地域経済を救うエコノミックガーデニング

拓殖大学政経学部教授
山 本 尚 史

この発表のねらい

1. 地域経済に関する危機感を共有する
2. エコノミックガーデニングについて説明する
3. 地域力向上の仕組みを考察する

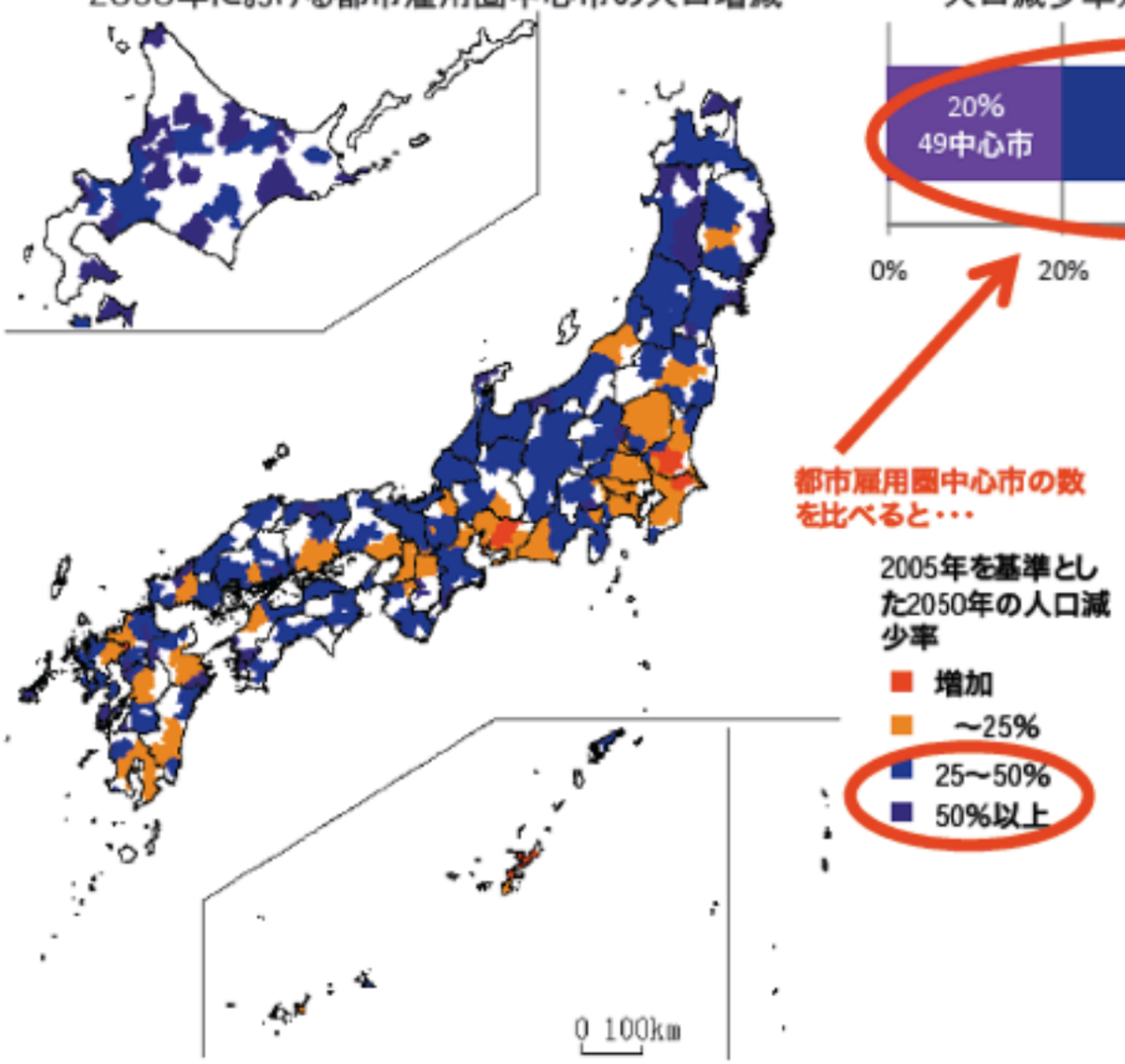
ゾッとする未来

都市圏レベルでみても、多くの圏域で人口が大きく減少

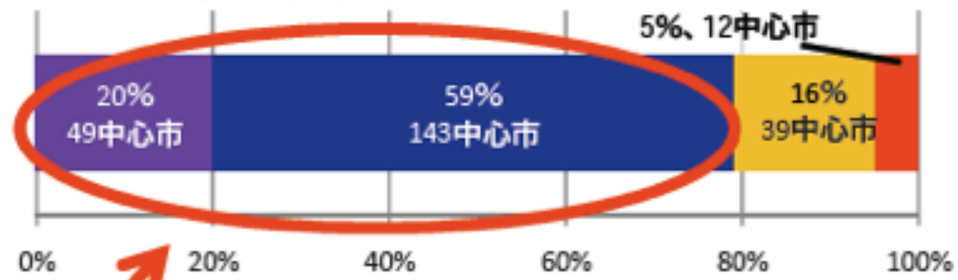
国土交通省

○≪都市雇用圏の中心市≫単位でみると、全国的な人口減少率（約25.5%）を上回って人口が減少する中心市が約8割を占め、このうち約2割は半分以下の人口になる。　注）「都市雇用圏」は中心市とその通勤圏からなる圏域

2050年における都市雇用圏中心市の人口増減



人口減少率別の都市雇用圏中心市の割合



都市圏設定基準	都市雇用圏（Urban Employment Area）（243地域）
区分	大都市雇用圏：中心市町村のDID人口が5万以上 小都市雇用圏：中心市町村のDID人口が1万以上5万未満
都市圏	DID人口が1万以上の市町村を含む。
中心都市	以下の条件のいずれかを満たす市町村を中心都市とする。複数存在する場合には、それらの集合を中心とする。 (1)DID人口が1万以上の市町村で、他都市の郊外でない。 (2)郊外市町村の条件を満たすが、(a)従業常住人口比が1以上で、(b)DID人口が中心市町村の3分の1以上か、あるいは10万以上である。
郊外	中心都市への通勤率が(a)10%以上のものを（次）郊外市町村とし、(b)郊外市町村への通勤率が10%を超え、しかも通勤率がそれ以上の他の市町村が存在しない場合には、その市町村を2次以下の郊外市町村とする。 ただし、(1)相互に通勤率が10%以上である市町村ペアの場合には、通勤率が大きい方を小さい方の郊外とする。(2)中心都市が複数の市町村から構成される場合には、それらの市町村全体への通勤率が10%以上の市町村を郊外とする。(3)通勤率が10%を超える中心都市が2つ以上存在する場合には、通勤率が最大の中心都市の郊外とする。(4)中心都市及び郊外市町村への通勤率がそれぞれ10%を超える場合には、最大の通勤率のものの郊外とする。

