

<コラム1 主体的な構造変化の必要性 —豊かさの維持をめざして—>

あおもり創生パートナーズ株式会社 取締役 松田 英嗣

青森県の人口減少が叫ばれて久しい。2020年国勢調査によると本県人口は124万人だが、そのピークは1983年の153万人であった。つまり、この37年間で青森県民29万人が失われたということであり、その失われた人口規模の大きさを改めて考えざるを得ない。そして、今後も人口減少は止まらず、国立社会保障・人口問題研究所の将来人口推計によると、2045年には本県人口は82万人にまで減少すると試算されている。

人口規模は消費額や生産額を決定する大きなファクターであることから、人口減少は経済規模の縮小を招く。ただ人口減少を、豊かさの指標である**1人当たり県民所得**(=県民所得/人口)の視点で見ると、県民所得と人口が同等に減少するのならば、1人当たり県民所得に変化は起こらない。これは、人口が減っても豊かさの実感は変わらないことを意味する。

ここで問題となるのは、人口構成の変質である。本県では、人口減少と少子高齢化が同時進行するなかで、県総人口の減少を上回るスピードで15歳から64歳までの**生産年齢人口**が細っている。働き手や消費の主役であるこの年代人口の減少は需要・供給双方に減少圧力となり、結果として人口減少を上回るスピードで県民所得が細っていく可能性を示唆している。つまり、生産年齢人口の減少は、1人当たり県民所得の減少を招き、県民の経済的な豊かさの実感をも減少させる。1人当たり県民所得を生産面から要因分解すると、以下の通りとなる。

$$\begin{aligned} (1人当たり県民所得) &= (労働生産性) \times (県内就業率) \times (県民分配率) \\ \frac{\text{県民所得}}{\text{人口}} &= \frac{\text{県内総生産}}{\text{県内就業者数}} \times \frac{\text{県内就業者数}}{\text{人口}} \times \frac{\text{県民所得}}{\text{県内総生産}} \end{aligned}$$

ここでいう**労働生産性**とは就業者1人が生み出す付加価値額を、**県内就業率**とは県内が働く場として選ばれるかどうかを、**県民分配率**は特に県外から稼ぐ力の大きさを示す。

一般的な言葉に置き換えると、県外から稼げる産業群はその得意分野をより一層磨き、雇用の受皿となる産業群は魅力的な雇用条件を整えるとともに効率的な事業展開で生産性の向上を図り、就業者は自己の生産性向上に向け研鑽に励む——こうした動きを加速させる一連の施策が、1人当たり県民所得の向上に寄与する。働き手も雇用側も政策担当側も相応の覚悟と頑張りが期待される所以である。それぞれの経済主体が持ち場、立場に応じて、主体的にこうした構造変化を模索することが、全体最適の流れにつながり、結果として1人当たりの県民所得を維持・向上させることに直結する。

本県において、いわゆる外貨を恒常的に稼いでいる産業は、農業・漁業などの一次産業や観光関連産業であるが、いずれも労働集約的な性格を有しており、人口減少下の少子高齢化という逆風を正面から受けている。一次産業、観光関連産業ともに本県の得意分野であり、ITの力を最大限活用するなど省力化の動きを加速させ高付加価値な商品・サービスを現実のものにしていくことが喫緊の地域課題であろう。その際、地元IT産業や地元製造業など地域をよく知る事業者によるオーダーメイドの解決手段を使うことが望ましい。それにより、地域全体の競争力の向上につながり、1人当たりの県民所得を維持・向上にも大きく寄与する。

現在、パンデミックにより多くの事業者・働き手・政策担当者は、有無を言わず変化を求められている。この環境変化をテコとし一気に構造変化に向かいたい。

〈コラム2 佐世保市の2つの地域商社 -自治体職員の定年退職後の起業事例-〉

弘前大学大学院 地域社会研究科 教授 佐々木純一郎

総務省のデータによれば、長崎県佐世保市は、2020年の「ふるさと納税」（ふるさと寄附）の受け入れ件数と金額がともに長崎県内の自治体でトップに位置している（約11万件、20億8,990万円）。そこで2021年10月に、佐世保市の主要な地域商社である一般社団法人佐世保物産振興協会、そして民間企業である西九州させぼ地域商社にインタビュー調査を行った。一方の佐世保物産振興協会は、ふるさと寄附の返礼品を取扱う立派なカタログを発行している。他方、西九州させぼ地域商社は、元佐世保市役所職員が立ち上げ、佐世保物産振興協会の発行するカタログにも取扱商品を掲載している。公的組織だけではカバーできない部分を、民間企業が補完し、役割分担ができていく。

