

第 2 回青森市しごと創造会議 会議概要

開催日時・場所	令和 5 年 10 月 24 日(火) 15:00～17:35 青森市役所本庁舎 2 階 庁議室
出席者	<p>【委員】 秋田佳紀委員、安保照子委員、岩崎一生委員、蝦名正治委員、 岡村恒一委員、紺野洋紀委員、澤田繁悦委員、長谷川春樹委員、 細川英邦委員、山口隆治委員、大矢奈美委員(オンライン)、 佐々木淳一委員、竹内紀人委員、板野利信委員、白取丈朋委員、 本田政邦委員、三上恭子委員、宮本幹委員、山崎宇充委員 計 19 人が出席 ※磯崎崇委員、野澤淳委員が欠席</p> <p>【専門家(地域経済分野)】 あおもり創生パートナーズ株式会社 専務取締役 高坂幹 氏</p> <p>【オブザーバー】 日本銀行 青森支店 支店長 武藤一郎 氏 青森県商工労働部 商工政策課 課長 山口郁彦 氏 ※青森県商工労働部長 三浦雅彦氏の代理</p> <p>【青森市】 市長 西秀記、副市長 赤坂寛 経済部長 横内信満、経済部次長 船橋正明 農林水産部長 大久保文人、農林水産部次長 中村敦 経済政策課長 小山内政広、経済政策課主幹 渡邊雅史</p>
次第	<p>1 開会</p> <p>2 案件 ・青森市地域経済の現状と課題について (あおもり創生パートナーズ株式会社)</p> <p>3 閉会</p>

第2回青森市しごと創造会議 会議概要

【専門家説明】

専門家 (地域経済)	<p>本日は経済の基礎統計、本市を取り巻く社会経済環境、本市経済の強み・弱み・重要課題、今後の方向性という4つのアジェンダを説明いたします。</p> <p>(概要版資料 3 ページ) 青森市も他の地域と同様に少子高齢化が進み、就業人口の割合は 1995 年の 68.9%をピークに、2045 年には 44.6%まで減るとされており、反対に高齢人口は増え、2040 年を過ぎたあたりで就業者数と高齢者数が逆転するという予測です。青森市の人口は、2000 年の約 31 万 8 千人をピークに減少し、2020 年現在で約 27 万 5 千人、既にピークから 13.7%減少しています。さらに、2045 年には約 18 万 3 千人と、約 3 分の 2 まで人口が減るという予測で、近隣の県庁所在地である盛岡市、秋田市と比べても人口減少が早い予測です。</p> <p>(概要版資料 4 ページ) 2011 年と 2019 年のトレンドを比較すると、2011 年の 9,400 億円程度に対し、2019 年には 1 兆円を超え、人口及び就業人口が減っているにも関わらず、総生産額が増えており、労働生産性が上がっていることが読み取れます。</p> <p>(概要版資料 5 ページ) 2011 年と 2019 年の比較で総生産額の伸び率が高いのは情報通信業であり、この 8 年間に 5 割程度伸びております。情報通信業の特化係数 1.50 は、他市と比較しても特に伸びが大きいです。</p> <p>(概要版資料 6～8 ページ) ※資料を基に他市の状況を説明</p> <p>(概要版資料 9 ページ) 2012 年と 2021 年の事業所数を比較すると、2012 年の 13,108 件から 2021 年には 12,589 件と、9 年間で 4%程度減少しています。卸売・小売業が全体の約 25%を占めており、事業所数でも最多です。総生産額同様に特化係数で他市と比較すると、卸売・小売業が他市に比べ集積・事業所数が多いです。</p> <p>(概要版資料 10 ページ) 2005 年と 2020 年の就業者数を比較すると、2005 年の 142,993 人から 2020 年では 127,394 人と約 10%減少しています。特化係数を見ても卸売・小売業、運輸・郵便業が他市と比べても高くなっています。</p> <p>(概要版資料 11 ページ) 電気・ガス・熱供給・水道業に次いで情報通信業の労働生産性が高いです。一般的に第 3 次産業と言われている卸売・小売業は事業者数が非常に多いが、労働生産性はそれほど高くありません。労働集約型の産業が多く、労働生産性が低く抑えられているため、これらをどう高めていくかがこれからの課題になります。</p> <p>(概要版資料 12～14 ページ) ※資料を基に他市の状況を説明</p> <p>(概要版資料 15 ページ) 1 人あたりの市民所得は 2011 年から 2019 年までの 8 年間で 14.3%伸びています。そのうち、雇業者報酬は 14.1%、企業所得は 13.6%伸びており、全体的に伸びている傾向です。</p> <p>(概要版資料 16 ページ) 青森市の地域経済循環は 93.1%と、県平均の 86%に比べるとかなり高いです。「分配(所得)」のその他所得における地域外からの流入 894 億円は、青森市在住で青森市外に勤めている方の所得が加算されている状況であり、人手不足が非常に厳しい中で青森市内から市外に働きに出ている方が結構いることを示しており、この課題をどう解決していくかという問題があります。「支出」の民間消費額における地域外からの流入 814 億円は、例えば観光客が落としてくれたお金などが含まれま</p>
---------------	--

第 2 回青森市しごと創造会議 会議概要

す。民間投資額における地域外への流出 539 億円は、設備投資に関わる工作機械や製造設備のラインなどを県外から仕入れている場合に流出します。その他の支出 990 億円が地域外に流出していることについて、産業別では製造業の域外流出が圧倒的に大きく、細分化すると食料品が圧倒的に高いです(概要版資料 17 ページ)。青森市内の食品製造業において原材料を市外から調達しており、このことが製造業全体の資金流出をもたらしていると示されています。

(概要版資料 18 ページ)観光入込客数は、2011 年の年間 500 万人程から、2019 年には年間 600 万人超まで順調に伸びておりましたが、新型コロナウイルスで打撃を受け、2020 年に大きく落ち込みました。青森県全体の観光消費額は、2019 年に 1,900 億まで増え、2020 年に大きく落ち込んだものの、徐々に回復傾向であり、今後も伸びることが見込まれます。

(概要版資料 19 ページ)融資実行額総額は、2018 年、2019 年と伸びており、2020 年は新型コロナウイルスに伴う無利子・無担保のゼロゼロ融資によって非常に伸びましたが、今は減少しています。その大半を事業の運転資金が占め、設備投資にまで資金需要が及ばないことが読み解けます。融資実行の産業分野は、卸売・小売業が約半数を占めています。産業別の融資額の伸び率では、水産業や金融保険業がコロナ禍において運転資金の必要性から非常に伸び、また、教育スタイルにおいてオンラインの需要が増えたため、順調に教育関係が伸びています。

(概要版資料 20 ページ)今年度の政府の骨太方針では、「新しい資本主義」を実現するための基本的な方針を表明しています。具体的には、「人への投資」の強化や、GX や DX といった重点分野への投資の加速、コロナ後を睨んだインバウンド戦略の展開が柱になっています。また、地域・中小企業の活性化においては、産学官金連携による地域の経済循環を担う地域密着型企業の立ち上げの促進、GX や DX、人手不足等への対応の後押し、中小企業の事業再構築・生産性向上の支援といった取組を政府として進めることとしております。これらから、本市経済に特に関連深い分野として DX や GX、観光、雇用・労働が挙げられます。

