



(株)ミヤックス 代表取締役 社長執行役員

たかはし くらんど
高橋 蔵人 氏



(株)和楽旅行社 代表取締役

あべ もとこ
阿部 素子 氏



(株)SKホールディングス 代表取締役

さいとう たかし
齋藤 孝志 氏



進行：
仙台商工会議所広報委員長

はしうら りゅういち
橋浦 隆一 氏
(今野印刷(株) 代表取締役)

特集／新春座談会 地域を動かす活力に 若手経営者が拓く 仙台の未来

日ごと深刻さを増す物価高やあらゆる業界での人手不足など、中小企業を取り巻く環境は依然厳しい状況にあります。そのような逆境にも負けず、これからの仙台を成長させていくためには、単独での利益追求から地域全体を巻き込んだ「価値創出」への転換が必要です。

本特集では、仙台経済をけん引する地元企業の若手経営者を招き、その議論を通じて仙台の魅力と底力を再認識するとともに、地域経済の未来を切り開く上での道すじと具体的な処方箋を探ります。

プラスとマイナスが交錯 2025年の振り返り

橋浦 はじめに、「2025年の仙台」を振り返るべく、皆さんの事業を通して見てきた地域経済の現状などをお話しいただけますでしょうか。

齋藤 私たちは2020年にホールディングスを設立し、地域経済の動きに左右されながらも、業績を伸ばしてきました。中でも廃棄物処理やリサイクルを担うサイコーは、労働集約型の事業を行っていますが、離職率が4%台にとどまっていることが強みです。ただし、トラックドライバーを志す若手人材は減少傾向にあり、未経験者育成や労働分配率の改善は業界全体の課題であると感じています。また、仙台中心部では複数の大規模開発が予定されています。それらの地域を「点」で捉えるのではなく、地域経済界が一体となつて生かすことが、仙台の強みになると感じた1年でした。

高橋 2025年を振り返ると、インフレと人材不足が大きなテーマでした。しかし、インフレを単なるマイナスと捉えるのは早計です。金融経済の恩恵を受けた層もあり、まちな人流データを見ても消費者の購買意欲は決して衰えていないと

感じます。

一方で、われわれ実体経済の現場では簡単に給与を上げられない現実もあります。しかし、最近の若者は賃金の高さだけではなく、「企業が社会とどう関わっているか」を重視しています。例えば、東京での仕事に社会との接点を感じられず、仙台に戻って弊社に入社した社員がいます。彼は現在、遊具点検を通じて地域とのつながりを実感しながら活躍しています。自然が多く働きやすい仙台の環境と、社会課題に向き合う企業の姿勢が、若者を惹きつける鍵になっているのです。

阿部 弊社はインバウンド専門のランドオペレーターですが、2025年は波乱の一年となりました。SNS上で「7月5日に大地震が起きる」といううわさが広がったことや、クマの出没による影響もあり、中華圏を中心に需要が一時的に落ち込みました。しかしながら、各行政機関および東北観光推進機構の皆さまの長年にわたるご尽力に支えられ、インバウンド全体としては堅調に推移いたしました。特に、欧米豪からの旅行者は大きく増加しているようです。

さらに、10月には山形県がナショナルジ

オグラフィックの「2026年に行くべき世界の旅行先」にも選出され、東北への注目度が高まっています。こうした東北の魅力を味わってもらうためにも、仙台は「東北の玄関口」として重要な役割を担っており、弊社のツアーでも東北各地の自然を楽しんだ後、最後を仙台で締めくくることが、旅全体の満足度が高まるように工夫しています。

DXの推進と 地域課題の解決

橋浦 企業を取り巻く経営課題を乗り越える武器として、DX（デジタルトランスフォーメーション）が注目されています。皆さんが自社で取り組んだDXと、その成果を仙台の地域課題解決にどうつなげているのか、具体的な取り組みをお聞かせください。

高橋 デジタルを活用して、商店街の活性化に取り組んでいます。仙台は人流がある一方、機能が仙台駅前に集中し、まち全体にお金が回りにくい状況です。そこで、各個店がしっかりと稼げるように人流データと売り上げデータを組み合わせ、「誰でも稼げる」仕組みづくりを進めています。地元企業と連携し、実際に成果も出ています。

