

経済金融・情報通信業企業誘致推進計画 【概要版】

令和5年3月

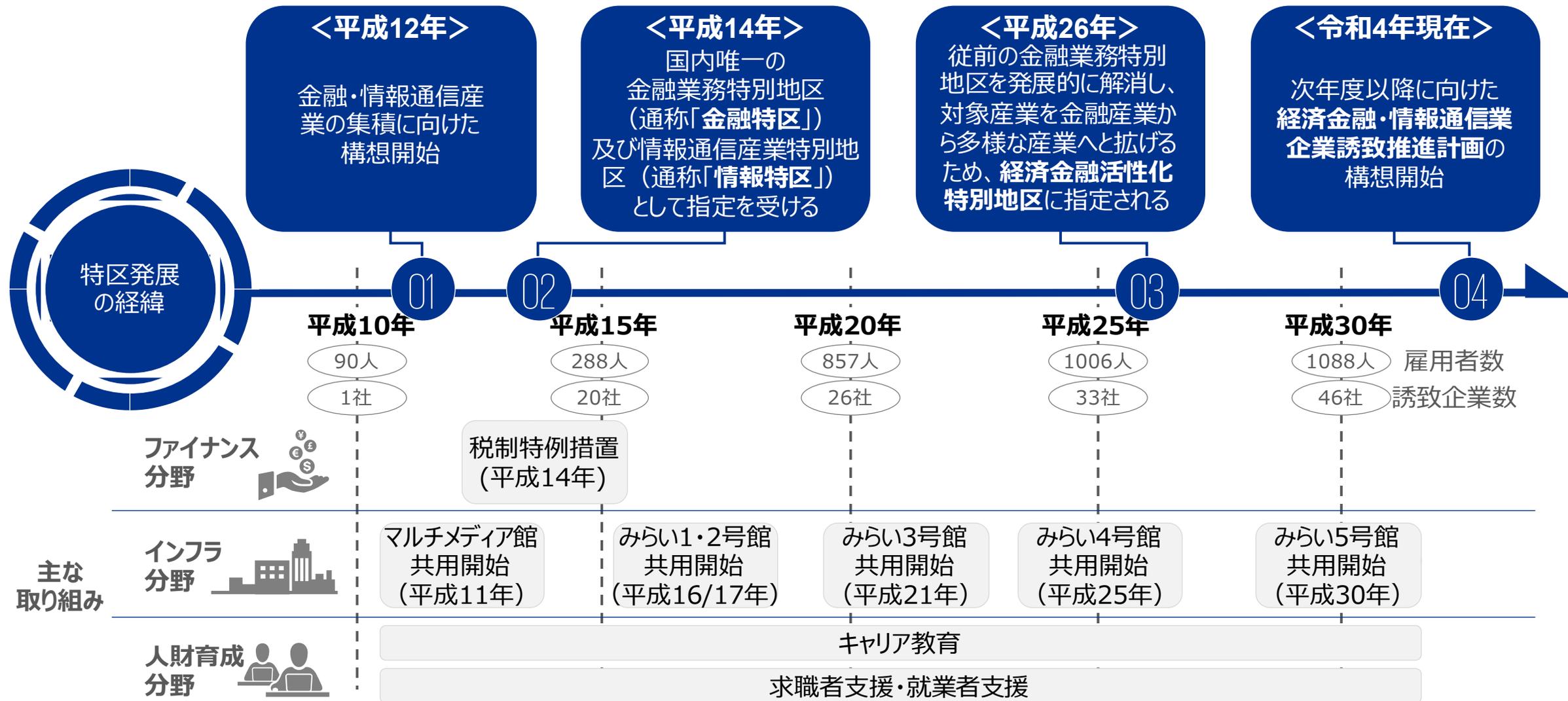
沖縄県名護市

目次

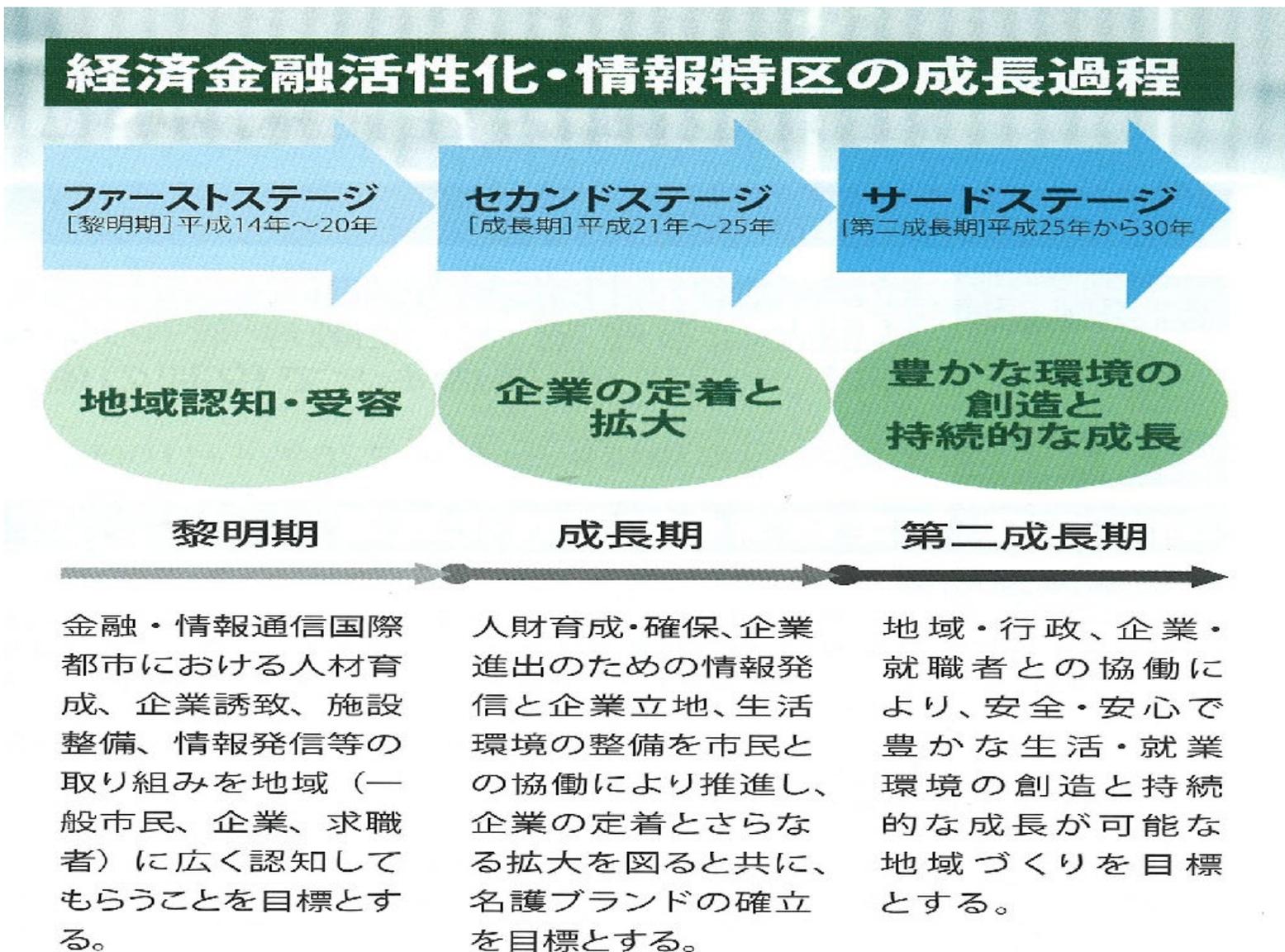
| | | |
|---|-------------------------------|----|
| 1 | 名護市経済金融・情報通信業企業誘致推進計画策定の背景・目的 | 01 |
| 2 | 名護市の現状と課題 | 06 |
| 3 | 基本計画 | 09 |
| 4 | 分野別計画 | 21 |
| 5 | 推進体制 | 25 |
| | 用語解説・Appendix | 27 |

金融・情報通信産業の集積に向けたこれまでの取り組み

本市では、平成14年に国内唯一の「金融業務特別地区」及び「情報通信産業特別地区」の指定を受け、その後も更なる発展に向けて平成26年に「経済金融活性化特別地区」に指定された。地域産業基盤の強化と雇用機会創出を積極的に推進している



前計画の取り組み概要



- 平成24年度事業で取りまとめられた金融・情報通信国際都市形成計画（以後、前計画とする）では、3つのステージ区分を設け、金融・情報通信拠点としての特色あるまちづくりの実現を目指していた

<黎明期>（平成14年～平成20年）

- 金融・情報通信国際都市における取組の「地域認知・受容拡大」のファーストステージ

<成長期>（平成20年～平成25年）

- 人財育成・確保、企業進出に向けた「企業の定着と拡大」のセカンドステージ

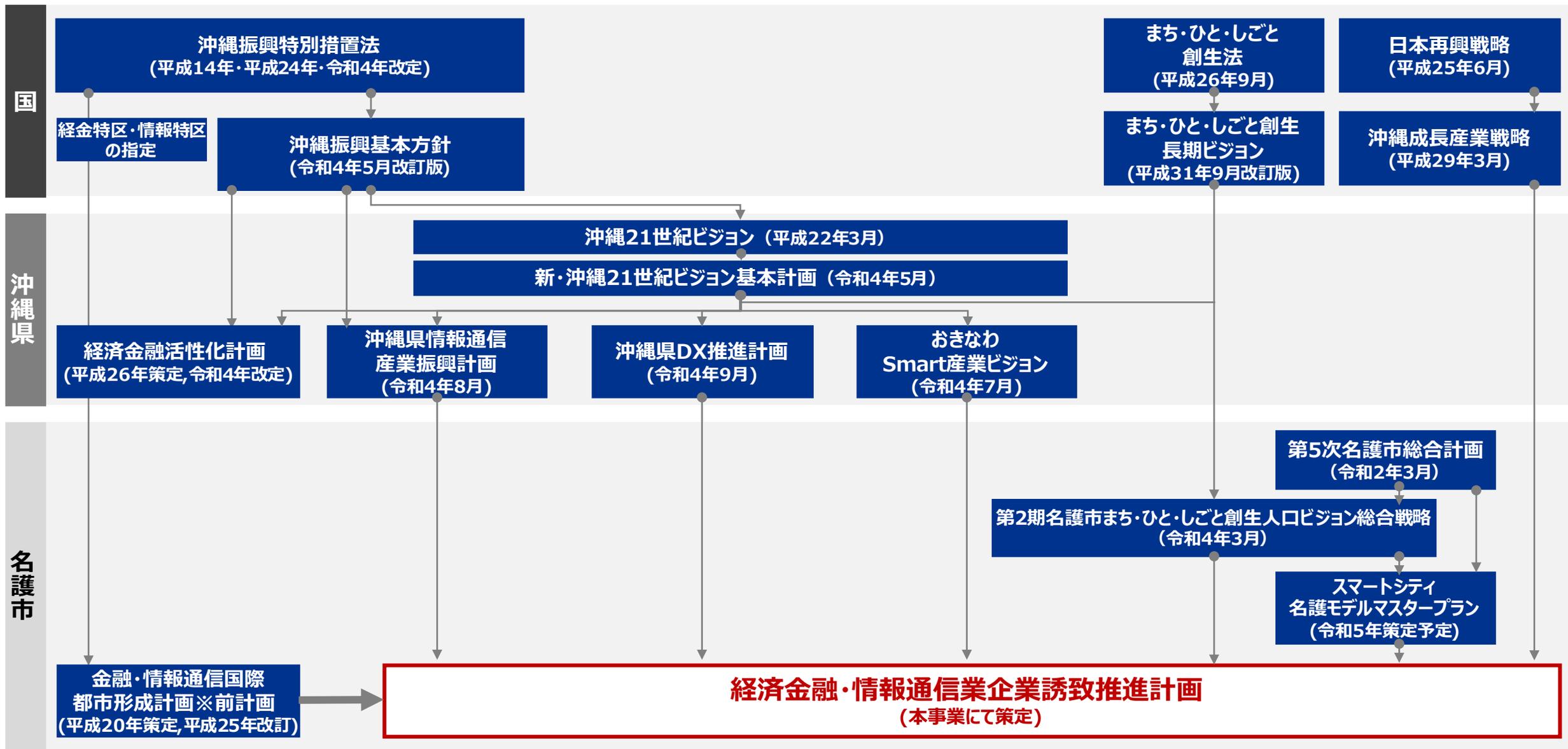
<第二成長期>（平成25年～平成30年）

- 地域・行政、企業・就業者との協働により、安全・安心で豊かな生活・就業環境の創造と持続的な成長が可能な地域づくりを目標とした「豊かな環境の創造と持続的な成長」のサードステージ

