

復興推進委員会
産業復興に関する有識者
配付資料

◆出席者一覧

◆発表者提出資料

・ ① 福井 邦顕 氏 提出資料

・ ② 花岡 洋文 氏 提出資料

・ ③ 守本 憲弘 氏 提出資料

・ その他 参考資料

④ 関 満博 氏 提出資料（平成 26 年 2 月 20 日開催「産業復興に関する意見交換」）

復興推進委員会
産業復興に関する有識者懇談会
出席者一覧

一橋大学大学院商学研究科教授

橘川 武郎

日本全薬工業株式会社 代表取締役会長

福井 邦顕

国土交通省国土政策局長

花岡 洋文

東北経済産業局長

守本 憲弘

2014・03・20

復興庁有識者懇談会

発表資料

日本全薬工業（株）

代表取締役会長

福井 邦顕 文責

1. アベノミックスに謳われる今後の成長戦略の一つは医療関連産業、即ち医薬品、医療機器、再生医療事業の成長・発展にあるとされている。
2. 昨年の国会で薬事法の改正案が通ったため、今年の秋に「新薬事法」が施行の運びである。これにより、医療機器、再生医療事業は大変やり易くなり、規制緩和とともに審査の迅速化が進むと期待される
3. 福島県はここ10年来、医療機器を県の重点施策の一つとし「医療産業集積プロジェクト」と銘打ち、国の予算を積極的に引き出し、産学官の連携を基に、医療機器の開発プロジェクトや、医療機器展示会の開催、異業種からの参入を促進する薬事法のセミナーや教育

訓練プログラムの実施などのほか、地元のベンチャー企業や中小企業向けに事業化支援を行ってきた。その結果、産学官連携事業が、単なる連携からいわゆる官民一体となった事業になり、「ふくしまモデル」と称されるようになった。医療機器の生産額は集積プロジェクトが開始された平成16年度が600億円（全国9位）。平成24年度は1,000億円（全国4位）を超えるまでになった。

4. 今後について

平成28年3月完成予定の「(財)医療機器開発・安全性評価センター」が供用される。ミニ豚を使う動物試験などを含め全国的にも初の医療機器専門のセンターであり、大企業から中小企業までの医療機器の開発や事業支援が加速されると期待されている。これに伴って、全国からの医療機器メーカーの誘致が進み、同時に、医療機器向けの部品の製造や完成品の製造を手がける地場企業が増え、雇用の創出に繋がることも期待される。今後医療機器産業を推進する上で大切なこと

は、「ふくしまモデル」といわれる産学官連携事業を推進したコーディネーターの活用にあると考える。即ち、このコーディネーターは単なる繋ぎ役ではなく、技術の目利きと的確なプランと実行により、医療機器の開発と実用化を先導する役割を果たす人であることが求められる。同様のケースとして、現在、JST(科学技術振興機構)の復興支援センターが行っている活動も「ふくしまモデル」に近い。まさにこのコーディネーター（JST ではマッチング・プランナーと称する）が地場の有望なベンチャー、中小企業を見出し、成功へ向けて先導する役目を果たしている。JST の復興事業は26年度で終了とのことで、継続を望む声強いが、安全評価センターがJST の機能を引き継ぐという案も出されている。

以上。

東北圏広域地方計画（国土形成計画）の 現状と課題

平成26年3月20日
国土交通省 国土政策局

1. 国土形成計画および 東北圏広域地方計画の概要

国土形成計画の概要

国土形成計画について

国土形成計画の枠組み

根拠法：国土形成計画法
(国土総合開発法の抜本改正により平成17年に成立)

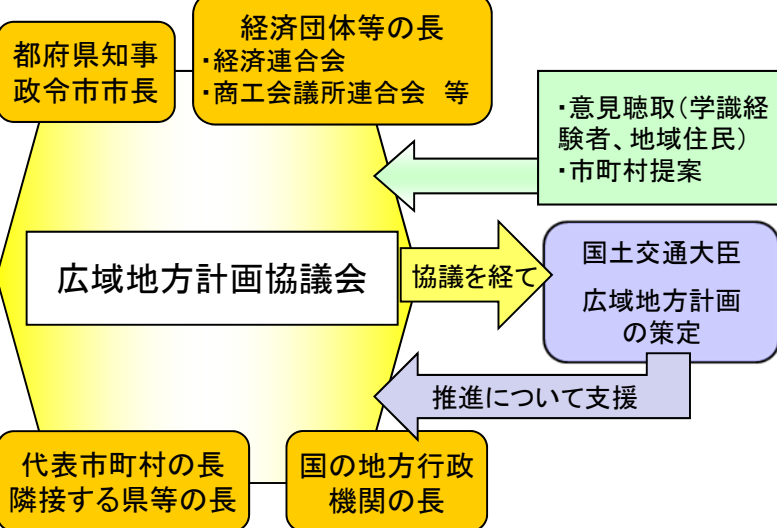
全国計画 (平成20年7月閣議決定)

- 長期的な国土づくりの指針(閣議決定)
- 地方公共団体から国への計画提案制度



広域地方計画(平成21年8月策定)

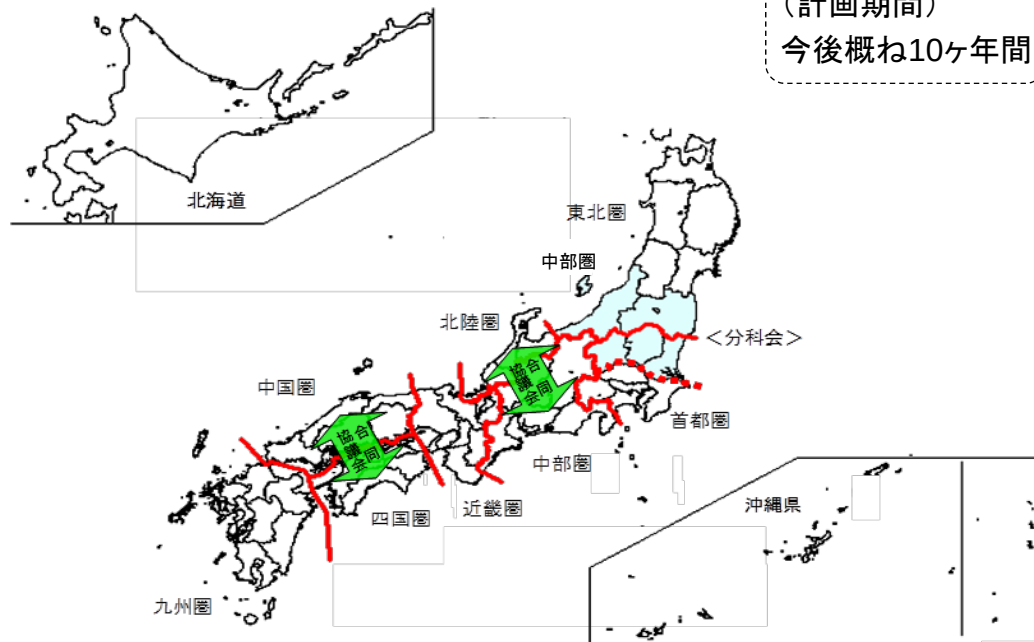
- 国と地方の協働による広域ブロックづくり
 - ・ 国、地方公共団体、経済団体等で広域地方計画協議会を組織し、計画及びその実施に関し必要な事項について協議



新しい国土像

多様な広域ブロックが自立的に発展する国土を構築するとともに、美しく、暮らしやすい国土の形成を図る

(計画期間)
今後概ね10ヶ年間



- 広域ブロックごとに特色ある戦略を描く
- 各ブロックが交流・連携、相乗効果による活力
- 各地域が相互に補い合って共生
- 文化・伝統や個性ある景観など美しい国土の再構築

