

第 2 部

第2部 中小企業・小規模事業者が直面する経済・社会構造の変化

第1章 我が国の中長期的な構造変化

我が国では、中長期的な経済・社会構造の変化が起こっており、中小企業・小規模事業者の経営環境はますます厳しいものとなっている。

5 また、中小企業の数、長期にわたり減少傾向にある。経営者の高齢化も進行しており、円滑な事業承継や起業・創業などの新陳代謝が図られなければ、中小企業数はますます減少していき、地域経済の衰退に拍車をかける恐れがある。

本章では、人口減少・少子高齢化、海外との競争激化、情報技術の発達、就業構造の変化等、我が国の経済・社会構造の変化について概観する。

10

第1節 人口減少・少子高齢化社会の到来

1. 人口指標の国際比較

まずは、人口の推移と高齢比率の推移について、各国比較を行っていくこととする。

15 第2-1-1図は、主要国の人口推移(実績・予測)を示したものである。これによると、米国、英国、フランスでは人口増加が、日本、ドイツでは人口減少が予測されている。

米国では、中南米からの移民流入が多いことに加えて、移民の出生率が高いことから、2005年から2010年にかけての合計特殊出生率¹も2.06と高い水準で推移しており、今後についても人口が増加することが予測されている。英国では、2000年から2005年にかけての合計特殊出生率は1.66であったが、2005年から2010年にかけては1.88と改善基調にある。加えて、英国では、留学等による移民が増加しており、2005年から2010年にかけて年平均で約17万人移民が増加していることから、今後についても人口の増加が予測されている。フランスでは、2005年から2010年にかけての合計特殊出生率が1.97であり、米国ほどではないが、高い水準となっている。また、移民についても、アルジェリアやモロッコ等の北アフリカからの移民が多い。これらにより、フランスについても今後の人口増加が予測されている。

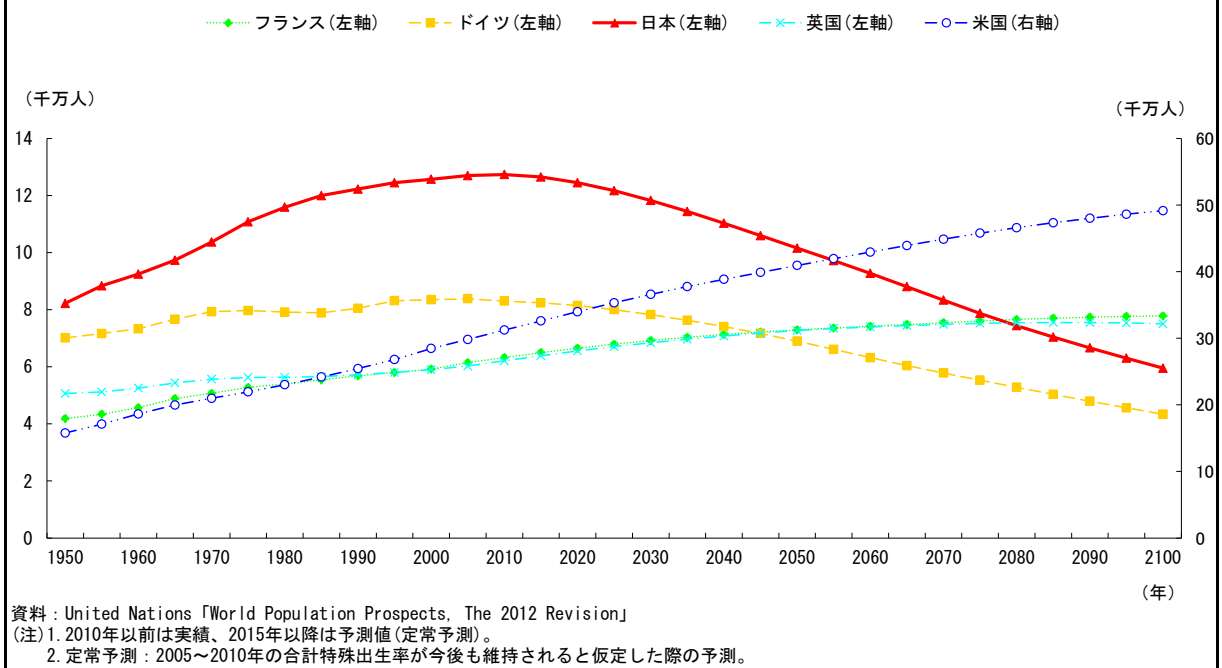
25 他方、ドイツでは、2005年から2010年にかけての合計特殊出生率が1.36となっている。移民についても、過去は、ヨーロッパ最大の移民受入国であったが、現在では、合計特殊出生率の減少をカバーできるほど多くないため、今後の人口減少が予測されている。