（出典）総務省「国勢調査報告」、国土交通省国土計画局推計値（市町村別将来人口）をもとに、同局作成

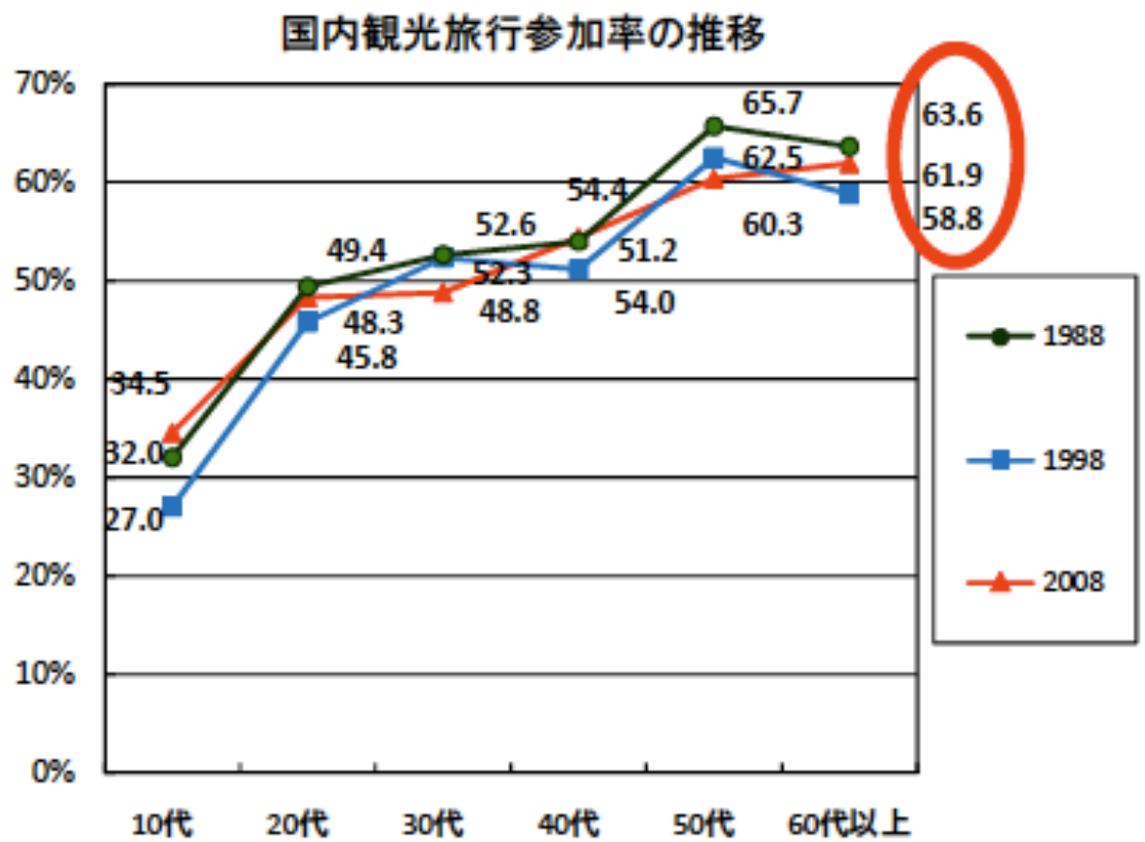
⇒従前の都市的サービスの提供が困難になる都市圏が生ずるおそれ。隣接都市圏と連携していくこととなる可能性も。起こりうる問題や現象をさらに整理していく必要。

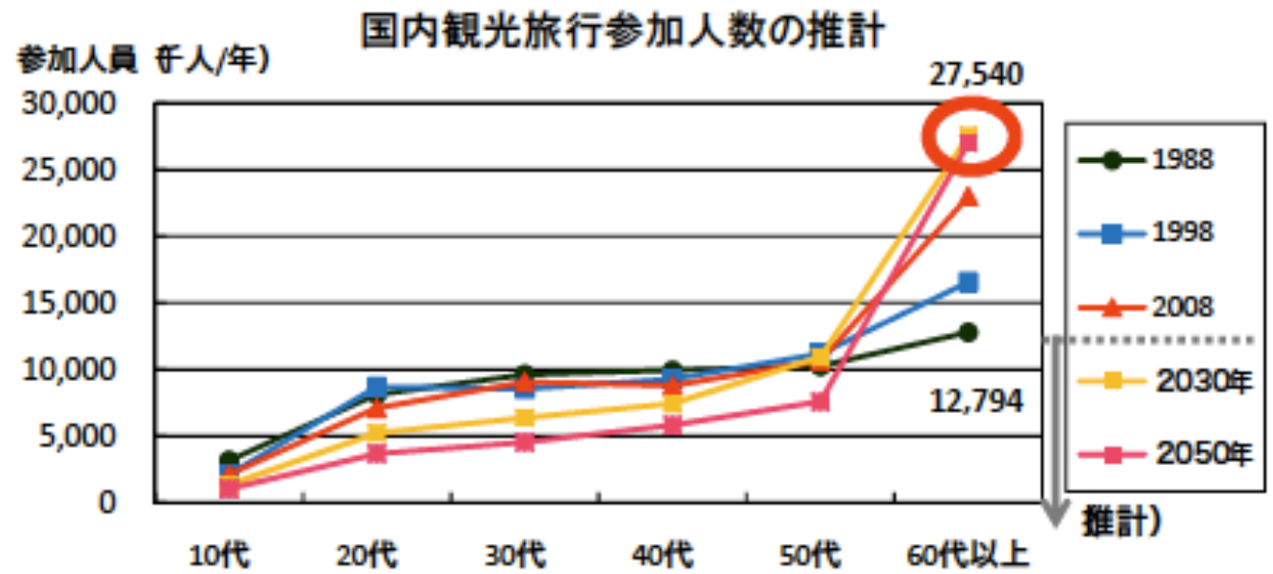
国土交通省国土計画局「国土の長期展望に向けた検討の方向性について」（平成22年12月17日）

