

地域の包摂的成長

－地域の活力が生み出す若者・女性の「希望」の回復と少子化社会の克服－

2023年3月14日

「地域の包摂的成長」検討チーム

（中小企業庁・経済産業政策局・地域経済産業グループ・商務・サービスグループ・各地方経済産業局）

地域の包摂的成長についての問題意識、本日の議論の目的

【問題意識】

- 「国内投資拡大、イノベーション加速、所得向上という3つの好循環」を実現するためには、地方と都会・大企業と中小企業といった格差解消を成長につなげていくとともに、域内需要の減少を継続させる少子化を食い止める必要。
- 東京圏への若年世代の流入や希望出生率の推移を分析すると、経済的理由が背景にあり、地域経済・企業の活性化を通じた地方での「良質な雇用機会」と「豊かな暮らし」が持続的だと思える環境を目指すことが重要ではないか。
- 世代や地域を超えた継続的で広範な検討が必要であることから、地方経済産業局を含む経産省全体から若手有志のメンバーを募り、立場が変わっても検討チームの一員として、官民関わらず取り組み続けることをコミット。

※ 参加メンバー：計50人（うち 地方経済産業局職員：16人 20代以下職員：19人 30代職員：25人）

【これまでの経緯】

- 2022年6月にとりまとめた新機軸部会中間整理では、以下の目標と対応の方向性を提示。
 - －課題・定量目標：2024年度に地方と東京圏との転出入を均衡
 - －対応の方向性：持続可能な地域・中小企業の実現、文化経済産業行政の推進
- 東京圏の社会増・自然減、地方圏の社会減・自然減という状況を踏まえれば、「若い世代（特に女性）の転出入」の均衡を目指すとともに、我が国全体で人口が減少する中では国内市場の成長期待は高まらず、国内投資をはじめとする3つの好循環は生じないことへの対応を検討。

【本日の議論の目的】

- 中間整理（昨年6月）以降の進捗状況のご報告（ミッションの再構築）について。
- 若い女性が希望を持って地方で暮らせる環境を実現するための経済産業政策でのアプローチには、何が必要か。「可処分所得の増加」「可処分時間の増加」「結婚・子育て・生活環境の改善」に繋がる政策の方向性の議論の深掘り。

(参考)「経済産業政策の新機軸」において取り組む分野 (全体における本日の議論の位置づけ)

- 世界的な社会課題を起点に(ミッション志向)、企業の投資先として日本が積極的に選ばれるような、長期持続的に成長が見込まれる魅力的な市場環境を、5~10年腰を据えて官も一歩前に出て構築し、国内投資・イノベーション・所得上昇を喚起していく。
- 同時に、企業の競争力と生産性の向上には、国内外のつながりも重要。日本の特徴を活かし、社会課題「解決」先進国として、国内外で今後広がる社会課題起因の成長市場を中心に、内外一体で成長していけるよう、国際連携等も進めていく。

1. ミッション志向の産業政策

世界的な社会課題であって、国内で対応する意義がある分野
(= 人口減少が続く日本で積極的に挑戦しがいのある分野)
で、官も一歩前に出て魅力的な確たる製品・サービス市場を構築

① 炭素中立型社会の実現

2050CN、2030▲46%
→今後10年で官民合わせて150兆円投資

② デジタル社会の実現

デジタル技術を活用し地域課題解決・魅力向上
→2030年に官民で半導体3兆円/年投資 等

③ 経済安全保障の実現

包括的な経済安全保障の実現

④ 新しい健康社会の実現

デジタルによる未来の健康づくり
→2030年までに全ての患者が医師等とデータ共有

⑤ 災害に対するレジリエンス社会の実現

気象関連災害等に強い社会

⑥ バイオものづくり革命の実現

バイオものづくりの確立
→2030年までに官民で3兆円/年投資

2. 経済社会システムの基盤の組替え (OS組替え)

国内のヒト・モノへの投資や所得上昇が行われやすくなるよう、労働市場・資本市場・行政を、官も一歩前に出て刷新

① 人材

日本型雇用システムの綻び、一律・一斉・受動的学びの限界
→5年後までに新卒：既卒を7:3→6:4に 等

② スタートアップ・イノベーション

5年後までに国内スタートアップへの
投資額10倍に

③ グローバル企業の経営：価値創造経営

2030年までに
代表的企業のPBR>1の
割合を6割→8割に

④ 徹底した日本社会のグローバル化

2030年までに
対日直投43.5→80兆円 等

⑤ 包摂的成長 (地域・中小企業・文化経済)

大都市との生産性や賃金格差
縮小、文化創出システム確立

⑥ 行政：EBPM・データ駆動型行政

データを活用した政策効果検証
の仕組み整備

経済秩序の激動期において取り組むべき分野

① 成長志向型の資源自律経済の確立

② Web 3.0の可能性と政策対応

課題・定量目標

1. 「地域の包摂的成長」のコンセプト

1-1. 中間整理（2022年6月）までの検討状況

1-2. ミッションの再設定：

地域経済・企業の活力を軸とした少子化対策の重要性

2. 対応の方向性

2-1. 若者・女性の「可処分所得」の増加に繋がる政策

2-2. 若者・女性の「可処分時間」の増加に繋がる政策

2-3. 若者の結婚・子育て・生活をめぐる環境を改善する取組

1-1. 中間整理（2022年6月）までの検討状況

- 包摂的成長とは、「誰一人取り残さない」（包摂）社会の実現に向けて、収入及び機会の格差を解消する方策を取ることで、結果として国全体の経済成長（growth）を実現すること。経済産業政策では、**機会の格差（事前分配の格差）の解消を通じた経済成長の実現を特に重視**。
- 格差・多様性の着眼点は多岐にわたるが、本部会の他のテーマ設定も踏まえ、**「都市/地方」「大企業/中小企業」の格差解消を成長に繋げていくという方向性**を打ち出した。

中間整理（2022年6月）で示した目標・対応方向性

	課題・定量目標	対応の方向性
⑤包摂的成長 （地域・中小企業・文化経済）	【課題】大都市との生産性や賃金格差縮小、アート・スポーツ等の文化創出エコシステムの確立 → <u>2024年度に地方と東京圏との転出入を均衡</u>	・ <u>持続可能な地域・中小企業の実現</u> （戦略的圏域設定、デジタル等の活用、中小企業・小規模事業者の自己変革を促す経営力再構築伴走支援モデル、適切な価格転嫁の推進等） ・ <u>文化経済産業政策の推進</u> （アート・コンテンツ・スポーツ・教育）

（参考）OECDの「包摂的成長」の捉え方

- 2018年にOECD加盟国の閣僚が採択した「包摂的成長に関する政策行動フレームワーク」では、包摂的成長の達成度合いを各国が評価するための様々な問題に関する指標を提示。
- 包摂的かつ持続可能な経済成長を推進するために、政府による「取り残されている人々・地域への投資」や「包摂的で活力ある労働市場に向けた支援」の重要性が強調。
- 上記指標をベースにした日本の包摂的成長に関するOECDレポートが2023年4月に公表予定。

1. 「地域の包摂的成長」のコンセプト

1-1. 中間整理（2022年6月）までの検討状況

1-2. ミッションの再設定：

地域経済・企業の活力を軸とした少子化対策の重要性

2. 対応の方向性

2-1. 若者・女性の「可処分所得」の増加に繋がる政策

2-2. 若者・女性の「可処分時間」の増加に繋がる政策

2-3. 若者の結婚・子育て・生活をめぐる環境を改善する取組

1-2. ミッションの再設定：地域経済・企業の活力を軸とした少子化対策の重要性

【中間整理後の検討状況】

- 足下の経済環境の変化を踏まえ、新機軸の全体目標を、「国内投資拡大、イノベーションの加速、国民の所得向上の3つの好循環」に再設定（2022年11月2日 第9回新機軸部会）。
 - 東京圏の社会増・自然減、地方圏の社会減・自然減という状況を踏まえれば、中間整理で示した目標「2024年度に地方と東京圏との転出入を均衡」を実現させても、日本全体として人口が減少する中では、国内市場の成長期待は高まらず、国内投資をはじめとする3つの好循環は生じない。
- ⇒ 「包摂的成長」の新たな目標設定として、「地方圏における社会減」の解消を通じた地方圏と東京圏との転出入均衡とともに、人口減少克服のための少子化対策の視点が必要。

【少子化の現状（地方の社会減が日本全体の自然減につながる負のスパイラル）とミッションの再構築】

- 希望する職種や賃金等の待遇が良い仕事が見つからないために、地方から、若者、特に女性が、職を求めて東京に流入する傾向が加速。
 - しかし、生活コストが高い東京では、中間層の実質的な可処分所得、可処分時間は低い。東京圏への流入がかえって若い世代の経済的余裕を失わせている可能性。
 - 経済的余裕のなさから様々なことを諦めるが、特に中長期的に問題なのは「結婚・出産から遠ざかる」こと。ましてや、結婚・子育てに対する「希望」すら失わせてしまっている。
- ⇒ 「若者・女性が、あらゆる地域で、『稼げる仕事・豊かな暮らし』を選べる社会の構築を通じて、地方の社会減が日本全体の自然減につながる負のスパイラルを解消すること」を「包摂的成長」のミッションとして再設定してはどうか。

良質な雇用を求めて若者・女性が東京圏へ転入している①

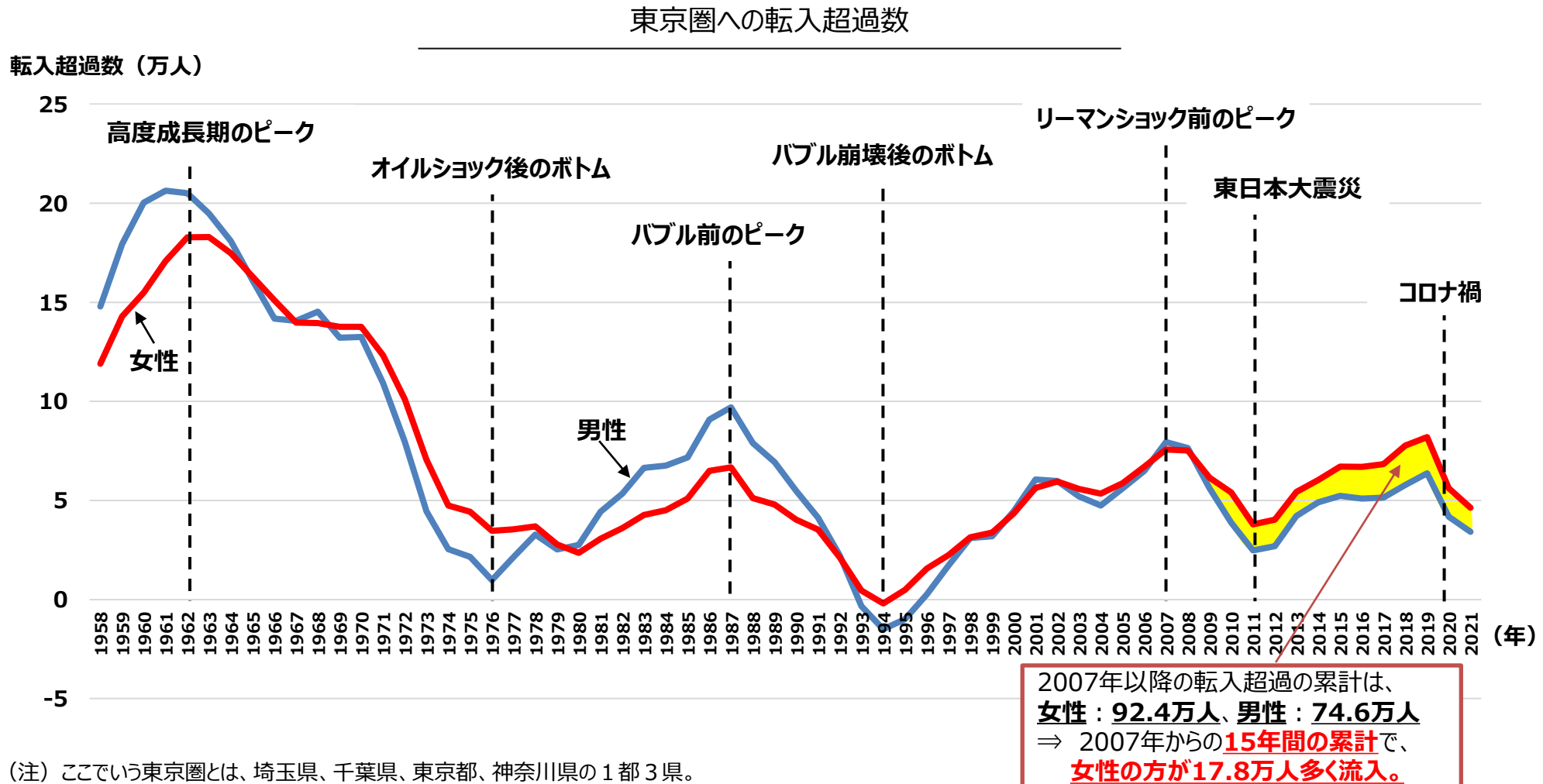
- 希望する職種や賃金等の待遇が良い仕事が見つからないために、地元に残らずに東京圏への移住を選択する人が多い。
- 実際、東京圏の転入超過数の大半を10代後半、20代の若者が占めており、進学や就職が一つのきっかけになっているものと考えられる。

東京圏への流入者の移住の背景 ※母集団：東京圏外出身の東京圏在住者

1位	<u>希望する職種の仕事が見つからないこと（全体：25.6%）</u> ※男性：28.4%、女性：22.9%
2位	<u>賃金等の待遇が良い仕事が見つからないこと（全体：19.5%）</u> ※男性：23.4%、女性：15.5%
3位	希望することが学べる進学先がないこと（全体：15.2%） ※男性：15.3%、女性：15.1%
4位	<u>自分の能力を生かせる仕事が見つからないこと（全体：14.8%）</u> ※男性：18.8%、女性：10.9%
5位	日常生活が不便なこと（全体：11.9%） ※男性：10.0%、女性：14.0%

良質な雇用を求めて若者・女性が東京圏へ転入している②

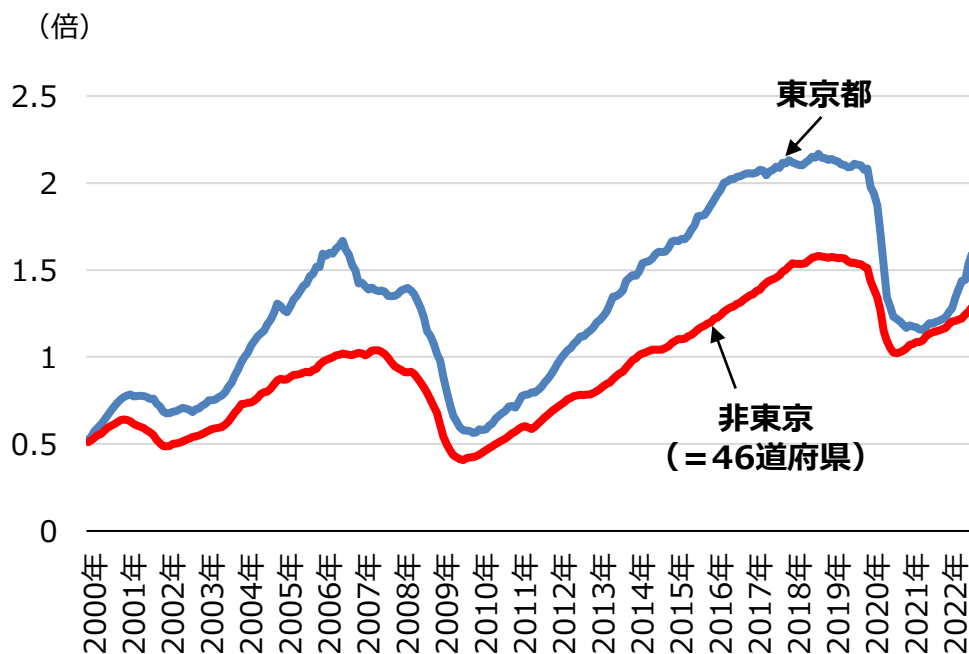
- 東京圏への転入超過数は、リーマンショック以降、女性が男性を上回って推移。コロナ以降も同傾向。
- 2007年以降15年間の転入超過数の累計で、女性92.4万人、男性74.6万人が流入。



地方の雇用は、特に女性にとって魅力的ではない可能性

- 有効求人倍率はコロナ後回復傾向にあり、非東京でも、足下全ての都道府県で1を超えている。
- **地方の雇用の課題は、単純な量の問題ではない可能性。**例えば、「生産工程」や「建設・採掘」等の職種の有効求人は、東京で少なく、地方で多いが、一方で、同職種の若い女性の就業割合は、東京で大きく、地方で小さい。すなわち、**地方で求められる職種における女性活躍が、地方では不十分**である可能性。

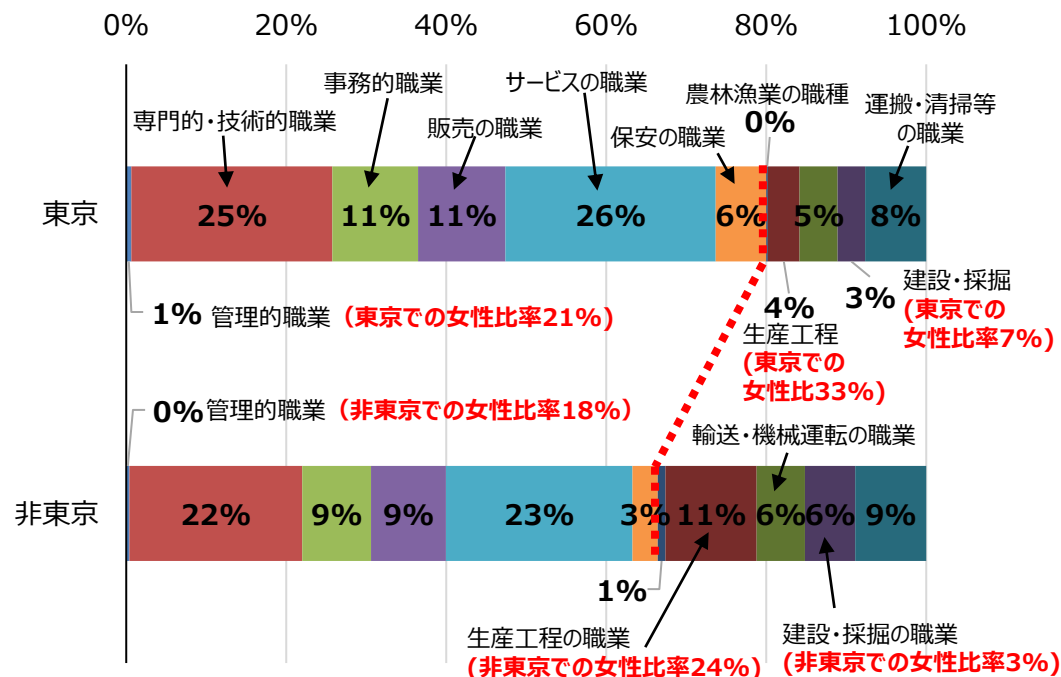
東京と非東京の地域の有効求人倍率の推移



(出所) 中小企業庁「中小企業・小規模事業者の人材戦略に関する有識者検討会」
第1回事務局資料 p.5

東京と非東京の有効求人数の職種構成 (2021年度)

※赤字：若者(25-29歳)の就業者のうち女性が占める割合(職業別、2020年)



(出所) 厚生労働省「一般職業紹介状況：雇用関係指標(年度)」、
総務省「令和2年国勢調査」

若者・女性が流入する東京圏の可処分所得・可処分時間は少ない

- 東京都の中間層の世帯の実感的な可処分所得は低い。
- また、東京圏の可処分時間は短い。

都道府県別の実感的な可処分所得（上位5地域と東京圏の順位）

	可処分所得 （中央世帯）	基礎支出 （中央世帯）	差額 ＝実感的な可処分所得 （中央世帯）
1位	富山県	東京都	三重県
2位	三重県	神奈川県	富山県
3位	山形県	埼玉県	茨城県
4位	茨城県	千葉県	山形県
5位	福井県	京都府	福井県
	⋮	⋮	⋮
	神奈川県（7位） 埼玉県（8位） 東京都（12位） 千葉県（17位）	⋮	埼玉県（23位） 神奈川県（26位） 千葉県（34位） 東京都（42位）

（注）中央世帯とは、都道府県毎に可処分所得の上位40%～60%の世帯を指す。
基礎支出とは、「食料費」＋「家賃＋持ち家の帰属家賃」＋「光熱水道費」を指す。
 ここでは、可処分所得と基礎支出の差額を、「実感的な可処分所得」としている。
 （出所）国土交通省(2021.01.29)「[企業等の東京一極集中に関する懇談会とりまとめ](#)
[（参考資料）](#) p.77

都道府県別に見たフルタイム雇用者の平均可処分時間
 （上位3地域・下位3地域と東京圏の順位）

	可処分時間（分/日）※平日
1位	北海道（778分）
2位	鳥取県（777分）
3位	青森県（776分）
	⋮
	全国平均（749分）
	⋮
36位	埼玉県（746分）
	⋮
38位	東京都（745分）
	⋮
41位	千葉県（742分）
	⋮
44位	沖縄県（738分） 神奈川県（738分）
46位	長崎県（734分）
47位	愛知県（730分）

