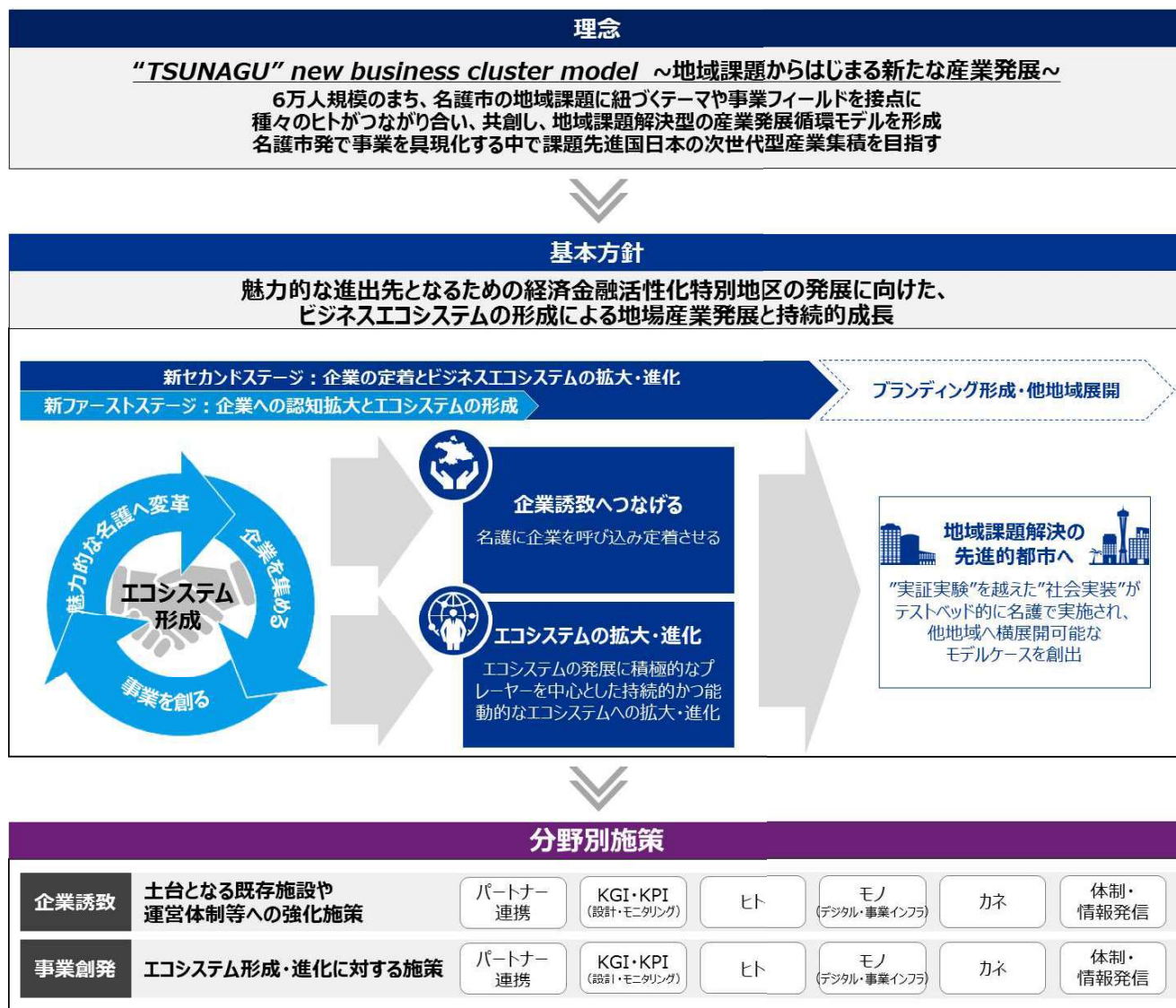


第4章 基本計画

第1節 計画の全体像／企業誘致戦略



本計画では、名護市で目指す姿に即して企業誘致推進計画の「理念」、「基本方針」、「分野別施策」まで一貫性のある計画を策定する。

<理念>

－名護市で目指す姿の実現に向けて、産業活性化の中で企業誘致はどうあるべきか、ありたい姿を描く。

<基本方針>

－企業誘致の理念の実現に向けた戦略検討、短期・中長期の方向性を策定する。

<分野別施策>

－基本方針に即して企業誘致観点、事業創発観点で人財分野（ヒト）、インフラ分野（モノ）等、分野別に具体的な実行施策の策定を図る。

第2節 基本理念

第1項 理念の概要

本計画の基本理念を次のように定める。

理念

“TSUNAGU” new business cluster model ～地域課題からはじまる新たな産業発展～

6万人規模のまち、名護市の地域課題に紐づくテーマや事業フィールドを接点に
種々のヒトがつながり合い、共創し、地域課題解決型の産業発展循環モデルを形成
名護市発で事業を具現化する中で課題先進国日本の次世代型産業集積を目指す