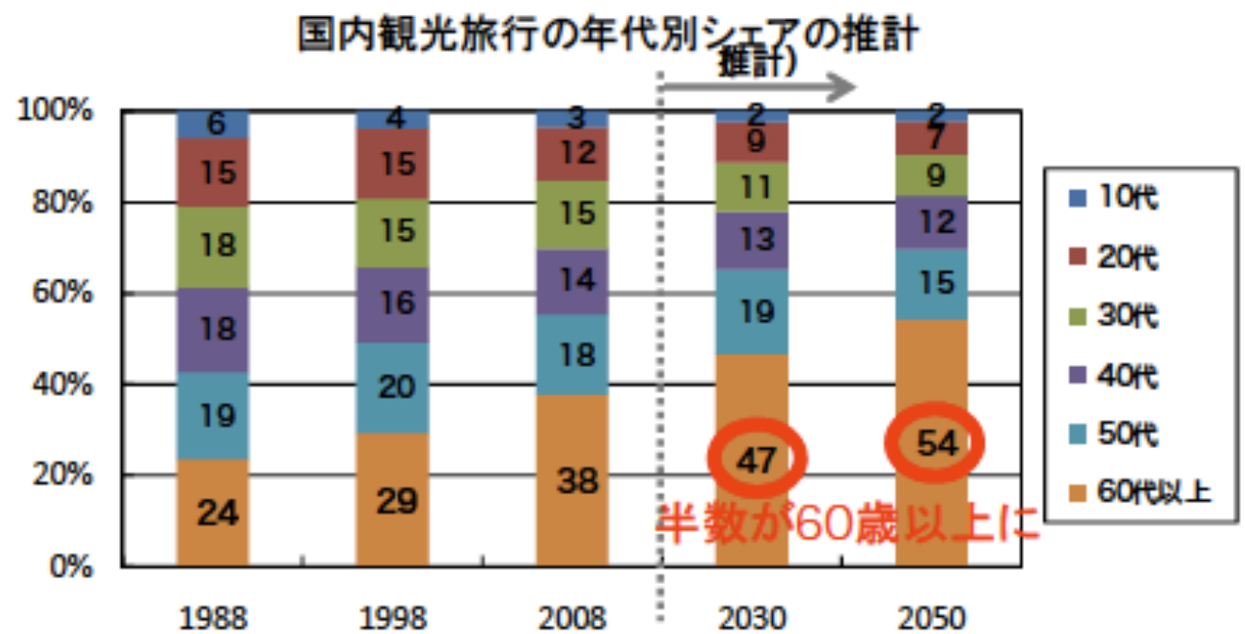
国内観光旅客の半数は高齢者に

国土交通省

○将来の高齢化を踏まえると、2050年には国内観光旅客の概ね半数が60歳以上となると予測される。







出典)国土交通白書(国土交通省)、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成18年12月推計）」における出生中位（死亡中位）推計をもとに、国土交通省国土計画局推計

注)国内観光旅行参加率　国内観光旅行を1年間に1回以上おこなった人の割合

国内観光旅行参加人数　国内観光旅行を1年間に1回以上おこなった人数。参加率に15歳以上の世代別人口を掛け合わせて推計。2030年及び2050年の参加人数については、過去20年間(1998～2008)の国内観光旅行参加率の平均値に、国土交通省国土計画局で推計した2030年及び2050年の15歳以上の世代別人口を掛け合わせて推計