東北圏広域地方計画について

広域地方計画の策定(平成21年8月)

- ・8つの広域ブロックごとにその地域特性を踏まえ、①国土の形成に関する基本的な方針、②目標、③広域の見地から戦略的に実施すべき具体的な施策を定めた地域戦略(計画期間は概ね10年間)
- ・国、地元自治体、経済界等が参画した広域地方計画協議会での議論を踏まえ、国土交通大臣が決定

東北圏広域地方計画

キーコンセプト

豊かな自然の中で
交流・産業拠点として発展する
ふるさと「東北につぼん」

戦略的目標

- ◆ 恵み豊かな自然と共生する環境先進圏域の実現
- ◆ 雪にも強く安全で安心して暮らせる温もりのある人に優しい圏域の実現
- ◆ 地域の資源、特性を活かした世界に羽ばたく産業による自立的な圏域の実現
- ◆ 交流・連携機能の強化による世界に開かれた圏域の実現
- ◆ 東北圏民が一体となって地域を考え行動する圏域の実現

広域連携プロジェクト

「日本のふるさと・原風景」を体験できる滞在型観光圏の創出プロジェクト」などの13プロジェクト

東北圏広域地方計画協議会

(会長: 高橋宏明 (一社)東北経済連合会会長)

【県・政令市】

- 東北圏
 - ・7県知事
 - ・2政令市長
- その他
 - ・北海道知事
 - ・富山県知事

【経済団体】

- ・東北経済連合会会長
- ・東北六県商工会議所連合会会長
- ・新潟県商工会議所連合会会頭

協議会の構成機関

【市長会・町村会】

- ・東北市長会長(青森市長)
- ・新潟県市長会長(長岡市長)
- ・東北町村会長(丸森町長)
- ・新潟県町村会長(聖籠町長)

【国の28地方支分部局の長】

- ・東北管区警察局長
 - ・東北総合通信局長
 - ・東北財務局長
 - ・東北厚生局長
 - ・東北農政局長
 - ・東北森林管理局長
 - ・東北経済産業局長
 - ・東北地方整備局長
 - ・東北運輸局長
 - ・第二管区海上保安本部長
 - ・東北地方環境事務所長 等
- ※震災以降、岩手・宮城・福島復興局も加入

■計画区域

青森県、岩手県、宮城県、秋田県、
山形県、福島県、新潟県

(人口:約1,171万人 域内総生産:約40兆円)
※いずれも平成22年時点(国勢調査より)

東日本大震災の発生を受けた見直し(点検及び改定)

東北圏広域地方計画(現行計画) ※平成21年8月4日策定

東日本大震災の「教訓・課題」の整理

- ◆東北圏広域地方計画協議会構成機関を対象に、震災における「教訓や課題」を聞き取り ◆国土審議会等の提言や県・市町村の復興計画等から「教訓や課題」を抽出
- ◆市町村説明会、有識者懇談会等から「教訓や課題」を抽出

協議会構成機関による検討結果【検証・点検結果により明らかとなった12の課題】

- | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| ①広域的な機能分担を踏まえた広域的な地域間連携の促進、協力体制の構築 | ⑦災害時における医療体制の強化や安心できる地域医療・福祉サービスの確保 |
| ②多様な交通モード間の相互補完、広域交通ネットワークの代替性・多重性の確立 | ⑧災害時にも強い供給網の構築と円滑な物流の確保 |
| ③災害時の通信環境の確保、バックアップも含めた情報通信のシステムの構築 | ⑨水産資源をはじめとする様々な地域資源の回復と地域産業の経営強化 |
| ④様々な災害リスクを軽減する総合的な地域づくり・まちづくりの推進 | ⑩地域のコミュニティ確保のための絆の構築 |
| ⑤防災訓練・教育の充実強化や災害の記録と伝承 | ⑪復興に向けた新しい地域づくり |
| ⑥再生可能エネルギーの拡大とエネルギーの安定供給 | ⑫原発事故がもたらした被害に対する多様他対策 |

東日本大震災により明らかとなった国土計画における諸課題に対応すべく、本計画変更に着手

東北圏の発展の**長期的な**
指針として推進力を発揮



圏域一体として施策を展開し、
特色のある地域の形成を実現



全国の**モデル**となる
先進的な取組を推進

震災からの復興と防災先進圏域の実現

新たな「国土のグランドデザイン」
(H26年3月 骨子策定予定)

次期広域地方計画に反映

現行計画における「産業振興」の位置づけ

東北圏の主な特徴として、

○我が国の安定的な食料とエネルギーの供給に大きく貢献

- ・生産額が全国シェアの約35%を占める米をはじめ、農畜産品、林産品、水産品等、第1次産業について高い全国シェアを占める。
- ・風力発電等新エネルギーの利活用への取組も積極的に行われている。

○ものづくり産業の集積の進展

- ・農林水産業が盛んであるとともに、電子部品・デバイスや情報通信機器等をはじめ、金属製品、一般機械器具等のものづくり産業に一定の集積が見られ、最近ではすそ野が広く、東北圏の主要産業としての成長が期待される自動車関連産業の集積も進んでいる。

○特徴ある祭り、伝統、文化が存在

- ・青森ねぶた、仙台七夕等の夏祭り、津軽三味線等、佐渡おけさ等の民謡等に代表される伝統等、長い歴史や独特の風土に養われた文化が数多く残っている。

戦略的目標

- 恵み豊かな自然と共生する環境先進圏域の実現
- 雪にも強く安全で安心して暮らせる温もりのある人に優しい圏域の実現

➤ 地域の資源、特性を活かした世界に羽ばたく産業による自立的な圏域の実現

- ・国際競争力を持つ産業群の形成
- ・地球に優しいエネルギーの安定供給と世界を先導するエネルギー技術開発の推進
- ・東北圏の総合力が支える持続可能な農林水産業の創出
- ・東北圏ならではの地域資源を活かした観光交流の拡大

- 交流・連携機能の強化による世界に開かれた圏域の実現
- 東北圏民が一体となって地域を考え行動する圏域の実現

「東北にっぽん自立経済圏」を実現

広域連携プロジェクト

- ① 東北圏のポテンシャルを活かした低炭素・循環型社会づくりPJ
- ② 歴史・伝統文化、自然環境の保全・継承PJ
- ③ 日本海溝・千島海溝周辺海溝型地震等大規模地震災害対策PJ
- ④ 地球温暖化に伴い高まる自然災害リスクへの適応策PJ
- ⑤ 豪雪地域の暮らし向上PJ
- ⑥ 都市と農山漁村の連携・共生による持続可能な地域構造形成PJ

- ⑦ 地域医療支援PJ
- ⑧ 次世代自動車関連産業集積拠点形成PJ
- ⑨ 農業・水産業の収益力向上PJ
- ⑩ 「日本のふるさと・原風景」を体験できる滞在型観光圏の創出PJ
- ⑪ グローバル・ゲートウェイ機能強化PJ

- ⑫ 環日本海広域交流圏の形成PJ
- ⑬ 地域づくりコンソーシアム創出による地域支援PJ

2. 広域連携プロジェクトについて

広域連携プロジェクトについて①

広域連携プロジェクトとは

- 広域地方計画に記載された目標の実現のために、計画期間内に重点的に進めていく具体的取組。
- 実施する範囲や効果がーの県を越える広域性を有すること、地域が有する即地的な課題の解決に向けた戦略性を有すること、多様な主体・手段の関与・組み合わせによって実施される総合性を有すること、計画期間内での効果の発現や実現が期待されることなどに留意し設定。
- ※平成26年度は、東北圏広域地方計画協議会において、広域連携プロジェクトのフォローアップに加え、前述の「12の課題」に対するフォローアップも実施予定。