(概要版資料 21 ページ)国内においては情報通信産業が、2000 年の約 33 兆 9,000 億円から 2021 年には約 54 兆円と 6 割程度伸びており、産業の労働生産性を上げるため DX の推進が不可欠と言えます。B to C-EC 市場(消費者向け電子商取引)も非常に伸びており、2013 年の約 11.1 兆円から 2022 年には約 22.7 兆円と倍増しています。このうち衣食住に関わる物販の EC 市場ニーズが非常に高いです。青森県が令和 4 年に調査した、県内の中小企業の DX 取組状況について、「うまく取り組めていない」という回答が約半数あり、その課題としては、「人材が社内にはいない」、「具体的な効果・成果がよくわからない」、「そもそもの企業文化が壁になっている」ということでした。

(概要版資料 22 ページ)政府は GX について、今後 10 年間で 150 兆円規模の市場に拡大するという目標を立てています。一番市場規模が大きい分野は自動車の低燃費化、続いて再生可能エネルギーの固定買取制度が始まったことに伴い、クリーンエネルギーの利用が 2014 年から急激に伸びており、省エネルギー関係も含めた 3 領域が非

第2回青森市しごと創造会議 会議概要

常に伸びています。令和4年に県内の事業所に対して行ったアンケート調査では、省エネや再生可能エネルギーの導入に積極的な企業が少なく、全体では6割程度の企業が情報収集程度にとどまっている結果であり、助成制度や融資制度の拡充、知識や利用方法等のわかりやすい情報提供などを企業側が望んでいます。

(概要版資料 23 ページ)2012年から2022年の10年間の国内旅行消費額の推移は、新型コロナウイルスの影響により非常に落ち込んだものの、2022年は回復基調にあります。訪日外国人の消費額は、2021年には1,208億円まで激減したものの、2022年の試算では1兆円弱まで回復しており、政府は数年のうちに2019年の水準以上の5兆円まで伸ばすことを目標にしています。

青森空港の国内定期便の状況はコロナ禍前にほぼ戻っているものの、搭乗者数はテレワークの普及による出張の減少等に伴い元には戻ってない状況にあります。これは東北新幹線も同様で、JR東日本によると、週末は観光客で混んでいるが、平日はビジネス客が戻っていないとのこと。クルーズ客船は、今年度は6月27日時点で37隻が青森港に寄港予定ですが、来年度はこれを上回る見込みであるとのこと、外国人観光客の入込数について来年も非常に期待が持てます。

(概要版資料 24 ページ)コロナ禍を経てテレワークが急速に普及しています。日本全体の約半数の企業がテレワークを導入しており、新型コロナウイルスの脅威が比較的落ち着いた2022年も同様であるため、テレワークは定着したと捉えられます。日本全体でも兼業・副業を認める企業が増えており、2022年時点で、300万人超が兼業・副業に取り組んでいますが、青森県ではまだ兼業・副業を受け入れる会社が少なく、活用済、活用検討中、活用検討可能と答えた企業が約3割であり、取組を加速させていく必要があります。青森市では、こうした取組を進めるために青森地域貢献人材活用プロジェクトを実施しており、都市部の副業や兼業の人材をうまく労働力として市内事業所に導入するためのマッチング等の支援を積極的に行っています。

(概要版資料 25 ページ)青森市経済の強みは「基幹産業としての卸売・小売業」、「成長産業としての情報通信業」、「交通アクセスの良さ」です。

「卸売・小売業」は、総生産額、事業所数、就業者数、いずれにおいても最もウエイトが大きく、青森市の経済を支える基幹産業であり、特化係数で他市と比べても1を上回っていることから、都市間競争においても卸売・小売業の存在は非常に大きいです。「情報通信業」は、総生産額の増加率が極めて大きく非常に成長している産業分野であり、特化係数も1.5で情報産業の集積度が非常に高いです。その中で、経済産業省の「地域未来牽引企業」や「DX認定事業者」に認定された企業が情報産業を牽引しています。また、「交通アクセスの良さ」は、空港、新幹線の駅、高速道路のICがそれぞれ車で30分程度の都市は稀有な存在だと言われています。

(概要版資料 26 ページ)本市の弱みは、人口減少が他市に比べて非常に速く進むことによる域内需要の縮小、少子高齢化の加速に伴う生産年齢人口の減少(働き手不足)、そして、主要産業、特に第3次産業における労働生産性の低さです。

(概要版資料 27 ページ)強みを活かす視点として、一つ目に、情報通信業を起点とし

第2回青森市しごと創造会議 会議概要

た DX 支援によって各産業の労働生産性・所得を引き上げていく原動力にしていく。二つ目に、洋上風力開発の拠点港の整備を起爆剤として物流・人流・雇用の創出を目指す。三つ目に、交通の結節点としての利便性を生かした訪日外国人や国内観光客の獲得、観光拠点としての機能の強化を目指す、といったことが主に挙げられます。

弱みを克服するためには、青森市は外需を獲得する力が弱いので、インバウンドの取込み強化や、EC 産業を活用した域外、海外からの物販販売による収益向上、DX を活用したサービス面の労働生産性向上、兼業・副業人材を有効に活用しながら成長分野や不足している産業分野に労働移動を円滑に進めるということが非常に重要であると考えます。

以上を踏まえ、今後本市が取り組むべき分野として「DX」、「GX」、「観光」、「マーケティング」の4つがあるとの結論に達しました。

(概要版資料 28 ページ)本会議の主な検討項目である「コロナ後の経済環境等の変化を踏まえた地域産業の再生戦略」、「地域での経済循環を高めるための連携強化戦略」、「今後成長が見込まれる産業分野への参入促進戦略」、「市民所得の向上に繋がる雇用戦略」を実現するため、先程の4分野にどのように取り組むべきかを説明します。

(概要版資料 29 ページ)「DX」については、DX 事業者を上手に育てながら、市内の様々な業種・企業の DX 導入を支援し、労働生産性を高めていくことで、人手不足に対応しつつ、市民所得を高めていくことが必要です。

「GX」は洋上風力発電の拠点港の整備を起爆剤とする。また、政府が推進している脱炭素の先進エリアを目指して関連産業の集積を目指すことが必要です。

「観光」は交通結節点としての強みを生かしながら、東北・北海道の立体観光の中核拠点としての地位を確立し、さらには観光と物販を連動させながら、体験型農業や青森市ならではの特産品の開発を進めることが必要です。

「マーケティング」については、市民のみならず、国内外の消費者のニーズをしっかりと捉え、さらには市場の動向を分析しながら、的確な商品開発を行いつつ、ブランド戦略を展開し、ブランド価値を高めていくなどの取組が必要で。