⇒国内観光旅客の高齢者割合が半数を占める可能性があり、国内観光旅行について、高齢者の需要増加を考慮したソフト、ハード一体の取組が必要。

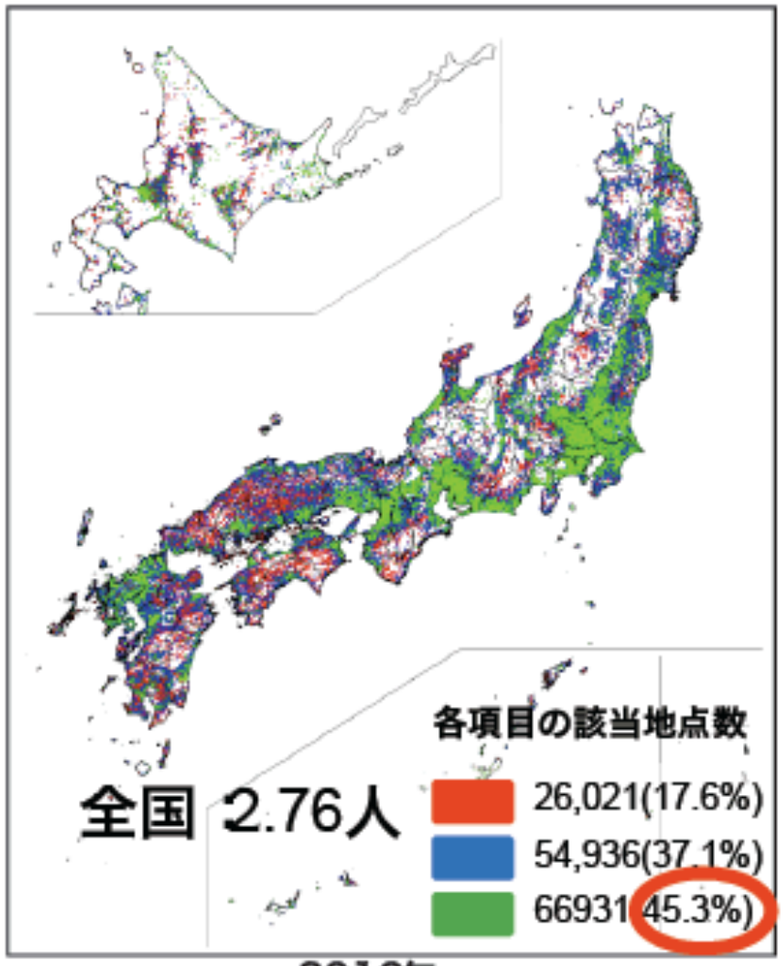
人口が疎になる中、国土の大部分で地域扶助力が低下

国土交通省

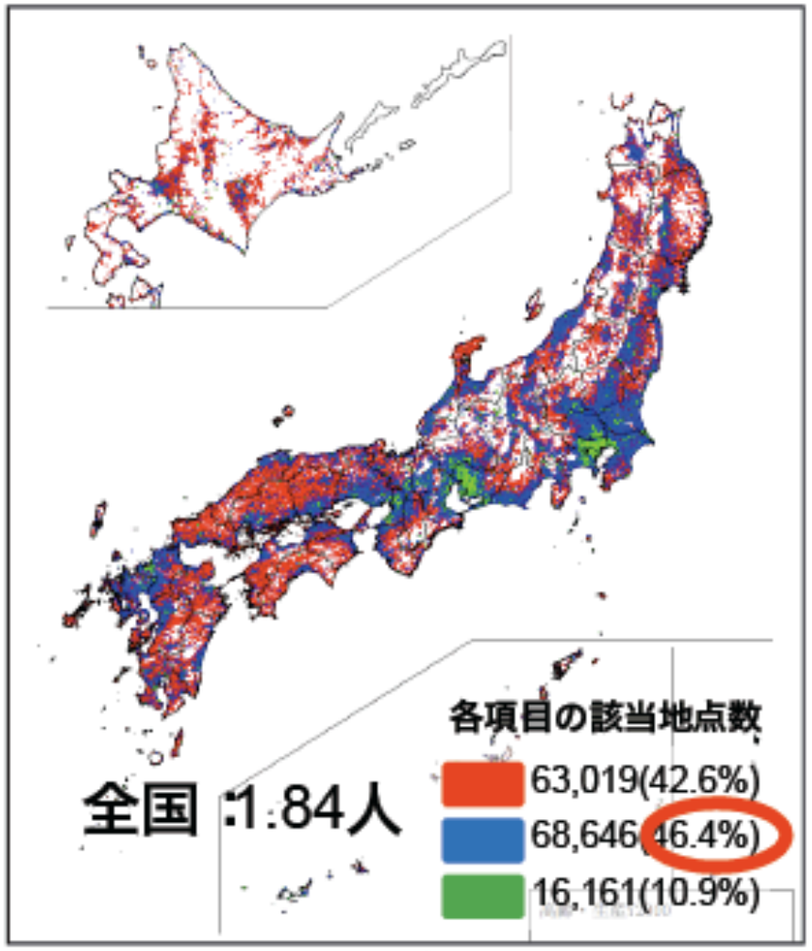
○国土の大部分で人口が疎になる中、≪高齢者1人あたりの生産年齢人口≫は、ほとんどの地点において2人を下回る。

「高齢者(65歳以上)」1人あたりの「生産年齢(15～64歳)人口」の変化

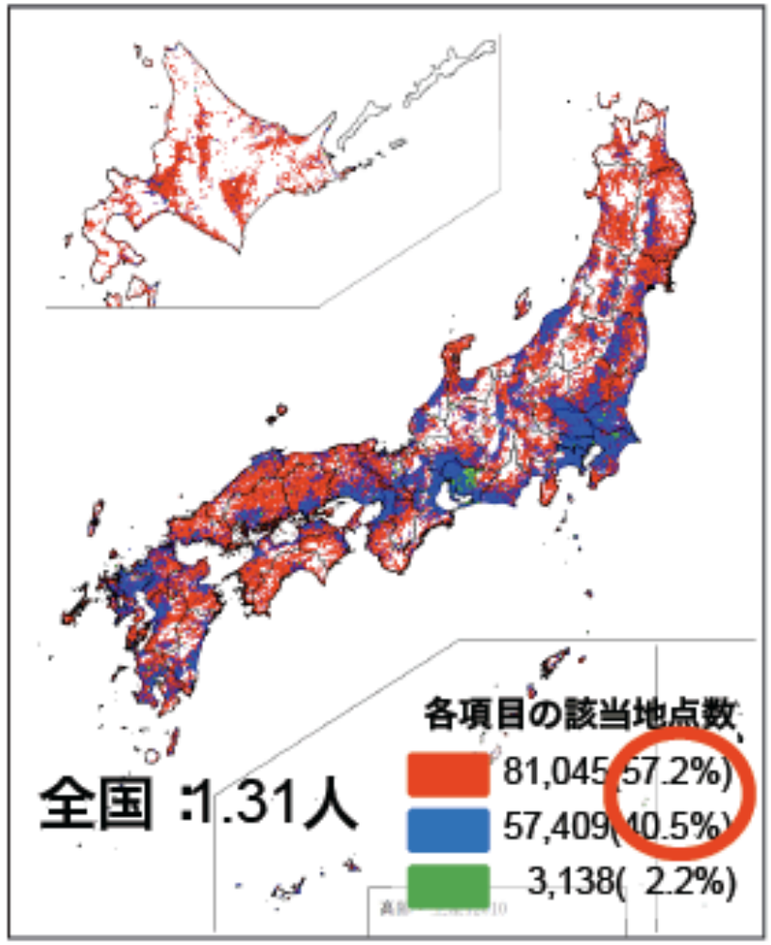
0～1　1～2　2以上　単位：人/人km^2



2010年



2030年



2050年

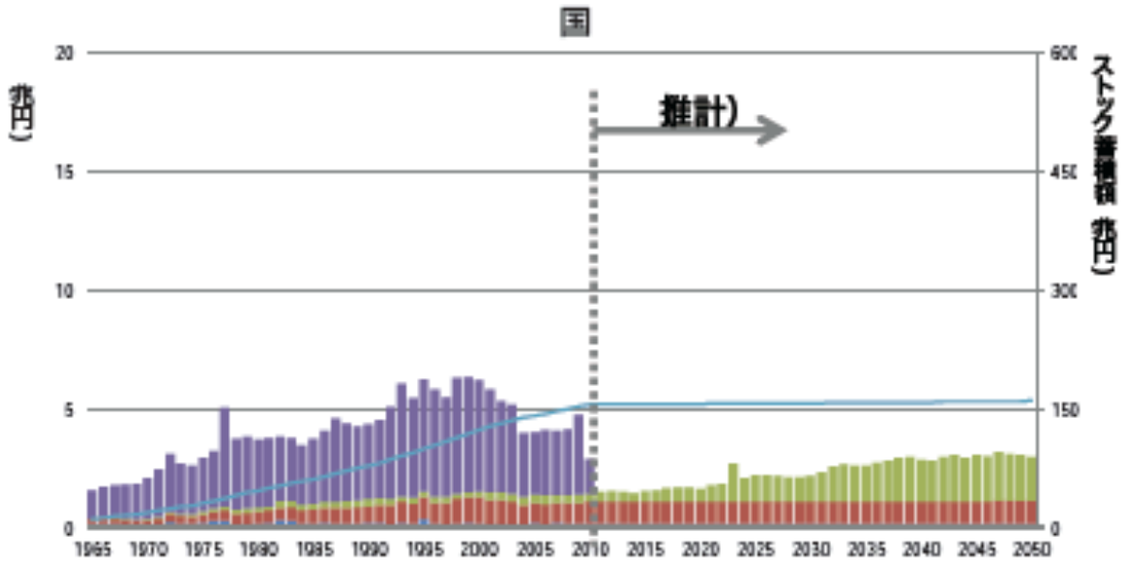
（出典）総務省「国勢調査報告」、国土交通省国土計画局推計値（メッシュ別将来人口）をもとに、同局作成