（注）フルタイム雇用者の平日の可処分時間を算出。可処分時間は24時間のうち、
 通勤・通学/仕事/学業/家事/身の回りの幼児/介護・看護/育児/買い物に係る
 時間を除いた時間（具体的には、食事、睡眠、テレビ・ラジオ・新聞・雑誌、休養・
 くつろぎ、趣味・娯楽 等）
 （出典）総務省「[令和3年社会生活基本調査](#)」生活時間に関する結果 表74-4

結婚・子育てに必要なのは経済的余裕

- 希望するのに結婚できない理由、理想の数の子どもを持たない主要な理由は、共に、子育て・教育にかかる経済的負担の大きさ、それを賄う経済的余裕のなさ。

結婚に必要な状況

- 結婚を希望している者で結婚していない20～40歳代の男女に、どのような状況になれば結婚すると思うかを聞いたところ（複数回答）、「経済的に余裕ができること」と答えた人の割合が42.4%。

1位	<u>経済的に余裕ができること(42.4%)</u>
2位	異性と知り合う（出会う）機会があること（36.1%）
3位	精神的に余裕が出来ること（30.6%）
4位	希望の条件を満たす相手にめぐり会うこと（30.5%）
5位	結婚の必要性を感じる事（28.4%）

理想の数の子どもを持たない理由

- 予定子ども数が理想子ども数を下回る夫婦のうち、妻の年齢が35歳未満の夫婦に対して、理想の数の子どもを持たない理由を聞いたところ、最も多く挙がるのが「子育てや教育にお金がかかりすぎるから」というもの。

1位	<u>子育てや教育にお金がかかりすぎるから(77.8%)</u>
2位	これ以上、育児の心理的、肉体的負担に耐えられないから（23.1%）
3位	家が狭いから（21.4%）
3位	自分の仕事（勤めや家業）に差し支えるから（21.4%）
5位	高年齢で生むのはいやだから（19.7%）

（出所）内閣府「[令和元年版少子化社会対策白書](#)」
第1章(1)結婚に関する意識「第1-1-29図 結婚に必要な状況」

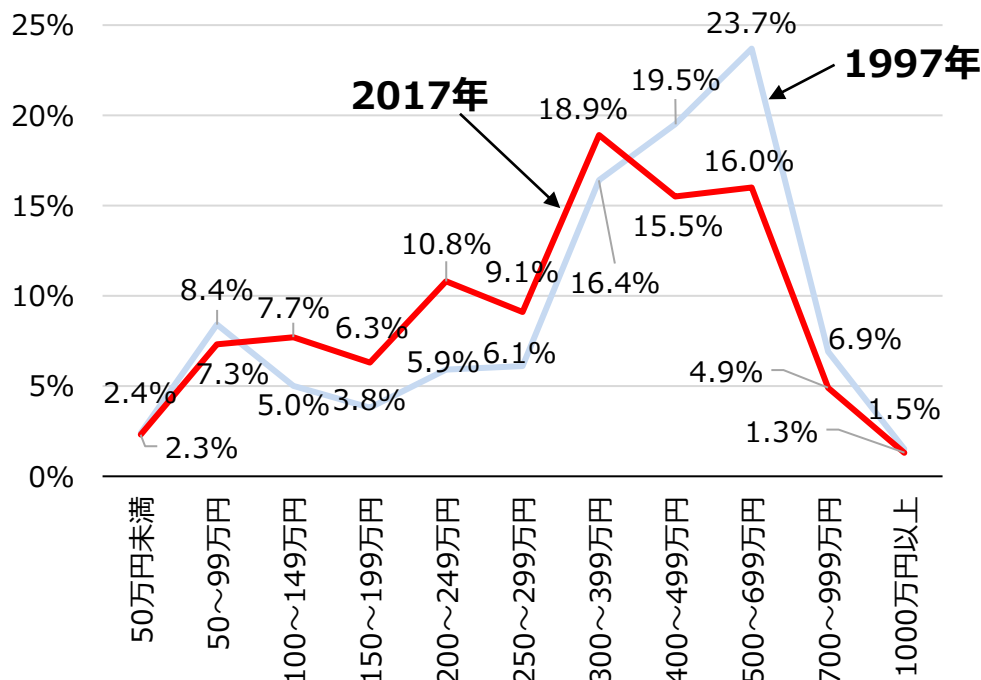
（出所）国立社会保障・人口問題研究所「[第16回出生動向基本調査](#)」図表7-6

若者の経済的余裕は低下し、有配偶率の低下が加速

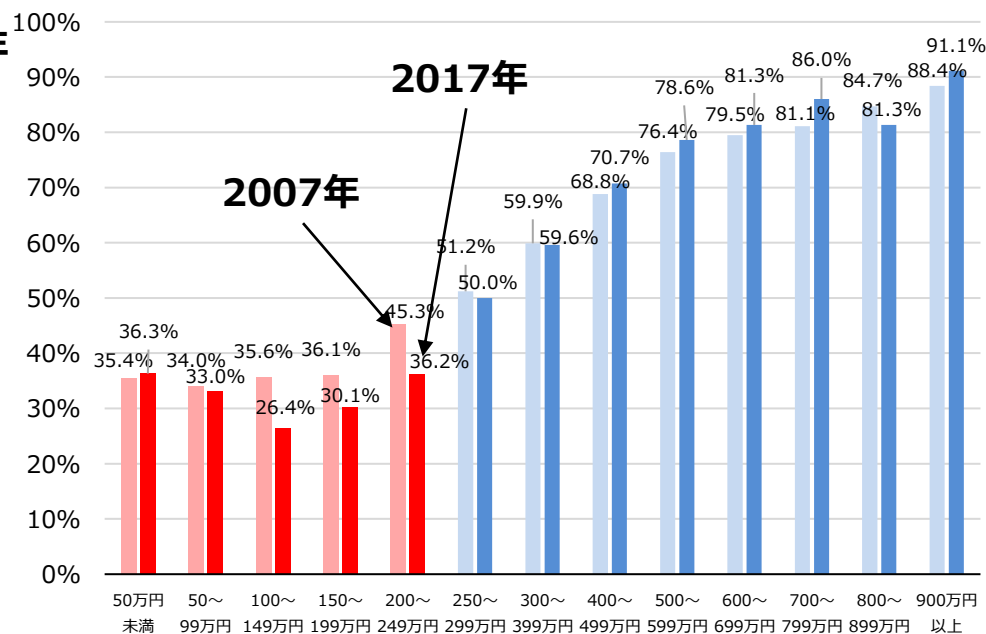
- 30代の年収分布をみると、1997年から2017年にかけて、年収400万円以上の割合が減少するとともに、年収300万円未満の割合が高くなっている。
- 30代後半の男性の有配偶率をみると、年収が高いほど有配偶率が高くなる。特に、年収250万未満の有配偶率が低い。10年前と比較すると、特に年収100万円～249万円の有配偶率が下がっている。

30～39歳の年収分布

全体に占める割合



35～39歳男性の年収別有配偶率

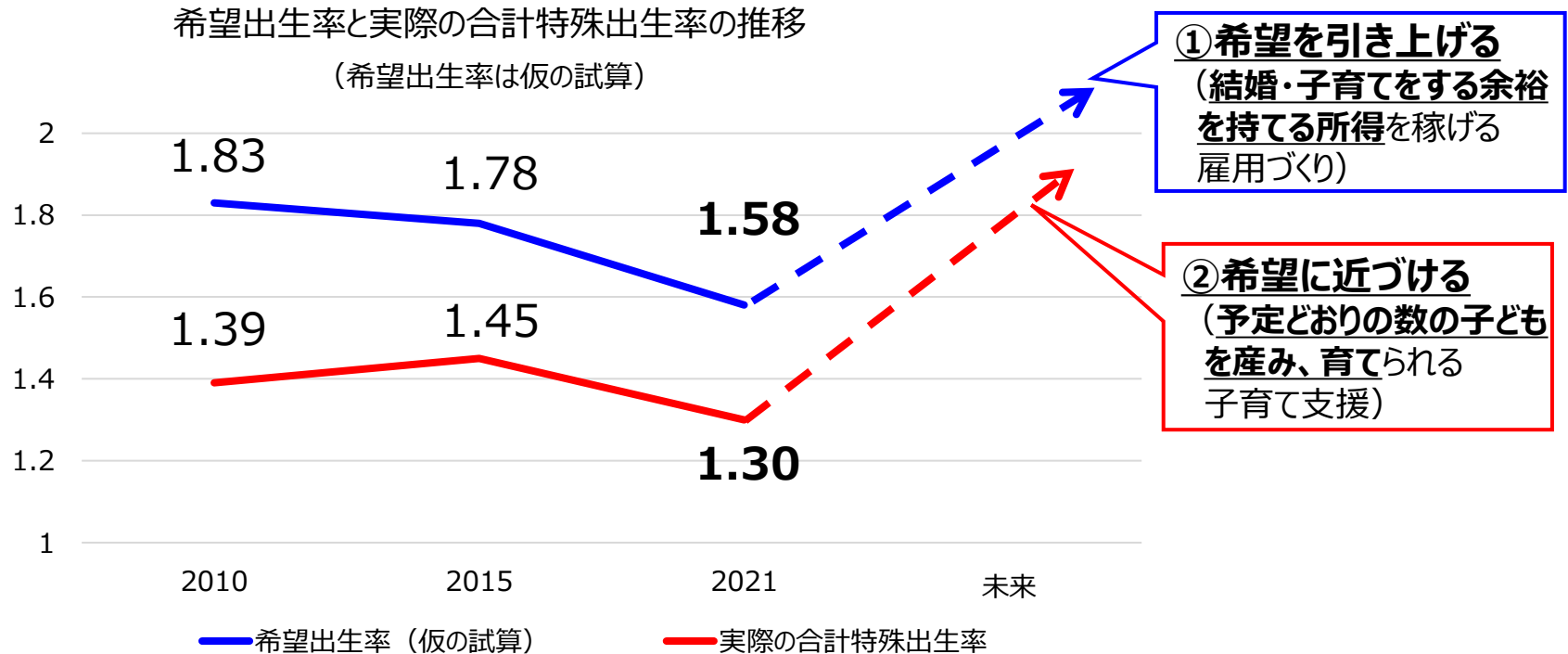


(出所) 内閣府「令和4年版 少子化社会対策白書」[第1-1-18図](#)
(総務省「就業構造基本調査」を基に作成されている。)

(出所) 労働政策研究・研修機構「[若年者の就業状況・キャリア・職業能力開発の現状③－平成29年版「就業構造基本調査」より－](#)」(2019年)を基に作成。

結婚・出産の「希望」の低下が生じている

- 合計特殊出生率だけでなく、希望出生率も低下している可能性。
- 希望出生率低下の要因は、未婚者割合の上昇、結婚希望の低下、希望子ども数の減少。



「希望出生率」 = {既婚者割合 × 夫婦の予定子ども数 + 未婚者割合 × 未婚結婚希望割合 × 希望子ども数} × 離別等効果

2010年	(0.34 × 2.07 + 0.66 × 0.89 × 2.12) × 0.938	= 1.828... ≒ 1.83
2015年	(0.32 × 2.01 + 0.68 × 0.89 × 2.02) × 0.955	= 1.781... ≒ 1.78
2021年	(0.30 × 2.01 + 0.70 × 0.84 × 1.79) × 0.955(仮)	= 1.581... ≒ 1.58

・希望出生率の定義：内閣官房資料から引用。

・既婚者割合：総務省統計局「国勢調査」における18歳～34歳女性の総数と有配偶者数を元に経済産業省にて計算。未婚者割合は1 - (既婚者割合)。

・夫婦の予定子ども数：社人研「出生動向基本調査」における夫婦の平均予定子ども数から引用。

・未婚結婚希望割合：社人研「出生動向基本調査」における18歳～34歳の女性のうち「いずれ結婚するつもり」と答えた者の割合から引用。

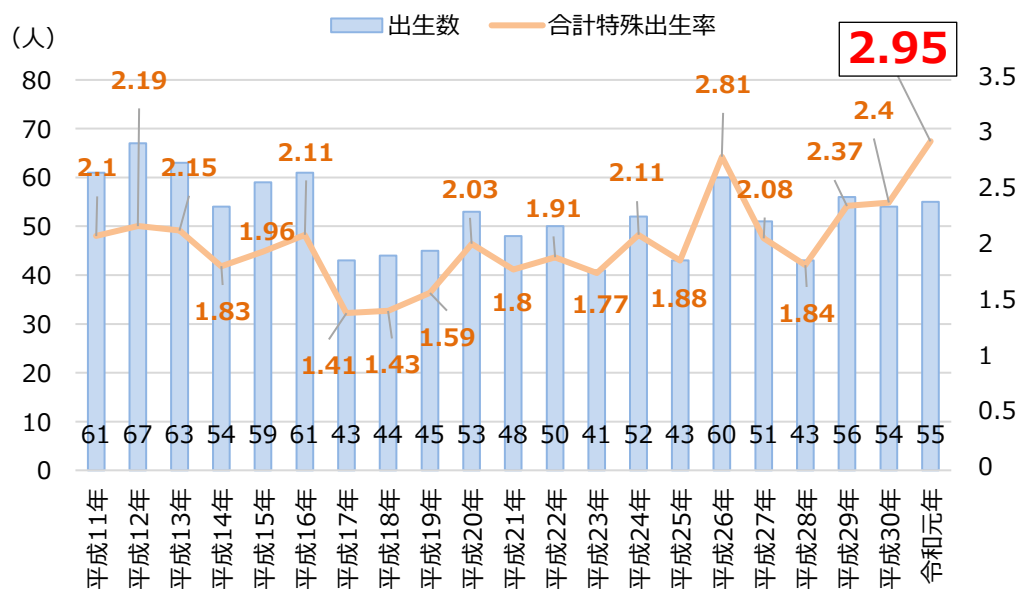
・未婚者の理想子ども数：社人研「出生動向基本調査」における18歳～34歳の女性の独身者（「いずれ結婚するつもり」と答えた者）の平均希望子ども数から引用。

・離死別等の影響：社人研「日本の将来推計人口」における出生中位の仮定に用いられた離死別等の影響。ただし2021年の数字は未公表(2023年3月時点)のため、2015年と同じ0.955として計算している。

(参考) 岡山県奈義町：出生率2.95の町

- 岡山県奈義町は岡山県北部に位置する人口6千人弱の町であるが、合計特殊出生率がここ5年平均2.3（最高値が2019年の2.95）。2012年に子育て応援宣言を掲げ、雇用、住宅、農業、インフラ整備、福祉、教育など、あらゆる施策を「人口減少・少子化」という共通課題に向けて、複合的に企画・実施。
- 子育てに予算を重点化するためには、住民の多数を占める高齢者の納得をいかに得るかという、合意形成の観点が最重要。町長が、町議会冒頭演説から自治会の集会まで、あらゆる場所で「奈義町の最大の課題は人口減少。若者が魅力を感じて定住するまちは高齢者も安心して最後まで住み続けられる町になる。」と説明。仕事・雇用の取組として「しごとコンビニ」を実施。町内の個人・企業・役場が切り出した細かい仕事を、子育て世代と高齢者が一緒に行い報酬を得る形が、地域のつながりをつくり、高齢者が子育て世代の悩みや不安に共感し、世代間相互理解による安心安全な子育て環境に。
- 一方、若者が働きたい職場・手掛けたい仕事があるかは手探り。今後も少子化対策を持続させていき、町の存続を担保するために、仕事・雇用の観点が必要との声がある。（町内に誘致した工業団地は地元町民の雇用の受け皿とはなっていない。町役場職員は、「地方部においては、都市部以上に多様な働き方の視点が求められる」との考え方。）

奈義町の合計特殊出生率の推移



しごとコンビニのスキーム

目的

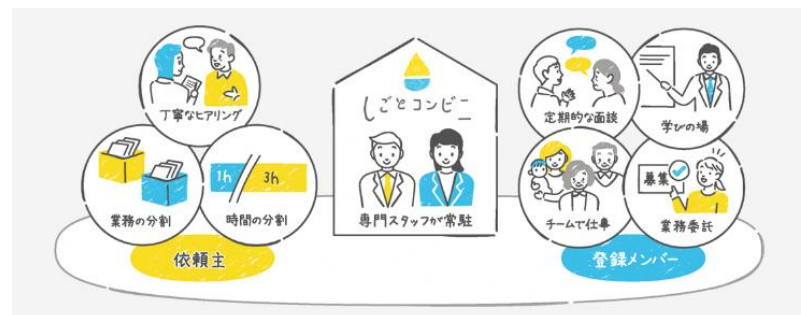
- ① 子育てしながらでも、就労できる仕組みや環境を整備する。
- ② ワークシェアすることで地域や社会に関わるような「総活躍のまち」をつくる
- ③ 仕事を任せる側の業務の効率化を図る。

対象

依頼主：農家、役場、事業所、商店など
 作業員：子育て中の親、シニア世代など時間・技術を持つ住民

仕組み

一般社団法人「しごとコンビニ」が、企業・役場・住民のアウトソースと、時間・技術を持つ住民をマッチング。子育て中の親や高齢者などが空き時間を使って、少しずつ仕事を請け負うことが可能。



(出所) しごとコンビニHP 「しごとコンビニの仕組み」

1. 「地域の包摂的成長」のコンセプト

1-1. 中間整理（2022年6月）までの検討状況

1-2. ミッションの再設定：

地域経済・企業の活力を軸とした少子化対策の重要性

2. 対応の方向性

2-1. 若者・女性の「可処分所得」の増加に繋がる政策

2-2. 若者・女性の「可処分時間」の増加に繋がる政策

2-3. 若者の結婚・子育て・生活をめぐる環境を改善する取組

2. 対応の方向性：「地域の包摂的成長」に向けて検討すべき政策の全体像

- 日本全体として、保育サービスや経済的支援などの公的支援の強化、働き方改革とともに、若者の所得向上が重要課題。構造的賃上げに向けた労働市場改革とともに、賃上げの原資を持続的に稼ぐための価格転嫁対策や生産性向上に繋がる投資・イノベーション促進策が不可欠。その上で特に地域経済・企業の活性化により地方での「良質な雇用機会」と「豊かな暮らし」を創出するべく、以下の取組を、従来より更に踏み込んで若者・女性支援という観点から強化することが必要か。
- 少子化の要因は多岐に及ぶため、若者・女性の可処分所得と可処分時間の引き上げ、結婚・子育て・生活の環境改善は同時に実現しなければならず、複数の施策を同時に実行することが必要。（後続P.17 概念図・案参照）

【地方での良質な雇用機会と豊かな暮らしが持続的だと思える環境の提供】

(1)若者・女性の収入増を通じた「可処分所得の増加」に繋がる産業政策

- ①地域の核となる企業の成長（稼ぐ力を有する企業の立地支援、中堅・中核企業の成長促進に向けた集中支援、中小企業の成長企業経営（競合他社と異なる価値創出のあり方（事業戦略）を明確に構想・実行する企業への成長））に向けた支援体系の整備〔経営者人材の強化、事業承継・M&A、人材戦略強化、イノベーション促進、海外輸出など〕、デザイン経営・ブランディングの後押し）
- ②地域全体の経済・産業のビジョンと資金・人材が循環するエコシステムの確立（アート&デザイン等「文化」の力を活かした観光業等の振興、新たな仕組み・ネットワークも活用した地域に関わる意思を持つ資金の還流の促進〔企業版ふるさと納税、企業の教育への積極的な関与を促進するための税制上の所要の措置などを通じた企業投資の呼び込み、山古志村NFTのような価値創造〕）

(2)若者・女性の「可処分時間の増加」に繋がる働き方改革や規制改革

- ①働き方改革による労働時間の適正化・両立支援・子育て支援、女性活躍の推進、人的資本経営への転換の後押し
- ②家事支援サービスの活用促進 ③フェムテック、ベビーテックの普及・活用

