

令和4年度地域経済構造分析推進業務
報告書
(概要版)

令和5年3月

目次

I. 調査概要.....	1
1. 目的.....	1
2. 背景.....	1
3. 業務内容.....	2
II. 「情報通信関連産業」分野の現況及び動向.....	3
1. 情報通信関連企業数の推移.....	3
2. 情報通信関連産業の従業員数.....	5
3. 情報通信関連産業の売上高推移.....	6
4. RESAS による情報通信関連産業の分析.....	8
5. 情報通信関連企業のアンケート結果まとめ.....	11
III. 宮城県情報通信関連企業の取引構造の分析.....	23
IV. 宮城県外情報通信関連企業に対する誘致活動の分析.....	26
V. 企業誘致に向けたワークショップの開催.....	29
開催概要.....	29
VI. 分析内容説明会開催.....	29
開催概要.....	29
VII. 資料.....	30
調査票.....	30

I. 調査概要

1. 目的

地方創生の実現等に向けて取り組んでいく上では、限られた資源で最大限の政策効果を発揮させることが求められており、宮城県はもとより、宮城県内の市町村等行政関係機関のほか、地域の産業支援団体等においてもデータに基づく政策立案を促進する必要がある。

そのため、国が提供する地域経済分析システム（RESAS）及びその他の行政機関や民間のビッグデータ、統計データ等を活用し、情報通信関連企業の集積状況や取引構造等を把握した上で、今後の施策立案等に資する基礎資料とするための調査・分析を行うとともに、その結果を関係者と共有することを通じてEBPMの普及を図るものである。

2. 背景

宮城県のインフラの整備状況としては、東北自動車道を基軸にして、仙台都心部を取り囲むように仙台都市圏高速環状ネットワーク（仙台北部道路、仙台東部道路、仙台南部道路）が整備され、三陸自動車道や常磐自動車道、国道4号との接続によって、県内各地や首都圏等への円滑なアクセスが確保されている。

一方で県内の人口は、少子高齢化や東日本大震災の影響等により、直近5年間で平成27年の2,333,899人（国勢調査）から令和2年の2,301,996人（国勢調査）へ31,903人、約1.4%減少しており、前回国勢調査時点（平成22年から14,266人、約0.6%減少）よりも減少幅が大幅に拡大しており、調査開始以来最も高い減少率となっている。

RESASでは、宮城県は「卸売業、小売業」が全産業の中で、事業所数（全6万3,706事業所の22.2%の1万4,140事業所）、従業員数（全75万5,411人の21.3%の16万806人）、売上（収入）金額（5兆9,728億円）、付加価値額（8,974億円）ともに最も多い。

そのなかで、第3次産業の中の情報通信関連産業は、売上（収入）金額が2,482億円、付加価値額が882億円となっており（出典：RESAS（URL <https://resas.go.jp/>））、県は令和2年度に「新・宮城の将来ビジョン」を策定し、情報通信関連産業の振興に取り組んでいる。具体的には以下のような取り組みを推進している。

- ・イノベーションの創出による高付加価値構造への転換と企業誘致の推進
- ・研究開発拠点の集積や産学官連携による成長支援
- ・県内のものづくり産業の成長支援
- ・学び直しやリカレント教育の振興
- ・創業や経営力強化の支援

今後も、情報通信関連産業の誘致促進や、起業や産業の創出・育成、利活用の促進、人材の育成及び確保、新分野への参入や取引拡大を目指した技術習得、人材交流、商品開発に向けた取り組みの支援を継続し、ICT、IoT、AIなどの最先端の情報通信関連技術を地域の情報通信関連企業が自社の商品やサービスに積極的に取り入れることにより、地域から新たなサービスや付加価値の創出を促進し、企業魅力度の高い県として安定した質の高い雇用の確保を図る。またそれとともに、本県における第4次産業革命の実現を目指すために、実際の企業の実態や取引構造を調査・分析し、今後の施策等について検討することとする。

3. 業務内容

情報通信関連産業の分野における企業間の取引構造を分析するにあたり、以下の業務内容を実施する。

①各種統計データ、地域経済分析システム（RESAS）による調査

「情報通信関連産業」について、過去の各種統計データや地域経済分析システム（RESAS）を活用し、オープンデータにて確認出来る範囲で取りまとめを行う。

②宮城県情報通信関連企業（※）のデータベースの作成

株式会社東京商工リサーチのデータベースから、「宮城県内に本社・事業所を有する情報通信関連企業」について、合致する事業者・事業所のデータベースを作成した。

（※）情報通信関連企業：ここでの情報通信関連企業とは、日本標準産業分類（平成25年10月改定）における中分類37（通信業）、中分類39（情報サービス業）、中分類40（インターネット附随サービス業）、及び中分類41（映像・音声・文字情報制作業）に属する小分類411（映像情報制作・配給業）をいう。

③宮城県情報通信関連企業の取引構造の分析

②のデータベースをもとに、宮城県内の情報通信関連産業の事業者について実態や各種取り組みなどを調査。
調査結果を基に各種実態の把握や傾向をつかむことを目的とする。

④県外情報通信関連企業に対する誘致活動の分析

宮城県内に本社も事業所もない事業者について、設備投資意向などを聴取し宮城県内への誘致について可能性を探る。

⑤企業誘致に向けたワークショップの開催

実際に、宮城県内へ情報通信関連産業を誘致するためのワークショップを実施。意見交換を通して、宮城県内に外部の企業を呼び込むための施策等を検討する。

⑥分析内容説明会の開催

本業務における分析内容の報告及びRESASの利用方法について説明会を実施。

※報告書全般の注意事項

- ・百分率（%）の計算は、小数第2位を四捨五入し、小数第1位まで表示している。
- ・年の表記（和暦・西暦）については原則出典元の記載に合わせている（一部加工あり）。
- ・「情報通信関連産業」、「情報通信関連企業」について、出典元資料では一部「情報通信業」、「情報通信企業数」となっているが、本報告書では読みやすさを優先し、「情報通信関連産業」、「情報通信関連企業」に統一する（原典書名は除く）

Ⅱ. 「情報通信関連産業」分野の現況及び動向

1. 情報通信関連企業数の推移

1) 都道府県別企業数推移

経済産業省が実施している「情報通信業基本調査」によると、都道府県トータルの情報通信関連企業数は、近年 5,000 台半ばから 5,000 台後半で増減を繰り返しており、概ね横ばい状態と言える。

都道府県別では、企業数全体の半分強を占める東京都については 2017 年及び 2018 年 3 月末の企業数が 2,800 社台であったのに対し、直近の 3 年間は 3,000 社台に増えており微増傾向にある。企業数が 200~300 社台と東京都に次いで多い大阪府や神奈川県も 2017 年と 2021 年 3 月末を比較すると前者は 361 社→386 社、後者は 258 社→282 社となっておりこちらも微増となっている。このように大都市圏を中心とする一部の都府県では企業数は微増傾向を示しているものの、全国レベルでは横ばいというのが実体と言えるだろう。

2) 東北地域企業数推移

東北地域の企業数合計はこの 5 年間 180 台後半から 190 台後半で推移しており、ほぼ横ばい状態が続いている。県別に見れば、青森県、宮城県、福島県の 3 県は微増から増加、岩手県、山形県は微減、秋田県は横ばいというように県ごとにやや異なった傾向が見られる。増加傾向にある宮城県と福島県について 2017 年と 2021 年 3 月末時点の企業数を比べると前者は 51→60 と 9 社、後者は 27→35 と 8 社の増加となっている。

一方、全国に占める東北地域の企業数比率はここ数年大きな変化はなく、3.3~3.5%の低いレベルでの推移が続いている。このことから情報通信関連産業分野における東北地域の割合が全国、特に首都圏と比べるとそれほど高くないことがうかがえるのと同時に、今後の伸びしろとなる可能性が考えられる。

3) 業種別企業数推移

「情報通信業基本調査」では情報通信関連産業における業種を「電気通信業」から「映像・音声・文字情報制作に付随するサービス業」に至る 12 業種に分類している。

全業種を合計した企業数は 2017 年 3 月末の 5,519 社から 2021 年 3 月末には 5,987 社に増えており、年によって波はあるものの概ね微増傾向にあると言えるだろう。

個別の業種ごとに見るならば、企業数が圧倒的に多い「ソフトウェア業」と「情報処理・提供サービス業」については前者の場合、ここ 5 年、2,900 社前後で推移しており、ほぼ横ばい状態が続いている。これに対し後者はここ数年、企業数は順調に増え続けており、2017 年 3 月末の 1,776 社が 2021 年 3 月末には 2,019 社と 4 年間で 250 社近く増えている。また企業数第 3 位の「インターネット附随サービス業」も 2017 年、2018 年両年の 3 月末の企業数は 600 台であったが、直近の 3 年間は 700 台に増えている。

4) 中核 5 業種企業数推移

情報通信関連 12 業種のうち、本事業の「情報通信関連企業データベース」の対象業種として指定されている業種に近い業種として「電気通信業」、「情報処理・提供サービス業」、「インターネット附随サービス業」、「映像情報制作・配給業」、「映像・音声・文字情報制作に付随するサービス業」の 5 業種を当業務の中核 5 業種ととらえ、これらの業種にフォーカスする形でもデータをまとめた。

中核 5 業種における延べ企業数はここ 5 年については最初の 2 年が 3,400 社台であったのに対し、直近 3 年は 3,600~3,800 社台で推移しており、上昇傾向にあると言えるだろう。

業種ごとの企業数については「情報処理・提供サービス業」と「インターネット附随サービス業」は先に見たように伸びはそれほど高くはないものの増加傾向にある。「電気通信業」と「映像・音声・文字情報制作に付随するサービス業」の 2 業種についても企業数は増加傾向にあり、

特に後者は2017年3月末時点では158社に過ぎなかったが、直近の3年間はいずれも200社を超えている。これに対し「映像情報制作・配給業」は横ばい状態である。

5) 東北地域における中核5業種企業数

東北地域における中核5業種の企業数は多い順に、「情報処理・提供サービス業」、「インターネット附随サービス業」、「映像情報制作・配給業」、「電気通信業」、「映像・音声・文字情報制作に附随するサービス業」となっており、これは全国の順番とまったく同じである。中核5業種の県別企業数については特筆すべき点はあまり見当たらないが、強いてあげるとすれば、青森県の「情報処理・提供サービス業」が同県全体の企業数23社に対し13社と他県に比べ比率的にやや高いと感じられる程度である。

全国に占める東北地域の中核5業種の企業数比率が最も高いのが、「映像情報制作・配給業」の4.9%、逆に最も低いのは「情報処理・提供サービス業」の2.8%である。

2. 情報通信関連産業の従業員数

1) 都道府県別従業員数

2021年3月末時点の情報通信関連産業の従業員数は全国で1,756,129人、最も多いのは東京都の1,188,004人、全体に占める比率は67.6%にも達しており、東京都への極端なまでの一極集中化が見られる。これに続くのが大阪府の147,196人、神奈川県72,355人、愛知県の57,881人などであり、情報通信関連産業においては大都市圏への従業員の集中が大きな特徴としてあげられる。

2) 東北地域従業員数

東北地域の従業員数では当該地域の中核県である宮城県が8,015人と東北地域の中では突出して高く、これに福島県と青森県が4,000人台で続いている。残りの3県については岩手県が3,000人弱、山形県と秋田県の両県は1,000人台である。

東北地域合計の従業員数は22,662人、これを全国の従業員数1,756,129人と比べるとその比率はわずか1.3%、東北地域における情報通信関連産業の従業員数は全国的に見ればかなり低い水準にとどまっていると言えるだろう。

3) 業種別従業員数

情報通信関連産業における業種別従業員数は「ソフトウェア業」と「情報処理・提供サービス業」の2分野が突出して高くなっており、前者は918,196人、後者は747,779人に達している。これらから大きく離れて、「インターネット附随サービス業」が241,038人、「電気通信業」が213,857人で3位、4位を占めている。10万人の大台を超えているのはこれら4業種のみとなっている。全体の1,756,129人に占める比率はそれぞれ1割～5割と上記4業種への従業員の集中が顕著となっている。

