

経済金融・情報通信業企業誘致推進計画

令和5年3月

沖縄県名護市

目次

第1章	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	1
第1節	金融・情報通信産業の集積に向けた経緯	1
第2節	前計画までの方針	2
第3節	計画策定の目的と位置付け	3
第4節	計画策定の全体フロー	6
第2章	名護市の現状	7
第1節	就労に関する概況	7
第2節	産業に関する概況	16
第3節	企業誘致取組に関する概況	19
第3章	社会情勢と企業誘致を取り巻く環境の変化	24
第1節	名護市を取り巻く環境の変化	24
第2節	既存誘致対象業種の役割の変化	25
第3節	企業誘致推進上の転換点	31
第4節	名護市が取るべき方向性	37
第4章	基本計画	38
第1節	計画の全体像／企業誘致戦略	38
第2節	基本理念	39
第3節	基本方針	42
第4節	企業誘致テーマ	50
第5節	誘致対象	52
第6節	KGI・KPI の設計	54
第5章	分野別施策	55
第1節	各分野別施策の方針	55
第6章	計画の効果的な推進	57
第1節	推進体制の構築	57
第2節	実施計画等の策定	58
第7章	用語解説・Appendix	59

第1章 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

第1節 金融・情報通信産業の集積に向けた経緯

沖縄県名護市（以下、本市）では、これまで昭和50年に開催された海洋博覧会以降、1970年代の「産業基盤づくり」、80～90年代の「公共施設の充実、産業発展における各種制度への取組」を経て発展してきた中で、1990年代以降のインターネットの普及により、2000年代に入ってから新たな産業振興の模索を開始した。

平成12年度より金融・情報通信産業の集積に向けた構想を開始。関係機関との連携のもと、各種調査や有識者への意見聴取等を行った結果、金融・情報通信産業の推進は、特区としての位置付けと併せた産業振興策を講ずる必要性が指摘された。その後、平成13年6月29日には国際情報通信・金融特区創設推進市民大会が開催される等、特区の創設に向けた機運が高まり、平成14年4月1日に施行された沖縄振興特別措置法を根拠法として、本市は同年7月に金融業務特別地区（通称「金融特区」）、9月には情報通信産業特別地区（通称「情報特区」）として指定を受けた。

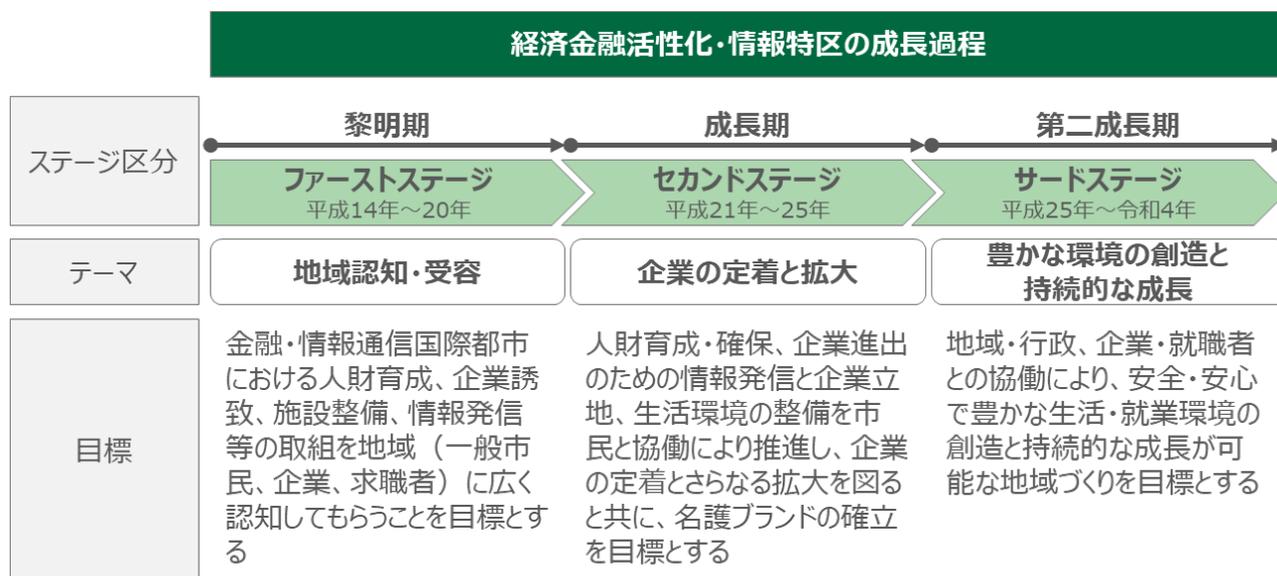
特区制度が正式に始動したことを踏まえ、本市は平成15年度に「国際情報通信・金融特区構想基本方針」を定め、諸関連施策を展開している。

同方針策定から約5年後の平成20年7月には、新たな展開を見据えた今後の目標及び事業の在り方を示すことを目的に「金融・情報通信国際都市形成計画（以下、前計画）」を策定した。

また、特区指定から約10年後の平成26年には、従前の金融業務特別地区を発展的に解消し、対象産業を金融産業から多様な産業へと拡げるため、経済金融活性化特別地区として指定を受けた。

第2節 前計画までの方針

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（前計画）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る。



（出典）公開情報より作成

平成14年～令和4年（20年間）までの間、以下の目標が掲げられた。

<黎明期：平成14年～平成20年>

ファーストステージは「地域認知・受容拡大」として、金融・情報通信国際都市における人財育成、企業誘致、施設整備、情報発信等の取組を地域（一般市民、企業、求職者等）に広く認知してもらうことを目標として掲げた。

<成長期：平成20年～平成25年>

セカンドステージは「企業の定着と拡大」として、人財育成・確保、企業進出のための情報発信と企業立地、生活環境の整備を市民との協働により推進し、企業の定着と更なる拡大を図ることを掲げた。

<第二成長期：平成25年～平成30年>

サードステージは「豊かな環境の創造と持続的な成長」として、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て掲げた。

<第二成長期(継続)：平成31年～令和4年>

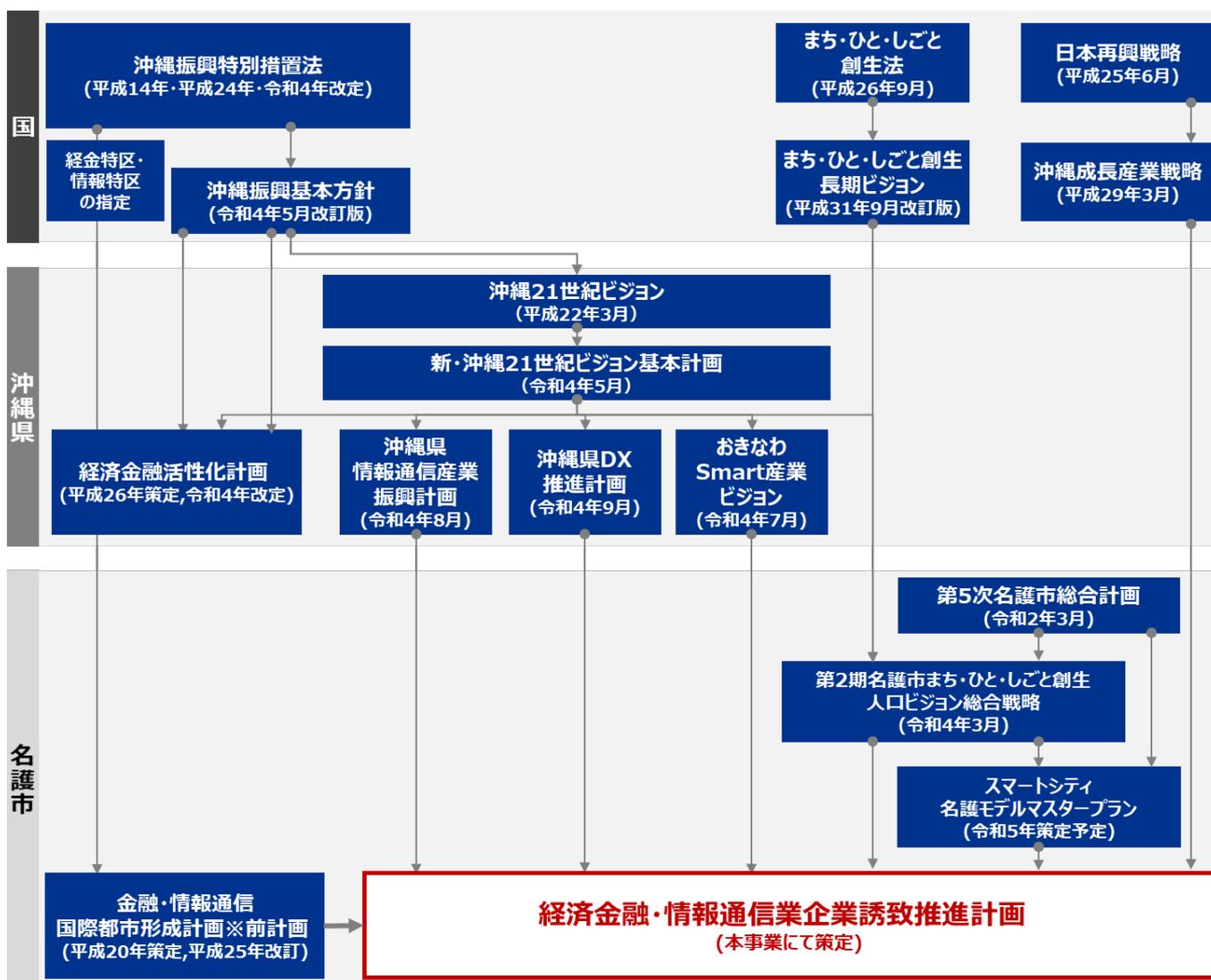
平成25年からのサードステージを継続、引き続き人財育成分野では、学生から社会人まで多種多様な層への講座開催、また、企業誘致の取組を継続して実施し、雇用機会創出を積極的に推進することを目標としていた。

第3節 計画策定の目的と位置付け

近年我が国では Society5.0 や DX の取組等、新しい社会潮流と技術革新に伴い、従来の企業の働き方の変革や企業誘致の在り方の変化、人口減少に伴う人財不足、さらには新型コロナウイルス感染症拡大に伴う急激な社会情勢の変化によって with コロナ、after コロナへの横断的な取組が求められている。本計画は、それらに伴う新しい様々な視点を踏まえ、企業誘致の取組の指針を定める新たな計画（経済金融・情報通信業企業誘致推進計画）を策定することを目的とする。

また前計画までの成果を踏まえ、現状の整理と課題の抽出を行った上で新たな計画を策定する。下図に示す沖縄県等の各上位計画を踏まえ、「経済金融・情報通信業企業誘致推進計画（以下、本計画）」を策定する。

第1節で説明したように本計画は沖縄振興特別措置法のもと、経済金融活性化特別地区の指定を受け、名護市産業の戦略的発展を目指す「金融・情報通信国際都市形成計画（前計画）」を更新する形で策定する。



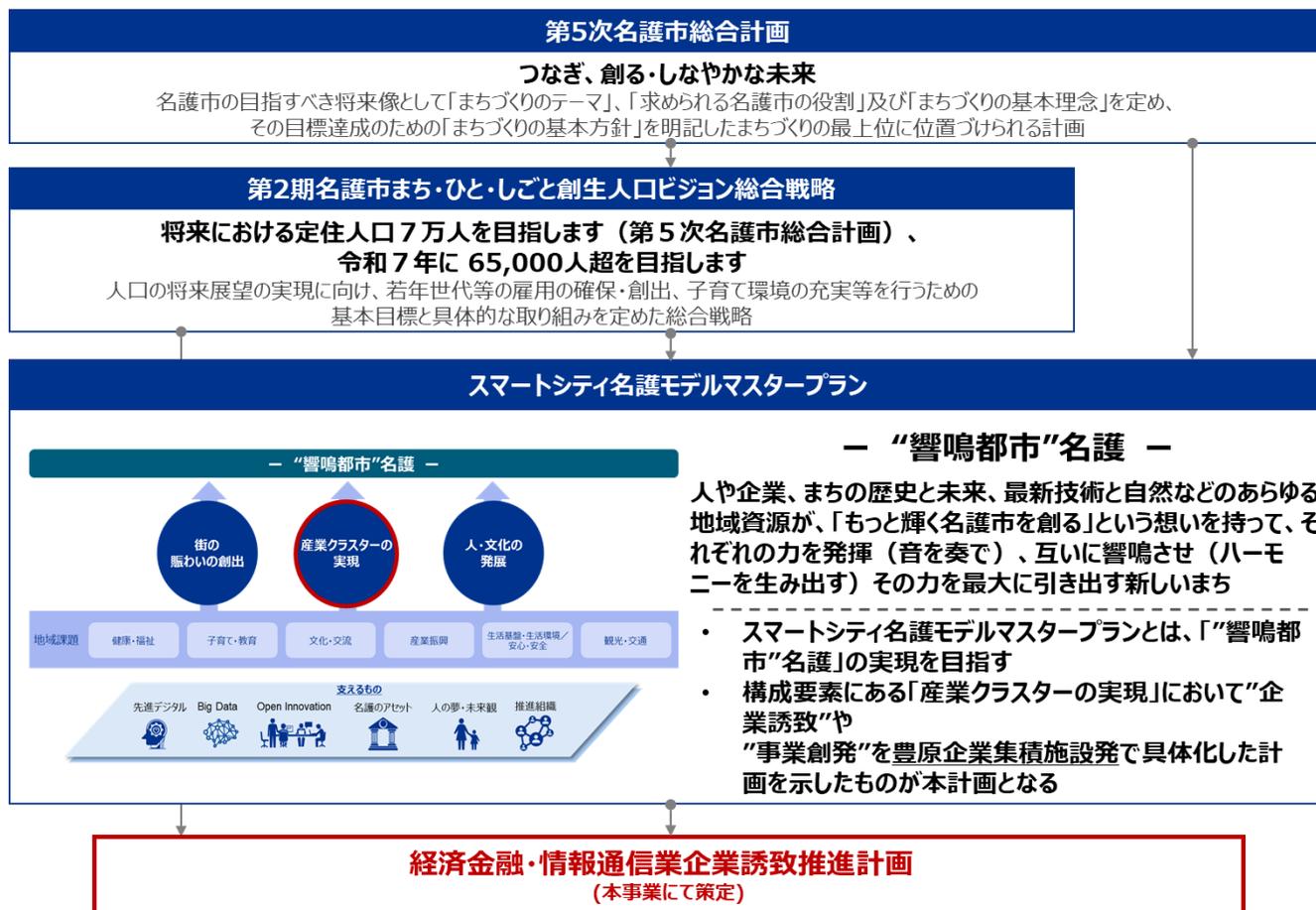
諸上位計画の概要は以下のとおり。

前計画の更新にあたり、下図に示す通り、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を掲げる「沖縄振興基本方針」や「新・沖縄21世紀ビジョン基本計画」を上位計画とし、他沖縄県が策定する情報通信／DX関連計画である「沖縄県情報通信産業振興計画」、「沖縄県DX推進計画」、「おきなわSmart産業ビジョン」を踏まえて本計画を策定する。



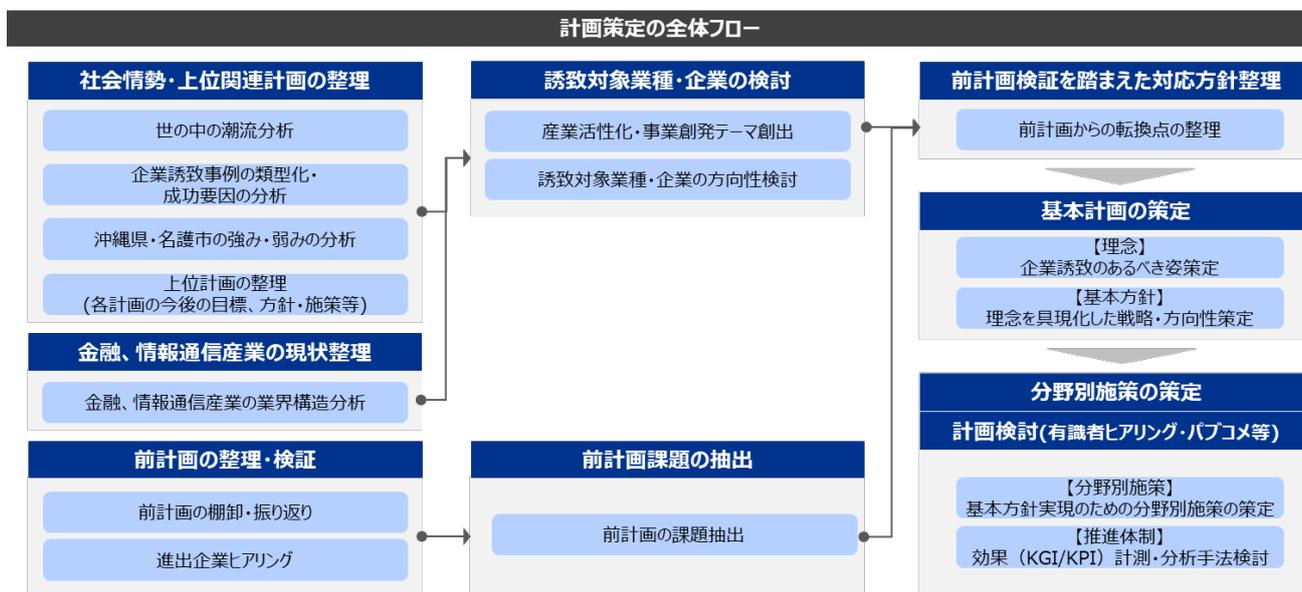
また、まちづくり観点での名護市策定の関連計画としては下図に示す通り、「第5次名護市総合計画」に掲げる“つなぎ、創る・しなやかな未来”のまちづくり構想や、「第2期名護市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン総合戦略」に掲げる人口の将来展望の実現に向けた具体的な取組を定めた総合戦略、さらに令和5年に展開予定の「スマートシティ名護モデルマスタープラン」を踏まえて本計画を策定する。

「スマートシティ名護モデルマスタープラン」は、基本的な考え方として「第5次名護市総合計画」における目指す姿を踏襲するものの、デジタル活用等の機会の活用を前提とした目指す姿を再定義し、実現に向けた方向性を示したものである。マスタープランの構成要素のある“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。



第4節 計画策定の全体フロー

社会情勢・上位関連計画や金融・情報通信産業を取り巻く環境、前計画の振り返りを踏まえて、前計画からの転換点を整理し、企業誘致のあるべき姿（理念）を策定、理念を具現化する戦略・方向性として基本方針を整理し、基本方針推進のために分野別施策の方向性や効果的な推進を実現するための推進体制の検討を通じて、本計画を策定した。



第2章 名護市の現状

第1節 就労に関する概況

第1項 人口の推移

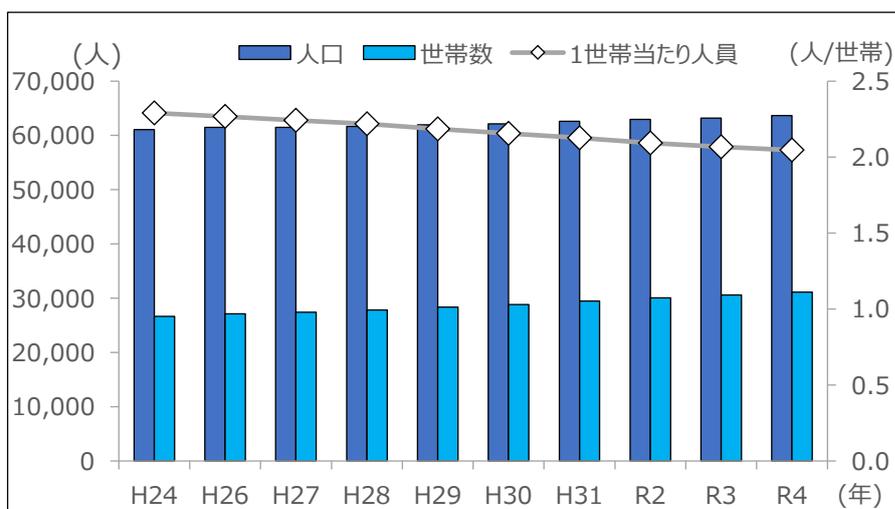
本市の人口は平成25年から連続して増加傾向にあり、令和4年には63,000人を超え、63,644人、対前年比増加数は約430人となっている。一方で平成28年3月に策定された「名護市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン総合戦略」の人口将来展望において令和22年をピークに人口が減少していくことが予測されている。そこで、令和2年に策定された第5次名護市総合計画では計画人口7万人を達成するために、子育てがしやすい環境の整備、若者が集うまちづくり及び企業誘致・支援等を実施していくこととしている。

人口、世帯数が増加している一方で、1世帯当たり人員は平成25年から連続して減少しており、平成25年には2.29人であった1世帯当たり人員は、令和4年には2.05人となっており、核家族化が進行している。

<表1 人口・世帯数の推移(令和4年3月31日現在)>

年次	人口				世帯	
	人口総数	男	女	対前年比増加数	世帯数	1世帯当たり人員
H25	61,080	30,402	30,678	-	26,667	2.29
H26	61,465	30,648	30,817	385	27,119	2.27
H27	61,494	30,706	30,788	29	27,424	2.24
H28	61,683	30,731	30,952	189	27,801	2.22
H29	61,970	30,885	31,085	287	28,350	2.19
H30	62,146	30,963	31,183	176	28,835	2.16
H31	62,626	31,231	31,395	480	29,451	2.13
R2	62,936	31,363	31,573	310	30,066	2.09
R3	63,214	31,429	31,785	278	30,580	2.07
R4	63,644	31,681	31,963	430	31,104	2.05