⑦地域医療支援プロジェクト

[医師確保対策の推進]

- 地方公共団体や医療機関の連携による医師派遣の推進

[災害時における医療体制の確保]

- 災害拠点病院等における非常用電源や通信連絡施設の整備※

[ドクターヘリを活用した高度救急医療確保]

- 県域を越えたドクターヘリの効果的な運行や臨時ヘリポートの確保※



▲ドクターヘリ（出典 福島県提供）

⑧次世代自動車関連産業集積拠点形成プロジェクト

[産学官連携による次世代自動車関連産業集積拠点の形成]

- 「TOHOKUものづくりコリドー」における、産学官連携による次世代自動車技術ニーズを先取りした高度部材・高機能機器、高機能電池等の研究開発促進
- 「みやぎカーインテリジェント人材育成センター」等、産学官連携による設計開発を担う人材の育成

[物流機能の強化]

- 自動車や関連部品の輸送の円滑化を図る複合一貫輸送ターミナル等の整備【仙台塩釜港、釜石港※ 等】

⑨農業・水産業の収益力向上プロジェクト

[食品産業や観光業等との連携による農産物の高付加価値化]

- 地域の農家、食品製造業者、観光業等の連携による高品質な農産物や付加価値の高い加工食品の開発

[東北産農産物等の収益力向上に向けた取組]

- 農林水産業の6次産業化を推進するための地域ブランド商品の開発※
- 「食べて応援しよう」のキャッチフレーズによる被災地の農林水産物の積極的な消費※



▲6次産業化先導モデル育成事業

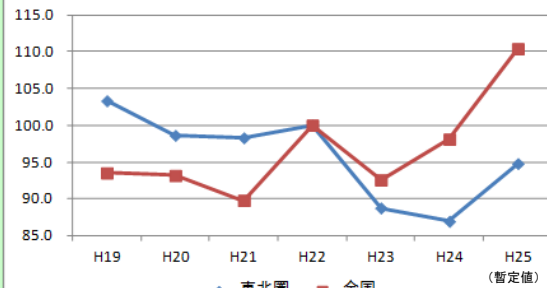


(注)※は震災以降の取組(未実施含む)

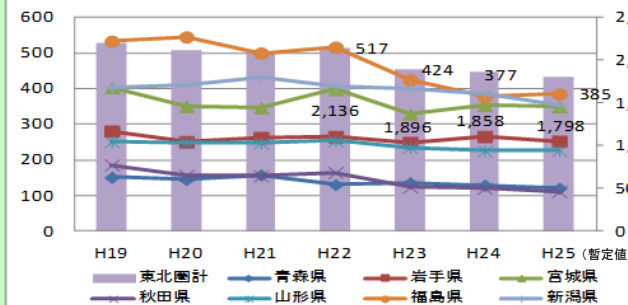
広域連携プロジェクトについて②

⑩「日本のふるさと・原風景」を体験できる滞在型観光圏の創出プロジェクト

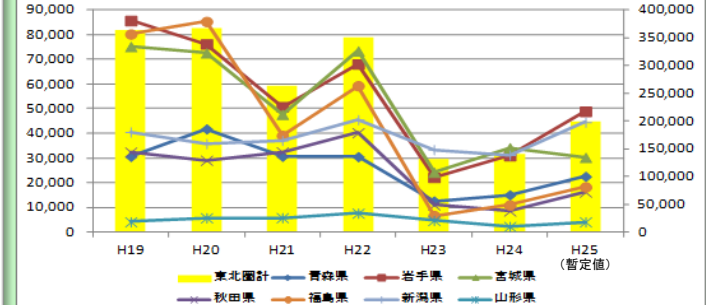
観光宿泊者数の推移(平成22年を100とした場合の指数)



東北圏観光宿泊者数の推移(単位:万人)



東北圏外国人観光宿泊者数の推移(単位:人)



(注:上記統計の出典はいずれも「宿泊旅行統計調査(観光庁)」。平成25年分データは左記統計に基づき国土政策局が集計した暫定値)

[外国人観光客等に対応した環境整備 ※]

○訪日外国人旅行者の拡大に向けた取組

- ①ビジット・ジャパン地方連携事業
- ②受入環境地方拠点整備事業
- ③受入環境整備サポーター派遣事業



[官民一体となった効果的なプロモーション活動 ※]

○東北観光博の開催(H24.3.18~H25.3.31)

○東北六魂祭の開催(平成23年度~)

○東北観光ポータルサイトの開設

- ①「旅*東北」(東北観光推進機構:H24.6.1開設)
- ②「東北物語」(東北運輸局:H25.8.1開設)

○「復興商店街でつなぐ旅スタンプラリー+(プラス)の実施(H25.4.27~)

○「東北福幸キャンペーン」の開催(平成23年度~)

(注)※は震災以降の取組

⑪グローバル・ゲートウェイ機能強化プロジェクト

[国、地方公共団体、学識経験者、経済団体、物流事業者等の産学官連携による東北圏の港湾利用の促進]

○他圏域港湾と比較した輸送コストや輸送日数等のメリット、港湾利用転換成功事例の活用等による東北圏港湾利用の促進

[物流機能の強化]

○物流拠点の機能強化に向けた国際海上コンテナターミナルや多目的国際ターミナル等の整備【仙台塩釜港、小名浜港 等】

○45フィート国際海上コンテナの利用拡大

東北地域における産業復興の方向性について

平成26年3月20日

東北経済産業局長 守本 憲弘

1. 東北の産業構造を活かす

＜東北の製造業の現状と課題＞

(1)電気・電子機械器具製造業

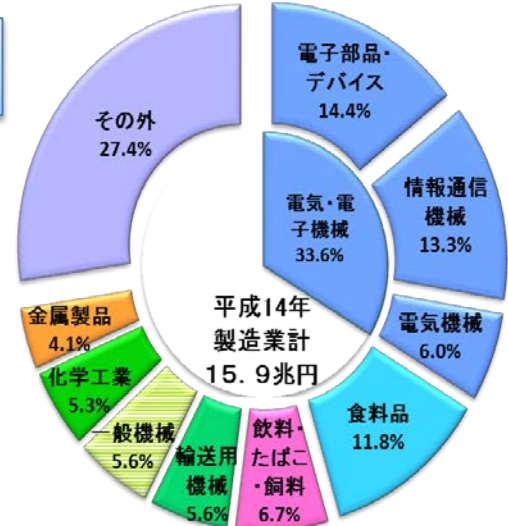
- ・半導体、パソコン、交換機等のエレクトロニクス中核企業とそれを支える幅広い中小企業産業群が存在。
- ・従来型のエレクトロニクス産業は、国際競争力で弱体化。地域産業への影響も懸念。
- ・最先端分野の開拓によるリーディング産業の育成と、中小企業の新分野参入が課題。

(2)輸送用機械器具製造業

- ・2012年設立のトヨタ自動車東日本(株)のコンパクトカー50万台体制により、急速に比重を増大。
- ・現地調達拡大に向け、既存企業の自動車産業参入加速が必要。

(3)食料品製造業

- ・第1次産業の比率に比べると付加価値を付けた加工品の比率は小さい。
(全国比 第1次産業15.1%、食料品製造業7.8%)
(県民経済計算年報(2010年度)、2010年工業統計表(従業員4人以上))
- ・構造的に内需の低迷に苦しんでおり、海外を含めた販路の拡大や新商品群の開発と地域的なブランド力の向上が課題。

