

包摂的成長（地域・中小小規模企業・ 文化・スポーツ等）について

令和4年4月
経済産業政策局

1. 現状と課題

① 格差について

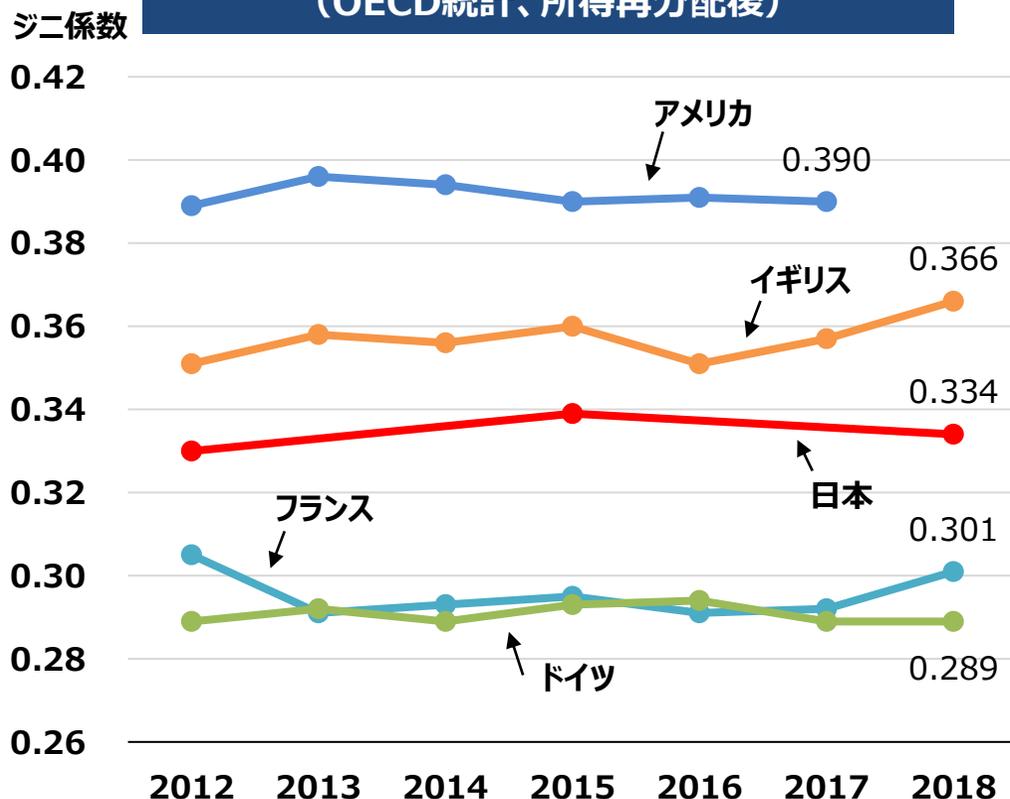
② 多様性について

2. 対応の方向性

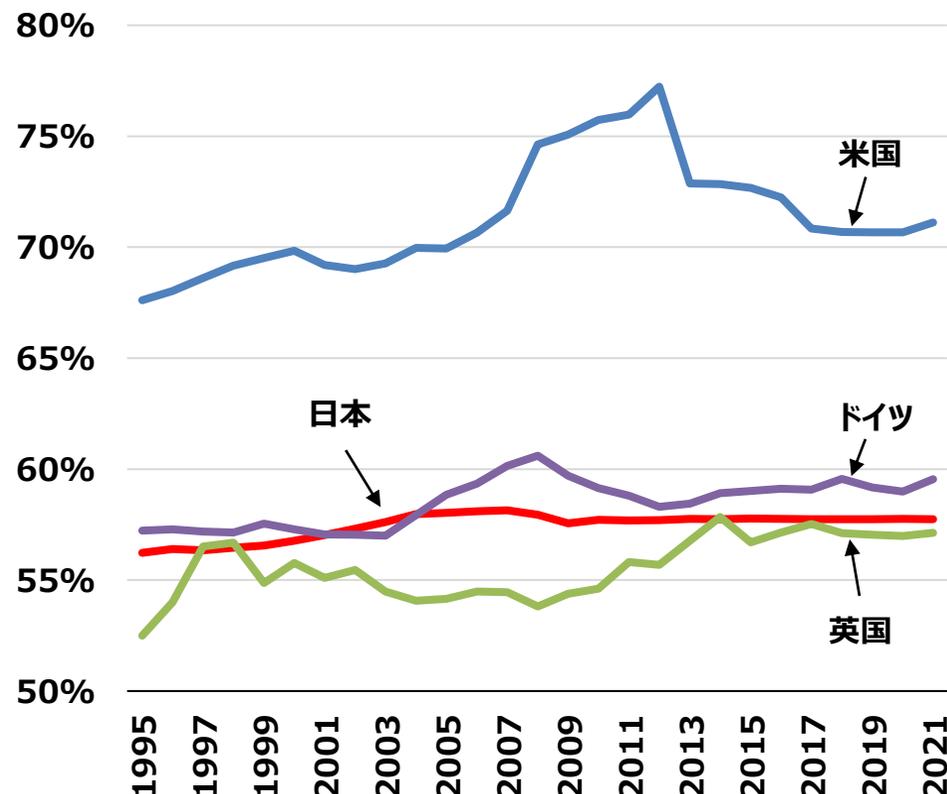
主要国における所得格差、富の偏在の状況

- 日本の所得再分配後のジニ係数は横ばいで推移。
- 富については、日本の上位10%が全体の58%の富を保有しており、緩やかに上昇傾向。

日本と欧米諸国のジニ係数 (OECD統計、所得再分配後)



上位10%の富の割合



(注) 左：日本の数値は厚生労働省「国民生活基礎調査」(等価可処分所得)の値。日本の2012年、2015年の値、アメリカの2012年の値は数値計算手法が異なるため、単純比較できない点に留意。

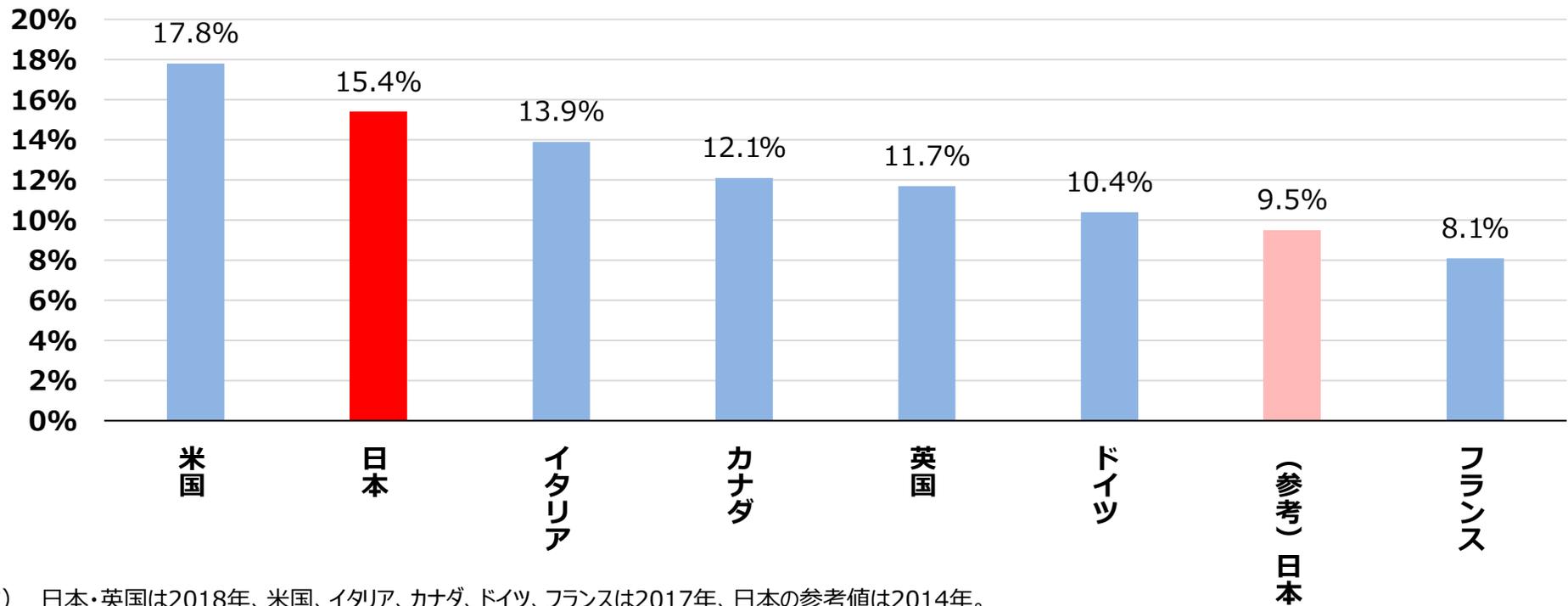
(出典) 左：OECD Stats、右：World Inequality Report 2022に基づき作成。

(参考) 相対的貧困率の国際比較

- OECDの国際比較によれば、相対的貧困率は、日本は米国に次いで高い。
- ただし、全国家計構造調査で計測された相対的貧困率では、日本はフランスに次いで低い。

相対的貧困率の国際比較 (等価可処分所得、2018年)

相対的貧困率



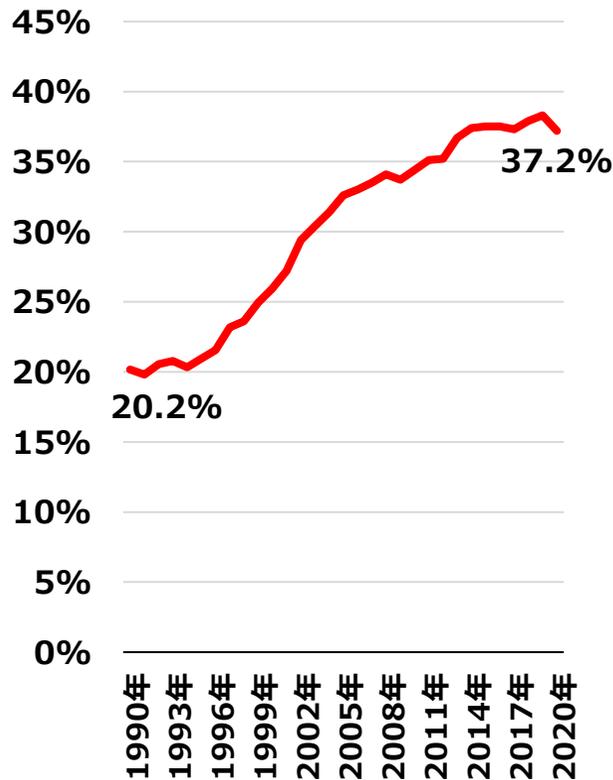
(注) 日本・英国は2018年、米国、イタリア、カナダ、ドイツ、フランスは2017年、日本の参考値は2014年。
OECDの国際比較は、日本は「国民生活基礎調査」に基づく相対的貧困率を採用。(上図の日本の値は「国民生活基礎調査」における最新値)
参考値は、総務省「全国家計構造調査」に基づく相対的貧困率。(OECDの国際比較においても、その旨の捕捉説明あり)
「国民生活基礎調査」については高齢者世帯や郡部・町村居住者等、相対的に収入が低いサンプルが多いのに対し、「全国家計構造調査」については相対的に40歳未満の世帯や単身世帯等が多く、相対的に収入が低いサンプルが少ないことが学術論文等で指摘されている。

(出典) OECD「Income Distribution and Poverty」、厚生労働省「国民生活基礎調査」、総務省「全国家計構造調査」を基に作成。

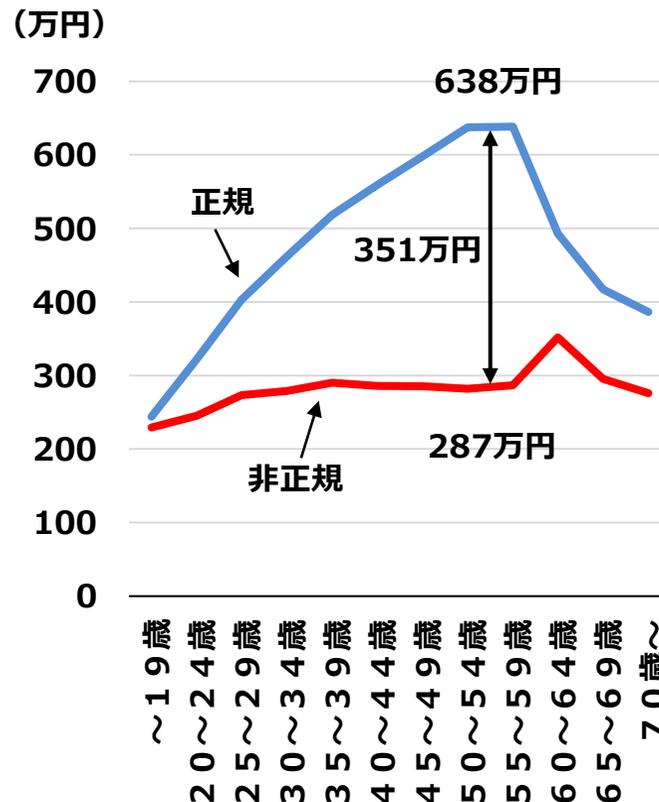
非正規雇用の拡大

- 雇用の柔軟化に伴う法整備等により、30年で**非正規雇用が拡大**。雇用形態の差により、年齢の上昇とともに賃金水準に差あり。

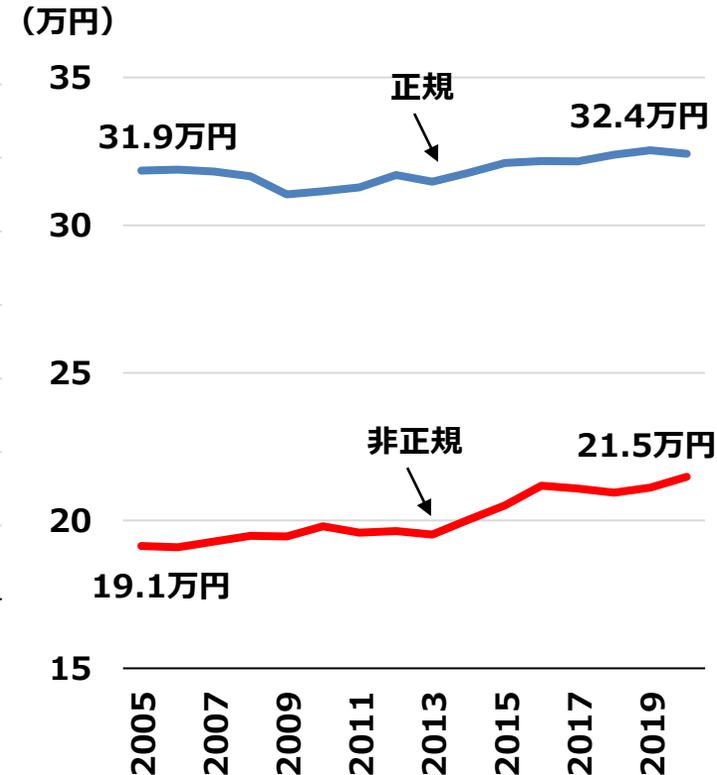
非正規雇用者割合の推移 (1990-2020年)



年齢別の正規・非正規雇用の 平均賃金 (2020年)



正規・非正規別 所定内給与 (月額) の推移

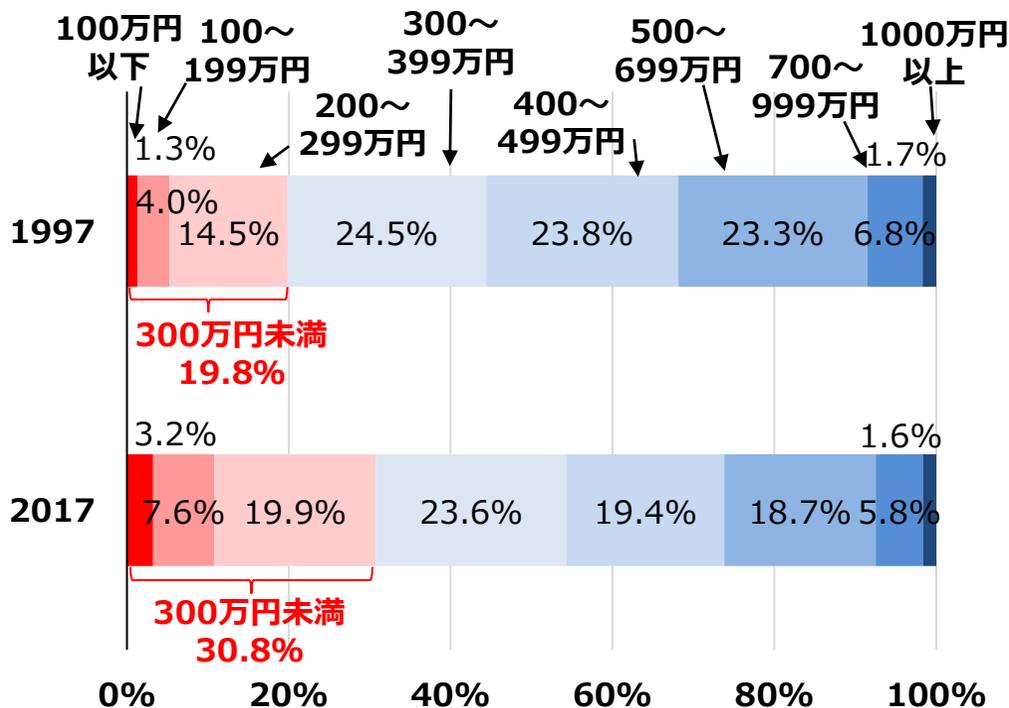


(出典) 総務省「労働力調査」、厚生労働省「賃金構造基本統計調査」に基づき作成。

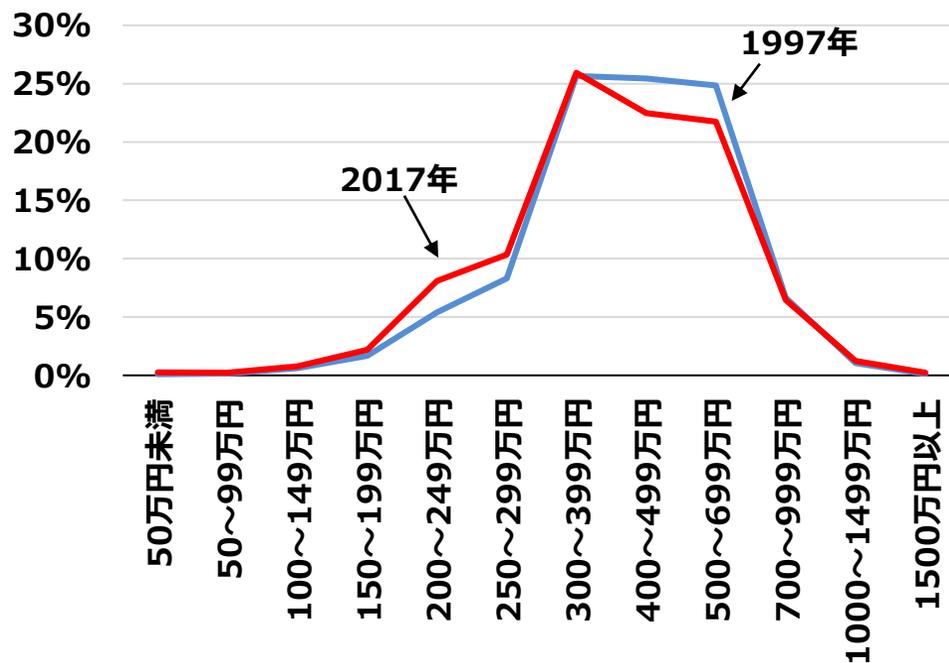
20代・30代の所得の状況

- 25～39歳の男性の有業者のうち、所得が300万円未満の割合は、1997年20%から2017年には31%に上昇。
- また、正規職員・従業員の所得の分布も下方にシフト。