4) 中核5業種従業員数

当報告書では情報通信関連産業における中核5業種として「情報処理・提供サービス業」、「インターネット附随サービス業」、「電気通信業」、「映像情報制作・配給業」、「映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業」の5業種をとらえている。「情報処理・提供サービス業」、「インターネット附随サービス業」、「電気通信業」の従業員数がそれぞれ数十万人規模なのに対し、「映像情報制作・配給業」、「映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業」は前者が54,551人、後者が32,128人と上位3業種との間には大きな開きが見られる。

5) 東北地域における中核5業種の従業員数

東北地域における中核5業種の従業員数は多い順に「情報処理・提供サービス業」(9,171人)、「インターネット附随サービス業」(2,981人)、「電気通信業」(1,497人)となっており、この順位は全国のそれと変わらない。また中核5業種に占める従業員数比率も1位の「情報処理・提供サービス業」が60.7%、2位のインターネット附随サービス業が19.7%で、こちらも全国の数字と比べてそれほど大きな違いは認められない。

全国と東北地域の中核5業種の従業員数比率を比べると業種によってそれぞれ特徴的な傾向が見られる。従業員全体に占める東北地域の比率は先にみたように1.3%であるが、中核5業種に限れば「情報処理・提供サービス業」は4.3%と、この水準を大幅に上回っている。逆に「電気通信業」、「映像情報制作・配給業」、「映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業」の3業種は1%を下回っており、特に「映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業」は0.1%と極端に低くなっている。こうしたことから東北地域における中核5業種の位置付けを見て取ることも可能であろう。

3. 情報通信関連産業の売上高推移

1) 都道府県別売上高推移

情報通信関連産業の都道府県売上高合計は2020年度では74兆2,200億円で、2017年度の66兆5,058億円から3年連続プラス成長となっている。ただそれ以前の2016年度が71兆9,756億円であったことを見ると、情報通信関連産業の市場は必ずしも右肩上がりの成長が続いているとは言い難い。

都道府県別の売上高では東京都が飛び抜けて高く、2021年度の売上高は55兆4,571億円、全体に占める比率は74.7%にも達している。東京都の売上高はここ5年50兆円台の前半から後半にかけての増減が続いており、トータルで見れば横ばい状態と判断できるだろう。2020年度の売上高が1兆円を超えるのは東京都を除くと、大阪府、福岡県、京都府、神奈川県、愛知県の5府県であり、このうち愛知県と神奈川県の売上高傾向はほぼ横ばいとなっている。これに対し、大阪府、福岡県、京都府には明らかな増加傾向が見られ、特に福岡県と京都府については極端なまでの伸びとなっている。2016年度と2020年度を比較すると前者は8,986億円から3兆3,232億円、後者は5,908億円から1兆8,973億円へと急増している。

2) 東北地域売上高推移

東北地域の売上高合計はここ5年、6,500億円台から6,700億円台の間を推移しており、ほぼ横ばい状態が続いている。ただ、県別に見ると増減傾向はそれぞれ大きく異なっており、宮城県、秋田県、福島県の3県はほぼ横ばいだが、これに対し、青森県は大幅な増加となっている。一方、岩手県と山形県には顕著な減少傾向が見られる。売上高が急増している青森県の場合、2016年度の647億円が2020年度には1,339億円へと倍以上の伸びとなった。一方、岩手県と山形県では前者が782億円から567億円、後者が505億円から366億円へと急減している。

全国に占める東北地域の売上高比率は0.9~1.0%にとどまっております、情報通信関連産業の市場における東北地域の存在感は現状ではきわめて低いと言わざるを得ない。

3) 業種別売上高推移

情報通信関連産業における12業種の売上高合計は2020年度には74兆円を越えた。ここ5年で見ると74兆円を上回ったのは初めてのことであり、情報通信関連産業の売上高はおおまかなトレンドとしては上昇傾向にあると言えるだろう。

業種別では2020年度の売上高が10兆円を超えているのは「ソフトウェア業」、「電気通信業」、「情報処理・提供サービス業」、「インターネット附随サービス業」の4業種となる。このうち「ソフトウェア業」、「電気通信業」、「情報処理・提供サービス業」の売上高が横ばい、もしくは微増なのに対し、「インターネット附随サービス業」は2016~2018年度の3年間は10兆円未満であったが、2019年度は14兆932億円、2020年度は12兆5,438億円と大幅に伸びている。

4) 中核5業種別売上高推移

中核5業種の業種ごとの売上高トレンドについては、「電気通信業」、「情報処理・提供サービス業」、「インターネット附随サービス業」の3業種は先に述べたとおりである。残りの2業種については「映像情報制作・配給業」はほぼ横ばい、これに対し、「映像・音声・文字情報制作に附随するサービス業」は2016年度の6,176億円が2020年度には8,240億円へと大きく伸びた。ただこれら2業種の中核5業種全体の売上高に占める比率はそれぞれ1~3%程度に過ぎず、中核5業種の売上高動向に及ぼす影響はきわめて限定的と言える。

5) 東北地域における中核5業種売上高

東北地域における中核5業種の2020年度の売上高合計は4,886億円、このうち「情報処理・提供サービス業」が3,179億円で全体に占める比率は65.1%に達している。全国では35.8%であり、これと比べると東北地域における「情報処理・提供サービス業」の比率の高さが際立っている。

地域別では宮城県の売上高が4,886億円で2,418億円と49.5%を占めている。同県の場合、「情報

処理・提供サービス業」、「インターネット附随サービス業」、「映像情報制作・配給業」では東北地域全体の売上高の半分程度となっており、前述の49.5%という数字とほぼ重なる。しかし「電気通信業」に限ると宮城県は598億円中476億円を占めており、東北地域全体に対する比率は80%近くにも達している。

全国に占める東北地域の中核5業種売上高比率は「情報処理・提供サービス業」と「映像情報制作・配給業」はそれぞれ1.5%、1.7%であるが、残りの3業種については1%未満にとどまっている。

4. RESASによる情報通信関連産業の分析

地域経済分析システム（RESAS）とは、経済産業省と内閣官房（まち・ひと・しごと創生本部事務局）が提供する、地域経済に関する様々なビッグデータ（産業の強み、人の流れ、人口動態など）を、地図やグラフで分かりやすく「見える化（可視化）」したシステムである。

前章の他に、情報通信関連産業の分析データを掲載する。

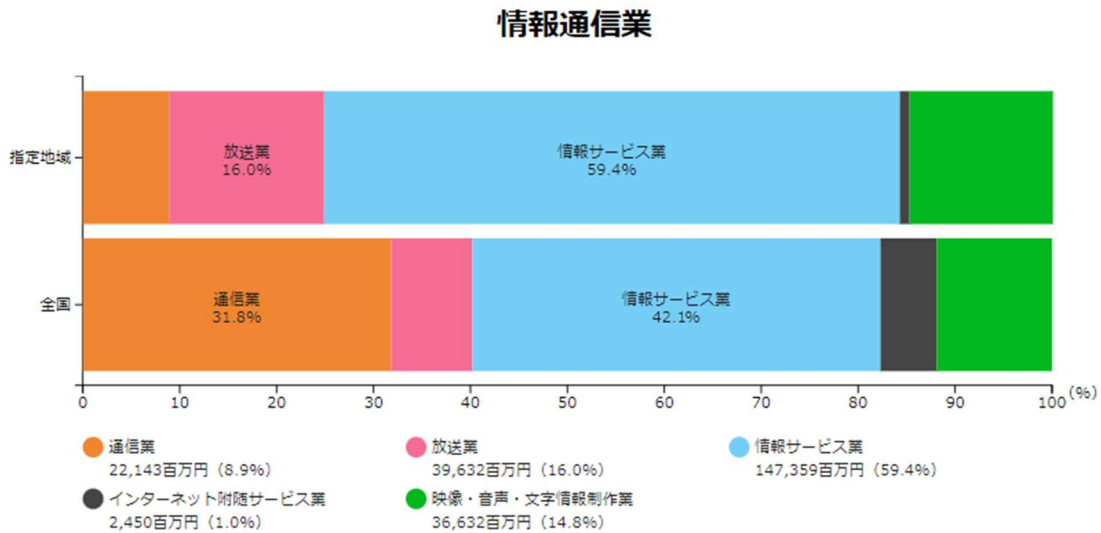
なお、分析対象の地域については直近のデータを参考とし、経済産業省が実施している「情報通信業基本調査」の2021年調査で売上高が多い都道府県を選定した。

選定の結果、売上高が高い上位3都道府県である東京都、大阪府、福岡県の他、宮城県の比較対象都道府県として東北地域で売上高が多い青森県を掲載する。

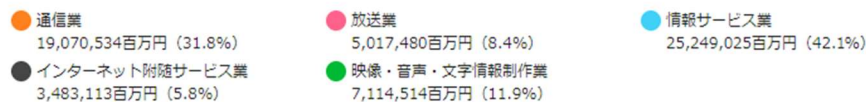
他比較対象の都道府県と比べると「情報サービス業」が福岡県の60.9%に次いで、宮城県は59.4%と割合が高いことがわかる。