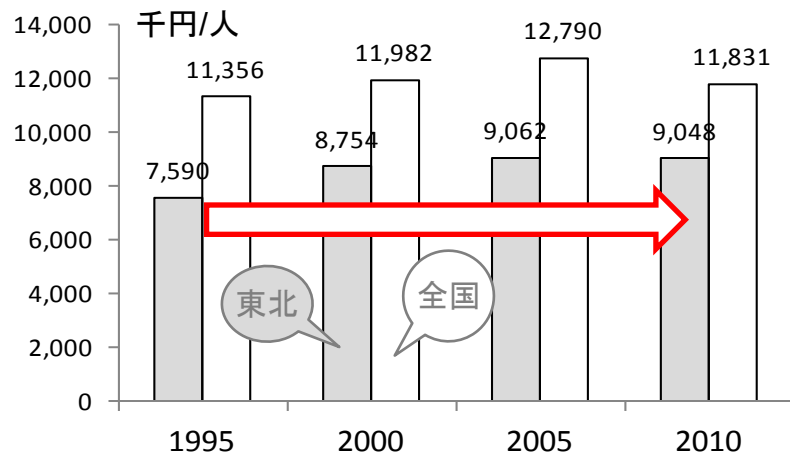


1-2 産業の高付加価値化の伸び悩み

- 我が国の産業における付加価値生産性は、12,000千円/人前後で推移しており、企業や労働者の所得の伸び悩みにつながっている。
- 東北地域における特許出願件数は、対全国比で圧倒的に少ない状況となっている。

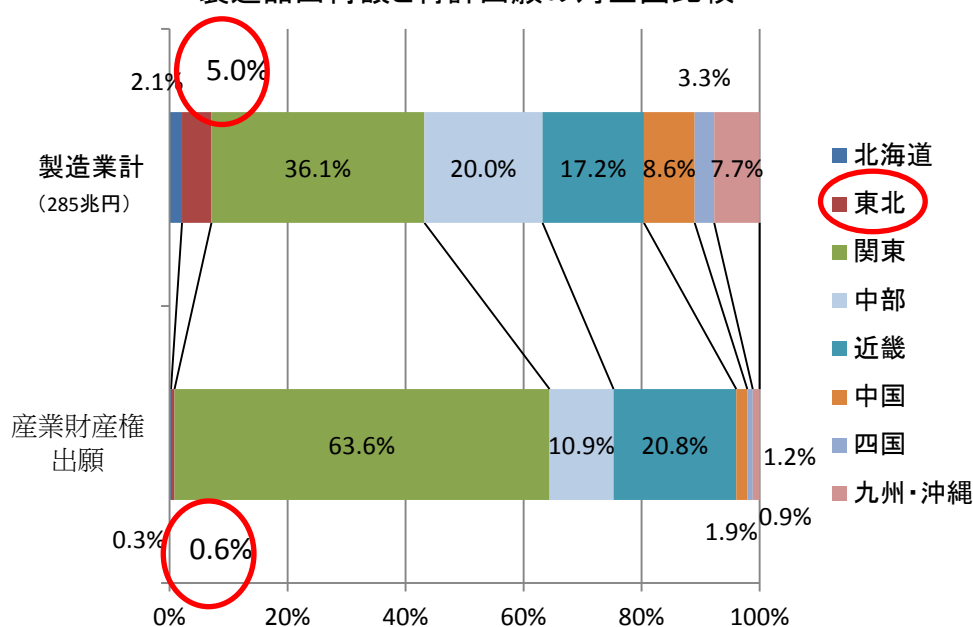
付加価値生産性の低迷とは、市場で評価される非価格競争力のある財・サービスを産み出す力が弱まっていることを意味している。

(内閣府 日本経済の実態と政策の在り方に関するWG報告)



製造業の付加価値生産性の推移(全国と東北)
(出所:工業統計表(従業員4人以上))

製造品出荷額と特許出願の対全国比較



○平成23年 製造品出荷額等の地域別構成比
(出所:平成24年経済センサス活動調査(従業員4人以上))

○2012年 東北経済産業局管内における
産業財産権出願等の現状について(出所:東北経済産業局)

1-3 ものづくり産業振興に係る企業等からの指摘(生声)

コスト低減&効率化

- ・東北はエネルギー・コストが高い。
- ・東北は面積が広く、産業物流の広域的効率化が必要。
- ・世界で6番目の海域を持つ日本は港の活用が重要。
- ・東北にハブ空港が必要。
- ・エレクトロニクス産業の国内生産縮小の中で、当該産業が有する空き工場・空きクリーンルームを有効に活用することが必要。

ネットワークの強化

- ・中小企業やベンチャー企業を育成するためには国や地方自治体が地元企業の製品を積極的に調達することが重要。
- ・弁理士を活用するなど知財人材の育成、活用が必要。
- ・イノベーションやベンチャー企業の創出を国家的プロジェクトとして実施していくべき。

人材育成

- ・産業人材育成の取組に関しては、国と地方自治体との役割分担が必要。
- ・産業人材の中で階層や職種毎にどこが不足しているのか明確にする必要あり。
- ・産学官のものづくりネットワークを構築し、子どもの頃からものづくりの意識を涵養することが重要。
- ・地域ものづくり企業への女性進出が必要。またものづくり分野での女性経営者の創出も重要。
- ・次世代経営者・後継者の育成について地域をあげて取り組むことが必要。その場合には現経営者の意識改革も重要。
- ・指導・育成できる人材や支援人材が不足している。
- ・シニア人材の有効活用が重要。ただし大企業OBを中小企業支援に活用する場合には養成し直すことが必要。

1-4 ものづくり産業振興に係る企業等からの指摘(生声)

自動車分野

【進出・参入について】

- ・進出企業、参入企業の更なる増加が求められる。
- ・受発注情報等仲介機能の一層の強化が必要。
- ・参入成功事例の情報共有と普及の必要性。
- ・東北は単工程に特化したものづくり企業が多く、メーカーからの受注が困難であることから、開発・設計から原材料調達、完成品までのトータルなものづくりが必要。
- ・新規参入には時間がかかる。やる気のある経営者の発掘と企業育成が必要。

【開発・提案力について】

- ・自動車の機能構造や業界動向に通じる人材の不足。
- ・QCD水準や受注獲得に向けた技術や提案力が不足。
- ・研究シーズを実用化段階にまで進める事例が少ない。
- ・製品開発の企業課題解決について、研究機関の能力を十分活用することが求められる。

医療機器分野

- ・地域の中小企業が医療機器産業に参入する上で、技術力・人材が質・量ともに不足。
- ・医療機器や医療に関する各種法規制に関する専門的知識が不十分なことから、医療情報共有の「場」の設定が必要。
- ・自前での開発では限界があり、業界を知る企業との共同開発が必要である。
- ・医療産業参入には時間がかかる。継続的な支援が必要。

1-5 自動車産業振興の取り組み

自動車産業は、東北地域における東北経済産業局、東北各県等が共同で取り組むものづくり分野の最大プロジェクト。東北経済産業局では、6県の産学官による「とうほく自動車産業集積連携会議」と連携し、東北が一体となった自動車産業の振興に取り組んでいる(※なお、新潟県も協議会を立ち上げ、活動中)。

連携した取り組みの例 1.

