

平成20年度 第2回富県宮城推進会議幹事会 次第

日時：平成20年7月15日（火）

午後1時から午後3時30分まで

場所：宮城県庁行政庁舎4階 特別会議室

1 開 会

2 あいさつ

3 講 演

演 題 「宮城県経済の特徴と課題を踏まえた今後の方向性」

講 師 日本銀行仙台支店長 安 永 隆 則 氏

4 意見交換

5 議 事

(1) 団体間で連携可能な検討テーマ(案)について

(2) その他

6 閉 会

【配布資料】

資料1 「平成20年度第2回富県宮城推進会議幹事会講演資料」

資料2 団体間で連携可能な取組に関する検討テーマ(案)

参考資料1 「平成20年度ものづくり人材確保施策の概要」

参考資料2 「平成20年度第1回富県宮城推進会議」会議録要旨

平成20年度富県宮城推進会議幹事名簿・第2回幹事会出席者名簿

(順不同,敬称略)

番号	団体名	推進会議幹事		出席者	備考
		職名	氏名		
1	社団法人東北経済連合会	地域政策部長	小野 晋	(代理)地域政策グループ副部長 宗村 光恒	
2	社団法人宮城県経営者協会	事務局長	伊藤 吉里	伊藤 吉里	平成20年7月変更
3	仙台経済同友会	事務局次長	小形 和永	小形 和永	
4	社団法人みやぎ工業会	特任顧問	白幡 洋一	(代理)理事 山城 巖	副幹事長
5	社団法人東北ニュービジネス協議会	専務理事	木村 富雄	(御欠席)	
6	社団法人宮城県銀行協会	常務理事	沢田 巧	沢田 巧	
7	宮城県商工会議所連合会	仙台商工会議所 理事・事務局長	佐藤 盛雄	佐藤 盛雄	
8	宮城県商工会連合会	事務局長	菊地 誠一	(代理)指導支援部経営支援班長 三浦 宗昭	
9	宮城県中小企業団体中央会	事務局長	羽根田 公承	羽根田 公承	
10	社団法人宮城県情報サービス産業協会	事業共創委員会 委員長	菅野 直	菅野 直	
11	宮城県観光誘致協議会	事務局長	三浦 均	三浦 均	
12	社団法人宮城県建設業協会	専務理事	大泉 道治	大泉 道治	平成20年5月変更
13	宮城県農業協同組合中央会	常務理事	佐藤 純一	(御欠席)	平成20年6月変更
14	宮城県漁業協同組合	指導担当理事	平塚 捷幸	(御欠席)	
15	日本労働組合総連合会宮城県連合会	事務局長	進藤 善友	進藤 善友	
16	東北大学	理事	渡邊 誠	渡邊 誠	幹事長
17	東北学院大学	教養学部地域 構想学科教授	柳井 雅也	柳井 雅也	
18	宮城県市長会	事務局長	大嶋 英世	(代理)事務局課長 斎藤 重信	
19	宮城県町村会	事務局長	平 秀毅	平 秀毅	
20	東北農政局	企画調整室長	川名 健雄	川名 健雄	
21	東北経済産業局	総務企画部長	新井 誠二	新井 誠二	平成20年6月変更
22	東北地方整備局	道路部長	三浦 真紀	(代理)地域道路調整官 大利 泰宏	
23	東北地方整備局	港湾空港部長	山本 浩	山本 浩	平成20年7月変更
24	東北運輸局	交通環境部長	濱路 和明	濱路 和明	
25	宮城県	経済商工観光 部長	若生 正博	若生 正博	副幹事長

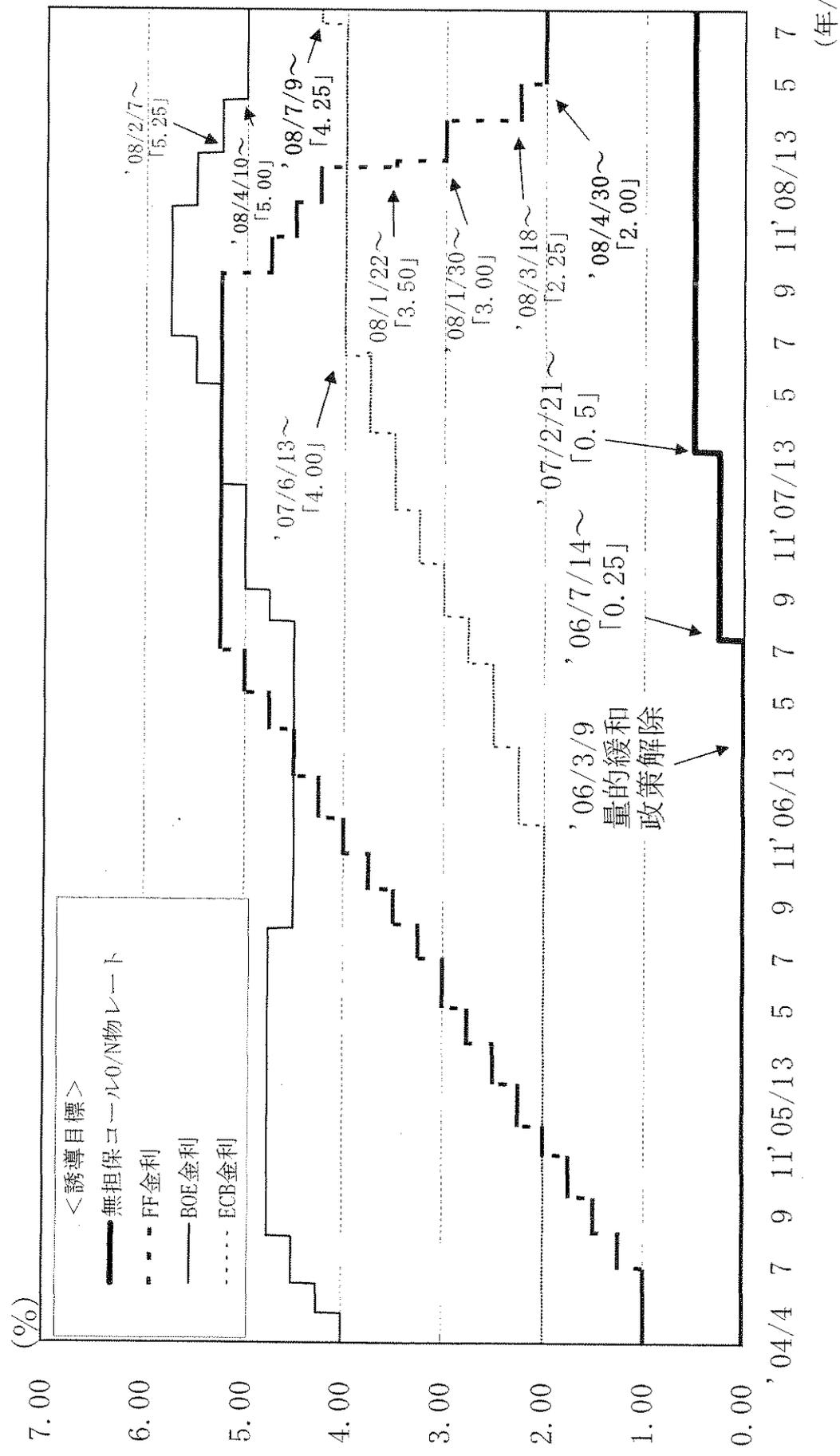
平成 20 年度 第 2 回 富県宮城推進会議幹事会 講 演 資 料

1. 最近の金融経済情勢について（東北）
2. 東北地域の貸出動向
～最近の貸出低迷の背景と今後の新たなビジネスモデル構築にむけて～
3. 大手自動車関連企業の進出を控えての課題等
—岩手県の先行事例からの教訓—
4. 農業を巡る環境変化とその対応状況について
～稲作における管内の取り組みを中心に～



2008 年 7 月 15 日
日本銀行仙台支店

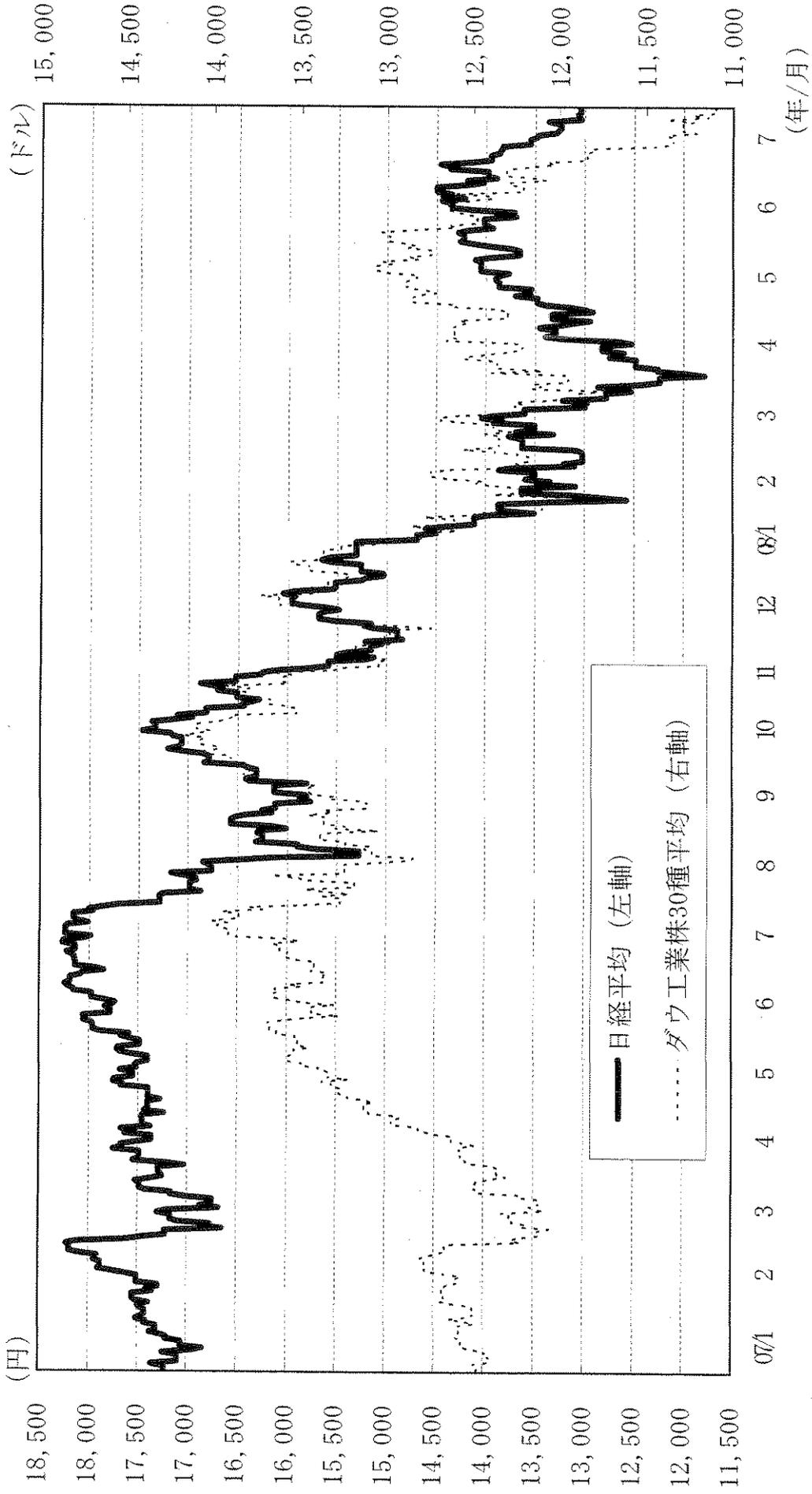
各国の政策金利の推移



(資料) 日本経済新聞社

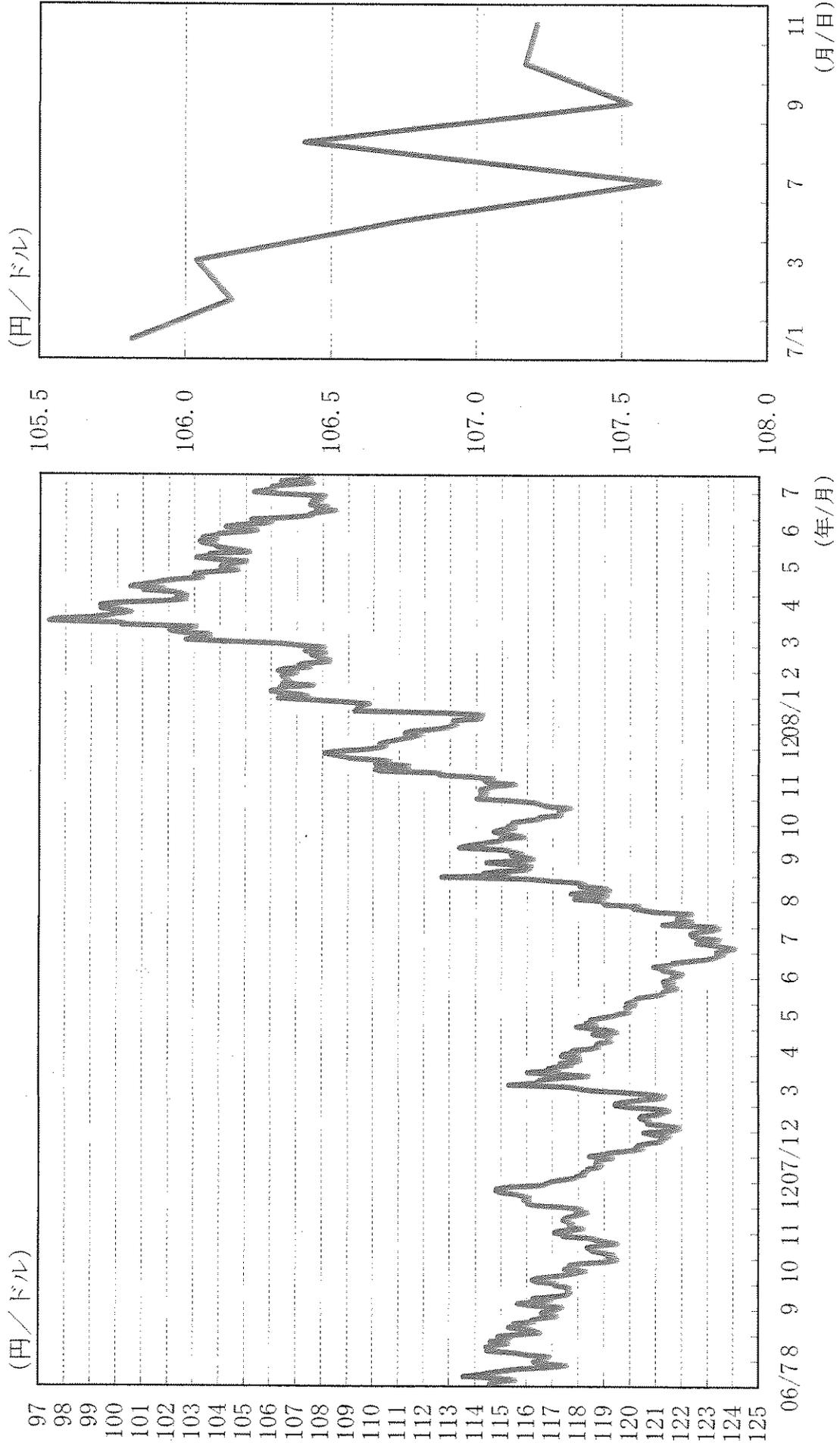
平均株価の推移

○日米の平均株価



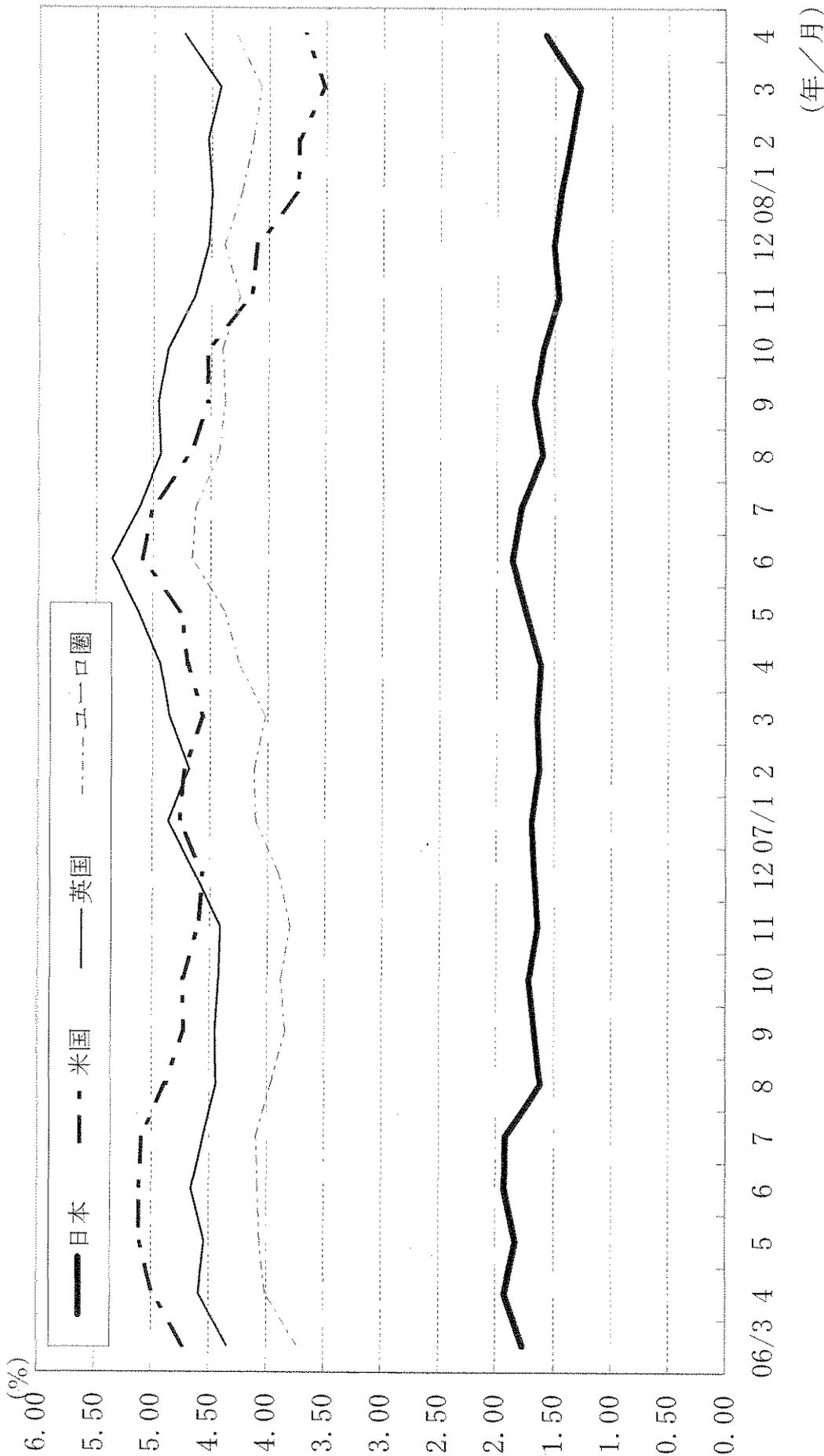
(資料) 日本経済新聞社

外国為替相場の推移



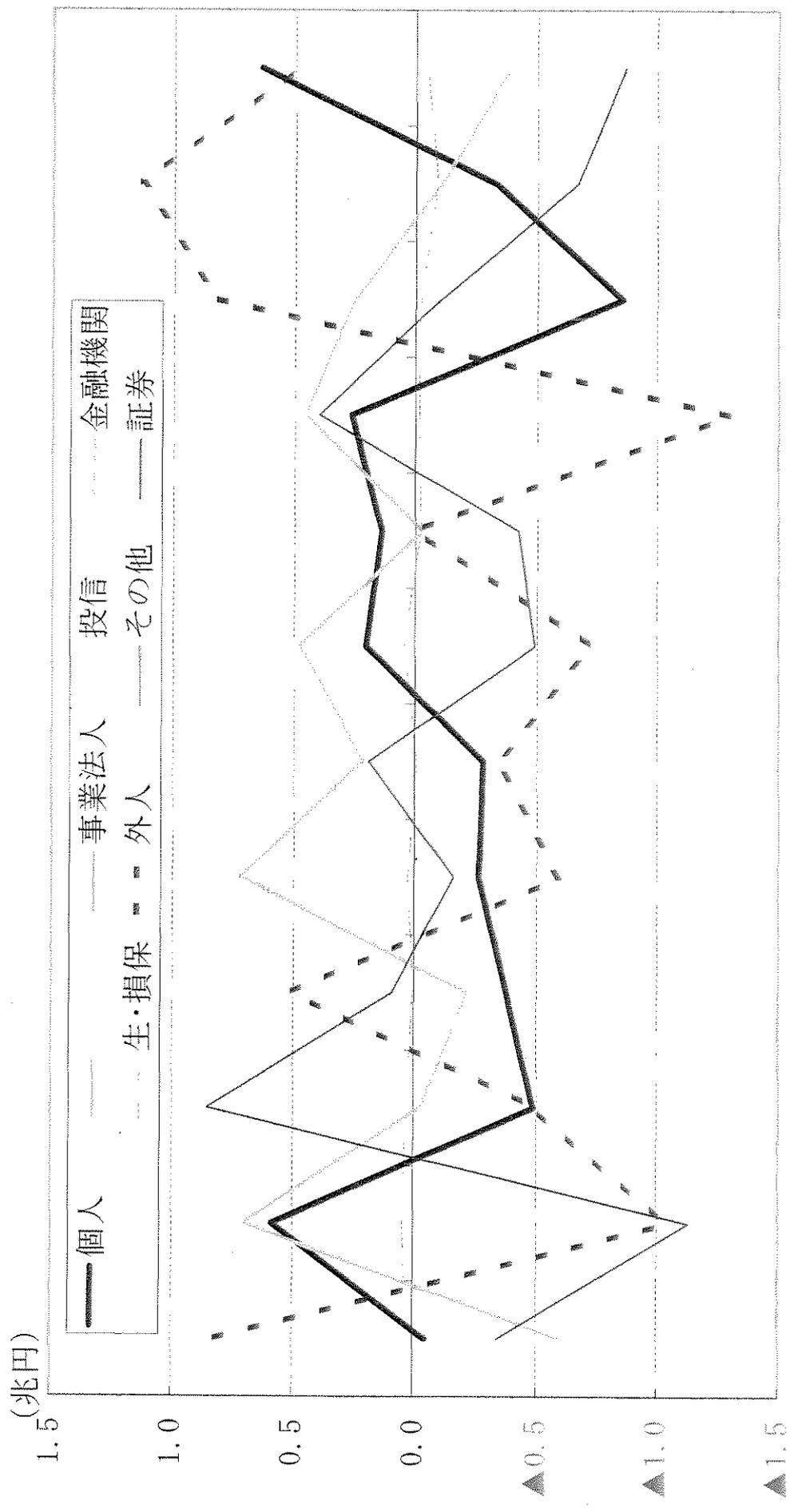
(資料) 日本銀行

各国の長期金利の推移



(資料) 日本銀行、各国統計
 (日本は長期国債(10年)新発債流通利回<月末値>、米国は10年国債利回<月中平均>、英国は10年国債利回<月末値>、ユーロ圏はECB計算<加重平均による月中平均>)。

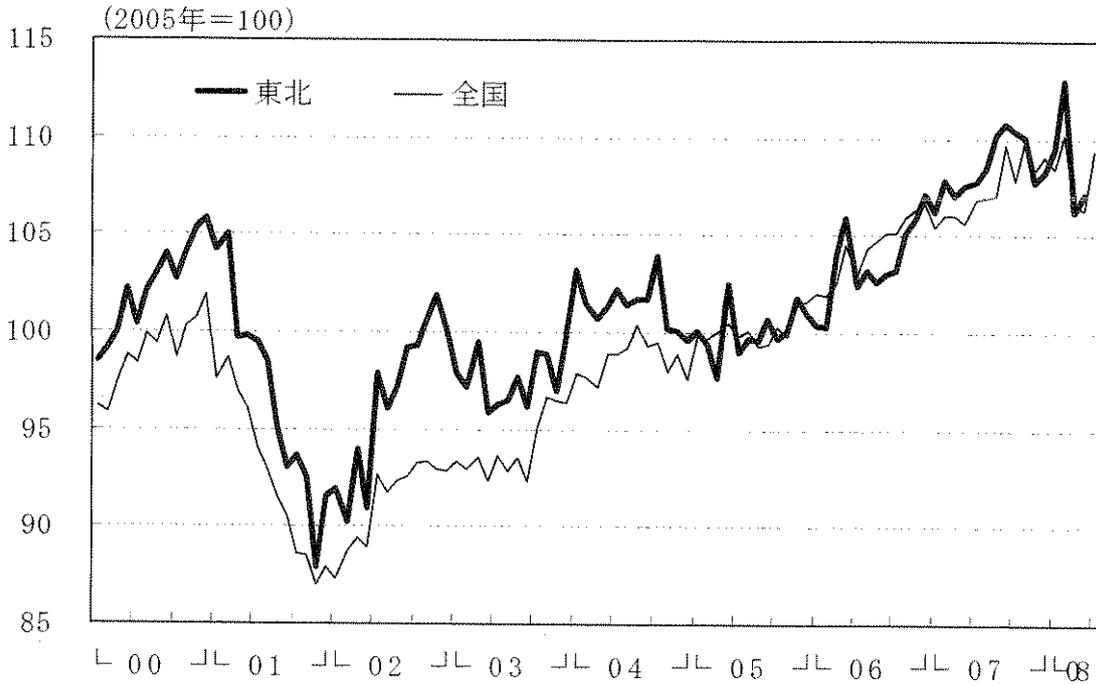
主体別株式売買状況
 (3市場、1・2部等、主要64社-売買ネット額、約定ベース)



