5%、67.1%) (55.7%、57.9%) となった(図表18,19)。

3-3 東北圏企業の副業・兼業人材受入れ意向

東北経済連合会会員企業を対象としたアンケート調査から、副業・兼業人材の受入れに対する意向を把握し、業種別や企業規模別、人材確保の状況別の観点から分析を行った。アンケートのポイントは以下のとおりである。

① 東北圏企業は副業・兼業人材の受入れに消極的である

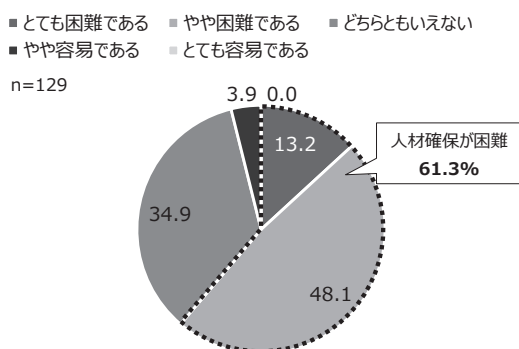
東北圏企業を対象にした調査(「東北圏企業

調査)」によると、人材確保に苦戦している東北圏企業の割合は61.3%と半数を超えた(図表20)。一方、副業・兼業人材受入れの可能性がある東北圏企業の割合は34.8%に留まった(図表21)。

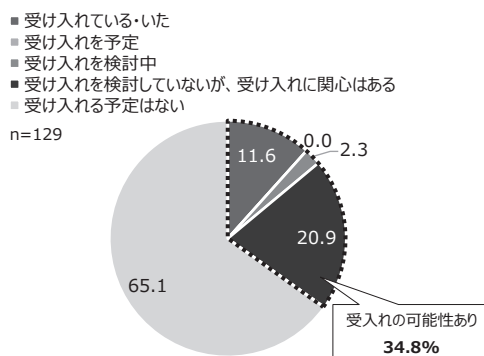
② 東北圏企業は副業・兼業人材の目的は収入補填だとイメージしている

東北圏企業が持つ副業・兼業人材へのイメージは「収入補填」(「本業だけでも生活はできる

図表20 人材確保の状況



図表21 副業・兼業人材の受入れ状況および意向

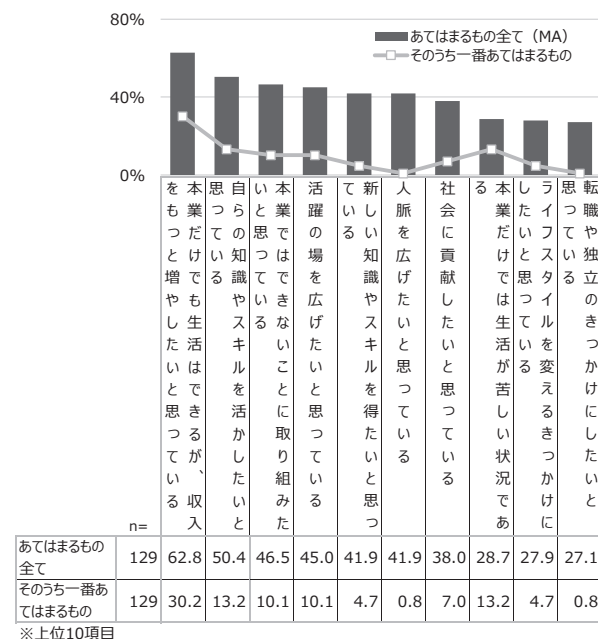


が、収入をもっと 増やしたいと思っている」「本業だけでは生活が苦しい状況である」)が43.4%と高かった(図表22)。

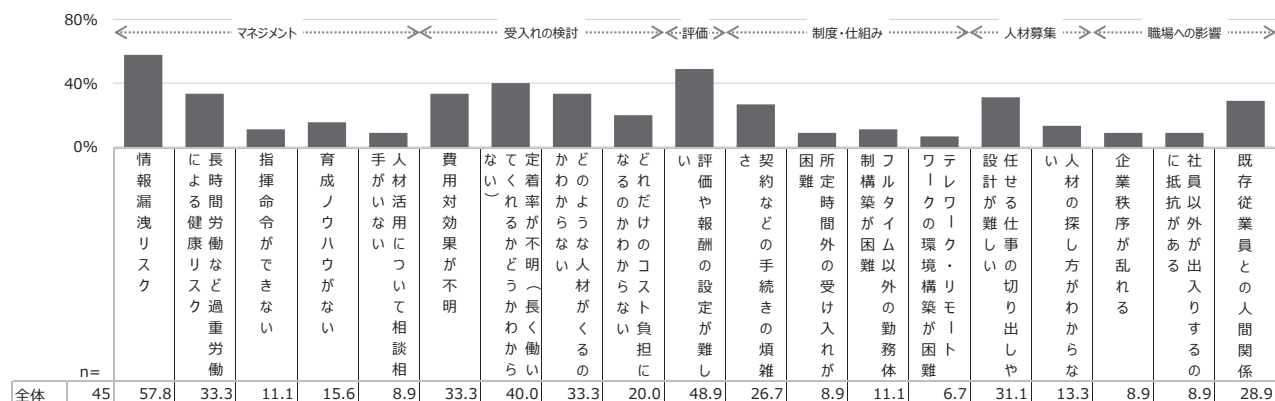
③ 副業・兼業人材の受入れにあたって情報漏洩リスクや過重労働による健康リスクといったマネジメントについて懸念している声が多い

副業・兼業人材の受入れの懸念点としては、「マネジメント」や「受入れの検討」、「評価」となった。懸念点を構成する各要素について、マネジメントでは「情報漏洩リスク」(57.8%)、受入れの検討では「定着率が不明(長く働いて

図表22 副業・兼業人材に対するイメージ



図表23 受入れの懸念点 (MA)

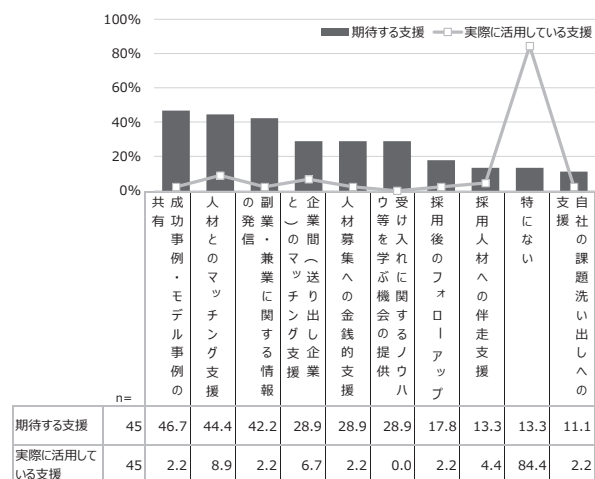


くれるかどうか分からない)」(40.0%)、評価では「評価や報酬の設定が難しい」(48.9%)の割合が高かった(図表23)。

④ 自治体や金融機関、経済団体に期待する支援は成功事例・モデル事例の共有を始め多くの支援を期待しているが、ほとんどの企業で人材活用に向けた支援が得られていない

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」(42.2%)となった。一方、実際活用している支援が「特になし」と回答した割合は84.4%となった(図表24)。

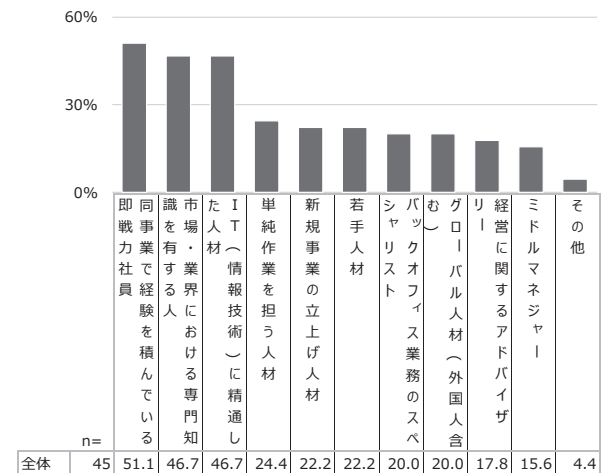
図表24 期待する支援、活用している支援 (MA)



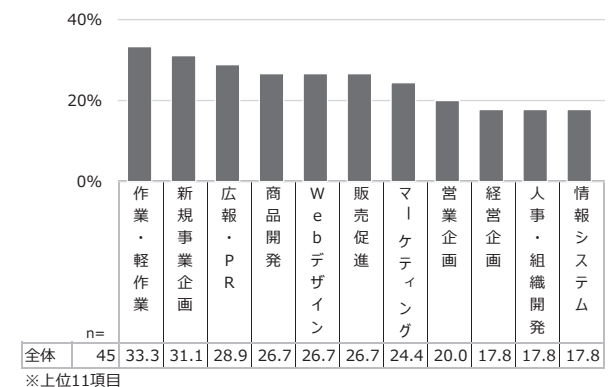
⑤ 副業・兼業人材にスペシャリストであることを求めつつも、任せたい仕事は作業・軽作業に過ぎない

副業・兼業人材に求める人物像は「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%)などのスペシャリストであることを求めつつも、任せたい職種は「作業・軽作業」(33.3%)が最も多かった(図表25,26)。

図表25 求める人物像 (MA)



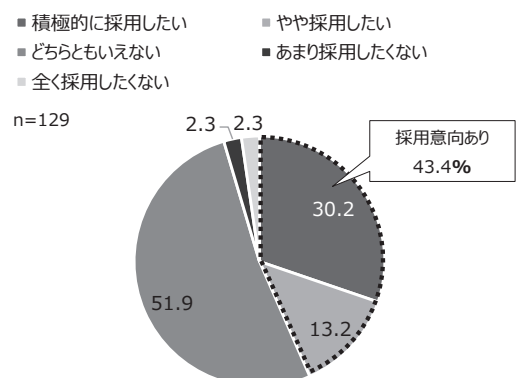
図表26 求める職種 (MA)



⑥ 4割の東北圏企業が首都圏などからの移住者採用に前向き

移住者の採用意向については43.4%の企業が首都圏などからの移住者採用に前向きであり(図表27)、地元での人材確保の難しさを背景に首都圏からの人材獲得のみならず副業・兼業人材による職場の多様性の確保や地域への貢献

図表27 移住者の採用意向



など自社や地域に与える様々な効果を期待していた（図表28）。

図表28 積極的に採用したい理由（抜粋）

地元での人材確保の難しさ
「新卒採用が難しい」「従来の地元採用では採用人員を充足出来ないため」「人員不足のため」「地域での採用活動に限界があるため」
豊富で優秀な首都圏人材の獲得
「豊富な人材バンクが期待できるから」「優秀な人材確保」「複数の会社を経験した方が多いと思われる為」「少しでも優秀な人材が欲しいから」「スキルの高い人材確保」
職場の多様性の確保
「新たな風を吹き込みたい」「プロパー社員と異なる感性ミックスに期待」「人材の多様性」「新しい考え方をしてくれる可能性が高い」
地域への貢献
「人口を増やすため」「特にUターンで地元に戻り地元貢献したいという人材を採用したい」「地域貢献意識の高い多様な人材の受入れ」「地元定住促進」

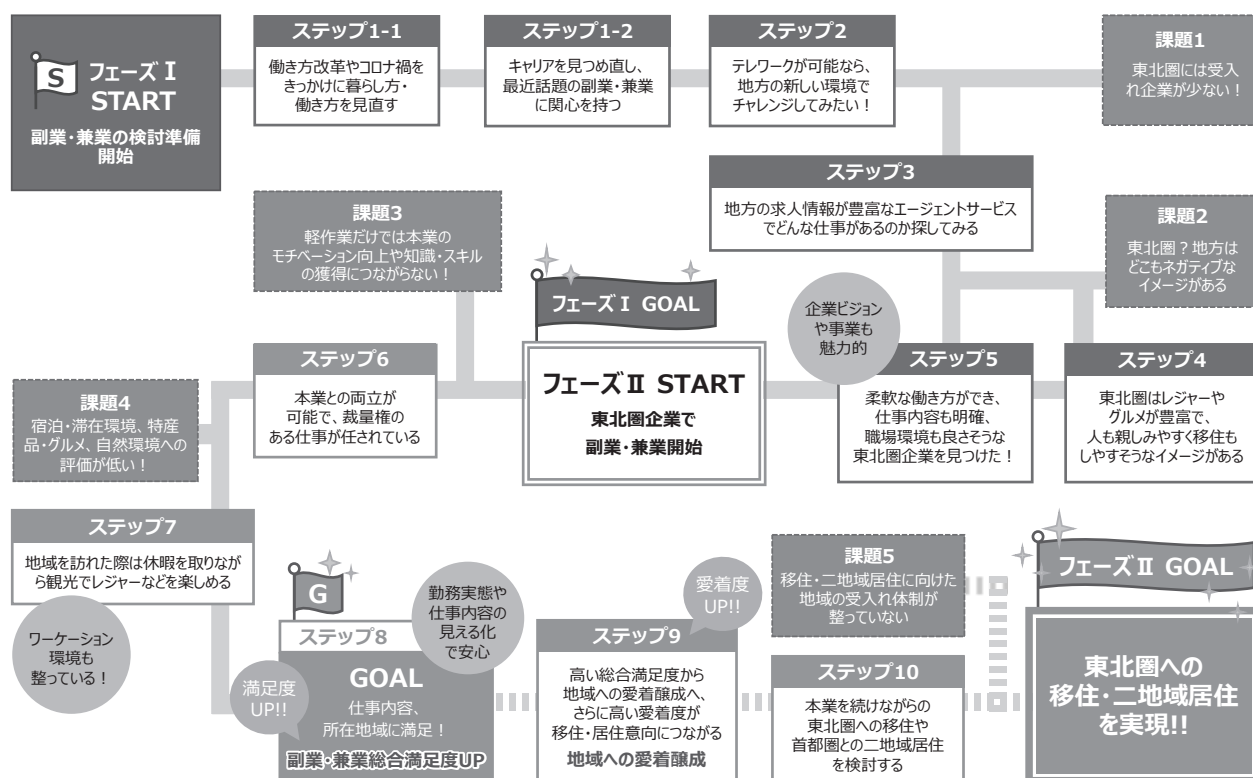
3-4 東北圏への新たな人材・人口還流に向けて

前述の3つのアンケート結果（「①全体調査」「②地方抽出調査」「東北圏企業調査」）をもとに、首都圏を含む都市部人材の地方企業での副

業・兼業プロセス（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」）を体系的に整理した（図表29）。

当該プロセスは2つのフェーズから構成される。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・兼業開始というゴールを目指す準備段階であり、5つのステップと2つの課題から構成されている。フェーズⅡは実際に地方企業での副業・兼業を開始し、その先に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であり、5つのステップと3つの課題から構成されている。なお、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。

図表29 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



各フェーズのゴールを目指すうえで障害となる課題を解決し、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つの方策を提言した（図表30）。

図表30 課題と対応策としての提言

ステージⅠ

課題1

東北圏には受入れ企業が少ない！

▶ 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

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

▶ 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

ステージⅡ

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！

▶ 提言3

持続可能な副業・兼業人材受入れ体制の構築・整備

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！

▶ 提言4

副業・兼業先としての魅力ある地域づくり

課題5

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

▶ 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

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

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。そのためには、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である。

【POINT】

- ① 副業・兼業人材受入れ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提供（成功事例・モデル事例の共有、活躍する副業・兼業人材の姿を提示）
- ② 受入れに前向きな企業に向けて、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（プロフェッショナル人材戦略拠点や金融機関などとの連携）

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

東北圏はネガティブなイメージがあり他地域とのイメージの差別化も図られていない。しかし、地方における副業・兼業人材獲得に向けた取り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先進地域として抜きんで可能性がある。そこで都市部人材から選ばれる地域となるために、東北圏ならではの副業・兼業イメージを構築することが重要である。

【POINT】

- ① 首都圏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プラスのイメージの訴求（「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)

- ② 東北圏固有の地域・産業特性を付加した副業・兼業イメージの戦略的発信(東北圏の地域特性・産業特性と結びつきが強い「食料品製造業などでの副業・兼業」をPR)

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副業・兼業人材の受入れは人材不足解消の手段となり得るが、経営資源に限られる中小企業などでは企業単独で副業・兼業人材を受け入れ、活用していくことは難しい。そこで、自治体や金融機関、経済団体などが企業の人材活用の検討から募集、採用、育成、定着までの切れ目ない支援を行うことが求められる。さらに、自治体や金融機関、経済団体などの他、地域の多様な主体を巻き込みながら副業・兼業人材を受け入れる体制を整えていくことも有効である。