企業集積の形成(地域企業の自動車産業への参入・納入促進、企業連携の推進)



アドバイザーによる現場改善指導

青森県自動車関連産業振興協議会
設立:平成18年9月(会員数134)

あきた自動車関連産業
振興協議会
設立:平成18年11月
(会員数152)

山形県自動車産業振興会議
設立:平成18年5月
(会員数254)

※新潟県次世代自動車産業
振興協議会
設立:平成25年11月

いわて自動車関連産業
集積促進協議会
設立:平成18年6月
(会員数310)

みやぎ自動車産業振興協議会
設立:平成18年5月
(会員数521)

福島県輸送用機械
関連産業協議会
設立:平成19年4月
(会員数343)

とうほく自動車産業集積連携会議
会員数:1,714 (H25年2月現在)
〈東北6県〉

連携した取り組みの例 2. 技術開発の推進



ヘッドアップディスプレイの開発

連携した取り組みの例 3. 人材育成



高機能ユニット技術習得研修

連携した取り組みの例 4. 立地促進



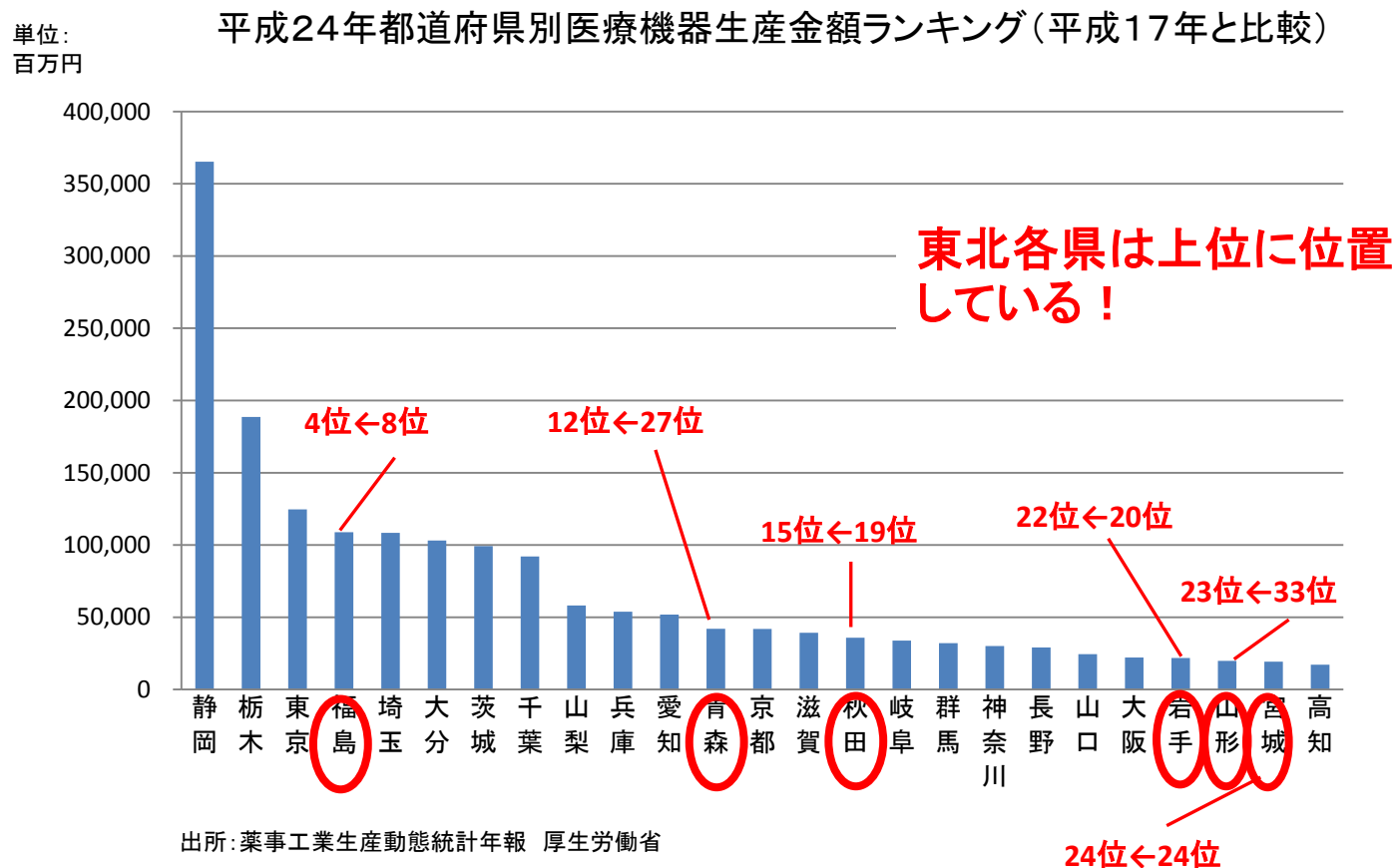
企業立地セミナーin名古屋2013

1-6 地域ものづくり企業の分野参入の可能性

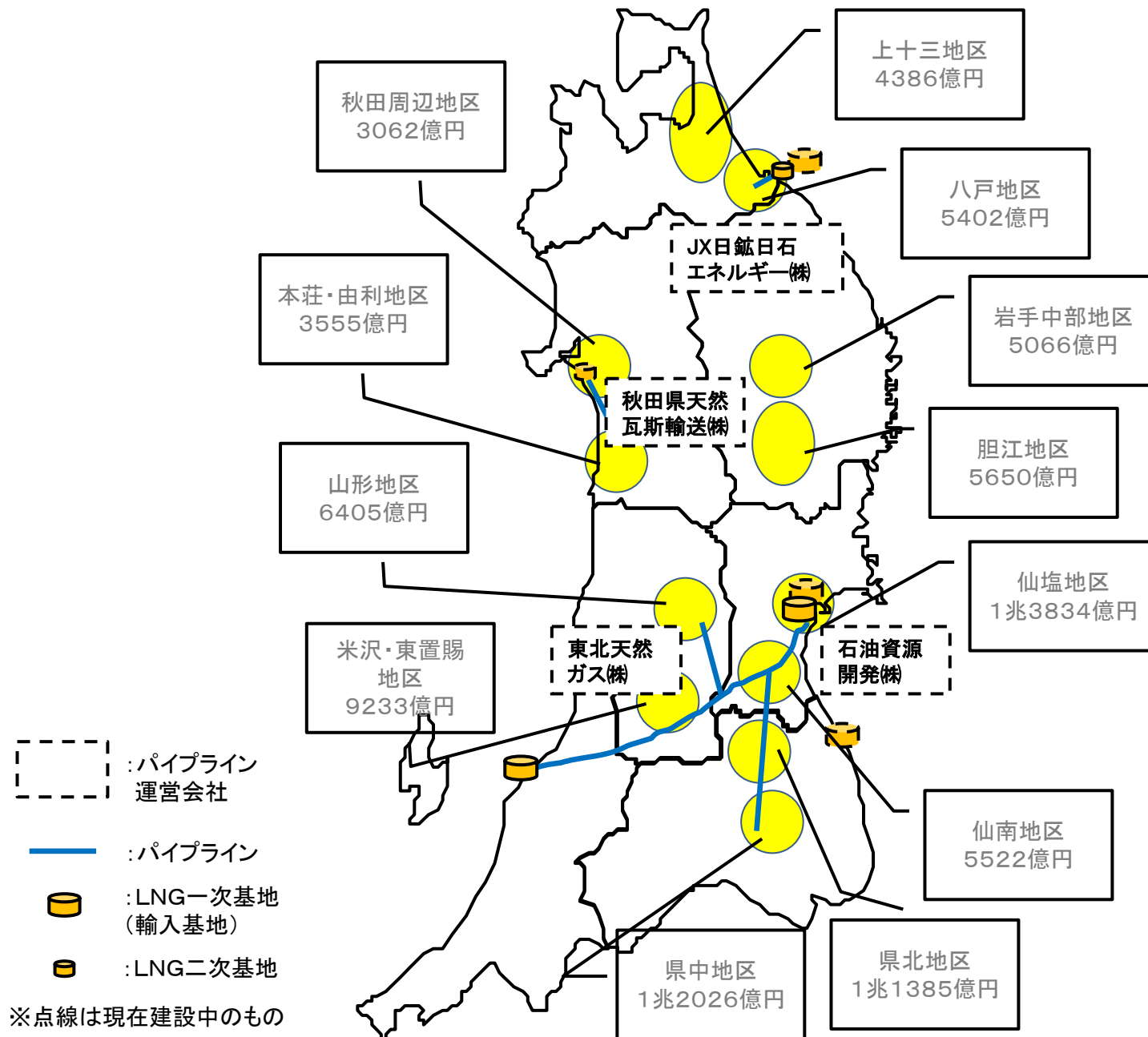
自動車産業、医療・福祉機器関連産業への参入促進及び半導体関連産業の付加価値向上を図るため、地域ものづくり企業の支援やイノベーション創出の推進に取り組む。