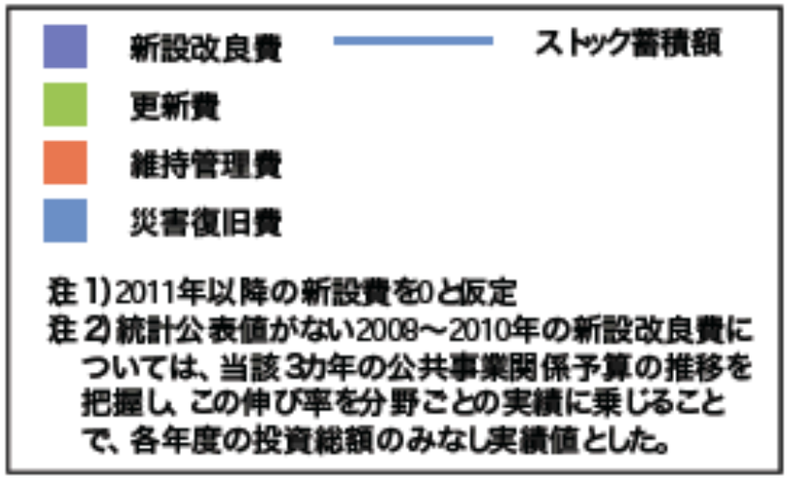
⇒地域の扶助力が極端に落ちた場合、行政への依存が増大するのではないか。例えば、災害時に、地域内の相互扶助が発揮されず、行政の負担が増大するなど、生じうる現象を整理していく必要。

特に市町村事業の維持管理・更新費の増加が顕著

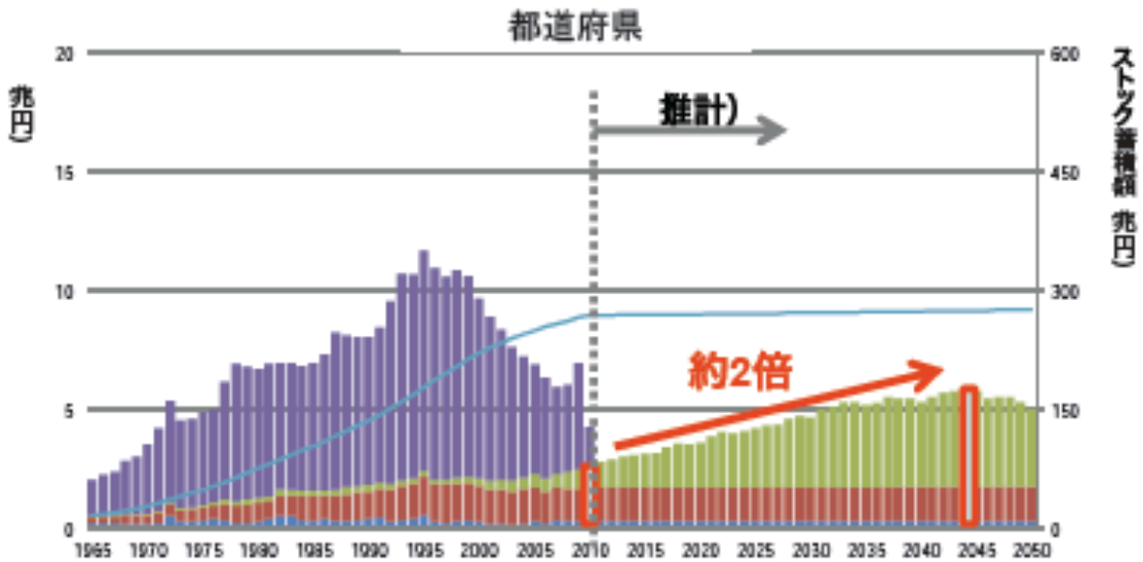
国土交通省

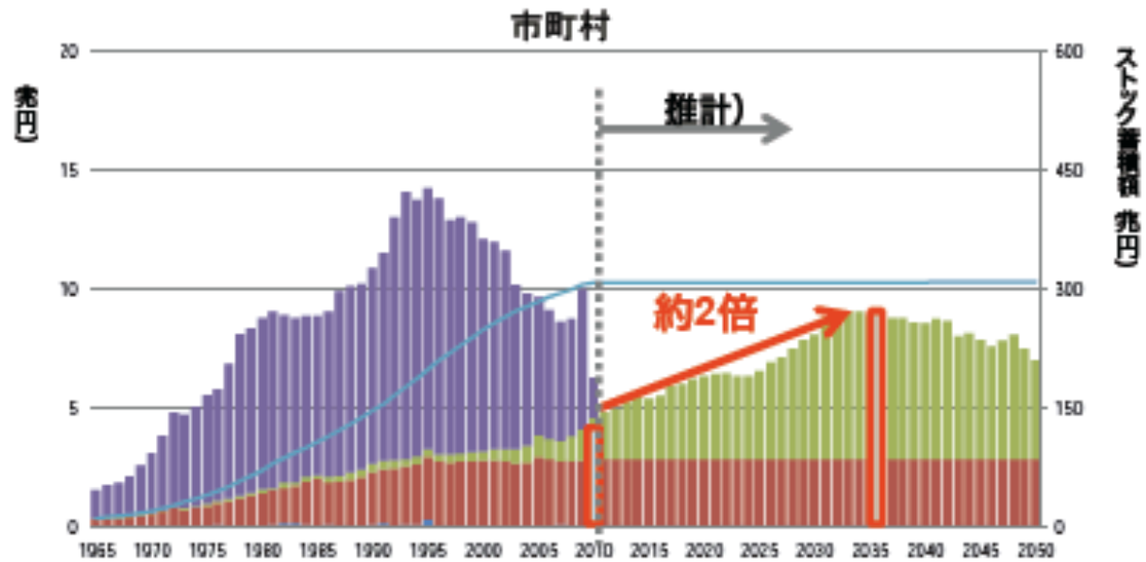
○事業主体別では、国と比較し、都道府県、市町村の事業の維持管理・更新費が大きい。
○2030年頃で比較すると都道府県、市町村ともに維持管理・更新費は現在の約2倍となると予測される。