また、弊社では人手不足対策として、

で、翻訳業務などが効率化し、その分を飲食店選定など付加価値を高めるための業務に使えるようになりました。

齋藤 サイコーでは、リサイクルセンターの業務効率化を目的に、スマートフォンによる自動計量から請求書発行までを一括管理するシステムを導入しています。また、GPSを活用した収集ルート最適化など、複数のデジタル施策を進めています。

もう一つは、東北大学と共同してスーパーなどで資源物を収集するリサイクルステーション事業でビッグデータを活用し、ポイントを変動させる「ダイナミックプライシング」の実験を行っています。天候やリサイクルステーションへの持ち込み実績などのデータを基にAIで来店予測を行い、1週間先のポイント付与率を事前に提示することで、利用者の行動変容を促す仕組みです。導入店舗は未導入店舗に比べ、持ち込み量が1.2倍に増加しています。可燃ごみの約50%は資源化可能なごみです。分別が進めばリサイクルが進み、利用者は得をし、店舗にとってはお客さまの来店動機につながり、古紙の焼却などにかかっていた公費（約17億円）の削減にも寄与します。教育・福祉などに回せる財源が生まれる点でも、リサイクル分野におけるDXの可能性は大きいと考えています。

遊具事業の業務にセンサーを導入して稼働状況を自動で把握し、省力化と安全性の両立につなげています。

教育面では、東北大学で文系学生にデジタル活用を教えています。データこそが競争優位性となる時代、新たな価値を生み出せる人材の育成が急務だからです。ただし、焦ってDXを進める必要はないと思います。地方企業こそ、技術の進化と自社の変化のペースをうまく合わせ、着実に変革していくことが大切なのではないでしょうか。

阿部 観光業は、まだアナログな部分が多く、海外のお客さまには「宿泊施設や飲食店がファックスを使っている」と驚かれることもあります。弊社も段階的ではありますが、デジタル化によって創造的な仕事に時間を割ける環境づくりを進めています。

その一例ですが、社内の共有システムを整備し、海外出張中でも業務が進むようにしたこと、意思決定が早まりました。さらに、オンライン旅行サイトに弊社のワンデーツアーを掲載したことで、これまで台湾・香港が中心であった販路が世界へと広がっています。最近では、スペインやオーストラリア、韓国などからもお客さまにお申し込みいただくようになりました。

また、生成AIを積極的に使うこと

地域の魅力を生かした 交流人口拡大戦略

橋浦 次は、仙台・東北の交流人口を拡大させるための方法について、皆さんのお考えを伺います。ビジネス層や外部人材を仙台へ定着させるためには具体的にどのような施策が必要だとお考えでしょうか。

阿部 東北はとても良いところですが、自然豊かで温泉があるといった要素が、外国の方々には、皆同じに見えてしまっています。行政の方々や香港でPRイベントを行った際にも、東北6県が順番に魅力を発信したのですが、岩手は「前沢牛」、山形は「米沢牛」、仙台は「仙台牛」と、仲間同士で競い合っているようでした。ここで欠けているのが「I県に一つのイメージ」だと思っています。

この取り組みに成功している代表的な例が青森県です。青森は「県いりんご」という一つの強いイメージを徹底的にPRしており、その効果は非常に大きいと感じています。実際、香港の旅行会社の皆さまからは、仙台便を利用した「2泊3日の青森ツアー」をつくってほしいという依頼をいただくほどで、知名度は仙台よりも高まっている印象です。もちろん、青森県が香港にサポートデスクを設置し、現地で積極的にプロモーションを行っ





(株)SKホールディングス 代表取締役
齋藤 孝志 氏

仙台市生まれ。SKグループ代表。現在、スーパーと連携した個人向け古紙回収ボックス「リサイクルステーション」の全国展開や、企業から出る古紙で地域団体を支援する「Pocci!」などの社会課題解決型の新規事業を展開中。2022年には地元経営者と共同で(株)雑談会議を設立し「IDOB」を運営、地域課題解決の事業共創に取り組む。

ていることが大きな要因だと思います。仙台も、さらなる努力が求められていると感じています。

しかし、東北全体の最大の魅力は「人の温かさ」にあると考えています。例えば、屋久島は一生に一度訪れれば満足という方も多いかもしれませんが、もしその地に「会いたい人」がいれば、きつと何度でも足を運ぶでしょう。リピーターを生む上で、「人」の存在が大きな鍵となります。そのため弊社のパンフレットでも、「会いたいあの人に会いに行こう、東北へ」というキャッチフレーズを掲げています。旅の最終的な目的地は観光地そのものではなく、「そこにいる人」であってほし