まず佐世保物産振興協会の概要について紹介したい。同協会は1976年任意団体として設立され、2015年の法人化後、ふるさと納税を本格的に取り組んだという。主な事業は①物産展、見本市等の開催および参加、②佐世保の物産販売所の設置および運営、③インターネットショッピングサイトの運営、そして④佐世保物産振興に係る事業の受託である。この④に佐世保市ふるさと納税返礼品発送管理および情報発信業務などがある。担当者によれば佐世保市のふるさと納税が活発な理由の背景として、佐世保市の地域性があるという。それは地域外からのものを受け入れる開放的な性格である。明治期に軍港が整備されるまでは寒村であり、比較的歴史が新しいといわれている。

次に西九州させぼ地域商社代表の森永博昭氏のインタビューから紹介したい。森永氏は定年まで佐世保市役所に勤務し、企画分野や観光商工分野などで経験を積んできた。佐世保市は2つの国際ターミナルを持つが、寄港するクルーズ船ではローコストのツアーが多く、地域への経済的利益が還元されなかった。地域でお金を使ってもらう着地型観光コースがあれば、地域経済の活性化につながる可能性があると思い、2019年4月に個人事業者として開業し、当初は旅行業を主たる事業と位置付けていた。だが新型コロナウイルスが影響し、旅行商品から地域の特産品の販売へシフトした（2020年決算時、無店舗小売業）。2020年4月からカーネーションの販売に取り組んでいる。花農家はこれまでBtoBのビジネスモデルだった。従来、単一の品種ごとに市場出荷していた。このように花市場を介した街の花屋が主要な販路であったが、コロナ禍により変容した。西九州させぼ地域商社では複数種類、50本の箱詰めを個人客向けに商品化している。届ける地域により配送時間が異なるため、配送伝票を届け日単位で仕分ける必要があり、農家では大変な作業量となる。プロモーションや配送管理等に手間がかかるので、同社がBtoCへの転換を支援している。ネット広告でファンを獲得するだけでなく、顧客の声を生産者に届けることも重要である。

以上の佐世保市の事例から参考となるのは次の2点であろう。第一に、公的組織である佐世保物産振興協会と、個人企業である西九州させぼ地域商社との補完関係が興味深い。また両者に共通するのは、佐世保市の開放的な性格という背景要因であろう。第二に、西九州させぼ地域商社の経営者が、佐世保市役所の勤務時代に経験したふるさと納税担当業務等をふまえ、定年後に起業している。同様の経験を積んだ自治体職員による起業のロールモデルとなる可能性があると思われる。

*参考 佐々木純一郎(2022.3)「地域商社の事例研究：株式会社チーム佐渡島、一般社団法人佐世保物産振興協会、西九州させぼ地域商社、R*A BASE、株式会社ふじさきファーマーズLABO、そして有限会社ウミガメフーズ」、『弘前大学大学院地域社会研究科年報』第18号

<コラム3 コロナ禍における中小企業の動向について>

青い森信用金庫 地域支援室長 川守田 康伸

新型コロナウイルス感染症の拡大により、ここ2年の間に私たちの生活は大きく変化しました。今までと違い制限しなければならぬことが増え、不便を感じることも多くなったが、うまく付き合っていかなければならぬものと、頭を切り替え日々生活している。

青森県内の中小企業についても同様に、事業活動の見直しなどが必要となるなど大きな影響を受けている。特に観光、宿泊、飲食業への打撃が顕著である。第5波が落ち着き、以前のような事業活動が行えるようになり、経済の回復が期待できると思っ矢先、オミクロン株が猛威を振るい、現在第6波の真っ只中にある。このようなコロナ禍において、今回の第2部ではアフターコロナにおける新たなビジネスモデルの構築についてふれている。中小企業は、事業再構築補助金などを活用し、別分野への進出や新しい商品、サービスの開発を行うなど、生き残りや業容拡大に向けて常に努力をされている。