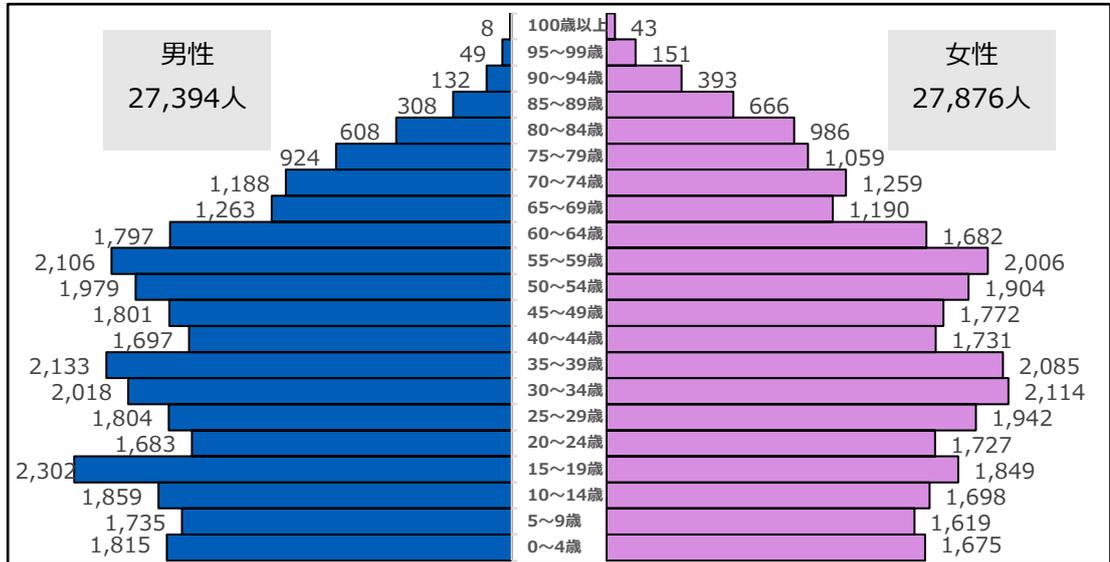
<図1 人口の推移>



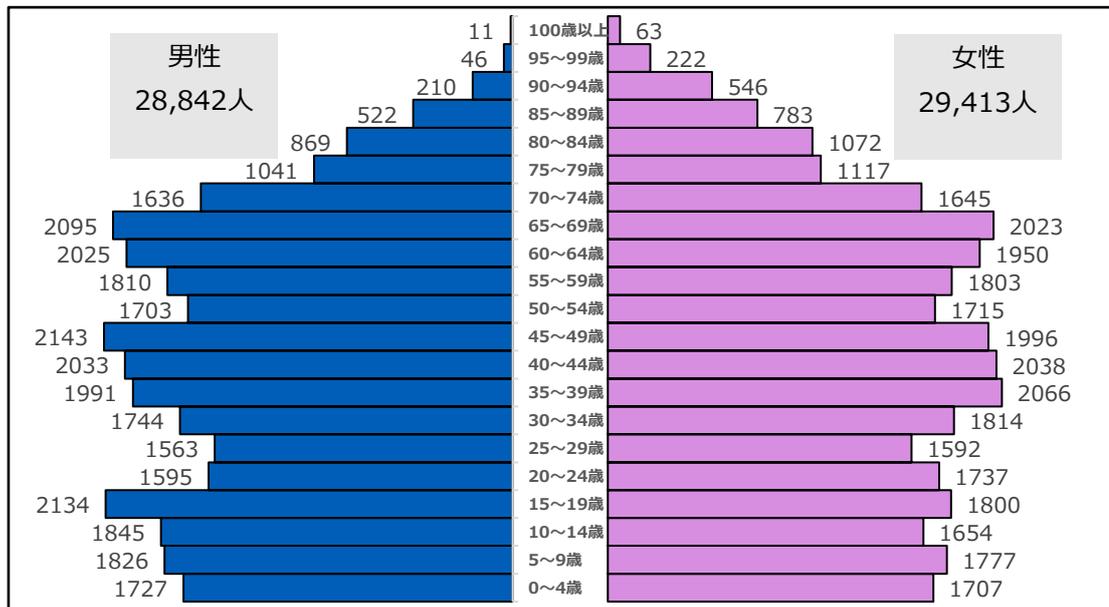
(出典) 名護市役所

平成22年と令和2年を比較すると10年間で生産年齢人口の占める割合が減り、高齢人口の占める割合が増加していることが分かる。

<図2 年齢階級別人口(令和2年)>



<図3 年齢階級別人口(平成22年)>



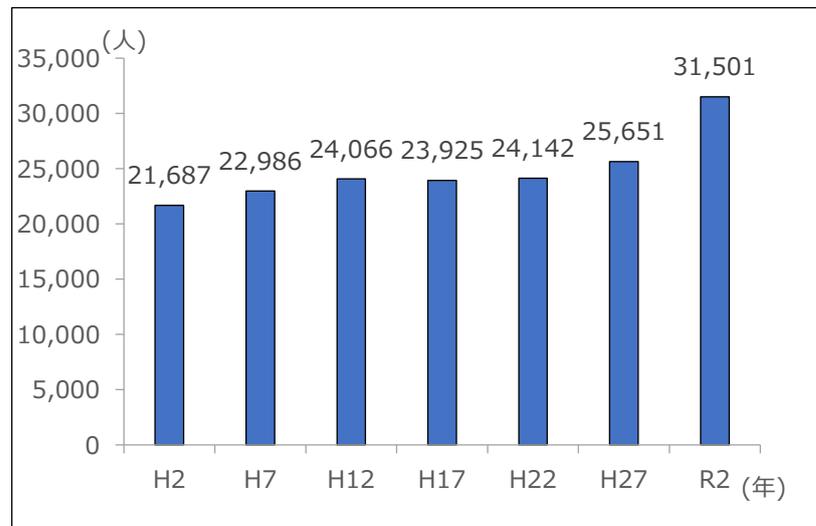
(出典) 名護市役所

第2項 就業人口の推移

本市の就業人口は令和2年、31,501人である。平成12年から平成27年までは、平成17年を除いて就業人口はほとんど変動がなかったが、平成27年から令和2年にかけて5,850人増加している。

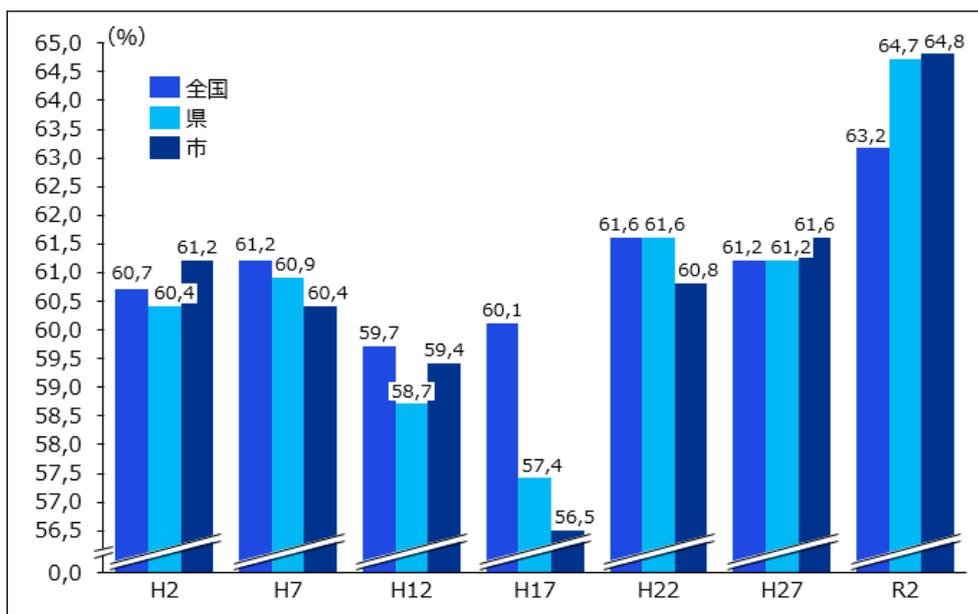
また、平成22年まで、本市の就業率は、沖縄県平均・全国平均を下回っていたが、平成27年には逆転し、令和2年の本市の就業者率は64.8%となっており、全国の上業者率63.2%、沖縄県の上業者率64.7%よりも本市の水準が上回っている。沖縄県に関しては、平成2年からの推移をみても就業者率は一貫して全国平均を下回っていたが、令和2年には全国平均を上回っている。

<図4 本市の就業者人口の推移>



(出典) 令和2年国勢調査

<図5 全国・沖縄県・本市の就業者率の推移>



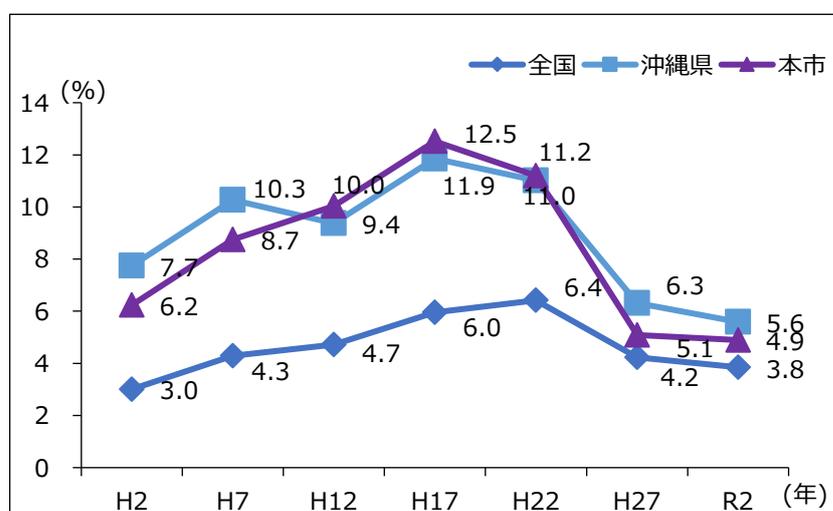
(出典) 令和2年国勢調査

完全失業率は、沖縄県及び本市では一貫して全国平均よりも高い数値で推移している。

全国、沖縄県、本市の平成2年からの完全失業率の推移を見ると、平成17年～平成22年をピークに全体的に上昇傾向にあったが平成22年以降減少し、令和2年の全国平均は、平成22年と比較すると2.6ポイント減少しており3.8%となっている。本市においては、令和2年の完全失業率は4.9%であり、平成22年よりも6.3%と大幅に低下しており、全国と本市の差は1.1%まで縮小している。

さらに、沖縄県と本市の完全失業率の推移を見ると、平成12年から平成22年までは沖縄県全体の完全失業率の方が低い値となっていたが、平成27年以降は本市の完全失業率の方が低くなっている。

<図6 全国・沖縄県・本市の完全失業率の推移>



(出典) 国勢調査(平成2～令和2年)

第3項 進学と就職の概況

令和3年度の本市の中学校における進学率は98.2%であり、全国平均と比べ進学率が低い状況にあるが、近年進学率が上昇し、全国平均と近づきつつある。全国では進学率はほぼ横ばいの微増傾向であり、本市ではばらつきはあるものの増加傾向が見られる。

中学校における就職率は、全国水準では毎年低下傾向にあり、令和3年度の就職率は0.2%となっている。沖縄県の就職率は概ね1%未満であるが、本市においては変動が激しく、平成24年度では0.1%と就職率が低下していたが、近年では1%を上回っている。

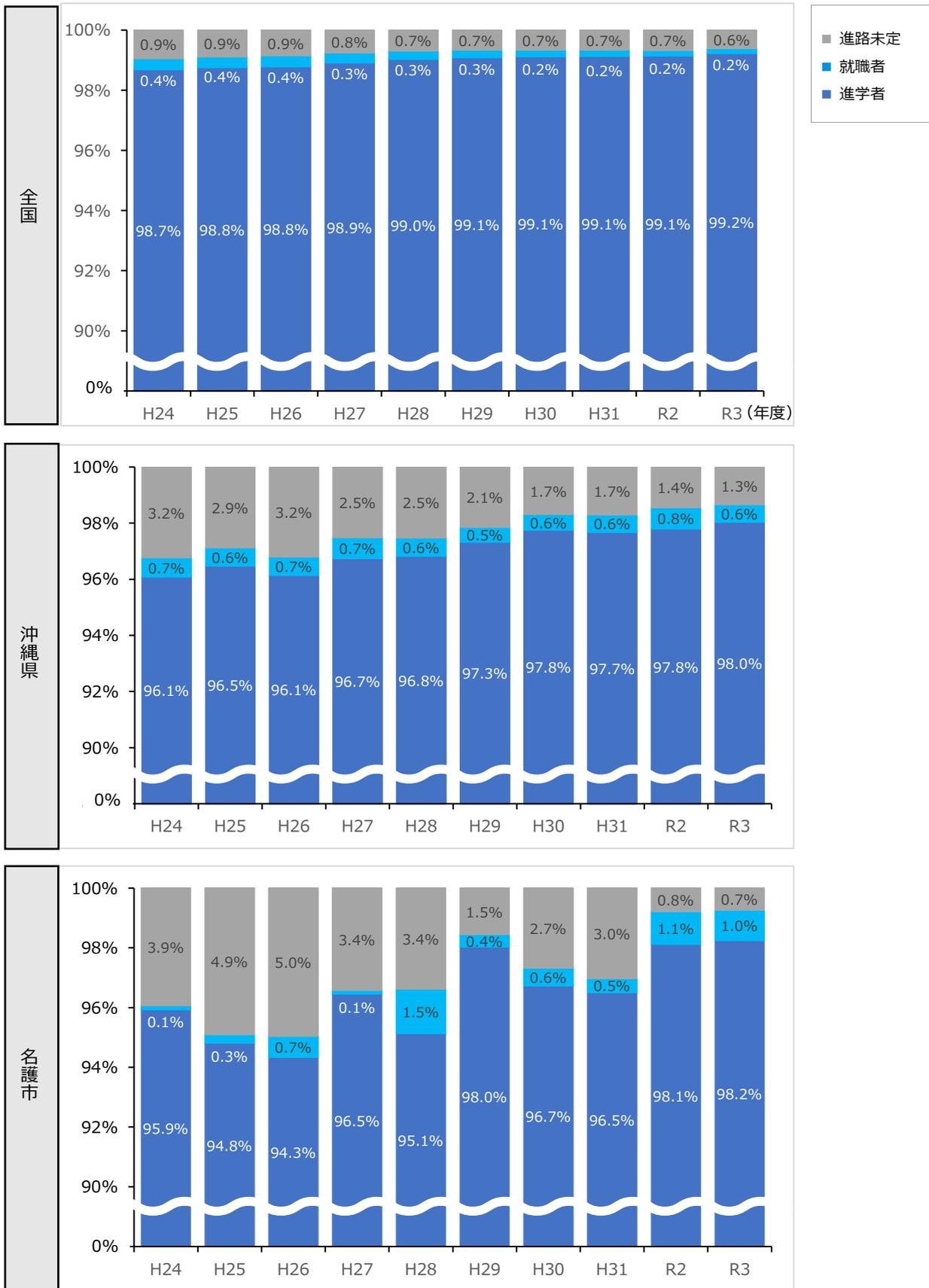
進路未定者等は、全国的に見ると減少傾向にあり、令和3年度には0.6%となっている。本市においては、進学率の変動の影響を受け、進学率が高い年は進路未定者の割合は低いが、進学率が低い年は進路未定者の割合は高くなっている。令和3年度の進路未定者等の割合は0.7%であり、全国平均とほぼ同水準になっている。

高等学校(全日制・定時制)における進学率を見ると、全国では年々進学率が向上しており、令和3年度には進学率79.5%となっている。高等学校卒業者の半数以上が大学等へ進学しており、高学歴化が進んでいるといえる。本市においては、平成24年度から増加傾向にあり、平成31年度に急激に落ち込んで以降回復し令和3年度には72.6%となっている。全国と本市の進学率の差は、本市が6.9%下回っており平成24年度と比較すると3.1ポイント縮まっている。

就職率は全国平均を見ると16~19%程度で推移しており、令和3年度は16.1%となっている。本市においては、18~23%前後で推移しており全国平均よりも2~4ポイント程度低い結果になっている。

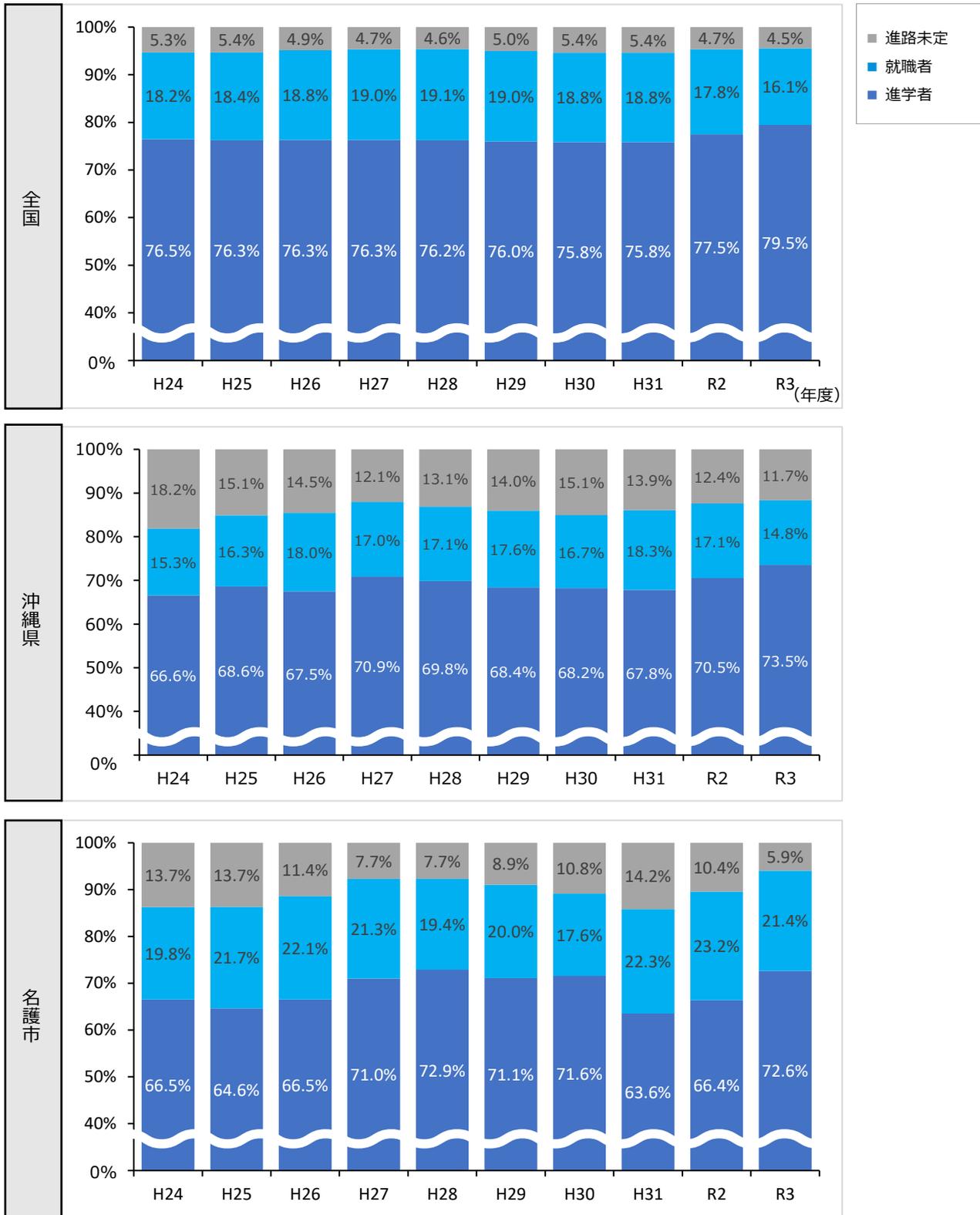
進路未定者等は全国平均では減少傾向にあり、令和3年度は4.5%となっている。本市では、3年程度のサイクルで増減を繰り返しており、令和3年度では前年度と比較して4.5%減少し5.9%となった。

<図7 全国・沖縄県・本市の中学校の就職率及び進学率の推移>



(出典) 令和3年度沖縄県学校基本調査

＜図8 全国・沖縄県・本市の高等学校の就職率及び進学率の推移＞



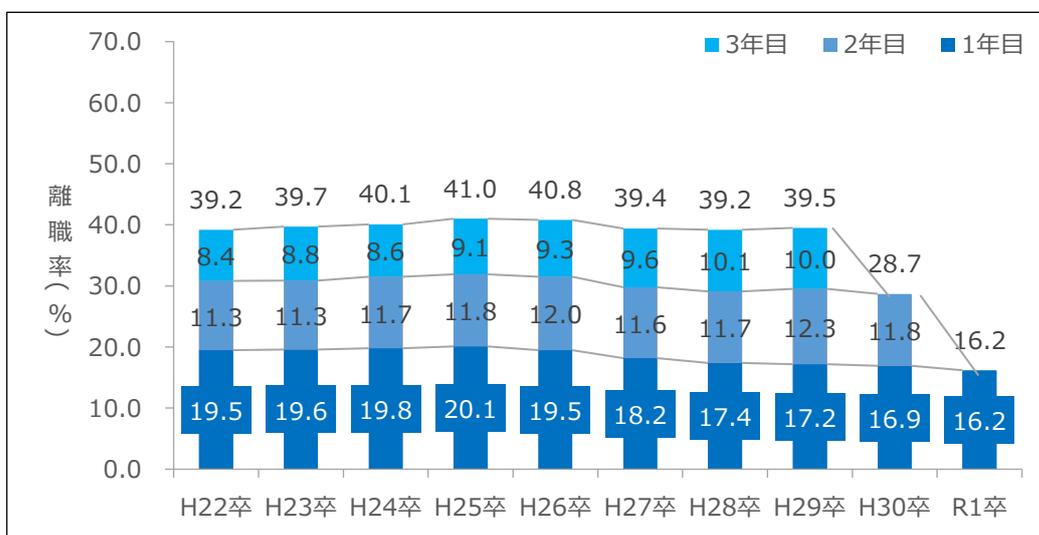
(出典) 令和3年度沖縄県学校基本調査

また、全国と沖縄県の新規学卒就職者の離職状況を比較すると、沖縄県における高卒者では1年目で2割以上、2年目を含めて3～4割以上、3年目を含めて5割を超える状況で推移しており、いずれも高い割合である。

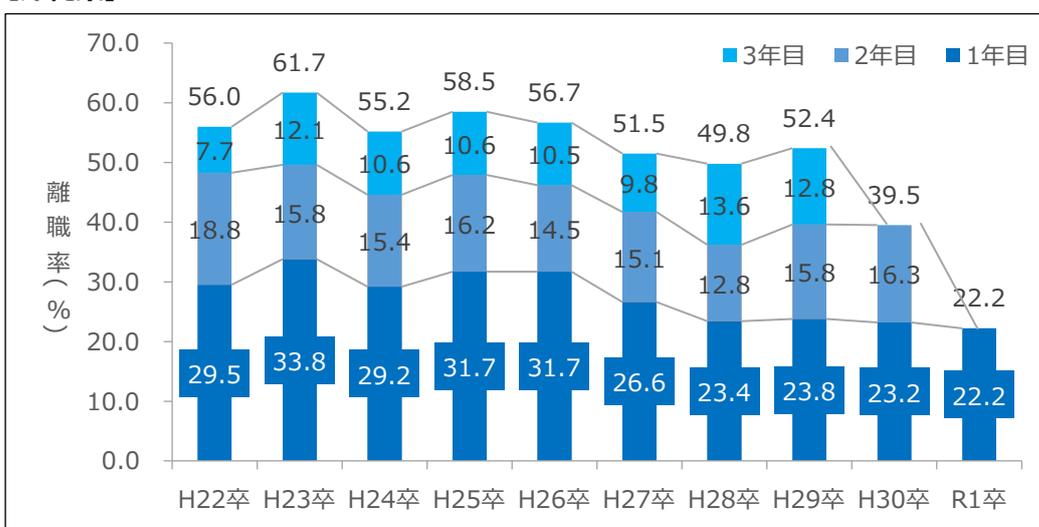
沖縄県における大卒者も1年目で2割以上、2年目を含めて2～4割、3年目を含めて3～5割で推移している。高卒者・大卒者共に1年目の離職率が高い傾向にある。全国に比べいずれも高い割合であるが、1年目において特に差が顕著となっており、3年目の離職率ではほとんど差がない。また、令和1年卒においては沖縄県と全国の離職率の差は高卒では6ポイント、大卒では4.5ポイントとなっており、平成22年卒(高卒:10ポイント、大卒:12.7ポイント)と比較して差は縮まっている。