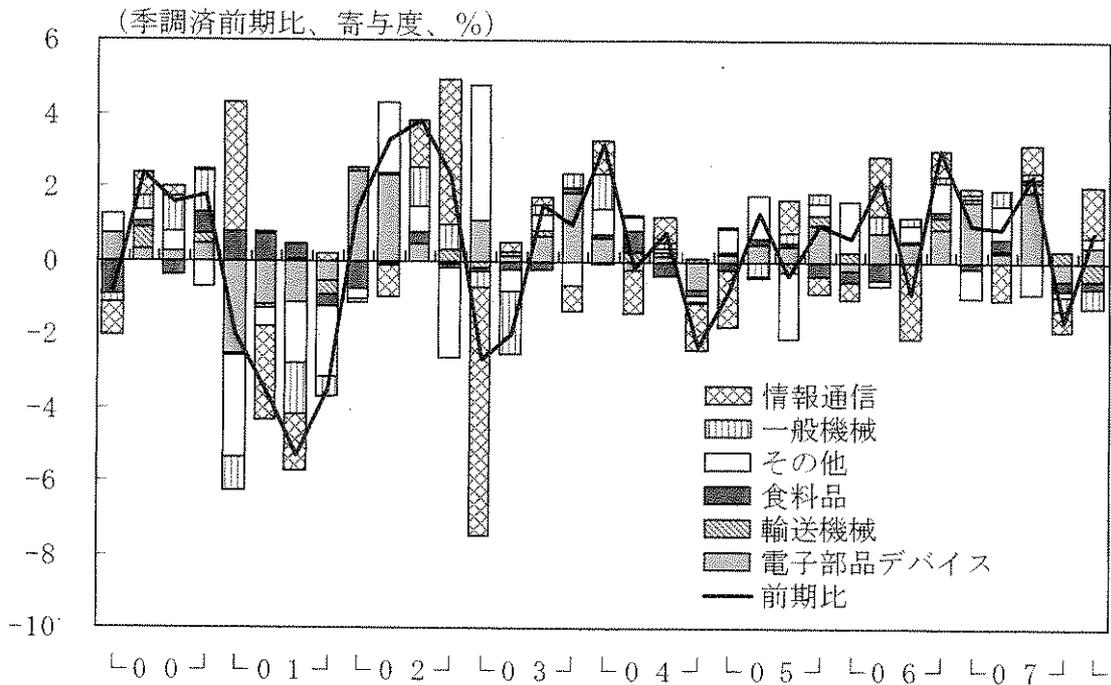
(資料) 東京証券取引所

鉱工業生産指数の推移

(1) 鉱工業生産指数 (季調済) (東北、全国) 【月次】



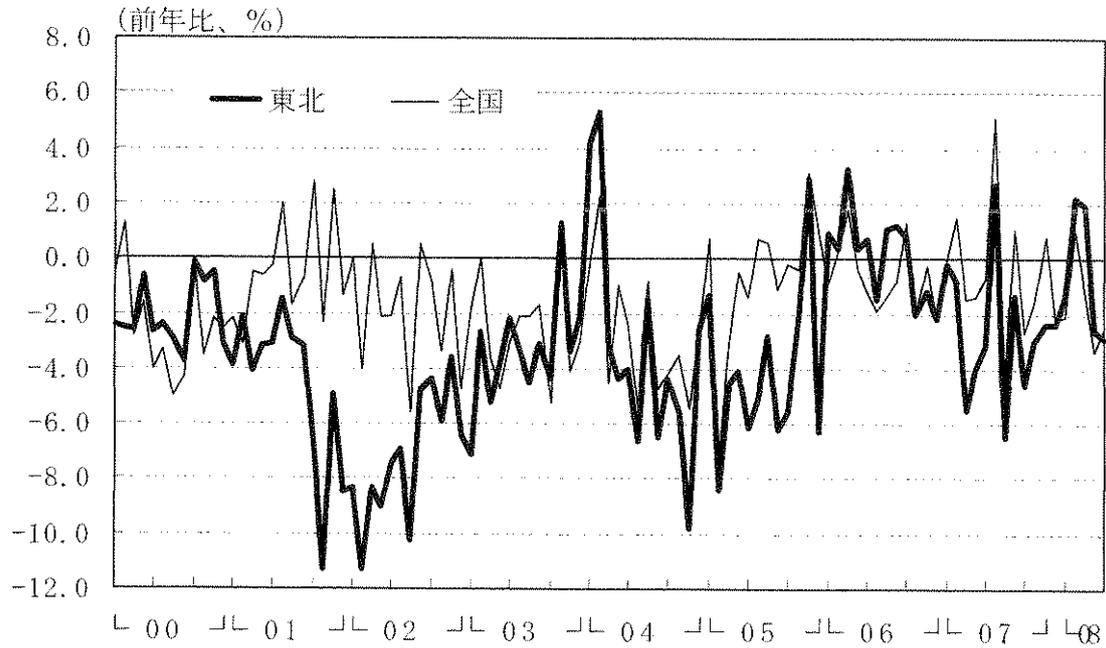
(2) 生産の業種別寄与度 (東北) 【四半期】



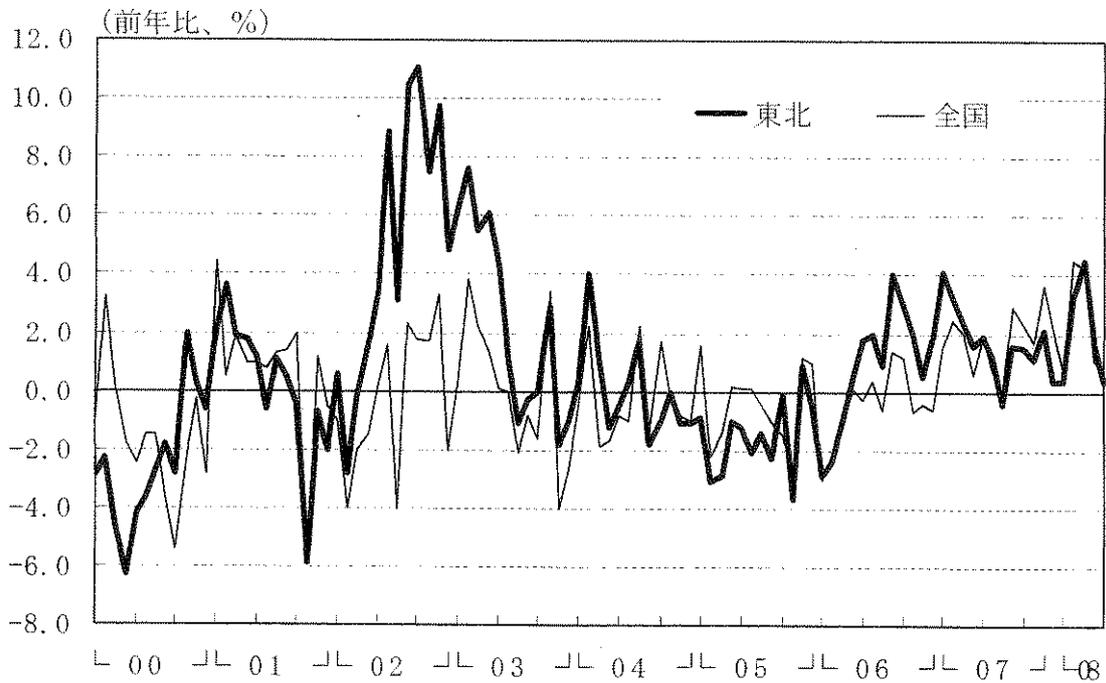
(資料) 東北経済産業局「東北地域の鉱工業生産・出荷・在庫指数」

個人消費関連指標

(1) 百貨店売上高（既存店）（東北、全国）【月次】

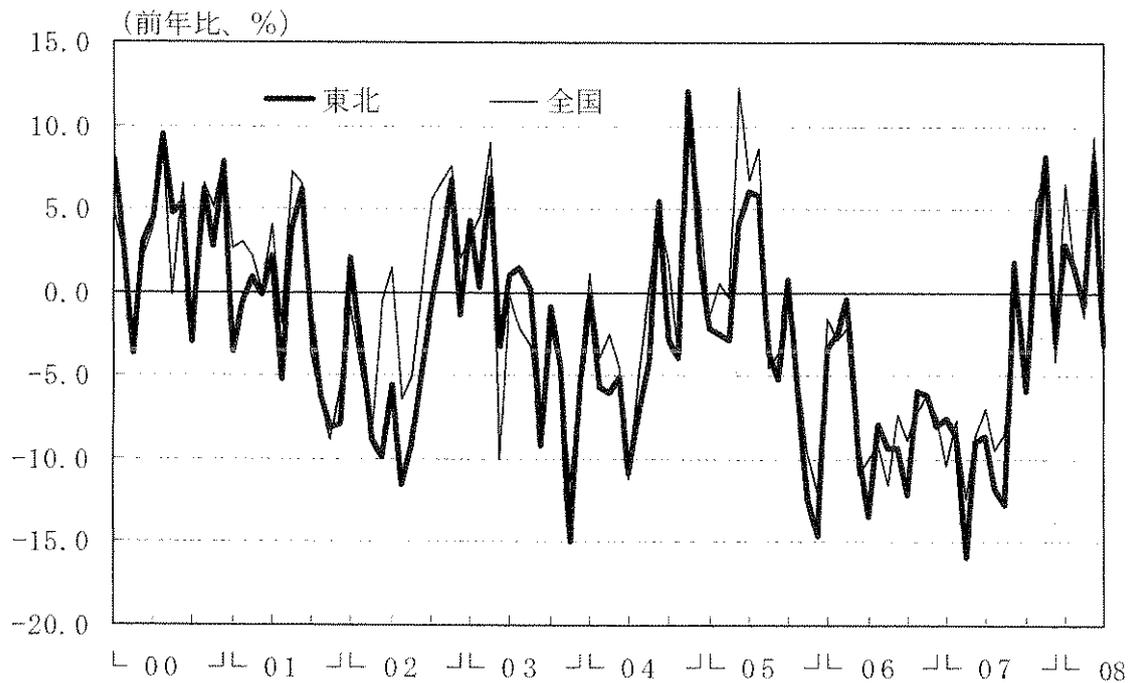


(2) スーパー売上高（全店）（東北、全国）【月次】

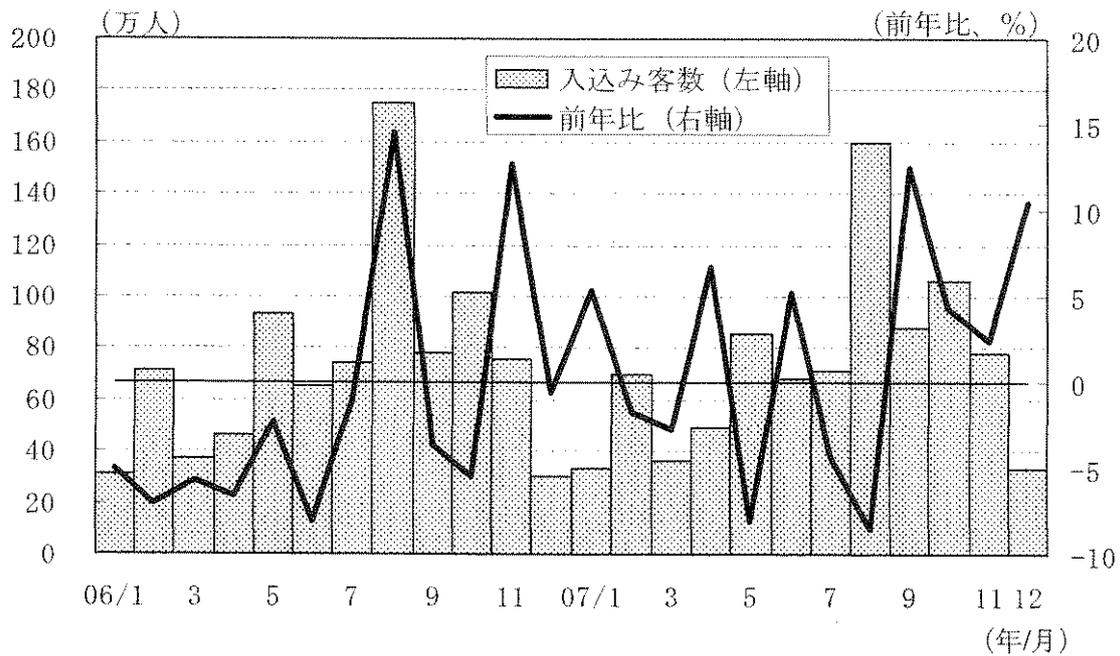


(資料) 日本銀行仙台支店、経済産業省「商業販売統計」

(3) 新車登録台数 (東北、全国)【月次】

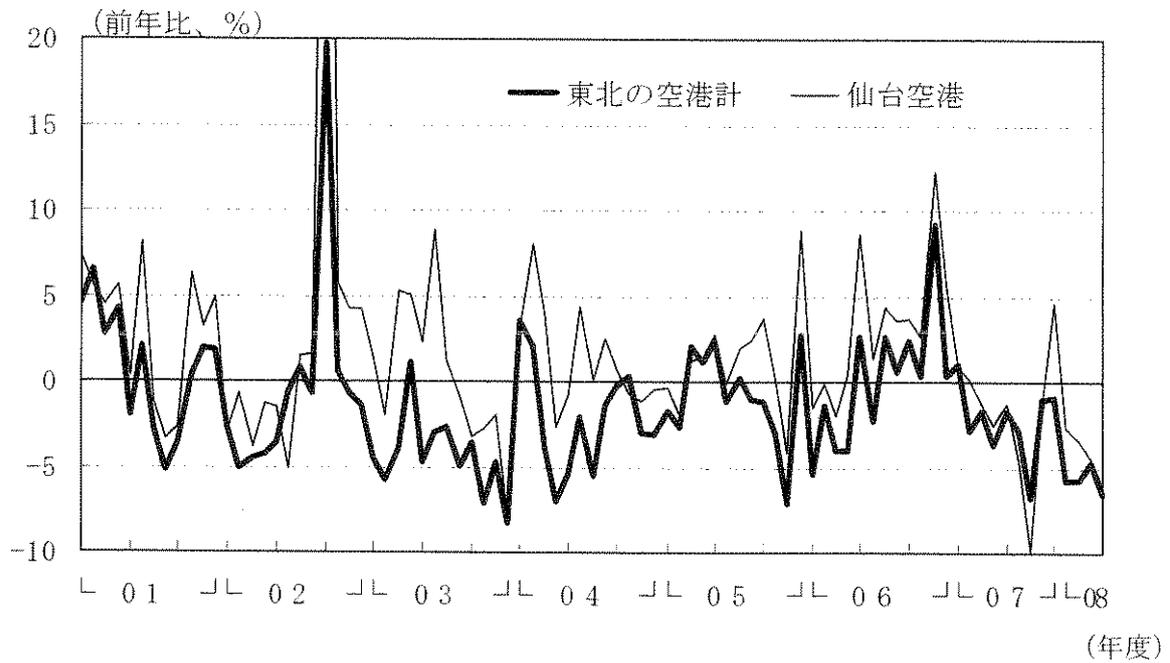


(4) 観光地入込み客数【月次】



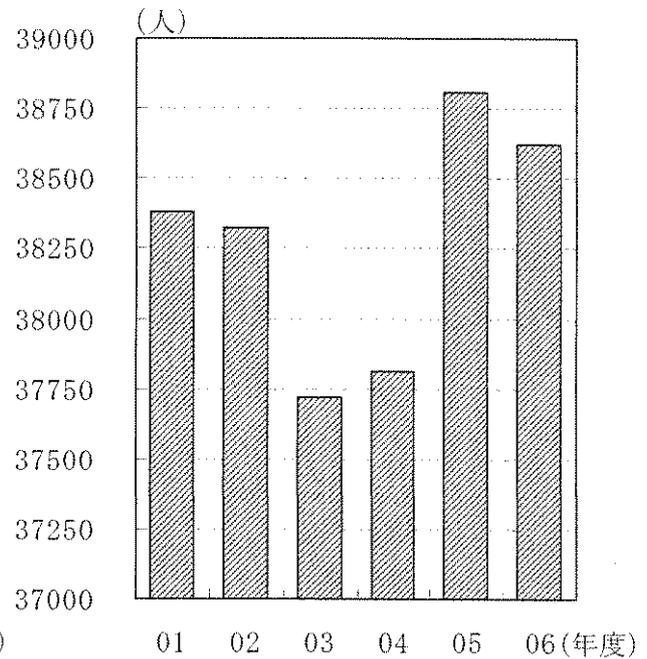
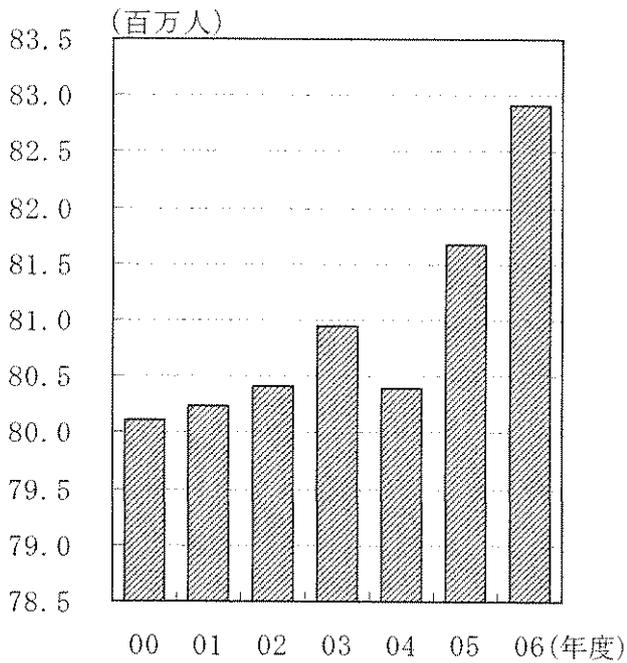
(注) (4) は宮城県、岩手県、山形県の主要観光地 15 箇所の入込みを取り纏めたもの。
 (資料) 東北運輸局「新車登録台数」、日本銀行仙台支店

(5) 東北地区所在の空港の乗降客数の推移【月次】



(6) 東北新幹線の輸送人員の推移【年度】

(7) 仙台駅の1日平均乗車人員【年度】



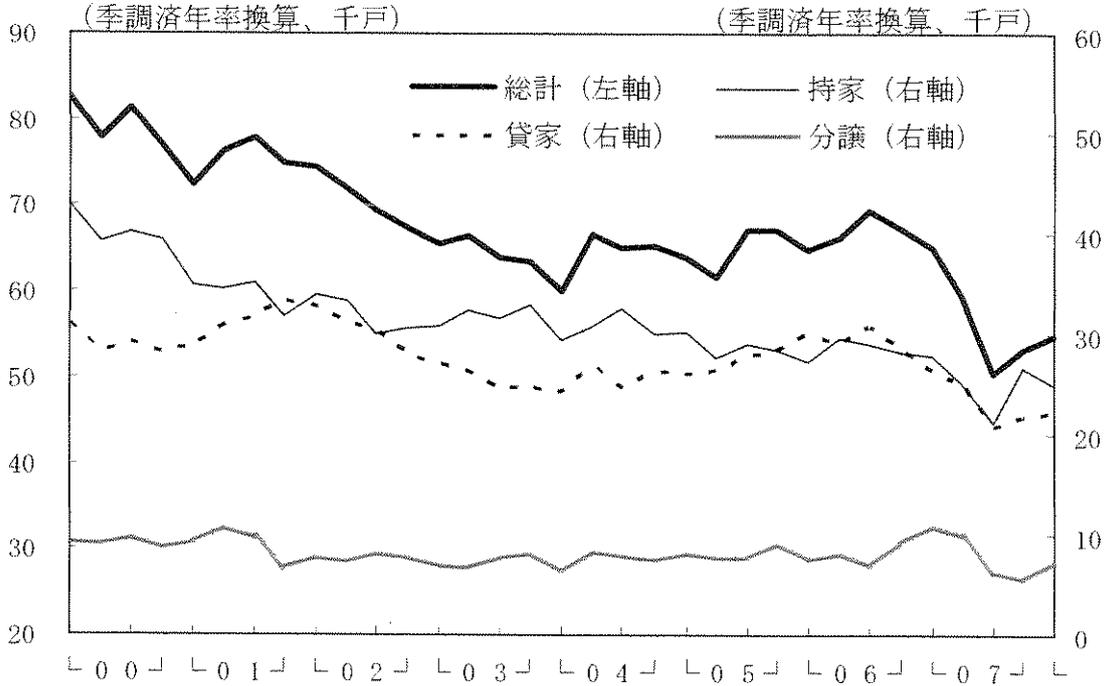
(注1) (5) は空港における乗客、降客及び通過客の合計（国内線。遊覧飛行客を含まない）。

(注2) (7) は定期を含まない。

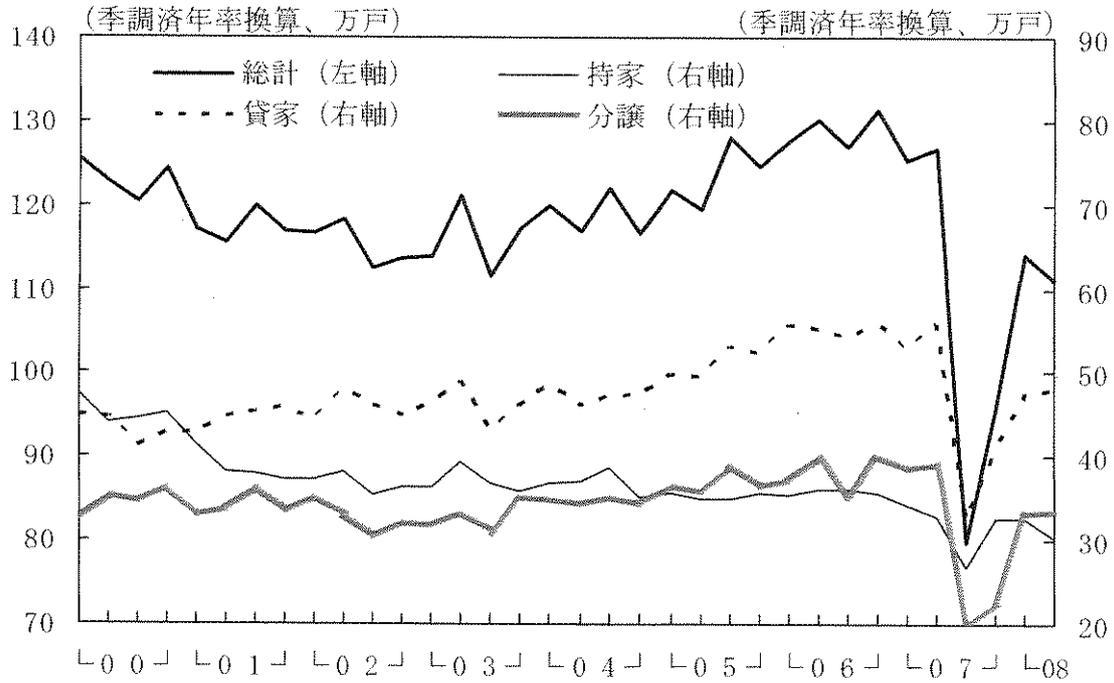
(資料) 東北運輸局「東北地方における運輸の動き」、国土交通省「鉄道輸送統計年報」、仙台市統計書

住宅投資

(1) 新設住宅着工戸数 (東北) 【四半期】



(2) 新設住宅着工戸数 (全国) 【四半期】



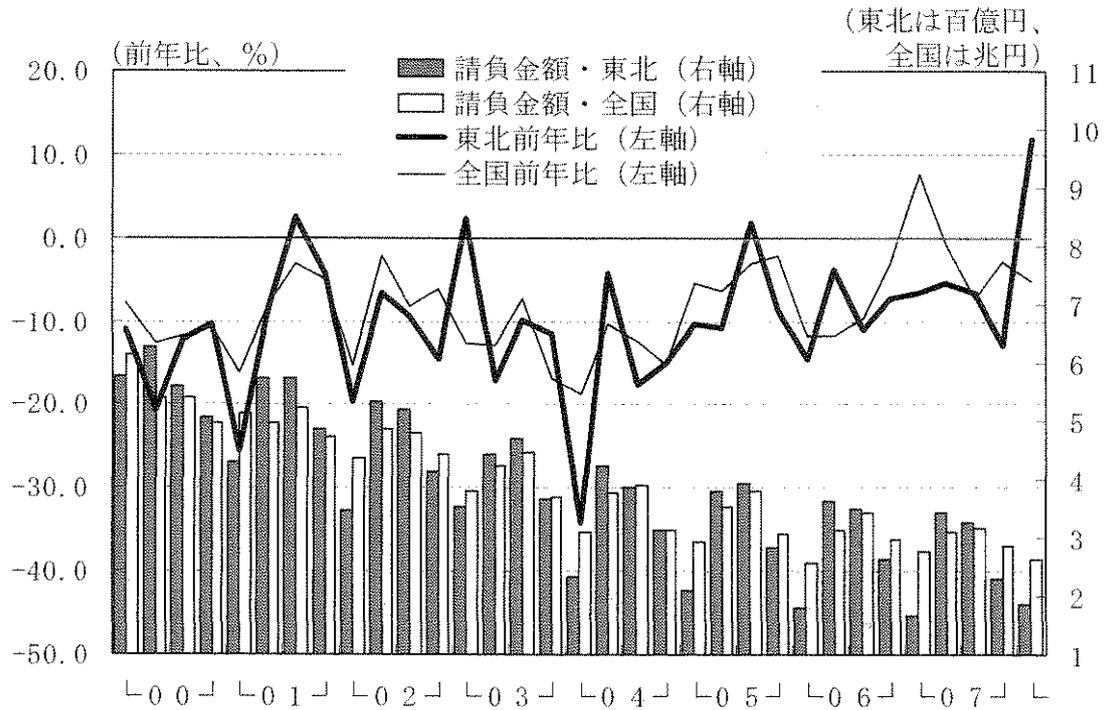
(資料) (1) は国土交通省「建築着工統計」より日本銀行仙台支店作成。

08年1Qは1月で推計。

(2) 国土交通省「建築着工統計」

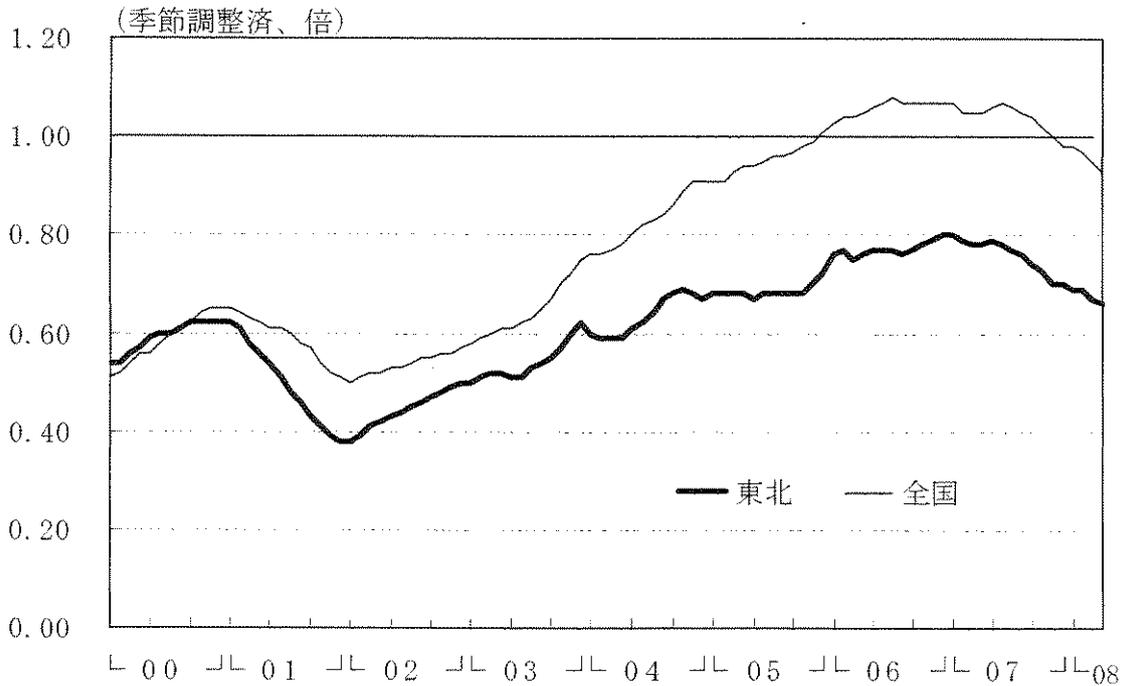
公 共 投 資

○公共工事請負金額（東北、全国）【四半期】



労 働 需 給

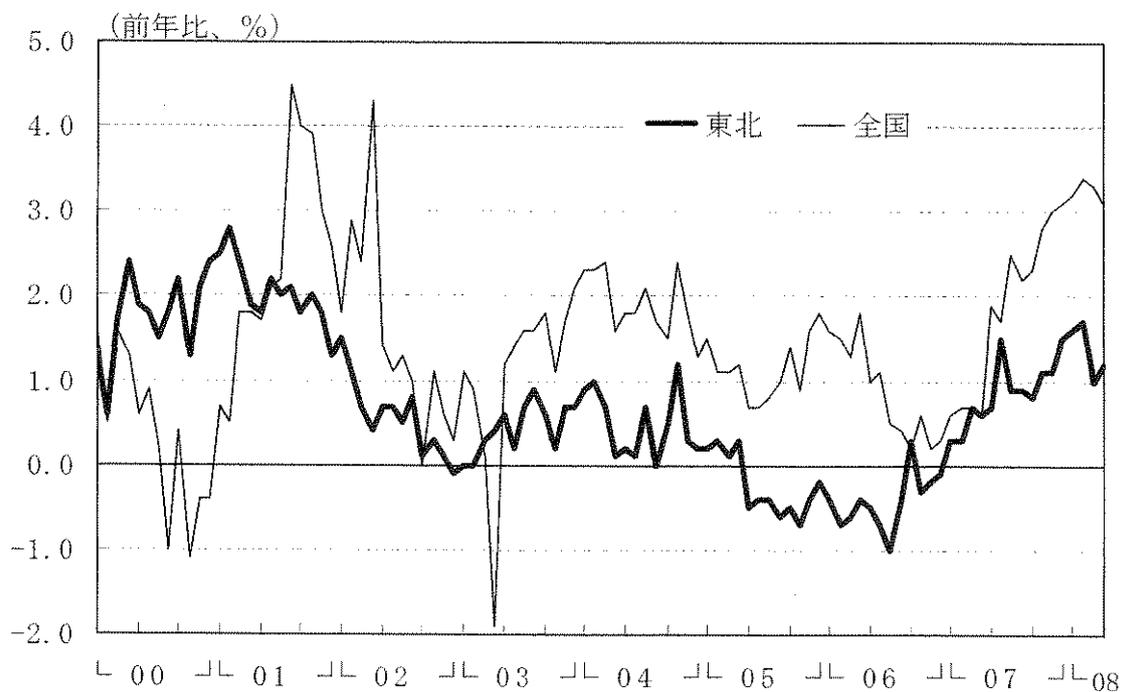
○有効求人倍率（東北、全国）【月次】



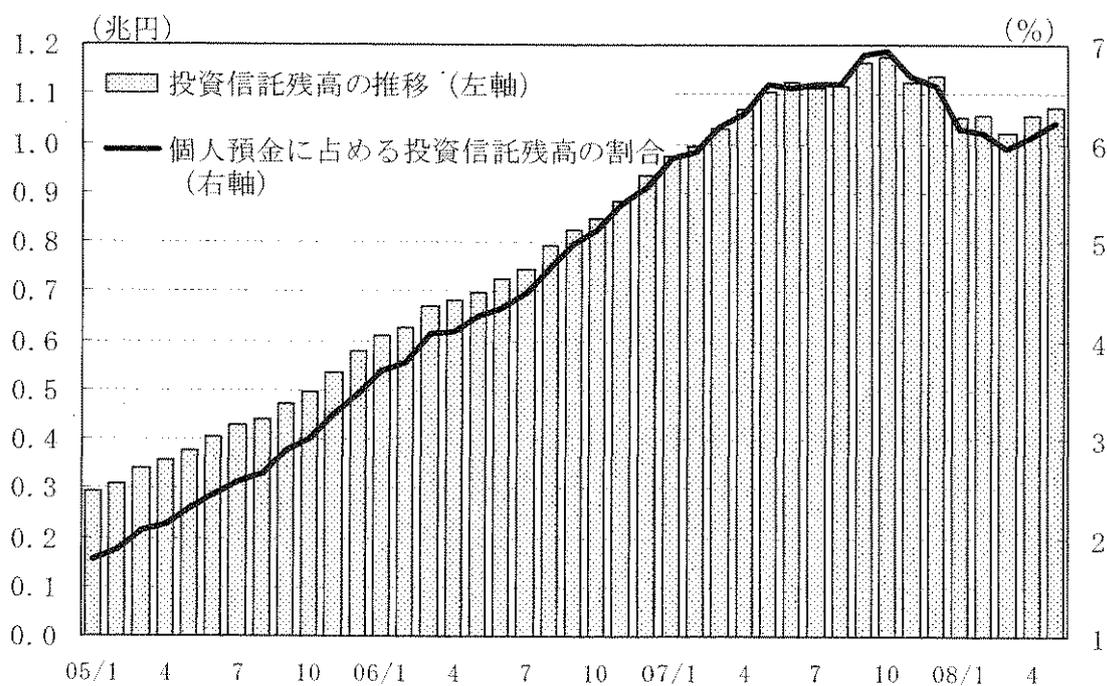
(資料) 東日本建設保証株式会社、厚生労働省「一般職業紹介状況」

預 金 動 向

(1) 預金末残（実質預金＋譲渡性預金）の推移【月次】



(2) 預かり資産残高の推移（投資信託残高）【月次】



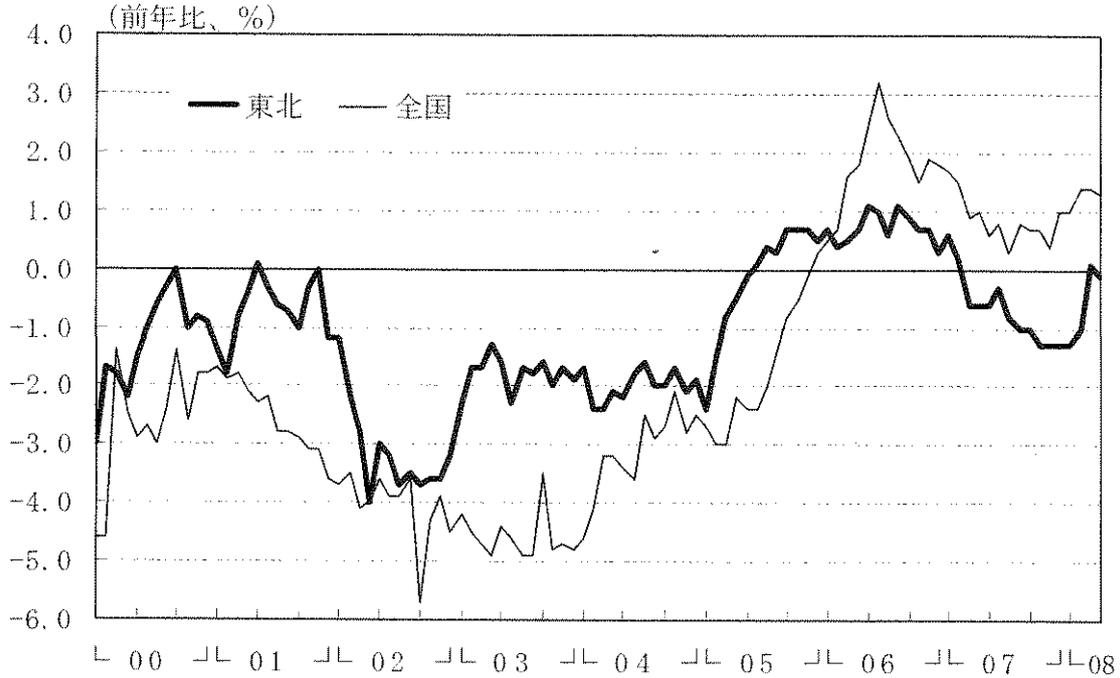
(注1) (1) は東北地区に所在の店舗分の集計（東北は銀行＋信金。全国は銀行。合併、統廃合等による店舗変動を調整していないため、段差が生じることがある）。

