

はじめに

新型コロナの感染拡大により緊急事態宣言が発令された2020(令和2)年4月以降、人々のライフスタイルや消費行動は、行動制限下で「新しい生活様式」に対応し、テレワークなどの「新しい働き方」が拡大するなど、デジタル領域に大きくシフトしました。国内では、デジタル化やデジタルの活用により変革を起こすDX(デジタル・トランスフォーメーション)¹を推進する気運が高まり、産業分野においても新たな価値創出や課題解決の手段の一つとして取組が進められています。

また、人口減少により労働力が不足する中、働く人々がそれぞれの事情に応じた多様な働き方を選択できる社会を目指すことを目的とした働き方改革関連法が2019(令和元)年度から順次施行されており、このうち時間外労働の上限規制については、2020(令和2)年度から中小企業に適用され、2024(令和6)年度からは、建設事業、自動車運転の業務(運送・物流)、医師などに適用されることとなっており、産業によっては工期の遅れ、運賃アップなどのいわゆる2024年問題に対応していくことが求められています。

さらに、2022(令和4)年2月のロシアによるウクライナ侵攻をきっかけとした物価高騰が実質賃金を押し下げており、家計における所得向上と企業における労働力確保に向けて、生産性の向上を通じた実質賃金の上昇が一層重要となっています。

このように、本県産業を取り巻く環境は大きく変化しており、人口減少が進む中で生産性の向上と多様な働き方を実現し、所得向上につなげていくことは、焦眉の急を要しています。

県では、2024(令和6)年度からスタートする「青森県基本計画『青森新時代への架け橋』」において、「若者が、未来を自由に描き、実現できる社会」を2040年のめざす姿に掲げ、その一翼を担う「しごと」を若者が希望をもって自由にチャレンジできる多様性のある安定したものへと進化させていくこととしています。

このため、第2部では、「所得向上と経済成長の実現に向けて」をテーマに、直近の統計データを用いた多面的な分析と全国との比較を通して本県産業の全体像を改めて「見える化」し、めざす姿の実現に向けて本県産業が進むべき方向性について考察します。

第1章では1人当たり県民所得や県内総生産額から本県の立ち位置を確認し、第2章で本県産業の強みや弱み、産業間取引などの産業構造を押さえます。第3章では企業側に焦点を当てて収益性や労働生産性などの企業経営指標や企業活動を分析し、第4章では就業者側に焦点を当てて男女・年齢別の就業状況や新しい働き方の取組状況などについて分析します。これらを踏まえて、第5章において課題整理と方向性について考察を行います。

¹ デジタル化は、デジタルのフェーズが進んでいくこと〔デジタイゼーション→デジタライゼーション〕、DXは、それらを経て新たなビジネスモデルや仕組みの変革をもたらすものと本書では定義します。

[産業分析及びページ構成について]

1 分析方法について

本書における産業分析の考え方は、以下のとおりです。

(1) 産業分類について

- ① 産業分析に当たっては、基本的に日本標準産業分類(平成25年10月改定)の産業大分類により分析を行います。
- ② 県民経済計算及び産業連関表においては、それぞれの産業部門に従って分析を行います。
- ③ 企業経営指標の分析において、製造業については産業中分類でも分析を行います(図表番号末尾に(MI)と表記)。

(2) 分析の対象外とする産業

以下の産業については、図などに特に断りがない限りにおいて、分析の対象外としています。ただし、産業全体を表す場合の「総数」は、公務以外の全ての産業を対象としています。

- ① 就業者数が少なく分析になじまない産業
 - 鉱業、採石業、砂利採取業
- ② 業態が異なり、他の産業との比較になじまない産業
 - 電気・ガス・熱供給・水道業
 - 金融業、保険業
 - 公務
 - 教育、学習支援業のうち学校教育。(産業大分類で「学校教育」と「その他の教育、学習支援等」が分けられている場合に限る。)
- ③ 産業中分類において、特定のおそれや秘匿データがある又は本県に存在していない産業
 - なめし革・同製品・毛皮製造業
 - 情報通信機械器具製造業
 - 航空運輸業
 - 郵便業(信書便事業を含む)

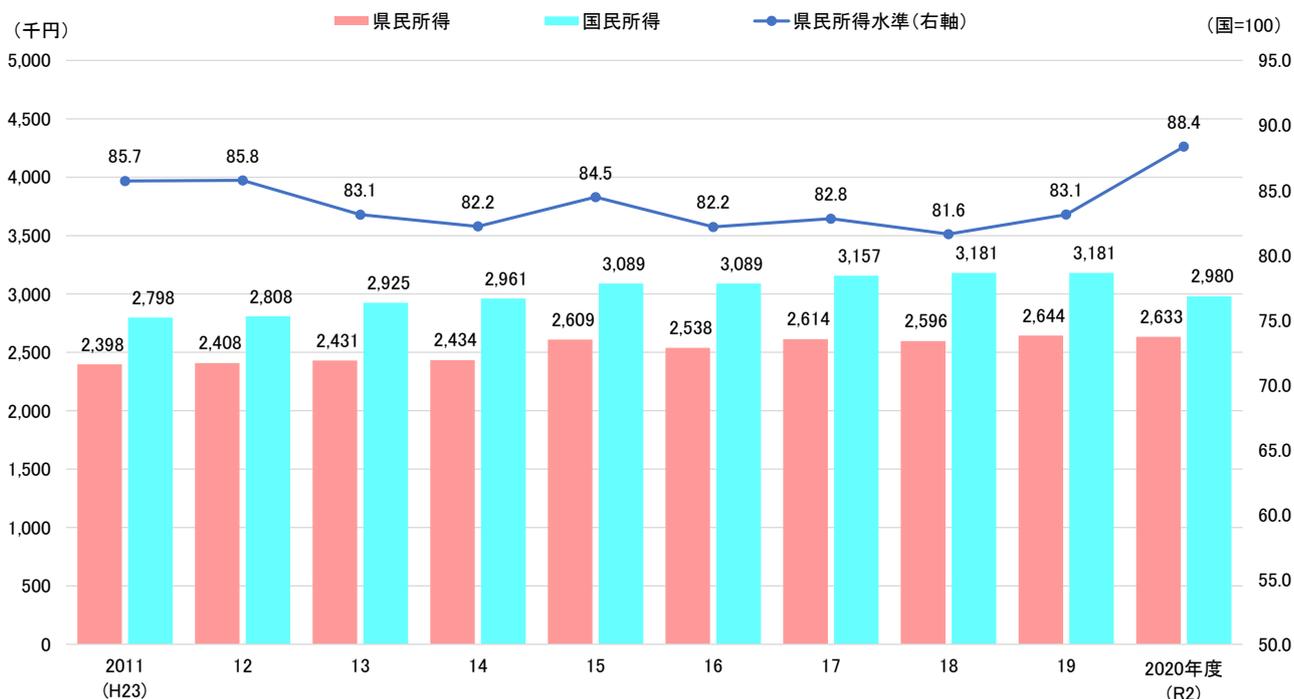
2 ページ構成について

第2部のページ構成については、第1～4章は印刷媒体においても必要なグラフにすぐたどり着けるよう、基本的に1ページあたりの図を1点(関連性の高いものに限り2点)までとしています。

1-1 1人当たり県民所得の分析

本章では、所得向上と経済成長の実現を目指す上で、本県経済の立ち位置を把握することが基本となるため、序論として、県民経済計算の推計結果を用いて本県の「1人当たり県民所得」と「県内総生産」についてみていきます。

図1-1-1 1人当たり県民所得の推移(青森県、全国)



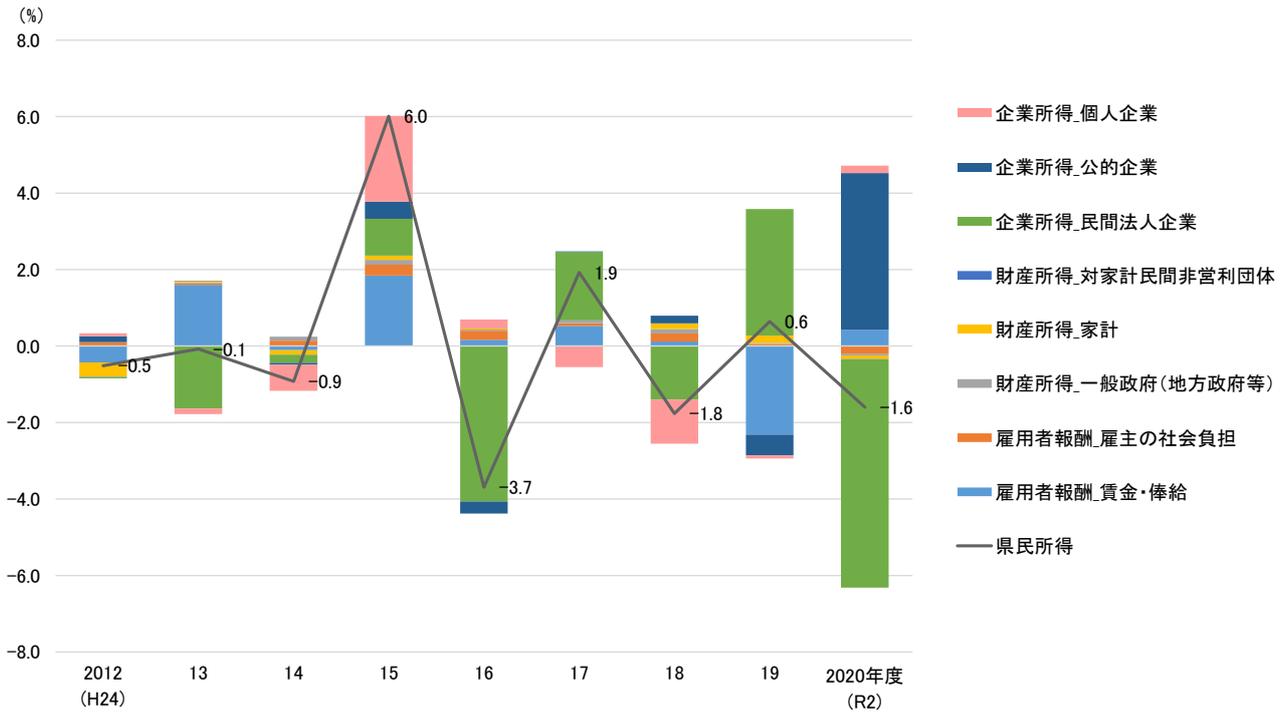
資料) 県統計分析課「令和2年度県民経済計算」、内閣府「令和4年度国民経済計算年次推計」

1人当たり県民所得は、県民所得を人口で割ったもので、地域間の所得格差を測る代表的な指標です。県民所得は、給料や退職金などに当たる雇用者報酬、利子や賃貸料などの財産所得、会社や自営業の営業利益に当たる企業所得を合算したもので、個人だけでなく企業や官公庁などを含めた経済全体の水準を示したものであり、個人の所得水準を示したものではないことに留意が必要です。

はじめに、本県の1人当たり県民所得の推移をみると、2011(平成23)年度以降増加傾向にあり、2019(令和元)年度に2,644千円でピークとなりましたが、新型コロナの感染拡大により2020(令和2)年度は、対前年増加率0.4%減の2,633千円となっています。

一方、全国は対前年増加率6.3%減となっており、それにより全国を100とした県民所得水準は88.4に上昇しています。

図1-1-2 県民所得の項目別寄与度(青森県)

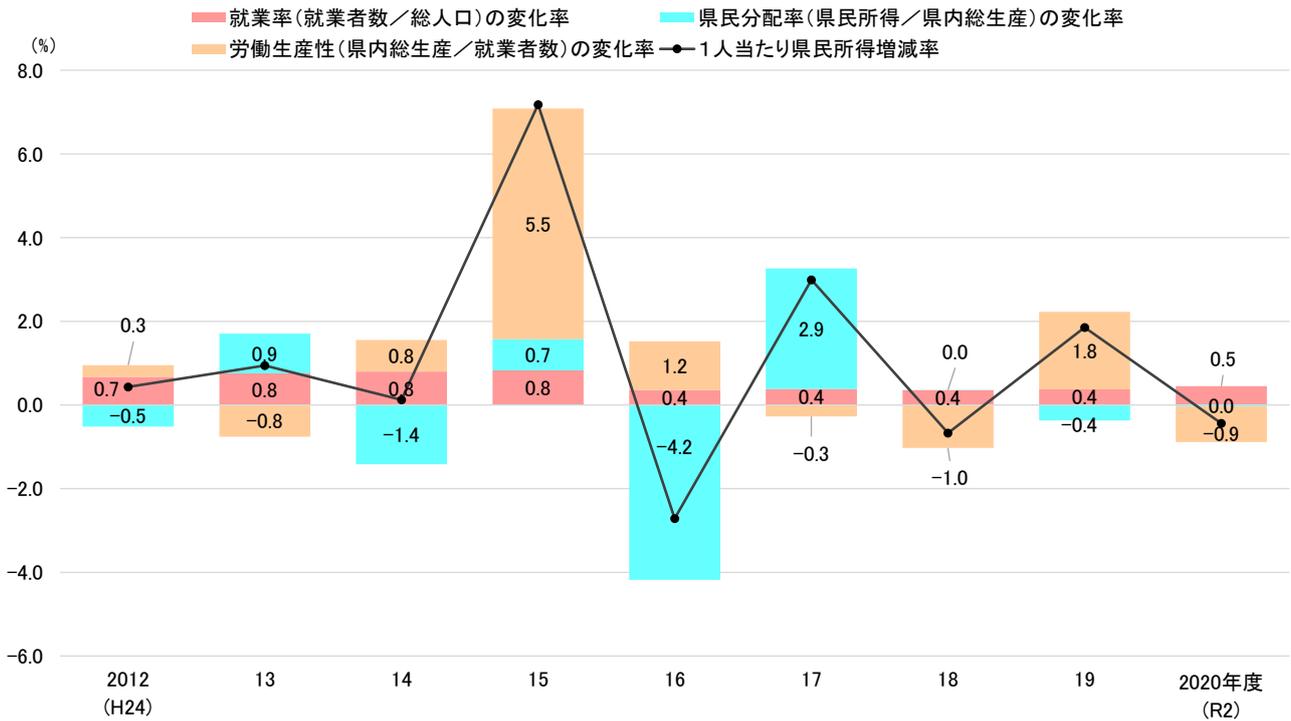


資料) 県統計分析課「令和2年度県民経済計算」

本県の県民所得の増減要因を項目別にみると、企業所得(民間法人企業)と雇用者報酬(賃金・俸給)の寄与度が大きくなっています。

2020(令和2)年度は、企業所得(民間法人企業)が大きくマイナスに寄与した一方で、国の新型コロナ対策関連支出等により企業所得(公的企業)が大きくプラスに寄与しました。その結果として、本県の1人当たり県民所得の対前年増加率が全国のマイナス幅と比べて小さかったと言えます。

図1-1-3 1人当たり県民所得の要因別寄与度(青森県)



資料) 県統計分析課「令和2年度県民経済計算」

図1-1-3は、1人当たり県民所得を次の式により要因分解し、寄与度を表したものです。

$$\frac{\text{県民所得}}{\text{総人口}} = \frac{\text{就業者数}}{\text{総人口}} \times \frac{\text{県民所得}}{\text{県内総生産}} \times \frac{\text{県内総生産}}{\text{就業者数}}$$

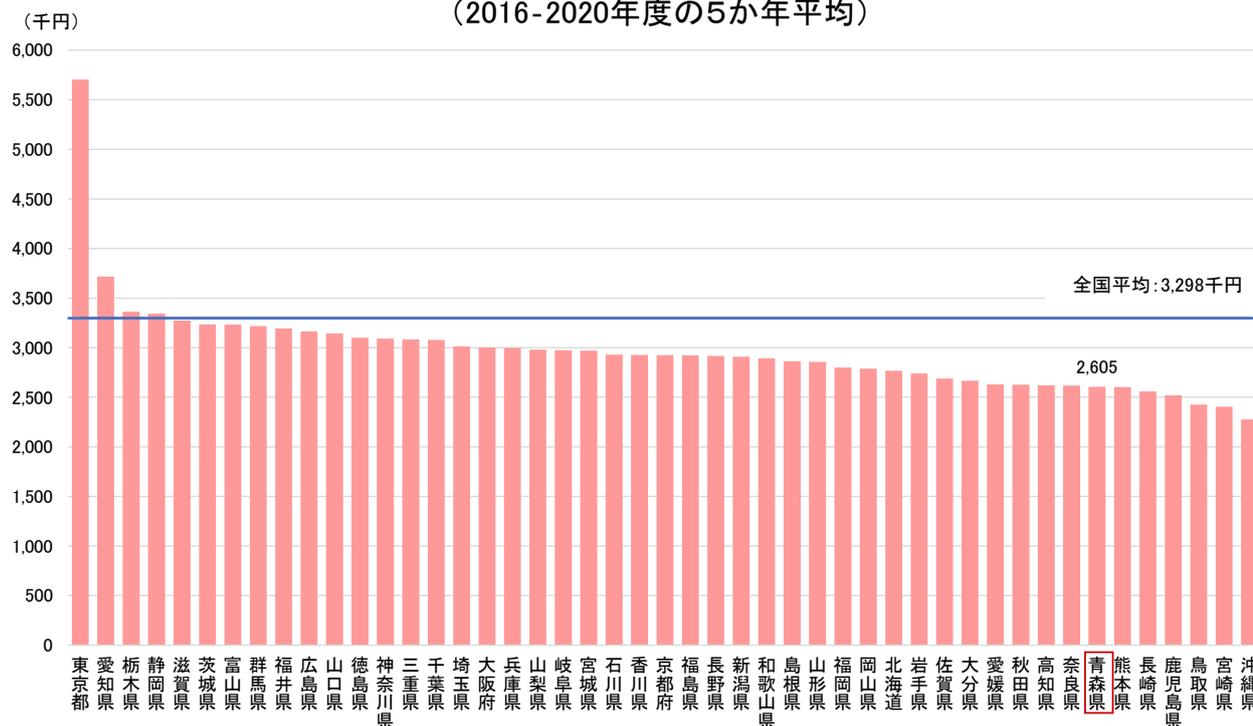
(1人当たり県民所得) (就業率) (県民分配率) (労働生産性)

就業率においては、一貫してプラスに寄与していますが、2016(平成28)年度以降はプラス幅が縮小しており、人口減少、少子化・高齢化の影響が表れてきているとみられます。また、労働生産性においては、マイナス寄与がみられ、就業率と比べて1人当たり県民所得への影響は大きいと言えます。

人口減少、少子化・高齢化が進行する中においては、総人口の減少に比べ生産年齢人口の減少するスピードが速いため、就業者数の減少が就業率の低下にとどまらず、県内総生産を減少させて経済成長の抑制要因となる懸念があります。

このため、就業者数の減少をできる限り抑えていくことが肝要であり、誰もがそれぞれ希望する形で就労を行えるよう多様で柔軟な働き方を実現し、就業率を向上させていくとともに、労働生産性の向上を同時に実現する「働き方改革」が重要です。

図1-1-4 都道府県別1人当たり県民所得
(2016-2020年度の5か年平均)



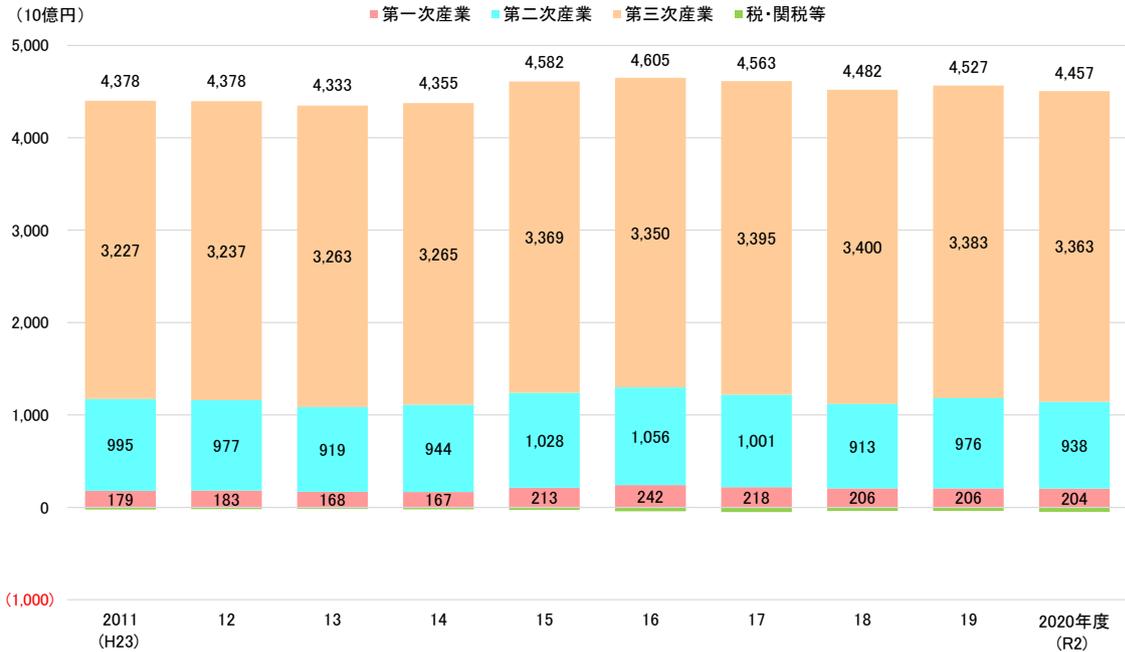
資料)内閣府「県民経済計算(平成23年度-令和2年度)」より県統計分析課において作成

図 1-1-4 は、1人当たり県民所得に対するコロナ禍の影響をある程度軽減するため、2016～2020(令和2)年度の5年間ににおける平均値により、全国の1人当たり県民所得(2016-20年平均)を表したものです。

本県の1人当たり県民所得(2016-20年平均)をみると、2,605千円で全国41位と低い水準にあり、全国平均との差は693千円となっています。

1-2 県内総生産額(名目)

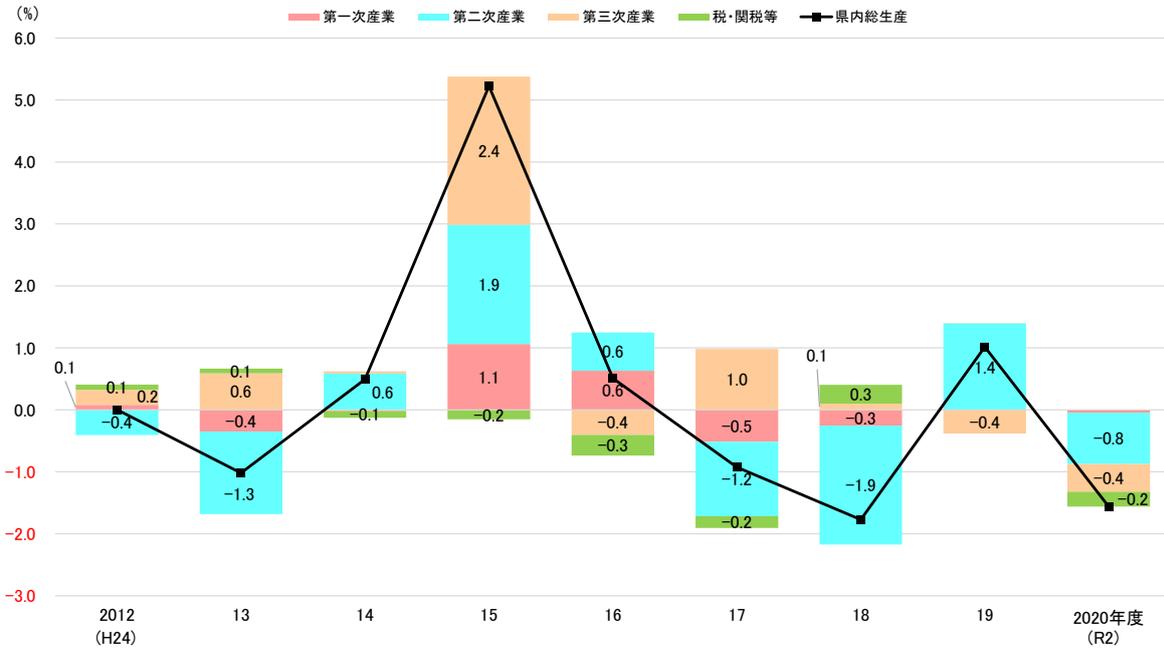
図1-2-1 県内総生産額(名目)の推移(青森県)



資料) 県統計分析課「令和2年度青森県県民経済計算」

続いて、経済成長のベースとなる県内総生産額(名目)をみていきます。2011(平成23)年度からの10年間の推移は、2016(平成28)年度に4兆6,052億円でピークとなり、その後ほぼ横ばいで推移しています。

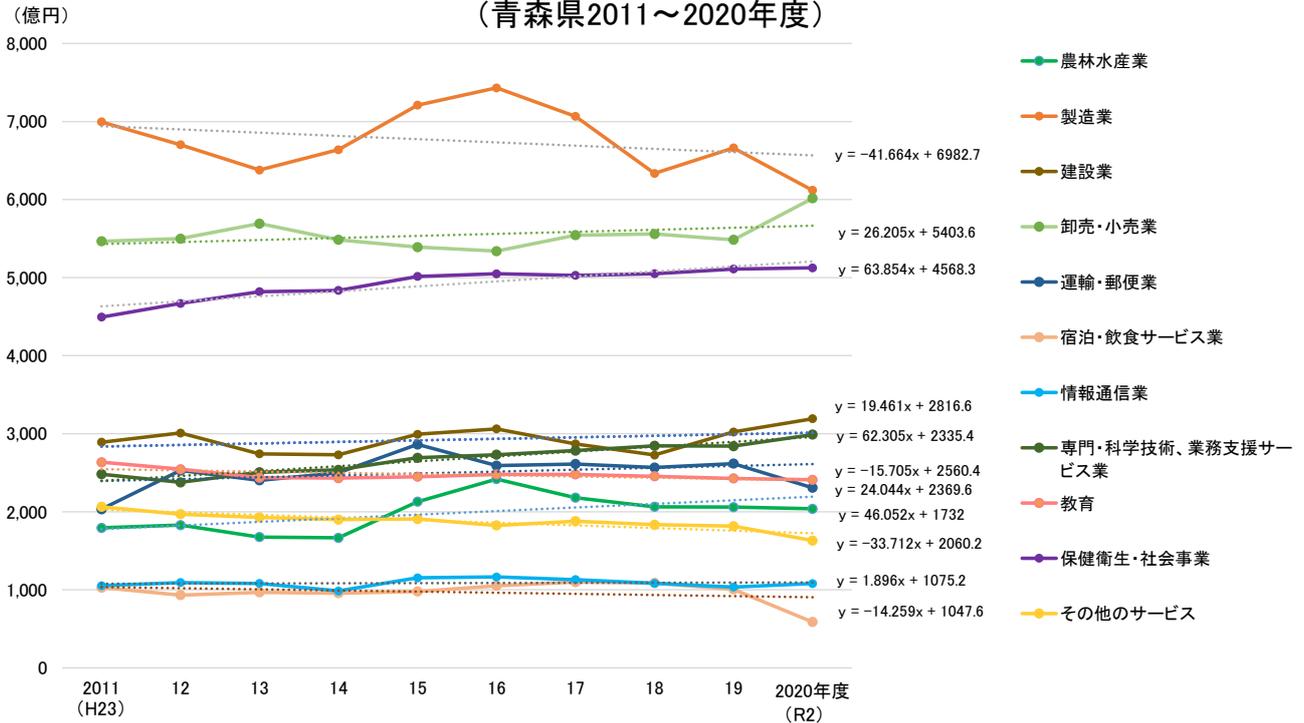
図1-2-2 県内総生産額(名目)の産業三部門別寄与度(青森県)



資料) 県統計分析課「令和2年度青森県県民経済計算」

産業三部門別寄与度をみると、本県は約75%のウェイトを占める第三次産業よりも、約20%のウェイトの第二次産業の寄与度が大きくなっています。

図1-2-3 主な経済活動別県内総生産額(名目)の推移
(青森県2011~2020年度)



資料)県統計分析課「令和2年度青森県県民経済計算」

主な経済活動別県内総生産額(名目)の推移から各産業の特徴をみていきます。

県内総生産額(名目)が最も高い産業は「製造業」となっており、国内外の需要変化等の影響により他産業と比べて増減の変動が大きくなっています。特に2020(令和2)年度は、コロナ禍の影響が大きく、前年度比8.2%減の6,119億円となっています。

2位の「卸売・小売業」は、コロナ禍の巣ごもり需要の拡大などにより2020(令和2)年度は前年度比9.7%増の6,017億円となっています。

次に、10年間で増加傾向にある産業をみると、いずれも2020(令和2)年度において、「専門・科学技術、業務支援サービス業²⁾」が2011(平成23)年度比20.5%増と最も伸びており、次いで「保健衛生・社会事業³⁾」が高齢化を背景に同比14.0%増、「農林水産業」は2016(平成28)年度のピークからやや減少しているものの同比13.7%増、「運輸・郵便業」はコロナ禍の影響を大きく受けていますがEC市場規模の拡大に伴って宅配便取扱実績が拡大していることを背景に同比13.5%増となっています。

²⁾ 研究開発サービス、広告業、物品賃貸サービス業、その他の対事業所サービス業、獣医薬業、(政府)学術研究、(非営利)自然・人文科学研究機関が分類される。

³⁾ 医療・保健、介護、(政府)保健衛生、社会福祉、(非営利)社会福祉が分類される。

一方、10年間で減少傾向にある産業をみると、いずれも2020(令和2)年度において「その他のサービス⁴」が人口減少に加えコロナ禍の影響も重なったことで同比20.9%減となったほか、「教育」が少子化を背景として同比8.6%減となっています。

そのほか、「宿泊・飲食サービス業」は、2019(令和元)年度まで横ばいで推移していますが、コロナ禍の影響が特に大きく表れ、2020(令和2)年度は前年度比41.5%減となっています。「情報通信業」は10年間でほぼ横ばいとなっています。

このように、本県の県内総生産額(名目)は、経済活動別にみると、人口減少、少子化・高齢化、コロナ禍、デジタル化といった様々な社会経済環境の変化が各産業に影響していることがみてとれます。

このため、次章以降の産業構造の分析(第2章)や企業経営指標・活動の分析(第3章)においては、できる限り産業別に特徴や傾向を分析していくこととします。

1-3 本県経済の立ち位置(第1章)のまとめ

本県の1人当たり県民所得は、全国水準と比べて低くなっています。なお、その要因については、次章以下の分析を通してみていくこととします。

人口減少、少子化・高齢化が進む中、1人当たり県民所得を向上させていくには、就業率(労働参加率)と労働生産性の向上を同時に実現する「働き方改革」が重要です。

また、県内総生産額(名目)は、全体ではほぼ横ばいで推移していますが、経済活動別にみると、人口減少、少子化・高齢化、コロナ禍、デジタル化といった様々な社会経済環境の変化により、増加・減少のトレンドが明確に表れており、こうした産業別の特徴を踏まえて所得向上及び経済成長の実現に向けた方向性を検討する必要があります。

⁴ 自動車整備・機械修理業、会員制企業団体、娯楽業、洗濯・理容・美容・浴場業、その他の対個人サービス業、(政府)社会教育、(非営利)社会教育、その他が分類される。

1 金融教育考

青い森信用金庫 地域支援室 室長 畑中 猛志

金融教育元年といわれた2005年から18年が経過した。2022年の金融リテラシー調査（金融広報中央委員会：調査対象18～79歳の個人30,000人）では、金融教育を行うべきとの回答は71.8%だったのに対し、金融教育を受けたと認識している人の割合は全体の7.1%であったという。また、2023年6月の資金循環統計（日本銀行調査統計局）によれば、家計金融資産は2,115兆円に達しているものの全体の52.8%が現金・預金であり、政府が掲げる資産所得倍増プランにおいて「貯蓄から投資へ」を推奨する背景ともなっており、更なる金融リテラシーの向上が求められている。

一方で、今日の日本における金融教育の定義は「お金や金融の様々なはたらきを理解し、それを通じて自分の暮らしや社会について深く考え、自分の生き方や価値観を磨きながら、より豊かな生活やよりよい社会づくりに向けて、主体的に行動できる態度を養う教育」とされ、金融基礎知識や家計管理（収支管理）の重要性、ライフプランとお金との関係性に係る教育のほか、民法改正により2022年4月から成年年齢が18歳へ引き下げとなり、種々様々な金融トラブルが増加しているこの世の中にあって金融教育の早期実施もますます重要となってきた。

弊庫としても、学校側のご理解やご協力をいただきながら、高等学校や大学で金融教育を行っている。カリキュラム作成にあたっては、教本を拝見し基本や考え方から逸脱しないようにしながらも、一方では、現場にいるから感じられることを伝えてこそ、我々のやる意義があるとも思っている。

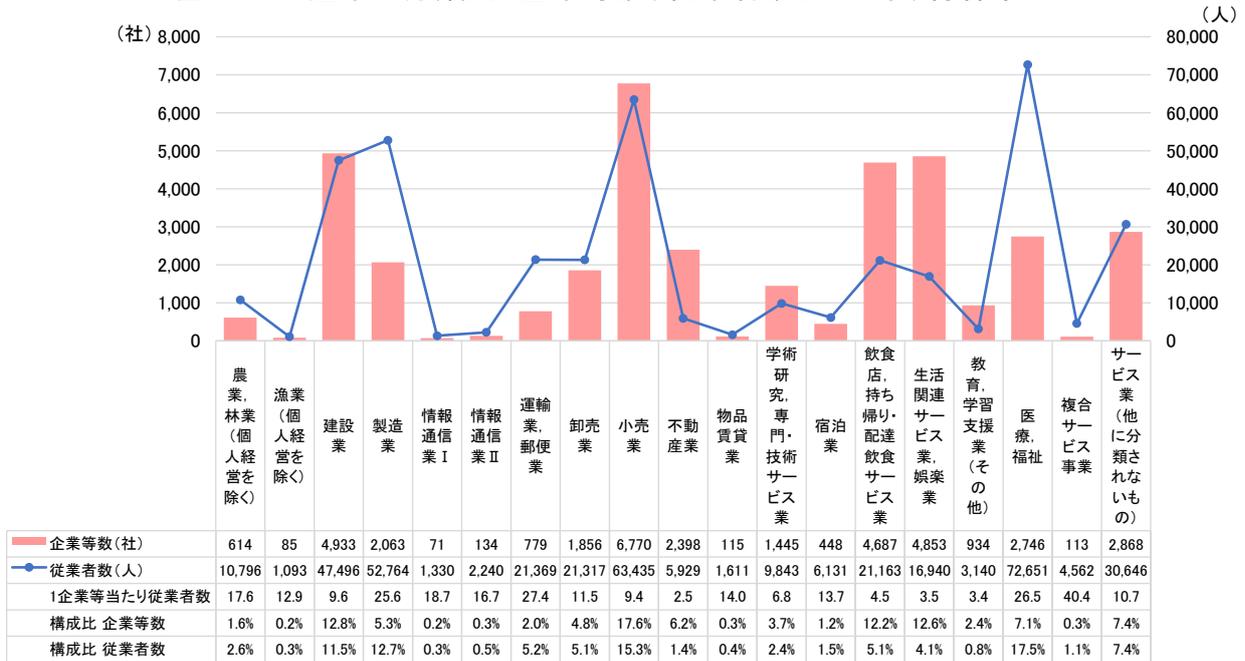
ある生徒から「借入を返せなくなった時はどうすればいいか」という質問があった。「早急に金融機関に現状を伝え、返済方法の見直しなどの相談をしてください」と一応は回答するのだが、続けて「身内に打ち明ける勇気があるか」と問いかけた。これがなかなか簡単ではない。私もその境遇にあったなら、親や妻にだけは知られたくない、何とか自分だけで解決できないか、とまずは思うだろう。しかしこれがよろしくない。よもや解決できたとしても、それはその場しのぎにすぎない可能性があり、やはり腹を割って話し合い、家族一丸となって取り組んでこそ、はじめて収支やライフプランの抜本的な見直しが図られる。家族とは、掛け値なしに最後まで寄り添ってくれるかけがえのない存在なのだと、仕事の中で再認識させられる場面が多くあった。

かくいう私も一頃は教師を目指していた。母校で教育実習もさせてもらったが、実習中にある生徒から受けた質問が忘れられない。「“学校の勉強は社会であまり役に立たない”と言う人がいますが、本当にそうなのですか」・・・しばし悩み、こう答えた。「申し訳ないが、私にもまだ分からない。ただ、その言葉は学問を究めた人が言ってこそ説得力を持つ言葉ではないか。誰が言ったのかは知らないが、それでも私は勉強を続けていく」と。・・・とっさに出た「逃げ」口上だったと、いまでもチクリと心が痛む。あれから社会人となり30年の月日が経った今、もしあの時に戻れるなら、さらにこう付け加えたい。「一方で多くの社会人はこうも思っているぞ“学生の頃もう少し勉強していればよかったなあ”と。この矛盾ともいえる2つの考えをどう捉えればいいのかのだろう。とどのつまり、自分にとってそれが必要であるかないかを決めるのは周りではない、ということなのではないか」と。・・・付け加えてはみたものの、やはりしっくりこない。何とも難しい課題をもらったものだ。

本章では、本県の産業構造を把握するため、産業連関表等を用いて本県産業の「強み/弱み」、産業間取引などについてみていきます。

2-1 企業等数、従業者数の構成

図2-1-1 産業大分類別 企業等数、従業者数(2021年、青森県)



資料) 経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査(企業等に関する集計)」
 ※情報通信業Iは通信業、放送業、映像・音声・文字情報制作業をいう。
 ※情報通信業IIは情報サービス業、インターネット附随サービス業をいう。
 ※教育、学習支援業(その他)は、学校教育を除くその他の教育、学習支援業をいう。

はじめに、令和3年経済センサス⁵を用いて本県産業の企業等数、従業者数をみていきます。

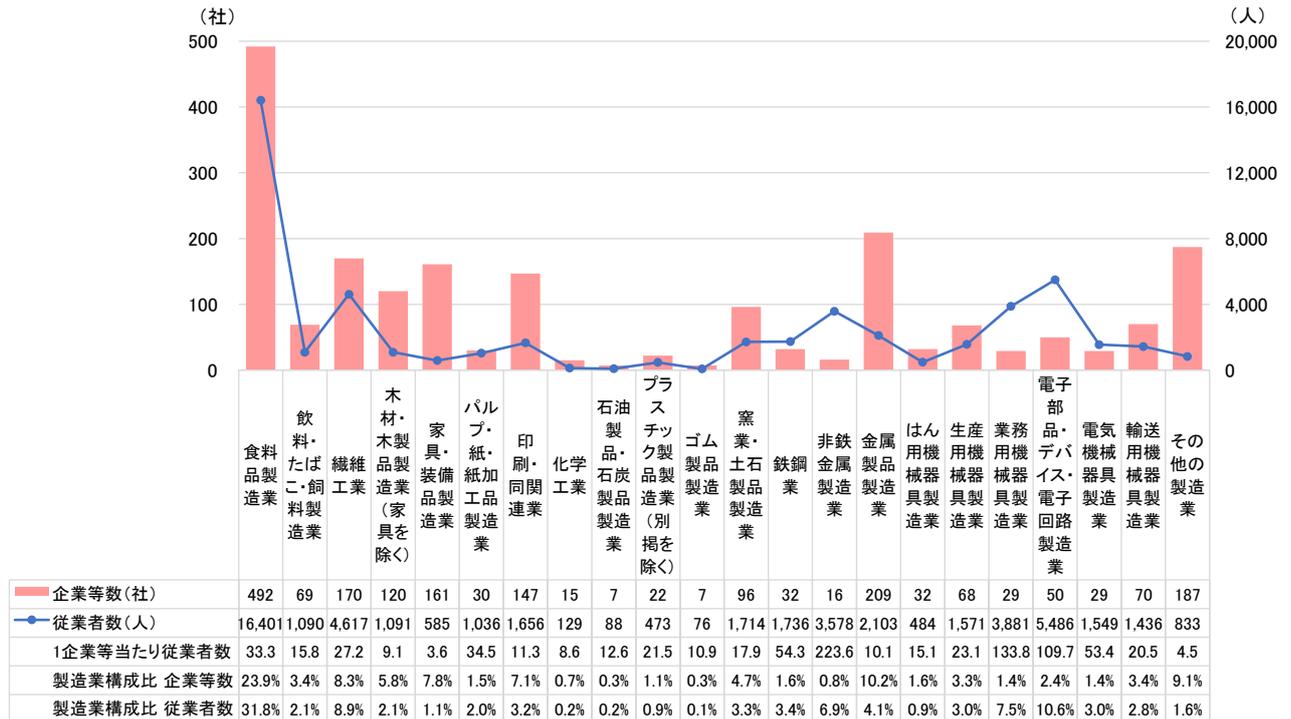
本県の産業別企業等数は、「小売業」が最も多く全産業の17.6%を占めており、次いで「建設業」が12.8%、「生活関連サービス業、娯楽業」が12.6%、「飲食店、持ち帰り・配達飲食サービス業」が12.2%の順で多くなっています。

従業者数は、「医療、福祉」が最も多く全産業の17.5%を占めており、次いで「小売業」が15.3%、「製造業」が12.7%の順で多くなっています。

1企業等当たり従業者数は、「複合サービス事業」が最も多い40.4人で、「運輸業、郵便業」が27.4人、「医療、福祉」が26.5人の順で多くなっています。

⁵ 令和3年経済センサスは、調査は2021(令和3)年6月1日であるが調査事項のうち売上(収入)金額、費用等の経理事項は、コロナ禍の2020(令和2)年1年間の数値であること、また、「農業、林業」及び「漁業」には個人経営が含まれていないことに留意。

図2-1-2(MI) 製造業中分類別 企業等数、従業員数(2021年、青森県)



資料) 経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査(企業等に関する集計)」

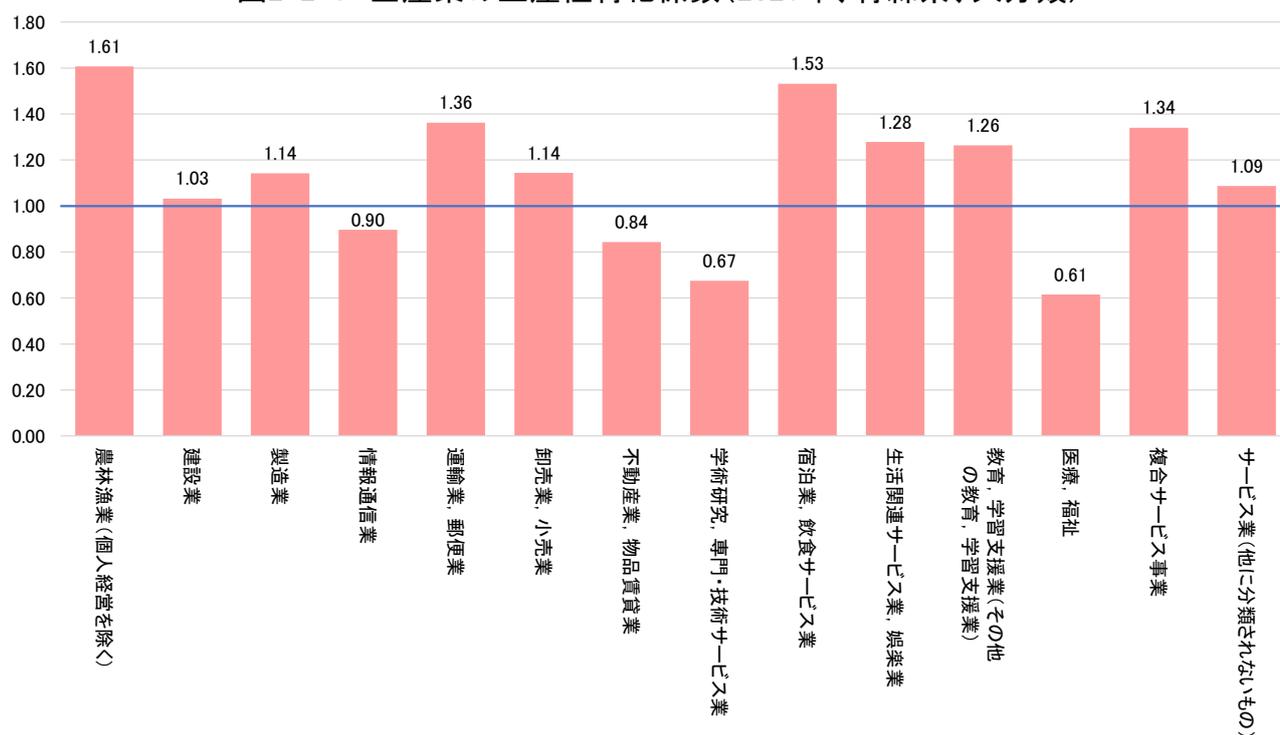
製造業を中分類別にみると、企業等数では「食料品製造業」が最も多く製造業全体の23.9%を占めており、次いで「金属製品製造業」が10.2%、「その他の製造業」が9.1%、「繊維工業」が8.3%の順に多くなっています。

従業員数では、「食料品製造業」が最も多く製造業全体の31.8%を占めており、次いで「電子部品・デバイス・電子回路製造業」が10.6%、「繊維工業」が8.9%の順に多くなっています。

1企業等当たり従業員数では、「非鉄金属製造業」が最も多い223.6人で、次いで「業務用機械器具製造業」が133.8人、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」が109.7人の順に多くなっています。

2-2 特化係数

図2-2-1 全産業の生産性特化係数(2021年、青森県、大分類)



資料)総務省・経済産業省「令和3年経済センサス」から県統計分析課において作成。

※特化係数:青森県の従業者1人当たり純付加価値額構成比/全国の従業者1人当たり純付加価値額構成比(全国=1)

従業者1人当たりの付加価値額構成比の特化係数(以下「生産性特化係数」という。)をみていきます。

生産性特化係数が最も高い産業は「農林漁業(個人経営を除く)」で、そのほか「宿泊業、飲食サービス業」、「運輸業、郵便業」、「複合サービス事業⁶」が高くなっています。

なお、「宿泊業、飲食サービス業」、「運輸業、郵便業」は、従業者の削減等のコロナ禍の影響に留意する必要があります。また、「複合サービス事業⁷」は、農林水産業を背景に農業協同組合等の割合が高くなっているとみられます。

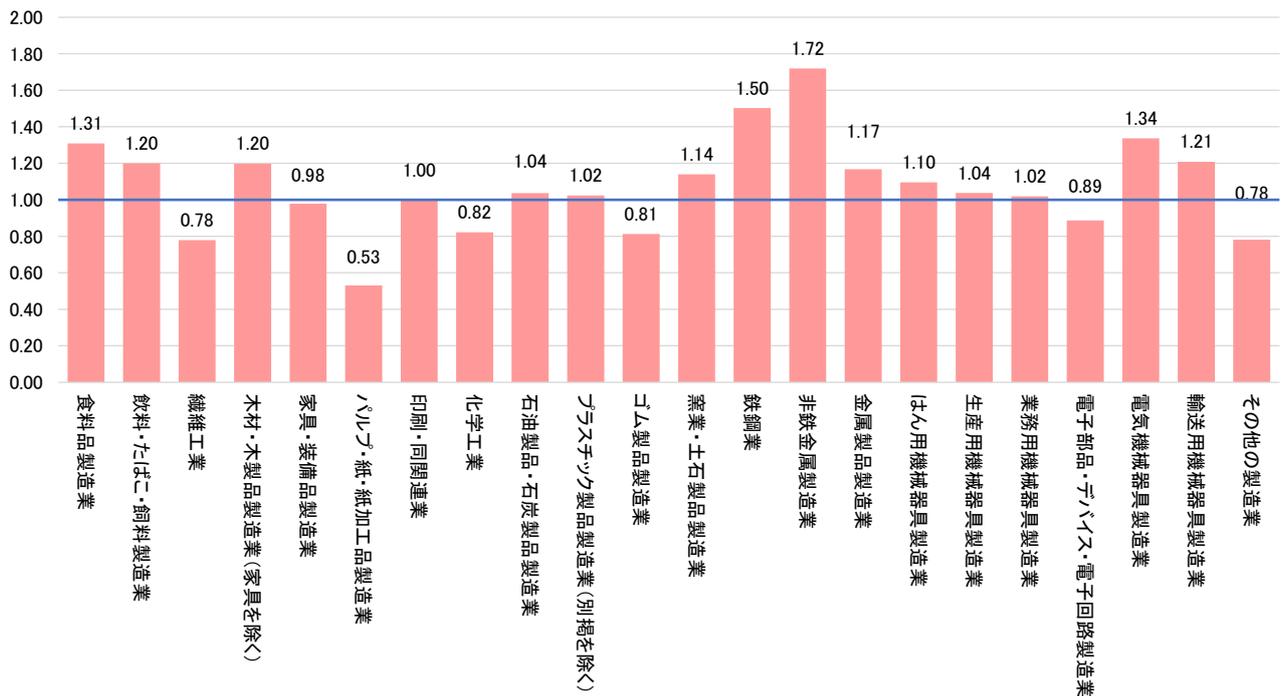
一方、生産性特化係数が低い産業は、「医療、福祉」が最も低く、次いで「学術研究、専門・技術サービス業⁸」等となっています。

⁶ 複合サービス事業には、信用事業、保険事業又は共済事業と併せて複数の大分類にわたる各種のサービスを提供する事業所であって、法的に事業の種類や範囲が決められている郵便局、農業協同組合等が分類される。

⁷ 複合サービス事業には、信用事業、保険事業又は共済事業と併せて複数の大分類にわたる各種のサービスを提供する事業所であって、法的に事業の種類や範囲が決められている郵便局、農業協同組合等が分類される。

⁸ 学術、専門・技術サービス業には、主として学術的研究などを行う事業所、個人又は事業所に対して専門的な知識・技術を提供する事業所で他に分類されないサービスを提供する事業所及び広告に係る総合的なサービスを提供する事業所が分類される。