<宮城県>

情報通信関連産業の内訳と全国との比較



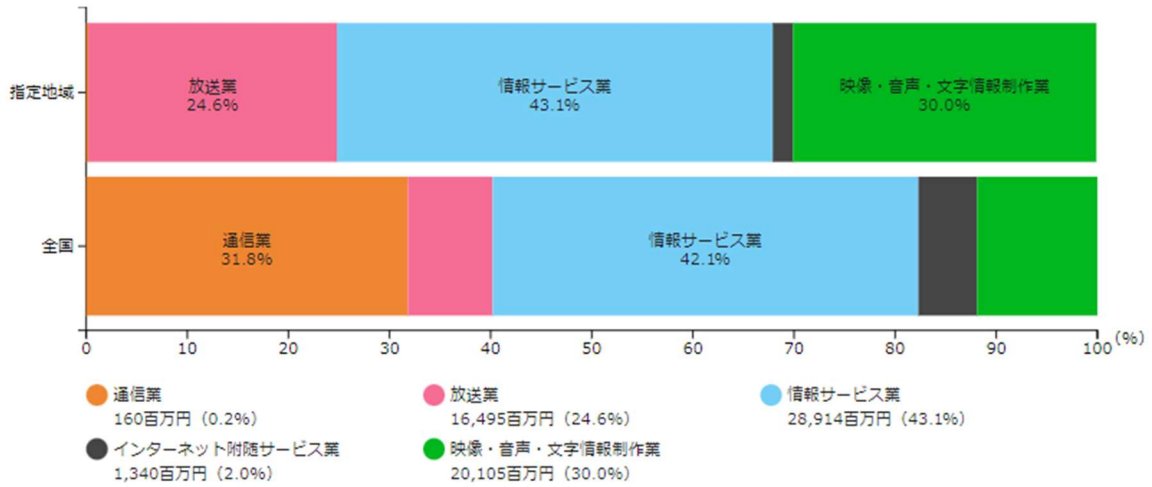
<全国>



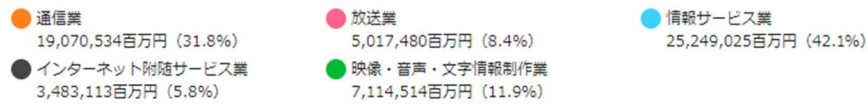
<青森県>

情報通信関連産業の内訳と全国との比較

情報通信業



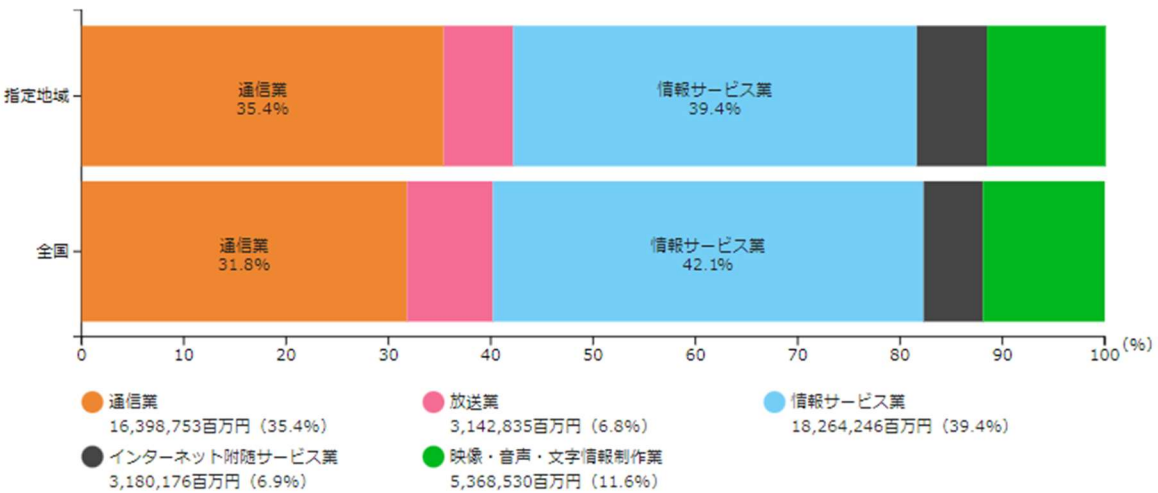
<全国>



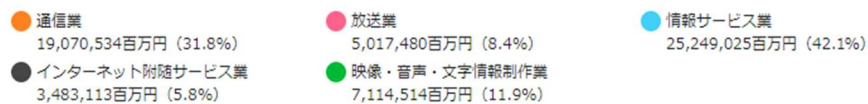
<東京都>

情報通信関連産業の内訳と全国との比較

情報通信業



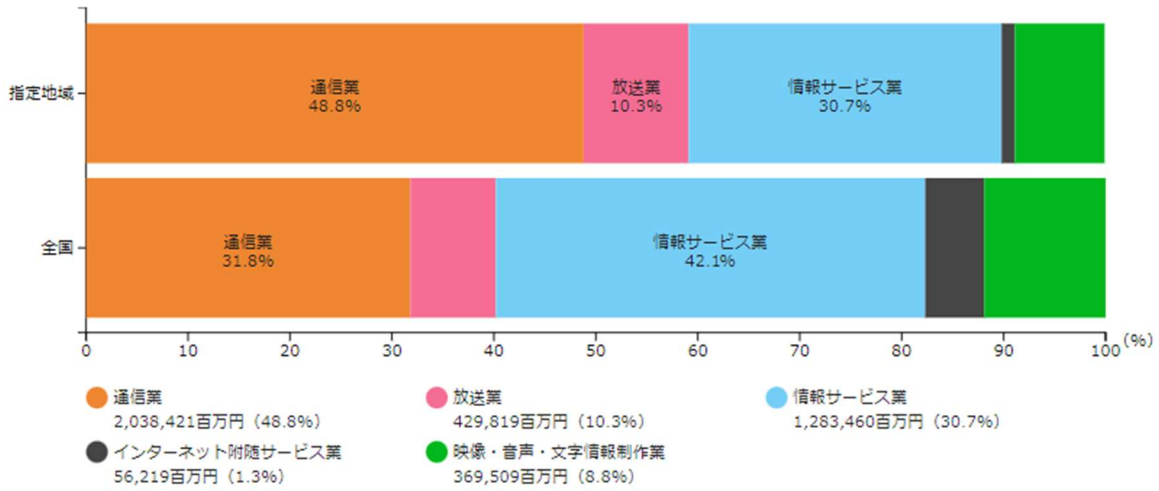
<全国>



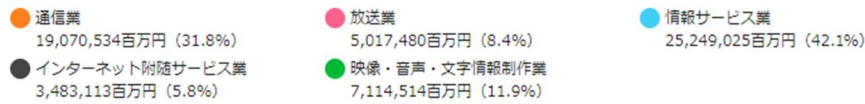
<大阪府>

情報通信関連産業の内訳と全国との比較

情報通信業



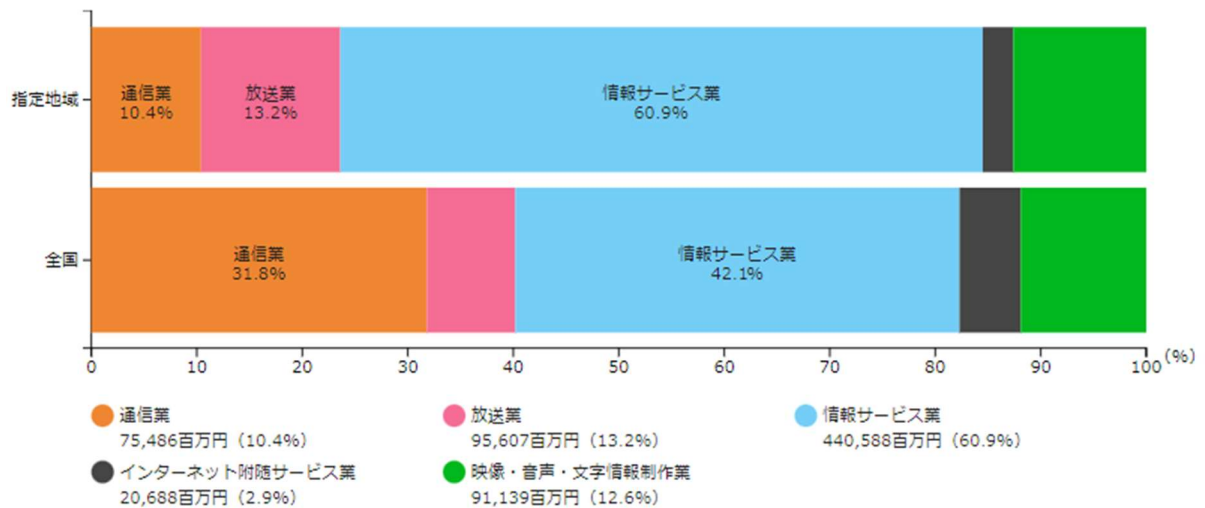
<全国>



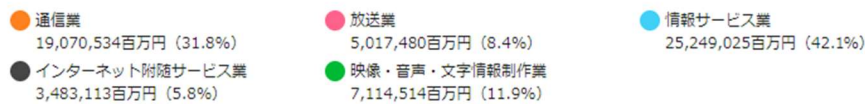
<福岡県>

情報通信関連産業の内訳と全国との比較

情報通信業



<全国>



5. 情報通信関連企業のアンケート結果まとめ

調査概要

1) 調査の目的

情報通信関連企業において宮城県内に本社、または事業所がある企業（以下県内企業）と宮城県内に本社も事業所もない企業（以下県外企業）において、扱っているサービスや保有技術、リスティングへの取り組み状況等の実態を調査し、各種別の企業の特徴などをとらえる。また、県外企業においては設備投資の意向を合わせて聴取することにより、宮城県への誘致を促進するための検討材料とする。

2) 調査対象

調査対象は株式会社東京商工リサーチの企業データベースを活用し、情報通信関連企業の中でも以下の業種に絞って調査を行った。

※日本標準産業分類（平成 25 年 10 月改定）における中分類 37（通信業）、中分類 39（情報サービス業）、中分類 40（インターネット附随サービス業）、及び中分類 41（映像・音声・文字情報制作業）に属する小分類 411（映像情報制作・配給業）

3) 調査時期

2022 年 11 月 24 日～12 月 16 日

4) 調査方法

郵送、Web 回収

5) 回収結果

区分	配付数	有効回答数	回収率
宮城県に本社・事業所がある企業 (県内企業)	1,390	283	20.4%
宮城県に本社・事業所がない企業 (県外企業)	633	65	10.3%

6) 調査結果を見る上での注意事項

- ・本文、表、グラフなどに使われる「N」は、各設問に対する回答者数である。
- ・本文、表、グラフは、表示の都合上、調査票の選択肢等の文言を一部簡略化している場合がある。
- ・回答者数が 10 未満などの場合は、比率が上下しやすいため、傾向を見るにとどめ、本文中では触れていない場合がある。
- ・小数点の表示において、単数回答（1 つだけ選ぶ問）は、四捨五入の影響で、%を足し合わせて 100.0%にならない場合がある。
なお、複数回答（いくつか選択可能な問）は、合計すると 100.0%を超えることがある。
- ・選択肢の他に、設問回答にあたり回答が確認出来なかった場合「無回答」として集計している。
該当者全員が回答していた場合、「無回答」の選択肢や項目は表示されないことがある。
- ・集計表の上段は回答者数（N）、下段は%である。

当項目では、県内企業と県外企業との差がわかりやすいように、共通設問の集計結果のみ掲載している。

県内企業、県外企業の個別の集計結果の詳細については、後の章にて掲載する。

宮城県内・県外企業アンケート調査のまとめ

1) 調査対象企業の企業規模について

本アンケート調査の回答企業の規模は県内企業では従業員 10 人以下が 45.9%を占め、11 人以上 100 人以下が 42.8%と、100 人以下の中小企業¹が 9 割弱を占めている。売上高規模においても 1 億円未満が 33.9%、1 億円以上 5 億円未満を合わせると 60.4%を占めており、前項で述べた宮城県全体での 1 社当たりの規模より小規模な企業が多い。

一方、県外企業の企業規模については、従業員数は無回答が 7 割以上に上るため、正確な把握は難しいが、売上規模では 50 億円以上の企業が 87.7%と 9 割程度を占めており、前項で述べた全国規模の調査に比べると比較的大きな企業からの回答が含まれている。

表 回答企業の従業員規模

従業員規模	県内企業 % (件)	県外企業 % (件)
5 人以下	30.0 (85)	3.1 (2)
6～10 人以下	15.9 (45)	1.5 (1)
11～100 人以下	42.8 (121)	6.2 (4)
101～300 人以下	5.3 (15)	7.7 (5)
301 人以上	3.9 (11)	9.2 (6)
無回答	2.1 (6)	72.3 (47)
全体	100.0 (283)	100.0 (65)

表 回答企業の売上高規模

売上規模	県内企業 % (件)	県外企業 % (件)
1 億円未満	33.9 (96)	4.6 (3)
1～5 億円未満	26.5 (75)	3.1 (2)
5～10 億円未満	4.2 (12)	-
10～50 億円未満	9.2 (26)	4.6 (3)
50～100 億円未満	2.5 (7)	36.9 (24)
100 億円以上	4.2 (12)	50.8 (33)
無回答	19.4 (55)	-
全体	100.0 (283)	100.0 (65)

2) 保有する製品・サービス

調査項目の「保有する製品・サービス」とは、これらの事業に関わる当該企業の仕事の種類を示している。

回答企業の「保有する製品・サービス」は、県内企業、県外企業あわせると「システム受託開発」が約半数を占めている。このサービスは、企業の根幹に関わるシステムそのものの開発に深く関わる専門性の高いサービスである。事業フローとしては、発注者から直接受託する元請企業と、元請企業から発注を受ける二次請け等、複数の企業等も含まれることが一般的である。次いで、「業務システム」を提供する企業が 33.6%と多く、その内訳は会計システム（県内 15.9%・県外 1.5%）、「受発注システム」（県内 15.9%・県外 1.5%）、「人事労務システム」（県内 12.4%）、「生産業務システム」（県内 11.7%）、「営業システム」（県内 8.5%）、「その他」（県内 17.0%・県外 7.7%）となっており、クライアント企業の要望に合わせ、日常的な業務をサポートするシステ

¹ 独立行政法人中小企業基盤整備機構法等の中小企業関連立法においては、ソフトウェア業・情報処理サービス業は、資本金 3 億円以下または従業員 300 人以下を中小企業としている。

