

2025年度事業計画

～第3期中期計画 3つのSHINKAへの挑戦(2023-2025)～



一般社団法人

東北経済連合会

TOHOKU ECONOMIC FEDERATION

A Sense of Unity , Tohoku & Niigata

・はじめに	P2
・第3期中期計画（概要版）	P3
・戦略1 地域社会の持続性と魅力をも高める	P4
・戦略2 稼ぐ力を高める	P8
・戦略3 交流を加速する	P14
・委員会機能	P18
・経済団体機能	P21
・事務局機能	P27
・次期戦略の検討	P29

はじめに

（社会・経済情勢）

我が国経済は、約30年間のデフレ経済を脱し、インフレ基調の経済へ変化してきている。この変化を確かな「成長と分配の好循環」に繋げるべく、個々の企業には、不断の企業変革による業績向上や、それに伴う賃上げが求められている。

一方で、生成AIをはじめとする技術革新のスピードはさらに速まるとともに、トランプ政権の政策に象徴されるように、様々な分野での「分断」が表面化し、今後の経済・社会はより一層見通しづらいものになってきている。

（東北・新潟経済）

こうした中、東北・新潟経済は、全国に比べると歩みは緩やかなものの、個人消費や設備投資は底堅く、回復基調にある。当会が実施する「会員アンケート(上期・下期)」でも同様の傾向がうかがえるが、賃上げや人手不足に関しては、対応できている企業・できていない企業の「二極化」が見て取れる。

人口減少に関しては、東北・新潟の減少率がブロック別で最も大きく、これまでの約25年間で、生産年齢人口(15-64歳)は200万人・25%減少※し、既に人手不足が深刻化している。また、これから先の約25年間で、総人口は310万人・30%減少※することが見込まれており、働き手だけでなく消費を含む経済社会全体が縮小していくことが懸念されている。

※生産年齢人口は、2000年/800万人から2024年/600万人に減少(住民基本台帳より)。総人口は、2024年/1050万人から2050年/740万人に減少(将来推計人口より)

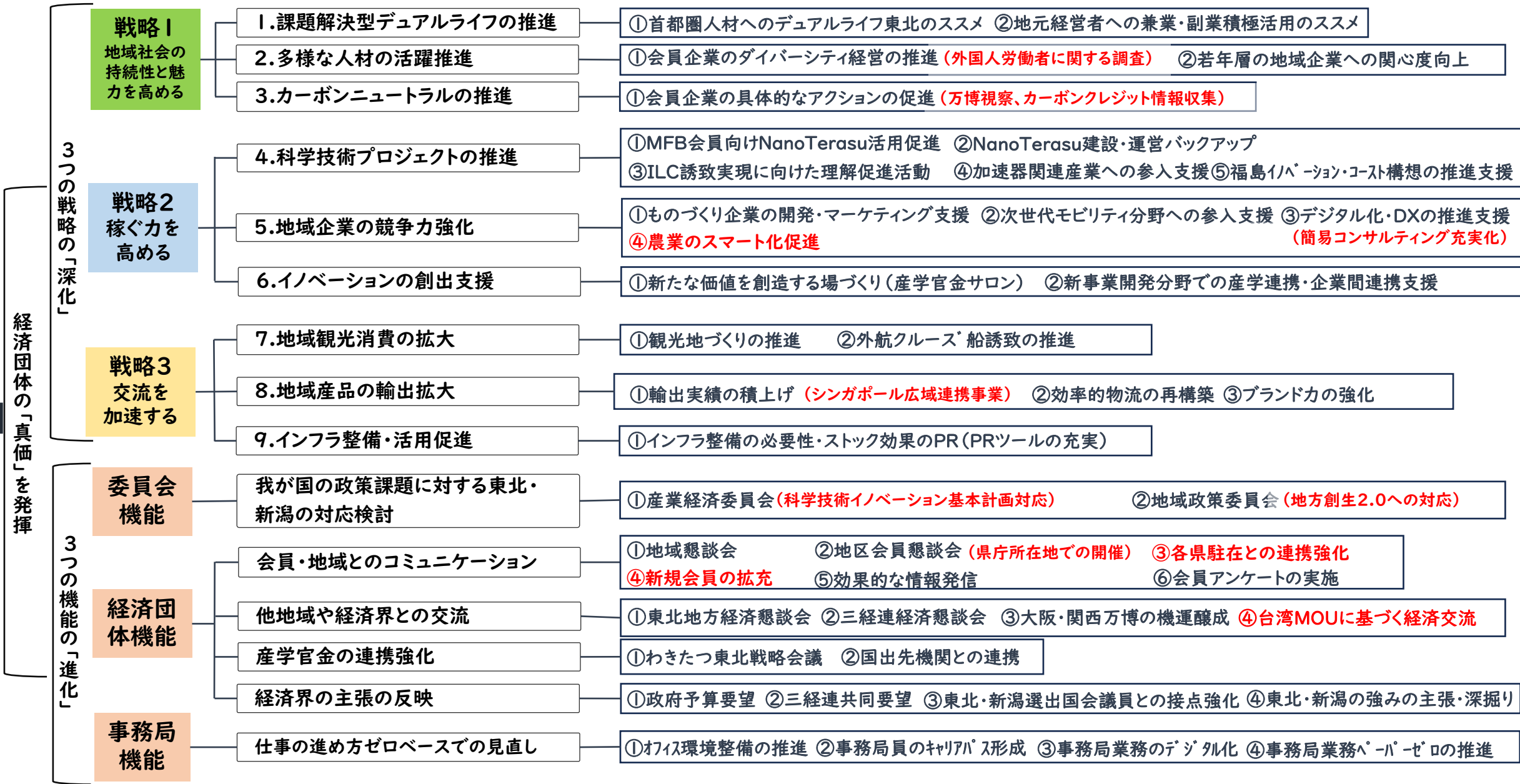
東北・新潟の企業に対しては、イノベーションを核とした高付加価値化や、海外を視野に入れた販路開拓、若者・女性・シニア・外国人といった多様な人材の活躍、デジタル化・DXを通じた企業変革を、他地域よりさらにスピード感を持って進めることが求められる。

（当会が果たす役割）

東北・新潟の総合経済団体である当会は、経済社会の変化を先取りし、産学官金のステークホルダーとの連携をさらに深め、社会課題の解決に加え、企業の変革をサポートしていく。

当会は、2023年度から2025年度までを「わきたつ東北」実現に向けた第3期中期計画の計画年度とし、戦略実行のさらなる「深化」を図り、委員会・経済団体・事務局機能を「進化」させ、総合経済団体としての「真価」を発揮する「3つのSHINKAへの挑戦」を掲げ、諸課題に取り組んできた。2025年度はその最終年度であり、現行事業の3か年目標の達成、集大成を図る。

3つのSHINKAへの挑戦(わきたつ東北の実現へ)



※第3期終了を見据えた次期戦略の検討...