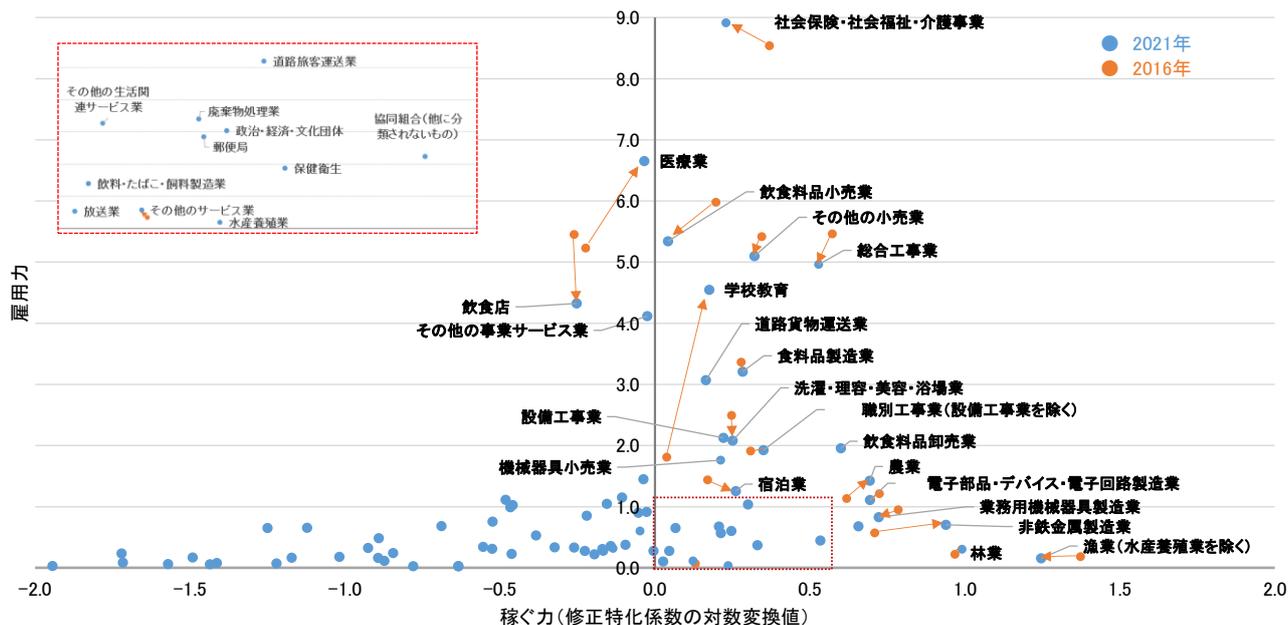
図2-2-1(MI) 製造業の生産性特化係数(2021年、青森県、中分類)



資料)総務省・経済産業省「令和3年経済センサス」から県統計分析課において作成。
 ※特化係数:青森県の従業者1人当たりの純付加価値額構成比/全国の従業者1人当たりの純付加価値額構成比(全国=1)

製造業中分類別で生産性特化係数をみると、「非鉄金属製造業」が最も高くなっているほか、「食品製造業」、「飲料・たばこ・飼料製造業」、「木材・木製品製造業(家具を除く)」、「鉄鋼業」、「電気機械器具製造業」、「輸送用機械器具製造業」が高くなっています。

図2-2-2 稼ぐ力と雇用力(2016年→2021年、青森県)



資料) 総務省統計局「地域の産業・雇用創造チャート(平成28年経済センサス-活動調査)」、県統計分析課「平成27年青森県産業連関表」及び総務省・経済産業省「令和3年経済センサス」から県統計分析課において作成。

※1 修正特化係数がマイナス2以下の産業を表示していない。

※2 修正特化係数又は従業者比率が上位の産業、若しくは2016~21年の変化量の大きい産業については、2016年の分布を加えている。

図 2-2-2 は、稼ぐ力の指標となる修正特化係数⁹を横軸に、雇用力の指標となる従業者比率¹⁰を縦軸にとり、加えて稼ぐ力、雇用力の高い産業を中心に2016-21年の変化を表したグラフです。

第一次産業では、「農業」、「林業」が稼ぐ力、雇用力ともに上昇しています。「漁業(水産養殖業を除く)」は、稼ぐ力が最も高い産業ですが、近年の日本人の魚離れや地球温暖化等による漁獲量の減少などを背景に稼ぐ力が低下しています。

第二次産業では、「非鉄金属製造業」の稼ぐ力が上昇しています。「総合工事業」、「飲食料点小売業」、「業務用機械器具製造業」、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」は、コロナ禍で稼働率の低下や市場変化等の影響により稼ぐ力、雇用力ともに低下しています。

第三次産業では、「学校教育」と「医療業」はコロナ禍で教育需要や医療需要が上昇したことにより雇用力が大幅に上昇している一方、外出控えなどの影響により「飲食店」、「洗濯・理容・美容・浴場業」は雇用力が大幅に低下しています。「宿泊業」は、雇用力がやや低下していますが「Go To トラベル事業¹¹」などの政策効果により稼ぐ力がやや上昇しています。

「社会保険・社会福祉・介護事業」は、コロナ禍における利用控えなどにより稼ぐ力は低下していますが、高齢化を背景に雇用力は上昇し、全産業で最も高くなっています。

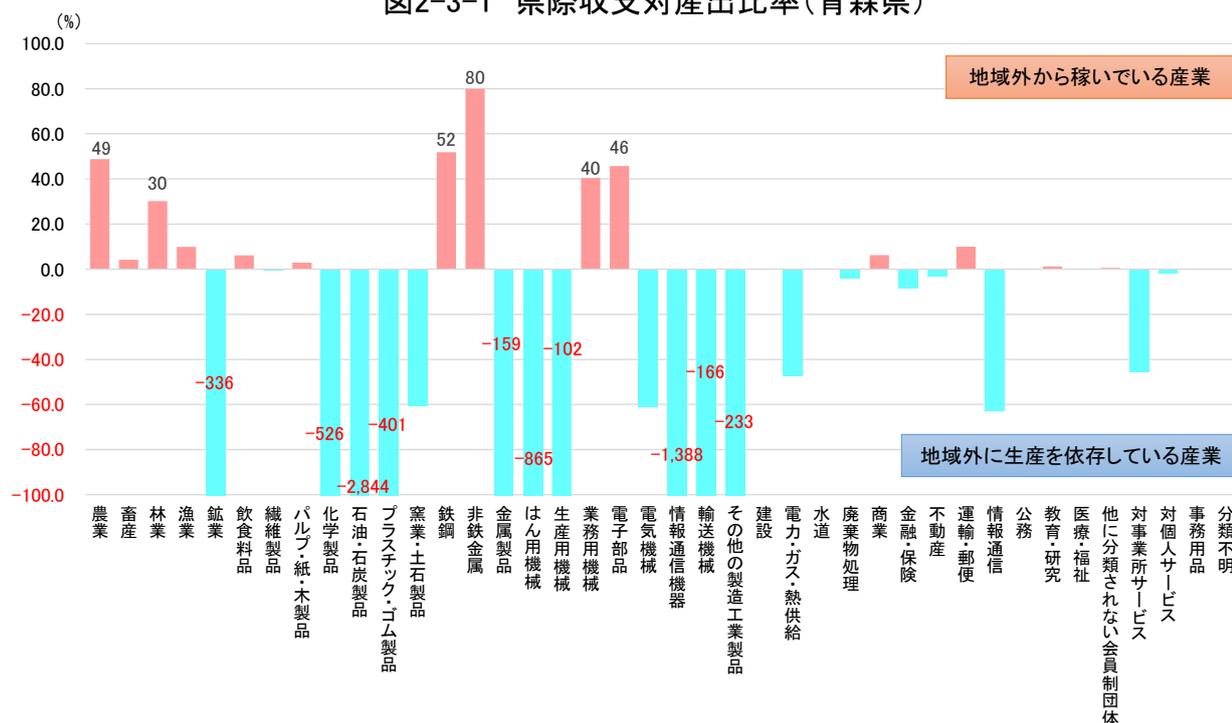
⁹ 修正特化係数とは、当該産業の輸出入(自足率)による補正を行い、世界における相対的な集積度を比較した指標で、修正特化係数の対数変換値が0以上の産業は、修正特化係数が1以上となり、地域外から稼いでいる産業といえる。(修正特化係数=特化係数×自足率(平成27年青森県産業連関表の生産者価格評価表における県内生産額を需要額合計で割った値))

¹⁰ 従業者比率は、当該産業の従業者数÷全従業者数×100により算出。

¹¹ コロナ禍で失われた旅行需要の回復や旅行中における地域の観光関連消費の喚起、「安全で安心な旅のスタイル」を普及・定着させることを目的に2020(令和2)年7月から国内旅行を対象に宿泊・日帰り旅行代金の35%割引などの支援が順次実施された。

2-3 県際収支

図2-3-1 県際収支対産出比率(青森県)

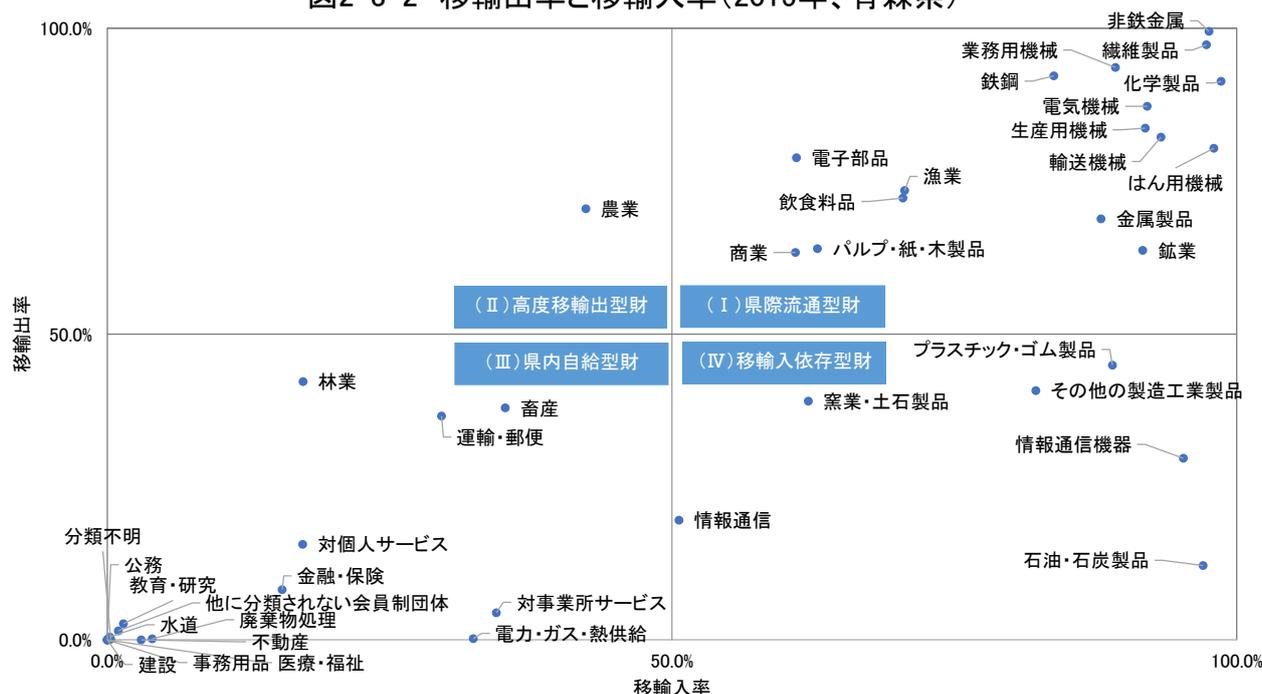


資料) 県統計分析課「平成27年青森県産業連関表」
 ※県際収支対算出比率: (移出額-移入額) / 内産出額 * 100(%)にて算出

ここからは、平成 27 年産業連関表を用いてコロナ禍前の産業構造を様々な角度からみていきます。

はじめに、県際収支対算出比率をみていくと、地域内で消費する以上に生産し、地域外から外貨を稼いでいる産業は、第一次産業の全産業、第二次産業の「非鉄金属」、「鉄鋼」、「電子部品」、「業務用機械」、「飲食料品」、「パルプ・紙・木製品」、第三次産業の「運輸・郵便」、「商業」です。

図2-3-2 移輸出率と移輸入率(2015年、青森県)



資料) 県統計分析課「平成27年青森県産業連関表」

※「移輸出率」は県内生産額に占める移輸出の割合、「移輸入率」は県内需要に占める移輸出の割合を表す。

図2-3-2は、各部門の移輸出率¹²と移輸入率¹³の関係を表したグラフで、それぞれ50%を基準として4つの財・サービスに分類することができます。

第I象限は、県内で生産したものの多くを県外へ移輸出し、県内で需要するものの多くを県外から移輸入していることから「県際流通型財」といいます。例えば、県内で部品を生産し、これらの多くは県外の組立工場へ移輸出され、完成品となって移輸入されるといったものが挙げられ、製造業の大部分と漁業、商業が分類されています。

第II象限は、県内需要に比べて生産額のウエイトが比較的高く、県内需要をある程度満たしながら移輸出のウエイトが高いことから「高度移輸出型財」といい、農業が分類されています。

第III象限は、財・サービスの性質から移輸入、移輸出ともに起こりにくい業種や属地性の強い業種になることから「県内自給型財」といい、第三次産業の大部分、林業、畜産等が分類されています。

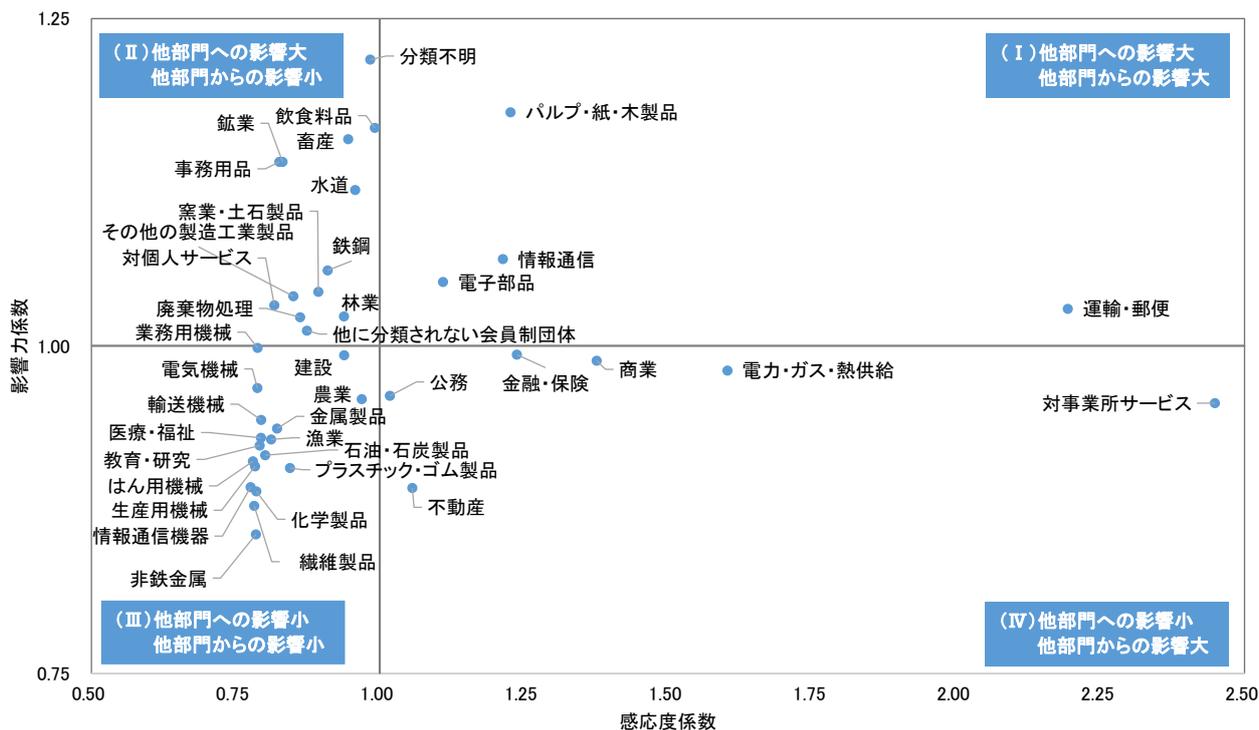
第IV象限は、県内需要はあるものの生産額が小さい業種、県内に天然資源が乏しい業種になることから「移輸入依存型財」といい、天然資源系の製造業や情報通信機器、情報通信が分類されます。各部門の特性にもよりますが、域外からの外貨獲得を伸ばすには、移輸入率を低くし、移輸出率を高めることが有効です。

¹² 移輸出とは、県内で生産された商品が県外へ販売されることであり、国内への移出と国外への輸出からなる。このため、移輸出率は、県内生産額に対する移輸出額の割合を表す。

¹³ 移輸入とは、県外で生産された商品を県内へ購入してくることであり、国内からの移入と国外からの輸入からなる。このため、移輸入率は、県内需要に対する移輸入の割合を表す。

2-4 生産波及効果

図2-4-1 影響力係数と感応度係数(2015年、青森県)



資料)県統計分析課「平成27年青森県産業連関表」

図2-4-1は、各部門の影響力係数¹⁴と感応度係数¹⁵の関係を表したグラフで、県内における生産波及効果の影響度合いをみることができます。

第一次産業は、いずれも他部門からの影響度合いが小さく、「農業」、「漁業」は他部門への影響度合いも小さくなっています。一方、「畜産」、「林業」は、他部門への影響度合いが大きくなっており、特に「畜産」は「飲食料品」との産業間取引が大きいことがうかがえます。

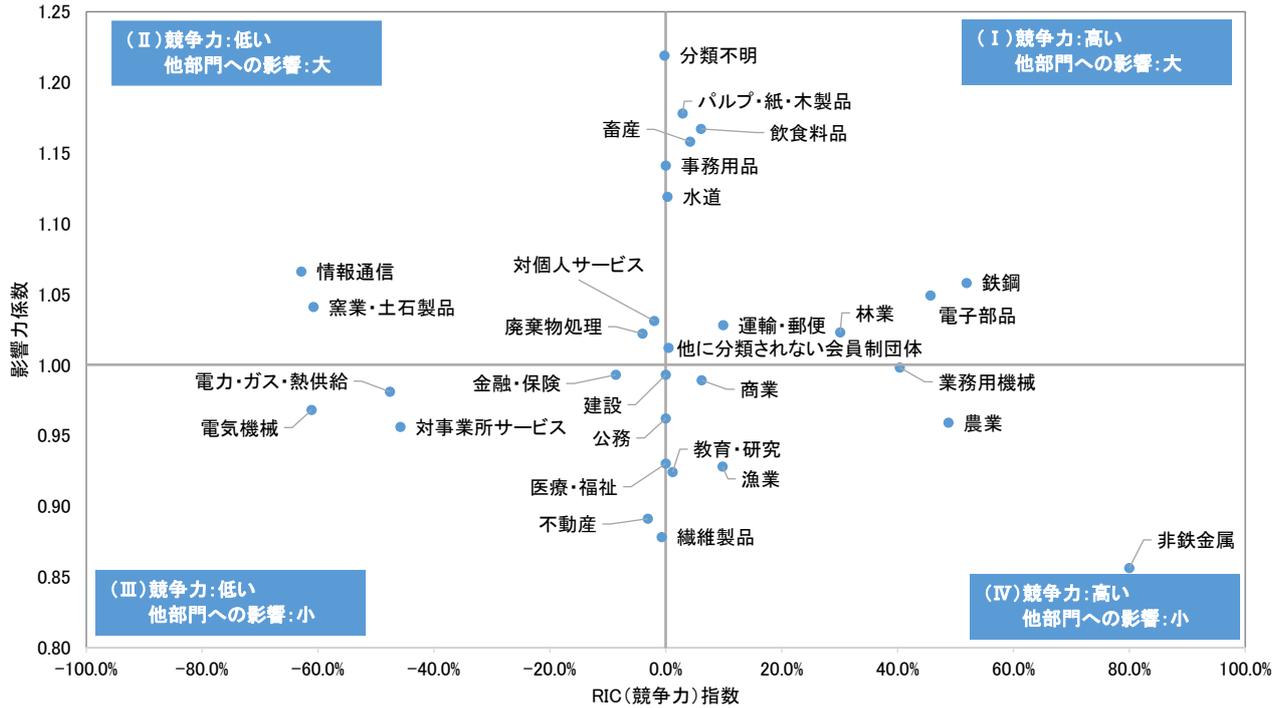
第二次産業は、「飲食料品」、「パルプ・紙・木製品」、「電子部品」が他部門への影響度合いが大きく、「パルプ・紙・木製品」、「電子部品」は他部門からの影響度合いも大きくなっています。

第三次産業では、「運輸・郵便」、「対事業所サービス」、「商業」などが他部門からの影響度合いが大きくなっています。

¹⁴ 影響力係数とは、どの部門に最終需要があった場合に産業全体に強い生産波及の影響を与えることができるかという影響力を表す指標で、その係数が1を超えるほど生産波及が大きく、域内での循環生産の度合い(=密接度)が高くなる。

¹⁵ 感応度係数とは、各部門にそれぞれ1単位の最終需要が発生した場合に、どの部門が最も強い影響を受けることになるかを表す指標で、その係数が1を超えるほど他の産業からの影響を受けることになる。

図2-4-2 影響力係数とRIC指数(2015年、青森県)



資料) 県統計分析課「平成27年青森県産業連関表」
 ※RIC指数: (移輸出額 - 移輸入額) / 県内生産額 * 100により算出。マイナス100%超の業種は表示していない。

図2-4-2は、各部門の影響力係数と競争力を表すRIC指数¹⁶との関係を表したグラフです。

競争力が高い部門(第I象限、第IV象限)においては、県内における産業間取引を拡大させて付加価値を高めていくことが考えられ、例えば、「農業」、「漁業」と「飲食料品」との産業間取引を高めていくことが重要です。

他部門への影響力が強い部門(第I象限、第II象限)においては、競争力を高めていくことが有効であり、例えば、新商品開発やブランド形成などにより「飲食料品」の競争力を高めたり、デジタル化やDXの取組を拡大させることで「情報通信」の底上げを図ることなどが考えられます。

¹⁶ RIC指数とは、競争力のある産業はより多く地域外に移輸出していると考え、地域外への移輸出から地域外からの移輸入を差し引いた域際収支(ネットの移輸出)に着目し、地域内生産額に対して県際収支がどの程度の大きさかを示した指数。RIC指数が大きくなるほど対外的競争力があるとみることができる。

表2-4-3 影響力係数・感応度係数・生産シェア順位(2015年、青森県、全国)

2015年	青森県						全国								
	部門	影響力係数	順位	感応度係数	順位	生産額 (百万円)	生産シェア	順位	影響力係数	順位	感応度係数	順位	生産額 (百万円)	生産シェア	順位
農林漁業		#N/A		#N/A		426,841	0.051708	10	1.01026	19	0.858539	19	12,887,622	0.01266201	22
鉱業	1.140602	4	0.83147	21	18,567	0.002249	32	0.974293	22	0.616348	31	847,915	0.00083307	37	
飲食料品	1.166547	3	0.99161	11	469,869	0.056921	7	1.107423	6	0.866508	17	38,340,649	0.03766944	12	
繊維製品	0.877865	35	0.782305	34	60,493	0.007328	20	0.94386	26	0.657103	29	3,586,000	0.00352322	35	
パルプ・紙・木製品	1.178425	2	1.22674	6	154,172	0.018677	17	1.127075	5	1.340074	8	11,953,629	0.01174436	23	
化学製品	0.888849	34	0.786109	31	30,323	0.003673	30	1.089006	9	1.425355	6	28,006,932	0.02751663	14	
石油・石炭製品	0.91644	28	0.801284	25	5,891	0.000714	35	0.664006	37	1.073498	11	16,834,612	0.0165399	17	
プラスチック・ゴム製品	0.906703	31	0.844404	20	13,613	0.001649	33	1.09583	7	1.158925	9	13,997,987	0.01375293	20	
窯業・土石製品	1.041337	10	0.893729	16	38,726	0.004691	26	0.945928	25	0.768289	20	6,310,618	0.00620014	29	
鉄鋼	1.057625	8	0.909853	15	149,308	0.018087	18	1.392897	3	2.109189	2	27,342,722	0.02686405	15	
非鉄金属	0.856004	36	0.785122	32	362,577	0.043923	12	0.999369	20	1.040784	13	8,806,635	0.00865246	27	
金属製品	0.936849	25	0.821841	23	34,625	0.004195	27	1.137873	4	0.903461	15	11,736,949	0.01153148	24	
はん用機械	0.911766	29	0.780087	35	5,098	0.000618	36	1.095575	8	0.735453	22	10,458,558	0.01027547	25	
生産用機械	0.907895	30	0.783637	33	30,572	0.003704	29	1.071537	11	0.683843	27	16,704,923	0.01641248	18	
業務用機械	0.998474	16	0.78811	29	118,196	0.014318	19	1.030321	15	0.631975	30	6,903,300	0.00678245	28	
電子部品	1.048752	9	1.109841	8	200,053	0.024235	15	1.026357	16	1.019865	14	13,536,084	0.01329912	21	
電気機械	0.967742	21	0.78796	30	52,591	0.006371	21	1.074946	10	0.712558	24	16,062,710	0.01578151	19	
情報通信機器	0.892053	32	0.775937	36	4,931	0.000597	37	1.035224	13	0.574928	37	5,456,460	0.00536094	30	
輸送機械	0.9434	24	0.794416	26	49,314	0.005974	22	1.398763	2	1.089517	10	55,377,713	0.05440825	6	
その他の製造工業製品	1.037893	11	0.850273	19	27,585	0.003342	31	1.020225	17	0.880569	16	9,929,313	0.00975549	26	
建設	0.992758	18	0.93849	14	649,567	0.07869	4	1.034871	14	0.703655	25	60,836,569	0.05977154	5	
電力・ガス・熱供給	0.981142	20	1.603058	3	189,912	0.023006	16	0.84521	31	1.408634	7	24,633,709	0.02420246	16	
水道	1.11913	6	0.957525	13	42,729	0.005176	24	1.013427	18	0.690441	26	4,545,590	0.00446601	33	
廃棄物処理	1.021878	14	0.862073	18	41,093	0.004978	25	0.855902	30	0.659584	28	4,901,980	0.00481616	31	
商業	0.988683	19	1.376412	4	755,368	0.091507	1	0.820816	33	1.922362	4	95,478,881	0.09380738	1	
金融・保険	0.993234	17	1.237856	5	261,116	0.031632	13	0.843133	32	1.041588	12	35,448,224	0.03482765	13	
不動産	0.891398	33	1.056484	9	533,575	0.064638	5	0.693512	36	0.866016	18	80,718,943	0.07930584	2	
運輸・郵便	1.028316	13	2.193262	2	486,767	0.058968	6	0.956132	24	1.943733	3	55,009,418	0.0540464	7	
情報通信	1.066316	7	1.213493	7	233,866	0.028331	14	0.987709	21	1.467155	5	49,974,511	0.04909963	9	
公務	0.961832	22	1.017501	10	737,832	0.089382	2	0.813507	34	0.741778	21	39,739,035	0.03904335	11	
教育・研究	0.923878	27	0.792015	28	362,851	0.043956	11	0.796899	35	0.580674	35	43,680,514	0.04291582	10	
医療・福祉	0.929814	26	0.793998	27	734,715	0.089005	3	0.87911	29	0.578521	36	67,586,805	0.0664036	4	
他に分類されない会員制団体	1.011621	15	0.873833	17	31,447	0.00381	28	0.893744	28	0.611857	32	4,431,793	0.00435421	34	
対事業所サービス	0.956198	23	2.448375	1	450,450	0.054568	8	0.893801	27	2.697929	1	74,788,605	0.07347932	3	
对个人サービス	1.03107	12	0.817232	24	430,894	0.052199	9	0.969546	23	0.609651	33	54,806,089	0.05384663	8	
事務用品	1.140582	5	0.826164	22	12,334	0.001494	34	1.405265	1	0.606738	34	1,463,403	0.00143778	36	
分類不明	1.21876	1	0.98355	12	46,931	0.005685	23	1.056648	12	0.722902	23	4,692,988	0.00461083	32	

資料) 県統計分析課「平成27年青森県産業連関表」、総務省「平成27年産業連関表」

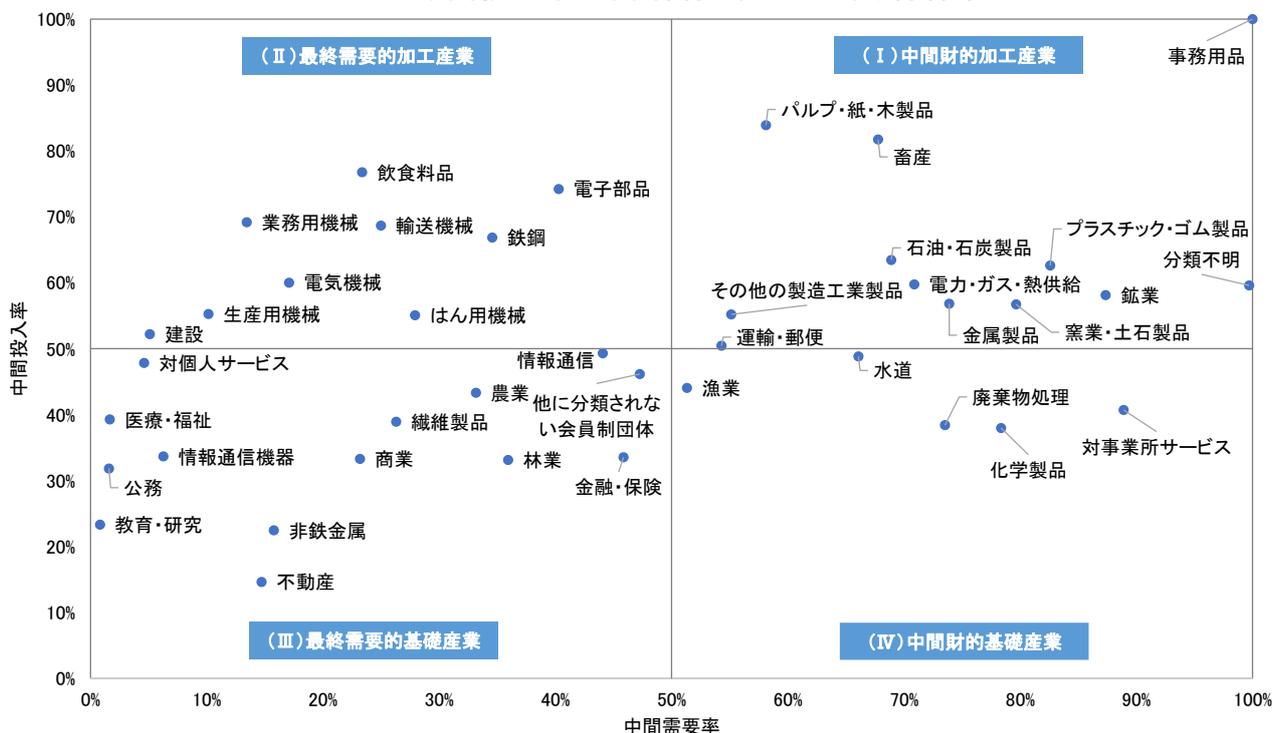
※ 本県の農林漁業は「農業、畜産、林業、漁業」への分割により、部門統合後の係数を算出していません。

※ 全国を上回っている数値は緑色で塗り潰している。

各部門の影響力係数、感応度係数及び生産シェアを全国と比較すると、本県は、「飲食料品」、「電子部品」、「運輸・郵便」及び「医療・福祉」がいずれも全国を上回っている部門となっており(ただし、本書において分析対象外としている産業の部門を除く。)、県内他産業との取引度合いや関連産業の集積度合いが比較的高い部門となっています。

2-5 産業の相互依存関係

図2-5-1 中間投入率と中間需要率(2015年、青森県)



資料)県統計分析課「平成27年青森県産業連関表」

各部門の中間投入率と中間需要率の関係から、産業の相互依存関係をみていきます。

第Ⅰ象限は、他の産業部門から多くの原材料を購入して生産を行い、その生産物の多くを他の産業のための原材料として供給している業種となることから「中間財的加工産業」といい、主な部門として「パルプ・紙・木製品」、「畜産」が分類されています。

第Ⅱ象限は、他の産業部門から多くの原材料を購入して生産を行い、その生産物の多くを輸移出、家計消費などの最終需要に供給している業種となることから「最終需要的加工産業」といい、主な部門として「飲食料品」、「電子部品」などの製造業が分類されています。

第Ⅲ象限は、生産過程において原材料依存の割合が小さく、その生産物の多くを輸移出、家計消費などの最終需要に供給している業種となることから「最終需要的基礎産業」といい、主な部門として「農業」、「林業」、各種サービス業が分類されています。

第Ⅳ象限は、生産過程において原材料依存の割合が小さく、その生産物の多くを他の産業の原材料として供給している業種になることから「中間財的基礎産業」といい、主な部門として「漁業」、「化学製品」などが分類されています。

このことから、本県の第一次産業においては、「畜産」と「漁業」は「飲食料品」に加工されて販売される割合が高く、「農業」は生産品を最終消費用に販売する割合が高いことがうかがえます。

表2-5-2-1 飲食料品に係る製造業の製造品出荷額等及び付加価値額の都道府県順位

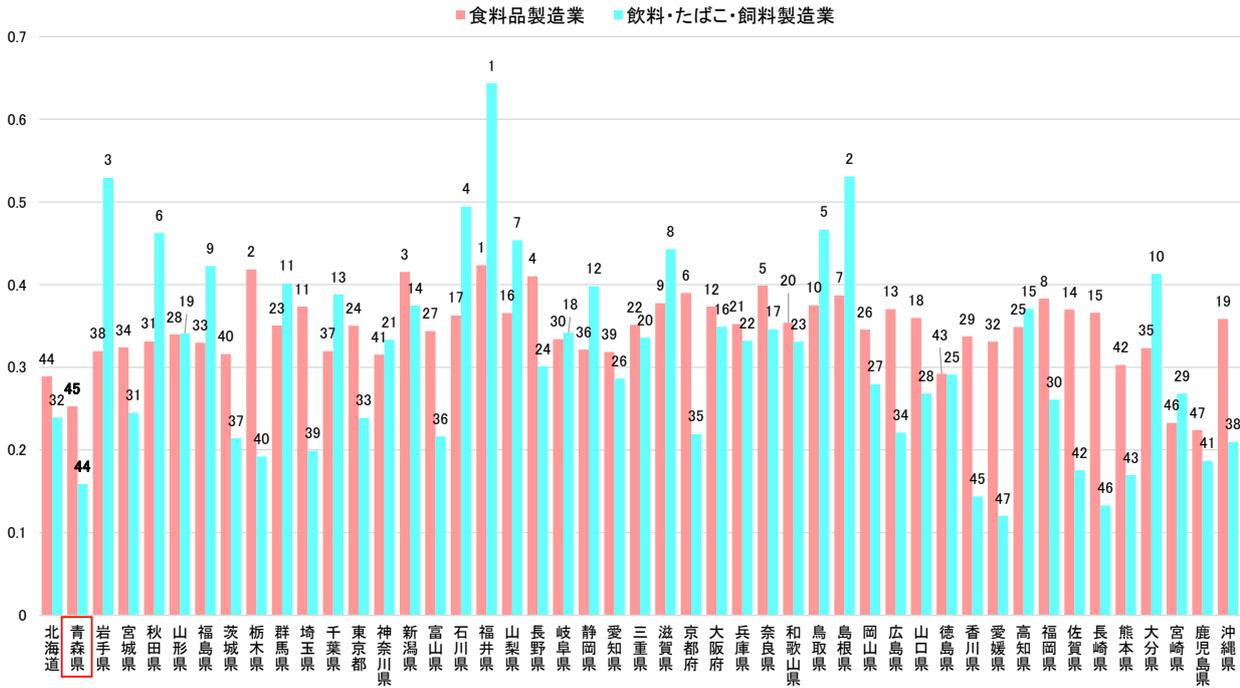
食料品製造業	事業所数	従業者数 (人)	製造品出荷額等 (百万円)		付加価値額 (従業者29人 以下は粗付 加価値額) (百万円)		飲料・たば こ・飼料製 造業	事業所数	従業者数 (人)	製造品出荷額等(百万 円)		付加価値額 (従業者29 人以下は粗 付加価値額) (百万円)	
			額等	順位	額等	順位				額等	順位	額等	順位
埼玉県	904	71,416	2,027,678	2	757,289	1	静岡県	592	11,433	964,134	1	383,554	1
北海道	1,868	73,326	2,269,525	1	655,998	2	栃木県	77	2,106	956,715	2	183,712	2
兵庫県	1,002	51,958	1,727,019	4	608,533	3	京都府	130	3,506	819,283	3	179,568	3
愛知県	1,136	63,676	1,789,025	3	569,767	4	千葉県	120	4,173	419,172	8	162,640	4
大阪府	853	48,973	1,329,173	9	496,192	5	兵庫県	169	5,692	472,018	6	156,639	5
神奈川県	646	49,566	1,560,998	5	491,936	6	群馬県	74	3,262	363,127	9	145,728	6
千葉県	795	48,974	1,531,918	6	489,639	7	愛知県	162	4,687	472,475	5	135,220	7
茨城県	663	43,632	1,519,081	7	479,980	8	神奈川県	77	3,129	361,066	10	120,360	8
静岡県	1,110	43,612	1,370,369	8	440,351	9	茨城県	113	3,084	555,730	4	119,016	9
福岡県	893	44,739	1,011,416	10	387,321	10	大阪府	85	1,652	259,731	13	90,638	10
新潟県	687	31,998	777,907	12	323,100	11	山梨県	132	3,224	185,116	16	84,002	11
群馬県	515	27,958	860,668	11	301,603	12	鹿児島県	463	6,217	437,383	7	81,704	12
栃木県	418	22,836	664,867	16	278,238	13	北海道	282	3,945	310,489	11	74,298	13
東京都	806	34,288	766,279	13	268,338	14	福岡県	169	3,396	282,185	12	73,605	14
長野県	734	21,655	571,822	18	234,398	15	岡山県	88	1,794	257,164	14	71,878	15
宮城県	696	28,208	679,196	15	220,041	16	滋賀県	78	1,414	129,089	22	57,151	16
広島県	570	27,106	589,297	17	218,226	17	大分県	83	1,655	133,101	21	54,989	17
岡山県	370	19,834	561,270	19	193,963	18	福島県	96	1,402	117,304	24	49,560	18
京都府	508	20,256	495,345	21	193,165	19	宮城県	100	2,025	201,056	15	49,247	19
三重県	408	16,975	499,749	20	175,528	20	宮崎県	119	2,779	170,242	18	45,650	20
鹿児島県	711	24,413	738,169	14	165,255	21	長野県	170	3,676	145,448	19	43,802	21
佐賀県	278	16,509	398,803	24	147,452	22	埼玉県	98	2,807	184,350	17	36,662	22
岐阜県	490	17,742	404,214	23	135,013	23	三重県	104	1,941	100,903	26	33,887	23
滋賀県	222	11,727	350,496	29	132,321	24	新潟県	129	2,525	69,705	29	26,107	24
香川県	452	16,060	386,738	27	130,406	25	岩手県	79	1,047	46,519	36	24,620	25
岩手県	452	18,245	384,656	28	122,917	26	岐阜県	95	1,534	69,356	30	23,718	26
熊本県	450	15,702	404,651	22	122,517	27	青森県	79	1,356	139,659	20	22,146	27
山形県	406	14,045	337,843	30	114,765	28	東京都	67	1,322	91,643	27	21,869	28
愛媛県	380	13,718	328,184	31	108,593	29	熊本県	103	1,762	123,817	23	20,999	29
福島県	464	14,716	303,150	32	99,959	30	佐賀県	58	1,463	102,198	25	17,933	30
長崎県	402	12,742	270,697	34	99,102	31	広島県	91	1,576	76,166	28	16,809	31
山梨県	178	9,272	270,811	33	99,000	32	和歌山県	38	1,477	50,546	35	16,735	32
青森県	364	15,219	388,507	26	98,162	33	山口県	39	1,037	53,987	34	14,482	33
奈良県	176	8,817	245,684	36	97,991	34	富山県	48	1,211	63,123	31	13,657	34
山口県	352	12,379	263,910	35	94,931	35	山形県	85	1,454	39,056	37	13,326	35
宮崎県	365	13,834	394,950	25	91,869	36	沖縄県	106	1,746	59,915	32	12,555	36
和歌山県	314	8,157	210,581	37	74,534	37	鳥取県	44	823	26,357	41	12,294	37
沖縄県	295	10,404	178,341	38	63,910	38	徳島県	30	647	34,064	40	9,911	38
鳥取県	158	6,769	156,842	39	58,796	39	福井県	40	464	14,937	44	9,612	39
石川県	354	10,918	154,700	40	56,118	40	奈良県	56	1,163	25,846	42	8,944	40
富山県	291	7,846	145,275	41	49,933	41	秋田県	55	891	19,268	43	8,909	41
大分県	299	6,760	144,620	43	46,721	42	島根県	66	861	14,486	45	7,686	42
徳島県	253	6,848	144,890	42	42,306	43	愛媛県	62	797	57,547	33	6,911	43
秋田県	299	7,023	98,424	44	32,611	44	石川県	50	658	11,704	47	5,787	44
高知県	214	4,964	90,144	45	31,447	45	香川県	25	318	35,058	38	5,040	45
島根県	244	5,556	77,359	46	29,936	46	高知県	59	693	13,257	46	4,914	46
福井県	209	4,172	59,551	47	25,215	47	長崎県	74	893	34,991	39	4,649	47
全国計	24,654	1,105,543	29,934,790		10,155,387		全国計	5,159	106,717	9,570,486		2,763,120	

資料)総務省・経済産業省「2022年経済構造実態調査 製造業事業所調査(地域別統計表データ)」

次に、県内他産業との取引度合いが比較的高い部門である「飲食料品」に着目し、2022年経済構造実態調査を用いて本県の製造品出荷額等、付加価値額を全国と比較してまいります(表2-5-2-1)。

「食料品製造業」は、製造品出荷額等が26位であるのに対し、付加価値額では33位となっています。また、「飲料・たばこ・飼料製造業」は、製造品出荷額が20位であるのに対し、付加価値額では27位となっており、いずれの産業も製造品出荷額と比べて付加価値額で低い順位となっています。

図2-5-2-2 付加価値額対製造品出荷額等比(2022年)

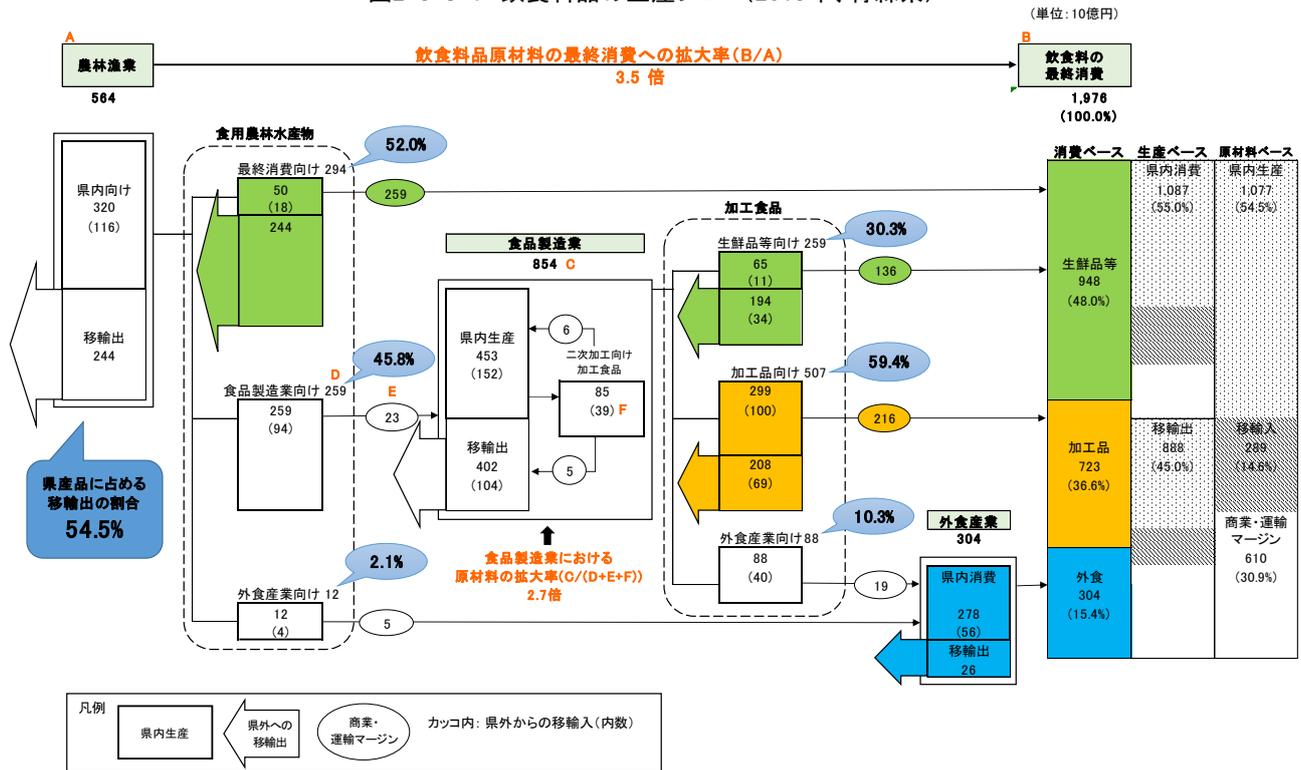


資料)総務省、経済産業省「2022年経済構造実態調査 製造業事業所調査(地域別統計表データ)」により県統計分析課作成
 ※付加価値額は、従業者29人以下は粗付加価値額

そこで、製造品出荷額に対する付加価値額の比率を全国と比較してみると、本県は食料品製造業で45位、飲料・たばこ・飼料製造業で44位と低い順位となっています。一方、福井県は、いずれの製造業における製造品出荷額は最も少ないですが、付加価値額の割合は全国1位となっています。

では、なぜ本県は付加価値額の割合が小さいのか、次にその要因を探るため、産業連関表から作成した飲食料品の生産フローモデルを用いて付加価値をどの程度高められているかをみていきます。

図2-5-3-1 飲食料品の生産フロー(2015年、青森県)



資料) 青森県統計分析課「平成27年青森県産業連関表」及び総務省「平成27年産業連関表」から統計分析課において推計。
 ※1 県内における飲食料品の最終消費額1兆9,750億円に至る流れを現している。
 ※2 ○内は、付随する流通経費(商業マージン額と国内貨物運賃の合計)である。
 ※3 農林漁業には特用林産物(きのこ類等)を含む。
 ※4 飲食費には、旅館・ホテル等で消費された食料費部分は含まれていない。
 ※5 食肉、冷凍魚介類及び精穀(精米、精麦等)の3品目は産業連関表上で加工食品に分類されるが、加工度が低く一般に生鮮品と認識されているため、本図の最終消費段階では生鮮品等の一部として扱っている。
 ※6 食品製造業で生産された加工品のうち、食用として消費されていない分については、農林水産物、加工食品、流通経費からの控除等により推計しているため、単純に産業連関表から抽出した数値とは一致しない。
 ※7 表示単位未満を四捨五入しているため、合計値と内訳が一致しない場合がある。

図 2-5-3-1 は、本県において生産され又は移輸入により県内へ供給された食用農林水産物(図左側)が、食品製造業¹⁷、食品関連流通業(商業・運輸業)、外食産業を経由して、最終消費(図右側)されるまでの生産フローを産業連関表を用いて推計しモデル化したものです。

図左側からみると、県内向けと移輸出を合わせた食用農林水産物の総額は5,640億円となっています。そのうち県内向けに1,160億円を移輸入しており、県内で生産された農林水産物は、県内向けが移輸入を差し引いた2,040億円と、移輸出の2,440億円を合計した4,480億円となります。

県内向けの食用農林水産物のうち、2,940億円(うち移輸入額180億円)が生鮮品等として直接最終消費へ、2,590億円が食品製造業の原材料として、120億円が外食産業へ、それぞれ流通経費(商業・運輸マージン)を上乗せして配分されます。

図中央部の食品製造業においては、原材料(2,590億円)と流通経費(230億円)を合わせた2,820億円に、移輸入した二次加工向けの加工食品(食品製造業の内部に再度投入される加工食品)390億円を用い、最終製品となる加工食品8,540億円が生産されます。

¹⁷ 表記は食品産業であるが飲食料品を含んでいる。農林水産省「平成27年(2015年)農林漁業及び関連産業を中心とした産業連関表(飲食費のフローを含む。)」の産業分類に合わせたもの。

この加工食品 8,540 億円のうち、生鮮品等向けに 2,590 億円が最終消費へ、加工品向けに 5,070 億円が最終消費へ、外食産業向けに 880 億円が外食産業に、それぞれ流通経費を上乗せして配分されます。

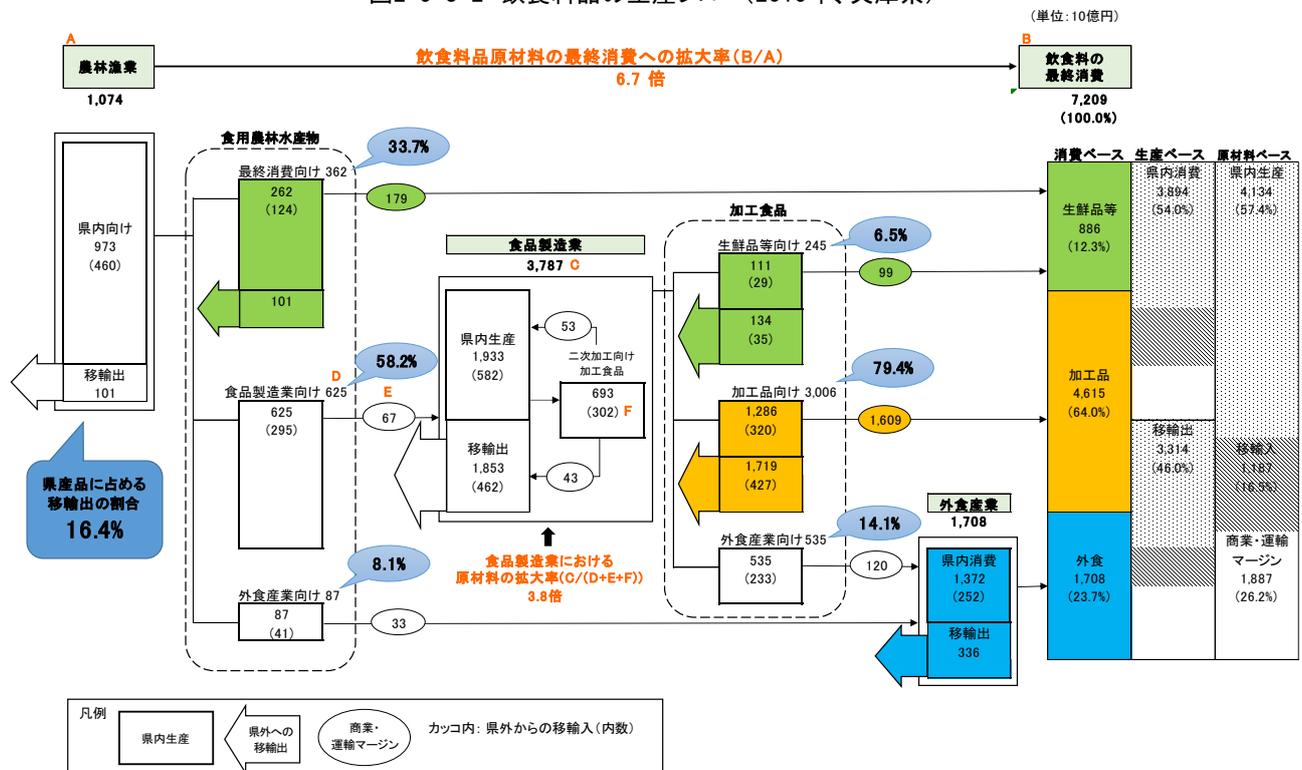
外食産業では食用農林水産物から配分された生鮮品等の 170 億円(流通経費含む。)と食品製造業から加工食品として配分された 1,070 億円(流通経費含む。)を用いて 3,040 億円(うち県外における外食による移輸入額は 560 億円)の生産を行い、県内消費に 2,780 億円、移輸出(県外観光客等分)に 260 億円が配分されます。なお、外食は飲食店等の生産される場所において消費されるため、流通経費は上乗せされません。