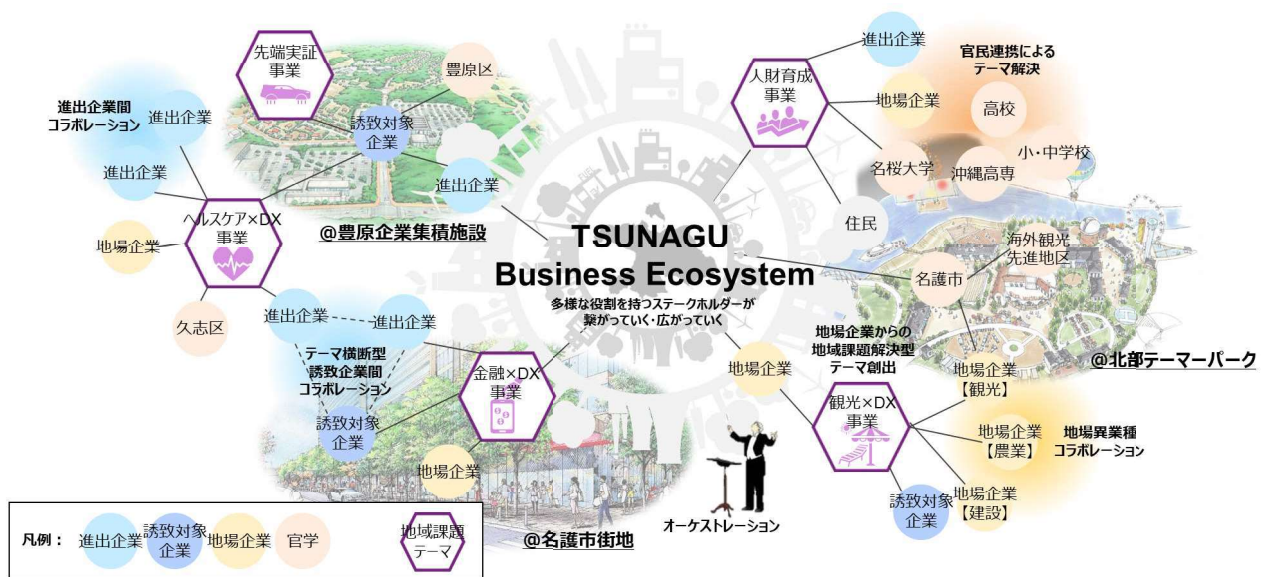
企業誘致の考え方としては、従前のように単に企業を誘致するのではなく、事業創発を推進する中で事業フィールドとして名護市を活用する中で、名護に企業を呼び込み定着させる形で企業誘致自体を推進する。

第3章で整理した昨今の世の中動向、国内企業誘致の動向を踏まえると短期目線で一定数の企業誘致を実現させることは現実的ではないため、長期目線でまずは名護のフィールドで同じ地域課題解決の目的に向けて取組を進める企業を県内外から呼び込むことから始めることとする。

名護市の地域課題に紐づくテーマや事業フィールドを接点に産学官／地元・外部問わず種々のプレーヤーがデジタルフィールド／フィジカルフィールドの中で、響鳴し、つながり合い、共創・共助し、デジタルの活用によって地域課題を解決に導く、地域課題解決型産業発展循環モデルを形成し、名護市発で事業を興し、具現化することで他地域への横展開可能な課題先進国日本の次世代型産業集積のモデルケースとなることを中長期的な目標として設定し、名護市は産業活性化に向けて「“まちづくり×DX”の地域課題解決型先進都市」を目指す。

まちづくり×DXによってデジタル技術の活用により都市や地域の機能やサービスを効率化・高度化し、都市型災害や人口高齢化など各種の課題の解決を図るとともに、快適性や利便性を含めた新たな価値を創出する。例えばAI画像認識やIoTセンサー等による都市活動の可視化、災害リスク情報を活用した防災政策の高度化、オープンデータを活用した民間サービス市場の創出等が具体的な取組としては挙げられる。

【本計画における基本理念－概念図】



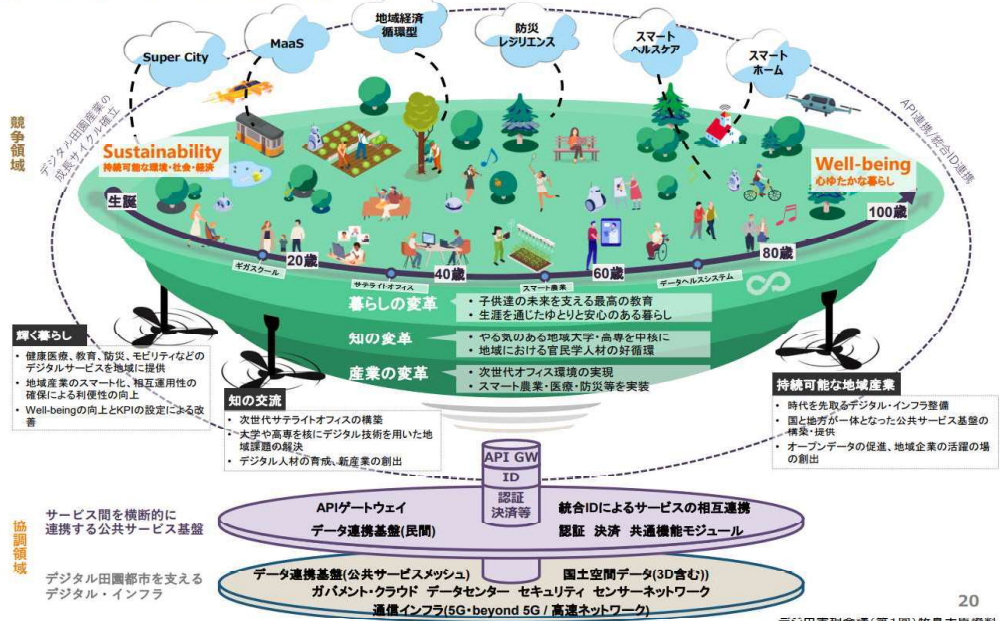
第2項 デジタルを活用した地域課題解決

上記で掲げた名護市の産業活性化の理念である「デジタルを活用した地域課題解決」は政府が掲げるデジタル田園都市国家構想等の Society5.0 の実現に向けた取組とも方向性の整合が取れている。