25～39歳男性の有業者の所得階級別構成



25～39歳男性の正規職員・従業員の所得階級別構成割合



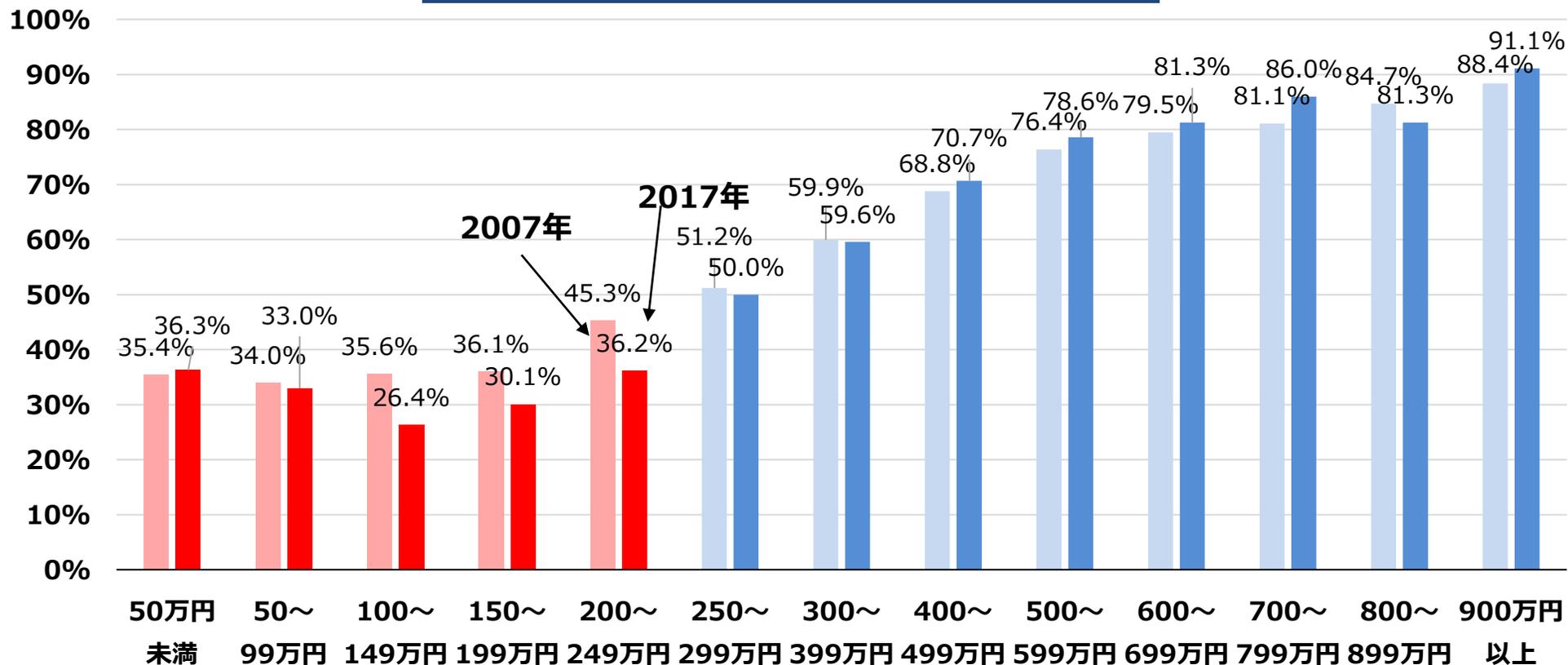
(注) 所得とは本業から通常得ている年間所得（税込額、いわゆる額面収入）のこと。

(出典) 総務省「就業構造基本調査」に基づき作成。

【参考】年収別の有配偶率

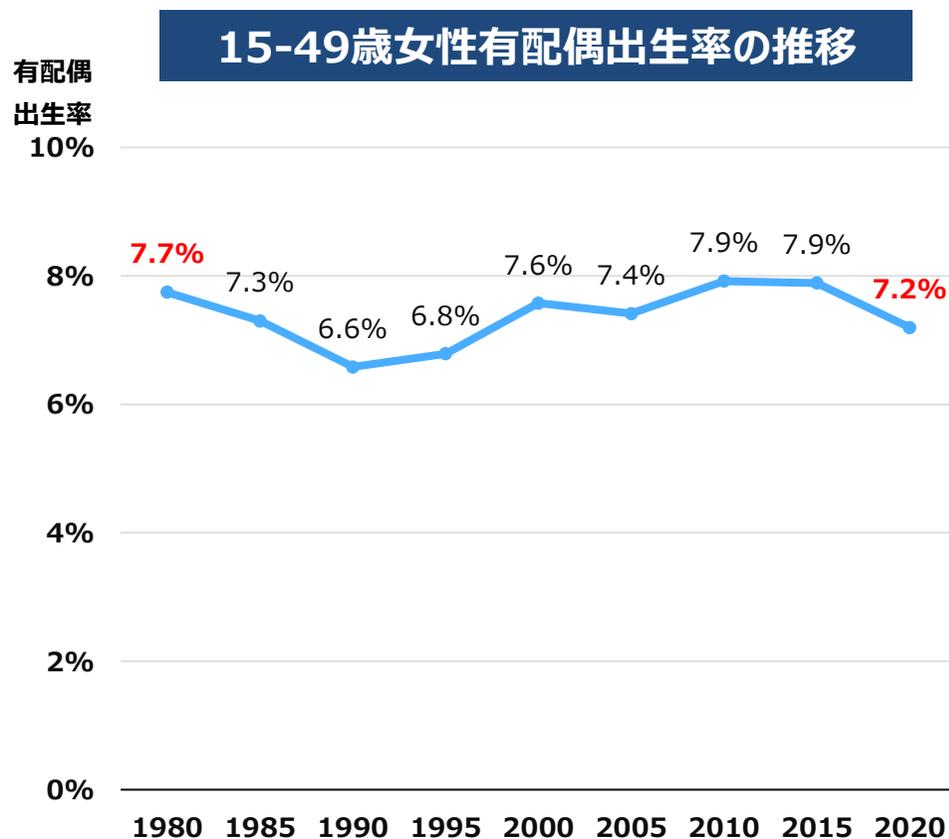
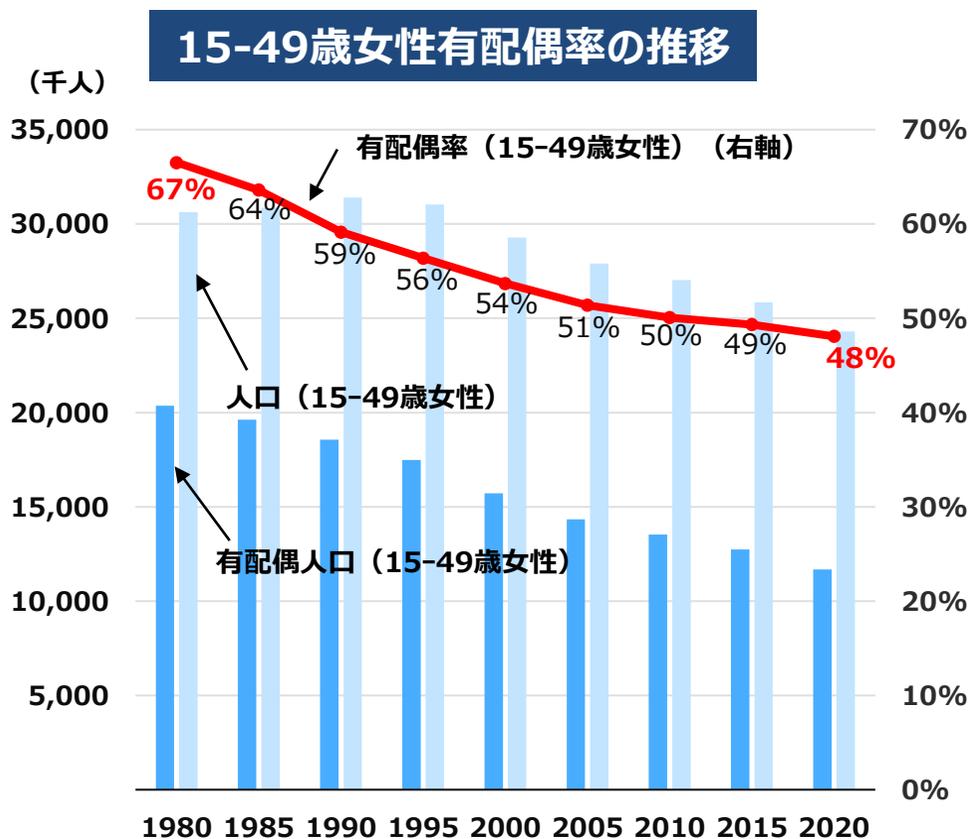
- 35～39歳男性の有配偶率をみると、年収が高いほど有配偶率が高くなる。特に、年収250万未満の有配偶率が低い。
- また、10年前と比較すると、特に年収100万円～249万円の有配偶率が下がっている。

35～39歳男性の年収別有配偶率



【参考】有配偶率・有配偶出生率の推移

- 15～49歳女性の有配偶率は、ここ40年間で 67%（1980年）から48%（2020年）まで減少。
- また、15～49歳女性の有配偶出生率は、1990年代以降微増傾向であったが、直近では大きく下がっている。



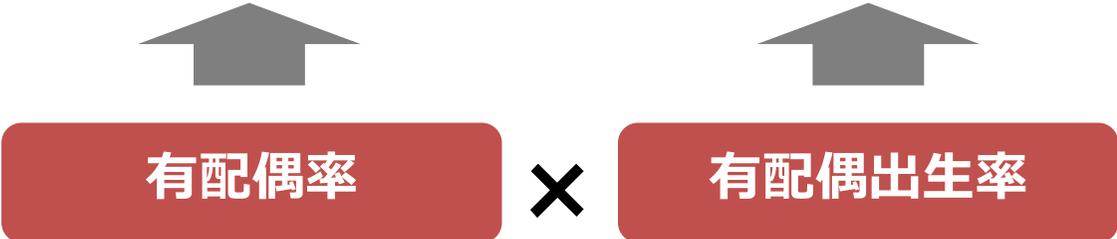
(注) 右図の「15-49歳女性有配偶出生率」は、出生数（母の年齢15-49歳）（厚生労働省「人口動態統計」）を15-49歳女性の有配偶人口（総務省「国勢調査」）で割った値。異なる2つの統計を組み合わせて算出していることに留意が必要。

(出典) 左図は総務省「国勢調査」、右図は総務省「国勢調査」、厚生労働省「人口動態統計」を基に作成。

【参考】合計特殊出生率の要因分解

- 婚外子はいないと仮定した場合、合計特殊出生率の算出式は、「有配偶率」と「有配偶者出生率」に分解。

$$\begin{aligned} \text{合計特殊出生率} &= \sum_{n=15}^{49} \frac{\text{生まれた子ども数(母親}n\text{歳)}}{\text{女性人口}(n\text{歳)}} \\ &= \sum_{n=15}^{49} \left(\frac{\text{有配偶者女性人口}(n\text{歳)}}{\text{女性人口}(n\text{歳})} * \frac{\text{生まれた子ども数(女性}n\text{歳)}}{\text{有配偶者女性人口}(n\text{歳})} \right) \end{aligned}$$

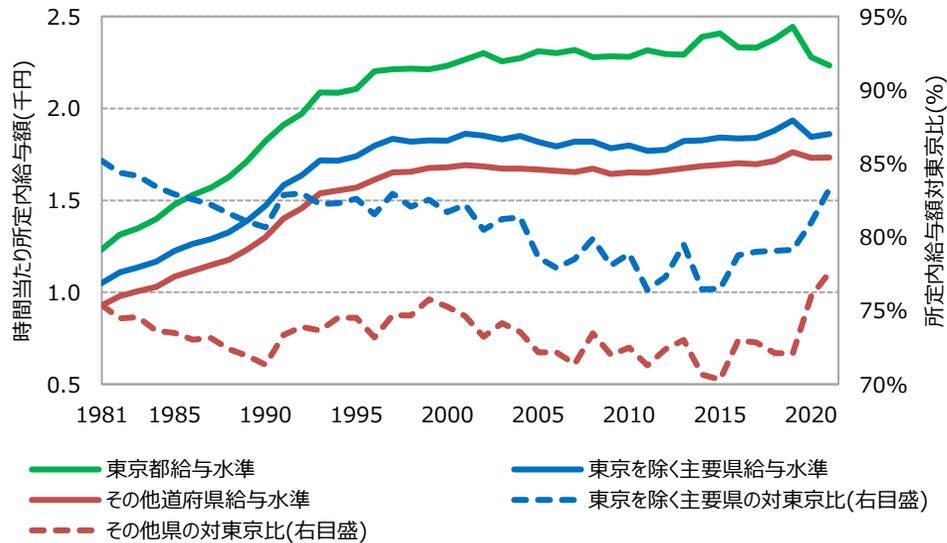


有配偶率 × **有配偶者出生率**

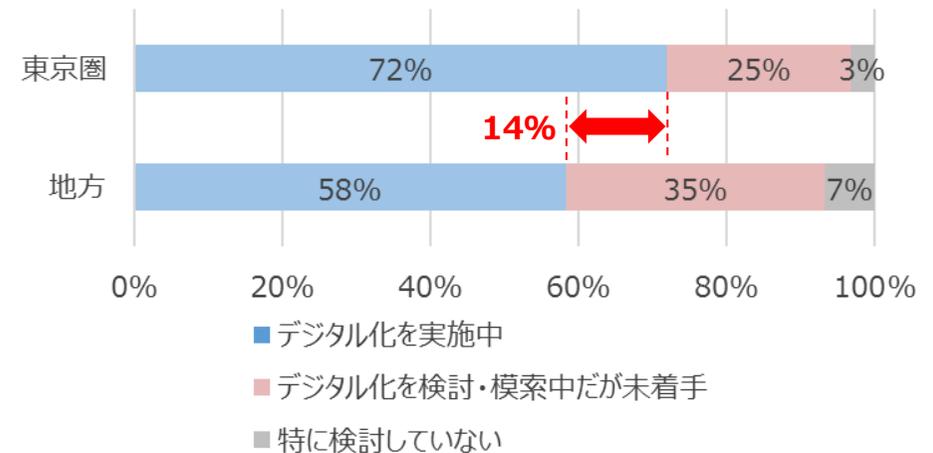
地方と都市の給与水準格差、地域企業のDXの遅れ

- 地方と都市では給与水準の格差が定着。
- 地域企業のデジタル化・DXは遅れ。

＜都市と地方の給与水準の格差＞



＜都市と地方の企業におけるデジタル化の進展状況＞



- (備考) 1. 総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」、厚生労働省「賃金構造基本統計調査」により作成。
2. 東京除く主要県については、宮城、埼玉、石川、愛知、大阪、広島、香川、福岡の8府県の1時間当たりの所定内給与額に対して、労働者数×平均所定内実労働時間数による加重平均をとっている。その他県とは、東京及び上記8府県を除いた38道府県であり、東京除く主要県と同様の方法で加重平均をとっている。
3. なお、1時間当たりの所定内給与額については、一般労働者の所定内給与額を所定内実労働時間数で除して求めた。一般労働者の定義については、第2-1-2図(備考)を参照。

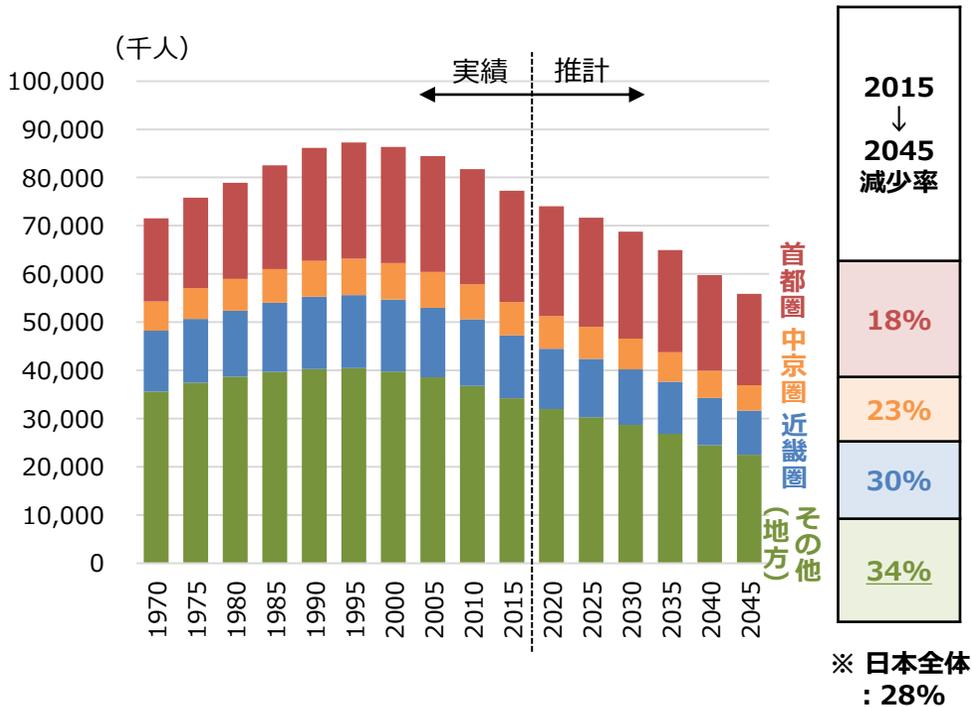
(出典) 内閣府「平成27年度年次経済財政報告」に基づき、株式会社価値総合研究所が時点修正して作成。

※2020年11月に地域経済の中心的な担い手として経済産業大臣が選定する「地域未来牽引企業」に対して実施したアンケート結果(n=916)を集計し、製造業かつ中小企業の企業のみで比較。

地方における人口減少・高齢化の進展の中で、人材確保が課題

- 地方では、都市と比べて人口減少・高齢化が一層進展。今後、生産年齢人口が急激に減少（2015→45年の変化率推計値 首都圏:18%減・地方:34%減）見込み。
- 地方では既に高度人材をはじめとして不足感が強く、地域企業にとって人材の確保は重要な課題。しかし、多くの地域企業は人事機能に十分なリソースを割けていない。

＜生産年齢人口（15～64歳）の推移＞



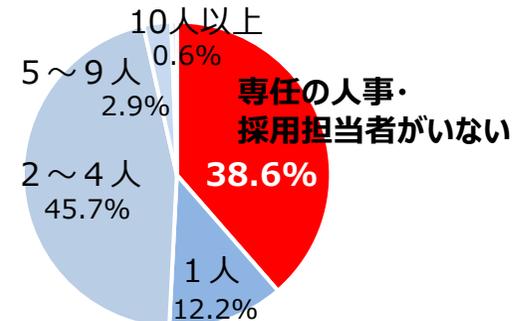
※ 首都圏：東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県
 中京圏：愛知県・岐阜県・三重県
 近畿圏：大阪府・京都府・兵庫県・奈良県・滋賀県・和歌山県・福井県
 出典：総務省「人口推計」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成30（2018）年推計）」より作成

＜有効求人倍率の地域差（2020年度）＞

	首都圏	地方	地方-首都圏
管理的職業	0.92	1.36	+0.45
専門的・技術的職業	1.46	1.84	+0.38
事務的職業	0.28	0.38	+0.10
販売の職業	1.23	1.69	+0.45
サービスの職業	2.45	2.44	-0.01
保安の職業	7.97	5.69	-2.28
農林漁業の職業	0.86	1.37	+0.52
生産工程の職業	1.13	1.20	+0.07
輸送・機械運転の職業	1.81	1.81	0.00
建設・採掘の職業	5.80	4.83	-0.97
運搬・清掃等の職業	0.71	0.60	-0.11
職業計	0.94	1.03	+0.09

※パートタイムを含む常用。首都圏：東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県
 出典：厚生労働省「一般職業紹介状況（職業安定業務統計）：雇用関係指標（年度）」より作成

＜地域未来牽引企業における人事・採用業務担当者数＞



出典：経済産業省「令和元年度 大企業人材等の地方活躍推進事業（地域の中核企業による人材確保手法等の調査分析）」（2020年）

地域住民の生活に不可欠な対人サービスの提供が困難となるおそれ

- 地方で人口減少が一層進展し、人口密度が低下することに伴い、地域住民の生活に不可欠な対人サービス（小売・飲食サービス・交通等）の提供が困難となる地域が生じるおそれがある。
- デジタルの徹底活用等を通じ、個別市町村の単位を越えた事業の広域化を図ることにより、このような対人サービスの生産性を向上し、持続可能性を確保する必要がある。

<人口規模と施設の立地確率>

- ✓ 当該施設が市町村内に一つでも存在する確率（存在確率）が概ね50%となる人口規模は以下のとおり。
- ✓ すなわち、例えば、人口2,200人の市町村においては、少なくとも一つのコンビニエンスストアが立地している確率は、概ね50%となる。

分野	施設	
小売	飲食料品小売業	600人
	書籍・文房具小売業	1,000人
	コンビニエンスストア	2,200人
宿泊・飲食サービス	旅館・ホテル	600人
	飲食店	600人
	喫茶店	1,400人
生活関連サービス・金融	理容業	600人
	郵便局	600人
教育・学習視線	学習塾	3,000人
医療・福祉	通所・短期入所介護事業	1,000人
	一般診療所	1,800人
	歯科診療所	1,800人