<図9 新規学卒就職者(高校生)の離職状況>

【全国】

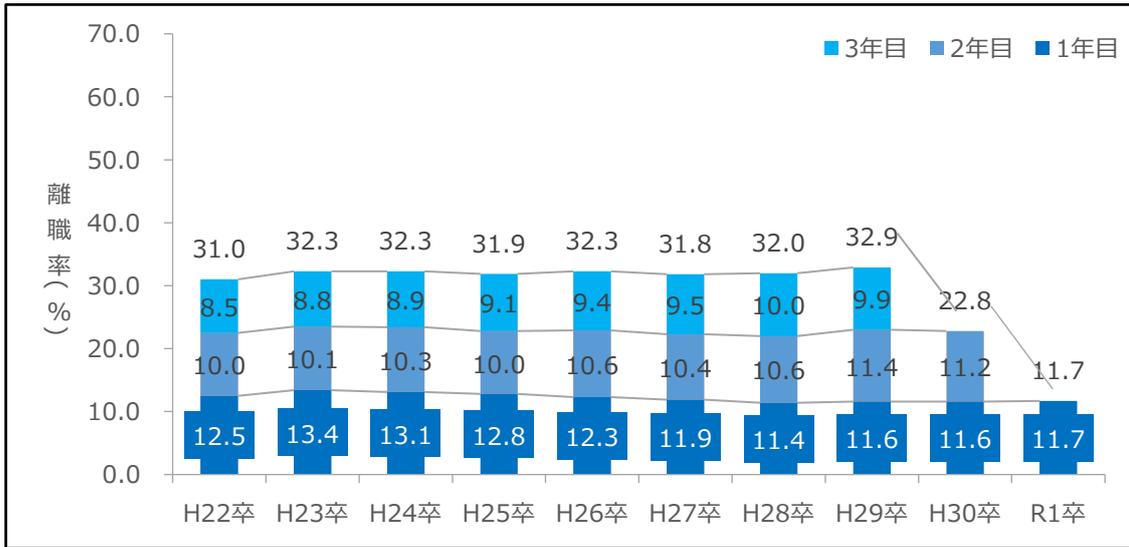


【沖縄県】

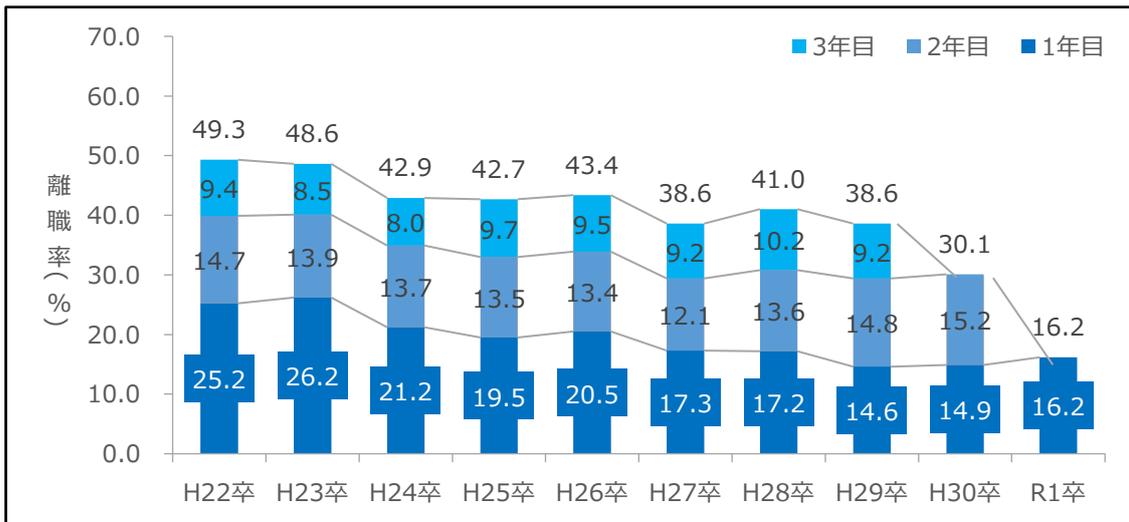


<図 10 新規学卒就職者(大学生)の離職状況>

【全国】



【沖縄県】



(出典) 沖縄県労働局

第2節 産業に関する概況

第1項 産業別就業人口

本市の就業者は、第3次産業従業者が最も多く、令和2年には全体の約80%を占めている。平成22年からの推移を見ると、第1次産業従事者は0.8%の減少、第2次産業従事者は0.9%増加している。内訳を見ると、第2次産業では鉱業が44人、建設業が779人、製造業が656人増加しており、建設業・製造業に従事する従業員が大幅に増加している。

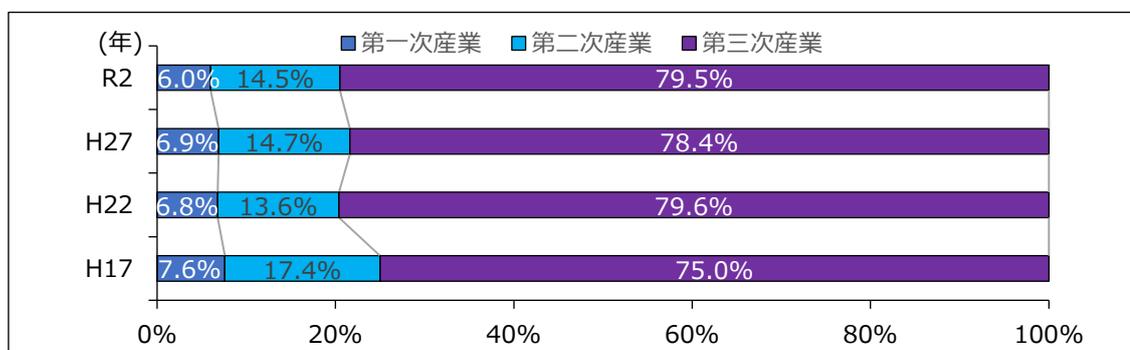
また、第1次産業も林業漁業共に微増しており、第3次産業従事者は平成22年とほぼ同水準であるが、従業員数は第3次産業全体で5,845人増加している。主に従業員数が増加した産業は医療・福祉(2,130人増)、宿泊業・飲食サービス業(1,414人増)、教育・学習支援業(908人増)、卸売・小売業(756人増)であり、その他の産業も軒並み増加している。

<表2 本市の産業大分類別就業人口の推移>

産業別（大分類）	平成17年	平成22年	平成27年	令和2年
第1次産業	1,819[7.6%]	1,622[6.8%]	1,622[6.9%]	1,877[6.0%]
農業・林業	1,621	1,539	1,492	1,700
漁業	198	123	130	177
第2次産業	4,142[17.4%]	3,265[13.6%]	3,422[14.7%]	4,564[14.5%]
鉱業・採石業・砂利採取業	81	45	57	89
建設業	2,629	2,015	2,058	2,794
製造業	1,432	1,205	1,307	1,861
第3次産業	17,888[75.0%]	19,215[79.6%]	18,263[78.4%]	25,060[79.5%]
電気・ガス・熱供給・水道業	126	102	94	122
情報通信業	198	230	281	444
運輸・郵便業	873	772	726	919
卸売・小売業	3,333	3,190	2,924	3,946
金融・保険業	252	330	259	350
不動産業・物品賃貸業	272	287	357	528
学術研究・専門・技術サービス業	792	678	701	973
宿泊業・飲食サービス業	2,868	2,386	2,595	3,800
生活関連サービス業、娯楽業	1,099	1,002	1,142	1,458
教育・学習支援業	1,953	1,611	1,793	2,519
医療・福祉	3,294	3,646	4,186	5,776
複合サービス事業	468	236	288	356
サービス業（他に分類されないもの）	1,451	1,527	1,890	2,346
公務（他に分類されるものを除く）	909	985	1,027	1,523
分類不能の産業	414	2,233	2,344	-

（出典）国勢調査(平成17～令和2年)

<図11 本市の産業別就業者数の割合>

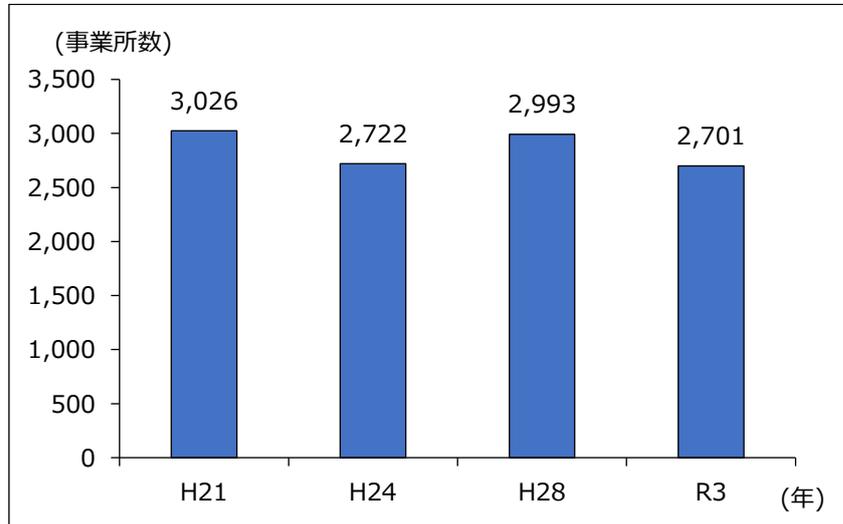


（出典）国勢調査(平成17～令和2年)

第2項 事務所数

本市の事業所数は、平成21年から増減を繰り返しており、2,700～3,000程度で推移している。
令和3年は平成28年と比較して292事業所数減少し2,701事業所数となっている。

<図12 本市の事業所数の推移>

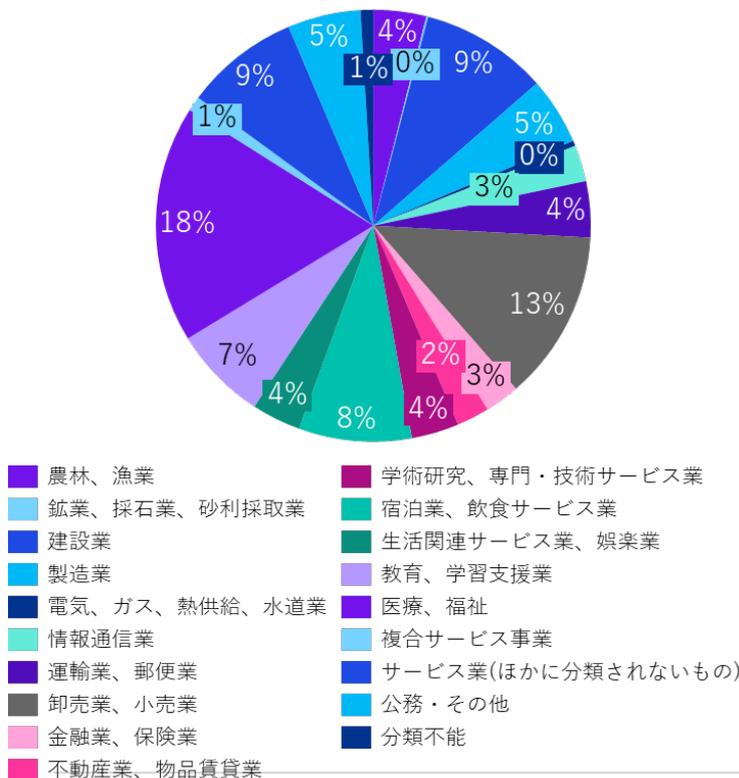


(出典) 経済センサス (平成21～令和3年)

第3項 金融・情報通信産業の現況

厚生労働省沖縄労働局によると、沖縄県の情報通信産業の就業者は2万人であり、就業者全体の2.7%となっている。

<図13 沖縄県内の就業人口産業別割合>



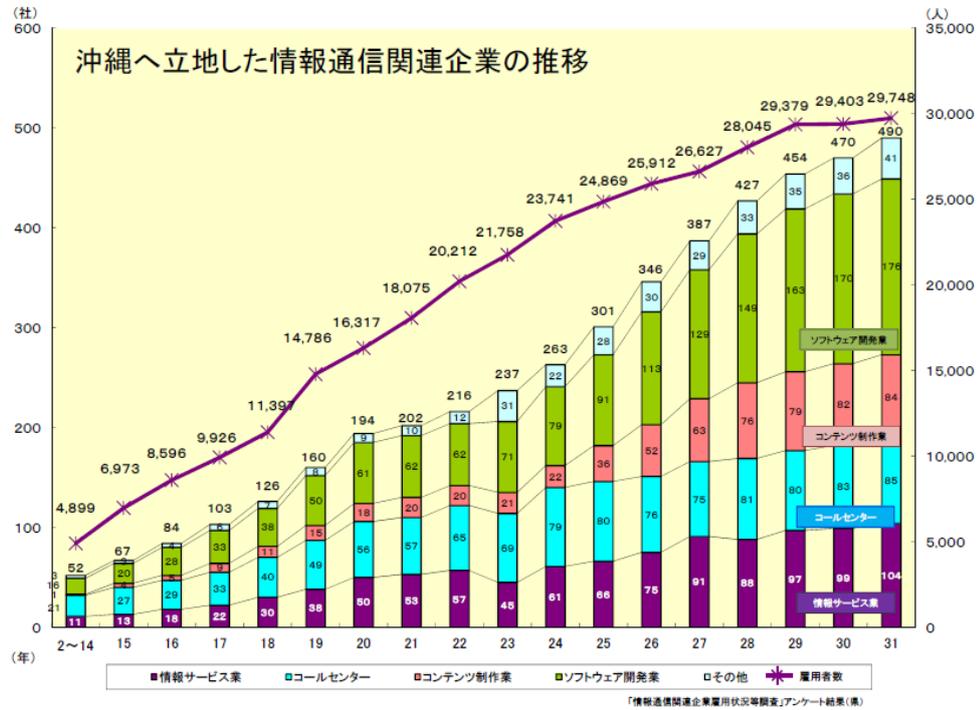
<表3 沖縄県内の就業人口産業別割合・人数>

産業	人数/千人	割合
農林、漁業	29	3.9%
鉱業、採石業、砂利採取業	1	0.1%
建設業	70	9.5%
製造業	37	5.0%
電気、ガス、熱供給、水道業	3	0.4%
情報通信業	20	2.7%
運輸業、郵便業	31	4.2%
卸売業、小売業	94	12.7%
金融業、保険業	19	2.6%
不動産業、物品賃貸業	18	2.4%
学術研究、専門・技術サービス業	26	3.5%
宿泊業、飲食サービス業	62	8.4%
生活関連サービス業、娯楽業	27	3.7%
教育、学習支援業	52	7.0%
医療、福祉	131	17.8%
複合サービス事業	8	1.1%
サービス業(ほか)に分類されないもの	63	8.5%
公務・その他	40	5.4%
分類不能	7	0.9%
総数	738	100

(出典) 沖縄労働局「労働市場の動き」

沖縄県全体では情報通信産業の立地は増加傾向であり、各業種がバランスよく立地している。

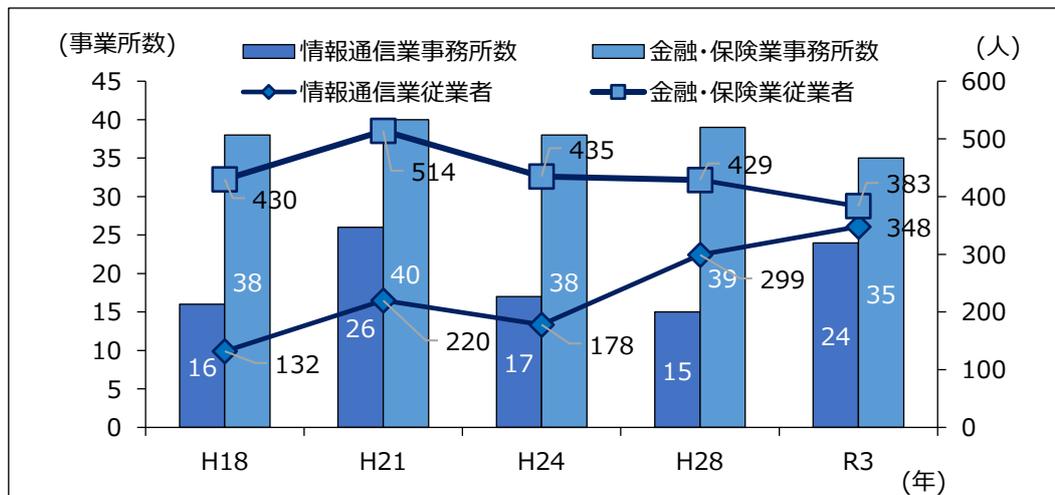
<図 14 沖縄へ立地した情報通信関連企業の推移>



(出典) 沖縄県 HP

みらい館等に入居している企業の多くは情報通信業及び金融・保険業の企業となっていることから、本市の情報通信業、金融・保険業の事業所数の推移を見ると、情報通信業、金融・保険業ともにこの約 20 年間では増減を繰り返しており、近年の傾向を見ると情報通信業事務所数は増加、金融・保険業事務所数は減少傾向にある。また、従業員数は情報通信業では、平成 24 年から令和 3 年まで増加を続けており、金融・保険業は微減傾向である。

<図 15 本市の情報通信業及び金融・保険業の事業所数の推移>



(出典) 経済センサス (平成 21~令和 3 年)

第3節 企業誘致取組に関する概況

第1項 進出企業数／雇用者数の推移

これまでは前述した前計画の方針に対して、具体的には3分野での取組を推進してきた。

ファイナンス分野：

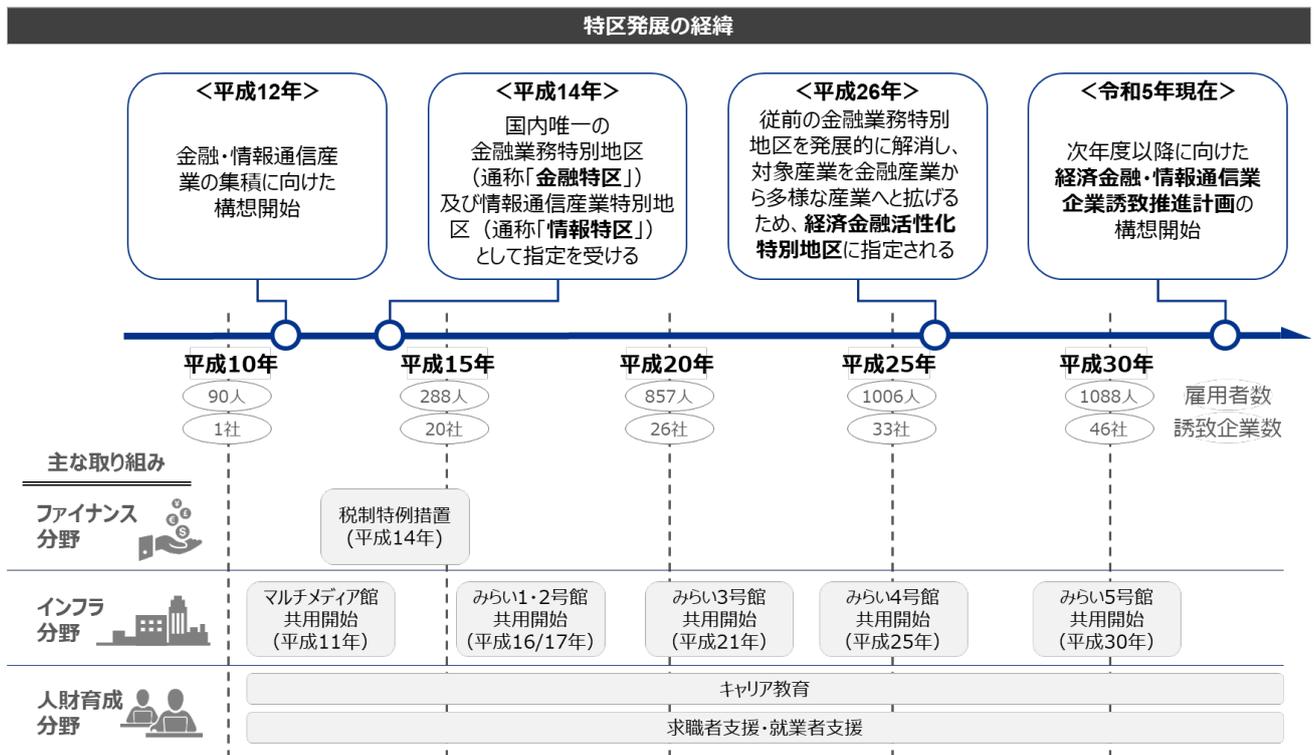
国内唯一の経済金融活性化特別地区をはじめ、情報特区と情報通信産業振興地域制度による税制特例措置の整備等

インフラ分野：

事業展開のための施設としてマルチメディア館やみらい1号館～5号館の建設や通信インフラ整備による施設・インフラの整備等

人財育成分野：

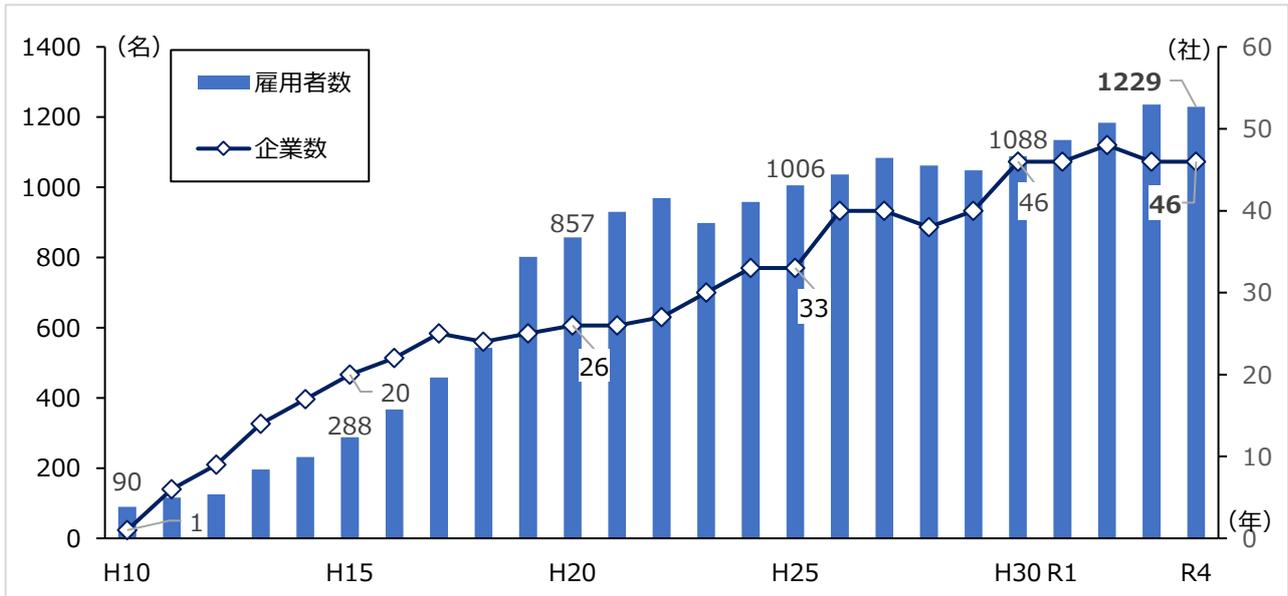
情報通信・金融関連企業のニーズに沿った人財育成事業の実施、求職者向けの基本的なビジネスマナーやPC基礎スキルの講座の開催、将来を担う子供たちの職業観や情報金融関連企業への興味関心を育むためのキャリア教育の実施等



令和5年1月末時点で雇用者数は1,229名、進出企業数は46社となっている。

下図に示すように企業進出の受け皿施設の追加整備に伴い、現在においても雇用者数・進出企業数共に緩やかな増加傾向にある。

<図 16 本市の情報通信業及び金融・保険業の事業所数の推移>



(出典) 特定非営利活動法人 NDA HP

第2項 前計画の振り返り

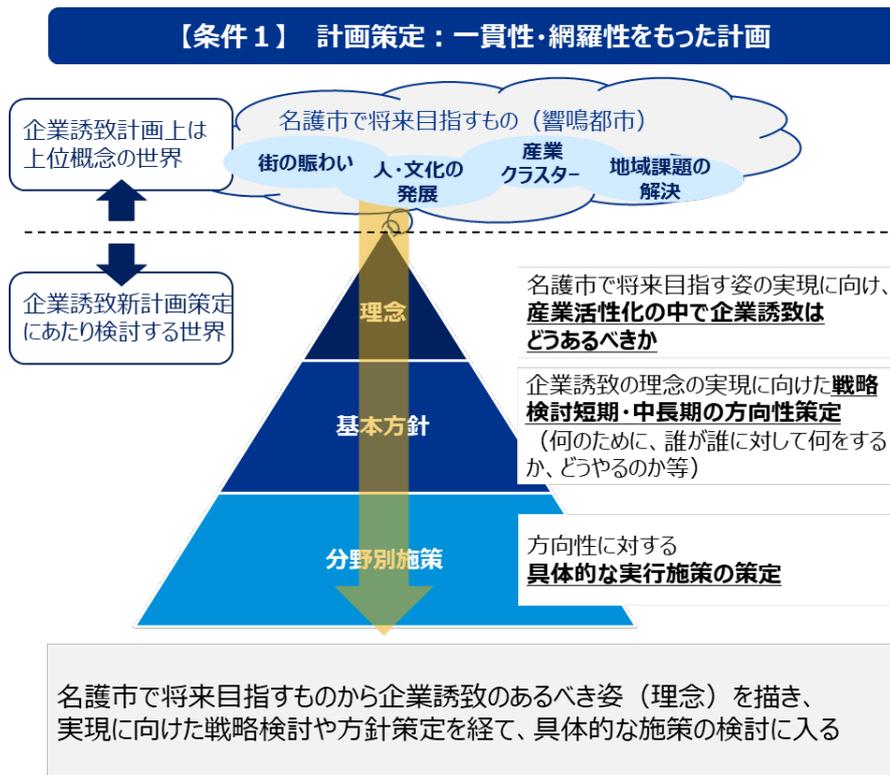
平成25年以降の前計画における施策の実施状況について棚卸を行った。具体的には「インフラ整備分野」と「人財育成分野」のそれぞれで施策概要と実施状況について有識者ヒアリング等を通じて整理を行った。

