第１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８月 29 日（火） 13:30～16:00 ホテル青森 ３階 孔雀の間
出席者	【委　員】 秋田佳紀委員、安保照子委員、磯﨑崇委員、岩崎一生委員、 蝦名正治委員、岡村恒一委員（オンライン）、紺野洋紀委員、 澤田繁悦委員、細川英邦委員、山口隆治委員、大矢奈美委員、 佐々木淳一委員、北山達郎氏（板野利信委員の代理出席）、 白取丈朋委員、野澤淳委員、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　※長谷川春樹委員、竹内紀人委員が欠席 【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 【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　主幹　渡邊雅史
次第	1　開　会 2　市長あいさつ 3　委員紹介 4　座長選出 5　案件 　・青森市しごと創造会議について 　・地域経済の現状について 6　委員所見（地域経済の活性化等に関する意見） 7　閉会

第１回青森市しごと創造会議　会議概要

【座長の選出】

・委員推薦により、山崎宇充委員が座長に決定

【事務局説明】

・資料を基に、青森市しごと創造会議及び地域経済の現状について事務局より説明

【事務局に対する感想】

委員	人口減少は、非常に懸念されるべき事項だと感じます。また、人口減少と同時に企業数の減少も大きく近年感じるところではあります。コロナ禍というところでは、地元の中小企業、特に「卸・小売」といった企業数が非常に減少してみられます。 一方で、創業に関しまして、コロナ前は 100 数件お手伝いさせていただいておりましたが、近年においては 50 件を下回るといった状況で、やはり雇用の喪失、産業の喪失が課題ということで、信念をもって今後も取り組んでいきたいと考えております。
委員	経済分析を通して、我々も危機感をもってこの会議に臨み、先ほど座長が実行性のある結論に導きたいということを仰っていましたが、そのためにもこういった数字で裏づけられたところで反転するようなことになればいいのかなと思っています。 一方で、八戸市と青森市で１人当たりの所得の比較もされていますが、本当にその数値だけで比較できるのかと、若干生活感としては違うのかなということを感じました。 これは御存じのとおり、日本の所得水準は諸外国から比べると相当低くなっていきますが、一方で所得が増えてはいないですから、その分物価も上がっていないので生活感としてはそれほど諸外国から比べて劣ってはいないという感じでございます。 今後話題の中では、若年層の定着や人口流出を歯止めするための仕事創造の観点も含まれてくるのではないのかと感じました。
委員	コロナ前に函館市が市民意識調査をしたら「行ってみたい街」では断然トップでも、幸せだと思って住んでいる方の割合が凄く低かった、という傾向があります。 数字だけで全てを押さえることはできませんが、青森市の生産年齢人口が、高齢者と年少人口の合計を下回っているという部分もありますので、それをどう考えるのかというのも今後１つのテーマになるのかなと思います。 もちろん数字だけで尺度が図れないというのは函館市の例を見ても分かると思いますので、リンクしない部分もあると思いますが、それは模索しながらみんなで議論していければなという感じです。
委員	数字で見られないという部分があるのは承知しておりますが、やはり数字は語ってくれることもあります。数年前の調査では、青森市の労働生産性は全国の 1741 市町村の中で 931 位であり、かなり低いと言われており、何が起きているのかというと、やはり人材不足、それから第 2 次産業が非常に落ち込んでおり、稼げる産業が市内から消えてしまっているのではないか、と感じております。 1 人当たりの市民所得で比較をしていただきましたが、1 人当たりの雇用者報酬を比較するとどうなるのかなと思いました。
委員	先程生産性が低いと仰っておりましたが、実際青森市で働いている人達は厳しさが足りないと思います。うちの労働者も給料は安いが、時間が過ぎれば給料貰えるし、それに満足して幸せだという考えもあるかと思うのです。人の幸せは人それぞれですが、私たち