<第二成長期(継続)>（平成31年～令和4年）

- 平成25年からのサードステージを継続、引き続き人財育成分野では、学生から社会人まで多種多様な層への講座開催、また、企業誘致の取組を継続して実施し、雇用機会創出を積極的に推進

上位・関連計画との関係性



【国・沖縄県】上位計画との関係性（詳細）

沖縄振興特別措置法

金融業務特別地区（通称「金融特区」）及び情報通信産業特別地区（通称「情報特区」）の指定

北部地域の地理的及び社会的条件が不利なものであることに鑑み、北部地域の振興を図るための措置を講ずるよう努めるものとする

沖縄振興基本方針

北部地域の産業振興・雇用創出

地域の個性や魅力を活かした着地型観光の推進、特色ある資源を活かした特産品の開発・販路拡大、農商工連携の推進等を通じて、北部地域の特性に応じた産業振興や雇用の場の創出

沖縄21世紀ビジョン/新・沖縄21世紀ビジョン基本計画

「産業振興による生産性向上や競争力強化、人材確保や雇用機会の創出

圏域別展開の中で北部は人と自然が共生する環境共生型社会の構築を目指す（OIST等を核としたイノベーション・エコシステムの構築、世界から選ばれる持続可能な観光地の形成、伝統文化の継承や交流人口・関係人口の拡大）

経済金融活性化計画

名護市の地域特性を生かした多様な産業の集積及び雇用機会の創出

北部圏域の産業の振興や沖縄の均衡ある発展、ひいては沖縄における経済金融の活性化に資するものとするため、沖縄県による施策の方向性や達成目標を明らかにし、各種施策・措置との相乗効果が発揮できるよう経済金融活性化計画を策定

金融・情報通信国際都市形成計画 ※前計画

「金融IT国際みらい都市・名護」の形成

金融・情報通信国際都市形成計画 - インフラ整備、人財育成、情報発信における計画づくり。平成20年度に策定された計画の見直しを平成24年度に実施（平成25年度～平成30年度までの6年間のロードマップ）

沖縄県情報通信産業振興計画

情報通信産業振興地域・特別地区制度の活用促進による同産業の更なる集積と高度化

沖縄県DX推進計画

本県のICT/DX関連施策の推進に向けた総合計画

おきなわ Smart産業ビジョン

情報通信産業の振興及びリゾテックおきなわの推進による産業DX推進計画

経済金融・情報通信業企業誘致推進計画

（本事業にて策定）

【名護市】関連計画との関係性（詳細）

第5次名護市総合計画

つなぎ、創る・しなやかな未来

名護市の目指すべき将来像として「まちづくりのテーマ」、「求められる名護市の役割」及び「まちづくりの基本理念」を定め、その目標達成のための「まちづくりの基本方針」を明記したまちづくりの最上位に位置づけられる計画

第2期名護市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン総合戦略

将来における定住人口 7万人を目指します（第5次名護市総合計画）、令和7年に65,000人超を目指します

人口の将来展望の実現に向け、若年世代等の雇用の確保・創出、子育て環境の充実等を行うための基本目標と具体的な取り組みを定めた総合戦略

スマートシティ名護モデルマスタープラン

— “響鳴都市”名護 —



— “響鳴都市”名護 —

人や企業、まちの歴史と未来、最新技術と自然などのあらゆる地域資源が、「もっと輝く名護市を創る」という想いを持って、それぞれの力を発揮（音を奏で）、互いに響鳴させ（ハーモニーを生み出す）その力を最大に引き出す新しいまち

- ・ スマートシティ名護モデルマスタープランとは、「“響鳴都市”名護」の実現を目指す
- ・ 構成要素にある「産業クラスターの実現」において“企業誘致”や“事業創発”を豊原企業集積施設発で具体化した計画を示したものが本計画となる

経済金融・情報通信業企業誘致推進計画

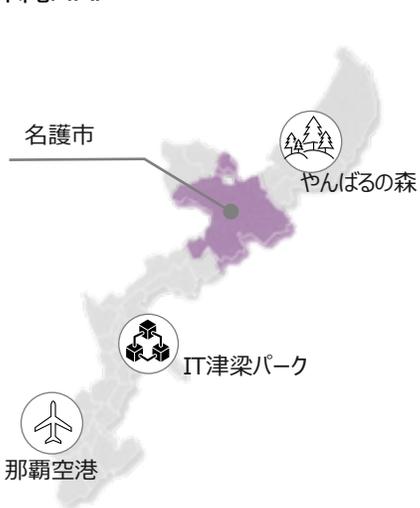
(本事業にて策定)

名護市の現状

名護市は人口増加を維持、老年人口割合も低く、出生率も高いことから今後の産業発展を担う人財が多く、成長の余地が大きいと考えられる。産業では国内唯一の特区指定を活用した税制特例や企業集積施設の建設等、企業誘致を進めている

基礎情報

沖縄MAP



地理的特性

- 「まちの便利さは絶対必要だけど豊かな自然や人とのつながりも大事にしたい」人・まち・自然のいいところの名護地域や自然に恵まれた久志地域をはじめとし、羽地地域、屋我地地域、屋部地域を合わせた沖縄北部広域圏の中核をなす多自然型の田園都市で、沖縄県下3番目の広大な面積を有す
- 那覇空港からは車で約1時間の距離に位置する

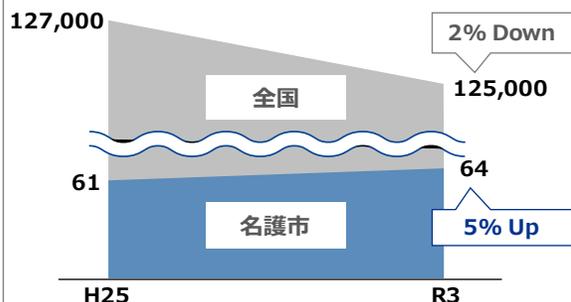


合計特殊出生率（令和2年）



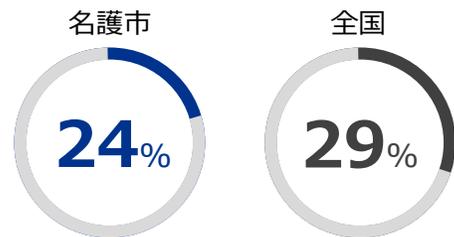
- 名護市の出生率は全国を大きく上回り、全国で考えた場合の1970年代の第2次ベビーブームの時期の水準を維持

人口の推移（単位：千人）



- 全国では減少傾向の地域が多い中、名護市の人口は増加を維持

老年人口割合（令和2年）



- 名護市の老年人口割合は全国に比べて5%低く、全国で考えた場合2010～2015年の水準を維持

産業情報

経済金融活性化特別地区の概要



- 平成26年に経済金融活性化特別地区に指定
- 「情報通信関連産業」「金融関連産業」「観光関連産業」「農業・水産養殖業」「製造業等」へと対象産業が拡大
- 諸条件を満たすことで所得控除等の税制特例の適用が可能

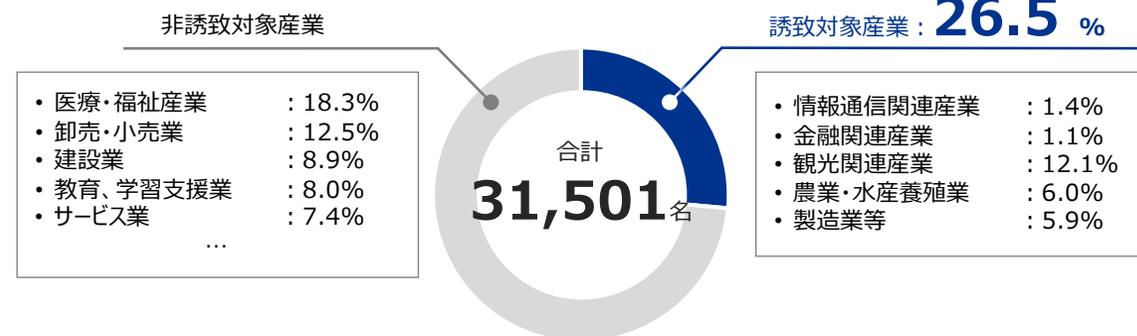
豊原企業集積施設（以降既存施設とする）の概況



- 平成14年の特区指定以来、豊原に「みらい1号館」～「みらい5号館」を建設
- 誘致活動を通じて名護への進出企業数は年々増加

*経済金融活性化特別地区の数値（令和5年時点）

名護市産業大分類別就業人口（令和2年）



- 就業人口に占める誘致対象産業の割合は26.5%
- 名護市は国内唯一の情報通信産業特別地区及び金融業務特別地区ではあるが、就業人口割合はそれぞれ1.4%、1.1%に留まっている
- 誘致対象ではない産業としては医療・福祉産業、次いで卸売・小売業、建設業の順に割合が高くなっている

企業誘致観点での名護市の現状：強み・弱みと機会・脅威

国内唯一の経済金融活性化特別地区を強みとして他、「強み」や「機会」要素と掛け合わせた相乗効果の創出や、「弱み」・「脅威」を乗り越えるための施策が今後の経済金融・情報通信業企業誘致推進計画に求められる

| | | (1) 沖縄県・名護市の優位性の変化 | (2) 競合(他県他市の企業誘致)の台頭 | (3) 企業の求める要素の変化 |
|------|-------------------------------|--|--|---|
| 内部環境 | S trengths (強み) | <ul style="list-style-type: none"> ★人口減少社会の日本における人口の微増 ★豊かな自然、リゾート施設がある(部瀬名、カヌチャ等) ★観光資源施設がある(パイナップルパーク、オリオンビール工場等) ●新卒者の74%は県内就職希望 ●合計特殊出生率が全国1位(1.82/平成31年) | <ul style="list-style-type: none"> ●沖縄振興特別措置法に基づく補助金の活用 ★国内唯一の経済金融活性化特別地区指定 ●情報通信産業の立地は増加傾向 ●情報通信産業における各産業分野のバランスよい立地(情報サービス/コンテンツ/ソフトウェア開発等) | <ul style="list-style-type: none"> ★通信環境や企業集積施設の整備等、インフラ環境の整備 ★企業の人財ニーズと若年人財の志向変化のマッチ(若年人財のクリエイティブ志向へのシフト) ★若年人財の企業連携(リビングラボ等)への興味関心の高まり |
| | W eaknesses (弱み) | <ul style="list-style-type: none"> ★外部流出や働く意識低下に伴う量及び質での人財不足の顕在化 ●賃金上昇によるコストメリット優位性の弱化 | <ul style="list-style-type: none"> ★強い地場産業が少ない ★名護企業の認知不足による若年人財獲得の機会損失 ★土地的遠隔性を主要因とする県内中南部人財採用の苦戦 ★他市(うるま市、那覇市等)と比べた際に空港からの距離が遠い ★金融業等の情報通信産業以外の誘致が進んでいない ●ビジネスの中心地(東京等の都心)からの距離が遠い | <ul style="list-style-type: none"> ★募集する人財要件と北部地域の中途人財レベルの乖離 |
| 外部環境 | O pportunities (機会) | <ul style="list-style-type: none"> ★テーマパーク建設、中心地の再開発(基幹病院の建設/主要道路の延伸等)による賑わい/活性化 ★大規模変革の機運があり、単発の整備事業しかできない自治体に比べ名護市としての魅力づくりがしやすい | <ul style="list-style-type: none"> ★沖縄県との連携強化 ●アジアと日本を結ぶビジネスハブとして発展の可能性 | <ul style="list-style-type: none"> ★リモートワーク普及等新しい働き方に対応した高度なインフラ整備ニーズの高まり ★既存税制制度の見直しニーズの高まり ★進出企業間連携(事業共創等)へのニーズの高まり ●クリエイティブ志向人財へのニーズの高まり |
| | T hreats (脅威) | <ul style="list-style-type: none"> ★充実した労働環境(住環境等)を求めた若年人財の外部流出の加速 ●緩やかではあるが少子高齢化が進むことによる、労働人口減及び将来的な過疎化リスク | <ul style="list-style-type: none"> ★沖縄県内他市への誘致ターゲット企業の分散 ★戦略特区台頭による既存税制特例等のインセンティブの弱化 ●事業形態の多様化に伴う企業集積施設価値の変化 ●沖縄県に立地する情報通信産業の労働生産性の低さ | <ul style="list-style-type: none"> ★「進出先に求める要素の高度化」への対応遅れによる企業離れ |