振り返りを通じて「一貫性・網羅性のある計画」であること、施策実行・運営に関して「持続的な発展を促す機能構築」が必要であることを整理・確認した。

- 前計画の振り返りから、以下2つの条件を前提として本計画を策定する。

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"> 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 		
本計画策定の前提条件	【条件1】 一貫性・網羅性をもった計画		【条件2】 持続的な発展を促す機能構築
	<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)だけではなく、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）

<前提条件1：一貫性・網羅性のある計画>



前計画の振り返りを踏まえ本計画では、前述した上位計画の方針を踏まえ、本市が将来目指す姿の実現に向け、産業活性化の中で企業誘致はどうあるべきかの「理念」を定める。次に企業誘致の理念の実現に向けた戦略として、短期・中期・長期視点で何をどのように進めていくかの「基本方針」を定める。最後に基本方針に対して具体的な「分野別施策」を策定という形で上位概念である理念から基本方針、分野別施策と下位概念に落とし込んで検討することで一貫性・網羅性をもった計画を策定する。

<前提条件2：施策実行・運営：持続的な発展を促す機能構築>

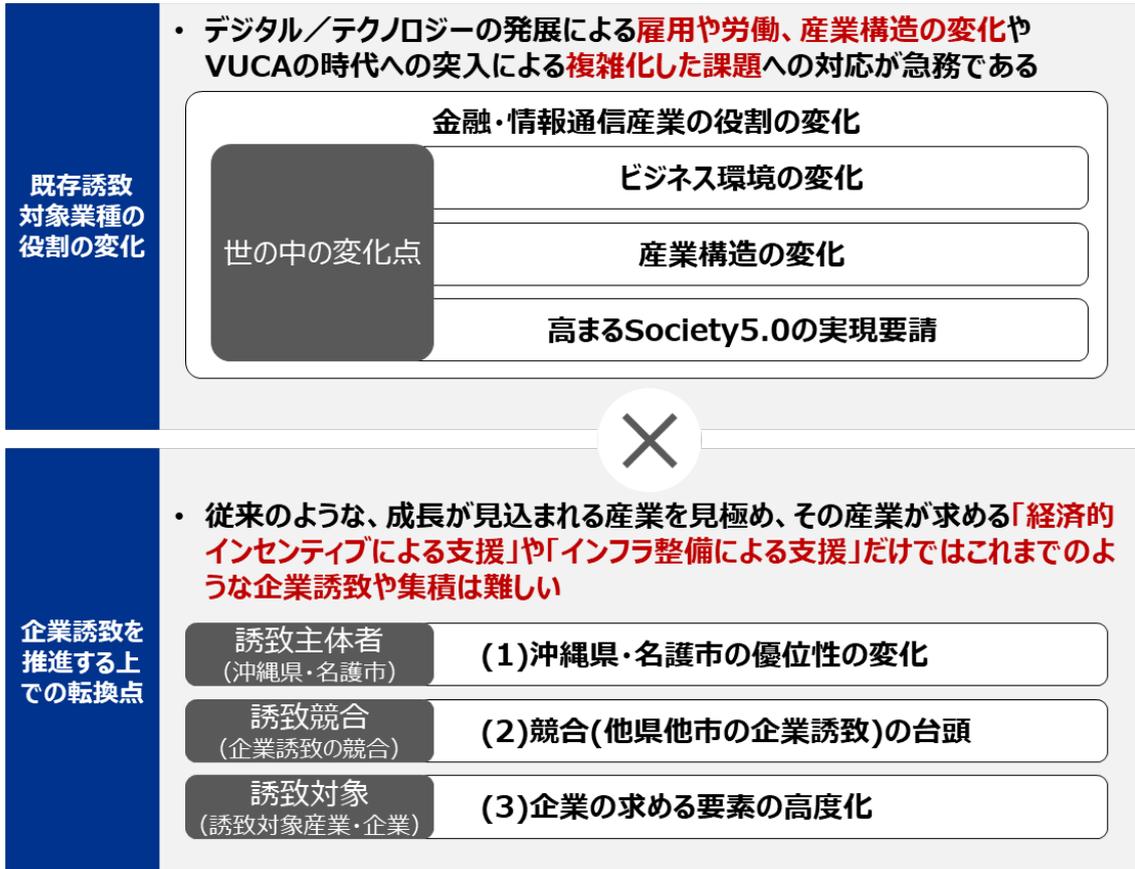
【条件2】 施策実行・運営：持続的な発展を促す機能構築



本計画では計画策定後の施策実行・運営段階では、計画を策定して完了という形で計画を形骸化させないための企業誘致の持続的な発展を促す機能の構築を目指す。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。

第3章 社会情勢と企業誘致を取り巻く環境の変化

第1節 名護市を取り巻く環境の変化



<名護市を取り巻く環境の変化の考え方>

本計画策定に向けて企業誘致推進の課題を「金融・情報通信産業の役割の変化」と「企業誘致を取り巻く環境の変化」の両面から整理した。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大は急速なテクノロジーの発展とデジタルの浸透を誘引、それに伴い人類が取り扱う課題はVUCA^{*1}の時代に突入し一層複雑化を極めている。

*1 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。

第2節 既存誘致対象業種の役割の変化

ここでは上述の時代の変化を受けたことによる「ビジネス環境の変化」「産業構造の変化」そして「Society5.0の実現に向けた社会要請の高まり」について言及し、既存の主誘致対象である「金融・情報通信産業の役割の変化」について整理した。

第1項 世の中の変化点

■ ビジネス環境の変化

「ビジネス環境の変化」としては「雇用・労働環境の変化」と「企業の活動形態の多様化」が挙げられる。それぞれの詳細については以下で説明する。

「雇用・労働環境の変化」として、テレワークの普及や働き方改革の進展により多様な働き方や人材の流動性は高まり、従来の企業の雇用形態や人財確保の在り方が大きく変化している。こうした中、地方の企業が優秀な人材を確保するには、従業員への適正な待遇と給与の実現、やりがいや満足度の向上、在宅勤務や副業の承認など多様な働き方に対応した雇用形態や労働環境を整備することが重要となっている。

「企業の活動形態の多様化」としてテレワークの進展に伴い、事業所など実質的な活動拠点を設置しないテレワーク型の企業が増えていくことが予想される。このため、企業誘致の対象も従来の本社や事業所の誘致にとどまらず、企業のビジネス機能や投資プロジェクト、研究開発拠点の誘致にも広がっていくことが求められる。特に、最近では、自動運転やドローンなど先端技術の実証フィールド（テストベッド）として沖縄を選択する企業や、オープンラボなど研究開発の拠点を県内に設置する企業も出てきており、多様化する企業の活動形態に応じたアプローチも今後取り込む必要がある。

■ 産業構造の変化

「産業構造の変化」としてはデジタル企業が市場に参入した結果、既存企業が市場からの退出を余儀なくされるデジタル・ディスラプション（デジタルによる破壊）に代表されるように、デジタルテクノロジーの発展に伴い業界の垣根が消失しつつある。これを受け、企業単独事業による価値創造から多様なステークホルダーを巻き込んだ共創事業による価値創造へのシフトが予想される。

■ Society5.0の実現に向けた社会要請の高まり

「Society5.0の実現に向けた社会要請の高まり」としては内閣府が掲げる「統合イノベーション戦略2022」にて言及されている通り、直近の国内外における情勢変化を勘案すると、国民の安全・安心や一人ひとりの多様な幸せ（well-being）を満たす重要性はかつてないほどに高まっており、一層のスピード感と危機感を持って Society5.0（フィジカル空間×サイバー空間の融合による社会課題解決）の実現に取り組んでいく中で、Society5.0の実現に資する企業・事業の価値が高まっていくことが予想される。

第2項 金融・情報通信産業に求められる役割の変化

名護市は平成12年度より金融・情報通信産業の集積に向けた構想に着手しており、各種特区への指定を受けている。これらの強みを生かすために金融・情報通信産業を取り巻く環境の変化について整理する。

情報通信産業及び金融関連産業について、「生活観点での変化」、「ビジネス観点での変化」を整理、また上記産業のサービスや関連技術動向について整理する。

上述の時代の変化を受け、既存の主誘致対象である金融・情報通信産業の役割の変化を「令和4年版情報通信白書（総務省）」を参考に、時系列に沿って整理する。

<情報通信産業の現況>

■ 生活観点

2005年-2015年頃、iPhoneの発売開始によりスマートフォンが世界的に普及し、AppleやGoogle等がグローバル・プラットフォーマーとしての地位を確立、様々なサービスがアプリとして開発・提供され、モバイル端末の活用シーンが大きく広がった。この時期よりネットワークのブロードバンド化やセンサーの小型化等を背景とし、エアコンや冷蔵庫等の家電、ビルや工場等、従来通信機能を備えていなかった機器や日用品等あらゆるモノがネットワークにつながるIoTが広がり始めた。

上記を契機としてICTの高度化とサービスの多様化が進み、労働・医療・教育等を筆頭に社会・経済活動の様々な分野においてICT利活用が浸透し、社会・経済活動を支える「インフラのインフラ」として不可欠な存在となった。

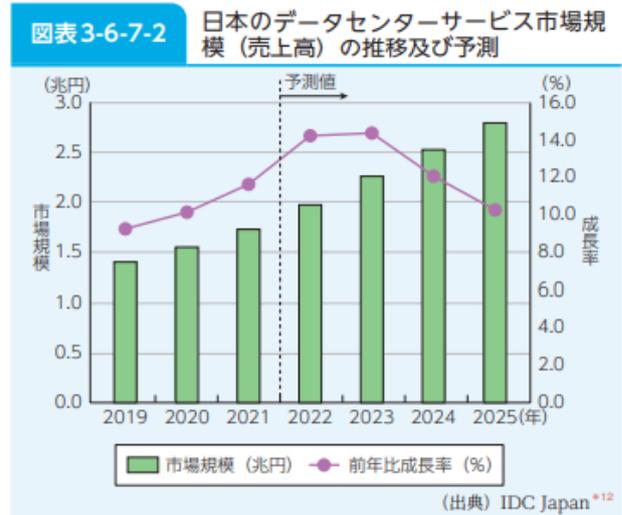
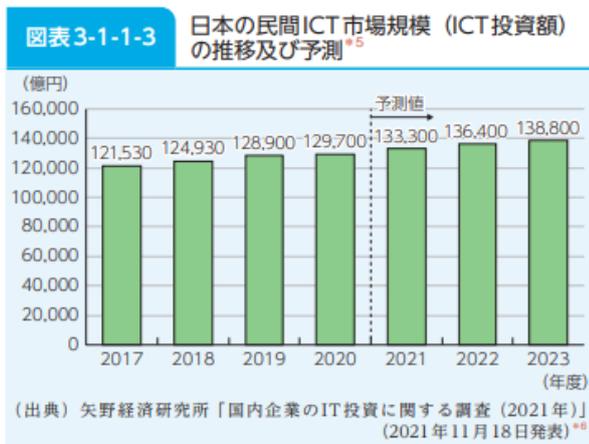
さらに最近では高度なICTインフラを活用し、生活のあらゆるデータを収集・分析を通じたサービスのパーソナライズ化やネットワーク・プラットフォームの発展によるシェアリングエコノミー^{*1}の台頭等、消費者行動にも変化が見られるようになった。

*1 典型的には個人が保有する遊休資産（スキルのような無形のものも含む）の貸出しを仲介するサービスであり、貸主は遊休資産の活用による収入、借主は所有することなく利用できるというメリットがある

■ ビジネス観点

社会・経済活動の「インフラのインフラ」として位置付けられる近年の ICT インフラは、日本政府が「第5期科学技術基本計画」において掲げた Society5.0（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）の実現において、特にデータ収集としての DX インフラやデータ分析等、重要な役割を担っており、日本の民間 ICT 市場（ICT 投資額）、データセンター市場規模も増加傾向を示している。

〈図 17 日本の民間 ICT 市場（ICT 投資額）・データセンター市場規模〉



(出典) 令和4年版情報通信白書

また、「Beyond 5G ホワイトペーパー（NICT）」では、これらのインフラが社会課題解決に向けて活用される場合、全員参加型のオープンプラットフォームとしての特徴を具備し、多種多様なプレイヤーの参画を促進することが重要と説明しており、今後は業界を越えたプレイヤー間の連携の強化する役割を担っていくことになる。

近年では Web3.0（Web3）^{*1}と呼ばれる自己主権型 Web の台頭に伴い、ブロックチェーン技術を基盤とする NFT（非代替性トークン）や DAO（分散型自律組織）等の種々のソリューションが登場しており、特に DAO は次世代型組織として期待が高まっている。

*1 メールや HP を通じた情報の受発信を可能にした Web1.0 から、ビッグデータのような集合知が価値を生み出す Web2.0 へと進化をした中、プラットフォームによる情報管理の独占による懸念が大きくなった。そうした情報管理の独占に対抗するものとして、情報管理を自律分散的に処理する Web3.0 というコンセプトが台頭した。

<金融関連産業の現況>

■ 生活観点

平成19年以降、Bank3.0の時代にはスマートフォンの登場・普及と共に「手のひらに銀行を」をテーマとして銀行サービスは必要な時に必要な場所で行うべきものという考え方が主流となる。

近年 Fintech^{*1}の興隆と共に Bank4.0の時代へと移り変わり、「生活・人生の中に銀行を」をテーマとし、API連携等を活用した BaaS（Banking as a Service）／エンベデッド・ファイナンス（組込型金融）の登場により、健康スコアを活用した保険商品の登場や多数の送金・決済アプリの出現等、金融と非金融の垣根を超え、経済・社会活動の中に銀行機能が埋め込まれ、顧客の状況に応じてパーソナライズ化され、リアルタイムかつフリクションレスでサービスが提供されるようになった。

■ ビジネス観点

令和3年に制定された「新型コロナウイルス感染症等の影響による社会経済情勢の変化に対応して金融の機能の強化及び安定の確保を図るための銀行法等の一部を改正する法律」を皮切りに金融機関には資金の貸手という機能だけではなく、地域エコシステムの支える・つなぐ役割を果たすため、金融機関が自らのリスクで借り手を評価し、資金提供を行う機能を強化すること、新規事業開拓に向けたコンサルティングやビジネスマッチング等の取組を促進することなどが求められている。

政府が進めるスタートアップ・エコシステム形成において、金融機関は出融資の役割を担い、イノベーションの加速に寄与しており、今後は社会課題解決型エコシステムにおいても同様の役割が求められるようになることが推察される。

また、情報通信産業と同様、Society5.0の実現に向けた要請も高まっており、デジタル庁では令和4年に「仮想的な次世代取引基盤構築に係るグリーンペーパー」を公開し、電子インボイス対応^{*2}要請も相乗し次世代取引基盤の整備が急務となっている。

*1 FinTech（フィンテック）とは、金融（Finance）と技術（Technology）を組み合わせた造語で、金融サービスと情報技術を結びつけたさまざまな革新的な動きを指す。身近な例では、スマートフォンなどを使った送金もその一つである。

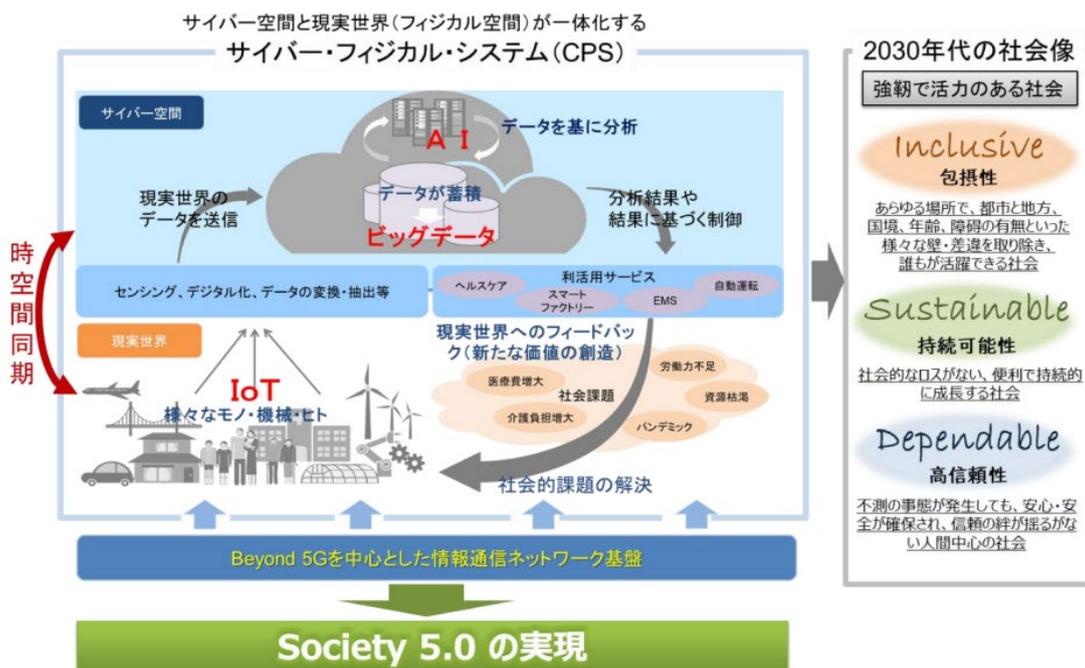
*2 インボイスとは適格請求書を指し、売手が買手に対して正確な適用税率や消費税額等を伝えるものであり、売手は買手から求められた場合にインボイスを交付する必要がある。これらのやりとりを円滑かつ透明性を高めるために従来の紙媒体ではなく「適格請求書の記載内容を電磁的記録で提供したもの（電子インボイス）」を活用して行うことが目的である。

<金融・情報通信産業関連技術の現況>

「Beyond 5G 推進戦略－6G へのロードマップ－（総務省）」では 2030 年代に期待される強靱で活力のある社会の具体的なイメージとして、「誰もが活躍できる社会（Inclusive）」、「持続的に成長する社会（Sustainable）」、「安心して活動できる社会（Dependable）」の 3 つを掲げている。

この強靱で活力ある社会の実現に向け、「Society5.0」を支える「データ主導型社会」に移行するためにはサイバー空間とフィジカル空間（現実世界）が一体化する「サイバー・フィジカル・システム（CPS）」の構築が必要であり、このシステムを構築するには、地上、海、空、宇宙などフィジカル空間のあらゆる場所において生じる様々な事象について、各種センサーなどを用いて最新のデータをできる限り多く収集・蓄積するデータレイヤ^{*1}の技術と、過去のデータや他のセンサー等から得られたデータと共に複層的に解析する分析レイヤ^{*1}の技術、その解析結果をフィジカル空間に反映させることでより効率的、効果的な将来の選択を可能にするアプリケーションレイヤ^{*1}の技術が必要である。

Society5.0 の実現に向けては、単に測定が容易なデータを収集するだけでなく、より高度な情報インフラの整備やデータ収集とデータ分析の連携／データの利活用への期待が高まっていることが示唆される。



(出典) Beyond 5G 推進戦略－6G へのロードマップ－（総務省），令和 2 年

*1 「Beyond 5G/6G ホワイトペーパー-2.0 版（国立研究開発法人情報通信研究機構 Beyond5G 研究開発推進ユニット（NICT）」では、サイバー空間は、データレイヤ、分析レイヤ、アプリケーションレイヤの 3 つのレイヤから構成されると説明しており、今後は、スマートシティから人間まで実世界のエンティティをデジタルで表現するデジタルツインの構築と、それらのインタラクションをシミュレーションし予測することに使われ、さらにビジネスフローや社会システムの自律的な最適化へと進化していくとしている。

<金融・情報通信産業関連サービスの現況>

金融関連サービスについて公開されているカオスマップ等を参考に整理した。

金融関連サービス及び情報通信関連技術は「サービス層」「ソリューション層」「テクノロジー層」の3層からなり、上述した情報通信関連技術はテクノロジー層を担っている。

サービス	金融業種サービス				一般業種サービス	
	銀行業 (預金・資産管理/融資)	証券業 (投資/資産運用)	保険業 (保険)	信販・カード業 (決済/送金)	金融系業務支援 (給与管理・電子記録等)	
	個人向け	BaaS/バーチャルバンク/PFM/クラウドファンディング等	ロボアドバイザー/オンライン証券/ソーシャルレンディング/FP等	データ連携型保険サービス(健康スコア/テレマティクス自動車保険)等	オンライン送金/P2P送金/スマートペイメント/BNPL/学生ローン等	
法人向け	企業版ふるさと納税/金融機関向けAPI等	資産管理・アドバイス等	AI保険金算出/保険金詐欺検出/スモールビジネス・フリーランス向け保険等	事業会社向けファイナンスカード/決済代行等	給与支払い/ファクタリング等	
ソリューション	デジタル通貨/仮想通貨/NFT*/DeFi*/DAO*/DID*等					
テクノロジー	ビッグデータ分析/AI分析等					データ分析
	情報通信関連技術					
	エッジ・コンピューティング/ブロックチェーン等					データ収集/蓄積

(出典) 公開情報より作成

*それぞれ、NFT (Non-Fungible Token : 非代替トークン)、DeFi (Decentralized Finance : 分散型金融)、DAO (Decentralized Autonomous Organization : 分散型自律組織)、DID (Decentralized Identifier : 分散型ID) を示し、ブロックチェーンを基礎技術とする主なWeb3関連ソリューションである

ESG や SDGs 観点を盛り込んだ Fintech サービス (グリーンフィンテック等) の台頭、他業種連携によるサービスの高度化 (テレマティクス保険等) 等のトレンドがあり、これらのサービスは情報通信関連技術によって支えられており、今後の種々のサービスの発展においてこれらのテクノロジーが基盤となっていくことが推察される。

第3節 企業誘致推進上の転換点

ここでは企業誘致を取り巻く環境の変化を、誘致主体者である沖縄県・名護市について「(1)沖縄県・名護市の優位性の変化」として、誘致競合について「(2)競合の台頭」として、誘致対象である誘致対象産業・企業について「(3)企業の求める要素の高度化」として整理した。

第1項 (1) 沖縄県・名護市の優位性の変化

沖縄県はこれまで、首都圏からの地理的遠隔性やアジアとの近接性、豊富な若年労働力やコスト優位性等について、名護市は低廉な企業集積施設等のインフラ面や経済金融活性化特別地区に由来する税制特例措置の経済的インセンティブ等をそれぞれアピールし、企業の誘致に取り組んできた。

一方、県内における雇用環境の改善や賃金水準の上昇、5Gやクラウド技術など通信環境の急速な進展等に伴い、沖縄の強みや魅力とされてきた優位性や地域特性に変化が生じている。

こうした中、コールセンター業などのかつての労働集約的な産業においても、AIや自動化技術の進展に伴い、顧客に新しい高付加価値サービスを提供するビジネスモデルにシフトしつつあり、社員に求めるスキルも高度化・多様化し、人件費を単なるコストではなく成長への投資と捉える企業も増えているため、かつての低廉な人件費を売りにした企業誘致の手法の見直しを図るべきと考えている。