①東経連の次期戦略検討 ②東経連ビジネスセンター次期支援スキームの検討

戦略Ⅰ 地域社会の持続性と魅力を高める(概要)

戦略Ⅰでは、「地域社会の持続性と魅力を高める」ために、地域企業に対し、人口減少に関する危機感を共有し、人手不足解消に向け、多様な人材を受け入れる基盤づくりや脱炭素への取り組みを促す。

そのうえで、首都圏人材に対し、都市と地方、二拠点で活躍する「デュアルライフ東北・新潟」を推進するとともに、地元の若者に対して、出前授業や企業紹介などを通じ、地域で働く意義を丁寧に伝え、人材の還流・定着を図る。

新たな視点では、若者・女性に選ばれる理想の企業像の検討や、外国人労働者の受入に関する現状把握を行う。また、脱炭素をテーマとした大阪・関西万博への視察会を企画する。

「戦略Ⅰ 地域社会の持続性と魅力を高める」の深化

第3期のゴール

多様な人材の多様な暮らし方・働き方を受け入れる社会になっている

企業や地域の脱炭素に向けた意識が高まり、取り組みが進んでいる

2025年度の追加・変更点

戦略項目Ⅰ
課題解決型デュアルライフの推進

戦略項目Ⅱ
多様な人材の活躍推進

戦略項目Ⅲ
カーボンニュートラルの推進

第3期の総括イメージ

デュアルライフ実践者の更なる増加および副業・兼業者受入企業の機運醸成・理解向上が図られている

「多様な人材の活躍推進」は会員アンケートで最も期待度の高い項目であり、2025年度以降も継続して深化を図る

CN企業の脱炭素に関する意識が高まり、「実践」に向けた取り組みがさらに進むことを目指す

2025年度の具体的な取り組み

- ①首都圏人材へのデュアルライフ東北のススメ
- ②地域経営者への兼業・副業積極活用 of のススメ

- ①会員企業のダイバーシティ経営の推進
(外国人労働者に関する調査)
- ②若年層の地域企業への関心度向上

- ①会員企業の具体的なアクションの促進
(万博視察、カーボンクレジット情報収集)

(戦略項目)

戦略項目Ⅰ
課題解決型デュアルライフの推進

第3期の方向性

- ・ キャリアアップや地域貢献、家事都合等、個人の課題解決やニーズの充足に繋がる二地域居住・生活を提案し、実践事例や各種補助施策の紹介を通じて、デュアルライフ実践者を増やす。
- ・ 兼業・副業者の受入メリットを整理し、地元受入側の経営者の啓発を継続、受入環境整備をサポートする。

第3期の総括イメージ

デュアルライフ実践者の更なる増加および兼業・副業者を受入れる企業の機運醸成や理解向上が図られている

【事業計画】

①首都圏人材へのデュアルライフ東北のススメ (ポータルサイト「デュアルライフ東北・新潟」の充実による首都圏人材へのアピール)

◆ポータルサイトの運営

- ・デュアルライフ実践にあたってのお役立ち情報の更新、コラムの掲載等、ポータルサイトを通じて情報発信を行う。
- ※アクセス分析等:毎月1回、コラム制作:6回/年

◆ポータルサイトの検証と今後の方向性に関する意見交換の実施

- ・約3年間にわたり運営してきたポータルサイトについて、東北・新潟の各県と意見交換の場を設け、これまでの実績をもとに検証を行うとともに、これからのポータルサイトの方向性について、意見交換を行う。

②地域経営者への兼業・副業積極活用 of ススメ

◆兼業・副業セミナーの開催

- ・会員企業向け「兼業・副業セミナー(リモート)」を開催し、兼業・副業が経営課題の解決に役立つことを事例を交えながら紹介する。
- ・2024年度に開催した、兼業・副業セミナーのアンケート結果等も踏まえながら、会員企業の要望に沿ったセミナーを開催する。

(戦略項目)

戦略項目2
多様な人材の活躍推進

第3期の方向性

- ・多様な人材、特に若者・女性が地域で生き生きと活躍できることを主眼に、選ばれる企業像や諸制度について情報提供を行うと共に、地域企業の外国人材の受入状況を調査し、会員企業のダイバーシティ経営を促進する。
- ・小中高、大学生の年齢階層別に地域で働く大切さ、地域企業の良さを伝え、若者の地域への定着を図る。

第3期の総括イメージ

「多様な人材の活躍推進」は会員アンケートで最も期待度の高い項目であり、2025年度以降も継続して深化を図る

【事業計画】

①会員企業のダイバーシティ経営の推進



◆「若者・女性に選ばれる企業」に向けた情報提供

- ・地域政策委員会の活動を通じ、政府が地方創生2.0で掲げる「若者や女性に選ばれる企業」に関する情報提供を行う（先進事例や関連諸制度の紹介等）

◆「外国人労働者の受入」に関する検討

- ・東北活性化研究センター「東北圏における外国人材の受入と多文化共生に関する調査」に協力し、アンケート・ヒアリング等を通じ、外国人労働者の受入に関する状況を把握する。
- ・受入ノウハウや先進事例について会員企業に対し情報提供を行う。

◆人口減少に関する危機感の共有

- ・人口の社会減と女性定着に関する情報発信フォーラム（7/25、新潟市）を共催し、人口減少に関する地域や企業の理解促進を図る。

②若年層の地域企業への関心度向上



◆出前授業「TOHOKUわくわくスクール」の開催（小中高生向けの情報発信）

- ・東北活性化研究センターと出前授業「TOHOKUわくわくスクール」を共同主催、会員企業に参画を呼びかけ、若年層に地域企業の魅力や地元で働く価値を伝える。

◆キラ☆企業、キラ☆パーソンのPR（大学生向けの情報発信）

- ・東北活性化研究センターの「キラ☆企業」「キラ☆パーソン」事業に協力し、オンラインで地域の優良企業や活躍する人物を紹介し、地域で働くことの価値を発信する。

(戦略項目)

戦略項目3
カーボンニュートラルの推進

第3期の方向性

- ・カーボンニュートラル実現に向けた会員・地域の具体的なアクションにつながる情報提供活動を実施する。(提供情報の内容は、「省エネ」「ネイチャーポジティブ」「サーキュラーエコノミー」など)
- ・会員アンケートや地域懇談会でのカーボンニュートラルに関する声を政府予算要望に織り込む。