いーそんな思いを込めています。

高橋 ビジネスで人を呼び込むには、仙台が有する「大学の多さ」という他都市にはない資産を戦略的に活用するべきだと考えます。しかし、現状ではその強みを十分に生かし切れていないのではないのでしょうか。私は関係人口とは、外部から来た方と深い人間関係を育み、そのつながりが将来的に地域へ価値を還元する構造だと捉えています。そのため、重要なのは大学教授との研究連携だけではなく、「学生」との連携だと考えています。市外出身の学生も多いため、彼らとつながることこそその親世代まで関係人口を拡

大できますし、学生と深い関係を築くことで卒業後の地元定着も期待できます。もう一つ提案したいのが「企業版ふるさと納税」です。人口減少の中で都市部とふるさとをつなぐ2拠点生活のような流れもありますが、企業が地域と関係性をつくる手段として、企業版ふるさと納税は非常に有効です。個人版は浸透しているのに、企業版は敬遠されがちですが、弊社では積極的に活用しています。企業が税制メリットを生かしながら納税を行うことで、仙台を中心とした地域と関係性を広げていくことができるのではないかと考えています。

齋藤 外部連携の文脈でいくつか取り組みをご紹介しますと、2022年に青年会議所時代の仲間3人で、「100年先の仙台に、新たな事業と人材が生まれ続ける文化をつくる」という目的を掲げ「雑談会議」という会社を設立しました。

中小企業が単独で社会課題に対応しながら事業を継続するのは非常に困難であり、外部の専門人材や多様な企業との連携が必要不可欠です。仙台の強みは「企業同士、社長同士の距離が近いこと」だと思いますが、まだ十分な連携には結びついていません。一方で、大学生や技術を持つフリーランスの方々は企業と直接のつながりを持ちにくいという課題もありました。そこで私たちは、フリーラ



ます。3年前からスタートしたこの取り組みは、宮城県内で広がりはじめています。

この「ポッチ」を運営するチームは外部プロジェクトマネージャーや、若手スタッフ、学生インターンで構成されています。企業が「場」を提供することで、仕事を生むだけでなく、多様な価値づくりができていますと自負しています。

橋浦 金額だけの競争から抜け出し、社会課題解決の価値を生んだわけですね。

齋藤 「今」の延長線ではないステージへ、ゲームチェンジするという発想です。小さな取り組みのように見えても、企業内部だけでは生まれなかった発想が多く、雑談や他者の言葉からヒントが生まれることも多いです。こうした機会提供が重要だと思います。

ンスの方々のネットワーク構築や、多様な経験を持つUターン・Jターン人材の「プロジェクトマネージャー」育成を進めています。そして、彼らと学生インターンを連携させることで、さまざまな課題解決のためのプロジェクトに取り組んでいます。また、そのための場として定禅寺通に「IDOB」というコミュニティスペースも設けました。

弊社では2年連続でインターン経験者から人材を採用しましたが、関係値が上がった結果として「このままここで働きたい」という流れが生まれているのは、大きな成果です。こうした多様な働き方を、地域の経済界が結びついて実践していくことは、仙台にとって大きなチャンスですし、そのつながりを生かして、連携や新しい事業、人材育成の文化が生まれると考えています。

地域企業が行うべき 価値創出戦略

橋浦 仙台に新たな活力を創出するためには、DXによって生み出した成果や、企業の持つ「現場ノウハウ」と、大学やスタートアップ企業が持つ「新しい技術・ビジネスモデル」をどう効果的に結びつけ、イノベーションを生み出すがカギとなります。皆さんの企業では具体的にどのような挑戦を行っていますか。

高橋 私は、スタートアップや大学に対し「過度に」期待しすぎなくて良いと思っています。向き合うべきは「市場」です。自分たちに足りないアセットや技術がスタートアップにあるなら連携すれば良いですが、そうでないなら無理に連携する必要はないと思います。掛け合わせによるイノベーションは重要ですが、それは「スタートアップだから良い」ということではないと思います。地域経済への波及効果が大きい企業として、経済産業省が認定した「地域未来牽引企業」のように、リソースを持つ企業同士が掛け合う方が価値を生みます。仙台ではユニコーンよりもローカルゼブラ（地域の社会課題を事業で解決し、社会的インパクトと経済的持続性の両立を目指す中小企業や小規模事業者）の方が、相性が良いと思います。