【POINT】

- ① 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を中心にマネジメントの在り方を改善(「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」の付与など)
- ② 地方企業のみならず都市部人材、本業先企業が副業・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が重要

提言4 副業・兼業先としての魅力ある地域づくり

副業・兼業人材の総合満足度の向上には、副業・兼業先の仕事内容のみならず、その地域の様々な要素も影響しており、副業・兼業先の地域として魅力ある地域づくりが求められている。魅力ある地域づくりには地域側の協力が必要不可欠であり、地域全体で副業・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ていくことが重要である。

【POINT】

- ① 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かたちで磨き上げる
- ② 都市部の副業・兼業人材に向け地域の魅力など様々な情報を継続的に発信(「特産物・グルメ」「自然環境」「宿泊環境・滞在しやすさ」など)

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・兼業の動きは地方企業における人材獲得のみならず、地域にとっては移住者獲得のチャンスを生み出している。これまでの移住・定住施策に、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ことが重要である。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。

【POINT】

- ① 副業・兼業人材の地域への愛着を醸成

- し、地域への移住・居留意向を向上
- ② 都市部人材に向け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
 - ③ 移住希望者と地域企業とのマッチングを図り、移住希望者の地域内就業と移住を促進

おわりに

2015年からの第1期まち・ひと・しごと創生総合戦略で活発化した地方への人口還流につながる取組みは、少ない人口を地方間で奪い合う人材獲得競争を招く結果となった。副業・兼業を通じた都市部人材の地方への人材還流につながる取組みは始まったばかりだが、これも地域間の人材獲得競争になることは想像に難くない。副業・兼業人材の誘致に取り組む自治体やその関係者の方々には、地域一丸となって外部人材受入れに向けた取組みを迅速かつ強力に進めていただきたい。本書が関係各位のお取組みの一助になれば幸甚である。

月3万円の報酬で、鳥取県はなぜ 大都市圏から人材が呼べるのか？ 地元企業に活力、「とっとり副業・兼業プロジェクト」

とっとりプロフェッショナル人材戦略拠点 戦略マネージャー
株式会社あきんど太郎 代表取締役店主 松井 太郎 氏



※本稿は、令和4年3月18日に仙台市内で開催した「公益財団法人東北活性化研究センター 令和3年度事業報告会」においてご講演いただいた内容を編集したものです。

3月16日の地震で大変な思いをされた方がいらっしゃるにもかかわらず、これほどたくさんの方々にご出席をいただきましたことに厚く御礼申し上げます。

■地方創生の見本のような人生

私からは、鳥取県における副業・兼業の取り組みについてご紹介します。確かにいろいろご注目いただいておりますが、決して順調だったわけではありません。この形にたどり着くまでに4年かかっています。鳥取県ではプロフェッショナル人材戦略事業をやめようという議論がこれまで2回もあり、やめるぎりぎりまで行ったことがあります。その意味で「やめるのをやめた男」と言われています。

従来の有料職業紹介を活用したスキームでは、移住就職（正社員）で実力のある都市部のビジネス人材に来ていただくのはなかなか難しいことでした。県内企業からは「人材を受け入れたいけれども費用的な面で余裕がない」、「そもそも正社員で来ていただいてもやってもらう仕事がない」というお話をたくさん聞きました。

そういうことから、最終的に「副業・兼業」という形態がよいのではないかと思います、このプロジェクトを2019年度から立ち上げました。

自己紹介が遅れましたが、私は鳥取出身でも何でもなく、生まれは大阪で、学生時代まで大阪で過ごした後、社会人になって上京。7年前に鳥取にIターンしました。なのにまだ関西弁が抜けません。鳥取は関西弁ではなく、関西弁なのは私だけです。

少しお話ししますと、移住して鳥取の人と結婚し、鳥取で起業。鳥取銀行さんからご出資いただいて地域商社を立ち上げと、まさに地方創生の見本のような人生を歩んでいます。

■県立ハローワークとプロ人材戦略拠点を一体化した事業スキーム

まず、都市部のビジネス人材に向けて我々のプロジェクトを紹介する動画をご覧ください。

プロジェクト紹介動画



※動画は「とっとりプロフェッショナル人材戦略拠点 (YouTube 内)」でご覧いただけます。

プロジェクトの概要についてですが、プロフェッショナル人材戦略拠点は、宮城県さんも設置されています。鳥取県の場合は、国ではなく、県立のハローワークと全国45道府県で実施しているプロフェッショナル人材戦略事業を一体化したことで事業が大きく飛躍しました。これが特徴的なのではないかと思います。

■副業人材の求人は2つの方法で

副業人材を誘致するにあたっては、大きく2つのやり方で取り組んでいます。大手人材会社

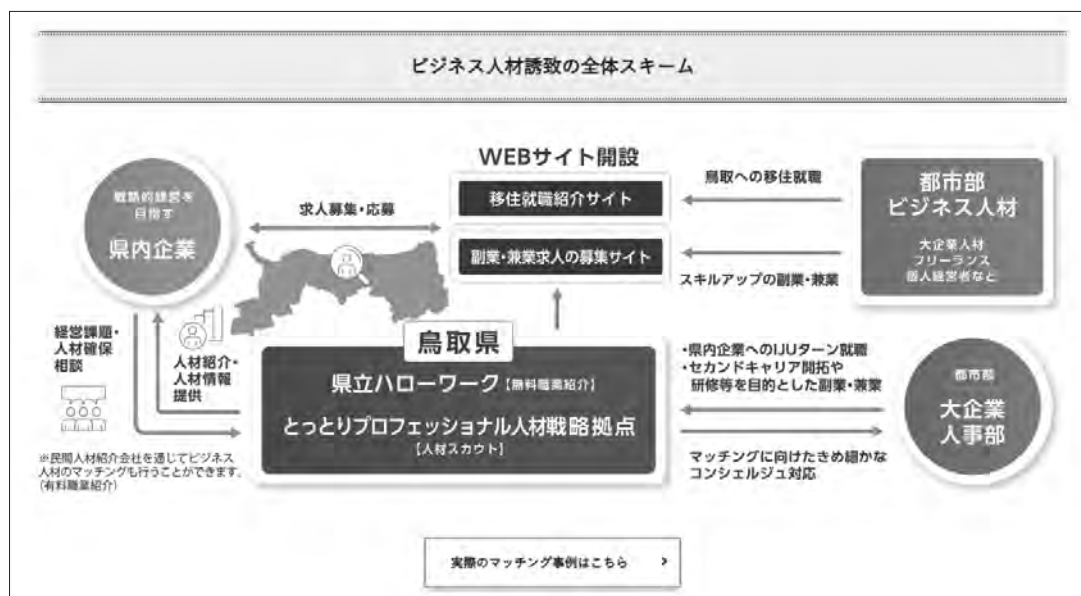
のウェブサイトにも鳥取県特集を設置して、そこから求人募集するやり方と、我々が個別に大企業の人事部さんにアプローチして、人事部さんから、その企業に所属する現役社員やアルムナに鳥取県の企業で副業したい方を募っていただき、ピンポイントで人材を誘致してくるというやり方を進めています。

まず、求人掲載の部分について説明したいと思います。通年で応募しやすい形にしていることが一つ特徴であると思います。

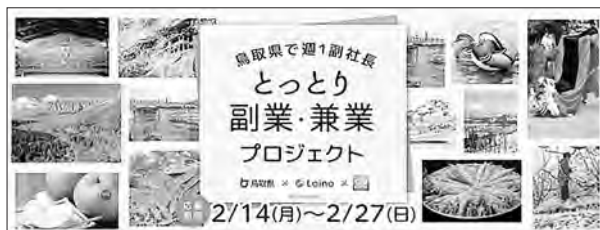
それは、年間を通じてメリハリを付けるという意味で、年4回に分けて、1回あたり2週間という掲載期間を設けています。2019年度にプロジェクトを立ち上げてから今年度まで、応募者数延べ5,000名以上の方にご応募いただいています。

2019年度に立ち上げたとき、県内企業14社に対して約1,300名の都市部ビジネス人材からの応募があり、競争率は約100倍となりました。それを県庁に報告したときには、最初は「それ本当?」「桁1つ間違っていないの?」という受け止めでした。私自身も成果は上がるだろうと

鳥取県におけるビジネス人材誘致の全体スキーム



求人バナー



思いつつも、正直これほど募集人数が多いとは思っていませんでした。2019年、2020年、2021年と毎年積み重ねることによって、着実に応募者数を伸ばすことができます。

このやり方はある意味、オープンな形ですので、ターゲットにピンポイントな人材もいらっしゃれば、そうでない方もいらっしゃるという特徴があります。より県内企業の副業人材ニーズに合った形にしていくにはどうしたらよいか、あるいは都市部のビジネス人材を確実に呼び込むためにはどうすればよいか、ということでは知恵を絞りました。その結果、都市部ビジネス人材が所属する大企業の人事部さんにアプローチすればよいのではないかと考え、2019年度から本格的に進めてきました。

ここでお名前を紹介しているライオンさまや電通(アルムナイ)さま、など、それぞれ副業兼業の取り組みに対する企業としてのスタンス、姿勢は違います。そういったことも十分に加味しながら、鳥取県として各大企業さんのお考えに即した形でカスタマイズをしていることも大きいのではないかと思います。

それに加え、冒頭にお話ししましたように、県立のハローワークとプロ拠点が一体的運用しているということもあります。鳥取県と連携した取り組み、すなわち県が主体的にやっているということで、これは都市部の大企業さんからは大きな信頼を得ていると思います。

このようにオープンに募集するやり方と、大

企業さんの人事部に直接アプローチするやり方の2本柱でやってきた中で、今日ご参加いただいている皆さま方は副業人材が県内企業に入っているどのような仕事をしているのか、どのような成果が出たのか、あるいは副業されている方がどう思っているのか、県内企業の経営者はどう感じているのか、そういったこともご関心がありだと思いますので、BSテレビ東京の「羽田土曜会」という番組から、許可をいただいて5分程度抜粋してきましたので、ご覧いただきたいと思います。

※動画は「とっとりプロフェッショナル人材戦略拠点」のホームページからご覧いただけます。

後ほどご説明しますが、副業人材の方たちの月額報酬は、大体3万円から5万円ぐらいです。

手前みそにはなりますが、プロフェッショナル人材戦略事業全体の中で、副業兼業の取り組みでは鳥取県が全国トップの実績で年々伸びています。今年度は124社に対して220人がマッチングしています。しかし、ポテンシャルという意味では、例えば、数年以内に宮城県が鳥取県に取って代わる可能性も十分あると思っています。

■副業人材の受け入れに適した企業 3つのポイント

本日は支援団体さん、支援機関さんもお来場いただいていると思いますので、副業人材の受け入れ企業を開拓するにあたってのポイントをまとめてみました。これを話すのは今回が初めてです。注目すべきポイントは3つです。

まず、副業人材の受入れ対象企業としては、平たく言うと若手経営者にお勧めです。特に後

継ぎの経営者の方は、いろいろお悩みがあります。先代が優秀であればあるほど、そしてすごい経営者であればあるほど、後継ぎの2代目、3代目は何かあれば先代と比較されます。周りはすべて先代からのブレンで、なかなか自分の独自性が発揮しにくいという場合、この副業人材の活用は向いているのではないかと思います。

次に、従業員数も一つの目安になります。20名以下ぐらいの規模の会社にこの副業・兼業の取り組みはぴったり合っていると考えています。この規模の企業は、地銀さんはもちろん、信金さん、信組さんの顧客層との親和性も高いと思います。新型コロナウイルス関連の特別貸付けや事業再構築補助金の採択事業者さんへの人的支援で副業人材を活用するケースも鳥取県では多いので、ぜひ参考にさせていただきたいと思います。

3つ目は、これはよく聞かれることですが、どのような業種が向いているのかということです。この点に関しては、業種ではなく、経営課題を意識していただきたいと考えます。販路開拓、人材育成、新規事業開発は経営課題の3本柱ですが、この経営課題がない会社はゼロだと思いますので、ここからアプローチをしていてはいかかかと思っています。農林水産業からサービス業まで、幅広い潜在的なニーズがあると思います。「Good To Great」というドラッカーの言葉を借りていますが、現状で何とかやっているからこのまま行こうと思っている会社さんには、ぜひ攻めの経営にアプローチしていただければと思います。

なお、こうした副業・兼業にとってタスク業務は不向きです。「ホームページ作ってください」、「データ入力してください」、「新規営業の

アポイントを取ってください」ということは向いていないと思います。「ウェブページを作るにあたってアドバイスしてください」とか、「新規営業のやり方について意見を聞きたいです」ということは向いていますが、実際に手を動かしていただくことは、この副業・兼業という取り組みにはあまり馴染まないと思います。

■副業者の大半はキャリアアップが目的

次にマッチングしている副業者の属性などについてご紹介します。

鳥取の場合は東京が43%、大阪14%で、関東・関西と大きな括りにすると90%以上が関東・関西のエリアの人です。ボリュームゾーンは30代から40代、副業者の所属企業はIT、広告関連が最も多くて、次いでメーカーです。IT、広告、メーカーと大きな括りにしていますけれども、日頃テレビCMでよく目にする企業に所属されている方もいらっしゃいます。

副業・兼業の目的が小遣い稼ぎではないかという点についてですが、これは違います。属性を見ると年収1,000万円以上の方が3割いますから、そういう人が3万円から5万円の小遣い稼ぎのために副業をやるということは、現実問題として考えにくいと思います。むしろ地方創生とか自分のキャリアアップに活かしたい、そういった気持ちを持っている方々が大半です。

ちなみに、お金が目的と回答した方もいらっしゃいますが、その割合は4%程度ですので、残りの96%が地方創生・キャリアアップ型ということです。

鳥取県出身者など本県と関わりのある人は何人ぐらいかというところ12%です。これは、多いというのが私の印象です。もっと少ないと

思っていました。今後、この12%の方々が将来の移住就職や移住定住など、関係人口のパートナーとしてどう展開していくかということが、おそらくこの事業の次の課題となっていくのではないかと考えています。

実際にマッチングした人の属性については、大企業の現役社員の方が6割、フリーランス・個人事業主の方が4割という割合になっていました。

■受け入れ企業の7割以上が期待どおり月額報酬は5万円以下が9割弱

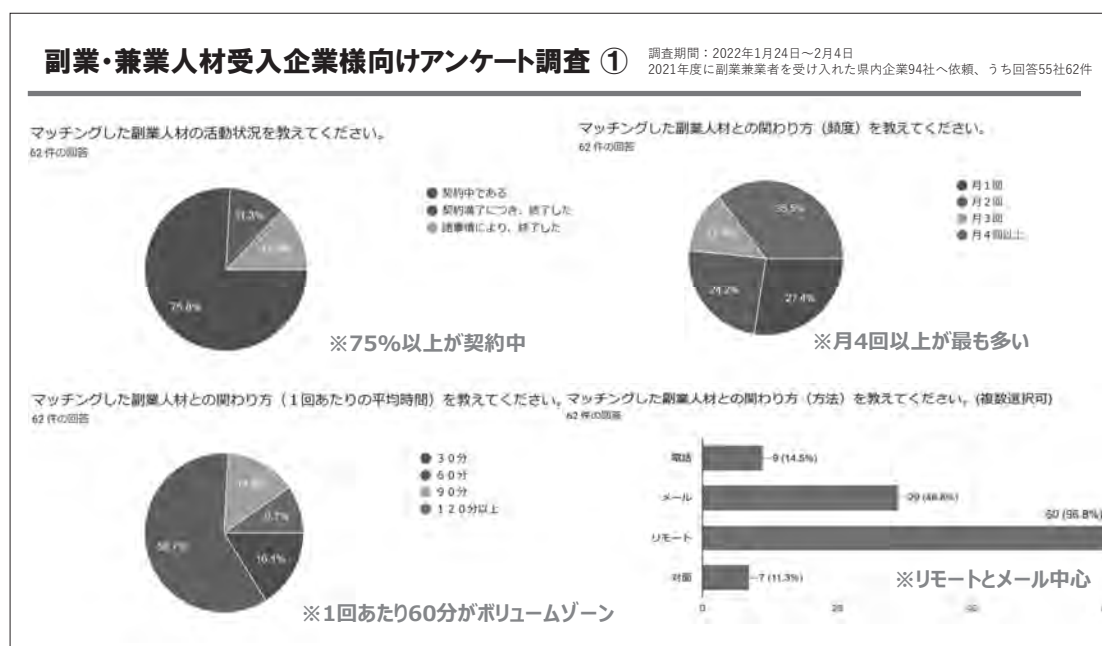
副業兼業者を受け入れた県内企業に依頼し、毎年2月、3月の時期にアンケートを取っています。今年度のアンケートの結果を少しお話ししたいと思います。