ここでは青森県内の中小企業の動向について、昨年9月に弊庫で行った景気動向調査の結果に沿ってお伝えしたい。雇用環境について、人手の状況を適性とする中小企業は55%超と半数以上。不足は40%で、業種でみると建設業、サービス業、卸売業の順となっている。人材確保のために職場環境改善へ向けて実施していることについては「人材育成」「賃金引上げ・労働生産性向上」「長時間労働是正」などが上位で、多岐にわたる。生産性向上に向けた取り組みとして「働きやすい環境・制度整備」「人材育成」「設備機器の導入」などが上位となった。この結果については信金中央金庫地域・中小企業研究所で行った全国16,000先の中小企業調査とほぼ同じ傾向にある。人材育成や確保のため、地域金融機関に求めることは「補助金・助成金の紹介」が最上位であるが、次いで「人材の紹介・派遣」であった。これは人手不足のほか、後継者不足や事業承継などの課題を持つ中小企業が多く、そうしたニーズが非常に高まっている。現在は人材マッチングや副業人材などの仕組みが構築されてきており、有効に活用し課題解決につなげていただきたい。

別の視点としては、2050年カーボンニュートラルという大きな目標に向けて、行政は脱炭素に向けた中小企業への支援などを打ち出している。地方の中小企業は、今後さらに脱炭素を意識した取り組みの強化が求められるであろう。大規模に脱炭素に取り組んでいる取引先企業からの要請などもあり、自社電力の再生可能エネルギー化や事業用車両をEVへ切り替えるなど、少しずつではあるが脱炭素やSDGsに関わる取り組みを行っているとの声も聞くようになってきた。

こうした設備投資については、費用面や事業における優先順位などの課題が挙げられるが、少子高齢化、生産人口減少の昨今、今後青森県を支えていく若者たちは、学校の授業などを通じ、SDGsについて理解を深めている。そうした若者たちに、青森県に残り、地元のために働きたいと思っていただくためにも、雇用する側である中小企業のSDGsに関わる取り組みは必要であり、使命であると思う。また、そうした取り組みは、自社だけではなく、今後地域の持続的な発展をもたらすものと考えている。

中小企業の皆さまには、新型コロナウイルス感染症に負けず、常に未来を見据えて邁進していただきたい。そして我々地域金融機関も、課題解決に向けた情報提供などを積極的に行い、ともに青森県経済を支えてまいりたい。

<コラム4 北海道・北東北の縄文遺跡群とこれからの青森県観光>

青森中央学院大学 教授 竹内紀人

「北海道・北東北の縄文遺跡群」は、豊かな自然の恵みを受けながら1万年以上にわたり採集・漁労・狩猟により定住した縄文時代の人々の生活と精神文化を今に伝える貴重な文化遺産として、2021年7月27日、世界文化遺産に登録された。この縄文遺跡群は、集落や墓地、祭祀・儀礼の場である環状列石など、縄文時代の生活実態を示す17の遺跡で構成されている。

私たちは2年間にわたり、コロナ感染症から自由な人流を取り戻すことができずにいるが、観光関連事業者の苦境が続く中、アフターコロナの地域観光に一筋の光をもたらすニュースであった。文化遺産や自然遺産を利用する観光をヘリテージツーリズムと呼ぶが、この度の世界遺産認定は、アフターコロナの観光シーンで北海道・北東北地域の広域観光推進をけん引する大きな力となることが期待されている。

17の遺跡群を巡る魅力的なツアーが設定されれば、行程の隙間にフィットする素敵な宿泊所や、当地ならではの食事、乗るだけで楽しい交通機関、豊かな自然の恵みを満喫するアクティビティなど、既存の豊富な観光資源を組み合わせることで、北海道・北東北の観光の可能性は大きく広がる。そのことは、とりもなおさず、最も遺産の構成要素が多い青森県において、既存の観光資源の出番も多くなることを意味する。

コロナ禍は、もともと存在したデジタル技術により、リモートでできることがたくさんあることを、改めて証明する機会となり、デジタルコミュニケーションの訓練期間となった。私たちは、出掛けなくても対面と遜色ない情報交換ができることや、まだ見ぬ人との関係性も、事前にお膳立てが可能であることを知った。そして間違いなく、この2年間、人は人と会う価値を身にしみて感じてきた。

訪れたい風土、会いたい人、滞在したい環境等があれば、人はそこをデスティネーション（目的地）にしてくれる。目指すべき方向は、もとより青森県が標榜している、「住んでよし、訪れてよし」の青森県を実現していくことに他ならない。

「北海道・北東北の縄文遺跡群」が文化遺産として、現代に向け、さらには未来に放っているメッセージは、先史時代より長きにわたり当地で育まれてきた「包摂性」と「サステナビリティ」である。今でいうSDGsにつながる「誰も取り残さない、持続可能な社会」を、遺跡以外の豊かな自然資源、人文資源、社会資源、さらには無形資源としての「祭り」や「食」とともに体感していただき、さまざまな関係性を築きながら、何度も繰り返し訪れていただくことが、縄文遺跡群を活用したこれからの青森県観光の基本だと考えればよい。