※二拠点居住、副業・兼業を実現するための規制改革も、検討に一考の余地ありか。

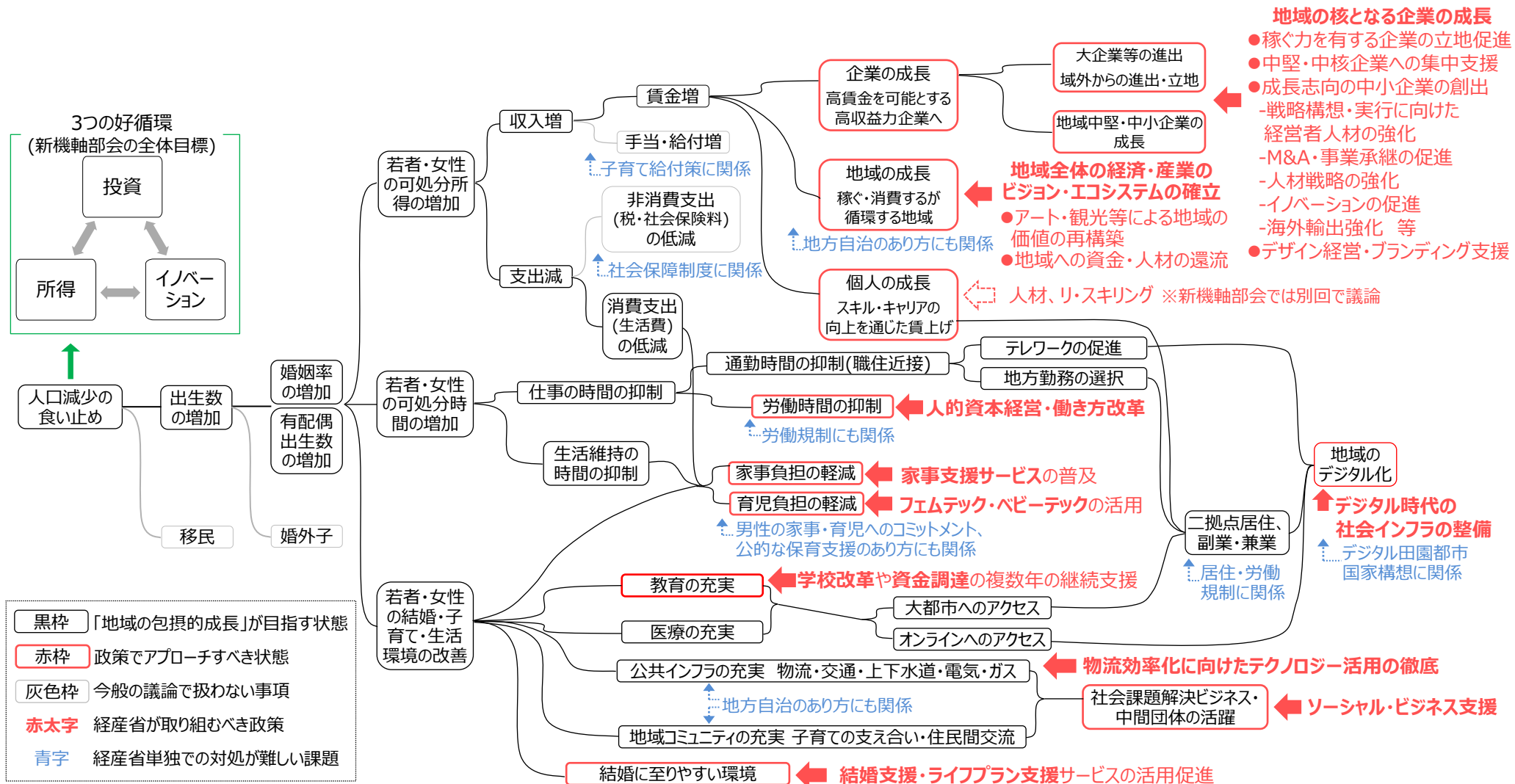
(3)若者・女性の結婚・子育て・生活をめぐる環境を改善する取組

- ①地域社会のデジタル化に向けた社会基盤の整備
- ②学校内外でICTを活用し、多様なニーズに応える地方での学びを実現するための実証・支援、資金確保等に向けた環境整備
- ③デジタルの活用を通じた、交通・物流等の公共サービスを含む生活インフラの持続可能化
- ④社会課題解決ビジネス・中間団体の活躍を通じた、地域コミュニティの活性化による安心の創出
- ⑤地方も見据えた男女のマッチング支援（ライフプランなど、個人のきっかけ作りに向けた方策（実証等）、社会のマッチング機能の向上（福利厚生によるサービス提供を促す方策、ガイドライン等）、伴走機能を有したサービスの拡大に向けた方策（実証等））

※(1)～(3)の実行においては、人的リソースや意思決定の迅速さで困難を抱えることもある自治体を補完・代替し、地域経済のビジョンを構想・実行できる主体や、官民の連携体制を構築していく主体の育成も必要。

(参考)「地域の包摂的成長」に向けて検討すべき政策の全体像 (概念図・案)

- 3つの好循環を目指す上で、少子化への対応には様々な政策の軸が存在。その主要素となる地域の若者・女性の可処分所得と可処分時間の増加、結婚・子育て生活環境の改善には、多分野にわたる経済産業政策が必要。また、他省庁の取組にも及ぶ課題も存在。



(注) 上掲の概念図は「地域の包摂的成長」検討チームによる理解を表現した図表であり、政府・経済産業省全体の公式の見解を示すものではない。

1. 「地域の包摂的成長」のコンセプト

1-1. 中間整理（2022年6月）までの検討状況

1-2. ミッションの再設定：

地域経済・企業の活力を軸とした少子化対策の重要性

2. 対応の方向性

2-1. 若者・女性の「可処分所得」の増加に繋がる政策

2-2. 若者・女性の「可処分時間」の増加に繋がる政策

2-3. 若者の結婚・子育て・生活をめぐる環境を改善する取組

2-1. 若者・女性の「可処分所得」の増加に繋がる政策の全体像

- **若者・女性が稼げる・やりたいと思える仕事が地域で選べるようになる**ためには、「稼ぐ」・「消費する」、そして地域企業による「投資」が循環する地域を形成する必要があり、**可処分所得の増加に繋がる産業政策が必要**。
- 子育て支援の公的給付だけではなく、賃金の増加による収入増を通じた可処分所得の増加を実現するためには、地域経済・企業の活性化を後押しする以下のような取組が必要。

1. **地域の核となる企業**の成長

- ・稼ぐ力を有する（国際競争力を有し、高い付加価値を創出できる）企業の立地支援
- ・中堅・中核企業の成長促進に向けた集中支援
※企業が自然と次のステージへの成長を志向できるよう、中小企業向けの政策と比較して手薄になっている中堅企業向けの政策に今後特に着目していくことは一案か。
- ・中小企業の成長企業経営の促進（競合他社と異なる価値創出のあり方(事業戦略)を明確に構想・実行する企業への成長)に向けた支援体系の整備〔経営者人材の強化、事業承継・M&A、人材戦略強化、イノベーション促進、海外輸出など〕
※産業構造の変化に伴い、独自の価値提供を目指す経営戦略が求められていることから、若者・女性を含む多様な人材が、企業内で創造的な仕事に取り組める場を用意することが、企業の持続的な利益を生み出す上でも重要になっているのではないか。
- ・デザイン経営・ブランディングの後押し

2. **地域全体の経済・産業のビジョンと資金・人材が循環するエコシステム**の確立

- ・地域の資源を生かしたアート&デザインの活用等による観光業等への投資促進
- ・新たな仕組み・ネットワークも活用した地域に関わる意思を持つ資金の還流の促進
〔企業版ふるさと納税、企業の教育への積極的な関与を促進するための税制上の所要の措置などを通じた企業投資の呼び込み、山古志村NFTのような価値創造〕

※意欲ある個人に対するリ・スキリングによる能力向上支援、職務に応じてスキルが適正に評価され賃上げに反映される日本型の職務給の確立、成長分野への円滑な労働移動の促進、を通じた構造的な賃上げの実現も必要。

※上掲の各施策については、**これまで取り組んできた内容も多い中、未だ期待される水準に到達できていない状況をどう考えるか。新たな施策の必要性**、一つ一つの施策の**支援規模や支援期間の不足**などといった観点から、**施策の具体化を検討すべき**ではないか。

若者・女性の「可処分所得」の増加に繋がる政策案

(地域の核となる産業の成長)

- 地域全体の所得・消費の向上をもたらすため、地域ごとに、地方公共団体による地域の特性を踏まえた戦略的な産業政策の推進を支援するべきではないか。
- また、当該政策の実現による良質な雇用の確保、地域の「稼ぐ力」の創出に向けて、
 - ①国際競争力を有し、高い付加価値を創出できる、「稼ぐ力」を有する企業の立地支援
 - ②中堅・中核企業の成長促進に向けた集中支援など、これまでの施策に加えて、更に踏み込んだ支援が必要ではないか。

「稼ぐ力」を有する企業の立地促進に向けた政策例

- 地域経済の活性化に繋がる企業の立地支援
- 産業インフラに係る整備支援
- 地域未来投資促進法における基本方針の見直し
 - 地域の良質な雇用の場の効果的な創出に向け、地方公共団体による事業環境整備を促進

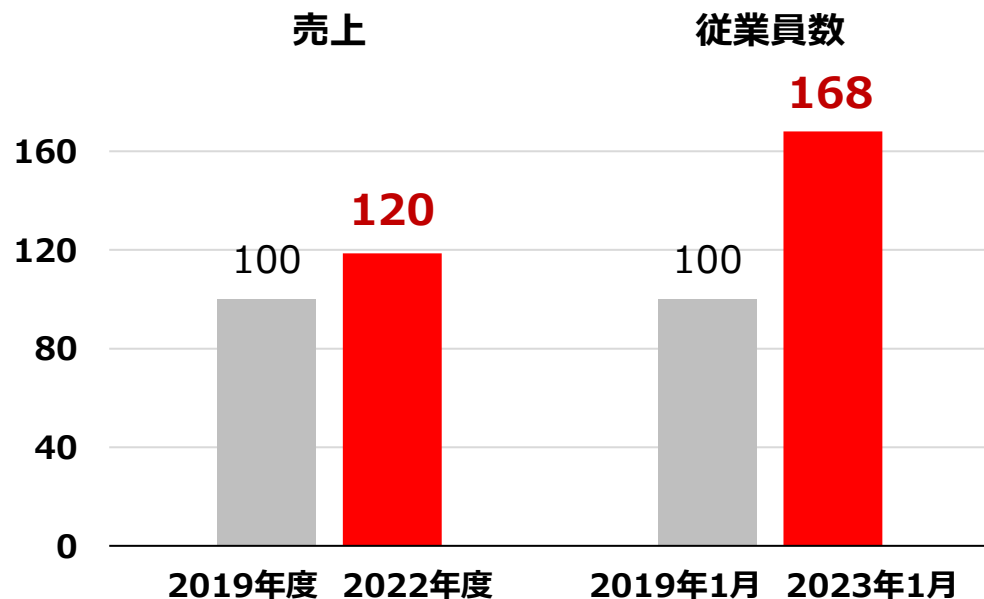
中堅・中核企業の成長に向けた政策例

- 地域未来牽引企業をはじめとする地域の中堅・中核企業の成長を促進する課題の整理
 - 人材を重視する経営への支援等
- 地域経済の中心的な担い手となりうる企業である「地域未来牽引企業」について、次の更新・見直しに関する方向性や今後の支援の在り方を検討

（参考）株式会社アデリー（山口県）：地域未来牽引企業

- 株式会社アデリーは、「新しい時代の贈り物を創造する会社」をコンセプトに、プレゼントやギフトの企画・開発から製造、配送、販売までを一貫して手がける総合卸売企業。クリエイティブな仕事による「働きがい」と「時給単価」の向上を目指す。
- 「人」重視の企業文化を前面に掲げ、女性経営者である小野氏が先導して短時間勤務やリモートワーク等の働き方改革に取り組み、女性が継続して働ける環境整備に取り組む。
- 近年は、山口県内の特産品を活かした商品の企画・販売により、コロナ禍の中でも売上を59億円（2019年度）から71億円（2022年度）まで拡大。更に、地域未来投資促進法の支援制度を活用して物流センターを新設し、従業員数を226人（2019年1月時点）から380人（2023年1月時点）に増加。

売上と従業員数の変化率（基準値＝100）



働き方改革の取組

- パートスタッフについても、有給休暇の取得を推進し2022年度のパートスタッフの有給取得消化率は100%を達成。
- 男女の扱いをフェアに行うことで、女性でもチャレンジし、実力を発揮しやすい環境づくりを行う。



(参考) 地域別・企業規模別に見た雇用シェアと賃金水準

	中小企業		大企業	
	小規模企業 (常用雇用者数：～19人)	中規模企業 (20～299人)	中堅企業～大規模企業 (300～4,999人)	超大企業 (5,000人～)
東京圏 (43%)	【常用雇用者数】 ● 160万人 (男性：60%、女性：40%) ● 全体に占める割合：4%	【常用雇用者数】 ● 383万人 (男性：63%、女性：37%) ● 全体に占める割合：10%	【常用雇用者数】 ● 573万人 (男性：62%、女性：38%) ● 全体に占める割合：15%	【常用雇用者数】 ● 482万人 (男性：54%、 女性：46%) ● 全体に占める割合：13%
	【賃金】(労働者数10～99人) 471万円		【賃金】(労働者数100～999人) 532万円	【賃金】(労働者数1,000人～) 611万円
地方圏 (57%)	【常用雇用者数】 ● 429万人 (男性：60%、女性：40%) ● 全体に占める割合：12%	【常用雇用者数】 ● 902万人 (男性：61%、女性：39%) ● 全体に占める割合：24%	【常用雇用者数】 ● 579万人 (男性：60%、女性：40%) ● 全体に占める割合：16%	【常用雇用者数】 ● 218万人 (男性：54%、 女性：46%) ● 全体に占める割合：6%
	【賃金】(労働者数10～99人) 396万円		【賃金】(労働者数100～999人) 453万円	【賃金】(労働者数1,000人～) 540万円

(注) 中規模や中堅の定義は様々ある中で、一つの考え方として常用雇用者数で設定。ここでいう東京圏とは、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、の1都3県。

四捨五入している関係で、東京圏・地方圏それぞれの常用雇用者数が全体に占める割合は、各マスの合計とは一致しない。

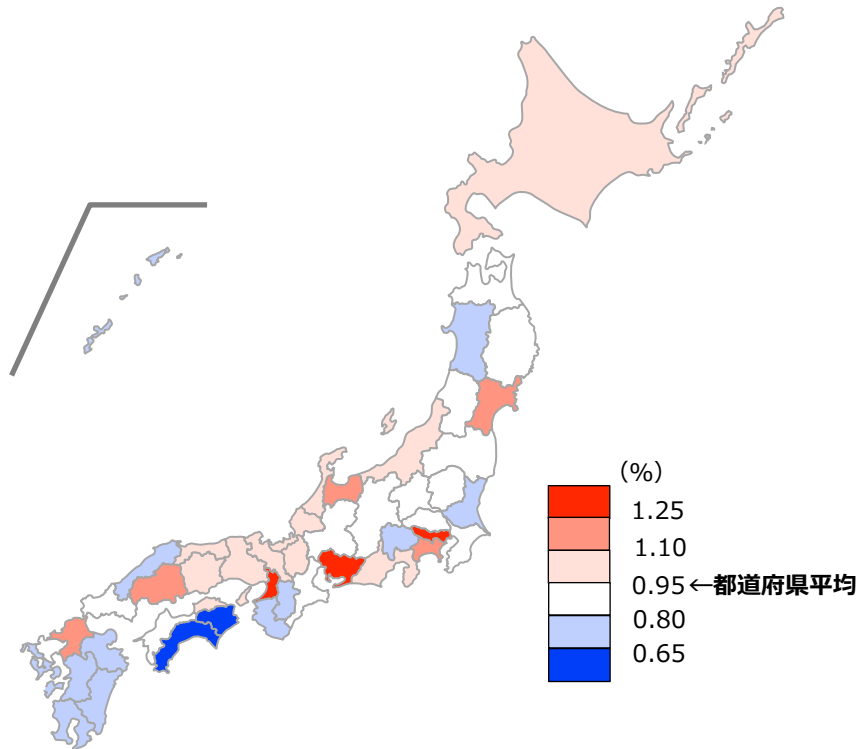
賃金は、一般労働者（＝短時間労働者以外の者）の値。「きまって支給する現金給与額×12」と「年間賞与そのほか特別給与額」を足したもので、年収に相当する金額となっている。なお、都道府県毎の労働者数のウェイトで加重平均して算出している。

(出所) 総務省・経済産業省「平成28年 経済センサス-活動調査-」、厚生労働省「令和3年賃金構造基本統計調査」

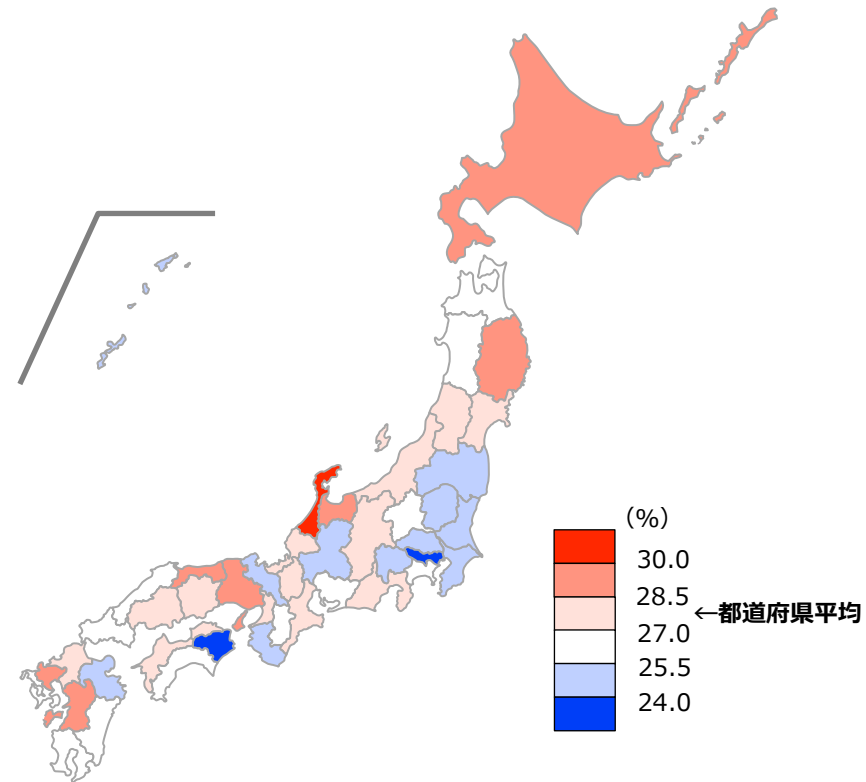
(参考) 地域の雇用を支える中堅・中核企業

- 中堅企業は全国で4.3万社（1.2%）。地方においても、中堅企業数の割合が高い地域が存在。
- 中堅企業の雇用者数（従業員数）は全国で1,428万人（25.9%）。地方においては、域内の雇用者数に占める中堅企業の割合は高い。

都道府県別 中堅企業数割合



都道府県別 中堅企業雇用者数割合



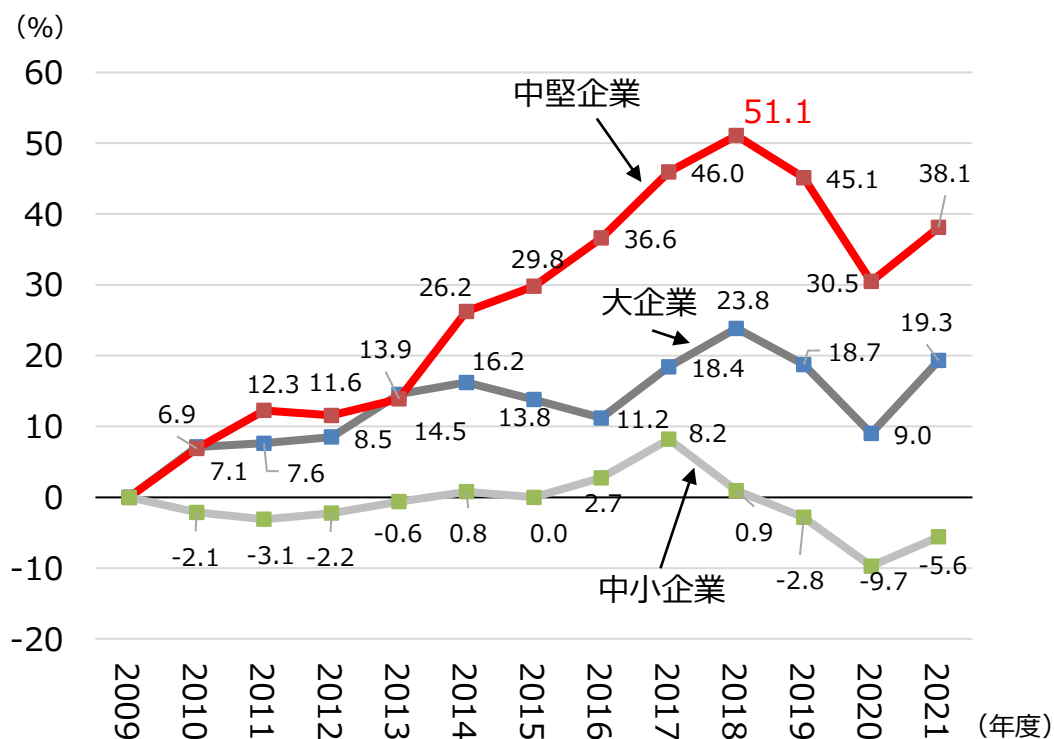
(注) 中堅企業：従業員数100人以上999人未満の法人。企業数には個人事業主も含む。