	企業人が一生懸命考えていても、そのような考え方のほうが気楽で幸せかもしれないと、いつも思っております。 　ですから、青森市の人達は、中央の人間と同じようにもう少し頑張っていただいたら、生産性も上がってくるのではないか、少し緩いのではないかなといつも感じております。
委員	今回資料を拝見して東北県庁所在地の中で青森市が最も所得が低いことに驚きました。また、八戸市にも逆転されているということで、理由が知りたいところではありますが、これは、雇用する側に給料をあげる意識がないのか、あるいは稼ぎが足りないから給料を増やせないのか、責任がどこにあって、どのように解決していくものなのか。 　経営の立場から、雇用するにあたっては、やはり一定額の収入を確保させないと優秀な人材の確保ができないし、今いる優秀な人材の流出につながるというところで、常に給料の支払というのは厳しい競争環境に置かれて、より多く払っていかないと今後ますます優秀な人材を獲得できないと思っています。 　東京の人材と青森の人材では給与格差もさることながら、仕事に対する取組姿勢も違うのかなと思っています。やはり競争環境の厳しい中にいる社員は、常に色々な形で勉強して、スキルアップの意識が強いが、青森にいると、逆に幸せで豊かな環境があるせいかも分かりませんが、競争意識に欠ける経験があり、給料だけじゃないギャップがあるなと身に感じております。
委員	青森市では、漁業者の平均年齢が60歳を超えてしまいました。後継者も減り、地球温暖化も重なって非常に困っています。 　高水温になるとホタテのラーバが死んでいくので、水温が下がらなければ無理で、漁師の産業はやればやるほどお金になるが、こういう悪条件が重なればやりたくてもなかなかやれません。
委員	起業支援にあたり、起業資金が０円であるという方や起業に関してのスキル、特にPC操作等のデジタルスキルが不足している方を多く見ております。 　一方で私は都心部から青森に移住してきた一人であり、青森の魅力は日々感じていますので、それをマーケティングの力で県外、海外の方にいかに伝えていくか、商圏を拡大していくかというところが１つのポイントになると思っております。 　起業を希望する方のうち、30 代 40 代の方が 60％程度を占めており、男女比でいうと65％程度が男性です。
座長	資料の 7 ページについて、地方の経済、今後の産業というところで、地域に必要なものが何らかの事業・サービスになって存在しているから、その地域がある程度回っていると思うのですが、割合としては小さい「その他」に区分される分野に、実は新たな伸びる産業が隠れている可能性もあると思っています。 　先程、委員の方からお話があったとおり、どうしてそうなのかということについては、何らかのデータをこの会議でしっかりと我々が理解した上で、様々な方向性を導いた方がいいと思いますので、事務局には「その他」にある、例えばシェア 0.1％の割合も逃さず分析をしていただいて、委員全員がある程度しっかりしたデータを把握するべきだと思います。地方の経済をマクロで当たり前のように見てしまうとミクロの世界が見えませんし、ナノミクロと言われる本当に細かい部分まで見てその地域の伸びる産業を見つけ出そうと努力しているところもありますので、より細かい部分を見られるようにしていただければと思います。

第１回青森市しごと創造会議　会議概要

【委員所見】

座長	委員の皆様から地域経済の活性化についてお話しいただきたいと思います。
委員	コロナ後のビジネスを取り巻く内部環境、外部環境が大きく変化しており、県内限らず各産業分野で、生産性向上、人材の確保・育成が喫緊の課題であり、そのアプローチの一つとして、モノやサービスの付加価値向上ということがキーポイントとなっています。 この高付加価値化ですが、単に高価格帯のモノやサービスを作ればよいという話ではなく、お客様が納得して共感する価値を創造していかなければならないと思います。地域で高付加価値のモノやサービスを生み出すためには、それに関わる人、企業、組織、地域において、アートとか地域の文化とか、クリエイティブな要素が浸透している、根付いていることが将来的には大事なのではないか思っています。 地域で付加価値を創造するパターンとしては、まずは made「in」青森として、青森産のモノやサービスを製造・販売する。2 番目には、made「by」青森として、青森にある資源や技術を活用してビジネスを展開する。3 番目には made「with」青森として、青森の人や企業と一緒にビジネス展開をコラボしていくというような、この 3 つだと思うのですが、それを選ぶ、どの商品を買おうか、どことパートナーとしてやろうかという時には、クリエイティブな感覚、文化がしっかり根付いている組織・地域・人なのかというところは、これからの時代に相手から選ばれる差別化のポイントとして大きな視点かと思います。 具体的にどうするかは、今後の会議の場で掘り下げていきたいと思いますが、参考事例をあげますと、某百貨店の会長から伺ったお話では、その百貨店が提供する価値の本質というのは、役に立つ、立たないだけではなくて、お客様の気持ちを高揚させて心を豊かにすることにある、とのことです。青森でもこうしたアプローチをする上では縄文文化や、今年生誕 120 年を迎える棟方志功といった地域ゆかりのアーティストとか、今取組が進んでいる美術館の 5 館連携のような活用できる資源はたくさんあると思います。 また、インバウンドにおいても、1 番のお客様である台湾や韓国はカルチャーに対しての思いが非常に強くありますので、そういったところにもいずれ効果は出ていくのだと思います。会議の名称の中にも創造という言葉がありますが、クリエイティビティーというものを経営に活かしていく、それで生産性向上・付加価値向上に繋がる要素として、具体的な方策を、皆様と一緒に考えていきたいと思います。
委員	1 番意識しているのは地場産品のものを原材料として製品づくりをするということです。経営に 30 数年間携わり、商品開発を主にしてきました。そして、商品を開発するためには、大手は勿論、他社と差別化するというのがとても大事で、地場産品にこだわってまいりました。 市職員が農家の方々や我々企業と一生懸命協力しても、2 年ぐらいで異動してしまいます。一つのことやることによって見えてくるものもありますから、もう少し、長くその人がもっと力を入れてやれるような期間を与えていただきたい。私達が何か商品を作っても、次の年になると続かなければ、行政は当てにせず、自分達でやろうという気になるので職員の担当の期間をもう少し考慮していただければいいなと思っております。
委員	数字だけでは図れないという意見もございましたが、若者が出て行って戻ってこないというのは如実に数字に出ているので、非常に大きな問題かと思っています。 そのためには、青森でいうと第 3 次産業が中心なので、そこで仕事を創り、今の仕事の付加価値をあげDXなどを活用して効率的な魅力ある職場づくりをすることが大事な