ならば、私たちがコロナ収束後の反転攻勢に向け、まずしなければならないことは、縄文の高度な精神文化を正しく理解し、現代のわれわれの実生活を「住んでよし、訪れてよし」の青森県に近づけていく覚悟を持つことであろう。

遺跡本体の保存や保護を万全にすることは当然だが、世界遺産活用の本質は、遺跡周りを整備することにあるのではない。「顕著な普遍的価値」を持つ文化を私たち自身が後世に伝承していくことだ。

少ない人口でも、楽しく豊かに、助け合いながら生きていく社会を目指し、県外や国外から来る人の手を借りながら、出来ることからコツコツと、高い精神性に基づく生活を再構築していくことだ。これは、観光関連事業者や行政だけの仕事ではなく、地域住民の責務である。

私たちは、縄文遺跡に人を呼ぶのではなく、縄文の末裔である私たちに会いに来ていただくのである。

<コラム5 新型コロナ禍での青森県製造業の足取りと更なる成長に向けた課題>

日本銀行 青森支店長 森本喜和

青森県経済は、新型コロナ禍のもとでも、デジタル化や自動車の電動化など成長分野のグローバル需要を取り込んだ製造業が牽引するかたちで、持ち直してきた。典型的な業種は、電子部品・デバイス製造業や電気機械製造業であり、特に電子部品・デバイス製造業では、新型コロナ禍をきっかけにオンラインでの経済活動が一気に浸透し、コンピュータや通信機器向けの需要が急増したこともあり、生産水準は新型コロナ禍前を大きく上回っている。この間、昨年夏場以降は、供給制約（半導体不足、東南アジアの感染拡大の影響による部品不足等）の影響により、自動車向けを中心に水を差される局面もあったが、高水準は維持している。

先行きについても、こうした需要の背景にあるデジタル化による利便性追求や脱炭素化の流れは不可逆とみられる。このため、長期にわたって需要・生産の増加トレンドが続くと期待されている。

製造業がグローバル需要を獲得しながら成長することは、人口減少に伴う「逆風」に直面する当県経済にとって歓迎すべきことと言える。なぜか？

一般論として、人口減少に伴う需要・供給両面での縮小圧力を克服するには、海外需要の獲得や革新的な製品・サービスによる新たな需要の創出により需要を確保すると同時に、生産性向上により供給力を高めることが重要である。この点、製造業が成長分野のグローバル需要を獲得しながら成長していけば、中長期的に需要を確保すると同時に、設備投資により生産性向上・供給力拡大をもたらし、当県経済の課題解決につながることを期待できる。当面、インバウンド観光需要の回復時期が見通せていないだけに、これはなおさら歓迎すべきことと言える。

なお、青森県経済にとって、農林水産業が重要であることは言うまでもないが、製造業についても、県内の所得や雇用等への影響という観点からみて、重要な地位を占めていることには留意しておきたい。すなわち、全国平均との対比でみると、当県の農林水産業のウェイトの高さは際立っているほか、全国トップクラスのブランド力を誇る品目も多い。一方、当県経済の中でみた場合には、県内総生産に占める製造業等の第2次産業の割合は約2割程度と、第1次産業を大きく上回っている。このため、製造業の成長は、当県経済全体にとって相応のプラス効果をもたらすと期待される。

今後、当県の製造業が更に成長するには、課題もある。

第一に、人材確保である。高成長を遂げている電気機械製造業等の多くからは、製造工程職や技術職の不足感が強いとの声が聞かれている。これらの企業は中間サプライヤー（BtoB企業）であり、BtoC企業に比べると就活生やその保護者等にとってそもそも認知度が低い可能性がある。まずは関係者が連携して情報提供を拡充することで、地元の就活生等にとって県内就職先の選択肢が広がることを期待される。

第二に、気候変動問題（脱炭素化）への対応である。成長分野を牽引している自動車メーカーやスマホメーカーなどでは、気候変動問題への意識が高く、自社だけでなく、サプライチェーン全体での脱炭素化にいち早く取り組んでいる。このため、そうした先に部品を供給している当地の製造業でも、再生エネルギーへの切り換えなど、脱炭素化の対応を着実に進めて行くことが重要になってきている。

今後、個々の企業努力と関係者間の連携により、こうした課題への対応が進み、当県の製造業が更に発展することを期待したい。