

経済産業省の地域政策における エリア概念について

～経済産業省～

1. 地域活性化策の検討の方向性

1. 「都市雇用圏」の考え方

- 地域の経済活動は、単独の市町村の中で完結しておらず、例えば、中心市に周辺市町村の住民が通勤したり、大型スーパーに周辺市町村の住民が買い物に行くなど、複数の隣接する市町村が一体となつて一つの経済圏を構成している。
- 「都市雇用圏」は、そのような経済圏の産業構造分析の単位であり、その大きさは500万人以上の3大都市圏から10万人未満の地方圏まで様々。

2. 産業構造と地理的広がり

- また、地域の雇用を支える産業は、自動車産業のようなグローバルな取引や広域なネットワークで支えられているもの(グローバル産業)や、商業小売や公共交通機関のようにローカルな商圈により支えられているもの(ローカル産業)など、産業毎に取引関係の地理的広がりも異なる。

3. 今後の地域活性化策の検討の方向性

- このため、それぞれの経済圏の活性化のためには、人口の大小のみならず、
 - ①地域特性(自然環境、歴史等)、
 - ②産業構造など、各地域が自らの特性を踏まえて、それに適したメニューを選択していくことが重要。

2. これまでの産業振興施策

○「産業の特性」に応じて、その取引やネットワークの地理的広がり異なる。
このため、それぞれの産業の特性に応じて、これまで産業政策を講じてきたところ。

例えば、

「**中心市街地**」は、中心市及びその近隣市町村における「**商圈**」の範囲

→ 中心市街地活性化施策(平成10年～)

「**繊維業**」では、生産における連携の範囲は「**近隣県**」(小型トラックで運べる)の範囲

→ 産業クラスター計画(平成19年～)

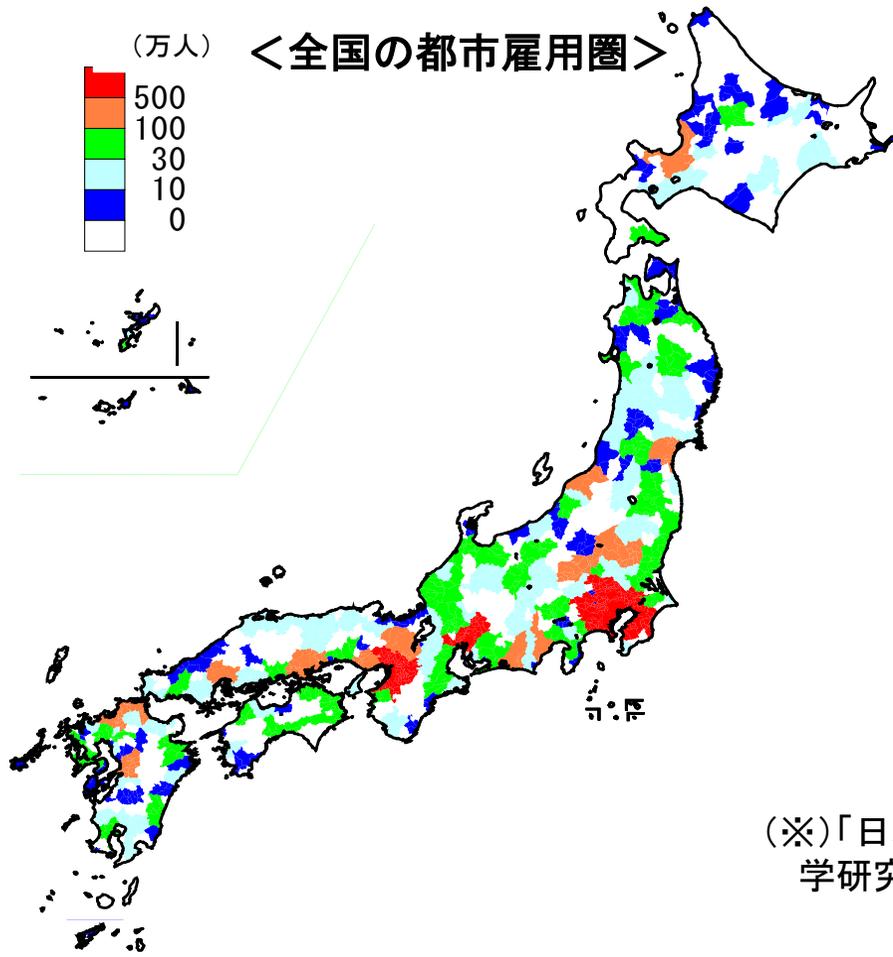
「**自動車産業**」では、主力工場を中心とした近隣県の範囲を基本とし、小型部品は「**全国大**」