また、豊富な若年労働力についても沖縄県商工労働部が実施した「令和2年度 沖縄型 Society5.0 実現推進事業」における県内進出企業アンケートにて、沖縄への立地後に課題と感じたことについて「人財不足」を上げた企業は60%を超えており、若年人財の外部流出による雇用確保の困難化が懸念される。

第2項 (2) 競合（他県他市の企業誘致）の台頭

<調査概要>

近年国内外の様々な場所で取組が進む企業誘致の動向を把握すべく、企業誘致事例をデスクトップリサーチにて調査を実施。

各事例について概要、名護における企業誘致を進める上で参考となる要素（エッセンス）を整理した。

<調査結果>

“誘致業種の幅広さ”と“誘致規模”で各事例を4象限で分類して整理した。

国内と海外における企業誘致の主な違いは、海外の企業誘致事例は国内からの誘致ではなく海外からの誘致を前提に政府主導型で制度整備（戦略特区指定等）や国家予算の投下による大規模開発等を伴い推進されていることが多い。

国内の企業誘致事例は「田園地域小規模誘致型」「単独企業誘致型」「大規模施設誘致型」「オープンイノベーション創発誘致型」「スタートアップ誘致特化型」に分類される。

ビジネスの中心地（東京等）からの土地的遠隔性や名護の土地性（豊富な自然環境等）を考慮すると、「スタートアップ誘致型」や「大規模施設誘致型」等の大規模な企業誘致実現の難易度は高いと考えられる。また「単独企業誘致型」は誘致する企業の離脱による活性化中断のリスクがあるため、これらを総合的に鑑みて、名護市は「田園地域小規模誘致型」に軸足を置いて誘致を推進する。

「田園地域小規模誘致型」の国内外の企業誘致を参考にすると他県・他都市でそれぞれ名護市よりも好条件の立地環境や経済的インセンティブ等を武器に積極的に誘致を推進しているため、既存のインフラ整備や経済的インセンティブを誘致メリットとして訴求し、“いきなり”名護に企業を誘致することは難しいと考えられる。

業種特化性を高め、テーマ起点での事業創発を促進し、進出機会（事業機会）の明示による魅力付けを実施し、他にはない魅力的な実証フィールド／事業共創フィールドを整備する等、差別化を推進していく。

<エッセンス抽出>

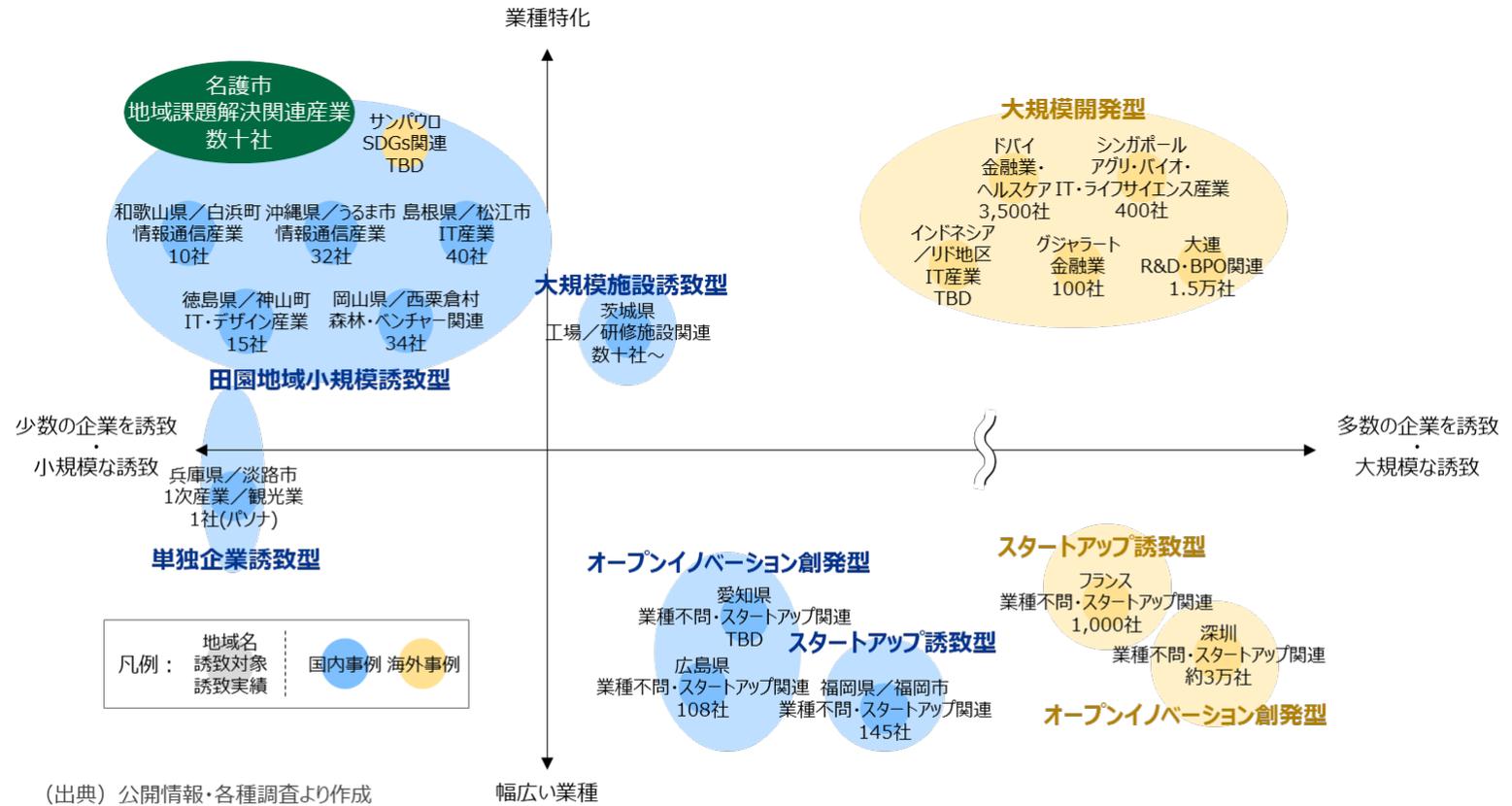
各事例のエッセンス（名護における企業誘致推進で参考になる要素）を整理した。

※各事例概要は Appendix に掲載

これら各事例のエッセンスを取り込むことで効果的な企業誘致の推進を目指す。

各エッセンスについて、「企業誘致推進変革の絵姿」は第3章及び第4章に、「パートナー連携」、「目標達成に向けた KGI/KPI」、「ヒト」、「モノ」、「カネ」については第4章及び第5章に、「体制・情報発信」については第4章、第5章、第6章を中心に本計画書に取り入れ反映した。

<図 19 企業誘致パターンマッピング>



田園地域小規模誘致型	オープンイノベーション創発誘致型	単独企業誘致型
<ul style="list-style-type: none"> 誘致対象を限定し、対象に応じた支援を充実させることで誘致を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> スタートアップ等の新興企業を誘致、地場産業との協業による活性化を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> 行政と一体になり地方創生を共進してくれる民間企業の誘致を目指す
大規模施設誘致型	スタートアップ誘致型	大規模開発型
<ul style="list-style-type: none"> 広大な土地を活用、工場や研究施設など大規模設備の移設・建設を伴う誘致を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> 金融面を含め創業から企業成長の各ステージに合わせた支援を充実させ、スタートアップ企業の誘致による活性化を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> 海外からの誘致を前提に政府主導型で経済特区指定等の制度整備や国家予算の投下による大規模開発により誘致を目指す

	エッセンス（名護における企業誘致推進の参考要素）	本計画内で関連する章
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 	第3章・第4章
パートナー連携	<ul style="list-style-type: none"> 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 ■■ 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 ■ 	第4章・第5章
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、リアルタイム性が損なわれ、現在値を正しく把握できない可能性がある） ■■ 	第4章・第5章
ヒト (人・文化)	<ul style="list-style-type: none"> 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） ■ 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） ■■ 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 ■■ 	第4章・第5章
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（県全体へのフィールド拡大等）・質（支援体制の拡充等）両面での事業フィールドの整備 ■ 	第4章・第5章
カネ (ファイナンス)	<ul style="list-style-type: none"> 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 ■ 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 ■■ 	第4章・第5章
体制・情報発信 (推進・運用体制／情報発信)	<ul style="list-style-type: none"> 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） ■■ 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） ■ 	第4章・第5章・第6章

【凡例】 ■：企業誘致観点／■■：事業創発観点

(出典) 公開情報・各種調査より作成

第3項 (3) 企業が求める要素の高度化

<進出企業ヒアリング>

名護市進出企業 11 社に対して現況について独自のヒアリングを実施した。

※進出企業ヒアリングの詳細結果は Appendix に掲載

進出当時は事業を始めるために必要な施設・設備／インフラ等の整備や豊富な労働力に対するニーズが大きかったが、最近では高度人財の獲得や人財育成等の人財に対するニーズや、進出企業間の連携・事業機会の共創等のビジネス機会の充実に対するニーズの高まりを認識した。

<学生ワークショップ>

本計画を策定するにあたり、これからの名護のまちづくりを担う若者の意見を取り入れるため、対象は限定的ではあるものの、学生と共に未来の名護についてワークショップを通じ、意見交換を実施した。

※学生ワークショップの詳細は Appendix に掲載

参加した学生の約 9 割が企業との接点創出に意欲的であると回答しており、接点の深さについても交流会等の接点から事業支援・事業共創等の深い接点まで幅広い興味・関心を確認でき、学生×企業の連携深化の可能性が示唆された。

ワークショップに参加した学生に対し、理想の働き方についてアンケートを実施したところ、労働集約的な働き方を選択した学生は参加学生 39 名中わずか 1 名となり、クリエイティブ志向の強い働き方を選択した学生が大半であった。

また、理想の働き方に求める要素では安定した休みに加え、型にこだわらずに創意工夫できてやりがいのある仕事を求める声の名桜大学・国立沖縄工業高等専門学校（以下、沖縄高専）共に多く聞かれ、若年人財の就労に対するクリエイティブ志向へのシフトが示唆された。

ワークショップでは「魅力的な働き方を実現するために必要なこと」についてディスカッションを通じて意見交換を実施後、参加学生による各意見に対する共感の大きさを定量化した。

「前向きな社員が多い」や「失敗を許容する雰囲気」等、“はたらく”環境に関する意見が最も若者の共感を得ていた。マインドセットの観点では「主体性をもった働き方」や「スキルアップ」等、労働に対して意欲的な意見を聞くことができた。

上述の企業と学生双方のニーズを取り込み、誘致対象企業に対して進出のインセンティブを強化することが肝要である。

上位計画の一つである「沖縄県情報通信産業振興計画」でも、第 3 次計画では目標（見込まれる効果）として企業の立地数や雇用者数等の量観点の目標設定となっていたが、第 4 次計画では量観点の目標である企業の立地数に加え、質観点の目標として労働生産性の向上を掲げており、企業に求められる要素についても上述のような変化が見られるため、今後はこれらの変化を加味した企業誘致を推進していく。

第4項 名護市における企業誘致を取り巻く環境

		企業誘致推進上の転換点		
		(1)沖縄県・名護市の優位性の変化	(2)競合の台頭	(3)企業の求める要素の変化
内部環境	Strengths (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"> ★国内唯一の経済金融活性化特別地区指定 ●沖縄振興特別措置法に基づく補助金の活用 ●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
	Weaknesses (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	Opportunities (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
	Threats (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 ★戦略特区の台頭による既存税制特例等のインセンティブの弱体化 ●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

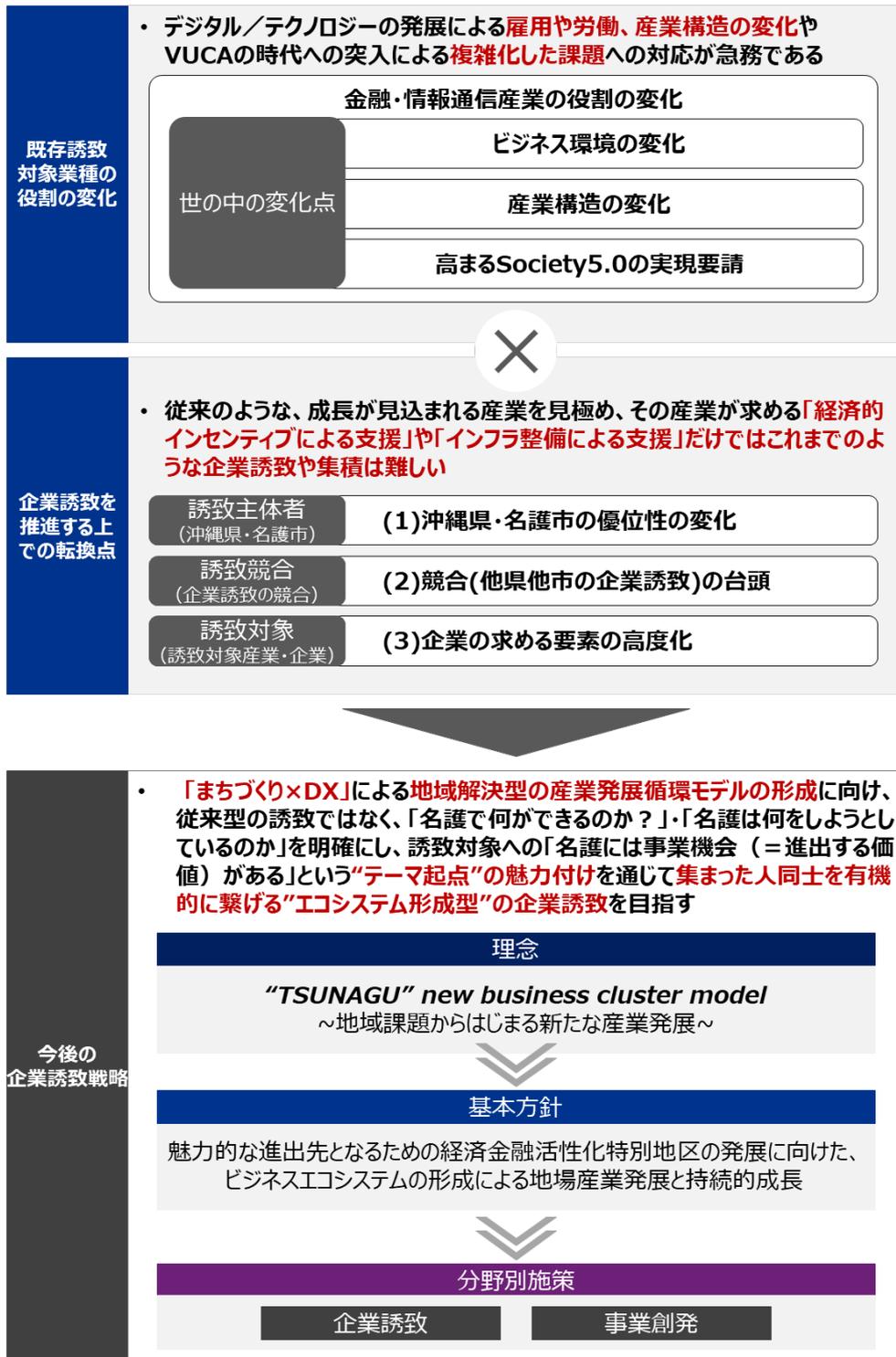
凡例(行頭文字) ★:名護市の該当項目/●:沖縄県全体で該当する項目

(出典) 公開情報・各種調査より作成

第1項～第3項を踏まえて、クロスSWOT分析を活用し名護市における企業誘致を取り巻く環境について社会情勢の変化や進出企業ヒアリング・学生ワークショップ等の現地調査をもとに整理した。

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」・「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について本計画で推進していく。

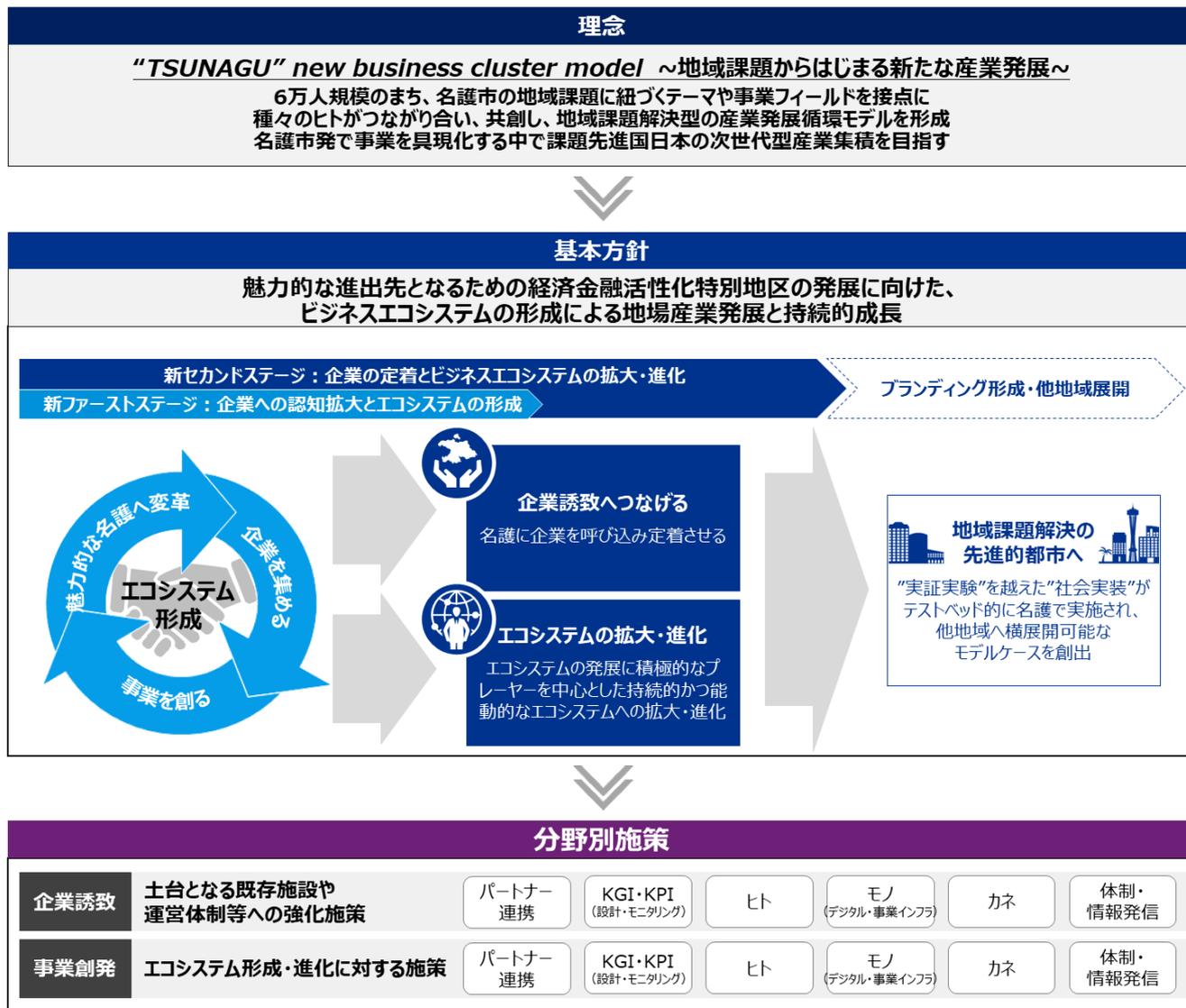
第4節 名護市が取るべき方向性



上述の社会変化や企業誘致を取り巻く環境の変化に対して、名護市は第4章で整理する「理念」の実現のため「基本方針」に基づいた「分野別施策」を推進することで、次世代型の企業誘致/産業発展を目指す。

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

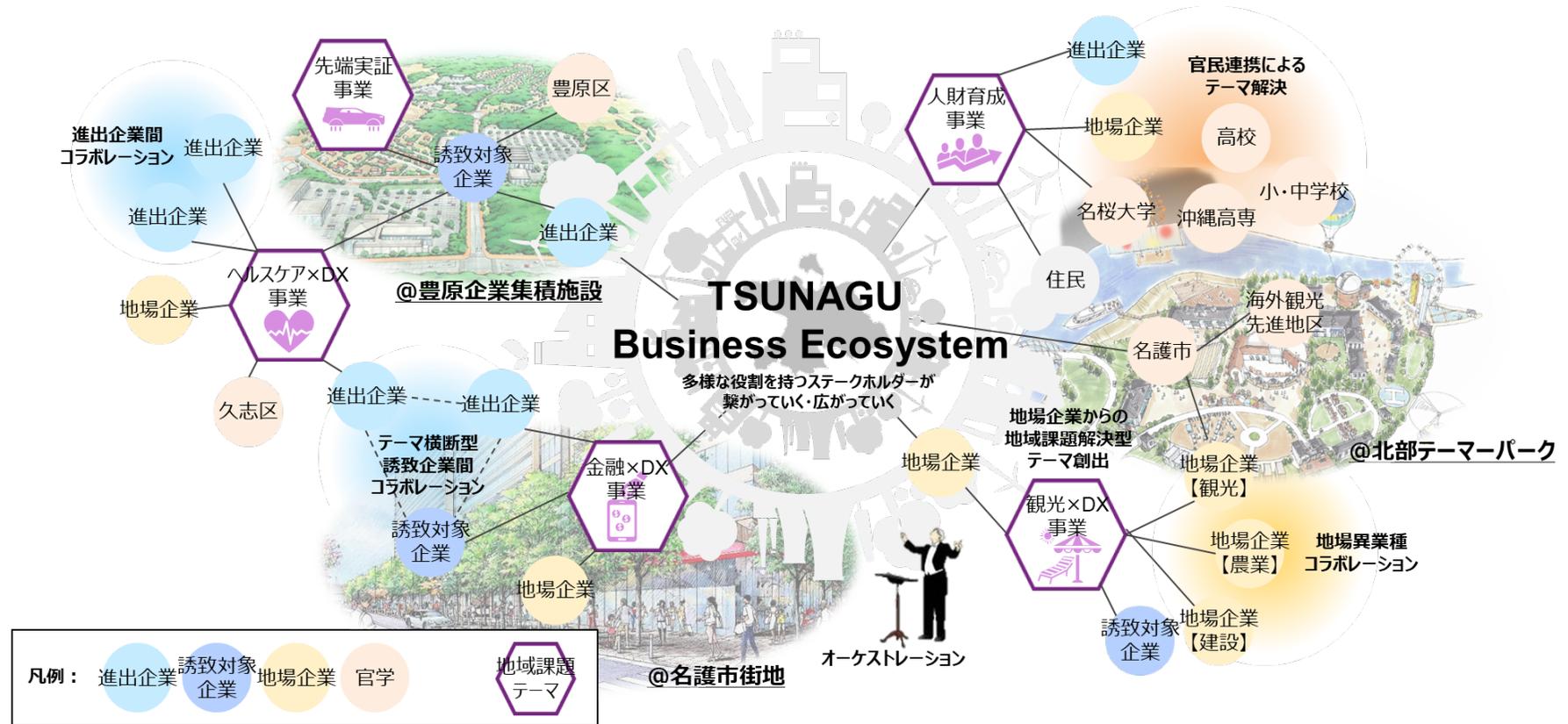
企業誘致の考え方としては、従前のように単に企業を誘致するのではなく、事業創発を推進する中で事業フィールドとして名護市を活用する中で、名護に企業を呼び込み定着させる形で企業誘致自体を推進する。