第3期の総括イメージ

カーボンニュートラル実現に向けて、会員企業の脱炭素に関する意識が高まり、「実践」に向けた取組みがさらに進むことを目指す

【事業計画】

①会員企業の具体的なアクションの促進

◆視察会開催(1回)

- ・カーボンニュートラルの観点から「2025大阪・関西万博」の視察会を企画、パビリオンや未来社会ショーケースの視察を通じ、理解を深める(6月実施、会員約20名程度を募集)

◆「実践」につながる会員への情報提供

- ・「先行事例・好事例」を取材し紹介するほか、関係省庁・企業のセミナー・PR内容を共有する

【具体策】

- ・行政と協働し、「一押し」の補助・支援事業などを動画で配信(トライアル)
- ・資料などのコンテンツを「会員限定」として発信するなど、会員のメリット向上を図る

◆カーボンクレジットに関する情報収集

- ・「稼ぐ」モデルとしてカーボンクレジットに着目し、ポテンシャルや地域の取りまとめ役となる企業を取材していく
例) N.CYCLEプロジェクト:(株)岩塚製菓(新潟県長岡市)
- ・東北・新潟の優位性として、ブルーカーボン・森林Jクレジットに関する事例収集や調査を進めていく
⇒情報収集した内容は、HPなどを通じて会員へ提供する

戦略2 稼ぐ力を高める(概要)

戦略2では、「稼ぐ力を高める」ために、地域企業の「競争力強化」や「イノベーションの創出」をサポートするとともに、中長期的な視点から東北・新潟の強みとして「科学技術プロジェクト」を推進していく。具体的には、東経連ビジネスセンターの活動を通じ、ものづくり企業のマーケティングやデジタル化・DX、加速器・自動車産業への参入、スタートアップと地元企業との連携など、新たな分野へのチャレンジをサポートする。また、東北ILC推進協議会や光科学イノベーションセンターとの連携を通じ、ILCの実現やNanoTerasuの安定運営を図る。

新たな視点では、農業の効率化・高付加価値化に向け、農業法人と企業の連携による「スマート農業」の推進に着手する。

「戦略2 稼ぐ力を高める」の深化

第3期のゴール

科学技術プロジェクト等の着実な推進による
東北・新潟の産業競争力の強化が図られている

2025年度の追加・変更点

戦略項目4
科学技術プロジェクトの推進

戦略項目5
地域企業の競争力強化

戦略項目6
イノベーションの創出支援

第3期の総括イメージ

NanoTerasuの安定運営や加速器
関連産業の基盤形成が進んでいる

ハンズオン支援やマッチング機会の提供等を通じた東北・新潟の地域企業の競争力強化・マーケット志向向上を図った

スタートアップと地域企業との連携が進むとともに、高付加価値型の製品開発の取組みが活発化している

2025年度の具体的な取り組み

- ①MFB会員向けNanoTerasu活用促進
- ②NanoTerasu建設・運営バックアップ
- ③ILC誘致実現に向けた理解促進活動
- ④加速器関連産業への参入支援
- ⑤福島イノベーション・ユースト構想の推進支援

- ①ものづくり企業の開発・マーケティング支援
- ②次世代モビリティ分野への参入支援
- ③デジタル化・DXの推進支援
(簡易コンサルティング充実化)
- ④農業のスマート化促進

- ①新たな価値を創造する場づくり(産学官金サロン)
- ②新事業開発分野での産学連携・企業間連携支援

戦略項目

戦略項目4
科学技術プロジェクトの推進

第3期の方向性

- ・次世代放射光施設NanoTerasuの利活用に向けた支援体制の充実を支援し、プロジェクトの円滑な進展に貢献する。
- ・国際リニアコライダー（ILC）誘致に向け、関係機関との連携による政府等への要望活動に加え、講演会や展示会出展等を通じて地元の理解促進を図り、誘致実現に寄与する。
- ・加速器関連プロジェクトへの東北・新潟企業の参入に向け、加速器関係Tier1とのビジネスマッチングにより、地域経済への波及効果を拡大させる。

第3期の総括イメージ

NanoTerasuの安定運営や加速器関連産業の基盤形成が進んでいる

【事業計画】

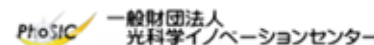
①MFB会員向けNanoTerasu活用促進（施設利用）



- ・中小企業等が放射光の利活用にあたり、放射光利用経験が豊かな会員企業より必要とする具体的な支援を聞き取り調査し、調査結果を踏まえ、支援専門家と連携し利用促進に向けた課題を整理する。以上を踏まえ、会員への支援専門家の活動を強化する
- ・NanoTerasu利活用促進を図るための会員向け現地測定講習会等を企画・実施する（上期2回程度。実際にビームラインを利用した測定も行う）

※ものづくりフレンドリーバンク（MFB）はNanoTerasuを複数の企業で共同利用する枠組みであり、東経連ビジネスセンターが設立した任意団体。東経連ビジネスセンターが事務局。会費（一般会員）は1口55万円（税込）、2024年12月末現在、東北・新潟企業の72社が加盟。

②NanoTerasu建設・運営バックアップ（コアリション加入勧誘や視察対応など）



◆コアリション会員の新規（増口）獲得

- ・地域パートナー（光科学イノベーションセンター、宮城県、仙台市、東北大学）との密な連携を基に企業訪問と視察対応によりコアリション会員を獲得する
- ・新たな勧誘対象企業の掘り起こしを行う
- ・NanoTerasuの利用実績（成果事例）の周知と、利用者の声を踏まえた対策（取組み・仕組み）による会員企業の利用率向上を図る

③ ILC誘致実現に向けた理解促進活動



ILCの現状と課題に関する情報収集・提供に取り組むとともに、ILC実現に向けた国等への働きかけを行う

◆ 講演会・視察会を通じた理解促進

- ・講演会の開催(2回/上期・下期)
- ・視察会(1回/下期)

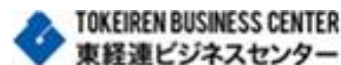
◆ 各種イベント出展による理解促進

- ・小中高生向け科学イベント「学都『仙台・宮城』サイエンス・デイ2025」への出展(上期)
- ・東北最大級のビジネス展示会「ビジネスマッチ東北」への出展(下期)

◆ 要望活動など

- ・ILC推進協議会の総会決議を踏まえた要望活動
- ・このほか、国際ワークショップ「LCWS2025」をはじめ、海外の情報等収集活動に努める

④ 加速器関連産業への参入支援



◆ ビジネスマッチングの機会提供

- ・加速器研究者や加速器関係Tier I企業とのビジネスマッチング機会を提供する(プレゼン会4回)
- ・加速器研究者による加速器支援専門家・企業向けの講演会の開催を通じ、加速器研究に関する理解促進と新たなビジネスチャンスを促進する(講演会2回)