凡例(行頭文字) ★:名護市の該当項目 / ●:沖縄県全体で該当する項目

前計画課題の整理：まとめ

各分野の実施策は概ね遂行できた一方で企業誘致の更なる活性化を目指すためには、企業誘致テーマに沿った**一貫性のある方針・施策の検討**と、目標細分化、効果検証による**計画微修正を長期目線で柔軟に行える仕組み**を織り込む必要があると思料

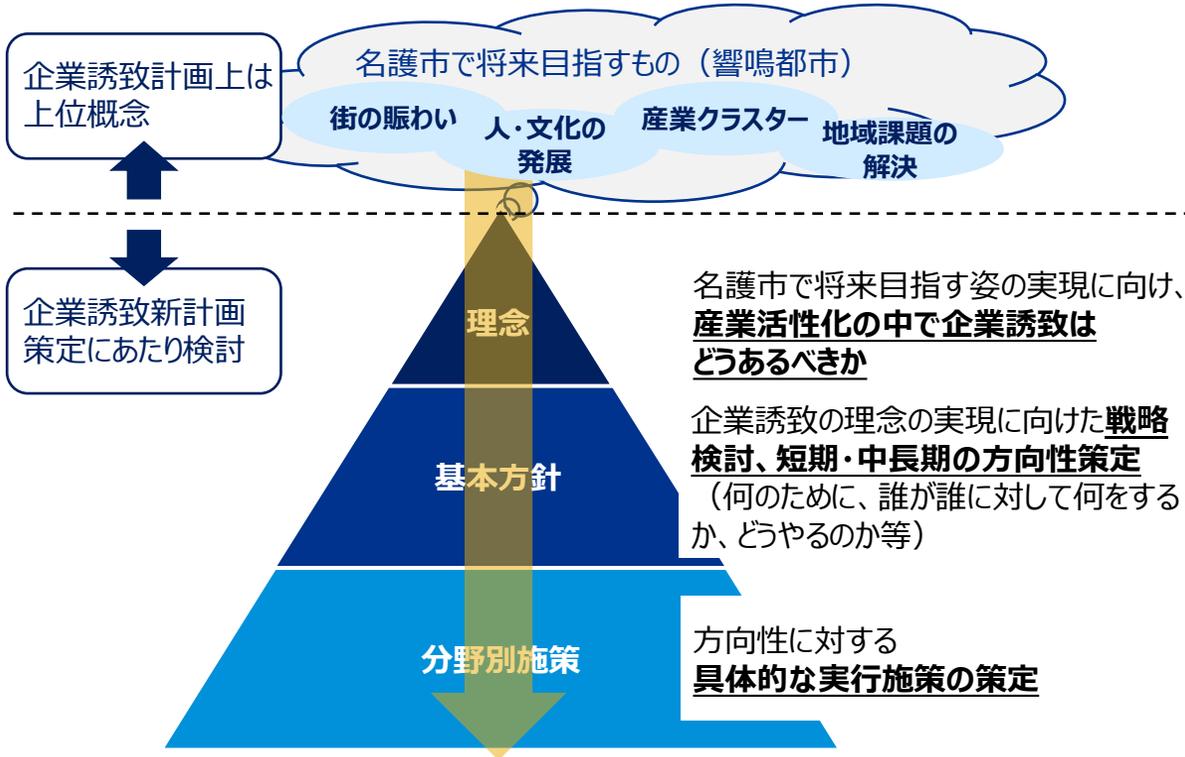
| 前計画の 計画策定 ステップ | A.計画策定 | | B.施策実行・運営 |
|---|--|--|---|
| | 基本理念・基本目標の設定 | 計画方針・分野別施策の策定 | |
| 概要 | <ul style="list-style-type: none"> 前計画からサードテーマを見直し、「ビジネスの展開とグローバル化」を改め、「豊かな環境の創造と持続的な成長」を掲げる（安全・安心で豊かな生活・就業環境の創造と持続的な成長が可能な地域づくりを目指す） 平成30年度末の直接雇用者数の目標値は2,500名 | <ul style="list-style-type: none"> 現状と問題点や課題から、7つの計画方針を策定 7つの計画方針を「インフラ整備」と「人財育成」、「推進体制」に分類 上記3分類に対してそれぞれ具体的な「実施施策」を策定 | <ul style="list-style-type: none"> 官民学それぞれの特性を活かした協働を通じて、魅力あふれる地域社会を創造することを目的にコンソーシアムの設立を検討（平成25年度からの設立に向けて検討） 企業誘致・雇用創出活動はNDAが推進 |
| 前計画の 課題分析 結果 | <ul style="list-style-type: none"> KPI(中間数値指標)の設計に対して、指標細分化の余地あり（直接雇用者数のKGI(重要目標達成指標)だけでなく、中間の数値目標として学生離職率、ビジネスマッチング件数、スタートアップ起業数等） | <ul style="list-style-type: none"> 当時の研究会の意見を踏まえて「現状と問題点」を挙げている傾向があるため、施策の粒度や網羅性については再考の余地あり 施策選定にあたり、費用対効果等の検証や各分野別施策のアウトプット(実績)やアウトカム(達成目標)等の個別の目標設計を今後見直す余地あり 特区の特徴の一つである税制特例措置について、誘致ターゲット企業にとって更に魅力的となるような新たな特例措置を模索する余地あり | <ul style="list-style-type: none"> 計画・実行・検証・次打ち手の検討という一連のマネジメントサイクルを向上させる余地あり（前計画の推進上では、各分野別施策を実行した結果の効果検証や次打ち手の検討等、一連の管理プロセスを見直し・強化する余地あり） |
| <ul style="list-style-type: none"> 前計画の計画策定の進め方がややボトムアップ（積み上げ型）であり、かつ最終的に挙げた施策がテーマの「豊かな環境の創造と持続的な成長」の目標に沿っているものなのか、生じている課題を解決できるものなのかが曖昧であり、計画全体として一貫性がなくなってしまったものもあるのではと推察する | | | |

計画策定の前提・考え方

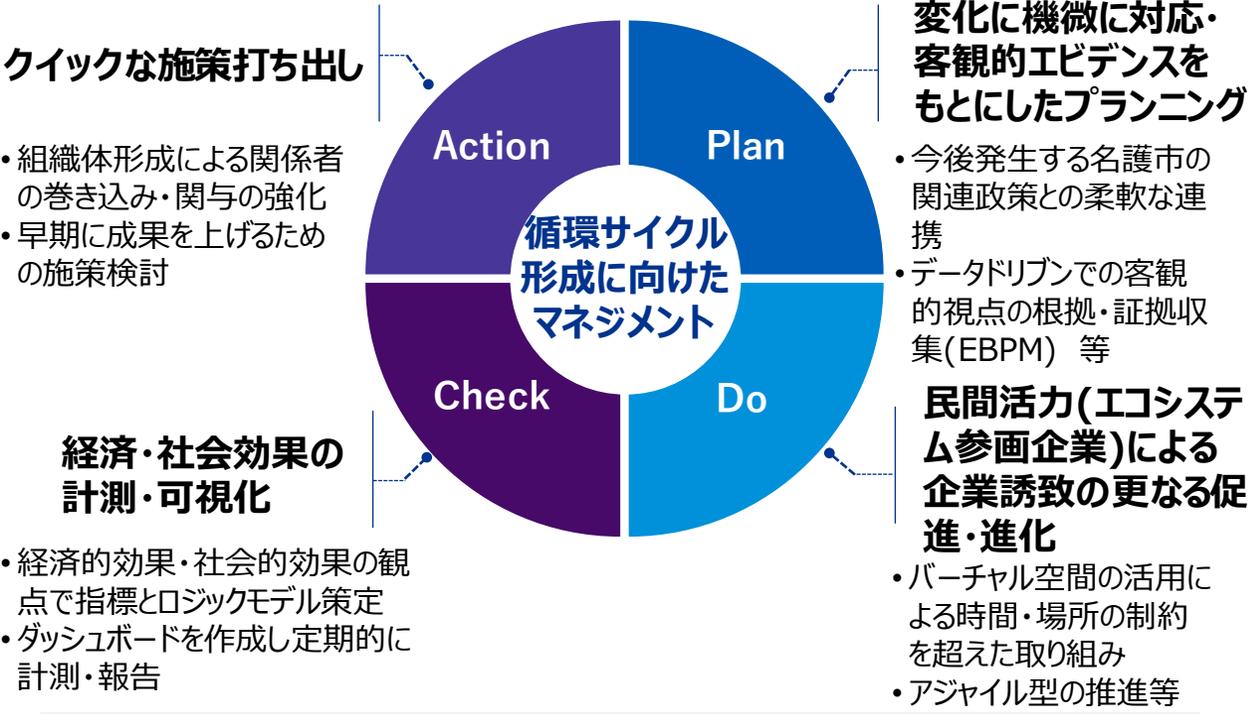
名護市で目指す姿（響鳴都市）に即して企業誘致推進計画の理念や基本方針、分野別施策まで一貫性のある計画を策定する。また施策実行・運営段階では、計画策定して完了にならぬよう企業誘致の持続的な発展を促す機能の構築を目指す

【条件1】 計画策定：一貫性・網羅性をもった計画

【条件2】 施策実行・運営：持続的な発展を促す機能構築



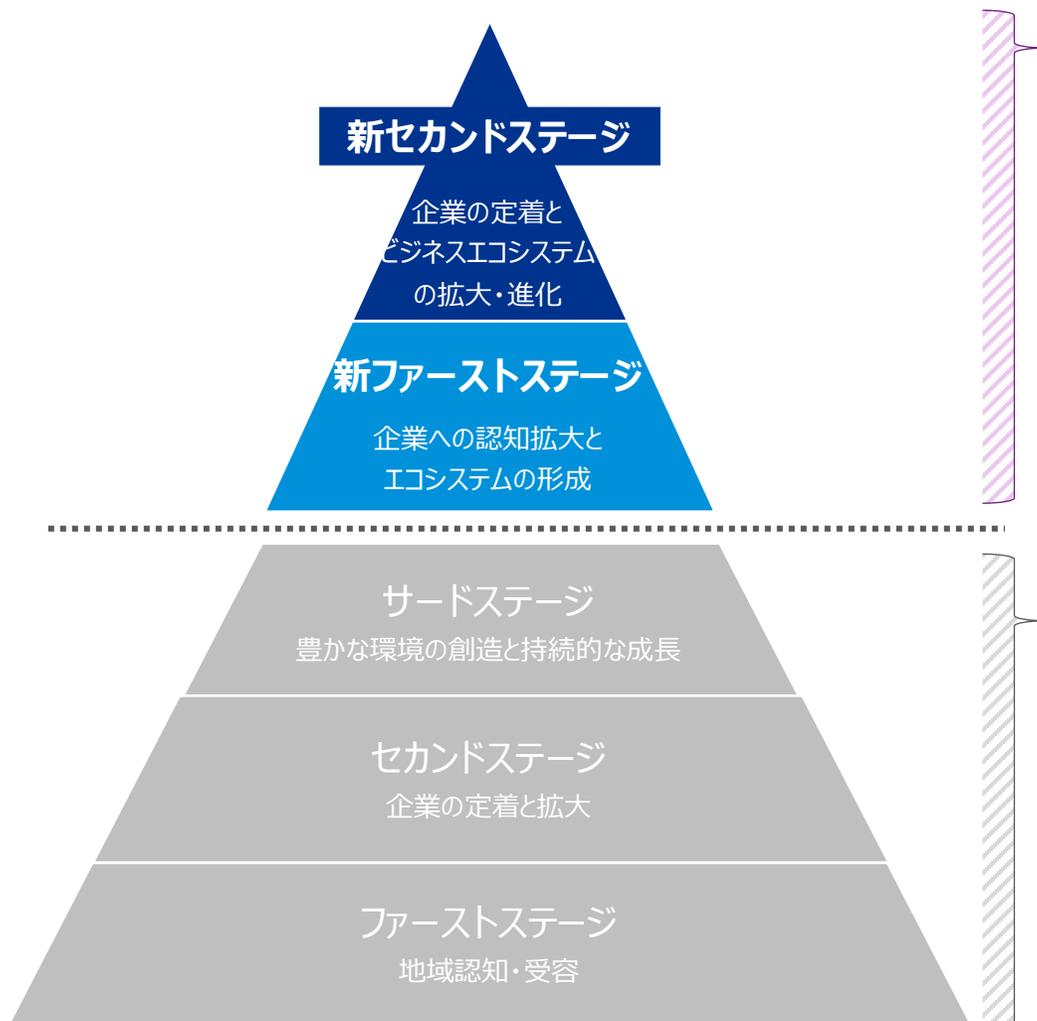
名護市で将来目指すものから企業誘致のあるべき姿（理念）を描き、実現に向けた戦略検討や方針策定を経て、具体的な施策の検討に入る