	のではないかと思っています。 　しごとを創ることは、スタートアップの部分で、もう少しデータを活用して、それを参考にしながら、どこに、どう力を入れていくのかを考えていった方がいいのではないかと思っています。今年初めて、ねぶた祭においてAIを活用して来場者の人員カウントをしましたが、そういったものをデータベース化していって、必要な時にクロス分析して必要な手を打っていくということが、重要ではないかと思っています。 　また、今年のねぶたは 3Dデジタルアーカイブ化を実験的にいたしまして、非常に貴重なコンテンツとして祭期間以外の時期にも観光産業に活かせるのではないか、と考えているので、もし役に立てることがあれば、皆様と議論をしながら、うまく活用していければと思います。 　魅力的な職場づくりということで実例を申し上げると、リモートワーク率は現在6割くらいです。現場作業の部門を除くと7割くらいリモートワークをしております。やはり会社で働くのと全く同じ環境を作ってあげることに加えて、効率化のツールとしてRPAを導入するなどしています。加えて制度面で、事前申告なしでリモートワークができるようにしております。分断勤務というものが可能になり全社的に時短勤務をする方がものすごく減りました。前述の制度を、大企業だからできている、ということではなく、青森の企業の中でしっかり導入していき、柔軟な働き方、働きやすい環境が青森にある、ということを創っていくことも必要ではないかと感じております。
委員	雇用という面で、若い人がなかなかこないです。今の若い人は汗をかくのが嫌だと本当に言われるので、そこで思い切って若者が来ないのなら、高齢の方を集めようというところで、若者が 1 人でできるところを 3.5 人でやろう、1 日 8 時間働いてもらわなくてもいいという考え方でやり始めたら、人の流れがよくなってきた。若者第一に考えるのではなく、身近にあるものをうまく有効活用してやればどうなのかという形で展開しています。 　この会議に参加して、また青森市のために少しでも役に立てればと思っております。
委員	青森市において、第 1 次産業、第 2 次産業、第 3 次産業とありましたが、90%は第 3 次産業の中で生活をしているという意味では、基幹産業的なものがない町であるなと感じております。 　先ほど、八戸よりも所得が少ないというようなことが資料から読み取られますが、第 3 次産業自体の付加価値が元々非常に低い、つまり、よそから買ってきたものに少し上乗せをして、その上乗せ分を分け与えて回っている街であるという気がしています。今更、青森市が製造業や農業、水産業をメインにしていくというわけではないかと思っております。私の業界は観光の分野ですので、交流人口を増やして経済を活性化させていきたいということで頑張っております。 　特に我々の業界は、春には桜、夏はねぶた、秋は紅葉と、観光客をどんどん呼び込んではいます。ただ一番問題なのは冬です。冬の観光客をいかにして呼び込むかが課題であると考えております。今までの冬の観光ということに関してはダメだという思いをお持ちの方が多いと思うのですが、そのような考え方から抜け出さないと、青森市、我々の業界の経営が難しいということが言えると思います。 　インバウンドについて、実際青森市は、なかなか旅行のコースに入れてもらえない。実は青森市というのは、エアポートホテルみたいな使われ方をしています。観光の資源として泊まりたいということではなく、飛行機が飛んで来た日又は発つ前日の宿泊の稼働率