(概要版資料 30 ページ)DX は、地元の情報 IT 産業関係は成長が著しいため、これを更に伸ばしていく、若しくは新規参入のベンチャーを育てていくことで、その産業自体も牽引力になることに加え、第一次産業から三次産業に至るまでの様々な産業分野のデジタル化を進めていく牽引力になることで、人手不足の解消や労働生産性の向上を目指しながら、市民所得の向上に結び付けていくことができます。

(概要版資料 31 ページ)国のエネルギー基本計画において、洋上風力発電を大規模に開発していくとの方針が示されています。洋上風力発電の拠点港には非常に裾野の広い関連産業の発展、誘致、成長が期待され、風車の建設から 20 年間運転するため、その間の運転、管理、メンテナンスや部品供給など、様々な産業にニーズが生じ、これを支える人材も必要になることから、非常に大きな経済の可能性があると思います。もう一つは、再生可能エネルギー100%でなければ取引しないという世界的な潮流もあり、県内、市内の事業所もそれを睨んだ対応をしていかなければならず、化石燃料をクリーン

第2回青森市しごと創造会議 会議概要

エネルギーに代替してカーボンニュートラルを実現する取組を積極的にする必要があり
ます。電気、ガス、熱供給にしても現在は化石燃料が非常に高騰しており、地熱などの
地元で得られるエネルギーを上手く利用するための技術開発や企業の成長を促してい
くことも必要です。また、建設業においても、省エネ自体が経費の直接的な削減に繋が
り、企業の牽引にとっても非常に大きなインパクトがあり、そこを伸ばす取組を他地域に
先駆けて進め、環境省から脱炭素先進地域の指定が受けられると、非常に大きな交付
金が見込まれるため、それを後押しにして産業のGX化を進めていながら、事業所の
体制強化、市民所得の増加につなげていくことが考えられます。

(概要版資料 32 ページ)観光については、所得の高い層を誘客する取組が大事で
す。例えば、青森ねぶた祭での100万円の特別席は非常に好評であり、今後は高付加
価値のサービス・商品を楽しんでいただくといった取組が伸びてくると思います。また、
今は体験型コンテンツが注目されているため、青森の農業や漁業を活かしたコンテン
ツを作って、外貨を獲得してはどうかと思います。さらには、青森カシスのように、青森なら
ではの第一次産品をブランド化していくという取組が挙げられます。

クルーズ船の寄港数も好調ですが、到着いた観光客が中心街を歩いても、店舗がど
こも開いていないことが問題であり、来ていただいた観光客に、中心商店街にお金を落
としていただくような仕掛けが必要です。また、中心商店街には高額な商品を提供する
店がありませんので、そのような拠点を作って行くことも含めて、外国人観光客のニーズ
に答えて、収益を上げていけるような仕組みが必要です。

(概要版資料 33 ページ)マーケティングについては、青森-室蘭定期航路の再開や、
航空機を活かした高速配送サービス「A! Premium」によって、物流拠点としての機能が
さらに強化されました。これにより、青森が誇る農林水産品を高い鮮度のまま遠隔地に
運ぶというメリットがあり、加工による付加価値に加え、鮮度を売り物にする、という付加
価値もあります。また、JR東日本グループでは「はこビュン」という新幹線に荷物を載せて
運ぶ取組を行っており、「A! Premium」と合わせて、青森市の強みである卸売業・小売
業、運輸サービス業の力の見せ所であり、こういった新しい取組を進めて、青森市の発
展に貢献していく産業構造を作って行くことが重要です。

青森市は、今から150年前に青函航路が開設をされ、北海道との物流の拠点としてビ
ジネスを大きくするために人、物、金が集まって発展してきた街です。それが現在、安定
感や生活の水準は向上しているものの、当時のダイナミズムやハングリー精神が希薄に
なっているのではないかと感じております。人、物、情報が交わるこの青森市独特の強
みを上手く生かしながら、新しい価値を生み出す街、かつてのダイナミズムを取り戻した
活気溢れる街、これを青森市しごと創造会議を通じて新しい青森市の産業振興の方向
性が示され、新しい産業・企業が起こっていく、ということができれば、青森市の持続可
能な地域づくりの原動力になっていくのではないかと思います。

第 2 回青森市しごと創造会議 会議概要

【質疑応答・委員意見】

座長	卸売・小売業が市の今後の基盤になるという一方で、事業所数や就業者数は減少傾向であるというデータもありました。今後廃業なども増えてくる可能性があると思いますが、見通しについてはどのように考えていますか。
専門家	生産額も若干減少傾向ですので、従来型の卸売・小売業のビジネスモデルでは将来少し厳しいと考えます。将来へのポテンシャルはあるし、シェアも高いですが、今後は、新しい物流の形が普及していくという時代を迎えます。そのような社会の動きを捉えつつ、新しい物流の姿、拠点としてのポテンシャルを活かした地域づくりを含めて、前向きに取り組んでいくというチャレンジが必要だと考えています。
座長	一般的に、地方経済の強みは、社会環境の変化、例えば人口減少といった変化によって弱みになる可能性もあり、またマクロで見ると強みだが、ミクロで見えていくと実はウィークポイントになるということも多々あります。以上を踏まえて委員に意見を伺います。
委員	<p>説明の最後に出てきたダイナミズムという言葉にすごく興味があります。</p> <p>色々なデータを分析していただき、SWOT から重要取組分野 4 分野を抽出して、これが我々のいわゆる強みを活かし弱みを克服していけるかたちだということ自体には何も異論はないです。</p> <p>しかし、青森市は、市内総生産額が 1 兆円と青森県の 20%から 25%を占めているため、県都として青森県を引っ張っていかなければならないと思います。青森市は歴史的に交通の要衝として、ものを売り、物流を掌り、そこに付随するサービス、すなわち対面型非製造業で栄えてきた町なので、栄えてきた歴史の反動で、今一番苦しい立場になっています。生産性は低く、その裏側には労働集約型という特性があり、一部は今後 DX の力などで何とかしていこうということはあるが、コロナで本当に弱っている市内の事業者が、それぞれ強くなっていけるかという、今のままでは非常に難しいところです。</p> <p>マクロの部分で見える重要取組分野を、ミクロでどうしたらいいか考えなければならぬということです。逆に、きちんと現場の状況を踏まえながら、この4分野をうまく組み合わせれば、そのダイナミズムに必ずや繋がっていくだろうという希望を持っています。生産性が低くならざるを得ない状況から変わらなければならない時代になっています。</p> <p>ダイナミズムに関連したお話をもう少し聞かせていただきたいです。</p>
専門家	<p>私は元々弘前で生まれ育っており、子供の頃に青森ねぶたを見に来ると、弘前と全く違う町で、駅前には怖いくらい人がおり、エネルギッシュな町、城下町で育った人間からするとカルチャーショックを受ける町でした。しかし、今は駅を降りてもそういう感じがなく、一市民として寂しさを感じます。</p> <p>ポテンシャルは相変わらずあるので、それをどうしていくか、経営者の方がこの恵まれた環境をどう生かしていくかという、今までのビジネスの発想を外れる部分が出てくる必要もあると思います。車の自動運転なども数年後にははじまっていくと思いますし、色々なことが劇的に変わっていくので、それらをうまく先取りし、新しいビジネスモデルを創るために優位性をどう生かしていくのかということにかかっていると思います。</p>