◆ 支援専門家の支援体制強化

- ・支援専門家会議等で各支援専門家からの地域の至近の活動について積極的に共有化を図る(オンライン5回、対面1回)(対面開催では、放射光施設への一層の理解に向けたNanoTerasuの視察)

⑤ 福島イノベーション・コースト構想の推進支援

- ・福島県浜通りのロボット・ドローン、航空宇宙等の産業集積に向け、浜通りでの「東北・新潟産学官金サロン」の開催を通じて、福島イノベーション・コースト構想の推進に寄与する

戦略2 戦略項目5 地域企業の競争力強化

戦略項目

戦略項目5
地域企業の競争力強化

第3期の方向性

- ・「マーケティング・セールス戦略支援事業」をはじめとする東経連ビジネスセンターの支援事業を通じて、東北・新潟の各企業のマーケット志向を高める。
- ・東北・新潟企業のデジタル化推進をサポートするとともに、DXへの進化に向けた推進体制（講演内容、支援体制等）を構築する。

第3期の総括イメージ

ハンズオン支援やマッチング機会の提供等を通じた東北・新潟の地域企業の競争力強化・マーケット志向向上を図った

【事業計画】

①ものづくり企業の開発・マーケティング支援



◆マーケティング・成長戦略支援事業

- ・成長支援の趣旨に合致する本支援・Pre支援の採択・着実な実施を継続する（採択件数目標：2024年度並み=本支援・Pre支援各3件）
- ・支援成果集を活用した効果的なPR活動を実施する

◆支援企業の商品紹介

- ・大阪・関西万博に合わせたインバウンド向け東北・新潟フェアなど、ノウハウある他社（例：雪國商店KITTE大阪店）と連携し支援企業産品を紹介する

②次世代モビリティ分野への参入支援



◆仙台版 東北・新潟地域の車を考える会

- ・「仙台版 東北・新潟地域の車を考える会」の開催（年3回）による地域企業の自動車産業参入支援を行う

◆地域版 東北・新潟地域の車を考える会

- ・「地域版 東北・新潟地域の車を考える会」の開催（年3回程度）による域内企業・団体への自動車産業の啓蒙を行う

③デジタル化・DXの推進支援



◆DX簡易コンサルティング事業 地域企業の要望に応じ、ITコーディネーター等の支援専門家を派遣（無料・3回）、経営課題の把握をサポートし、解決策を提案する。

（支援事業の周知拡大）

- ・デジタル化経営者勉強会（年2回）を開催し、デジタル化・DXへの関心を高め、支援事業への申込につなげる。※勉強会後に「DX・デジタル相談会」を実施。
- ・メルマガ配信、イベントでの周知活動、支援専門家からの情報提供に加え、他支援団体との連携による情報獲得等を通じ、支援事業の周知拡大を図る。

（フォローの充実化）

- ・支援後の活動状況のヒアリング、ディスカッション等を行い、必要なフォロー活動を実施する（年間2社）

（新たな施策のメニュー化）

- ・DX推進体制への支援など、新たな支援をメニュー化する。

◆関係省庁との連携による情報発信（継続）

デジタル化・DX関連の補助事業・支援メニューを提供する関係省庁との連絡会を通じ、合同セミナーを開催する。

（東北地域デジタル化推進関係省庁等連絡会）

- ・合同セミナー（11月：動画配信、2月：リアルセミナー）

④農業のスマート化促進

◆スマート農業セミナー展（新潟/秋頃）

農業のスマート化により生産性向上と高付加価値化、異業種参入や連携を図り、地域産業の活性化につなげることで、また、次世代層に「稼げる産業」としての農業のブランド化を目的にセミナーおよび展示会を開催する。

戦略項目

戦略項目6
イノベーションの創出支援

第3期の方向性

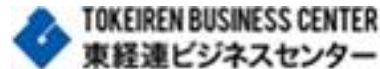
- ・スタートアップ支援の関係機関との連携を強化し、相乗効果による支援内容の充実を図る。
- ・「新事業開発・アライアンス事業※」による助成を通じて、企業の戦略的な連携による高付加価値型の製品開発を支援する。

第3期の総括イメージ

スタートアップと地域企業との連携が進むとともに、高付加価値型の製品開発の取組みが活発化した

【事業計画】

①新たな価値を創造する場づくり



◆東北・新潟産学官金サロン

- ・地元企業とスタートアップとのマッチングを目的に、秋田・山形（未開催）に加え、福島浜通りで継続的にサロンを開催する。
- ※山形（6月）、秋田（10月）、福島県浜通（2月）の計3回を予定

②新事業開発分野での産学連携・企業間連携支援



◆新事業開発・アライアンス助成事業

- ・関係機関と連携し助成事業の地域企業への認知度向上を図りつつ、支援専門家と連携し、地域経済への波及効果の大きい優良案件を発掘する。
- ・支援専門家と連携したフォロー活動により、助成後の事業化をサポートする

※新事業開発・アライアンス助成事業は、産学連携、企業間連携により新製品・新技術の開発の取り組む際、100万円を助成する事業。

戦略3 交流を加速する(概要)

戦略3では、「交流を加速」し、地域経済の活性化につなげるため、外航クルーズ船の寄港を起爆剤とした「地域観光消費の拡大」を図り、「地域産品の輸出拡大」により地域企業等の売上拡大をサポートする。また、これらの取り組みの基盤となる社会資本整備について、「ストック効果」の観点から必要性を訴えていく。

具体的には、外航クルーズ船の寄港をきっかけとした自治体・地元団体・企業との連携を促し、観光地の磨き上げに向けた司令塔づくりをサポートする。地域産品輸出の観点では、東北・新潟各県と共同戦線で、効果的・効率的に海外市場調査・販路開拓を行う。

「戦略3 交流を加速する」の深化

第3期のゴール

域内インフラを活用した観光・輸出の先進モデル構築と展開が図られている

2025年度の追加・変更点

戦略項目7
地域観光消費の拡大

戦略項目8
地域産品の輸出拡大

戦略項目9
インフラ整備・活用促進

第3期の総括イメージ

観光地作りや観光資源磨き上げに関心が高い地域が増えている。クルーズ船寄港が、周辺地域の住民や経済界を巻き込んだ地域イベントとなっている

関係機関との連携強化による香港・米国・台湾等への輸出実績の積上げと、「わきたつ東北戦略会議」を踏まえたタイ等への新たな販路拡大がなされている

掲載情報の充実、周知により、東北・新潟地域におけるインフラ整備・促進の検討において活用されるとともに、関係先とのリレーション強化に繋がっている

2025年度の具体的な取り組み

- ①観光地づくりの推進
- ②外航クルーズ船誘致の推進

- ①輸出実績の積上げ (シンガポール広域連携事業)
- ②効率的物流の再構築
- ③認知度向上、ブランド力強化に向けた時宜な情報発信

- ①インフラ整備の必要性・ストック効果のPR (PRツールの充実)

