

# 新型コロナウイルス感染症を踏まえた今後の商工労働観光施策について

資料 2

テーマ	1. 国内外からの誘客による観光産業の立て直し	
	主な課題等	今後の取組の方向性
<p><b>1 新型コロナウイルス感染症による観光需要の減少</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「新型コロナウイルス感染症に伴う事業者の影響調査結果 (R3.6)」によると、今後の売上見込について、「41%以上減」と回答した宿泊業の割合は64%</li> <li>コロナの影響による全国的な緊急事態宣言や、まん延防止等重点措置に伴う外出自粛により、観光需要が減退</li> <li>令和3年の県内主要観光地のゴールデンウィークの観光客数は、緊急事態宣言発令中であった前年と比較すると大幅に増加したが、令和元年以前の水準には及ばない状況</li> </ul> <p><b>2 観光需要の回復の動き</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>今後、新型コロナウイルス感染症のワクチン接種の進行や緊急事態宣言等の解除等により、旅行マインドの回復や都道府県間の競争激化が見込まれることから、これを見据えた国内外でのプロモーションの強化が必要</li> <li>新型コロナウイルス感染症の流行により、外国との往来制限が継続されているが、オリパラを契機に日本への観光需要がさらに高まっていく見通し</li> <li>三陸沿岸道路や三陸と内陸を結ぶ横断道路の整備が進み、三陸の交通ネットワークが充実</li> <li>東日本大震災津波伝承館には、首都圏や仙台圏から多くの人が訪れている状況</li> <li>「御所野遺跡」の世界遺産登録により、3つの世界遺産を有する本県は、国内外から注目される絶好の好機を迎えている状況</li> <li>各分野で磨き上げた観光地や県産品を、売り込むターゲットに合わせたプロモーションを展開し、地元で経済効果をもたらす具体的な消費者行動(観光・購入)につなげる取組が必要</li> </ul>	<p><b>1 令和3年秋以降における観光需要喚起策の継続</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>東北ブロックや全国を対象とした宿泊割等の需要喚起</li> </ul> <p><b>2 人の移動が活発化していくことを見据えた誘客促進</b></p> <p>(1) 国内市場の早期回復</p> <p>① 「世界遺産」を活用した誘客促進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>御所野遺跡、平泉、橋野鉄鉱山の3つの世界遺産と合わせた観光ルートの構築や旅行商品造成の促進、国内外への情報発信の強化</li> <li>北東北の世界遺産等を組み合わせた広域周遊を促進</li> <li>県観光協会等と連携し教育旅行を誘致</li> </ul> <p>② 三陸沿岸道路など新たな交通ネットワークを生かした「三陸」の誘客促進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>沿岸地域の観光消費の拡大に向け、三陸沿岸道路を活用した広域周遊を促進</li> <li>リアス海岸やジオパークといった三陸の自然を生かした体験型コンテンツの造成を支援</li> <li>東北DCの取組を活かしながら、更なる魅力ある観光資源の開発・磨き上げと世界遺産などを活かした付加価値の高い旅行商品の造成</li> </ul> <p>③ 対外的売込み活動の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>VTuberを活用した情報発信や民間と連携したプロモーションの展開</li> <li>岩手とつながりのある企業や包括連携協定を締結している企業と連携したプロモーションの展開</li> <li>ワーケーションとして利用可能な宿泊施設の情報発信</li> <li>オリパラやラグビー大会の経験を生かしたスポーツイベントや合宿の誘致</li> </ul> <p>④ 将来を見据えた観光地域づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>本県への来訪の要因、動向等の分析を行い、交流人口の拡大につながる効果的な情報発信など、魅力ある地域づくりに活用</li> </ul>	