第2回青森市しごと創造会議 会議概要

委員	<p>しごと創りの会議なので、SWOT 分析による4つの重点分野をないがしろにすることは絶対できないですが、これは本当に入口だと思います。この4つの分野を表面上で整えてもなかなか本来的なしごと創りには繋がらないだろうと思いますので、この会議の本筋ではないかもしれませんが、4分野に通底するダイナミズムのようなものを共通認識で持ち、その中で4分野の議論がなされるとよいと思います。</p>
委員	<p>資料の経済の基礎統計を見ると、青森も弘前も八戸も盛岡も秋田もさほど変わらない状況であり、資料を突き詰めると4つの分野を伸ばすということになるため、しごと創造会議のようなものを立ち上げ検討した場合には、他市と同じ結論になってくるため、東北はどこに行っても温泉もありスキーができるなど特徴がないです。</p> <p>企業経営者の観点からすると、特徴がないもので競争してもレッドオーシャンであり、そこには成長が見受けられないだろうと思います。ブルーオーシャンが何なのかというところで、青森の独自性をもっと掘り下げて、他の類似都市にないものを発見しない限り、レッドオーシャンで終わるのではないかなと感じます。</p>
座長	<p>その特徴を出すためには、経営者が何を志して目立っていくか、尖っていくかということなどをもう少し具体的に出さないといけないということですね。</p>
委員	<p>それぞれの経営者の責任になってくると思いますが、ダイナミズムという言葉はそのとおりで、特に最近、日本企業全体がケインズの言うアニマルスピリッツがなくなったということが言われています。経営者が自分の中でどう情熱をもってつくるのかということは、総じて少ないと思います。</p> <p>起業家指数というものがあり、日本国内で起業家指数が一番高いのが愛媛県、一番低いのは青森県であると見たことがあります。愛媛の人は積極的に出ていきやってみるのに対して、青森県や青森市は他県に比べ起業家指数が非常に低く商売気があまりないため、そこを改善していかないと、結局は同一化競争になり、スピリッツの低い我々は負けていくということが目に見えるため、そこは大事だと思っています。</p>
座長	<p>ターゲットが明確でない部分も少しあるかと思います。市民生活の中で事業をするのか、もっと外に出て行って事業をするのかによって、気付きやターゲットが変わってくるので、経営者としての発想も変わると思います。</p>
委員	<p>私は水産業を基盤としているので、立ち位置が非常に不安定です。原料状況は毎年変わり、獲れるか獲れないかということベースにしているため、計画が立つものでもありません。また、日本は魚離れということが久しく言われており、海外では魚は高級品ですが、日本は肉の方が高級品というイメージが強い国なのです。</p> <p>水産業は、この二つが問題であり、何もしなければ衰退していく産業の筆頭みたいなものなので、この課題を解決しなければならないとの使命感というよりは、課題を解決しないと生き残っていけないという恐怖感が行動に繋がっていき、結果としてチャレンジをするスピリッツに繋がっていったと思います。</p> <p>青森市でも追い詰められている産業は数々あると思いますが、追い詰められた中でそれぞれの事業の立ち位置を考え、課題を見つけ、立ち向かっていくしかもう道はないのだと思います。</p>

第 2 回青森市しごと創造会議 会議概要

委員	<p>ホテル業界は、コロナ禍の 3 年間で人材流出に拍車がかかっています。有事の際に非常に弱い産業だということが、従業員が離職する大きな原因となったと感じます。</p> <p>自社でも人手が足りず、売り止めをしています。通常 100 室で満床のところを、80 室で満床としているホテルもあり、特に浅虫温泉などの旅館やリゾート系のホテルは、非常に厳しい環境に置かれています。今後、ゼロゼロ融資の返済や利息の支払いが重なり、撤退や閉館をする事業所が増えないことを祈っています。</p> <p>観光振興について、観光業界は課題が非常に多く、地域間競争が激しい業界なので、他にはない尖ったものを一つ磨いていく必要があると思います。</p> <p>青森県は、観光資源を磨き上げる上で山をつくれな環境にあるといつも感じています。県内の市町村の特産品や観光地が全て平準化してしまう傾向にあるので、行政区域を越えて課題を克服していく必要があります。色々な問題があると思いますが、山をつくり、そこから転げ落ちたものを享受しようという考え方でやっていかないと、観光振興にならないと感じています。</p>
委員	<p>地域間の競争戦略や尖ったことをするという点に関して、何から始めるかについては、付加価値向上による生産性向上が命題だと思っています。</p> <p>また、人への投資というと時間がかかるように思えますが、実は即効性があると思っています。以前、韓国の長城郡(チャンソンゲン)の首長が、年間 50 回、各分野の超一流の講師を呼ぶ研修を、毎週、全職員を対象に数年間行った結果、職員の教養・資質・モチベーションが格段に上がり、企業誘致などの産業振興で著しい効果があったとのことなので、今年そのぐらいのことをやれば、来年には目に見えて何か新しいチャレンジが出てくるということがあると思っています。</p> <p>付加価値向上による生産性の向上においては、アートや文化などのクリエイティブな要素が大切です。経営学者のミンツバーグは、経営には、技術力・現場力を意味するクラフト、創造力・企画力を意味するアート、客観的・論理的な分析力を意味するサイエンスの3つが必要だと言っています。また、書籍「世界のエリートはなぜ「美意識」を鍛えるのか?～経営におけるアートとサイエンス～」や「なぜ、世界のエリートはどんなに忙しくても美術館に行くのか?」、経産省のレポート「アートと経済について考える研究会」では、文化は産業競争力の源泉であり、付加価値創出による差別化の実現には、文化の重要性が増しているとされています。加えて、今年の内閣府の年次経済財政報告では、日本企業のマークアップ率(原価費用に対する販売価格の比率)が低く、マークアップ率が高い企業は、利益率が高く、無形資産(研究開発費、ソフトウェア装備率、能力開発費、広告宣伝費など)への投資が高くなっており、さらに輸出や海外展開についても、マークアップ率の向上とプラスの関連性があると記載されています。</p> <p>観光における人への投資、人づくりについて申し上げますと、例えば、付加価値向上による生産性向上の KPI として、「社員の美術館に行く回数を上げる」など、やればすぐできるわかりやすいことを一つやるだけでも、1年か2年で目に見えて成果は出ると思います。</p> <p>DX による付加価値向上と生産性向上について申し上げますと、青森市の強みである城</p>