ム構築を行う企業である。

これらに類似したサービスとして、組み込みソフトウェア開発（県内 17.3%）があるが、この分野は特定のハードウェアに合わせたソフトウェアの開発であるため、発注先企業との関係が密接であることが特徴である。

これらの業務内容から、発注企業の事業のコアにかかわるシステム構築からバックオフィス業務の効率化、高度化に関わるシステム構築を専門的に請け負う受注企業としての位置づけが推測され、本県における情報通信関連企業の多くは、こうした外部企業から受託して自社サービスを提供している形態が一般的であることが推測される。

一方、県外企業の提供するサービスでは無回答が 7 割以上を示しているため、比較対照とすることは難しいが、回答された中ではシステム受託開発（12.3%）、業務システム（9.2%）をあげる企業が一定数存在している。

表 保有する製品・サービス等の特徴（複数回答）と業務システムの関連する業務
 <保有する製品・サービス等の特徴（複数回答）>

	全体	保有する製品・サービス等の特徴									
		業務システム	販路拡大・広告強化支援	商品力・サービス強化支援	経営判断支援	生産性向上支援	セキュリティ強化	組み込みソフトウェア開発	システム受託開発	技術者等の人材派遣	
全体	348 100.0	117 33.6	27 7.8	23 6.6	10 2.9	48 13.8	40 11.5	49 14.1	139 39.9	63 18.1	
区 地 分 域	県内企業	283 100.0	111 39.2	27 9.5	22 7.8	10 3.5	47 16.6	40 14.1	49 17.3	131 46.3	60 21.2
	県外企業	65 100.0	6 9.2	-	1 1.5	-	1 1.5	-	-	8 12.3	3 4.6

	全体	保有する製品・サービス等の特徴								
		BPOサービス	IDCその他運用サービス	ITコンサルティング	人材育成支援	コミュニケーション支援	娯楽・コンテンツ制作	その他	無回答	
全体	348 100.0	27 7.8	20 5.7	60 17.2	28 8.0	19 5.5	19 5.5	59 17.0	59 17.0	
区 地 分 域	県内企業	283 100.0	25 8.8	18 6.4	59 20.8	28 9.9	18 6.4	17 6.0	50 17.7	12 4.2
	県外企業	65 100.0	2 3.1	2 3.1	1 1.5	-	1 1.5	2 3.1	9 13.8	47 72.3

<業務システムの関連する業務>

	全体	1. 業務システム/関連する業務							
		会計	受発注	生産	営業	人事労務	その他特殊業務	無回答	
全体	348 100.0	46 13.2	46 13.2	33 9.5	24 6.9	35 10.1	53 15.2	239 68.7	
区 地 分 域	県内企業	283 100.0	45 15.9	45 15.9	33 11.7	24 8.5	35 12.4	48 17.0	180 63.6
	県外企業	65 100.0	1 1.5	1 1.5	-	-	-	5 7.7	59 90.8

3) 保有する技術

県内企業が保有している技術では、「クラウド」（36.4%）が最も多い。県内企業が提供しているサービスとしてシステムの受託開発や業務システムが多数を占めていることから、業務内容に必要な基本的な技術として多くの企業が保有していることがうかがえる。

次いで多い「インフラ構築」（30.7%）では、「クラウド」だけでは対応できない独自のシステムを稼働するためのインフラ構築や、ハードウェア上で様々なシステムを稼働するための基盤の整備などの業務がある。独自の基盤を構築することは、企業にとって実際の業務に合わせた実用的な基盤構築が可能となるメリットがあるが、自社リソースでは難しい場合には外部発注が求められ、その受け皿として業務を受注することになる。発注企業にとっては基幹となる業務が、情報システムを通じて稼働する重要なインフラの構築であるため、受注企業にとってもコアの技術である。

その次に多い「Web デザイン」については、前項でその他に分類している販路拡大、商品力・サービス強化支援といった販売力支援型の企業が多く保有している技術であることがうかがえる。

これらの内のクラウド、インフラ構築、Web デザインなどのデータの保存・交換基盤の構築、及び文書の公開・閲覧システムの作成に関わる技術を保有し、さらに比較的高度な技術が必要なデータ分析、画像処理、ハード設計、ロボットのような特化した専門技術も有している。これらの技術は、他社との競争上の差別化要因となるために、小規模企業であっても、有する技術の専門性は高いものがあり、そのことが企業の強みとなる要因となっている。

県外企業においては、多くの企業が保有している技術に大きな違いは見受けられない。

表 保有する技術 (複数回答)

保有する技術	県内企業 % (件)	保有する技術	県外企業 % (件)
クラウド	36.4 (103)	クラウド	12.3 (8)
インフラ構築	30.7 (87)	インフラ構築	9.2 (6)
Web デザイン	26.1 (74)	Web デザイン	7.7 (5)
IoT	24.7 (70)	AI	各 6.2 (4)
データ分析	22.3 (63)	IoT	
AI	16.3 (46)	データ分析	3.1 (2)
組み込み	15.5 (44)	組み込み/自然言語 /画像処理/ロボット/ ドローン/暗号通信/ ハード設計/AR・VR	各 1.5 (1)
画像処理	12.7 (36)		
ハード設計	9.5 (27)		
ロボット	7.4 (21)		
その他	36.4 (103)	その他	4.6 (3)
無回答	17.3 (49)	無回答	72.3 (47)
全体	100.0 (283)	全体	100.0 (65)

4) 取り組みを進める上で支障となっている工程等

取り組みを進める上で支障となっている工程では、県内企業、県外企業とも人材の確保が最大の懸案事項となっている。企業が保有するサービスと技術は、高度な専門性が要求されるために、その品質の相違が企業のブランド力を左右し、取引の信用性に関わっている。したがって、それを支える技術・能力を有する人材の確保は最重要事項であるため、企業にとって人材の確保難は大きな課題である。

このことは宮城県に限った問題ではなく、全国的な課題であることは確かであるが、とりわけ情報通信関連産業における人材としては、技術の進化や適用範囲の拡大が著しい中での技術職の不足が想定されるため、業界全体としてこれらへの対策を強化していく必要がある。

人材確保のための施策としては、企業が単独で取り組む範囲にとどまらず、県全体としての取り組みが期待される。総務省「情報通信白書」(令和3年版)によれば、『独立行政法人情報処理推進機構(IPA)の調査結果(2019年度)によると、IT人材の量について、「大幅に不足している」又は「やや不足している」という回答の合計は、89.0%にも達している。また、時代によって求められるICT人材が異なり、現在では、情報セキュリティなどの高度なICTスキルやアジャイル開発など新しい分野に対応できる人材が強く求められているが、IPAの調査では、IT人材の質についても、「大幅に不足している」または「やや不足している」という回答の合計は、90.5%にも達している。このように、我が国のICT人材は、量も質も十分ではないとユーザー企業に認識されている』²としている。

また、経済産業省が取りまとめた「我が国におけるIT人材の動向」³では、デジタル人材の蓄積と活用について、さまざまな取り組みが紹介されている。まさしく、官民一体となって人材の確保のために必要な仕組みを形成していくことが重要な課題となっていると言えよう。

次いで、販路拡大を含む販売に関する問題が取り上げられているが、この点については企業内に保有する技術を、いかにユーザーにとって必要なサービスとして新たに提案できるか、そして

² 「令和3年版情報通信白書」総務省、p.25.

³ 「我が国におけるIT人材の動向」経済産業省

https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_jinzai/pdf/001_s01_00.pdf, 2023.2.20 閲覧.

それをどの様により広範囲のユーザーに拡散していけるかという問題にかかっている。そこでは企画・開発のプロセスこそが重要な視点であり、従来のそれぞれの企業が個々に関連企業から受注するという業務体制のみでなく、新たな発想による持てる資源の活用、企業間の連携による新たな商材の開発などがそのベースになければならない。そこで、企業間の壁を取り払うプラットフォームづくりとそこから可能となる様々なネットワークの構築が求められる。

表 支障となっている工程等 (2 つまで)

支障となっている工程	県内企業 % (件)	支障となっている工程	県外企業 % (件)
人材確保	54.1 (153)	人材確保	16.9 (11)
販売 (販路拡大含む)	23.0 (65)	販売 (販路拡大含む)	6.2 (4)
開発	11.3 (32)	開発	4.6 (3)
企画/調査	4.2 (12)	その他	-
実証	1.8 (5)	特になし	6.2 (4)
その他	1.8 (5)		
特になし	24.4 (69)		
無回答	7.4 (21)	無回答	72.3 (47)
全体	100.0 (283)	全体	100.0 (65)

5) 販路開拓への取り組み

販路開拓への取り組みとして、これまで取り組んでこなかった「新たな地域への販路開拓」、「新たな業種・業界への販路開拓」、「新たな性質の商品・サービス開発」で、それぞれ取り組んでいると回答した割合は次頁の表のとおりである。これによると、県内企業、県外企業とも取り組んでいる企業は取り組んでいない企業に対して低い数値であるが、県内企業に限って言えば2割から3割程度の企業は新たな地域や業界、あるいは商材の開発に取り組んでいると回答している。

これらのことから、現在の取引関係のみでなく、機会を得て事業を拡大していきたいという積極的な意欲が少なからずあるものと見受けられる。そのため、これらの意欲を実現していく機会を身近なものとしていくために、企業間の交流のプラットフォームの構築をはじめとした支援を検討し、事業拡大の機会と機運を醸成していく活動も必要であると考えられる。

また、新商品・サービス開発のためにどの程度の予算規模で投資しているかという点については、県外企業では回答はなかったが、県内企業については11件の企業が回答しており、平均7千万円の予算を投じている。

これらの新商品、新サービスの開発は、企業にとって競争優位性や販路開拓の源泉であり、後述する取引先企業の選定理由として特徴ある商品の企画・提案力が重視されていることから、これらの活動への支援は県内の産業発展の重要な要素であると言えよう。

表 販路開拓への取り組み

販路開拓への取り組み	県内企業 % (件)	販路開拓への取り組み	県外企業 % (件)
新たな地域への販路開拓		新たな地域への販路開拓	
取り組んでいる	28.6 (81)	取り組んでいる	9.2 (6)
取り組んでいない	64.0 (181)	取り組んでいない	18.5 (12)
無回答	7.4 (21)	無回答	72.3 (47)
全体	100.0 (283)	全体	100.0 (65)
新たな業種・業界への販路開拓		新たな業種・業界への販路開拓	
取り組んでいる	28.3 (80)	取り組んでいる	9.2 (6)
取り組んでいない	65.7 (186)	取り組んでいない	18.5 (12)
無回答	6.0 (17)	無回答	72.3 (47)
全体	100.0 (283)	全体	100.0 (65)
新たな性質の商品・サービス開発		新たな性質の商品・サービス開発	
取り組んでいる	20.5 (58)	取り組んでいる	7.7 (5)
取り組んでいない	71.7 (203)	取り組んでいない	20.0 (13)
無回答	7.8 (22)	無回答	72.3 (47)
全体	100.0 (283)	全体	100.0 (65)

6) 研究開発・人材育成投資額について

技術の高度化によって、どのような製品も短期間でコモディティ化する状況にある。したがって、企業成長力のレバレッジとなるものは、新商品・サービス、新技術の開発である。またこれらは、情報通信関連産業の競争力の源泉であり、他社にはない独自性のある新たな商品・サービス、新技術の開発は、企業に競争上の優位性をもたらすものである。そのため、その業務に直接関与する人材の育成も、同じく成長への投資であり、一連の課題としてとらえる必要がある。

研究開発・人材育成への投資額についての質問では、県内企業では売上に対する割合が0~3%未満と回答したものが全体の4割強を占め、3~10%未満では3割弱となっている。