## (2) インバウンドの早期回復

### ① 「岩手国際観光推進機構（IIT0）※」と連携した取組強化

- ・ インターコンチネンタルホテル開業（R3 末予定）やハロウ・インターナショナルスクール安比校の開校（R4 予定）等を契機としたプロモーションの展開

※構成員：花巻温泉㈱、小岩井農牧㈱、㈱岩手ホテルアンドリゾート、  
㈱プリンスホテル、㈱日本ハウス・ホテル&リゾート、盛岡ターミナルビル㈱、岩手県北自動車㈱

### ② 重点回復市場（台湾、中国）でのプロモーションの実施

- ・ 花巻空港発着便を利用する団体旅行への需要喚起を行い、定期便の早期復活を後押し
- ・ 感染症対策を行う観光スポット・宿泊施設や新しい生活様式に対応した観光旅行をホームページやリーフレットでPR
- ・ 花巻空港発着便の早期復活に向け、現地旅行エージェントへのトップセールスの実施
- ・ 現地コーディネーターを活用したプロモーションを展開（台湾）
- ・ 大連事務所を活用したプロモーションを展開（中国・上海）

### ③ 海外とのつながりを生かした取組の強化

- ・ オリパラ、ラグビー大会、ILC でつながりのできた国・地域と部局間・市町村との連携の下、観光情報を発信し、相互の交流を活性化
- ・ 隣県と連携した旅行会社招請、PR動画等によるプロモーション

テーマ	2. 県産品の販売回復への支援	
	主な課題等	今後の取組方向性
	<p><b>1 新型コロナウイルス感染症による消費の落ち込み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ禍により、<b>飲食業やアパレル産業</b>のほか、観光産業や外食産業の不振による日本酒や菓子、業務用食材を製造する<b>食品製造業</b>や、鉄器などの<b>工芸品製造業</b>の売上が減少</li> <li>事業者が、業況が回復し、経営の立て直しできるよう、取引支援や販売機会の拡大など、<b>消費喚起策</b>を引き続き実施し、<b>売上げの回復を加速化</b>させることが必要</li> </ul> <p><b>2 新しい生活様式への対応</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>事業者の新しい生活様式に対応したビジネス展開の取組が収益力の向上につながるよう、支援することが必要</li> </ul> <p><b>3 販路回復への動き</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ禍による航空会社の地域産品の輸送強化の動きがあることや、復興道路により三陸地域の物流環境が大幅に改善されたことから、これらの<b>交通インフラ</b>を活用した販路開拓に取り組む<b>絶好の機会</b>であること</li> <li>ワクチン接種が進み、国内外からの観光客の回復が見込まれることから、県南地域の五感市のような<b>産業観光</b>の取組を県内各地に展開することが必要</li> <li>海外市場は、<b>渡航制限の解除後に、各地域の人的ネットワークの再構築</b>を図りながら、国際定期便（上海、台北）の運航再開、2022年北京冬季オリンピック、2023年ラグビーワールドカップフランス大会、2024年パリ五輪などのチャンスを活かした市場開拓を進めることが必要</li> </ul>	<p><b>1 県産品の販売回復に向けた消費喚起策の展開</b></p> <p>新型コロナウイルス感染症の収束に合わせた「買うなら岩手のもの運動」や「岩手の食応援プロジェクト」などの<b>消費喚起策</b>を<b>タイムリー</b>に展開し、<b>売上の早期回復</b>を促進</p> <p><b>2 コロナ禍による変化を生かした構造改革による収益力の向上</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>「買うなら岩手のものバーチャル物産展」の参加企業等に対して<b>ネット通販</b>による売上回復を促進</li> <li>飲食店のテイクアウトやフードデリバリーを活用した<b>店舗外での販売拡大</b>や、<b>お取り寄せ通販事業への参入促進</b></li> <li>イワテメイドアパレルなどの<b>自社商品開発・販売拡大</b>や、自社商品の製造や主要取引先である大手アパレルへの提案力強化のための<b>小ロット多品種の生産体制の構築</b>の取組を支援</li> <li><b>越境ECサイト</b>において、販売者と消費者が双方向でコミュニケーションを取りながら売買する<b>ライブコマース</b>による<b>南部鉄器、加工食品等の販売拡大</b>、現地のニーズに対応した<b>海外市場向けの商品開発支援</b></li> <li>国内外の商談会での成約率の向上やフェアでの販売促進につなげるため、オンラインによる商談や接客など、<b>デジタル技術の導入</b></li> </ol>