副業人材の活躍状況については、現在でも75%以上が契約して稼働しています。関わり方、頻度については、月4回以上と答えた企業が最も多く、1回当たりの時間は60分ぐらい、そのやりとりはリモートとメールが中心という

結果が出ています。

マッチングした人の月額報酬は5万円以下が87%です。3万円から5万円と、あえてこの金額を安価にしている理由は、仮にうまくいかなくてもお互いに許容できる範囲の費用感で、再チャレンジを可能にしています。そして、途中で契約終了がスムーズにできるよう契約期間は1ヶ月単位を推奨しています。また、3万円から5万円だからこそ、副業者が肩の力を抜いてチャレンジできるところで、これもプラスに作用していると思います。これが20万円、30万円となると、それだけの価値、パフォーマンスを出さなければならないということで、大企業に所属している方ですと限られた時間の中で大いにプレッシャーもかかることになるでしょうし、それが本業に悪影響を及ぼし、健康の面でどうなのかという問題も出てくると思います。こういった費用感が、うまくいっている理由かと思っています。

実際の契約期間は6ヶ月未満が68%です。これもほぼ妥当と思っています。3万円から5万円で解決できる経営課題であれば、大体3カ



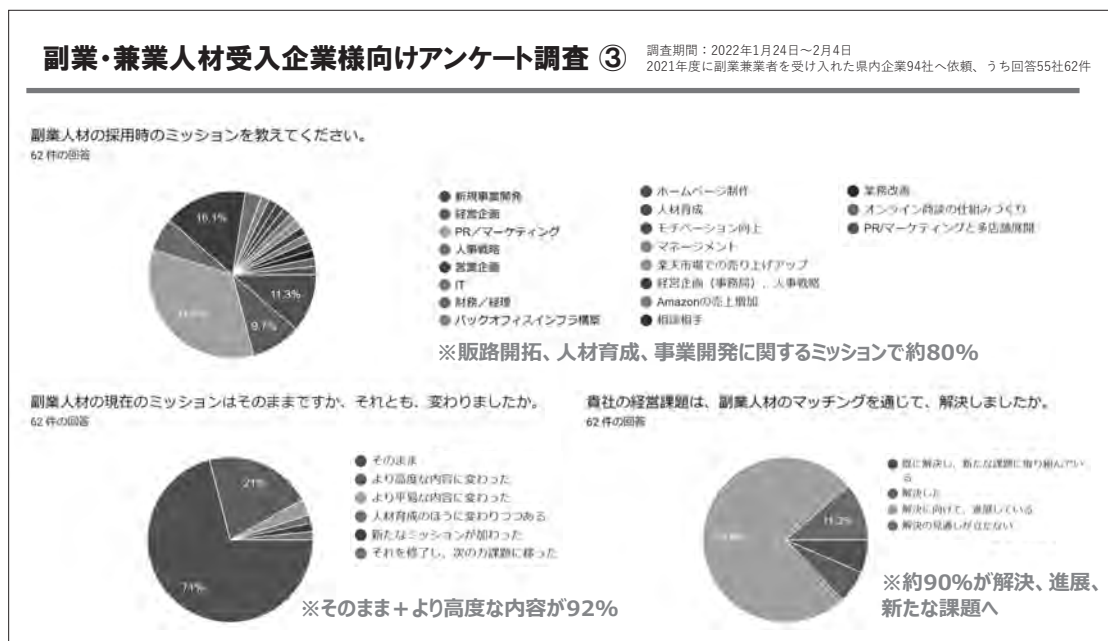
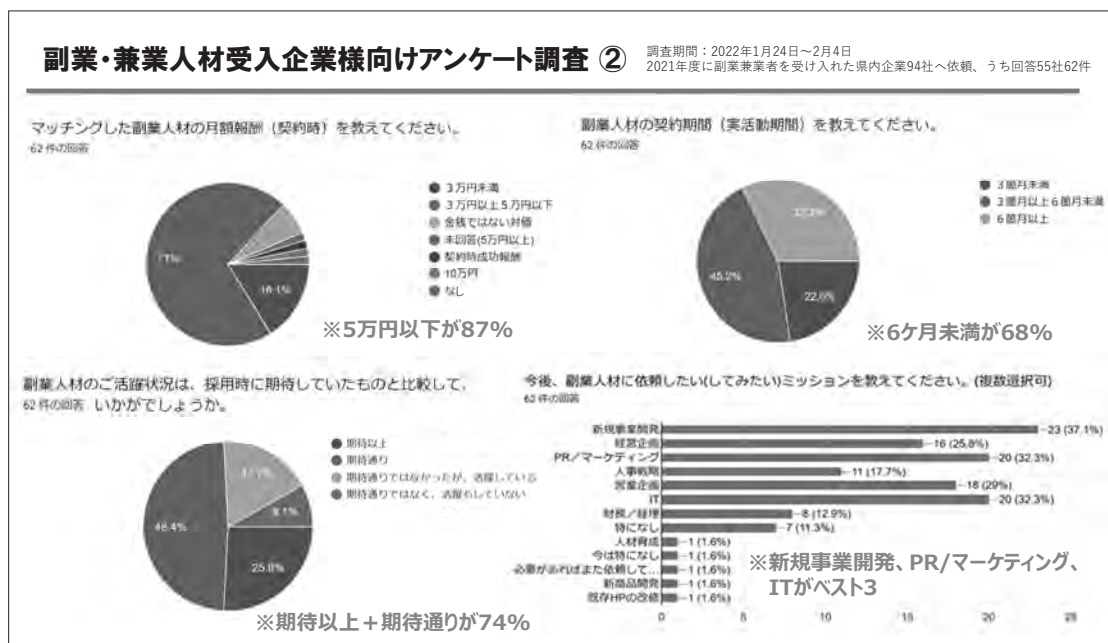
月から6カ月で解決できます。むしろこの期間で解決できないのであれば、その課題の切り出し方が違うのか、あるいはご本人のスキルがどうなのか、といった問題になるのではないかと思います。

そういったことも含めて、副業人材を活用した企業さんの満足度については、「期待以上」と「期待どおり」の合計が74%です。7割の企業が満足をしている行政の事業というのは、なか

かないと思います。それだけ高い満足度を得ていただいているということです。

経営課題の特徴としては、冒頭に申し上げたような形でマーケティング、販路開拓とか新規事業開発といったことがベスト3になっています。

実際に経営課題が解決したのか非常に気になるのですが、約90%は「経営課題が解決」、あるいは「解決に向けて進展している」、「新たな課題にチャレンジしている」ということです。



その一方で「解決の見通しが立たない」というところも11.3%ありますので、これを今後どう縮小していくかというところではありますが、おむね9割の県内企業さんは満足していただいています。

経営課題を解決していくにあたって、副業人材のミッションが変化しているかという点については、そのままミッションを継続しているところと、より高度な内容に変わっているといったところを合わせて9割を超えています。

アンケートには、これ以外にもフリーの回答で様々な記述欄があります。こういったアンケート調査は、データを取るという目的もありますが、定期的に企業さんからの声を吸い上げて、それをきっかけにわれわれが再訪問して、うまくいっている点、そうでない点をコンサルティングするという役割においても非常に重要なツールであると思っています。単にデータを集計するという以外の目的でも、有効に活用できているのではないかと考えています。

■デキる社長は活用している「副業社員」

最後に次年度用の県内企業向けパブリッシングのご紹介です。

このプロジェクトについては、次年度を見据えた準備を進めています。2022年度は「デキる社長は活用している『副業社員』の凄まじい威力」というコピーで、攻めのチラシやポスターを作っています。

今までは「副業人材活用」と言っていましたが、わかりやすくキャッチーに「副業社員」という言葉を作ってみました。今後、「副業社員」＝「副業人材活用」という認知を広めていきたいと思っています。

2022年度チラシ



また、2021年度の事例集も既にできております。先ほど124社に対して220人のマッチングが成立したことをお伝えしました。今年度の事例集にはその約半数である60社を掲載しています。こうした部分においてもスピーディーに、今年度やったことについては今年度中に検証し、アウトプットして次年度に活かすという前倒しのサイクルでやっています。

最後に補足ですが、副業人材を採用すると情報リスクがあるのではないかとという点についてです。県内事業者さんにも聞かれたことがありますが、「情報リスクがあると言った時点で思考停止していませんか」とお伝えしています。副業の目的が、地方創生・キャリアアップだとしたら、何とかして情報を盗んで自社に持ち帰って活かそう、という考えをする人は、そもそも副業・兼業ということに取り組みません。

もう一つ言いますと、副業者は3万円から5万

円の壁打ちに近いアドバイザー的な役割です
で、知財関係のところまで踏み込んでいない
という業務形態もあります。そこまで踏み込む
ということであれば、もちろん知的財産や情報漏
えいのリスクがありますので、そこは別のフェ
ーズで管理が必要になってくるという認識を持
っています。ただし、このプロジェクトの中では、
そういったことは実態として発生しないとい
うことをご承知おきいただければと思います。

ご清聴ありがとうございます。

(質問者)

鳥取県の取り組みが広がっていくと、地方で
副業・兼業人材の奪い合いのような形になっ
ていくかと思いますが、鳥取県の取り組みを他県
がまねできるところと、逆に鳥取県ならではの
強みというのは、どのようなところでしょうか。

(松井氏)

他県に広がることは、むしろウエルカムです。
こういった事業は、鳥取県だけが独り勝ちした
としても全国に広がっていきません。他県でも
どんどん実績が出てくることによって活性化す
るものであって、鳥取県で副業した人が宮城県
で副業する、これによって全体が盛り上がって
いきます。それがどんどん膨らんでいき、その
昔「とっとり副業・兼業プロジェクト」ってあ
ったよねと、当たり前の文化になるのが最終的に
目指すゴールではないかと思っています。

ですから、まねていただければと思います。
いくつかの県庁の職員の方が、我々のところ
にお越しいただいて、レクチャーしたケースも
ありますし、同じような形でやっていらっしゃる
県もあります。やり方は誰でもできるので、
私は本当に惜しみなく、皆さんにお伝え
していきたいと思っています。

鳥取県ならではのところについては、現
場サイドから一つだけ申し上げますと、私はマ
ネージャーですが、サブマネージャーは30代前
後の若手人材にしています。鳥取県出身者で、
いったん県外へ出て鳥取に戻ってきた人がよい
と考えています。要は、県内の事情も、県外の
ことも分かっている人が望ましいということ
です。そして、30代前後ですと後継ぎ経営者さん
と同年代ぐらいですし、幅広い年代の経営者に
我々の事業についていろいろご説明するにあ
たっては、30代前後ぐらいのほうが抵抗なくお
聞きいただけるのではないかと考えています。

私は50代半ばですが、同じ年代の経営者
の中で、私には話しにくいことがあったりする
場合には、サブマネージャーが教えを請うとい
うスタンスで経営者さんのところにお邪魔して
お話を伺っています。体制としては、そのような
工夫をしています。

鳥取県の場合は、そのようなやり方ができ
ています。他県さんの場合は、当然いろいろな
事情がありだと思いますので、なかなかうまく
いかないこともあるかもしれません。

略歴

松井 太郎(まつい たろう)氏 大阪府出身。

ソフトバンクを経て、2016年から現職。地方版ハ
ローワーク「鳥取県立ハローワーク」の無料職業紹
介機能と「プロフェッショナル人材戦略拠点」の人
材スカウト機能を組み合わせた全国初のビジネス人
材誘致プラットフォームを活用し、2019年に「と
っとり副業・兼業プロジェクト ～鳥取県で週一副社
長～」を立ち上げ、高度な専門性や豊富な経験を有
する都市部大企業のビジネス人材等を副業・兼業や
移住就職等により県内企業へ数多く誘致。2017年
には鳥取銀行との共同出資により、鳥取県八頭町の
「隼 Lab.」(旧：隼小学校)に地方創生の総合商社「あ
きんど太郎」を設立。事業承継を活用して若手経営
者を100人創出する「あきんど百人計画」を推進。

人口の社会減と女性の定着に関する情報発信

「人口の社会減と女性の定着に関する情報発信 山形フォーラム」実施報告

はじめに

当センターでは、2020年度に「人口の社会減と女性の定着に関する意識調査」を行い、調査結果からいくつかの提言を掲げた。2021年度は、その提言を基に情報発信事業を実施した。

本稿では、人口減少・少子高齢化が進む東北圏の中でも、山形県の状況についてデータを用

いて分かりやすく理解していただくとともに、男女間や親子など世代間のアンコンシャス・バイアスを払拭し、女性や若い世代の雇用の重要性について参考としていただくこと目的に2021年11月25日(木)に開催した「人口の社会減と女性の定着に関する情報発信山形フォーラム」の概要を報告する。

1 概要

人口の社会減と女性の定着に関する情報発信山形フォーラム

1. 日 時：2021年11月25日(木) 13時30分～16時
2. 場 所：ホテルメトロポリタン山形(YouTubeにて生配信)
3. プログラム

第1部：基調講演「人口の減少 真の原因を探る～若年女性の実態～」

天野 馨南子 氏：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

第2部：パネルディスカッション「山形県が若い世代に選ばれる地域になるために」

パネリスト(順不同)

天野 馨南子 氏：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

柿崎 悦子 氏：山形大学 男女共同参画推進室 准教授

チーフ・コーディネーター

齋藤 士郎 氏：キャド・キャム株式会社 代表取締役

ファシリテーター

熊本 均 氏：株式会社フィデア情報総研 執行役員 上席理事

1 第1部：基調講演「人口の減少 真の原因を探る～若年女性の実態～」



基調講演：天野 馨南子 氏

1.1 日本から赤ちゃんが少なくなってしまったのは、なぜでしょうか？

日本の出生数は1970年から2020年までの半世紀で43%の水準まで減少しています。「1組の夫婦あたりの子どもの数が激減した」「半世紀前より夫婦が持つ子どもの数が半分未満になった」と考えるのは、統計的には大間違いです。山形県の出生数をみると1970年から2020年までの半世紀で65%も減少しています(図1)。

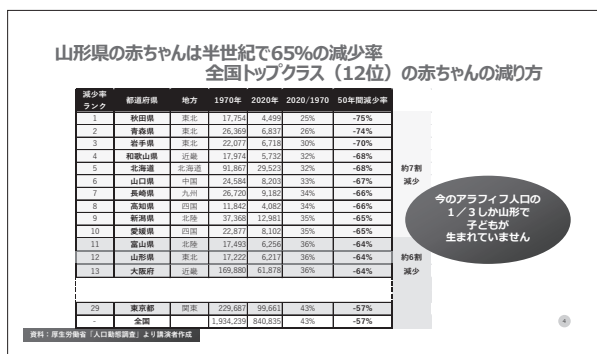


図1

まずは、現在の山形県の出生数が50代人口の1/3という状況をご存じだったでしょうか。

実は、日本の少子化は初婚同士の結婚件数の大激減と連動して起こっているのです。

1970年から2020年の50年間で出生数が

43%まで減少した一方で、初婚同士の結婚数も42%水準まで減少しています(図2)。つまり、既婚女性1人当たりが産む子どもの数ではなく、そもそも初婚同士の結婚数の激減により出生数が減っていることをご理解ください。