第 2 回青森市しごと創造会議 会議概要

	<p>内の情報通信業による DX 導入支援により、業務の効率化を進め、付加価値向上に取り組む時間が増えることで心理的な余裕が生まれ、結果として、人づくりと DX を進めると、何か尖ったことをする余裕が生まれると思います。</p> <p>また、DX 導入の重点分野としては、デジタルを核にアナログも取り入れ、観光流動と消費のマーケティングリサーチの分析を行い、特にマーケティングリサーチについては、エリアマーケティングを中心に行うとよいと思います。例えば、この週末に駅前周辺で複数のイベントが開催されたところ、新町通りの人通りがかなり多い状況でしたが、その人達がどこから来たのか、どういう行動をしていたのか、どういう消費をしているのかを、そのエリアで連携したりサーチする。そうしたりサーチを八甲田地区や浅虫地区など市内の主要エリアでも行うというエリアマーケティングを行い、エリア間の関係も分析していく。さらには、ねぶたを通年展開するにはどうするかといったテーマや、宿泊・飲食・物産などの業種ごとにはどうなのかなど、エリアやテーマ、業種毎のマーケティングリサーチをクロスして分析すると、具体的な競争戦略が見えてくると思います。</p> <p>付加価値向上による生産性向上の重点分野としては、年次経済財政報告においても、輸出や海外展開の実施がマークアップ率の向上を牽引していたので、インバウンドや海外展開を青森市の産業振興のパイロット的な役割としていけばよいと思います。</p> <p>まとめとして、付加価値向上による生産性向上を重点テーマとして取り組み、それが進んでいくと、持続可能な観光産業への転換が図られるのではないかと考えています。</p>
<p style="text-align: center;">委員</p>	<p>人材育成が大切であるということを私も考えています。</p> <p>経済的に豊かになるために、稼げる仕事をどのように創り出すかということがこの会議の問題だと思いますが、若者を中心に人口減少が進む中で、労働力不足にも対応しながらしごとを創り出したいが、今ある仕事には人が足りないという状況になっています。</p> <p>卸・小売業が現在の青森の強みであるということについては、解釈に留意が必要だと思います。事業所数・就業者数・生産価格から見ると基幹産業であることは間違いありませんが、単に他の地域と比べて卸・小売業以外の産業が少ないことを示していることにもなるので、生産性や付加価値の伸びという視点が絶対に外せないはずで、卸・小売業の比率が高いという事実を、もう一つの強みであるアクセスの良さや、交通インフラ、水産物の特産品と組み合わせ、今後の取組の弾みに使っていくことで、生産性や付加価値が伸びていくと思います。</p> <p>資料等では情報通信業が注目されていますが、企業向けのものや消費者向けのものがあり、サービスの種類も様々あり、一番稼げている分野がよくわかりません。青森市は何が得意分野で、その得意分野を伸ばすのか、あるいは、まだ得意ではないがより稼げる分野に人材を供給するのかなどを分析しなければいけません。他地域や海外との激しい競争の中で勝ち残るためには、自分の強みと弱みを理解し、強みを伸ばし弱みを強みに変えていくことが必要であり、そのために人を育てていかなければならないと思います。</p> <p>若年者を中心とした労働力不足の問題について、2015 年と 2022 年の国勢調査で雇用者数の推移を確認したところ、青森・岩手・秋田の各県において、全体としては雇用</p>

第 2 回青森市しごと創造会議 会議概要

	<p>者数が減っていますが、高齢者の雇用者数は、若年者の雇用者数の減少を補う形で増えております。また、就業構造基本調査では、青森県は高齢者の正規雇用の比率が他地域と比べて高く、青森市もおそらく同じなのですが、高齢者が経済の生産面をかなり支えてくれています。それ自体は生涯現役世代という言葉があるように良いことなのですが、高齢者が中心ということは、新しい技術を持った若者が参入してくる機会が少ないということでもあります。そのため、今働いている人や高齢期に差し掛かった人たちの学びなおし、人材に対する投資はゆとりがないとできないことですが、欠かせないものなので、ゆとりを持たせるということも考えつつ進めていく必要があると思います。</p> <p>情報通信業、観光産業、その他の産業・分野において、常に競争しているという意識が大事だと思います。</p>
<p style="text-align: center;">委員</p>	<p>若い人はもう運送業はやらないと感じているので、現在は高齢者を集めて、若い人が2人でやる仕事を高齢者3人でやるというスタンスでやっています。高齢者を入れるようになってからは、人のまわりが段々よくなってきています。人材の問題に限らず、会社の大小は関係なく、アイデアと生き残ろうという気持ちを持って、色々なことを考え工夫していけば、様々な課題も解決に向かって進んでいくと思っています。</p> <p>高齢者の雇用は、通院で休む人や突然具合が悪くなる人がいるなど多数のリスクがあり、同じ仕事に複数の人員を配置するのであまり生産性がいいものではないですが、今後もワークシェアリングという形で頑張っていくつもりです。</p> <p>外国人の雇用については、法律の問題はありますが、留学生もたくさんいるので、必要不可欠になっていくと思います。今後法律が変わることを期待しています。</p>
<p style="text-align: center;">委員</p>	<p>人手不足に関連して、私共ではベトナムからの技能実習生を受け入れています。去年は約 10 人で、今年は約 11 人の予定で、募集すれば集まる状況です。りんごに関して、トキなどの品種の台湾・香港への輸出が非常に増えており、トキなどの次は王林となり、この流れでいくと、技能実習生がいるおかげで、中国に対してしっかり納品できる体制が整っていきます。また、今年は輸出が好調であるため、コロナの関係でも相場は崩れておらず、20 キロコンテナで前年比 1,000 円から 1,500 円程高くなっています。</p> <p>現場では働き方改革による労働時間の問題から縛りがかかっているため、しっかり守っていかなければならないと思っています。</p>
<p style="text-align: center;">委員</p>	<p>自然を相手に仕事をしています。2011 年は水温が高い日が年 20 日間で終わりましたが、今年は約 70 日間続き、その中で水温が一番高い日で 29 度でした。9 月中旬にダイバーがホタテの稚貝を見た時は死んでいませんでしたが、今ホタテを海水から上げて調べたら、籠 200 レーンのうち生きていたのはたったの 10 枚です。今年のねぶたの時期には、市内でホタテの成貝が約 540 トン売れましたが、来年は皆無です。ベビーホタテについても、来年はほぼ皆無だと思います。漁師の数について、昔は市内に 200 人程いましたが、今は 130 人程で、後潟漁協を入れても 160 人程しかいません。地球温暖化に対しては、私達が一番危機感を持っており、ホタテ産業が今後継続することはかなり難しいと思っています。</p>