統合イノベーション戦略 2022（内閣府）において、第2章「Society5.0 の実現に向けた科学技術・イノベーション政策」の中でスマートシティの展開について目指すべき姿、KGI 等を整理しており、上記の推進にあたり「デジタル田園都市国家構想」や「スマートシティ官民連携プラットフォーム（国土交通省）」等の内閣府+4 省による取組推進がなされている。

本計画を推進する上でも政府が主導する上記の取組との連携深化を模索していく。

■ デジタル田園都市国家構想の取組イメージ



20 デジ田実現会議(第1回) 牧島大臣資料

(出典) 内閣府資料(デジタル田園都市国家構想実現会議)

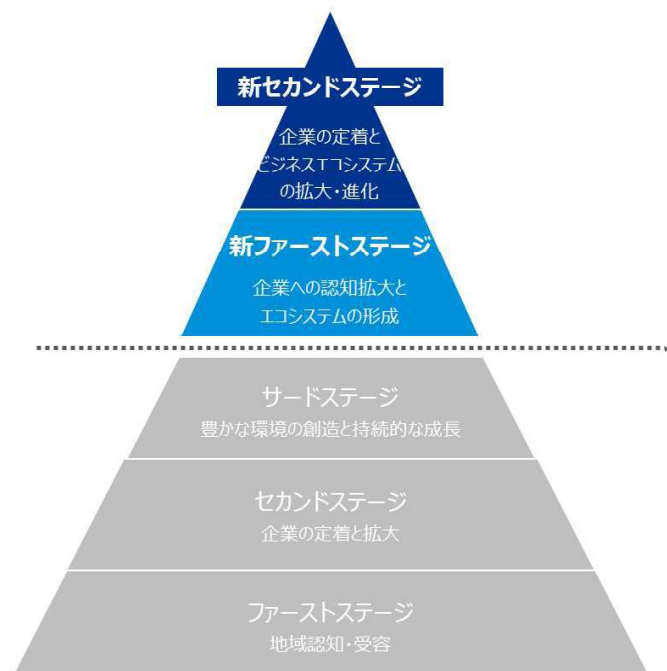
第3節 基本方針

第1項 基本方針の概要

本計画の基本方針は次のように定める。

「新ファーストステージ」：企業への認知拡大とエコシステムの形成

「新セカンドステージ」：企業の定着とビジネスエコシステムの拡大・進化



本計画：企業誘致の仕組強化・発展フェーズ (新ファーストステージ・新セカンドステージ)

- 前計画で進出・定着した企業を土台とし、進出企業に対しては地場での事業機会の創出等、更なる定着化と事業拡大・進化を目指す
 - ・【新ファーストステージ】新たな企業誘致理念の浸透と共に、各企業の新規事業創出や既存事業拡大等の更なる成長を支えるための**企業を繋ぐ、共創する仕組み（ビジネスエコシステム）を形成**していく
響鳴都市実現に向け、スマートシティ推進に不可欠となる「まちづくりDX推進企業」及び「エコシステム活性化企業」の誘致に注力する方向性で検討中
 - ・【新セカンドステージ】既存誘致企業、新ファーストステージで新規に誘致した企業の定着化と、エコシステムの発展に積極的なプレーヤーを中心とした持続的かつ能動的なエコシステムへの拡大・進化を目指す

前計画：基盤形成フェーズ (ファーストステージ～サードステージ)

- 情報通信・金融産業を主軸とした企業集積施設の土台形成は前計画までで着実に遂行され、現在は更なる発展に向けた取り組みを行っている
 - ・【ファーストステージ】情報・金融産業や教育・研究機能の集積地として、周辺関係者や進出関係企業の一定の認知・受容は達成している模様
 - ・【セカンドステージ】特区進出企業が雇用創出・産業振興に貢献、一部企業は進出から10年以上経過する中で雇用拡大に伴う施設移転を行う等、確実な企業の定着化と事業拡大を実現している
 - ・【サードステージ】持続的な成長に向け、人材育成に注力。学生から社会人まで多様な層へのキャリア教育や求職・就業支援に貢献している

第1章で前述したとおり、前計画では平成14年から平成30年を3つのステージに区切り、平成14年から平成20年を黎明期（ファーストステージ）として「地域認知・受容」、平成20年から平成25年を成長期（セカンドステージ）として「企業の定着と拡大」、平成25年から平成30年を第二成長期（サードステージ）として「豊かな環境の創造と持続的な成長」をそれぞれテーマとして掲げ、計画を推進してきた。（平成30年から令和4年については平成25年からのサードステージを継続し各種施策を推進）

前計画策定以来、堅調に誘致企業数・雇用者数を伸ばしてきたが、第3章で整理した「既存誘致対象業種の役割の変化」や「企業誘致を推進する上での転換点」を受け、近年それらの伸びは緩やかになってきている。

上記の状況を打開するために、これまでの前計画を「基盤形成フェーズ」とし、本計画を「企業誘致の仕組強化・発展フェーズ」と位置付け、従来の企業誘致を進化させる形で「エコシステム形成型誘致」を推進していく。

従来の企業誘致では、通信環境・施設等の事業に必要な環境の整備や豊富な若年人財による雇用確保・コストメリット、税制特例等をインセンティブとして主に労働集約型産業を中心に誘致を推進してきたが、今後は以下に示す「エコシステム形成型誘致」を推進するため、2つの新たなステージを設定した。