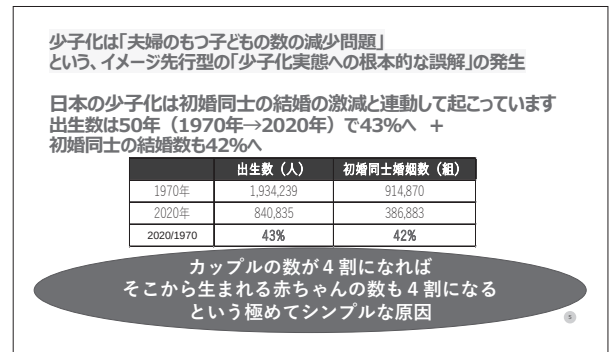


図2

出生数と結婚件数の50年間の時系列データ間の相関関係を見ると、さらに明らかな結果となります(図3)。

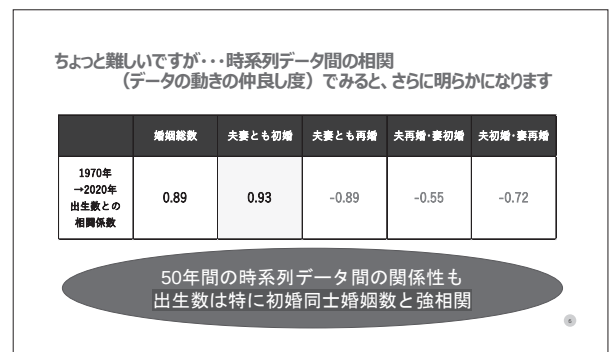


図3

夫婦とも初婚の結婚件数と出生数の相関係数は「0.93」です。これが「1.0」だと100%、2つのデータの動きが一致(完全な正の相関)していることになり、真逆の動きの場合は「-1.0」となります。これが0.93ですから、つまり、出生数は初婚同士の婚姻数と極めて強い連動状況にあるということになります。

一見、総婚姻数当たりの子どもの数が減ったように見えるのは、実は再婚者を含む結婚が日本で増えているからなのです。全体の婚姻数の3割程が再婚者を含む結婚(どちらか片方が再

婚を含む結婚)のため、夫婦の組数の減少率の割に出生数が減少したかにみえたのであり、夫婦とも初婚に関して言えば、決して1組当たりの出生数は大きく減少しておらず、初婚夫婦当たりの出生数は依然として2人程度です。少子化の要因は子育て支援の多寡というより、カップル支援不足から生じていることがこのデータからだけでも読み解くことができます。

山形県の婚姻数もここ半世紀で54%減少し、再婚を入れても46%水準で推移しています(図4)。

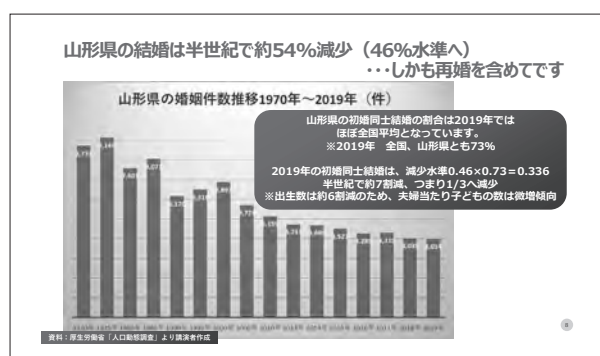


図4

山形県も全国とほぼ変わらず総婚姻数の3割が再婚者含みとなっており、2019年時点の初婚同士の結婚数は半世紀で7割減、出生数の6割減を追い抜く勢いで減少しています。つまり出生数は6割減(4割水準)に留まっているものの、初婚同士は7割も減少しているということは、初婚同士の夫婦当たりの出生数は微増しているというデータになっています。

少子化対策という、子育て支援や待機児童の問題といった婚姻ありきの既婚者対策ばかり言われがちです。「夫婦が持つ子どもの数が少ない」という前提を疑わずに、まるでお題目のように唱えられてきたわけですが、出生数の増減と夫婦の持つ子供の数の間には実際はほとんど関係がなく、子育て支援の対象となる夫婦そのものが激減していることに少子化問題の核心

があるのです。

1.2 合計特殊出生率(TFR)比較で迷走する地域少子化問題

合計特殊出生率(TFR)は夫婦が持つ子どもの数の平均値ではありません。未婚女性の出生率と既婚女性の出生率を各年齢で足し上げた結果が合計特殊出生率(TFR)となります。

日本は婚外子比率が2%と僅少のため、分母の未婚女性の数が増えれば子どもを産む人の割合が少なくなるため当然TFRは下がり、子どもを産まない未婚女性が地域外に転出すれば、相対的に子どもを産む人の割合が高くなるために、その地域のTFRは上がります。出生を主に担う若い未婚女性人口が動くと出生率の数値は容易に変わるという、合計特殊出生率(TFR)の罠があります。

出生数のけん引役となる20代女性の人口移動が活発な昨今、エリア内やエリア外との単純なTFRの比較は少子化指標として不適當ということになり、実際、2005年から2015年の間の都道府県ごとの平均TFRと国勢調査データに基づく出生数増減の間に相関は見られません。高いTFRのエリアで出生数が激減しているエリアもあるのです。

また、過疎地ほど出生率が高い結果になりやすいのは、未婚女性が地域から転出し、主に早くに結婚・出産した女性が地元に残る傾向があるからであり、家屋が広いから、自然が豊かだから出生率が高いわけではありません。

1.3 山形県から誰がいなくなっているのか？

山形県では2010年から2019年の10年間で、男性の約1.4倍もの女性が転出超過で減少しています。これは転出超過エリアに共通の現象で、

38の転出超過エリアのうち、35エリアで女性の人口が男性よりも大きく減少し、山形県は全国平均の1.34倍を上回る1.37倍の女性の転出超過となっています(図5)。



図5

地方創生関連2法案が施行された2015年から2019年の5年間の山形県の状況をみると、20歳～24歳の女性が最も多く転出しています(図6)。男女共に大卒就職期にあたる時期であり、未婚率が90%以上の20代前半女性の減少数は男性の1.4倍に達しています。

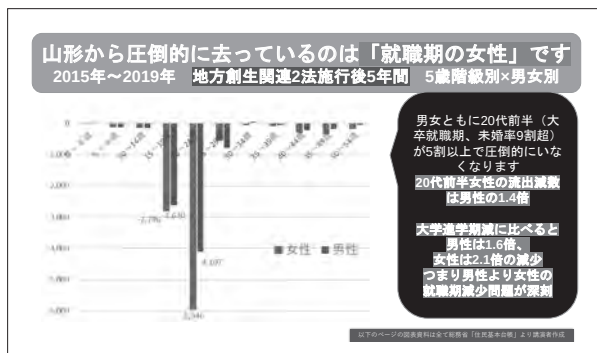


図6

また、10代後半の大学進学期に比べると、20代前半の男性はその1.6倍、女性は2.1倍の減少です。つまり男性より女性の大学進学期における減少問題が深刻だということが分かります。

それでは、若い女性が地域から消える、ということはいったい何を意味しているのでしょうか。

2015年から2019年の5年間における20代

前半の女性人口の移動による増減数と、出生数の累計数の相関関係を見ると、20代前半の女性を多く集めた地域ほど出生数が大きくなります(図7)。

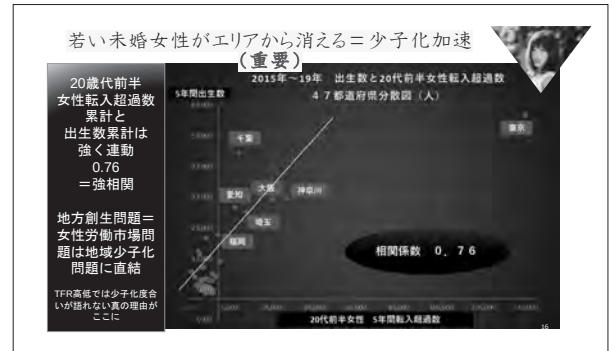


図7

このように、20代前半女性の転出超過を最大要因とする地方創生問題は女性労働市場の問題であり、そのまま地域の少子化問題につながっていきます。出生数を担う地元の女性の転出超過に目を向けて政策を立案しない限り、地方の人口減少、少子化傾向は止まることはありません。

1.4 日本は50歳まで男性余り

日本の総人口をみると、一見、総数では男性人口よりも女性人口が多くみえますが、10代から40代までは各年代で30万人程男性の方が多い状況です(図8)。つまり男女のマッチングに係る年齢層では、同じ世代の女性より男性の方が多いという現実があります。

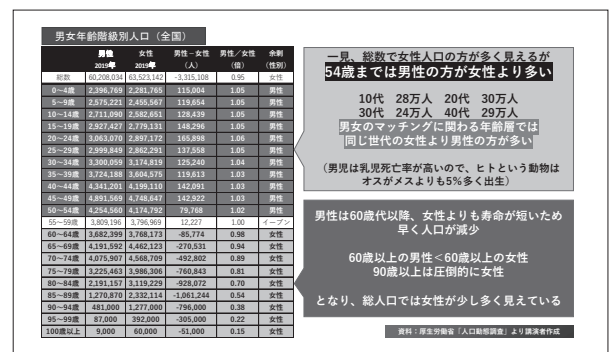


図8

山形では全国水準を超えて適齢期の男性人口が女性人口を超過しています

右図は東京への男性を超える若年女性集中が加速前の2015年の国勢調査データのため、最新（R2）データではより山形の男性人口＞女性人口の角度がつく予想です。

女性余りを「70歳以上のおばあちゃんがいっぱい」と理解していませんか？

年齢層	総数	男性	女性	男性・女性人口比	総人口
取組	1,123,891	540,226	583,665	93%	女性
0～4歳	40,221	20,421	19,800	103%	男性
5～9歳	45,194	23,267	21,927	106%	男性
10～14歳	50,344	25,601	24,743	103%	男性
15～19歳	50,953	25,193	24,760	106%	男性
20～24歳	42,706	22,064	20,642	107%	男性
25～29歳	48,721	24,865	23,856	104%	男性
30～34歳	57,869	29,443	28,426	104%	男性
35～39歳	66,734	34,229	32,505	105%	男性
40～44歳	70,586	35,408	35,178	101%	男性
45～49歳	69,222	34,480	34,742	99%	女性
50～54歳	69,986	34,753	35,233	99%	女性
55～59歳	77,806	38,066	39,740	98%	女性
60～64歳	88,752	44,291	44,461	100%	男性
65～69歳	88,099	44,376	43,723	101%	男性
70～74歳	66,681	32,424	34,257	89%	女性
75～79歳	44,562	21,841	22,721	78%	女性
80～84歳	29,243	13,031	16,212	64%	女性

読者女性＞男性突出
読者女性＞男性突出

山形県人口動態統計（令和元年）

1.5 山形の女性の行方・その理由



山形の社会減 1 位の
20代前半女性転出先
は東京都が 1 位とな
ります（直行転出）

しかも東京圏で52%
にのびります

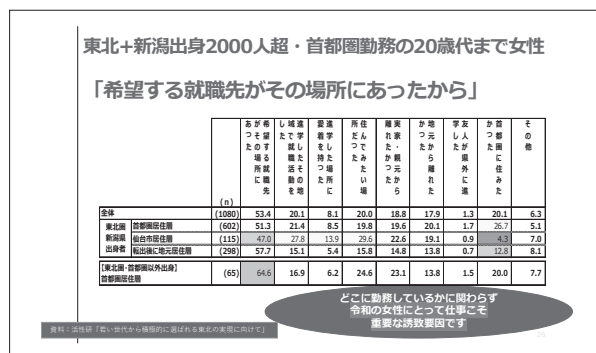
※総数との差に注目

2020年 山形県
1万5634人 転出
その転出先は・・・？
（男女合計の%/20代前半女性の%）

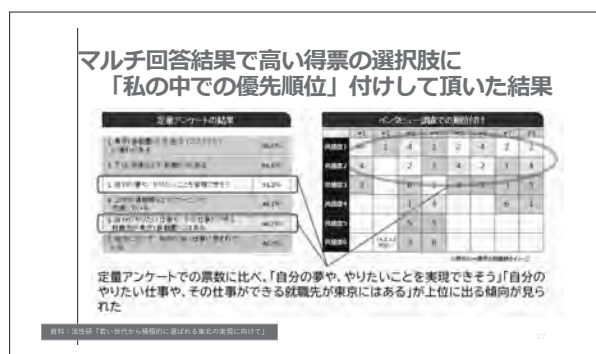
- 1位 宮城県 22%/22%
- 2位 東京都 18%/26%
- 3位 神奈川県 8%/12%
- 東京圏で39%/52%
- 仙台市16%/18%

そもそも宮城県も女性転出超過エリアです

昨年度、東北活性研で実施した「人口の社会減と女性の定着に関する意識調査」にて、なぜ地元（東北6県+新潟県）から東京圏に転出したのかについてアンケートを行った結果「希望する就職先がその場所にあった」という回答が1番多く53.4%でした（図11）。



また、アンケート調査では「東京には憧れがある」や「娯楽がいっぱいある」などの回答数も多かったものの、個別インタビューにて複数選択回答について優先順位を伺ってみたところ「自分の夢や、やりたいことが実現できそう」、「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」という回答が上位を占めました(図12)。この結果から、令和時代の若い女性にとっては、仕事こそ最も重要な人材誘致要因であるということに気づかねばなりません。



1.6 問われる若い世代のライフデザインに対する理解力

男女の学歴構造は大きく変化しています。2020年時点の4年制大学進学率は男性57%、女性51%です(図13)。一方、30年前の1990年の4年生大学進学率は男性1/3、女性1/7でした。男女ともに高学歴化が急速に進む中で、

世代が近いほどお互いの学歴を理解しやすい、価値観の近い人たちが多数存在しますから、夫婦の年齢差も縮小しています。

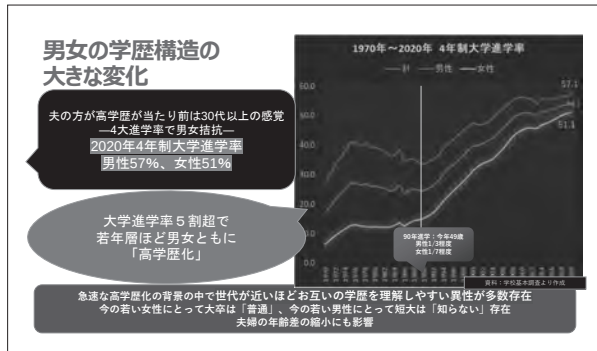


図13

では、若い世代(18歳から34歳未婚男女)のライフデザインとはどういうものかという点、人口問題研究所の調査によると(最新の調査は2020年に実施していますが、フォーラム開催時点で結果が出ていませんので、ここでは2015年のデータです)、専業主婦を望む男性は10.1%。一方で、結婚して出産しても、妻も仕事を辞めずに働き続ける「両立コース」を望む男性は33.9%まで急増しています(図14)。これは男性の意識ですが女性の傾向も同じです。

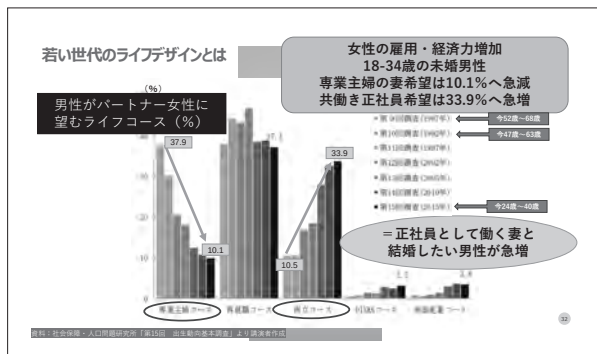


図14

共働き希望者が多いと出生数が減るのではという疑問が高齢世代ほどあるかもしれませんが、国勢調査結果から、専業主婦世帯よりも共働き世帯の方が子どもの数が多いことが示されています。

山形県では特にこの傾向が顕著で、専業主婦

世帯の子どもの数が多い世帯割合は50%、一人っ子世帯の割合は約70%にも達しています(図15)。

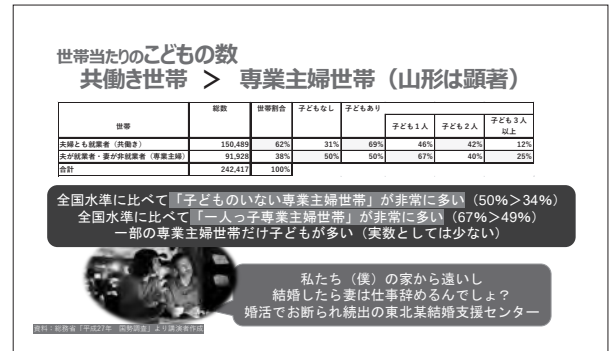


図15

夫婦の年齢差構造も変化し、初婚同士夫婦の平均年齢差は1.7歳、再婚者も含めた年齢差も平均で2.2歳となっています(図16)。同年齢を中心に3歳差までの相手との結婚が約7割を占めています。