一方、県外企業のこれらへの投資状況を見ると、回答のあった中では0~5%以内が18.4% (12件)と、売上高の規模に関わらず、最も多くなっている。しかし、県外企業では80%が無回答となっているため、ここでは総務省「情報通信業基本調査」(2021年)との比較で見てみるが、全国では売上高に対し研究開発費は2.9%、能力開発費は0.2%である。これに対し、県内企業では売上高に対し0~3%未満の投資を行っている企業が全体の4割、3~10%未満では全体の3割近くを占めている。このことから、将来への投資意欲は比較的高いと思われる。

さらに、人材育成の方法をそのままコストという面から考えると、主として中小企業が導入しているOJT (On-The-Job Training: 実際の職務現場においてマンツーマンで業務を通じての教育訓練) は、職場の実態に合わせた直接的効果を期待できるが、1人当たりコストは高い。

その中で、大手企業が導入しやすい、OFF-JT (Off-The-Job Training: 外部の専門講師による企業内集合研修や外部スクール、セミナーへの参加等) は、1人当たり教育訓練費は低コストになるという特徴はあるが、中小企業ほど1人当たりコスト負担は重くなることになる。したがって、人材教育ではコスト負担力に課題がある。

表 県内・県外企業の研究開発・人材育成投資額の割合

	全体	研究開発・人材育成投資額が売上高に占める割合									
		0%以上~3%未満	3%以上~5%未満	5%以上~7%未満	7%以上~10%未満	10%以上~15%未満	15%以上~20%未満	20%以上~30%未満	30%以上~	無回答	
全体	348	133	36	13	34	12	8	7	4	101	
	100.0	38.2	10.3	3.7	9.8	3.4	2.3	2.0	1.1	29.0	
区 地 分 域	県内企業	283	122	35	12	34	12	8	7	4	49
	県外企業	65	11	1	1	-	-	-	-	52	
	100.0	16.9	1.5	1.5	-	-	-	-	-	80.0	

表 研究開発・人材育成投資額（参考） 単位：百万円

	ソフトウェア業	情報処理・提供サービス業	インターネット 附随サービス業	合計	投資額対売上高比率
回答企業数 (社)	787	383	149	1,319	
売上高	19,436,098	10,350,155	7,442,249	37,228,502	
研究開発費	701,272	154,910	230,191	1,086,373	2.9%
能力開発費	30,740	21,019	6,670	58,429	0.2%

出所：総務省『情報通信業基本調査』（2021年）アクティビティベースより加工して作成。

7) 従業員のリスキリングについて

企業の成長力は人材によって支えられているので、得られた従業員のリスキリング（re-skilling：人材の再教育や再開発への取り組み）は、人的能力への依存度が高い情報通信関連産業にとって大きな課題である。

従業員のリスキリングへの意識については、1年以内に実施するとしている企業も含めると、6割以上の企業でその必要性を認めていることが推測される。しかしながら、実態としては、企業独自のプログラムを作成する、あるいは外部のプログラムを活用して取り組むといった明確な対策をとっている企業は全体の13%程度であり、そのうちの45%程度は売上規模5億円未満の企業である。次いで従業員個人の意欲に依存している企業が全体の37.1%を占めており、そのうちの60%は売上規模5億円未満の企業である。

このことから、従業員のリスキリングに積極的な対策をとっている企業は比較的小規模な企業が多く含まれていることが見受けられるが、その一方で、これらの対策をまったくとっていない企業が全体の3割に上っており、そのうちの70%が売上高5億円未満の企業となっている。このように、比較的小規模な企業では個人への支援を含めて積極的対策をとっている企業とまったく取り組みの無い（取り組むことができない）企業とに二極化している傾向がある。

さらに売上規模50億円を超える企業においても、現在取り組みがなく、今後も予定していないとする企業が存在している。これは小規模な企業に比して、募集段階で一定以上のスキルを持った人材を確保できている企業が含まれている可能性も考慮できる。

一方、県外企業との比較で見ると、県外企業に無回答数が多いために必ずしも的確な比較はできないが、個人の意欲に依存しているとみられる割合が最も多くなっており、現在実施しておらず、今後も予定はないとする企業がそれに次いでいる。

表 従業員のリスクリング状況（宮城県内）

		全体 % (件)	従業員のリスクリング実施状況				無回答
			会社独自のプログラムを設置または外部のリスクリング関連プログラムを指定して実施している	従業員個人のリスクリングに関する取り組みを支援（eラーニング受講補助など）している	現在特に実施していないが、今後1年以内の実施予定がある	現在特に実施しておらず、今後も実施予定はない	
全体		100.0 (283)	13.1 (37)	37.1 (105)	15.2 (43)	30.4 (86)	4.2 (12)
売上高別	1億円未満	100.0 (96)	10.4 (10)	32.3 (31)	17.7 (17)	37.5 (36)	2.1 (2)
	1～5億円未満	100.0 (75)	9.3 (7)	44.0 (33)	13.3 (10)	33.3 (25)	-
	5～10億円未満	100.0 (12)	25.0 (3)	33.3 (4)	16.7 (2)	25.0 (3)	-
	10～50億円未満	100.0 (26)	23.1 (6)	26.9 (7)	15.4 (4)	26.9 (7)	7.7 (2)
	50～100億円未満	100.0 (7)	14.3 (1)	57.1 (4)	-	28.6 (2)	-
	100億円以上	100.0 (12)	16.7 (2)	50.0 (6)	8.3 (1)	8.3 (1)	16.7 (2)
	無回答	100.0 (55)	14.5 (8)	36.4 (20)	16.4 (9)	21.8 (12)	10.9 (6)

表 従業員のリスクリング状況（宮城県外）

		全体 % (件)	従業員のリスクリング実施状況				無回答
			会社独自のプログラムを設置または外部のリスクリング関連プログラムを指定して実施している	従業員個人のリスクリングに関する取り組みを支援（eラーニング受講補助など）している	現在特に実施していないが、今後1年以内の実施予定がある	現在特に実施しておらず、今後も実施予定はない	
全体		100.0 (65)	3.1 (2)	13.8 (9)	-	9.2 (6)	73.8 (48)
売上高別	1億円未満	100.0 (3)	-	33.3 (1)	-	-	66.7 (2)
	1～5億円未満	100.0 (2)	-	50.0 (1)	-	50.0 (1)	-
	5～10億円未満	-	-	-	-	-	-
	10～50億円未満	100.0 (3)	-	33.3 (1)	-	-	66.7 (2)
	50～100億円未満	100.0 (24)	4.2 (1)	8.3 (2)	-	12.5 (3)	75.0 (18)
	100億円以上	100.0 (33)	3.0 (1)	12.1 (4)	-	6.1 (2)	78.8 (26)
	無回答	-	-	-	-	-	-

8) リスキリングの内容

現在リスキリングに取り組んでいるという企業では、その内容は、県内企業で最も多かったのは情報セキュリティ（50.7%）で、セキュリティに関わる問題は日々複雑化、高度化しており、自社内、取引先の重要な資源を守る上でスキルの更新が不可欠となっている現状を背景として、規模に関わらずこれらへの取り組みが急がれていることがうかがわれる。

次いでプログラミング（47.2%）、プロジェクトマネジメント（39.4%）、データ解析・分析（23.9%）といった、企業それぞれのコア事業に関わるスキルの底上げを目的として、幅広い分野のリスキリングに取り組んでいる。

一方で、県外企業の取り組みにおいても、情報セキュリティ（72.7%）のリスキリング対策が最も高く、次いでプロジェクトマネジメント（54.5%）、システムアーキテクト、プログラミング（各45.5%）となっている。

これらの内、プロジェクトマネジメントが、県内企業、県外企業のいずれにおいても比較的高い比率を占めており、技術者集団を統合しマネジメントするスキルを持ったマネジャー育成のためのリスキリングへの期待が高いことがわかる。

表 県内・県外企業のリスキリングの内容（再掲）

		全体	リスキリングの内容						
			データ解析・分析	プロジェクトマネジメント	情報セキュリティ	デザイン	Web制作	システムアーキテクト	AI
全体		153 100.0	36 23.5	62 40.5	80 52.3	13 8.5	25 16.3	27 17.6	30 19.6
区 地 分 域	県内企業	142 100.0	34 23.9	56 39.4	72 50.7	11 7.7	23 16.2	22 15.5	28 19.7
	県外企業	11 100.0	2 18.2	6 54.5	8 72.7	2 18.2	2 18.2	5 45.5	2 18.2

		全体	リスキリングの内容					
			プログラミング	統計学	コンサルティング	デジタルマーケティング	その他	無回答
全体		153 100.0	72 47.1	9 5.9	16 10.5	24 15.7	19 12.4	5 3.3
区 地 分 域	県内企業	142 100.0	67 47.2	7 4.9	15 10.6	22 15.5	18 12.7	5 3.5
	県外企業	11 100.0	5 45.5	2 18.2	1 9.1	2 18.2	1 9.1	- -

9) リスキリングに取り組む理由

リスキリングに取り組む理由としては、県内企業では「従業員のキャリア形成支援のため」（66.2%）が最も高いが、雇用の流動化を背景とした理由とも考えられる。次いで「新事業の展開に必要な人材を育成するため」（54.2%）、「従業員間のスキルの差を平準化するため」（38.7%）、「IT人材の不足に対応するため」（37.3%）と続いている。

これらの理由は、人材不足の要因も大きいですが、企業が将来にわたる成長要因として、従業員全体のスキルの底上げを図るべくリスキリングに取り組んでいることも推測できる。

県外企業についてもこうした傾向は同様である。

表 リスキリングに取り組む理由 (複数回答)

リスキングに取り組む理由	県内企業 % (件)	県外企業 % (件)
新事業の展開に必要な人材を育成するため	54.2 (77)	54.5 (6)
IT人材の不足に対応するため	37.3 (53)	36.4 (4)
外部からのスキル人材の採用・確保が難しいため	24.6 (35)	-
従業員間のスキルの差を平準化するため	38.7 (55)	45.5 (5)
従業員の福利厚生のため	12.7 (18)	18.2 (2)
従業員のキャリア形成支援のため	66.2 (94)	90.9 (10)
その他	5.6 (8)	-
無回答	2.8 (4)	-
全体	100.0 (142)	100.0 (11)

10) リスキリングを実施した効果

実際にリスキングを実施した効果としては、県内、県外企業とも「わからない」とするものが最も多かった。特に県外企業においてはリスキングを実施した11社のうち8社(72.7%)が効果を実感できていないとしており、これは県内企業の35.9%をはるかに上回っている。県内企業においては、「期待通りの効果があった」(30.3%)とする企業の割合も高く、従業員のスキルアップへの一定の効果を実感していると判断される。

しかしながら、県内、県外の企業とも「期待を大きく上回る効果」、「期待を上回る効果」への評価は低い傾向がみられ、「わからない」という評価が高いことと合わせて考慮すると、リスキングへの取り組みにどのような成果を期待するかという期待値の設定が曖昧である可能性も検討しなければならない。また、リスキングへの取り組みが従業員の意志に依存している傾向があることも影響している可能性もある。このようなことから、今後は、リスキングへの取り組みにおいては、明確な目標と成果判定の基準を「見える化」しておくことが望まれ、それらに対応した独自のプログラム開発や、外部プログラムを活用する場合はその選定も重視していく必要がある。

表 リスキリングの効果

リスキングの効果	県内企業 % (件)	県外企業 % (件)
期待以上の効果があった	7.7 (11)	9.1 (1)
期待通りの効果があった	30.3 (43)	18.2 (2)
期待を下回った・効果はなかった	19.7 (28)	-
わからない	35.9 (51)	72.7 (8)
無回答	6.3 (9)	-
全体	100.0 (142)	100.0 (11)

11) リスキリングを実施していなかった理由

一方、これまでリスキングへの取り組みをしてこなかった理由として、県内企業129社、県外企業6社の回答では、いずれも業務の多忙を最も多くあげている。次いで、事業内容から新たなスキルを必要としていないと感じている企業も多く存在している。また、一定数あげられているリスキング人材の評価方法の問題についても同様の意識があると判断される。

