

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

ローカルブランディング及び外貨獲得支援事業

2 地域再生計画の作成主体の名称

仙台市

3 地域再生計画の区域

仙台市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

平成7年には983万人であった東北地方の人口は、平成29年には900万人を切り、令和12年には772万人となる見込みであり、急速な人口減少が進んでいる。また、少子高齢化も他地方同様に進んでおり、高齢化率については2040年の推計値で東北6県の全県において、全国平均の高齢化率36.1%を超える見込みとなっている。我が国共通の課題が東北において特に顕著に現れており、その影響で地域を担う人材の不足や中小企業の活性化など多くの課題を抱えている。

経済状況を見ても令和元年上半期には、宮城県内の倒産件数が東日本大震災以降最大となるなど、厳しい状況となっている。また、東日本大震災や台風等による被害など自然災害による被害もあり、経済環境は依然厳しい状況が続く。

その中で、仙台・東北の豊かな産品や魅力ある体験は、域外との取引や誘客に繋がる大きなポテンシャルを持つが、そうした商品やサービスを生み出す企業の大多数が中小企業であり、中小企業一社のみでは首都圏への物流費を負担できない、経営状況の問題により大企業への与信が通らない、大量生産を希望する首都圏企業へは生産数が少ないため取引できないなど、域外での販路開拓にあたり多くの課題を抱えており、商品は良いものの地方の中小企業であるという弱みから取引へと結びつかないことが多く、外貨獲得へつながっていない。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

本市は、東北の中核都市として、県内や東北地方から東京圏への人口流出を食い止めるダムとしての役割を担うとともに、東北や近隣市町村との間の活発な社会移動は、多様な人や知の交流を促し、本市の活力の源泉ともなってきた。東北全体において人口減少と高齢化が急速に進展する中、本市においても、数年後には人口減少に転じることが予想されており、首都圏に集中する経済活力を獲得し、仙台・東北の活性化に繋げていくことが急務である。

仙台・東北には、魅力ある地域産品(「モノ」)や体験(「コト」)に溢れているが、域内での取引・消費が中心となっており、特に中小企業においては域外からの外貨獲得に大きな困難を抱えている。中小企業等の地域企業の外貨獲得の手段として、東北には少ない「地域商社」機能確立して、首都圏等に向けて、仙台市域及び東北の魅力ある商品やサービスを発信し、域外への販路開拓と域内への誘客を図るとともに、地域商社が首都圏の顧客ニーズを域内企業へフィードバックすることにより、単にモノ、コトを売るだけではなく商品自体のブラッシュアップを実施する。このことを通じ、メーカー企業にノウハウが蓄積され、当市域内の企業が外貨を獲得することにより、経済活動の循環が図られる。それにより域内での雇用が増えることで、地域内の定住人口、関係人口を増やし、東北の中心地である当市の活性化及び東北全体の活性化の実現を目指す。

【数値目標】

K P I	現状値 (計画開始時点)	目標値 (2022年度)	達成に寄与する 地方版総合戦略 の基本目標
地域商社機能を通じた商品・サービスの 売上額(千円)	0	85,000	基本目標1
地域商社と連携した企業数(者)	0	100	基本目標1
地域商社により取り扱った新たな商品及 びサービス数(品)	0	450	基本目標1
実店舗来客数(人)	0	100,500	基本目標1

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2 及び 5-3 のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

- まち・ひと・しごと創生寄附活用事業に関連する寄附を行った法人に対する特例（内閣府）：【A2007】

① 事業の名称

地域商社機能を軸としたローカルブランディング及び外貨獲得システムの構築事業

② 事業の内容

仙台及び近隣地域の中小企業者が生み出す魅力ある商品やサービスの域外への販売と、こうした商品等を通じた地域の魅力の発信による域内への誘客による消費拡大を目指し、外貨を獲得する仕組みを構築する。

具体的には、仙台市内の百貨店などの小売り事業者等と連携し、いわゆる地域商社機能を構築し、地域の中小企業が生産する商品を、EC、卸、ギフト等を通じて、域外に販売・発信するとともに、倉庫機能を兼ね備えた実店舗を設け、域外からの誘客による消費拡大を図る。このことにより、前項に記載した個社で負担できない物流費を地域商社が多品種の混載の実施等により解決、与信についても地域商社を通すことで解決、大量生産を希望する企業については企業間連携による委託生産等の社をまたいだ連携を実施することにより解決するなど、個社の中小企業では解決できない課題を地域商社と連携することで解決することができるようになる。

また、仙台を中心とした取り組みとして始めるが、将来的には東北全体の活性化へ貢献することを目指し、他地域と連携した地域製品の発信などにも取り組む。

※ 本事業は、仙台市まち・ひと・しごと創生総合戦略の基本目標①「地域経済の中心である中小企業を活性化し、魅力ある「しごと」をつくり

ます。」の「(1) 地域中核企業への成長促進」の「ウ. 中核人材の育成・ブランド戦略」に位置付けられる事業であり、当該基本目標①のK P Iである「地域ブランド創出事業セレクト商品の売上増加額」、ひいては当該基本目標①の数値目標「本市の事業により生まれた域内の企業間取引件数」の達成にまさに寄与するものである。

③ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標(K P I)）

4の数値目標に同じ。

④ 寄附の金額の目安

16,000千円（2020年度～2022年度累計）

⑤ 事業の評価の方法（P D C Aサイクル）

【検証方法】

毎年度8月に、3月末時点のK P Iの達成状況をまちづくり政策局政策企画課にて取りまとめ、幅広い分野の有識者から構成される仙台市経営戦略会議に報告し、検証結果をまとめる。

【外部組織の参画者】

大学教授、市議会議員、公認会計士、N P O団体理事、労働組合団体役員、民生委員、P T A協議会役員、連合町内会長など

【検証結果の公表の方法】

仙台市経営戦略会議に報告し、メディアや市民にも公開するとともに、ホームページにて、広く情報発信する予定。

⑥ 事業実施期間

2020年4月1日から2023年3月31日まで

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) 中小企業経営基盤強化事業

ア 事業概要

専門家相談、新商品開発支援、バイヤーマッチング、事業承継相談などを通して、中小企業者の経営支援、経営改善を行う。

イ 事業実施主体

仙台市、公益財団法人仙台市産業振興事業団、仙台商工会議所、民間事業者

ウ 事業実施期間

2020年4月1日から2022年3月31日まで

(2) 地元企業成長促進事業

ア 事業概要

外部のプロ人材の活用、地域ブランド構築、デザイナーとの連携による競争力強化支援などを通して、中小企業者の成長促進を行う。

イ 事業実施主体

仙台市、民間事業者

ウ 事業実施期間

2020年4月1日から2022年3月31日まで

6 計画期間

2020年4月1日から2023年3月31日まで