出典：国土交通省「国土の長期展望専門委員会（第8回）：2050年の国土に係る状況変化」（2020年9月1日）に基づき、経済産業省作成。

<先進的な事例（デイサービス送迎者の相乗りによる交通弱者支援）>

一般社団法人ソーシャルアクション機構（群馬県）

<地域における課題>

- 日常生活の移動が困難な高齢者等の交通弱者の問題。
- 自治体による高齢者へのタクシー券補助等による地方財政負担や高齢者の運転操作ミスによる事故の増加。

<事業概要>

- デイサービス送迎車を活用し、病院・商業施設等に行きたい高齢の交通弱者の移動支援を行う。
- その際、送迎車の空席と交通弱者の移動希望とのリアルタイム最適マッチング機能を搭載したデジタルプラットフォーム『福祉Mover』を用いることにより、通常の送迎業務＋移動支援業務の効率化・標準化と、高齢の交通弱者の移動の自由の確保を目指す。
- 全国各地で同様の事業を展開し、広域化を図っている。事業基盤（送迎車と高齢者のマッチングシステム等）の共通化等により、効率的に事業を実施。

<資金調達のポイント>

- 相乗りサービス利用者からの、送迎車配車依頼の仲介料も資金源とする。
- 送迎業務の効率化を達成できたデイサービスからの利用料を中心に設計。

<自治体の関与>

- 介護者のタクシー券補助等の一部を当該システムの利用料として予算化すること等を視野。

<今後の展開>

- 利用者の行動パターン等のデータを活用して、新たな高齢者向けサービス（安否確認等）への展開も考えられる。

(参考) 「地域生活圏」等、「圏域」に関する取り組み

- 現在、国土交通省の国土審議会計画部会では、**人口10万人（時間距離で1～1.5時間前後）の範囲を目安に「地域生活圏」を設定**する議論がなされている。(2022年6月中に中間とりまとめ公表予定)
- また、「**観光圏整備法**」では、自治体が広域で観光地の魅力開発に取り組む計画を、観光庁が「**観光圏**」として認定し支援している。**都道府県を越えた複数の自治体**が共同して取り組む計画も存在。

○「地域生活圏」

○基本的考え方

- ・多様な暮らし方・生き方を可能とする多彩な都市・地域の必要性
- ・首都直下地震の切迫やコロナ禍で再認識した東京一極集中の課題
- ・脱炭素化に向けた再生可能エネルギーの有効活用
- ・デジタル世界の到来がもたらす地方にとってのアドバンテージ

地方にとって再生の好機

○住民の暮らし・行動の範囲である「地域生活圏」に着目

○地域生活圏の範囲の目安

以前は「人口30万人前後で、時間距離で1時間前後の範囲」
(都市的機能をリアルにフルセットで提供することを前提)

「人口10万人前後で、時間距離で1～1.5時間前後の範囲」

都市的機能の一部はデジタルで提供可能
(リアルでフルセットを維持可能な人口規模は不要)
都市的機能の整備進展、住民の行動範囲の広域化
デジタル技術を暮らしに実装しやすい人口規模 等

大多数の国民を地域生活圏に包含することが可能に

○地域生活圏での取組

「デジタルとリアルが融合する地域生活圏の形成」

- ・デジタル技術の暮らしへの実装による活性化・利便性向上 (デジタル化、リアルの充実、「デジタル×リアル」の推進)
- ・良好な地域経済循環や分散型エネルギーシステムの構築
- ・圏域内の構造は持続可能な「コンパクト+ネットワーク」
- ・人口規模や地域特性に応じた柔軟で多様な圏域づくり
- ・地域固有の歴史・文化・自然環境等の活用 等

地域で安心して暮らし続けることが可能
地方に人の流れを生み出す多彩な地域の形成

○地域生活圏形成の前提条件

- ・我が国全体でのDXの推進
- ・地域全体での構造転換への果敢な取組
- ・デジタルとリアルを使いこなす住民のリテラシー向上
- ・圏域維持のためには国等による積極的支援も必要

○「雪国観光圏」

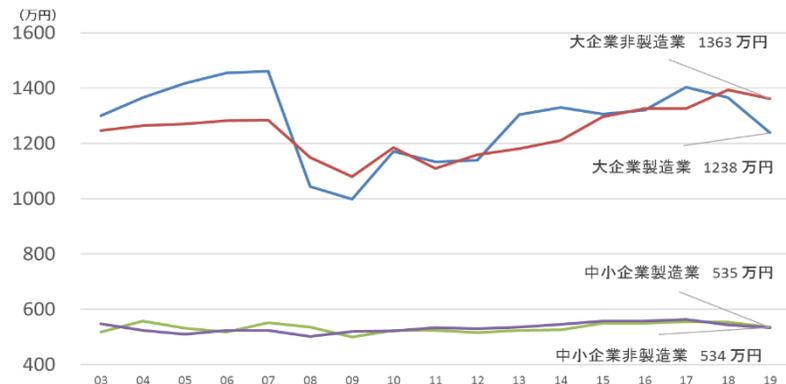
新潟県と、新潟県・群馬県・長野県の7市町村が共同で「観光圏整備法」に基づく「観光圏整備計画」を策定し、認定を受けている。



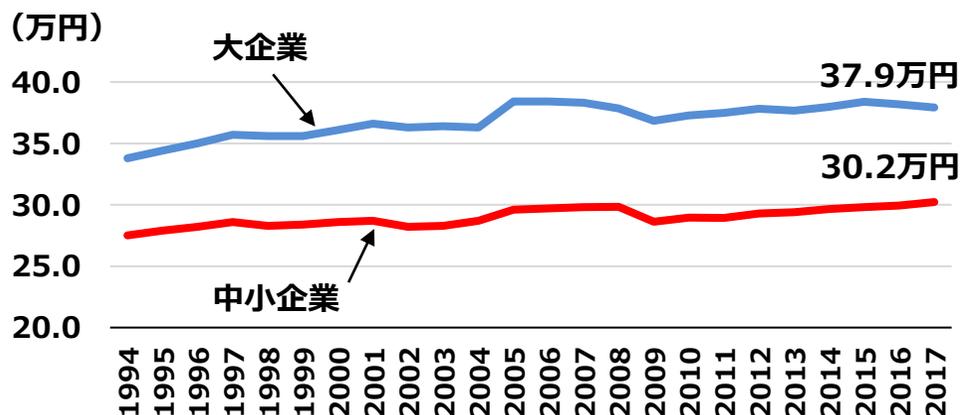
大企業と中小企業の生産性の格差

- 大企業と中小企業の生産性・賃金の格差は埋まらず。
- 中小企業の生産性は先進国に比べて低い。

労働生産性の推移 (2003年度-2019年度)



給与額の推移 (1994年-2017年)



(注) 左上：大企業は資本金10億円以上、中小企業は資本金1億円未満の企業。

左下：中小企業は従業員250人以下（卸売業、サービス業、小売業、飲食店は99人以下）、大企業はそれ以外の企業。

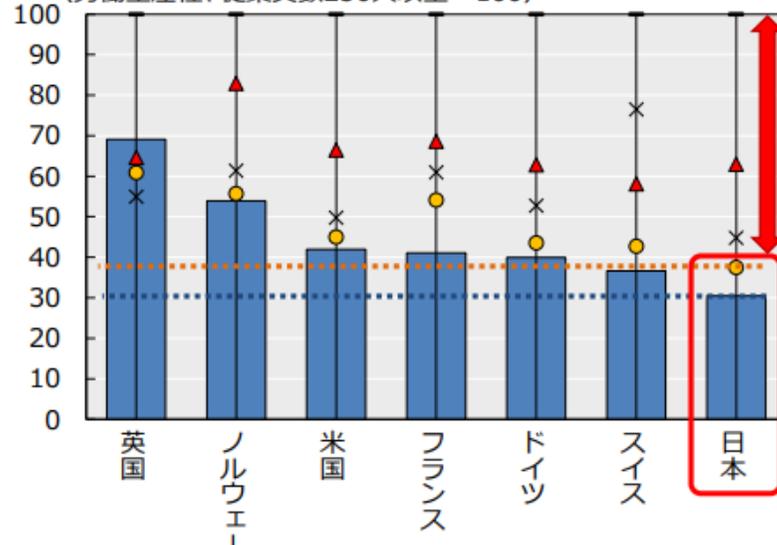
(出典) 左上：財務省「法人企業統計調査」、左下：経済産業省「中小企業白書」に基づき作成。

各国の企業規模別の労働生産性の格差 (製造業)

従業員規模

■ 1-9 ● 10-19 × 20-49 ▲ 50-249 - 250+

(労働生産性、従業員数250人以上 = 100)

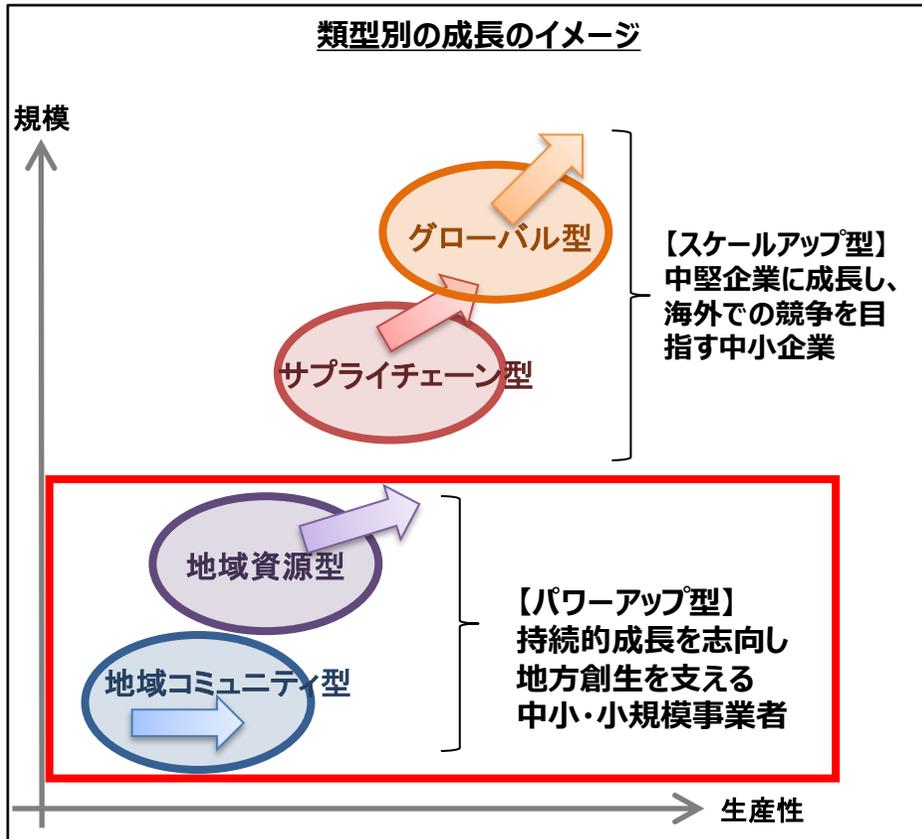


(注) 数値は基本的に2016年時点（日本は2013年時点）。

(出典) OECD, Entrepreneurship at a Glance 2018 Highlight を一部加工に基づき作成。

今回議論の対象とする中小企業・小規模事業者

- 政策支援のあり方を検討する際には、中小企業・小規模事業者を期待される役割・機能に応じて分類して捉えることが必要。
- 今回議論の対象とするのは、地域における包摂（インクルージョン）の役割が期待される、地域に雇用を提供し、コミュニティの維持・発展に寄与する地域密着型の中小・小規模事業者（パワーアップ型）とする。



【グローバル型】グローバル展開などにより地域の中核企業に成長
事業規模を拡大しながら中堅企業に成長、高い生産性を実現

【サプライチェーン型】サプライチェーンの中核ポジションを確保
独自技術を用いて、サプライチェーンの中で活躍し、生産性向上を実現

【地域資源型】地域資源の活用等により付加価値の高いビジネスを展開
良いものを高く売り（価値創造）、付加価値向上を実現

【地域コミュニティ型】地域の生活・コミュニティを下支え
地域の課題解決と暮らしの実需に応えるサービス提供

地域の暮らしと雇用を支える中小企業・小規模事業者の役割

- 地域住民への価値：人口減少社会において地域経済を維持、拡大するためには、成長力のある中小企業・小規模事業者が存在すること、そこに暮らす人々の雇用（「生業」（なりわい））が生み出されることが重要。
- 働き手への価値：若者は地域での豊かな暮らし（安い生活費用・豊かな自然・子育てに適した環境等）を望む傾向あり。「地域での暮らし・やり甲斐のある仕事」という豊かな人生の一つの選択肢を提供。

地域コミュニティの維持・発展に寄与：とくし丸(徳島市)



移動スーパーの運営を通じ、地域住民に買い物を楽しむ場を用意するだけでなく、世間話や見守り・声掛けの機会を提供。

働き手の地域での充実した暮らし：徳島県神山町



地元住民が空き家に希望職種の人を呼び込む逆指名制度を実施。多様な職業人（パン屋、SE、写真家、起業家等）が移住・定住。

1. 現状と課題

① 格差について

② **多様性について**

2. 対応の方向性

日本ではイノベーションを生む労働力の多様性が課題

- 世界経済フォーラムによる国際競争力ランキングで、労働力の多様性は世界106位と、他の東アジア諸国よりも低い。

「世界競争力ランキング」(2019年)におけるランキング (抜粋)

国名	「労働力の多様性」ランキング
シンガポール	1
米国	7
中国	78
韓国	86
日本	106

【参考】「ジェンダー・ギャップ指数2021」（世界経済フォーラム）

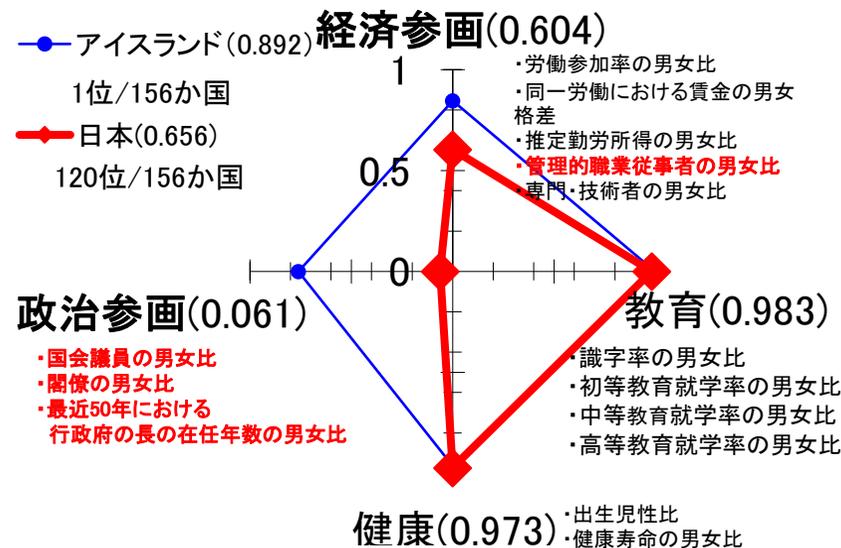
● 「ジェンダー・ギャップ指数（GGI）2021」における日本の順位は、**156か国中120位**。

※ジェンダー・ギャップ指数：経済、教育、政治、保健の4つの分野のデータから作成。0が完全不平等、1が完全平等を意味。

ジェンダー・ギャップ指数（2021）の主な国の順位

順位	国名	値	順位	国名	値
1	アイスランド	0.892	23	英国	0.775
2	フィンランド	0.861	24	カナダ	0.772
3	ノルウェー	0.849	:		
4	ニュージーランド	0.840	30	米国	0.763
5	スウェーデン	0.823	:		
6	ナミビア	0.809	63	イタリア	0.721
7	ルワンダ	0.805	:		
8	リトアニア	0.804	81	ロシア	0.708
9	アイルランド	0.800	:		
10	スイス	0.798	107	中国	0.682
:			:		
16	フランス	0.784	120	日本	0.656
:			:		

ジェンダー・ギャップ指数（2021）各分野ごとの比較

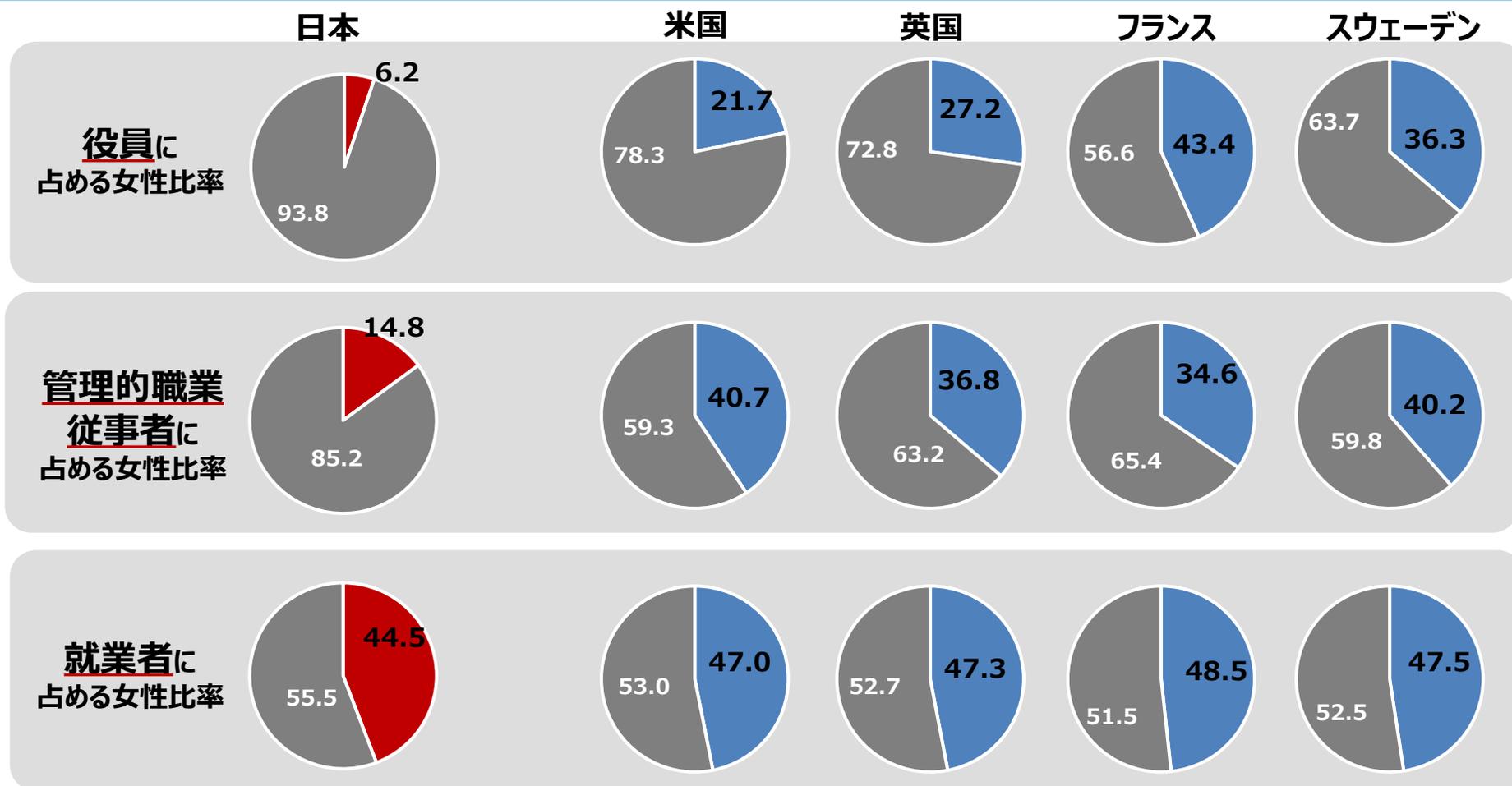


(備考)

1. 世界経済フォーラム「グローバル・ジェンダー・ギャップ報告書」より作成
2. スコアが低い項目は赤字で記載
3. 分野別の順位：**経済(117位)**、教育(92位)、健康(65位)、**政治(147位)**

【参考】女性比率の国際比較

- 就業者に占める女性比率は諸外国と同水準であるものの、役員・管理職の中での女性比率が著しく低い。



1. 「管理的職業従事者」及び「就業者」については、「令和元年版男女共同参画白書」に基づき作成。2019(令和元)年の値。
2. 「管理的職業従事者」とは、就業者のうち、会社役員、企業の課長相当職以上、管理的公務員等。また、「管理的職業従事者」の定義は国によって異なる。
3. 「役員」については、日本は、東洋経済新報社「役員四季報」(2021年版)に基づき作成、2020(令和2)年7月の値。米国、英国、フランス、スウェーデンは、OECD "Social and Welfare Statistics"に基づき作成、2017年の値。