30 日本についても、詳細は後述するが、2005年から2010年にかけての合計特殊出生率は1.34と低く、今後の人口減少が予測されている。

¹ 「合計特殊出生率」とは、一人の女性が一生のうちに産む、平均的な子供の人数を示したものをいう。15歳から49歳の各年齢において、当該年齢の女性が1年間に産んだ女性の数を当該年齢の女性の人数で除して算出される「年齢別出生率」を合計したもの。

各国の合計特殊出生率については、United Nations「World Population Prospects, The 2012 Revision」より引用。

第2-1-1図 主要国の人口推移(実績・予測)



5

10

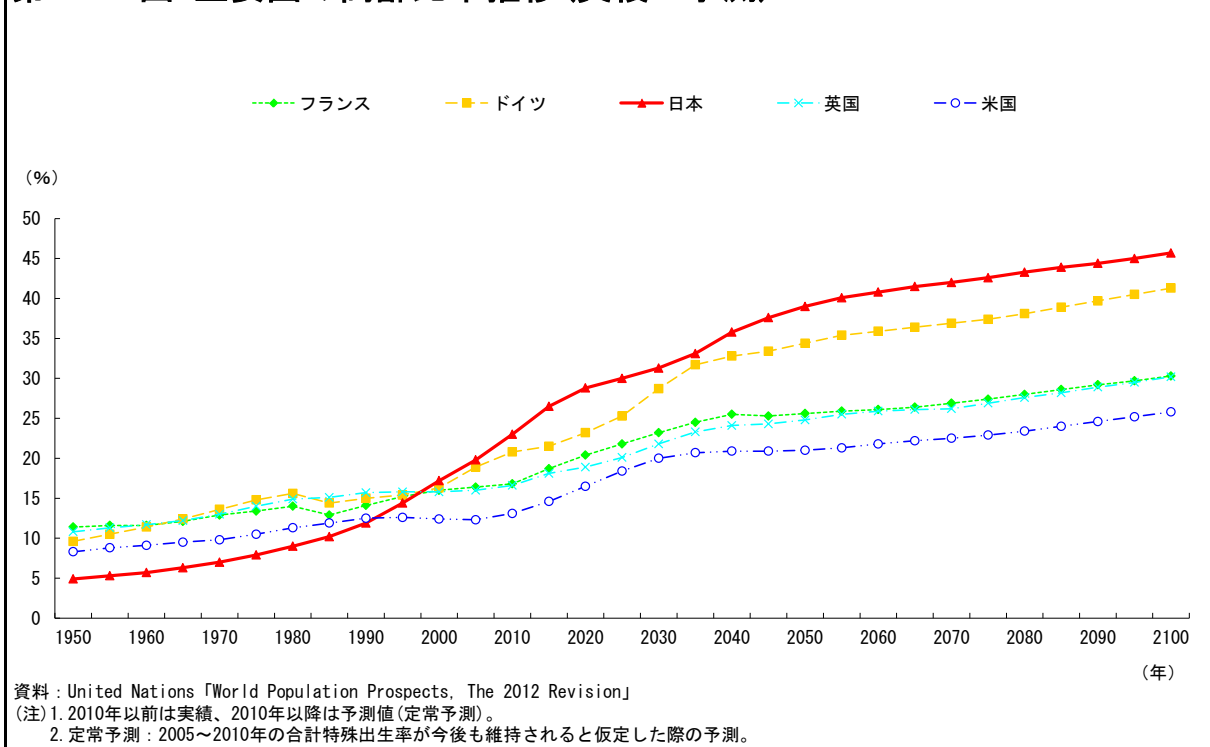
15

20