	が高いです。ですから青森市の観光というのは、もう少し違う観点から見た方がいいということを皆様にお話してみました。そういう意味では、観光に関しては、掘り起こしをすると色々ないい素材がありますから、すぐあきらめずに継続してやっていくことによって、青森市の冬の青森、春夏秋も含めてまだまだ観光客・交流人口を増やせるポテンシャルを持っていると思っております。
委員	街の活性化とは何かと考えた時に、豊かな生活を送っている人が多い街、これが一番幸せな活性化した街だと思います。豊かというのは、所得だけではなくて、その街自体に豊かな生活が送れる仕掛けがたくさんあるということですよ。例えば美味しいレストランがたくさんあって、そこには美味しいワインがある。あるいはアートやカルチャーに親しむ場がたくさんある、素晴らしい公園があるといった仕掛けがあって、総合的に豊かな街と言えるのだと思います。ただ美味しいレストランにしてもカルチャーやアートにしても、お金を払えるお客様がいないと産業として成り立っていかないわけです。突き詰めると所得が多い人たちがたくさん住んでいる街が、結果として活性化した豊かな街になっていくのだと思います。そのためには、企業の責任が大きいと思うのですが、企業が率先して所得を上げていく、あるいは生産性を向上させて所得を上げていくことによって、その街自体が豊かになっていくのだろうなと思います。 仕事柄アメリカのシアトルに度々行きますが、シアトルという街は非常に豊かで、高所得の人もたくさんいます。故に美味しい店もたくさんあって、素晴らしいホテルや観光施設もたくさんあるわけです。これは行政が創ったわけではなくて、企業が街を創っていったと言えます。御存じのようにシアトルにはマイクロソフト、アマゾン、スターバックスといった会社ができました。あるいはその前はボーイングという会社もございました。こういうたくさんの優良な会社が誕生し、市民やそこに勤める人の給料が上がって豊かになっていくということがあって、街が素敵に発展していったと考えます。 そういう意味では、青森市も今後発展していく、あるいは若い人たちが流出していくことなくむしろ流入してくるような魅力的な街になるためには、企業の責任というのが大きいのだと思います。私も含めて、企業人が、しっかり未来を見つめて事業を展開していくということが必要だと考えております。
委員	人口減少というお話がありましたが、マーケットの消費自体は徐々に売り上げが減っていくことについては、肌感覚としてあったものの、今年になって観光の需要がかなり回復している一方で、働き手不足の方が、中心市街地を中心にかなり顕著に感じています。 所得の向上や新産業の創造というところもございますが、まず我々としては、働き甲斐のある職場作りというところを目指しています。DX や生産性の向上によって、既存の仕事の無駄や慣例をなくし、また、権限移譲や経営の情報を従業員一人ひとりが分かるようにする取組を行っております。若い世代が一番楽しいと実感をするのは、自分のアイデアに対して、自分で決めて実行し、それが実現するというところであると思いますので、それを若者が実感できるようになれば、首都圏ほどの所得でなくとも、青森市に定住していただけるのではないかということを考えて取り組んでおります。 まずは既存事業の生産性を上げて、余白を作り、そこで若い世代に任せることによって新しい事業が生まれるのではないかなという仮説で今取り組んでいます。危機感としては、非常に高い視座で皆様と一緒だと思っております。

委員	青森市でホタテ養殖は後潟で行っています。湾内は東湾と西湾でホタテ養殖をしています。興味ある方はいつでも食べてみてください。
委員	青森市の経済には、たくさん課題があると改めて認識したところです。その中で、主な検討項目の中にございます今後成長が見込まれる産業分野という観点から少しお話したいと思います。 洋上風力について、これから進めていくに当たって色々と関わっています。今、国として、洋上風力発電の導入を進めているところですが、この青森県の沖でもプロジェクトが着々と進行しています。洋上風力の発電事業は、日本にとっても新しい産業ですし、当然ながら今まで経験したことがないような新たな人材というものがたくさん必要になってくると思いますが、ヨーロッパでは既に洋上風力発電というものは普及してきており、この産業で働く方々は非常に所得が高い、若しくはステータスがあるというようなことで、非常に人気のある職業とお伺いしています。日本風力発電協会が、昨年の6月に洋上風力スキルガイド第 1 版というものを出しており、その中で、国は第 1 次洋上風力発電ビジョンで 2030 年までに 10 ギガワット、2040 年までに浮体式の洋上風力含む 30 から 45 ギガワットの安定を形成するというような目標を設定しており、2050 年のカーボンニュートラルの達成に向けて、洋上風力発電を迅速かつ着実に開発していくことが求められていると書いております。 一方で、日本においては、洋上風力の市場及び産業が確立、成熟するのはこれからであり、制度面・インフラ面・技術面・人材面の様々な課題を解決する必要があり、人材面では洋上風力発電事業全体を通じて調査、設計、製造、組立、設置、運用、メンテナンス、さらには撤去に至るまで、様々な分野業務に携わる人材が多数必要になってきます。これがどのくらいの規模感かというと、ガイドを引用しますと、洋上風力発電を先行するイギリスでは、2017 年で当時の風力発電の導入量が 6.4 ギガワットの時点で、約 1 万人の洋上風力の開発、運営業務に携わる人材がおり、2032 年に導入量 35 ギガワットを目標にしているようですが、これには関連人材含め 3 万 6 千人必要になり、これは日本も同様で、洋上風力産業ビジョンや第 6 次エネルギー基本計画における導入目標も達成するためには、恐らく同規模の人材確保が必要となってきて、その実現に向けた人材育成が急務だと書かれています。その人材が、どのタイミングでどれだけの人数が必要になってくるのか、少なくとも 2030 年までには相当の人数が全国のフィールドで必要になってくると思います。 青森風力エネルギー促進協議会という NPO がまさに風力に係るこういった人材育成のプログラムを提供できないかということを現在模索しており、今後、市とも協力関係を結びながら、実現に向けてチャレンジしていきたいと思っています。
委員	北海道大学の先生によれば、気温が 2 度上がれば、その地域の植物・動物は 600km 北に行かないと育たないといった話がありました。色々試してはいるものの、陸奥湾内の水温が非常に高くなり、ホタテ産業がダメになるような状況であり、青森の経済もホタテ産業がかなりウェイトを占めているので、大変になるのではないかと思っています。そのため、平成 20 年頃からホヤに取り組み、ホヤのために水温などを研究しました。 現在陸奥湾内の水温は、16m から 20m の間は約 26 度で、ホヤは今のところ生育できていますが、ホタテはホヤよりダメージが起きています。次の産業として、どういうことがやれるのかを考えた時、他の地域では真珠とかやっていますので、陸奥湾内で水温が高く