(注2) (2) は東北地区に本店所在の地銀、地銀Ⅱの合計。

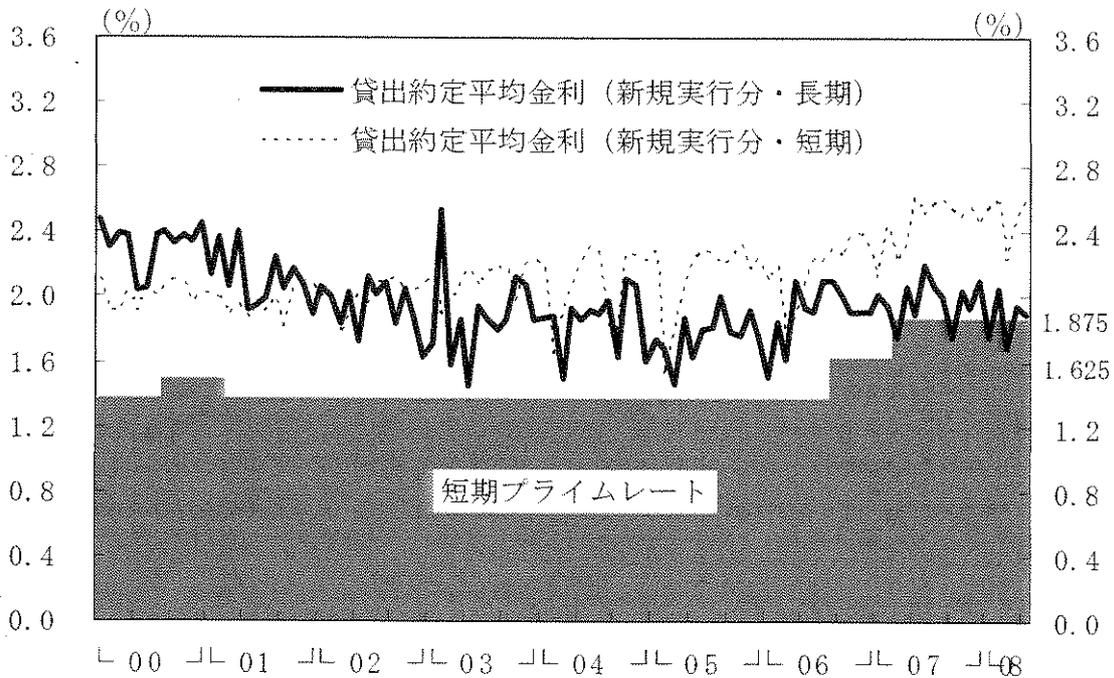
(資料) 日本銀行

貸出動向

(1) 貸出金末残の推移【月次】



(2) 貸出約定平均金利（新規実行分）【月次】



(注 1) (1) は東北地区に所在の店舗分の集計（東北は銀行+信金、全国は銀行。合併、統廃合等による店舗変動を調整していないため、段差が生じることがある）。

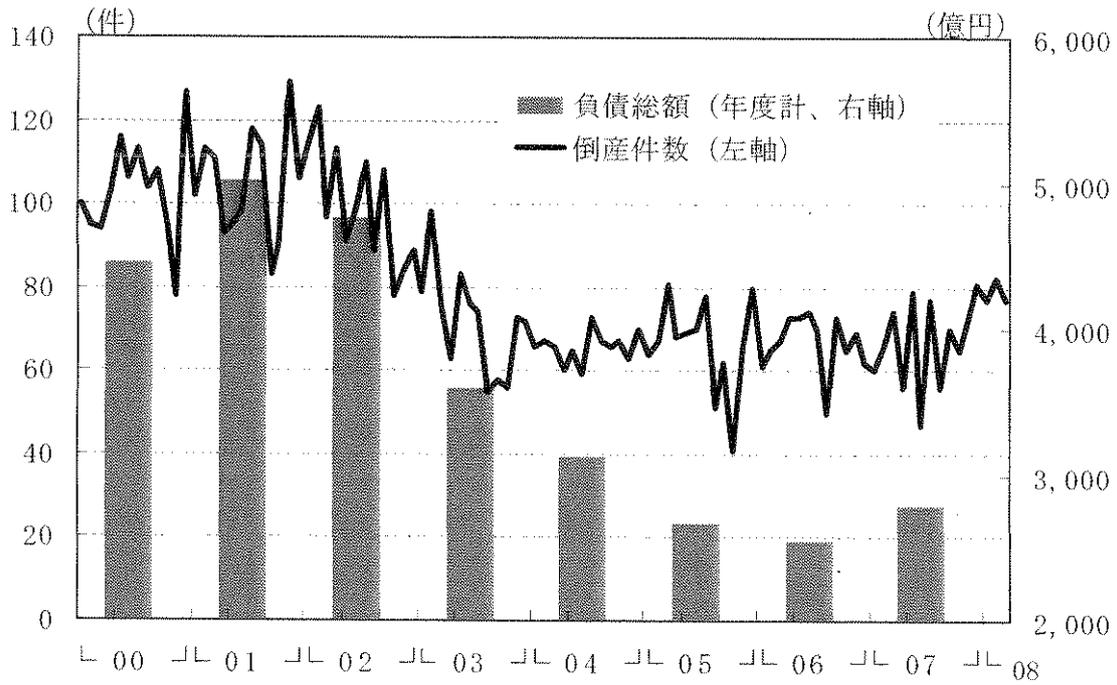
(注 2) (2) は東北地区に本店所在の地銀・地銀Ⅱの平均。短期プライムレートは月末時点（都市銀行）。

(資料) 日本銀行

企 業 倒 産

○企業倒産件数、倒産企業負債総額の推移（東北）

【負債総額は年度、件数は月次】



(資料) 東京商工リサーチ「倒産月報」



BOJ Reports & Research Papers

2008年5月13日

東北地域の貸出動向

～最近の貸出低迷の背景と今後の新たなビジネスモデル構築に向けて～

日本銀行仙台支店

照会先：日本銀行仙台支店営業課（TEL：022-214-3123 前田、原田）

本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、予め日本銀行仙台支店まで
ご相談ください。
転載・複製を行う場合は、出所を明記してください。

1. 東北地域における貸出動向の現状

東北地域の貸出動向は、地元企業向け貸出の長期低迷を背景に、全国の中でも弱い動きとなっている。

- ・ 東北の貸出金残高¹の前年比伸び率をみると（図表1）、全国対比で弱めに推移しているほか、地域別²にみても全国の中で最低レベルにある（08/3月末前年比は東北<+0.3%>は近畿<▲0.3%>に次いで全国9地域中8位）。
- ・ 主体別にみると（図表2）、地元企業向け貸出（地域内店舗の企業向け貸出³）が長期に亘り前年割れで推移しているほか、個人向け貸出も前年割れに転じている。こうした中、唯一、地公体向け貸出は全国並みに増加している。

2. 東北地域の貸出が弱い背景

(1) 地域経済の弱さと地元企業の業績回復の遅れ

- ・ 地域別の業況判断D Iをみると（図表3）、直近の短観調査結果では、東北（08/3月▲18）は全国の中でも北海道（同▲21）に次いで厳しい。
 - すなわち、昨今の国内景気の回復は企業収益の改善が牽引してきたが、東北の企業（中小企業）収益の改善テンポは極めて緩慢なものに止まっている。例えば、中小企業における経常利益や売上高経常利益率、キャッシュフローをみると（図表4）、全国が着実な改善の動きを示す中、東北は何れも横ばい圏内に止まっている。

(2) 資金需要の弱さと企業行動の変化

- ・ 中小企業の設備投資動向をみると（図表5）、東北は全国比見劣りした動きとなっており、当地の設備資金需要は相対的に弱いと言える。また、中小企業の設備投資スタンスをみると（図表6）、東北、全国ともにキャッシュフローの範囲内に止める慎重な行動が続いている。
 - 企業の景況感と貸出動向の関係を中長期的にみると（参考1）、昨今の国内景気の回復局面において全国の貸出は相応に増加している一方、東北は景気回復の弱さもあって貸出の感応度が鈍い（業況判断D Iが改善しても、貸出が増えない傾向が強い）。
- ・ 加えて、中小企業の資金調達（借入）姿勢をみると（図表7）、有利子負債を圧縮する動きが続いている。

¹ 地域内にある国内銀行店舗の集計。

² 地域割りは、日本銀行「地域経済報告（さくらレポート）」と同じベース。

³ 各地域に本店を置く地銀・地銀Ⅱを対象にしているため、前述の貸出金残高（図表1）とは集計範囲が異なる。なお、地元企業向け貸出は以下の計算式により算出（正確には地元企業向けだけではない）。

地元企業向け貸出＝地域別総貸出（域内店舗）－地公体向け貸出（全店舗）－個人向け貸出（全店舗）

—— 私募債に代表される新たな資金調達手段も徐々に広がりを見せている。こうした間接金融から直接金融への動きは貸出統計上、残高を押し下げる筋合い。

(3) 地元金融機関の慎重な貸出スタンス

- ・ 東北の金融機関貸出態度判断D I（図表 8）は、全国の中で唯一、「厳しい」超（08/3月▲4）となっており、企業からみた金融機関の貸出姿勢は厳しいと写っている。
- ・ これについては、東北の地域金融機関サイドからみた場合、①地元企業の業績回復が遅れていること、②東北全体では地価の下落に歯止めが掛かっていないこと（担保価値の目減り）、③全国平均と比べ不良債権比率が高めであること（潜在的な信用リスクの高さ）などから、貸出姿勢が総じて慎重にならざるを得ない状況にあると思われる（図表 9）。

—— 東北の企業の金融機関に対する厳しい評価を、貸出金利との関係でみた場合（参考 2）、企業の資金繰りと関連が強いと考えられる短期貸出の新規実行金利は高めであり、これが厳しい見方に繋がっている可能性があると思われる。

3. 今後の展望（地元金融機関に期待すること）

(1) 今後の貸出環境は、次のとおり更に厳しさを増す可能性がある。

- ① 東北の人口は既に減少に転じており地域総需要は縮小方向にあること。
- ② 企業は競争力の維持・向上のために財務体質や効率的な資金マネジメントを引き続き強化すると予想されること。
- ③ 地公体向け貸出は前年比増加を続けているが、財政再建が迫られる中であって自治体も債務圧縮を進めざるを得ないこと。

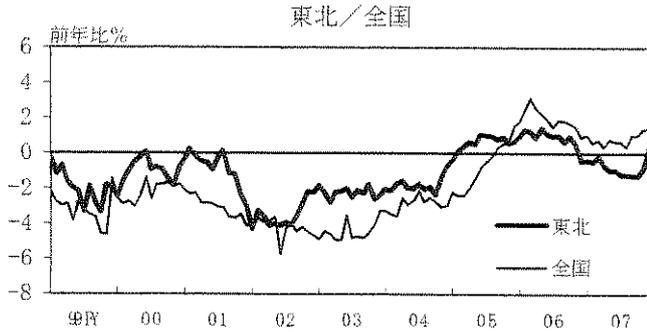
(2) こうした状況下、東北の地域金融機関では、引き続き預金・貸出を主体とした事業モデルを基本にしている先が多いが、その維持（或いは収益環境）は以下の点から楽観視できない情勢にある。

- ① 預金が、団塊世代の退職金の流入や年金資金の増加に加え、最近の国内外金融市場の動揺（預かり資産への資金シフトの鈍化）等を背景に、総じて順調に増加していること。
- ② 一方で貸出運用は、最近の動向および先行き予想ともに厳しい状況にあること。
—— 東北の地域金融機関では、東北の中でもっとも貸出・需資が見込まれる仙台圏（図表 10）への進出や推進体制の強化を図っているが、一方で貸出競争（金利競争）は激しさを増しており、利鞘の縮小傾向に歯止めが掛かっていない状況にある（図表 11）。
- ③ 国内・東北景気の減速感の台頭や原油・素原料価格高騰による企業収益の悪化懸念もあって、再び不良債権処理に係る費用（信用コスト）が増加する可能性が否定できないこと。

- (3) また、役員収益や有価証券投資についても、現状の環境下では以下のような制約に直面しているとみられる。
- ① 各金融機関がフィービジネス強化を目的に注力してきた預かり資産の推進については、サブプライム住宅ローン問題に端を発した国内外金融市場の動揺等から投資家心理が慎重化しており期待どおりの推進が図れていないこと（図表 12）。
 - ② 各金融機関の重要な収益源の一つである有価証券運用についても、国内外金融市場の不安定化から投資スタンスは慎重にならざるを得ないこと（リスク管理態勢の更なる整備・強化が必要となっている）。
- (4) こうした中であって、東北地域に大型企業が相次いで進出表明している動きは、地元企業のみならず地元金融機関にとっても大きなビジネスチャンスと言える。地元金融機関には、地元企業と進出企業を結びつける「情報供給」（ビジネスマッチング等）能力と企業成長に必要な「資金供給」能力の発揮がより一層期待される。地元金融機関の成長には地域経済の発展が不可欠である。企業進出の動きを上手く掴み、これが「地元企業の育成・成長⇒地域経済のボトムアップ」、更には「金融機関自らの成長性（収益源の広がり）・頑健性の向上」に繋がる循環メカニズムに発展していくことが強く望まれる。

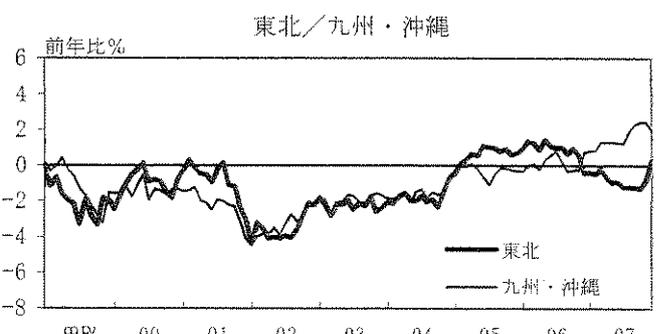
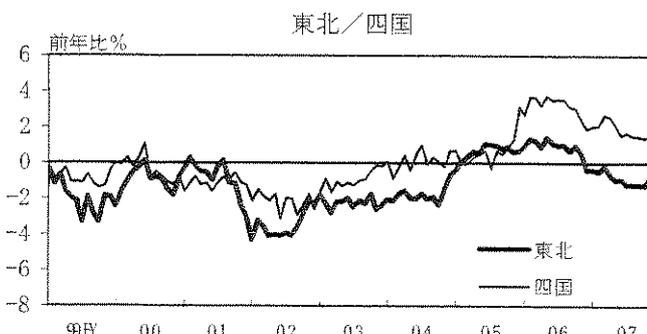
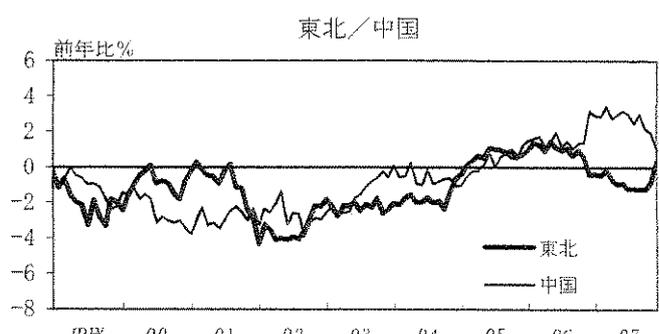
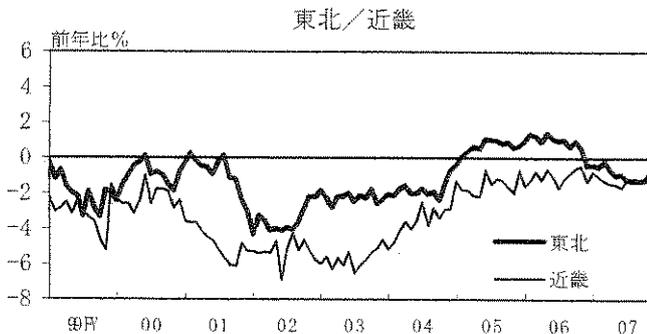
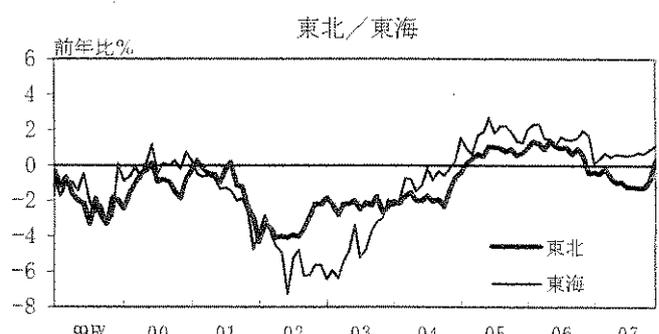
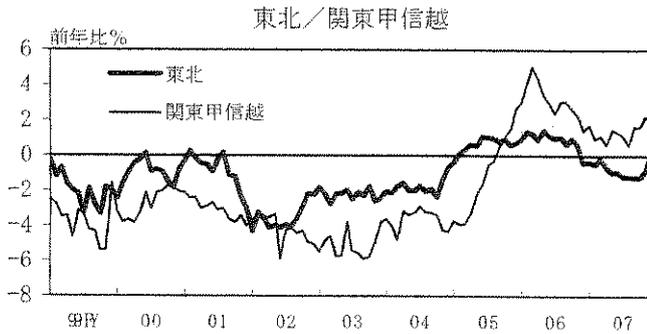
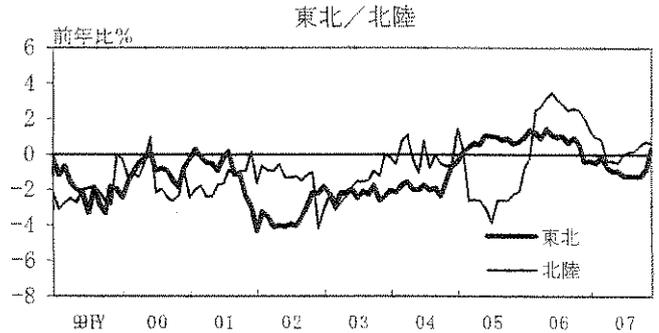
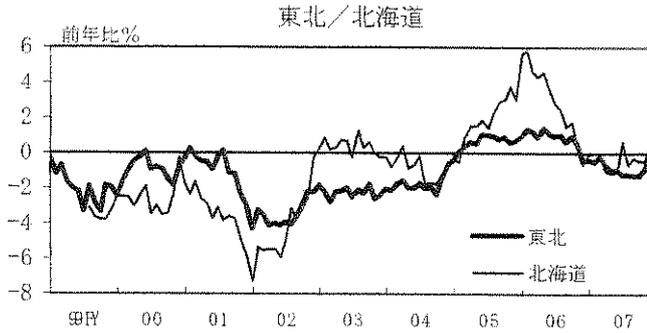
以 上

地域別の総貸出



(国内銀行、月末残高)

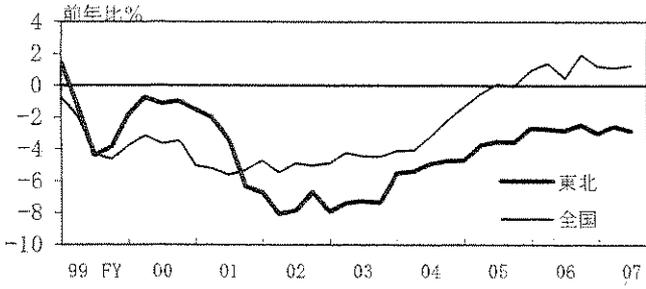
	08/3月末 (兆円)	前年比%	前年比 順位
東北	15.5	0.3	8
北海道	8.9	0.8	6
北陸	7.1	0.6	7
関東甲信越	223.2	2.1	1
東海	31.7	1.1	4
近畿	62.8	▲0.3	9
中国	16.0	1.1	5
四国	10.6	1.2	3
九州・沖縄	28.9	2.0	2
全国	404.9	1.4	(9地域)



(資料) 日本銀行「都道府県別預金・現金・貸出金」
 (注1) 地域内にある国内銀行店舗ベース。なお、店舗数の変動は加味していない(新設・廃止等による統計の段差は未調整)。
 (注2) 地域割りは、日本銀行「地域経済報告(さくらレポート)」と同じベース(以下、同じ)。

地元企業向け貸出

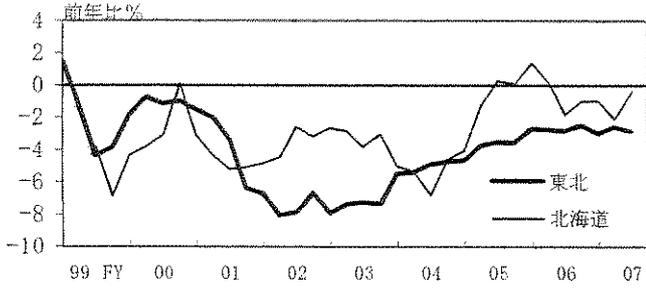
東北/全国



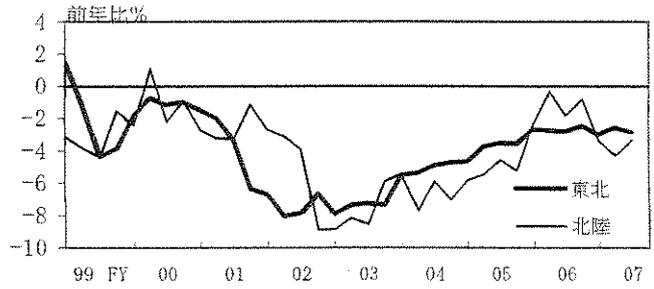
(地銀・地銀Ⅱ、四半期末残)

	07/12月末 (兆円)	前年比	前年比 順位
東北	6.9	▲2.8	8
北海道	3.6	▲0.4	7
北陸	3.5	▲3.3	9
関東甲信越	31.4	2.2	1
東海	9.8	1.8	4
近畿	11.4	2.1	2
中国	8.7	2.0	3
四国	5.4	1.7	5
九州・沖縄	15.0	1.2	6
全国	95.8	1.2	(9地域)

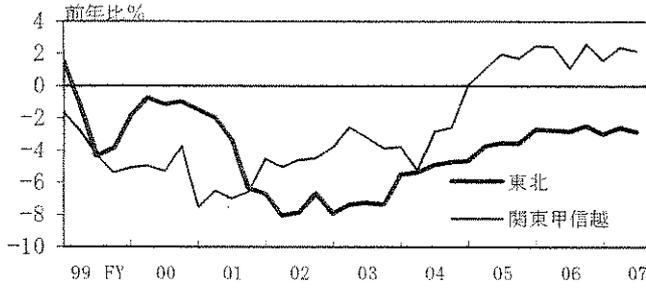
東北/北海道



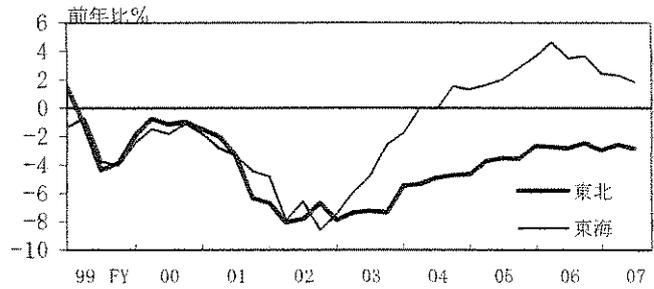
東北/北陸



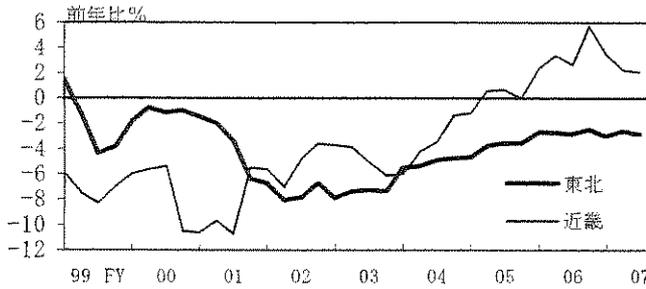
東北/関東甲信越



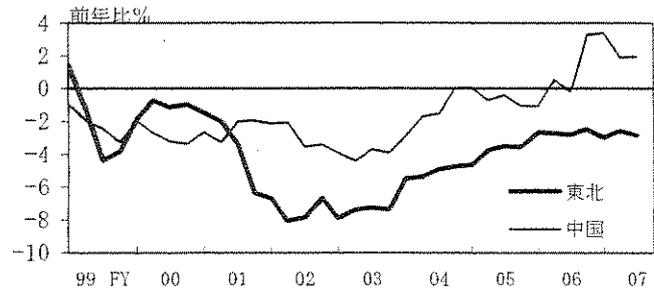
東北/東海



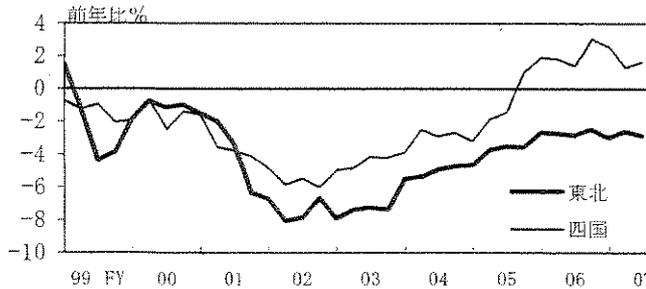
東北/近畿



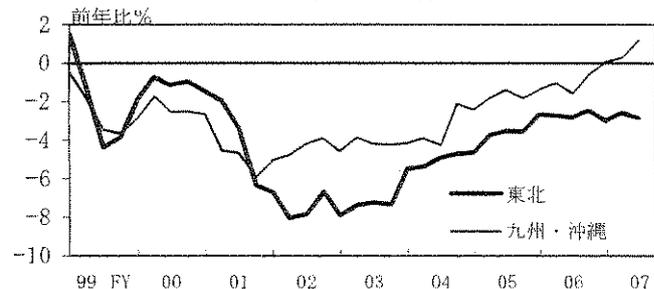
東北/中国



東北/四国



東北/九州・沖縄



(資料) 日本銀行「都道府県別預金・現金・貸出金」、「業種別貸出金調査表」

(注1) 域内に本店が所在する地銀・地銀Ⅱベース(図表1とは集計対象範囲が異なる点、留意の要)。

(注2) 地元企業向け貸出=地域別総貸出(図表1)-地公体向け貸出-個人向け貸出

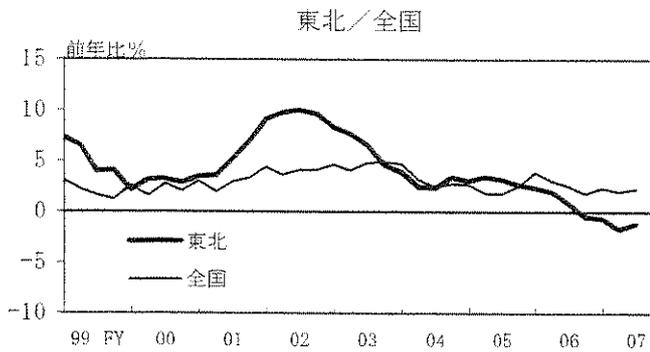
(地域別総貸出:域内に本店が所在する地銀・地銀Ⅱの域内店舗ベース)

(地公体向け貸出、個人向け貸出:域内に本店が所在する地銀・地銀Ⅱの両業種向け貸出残高(全店舗ベース))

(注3) 店舗未調整(但し、合併等により明らかに段差が大きい期間はグラフ上から削除)。

個人向け、地公体向け貸出

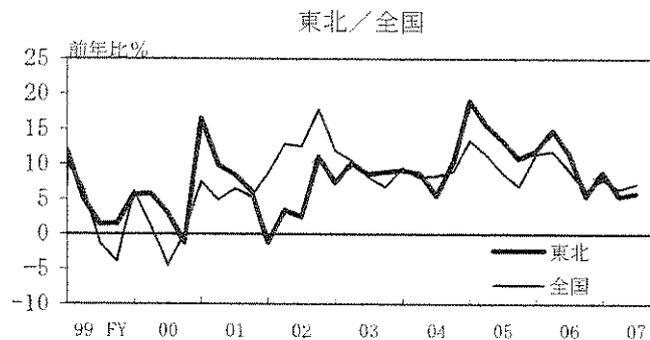
(1) 個人向け貸出



(地銀・地銀Ⅱ、四半期末残)

