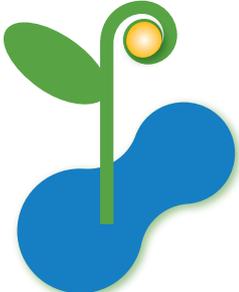


知をつなぎ、地を活かす

東北活性化研



特集 東北圏におけるベンチャー・スタートアップの
更なる成長を目指して



Vol.51
2023 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

- ◆ジョブ型人財マネジメントについて 2
後藤 浩司 株式会社日立製作所 東北支社長

特集

- 東北圏におけるベンチャー・スタートアップの更なる成長を目指して 4
◆東北圏のスタートアップの成長による地域活性化調査 5
信太 克哉 調査研究部 専任部長

[講演]

- ◆九州におけるスタートアップ育成への取り組み 16
山口 泰久氏 株式会社 FPG ベンチャービジネスパートナーズ 取締役 副社長

未来への歩み～復興の現在(いま)～

- ◆地域に愛されるワイナリー、地域に愛されるワイン造り
～かわうちワイン株式会社の取り組み～ 24

活動紹介

- ◆宮城県受託事業
「令和4年度 みやぎ女性応援プロジェクト実態調査業務」 28
◆東北圏における移動困難者・買物困難者対策としての
新たな移動支援サービス等に関する先行事例調査 34
◆オープンイノベーションプログラム BizDev Meetup ! 2022年度実施報告 44
◆TOHOKU わくわくスクール2023年度開催ならびに2022年度実施報告 50
◆令和4年度 東北活性化研究センター事業報告会 開催報告 56

キラ☆企業紹介

- ◆顧客とともに「共創」する会社です 58
株式会社今井産業(青森県平川市)

事務局より

- ◆2022年度 第6回理事会 開催 60
◆今後の主な予定 61

ジョブ型人財マネジメントについて

株式会社日立製作所

東北支社長 後藤 浩司



私は2022年4月に仙台に転勤して参りましたので、この4月でちょうど一年が経過しました。2022年は、年初から新型コロナウイルス感染の第6波が猛威を振るい、その後第7波、第8波と感染者の増加と減少を繰り返しながらも、関係者のご尽力のもと様々な経済・地域活動が再開されました。私自身も東北に着任以降、各地域の懇談会やセミナー、夏祭りなどに参加させていただき、地域の皆様との貴重な接点を持たせていただくことができました。2023年はコロナの完全収束とはいかないまでも、国際直行便の再開や各種イベント・会合の開催によるインバウンドを含めた観光需要の復調など、さらに明るい兆しが見えてきたと感じています。

一方で、人口減少や温暖化などの社会環境の変化や、ダイバーシティ&インクルージョンやワークライフバランスといった社会の要請の変化、加えて個人の価値観の多様化やデジタル技術の進展などがあいまって、会社と個人の関係性や求められる人財像・スキルが変化しつつあると認識しています。

また、東北活性化研究センターでは、東北圏の地域社会と産業の活性化に資する取り組みと

して、調査研究やプロジェクト支援、人財育成など多方面にわたって活動が展開されています。

これらを踏まえて、今回は私ども日立グループの人財マネジメントに関する取り組み事例をご紹介します。

日立は、1910年の創業以来、いわゆる総合電機メーカーとして家電から大型発電プラントまで広く電気機器の製造・販売・保守にたずさわって参りました。10数年前のリーマンショック時に非常に大きな赤字を計上して以降は、事業領域をIT（情報技術）とOT（制御技術）とプロダクトを組み合わせる社会課題・顧客課題の解決につなげる社会イノベーション事業に集中し、グローバル市場での競争に勝てるような企業をめざして活動しています。

その一環として、人財マネジメントのあり方についても、年々見直しをして参りました。具体的には、メンバーシップ型といわれる、職務を限定せずに人に仕事を割り当てる従来のやり方から、職務を明確化・限定しその仕事に人を割り当てるジョブ型人財マネジメントへの移行です。

職務の明確化については、職種と職位ごとにジョブディスクリプションという定義書を作成

して、2021年度から管理職へ、2022年度から一般の従業員へそれぞれ導入しています。また一方で、人財の見える化として、個々人のスキルや経験、キャリアプランなどを登録し閲覧できる仕組みも整備しています。この「職務の見える化」と「人財の見える化」の実現によって、適所適財の人財配置につながっていくという考え方です。

また、これらを適切に運用するための取り組みとして、マネージャーの支援プログラムを用意し、上司と部下が適切にコミュニケーションできるようにサポートしています。加えて個々人のキャリア形成の支援として「学習体験プラットフォーム」を導入し、自律的な学びやリスキルのサポートにつなげています。このプラットフォームは、個々人の学習ニーズをAIが分析しコンテンツを推奨する仕組みで、スマートフォンから場所や時間を選ばず実施が可

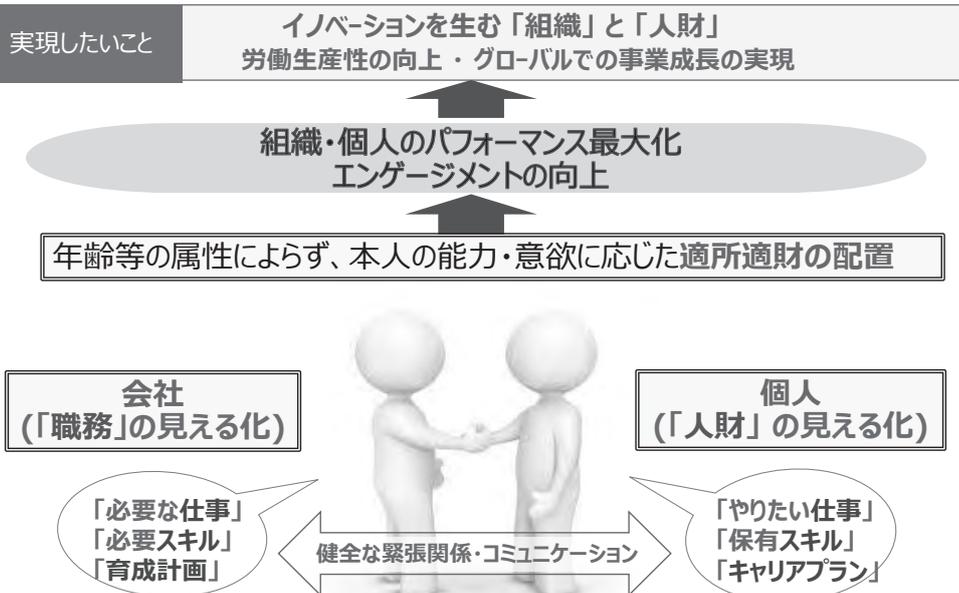
能となっています。このようにマネージャー層も含めた個々人への支援を重ねながら、会社としてジョブ型人財マネジメントへの転換と定着に取り組んでいます。

ジョブ型によって、規定された業務のみを行うようになりチームワークが低下するのではないかと、あるいは職場でのOJT、OFF-JTの動機付けや機会が減って若手の育成にとってマイナスになるのではないかなど、従来の日本企業の良さを損なうのではないかと懸念はゼロではないと思いますが、先進事例ではそれら懸念を払拭してチームとしての成績向上や人財育成が実現できているようです。

私たちも、目的や理念をしっかりと各階層で共有したうえで、変わることを恐れずにチャレンジし、多様な働き方に対応しつつ労働生産性の向上を実現できるよう取り組んでいきたいと考えています。

日立がめざすジョブ型の人財マネジメント

HITACHI
Inspire the Next



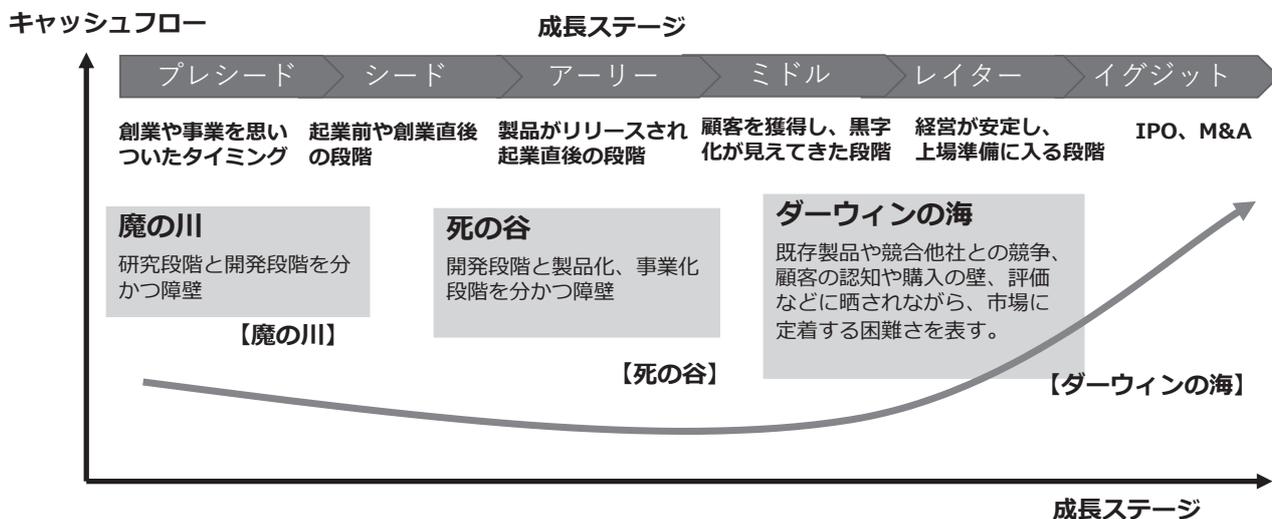
© Hitachi, Ltd. 2023. All rights reserved.

東北圏におけるベンチャー・スタートアップの 更なる成長を目指して

東北圏のスタートアップ^{注1)}では、シード・アーリーと呼ばれる事業化の段階にとどまり、ミドル・レイターと呼ばれる成長・発展の段階までなかなか到達しないケースが多い。東北圏の企業がシード・アーリーの段階を抜け出し、ミドルからレイター、さらには株式上場やM & Aといったイグジットの段階に達するために必要な方策は何であろうか。

本特集では、このような問題意識から当センターが実施した「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調査」の概要を報告するとともに、山口 泰久氏(株式会社 FFG ベンチャービジネスパートナーズ 取締役副社長)が九州で取り組んでいるスタートアップ育成について紹介する。

注1) スタートアップの成長ステージ ①プレシード：創業や事業を思いついたタイミング ②シード：起業前や創業直後の段階 ③アーリー：製品がリリースされ起業直後の段階 ④ミドル：顧客を獲得し、黒字化が見えてきた段階 ⑤レイター：経営が安定し、上場準備に入る段階 ⑥イグジット：IPO や M&A により出資者の利益を確定させるスタートアップとしての出口



東北圏のスタートアップの成長による地域活性化調査

調査研究部 専任部長 信太 克哉

調査の目的

本調査では仙台市が「ライバル都市」宣言を行った福岡市を中心とする九州との比較等を通じて、東北圏のスタートアップがスケールアップを実現し、株式上場やM & Aといったイグジットの段階に達するために必要な方策を提案することを目的に実施した。

1 スタートアップをとりまく

東北圏の現状

東北圏は、面積は九州の約2倍と国土の2割(20.1%)のシェアを占めているが、主要経済指標は概ね1割弱のシェアとなっており、「1割経済」と称される九州に近い社会経済規模を持つといえる(図表1)。

東北圏各県の上場企業数をみると、新潟県の38社(全国13位)を筆頭に、宮城県が21社(同20位)、福島県が12社(同29位)などとなっており、福岡県の90社(同6位)に水をあけられている(図表2)。

図表1 東北圏と九州の国内シェア

分類	単位	年次	全国	東北圏		九州	
				全国シェア	全国シェア		
面積	km ²	2022	377,973	79,532	21.0	42,230	11.2
総人口	千人	2021	125,502	10,696	8.5	12,706	10.1
域内総生産(名目)	億円	F.Y.2019	5,807,669	443,438	7.6	483,171	8.3
電力需要量	百万kWh	F.Y.2021	837,379	79,720	9.5	81,851	9.8
小売業年間販売額	億円	2019	1,390,012	122,184	8.8	136,147	9.8
建築着工額	億円	2021	262,607	19,533	7.4	24,535	9.3

資料) 各種統計資料より東北活性研作成

図表2 都道府県別上場企業数

都道府県	上場企業数	都道府県	上場企業数	都道府県	上場企業数	都道府県	上場企業数
東京都	2,125	長野県	38	茨城県	15	宮城県	6
大阪府	445	新潟県	38	香川県	15	山形県	6
愛知県	231	岐阜県	32	愛媛県	14	岩手県	6
神奈川県	190	石川県	29	山梨県	14	佐賀県	6
兵庫県	122	富山県	27	福島県	12	高知県	6
福岡県	90	群馬県	25	鹿児島県	12	熊本県	5
埼玉県	75	岡山県	22	滋賀県	12	青森県	4
京都府	72	宮城県	21	和歌山県	10	秋田県	4
千葉県	56	栃木県	20	大分県	8	鳥取県	4
北海道	53	三重県	20	徳島県	7	島根県	3
静岡県	52	山口県	18	沖縄県	6	長崎県	1
広島県	52	福井県	16	奈良県	6	全国	4,051

資料) 上場企業サーチ「日本の株式会社と上場企業数」より東北活性研作成

2 ヒアリング調査および文献調査

スタートアップの成長に必要な要素(ヒト、モノ、カネ、情報、ネットワーク)やその課題を明らかにするため、東北圏と九州のスタートアップ企業、ベンチャーキャピタル^{注2)}などの金融機関、その他のスタートアップ支援主体(行政・経済界・事業会社)にヒアリング調査を実施した。

注2) ベンチャーキャピタル (Venture Capital) : 将来的に高い成長が見込まれる未上場企業に投資する会社。以下「VC」と示す。

2-1 スタートアップ

1) スタートアップとして成長した要因

【要因①】創業時の苦しい資金繰りを地元金融機関の協力により乗り越え

成長したスタートアップの多くは、創業時は資金繰りが苦しいため、事業計画やビジネスモデルを金融機関やVCに丁寧に説明し、その事業の実現のために融資・投資を受けることで、創業直後に必要な資金を工面していた。

【要因②】事業拡大を図るために成長が見込める市場をターゲット化

既に競合大手が参入している市場を避けつつ、競争優位を確保できる市場を狙ったビジネスモデルを設定することで事業を拡大していた。

【要因③】自社単独での技術開発・販路拡大の限界を超える分野での他企業との連携(オープンイノベーション)

スタートアップの多くは、他社と連携して自社に不足するリソースをカバーすることで、成長を実現していた。

【要因④】成長を続けるためのイグジットを目指す決断と様々な人材確保

IPO^{注3)}やM&A^{注4)}といったイグジット戦略を早期に定め、CxO^{注5)}等の人材確保を早期に進めていた。

注3) IPO (アイピーオー)

『Initial Public Offering』の略。新規株式公開。起業した会社の株式を市場に公開し、売買できるようにすること。

注4) M&A (エムアンドエー)

『Mergers (合併) and Acquisitions (買収)』の略。企業の合併買収のことで、2つ以上の会社が一つになったり(合併)、ある会社が他の会社を買ったりすること(買収)。

注5) CxO (Chief x Officer) : 「Chief : 組織の責任者」+ 「x : 業務・機能」+ 「Officer : 執行役」からなる経営用語であり、企業活動における業務および機能の責任者の総称のことで、主なものは以下のとおり。CEO (Chief Executive Officer) 最高経営責任者
CFO (Chief Financial Officer) 最高財務責任者
COO (Chief Operating Officer) 最高執行責任者
CTO (Chief Technical(technology) Officer) 最高技術責任者

2) 今後の成長に対する課題

【課題①】地域内における相談相手(上場経験者等)の不足

東北圏については、そもそも上場に至ったスタートアップが少ないため、スタートアップの経営者が相談可能なメンター^{注6)}が地域に不足していることが指摘された。そのため、ヒアリング先の多くは、創業段階から融資・投資に応じてくれた地銀や、その後投資をするようになったVCを相談相手としていた。

注6) メンター : 事業活動上の課題について対話によりアドバイスできる上場経験者。

【課題②】経営人材・従業員ともに深刻化する人手不足への対応

ほぼ全ての企業において、首都圏との賃金やネームバリューの格差等から人材不足への対応に苦慮していた。

2-2 VC等金融機関・大学

2013年の「産業競争力強化法」の設立により、国立大学である東北大学の子会社として、東北ベンチャーパートナーズ(株)が2015年2月に設立された。政府からの出資金の割り当ては125億円で、1号ファンドは100億円、2号ファンドは80億円の規模である。短期的なリターンを求めずに投資ができる、官製ファンドならではの役割が期待される。

東北圏の代表的な独立系VCであるスパークル(株)[宮城県仙台市]は、東北に所在するスタートアップ及び東北の大学発ベンチャーを主たる投資対象としたベンチャーキャピタル事業や、東北の起業家発掘・育成を目的としたアクセラレーター^{注7)}事業などに取り組んでいる。

一方、九州は、西部ガスなど地場大手の事業会社がCVC^{注8)}を設立し、オープンイノベーション等を意識しながらスタートアップを支援するほか、独立系のVCも数多く設立されている。福岡市の(株)アイキューブドシステムズは2021年に(株)アイキューブドベンチャーズを創業し、自社の事業拡大の過程で得た経験やノウハウを伝えるなど地域にさまざまなVCが存在する。

注7) アクセラレーター: シード段階のスタートアップに対しビジネスを急速に加速させるための支援を行う人または組織。

注8) CVC: 「Corporate Venture Capital」の略。事業会社が自社の戦略目的のために投資を行うベンチャーキャピタル。

2-3 その他の支援サイド(行政・経済団体)

1) 行政の取り組み

■東京との近さを活かしてネットワークを構築する東北圏

東北圏では、東京を中心とする関東圏との近さを活かしたスタートアップ支援として、仙台市による東北・東京間の交流イベントや支援ネットワーク構築事業、東北経済産業局による東北地域のスタートアップとVC・金融機関等との交流イベント「J-Startup TOHOKU INNOVATORS GATHERING」などが行われている。

新潟県においても、東京の虎ノ門にあるCIC Tokyoや渋谷スクランブルスクエア内の「SHIBUYA QWS」といった起業家の交流スペースを、新潟県発のスタートアップが利用できるようにしている。

2) 経済団体の取り組み

東北圏では、東経連ビジネスセンターが全国の経済団体としては唯一スタートアップに対するハンズオン支援^{注9)}のための実戦部隊を有し、積極的な成長支援に取り組んでいる。また、2022年度からは東北域内の大学発スタートアップ支援を強化し、企業の成長ステージに応じた、“プレ(本支援に至る前のマーケティング・リサーチ、経営強化支援)”と“本支援(企業の個別課題に対する支援専門家チームによる重点支援)”の二本立てで、企業の更なる成長を後押しする取り組みを行っている。また、2017年より「東北・新潟産学官金サロン」を開催し、交流・共創の場を提供している。

注9) ハンズオン支援: 課題解決に取り組むスタートアップに豊富な実績と経験をもつ専門家を派遣し、アドバイスをを行うこと。

3 SWOT 分析

ヒアリング調査から明らかとなった、東北圏と九州のスタートアップならびにスタートアップ支援者（金融機関、行政、経済界、事業会社等）の特徴や違いをもとに、強みや弱み、機会、脅威について整理した。

1) 東北圏のスタートアップに関する SWOT 分析 (図表 3)

■強み (Strength)

強みとしては、東北大学をはじめとした東北圏の各大学が有する高い技術力・研究力や東北

大学ベンチャーパートナーズ (株) を核とする東北・新潟の各大学のシーズを育成する仕組み（東北地域ベンチャー支援エコシステム協議会）の存在が挙げられる。東北大学ベンチャーパートナーズ (株) は、投資対象を東北圏の大学全体に拡大し、大学発スタートアップの成長の裾野拡大を後押ししている。

■弱み (Weakness)

弱みとしては、東北圏には上場や M&A を果たしたスタートアップ企業が少ないため、スタートアップの悩みの相談相手となり得るメンターが少ない。そのため、ビジネスアイデアの

図表 3 東北圏におけるスタートアップ・スタートアップ支援者の強み・弱み・機会・脅威

【強み】 (Strength)	【弱み】 (Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> ➢ 東北大学をはじめとした東北各県の大学の有する高い技術力・研究力 ➢ 東北大学ベンチャーパートナーズ (株) を核とする東北・新潟の各大学のシーズを育成する仕組み（東北地域ベンチャー支援エコシステム連絡協議会）の存在 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ゼロからの IPO 企業が少なく、悩みを相談できるメンターや CxO など専門人材が身近にいない。地域内で上場などの経験が共有されにくい ➢ 顧客獲得につながるビジネスモデルの構築や製品開発が不十分 ➢ 「One Fukuoka」のような地元の事業会社によるスタートアップの横のつながりが薄い ➢ 九州大学ビジネススクール (QBS) のような実践的なビジネスプラン (大学に実在する研究シーズの事業化可能性等) の作成を学ぶ機会が少ない ➢ 地銀・VC・地元事業会社などによるリスクマネーがスタートアップに十分届いていない (マッチング機会の不足) ➢ オープンイノベーションが首都圏中心で展開されており、地元の事業会社に拡大していない
【機会】 (Opportunity)	【脅威】 (Threat)
<ul style="list-style-type: none"> ➢ スタートアップ拠点都市としての国のバックアップと仙台市スタートアップ・エコシステム推進協議会の産学官金ネットワークの活用 ➢ 東北経済産業局の「J-Startup TOHOKU INNOVATORS GATHERING」等での東北圏スタートアップ企業と VC や事業会社とのマッチング機会の提供 ➢ 東経連ビジネスセンターの長年積み上げた支援ノウハウ・スキルと幅広い専門家ネットワークの提供 ➢ 宮城県 (テクスタ宮城) の東北大学発テック系スタートアップと県内ものづくり企業の連携 (2023 年度予定) ➢ 次世代放射光施設「ナノテラス」 (2024 年度予定) との連携 ➢ 首都圏との距離的・時間的近さ 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 東北圏の若者が高校・大学等卒業時に首都圏などに流出する傾向 ➢ 首都圏等との給与やネームバリューの格差により人材獲得競争で劣後