現在弊社では、パークPFI制度（都市公園の活性化を目的とした公募設置管理制度）で、多賀城市の公園内に事業を展開しています。これは1社でできることではありません。地域の企業とコンソーシアムを組み、経済的に稼ぐ力を持つ取り組みです。これもイノベーションであり、価値創出です。地域が持つアセットを再認識し、向き合うことでまだまだチャンスはあります。社会課題を多様なプレイヤーで解決する仕組みは、今後ますます増えますし、私たちも挑戦し続けた



(株)ミヤックス 代表取締役 社長執行役員
高橋 蔵人 氏

仙台市出身。仙台三高、ワシントン州立大学にてファイナンスを学び、外資系コンサルティングを経て、2010年(株)ミヤックスに企画開発室長として入社。2020年8月より現職。2018年にはAIスタートアップ(株)aiforce solutionsを共同創業し、2022年5月にはAI inside(株)に売却。2020年から東北大学データ駆動科学・AI教育研究センター特任准教授（客員）。



㈱和楽旅行社 代表取締役
阿部 素子 氏

中国出身。2011年に㈱JTBへ入社し、中国・香港・台湾を中心としたインバウンド事業に従事。2018年に㈱和楽旅行社を設立し、中華圏に向けた王道だけではないディープな東北の魅力を楽しめるツアーを造成している。SNSでは自ら足を運んだ東北のスポットを紹介し、外国人目線ならではの魅力発信にも取り組む。

と思います。

阿部 2001年、私は留学生として仙台にきました。東日本大震災の際に、多くの皆さまから支援をいただいた恩返しとしてJTBに入社し、インバウンドに携わりましたが、最初はキャンセル対応や「東北は安全です」と伝えるところから始まりました。ようやく仕事に手応えを感じ始めたころ、その部署がなくなってしまう。恩返しはまだ途中であるという思い、そして東北には中華圏からの旅行者が十分に訪れていないという現実を前に、私は2018年に和楽旅行社を立ち上げました。立ち上げ当初はエンドユーザ

ーから「東北？よく知らない」という声も多く聞かれましたが、受け身ではなく、自ら発信して知名度を上げていくことが重要だと感じ、積極的に発信を始めました。私たちは受注効率を優先して、どこにでも同じツアー行程を提案するようなことは絶対にしません。価格競争になり、最終的にバス会社や宿泊施設にし寄せがいくからです。ランドオペレーターには資産がありません。だからこそ、彼らを「いかに稼がせるか」が使命だと考え、すべてオーダーメイドでツアーをつくりまします。立ち位置をぶらすことなく、地域課題を改善しながら価値を生むことを大切にしています。

行政や商工会議所に 求められる支援の姿

橋浦 「地域未来牽引企業」のような、地域経済をけん引している元気な企業を1社でも多く輩出するために必要な取り組みとは何でしょうか。また、行政や商工会議所に求められる支援の姿とはどのようなものでしょうか。

齋藤 新しいことへ挑み続ける姿勢。これは、未来を切り開く大前提だと考えています。私はこれまで小さなインベーションに取り組み、多くの失敗も経験しました。しかし、その過程で芽吹いた成功が、今日の会社を支える礎となっています。だからこそ、失敗を許容できる組織であることが重要です。社員が成長の志を持てる環境を整え、意欲をともし続けることこそ、企業の未来を形づくる鍵です。現状、挑戦意欲を持つ人材不足も感じますが、まずは社内でインベーションを進め、内側から活力が湧く組織にすること。その土台の上に立って初めて、外部連携が新たな価値を生み、事業承継を含めた長期的な成長を支えていくと考えます。

経営者には「自然型」と「他燃型」がありますが、いずれも組織には不可欠です。商工会議所には、挑戦ののろしを上げる

「火付け役」として背中を押し、成功例を示していただきたい。その先に、仙台の未来を切り拓く連鎖が生まれると信じています。

高橋 私自身は勝手に動くタイプなので、受けたい支援については、あまり考えたことはありません。しかし、行政や商工会議所にしかできないこともあります。例えば情報、特に質の高い情報へのアクセスです。経産省や国交省、内閣府など省をまたぐ案件をつないでもらうことも必要です。