＜今後の企業誘致の進め方＞

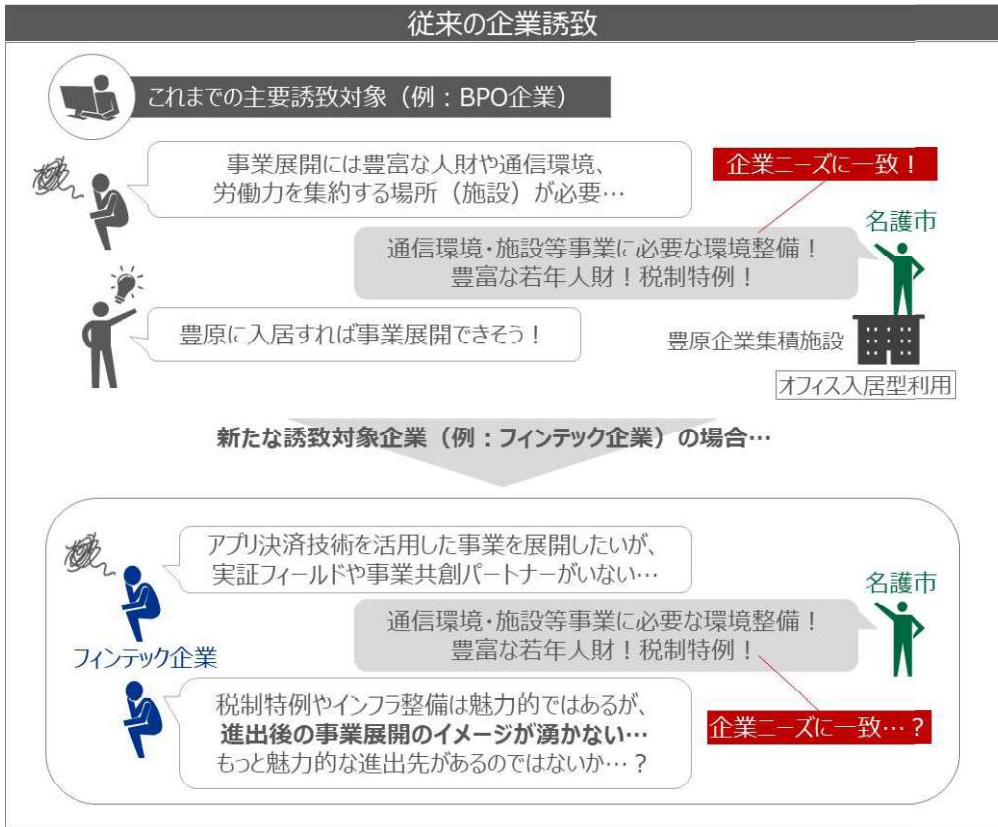
今後の企業誘致は名護に紐づく地域課題の解決を求心力とした住民や産学官を含む多様なプレイヤーが連携し合うビジネスエコシステムの中で事業共創を推進し、必要に応じて名護を実証フィールド等として利用してもらう中で、名護への誘致を推進する。

「新ファーストステージ」:

・新たな企業誘致理念の浸透と共に、各企業の新規事業創出や既存事業拡大等の更なる成長を支えるための企業を繋ぐ、共創する仕組み（ビジネスエコシステム）を形成していく。響鳴都市実現に向け、スマートシティ推進に不可欠となる「まちづくりDX推進企業」及び「エコシステム活性化企業」の誘致に注力する。（詳細は第4章 第6節を参照）

「新セカンドステージ」:

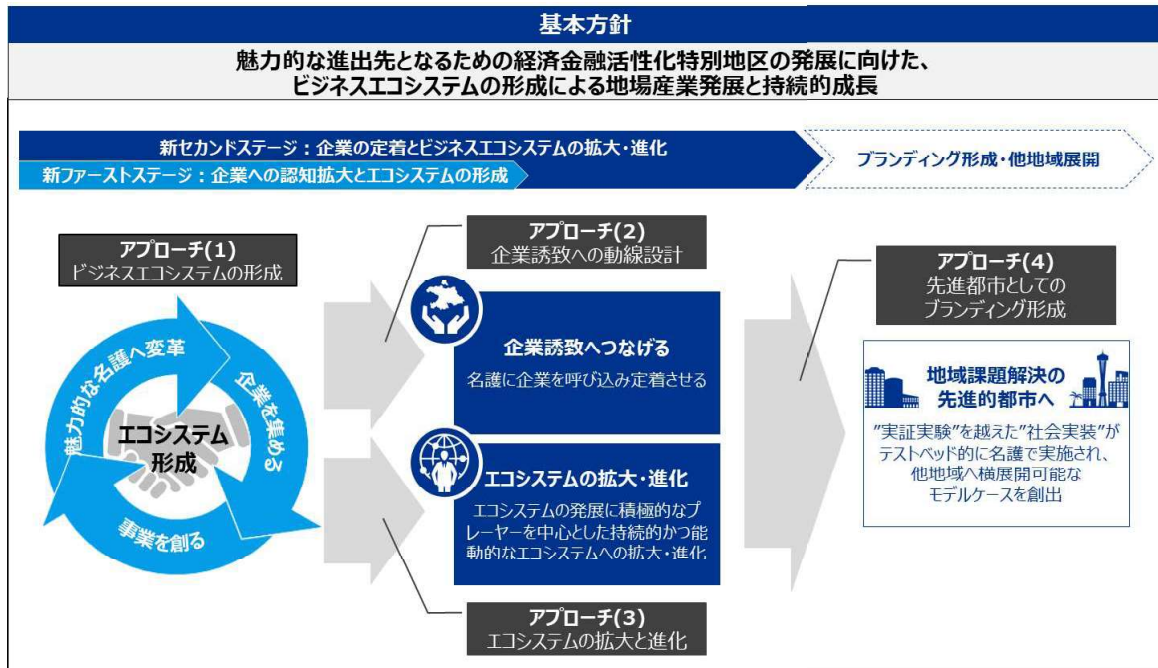
・既存誘致企業、新ファーストステージで新規に誘致した企業の定着化と、エコシステムの発展に積極的なプレイヤーを中心とした持続的かつ能動的なエコシステムへの拡大・進化を目指す。