	07/12月末		前年比 順位
	(兆円)	前年比	
東北	4.5	▲1.1	8
北海道	2.5	2.9	6
北陸	2.2	3.9	4
関東甲信越	17.0	3.9	3
東海	7.8	4.8	1
近畿	8.6	3.9	2
中国	3.4	2.6	7
四国	2.7	▲2.0	9
九州・沖縄	7.3	3.1	5
全国	56.1	2.3	(9地域)

(2) 地公体向け貸出



(地銀・地銀Ⅱ、四半期末残)

	07/12月末		前年比 順位
	(兆円)	前年比	
東北	2.1	▲5.9	4
北海道	0.9	6.4	3
北陸	0.9	3.9	7
関東甲信越	2.2	4.9	6
東海	0.8	▲0.3	9
近畿	1.1	3.3	8
中国	1.0	17.7	1
四国	0.6	5.0	5
九州・沖縄	2.1	14.3	2
全国	11.8	7.2	(9地域)

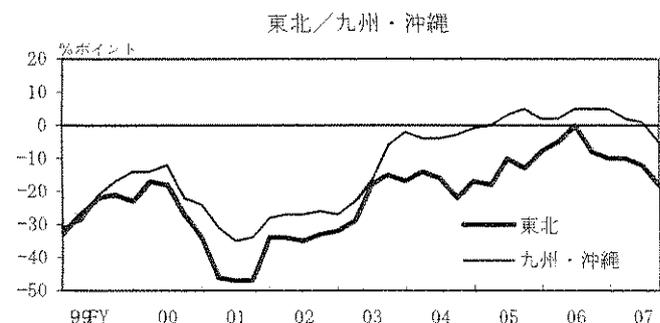
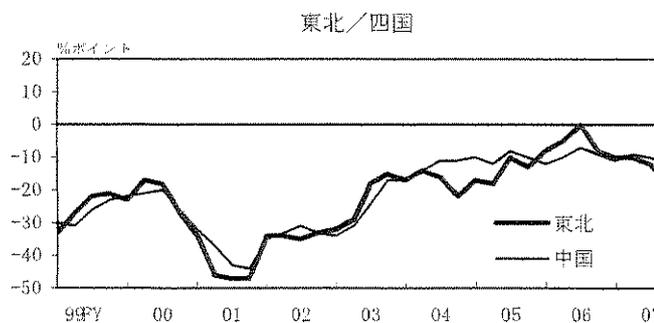
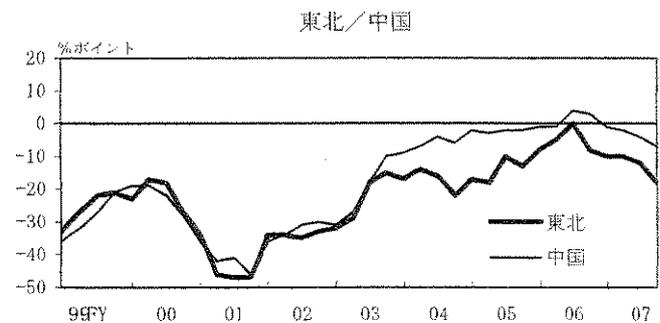
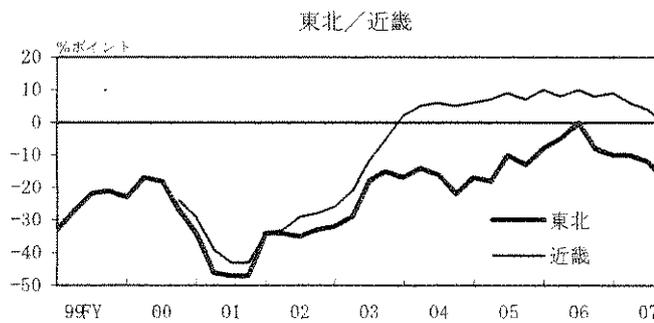
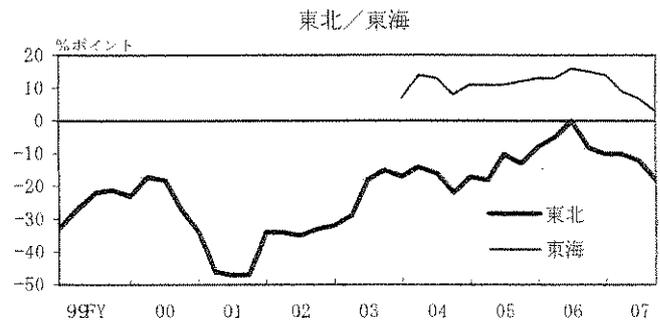
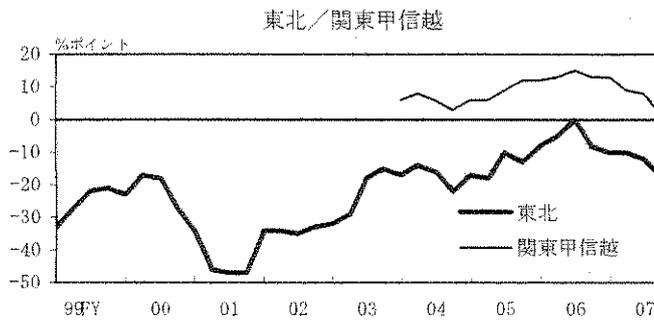
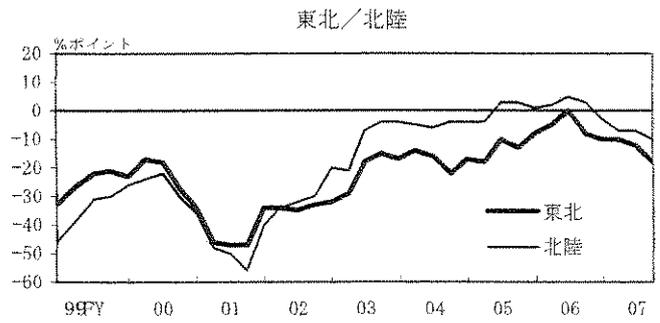
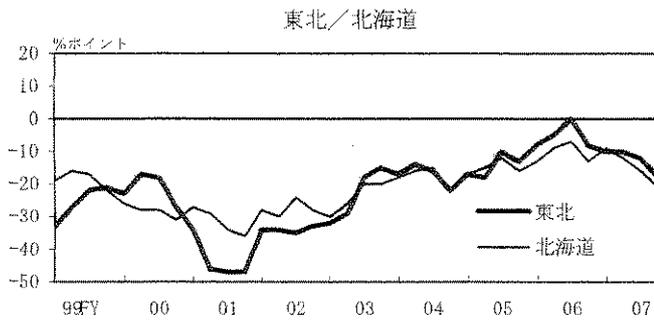
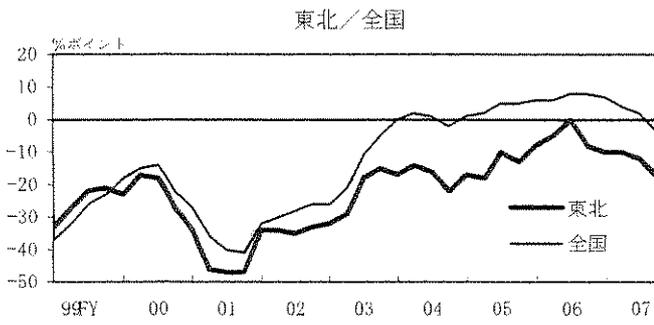
(資料) 日本銀行「業種別貸出金調査表」

(注) 域内に本店が所在する地銀・地銀Ⅱ(全店舗ベース)。

地域別業況判断

(全規模、全産業、%ポイント)

		08/3月	
		順位	
東北	▲	18	8
北海道	▲	21	9
北陸	▲	10	6
関東甲信越		1	2
東海		3	1
近畿	▲	1	3
中国	▲	7	5
四国	▲	12	7
九州・沖縄	▲	5	4
全国	▲	4	(9地域)



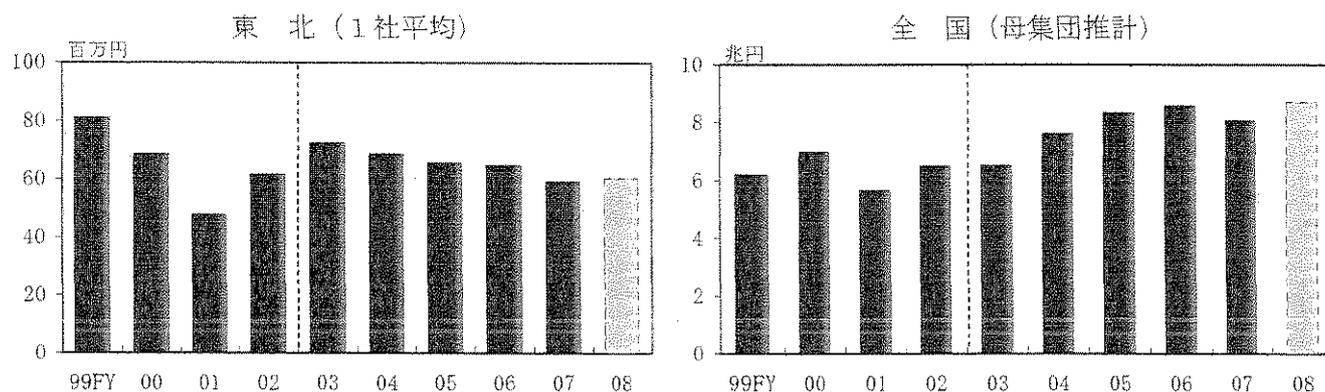
(資料) 日本銀行「企業短期経済観測調査」

(注1) 関東甲信越および東海は、2005年4月21日から公表を開始した「地域経済報告」の地域別主要指標の一部として公表しているもの(従って、それ以前の計数はなし)。

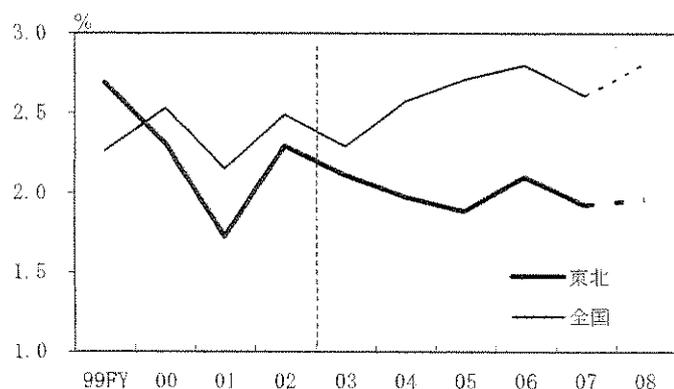
(注2) 2004年3月に見直しを実施したため、2003年12月までと2004年3月以降で段差(以下、同じ)。

企業の収益動向 (中小企業)

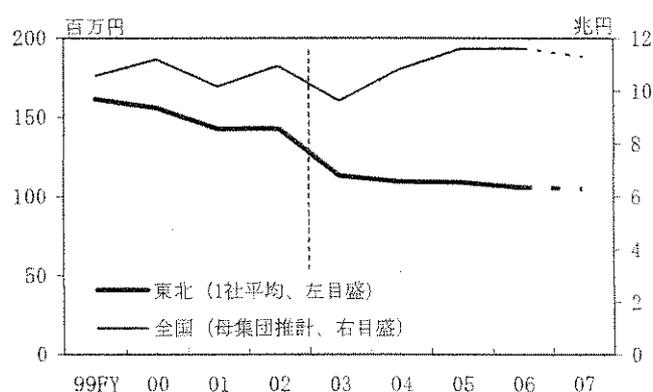
(1) 経常利益 (中小企業、全産業)



(2) 売上高経常利益率 (中小企業、全産業)



(3) キャッシュフロー (中小企業、全産業)



(資料) 日本銀行「企業短期経済観測調査」

(注1) 中小企業の区分は、02年度までは雇用者基準、03年度以降は資本金基準 (以下、同じ)。

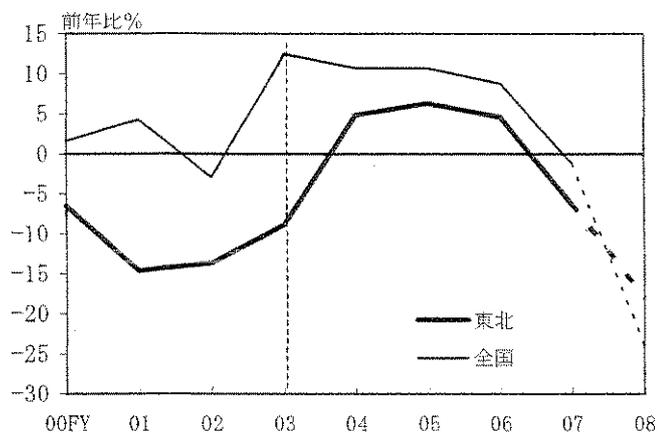
(注2) 東北は該当計数回答先を集計。全国は母集団推計 (以下、同じ)。

(注3) 07年度は実績見込み、08年度は計画 (08/3月調査。以下、同じ)。

(注4) キャッシュフローは「(経常利益÷2) + 減価償却費」で簡易に算出。

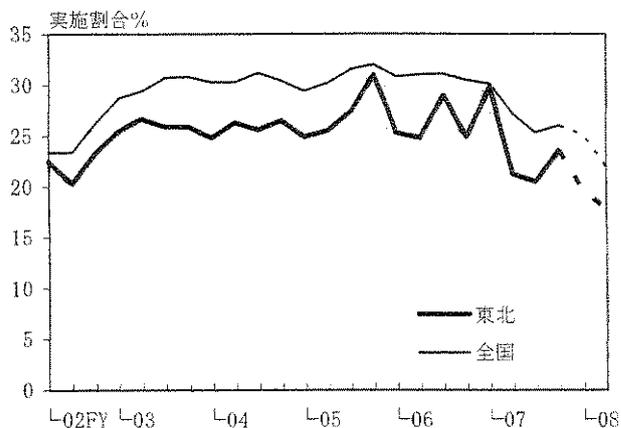
中小企業の設備投資動向

(1) 短観 (中小企業、全産業)



(資料) 日本銀行「企業短期経済観測調査」

(2) 中小公庫 (設備投資実施割合)

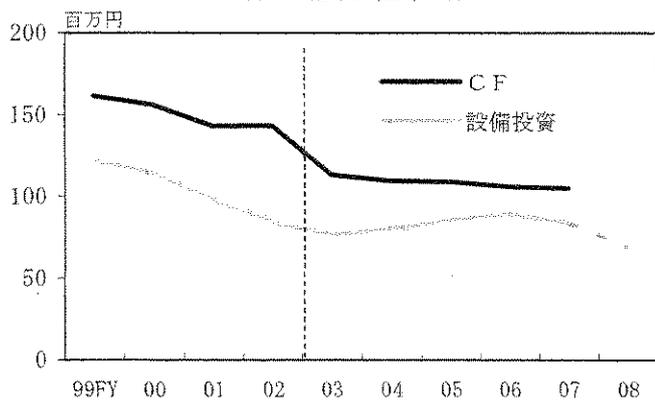


(資料) 中小企業金融公庫「中小企業動向調査」

(注) 四半期毎の季節調整値。08年度は予測。

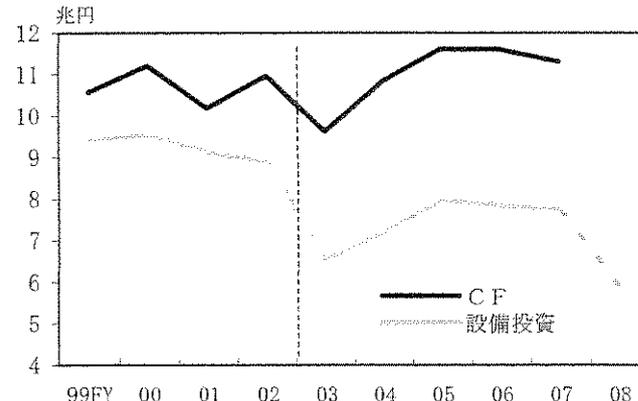
設備投資とキャッシュフローの関係 (中小企業、全産業)

東北(1社平均)



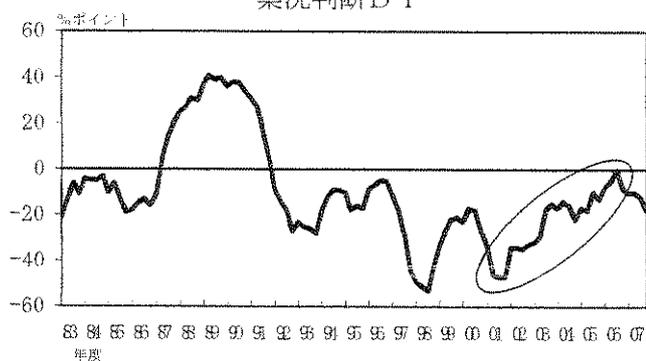
(資料) 日本銀行「企業短期経済観測調査」

全国(母集団推計)

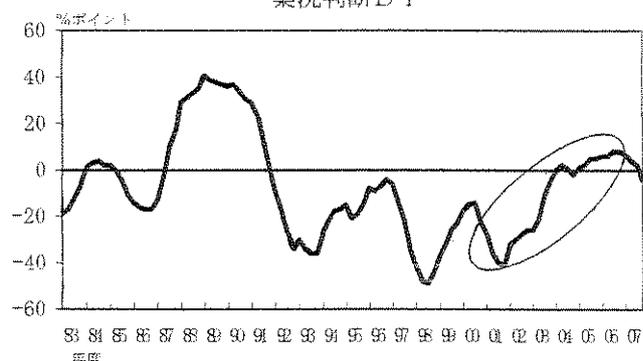


景況感と貸出金の関係

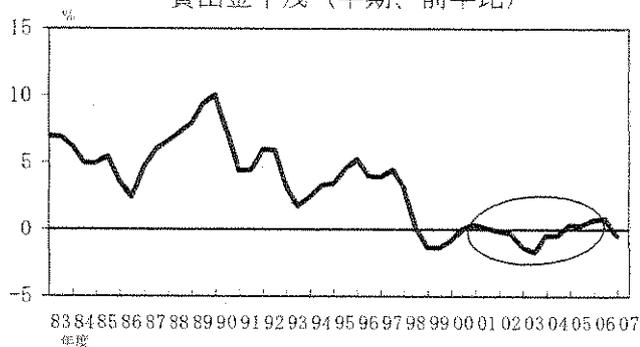
(東北)
業況判断D I



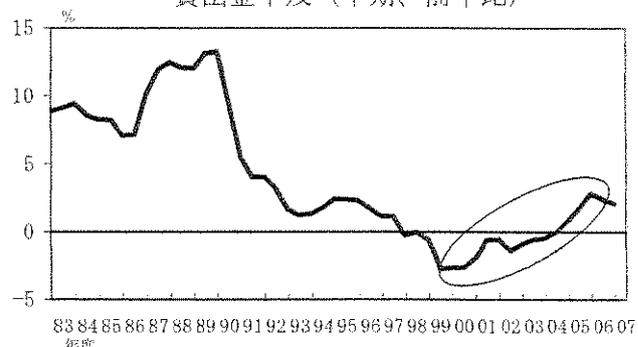
(全国)
業況判断D I



貸出金平残 (半期、前年比)



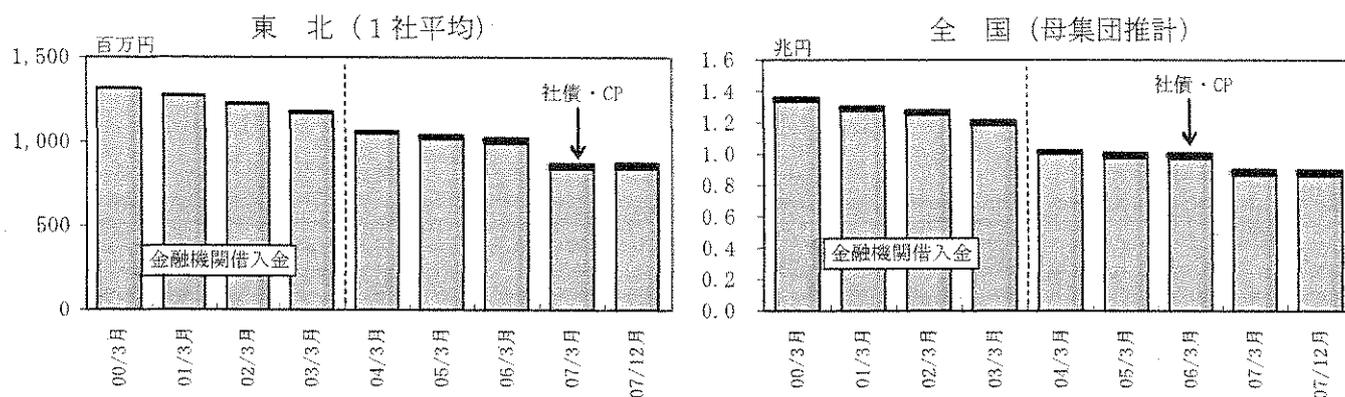
貸出金平残 (半期、前年比)



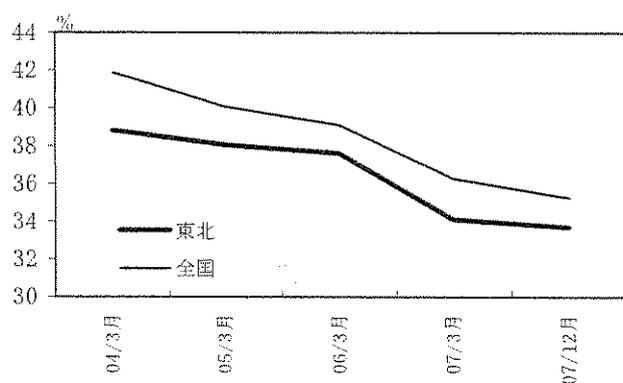
(資料) 日本銀行「企業短期経済観測調査」、各行決算資料

中小企業の資金調達動向

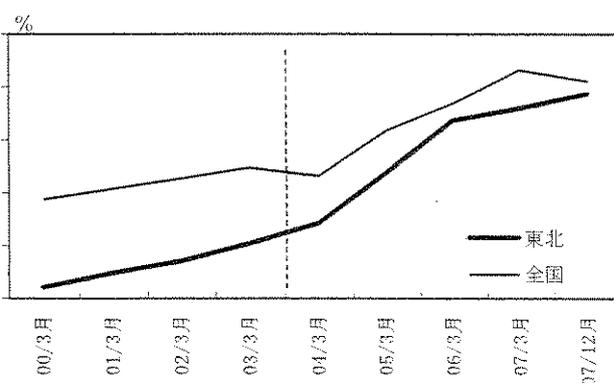
(1) 有利子負債残高 (中小企業、全産業)



(2) 有利子負債比率 (中小企業、全産業)



(3) 直接金融比率 (中小企業、全産業)



(資料) 日本銀行「企業短期経済観測調査」

(注1) 有利子負債比率 (%) = (金融機関借入金 + 社債 + CP) / 資産計

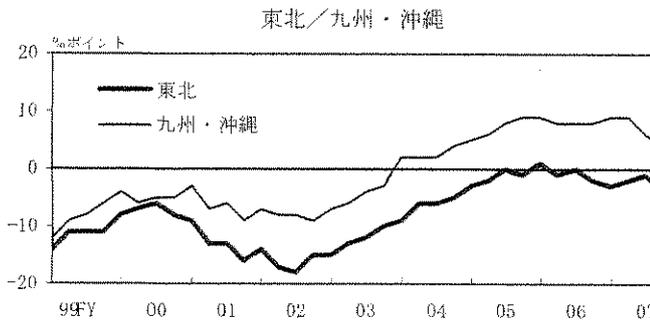
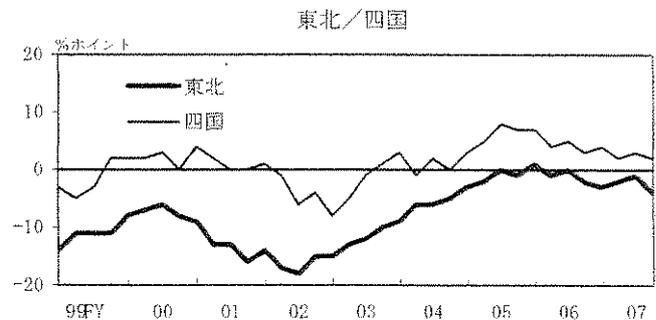
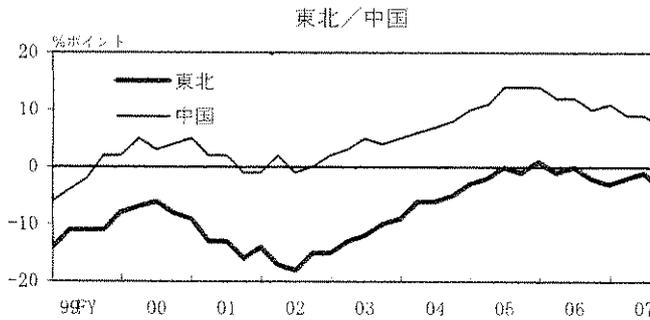
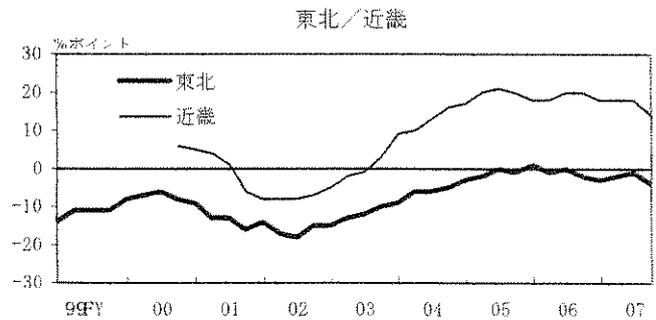
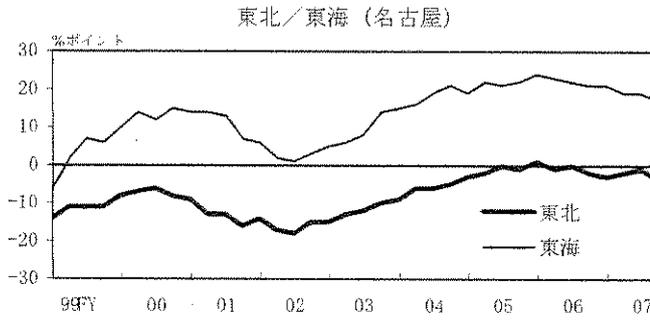
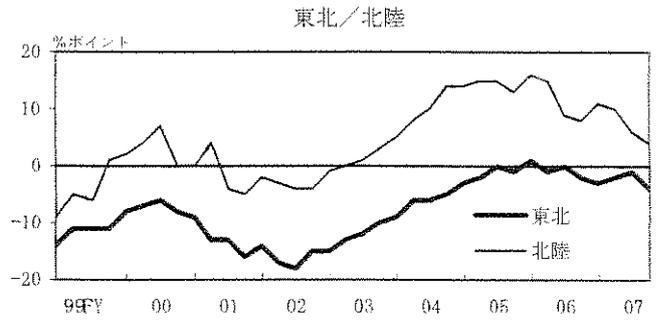
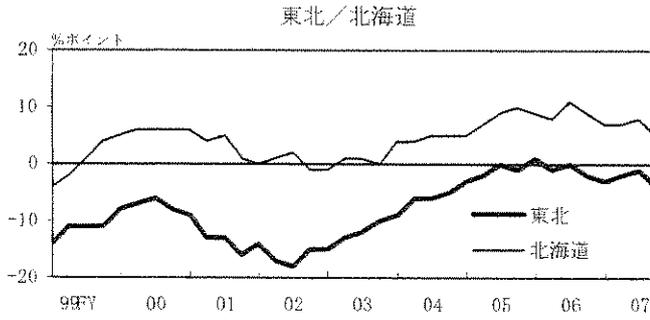
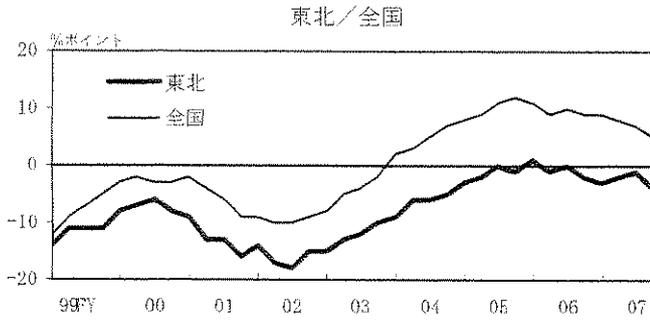
(注2) 直接金融比率 (%) = (社債 + CP) / (金融機関借入金 + 社債 + CP)

地域別金融機関の貸出態度判断

(全規模、全産業、%ポイント)

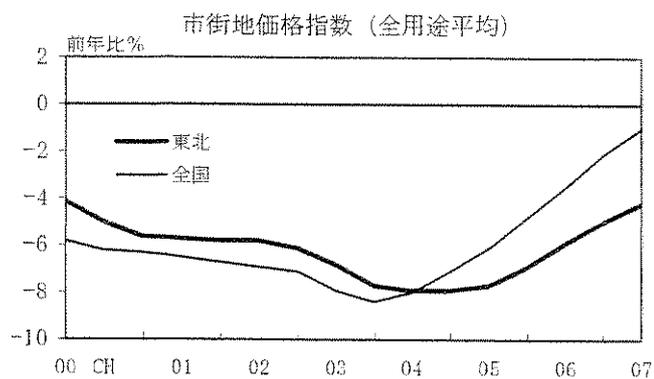
		08/3月	
		順位	
東北	▲	4	8
北海道		5	4
北陸		4	5
東海		17	1
近畿		14	2
中国		7	3
四国		2	7
九州・沖縄		4	5
全国		5	(8地域)