また、経営者の目線が合う関係性の構築も重要です。先日、「100億企業を目指す人たちの集まり」を開いたのですが、経営者の会社規模や立場が違っていると、それぞれの課題も異なるため、同じ話題にならないという経験をしました。大企業とこれから成長する企業では視点が違うのは当然です。だからこそ、目線が合う経営者同士が集まれるコミュニティづくりが必要なのです。これは売り上げ規模、従業員規模、年数などで分けても良いと思います。

阿部 観光分野では、1社単独での取り組みには限界があります。海外のお客さまにとって「仙台」や「東北」は、まだ一つのエリアとして認識されています。だからこそ行政や商工会議所には、地域の枠

を越えて連携できる場づくりを支援していただきたいです。

観光産業は交通・宿泊などのハードだけではなく、ガイドや地域住民のホスピタリティーといったソフト面まで含めた「地域の総合力」で成り立っています。そうした人材を育てる教育や研修の整備に関しても、行政に期待しています。弊社としても、地域の皆さんや若い経営者、商工会議所青年部のメンバーと協力しながら、東北の魅力を世界に伝える「地域発のストーリーブランディング」を進めたいと思っています。「1社ではなく、地域全体で稼ぐ」という視点を共有し、行政と民間が共に未来を描けたらうれしいです。

そして観光に欠かせないのは「心」のホスピタリティーです。ガイドや地域の皆さんのおもてなしがとても重要です。例えば、中国人のお客さまには、笑顔で「ニハオ」と声をかけるだけでも印象は大きく変わりますので、接遇を学ぶセミナーも、積極的につくっていただけたらと思っています。

仙台の持続的発展のための キーワードとは

橋浦 最後に、仙台が持続的発展をしていくためのキーワードを、その理由とともにお聞かせください。



今野印刷㈱ 代表取締役
橋浦 隆一 氏

仙台市生まれ。東北大学経済学部卒業後、第一生命経済研究所にてエコノミストを務め、1999年今野印刷㈱へ入社、翌年より代表取締役社長に就任。「仙台スタートアップエコシステム」施策検討委員会委員長や、2022年からは仙台商工会議所広報委員長も務める。

齋藤 仙台が持続的に発展するには、地域全体で価値を創出する発想への転換が必要です。多くの企業は「本業が忙しくて、それどころではない」とおっしゃるのですが、苦しいときこそ挑戦が必要です。技術も大切ですが、未来を動かすのは「人」です。仙台は企業間距離が近く、産学官連携の基盤もあり、暮らしやすい。こうした強みを生かし、企業×企業、企業×大学、企業×個人など、枠を超えたつながりが都市間競争の勝ち筋になると思います。

源や文化があっても、地域経済の循環につながらなければ持続しません。日本では「稼ぐ」ことへの抵抗が残っていますが、ポランテアでは若い世代が続きます。例えば、山形県河北町の伝統技法である「紅花染め」も、伝承者不足が大きな課題となっています。その理由の一つには、「生計を立てにくい」「稼げない」という現状があるのではないかと感じています。だからこそ、行政も含め、地域全体で新しい価値を共につくり出す「共創」が必要だと思っています。仙台は東北のハブとなる都市です。ここから共創の輪を広げていくことが、地域の未来を大きく動かしていく力になると考えています。

高橋 インベーションは、企業にとって未来を拓く挑戦です。ただ、その成果がどのように経営へ寄与しているかを数値で示すことは簡単ではなく、経済効果として明確に捉えられないケースもあります。結果として、社内ですべてに評価されず、継続の機会につながりにくい状況が生まれます。だからこそ、KPI（重要業績評価指標）最終目標に向かって、取り組みが効果を発揮しているかを数値で測るもの（）を設定する必要があります。インベーションの成果を数字として捉え、確実に改善につなげていくことで、初めて継続性と経済効果が生まれるのではないのでしょうか。

従って、キーワードは「上の世代を敬いつつ、若い世代が従来の経済界に参加して、オープンインベーションを仕掛けていくこと」。これは地域経済の継承にもつながるものだと思いますし、世代間ギャップを生まないような場をつくることは、商工会議所だからこそできる役割だと思っています。

橋浦 皆さんから、挑戦中の事業に関するお話や、仙台の未来創造に必要な考え方などをお伺いすることができました。本日はありがとうございました。

※本座談会は2025年11月12日に行われたものです。