戦略項目

戦略項目7 地域観光消費の拡大

第3期の方向性

- ・寄港地及び周辺地域の「観光地づくり」に積極的に関与する。地域の伝統文化をはじめとする観光資源に改めてフォーカスし、観光による地域の持続的な成長に貢献する。
- ・地域観光消費を拡大させるきっかけとして「外航クルーズ船の寄港」に着目、フライ&クルーズを推進し、高所得者層の東北・新潟周遊を促進する。

第3期の総括イメージ

観光地作りや観光資源磨き上げに関心が高い地域が増えている。
クルーズ船寄港が、周辺地域の住民や経済界を巻き込んだ地域イベントとなっている。

【事業計画】

①観光地づくりの推進

◆地元による主体的な観光商品作り

・クルーズ船社・旅行会社と地元の司令塔となるべき民間機関等とを結び付けるコーディネート機能を担い、付加価値の高い観光地づくりを推進することで、観光消費の拡大を図る。

◆先行事例の横展開による東北・新潟地域全体の観光資源の磨き上げ

・先行している地域(例:岩手県宮古市)での事例を他地域でも導入・展開できるように調整を図り、持続的な観光資源の磨上げがなされる地域を拡大する。

②外航クルーズ船誘致の推進

◆ポートセールス、ファミツアーの実施と地元経済界等との関係深化

・クルーズ船社へのポートセールス並びにクルーズ船社・旅行会社を対象にしたファミツアー(地元視察)を自治体、商工会議所等と連携して継続実施する。なかでも、クルーズ船寄港の経済効果を実感できる地元経済界(商工会議所中心)との連携を深化させる。

・連携深化に当たっては、地元へ提供する情報を充実させるため、これまでのクルーズ船社や旅行会社との面談を通じたデータ収集に加え、通信会社やカード会社等からの追加データ購入も検討・調整する。

・港湾におけるクルーズ船旅客の受入機能高度化に向けた施設整備推進のため、国の港湾管理者や地元経済界等からの情報収集、連携を深化させる。

◆クルーズ船の特徴に合わせた誘致活動の展開

・小型ラグジュアリー船の寄港増で、クルーズ乗船客の嗜好等が多様化していることから、引き続き知見の積上げ・分析を行い、船毎、乗船客層毎に応じた時宜な誘致活動を展開する。分析した結果については、観光資源の高付加価値化にも活かす。

戦略項目

戦略項目8 地域産品の輸出拡大

第3期の方向性

・関係機関とのチャンネル形成、連携強化による海外プロモーション等を通じて、地域産品の情報発信・認知度向上を図り、輸出先国の増加、輸出品目・量の積上げなど商流拡大を図る。

第3期の総括イメージ

関係機関との連携強化による香港・米国・台湾等への輸出実績の積上げと、「わきたつ東北戦略会議」を踏まえたタイ等への新たな販路拡大がなされている

【事業計画】

①輸出実績の積上げ

◆THAIFEX2025への継続出展

・「わきたつ東北戦略会議」を受けた、タイ及びシンガポールへの新たな販路拡大に向けて、東北・新潟7県との「実務者会議」での議論を踏まえながら、「THAIFEX2025」へ継続出展する。なお、今回は、東北・新潟の米のみならず、地域産品についても出展が図られるよう、関係機関等と調整の上、実施する。

◆シンガポール広域連携事業の検討・実施

・シンガポールへの新たな販路拡大に向けて、見本市への出展及び現地関係機関と連携した事業など、東北・新潟7県との広域連携事業を検討・実施する。

◆九直と連携したバイヤー招請事業

・東北・新潟県産品のさらなる輸出拡大に向けて、海外バイヤーの招請事業を九直と連携の上、実施する（対象国：香港、タイ、シンガポール等を予定）。

◆PPIH東北フェア

・米国向けのさらなる輸出拡大に向けて、PPIHが展開する「東北フェア」開催に際し、出展事業者選抜のための商談会を共同で開催するほか、海外バイヤーの招請、フェア終了後の継続取引増に向けた働きかけや調整等を行う。

②効率的物流の再構築

・輸出時の地元空港・港湾利用に向けて、関係機関への働きかけや調整を行う。

③認知度向上、ブランド力強化に向けた時宜な情報発信

・東北・新潟の生産者の輸出意欲醸成、地域産品の認知度向上・ブランド力強化に向けて、時宜な輸出事例紹介など、報道機関等への情報発信を行う。

戦略項目

戦略項目9 インフラ整備・活用促進

第3期の方向性

- ・東北・新潟の関係機関の協力を得て「ストック効果事例マップ」、「プロジェクトマップ」を適切に更新し、要望活動や各種会議等での活用を通じて、問題意識の共有・理解醸成を図る。
- ・これにより、ミッシングリンク解消によるストック効果の発揮や、東北・新潟のプロジェクト・社会資本整備の状況を俯瞰して訴え、インフラ整備・活用の促進につなげていく。

第3期の総括イメージ

掲載情報の充実、周知により、東北・新潟地域におけるインフラ整備・促進の検討において活用されるとともに、関係先とのリレーション強化に繋がっている

【事業計画】

①インフラ整備の必要性・ストック効果のPR (PRツールの充実)

◆【ストック】機能向上と情報の拡充

- ・「ストック効果事例マップ」の発行(5月)
- ・要望活動での基礎資料として、ストック効果と費用便益費を記載し、各商工会議所や会員が整備後に期待する効果・地域の声を掲載することで機能向上を図る
- ・従来の地整局・運輸局・各県に加えて、「各県商工会議所連合会」・「東日本高速道路株式会社」へ情報を依頼することで更なる情報の拡充を図り「広域連携としての成果物」を目指す