これにより最終消費額(図右側)は、消費ベースにおいて生鮮品等 9,480 億円、加工品 7,230 億円、外食 3,040 億円で合計 1 兆 9,760 億円となります。

この生産フローモデルにおける原材料から最終消費にかけての拡大率は 3.5 倍、食品製造業における拡大率は 2.7 倍となっています。

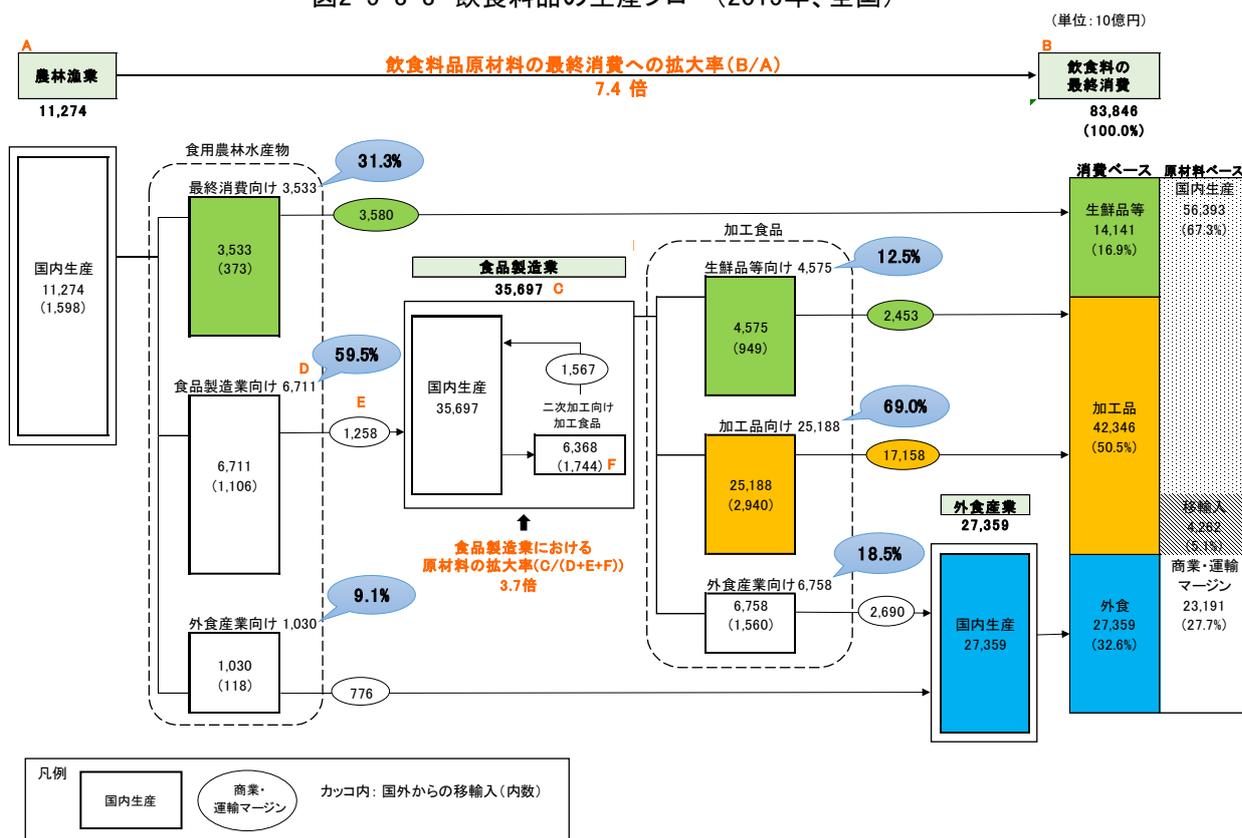
そこで、本県の拡大率がどのような立ち位置にあるのかについて、分析に必要な産業連関表のデータが公開されていて、かつ、食料品製造業等の付加価値額が全国上位にある兵庫県と比較をしてみています。加えて、生産フローの構造は異なりますが参考として全国の生産フローモデルとも比較してみます。

図2-5-3-2 飲食料品の生産フロー(2015年、兵庫県)



資料) 兵庫県「平成27年兵庫県産業連関表」及び総務省「平成27年産業連関表」を基に県統計分析課において作成。

図2-5-3-3 飲食料品の生産フロー(2015年、全国)



資料) 農林水産省「平成27年(2015年)農林漁業及び関連産業を中心とした産業連関表(飲食費のフローを含む。)」を基に県統計分析課において作成。

次表(表 2-5-4)は、飲食料品の生産フローモデルから算出した各配分割合や付加価値の拡大率等をまとめたもので、兵庫県及び全国との比較から本県の特徴をみてみます。

表2-5-3-4 飲食料品の生産フローモデルによる推計結果

	青森県	兵庫県	全国
食用農林水産物に占める県産品の移輸出割合	54.5%	16.4%	
食用農林水産物の配分割合	生鮮品等向け 52.0%	生鮮品等向け 33.7%	生鮮品等向け 31.3%
	加工品向け 45.8%	加工品向け 58.2%	加工品向け 59.5%
	外食向け 2.1%	外食向け 8.1%	外食向け 9.1%
加工食品の配分割合	生鮮品等向け 30.3%	生鮮品等向け 6.5%	生鮮品等向け 12.5%
	加工品向け 59.4%	加工品向け 79.4%	加工品向け 69.0%
	外食向け 10.3%	外食向け 14.1%	外食向け 18.5%
最終消費に占める消費ベースの構成割合	生鮮品等 48.0%	生鮮品等 12.3%	生鮮品等 16.9%
	加工品 36.6%	加工品 64.0%	加工品 50.5%
	外食 15.4%	外食 23.7%	外食 32.6%
原材料の最終消費への拡大率	3.5倍	6.7倍	7.4倍
食品製造業における原材料の拡大率	2.7倍	3.8倍	3.7倍

食用農林水産物に占める県産品の移輸出割合については、本県は54.5%で高くなっており、県内需要を満たしながら外貨を稼いでいると言えます。

次に、食用農林水産物の配分割合、加工食品の配分割合、最終消費ベース構成割合を比較すると、本県は、いずれの割合においても生鮮品等が高く、加工品、外食の割合が低くなっており、本県の飲食料品は、生鮮品等を主力としているのが特徴と言えます。そこで、原材料の最終消費への拡大

率及び食品製造業の原材料の投入額をそれぞれ比較すると、本県の拡大率はどちらも低くなっています。

この結果から本県の拡大率が低くなっている要因を考察すると、第一に、食用農林水産物における生鮮品等向けの配分割合が高いことにより、流通経費以外での付加価値が付きにくいこと、第二に、加工食品においても生鮮品等向けの割合が他県よりも高くなっており、加工食品における生鮮品等に分類される食肉、冷凍魚介類及び精穀は、加工品向けと比べて加工度合いが低く付加価値率も低くなりやすいことが考えられます。

本県の飲食料品の付加価値額が全国順位において生産品出荷額順位と比べて低くなっているのは、付加価値の低い生鮮品等を主力としたビジネスモデルが背景にあるものとみられます。このため、生産フェーズや販売フェーズで更に付加価値向上の様々な取組が求められますが、産業構造の視点からは、農林水産業と食料品製造業などの食関連産業が高度に連携し、集積を高めていくことが重要です。

2-6 産業構造の分析(第2章)のまとめ

本県産業の生産性特化係数は、「農林漁業(個人経営を除く)」や「複合サービス事業」などが高くなっている一方、「医療、福祉」、「学術研究、専門・技術サービス業」で低くなっています。

外貨獲得産業は、第一次産業の全産業、第二次産業の「非鉄金属」、「鉄鋼」、「電子部品」、「業務用機械」、「飲食料品」、「パルプ・紙・木製品」、第三次産業の「運輸・郵便」、「商業」です。

また、「飲食料品」、「電子部品」、「運輸・郵便」、「医療・福祉」は、平成27年産業連関表の逆行列係数が大きく、生産波及効果が高い産業になっています。

しかし、「飲食料品」については、付加価値の向上が必要です。それには様々なアプローチがありますが、産業構造の視点においては、食関連産業が高度に連携し、集積を高めていくことが重要です。

その他の産業にあっても、その生産活動等は他部門産業の生産等に波及しますので、それぞれの産業における付加価値の向上には、県内の各産業が連携し集積を高めていくことが有効です。

2 「ふるさと納税」は自治体間競争の練習問題

あおり創生パートナーズ株式会社 取締役 松田 英嗣

ふるさと納税も制度開始15年を経て、全国での寄付額は1兆円に迫り、寄付件数も約5,200万件と国民の半数以上がふるさと納税を通じた寄付行為をするまでに浸透している。ふるさと納税の一般化に伴い、返礼品選びが年末の風物詩として定着してきたように思える。周囲でも、年内の所得金額がほぼ決定し、寄付額の上限額が確定する12月ともなれば、カニだ、肉だと、返礼品を元に寄付先選びの話題が飛び交う。

なお、この制度の趣旨は、ふるさとを離れても自分が生まれ育ったふるさとに、またふるさと以外にも自分の意思で応援したい自治体に寄付を通じ貢献することにある。換言すれば、地方出身者を吸収し続ける首都圏などの人口集中地域から地方への財源移転を促すものであり、青森県を始めとした人口流出県など地方応援のための制度といえる。また、制度外の対応とはいえ返礼品を提供する地域事業者の販路を全国に宣伝・拡大する大きなチャンスでもある。

そこで、地方応援の制度であるふるさと納税を青森県内の自治体は自主財源確保の手段として有効に活用できているのか、県内市町村の受入寄付額、募集コスト、住民の他自治体への寄付に伴う流出市町村住民税を勘案した収支を計算のうえ、その収支を住民1人当たりの金額に落とし込んでみた。その結果、表の通り住民1人あたり1万円以上の黒字を計上している県内自治体は6町村に止まる。一方で、赤字は8市町村に上る。多額の寄付額を集めていながら、流出する住民税も相応の規模に膨らんだことが収支を圧迫している要因だ。なお、流出した住民税の75%は国が補填する仕組みとなっはいるものの、国とて恒久的に補填を続けるとは考えにくい。赤字に陥っている自治体は、流出する住民税を固定的コストと捉え、黒字確保が可能な寄付額を集めることが必要だ。

自治体	A) 寄付受入額 (千円)	B) 募集コスト (千円)	C) 市町村住民税流出額 (千円)	A)-B)-C) 収支額 (千円)	収支額/人口 住民1人当たり収支 (円)
A町	324,792	155,428	2,886	166,478	19,524
B町	310,192	152,492	3,176	154,524	18,120
C村	40,040	5,186	180	34,674	16,947
D村	28,246	8,512	226	19,508	16,189
E町	384,939	181,036	9,385	194,518	12,052
F町	328,495	156,543	8,850	163,102	11,415
S市	647,947	301,255	371,243	-24,551	-92
T市	107,653	45,301	67,999	-5,647	-96
U村	4,685	2,041	3,468	-824	-117
V町	6,377	1,225	6,748	-1,596	-135
W町	19,365	8,460	25,104	-14,199	-585
X市	138,336	61,791	291,143	-214,598	-981
Y市	21,582	10,728	57,370	-46,517	-1,220
Z村	11,477	5,085	19,785	-13,393	-1,318

出所) 総務省 令和4年度「ふるさと納税に関する現況調査」より筆者作成

せつかくの地方応援の制度を戦略的に活用し、自主財源をしっかりと確保する視点が欠かせない。ふるさと納税を主管する総務省も、その意義の1つに「自治体が国民に取組をアピールすることでふるさと納税を呼びかけ、自治体間の競争が進むこと」を上げている。

さて、2023年の県内経済を一言で表すなら、多くの経済指標を概観するかぎり「コロナ禍からの復活の年」といって良いだろう。コロナ禍の3年間、国も自治体もコロナへの対応を主眼とした予算・資源の配分をして

きた。しかしこれからは、本格的にアフターコロナの時代に進む。このことは、様々な場面での自治体間競争の激化を示唆していると思われる。経済の世界では多くの場合、先行者が多くの「利」を獲得する。自治体の政策とて同様であろう。人口減少を背景とした税収の減少、働き手の減少による労働力不足の深刻化、まばらに散らばる住民への行政サービスの維持・難題は山積している。

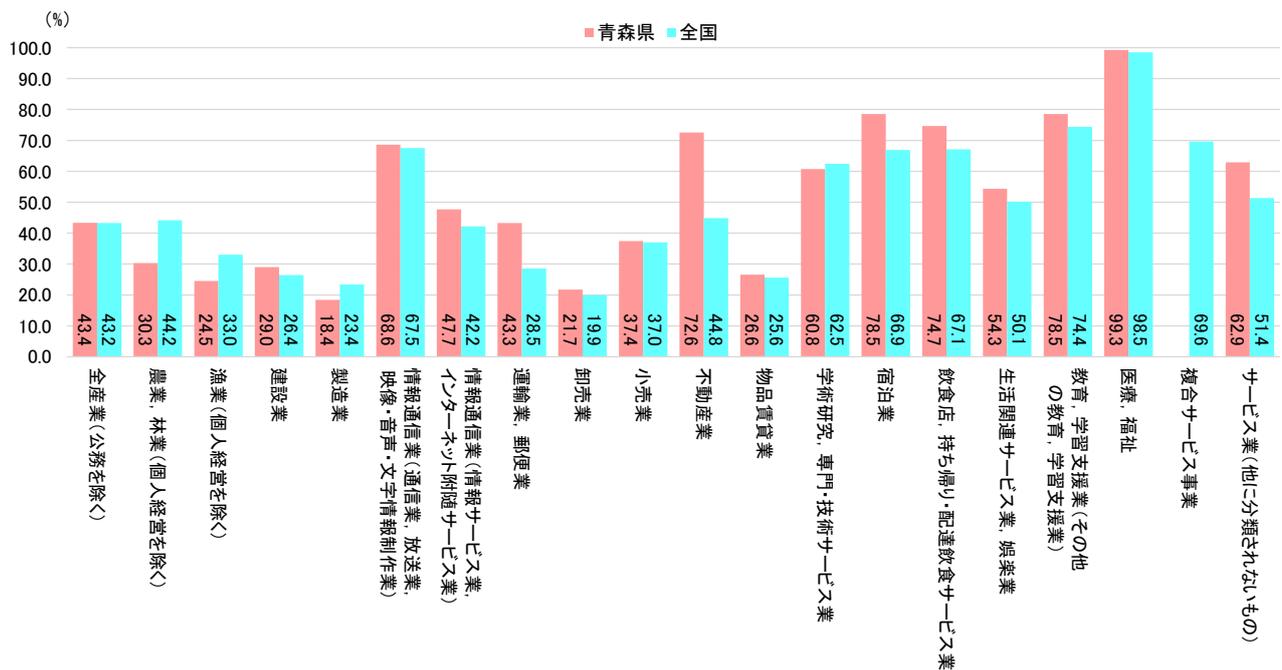
ふるさと納税を自治体間競争の練習問題と捉え、「住民1人当たり収支額」をKPIに設定の上、自らしっかりと自主財源を稼ぐことが、山積する課題を解決する第1歩につながると思えてならない。

本章では、企業に焦点を当てて、主な企業経営指標や企業活動状況を全国と比較して産業別の特徴を分析します。

3-1 収益性

3-1-1 売上総利益率

図3-1-1 売上総利益率(全産業、大分類)(2021年、青森県、全国)



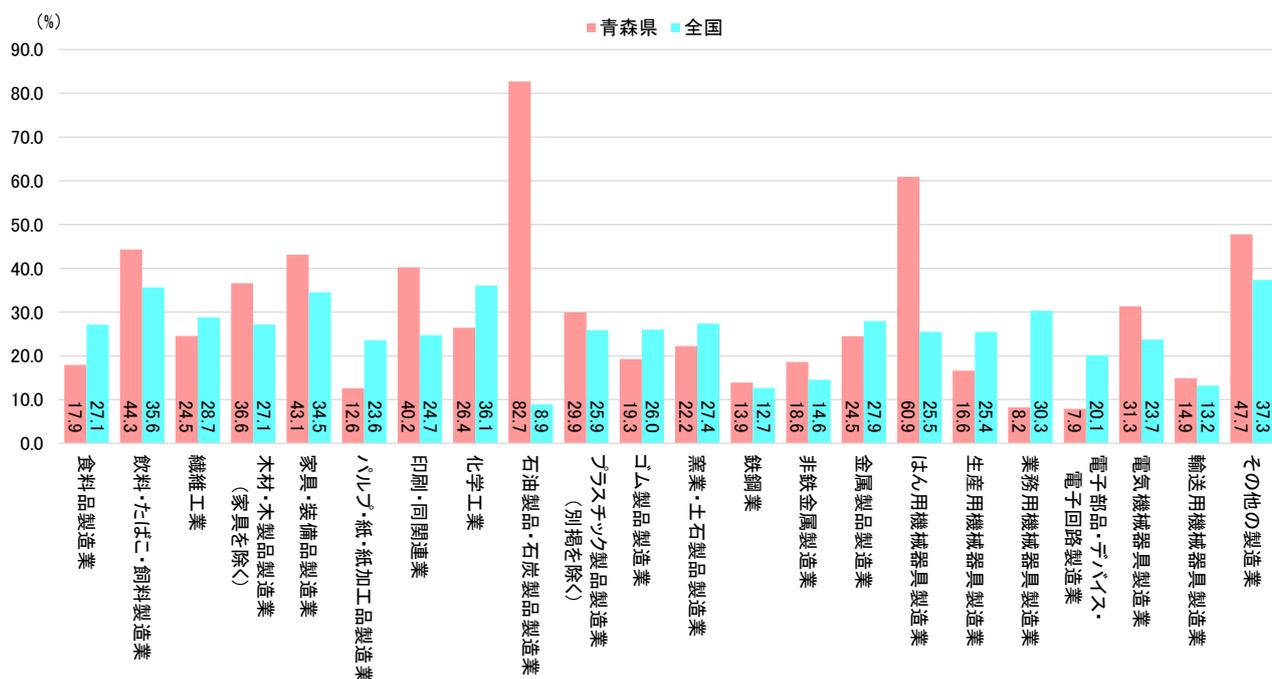
資料) 経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査(企業等に関する集計)」
 ※売上総利益率=粗利益(売上高-売上原価)÷売上高×100により算出。
 ※青森県の「複合サービス事業」は、該当する値が得られていないため算出できない。

はじめに、収益性の指標から売上総利益率をみていきます。

売上総利益率は、売上原価を引いて最初に求められる利益で、これが低いと営業利益なども高くなりません。また、モノやサービスを販売してどれくらい稼いだのかを測る指標として、企業等が作るサービスや商品がどれだけ魅力があるのかということもみることができます。例えば、製造業の場合は、一般的に材料費が売上原価の多くを占め、それに商品製造に関わる従業員の人件費が計上されるため、売上原価は高くなる傾向にあります。一方、サービス業の場合は、材料費などは掛からず売上原価が抑えられるといったように、産業によって売上原価の割合は異なるため、当該産業の相場として全国値と比較してみていきます。

本県産業は、「不動産業」、「宿泊業」や「飲食店、持ち帰り・配達飲食サービス業」が全国を上回っています。一方、「農業、林業(個人経営を除く)」は13.9ポイント、「漁業(個人経営を除く)」は8.5ポイント下回っており、販売している商品や製品の付加価値が低い可能性があります。

図3-1-1(MI) 売上総利益率(製造業、中分類)(2021年、青森県、全国)



資料) 経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査(企業等に関する集計)」
 ※売上総利益率=粗利益(売上高-売上原価)/売上高×100により算出。

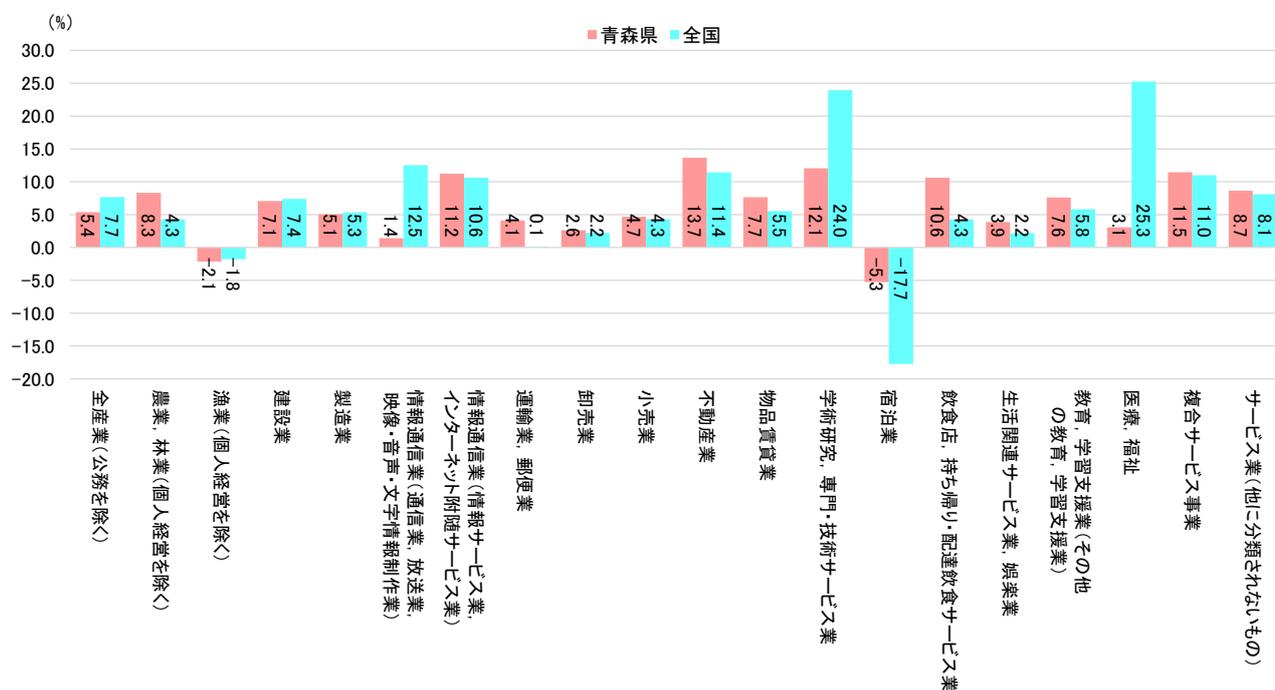
生産性特化係数が高い中分類別製造業を中心に売上総利益率をみると、「飲料・たばこ・飼料製造業」、「木材・木製品製造業」、「鉄鋼」、「非鉄金属製造業」、「電気機械器具製造業」、「輸送用機械器具製造業」は全国を上回っていますが、「食料品製造業」は全国を下回っています。

「食料品製造業」については、売上高総利益率は売上高規模が大きいほどおおむね高い傾向にあるとの分析レポート¹⁸もあり、そうした規模等の影響も考えられますが、コロナ禍において中食需要が拡大したことなど、消費者の嗜好やニーズが変化しやすい産業分野でもあるため、消費者ニーズを意識した新製品開発を行うなど、付加価値の向上が重要です。

¹⁸ 一般社団法人食品需給研究センターレポート「食品製造業の収益構造」

3-1-2 売上高営業利益率

図3-1-2 売上高営業利益率(全産業、大分類)(2021年、青森県、全国)



資料) 経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査(企業等に関する集計)」
 ※売上高営業利益率=営業利益(売上高-費用総額)/売上高×100により算出。

収益性の指標として売上高営業利益率をみていきます。売上高営業利益率は、企業が本業¹⁹で稼いだ営業利益が売上高のどれくらいを占めるかを表していて、売上総利益率と比較することにより、本業の収益構造を捉えることができ、

- ① 売上総利益率が高いが売上高営業利益率が低い場合、販管費が掛かり過ぎている
- ② 売上総利益率は低いが売上高営業利益率が高い場合、販管費が抑えられている

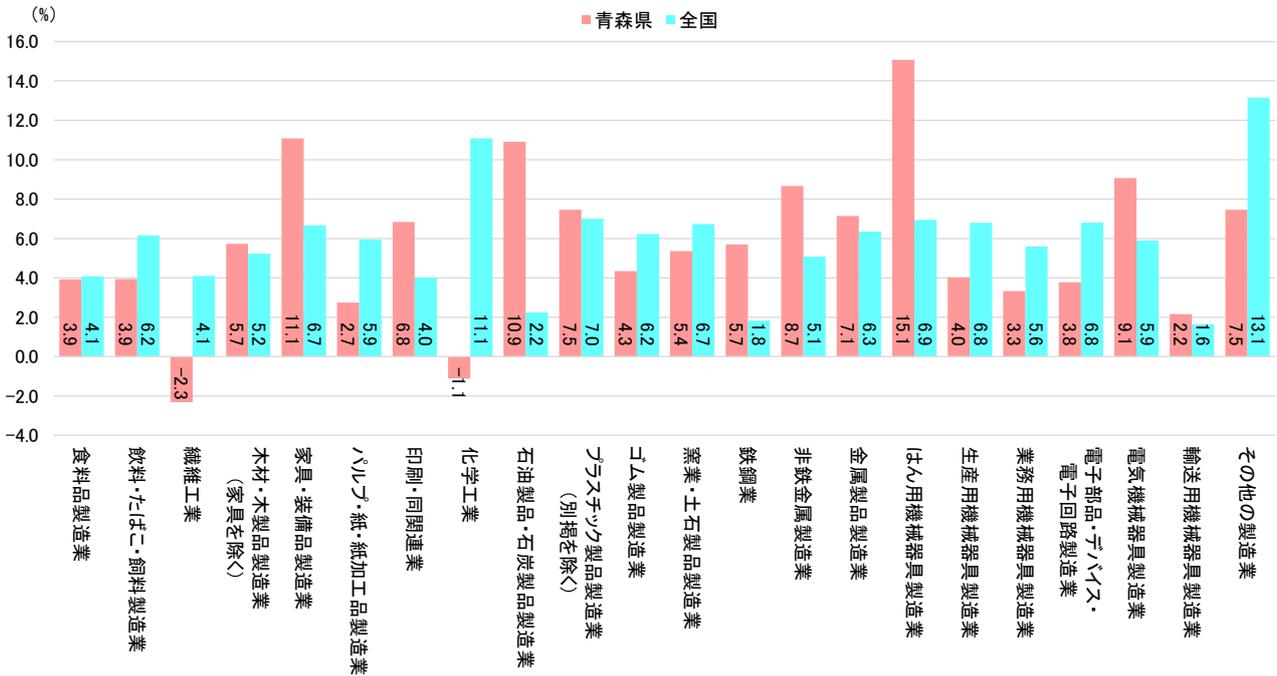
といった傾向をみることができます。

第一次産業では、「農業、林業(個人経営を除く)」は全国を上回っており、販管費を抑えて効率的な営業ができていると言えますが、「漁業(個人経営を除く)」は売上総利益率とともにマイナスになっており、経営安定性が厳しくなっています。なお、2022年度版水産白書によると、1人当たりの魚介類の年間消費量はピークだった2001(平成13)年度の40.2kgから2021(令和3)年度には23.2kgと4割以上減少しており、加えて地球温暖化等の影響による漁獲量の減少などが大きな要因とみられます。

「情報通信業(通信業、放送業、映像・音声・文字情報制作業)」、「学術研究、専門・技術サービス業」、「医療、福祉」は、全国では収益性の高い産業となっていますが、本県は販管費が掛かり過ぎているなどにより、効率的な営業できていない可能性があります。特に本県産業においては、寒冷地ゆえの光熱費の影響が大きくなると考えられます。「宿泊業」は、全国と同様にマイナスになっており、コロナ禍による宿泊客の減少が経営を直撃し、経営安定性が厳しくなっています。

¹⁹ 会社等の定款に記した事業目的の全てが該当する。

図3-1-2(MI) 売上高営業利益率(製造業、中分類)(2021年、青森県、全国)



資料)経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査(企業等に関する集計)」
 ※売上高営業利益率＝営業利益(売上高－費用総額)／売上高×100により算出。

特化係数が高い中分類別製造業を中心に売上高営業利益率をみていきます。

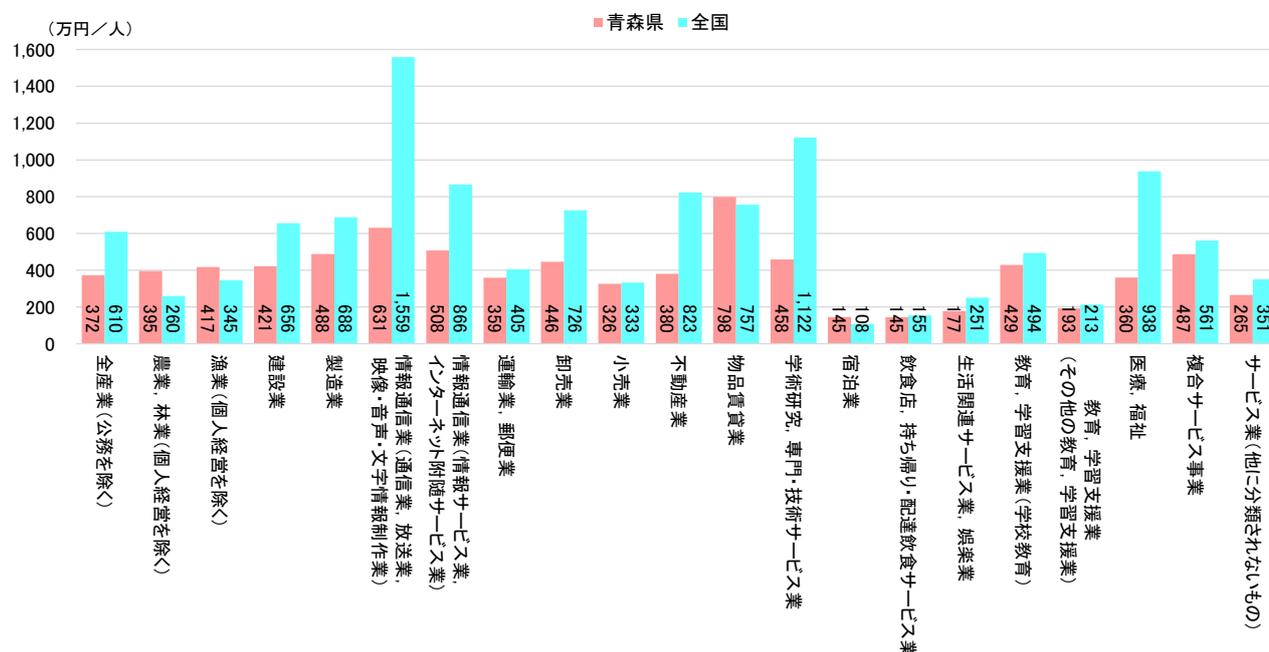
飲食物品関連では、「食料品製造業」は全国とほぼ同程度で、「飲料・たばこ・飼料製造業」は、売上総利益率が高いですが売上高営業利益率が低いことから販管費が掛かり過ぎている可能性があります。

「木材・木製品製造業(家具を除く)」、「鉄鋼業」、「非鉄金属製造業」、「電気機械器具製造業」、「輸送用機械器具製造業」は、売上総利益率、売上高営業利益率ともに全国を上回り、収益性は高いと言えます。

3-2 生産性

3-2-1 労働生産性

図3-2-1 労働生産性(全産業、大分類)(2021年、青森県、全国)



資料) 経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」

※労働生産性＝純付加価値額÷従業員数により算出。従業員については、正社員・正職員とパート・アルバイトの労働時間の違いなどは考慮していないため、産業間で比較する際には、各産業の雇用形態の特徴などにも留意する必要があります。

本節では、生産性の指標となる労働生産性を次の式のとおり1人当たり売上高と付加価値率に分解し、それぞれ個別にみていきます。

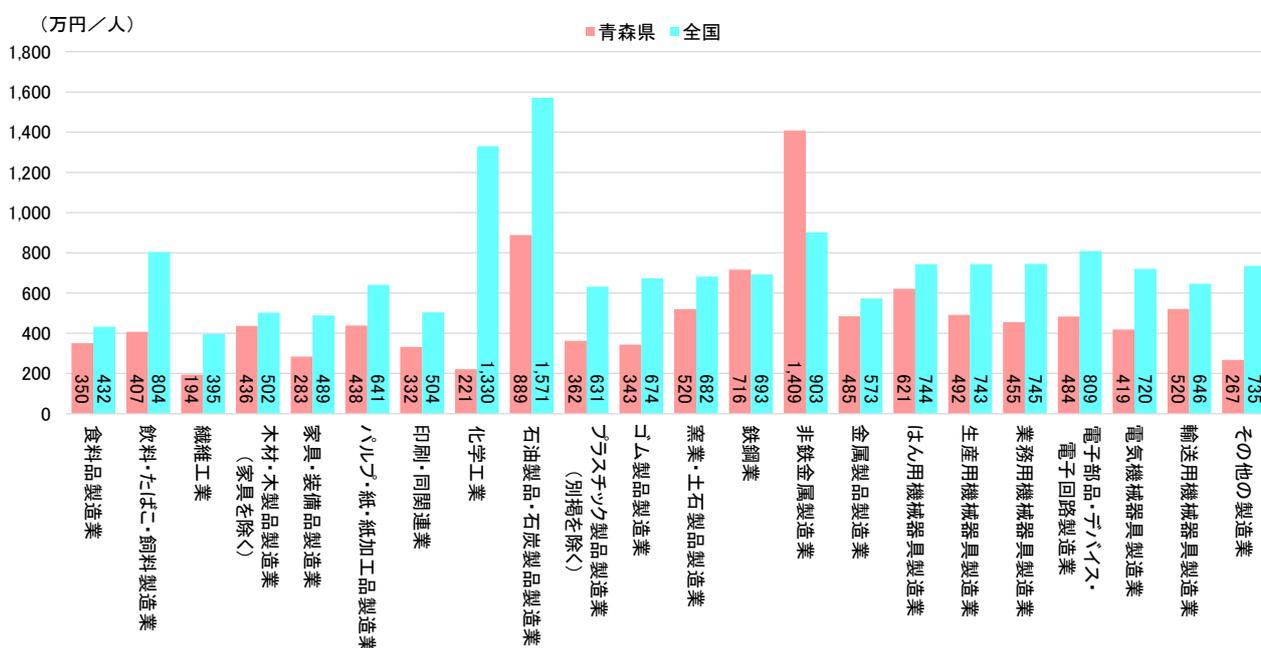
$$\frac{\text{付加価値額}}{\text{従業員数}} = \frac{\text{売上高}}{\text{従業員数}} \times \frac{\text{付加価値額}}{\text{売上高}}$$

(労働生産性) (1人当たり売上高) (付加価値率)

労働生産性を高めるには、1人当たり売上高、付加価値率のいずれかあるいは両方を高める必要がありますが、1人当たりの生産性がそのままでは、従業員数を削減しても企業等が生み出す付加価値額の増加にはつながらず、経済成長には寄与しません。このため、分子である付加価値額を増やすアプローチによって労働生産性の向上を図っていくことが重要です。また、DXなどによって生産性を向上することができれば、従業員の業務負荷が軽減され、それにより残業や休日出勤を減らしたり、有給休暇が取りやすくなるなど、労働環境の改善につながるだけでなく、それが従業員のモチベーションを向上させることにもつながるため、積極的に取り組むべき指標と言えます。

本県産業の労働生産性をみると、「農業、林業(個人経営を除く)」、「漁業(個人経営を除く)」が全国を上回っている一方で、「建設業」、「製造業」が低く、特に「情報通信業」、「学術研究、専門・技術サービス業」、「医療、福祉」は全国を大幅に下回っています。

図3-2-1(MI) 労働生産性(製造業、中分類)(2021年、青森県、全国)



資料) 経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」

※労働生産性＝純付加価値額÷従業員数により算出。従業員については、正社員・正職員とパート・アルバイトの労働時間の違いなどは考慮していないため、産業間で比較する際には、各産業の雇用形態の特徴などにも留意する必要がある。

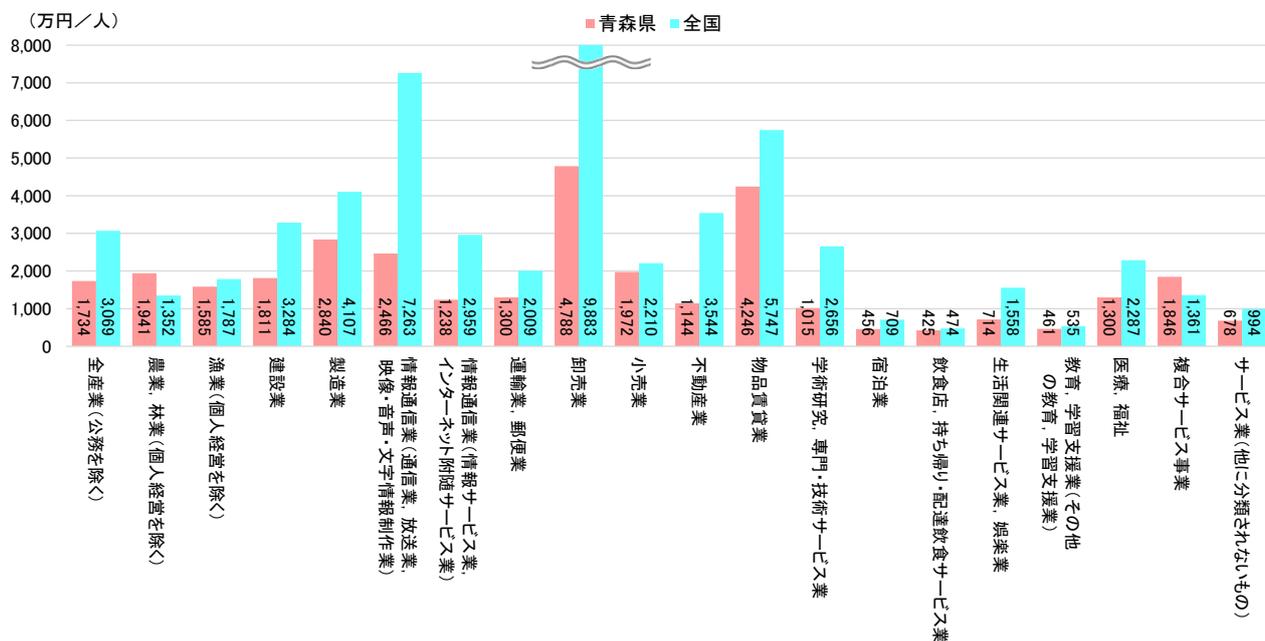
生産性特化係数が高い中分類別製造業を中心に労働生産性をみていきます。

全国を上回っているのは、「鉄鋼業」と「非鉄金属製造業」のみとなっており、多くの産業が全国を下回っています。特に、「飲料・たばこ・飼料製造業」は大きく下回っています。

一般的に、労働集約型で中小規模の製造業において労働生産性は低くなる傾向がありますが、市場規模が縮小しているにもかかわらず回転率を上げてたくさん作ってたくさん売るといったオペレーションや、研究開発などの新たな付加価値創出に向けた投資よりも内部留保等を優先する経営が続くことによって、労働生産性は向上せず、社員の給与も上がらず、モチベーションの低下が労働生産性を更に悪化させるという悪循環も懸念されますので、そうした観点からも付加価値創出による労働生産性の向上が重要です。

3-2-2 1人当たり売上高

図3-2-2 1人当たり売上高(全産業、大分類)(2021年、青森県、全国)



資料) 経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」

※従業員1人当たり売上金額=売上金額(経常利益)÷従業員数により算出。従業員については、正社員・正職員とパート・アルバイトの労働時間の違いなどは考慮していないため、産業間で比較する際には、各産業の雇用形態の特徴などにも留意する必要があります。

※「卸売業」の1人当たり売上高には、総合商社や貿易会社などが寄与しているものとみられる。

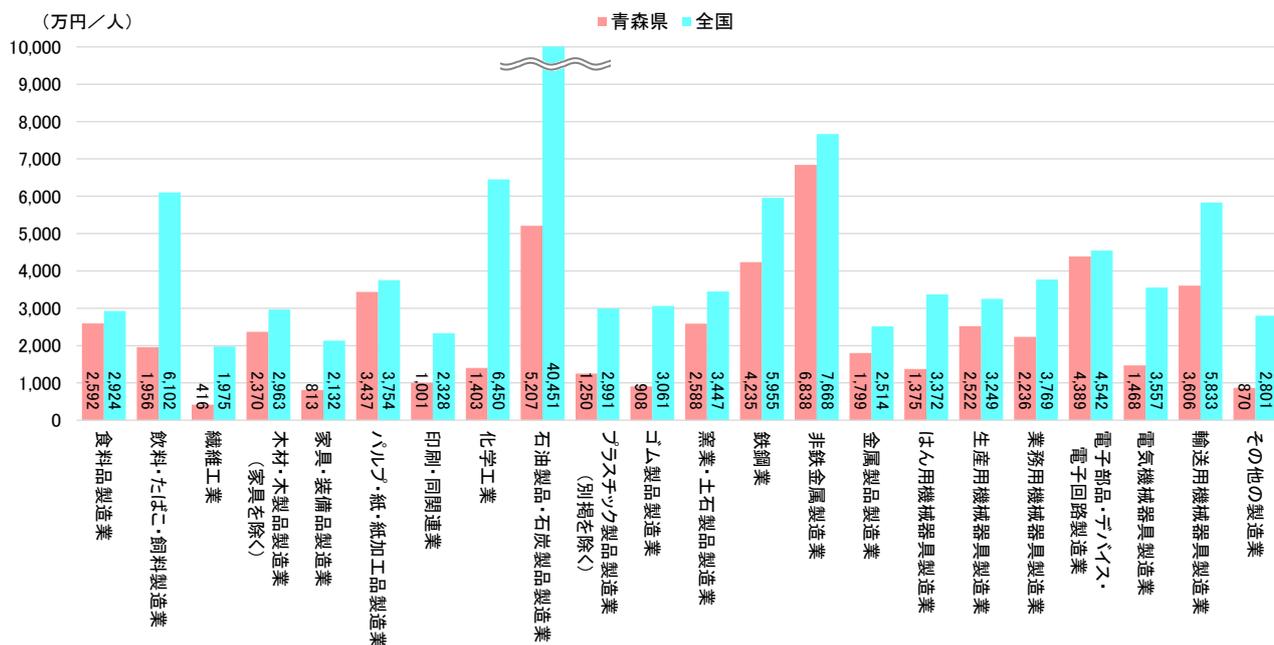
1人当たり売上高は、労働生産性の構成要因の一つで、1人の従業員がいくら稼ぎ出したかを測る指標です。

本県産業は、生産性特化係数の高い「農業、林業(個人経営を除く)」、「複合サービス事業」が全国を上回っています。その他の産業は全て全国を下回っており、特に「建設業」、「製造業」、「情報通信業」、「不動産業」、「学術研究、専門・技術サービス業」は大きく下回っています。

なお、全国値には、例えば建設業では大手ゼネコンの存在や、情報通信業では通信業・放送業などの大手企業が含まれていることに留意して見ていく必要があります。

また、「卸売業」については、全国値が突出して高くなっていますが、これは総合商社や貿易商社によるものとみられるため、本県との比較には適しません。

図3-2-2(MI) 1人当たり売上高(製造業、中分類)(2021年、青森県、全国)



資料) 経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」

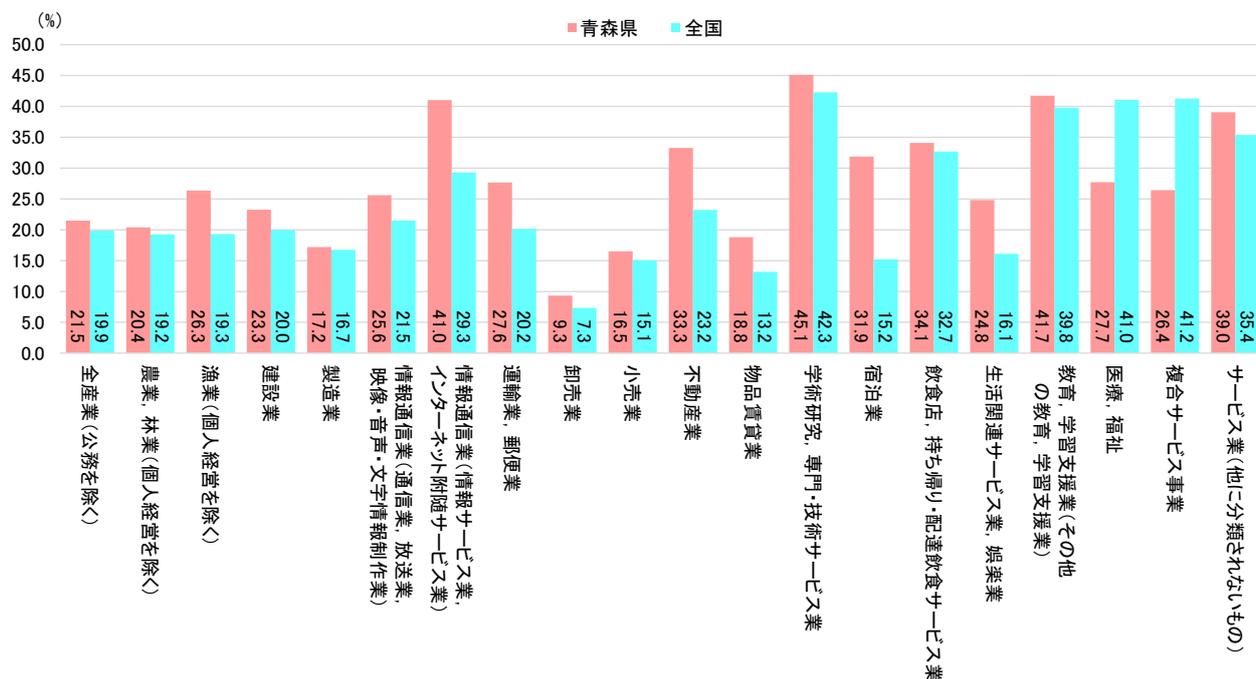
※従業員1人当たり売上金額＝売上金額(経常利益)÷従業員数により算出。従業員については、正社員・正職員とパート・アルバイトの労働時間の違いなどは考慮していないため、産業間で比較する際には、各産業の雇用形態の特徴などにも留意する必要がある。

生産性特化係数が高い中分類別製造業を中心に1人当たり売上高をみていくと、全ての産業で全国を下回っています。

特に、飲食料品関連で「飲料・たばこ・飼料製造業」のほか、「鉄鋼業」、「電気機械器具製造業」、「輸送用機械器具製造業」が大きく下回っています。

3-2-3 付加価値率

図3-2-3 付加価値率(全産業、大分類)(2021年、青森県、全国)



資料)経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」
 ※付加価値率 = 純付加価値額 ÷ 売上金額 × 100により算出。

付加価値率は、労働生産性の要因の一つで、売上高に占める付加価値額(=人件費+支払利息等+動産・不動産賃借料+租税公課+営業純益)の割合を表します。

付加価値率が高い場合、企業等が新しく創造した価値の割合が高いと判断されますが、例えば、人件費が高くつく産業、他社からの購入価値に依存しておらず自社における加工度が高い産業では付加価値率が高くなり、逆に機械化などで人件費が掛かっていない場合などは付加価値率が低くなるといった特徴があります。

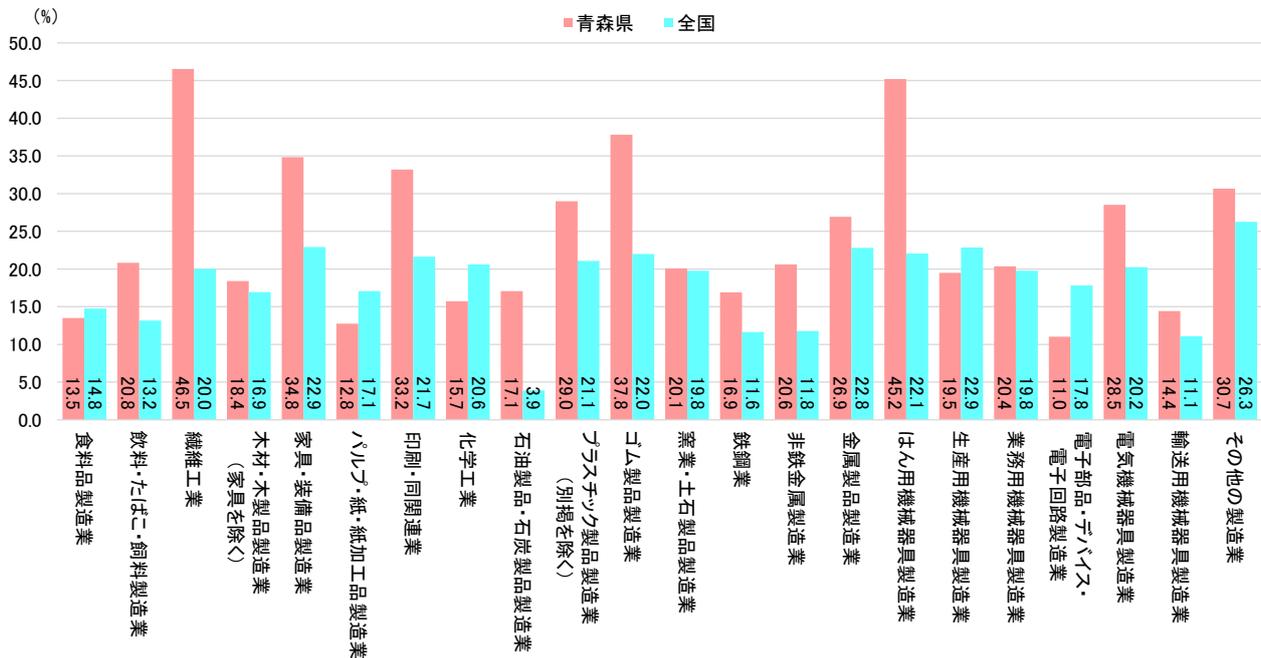
本県産業の特徴としては、多くの産業で付加価値率は全国を上回っています。このことから、労働生産性を下げている大きな要因は、1人当たり売上高の低さにあるということがわかります。

産業別にみると、「農業、林業(個人経営を除く)」は、1人当たり売上高も全国を上回っており、それが労働生産性の高さにつながっています。

一方、「複合サービス事業」は、1人当たり売上高は全国を上回っていますが、付加価値率が大きく下回っていることが要因となって労働生産性が低下しており、自社の加工度を高め、材料費や運送費、外注費などの掛かった費用を減らすことで労働生産性を向上させる方向性が考えられます。