(出所) 総務省「平成28年経済センサス活動調査 企業ベース」を基に作成。

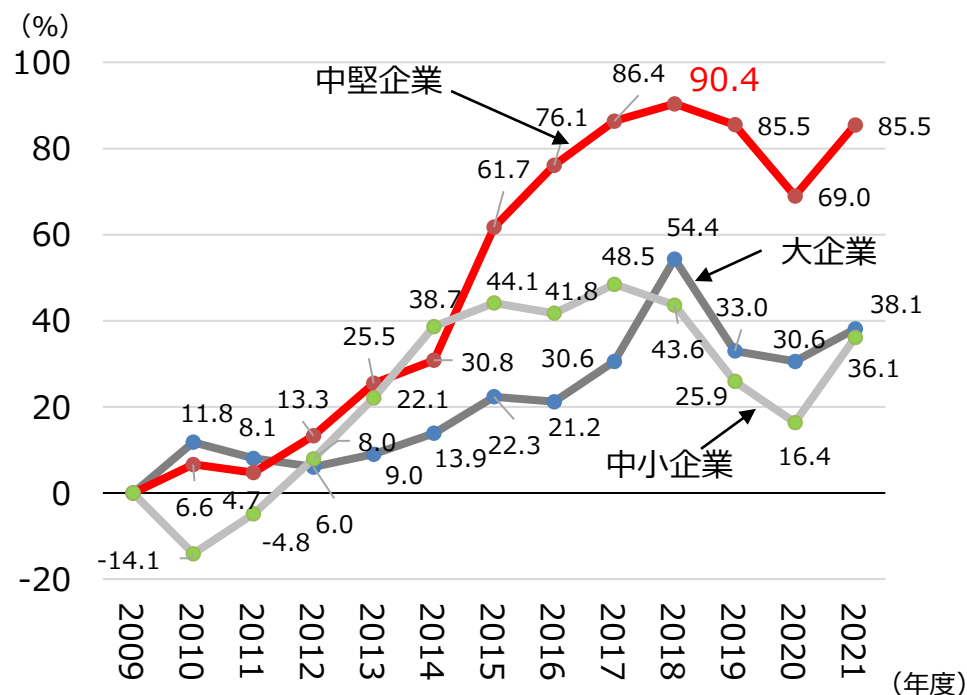
(参考) 地域の経済活動を支える中堅・中核企業

- 中堅企業は、大企業・中小企業と比して1企業当たりの売上高の伸び率が高く、2009年度を基準とした場合、2018年度には1.5倍まで増加。
- また、設備投資額においても、中堅企業は1企業当たりの伸び率が高く、2009年度を基準とした場合、2018年度には1.9倍まで増加。

企業規模別の1企業当たりの売上高推移
(2009年度を基準とした場合の伸び率)



企業規模別の1企業当たりの設備投資額推移
(2009年度を基準とした場合の伸び率)



(注) 中小企業：資本金1億円未満、中堅企業：資本金1億円以上10億円未満、大企業：資本金10億円以上。

(出所) 財務省「法人企業統計」を基に作成。

(参考) 中堅企業政策を行っている諸外国の例：韓国、台湾

韓国

- **2010年代から中堅企業**に対する**育成・支援政策を本格化**。
- 大企業規制政策と中小企業保護政策という二極化が見直され、**中小企業から中堅企業への卒業促進、中堅企業からグローバル専門企業への飛躍**を円滑にする政策体系を構築。

世界的専門中堅企業育成戦略(2010)

※1ウォン=0.1円 (3/7時点)

- ・ 中堅企業育成に向けた法律的根拠の導入
- ・ 中小企業卒業促進と卒業企業への負担緩和
- ・ 中堅企業の技術競争力の強化(R&D支援規模拡大等)
- ・ グローバルマーケティング支援体制の構築
- ・ 「World-Class 300」プロジェクト

産業発展法改正(2011)

- ・ 中堅企業概念を明確化

中堅企業特別法制定(2014)

- ・ 中堅企業の定義を明確化

中堅企業政策の概要 (2023)

- ・ **2030年までに1万社**(現5.5千社) **輸出2千億ドル**(現1.1千億ドル)を**目標に15中核分野**を中心に**集中支援**を実施。

競争優位拡張型 (10分野)

半導体、ディスプレイ、二次電池、未来のモビリティ、コア素材、先端バイオ、エネルギー新事業、先端製造、スマート家電、未来型造船

競争優位創出型 (5分野)

AIロボット、航空、次世代原子力、次世代情報通信、スマート建設

- ・ 具体的には、まず**中小から中堅への育成**について、「**成長の梯子の構築**」として、「**高成長革新企業**」を計**1000社**(100社×10年間)選定。
- ・ さらに、**中堅からグローバル専門企業への育成**について①**輸出**、②**サプライチェーン**、③**DX**において**今後10年でR&Dに1.5兆ウォン**(≒1500億円)の資金投入し、**各分野別100～150社の先導企業群を集中支援**。

中堅企業の定義

- ・ 資産総額5000億ウォン(≒500億円)以上5兆ウォン(≒5000億円)未満
- ・ 3年間の平均売上高400億ウォン(≒40億円)～1500億ウォン(≒150億円)以上(業種別)

台湾

- 台湾では2011年に、「**中堅企業の成長を促進するための計画**」を立て、**3年ごとに有望な中小企業を選抜**し、台湾を代表する中堅企業に育成するビジョンを策定。**2022年に第7回の選抜を実施**している等、本取組は継続中。
- また、中堅企業支援を専門に行う「**中堅企業支援TFT**」を**台湾経済部工業局の傘下に設置**し、中堅企業に対する指導や施策展開を行っている。

※1元=19.61円 (3/7時点)

	資本金	常時雇用従業員	年間売上高	常時雇用従業員
大企業	1 億元以上 (≒20億円)	200人以上		
中小企業	1 億元未満 (≒20億円)	200人未満		
			中堅企業	200億元以下 (≒3900億円) or 2000人以下

+

- ① **強い基礎技術力**をもつ
- ② 特定の分野で独自の鍵となる技術と**高い国際競争力**をもつ
- ③ **国内を主要な経営、生産拠点**とすること

選抜・優遇

- ・ 優れた業績を上げた企業を選抜し、①「**潜在的な中堅企業**」として、さらに優れている企業を②「**卓越した中堅企業**」として、表彰。
- ・ 表彰企業は国の重点支援対象となり、**中堅企業のみを対象とした様々な支援ツール**(研究開発や人材育成に係る補助金等)を優先的に受けられる。

(出所) 台湾経済部工業局HP、および「中堅企業の成長を促進するための計画」を基に経済産業省が作成

(出所) 韓国「世界的専門中堅企業育成戦略」、「中堅企業成長促進戦略」を基に経済産業省が作成

若者・女性の「可処分所得」の増加に繋がる政策案

(持続的に高い利益を生み出す・若者や女性に選ばれる地域中堅・中小企業の創出)

- 地域の中小企業が、持続的な利益を生み出し、積極的な賃上げや将来投資に取り組む企業に成長するためには、①**競合他社と異なる価値創出のあり方(事業戦略)**を明確に構想・実行することや、②これを支える**経営者による知の探索**が重要ではないか。また、③**社員・組織の理解浸透・意欲喚起**が戦略の円滑な実行を補完しているケースも見られる。
- 特に、**社員が企業の目指す提供価値を理解し、意欲的に取り組める環境が整っている職場**の存在は、**地域の所得向上**と、**若者・女性に働きたいと思える場を地域に提供**するという双方の観点から重要ではないか。

成長中小企業の経営のポイント (中小企業庁ヒアリングまとめ・一部)

碌々産業 (東京/静岡・加工機製造)



ニットー (神奈川・金属加工)



相模屋食料 (群馬・豆腐製造)



①事業戦略の明確な構想・実行

競合他社にはない価値の創出のあり方を明確に構想し、全ての企業活動を価値創出のために調整

⇓

中小企業における戦略構想・実行のコア：経営者

⇓

②経営者による知の探索

既存事業や資源を所与とせず、価値創出に向けて他の経営者や異業界への接触等の認知の範囲外へ出る試みを積極実施

↑ 戦略の円滑な実行を補完 ↑

③社員・組織の理解浸透・意欲喚起

自社の価値創出のあり方に対する社員の理解浸透・意欲喚起のための工夫を実践

他社には**模倣困難な精密加工機械の製造**を究め、汎用機械製造を捨てて**GNT戦略**に特化。
製品ブランドの作り込み、加工機の利用者たるオペレーターの育成や表彰等、**ニッチ戦略の維持を支える活動**を実施。

戦略論の古典的名著の学習や、**ブランド戦略に長じたモデル企業のキーマンとの接触**(BMW Japan広報部長) 等を通じ、GNT戦略の具体的な取組方法を学習。

リーマンショックによる**経営危機**を受け、GNT戦略への特化への理解が全社に浸透。全社員と社長が**個別MTG**を行い、会社ビジョンを周知徹底。

複数社をM&Aし、他の金属加工中小企業にない**設計・試作・量産の一貫体制**という**独自性**を獲得。
メンチャク系スマホケース、立ち仕事用のアシストスーツ等の**独自製品開発**も積極的に実施。

地元工業会の**若手経営者・後継者ネットワーク**で相談やアドバイスを受け、承継やM&A等の課題を乗り越える糧に。**社長自ら異業界・異業種と接触**し、製品価値の再発見に努めることを重視。

M&Aされた異なる文化・風土の会社の方向性統一のため、全社員と対話し、1年がかりで**共通経営理念**(顧客への提供価値、社員の幸せ等)を策定。

大規模・自動製造の実現により「近接・家族経営」という**豆腐業界の常識を覆し、広販売網・大規模経営を実現(フラグメント・インダストリーの打開)**。「ザクとうふ」「うにのようなビヨンドとうふ」等、**革新性・独自性ある新製品**を継続的に開発。

他の経営者との出会い、日常摂取する**情報**等から、不断に事業・商品アイデアを収集・構想する習慣を形成。

商品の革新性という提供価値を最大化するため、敢えて**商品企画機能を非組織化・トップダウン式**に。職人は良質かつスピード感のある豆腐製造という**得意分野に専念**。

(参考) 産業構造の変化に伴う経営戦略・社員の働き方の変化 (イメージ・仮説)

- 産業構造の変化に伴い、現代の企業には競合他社にない価値の提供を実現するための経営戦略が従来以上に求められるように。企業が新たな価値を創造するためには、若者・女性を含む多様な人材が活躍し、創造的な仕事に取り組める場が提供されていることが重要ではないか。若者・女性を含む多様な人材の活躍が、企業の独自の価値と持続的な利益の創出の源泉となるのではないか。

人口増加期 (～1980年代頃)

現代

需要・生産能力増を前提とした産業構造

産業構造

- 耐久消費財に対する需要の爆発的な増大、流通革命と呼ばれた卸売・小売とりわけスーパーの成長 (1960年代)、建設業や金融・保険業の成長、自動車産業のリーディング・セクター化 (1970年代) 等、人口増加に伴う需要の拡大や生産能力の向上を背景とした産業構造が現出。※1

独自の価値提供が必要な産業構造

- 90年代以降、グローバル化・ICT化により、長期安定取引関係から、対多数・多面的な取引関係へ移行しているとの分析・考察あり。※2
- 既存のモノ・サービスへの需要は飽和とする実証研究が存在。※3 成熟経済において新たな需要を創出するには、**既存製品と異なる価値の提供 (プロダクト・イノベーション) が求められる**ことが示唆。
- 新たな価値観 (SDGsの重視等) に伴う消費者ニーズの多様化・個別化が進み、コモディティ需要は減退する一方、**独自の付加価値を有する商品・サービスが需要を獲得**する方向へ変化。※4

需要・生産能力の増加に対応するための経営(仮説)

経営戦略

- 多重下請構造も背景となり、製造業を中心に、多くの企業は、需要・生産能力の増加に対応し、大量生産・効率性追求の経営を行ってきたのではないか。
- その中で、多くの企業は経験に基づく習熟を社員に求め、多様性・個性が捨象され、若者・女性の活躍の場も限定されてきたのではないか。

独自の価値提供を目指し、多様な人材の活躍が活きる経営(仮説)

社員の働き方

- 既存商品・サービスと差別化された価値を創造するために、その企業が顧客に提供できる、**他社と異なる価値を構想**し、あらゆる企業活動を価値提供のために調整する必要があるのではないか。
- **若者・女性を含む多様な人材が企業内で創造的な仕事に取り組める場**が用意されていることが、企業が、新たな価値観や多様なニーズを捉え、独自の価値と持続的な利益を創出することにも、ポジティブなフィードバックを与えるのではないか。

※1: 吉川洋・宮川修子 (2009.9) 「産業構造の変化と戦後日本の経済成長」 RIETI Discussion Paper Series 09-J-024 pp.5-8.

※2: 中小企業白書 2007年版 第3部 第1章 変容する企業間の取引構造 pp.158-178.

※3: 吉川洋・安藤浩一 (2015.3) 「プロダクト・イノベーションと経済成長 PartⅣ: 高齢化社会における需要の変化」 RIETI Discussion Paper Series 15-J-012

※4: 小松原正浩・住川武人・山科拓也 (2021年9月) 『マッキンゼー ネクスト・ノーマル: アフターコロナの勝者の条件』 (東洋経済新報社) p.50

(参考) フジワラテクノアート：企業価値を育てる仕組み

- 醸造技術の開発と醸造装置の製造を行う創業90年の中小企業。醸造装置自体の競合は存在するが、フルオーダーメイド・トータルエンジニアリング・アフターフォローの徹底などにより、他社と差別化した価値を提供。
- 2018年に「2050年ビジョン」を策定。ひとり一人が同じ方向を向いて活躍できるよう、部門別ミッション、個人別のビジョンの策定など、社内ビジョンの浸透に注力。その結果、女性をはじめ多様な人材が活躍できる環境が整備され、企業価値の向上に結びついている。

フジワラテクノアート独自の提供価値

- **フルオーダーメイド** | お客様のニーズや最新の技術を柔軟に採用、挑戦
- **トータルエンジニアリング** | 単品、プラント一式から、エンジニアリングにも対応
- **品質、耐久性** | 30年以上、安定して使用可能
- **徹底したアフターフォロー** | 安定稼働までの伴走、トラブルの緊急対応など

➡ **国内の機械製麹能力シェア80%**

フジワラテクノアート「2050年ビジョン」



(出所) フジワラテクノアート「[中長期的な成長方向を描いた開発ビジョン](#)」

多様な人材が最大限に力を発揮する環境

- **個人別5か年ビジョン** | Will-can-mustシートを活用し、成長計画を立てる。計画に基づき、資格取得や実務経験蓄積を進める。
- **社内のDX化** | 3年で21個のITツール・システムを導入。ビジョンを掲げることで課題が見え、社員が自らDX化を促進。
- **定年後雇用制度** | 定年者も評価の対象とし、現役社員と同率賞与支給。高い専門性を持つ人材が働きやすい環境を整備。
- **障害者雇用制度** | 目標をもって業務に取り組める雇用制度・人事制度の創設。「障害者との共働」の理解促進のための社内講演会の実施。

組織構成の変化

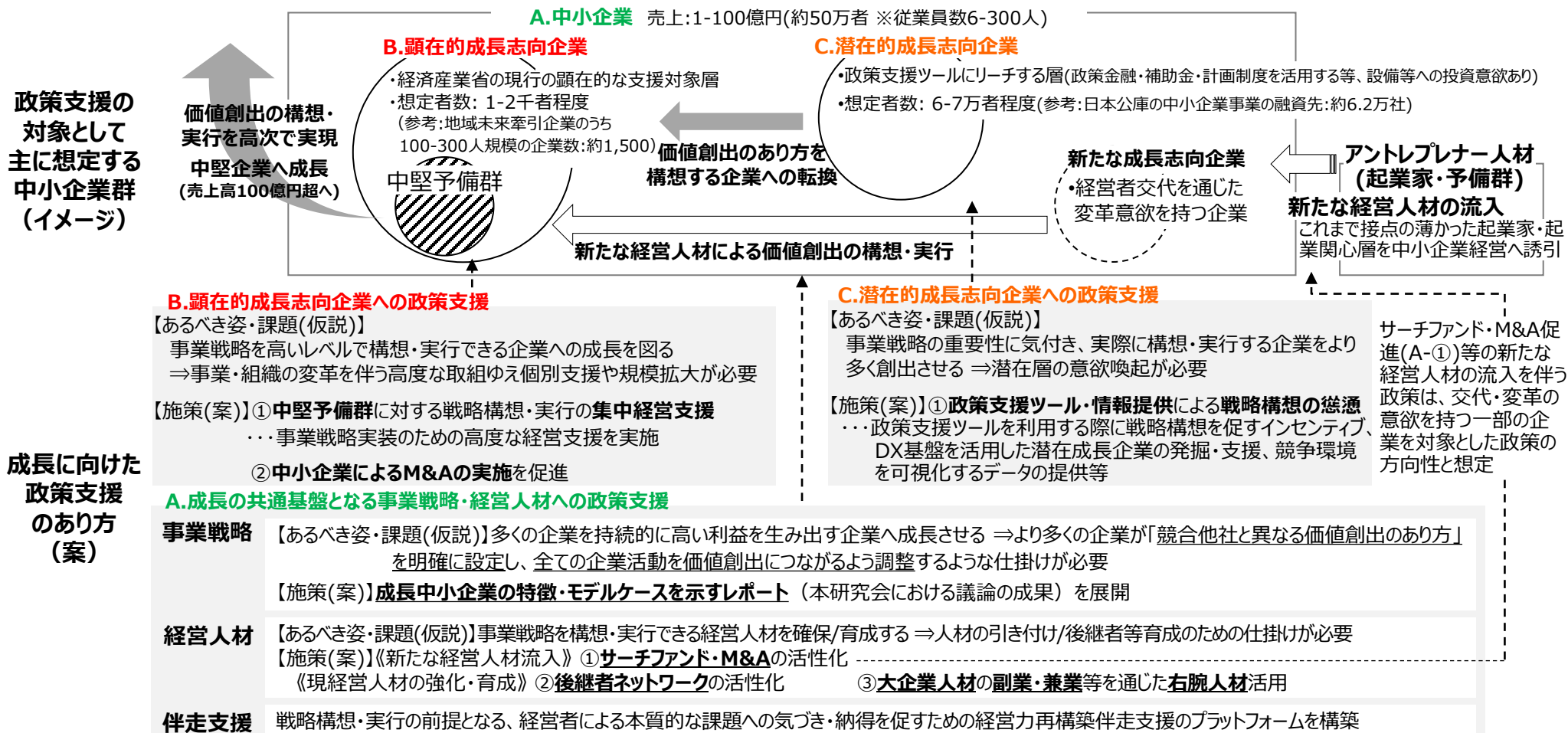
	2001年	2015年	2022年
女性社員数 (比率)	5名(5.8%)	16名(12.8%)	31名(20.5%)
女性役員率	14.2%(1/7)	33%(2/6)	43%(3/7)
障害者雇用	0名	0名	2名
デジタル人材	—	—	のべ23名

(出所) フジワラテクノアートへの聞き取りにより経済産業省作成

若者・女性の「可処分所得」の増加に繋がる政策案

(持続的に高い利益を生み出す・若者や女性に選ばれる地域中堅・中小企業の創出)

- 地域の中小企業が競合他社と異なる価値創出のあり方(事業戦略)を明確に構想・実行する成長企業となることを促す上で、あるべき政策支援の方向性(政策仮説例: 中小企業経営者の事業戦略構想・実行力の強化や、中小企業による成長志向のM&Aの実施の促進 等)を「中小企業の成長経営の実現に向けた研究会」において有識者委員と検討中。



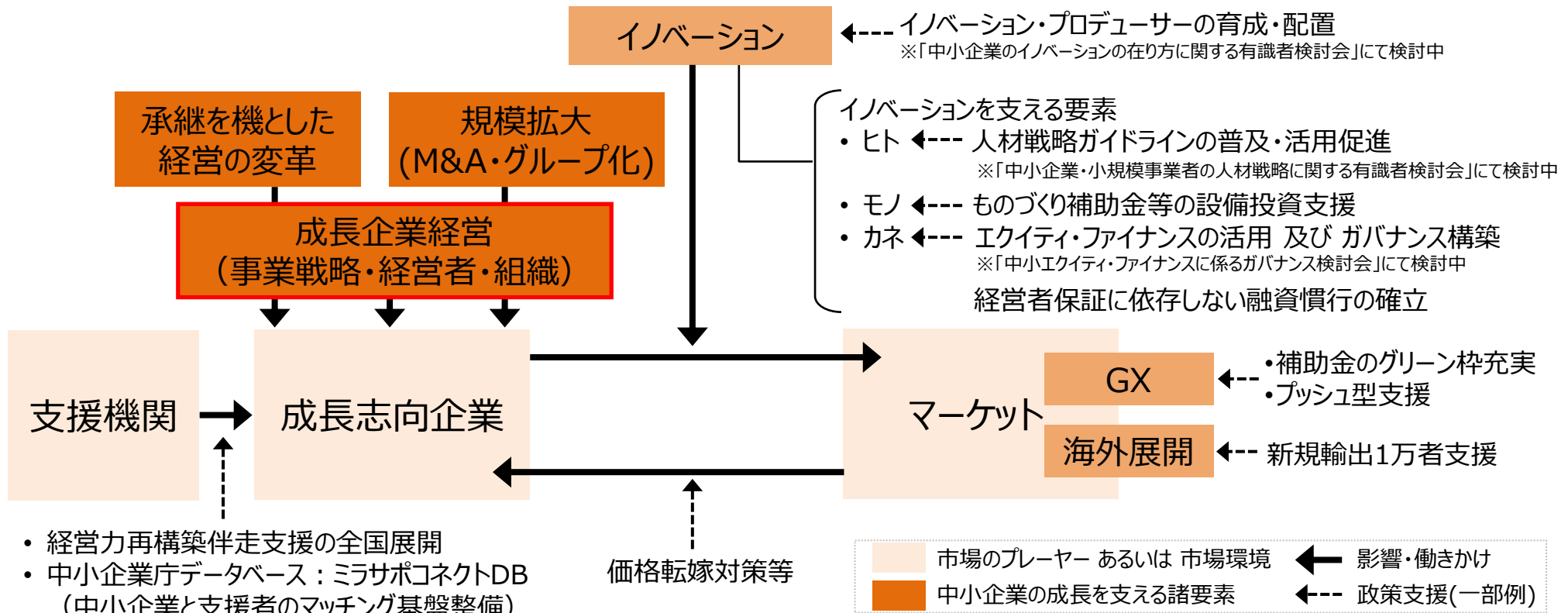
(出所) 中小企業庁(2023.2.15)「中小企業の成長経営の実現に向けた研究会」第1回 資料4 P.27