第 2 回青森市しごと創造会議 会議概要

委員	<p>今年は今までの 50 年間の中でも特に水温が高く、ホタテがへい死しています。地球温暖化により海水温が上がる時代に備え、ホタテがまだ主体の内に、何かしら強いものを養殖して定着できないかと考えています。後潟ではホヤを養殖していますが、そのホヤも 26 度以上になると死んでしまい、もう水温は限界にきています。鳥羽市では 26 度以上の高水温の中でカキと真珠を育てているので、技術があれば試験段階にしていきたいですが、生産にばらつきがあり開発に手が出せないため、できれば青森市にもお願いし、ある程度試験段階でもやってみたらどうかと思って動いていました。</p> <p>将来的にこういったものができれば、ホタテに代わるものも出るのではないかと思います、青森真珠みたいなものをできればと考えていました。</p>
座長	<p>1 次産業は労働力だけではなく、自然、気候という問題も関わってきており、観光分野は労働者をどう育成するか、また物流業界も様々なことを考えなければならない中であって、この会議は新たな産業を生むだけではなく、既存産業の維持や市民所得の向上のため、全てのことに手を打って補助的なことをしなければならないと思いますが、DX がどの分野にどういった形で役に立つかということをお願いしたい。</p>
委員	<p>概要版資料 30 ページの DX イメージの全体図については概ね賛成します。</p> <p>各論に関して何点かお話しすると、県内の IT 企業はほぼ東京の方を向いて仕事をしているという実態があります。同じ仕事でも、東京の案件と青森の案件では倍くらい貰える金額が変わってくるため、市場原理的に、経営判断として東京の案件を引き受けることになってしまう状況にあり、この全体図通りにうまく進むのかということは少し心配です。</p> <p>また、「DX」は業務プロセスやサービスの改善ということなので、単純な IT 導入とは少し違うのですが、企業によっては、システムやツール導入で終わってしまうということがよくあります。IT に詳しく、かつ業務プロセス改善も行える人材がとても少なく、東京でも高額な報酬で一部のコンサルタントが引き受けている状況なので、この地域でそのような人材がいるかという、かなり少ないという実感です。そのため、IT に精通している人材は一定数いると思いますが、全体図で「地元 IT 企業者」という括り方をしており、市内に向けて仕事をやりたいと思っているか、業務プロセス改善や経営コンサルという部分で適切にアドバイスできる人材がどの程度いるかが疑問です。また、業務プロセス改善となると、経営者と直接やり取りをしていくため、経営のミッションビジョンバリューや経営理念の部分から構造化して噛み砕き、改善案を打ち出していくため、結構時間がかかります。</p> <p>しかし、行政事業というのは年度ごとに成果を求められがちなので、具体的な事業に落とし込まれたときに、短期で支援を求められると、正直厳しい戦いになるのではないかと感じております。全体図の頂上に支援、育成とありますが、それが補助金なのか、あるいは専門家派遣なのかなど、色々と打ち手はあるのかと思いますが、具体的に何がいいのかはこれからということになると思います。</p>
座長	<p>例えば一般的には AI やロボットは従来の雇用を奪ってしまうという認識がある一方で、DX で各産業の人材不足を補うことができれば、働いている人たちは、アップグレードした仕事ができるという可能性もあると思いますが、その点はいかがですか。</p>

第 2 回青森市しごと創造会議 会議概要

委員	<p>そのとおりです。一概に仕事が奪われることはないと思っており、より効率化された生産性、一人あたりの労働生産性の向上というところでは大変効果的であると考えております。</p>
委員	<p>運輸という分野は結構 DX に近く、生産性を高めることが非常に適した業界なのではないかと思っています。我々の支援先企業でも、DX の導入によって休日の増加、労働環境の改善に伴い、離職者の減少にも繋がり、さらには生産性が向上し顧客からの信頼度も上がると、売上や給与の増額にも繋がったということをお話していました。7、8 年前から中途退職者がいないとのことで、業界的には人手不足で苦しい状態ですが、この企業のようなことができる可能性を持った分野であると思っています。</p> <p>今日の話の中での 4 つの柱について、委員の皆様は、尖ったものがないと、どの地域でも考えることだろうということをお話されていたかと思います。一方で観光と DX というのは非常に近くて、EC という部分で話をしますと、観光で海外から訪れた方々に、本国に戻られた後に越境 EC でリピーターとして買い求めていただき、やはり現地で本物を買う方が良いということで、また日本に来ていただくという様な好循環を生むことができます。ここで重要になってくるのがデジタル宣材であり、どのようにインターネット上で自らの製品を上手く、綺麗に宣伝できるか、これは写真の技術ですが、そういった取組を進めることによって、繰り返し青森に海外の方が来ていただける、あるいは国内の方でもねぶたを観て美味しいものを食べたという経験をもう一度したい、というようなことがあるかと思っています。</p> <p>「尖ったもの」というのは非常にキーワードかと思いますが、私は「ねぶた」だと思います。ねぶたをきっかけに青森に来る方、跳人として跳ねたいという海外の方がたくさんいます。ただ一過性に終わらせない努力はしていないといけない、その仕掛けがどうかということですね。</p> <p>EC は海外のモールも含めると非常に多く、上手く打ち出さないと埋もれてしまいます。人手は要らずに売上が立つが、実は訴求力に問題があります。そこで、例えばヨーロッパには歴史、アメリカには合理性・有効性を伝えるなど、国によって訴求ポイントが変わってきますので、如何にしてシナリオを組み立てるかということの一つ一つを行うことによって、観光が一過性に終わるのではなく、繰り返しリピーターを生んで繁栄に繋がると考えております。</p> <p>先程ホテル業界の話もありましたが、そういう好循環が生まれてくると若い人も定着できるようになり、宿泊施設も 100%の能力でお客様を迎えられるようになるのではないかと考えました。</p>
委員	<p>今日の話の中で「尖った」部分、新規事業領域をどう開拓していくかがテーマになっているかと思いますが、DX にせよ、新規事業の開拓にせよ、担い手というのは若い人だろうと思っています。20～30 代の DX 人材が青森にはいないというお話もありますが、リテラシーは非常に高いですし、PC 等に慣れている世代が多く、アプリを作るような人材は少ないものの、そのツールを導入する若年層が多いためと感じていますので、IT を使いこなしてもらうことは若い人に任せていった方が良いのではないかと考えました。一</p>