資料) 東北活性研作成

「壁打ち^{注10)}」が不十分となり、成長が見込まれる市場で顧客獲得につながるようなビジネスモデルの構築や製品開発が進まない点が弱みである。また、リスクマネー^{注11)}がスタートアップに十分届いているとは言い難いことや、オープンイノベーションが地元の事業会社に拡大していない点も挙げられる。

注10) 壁打ち：ビジネスにおける自分の考えや悩み、アイデアなどを信頼する人に話し、反応を見たりフィードバックを受けたりすること。

注11) リスクマネー：スタートアップに対する出資など回収不能となるリスクを負い高いリターンを狙う投資資金。

■機会 (Opportunity)

機会としては、既に仙台市には仙台市スタートアップ・エコシステム推進協議会による産学官金ネットワークが存在する。また、経済産業省東北経済産業局の「J-Startup TOHOKU INNOVATORS GATHERING」は東北圏スタートアップと首都圏VCや事業会社との連携機会の創出につながる可能性がある。東経連ビジネスセンターのスタートアップ支援ノウハウにも同様の効果が期待される。さらに、宮城県が2023年度に立ち上げる「テクスタ宮城」や「ナノテラス」と連携した次世代研究拠点との連携も機会となる。

■脅威 (Threat)

地方のスタートアップの未来を担うべき人材が進学・就職時に首都圏へ流出していることや、首都圏の企業やスタートアップと給与やネームバリューにおいて格差があることは脅威となっている。

4 クロス SWOT 分析

前章で強み (S)、弱み (W)、機会 (O)、脅威

(T) の4つの視点で導き出された要素を掛け合わせることで、スタートアップとスタートアップ支援者が、今後目指すべき戦略の方向性(クロスSWOT分析)についても提示した。

1) 東北圏のスタートアップに関するクロスSWOT (図表4)

■強み×機会 (積極戦略)

強みと機会を生かす積極戦略としては、東北大学をはじめとする東北圏の各大学が有する持ち前の高い技術力や研究力に更に磨きをかけて、東北経済産業局や東経連ビジネスセンターの支援策を活かし、個々の企業の課題解決を図ることにより成長を促進していくことが挙げられる。

また、次世代放射光施設「ナノテラス」活用の可能性の検討、IPOかM&Aかといった出口戦略の深掘り・早期設定についても積極戦略となり得る。

■弱み×機会 (改善戦略)

弱みを克服し機会を活かす改善戦略としては、経営者としてのスキル向上や産学官金ネットワークやマッチングに積極的に参入することが挙げられる。そのため、説得力のあるビジネスプランの策定と説明を通して地銀との良好な関係の構築を進めることや競争優位に立てる市場やブルーオーシャン市場^{注12)}に狙いを定める戦略の明確化が必要となる。さらに、首都圏との近接性を活かし、CxO等の人材や資金調達先を確保することなども改善戦略となる。

注12) ブルーオーシャン市場：既存他社と競合しない新しい事業領域

■強み×脅威 (差別化戦略)

強みを活かし脅威を克服する差別化戦略としては、起業家のマネジメントスキル向上と副業・兼業を含む外部プロ人材の積極活用により自己

図表4 東北圏のスタートアップに関するクロス SWOT

		内部環境	
		強み (Strength)	弱み (Weakness)
外部環境	機会 (Opportunity)	【積極戦略】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 持ち前の高い技術力・開発力のさらなる磨き上げ ・ 次世代放射光施設等を活用した革新的研究の可能性の検討 ・ 最適な出口戦略 (IPO/M&A) の早期設定 	【改善戦略】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 実践的なビジネスプランの学びなどを通じた経営者としてのスキル向上 ・ 産学官金ネットワークやマッチングへの積極的参入 ・ 説得力のあるビジネスプランの策定による地銀との良好な関係の構築 ・ 競争優位に立てる市場や大手と競合しないブルーオーシャン市場に狙いを定める等の市場戦略の明確化 ・ 首都圏との近接性を活かした人材や資金調達先の確保
	脅威 (Threat)	【差別化戦略】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 起業家のマネジメントスキル向上 ・ 副業・兼業を含む外部プロ人材の積極活用 ・ 首都圏 IPO 経験やスキルを積んだ東北圏出身人材に対する UIJ ターン採用 ・ 地方発スタートアップ企業や技術力・開発力の魅力発信 	

資料) 東北活性研作成

実現の場としての魅力を高め、首都圏に流出する若者を引き留める戦略が挙げられる。また、柔軟な勤務形態を認めるなど給与水準以外の魅力的な職場環境を提供することで、首都圏等で一定の能力を身につけた人材に対して、スタートアップへの UIJ ターンを働きかけることも一案である。

2) 東北圏のスタートアップ支援者に関するクロス SWOT (図表5)

■強み×機会 (積極戦略)

東北圏のスタートアップ支援者に関する積極戦略としては、産学官金の連携強化による人材育成、資金調達、オープンイノベーション加速に向けた集中支援とその強化が挙げられる。これによりスタートアップと事業会社との間に対等なパートナーとしての認識が浸透すれば、地

域内でのオープンイノベーションも進む可能性がある。

■弱み×機会 (改善戦略)

改善戦略としては、これまでの官主導のネットワークに地元の事業会社や地銀・VC を取り込んでいくことが挙げられる。様々な支援策を分かりやすく整理し、起業家がオンライン等で気軽に経営財務を学ぶことができる講座等を分かりやすく紹介することも戦略になり得る。将来的には、仙台スタートアップ・エコシステム協議会などを通じたりスクマネー供給の体制づくりを進めることも選択肢の一つとなる。

■強み×脅威 (差別化戦略)

差別化戦略としては、学生・若者に対する経営スキルや起業家マインド育成のためのアントレプレナーシップ教育^{注13)}の提供もその一つと

図表5 東北圏のスタートアップ支援者に関するクロス SWOT

		内部環境	
		強み (Strength)	弱み (Weakness)
外部環境	機会 (Opportunity)	【積極戦略】 ・産官学金の連携強化による人材育成、資金調達、オープンイノベーション加速に向けた集中支援とその強化	【改善戦略】 ・官主導の産官学金ネットワークに対する地元の事業会社・地銀・VC の積極的参加の促進 ・既存の支援ネットワークがサポートする起業家が気軽に経営財務を学ぶ機会の提供 ・地域に根差したリスクマネー供給力の強化によるフォローオン投資体制の構築
	脅威 (Threat)	【差別化戦略】 ・学生・若者に対するアントレプレナーシップ教育の充実 ・首都圏往来者に対する移動コスト補填などの支援強化 (新幹線代の補助など) ・IPO や M & A 経験のある人材やスキルを積んだ人材の UIJ ターン支援やメンターとしての紹介	

資料) 東北活性研作成

なり得る。また、新幹線代の援助や一時的な給与差補填等により、首都圏でスキルを磨いた東北出身者や首都圏人材の UIJ ターンを支援することや、IPO や M&A の経験を有する人材をメンターとして東北圏のスタートアップに対して紹介することも挙げられる。

注13) アントレプレナーシップ教育:自ら社会課題を発見し、周囲のリソースや環境の制約を超えた価値を生み出していく精神を備えた人材を育成する教育。

5 東北圏のスタートアップの成長に向けた提言 (図表6)

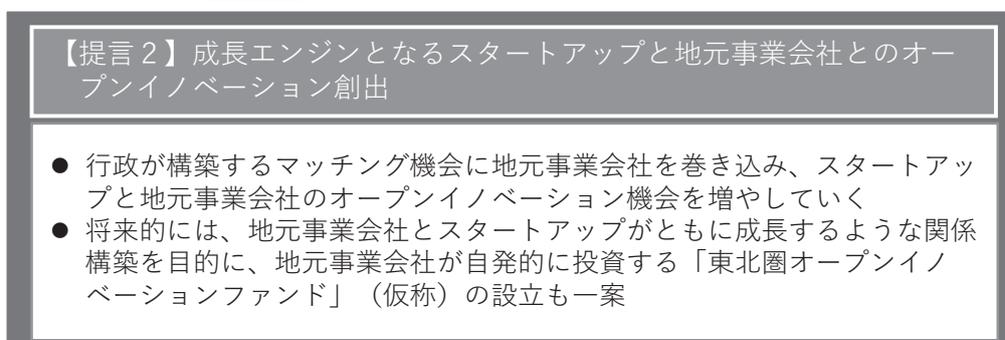
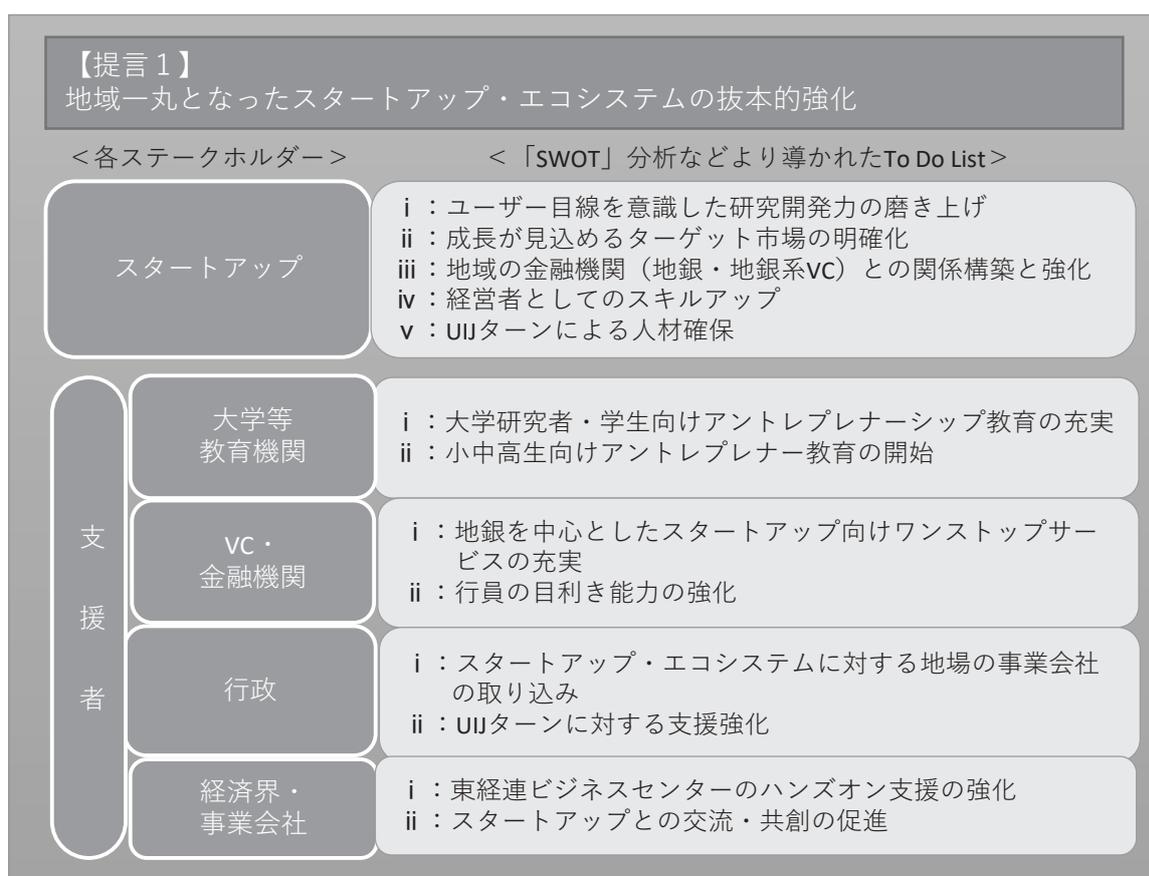
ここまでの考察により、以下のような東北圏の課題が明らかになった。まず、東北圏ではスタートアップ・エコシステムが行政主導であり、九州のように事業会社による自律的な関与が少ない。そのため、東北圏では、スタートアップと地元の事業会社とのマッチング機会に乏しく、成長エンジンとなるオープンイノベーションが生まれにくい構造になっている。また、こうしたオープンイノベーションに対する事業会社からの自発的なリスクマネーの供給体制が不十分であることが明らかとなった。

以上を踏まえ、本章では、東北圏におけるスタートアップが更なる成長を遂げるための方策を提言する。

図表6 東北圏に対する提言

東北圏の課題
<ul style="list-style-type: none"> ● スタートアップ・エコシステムが行政主導で民の主体的な関与が不十分 ● スタートアップと地元事業会社とのマッチング機会が乏しく、成長エンジンとなるオープンイノベーションが生まれにくい ● スタートアップとのオープンイノベーションに対する事業会社等による自発的なリスクマネー供給が不十分

【提言】



【提言3】スタートアップ・エコシステムの東北圏全域への展開と深化の促進

資料) 東北活性研作成

【提言1】地域一丸となったスタートアップ・エコシステムの抜本的強化

～東北圏の成長の源である大学発スタートアップを中心とした更なる成長～（図表7）

■スタートアップ

i：ユーザー目線を意識した研究開発領域の磨き上げ

東北圏の強みは、大学を中心とした高い技術力と研究力である。ユーザーのペインポイント^{注14)}解消や満足度向上に資するようユーザー目線を意識した研究開発力の磨き上げが重要である。

注14) ペインポイント：コストをかけても解決したい問題や悩み。

ii：成長が見込めるターゲット市場の明確化

成長したスタートアップは、創業前ないし創業後の早い段階で自社のターゲット市場を明確

にしている。自社の強みを生かし、競争優位に立てる品質・コスト差を確保できる市場や、大手と競合しないブルーオーシャン市場に狙いを定めるなど、市場戦略の明確化が重要である。

iii：地域の金融機関との関係構築と強化

創業時ないし成長の初期段階で、地域に根差して活動を行っている地銀に対し、事業計画を繰り返し丁寧に説明することにより、地銀との信頼関係を構築することで、成長のきっかけを掴むことが重要である。

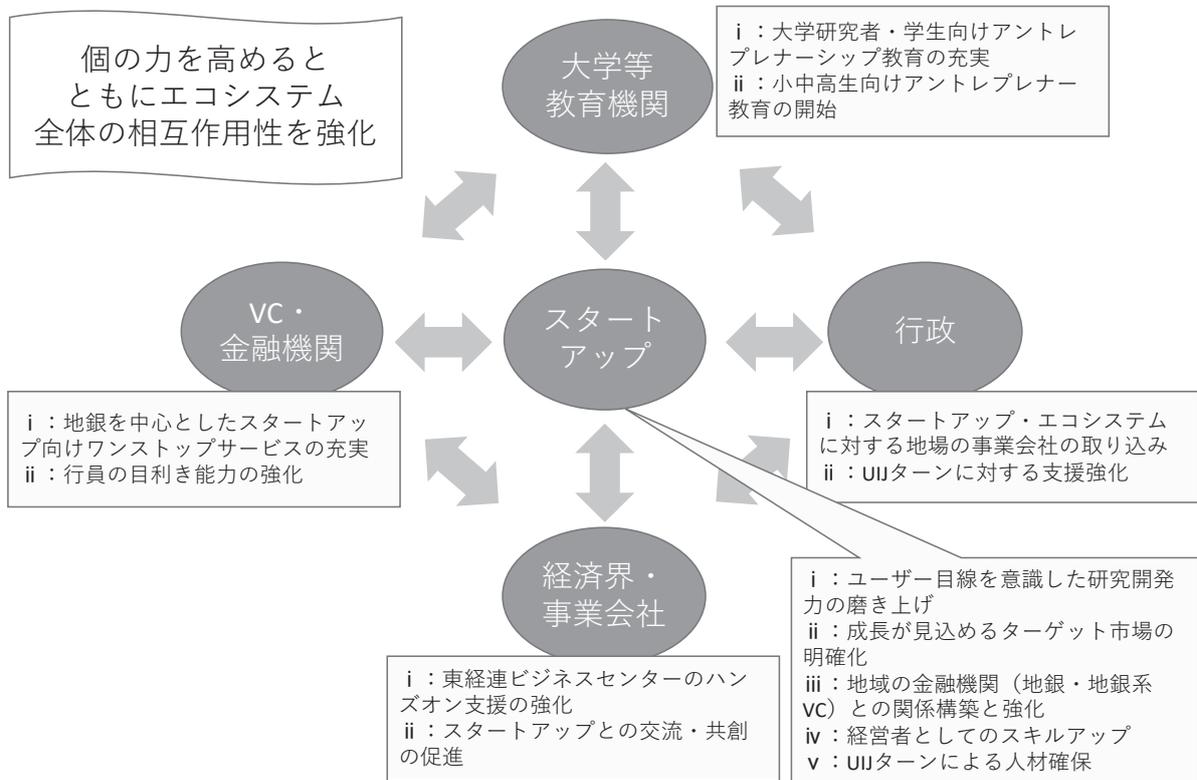
iv：経営者としてのスキルアップ

スタートアップの経営者は、既存の起業に必要な教育プログラムを成長ステージの早い段階から受講し、スキルアップを進める必要がある。

v：UIJ ターンによる人材確保

賃金水準では首都圏企業との競争で劣後することは避けられないため、副業としての就職の

図表7 スタートアップ・エコシステムのイメージ図



資料) 東北活性研作成

容認や東京から東北圏までの移動コスト（交通費）の補填、技術力・開発力のアピールなど、首都圏でスキルを磨いた東北出身者や首都圏人材にとって魅力的となる職場環境の構築が重要である。

■大学等教育機関

大学研究者・学生向けに研究シーズを題材にスタートアップの起業化、事業化を実践的に学ぶカリキュラムの提供や小中高生向けの起業家教育を充実させ起業家精神を醸成していく。

■VC・金融機関

支援メニューの存在を知らない地元スタートアップに対して、わかりやすくメニューを示すとともに、金融機関から係る出向人材を受け入れることにより、スタートアップの人材不足解消と金融機関の目利き力の強化を図る。

■行政

行政が主導して東北圏のスタートアップと地元の事業会社とのネットワークを構築していくとともに、UIJ ターンに対する首都圏と東北圏の移動費の補助や給与差補填、住宅補助などの支援を強化する。

■経済界・事業会社

ハンズオン支援を今後も継続的に実施するとともに、対等なパートナーとしての交流・共創を促す。

【提言2】成長エンジンとなるスタートアップと地元事業会社とのオープンイノベーション創出

東北圏では、地元事業会社とスタートアップとのオープンイノベーションは九州に比べて格段に少なく、両者をつなぐ接点やネットワークについても十分ではない状況にある。そのため、東北圏では行政が構築しているマッチングの取り組みの中に地元の事業会社を巻き込み、ス

タートアップとの接点を粘り強く増やしていく試みが必要となる。

また、将来的には地元事業会社が自発的に投資するオープンイノベーションファンドの設立を検討することも一案である。（図表8）

【提言3】スタートアップ・エコシステムの東北圏全域への展開と深化の促進

東北圏がスタートアップのメッカとなるためには、スタートアップ・エコシステムを東北圏全域に展開し、深化させていくことが求められる。

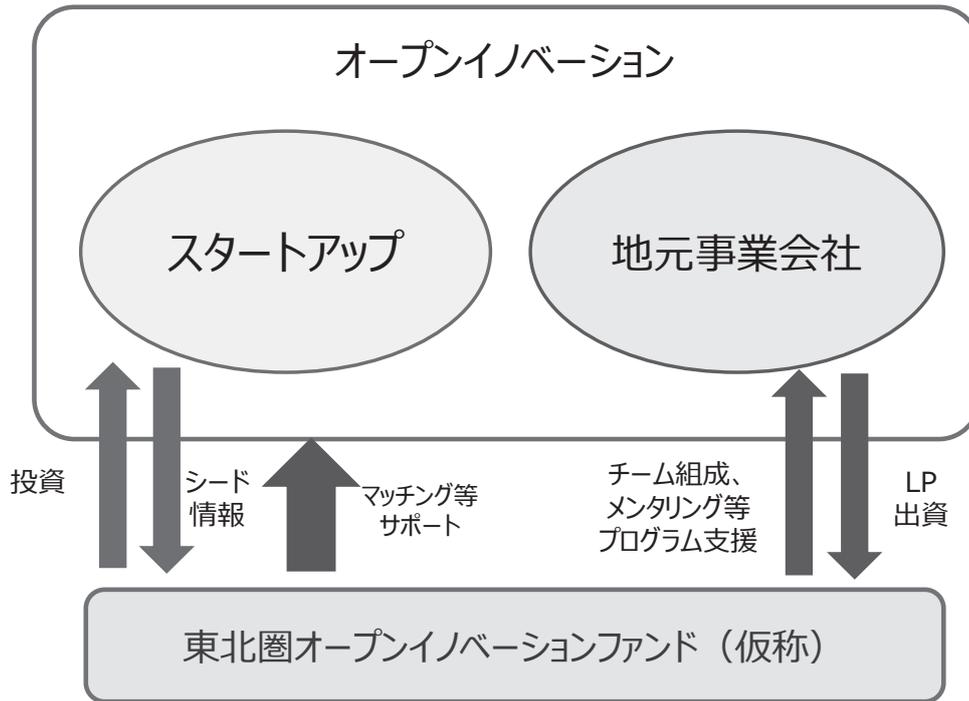
例えば、

- 仙台・宮城を中心としたスタートアップ・エコシステムに、東北圏の各県が参加することにより東北圏全域に展開する。
- 東北大学ベンチャーパートナーズ（株）を事務局とする広域的なスタートアップ支援の枠組みに東北圏の産学官金が参加することにより、東北圏全域のスタートアップ・エコシステムの深化を図る。

などが考えられる。

東北圏はスタートアップ・エコシステムの拠点としてはまだ発展途上にある。従来の県ごとにバラバラに予算をつぎ込む支援策を見直し、点を面にすることで全体のボリュームを増やしていく試みが欠かせないと考えられる。