◆目標の例◆

医療・福祉機器関連分野は、東北地域における医療機器生産額が東北地域のリーディング産業である情報通信機械器具製造業の全国比を上回る全国比15%(23年度:東北地域の医療機器生産額全国比12.9% 平成23年薬事工業生産動態統計年報)に拡大することを目指す。(東北経済産業局 中期政策 2013年度～2015年度)



1-7 東北地域における工業集積と主要天然ガスパイプライン



パイプライン図 出典:
東北経済産業局 資料

製造品出荷額 出典:
経済産業省 2011年
工業統計 工業地区編

2. 豊富な地域資源を活かす

(1) 豊富な地域資源

東北地域には、多彩な歴史・文化資源、祭りなどの観光資源、伝統産品や食品資源がある。

(2) 低い知名度

しかしながら、その打ち出し方が地域ごとにこまざれになり、東北の真の魅力が旅行者・消費者に十分届いていない。例えば北海道と比較しても、特にこの十年程、交流人口や知名度で大きく水をあけられている。

(3) 東北全体が連携した発信力・発掘力の強化

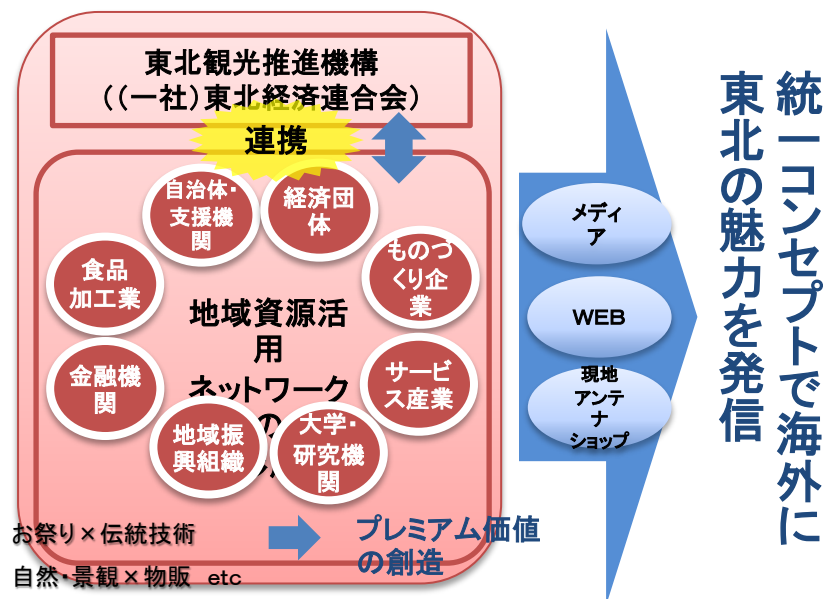
東北地域の地域資源のさらなる活用・魅力向上のためには、複数の特色ある地域が連携し、広域観光ルートを開発したり、製品のラインアップ等を進めるなど、東北全体のブランド発信が必要。

市区町村の魅力度ランキング(2013年)

順位	市町村名	都道府県名
1	京都市	京都府
2	函館市	北海道
3	札幌市	北海道
4	横浜市	神奈川県
5	富良野市	北海道
18	仙台市	宮城県
54	弘前市	青森県
61	会津若松市	福島県
66	平泉町	岩手県
69	米沢市	山形県
74	盛岡市	岩手県

出所: ブランド総合研究所 地域ブランド調査2013

地域資源を活用した今後の取り組み(イメージ図)



2-2 地域資源を活かした産業振興に係る企業等からの指摘(生声)

東北地域として連携

- ・地域毎の努力も重要だが、恩恵は限定的。オール東北での取り組みが重要。
- ・イメージ戦略としては、「東北＝被災地」からの転換が必要。
- ・地方物産展乱立による競合と効果の低下(展示条件や商談条件の悪化)。
- ・各県の産地が協力して海外のスーパーの棚を取る考え方が必要。生産者、商社等関係者との情報交換の場が必要。
- ・観光は1つの県だけで完結しない。この機会に広域ネットワークを作っていくべき。

地域資源の発掘・掘り起こし

- ・地域資源の見せ方・活かし方、PRに工夫が必要。一過性ではない継続した取組が重要。
- ・地場産品に対する自負とそれらの的確な情報発信が必要。
- ・地域資源は気付きが重要。他地域、異業種との連携が必要。産業施設など見方を変えれば観光施設。
- ・農林水産業は付加価値を大きく伸ばす可能性あり。六次産業化の推進や他産業との連携、輸出促進が重要。立ち寄り農家など観光資源にも活用可。
- ・観光は裾野が広い。交通機関、旅館、商店街、農家、ものづくり企業等に波及効果が及ぶ。したがって、関係者が協調連携して地域資源の付加価値を高めることが必要。
- ・おもてなし人材の育成が必要。

規制緩和や支援について

- ・輸出安全規格の取得等(HACCP、CEマーク、グローバルGAP)や検疫手続負担等が参入障壁。
- ・六次産業化には、取組の裾野を広げるための支援やトップを引き上げる支援の両軸が必要。
- ・中小企業者は行政の支援の終了とともに取組終了するケースが多い。ある程度の継続支援が必要。
- ・観光による地域活性化への支援策がまだまだ足りない。

3. 復興から生まれる新産業を活かす

東北復興の現状と課題

①内陸の製造業、商業

【現状と課題】復旧はほぼ終了。東北経済を支える産業として更なる発展を目指す。

②沿岸部などの商業

【現状と課題】住民高台移転や福島原子力災害地域の除染の進捗を見つつ、復旧準備中。これら街づくり・住民帰還と歩調を合わせた商業集積の形成を目指す。

③個別の課題に対する取組

A: 沿岸部などの水産加工を中心とする製造業

【現状と課題】事業再開は進んできたが、次のステップとして新商品開発・販路拡大と人材の確保が課題。

B: 再生可能エネルギー及びスマートコミュニティの導入加速化

【現状と課題】被災地域のまちづくりの一環等で取組が進展。各地域の特性に応じた課題抽出と分析を行い、各県と連携し関連事業者を含めた情報共有・支援を行う。

水産加工業等海外展開支援PT

平成26年3月3日 結成

再エネ・スマコミ導入促進支援PT

平成26年3月3日 結成



復興から生まれる新しい取り組みを最大限に活用

〈新たな取り組みの事例〉

- ・ 水産加工業が連合した新たな商品群の構築と海外を含めた新販路の開拓。
- ・ 地域の伝統・地元の技術を活かした新商品の開発。
- ・ 植物工場や農商工連携など農水産分野での新たな取り組み。
- ・ 地域の再建と一体となったスマートコミュニティ構想や再生可能エネルギーの展開。
- ・ ソーシャル・ファイナンスやソーシャル・ビジネス等の新たな主体も積極的に復興に参画。

〈それぞれの特性に沿った支援を行っていくことにより、東北の長期的成長を支える新たな産業へ育成〉

3-2 復興から生まれる新産業を活かすための企業等からの指摘(生声)