(注) 「緩い」-「厳しい」



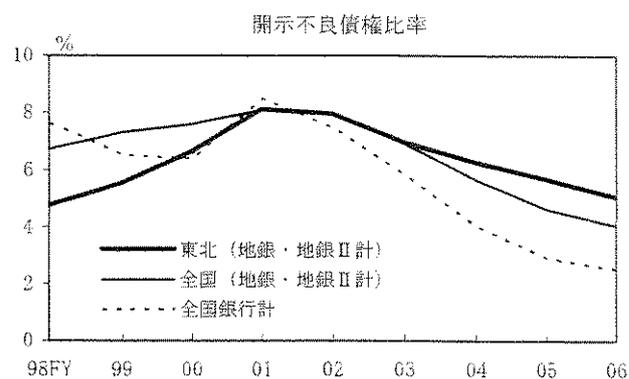
(資料) 日本銀行「企業短期経済観測調査」(各店HP)。
(注) 東海は名古屋支店、関東甲信越は集計なし。

(1) 地価動向



(資料) 日本不動産研究所

(2) 不良債権比率



(資料) 各行決算資料、ディスクロージャー誌

(参考2)

金融機関貸出態度判断と貸出金利の関係

% (注)、地銀・地銀II平均%

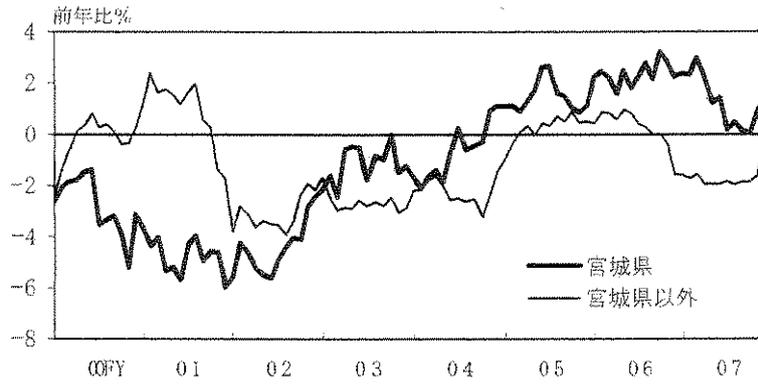
	貸出態度 判断DI	新規長期貸出金利			新規短期貸出金利		
		07/12月	08/1月	2月	07/12月	08/1月	2月
東北	▲ 4 (1)	2.058	1.839	1.934 (4)	2.457	2.625	2.537 (1)
四国	2 (2)	1.998	2.025	1.853 (7)	2.162	2.285	2.268 (2)
九州・沖縄	4 (3)	2.043	2.099	2.048 (1)	2.221	2.198	1.912 (6)
北陸	4 (3)	1.731	1.818	1.896 (6)	2.088	1.772	1.598 (9)
全国	5	1.977	1.972	1.909	2.163	2.213	1.997

(参考: 都銀) (1.742) (1.675) (1.624) (1.254) (0.967) (1.235)

(注) 括弧内は全国9地域中の順位 (貸出態度判断DIは「厳しい」順、貸出金利は「高い」順)。

(図表10)

宮城県・宮城県以外の東北地域の貸出動向

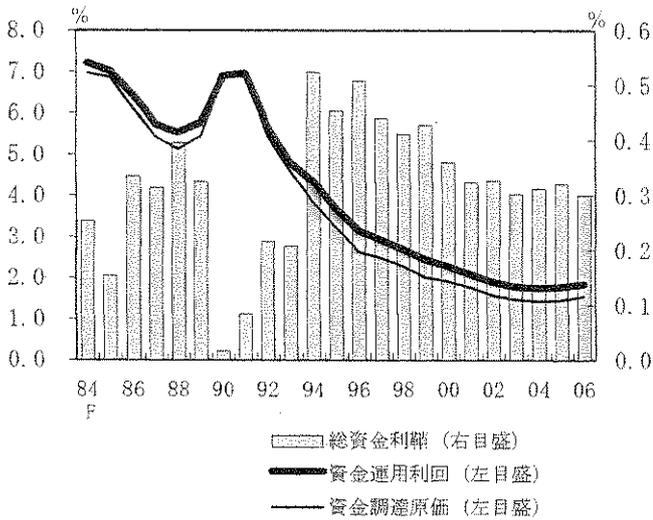


(資料) 日本銀行「都道府県別預金・現金・貸出金」

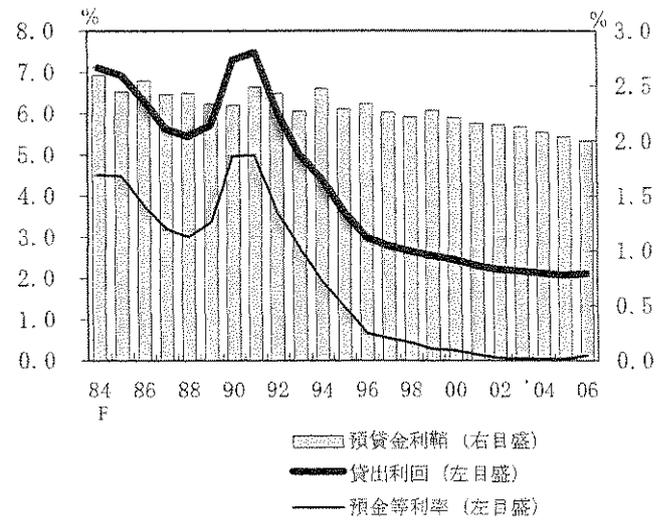
(図表11)

東北地銀・地銀Ⅱの利鞘の状況

(1) 総資金利鞘



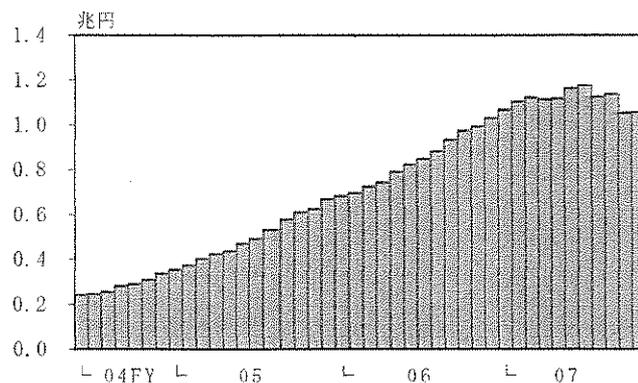
(2) 預貸金利鞘



(資料) 各行決算資料、ディスクロージャー誌

(図表12)

東北地銀・地銀Ⅱの投資信託残高



(資料) 日本銀行仙台支店



2008年6月9日

大手自動車関連企業の進出を控えての課題等
— 岩手県の先行事例からの教訓 —

照会先：日本銀行仙台支店営業課（TEL：022-214-3120 田口、唐澤）

本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、予め日本銀行仙台支店まで
ご相談ください。

転載・複製を行う場合は、出所を明記してください。

(要旨)

- 今後、東北には、完成車組立工場やエンジン工場など大手企業の進出が控えており、産業構造が大きく変わろうとしている。こうした中で、大手自動車関連企業進出を東北経済の活性化に最大限活かすことが必要となっている。

本稿では、大手自動車関連企業進出の先行例である岩手県の経緯を振り返った上で、今後の取組みについて探ってみた。

- 岩手県内における自動車関連企業の進出効果をみると、完成車組立工場が進出してから約13年が経過しているが、その13年間で工業統計上の輸送用機械器具出荷額が3,169億円増加（製造業出荷額全体で10.5%増加したのに対し、14.2%ポイントの押し上げ寄与）するなど、生産の増加や産業構造の転換、雇用創出面において県内経済の発展に貢献してきた。

- もっとも、これを仔細にみていくと、輸送用機械器具出荷額の90%以上を誘致企業が占めているなど、地場企業が企業進出効果を十分に享受できていなかったことが指摘可能である。

- こうした背景には、自動車関連企業進出当時、主力産業であった電気機械関連業が好調に推移しており、あえて誘致企業との取引に踏み切る必要がなかったことが指摘されている。また、その後のITバブル崩壊に伴う電子部品等の需要低迷期においても、自動車産業との関わりといった面では、①情報不足、②資本不足、③人材不足といった「3つの不足」が足枷となり、地場企業による新規参入・取引拡大が期待どおりには進捗しなかった、という見方が多い。

- このような企業進出以降の経緯を踏まえ、最近の岩手県内の動向をうかがうと、地場企業の新規参入・取引拡大に向けた動きがみられ始めている。具体的には、行政や金融機関等による地場企業育成支援（情報一元化、資金援助、工程改善支援等）の下、①企業間連携（同業種）による共同受注、②協力企業（異業種）の新規開拓、③大手サプライヤーとの提携など、積極的な取組みが行われており、その成果として、新規参入・取引拡大に成功したケースが散見されている。

- 今後、東海、九州に次ぐ自動車生産拠点として大手自動車メーカーの本格的な進出を控えている東北においては、「3つの不足」がボトルネックとならないよう、岩手県の先行事例をベースに十分研究した上で、関係者（産・学・官・金）が一体となり、早期に取組みを行うことが期待される。

1. 岩手県における自動車関連企業進出

(1) 岩手県経済の発展に貢献《生産・雇用面》

- 岩手県における自動車関連企業の誘致効果をみると、①東北初の完成車工場が一年を通して稼働し始めた平成6年から18年までの13年間に工業統計上の輸送用機械器具出荷額が3,169億円増加(約4.3倍)したことに加え(図表1)、②産業構造においても、輸送用機械器具のウェイトが高まっている(図表2)。また、③工場が立地した北上地区(北上市、和賀郡)における雇用情勢をみると、首都圏並みに労働需給の引き締まりが続いてきた(図表3)など、電気機械に次ぐ産業の柱として育成することに成功してきたことがうかがわれる。

(2) 地場企業による新規参入・取引拡大は進捗せず

- もっとも、輸送用機械器具出荷額の90%以上を県外からの誘致企業が占めているほか(図表4)、付加価値額という点では、出荷額に比べ全国下位に位置している(図表5)。大手進出メーカー側では、物流コスト削減等の観点から、部品調達先の選定において系列や従来からの取引関係に拘らないとの調査結果がでてきている(図表6、7)だけに、地場企業が大手企業進出効果を十分に享受できていない状況がみてとれる。
- このように地場企業による新規参入・取引拡大が進捗しなかった背景には、自動車関連企業進出当時、主力産業であった電気機械関連業が好調に推移していたため、あえてリスクを負ってまで誘致企業との取引に踏み切る必要がなかったことが指摘されている。また、その後のITバブル崩壊に伴う電子部品等の需要低迷期においても、自動車関連産業と関わりを持つには、①情報不足、②資本不足、③人材不足といった「3つの不足」が大きな足枷となり、結局、進出メーカーの多くが部品・部材を県外(関東・中部地区)から調達せざるを得ない実態が続いていた(図表8~10)。

- まず、「情報不足」について地場企業の状況をうかがうと、事業拡大や安定生産に向けて受注獲得意欲はあるものの、進出企業と地場企業の橋渡しをするような仲介機関が少ない中で、「進出企業がどういった部品を求めているのか」が分からず、具体的な行動をとれずにいる企業が多くみられた。すなわち、①自動車産業との取引が未経験の企業にとって、業界知識や人脈、接点を得るのは容易ではないし、②仮に取引があったとしても、既存取引先と異なる系列メーカーとなると事は簡単ではない。このほか、③行政機関において、中小企業支援と進出企業支援が別部署で行われており、それぞれの情報が一元管理されていない、といった問題も指摘されている。

—— この点、合同商談会等が開催されてきたものの、こうした場合は、コア技術を有している企業にとっては絶好のチャンスであるが、そうした技術を持たない多くの地場企業にとって、実際の商談につなげていくのは困難となっているとの声も少なくない。

- 次に、「資本不足」については、新規参入・取引拡大を展望すると、①多くの場合、既存設備では対応できずに新たな設備投資が必要となるほか、②高水準の品質管理体制を確立するための懐妊期間（1～3年）や、③取引継続のための持続的な技術開発、工程改善などを求められる、といったことから、中小企業単独での対応には限界があったと思われる。

—— このほか、キャッシュフローの範囲内での投資に止める慎重な経営姿勢が企業間に広がっていたことも、リスクを伴う設備投資につながらなかった一因と考えられる。

- また、「人材不足」については、地域として自動車産業の歴史が浅いことから、専門知識や技術を有する技術者が不足していた。さらに、24時間フル操業や厳格な納入体制へ対応するため、不規則となってしまう就業時間に耐えうる一般作業員を一定数以上確保することについても、大手企業が進出したことによる労働需給の引き締まりが続いていた当地では容易ではない状況にあり、これが地場中小企業にとっての大きな足枷となっていた。

2. 岩手県における最近の動き

- 最近の岩手県内の情勢をみると、前述した「3つの不足」を解消すべく、様々な取組みがみられはじめており、地場企業による自動車産業への参入に向けて着々と足場が固められつつある。
- すなわち、行政サイドでは一定の補助金制度を設けているほか、自動車産業に関する誘致企業及び地場企業両者の情報を一元的に取り扱う「工業技術集積センター」を設立し、共同研修会・勉強会の開催や進出企業と地場企業の仲介など、両者の橋渡し役となるべく、積極的な支援を開始している。
- この間、企業サイドにおいても、新規参入・取引拡大を果たすため、以下のような積極的な取組みがみられ始めている。

▼ 取組み事例

<p>《企業間の連携》</p> <p>一社単独では経営資源不足の問題から不可能であった大量生産や大型設備投資について各社で負担を分担することにより、共同受注を実現。また、人材面についても、互いに応援人員を出し合うことで、既存事業に大きな影響を及ぼすことなく、自動車産業に対応し得る人材を育成。この結果、新事業の立上げ・新たな収益源の確保に成功。</p>
<p>《協力工場の新規開拓》</p> <p>一社単独では技術・量の両面において対応することができないため、協力工場を新規に開拓し、自社では対応できない生産工程部分を外注することで、ユニット部品の大量納入を実現。</p>
<p>《大手サプライヤーとの提携》</p> <p>東北に本格進出していないサプライヤー等と提携することにより、提携先から機械設備や技術、人材面における支援を受けることが可能となり、一社単独による参入・取引拡大を実現。</p>

3. 東北における今後の展望

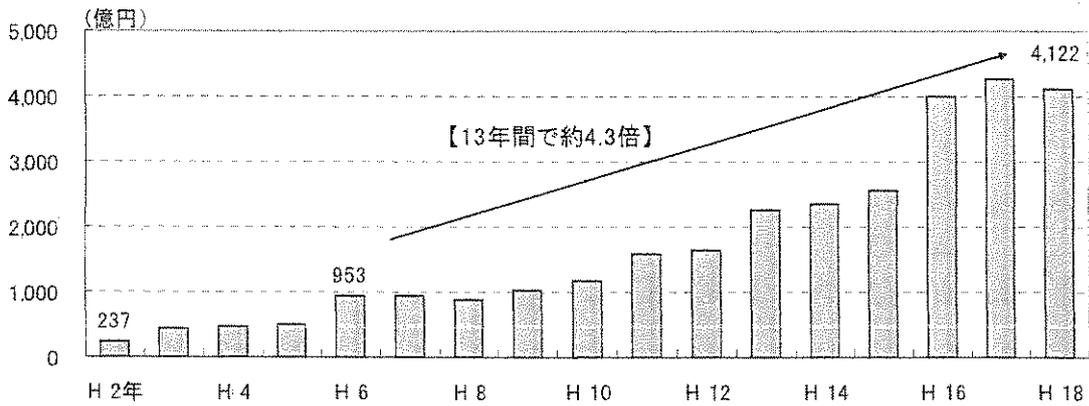
○ 以上のような、岩手県における自動車産業進出から現在に至るまでの経緯は、大手自動車メーカーの新規進出を控えている東北にとって、その対応において貴重な先行事例となるものである。こうした教訓をふまえ、地場企業による新規参入・取引拡大が早期に可能となるよう、関係者（産・学・官・金）が一体となった取組みが期待される。

—— 例えば、「情報・資本不足」解消に向けては、情報を一元的に取り扱い、資金援助等を行う行政組織の整備に止まるのではなく、こうした組織と地元金融機関等が連携し、積極的にビジネスマッチングをしかけていくことが、企業の決断の後押しにつながるのではないかと思われる。

また、「人材不足」を克服するには、東北域内への就職率を高めるための魅力をどう提供できるのかが重要なポイントである。具体的には、現在既に動き始めている自動車関連学部・コースや地域一体となった学生教育プログラムの新設などの取組継続が期待される。一方で、こうした高校・大学レベルでの取組みに止まらず、企業サイドにおいても、各社が工夫を凝らしながら自社のPRを積極的に行うことも今後は必要になるのではないかと思われる。

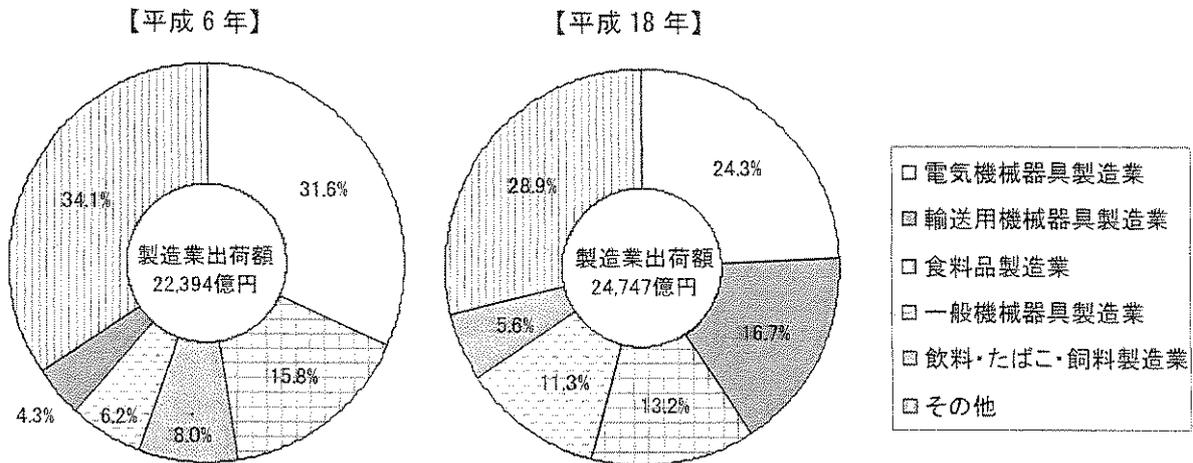
以 上

(図表 1) 岩手県における輸送用機械器具出荷額の推移



(資料) 経済産業省「工業統計」

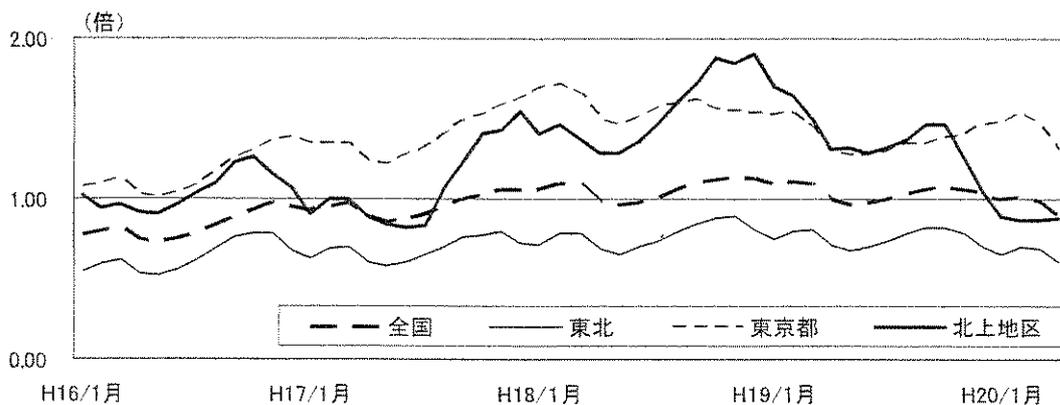
(図表 2) 岩手県産業構造



※平成 14 年に基準変更があったため、平成 18 年の電気機械器具は、電気機械、情報通信機械、電子・デバイスの 3 業種の合計値となっている。

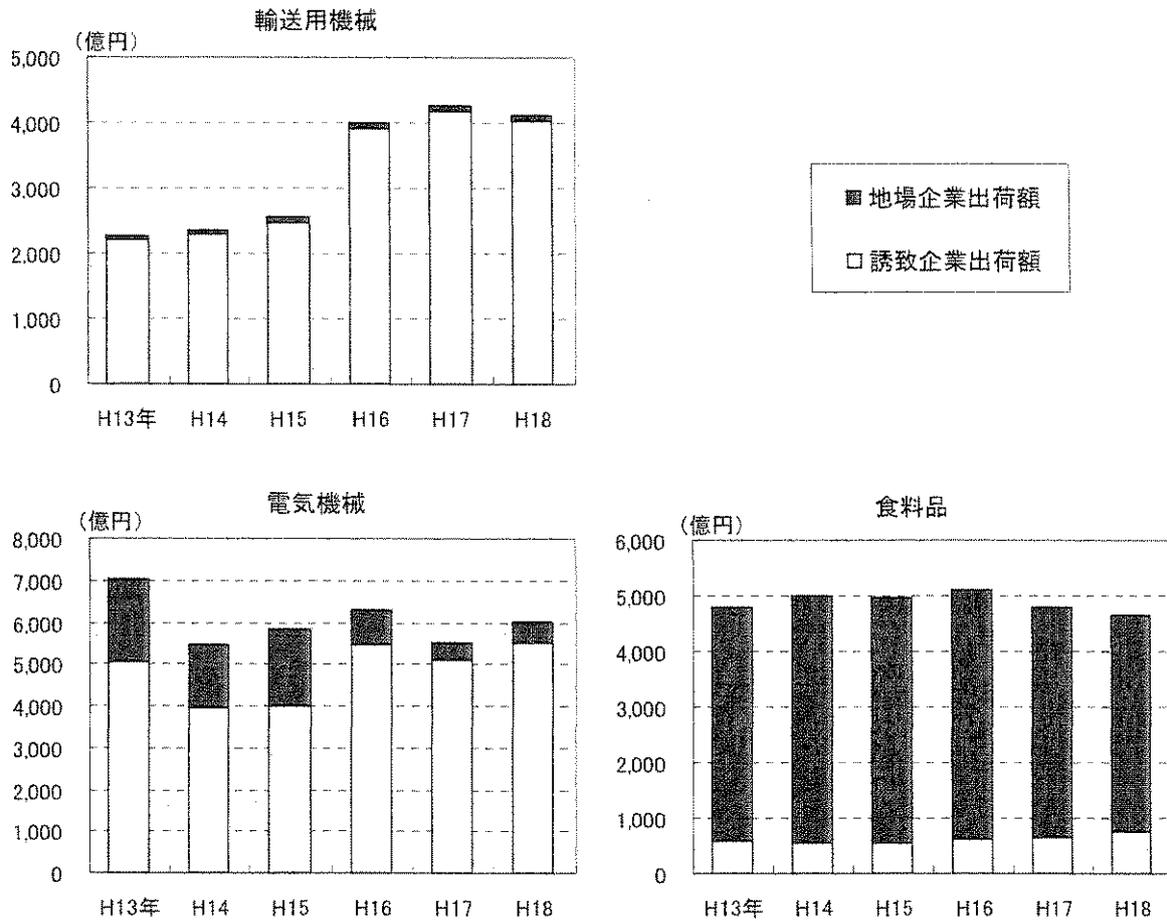
(資料) 経済産業省「工業統計」

(図表 3) 北上地区 (北上市、和賀郡) の有効求人倍率 (原数値)



(資料) 岩手労働局、厚生労働省「一般職業紹介状況」

(図表4) 出荷額内訳 (岩手県、地場・誘致企業別)



(億円、%)

	製造品出荷額								
	輸送用機械			食料品			電気機械		
	産業計	誘致企業	割合	産業計	誘致企業	割合	産業計	誘致企業	割合
H18	4,122	4,015	97.4	4,655	757	16.3	6,003	5,522	92.0
H17	4,262	4,167	97.8	4,789	656	13.7	5,535	5,092	92.0
H16	3,996	3,918	98.0	5,101	636	12.5	6,296	5,474	86.9
H15	2,545	2,473	97.2	4,979	555	11.1	5,832	4,017	68.9
H14	2,356	2,287	97.1	5,002	535	10.7	5,450	3,961	72.7
H13	2,262	2,192	96.9	4,782	578	12.1	7,022	5,052	71.9

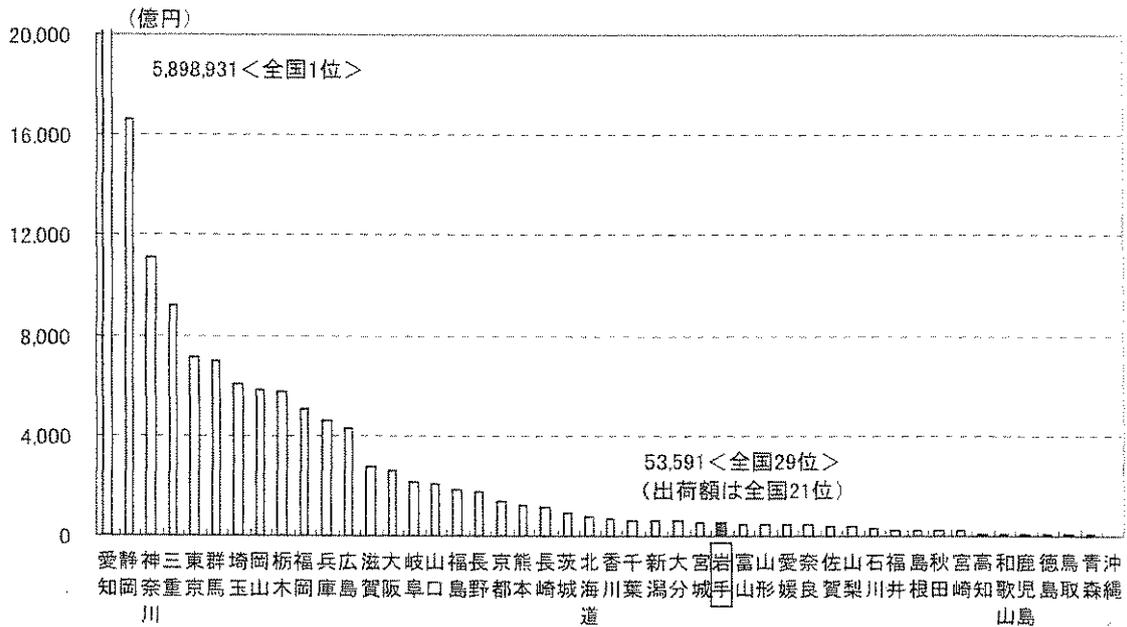
(人、%)

	従業員数								
	輸送用機械			食料品			電気機械		
	産業計	誘致企業	割合	産業計	誘致企業	割合	産業計	誘致企業	割合
H18	7,296	6,449	88.4	22,491	4,265	19.0	22,655	17,295	76.3
H17	7,120	6,406	90.0	22,196	3,686	16.6	20,762	15,817	76.2
H16	5,975	5,329	89.2	21,928	3,541	16.1	21,324	15,224	71.4
H15	4,437	3,803	85.7	22,288	2,535	11.4	24,126	14,041	58.2
H14	4,318	3,642	84.3	22,507	2,446	10.9	23,073	14,186	61.5
H13	3,934	3,260	82.9	23,450	2,566	10.9	24,519	16,538	67.4

※平成14年に基準変更があったため、平成14年以降の電気機械は、電気機械、情報通信機械、電子・デバイスの3業種の合計値となっている。

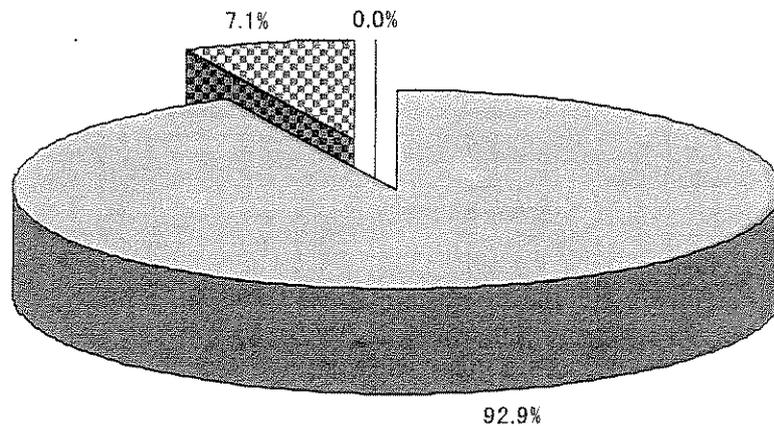
(資料) 岩手県調査統計課「HP掲載資料」

(図表 5) 岩手県における輸送用機械器具付加価値額



(資料) 経済産業省「工業統計(平成18年)」

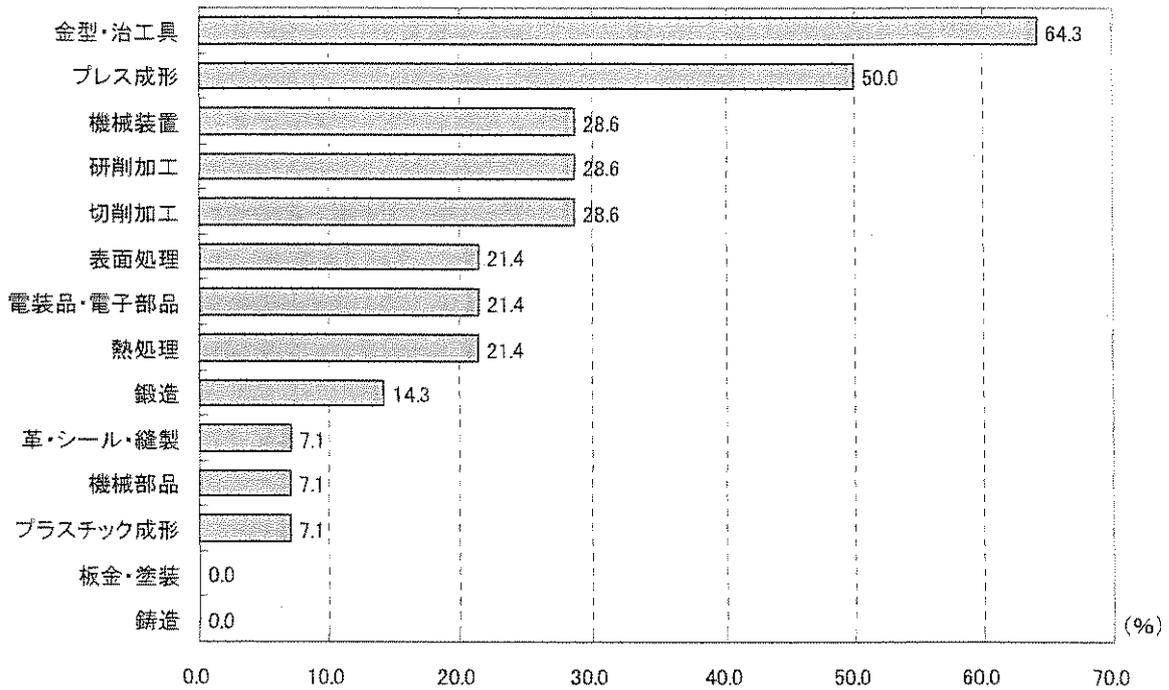
(図表 6) 新規の部品・部材調達先開拓に対する基本スタンス [東北に工場有り]