第2項 基本方針に対するアプローチ

基本方針に沿って本計画を推進する上でのアプローチは以下の通りである。次頁より各アプローチについて詳細を整理する。

- アプローチ(1)：ビジネスエコシステムの形成
- アプローチ(2)：企業誘致への動線設計
- アプローチ(3)：エコシステムの拡大と進化
- アプローチ(4)：先進都市としてのブランディング形成



■ アプローチ(1)：ビジネスエコシステムの形成

ビジネスエコシステムの形成を推進するために、アジャイル的に以下のループを回すことが肝要である。

「魅力的な名護への変革」>>「企業を集める」>>「事業を創る」>>「魅力的な名護への変革」…



「魅力的な名護への変革」ではこれまで取り組んできた「誘致基盤強化」に加え、「次世代誘致基盤」となるエコシステムの形成を促進するために、既存施設を含む豊原を越えて名護全体を変革することで進出先としての魅力を向上させる。

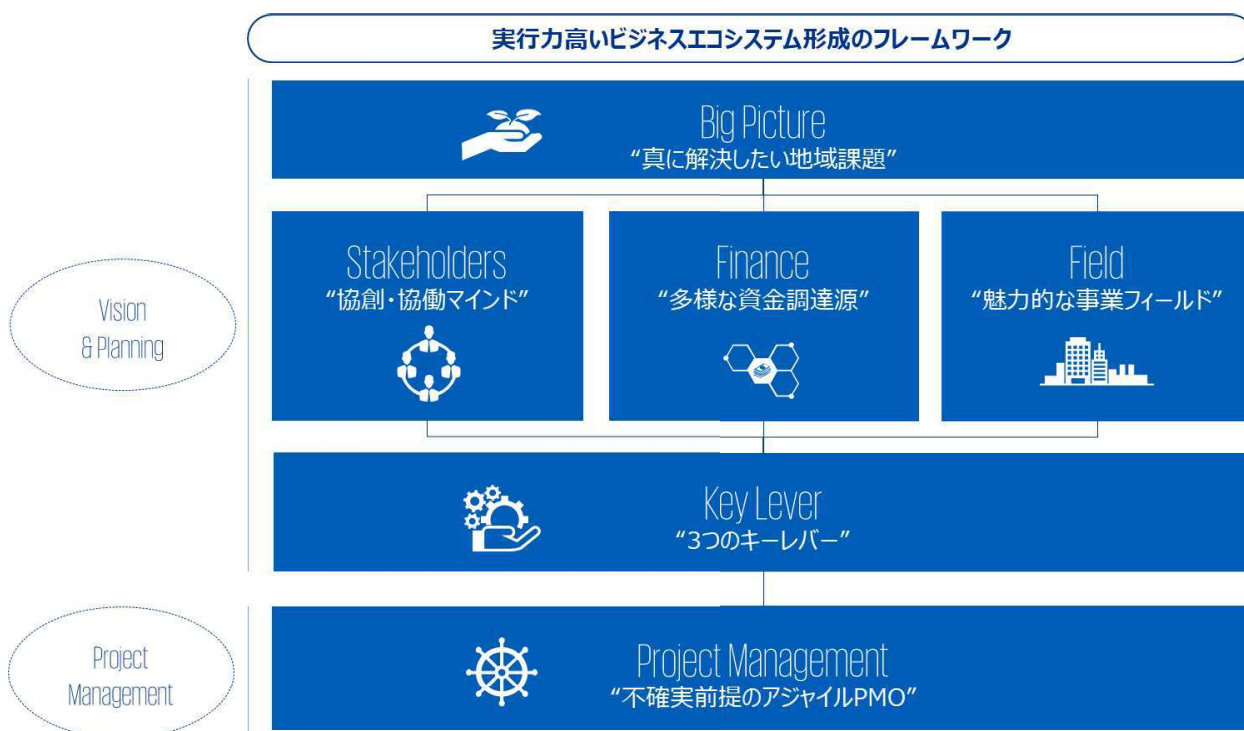
「企業を集める」では誘致テーマ・場を設計し各テーマにてエコシステム形成に必要なプレイヤーを整理し、個別にコンソーシアム参加の声掛けをする等エコシステムへの参加促進することに加え、OI 施設を起点としたオンライン参加等、エコシステムに対する多様な参加形態を検討する。

「事業を創る」では形成されたエコシステムの中で取り組むテーマを具体化し、種々のプレイヤーを巻き込み、エコシステムの活動を促進する。

初期フェーズは民間企業を中心としたコンソーシアムによりエコシステムの活動の加速を検討する。

上記の取組によって形成されるビジネスエコシステムを活性化させ、実行力を高めるための要諦を以下に整理する。

◆ アプローチ(1)の推進に欠かせない考え方



地域課題解決を求心力とするビジネスエコシステムの形成には、上図で整理した要素を具備することが肝要である。

協創・協働マインドを持った「ステークホルダー」や補助金に依存しない「多様な資金調達源」、実証実験・社会実装 PoC のための「魅力的な事業フィールド」を前提条件として整備し、それらを揃えたうえでエコシステムのコア機能である「事業創発」を推進するためには「3つの要諦（Key Lever）」を具備することが重要である。

■ “事業創発”を推進するための「3つの要諦（Key Lever）」

1) 出口戦略を見据えた事業テーマの設定（事業選定のKey Lever）

－最初から他地域・グローバルへの横展開を見据えて、ローカルな課題に向き合う、“グローバル”を意識した地域課題起点のテーマを民間主導のコンソーシアムを中心に選定する。

2) ビジネスの中心地における事業創出の促進（事業創出のKey Lever）

－名護における事業創出機会の設計に加えて、企業が多く集積し、事業機会が多く存在する東京等のビジネスの中心地において事業創出機会を創造し、そこで生まれた事業アイデアを育てる場として名護に誘致する“逆張り戦略”を推進するための仕掛けづくりを進める。