### 3 人の移動が活発化していくことを見据えた販路回復・販路拡大

- (1) 復興道路や空路を活用した、首都圏はもとより西日本や海外への**新たな市場開拓**の推進
- (2) 国内外からの観光客をターゲットとした販売拡大を図るため、**伝統工芸品と食文化を組み合わせた観光コンテンツの造成**や、**地域資源を生かした地域づくり**をけん引する人材を育成する取組を支援
- (3) 日本酒や南部鉄器等を重点品目とし、**上海定期便の運航再開に合わせた中国市場における南部鉄器の販路の再構築**、雲南事務所を拠点とした南アジア市場への日本酒や加工食品の販路開拓、C E E J A等の人的ネットワークを活用した欧州市場における日本酒や南部鉄器の販路拡大の取組を推進
- (4) コロナ禍で需要が拡大し、店舗数が急増する**中国のコンビニでの新規需要開拓**を検討

テーマ	3. コロナの影響を受けた事業者の経営の立て直し	
	主な課題等	今後の取組方向性
	<p>1 新型コロナウイルス感染症の影響の長期化による売上減少、資金繰り悪化に伴い、中小企業者は、①借入金の返済困難、②固定費の支払困難、③雇用維持の困難に直面している。</p> <p>これまで、融資制度の創設、家賃補助や感染症対策に係る補助事業、各種支援金等の支給、需要喚起策をはじめとする各種支援制度による下支えの効果で、企業倒産や廃業は低水準で推移してきたところ。</p> <p>しかし、国内景気が令和2年1月頃の水準に戻り、地方の中小企業者へ波及するのは令和4年末頃と予測もあり（※）、それまでの間、中小企業者の資金繰り等を引き続き支援していく必要がある。</p> <p>※令和3年6月15日朝日新聞主要100社アンケート</p> <p>2 中小企業者が、ポストコロナ・ウィズコロナ時代の経済社会の変化や「新しい生活様式」に対応し、事業を継続していくためには、新分野展開や業態転換等の取組を通じて、今後の融資返済に耐えられる十分な売上確保、生産性の向上等、経営の立て直しを図る取組が不可欠となる。</p> <p>このため、商工指導団体等が中小企業者に寄り添い、事業再構築や経営革新等の取組を後押しするなど、本業支援を行う体制を強化していく必要がある。</p>	<p>1 中小企業者の資金繰り支援及び債務整理への対応</p> <p>(1) 新型コロナウイルス感染症対策資金の継続</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>国が行う伴走支援型特別保証制度にも対応し拡充した「新型コロナウイルス感染症対策資金」の取扱いを継続</li> </ul> <p>(2) 資本性劣後ローンの利用促進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、商工指導団体や金融機関と連携し、制度の周知及び貸付の前提となる事業再生計画の策定を支援</li> <li>政府系金融機関の資本性劣後ローンの活用を促す支援を検討</li> </ul> <p>2 商工指導団体等による中小企業者への本業支援の強化</p> <p>(1) 中小企業者が将来を見据えた事業再構築等を図る取組の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>現在の小規模事業者支援推進費補助金の内容を見直し、新型コロナウイルス感染症により経営に影響を受けた中小企業者が行う経営革新計画の取組に対し補助するスキームの見直しを検討</li> </ul> <p>(2) 商工指導団体の伴走型支援体制の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ収束後も、事業継続に向けた相談対応や各種補助金等申請などの支援が必要と考えられることから、複数年度にわたる相談対応スタッフの配置を検討</li> </ul>

3 また、新型コロナウイルス感染症の収束が見通せない中で、今後、業績回復の遅れから「息切れ」倒産や「あきらめ」廃業等に至るケースの増加が懸念されており、**地域経済の新たな担い手となり得る起業家の育成について、起業支援拠点「岩手イノベーションベース」等と連携し支援していく必要がある。**

4 さらに、コロナ禍においても地域の貴重な経営資源を散逸させることなく次世代へ引き継ぐため、**岩手県事業承継・引継ぎ支援センター等と連携し、事業承継支援の取組を強化していく必要がある。**