一度策定した計画に対して変化に機微に対応していき、デジタルテクノロジーやオープンイノベーション等を駆使した活性化策を投じて、定期的に企業誘致の経済・社会効果を測定していく推進体制の設立を検討する

前計画に対する本計画の位置づけ

新計画は基盤形成の次フェーズとして、世の中潮流も踏まえた上での企業誘致の仕組強化・発展に注力する。
具体的には新たな理念の認知拡大とエコシステムの形成／拡大・進化、企業の定着化を進めていく方向性



新計画（案）：企業誘致の仕組強化・発展フェーズ

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

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

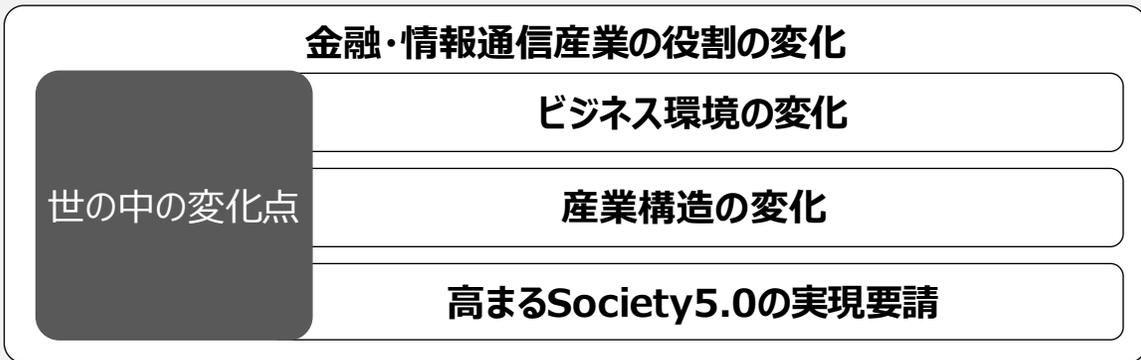
- 【ファーストステージ】情報・金融産業や教育・研究機能の集積地として、周辺関係者や進出関心企業の一定の認知・受容は達成している模様
- 【セカンドステージ】特区進出企業が雇用創出・産業振興に貢献、一部企業は進出から10年以上経過する中で雇用拡大に伴う施設移転を行う等、確実な企業の定着化と事業拡大を実現している
- 【サードステージ】持続的な成長に向け、人財育成に注力。学生から社会人まで多種多様な層へのキャリア教育や求職・就業支援に貢献している

企業誘致の方向性

デジタルの台頭等世の中の変化を受けて、これまでと同じ考え方で推進する企業誘致は機能しづらくなっている。
 今後は、「名護で何ができるのか」を明確化し、誘致対象に進出する価値を共感させる“テーマ起点”の企業誘致を目指していく

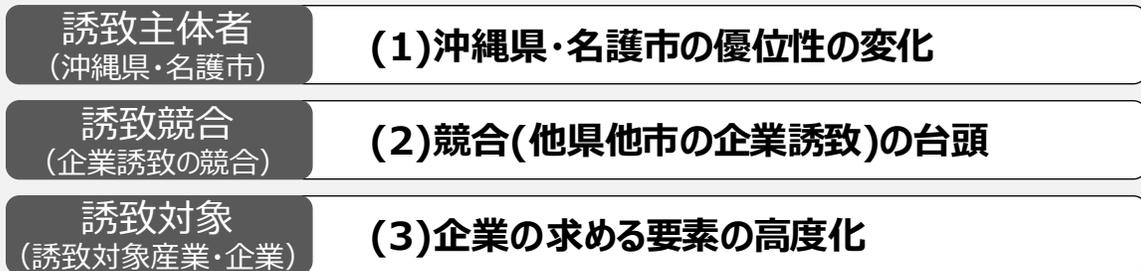
既存誘致
対象業種の
役割の変化

- デジタル／テクノロジーの発展による**雇用や労働、産業構造の変化**やVUCAの時代への突入による**複雑化した課題**への対応が急務である



企業誘致を
推進する上
での転換点

- 従来のような、成長が見込まれる産業を見極め、その産業が求める「**経済的インセンティブによる支援**」や「**インフラ整備による支援**」だけではこれまでのような**企業誘致や集積は難しい**



今後の企業誘致戦略

- 「まちづくり×DX」による**地域解決型の産業発展循環モデルの形成**に向け、従来型の誘致ではなく、「名護で何ができるのか?」「名護は何をしようとしているのか」を明確にし、誘致対象への「名護には事業機会 (=進出する価値) がある」という**“テーマ起点”**の魅力付けを通じて集まった人同士を**有機的に繋げる“エコシステム形成型”**の企業誘致を目指す

理念

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

基本方針

魅力的な進出先となるための経済金融活性化特別地区の発展に向けた、ビジネスエコシステムの形成による地場産業発展と持続的成長

分野別施策

企業誘致

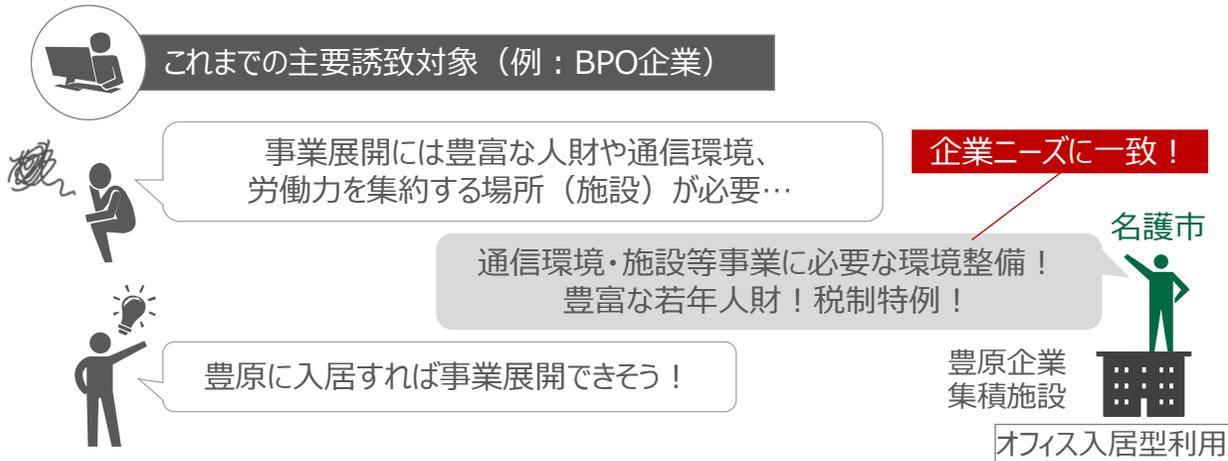
事業創発

3. 基本計画

企業誘致の方向性の補足

従来の企業誘致を進化させ、地域課題解決を求心力とした住民や産学官を含む多様なプレーヤーが連携し合うビジネスエコシステム形成による新しい企業誘致の在り方を目指す

従来の企業誘致

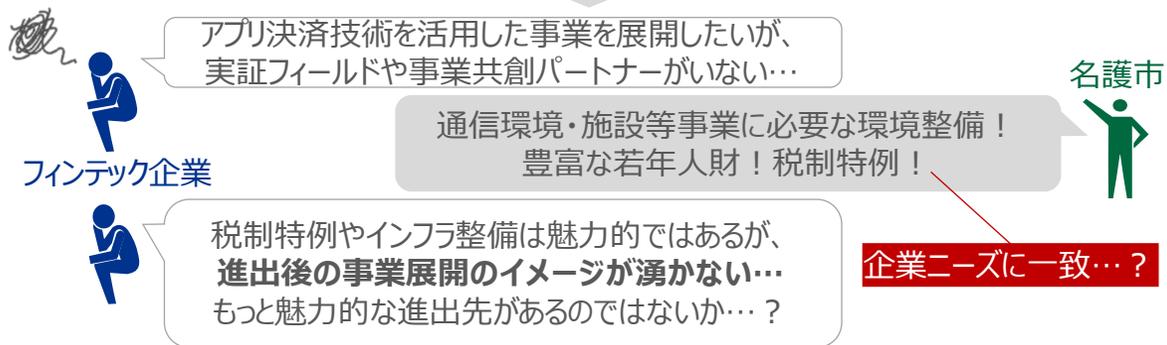


今後の企業誘致イメージ（エコシステム形成型誘致）

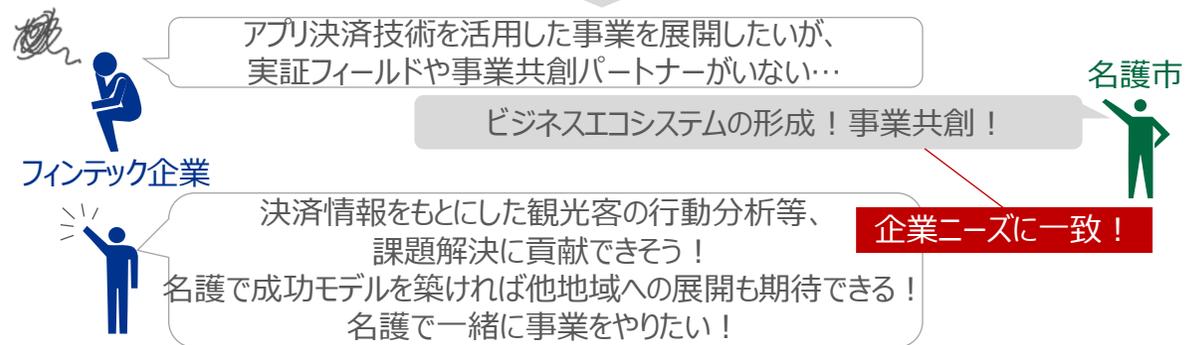
例：「観光 x DX」の場合



新たな誘致対象企業（例：フィンテック企業）の場合…



新たな誘致対象企業（例：フィンテック企業）の場合…



基本計画の全体像

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ことで課題先進国日本の次世代型産業集積を目指す

基本方針

魅力的な進出先となるための経済金融活性化特別地区の発展に向けた、ビジネスエコシステムの形成による地場産業発展と持続的成長

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

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

ブランディング形成・他地域展開



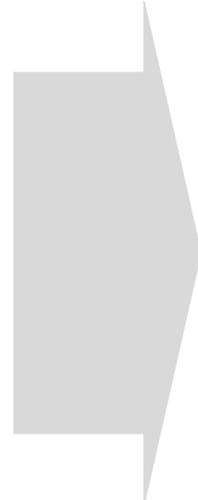
企業誘致へつなげる

名護に企業を呼び込み定着させる



エコシステムの拡大・進化

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



“実証実験”を越えた“社会実装”がテストベッド的に名護で実施され、他地域へ横展開可能なモデルケースを創出

分野別施策

企業誘致：土台となる企業集積施設や運営体制等への強化施策
(既存施設を中心とした施策)

パートナー
連携

KGI・KPI
(設計・モニタリング)

ヒト

モノ
(事業インフラ)

カネ

体制・
情報発信

事業創発：エコシステム形成・進化に対する施策

パートナー
連携

KGI・KPI
(設計・モニタリング)

ヒト

モノ
(事業インフラ)