また、「医療、福祉」は、1人当たり売上高も付加価値率も全国を下回っており、労働生産性の大きな低下につながっています。

図3-2-3(MI) 付加価値率(製造業、中分類)(2021年、青森県、全国)



資料) 経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」
 ※付加価値率 = 純付加価値額 ÷ 売上金額 × 100により算出

生産性特化係数の高い製造業中分類別に付加価値率をみていくと、全産業と同様に多くの製造業(中分類)で付加価値率は高くなっていることから、1人当たり売上高の低さが労働生産性を下げている大きな要因になっています。

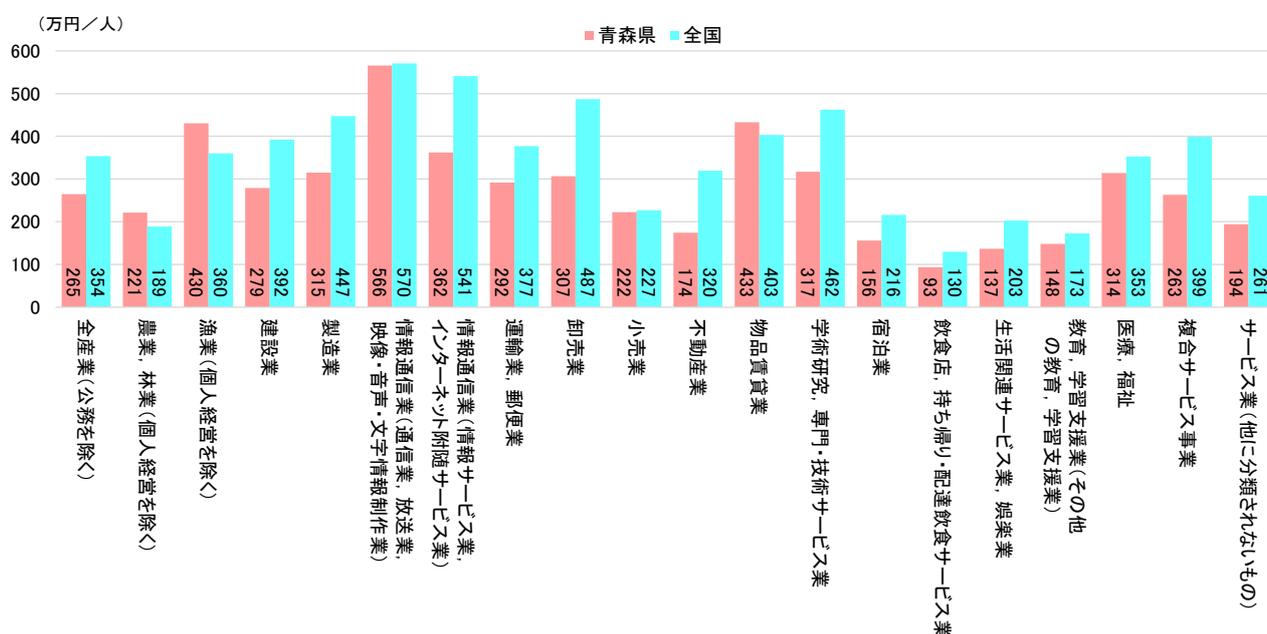
付加価値率が下回っている主な産業をみると、「食料品製造業」は、1人当たり売上高及び付加価値率ともにやや下回っていることにより労働生産性が低くなっており、商品のブランド力の向上や自社の加工度を高めていくことなどが方向性として考えられます。

ここまで生産性について3つの指標をみてきましたが、本県産業における労働生産性の低さは、1人当たり売上高が低いことが大きな要因になっていると言えます。

3-3 人件費

3-3-1 1人当たり給与総額

図3-3-1 1人当たり給与総額(全産業、大分類)(2021年、青森県、全国)



資料) 経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」

※給与総額は、役員(非常勤を含む。)及び従業者(臨時雇用者を含む。)に対する給与(所得税・保険料等控除前の役員報酬、給与、賞与、手当、賞金等)の総額。別経営の事業所に出向又は派遣している従業者に支給している給与を含む。

※1人当たり給与総額=給与総額÷従業者数により算出。従業者については、正社員・正職員とパート・アルバイトの労働時間の違いなどは考慮していないため、産業間で比較する際には、各産業の雇用形態の特徴などにも留意する必要がある。

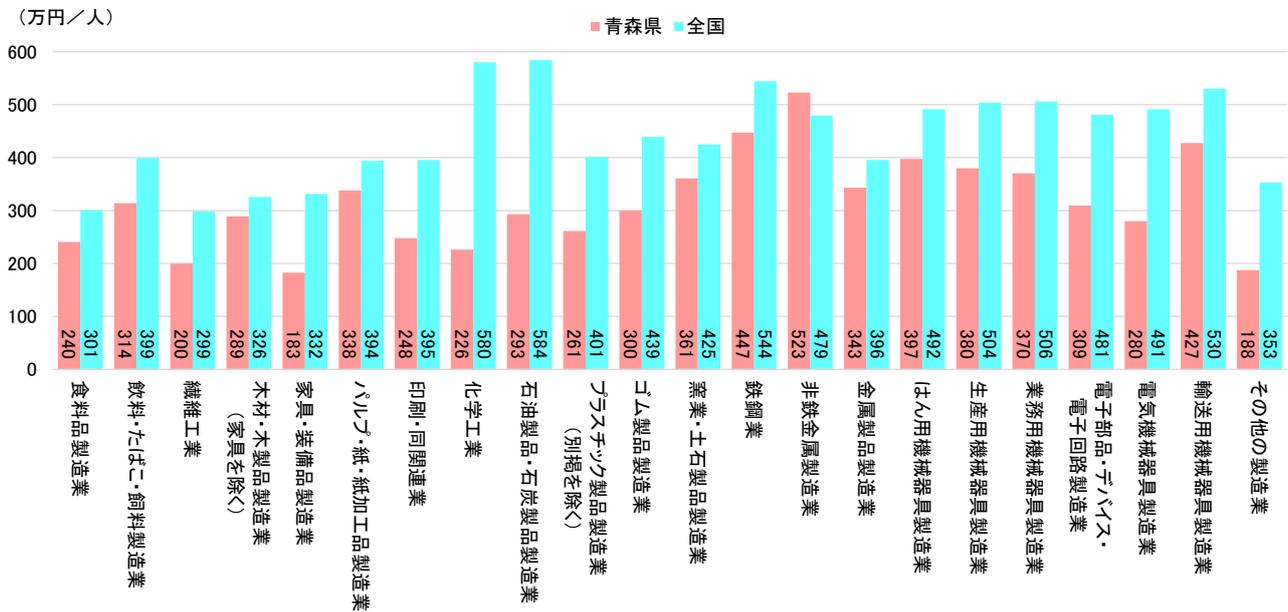
人件費の指標として1人当たり給与総額をみていきます。

1人当たり給与総額は、給与総額を従業員数で割ったものですが、本県産業は、全国と比べて全産業で89万円低くなっています。

「農業、林業(個人経営を除く)」、「漁業(個人経営を除く)」、「物品賃貸業」は全国を上回っており、「情報通信業(通信業、放送業、映像・音声・文字情報制作業)」は全国と同程度となっています。

一方、「情報通信業(情報サービス業、インターネット付随サービス業)」、「卸売業」、「不動産業」、「学術研究、専門・技術サービス業」は全国を大幅に下回っています。

図3-3-1(MI) 1人当たり給与総額(製造業、中分類)(2021年、青森県、全国)



資料) 経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」

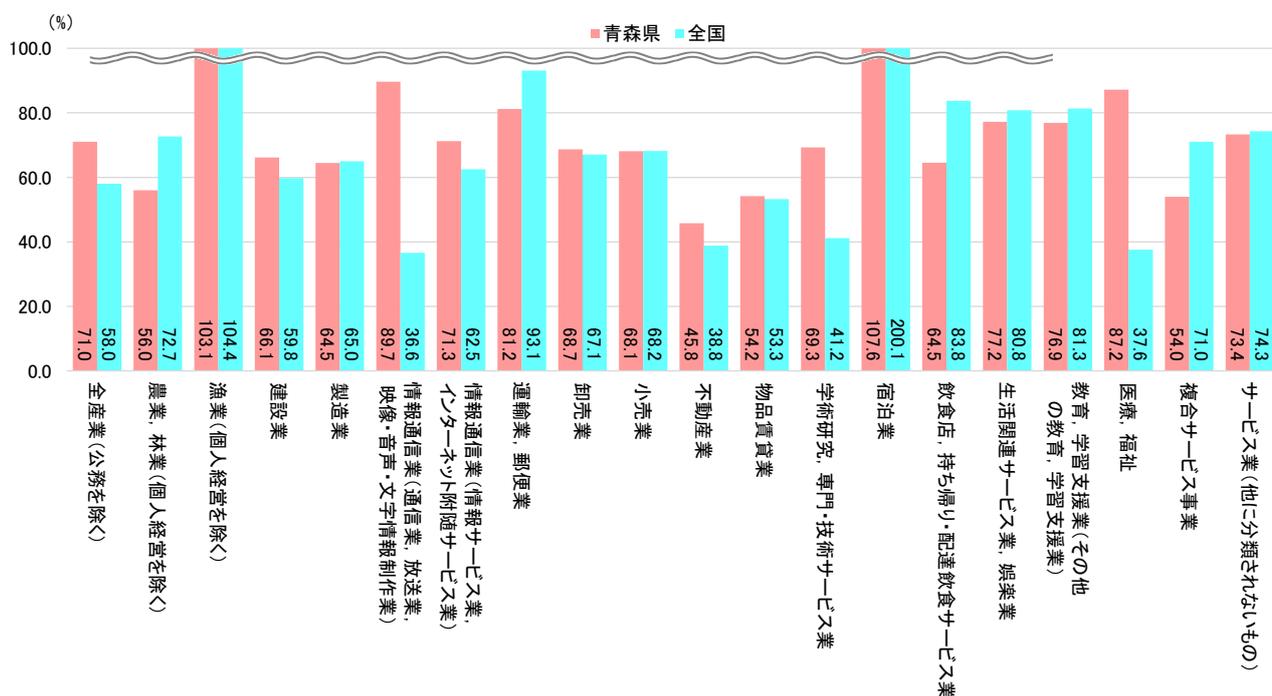
※給与総額は、役員(非常勤を含む。)及び従業者(臨時雇用者を含む。)に対する給与(所得税・保険料等控除前の役員報酬、給与、賞与、手当、賃金等)の総額。別経営の事業所に出向又は派遣している従業者に支給している給与を含む。

※1人当たり給与総額＝給与総額÷従業者数により算出。従業者については、正社員・正職員とパート・アルバイトの労働時間の違いなどは考慮していないため、産業間で比較する際には、各産業の雇用形態の特徴などにも留意する必要があります。

生産性特化係数が高い中分類別製造業を中心に1人当たり給与総額をみていくと、「非鉄金属製造業」のみが全国を上回っており、その他の産業は全て下回っています。特に、「電気機械器具製造業」は全国を大きく下回っています。

3-3-2 労働分配率

図3-3-2 労働分配率(全産業、大分類)(2021年、青森県、全国)



資料)経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」
 ※労働分配率=給与総額÷純付加価値額×100により算出。

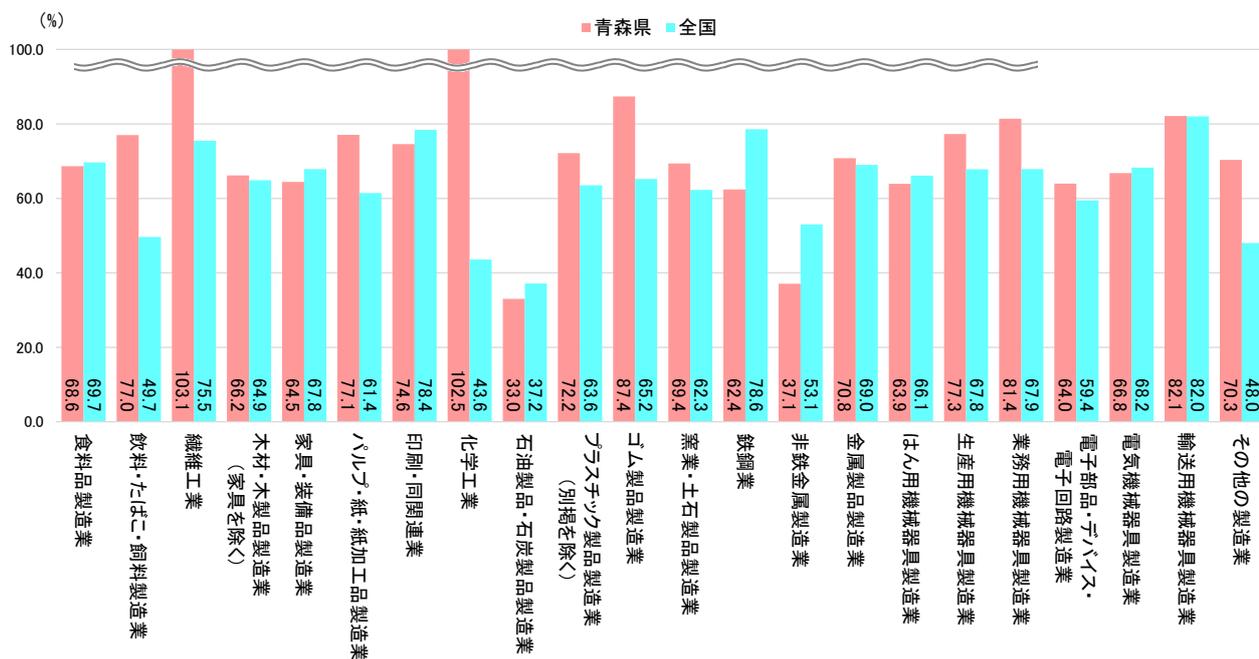
続いて労働分配率をみていきます。労働分配率は、企業が生み出した付加価値額のうち、人件費にどの程度振り分けているかを測る指標で、経営者が決定するものですが、人手不足や物価高騰などの環境変化に対応した賃金引上げと、企業の成長・事業拡大との両面からバランスを図ることが重要とされています。2022年版中小企業白書によると、中小規模企業の労働分配率は大企業に比べて高くなる傾向が示されており、労働分配率が高いということは、従業員に手厚い給与を支払っているか、若しくは経営を維持していくのに必要なコストを賄えなくなり、給与を支払うのが精一杯で結果的に労働分配率が高くなっている可能性もありますので、他の経営指標と合わせてみていく必要があります。

本県産業の労働分配率をみると、多くの産業で全国と同程度かやや上回っており、1人当たり給与総額が低いことも踏まえると、設備投資に十分配分できていない可能性があります。

産業別でみていくと、「農業、林業(個人経営を除く)」は低くなっており、機械化などへの設備投資等の配分割合が高くなっているか、あるいは賃金を県内水準に合わせた配分としている可能性があります。

「情報通信業(通信業、放送業、映像・音声・文字情報制作業)」、「医療・福祉」は、全国を大きく上回っています。その要因としては、売上高営業利益率、労働生産性ともに全国を大きく下回っている一方で、1人当たり給与総額は全国と同程度あるいは近い水準になっていることから、人財確保などのために生み出した付加価値額の多くが人件費に回ってしまっている可能性があります。

図3-3-2(MI) 労働分配率(製造業、中分類)(2021年、青森県、全国)



資料) 経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」
 ※労働分配率=給与総額÷純付加価値額×100により算出。

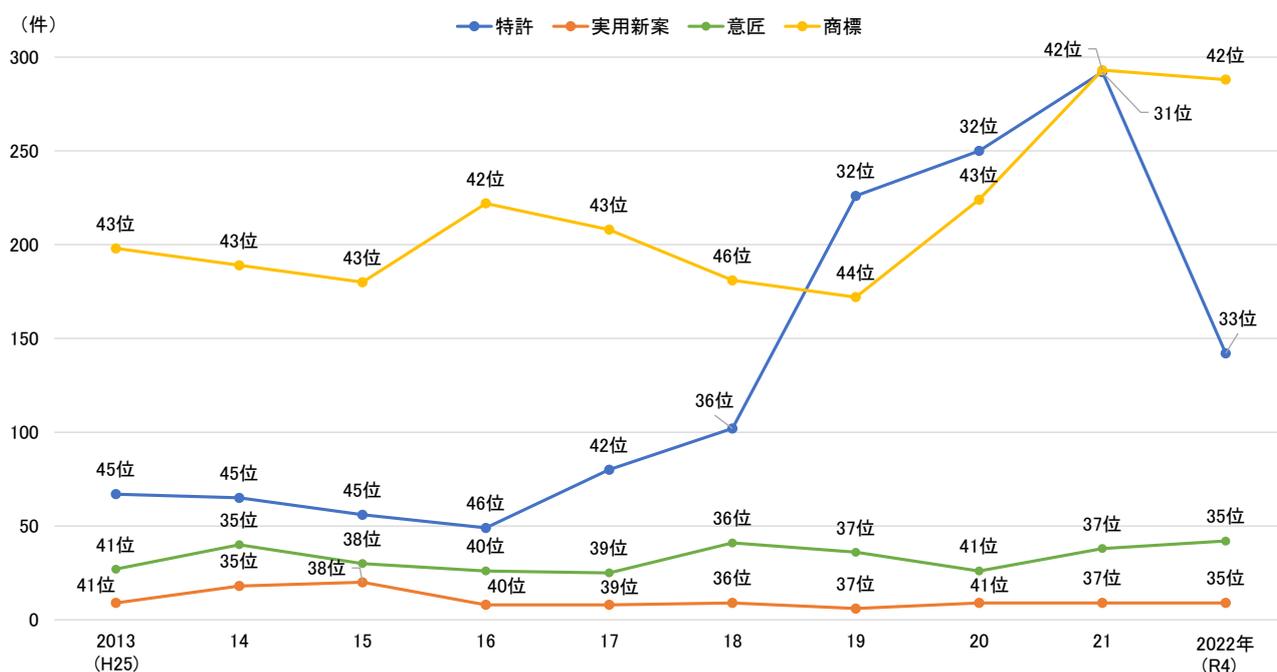
生産性特化係数の高い製造業中分類別に労働分配率をみていきます。

飲食料品関連では、「食料品製造業」は、労働分配率は全国と同程度で、1人当たり給与総額が低い
 ため、収益性を高めていく方向性が考えられます。

「鉄鋼業」、「非鉄金属製造業」は、全国を下回っており、設備投資等に配分されている割合が高
 いものとみられます。

3-4 研究開発活動

図3-4-1 知的財産登録件数(青森県、4法別)



資料) 特許庁「特許特許行政年次報告書」より県統計分析課において作成。
 ※登録件数は、日本人によるもの。ラベルは全国順位を表している。

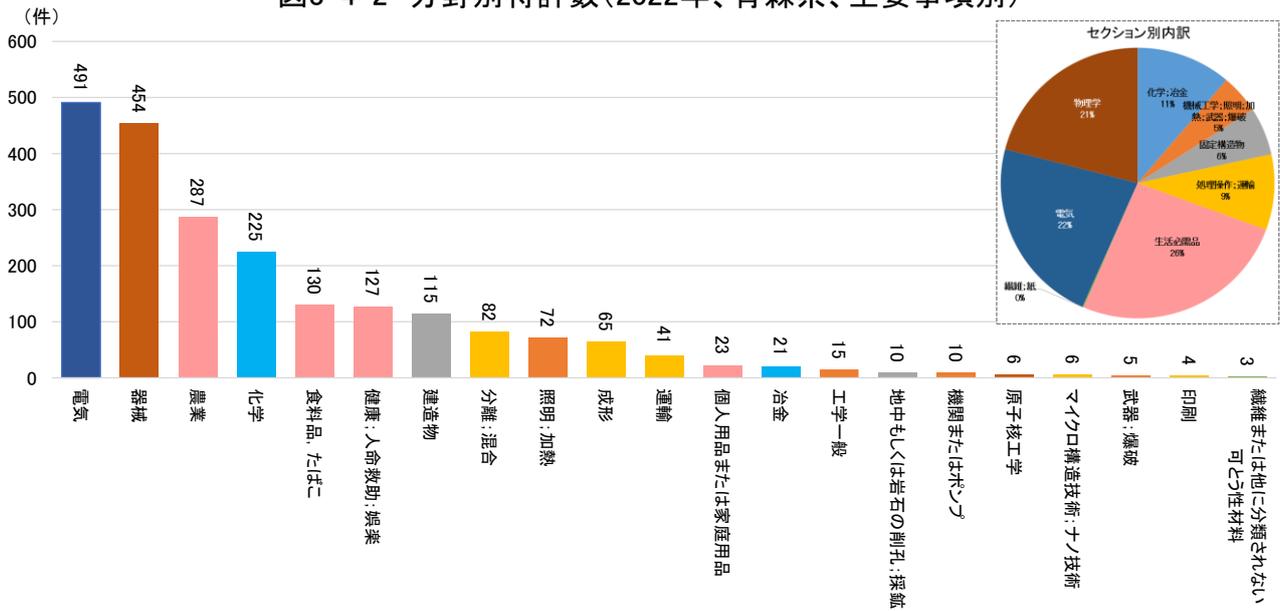
ここからは、企業の研究開発の活動状況をみていきます。

県では、2009(平成21)年に企業の研究開発活動を支援するため「青森県知的財産による新事業等の創出の推進に関する条例」を制定し、「日本弁理士会との包括協定」の締結、県と発明協会が一体となった総合相談窓口「青森県知的財産支援センター」を開設して、ワンストップでの相談対応に取り組んでいます。

本県の知的財産登録件数の推移をみると、いずれも全国順位で40位台にありましたが、特許登録件数は、2017(平成29)年度から増加傾向になり、2021(令和3)年にはピークとなる292件、全国順位で31位に伸びました。2022(令和4)年は、142件と減少幅が大きくなりましたが順位は大きく下がっていないことから、特許登録件数の減少はコロナ禍の影響などによる全国的なものと考えられます。

商標登録件数は、特許登録件数の増加に連動するかのようになり2020(令和2)年から増加傾向となっており、2022(令和4)年には288件、全国順位は42位になっています。

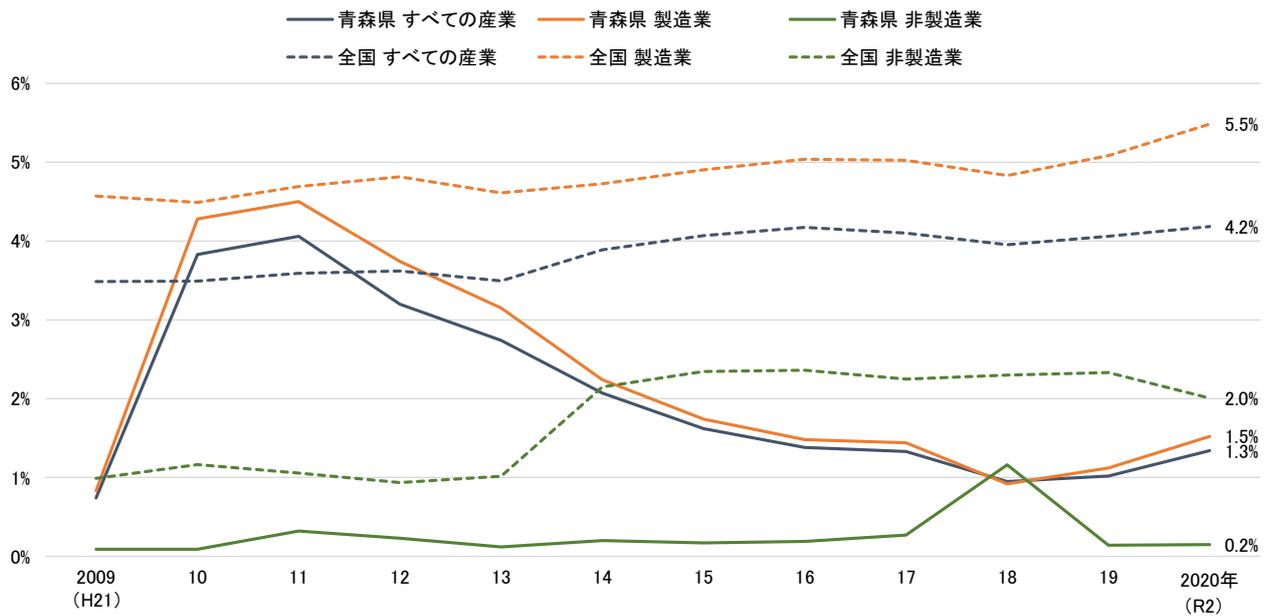
図3-4-2 分野別特許数(2022年、青森県、主要事項別)



資料)「RESAS(地域経済分析システム)企業活動マップ>研究開発>特許分布図」からダウンロードしたデータを県統計分析課において加工し作成。
 ※上記資料の出典：特許庁「特許情報」(2017年9月、2018年9月、2019年10月、2020年11月、2021年11月、2023年1月)
 ※上記資料の注記より一部引用：地域別の特許件数のカウント方法については、
 ①複数の特許権者が共同出願している場合は、特許権者ごとに別々にカウント
 ②1つの特許が複数の分野(セクション、主題事項、Fクラス、特許技術テーマ)にまたがる場合は、それぞれの分野ごとに別々にカウントし
 ③上記の両方に当てはまる場合、特許権者ごと、分野ごとに別々にカウント
 このため、出願番号のみでカウントした特許件数とは一致しない。

本県の特許の内訳をみると、件数が多い順に、電気、器械、農業で全体の5割以上を占めており、セクション別では、生活必需品の割合が最も大きくなっています。

図3-4-3 研究開発費対売上高比率(青森県、全国)



資料)「RESAS(地域経済分析システム)企業活動マップ>研究開発>研究開発費」からダウンロードしたデータを加工し作成。

※上記資料の出典:経済産業省「企業活動基本調査」再編加工

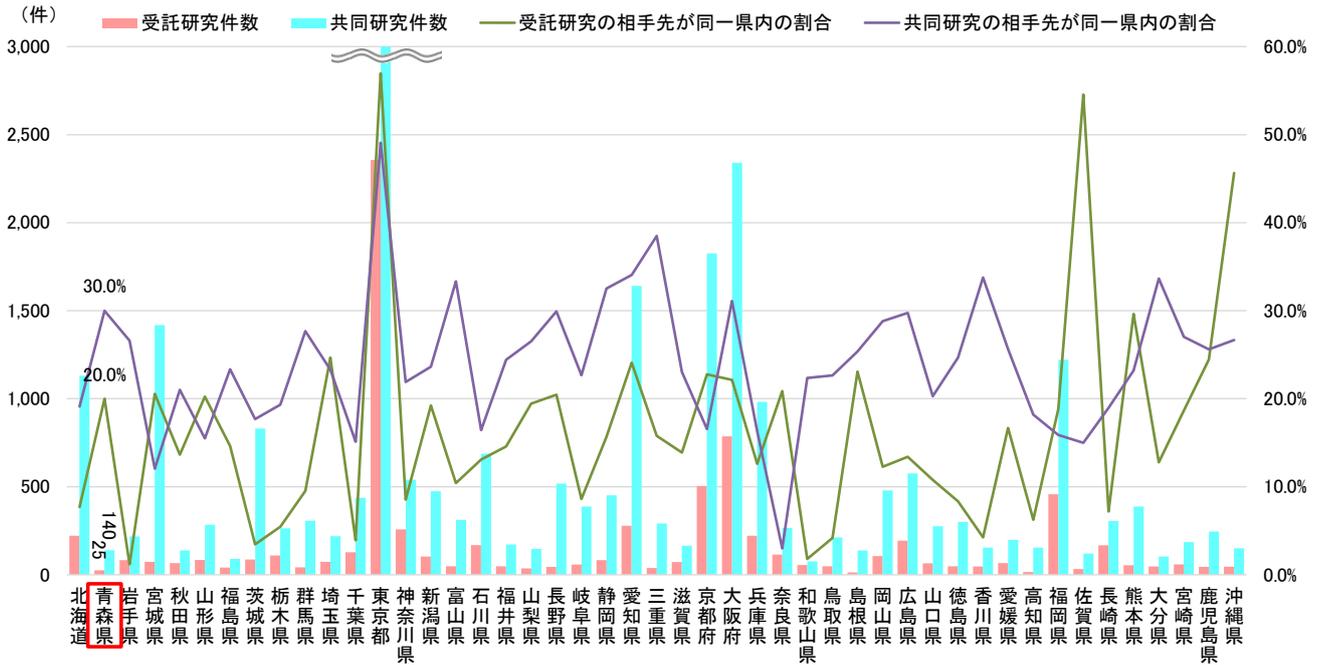
※上記資料の注記:「企業数」、「1企業あたり」、「対売上高比率」は「研究開発費の報告があった企業」のみを対象として集計している。再編加工において、企業数の少ない場合などについては秘匿処理を行っているため、各分類の合計値が公表値に一致しない場合がある。

図3-4-3は、売上高に占める研究開発費の割合を全国と比較したグラフです。

製造業は、全国では年々増加傾向にあります。本県では、2009(平成21)年に青森県知的財産支援センターを開設したことなどを背景に2010(平成22)～11(平成23)年には4%以上となりましたが、その後は低下傾向となり、2020(令和2)年は全国を4.0ポイント下回っています。

非製造業は、全国では2014(平成26)年に大幅に上昇してからは2%台で推移していますが、本県では上昇傾向がみられず、2020(令和2)年は全国を1.8ポイント下回っています。

図3-4-4 都道府県別、大学等における産学連携実施状況(2021年度)



資料) 文部科学省「令和3年度大学等における産学連携等実施状況について」から県統計分析課において作成。
 ※2022年3月31日現在
 ※東京都の共同研究件数は7,676件

次に県内大学と県内企業との産学連携の取組状況を都道府県別でみてみます。

2021(令和3)年度の県内大学における受託研究²⁰件数は、25件(全国45位)で、このうち県内企業と連携した割合は20%(全国15位)となっています。共同研究²¹件数は、140件(全国41位)、県内企業と連携した割合は30%(全国9位)となっています。

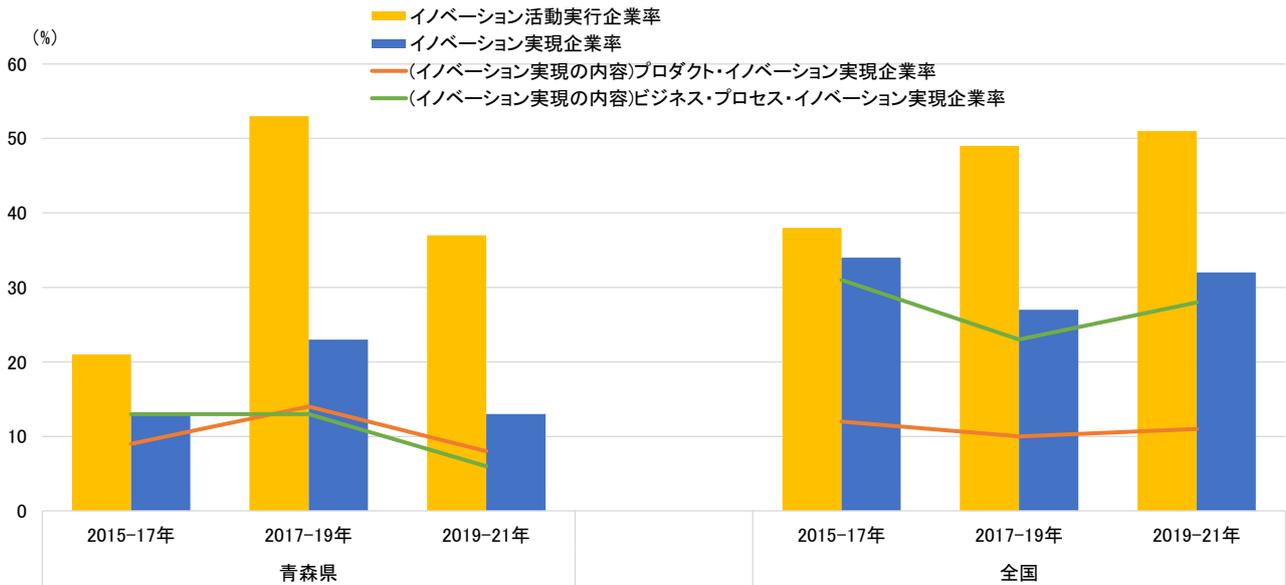
本県における県内大学の受託研究及び共同研究は、件数こそ低いものの、県内企業との連携率は高いと言えます。

研究者や設備などの研究開発環境は大学等で多種多様であり、企業と大学等の研究ニーズ等のマッチングが必要ですが、地元で研究開発に取り組むことは産学双方にとってメリットが大きいいため、今後も本県の産学連携が更に拡大していくことが望まれます。

²⁰ 「受託研究」は、民間企業等から委託を受けて、大学の業務として研究を行い、その結果を委託者に報告する研究制度のこと。

²¹ 「共同研究」は、大学の自主性及び主体性のもと、民間機関等から研究経費を大学に受け入れて、教員と民間機関等の研究者とが対等の立場で共通の課題について共同して行う研究制度のこと。

図3-4-5 イノベーション実現企業率(青森県、全国)



資料) 文部科学省科学技術・学術政策研究所「全国イノベーション調査(2018年、2020年、2022年)」を加工し作成。
 ※対象期間の3年間のうちにイノベーション(プロダクト・イノベーション又はビジネス・プロセス・イノベーション)を実現した企業の割合を表す。
 ※上記資料の註より: 都道府県別の推計値は、経済活動と企業規模階級によって区分した層ごとに設定した重み係数(ウェイト)に基づいている。標本抽出に際して都道府県別に層化していないため、都道府県別の推計値が必ずしも対象母集団の状況を正確に復元しているとは限らない。したがって、本表に示される値があくまで参考値であることに留意する必要がある。

図3-4-5は、企業がイノベーションをどの程度実現しているかを全国と比較したグラフですが、推計された本県の値は参考値であることに留意してまいります。

まず、企業がイノベーションを起こす活動を行ったかどうかを表すイノベーション活動実行企業率をみると、全国では増加傾向にある一方、本県では、2017～19年間に全国を上回りましたが、2019～21年期には低下しています。また、本県のイノベーション実現企業率は、全ての対象期間において全国よりも低くなっています。

プロダクト・イノベーション²²実現企業率は、2017～19年期には全国を上回りましたが、2019～21年期に低下しています。また、ビジネス・プロセス・イノベーション²³実現企業率は、全ての対象期間において全国を下回っており、2019～21年期には全国を22ポイントと大幅に下回っています。

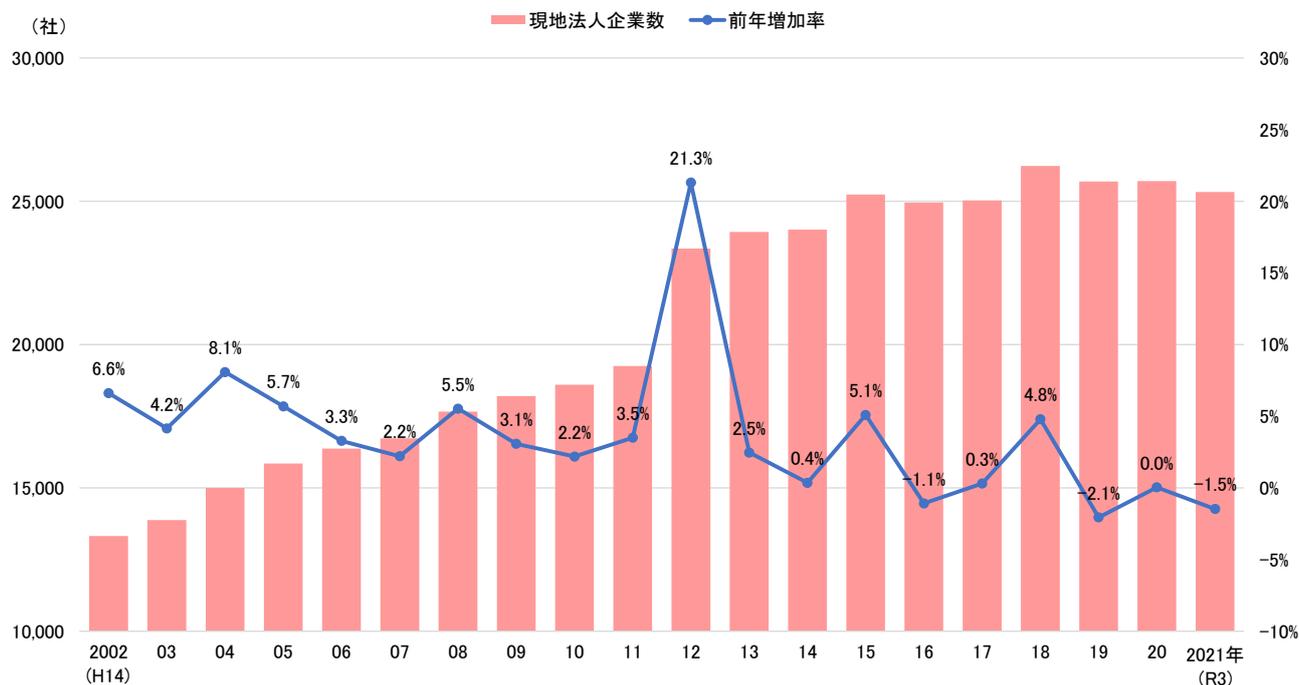
このことから、本県産業は、イノベーション活動はある程度行われているものの、その実現率は低く、とりわけビジネス・プロセス・イノベーションの実現率が大幅に低いことが課題と言えます。

²² プロダクト・イノベーションとは、革新的な新製品を開発して、差別化を図ること。

²³ ビジネス・プロセス・イノベーションとは、製品やサービスを製造・流通する過程・工程・手順・方法(プロセス)に大幅な革新を起こすこと。単に「プロセス・イノベーション」ともいう。

3-5 海外進出

図3-5-1 企業の海外進出の動向(全国)



資料)「RESAS(地域経済分析システム)企業活動マップ>海外取引>海外への企業進出動向(出典:経済産業省「海外事業活動基本調査」再編加工)」からダウンロードしたデータを用いて作成。

企業の海外進出の動向についてみていきます。

企業が海外進出する目的には、主に市場開拓、生産コスト削減、部品・商品の調達、新規事業立ち上げ、豊富な人財の活用などが挙げられ、国内の海外進出企業数は増加傾向にあります。

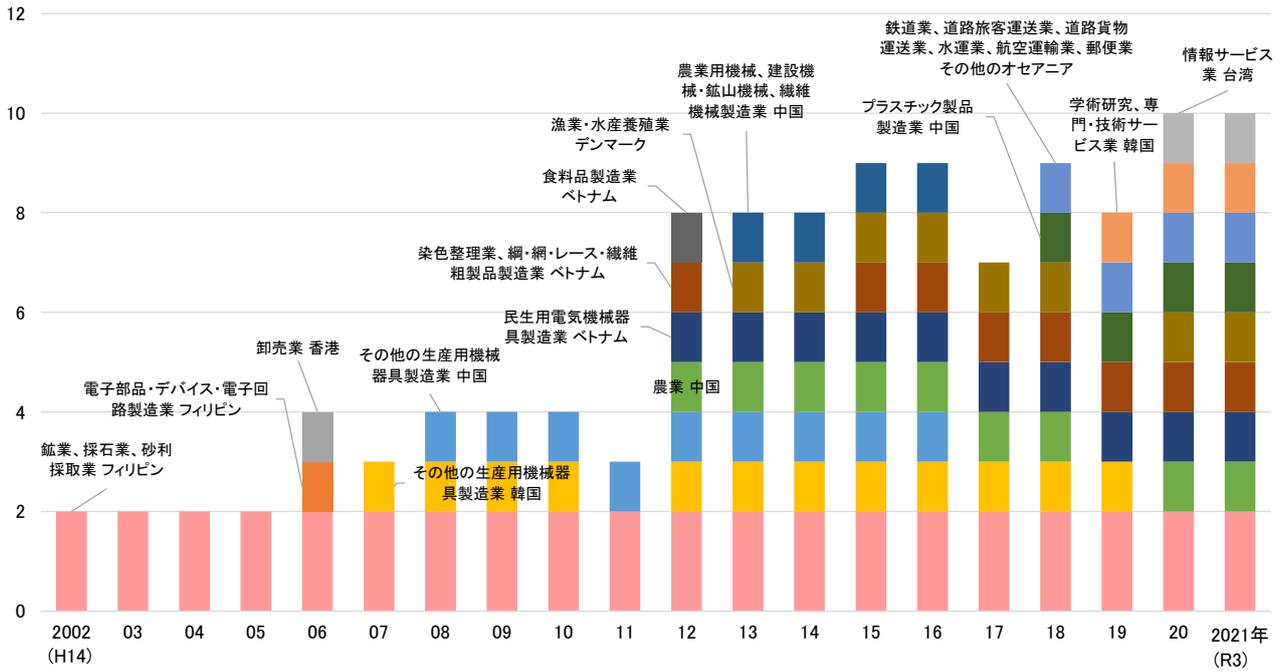
2012(平成24)年にリーマンショック後の円高の進行、東日本大震災後に生じた生産拠点の分散化、電力料金の上昇などを背景として対前年増加率で21.3%と大幅に増加しましたが、その後増加傾向は緩やかになっており、2021(令和3)年で約2万5千社となっています。

なお、企業の海外進出が進むことによって、国内の生産が減少し、雇用が失われるのではないかと懸念もありますが、通商白書2023(経済産業省)において、統計的手法を用いて「企業のグローバル化は、収益、雇用、投資、賃金、生産性のみならず、地域の輸出促進の観点からも国内経済に貢献」という分析結果を示しています。

一方、海外進出には上記目的がメリットとなる反面、言語・文化・商慣習の違い、為替相場の変動や政治的リスクなどのデメリットもありますので、十分な検討が必要です。

(社)

図3-5-2 国別、中分類別、企業の海外進出の動向(青森県)



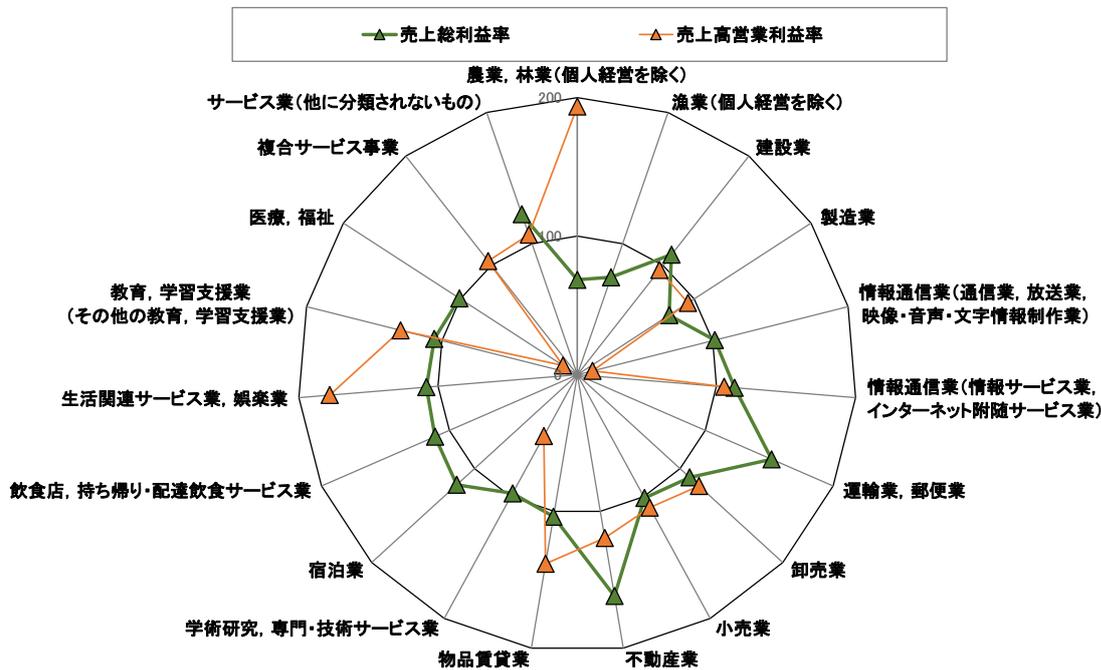
資料)「RESAS(地域経済分析システム)企業活動マップ>海外取引>海外への企業進出動向(出典:経済産業省「海外事業活動基本調査」再編加工)」からダウンロードしたデータを用いて作成。
 ※産業分類は現地法人の産業分類。

本県企業の海外進出の推移をみると、海外進出企業数は全国と同様に 2012(平成 24)年に大きく増加しましたが、撤退もみられ、2021(令和3)年には10社となっています。

進出先は主にアジアとなっており、産業別では農業、水産業、鉱業、製造業のほか、近年ではサービス業の進出もみられます。

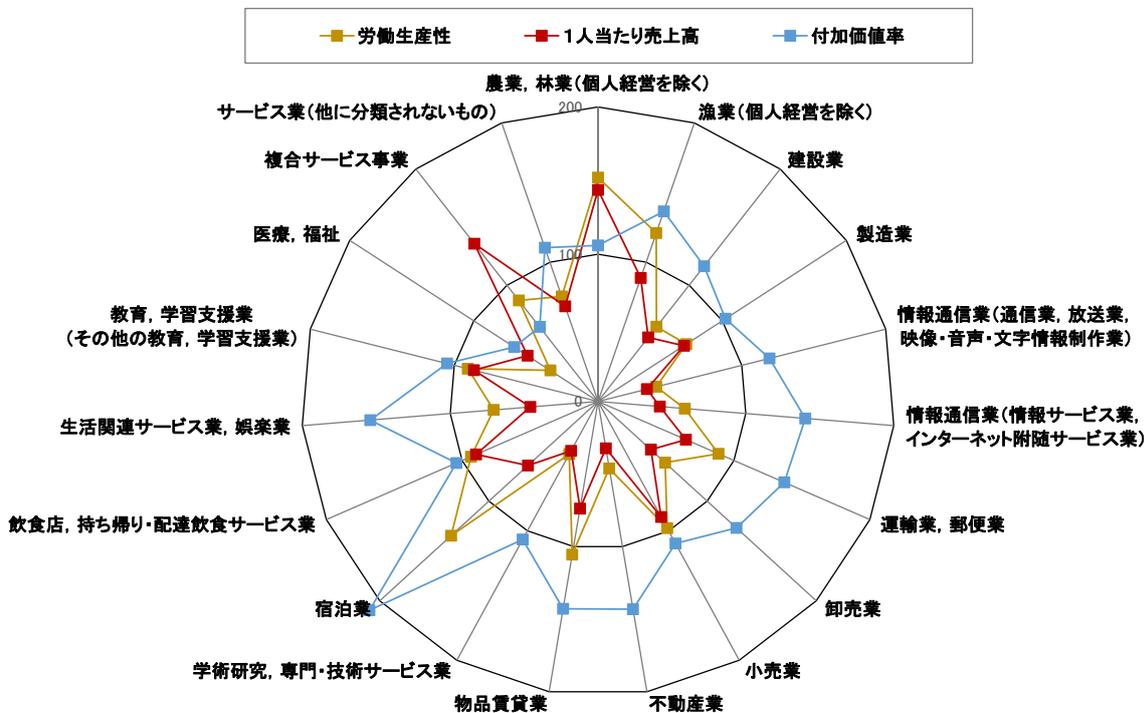
3-6 企業経営指標・企業活動分析(第3章)のまとめ

図3-6-1 青森県の産業別企業経営指数_収益性(全国値=100)



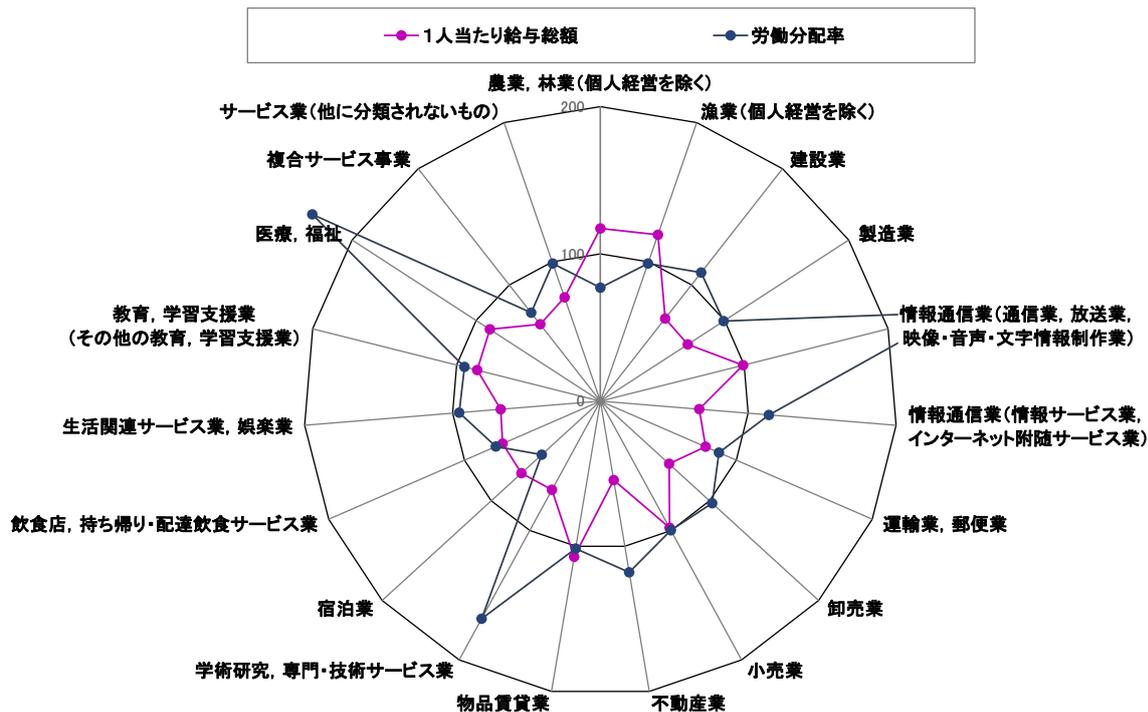
資料)経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査(企業等に関する集計)」により県統計分析課作成
 ※売上高営業利益率において、漁業(個人経営を除く)、宿泊業はマイナスであることから、また、運輸、郵便業、飲食店、持ち帰り・配達飲食サービス業は表示桁が大きくなるため表示しない。

図3-6-2 青森県の産業別企業経営指数_生産性(全国値=100)



資料)経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査(企業等に関する集計)」により県統計分析課作成

図3-6-3 青森県の産業別企業経営指数_人件費(全国値=100)



資料)経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査(企業等に関する集計)」により県統計分析課作成

企業経営指標における全国値との比較からみた本県産業の特徴・課題等について、多くの産業に共通している主なポイントは次のとおりです。なお、「運輸業、郵便業」、「宿泊業」、「飲食店、持ち帰り・配達飲食サービス業」などは、コロナ禍において影響が大きく表れた経営指標であることに留意が必要です。