図表8 東北圏オープンイノベーションファンド（仮称）のイメージ図



資料) 仙台市「仙台スタートアップ・エコシステム拠点形成計画」

九州における スタートアップ育成への取り組み

株式会社 FFG ベンチャービジネスパートナーズ
取締役副社長 山口 泰久 氏



※本稿は、2023年3月22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4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。

■ FFG ベンチャービジネスパートナーズ について

私は元々日本開発銀行、現在の日本政策投資銀行に入行しましたが、途中で「社内ベンチャー」として、ベンチャーキャピタルをつくりました。それが今のDBJキャピタルです。ファンドマネージャーを10年間やっておりましたが、そろそろ異動という時に、ふくおかフィナンシャルグループの福岡銀行から「ベンチャーキャピタルを立ち上げるので手伝ってほしい」というお話をいただきました。私は九州大学の出身なものですから、「喜んで」と言って移りました。

私は、DBJキャピタル、FFGベンチャービジネスパートナーズを通じて100社以上のスタートアップに投資を行い、今のところ15社上場しており、投資成績という意味では悪くないと思います。

ふくおかフィナンシャルグループの構成ですが、福岡銀行、長崎の十八親和銀行、熊本銀行に加え、みんなの銀行というフルデジタルの銀行を最近つくりました。この銀行、なんと福岡銀行のATMでお金が下ろせません。「全部スマホでやってください」という銀行です。そういう思い切ったことをやるのが、ふくおかフィナンシャルグループです。

私どものファンドは、ふくおかフィナンシャルグループの中で、ベンチャー育成のためにつくられたファンドです。「九州で内発型の産業を育成すべきだ」ということで、リスクマネーの供給、技術事業化プログラム、教育プログラムの提供といったエコシステムの構築、ふくおかフィナンシャルグループの取引先との協業などを行っています。

現在、運用しているファンドは1号、2号、3号、CVC、FOFの5つのファンドで270億円。それから九州オープンイノベーションファンドというファンドをGxPartnersと共同運用しており、1号、2号を合わせて約30億円、合計で7本、300億円のファンドを運用しています。

私どものポートフォリオの特徴としては、「大学発ベンチャーを育成してほしい」という財界からのご要望が非常に大きかったために、ディープテックを中心として、いろいろなところに投資をしています。

私どものファンドは元々、「九州・大学発ベンチャー振興会議」という、財界と大学とが立ち上げた組織の専用のファンドとしてつくられたという経緯があります。この振興会議では大学を支援しており、大きな事業の柱として、ギャップファンドというかたちで寄付をしています。民間企業から大学に対し、ギャップ資金

を1口50万で2口、3口と提供しています。自分の好きなプロジェクトを選ばせて、そういう大学のプロジェクトに民間企業のお金が流れるという仕組みは、日本では唯一九州で実現しました。

民間企業の皆さんから、寄付を集めるのには大変苦労しておりますが、幸いにも九州電力の瓜生会長をはじめ、トヨタ九州、安川電機、TOTOなどの地元企業さんに非常にご理解をいただきました。「地域の産業を興すために、まず大学をサポートしていこう」ということで、取り組んで頂いています。

■ FFGベンチャーファンドの特徴

弊社がスタートアップに対して、ステージ毎に、どのように投資していくのかですけれども、まずは創業前のところから、ギャップ資金という寄付などによってベンチャー企業をつくっていくことに取り組んでいます。ふくおかフィナンシャルグループもキューテック財団という財団を持っていて、助成金という形で年間3,000万円出しています。九州では、先ほど申し上げた民間企業の寄付金や、このような助成

金を大学のシーズに投入し、事業化を支援しています。

ベンチャー企業ができましたら、私どもベンチャーキャピタルの出番で、シームレスに投資していきます。そして上場まで持っていくというのが、我々ベンチャーキャピタルの役割となります。

現在、私どもでは九州発スタートアップに投資していますが、実は全体の30%にしか投資していません。結構、東京のベンチャー、それから海外のベンチャーに投資しています。その投資先としてディープテック分野が非常に多いということです。

事例としては、九大発ベンチャーのQPS研究所。今、人工衛星を作っています。コンステレーションといって30基以上の人工衛星を飛ばすのですが、2基飛ばした後、3号、4号を飛ばしたら、なんとJAXAのロケットが打ち上げに失敗してしまいました。1基だけでもとても高額ですが、10億円ぐらいが吹っ飛んでしまいました。実際には、保険をかけているので大丈夫なのですが、ベンチャー企業にとっては時間ロスが大きな問題で、運転資金がかかります

FFGベンチャービジネスパートナーズの概要



■ 大きなリスクマネーが必要とされる研究開発型スタートアップに対しても、継続的にフォローオン投資が出来る300億円規模の九州最大のVCとして、積極的な投資活動を実施。

株主	株式会社ふくおかフィナンシャルグループ100%
ファンド規模	運用総額 270億円
設立	1号：2017年5月 CVC：2020年4月 2号：2020年1月 FOF：2022年2月 3号：2022年8月
運用期間	15年間
投資対象	業種を限定しないあらゆるスタートアップ
投資地域	九州・福岡を中心に日本全国&海外

九州オープンイノベーションファンド
共同GP：Gx Partners と共に運営

QOF 1号：2019/4 10億円
2号：2022/8 ~ 20億円程度予定





大学発ベンチャーを中心にDeepTech投資に特徴
「JST/STARTプロジェクト」、「NEDO/STS事業」
「九州・大学発ベンチャー振興会議」と連携
IT・宇宙、創薬・バイオ、AI、AR/VR



幅広い投資領域と投資ステージ、+FOF
ITサービスやフィンテック等多様な領域に投資
あらゆる投資ステージに分散投資



九州地域企業とのマッチング、福岡の魅力
福岡・熊本・十八親和銀行及びみんなの銀行と
お取引のある企業様とスタートアップ企業をマッチング

ので、とても大変です。それでも数十億円のビッグマネーを集められるような大学発ベンチャーが、九州にもできてきているという例です。

もう一つの事例はEV モーターズ・ジャパンという、商用EVの会社です。なんと宮城交通に納車が決まりまして、会場に関係者がいらっしやるか分かりませんが、厚く御礼申し上げます。今、この電動バスの受注がものすごく、こういうものが新しい産業として勃興しています。ライバルは中国のBYDという企業でして、そのうち大手が参入してくるとは思いますが、国産の商用EVをつくっているのは唯一この会社だけなので、先行して頑張りたいと考えています。

他には、同じモビリティですが空飛ぶ車です。仮面ライダーリバイスや、プロ野球・北海道日本ハムファイターズの新庄監督が開幕の時に乗ったものですが、それをつくっているA.L.I.Technologiesという会社です。このスタートアップは、今年ナスダックに上場致しました。

このようなところに私どもは投資しています。

■イノベーションに関する時代背景とトレンド

2005年ぐらいからイノベーションのパラダイムシフトが起こっています。デザイン思考とか顧客志向型ビジネスと言いますが、今までのビジネスと違い、何かモノをつくればいいということではなく、まずお客さんが欲するものをつくるということです。これは商売の鉄則のような話ですが、意外に忘れられていたということで見直されました。その商業化のやり方の教育と、投資を併せてやるという動きが出ています。

さらに、九州では特にそうですけれども、コロナ禍によって一気にDXが進んでいます。DXは単なるデジタル化ではなく、ビジネストランスフォーメーションということで、地場の

レガシー企業、銀行もそうですし新聞会社、鉄道、そういうところが一斉にビジネスを変えていっています。

ビジネスモデルキャンバスやデザイン思考など、顧客起点でビジネスをつくるという理論が世界中でどんどん進んでいます。昔はとにかく大量生産まで持っていけば売れるという簡単な話だったのですが、本当に様々なビジネス開発の手法ができています。

アメリカのシリコンバレーでは、ビジネスモデル開発の教育と投資を一緒にやっていくアクセラレーターと呼ばれる組織が2005年ぐらいから出てきて、そこが数多くのベンチャー企業をつくっています。このような事例がようやく日本にも出てきており、おそらく東北エリアでもアクセラレーターの話があるのではないかと思います。

オープンイノベーションに関してですが、私どもも銀行系列なので情報漏えいやレピュテーションリスク、コンプライアンスにはとてもうるさいんです。何か新しい事業をやろうと思っても、ほぼできません。我々は他社の新規事業担当者ともコミュニケーションをとっていますが、どの会社の人たちも「敵は内にあり」で、「役員から言われて新規事業をやろうと思っても、がんじがらめでできません」と言います。

このような課題を解決するため、オープンイノベーションを出島方式でやろうとしています。社名を隠し、ベンチャー企業と一緒にジョイントベンチャーを外出ししてやる。そうするとレピュテーションリスクは避けられます。そして、ある程度成功したら元に戻す。このようなバイバックのような手法を含め、こういう出島方式がきています。

これはベンチャー活用方式で、コマツのような大企業のオープンイノベーションの事例ですが、佐賀のベンチャー企業であるOPTiMと組んで、新しいビジネスをつくっています。

■スタートアップは雇用を生み出す原動力

もう10年ぐらい前から同じことを言っていますが、スタートアップが雇用を生み出す原動力となることは、既にアカデミックにも証明されています。

ただし、日本では急成長するスタートアップが不足しています。大企業はたくさんありますが、ユニコーン^{*1}はほとんどありません。スタートアップは雇用の担い手となっていないので、とにかくスタートアップを育成して、雇用の確保につなげることを考える必要があります。

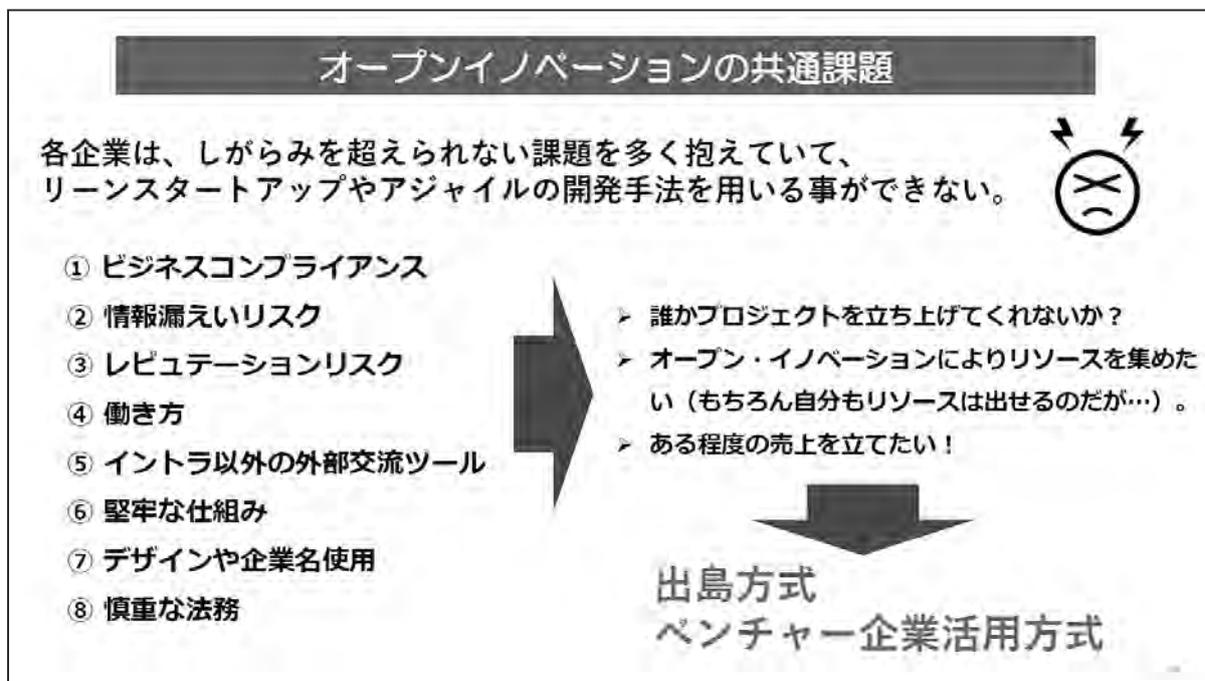
まず、スタートアップ育成の問題はギャップ資金です。我が国では、ギャップファンドが少ないので、プレベンチャーへの資金投入が不足しています。そのため、先ほどご紹介した「九州・大学発ベンチャー振興会議」では、九州の財界を挙げて取り組んでいます。最近では政府もお金を出しますので、官民挙げてプレベンチャーへの資金支援をしているということです。

アメリカでは大学がその役割を担っており、ほとんど全ての大学がギャップ資金を持っています。しかし、日本ではほとんどありません。九州の中でやっていたのは九大だけで、しかも年間2,000万円でした。さすがにこれではいけないということで、文部科学省が平成24年にSTART事業を始めました。最初は国全体で13億円の予算でしたが、今年はなんと全国で988億円という予算がつくことになりました。政府もプレベンチャー、大学発ベンチャーの重要性に対する理解が進んでおり、文部科学省のほうでベンチャー育成のためのギャップ資金を投じることが決まっています。

■スタートアップに関する九州エリア10の特徴

特徴1：J Startup Kyushu 33社選定

今、J Startup Kyushu に選定されている33社には、九大のKAICO、九州工業大学のKiQ Robotics、熊本大学のHMS、宮崎大学のSMOLT、大分大学のIAMといった大学発ベ



※1 ユニコーン (Unicorn company)：「設立から10年以内」「企業評価額が10億ドル以上」「非上場企業」「テクノロジー企業」といった4つの条件をすべて満たしている企業をさす。

ンチャーがたくさん選ばれています。

RATELはeスポーツの会社ですが、なんと高校生が創業したものです。今では大学2年生ですけれども。私どもは間接投資ですが、高校生に投資しました。

それから、大川家具のアツギベンチャーで、デジタル化に対応して配線が通る隙間のある机などを作っているWAAK^o。昆虫食のBugsWell。花卉流通のベンチャーのCAVIN。ヘルスケア関連のSUNAO製菓。製造業系の日本風洞製作所。このように九州に特徴的な会社が結構選ばれています。

特徴2：雇用創出を担うスタートアップ

雇用創出の担い手としてのスタートアップということでは、統計上の話ですが、5年以内の開業によって九州地域全体で6.4%の雇用効果がありました。

特徴3：元々起業マインドが高い土壌

東北の方々の質実剛健な感じに対して、九州の人たちは新しいもの好きで、何でもすぐにやるようなところがある地域です。元々そういう地域なので、起業マインドが高いと言えるので

はないでしょうか。

特徴4：地元出身者以外を引き付ける要素

地元以外の人たちが結構来ています。皆さん九州と言ったら「中洲で一杯」「飯がうまい」とか刷り込まれていますよね。実際そうですけど、クオリティー・オブ・ライフという意味では非常に高いところがあります。

特徴5：アジアへの近接性

これも九州の有利な点ですが、アジアに近い。ソウルまで1時間半ですので、仙台よりも近い。九州からですと、台北と仙台が同じくらいの感覚です。日帰りもできます。外国人も多くて、300万人ぐらい福岡市に来ますが、そのうち150万人が韓国人です。留学生も多くて、例えば立命館アジア太平洋大学は100カ国以上から留学生が来ています。九州は、東南アジア、韓国、中国、台湾、シンガポール、香港などから多くの人が来るというのは有利な点です。

特徴6：地域に立地する大学の役割

私どもも大学発スタートアップの支援に一所懸命取り組んでいますが、その数は増加してい



ます。大学の周辺にインキュベーション施設があります。FiaS(福岡市産学連携交流センター)というのは福岡市が整備したウェットラボで、バイオベンチャーが数多く入っています。その他福岡市の中心部にはFGN (Fukuoka Growth Next)もあります。

教育面では、九州大学には、アントレプレナーシップセンターが日本で初めて開設されました。私どもは長崎大学に寄付講座としてアントレプレナーシップセンターをつくりました。このように九州では、起業家教育からちゃんとやる大学が非常に多いということです。

仙台ですと皆さん東北大学をロールモデルとして見ていると思いますが、九州では九大です。アントレプレナーシップセンターは10年以上前からありますし、ビジネススクールには、技術商業化プログラムがあります。学部生向けのC & Cという実践プログラムもありまして、大学2年生が遺伝子操作して、それでビジネスをつくりたいというプランが実際に出てきます。本当に驚きます。また、独自のギャップファンも九大は持っています。

特徴7：スタートアップ都市福岡のシグナル効果

首長さんが有名、あらゆるところで宣伝してくれています。福岡市は、スタートアップ都市ふくおか宣言をしましたがけれども、2017年には旧大名小学校跡地にFukuoka Growth Nextをつくり、ベンチャー企業を集積させています。スタートアップ・エコシステム・グローバル拠点都市に福岡は選ばれています。

また、Startup Go! Go!、B Dash Camp、ICC FUKUOKAなど、ベンチャー関係者では有名なイベントが多数開催されています。Startup Go! Go!は1,000人ぐらい集まるピッチイベントです。私は審査員をしたんですが、出てくる人が突然中国語や英語でピッチするので驚きました。そういうイベントが普通に行われています。

博多駅から大濠公園までの間(仙台で言うと

仙台駅から青葉城くらいまでの間)に、数多くのスタートアップが集積しています。ベンチャー企業の本社が82社、非本社・支店が34社、コワーキング施設のような交流施設が18施設、ベンチャーキャピタルが9社あります。これは仙台でも緻密に調べてみると面白いと思います。とにかく歩いて行けるような狭い範囲に100社以上のベンチャー企業が集積しているわけですから、いろいろなイベントもやりやすい。当然、ビジネスも興りやすいということになります。

特徴8：起業家の活躍によるシグナル効果

起業家の活躍がすごく目立っています。『9割の社会問題はビジネスで解決できる』という本を読まれた方もいらっしゃると思いますが、著者の田口さんは福岡のベンチャー企業の方です。社会課題をNPOではなく、ビジネスで解決するということが非常に面白い。NPOは補助金が切れたら終わってしまいますので、利益が出ないと事業はサステナブルではないということです。

山に登る人は必ず入れているアプリだと思いますが、YAMAPの春山さん。主には保険事業で収入を得ている会社ですが、320万人のユーザーがいて、結構な人が遭難の時に助かっています。

社会課題解決型のこのような起業家が様々な発信をしますので、若者が感動して、どんどんベンチャーをやろうという気持ちになっています。ロールモデルは重要です。

特徴9：九州に根差したリスクマネーの存在

私どもは約300億円のファンドを持っていますが、弊社以外にもQBキャピタルや大分ベンチャーキャピタルなど、100億円規模のキャピタルがどんどんできています。つい最近、MCPという香港のヘッジファンドも福岡に立地するという記事が日経新聞に載っていましたが、リスクマネーが世界中から集まってきています。

特徴10：地元企業のスタートアップ支援

ここだけは絶対に言っておきたいと思っていたところですが、地元企業がアクセラレーターの活動に積極的に取り組んでいます。QTnet、西日本新聞、西鉄、そういう企業が様々なプログラムをやっています。西部ガスは40億円のCVC（コーポレートベンチャーキャピタル）をつくり、主に食の分野に投資しています。

地元企業には「九州・大学発ベンチャー振興会議」を通じて寄付金も出していただいていますし、地元財界挙げて取り組んでいます。この背景は、レガシー企業に危機感が強く、生き残りをかけて模索しているということです。

西鉄の事例を紹介します。私は、鉄道とバスの会社だと思っておりましたが、コロナショックを挟んだ2018年から2021年の間に物流会社が変わっています。営業収益のセグメント別構成比を見ると運輸業は14%に過ぎません。セグメントでは、物流業、不動産業、流通業のほうが運輸業より多くなっているのです。

「にしてつグループまち夢ビジョン2035」をみると、環境資源、農林水産、ウェルネス、地域ソリューションに取り組む方針です。オープンイノベーションプログラム「BUS STOP 3.0」

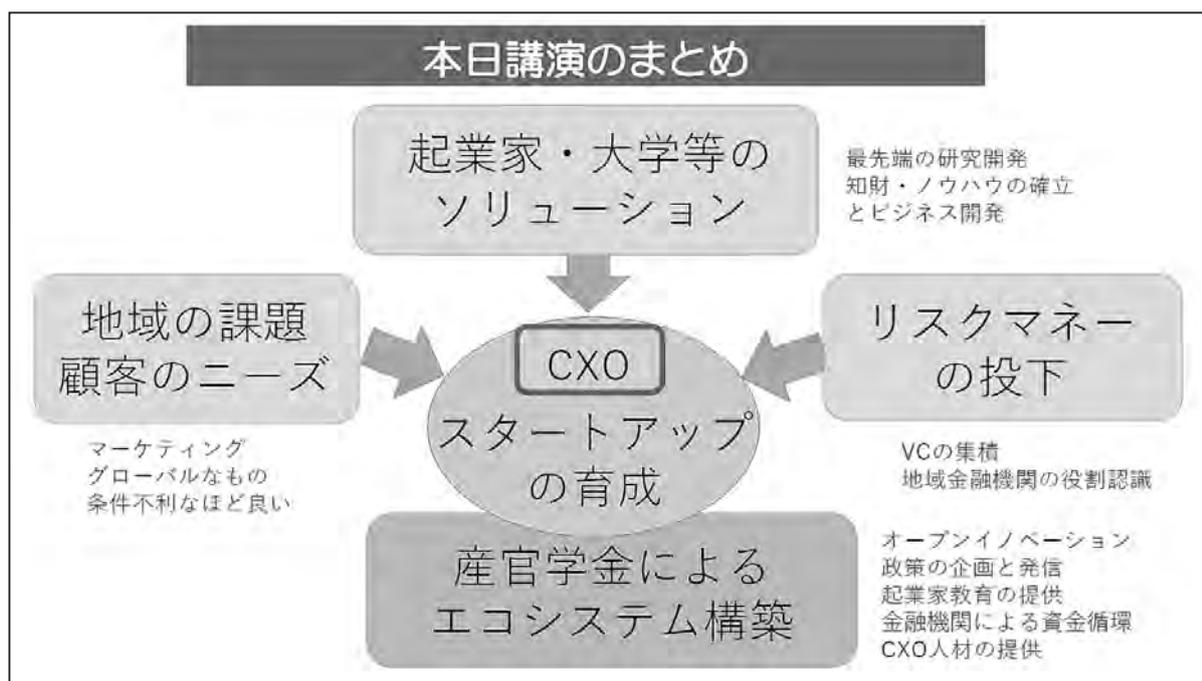
では「スマートバス停でどんなビジネスをやりますか」というビジネス募集をしています。また、これからEV化が進められますが、EV化しても火力発電から買電しては意味がないので、ベンチャー企業の自然電力㈱と組んでいます。先ほど紹介した商用バスのメーカーであるEVモーターズには、西鉄も弊社と一緒に投資しています。1,600台もバスがあるので、徐々に替えていこうという感じです。