カネ

体制・
情報発信

3. 基本計画

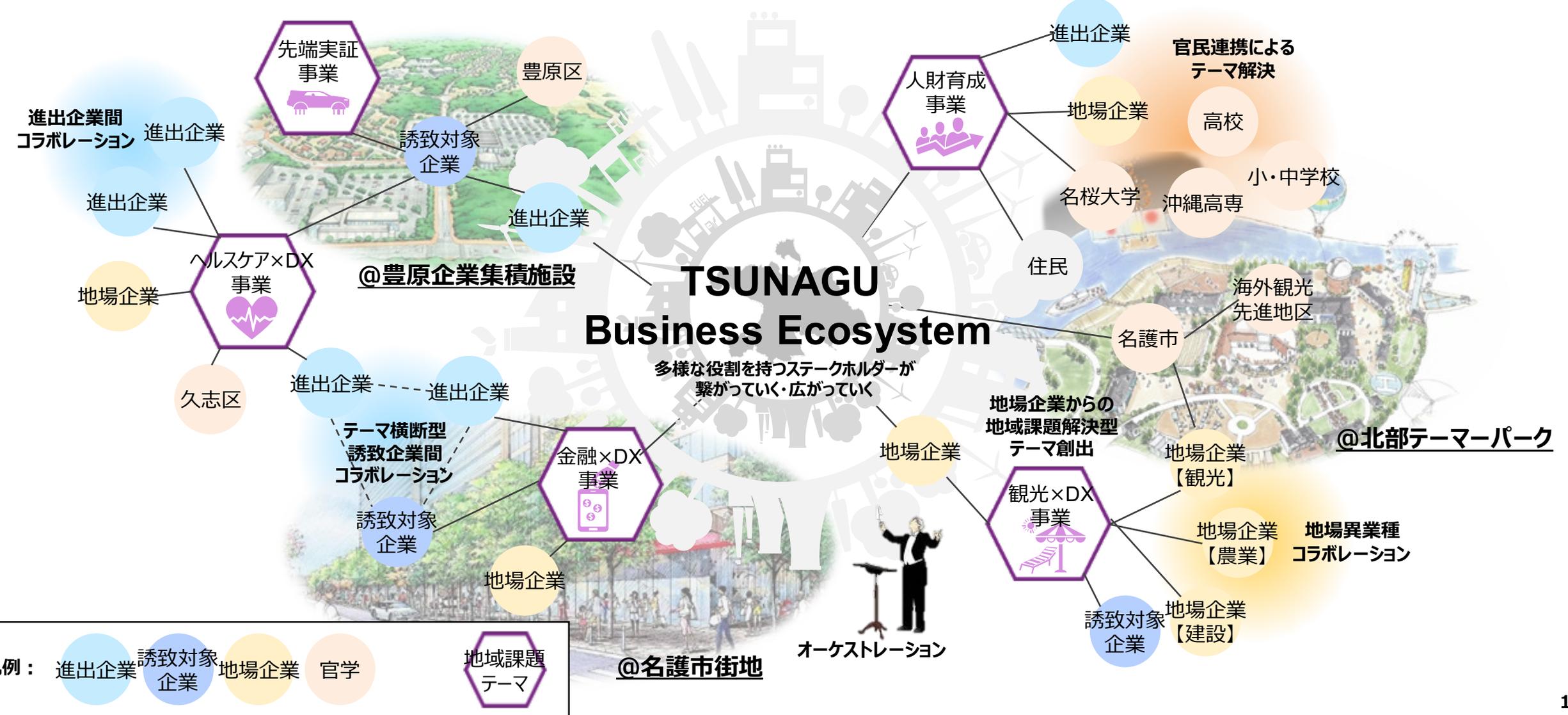
基本理念

【理念】
企業誘致のあるべき姿

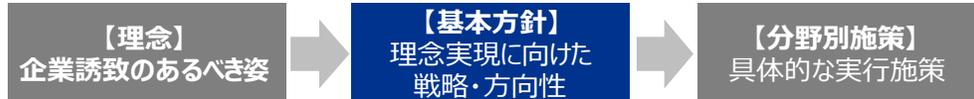
【基本方針】
理念実現に向けた
戦略・方向性

【分野別施策】
具体的な実行施策

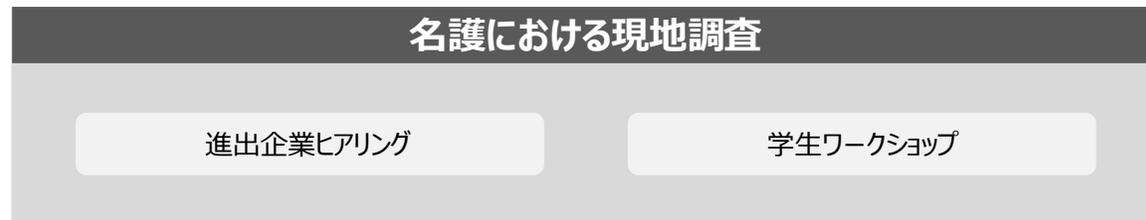
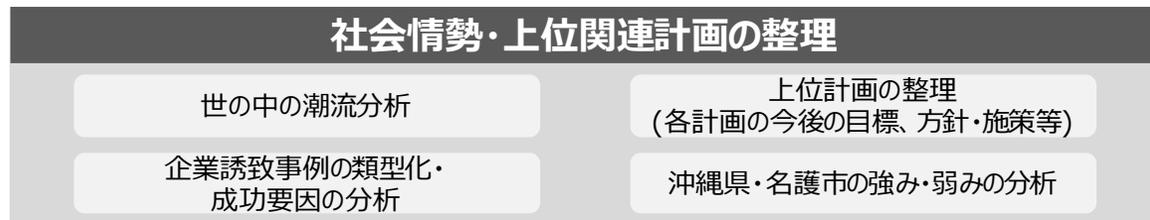
名護市の地域課題に紐づくテーマや事業フィールドを接点に、産学官／地元・外部問わず種々のプレイヤーが連携し合い、名護市という場所を求心力としたスマートシティ推進のビジネスエコシステムを形成。特区がまちづくりDX企業のメッカとなることを目指す



誘致テーマ（案）



名護での事業機会を提供するテーマとして、社会情勢や現地調査等から現時点で5つの案を導出



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
- 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、課題解決型人財を育成する等、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

企業誘致対象業種（案）

【理念】
企業誘致のあるべき姿

【基本方針】
理念実現に向けた
戦略・方向性

【分野別施策】
具体的な実行施策

各テーマで様々なプレイヤーの参画が想定される中、全テーマ横断で関与する「まちづくりDX推進企業」と「エコシステム活性化企業」を特区の誘致対象の注力領域とする

| テーマ対象産業 | | 観光産業 | ヘルスケア産業 | 農業・水産養殖業 | ... | 他産業（製造業等） |
|-----------------------|--------------|-------------------------------|------------------------------------|--|-----|-----------|
| エコシステム 形成 プレイヤー | 誘致 テーマ別 | テーマ 関連企業 | 旅行手配 サービス企業 シェアリング サービス企業 | モビリティ企業 移動型 サービス企業 | ... | ... |
| | 地場企業 | 観光事業者 宿泊事業者 | 地場コミュニティ (老人会) 地場病院 | ... | ... | |
| | 進出企業 | ポータルサイト 運営企業 地域通貨 企業 | データセンター 関連企業 通信インフラ 企業 | ... | ... | |
| | 産学官 プレイヤー | 海外観光 先進都市 沖縄県 | 学校 国内先進 自治体 | テーマ横断で関与するプレイヤーであり、 特区の誘致対象となるプレイヤー | | |

テーマ個別で
名護、または遠隔から
繋がるプレイヤー

地場で繋がる
産学官のプレイヤー

*次頁にて詳細説明

| 全誘致 テーマ 共通 | まちづくりDX 推進企業 | 次世代情報通信産業* | IoTデータ 取得企業 | AI分析 企業 | ロボット 企業 | 次世代通信 インフラ企業 | ... | 次世代金融関連産業* | 金融アプリ 開発企業 | 地域通貨 企業 | ... |
|------------------|-----------------|--|----------------|------------|-------------|-----------------|-----|--------------------------|---------------|------------|-----|
| | エコシステム 活性化企業 | データアナリティクス ソフトウェアエンジニアリング DXインフラ コンテンツクリエイト | 事業 マッチング企業 | 価値算定 企業 | BIツール 企業 | 仮想空間 企業 | ... | 地域経済圏の形成 決済機能 投資機能 | 次世代取引 基盤企業 | 地方銀行 | ... |

企業誘致対象業種の詳細（案）

【理念】
企業誘致のあるべき姿

【基本方針】
理念実現に向けた
戦略・方向性

【分野別施策】
具体的な実行施策

「まちづくりDX推進産業」はテーマ対象産業の高度化・効率化に資するコンテンツ・サービス構築を下支えする産業、
「エコシステム活性化産業」は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、金融機能等を担う産業としてそれぞれ定義



基本方針



2つのステージに分け、名護市を中心としたエコシステムの形成による地場産業発展と持続的成長 + 魅力的な進出先としての経済金融活性化特別地区の発展を目指していく



| 名護の変革 | 企業を集める | 事業を創る | 企業誘致の促進 | エコシステムの進化 | 先進都市の形成 |
|--|--|---|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓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 ✓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 | <ul style="list-style-type: none"> ✓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 ✓OI施設を起点としたオンライン参加等、多様な参加形態を検討 | <ul style="list-style-type: none"> ✓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 ✓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内の活動を加速 | <ul style="list-style-type: none"> ✓取り組みを実施する“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 ✓その中で必要に応じて、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イヤーを名護に誘致 | <ul style="list-style-type: none"> ✓名護に紐づいたテーマが自立的に掲げられ、テーマ関連企業がデジタル／リアルを介して解決に向け自発的に連携 ✓誘致プレイヤーの中から継続的な名護の発展に寄与するプレイヤーを選定し、関係性を深化 | <ul style="list-style-type: none"> ✓“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、他地域への横展開可能なモデルケースを創出 ✓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 |

協創・協働マインドを持った「ステークホルダー」や「多様な資金調達源」、実証実験・社会実装のための「魅力的な事業フィールド」は必須となることに加えて、“事業創発”を推進するためには「3つの要諦（Key Lever）」を具備することが肝要となる

ビジネスエコシステム形成に向けた要諦（Key Lever）



事業選定

1) 出口戦略を見据えた事業テーマの設定

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



事業創出

2) ビジネスの中心地における事業創出の促進

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



事業推進

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

目標達成に向けた重要指標（KGI/KPI）

【理念】
企業誘致のあるべき姿

【基本方針】
理念実現に向けた
戦略・方向性

【分野別施策】
具体的な実行施策

新計画では「企業誘致観点」、「事業創発観点」のそれぞれで目標値（KPI）の設計を検討
企業誘致観点では、既存の“量”に関する目標値の見直しに加え、労働生産性等の“質”観点の目標値を設計することを想定

| | | |
|--|---|--|
| <p>KGI</p> | <p>名護市内における金融・情報通信関連企業の雇用者数</p> <p>2,500人</p> | |
| <p>KGI 達成に 向けた 主要な KPI</p> | <p>企業誘致</p> <p><量観点></p> <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 <p><質観点></p> <ul style="list-style-type: none"> 付加価値労働生産性 | <p>事業創発</p> <p><量観点></p> <ul style="list-style-type: none"> デジタル技術を活用した事業創発ビジネスマッチング件数 デジタル技術を活用した事業創発の取組件数 産業DX(高度化・高付加価値化)の取組みが促進された企業数 デジタル活用人財の育成数 <p><質観点></p> <ul style="list-style-type: none"> デジタル活用人財の質向上（成熟度向上） |

※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

分野別施策一覧：企業誘致（1/2）

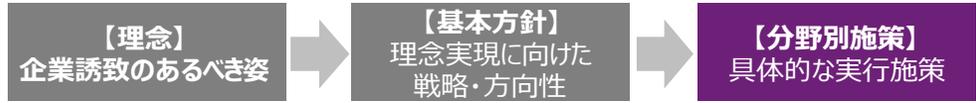
【理念】
企業誘致のあるべき姿

【基本方針】
理念実現に向けた
戦略・方向性

【分野別施策】
具体的な実行施策

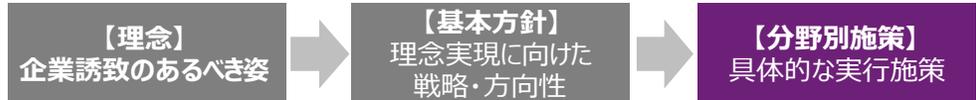
| | 類型 | # | 施策概要 | | 施策実施時期 | | |
|------|---------|-----------------------------|---------------|---|-------------|-------------|-----------|
| | | | Lv.1 | Lv.2 | 短期 R5~R7 | 中期 R7~R9 | 長期 R9~ |
| 企業誘致 | パートナー連携 | (1) | 企業誘致関係者との連携促進 | ・既存進出企業間の連携促進 | → | → | → |
| | | | | ・名護スマートシティ推進協議会と既存進出企業との連携促進 | → | → | → |
| | | | | ・沖縄県・県外・海外の関係機関との連携促進 | | → | → |
| | KGI/KPI | (1) | KGI・KPI設計・精査 | ・KGI(重要目標達成指標)の設計・定期見直し | → | → | → |
| | | | | ・KPI(重要業績評価指標)の設計・定期見直し | → | → | → |
| | ヒト | (1) | 高度人財育成環境の整備 | ・研修プログラムの拡充 (遠隔地研修等) | → | → | |
| | | | | ・対象者別の高度人財育成カリキュラム策定 (デジタルリテラシー含むビジネススキル系・マインド系) | → | → | |
| | | (2) | 雇用確保の促進 | ・地域の「学」と連携した人財獲得の推進 | | → | → |
| | | | | ・人財プールシステムの構築 (ノマドワーカー・フリーランス・副業者等多様な雇用形態の利活用の仕組み整備) | | | → |
| | | ・市内オープンイノベーション・事業創発拠点との連携強化 | → | → | → | | |