連携・ネットワークづくり

- ・東北全体の最適化、マーケティングや販売戦略など共通課題を共有し連携して取り組む仕組みが必要。
- ・地域の中核企業が盛り上がると関連する地域企業が相乗的に上昇していく。
- ・生活用品の製造・販売と農業生産法人の得意分野を合体させることで強みを活かした新産業につながった。新事業は異業種とのコラボ、マッチングが大事。
- ・新事業創出には資金基盤とチャレンジ精神が必要。ゼロベースではなく地域に存在する中核企業・熱血経営者を中心に連携すべき。

商品の魅力アップ

- ・和食が世界文化遺産に登録され、水産加工品を海外に輸出し日本の食を世界に広げるまたとないチャンス。輸出に係る費用面の支援を期待。
- ・HACCP機能等を備えた工場で製造した商品であっても、安全・安心や美味しさの追求が不足している。
- ・消費者等の視点での考えが反映されていない商品がある。評価をフィードバックする仕組みが必要。
- ・良い物を持っているのにもったいない、見方を変えてやるだけでマーケティングは違ってくる。地元にはきちんと教える人や系統立って指導する人が少ない。

人材育成(事業者&支援機関)

- ・行政機能のマンパワーが不足。IターンやUターンの推進、学生・フリーター向けインターンシップによる外部人材活用、半年から1年ほど住みながら働いてもらうワーク・イン・レジデンスを実施してはどうか。
- ・起業家支援を専門とする者がおらず、支援者(機関)にインセンティブが働く仕組みが必要。
- ・新事業に必要な金融面での整理、販路拡大を支援する人材を育成することが長期的に必要。地域金融機関の人材をもっと活用すべき。
- ・失敗は経営マインドの向上につながる一面もあるため、再チャレンジのマインド醸成と支援システムの構築が必要。

3-3 復興から生まれる新しい取り組み 〈事例〉

○被災地企業による大人気テレビ番組をデザインに活用した衣料品開発を支援。(岩手県)

○被災地における複数の水産加工会社が商社と連携し、共同ブランドを立ち上げる取り組みを支援。(宮城県)

○被災地における複数の縫製工場が連携し、独自ブランドを立ち上げる取り組みを支援。(福島県)

○被災地における人工光型植物工場整備を支援。(宮城県)

○自治体における再生可能エネルギー生産と域内での効率利用を目的とした「スマートコミュニティ事業」を支援。(岩手県)

3-4 東北地域の主な再生可能エネルギー・スマートコミュニティ関連プロジェクト

凡例

再生可能エネルギー発電設備等導入支援復興
対策事業費補助金対象地域(1/10補助)

地熱開発理解促進関連事業支援補助金
(10/10補助)

スマートコミュニティ導入促進事業

環境未来都市(内閣府)

「新しい東北」先導モデル事業(復興庁)

- ①宮古スマートコミュニティ推進協議会(岩手県)
- ②田谷地区集団移転協議会(岩手県)
- ③NPO法人ビルトグリーンジャパン(宮城県)
- ④NPO法人土湯温泉観光まちづくり協議会(福島県)
- ⑤(一社)えこえね南相馬研究機構(福島県)
- ⑥いわきおてんとSUN企業組合(福島県)

産総研福島再生可能エネルギー研究所(郡山市)

被災地企業のシーズ支援プログラム
(産総研)

- ①ジオシステム(株)(岩手県)
- ②(有)エボテック(岩手県)
- ③地熱エンジニアリング(株)(岩手県)
- ④工藤建設(株)(岩手県)
- ⑤(株)亀山鉄工所(宮城県)
- ⑥(株)カナメ(福島県)
- ⑦日本化成(株)(福島県)
- ⑧(株)クレハ(福島県)
- ⑨日本地下水開発(株)(福島県)
- ⑩アサヒ電子(株)(福島県)
- ⑪福島発電(株)(福島県)

大型蓄電システム緊急実証事業(東北電力西仙台変電所)

福島沖浮体式洋上風力実証事業

※国の補助金等を活用したプロジェクトのみ掲載

復興3年の地域産業、中小企業

——「所得」「雇用」「生活支援」の三つの局面——

明星大学経済学部教授 関 満博

被災後、グループ補助金、無償の事業用仮設施設の提供により、約7000事業所が操業の場を確保した。その間、地域の産業には「外部から所得をもたらす」「雇用の場を提供する」「生活を支援する」という役割が痛感された。そして、人口減少、高齢化に悩む被災地では、若者たちが地元に残れるための産業化が課題とされているのである。

震災から3年が経過し、被災地の産業、中小企業の復旧・復興には地域ごとの格差が生まれている。復旧が進んでいる津波被災地の岩手県、宮城県と、凍りついたままの放射能被災地の福島県との格差がある。また、建築制限をかけたため企業の再開があまり進まない宮城県と、制限をかけなかったため復旧が進んでいる岩手県の格差も認められる。さらに、放射能被災地の中でも、放射線量が少なく除染が進んでいる檜葉町などの第一原発の南側地域と、線量が高く除染の手もついていない大熊町、双葉町、浪江町、南相馬市（小高区）、飯舘村などの北側との格差もある。そのような点を含めて、時間が経過するほどに、元々、人口減少、高齢化が進んでいた被災地の場合、産業・中小企業の復旧・復興が容易でないことが痛感される。

中山間地域問題と大震災の被災地

地域研究の世界に「中山間地域」問題というものがある。交通・居住条件等の不利な地域であり、日本の約3分の1の面積を占めている。そこでは、人口減少、高齢化、耕作放棄地の増大等が進み、集落の維持さえ難しくなっている。この中山間地域問題の深刻化している地域としては広島県、島根県の中国山地、高知県北部の四国山地が知られていた。この点、東北地方はそこまで事態は進行しておらず、20年ほどの時間差があるとされていたのだが、この大震災によりその時間差は一気に縮まり、難しい局面に立たされつつある。

中山間地域問題の研究では、いかに若者を定住させるか、そのための産業化をどう進めるかが課題とされてきた。近年のIT技術の発達、また、地域資源を見直した6次産業化などによる起業、都会からの中小企業の進出、また、若者の定住が期待されている。被災地では「エネルギー特区」「医療産業構想」などの勇ましい議論もあるが、被災地の人びとには響かない。被災地の現実を受け止め、より具体的な問題として、産業・中小企業の復旧・復興に向かっていくことが求められる。

今回の被災、復旧・復興の過程を通じて、地域を支える産業には大きく三つあることが

痛感された。「域外から『所得』をもたらす産業」「地域に『雇用』をもたらす産業」、そして「地域の人びとの『暮らし（生活）を支える』産業」である。この三つがバランス良く展開していくことが、地域に安心、安定をもたらしていくであろう。

地域に外から「所得」をもたらす産業

地域を支える産業の一つ目は、「域外から『所得』をもたらす産業」である。小さな域内だけの循環では、生活に必要な物資を調達することはできない。域外から所得を獲得していくことが不可欠である。このような課題に対しては、一つには企業の誘致があり、もう一つに地域資源に付加価値をつけ域外に販売していく、あるいは観光客を惹きつけるというやり方もある。

三陸沿岸の場合、いくつかの地域は以前から企業誘致に積極的であり、ハイテク系企業の誘致に成功していた。そして、それらの多くは近年の進出であったために湾岸に用地がなく、高台に立地している場合が多い。そのため、ほとんど津波被災していない。むしろ、アジア、中国との競争の中で、この被災を契機に一気に仕事に移管されたことが報告されている。エレクトロニクス系でそのような傾向が顕著にみられた。この点は、エレクトロニクス系企業の誘致を軸にしてきた東北の今後の課題となろう。むしろ、これからの20年、30年を展望すると、東北の場合、自動車基地化が進められ、その関連産業の育成が一つのテーマとなる。日本の自動車産業の国内生産は漸減していくが、東北地方は拡大していく。三陸の被災地が、そのような流れにどのように取りついていくかが問われている。