	なれば、将来的に真珠が出来るのでないかと思っています。 　ホタテは大事ですが、次の仕事も考えていかなければならない、そういう方向に行かざるを得なくなってきている分岐点だと思っています。我々も、様々工夫しながらやっていきたいと思いますので、市でも、継続して研究できるような課を設けて何人か継続してやってもらいたいと思っています。
委員	青森市の経済データの特徴を紹介しますと、第 2 次産業が全国や同じくらいの人口規模の都市に比べても少し就業者が少なく、就業者の減少も著しく、また従業員 1 人当たりの付加価値生産額で見てみると、第 3 次産業に関しては、全国のレベルや同規模の都市と遜色ないが、第 2 次産業でかなり差が出ている、という状況であります。 　もっと細かいところまで見てみると、情報通信業が青森の中でも一人当たりの生産額、付加価値額が伸びており、結構高いです。しかし、その内訳は、そこで従事されている方たちの中で専門技術的な職業に従事されている割合は、全国は 61.3%ですが、青森市は 49.7%と 5 割を切っている。市内の中では情報通信産業は、かなり良いところにいるという印象ですが、高度な技術を持ってそれを活かして、さらに高い所得を得ていることができる方の割合が他の地域よりもやや少なく、やはり人材の問題というのが大きいと思います。そういった意味では、所得で情報通信業を見てみると、所定外給与（決まって支給される月額）は、全国の平均からみて 10 万円くらい差がついており、年間賞与で見ても 50 万円近く低いので、青森市の良さを感じながら静かに生活するのも良いですが、豊かに暮らすため、文化を維持するためにはある程度の所得が必要であり、お金がなければ維持されない部分がありますので、仕事を創っていく、高い所得を得るよう努力を重ねていくというのは、労働者も雇用者も必要かと思います。 　また青森県の大きな特徴として、県内で働いている方の大学・大学院卒の割合が、2010 年のデータでは全国で下から 2 番目の 46 位とかなり少なくなっており、人を育てることに更に力を入れていかなければいけないと思います。 　域内の需要を重視するのか、域外需要を徹底的に取り込んでいくのか、それともミックスで行くのかということで考えると、やはり、ミックスで行くのだろうと思いますが、域内にどんなニーズがあるのかをしっかり把握した上で考えていく必要があると思います。また、域外で売れるものは、県外から来た人間からするとこんな良いもの、素晴らしい、美味しいものというのが沢山あるので、見せ方、売り方というのもあるのではないかと思います。 　そして、生涯現役社会と厚生労働省なども言っておりますが、ワークシェアリングといったことを取り入れていくと、若い人には最初は見向きもされなかった地域かもしれないが、そこでたくさんの雇用が生まれ、活躍し、生き生きと暮らしている高齢者の方々がいる姿を見せることによって人を惹きつけていくこともあるし、所得も増えていくといった発想で地域内のニーズを満たしていくということもできるのではないかと思います。 　また、理系の人材を育成する危機感があまりないので、そういったところにも力を入れてく必要があると思います。
委員	私は繁栄する都市、衰退する都市の分析と文化の関わりを主なテーマに全国各地色々回っており、アート、文学、音楽といった様々な芸術作品、芸術分野と若者の関わり、人口流出、流入がどう影響しているのかということを調査しております。 　先ほど、委員の方からも域内ニーズという話がありました。高校生に対して高校を卒業したら青森市内・県内にいたいか、東京・大都市に行きたいかのアンケートを取ったとこ