これらの意見は、県全体の情報通信関連産業の発展を考える上では、個々の企業が主体的に業容拡大に意欲を持つことが求められるポイントであるといえよう。また、県内企業に限って言えば、3番目に、費用面では対応できないとする理由が多くあげられており、これらについても行政を巻き込んだ対策を講じる余地があるものと判断される。また、リスキングの実施率をあげるには、時間不足、適用する事業の不足についても、業界全体に啓発すべき項目として検討していく必要がある。

さらに、企業が販路開拓、販路拡大して成長していくためには、企業のブランド力を高めることが重要であることが、今回のアンケート結果からも明らかである。そしてそのベースとなるのは、技術力を前提とした精度の高いサービスの提供、新たなサービスの開発とその提案力に

かかっている。その意味で、リスクリングへの支援は重要なキーワードとしてとらえておく必要がある。

表 リスクリングを実施していなかった理由 (複数回答)

リスクリングを実施していなかった理由	県内企業 % (件)	県外企業 % (件)
費用が捻出できない	24.0 (31)	16.7 (1)
業務が多忙である	49.8 (64)	50.0 (3)
リスクリング人材を登用する事業がない	29.5 (38)	33.3 (2)
リスクリング人材の評価方法がわからない	16.3 (21)	33.3 (2)
その他	17.1 (22)	16.7 (1)
無回答	3.9 (5)	-
合計	100.0 (129)	100.0 (6)

12) 新規企業との取引条件で重視すること (1位~3位)

新規企業 (県内企業については県外企業) との取引で重視することについて、最も重視するものから3番目に重視することまでを確認した。この結果を最も重視することを3点、2番目に重視することを2点、3番目に重視することを1点として加重平均した結果が以下の表である。

これによると、県内企業、県外企業とも最も重視することは当該企業の「技術力・精度」であり、次いで重視することは、県内企業では「価格」(18.5%)を重視しているのに対し、県外の企業では「会社としての信用度」(6.2%)であるとしている。3番目に重視する点としては、県内企業が「会社としての信用度」(17.3%)をあげているのに対し、県外企業は「価格」

(5.6%)であるとしている。それぞれの2位と3位の差は僅かではあるが、県内企業にとっては、厳密に言えば価格よりは会社としての信用度を高めることの重要性を認識する必要があることを示していると言えよう。

また、県内、県外の企業がそれぞれ4位にあげている「提案内容・企画力」についても上位にあがっている「技術力・精度」に匹敵する重要な視点であると思われる。

表 新規企業 (県外企業) との取引条件で重視すること (1位~3位)

		県内企業		県外企業	
		加重平均値	100.0%	加重平均値	100.0%
新規企業 (県外企業) との取引で 重視すること	納期	100	5.9	-	-
	価格	314	18.5	22	5.6
	技術力・精度	410	24.1	30	7.7
	提案内容・企画力	214	12.6	10	2.6
	ISO関連の取得有無・取得状況	12	0.7	2	0.5
	同業や他社からの評判	58	3.4	3	0.8
	会社としての信用度	294	17.3	24	6.2
	担当者など人員の対応	107	6.3	5	1.3
	自社からの距離	13	0.8	-	-
	倒産のリスク	25	1.5	4	1.0
	倒産以外のリスク	1	0.1	2	0.5
	その他	8	0.5	-	-
	宮城県外(新規)の企業とは取引を行いたくない	9	0.5	-	-
	無回答	133	7.8	288	73.8

13) 新規受注の際にアピールする内容 (1位～3位)

同じく取引条件で県内企業が新規の取引先にアピールしているポイントについても、1位から3位までを加重平均したところ、最も重視している点は「技術力・精度」(31.4%)であり、次いで「提案内容・企画力」(20.2%)であった。さらに3番目に重視しているポイントは「会社としての信用度」(13.2%)と、県外企業の求める取引条件に概ね合致している。

表 新規受注の際のアピールポイント (1位～3位)

		県内企業	
		加重平均値	100.0%
新規受注の際のアピールポイント	納期	58	3.4
	価格	147	8.7
	技術力・精度	533	31.4
	提案内容・企画力	343	20.2
	ISO関連の取得有無・取得状況	18	1.1
	業界での評判	64	3.8
	会社としての信用度	224	13.2
	担当者など人員の対応	126	7.4
	自社からの距離や利便性	6	0.4
	倒産のリスクがない	15	0.9
	倒産以外のリスクがない	-	-
	その他	13	0.8
	特になし	15	0.9
無回答	136	8.0	

Ⅲ. 宮城県情報通信関連企業の取引構造の分析

ここではⅡ.「情報通信関連産業」分野の現況及び動向の5. 情報通信関連企業のアンケート結果まとめの中で県内企業の回答に絞って詳細を掲載する。

本県情報通信関連企業の取引構造のまとめ

1) 県内情報通信関連企業の概要とアンケート調査対象企業の特徴

総務省「情報通信産業基本調査」(2021年)の調査結果から、県内情報通信関連企業の特徴として以下のとおりよみとれる。ただし、資本規模3,000万円の企業を対象としているため、大企業の数値が含まれている可能性がある。

- ① 従業員規模、売上規模共に中堅規模に位置している。
- ② 東北地域では最上位にある。

一方、今回実施した県内企業のアンケート調査の回答者は、従業員規模300人以下の中小企業が9割以上であり、県内情報通信関連産業の実態が把握できると判断できる。

2) 県内企業の現状のまとめ

県内企業の多くは、システム受託開発をはじめ、外部企業から受託したサービスを中心としている事業形態が一般的である。保有技術は、「クラウド」、「インフラ構築」、「IoT」、「データ分析」、「組み込み」など、受注業務に必要な技術と、もう一方の広告関連の業種に必要な「Webデザイン」、「画像処理」などの技術を有しており、多様な専門性の高い技術の保有が、企業規模の大小にかかわらず競争上の差別化優位となっている。

事業に取り組む上での支障事項では、「人材の確保」が最大の懸念であり、次に「販売」(販路拡大を含む)をあげている。情報通信関連産業の保有するサービスと技術は、高度な専門性が要求され、その品質が企業のブランド力、取引の信用性に関わり、競争優位性の源泉である。そしてこれらが受注確保、販路開拓の手段ともなるので、技能を有する人材の確保は最重要課題である。

このような人材確保の重要性から、「研究開発・人材育成」への関心は高く、特に売上規模が10億円未満の企業では投資意欲も高い。しかし、このような今後の伸びしろのある企業にとっては、事業拡大の元手となる新規分野への進出や販路開拓への取り組みに消極的となる原因として、それに必要な人材の不足感がある可能性もある。

これらに関連して、従業員の「リスクリング」への取り組みでは、必要性を認めているものの、会社が明確な目的をもって取り組んでいる企業は全体の13.1%であり、全体の37.1%が従業員個人の取り組みを支援するという体制である。売上高50億円以上の大規模な企業の場合は、従業員の取り組みを積極的に支援している様子がうかがえるが、比較的小規模な企業であっても従業員のスキルアップについては積極的に支援、または取り組みを行っている。しかし、その一方で、小規模企業の中では、取り組んでいる企業と取り組んでいない(取り組めない)企業とに二極化している状況であり、「リスクリングを実施していなかった理由」から、多忙感とともに、費用の負担がネックになっていることも指摘されている。

「リスクリングの内容」では、県内企業、県外企業ともセキュリティに関するスキルの更新が最も多い。それ以外では、プログラミングやプロジェクトマネジメントをはじめ、取り組む内容は多岐にわたっている。また、「リスクリングに取り組む理由」もキャリア形成をはじめ多様であり、企業の成長要因となるために関心も深い。

このように、県内企業においても関心の高い、あるいは不足感のあるスキルの更新について、リスクリング対策をとっているものの、その効果に関しては、効果があったとするものと効果がわからないとするものに二極化している状況で、県外企業において回答数は少ないながら、「わからない」が7割に上っている。こうしたことから、リスクリングに関しては、取り組む際の目標の明確化と成果の判定基準を「見える化」して実施することなどが求められる。

「新規企業との取引条件で重視すること」では、情報通信関連産業の特性である技術力・精度

を重視しており、県外企業においても同様であるが、県内企業の方が、価格を重視する企業が2番目に多く、提供する製品、サービスや技術への自信や販売価格交渉力のある専門性の高い企業の存在ではなく、競争企業より低価格を提示することで交渉力としている企業が多いとも判断できる。3番目にあげられている「会社としての信用度」は、県外の企業では2番目に重視しており、会社の信用度とは何をもって判断しているかは曖昧なところであるが、少なくとも事業の根幹であるその分野での技術力と提供する製品、サービスの精度や「会社としての信用度」が他社よりも優れていることが、企業規模に関わりなく求められる第一の要件であると考えられよう。

3) 県外情報通信関連企業のアンケート調査の特徴

アンケート調査への回答者は売上規模が50億円以上の企業が9割弱を占めており、比較的大きい企業からの回答となっている。

県内企業と同様に、多くの企業は外部企業からのシステム受注をはじめ、多様なサービスを提供している。しかし、保有技術に対しては、「無回答」が7割強あるため、明確な判断はできないが、回答企業の規模が大きいことから、総合的に技術を有しているものと推測できる。

一方、事業取り組みにあたっての支障事項でも「無回答」が7割強あるものの、回答された内容からは、県内企業と同様、「人材確保」を最大の支障要因としている。

「販路開拓への取り組み」についても無回答が7割強あるが、回答された中では、新たな地域の開拓、新業種・業界の開拓、新商品・サービス開発の取り組みは少ない。「研究開発・人材育成への投資」についても、無回答が約8割あり、回答者の中でも5%未満が最も多い。これは、一件当たりの研究開発の適用効果が大きく、人材開発においてもOFF-JT等、外部委託の教育などが中心であり、売上高に対して投資効率が高いことを示しているとも考えられるが、県外企業の業務内容によっては、業務の幅が限定され、ある分野に特化した事業形態の存在の可能性も否めないところである。

従業員の「リスクリング」についても無回答が7割程度あり、実施している企業でも、従業員個人のリスクリング意欲に依存している状況が強い。「リスクリングの効果」は、企業の状況に応じて多様であるが、その効果に関しては、回答数は少ないものの、「わからない」とする企業が7割以上もある。リスクリングに対する期待度は、必ずしも大きくない状況であると判断される。「リスクリングを実施していなかった理由」については、県内企業と同様、多忙感が5割と多く、人材を登用する事業が不足、評価方法が不明とする意見が多いが、費用の問題をあげているのは1件であり、県内企業に比べて低い。

「新規企業との取引条件で重視すること」についても、7割強は無回答である。回答者の中では、技術力・精度、会社の信用度の順にあげる企業が多い。

4) 県内企業と県外企業を比較した特徴

既に「宮城県内・県外企業アンケート調査のまとめ」の中で、アンケート項目別に一部、県内企業と県外企業を合わせて解説しているが、県内企業、県外企業の特徴を個別に抽出すると以下のようなことがあげられる。

- ① アンケート回答企業は、県内企業は「中小企業」が多く、県外企業は売上規模の大きいものが多く含まれている。
- ② すべての項目で、県外企業の無回答が7割以上であったが、県内企業の回答率は高く、県内の情報通信関連産業の現状として理解できる。
- ③ 「保有技術やサービス」については、県外企業の方が広い範囲で保有している傾向が見られるが、総じて大きな違いは見受けられない。広告等の業種に関連するWebデザインの技術は県内企業で多く保有されている。
- ④ 県内企業、県外企業ともに、人材確保の問題がもっとも課題となっており、県内企業の方が、研究開発・人材育成への関心が高く、投資を行っている。
- ⑤ 従業員のリスクリングに関しては、県内企業の方が必要性を認めており、明確な対策をとっている。しかし、小規模企業に限って言えば、取り組みに二極化が見られ、取り組みへの障害要因として、費用負担の問題が取り上げられているのが特徴的である。
- ⑥ リスクリングに関しては、県内、県外企業とも業種的特性として専門技術性が高いために、幅広い分野で取り組んでいる。