西鉄は天神のど真ん中に新しいビルを建てますが、その中にケンブリッジイノベーションセンターと提携してベンチャー育成施設をつくることを検討しています。

■ FFG ベンチャービジネスパートナーズの取り組み

機関投資家、地元の財界と一緒にオープンイノベーションファンドもつくっており、教育も一緒にやっています。

様々な投資先とのマッチングも一所懸命にやっています。また、ピッチイベントも岩手銀行、七十七銀行と一緒にやっていますのでご紹介させていただきます。



最後に結論ですけれども、地域課題や顧客ニーズに対応して、起業家や大学とのソリューションを提供するとリスクマネーが必要となります。ギャップファンドやベンチャーキャピタルなどが必要となるということです。

地域課題は課題が深いほど、グローバルで条件が不利なほどビジネスになりやすいのですが、その解決方法を考える起業家およびCxO^{*2}が不足しています。CxO人材の確保については、まだ決定的な手段がありません。日本全国同じだと思いますが、そこを解決するために台湾などの海外の人たちと組んで、何とかしたいと考えているところです。

とにかく九州の場合は各主体が行動していません。九州の軽いノリで、行き当たりばったりな所もありますが、こうして集めてみるとやっている感じになります。九州では各主体がそれぞれの立場で全力を尽くしていますということをご紹介させていただきました。

ご清聴ありがとうございました。

(質問者)

来年度から、国は10兆円規模の大学ファンド運用益によって「国際卓越研究大学」へ助成することにしています。九州大学も応募すればすごいことになるでしょうが、何を目玉にして応募するのでしょうか。

(山口氏)

国際卓越研究大学の応募には関与していませんので分かりませんが、我々はギャップファンドのほうに九大と一緒に応募しようと考えています。その戦略は、アジアとの連携です。これは他の地域が真似できないので、そこを推していこうと思っています。

九州大学もそうですが、海外の大学との連携の中にアクセラレーションプログラムがあります。そういうものをどんどん取り入れ、ベンチャー企業ができれば、まずアジア市場から入っていくという戦略でギャップ資金等に応募しようと思っています。

研究に関しては、九州大学は素材やケミカル分野がとても強いです。東北大学には金属材料研究所がありますけれども、九州大学の場合は有機ELが強みです。元々安川電機の寄付で始まった九州工業大学は、ロボティクスが強いのでロボット中心にやろうというように、大学ごとに特色を出そうとされていると思います。

講師略歴

山口 泰久(やまぐち やすひさ)氏

1986年九州大学卒業後、日本開発銀行(現日本政策投資銀行)に入行。

2006年社内ベンチャーとして知財開発投資(株)を設立し、本邦初の「知財開発ファンド」運用開始。その後、同社をDBJキャピタル(株)に改組し、取締役投資部長や取締役マネジングディレクターを歴任。2012年より文部科学省STARTプロジェクト(現JST・STARTプログラム)代表事業プロモーター就任(現任)。

2017年5月より(株)FFGベンチャービジネスパートナーズに移籍し、「九州・大学発ベンチャー振興会議」と連携する「FFGベンチャーファンド」の運用を開始。2018年4月より、同社取締役副社長に就任。2019年4月に「九州オープンイノベーションファンド」を設立し、投資委員を兼任。

*2 CxO (Chief x Officer) : 「Chief : 組織の責任者」 + 「x : 業務・機能」 + 「Officer : 執行役」からなる経営用語であり、企業活動における業務および機能の責任者の総称のことで、主なものは以下のとおり。

CEO (Chief Executive Officer) 最高経営責任者

CFO (Chief Financial Officer) 最高財務責任者

COO (Chief Operating Officer) 最高執行責任者

CTO (Chief Technical (technology) Officer) 最高技術責任者

地域に愛されるワイナリー、地域に愛されるワイン造り ～かわうちワイン株式会社の取り組み～

東日本大震災からの復興は、国による「第2期復興・創生期間」が2021年度からスタートしており、復興まちづくり等、ソフト面の取り組みも、さらに前に進められている段階にあります。

このような中、本誌では震災以降、復興に向けた地域再生や起業・新規事業立ち上げ等に取り組んできた企業やNPO、地域団体等の方々の現在、そして今後の展望等を紹介しております。

3回目となる今回は、福島県双葉郡川内村で醸造用ブドウ栽培とワイナリー事業に取り組んでいる「かわうちワイン株式会社」を訪ね、お話を伺いました。

東日本大震災以降、福島県では各地でワイン造りの取り組みが始まりました。当センターが2015年度に実施した助成制度である「福島復興に関するプロジェクト支援事業」においては、4つのプロジェクトが支援先に選定され、そのうちの一つが「福島県浜通りにおける醸造用葡萄栽培とワイン醸造に関する人材育成の仕組みの検討」でした。

2023年3月9日、当センター事務局では、このプロジェクトにも参加された北村秀哉さんが業務執行取締役として経営に携わる「かわうち

ワイン株式会社」(以下、かわうちワイン)を訪ね、同社の取り組みなどとともに、「ふくしまワイン広域連携協議会」や「テロワージュふくしま」実行委員会についてお話をお聞きしました。

かわうちワインの概要

当日は、北村さんと遠藤一美さん(かわうちワイン・総括マネージャー)から、かわうちワインの概要、現在の取り組みと将来展望などについて説明をしていただきました。



北村秀哉さん

かわうちワイン株式会社の概要	
本社所在地	福島県双葉郡川内村 大字上川内字大平2-1
代表者	代表取締役 猪狩 貢 氏
資本金	7,500千円
設立	2017年8月1日
運営体制	取締役5名、監査役1名、 派遣1名(川内村)、 地域おこし協力隊3名で運営
主な事業内容	ワイン用ブドウの栽培、ワインの製造販売 事業等
HP	https://kawauchi-wine.com

(かわうちワイン株式会社提供資料より)

かわうちワインの経営理念は「地域に愛されるワイナリー、地域に愛されるワイン造り」です。代表取締役は、川内村の副村長だった猪狩貢さんが務めていらっしゃいます。2017年に村主導で設立された会社で、資本金750万円のうち6割以上が川内村から出資されています。遠藤さんも川内村から出向されているそうです。



遠藤一美さん

ワイン事業の状況

かわうちワインが2021年に醸造して2022年から販売したワインは約1万本ですが、ほぼ完売の状況です。村内の取扱店でも2,000本以上売れ、地元でも認知され、根づいてきています。既に福島県浜通り地方や首都圏のレストランで取り扱っているところもあり、いただいたご縁を大切にしながら、徐々に販路拡大を進めています。

かわうちワインの事業は復興創生という面も持っています。震災前はワイン用のブドウ栽培など考えもしなかったそうですが、新たな農業、新たな産業を目指して村が復興創生に向かっていくところに、北村さんたちからワイン用ブドウ栽培とワイン造りへの挑戦が提案されました。この提案があったとき、遠藤さんは川内村

役場の農政係に在籍されており、そのときからワイン事業に携わっていらっしゃいます。遠藤さんによれば、実際にやってみると苦労も多いけれど、やってよかったと感じているそうです。

2022年の9月からは他社から購入したブドウ7.7トン、10月中旬以降は自社で栽培したブドウ約5トンの醸造を開始しました。

かわうちワインのワイン造り

2016年、かわうちワインが最初に植えたブドウの苗木は2,000本。品種については、「ここに合うブドウはこれだ！」と決めていたわけではありませんでした。白ワインも赤ワインも造れるのではないかと考え、シャルドネやメルローを多くしながらも、カベルネ・ソーヴィニヨン、カベルネ・フラン、ピノ・ノワール、ソーヴィニヨン・ブランなども栽培することにしたそうです。

現在の主力品種としては、赤はメルローが一番多く、次がカベルネ・ソーヴィニヨン。白はシャルドネが中心です。ヨーロッパでも北部の産地のブドウのほうが、川内村の畑の雰囲気合っていると考え、ピノ・グリやゲヴェルツトラミネールという、フランスではアルザス地方などで栽培されている品種を植えています。

どのような品種が川内村に合っているのかは、ワインにしてみても徐々に決めていくそうです。かわうちワインはブドウを植えてからまだ



かわうちワインのブドウ畑

6～7年。ワイナリーとしてはファーストヴィンテージが初めて出たところです。「これから落ち着いてゆっくり考えながらやっていこう」と、関係者で話しているところです。

かわうちワインには、2つのシリーズがあります。一つが「ヴィラージュ」。川内村産のブドウでつくったものです。ラベルには、村の木であるモミ、村の鳥であるウグイス、村の花であるサラサドウダンが描かれています。

もう一つが「リベル」。こちらは、村外のブドウを使用して作るシリーズです。リベルはオランダ語で「トンボ」という意味です。風に乗ってやってくる「トンボ」で、村の外からやってきた人やモノを表現しているそうです。ラベルには、村の山の稜線が描かれています。



ヴィラージュ (左)とリベル (右)

発売してから、ほぼ半年で両シリーズとも完売の状態となりました。北村さんは「ファーストヴィンテージということで、ご祝儀で売れた面もあったと思います。それに甘んじることなく、おいしいワインをつくらないといけない」と語りました。

かわうちワインの当面の目標

かわうちワインでは基本的な考え方として、地元の方に愛されることももちろんですが、「自社ブドウ、つまり川内村で育ったブドウ、この

地域らしいブドウでつくったワインを売っていく」、「頑張って品質を上げ、復興だけではなく、おいしいから、かわうちワインを買おうというファンを増やす」ことを目指しています。

また、徐々に生産量を上げ、日本ワインコンクールへ出品して受賞することを目標とし、その準備も進めているそうです。

ワイン造りの技術向上

おいしいワインを造るためには、技術を向上させる努力は欠かせません。しかし、ワイン産業が成熟していない日本は、長い歴史を持つヨーロッパのワイン産業と裾野の広さが全く違います。その一例が「エノログ」です。「エノログ」は、ブドウの栽培からワインの醸造まで一貫した知識と経験を持つワインの技術者で、フランスでは国家資格です。日本には、そうした国家資格がありません。

ワイン醸造の技術や品質を上げていくためには、ワイナリーの技術者が経験し、身体で覚えていたことを、なぜそうなるのか理論的に理解する必要があります。日本ではワインについてブドウ栽培から醸造まで、体系的に勉強できるコースがなく、唯一、山梨大学にワイン・フロンティアリーダー養成プログラムがあるだけです。

ちなみに福島県は、日本酒の全国新酒鑑評会において、金賞受賞数で史上初の9回連続日本一となりました。これには酒造りに科学を取り入れ、若き造り手に酒造りのいろはを教える「清酒アカデミー」の存在と、福島県の職員だった鈴木賢二さんが福島県ハイテクプラザで「おいしい日本酒のつくり方」を体系的にまとめたことが大きく貢献しています。杜氏さんが門外不出としてきたことを若い人が勉強しあい、優

れた醸造技術が全体にいきわたることによって酒質の底上げにつながったとされています。

北村さんは「ふくしまワイン広域連携協議会」の事務局長も務めていらっしゃいます。北村さんは福島県内のワイン関係者が個々に同じような問題に悩むのではなく、広域に連携しながら一緒に技術を磨いていったらよいのではないかと考えました。山梨大学、福島大学、ふくしまワイン広域連携協議会の三者で連携し、ワイン・フロンティアリーダー養成プログラムが福島でもオンラインで受講できるようにしたそうです。新型コロナの影響によってプログラムの講座そのものが休講になったこともあり、休止していたそうですが、再開に向けて動き出したいと考えています。

テロワージュふくしま

北村さんはもう一つ、「テロワージュふくしま」実行委員会の委員長という顔も持っています。「テロワージュ」とは、フランス語のテロワール (Terroir; 気候風土と人の営み) とマリアージュ (Mariage; 食とお酒のペアリング) をかけあわせた造語で、秋保ワイナリー (仙台市) の毛利親房さんが提唱したものです。東北地方で食のツーリズムを形成しようという毛利さんの呼びかけに賛同し、福島県でも2019年から本格的に活動を開始しています。

ワインは食中酒ですので、北村さんはその土地の料理と合わせておいしく召し上がっていただくために、イベントなどの機会を積極的につくっていかうとも考えています。川内村では、名産になっているイワナの他、きのこやそばも採れ、そば粉のガレットは白ワインと合います。

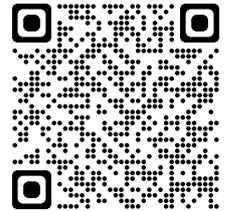
「テロワージュふくしま」では、地元のものをきちんと提供している宿や料理店にスポットを

当てて紹介しています。北村さんは「地方は食とお酒の生産地。食材やお酒の生産者と料理人の距離が近いことが魅力。テロワージュに参加しているお店は、良質な地元食材を使った美味しい料理を味わえるお店ばかりです。ぜひ実際に福島に来て、味わっていただきたい」と語ります。「テロワージュふくしま」に参加している料理店等には、実行委員会のメンバーが一軒一軒訪ねてお店の内容をきちんと確認をされているとのこと。



都内のイベントで提供した福島県産の食材を使った料理

「テロワージュふくしま」の
HPはこちら→



結びにかえて

今回お話を聞かせていただいた北村さんと遠藤さんからは、東日本大震災による被害からの復興・再生に向けた想いととも、生産者としての誇りとチャレンジ精神が伝わってきました。福島でワイン造りを学んだ人が地元産のブドウで醸したワインを、より多くの人を楽しめるよう、これからも応援していきたいと思えます。

[文責:企画総務部 國井(取材当時)]

宮城県受託事業「令和4年度 みやぎ女性応援プロジェクト実態調査業務」

はじめに

当センターでは、宮城県より「令和4年度みやぎ女性応援プロジェクト実態調査業務」を受託し、県内の大学生・短期大学生及び県内企業を対象にアンケート調査（学生には追加インタビュー調査）を実施した。本稿では、調査の概要と調査結果のポイントを紹介する。

1. 調査の目的及び内容

1-1 目的

宮城県では、大学・短期大学を卒業した学生の半数近くが就職を機に県外に転出しており、高齢化や人口減少の要因の一つとなっている。こうした現状を緩和するため、多くの若年層、特に女子学生が県内に定着しやすい環境の整備を推進することが求められている。

そこで本調査では、県内の大学・短期大学生

及び県内企業を対象にアンケート調査（学生には追加インタビュー調査）を実施し、学生の就職に対する考え方や就職活動、就職先に求める要件と、県内企業の女性採用と女性活躍の取組みなどの実態を把握する。そして若年層、特に女子学生の県内への就職及び定着に有効な施策や若年層への効果的な施策等の広報、庁内の広範な業務に活用するための基礎資料とすることを目的とする。

1-2 調査内容

(1) 宮城県内大学・短期大学学生就職等調査

県内に設置されている大学等により構成される「仙台学長会議」に加盟する大学及び短期大学19校に在籍し、翌年、翌々年（調査時点より起算）に就職を控える学部生及び短大生（約25,000名）を対象に、就職に対する考え方や就職活動、就職先に求める要件などを調査した。

調査は、アンケート調査とインタビュー調査を実施した。インタビュー調査については、ア

宮城県内大学・短期大学学生就職等調査の概要 ※ 女子学生の結果

<アンケート調査>

- 調査対象：県内に設置されている大学等により構成される「仙台学長会議」に加盟する大学及び短期大学（19校）に在籍し、翌年、翌々年に就職を控える女子学生1064名
- 実施時期：2022年6月 ■ 調査方法：Webアンケートシステムを活用したインターネット調査
- 回答者属性：【出身地】宮城県58.9%、東北（宮城県除く）29.5%、その他11.6%、【学校】大学生87.0%、短大生13.1%、【学問分野】文系60.5%、理系28.4%、その他（芸術、スポーツなど）11.1%

<インタビュー調査>

- 調査対象：上記アンケート回答者でインタビュー参加への同意が得られた協力者から県内就職意向の有無や就職活動の意識などの回答傾向を踏まえて抽出した女子学生12名
- 実施時期：2022年7月 ■ 調査方法：Web会議システムを活用したオンライングループインタビュー
- 回答者属性：【希望する就職先地域】県内企業就職内定者5名、県内就職希望者3名、県外企業就職内定者3名、県外就職希望者1名

企業等女性活躍実態調査の概要

- 調査対象：従業員数10名以上の宮城県内543社
- 実施時期：2022年6月 ■ 調査方法：紙面アンケート調査
- 回答企業属性：【所在地】仙台市内57.3%、仙台市外42.7%、【業種】建設業16.8%、製造業10.3%、運輸通信業6.5%、卸売業、小売業19.8%、宿泊業、飲食サービス業7.1%、医療、福祉10.4%、その他サービス業16.0%、その他13.1%、【企業規模】10～99人66.3%、100～299人21.2%、300人以上12.6%

ンケート回答者の中から対象者を抽出し、アンケート調査では把握しきれない県内就職及び定着に対する意識の実態を明らかにした。

(2) 企業等女性活躍実態調査

県内の産業別構成比をもとに無作為抽出した従業者数10名以上の県内企業1,525社を対象に、女子学生の採用意向や採用活動、職場の女性活躍やワーク・ライフ・バランスの取組み状況などを調査した。

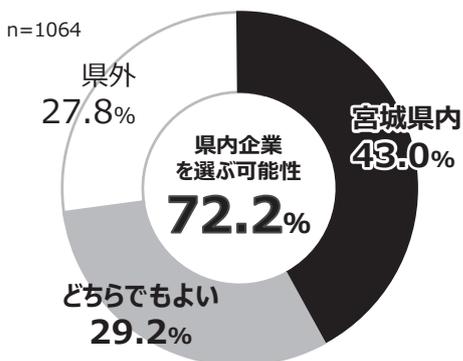
2. 調査結果

以下では、女子学生の就職に関する意識や実態、将来展望について両調査から明らかとなったポイントを紹介する。

2-1 女子学生の7割が県内企業を選ぶ可能性あり

希望する就職先地域について(図1)、「宮城県内」(43.0%)が最も多く、「どちらでもよい」(29.2%)、「宮城県外」(27.8%)の順となった。

図1 希望する就職先地域



※ 希望する就職先地域別で「①希望する就職先の規模」及び「②県内農林水産業・食品加工業への就業検討の可能性」についてみると、いずれも就職先地域を定めていない女子学生「どちらでもよい」が高かった (①64.6%、②40.2%)

就職先検討段階では就職先地域未定の女子学生が3割も存在し、県内希望者と併せて7割の女子学生が県内定着に結び付く可能性があることが明らかとなった。

2-2 就職先を選ぶ上で重視するポイントは風通しのよい職場環境や充実した福利厚生制度、やりがいのある仕事の有無

就職先を選ぶ上で重視するポイントは(図2)、「職場の雰囲気や人間関係が良いこと」(56.1%)、「福利厚生制度が充実していること」(41.5%)、「やりがいを感じられること」(35.7%)が上位となった。女子学生は風通しの良い職場環境や、やりがいのある仕事ができることを重視していた。

2-3 就職先選びで知りたい情報も職場環境や風土、具体的な仕事内容、福利厚生制度。しかし、企業はそうした情報の発信が不十分

女子学生が就職先を選ぶ上で知りたい情報も前述の重視するポイントと同様の傾向がみられており(図3)、「人間関係や職場の雰囲気」

図2 就職先を選ぶ上で重視するポイント

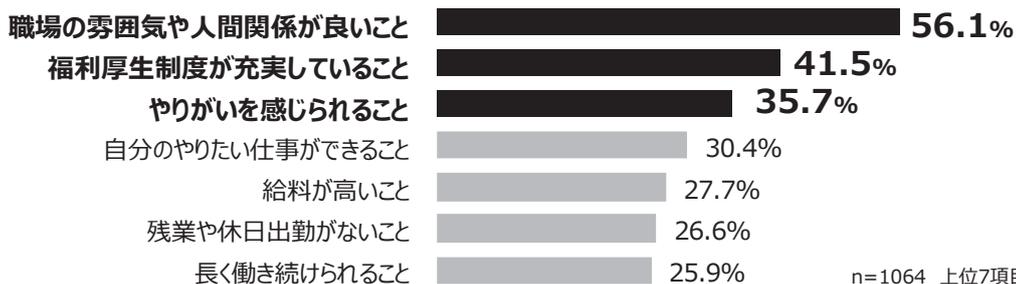
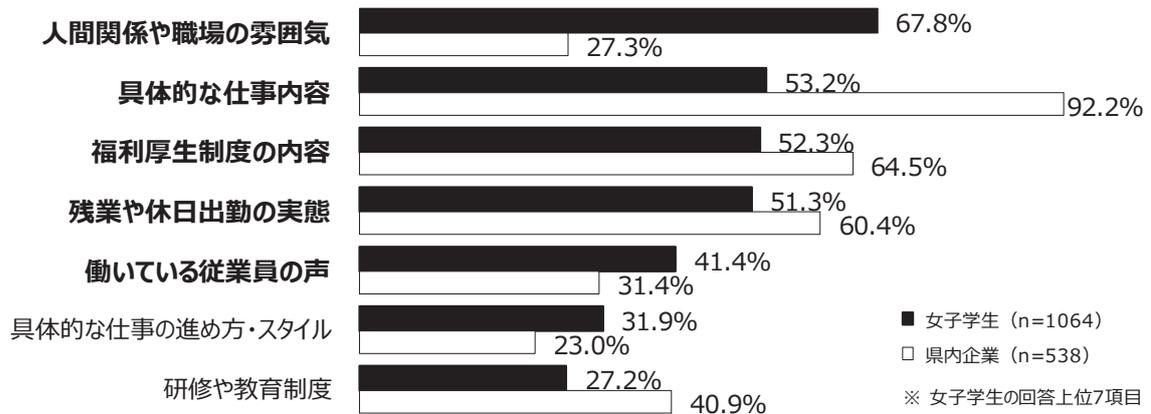