### 3 「岩手イノベーションベース（IIB）」と連携した起業支援

#### (1) 起業家等とのネットワークによる起業支援体制の強化

- ・ 起業支援拠点「岩手イノベーションベース」を核とした起業家支援体制の強化に向けて、**会員の増加及び講演や研修会の内容の充実**を支援
- ・ 起業支援拠点の更なる機能強化のため、最新テクノロジーに直接触れることのできる環境構築や専門知識習得のためのラーニングプログラム提供、最先端技術（5G）を活用した起業家支援など、**IIBラボの充実**を支援

#### (2) 学生や若者、女性の起業支援

- ・ 大学生等に対する継続した起業マインドの醸成のため、岩手イノベーションベースとの連携を強化（大学生等と起業家の交流会を開催）
- ・ 岩手イノベーションベースの事業等を通じて生まれた起業家が次の起業家を生み育てる仕組みの**構築**

### 4 岩手県事業承継・引継ぎ支援センター等と連携した事業承継支援

#### (1) 事業承継診断に基づく支援ニーズの一層の掘り起こし及び個者支援の実施

- ・ 岩手県事業承継・引継ぎ支援センター、商工指導団体と連携して**モデル的に対象地区を設定**し、支援ニーズの掘り起こし、事業承継計画策定支援や専門家派遣等プッシュ型の事業承継支援を重点的に実施
- ・ 商工指導団体と連携し、**業種に特化したマッチング**を支援
- ・ 既往債務が負担となっている事業者の場合、必要に応じて**債務整理ガイドライン**の活用支援なども実施

#### (2) 事業承継支援制度の更なる周知

- ・ 移住や定住関係のイベント等と連携した「後継者人材バンク」の周知

テーマ	4. 人材確保対策	
主な課題等		今後の取組方向性
<p>1 流出防止</p> <p>(1) 県内産業・企業の認知度不足</p> <p>① 県内産業・企業を知らないまま県外へ就職や進学する生徒が多いことから、高校生や保護者、教員に対して県内産業や企業への理解を深め、岩手で働くことの意識を醸成する取組が必要</p> <p>(2) 幅広い業種・職種の就職先の拡大</p> <p>① 県内就職希望者が希望の職種を選びやすいよう、様々な業種の就職先を増やしていくことが必要</p> <p>② 出身地域に希望する就職先がない県内就職希望者が県外に流出しないよう、出身地域を越えた県内就職を推進する取組が必要</p> <p>③ 就職期の女性の県内就業及び定着に向けた取組の強化が必要</p> <p>【参考】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内有効求人倍率（R3.5）は 1.21 倍（前月比 0.05%増）と、今年に入り上昇傾向にあり、特に自動車・半導体関連を始めとする県内ものづくり産業の採用意欲は高く、人材不足が継続している状況（製造業は4か月連続で前月比増）</li> <li>・ 令和3年3月卒の高校生の県内就職率（R3.5）は71.4%で、前年比2.9ポイント増</li> <li>・ 大学生、短大生及び専修学校生の県内就職率についても、いずれも前年から増加</li> </ul>	<p>1 流出防止</p> <p>(1) 県内産業・企業の理解促進</p> <p>① 高校生、教員や保護者を対象とした企業見学会や出前授業、就職情報マガジン（「いわてダ・ヴィンチ」後継誌）の高校生全員への配付などにより、企業の理解を増進</p> <p>② 県内就職率が低い高校への取組強化</p> <p>③ 高校生の進学後の県内就職を見据えた県内企業の若手社員等との交流や情報発信の強化</p> <p>④ 職場環境改善に積極的に取り組む企業の認知度向上に向け、就職情報マッチングサイト「シゴトバクラシバいわて」へ各種認証等マークを表示</p> <p>(2) 幅広い業種・職種の働き場の拡大</p> <p>① 医療機器関連企業やIT企業の誘致等により、幅広い業種での雇用拡大を促進</p> <p>② 岩手イノベーションベースにおいて、大学生等の起業マインド醸成のための取組を実施</p> <p>③ 「ものづくりネットワーク本部」機能や県内就業・キャリア教育コーディネーターの取組を通じて、域外企業情報の共有や、学校と域外企業を結ぶ動きを促進</p> <p>④ 女子学生が多い大学、学部等を対象とした企業紹介キャラバンの実施</p>	