(注) この「全体概観」は、当該研究会の議論用資料として事務局が作成したものであり、記載情報は必ずしも今後の政策に関する決定事項を示すものではない。

(参考) 成長志向の中小企業創出に向けた政策検討の全体イメージ

成長志向の中小企業創出に向けた政策検討の全体イメージ（今後検討を深化）
 （2023年2月15日 中小企業の成長経営の実現に向けた研究会 第1回事務局説明資料より抜粋）

※下掲概念図は、必ずしも今後の中小企業政策に関する決定事項を示すものではない。



若者・女性の「可処分所得」の増加に繋がる政策案

(デザイン経営・ブランディング、適正な対価の確保)

- 地方中小企業によるデザイン経営の実践例、デザイン経営に積極的な企業ほど売上成長率や従業員・顧客の愛着が高いとする調査研究が存在。また、地域資源のブランド化が稼ぎの向上やコミュニティの活性化に繋がった地域も。稼げる企業・地域を創る上で、デザイン・ブランディングの視点が鍵になるのではないかな。

「デザイン経営」に関する調査研究 (公益財団法人日本デザイン振興会)



(得られた主な示唆)

- “デザイン経営に積極的な企業ほど、売上成長率は高い傾向にある”
- “デザイン経営に積極的な企業ほど、デザインへの投資は増加し、将来的な効果への期待が高い傾向にある”
- “デザイン経営に積極的な企業ほど、従業員からも顧客からも愛される傾向にある”

(出所) 公益財団法人 日本デザイン振興会(2020.11.25)「[企業経営へのデザイン活用度調査結果発表](#)」

石川県羽咋市：地場産品のブランド化による集落活性化



- 平野部より収量が少ない高地で栽培される神子原地区の良質な米をブランド化し、米価をそれまでの3倍ほどに跳ね上げることに成功。
- 農家による自立した販売体制を構築。農家に出資を募って会社も設立し、地区住民のみで管理運営を行う。
- 農家と都市部の大学生との交流事業を実施して賑わいを創出する一方、移住を推進する制度を用意して、若い世代が集落に移住しやすい環境を整備するなど山村集落の活性化に取り組む。

(出所) 総務省「地域力創造優良事例集(平成20年度)」I 地場産品発掘・ブランド化 [2.山村集落活性化計画「山彦計画」\(石川県羽咋市\)](#)

(参考) SAWAMURA (滋賀) : デザイン経営で価値創造企業へ転換

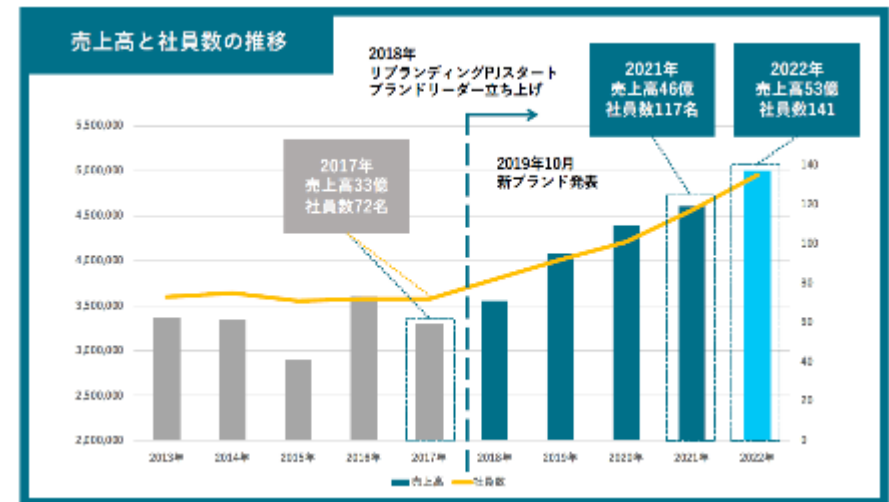
- 株式会社澤村は、オフィス・工場・公共施設から住宅・店舗の新築リフォームまで手がける、1950年創業の総合建設業。事業承継を機に、公共調達から民間市場へ売って出る戦略に転換。自社の強みの発掘を重ねつつ、付加価値は会社のブランド力に宿ることに気づき、広報・ディレクションに長けたデザイナーを採用。
- これまでの自社の価値観を伝える形に言い換えた「きっかけを創造する」というミッション設定を皮切りに、組織内外のリブランディングに着手。社員全員で「どんな会社になっていきたいのか」という視点から、企業ブランド発信、地域貢献、社員エンゲージメント向上に取り組むことで、自社の組織力強化と、設計・施工に留まらない「いい会社づくり」のための新たな価値提供を推進。
- 結果、入社希望者数（エントリー数）が2017年以前は50名程度だったものが、2023年新卒採用時には450名。入社3年以内の離職率0%となり、社員数と売上の好循環を達成。

SAWAMURAのインナーブランディング

価値観の転換	・ ミッションステートメントの設定とブランドブック作成 くきっかけを創造する>
コミュニケーション強化	・ 共育カレッジ：技術継承を行う社内大学 ・ SAWAMURAマルシェ：ブランドイメージを地域に発信 ・ ブランド教育：キャリア採用向けOn-Boarding 中堅向けブランドリーダー育成 幹部向けビジョンカレッジ ・ 双方向経営方針発表会：社員各々のVISIONの発露
きっかけづくりへの価値提供	・ オフィスづくりを起点とした組織づくりワークショップの提供 ・ 自社の広報・ブランドチームによる広報支援 ・ 事業承継を契機とした強み整理コンサルティング

(出所) SAWAMURA提供資料を改編

業績と社員数の推移 (-2022年)



(出所) SAWAMURA提供資料より

若者・女性の「可処分所得」の増加に繋がる政策案

(地域の資源を生かしたアート&デザインの活用等による観光業等への投資促進)

- 地域の風土や文化、その土地ならではの技術や資源等を生かした観光業の振興を通じて、地域文化のアップデートや産地の活性化、観光コンテンツや地域産品の磨き上げ等により、外需を獲得していくことが重要。地域経済や地域コミュニティの活性化を通じて、人流の促進や雇用創出、地域への愛着を深める取組を推進するため、政府としても投資を促す施策が講じられないか。

現代アートによるコミュニティの復活・観光需要増 (瀬戸内国際芸術祭)



- 島々の人口が減少し、地域の活力低下が顕著であった中で、現代アートの力を借り、**アーティストと地域の人々による地域の特徴の発見、交流、協働による作品をベースにした芸術祭**を実施。
- 国内外の多様な人々のフェイス・トゥ・フェイスの交流から生まれる縁を重視し、全国・世界の幅広い年齢層が瀬戸内で活動。
- 2019年で来訪者約118万人、**経済波及効果は約180億円**。1990年から2018年で直島の観光客数は約1万人から50万人超へ。**移住者は18年度で前年比16%増の92人**。18～19年で2年連続で地価上昇。

(出所) 経済産業省「アートと経済社会について考える研究会」[第2回事務局資料](#)

地域文化×デザインによる観光コンテンツの組成 (地域文化商社 うなぎの寝床)



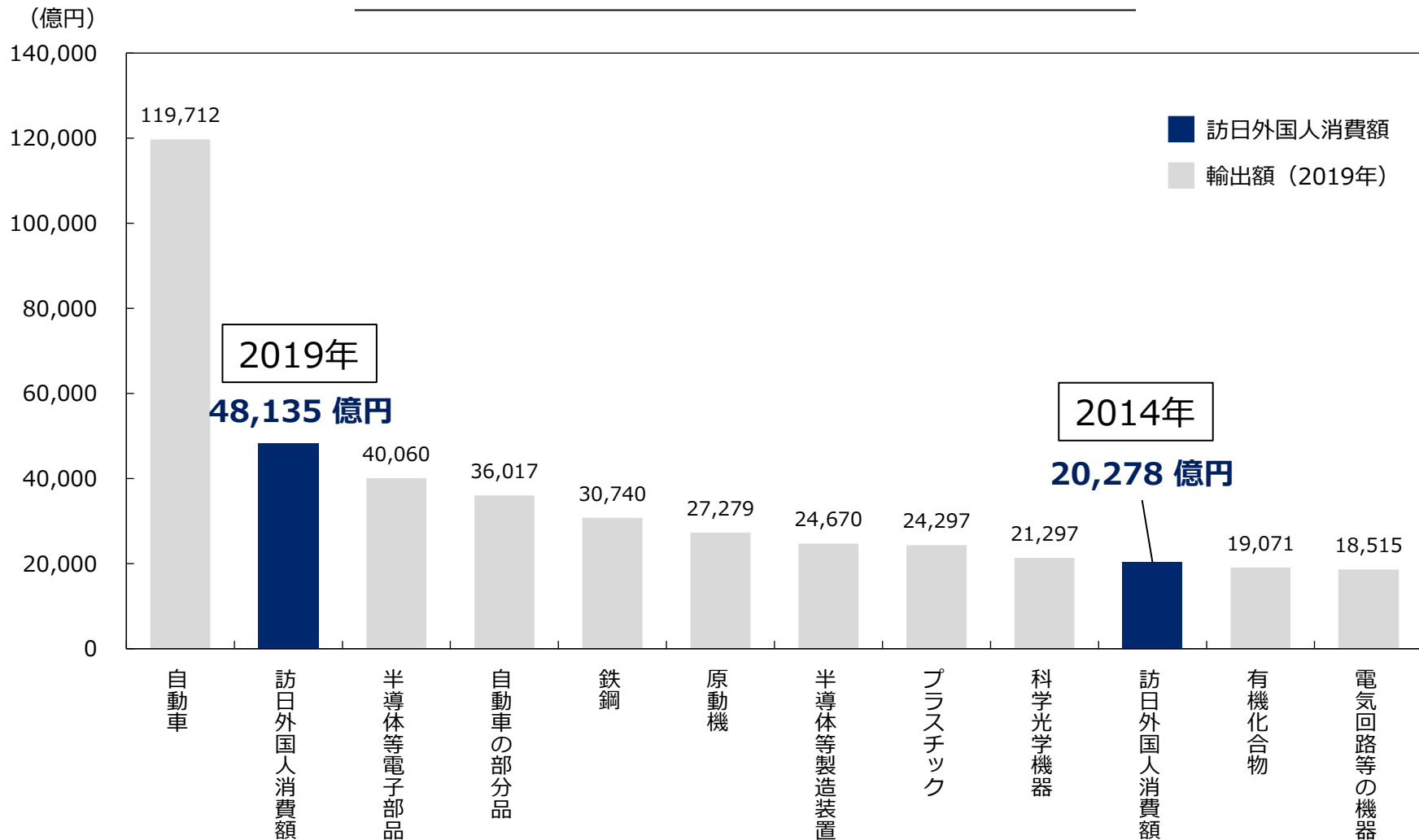
- 地域の伝統産業の製品販売だけでは、地域の魅力が域外に伝わらないことを課題とし、**九州筑後のものづくりを伝えるアンテナショップ**として2012年に活動を開始。**地域文脈に根ざしたプロダクト開発やショップ運営のほか、九州の文化やものづくりに触れる宿や旅行ツアー等も企画・運営。**
- 商品の販売だけでなく、**ツアーや体験を組み合わせながら地域文化の価値を伝える仕組み**をつくり、**生産者・地域文化商社も含め全体的に採算が取れるビジネスモデルを構築**。創業から**10年で年商は約30倍**に成長。

(出所)
経済産業省「[つくる。つたえる。つながる。つづく。『共創型ローカルデザイナー』の実践から学ぶ地域デザイン](#)」、
令和3年度デザイン政策研修（経済産業省デザイン政策室）

(参考) 我が国の輸出額と訪日外国人消費額の比較

- コロナ前（2019年）の訪日外国人消費額は、自動車輸出額に次いで、第2位の規模の輸出額相当。

訪日外国人消費額及び品目別輸出額（2019年）



(参考) インバウンドの生産波及効果

- コロナ前（2019年）の訪日外国人旅行消費の生産波及効果（消費額含む）は、消費額の1.75倍に相当する約7.8兆円と試算される。

訪日外国人の生産波及効果 上位15部門（2019年）

（億円）

部門	全国籍・地域					
		中国	台湾	韓国	香港	米国
宿泊・飲食サービス	23,904	6,395	2,658	2,526	1,823	2,178
商業	12,791	6,226	1,468	912	921	544
食料品・たばこ	5,474	1,618	697	596	424	405
鉄道輸送	3,539	892	411	260	200	315
その他の対事業所サービス	2,746	1,063	318	235	202	173
化学最終製品（医薬品を除く。）	2,011	1,515	144	58	87	21
飲料	1,897	505	207	207	141	172
道路輸送（自家輸送を除く。）	1,854	595	193	205	119	164
農林業	1,778	510	214	190	137	143
娯楽サービス	1,574	452	172	159	79	110
電力	1,434	486	162	129	101	106
物品賃貸サービス	1,127	333	205	107	162	55
金融・保険	1,090	387	127	94	79	75
運輸附帯サービス	1,020	316	113	103	72	92
不動産仲介及び賃貸	942	362	108	83	69	61
波及効果合計（A）	77,756	27,427	8,888	7,099	5,657	5,509

消費額合計（B）（注）	44,334	15,912	5,082	3,988	3,214	3,073
A/B	1.75386	1.72364	1.74884	1.78008	1.75995	1.79261

（注）消費額は、延長産業連関表の国産自給率を乗じて国産品のみとしたもの。

（出典）観光庁「訪日外国人消費動向調査」、延長産業連関表（2016）をもとに経済産業省作成。

(参考) 大分県別府市：アートを通じた地域の価値の再構築と人材集積・稼ぐ力の向上

- NPO法人BEPPU PROJECT（2005年山出淳也氏により創業）は、アート・フェスティバルの開催をはじめ、市民の地域活動へのエンゲージメント向上、アーティスト・イン・レジデンス、観光・消費の拠点づくり、地域企業のブランディング等、アートの力を活用して、地域が持つ価値の再構築や発信に取り組む。
- アートを核として創造性のある人材が集積し、地域内外の多様な人々が滞在・消費を楽しむまちに変貌しつつある別府は、文化経済の力により地域住民の幸福や経済的価値を引き上げた先進的モデルと言える。

アートイベントを通じた魅力発信・市民活動活性化



- (左) IN BEPPU: 毎年1組のアーティストを招聘して行う、地域性を活かした個展形式の芸術祭。2021年はファッションデザイナー・廣川玉枝が地域の祭を新たに考案。域外来訪者を多く集めた上、多くの市民も祭の実現に向けて積極的に参画・協働した。
- (右)ベップ・アート・マンス: 別府市内の文化・芸術に関わるイベントを集めた、誰もが参加できる市民文化祭。小学生が講師を務めた折り紙ワークショップの企画者として参加した市民は、87%が会期外の地域活動にも参加した。

創造的人材の移住



- 芸術イベントの実施や滞在施設の運営を継続する中で、地域にアーティストが受け入れられる素地を醸成。2009年から2021年までに120名超のアーティストが別府市に移住（市人口の0.1%）。2030年までに1200名の移住実現に向けて取り組む。

地域企業の稼ぐ力・まちの誘引力の向上



- アーティストのスキルを活かし、企業の課題分析からブランディングまでを一気通貫で実行。県内企業とクリエイターを協働させる取組では56社の案件を実施し、ある企業では3ヶ月で売上増前年度比140%を達成、新規雇用6名創出を実現した。
- 中心市街地にリノベーションスペースを造成し、アートイベントを含む年間約600企画を実施。新たな賑わいが生まれ、一時期中心市街地の商店街5つで空き店舗が0に。

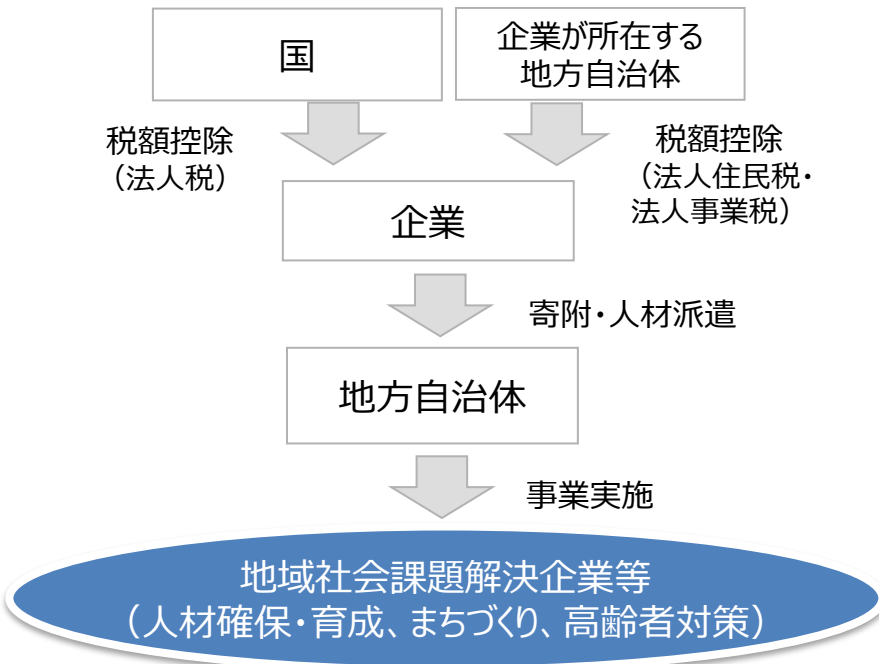
若者・女性の「可処分所得」の増加に繋がる政策案

(地域に関わる意思を持つ資金・人材の還流の促進)

- 人材確保・育成、まちづくりなど、地域では様々な社会課題が顕在化する中、地域においては地方自治体と企業が共創し、ビジネスの視点も活用し、地域課題を持続的に解決していく仕組み作りが重要。
- SDGsへの関心が高まる中、ESG投資やインパクト投資も拡大。大企業等も新たな事業領域として、地域課題に注目しつつあり、域外から資金や人材を集めてくる取組を促進していくことが重要。

企業版ふるさと納税

- 企業版ふるさと納税制度を活用すると、企業は寄附額の最大約 9 割の法人関係税が軽減。
- 令和 2 年度からは、寄附に合わせて企業が地方自治体に人材を派遣し、地方自治体の地方創生の事業に従事する制度も開始。



新潟県旧山古志村の事例

- 地域課題の解決に向けた独自財源を作るため、山古志の地域資源として知られる錦鯉を描いた「Nishikigoi NFT」を世界へ向けて販売。売上を地域の独自財源として活用。
- NFTの購入者は、山古志地域を存続させるためのアイデアの提案権と投票権を有するデジタル住民票を取得。これにより、デジタル住民票を有するデジタル村民にも、一部の予算執行権限を付与。

Nishikigoi NFT



投票結果



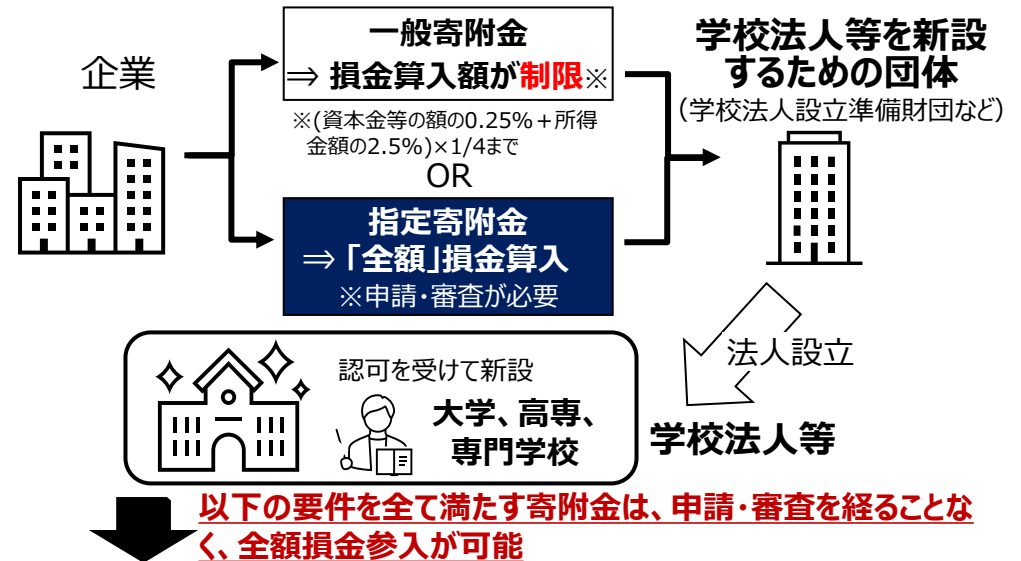
(参考) 神山まると高専

- Sansanの寺田親弘社長らが、徳島県神山町において高専を立ち上げ、2023年4月に開校予定。約20年ぶりの新設高専。ITやソフトウェア等のテクノロジー教育、UI/UXを中心としたデザイン教育と、起業家精神を育む教育を提供。設立に際し、企業版ふるさと納税等を活用し、多くの企業・個人から寄付金を募集。
- 経済産業省では、私立の大学や高専、専門学校を設立するための企業による寄付を促すため、税制上の枠組みを整備。