図3 就職先を選ぶ上で知りたい情報・採用活動に伴い公表している情報



(67.8%) が最も多く、「具体的な仕事内容」(53.2%)、「福利厚生制度の内容」(52.3%)、「残業や休日勤務の実態」(51.3%)、「働いている従業員の声」(41.4%)が続いた。一方、県内企業が採用活動に伴い公表している情報については、「具体的な仕事内容」(92.2%)は9割超の企業が公表しているものの、「人間関係や職場の雰囲気」(27.3%)、「働いている従業員の声」(31.4%)など職場の実態に関する情報の発信は3割程度にとどまった。女子学生が知りたい情報と企業が公表する情報にミスマッチが生じていることが明らかとなった。

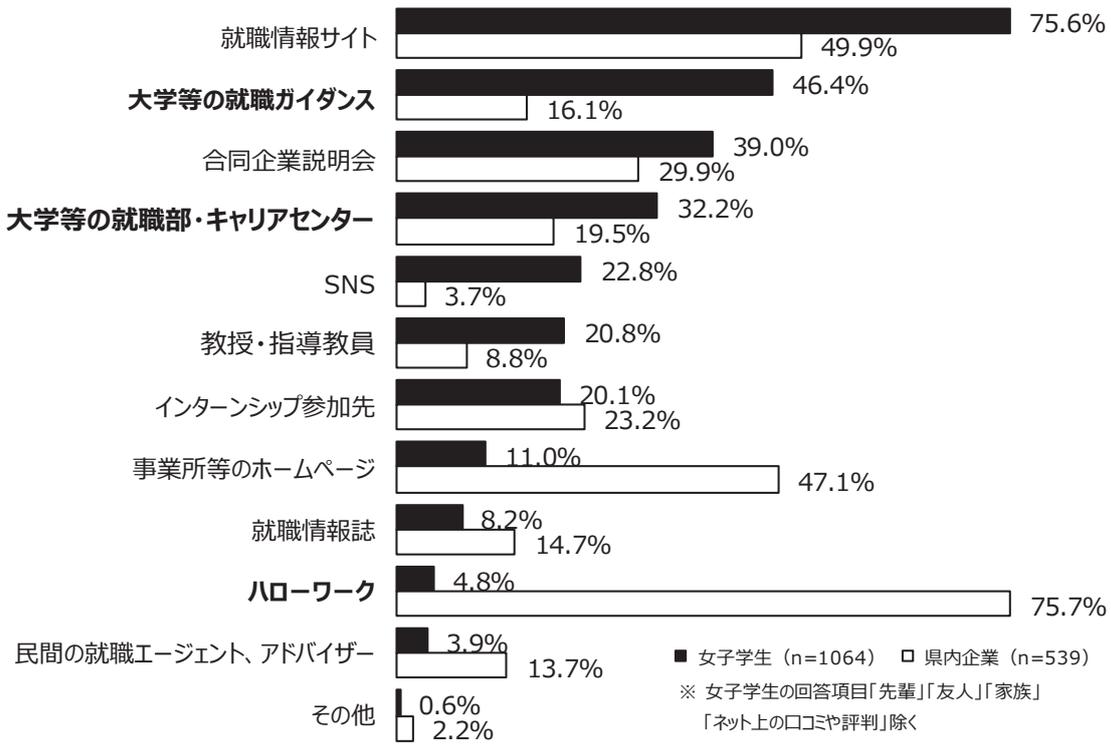
2-4 女子学生の就職活動に関する情報入手先と県内企業の採用活動で活用している手段に大きなミスマッチあり

女子学生の就職関連情報の入手先について

(図4)、「就職情報サイト」(75.6%)、「大学等の就職ガイダンス」(46.4%)、「合同企業説明会」(39.0%)が上位となった。一方、県内企業が採用活動で活用している手段については、「ハローワーク」(75.7%)が最も多く、「就職情報サイト」(49.9%)、「自社ホームページ」(47.1%)が続いた。企業が最も活用しているハローワークの女子学生の活用は1割(4.8%)に満たず、女子学生の情報入手先と県内企業の活用手段にも大きなミスマッチがあることがわかった。

大学就職部などの活用について、女子学生と県内企業の回答割合を比較すると、「大学等の就職ガイダンス」が30ポイント以上(46.4%、16.1%)、「大学等の就職部・キャリアセンター」が10ポイント以上(32.2%、19.5%)の差が見

図4 就職関連情報の入手先・採用活動で活用している手段



宮城県内企業だったら
学校の就職部に相談すれば
すぐに答えてくれる
(県外就職者)



結局選考に進んだ2社は
人づてに聞いたり
大学の就職部に来たところ
(県内就職者)



大学主催の説明会は
宮城県内企業が中心だったので、
そこで県内企業の情報を知った
(県外就職者)



られた。インタビュー調査によれば、女子学生は県内企業の情報を大学から得ており、県内企業にとって大学との連携は女子学生採用の大きな鍵となることがわかった。

2-5 女子学生一人一人に合わせて適切なサポートを行ってくれる企業や職場の働き方の実際を包み隠さず教えてくれる企業は好印象

インタビュー調査によれば(図5)、就職活動を行う中で印象の良かった企業は、女子学生一人一人に合わせて適切なサポート(先輩社員との座談会、社員訪問など)を行ってくれる企業や説明会で社員から職場の雰囲気の良い感じが感じられる企業、職場の働き方の実際を包み隠さず教えてくれる担当者がある企業となった。

また、面接において企業から対等に接しても

らえていると感じられる企業や説明会や面接などの運営に入念な準備を行っている企業も印象が良かった。

2-6 採用におけるIT化が進んでいない企業や女子学生への真摯な対応が欠如している企業はマイナス印象

インタビュー調査によれば(図6)、就職活動を行う中で印象の悪かった企業は、オンラインツールが使いこなせなかったり、メールではなく電話での連絡や対面での対応が中心であったり、採用におけるIT化が遅れている企業となった。

その他、面接やインターン中に過度な地元話で盛り上がろうとする企業や面接で対等に接してくれようとする企業も印象が悪かった。

図5 印象の良かった企業

- こういところが不安だと言ったら**会社の先輩の話を聞く座談会**に参加させてもらったり、そういうサポートをしてくれたところに好感を持った（県外就職者）
- 説明会の雰囲気や社員同士の会話の雰囲気に着目していた。**社員同士がフラットな関係で、リラックスした雰囲気**があり、しかもそれが作りこまれていない自然な感じがしたので今の会社を選んだ（県外就職者）
- 説明会で実際に働いている人の話を聞いた。**福利厚生とか休日とか何も隠さず話してくれる社員がいた会社**があって、そこは信用できるなと思った（県外就職者）
- （面接の際に）**相槌を打ってくれる会社**さんは印象がよかった。内定をもらって決めた会社は相槌もあつたし、ちゃんと話を聞いている感じがした（県内就職者）
- 面接中でも面接官ではなく**一社会人として対等に話してくれる方**は印象がよかった（県内就職者）
- **連絡が早い企業は印象がよかった**。面接について送るとすぐに連絡がきた企業は仕事でも滞りなくやっているということだからいい印象だった（県内就職者）
- 今はほぼオンライン。オンラインでやっていてサクサク進めていける企業はあった。**会社のITスキルが見える**。それがスムーズにできている企業は好印象だった（県内就職者）



図6 印象の悪かった企業

- 会社説明会はZoomのオンラインで行われた。招待リンクのメールが**当日の開始時間になっても送られてこない**。Zoomが始まって、**社員さんの説明の段取りが悪い**。会社説明会は会社の入り口。そこで「これはどうだったっけ？」というのを見せられたらこっちも困る。この時点でここはないなと思った（県内就職者）
- オンラインの面談では接続トラブルがあった。**トラブルの原因は会社だったのにこっちが原因**という感じにされた（県内就職者）
- **連絡手段が電話しなかったこと**。こんな時期だしリモートでもよかったのではないかと思う（県内就職者）
- **地元のノリみたいな感じが**多かった。出身地や出身校の話がされたが、自分あまりついていけなかった。このことも宮城県でなくてもいいと思った要因の1つだと思う（県外就職者）
- 相槌がないとすぐ負担を感じる。審査だけずっと相槌もなく聞かれているとちゃんと聞いてくれているのか不安になる。**就活だけどこちが上だからという態度**を出すのはどうだろうと思う（県内就職者）



2-7 7割の女子学生はワーク・ライフ・バランスを重視した働き方を希望

希望する働き方について（図7）、「仕事とプライベートを両立させたい」（74.2%）が最も多かった。インタビュー調査によれば、両親の勧めや意見に従って就職先や働き方を決めたケースは少ないが、親の姿を見て自身の働き方や生き方、就職先を考える女子学生が多かった。

希望する暮らし方について（図8）、インタビュー調査によれば、県内企業に就職したくない理由として、首都圏企業に比べ給料が低く、一人暮らしができないことが挙げられた。同じく、県内就職・就職希望者からは一人暮らしをしたい気持ちはあるものの、金銭的な余裕のなさから実家暮らしを選択するといった意見が聞

かれた。県外・県内就職の如何にかかわらず、女子学生の一人暮らしに対する憧れやニーズは高いことが明らかとなった。

2-8 半数以上の女子学生が育児をしながら働きたいと考えている

希望する将来のライフコースについて（図9）、結婚を希望する（「専業主婦」「DINKS」「再就職」「DEWKS」）割合が88.5%、結婚を希望しない（「ワーキングシングル」）割合が11.5%であった。「DEWKS」を希望する割合（50.8%）が最も高く、大半の女子学生は同じ就職先で出産、育児を経ながらキャリアを積んでいくことを意識しているものと考えられる。

図7 希望する働き方

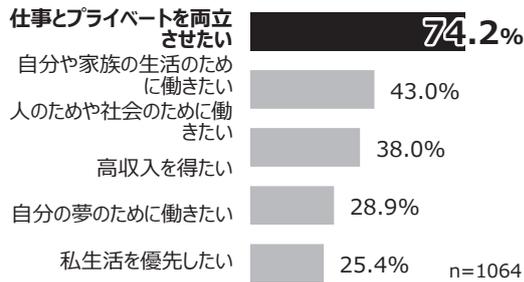


図8 希望する暮らし方

- 宮城を出てみたい。自分1人で生活してみたい。宮城県だと給料が安くなる。だったら宮城県にこだわることはないと思った（県外就職者）
- （県内企業を検討した）友達の話を聞くと、実家から通えば大丈夫だけど一人暮らしだと厳しい給料だから、選考を受けないところもあったみたい。（県内企業の給料は17万いかないぐらいだから厳しいと思った（県外就職者）
- 就職しても実家暮らし。一人暮らしをしたい気持ちもある。自分で自立して生きていけるようにならないといけないのではないかという不安もあって一人暮らしをしたい（県内就職者）
- 就職しても実家がいいと思っている。一人暮らしに憧れた時期もあったけど、今は家に帰ってきたら人がいるという方が安心する（県内就職希望者）
- 一人暮らしに対する憧れはある。自由だからというもある。でも一人暮らしをするのにもお金がかかる。光熱費、家具に出す元手が無い。現実的に一人暮らしは難しい、したいけどできない状況（県内就職者）



女子学生が求めるワーク・ライフ・バランスが整う環境を整備することは、様々な事情を抱える社員の働きやすさにつながり、人材の定着にも結び付く。企業において多様で柔軟な働き方が可能な環境を早急に整備していくことが求められる。

おわりに

本稿では、宮城県が2023年3月に公表した「令和4年度みやぎ女性応援プロジェクト実態調査業務」の調査結果のポイントを紹介した。

本調査結果は下記、宮城県のサイトで公開されている。

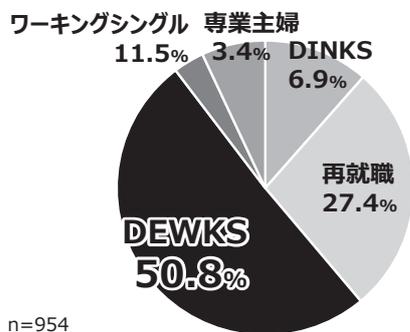
この調査結果が企業並びに自治体、関係者の皆様の女子学生の採用・定着に向けた取組みにご活用いただければ幸いです。

（調査研究部 伊藤）

調査結果 URL

https://www.pref.miyagi.jp/site/zuutto_miyagi/news/230328_01.html

図9 希望するライフコース



- 「DINKS」：結婚するが子どもは持たず、仕事を続ける
- 「再就職」：結婚し子どもを持つが、結婚あるいは出産を機に一旦退職し、子育て後に再び仕事を持つ
- 「DEWKS」（＝両立）：結婚し子どもを持つが、産休や育休を活用しながら仕事も続ける
- 「ワーキングシングル」（＝非婚就業）：結婚せず、仕事を続ける
- 「専業主婦」：結婚あるいは出産を機に退職し、その後は仕事を持たない

東北圏における移動困難者・買物困難者対策としての新たな移動支援サービス等に関する先行事例調査

調査研究部 主任研究員 加藤 雄一郎

1. はじめに

東北圏は人口減少の先進地であり、モータリゼーションやコロナ禍もあいまって、公共交通の利用者が減少し、交通インフラの撤退・縮小や商店街の撤退・廃業が進んでいる。同時に東北圏は高齢化の先進地でもあり、自動車免許を持たない高齢者や自動車免許を返納した高齢者を中心に移動困難者・買物困難者の割合が増加している。

地域の持続可能性、住民の生活や暮らしの維持・確保のためには、従来の公共交通手段だけでは対処できない移動困難者・買物困難者の問題を解決できる支援サービスの導入・普及が喫緊の課題である。

本稿では係る問題意識を踏まえ、我が国において既に実施されている各種支援サービスを類型化し、現状と課題および東北圏における展開可能性を整理する(本稿4)とともに、新たな技術やビジネスモデルの工夫等により事業の持続可能性を確保している全国11の先進事例を調査する(本稿5)ことにより、東北圏における移動困難者・買物困難者対策としての支援サービス構築のあり方について提言する(本稿7)。

2. 移動困難者・買物困難者発生メカニズムと原因に関する状況

移動困難者・買物困難者が発生するメカニズムは、人口減少と高齢化に端を発するいくつかの「原因の連なり」で説明できる。各種統計データに基づき、それらの「原因」1つ1つに関する日本および東北圏の状況を見ると、東北圏では人口減少、地域公共交通の利用者減少、採算性低下、交通インフラの減少、自家用車依存の拡大、商店の撤退、高齢化等が顕著であることが確認でき、すべての「原因」が同時発生し、原因と結果の連鎖が断ち切れていない現状が見てとれた。

加えて、東北圏は全国に比べて65歳から74歳の高齢者の免許保有率が高い(東北圏82.3%、全国75.6%)ことから、当該年齢層の免許返納が今後進むものと推測され、今にも増して移動困難者・買物困難者が増加していくことが懸念される。

3. 買物困難者人口の将来推計

農林水産省の「食料品アクセス困難人口」の推計方法等をもとに東北圏における将来の買物困難者を独自に推計した。その結果、2045年時点の東北圏の買物困難者は、総数は76.6万

人と対2015年実績(76.6万人)比で横ばいであるものの、都市部では仙台市が2015年5.9万人(対人口比5.4%)から2045年8.7万人(同9.5%)、新潟市が同5.5万人(同6.7%)から同6.6万人(同9.6%)、秋田市が同2.4万人(同7.5%)から同2.7万人(同12.2%)、青森市が同2.5万人(同8.6%)から同2.6万人(同14.3%)、盛岡市が同1.8万人(同6.0%)から同2.3万人(同

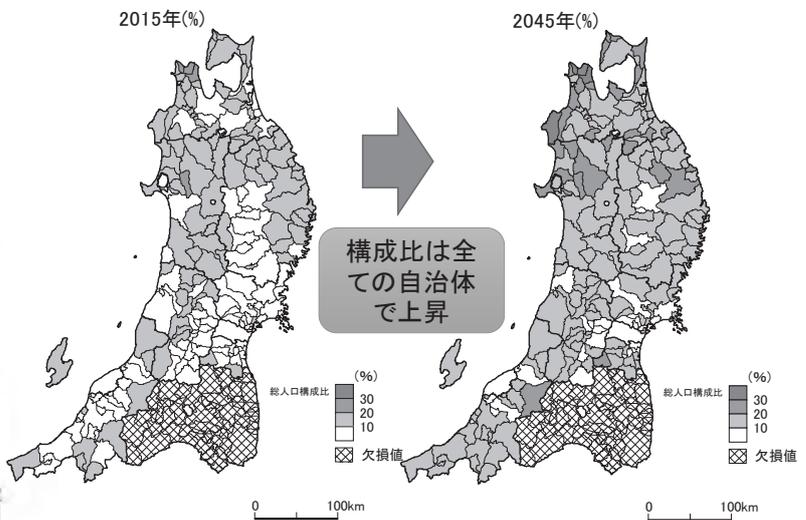
9.3%)、山形市が同1.5万人(同5.7%)から同1.8万人(同8.3%)と、県庁所在地を中心に買物困難者が増加、さらに人口に占める買物困難者の割合は東北圏のすべての自治体で上昇する結果となり、買物困難者への支援サービスの重要性が今後ますます増していくことが示された(図表1、2、3)。

図表1

自治体別・買物困難者人口の増減



人口に占める買物困難者の構成比



出所：農林水産省「食料品アクセスマップ」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(平成30(2018)年推計)」より、推計して作成

図表2

買物困難者人口 上位10自治体

(2015年)

(2045年)

自治体	買物困難者人口	人口構成比
宮城県 仙台市	58,585	5.4%
新潟県 新潟市	54,648	6.7%
青森県 青森市	24,623	8.6%
秋田県 秋田市	23,555	7.5%
新潟県 長岡市	21,460	7.8%
青森県 八戸市	21,278	9.2%
岩手県 盛岡市	17,931	6.0%
新潟県 上越市	17,202	8.7%
青森県 弘前市	16,698	9.4%
山形県 山形市	14,544	5.7%

自治体	買物困難者人口	人口構成比
宮城県 仙台市	87,338	9.5%
新潟県 新潟市	66,460	9.6%
秋田県 秋田市	27,497	12.2%
青森県 青森市	26,270	14.3%
青森県 八戸市	24,027	14.8%
岩手県 盛岡市	22,674	9.3%
新潟県 長岡市	22,196	10.6%
山形県 山形市	17,689	8.3%
新潟県 上越市	16,824	11.8%
青森県 弘前市	16,504	13.6%

出所：農林水産省「食料品アクセスマップ」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(平成30(2018)年推計)」より、推計して作成

図表3

買物困難者の人口に占める構成比 上位10自治体
(2015年) (2045年)

自治体		買物困難者人口	人口構成比	自治体		買物困難者人口	人口構成比
青森県	今別町	654	23.7%	青森県	今別町	273	34.2%
青森県	外ヶ浜町	1,275	20.6%	青森県	外ヶ浜町	638	31.5%
秋田県	上小阿仁村	487	20.4%	青森県	深浦町	902	30.5%
青森県	深浦町	1,661	19.7%	青森県	佐井村	228	27.1%
青森県	佐井村	410	19.1%	秋田県	上小阿仁村	242	26.8%
新潟県	粟島浦村	66	17.8%	秋田県	八峰町	724	25.2%
宮城県	七ヶ宿町	249	17.1%	青森県	鱒ヶ沢町	977	24.7%
青森県	新郷村	417	16.6%	青森県	風間浦村	189	24.4%
岩手県	葛巻町	1,053	16.6%	岩手県	普代村	321	24.3%
青森県	風間浦村	325	16.5%	岩手県	葛巻町	610	24.0%

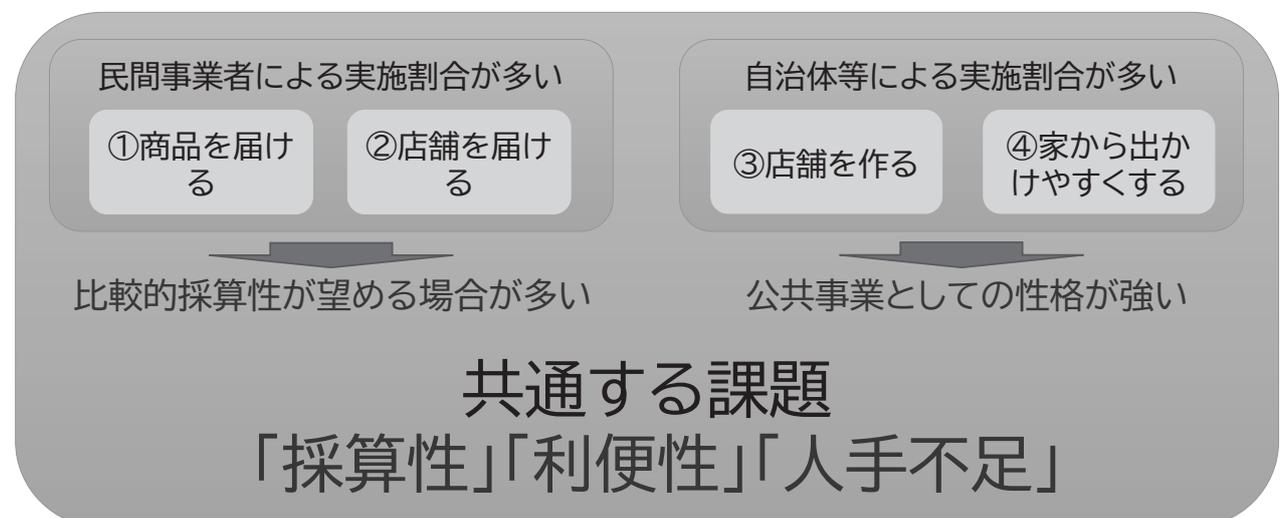
出所：農林水産省「食料品アクセスマップ」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成30（2018）年推計）」より、推計して作成

