

課題克服へ県全体で対応を

労働生産性の向上

青森県では、急速な人口減少などを映じて人手不足が深刻化している。このため、企業が事業戦略を考える上で、労働生産性の向上が重要な課題である。日本銀行青森支店は3月13日に



武藤 一郎

ている。食料品でも、日本の生産工程の多くを機械化している。

「業務プロセスの見直し」を行う動きもある。宿泊では、各職員が複数の職種を担えるようマルチタスク化を図っている。鉄鋼では、設備稼働状況を一元化できる工程監視ソフトを導入している。

の製造量を限定して希少性・ブランド力を高める取り組みや、SNS映えするデザインのサバ缶を開発し、商品イメージを高める手法がみられる。

「オンライン技術を活用した販路拡大」も行われている。小売りでは、コロナ禍の来客減少を経てEC販売に注力する企業が増えていく。高齢者が利用しやすいアプリを活用した独自の配達サービスを行う企業もある。

これまで成果が表れている分野もある。農業では、さまざまな施策の結果、販売農家一戸当たりの生産農

業所得が05年の233万円から20年の432万円へと増加した。また、県外消費者から見た県産品のブランド力やデザイン性のイメージも向上している(図1)。

(出典) デーリー東北新聞社 4月13日付

あおもり 経済点描

▷ 20 ◁

特別調査を公表し、県内企業の労働生産性向上に向けた施策と課題について整理した。本稿ではその概要を紹介したい。

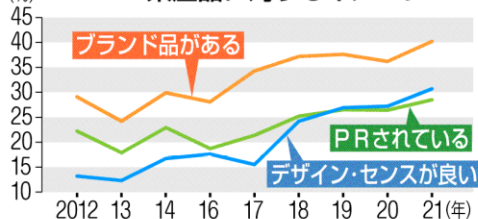
労働生産性を就業者一人当たりの付加価値額と定義すると、2019年度時点で、青森県の水準は約70

県内企業は近年、労働生産性の向上に向けたさまざまな策を行っている。それらは①労働投入量の節約に向けた施策②付加価値額の増大に向けた施策に大別できる。

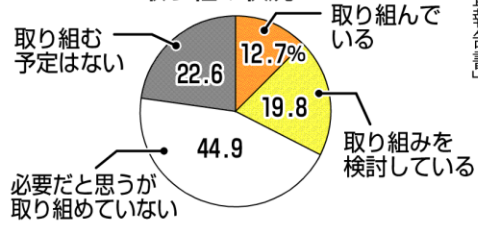
①で代表的なのは「設備投資による自動化・機械化」である。当県に特徴的な事例は、農水産業や食料品分野が多い。例えばリンゴの選別に人工知能(AI)を導入したり、ドローンを活用してリンゴの受粉を行ったりする企業がある。畜産では、多様な機器を通信でつなぐモノのインターネット(IoT)を活用して牛乳の乳量・乳質を管理し

日本銀行青森支店長

(図1) 県外の消費者からみた青森の県産品に対するイメージ



(図2) 県内中小企業のDX推進の取り組み状況



※出所「青森県「2021年度青森県産品ベンチマーク調査」

※出所「青森県「2022年度青森県中小企業DX実態把握調査報告書」

これらの課題に対処するには、企業の自助努力のみでなく、教育・研究機関、金融機関、経済団体、自治体の果たす役割も大きいと言える。県全体として、労働生産性の向上に取り組む必要があるだろう。

※次回、あおもり創生パートナーズ取締役の松田英嗣氏。毎週木曜日掲載