	ろ、数名だけは地元にいたいという生徒がいましたが、他の生徒は青森から出たいとのことでした。なぜ出たいのかを聞くと、ライブハウスがない、映画館がない、フジテレビが放送されないという感じでした。 　現在、全国の市町村は 1,741 あり、魅力ある都市にどのようにするか、というテーマでこれまで色々調査してきましたが、松山市は文化、アートによってまちづくりをしようということで、かなり活性化しています。また、東京の豊島区は、消滅可能性都市に都内 23 区で指定され、財政難でかなり落ち込んでいましたが、アートのまちづくりということで、演劇を中心にかなりのセンターなどを設け、若い人を取り込むことで、実際にかなり流入しています。 　域内ニーズとは、総合的に色々なことをしたとしても手法がなかなか難しいので、この会議でも 2 つか 3 つ大きいものがあって、それを基盤にしてマグネットポイントを作っていくということが重要だと思います。 　繁栄する都市にするためには、少しの方策、ちょっとしたアイテムで変わっていくので、若い人を惹きつける魅力ある色々な物語や人の動きを作っていくことが重要と考えており、その一助となれば思っております。
委員	創業、特に若い感覚を持った経営者の創業の後押しについて、青森市にはあおもりスタートアップセンターがあり、若者の起業意欲を非常にうまく形にして創業者を輩出していますので、こういったものが更に加速していくことで、青森市への定着を進めていくと思っております。 　もう一つは、事業承継です。若者の定着といったときに、経営者の年齢層を考えていく必要があると考えております。青森県の経営者、いわゆる社長の平均年齢は全国でも指折りに高い地域であり、実際にご相談をいただいている経営者も高齢の方が他地域に比べて多いです。そういった中で、高齢の経営者が若者を採用しても定着しないということを話されますが、それは無理もない話かなと思いながら聞いております。そういった意味で、どのように経営者の若返りを進めていくのか、経営者の年齢というよりは若い感覚を持った経営者をどう増やしていくかについて今回議論できれば思っております。
委員	当地において、事業承継に係る課題について感じています。中小企業の代表者の方々は、日常の業務に追われる中で、この課題に行き着いては、先延ばしにするという傾向があり、青森市においても、後継者がいないという声は多く聞かれます。そのため、極力先延ばしにせずしっかり取り組むことによって、場合によっては企業の存続、ひいては雇用の維持に尽力できる部分と思っておりますので、事業承継の分野というのは非常に重要なテーマと感じているところです。 　また、再生可能エネルギーは、当地においての脱炭素等に取り組む考えが非常に弱いと感じており、積極的にこの分野に関わっていかなければならないと感じています。サプライチェーンの成す地域全体が取り組んでいく、というところで地域の企業がその分野に参画していく、事業としてお手伝いしていくという部分を、地域の金融機関としてご相談を受けています。対話の機会を増やす、資金供給の場面を積極的に我々が対応していくことが使命と思っておりますので、この分野についても、取り組む重要性を感じるとともに、脱炭素、いわゆるカーボンニュートラルについては、各企業や委員の方々のご意見などを参考にさせていただければと考えております。 　最後に、今年の 5 月にプロクレアホールディングスとして「地域バリューアップスタジ

	オ」というもの発表させていただいております。当グループにおいても、「挑戦」と「創造」というところをグランドコンセプトにしている中で、創業・起業される方のチャレンジは、しっかり後押ししていきたいと思います。また、様々な取組を一つ一つ積み重ねながら、この会議も通じて地域金融機関の考えやデータも持ち寄りながら、お手伝いさせていただければなと思っております。
委員	どういうことが地域経済の活性化に至るために必要なのか、ということを考え、大事なところは農林水産業の振興、地域特産品の振興、観光振興になってくると思います。それぞれの分野に対して、どうアプローチしていくかを考えていくわけですが、この 3 つの項目を色々ミックスさせながら、かつ DX の視点を盛り込んで解決していく必要があるのではないかと考えております。また、地域の持続可能な発展や社会問題に関して、多様な視点やアプローチのほか、専門的な知識を結集して取り込むことによって地域全体の発展に寄与するものであるという観点から、しごと創造会議の目的、産学金官の連携を最重要なことと考えております。 最後に、プロクレアホールディングスでは事業領域の拡大ということで、バリューアップスタジオを企画していますが、簡単に言うと事業を作って地元に引き渡す、という前例のないようなことを進めていくという内容です。どのような事業をやるかは未定ですが、第 3 次産業の「その他」の 50%の詳細というのが、非常に大事なデータだと考えております。その他というものは無視され、目についてこなかったというのもあるので、そういうところに光を浴びせて我々が新しい事業を作って、それを還元していくという流れになるわけですが、様々な工業の方々がおられますので、色々な情報を交換させていただきながら、うまくいくように立ち上げていきたいと思います。
委員	青森県はインターネットとスマートフォン利用率の 2 つとも全国最下位といった状況でございます。情報通信白書という総務省の資料では、最下位を脱出することもあるのですが、大体下から 5 番目くらいが定位置であるのが青森県の状況でございます。 最近、DX やデジタルというワードをよく聞かれるかと思いますが、今後 10 年、20 年で今の子供たちが大きくなっていくプロセスの上で、現状だとあまりよくないということで、我々が底上げする活動をしています。 先日東京で、いつかは青森県に戻りたいという首都圏で勤務する県内出身者を数十人集めた交流会に行ってまいりました。そういう方々は地元愛、青森愛を背負っており、そういったものを 10 代で高め、伝えておけば、帰ってきたいと思う人が多少なりともいると痛感しています。そういう人たちをリスト化・データベース化して長期でフォローしていけば、青森に戻ってきて活躍したり、リモートワークや副業を使って東京から青森の企業に IT コンサルを行う人も増えていますので、そのような労働力を活用していければと思っていました。 若者の流出もそうですが、女性が流出するのがなかなか辛い話だなと思いました。日本はジェンダーギャップ指数が全世界 125 位で、先進国で最下位です。男女格差が地方の方がより濃い状態なので、女性の生きづらさを解消してあげることで、間接的に女性の流出が減ったり、女性が一回地方を出ると帰ってこないという現象が緩和されたらいいと思います。そのため、女性のリモートワーカーを増やすという活動もしていて、育児中の女性がパソコン 1 台で東京の仕事を取ってこられるような育成講座も行っております。