- 新たな付加価値やコスト低減など魅力的な提案があれば、系列や取引関係に拘わらず、新たに調達先を開拓したい
- 新たな付加価値やコスト低減など魅力的な提案があれば、系列や取引関係の中で、新たに調達先を開拓したい
- 現在の取引関係を重視したいので、新規の外注先開拓には慎重である(該当先なし)
- 取引管理コストを削減したいので、新たな外部先の開拓は考えられない(該当先なし)

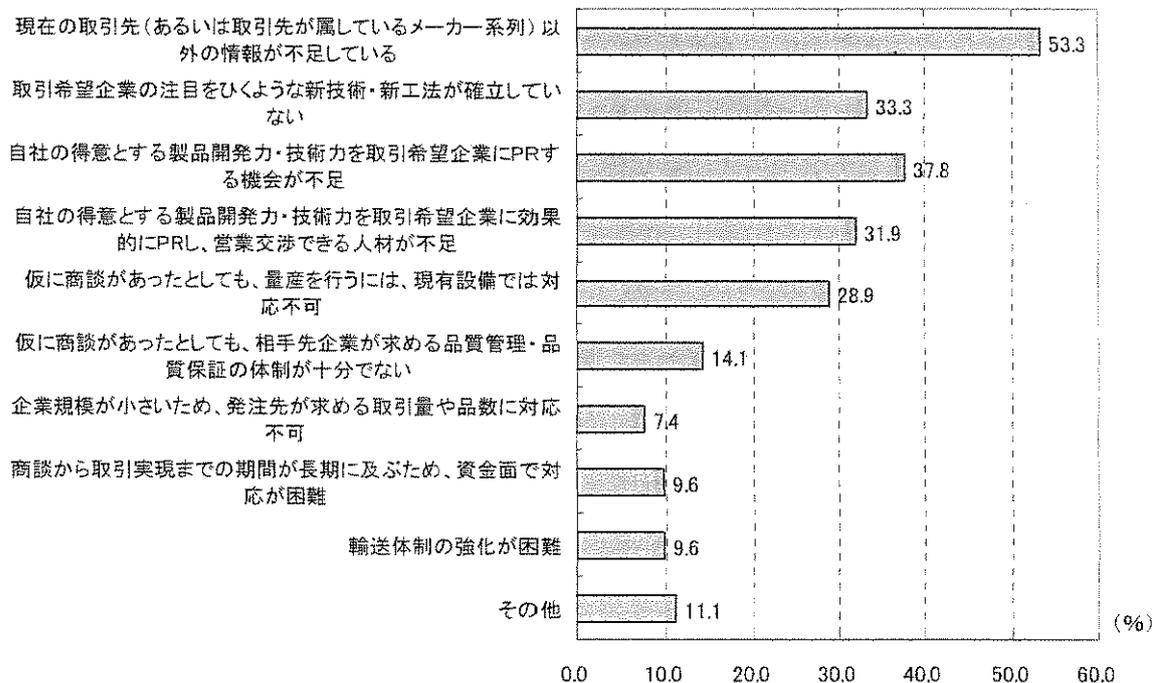
(資料) 独立行政法人 中小企業基盤整備機構東北支部
「東北における自動車産業集積方策に関する調査報告書」

(図表 7) 新規の部品・部材調達先開拓が考えられる分野 [東北に工場有り]



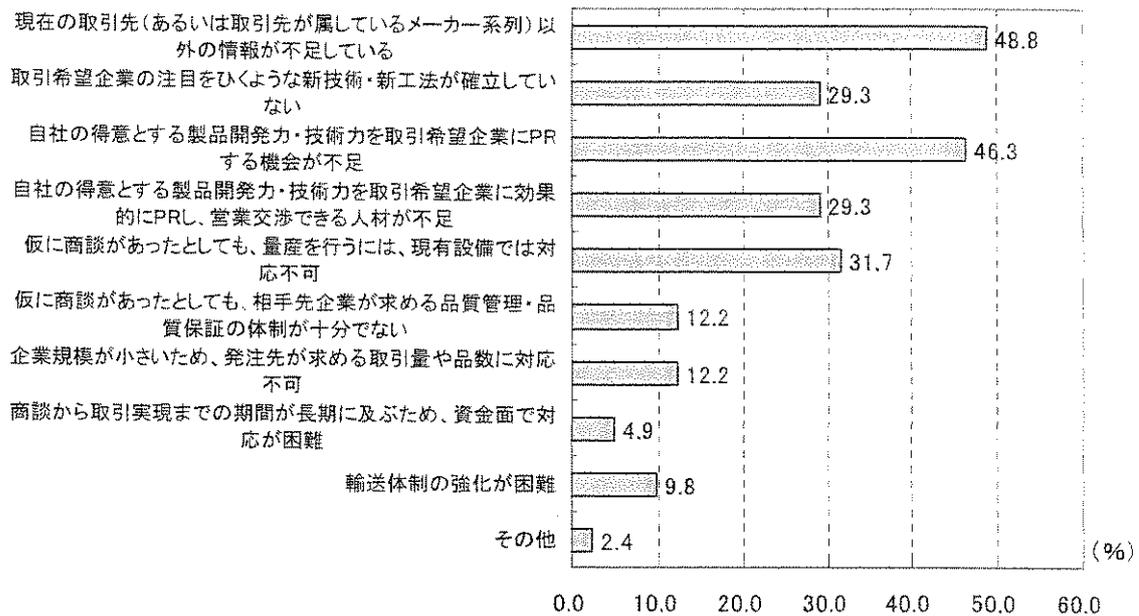
(資料) 独立行政法人 中小企業基盤整備機構東北支部
「東北における自動車産業集積方策に関する調査報告書」

(図表 8) 受注拡大に向けた課題 [2次以下の部品メーカー (東北)]



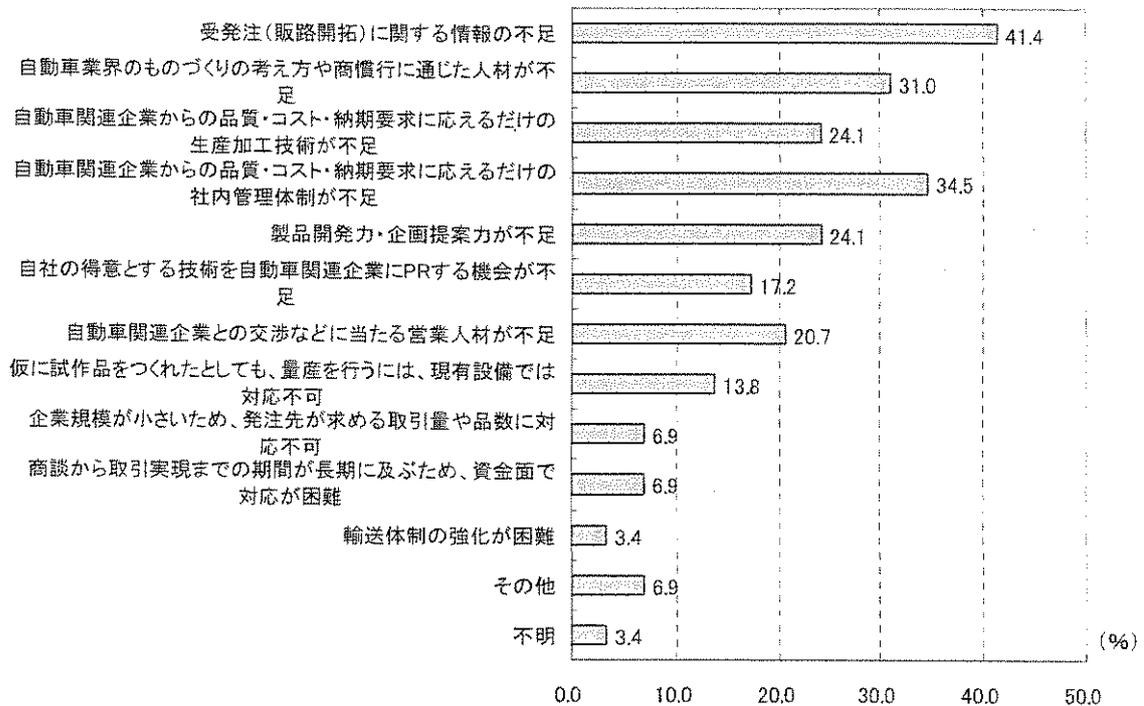
(資料) 独立行政法人 中小企業基盤整備機構東北支部
「東北における自動車産業集積方策に関する調査報告書」

(図表 9) 受注拡大に向けた課題 [その他の自動車関連 (東北)]



(資料) 独立行政法人 中小企業基盤整備機構東北支部
「東北における自動車産業集積方策に関する調査報告書」

(図表 10) 新規参入に向けた課題 (東北)



(資料) 独立行政法人 中小企業基盤整備機構東北支部
「東北における自動車産業集積方策に関する調査報告書」

以上



BOJ
Reports & Research Papers

2008年7月1日

農業を巡る環境変化とその対応状況について

～稲作における管内の取り組みを中心に～

日本銀行仙台支店

照会先：日本銀行仙台支店営業課（TEL：022-214-3120 田口、斎藤）

本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、予め日本銀行仙台支店まで
ご相談ください。

転載・複製を行う場合は、出所を明記してください。

【要旨】

- 管内(岩手・宮城・山形県)の農業の現状をみると、全国に比べて稲作のウェイトが高いことが特徴となっている中、農家数や所得の減少などから、農業経営は厳しい状況に置かれている。このため、本稿では主に稲作農業に焦点を絞り、管内農業の今後について考えてみた。
- 農業を巡る環境変化に目を向けると、長期的には、①米の消費量の減少、②米価の値下がり、③農業従事者の高齢化・担い手不足が挙げられる。また、足もとでは、①素原材料価格の上昇のほか、②中国製ギョーザ問題に端を発した「安全・安心」志向の強まりがみられている。
- こうした環境変化を受け、一部の農業従事者の中には、独自ブランド米の販売のほか、米加工品の生産や休耕田の有効活用により付加価値の高い農業ビジネスに取り組む先がみられ始めている。
- 今後も環境変化が続くものと見込まれるが、国産食品への需要の高まりや、小麦の代替品として米粉に注目が集まるなど、農業に対する追い風が吹いている状況下、農家が自発的に新たなビジネスモデルを構築していくことが期待される。そのためには、次代を担う労働力の確保が不可欠であり、関係者が知恵を出し、農業の魅力を高めていくことが求められる。

1. 管内農業の現状

- 管内(岩手・宮城・山形県、以下管内)の農業産出額の構成をみると、全国に比べて「米」のウェイトが圧倒的に高く(図表 1)、つれて耕地面積でも「田」の割合が高い(図表 2)。また、管内の食料自給率は岩手県が 103%、宮城県が 78%、山形県が 127%とそれぞれ全国の 40%を大きく上回っているものの、米を除いた場合は岩手県が 38%、宮城県が 29%、山形県が 23%〈全国 23%〉まで低下することから(図表 3)、ここからも「米」への依存度が高いことがみてとれる。
- こうした中、販売農家¹数の推移をみると年々減少しているほか(図表 4)、農業所得率²も小さな振れはあるものの、達観すれば低下傾向にある(図表 5)。こうした背景には、米価の下落など稲作農業を巡る構造変化が影響しているものと考えられる。

¹ 農産物販売金額が年間 50 万円以上の農家、または経営耕地面積が 30 アール以上の農家。

² 農業所得率=農業所得÷農業粗収益。農業経営によって得られた粗収益における農業所得(農業粗収益-農業経営費)の割合。

2. 農業を巡る環境の変化

- 農業を巡る環境変化をみると、①長い時間をかけて起こってきたものと、②足もとの素原材料価格の上昇や食に纏わる事件を受けた動きの2つに分類できる。

(1) 長期的な環境変化

① 米の消費量減少

米の消費量をみると、1962年をピークとして減少の一途を辿っている(図表6)。また、年齢層別の米消費量の変化をみても、世代を問わず大きく減少していることがわかる(図表7)。

② 米価の下落

米の消費量が減少している一方、米の収穫量は振れはあるものの均してみればほぼ横ばい圏内で推移しており(図表8)、そうしたもとで米価は下落の一途を辿っている(図表9)。

③ 高齢化・担い手不足

農林業従事者を世代別にみると、65歳以上の世代のウェイトが圧倒的に高く(図表10)、かつそのウェイトが高まっているなど、急速に高齢化が進んでいる(図表11)。その一方で、今後の担い手となる新規就農者の数は頭打ち傾向にある(図表12)。

(2) 足もとの環境変化

① 素原材料価格の上昇

原油価格の高騰などに伴い、ハウス栽培などを行う農家を中心に生産コストが上昇しており、経営を圧迫している。このほか、世界的なバイオエタノールの需要の高まりや、投機的資金の流入により、穀物価格が高騰し、飼料価格が上昇を続けていることも畜産農家には痛手となっている(図表13)。

その一方、飼料の主原材料であるトウモロコシに代わって、飼料用米を作る動きがみられ始めており、今後の動向が注目される。

② 「安心・安全」志向の高まり

今年1月に発生した中国製ギョーザ問題を契機に、消費者の「安全・安心」志向が一気に強まり、国産食品への需要が高まっている。

こうした動きは、これまで安価な輸入食品を求めていた消費者が、多少割高であっても「安全・安心」な国産食品を選択する動きへと変化していることを示すものであり、このチャンスを見逃す手はないと思われる。

3. これまでの取り組み事例と今後期待されること

- 前述のような状況を踏まえ、管内農業の活性化に向けたポイントを考えてみると、①「加工」、②「転作」、③「ブランド化」という3つのキーワードが浮かび上がってくる。実際、管内においても付加価値の高い農業ビジネスへの取り組みがみられ始めている。

▼ 管内の取り組み事例

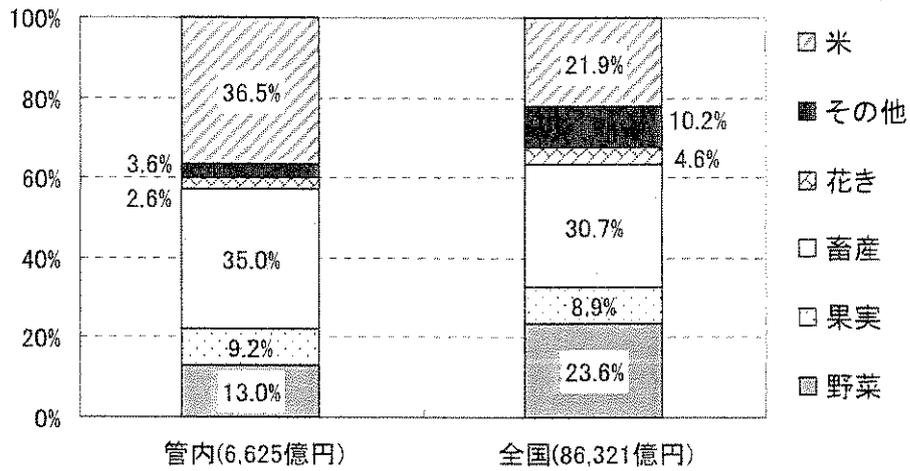
<p>【加工】 米加工品の生産・販売 (宮城県)</p>	<p>【事例】 減反や米価の値下がりにより収益が苦しくなった農家の経営改善を目的に、農家が共同で有限会社を設立。もち米加工施設を建設して切り餅の加工・販売を開始。</p> <p>【効果】 伊達藩に献上した歴史もあり、当地の地域資源となっている「もち」を商品化し、百貨店や地元菓子店に納入。販売数量は右肩上がりとなっており、もち米の知名度が向上したほか、新たにもち屋にもち米を納入し始めるなど販路も拡大。</p> <p>【課題】 冬期以外は安定した「もち」の需要が確保できていないため、世代を問わず年間を通して需要が確保できる菓子などの新商品開発が今後の課題。</p> <hr/> <p>【事例】 建設会社数社が中心となり農業生産法人を設立。栽培技術責任者に日本を代表する有機農法の専門家を迎え、農薬・化学肥料不使用の有機農法をブランド化して米・米粉麺を販売。また、米粉製品業者のネットワークを活かした需要拡大にも取り組み。</p> <p>【効果】 「安全・安心」を前面に打ち出して営業を展開し、米の販路拡大に成功。現在は、他県の米粉製粉業者に加工を委託し、米粉製品の開発・販売を行い米の消費拡大に挑戦中。</p> <p>【課題】 「食の安全・安心は次世代への健康リスクを減らす」という消費者意識を形成するため、生産と品質の更なる安定化を目指すほか、将来的には自社製粉工場を設立して生産コストを抑制することが課題。</p>
<p>【転作】 飼料用米の生産 (岩手県)</p>	<p>【事例】 食料自給率の低下を改善する目的で、養豚業、農家、自治体、大学が産学官連携し、主食用米からの転作作物として飼料用米に着目し、「飼料米生産プロジェクト」を立上げ。</p> <p>【効果】 稲作農家にとっては、他の作物に比べ飼料用米への転作が容易なため、転作田の問題も解消。養豚業者にとっては、高騰するトウモロコシ等の飼料に代わって飼料用米という新たな飼料の確保が可能になったほか、国産米を使用した安全・安心な飼料を使って育てた豚という付加価値も向上。</p> <p>【課題】 稲作農家にとっては、飼料用米の生産だけでは所得確保が難しく、主食用米の価格下落分をカバーできるほどには至らない。また、飼料を使用する養豚業者にとっても、飼料としては割高な飼料用米の買取りはコスト増。従って量の確保とコスト削減が課題。</p>
<p>【ブランド化】 高額所得者層にターゲットを絞った独自ブランド米の販売 (山形県)</p>	<p>【事例】 徹底した土づくり(土壌管理)による有機農法で独自ブランド米を生産し、首都圏や関西圏の百貨店で販売や地元高級旅館へも供給。</p> <p>【効果】 価格は高めながら、高額所得者層にターゲットを絞った戦略が奏功し、高いリピート率を維持。百貨店や旅館との取引では卸業者を通さず直接販売しているほか、個人客への販売は電話販売に限るなどプレミアム感を重視した販売方法で固定客を獲得。</p> <p>【課題】 不作時に米の出荷量を確保できないリスクを常に内包(直接販売のためリスクのカバーが困難)。</p>

- 前述の事例に共通していることは、生産者が独自の米づくりに積極的に取り組んでいるほか、異業種と上手く連携している点である。今後も農業を巡る環境の変化が続くものと考えられるが、国産食品への需要の高まりや小麦粉の代替品として米粉に注目が集まるなど、農業に対する追い風が吹いている状況下、農家が自発的に所得改善に向けた新たなビジネスモデルを構築していくことが期待される。

- そのためには、今後の農家の担い手を確保する必要があり、他地域とのネットワークを活かすなどの工夫を凝らしながら、産業界・行政・金融機関などの関係者がそれぞれ知恵を出すことによって、農業の魅力を高めていくことが求められる。日本の農家のあり方が問われている今がチャンスと言える。

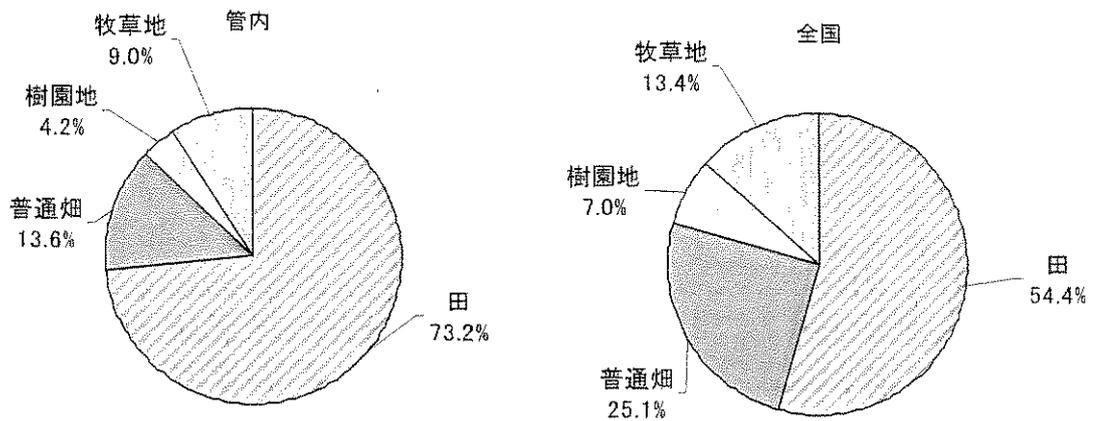
以 上

(図表 1) 農業産出額のウェイト (2006 年)



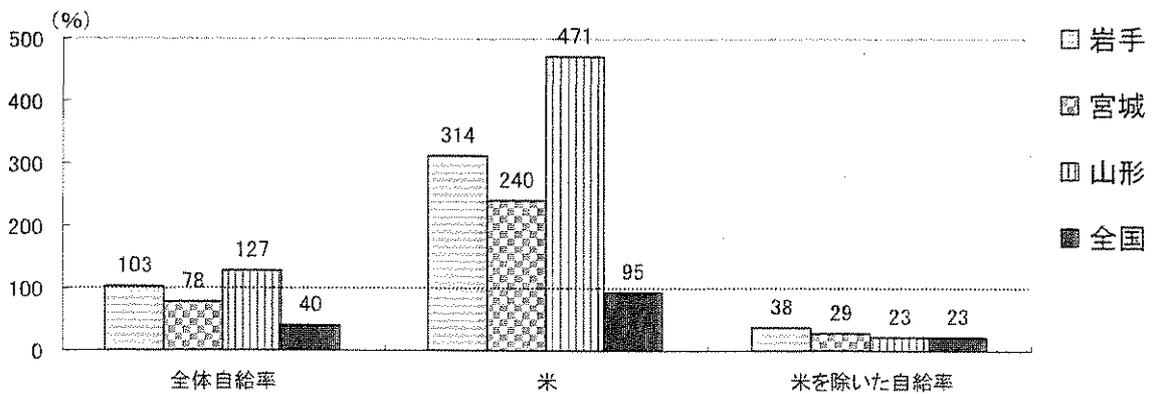
(資料) 東北農政局「東北農業のすがた 2008-数字で見る東北の食料・農業・農村-」

(図表 2) 耕地面積の割合



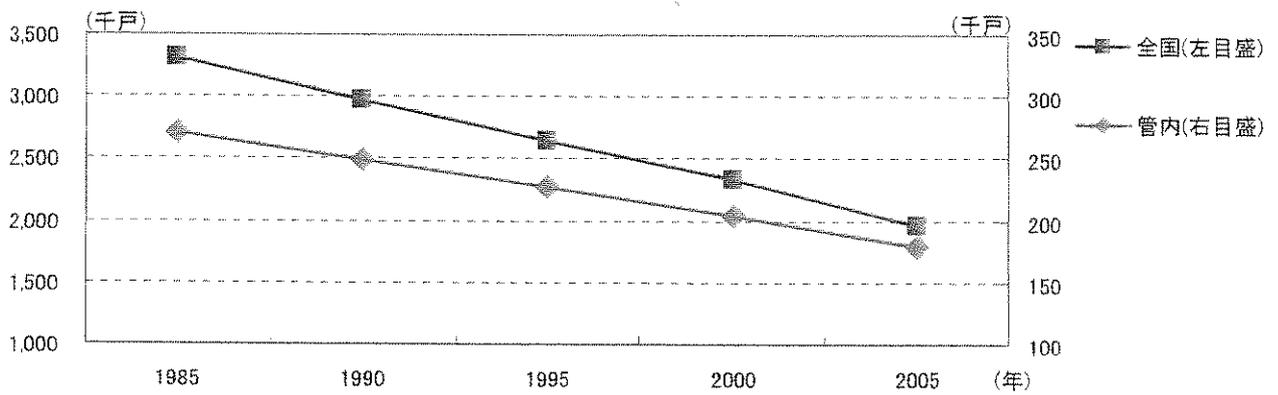
(資料) 農林水産省「平成 18 年耕地及び作付面積統計」

(図表 3) 食料自給率(カロリーベース) (2005 年度概算値)



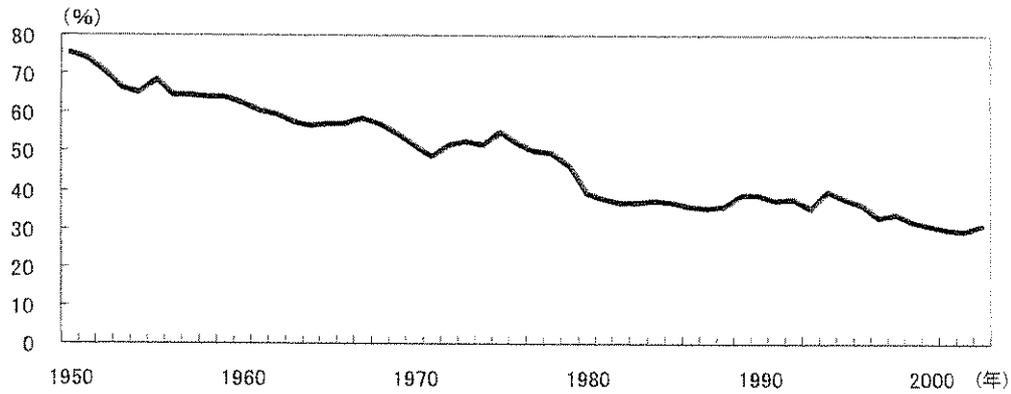
(資料) 東北農政局「東北農業のすがた 2008-数字で見る東北の食料・農業・農村-」

(図表 4) 販売農家数の推移



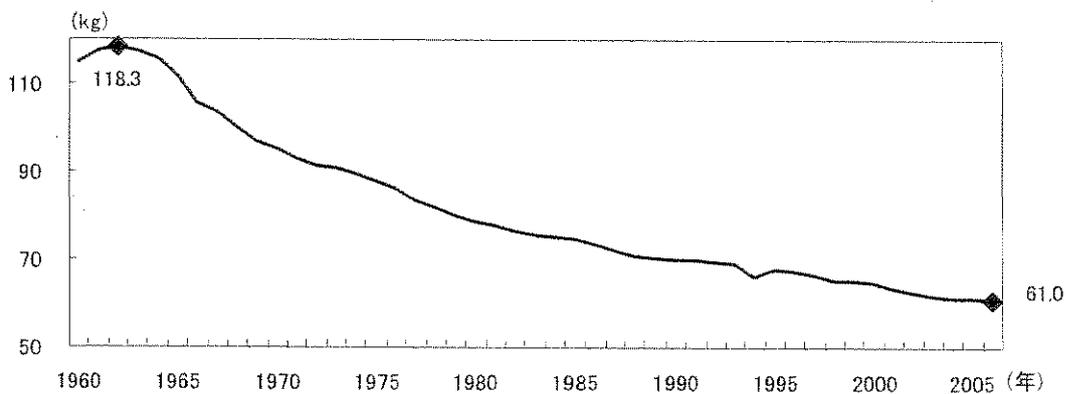
(資料) 農林水産省「農林業センサス」

(図表 5) 農業所得率¹の推移(全国)



(資料) 農林水産省「農業経営動向統計」

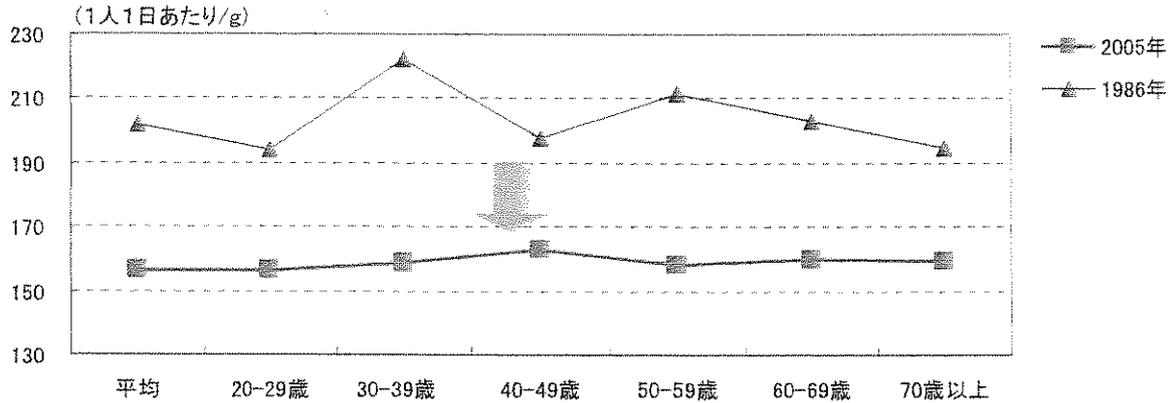
(図表 6) 米の消費量の推移(国民1人当たり/年)(全国)