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】



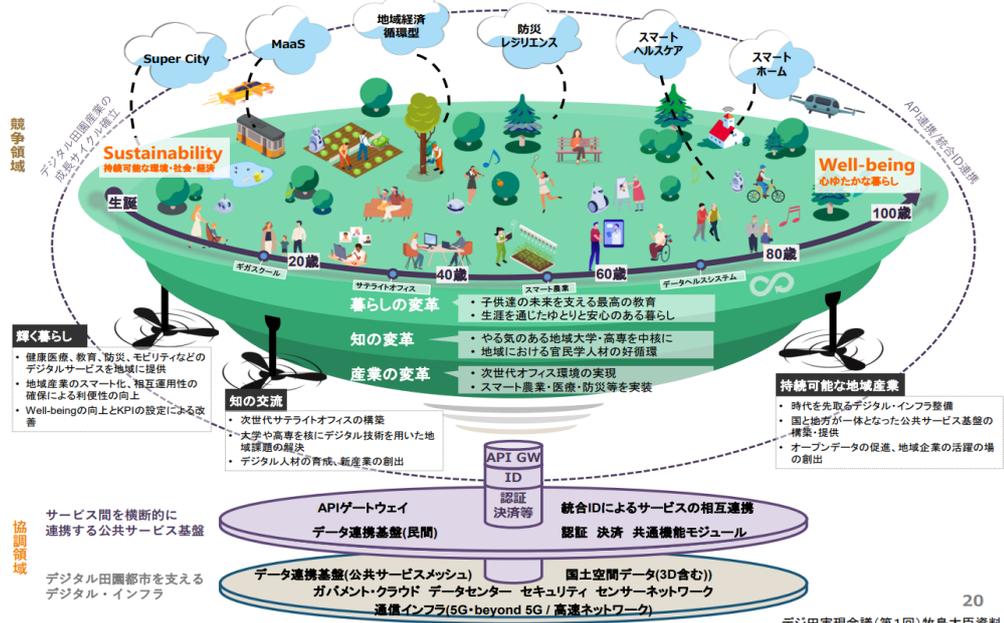
第2項 デジタルを活用した地域課題解決

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)

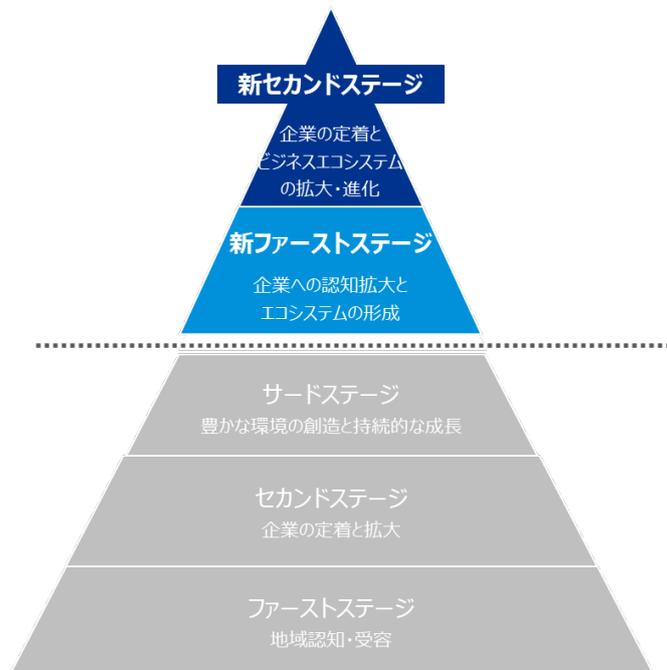
第3節 基本方針

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＞

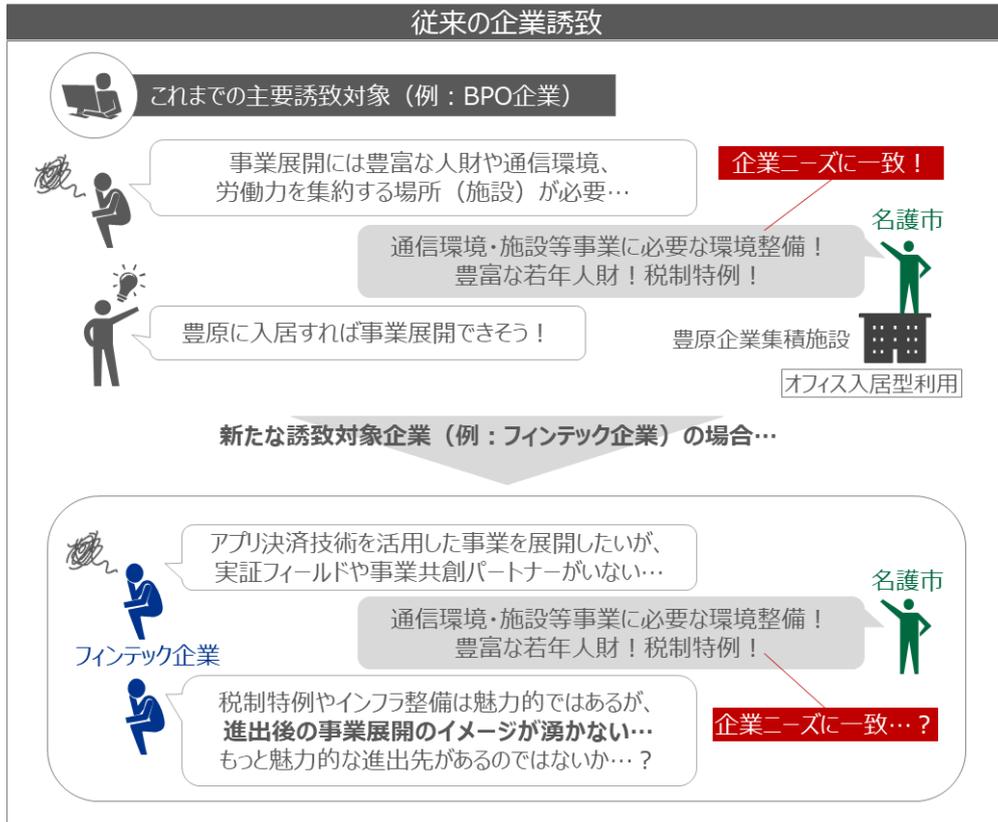
今後の企業誘致は名護に紐づく地域課題の解決を求心力とした住民や産学官を含む多様なプレイヤーが連携し合うビジネスエコシステムの中で事業共創を推進し、必要に応じて名護を実証フィールド等として利用してもらう中で、名護への誘致を推進する。

「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」：

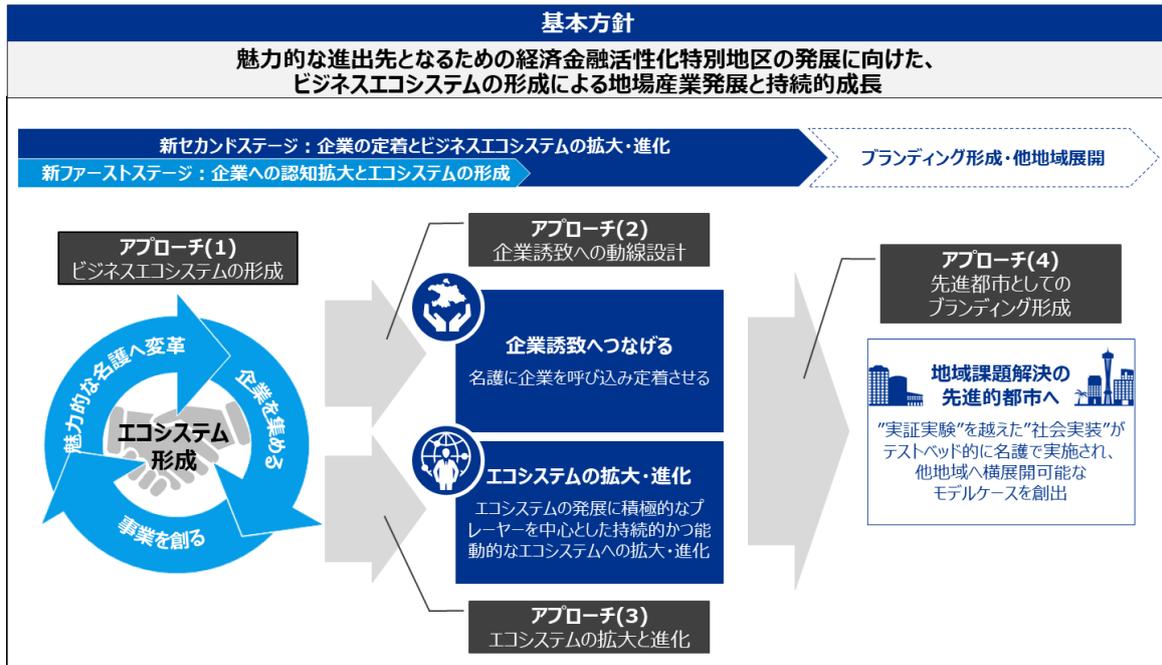
・既存誘致企業、新ファーストステージで新規に誘致した企業の定着化と、エコシステムの発展に積極的なプレイヤーを中心とした持続的かつ能動的なエコシステムへの拡大・進化を目指す。



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。

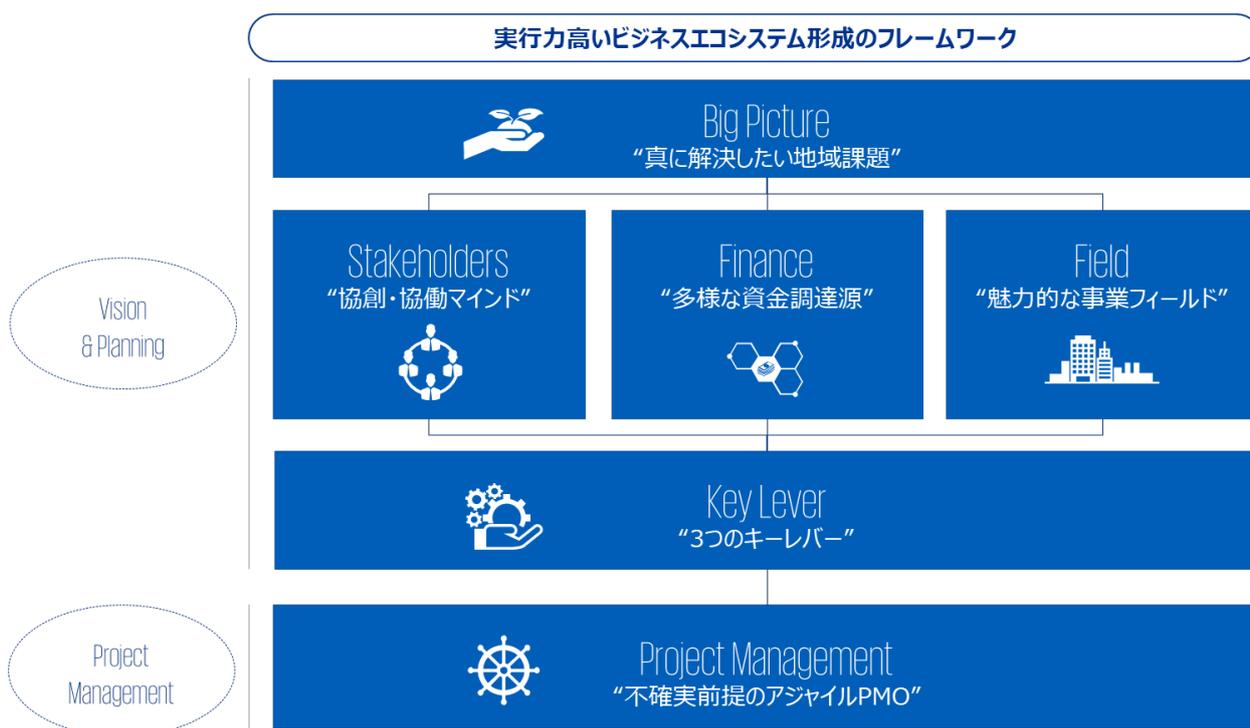
「企業を集める」では誘致テーマ・場を設計し各テーマにてエコシステム形成に必要なプレイヤーを整理し、個別にコンソーシアム参加の声掛けをする等エコシステムへの参加促進することに加え、OI施設を起点としたオンライン参加等、エコシステムに対する多様な参加形態を検討する。

「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）

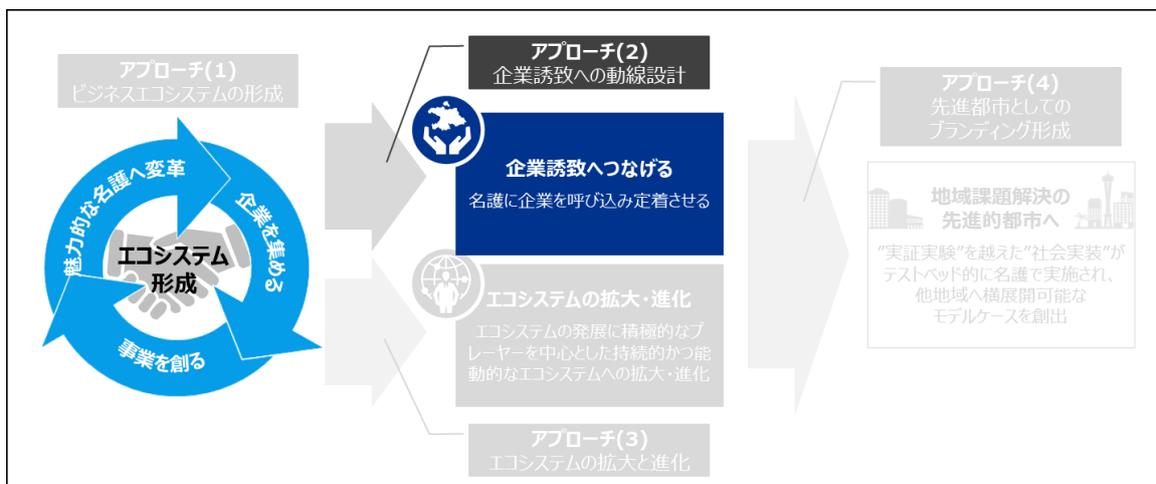
– 名護における事業創出機会の設計に加えて、企業が多く集積し、事業機会が多く存在する東京等のビジネスの中心地において事業創出機会を創造し、そこで生まれた事業アイデアを育てる場として名護に誘致する“逆張り戦略”を推進するための仕掛けづくりを進める。

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イヤーを主とする「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、「スケーラビリティ（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」:

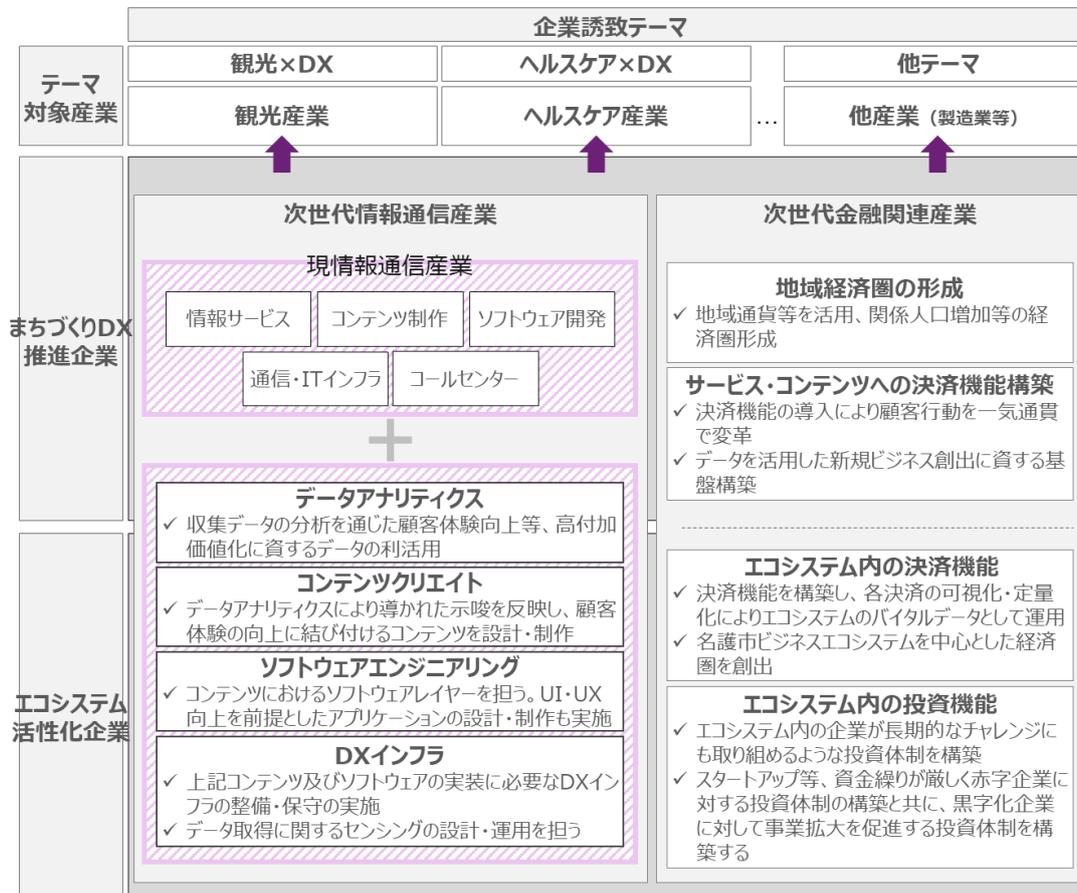
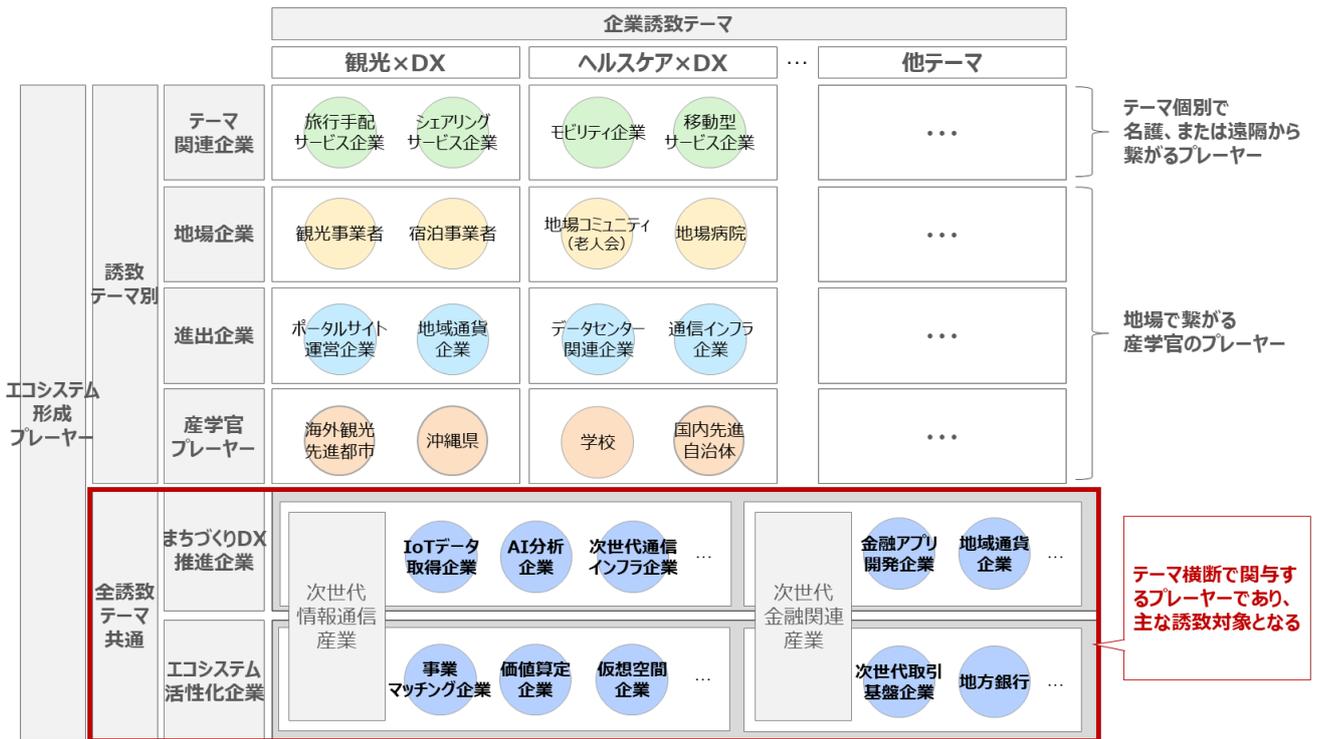
- ・出生率1位という強みがある中、若者は進学時や就職時に県外へ流出してしまっている。
- ・デジタルテクノロジーを活用して個々人の年代や思考に応じた教育支援体系を構築、思考力や対人関係力等の生きるベースとなる力を養うことや、社会課題への感度を高め、課題解決型人材を育成する他、名護の資産である自然を活用した“都市圏ではできない”独自の教育テーマを掲げる等、名護発の次世代教育を世の中に発信していく。

「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”観点の目標値を新たに設計する。

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 	<量観点> <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)の取り組みが促進された企業数 デジタル活用人財の育成数 <質観点> <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。

第5章 分野別施策

第1節 各分野別施策の方針

本計画を推進するための分野別施策は、名護市を中心に推進する「企業誘致」関連の施策と、民間活力を中心に推進する「事業創発」関連の施策に大分され、それぞれを「パートナー連携」「KGI・KPI」「ヒト（人・文化）」「モノ（デジタルテクノロジー・事業インフラ）」「カネ（ファイナンス）」「体制・情報発信」の6つの分野に分けた、計12分野にて整理した。

各分野における主な検討要素を以下に示す。

検討の観点	主な検討要素	
	企業誘致	事業創発
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 求心力のあるプレー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
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財育成環境のあり方 雇用促進・雇用確保の仕組み 	<ul style="list-style-type: none"> 事業創発促進人財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"> 本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

第2節 各分野別施策の詳細

12分野の分野別施策について施策概要をLv.1（大分類）／Lv.2（小分類）として、Lv.2の施策について想定実施時期を整理した。

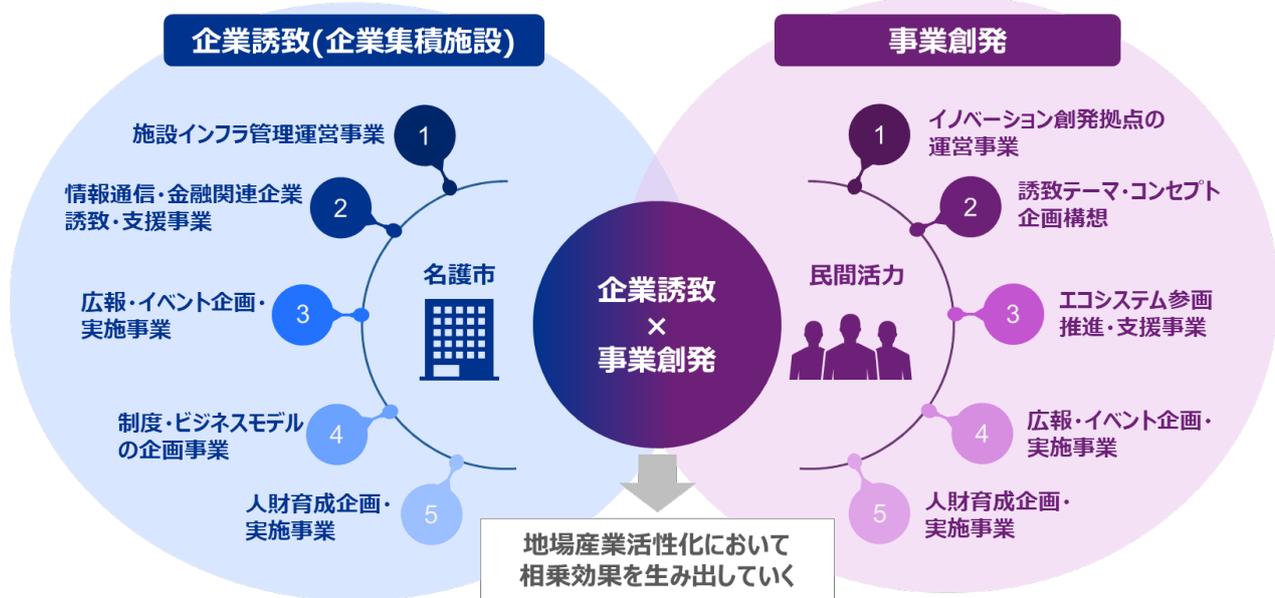
	類型	#	施策概要		施策実施時期		
			Lv.1	Lv.2	短期 R5~R7	中期 R7~R9	長期 R9~
企業誘致	パートナー連携	(1)	企業誘致関係者との連携促進	既存進出企業間の連携促進			
				名護スマートシティ推進協議会と既存進出企業との連携促進			
				沖縄県・県外・海外の関係機関との連携促進			
	KGI/KPI	(1)	KGI・KPI設計・精査	KGI(重要目標達成指標)の設計・定期見直し			
				KPI(重要業績評価指標)の設計・定期見直し			
	ヒト	(1)	高度人材育成環境の整備	研修プログラムの拡充(遠隔地研修等)			
				対象者別の高度人材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	地場の「学」と連携した人材獲得の推進			
				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)			
	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			
				労働者の暮らす環境の整備			
	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)	既存進出企業の進出後支援強化			
				外部資金調達手段の検討			
既存の税制特例措置に関する相談+提案体制の検討							
新たな税制特例措置の模索							
	(2)	税制活用相談・提案体制の整備	既存制度の見直し・刷新				
			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				
			【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			
			【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			
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				
			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				
KGI/KPI	(1)	KGI・KPI設計・精査	既存進出企業				
			県内外・海外プレイヤー				
ヒト	(1)	事業創発・課題解決人材育成環境の整備(地理的制約を超えた場の形成)	求心力あるプレイヤー				
			育成プログラム形成(研修/セミナー/ワークショップ等)				
	(2)	デジタル推進土壌の機運醸成	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				
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	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)				
			名護市内や県外(都心)での事業創発活動拠点の設置検討				
カネ	(1)	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				
			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x事業機会の提案ソリューション)				
体制・ 情報発信	(1)	【体制】施策実行管理のPDCAサイクル確立	地域課題テーマx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)				
	(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	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)				
			不定期大型発信方法(イベント等)の検討				