もう一つの地域の豊かさを基礎づけていた三陸の漁業、水産加工業は、津波により壊滅した。この漁業、水産加工業は3年を経過した現在、60%程度の復旧とされている。高齢漁業者の退出などにより従事者は減少しているが、密殖とされていた養殖にも余裕が出て、生育が早いことも報告されている。また、水産加工業については、復旧に対して投資額の4分の3を補助するというグループ補助金により復旧したところも少なくない。

地域に「雇用」をもたらす産業

地域を支える産業の二つ目は、「地域に『雇用』をもたらす産業」である。公共工事、建設工事といった男性型事業、また、繊維の縫製、電子組立といった女性型事業がある。この点、これまでの三陸では水産加工業は中高年女性によって支えられてきた。

ところが、被災後のこの3年を振り返ると、当初、復旧・復興工事に伴う男性型事業が目立つものの、女性の働く場が乏しいとされていた。他方、その後に内陸に避難している人も多く、復旧し始めた水産加工では人手不足に悩んでいる。水産加工業の従業員の充足率は3年を経過した現在、60~70%とされている。

今後、被災地の人口の回復は難しいものとみられ、「雇用」をめぐる課題は従来とは大きく異なってくる。例えば、中高年女性を必要なだけ期待できない状況からすると、水産

加工業の生産工程の自動化、省力化が不可欠になる。

そして、三陸の被災地の「雇用」をめぐる最大の課題は、若者たちを定住させていくための雇用の場の提供であろう。「若者のいないまち、消滅する」。若者たちは所得の高い、創造的な仕事に就きたがる。そのような場をどのように提供できるかが問われている。あまり場所を選ばないIT関連企業、ハイテク企業の誘致に加え、基幹の水産加工業に期待される点は大きい。特に看板の水産加工業は復旧・復興を通じ、近代的、あるいは未来型の事業に向かっていくことが求められる。事業体の中に創造的な企画、広告、マーケティング、IT技術等を幅広く導入していくことは、若者を惹きつけていく一つの要素となる。

そのような点からすると、時間がかかるものの、被災地の復興にとって若者の育成が最大の課題になる。被災地には農林水産系、商工系の専門高校も少なくない。教育環境を整備し、地域産業への関心を導き出し、彼らが「希望」を抱いて地元に残りたいと思えるような事業の創出・育成が求められているのである。

地域の人びとの「暮らし（生活）を支える」産業

地域を支える産業の三つ目は「人びとの『暮らし（生活）を支える』産業」であろう。商店、飲食店、理・美容店、日用品店、その他のサービス業が指摘される。被災後、人びとは体育館等の一次避難所、旅館・ホテル等の二次避難所、そして、2011年7月頃から仮設住宅に移った。この避難生活を当初はおにぎり、パン、レトルト食品等の支援物資が支えたが、次第に豆腐、納豆、牛乳、ケーキなどの日配品が欲しくなり、さらに、野菜、果実、肉類、鮮魚等が求められていく。

このような事態に対して、地元の被災したミニスーパーなどが内陸から物資を持ち込み、仮設店舗ができるまでは青空店舗、移動販売で対応していった。その後、被災の各地には2011年秋口から仮設店舗、仮設商店街が設置されていった。仮設住宅からは「早くお店が欲しい」といわれ、また「クルマもなく買物に行けない。移動販売を続けて欲しい」という声が寄せられている。仮設住宅は交通条件の芳しくない場合が多く、買物に苦慮している。

このような商店、飲食店、理・美容店、その他のサービス業は、被災前は郊外に形成された大型店に圧倒され、シャッター通りなどといわれていた。また、三陸の場合、商店街は海に近い中心市街地に形成されていたため、多くの犠牲を余儀なくされた。例えば、人口の約8.4%を失った岩手県大槌町の場合、商工会会員の約24%を失っている。このような状況の中で、仮設商店街が各地に建設され、意外な高まりをみせている場合が少なくない。観光客が立ち寄る商店街、避難している人びとの生活支援のために仮設住宅に移動販売を重ねる商店街など、地域の人びとの暮らしを支えるものとして機能している。

商店の3分の1しか残らない可能性が高い

避難する人びとは依然として高台の狭い仮設住宅で不便を強いられ、恒久住宅への移行にはまだ数年がかかりそうである。浸水域には仮設商店街が形成され、また、基幹の水産加工工場もかなり復活してきた。ただし、内陸に逃れた人も多く、慢性的な人手不足となっている。勢いのあるのは復興関係の工事部門であり、一部の男性たちを惹きつけているが、これは一時的なものでしかすぎない。このような枠組みの中で、復旧・復興に向けた取り組みが重ねられている。

そして3年が経過し、新たにみえてくるものがある。人口の減少、特に若者の流失、高齢化の進展であろう。これを産業面からみると、難しい問題が横たわっていることが痛感される。この津波被災、放射能被災により、生活支援産業の焦点である商店街等の構成員のほぼ3分の1は廃業していった。残った3分の2が仮設で再開しているが、ほぼ5年とされる無償の仮設商店街以降を展望できていない。

50店ほどで構成されるある仮設商店街がアンケート調査をしたところ、数年後に自立すると応えた店主は5～6人に過ぎなかった。他の店主の答えは「高齢化し、後継者もないことから新たな投資はできない。公共が公設の施設を作り、安く入れてくれるのなら自分の代はできる。あるいは、この無償の仮設店舗に終わるまでいたい」とするところが大半であった。数年後には、3分の1程度しか残らないと予想されている。

このような点からすると、被災地の近い将来の生活支援産業のあり方が問われていくことになりそうである。高台に恒久住宅が整備されても、人口減少、高齢化、そして後継者もない生活支援産業の担い手が復旧・復興していくことは難しい。若い経営者・後継者は「ここでは商売が成り立たない」としている。十数年前から中国山地、四国山地で起きていることが、被災地で一気に現実化していくことが予想される。

基幹の水産加工業の進化と生活支援産業の課題

このような中で、三陸の地域に所得と雇用を提供してきた水産加工業への期待は大きい。肥飼料、干物、節といった伝統的な水産加工品は停滞気味だが、三陸にはこの20年ほどの間に興味深い事業領域が生まれてきた。それは冷凍技術、物流技術の革新を背景にする「フレッシュ」という領域であり、寿司ネタなどで広がっている。もう一つは学校給食、病院食から始まり、近年は豊かな高齢者向きとして発展を示している「冷食（冷凍食品）」という領域である。この二つの領域はこの20年ほどの技術革新、社会構造変化を背景に生まれ、特にサンマ、サバ、サケなどの多獲性魚種の豊富な三陸で発展してきた。三陸にはこの20年ほどの間に事業規模が10～20倍になった水産加工企業も少なくない。その担い手の経営者は若い人が多く、被災後も積極的な対応を重ねている。被災後3年で事業規模が被災前を超えた事業者もいる。それでも、人が集まらないことが課題とされていた。三陸には優れた水産資源がある。しかも水産加工企業には積極的な若い経営者も少なく

ない。そのような意味で、三陸に「所得」と「雇用」をもたらす最大の担い手は水産加工業である。ただし、現場の主役であった中高年の女性を確保していくことは難しく、自動化、省力化は今後の課題となる。そして、その過程の中で、経営の近代化、未来化を進め、若者たちが希望を抱いて入ってくるような事業体に進化していくことが求められる。

それでも、高台の高齢化した住宅地、中心市街地の縮小した商店街という構図は残りそうである。そのような枠組みの中で、人びとが豊かに暮らすための生活支援産業のあり方が問われているのである。