神山まると高専（徳島県神山町）



企業の教育への積極的な関与を促進するための税制上の所要の措置

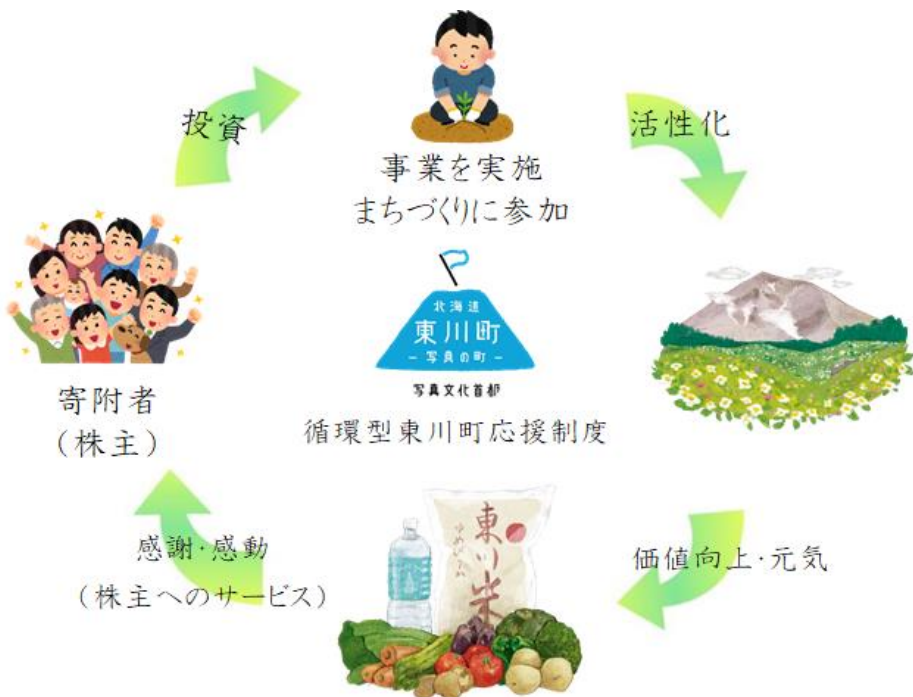


1. 法人が私立の大学、高等専門学校又は専門学校（大学卒業相当）を設置する学校法人等の設立を目的とする法人（学校法人設立準備法人）に対して、令和10年3月31日までに支出する寄附金
2. 当該学校法人等の設立前になされ、その設立のための費用に充てられる寄附金
3. 設置しようとする私立大学等が法人設立後5年以内に認可されない場合には、国又は地方公共団体に寄附するとして募集された寄附金

(参考) 北海道東川町：ふるさと納税を活用したまちづくり

- 東川町は、1950年の1万754人をピークに1994年には7000人を切るまで人口が減少。しかしながら、大雪山の豊かさや旭川家具を生産する家具・クラフト文化を軸とした「写真の町」としてのブランディングを進めることで、人口が2022年には8531人まで増加（2015年の昼夜間人口比率は101.1）。
- 2008年からは、交流人口の増加のため、ふるさと納税制度を活用した「ひがしかわ株主制度」を創設。寄付者を株主（特別町民）と見立て、町のプロジェクトに投資（寄付）をしてもらうとともに、「株主証」を交付し、東川町で特典を受けることを可能とした。

ひがしかわ株主制度のスキーム図



(出所) 総務省 (2016.12.16)
第2回 これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会 [資料1](#)

ひがしかわ株主制度の概要

- 社会貢献を目的としたプロジェクトから投資したい事業を選び、1万円以上（10株以上）の投資により、東川町の株主（特別町民）として認定。
- 令和3年度は約5万人から、約9億6千万円の投資を受け、財源の確保が難しい事業を実施。



例1) 写真文化首都「写真の町」推進事業

- 「写真甲子園」をはじめとした、写真の町に関わる事業や写真文化のアーカイブスを通じた写真文化首都としての町づくりを推進する事業。



例2) 海外青年応援プロジェクト

- 世界中の日本で学ぶことを夢見る若者を応援するプロジェクト。
- 東川町立東川日本語学校等での日本語学習を通じ、将来を担う国際感覚豊かな人材を育成。

(出所) 東川町HP「[ひがしかわ株主制度](#) [ふるさと納税特設サイト](#)」を基に作成

(参考) 熊本県南小国町：地域単位での人材活用（地域の人事部）

- 熊本県南小国町（人口約4千人）では、株式会社SMO南小国が町役場とも連携し、町内事業者の企業群を1つの企業と見立てて、地域単位で採用・育成・評価・配置を行う取組を実施。
- 具体的には、町内事業者間及び近接地域間での兼業副業を促進し、共通の評価基準を設けることで個人のキャリア形成（スキルアップ・業務経験等）を図るとともに、付加価値の高い仕事を担える人材を地域で育成することで、人材の定着ひいては地域産業の活性化を目指している。

株式会社SMO南小国の方針

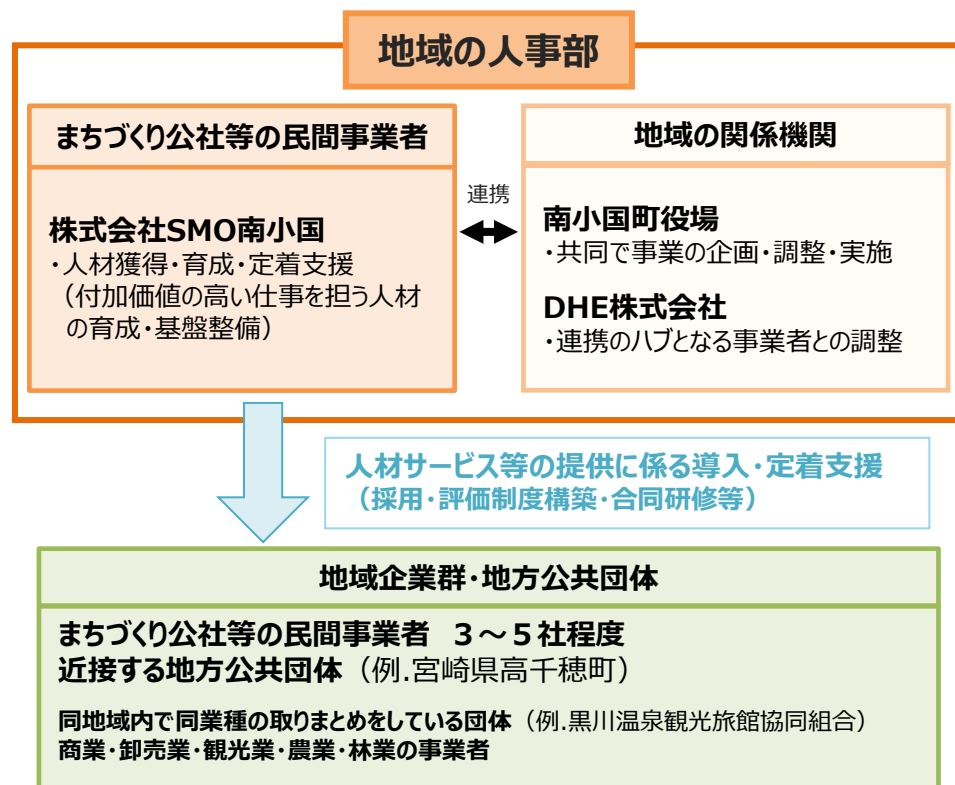


それぞれの地域らしい地域経営の実現

- SMO南小国は、南小国町の物産館と観光協会が機能を融合した観光地域づくり法人（DMO）であり、町が99%出資しているまちづくり公社。
- 物産館の運営、ふるさと納税業務の受託、起業支援等を収益源としており、地域内で経済循環を生み出すことによって、地域での雇用創出や人材還流を促進。

（出所）九州経済産業局（2023.2.14）「[地域の人事部フォーラムin九州](#)」
株式会社SMO南小国 講演資料等を基に経済産業省にて作成

地域単位で人材活用に取り組むスキーム図



（出所）経済産業省にて作成

1. 「地域の包摂的成長」のコンセプト

1-1. 中間整理（2022年6月）までの検討状況

1-2. ミッションの再設定：

地域経済・企業の活力を軸とした少子化対策の重要性

2. 対応の方向性

2-1. 若者・女性の「可処分所得」の増加に繋がる政策

2-2. 若者・女性の「可処分時間」の増加に繋がる政策

2-3. 若者の結婚・子育て・生活をめぐる環境を改善する取組

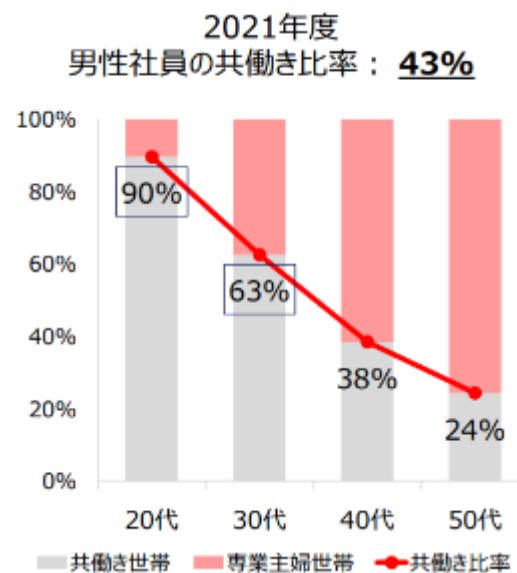
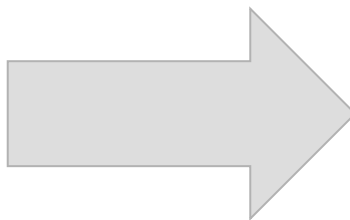
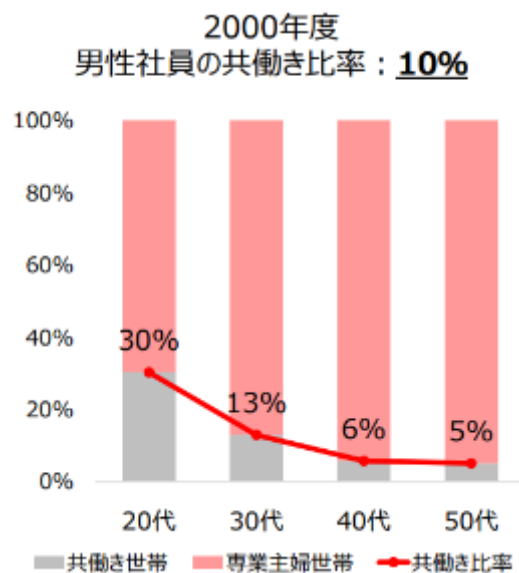
2-2. 若者・女性の「可処分時間」の増加に繋がる政策の全体像

- 若者・女性が理想の働き方を実現するためには、場所・時間に囚われない働き方を選択しやすい社会を構築する必要があり、「可処分時間の増加」に繋がる政策が必要。
 1. 「地方か都会か」「大企業か中小企業か」を選ぶのではなく、地方でも都会でも、大企業でも中小企業でも、理想の働き方が実現できる環境整備
 - ・働き方改革による労働時間の適正化、両立支援・子育て支援、女性活躍の推進
（特に、中堅・中小企業において、子育て支援や女性活躍の推進に関するルール・インセンティブ等を検討できないか。）
 - ・人的資本経営への転換の後押し（若者・女性を含めた社員のモチベーションを高め、人の価値を最大限引き出す取組の推進）
 2. 家事支援サービスの利活用促進
 - ・サービスの需要拡大及び信頼性向上、企業の福利厚生施策を通じた導入の促進を促す方策の検討
 3. ベビーテック、フェムテックの普及・活用
 - ・妊娠・出産等のライフイベントと仕事の両立、ヘルスリテラシー向上等に向けた実証事業
 4. テレワークやワーケーションを支える地域社会のデジタル化
- ※ 二拠点居住、副業・兼業を実現するための規制改革、固定的な性別役割分担の見直し（子育て世代の男性における、家事・育児への参画の支援等）も、検討に一考の余地ありか。

(参考) 伊藤忠商事

- 男女を問わず、働き方改革を徹底的に推進。2013年から朝型勤務を導入した。現在は、9時から15時をコアタイムとする朝型フレックスタイム制度に進化。
- 全社員に多様な働き方の選択肢を用意し、出産後の働き方の選択肢を多様化させる観点から、時短勤務や育児休業制度に加え、早期復職者向けの手当の創設を行った。
- かつては、男性社員・専業主婦モデルであったが、現在では、男性社員の共働き比率は43%にまで上昇。
- これらの働き方改革を推し進めた結果として、出生率は0.60（2005年度）→1.97（2021年度）に上昇。

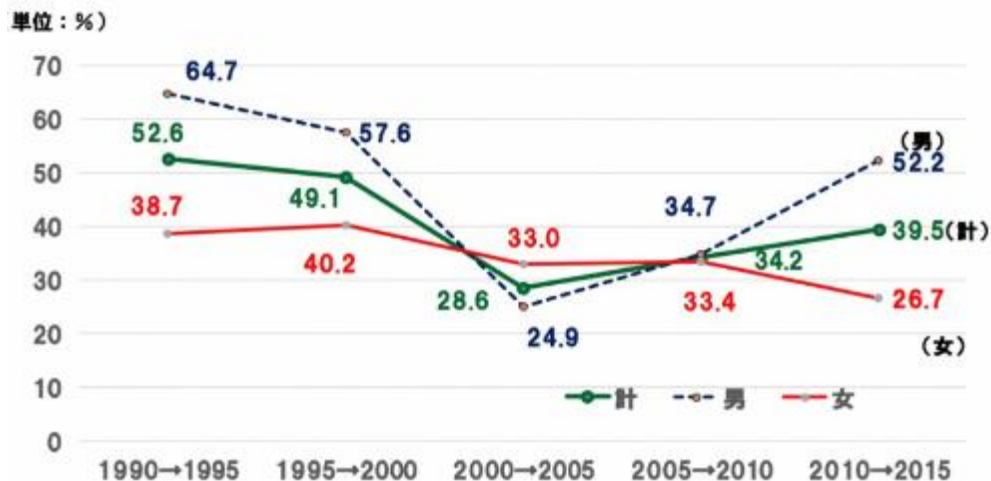
- ・ 20年前と比較し、**男性社員の共働き比率が大幅に増加**
- ・ 男性社員の共働き比率は**20代9割、30代6割**と共働きを選択する社員が大多数



(参考) 兵庫県豊岡市：意識改革

- 2015年の豊岡市での若者回復率（20歳代転入超過数の10歳代転出超過数に対する割合）には、**明らかな男女差**が存在。**若い女性が豊岡市から流出し、戻ってこない、移住してきていない**ことが判明。
- 豊岡市は、背景に、収入、雇用形態、管理職比率でのジェンダーギャップを生み出し続けた「**男性中心社会**」があるという仮説を立て、まずは職場（市役所）から、ジェンダーギャップ解消に向けた取り組みを開始。
- 市内の事業所が、**女性が働きたい仕事・職場への変革**をより効果的に進めるため、2018年、「ワークイノベーション推進会議」を設立。市役所を含む市内88事業所（2023年3月1日現在）が参画。事業所の意識啓発に加え、会議の会員を対象に金利優遇の融資制度や入札での加点といった後押し策を実施。
- 職場での取組を市内全体にも広めるため、2021年には「豊岡市ジェンダーギャップ解消戦略」を策定。

豊岡市における若者回復率（～2015）



(出所) 豊岡市役所資料より抜粋 ※2015年国勢調査のデータをもとに算出

「豊岡市ジェンダーギャップ解消戦略」

- 上位目的（5～10年で実現したい姿）：固定的な性的役割分担を前提とした仕組みや慣習が見直され、お互いを尊重し支え合いながら、いきいきと暮らしている
- 戦略目的（3年程度で実現したい姿）：ジェンダーギャップ解消の必要性を自分ごととして捉え、行動する人が増えている
- 手段：
 - ①市民にジェンダーギャップ解消の必要性が知られている
 - ②地域において男女が共に意思決定・方針決定に参画している
 - ③女性も男性も働きやすく働きがいのある事業所が増えている
 - ④家庭において男女が家計責任（世帯収入）とケア責任（家事・育児・介護等）を分かち合っている
 - ⑤自分のありたい姿に向かって、経済的に自立し、いきいきと暮らす女性が増えている
 - ⑥子どもたちがジェンダーギャップ解消の必要性を自分のことばで語っている

(出所) 豊岡市ジェンダーギャップ解消戦略より経産省にて抜粋

(参考) 富山県：女性が働きやすく、活躍できる環境整備

- 富山県では、次世代の価値を産む人が育ち集まることを目指して、真の幸せ（ウェルビーイング）をキーワードとする新時代の成長戦略を策定。
- 若い女性（特に20代前半の就職期）の転出超過が長年続き、婚姻件数・出生数が減少していることから、女性のウェルビーイングの向上を重点的に進めることを決定。より強力に少子化・子育て対策を進めるため、「少子化対策・子育て支援専門部会」を令和4年8月に設置し、施策を検討。
- 女性が働きやすく、活躍できる環境づくりを進めるため、先駆的取組（女性による新規事業、福利厚生へのフェムテック活用、家事負担軽減等）を支援するとともに、固定的な性別役割分担を見直すため、子育て世代の男性における家事・育児への参画を支援。

女性活躍「ファーストペンギン企業」パイロット事業

- 企業が女性活躍の分野において「ファーストペンギン」を目指し、先駆的・意欲的な挑戦を行う事業を応援。企業の働き方改革・女性活躍に資する試験的な事業の実施にかかる費用を補助（上限額25万円）。



例1) フェムテック製品・サービスを複利厚生として利用

- 月経、妊娠・不妊、産後ケア等女性特有の健康課題をテクノロジーで解決に導く製品やサービスを導入。



例2) 従業員の便利家電等の活用に係る経費助成

- 従業員が家事負担の軽減のために家事代行などの外部サービスや便利家電等を活用する場合に、その購入等に要する経費を助成。

家事・育児シェアリングプロジェクト

- 家事・育児負担の夫婦間の偏りを是正し、男性が家事・育児に継続的に取り組むキャンペーンを実施。
- 男性が2週間新しい家事・育児にチャレンジし、その結果から生まれた変化を話し合うなど男性の積極的な家事・育児参画を支援。
- 新田知事と子育て中の男性が、専門家の助言を受けながら家事や育児を実践する様子・取り組んだ感想を、動画として制作・配信。



(参考) 天彦産業 (大阪府大阪市・中小企業)

- 顧客主義を体現するのは社員という考え方で、「社員第一主義」という経営理念を掲げ、「自分・家族・会社の幸せ」の追求を通じ、「日本でいちばんやり甲斐のある会社」を目指す創業149周年の金属卸商社。
- 同社の強みは「社員のモチベーションを高め、人の価値を最大限引き出すためにはどうすればよいか」を粘り強く試行錯誤してきた「人的資本経営」の実践。
- その基盤となった「周りを気遣うお互いさまの風土」を醸成してきた結果、有給休暇取得率78%・子供の学校行事は原則休み・高い男性育休取得率といった、男女すべての社員の可処分時間の獲得と、会社としての生産性・利益向上による可処分所得の増加の好循環を実現。毎年一定数の新卒採用と、(消極的)離職率の低下にも大きく貢献。

社内委員会活動

「業務と委員会は企業活動で同等の価値を持つ」

企業活動の一環として、上記をスローガンとして、企業文化作りのための「委員会活動」を実施している。本活動も「人事評価」に反映することで、仕事だけではなく、社員ひとりひとりの長所伸展、個性重視する風土形成につながり、個人の「人格形成・自己実現」に貢献。

部署間コミュニケーションの場としても機能しており、「総合力と連携」強化、それぞれが気遣う風土強化にもつながっている。



女性中心の営業チームによる海外取引拡大

TWS (天彦ウェブセールス)

2008年に組織した営業チーム「TWS」は、貿易実務を担っていた女性社員の産休・復帰のタイミングで自分の元の業務を活かした新たな事業提案を社長から依頼を受けてできたもの。語学力の高い女性によるインターネットを活用した海外顧客戦略を展開し、売上比率を倍増。以来、女性の働く意欲の向上、平均勤続年数伸長を達成。こういった取り組みが、数々の賞の受賞につながり、2014年には安倍晋三首相（当時）の企業視察を受ける。



若者・女性の「可処分時間」の増加に繋がる政策案 (家事支援サービスの利活用促進)

- 休日の家事・育児時間が長い夫がいる家庭ほど、第2子以降が生まれる割合が高い傾向がある一方、男性が子育てや家事に費やす時間は依然として妻より短い。また、家事支援サービスはニーズが増加しているが、足元の利用割合はわずか1.8%＜※＞。
- 可処分時間の増加に向けて、家事支援サービスの利用が促されるよう、サービスへの需要拡大・信頼性向上、企業の福利厚生施策を通じた導入の促進を促す方策が必要ではないか。

＜※＞ 帝国データバンク「令和4年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業(各種サービス業に係る業界動向及び家事支援サービス業の実態把握・活用推進に係る調査)」

家事代行サービス認証制度

- 家事支援サービス事業者を①安全・安心、②機能同等性、③接遇の三つの品質を評価して認証する制度として2016年創設。2022年3月現在で認証取得事業者は9社であり、**認知度向上は課題**。