→ 産業クラスター計画の他、企業立地補助金、ものづくり補助金等の全国大の施策

 今後とも、「産業の特性」に応じた施策を講じるが、各自治体は、地域の産業構造を把握した上で、地域の特性に応じた施策を選択。

3. 「都市雇用圏」の分析

- 地域の経済は、単独の市町村の中で完結しておらず、例えば、中心市に周辺市町村の住民が通勤するなど、複数の隣接する市町村が一体となって、経済活動を行っている実態がある。
- 経済産業省は、日本の「稼ぐ力」創出研究会(本年4月開始)において、経済活動を分析するための単位の一つとして、2002年に東京大学の金本良嗣教授と同志社大学の徳岡一幸教授によって提唱された「都市雇用圏」(※)を採用。



3大都市圏 (500万人以上)	3カ所
500万人-100万人	14カ所
100万人-30万人	50カ所
30万人-10万人	91カ所
10万人未満	75カ所
合計	233カ所

(※)「日本の都市雇用圏設定基準」(金本良嗣・徳岡一幸『応用地域学研究』No.7, 1-15,(2002))による。

(参考) 地域経済分析システムの活用

○帝国データバンク等が保有する膨大な企業間取引データ(70万社、470万取引)等を活用し、地域経済を支える「コネクターハブ企業(地域中核企業)」及びその取引先企業との取引関係や産業別のサプライチェーンや産業構造を、空間的かつ時系列で定量的に把握できる「地域経済分析システム」を援用し、地域活性化政策の立案を支援することが可能に。

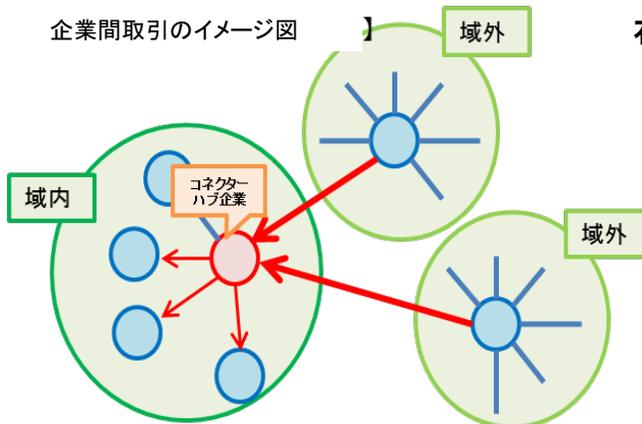
① 産業構造・サプライチェーン

各地域の産業集積状況
企業間取引関係(広域含む)の把握
地域中核企業

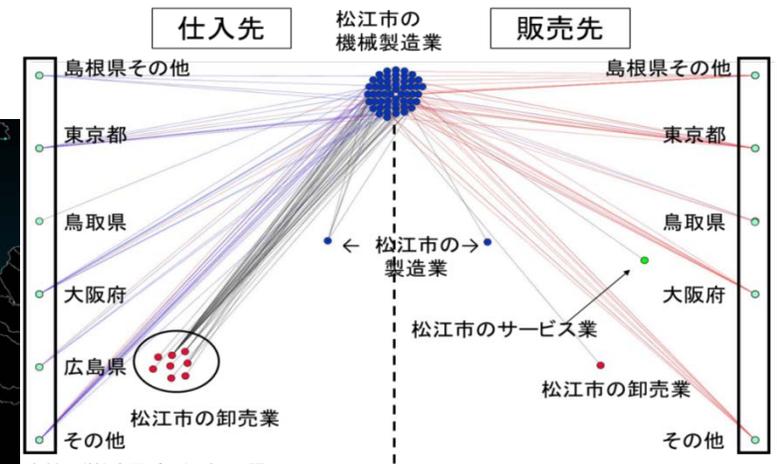
② 経済環境の変化 (人口等)

- (1) 企業の取引構造と地域経済環境が相互に与える影響を把握
- (2) 他の自治体との比較することにより自らの強み・弱みの確認
- (3) 客観的なデータに基づく政策意思決定