## 2 流入促進

### (1) コロナ禍でのU・Iターンの促進

- ① 令和2年度以降、緊急事態宣言に伴う移動制限等の影響により、就職支援機関を通じたU・Iターン就職者が減少

### (2) 岩手の「強み」を生かした取組強化

- ① 地方への移住の関心の高まりによる地域間競争の激化への対応が必要
- ② 自動車や半導体関連産業を中心とした産業集積による就業環境や生活環境が整っている岩手の強みを生かし、移住・定住につなげる取組が必要
- ③ 本県以外の地域も含めて移住・居住等に関する情報収集を行っている「潜在層」に対して、岩手での生活に向けた第一歩となる具体的行動を促す取組が必要

#### 【参考】

##### ◆ 関心層の割合の変化

	2019.12	2021.4~5
全年齢	25.1%	33.2%
20歳代	32.1%	40.9%
東京23区20歳代	38.9%	48.2%

##### ◆ 地方移住への関心の理由（上記関心層）

- ア) 人口密度が低く自然豊かな環境に魅力を感じたため 35.1%
- イ) テレワークによって地方でも同様に働けると感じたため 25.4%
- ウ) 感染症と関係ない理由 22.9%
- エ) ライフスタイルを都市部での仕事重視から地方での生活重視に変えたいため 21.7%

※ 第3回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査  
(令和3年6月4日 内閣府)

## 2 流入促進

### (1) Uターン就職キャンペーンの実施

- ① 帰省シーズンにおける新幹線車内や駅構内でのプロモーション(広告)の実施
- ② 「シゴトバクラシバいわて」に新たに企業登録し、Uターン者を採用した企業を支援する制度を検討
- ③ 「岩手U・Iターンクラブ」の加盟促進と、加盟大学等の学生を対象とする本県への就職活動を支援
- ④ 進学を志向する高校生に対する「いわてとつながろうキャンペーン」の強化

### (2) Iターンや「潜在層」へのアプローチ

- ① ウェブアンケートによる移住検討者のニーズを把握し、それぞれのライフスタイルに応じた情報発信を強化
- ② 多拠点で新しい働き方をしている方の岩手への興味関心を喚起するため、市町村と連携した空き家等のお試し居住施設への改修を支援する制度を検討
- ③ サテライトオフィス設置や地方への拠点分散化を検討する事業者を対象とした拠点候補地視察の実施
- ④ 先輩移住者やデザイナー等が参画する「エリア」単位の「作戦会議」を設置し地域イメージの磨き直しを行い、移住希望者の多様なライフスタイルや興味関心を捉えた情報発信
- ⑤ 県内外の大学教員等との連携による、学生・企業相互のニーズに応じたマッチング機会の創出や県内企業情報の発信強化

### 3 労働環境の整備

- 本県における労働環境の状況は、労働時間が長く、賃金が低い状況にある。
  - (1) 労働時間（令和2年）  
一人当たり平均総実労働時間（5人以上事業所）が1,778時間。全国平均1,621時間を157時間上回り、全国で最も長い。【毎月勤労統計調査】
  - (2) 賃金水準（令和2年）  
本県は245,900円で、全国平均307,700円より61,800円下回り、全国46位【賃金構造基本調査】
  - (3) 労働生産性（平成28年）  
全国35位【H28経済センサス】
- 若者の地元定着や移住・定住の促進のためには、労働生産性を高め、労働時間や賃金等の労働条件の改善を図るとともに、価値観等に応じた柔軟で多様な働き方ができる環境の整備が必要。

### 3 労働環境の整備

- (1) 「働き方改革アワード」の受賞企業等にインセンティブを付与  
(企業ガイダンスへの優先参加等)
- (2) 働き方改革の鍵を握るマネージャー層をターゲットとして、**企業の生産性向上と従業員満足度向上につながる取組を支援**
- (3) 企業等の働き方改善計画の策定を支援する制度を検討
- (4) 企業等のテレワーク導入費用の補助を契機とした新たな労働環境の整備、働き方改革を支援