

まちの経済

移出による成長と循環による発展

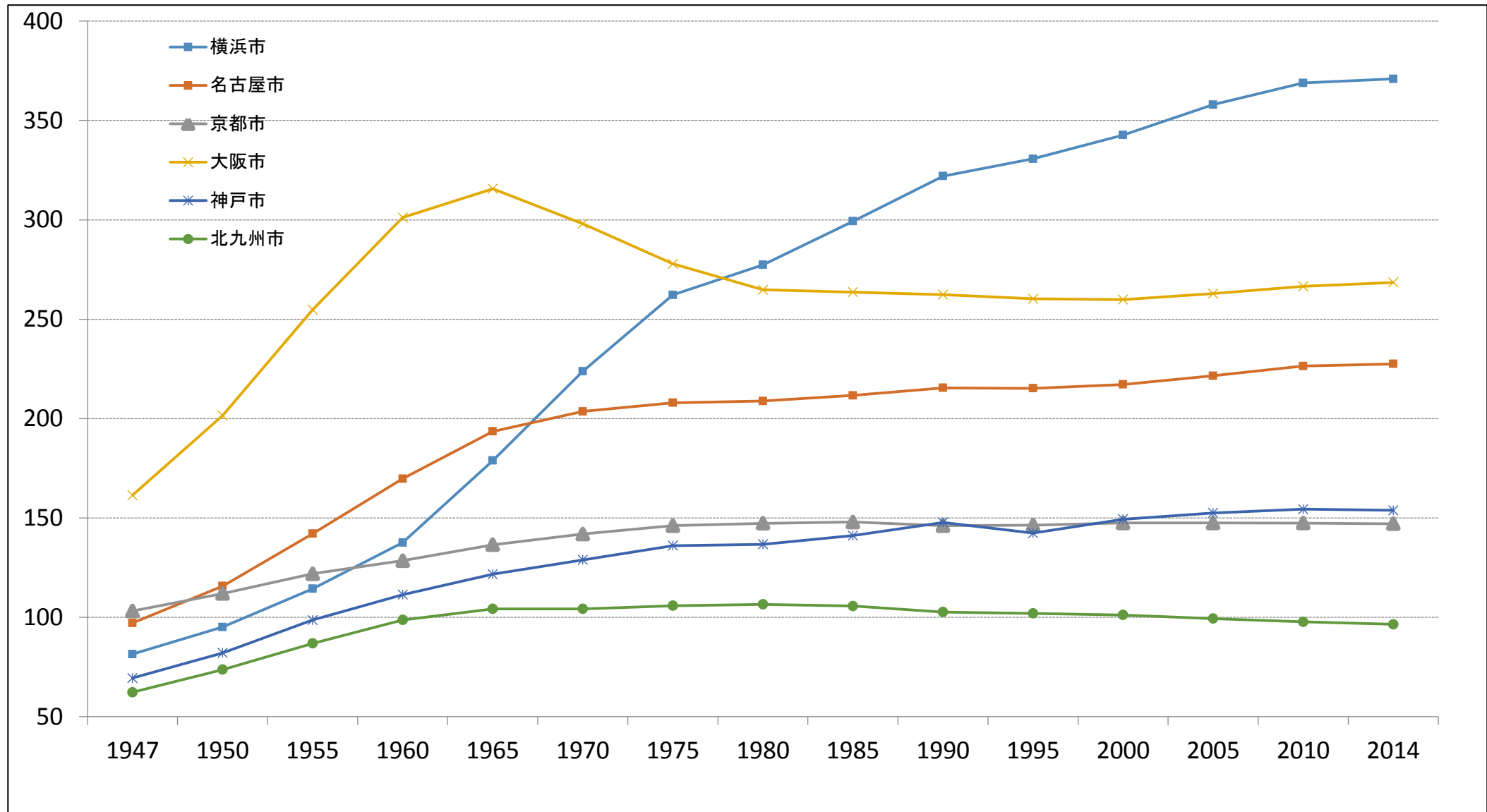
岡山大学大学院

中村良平

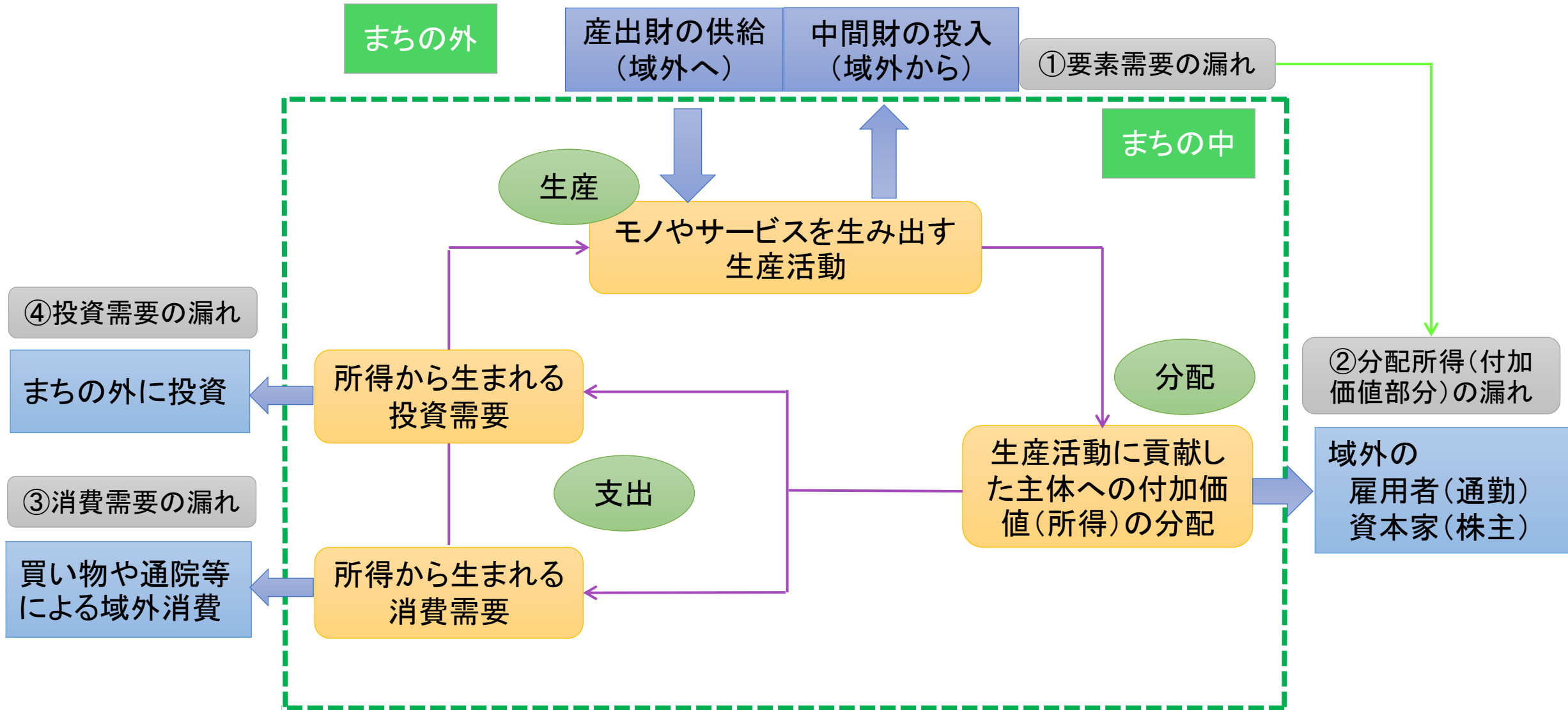
まちの「成長」と「発展」

- そとから稼いだお金は、直接まちのGDPに跳ね返る。
- これは、まちの経済が成長することを意味する。
- 稼ぐ力が増せば、雇用も増える。
- その稼いだお金がまちの中を循環すれば、所得を得る人が増える。
- これが、いわゆる経済波及効果である。
- これは、まちの発展につながる。
- 「発展」なき「成長」とは、稼いできたお金がまちの外に漏出していることで実質的豊かさが実感できない状況。
- そして人口は、まちの発展のバロメータとなる。