分野別施策一覧：企業誘致（2/2）



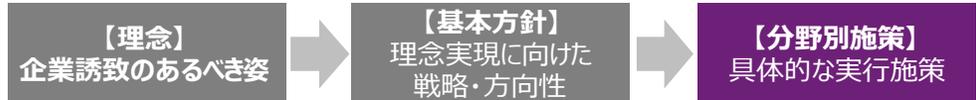
| 類型 | # | 施策概要 | | 施策実施時期 | | | |
|----------------------|-----------------------|--|--|---|-------------|-----------|---|
| | | Lv.1 | Lv.2 | 短期 R5~R7 | 中期 R7~R9 | 長期 R9~ | |
| 企業誘致 | モノ (テクノロジー・事業インフラ) | (1) | 新理念・方針に合わせた既存施設の改修・ルール整備 | ・入居条件の再整理 | | | → |
| | | | | ・施設利用ルールの再整備 | | | → |
| | | | | ・入居企業の労働者向け施設環境の改善・拡充 (Web会議スペース、カフェ・リラクゼーション施設、通信設備強化等) | | | → |
| | | | | ・誘致対象企業の業種や企業規模に合わせた諸室面積の見直し検討 | | | → |
| | | (2) | 交通インフラの拡充 | ・市街地↔豊原間のアクセス改善 | | | → |
| | | | | ・市外（都市部）からのアクセス改善 | | | → |
| | (3) | 労働者の暮らす環境の整備 | ・生活インフラ（食・住等）の整備・高度化 （"住む×働く"イメージの醸成） | | | → | |
| | (4) | 既存進出企業の進出後支援強化 | ・既存進出企業の課題・要望のリアルタイムな把握・モニタリング機能の整備検討 | → | → | → | |
| | カネ | (1) | 実証事業・社会実装に係るファイナンス整備 （補助事業等を含めた財源確保） | ・外部資金調達手段の検討 | | | → |
| | | (2) | 税制活用相談・提案体制の整備 | ・既存の税制特例措置に関する相談 + 提案体制の検討 | | | → |
| | | (3) | 新たな税制特例措置の模索と既存制度の見直し・刷新 | ・新たな税制特例措置の模索 | | | → |
| | | | | ・既存制度の見直し・刷新 | | | → |
| (4) | IP(知的財産)関連支援の整備検討 | ・特許出願等の知的財産権の取得にあたっての幅広い支援の検討 | | | → | | |
| 体制・ 情報発信 | (1) | 【体制】企業誘致・事業創発の連携体制確立 | ・企業誘致（名護市）・事業創発（名護スマートシティ推進協議会）での連携体制整備 | → | → | → | |
| | (2) | 【体制】施策実行管理のPDCAサイクル確立 | ・管理体制・管理プロセス検討 | → | → | → | |
| | (3) | 【情報発信】地域課題解決型ビジネスエコシステムの取り組み発信によるまちのブランディング (響鳴都市)形成/県内外・海外への発信 | ・定期発信方法の検討 | → | → | → | |
| ・非定期大型発信方法(イベント等)の検討 | | | → | → | → | | |

分野別施策一覧：事業創発（1/2）



| 類型 | # | 施策概要 | | 施策実施時期 | | | |
|-----------------------------------|------------------------------|---------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------|-----------|---|
| | | Lv.1 | Lv.2 | 短期 R5~R7 | 中期 R7~R9 | 長期 R9~ | |
| 事業創発 | パートナー連携 | (1) | エコシステムプレイヤーの役割・位置づけ整理 | ・推進者・実行者・協力者等のロールや官民学の位置づけ整理 | → | → | → |
| | | (2) | 誘致テーマ関連業種に即したエコシステム参画候補企業の選定 | ・候補選定に向けたプロセスの確立 | → | → | → |
| | | | | ・候補企業の選定 | → | → | → |
| | | (3) | エコシステム参画に向けたアプローチ方法の整理 | ・既存進出企業 | → | → | → |
| | | | | ・県内外・海外プレイヤー | → | → | → |
| | | | | ・求心力あるプレイヤー | | → | → |
| | KGI/KPI | (1) | KGI・KPI設計・精査 | ・KGI(重要目標達成指標)の設計・定期見直し | → | → | → |
| | | | | ・KPI(重要業績評価指標)の設計・定期見直し | → | → | → |
| | ヒト | (1) | 事業創発・課題解決人財育成環境の整備(地理的制約を超えた場の形成) | ・育成プログラム形成(研修/セミナー・ワークショップ等) | | → | → |
| | | | | ・オープンイノベーションピッチ・コンテスト開催 | → | → | → |
| ・異業種や様々な世代が交わり"新たな気づき"を与えるプログラム形成 | | | | → | → | → | |
| (2) | | デジタル推進土壌の機運醸成 | ・市民の機運醸成 | → | → | → | |
| | ・企業誘致関係者の機運醸成(自治体・NPO法人・企業等) | | → | → | → | | |

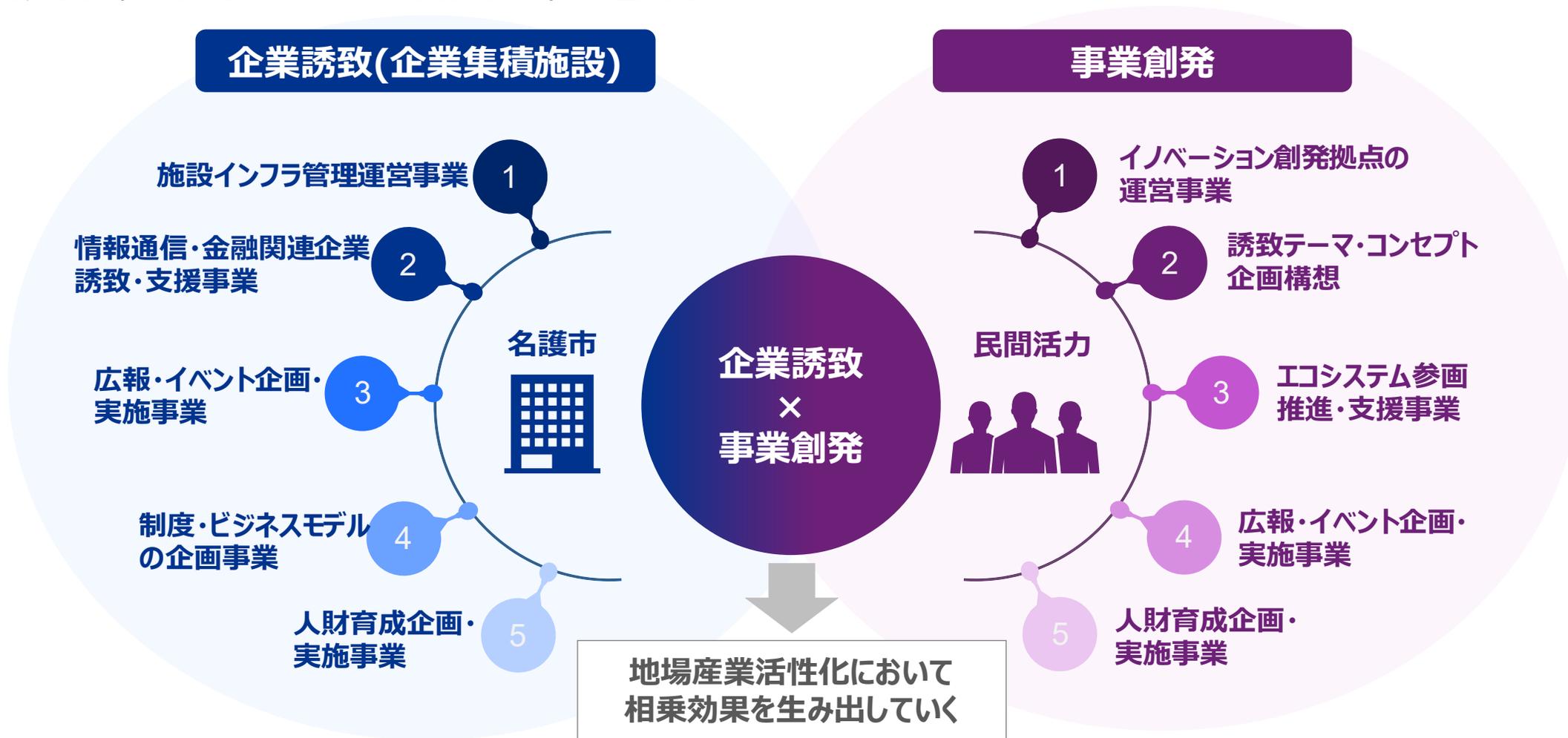
分野別施策一覧：事業創発（2/2）



| | 類型 | # | 施策概要 | | 施策実施時期 | | |
|------|---------------------------|-----|--|--|-------------|-------------|-----------|
| | | | Lv.1 | Lv.2 | 短期 R5~R7 | 中期 R7~R9 | 長期 R9~ |
| 事業創発 | モノ (テクノロジー・ 事業インフラ) | (1) | イノベーション創出拠点の設置 | ・名護市内や県外(都心)での事業創発活動拠点の設置検討 | → | → | → |
| | | (2) | 実証フィールドの設置 | ・豊原企業集積エリア、市街地再開発エリアとの連携等による実証フィールドの創出 | | | → |
| | | (3) | エコシステム形成活性化に向けた仕組み構築 | ・地域課題テーマ創出ソリューション検討 (AI等を活用した名護のアセット× 事業機会の提案ソリューション) | | | → |
| | | | | ・地域課題テーマ× 参画プレイヤーのビジネスマッチングプラットフォーム検討 | | | → |
| | | | | ・育成プログラムのソリューション検討 (時間や場所の制約なく学習できるソリューション) | | | → |
| | | | | ・事業推進の支援体制整備 (事業開発から事業化までの節目の支援の拡充) | | → | → |
| | カネ | (1) | 実証事業・社会実装に係るファイナンス整備 (補助事業等を含めた財源確保) | ・外部資金調達手段の検討 | | | → |
| | 体制・ 情報発信 | (1) | 【体制】施策実行管理のPDCAサイクル確立 | ・管理体制・管理プロセス検討 | → | → | → |
| | | (2) | 【情報発信】地域課題解決型ビジネスエコシステム の取り組み発信によるまちのブランディング (響鳴都市)形成／県内外・海外への発信 | ・定期発信方法の検討 | → | → | → |
| | ・非定期大型発信方法(イベント等)の検討 | | | → | → | → | |