3) 一連の事業フェーズに対する一貫した支援体制の整備（事業推進のKey Lever）

－事業のマッチング（企業と企業の出会いの場）の設計のみに注力するのではなく、事業推進の節目となるタイミング（資金調達、IPO、ローンチ等）での支援体制を構築し、並走支援も含めた充実した支援を用意し、企業のニーズに合わせてそれらをアップデートする仕組みを設計する。

上記観点を踏まえて分野別施策を検討する。

■ アプローチ(2)：企業誘致への動線設計



「エコシステムの形成」により事業創発を促進、実証事業等の取組を実施する場としてオンライン／オフライン関わらず多様な選択肢を用意する中で、必要に応じて既存施設や OI 施設等を整備・提供しエコシステム参加プレーヤーを主とする「企業誘致」に繋げる。

この際に取り組を実施する場（事業フィールド）の魅力向上のため、実現可能性については今後精査を行うが、例えば、誘致対象に対する一時的な補助等の基本的なインセンティブの整備に加えて、名護に進出している企業をリスト化し、どんなリソースが活用でき、どんな期間で、どんなアウトプットができるかを詳細に調査・整理し、東京で創出される様々な事業ニーズに対して具体的な誘致プランを提示できる等、誘致に対する“お膳立て”の徹底的な整備を推進していく。

また、新規企業の誘致と併せて、名護に進出した企業の定着化にも取り組むことが肝要である。

進出企業に対してエコシステムへの参画を促し、継続的な事業機会を創出することで企業成長を促進することに加えて、進出企業が抱える変動的で細やかなニーズをリアルタイム的に把握できる仕組みを構築し、進出企業に対して継続的に向き合う体制の整備を推進する。

■ アプローチ(3) : エコシステムの拡大と進化



「エコシステムの形成」において参集したプレーヤーの中から自社ソリューションの販売等の短期的な視座を持つプレーヤーではなく、理念に共感し、継続的な名護の発展を自分事化しており、社会課題の解決や解決モデルの他自治体展開・グローバル展開等の長期的な視座を持つ主体的なプレーヤーを選定し、関係性を深化させ、特定の推進組織に依らない自立的な誘致テーマの掲出や自発的な連携等、「エコシステムの拡大と進化」を促進する。

エコシステムに参画している企業同士が自立的に繋がり、取組テーマを創出、事業を進めていく自立×共創型で持続的かつ能動的なエコシステムの形成を目指す。

■ アプローチ(4) : 先端都市としてのブランディング形成



地域課題解決のモデルは“実証実験”を経て、“社会実装”がテストベッド的に名護で実施され、実績の形成を通じて「クレデンシャル（社会信用）」の向上を経て、他地域への横展開可能なモデルケースへと昇華し、「スケラビリティ（拡張性）」によって他自治体・他都市への展開を推進することで、人口6万人の名護に閉じない事業拡大が可能となる。

これらの一連の取組の推進によって、名護は“地域課題解決の先進的都市”としてブランディングを形

成し、更なる企業誘致の活性化、ビジネスエコシステムの拡大・進化を加速させる。

第4節 企業誘致テーマ

第1項 企業誘致テーマの導出



観光×DX

- ・豊かな自然、リゾート・観光施設といった観光資源の強みがある一方、目玉となる観光スポットが少なく、「素通り観光地」となっている
- ・将来的なテーマパーク建設や、市街地再開発等の機会を踏まえ、今以上に魅力的なデジタルテクノロジーを活用した次世代観光地の実現を目指す



自然・農業×DX

- ・北部に位置する名護市はパインやウコン等、県内でも農業生産高が高い中、高齢化や後継者不足等の課題に。加えて、イノシシやカラスなどの害獣問題等を抱えている
- ・個人農家の多さ、民家に隣接して広がる小規模農地等の特徴を活かして生産者の事業効率化や生産量拡大に繋がるような、スマート農業を展開していく



ヘルスケア×DX

- ・人口は自然増しているものの、若者の就職時の県外への流出やシングルマザー増加等による生産年齢人口減が課題に。加えて、保険負担増や、医療体制のひっ迫の問題も抱える
- ・様々な世代の市民が健やかに過ごせるまちづくりを目指して、人々に対して健康・体力づくりの意識を高め、行動変容を促していく



教育×DX

- ・出生率1位という強みがある中、進学時や就職時に県外へ流出してしまっている
- ・デジタルテクノロジーを活用して個々人の年代や思考に応じた教育支援体系を構築、思考力や対人関係力等の生きるベースとなる力を養うことや、社会課題への感度を高め、課題解決型人材を育成する等、独自の教育テーマを掲げ世の中に発信していく



市政×DX

- ・観光や農業等の産業課題、交通課題、高齢化課題等、名護にある社会課題に対してデジタルツインを活用し“デジタル名護”を形成
- ・種々の施策をデジタル名護で検証し、シミュレーションの結果、効果が高い施策を“リアル名護”にて展開する新しい市政モデルの形成を目指す

“まちづくり×DX の課題解決の先進的都市”を目指す中で、誘致テーマとしては名護の地域課題に紐づく領域に対して DX を掛け合わせたテーマを検討する。

社会情勢・上位関連計画の整理や進出企業ヒアリングや学生ワークショップ等の現地調査を通じて「観光×DX」「自然・農業×DX」「ヘルスケア×DX」「教育×DX」「市政×DX」の5つのテーマ案を導出した。

尚、これらの誘致テーマは今後も継続的に検討し、柔軟に“選択と集中”を繰り返していくものとして位置付ける。

「観光×DX」:

- ・豊かな自然、リゾート・観光施設といった観光資源の強みがある一方、目玉となる観光スポットが少なく、「素通り観光地」となっている。
- ・将来的なテーマパーク建設や、市街地再開発等の機会を踏まえ、デジタルテクノロジーを活用し街と連動した観光コンテンツの充実化など今以上に魅力的な次世代観光地の実現を目指す。

「自然・農業×DX」:

- ・北部に位置する名護市はパインやウコン等、県内でも農業生産高が高い中、高齢化や後継者不足等の課題に加えて、イノシシやカラスなどの害獣問題等を抱えている。
- ・個人農家の多さ、民家に隣接して広がる小規模農地等の特徴を活かして、デジタルマーケティング教育を通じた生産者の事業効率化や生産量拡大に繋がるような、スマート農業の展開を目指す。

「ヘルスケア×DX」:

- ・人口は自然増しているものの、若者の就職時の県外への流出やシングルマザー増加等による生産年齢人口減が課題。加えて、保険負担増といった制度的な課題や、医療体制のひっ迫の問題も抱える。
- ・様々な世代の市民が健やかに過ごせるまちづくりを目指して、人々に対して健康・体力づくりの意識を高め、行動変容を促していく。

「教育×DX」:

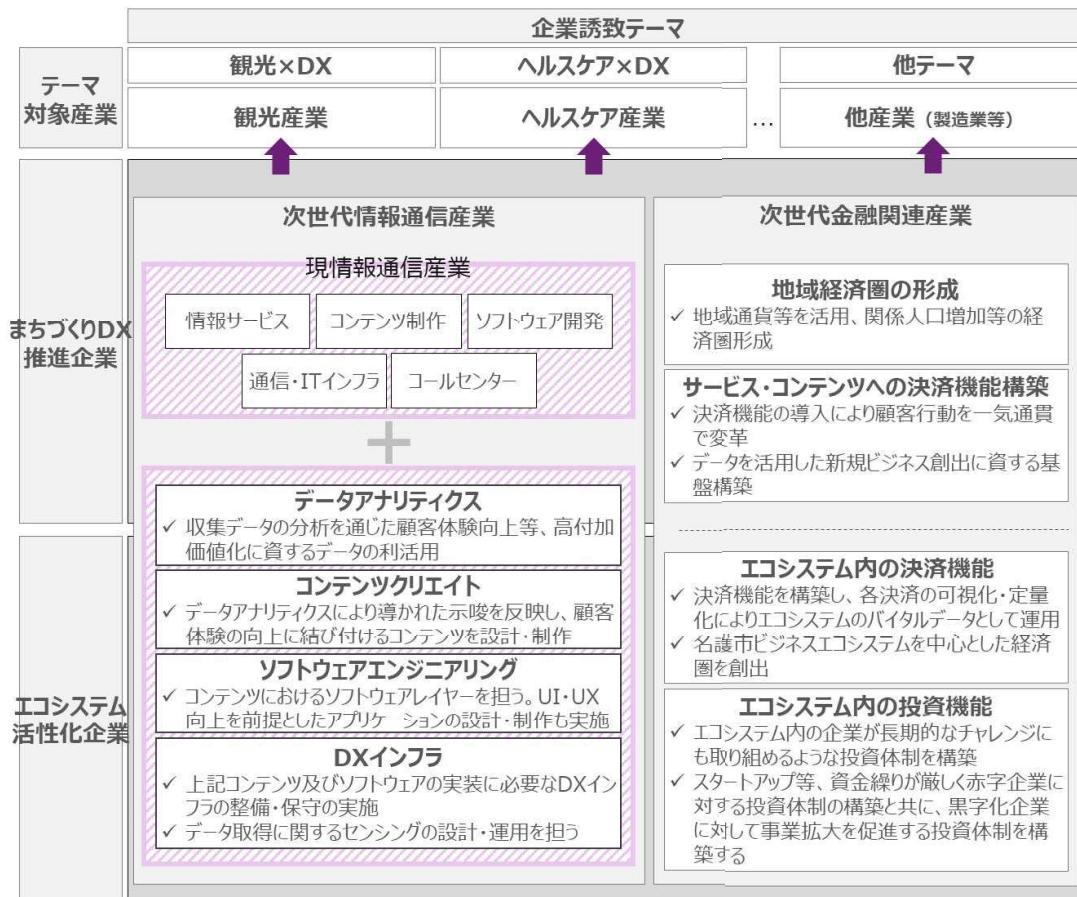
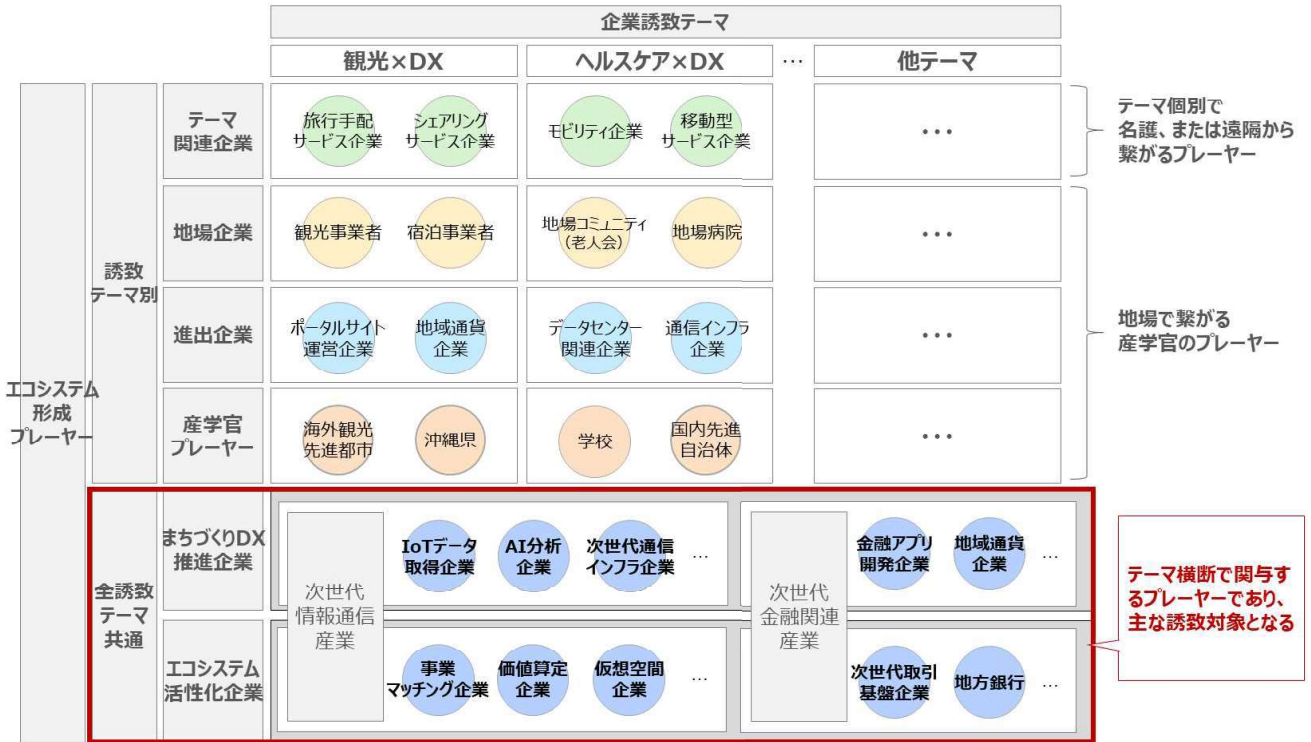
- ・出生率1位という強みがある中、若者は進学時や就職時に県外へ流出してしまっている。
- ・デジタルテクノロジーを活用して個々人の年代や思考に応じた教育支援体系を構築、思考力や対人関係力等の生きるベースとなる力を養うことや、社会課題への感度を高め、課題解決型人材を育成する他、名護の資産である自然を活用した“都市圏ではできない”独自の教育テーマを掲げる等、名護発の次世代教育を世の中に発信していく。