第 2-1-2 図は、主要国の高齢比率²の推移(実績・予測)を示したものである。これを見ると、1990 年以前には、最も高齢比率の低かった日本が、現在では高齢比率が一番高くなっている。なお、2010 年時点で、高齢比率が 20%を超えている国は世界でも、日本(23.0%)、ドイツ(20.8%)、イタリア(20.3%)の 3 か国のみである。我が国は、世界に先駆けて、人類が未だかつて経験していない「超高齢社会」に突入していくこととなる。

また、欧米を始めとする世界各国でも、高齢化は今後大きな社会問題となっていくことが予想されており、我が国は高齢比率の高さ、高齢化のスピードの早さ³、平均寿命の長さから世界の注目を浴びており、特に高齢化が進んでいる地方の自治体には、ヨーロッパから視察団が訪れるほどである。

第2-1-2図 主要国の高齢比率推移(実績・予測)



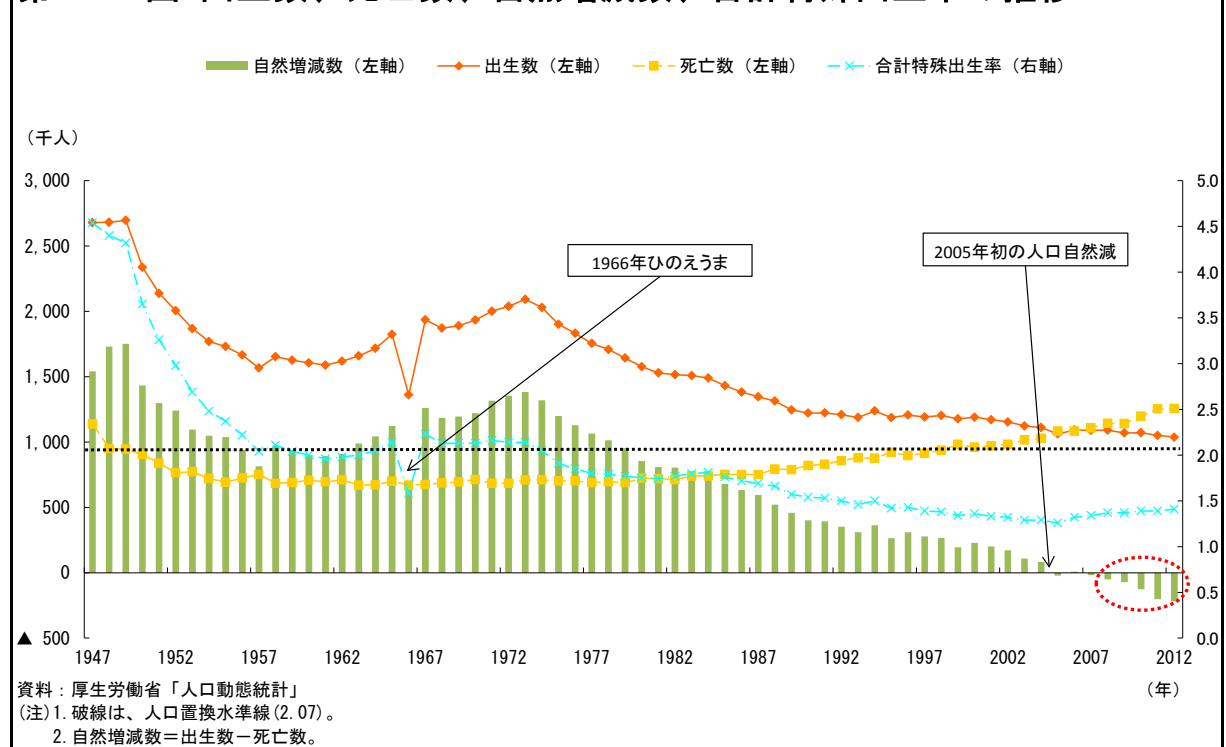
² ここでいう「高齢比率」とは、65歳以上人口の総人口に占める割合のことをいう。