4. 移動困難者・買物困難者対策としての各種支援サービスの類型化および現状と課題の整理

日本において実施されている、または実施されていた移動困難者・買物困難者対策としての各種支援サービスについて網羅的に調査した。そのうえで、国の調査による分類基準を参考に、①「商品を届ける」②「店舗を届ける」③「店舗

を作る」④「家から出かけやすくする」の4つに事例を類型化し、現状と課題、東北圏における展開可能性等を整理した。その結果、①「商品を届ける」②「店舗を届ける」サービスは民間による実施事例が多く、③「店舗を作る」④「家から出かけやすくする」サービスは公共による実施事例が多いことが明らかになったほか、「採算性」「利便性」「人手不足」といった共通する課題の存在が明らかとなった（図表4）。

図表4



東北活性研作成

5. 先進事例調査

これらの共通課題（「採算性」「利便性」「人手不足」）を解決すべく、新たな技術やビジネスモ

デルの工夫により、事業の持続可能性を確保している全国11先進事例を現地調査した。その特長と課題等のポイントは以下のとおり。

事例名称	ポイント
<p>【事例1】</p>  <p>(株)ヤマザワ：とくし丸の移動販売（山形県山形市）</p>	<p>「スーパー」「販売パートナー」「とくし丸」「地域住民」の「四方よし」のビジネスモデル</p> <p>「スーパー」「販売パートナー」の双方が「とくし丸」で定められた利益分配ルールに基づき利益を確保でき、地域住民の利便性が高まっている。補助金なしで採算性を確保。</p>
<p>【事例2】</p>  <p>NPO 法人南外さいかい市：公設民営スーパー南外さいかい市（秋田県大仙市）</p>	<p>開設時の補助金活用とボランティアによる運営で過疎・高齢化が進んだ地域でのスーパーの運営を実現</p> <p>現役をリタイヤした地域住民のボランティアによって運営。移動販売も実施しており、地域住民ならではの、きめ細やかなサービスが特長。キーマンとなる地元住民が大きなバイタリティと実行力をもって実現。</p>
<p>【事例3】</p>  <p>丹波市：地域デザインから出発したデマンドタクシーの効果的導入（兵庫県丹波市）</p>	<p>丹波市全体として「適材適所」で「全体最適」な交通システムを目指すことを徹底</p> <p>大規模で、きめ細やかな地域住民のニーズ把握や鉄道、バス、デマンド（予約）型乗合タクシーそれぞれの特性と得意分野をよく踏まえた最適なシステム設定が特徴。「適材適所」「全体最適」を徹底したことが奏功。</p>

事例名称	ポイント
<p data-bbox="316 320 424 353">【事例4】</p>  <p data-bbox="173 602 571 723">日本カーシェアリング協会：コミュニティ・カーシェアリング（宮城県石巻市）</p>	<p data-bbox="624 320 1401 398">寄付車によるライドシェアで地域住民の足とコミュニティ形成に貢献</p> <p data-bbox="624 407 1401 568">東日本大震災で、ばらばらになった地域コミュニティに寄付車を貸与し、サロン「お茶っこ会」や車を使った「旅行企画」「買い物ツアー」等により、地域住民の足とコミュニティ形成に貢献。</p>
<p data-bbox="316 761 424 795">【事例5】</p>  <p data-bbox="180 1043 560 1164">NPO 法人「気張る！ふるさと丹後町」：ささえ合い交通（京都府京丹後市）</p>	<p data-bbox="624 761 1401 840">首長の強い働きかけのもと、配車システム「Uber」を活用した自家用有償旅客運送サービスを全国初導入</p> <p data-bbox="624 848 1401 1010">タクシー会社以外で Uber を活用した全国初の事例。住民がドライバーとなり、乗客を市内の範囲で運送。丹後町地区では、公共交通サービスが十分に提供されていないことと、京丹後市長等の強い働きかけがあったことで実現。</p>
<p data-bbox="316 1202 424 1236">【事例6】</p>  <p data-bbox="177 1485 571 1563">(株)アイシン：チョイソコとよあけ（愛知県豊明市）</p>	<p data-bbox="624 1202 1401 1281">サポーター制度や AI 配車システム等により、効率的なオンデマンド乗り合い交通を展開</p> <p data-bbox="624 1290 1401 1541">チョイソコ専用アルゴリズムを備えたシステムを使用したオンデマンド乗り合い交通。ナビゲーションメーカーとして培ったノウハウを活かし、独自システムで最適なルーティングや乗り合いを成立させる予約を実現。エリアスポンサーと呼ばれる地元企業がスポンサーとして支えていることも特徴。</p>
<p data-bbox="316 1606 424 1639">【事例7】</p>  <p data-bbox="180 1888 560 1966">大館市：大館版 mobi プロジェクト（秋田県大館市）</p>	<p data-bbox="624 1606 1401 1727">AI 配車システム mobi を使った相乗り型のオンデマンド交通サービス（実証運行）でゆくゆくは民間が自立採算で実施することを展望</p> <p data-bbox="624 1736 1401 1897">国交省「共創モデル実証プロジェクト」採択事業。市街地における買物目的以外にも公園やイベント会場、子育て施設への移動が多いことが特徴。市民全体としての外出機会増加も目指している。</p>

事例名称	ポイント
<p>【事例8】</p>  <p>JR 東日本：気仙沼線自動運転 BRT（宮城県登米市）</p>	<p>東日本大震災で甚大な被害を受けた JR 気仙沼線の復旧にあたり BRT を導入し、2022年12月からは一部区間で自動運転が開始</p> <p>ローカル鉄道の赤字路線廃止が社会的にも着目されているなか、鉄道から BRT に切り替えることの有用性が確認できる点や地域の理解を得ながら導入できたという点で示唆に富んでいる。自動運転は最高時速60km の走行が可能。</p> <p>BRT：Bus Rapid Transit 速達性、定時性、輸送力について、従来のバスよりも高度な性能を発揮する次世代のバスシステム</p>
<p>【事例9】</p>  <p>茨城県境町：自動運転バス（茨城県境町）</p>	<p>市街地の一般道で運行する自動運転バスで自動運転関連企業の実践の場としても機能</p> <p>比較的遠方までの移動ニーズは従来の路線バスに任せ、町内の細かな移動ニーズに対応することで既存路線バスと棲み分け。あらかじめ設定したルート高精度移動するが、自動運転が対応できない事態に備え、「アテンダント」が常時1人乗車。主にふるさと納税と国の補助金で賄い、公共事業として無償運行している。</p>
<p>【事例10】</p>  <p>NPO 法人上小阿仁村移送サービス協会：こあにカー（秋田県北秋田郡上小阿仁村）</p>	<p>電動カートによる日本初の本格的自動運転サービスで定期便とデマンド便を運行</p> <p>道の駅を拠点として、地域の集落、診療所、役場等を巡る。自動運転の電動カートが電磁誘導上を走行する仕組みだが、地元の有償ボランティアによるドライバー（運行監視員）が乗車している。内閣府 SIP 事業終了後の事業継続が課題で、乗車料金以外のマネタイズ[※]を模索中。</p> <p>※技術や知識などを収益化すること</p>
<p>【事例11】</p>  <p>庄内交通（株）：巡回路線バスのコース・ダイヤ拡大（山形県鶴岡市）</p>	<p>市内循環バスのルート、便数を大幅に増やし利用者が3倍に</p> <p>「地域住民にとっての利便性が低いから乗る人が少ないことが課題。だったら利便性を上げればよい。」という道理を信じ、鶴岡駅前を起点とした市内循環バスのルートを従来の2から3に増やし、便数も大幅に増やして365日運行とした結果、利用者が3倍になった。ただし、ランニングコストは4倍に増加し、これを賄えるほどの売上は現時点では実現できていない。しかし、様々な営業活動や細やかなデータ取得によるタイムリーなダイヤの見直し等により黒字化到達が期待される。</p>

6. 分析

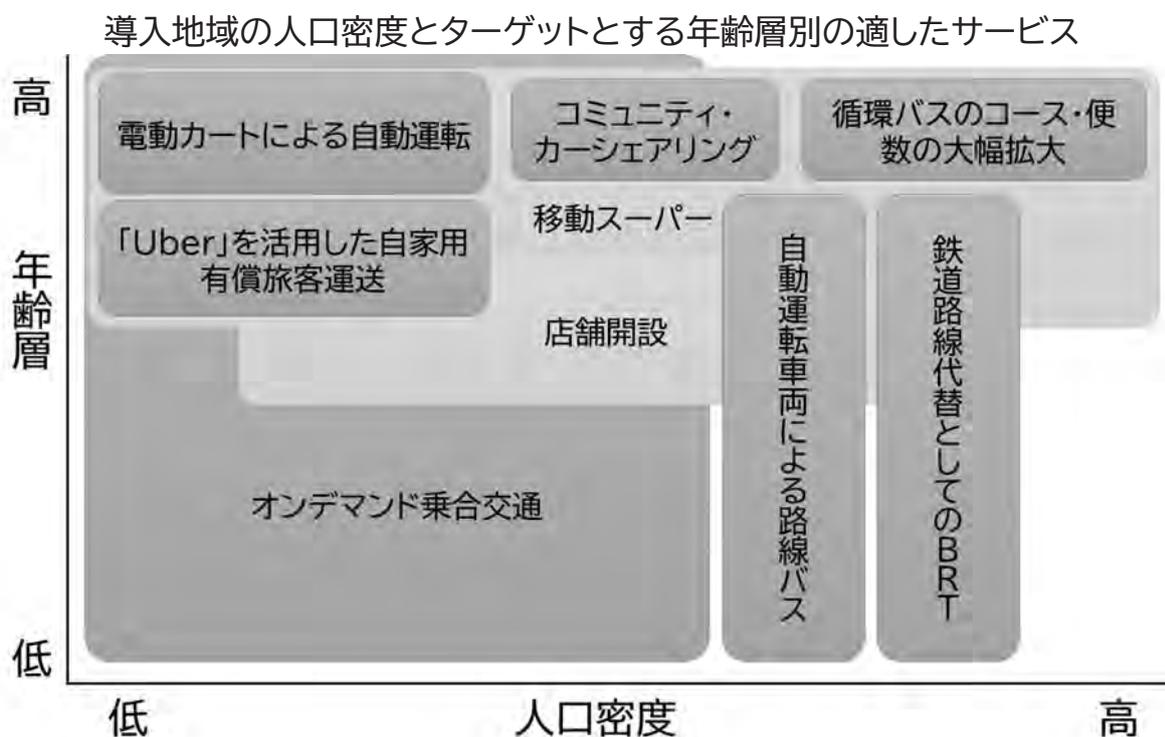
これら11の先進事例を「人口密度」と「ターゲットとする年齢層」で整理した(図表5)。また、今回の先進事例にみられた共通点を抽出して一般化することを試みた。「住民ニーズや地域実態等に関する情報を重視していた」「地域住民の移動ニーズは病院・買物がメインであることを前提に実施していた」「住民ニーズを満たすことや全体最適など目的が明確であった」「現存する様々なサービスの特徴をよく踏まえていた」「思い込みや先入観にとらわれずゼロベース思考ができていた」「事業者や行政の部署が自分最適だけで進んでいなかった」「事業・

施策開始後も学習して進化していた」「政策や戦略立案者と現場の関係者がよく連携していた」「幸運を活かしていた」「キーマンを見つけていた」といったことが多くの事例にみられるポイントである。

7. 提言

前述の分析のセクションでは、場所やサービスの種類にかかわらず存在した導入の契機となったキーワードや心得のようなものを抽出した。これらのキーワードや心得を具体的なアクションにつなげるため、次の5つの提言にまとめた。

図表5



《提言1》

新たな支援サービス導入の成功の鍵は 住民ニーズの把握にあり



ヤマザワの「とくし丸」の事例や丹波市、日本カーシェアリング協会、庄内交通の事例をはじめ、今回の先進事例における自治体や事業者・団体の多くは綿密、客観的に住民ニーズの把握を行っており、そのことが良い計画、良い施策に繋がっていた。

地形や人口分布、既存の交通機関等の地域特性によって、導入すべき最適なサービスとその組み合わせや運用方法は異なるため、一概に「これが最も良い交通サービスである」と言うことはできない。まずは年齢層、性別、同居の有無、健康状態など様々な属性の住民がどこに、どれだけいて、どこに行くニーズを持っているのか、そして困りごとが何かを広範囲に把握することが重要である。

《提言2》

地域の課題解決に相応しい支援サービスを構築する ～住民ニーズを踏まえ「何を導入すべきか」を考える～



移動困難者・買物困難者の属性、住民ニーズは地域によって千差万別である。したがって、はじめから特定のサービスを「導入ありき」で進めるのではなく、地域の実情に応じた支援サービスは何なのか、そのためには「何を導入すべきか」という視点から検討することが重要である。

丹波市、大館市の外出機会喚起、JR 東日本の気仙沼線 BRT、庄内交通のバス路線等拡大をはじめ、多くの事例で、住民にとって便利な支援サービスを考え、住民中心のまちづくりを進める発想から施策を実行していた。まずは地域にフィットしたサービスが移動販売なのか、店舗開設なのか、交通サービスの導入なのかを考え、導入・廃止・維持する個別のサービスを検討すると良いだろう。

《提言3》

行政の部署が連携して支援サービスの全体最適を目指す

事例
3

丹波市のデマ
ンドタクシー

事例
4

日本カーシェ
アリング協会

事例
6

アイシンのチ
ョイソコ

事例
7

大館版mobi

事例
10

上小阿仁村の
こあにカー

丹波市の事例や大館版 mobi をはじめとして、先進事例の多くでは支援サービス導入の目的が明確であり、そのおかげで「適材適所」のサービスを構築し、「全体最適」を実現していた。「適材適所」や「全体最適」を実現するためには、例えば行政であれば、交通担当部署が商業、福祉、観光をはじめ、移動の目的となる、あらゆる場所を担当する部署と連携する必要がある。そのためには、行政内に部署横断的な専門チーム（タスクフォース）を設置することが有効である。

「アフターコロナに向けた地域交通の『リ・デザイン』有識者検討会」は、「官と民の共創」「交通事業者間の共創」を提言している。今回の先進事例に照らすと、これらは「街づくりと交通の融合」ともいえる。日本カーシェアリング協会のコミュニティ・カーシェアリング、アイシンのチョイソコのエリアスポンサーモデルやこあにカーの道の駅を拠点とした展開等は、交通と街づくりが融合している例といえる。

《提言4》

行政・住民・事業者が連携した合意形成の場を創設する

事例
2

南外さいかい
市

事例
3

丹波市のデマ
ンドタクシー

事例
6

アイシンのチ
ョイソコ

事例
7

大館版mobi

事例
8

J R 東日本気
仙沼線 B R T

南外さいかい市、丹波市、JR 東日本気仙沼線 BRT をはじめとして、今回見てきた先進事例の多くでは、独自の協議体または地域公共交通会議・法定協議会の場で、積極的に行政・住民・事業者間の議論が行われており、「三方よし」の合意形成がなされているという共通点が見られた。

そのような対話の場を「採算性がないから撤退したい」「住民のために維持を懇願」というような「それぞれの価値観がせめぎあう」場としてではなく、地域交通に何が求められるのかを議論する場として活用することが重要である。

《提言5》

自治体・事業者等のマッチング機会を創出する



南外さいかい市、ささえ合い交通、境町の自動運転バス、上小阿仁村のこあにカー等、今回の先進事例の多くは「大きなバイタリティと実行力を持った人材が地域にいた」「市長等の強い働きかけがあった」「町長がニュースで新技術を見た」「打診があった」などの「幸運」を活かしていたことが成功の要因の一つになっていた。

このような「幸運」がどこでも揃うとは限らない。「幸運」が無くても成功できるようにすることが肝要である。そのためには、地域の実情に合ったソリューションを提供できる事業者や地域のキーパーソン等と、課題を抱える自治体が出会う場を仕組みとして用意し、シーズや地域人材を掘り起こすことが求められるだろう。

また、ボランティア行為に何らかのインセンティブを付与するような、ボランティア人材確保のための広い意味でのマッチングシステムも有効だろう。

オープンイノベーションプログラム

BizDev Meetup ! 2022年度実施報告

はじめに～ BizDev Meetup ! の概要～

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 ! (ビズデブ ミートアップ)」を推進している。

2022年度は「オープンイノベーションで東北・新潟をもっともっとおもしろく」をコンセプトに据え、「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」という熱意を有する人材に出会いと学びの機会を提供するイベント型プログラムを実施した。加えて、東北圏におけるオープンイノベーション機運の醸成やイベント参加者の効果的な集客等を目的に、オープンイノベーション実践者やイベント登壇者・参加者等へのインタビュー記事の特設サイトで紹介した。

本稿では、2022年度に実施した2種のプログラム「StudyNight (スタディナイト)」と「Pitch (ピッチ)」の概要を報告する。

1. StudyNight

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・アイデアや事業創出のヒントなどを学ぶオンライン配信型イベントである。東北圏特有の地域課題、社会・経済潮流を踏まえた時事的内容など、毎回異なるテーマを設定し、当該分野に造詣が深い方や第一線で活躍する経営者などをお招きして実施することとしている。

社会人が仕事を終えて一段落した時間にリラックスして学べるよう、開催日時は平日の夜間(19時開始)に設定。2022年度は「地域資源を活かす新ビジネス」と「NFT で東北・新潟をリ・デザイン」の2テーマで開催した。

1-1 地域資源を活かす新ビジネス



(1)日時

2022年8月24日(水) 19:00～20:30

(2)場所

オンライン

(3)登壇者

株式会社／農業生産法人 GRA 代表取締役 CEO
岩佐 大輝 氏(ファシリテーター)

ヤマガタデザイン株式会社 代表取締役

山中 大介 氏(ゲスト)

(4)参加者

約70名

(5)概要

第1部「StudyTalk (スタディトーク)」では、登壇者2人によるトークセッションを通じて、地域資源を活かしたビジネス手法について学んだ。第2部「せきららトーク」では、「困難に遭

遇した際の乗り越え方」や「ワークライフバランスの実践方法」など、参加者から寄せられた質問に答える形式で、イベント限定の逸話を紹介いただいた。



山中氏(左)と岩佐氏(右)

(6)登壇者発言(抜粋)

- ・(地域資源とは定義されるものではなく)地域において自分がすごく興味があること、すごくワクワクすること、好きなことで、究極的には超自分目線で決まってい(山中氏)
- ・地域において、もし何か「コト」を起こしたいのであれば、徹底して変人になること。誰かの共感や応援を求めず、とにかく自分が変人になって、狂気じみてもやり切るところでしか物事はスタートしない(山中氏)
- ・課題が来たらチャンスだと思っている。同じことをヨーイドンで始めたら、もし自分が課題に当たったとすると、同じことをやっている他の人も必ず同じところで課題にぶち当たる。いいものをつくるか、つukれないかという差はそこでしか生まれないので、課題があるのはラッキーで、すごいチャンス(岩佐氏)

(7)イベントレポート

<https://bizdev-meetup.jp/2022/studynight1/report>



1-2 NFTで東北・新潟をリ・デザイン



(1)日時

2022年10月5日(水) 19:00 ~ 20:30

(2)場所

オンライン

(3)登壇者

株式会社スティーブアスタリスク 代表取締役社長
太田 伸志 氏(ファシリテーター)
iMAMIRAI株式会社 代表取締役 CEO
梅田 祥太郎 氏(ゲスト)

(4)参加者

約60名

(5)概要

NFTとは、Non-Fungible Token(非代替性トークン)の略で、ブロックチェーン上で発行される唯一無二(非代替)のデジタルトークン(証券)を指す。NFTを付すことでデジタル資産(例:デジタルアート)に希少性を持たせ経済価値を高める手法のほか、最近では、地域活性化や社会課題解決の新たなツールとなる可能性にも注目されている。

イベント第1部「NFTってなんだろう? NFTイロハのイ」では、NFTについてブロックチェーンやWeb3.0など関連した技術等に

係る話題も交えながら、身近な事例に例えるなどして分かりやすく解説いただいた。第2部「可能性は無限大！先進事例から考える NFT × 地域活性化」では、東北圏等における先進事例を紹介いただきながら、NFT を活用した地域活性化手法のヒントを探った。



梅田氏(左)と太田氏(右)

(6)登壇者発言(抜粋)

- ・ NFT を買った代金が寄付になれば、自分が「東北のどこどここのプロジェクトに共感して買った」という記録が一生ブロックチェーン上に残る。例えば私がずっと東北の募金活動をしていたら、何年何月何日何秒に何をしたのか全部分かる。「この人は本物の東北信者だな」とすぐに分かり、口だけの東北好きは成り立たない(梅田氏)
- ・ ふるさと納税は NFT と相性が良く返礼品は NFT で返したほうが良い。自分がもう何人かいるなら、それを事業とするスタートアップを立ち上げたいと思うくらい可能性があると思っている(梅田氏)
- ・ (北の国からのエピソードを引用して) 父親が一生懸命働いて稼いだ泥が付いた1万円札は気軽に使えない。これは単なるお金としての価値を超えて所有としての価値があるからで、その背景を含めた考え方に NFT は似ているのだと思う(太田氏)

(7)イベントレポート

<https://bizdev-meetup.jp/2022/studynight2/report>



2. Pitch

Pitch は「東北圏における事業共創のきっかけづくりの場」を提供することを目的に企画したプログラムである。設定テーマ「東北・新潟をもっともっとおもしろくする」に関する事業アイデアを有する方(プレゼンター)を募集し、書類選考を通過した6名が、先輩経営者(コメンテーター)からのメンタリング等を経てブラッシュアップしたアイデアを、産学官金の多様な参加者に向けて発表する内容としている。