第 2 回青森市しごと創造会議 会議概要

	<p>次産業などにロボットや AI を入れたりすることは非常に難しいと思いますが、卸売・小売業というのは、尖った部分や DX の部分もそうなのですが、若い世代に任せると、これからの不確実な時代においても違ったものが見えてくるのではないかと思います。</p> <p>社内での人材育成は、現在は完全に OJT です。先日も新入社員 4 名に、空区画の企画を考えるよう提案したところ、自ら企画し、全て仕入れ、雇用、販売、さらには店づくりも行いましたので、任せるとできてしまうということが我々の気づきでもありました。権限移譲と、世代交代とまではいきませんが全て任せる、ということで伸びてくる人材もいると思います。</p>
<p style="text-align: center;">委員</p>	<p>青森市として中途半端にならないようにしていただきたいと思います。様々な業種に携わる方がいる中で、どれが本当に大事なかがとても大切かと思います。</p> <p>青森カシスは GI(地理的表示保護制度)に国内第 1 号で登録され、以前は青森市が事務局となってカシスの保管等を行っていたかと思いますが、市がそれを手放してから、我々が生産者にカシスを 2～3 トン発注しても、たったの 50kgしか納品されず、このような状況では商品開発はできません。青森市は何を推して何を育てていくのかを決めないで先に進めない、尖っているものを探すのも大事だと思いました。</p>
<p style="text-align: center;">委員</p>	<p>明確に伸びている分野としてインバウンドが挙げられると思います。青森県の公表値では、2017 年の外国人宿泊客数が約 26 万人、2023 年度の目標値が 50 万人と、ほぼ倍増しています。ここまで明確に伸びている分野はあまりないのではないかと思います。また、外国人が行きたい都道府県ランキングで青森県は第 6 位で、北海道、沖縄、東京、京都、大阪という知名度の高い都市に次ぐ順位というのはかなり凄いことかと思えます。</p> <p>一方で、観光客の皆様がどこで青森を知って何に惹かれたのか、というようなリサーチはまだ十分でない部分も多いと思います。ねぶたや豊かな自然、文化といった、色々な魅力的なコンテンツに惹かれて青森に来られているかと思いますが、インバウンドを伸ばすためには、国別の傾向やタッチポイントなど、より深掘りが必要です。強化すべき取組の一つ目は、リサーチ。そして二つ目はそのリサーチ結果を生かした CRM。一度来ていただいた方に、顧客満足度を高めて如何に 2 度、3 度と来ていただくか、周りの方に青森の良さを広めていただけるか、また、国に帰ってから EC を通じてモノを購入していただくか、というところがより組織的にできるようになればよいのではないかと思います。そして三つ目が人材育成。先日ジェトロ(日本貿易振興機構)に見せていただいた国内の外資系企業へのアンケートで、人材確保が満足にできていると回答した北海道・東北の企業が 0%でした。他の地方では 1～2 割程度(東京も含めた全体平均は 24.5%)でしたので、この現状は逆に言えばチャンスでもあると思っており、東北で英語・中国語ができればハイススキル人材として重宝される人材になれます。リサーチ、CRM、人材育成の強化の 3 点は、インバウンドをより伸ばしていくためだけでなく、マーケティング全体に重要な視点だと考えております。</p>
<p style="text-align: center;">委員</p>	<p>青森港では、洋上風力発電の基地港湾を目指しています。新しい分野である洋上風力発電の基地港湾は、まさに新しいことを生む基盤となる場所になるのではないかと考えており、使い方次第で尖ったことができるツールだと思っています。</p>

第 2 回青森市しごと創造会議 会議概要

	<p>洋上風力という産業自体、日本ではまだ始まったばかりで、何も始まっていないに等しい段階ですので、これから 2～3 万人という人材が洋上風力発電に関わるあらゆる分野で必要になってくると思っています。</p> <p>また、基地港湾を目指すにおいて、どのような仕事があるのかをリサーチして深堀していかねばならないと思います。部品の組立て、保管、輸送などに地元がどう関わっていくのか、それからその先の運転管理や点検、修理、事業者の人材育成に関する部分、さらには人やモノが集まってくることによる宿泊、飲食業などの消費が伸びると思います。</p> <p>青森港は、青森県の日本海南側での洋上風力発電の基地港湾として以外にも、5～6 か所の同様のプロジェクトを引き受けることができると考えています。これはやり方、青森県の考え方次第ですが、一つのプロジェクトの準備や製造だけで 3 年ほどの時間を要し、2～3 年ごとに次々とプロジェクトが重なっていくと、全ての事業の完了までのおよそ 15～18 年経過するため、次は最初に製造した風車がリプレイスの期間に入ってきます。つまり、港湾自体が継続的に洋上風力発電の仕事で使われていく日本で唯一の港になり得ると思っています。そうすると洋上風力発電事業に関わるメーカーや事業者、サプライヤーといったところが、部品製造工場を造るといった、今まで青森市にはなかった工業系の企業誘致という可能性があると思っており、それにより雇用も生まれ、プロジェクトが循環することで流入してくる人口も増え、それが不動産売買や消費に波及していき、全体的に裾野の広い経済効果が期待できると考えていますので、青森港が洋上風力発電の基地港湾として選ばれる、そして継続して使われていくことを目指してほしいと思います。</p>
<p style="text-align: center;">委員</p>	<p>コロナ禍におけるゼロゼロ融資において、特に今年度は、県や市を問わず全国的に元金返済を迎える企業が突出して多いです。それに向けて地域の金融機関として何ができるのかというと、経営改善、伴走支援ではないかと感じています。資料の中に DX や人材不足というワードがありましたが、まさにこれからの金融機関はファイナンスに留まらず、ソリューションの部分、人材や DX とは何か、というところに注力していく必要があります。特に青森県、青森市の中小事業者は「DX とは？」というところから話が始まるので、DX によって労働環境が改善し、時間外の対応などにも直結するということで DX 支援があると思っていますし、人材不足について非常に多く聞くため、現在金融機関では人材紹介業務というものも行っております。資料の中に副業という話もありましたが、これは特に首都圏で手を挙げている方が非常に多い状況です。青森市内の中小企業者が悩まれている DX の部分とマッチングできれば非常に有効なものになるのかなと思っていますので、地域の金融機関としてハブとなれるということを本日十分認識したというところで</p>
<p style="text-align: center;">委員</p>	<p>私自身、全国各地で勤務してまいりましたので、より青森県と他地域との違いは感じる場所があります。仕事や観光といった表面的なものしか見ることが出来ていないのかもしれませんが、青森は十分尖ったものを持っていると思います。農水産物もトップクラスの産品があり、自然、文化、祭、歴史も感じます。外国人の行ってみたい都道府県ランキ</p>