- ⑦ リスキリングの効果は、県内、県外企業とも不明確とするものが多く、専門技術を希望する企業側と、外部に依存するリスキリングメニューとの間に齟齬がある可能性があることも思慮されるが、リスキリング目標の明確化、成果の判定基準の「見える化」等によって解決を図っていくことが望まれる。
- ⑧ 県内企業のリスキリングを促進するには、多忙感や費用の負荷について考慮しなければならない。
- ⑨ 企業のアピールする訴求点は、技術力・精度、提案内容・企画力、会社としての信用度、価格が重視されており、県内、県外企業ともに、マッチしており、この項目をさらに磨くことによって、取引先への訴求力が強化されるため、県内企業、そして将来の誘致企業に対してもこれらの支援が求められる。

IV. 宮城県外情報通信関連企業に対する誘致活動の分析

ここではⅡ.「情報通信関連産業」分野の現況及び動向の5. 情報通信関連企業のアンケート結果まとめの中で県外企業の回答から、誘致の方向性をふまえて以下のとおり内容をまとめた。

1. 企業誘致の意義とメリット

本県では、情報通信関連産業の企業誘致に取り組んでいる。情報通信関連産業は、先端の事業であり、事業形態も明確な区分がしにくい多様な特徴がある。商圏エリアは世界規模で、業務も多様で専門性が高く、将来性が期待される分野である。新たな雇用の創出は、地元の教育機関の新卒採用や都心からのU・Iターンの促進にもつながる。自治体にとっては税収という大きなメリットとともに、長期的には人口増も期待できる。

企業誘致が成功すれば、地元の活性化につながることを期待されることから、国の地方創生の取り組みを背景に、情報通信関連産業に限らず、全国の自治体の企業誘致活動は活発化している。

2. 企業誘致推進の課題

このように、企業誘致が成功すれば、受け入れ側にとっては様々なメリットが享受できると考えられるが、進出企業にとってのメリットが最大限に充足されなければ、誘致活動は難航することになる。取り組みにあたっては、誘致対象企業の事業特性や経営課題をよく理解し、隠れたニーズを見据えた計画的な支援を検討していくことが必要である。

一般的に、進出企業にとっては、

- ①労働力の確保の容易性
- ②既存施設との近接性
- ③補助金・公的支援の有利性

などが立地選定の決め手となりやすいといわれるが、今回の調査結果からもこれらの要件が浮き彫りにされている。

それ以外にも、

- ④ITインフラの整備状況
- ⑤これまでの顧客や取引先とのコミュニケーションの取りやすさ

なども重視される条件であり、また、企業が移動するためのコストや手間などの問題も含め、それらを払拭できるメリットのあることが、企業側の検討材料となるための条件となる。また、労働力の確保についても、地元でIT人材を育てる環境があることなども、長期的な視点からは望まれる条件である。

一方で、このような条件についての整備とともに、本県の魅力やその支援策についての周知が重要である。多くの自治体が独自に企業誘致のためのホームページを開設しているが、それらは互いに情報共有されていると同時にSNSともリンクされており、さまざまな入り口から自らの地域の魅力、施策について発信している。本県についても、こうしたインターネットを通じて情報収集が可能であるが、情報媒体へのアクセスと同時に、その内容についても一層充実していくとともに、他県や他県に立地する企業との双方向のコミュニケーションを、日常的に容易にとれる体制づくりも図っていくことが望まれる。

また、企業の立地の選定には、投資コストとしての地価同様、物流コストの低減、納期の短縮化などの理由から、近接性が優先的な要件にあげられるため、企業誘致には、隣接県等を含む広域連携も検討していかなければならない。

企業の進出地として選定されるには、情報の入手の容易性や各種の許認可手続きの迅速性は大きな効果を発揮する。したがって、いわゆる手続きの「ワンストップサービス」の促進が効果的である。

一方、日本の産業構造上の特性である親子企業関係に加え、とりわけ受発注による事業展開の多い情報通信関連産業においては、大手企業を中心にサプライチェーンを形成した経営形態、業務形態が増大しており、県内企業が、進出企業の下請け、協力企業となる波及効果も期待できる

可能性が高い。そのためには、QCD と称される生産管理の 3 要素にあるような、技術、サービスの品質、適正コスト、迅速な納期を実現できる高度な技術力が求められるため、この点にも着目して、地元企業との交流機会の創出とともに、連携のための支援や地元企業の経営力強化のための支援も行っていく必要がある。

さらに、企業誘致とともに検討すべきことは、既に県内に立地している企業の増設も同様な効果が期待されるところから、それらの支援についても力を入れて継続していく必要がある。

3. 企業誘致の効果をあげるために

1) ビジョンを持った機能的強化支援

国際間でのグローバルな企業誘致に見るように、企業自体も地域間を越えた幅広いエリアでの激しい競争の中でビジネスに取り組んでいる。したがって、事業に取り組むには、①他の組織・団体に優れた「競争力」の強化を前提として、②地域・企業への「求心力・集客力」の強化、③進出企業の生産力・販売力の強化、④その組織の「成長力」の強化、等々の支援が求められる。

2) 競争優位で、独自性の高い戦略的視座

多様な地域で企業誘致が促進されている今日では、単に進出企業の意思に依存するだけではなく、主体的、積極的な対応策に取り組んでいかなければならない。

企業誘致の事例から見れば、リスクを避けるために他地域の先進事例に倣った追随型の政策になりやすい傾向がある。しかし、かつての多くの政策の事例が示すように、追随型の政策は、同質的な取り組みとなりがちである。企業誘致は他地域においても関心の深い取り組みであり、優れた企業の誘致競争が展開されることになる。このなかで、同質的な取り組みは、受け入れ側においての過剰なサービス提供が必要となり、そこに多様な投資も必要となるなど、各事業の相乗効果が得られにくくなるリスクも存在する。

したがって、県の産業ビジョンに沿った、独自性のある、競争優位性を発揮できる戦略的な視座をもって主体的に進めることが重要である。

4. 企業誘致の戦略的展開に向けて

戦略的展開の在り方は、地域産業を取り巻く経済的、社会的要因から、事業としての機会をとらえて、その機会のどの分野、あるいは何を標的として選択して、そこに、地域の限られた独自の資源や強みを適合していくかという思考法である。

したがって、誘致を希望する企業の要望と本県の立地特性、環境、地域資源、産業資源などの地域の特性に適合した誘致企業の選定と誘致活動が求められる⁴。

5. ターゲット（標的業種・業態・企業）の選定とニーズの把握

本県では、産業規模に比して付加価値が高く、産業としての成長性が見込まれる情報通信関連企業を対象に企業誘致に取り組んでいる。

今回のアンケート調査では、県外企業の意向を確認するとともに、県内企業の現状と成長への取り組みという面からも状況把握を行っている。県外企業に対して、本県内への新增設、移転を検討する可能性があるかどうかを確認したところ、1 件が「検討対象となる可能性がある」としており、移転先は仙台市と回答している。具体的な移転計画についての質問では、今後 2 年以内に検討しているとする回答が 5 件（7.7%）あり、将来的な計画とするものも 1 件（1.5%）存在する。

理由については、「事業所の狭隘・老朽化」に関するものが 2 件（3.1%）、「賃借料・税負担等の軽減を求めている」ものが 2 件（3.1%）、「分散施設の集約」と「事業拡大・市場開拓」がそれぞれ 1 件（1.5%）あり、「その他の理由」が 3 件（4.6%）であった。

⁴ 前田進（2013）『商店街の価値共創（co-creation）と再構（re-creation）に関する一考察：地域資源による商店街の価値共創と資源ネットワークによる商店街の再構へのアプローチ』、日本経営診断学会論集 13、1-36。

また、事業所の新增設・移転の際に重視する自治体の施策では、「税制優遇や助成金の存在」(38.5%)がもっとも多く、次いで、「人材確保の支援」(18.5%)、「地域企業との交流機会の提供」(12.3%)となっている。

本県の立地環境が県外の企業にとって魅力的となるためには、前項で確認した事柄も合わせて様々な対策を講じていく必要があるが、求められる条件は本調査の結果からも明確である。企業の求めるそれぞれの条件を一对一の対策としてだけでなく、ひとつの課題をクリアすることで複合的な課題解決となる施策を検討していくことが望まれるところである。

一方、調査結果からは、県内に既に立地している企業の新たな事業拡大への意向も2~3割程度は確認されており、新たな分野への拡大などの支援を検討することが期待される。

また、核となる大規模企業の誘致は効果的であるが、ベンチャー企業といわれる将来性のある企業を発掘して、条件を整えて誘致していくという展開も重要である。

6. フォローアップシステムの充実

企業誘致は、意欲をもって、積極的に事業展開を試みる企業との出会いの機会である。しかも、県内取引を増大させるなど地域内に二次的な効果も誘発する。企業が地域に定着し、発展していくことは大きな効果をもたらすものである。

企業誘致が成功するか否かは誘致後のフォロー体制にもかかっている。進出企業の状況やニーズに応じた、競争力、集客力、販売力、成長力の強化に向けた継続的な支援が求められる。誘致活動の成功は、進出企業が新たな地域の制度や社会・文化に溶け込むところまで続くと考えなければならない。そのため、企業誘致そのものを目的とするのではなく、進出後のフォローアップシステムを充実していくことが非常に重要である。

V. 企業誘致に向けたワークショップの開催

開催概要

以下のとおり、開催した。

- ・ワークショップ名称
宮城県情報通信関連産業・立地振興ワーキンググループ
宮城県事業「令和4年度地域経済構造分析推進業務事業」

- ・開催日時
2023年2月10日（金） 14：00～16：00

- ・議事
①宮城県情報通信関連産業の現状について
②宮城県で事業を行うにあたっての、疑問・課題について
③リスクリングについて

VI. 分析内容説明会開催

開催概要

以下のとおり、開催した。

- ・分析内容説明会名称
地域経済分析システム等を活用したデータに基づく産業振興研修会

- ・開催日時
2023年3月22日（水） 14：00～16：00

- ・内容
①事業の背景
②情報通信関連産業とは
③RESASによる情報通信関連産業の分析
④令和4年度地域経済構造分析推進業務実施報告

VII. 資料

調査票

< 県内企業向け調査 >

ここにバーコード印字	宮城県情報通信関連企業動向調査 調査票 (宮城県内に本社・事業所がある企業向け)
インターネットでご回答の場合は下記いずれかの方法で以下の ID、パスワードでアクセスの上、ご回答ください。 ① URL (https://kktstr.com/miyagi) を直接入力 ② TSR アンケート と検索いただき、一番上の検索結果 現在実施中のアンケート調査：東京商工リサーチ 内の「宮城県情報通信関連企業動向調査」内の「アンケートに回答する」をクリック ③ 右記 QRコードからアクセス ※ほぼ全てのブラウザに対応しておりますが、Google Chrome でのアクセスを推奨しております。	
ID : ●●●●●●●● パスワード : ●●●●●●●●	
ご記入者	所属・役職 : _____ ご芳名 : _____ 電話番号 : _____ メールアドレス : _____
F1.従業者数	該当の番号に○をつけてください (パート・臨時を含む)。 (貴事業所が本社・本店の場合は全事業所を通じての人数を、支店・工場等の場合は貴事業所のみ的人数をご回答ください) 1. 1人 2. 2~5人 3. 6~10人 4. 11~20人 5. 21~30人 6. 31~50人 7. 51~100人 8. 101~200人 9. 201~300人 10. 301人以上
F2.売上高	貴社の直近年度と、その前年の売上高をご記入ください。 (貴事業所が宮城県に本社・本店がある場合貴社の売上高、本社が県外の場合は貴事業所 (組織) の売上高をご回答ください) 直近年度の売上高 (直近年度 年)、(売上高 円) その前年の売上高 (前年度 年)、(売上高 円)
問1 貴社が保有する製品・サービス等の特徴を教えてください。【いくつでも○】	
1. 業務システム (関連する業務に○を付けて下さい: 会計・受発注・生産・営業・人事労務・その他特殊業務) 2. 販路拡大・広告強化支援 3. 商品力・サービス強化支援 4. 経営判断支援 5. 生産性向上支援 6. セキュリティ強化 7. 組み込みソフトウェア開発 8. システム受託開発 9. 技術者等の人材派遣 10. BPOサービス 11. IDCその他運用サービス 12. ITコンサルティング 13. 人材育成支援 14. コミュニケーション支援 15. 娯楽・コンテンツ制作 16. その他 ()	
問2 貴社が保有する技術について教えてください。【いくつでも○】	
1. AI 2. IoT 3. クラウド 4. ブロックチェーン 5. 組み込み 6. Webデザイン 7. 自然言語 8. 画像処理 9. ロボット 10. ドローン 11. 暗号通信 12. ハードウェア設計 13. 量子計算 14. AR・VR 15. データ分析 16. インフラ構築 17. その他 ()	
1	