第6章 計画の効果的な推進

第1節 推進体制の構築

第1項 推進体制の全体像

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する。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。



第2項 各推進体制の要諦

主に豊原企業集積施設の「企業誘致」関連の取組は名護市を中心に、「事業創発」関連の取組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。

計画策定の前提条件でも記載した通り、本計画では計画策定後の施策実行・運営段階では、計画を策定して完了させないために、定期的に施策の実行状況の確認、必要に応じて施策内容の見直しや場合によっては本計画の基本方針まで含めて見直しを行う臨機応変なアジャイル型のマネジメントを行う。またこのマネジメント機能を通じて企業誘致の持続的な発展を目指す。

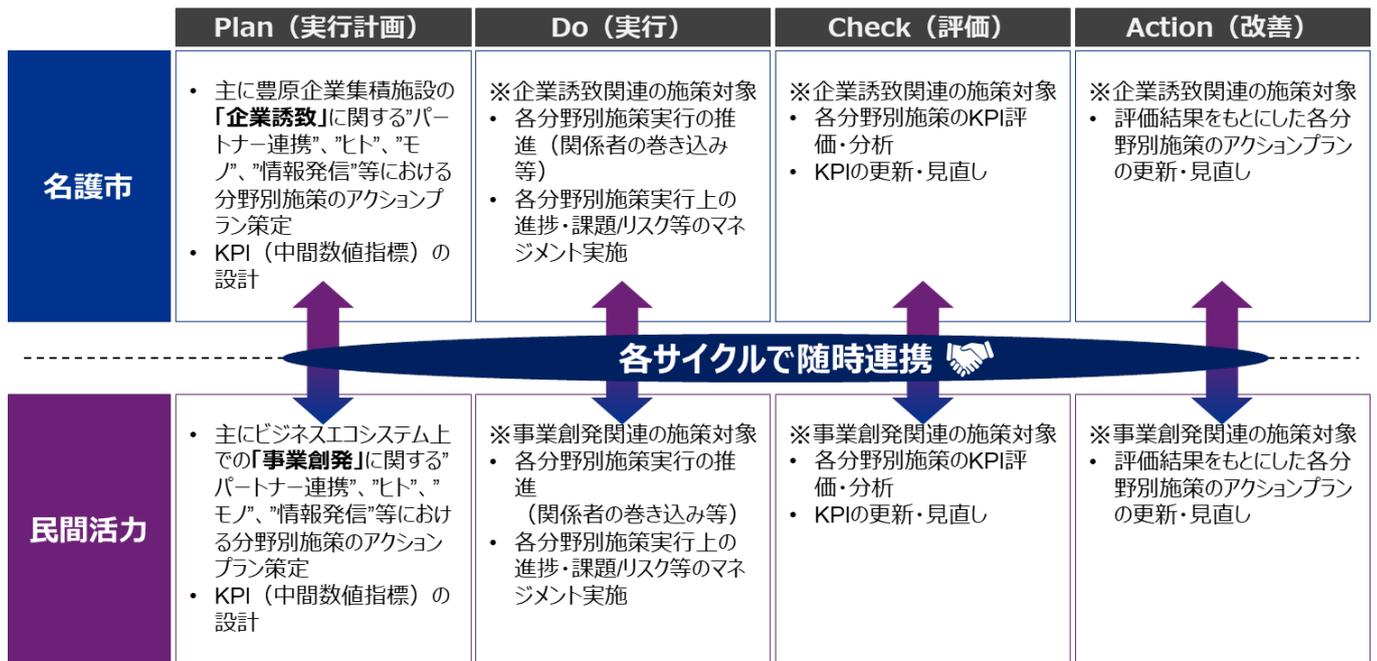
<マネジメント体制>

Plan（実行計画）：「パートナー連携」、「ヒト」、「モノ」、「情報発信」等における分野別施策のアクションプラン策定と KPI の設計

Do（実行）：各分野別施策実行の推進（関係者の巻き込み等）、各分野別施策実行上の進捗・課題/リスク等のマネジメント実施

Check（評価）：各分野別施策の KPI 評価・分析、KPI の更新・見直し

Action（改善）：評価結果をもとにした各分野別施策のアクションプランの更新・見直し



第2節 実施計画等の策定

本計画の着実な推進を図るために、分野別施策の展開を具体化する実施計画を策定する。

本計画の対象期間である令和13年までの期間を分け、それぞれの期間における実施計画を策定することで効果的な施策の展開を目指す。

実施計画においては施策効果等を検証するための成果指標等を設定し、より適切と判断される指標がある場合には、随時見直しを実施する。

第7章 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。

カテゴリー	用語	内容
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法人を指す。
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」に移行した。
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している。
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に。

カテゴリー	用語	内容
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である。 •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。 - 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もとに、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である。
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、暗号技術を用いて取引記録を分散的に処理・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）
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を指す。

Appendix

第1節 進出企業ヒアリング

第1項 実施概要

名護市進出企業 11 社に対して現況について独自のヒアリングを実施した。

第2項 結果

分野別施策分類の「パートナー連携」「KGI・KPI」「ヒト（人・文化）」「モノ（デジタルテクノロジー・事業インフラ）」「カネ（ファイナンス）」「体制・情報発信」の6つの分野に「企業誘致推進変革の絵姿（ビジョン）」を加えた7つの分野でヒアリング結果を整理した。

それぞれのヒアリング結果について、企業誘致観点／事業創発観点をラベル付けした。

	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)	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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	-	<ul style="list-style-type: none"> 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 ■■ ハコモリとしての施設等 (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 ■
目標達成に向けたKGI/KPI	-	<ul style="list-style-type: none"> 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)	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>[人財獲得・採用]</p> <ul style="list-style-type: none"> 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) ■ <p>[人財育成]</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 ■ <p>[文化醸成]</p> <ul style="list-style-type: none"> 本計画への認知拡大・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)	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 ■ 「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 ■
カネ (ファイナンス)	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 ■ 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 ■ 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 ■■
体制・情報発信 (推進・運用体制/情報発信)	<ul style="list-style-type: none"> NDAによる積極的な誘致活動 	<ul style="list-style-type: none"> 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 ■■

【凡例】 ■ : 企業誘致観点 / ■ : 事業創発観点

(出典) 各種調査より作成

第2節 有識者ヒアリング

第1項 実施概要

<概要>

本計画に関して、より実効性のある計画にするために実施した。

有識者ヒアリングの対象者は今後のビジネスエコシステム形成の関係者となる下記に対して実施した。

<ヒアリング対象>

- ・豊原企業集積施設への進出企業
(既存制度の問題点、本計画の理念・基本方針・分野別施策の方向性に関するヒアリング)
- ・地元の大学・専門学校（ワークショップ・アンケート）
(名護で“はたらく”に関するヒアリング)
- ・本計画における誘致対象／まちづくりDX 推進企業・エコシステム活性化企業
(既存制度の問題点、本計画の理念、基本方針、分野別施策の方向性に関するヒアリング)
- ・他県企業誘致有識者
(事例調査は実施していたが、成功要因を把握すべく追加でヒアリングを実施)

第2項 結果

分野別施策分類の「パートナー連携」「KGI・KPI」「ヒト（人・文化）」「モノ（デジタルテクノロジー・事業インフラ）」「カネ（ファイナンス）」「体制・情報発信」の6つの分野に「企業誘致推進変革の絵姿（ビジョン）」を加えた7つの分野でヒアリング結果を整理した。

それぞれのヒアリング結果について、企業誘致観点／事業創発観点をラベル付けした。

有識者ヒアリング結果	
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 ■ 大学を活用した企業研修やリスクリング制度の整備等によるデジタル人材育成環境の整備 ■ アカデミアとの連携等、誘致ターゲットに魅力的な人材コミュニティの形成による進出メリットの創出（卒業後数年間の名護市での就労義務と引換に学費を免除するスキーム構築等） ■ ■ 個人間交流の活性化によるキャリア教育の推進 ■ ■ 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 ■
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パ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"> 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 ■ 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、人材、制度、フィールド／実証実験場、地域リソース等）） ■

【凡例】 ■：企業誘致観点／■：事業創発観点

(出典) 各種調査より作成

第3節 学生ワークショップ

第1項 実施概要

<概要>

本ワークショップはスマートシティ名護モデルマスタープランの検討チームと合同で開催した。

名護に拠点を持つ名桜大学・国立沖縄工業高等専門学校（以下、沖縄高専）それぞれ 20 名（1-4 年生／主に経営学専攻）、19 名（3-4 年生／学部不問）の計 39 名のまちづくりへの関心が高い学生を対象とした。

<開催主旨>

学生自身が日常を改めて見つめなおし、未来の生活をイメージしながら、「～だと良いのに」、「～したい」を共有することで、名護市を含めたメンバーと共に“まちをより良くするヒント”を探索する。

ワークショップで収集した学生の声をもとに必要なアクションを各種計画としてまとめ、今後の「名護スマートシティマスタープラン」と「経済金融・情報通信業企業誘致推進計画」に活用する。

<ワークショップ内容>

学生個人へのアンケートに加え、“くらす”と“はたらく”の観点で現状の名護市に対する課題感や将来の名護市への期待等を個人ワーク／グループワークを通じてディスカッションする。

（本計画では主に“はたらく”観点の意見を収集・分析）

グループワーク後、他チームの回答を見て回り、投票することで「共感度」を算出した。

設問	
個人ワーク	【問A】企業との接点への興味関心
	<p>✓ 名護企業との接点を持ちたいかについて5段階で評価し、具体的な企業との接点創出について自由記述で意見聴取</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>4. 機会があれば積極的に名護の企業と関わりたいと思いますか？ 例：一緒に商品やサービスを共創する等</p> <p style="text-align: center;">積極的に関わりたい 少しは関わりたい どちらとも言いにくい あまり関わりたくはない 全く関わりたくはない</p> <p style="text-align: center;">○ ○ ○ ○ ○</p> </div>
グループワーク	【問B】理想の働き方
	<p>✓ 異なる働き方をする複数のペルソナについて、「業務内容」「ライフスタイル」「働く場所」の情報を元に最も共感する働き方を選択 & 理由の記述</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; width: 45%;"> <p>Aさん</p> <ul style="list-style-type: none"> 30歳（勤続5年） 年収320万円 <p>業務内容：</p> <ul style="list-style-type: none"> コールセンター業務、顧客からの問合せ対応や取引先の拡大に向けた電話営業等 基本的にマニュアルが整備されており、それに合わせて顧客のニーズに応えていく <p>ライフスタイル：</p> <ul style="list-style-type: none"> 定時会社、定時通勤が基本 シフト制で週休2日、平日休みが基本 <p>働く場所：</p> <ul style="list-style-type: none"> 自宅から車で30分程度のオフィスへの出張勤務が中心 </div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; width: 45%;"> <p>Bさん</p> <ul style="list-style-type: none"> 29歳（勤続2年） 年収500万円 <p>業務内容：</p> <ul style="list-style-type: none"> データサイエンス業務、様々なデータの解釈や、売上予測等の分析結果の考査等 労働時間をもちに今後の方針についてディスカッションして、業務・経費の改善を目指す <p>ライフスタイル：</p> <ul style="list-style-type: none"> ミーティング頻度や納期に合わせて仕事量が変化するため、遅くまで残業することもある 週休2日、土日休みが基本 <p>働く場所：</p> <ul style="list-style-type: none"> オフィスと在宅のハイブリッド勤務 顧客先のオフィスへ出張こともある </div> </div>
【問C】魅力的な働き方を実現するために必要なこと	
<p>✓ 若者が名護で働き続けるために必要だと思うものを「業界・業種・仕事」「労働条件」「“はたらく”環境」「マインドセット」の4つの観点でディスカッション</p> <div style="display: grid; grid-template-columns: repeat(2, 1fr); gap: 10px;"> <div style="border: 1px dashed #ccc; padding: 5px;"> <p>働き方 (ワークライフバランス/プライベートの充実)</p> <p>投票</p> </div> <div style="border: 1px dashed #ccc; padding: 5px;"> <p>労働環境 (賃金/休日の/企業文化/等)</p> <p>投票</p> </div> <div style="border: 1px dashed #ccc; padding: 5px;"> <p>業界・業種/仕事 (100業界で働きたい/こんな仕事したい/みたい)</p> <p>投票</p> </div> <div style="border: 1px dashed #ccc; padding: 5px;"> <p>交通・通勤</p> <p>投票</p> </div> </div>	

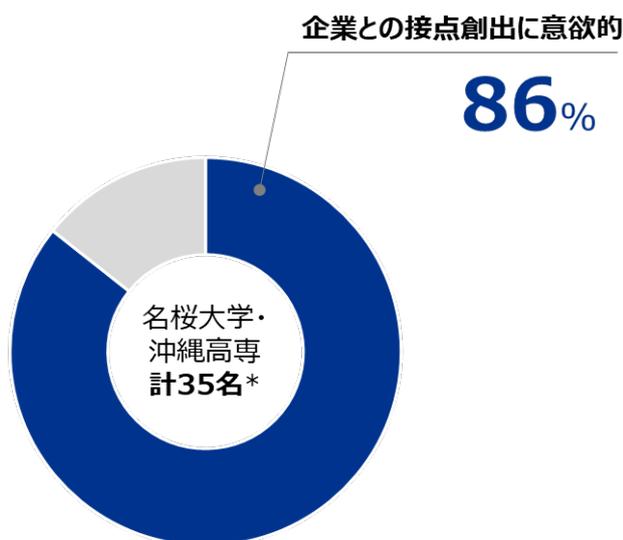
【問B】にて用意したペルソナ

<p>Aさん</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 30歳（勤続6年） ・ 年収320万円 <p>業務内容：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ コールセンター業務、顧客からの問合せ対応や取引先の拡大に向けた電話営業等 ・ 基本的にマニュアルが整備されており、それに合わせて顧客のニーズに応じていく <p>ライフスタイル：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 定時出社・定時退勤が基本 ・ シフト制で週休2日で、平日休みが基本 <p>働く場所：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 自宅から車で30分程度のオフィスへの出勤勤務が中心 	<p>Bさん</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 28歳（勤続2年） ・ 年収500万円 <p>業務内容：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ データサイエンス業務、様々なデータの解析や、売上予測等の分析結果の考察等 ・ 考察結果をもとに今後の方針についてディスカッションをして、運営・経営の改善を目指す <p>ライフスタイル：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ミーティング有無や納期に合わせて仕事量が増えるため、定時より早く終わることもあるが、遅くまで残業することもある ・ 週休2日で、土日休みが基本 <p>働く場所：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ オフィスと在宅のハイブリッド勤務 ・ 顧客先のオフィスに出向くこともある
<p>Cさん</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 28歳（勤続2年） ・ 年収???万円 <p>業務内容：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 仲間と共に起業、経営を担う ・ 経営企画から営業活動、事務作業まで幅広い業務を担う <p>ライフスタイル：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業の柱がまだないため、仕事に奔走する毎日。波はあるが基本的に残業している ・ 残業後は仕事の仲間と遊びに出かけることが多い ・ 働くことが好きであり、プライベートの時間確保よりも仕事を優先させているが充実した毎日を過ごしている <p>働く場所：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 在宅勤務が中心、気分転換でカフェやコワーキングスペース等、働く場所の自由度は高い 	<p>Dさん</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 28歳（勤続2年） ・ 年収450万円 <p>業務内容：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 機械系メーカーにて技術系のエンジニア業務に従事 ・ 製品開発・技術開発等、技術職関連の業務を担い、同期の中には技術営業を担う人もいる <p>ライフスタイル：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 顧客のニーズに応える仕事が多く、目標スペック値を目指すといったゴールが明確な仕事が多い ・ 顧客ニーズを把握するため、出張で客先に出向くことも多い ・ 納期や顧客の急用などの対応でプライベートの時間を仕事に割くこともあるが、基本的には残業などは少ない <p>働く場所：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ オフィスへの出社が中心で顧客先への出張も多い

第2項 結果

参加した学生の約9割が企業との接点創出に意欲的であると回答しており（【問A】において「積極的に関わりたい」・「少しは関わりたい」と回答した）、接点の深さについても交流会等の接点から事業支援・事業共創等の深い接点まで幅広い興味関心を確認でき、学生×企業の連携深化の可能性が示唆された。

企業との接点への興味度



*事前アンケートのため参加者数と不整合

若者が企業接点への興味を深めるための学生アイデア

分類	学生の意見
学生－企業間の交流会	<ul style="list-style-type: none"> ・名護市主催の開発系の大会(ハッカソン等)。優勝準優勝の選考とは別に企業がスポンサー賞を提供(Amazonギフト券や自社製品等)。イベント中に交流会も実施(オンラインで食事会とか) ・企業を考えているもしくは興味のある学生と名護の企業との交流会やアイデア紹介 ・企業が文化祭ブースののスポンサーになり学生と一緒にイベントを盛り上げる 等
企業体験の充実／認知度の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・学校で名護の企業について知る機会をつくる ・名護の企業を知るクイズ大会 ・講義型ではなく参加型・体験型のイベントをつくる ・教育機関と連携して、定期的に授業等で学生と企業が触れ合える環境をつくる ・企業主催で技術的なことを教えるワークショップを開く 等
学生を活用した事業支援	<ul style="list-style-type: none"> ・名護市の企業と1番積極的に関わった企業を名護市のチラシや電子看板などで広告として宣伝する ・企業や地元のPRを一緒に行う、学生の悩みを聞く ・地域の企業や個人店に対して、SNSや動画で紹介するpvなどをつくる。(一番再生された優勝チームは店内CMなどで紹介される。) 等
学生×企業による事業共創機会	<ul style="list-style-type: none"> ・企業と一緒に商品開発を行うプロジェクト/企業や商品のPR方法について考えるプロジェクト(若者ならではの視点から) ・名護市の特産品だったり観光客誘致を行うための企画だったり商品開発、イベントを一緒に行っていく ・コンテスト形式でちゃんと各学校に宣伝を行う、上位の結果を残した学校・グループには支援金orその案の実現を企業がサポートするなど 等

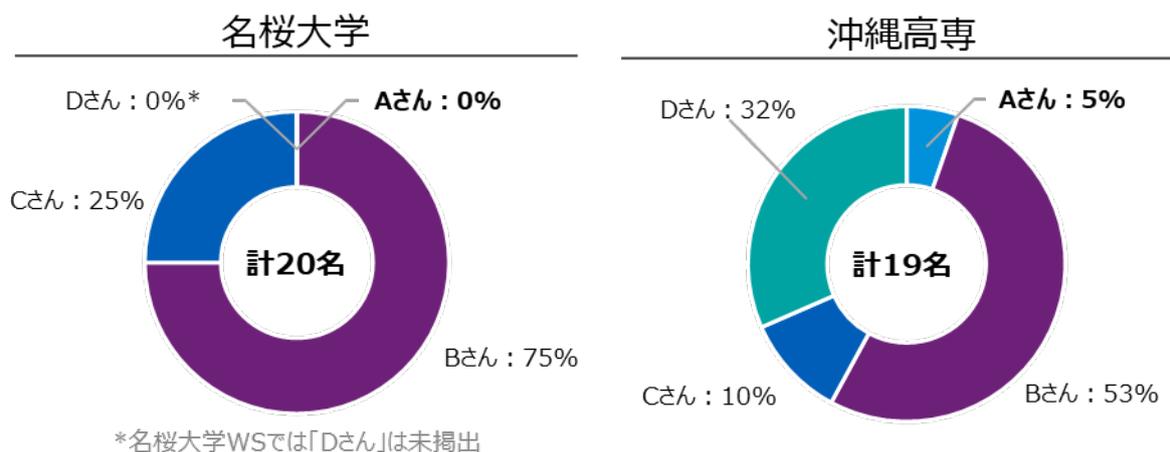
弱

学生－企業間
連携

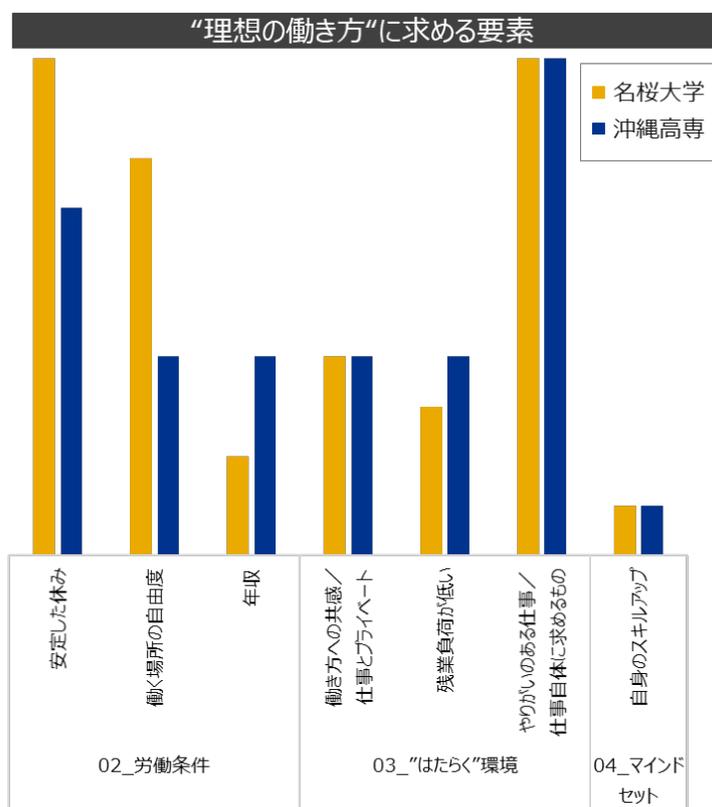
強

【問 B】について、ワークショップに参加した学生に対し、理想の働き方についてアンケートを実施したところ、労働集約的な働き方を選択した学生は参加学生 39 名中わずか 1 名となり、クリエイティブ志向の強い働き方を選択した学生が大半であった。