委員	青森の経済活性化・所得向上というテーマで自分なりに考え、まとめてきましたが、若年層の流出ということで、やはり若い方が好奇心で 1 度都心に出てみたいと思うのをなかなか止めづらいと思います。そのため、都会に住んで、働いて、帰ってきたいと思ったときに帰ってきたい場所がある、仕事がある、街があるということがとても大事なのではないかと思います。 4 点お話いたしますが、1 つがスタートアップといったような革新的な企業の支援や誘致。2 つ目が、起業・創業の支援。この 2 つは我々の組織でも重要な役割として取り組んでいるところです。 3 つ目が、商圏を青森の外に広げていくことだと思っており、コロナ禍で進んだことの一つとして、リモートワークや e コマースで物を買うことが当たり前になっていることがメリットの 1 つだと思っております。そのような中で県外海外の方にいかにモノやサービスを訴求していくかが大事であり、最近ではソーシャルメディアの力を使って、例えば大手の有名なマーケットプレイスに出さなくても自社サイトから商品を販売している企業も多くあり、そういったところはまだまだのびしろがあると思っています。また、海外からの観光客の方につきましても、まだまだ情報が整理されていないと思うところがあり、外国人観光客が道に迷っていたり、情報が一元化されていないというところは感じておりますので、そこを整理することで、より観光も活性化するのではないかと感じております。 4 つ目は、副業・兼業の推進というところで、労働力だけではなく知識とか知見も循環させていくことがとても大事なのではないかと感じております。マーケティングはどんな商売をするにせよ大事になってくる部分ではないかと思いますので、そういった点でお役に立てる発言ができればいいと思っております。
委員	事業承継そのものが問題ではなくて、現状維持というような形で新進気鋭の意気込みが薄れてきている場合が事業承継のタイミングであり、決して年齢ではないと思っています。また、就業機会の多様化に対応できるということをもって、圏域の人口流出の歯止めになる取組なのではないかと思っています。 人材確保という点で、コロナ禍で若年層の方に UIJ ターンの気持ちが出てきております。しかし、自治体側として圏域の企業の良さを高校時代あるいは大学卒業前に十分に伝えないことによって、若年層が東京の方に行ってしまう。女性も出て行ってしまうとなかなか戻ってこないということも起こっている中で、どのようにして地盤企業の方の人材を確保するかという問い合わせが非常に多い状況です。 それに対して、生産性向上の支援をしており、生産性向上で何が起こるかというと、必要な人員の数を減らすことができ、さらに良くなっていくと、賃金アップにつながります。所得が増える企業になると、新卒者採用ができるというような好循環が生まれます。 今回青森市では、一歩も二歩も他の自治体から先を行くような「仕事を創造する」という取組をしているのは、我々としても興味深く、おそらく他の自治体の方の参考になる、様々なアイデアがこの場で出てくるのではないかなと非常に期待しております。 この議論で出てくる答えの中で、最終的には所得水準が上がるということを目指すというのはそのとおりでいいと思います。一方で、所得水準というのは全社の平均です。これを上げていくというのは、長い目ではできると思いますが、短期ではできないことを危惧しています。市民の皆様に我々の成果がうまく伝わるかというのは、身近なマイルストーンになるような指標を何か持って回答を導き出していくというのがいいのではないかと