◆マップのプレゼンス向上

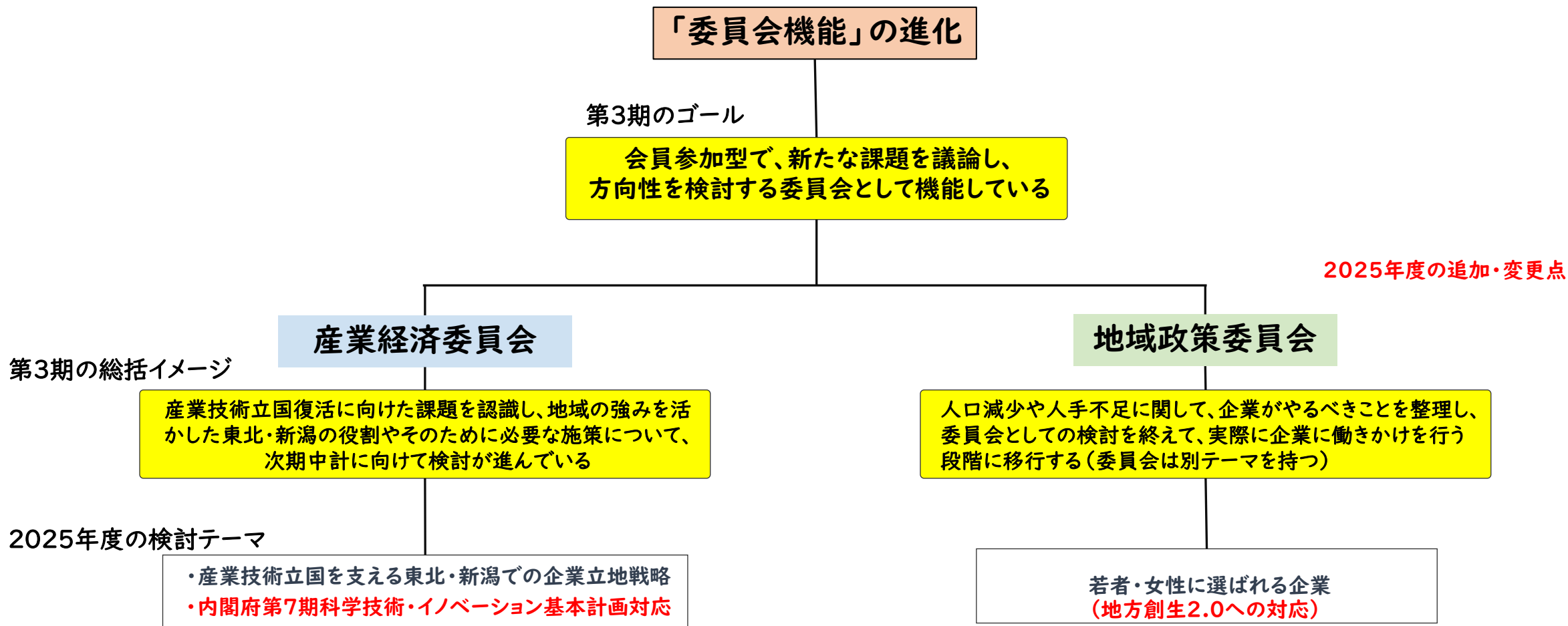
- ・「ストック効果事例マップ」として初めてプレスリリースを行う。電力記者クラブや地方紙に加え、建設業界向けの業界紙にも説明を行い、複数紙での広域的な記事掲載を目指す
- ・建設業協会や日建連、道路協会など会員を想定した周知活動を行う

◆販売業務の効率化

- ・「事務負担低減」・「質の向上」を目的とし、販売業務の委託する。委託により「折り目の無い」マップ販売を予定

「委員会機能」の進化の観点からは、「会員参加型で新たな課題を議論し、方向性を検討する」ことを目指してきた。産業経済委員会では、昨年度に引き続き「産業技術立国を支える東北・新潟での企業立地戦略」を、地域政策委員会では地方創生2.0で求められる「若者・女性に選ばれる企業像」を検討テーマに、議論を進めていく。

新たな視点では、改訂が進められている「科学技術・イノベーション基本計画」に関し、産業経済委員会において対応を検討する。



戦略項目

第3期の方向性

我が国の政策課題
に対する東北・新潟
の対応検討

(産業経済委員会)

- ・既存課題に対する方向性を取りまとめ、新たな課題を検討する。
- (既存課題) 地域全体のデジタル化(⇒スマート農林水産業分野の具体化)
- (新たな課題認識) 産業技術立国を支える東北・新潟での企業立地戦略(国内投資を増やすための東北・新潟の役割)

第3期の総括イメージ

産業技術立国復活に向けた課題を認識し、地域の強みを活かした東北・新潟の役割やそのために必要な施策について、次期中計に向けて検討が進んでいる。

【事業計画】

(検討テーマ:産業技術立国を支える東北・新潟での企業立地戦略)

- ・「産業技術立国を支える東北・新潟での企業立地戦略」を新たな切り口に、半導体や蓄電池、バイオものづくり、データセンター等国の戦略分野を踏まえ、国内投資を増やすための東北・新潟の役割を検討する
- ・AIや自動運転の進展等で、特に半導体の重要性がますます高まっており、その先進地である台湾についてもインバウンド観光・輸出面も含め注視が必要
- ・委員会での意見交換等は、幹事会(2回/年)、講演会(2回/年)、視察会(2回/年)を実施する

(内閣府第7期科学技術・イノベーション基本計画対応)

- ・2025年夏に予定されている中間とりまとめ前に、当会から基礎研究の重要性など提言を行うとともに、国の議論も踏まえながら、産業技術立国復活に向けた東北・新潟の役割やそのために必要な施策について、次期中計に向けて検討する

戦略項目

我が国の政策課題に対する東北・新潟の対応検討

(地域政策委員会)

第3期の方向性

- ・既存課題に対する方向性を取りまとめ、新たな課題を検討する。
(既存課題)人口減少(⇒企業がすべきことへ深化)
(新たな課題認識)「人口減少」に関する最新情報の把握、地域や企業の戦略

第3期の総括イメージ

人口減少や人手不足に関して、企業がやるべきことを整理し、委員会としての検討を終えて、実際に企業に働きかけを行う段階に移行する(委員会は別テーマを持つ)

【事業計画】

(検討テーマ:若者・女性に選ばれる企業)

- ・政府の地方創生2.0に呼応し、地方における「人口減少問題」の解決に向け、若者や女性の定着・還流を図っていく。
- ・企業がすべきことを「令和の働き方改革」と定め、若者や女性にとって魅力ある働き方・職場づくりの先進事例や関連諸制度の調査・検討を進め、会員企業の理解促進、行動変容を促す。

◆幹事会(年2回程度)

- ・「若者・女性に選ばれる企業像」や令和の企業変革など、東経連が取り組むテーマを議論する。

◆委員会・講演会(年2回程度)

- ・幹事会の議論に沿った講演会、意見交換会を企画する。

◆視察会(年1回)

- ・先進企業・地域の視察会を実施する。

「経済団体機能」の進化の観点からは、「会員ニーズや地域課題を的確に把握」し、要望活動や事業に反映することに努めてきた。引き続き、会員アンケートによる定量的な企業の状況・地域課題の分析に努めるとともに、会員懇談会を通じた定性的な会員企業の声を把握し、「わきたつ東北戦略会議」などの枠組みを通じ、産学官金をはじめとするステークホルダーと一緒に課題解決に努めていく。

