

広域ブロック政策研究会 検討結果とりまとめ

1. 基本的視点

我が国の地方圏は、諸外国の一国に匹敵する経済力を有しながら、東京圏への人口の流出と経済活力の低下に悩んでいる状況。

とりわけ、産業構造の転換が迫られている中、昨年来の経済危機の影響を踏まえれば、今後従来の製造部門の立地促進に代わる新たな成長基盤の創出が喫緊の課題。

今後、地方圏の自立・成長を促していくためには、地域経済をリードする産業の育成・導入とこれを支えるハード・ソフト一体となった基盤の整備が必要であり、こうした総合的な地域づくりを推進していくための方策について検討を行う必要。

2. 問題認識

80年代後半から減少していた地方圏から東京圏への人口移動は、90年代後半から再び加速。

2007年の東京圏の転入超過数は、15.5万人となり、1970年代半ば以降では最高水準。

特に、従来、東京圏においては、大学入学年齢時に人口流入し、卒業・就職時には人口が流出するといった傾向にあったが、現在はこうしたパターンが崩れ、卒業・就職時の人口もネットでプラスに転化。

若年人口の減少により流出入とも縮小の傾向にあったが、卒業・就職時の人口が流入超過となったのは、2005年国勢調査が初めて。

地方大学からのヒアリングでも、理工系を中心に東京圏が大学卒業生の主たる就職場所になっているとの回答を得ており、こうした人口移動の動向を裏付け。

地方圏においては工場立地は進んだものの、金融・情報サービス産業等は東京圏に集中。さらに、企業の経営企画部門、研究開発部門や商品・サービスの設計・開発部門等の中枢部門やこれらの機能を支える専門的なサービス機能も東京圏に集中的に立地する傾向。

生産現場に従事する労働者と管理・事務・技術労働者の所得には、従来から差があったが、近年その格差は拡大。そのことが企業の中枢部門の立地のウェイトが高い東京圏の所得を押し上げ、東京圏と地方圏の所得格差の拡大につながっている側面。さらに、こうした東京圏の所得の上昇が就職時の人口移動にも影響している可能性。

企業の経営企画部門等の東京圏への立地の理由としては、東京圏のマーケットとしての重要性、情報入手の容易さ、国内外との交通アクセスの便利さなどがあげられることが多いが、米国の例などをみると、必ずしも企業の中枢部門の立地は特定

の大都市に集中しているわけではない状況。

また、我が国でも、建設、銀行などを除いた東証一部上場企業 1417 社のうち、523 社(37%)は、東京圏以外に本社が立地。その中には全国的、世界的に活動している製造業も少なくなく、こうした企業は地方立地に特段の支障はないとしており、東京圏に企業の中核部門が立地しなければならない必然性があるのかは疑問。

地方圏の自立・成長にとっては、企業の中核部門の立地の誘導や地域に根ざした企業を育成することにより、新たな成長基盤と雇用の場を創出することが不可欠な課題。

また、近年では、地方圏の大学・研究機関と企業との連携も急速に進行しており、こうした取組が進めば、国際競争の中でも地方圏の自立・成長につながる可能性。

3. 政策の方向性

(1) 自立・成長を支える企業の育成・導入

地方圏の自立・成長を図っていくためには、これを支える企業の育成・導入が不可欠

とりわけ、従来は主として推進されてきた工場等の製造部門の立地だけではなく、企業の中核部門の立地により比較的所得水準の高い雇用の場を創出していくことが重要。

そのためには、

国内外にわたって伸びていくことのできるポテンシャルのある地域企業の育成・成長の促進

外国企業も含めたワールドワイドでみた企業の中核部門の立地の促進が重要。

従来、こうした企業の育成・導入の取組は、県、市といった地方自治体単位で行われてきたが、企業立地が国境を超えて自由な選択の下に行われるようになった現在、個々の自治体を超えたより広域的な取組が必要。その場合には、企業が立地した場合の税収などの再配分のシステムなどを検討する必要。

また、これまで行われてきた産業政策と都市政策の融合という枠組にとどまらず、広域的な地方圏全体の戦略の下に、企業に対する資金の確保、マーケティング・販路開拓の支援、人材の確保・人材ネットワークの形成や研究開発の促進のための大学との連携、外国人を含めた優秀な人材を定着させる魅力あるまちづくり、オフビジネスのための観光拠点の形成などハード・ソフト両面にわたる総合的な取組が必要。

(2) 地域企業の育成・成長の促進

地域の企業にも国内外の市場でトップシェアを有するナンバーワン・オンリーワン企業となる可能性。

現実に優れた技術力を有し、世界的にも注目されている企業は地方圏においても少なくない状況。

こうした地域企業については、成長の各段階で、資金調達、優秀な人材の確保、販路開拓等が課題となるが、それぞれの課題に対する取組は規模の小さな企業にはおのずから限界。

地域企業の成長要因を分析した上で、地域の強みを生かした戦略の下で、企業の立上げの段階の資金調達、成長期における専門的な技術・ノウハウを有する人材の確保、拡大段階におけるマーケティングや販路拡大など、企業の成長に応じた取組が必要。