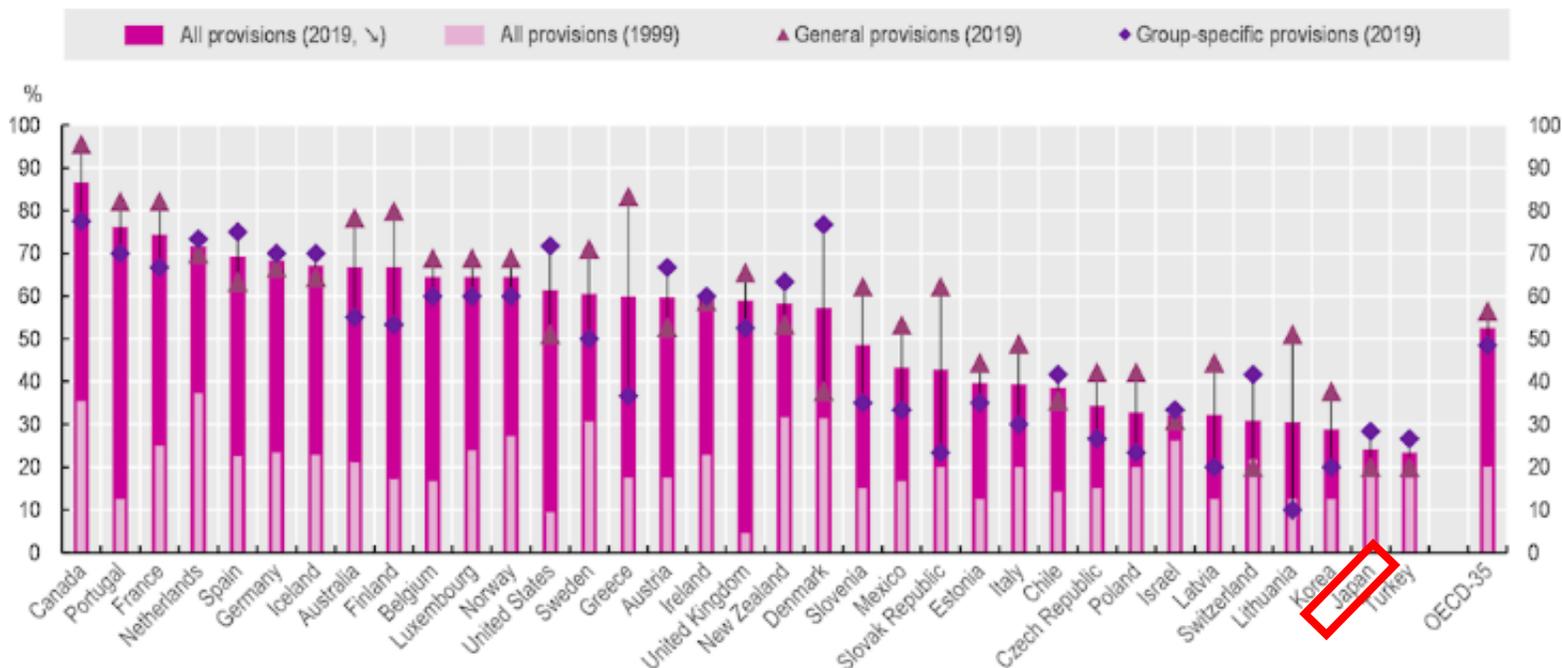
LGBTに関する法的整備

- OECDの調査によれば、日本のLGBTに関する法的包摂性は、**35か国中34位**。



Figure 1.4. Legal LGBTI inclusivity is improving in *all* OECD countries

Legal LGBTI inclusivity as of 1999 and 2019, by OECD country (all provisions, general provisions and group-specific provisions)



Note: This figure reports the share of provisions highlighted in Section 1.1 that are in force in OECD countries, as of 1999 and 2019. For year 1999, it focuses on all provisions. For year 2019, it distinguishes between all provisions, general provisions and group-specific provisions.

(\) in the legend relates to the variable for which countries are ranked from left to right in decreasing order.

Source: OECD questionnaire on LGBTI-inclusive laws and policies (2019).

ニューロダイバーシティ（脳の多様性）の活用

- 性別、国籍の多様性に加え、ニューロダイバーシティ（脳の多様性）も競争力を生む源泉として注目される。

（参考）ニューロダイバーシティ：「脳の多様性」が競争力を生む

（ウェスタン大学ロバートD. オースティン教授、ハーバードビジネススクールゲイリーP. ピサノ教授）

- 自閉症、ADHDのような非定型発達者（**ニューロダイバーサな人材**）は、人間の遺伝子の自然で正常な変異である。
- ニューロダイバーサな人材は、**特定の能力が非常に優れており**、企業側が彼らに必要な配慮や支援を提供することで、企業は**生産性、品質、革新性の向上**などの恩恵を受けることができる。
- SAP、HP、マイクロソフト、フォード・モーター、デル、IBM等

※日本での取り組み例：株式会社デジタルハーツ／デジタルハーツプラス

発達障害者を含む引きこもり・ゲーマー人材を雇用し、ゲームデバッグ（発売前のゲームをプレイし、バグを探す）やテストセキュリティ業務で活躍。

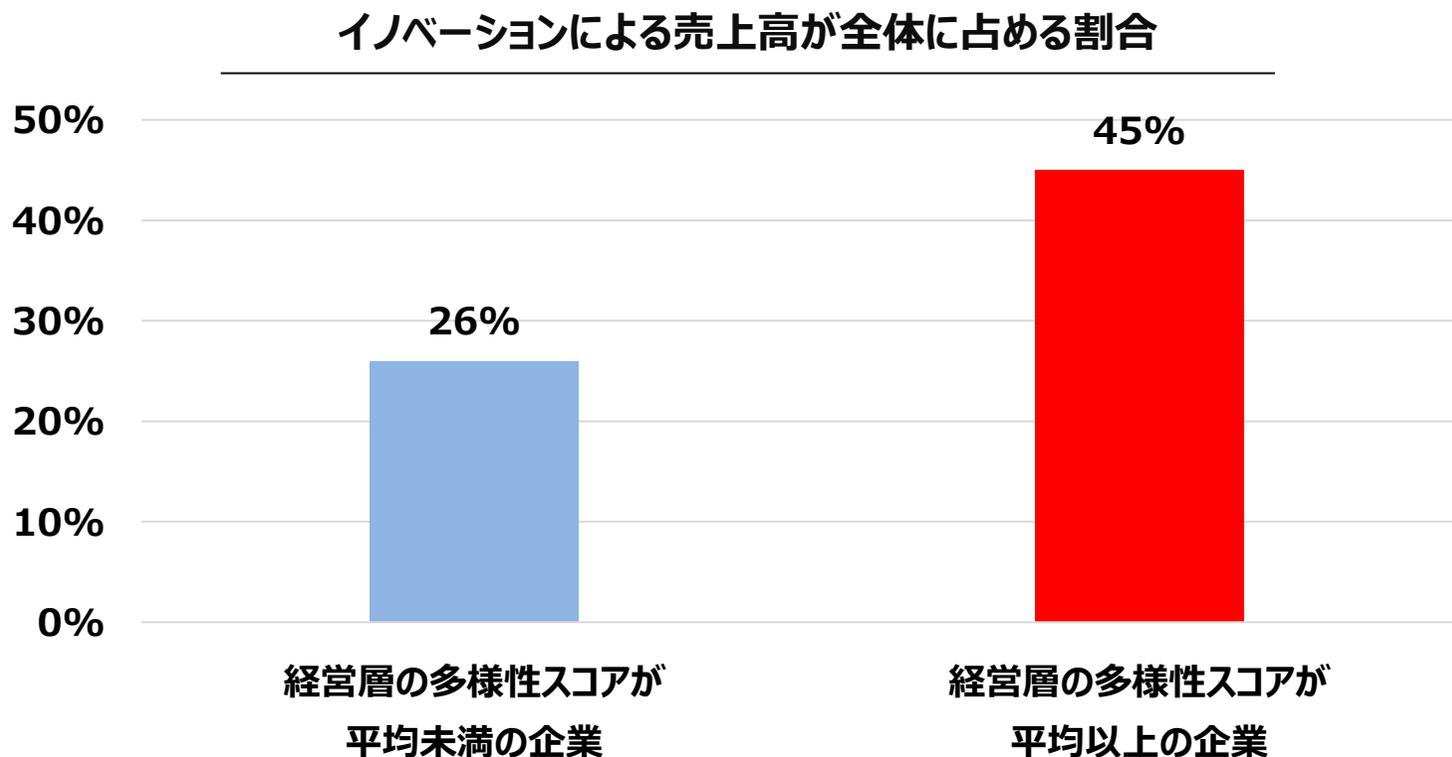
マイクロソフト社「Xbox」のデバッグ業務を大型受注し、同社が特定できなかった多数のバグを発見するなどの実績あり。



多様性によるイノベーション創出効果

- 経営層の多様性スコア（性別、年齢、出身国、キャリアパス、他の業界で働いた経験、学歴の6要素で測定）が平均以上の企業は、イノベーション（※）による売上高が全体に占める割合が高い。

※過去3年以内に市場投入された新製品・サービスの売上高。



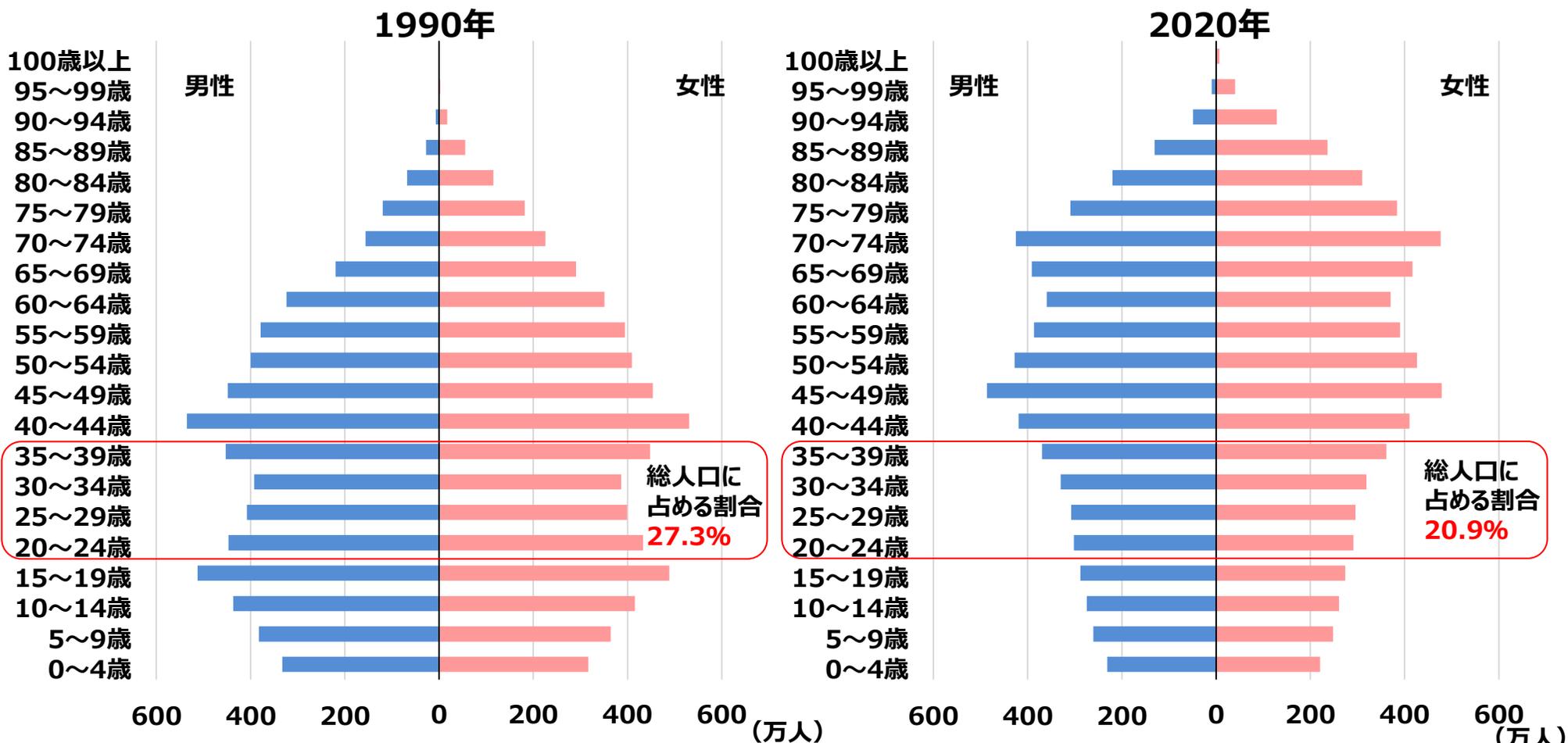
(注1) 8か国（米国、フランス、ドイツ、中国、ブラジル、インド、スイス、オーストリア）における様々な業種や規模の企業を対象に調査。

(注2) Blauインデックスのダイバーシティの6要素（性別、年齢、出身国、キャリアパス、他の業界で働いた経験、学歴）の平均で測定。

(出典) BCG「How Diverse Leadership Team Boost Innovation」(2018)より作成。

人口構造の変化

- 少子高齢化の進展により、現役世代の特に若者（20代、30代）の割合が低下。1990年には総人口に占める20代、30代の割合が27%であったのが、2020年には21%まで低下。



(出典) 総務省「国勢調査」を基に作成。

(参考) 世代ごとの価値観の違い

- 異なる政治的・技術的背景を生きた各世代は、それぞれ多様な価値観を有する。
- 若い世代には、アイデンティティの多様性や繋がり求める傾向、自己表現のための消費など、それまでの世代とは異なる行動・消費様式が見られることが指摘されている。

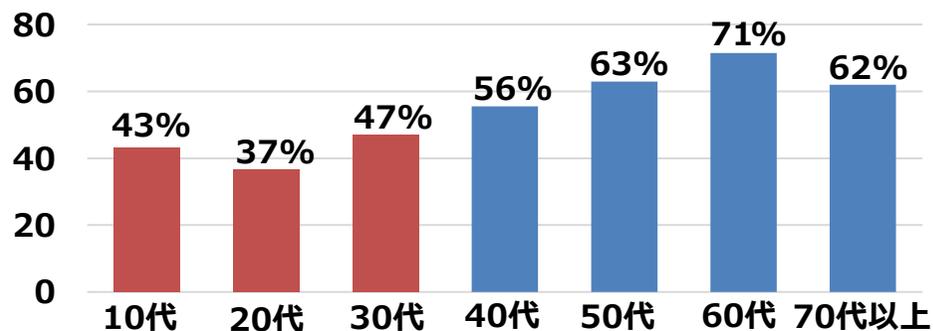
各世代の価値観に見られる特徴（世界）

	ベビーブーマー世代 1940-59年生まれ	X世代 1960-1979年生まれ	Y世代（ミレニアル世代） 1980-94年生まれ	Z世代 1995-2010年生まれ
時代背景	<ul style="list-style-type: none"> ・第二次世界大戦後 	<ul style="list-style-type: none"> ・資本主義、実力主義 	<ul style="list-style-type: none"> ・グローバル化 ・経済的安定 ・インターネットの出現 	<ul style="list-style-type: none"> ・モビリティ、複数の現実 ・ソーシャルネットワーク ・デジタルネイティブ
行動様式	<ul style="list-style-type: none"> ・理想主義 ・革命的 ・集産主義 	<ul style="list-style-type: none"> ・物質主義的 ・競争的 ・個人的 	<ul style="list-style-type: none"> ・グローバルスト ・懐疑的 ・自己中心的 	<ul style="list-style-type: none"> ・定義されないアイデンティティ ・繋がりへの渴望 ・対話を通じた真実の追究 ・現実主義的
消費様式	<ul style="list-style-type: none"> ・イデオロギー ・映画、ビニール製品 	<ul style="list-style-type: none"> ・ステータスの追求 ・ブランド、自動車 ・贅沢品 	<ul style="list-style-type: none"> ・経験の追求 ・旅行、祭り等の行事 ・主力製品 	<ul style="list-style-type: none"> ・個性の表現としての消費 ・所有よりもアクセス ・エシカル消費

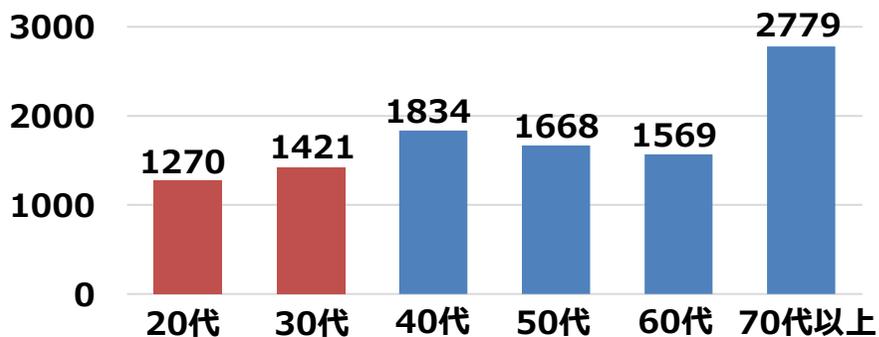
(参考) 20代・30代の地域別人口構成・投票率

- 20代・30代の人口割合が60代以上の人口割合を下回る地域が多数。
- 30代以下の投票率は他の年代に比べて低い。

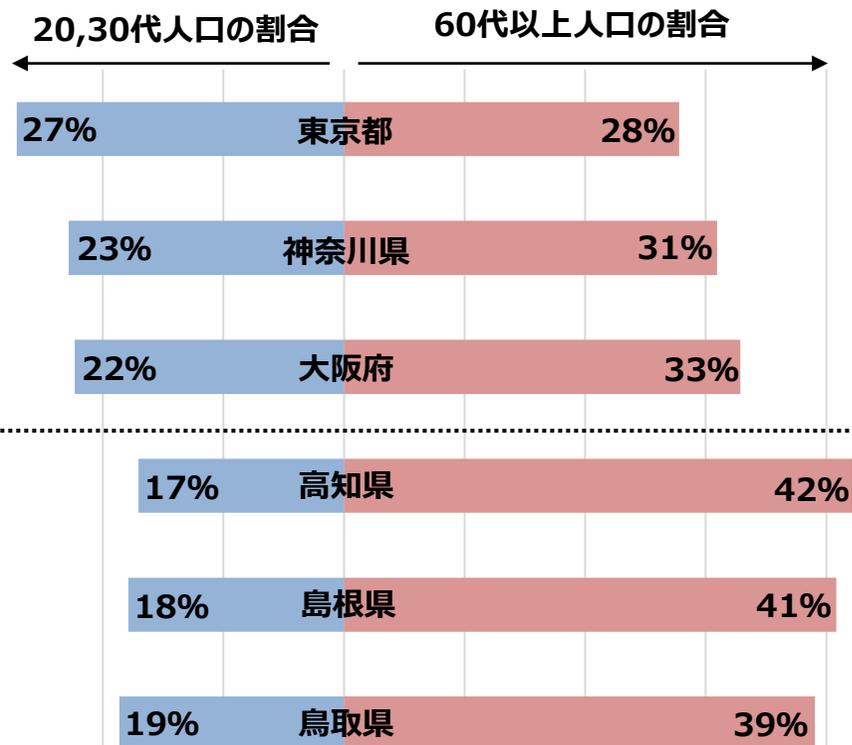
世代別の投票率 (2021年衆院選)



年齢別人口構成



都道府県別の年齢別人口構成



多様な才能や地域の価値を開花させる取組（アート×地域）

- 地域コミュニティ活性化や文化資源創造等にアートを活用している以下のような事例などアートには多様な個別の才能や地域固有の価値を開花させ、今後の付加価値の源泉となる可能性あり。他方で、幅広く必要な資金が循環し、人材育成にも資金が回るような仕組みづくりが課題。

文化資源創造や地域コミュニティ活性化

- アーティストやデザイナーが、地域の文化資源を用いながら新たな文化創造に成功している事例がある。
- 世界的ファッションデザイナーの小泉智貴氏は、京都の伝統産業を活用し、衣服や食品などの地場産品との協業を実現。
- 瀬戸内国際芸術祭は、地域の遺産・歴史を踏まえた芸術作品を制作、域外から人々を呼び寄せながら、地域活性化も実現。
- アートを媒介に、住民同士の交流機会を設計する等を通じて、地域コミュニティを活性化させる事例が拡大。
- 福井県鯖江市では、イベント「RENEW」を開催し、地域の職人と来場者の交流を促進。
- アーツ千代田3331は、日本の地域社会に文化・芸術活動をなじませることで、地域活性化を促進。