新たな視点では、地区会員懇談会を各県の県庁所在地でも開催し、より多くの声の把握に努めるほか、各県駐在とのさらなる連携、新規会員の獲得を図っていく。

「経済団体機能」の進化

第3期のゴール

会員ニーズや地域課題を的確に把握し国等に訴えると共に、具体的な施策に繋げている

2025年度の追加・変更点

会員・地域とのコミュニケーション

産学官金の連携強化

他地域や経済界との交流

経済界の主張の反映

第3期の総括イメージ

会員企業の定量・定性的な情報を蓄積・分析し、真のニーズを突き止める仕組み・体制ができている

実質的な議論や連携を推進する体制・仕組みに深化を図る

実質的な議論や連携を推進する体制・仕組みに深化を図る

把握した会員ニーズ・地域課題を具体的に要望内容に反映できている

- ①地域懇談会
- ②地区会員懇談会(県庁所在地での開催)
- ③各県駐在との連携強化
- ④新規会員の拡充
- ⑤効果的な情報発信
- ⑥会員アンケートの実施

- ①わきたつ東北戦略会議
- ②国出先機関との連携

- ①東北地方経済懇談会
- ②三経連経済懇談会
- ③大阪・関西万博の機運醸成
- ④台湾の協進会とのMOUに基づく経済交流の促進

- ①政府予算要望
- ②三経連共同要望
- ③東北・新潟選出国會議員との接点強化
- ④東北・新潟の強みの主張・深掘り

戦略項目

会員・地域とのコミュニケーション

第3期の方向性

- ・地域や企業のニーズや課題をより深く把握するため、コミュニケーション力を強化する。
- ・ニーズや課題に沿った具体的な行動に繋げる。

第3期の総括イメージ

会員企業の定量・定性的な情報を蓄積・分析し、真のニーズを突き止める仕組み・体制ができている

【事業計画】

①地域懇談会

- ・当会活動や最新の地域課題に関する会員企業の理解浸透、会員間の相互交流を図るため、宮城県を除く東北・新潟各県庁所在地等での地域フォーラムを継続開催する。また、県庁所在地（宮城県を除く）の会員の声を把握するため、新たに「県庁所在地等会員懇談会」をプログラムに加え、実施する。
- ・会員数が多く、未開催の宮城県では、新たな「県庁所在地等会員懇談会」の実施内容の検証等により、次年度以降の実施を検討する。

②地区会員懇談会

- ・東北・新潟の各県・各地区の会員企業のニーズをより広く、深く把握するため、従来の23地区に加え、「県庁所在地等会員懇談会」を実施し、フェイストウフェイスの意見交換を行う。

③各県駐在との連携強化

- ・東北・新潟各県駐在との連携を強化し、東北・新潟における東経連活動の理解浸透や、会員企業のニーズのきめ細かな把握を図る。

④新規会員の拡充

- ・当会事業活動の基盤となる新規会員の拡充に向けた働きかけを、会員企業の協力も得ながら積極的に展開する。

⑤効果的な情報発信

◆ホームページ

- ・職員の意見も取り入れながら魅力的なコンテンツの作成や発信方法を検討しHPに反映する。
- ・分析ツールによりホームページの内容を検証し、情報発信力の強化に向け継続して改善を図る。

◆四半期報「東経連」

- ・四半期報の更なる内容充実を図り、会員ニーズに応えられるクオリティを追求する。
- ・パブリシティを継続することにより訴求力を高め、東経連の存在感向上につなげる。

⑥会員アンケートの実施

- ・会員の声を把握し、要望活動や政策提言等の当会事業への反映を図ることを目的に実施。
- ・上記目的を踏まえ、全会員を対象とした調査を継続する（年2回：4月、10月）
- ・調査項目は、会員の負担に配慮しつつ、当会内のニーズを踏まえ設定し、政策提言、情報発信活動に繋げる
- ・分析の深耕を図るため、回答分析作業の効率化を図る

戦略項目

産学官金の連携強化

第3期の方向性

- ・地域課題をより深く把握、行動する基盤として東北・新潟の産学官金の一体感の醸成、トップ同士のホットラインの強化を図る。
- ・具体的な議論を通じ、連携した取り組みに繋げるためのプラットフォーム機能の強化を図る。

第3期の総括イメージ

これまでの関係性を生かし、実質的な議論や連携を推進する体制・仕組みに深化を図る

【事業計画】

①わきたつ東北戦略会議

- ・産学官金トップで東北・新潟地域の課題や問題意識を共有・議論し、東北・新潟の一体感を醸成していく。昨年度は「人口減少問題」を一貫したテーマとして掲げ、課題や危機感の共有を図った。今年度はそれを基盤としつつ、産学官金の関係性をさらに深化させ、連携した取り組みを図っていく。
- ※山形市(5/15)、むつ市(11/7)の計2回開催

②国出先機関との連携

- ・昨年度に引き続き、東北総合通信局、東北農政局、東北経済産業局、東北地方整備局・東北運輸局、北陸地方整備局との意見交換会を実施する。

戦略項目

第3期の方向性

他地域や経済界との交流

- ・企業のニーズをより深く把握、行動する基盤として経済界トップ同士のホットラインの強化を図る。
- ・具体的な議論を通じ、共通認識を得て連携した取り組みや主張の展開を図る。

第3期の総括イメージ

これまでの関係性を生かし、実質的な議論や連携を推進する体制・仕組みに深化を図る

【事業計画】

①東北地方経済懇談会

- ・日本経済団体連合会（経団連）との共催による定期懇談会。案内対象は全会員。経団連トップと経済界が主張すべき点について議論し、共通認識を醸成する。※9/18（木）PM、ホテルメトロポリタン仙台にて開催。筒井・新会長になって初の地方経済懇談会となる。

②三経連経済懇談会

- ・北海道・東北・北陸の3経済連合会による定期懇談会。案内対象は副会長、常任政策議員。三地域に共通する課題について理解・検討を深め、国等への要望事項について決議する。
- ・2025年度は当会がホストとなり、8/27（水）－28（木）にかけて、福島県内で開催。宿泊先は華の湯温泉（磐梯熱海温泉）

③大阪・関西万博の普及啓発

- ・関西経済連合会と連携し、会員企業への情報提供などを通じ、大阪・関西万博の普及啓発を図る。

④台湾の協進会とのMOUに基づく経済交流の促進

- ・域内の台湾関係事業（催事等）を情報収集し、適宜、台湾協進会と相談し、開催協力を実施する。
- ・台湾半導体産業の動向をウォッチするとともに、関係機関と連携してサプライチェーンの再構築・強化に関する各種取り組みを実施する。