注1)2011年以降の新設費を0と仮定
注2)統計公表値がない2008～2010年の新設改良費については、当該3カ年の公共事業関係予算の推移を把握し、この伸び率を分野ごとの実績に乗じることで、各年度の投資総額のみなし実績値とした。



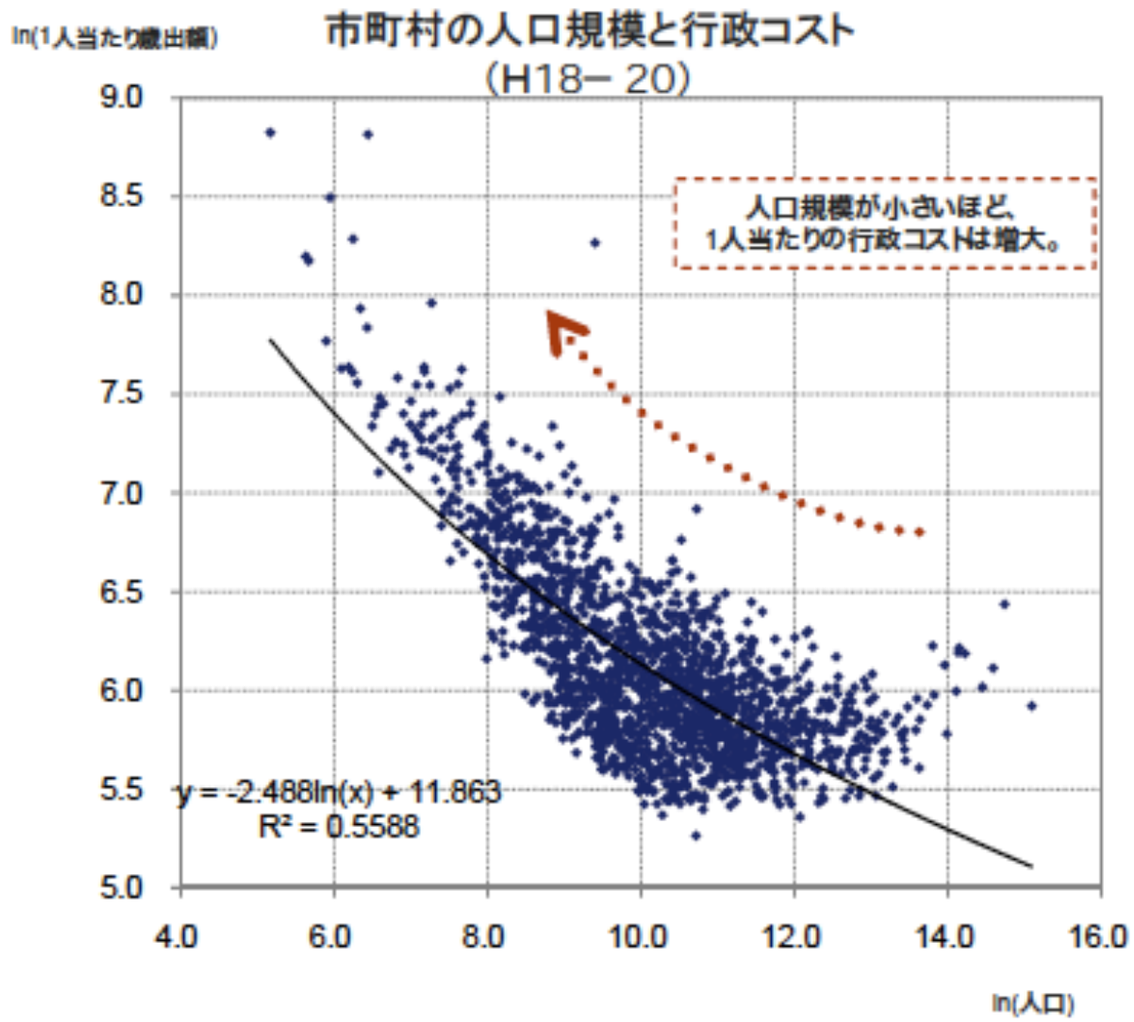


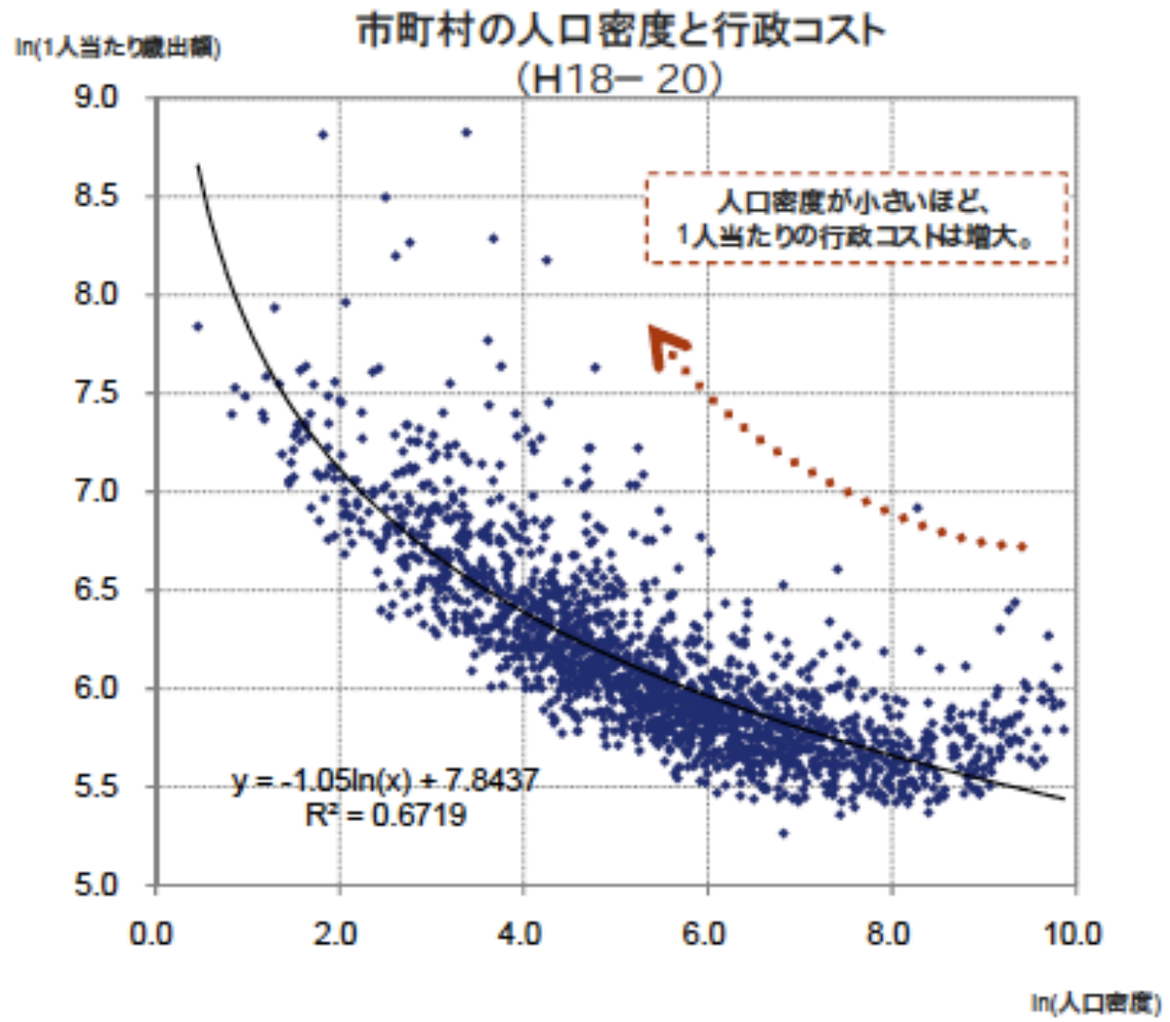
⇒財政基盤の弱い市町村事業の需要が大きく、費用の確保、効率的な維持管理・更新など考え方の整理が必要。