認証制度のスキーム



(出所) 一般社団法人家事代行サービス協会[HP](#)

福利厚生としての導入事例

- **三菱地所プロパティマネジメント株式会社**
(従業員数：1,426名 ※2022年4月1日時点)
 - － オフィスビル、商業施設等の建物の総合的な運営・管理サービスを手掛ける同社では、全従業員に対し毎月1人5,000円の家事代行費用を会社が助成する取り組みを開始。
 - － リモート勤務を進める中で社員から「在宅勤務だと家事が気になって集中できない」という声があり、家事負担の軽減・仕事の生産性アップを目的とし導入。
- **VIVIWARE株式会社/VIVITA JAPAN株式会社**
(従業員数：29名 ※2022年6月1日時点)
 - － 子どもたちにクリエイティブラーニング環境を届ける事業を展開する同社は、従業員に子育て世代が多いことに加え、子どもたちの未来をよりよくするサービスを提供するにあたり、まずはもっとも身近である自分の家族を大切にという考えから、月額5万円（週5勤務の正社員の場合）までのシッター・家事代行サービス補助を実施。

(出所) 株式会社ベアーズ[HP](#) [導入事例](#)

若者・女性の「可処分時間」の増加に繋がる政策案

(フェムテックやベビーテックといったテクノロジーの更なる活用)

- フェムテック企業、導入企業、医療機関、自治体等が連携して実施する、妊娠・出産等のライフイベントと仕事の両立、ヘルスリテラシー向上等の個人のウェルビーイング実現に向けた実証事業に係る費用の一部を補助。(女性の健康に関する理解促進に関する研修、女性の健康に関するオンライン健康相談、テックの活用による妊娠・出産、不妊治療、更年期障害等と仕事の両立サポートなど)
- **子育てにテクノロジーを使うことへの抵抗感や、「テクノロジーを使ってラクをしている」といった固定観念・罪悪感**により、育児を支援するテクノロジーの普及が進んでいない可能性がある。育児を支援するデジタル技術・サービス(ベビーテック)についても、効果検証や普及に向けた課題整理を行い、関係省庁とも連携しながら自治体等への導入を促進する。 ※ベビーテックには、子どもの健康と安全や、育児生活の効率化、学びと遊び等幅広い分野が含まれる。
- 普及に係る課題等の解決を促進し、地域に根ざした連携の全国への横展開を図る。

フェムテック等サポートサービス補助事業実証事業例

令和3年度事業例 丸紅株式会社

「入社～リタイアまで生き生きと働ける環境を実現する女性の健康課題改善総合サービス」

- － 月経・妊活・更年期に関わる社内リテラシー向上と、社員とそのパートナーに対してオンライン診療・相談による働きやすさ・キャリアプラン・ライフプラン支援等を実施。
- － 体験者からは、「通院時間や病院での待ち時間が軽減でき、**仕事との両立がしやすい**。」「待ち時間を考えると病院へ足を運ぶ気持ちになれないが、今回のように**自宅であつパートナーと気軽に専門医と話ができたことは有意義だった**。」との声があった。

令和3年度実証例 メロディ・インターナショナル株式会社

「周産期遠隔医療プラットフォームを活用した仕事と安全な妊娠・出産の両立にかかる実証事業」

- － 日本発のIoT型胎児モニター(胎児の心拍を計測。遠隔で確認が可能)により、遠隔妊婦健診のサポートを実施。
- － 北海道北後志地域の妊婦とその家族を対象に、自治体、地域医療機関と連携した支援体制を検証。
- － 地域医療の負担軽減に加え、**妊婦・パートナーには通院負担、コストの軽減・リスクへの不安の軽減**の成果を得た。

モバイル胎児心拍陣痛モニタ「iCTG」

令和3年度 ベビーテックに関する小田原市実証調査

- 経済産業省において、令和3年度に小田原市と連携した実証調査を実施。
- ベビーテックの潜在的な需要を確認するとともに、社会受容性(子育てをITやサービスに頼ることへの抵抗感)や行政などのデータの扱いなどに課題があることも示唆された。

ベビーテックに関する実証調査



株式会社Kids Public (妊娠・授乳時の薬相談 チャットボット「くすりぽ」)

妊娠～授乳期の体調不良時に、安全な薬などの情報を24時間オンラインで教えてくれるチャットボット。



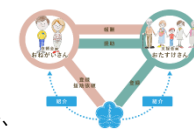
株式会社ファーストアセント (スマートベッドライト 「ainenne (アイネネ)」)

幼児の起床就寝のリズム形成を助けることを目的として開発されたスマートベッドライト(CES2021 Innovation Award受賞)の実証利用。



PIAZZA株式会社 (地域コミュニティアプリ 「ピアッツァ」による子育て情報の 可視化実証)

地域情報をタイムラインで共有し、地域内での相談や地域における子育て支援サービスの地図上での可視化を通じた子育て支援を実証。



Hamee株式会社 (ファミリーサポートセンターの 業務のオンライン化支援実証)

育児に関する支援を受けたい人と、育児の支援を行う人を繋ぐ自治体のファミリーサポートセンターのクラウド化を実証。

1. 「地域の包摂的成長」のコンセプト

1-1. 中間整理（2022年6月）までの検討状況

1-2. ミッションの再設定：

地域経済・企業の活力を軸とした少子化対策の重要性

2. 対応の方向性

2-1. 若者・女性の「可処分所得」の増加に繋がる政策

2-2. 若者・女性の「可処分時間」の増加に繋がる政策

2-3. 若者の結婚・子育て・生活をめぐる環境を改善する取組

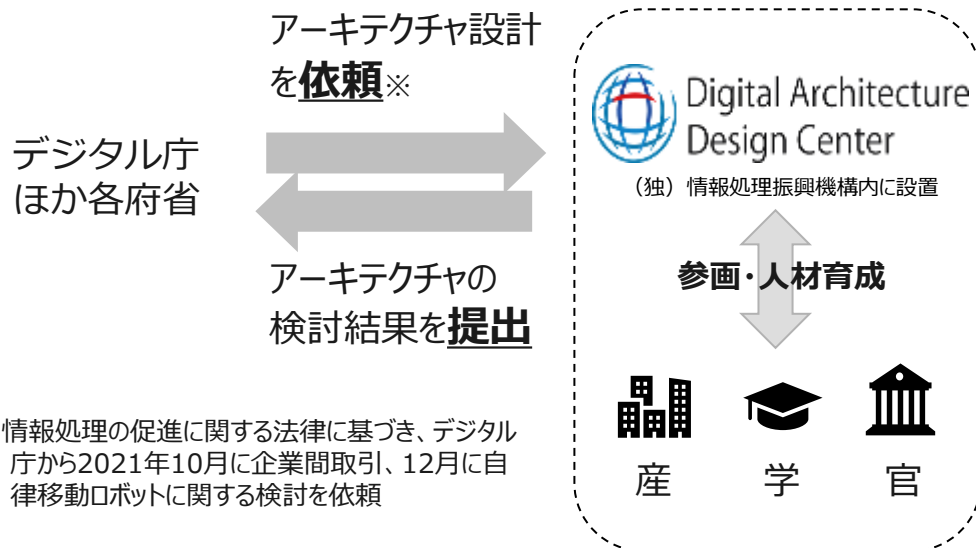
2-3. 若者・女性の結婚・子育て・生活をめぐる環境を改善する取組の全体像

- 若者・女性が子育て・生活をしやすい地域作りを行うべく、各分野においてテクノロジーやサービスを用いた環境改善を促すためには、以下のような取組が必要ではないか。
 1. 地域社会のデジタル化に向けた社会基盤の整備
 2. 学校内外でのICT活用による多様なニーズに応える地方での学びの実現、人材・資金確保等
 - ・外部人材・民間サービス等により複数年継続して学校カリキュラム改革を支援するスキーム
 - ・次世代育成への資金流入を促すための仕組み作り
 3. デジタルを活用した、交通・物流など公共サービスを含む生活インフラの持続可能性の向上
 - ・物流の2024年問題をはじめとして、物流業界の担い手不足等の課題が顕在化していることを踏まえ、デジタルも活用した物流効率化、商慣行是正等、持続可能な物流の実現に必要な取組を検討
 4. 社会課題解決ビジネス・中間団体の活躍を通じた、地域コミュニティ活性化による安心の創出
 - ・課題に悩む地方公共団体と当該課題を解決する能力を有する事業者をマッチングする仕組み
- かつて存在していたお見合いや職場結婚などのアナログなマッチング機能を通じた結婚の激減といった結婚に至る慣習の変化や、結婚を希望しているが行動を起こしていない人が多数存在(約7割)すること等を踏まえ、結婚に関係するサービスに関して以下のような取組が必要ではないか。
 - ・ライフプランの効果的な提供など、個人のきっかけ作り等に向けた方策
 - ・マッチングアプリの信頼性の向上に向けた方策
 - ・企業の福利厚生としてのサービス提供に向けた方策
 - ・伴走機能を有したサービスの拡大に向けた方策

若者の結婚・子育て・生活をめぐる環境を改善する取組 (デジタル時代の社会インフラ整備)

- デジタルアーキテクチャ・デザインセンター（DADC）は、産学官の叡智を結集し、デジタル社会に必要なハード・ソフト・ルールの全体像を整理した見取り図（アーキテクチャ）の作成等を進めている。
- 第11回デジタル田園都市国家構想実現会議（令和4年12月16日）における総理指示に基づき、全国津々浦々にデジタル化の恩恵が効率的・効果的に行き渡るよう、DADCで設計したアーキテクチャに沿って官民が連携して投資を行い、デジタル社会実装基盤を全国に整備するための長期計画「デジタル社会実装基盤全国総合整備計画（仮称）」を策定する。
※計画の策定にあたっては既存計画や施策との整合性に留意
- 地域や分野の虫食いを避け、関係省庁が関連政策を総動員、集中投下して計画の実現を目指すとともに、整備方針や進捗状況のフォローアップを行う会議体を設置し、計画の実効性を高めるべきではないか。

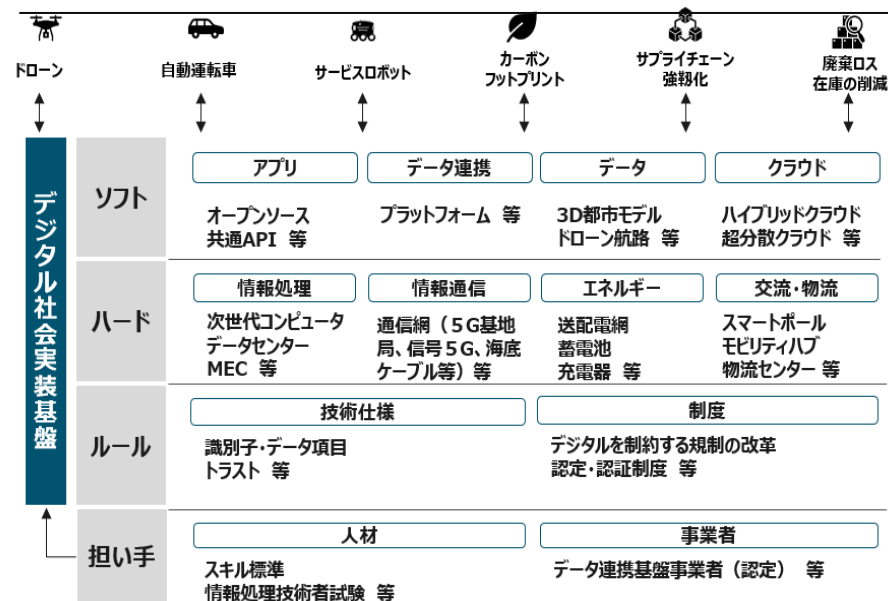
アーキテクチャの検討体制



※情報処理の促進に関する法律に基づき、デジタル庁から2021年10月に企業間取引、12月に自律移動ロボットに関する検討を依頼

(注) デジタルアーキテクチャ・デザインセンター：独立行政法人情報処理推進機構（IPA）に、システム全体のアーキテクチャを設計・提案するための組織として設立
(出所) 経済産業省にて作成

デジタル社会実装基盤の構成要素



(注) 上記の表における具体例については、データセンター等、複数の項目にまたがるものがあるものの、便宜的に一つの項目に記載している。

若者の結婚・子育て・生活をめぐる環境を改善する取組 (学校内外のリソースやテクノロジーをフル活用した新たな学びの環境の実現)

- 少子化の進行により、特に地方部では学校の小規模化が進む一方、児童生徒が抱えるニーズ・課題は多様化。学校内で全てのニーズに応えることが困難となっている。
- このため、オンラインの活用、部活動の地域移行等により、学校内外の様々な資源を活用し、居住地域や家庭環境を問わず、多様なニーズに応える教育環境の整備が重要。
- 学校における学びの転換には、既存の体制・カリキュラムの大幅な変更を伴い、複数年を要する。このため、外部人材・民間サービス等により複数年継続して学校改革を支援するスキームが必要ではないか。

軽井沢高校の単位制カリキュラム

2、3年生で選択できる授業が多くなる

【1年生】・・・全員が同じ授業を受講します。

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
現代の国語	言語文化	歴史総合	公共					数学Ⅰ	化学基礎	体育	保健	芸術Ⅰ 音楽・美術	英語 コミュニケーションⅠ	家庭基礎	情報Ⅰ	未来	総探LHR												

【2年生】・・・22単位の選択必修/自由選択があり、自らの学習をデザインします。

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
地理総合	体育	保健	総探LHR																										

【3年生】・・・2年次よりも多い26単位が選択必修/自由選択です。
自ら組み立てた学習をさらに発展させていきます。

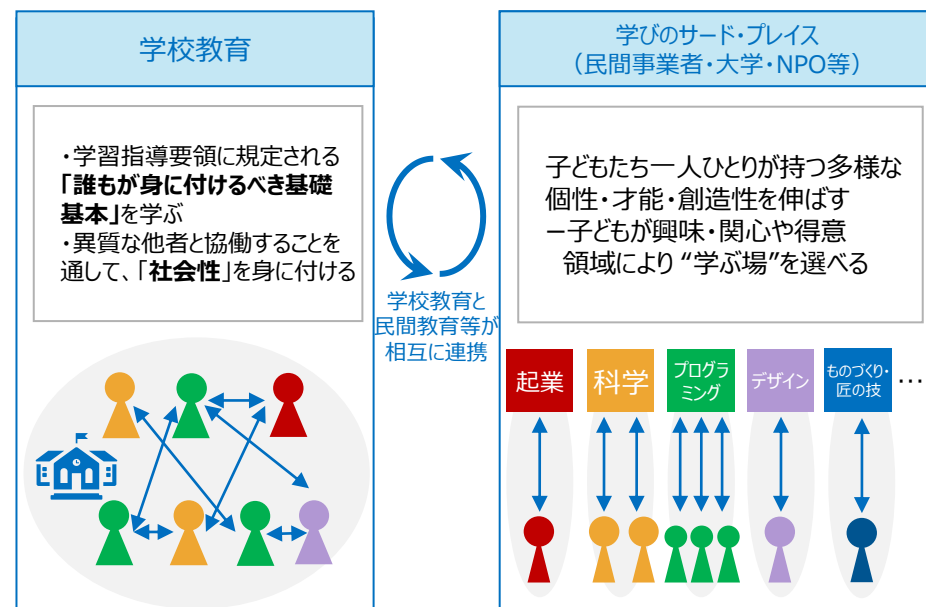
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
体育	総探LHR																												

【2・3年次の選択必修/自由選択に設置する科目】

論理国語 文学国語 国語表現 古典探究 地理探究 日本史探究 政治・経済 数学Ⅱ 数学Ⅲ 数学B 数学C
発展数学 実用数学 物理基礎(※) 生物基礎(※) 地学基礎(※) 物理 科学 生物 英語コミュニケーションⅡ
英語コミュニケーションⅢ 論理・表現Ⅰ 論理・表現Ⅱ 中国語Ⅰ 中国語Ⅱ ビジネス基礎 観光ビジネス 情報処理
スポーツⅠ スポーツⅡ スポーツⅢ 鑑賞研究(音楽・美術) 音楽 演奏 器楽 ビジュアルデザイン クラフトデザイン 情報メディアデザイン 絵画 フードデザイン 保育基礎 未来探究 デュアル ベーシックⅠ ベーシックⅡ (※)卒業までに3つのうち2つを履修

(出所) 長野県提供資料より作成

学校と「学びのサードプレイス」の連携



若者の結婚・子育て・生活をめぐる環境を改善する取組 (多様な学びを支える次世代育成への資金流入促進・環境整備)

- 公立学校における民間教育サービスの活用や、学校外の多様な学びの機会に居住地域・家庭環境に関わらずアクセスできる環境を整備するには、一定の資金が必要。
- 政府・自治体による支援とあわせて、地域の企業・住民や卒業生等からのふるさと納税や寄付・支援等も総動員し、日本全体で次世代の育成に回るお金の総量を増やすことが重要。
- あらゆる児童生徒が多様な学びを選択できるよう、官民挙げた支援のほか、次世代育成への資金流入を促すプラットフォームの構築等が必要ではないか。

令和4年度鎌倉スクールコラボファンドを活用した事業一覧

学校名	学年	教科	概要
御成小学校	4	総合	介助犬・聴導犬のデモンストレーション・パラスポーツ体験を通じて、だれもが暮らしやすい社会について学びを深める
小坂小学校	6	総合	委員会活動や運動会を通じて子どもたち自らが学校の課題を考え、解決に向けたムーブメントを起こしていく取組
玉縄小学校	6	総合	学校教材として使ったプラごみをテクノロジーを用いてアップサイクルする経験を通じて、プラごみの新しい価値観や循環方法の専門的な技術等の体験により学びを深める
第一中学校	3	総合	クリエイティブディレクターや広告代理店とともに、人の心を動かす公共広告（防災広告）づくりを探究し、主体性や創造力を育む
御成中学校	3	英語・総合	JICA研修員とオールイングリッシュで相互プレゼン・交流を行う取組等を通じて英語を学ぶ必然性、国際感覚を養う
深沢中学校	1	総合	平和・異文化などのテーマで多様な他者を理解し、自己理解の探究に深めることでウェルビーイングにつなげる

(令和4年11月10日時点)

次世代育成への寄付・支援文化の類型

○特定のテーマに関する学びの機会（トップ人材の育成）

(例) 尖りのあるデジタル人材、理系女性人材、起業、海外、リーダー育成等

⇒企業立財団、大企業、起業家等からの寄付・支援を中心に運営

○各地域の学校の魅力化を支える財源（学校の負荷軽減、柔軟化）

(例) 各学校の民間サービス活用、部活の地域移行支援 等

⇒地元中小企業、地域住民、卒業生等からの寄付・支援を中心に運営

若者の結婚・子育て・生活をめぐる環境を改善する取組

(デジタルを活用した、交通・物流など公共サービスを含む生活インフラの持続可能性の向上)

- 物流分野における労働力不足が顕在化しており、担い手の高齢化も進んでいる。
- トラックドライバーの長時間労働是正のため、2024年度からトラックドライバーに時間外労働の上限規制が適用。物流効率化に取り組まなかった場合、労働力不足により物流需給がさらに逼迫するおそれがあり（「物流の2024年問題」、荷主企業を含めた対策が必要。
- 加えて、中長期的な人口減少の中でも効率的で持続的な物流を維持するために、デジタル化・標準化等を通じた共同輸配送システムである「フィジカルインターネット」の実現に向けて取り組む。

「物流の2024年問題」への対応

- ✓ 2024年度からトラックドライバーの時間外労働の上限規制等が適用されることに伴い、**物流の生産性向上が喫緊の課題**。
- ✓ 物流課題を解決するためには、**物流事業者だけでなく、需要者である荷主事業者の取組が不可欠**。
- ✓ 「持続可能な物流の実現に向けた検討会」（事務局：経産省、国交省、農水省）を通じて、**規制措置を含めた実効性ある措置等の検討**を進める。

【荷主企業における物流効率化に向けた取組例】

○フォークリフト荷役

フォークリフト荷役化で、労働負荷・作業時間を軽減。



○バース予約システムの導入

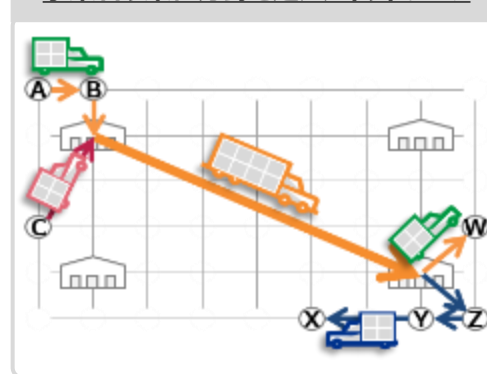
- ①事前に到着時間を予約
- ②待ち時間なしで荷積み・荷卸し



フィジカルインターネットの実現

- ✓ 中長期的に人口が減少する中、更なる物流効率化を進めていくためには、
 - ① **デジタル化**により物資や倉庫・トラック等の物流情報等を見える化し、
 - ② **標準化**された容器に詰められた貨物を、
 - ③ **複数企業が共同で活用**できるネットワーク（**フィジカルインターネット**）の構築が重要。
- ✓ **2040年までのフィジカルインターネット実現に向けたロードマップを2022年3月に策定・公表し、業種・分野を超えたネットワーク構築を推進。**