世界的ファッションデザイナーと京都の伝統産業との協業

- 東京五輪開会式でMISIAの衣装を手がけたファッションデザイナー小泉智貴氏は、京都の伝統産業を活用。
- 京扇子等と協業し発表したコレクションやフリルをイメージした7色の生ハツ橋、千丸屋の湯葉、今西製菓の飴、播磨園製茶のほうじ茶等、多岐にわたってデザイン。



瀬戸内国際芸術祭

- 2010年から瀬戸内海の島・地域を舞台に3年に1度実施。2019年開催回では、約118万人が来場（国外からが23.4%）。約180億円の経済波及効果を創出。
- 各島の移住者は増加し、その大半が定住。その結果、廃校だった小学校・中学校が再開した例も。



福井県鯖江市「RENEW」

- 大阪から移住のデザイナーを中心とした、デザインスタジオ「TSUGI」は、福井県鯖江市で2015年から、毎秋「RENEW」を開催。
- 漆器、眼鏡、和紙などの地元企業が参加し、工房を公開するなどして来場者とふれあう機会を創出。近年は県内外から3～4万人が訪れる。



アーツ千代田 3331

- 閉校した旧練成中学校を活用し、2010年にオープンしたアートセンター。運営は合同会社コマンド A が行い、アーティストである中村政人氏が統括ディレクター。
- 各教室にはアートギャラリー、オフィス、カフェなどが入居し、展覧会、ワークショップ、講演会、アートフェアなどを実施している。



多様な才能や地域の価値を開花させる取組（アート×企業）

● 企業がアートを本業の経営力向上に活用する動きあり。

- 具体的には、①アートの独自性から新しい発想を得ることで、商品・サービスを差別化/開発
 ②アートの鑑賞等の研修で、従業員の創造性や認知能力向上（人的資本向上）
 ③オフィスにアートを導入し、ブランディングやモチベーションを向上

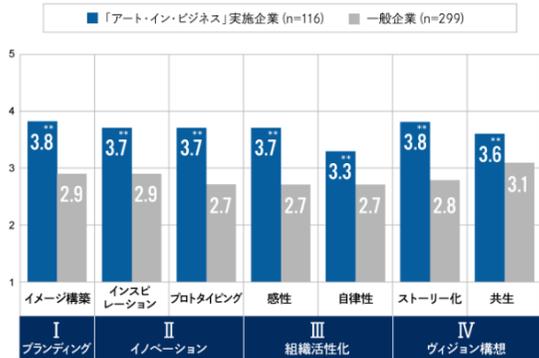
創造

アートは創造性・イノベーションの源泉

- **アクセンチュア**（株）では、クラブ活動として芸術部が存在。アート業界のプレイヤーとの交流し、彼らの思考を学び、生活や仕事に役立てている。
 【日経社説（2022年1月8日）】
 脱・安売り、観光や物販での富裕層攻略、斬新な起業家の育成などのため、**アート分野との関わりを深めてはどうか。**

アートを経営の取り入れたことの効果

- アートを導入している企業には、イノベーションや組織活性化等の効果あり。



**有意水準1%で差が有意

(出典) 美術回路HP

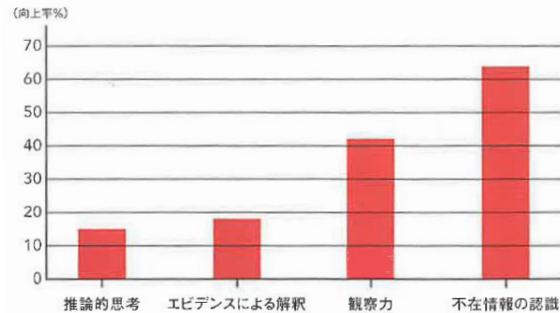
人材

アートを用いて人的資本を向上

- **マッキンゼー、アップルのトップ企業でも絵画鑑賞が研修に導入**される傾向。
- **不在情報に気付く能力**や**全体を見渡す能力**が向上するといった効果。
- 例えば、メディカルスクールでは、**見落としがち**な患者の症状に**気付く医者**の育成を目的に実施。

絵画観察トレーニングの効果

- アート鑑賞により、全体を見渡す力等の観察力が向上。



神田房枝 (2020).『知覚力を磨く』ダイヤモンド社, p. 140.

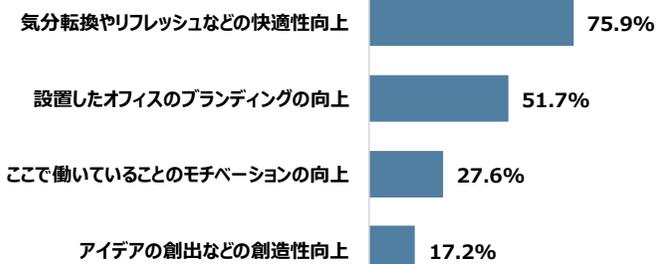
職場

オフィスアートで組織を活性化

- 海外の有力IT企業では、**オフィスへのアート導入**が行われている。

アートをオフィス空間に導入することの効果

- アートをオフィスに取り入れることで、**組織活性化**や**ブランディング**に効果あり。



(出典) 丹青社調査

多様な才能や地域の価値を開花させる取組（ファッションとしてのアート消費）

- テレワークの増加により、部屋に飾る等のファッションとしてのアートの消費が増えているといった指摘もある。アートの共同所有やデジタルアート・ファッションの増加により、アートを身近にするビジネスモデルやサービスが増加。

アートを共同で所有

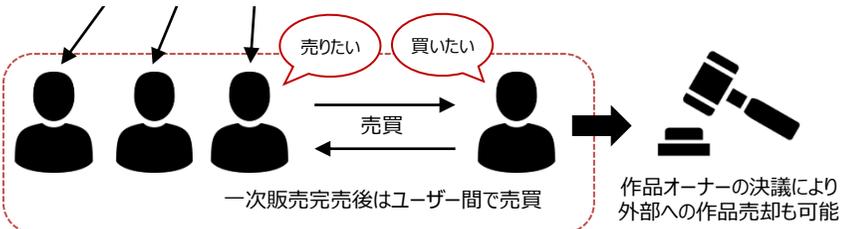
- ANDART社のサービスでは、高額なアートでも1万円から購入/売買可。
- 実物の鑑賞、オーナー権の売買が可能
- 所有権をもっているオーナーによる決議で作品をオークションなどで売却することも可能



**& | AND
ART**

ピカソ作品1270万円を
ANDARTが小口化・販売

1口1万円で所有権を販売



(提供) ANDART社

デジタルアート・ファッション

- 写真に合わせるデジタルの服が人気であり、高額で売買される例も存在。



約110万円で販売

(提供) THE FABRICANT

多様な才能や地域の価値を開花させる取組（スポーツ×地域）

- スポーツも多様な個別の才能や地域固有の価値を開花させ、今後の付加価値の源泉となる可能性あり。
- これまではサッカーなどでは、全国レベルでマネタイズが一定程度進展するも、スポーツ全体として、幅広く必要な資金が循環し、人材育成にも資金が回るような仕組みづくりが課題。トップスポーツもグローバルレベルでは課題あり。
- DXの広がりにより、新たな可能性が創出。「スポーツの成長産業化」に向け、①スポーツDXの推進によるトップスポーツの成長と、②サービス業としての『地域スポーツクラブ業』の育成が車の両輪として回るよう資金循環・人材循環を実現する産業政策を推進する必要があるのではないか。

スポーツDXの推進 —トップスポーツクラブの成長—

世界中から稼いだ資金の流入
アスリートのセカンドキャリア形成

サービス業としての 『地域スポーツクラブ業』の育成



(※1)

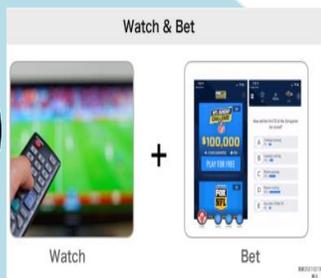
自分のドリームチームを競わせる「ファンタジー・スポーツ」



(※2)



試合日以外も稼ぎを生みだせる
スタジアム・アリーナ



(※3)

欧米のスポーツDXとベッティング市場の効果



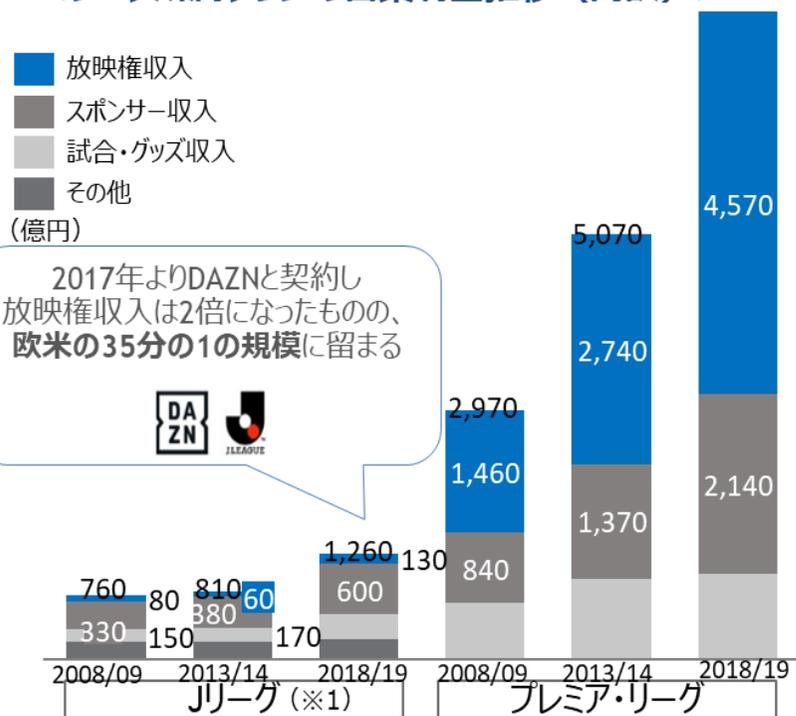
- 会費収入、施設の指定管理、業務委託
- パーソナルトレーニングやケア
- カフェ・レストラン、生涯学習サービス等の運営
- トップスポーツクラブからの資金・人材の環流
等

分厚い地元ファンの形成
次世代アスリート育成の裾野拡大

多様な才能や地域の価値を開花させる取組（スポーツ産業）

- **日本と欧米のスポーツ産業では20年で収益力に大きな差がついた。特に放映権・広告料の収入面で格差が開いたが、その背景には、スポーツ・ベットやゲーム市場の拡大によるライセンス収入の拡大、ブロックチェーン技術を活用したNFT等、DXを活かした事業環境の差がある。**
- **スポーツベッティングについては、DXとボーダーレス経済の加速や違法市場排除と税収増などの意図も加わり、欧州各国・米国・カナダで解禁や民間開放の動きが進展。**

<リーグ所属クラブの営業利益推移（内訳）>



<GDP上位10カ国 + 韓国のスポーツ・ベッティングへの民間参入の合法化状況>

国	ステータス	詳細
イギリス	G7	合法
イタリア	G7	
フランス	G7	
ドイツ	G7	
アメリカ	G7	
カナダ	G7	
ブラジル	検討中	2021年8月時点審議中
インド	違法	公営競技以外は違法（一部の州のみ合法）
中国		公営宝くじ以外は違法（香港とマカオでのみ合法）
韓国		公営競技以外は違法（一部施設では合法）
日本		公営競技以外は違法

1. オンライン上のスポーツベッティングが解禁されたのは2005年 2. 2012年以前は州ごとに判断が行われていたが、2012年に全体かつオンライン上で合法化された
 3. 競馬協会から競馬保護の文言を織り込むよう指摘され、修正を行っている。 4. 違法スポーツベッティングが巨大な市場を形成しており、2018年にインド法制委員会より合法化の意見書が挙がっている
 Source : [Legal Sports Betting](#) ; [DATA BRIDGE](#) ; [IBIS World](#) ; [インド新聞](#) ; [IRG](#) ; 小林先生ご提供資料

(※1) リーグ所属クラブの営業利益の合計額を比較 Source: Jリーグ「2018年度クラブ経営情報開示」; Statista ; Deloitte ; sportspromedia ; CNBC ; hollywoodreporter ; The Guardian
 Jリーグでは、放映権収入を元手に支払われるJリーグ配分金を放映権収入としている

(※2) プレミアリーグ Statistics (「Annual Review of Football Finance 2020」Chart 7)、Deloitte社「Home truths Annual Review of Football Finance 2020」から1ドル=110円、1ポンド=147円で計算。

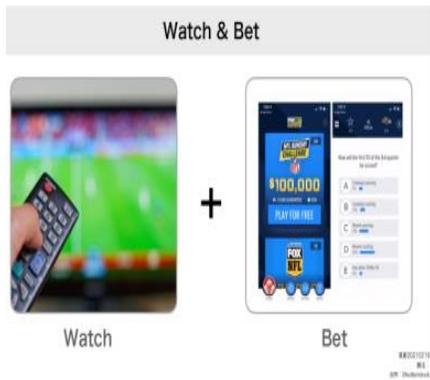
(参考) スポーツDXに係る近年の状況 (スポーツベット、ファンタジースポーツ)

- 近年、チケットや中継といったコンテンツの一次利用収入のみならず、スポーツで収集された様々なデータがリーグ・ファン・関連企業間で取引され、新たな市場を形成する動き。
- 特に、海外の合法国を中心に市場が広がっているスポーツベットやファンタジースポーツではサービス展開にあたり試合や選手のスタッツデータ (オッズ形成用) や、動画映像が重要な要素になることから、クラブやリーグに資金還元される新たな商流も発生。

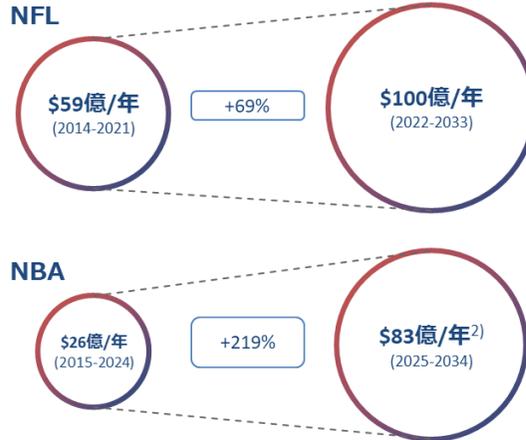
スポーツベット :

概要

データプロバイダがクラブ/リーグ・ベッティング事業者双方と提携し、クラブ/リーグから試合データ・映像を購入し、ベッティング事業者に提供。試合中に賭けるウオッチ & ベットの人気に伴い、視聴者や視聴時間が拡大し放映権料が急上昇するのみならず、データ・コンテンツが更に価値を増し、スポーツ産業の成長エンジンに。



<放映権料の拡大事例>



ファンタジースポーツ :

概要

好きな選手を集めて自分のチームを作って他チームと対戦し、実際の成績結果によって勝敗が決まる予想ゲーム。米国版では、上位者には参加者の入場料を原資とする賞金が分配されるが、日本版では賭博罪を構成するとの懸念から、スポンサーから賞品が付与される設計になっている。



(※1)

(※1) 株式会社マイネット提供資料：プロ野球#LIVE2021、

(参考) スポーツDXに係る近年の状況 (NFT、ファントークン)

- 近年**NFT (Non Fungible Token)** や**FT (Fungible Token)** など**ブロックチェーンを活用**したサービスも進展。
- これまでのスポーツのファン層とのエンゲージメント手段としての広がりのみならず、投資目的の層がスポーツ市場に参入している状況。

NFT : NBAはデジタルカードビジネス (TOP SHOT) を新たな収入源に

概要

ユーザーは、選手の10~20秒程度のハイライト動画のNFTが複数入ったパッケージを購入 (内容により価格帯が異なり、中身はあけるまでわからない)。購入したNFTは、同サービスが提供するマーケットプレイス上で自由に売買。

額の配分

NBA (リーグ) とNBPA (選手会) とNBA TOP SHOTは収益分配を契約済 (売買手数料はリーグや選手会に還元される。)

規模

サービス開始後5か月間での取引額は約2億3000万ドル (約253億円) に達し、うち95%は二次流通。ファンのみならず投資家からも注目が集まる。

NBA Top Shotでの高額取引事例

レブロン・ジェームスのカードは23万ドルで高額取引



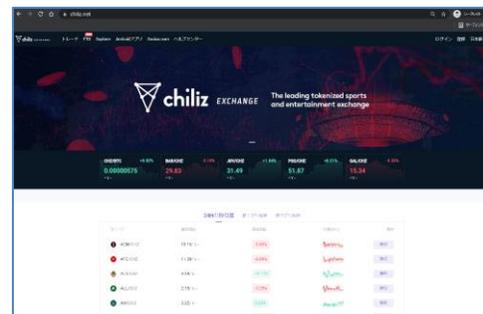
ファントークン : 選手がクラブとの契約金の一部をファントークン (Socios.com) で受け取るなどの動きも

概要

Socios.com (ソシオドットコム) は、Chilizが開発するスポーツ・ファンエンゲージメント・プラットフォーム。Chilizのブロックチェーンインフラ上で構築されており、\$CHZを唯一のプラットフォーム基軸通貨とする。パリ・サンジェルマン、ユベントス等の大勢のクラブチームが「Fan Token Offering」を通じてファントークンを発行。

取引

- ファントークンは、チリーズが運営している取引所「chiliz EXCHANGE」のほか、Bitcoin.com Exchange等の海外の仮想通貨取引所で売買することが可能。



Source:chiliz社ホームページ

1. 現状と課題

① 格差について

② 多様性について

2. 対応の方向性

対応の方向性

- **（論点1）「人的資本経営」として多様な人材を徹底的に活かした経営の推進：**
 - － 人材を「資本」と捉え、その価値を最大限に引き出すことで、中長期的な企業価値向上につながる人的資本経営を実践するにあたり、多様な人材を徹底的に活かして付加価値の創出に繋げるべきではないか。
- **（論点2）戦略的な圏域設定に基づく地域産業政策の推進：**
 - － 人口減少・高齢化が進展する中、地域の人口や産業構造等を踏まえ、産業政策を効果的に実施すべく、戦略的に圏域（「地域生活圏」・「観光圏」等の議論も参考）を設定し、あわせて、デジタル化等による生産性向上、人材育成・確保、地域課題の解決等の観点も取り入れながら、地域による自立的な産業政策の展開を促進すべきではないか。
- **（論点3）地域の暮らしと雇用を支える中小企業の持続的発展支援：**
 - － 地域に豊かな暮らしと雇用をもたらす中小企業の持続的発展・生産性向上に向けて施策を総動員していくことが重要ではないか。
 - － 特に、経営環境の変化等に対応するため、①中小企業が能動的に経営を見直し、自己変革する力、②地域やバリューチェーンの全体最適に向けて必要な経営資源の共有・連携が重要、そのための人づくり・仕組づくりを進めるべきではないか。

対応の方向性

- **(論点4) 社会全体での包摂・インクルージョンの推進：**

- 社会全体で「包摂・インクルージョン」を高めていくための課題等について総点検すべきではないか。
- 多様な意見を政策に包摂していくために、審議会等の政策形成過程の多様性確保、多様なチャネルの活用など包摂的な政策形成を進めるべきではないか。

例：審議会の構成員としてジェンダーや年代の多様性をさらに拡大すべきではないか。

新機軸部会として、デジタルプラットフォームを活用して意見募集をしてはどうか。

- **(論点5) 「文化経済産業政策」の推進：**

- 多様な個別の才能や地域固有の価値を开花させ、今後の付加価値の源泉となる文化やスポーツなどについて自律的なエコシステム・産業として成立させるために、「文化経済産業政策」を推進すべきではないか。
- その際、デジタルを活用して、幅広く必要な資金が循環し、人材育成にも資金が回るような仕組みをつくるべきではないか。

(論点 1 関係) 多様な人材を徹底的に活かした経営の推進

- 人材を「資本」として捉え、その価値を最大限に引き出すことで、中長期的な企業価値向上につながる人的資本経営への変革は、グローバルな競争を勝ち抜く企業にとっても不可欠。

<関連の取組>

- 「人材版伊藤レポート2. 0」※を参考に、①CEOとともにCHROが主導して、全社的な経営課題を特定した上で、②動的な人材ポートフォリオを構築し、③多様な人材を徹底的に活かして付加価値の創出につながる人的資本経営の取組を行うべきではないか。