六大都市の人口推移



まちの経済 三面非等価



注) 公的部門のフローは描かれていない

← お金の流れ

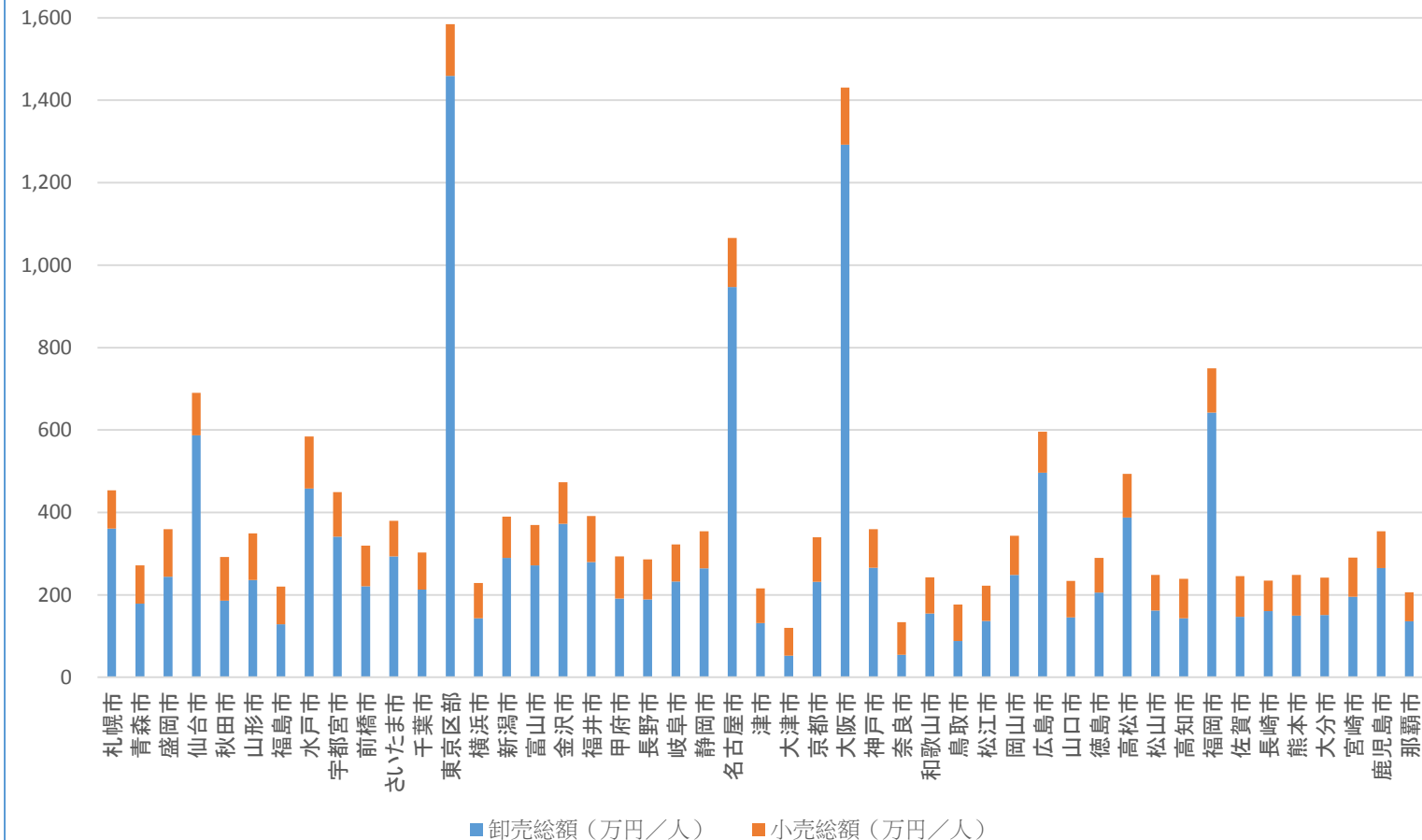
その背景には、実物経済以上にマネー（金融）の東京集中が

東京都の対全国シェアを見ると

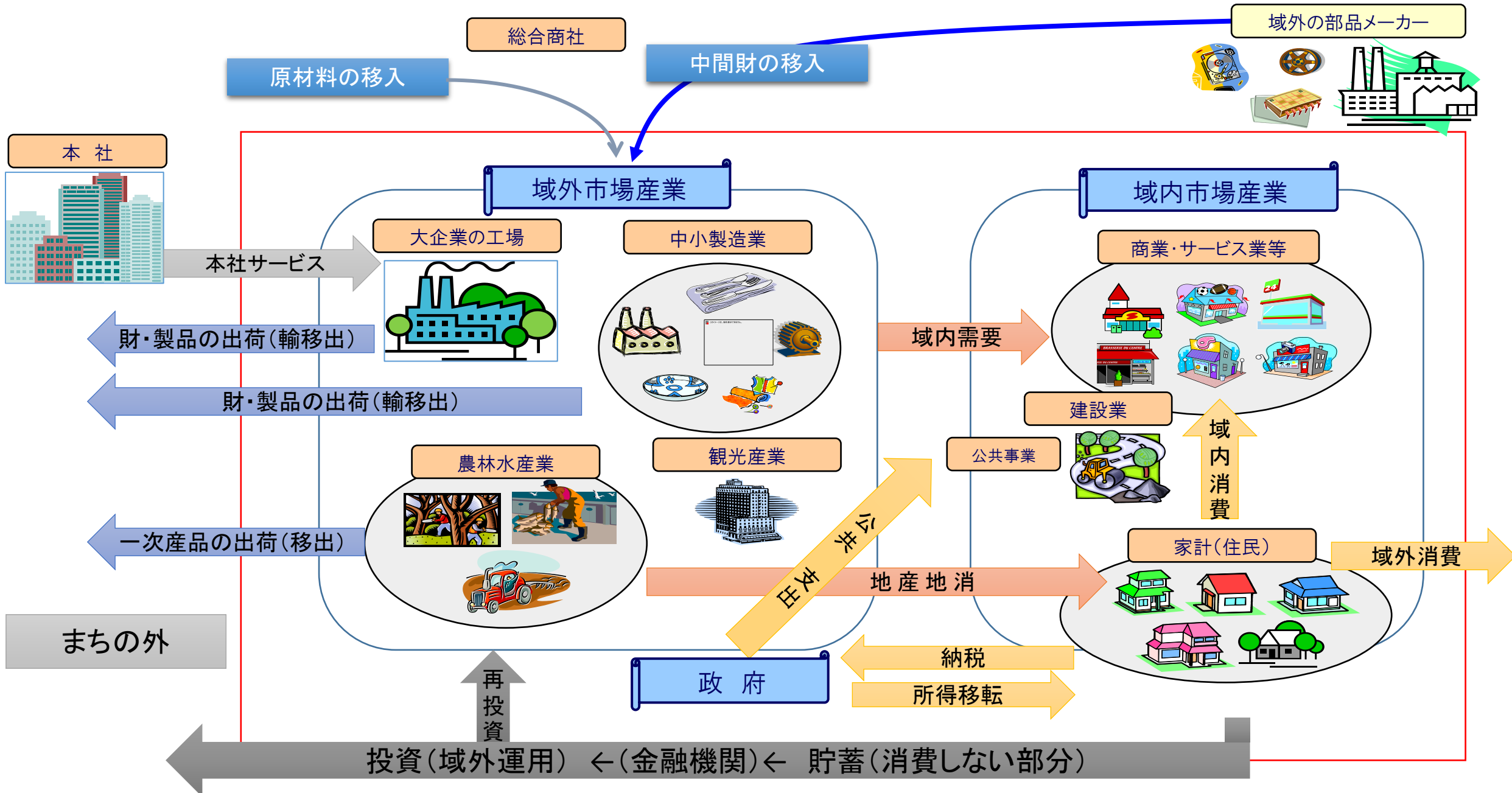
指標	東京都の割合	出典
昼間人口	12.2 %	国勢調査(2010年)
従業地就業者	13.7 %	国勢調査(2010年)
生産額	18.6 %	県民経済計算(2011年度)
法人企業所得	19.3 %	県民経済計算(2011年度)
製造品出荷額	2.9 %	工業統計表(2012年)
製造業産出額	4.6 %	県民経済計算(2011年度)
工業付加価値額	3.9 %	工業統計表(2012年)
製造業生産額	7.4 %	県民経済計算(2011年度)
小売販売額	13.4 %	商業統計表(1991年)
	13.1 %	商業統計表(2011年)
卸売販売額	34.7 %	商業統計表(1991年)
	39.3 %	商業統計表(2011年)
銀行預金額(国内銀行)	41.6 %	日本銀行(2013年度)
銀行貸出額(国内銀行)	30.3 %	日本銀行(2013年度)
従業員千人以上の会社	41.8 %	経済センサス(2012年)