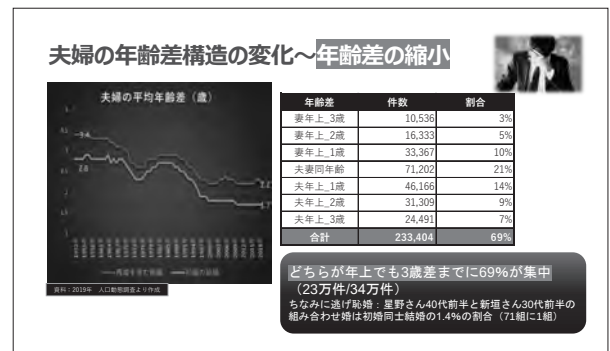


図16

そして、婚姻届の全件分析結果をご覧ください(図17)。初婚同士の婚姻発生年齢別に男性をグラフ化したところ、男性の初婚ピーク年齢は2015年から変わっておらず27歳です。少数の高齢者の結婚で引きあがる平均初婚年齢の31歳までで7割、35歳で8割、39歳で9割超の婚姻届に達します。男性であっても、40歳以降の結婚はほぼできていないのが現実です。

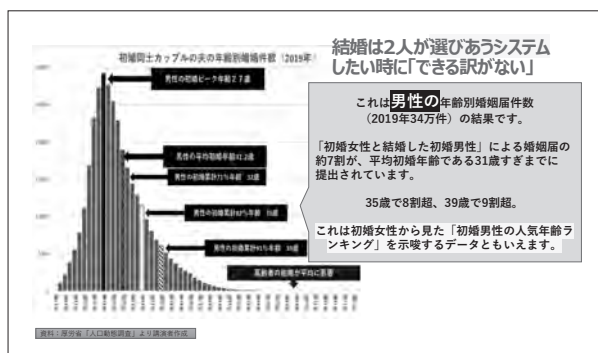


図17

女性も男性とほぼ同じで、女性の初婚ピーク年齢は26歳です。30歳までの女性の婚姻層が約7割、32歳までで8割超、35歳で9割超となっています(図18)。

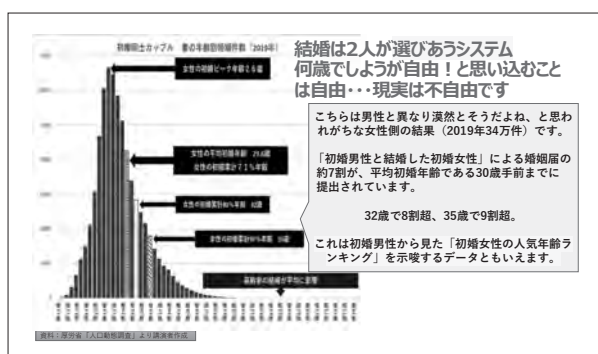


図18

男性は若い女性と結婚するべき、できるもの、と思っている方も多いようですが、今や20代前半男性の4割が年上妻と結婚しており、若い世代の価値観が大きく変わっていることに気が付いてください。統計データに基づいた正確な若い世代のもつ男女観、家族観、労働観を理解していただきたいのです。

1.7 令和2年夏 地方女子高校生のライフデザインとは

最後に、長野県伊那市という東京へのアクセスはバスという、地方の県立女子高生たちのライフデザイン観の結果を紹介します。

25歳、30歳になった自分自身の、仕事・家族・プライベートの比重を円の大きさで、そしてこ

の3つの関係性については円の近さで表してもらいました。

すると「仕事」の円が25歳でも30歳でも最も大きかったのです。一人だけ、30歳の時の仕事の円が家族の円より小さい生徒がいましたが「育休中なので小さくしてみました」という理由でした。それくらい次世代の女性たちは仕事を重視しています。

山形県から多く転出するのは20歳から24歳までの女性たち。女子高生たちが描いた25歳の時に「仕事」の円を一番大きく描いている若者のライフデザインに寄り添った山形県になっていますか。

ダイバーシティの時代に人の移動は止めることはできません。多様な時代だから地方が選ばれるのではなく、多様な時代だからこそ固定化した価値観を持っている地方から若者は出ていくのです。

激変する時代の人口減少問題で理解すべきこと、それは、時代とともに大きく社会や価値観が変わったということです。ゆえに、価値観を押し付けるような社会や地域では若年人口は減り続け、そのような社会の人口の未来はないと統計データからは言えます。

2 第2部:パネルディスカッション「山形県が若い世代に選ばれる地域になるために」

熊本氏(ファシリテーター)

山形県の20代前半女性の域外流出が明らかになりました。加えて、若い女性が山形県から転出する大きな要因が職業の選択問題であることも明らかとなりました。

その背景には、山形県では自分がやりたい仕事の実現できないという問題。若い女性の望む仕事や生き方を、思い込みや偏見で著しく阻害しているのではないかと。

我々山形県に住む者として、それを打開していくために何ができるのでしょうか。



熊本 均 氏(ファシリテーター)

柿崎氏(パネリスト)

現在は、令和の日本型教育「誰一人取り残さない」ことが推進されています。特に子どもたちの学びという視点では「個別最適な学び」と「協働的な学び」が取り上げられており、集団で一律に教育することから、子供たち一人ひとりが持つ力を引き出す学習へ変化しています。

今や高校生たちは皆スマホを持ち、私やここにお集まりの皆さんが過ごした高校時代とは全く違う景色の中で生活しているということに、

私たちが気づくことが大切です。

今の高校生は「Z世代」とも言われており、生まれながらにしてデジタル社会に暮らしています。また、多様性を認め合う年代でもあり、より効率的で便利なサービスを求める年代でもあります。さらに「モノ消費」より「コト消費」を重視する年代でもあります。



柿崎 悦子 氏(パネリスト)

こうした「Z世代」の若者が生きる未来について、清水建設の海中未来都市構想のほか、三菱総合研究所では2050年の未来予想を発表しています。このような世界が展開されると仕事の時間が短縮され、その他の時間は自分のことに使えることから、自分がどう生きるかについてより考えさせられる社会になるのでは。

山形県のすべての高校で探究型学習が行われていますが、学校の課題研究やその探究型学習の中でSDGsの考え方や海外との交流も数多く取り入れています。

山形大学でもSDGsの取り組みをしており、大学生たちは環境問題や食糧問題、ジェンダーの問題、生まれながらの性別ではなく社会的・文化的に作られる性差に対する関心が非常に高いです。SDGsや持続可能な社会という視点で学んできた若者たちが企業に入社していることを再確認していただきたいと思います。

女子高生の県外への志望理由は「首都圏で暮らしたい」、「やりたいことが県外にある」「家から離れたい」など様々な理由がありますが、皆、自己実現したいと思っています。

地元から飛び出すことに明るい未来を感じている理由は、県内の歴史や食・芸術・自然などのほか、県内の産業・企業のことを知らないということもあります。これについて、私は知る機会が少ないことが問題だと考えています。

女子生徒は進路について母親に相談している場合が圧倒的に多いことが判明しました。母親は働きながら家事を担い、介護も担う。非正規雇用の場合には不安定で、いつ収入源が途切れるかわからない。かといって、家庭のこともあるので正規採用も躊躇してしまう。疲れている母親の姿を見て、子どもは自分の将来が明るいとは決して思わないのではないかと考えます。

また、女性・母親はこうあるべきという旧来の考え方、男女の役割分業に無意識のうちに飲み込まれているような気がします。

高校卒業後、県内で活躍する女子生徒たちは、想像するに県内の文化など様々な場面で「面白い」と感じたことが一つの要因ではないでしょうか。「県内企業のインターンシップで興味が湧いた」、「親が地元で生き活きと働いている」、「なんとなく地元が好き」等々、様々な背景がある中、地元企業で働いている女性に注目することが大切であり、母親がそこで働いている姿を子どもたちも見ています。

企業の皆さま、地域の皆さまには、自分事として学校教育・高校教育に関わってほしいと希望しています。

地域との関わりについて、一つ例を挙げます。2018年に「全国高校小規模校サミット」第1回を開催しました。生徒の変化は素晴らしく、自

分たちが地域に必要とされている、自分たちが地域に何かできそうだ、という感覚を持つことができました。その結果、大学進学で地元から離れても就職で戻ってきた若者もいます。

企業側では、高校生のインターンシップは時間もかかり、利益に直接つながらないかもしれませんが、男性も女性も、特に女性がどのように働いているかを見せていくことが大事であり、県内で就職するという道筋をここでしっかりと作っていくという構えをお願いしたいです。

実際、企業で働いている女性が高校生の母親かもしれません。地域で生き活きと働いている女性が多くなることを切に願います。



齋藤 士郎 氏 (パネリスト)

齋藤氏 (パネリスト)

当社は117人の社員のうち、男性が41人、女性が76人です。管理長を中心に10チーム体制で、女性が半分、男性が半分ですが、トータルでは女性が65%、男性が35%となっています。

新型コロナの感染拡大状況が酷かった時期は、会社には10人程しか出社していませんでしたが、今は落ち着いて30人程が出社し、ほかの社員は在宅勤務のままです。

東京や首都圏で一度就職してから地元に戻っ

てきた社員もいますし、東京の大学に進学して就職する際に地元に戻ってきた社員もいます。私は若いうちに一度は地元を離れるべきだと思っており、今日のテーマの趣旨に合わないかもしれませんが、若い人は特に地元に残る必要はないのではないかと考えています。

私が動くうえでのモチベーションは、「面白いか面白くないか」というその一点だけです。私が面接する際も「この人、面白そうだな」と思ったら採用し、「あまり面白くなさそうだな」と思えばお断りしていました。

今日のフォーラムも面白そうだったのですが、皆さんの話を聞いていると、何故わざわざ議題にしてまで話し合わなければならないのだろうと感じました。

平成3年頃の話です。母子家庭で子どもが保育園に通う女性社員がいました。その社員が仕事に集中できていない様子だったので「どうしたの?」と聞いてみると、「子どもが風邪をひいて、アパートの部屋に一人でいるのです」と言いました。私は「なぜ、子ども一人置いて会社にいるの?」と、「では、パソコンを家に持ち帰って、家で仕事をしなさい」と指示しました。会社にはどうしても守らねばならない納期があり、その仕事はその女性社員にしかできなかったもので、急遽パソコンを家に運び、今で言うテレワークをしてもらったことがありました。それが始まりだったと思います。

しかし、そういう対応は難しいことではなかったのです。当社の仕事はスキルさえあればどこでも仕事ができるので、自宅でもできるし、夫が転勤で東京や名古屋に行った社員などは、夫の転勤先の居住地で仕事をしています。

先ほどの風邪をひいて1人で留守番をしていた女の子も、小学生になるとお母さんと一緒に

会社に来たこともあります。その時は私が一緒に手をつないで、当時鶴岡にあったイオンに買い物に行くなどしたこともありました。

とにかく女性が多い職場なので、女性が働きやすくなるためにはどうすればよいかを常に考えてきました。

以前、当社のホームページで子どもをおんぶしながら働いている女性社員の写真が紹介されていたこともありましたが、「いい会社ですね」などと言われるのですが、私はとにかく多様な働き方があっていいのではないかと考えており、なぜ今更、世の中がこのようなことを盛んに言うようになったのか、ようやく世の中が当社に追いついてきたのだろうか、とも思っています。

天野氏 (パネリスト)

今の「Z世代」が社会貢献というテーマに非常に関心が高いというご指摘がありましたが、東京圏の企業は今の子どもたちがどのような教育を受けているのかという点をよく理解しており、「当社はこのような社会貢献意識をもって、このような事業をしています」などと若者に向けてアピールしています。しかし、地方企業のホームページは、お客様向けの営業主体の内容になっており、若者採用のことを考えて作られていないように見えるのです。加えて、社会貢献活動のPRも欠けている。自社のホームページなどで採用や社会貢献についてしっかりPRしていただくことが大切だということが、柿崎様のお話で追認できました。

また、多様な働き方を提供し、社員のスキルを取りこぼさない決断ができるかどうか。役割が固定的な働き方を従業員に押し付け、結果的にスキルを取りこぼしている地方企業が多く、旧来の働き方に固執し過ぎることで、若い方の

持つ能力が活かせない状態にあるということを忘れないでいただきたいと思います。

これは若い女性のためだけというより、様々な人材確保についても同様のことが言えます。テレワークができるようになると、身体に障がいがある方や高齢者でも、今まで以上に能力を発揮する機会が増えて、純粹に能力の高い方を採用できます。企業側が多様な働き方を提供することで、地元にある優秀な能力を取りこぼさないという考えに変わっていただかないと、人手不足、人材難になるということが、齋藤様のお話から示されました。

熊本氏

若い世代の社会貢献に対する意識について、学校ではどのような取り組みをされているか。また、企業側もそこに気づくべきだと思いますが、そのためには何をすべきでしょうか。

柿崎氏

学校だけでは教員の数や資源が限られているため、地域の人材、資源にお手伝いいただく方向になってきています。学生と社会との接点は以前と比べ増えてきているので、生徒自身がいろいろな力を持っているということに気づき、社会性が広がっていくことになります。

企業や自治体の方には、学校へ「こういう企画もあるかどうか」と遠慮なく持ってきていただき、積極的に学校とつながりを持ち、教育に力を貸していただければ。

熊本氏

企業側からすると時間や手間がかかり、自社のためになるのかと疑問を抱いたりしますか。

齋藤氏

当社は毎年インターンシップも受け入れています。また、地元の高校に当社も含めた地元企業が10数社出向き、説明会も行っています。

熊本氏

県外の大学に行った大学生とのコネクションの持ち方で何か好例はありますか。

天野氏

若い世代に選ばれる地域になるためには、まずは20代をターゲットにしなければならないのですが、20代は何事もデジタル情報から入っていきます。ところが企業のホームページでは採用のページがなく、働く人の紹介ページも「準備中」や、更新が1年前など、デジタル媒体を通して若者を取り込もうという意識がみられないのが今の地方の実態です。

一方、東京圏の企業の採用ページでは丁寧に採用の流れを紹介していますし、応募方法も記載され、応募もデジタル化されています。デジタル媒体での採用説明がきちんとされているかどうかで、その企業の評価が大きく分かります。

若者へのインタビュー調査からは、企業の紹介冊子やチラシ、地元紙などの紙媒体は見ない人が多いという結果です。就職情報は企業ホームページから、そして二次的な情報をSNSから取得しています。まずは企業の窓口となる採用ページを作ってはいかがでしょうか。

今やホームページは企業の顔なので、丁寧に整備をして他社との差別化を図ることをぜひお願いします。

柿崎氏

山形県が選ばれるためには、女だから男だから

らという視点ではなく、みんなが活躍するという視点で偏った思い込みを取り払っていただきたいと思います。

齋藤氏

当社のホームページも楽しい催し物があつた際に写真や動画を時々アップする程度で、基本的に更新されていません。

東京に居住する社員が「独立してデザイン系の仕事をやりたい」という理由で退職する予定なので、「当社のホームページを、顧客第1号としてお願いしたい」と頼んでいます。その社員が12月に退職したら、早速ホームページと名刺とパンフレットを作成してもらうことになっています。

企業経営者として私が思うことは、いかに社員の要望、困っていることをどんどん吸い上げていくかということに尽きます。

また、先月、25歳の女性が入社しましたが、酒田市から鶴岡市まで車で通うと言うので、これから冬で運転が危ないので鶴岡市にアパートを用意しました。企業にとってたかだか10万や20万円なんて、大事な人材のことを考えれば安いというものです。このように考えればよいのではないのでしょうか。

熊本氏

少子化問題について、データに基づかない人口動態の見方、思い込み、偏見による誤った対応策を、行政はすぐに改めるべきです。

地方にとって最大のSDGsは人口減少問題だと信じています。2015年以降、「地方創生」が言われてから何ら代わり映えのしない状況が続いてきており、内心忸怩たる思いです。

今日ご列席の皆さま、YouTubeでご視聴の

皆さまには、本日のお話を糧にして、明日からの活動に活かしていただければと願います。

BizDev Meetup ! オープンイノベーションで 東北・新潟をもっとおもしろく ～第2回 StudyNight「MaaSが変える東北・新潟」実施報告～

1. オープンイノベーションプログラム 「BizDev Meetup !」について

当センターでは、2021年度よりオープンイノベーションプログラム「BizDev Meetup !」を推進している。

BizDev Meetup ! のコンセプトは「オープンイノベーションで東北・新潟をもっとおもしろく」。同コンセプトのもと「東北圏の企業と協働したい」「東北圏で新規事業を興したい」「東北圏をもっと元気にしたい」という熱意を持つ方に対して、出会いと学びの機会を提供するイベント型プログラムとして企画・実践しており、2021年度のプログラムは「キックオフイベント(1回)」「StudyNight(テーマ別に2回)」「Pitch(1回)」の3種4回で構成される。