³ 世界保健機構(WTO)や国際連合(UN)等では、高齢比率7%を超えることを「高齢化社会」、高齢比率14%を超えることを「高齢社会」、高齢比率21%を超えることを「超高齢社会」と呼んでいる。我が国では、「高齢化社会」から「高齢社会」へ25年で到達したこと(ドイツでは44年、イタリアでは50年)、「高齢社会」から「超高齢社会」に至っては世界に先駆けて12年で突入したことから、世界の注目を浴びている。

2. 我が国における人口問題

次に、我が国のこれまでの人口の推移について概観していく。第2-1-3図は、出生数、死亡数、自然増減数、合計特殊出生率の推移を示したものである。これを見ると、高度成長期以降、合計特殊出生率は、人口置換水準⁴である2.07を下回り推移しているが、平均寿命が伸びてきたこと(第2-1-4図)や高度成長期以前の出生数が多かったこともあり、自然増減数は長期にわたりプラスで推移していた。しかしながら、出生数の減少と死亡数の増加によって、2005年に初めて自然増減数はマイナスとなり、2006年には一旦プラスとなったものの、2007年以降の自然増減数は再びマイナスとなっている。その後、社会増減を加味した結果、2011年から本格的な人口減少時代⁵に入ったといえる。

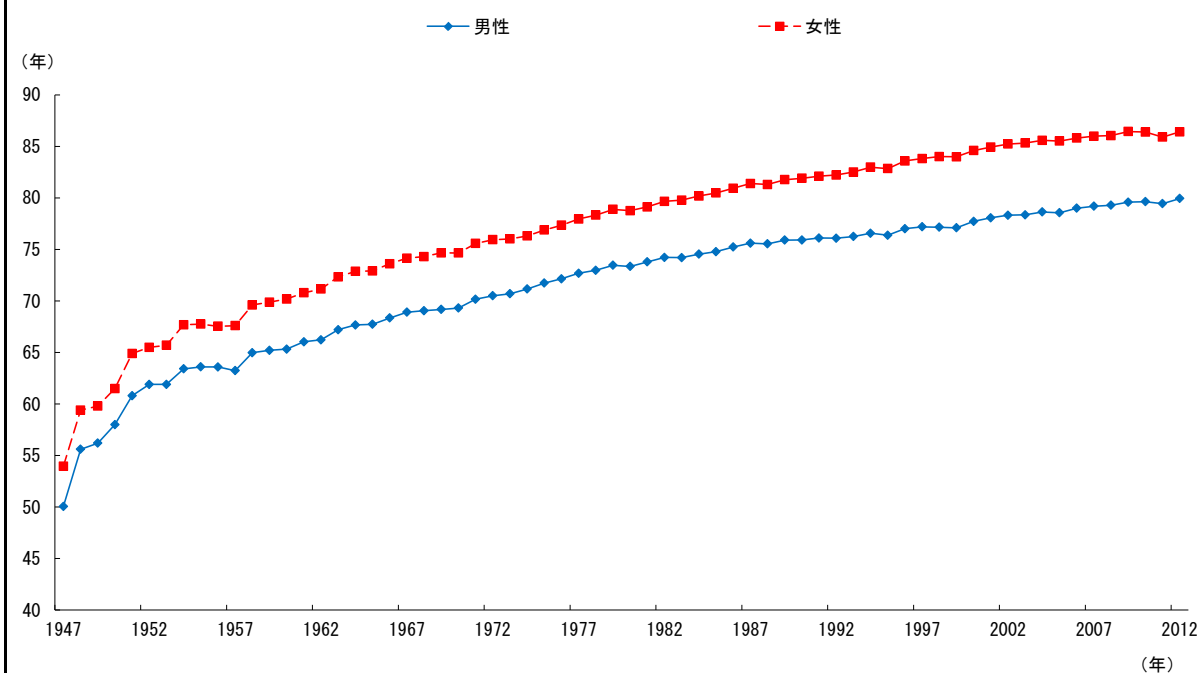
第2-1-3図 出生数、死亡数、自然増減数、合計特殊出生率の推移



⁴ 「人口置換水準」とは、人口が増加も減少もしない均衡した状態となる合計特殊出生率のことをいう。