	思います。そういうことを経て、市民全体が同じ方向を向いて最終的には 10 年後の所得が日本の平均を遥かに上回るというところを目指していくのがいいと思います。
委員 (ビデオメッセージ)	農業の関係は、9 月７日から稲刈りが始まり、昨年から比べれば 10 日ほど早くなりましたが、今後しごと創造会議に出席して一緒に考えていきたいと思います。
委員 (ビデオメッセージ)	青森市しごと創造会議がスタートしました。コロナ禍を経て、人々の考え方が大きく変わったわけです。特に私は、働き方の変化に着目したいと考えております。単にコロナで対面の仕事ができないからリモートワークが普及したというレベルではなく、この間にも IT 技術の変化、すなわちロボットや AI の活用が当たり前になってきたからこその変化です。これらは生き方の変化の大きな部分を占め、働き方の変化を可能にし、いわゆる関係人口という形で人手不足を解消し、あるいは定住していない人々の頭脳やフィジカルを我が青森市のために提供していただくスタイルを実現します。 最近では生成 AI が話題となる中、AI が既存の仕事の半分を奪うような言われ方をしていますが、私はむしろ新しい仕事が生まれる場面であり、積極的に既存の仕事を変革し、新しい仕事を生み出さなくてはならない場面という捉え方をすべきだと思います。 しかしながら一般的には、大学生を含め、仕事や産業について人々は近視眼的に現在の延長線上で考え、目先の閉塞感を強調しがちです。新しい青森市政が新しい仕事を生み出す力、そして新しい仕事に溢れた近未来の青森市のイメージをしっかりと伝えていく力、それらを発揮するための一助となりますよう努力してまいります。
オブザーバー	この会議は基本的には青森の経済をより良くする、より豊かにする提案を行ったりする場と認識しております。様々なアンケート調査を見ますと、青森の魅力というのは、県外の人々からは相応に認識されていて観光地とか旅行先として一定の人気があると思います。一方で、住民にとっての働く環境としての魅力、居住地としての豊かさという点では、課題が多いと思います。若者の県外流出もそういった点にあると思います。 私も青森に赴任して 1 年が経ち、仕事柄様々なデータを見ますが、最も象徴的に思いましたのは、都道府県別の平均月給、厚生労働省のデータですが、2022 年では全国平均では 31.2 万円であるのに対して、青森では全国で最も低い 24.8 万円となっております。つまり、全国と比べると 2 割給料が低いということです。若者の県外流出の理由は様々ありますが、基本的には、こういった収入の格差にあるのではと思います。実際の県民アンケート見ましても、県外に一度出た人が戻ってくるための条件は、十分な収入が確保されることというのが一番多い理由となっております。 私は収入格差がなぜ生まれているのかという点について、他の委員のとおり、基本的には労働生産性の低さというところにあると思っております。労働生産性を高める方策は 2 つあり、1 つは付加価値を高める、もう一つは限られた労働力を効果的に活用するということだと思います。付加価値を高めるには、基本的には事業者で魅力のある商品やサービスを提供することだと思います。その点では、デザイン性とか発信力といったことが重要になっていると思っております。労働力を効果的に活用することの主な政策としては、自動化や機械化を進めて作業プロセスを進化させていくことかと思います。 それらを行う上では、デジタル技術を活用していくことが 1 つの鍵になってくると思います。デジタル化は付加価値を高めることと労働力を効果的に活用すること、そのどちらにも利用できます。青森はあらゆる指標を見ても、デジタル化では 1 番遅れており、逆に言うと活用の余地が非常に大きいと思っております。デジタル分野というのは、民間に優

	位性があると思いますが、市長の言葉を借りると、「民間力」を活用して、デジタル技術を使って労働生産性を高めていくことに取り組むべきだと思います。 　また、居住空間としての魅力を高めることについて、青森市の街並みをリニューアルすることが大事だと思っております。そういう点では、デジタル化と並んでまちづくりのデザイン性が重要なことと思っております。時代に即した形でできるだけ統一的にまちづくりを行い、しごと創造のためにも、青森を企業にとって魅力のある場所にしていくことが大事だと思います。青森の魅力を高めるためにはデジタル技術とかデザイン性がキーワードになると思います。
オブザーバー	事務局データの中で興味深いのが、域際収支について秋田市が東北の中で特異な数字をはじき出しているという点です。また、市民所得には企業所得も入っているので、雇用者報酬と企業所得の部分を分けて分析するのも有効ではないかと感じた次第でございます。 　本県において、人口減少と少子高齢化は長期的なスパンの課題です。そして、企業が直面している課題として、賃上げ、物価高騰、労働力不足の 3 つがあり、その解決に向けて、行政としてどのように生産性の向上を支援し、下支えできるのかを考えております。その生産性の向上が企業の魅力の向上に繋がり、企業収益と賃金引上げの好循環となるようなイメージで検討しており、県と青森市と一緒になって連携して取り組んでまいりたいと思います。
座長	皆さんのご発言を伺い、まさにこの会議が今後の市の経済対策、指針になると考えておりますので、また次回以降も様々ご発言いただければと考えております。 　今日の会議はこれまでとなります。