ペルソナ選択結果



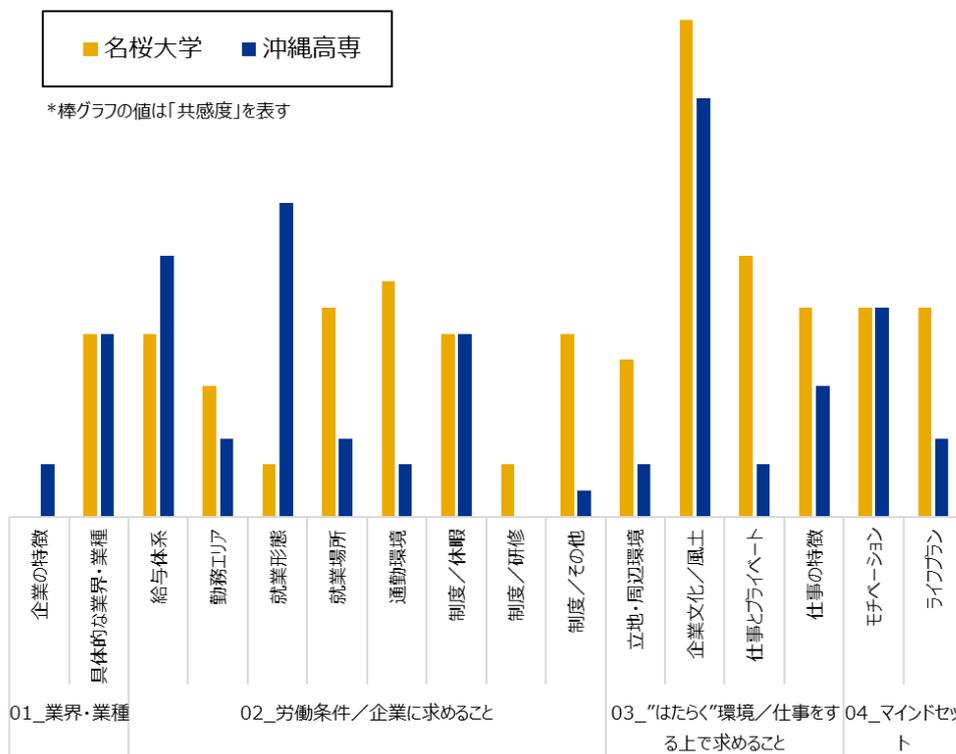
また、理想の働き方に求める要素では安定した休みに加え、型にこだわらずに創意工夫できてやりがいのある仕事を求める声の名桜大学・沖縄高専共に多く聞かれ、若年人財の就労に対するクリエイティブ志向へのシフトが示唆された。



ワークショップでは「魅力的な働き方を実現するために必要なこと」についてディスカッションを通じて意見交換を実施後、参加学生による各意見に対する共感の大きさを定量化した。

「前向きな社員が多い」や「失敗を許容する雰囲気」等、“はたらく”環境に関する意見が最も若者の共感を得ていた。マインドセットの観点では「主体性をもった働き方」や「スキルアップ」等、労働に対して意欲的な意見を聞くことができた。

若者が名護で働き続けるために必要だと思う要素*



第4節 企業誘致事例

第1項 調査結果

国内外の自治体における企業誘致事例を調査した。

各事例概要と併せて、名護における企業誘致推進の参考要素を「エッセンス」として抽出し整理した。

国内	誘致 類型	事例概要	エッセンス (名護における企業誘致推進の参考要素)
和歌山県 ／ 白浜町	田園地域 小規模誘 致型	<ul style="list-style-type: none"> 観光資源が豊富な一方、人材流出による人口減少／過疎化・高齢化が地域課題となる中、観光業・農業・漁業に次ぐ、新たな産業として情報通信関連産業に注目し、平成 13 年より IT 企業の集積を目指す。 平成 16 年に集積拠点を開設し、2 企業を誘致するが、わずか数年で撤退。誘致企業に対する地域サポートを改善し、平成 27 年のセールスフォース・ドットコムの入居を皮切りに、平成 31 年時点で 10 企業を誘致し、集積拠点は満室に、令和 2 年には新拠点を開設するなど誘致活動を進めている。 	<p><ヒト></p> <ul style="list-style-type: none"> 移住者に対して自治体／町一体となり手厚いサポートを整備している点（例えば、家族連れの場合、子供の転校手続きの手伝い／飲み会などの交流会の開催を通じた地元への定着支援等） <p><カネ></p> <ul style="list-style-type: none"> 一定の基準を満たせば「飛行機代・通信費・オフィス賃料の半額」を和歌山県の助成金でサポートするなど、県と密に連携している点
島根県 ／ 松江市	田園地域 小規模誘 致型	<ul style="list-style-type: none"> プログラミング言語「Ruby」の開発者まつもとゆきひろさんが島根県出身であることにあやかり平成 18 年より「Ruby City MATSUE プロジェクト」を開始。 「しまね OSS 協議会」の開設、「松江オープンソースラボ」の整備など Ruby を核とした継続的な活動により、平成 21 年より Ruby World Conference の開催を誘致、Ruby の“メッカ”として、平成 19 年以降 IT 企業新規進出数は 40 社に及ぶ。 	<p><ヒト></p> <ul style="list-style-type: none"> エンジニアコミュニティを形成し、当時“松江に集まること”のメリットを作り出せていた点（現在はオンラインの発達により再現性に関しては要検討） <p><体制・情報発信></p> <ul style="list-style-type: none"> 地場のアセット（プログラミング言語 Ruby）を有効活用し、世界的なブランディングを確立している点
岡山県 ／ 西粟倉村	田園地域 小規模誘 致型	<ul style="list-style-type: none"> 全国で市町村合併が進む中、平成 16 年合併を拒否、地域資源として森林に着目、中でも「間伐材」を家具にリメイクする等の SDGs 事業が口コミで広がり、便乗する形で平成 20 年「百年の森林構想」を開始。 上記構想と併せて「村を“上質な”田舎に」というビジョンを掲げ、地方で新規起業し、地域課題の解決を目指すベンチャー企業「ローカルベンチャー」にフォーカスし、「ローカルベンチャー・スクール」の開設や他自治体と広域連携する「ローカルベンチャー推進協議会」の設立等支援体制を整備、平成 30 年時点でベンチャー企業 34 社を誘致し、次ステップとしては R&D や ESG 投資などの新規領域への展開を目指す。 	<p><企業誘致推進変革の絵姿></p> <ul style="list-style-type: none"> 地場のアセット（森林）を有効活用し、初期ブランディングを形成した点 「ローカルベンチャー」という新しい企業形態を生み出した点 <p><パートナー連携></p> <ul style="list-style-type: none"> 他自治体を巻き込み、取組規模を拡大することで内閣府の地方創生推進交付金に採択されることで財源を確保している点（「広域連携によるローカルベンチャー推進事業」） <p><ヒト></p> <ul style="list-style-type: none"> 役場の課を横断したチーム「地方創生推進班」の設立により、行政と民間の連携を深化、特に行政側で町おこしを自分事化できている点 <p><モノ> <カネ></p> <ul style="list-style-type: none"> 誘致ターゲットを明確にし、ターゲットを絞りニーズに沿った支援制度を整備している点（西粟倉村の場合は「ローカルベンチャー」にフォーカス）
徳島県 ／ 神山町	田園地域 小規模誘 致型	<ul style="list-style-type: none"> 大南氏（現地 NPO 法人グリーンバレー理事）の熱心な取組によって形成された人脈を活用しつつ、「アーティスト・イン・レジデンス」や「ワーク・イン・レジデンス」等独自のコンセプトを打ち出してブランディングを確立、そこに影響力のある企業（Sansan 株式会社）を誘致することで、地方創生を成し遂げ「神山モデル」と呼ばれている。 全国に先駆けて「サテライトオフィスモデル」を確立し、徳島県は令和 2 年時点で全国 2 位のサテライトオフィス開設数を誇り、令和 4 年時点で神山町には 15 社が入居。 	<p><体制・情報発信></p> <ul style="list-style-type: none"> 「アーティスト・イン・レジデンス」等、既存にはないイメージを具体的な活動の実施によって戦略的に作り上げ人脈形成を推進している点

国内	誘致 類型	事例概要	エッセンス (名護における企業誘致推進の参考要素)
沖縄県／うるま市	田園地域 小規模誘 致型	<ul style="list-style-type: none"> 平成 22 年始動の沖縄県が国内外情報通信関連産業の一大拠点となるためのビッグプロジェクトの旗艦施設である「IT 津梁パーク」の開設を核とし、情報通信産業特別地区への認定等、他県にはない高率の所得控除をはじめとした優遇制度を設け、令和 4 年時点で 32 社を誘致。 	<ul style="list-style-type: none"> <パートナー連携> 県と連携して誘致を活性化している点 政府に働きかけ、他県にはない高率の優遇制度を整備している点
茨城県	大規模施設誘致型	<ul style="list-style-type: none"> 首都圏へのアクセス性と国内有数の広大な工業用地を活用した企業誘致を進め、2010～2019 年の 10 年間では企業立地面積および県外企業立地件数（446 件）では全国 1 位を記録。平成 30 年からは AI・IoT などの新たな成長産業を誘致するために最大 50 億円を補助する制度を整備し、令和 4 年時点で認定企業は 22 社に及ぶ。 筑波研究学園都市や筑波大学を含むスタートアップ・エコシステムコンソーシアムの形成や起業家の交流プログラムの「TSUKUBA CONNECT」など、ベンチャー支援にも注力。 	<ul style="list-style-type: none"> 【事例から学べること】 県南地域は首都圏からのアクセス性や学園都市を中心とした知の集積を生かした企業誘致を成功させている一方で、県央・県北地域は、用地の価格を下げるなどの対策を取るが県南に比べ誘致に苦戦している。 平成 30 年、企業誘致を加速するため用地価格を約 54%引き下げた「茨城空港テクノパーク」（小美玉市）だが、令和 4 年時点で誘致企業は僅か 1 社に留まる。
兵庫県／淡路市	単独企業誘致型	<ul style="list-style-type: none"> 観光業／農畜水産業が中心で魅力的な就労環境に乏しく、若者の流出・定住人口の減少が課題。 平成 20 年より独立就農支援のため株式会社パソナグループと連携する中で、観光業・農業を起点とした地方創生が開始。 農業×観光による「リゾート開発」を進める一方、パソナの企業理念「人を活かす（＝心豊かな生活の創造）」の実現を目指し、地方労働のモデルケース確立のため、令和 2 年本社移転を発表。令和 3 年に淡路市の用地買収を受託し、パソナ本社を含む大型複合施設の建設を予定。 	<ul style="list-style-type: none"> <パートナー連携> 地域創生にコミットしてくれる民間企業を誘致できている点 【事例から学べること】 <パートナー連携> 推進力のある大企業を誘致することで活性化を目指す場合、誘致した大企業のリテンションに配慮すること、万が一誘致した大企業が離脱しても活性化が衰えない準備（次の誘致企業の探索等）をしておくことが重要ではないか。

国内	誘致 類型	事例概要	エッセンス (名護における企業誘致推進の参考要素)
愛知県	オープンイノベーション創発型	<ul style="list-style-type: none"> 自動車産業がCASE/MaaS等変革を求められる中、世界での競争力を維持するため「スタートアップ」に着目し、強みである「モノづくり産業」と「スタートアップ」によるオープンイノベーションを基本コンセプトとした世界最大級のスタートアップ・エコシステムの形成を平成30年より目指す。 政府より「スタートアップ・エコシステム グローバル拠点」として認定を受けることをはじめ、海外スタートアップ支援機関・大学との連携を通じて、エコシステムの拡大を進める。 スタートアップ支援拠点「STATION Ai」の整備も進めている。PFI法に基づきソフトバンク株式会社が設立したSTATION Ai株式会社が設計・建設。 	<p><パートナー連携></p> <ul style="list-style-type: none"> 政府から「スタートアップ・エコシステム グローバル拠点」として認定を受け、「J-Startup CENTRAL」と連携するなど政府の支援を受けながらスタートアップ支援を推進している点 スタートアップ・エコシステムの形成に向けた先進的な取組を行う海外支援機関と積極的に連携している点 <p><モノ></p> <ul style="list-style-type: none"> 支援拠点「STATION Ai」の整備と共に、エコシステム形成のため多様なステークホルダー（本戦略に賛同した企業、大学、経済団体、支援機関、金融機関、行政、学識経験者で構成されるAichi-Startup推進ネットワーク会議）を巻き込みながら推進/推進管理している点
広島県	オープンイノベーション創発型	<ul style="list-style-type: none"> 強みである「ものづくり産業」に対するデジタル技術導入の遅れを課題感と捉え、「イノベーション立県」としての取組を平成28年より開始。 従業員や家族の移住や視察訪問に対する支援金や、最大1億円と銘打った大規模な補助施策をPRする他、政府に「スタートアップ・エコシステム 推進拠点都市」として認定を受けることによる財源の確保や転入後に活用できるアクセラレーションプログラムや施設設備を揃えることで令和2年までに108社を誘致。 	<p><パートナー連携></p> <ul style="list-style-type: none"> 市でなく広島県が旗振りしており、市区町村で施策実行する自治体に比べ活動幅が広い点 <p><KGI・KPI></p> <ul style="list-style-type: none"> 未来のありたい姿から直近のKGI・KPIを定めている点 <p><モノ></p> <ul style="list-style-type: none"> プロダクトリリース支援だけでなく、社会実装に関しても広島県をまるごと実証フィールドとして活用し支援している点 <p><カネ></p> <ul style="list-style-type: none"> 誘致ターゲットに即した助成金を幅広・豊富に用意している点
福岡県／福岡市	スタートアップ誘致型	<ul style="list-style-type: none"> 大企業の支店や地域子会社が集中し、町の経済が景気に左右されやすい「支店経済都市」から脱却し、「スタートアップ都市」を目指す取組を平成24年より開始。 スタートアップの創業/成長支援のため拠点・制度・仕組みを整備することで145社(令和3年時点)が支援拠点に入居。 平成30年よりスタートアップの成長に欠かせない「エンジニア」にフォーカスした支援を充実させ、次世代の人材育成にも注力。 	<p><パートナー連携></p> <ul style="list-style-type: none"> スタートアップ支援拠点を建設するだけでなく、金融業を巻き込み資金調達をしやすいなどエコシステムの形成を進めている点 <p><ヒト></p> <ul style="list-style-type: none"> スタートアップの成長の源泉である「エンジニア」にフォーカスしビジョンの宣言や拠点開設など人材育成にも注力している点 <p><モノ></p> <ul style="list-style-type: none"> 「Growth Pitch」というアクセラレーションプログラムを毎月1回のペースで継続的に実施するなど誘致したスタートアップ企業の事業提携機会を整備している点 県と連携し実証フィールドを整備することで実証実験ニーズを取り込んでいる点（九州大箱崎キャンパス跡地等） <p><カネ></p> <ul style="list-style-type: none"> スタートアップの創業支援から成長支援へ、各成長フェーズに合わせた支援体制を整備している点

海外	誘致 類型	事例概要	エッセンス (名護における企業誘致推進の参考要素)
サンパ ウロ	田園地域 小規模誘 致型	<ul style="list-style-type: none"> サンパウロ市は、ビジネスの発展や起業家のネットワーク構築の後押しを目的とした施設 TEIA を市内 6ヶ所に昨年開設した。 そのうちの 1 つであるサンパウロ市のごみ焼却施設を改築し令和 3 年 6 月にオープンしたオープンイノベーション施設「ハブ・グリーン・サンパ」では、“持続可能な都市の経済発展”をテーマとした分野に関する技術をもつスタートアップ企業を誘致すべく、コワーキングスペース、会議室、セミナールームを設置、更にメンタリングサービス等も提供している。 	<ul style="list-style-type: none"> <企業誘致推進変革の絵姿> 業界ではなく、テーマフォーカスで社会課題解決のための SDGs 関連技術を持つ企業に特化した誘致を推進している点
シンガ ポール	大規模開 発型	<ul style="list-style-type: none"> 別名“アジアの新シリコンバレー”と呼ばれる「シンガポールサイエンスパーク」では、アグリテック、バイオテック、IT、ライフサイエンス等の R&D を注力領域とし、現在約 380 社が集積し、約 13,000 名の雇用を生み出している。 サイエンスパークでは、イノベーションラボや隣接する研究機関や大学の他、“work-play business spaces”のコンセプトで、エリア内に飲食店だけでなく、病院やフィットネス、チャイルドケア、ホテル等も存在する。 シンガポール全体で法人税や財・サービス税が低だけでなく、1 万 SGD までは 75%非課税、次の 29 万 SGD まで 50%非課税といった現地法人誘致向けの優遇制度が存在しており、多くの海外企業への魅力付けとなっている可能性あり。 	<ul style="list-style-type: none"> <企業誘致推進変革の絵姿> イノベーションラボや研究機関・大学等のアカデミア関連施設に加え、飲食店や病院、ホテルなどの生活インフラを一体的に整備したサイエンスパークの建設を推進している点 <モノ> オフィスだけでなく、居住地・ホテル、病院・フィットネス等の生活サービスを多数展開している点 <カネ> タックスヘイブンかつ強力な政府の優遇制度を整備している点
ドバイ	大規模開 発型	<ul style="list-style-type: none"> 「ドバイ国際金融センター（DIFC）」では、3,644 以上の金融系（銀行、保険会社、資産管理会社、法律、コンサルティング企業など）企業が集積しており、29,700 名の雇用を創出している。エリアには、オフィス以外に、カフェやレストラン、居住施設やホテルなどが併設されている。 DIFC では、ドバイの戦略ビジョンである経済資源の多様化と資本・投資の引き付けを目的に、“Financial Free Zone”として、地区独自の司法システムやグローバル金融取引に関する規制が存在しており、海外企業への魅力付けとなっている可能性あり。 またドバイでは「ドバイ・ヘルスケアシティ(DHCC)」と呼ばれる医療事業者、また医療関連貿易業者、医療関連サービス業者に適したフリーゾーンも整備されており、100%外国資本での法人設立容認、法人税非課税、スポンサー不要、利益送金の自由など様々なインセンティブを用意し、多くの外国籍医療関連企業の設立を誘致している。 	<ul style="list-style-type: none"> <企業誘致推進変革の絵姿> エリア一体型の投資により、まち全体で雇用を創出している点 <モノ> <カネ> 政府と一体となって優遇制度（地区独自の司法システムやグローバル金融取引に関する規制等）等を整備している点

海外	誘致 類型	事例概要	エッセンス (名護における企業誘致推進の参考要素)
グジャ ラート	大規模開 発型	<ul style="list-style-type: none"> インド初のスマートシティ「グジャラート国際金融テックシティ（GIFT シティ）」では一部を金融オフショア取引の経済特区としている。居住エリアや商業エリアが併設されており、高品質な多目的地区として開発が進められている。 令和 3 年度の国家予算で国際金融サービスセンターに関連する新たな優遇税制が発表され、金融機関や仲介業者を誘致するための諸条件が整ったことで、開始 3 年で 125 社以上の金融機関がインド金融関係規制当局の認可を受けたとされている。将来的には世界的な金融ハブに成長することが期待されている。IFSC での金融サービス活動全般を一元的に統括する「国際金融サービスセンター局」の設立法案が可決され、令和 2 年に設立されている。 また、令和 2 年 3 月のロックダウン下においても、地場・外資系の IT 企業約 30 社に対しオンライン上で入居承認をしている。 	<p><モノ> <カネ></p> <ul style="list-style-type: none"> 政府と一体となって優遇制度等の整備を進めている点
大連	大規模開 発型	<ul style="list-style-type: none"> 労働集約型の輸出加工業種を中心に東南アジアに生産拠点を移すなどの「大連離れ」の動きが加速していた大連は、生産基地としてだけでなく、日本語が話せる理系人材の確保を目的とした研究開発拠点や BPO 拠点到にシフトすることで、現在日本からの大型投資案件や中国国内の他地域からの移転も相次いでいる。 そのほか、人材の定着率が高く熟練工が多い点や、物価や生産コストの低さ、工業団地の地代や人件費についても全国平均を下回っていることが海外企業だけでなく国内企業にとっての魅力となっている。 	<p><企業誘致推進変革の絵姿></p> <ul style="list-style-type: none"> 時代の変化に合わせた重点誘致対象の転換（労働集約型/低単価産業から研究開発拠点・BPO 拠点へ）を推進している点
インド ネシア /リド 地区	大規模開 発型	<ul style="list-style-type: none"> 観光に特化した経済特区「MNC リドシティ」では、居住地区域をはじめ、テーマパーク、ゴルフ場、音楽ライブ会場、家族連れ向けの教育エンターテインメント施設と、環境に配慮したデータセンターや光ファイバー網を備えたテクノパークを建設する予定。 建設エリアである西ジャワ州ボゴール県は、国際空港からは車で 1 時間半程度離れた、大統領宮殿、植物園、農科大学や国際林業研究センター、サファリパークやウォーターパークが存在する自然豊かな観光エリアであり、令和 20 年までに年間 317 万人の観光客を誘致、また今後 20 年で 29,545 人の雇用が創出される計画である。 	<p><企業誘致推進変革の絵姿></p> <ul style="list-style-type: none"> アクセスは悪い（空港から 1 時間半）が、豊かな自然・敷地を生かした観光客誘致を起点とした産業活性化を推進している点 エリア一体型の投資（居住地域、テーマパーク、エンタメ施設、企業）による定住人口・交流人口の創出を推進している点

海外	誘致 類型	事例概要	エッセンス (名護における企業誘致推進の参考要素)
深圳	オープンイノベーション創発型	<ul style="list-style-type: none"> 「ワールドイノベーションセンター」は現在深圳に建設中で、令和4年に開業予定のオープンイノベーション施設である。日本含む世界企業が約200社進出予定であり、中国各地域の優良企業約500社や深圳港技術認定企業約1.4万社と連携し、深圳スタートアップ約3万社とオープンイノベーションが可能となるような施設となる予定。 深圳では平成31年以降知財証券化が試行されており、政府組織である「深セン市高新投集团有限公司（高新投）」が担保融資や信用保証、VCなど、企業初期から成熟期までの投融資サービスを提供している。 この施設では、参加企業だけが利用可能な製品や技術の売買、企業同士の連携推進が可能な最新の情報交流基盤を構築し、イノベーションを加速させていく想定とのこと。 	<p><モノ></p> <ul style="list-style-type: none"> 政府による特許出願等の知的財産権の取得推進支援（金銭的支援、知財担保融資に対する利子補助や特許保険加入に対する補助、高価値特許ポートフォリオ育成等）を展開している点 <p><カネ></p> <ul style="list-style-type: none"> 知財証券化の試みによる新たな資金調達手段の提供を支援している点
フランス	スタートアップ誘致型	<ul style="list-style-type: none"> 世界最大のスタートアップ・キャンパスと呼ばれる「Station F」は、1,000を超えるスタートアップと100を超えるVCによるエコシステムであり、初年度から約400社の誘致に成功している。 Station Fは“Chill”、“Share”、“Create”の3ゾーンから成り立っており、パブリックイベントを開催する等、ビジネスマンだけでなく民間人も立ち寄れるような複合施設となっている。 フレンチユニコーン企業2社をメンターシップパートナーに任命し、週次のワークショップやマスタークラスのホスト等、サポート業務関連からビジネス関連のトピックまで取り扱っている。 州と基礎自治体によって構成された行政組織が、インキュベーターやアクセラレーターとして地方スタートアップ企業支援の役割を担うなど、スタートアップに対して政府の優遇措置が多くスタートアップ企業への魅力付けとなっている可能性あり。 	<p><パートナー連携></p> <ul style="list-style-type: none"> 有名投資家（フランス通信大手Iliad創業者）による「Station F」立ち上げの旗振りにより効果的に誘致を推進している点 <p><モノ></p> <ul style="list-style-type: none"> フレンチユニコーン企業によるメンターシップパートナーとしてのマネジメント体制を整備している点 <p><カネ></p> <ul style="list-style-type: none"> スタートアップに対する強力な政府の優遇制度を整備している点

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