〈多くの産業に共通している企業経営指標の主なポイント〉

- ① 労働生産性が低く、1人当たり売上高の低さが大きな要因になっていること
- ② 付加価値率が高く、人件費が高くついている可能性があること
- ③ 企業等は当該産業の目安又はそれ以上の割合で新たに生み出した付加価値額を給与に分配していることが労働分配率からうかがえること
- ④ また、1人当たり給与総額が全国を下回っており、企業等は事業拡大等の投資に十分な配分できてない可能性がうかがえること

このことから、多くの産業において、新たな付加価値の創出や売上の増加、あるいは業務効率化によるコスト削減などにより生産性の向上を図ることが極めて重要です。

続いて、生産性特化係数から強みや弱みのある産業を関連性の高いまとまりとしてとらえた上でポイントを整理します。

〈強みがある食関連産業のポイント〉

食関連産業においては、法人経営の「農業、林業」は、労働生産性及び人件費において全国を上回り経営指数は良好と言えますが、収益性の面では付加価値を高めていくことが重要です。

法人経営の「漁業」は、労働生産性や人件費において全国を上回っているものの、国内消費量や漁獲量の減少を背景に収益性は悪化しています。

県内において第一次産業との取引の割合が高い「食料品製造業」は、「農業、林業」と同様に付加価値を高めていくことが重要です。また、第一次産業の生産品や生産量の影響を大きく受けることになるため、第一次産業における戦略の方向性を共有するなど、産業間の連携を一層強化していくことが肝要です。

〈弱みとなってる知識産業のポイント〉

「学術研究、専門・技術サービス業」、「情報通信業」は、地域の技術革新を先導し、地域経済全体の発展を牽引する知識産業²⁴として、全国では収益性、労働生産性、人件費ともに高い産業となっていますが、本県は大幅に低くなっています。

本県においては、「専門・科学技術、業務支援サービス」の県内総生産額(名目)が増加傾向にあることに加え、デジタル化をはじめ、あらゆる分野において官民でDXを推進することとしており、各産業において付加価値の創出や労働生産性の向上に向けた取組が活発化してくることなどを通じて県内需要が増加してくることが見込まれます。

その一方で、デジタル分野等の専門人財²⁵の不足が懸念されるため、人財確保に向けて多様で柔軟な働き方の推進に取り組んでいくことが重要です。

次に、企業の経営活動を整理すると、特許登録数は近年増加傾向にありますが、研究開発については製造業で売上高に占める研究開発費の割合が年々減少してきており、非製造業では低い状態が続いています。

また、イノベーション活動の実行率は全国で増加傾向にあるものの、本県では近年低下がみられ、イノベーション実現率についても低くなっており、特にビジネス・プロセス・イノベーションは全国を大きく下回っている状況にあります。

一方、共同研究等における県内大学と県内企業との産学連携実施率は比較的高く、今後も引き続き拡大していくことが望まれます。

²⁴ 人々の知識や情報を活用し、事業所に対して高度な技術やサービスを提供する産業のこと。人間の知的労働力に頼る割合が多く、専門知識を要求される頭脳労働が中心になる業務を行う。

²⁵ 専門人財については、デジタル人財、クリエイター、料理人、デザイナー、研究開発者等多様な分野にわたっており、本書では、学術的な専門性の高さよりはむしろ収益面等で具体的なメリットをもたらす専門性を有している者をいう。

3 青森山田高等学校サッカー部の2冠に思ったこと

青森中央学院大学 経営法学部 教授 竹内 紀人

1月8日、青森山田高校サッカー部が第102回目の全国高校サッカー選手権大会で見事に優勝を飾り、高円宮杯U-18プレミアリーグ2023ファイナルと合わせ、2冠を達成した。

同校は、従前より名将・黒田監督のもとでサッカーがしたいという全国のフットボーラーが、毎年、中学年代から集まってくる名門校であったが、今年度は、正木新監督の指導のもとで初年度に成し遂げた日本一であり、同校サッカー部のブランド力を一段と高めた。

青森山田の特徴として、しばしば、「雪の中で鍛えられた強靱な体力」が挙げられる。雪上サッカーに加え、計画的なウェイトトレーニングで鍛えられた超高校級のフィジカルは、体幹の強さと試合終盤でも衰えない運動量の源だ。それらは一流の指導者の下での技術向上と併せ、長丁場のリーグ戦でも、一戦必勝のトーナメントでも、闘いの基礎となっている。

面白いのは、全国の強者が集まってくるチームなのに、先発選手の約半分を青森県出身の選手が占め、主要な交代選手にも地元選手が多いことだ。聞くところによると、小学校時代に地元のクラブチームで著名な選手でも、山田中学に進学するかどうかは逡巡する場面が少ないそうだ。一方では、公立中学出身で高校年代から青森山田でのプレーを選択する者もいる。レギュラーとしての活躍機会だけを考えるなら、中学で約100人、高校で約200人を数えるチームにチャレンジすることは勇気がいる決断だ。

一軍に上がる保証も、重要な試合に出られる保証もないなかで、地元の人財が、他県から来た逸材と切磋琢磨して、輝きを放つ選手に成長していく。他県から親元を離れて中学・高校と寮生活を送るメンバーもまた、同じ競争の中に置かれている。厳しい競争環境でギリギリまで高めあった仲間たちには、一軍レギュラーを目指すライバル心は、もちろんあるだろうが、もはや、出身が地元だと他県だとかといったレッテルは必要ないのだろう。

そうした中で、資質を買われて選ばれた地元出身のキャプテンが全体をまとめ、監督が代わっても変わらない強さを見せてくれた。私たちが「地元チーム」として心から応援できる彼らの強みはそうしたところにあるのだと思う。

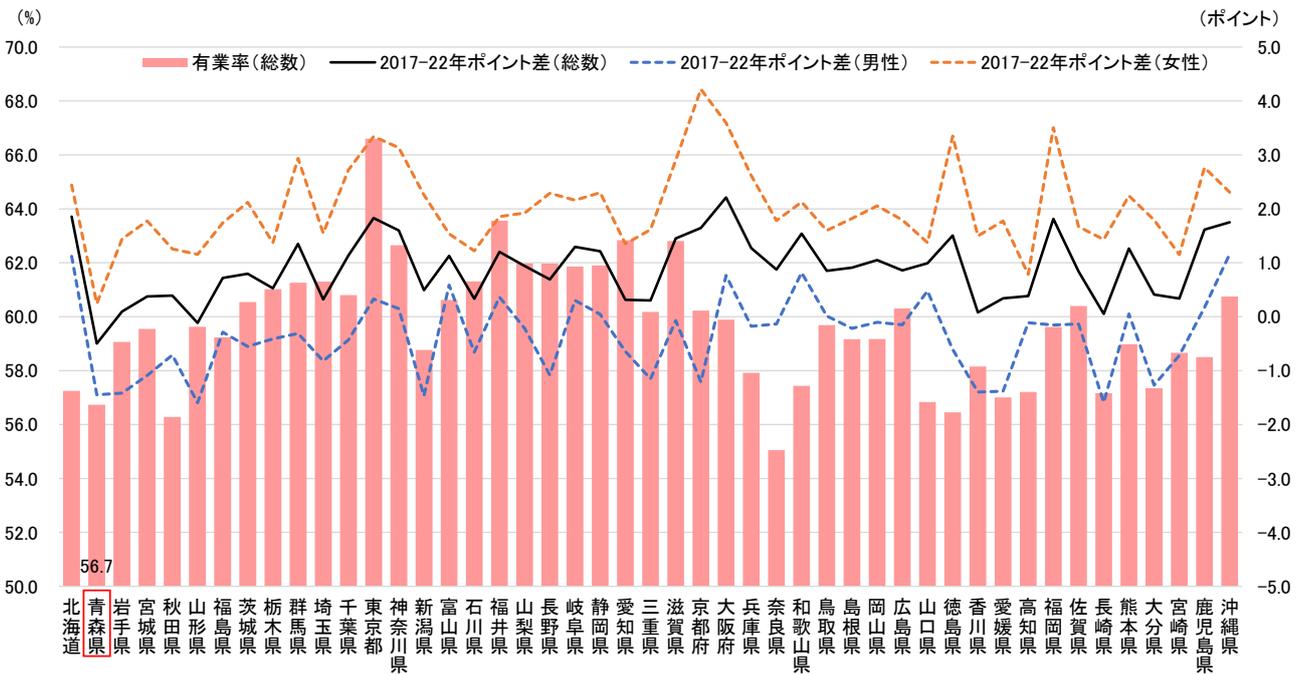
人々が地域間を自由に往来し、多様性の中で個々の能力を高めあい、適材適所でたとえリーダーが変わろうとも、チームとしての結果を発揮し続けている。その舞台が青森県であることに私たちは着目すべきだ。これからの一層厳しさを増す人口減少時代に、他地域の人々の知恵やマンパワーを借りながら、しかし外部の力だけに頼るのではなく、地元出身者がしっかりと地域のことを考え成長することが必要だ。スピーディに変化するギリギリの局面が続く中で、自身の役割を落ち着いて見定め、一人ひとりが身を削り、地域の供給力を守る努力を続けなければ、地域住民の生活を維持していくことは不可能な時代である。

大切なことは、異質な人々と自ら望んで交わり、切磋琢磨することを当たり前のこととし、次なるゾーンにチャレンジしていく姿勢である。その中心にいるのは多数の地元人財であるべきだ。地元企業がどれだけ従業員の再教育に情熱やコストを注ぐことが出来るか、また、あらゆる住民が自らの学び直しを自分事として考えることが出来るかどうか。リスクリングとリカレント、言葉としてはよく聞かすが、待ったなしの人手不足時代に、企業も個人もそれら両方を自分事として捉えられなければ、「青森新時代」を創ることは難しいと思われる。

本章では、就業者に焦点を当て、主に令和4年就業構造基本調査結果²⁶を用いて本県の就業構造を男女別、年齢別などにおいて全国と比較しながら分析していきます。

4-1 15歳以上人口の就業状況

図4-1-1 都道府県別有業率(2022年)



資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査結果」より県統計分析課において作成。
 ※調査日:2022年10月1日
 ※有業率=有業者数÷15歳以上人口により算出。

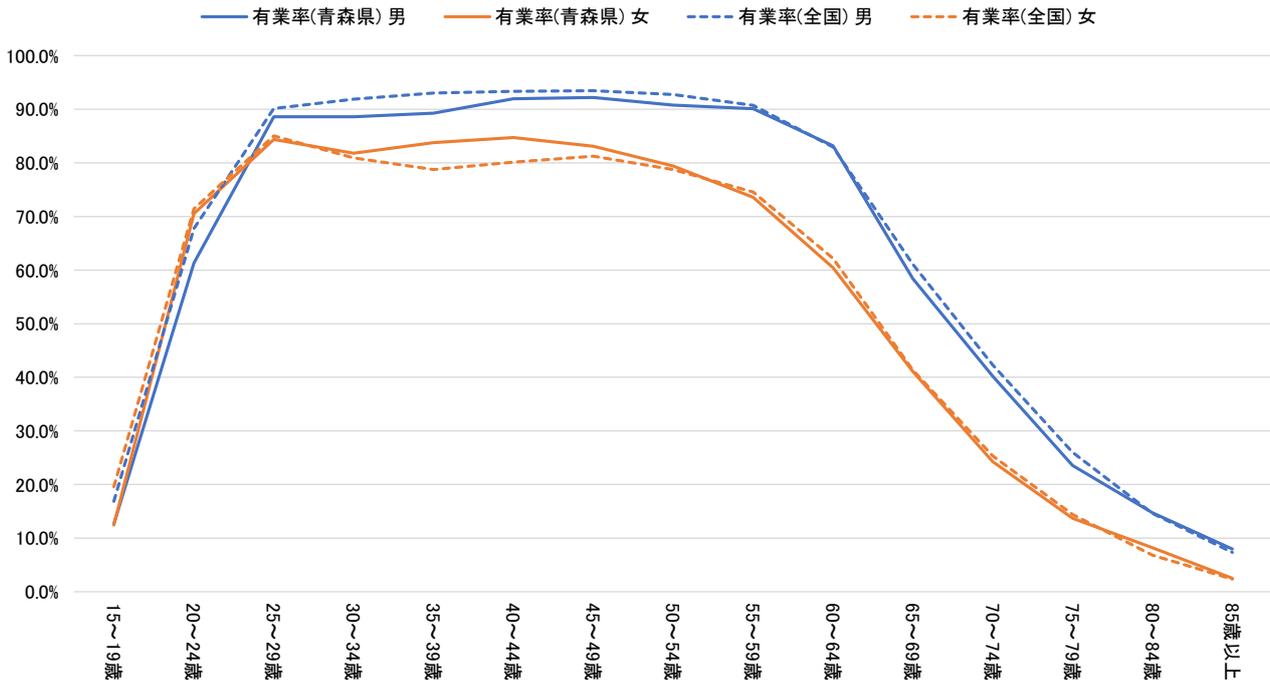
はじめに、15歳以上人口の就業状態をみると、本県の2022(令和4)年の有業率²⁷は、男女総数で56.7%となっており、5年前から0.5ポイント低下し、低下幅は全国ワーストとなっています。

男女別の有業率を5年前と比較すると、男性が1.4ポイントと大きく低下しており、女性は全国的に有業率が上昇する中で本県の女性の上昇が0.2ポイントと低い上昇にとどまったために男女総数の低下幅が大きくなっています。

²⁶ 就業構造基本調査は、標本調査であり一定の推定方法に基づいた調査結果となる。また、15歳以上の人の就業・不就業についての構造調査として、「ふだん」の状態によって把握するユージュアル方式で調査したものであり、1週間の状態によって把握しているアクチュアル方式統計調査と数値を比較する際は注意を要する。

²⁷ 有業率とは、15歳以上に占める有業者(ふだん収入を得ることを目的として仕事をしており、調査日以降も仕事をしていくことになっている者及び仕事は持っているが現在は休んでいる者)の割合のことをいう。

図4-1-2 男女、年齢階級別有業率(2022年、青森県、全国)



資料) 総務省統計局「令和4年就業構造基本調査結果」より県統計分析課において作成。

図4-1-2は、本県の男女別、年齢階級別の有業率を全国と比較したグラフです。

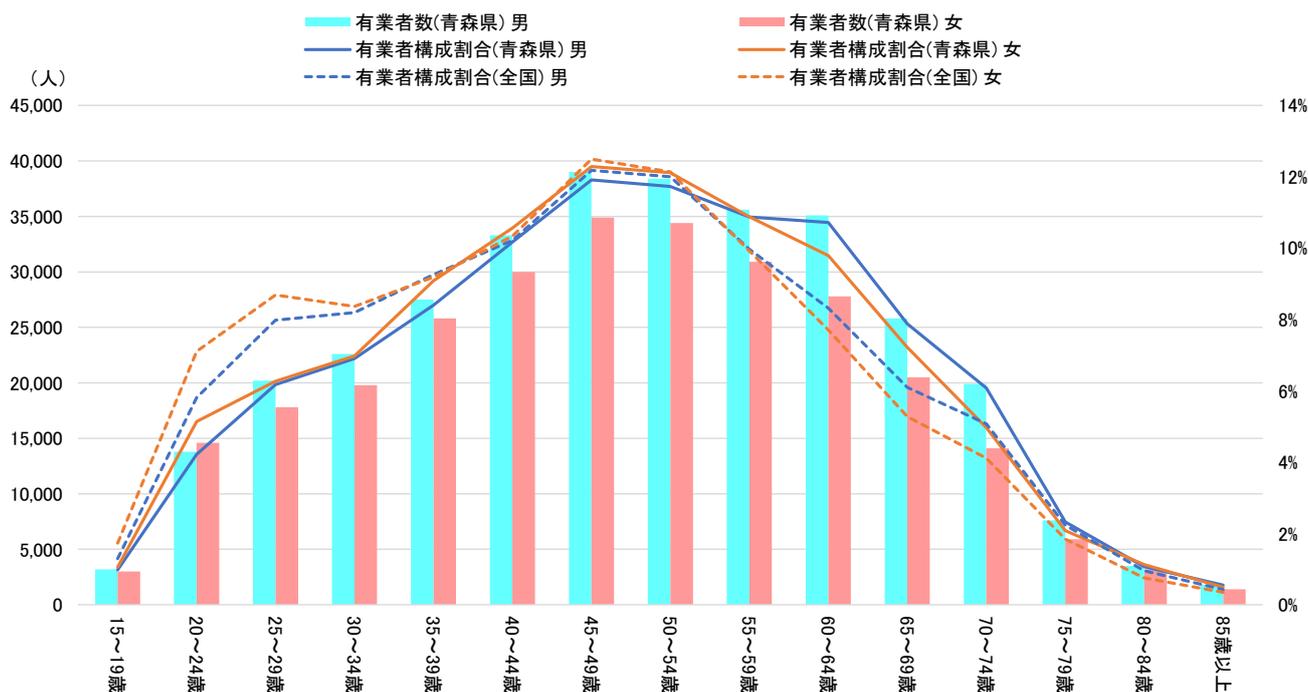
本県の男性は、60～64歳と80歳以上を除き、有業率が全国を下回っています。特に、20～24歳では6.4ポイントと大きく下回っており、30歳代においても3.2～3.7ポイントの差があることから、若年層から中年層²⁸で有業率の低下が大きいと言えます。

本県の女性は、30～54歳と80歳以上で全国を上回っており、特に35～44歳では4.6～5.0ポイント高くなっており、出産・子育てを機にいったん仕事を離れることで有業率が低下するM字カーブがほとんどみられないのが特徴となっています。

このため、全国では、働き方改革により出産・子育てしながらでも働きやすい環境づくりが推進されてきたことや未婚率の上昇などもあいまって女性の有業率が上昇しましたが、本県の女性はもともと出産・子育て期の有業率が高かったため、全国の中で有業率の伸びが最も低くなったと考えられます。

²⁸ 第2部においては、複数の年齢階級を便宜上まとめて年齢層として表現する場合には、15～29歳を若年層、30～44歳を中年層、45～59歳を中高年層、60歳以上を高年齢層と表す。

図4-1-3 男女、年齢階級別有業者数及び構成割合(2022年、青森県、全国)



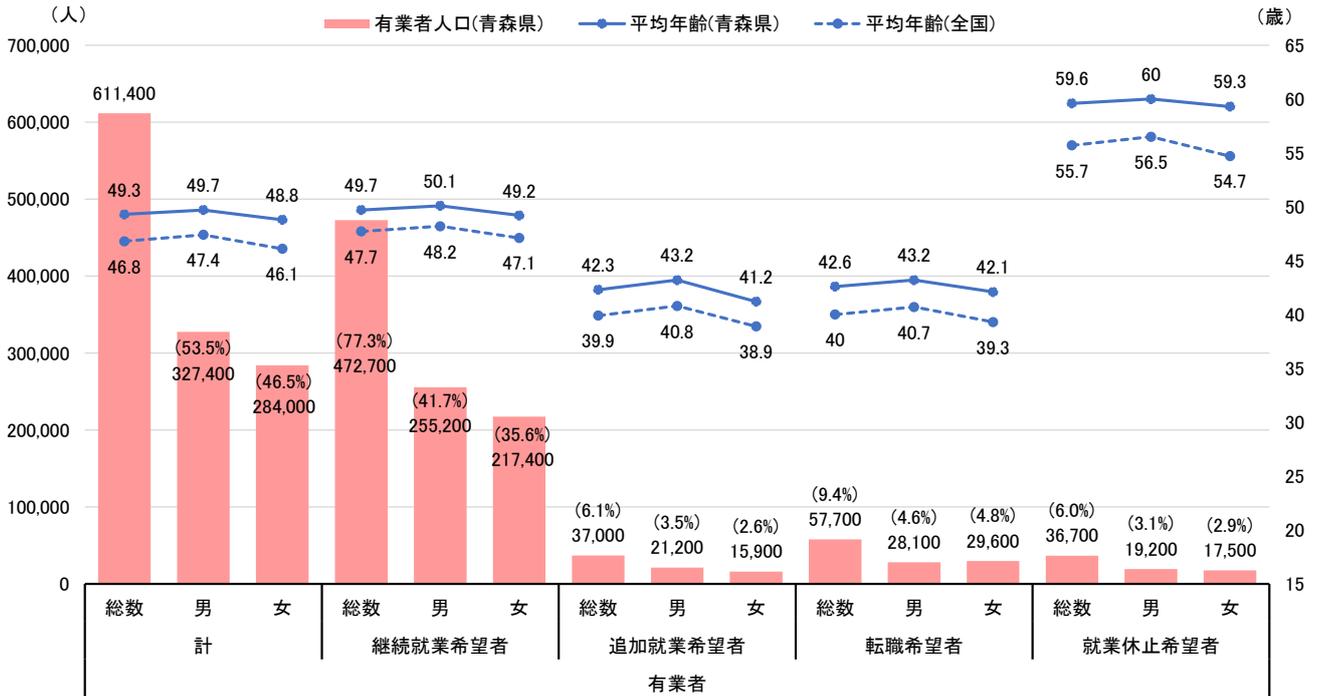
資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査結果」より県統計分析課において作成。
 ※有業者の構成割合=年齢階級別の有業者数÷有業者総数により算出。

年齢階級別有業者数とその構成割合を全国と比較してみると、本県の有業者数は、男女とも45～49歳がピークになっているところは全国と同じですが、若年層が大幅に少なく、高年齢層が大幅に多い構成割合となっていて、就業構造にも少子化・高齢化の影響が表れています。

今後も少子化により若者の人財獲得が一層厳しさを増していくことが予想される中、若者のアイデアや意見等をどのように業務に取り入れていくかなど、労働環境の年齢構成が逆ピラミッド型になることによって生じる課題にも対応してことが大切です。

そうした就業構造の先頭に行く本県は、若年層から高年齢層までそれぞれが強みを活かして活躍でき、働きやすい環境づくりを実現することで、全体の労働参加率を高めていくことが重要になっていると言えます。

図4-1-4 男女、就業希望意識別人口、平均年齢(有業者)(2022年、青森県)



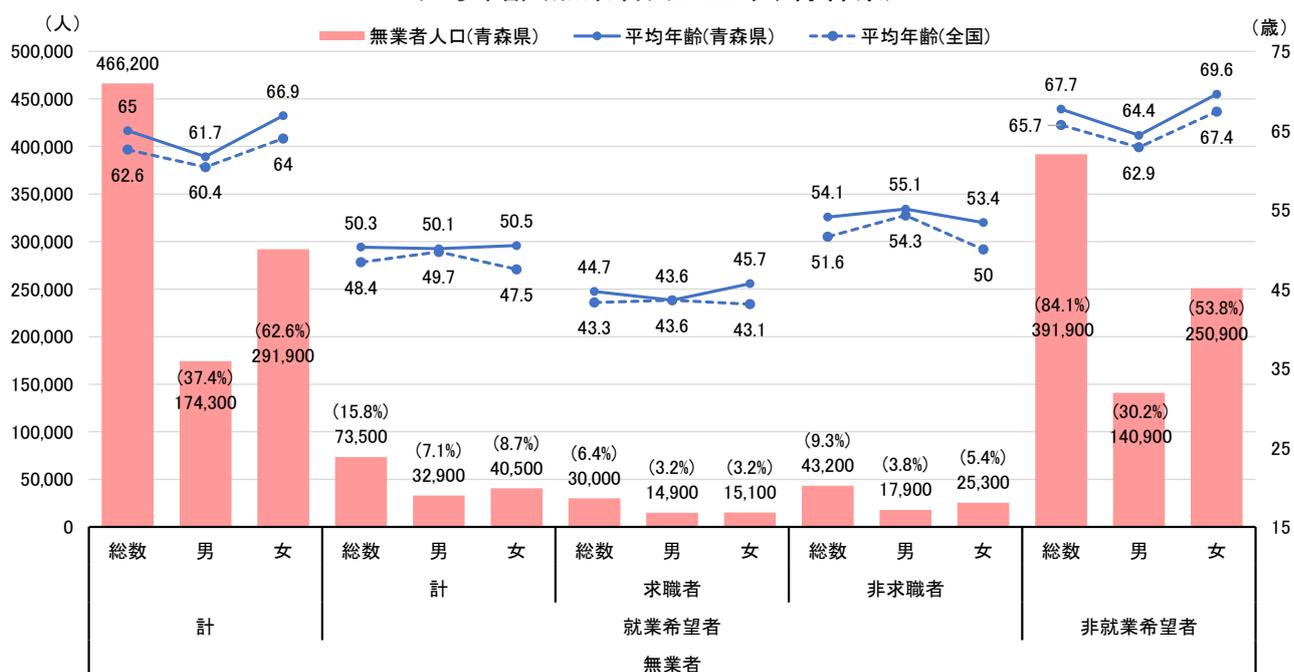
資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査結果」より県統計分析課において作成。
 ※棒グラフのパーセンテージは有業者計総数に占める割合を表す。

図4-1-4は、本県の有業者に占める就業希望意識別の人口構成割合を表したものです。

本県の有業者のうち、継続就業希望者は77.3%で最も多く、次いで転職希望者が9.4%、副業などの追加就業希望者が6.1%となっており、約6人に1人が転職か副業を希望していることがみとれます。

平均年齢をみると、転職希望者も追加就業希望者もおおむね42歳前後となっており、就業休止希望者は、60歳前後であることから定年退職等を機に就業休止を希望しているとみられますが、本県の男女ともに就業を休止するまでの年齢が全国と比べて4歳程度高い傾向にあります。

図4-1-5 男女、就業希望の有無・求職活動の有無別人口、平均年齢(無業者)(2022年、青森県)



資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査結果」より県統計分析課において作成。
 ※棒グラフのパーセンテージは無業者計総数に占める割合を表す。

図4-1-5は、本県の無業者における就業希望の有無等の割合を表したグラフです。

本県の無業者の84.1%が非就業希望者となっており、平均年齢からみて大半が年金受給者とみられます。

就業を希望して求職活動を行っている者は全体の6.4%となっており、平均年齢からみて転職を希望して離職し、求職活動している者が一定程度含まれているとみられます。

一方、就業を希望しながら求職活動を行っていない者は9.3%となっており、平均年齢は54歳前後となっていることから、健康上の理由や家庭の事情などにより働きたくても働けないなどの理由で求職活動を行っていない者が一定程度含まれているとみられます。

いずれにしても、本県には「ふだん」の状態において7万人以上の就業を希望する無業者がいることとなりますので、一人でも多くの就業を実現していくことが重要です。

ここまでの15歳以上人口の構成を押さえた上で、次節からは有業者の就業構造を詳しくみていきます。

4-2 有業者の就業状況

図4-2-1-1 年齢、従業上の地位・雇用形態別人口(男性)
(2022年、青森県)

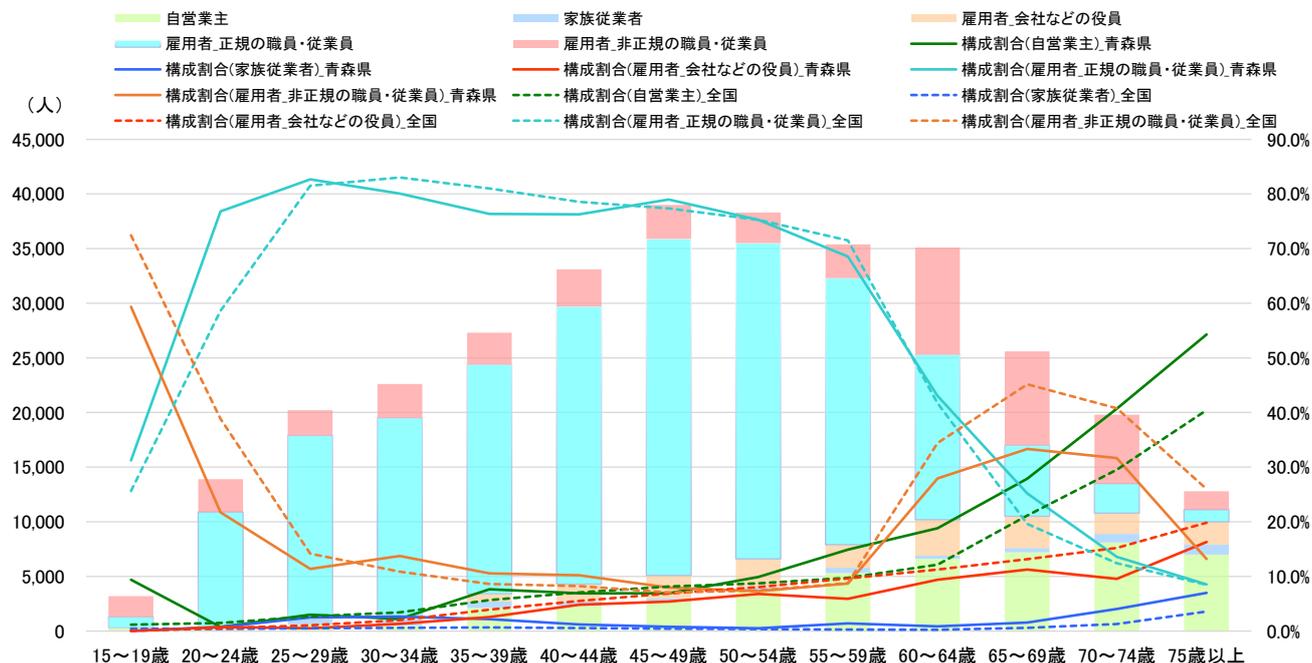


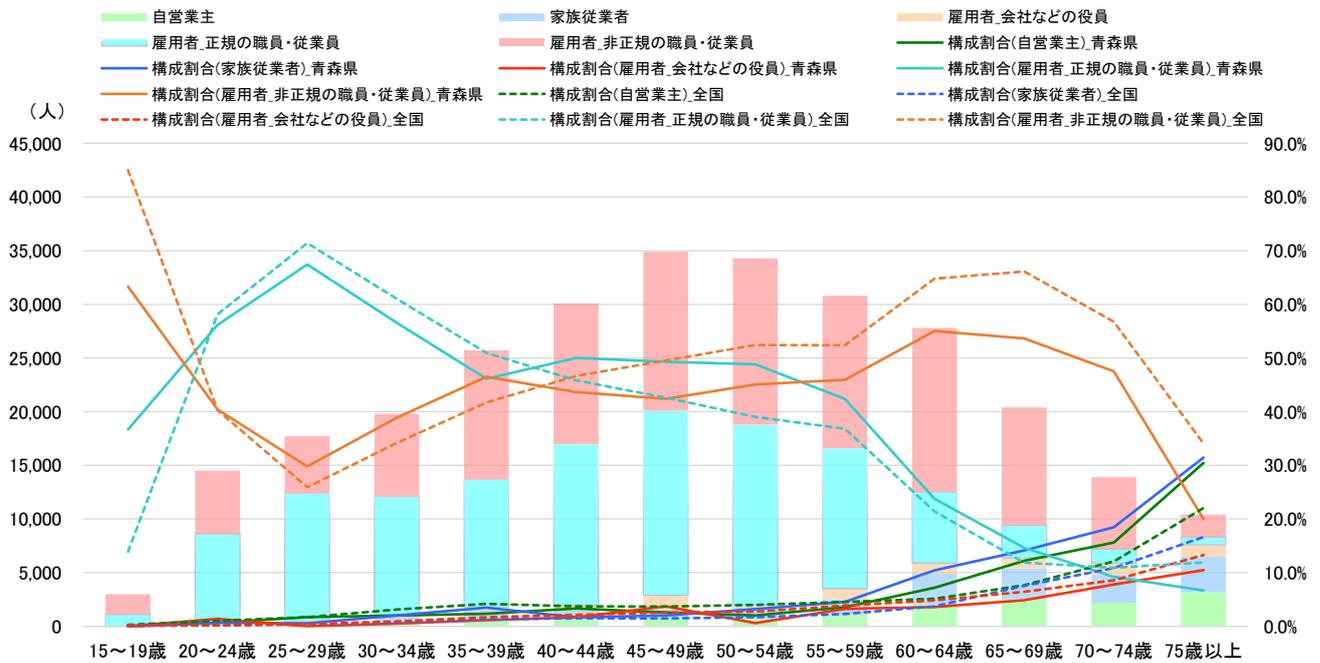
図4-2-1-1は、有業者における男性の年齢階級別、従業上の地位・雇用形態別の人口及び構成割合を表したグラフです。

本県の男性は、中高年層までは正規雇用者が大半を占めており、正規雇用者の割合は若年層で全国を上回っていますが、中年層で下回っています。

中年層の正規雇用者の割合が低くなっている背景としては、正規雇用を離職して非正規雇用になるケースや、Uターンで県内に戻ってきて非正規雇用となるケースなど、様々なケースが想定されますが、いずれにしても結婚・出産・子育て期における正規雇用率が低くなっていることは、少子化対策を進める上でも見過ごせないポイントです。

また、本県の男性においては、高年齢層から農業を営む人の割合が高いことにより自営業主の割合が高くなっているほか、会社などの役員が低い点が特徴となっています。

図4-2-1-2 年齢、従業上の地位・雇用形態別人口(女性)
(2022年、青森県)



資料) 総務省統計局「令和4年就業構造基本調査結果」より県統計分析課において作成。
※構成割合は、年齢階級別の構成割合を表す。

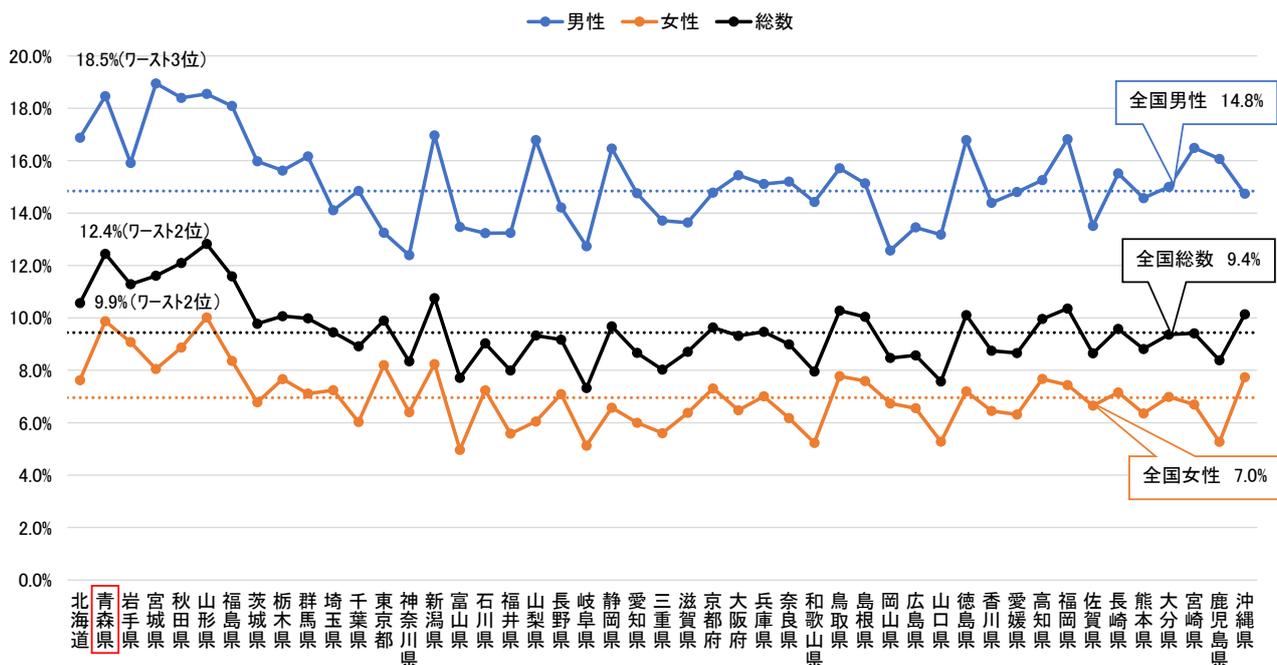
続いて女性の年齢階級別、従業上の地位・雇用形態別の人口及び構成割合をみていきます。

女性の正規雇用者の割合は、全国的にも25～29歳がピークとなっており、年齢が進むにつれて結婚・出産・子育て等により徐々に低下し、非正規雇用者の割合が上昇していく傾向がありますが、本県の女性においては、おおむね若年層から中年層にかけて正規雇用者の割合が低く、非正規雇用者の割合が高くなっている点で男性と同様の傾向がみられます。

その一方で、中高年層における正規雇用者の割合は全国を大きく上回っており、家庭における家事の分担などをはじめ、女性が働きやすい環境づくりが大切です。

高齢層において正規雇用者の割合は徐々に低下しますが、非正規雇用の割合が全国を下回り、家族従業者、自営業主の割合が上回っていくことから、男性と同様に農業を営む割合が高いことが背景となっています。

図4-2-2 男女、都道府県別不本意非正規雇用者の割合(2022年)



資料) 総務省統計局「令和4年就業構造基本調査結果」より県統計分析課において作成。

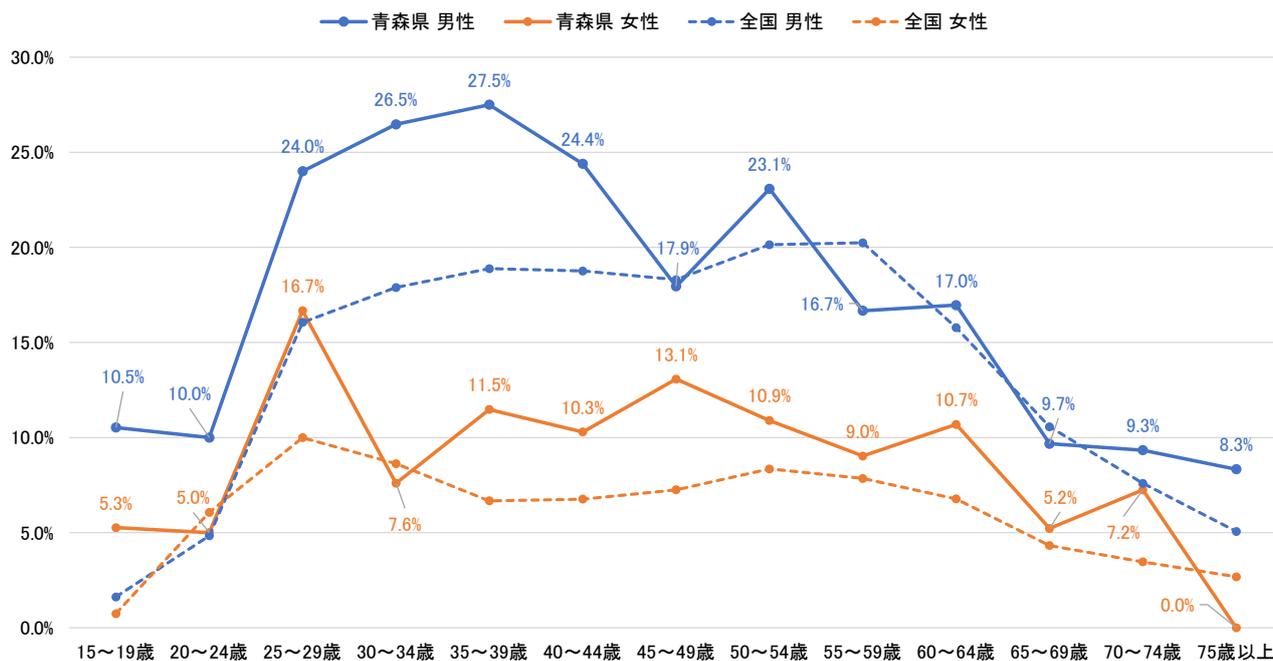
※不本意非正規雇用者の割合は、非正規の雇用者・従業者のうち、現職の就業形態に就いている理由について、「主に正規の職員・従業員の仕事がないから」と回答した人の割合を表す。

本県は、男性が30～44歳、女性が20～39歳で非正規雇用の割合が高くなっていることをここま
でみてきました。

非正規雇用は、就業希望者がライフスタイルなどに合わせて柔軟に働くことができる雇用形態と
して一定のニーズがある一方で、正規雇用を希望しながら正規雇用の仕事が無いなどの理由で非正
規雇用にいる者もいます。

そこで、不本意非正規雇用者の割合を都道府県別でみると、本県の男性は18.5%で全国ワー
スト3位、女性は9.9%でワースト2位と高くなっています。また、地域別でも東北地域の割
合は高くなっています。

図4-2-3 男女、年齢階級別不本意非正規雇用者の割合(2022年、青森県)



資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査結果」より県統計分析課において作成。

※不本意非正規雇用者の割合は、非正規の雇用者・従業者のうち、現職の就業形態に就いている理由について、「主に正規の職員・従業員の仕事がないから」と回答した人の割合を表す。

不本意非正規雇用者の割合を男女それぞれ年齢階級別でみてみます。

男性においては、全国では年齢が高くなるにつれて割合が徐々に高くなり 55～59 歳でピークとなっていることから、年齢が高くなるほど希望する正規雇用の仕事に就きにくくなる傾向がうかがえます。

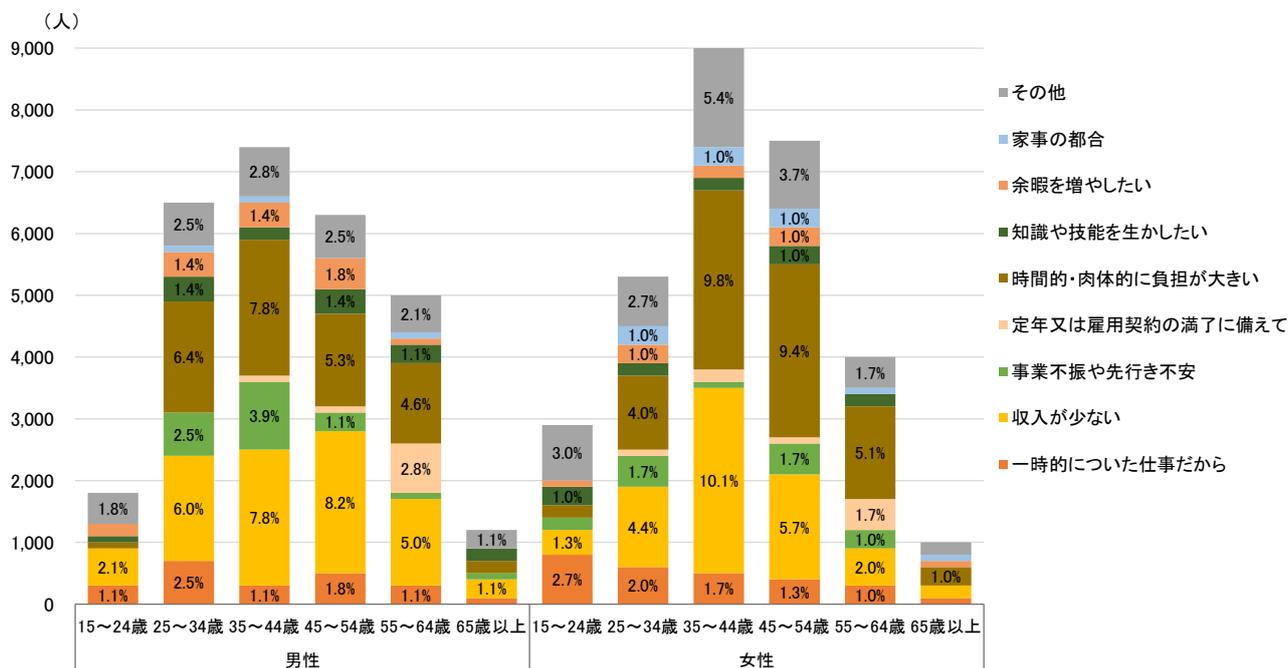
一方、本県では、若年層から中年層にかけて特に高くなっており、特に 30 歳代は全国を 8.6 ポイント上回り、4 人に 1 人以上の割合となっています。

女性は、全国では 25～29 歳がピークとなり、中年層でやや減少するも中高年層にかけておおむね横ばいとなっています。本県においては、ピークは 25～29 歳で同様ですが全国を大きく上回っており、中年層から高齢層においても全国を上回っています。

本県の不本意非正規雇用者の割合が高いことは大きな課題であり、特に結婚・出産・子育て期に当たる若～中年層で高くなっていることに対しては早急な対策が必要と言えます。

4-3 転職の状況

図4-3-1 男女、年齢、転職希望理由別人口(転職希望者)(2022年、青森県)



資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査結果」より県統計分析課において作成。
 ※グラフ内のパーセンテージは、男女別転職希望者数に占める構成割合を表す(1%未満非表示)。

本節では、有業者の就業希望者の中で継続就業に次いで多い転職の状況について、男女、年齢、転職希望理由別の人口構成をみていきます。

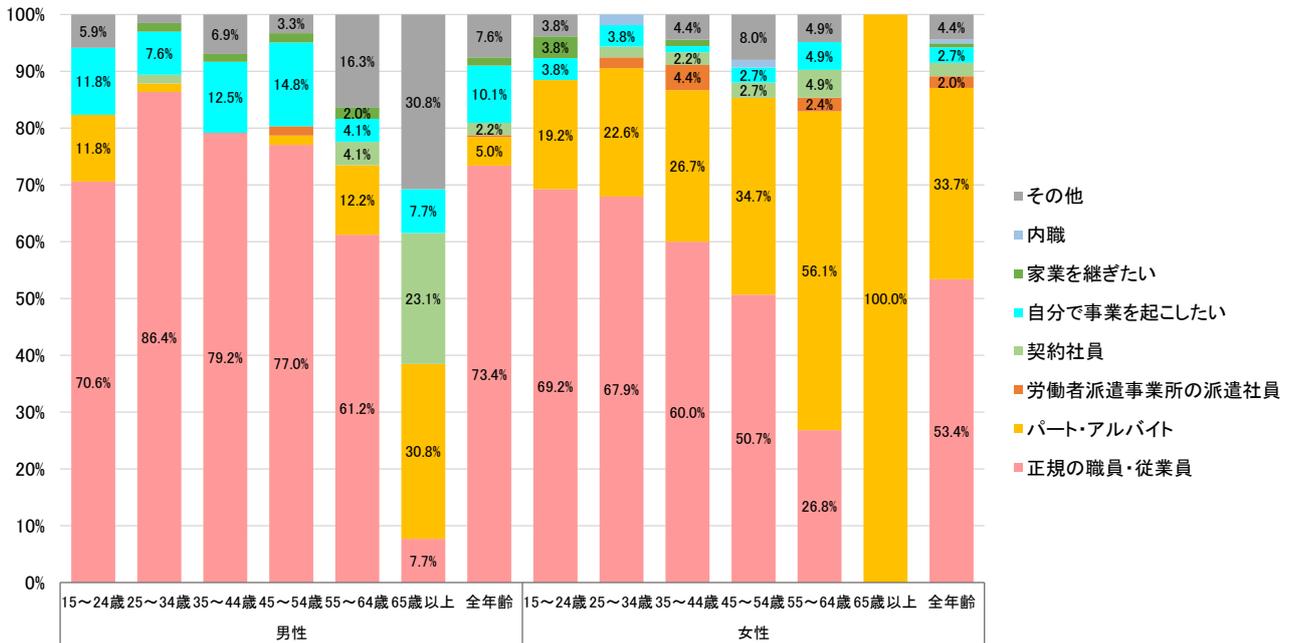
本県の転職希望者は、男女ともに35~44歳で多く、次いで多いのが男性では25~34歳、女性では45~54歳となっています。

転職希望理由は、男性においては「収入が少ない」が最も多く転職希望男性の30.1%を占めており、次いで「時間的・肉体的に負担が大きい」が同25.2%となっています。また、「知識や技能を生かしたい」と「余暇を増やしたい」が女性よりも多くなっています。

女性においては、「時間的・肉体的に負担が大きい」が最も多く転職希望女性の30.0%を占めており、次いで「収入が少ない」が同24.2%となっています。また、「家事の都合」が男性よりも多く、女性の就業希望に影響していることがうかがえます。

男女で順位は入れ替わりますが、「収入が少ない」と「時間的・肉体的に負担が大きい」の2つが共通する主な転職理由となっており、所得向上や働き方改革などの取組が重要であることがわかります。

図4-3-2 男女、年齢、希望する仕事の形態別人口割合(転職希望者)
(青森県、2022年)



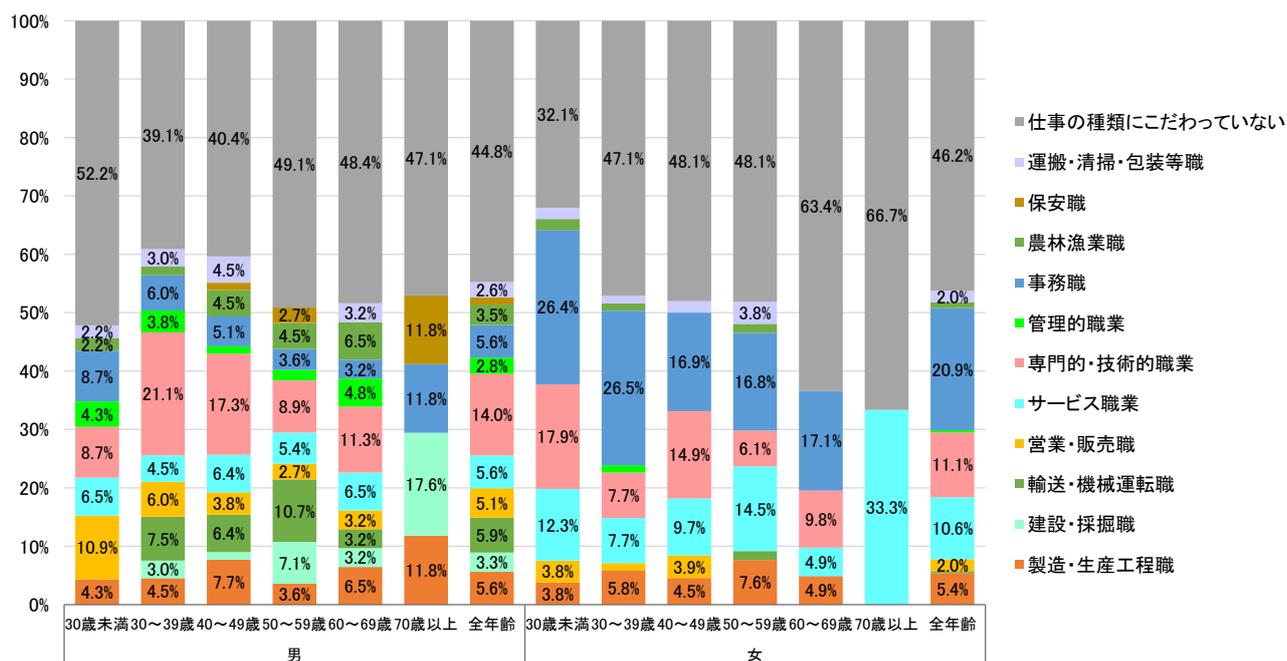
資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査結果」より県統計分析課において作成。
※グラフ内のパーセンテージは、男女別年齢階級別の転職希望者数に占める構成割合を表す(2%未満非表示)。

転職希望者が希望する仕事の形態別人口割合を男女別、年齢階級別にみてみます。

男性においては、「正規の職員・従業員」を希望する割合が65歳未満の各年齢層で最も高く、定年退職などを機に非正規雇用を希望する割合が増加しています。また、「自分で事業を起こしたい」とした割合が男性転職希望者全体の10.1%を占めています。