注:従業員とは、常用雇用者のことを指している

2012年の商業統計調査で、全国の県庁所在都市における人口当たり卸売り販売額と小売り販売額を、北から順番に並べたグラフ。松山市は常住人口の割には高くない。高知市と同水準。



まちの経済の見方:まちの経済二分法



まちの産業二分法：生産面で産業を2つに分ける定義

・域外市場産業：基盤産業

域外を主たる販売市場とした産業で、移出産業といわれ、一般に農林漁業、鉱業、製造業、宿泊業、運輸業(特に水運)が該当するが、大都市では一部のサービス業も移出産業として成立している。所得の源泉となることから基盤産業とも定義される。

・域内市場産業：非基盤産業

域内を主たる販売市場としている産業で、建設業、小売業、対個人サービス、公共的サービス、公務、金融保険業(支店、営業所)、不動産業などが該当。上の基盤産業によって外貨が獲得され、そこから派生需要で生まれる産業であることから非基盤産業とも言われる。

[基盤産業就業者]が[非基盤産業就業者]を規定する



[非基盤産業就業者]は[基盤産業就業者]の一定割合



[産業全体の就業者]でまちの[人口]がきまる

人がいないと成立しない産業(人口集積が必要な産業) ⇒ 需要者が人(家計)、最終消費
対面で行うサービス業

人口に対してスケールメリットの働く業種

行政サービス、対個人サービス(郵便局、銀行支店、学校、理容店、小売店、飲食店、不動産業、病院)
事業所があれば成立する産業 ⇒ 需要者が企業、中間需要

対事業所サービス(保守点検サービス、弁当屋、司法書士や行政書士、会計事務所や法律事務所、広告業、情報処理サービス、輸送業)

しかし、そこには働く人がいる ⇒ 昼間人口の存在

これらは人や企業の存在があって成り立つ産業なので派生産業とも言われる

これとは対称的に人口集積や企業集積とはあまり関係なく立地できる業種 ⇒ 需要者はまちの外にいる
製造業における工場部門、場所(土地、山、海)を必要とする農業、林業、水産業、鉱業