※第9回人的資本経営の実現に向けた検討会（3月18日）にて案を提示。

https://www.meti.go.jp/shingikai/economy/jinteki_shihon/009.html

人的資本経営のエッセンス

① 経営戦略と人材戦略の連動

○ CHROの設置 / 全社的経営課題の抽出

… 経営トップと人材戦略の責任者が、経営戦略の実現に向けた人材面の課題を抽出

② 動的な人材ポートフォリオ

○ ギャップを踏まえた、平時からの人材の再配置、外部からの獲得

… グローバルな市場から高度人材を確保し、社内で活躍させられる環境への転換

→ 市場に対して競争力のある処遇水準の設定、魅力的な職務の提供や、評価制度の見直し

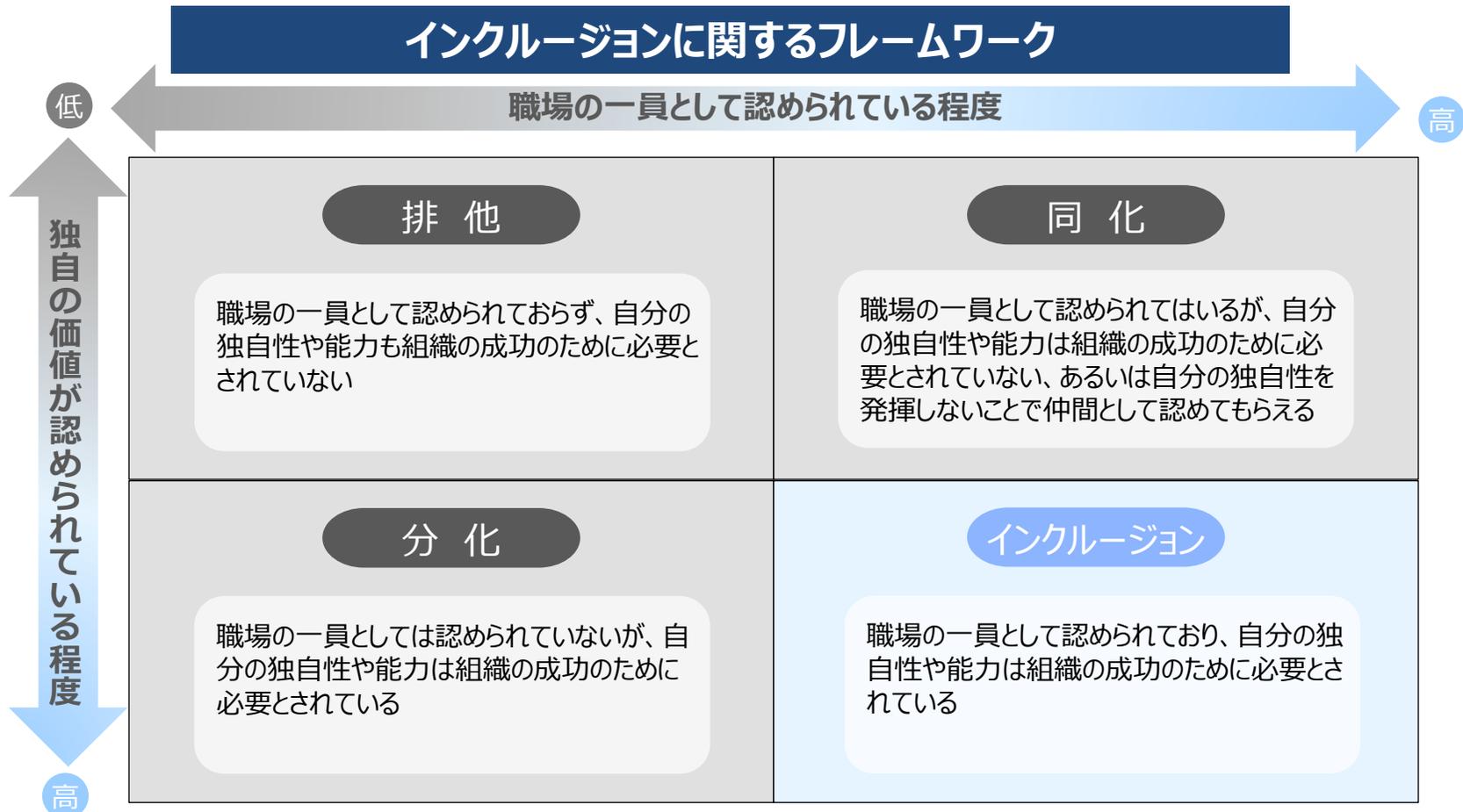
③ 知・経験のダイバーシティ&インクルージョン

○ キャリア採用や外国人の比率・定着・能力発揮のモニタリング

… 外国人や専門人材を活用してイノベーションを創出

(論点 1 関係) 多様な人材を徹底的に活かした経営の推進

- 多様性を企業価値に結びつけるには、組織内の人材が組織の一員として認められており、かつ、人材の独自性や能力が組織の成功のために必要とされているという、インクルージョン（包摂）の実現が必要。



(論点2関係) 今後の地域経済産業政策の方向性

- **人口減少・高齢化が進展する中、地域の人口、産業構造、産業集積、通勤圏、商圈、地域特性等を踏まえ、産業政策を効果的に実施すべく、戦略的に圏域（「地域生活圏」・「観光圏」等の議論も参考）を設定し、あわせて、デジタル化等による生産性向上、人材育成・確保、地域課題の解決等の観点も取り入れながら、地域による自立的な産業政策を展開すべきではないか。**

(1) 地域企業の生産性向上

① 地域企業のデジタル化・DX促進

- DX実現を目指す地域企業が抱える多様な課題に対応するため、地域の産学官が参画する支援コミュニティの立ち上げや各種活動を支援（DX戦略策定の伴走支援やITベンダーとのマッチングなど）し、地域の主体的な取組として定着を図る。また、地域企業等による地域の特性とデジタル技術をかけあわせた新事業の創出に向けた取組を促進するため、地域企業等が行う実証プロジェクトを支援し、先進事例の普及・拡大を図る。

② 地域の核となる産業の創出（産業用地の確保）

- デジタル化の進展の中で物流施設等の立地が進むなど産業用地の需要が高まる一方で、産業用地のストックは過去最少水準。産業用地の安定確保に向けて、現在の産業用地の需給状況を分析するとともに、こうしたニーズを踏まえつつ、引き続き、地域未来投資促進法等を通じた土地利用調整の円滑化を図る。

(2) 地域における人材育成・確保

- 地域企業による都市部の人材の獲得、育成、定着を促進するため、域内企業合同でのイベントや社員向け研修の実施、人材育成プログラムの作成等、地域の産学官の面的な連携による求人・採用、人材育成、フォローアップ等を支援するとともに、モデル事例の創出・周知による先進事例の横展開を図る。

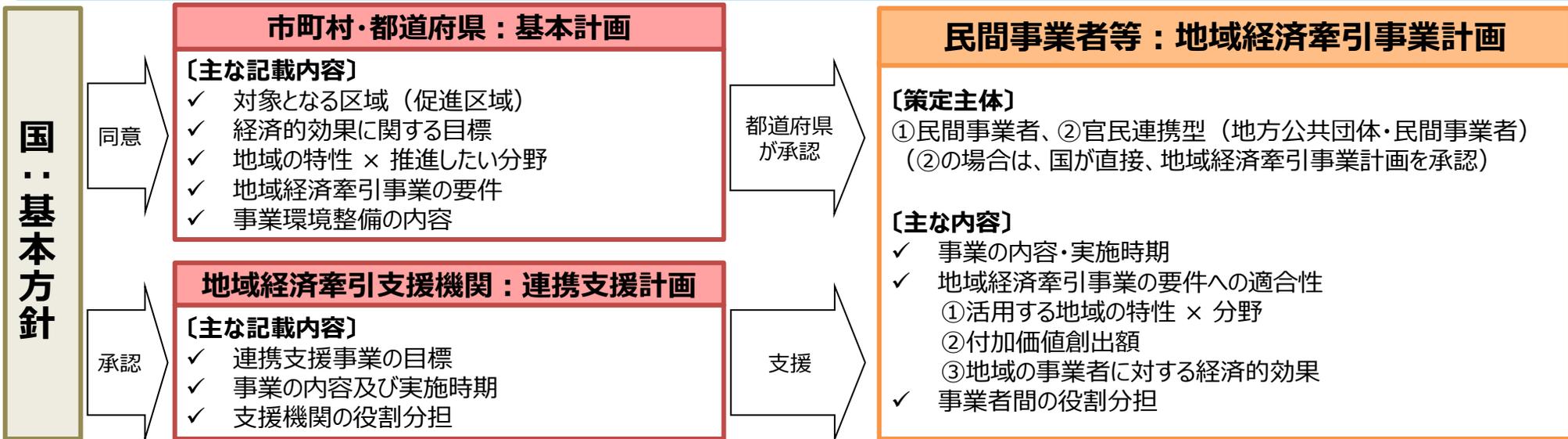
(3) 地域課題を解決する事業の振興

- 買物弱者対策や高齢者見守りなど、地域住民にとって必要不可欠なサービスを持続的に提供するため、地域内外の中小企業等が、地方自治体等の地域内の関係主体と連携しつつ地域・社会課題解決と収益性との両立を目指す実証プロジェクトを支援するとともに、地方自治体と課題解決に取り組む中小企業等とのマッチング等を実施する。

→ これら(1)～(3)の視点を踏まえつつ、自治体の戦略的な産業振興を促すことを目的とする地域未来投資促進法について、平成29年改正附則に基づく施行後5年の検討に着手し、必要に応じて措置を講じていく。

【参考】地域未来投資促進法（平成29年7月施行）の概要

- 地域未来投資促進法は、地域の特性を生かして高い付加価値を創出し、地域に経済的効果を及ぼす「地域経済牽引事業」を促進するもの。
- 国の基本方針に基づき、市町村・都道府県は基本計画を策定し、国が同意。2021年12月末現在、全国で**257計画**が同意。
- 同意された基本計画に基づき、民間事業者等は地域経済牽引事業計画を策定し、都道府県知事が承認。2021年12月末現在、全国で**3,141計画**が承認。
- また、国の基本方針に基づき、地域経済牽引支援機関（自治体・公設試・大学等）は連携支援計画を策定し、国が承認。2021年12月末現在、全国で**87計画**が承認。



政策資源を集中投入して支援

- ①税制による支援措置、②金融による支援措置、③予算による支援措置、④規制の特例措置 等

※ 地域未来投資促進法については、平成29年改正附則第7条第1項において、法律の施行後5年（2022年7月）を経過した場合において、法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとされている。

(論点3 関係) 地域の多様性を支える持続可能な中小企業・小規模事業者

- コロナ禍で各種給付金制度の創設、補助金や融資制度の大幅拡充を実施。一方、いつまでも政策資源を大量に投入し続けることはできない。ウィズコロナ/ポストコロナを乗り切るためには、中小企業が能動的に経営を見直し、自己変革を促す人づくり・仕組づくりが必須。

→ ①自己変革を促す経営者・従業員への伴走支援
(経営力再構築伴走支援モデル)

- 地域の多様性を支える中小企業・小規模事業者が、持続的な発展を実現するために必要な全ての経営資源を自ら内製化することは困難。地域やバリューチェーンを通じて必要な経営資源を共有・連携する仕組づくりが必要。

→ ②まちづくりを支える体制の構築
③生産性向上・新事業創出の面的支援
④地域の中小企業の継続的な海外展開

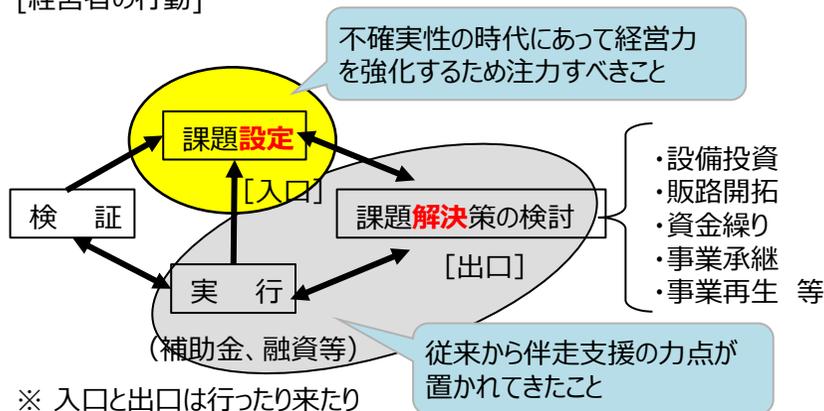
(論点3関係) ①自己変革を促す経営者・従業員への伴走支援(経営力再構築伴走支援モデル)

- 中小企業が直面する厳しい状況を克服するためには、中小企業が能動的に経営を見直し、自己変革できるよう促す仕組づくりが必要。
- 経営課題の設定に力点を置き、伴走者と経営者等との対話を通じて信頼関係を構築する「経営力再構築伴走支援モデル」の普及を通じ、経営者の自己変革力、自走力の向上を図る。このモデルは地域密着型の中小企業にも有効なものである。
- 伴走支援を通じて、経営者、従業員の能力を涵養し「人への投資」にも貢献するとともに、人的資本投資を進めるための経営者の意識改革、組織変革を図る。

課題設定のための支援を強化

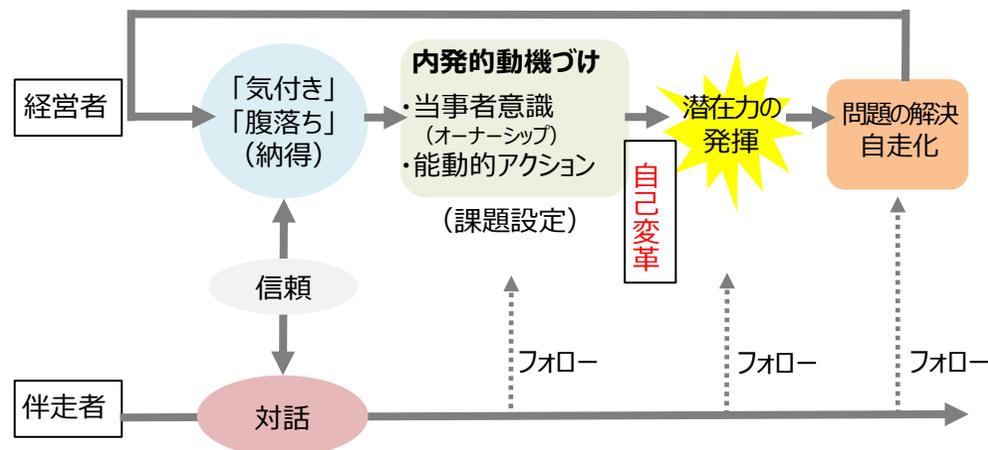
従来の伴走支援は、補助金など政府等の支援ツールを届ける課題「解決」型に力点が置かれてきた傾向あり。不確実性の時代は、「経営力そのもの」が問われるため、そもそも何を課題として認識・把握するかという課題「設定」型の伴走支援の重要性が増す。

[経営者の行動]



伴走者と経営者等との対話を重視

経営者との対話を通しての信頼の醸成、経営者にとっての本質的課題の掘り下げが重要。これが経営者の腹落ちに繋がり、内発的動機づけが得られる。

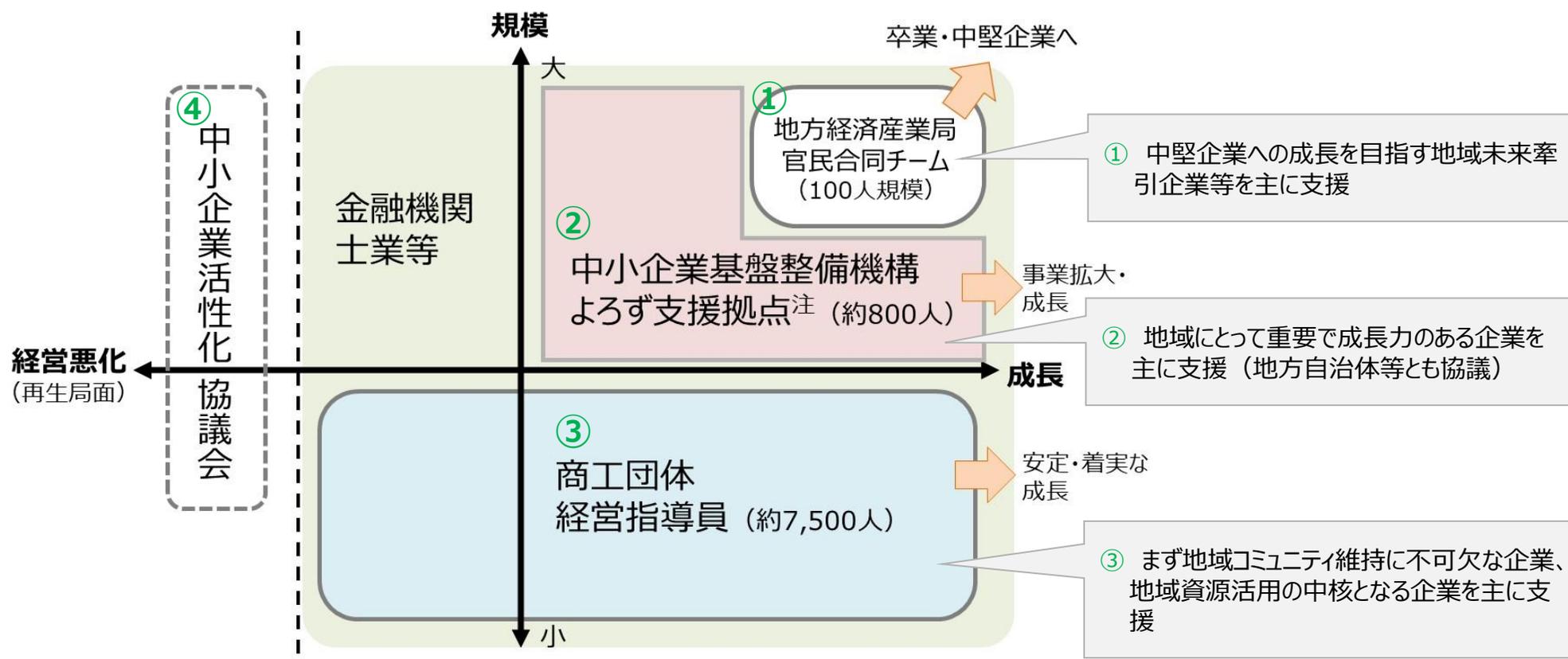


伴走支援モデルの普及に向けた取組 (例)

- | | | |
|-----------------------------|----------------------|--------------------------|
| ● 伴走支援モデルを実践できるスキルを持った人材の育成 | ● 中小企業支援法体系の告示等の改正 | ● 体制整備 |
| ➢ 中小機構における人材育成プログラムの開発・提供 | ➢ 中小企業支援計画 | ➢ 全地方経済産業局に官民合同チームを設置 |
| ➢ 中小企業診断士の資格更新研修への組み込み | ➢ 中小企業等の経営強化に関する基本方針 | ➢ 支援機関の全国組織等からなる推進協議会の発足 |

(論点3 関係) 経営力再構築伴走支援モデルの展開

● 経営課題の設定にも力点を置き、徹底した対話を通じて経営者等の納得を促す「経営力再構築伴走支援モデル」は、中小企業の**規模、類型を問わず有効**なものであり、各支援機関において実践されることが望まれる。特に、**地域密着型の中小企業**については、主に**商工団体、地域金融機関、各士業**が支援に当たることが想定される。



支援の強化策の検討が必要 **経営力再構築伴走支援モデルの適用が望ましい**

④ 経営状態が悪化し、再生局面あるいはそれに近い状態にあつて、時間的余裕がない中小企業に対しては「中小企業活性化パッケージ※」による支援を行う。

【注】一部のよろず支援拠点では、令和3年度から成長志向のある中規模中小企業に対する伴走支援を実施中。

※ 中小企業活性化パッケージ



(論点3 関係) ②まちづくりを支える体制の構築

- 多岐にわたる地域の課題解決に向けて、多様な関係者を巻き込みながら、**自走できる連携体制 (MAP'S+O)** を構築し、地域の関係者で共有のビジョン・コンセプトを掲げ、事業推進役を中核に取り組んでいくことが重要。
- このため、地方公共団体と連携し、商業集積地等において**需要に応じた最適な供給体制 (テナントミックス)** を構築する取組や、**複数の中小商業者等による面的なデジタル化への取組**等を後押ししていく。

多様な関係者を巻き込んだ連携体制 (MAP'S+O)

■ オーガナイザー主導型のMAP'S+O (例)



■ MAP'S+Oの定義 (マッププラスオー)