人口規模・密度が低下すると行政コストが増加

国土交通省

○人口規模や人口密度の低下は、1人当たりの行政コストを上昇させる。





出典）総務省 平成18年～20年市町村別決算状況調」をもとに、国土交通省国土計画局作成
注）平成18～20年の3年の平均値をもとに算出

⇒人口規模 密度が低下する市町村が増加する2050年には、行政サービスの維持が困難になる市町村が増加する懸念。1万人未満の都市の数が増加し、より大規模な都市の数は減少。

人口減少時代に生きる

✦ありえなくなること

- 何でもあって便利な地方都市

✦「多少不便だが誇りを持って住める」都市へ

- 人々の誇りや幸福につながる価値とは何か？
- その価値を発信すると、それに共鳴する人々が集まる
- 他の地域に貢献することができる

✦地域に住む人々の生活を確保する

地域主体で新しい未来を

- 地域の資本・資源を活用
  - 民間資本、公共資本、人的資源、天然資源、社会関係資本
- 効率（市場原理）＋ レジリアンス（社会原理）
- 地元企業の経済的・社会的貢献
- 効果のある地域経済活性化政策へ

Greenwood and Holt, *Local Economic Development in the 21st Century* (2010)をもとにした

『市町村の産業振興策が成功するための10のポイント』

（中小企業庁　平成14年3月）

1. 産業振興の必要性を理解し、独自**戦略**・**ビジョン**を明確化する。
2. **首長**自らが産業振興の実行に際して強い**リーダーシップ**を発揮する。
3. **キーパーソン**を発掘・育成し、その精力的な活動をバックアップする。
4. 自治体内部の関係部署の横断的な**連携**を強化する。
5. **個別企業**を対象とした重点的な事業支援を基本とする。
6. **ハードインフラ**の整備には、**ソフト重視**の運営体制をペアで整備する。
7. 国、都道府県の中小企業支援策、産業支援体制との**連携**を強化する。
8. 地域内外の**産学公民**による「**顔の見える**」**連携**・ネットワークを強化する。
9. 世代を超えた**コアグループ**を形成し、産業振興策を**継承**する。
10. 産業振興のための財政措置と**財源の確保**に力を入れる。

「良好な」ビジネス環境とは？

- 米国：
  - 低コストの労働力や土地ではない
  - 「進取の精神ある取り組み」を支える生態系

- 東毛地域（松島茂の研究から）：
  - 企業ネットワークによる「頑健な」地域
  - 産業構造の多様性（異なった加工機能をもつ様々な企業の集積）
  - 要素技術を担う、進取の精神に富む企業家の活動

エコノミックガーデニング

「企業家精神あふれる地元の中小企業が活躍できるビジネス環境を創出する」

1. 情報力の向上
   - ビジネス情報を分析して経営者に提供
   - 企業の情報発信力を強化
2. インフラ整備
   - いろいろな住民に住みやすく
   - 企業の生産性向上に貢献する
3. 顔の見える地域内連携
   - ビジネス戦略判断に資する

日本での先進的事例

準備中

- 藤枝市　　日本での本格的な実施は藤枝市が最初

研究中

- 京都府　　中小企業総合応援プラン
- 鳴門市、足利市、桐生市など

類似事例

- 秩父市　　FIND Chichibu との連携
- 八王子市　サイバーシルクロード
- 岡谷市　　工業振興課が大学と組んで地元企業を支援
- さいたま市　　テクニカルブランド企業認証事業
- 札幌市　　先進的なGISサービス

何が新しいのか？

「中小企業政策」と「地域力政策」の融合

★地域と企業のレジリアンスを高める。

- 地元企業の長寿と繁栄により「望ましい未来」に

★長期的かつ地域内連携で取り組む。

★ビジネス環境を整備する。

- 企業間ネットワークとビジネス交流を促進する
- やる気のある中小企業が栄えるように

地域内連携（産学公民金）の工夫

- 「今ここにいる人材」の情報を共有
  - 技術やアイディアを持つ人材
  - 内外をつなぐキーパーソン

- 地元企業群を大切にする
  - 臥龍企業？　老舗候補？
  - ニーズを踏まえスピーディに対応
  - 事業承継・第二創業・企業内起業を支援

- 人選と予算
  - リーダーとメンバーの任期を長く
  - 情熱、相性、技能
  - 十分な旅費と情報収集費を予算化

地域の人々

産	実業	経営者　農家　消費者
学	知恵	教員　生徒　学生　芸術家　研究者
公	品格	首長　議員　行政
民	慈愛	市民団体　ジャーナリスト
金	信頼	金融機関　税理士　会計士