女性においては、15~34歳で「正規の職員・従業員」を希望する割合が約7割程度と高くなっていますが、年齢が上がるにつれて「パート・アルバイト」を希望する割合が増加していく傾向にあります。「自分で事業を起こしたい」とした割合は男性と比べて低く、女性転職希望者全体の2.7%となっています。

図4-3-3 男女、年齢、希望する仕事の種類別人口割合(転職希望者)
(2022年、青森県)



資料) 総務省統計局「令和4年就業構造基本調査結果」より県統計分析課において作成。
※グラフ内のパーセンテージは、男女別年齢階級別の転職希望者数に占める構成割合を表す(2%未満非表示)。

転職希望者が希望する仕事の種類を男女別、年齢階級別にみます。

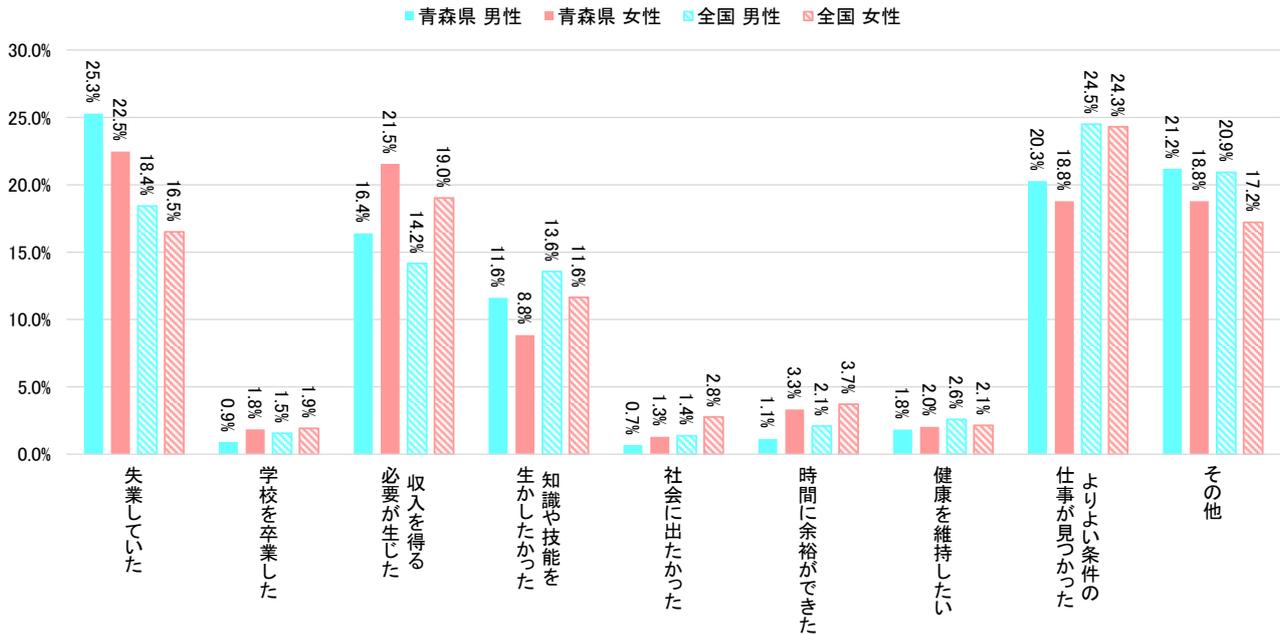
男女ともに「仕事の種類にこだわっていない」の割合が最も高く、男性転職希望者の44.8%、女性転職希望者の46.2%を占めています。

男性では、2位が「専門的・技術的職業」で男性転職希望者の14.0%を占め、30~39歳で特に高くなっています。そのほか、「事務職」、「サービス職業」、「営業・販売職」、「輸送・機械運転職」、「製造・生産工程職」が5%台となっています。

女性では、2位が「事務職」で女性転職希望者の20.9%を占め、3位「専門的・技術的職業」で11.1%、4位「サービス職業」で10.6%と高くなっています。

転職を希望する主な理由が「収入が少ない」や「時間的・肉体的に負担が大きい」ことを踏まえると、男女ともホワイトカラーを希望する割合が高くなっていることにならざるを得ませんが、「仕事の種類にこだわっていない」を選択した人においても、そのような仕事の条件を重視しているものと推察されます。

図4-3-4 男女、現職に就いた理由別転職就業者の構成割合
(青森県、全国、2022年)



資料) 総務省統計局「令和4年就業構造基本調査結果」より県統計分析課において作成。
 ※2017年10月以降に前職を辞めた者が対象となっている。
 ※男女別転職就業者に占める構成割合を表す。

図4-3-4は、男女別、転職就業者が現職に就いた理由別の人口構成割合を全国と比較したグラフです。

本県の男性転職就業者が現職に就いた理由(「その他」を除く。以下同じ。)の割合は、高い順に「失業していた(25.3%)」、「より良い条件の仕事が見つかった(20.3%)」、「収入を得る必要が生じた(16.4%)」、「知識や技能を生かしたかった(11.6%)」となっています。

女性転職就業者の理由においては、高い順に「失業していた(22.5%)」、「収入を得る必要が生じた(21.5%)」、「より良い条件の仕事が見つかった(18.8%)」、「知識や技能を生かしたかった(8.8%)」となっています。

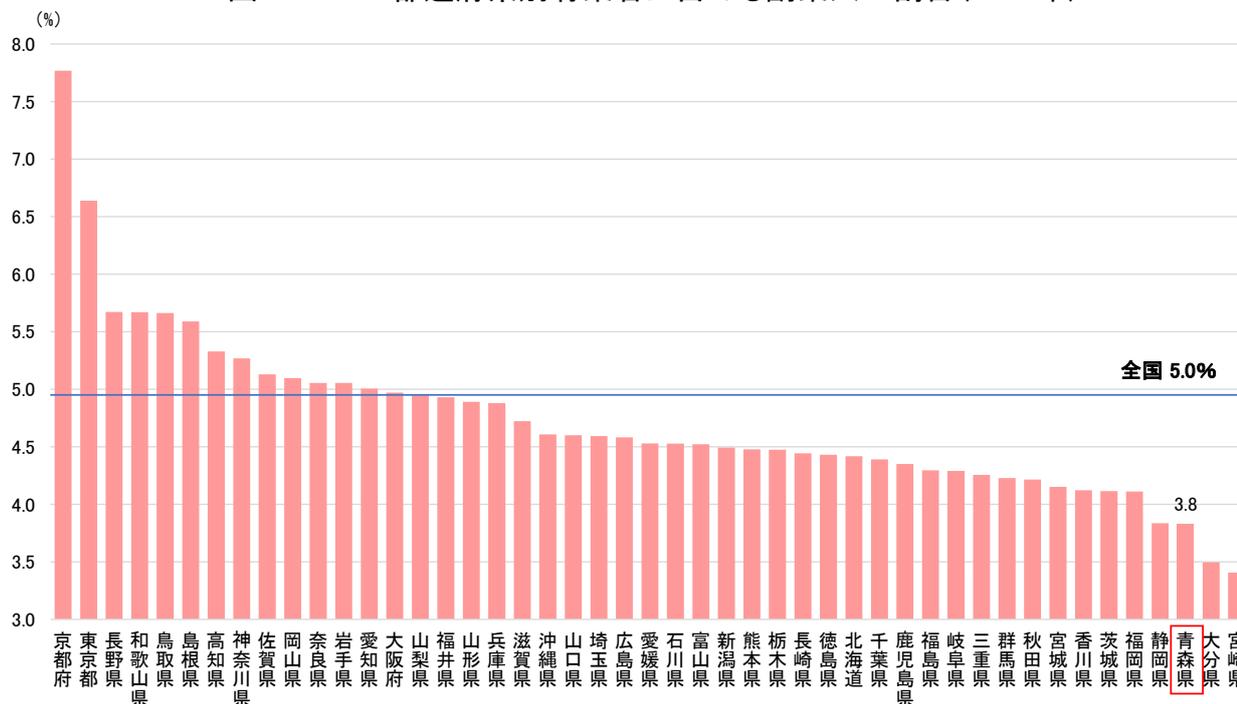
男女で比較すると、「収入を得る必要が生じた」や「社会に出たかった」、「時間に余裕ができた」は女性の方が高く、家庭の事情などによる転職の割合が男性より高いとみられます。

全国と比較すると、本県は「失業していた」や「収入を得る必要が生じた」の割合が高く、「より良い条件の仕事が見つかった」や「知識や技能を生かしたかった」の割合が低いことから、ポジティブな理由よりも、むしろ必要に迫られて転職しているケースが多いことがうかがえます。

4-4 多様で柔軟な働き方

4-4-1 副業・兼業

図4-4-1-1 都道府県別有業者に占める副業人口割合(2022年)



資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査」より県統計分析課において作成。

本節では、働き方改革が目指すところの多様で柔軟な働き方として、近年ニーズが高まっている副業・兼業²⁹、フリーランス³⁰、テレワーク³¹に着目して本県の状況をみていきます。

はじめに、本県の有業者の6.1%が希望している追加就業として、副業・兼業をみていきます。

副業・兼業は、働き方改革の一つとして国が推進しており、2018(平成30)年1月に「副業・兼業の促進に関するガイドライン(厚生労働省)」が公表されています。複数の組織で働く機会が得られるようにすることにより、従業員にとっては、これまでの経験で培ってきた知識やスキルを生かして活躍の場を広げられ、企業にとっては、副業・兼業する従業員が新しい知識やスキルを獲得することが人材育成に寄与し、優秀な人材を獲得する手段の一つとなるとして期待が高まっています。

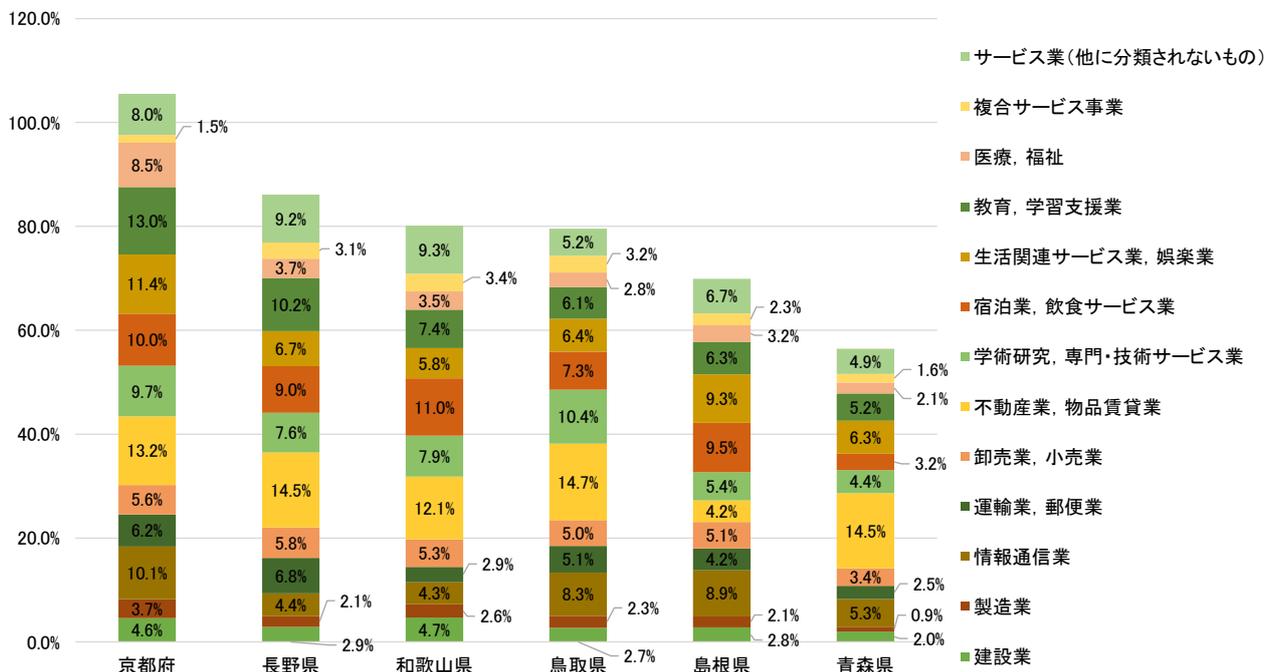
そこで、全国の副業がある者(以下「副業人口」という。)の割合をみてみると、広い地域で副業が進んでいますが、本県は3.8%、全国順位は45位と低調となっています。

²⁹ 副業・兼業とは、本書では「主な仕事以外にも就いている仕事、若しくは、主な仕事以外の仕事に就くこと」と定義する。

³⁰ フリーランスとは、「フリーランスとして安心して働ける環境を整備するためのガイドライン」(令和3年内閣官房・公正取引委員会・中小企業庁・厚生労働省)の定義に基づき「実店舗がなく、雇主もいない自営業主や一人社長であって、自身の経験や知識、スキルを活用して収入を得る者」をいう。

³¹ テレワークとは、情報通信技術(ICT)を活用して、本拠地のオフィス(事業場・仕事場)から離れた場所(自宅、サテライトオフィス、出先、移動中の乗り物等)で仕事をするをいう。

図4-4-1-2 産業別の副業人口割合(2022年、副業人口上位府県との比較)



資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査」より県統計分析課において作成。
 ※副業先の産業における副業人口を当該産業の就業者数で除した割合で、産業別の副業人口の受入度合いを表す。
 ※第1次産業は生産品や経営体等で傾向が異なると考えられ、単純比較が難しいことから表示しない。

図4-4-1-2は、副業人口の割合が高い上位5府県の副業先の副業人口割合の累積を表しており、各地域で人口や産業構造等がそれぞれ異なることに留意しながら本県と比較してみます。

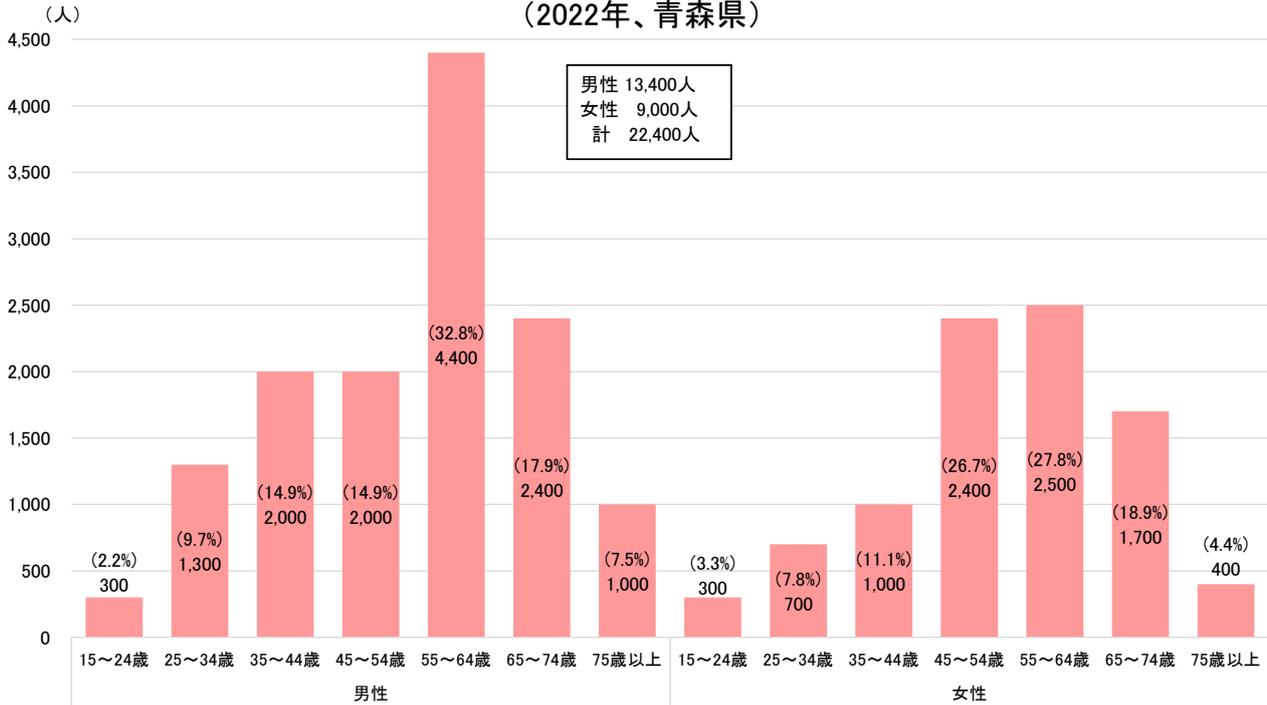
上位府県の割合とポイント差が大きい産業に着目してみると、特に、資格などの高い専門性やスキルが求められる「学術研究、専門・技術サービス業」、「教育・学習支援業」において副業が進んでいることがみてとれます。

「学術研究、専門・技術サービス業」は、第1章で確認したとおり県内において県内総生産額(名目)が拡大してきていますが、東京圏等に人材が集積していることに加え、新規学卒者等による労働力供給だけで確保していくことは今後ますます難しくなっていくことが見込まれることから、本県においても労働力が必要とされる産業への労働力移動を円滑化する副業・兼業を進めていくことが重要です。

このほか「宿泊業・飲食サービス業」においてもポイント差が大きくなっており、本県のような観光需要の季節性繁閑が課題となる地域においては、副業・兼業希望者を受け入れることにより人手不足の緩和につながることから、産業をまたいで労働移動が円滑に行われる仕組みづくりも重要です。

さらに、副業人口上位の鳥取県では、「週1副社長プロジェクト」として県内企業等と連携し、都市部のビジネスパーソンに地方副業の魅力を伝える「副業兼業サミット」を開催し、大きな成果を上げていることなどを踏まえると、地域全体における理解促進と取組意欲の高まりも肝要です。

図4-4-1-3 男女、年齢階級別副業人口(有業者)
(2022年、青森県)



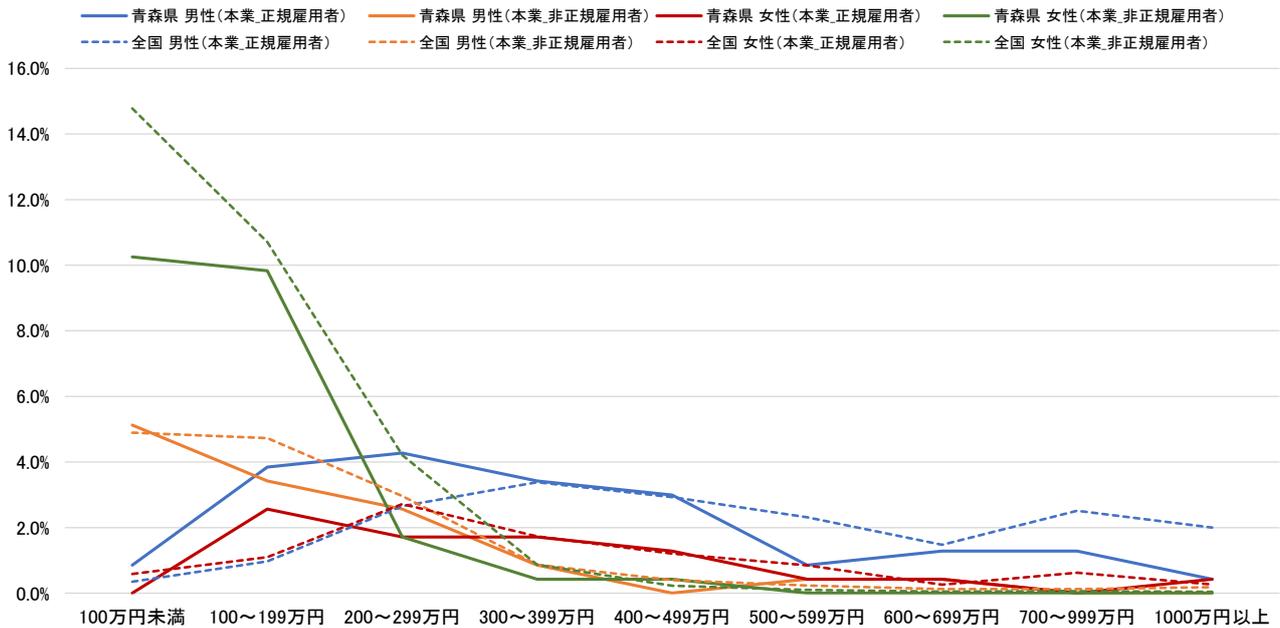
資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査」より県統計分析課において作成。
※グラフ内のパーセンテージは男女別構成割合を表す。

続いて本県の副業人口を男女、年齢別にみていきます。

男性においては、55～64歳が最も多く、4,400人で約33%を占めており、次いで65～74歳が2,400人で約18%を占めています。男性に占める正規雇用者の割合が高いことを踏まえると、定年退職を契機に副業する人が多くなっているものとみられます。

女性においては、45歳未満は男性と比べて大幅に少ないですが、45～54歳と55～64歳でほぼ同程度の27%前後と多くなっています。45歳以降に大きく増加するのは、子育てにあまり手がかからなくなり、教育費の負担が大きくなる時期といった家庭の事情などが影響しているものと考えられます。

図4-4-1-4 男女、本業の所得、雇用形態別副業人口割合
(2022年、青森県、全国)



資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査」より県統計分析課において作成。
※副業がある者のうち、本業が正規雇用者又は非正規雇用者の占める割合を表す。

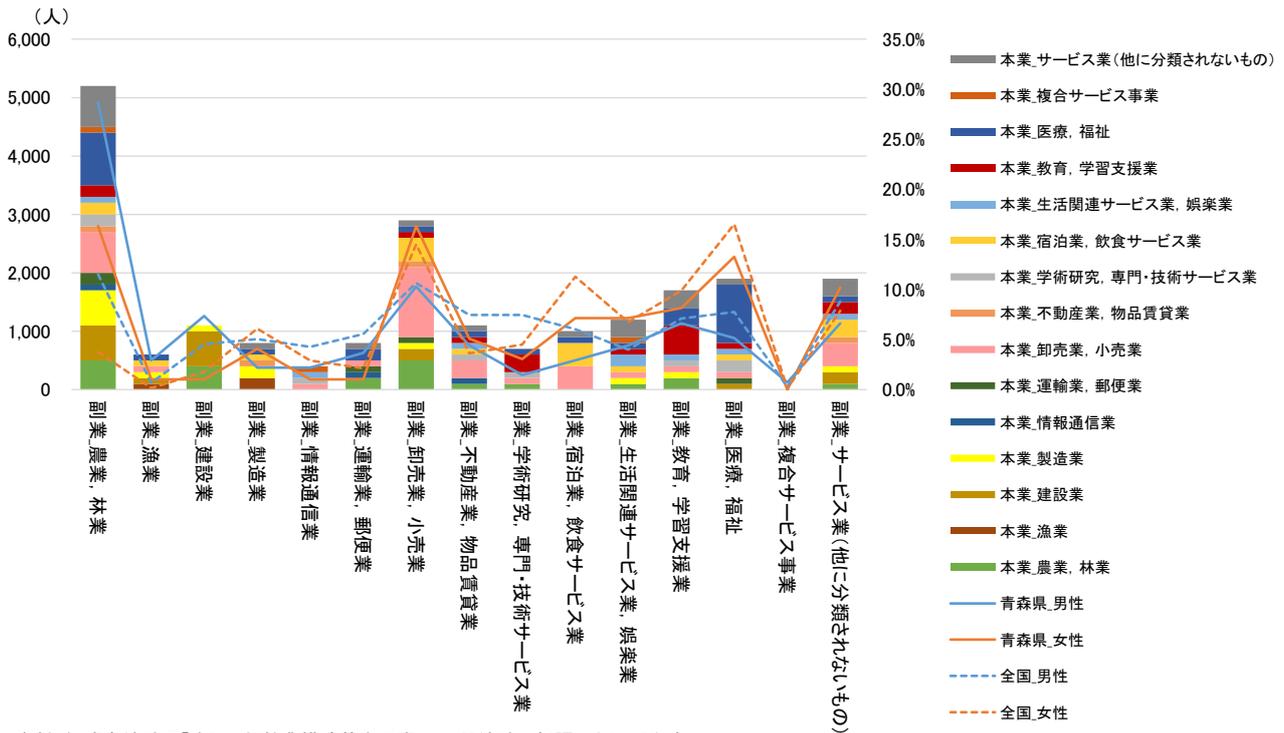
図4-4-1-4は、男女、本業の所得、雇用形態別の副業人口割合を全国と比較したグラフです。本県の男性の正規雇用者は、100～299万円 で全国を大きく上回り、500万円以上の所得層においておおむね下回っています。

また、本県女性の正規雇用者は、100～199万円 でピークとなっており、全国のピークよりも低い所得層で全国を上回っています。

非正規雇用者においては、男女ともに低所得層で全国を下回りますが、300万円以上において正規雇用者の割合を下回る傾向は全国とほぼ同様となっています。

これらを踏まえると、本県における副業は、男女ともにスキル等を活かし活躍の場を広げるという目的よりも、本業の所得を補う目的で副業を行っている割合が全国と比べて高いと言えます。

図4-4-1-5 本業別副業先の副業人口、男女別構成割合(2022年、青森県)



資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査」より県統計分析課において作成。

図4-4-1-5は、本県の本業の産業と副業先の産業の人口と、構成割合を全国と比較したグラフです。

産業別に特徴をみていくと、「農業、林業」は、副業先の産業として副業人口が最も多くなっており、男女ともに構成割合が全国を大きく上回っています。この中には第2種兼業農家(本業所得>農業所得)も含まれますが、副業として従事する人の本業の産業は幅広く、本県において副業しやすい産業と言えます。

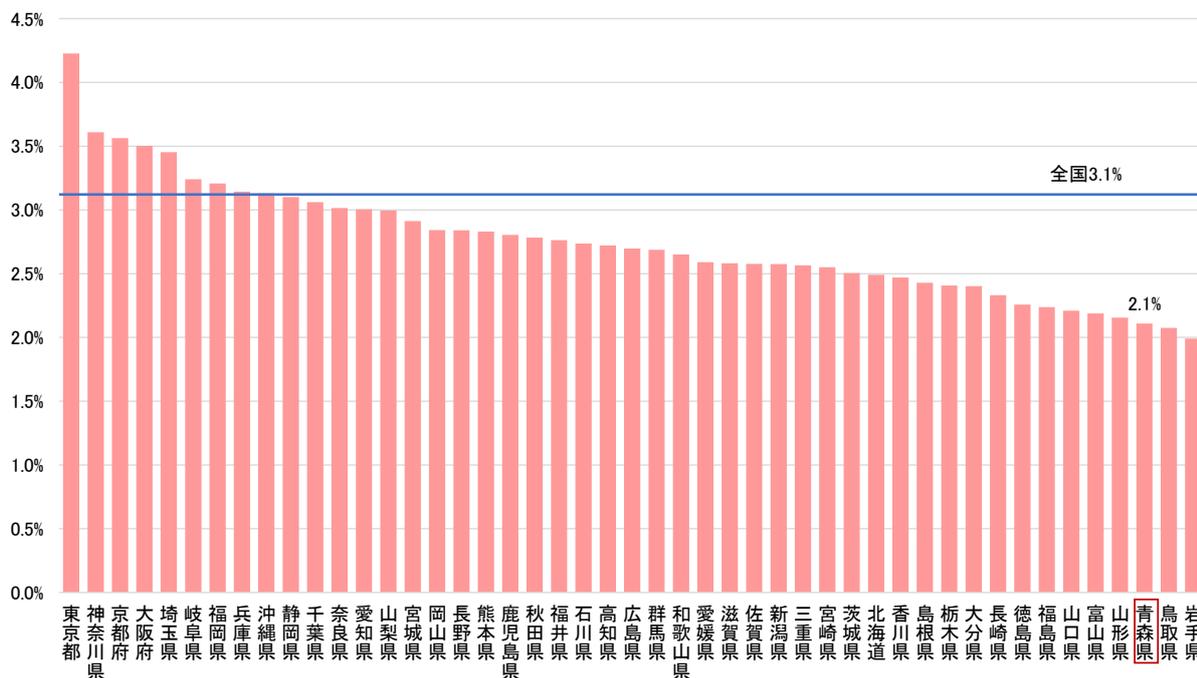
「建設業」は、本業が「農業、林業」に従事している人の割合が多く、いわゆる季節労働の受け皿として、地域特性を生かした双方で副業しやすい産業関係が築かれています。

そのほか、接客サービスのスキルを活かしやすい「卸売業、小売業」と「宿泊業、飲食サービス業」、知的専門性を活かしやすい「学術研究、専門・技術サービス業」と「教育、学習支援業」、また「医療、福祉」と「教育、学習支援業」などで副業人口が双方向に一定割合みられることから、比較的スキルを活かしやすく、副業しやすい産業関係にあるとみられます。

全国との比較では、「学術研究、専門・技術サービス業」を副業としている男性の割合が大幅に下回っています。

4-4-2 フリーランス

図4-4-2-1 都道府県別有業者に占める本業がフリーランスの割合(2022年)



資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査」より県統計分析課において作成。

次にフリーランスの状況をみていきます。

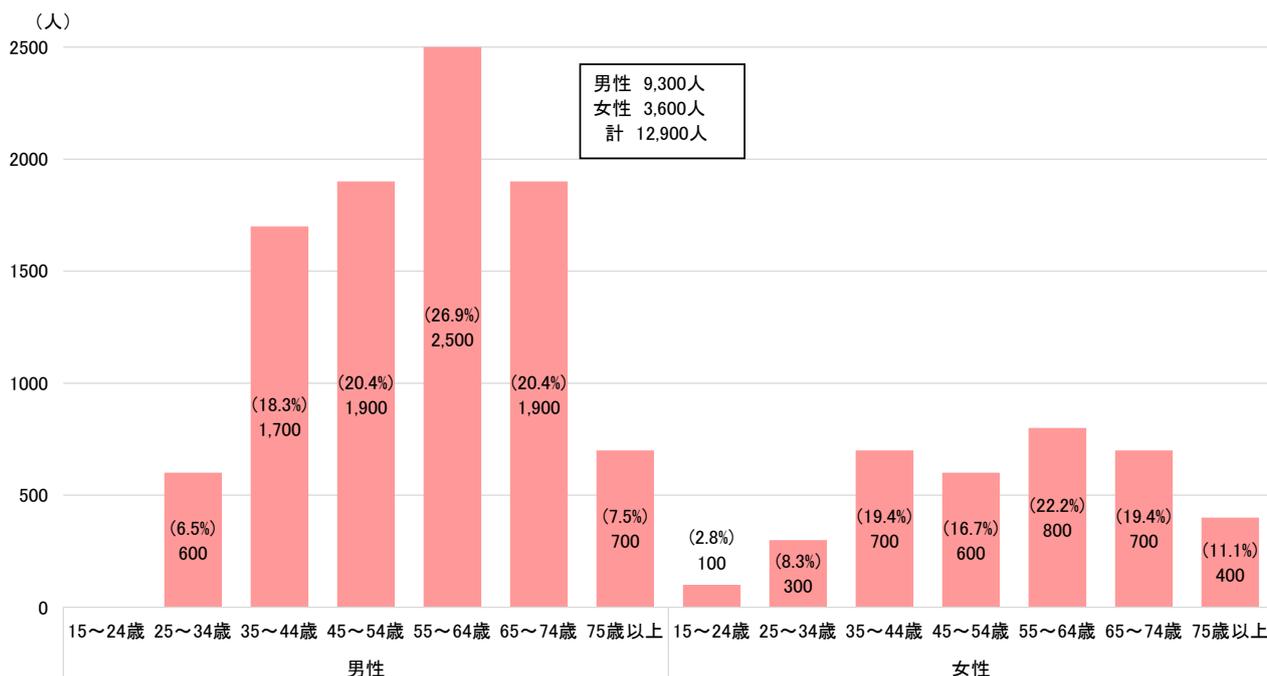
フリーランスについては、国において、多様な働き方の拡大、ギグ・エコノミー³²の拡大による高齢者雇用の拡大、健康寿命の延伸、社会保障の支え手・働き手の増加などに貢献することが期待されるとして、2021(令和3)年3月に「フリーランスとして安心して働ける環境を整備するためのガイドライン(内閣官房、公正取引委員会、中小企業庁、厚生労働省)」が策定され、2023(令和5)年2月に「特定受託事業者に係る取引の適正化等に関する法律(フリーランス・事業者間取引適正化等法)(令和5年度法律第25号)」が公布されるなど、安心して働けるための環境整備が進められています。

フリーランスの特徴としては、プロジェクト単位で契約を結ぶことから自分に合った仕事を選べること、また、在宅勤務やスキマ時間だけの稼働も可能なため、育児や介護など家族やライフステージにあった働き方ができるなどのプラス面がある一方、事務手続きを自分で全て行う必要があることや収入が不安定、雇用者と比べて社会的信用が低下するといったマイナス面が挙げられます。

そこで、本業がフリーランスの全国の状況をみてみると、本業がフリーランスの数は全国で209万人、有業者に占める割合は3.1%となっており、本県では12,900人、同2.1%と低水準となっています。

³² ギグ・エコノミーとは、フリーランス等の立場で企業に雇用されることなく、インターネット等を通じて、プロジェクト単位で短期・単発の仕事を受け負う働き方、あるいはこれらによって成り立つ経済の仕組みのことをいう。

図4-4-2-2 男女、年齢階級別本業がフリーランスの数(2022年、青森県)



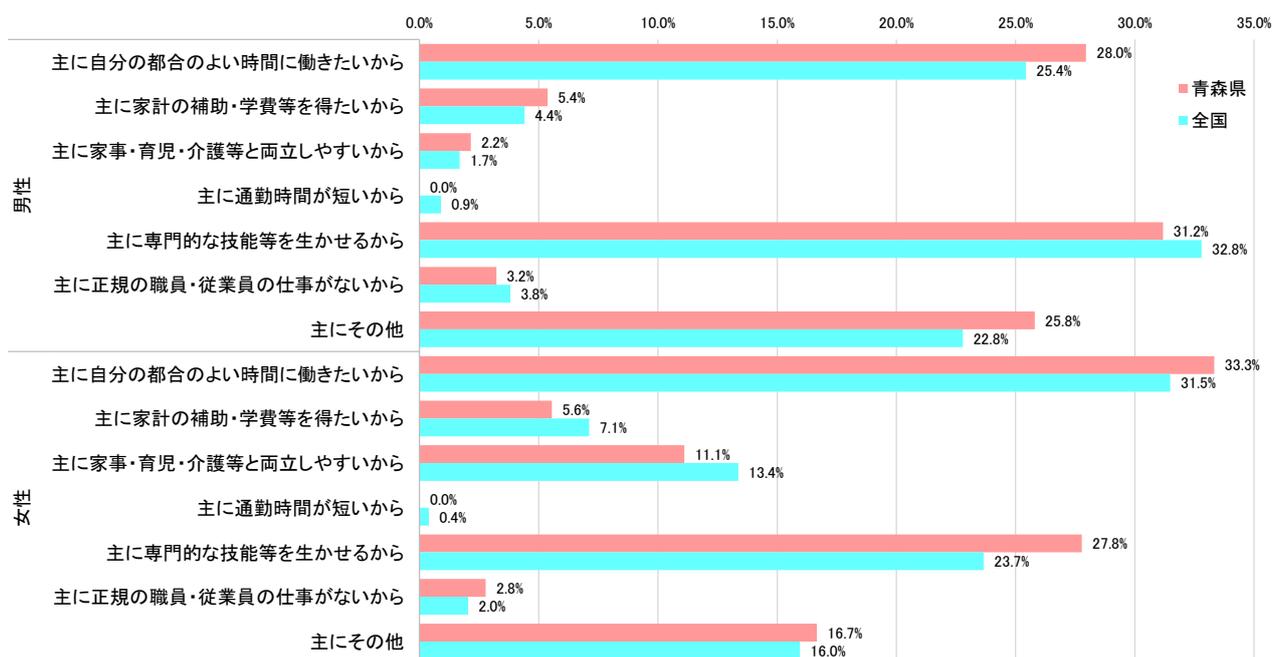
資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査」より県統計分析課において作成。
※グラフ内のパーセンテージは男女別構成割合を表す。

本県の本業がフリーランスの数を男女別、年齢別にみると、男性は55～64歳が最も多く2,500人で男性のフリーランスの26.9%を占めており、次いで65～74歳と45～54歳が同数で1,900人、20.4%となっています。

高齢のフリーランスが多い背景には、2021(令和3)年4月より高年齢雇用安定法の改正が施行され、定年の引き上げだけでなく、継続的に業務委託契約を締結する制度が導入されたことなどにより、70歳までの就業機会確保が企業の努力義務となったことなどが挙げられます。

一方、女性のフリーランスの数は、男性フリーランスに対して4割程度となっており、副業人口の男女割合と比べても大幅に少ないと言えます。

図4-4-2-3 現在の就業形態に就いている主な理由別
本業がフリーランスの構成割合(2022年)



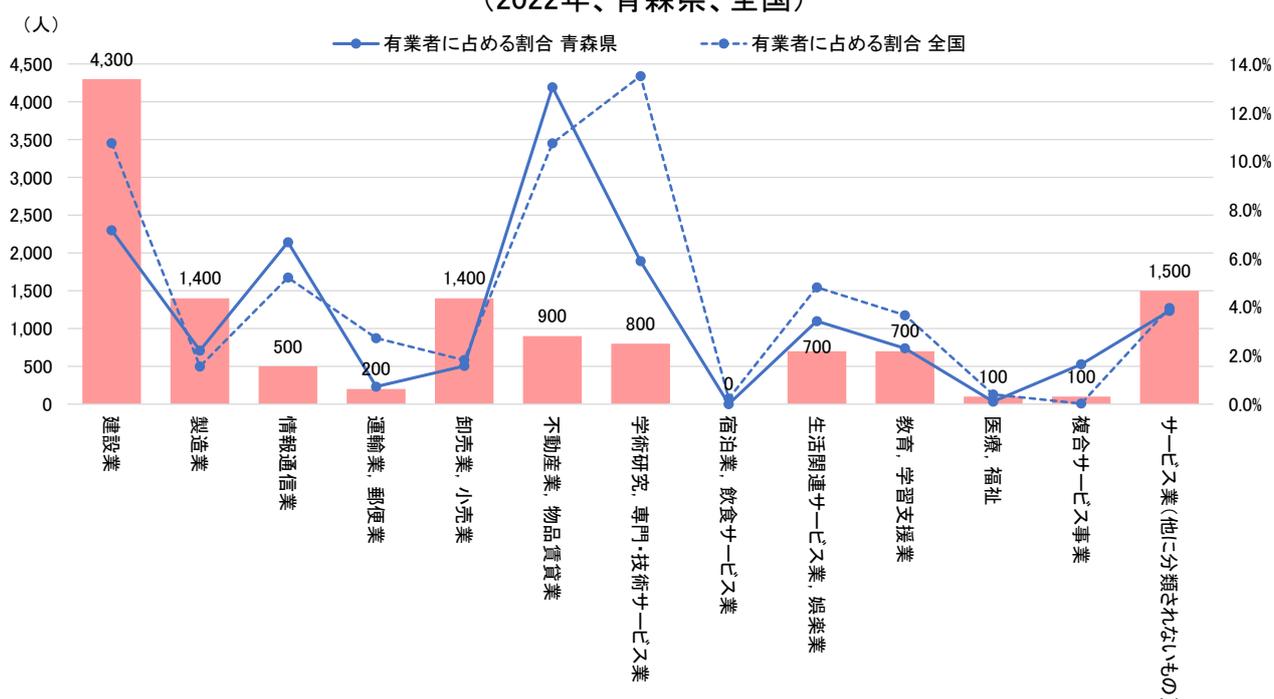
資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査」より県統計分析課において作成。

男女別にフリーランスに就いている主な理由をみてみます。

男性では、「主に専門的な技能等を生かせるから」が31.2%で割合が最も高いですが全国と比べて1.6ポイント低く、また、「主に自分の都合のよい時間に働きたいから」や「主な家事・育児・介護等と両立しやすいから」が全国を上回っていることから、本県の男性には比較的働きやすさを求めてフリーランスを選択している傾向が強くみられます。

女性では、「主に自分の都合のよい時間に働きたいから」が33.3%で最も高く全国を1.8ポイント上回っており、また「主に専門的な技能等を生かせるから」が27.8%で4.1ポイントと大きく上回っている一方、家計や家庭に関する理由が全国を下回っており、比較的自分自身のライフスタイルや能力発揮のためにフリーランスを選択している傾向が強くみられます。

図4-4-2-4 産業別本業がフリーランスの数、有業者に占める割合
(2022年、青森県、全国)



資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査」より県統計分析課において作成。

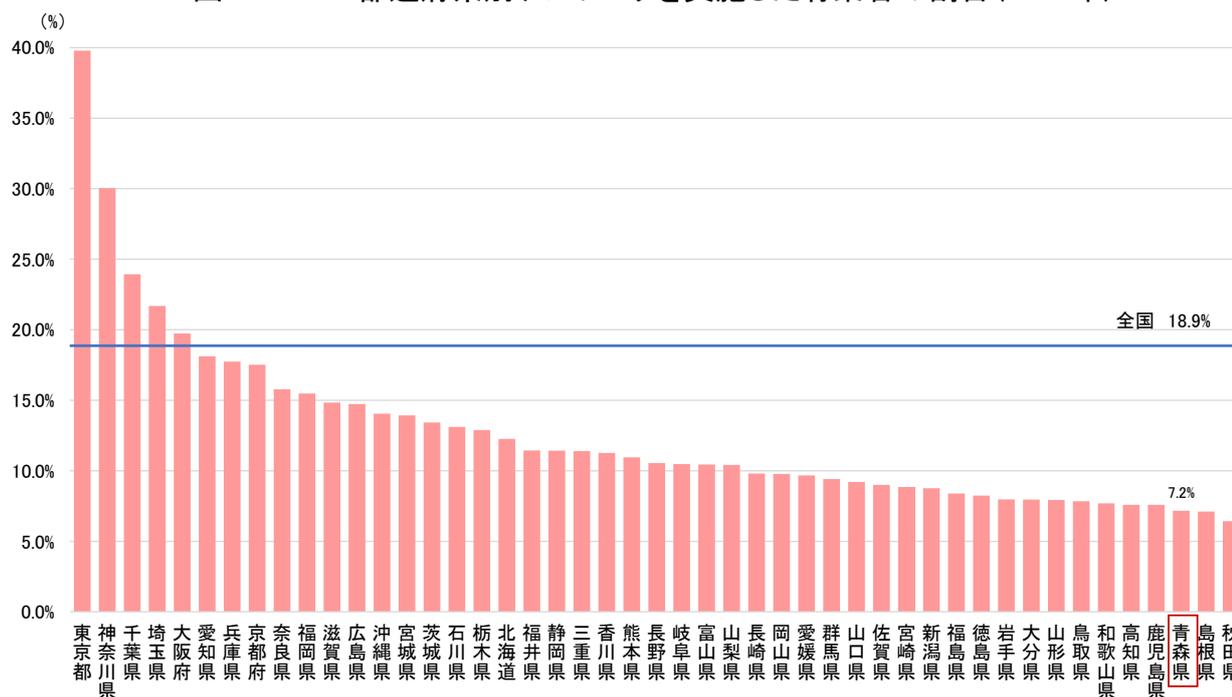
本業がフリーランスの数を産業別でみていくと、「建設業」が最も多く 4,300 人で全体の 33.3%、次いで「サービス業(他に分類されないもの)」が 1,500 人で 11.6%を占めており、建設業や廃棄物処理業等の一人親方が比較的多いことによるものとみられます。

有業者に占めるフリーランスの割合をみると、本県では「不動産業、物品賃貸業」が 13.0%で最も高く、次いで「建設業」、「情報通信業」の順に大きくなっています。

全国では「学術研究、専門・技術サービス業」が 13.5%で最も高くなっていますが、本県は 5.9%で全国を 7.6 ポイント下回っています。当産業分野に係る県内総生産額(名目)は年々増加傾向にあり、ビジネス需要の拡大と労働力不足が進んでいく中において、フリーランスの参入余地は大きいと言えます。

4-4-3 テレワーク

図4-4-3-1 都道府県別テレワークを実施した有業者の割合(2022年)



資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査」より県統計分析課において作成。

本節では、多様で柔軟な働き方の一つであるテレワークの状況についてみていきます。

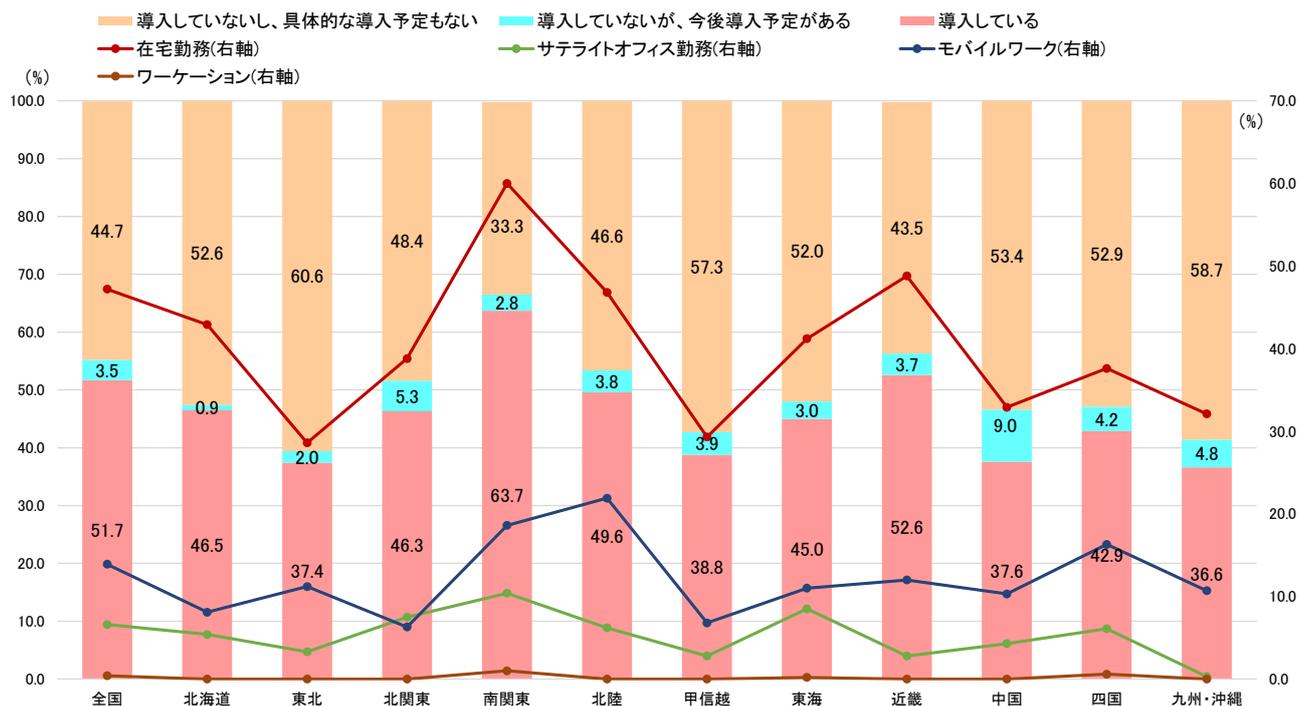
テレワークは、ICT(情報通信技術)を活用して「時間や場所にとらわれない仕事のスタイル」を実現するもので、就業者においては、通勤時間の削減、育児・介護中の就業の継続、ライフ・ワーク・バランスの向上などの効果をもたらします。加えて、企業等においては、労働生産性の向上、ダイバーシティ経営³³、事業継続性の確保(BCP対策)などの効果のほか、地域においても多様な人材の雇用創出や環境負荷の軽減につながることから、テレワークは働き方改革の手段として重視されています。

また、近年では「人と人との接触」を減らすことができることから、新型コロナ等の感染症の拡大を防止する有力な手段として拡大しました。

テレワークを実施した有業者の割合を全国で比較してみると、上位は3大都市圏が占めており、本県は7.2%、全国順位は45位でテレワークの取組は低調となっています。

³³ 経済産業省の定義によると、ダイバーシティ経営を「多様な人材を活かし、その能力が最大限発揮できる機会を提供することで、イノベーションを生み出し、価値創造につなげている経営」と定義している。「多様な人材」とは、性別、年齢、人種や国籍、障がいの有無、性的指向、宗教・信条、価値観などの多様性だけでなく、キャリアや経験、働き方などの多様性も含む。「能力」には、多様な人材それぞれの持つ潜在的な能力や特性なども含む。「イノベーションを生み出し、価値創造につなげている経営」とは、組織内の個々の人材がその特性を活かし、生き生きと働くことのできる環境を整えることによって、自由な発想が生まれ、生産性を向上し、自社の競争力強化につながる、といった一連の流れを生み出しうる経営のこと。

図4-4-3-2 地域、働く場所別テレワークの導入状況(2022年)



資料)総務省「令和4年通信利用動向調査」より県統計分析課において作成。

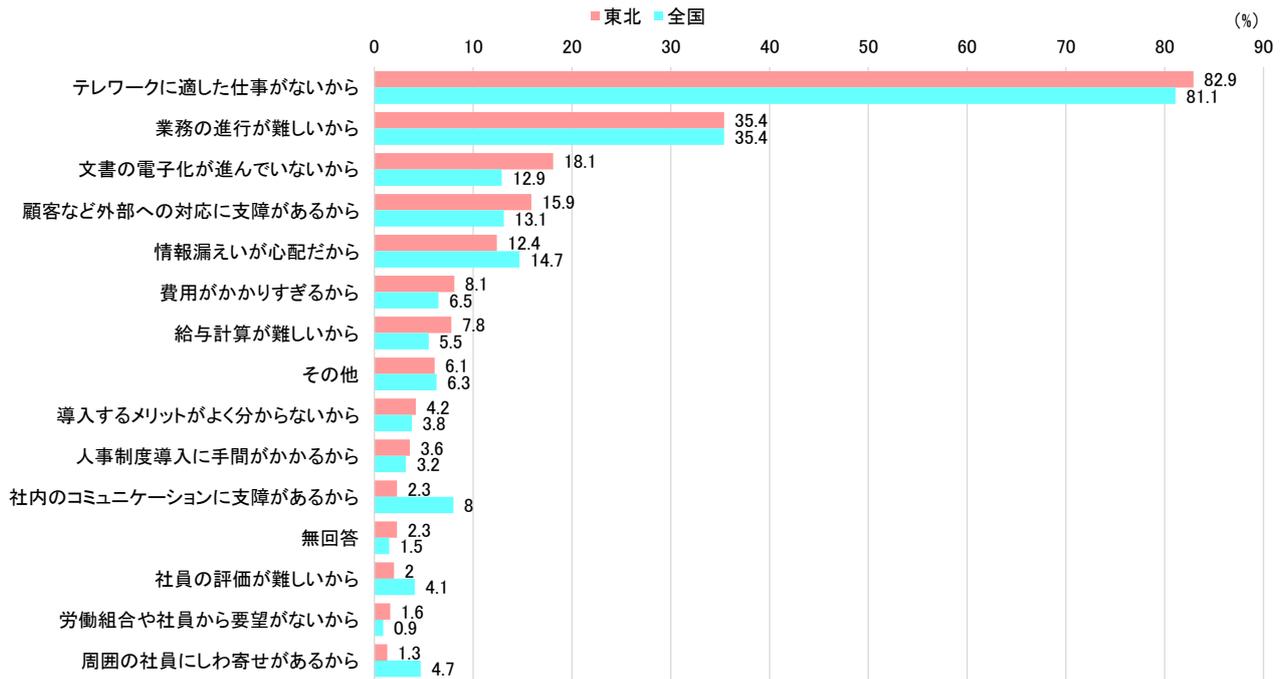
テレワークを「働く場所」という観点から分類すると、自宅で働く「在宅勤務」、本拠地以外の施設で働く「サテライトオフィス勤務」、移動中や出先で働く「モバイルワーク」、地方ならではの環境で働きながら休暇をとる「ワーケーション³⁴」があります。