機械製造業に着目した松江市の全産業花火図

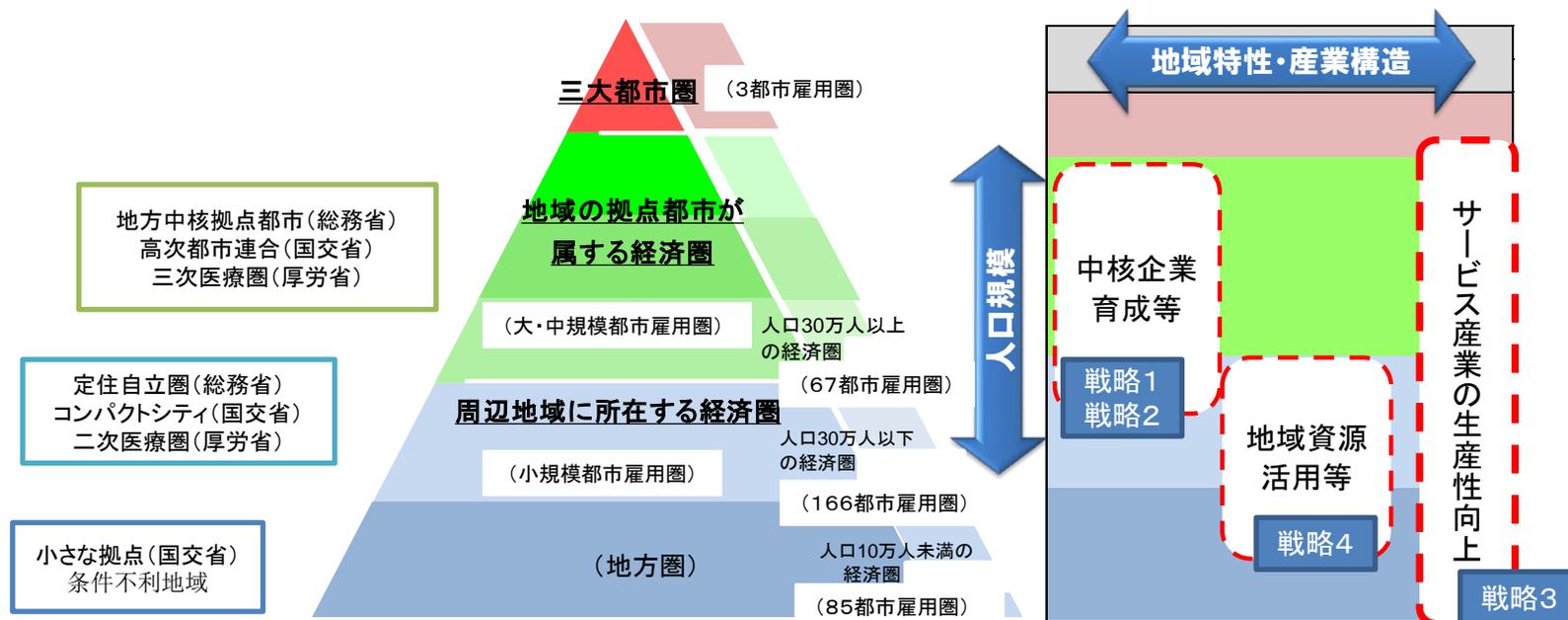


石川県・福井県の産業別花火図(繊維工業)



4. 地域の特色等を踏まえた産業振興施策

- 都市雇用圏毎の人口動向や産業特性を踏まえると、
例えば、人口30万人以上のうち、産業集積がある都市雇用圏には、GNT企業を育成・支援するために、次ページの国際競争力強化(戦略1)、創業等支援(戦略2)といった産業振興メニューを適用。また、人口10万人以上で自然が豊かな都市雇用圏には、地域資源活用(戦略4)といったメニューの適用が考えられる。
- 更に、地域経済分析システムの活用等による個別具体的・詳細な分析を通じ、
 - ・企業間の取引関係を踏まえた、広域的な連携
 - ・位置情報データを活用した観光ルートの設定等も検討可能に。



(参考)地方創生のための「しごと」戦略

【戦略1】 地域産業の国際競争力の強化

- (1) 地域の中核企業・GNT企業の成長の創出への支援
- (2) 地域の研究機関等と中堅・中小企業との連携
- (3) 地域の中堅・中小企業の海外展開支援
- (4) 大企業の地方拠点の強化
- (5) 海外企業による地方への投資促進

【戦略2】 創業等による新たな雇用創出

- (1) ベンチャー創業、第二創業支援
- (2) 予防ビジネス等のヘルスケア産業の創出支援
- (3) 創業等を支援する金融政策
- (4) 創業間もない中小企業の官公需における調達促進(官公需法の改正 等)

【戦略3】 ローカル経済の生産性向上

- (1) サービス産業の生産性向上

【戦略4】 地域資源の活用

- (1) ふるさと名物によるまちの魅力向上
- (2) 地域資源の組み合わせによる付加価値・市場訴求力の向上
(中小企業地域資源活用促進法の改正 等)