エコノミックガーデニングのツール

1. 企業の情報力強化
   - 企業に必要な分析結果と提言
   - 正確な情報を、影響力ある人に、効果的なメディアで

2. 地理情報システム（GIS）

3. インターネット・マーケティング
   - 検索エンジン最適化
   - 検索エンジンマーケティング

4. ソーシャルメディア
   - 会話の「場」をつくる

ツール（1）：企業の情報力強化

- 市場情報の提供
  - 新聞雑誌記事データベース、 業界紙（誌）
  - 図書館の積極的な活用
  - 補助金などの支援施策さがし
  - 影響力ある人をセミナー講師に
- 情報発信の支援
  - テレビ、印刷メディア、インターネット
  - 優れた技術開発企業の認証
  - 先進地域や企業への売り込み

情報発信の方法

- 面談
- セミナー
- イベント
- ブース出展
- 講師
- パンフレット
- 会報誌
- チラシ
- 事業報告書
- 新聞寄稿
- マスコミ活用
- メール
- メルマガ
- メーリングリスト
- 自治体や、NPOセンター等のHP
- ホームページ
- ブログ
- ツイッター
- YouTube
- Ustream
- Facebook

✓ 発信の目的、情報の内容、対象者によって、手段を使い分ける。
✓ 同じ素材を使い回して、いろいろな手段で発信する。

日本財団　山田泰久氏　作成資料より

ツール（２）：ＧＩＳ

- 統計データを地図上に表示
  - 人口動態、家計収入と支出
  - 消費者のライフスタイル
- 商圏分析
- 店舗立地計画
- 営業活動

GIS サービスの例（札幌市）

みなさまの商圏分析をお手伝いいたします。

商圏分析システム **出店くん**（しゅってん）

『新しくお店を出したい』
『お客が多く見込める有望なエリアはどこだろうか？』
『出店予定地周辺の地域特性を知りたいのだが…』
『同業者はどこに出店しているのだろうか？』

「広告を出す前の効果を見極めたい」

『出店くん』がお手伝いいたします

インターネットからもお申し込みができます。

札幌中小企業支援センターでは、GIS（地理情報システム）を活用した商圏分析システム「出店くん」による商圏情報の提供を行っております。
「出店くん」ではGIS（地図情報システム）を活用し、札幌市内の商圏を示す地図上に、競合店の出店状況や年齢別・性別、人口、世帯規模など札幌市の地域特性を重ねて表示・分析し、商圏情報の提供を行っております。検索対象業種は2,640業種で登録店舗数は127,000店となっており、きめ細かな情報提供が可能です。さらにインターネットでもお申込やメールでのデータ受け渡しにも対応し、より充実した幅広いご利用が可能です。中小企業者の方々の新規出店や販売戦略、既存店の競争環境の把握にお役立てください。

立地評価に

立地評価の基本となる商圏評価に「出店くん」をご活用いただけます。

1 商圏評価　人がたくさんいるか。
2 動線評価　店に行きやすいか。
3 地点評価　目にとまりやすくて、入りやすいか。

事前調査に

出店候補地周辺の商圏を事前に分析・評価

他店の位置を把握して現地調査へ

地域特性を電子地図と統計データで把握

『出店くん』による分析例

GIS（地理情報システム）出店くんを利用した分析事例のご紹介です。

Excelレポート出力でマーケットの基礎データを把握する！

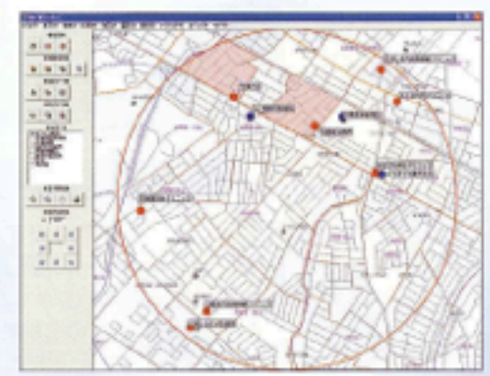
●Excelレポート出力では、指定した地域の人口特性や、世帯特性、昼・夜間人口、事業所統計などを、Excel形式のレポートとして出力します。

●出店・開業地の選定や、広告効果の予測など様々に活用できます。

他店舗の出店状況を知る！

●競合や逆に顧客を引き込む要素となる同業者の店舗の位置を把握することができます。
例えば、右地図のエリアに病院を開業したいと考えている場合、エリア内の人口分布と、既に開業されている病院の位置情報を知ることで、より効果的な場所に開業が可能となります。
右図内の赤と青のポイントが、他病院の位置を、地図の色は人口総数（色が濃い程人口が多い）を表しています。

●業種ごとの店舗分布状況
2,640業種／店舗データ 約120,000件から調べることができます。



商圏1000mに設定

商圏内の人口を集計して地域特性を知る！

●出店候補地を中心に、500m、1kmなど任意に想定する商圏を設定します。

●商圏内にターゲット層がどのくらい存在するのか、集計することができます。
例）年齢別人口、昼夜間人口、世帯数、飼い犬の分布など

●商圏内の人口等の集計はその商圏の特性把握にも役立ちます。

【地域特性】
・夜間人口 ・昼間人口 ・年齢別人口
・商圏内の人口特性 ・商圏内の世帯特性
・商圏内の商業特性 など

ツール（３）：インターネットマーケティング

- 検索エンジン最適化（SEO）
  - 自社のウェブサイトを「見られている」ようにする
- 検索エンジンマーケティング（SEM）
  - ソーシャルメディアに道を譲りつつある・・

ツール（４）：ソーシャルメディア対応

ソーシャルメディアが新しい社会をつくる

- Twitter Facebook YouTube Ustream FourSquare
  ツイッター　フェースブック　ユーチューブ　ユーストリーム　フォースクエア

双方向の情報流通　→　情報が四方八方から

- 送り手は「会話」をコントロールできない
- 利用者による評価（クチコミ）が決定的

<u>会話の「場」を主催できるか？</u>

今後の展開の可能性

1. 経営者と支援機関とのより積極的な交流

2. ビジネス環境改善のための条例

3. ローカル・キッザニア

・小学生が地元企業を再認識する、システマチックな職業体験

4. 地域内連携によるＥＧ実施

地域内連携でEGを実践するには

- 参加型アプローチを推奨
  - 広範囲の合意形成
- スピードある対応ができるように
  - トップ直属の機関が必要になる
- 事業推進母体の機能

  (1) 分析

  (2) 企画／実施

  (3) モニタリング

  (4) 評価

EG推進母体のイメージ

地域経済賑耕

ご質問などを歓迎します

ytakashi@ner.takushoku-u.ac.jp
tandy@kfa.biglobe.ne.jp

@YamamotoEG

http://www.economic-gardeners.jp