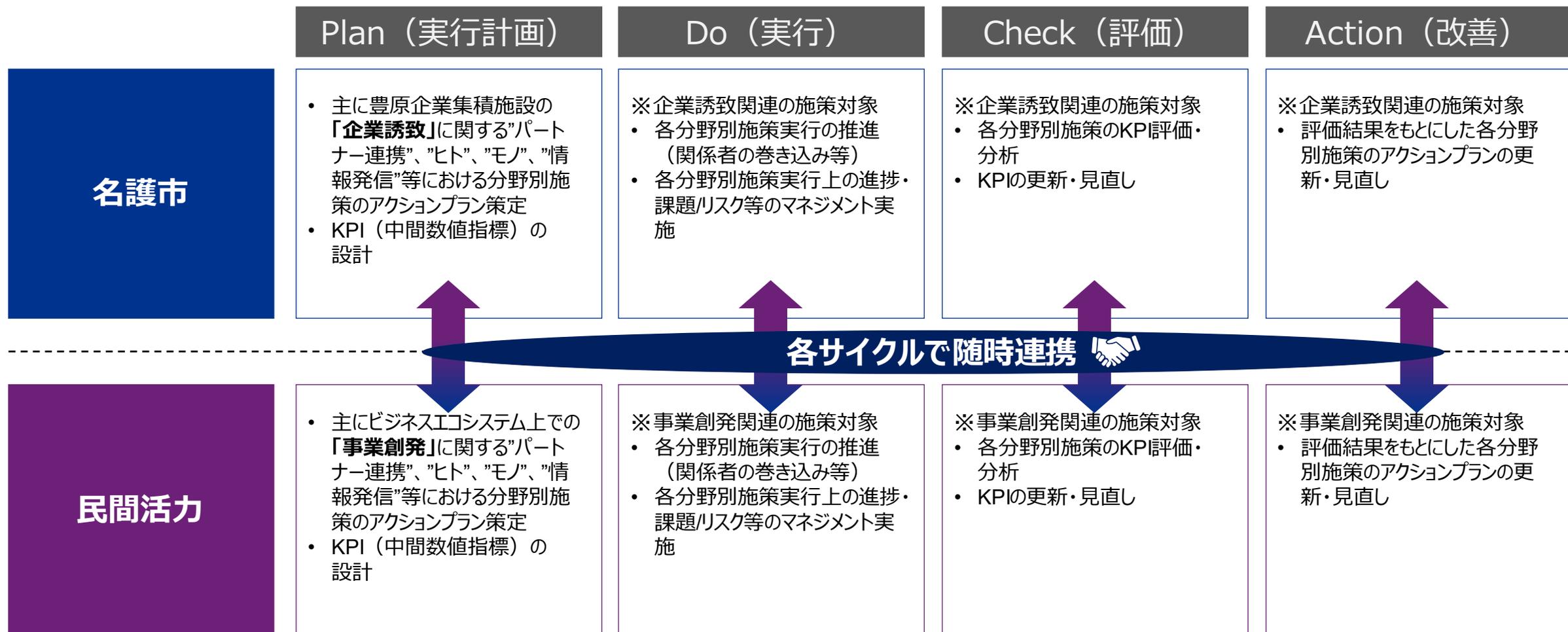
推進体制の強化

従来同様、企業誘致を推進・運営する体制に加えて、事業創発を推進する民間活力を活かした組織を構築
企業誘致と事業創発を掛け合わせて地場産業活性化を目指す



計画策定後のマネジメント体制

主に豊原企業集積施設の「企業誘致」関連の取り組みは名護市、「事業創発」関連の取り組みは民間活力を中心に分野別施策の遂行から効果測定までの一連の管理を担う。適宜両者が連携することで企業誘致・事業創発の相乗効果を狙う



用語解説

用語解説

| カテゴリー | 用語 | 内容 |
|-------|-------------|---|
| ビジネス | スマートシティ | <ul style="list-style-type: none"> 都市の抱える諸課題に対して、ICT等の新技術を活用しつつ、マネジメント（計画、整備、管理・運営等）が行われ、全体最適化が図られる持続可能な都市または地区」であり、Society 5.0の先行的な実現の場のこと（内閣府、国土交通省の定義より抜粋） ICTやIoTといった人とモノ、もしくはモノとモノをつないでビッグデータを収集し、より良い街づくりを実現できる都市のこと |
| ビジネス | ビジネスエコシステム | <ul style="list-style-type: none"> 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連携し合い、名護市という場所を求心力としたスマートシティ推進のビジネス生態系を指す 進出した企業の更なる成長を支えるための企業を繋ぐ、事業を共創する仕組み等 |
| ビジネス | まちづくりDX産業 | <ul style="list-style-type: none"> 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こと（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） |
| ビジネス | リビングラボ | <ul style="list-style-type: none"> リビングラボ（Living Lab）は「生活空間（Living）」「実験室（Lab）」を組み合わせた造語で、一般的には新しい技術やサービスの開発をユーザーや市民が生活する場で行う等の共創活動やその活動拠点を指す。 従来の企業のサービス開発との違いについて例をあげると、ユーザーへのインタビューやプロトタイプ体験といった場を設ける試みは一般的だが、主体はあくまで企業側。オープンイノベーションの場や機会であるリビングラボでは、ユーザーがより主体的に参加して、企画や開発について意見を出すだけでなく改善に向けて活動する点が異なる |
| ビジネス | OI施設 | <ul style="list-style-type: none"> OIは「Open Innovation（オープンイノベーション）」の略称、これまでの自前主義での事業展開ではなく、「組織内部のイノベーションを促進するために、意図的かつ積極的に内部と外部の技術やアイデアなどの資源の流出入を活用し、その結果組織内で創出したイノベーションを組織外に展開する市場機会を増やすことである（経済産業省の定義より抜粋） OI施設は上記のオープンイノベーション促進の機能を有する施設であり、既存企業同士や新たな誘致企業間の連携強化の一端を担う |
| ビジネス | Society 5.0 | <ul style="list-style-type: none"> Society 1.0（狩猟社会）、Society 2.0（農耕社会）、Society 3.0（工業社会）、Society 4.0（情報社会）に次ぐ、サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会のこと（内閣府の定義より抜粋） IoTやAI、ビッグデータなどの最新技術をあらゆる社会や産業に取り入れて実現する未来社会の形を指す |
| ビジネス | クリエイティブ産業 | <ul style="list-style-type: none"> 本来、創造性や技能・技術が作品の主要価値を生み、文化を形成し得る産業分野の総称を指す（経済産業省の定義より抜粋）が、本計画ではマニュアル整備等がなされておらず、個人の経験や思考等の“創造的な活動”を主とする業界を指す（例：コンサルティング業界等） |
| ビジネス | KGI・KPI | <ul style="list-style-type: none"> 「Key Goal Indicator」の略称で、重要目標達成指標と訳される。企業の経営戦略やビジネス戦略を達成するために何を以てゴールとみなすのかを定めたものであり、KPI（Key Performance Indicator）はKGIの達成度合いを測る中間数値指標として使用される |
| ビジネス | NDA | <ul style="list-style-type: none"> 「Nago Development Authority（名護経済特区開発機構）」の略称で、名護市の企業誘致・雇用創出活動を促進するNPO法人 |

用語解説

| カテゴリー | 用語 | 内容 |
|-------|------|---|
| ビジネス | VUCA | <ul style="list-style-type: none">• Volatility（変動性）、Uncertainty（不確実性）、Complexity（複雑性）、Ambiguity（曖昧性）の頭文字を取った造語で、世界全体が極めて予測困難な状況に直面しているという21世紀の社会情勢を示す |

用語解説

| カテゴリー | 用語 | 内容 |
|--------|----------|---|
| テクノロジー | テストベッド | <ul style="list-style-type: none"> • 新技術の実証試験に使用されるプラットフォームのこと • 本計画では地域課題解決の実証実験を“名護というフィールド”を活用して実施することを指す |
| テクノロジー | ICT | <ul style="list-style-type: none"> • 「Information and Communication Technology」の略称、情報通信技術を指す • これまでデジタル化されたデータを扱う技術やモノを「IT（Information Technology）」と表現することが主流だったが、近年では、デジタルデータの通信量が膨大になったことや人とデジタル情報を“つなぐ”役割として、情報通信技術を表す「ICT」に移行 |
| テクノロジー | ビッグデータ | <ul style="list-style-type: none"> • 人間では全体を把握することが困難な巨大なデータ群を指す • 総務省は国や地方公共団体が提供する「オープンデータ」、企業が保有する「産業データ」、個人の属性情報や移動・行動・購買履歴などの個人情報を含む「パーソナルデータ」の3つをビッグデータの構成要素として解説 |
| テクノロジー | IoT | <ul style="list-style-type: none"> • 「Internet of Things」の略称、「様々な物がインターネットにつながること」「インターネットにつながる様々な物」を指す • 日本語で「モノのインターネット」と訳され、PCに限らず様々なモノがインターネットにつながることで、リアルタイムの情報収集やデータに基づく制御が可能 |
| テクノロジー | AI | <ul style="list-style-type: none"> • 「Artificial Intelligence（人工知能）」の略称、昭和31年ダートマス会議で計算機科学者のジョン・マッカーシー教授が提案した概念 • 明確な定義はなく、「大量の知識データに対して、高度な推論を的確に行うことを目指したもの」とされている（一般社団法人 人工知能学会） |
| テクノロジー | XR | <ul style="list-style-type: none"> • 「Cross(X) Reality：クロスリアリティ」の略称で、VRやAR、MRといった技術はいずれもXRに内包される <ul style="list-style-type: none"> - VR：「Virtual Reality（仮想現実）」の略称、仮想世界を現実のように体験できる技術。CGや360度カメラによって作成された全方位の映像を、専用のヘッドマウントディスプレイを装着して体験する - AR：「Augmented Reality（拡張現実）」の略称、現実世界に仮想世界を重ね合わせて体験できる技術。スマホやヘッドマウントディスプレイを介して現実世界を見たときに、仮想の存在であるデータや画像を表示することで、現実世界を“拡張”する - MR：「Mixed Reality（複合現実）」の略称、現実世界と仮想世界を融合させる技術。現実世界と仮想世界をより密接に“複合”していく |
| テクノロジー | デジタルツイン | <ul style="list-style-type: none"> • 現実の世界から収集した様々なデータをまるで双子のように、コンピュータ上で再現する技術のこと • コンピュータ上では、収集した膨大なデータを元に、限りなく現実に近い物理的なシミュレーションが可能となり、シミュレーションの結果、有効となった施策やアイデアを現実で実施・具現化することで取組を効果的に促進可能 |
| テクノロジー | スマート農業 | <ul style="list-style-type: none"> • ロボット、AI、IoTなど先端技術を活用する農業のこと（農林水産省の定義より抜粋） • 「作業の自動化」や「情報共有の簡易化」、「データ活用による農業の高度化」等の効果がある |
| テクノロジー | ブロックチェーン | <ul style="list-style-type: none"> • 情報通信ネットワーク上にある端末同士を直接接続して、取引記録を暗号技術を用いて分散的に処理・記録するデータベースの一種であり、「ビットコイン」等の仮想通貨に用いられている基盤技術のこと（総務省の定義より抜粋） |

用語解説

| カテゴリー | 用語 | 内容 |
|--------|----|--|
| テクノロジー | BI | <ul style="list-style-type: none">「Business Intelligence」の略称、BIツールは収集されたデータを分析・可視化することでデータに基づいた意思決定や課題解決を支援するツール |

Appendix

進出企業ヒアリング結果整理

【凡例】 ■：企業誘致観点／■：事業創発観点

進出の決め手

進出企業の声（進出後の課題感や名護市への期待）

企業誘致推進変革の絵姿
(ビジョン)

- ・名護市の熱意（元市長の街づくりを含めた構想への共感）
- ・自然環境×テクノロジーによる潜在的なビジネス機会

- ・若年層に働く場所の選択肢として選ばれる街を目指すべきではないか
- ・金融特区を強みとして「金融」に関連するテーマを演出していく等、名護市としてのコンセプトを掲げるべきではないか
- ・単に労働者数等の「量」を重視するのではなく、労働生産性等の「質」も含めた施策に転換すべきではないか

- ・「コストセンターの集積」ではなく「プロフィットセンターの集積」を目指すべきではないか
- ・「経済金融特区」という名前に縛られることなく、誘致対象を選択すべきではないか

パートナー連携

-

- ・ハコモノとしての施設等（ハード面）の建設・整備は進んでいるが、連携などソフト面への取組は進んでいない印象 ■
- ・「情報交換」、「従業員交流」、「企業間親睦」、「事業共創」のニーズの確認 ■

- ・NDAや名護市商工会、名護青年会議所などの仲介とした交流・連携のニーズの高まり ■
- ・名護市の“まち”としての構想を実現するために、進出企業が共通目標を持ち、人財育成や事業拡大に取り組むべきではないか ■

目標達成に向けた
KGI/KPI

-

- ・推進が中断しないように定性的な基準ではなく、可能な限り定量的な基準を設計すべきではないか ■ ■
- ・単に労働者数等の「量」を重視するのではなく、労働生産性等の「質」も含めた指標を設計すべきではないか ■ ■
- ・進出企業の協力を得て、各施策の成果がトラッキングできる体制・仕組みを構築すべきではないか ■ ■

ヒト
(人・文化)

- ・若年人財が豊富
- ・ホスピタリティの高い県民性
- ・既存施設への入居・退去企業による人財プールを活用した効率的な人財獲得に魅力を感じた

- [人財獲得・採用]
- ・名護市の企業への認知不足による機会損失、車前提の労働環境等を要因とした北部地域の若年人財の応募減少 ■
 - ・失業保険を前提とした建前上の就労やプライベート重視の生活スタイル等、北部地域の若年人財の労働意欲の低下 ■
 - ・土地的遠隔性を主要因とした中南部人材採用の苦戦（多大な通勤負担、北部地域の住環境への懸念等） ■
 - ・企業としての一時的な労働者よりも長期的な労働者確保を重視する傾向へのシフト（BPO関連産業の場合は人財要件さえ満たせば短期雇用も見られる） ■