企業の支援に当たっては、地方自治体が自ら行うもののほか、地域企業と金融機関、大学、コンサルティング会社、さらには大企業と連携できるよう、地方自治体が仲介機能を果たすことが重要。また、専門的実務能力を有する民間企業のOB・OGなどの人材を活かし、スタートアップ企業や業種転換を図る既存の企業等に対するコンサルティング機能を充実させることが重要。

(3) 企業の中核部門の立地促進

地方圏にも世界市場に大きなシェアを占める大企業が立地している例はあり、特に、直接海外と取引を行っている企業などは地方圏に立地する例も少なくない状況。

こうした企業は、地方立地の理由としてオフィス・人件費のコスト、暮らしやすさ、地元の大学との連携による共同研究の可能性や地元大学出身の優秀な人材の確保などを利点と意識。

米国では、本社の立地コストだけでなく、国内、国外の交通コスト、従業員の住宅のコストなどトータルのコストを算出し、その有利さを専門的な実務能力を有する人材を使い、海外にも拠点を置いてアピールすることによって、ワンストップの体制で企業の誘致活動を行っている事例。

我が国においても、それぞれの地方圏の特性に応じ、立地のメリットを明確に打ち出すことにより、企業の中核部門の立地が図れる可能性。

世界的企業のアジア統括拠点がシンガポールに集中しているが、これは地政学的な要因だけでなく、税制上の優遇措置や居住環境、都市的利便性、治安など総合的評価によるもの。海外の諸都市との比較で優位な点を作り出し、企業誘致のマーケティングを行うことが必要。

(4) 魅力的なまちづくりと広域的な地域づくり

地域企業の育成、企業の中核部門の立地促進といった地域の成長基盤の創出を図っていくためには、企業活動に有利でかつ企業の従業員にとって快適な環境を備えたまちづくりが不可欠。

この場合、単なるインフラだけではなく、生活サービスの提供などを含めた総合的なまちづくりが重要。

一方で企業にとっての魅力は、一つの都市の中にとどまらず、オフビジネスの観光地や交流・移動を支える交通インフラなども評価されるもの。

したがって、一の地方自治体の区域を超えた広域的な地域づくりが必要。

第一に、海外からの人材も含めた人材の確保、定着のための快適な住環境と都市的な利便性の確保が重要。

基礎的な都市インフラの整備にとどまらず、例えば、子弟向けの教育機関や高次医療を受けられる医療機関など総合的なまちづくりが重要。

また、外国語で生活できるようにするなどソフト面における手当が必要。

第二に、企業活動の面では、企業と大学の共同研究や企業にとって必要な優秀な人材の確保ができるような連携体制が広域的な地方圏の中で確立されていることが重要。こうした連携を推進する地域のコーディネート機能を担う者又は団体の役割が重要。

第三に、アフタービジネス・オフビジネスのための魅力的な観光地の存在とそれを支える観光業なども、国際的なビジネスを有利にするもの。例えば京都における世界的企業の立地は、観光地、歴史・伝統あるまちとしての京都の魅力と知名度が寄与しているもの。一の地方自治体にとどまらずビジネス拠点の形成を支える上でも魅力ある観光地づくりを進めていくことが重要。

第四に、国内外の交流のための高速交通体系の存在が重要。

取引先との交流や地方圏の自然や文化の豊かな地域への余暇の際の移動を含め、圏域内外の人、モノの流れの活発化や国際取引による交流の拡大などに対応した交通機関の整備は重要な課題。

(5) 成長基盤創出のための体制づくり

企業の誘致、育成については、基本的には都道府県など地方自治体の役割と認識はされているが、企業の立地そのものが国境を超えて行われている現在、個々の自治体による取組でなく、広域的な体制による取組が重要。

また、財政面での制約や企業の意向など公的部門だけでは把握できない情報などの限界。地方の経済界などの積極的な参画が不可欠。

企業の誘致、育成のためのコンサルタントやシンクタンクなども機動的に活用

し、実効的な体制を整備すべき。

米国のジョージア州では、州政府ばかりでなく、地域の電力会社などが中心となった経済界が、主導的に企業の誘致活動を実施。

また、地域のデータベース等を活用して策定した戦略の下で、対象業種を絞った企業立地を促進している地域もあり、また、ヨーロッパでも重点的な企業の育成・立地プログラムを実施している例。これを参考にした体制づくりが重要。

一方で、人材の確保や研究開発などに関する大学の連携、資金調達に関する金融機関との調整など、地方自治体には企業との間を橋渡しする役割を期待。

特に、地域の中小・中堅企業にとって「敷居の高い」相手との連携では地方自治体の役割が大。

なお、公共部門を中心としたまちづくり、地域づくりにおいても、地域を支える企業活動の担い手の意図を十分に把握し、広域的観点から、企業活動の円滑化と快適な生活の確保を両方できるよう体制を整備することが重要。