(資料) 農林水産省「食糧需給表」

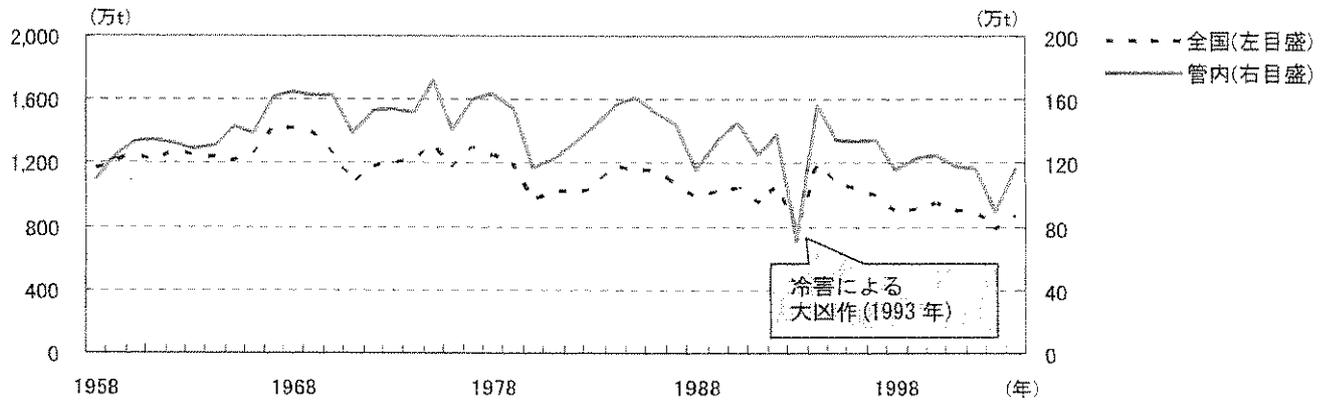
¹ 農業所得率=農業所得÷農業粗収益。農業経営によって得られた粗収益における農業所得(農業粗収益-農業経営費)の割合。

(図表 7) 年齢層別の米消費量の変化²(全国)



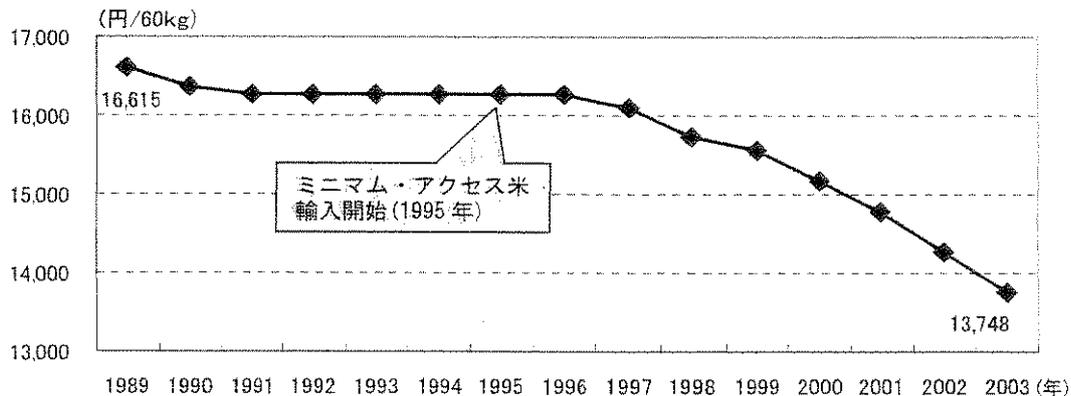
(資料) 厚生労働省「国民健康・栄養調査」

(図表 8) 水稻収穫量の推移



(資料) 農林水産省「作物統計」

(図表 9) 政府買入価格³の推移

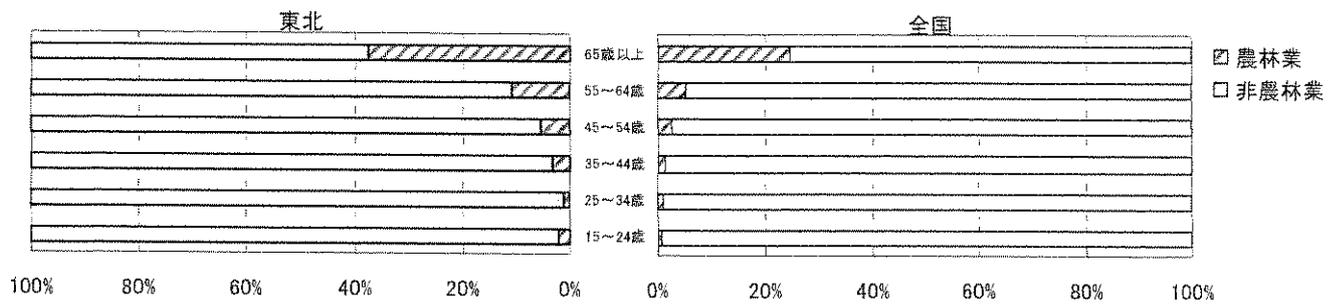


(資料) 農林水産省「食糧統計年報」

² 当統計は、2001年に摂取量の取扱が加工前の摂取量から加工後の摂取量へと変更になったため、2001年以降の数字に関しては、加工前後の重量変化率2.2で除して掲載。

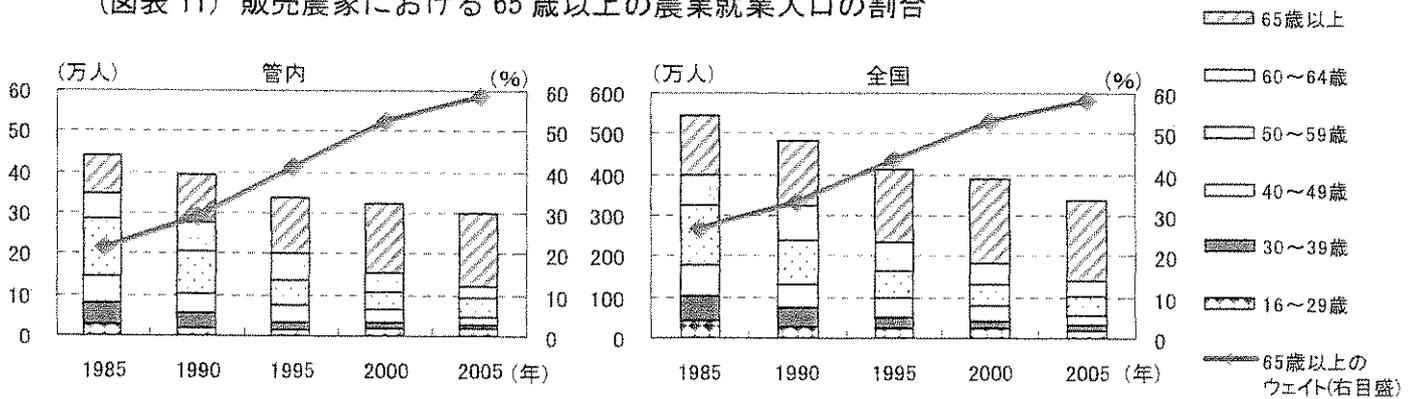
³ 改正食糧法施行により2004年以降は入札を基本とした買入ベースに変更。

(図表 10) 各世代における農林業従事者のウェイト



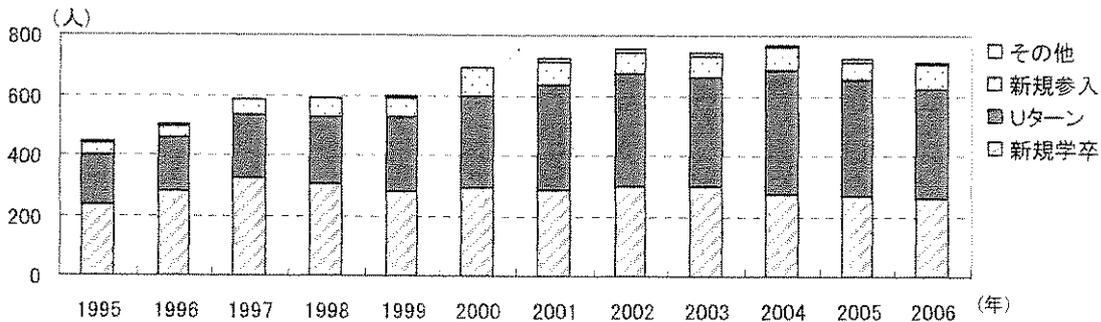
(資料) 総務省「平成 17 年労働力調査」

(図表 11) 販売農家における 65 歳以上の農業就業人口の割合



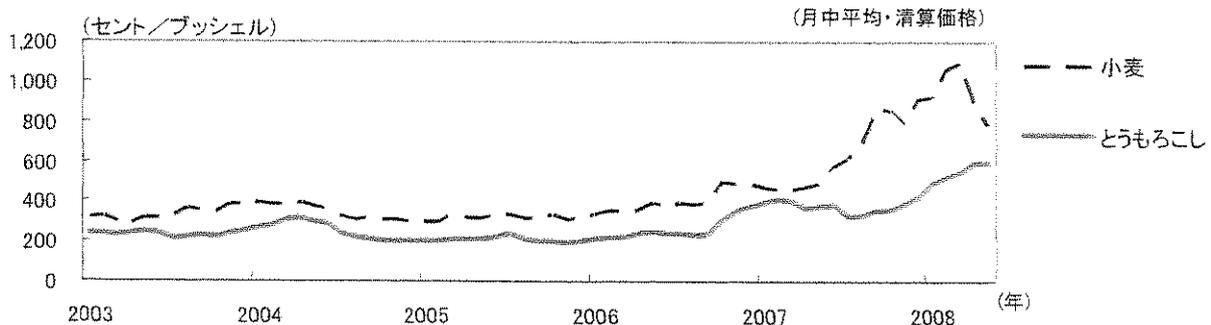
(資料) 農林水産省「農林業センサス」

(図表 12) 新規就農者の推移(東北)



(資料) 東北農政局「東北農業のすがた 2008-数字で見る東北の食料・農業・農村-」

(図表 13) 穀物市況の変化



(資料) シカゴ商品取引所

団体間で連携可能な取組に関する検討テーマ（案）

団 体 名	団体間で連携可能な取組に関する検討テーマ及び理由
(社)みやぎ工業会	<ol style="list-style-type: none"> 1 産学官連携の加速による,事業創造と地域企業相互のビジネスマッチング(BM)の拡大 2 関係機関と連携した人材需給の中期的シミュレーションによる課題の顕在化と,もの作り人材育成策の推進 3 二次産業の,世界に通用するブランド化と地産地消の促進(オンリーワン企業/オンリーワン商品の創出)
宮城県商工会議所連合会	<p>工業関連の人材育成体制,内容の充実,強化(継続)</p> <p>【理由】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・富県宮城の実現を根底から支える工業関連産業を確実なものとしていくため
宮城県観光誘致協議会	<p>ポストDCに向けた産業間の連携推進</p> <p>【理由】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・DC推進協議会の仕組みを継続したい。

平成 2 0 年度
ものづくり人材確保施策の概要

宮城県経済商工観光部

『ものづくり人材確保施策』について

宮城県では、少子高齢化やグローバル化が進展する中、持続可能な地域社会を形成するため、しっかりとした経済基盤を築き、創出された富の循環によって、福祉や教育、環境、社会資本整備などへの取組を着実に進めていくこととしており、「富県宮城の実現 県内総生産10兆円への挑戦」を政策推進の柱に掲げ、地元製造業の振興と企業誘致を両輪とする産業集積に取り組んでいます。

その成果として、企業誘致では、世界有数の半導体製造装置メーカーや自動車組立工場をはじめとして、多数の企業進出が平成22年以降見込まれており、富県宮城の実現に向け、大きな経済効果が期待されています。

一方、産業集積の進展とともに、ものづくり産業の人材確保が差し迫った大きな課題となっています。

近年、若年者の職業意識が大きく変化する中、高校生の5割、大学生の3割が就職後3年以内に離職する早期離職が常態化しており、若年者の職場定着が問題となっています。また、高度技術者として期待される県内の理工系大学や大学院卒業者の県内就職率は2割にとどまり、大半が県外に流出しています。

このため、県内企業及び誘致企業が必要とする人材の量的・質的確保を体系的に推進することとし、宮城労働局や教育委員会などをはじめとした関係機関との密接な連携により、県内外の優秀な人材の確保に向け幅広い対策を講じていきます。

『ものづくり人材確保施策』

宮城県では、「富県宮城の実現 県内総生産10兆円への挑戦」を政策推進の柱に掲げ、地元製造業の振興と企業誘致を両輪とする製造業が牽引する産業構造への転換に取り組んでおり、その成果として多数の企業進出が進んでいます。

産業集積の進展とともに、ものづくり産業の人材確保が差し迫った大きな課題となっております。また、近年、若年者の職業意識が大きく変化する中、高校生の5割、大学生の3割が就職後3年以内に離職する早期離職が常態化しており、若年者の職場定着が課題となっております。さらに、県内の理工系大学や大学院の卒業者の県内定着率が2割にとどまり、就職者の大半が県外に流出しています。

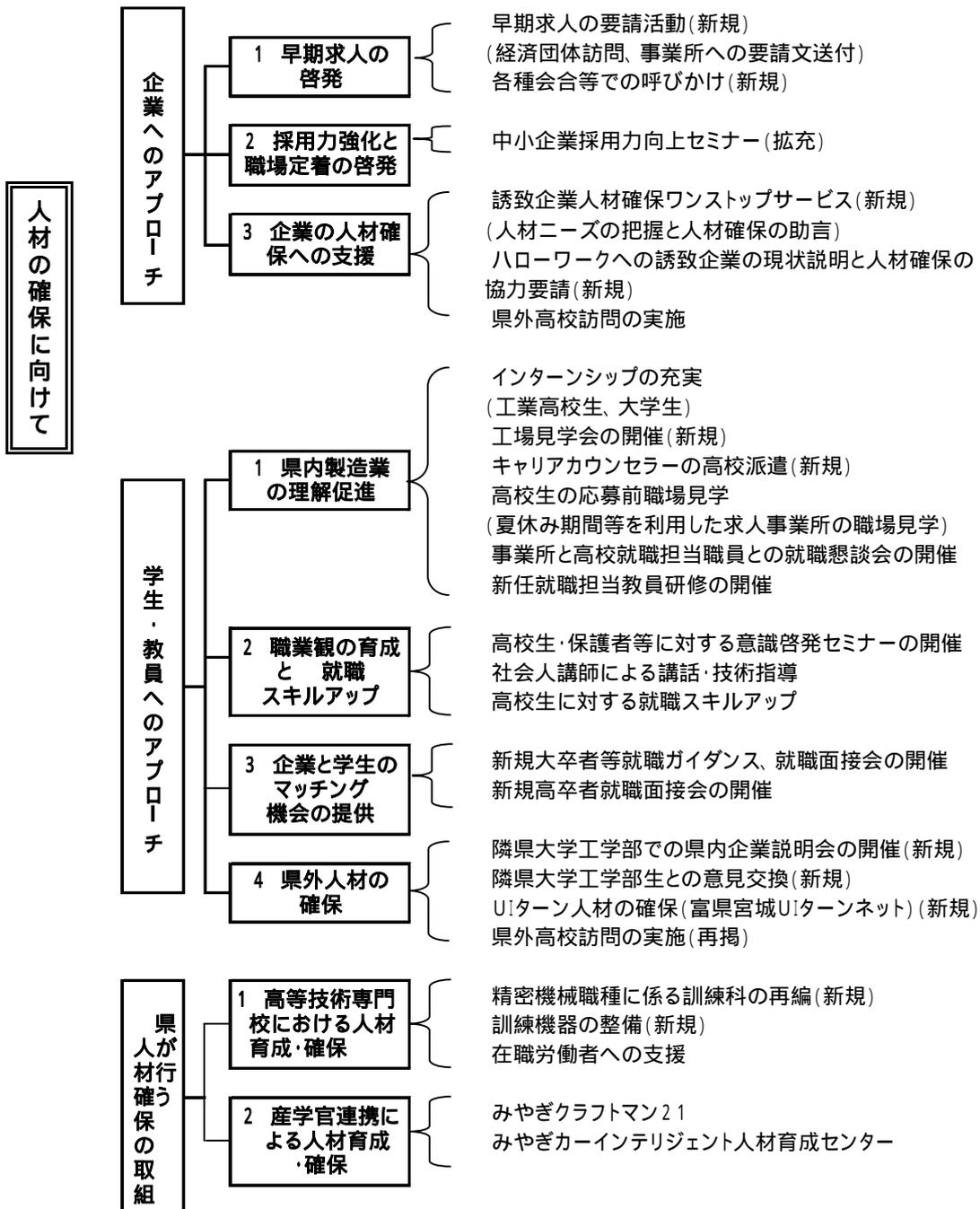
このため、宮城労働局や教育委員会などをはじめとした関係機関との密接な連携により、県内外の人材の確保に向けた対策を講じていきます。

人材確保施策体系

(目標)

(行動分野)

(具体的行動)



人材の確保に向けて

企業へのアプローチ

- 1 早期求人の啓発

県内中小企業の新規学卒者求人は、県内大手企業や県外企業に比べ遅い状況にあり、このことが優秀な人材の県外流出の一因となっている。

また、求人開始が遅いため、就職を断念し他へ進路変更してしまう要因ともなっている。

このため、早期求人・早期内定に取り組むよう関係機関等に対する働きかけを行う。

平成20年3月高卒者求人数（宮城県内） 労働局調べ 単位：人

月	7月末	8月末	9月末	12月末	3月末	4月末
求人数	4,482	5,091	5,710	6,819	7,271	7,314
指数	61	70	78	93	99	100

指数は、4月末対比

[具体的行動]

早期求人の要請活動

経済4団体への訪問要請

- ・ 社団法人宮城県経営者協会
- ・ 宮城県商工会議所連合会
- ・ 宮城県商工会連合会
- ・ 宮城県中小企業団体中央会

33団体及び約14,000事業所への要請文送付

各種会合等での呼びかけ（新規）

早期求人の周知

採用環境の説明

[担当]

県・教育委員会・労働局

県・労働局

平成21年3月宮城県高等学校卒業者の就職に関する申し合わせ

ハローワーク求人票受付開始	平成20年6月20日
求人票の学校への提示開始	平成20年7月1日
求人者の求人活動のための学校訪問開始	平成20年7月1日
選考・採用内定開始	平成20年9月16日

- 2 採用力強化と職場定着の啓発

少子化や団塊世代の大量退職が進み、ここ数年の採用環境は、売り手市場となっており、県内中小企業では思うように人材を確保できない状況にある。

一方、若年者の意識が大きく変化中、中学卒業者の7割、高校卒業者の5割、大学卒業者の3割が3年以内に離職する「七五三（しちごさん）現象」と呼ばれる早期離職が常態化しており、せっかく採用してもすぐに離職する状況にある。

このため、企業の採用力強化と職場定着に向けたセミナーを行う。

高卒就職者の離職率（平成15年3月卒業者の3年以内の離職率）～厚生労働省調べ
宮城県 53%（男子47%・女子59%）…ワースト12位
全 国 49%（男子44%・女子55%）

[具体的行動]

中小企業採用力向上セミナー（拡充）
採用力強化と職場定着に向けたセミナー

H20年度目標 10回開催

初級編 6回

（仙台2回、白石・大崎・登米・石巻各1回）

上級編 2回

（仙台、大崎）

大卒者編 2回

（仙台、大崎）

[担当]

県・みやぎジョブカフェ

- 3 企業の人材確保への支援

「富県宮城の実現」に向けて、製造業の誘致に努めており、その成果として多くのものづくり企業が県内に進出決定しているほか、既存企業が規模拡大を公表するなど、今後も集積が進むものと考えている。

このため、企業の人材確保への支援として誘致企業人材確保ワンストップサービス等を行う。また、必要に応じて県外の高校を訪問するなど人材確保を図っていく。

主な誘致企業等

東京エレクトロンAT セントラル自動車 トヨタ自動車東北
パナソニックEVエナジー

[具体的行動]

[担当]

誘致企業人材確保ワンストップサービス（新規） （人材ニーズの把握と人材確保の助言）	県
ハローワークへの誘致企業の現状説明と人材確保 の協力要請（新規）	県
県外の高校訪問の実施	県

学生・教員へのアプローチ

- 1 県内製造業の理解促進

本県理工系大学生（学部生・大学院生）の地元就職率は、約2割にとどまり大半が県外に流出している。また、本県高校生の地元就職率は、9割弱と高いものの、1割強が県外に流出している。

一方、製造業に対する若者をはじめとした県民の意識は、3Kイメージ（危険・汚い・きつい）が強く、こういった製造業に対する理解の不足が、製造業を志向する人材の不足要因の一つと考えられる。

このため、生徒や学生、教員、さらには父兄を対象に、県内製造業の理解促進を図り、地元定着の拡大に取り組む。

理工系大学生・院生の就職状況（平成19年3月卒業者）～宮城県調べ

就職者 約27百人 うち県内就職者 約6百人（県内就職率20%）

高校生の就職状況（平成19年3月卒業者）～宮城県教育委員会調べ

就職者 約58百人 うち県内就職者 約50百人（県内就職率86%）

[具体的行動]

インターンシップの充実

学生、生徒及び企業の相互理解の促進

H20年度目標 クラフトマン21事業（350人）

工場見学会（新規）

高校生、大学生、教員を対象に各圏域で開催

H20年度目標 参加者200名

高校生向け6コース

キャリアカウンセラーの高校派遣（新規）

職業観の醸成、製造業の理解促進

H20年度目標 20校（延べ4,000人）

高校生の応募前職場見学の受入要請

夏休みを利用した求人事業所の見学

事業所と高校就職担当教員との就職懇談会

新任就職担当教員研修会

[担当]

教育委員会・労働局

県・教育委員会

県

労働局

労働局

労働局

- 2 職業観の育成と就職スキルアップ

新規高卒者の就職内定率は、95.4%と全国でワースト5であり、就職を希望しているものの就職できないまま卒業する生徒が多数いる。

一方、採用に至らない企業があり、それらの企業では、社会人としてのマナー等を身に付けた高校生の採用を望んでいる。

これを踏まえ、高等学校においては職業観や勤労観を身につけ、主体的に進路を選択する能力・態度を育成するため、キャリアカウンセラーや経験豊富な社会人講師による講話・技術指導を行うとともに、高校生の就職に対する心構えやビジネスマナーの向上を図るため、実践的なガイダンスやマナー講習、模擬面接など即効性のある取組を行う。

新規高卒者の就職内定率（平成20年3月卒業者・平成20年3月末現在）～厚生労働省調べ
95.4% ……全国ワースト5位

[具体的行動]

高校生・保護者等に対する意識啓発セミナー

H20年度目標 50回

社会人講師による講話・技術指導

H20年度目標 県立高校30校（延べ90時間）

高校生に対する就職支援スキルアップ

ビジネスマナー、模擬面接等を開催

H20年度目標 高校3年生 約2,800名

7地区で開催

[担当]

みやぎジョブカフェ

教育委員会

教育委員会

- 3 企業と学生のマッチング機会の提供

少子化の進展や団塊世代の大量退職による労働力人口の減少、本県への立地を決定したものづくり企業による採用計画を背景に、県内既存企業の人材確保の逼迫が予想される中、本県の産業を支える人材として一人でも多く確保する必要がある。

このため、就職ガイダンスや就職面接会を開催し、企業と学生のマッチング機会を提供する。

平成19年度の実績

就職ガイダンス	参加企業204社	参加学生等1,044人
就職面接会	208社	761人
新規高卒者就職面接会	270社	1,636人

[具体的行動]

大学，短期大学，専修学校の新規卒業予定者を対象とした就職ガイダンス（4月），就職面接会（10月）

[担当]

県，労働局

新規高卒者を対象とした就職面接会
（仙台2回，大崎・石巻各1回 10月以降）

県，労働局

4 県外人材の確保

隣県や首都圏の大学理工系学部には、本県出身者が多数在籍しているが、本県に就職する割合は低く、また、県内理工系大学生の県外流出割合が高くなっている。

このことから、首都圏の企業には、本県出身者が多数在籍していると見込まれる。

このため、県外の学生に県内企業をPRし県内就職を促進するとともに、首都圏からUIターン人材の確保を図る。

[具体的行動]

[担当]

隣県大学工学部での県内企業説明会（新規）

県

H20 年度目標 2 回開催

山形大学工学部・岩手大学工学部 各 1 回

隣県大学工学部生との意見交換（新規）

県

H20 年度目標 2 回開催

山形大学工学部・岩手大学工学部 各 1 回

UIターン人材の確保（富県宮城UIターンネット）（新規） 県

求人情報の提供，職業紹介，キャリアカウンセリング，

各種相談

情報センターの設置（東京・仙台）

専用ホームページの開設

県外の高校訪問の実施

県

県が行う人材確保の取組

- 1 高等技術専門校における人材育成・確保

県では自動車関連産業の企業誘致を積極的に展開し、この産業の幅広いすそ野の育成定着により、県産業の拡大を目指しており、自動車関連産業に不可欠な人材確保は喫緊の課題となっている。

そのため高等技術専門校において、精密機械職種に係る訓練科を再編（平成20年度から1年課程を2年課程へ）するとともに、訓練内容の高度化や訓練の習熟度の向上を図るのに必要となる機器を整備し、自動車関連産業の生産現場を支える即戦力人材を育成する。

併せて、在職労働者のスキルアップ支援を強化する。

[具体的行動]

[担当]

精密機械職種に係る訓練科の再編（新規）

県

仙台高等技術専門校

『H19「精密機械加工科」 1年課程 定員：20人』から

『H20「機械エンジニア科」2年課程 定員：15人・15人』へ

訓練機器の整備（新規）

県

仙台高等技術専門校

機械エンジニア科

・CAD/CAM（CATIA 18台）

・マシニングセンター（1台）

自動車整備科

・教材車（ハイブリッド車）（1台）

在職労働者への支援

県

CAD/CAM を活用した在職者訓練の実施

産業技術センターとの連携

・自動車構造・高機能ユニット研修への指導員の技術支援

- 2 産学官連携による人材育成・確保

人材育成において、教育界が注力している点と産業界が教育界に期待している点とが必ずしも一致しているとはいえない一方で、産業界は教育界の取組に目を向けていない面もあるなど、教育における産学連携が十分とは言えない現状にある。

このため、大学や高校等と産業界が連携し、実践的なものづくり人材の育成を図る取組として、企業技術者による工業系高校での実践指導や高校生の現場実習を行うほか、大学生や高専生に対し高度なカーエレクトロニクス技術の研修を行い、人材を確保する。

[具体的行動]

みやぎクラフトマン 2 1

工業系高校と地域産業界の連携による高校への実践的な授業の導入

- ・実施校 県工業高校，仙台工業高校，石巻工業高校
気仙沼向洋高校
- ・企業技術者による実践指導，生徒の現場実習

みやぎカーインテリジェント人材育成センター

大学や高専，関連企業が連携しカーエレクトロニクス分野の即戦力技術者を養成

[担当]

教育委員会
みやぎ工業会

県
みやぎ産業振興機構

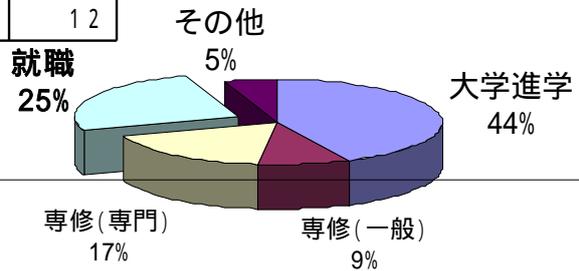
高校生の就職に関するデータ

1 宮城県 高卒者の産業別就職状況 (平成19年3月卒)

高卒者の進路

(単位:百人)

全体	大学進学	専修一般	専修専門	就職	その他
229	98	21	40	58	12

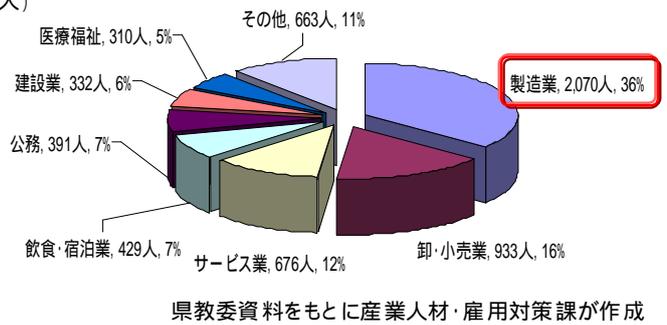


高卒者の産業別就職状況

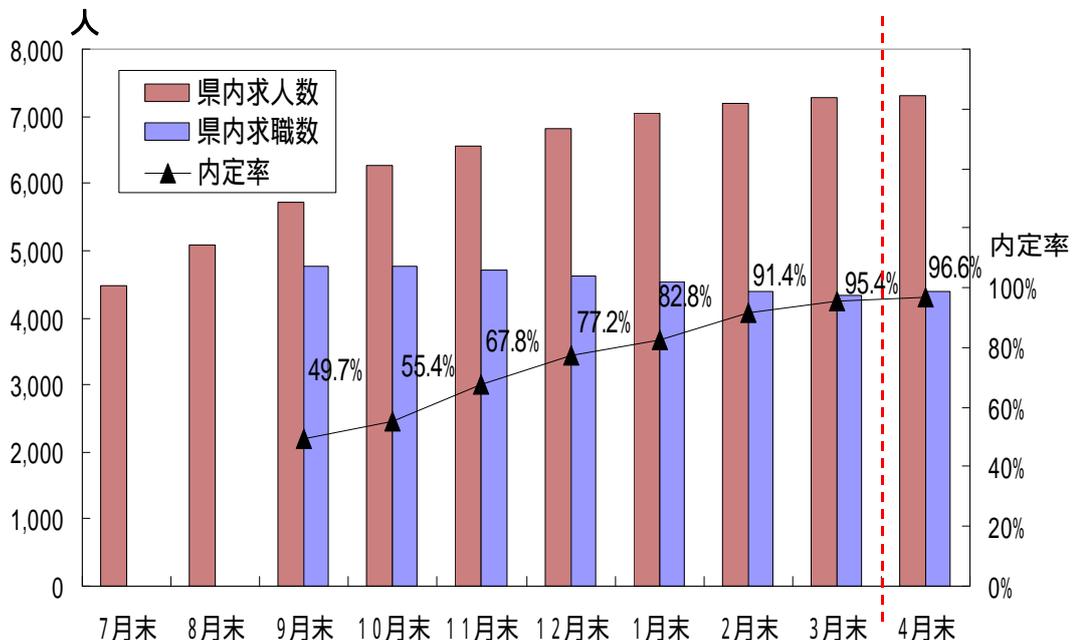
(単位:百人)

区分	全体	男	女
卒業者	229	116	113
うち就職者	58	32	26
うち製造業	21	14	7

(注) 進学者のうち就職している者は就職者とカウント



2 宮城県 高卒者の求人・求職・内定率 (平成20年3月卒)