本稿では2022年2月15日(火)にオンライン開催した第2回「StudyNight」の概要を報告する。

なお、過去のイベント概要は機関誌「東北活性研」vol.46(令和4年1月発行)をご覧ください。

2. 第2回 StudyNight「MaaS 変える 東北・新潟」実施報告

StudyNight は、所属している組織内だけでは得られにくい、外部の技術やアイデアを学ぶことを目的とした出会いの場として開催している。東北圏特有の地域課題等に関するテーマを設定のうえ、当該テーマに造詣が深いゲストをお招きし、平日の仕事を終えて一段落した時間



にリラックスした雰囲気学び、語り合うオンラインイベントである。

2021年8月に開催した「アグリビジネスの可能性」に続く第2弾のテーマは「MaaS 変える東北・新潟」。近年、MaaS(マース=モビリティ・アズ・ア・サービス)という言葉自体は見聞きする機会が増えたものの、交通、観光、物流、通信等、MaaSが抱える事業分野が多岐にわたることもあり「詳しく知りたいけれど何から学べばよいか分からない」といった声も聞かれる。そうした、ややとっつきにくい印象を持たれがちなMaaSについて、基礎から実務的な部分まで、事例も交えて理解を深めていただくことを企図して実施したのが本イベントである。

登壇したゲストは、株式会社日本総合研究所創発戦略センター シニアスペシャリスト 井上岳一氏と、株式会社NTTドコモ 法人ビジネス本部 5G・IoT ビジネス部 モビリティビジネス推進室 室長 深井 秀一氏の2名。MaaS分野に詳しいゲストの話を直接聞ける貴重な機会として認識いただき、MaaS分野に参入したいスタートアップ経営者や、大企業で新事業開発を担当する管理職社員など、多くの方に参加いただいた。

イベントは2部構成で進行。第1部はスタ

ディートークと題し、ゲスト2人によるトークセッションを通じて MaaS について基礎から学んだ。井上氏からは MaaS の定義や必要とされる背景、諸外国の事例、都市型・地方型・観光型といった MaaS の種別、オンデマンド交通の重要性などを総括的にお話いただいた。

その後、深井氏からは「次世代モビリティ性に向けた NTT ドコモの取り組み」と題し、NTT ドコモが取り組んでいる MaaS 実証実験の具体的事例や将来展開などについてご説明いただいた。

第2部は、質疑応答を通じたゲストと参加者の交流時間。Zoom 参加者に加え、YouTube



参加者からの鋭い質問にも分かりやすく答えていただいた(井上氏(左上)、深井氏(右上))

Live 視聴者からも続けざまに質問が寄せられ、MaaS に対する関心の高さがうかがえた。

3. 2022年度の展望

2021年度に実施した BizDev Meetup！では、全4回のイベントを通じて、東北・新潟をはじめ多くの地域から、のべ500人以上もの方々に参加いただき「熱意を持つ方に対し出会いと学びの機会を提供する」という所期の目的の1つを達成できたと考えている。各イベント後に実施した参加者アンケートにおける満足度は非常に高く、イベントの継続実施を望む声や、具体的に参加したいイベントメニューやテーマの提案なども数多く寄せられている。

上記を踏まえ2022年度も本事業を継続することとし、オープンイノベーションに関わる各種団体(経済団体、学術機関、VC・金融機関・スタートアップ支援機関、国・自治体等)との結びつきを一層強化することで、東北圏のビジネスや産業振興・活性化に興味をお持ちの方々を広く取り込むとともに、出会いの場、交流の場としての機能を高めていきたい。

StudyNight (MaaS 変える東北・新潟) 概要

日 時	2022年2月15日(火) 19時～21時	
場 所	オンライン開催(配信会場:シビレ(株)オフィス(宮城県仙台市))	
参加者	Zoom	10名
	YouTube Live	のべ約100名
登壇者	(株)日本総合研究所 創発戦略センター シニアスペシャリスト 井上 岳一 氏 (株)NTT ドコモ 法人ビジネス本部 5G・IoT ビジネス部 モビリティビジネス推進室 室長 深井 秀一 氏	
概 要	第1部 19:00-20:00 トークセッション ・ゲスト2人のトークセッションを通じて「MaaS」全般について学んだ。 ・初めに井上氏から、東北圏の現状や課題、地方とりわけ東北圏における MaaS 市場の成長性等について紹介いただいた後、深井氏からドコモにおける MaaS への取り組みや今後の展望等についてお話しいたした。	
	第2部 20:00-21:00 交流会 ・参加者からゲストへの質問を中心に展開。参加者が従事する業務との関連など実務的な内容も含めて活発な意見交換が行われた。 ・YouTube Live 視聴者からも多くの質問が寄せられ、MaaS への関心の高さが伺えた。	
ゲストの主な発言	・鉄道やバス、タクシー、フェリー、エアラインのような既存の交通サービスに、レンタカーやバイクシェア、キックスクーターなども含め、全ての交通手段を使った移動とそれに伴うサービスを一つのアプリを介して利用できるのが MaaS のイメージ。(井上氏) ・移動の問題は地方でどんどん深刻化。マイカーに頼れなくなった後、広い東北でどのような社会をつくっていくのか。東北モデルをつくればいいのか。(井上氏) ・MaaS を設計・運用する上ではさまざまな要素を考慮する必要があり、どこかで成功した事例をそのまま他の地域でやってもうまく当てはまらない。ローカルそれぞれにある状況をよく理解し、そこにフィットした形で取り組む必要がある。(深井氏) ・東北は課題が山積みでモビリティ業界の数字を分析するとギリギリで踏ん張っている印象。その頑張っただけで耐えているところにどうやって持続可能なモビリティ性をつくっていくか。一つの市、自治体、村でもいい。そういったことにチャレンジしたい。(深井氏)	
レポート	イベントの様子をまとめたレポートは以下 URL から視聴可能 https://bizdev-meetup.jp/studynight_2/report	

東北・新潟の「キラ☆企業」情報発信事業による動画の配信（前編） ～「キラ☆企業」Web サイト内の特集コーナー開設と今後の取り組み～

はじめに

東北・新潟の「キラ☆企業」情報発信事業（☆：「ぼし」と読む、以下同）は、就職を控えた学生やUIターンを検討している若手社会人の方々に、東北6県・新潟県（以下、東北圏）に所在する優れた企業について理解を深めてもらい、若者の定住・還流を促すことを目的としている。

現在、2018年12月に開設したWebサイト「ここで働きたい東北・新潟のキラ☆企業」を通じて、300社ほどの「キラ☆企業」の事業活動や魅力を発信している。

本サイト公開後、1,000～2,000人台で推移していた月次のユニークユーザー数は、新型コロナウイルスの感染拡大の影響もあり、2020年2月以降、右肩上がりですばらしい伸び、2021年3月には10,000人を超えた。

これを踏まえ、本サイトの魅力を高め、認知度・アクセス数のさらなる向上につなげるため、コンテンツの充実を図ることとした。

一方、当センターが2020年度に実施した女性の意識に関する二つの調査結果から、以下の点が明らかとなった。

「人口の社会減と女性の定着に関する意識調査」では、若い女性が進学・就職を機に東北圏外に流出する理由として、地元で希望する職種、求人（やりたい仕事、やりがいのある仕事）が少ないことが挙げられ、地方に求められるもの、必要な条件として、多様な雇用先、職場が多くあることが重要と指摘している。

また、「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」では、女性が働く企業の規模や業種、女性個人の年齢や学歴にかかわらず、企業としての女性活躍推進の取り組みや上

司の働きかけ次第で女性活躍を実現させることは十分に可能と指摘している。

これらの内容・提言を踏まえ、結婚・出産後も継続して働ける職場環境で女性社員が活躍している企業が東北圏に数多く存在することについて、若者に理解を深めてもらうため、2021年度事業において、「女性活躍」の視点から「キラ☆企業」を紹介する動画コンテンツの制作に取り組んだ。

1 動画コンテンツ

1.1 コンセプト

「女性活躍」をテーマに「キラ☆企業」で活躍している女性社員を取材し、入社への動機や仕事のやりがい、家庭・子育てとの両立、キャリア形成に関する今後の目標などについてのインタビューとともに、会社でいきいきと働いている姿を映像で伝え、「キラ☆企業」の新たな魅力として発信する。

1.2 動画形式

動画の配信は、YouTubeをプラットフォームとするオンデマンド型、時間は3分程度のショートムービーとした。

1.3 取材対象

「キラ☆企業」の中から以下のいずれかに該当する企業のうち、2021年度は13社を取材した（企業一覧は次頁参照）。

- ① 本サイトの検索キーワード「女性が働きやすい」に該当する企業
- ② 国の認定制度（くるみん、えるぼし、ダイバーシティ経営）に該当する企業
- ③ 上記の国の認定制度に類似する県の認定制度等に該当する企業
- ④ その他、現場の担当者や管理職として女性

社員が活躍している企業
なお、「女性活躍」の視点から取材企業に共通するポイントを見てみると、概ね以下の四つを挙げることができる。

- ・女性社員の職域が営業やものづくりなどに拡大している
- ・意欲があれば男女を問わず若手でも責任のある仕事を任されるなど、会社の一翼を担っている
- ・資格取得や教育・研修の制度が充実し、社員のキャリア形成をサポートしている
- ・産休・育休や時短勤務など子育て支援制度が充実し、仕事との両立に対する上司・同僚の理解・サポートがあり、復帰後も安心して働ける環境が整っている

2 動画発信について

本サイト内の特集コーナーおよび YouTube 特設チャンネル「女性社員が輝くキラ☆企業」

業！」を2021年9月13日に開設し、取材企業13社の動画を順次公開した。

3 今後の取り組み

2022年度事業計画の参考とするため、「キラ☆企業」に対し、本事業の反響やご意見を伺ったアンケート調査(2022年1月実施、回答数143社、回答率46.9%)を実施した。

調査結果から、本事業に期待することとして、動画等を活用した若者に対するPRに一定のニーズがあることが分かった。具体的には、「当社は女性が多く活躍しており、ぜひ取材し、PRしてもらいたい」「対面で学生に伝えることが難しい中、動画を活用して社内の雰囲気を伝えたい」などの声が寄せられた。

これを踏まえ、2022年度も引き続き「女性活躍」をテーマに、14社(東北圏の各県2社程度)の動画を制作・公開し、当該特集コーナーのコンテンツを充実させていく。

4 2021年度動画公開企業一覧(13社)

(動画公開順)

企業名	所在地	会社概要
今野印刷株式会社	宮城県 仙台市	創業110年を超える老舗。印刷会社としてのコンテンツ制作や企画、編集ノウハウを活かし、デジタル分野など新規事業も積極的に展開している。
キョーユー株式会社	宮城県 美里町	電子デバイス産業関連を中核に、自動車関連や医療機器、さらには伝統工芸品の加工など高付加価値産業に果敢に挑戦している。
株式会社薬王堂	岩手県 矢巾町	「小商圏バラエティ型コンビニエンス・ドラッグストア」という独自のモデルを構築し、東北で地域に密着した店舗を積極的に展開している。
株式会社ビック・ママ	宮城県 仙台市	洋服の“お直しコンシェルジュ”と“母親代わりのサービス”をコンセプトに、洋服や靴、バッグ等のお直しショップを国内外に展開している。
株式会社マイスター	山形県 寒河江市	工具の再研磨、再研削の技術を活かした特注工具や精密な治具、金型部品、精密機器部品など多種多様な部品を受注製造している。
秋田協同印刷株式会社	秋田県 秋田市	印刷業で培ったノウハウを活かし、データ作成業務、360° VR、ドローンの空撮、電子書籍など事業領域を拡大している。
山形緞通 オリエンタルカーペット株式会社	山形県 山辺町	日本で唯一、糸作りから染め、織り、アフターケアまでの全工程を社内で一貫管理し、「手織」や「手刺」の絨毯を製造している。
東電化工業株式会社	秋田県 大仙市	秋田県の誘致企業として1982年の設立以来、プリント基板・半導体・電子部品・セラミック基板など幅広い分野のめっき処理に対応している。
株式会社アリーナ	福島県 相馬市	世界最先端を誇る極小チップ部品の表面実装技術(SMT)を主体とした高精密電子部品などを手掛けている。
株式会社アイオー精密	岩手県 花巻市	切削から表面処理まで様々な加工を手掛け、FA装置や産業用ロボットといった生産設備向けの精密金属部品を製造・供給している。
株式会社テクノル	青森県 八戸市	OA機器販売をはじめ、オフィス家具、パソコン、各種ソフトウェア、ネットワーク構築、グラフィック事業(動画制作や広告等)などを通して、お客様への「お役立ち」を考え、提案している。
東光鉄工株式会社	秋田県 大館市	「挑戦と想像力」で、鋼構造物製品(ドーム型構造物の「TOKO ドーム」)の設計製作や機械装置(国産ドローン等)、プレス金型の設計製作など、機械・建築・土木・プラントの分野で10事業部を展開している。
岩手モリヤ株式会社	岩手県 久慈市	創業以来、ジャケットやウールコートなど高級婦人既製服の分野で高品質・高付加価値のものづくりを実践し、その高い技術力が取引先からの信頼を得ている。

5 公開動画の概要(前編)

本号では、動画を公開した13社のうち前半の7社について、女性活躍のポイントに焦点を当てて各社の概要をご紹介します。

企業名・公開日	動画の概要	
今野印刷株式会社 (2021年9月13日) 	タイトル	チャレンジできる職場で仕事も子育ても充実
	紹介社員	営業部 菅原 愛さん
	女性活躍のポイント	・やる気があれば男女を問わず様々な仕事にチャレンジできる ・女性社員の視点がクライアントへの提案などに活かされている ・妊娠・出産・産後の会社の支援制度や上司・同僚のサポートにより、円滑に職場復帰できる
キョーユー株式会社 (2021年9月13日) 	タイトル	女性社員が技術力の一翼を担う
	紹介社員	生産二部リーダー 吉田 麻美さん
	女性活躍のポイント	・社員の約3割を女性が占め、加工やプログラムを組む仕事に携わり、技能士資格を持つ社員もいるなど、生産現場で活躍している ・多品種少量生産の会社で様々な案件に携わることができ、新しい仕事を受注したときも手を挙げれば挑戦できる ・女性社員の育休取得率は100%で、自身も取得後に職場復帰している
株式会社薬王堂 (2021年9月27日) 	タイトル	女性が長く活躍できるようにサポート！
	紹介社員	盛岡本宮店店長 新坂 いずみさん
	女性活躍のポイント	・部や各店舗間のコミュニケーションは頻繁に行われており、相互に協力し合える環境が整っている ・会社のサポートも充実し、転勤の有無などに合わせて勤務地や将来のキャリア(働き方)を選択できる ・結婚・出産後も長く安心して働ける各種制度が充実し、女性が多い職場で互いの大変さを理解し合える
株式会社ビック・ママ (2021年11月11日) 	タイトル	ライフスタイルに合わせて働き方も“お直し”！
	紹介社員	仙台セルバ店店長 山崎 ちひろさん
	女性活躍のポイント	・お直しコンシェルジュとしてただ直すのではなく、洋服の状態に合わせて都度、修繕などの提案もしている ・女性が多い職場で、社員が互いにサポートし合える環境が整っている ・従業員のライフスタイルやモチベーションに合わせて柔軟な働き方が選択できる

企業名・公開日	動画の概要	
株式会社マイスター (2021年11月18日) 	タイトル	女性技能士が高度な加工技術にチャレンジ！
	紹介社員	技術職 野口 亜美さん
	女性活躍のポイント	・社員の約3割を女性が占め、明るくきれいな雰囲気できいきと長く働ける職場づくりに力を入れ、技能士などの資格取得を支援している ・女性社員の育休取得率は100%で、職場復帰がスムーズにできるよう会社が配慮している ・産業カウンセラーの女性役員が在籍し、個別カウンセリングで社員に対するフォロー体制が確立されている ・「ブラザー・シスター制度」を導入し、新入社員が早く職場に順応できるよう、先輩社員が支援している
秋田協同印刷株式会社 (2021年11月30日) 	タイトル	チーム制の働き方をベースに子育てをしっかりサポート！
	紹介社員	営業企画部主査 遠藤 楓子さん
	女性活躍のポイント	・営業職や管理職に女性を積極的に登用している ・社員同士が業務を共有するチーム制で、欠員が出てもカバーし合う職場環境を推進している ・子育ての状況に応じて、時短勤務や1日単位・時間単位の休暇取得のほか、パートから正社員への変更も可能で、継続就業をサポートしている
山形緞通 オリエンタルカーペット株式会社 (2021年12月10日) 	タイトル	女性の色彩感覚が生きる！伝統を守りながら新たなものづくりに挑戦
	紹介社員	手刺担当 古内 美佳さん
	女性活躍のポイント	・OJTにより若手職人の指導・育成に時間をかけ、中堅職人に指導を担当させることで先輩職人の成長も促している ・長年培ってきた独自の技術・技法を継承しつつ、新しいデザインや若い感性を取り入れた現代に合う製品も製作している ・織り職人の全員が女性の職場は、風通しが良くアットホームな雰囲気、気兼ねなく質問や相談ができる