2022年度は、Pitch 参加者の募集開始に合わせて、東北圏で事業を興した起業家3名によるトークイベント「Pitch プレイメント」を開催した。

2-1 Pitch プレイメント



(1)日時

2022年12月5日(月) 19:00 ~ 21:00

(2)場所

シティラボ東京(東京都中央区)

※会場/オンラインのハイブリッド開催

(3)登壇者

一般社団法人 VENTURE FOR JAPAN

代表理事 小松 洋介 氏(ファシリテーター)

株式会社／農業生産法人 GRA

代表取締役 CEO 岩佐 大輝 氏(ゲスト)

株式会社チェンジ・ザ・ワールド

代表取締役 池田 友喜 氏(ゲスト)

(4)参加者

会場参加約10名、オンライン視聴約30名

(5)概要

第1部では、約2ヶ月後に開催する「Pitch」イベントで事業アイデアを発表したいと考える「プレゼンター候補者」や、起業など東北圏を舞台に新たな一歩を踏み出したい方々のチャレンジを後押しすることを目的に、登壇者3名によるトークショー「東北・新潟新時代！次世代のイノベーター Wanted！～東北圏はこれからもっともっとおもしろくなる！～」を実施し、事業創出・共創の場としての東北圏の魅力を訴求した。第2部の登壇者と会場参加者による交流会では、事業創出のコツやピッチイベントに挑む心構えなどについて意見が交わされた。



小松氏(左)、岩佐氏(中央)、池田氏(右)



交流会の様子

(6)登壇者発言(抜粋)

- ・東北は人生を自由にデザインできる。畑を持ちながらスタートアップをやったり、古民家再生ビジネスを営んだり、すごく最先端のことをやったり、全部同時にできるのが東北(岩佐氏)
- ・これから東北人はもっと平場(ひらば)で戦う力を付けなきゃ駄目。いつまでも「震災があったから」と言っていたのでは戦う力がどんどんなくなっていく(岩佐氏)
- ・平場で勝負するというのはソーシャルビジネスという側面だけでなく、商売としてチャレンジしていくこと。その思いを持っている東北の起業家が出てこないといけない。いつまでも「世の中に良いことをやっているから応援してください」では何も変わらない(池田氏)
- ・(岩佐氏の「東北では若い人に希少価値がありアドバンテージ」との発言を受けて)希少価値が高いということは、チャンスがたくさんあって、いろんなことを任せてもらえて、良くしてもらおうこともある。良くしてもらいながら挑戦し、成長できるのは東北の良さ。そのように自分の価値をどこで生かせるかを考えることも大事(小松氏)

(7) イベントレポート

<https://bizdev-meetup.jp/2022/pitchpre/report>



2-2 Pitch



(1) 日時

2023年2月8日(水) 14:00 ~ 16:00

(2) 場所

INTILAQ 東北イノベーションセンター
(宮城県仙台市)

※会場／オンラインのハイブリッド開催

(3) 参加者

<プレゼンター (発表者) / 事業案名>

- ①株式会社やまがたアルカディア編集社
佐藤 拓也 氏 / 縄文そば & 湧き水サウナプロジェクト
- ②小野 典広 氏 / 世界と東北・新潟をコネクトする「体験型購買プラットフォーム」の運営
- ③夜部 茂樹 氏 / 夢食堂～全国の企業戦士の胃袋をつかめ!～
- ④鈴木 瑠花 氏 / 山形庄内を活性化するために自分たちが明日から実践できるモノ・コトをデザインしプレゼンしよう! 次世代のリーダーを育む「次世代リーダー発掘キャンプ」

⑤株式会社テイラーワークス 難波 弘匡 氏 / 課題先進地発・「共創型コミュニティ」による新しい社会的価値創出

⑥まねく.jp 株式会社 前田 悠 氏 / 東北・新潟の美味しいもの屋さん、“どんどん集客×すっごくお得”で、また来たくなるビジネス

<コメンテーター>

- ・一般社団法人 VENTURE FOR JAPAN
代表理事 小松 洋介 氏
- ・株式会社 / 農業生産法人 GRA
代表取締役 CEO 岩佐 大輝 氏
- ・株式会社チェンジ・ザ・ワールド
代表取締役 池田 友喜 氏

<オーディエンス>

会場参加約20名、オンライン視聴約50名

※オーディエンスの属性は以下のとおり

(一部抜粋・50音順)

青森県、特定非営利活動法人アスヘノキボウ、INTILAQ 東北イノベーションセンター、エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社、株式会社 NTT ドコモ 東北支社、郡山市、JR 東日本スタートアップ株式会社、スパークル株式会社、仙台市、東北インテリジェント通信株式会社 (現 株式会社 トークネット) / よりそう東北コネクト、東北経済産業局、一般社団法人東北経済連合会、東北大学産学連携機構スタートアップ事業化センター、東北電力株式会社、東北電力フロンティア株式会社、新潟県、株式会社日本政策金融公庫 仙台支店、福島県、三井物産株式会社、宮城県、公益財団法人みやぎ産業振興機構、宮城大学事業構想学群地域創生学類、山形県、山形大学アントレプレナーシップ開発センター

(4)概要

各プレゼンターは5分間で「東北・新潟をもっともっとおもしろくする」事業アイデアを発表した後、コメンテーターからの講評とともに、「持続性や成長性を感じた」「東北圏をもっと面白くできるアイデア」「オリジナリティーにあふれている」「連携の可能性を感じた！もっと話を聞いてみたい」という4項目について、オーディエンスから共感度合いのフィードバック(投票)を受けた。

本イベントは東北圏における事業共創のきっかけをつくることを目的としていることから、「発表して終わり」「視聴して終わり」とならないよう、希望者が簡単に連絡先を交換できる仕組みを導入。実際に各種 SNS を通じた連絡やオンライン名刺交換などが活発に行われ、多くのつながりが生まれた。



オンライン参加のプレゼンター(右、下)へ講評するコメンテーター(左)



オーディエンスからの投票結果発表の様子

(5)イベントレポート

<https://bizdev-meetup.jp/2022/pitch/report>



BizDev Meetup! 特設サイトでは、東北圏におけるオープンイノベーション実践者やイベント登壇者・参加者等へのインタビュー記事を公開しております。こちらもぜひご覧ください。

<https://bizdev-meetup.jp/news/interview>



<p>インタビュー 地方復帰の時代へ、世界と地続きの課題解決で東北・新潟をもっと面白くなる【株式会社 MAKOTO Prime】代表取締役 竹井智宏氏</p>	<p>インタビュー スタートアップの夢×「R」東日本の社会実装力で社会課題を解決する【JR東日本スタートアップ株式会社】代表取締役社長 柴田 裕 氏</p>	<p>インタビュー 「BizDev Meetup! Pitch」は、挑戦したい人が気軽に参加でき、実現に向けて一歩進むチャンス!【株式会社オーナー】代表取締役社長 佐々木 敦斗 氏 インタビュー</p>	<p>インタビュー 成功の鍵はデジタル住民の協力和リアル住民の理解「Nishikigoi NFT」プロジェクト 【長岡市 山古志支店 地域振興・市民生活課 今井 穂南 氏】</p>	<p>インタビュー 地方都市の成功の秘訣は「and」の視点 【Fukuoka Growth Next】運営委員会事務局 ざくらインターネット株式会社 専業開発本部長 インタビュー 塚原 浩史 氏 スタートアップ共創グループ 奥月 寛和 氏</p>	<p>インタビュー 地域資源に「自分資源」を合わせ、半歩踏み出してみよう【宮城大学事業構想学群 准教授 佐々木 秀之 氏】</p>
---	--	---	--	---	---

TOHOKU わくわくスクール2023年度開催 ならびに2022年度実施報告

TOHOKU わくわくスクールとは

東北6県ならびに新潟県（以下、東北圏）に居住する小学生・中学生・高校生を対象とし、当該地域に所在し活躍している様々な分野の企業や団体とを繋ぐ出前授業である。

学問の面白さや楽しさに触れつつ、地元の企業や団体の活動内容に触れることで、地元の地域社会・産業の理解を深めるとともに、将来の選択肢の参考としてもらうことを目的に実施。本事業に対して各校からは好評を得ており、実施件数は年々増加している。

2023年度参加校募集

今年度も東北圏に所在する84企業・団体の協力のもと、出前授業、工場（現地）見学、オンライン（リモート）授業など、様々なプログラムを用意している。

1. 対象

東北圏に居住する小学生・中学生・高校生

2. 募集期間

2023年4月～2023年9月

各学校宛に募集パンフレット配布（4月初旬）

3. 実施期間

原則として2023年5月～2024年2月

2022年度開催報告

2022年度は、引き続き新型コロナウイルスの感染拡大防止に努めながら、103件の授業を実施した。（実施一覧は52～55ページ参照）

1. 参加者の声

1.1 生徒の感想

- カカオの産出国ガーナでは、安定した食料や飲み水、医師や病院、子ども達が学べる学校が少ないことを知り、自分たちは生産国の人達よりも豊かな暮らしをしていることに気づきました。少しでも自分にできることはないかと考える機会になりました。（小学生）
- 夢を叶えるためには勉強や練習を頑張ることが一番大切だと思っていました。しかし、信頼関係やコミュニケーション能力、行動力などの人間性が大切なことだと知りました。（小学生）
- 建築の仕事は力仕事で男性の仕事だと思っていました。しかし、ドローンの操作や地盤調査など色々な分野があり、女性にもできる建築の仕事がたくさんあることを知ることができました。（中学生）
- 地元の農産物を全国や世界に魅力を伝えるための様々な工夫について学ぶことができました。（中学生）



水質調査の様子（宮城県 小学校4年生）



放射線の飛跡実験の様子(山形県 高校1年生)

1.2先生の感想

- たくさんの動画、スライド、機器などで生徒の興味を惹きつけ、とても楽しく講座に参加することができました。
- 双方向でやりとりをするという形式だったので、子ども達も緊張感を持って楽しく参加できました。話を聞くだけでなく考えたり答えを発表したりする場面が多くとれるよう工夫していただきありがとうございます。
- 外部からの情報は貴重です。生徒に良い刺激になると思います。
- 今後も東北の様々な企業さんと学校の繋がりを生み出す企画をお願いします。
- 本物の声を届けていただける良い機会ですので、是非、維持をよろしく願いいたします。



札幌体験の様子(福島県 高校1年生)

1.3企業や団体の感想

- 社会貢献できる機会が増加し、社内での社会貢献への意識が高まりました。
- 社員の業務経験を社会に活かすことができ、講師自身も貴重な経験ができています。
- 生徒さんたちの新鮮な反応や素直な疑問を通して、改めて自社の業務に対する責任や充実感を再認識することが出来ます。これからももっと頑張ろうという気持ちになります。
- 弊社の活動を学校へ知っていただくきっかけになっています。開催後に共有いただけるアンケートは、子ども達の生の声を聞くことができる貴重な機会であり、教材の充実を図るための参考情報、講師の励みになっております。



観光ルート作成の様子(岩手県 中学1～3年生)

登録企業・団体の募集

TOHOKU わくわくスクールにご賛同いただき、ご協力いただける企業や団体を随時募集しております。

詳しくは「地域・産業振興部 橋本」までお問合せください。

■ TOHOKU わくわくスクール2022 実施一覧

	日程	学校名	対象	講師	テーマ
1	5月9日(月)	宮城県 仙台市立愛宕中学校	中学2年生 40名	株式会社清月記	ビジネスマナー研修
2	5月23日(月)	福島県 いわき市立豊間中学校	中学3年生 19名	公益社団法人日本技術士会東北本部福島県支部	夢をめざして 職業人に学ぶ
3	5月30日(月)	福島県 福島市立蓬萊中学校	中学2年生 77名	公益社団法人日本技術士会東北本部福島県支部	夢をめざして 職業人に学ぶ
4	6月3日(金)	岩手県 北上市立和賀東中学校	中学1年生 75名	株式会社明治	発見! チョコレートのひみつ
5	6月6日(月)	福島県 会津若松市立湊中学校	中学1～3年生 25名	株式会社ヤマニ醤油	世界一やさしいイノベーションの授業 ～勇気をもって試みる～
6	6月7日(火)	福島県 白河市立白河第五小学校	小学6年生 36名	財務省東北財務局	財政教育プログラム「(自分の将来のために)日本の未来を考える」
7	6月8日(水)	山形県 河北町立谷地南部小学校	小学5年生 34名	株式会社山形新聞社	山形新聞 読み方講座
8	6月9日(木)	宮城県 仙台市立桜丘小学校	小学4年生 69名	工藤建設株式会社	環境問題ってなに?
9	6月13日(月)	青森県 八戸市立高館小学校	小学6年生 26名	株式会社明治	希望のチョコレート
10	6月17日(金)	岩手県 岩手中学校	中学1～3年生 35名	株式会社たびむすび	地域資源の発見と観光ルートづくり
11	6月22日(水)	山形県 鶴岡市立鶴岡第二中学校	中学2年生 126名	OGATA Inc. (有限会社オガタ)	物作りに行き着いた人生、物作りから得られた人生について
12	6月24日(金)	宮城県 仙台市立八軒中学校	中学2年生 144名	株式会社清月記	ビジネスマナー研修
13	6月28日(火)	岩手県 岩手県立久慈東高等学校	高校3年生 8名	株式会社小田島組	ワクワクドキドキできる働き方について
14	6月30日(木)	青森県 八戸市立吹上小学校	小学3年生 72名	株式会社明治	バーチャル牛乳工場見学
15	7月1日(金)	山形県 鶴岡市立上郷小学校	小学6年生 10名	株式会社 NTT ドコモ東北支社	スマホ・ケータイ安全教室【リモート授業】
16	7月5日(火)	宮城県 仙台市立泉ヶ丘小学校	小学3年生 29名	株式会社松島蒲鉾本舗多賀城工場	笹かまぼこ手造り体験
17	7月6日(水)	新潟県 柏崎市立第三中学校	中学2年生 40名	フジコーポレーション株式会社	グローバル時代の人材・グローバル時代を生きる
18	7月7日(木)	福島県 須賀川市立大東中学校	中学1～2年生 86名	株式会社稲見建築設計事務所	建築士と環境について
19	7月7日(木)	山形県 鶴岡市立斎小学校	小学6年生 23名	株式会社ゆいネット	商品を販売する仕事について～商品を販売していくために必要なこと～
20	7月8日(金)	宮城県 仙台市立片平丁小学校	小学3年生 89名	株式会社鐘崎	地域食である「笹かまぼこ」の伝統・文化の継承
21	7月8日(金)	山形県 山形県立東桜学館中学校	中学2年生 99名	財務省東北財務局	財政教育プログラム「(自分の将来のために)財政を通して日本の未来を考える」
22	7月12日(火)	新潟県 南魚沼市立中之島小学校	小学4年生 23名	株式会社復建技術コンサルタント	水辺の環境調査
23	7月12日(火)	新潟県 南魚沼市立中之島小学校	小学6年生 31名	株式会社ユアテック	電気について 電気は生活の必需品
24	7月13日(水)	青森県 外ヶ浜町立三蔵中学校	中学1～3年生 17名	株式会社ビジネスサービス	情報モラルと SNS
25	7月14日(木)	秋田県 秋田県立秋田北鷹高等学校	高校3年生 48名	ヨコウン株式会社	私たちの暮らしを支える「物流」を知ろう!!
26	7月15日(金)	宮城県 富谷市立富ヶ丘小学校	小学3年生 97名	宮城県金融広報委員会	大切なお金 ～おこづかいの上手な使い方～
27	7月26日(火)	山形県 東北文教大学山形城北高等学校	高校1年生 30名	東北エネルギー懇談会	放射線の基礎知識

	日程	学校名	対象	講師	テーマ
28	7月26日(火)	山形県 東北文教大学山形城北高等学校	高校1年生 33名	野村ホールディングス株式会 社	自分の将来とお金の話
29	7月26日(火)	山形県 東北文教大学山形城北高等学校	高校1年生 29名	株式会社ゆいネット	商品を販売する仕事について～起業・開 業をテーマに、販売商品を考え、シミュ レーションの中で売上計画を作成する～
30	7月26日(火)	山形県 東北文教大学山形城北高等学校	高校1年生 34名	ライフヒストリースタジオ マッシュルーム	第1部 モノの命：日本の着物のおはなし 第2部 ごてんまりと昔の女性の暮らし
31	8月23日(火)	宮城県 仙台市立東華中学校	中学2年生 24名	株式会社 JTB	ツーリズムのチ・カ・ラ
32	8月23日(火)	宮城県 仙台市立東華中学校	中学2年生 24名	第一貨物株式会社	物流の役割～生活を支える仕事～
33	8月23日(火)	宮城県 仙台市立東華中学校	中学2年生 25名	株式会社日立ソリューションズ 東日本	SEの仕事、ITの便利さ
34	8月23日(火)	宮城県 仙台市立東華中学校	中学2年生 24名	マイナビ仙台レディース(株式会 社マイナビフットボールクラブ)	「スポーツを仕事にする」って何だろう？
35	8月23日(火)	宮城県 仙台市立東華中学校	中学2年生 26名	ヤマニ醤油株式会社	世界一やさしいイノベーションの授業 ～勇気をもって試みる～
36	8月26日(金)	秋田県 秋田県立秋田北鷹高等学校	高校2年生 44名	野村ホールディングス株式会 社	自分の将来とお金の話
37	8月30日(火)	宮城県 仙台市立北六番丁小学校	小学3年生 48名	株式会社鐘崎	地域食である「笹かまぼこ」の伝統・文 化の継承
38	9月1日(休)	新潟県 村上市立山辺里小学校	小学4～6年生 96名	株式会社アルテ	川柳コラージュづくり
39	9月2日(金)	宮城県 大河原町立大河原南小学校	小学4年生 45名	株式会社 NTT ドコモ東北支 社	スマホ・ケータイ安全教室【リモート授業】
40	9月2日(金)	宮城県 仙台市立将監西小学校	小学5年生 38名	株式会社七十七銀行	「お金を使うこと」について考えてみよう!!
41	9月7日(水)	宮城県 利府町立しらかし台中学校	中学2年生 86名	株式会社ゆうちょ銀行	お金のちしき～楽しく学んで、身につ けよう!～
42	9月8日(木)	岩手県 岩手県立有芸小学校	小学1～5年生 9名	株式会社日立ソリューションズ 東日本	ITってなんだろう?～「かんがえる」 「おぼえる」「つながる」でささえるべん りなせいかつ～
43	9月12日(月)	宮城県 仙台市立住吉台中学校	中学2年生 58名	株式会社清月記	ビジネスマナー研修
44	9月13日(火)	新潟県 五泉市立川東小学校	小学6年生 27名	東日本旅客鉄道株式会社	環境にやさしい鉄道の秘密を探れ!
45	9月15日(木)	岩手県 九戸村立九戸中学校	中学2年生 46名	株式会社岩手銀行	お金のキホン
46	9月16日(金)	宮城県 仙台市立将監東中学校	中学2年生 96名	株式会社日本能率協会マネジ メントセンター仙台オフィス	社会人になるために
47	9月21日(水)	宮城県 仙台市立袋原中学校	中学2年生 143名	株式会社清月記	ビジネスマナー研修
48	9月29日(木)	宮城県 仙台市立桜丘小学校	小学6年生 67名	マイナビ仙台レディース(株式会 社マイナビフットボールクラブ)	総合学習「自分づくり」
49	9月30日(金)	宮城県 宮城県農業高等学校	高校3年生 35名	日本銀行仙台支店	くらしとつながる日本銀行
50	10月4日(火)	宮城県 仙台市立郡山中学校	中学2年生 226名	株式会社日本能率協会マネジ メントセンター仙台オフィス	社会人になるために
51	10月5日(水)	福島県 郡山市立明健中学校	中学2年生 38名	株式会社東邦銀行	銀行の仕事
52	10月5日(水)	福島県 郡山市立明健中学校	中学2年生 59名	ハマツ観光株式会社ホテルハ マツ	ホテルの役割としごと
53	10月5日(水)	福島県 郡山市立明健中学校	中学2年生 63名	株式会社日立ソリューションズ 東日本	SEの仕事、ITの便利さ
54	10月7日(金)	新潟県 三条市立月岡小学校	小学6年生 49名	株式会社稲見建築設計事務所	建築士のお仕事