宮城労働局資料をもとに産業人材・雇用対策課が作成

3 高卒者の県別就職内定率 (平成20年3月卒)

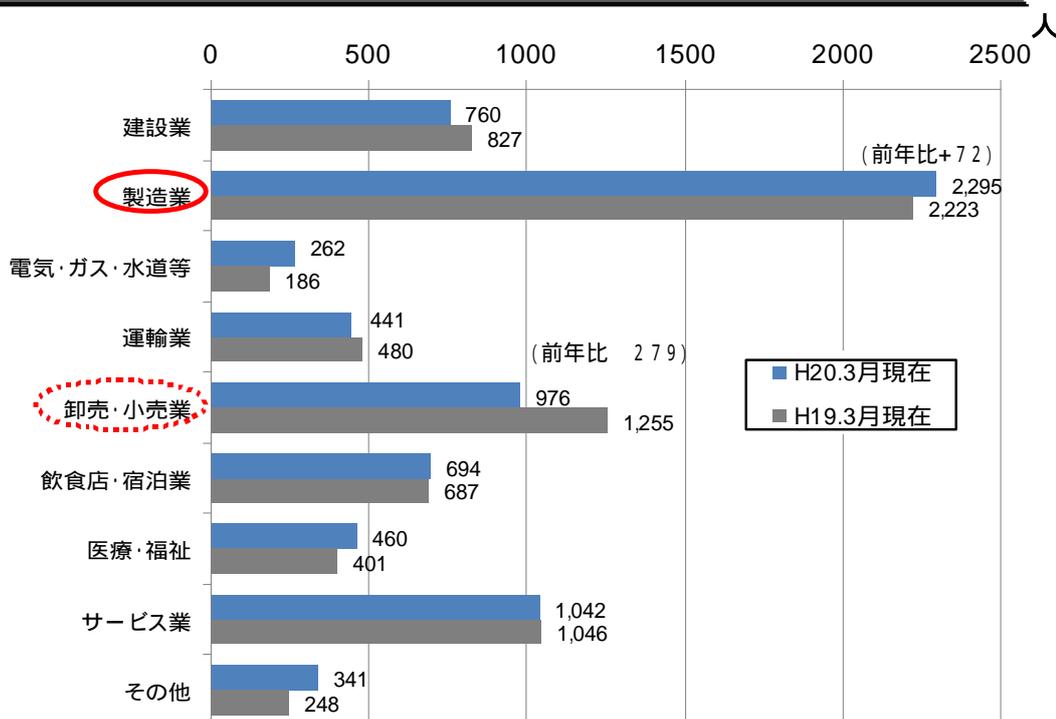
平成20年3月末現在

内定率の上位県				内定率の下位県			
順位	県名	内定率	求人倍率	順位	県名	内定率	求人倍率
1	長野県	99.6	1.68	38	熊本県	96.2	0.89
2	栃木県	99.5	1.88	39	長崎県	96.1	0.73
2	新潟県	99.5	1.71	40	福岡県	96.0	1.52
2	香川県	99.5	2.03	41	奈良県	95.9	1.30
5	愛知県	99.4	3.30	42	和歌山県	95.8	1.04
6	山口県	99.3	1.33	43	宮城県	95.4	1.41
7	東京都	99.2	7.26	44	青森県	92.8	0.61
8	福島県	99.1	1.14	45	沖縄県	89.8	0.61
9	岐阜県	99.0	2.17	46	高知県	88.0	0.64
10	静岡県	98.9	2.12	47	北海道	85.1	1.18
10	広島県	98.9	2.53				

厚生労働省発表資料

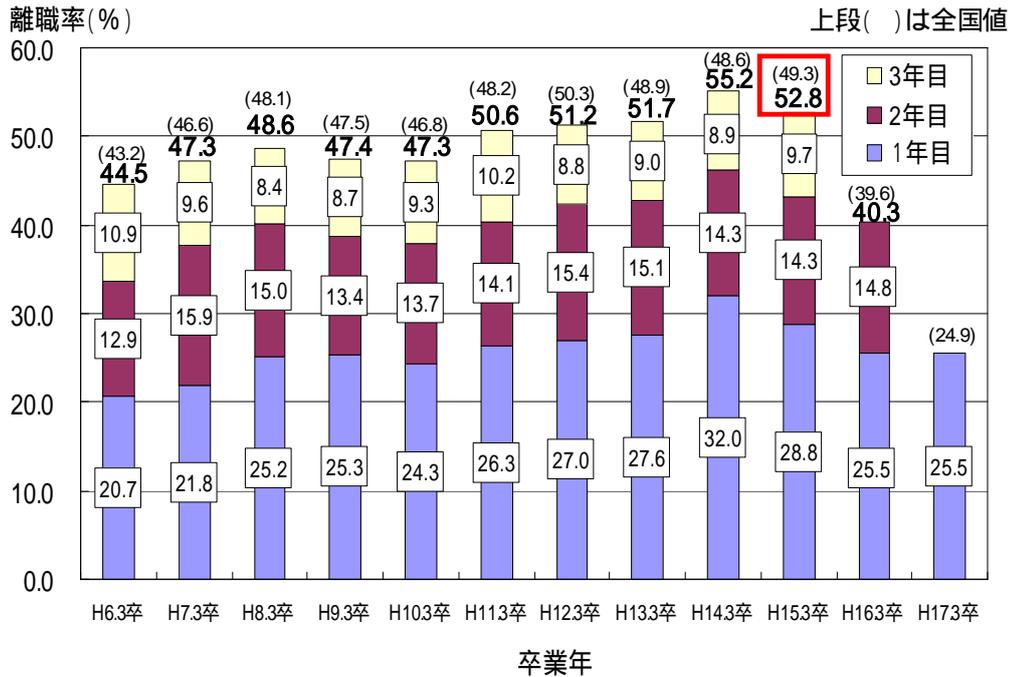
求人倍率 = 県内求人数 ÷ 県内求職者数

4 宮城県 高卒者の産業別求人状況 (平成20年3月卒)



宮城労働局発表資料

5 宮城県 高卒就職者の離職率（就職後3年以内）



厚生労働省職業安定局調査「新規学校卒業就職者の就職離職状況調査結果」

6 東北から関東へ流出する高卒就職者（平成19年3月卒）

(単位:百人)

区分	高校卒業生 (H19.3卒)			他県からの就職者		当該県への就職者 A+B	
	就職者	県内 A	県外	B	東北出身		
青森県	144	47	24	23	1	1	25
岩手県	141	44	29	15	1	1	30
宮城県	229	58	50	8	8	8	58
秋田県	110	35	22	13	0	0	22
山形県	130	37	28	9	1	1	29
福島県	222	67	54	13	1	1	55
関東地方	3,390	427	350	77	203	64	553

東北から関東へ約6,400人が就職

平成19年度学校基本統計(速報)

「平成20年度第1回富県宮城推進会議」 会議録要旨

日 時：平成20年6月4日（水）午前9時30分から午前11時30分まで
場 所：宮城県行政庁舎4階 特別会議室
出席団体：資料名簿のとおり

1 開 会（司会：宮城県経済商工観光部富県宮城推進室 熊谷副参事）

2 あいさつ（宮城県商工会議所連合会 会長 丸森会長）

「富県宮城の実現」に向けて、産学官の関係各位の御賛同を得て設立しました「富県宮城推進会議」の活動も早いもので2年目を迎える。昨年度は、宮城県が策定した「宮城の将来ビジョン」の初年度ということもあり、この推進会議では「富県宮城の実現」に向けた各団体の取組に対する意見交換を始め、「みやぎ発展税」の使途に関する県への提案や、団体間での連携事業の創出など、推進組織として精力的に取り組んできた。

こうしたなか、ニッケル水素蓄電池の製造工場の新設に関する新聞報道があるなど、「富県宮城の実現」に向けた取組の成果が着実に現れ始めていると感じている。

今年10月からは仙台・宮城デスティネーションキャンペーンの本番を迎えるが、成功に結びつけるためには、各団体が力を合わせて取り組んでいくことが重要である。

本日は、こうした状況を踏まえ、県内総生産10兆円の達成を目指し、各団体の取組に対する意見交換や、団体間の連携した取組などを協議することとしている。

「富県宮城の実現」に向けては、各団体の主体的な取組が重要であり、本会議はそのための推進組織として、一層その役割が期待されているところであるので、本日も活発な御審議をよろしくお願い申し上げます。

あいさつ（宮城県知事 村井嘉浩）

これまでに「みやぎカーインテリジェント人材育成センター」の設立や、パナソニックEVエネルギー(株)によるハイブリッド自動車向けのニッケル水素蓄電池の製造工場の大和町内への進出決定など、「富県宮城の実現」に向けて、成果が確実に現れていると受け止めている。

こうしたなか、3月に公表された宮城県の平成18年度の経済成長率と県内総生産額は、名目で0.5%増加の8兆5,691億円、実質で1.2%増加の9兆2,887億円で、県内総生産10兆円の達成に向けては、まだまだ道半ばである。

県としては、平成20年度を「富県宮城の実現」に向けた加速の年と位置づけ、企業集積はもとより、県内企業の競争力強化、人材の育成・確保、そして地域資源を活用した地域産業の育成・強化などに加え、この秋に本番を迎える仙台・宮城デスティネーションキャンペーンを成功に導くための取組などを積極的に展開していくこととしている。

昨年度は、「富県宮城推進会議」の設立初年度にもかかわらず、「みやぎ発展税」を活用した取組や、団体間の協働化した取組などに対し、積極的な御議論、御提案を頂戴するなど、多大な御尽力を賜ったが、今年度も引き続き「富県宮城の実現」に向けて、一層の御理解と積極的な取組をお願い申し上げます。

3 議 事

(1)「富県宮城の実現」に向けた各団体の取組実績及び取組計画について

各団体から、「富県宮城の実現」に向けた平成19年度の取組実績、平成20年度の取組計画の特筆すべきもの等について説明

(社)東北経済連合会 (代理)三瓶専務理事

重点事項は3項目。東経連事業化センターによる支援(マーケティング,知財戦略支援), 広域観光(H19東北観光推進機構設立し,国内・海外観光客誘致), 物流戦略(物流コスト削減)の取組。物流戦略については地元企業の港湾の利用実態を調査し,データベース化を図りコスト削減に努めたい。

(社)宮城県経営者協会 (代理)後藤専務理事

県内産業を支えているのは中小企業である。人材確保, 技術レベルの高度化に向け, 各種セミナーを開催,また,会員を対象とした会報には,「富県宮城の実現」のページを設け, 人材育成動向を中心に周知している。

(社)みやぎ工業会 (代理)白幡副会長

昨年は工業会では提言等を1つずつ形にしてきた1年間であった。「フロネシス21」事業は, 県のモデル事業として40社, 42名が参加。参加者の三分の一が後継者。県内製造業の育成と東京エレクトロン等との取引拡大を図り, 成功させたい。

今年も提言等を各委員会で分担し, 関係諸団体と連携しながら取り組んでいきたい。

(社)東北ニュービジネス協議会 (代理)木村専務理事

東北の企業の一番の問題は, ビジネスチャンスが掴みにくいこと。このため, 2年前から各団体と連携し, ビジネスマッチ(商談会)事業を開催している。平成19年の実績は187ブース, 入場者は約7千2百人。今年も10月17日から18日にかけて開催するが, 各地ニュービジネス協議会の全国大会を同時に開催し, 効果を高めていきたい。

(社)宮城県銀行協会 (代理)沢田常務理事

平成20年度も各団体の事案に応じ, 銀行と連携しながら協力していく。

宮城県商工会議所連合会 丸森会長(会長)

取組の概要は資料記載のとおりであり, 説明は省略させて頂く。

宮城県商工会連合会 天野会長

企業誘致された地区では, 特に「食」, 「住」の提供等, 宮城に来てくれる人が喜んでもらえるよう努力している。

デスティネーションキャンペーンについては, 全商工会を挙げて地域特色を活かした取組を行っていく。

宮城県中小企業団体中央会 佐伯会長

戦略的基盤技術高度化支援事業では, 東北大学と連携し5ミクロン以下のLSI開発に支援している。

農商工連携 in 「首相官邸」への参加, また, DC期間中の11月20日に2千人規模の, 中小企業団体中央会の全国大会を仙台において開催する。

(社)宮城県情報サービス産業協会 (代理)原田事務局長

人が財産という観点から, 人材確保・育成を最重点として事業を展開。特に, 「産学協同実践的IT教育訓練事業」は, 情報産業(IT)が実際企業にどのように役立っているかなど, 各団体などと連携し, IT開発までの一連の仕組みを学生に実践的に体験してもらっており,

学生から好評な取組である。

人材確保事業では、採用する側の企業のPR、勧誘等に努めている。また「事業共創委員会」では、産学官が連携し、地域としてITを利用した事業開発に取り組んでおり、平成20年度も引き続き実施していく。

宮城県観光誘致協会（代理）三浦事務局長

「誘致キャラバン」では、「仙台・宮城DC」の成功に向け、本社、営業本部等を訪問し、旅行商品の利用促進と販売要請を実施。「受入研修プログラム」は、11月から3月まで首都圏の店頭販売、営業本部等を対象とした現地視察を実施。

「関西圏誘致促進キャンペーン」は、関西圏のシェア拡大を宮城の観光客拡大のキーワードと位置づけ実施。「体験学習研修会」は、札幌、函館を中心に毎年三千数百人を宮城に誘致している。現在、県で体験プログラムを取りまとめられているので、平成20年度はこれを活用し、各地区のプログラム担当者に説明していきたい。

(社)宮城県建設業協会（代理）佐藤副会長

富県宮城に関連するのは、新建設人材確保。県内の工業高校の実習の受入を行っている。求人状況については、平成8年ピーク時の430名が平成20年には61名に減少。ここ数年は50～60名で推移。

建設業自体が毎日のように倒産している状況にあり、ダンピングや公共工事減少の影響で資金繰りに困っているため、短期工事を担保にした貸付利用者が増えてきている。自分達をどのように守るかに力を入れざるを得ない状況。

中国四川省の地震で公共建築物・構造物の崩壊があったが、協会としては、発注官庁に対し、耐震工事の早期促進を働きかけていきたい。

宮城県漁業協同組合 木村経営管理委員会会長

合併し1万1千人の組合員を背負っている。現在、燃油が値上がりし、沖に出られない状況。

県内水産物のブランド化のため、安心安全が重要。輸入水産物の買付け現象、ワカメ偽装等の厳しい状況が続いているが、行政でも検査体制を充実し、表示の厳格化に努めてほしい。

「漁家経営の強化」、「海洋事故対策」、「漁業系廃棄物の処理」、「漁場環境保全」、「水産資源の保全」、「内水面水産資源の維持管理」などに取り組んでいる。

日本労働組合総連合会宮城県連合会（代理）佐藤副事務局長

（資料に記載がないが）組合員以外の県内労働者の生活安定にも取り組んでおり、日常的な労働相談活動に関し専門のアドバイザーを配置。格差社会問題に関し連日相談がきている。また労働問題以外についても相談がきている。

7月からは、宮城県労働者福祉協議会にライフサポートセンターを設置し、相談活動を行う予定。

東北大学（代理）長谷川総長特命主幹（地域連携総括）

平成19年度は、エレクトロニクス産業対応、自動車関連対応の研究開発拠点形成に重点的に取り組んだ。

さらに、宮城県・仙台市、東北経済連合会と協力し、中小企業育成のための、東北大学連携ビジネスインキュベーターの運営支援に取り組んだ。この施設は、昨年8月に中小企業基盤整備機構により初めて関東以北に設置されたものであり、企業支援の拠点として活動を始

めたところ。

平成20年度は、研究開発拠点形成、新産業創出や既存企業育成に係る環境整備に加え、富県宮城の実現に係るエネルギー、環境、食品、健康福祉等の研究開発に取り組む。さらに、それらの研究活動に伴う人材育成活動に力を入れて取り組んでいく。

東北農政局 宮坂局長

農業分野の技術面では、革新技術の導入・イノベーションが進められており、「経営革新技術普及強化促進事業」では、産学官が連動し、新たな技術を現場に下ろし、現場でそれを実証していく。平成20年度からは、「現場創造型(匠の技)活用・普及事業」で篤農家の技術、農家が現場で作りに出した技術を継承するという技術面のアプローチということで、宮城で実施する予定。

売り方については、農商工連携で各方面と連携を取りながら、新製品の開発などの支援に努めていきたい。

食の安心安全面では、消費者からは、原産地、作った人ばかりでなく、どのように作られてきたのかまで関心が高まっている。20年度から実施する「有機農業総合支援対策」では、有機農業への参入などを支援する。

東北の現場の方々は一丁にモノを作っており、技術をきっちり継承し、農商工連携で新たな製品を開発し、安心して食べてもらえるよう有機にもきちんと取り組んでいただけるように進めていきたい。

東北経済産業局 赤津局長

平成19年度は産業クラスター計画、ものづくりの推進、企業立地の促進等、宮城県カーインテリジェント人材育成センターの企業立地への補助支援等を実施。20年度はこれらに加えて、農商工連携として、農政局、関係団体と協力して進めていきたい。

企業立地については、宮城県以外でも岩手、福島県を中心に大型の立地案件が相次ぎ、東北地域で企業立地ブームが起きている。企業立地の恩恵を地域が享受するためには、地域の中小企業がどれだけ事業に参入できるかが非常に重要。経済産業大臣も「21世紀の奇跡を日本に起こすところ」とこの拠点に力を入れている。「地域力連携拠点事業」を通じて、中小企業の技術力、経営力、ノウハウ、資金供給などで支援していきたい。

人材の問題については、東北への大型企業立地が進み、1万人位の雇用直接効果が見込まれるが、その多くは2010年に集中している。地元の高校等にたくさんの人材がいるが、2010年位には余裕がなくなり、地元企業や農業の担い手が不足する恐れがある。高校・中学卒業者の東北域外就職者と就職未内定者を地元へつなぎとめるためには、当局が行った大学生、高校生向けインダストリアルツアーなどにより、高校等における適切な進路指導を行い、地元企業の魅力を訴えていく必要があるのではないか。

人材確保問題については、皆が気をつけなければならないと認識している。東京・日本の製造業の生産システムに、宮城・東北が巻き込まれる形で終わってしまうことを危惧している。視点を換え、宮城・東北の経済に日本の製造業をどう巻き込んでいくのかという幅広い観点から考えていく必要がある。

国土交通省東北地方整備局 (代理) 岡田副局長

資料のN01は石巻港、2は仙台港区の整備改良。3は仙台空港の耐震化。災害時、緊急時の緊急物資の輸送、復旧支援のための拠点空港として全国13空港の一つに選ばれ、今後10年をかけて、地震に強い空港にしていく。

N05以降は、高規格道路関係。宮城県内の全体計画の約7割が整備済み。常磐自動車道、

三陸縦貫自動車道は供用率が5割程度と遅れているので整備促進を図っていく。

NO5, 6の常磐自動車道において、「新地～山元」間は26年度、「山元～亘理」間は22年度全線開通予定。8から11までは三陸縦貫自動車道関係。8の「桃生登米道路」は20年度に9,6kmで全線開通。9の「登米志津川道路」は来年度一部開通予定。

11の「唐桑道路」は22年度全線開通予定。12の「仙台北部道路」は20年度は約57億円と重点投資し、早期開通に向けた整備を進めている。13は国道4号線の4車線化を進め22年度に完了予定。

国土交通省東北運輸局 内藤局長

観光は、東北地方では伸びているが、まだまだGDPと比較すると低く、今後の地域活性化のツールとしては有用。仙台・宮城DCの支援として誘客活動を実施。資料のNo15から17までの「ビジット・ジャパン・キャンペーン」関係については、観光推進機構、各自治体、関係機関と連携し、特にターゲットとして、中国、韓国、台湾、東南アジアに出かけ、観光セミナーの開催、テレビ放映するなど、売込みを実施。先週は、海外の旅行代理店、マスコミ等を対象として、観光地の紹介、商談会の開催など、観光商品造成に向けた活動を実施。NO18の「観光圏整備事業」では、関係者の連携によって、日帰りツアーから、1泊2日、2泊3日へと付加価値の高い観光圏整備について支援を図ることとしている。

産業振興を支える基盤として、物流体系、公共交通網の整備に当たり、自治体、第3セクター、民間業者の交通事業について、補助、財政支援を含めた取組をしている。

NO20のエコ通勤の推進については、仙台北部工業団地への企業進出に関連し、既進出企業や今後の進出企業の職員のマイカー通勤から公共交通への転換を狙い、地域の交通渋滞の緩和、CO₂の排出削減を図り、持続可能となるエコ通勤の促進のための調査、実証実験を計画。真の意味での産業集積の継続がなされるよう側面支援をしていく。

NO14の事業について、仙台市はタクシーが異常に多く、全国で唯一、特別調整地域に指定されている。深夜、二重三重駐車が大きな社会問題化。この解消のため「3way方式」として、4～5月にかけて社会実験を実施。結果は多重駐車がなくなり、効果的と判断され、今月から本格実施。DCを迎えるに当たり、県、市のイメージダウンを避け、利用者の利便が損なわれないよう、マナーが守られることを期待している。

(2) 団体間で連携可能な検討テーマ(案)について

平成20年度において連携可能な検討テーマについて、提案各団体から説明、その後意見交換

(社)みやぎ工業会 (代理)白幡副会長

総括すると「3つ」。キーワードは、一つ目に「人材の確保・育成」、二つ目に「産学連携の加速」、三つ目に「機械器具の工業製品のブランド化」を考えている。東北経産局長からも人材の供給の懸念の指摘があったが、2010年に向けて特に、中堅中小企業の人材確保が本当にできるのか、ある程度中期的なシミュレーションをベースにした上で、それに必要な産業人材育成をすべきではないかという問題意識を持っている。これは工業会だけではできないので、諸団体、行政と一緒にやりたい。新卒、中途、Uターンとあるが、時間をかけないとできないので、何とか人材の確保というところに知恵を出して、育成策を考えていく必要がある。

二つ目に「産学連携」。一部に成功例があるが、全県を見た場合、必ずしも産学連携がうまくいっているとは思っていない。2つの産学連携を考えている。一つは東北大学のシーズを

利用するというもの。二つ目にはリアルな企業側のリアルニーズに基づくもの。対象はK Cみやぎに各大学・高専の方。この二つの産学連携に係る課題を明確化した上で、産学連携を加速化するために、各団体が何をすべきか検討・提言していきたい。

三つ目は「加工食品以外のブランド化」。笹かま、牛タンとかあるが、機械器具、工業製品のブランド化をしていくべきではないか。only one 企業, only one 技術ということもあり、このようなものが継続的に、加速して満たされるような支援策、こういった最適な方法を再設計する必要があるのではないか。

今年で12回目を迎える「みやぎものづくり大賞」は、賞を取った企業でも、その後売上げが伸びていない、成長していないところがある。支援スキームの再設計が必要。関係諸団体と一緒に機械器具製品、工業製品のブランド化に向けて支援策の最適化を皆と相談して参りたい。

「人材確保育成」、「産学連携の加速」、「機械器具工業製品のブランド化」というテーマを、可能であれば皆と連携強化していきたい。

宮城県商工会議所連合会 丸森会長（議長）

問題意識はみやぎ工業会の前段と同じである。工業関連の人材育成体制、内容の充実強化等、工業関連産業の振興を確実なものとするため、人材育成の体制を作り上げていく必要があるのではないかという趣旨である。

宮城県観光誘致協議会 （代理）三浦事務局長

ポストDCに向けた産学官の連携推進を提案したが、昨年のプレDCでは観光産業だけではなく、各市町村や住民の参加を頂いて、観光振興のあり方を大きく変えるきっかけになるなど、大きな手ごたえを感じている。10～12月にかけて本DCが始まるが、これまでかかわってきた方々がプレDCの経験を活かしながら、更に磨きをかけ、「きっかけ」から「実現」に向けて取り組んでこられている姿が見られる。このため、誘致協議会としては、必ずDCは成功裡に終わるのではないかと確信している。

心配はその後のこと。今からポストDCを見据えた計画作りを行わなければならない。しっかりとした目標を抱えて、今まで以上に積極的に取り組んできた市町村や各組織、各産業界の皆様のご想いを継続していくことが必要。「継続」を更なるパワーアップの基本スタンスにしながら、連携という横軸を太くすることによって、宮城県の観光戦略プランでもある「地域が潤う、訪れてよし」の観光振興、観光宮城の実現に拍車がかかるのではないか。ここに参画されている団体の事業報告では、観光というテーマ・分野が多く出されており、是非、良い組織、良いきっかけで出来た組織の継続をお願いしたい。

東北大学 （代理）長谷川総長特命主幹（地域連携総括）

中央の企業にはハイテクを、地域の企業にはローテクをという誤った議論がある。これは間違い。確かに地域の企業から相談が持ち込まれた時にやさしい問題から取りかかる場合がある。これは確かにローテクで解決できることもある。しかし実際に企業が求めるものは、難解な課題を解決するための大学の中で保有する最先端の技術。腹の割った議論、本当に何が困っているのかといった議論がまだまだ少ない。

大学側の対策としては、情報管理をしながら企業側と議論できるような環境作りをしていくことであり、そういう想いで大学に来ていただきたい。

(社)みやぎ工業会 （代理）白幡副会長

工業会では決して成功例だけが合った訳ではなく、失敗事例もある。地場の企業で東北大

学と連携して商品化したものが結構ある。そういうものをもう一度遡ってみようと、失敗した事例も遡ってみて、その中で、大学側にも問題がある。企業側にも問題もある。そのような状況で情報公開がもし課題であれば、そのことを方法論として考えていければ良いのではないか。早い時期に工業会としても問題提起していきたい。

国土交通省東北運輸局 内藤局長

仙台・宮城DCについて、関係者の注力状況からフェアが成功するのは間違いないと思われる。ただし、観光が産業として定着していくためには、これを一過性のものとするのではなく、フォローアップが大変大事。企業間の連携とか、ノウハウ等を蓄積し、また経済的なものをストックし、これらをベースに再生産することが必要。もう一つの大きなポイントは、効果評価をきちり行うこと。評価方法は決まっていないが、例えば大学の協力を得て、産学官が連携し、アカデミーの目で観光の経済性について分析手法を含めた検討が必要。

国土交通省の調査では、人口で一人減ると120万円強の消費額が失われる。訪日外国人旅行者7人の消費額でカバーでき、また、宿泊を伴う観光客では22人というデータが出ている。ゆくゆくは東北の大学に観光経済に関する学科、学部ができることを期待。産学官連携は観光の分野でも是非やっていただきたいと思っている。

東北大学 (代理) 長谷川総長特命主幹 (地域連携総括)

どのような形で具体的に対応できるか学内で検討したい。

宮城県観光誘致協議会 (代理) 三浦事務局長

東北運輸局長から話があったが、正にそのとおりだと思う。産学官連携にも観光を是非入れて頂きたい。

(社)東北経済連合会 (代理) 三瓶専務理事

産学マッチング委員会ということで、東北7県の大学、各県の研究施設等からシーズに基づき百数十件の申請が上がってきている。十件ほど開発に向けて取り組んでいるが、なかなかうまく行かない。永遠のテーマにならないよう、是非進めてもらいたい。

人材育成と確保問題であるが、これから東北の産業構造を強化するという意味では中堅中小企業の人材確保は大事であり、今回の春の入試でも工業学校の倍率が高まったことは、今回の企業誘致を意識してという気がする。また自ら進んで進出している企業が従業員を引き抜くことはないと思うが、その辺も含めて対応していかないと弱体化してしまう。

宮城のブランドものは賛成。もう一つ、農水産物を検討していくことが必要。2年前に日経新聞でブランド化の記事があり、宮城県で20位に入っているものは見当たらなかった。業種別でいうと食品で20位以内に「仙台味噌」が入っており、笹かまぼこや牡蠣とかは入っていない。これからブランド化をもっと強化しないといけない。

東北農政局 宮坂局長

食のブランド化と言ったときに、生鮮品はできるだけ早くという需要があるが、遠距離輸送では鮮度が問題となり限界があるため加工品ということになる。農商工連携の取組としては、例えば昔無かったグミが今は一大商品であったり、日本で食習慣が無かったパプリカを今では食べているように、これまでと違うものに取り組んでいく必要がある。

また、知恵というものは、異業種がぶつかり合わないに出てこない。加工の世界で全く違う人、異業種が評価することがあり、産学官連携で色々な技術をどのように吸い上げていくのが課題。

人間の食に対する行動は、すごく良いものを食べたい、安くて良いものを食べたいと求めるが、安いものが高くなると一気に食べなくなるなど、不合理なものとなっている。今何が求められているのか、それをどのように吸収して対応していくのかが重要。笹かまぼこと牛タンを合わせた商品も出ているが、食経験の無いものに対して人間は違和感を覚える。例えばグミは食感を生み出す技術であり、また即席ラーメンも全く違う発想で出来たものであり、そのような発想を農商工連携で活かしていく。関係機関と意見をぶつけ合って、協力しながら取り組んでいきたい。

宮城県商工会議所連合会 丸森会長（議長）

団体間で連携可能な検討テーマ案については、今回の推進会議の結果を踏まえ、次回以降の幹事会でテーマの絞り込んでもらうことによるしいですか。

了承

（３）「富県宮城の実現」に関する表彰制度について

経済商工観光部 若生部長が資料５に基づき説明

（社）東北経済連合会 （代理）三瓶専務理事

選考方法について、推進会議の意見を聞くということであるが、推進会議には利害関係を有する者が多くいると考えられる。事務局の考えはどうか。

経済商工観光部 若生部長

選考の基準と方法については、幹事会の中に客観的な判断ができるような、部会として選考委員会的なものもあるのではないかと。今後、事務局で検討したい。

宮城県中小企業団体中央会 佐伯会長

上手に盛り上げ、富県共創の一つのきっかけになれば良いのではないかと。

宮城県商工会議所連合会 丸森会長（議長）

幹事会に特別委員会を作って、対象者を選考することも検討してはどうか。

今後県で検討することです承

（４）年間スケジュール（案）について

富県宮城推進室 加藤室長が資料６に基づき、「平成20年度の富県宮城推進会議を2回、幹事会を4回開催するスケジュール」を説明

了承

（５）その他

富県宮城推進室 加藤室長が「平成20年度マスター検定試験（2級・3級）の実施状況」を説明

4 閉 会