令和3年度事業報告会 開催報告

はじめに

当センターは2022年3月18日(金)、「令和3年度 東北活性化研究センター事業報告会」を仙台市で開催しました。本報告会は会員企業の皆さまをはじめとする方々に、事業の概要等についてタイムリーに報告することを目的に定期的に開催しているものです。

遠方等の理由によりご参加が難しい方々にも当センターの事業の一端をご理解いただく好機として、令和2年度よりYouTubeによるライブ配信も行っており、当日は来場者45名、ライブ配信視聴者146名のご参加をいただきました。

1 概要

1.1 第1部「新しい働き方『副業・兼業』がもたらすポストコロナの地方創生」

第1部では「副業・兼業による新たな人材・人口還流方策」と題して、調査研究部主任研究員伊藤孝子より報告しました。概要は以下のとおりです。

近年、都市部人材を中心に新たな働き方のひとつとして「副業・兼業」への関心が高まりを見せております。「副業・兼業」を通じて首都圏人材の東北圏への人材還流を促すために実施したアンケート調査の結果から、首都圏人材の地方での副業・兼業意向および東北圏企業の副業・兼業人材受け入れ意向の実態について紹介しました。



写真1 調査研究部 主任研究員 伊藤 孝子

1.2 講演

続いて、同報告の先進的な事例として、とっとりプロフェッショナル人材戦略拠点 戦略マネージャー、株式会社あきんど太郎 代表取締役店主の松井 太郎 氏より「月3万円の報酬で、鳥取県はなぜ大都市圏から人材が呼べるのか？

東北活性化研究センター

令和3年度 事業報告会

日時 2022年3月18日(金) 14:00～16:00

会場 TKP ガーデンシティ仙台
仙台市青葉区中央1-3-1 AER30階

定員 会場参加: 50名 (定員になり次第締め切り)
参加費無料 ※YouTube視聴に人数制限はありません

YouTube
ライブ配信あり

プログラム概要

第1部 新しい働き方「副業・兼業」がもたらすポストコロナの地方創生 [14:05～]

事業報告①
副業・兼業による新たな人材・人口還流方策
—ニューノーマルにおける都市部人材と東北圏企業の意識調査から—
調査研究部 主任研究員 伊藤 孝子

講演
月3万円の報酬で、鳥取県はなぜ大都市圏から人材が呼べるのか
地元企業に活力。「とっとり副業・兼業プロジェクト」
講師 松井 太郎 氏 とっとりプロフェッショナル人材戦略拠点戦略マネージャー
株式会社あきんど太郎代表取締役店主

【講師略歴】
大阪府出身。ソフトバンクを経て、2016年から現職。
地方版ハローワーク「鳥取県立ハローワーク」の無料職業紹介機能と「とっとりプロフェッショナル人材戦略拠点」の人材スカウト機能を組み合わせた全国初のビジネス人材獲得プラットフォームを活用し、2019年に「とっとり副業・兼業プロジェクト」鳥取県で第一歩を踏み出し、高度な専門性や豊富な経験を持つ都市部大企業のビジネス人材等を副業・兼業や移住就職等により県内企業へ数多く誘致。また、2017年には鳥取銀行との共同出資により、鳥取県八雲町の「県Lab.」(旧:県小学校)に地方創生の総合商社「あきんど太郎」を設立。事業承継を活用して若手経営者を100人輩出する「あきんど百人計画」を推進。

第2部 東北圏企業のデジタル化推進とその先にあるDXを目指して [15:15～]

事業報告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
—中小・中堅企業におけるデジタル化推進に向けて—
調査研究部 専任部長 矢萩 義人

企業の取組事例紹介 (株式会社IBUKI)
上記の報告において先進的な事例として取り上げた企業様にご登壇いただき、その取り組みをより詳しくご紹介いたします。(株式会社IBUKI システム開発チーム チームリーダー 林孝之氏)

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

図1 「令和3年度事業報告会」開催案内

地元企業に活力、『とっとり副業・兼業プロジェクト』と題した講演をいただきました。講演内容につきましては、本誌特集「ニューノーマルにおける新しい働き方」に掲載しております。



写真2 講演 松井 太郎 氏

1.3 第2部「東北圏企業のデジタル化推進とその先にある DX を目指して」

第2部では「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」と題して調査研究部 専任部長 矢萩 義人より報告しました。概要は以下のとおりです。

東北圏のデジタル技術を利用するユーザー企業と、それを支援するITベンダーなどのサポート企業の双方に実施したアンケート調査と先進事例調査を踏まえ、東北圏企業のデジタル化推進に向け、ユーザー企業、サポート企業、そして行政・支援機関に対し各々提言しました。



写真3 調査研究部 専任部長 矢萩 義人

1.4 企業の取組事例紹介

続いて、株式会社IBUKI 業務改革チーム 林

孝之 氏より、「型屋がデジタル化を実践！」と題して、自社によるデジタル化の取組事例を紹介いただきました。概要は以下のとおりです。

同社の専任者としてデジタル化を推進してきた林氏より、従業員がメリットを感じるデジタル化から着手する導入時の進め方から、熟練技術者が持つ技術・技能といった暗黙知の可視化、人材確保やデジタル化の効果検証に至るまで、同社が着実に且つスピード感を持って進めてきた取り組みについて、今後デジタル化を進める企業にとって参考になる内容をお話いただきました。



写真4 取組事例紹介 林 孝之 氏

講師の松井太郎氏、取組事例紹介企業の林孝之氏に対しては、活発なご質問、ご意見をいただきました。

また、閉会後には、松井、林の両氏と来場者が活発に意見交換する姿も見られました。

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。

また、各種イベント等も適宜開催しております。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。

大仙市における木質バイオマス発電の事例

～地域新電力への示唆～

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、地域付加価値創造の観点を踏まえて紹介してきた。具体的には、地域新電力である一般社団法人東松島みらいとし機構(宮城県東松島市)、株式会社やまがた新電力(山形県)、おもてなし山形株式会社(山形市)、株式会社三河の山里コミュニティパワー(愛知県豊田市)(機関誌「東北活性研」2020年秋季号、2021年冬季号、2021年春季号)、および、株式会社タケエイが手掛ける木質バイオマス発電^注と小売電気事業をセットにした事業である(機関誌『東北活性研』2021年夏季号)。

注 ここでの木質バイオマス発電とは、未利用木材などをチップ(数cmのかげら)に加工して、ボイラーで燃焼させ、発生する蒸気でタービンを回して発電する方式をいう。

特に(株)タケエイは東北の懸案である林業再生にも寄与し、雇用創出効果が大きい点で大いに注目すべき存在である。

筆者はこの(株)タケエイの展開する東北4拠点のうち秋田県大仙市の事例を見学する機会を得た。本稿では、木質バイオマスチップ(燃料)製造を含めて紹介する。

内容は以下のとおりである。

1 全体事業構造と事業のきっかけ

- 2 (株)門脇木材の概要
 - 3 (株)秋田バイオマスチップの事業内容
 - 4 (株)タケエイの概要と再エネ事業の拠点
 - 5 (株)大仙バイオマスエナジーの事業内容
 - 6 地域貢献としての床暖房バス停寄贈
- まとめ～地域新電力への示唆～

なお、読者の便宜のため、過去の機関誌を参照することなく全体を理解していただくために、過去の機関誌の内容と重複する部分がある。

1 全体事業構造と事業のきっかけ

図表1は本事例の全体構造である。事業全体を中核として管理しているのは図表上部の2社、(株)門脇木材(林業・製材事業などの地元企業)と(株)タケエイ(総合環境企業を標榜するリサイクル企業集団)である。現地での中核会社は(株)門脇木材傘下の(株)秋田バイオマスチップ(木質バイオマスチップ製造)と(株)タケエイ傘下の(株)大仙バイオマスエナジー(発電事業)である。(株)門脇木材は(株)秋田バイオマスチップの原料供給に林業、製材工場の両面で関わっている(図表1左部分)。本事例の主要施設の位置関係については、(株)門脇木材の製材工場、(株)秋田バイオマスチップの製造工場、(株)大仙バイオマスエナジーの発電所は隣接している。

発電事業はFIT制度(固定価格買取制度)の

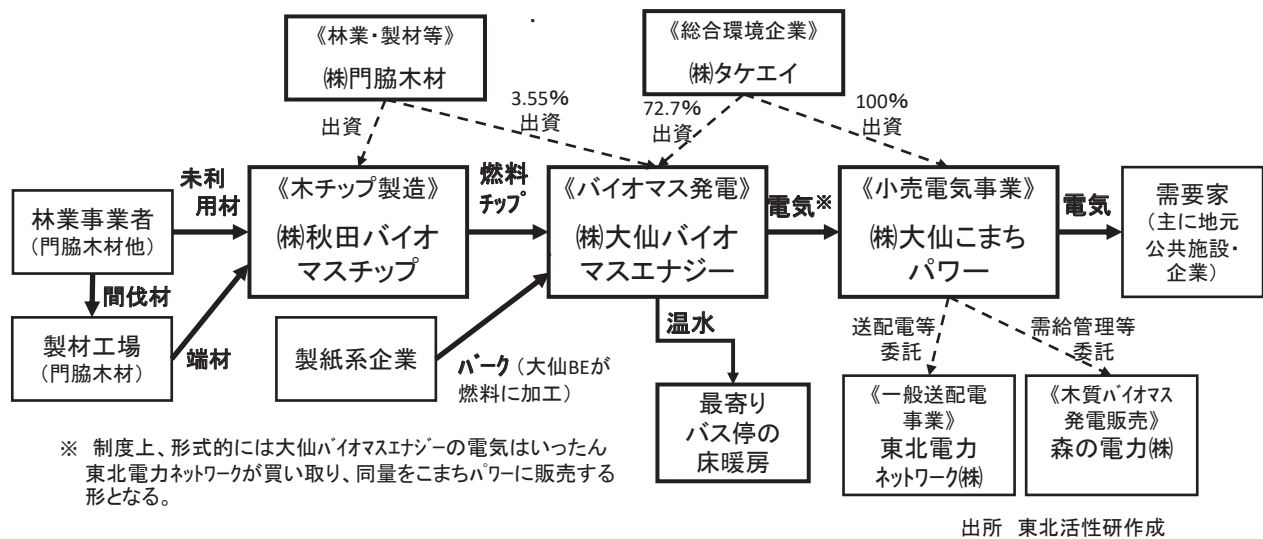
適用を受けており、20年間の安定収益が見込まれている（後述）。

小売電気事業の(株)大仙こまちパワーの業務は外部の専門企業に委託されている（本稿での説明は割愛）。

本事業のきっかけは、(株)門脇木材など地元企業が森林資源を活かす事業を検討したことにある。未利用の木質バイオマス資源が相当程度賦

存することから、それを燃料とする発電事業を同社らが企画したところ、事業者として応募した複数社の一つが(株)タケエイであった。(株)門脇木材らが(株)タケエイを選択した決め手は、タケエイグループが青森県平川市（津軽地方）、岩手県花巻市で木質バイオマス発電事業にすでに参入している実績であった。

図表1 全体事業構造



2 (株)門脇木材の概要

図表2は(株)門脇木材の経営理念と会社概要である。同社は現代表者が創業した林業・製材を中心とする秋田県の地場企業である。創業のきっかけは捨てられている森林資源の有効活用であった。経営理念にその精神が表れている。

同社は本事例の前に林業と製材業を営んでおり、そこから生じる未利用資源の活用として(株)秋田バイオマスチップを設立運営している。

筆者は以前東北の林業を調査した際、低収益であるがゆえに需要があるのに国産材が使われず、森林が荒廃する事情を目の当たりにした。図表2の経営理念のもと、林業に取り組まれている同社に敬意を表したい。

図表2 (株)門脇木材の経営理念と会社概要

《経営理念》

山の恵みを感謝の念で受け継ぎ、『木は全部使いきる』という精神のもと、よりよい環境づくりで社員、社会に貢献する。

《会社概要》

会社名 株式会社門脇木材

本社所在地 〒014-1113 秋田県仙北市田沢湖卒田字柴倉135 電話0187-44-2942

創業 平成2(1990)年2月6日

資本金 5,250万円

従業員数 140人(平成25年12月現在)

代表者・創業者 門脇桂孝

事業

《林業全般》 植林、保育、伐採など森林管理・立案も含めた林業全般
《製材・加工》 一般製材品(板・角材)、円柱加工材、土木工事用木製品を製造
《一般土木・建築》 一般土木・建築、産業廃棄物の運搬
《不動産》 山林・立木買い取り、および仲介

出所 同社HP(経営理念は同HP掲載フローシユアより)
(2022年2月14日参照)

3 (株)秋田バイオマスチップの事業内容

図表3は(株)秋田バイオマスチップの会社概要である。(株)門脇木材が設立した会社であり、代表者も同じ方である。従業員9名中1名が(株)門脇木材からの出向者であり、現地の管理を担っている。

チップの素材(原料)はすべて国産材(杉・松等)である。(株)門脇木材の自社事業(林業、製材業)からの素材が3割、他の7割は、国有林や地域の林業事業体などに由来する。年間5万トン程度のチップを製造している。

なお、地元の森林組合と(株)タケエイ林業((株)タケエイの子会社)は本事例には関わっていない。

図表3 (株)秋田バイオマスチップの会社概要

会社名	株式会社秋田バイオマスチップ
住所	秋田県大仙市協和稲沢字台林18-1 (大仙バイオマスエナジー、門脇木材協和工場と隣接)
電話番号	018-838-4947
代表者	代表取締役 門脇桂孝 (門脇木材代表者)
設立	2015年(平成27年)3月
資本金	5800万円
事業内容	木質バイオマス燃料の製造
原木供給株主	(株)門脇木材ほか (株)門脇木材ほか
出所	同社資料(2021年12月9日)

チップの価格は発電所との間でベース単価が定められており、水分量によって上下する仕組みである。

苦労した点は、杉の乾燥である。杉の場合、乾燥に半年程度かかるが、場所や天候によって乾燥日数が異なる。稼働から3年経過し(2021年12月訪問時点)、現場のノウハウが蓄積されてきている。また、丸太の運搬コストが大きいため、いかに効率的に運搬・保管・乾燥・チップ化するかに腐心している。

4 (株)タケエイの概要と

再エネ事業の拠点

(株)タケエイは1967年創業の総合環境企業である。経営理念として資源循環型社会への貢献を目指している(図表4)。再エネ事業は、図表5のとおり、首都圏における大規模木質バイオマス発電事業のほか、東北に4つの拠点を持っている。

図表4 (株)タケエイの経営理念と会社概要

経営理念

◇資源循環型社会への貢献を目指す

総合環境企業として、自然との調和・地域住民との共生を基調とし、多様なニーズに対応したリサイクル技術の確立と施設の充実を推進することによって資源循環型社会へ貢献する。

会社概要

- 本社 株式会社タケエイ
〒105-0011 東京都港区芝公園
2-4-1 A-10階 電話03-6361-6830(代表)
- 代表者 代表取締役会長 三本 守
代表取締役社長 阿部 光男
- 設立 1977年3月7日
- 従業員数 連結:1,358名 単体:624名
(2021年3月末現在)
- 資本金 8,489百万円