M マネージャー	地域の持続的発展に取り組む中核的な人材
A アグリゲーター	広域に対し、地域の持続的発展に資する製品又はサービスを提供する組織
P プレイヤー	マネージャー及びオーガナイザーに対し協力・連携する地域内外の組織・人材
S サポーター	オーガナイザーへ支援を行う地方公共団体
O オーガナイザー	マネージャーが所属し、アグリゲーター及びプレイヤーと連携して取組の中心となる組織

(出典) 経済産業省「地域の持続可能な発展に向けた政策の在り方研究報告書」より(令和2年9月) ※一部修正

能代駅前商店会 (秋田県能代市)



【施設完成イメージ「マルヒコビルディング」】



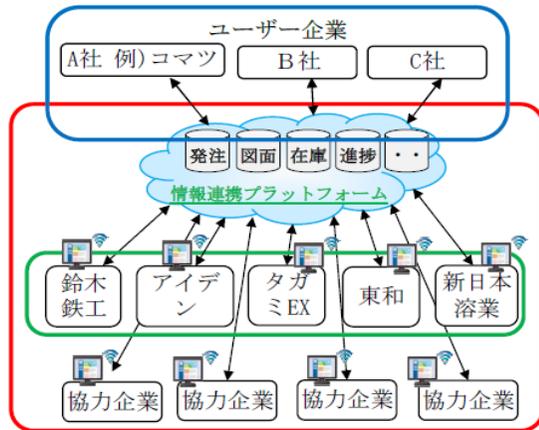
【旧店舗と前の歩道を活用したコミュニティイベント】

- ・コミュニティ機能などを備えた複合機能施設「マルヒコビルディング」を整備。
- ・創業希望者等の創業拠点、子育て世代や子供が安心して活動できる場等として活用。

(論点3関係) ③生産性向上・新事業創出の面的支援

- 「人の力」を伸ばす経営体に変革していく前提として、基本的な経営戦略の見直しや、経営の可視化に資するデジタル化への対応といった、**経営基盤の強化は重要だが、小さな企業が単体で対応することは困難な状況**。そのため、事業再構築補助金やIT導入補助金に設けられた**複数事業者が連携した取組を支援する枠組み**を活用するとともに、地域資源の活用など**地域の強みを生かした事業者支援策を自治体と連携して策定**することにより、**面的に生産性向上や新事業創出を推進**すべき。
- さらに、個社や連携体単位での個別具体的な生産性向上・新事業の取組を支援するのみならず、**地域や業態に共通する課題を抽出し、その解決に資する機器・システムの開発・導入促進や事業再構築の方向性を提示**することで、**地域ぐるみ・業態ぐるみでの生産性向上を推進**すべき。

業界複数社連携による
生産性向上の取組イメージ（石川県）



産業機械メーカー5社が連携し、クラウド上に企業間情報連携プラットフォームを構築。ユーザ企業からの図面入手後、類似図面を検索し、注文書発行を迅速に行うなど、**サプライチェーン全体の業務を効率化**。

奈良県と連携した新事業創出の取組



奈良墨は、奈良市で生産される墨として伝統工芸に指定。地域資源の墨を活用し、**体験型のオンラインによる墨作りの新サービスを実施**する事業者を支援。



奈良県奥大和地域で生産された果物や薬草などを原料につくるクラフトビール。製造事業者が、**ボトルデザインのリニューアル**、コロナ禍でもビールを楽しめるよう醸造所にゲストハウスを併設し、**宿泊サービスを提供**する新たな取組を支援。

(論点3 関係) ④地域の中小企業の継続的な海外展開

- 地域の小規模な事業者は、個社では優秀な人材の育成・確保が困難であることが多い。したがって、そのような事業者でも海外販路開拓にチャレンジできるよう、地域の規模が小さな中小企業であっても海外展開が自立的、継続的に実施できるよう、個社あるいは地域で連携して行う取組に必要な支援策を講じるべき。

地域中小企業の自立的、継続的海外展開の例（越境ECの活用）：有限会社瑞穂（広島県）

進出国：欧米、欧州、中国

商材：化粧筆

従業員：30名

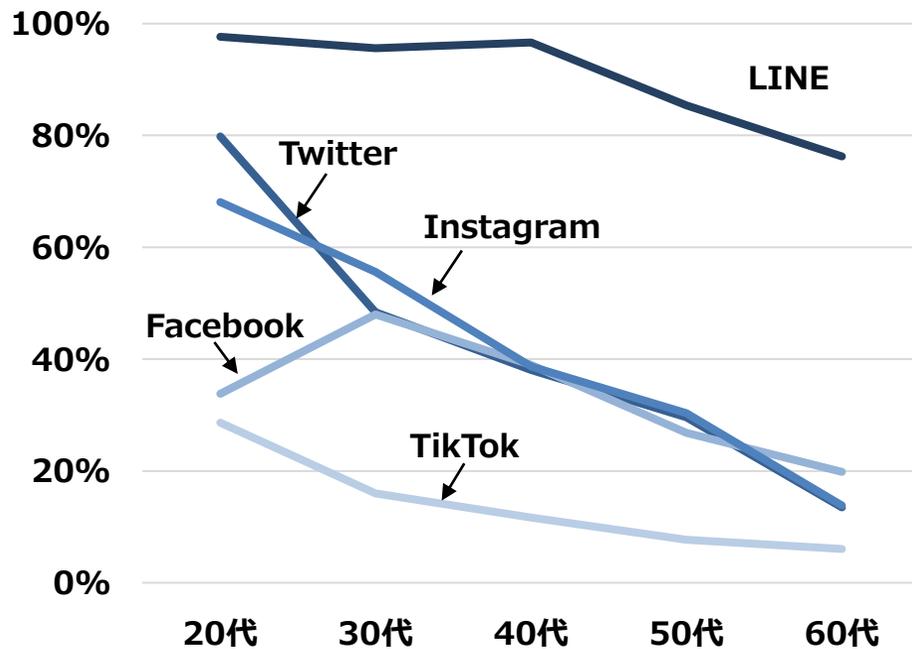
概要：伝統工芸品と団体商標に認定されている“熊野筆”を活用した自社ブランド“SHAQUDA(シャクダ)”を立ち上げ、ブランドコンセプトを実現した商品を開発。しかし、販売チャンネルがECサイトのみで、SNS以外に顧客へ直接売り込める手段や宣材がなかったため、国の支援制度を多面的に活用し、熊野筆メーカーズブランドの訴求を深める産地の歴史背景を織り込んだプロモーション強化を実施。このような取組により、海外への販売先は欧米や中国を含む17カ国に拡大し、売上高に占める越境ECの割合も増加し、収益の多角化に成功した。



(論点4 関係) 社会全体での包摂・インクルージョンの推進 :

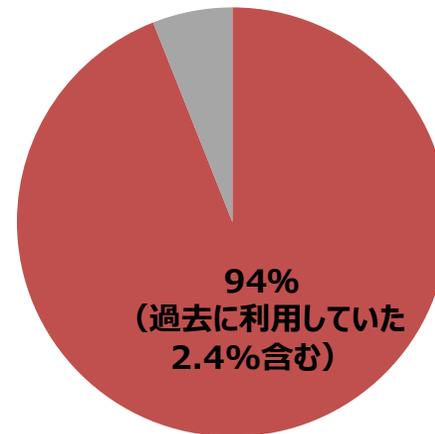
- 年代によって、情報収集源が異なっており、特に20代・30代ではSNSを中心として情報を収集している。

年代別のSNS利用状況

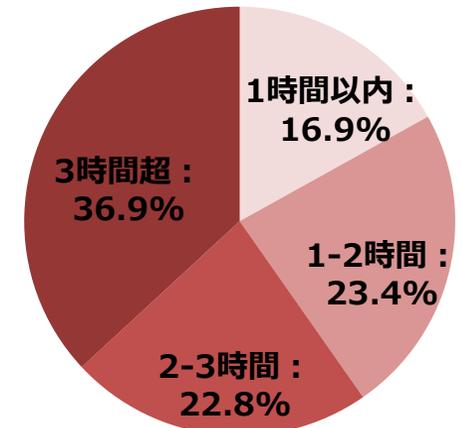


「18歳意識調査」による若者のSNS利用状況

SNS利用経験のある割合



1日のSNSの利用時間



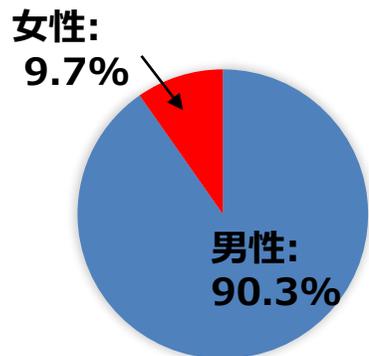
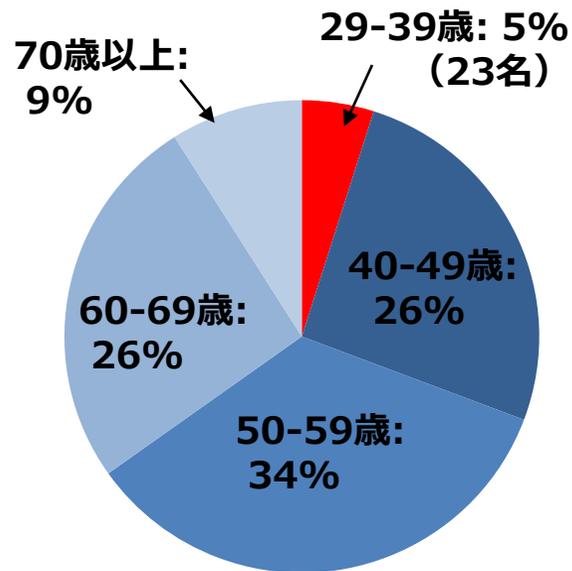
(注) 右は一都三県の15-24歳の男女400名に対するインターネット調査。

(出典) (左) 総務省「令和2年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」(2021年8月)、(右) 日本財団「18歳意識調査」第28回テーマ：SNSについて(調査期間：2020年6月12-14日)に基づき作成。

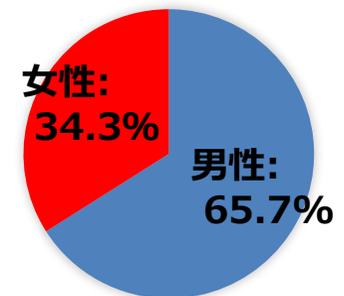
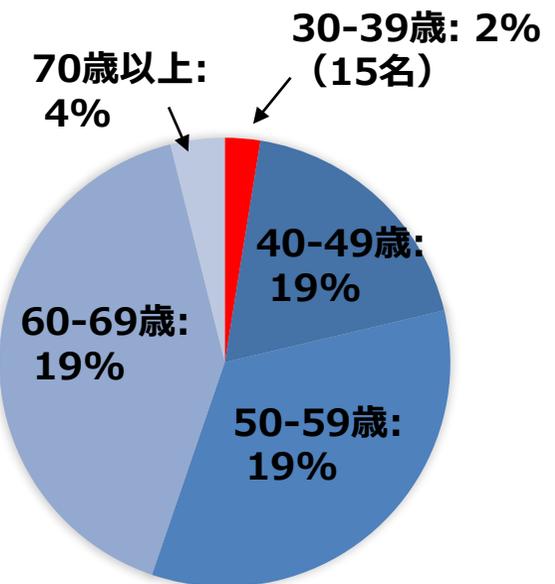
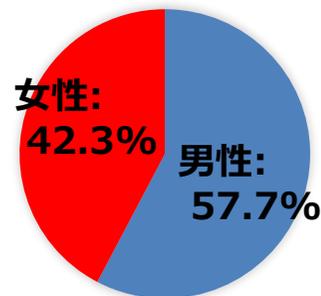
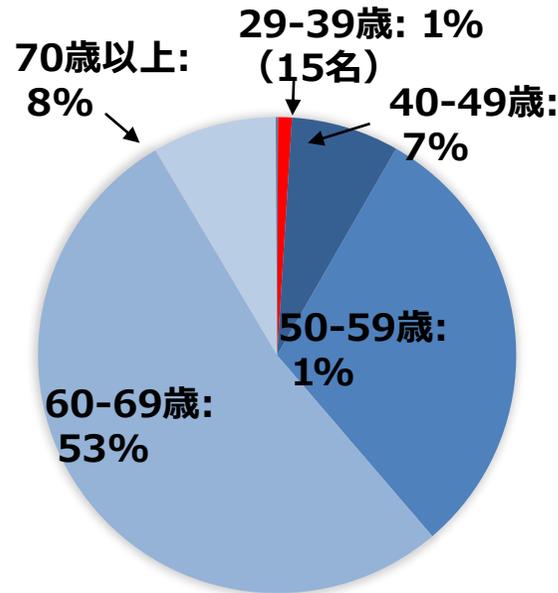
(論点4 関係) 社会全体での包摂・インクルージョンの推進 :

- 審議会等の多様性をさらにすすめてはどうか。

**衆議院議員の年齢・性別構成比
(2021年総選挙後時点)**



**審議会委員の年齢・性別構成比 (左 : 政府全体、右 : 産業構造審議会)
※産業構造審議会は臨時委員等を含む**



(出典) 内閣府データベース、内閣府「国の審議会等における女性委員の参画状況調べ」に基づき作成。

(論点4 関係) 社会全体での包摂・インクルージョンの推進 :

- 新機軸部会として、PoliPoliGov※を活用し意見募集をしてはどうか。

意見募集テーマ案

- 2050年の日本経済を支える各産業界に、どんな姿を期待しますか？
- 【官民連携】で取り組むべき、経済社会課題（ミッション）はなんだと思いますか？
- スタートアップ・ベンチャーの成長支援に、どんなことを期待しますか？
- 【日本経済の成長（ダイナミズム）】の加速に必要なだと思うことはなんですか？

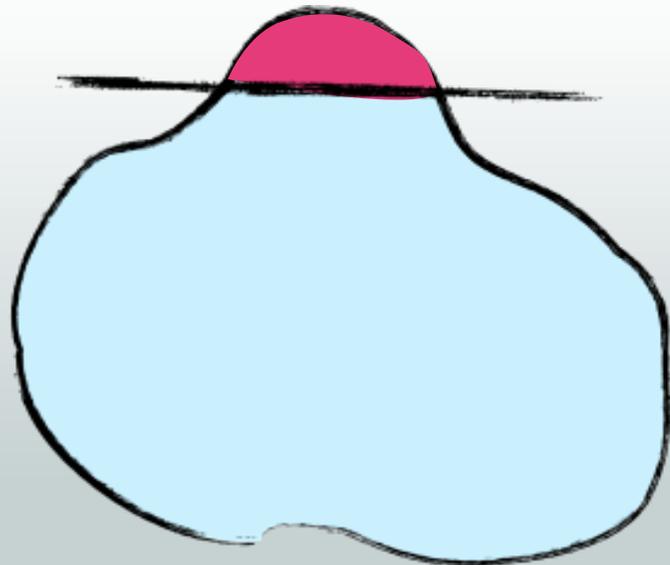
※PoliPoliGov：政策テーマについて、ネットを通じて国民の声を集めることに特化したプラットフォーム。デジタル庁の実証事業では、7日間で4項目に対しコメント計768件、いいね計9,348件が集まる

デジタル庁実証事業におけるテーマ

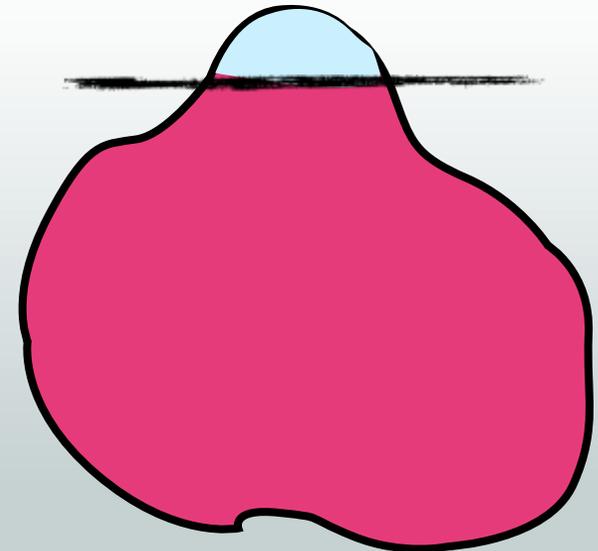


(論点5 関係) 文化と経済の好循環に向けて

- 人々の価値観が多様化し、差別化が図りにくい現代においては、国や地域に固有の文化を活かすことで**他者との差別化を図る**など、**文化を新たな付加価値創出の主軸に据える**ことが、今後の我が国の競争力強化の観点から重要【文化×経済】。
- これまで、コンテンツの発信⇒日本的なライフスタイルへの理解浸透⇒インバウンドという好循環の構築に力点。これからは、当該循環に加えて、新たな文化創造へのリソース再投資を通じた我が国の未来の競争力に向けた【文化と経済の好循環】を目指すべきではないか。



クールジャパン政策
(海外需要開拓支援)

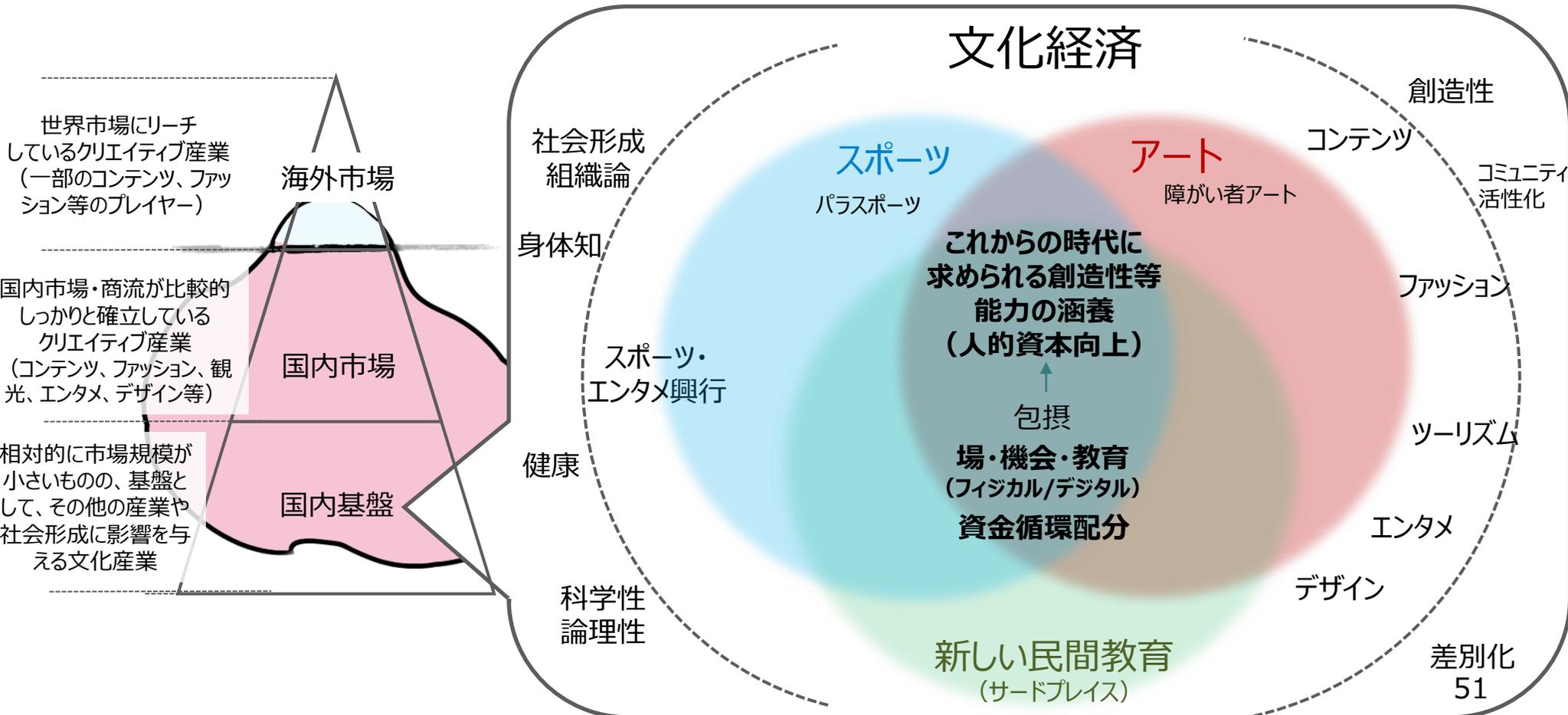


クリエイティブ産業政策
(新たな文化創造振興)

クールジャパン政策 + クリエイティブ産業政策 = 文化経済産業政策

(論点5 関係) 文化経済産業政策 (特にアート・スポーツ分野) の必要性

- アート・スポーツ・民間教育など「十分にはマネタイズできていない文化産業群」を社会全体の「創造性の苗床」として捉え直すことが重要。これらは、人の多様な個性・才能・創造性や、我が国社会が多様性を包摂する力を育み、健康、組織の活性化、人的資本の質的向上、コミュニティ活性化等につながる等、様々な効能・効用・効果を経済社会にもたらす基盤としての側面を持つ。これも、経済産業政策の「新機軸」ではないか。
- 新たな文化創造を支えるエコシステム (今ある文化で稼ぐプレイヤー支援に加えて、未来の文化づくりを行うプレイヤーやコミュニティへの投資促進・基盤整備) も確立すべきではないか。



(論点5 関係) 多様な才能や地域の価値を開花させるために (アート)

- 将来、多くの仕事が人工知能やロボットに代替される可能性がある中、G20文化大臣会合では、史上初、文化を経済復興の主要なエンジンであると宣言。
- アートは、個性の発揮そのものでもあり、創造性が身に付き、多様性の受容、文化創造にもつながる。
- その上、アートを恣憑することで、これまで気づかなかった課題に気づけたり、新しいアプローチを考えつく契機にもなるなど、新しい価値観・新機軸そのものを創り出す社会的役割もある。
- しかしながら、未だ我が国のアート市場の規模は小さくまだまだ拡大の余地あり。
こうしたアートの効能・効用・効果に着目し、アートと経済社会の適切な距離感を考え、アートと経済社会の好循環を構築することは、これからの経済産業政策にとっても重要な課題。

G20でも経済復興の観点で文化に言及

史上初、文化を経済復興の主要なエンジンと宣言

G20文化大臣会合宣言 (July, 2021)

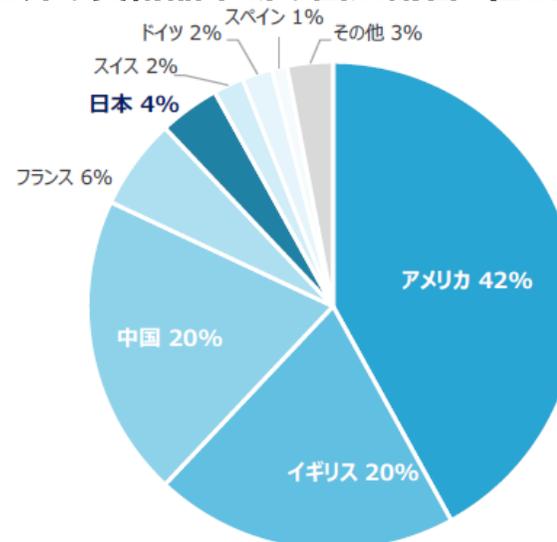
The Ministers of Culture of the G20 group of the world's largest economies agreed on 30 July for the first time in history (歴史上初めて) on a G20 Declaration on Culture that firmly positions culture as a major engine for sustainable socio-economic recovery (持続的な社会経済復興の主要なエンジンとして文化を位置づける) in the wake of the COVID-19 pandemic.