東北地域のテレワークの導入状況を見ると、「導入している」と「導入していないが、今後導入予定がある」を合わせると39.4%で、全国の中でもテレワークの取組が最も進んでいない地域となっています。

また、働く場所別にみると、東北地域は高い順に「在宅勤務」は28.6%、「モバイルワーク」は11.2%、「サテライトオフィス勤務」は3.3%となっています。ワーケーションについては、全国的に導入が進んでいない状況にあります。

³⁴ Work(仕事)とVacation(休暇)を組み合わせた造語。テレワークを活用し、普段の職場や自宅とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間も過ごすこと。

図4-4-3-3 テレワークを導入しない理由(2022年、東北地域、全国)

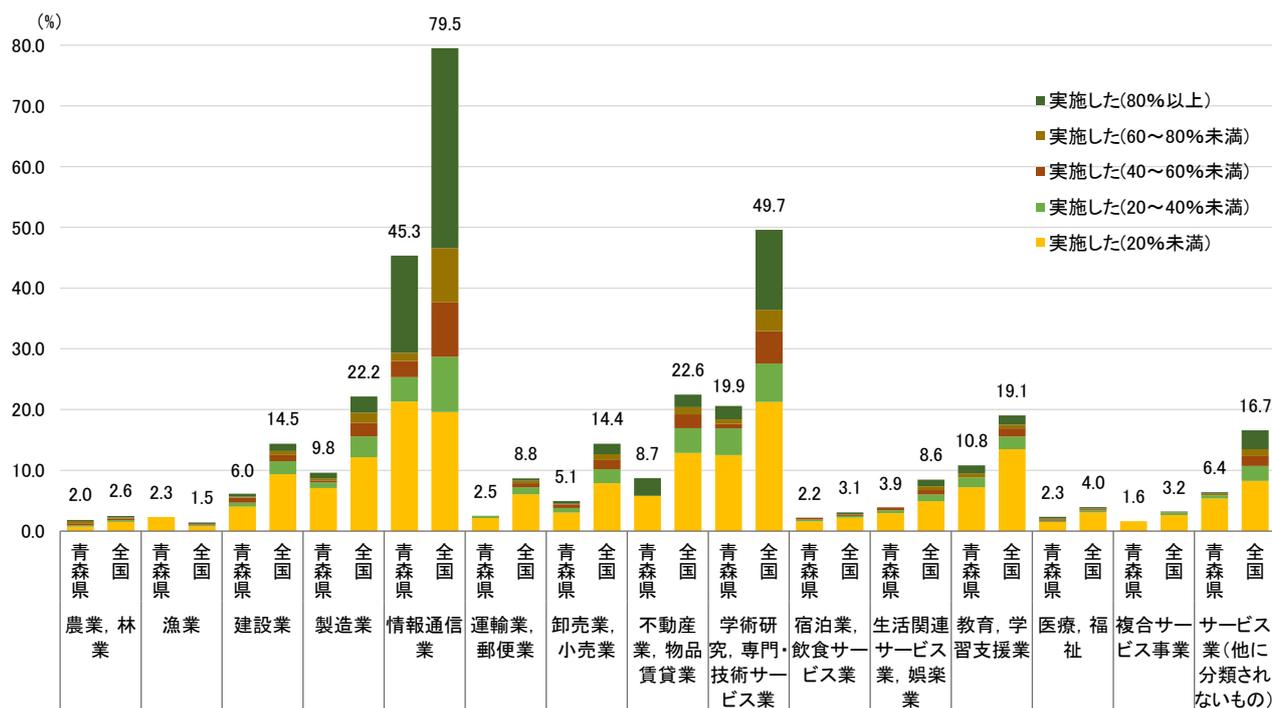


資料)総務省「令和4年通信利用動向調査」
 ※テレワークを導入しておらず、具体的な導入予定もない企業の回答割合

テレワークが全国で最も低調となっている東北地域におけるテレワークを導入しない理由をみると、「テレワークに適した仕事がないから」が最も多く 82.9%を占めており、次いで「業務の進行が難しいから」が35.4%で、全国と比べるとほぼ同様の割合となっています。

3位以下の理由をみると、「文書の電子化が進んでいないから」が全国を5.2ポイントと大きく上回っているほか、「顧客など外部への対応に支障があるから」や「費用が掛かりすぎるから」など、デジタル化の取組が進んでいないことが要因とみられる理由の割合が高いと言えます。

図4-4-3-4 産業大分類別、頻度別テレワーク実施率(2022年、青森県、全国)



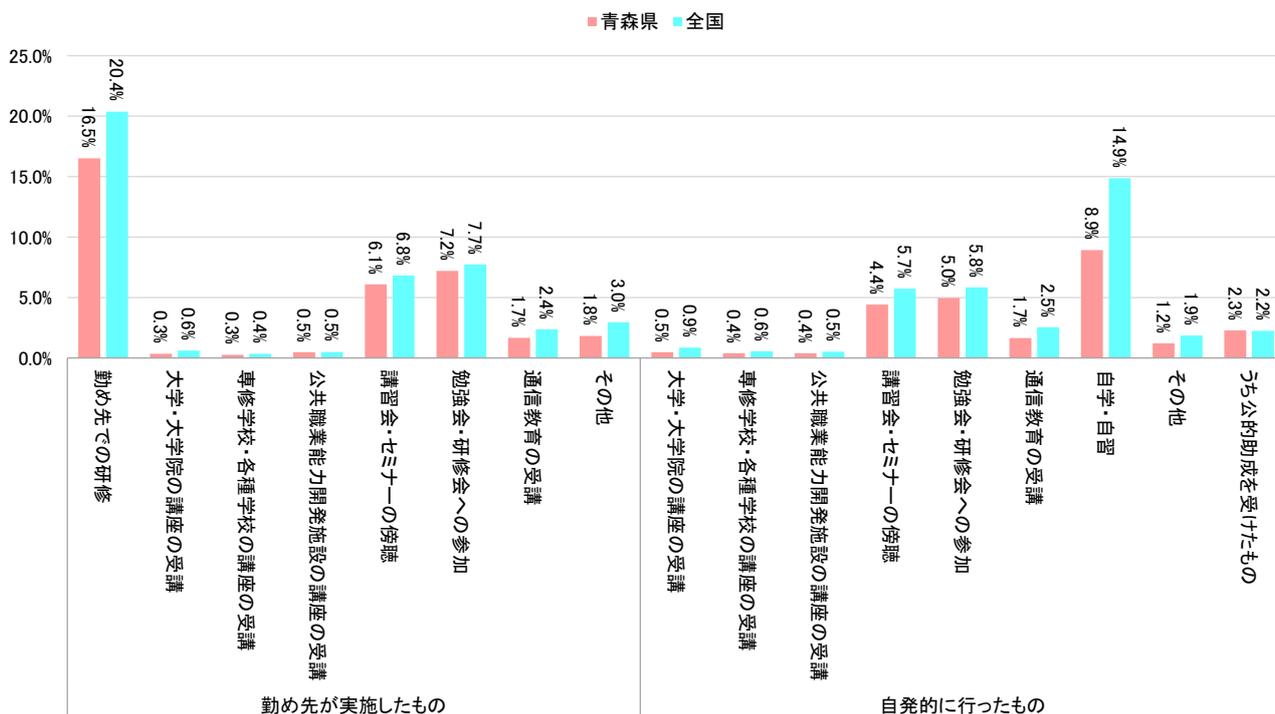
資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査」

産業別のテレワークの実施率をみると、本県は、実施率1位の「情報通信業」で全国を約34ポイント、2位の「学術研究、専門・技術サービス業」においても約30ポイントと大きく下回っているなど、エンジニア、情報処理、士業、営業職、事務職、管理職など、テレワークに向いている職種が多い産業ほど全国との差が大きくなっていることがうかがえます。

このため、生産、接客サービス、医療、介護、保育などテレワークにそもそも向いてない職種を除き、多くの産業でテレワークを導入する余地はまだまだ大きいと言えますので、デジタル化やDX推進の取組と合わせ、テレワークを活用した柔軟な働き方に不可逆的に変えていくことが重要です。

4-5 教育、自己啓発

図4-5-1 職業訓練・自己啓発の内容別実施率(2022年、青森県、全国)



資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査結果」より県統計分析課において作成。

本節では、就業者の教育、自己啓発の状況についてみていきます。

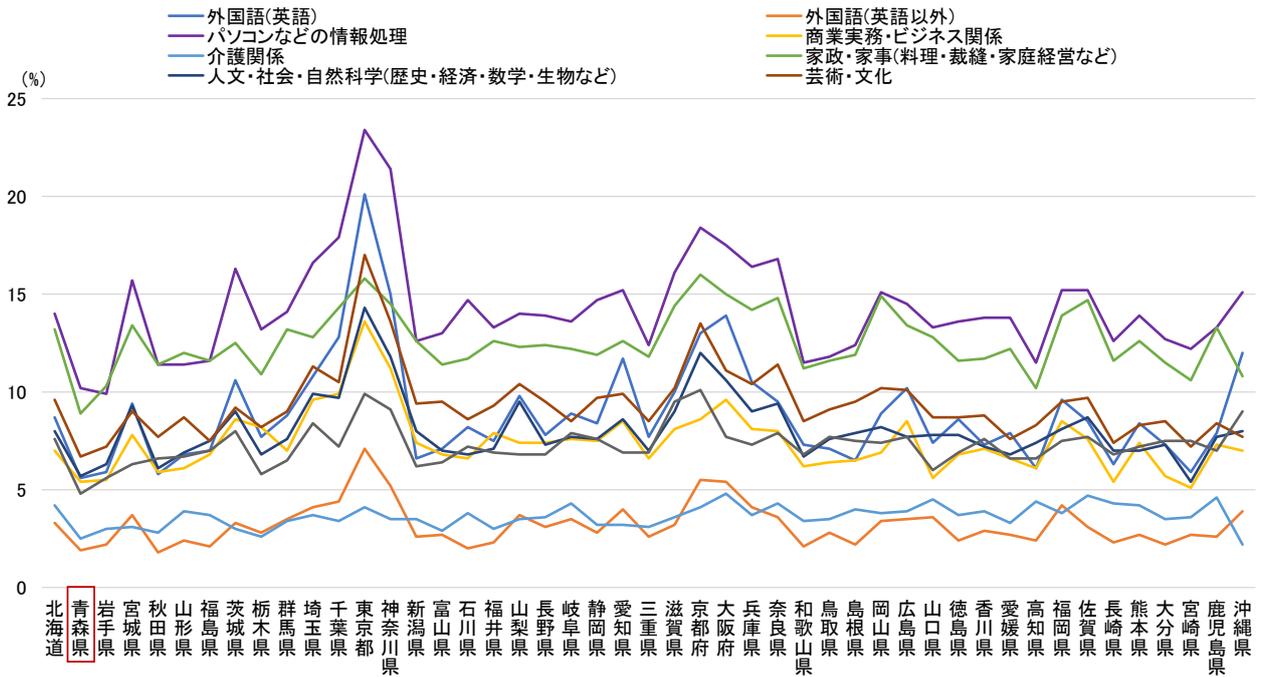
図4-5-1は、「勤め先が実施したもの」、「自発的に行ったもの」とで、それぞれ職業訓練・自己啓発の実施率(以下「自己啓発率」という。)を全国と比較したグラフです。

まず、自己啓発率を全国と比較すると、本県は、勤め先が実施した「勤め先での研修」が最も多く16.5%を占めており、次いで自発的に行った「自学・自習」が8.9%で多くなっていますが、どちらも全国を大きく下回っています。

「勤め先が実施したもの」については、業務上の研修であれば従業員の受講する割合が全国と大幅に変わるということは考えにくいので、本県の企業等における人財育成の取組が全国よりも低い可能性があります。一方、「自発的に行ったもの」については、就業者自身の学習意欲に起因していたり、職場や同僚といった周囲から影響を受けていることなどが考えられます。

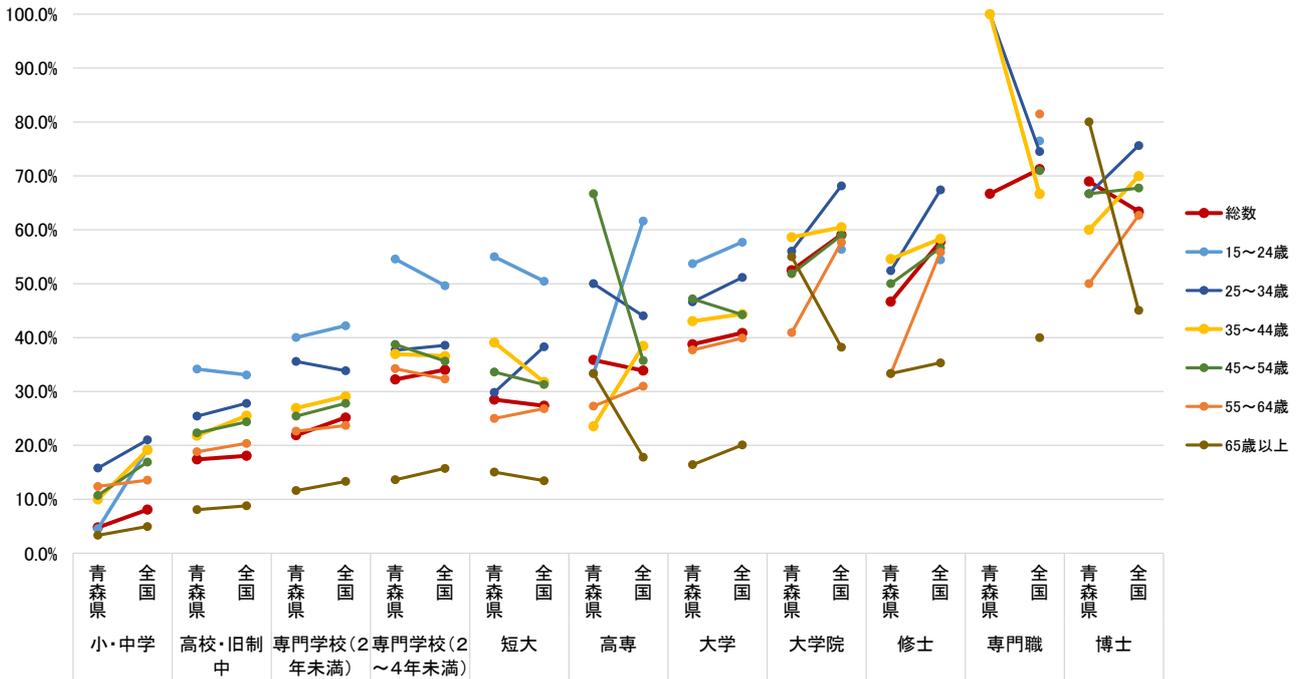
社会経済環境が複雑化する中において、4大経営資源といわれる「ヒト」・「モノ」・「カネ」・「情報」のうち、情報を正しく読みとり対応できる「ヒト」は、企業経営に最も重要なファクターになりますが、本県の自己啓発率が低くなっていることは課題です。

図4-5-2 都道府県, 学習・自己啓発・訓練の種類別行動者率
(2021年、15歳以上)



次に、教養全般について自己啓発率をみると、本県は、「商業実務・ビジネス関係」が45位、「外国語(英語以外)」、「パソコンなどの情報処理」、「介護関係」、「人文・社会・自然科学(歴史・経済・数学・生物など)」が46位、他の項目はいずれも47位となっており、ほぼ全ての項目で自己啓発率が全国ワースト水準となっています。

図4-5-3 年齢、最終卒業学校別職業訓練・自己啓発の実施率
(2022年、青森県、全国)



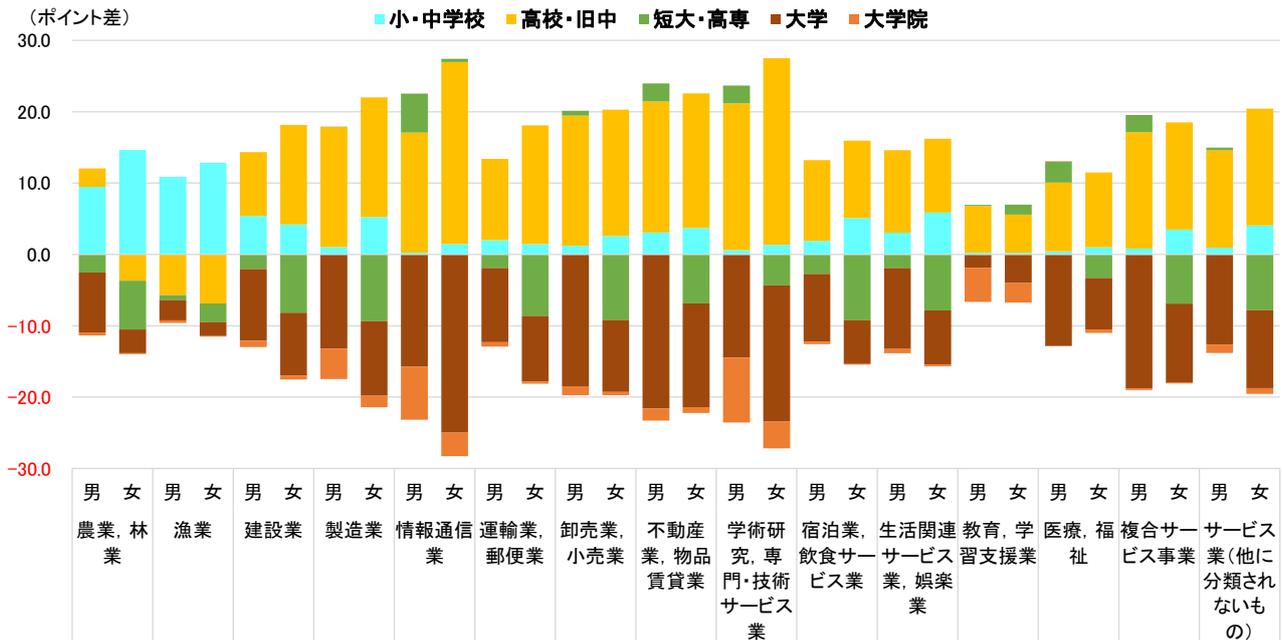
資料) 総務省統計局「令和4年就業構造基本調査結果」より県統計分析課において作成。

図4-5-3は、自己啓発率と最終卒業学校を年齢階級別にクロスして全国と比較したグラフです。

最終卒業学校別にみると、最終卒業学校レベルが上がるにつれて自己啓発率が高くなる傾向がみられます。また、年齢階級別にみると、若い年齢層ほど自己啓発率が高くなる傾向がみられ、年齢と自己啓発率には負の相関関係があるものとみられます。

全国、本県ともほぼ同様の傾向があることを踏まえると、本県における就業者の自己啓発率が低い要因としては、就業者における若年層の減少と高年齢層の増加によるものが考えられます。

図4-5-4 男女、産業、最終卒業学校別就業者構成割合の全国ポイント差
(2020年、青森県)



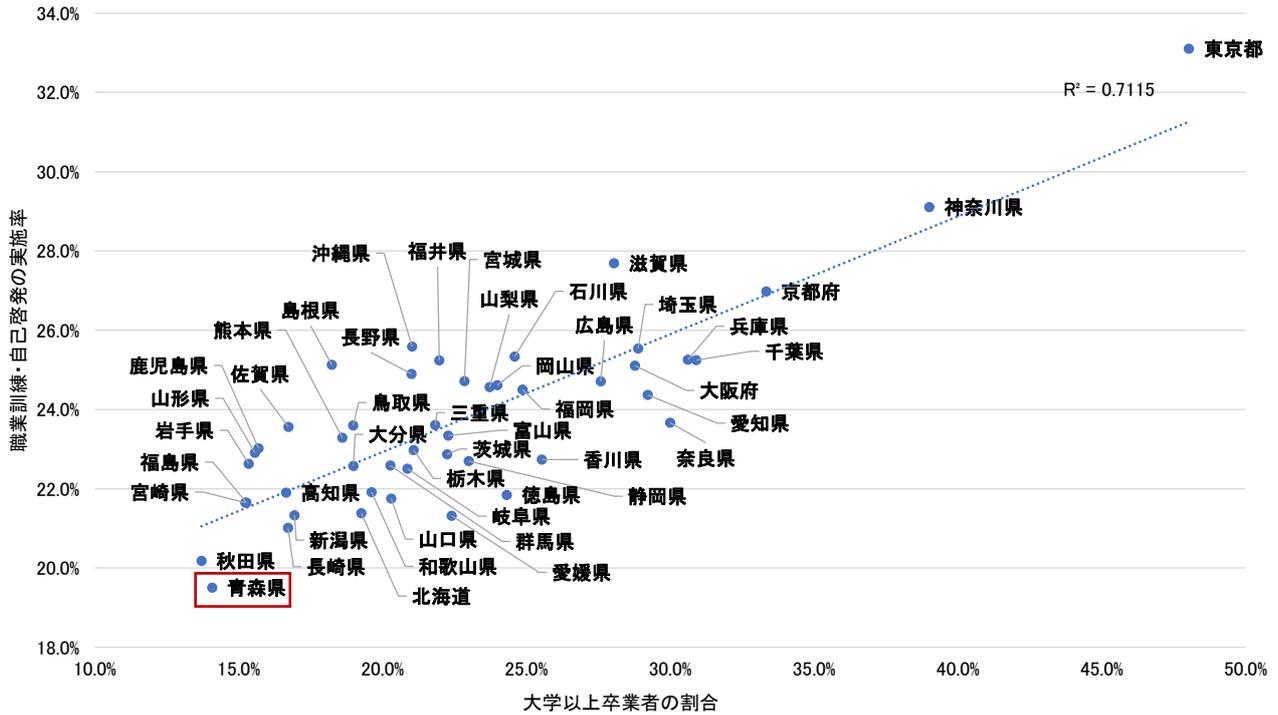
資料) 総務省「令和2年国勢調査」から県統計分析課において作成。
 ※ポイント差は、各産業ごとの就業者(卒業者)の最終卒業学校の構成割合(%)を求め、青森県の値から全国の値を差し引いて算出したものである。
 ※「鉱業、採石業、砂利採取業」、「電気・ガス、熱供給・水道事業」、「金融業、保険業」、「公務」及び「分類不能の産業」は表示していない。

図4-5-4は、本県の就業者の最終卒業学校別の構成割合について、全国とのポイント差(青森県の就業構成割合ー全国就業構成割合)を表したグラフです。

本県の就業者の最終卒業学校別の構成割合は、小・中学校、高校・旧中の割合が高く、短大・高専、大学、大学院の割合が総じて低くなっていることがみてとれます。

こうした就業構造になっている背景の一つとしては、本県産業において短大・高専卒以上が必要とされるような雇用が少なかった、あるいはそうした雇用を新たに創出するような企業等の活動が少なかったということが考えられます。

図4-5-5 大学以上卒業者の割合と自己啓発等実施率の関係(2022年)



資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査結果」より県統計分析課において作成。
 ※大学以上卒業者の割合は、15歳以上人口における最終卒業学校が大学以上(在学中を含まない。)の割合を表す。

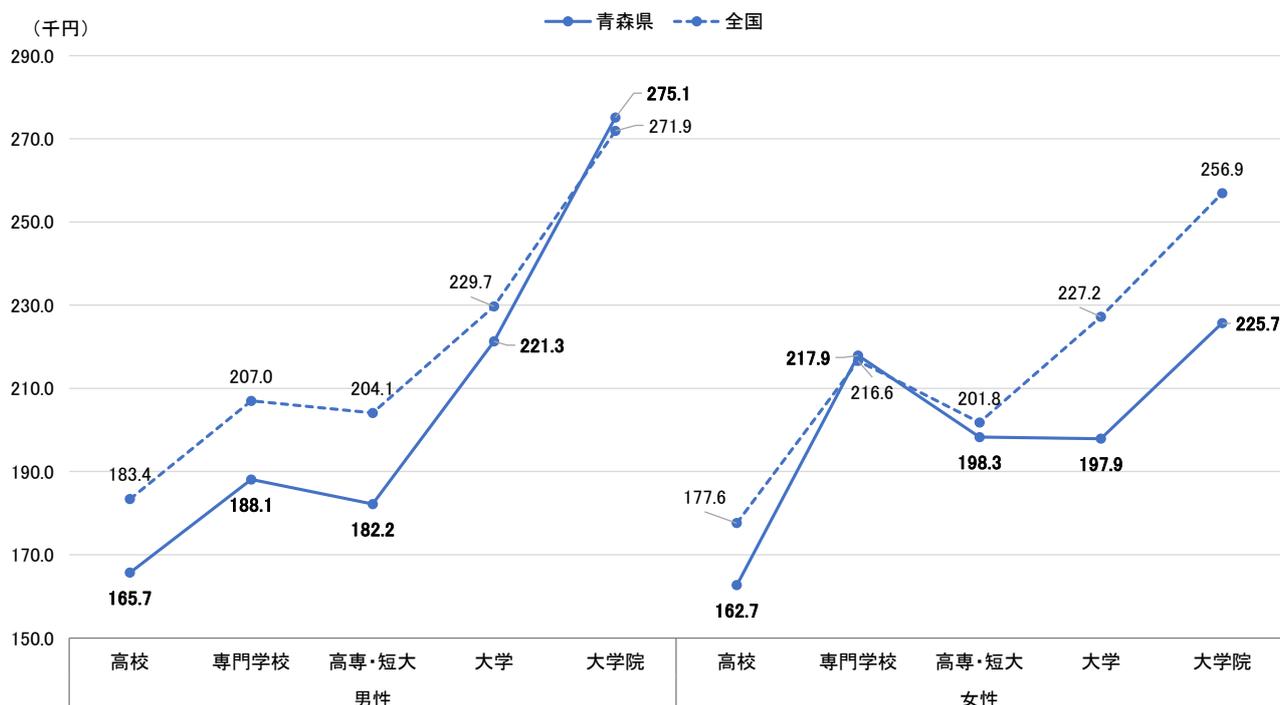
最後に、各都道府県における15歳以上人口に占める大学以上卒業者の割合と自己啓発率の関係をみると、強い相関(相関係数0.84)がみられます。

このことから、本県における就業者の自己啓発率の低さは、自己啓発意欲が高い傾向にある若年層が少ない年齢構成に加え、より上位の教育プログラム修了者が少ないという就業者構造に起因していると考えられます。

本県において所得向上や経済成長を実現するには、複雑化・多様化する様々な環境変化に対応して課題等を乗り越え、ビジネスチャンスをものにしていく「人財」がどの産業にも必要となるため、学校教育だけでなく社会人教育も含めた「学び」と「仕事づくり」に同時に取り組んでいくことが必要です。

4-6 賃金

図4-6-1 男女別新規学卒者の所定内給与額(2022年、青森県、全国)



資料)厚生労働省「令和4年賃金構造基本統計調査」
※民営事業所、企業規模計(10人以上)

本節では、主に令和4年賃金構造基本統計調査を用いて一般労働者³⁵の賃金について全国との比較においてみていきます。

新規学卒者の所定内給与額³⁶は、男性における全国との格差は、高校卒業者、専門学校卒業者、高専・短大卒業者で17.7~21.9千円、大学卒業者で8.4千円となり、大学院修了者で全国を上回っています。

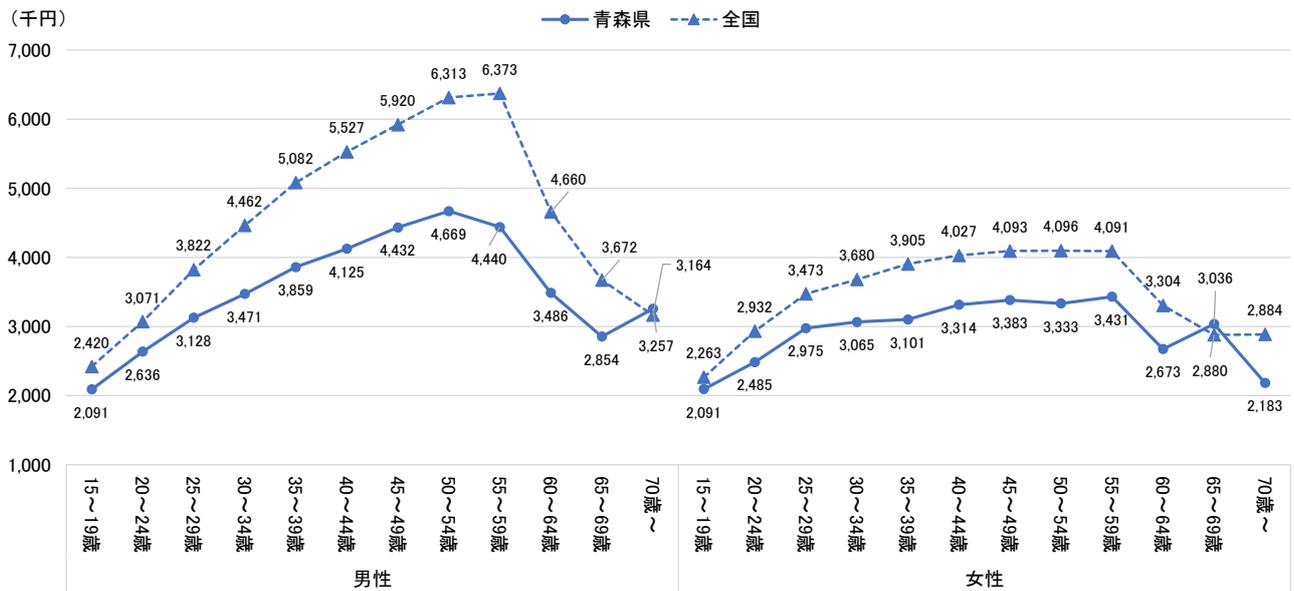
女性における全国との格差は、高校卒業者で14.9千円、専門学校卒業者、高専・短大卒業者で全国とほぼ同程度ですが、大学卒業者で29.3千円、大学院修了者で31.2千円と拡大しています。

若者の県内定着や還流促進を図る上では、生活費用や郷土への愛着等の他のファクターを考慮せずに給与額のみをとらえるならば、全国との格差が大きいほど新規学卒者は県外就職に魅力を感じることとなるため、特に大学・大学院卒業者の本県の女性の給与額の低さは課題と言えます。

³⁵ 一般労働者とは、常用労働者(期間を定めずに雇われている労働者又は1か月以上の期間を定めて雇われている労働者のいずれかに該当する労働者)のうち短時間労働者(同一事業所の一般の労働者より1日の所定労働時間が短い又は1日の所定労働時間が同じでも1週の所定労働日数が少ない労働者)を除いた労働者をいう。また、一般労働者には、正社員・正職員の者と正社員・正社員以外の者がある。

³⁶ 所定内給与額とは、賃金構造基本統計調査における定義により、労働契約、労働協約あるいは事業所の就業規則などによってあらかじめ定められている支給条件、算定方法によって支給される現金給与額である「きまって支給する現金給与額」から、超過労働給与額(時間外勤務手当、深夜勤務手当、休日出勤手当、宿日直手当、交替手当)を除いた額を「所定内給与額」という。

図4-6-2 男女、年齢階級別年収(2022年、青森県、全国)



資料)厚生労働省「令和4年賃金構造基本統計調査」により県統計分析課作成。

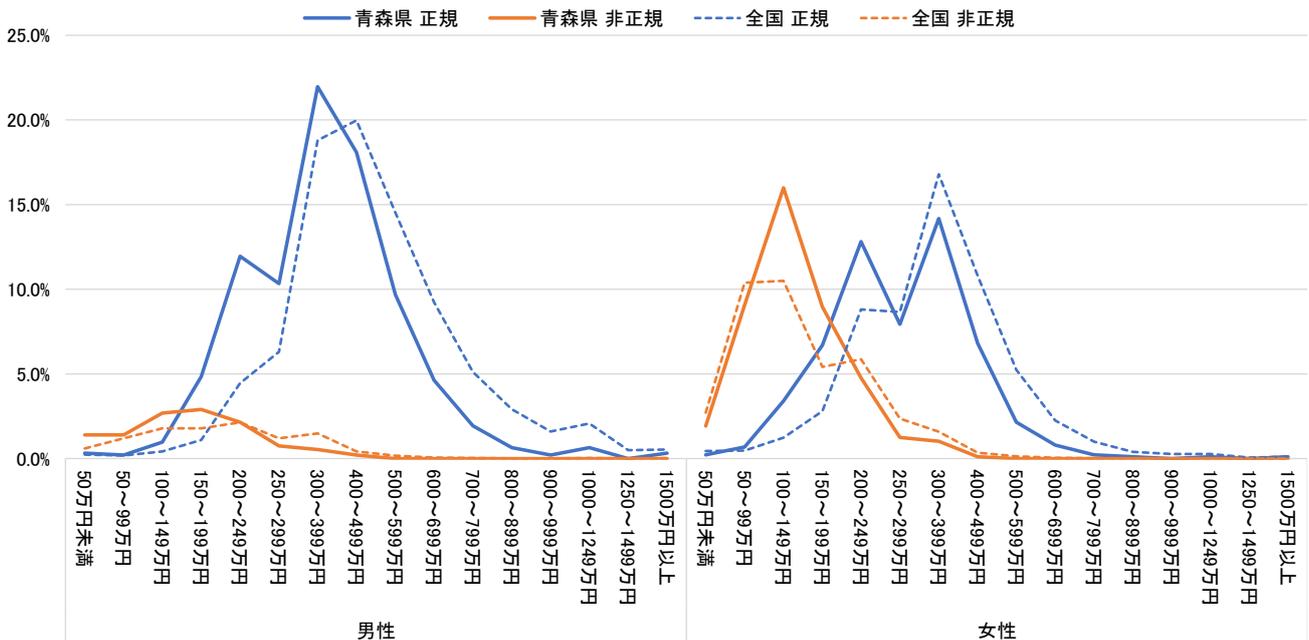
※日本標準産業分類に基づく16大産業[鉱業、採石業、砂利採取業、建設業、製造業、電気・ガス・熱供給・水道業、情報通信業、運輸業、郵便業、卸売業、小売業、金融業、保険業、不動産業、物品賃貸業、学術研究、専門・技術サービス業、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業(その他の生活関連サービス業のうち家事サービス業を除く。)、教育、学習支援業、医療、福祉、複合サービス事業及びサービス業(他に分類されないもの)(外国公務を除く。)]の民営事業所、企業規模計(10人以上)

※年収=所定内給与額×12月+年間賞与その他特別給与額により算出。

次に、男女別、年齢階級別の年収を全国と比較してみると、男性においては、全国との年収格差は年齢が高くなるにつれて拡大する傾向がみられ、55～59歳において1,933千円で最大となり、15～59歳まで働き続けた場合の年収格差は約50,000千円となっています。

女性においては、出産・子育ての時期となる35～39歳で全国との年収格差が804千円と最大になり、15～59歳まで働き続けた場合の年収格差は約27,000千円となっています。

図4-6-3 男女、所得、正規、非正規別雇用者の人口割合(25~44歳)
(2022年、青森県、全国)



資料)総務省統計局「令和4年就業構造基本調査結果」より県統計分析課において作成。
 ※所得は、主な仕事からの年間収入・収益である。
 ※雇用者の人口割合は、男女別に年齢25~44歳の役員を含まない正規雇用者数及び非正規雇用者数に占める割合により算出。

図 4-6-3 は、不本意非正規雇用者の割合が全国と比べて高くなっている 25~44 歳の年齢階級において、男女、所得(年間収入)、正規・非正規別に雇用者の人口割合を表したグラフです。

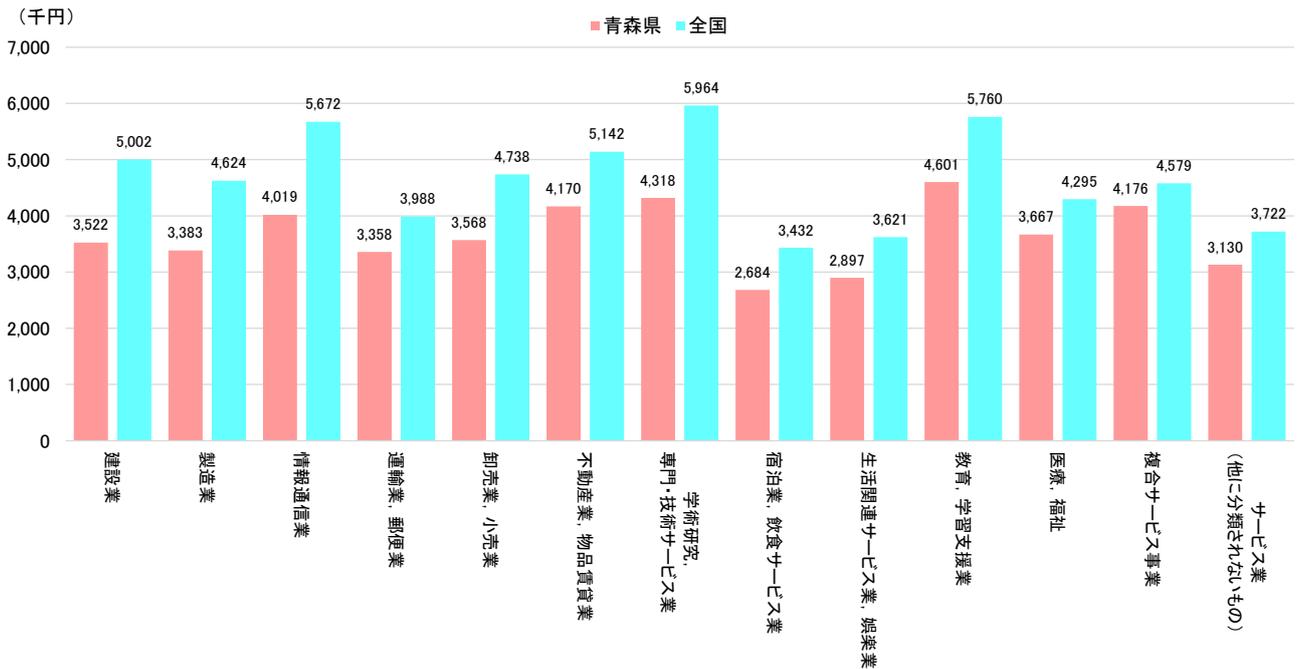
男性においては、正規雇用者で 300~399 万円が男性雇用者の 22%を占めて高くなっており、400 万円以上になると全国を下回ります。また、所得階級のスケールは異なりますが 200~249 万円が人口割合が全国よりも 7.5 ポイントと大きく上回っています。非正規雇用者では正規雇用者と比べて所得層が低くなっており、150~199 万円が男性雇用者の 2.9%を占めて高くなっており、正規雇用者のピークとなっている 300~399 万円ではわずか 0.5%となっています。

女性においては、正規雇用者で 300~399 万円が女性雇用者全体の 14.2%を占めて高くなっています。また、200~249 万円が 12.8%と高くなっており、男性と比べて所得層の 2 極化が顕著にみられます。非正規雇用者では、100~149 万円が最も高くなっており、いわゆる「年収の壁³⁷」によるものとみられます。

正規雇用者においては、男女ともに特に 200~250 万円の所得層が全国と比べて高いことが本県の課題と言えます。その主な要因については、事業規模の小さい企業等が多いといった産業構造や、仕事に就く上で特別なスキルや資格が必要とされたり、企業等のプロジェクトや高度な業務に携わるなどにより、昇給が期待される仕事が比較的少ないことなどに起因して、最終卒業学校の構成割合において大学卒業者等の割合が少ないといった就業構造が考えられます。

³⁷ 年収の壁とは、その金額を超えると税金や社会保険料が変わる金額のことで、103 万円と 150 万円は税金の壁、106 万円と 130 万円は社会保険料の壁がある。

図4-6-4 産業別年収(男女計、企業規模計)(2022年、青森県、全国)

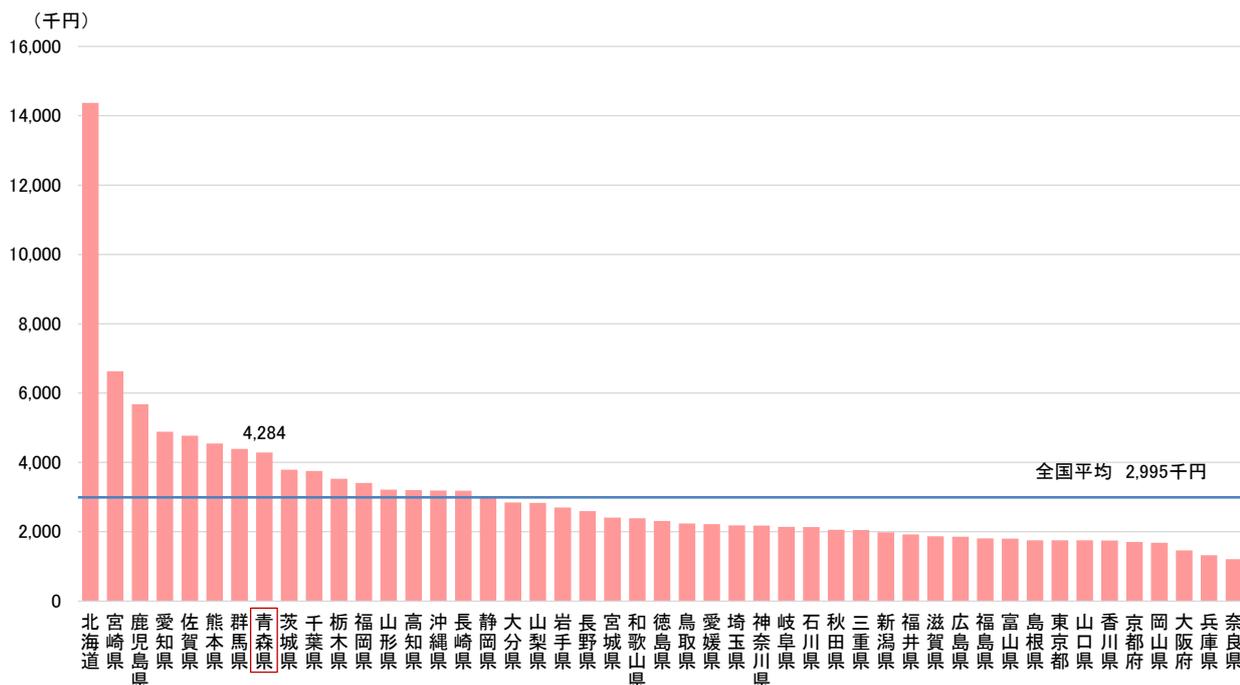


資料)厚生労働省「令和4年賃金構造基本統計調査」により県統計分析課作成。
 ※民営事業所、企業規模計(10人以上)
 ※年収=所定内給与額×12月+年間賞与その他特別給与額により算出。

賃金構造基本統計調査により比較可能な産業別の年収をみると、本県は全ての産業で全国を下回っています。

産業間で比較すると、本県では、高い順に「教育、学習支援業」、「学術研究、専門・技術サービス業」、「複合サービス事業」となっています。また、全国と比べて年収格差が最も大きい産業は「学術研究、専門・技術サービス業」で1,646千円、年収格差が最も小さい産業は「複合サービス事業」で403千円となっています。

図4-6-5 都道府県別農業経営体当たり生産農業所得(2022年)



資料) 農林水産省「令和4年農業構造動態調査結果」、「令和4年農業産出額及び生産農業所得(都道府県別)」により県統計分析課において作成。

図4-6-5は、農業経営体当たりの生産農業所得³⁸を全国と比較したグラフです。

ここまでみてきたように、本県の農林水産業は、外貨を稼ぐ競争力のある産業となっており(第2章)、法人経営における「農業、林業」は、高い収益性や労働生産性による経営を行っています(第3章)。

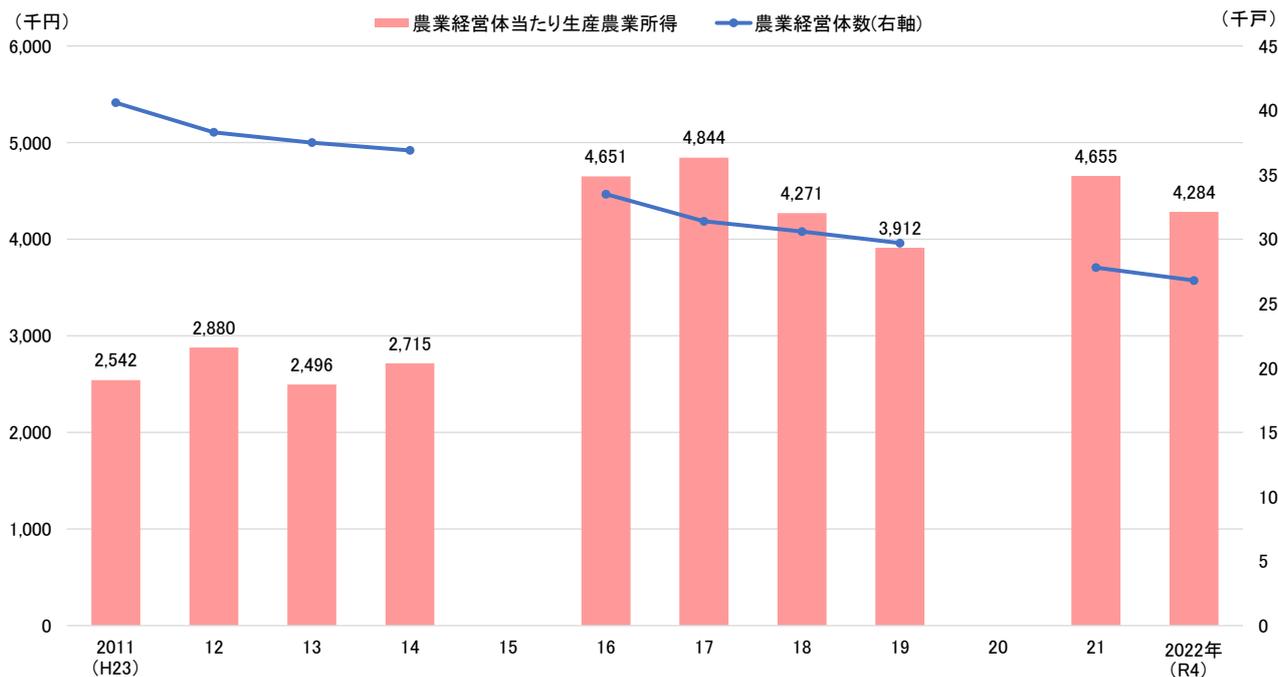
一方、本県の農林水産業を担っている経営体は、個人経営(家族経営)が最も多く、農林業経営体の96.8%³⁹、海面漁業経営体の96.4%⁴⁰を占めており、他の産業とは経営形態が大きく異なります。農業経営体当たりの農業生産所得により全国と比較してみると、本県は4,284千円で全国順位で8位となっています。

³⁸ 農業産出額(都道府県を推計単位とし、農産物の生産量及び価格に関する諸統計等を用いて、都道府県別の品目ごとの生産量に、品目ごとの農家庭先販売価格(消費税を含む。)を乗じて求めたもの)から物的経費を控除し、経常補助金を実額加算したもの。

³⁹ 2020(令和2)年農林業センサスによる。

⁴⁰ 2018年漁業センサス(海面漁業に関する統計)による。

図4-6-6 農業経営体当たり生産農業所得、農業経営体数(青森県)



資料) 農林水産省「各年農業構造動態調査結果」、「各年生産農業所得統計(都道府県別農業産出額及び生産農業所得)」により県統計分析課において作成。
 ※農業経営体は、2019年以前の統計においては販売農家数(販売のあった農家数+販売のなかった農家数)をカウントした。

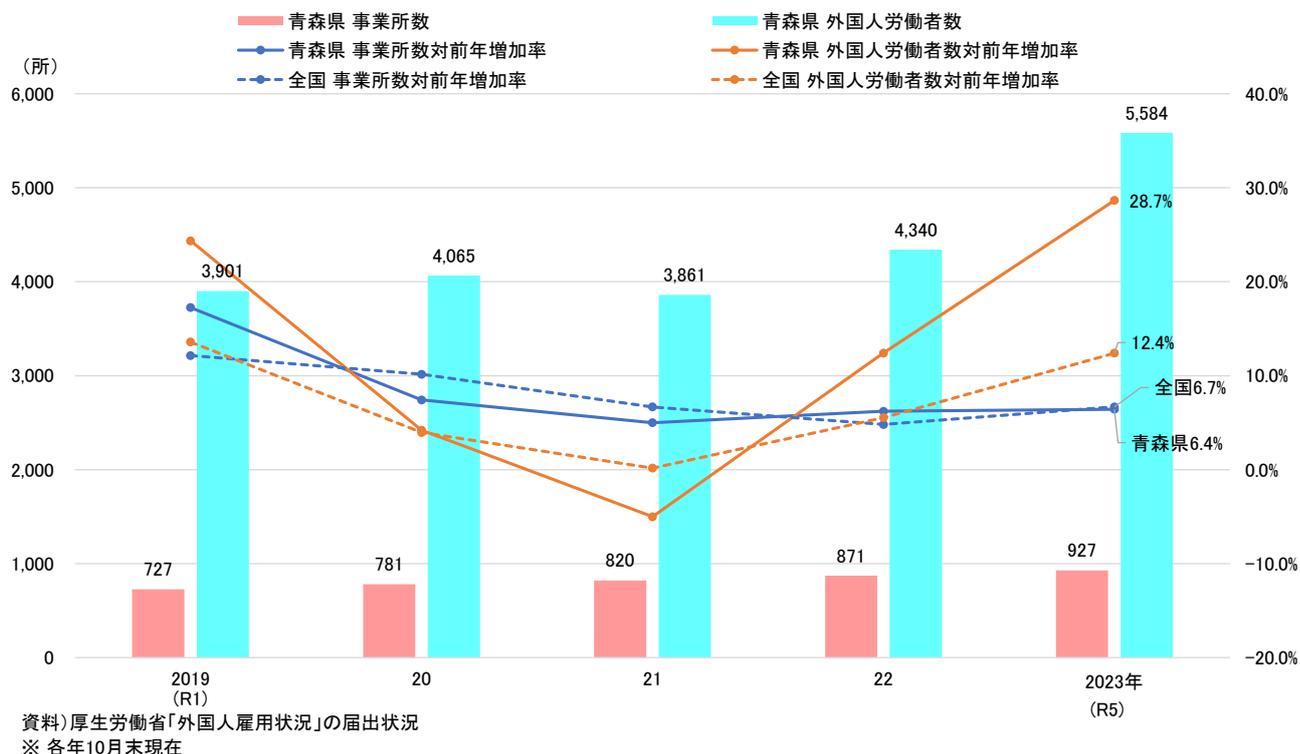
図4-6-6は、本県の農業経営体当たりの生産農業所得と農業経営体数の推移を表したグラフです。年々、農業経営体数が減少する中、2022(令和4)年の農業経営体当たりの生産農業所得は10年前の2012(平成24)年比で48.7%増加しています。