「市政×DX」:

- ・観光や農業等の産業課題、交通課題、高齢化課題等、名護にある社会課題に対してデジタルツイン技術を活用し“デジタル名護”を形成する。
- ・種々の施策をデジタル名護で検証し、シミュレーションの結果、効果が高い施策を“リアル名護”にて展開する新しい市政モデルの形成を目指す。

第5節 誘致対象

第1項 誘致対象業種の考え方



第4節の企業誘致テーマにて整理した各企業誘致テーマに対して、様々なプレーヤーを巻き込み、ビジネスエコシステムを形成し、名護に紐づく地域課題解決モデルの創出を目指す。

企業誘致テーマ毎に、テーマに合わせた「テーマ関連企業」や「地場企業」、「進出企業（既に名護に進出している企業）」、「産学官プレーヤー」を巻き込むことに加えて、誘致テーマの横串を刺す形で横断的に関与する「まちづくりDX推進企業」と「エコシステム活性化企業」を巻き込むことで実効力の高いビジネスエコシステムを形成する。

本計画では上記のビジネスエコシステムの中で、企業誘致テーマ産業の高度化・効率化に資するコンテンツ・サービス構築を先進デジタル技術等のテクノロジー観点で下支えする「まちづくりDX推進企業」とエコシステム内の取組を加速させるためのデータ利活用、金融機能等を担う「エコシステム活性化企業」を重点誘致対象として誘致を展開する。

上記の重点誘致対象は、次世代情報通信産業と次世代金融関連産業から構成され、以下のよう
に整理した。

次世代情報通信産業：

・従前の情報通信産業に加え、Society5.0の実現／デジタルを活用した地域課題解決に不可欠なデータの収集・分析・活用を推進するデータアナリティクス機能やDXインフラ機能等の実装が可能な企業群

次世代金融関連産業：

・サービス・コンテンツへの決済機能構築や地域経済圏の形成を下支えする企業群とエコシステム内の活動を活性化するために必要な決済機能の実装や投資機能を担う企業群を合わせた企業群

これらの重点誘致対象を積極的に誘致することで“まちづくり×DXの課題解決の先進的都市”としてのまちづくりDX推進における基盤を形成・強化していくことを目指す。

第6節 KGI・KPI の設計

第1項 KGI・KPI の考え方



KGI はこれまでの計画と同様に「名護市内における金融・情報通信関連企業の雇用者数」とする。また令和8年に目標値の修正や計測範囲の見直しを図る。

KPI は「企業誘致観点」と「事業創発観点」のそれぞれで目標値の設計を行う。また、“量”に関する目標値の見直しに加えて、労働生産性等の“質”観点を新たに設計する。

第2項 KGI



第3項 KGI 達成に向けた主な KPI（項目のみ）

KGI 達成に向けた 主要な KPI	 企業誘致	 事業創発
		<量観点> <ul style="list-style-type: none"> ・まちづくりDX推進企業の誘致件数 ・エコシステム活性化企業の誘致件数 ・スタートアップ企業の誘致件数 <質観点> <ul style="list-style-type: none"> ・付加価値労働生産性

※KPIの目標数値については、各分野別施策の具体的なアクションプラン（誰が、いつ、どこで、何を取り組むか）の策定後にアクションプラン別のアウトプット・アウトカムを策定の上、中間目標としてのKPIを策定する。