- [人財育成]
- ・遠隔地での研修費用に対する補助等、人財育成に対する支援ニーズの増加 ■
 - ・中間管理職、幹部人財の育成に対するニーズの増加 ■
 - ・従業員のマインドセット形成に資する研修へのニーズの増加（ビジネススキルよりもマインドセットへのニーズが高い印象） ■
 - ・コンセプトに合わせた人財教育を名護市全体で推進すべきではないか ■
- [文化醸成]
- ・新計画への認知拡大・コミットメント強化のために、経営層のデジタルリテラシーを高める等、土壌づくりにも注力すべきではないか ■ ■

モノ
(デジタルテクノロジー・
事業インフラ)

- ・通信環境・サーバー等事業に必要な環境が整備されている
- ・（名護市街地と比較し）駐車場が整備されている

- ・テレワークの普及等を背景とした通信インフラの整備・改善が急務（Web会議スペースの設置等の要望も聞かれた） ■
- ・労働者の住環境向上に対するニーズ（採用力強化につながるため） ■

- ・既存施設の利用形態の多様化や豊原⇔市街地の交通インフラの拡充（カーシェアリングの導入等）を通じた豊原地区全体の機能や役割の見直しをすべきではないか ■

カネ
(ファイナンス)

- ・税制特例措置が整備されている
- ・賃貸料が入居後3年間無料

- ・実態と合っていない制度適用期間や制度内容が複雑で利用のハードルが高い等、既存制度見直しのニーズの高まり ■
- ・事業拡大に向けたハード面・ソフト面の投資に対する支援の期待 ■ ■
- ・誘致対象（業種／企業規模等）を明確にし、対象に合わせた支援体制を整備すべきではないか ■

体制・情報発信
(推進・運用体制／情報発信)

- ・NDAによる積極的な誘致活動

- ・NDAは施設の管理・運営が主業務のため、誘致／誘致後の支援機能は別組織を組成して対応すべきではないか ■ ■
- ・「誘致（来てもらうこと）」に注力するのではなく、誘致後の「企業成長」に対する支援を充実させるべきではないか ■

- ・NDAの注力領域が「既存の入居企業への支援」から「新規誘致（空室率低減）」へとシフトしたことによる既存入居企業への支援の手薄化 ■

企業誘致事例から抽出したエッセンス一覧

【凡例】 ■：企業誘致観点／■：事業創発観点

| エッセンス (名護における企業誘致推進の参考要素) | |
|----------------------------------|---|
| 企業誘致推進変革の絵姿 (ビジョン) | <ul style="list-style-type: none"> 世界的なイベントの誘致や地場アセットの有効活用による「まちのブランディング形成」の推進 単独自治体に閉じた取組ではなく、複数の自治体を巻き込んだ広域連携を視野に入れた取組の推進 エリア一体型の大規模投資・開発による「まちのブランディング形成」の推進 特定業界の誘致ではなく“テーマフォーカス”の誘致戦略の推進 既存誘致コンセプトの明確な転換とコンセプトに合わせた戦略・施策の策定 |
| パートナー連携 | <ul style="list-style-type: none"> エコシステム内に金融業を巻き込むことで円滑な資金調達を推進 ■ 企業誘致ビジョンに共感し、長期目線で名護にコミットしてくれるパートナーの巻き込み ■ 県や政府（政府からの認定取得も含めて）・他自治体と連携することによる魅力的な誘致メリットの整備 ■ 国内に閉じず先進的な取組を推進している海外自治体や支援機関との積極的な連携 ■■ エコシステム形成による多様なステークホルダーの巻き込み（企業、アカデミア、経済団体、支援機関、金融機関、行政、学識経験者等）とエコシステムパートナーのマネジメント体制の整備 ■■ |
| 目標達成に向けたKGI/KPI | <ul style="list-style-type: none"> ビジョンの実現から逆算した適切なKGI・KPIの設計 ■■ 短期的にも測定可能であり、確実にトラッキング可能なKGI・KPIの設計（測定に長期間を有する場合、リアルタイム性が負なわれ、現在値を正しく把握できない可能性がある） ■■ |
| ヒト (人・文化) | <ul style="list-style-type: none"> 企業誘致ビジョンに合わせた人財育成・人財集積への注力（コミュニティ形成／拠点整備／育成プログラム開発等） ■ 住民への企業誘致ビジョン浸透による文化醸成や支援施策の高度化（実証理解醸成／移住者の定着支援等） ■ 誘致ターゲットに魅力的な人財コミュニティの形成による進出メリットの創出 ■ アカデミアとの連携による誘致ターゲット企業に魅力的な人財プールの形成 ■ |
| モノ (デジタルテクノロジー・事業インフラ) | <ul style="list-style-type: none"> ビジョン達成に必要な機能（ハード・ソフト含む）を具備し、シンボルとなる拠点の整備 ■ 単なる施設建設ではなく、エリア一体型投資（居住地域、企業集積施設、エンタメ・娯楽施設、病院等）による定住人口・交流人口の創出／従業員環境の向上 ■ 量・質両面での事業フィールドの整備 ■ |
| カネ (ファイナンス) | <ul style="list-style-type: none"> 誘致ターゲットを明確にし、ターゲット企業の業界や成長ステージに即したファイナンス支援を整備 ■ 知的財産権の取得支援やIPO支援等、それらを活用した資金調達手段の提供 ■ |
| 体制・情報発信 (推進・運用体制／情報発信) | <ul style="list-style-type: none"> 進出後の企業成長を促進するために継続的なピッチイベント実施・事業マッチングによる企業フェーズに合わせた事業機会の提供 ■ 事業機会の創出から実証フィールド提供、事業の成長（出口戦略）まで一貫したビジネス環境の提供 ■ 人的リソースによる並走支援（メンターシップ制度の提供等） ■ 民間事業者と行政の連携を推進する体制構築（行政内に課を横断した事業活性化チームを組成する等） ■■ |

有識者ヒアリング結果整理

【凡例】 ■：企業誘致観点／■：事業創発観点

| 有識者の声 | |
|-------------------------------|--|
| 企業誘致推進変革の絵姿 (ビジョン) | <ul style="list-style-type: none"> 他地域への横展開を視野に入れた各取組の形式知化の促進（地域課題によっては共通項があるため、各地で0→1の活動をするのではなく、地域横断的に解決を目指すべきではないか） “名護ならではの何か”を新しく創り出し誘致対象に対して強烈な魅力付けを実施すべき “グローバル”を意識し、最初からグローバルへの横展開を見据えてローカルの課題に対しても取り組むべきではないか |
| パートナー連携 | <ul style="list-style-type: none"> 誘致対象に対してビジネスエコシステムの参画に対するプレミア感・特別感の醸成 ■ ■ |
| 目標達成に向けた KGI/KPI | — |
| ヒト (人・文化) | <ul style="list-style-type: none"> 若年層へのデジタル教育支援の充実 ■ 農家等の個人事業者に対するデジタルマーケティング等のデジタル教育支援制度の整備 ■ 行政職員へのデジタル教育支援の整備 ■ アカデミアとの連携等、誘致ターゲットに魅力的な人財コミュニティの形成による進出メリットの創出（卒業後の数年間の名護市での就労義務と引き換えに学費を免除するスキーム構築等） ■ 大学を活用した企業研修やリスキリング制度の整備等によるデジタル人財育成環境の整備 ■ 個人間交流の活性化によるキャリア教育の推進 ■ |
| モノ (デジタルテクノロジー／ 事業インフラ) | <ul style="list-style-type: none"> 既存施設のハード面・ソフト面での改修（短期間の使用ができない等の利用制限や居室が大きすぎるため小規模事業者の利用が難しい／居室スペースの柔軟な活用等） ■ 既存施設と市街地のアクセシビリティ・交通利便性の改善 ■ タクシーに代わるビジネスマンの移動手段の多様化促進（大規模イベントの際にタクシーがピークアウトしてしまっている） ■ デジタルを活用した“スピーディーな”実証推進体制の整備 ■ |
| カネ (ファイナンス) | <ul style="list-style-type: none"> 既存施設への進出企業に対して土地的遠隔性に配慮した補助制度の整備（通勤・交通費補助、豊原⇄市街地コミュニティバスの特別ディスカウント等） ■ 実証実験を推進するための潤沢で“持続的な資金”と“多様な資金調達手段”の整備（補助金は単年ベースであり、単発事業に終始してしまう可能性が大きい） ■ ■ “名護にしかない”税制特例措置の整備や規制緩和の実現 ■ ■ |
| 体制・情報発信 (推進・運用体制／情報発信) | <ul style="list-style-type: none"> 名護市単体の人口規模に依らない出口戦略オプションの整備（他自治体への横展開等） ■ 既存進出企業間での既存施設以外での交流空間の創出 ■ 事業推進に積極的な行政組織体制の整備（人事異動に依らない持続的な体制構築） ■ 多様なステークホルダーを取りまとめるコミュニティマネジメントの充実（現場推進者の派遣の配置等） ■ “逆張り戦略”で企業が多く存在する東京に頻繁に出向き（必要に応じて場所を構えて）、名護で事業を行うための仕掛けづくりを東京で行っていくべきではないか ■ 企業同士が“出会う場”の設計のみに注力するのではなく、事業推進において節目となるタイミング（社会実装、IPO、ローンチ等）での伴走支援を含めた充実した支援体制の構築 ■ 実証フィールドとして魅力付けするのであれば、“お膳立て”を完璧にすべき（協力を取り付けるには“出口戦略”で事業を進めるための魅力を整える（ファイナンス、人財、制度、フィールド／実証実験場、地域リソース等）） ■ 小規模企業であっても名護進出後、事業継続可能な支援体制の整備 ■ |

【参考】企業誘致・事業創発活性化に向けた検討フレーム

持続的な企業誘致・事業創発推進を実装するためには“仕組みづくり”が肝要
 仕組みづくりの検討の際に必要な以下の観点を共通絵図として照合しながら、各種調査の整理及び新計画の策定を進める

| 検討の観点 | | 主な検討要素 | |
|-------------|---------------------------|--|---|
| | | 企業誘致 | 事業創発 |
| ↑ 理念・方針 | 企業誘致推進の变革の絵姿 (ビジョン) | <ul style="list-style-type: none"> 企業誘致・事業創発推進を前提とする中での将来的な名護のまちのありたい姿 持続的な企業誘致・事業創発のKSFと実現方法 | |
| | パートナー連携 | <ul style="list-style-type: none"> 進出企業間連携のあり方 名護スマートシティ推進協議会と誘致関係者の連携促進の仕組み | <ul style="list-style-type: none"> ビジネスエコシステム形成のあり方・方法 求心力のあるプレイヤーの参画促進の方法 |
| | 目標達成に向けたKGI/KPI | <ul style="list-style-type: none"> 経済金融特別地区における企業誘致の質・量の観点によるトラッキング可能なKGI・KPI 設計見直しルール・体制のあり方 | <ul style="list-style-type: none"> 事業創発観点の実効性の高いKGI・KPI 設計見直しルール・体制のあり方 |
| ↓ 個別検討分野 | ヒト (人・文化) | <ul style="list-style-type: none"> 企業誘致推進に不可欠なデジタル人材育成環境のあり方 雇用促進・雇用確保の仕組み | <ul style="list-style-type: none"> 事業創発促進人材の育成環境のあり方 市民や関係者の機運醸成／事業創発土壌形成の仕組み |
| | モノ (デジタルテクノロジー・事業インフラ) | <ul style="list-style-type: none"> 新計画に合わせた既存施設の環境・あり方 労働者の暮らす環境のあり方 進出企業への支援／継続的成長の仕組み | <ul style="list-style-type: none"> イノベーション創出拠点の役割 実証実験誘致に向けた事業フィールドのあり方 一貫した事業化・事業拡大の仕組み |
| | カネ (ファイナンス) | <ul style="list-style-type: none"> 既存税制特例措置の有効活用の仕組み 企業誘致観点での新しいファイナンス支援のあり方・仕組み | <ul style="list-style-type: none"> 実証事業推進／事業化に向けたファイナンス支援のあり方・仕組み |
| | 体制・情報発信 (推進・運用体制／情報発信) | <ul style="list-style-type: none"> 企業誘致・事業創発の連携体制のあり方 企業誘致推進施策のPDCAサイクルの仕組み | <ul style="list-style-type: none"> 事業創発推進のPDCAサイクルの仕組み 情報発信によるまちのブランディング形成の方法 |

経済金融・情報通信業企業誘致推進計画

令和5年3月 発行

発行：名護市 地域経済部 商工・企業誘致課