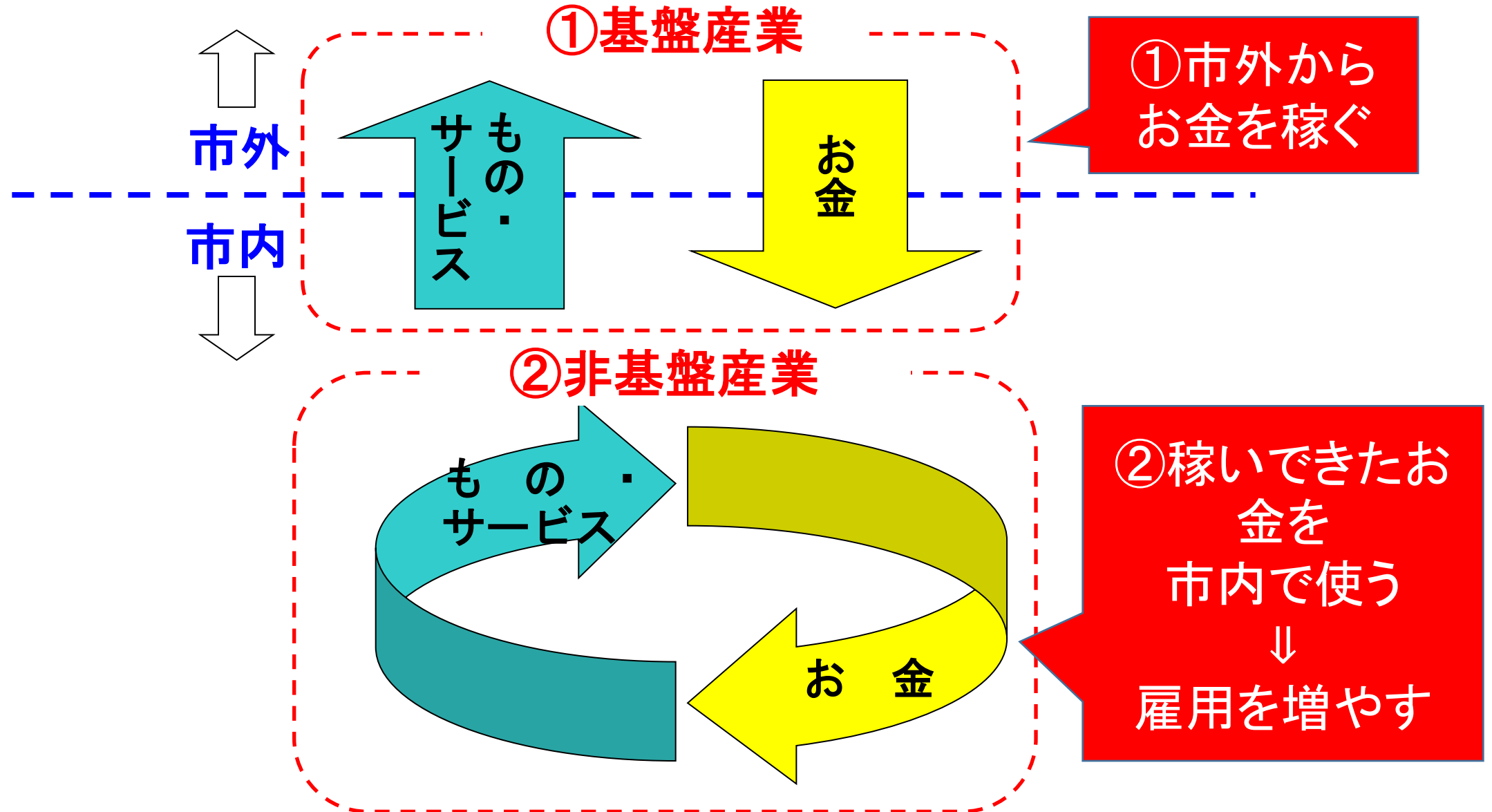
これらは自然や天然の条件(ストック)があって成り立つ産業なので自立産業とも言われる

もう1つ、サービス業でも対面でなくてもできるもの、つまり人口集積にとらわれないものもある。

情報通信技術や輸送技術の進歩で空間の克服も可能に

IT利用のサービス(ネット販売)、体現化可能なデザイン・アイデア、サービスをパッケージで伝搬
供給側が動かなくても需要者がやってくるというサービス(観光、視察ビジネス)

基盤産業と非基盤産業



稼ぐ力と雇用力

- 全国平均に比べて相対的に集積している産業は、まちの外に出荷、サービスしている
- 「稼ぐ力」のある産業<基盤部門>であると考ええる。
- これを、特化係数という概念で計数化。
- 雇用の割合が高い産業・業種は「雇用力」がある。