(出典) UNESCO HP <https://en.unesco.org/news/g20-agrees-first-declaration-culture>

日本のアート市場の規模は小さい

アート市場規模は世界7兆円
日本は、2,363億円 (わずか4%)

世界の美術品市場の国別割合 (2020年)



美術品には、洋画、陶芸、日本画、現代美術 (平面)、版画、掛軸・屏風、工芸、写真、彫刻、書、現代美術 (立体、インスタレーション)、映像作品が含まれる。

(出典) 一般社団法人芸術と創造作成

(論点5 関係) アートの活用価値の拡大 = アート市場拡大ポテンシャル

- 差別化や創造性等の源泉としてのアートの活用価値が拡大しており、様々な主体との接面が拡大。
- 例えば、新たな着想や問題提起・ゲームチェンジの視点を得ることや、組織活性化、リトリート、メンタルケア、地域活性化等の価値が注目されている。
- こうした持続的な需要の拡大や流通の促進を進め（フローの観点）、連綿と紡がれてきた文化をさらに蓄積（ストックの観点）していくことにより、日本文化全体の価値が向上し、更なる文化創造／海外発信の基盤となっていく。

アーティスト支援以外の

主体

目的

流通・接点

コレクター

金融・投資的

ギャラリー
美術館等

アート

投資主体・需要拡大の余地

企業

イノベーション
組織活性化

① 経営陣等にもクリエイターを登用。

② オフィスアート、アートを用いた研修等

海外のみならず国内でもオフィスにアートを導入する企業等が増加傾向

地域

地域活性化

③ アートの活用により、地価が上昇
【芸術祭、パブリックアートの設置】
④ トップクリエイターと地域資源の組み合わせによる海外需要獲得



東京五輪開会式でMISIAの衣装を手がけたファッションデザイナー小泉智貴は、西陣織を活用。

一般消費者

ファッション

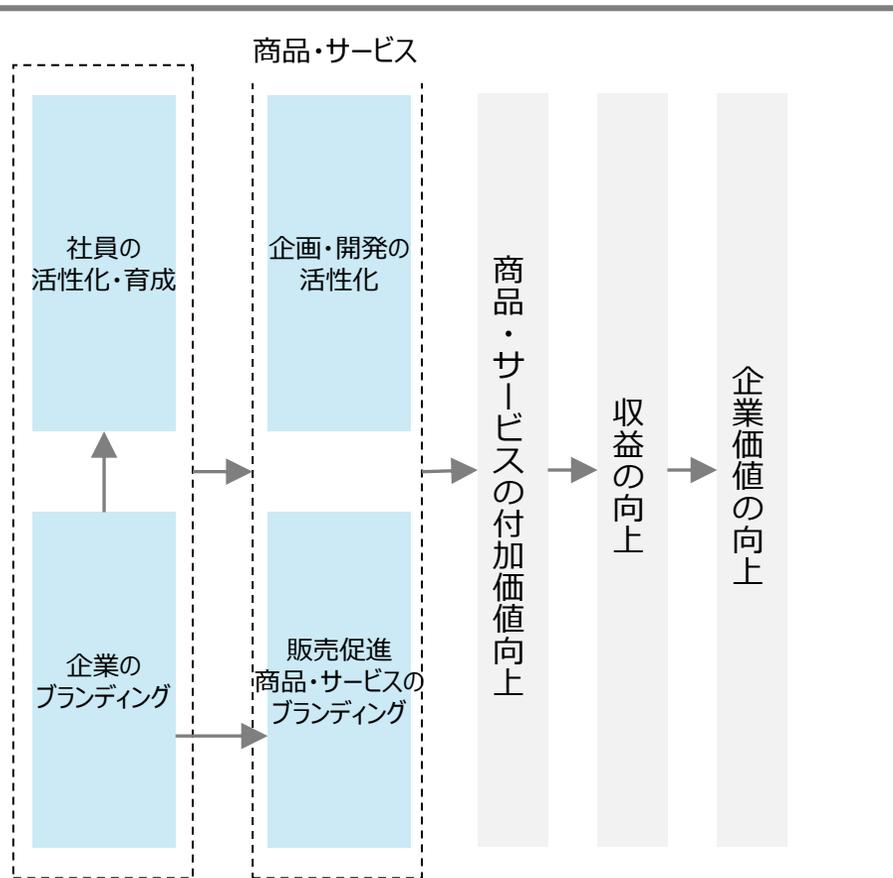
⑤ シェアリング、共同所有など、アートを購入しやすくするPFの出現等

アートの活用価値の拡大

(論点5 関係) 多様な才能や地域の価値を開花させるために (アート×企業)

- **アート領域への投資を拡大し、文化と経済の好循環を促す**ために、競争力強化の観点で行うアート投資を促す評価軸の検討・整理など、**産業界からアートへの投資を促進する仕掛けを作るべきではないか。**

近年増加しているアート投資の目的の整理



4つの目的の概要

- 社員の活性化・育成
 - 企業文化や経営層の方針の浸透
 - 社員満足度の向上・福利厚生
 - 社員間のコミュニケーションの促進
 - クリティカル・シンキング力の向上
- 企業のブランディング
 - インナーブランディング (社員及び家族等)
 - 既存の顧客からのイメージアップ
 - 新たなセグメントへの訴求 (顧客、学生等)
- 企画・開発の活性化
 - 既存事業・商品の付加価値向上
 - 新事業・商品の開発
 - 企画・開発のプロセス活性化
- 販売促進商品・サービスのブランディング
 - 事業・商品の注目度向上
 - 事業・商品のブランディング
 - アフターサービスとしての顧客満足度向上

(論点5 関係) 多様な才能や地域の価値を開花させるために (アート×地域)

- 地域での文化創造が進み、我が国の未来の競争力につなげていくためには、人的リソース、資金投資、流通環境整備などの基盤整備が重要。
- 例えば、企業や自治体等が、地域の公共空間等において、アートを設置したり、アーティストの活動の場を提供したり、アーティストを採用したりなどの各者の**経営・事業戦略等と統合的なアート投資を促す仕掛けを検討すべきではないか。**

変化の必要性



基盤整備



アートを活用した コミュニティの活性化



文化創造／再投資



地域コミュニティの活力低下
域外需要獲得の必要性



人や資金、流通など
文化創造への基盤整備



地域の伝統や歴史などを踏ま
えたアートの活用



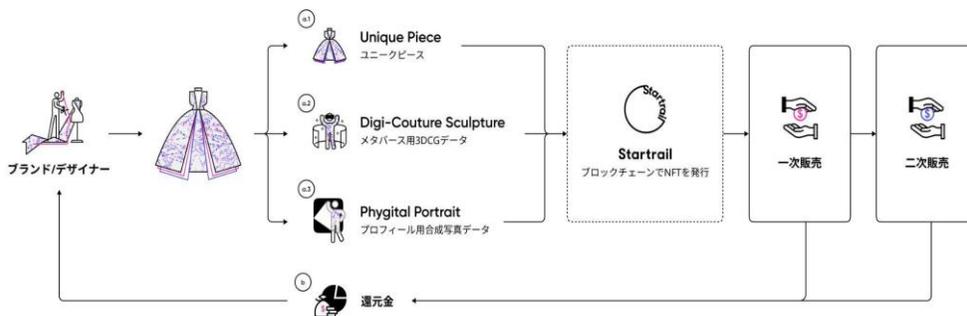
域外需要の獲得
文化創造への再投資

(論点5 関係) 多様な才能や地域の価値を開花させるために (アート×ファッション)

- アーティスト・デザイナー等は、経営基盤が脆弱なまま、世界に発掘され、海外展開する例も多い。**海外・デジタル等の新市場にかかる法制度等に関する留意点をまとめたり、クリエイターの収益源の多元化を図ることにより、新市場開拓を支えていくことが重要ではないか。**

NFTを活用したクリエイターの収益多元化

- アート業界では、リセール市場の取引額の一部を元々の作家・アーティストに還元するブロックチェーンを活用した技術基盤が注目されている。
- ファッション業界においても、大量生産を行わないオートクチュールのデザイナー等の収益源の多元化等の重要性が指摘されているとともに、サステナブルなファッションを提供するインセンティブとなる仕組みとして、経済産業省では新たな取引ルールの構築を目的とする実証事業を行った。
- 今後は、二次流通事業者が導入できるためのAPIの無料公開を進めることで、新たな取引ルールの更なる拡大を図る。



(提供) スタートバーン株式会社

ガイドラインの必要性

- 世界的に活躍するアーティスト・デザイナー等は、突然海外に発掘され、そのまま経営基盤が脆弱なまま、海外展開を行う例が多いという指摘がある。
- 海外展開・デジタル市場等での法制度等に関する留意点をまとめることで、海外・新市場での持続可能な事業展開を支えていくことが重要ではないか。

(ファッションローガイドラインの案)

- **海外市場**
 - 知的財産
 - 契約交渉、消費者契約法、VAT等
 - サステナビリティ
- **デジタルファッション市場**
 - メタバース上での模倣
- **文化の盗用**
 - 宗教的シンボルの無断使用

(論点5 関係) メタバースの活用事例と市場発展に向けた今後の課題

- メタバースは、現実社会を超越したデジタル世界のパラレルワールド（仮想空間）。
- あらたなバーチャル経済圏に期待し各業界が参入する一方で、市場発展に向けた課題も存在。

メタバース空間を活用した各業界の事例

- メタバース内の土地やアイテムをユーザーがNFTとして取引し、稼げる（play to earn）ゲームが登場。
- ライブエンタメにおいても、メタバース上でのライブ配信（米津玄師など）が登場。
- 会議用のコミュニケーションツールとして、Meta社はVRアプリ「Horizon Workrooms」を提供。



Source:「The Sandbox」

市場発展に向けた今後の課題

○仮想空間ビジネスに関する法整備

- ・仮想オブジェクトに対する権利について法解釈及び法律の制定等が必要な点がある

○仮想空間ビジネスに関するガイドラインの整備

- ・例えば現実空間をバーチャルに移行する際の権利関係におけるガイドラインがあると有益

○xR領域における人材の確保

- ・インタラクション設計の技術者や、業界知見を持ちビジネス企画ができる人材が不足

○xR領域におけるコンテンツの普及

- ・VRヘッドマウントディスプレイ（HMD）をわざわざ購入して楽しむようなコンテンツが不足

○VRヘッドマウントディスプレイ（HMD）の低価格化

- ・価格低下しているが、未だ一般消費者が購入する価格帯には至っていない

○マネタイズ

- ・仮想空間内のコンテンツの製作コストが大きく、まだマネタイズが困難

○VRデバイスの性能及びユーザビリティの向上

- ・スマホではスペックが不足。HMDはVR酔い対策などの安全性が必要

○xRの仕様の標準化

- ・アバターについてはVRMという規格を策定。その他にも標準化の可能性有

(論点5 関係) NFTの活用を通じたクリエイターエコノミーの創出

- NFT (Non-Fungible Token、非代替性トークン) は、ブロックチェーン上で発行された「一点モノ」のトークン。ブロックチェーンの特長を生かし、NFTが「偽造不可能な鑑定書 + 所有証明書」の性質を帯びる。⁽¹⁾
(1)株式会社日本総合研究所 先端技術ラボ『NFTに関する動向』より抜粋
- デジタルデータは容易にコピーできてしまうが、NFTの活用により、クリエイターが生み出すデジタル作品等が「唯一無二の資産」として取引できるため、ゲームやアニメの分野でも、クリエイターの収益源多元化など、「新しい資金循環」が生まれる可能性がある。
- NFTビジネス全般における日本のプレゼンスを高めるためにも、競争力のある日本のコンテンツの活用が期待されるが、今後は、NFTを活用したビジネスモデルを構築するために必要な法規制や権利関係の整理についての検討を行うことも必要。

クリエイターへの収益分配の例

Conata (3D空間で利用可能なアイテムを販売する仮想ショップ)



- バーチャル空間上で利用可能なアイテム (音楽、キャラクターなど) を購入することが可能。Conataで購入したアイテムは一点ものであり、アイテムの所有権を管理できる。
- Conataではバーチャル空間で自分だけの部屋を作り、自分の好きなアイテムだらけのアイテムを作ることにも可能。
- 独自のスマートコントラクトを使用することで、アイテムやアバターの所有権を管理すると同時に、クリエイターにも利益が自動で分配する仕組みを構築。

(論点5 関係) スポーツDXにおけるビジネス上の課題 (ブロックチェーン活用、NFT等)

- **世界のスポーツビジネスではNFT (Non Fungible Token) などブロックチェーンを活用したコンテンツビジネスが広がる。**
- しかし、我が国で前述 (P.34) の米NBA TOP SHOTやSocios.comに類似する事業モデルを発展させる上では、**刑法 (賭博罪) への抵触懸念や、資金決済法の為替取引等への該当懸念など、保守的解釈が障壁と指摘されている。**
- 日本で事業を育てるには、**法律上のグレーゾーンの実質的な解消が必要。経済産業省としても、法律上の課題の整理を進める (4月中) 。**

<スポーツDX時代に成長するビジネス機会の課題の整理>

	日本における課題
NFT・ファントークン (暗号資産)	賭博罪のグレーゾーン懸念から「NFTのガチャ販売と二次流通市場をセットにしたビジネスモデル」ができない。資金決済法上の為替取引等への該当の懸念等からクラブトークンの新たな機能付加にハードルがある。二次流通時の収益分配の在り方が未確立。
スポーツベット	海外の賭博合法国のスポーツベットサービスで使用される日本の試合情報・スタッツデータや映像から収益回収ができない。(賭博幫助の懸念など)
ゲーム (ファンタジースポーツ等)	スタッツデータの権利や、選手の肖像権・パブリシティ権の取扱いが未確立。仮にスポンサー型ではなく参加費再分配型でファンタジースポーツを行う際の賭博罪該当の懸念

(参考) 地域スポーツに係る課題の検討

- 現在、スポーツ庁は「運動部活動の地域移行」が進めている。
- この動きを契機として、子どものスポーツ環境に現在よりも多様な選択肢を設けるサービス業としての『地域スポーツクラブ』の可能性と、家計の所得格差に左右されない環境創出を検討すべきではないか。
- 経済産業省が、昨年9月から実施した全国9カ所でのフィージビリティ・スタディの結果を踏まえ、家計の所得格差に左右されないスポーツ環境創出を可能とする社会システム確立に向け、本年4月中に「地域×スポーツクラブ産業研究会」の最終提言を公表予定。

経済産業省「地域×スポーツクラブ産業研究会」における検討

<第1次提言（昨年6月）>

サービス業としての「地域スポーツクラブ」

プロスポーツ・フィットネス・教育産業・学校法人など様々な運営主体による新業態として、有償で、学校施設や社会体育施設を活用し、サービス業として成長できる地域スポーツクラブ。

【大人世代向け】 生涯スポーツ・健康・社交の場



【考える、クラブの多様な収入源】

- ・ 会費収入、自治体からの指定管理者収入・業務委託収入
- ・ カフェ・レストラン、生涯学習サービス等の運営
- ・ パーソナルトレーニングやヘルスケアのサービス
- ・ トップスポーツクラブからの資金・人材の環流 等

【ジュニア世代向け】 学校部活動に代わる活動の場



必要な5つのポイント

- 1 「学校部活動の地域移行」についての方針の明確化
 - ・ 学校部活動は「社会教育」であることの確認
 - ・ 学習指導要領からの「部活動の位置づけ」の記載の削除
- 2 全ての競技で、「学校部活動単位」に限らない「世代別（U15/U18等）」の大会参加資格に転換を
- 3 「スポーツは、有資格者が有償で指導する」という常識の確立
 - ・ 各競技団体での指導資格取得義務化
 - ・ 教員の兼業規制の緩和
- 4 学校の「複合施設」への転換と開放、「総合型放課後サービス」の提供
- 5 スポーツ機会保障を支える資金循環の創出
 - ・ スポーツ振興くじtotoの収益性向上（インプレイクジの検討）
 - ・ スポーツヘッティングの可能性

<最終提言（案）（本年4月予定）>

- ① 中高生大会の抜本改革
- ② 学校施設活用
営利事業による学校施設利用の推進
- ③ 優れた教師・学生の活躍機会
現実的な教員兼業環境の整備
- ④ オフライン・オンラインの組み合わせ
- ⑤ 制度的位置づけの整理
社会教育であることの明確化
学習指導要領から削除
- ⑥ 家計所得格差の財源創出

全国9カ所でフィージビリティ・スタディを実施（「未来のブカツ」事業）

(論点5 関係) 多様な才能を開花させる「新しい民間教育(サードプレイス)」づくり

～才能育成・異能発掘のための民間プログラムの全国ネットワーク創設～

- スポーツ分野では民間主導で若年層の多様な才能育成・異能発掘のための民間プログラムが存在。サイエンスやアートなどの分野でも、学校・家庭の外に尖った才能ある人材を生み出す苗床が発展することが期待される。
- ➔ 才能育成・異能発掘のための民間プログラムの全国ネットワーク(イノベーションアカデミー)を創設し、大学、高校、小中学校、経営者・企業等と連携し、地域ベースで多様な才能育成・異能を発掘。

才能育成・異能発掘のための民間プログラムのネットワーク(イノベーションアカデミー)創設

- 民間教育事業者、大学等によるトップサイエンス教育
(東大による中高生の発掘・育成「グローバルサイエンスキャンパス」、株式会社リバネスによる実験教室「NEST LAB.」等)



- オンライン・ピアラーニング方式のデジタル人材育成
(フランス発の完全無料のプログラミングスクール「42Tokyo」)



- 多様な認知特性の子供の個別の才能を伸ばすプログラム

(東大先端研中邑教授「ROCKET」、株式会社SPACE)等)



ROCKET