第 2 回青森市しごと創造会議 会議概要

	<p>ングで青森県が全国 6 位というのも、青森に魅力を感じている方が多いためではないかと思っています。</p> <p>尖った部分ということに関しては、例えば洋上風力発電に関して、風況をどう生かすかということや、あるいは水産業でも、かつては水産会社が拠点を設けて現在も力を持っている都市だと思いますし、新たな養殖という分野に最先端の技術を導入して次世代の水産業を育てていこうとしている企業もあることから、そういう尖った部分という素地がまだまだ産業の中にはあると思っています。</p> <p>概要版資料 16 ページの地域経済循環に非常に関心を持ちました。いかに青森市内、あるいは青森県内にお金が残るように仕事を創出していか、といった観点において、一部域外に流出している部分があり、特に製造業の食料品の流出具合が大きい点が意外なところで、青森市は県内から農産物を仕入れているという意味もあると思いますが、青森県全体で見ればかなり域内で農水産品を加工して域外に売るという循環もあって、お金が落ちているのではないかと感じました。いかに圏域、市内でお金が落ちるか、そういった魅力的な仕事を創っていくかという観点がこの会議で注目されているのだと思います。それは今ある基幹産業、例えば卸売・小売業や水産加工業をいかに強化していくか、あるいは洋上風力発電のように新しい産業を青森に呼び寄せるといった魅力的な仕事をいかに創るかというところで、どのような産業、分野が良いのかということを考え続けていくことが必要であると思っています。金融機関としては、そのような魅力的な仕事を創る場合に、若者が魅力を感じる仕事なのか、創業・スタートアップで起業したいのか、あるいはシニアの方が創業する場合もあるかと思いますが、支援をすることもできますし、シニアの方がより長く働き続けられるような魅力的な仕事、あるいは他の地域から青森に魅力を感じて流入してくる、事業承継で第三者でも事業を引き継いでいく、あるいは次世代が事業を引き継いでいく、というところで魅力的な仕事と引継ぎ手、創業の担い手を上手く循環させていければ、また金融機関としても後押しができればと思っています。</p>
<p style="text-align: center;">委員</p>	<p>地域循環率が高いほど、他の地域から流入する所得に対する依存度が低いということになります。他の地域から流入した支出よりも生産が膨らんでくるということになるため、市民所得の向上に到達すると思います。</p> <p>2022 年の住民税の統計データによりますと、全国 1,741 の市町村の市民所得ランキングにおいて、北海道・東北ブロックのトップが北海道猿払村で、全国でも 3 位です。労働生産性を高めるためには、付加価値を大きくするか、あるいは過剰な労働投入量を抑えるかということになります。猿払村はホタテで付加価値を上げており、人口が 2,600 人のうちホタテに携わっている人がたった 100 人です。平均の市民所得が 700 万円を超えており、北海道・東北ブロックの中でも、猿払村のように少ない人数で付加価値及び労働生産性を高めているところもありますので、地域経済循環を回すことは地域の自立度を高めることであるため、青森市の食品製造業の資金が流出しているということについては、次回以降議論していかなければならないと思っています。</p>

第2回青森市しごと創造会議 会議概要

<p>オブザーバー</p>	<p>仕事を創っていくためには、本来、ブルーオーシャンを考える、そこを探し当てていくべきだという起業家スピリッツの重要性を聞くことができたことは印象深く、それが企業として本来望ましい姿だということを本日改めて感じることができました。</p> <p>その一方で、青森市全体の豊かさ、市民が豊かになるためにはどういうことが必要かという、抽象的な概念になりますが、やはり経済全体の生産性を高めるということになると思っております。そのためには、各分野において直面する様々な課題を的確に捉え、その課題に応じた適切な対応を行うことが必要だと思っております。その手段は様々なものがあると思いますが、現在では、比較的幅広い分野で対応するための手立てがデジタル技術の活用なのだろうと思っております。この点に関して、資料の中で情報通信業が成長していることは良いことだと思いますが、この産業のみが伸びていくことが望ましいわけでもないと思っております。これらはかなり限られた企業であり、その産業の成長のリターンがその企業のみには帰属しないことが多々あると思っております。</p> <p>我々として考えたいことは、デジタル技術の発展が幅広い企業、産業の生産性を高めることに使われていくことだと思います。アメリカでも1990年代に「生産性のパラドックス」という有名な話があり、当時マイクロソフトやAppleといった企業によってコンピュータ技術が発展したにもかかわらず、経済全体の生産性がなかなか高まらないということが言われておりましたが、2000年代に入りようやく生産性も高まってきました。現在では、その技術が幅広い分野で浸透していくことで初めて経済全体が豊かになり、生産性も高まってくるという見方が定説かと思っております。</p> <p>青森市においても、デジタル技術の発展が、市内の幅広い分野に浸透していくことが必要であると思っております。そして、そのための人材が出てくるということが期待されると思っております。デジタル分野については若い世代の人に優位性があります。そのため、経営者の方々もオープンになって、若い人のアイデアを活用する、良いものを取り込んでいくというスタンスになっていくことが、新しい分野を切り開くことに繋がり、生産性の向上に寄与するのではないかと考えます。</p>
<p>オブザーバー</p>	<p>青森市と東北各地の県庁所在地との比較のトレンドとしては類似するものの、青森市はやや厳しい状況にあるという分析だと思います。これを青森県に置き換えて、他県と比較しても同じような傾向だと思います。</p> <p>一方でやや厳しいということは、改善の余地があるという様にも捉えられると思ひ、生産性の向上による所得の向上、尖った仕事や特色、長所を生かした「稼げて、魅力のある仕事」を創って行くことを同時並行で進めていく必要があると思った次第です。</p> <p>資料の中で、青森市において卸売・小売業が重要な役割を果たしており、雇用を支えているという点は重々承知しておりますが、会議の本旨である「しごとを創る」という分野からは、ややイメージしにくいのではないかと感じました。DXを進めて生産性を向上するのは良いのですが、例えばインバウンドが今後増えてくる中で、卸売・小売業が、需要に応じて魅力ある、稼げる職場にしていくといった具体的な戦略があった方がわかりやすいと思った次第です。</p>

第 2 回青森市しごと創造会議 会議概要

<p>専門家</p>	<p>委員からも「追い詰められた産業」という話がありましたが、ピンチの状態にあるからこそ新しい発想、取組が生まれてくると思いますので、青森市もこのピンチをバネにして、新しい取組を更に進めていくことが大事だと思いました。</p> <p>委員の意見で共感したことが、人や資本を惹きつけるキープロジェクトが必要だということです。ブルーオーシャンという話もありましたが、例えば洋上風力発電のようなプロジェクトや海外マーケットだと思えます。インバウンド、輸出といったところが強みであるため、そういうところをキープロジェクトとして掲げて進めていくことで雇用を生み、人を呼び込んでいくということが大事だと感じました。</p> <p>また、本日 4 つの分野(DX、GX、観光、マーケティング)を示しましたが、その分野にどのような中心となる企業があるのか、その実態や可能性について、もう少し各産業分野の解像度を上げていく必要があると感じました。</p>
<p>座長</p>	<p>最後二つお話しします。</p> <p>一つは地域経済循環を意識して、域内だけで循環させなければならないとすると、人材そのものの不足やそれに適した人材がないということが逆に足を引っ張り、伸びていけないので、外部の力を借りてでも新しい産業を市内に生み出し、その後地域で人材をつくり、その人材でいずれやっていく。つまり、皆様の意見を伺っていても、「ないものねだりをしているかもしれない。ではどうするのか。」という結論にたどり着かないといけないということを感じました。</p> <p>もう一点は、人材不足とは言うものの、どんな人材がどれくらい少ないのかという曖昧な状態で人づくりはできないという気がします。この会議の中で「地域でこういう人材を育てたい」「地域にこのような人材がいればもっと伸ばすことができる」ということを明確にすることも必要であり、そのような人材にはいくら給与を払ってでも欲しいということ由市外・県外に訴えかけることで、副業人材が手助けをしてくれるかもしれないというような様々な部分もあると思います。</p> <p>狭い部分で見続けることが必ずしも正確ではないということもあるので、地域経済循環を超えて、外部からノウハウを取ってでも何か新しいことを創って行こうという意欲は、いずれこの会議の中で結論になるという気がいたしました。</p> <p>本日の会議は以上となります。</p>