戦略項目

経済界の主張の反映

第3期の方向性

- ・会員コミュニケーションや産学官金の連協強化により、企業のニーズや地域課題をより深く把握した集大成として、各種要望活動にその内容を反映、実現を訴える。
- ・新たな「国土形成計画」を踏まえて策定される「第三次東北圏広域地方計画」に対し、東北・新潟の経済界の意見反映を図る。

第3期の総括イメージ

地域の関係者の意向も取り込みつつ、把握した会員ニーズ・地域課題を具体的に要望内容に反映できている

【事業計画】

①政府予算要望

- ・要望の効果を最大限に生かすため、2026年度政府予算に加え、日本海沿岸東北自動車道の建設促進、社会資本の重点整備に関して、関係機関のトップと合同で要望活動を実施する。
(関連行事)日本海沿岸東北自動車道建設促進実行委員会総会(7/3・鶴岡市)、東北の社会資本フォーラム(7/10・秋田市)

②三経連共同要望

- ・三経連経済懇談会(8/27-28)の決議に基づき、三経連のトップにより政府等に要望を行う(10/15)。

③東北・新潟選出国会議員との接点強化

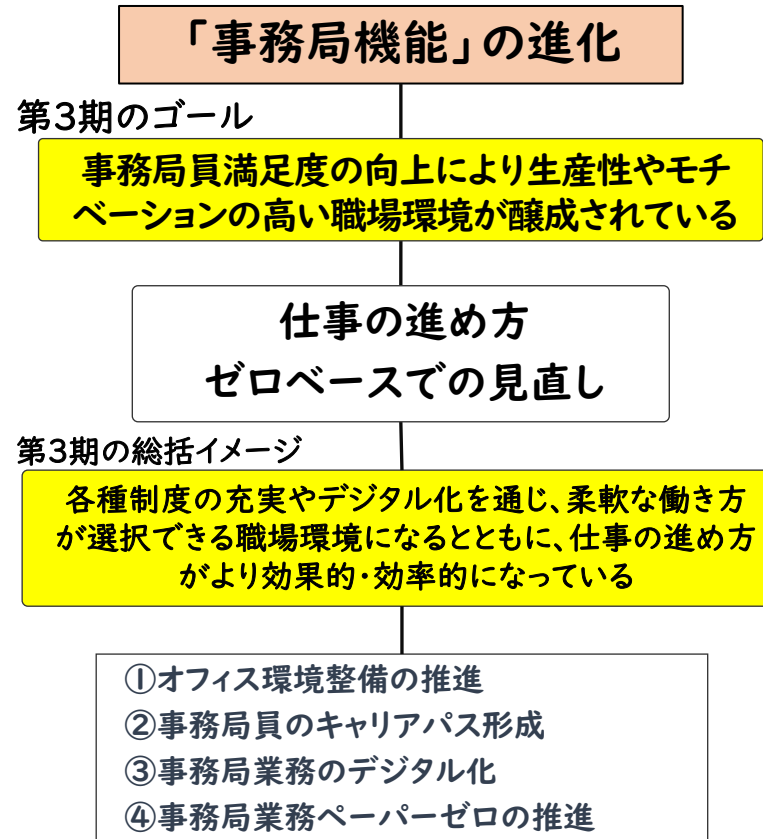
- ・要望活動や東京事務所経由で東北・新潟選出国会議員とのネットワークを維持する。
- ・「東北・新潟選出国会議員との集いを継続開催する(12/4開催予定)。当会会員の参加増に向けて周知方法を工夫する。

④東北・新潟の強みの主張・深掘り

- ・東北圏広域地方計画推進協議会に参画し意見反映を図り、計画の策定に協力する。

「事務局機能」の進化の観点からは、生産性やモチベーションの高い職場環境をつくるため、デジタル化などのハード面、研修制度やマニュアル整備といったソフト面の両面から、環境整備を行ってきた。

今年度は引き続き、カラーコピーの削減をきっかけとした仕事の進め方の見直しを粘り強く進めるとともに、事務局業務のデジタル化をもう一段進め、柔軟な働き方や、効果的・効率的な業務推進を図る。



戦略項目

仕事の進め方 ゼロベースでの見直し

第3期の方向性

- ・第3期を通じてペーパーゼロを目指す「ペーパーゼロ宣言」(2023.1.4)に基づき、仕事の進め方をゼロベースで見直す。
- ・ペーパーゼロをきっかけとする業務効率化を追求する(働き方改革推進プロジェクトチームを組成、オフィス改革を進め、効率性と働きやすさの両立を実現する)

第3期の総括イメージ

各種制度の充実やデジタル化を通じ、柔軟な働き方が選択できる職場環境になるとともに、仕事の進め方がより効果的・効率的になっている

【事業計画】

① オフィス環境整備の推進

- ・事務局内の物理的なスペースの有効活用・効率化について継続検討する。

② 事務局員のキャリアパス形成

- ・必要とされる能力について内部でのディスカッションを通じ、職員のスキル向上を図る(職員研修の実施など)。
- ・出向者向けスタートアップガイドの定期的な更新・徹底により、事務局員の実務面のサポートを充実化する。

③ 事務局業務のデジタル化

- ・デジタル化による更なる業務効率化の実現
- ・経理業務のシステム化に向けて、現在の経理業務ワークフローに基づき、引き続きシステム化のための問題点や検討項目などの洗い出しを行う。

④ 事務局業務ペーパーゼロの推進

- ・カラーコピーの削減を図り、コスト削減に加えて仕事の進め方の見直しにつなげる(使用量の継続的な共有、会議配付の見直し、等)

第3期中期計画終了を見据えた次期戦略の検討

ビジョン「わきたつ東北」に基づく第3期中期計画（2023-2025）の計画期間の終了を見据え、これまでの成果・反省を検証・総括し、次期戦略の検討に着手する。

また、東経連ビジネスセンターも第3期（2020-2025）が終了することから、複雑化・多様化する支援ニーズに柔軟に対応できるよう、支援体制のアップデートを図る。

①東経連の次期戦略検討

◆ビジョン「わきたつ東北」（第3期中期計画）の総括

・ビジョン「わきたつ東北」発表（2017.1月）から第3期までの進捗を総括し、次期戦略のベースを固める。

◆第4期を見据えた次期戦略の検討

・人口減少の深刻化や、生成AIをはじめとする技術革新などの外部環境、東北・新潟地域の特色、当会の強みを整理し、次期戦略を検討・立案する。

②東経連ビジネスセンターの次期支援スキームの検討

・人口減少下の東北・新潟地域の中小企業ニーズに対応した支援のあり方について検討を深め、新たな支援スキームを構築する。