稼ぐ力と雇用力のチャート図から、産業のつながりを読み取る。
たとえば、米は飲料製造業に、飲料製造業はその卸売業に、……
林業は木材・木製品製造業や家具に、その卸に……

- 「稼ぐ力」のある産業が必ずしも雇用を吸収しているとは限らない。
- むしろ、ここから派生して生まれる産業で雇用が創出されている場合が多い。

- いまは「稼ぐ力」がないが、その潜在性のある産業を見出す必要がある。
- そのためには、異業種交流などで産業間の域内連関を強めることが肝要。

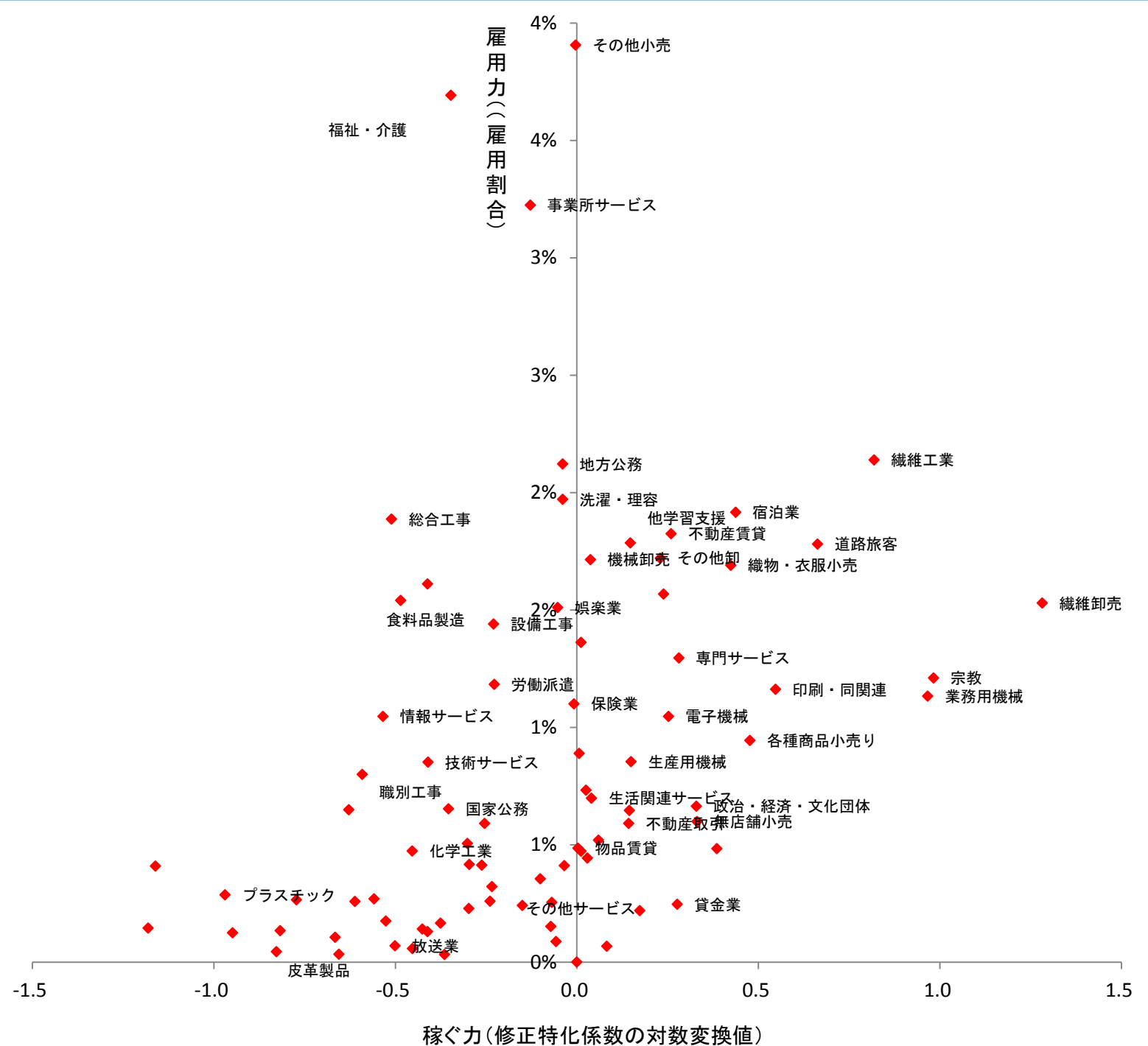
稼ぐ力と雇用力 京都市南区

原数値は、経済センサス活動調査(2012年)、一次産業と鉱業は国勢調査(2010年)、公営部門は経済センサス基本調査(2009年)からの、産業中分類別の市区町村従業者数。



稼ぐ力と雇用力 京都市全域

飲食店(1.38, 9.8%)
 医療業(1.17, 7.3%)
 飲食小売(1.25, 5.9%)
 学校教育(1.55, 5.6%)
 などは、グラフの外に位置している



エコノミック・ガーデニングによる地域力の向上

- 「エコノミック・ガーデニング」とは、地域の特性や資源を踏まえて地元企業の育成と長期的な安定成長を旨とする取り組みであり、企業誘致と対照的に地域の中小企業を育てるための環境づくりを「ガーデニング」に例えている。
- エコノミック・ガーデニングとは、「都市を庭にたとえれば、企業は樹木」というコンセプトで、地域という土壌を活かして地元企業を大切に育てることによって地域経済を活性化させる考え方。
- 1989年にアメリカのコロラド州リトルトンで生まれた施策。1990年から2005年までの新規雇用者数は1万4,907人から3万5,163人。増加率では135.3%。アメリカ全体の平均である21.4%の約6倍。雇用創出効果の高い施策であることが分かる。
- また、売上税の税収は1990年から2005年の間に3倍に増加。
- 企業誘致は雇用創出効果があるように見えるが、誘致した企業が生み出した利益が地元に分配される割合は低く、本社（多くは東京）に流れる割合が大きい。