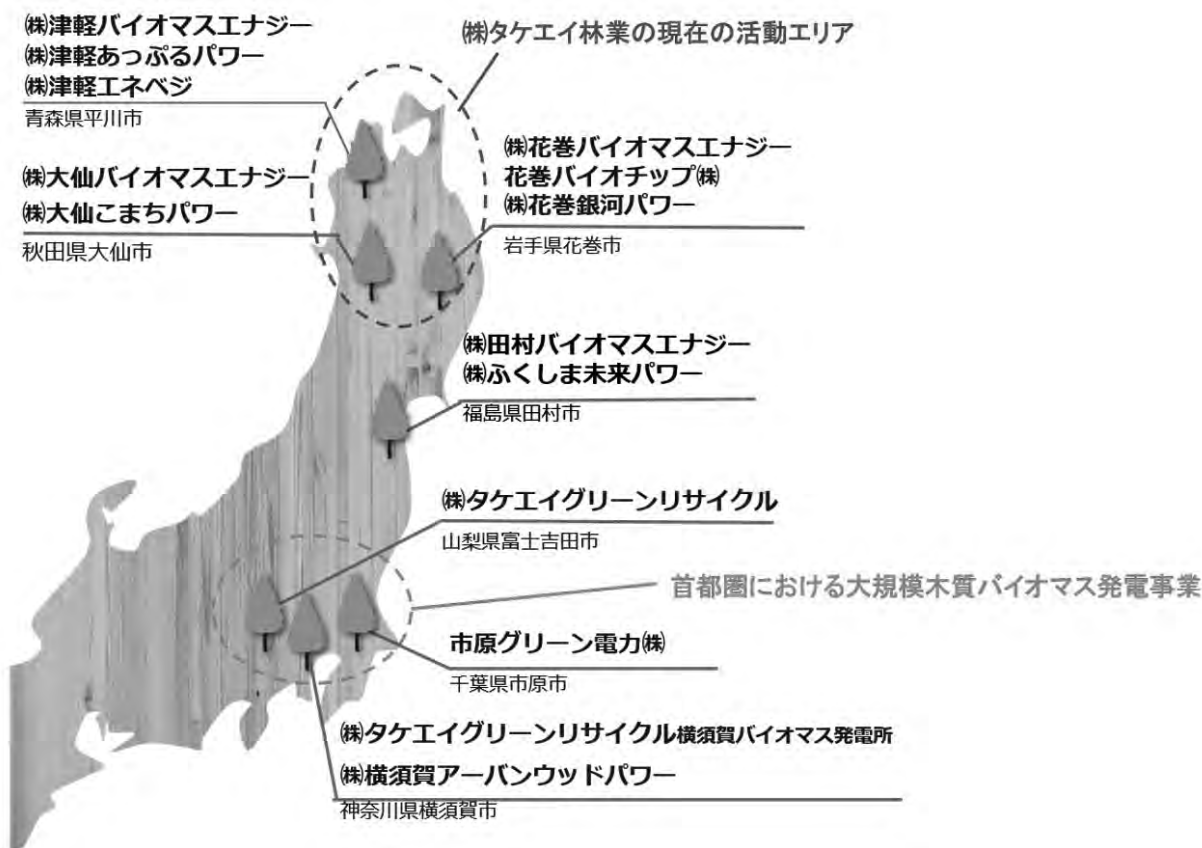
出所 (株)タケエイHP 2022年3月6日参照
<http://www.takeei.co.jp/index.html>

注 同社は旧東証一部上場企業であったが、2021年10月1日にリバーホールディングス株式会社との経営統合により、共同持株会社 TRE ホールディングス株式会社が上場企業となっている。

東北4拠点においては次の点が共通している。

- ・ 地元の木質資源からの燃料調達のため、発電規模を6,000～7,000kW程度としている。
- ・ 地元事業者と良好な関係を築き、地元の利益に配慮している。
- ・ 発電とは別に地域貢献事業を実施または検討している。

図表5 (株)タケエイの再エネ事業の拠点 (2021年6月)



5 (株)大仙バイオマスエナジーの 事業内容

図表6は(株)大仙バイオマスエナジーの会社概要である。(株)タケエイが7割以上出資し、前述の(株)門脇木材や需要家である生協(みやぎ、いわて)も株主となっている。



発電所上空より(株)タケエイ提供)

図表6 (株)大仙バイオマスエナジーの会社概要

会社名	株式会社大仙バイオマスエナジー
住所	秋田県大仙市協和稲沢字台林16番地1 電話 018-827-5002
代表者	代表取締役 河合 雄介
設立	2016年(平成28年)4月
資本金	2億8,200万円
事業内容	バイオマス発電事業
発電出力	7,050kW
売電開始	2019年2月
株主	株式会社タケエイ(72.7%) ヴェオリア・ジャパン株式会社 みやぎ生活協同組合 株式会社門脇木材 タブロス株式会社 株式会社サイサン いわて生活協同組合

東北活性研注: ヴェオリアは、水、廃棄物、エネルギーに関する世界的企業。

出所 同社HP(2022年2月14日参照)および同社資料

図表7は(株)大仙バイオマスエネルギー協和発電所の事業概要である。7,050kW の出力で、立ち上げ以来年間345日以上稼働し、燃料の木質チップを年間82,000トン使用する。

燃料の7割程度は(株)秋田バイオマスチップから購入する。その約8割が間伐材由来(未利用材)で、他は製材端材などである。(株)秋田バイオマスチップ以外では、岩手県などから調達している。

また、製紙系の会社が従来廃棄していたパーク(樹皮)を購入し、自社加工したものをチップに混ぜて使用している。パークは発電購入単価が24円/kWhであることや燃焼灰が多いという問題もあるが、燃焼能力がチップと同等であるため、チップに代わる燃料として1割以上混ぜている。さらに、厳冬期など燃料材の含水率が上昇する時期のみ、補助燃料としてPKS(Palm Kernel Shell、パーム椰子殻、輸入)と国産ペレットもわずかに使用している。

投資額は約35億円で、昨年度(2021年度)は売上高16.4億円、営業利益1.1億円であった。FIT制度(固定価格買取制度)^注により、低利融資以外の補助なしで採算がとれる事業計画となっている。また、FIT後(20年間の固定価格期間終了後)も採算が取れる見込みである。

注 FIT (=Feed-in Tariff) 制度とは、再エネ発電普及のため、電気の需要者が負担する再エネ賦課金を原資として、再エネで発電する電力を一定期間(20年など)固定価格(32円/kWhなど)で買い取ってもらえる制度

この発電所の地元新規雇用は30名である。内20名が発電管理要員で、4交代で24時間稼働させている。

事業運営上の懸念事項は、取水している河川が夏場に枯渇しやすいことである。毎時28トンの水が必要になる時期もあり、再利用の水の量を増やすと水質が劣化し、設備に悪影響が出

る可能性がある。

図表7 (株)大仙バイオマスエネルギー協和発電所の事業概要

発電出力	7,050kW
年間運転日数	330~350日程度
年間送電量	約5万MWh(15,000世帯分に相当)
ボイラー仕様	タクマン-1100H型 流動層ボイラー
使用燃料	木質チップ、年間約82,000t(含水45%)
燃料の種類	・間伐材(製材端材、全体の約8割) ・林地残材(放置されている未利用材) ・パーク(製紙系会社の廃棄樹皮を活用) ・PKS(輸入パームヤシ殻、補助燃料) ・ペレット(国産、補助燃料)
事業費(投資)	約35億円
事業の制度	固定価格買取制度(FIT制度) 20年間
売電単価	・間伐材 32円/kWh(税抜き) ・その他 24円/kWh(税抜き)
売上高	約16.4億円/年(2021年度)
営業利益	約1.1億円/年(2021年度)
出所 同社HP、(株)タケエイR資料などより東北活性研作成	

6 地域貢献としての床暖房バス停寄贈

前述のとおりタケエイグループは各発電所において地域貢献を目指している。(株)大仙バイオマスエネルギーは発電の余熱を活用して、老朽化したバス停を温水床暖房付のものにリニューアルして寄贈した。

以下、同社HPより引用する。

操業開始以降、排出される温水を有効利用できないか検討して参りました。豪雪地である大仙市は、冬場の通学も容易なものではありません。発電所付近のバス停で大雪の中、通学バスを待つ子供たちを見て、寒い思いをせずに待機できる環境を作りたいと思い、地元業者様(株式会社門脇木材様、株式会社瀧神巧業様)の協力のもと、新たなバス停を建造。床には発電所からの温水を循環させた床暖房設備を設けました。(引用終り)

まとめ～地域新電力への示唆～

本事例の特徴を以下に列挙する（過去の機関誌における「タケエイの事例」で記述したもの的一部とほぼ同じ）。

◇燃料調達、発電、小売の整合

- ・発電所の半径50km 以内から収集できる木材を前提とした発電規模と小売販売設定
- ・小売電気は自社グループの FIT 電源からの調達がほとんど
- ・全体としての事業リスクが限定的

◇地域課題に対応し、地元関係者と協働

- ・東北共通の大きな課題である林業の衰退・森林の荒廃に対して、地元林業関係者と協働し、未利用資源の有効活用と林業活性化

◇地域付加価値創造、雇用創出

- ・多くの地域新電力と異なり、初めから発電をメインとしており、価値創造の額が大きい。
- ・価値創造の結果の一つである雇用創出も大きい。

以上の特徴は、地域新電力（自治体や地元企業が中心となって設立する小売電気事業者）のあり方への示唆を与える。

多くの地域新電力は小売電気事業からの利益で不採算の地域課題解決事業（過疎地における移動・買い物支援、高齢単身世帯見守りなど）に取り組むことを表明している。しかしながら、昨今の電力市場価格高騰や容量抛出金（国全体で確保する電源の対価）の負担（2024年度から）などにより小売電気事業（新電力事業）単体は利益が出にくい構造となっている。

この状況に対処するには、電気事業のみで考えれば発電 and/or DR（demand response 供給に応じて需要をコントロール）とセットでの事業展開が考えられる。実際に発電に取り組む地域新電力も増えつつある。

地域新電力が発電に取り組む場合、その候補として本事例のような木質バイオマス発電をぜひ検討していただきたい。その際、地域新電力主導では非常に難しいので、大手企業の支援を得たうえで、自治体、地元林業・木材産業関係者と連携することが必要であろう。

謝辞

本調査では株式会社門脇木材、株式会社秋田バイオマスチップ、株式会社タケエイ、株式会社大仙バイオマスエナジ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】

（公財）東北活性化研究センター（2021）「地域再生可能エネルギー事業「株式会社タケエイ」の事例」、『東北活性研』Vol44、2021 夏号

【現地調査】

2021 年 12 月 9 日（訪問順に）（株）大仙バイオマスエナジー協和発電所（対応は（株）タケエイ出向者）、（株）秋田バイオマスチップ工場（対応は（株）門脇木材出向者）

（本稿の意見は筆者個人のものである。）

令和3年度 第5回理事会開催

令和4年3月4日(金)、理事9名(定員13名)、監事2名が出席し、令和3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4年度事業計画」および「令和

4年度収支予算」が審議され、すべての議題が承認されました。また、「令和3年度事業経過報告」などを行い、すべての報告事項が了承されました。



令和4年度事業計画について

今回の理事会で承認された「令和4年度事業計画書」および「令和4年度収支予算書」は、当センターのホームページでご覧いただけます。

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」という活動理念の下、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。令和4年4月には公益財団法人移行後10年が経過し、この間、人と人とのつながりやコミュニティの在り方、地域間のネットワークは大きな変容を見せている。

東日本大震災からの復興は各方面におけるこ

れまでの取り組みにより、道路等の社会資本整備が着実に進み、ハード面では一段落を迎えている。令和3年度からは国による「第2期復興・創生期間」がスタートしており、今後は復興まちづくりや被災者の心のケア等、ソフト面の取り組みについても、さらに前に進めていく段階にある。

また、現下の新型コロナウイルスの感染拡大は、いずれ顕在化したであろう各種の社会的課題をあぶりだし、我々にこれまでの価値観の見直しを迫り、生活様式の変化を加速させている。

その一方で、従来からの人口減少、少子高齢化、東京一極集中という状況は依然変わらず、東北圏では若者の移住・定住の促進に向けた各種対策や、女性・外国人等の多様な主体が活躍できる地域づくりの推進に加え、新型コロナウ

イルス感染拡大にも対応可能な多様な働き方の実現が求められている。

当センターでは社会のこれらの動きに対応し、昨年度は将来の DX に向けた東北圏企業のデジタル化実態調査や、多様なワーク&ライフスタイルの実現に向けた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った。特に一昨年来取り組んでいる女性の活躍推進や域内定着に関する事業については、マスコミを含む多方面から高い関心が寄せられている。

当センターでは、令和4年度もこのような状況を踏まえた調査研究に取り組むとともに、自らの実践を通じて東北圏の活性に貢献していくこととする。

具体的には、『調査研究事業』では、東北圏の今を最新の社会経済データ（15分野 75指標）で分かり易く解説する「東北データブックオンライン」（令和3年度公開の Web コンテンツ）のデータ更新や、東北圏の地域活性化に向けたベンチャー・スタートアップ企業の成長に関する調査、東北圏における買い物困難者・交通弱者等対策としての新たな移動支援サービスに関する先行事例調査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、地元企業で働く魅力の若者向け情報発信を継続する。また、東北圏における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、外部の技術やアイデアをもった人材を積極的に活用し新規事業を立ち上げるオープンイノベーションの場づくりに引き続き取り組む。

『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。また、「新しい働き方」をテーマとして、東北圏においてビジネスを通して社会課題の解決に取り組む若手起業家などの姿を動画で配信する「東北・新潟のキラ☆（ボシ）パーソン」も継続することとしている。さらに、東北圏企業における女性活躍推進の更なる発展に向け、令和2年度に実施した「東北の企業における女性活躍の実態調査」を活かした勉強会の本格実施を計画している。

これらの取り組みにあたっては、地域社会・産業界等との協力・連携を欠くことができない。東北経済連合会のビジョン「わきたつ東北」および「ポストコロナ・5つの提言」の方向性と歩みを合わせ、産学官金の関係機関との連携をさらに深めながら、着実に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) 東北データブックオンラインのデータ更新（新規）

- (2) ベンチャー・スタートアップ企業の成長による地域活性化（新規）
- (3) 東北圏における買い物困難者・交通弱者等対策としての新たな移動支援サービス

スに関する先行事例調査(新規)

(3) 東北・新潟女性応援ネットワーク勉強会(新規)

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」～新しい働き方編～

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) 女性の地元定着並びに企業における女性活躍に関する意識調査(新規)
- (2) 景気ウォッチャー調査(東北地域)
- (3) 東北・新潟の活性化応援プログラム

(今後の主な予定)

令和4年 5月17日(火)	令和4年度 第1回理事会	仙台市
令和4年 6月 3日(金)	令和4年度 評議員会 令和4年度 第2回理事会(書面決議)	仙台市
令和4年 8月24日(水)	令和4年度 第3回理事会	仙台市
令和4年11月 2日(水)	令和4年度 参与会	仙台市
令和4年12月 2日(金)	令和4年度 第4回理事会	仙台市
令和5年 3月 2日(木)	令和4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4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>

女性活躍やダイバーシティ推進の担当責任者、部下を持つ管理職向け

東北・新潟女性応援ネットワーク勉強会 (予告)

～東北・新潟で働く女性の活躍を企業の成長につなげるために～

第1回 さらなる女性活躍推進に向けた取組み指南

日 時

2022年**6月20**日(月) 14:00～16:00

定 員

①講義

講師：公益財団法人 21 世紀職業財団 事業推進部長 座間 美都子

【講師略歴】

1985年 花王株式会社 入社

研究員、消費者コミュニケーション、企業広報、CSR 推進を経て、人財開発部門多様性推進部長として、ダイバーシティ経営企業100選選定、なでしこ銘柄、イクメン企業アワードグランプリ、日経 WOMAN 女性が活躍する企業表彰 総合1位、女性が輝く先進企業表彰内閣総理大臣賞 等、数々の受賞、認定を主導。

2020年10月に21世紀職業財団 事業推進部担当部長

2021年4月より現職

②グループトーク（講義の感想、情報共有等）

③全体共有

対 象

女性活躍やダイバーシティ推進の担当責任者、部下を持つ管理職の皆様

その他

ZOOM を使用したオンライン開催

申込み

5月中旬に申込みのご案内をいたします

【今後の開催予定】

第2回 デュアルキャリアカップルをめざして（8月29日）

第3回 女性管理職のネットワーク勉強会（11月11日）※女性管理職対象

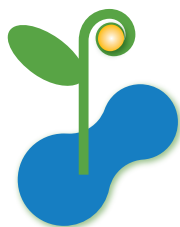
第4回 上司の部下育成（2023年1月23日）

■お問合せ先

公益財団法人 東北活性化研究センター 担当：伊藤

TEL 022-222-3394 メール chosa@kasseiken.jp

主催：公益財団法人東北活性化研究センター、公益財団法人 21 世紀職業財団



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>