問3 貴社の取り組みを進める上で支障になっている工程等があれば教えてください。【2つまで○】

1. 企画／調査 2. 開発 3. 実証 4. 販売（販路拡大を含む） 5. 人材確保
6. その他（ ）
〔上記1～6を選択した場合、支障の内容をお聞かせいただける範囲で教えてください。〕
7. 特になし

問4 貴社の販路等開拓に関する取り組みについて教えてください。【小問ごとに「はい/いいえ」のいずれかに○はいを選択の場合、お聞かせいただける範囲でカッコ内を回答】

- 4-1. これまで展開してこなかった地域に対する販路開拓に取り組んでいる
はい（地域名 ）
いいえ
- 4-2. これまで取引関係がなかった業種・業界に対する販路開拓に取り組んでいる
はい（業種名 ）
いいえ
- 4-3. これまで取り扱ってこなかった性質の商品・サービスの開発に取り組んでいる
はい（検討内容
予算規模 円）
いいえ

問5 貴社における研究開発・人材育成投資額が売上高に占める割合を教えてください。【1つだけ○】

1. 0%以上～3%未満 2. 3%以上～5%未満 3. 5%以上～7%未満
4. 7%以上～10%未満 5. 10%以上～15%未満 6. 15%以上～20%未満
7. 20%以上～30%未満 8. 30%以上～

問6 貴社では従業員のリスキリングを実施していますか。【1つだけ○】

1. 会社独自のプログラムを設置または外部のリスキリング関連プログラムを指定して実施している⇒問7へ
2. 従業員個人のリスキリングに関する取り組みを支援（eラーニング受講補助など）している⇒問7へ
3. 現在特に実施していないが、今後1年以内に実施予定がある⇒問10へ
4. 現在特に実施しておらず、今後も実施予定はない⇒問10へ

問7 リスキリングの内容を教えてください。【いくつでも○】

1. データ解析・分析 2. プロジェクトマネジメント 3. 情報セキュリティ 4. デザイン
5. Web制作 6. システムアーキテクト 7. AI 8. プログラミング
9. 統計学 10. コンサルティング 11. デジタルマーケティング
12. その他（ ）

問 8 貴社がリスキリングに取り組む理由を教えてください。【いくつでも○】

1. 新事業の展開などに必要な人材を育成するため
2. IT 人材の不足に対応するため
3. 外部からのスキル人材の採用・確保が難しいため
4. 従業員間のスキルの差を平準化するため
5. 従業員の福利厚生のため
6. 従業員のキャリア形成支援のため
7. その他 ()

問 9 貴社が従業員に対しリスキリングを実施した効果で最も当てはまるものを教えてください。【1 つだけ○】

1. 期待を大きく上回る効果があった
2. 期待を上回る効果があった
3. 期待どおりの効果があった
4. 効果はあったが期待をやや下回った
5. 効果は期待を大きく下回った
6. 効果はなかった
7. わからない

問 10 貴社がこれまでリスキリングを実施していなかった(実施予定がない場合も含む)理由を教えてください。【いくつでも○】

1. 従業員をリスキリングする費用を捻出できないから
2. 業務多忙などにより従業員にリスキリングさせる時間を創出できないから
3. リスキリング人材を登用できる適切な事業等が社内になから
4. リスキリング人材の評価方法がわからないから
5. その他 ()

問 11 貴社が宮城県外の企業と取引を行う際に、何を重視しますか。宮城県外の企業と取引を行っていない場合は、仮に取引を行うと想定してお答えください。【重視する番号順に 1 位～3 位まで記入】

1. 納期	【順位】
2. 価格	1 位 ()
3. 技術力・精度	
4. 提案内容・企画力	2 位 ()
5. ISO 関連の取得有無・取得状況	
6. 同業や他社からの評判	3 位 ()
7. 会社としての信用度	
8. 担当者など人員の対応	
9. 自社からの距離	
10. 倒産のリスク	
11. 倒産以外のリスク (内容:)	
12. その他 ()	
13. 宮城県外の企業とは取引を行いたくない	

問 12 貴社が取引先から新規受注する際に、特に取引先にアピールしている点はどれですか。

取引先の新規受注を行っていない場合は、仮に今後受注すると想定してお答えください。

【特にアピールしている番号順に 1 位～3 位まで記入】

	【順位】
1. 納期	1 位 ()
2. 価格	
3. 技術力・精度	
4. 提案内容・企画力	2 位 ()
5. ISO 関連の取得有無・取得状況	
6. 業界での評判	3 位 ()
7. 会社としての信用度	
8. 担当者など人員の対応	
9. 自社からの距離や利便性	
10. 倒産のリスクがない	
11. 倒産以外のリスクがない (内容:)	
12. その他 ()	
13. 特になし	

ご多忙のところ、本調査にご協力いただきました皆様に厚くお礼申し上げます。

宮城県では情報通信関連企業の立地支援を目的として、幅広い支援や施策を検討しています。

後日、担当者から詳細なご連絡を差し上げますので、企業立地に関するワークショップへのご参加をお願いする場合がございます。

ご協力いただけますでしょうか。【1つだけ○】

※宮城県内の会議場またはリモートによる意見交換会を想定しております。

1. 協力は可能
2. 協力は不可能

これにてアンケートは終了となります。

ご協力ありがとうございました。

※インターネットでご回答いただいた場合、ご返送は不要です。

問3 貴社の取り組みを進める上で支障になっている工程等があれば教えてください。【2つまで○】

1. 企画／調査 2. 開発 3. 実証 4. 販売（販路拡大を含む） 5. 人材確保
6. その他（ ）
〔上記1～6を選択した場合、支障の内容をお聞かせいただける範囲で教えてください。〕
7. 特になし

問4 貴社の販路等開拓に関する取り組みについて教えてください。【小問ごとに「はい/いいえ」のいずれかに○はいを選択の場合、お聞かせいただける範囲でカッコ内を回答】

- 4-1. これまで展開してこなかった地域に対する販路開拓に取り組んでいる
はい（地域名 ）
いいえ
- 4-2. これまで取引関係がなかった業種・業界に対する販路開拓に取り組んでいる
はい（業種名 ）
いいえ
- 4-3. これまで取り扱ってこなかった性質の商品・サービスの開発に取り組んでいる
はい（検討内容
予算規模 円）
いいえ

問5 貴社における研究開発・人材育成投資額が売上高に占める割合を教えてください。【1つだけ○】

1. 0%以上～3%未満 2. 3%以上～5%未満 3. 5%以上～7%未満
4. 7%以上～10%未満 5. 10%以上～15%未満 6. 15%以上～20%未満
7. 20%以上～30%未満 8. 30%以上～

問6 貴社では従業員のリスキリングを実施していますか。【1つだけ○】

1. 会社独自のプログラムを設置または外部のリスキリング関連プログラムを指定して実施している⇒問7へ
2. 従業員個人のリスキリングに関する取り組みを支援（eラーニング受講補助など）している⇒問7へ
3. 現在特に実施していないが、今後1年以内に実施予定がある⇒問10へ
4. 現在特に実施しておらず、今後も実施予定はない⇒問10へ

問7 リスキリングの内容を教えてください。【いくつでも○】

1. データ解析・分析 2. プロジェクトマネジメント 3. 情報セキュリティ 4. デザイン
5. Web制作 6. システムアーキテクト 7. AI 8. プログラミング
9. 統計学 10. コンサルティング 11. デジタルマーケティング
12. その他（ ）

問 8 貴社がリスキリングに取り組む理由を教えてください。【いくつでも○】

1. 新事業の展開などに必要な人材を育成するため
2. IT 人材の不足に対応するため
3. 外部からのスキル人材の採用・確保が難しいため
4. 従業員間のスキルの差を平準化するため
5. 従業員の福利厚生のため
6. 従業員のキャリア形成支援のため
7. その他 ()

問 9 貴社が従業員に対しリスキリングを実施した効果で最も当てはまるものを教えてください。【1つだけ○】

1. 期待を大きく上回る効果があった
2. 期待を上回る効果があった
3. 期待どおりの効果があった
4. 効果はあったが期待をやや下回った
5. 効果は期待を大きく下回った
6. 効果はなかった
7. わからない

問 10 貴社がこれまでリスキリングを実施していなかった(実施予定がない場合も含む)理由を教えてください。【いくつでも○】

1. 従業員をリスキリングする費用を捻出できないから
2. 業務多忙などにより従業員にリスキリングさせる時間を創出できないから
3. リスキリング人材を登用できる適切な事業等が社内にないから
4. リスキリング人材の評価方法がわからないから
5. その他 ()

ここからは貴社の本社や事業所の新增設・移転についてお尋ねします。

問 11 貴社の本社や事業所の新增設・移転等の予定についてお聞かせください。【1つだけ○】

1. 今後1年程度以内に具体的な計画がある
2. 今後2年程度の期間内で検討している
3. 時期は未定だが将来的な計画がある
4. 計画はない、わからない →問 13へお進みください。

問 12 予定・検討・可能性のある本社や事業所の種類をお聞かせください。【いくつでも○】

1. 本社
2. 開発拠点
3. バックオフィス
4. その他の施設 ()

問 13 お考えになっている新增設・移転の理由をお聞かせください。【いくつでも○】

1. 既存の事業所等が狭隘・老朽化したため
2. B C Pの観点から拠点の分散を図るため
3. 分散施設の集約を図るため
4. 事業拡大・市場開拓のため
5. 人材を確保するため
6. 取引先の意向・関係強化
7. 賃借料・税負担等の軽減
8. その他 ()

問 18 貴社が新規の企業と取引を行う際に、何を重視しますか。

新規の企業と取引を行っていない場合は、仮に取引を行うと想定してお答えください。

【重視する番号順に 1 位～3 位まで記入】

	【順位】
1. 納期	1 位 ()
2. 価格	
3. 技術力・精度	
4. 提案内容・企画力	2 位 ()
5. ISO 関連の取得有無・取得状況	
6. 同業や他社からの評判	3 位 ()
7. 会社としての信用度	
8. 担当者など人員の対応	
9. 自社からの距離	
10. 倒産のリスク	
11. 倒産以外のリスク (内容:)	
12. その他 ()	
13. 新規の企業とは取引を行いたくない	

ご多忙のところ、本調査にご協力いただきました皆様に厚くお礼申し上げます。

宮城県では情報通信関連企業の立地支援を目的として、幅広い支援や施策を検討しています。

後日、担当者から詳細なご連絡を差し上げますので、企業立地に関するワークショップへのご参加をお願いする場合がございます。ご協力いただけますでしょうか。【1つだけ○】

※宮城県内の会議場またはリモートによる意見交換会を想定しております。

- | |
|-----------|
| 1. 協力は可能 |
| 2. 協力は不可能 |

これにてアンケートは終了となります。

ご協力ありがとうございました。

※インターネットでご回答いただいた場合、ご返送は不要です。