農業経営体の所得が増加した背景としては、「攻めの農林水産業」による総合的な政策効果のほか、農家の高齢化や農政改革に取り組む中での農業経営の規模拡大の進展や農産物価格の上昇等が寄与していることなどが考えられます。

一方で、2016(平成28)年以降はおおむね横ばいで推移していることから、農業所得の更なる増大に向け、引き続き農地の集約度を高め効率化を図るほか、農業経営体の経営能力向上に向けて一定のまとまりで戦略的に取り組むための組織強化、販売・加工・外食・観光との連携による6次産業化や農商工連携の推進、さらにはDX推進などによる生産性向上に取り組んでいくことが重要です。

4-7 外国人雇用

図4-7-1 外国人雇用事業所数、外国人労働者数、対前年増加率(青森県)

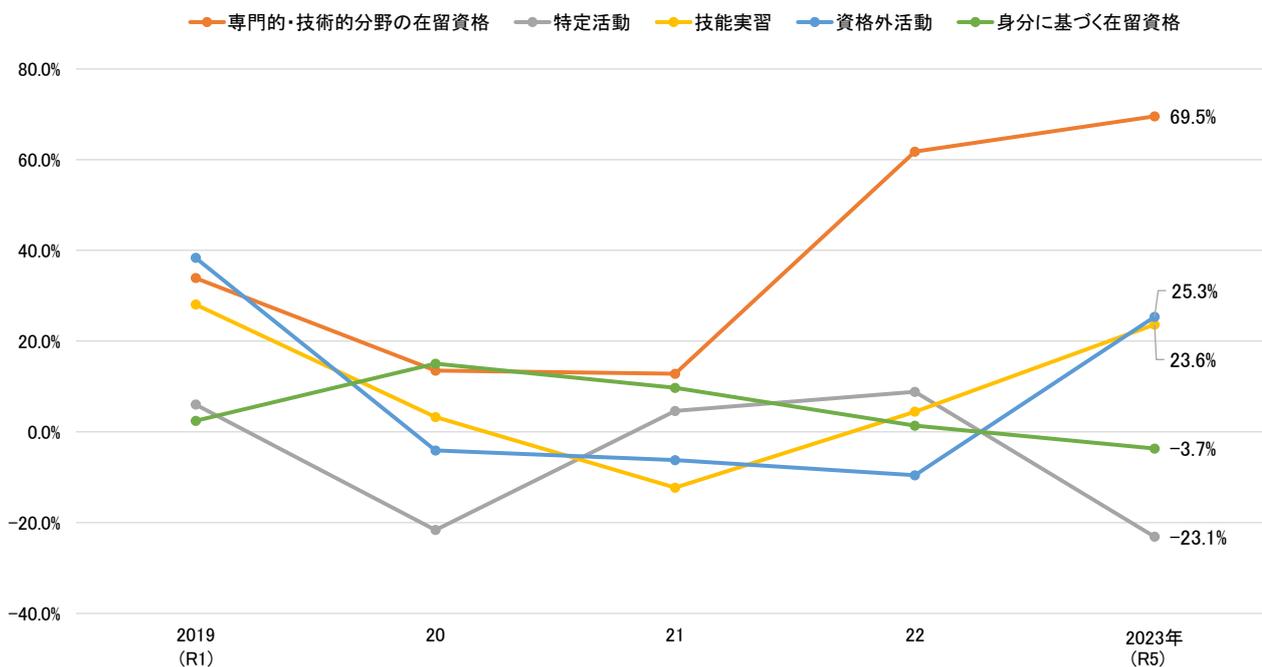


本節では、人口減少の進行によって労働力不足が慢性化している国内において、近年、増加傾向にある外国人雇用の状況についてみていきます。

本県の外国人雇用事業所数は、2023(令和5)年10月末には927事業所、前年増加率6.4%となっており、全国と同様に増加の一途をたどっています。

外国人労働者数は、コロナ禍の2021(令和3)年は減少しましたが、2022(令和4)年から増加に転じ、2023(令和5)年は5,584人となり、前年増加率28.7%は全国1位の高い伸び率となっています。

図4-7-2 在留資格別外国人労働者数の対前年増加率推移(青森県)



資料)厚生労働省「外国人雇用状況」の届出状況
 ※ 各年10月末現在。

図4-7-2は、本県の在留資格別の外国人労働者数の対前年増加率を表したグラフです。

専門的・技術的分野の在留資格⁴¹については、2018(平成30)年の改正出入国管理法において特定技能が新たに創設され、2019(令和元)年度から受入れが可能となったことにより、コロナ禍においても高い増加率で推移し、2022(令和4)年に61.8%、2023(令和5)年に69.5%と大幅に増加しています。

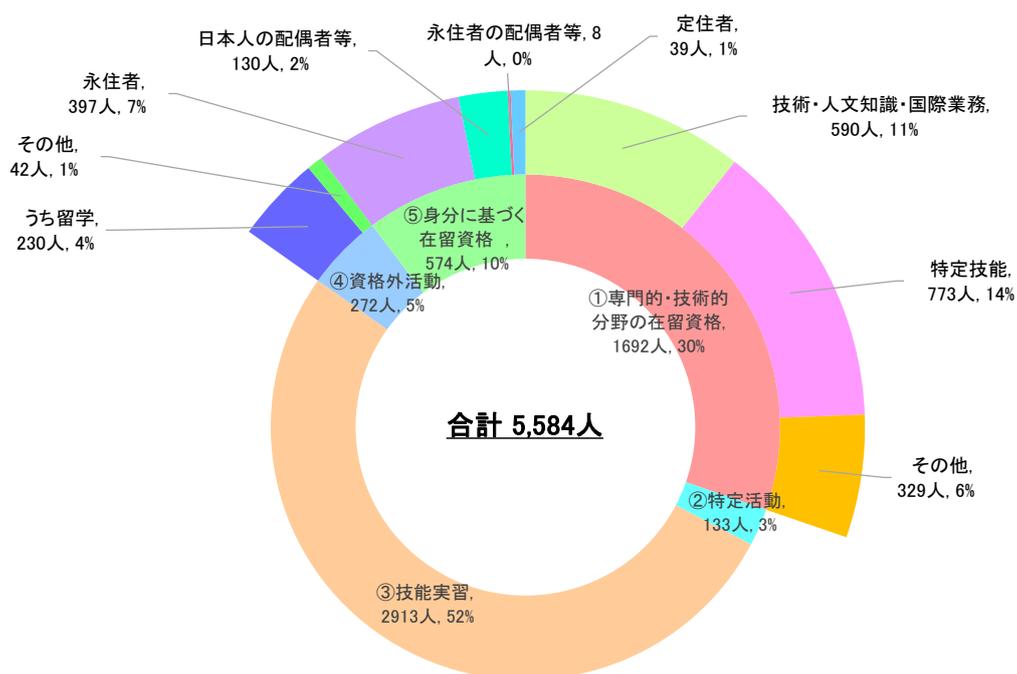
この特定技能は、国内人財を確保することが困難な状況にある特定産業分野⁴²において一定の専門性・技能を有する外国人を受け入れることを目的として創設された制度で、技術レベルなどに応じて2種類の資格区分が設けられています。特定技能1号は、在留期間は通算5年までとされ、家族の帯同は基本的に認められませんが、特定技能2号は、在留期間に制限がなくなり、条件を満たせば家族の帯同も可能となるなどの違いがあり、本県においては、このうち特定技能1号が増加しています。

技能実習は、技能移転を通じた開発途上国への国際協力を目的とした制度ですが、コロナ禍に加え、特定技能への移行も可能になったことなどにより、対前年増加率は専門的・技術的分野の在留資格よりも低く推移しています。

⁴¹ 「専門的・技術的分野の在留資格」には、在留資格「教授」、「芸術」、「宗教」、「報道」、「高度専門職1号・2号」、「経営・管理」、「法律・会計業務」、「医療」、「研究」、「教育」、「技術・人文知識・国際業務」、「企業内転勤」、「介護」、「興行」、「技能」、「特定技能」が含まれる。

⁴² 特定産業分野には、①介護、②ビルクリーニング業、③素形材・産業機械・電気電子情報関連製造業分野、④建設業、⑤造船・船用工業、⑥自動車整備業、⑦航空業、⑧宿泊業、⑨農業、⑩漁業、⑪飲食品製造業、⑫外食業の12業種が指定されている。

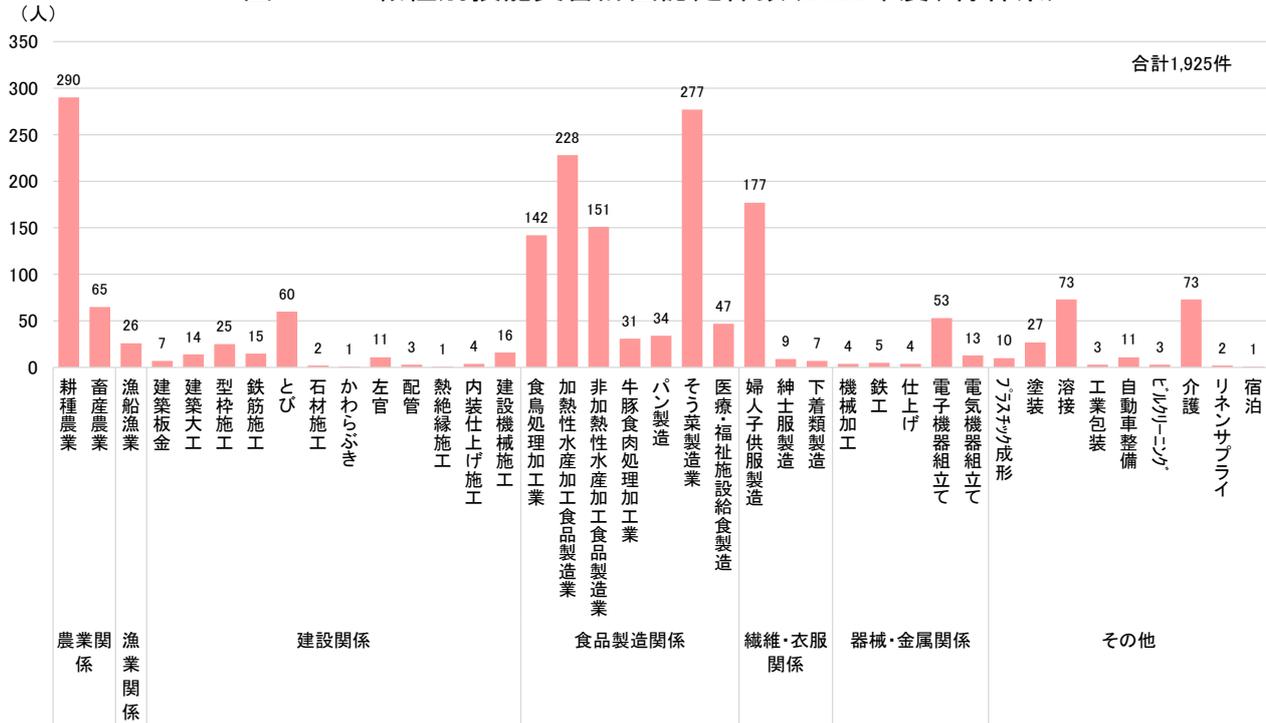
図4-7-3 在留資格別外国人労働者数内訳(2023年、青森県)



資料)厚生労働省「外国人雇用状況」の届出状況(2023年10月末現在)

本県の外国人労働者数の在留資格別の内訳をみると、技能実習が最も多く 2,913 人で全体の 52%を占め、次いで専門的・技術的分野の在留資格が 1,692 人で 30%を占めています。

図4-7-4 職種別技能実習計画認定件数(2022年度、青森県)



資料)外国人技能実習機構「令和4年度外国人技能実習機構業務統計」より県統計分析課作成
 ※2023年3月調査

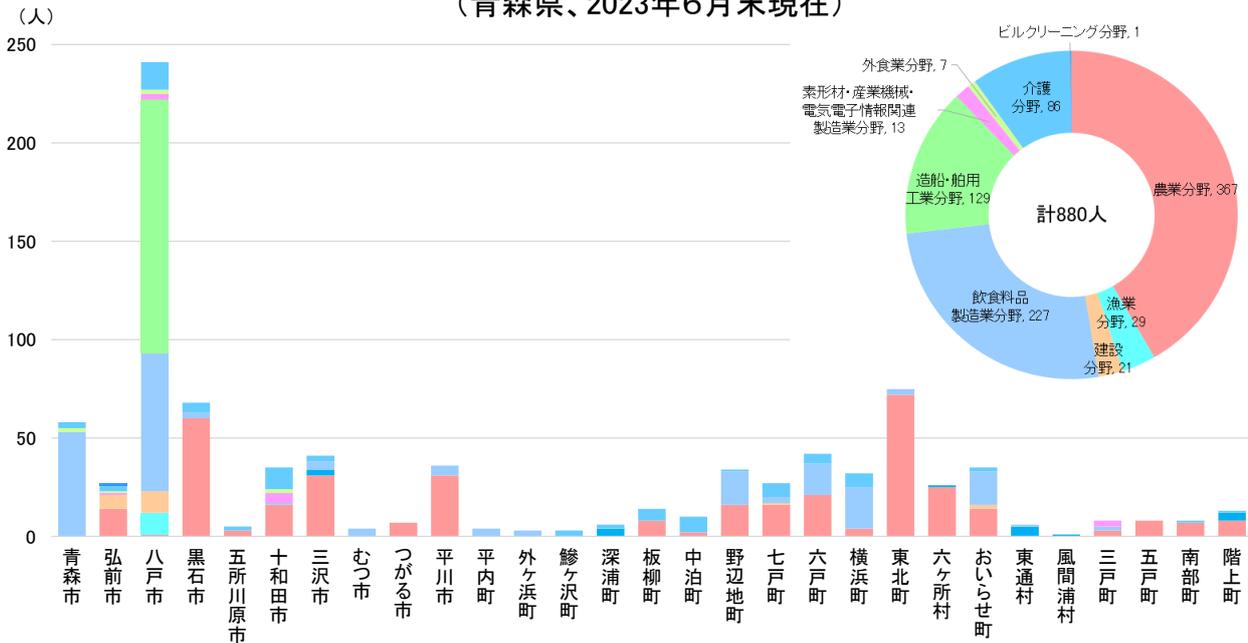
技能実習に係る本県の職種別認定件数をみると、食品製造業関係が最も多く、910人で全体の47.3%を占めており、次いで農業関係が計355人で18.4%を占めています。

なお、技能実習をめぐるのは、現行制度では外国人が最長で5年間働きながら技能を学ぶことができますが、厳しい職場環境に置かれた実習生の失踪が相次ぐなど、人権侵害の指摘があるなどとして、政府の「技能実習制度及び特定技能制度の在り方に関する有識者会議」は、2023(令和5)年11月30日、現行制度を廃止して新制度を創設するという最終報告書をまとめています。

それによると、新制度の目的をこれまでの国際貢献から外国人財の確保と育成に変え、名称も「育成就労制度」と改め、基本的に3年で一定の専門性や技能を持つ水準にまで育成するとしています。加えて、専門の知識が求められる特定技能へのつながりを重視し、職種を介護や建設、農業などの分野に限定する一方で、技能と日本語の試験に合格するという条件で特定技能への移行を認めるとするほか、これまで原則できないとされていた転籍については、1年以上働いた上で一定の技能と日本語の能力があれば同じ分野に限り認めるとしています。

このため、今後新制度の下で受け入れできなくなる職種が出てくる懸念はありますが、一定の条件で転籍が認められることによって、賃金や環境面などにおいて外国人労働者に選ばれることがこれまで以上に重要になってきます。

図4-7-5 特定産業分野、市町村別特定技能1号在留外国人数
(青森県、2023年6月末現在)



資料) 出入国在留管理庁「特定技能在留外国人数(令和5年6月末現在)」より作成。
 ※特定産業分野のうち、自動車整備分野、航空分野及び宿泊分野は県内に該当者がいないため凡例を表示していない。
 ※数値は速報値であり、今後数値が変わることがある。
 ※特定技能1号外国人が居住している市区町村である。

最後に、特定技能1号外国人労働者数を特定産業分野別及び市町村別でみてみます。

特定技能1号外国人労働者は、2023(令和5)年6月末現在で880人となっており、分野別では、「農業分野」が最も多く367人で全体の41.7%を占めており、次いで「飲食料品製造業分野」が227人で全体の25.8%を占めています。当該分野は、技能実習でも多い分野であることから、特定技能は今後も増加することが考えられます。

市町村別では、八戸市が241人で最も多く、このうち「造船・船用工業分野」が129人で半数以上を占めているのが特徴と言えます。次いで東北町が78人で、このうち「農業分野」が72人と大部分を占めています。

特定技能の居住市町村数は2023(令和5)年6月末現在で29市町村となっており、技能実習など他の在留資格も合わせると外国人労働者は県内各地に急速に広がりつつあるとみられます。

外国人労働者は、労働力を支えるだけでなく、地域や企業等のグローバル化や新しいアイデアの創出などの効果も期待されており、今後も本県で増加していくことが見込まれる一方で、言語や文化の違い、受入環境が進んでいないことなどにより地域においてトラブルや困難を抱える外国人労働者の増加も懸念されます。

このため、外国人労働者の置かれている状況やニーズを把握し、その人の立場に寄り添った支援を行うなど、企業だけに対応を任せるのではなく、地域全体で共生社会づくりを進めていくことが急務と言えます。

4-8 就業構造分析(第4章)のまとめ

(1) 有業者の特徴

本県の有業率は、全国と比べて低く、特に男性の若年層、中年層で低くなっています。また、年齢構成においても、若年層が少なく高年齢層が多い就業構造になっています。

有業者の雇用形態をみると、男性では中年層で正規雇用者の割合が低く、特に若年層、中年層で不本意非正規雇用率が4人に1人以上と全国を大きく上回っています。女性では若年層、中年層にかけて正規雇用者の割合が低く、不本意非正規雇用率ではピークとなる25～29歳で全国を大きく上回っており、少子化対策などを進める上でも大きな課題と言えます。

有業者の就業希望では、9.4%が転職を希望者しており、男女ともに主な理由は「収入が少ない」、「時間的・肉体的に負担が大きい」となっています。転職希望者のうち「自分で事業を起こしたい」とした割合は、男性が10.1%、女性が2.7%となっており、適切なサポートを通して創業・起業の実現が期待されます。

(2) 多様で柔軟な働き方

多様で柔軟な働き方については、副業・兼業、フリーランス、テレワークのいずれも全国で低い水準です。特に、「学術研究、専門・技術サービス業」、「教育、学習支援業」などは、副業・兼業、フリーランスともに全国を大きく下回っており、多様で柔軟な働き方の推進が必要です。

このほか、「情報通信業」、「学術研究、専門・技術サービス業」などのテレワークに向いている職種が多い産業において、デジタル化を推進し、テレワーク実施率を高めていくことが必要です。

(3) 自己啓発

教育・自己啓発については、本県の自己啓発率は全国ワースト水準となっています。その要因として、有業者の年齢構成に加えて、自己啓発率と相関の高い上位の教育プログラムを受けた就業者の割合が少ない就業構造になっていることが考えられるため、本県では「学び」と「しごと」づくりの両面からのアプローチが重要です。

(4) 賃金

賃金については、全ての産業で全国を下回っており、産業構造や就業構造を踏まえ、より生産性の高い「しごと」づくりに取り組んでいく必要があります。

(5) 外国人雇用

労働力不足対策として期待される外国人雇用については、本県の増加率が全国で最も高くなっており、特定技能だけでも県内市町村の7割以上で就労しています。今後も増加が見込まれることや転籍を認めるなどの制度見直しも想定されることなどから、希望して本県で働く外国人労働者との共生社会の形成に早急な対応が求められます。

4 福島県喜多方市における観光地域づくり： 企業家と社会の経営理念の共有

弘前大学大学院 地域社会研究科 教授 佐々木 純一郎

・福島県喜多方市への注目

喜多方市は「喜多方ラーメン」により全国的な知名度を誇っている。2007年、筆者は出張で高知県を訪問する機会があった。その際、JR高知駅に「喜多方ラーメン」の店を見つけた(JR四国グループが運営する「喜多方ラーメン 麵小町」)。執筆時点では愛媛県内のみ営業)。弘前に戻るとすぐに、喜多方市役所に取材を申し込んだ。喜多方市役所訪問の帰り道、後述する「北方藤樹学」の講演会ポスターに出会った。たまたま宿泊先の旅館俵屋を運営する田原芳明氏が北方藤樹学を学習しているとうかがい、田原氏を通じて喜多方の企業家の皆さんを紹介していただいた。これが一連の喜多方研究の出発点である。当初は地域ブランドとしての「蔵のまち喜多方」、「ラーメンのまち喜多方」という視点からの調査研究であった。その後、次第に地域ブランドを支える「地域の土台」に着目し、地域ブランドを支える各種の地域団体や、地域の企業家などに研究対象を拡大してきた。

・喜多方レトロ横丁

喜多方レトロ横丁は、地域外への情報発信だけでなく、地域内の企業や住民などの関係者が楽しむ、観光地域づくりの場として発展してきた。青森県では津軽地方のねぶた、ねぶたや、八戸の三社大祭など、長い歴史を有する夏祭りが数多くある。青森県の夏祭りとは対照的に、喜多方レトロ横丁は10数年前に始まった比較的新しい観光イベントである。2005年7-9月、JR6社による「福島県あいつディステーション・キャンペーン」(あいつDC)が行われた。そのあいつDC関連企画の一つとして、のちに「喜多方レトロ横丁」と呼ばれる観光イベントが始まった。あいつDCの前年にあたる2004年10月、「福島県あいつディステーション・キャンペーン喜多方地区推進委員会」が立ち上がっている。

・企業家と社会の経営理念の共有

2023年に2回、喜多方を訪問し、会津喜多方商工会議所会頭・佐藤富次郎氏をはじめとする「喜多方レトロ横丁」の関係者(企業家と行政OB、OG)を取材した。佐藤氏は前述の福島県あいつディステーション・キャンペーン喜多方地区推進委員会の初代委員長を務めていた。現在は、喜多方ラーメンを製造・販売する「株式会社河京」の会長を務めている。

取材の結果、喜多方では地域企業の企業家(経営者)が中心となり、地域づくりの組織として「喜多方レトロ横丁」の活動を積み重ねてきたことを理解できた。各々の企業家に共通しているのは喜多方という地域に対する熱い思いである。例えば福島県中小企業家同友会を通じた「利他の心」の学習など、企業家が経営理念を重視している(会津産ピーナッツなどの農業生産法人 APJ 代表取締役社長・松崎健太郎氏。喜多方観光物産協会副会長も務める)。地域における「商人道」として、中江藤樹の教えを学ぶ北方藤樹学を指摘する声もあった。近年でも北方藤樹学は喜多方市の生涯学習などで地域住民に学習されている。これは「武士道」のまち・会津若松市とは異なる要因である。

歴史的に見ても、喜多方市における行政主導ではない民間主体の動きが、地域づくりの原動力になっていると考えられる。企業家の動きに呼応して、行政である市役所職員が活躍してきたことも重要である。なお喜多方のあいつ DC 関係者は、今でも毎月一度、定例の懇親会を開催している。このような信頼関係の醸成の場が、地域づくりを支えている側面も検討に値するといえよう。

・青森県への示唆

喜多方市の事例から参考となるのは次の2点であろう。第一に、企業家自身が「利他の心」などの経営理念を重視し学習することである。第二に、行政や住民など多様な主体が、地域における経営理念を学習し理解することである。経営理念の学習により、青森県の企業家は地域の経済主体としての能力を発揮する可能性を高めることができる。経営理念が必要なのは企業家だけではない。行政や住民も、地域の経営理念を学び、企業家と経営理念(哲学)を共有することが重要なのである。たしかに時間はかかるが、「地域の本気度」が試されているといえよう。

*参考 : 佐々木純一郎(2024.3)「福島県喜多方市における観光まちづくりの継承と人財育成: 地域づくりの組織『喜多方レトロ横丁』」、弘前大学地域社会研究会『地域社会研究』第17号、弘前大学大学院地域社会研究科

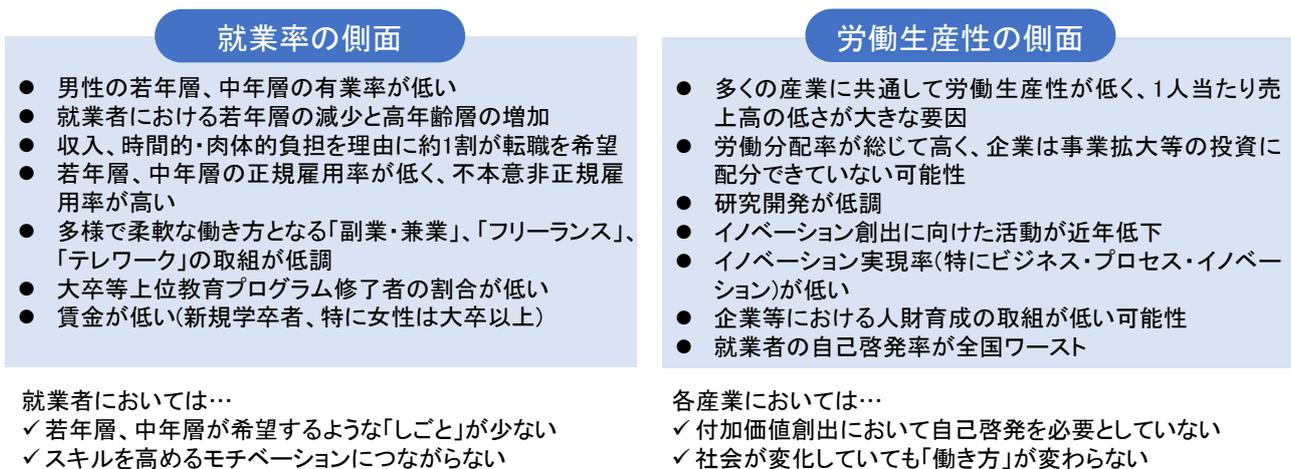
本章では、ここまでの産業構造分析、企業経営・活動分析及び就業構造分析を踏まえて、所得向上に向けた現状・課題について所与の条件整理を行い、それをもとに本県産業の経済成長に向けたポジティブ要因とネガティブ要因から本県産業が進むべき方向性を考察します。

5-1 所得向上の実現に向けた現状・課題

本県の所得については、1人当たり県民所得が全国で低い水準となっており、その要因については、ここまでの分析から、労働分配率は高い一方、比較可能な全ての産業で賃金が全国を下回っていることなどから、雇用者報酬の低さにあると考えられます。

そこで、どのようにして所得向上を実現していくのかという一つのアプローチとして、1人当たり県民所得の構成要因である就業率と労働生産性に着目し、現状・課題を整理したのが図5-1です。

図5-1 所得向上に向けた現状・課題(全国との比較分析)



現代社会の「人」を源泉とする価値創出に対応した「しごと」の創出、「働き方」への移行が十分に進んでいない

まず、就業率の側面においては、人口減少、少子化・高齢化が進む中、若者・女性・高齢者・障がい者をはじめ、あらゆる人の就業意欲を実現していくことが経済成長にとっても重要ですが、本県においては、特に男性の若年層、中年層の有業率が低いことに加え、男女の若年層、中年層において不本意非正規雇用率が高くなっていることが大きな課題となっています。

また、有業者の約1割が、収入の低さや時間的・肉体的な負担を主な理由として転職を希望している状況を踏まえると、「しごと」をつくるだけでは十分とはいえ、賃金や働き方などの条件面も向上させていく必要があります。

さらに、就業者の年齢構成も高齢化しており、職場において少ない若年層と多い高年齢層とがそれぞれ強みを生かして活躍でき、働きやすい環境づくりが求められるほか、特に若者の新しいアイデアや発想力を業務に積極的にとり入れるなどの社内等での改革機能向上も一層重要になってきます。

労働生産性の側面においては、多くの産業で1人当たり売上高が低いことが要因で労働生産性が低くなっています。一般的な対策としては、ヒット商品を開発して販売数量を伸ばしたり、販売単価を引き上げるなどの付加価値を高める対策、あるいは仕入単価を削減するなどの対策が必要となってきますが、本県においては、研究開発が低調であったりイノベーション実現率が低いことから推測されるとおり、1人当たり売上高が低い中で労働分配率が総じて高いため、生み出した付加価値を自社への投資に十分配分できておらず、その結果新たな付加価値を創出することが難しく、賃金アップにつながりにくい構図になっていると考えられます。

また、就業者の自己啓発率が全国で最も低い水準となっていることについては、就業者サイドというよりも、むしろ産業サイドが、高い自己啓発率を必要とするような「しごと」の創出や人材の育成・雇用を進めてこなかったことに一部起因していると考えられます。

現代社会は、知識社会⁴³といわれているように、工業化社会を経てモノが豊かになり、情報化社会において日々蓄積されていく膨大な情報のもとで消費者ニーズが多様化・個別化し、それを背景に商品やサービスの質・付加価値が重視され、そこに人が知識、知恵、感性を通じて付加価値を創出することが経済活動に大きく寄与する時代となっています。

また、知識社会においては、「しごと」は労働の量から質がより重視されるようになり、「働き方」においても、労働者自身が生産手段である知識を所有したまま移動できるため、自分がより大きな成果に貢献できる場所、より大きな自己実現を行える場所へ移動するようになるなど、労働力が自ずと流動化しやすくなります。副業・兼業、フリーランスといった多様で柔軟な働き方が拡大してきているのは、人口減少による労働力不足への対策の必要性に加えて、知識社会の「しごと」や「働き方」が進んできていることが背景にあると考えられます。

こうした社会観、時代認識を踏まえると、本県は、現代社会における「人」を源泉とする価値創出に対応した「しごと」の創出や「働き方」への移行が十分に進んでいないという命題が導かれ、そのことが工業化社会前からの長い時間経過を経て現在の就業構造へとつながり、また、労働生産性の低さや多様で柔軟な働き方の低調さとなって表れていると考えられます。

⁴³ 知識社会は、1960年代後半にドラッカー（Drucker, Peter F.）が提示した「知識を基盤とした社会」という社会観に基づくが、本書においては、「知識や情報の生産、流通、利用を直接的な基盤とする経済」（OECD1996）という知識経済を支えている社会又は知識経済に支えられている社会をいう。知識が富の「直接的」な源泉になるという点が特徴。

5-2 本県産業の経済成長に向けたSWOT分析

前節の現状・課題を踏まえて、本県産業の経済成長に向けて本県産業が進むべき方向性を考察します。

表5-2 本県産業の経済成長に向けた環境別ポジティブ要因とネガティブ要因

	ポジティブ要因(強み)	ネガティブ要因(弱み)
内部環境	<ul style="list-style-type: none"> ● 農林水産業をはじめとする食関連産業 ● 本県が有する自然、歴史、文化などの普遍的価値を生かした観光 ● 転職希望者の一定割合が起業を希望 	<ul style="list-style-type: none"> ● 人口減少、少子化・高齢化 ● 後継者不足による休廃業等の増加 ● 付加価値(労働生産性)が低い ● 多様で柔軟な「働き方」が進んでいない ● 低い自己啓発率
外部環境	<ul style="list-style-type: none"> ● 工業化社会から、情報化、知識社会へシフト ● 働き方改革の推進 ● デジタル領域の拡大、DX推進 ● 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略(国) ● インバウンド拡大政策(ビジネス分野、教育・研究分野、文化芸術等の分野) ● 外国人雇用の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ● 国内需要(食・観光等)の縮小、競争激化 ● 国内の労働力不足(人財獲得の競争激化) ● 知識産業、人財等の東京圏集中 ● 世界の諸リスク(気候変動、食料需給、感染症、輸出先国・地域における輸入規制(輸出の障壁)等)のカントリーリスク 等)

表5-2は、本県産業の経済成長に向けたポジティブ要因(強み)とネガティブ要因(弱み)を内部環境、外部環境別に整理したSWOT分析です。

まず、ポジティブ要因として、外貨の獲得に生かせる、恵まれた生産基盤が支える農林水産業を上流とした食関連産業と、本県の自然、歴史、文化などの普遍的価値を活かした観光関連産業が挙げられます。

食関連産業については、我が国の人口減少に伴い国内需要が減少することが懸念されますが、デジタル化やDX推進による生産性の向上や国の農林水産物・食品の輸出拡大政策⁴⁴などと呼応して、マーケットインの発想で、海外市場の需要を取り込んでいくことにチャレンジする事業者を増やすことも重要です。

一方、本県の農林水産業は、生産性は様々な取組が奏功して近年着実に向上してきていますが、生産者の所得につながる付加価値の向上だけでなく、市場において物価高騰・資材高騰等の影響を踏まえ、生産物に対する価格転嫁が図られ、利益率が保たれるような行政の取組も重要です。

本県においては、生鮮品等を主力としたビジネスモデルの割合が比較的高いことが特徴となっているため、生産フェーズ、販売フェーズ等において付加価値の向上が引き続き重要ですが、加えて、

⁴⁴ 政府の輸出額目標である2025(令和7)年に2兆円、2030(令和12)年に5兆円を達成するため、2020(令和2)年11月に関係閣僚会議において「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」がとりまとめられ、その後2021(令和3)年12月、2022(令和4)年5月及び12月、2023(令和5)年12月に改訂が行われている。

生産者が加工・販売まで一体的に取り組む6次産業化の一層の促進や、農林水産業と食料品製造業などの産業間取引(農商工連携)を通じた加工フェーズにおいて付加価値の向上を図っていく取組も重要であり、食関連産業の高度な連携と集積が経済成長のカギになります。

ネガティブ要因としては、高齢化による廃業農家・漁家の増加が見込まれるため、担い手の確保・育成や生産基盤の効率的集約化などが重要となるほか、外部環境として、気候変動の影響、輸出停止措置といったカントリーリスクなどの影響が既に顕在しており、適切なリスク対策が必要です。

観光関連産業については、人口減少とともに縮小する域内産業の側面もあることから、外部からの需要創出が重要です。このため、本県が有する自然、歴史、文化などの普遍的価値、これまで築き上げてきた海外とのネットワークを生かし、国のインバウンド拡大政策⁴⁵などと呼応して、縮小する国内需要に対応しながらインバウンド需要を喚起していくことがポイントです。

特に観光関連産業に代表される「宿泊業、飲食サービス業」は、比較可能な産業の中で賃金が最も低くなっており、魅力的な産業として持続・発展していく上でも、1人当たり観光消費額を増加させるなどの付加価値の向上が重要になってきます。

ネガティブ要因としては、新型コロナの感染拡大のような世界の諸リスクが影響してきますが、国内外のターゲットとする市場のニーズを的確に把握しながら、観光需要の繁閑の差が生じないように需要喚起と誘客対策に取り組むことが重要です。

このため、アウトドアスポーツやサステナブルなどニーズが高いコンテンツ創出などにより新たな需要の獲得を図る一方で、副業・兼業などの多様で柔軟な働き方を推進し、労働力確保とインバウンド対策を視野に入れた外国人雇用の活用等を積極的に進めていくことがオープンイノベーション⁴⁶の創出にもつながり有効です。

そして、多くの産業に影響するであろうポジティブ要因は、社会が工業化社会から情報化社会、知識社会へと成熟してきた中で、生産手段が「人」にシフトしてきたこととデジタル技術の進展が引き起こした「しごと」と「働き方」のパラダイムシフトが、新たな成長のチャンスを公平にもたらしているということです。

これにより、消費者ニーズの多様化・個別化を背景に、小回りの効く小規模企業等が活躍しやすくなってきており、その例として、デジタル技術と多様で柔軟な働き方を融合させたマイクロプレナー⁴⁷が近年注目を集めています。その特徴としては、代表者1人のみ又はわずかな従業員で、自宅

⁴⁵2023(令和5)年3月に閣議決定された観光立国推進基本計画(第4次)において「①訪日外国人旅行消費額:早期5兆円達成、②訪日外国人旅行者数:2025年までに3,200万人(2019年水準)超え」が掲げられ、同年5月の関係閣僚会議において「ビジネス分野」、「教育・研究分野」、「文化芸術・スポーツ・自然分野」の3つの分野を柱とした「新時代のインバウンド拡大アクションプラン」が決定されている。

⁴⁶ オープンイノベーションとは、内部と外部の技術やアイデアなどの資源の流出入を活用し、イノベーションを創出すること。

⁴⁷ 「マイクロ(小さな)」と「アントレプレナー(起業家)」を組み合わせた言葉。起業家の中でも、従業員が5名以下又は1名(代表)のみなどの小規模な事業を行う人、「ソロプレナー」は1人で起業して事業を行う人を指す。

又はバーチャルオフィスにおいて、SaaS⁴⁸などを活用して業務管理等を行い、小さなターゲットに絞ってビジネスを行うほか、専門的な業務についても専門人財を社員として雇用するのではなく、副業やフリーランスなどのメンバーでチームを構成して遂行可能な点が挙げられ、こうしたワークスタイルは初期のスタートアップにもみられる傾向があります。

このデジタル技術と多様で柔軟な働き方を融合したしなやかな事業運営のあり方は、コストを削減して効率性を高めるだけでなく、人財活用という点において本県の地理的制約や専門人財不足といったネガティブ要因を乗り越えることを可能にしています。

このことから、本県の個人事業者や中小企業等においては、特徴的なニーズの設定により競合他社と異なる価値創出にアジャイル⁴⁹かつ継続的に取り組み、差別化を図っていくことに加え、デジタル技術と多様で柔軟な働き方の融合にも取り組んでいくことにより、中期的な成長が期待されます。

また、本県では経営者の高齢化と後継者不足に伴う休廃業が増加していますが、黒字を出しながら休廃業するケースも少なくありません。こうした中、「自分で事業を起こしたい」というニーズが一定割合存在することなども踏まえ、事業承継を含め、創業・起業やスタートアップが拡大していくよう、一人ひとりの希望の実現に向けた支援に引き続き取り組んでいくことが重要です。

加えて、本県の企業等においては、人口減少、少子化・高齢化が先進的な本県の地域社会を逆転の発想でビジネスチャンスと捉え、地域課題を解決するソーシャルビジネス等を通して引き続き地域の持続的発展を担っていただくことも大いに期待されます。

このように「人」を源泉とした価値創出やデジタル技術を活用した「働き方」へとシフトしていくことは、今後の経済成長を実現するカギとなりますが、本県においては、就業者の自己啓発率が全国ワーストで低いことが最大のネックになっています。

このため、人財育成に取り組む企業等においては相当の時間的・金銭的な投資が必要となり、現実問題として限界があるため、産学官が連携して効率的・効果的な社会人教育に取り組むことが必要です。

また、本県の高校・大学等の教育環境を向上させても、最終的に卒業者が県内で就業し、活躍するような仕組みづくりが不可欠です。このため、企業等においては、自己実現に向けて「学び」、チャレンジできる「しごと」を創出するとともに、求める人財のビジョンを明確にした上で学校教育と連携を図っていくことも肝要です。

⁴⁸ SaaSとは「Software as a Service」の略称で、「サービスとしてのソフトウェア」を意味するクラウドサービスの一種。

⁴⁹ 「素早い」「機敏な」といった意味であり、本書においては「ビジネスシーンで状況の変化に対して素早く対応すること」を表す。

5-3 本県産業が進むべき方向性

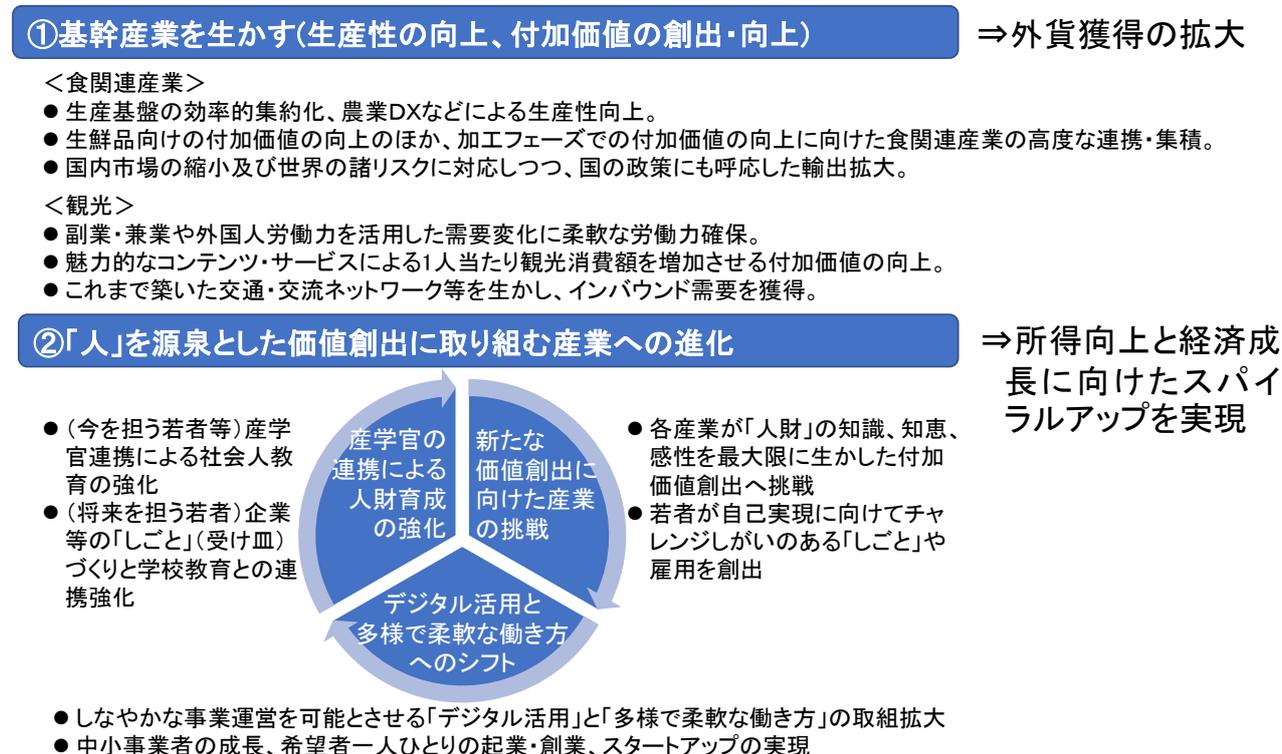
以上の考察を通してみると、所得向上と経済成長の実現に向けて共通して取り組むべき最重要テーマは、付加価値の創出・向上ではないでしょうか。

そう考えると、本県産業が進むべき方向性の第一歩は、それぞれの産業が現代社会における「しごと」や「働き方」の大きなパラダイムシフトを認識し、新たな価値創出に挑戦することから始まるといっても過言ではありません。

そこからチャレンジしがいのある「しごと」が創出され、そうした「しごと」を希望する若者たちの雇用が創り出され、あるいは人財育成を通じて就業者の活躍の場が広がり、成果を上げることによって労働生産性を向上させていく。その結果、賃金上昇がもたらされ、そのモチベーションと努力の継続が次の新しい付加価値創出・向上への挑戦へとつながる、という一連のスパイラルアップを実現していくことが大切です。

ここまでの考察をまとめると、所得向上と経済成長に向けて本県産業が進むべき方向性は、①基幹産業を生かす(生産性の向上、付加価値の創出・向上)、②「人」を源泉とした価値創出に取り組む産業への進化となります。(図5-3)

図5-3 所得向上と経済成長に向けて本県産業が進むべき方向性



今の時代は、社会の成熟化とデジタル技術の進歩によって、付加価値を創出・向上するチャンスが私たち一人ひとりに託されています。先人たちが切り開いてきた「しごと」を更に生かし発展させるため、未来へ向かって新たな一步を踏み出そうではありませんか。

その先に「青森新時代」があることを確信して。

おわりに

本書は、2024(令和6)年度からスタートする「青森県基本計画『青森新時代への架け橋』」をデータ面から補足し、県全体のEBPM⁵⁰に資することをねらいとして、本県産業の全体像をデータから「見える化」したものです。

本県の所得向上については、これまでも県基本計画などに位置付けられてきた重要テーマであり、産学官金等関係各所の取組により、1人当たり県民所得は着実に増加してきていますが、データを用いて多角的に本県産業と全国との比較を行い、産業構造、企業経営・活動、就業構造を通して全体をみると、賃金・所得、労働生産性、自己啓発率、多様で柔軟な働き方などが低くなっている要因が相互に関連して、「現代社会の『人』を源泉とする価値創出に対応した『しごと』の創出、『働き方』への移行が十分に進んでいない」という一つの命題が導かれます。

この総論的な命題をもとに本県産業の進むべき方向性を考えると、私たちは、付加価値の創出・向上のチャンスは、実は一人ひとりに訪れているということに気づかされます。それを言い換えるならば、いまこそ本県産業は、「人」を生かし、「人」によって新たな付加価値を生み出すことに取り組まなければならない時代にあるということです。

県では、これまで「人」を財(たから)とし、人財の育成こそがあらゆる分野の根幹をなす、未来の青森県づくりの基盤として「人づくり」に取り組んできました。そこから大志を抱いた多くの人財が県内各地でビジネスや地域活性化などの場面で活躍しているように、本県産業においても、人財がチャレンジしたくなる「しごと」を創り出すことからはじめ、活力ある産業へと進化していくことが今必要なのです。

⁵⁰ EBPM (エビデンス・ベースト・ポリシー・メイキング。証拠に基づく政策立案) とは、政策の企画をその場限りのエピソードに頼るのではなく、政策目的を明確化したうえで合理的根拠 (エビデンス) に基づくものとする。

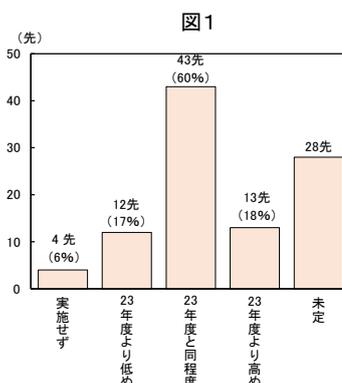
5 青森県内企業の賃金設定スタンスと収益性

日本銀行青森支店 支店長 武藤 一郎

青森県経済は、コロナ禍での落ち込みを経験した後、緩やかな回復を続けてきたが、今後、経済が持続的に改善するためには、賃金の増加により個人消費が増加するような前向きな循環が必要となる。過去数年において、輸入物価の上昇を主因とする物価高を経験してきたこともあり、「物価上昇を上回る賃金上昇が生じるか」という観点からも、企業の賃上げスタンスに注目が集まっている。

2023年の春闘では、青森県内の企業の間でも賃上げの動きが広がった。日本銀行青森支店が2023年末に行った県内企業を対象とする調査では、2023年度の平均賃上げ率は、定期昇給+ベースアップで+3.22%（ベースアップのみでは+2.16%）となった。他の調査を踏まえても、この数字は近年にない高水準と評価できる。しかし、重要なのは、このような高めの賃上げ率が一過性ではなく、今後も継続するのかどうかという点にある。

そこで、上述の調査で2024年度における県内企業経営者の賃上げスタンスを調査したところ、回答した100社中、最も多い43先が「2023年度と同程度」の賃上げ率を見込んでいることが判明した（図1）。また「2023年度より高め」を見込む企業も13先あった。「未定」とした企業（28先）を除く72社に占めるこれらの企業の割合は合計78%である。この結果は、県内企業の間で、2023年度並みの賃上げスタンス



(注) () 内の数値は、2024年度の賃上げスタンスを未定と回答した企業を除いた企業数(72先)に占める割合を示す。
(出所) 日本銀行青森支店

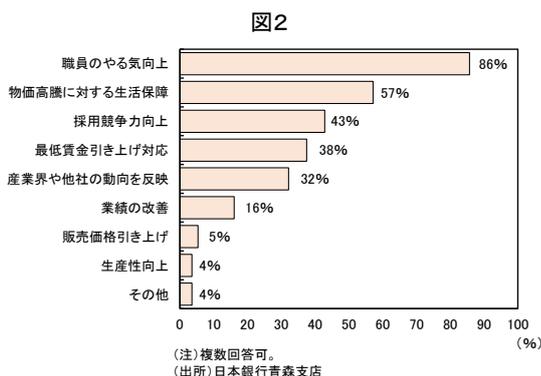
が全体として維持されていることを示唆している。

もっとも、留意点もある。「2023年度と同程度」ないし「2023年度より高め」と回答した企業に賃上げの背景を聞くと、人手不足下における人材確保に関する回答（「職員のやる気向上」や「採用競争力向上」）や物価高に関する回答（「物価高騰に対する生活保障」）が多くなっている（図2）。その一方で、「業績の改善」、「販売価格引き上げ」、「生産性向上」といった回答の割合はかなり低く、賃上げの原資を確保するための業績の改善や価格転嫁、生産性向上といった施策の裏付けは依然として乏しいことも分かる。

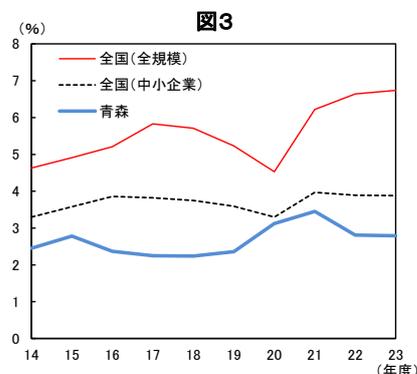
このように、現時点における企業の高めの賃上げスタンスは、業績改善などの背景から生じているものではなく、人手不足や物価高への対応といった事情に迫られて生じている側面が強い。県内企業へのヒアリング調査でも、収益面での余裕のなさから、継続的に賃上げを行うことが難しいとの声も多数聞かれる。

実際、日本銀行による「短観」のデータを確認すると、青森県企業の売上高経常利益率は、全国（全規模）を大きく下回るほか、全国（中小企業）と比べても低めで推移している（図3）。このことは、当県では、収益性に優れる大企業が少ないことに加えて、中小企業についても他地域対比、収益環境が厳しいことを示唆している。

この点を踏まえると、青森県企業の多くが継続的な賃上げを実現できるようになるためには、経済環境の改善に加えて、収益性を高めるような施策——具体的には、価格転嫁と生産性向上——の進展が必要になるであろう。今後、青森県経済全体として、こうした方向での取り組みが広がっていくことを期待したい。



(注) 複数回答可。
(出所) 日本銀行青森支店



(注1) 2023年度の数値は、2023年12月短観公表時点での計画値。
(注2) 中小企業は、資本金2千万円以上1億円未満の企業を指す。
(出所) 日本銀行、日本銀行青森支店