- これに対して、地域の企業が生み出した利益は地域に還元される。特に小規模企業は、地域の経済や雇用を支える極めて重要な存在である。
- 中小企業庁はこれまでの中小企業政策を転換し、小規模企業振興基本法および小規模支援法とそれに基づく小規模企業振興基本計画を策定。

- ポイントを箇条書きにしてみると、次のようになる。
 - ①工場誘致より地元の企業、特にやる気のある成長志向企業に焦点(横並び主義からの決別)
 - ②長期的視点での産業振興予算の継続、担当者の継続性
 - ③企業間連携、産官学連携
 - ⇒ 製造業者だけでなく、農林水産業者から消費者までの真摯な交流
 - ④データベースの提供、情報分析、GIS活用、マーケティング
- どれをとっても地域産業振興にとって特段目新しいものではないが、1つ1つは地域振興にとって不可欠のもので、それらがエコノミック・ガーデニングという概念の中で一体的に実施されることにその価値があると言える。
- 産業連関構造の観点で言うと、①と③では、如何に産業を組み合わせるかが関連してくる。生産現場だけでなく、企画・開発・管理部門の誘致や地元中小・中堅企業との連携などが重要な要素。
- これによって工場から域外の本社へのマネーの流出を押さえることができ、まちの産業連関を稠密にすることにつながる。
- また、④のところに地域産業連関表の活用が加われば、よりパワフルになる。

異業種交流のあり方

- これまでは、製造業の中での異業種交流が多かった。
- 京都には「試作ネット」という成功例がある。
- これからは、農林業(川上)からサービス業(川下)まですべての分野(加えて消費者)での異業種交流がイノベーションにつながる。
- 本気で、ニーズとシーズの出会いを試みる。

<これによって>

- いままで外から資源を購入し、それを使って作ったものを外に売りだしていた。
- 移入代替を考えると、これまでまちの外に依存していたものを、まちの中で賄う。
- 差別化財を生み出すことで、競争優位の位置に移動。
- すると、新しい仕事がこれまでの仕事に加わる。