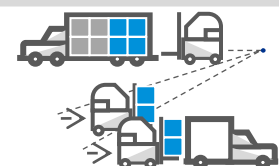
事業者や業種分野を超えたネットワーク



帰り荷をリアルタイムでマッチング



貨物標準化による積替効率化



若者の結婚・子育て・生活をめぐる環境を改善する取組

（生活を支える地域コミュニティの活性化）

- 高齢化・過疎化により地域コミュニティが縮小していく中で、買い物難民、交通弱者などの課題が発生。
- 行政サービスとして課題解決に取り組むことが困難となる中、ビジネスの視点から地域の社会的課題にアプローチし、地域コミュニティの維持・発展に尽力する取組を支援するべきではないか。
- また、当該取組の普及に向けて、課題に悩む地方公共団体と当該課題を解決する能力を有する事業者をマッチングする仕組みや、金融機関との連携、大企業との連携を含めた、エコシステムを作っていくべきではないか。

やさいバスの取組

- ✓ 身近な小売店が減少する中、特定の集配所（バス停）を介して、生産者から購入者へ「やさいバス」が野菜を届けるサービスを実施。
- ✓ ECと物流の仕組みを組み合わせ、地域の産品の流通促進と買い物弱者対策を実現。



コミュニティナースの取組

- ✓ 専門の研修プログラムを受けた「コミュニティナース」による、楽しく暮らすための場づくりや家庭訪問を行うサービス。異変や前兆に気づいた際に、病院や介護施設への橋渡しを行う。



若者の結婚・子育て・生活をめぐる環境を改善する取組 (地方も見据えた結婚に向けたマッチング支援)

- 結婚に至る慣習の変化等により、結婚は希望しているが活動を起こしていない人や、結婚等を考えるきっかけが必要な人も顕在化しており、出会いの機会や何らかのきっかけ・サポートが必要な人も存在。
- サービス産業を生かしたライフプラン提供や効果的な婚活サービス利用環境の構築のため、以下の視点での対応も必要ではないか。

➤ **ライフプランの効果的な提供など、個人のきっかけ作り等に向けた方策**

結婚を希望する人のきっかけ作りの場として、将来的に、ライフプランサービスが社会に広く普及していくことを目指して、提供内容・対象者・提供される場など、個人の希望を叶えるために効果的な手段を検討・実証するなど、婚活マッチングアプリ、家事支援、ブライダルといった民間事業者の少子化対策に資する取組を実証していくことが必要ではないか。

➤ **マッチングアプリの信頼性の向上に向けた方策**

マッチングアプリには民間による第三者認証制度が存在。更なる信頼性の向上に向けて、独身証明書の取扱い等も含めたガイドラインや公的な色合いを強めた認証制度の制定等について議論が必要ではないか。

➤ **企業の福利厚生としてのサービス提供に向けた方策**

出会い・結婚をサポートするサービスの提供にあたっては、従業員に対し、福利厚生サービスを提供する企業の存在は重要。一部で導入されている福利厚生サービスを経由したサービス提供を、更に促進するための方策を考えることはできないか。

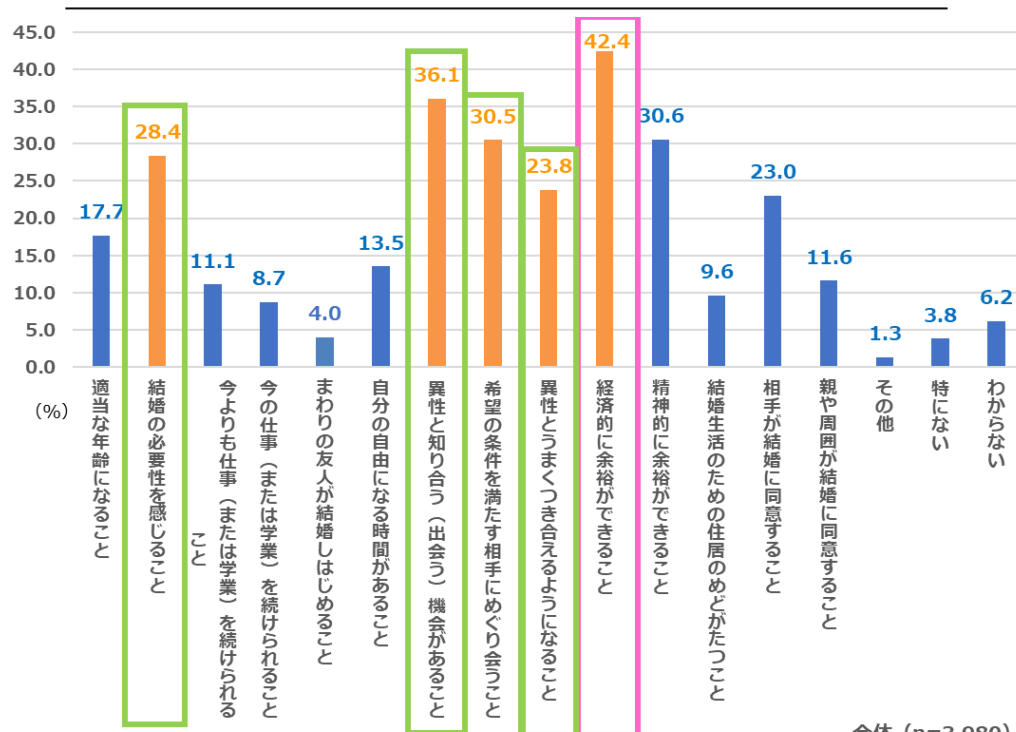
➤ **伴走機能を有したサービスの拡大に向けた方策**

結婚等を希望する人に対する民間伴走サービスの拡大に向けて検討していくことが必要ではないか。

(参考) 結婚には経済的余裕のほかにも必要な状況がある

- 少子化対策には、若年層の所得向上等のマクロの社会環境の改善が非常に重要な要素であることは前提。
- 他方、結婚に必要な状況として、経済的余裕のほかにも「結婚の必要性を感じる」「異性と知り合う機会がある」「異性とうまくつき合えるようになる」など、出会いの機会や何らかのきっかけ・サポートが必要な人もいる。
- 未婚者（25～34歳）に独身でいる理由を尋ねると、男女ともに「適当な相手にめぐり会わない」（男性：43.3%、女性：48.1%）が最も多い。また、「異性とうまくつきあえない」という男女も増加傾向にある。

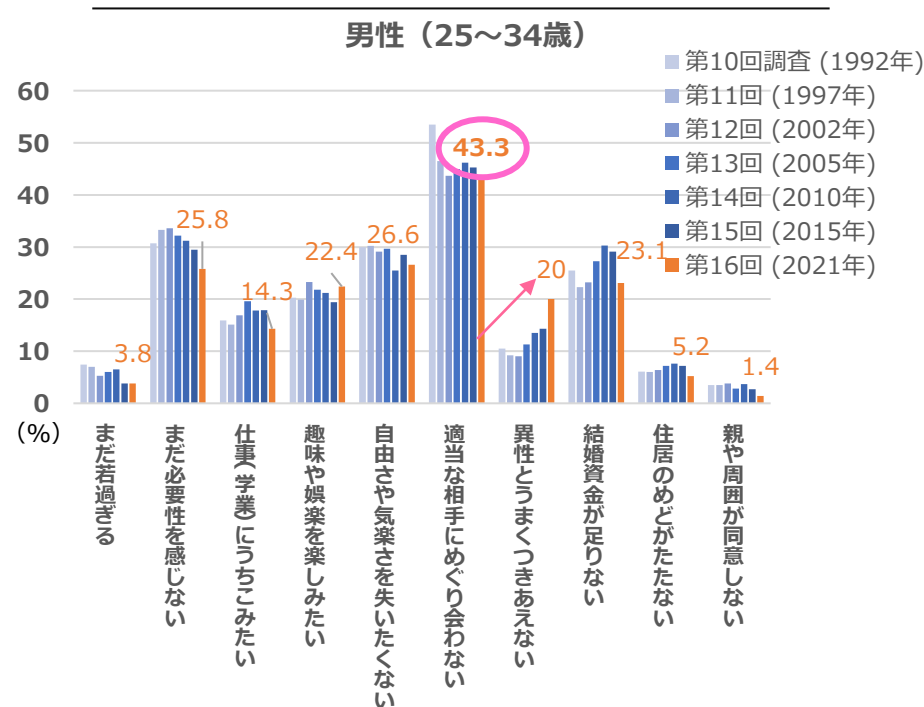
結婚に必要な状況



(出所) 令和元年度版少子化社会対策白書

全体 (n=3,980)

独身でいる理由



(出所) 国立社会保障・人口問題研究所「第10～16回出生動向基本調査」

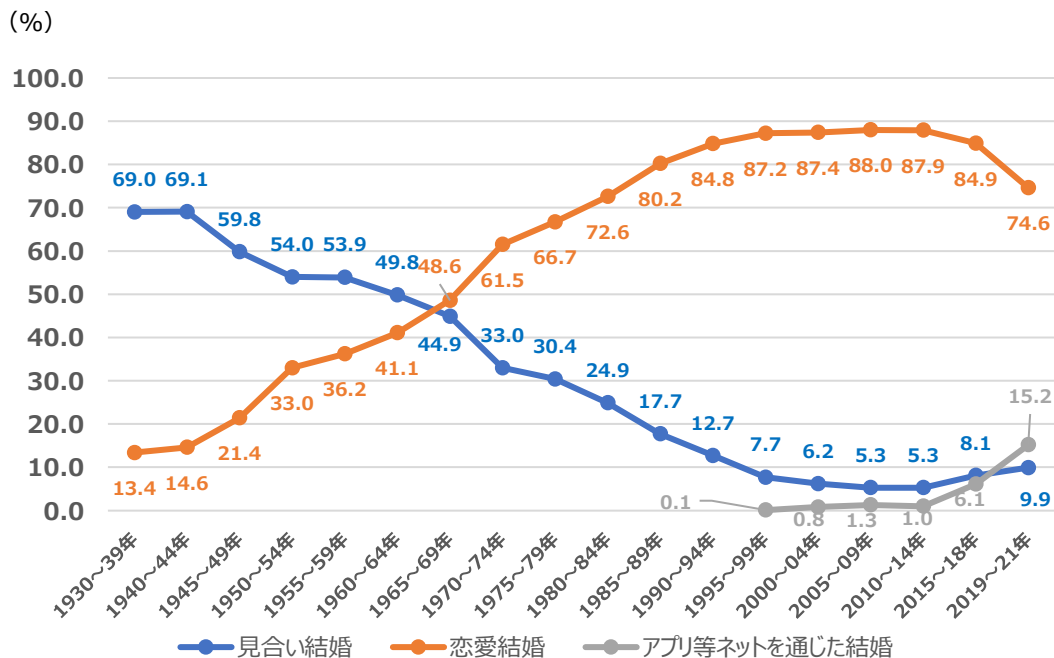
(参考) 結婚システムの変化による活動していない個人の顕在化

- かつての日本には、お見合いや職場結婚といった、アナログマッチング機能が存在したが、こういった形の結婚は徐々に減少し、現代では、自由恋愛を経た結婚が一般化した。また、1972年と2015年の婚姻数を比較すると、自由恋愛等による婚姻数はほぼ変わらず、お見合いと職場結婚が減ったことが大きな要因との分析結果もある。
- 結果として、足元はアプリ等を活用しながら自力での活動が必要となり、若年層には交際やデート経験がない人(20代独身男性で約4割^{<※1>})や、結婚は希望しているが活動を起こしていない人(約7割^{<※2>})、結婚等を考えるきっかけが必要な人が顕在化している。

<※1> 令和4年度版男女共同参画白書p51

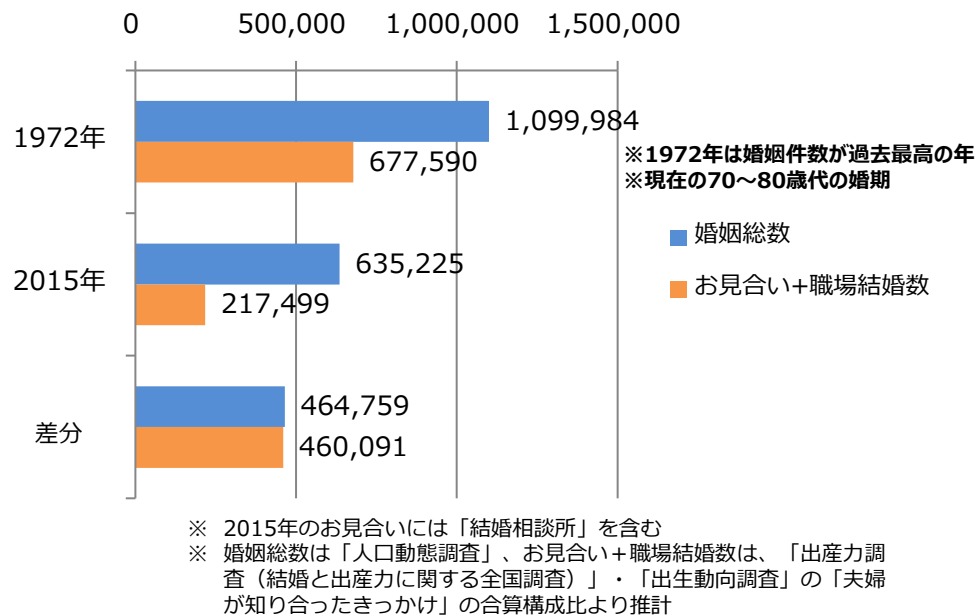
<※2> 令和元年度版少子化社会対策白書p34

結婚年次別にみた、恋愛結婚・見合い結婚構成の推移



(出所) 国立社会保障・人口問題研究所「第16回出生動向基本調査」

婚姻数減少はお見合いと職場結婚の減少数とほぼ一致

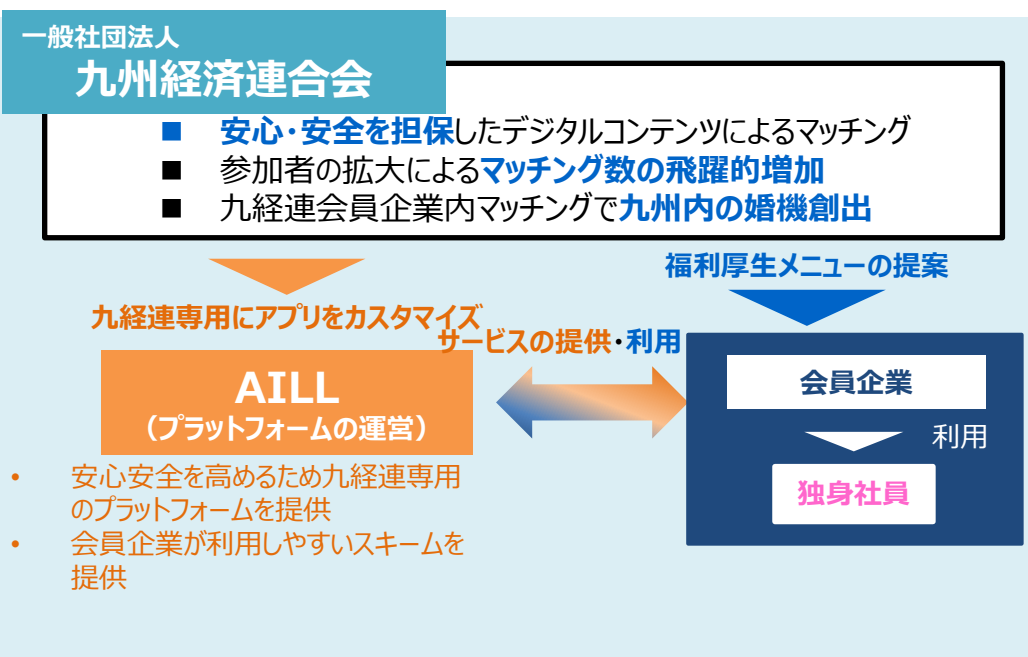


(出所) 人口動態調査及び出生同子基本調査に基づき独身研究家荒川和久氏作成

(参考) 地域における出会いの機会創出のための取組

- 九州経済連合会は、九州内の出会いの機会の創出を目的に、九州内の企業に対して、福利厚生サービスとしての婚活サービスを提案・提供する事業を展開。
- 自治体と連携しつつ、リクルートブライダル総研では、若者向けに「ライフデザイン講座」を開催。延べ10,000名が受講。受講者アンケートによれば、受講後、恋愛等の意欲向上に繋がっている。

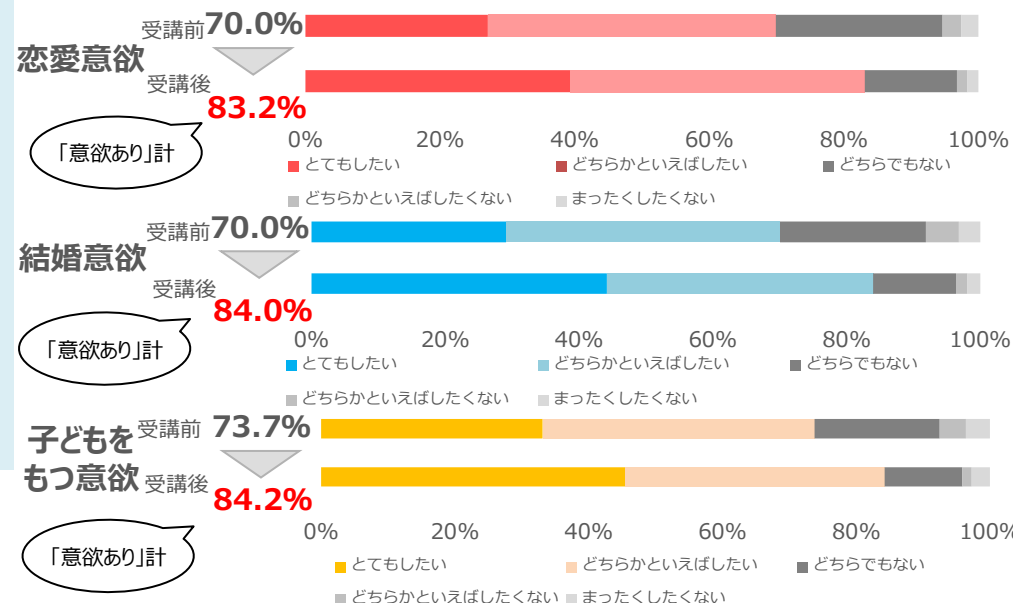
アプリを活用した婚機創出



(出所) 九州経済連合会発表資料を元に経済産業省が作成

リクルートブライダル総研「ライフデザイン講座」

- 少子化対策の一環として、若者向けに「ライフデザイン講座」を開催。充実した人生のために、自身の人生を長期的視点で考え、大きな分岐点（ライフイベント）に於いて自律的選択をするためのヒントを見つける機会を提供。
- 大学生、専門学生、若手社会人中心に、延べ10,000名が受講。
- 受講生アンケートでは、「恋愛」「結婚意識」「子どもをもつ意欲」に関して、受講前後でそれぞれ10ポイント前後意欲が向上。



(出所) リクルートブライダル総研HPより作成

(参考) 結婚等に向けた伴走支援を行うサービス産業や自治体もある

- 結婚相談所は、サービスそのものが一定の伴走機能を有しているほか、オンラインカウンセリングやメッセージによる恋愛相談が可能なサポート機能を有したマッチングアプリ事業者も存在。
- また、愛媛県では、仲人的立場のボランティアを育成、男女をサポートし、成婚に繋げる仕組みを構築し、成果を上げている。

オーネット「結婚相談所におけるサービスの例」

- 入会から成婚まで、専任アドバイザーが婚活計画や恋愛相談、その他の様々な相談を通じて、婚活をサポート。



- 婚活計画表の作成や結婚チェックリストの作成をサポート、など



- 連絡時や初対面時、デートの際などのコミュニケーションのポイントをレクチャー、など

(出所) (株) オーネットHPより作成

マッチングアプリの相談サポート機能「Pairsコンシェルジュ」

- 専任のPairsコンシェルジュによるオンライン相談に対応。
- プロフィールの添削から漠然とした不安や恋愛の相談を可能。
- ビデオ通話のみではなく、メッセージでいつでも相談が可能。



(出所) (株) エウレカHPより作成

愛媛県「えひめ結婚支援強化事業」

お見合い事業「愛結び」の推進

- 平成23年度にお見合い事業「愛結び」を開始
- 利用者の活動履歴など、蓄積されたビッグデータをもとに、おすすめのお相手を提案する「ビッグデータからのおすすめ」機能を構築し、効果的にお相手を検索することが可能
- オンラインでも活動可能なシステムを構築するとともに対面でもオンラインでも、ボランティアによる手厚いフォローを実施

- 累計成婚数：**1, 366組**
(イベント・愛結び合計、R4.5月末時点)
- 愛結びにおけるカップリング率：**45.2%** (R4.5月末時点)

ボランティアの育成・ネットワーク化

- ボランティアを対象に、個人情報の取扱いに関する研修や現在の婚活事業等に関する説明会を開催
- 地区ごとにボランティアのチームを組織し、定期的にチーム内の情報交換を目的としたグループ会議を開催
- 各チームに選任したチームリーダーをメンバーとして、定期的にワーキンググループを開催

- ボランティアの活動に必要な知識の向上
- ボランティアが抱える悩みや課題、解決策の共有

(出所) 内閣府「地域少子化対策重点推進交付金事例集」より作成