	日程	学校名	対象	講師	テーマ
55	10月13日(木)	新潟県 三条市立飯田小学校	小学6年生 9名	富士通株式会社	データを活用して効果的な省エネを考えよう【リモート授業】
56	10月14日(金)	宮城県 仙台市立錦ヶ丘中学校	中学2年生 203名	株式会社アルテ	職業講話
57	10月17日(月)	宮城県 登米市立佐沼中学校	中学2年生 39名	OGATA Inc. (有限会社オガタ)	仙台から世界へ 世界から仙台へ
58	10月17日(月)	宮城県 登米市立佐沼中学校	中学2年生 36名	日本銀行仙台支店	日本銀行の仕事、お金の仕組みと暮らしの関わり
59	10月17日(月)	宮城県 登米市立佐沼中学校	中学2年生 36名	株式会社日本能率協会マネジメントセンター仙台オフィス	社会人になるために
60	10月17日(月)	宮城県 登米市立佐沼中学校	中学2年生 35名	株式会社ゆいネット	商品を販売する仕事について ～会社をつくって商品を考えてみよう～
61	10月18日(火)	宮城県 仙台市立三条中学校	中学2年生 75名	株式会社日本能率協会マネジメントセンター仙台オフィス	社会人に向けて
62	10月19日(水)	宮城県 聖ウルスラ学院英智小・中学校	中学2年生 86名	株式会社NTTドコモ東北支社	スマホ・ケータイ安全教室【リモート授業】
63	10月20日(木)	宮城県 仙台市立富沢小学校	小学6年生 128名	株式会社明治	希望のチョコレート【リモート授業】
64	10月21日(金)	宮城県 仙台市立台原中学校	中学2年生 175名	ヤマニ醤油株式会社	世界一やさしいイノベーションの授業 ～勇気をもって試みる～
65	10月25日(火)	新潟県 南魚沼市立中之島小学校	小学5年生 31名	一般財団法人東北電気保安協会	手回し発電機を作って電気について学ぼう
66	10月26日(水)	宮城県 仙台市立五城中学校	中学2年生 122名	株式会社清月記	ビジネスマナー研修
67	10月27日(木)	青森県 今別町立今別中学校	中学1～3年生 24名	株式会社明治	希望のチョコレート
68	10月28日(金)	宮城県 仙台市立向陽台中学校	中学2年生 110名	株式会社日本能率協会マネジメントセンター仙台オフィス	社会人に向けて
69	10月31日(月)	青森県 青森県立三本木高等学校附属中学校	中学2年生 80名	有限会社柏崎青果	世界へ羽ばたく青森の黒にんにく
70	11月1日(火)	青森県 東北町立東北中学校	中学1年生 45名	青森トヨペット株式会社	「自動車整備士」ってなに？
71	11月2日(水)	新潟県 新潟明訓中学校	中学2年生 122名	野村ホールディングス株式会社	Nomura ビジネス・チャレンジ 日本を元気にするビジネスを考えよう！
72	11月4日(金)	福島県 福島県立四倉高等学校	高校1年生 59名	株式会社東邦銀行	銀行の役割 お金のはなし
73	11月7日(月)	宮城県 仙台市立七北田中学校	中学2年生 196名	一般社団法人 solufaction	スポーツ選手とその先
74	11月8日(火)	宮城県 仙台市立寺岡小学校	小学5年生 124名	株式会社ゆうちょ銀行	お金のちしき～楽しく学んで、身につけよう！～
75	11月9日(水)	宮城県 仙台市立富沢中学校	中学2年生 330名	株式会社清月記	ビジネスマナー研修
76	11月10日(木)	福島県 矢吹町立矢吹小学校	小学5年生 31名	株式会社ゆうちょ銀行	お金のちしき～楽しく学んで、身につけよう！～
77	11月16日(水)	福島県 会津若松ザベリオ学園小学校	小学1～3年生 69名	株式会社明治	“なるほど”がいっぱい！みるく教室 +手あらい教室
78	11月16日(水)	福島県 会津若松ザベリオ学園小学校	小学4～6年生 82名	株式会社明治	すすんで運動、しっかり食べよう！+ 発見！チョコレートのひみつ（オンライン工場見学）
79	11月17日(木)	福島県 郡山市立桃見台小学校	小学6年生 44名	株式会社NTTドコモ東北支社	スマホ・ケータイ安全教室【リモート授業】
80	11月18日(金)	宮城県 仙台市立東二番丁小学校	小学3年生 24名	株式会社松島蒲鉾本舗多賀城工場	笹かまぼこ手造り体験
81	11月22日(火)	宮城県 白石市立大平小学校	小学5年生 17名	公益財団法人東北電業会	エネルギー教室
82	11月25日(金)	新潟県 三条市立大島小学校	小学5～6年生 14名	宮城県住宅供給公社	人々の暮らしと住まい

	日程	学校名	対象	講師	テーマ
83	11月29日(火)	青森県 八戸市立吹上小学校	小学2年生 102名	日本銀行青森支店	クイズでまなぶ！ にっぽんごんこうとおかね
84	11月30日(水)	宮城県 多賀城市立多賀城小学校	小学5年生 90名	株式会社 NTT ドコモ東北支社	スマホ・ケータイ安全教室【リモート授業】
85	12月1日(木)	宮城県 仙台市立愛宕中学校	中学1年生 37名	株式会社竹中工務店東北支店・竹和会	「建設」っておもしろい！ タイルについて
86	12月2日(金)	福島県 柳津町立西山小学校	小学1～6年生 16名	株式会社東邦銀行	マネースクール
87	12月7日(水)	宮城県 仙台市立大沢中学校	中学2年生 14名	株式会社大武・ルート工業	東北から世界へ！ものづくりを支える 「自動ねじ供給機」
88	12月7日(水)	宮城県 仙台市立大沢中学校	中学2年生 15名	株式会社コバルトレー	夢を叶えよう
89	12月7日(水)	宮城県 仙台市立大沢中学校	中学2年生 12名	株式会社七十七銀行	投資を学べば社会がわかる！投資で社会を透視しよう！
90	12月7日(水)	宮城県 仙台市立大沢中学校	中学2年生 15名	第一貨物株式会社	物流の役割～生活を支える仕事～
91	12月7日(水)	宮城県 仙台市立大沢中学校	中学2年生 15名	三井住友海上火災保険株式会社	損害保険の役割と三井住友海上の取組について
92	12月7日(水)	宮城県 仙台市立大沢中学校	中学2年生 10名	宮城県住宅供給公社	人々の暮らしと住まい
93	12月8日(木)	岩手県 住田町立有住中学校	中学1～3年生 35名	一般財団法人東北電気保安協会	電気ってなに？
94	12月9日(金)	宮城県 山元町立山下第一小学校	小学5～6年生 24名	株式会社 NTT ドコモ東北支社	スマホ・ケータイ安全教室【リモート授業】
95	12月12日(月)	宮城県 南光学園東北高等学校	高校1年生 45名	第一貨物株式会社	物流の役割～生活を支える仕事～
96	12月13日(火)	福島県 会津若松市立城北小学校	小学6年生 68名	株式会社 NTT ドコモ東北支社	スマホ・ケータイ安全教室【リモート授業】
97	12月14日(水)	福島県 二本松市立塩沢小学校	小学5～6年生 31名	株式会社東邦銀行	マネースクール
98	12月16日(金)	新潟県 新潟市立西川中学校	中学1年生 66名	SMBC コンシューマーファイナンス株式会社	SDGs とは 持続可能な社会を目指して 生活設計・家計管理
99	12月21日(水)	福島県 南相馬市立石神第二小学校	小学1年生 59名	株式会社明治	発見！チョコレートのひみつ
100	12月22日(木)	山形県 鶴岡市立上郷小学校	小学5年生 22名	日本製鉄株式会社	私たちの身近な鉄の世界
101	1月13日(金)	福島県 須賀川市立西袋第二小学校	小学4～6年生 13名	公益財団法人東北電業会	エネルギー教室
102	1月16日(月)	福島県 須賀川市立西袋第二小学校	小学1～3年生 24名	株式会社明治	“なるほど” がいっぱい！みるく教室
103	2月2日(木)	宮城県 登米市立豊里小・中学校	小学5年生 60名	地域未来プロジェクト実行委員会	ハルをさがして（映画上映）【リモート授業】

令和4年度 東北活性化研究センター事業報告会 開催報告

はじめに

当センターは2023年3月22日(水)、「令和4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ご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概要等をご理解いただくため、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40名、ライブ配信視聴者76名のご参加をいただきました。

概要

第1部「東北圏におけるベンチャー・スタートアップの更なる成長を目指して」

第1部では、最初に「九州におけるスタートアップ育成への取り組み」と題して、株式会社 FFG ベンチャービジネスパートナーズ 取締役副社長の山口 泰久^{やすひさ}氏よりベンチャー・スタートアップの先進的な取り組みについて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「東北圏におけるベンチャー・スタートアップの更なる成長を目指して」に掲載しております。



写真1 講演 山口 泰久氏

続いて、「東北圏のスタートアップ企業の成長による地域活性化」と題して、調査研究部専任部長 信太 克哉^{かつや}より事業報告を行いました。概要は以下のとおりです。

- ・東北圏と人口や GDP などの規模に近い九州との比較により、東北圏の現状と課題を分析。
- ・その結果、東北圏は人材確保の困難さや自治体の支援メニューにおいて九州と大差がないものの、民間事業者との自律的な協業関係の度合いが九州に比べ小さいことが分かった。
- ・以上を踏まえ、東北圏のスタートアップが更なる成長を遂げていくための方策について提言した。



写真2 調査研究部 専任部長 信太 克哉

第2部「東北圏における持続可能な新たな移動支援サービスの展望と可能性」

第2部では「東北圏における移動困難者・買物困難者対策としての新たな移動支援サービス等に関する先行事例調査」と題して、調査研究部 主任研究員 加藤 雄一郎^{ゆういちろう}より事業報告を行いました。概要は以下のとおりです。

- ・人口に占める買物困難者の比率は東北圏の全ての自治体で将来増加する。
- ・多くの移動困難者・買物困難者対策としての支援サービスには、採算性、利便性、人材不足の課題がある。

- ・これら課題を解決する全国11の先進事例から導かれる5つの方策を提言した。



写真3 調査研究部 主任研究員 加藤 雄一郎

企業の取組事例紹介

続いて、株式会社アイシン CSS カンパニー ビジネスプロモーション部 部長 加藤 博巳^{ひろみ}氏より、「健康増進のための乗り合い送迎サービス『チョイソコ』」と題して、自社が行っている移動支援サービスをご紹介いただきました。概要は以下のとおりです。

- ・健康増進のための乗り合い送迎サービスとして全国50箇所以上に展開している。
- ・使い勝手と採算を両立し高齢者利用に最適化された運行システムである。
- ・交通、輸送・配達、見守り等の機能を結合している。
- ・エリアスポンサー協賛型のビジネスモデルである。
- ・自治体にとって使いやすさを考慮した各種機能を備えている。
- ・外出モチベーション向上による健康寿命の延伸にも取り組んでいる。



写真4 取組事例紹介 加藤 博巳氏

第3部「プロジェクト支援事業および人財育成事業の概要について」

第3部では「プロジェクト支援事業および人財育成事業の概要について」と題して、地域・産業振興部 課長 相原 啓吾^{けいご}より事業報告を行いました。概要は以下のとおりです。

「次世代を担う若者支援（定住・定着・移住）」をキーワードに、地域・産業振興部が取り組んでいるプロジェクト支援事業および人財育成事業のなかから、「東北・新潟のキラ☆企業・パーソン」、「人口の社会減と女性の定着に関する情報発信」、「TOHOKU わくわくスクール」、「オープンイノベーションプログラム BizDev Meetup！」などの活動概要と令和4年度の取組成果を報告しました。



写真5 地域・産業振興部 課長 相原 啓吾

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づけており、今後も毎年開催してまいります。本報告会の模様は、当センターのホームページ^(※)においてYouTubeでご覧いただけます。

今後とも適宜、各種イベント等を開催し、ホームページや機関誌等において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。

(※) <https://www.kasseiken.jp/2023/02/27/post-5980/>

顧客とともに「共創」する会社です

株式会社今井産業（青森県平川市）

ーメッセージー



総務部 佐藤 あずさん

入社年 2019年 青森県弘前市出身

職場の活気と雰囲気の良いさに惹かれて

「若い社員が多い」と求人票に書かれていたの
で、一度職場を見学に行こうと思い訪問しまし
た。実際に見学してみると、活気があって雰
囲気の良い感じました。当社の平均年齢は37
歳で、女性社員だけだと27歳と、比較的若手
が多い職場です。

先輩社員から、研修制度の話やお客様へのイ
ベントなど非常に多く行われていることなど
を聞いて、社会人としてのスキル向上ができ
ると思い入社しました。

実際見学した際、80名ほど入る大きな研修
室や県内トップクラスのショールームを見て
感激したことを今でも覚えています。

商品開発を通じ、必要とされる人材に

現在総務部で社内全体に関わる業務をしてい
ます。常に社内が円滑に動けるよう全部門に
気配りをするのが総務の仕事です。そのため他部

門から「ありがとう」と声をかけていただく
ことが多く、そのたびに働きがいを感じます。

また、忙しい部門の仕事も積極的に手伝うよ
うにしています。最近だとガーデニング部の
CAD 図面の作成や、設計部の応援で住宅の
CAD 図面作成などもできるようになりました。

常に新しい仕事へチャレンジできるときにや
りがいを感じます。次は何にチャレンジする
か考えるだけでもワクワクします。

まだ職場には後輩はいませんが、「話しかけ
やすい」「頼られる」存在になりたいと考
えています。

自分を成長させてくれる企業探しが就職活動

自分が気になった企業には積極的に訪問し
て、自分の目と耳で確認してください。

求人票だけでは分からない会社の雰囲気や、
社員がいきいきと働くことが出来る環境がある
かどうかわかります。

自分を成長させてくれる企業探しが就職活動
です。

迷った方はぜひ「今井産業」をご見学ください。

一企業情報一

業種

生活関連サービス

事業分野

株式会社今井産業では4つの事業を展開して
います。

1つ目は建築資材販売事業です。住宅の省エ
ネ問題や住宅ストック問題に建築資材の卸売り

を通じて取り組んでいます。また、社内の設計事務所と連携して技術的課題や住宅管理システム等でお客さまをサポートしています。

2つ目は住生活提案事業です。住宅に付随する屋外空間でのエクステリアやガーデニング工事を通じて住む人の暮らし方・住まい方を提案しています。

3つ目は、住宅製品開発事業です。関連グループ企業と連携して、SDGsに取り組むために環境にやさしい木材素材を活かした独自の商品を発信しています。近年では「e-Wood+」という世界特許を取得した素材の販売に取り組んでいます。

4つ目は住宅協働支援事業です。住宅業界の人手不足や高齢化の問題に取り組みながら、独自の工法で基礎工事、屋根工事、躯体工事を行っています。

会社の強み

株式会社今井産業は、地域業界のリーディングカンパニーとして創業73年を迎えました。

お客様と地域への貢献を第一に「住まいに関するあらゆる可能性の価値あるものを、お客様に商品とサービスというカタチで提供する商業店」を創ることを基本方針としています。

当社の「使命と目的」を定義するとき、それは「顧客と歩む」と「市場を創造する」しかありません。

お客様に「共感」し、お互い「共有」することで、ともに「共創」する会社として社会から必要とされる存在価値を高める企業をめざしています。

当社は建築資材の卸売りから始まりましたが、現在では自社で製造した商品を販売する「創って売る」という業態に変革しつつあります。

その「創って売る」から生まれたのが、2011年から生産を開始した「e-Wood+」という薄板木材を連続で曲げた素材（木製段ボール）です。この素材開発の原点は廃棄される木材の再利用から生まれました。この製造方法は世界4

か国（アメリカ・中国・EU・香港）で特許を取得し、今後世界の販売ネットワーク作りにチャレンジします。

このような新事業の展開には人材づくりが不可欠です。そこで当社では、全社員が毎年経営理念実現のため、個人スローガンの作成から計画推進のための個人アクションプランの提出を義務付けています。

自分で積極的に業務に取り組み、自らのアイデアで新たな事業を提案し、分離独立して社内起業できる人材を育てること、それが今井産業の人材育成です。

会社概要

会社名	株式会社今井産業
所在地	青森県平川市
設立年	1973年（創業は1948年）
代表者	代表取締役 今井 公人
資本金	1,000万円
従業員数	24名
電話番号	0172-44-2145
URL	http://www.imaisangyou.com/
SNS	—

※今号から、Webサイト「ここで働きたい！東北・新潟のキラ☆企業」に掲載している「キラ☆企業」をご紹介します。今井産業のページは右記QRコードからアクセスしてください。



Webサイト「ここで働きたい！東北・新潟のキラ☆企業」



2022年度 第6回理事会 開催

2023年3月2日(木)、理事9名(定員13名)、監事1名が出席し、2022年度第6回理事会を仙台市内で開催しました。

当日は、「2023年度事業計画」および「2023年度収支予算」などが審議され、すべての議題が承認されました。また、「2022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。



2023年度事業計画について

今回の理事会で承認された「2023年度事業計画書」および「2023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>

東北圏における社会経済活動は、「With コロナ」に向けた動きが様々なレベルで進んでいるものの、国際情勢が及ぼす影響等も相俟って、その先行きは依然として不透明な状況が続いている。そのような中においても、人口減少・少子高齢化・若者の圏外流出や東日本大震災からの復興など、東北圏の重要な課題に対し、官民の各主体が連携し、長期的に取り組んでいくことが求められる。

昨年度、当センターは従来から注力している「若者・女性の東北圏内定着」および「東北圏企業における女性活躍」の推進に向け、フォーラムや企業向け勉強会等に取り組んだ。また、地域課題の解決に向けては、ベンチャー・スタートアップ成長による地域活性化調査や、移動困

難者・買物困難者対策としての新たな移動支援サービス等に関する先事例調査等を実施した。

2023年度に臨むにあたり、当センターでは「知をつなぎ、地を活かす」という活動理念の下、組織の特長である課題探求力やネットワークを活かし、さらなる価値創出を図っていくこととした。そのため、2030年頃を想定した長期的な目標として「暮らしを支える経済基盤の上に、多様な人材が活躍する個性豊かな東北圏の実現」を掲げた。さらに、長期的な目標の達成に向け、中期的(2023～2025年度)に取り組む重点分野として、「人口構造の変化を踏まえた地域活力の維持・向上」、「地域資源を活かした社会課題の解決」、「東北圏のポテンシャルを活かした産業活性化」という3分野を設定した。

2023年度の個別事業のテーマについては、上記3分野におけるバランスと、先駆性・時代性・独自性等を考慮して選定している。また、個別事業は調査研究から実践までのプロセスを意識するとともに、中長期の展望も踏まえて取り組むこととしている。

<主な事業>

I. 公益目的事業

1. 調査研究事業

- (1) 東北圏企業におけるリカレント教育の現状と課題(新規)
- (2) 東北圏の空き家問題の現状と課題(新規)
- (3) 東北圏における食ビジネスの新展開(新規)
- (4) 東北データブックオンラインのデータ更新

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) 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」
- (3) 東北・新潟女性応援ネットワーク勉強会

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

2023年 5月23日(火)	2023年度 第1回理事会	仙台市
2023年 6月 8日(木)	2023年度 定時評議員会	仙台市
2023年 8月31日(木)	2023年度 第2回理事会	仙台市
2023年11月 2日(木)	2023年度 参与会	仙台市
2023年12月 5日(火)	2023年度 第3回理事会	仙台市
2024年 3月 5日(火)	2023年度 第4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。

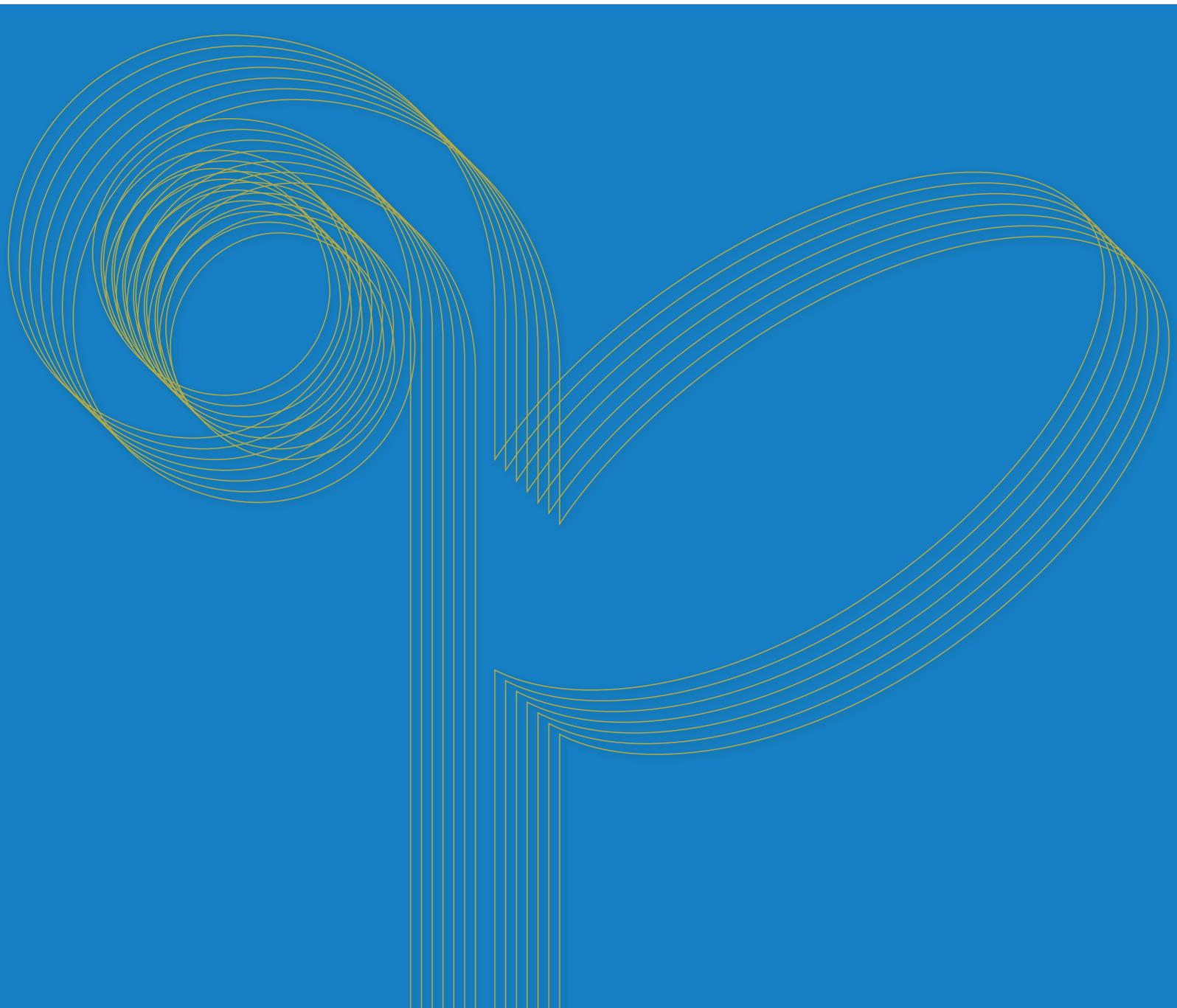


公益財団法人 東北活性化研究センター

〒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>



東北活性研

発行月：令和5年4月

発行人：青野 浩文

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>