⁵ 人口増減は、自然増減(出生数-死亡数)と社会増減(入国者数-出国者数)の合計で表される。厚生労働省「人口動態統計」に基づき人口を推計していた総務省「人口推計」によると、2008年以降人口が減少したと推計されていたが、2010年に発表された総務省「国勢調査」に基づき、「人口推計」の結果を遡及推計し直したところ、2005年から2010年にかけての総人口は、2005年に減少した後、再び増加し、2007年から2010年にかけては横ばいで推移したと推計されている。2011年には、26万人の減少となっていることから、2011年が「人口減少の開始年」といえる。

第2-1-4図 平均寿命の推移



資料：厚生労働省「完全生命表」、「簡易生命表」
 (注) 「平均寿命」とは、0歳児における平均余命のことをいう。

5

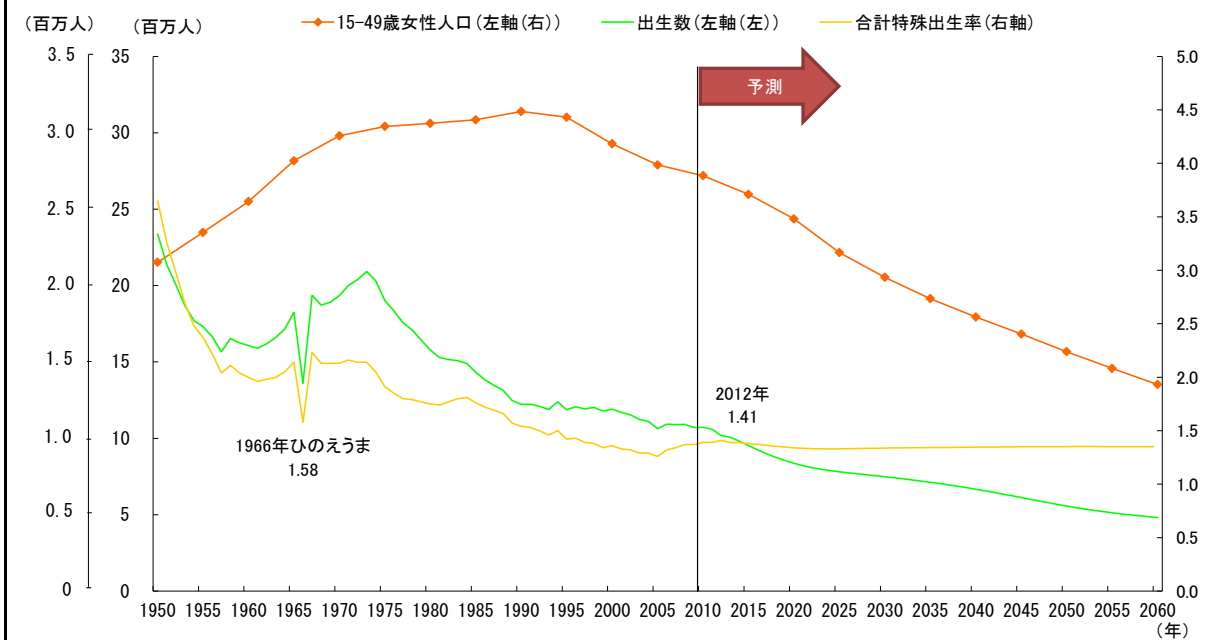
10

15

20

ここからは、今後の日本の人口推移について見ていく。第2-1-5図は、15-49歳女性人口、合計特殊出生率、出生数の推移を示したものである。戦後、大きなトレンドとしては、合計特殊出生率は低下していたが、15-49歳の女性の人口が増加していたこともあり、出生数が急速に減少することはなかった。しかしながら、今後は、15-49歳女性人口が急速に減少することにより、仮に合計特殊出生率が上昇したとしても、直ちに人口減少が止まることはない。

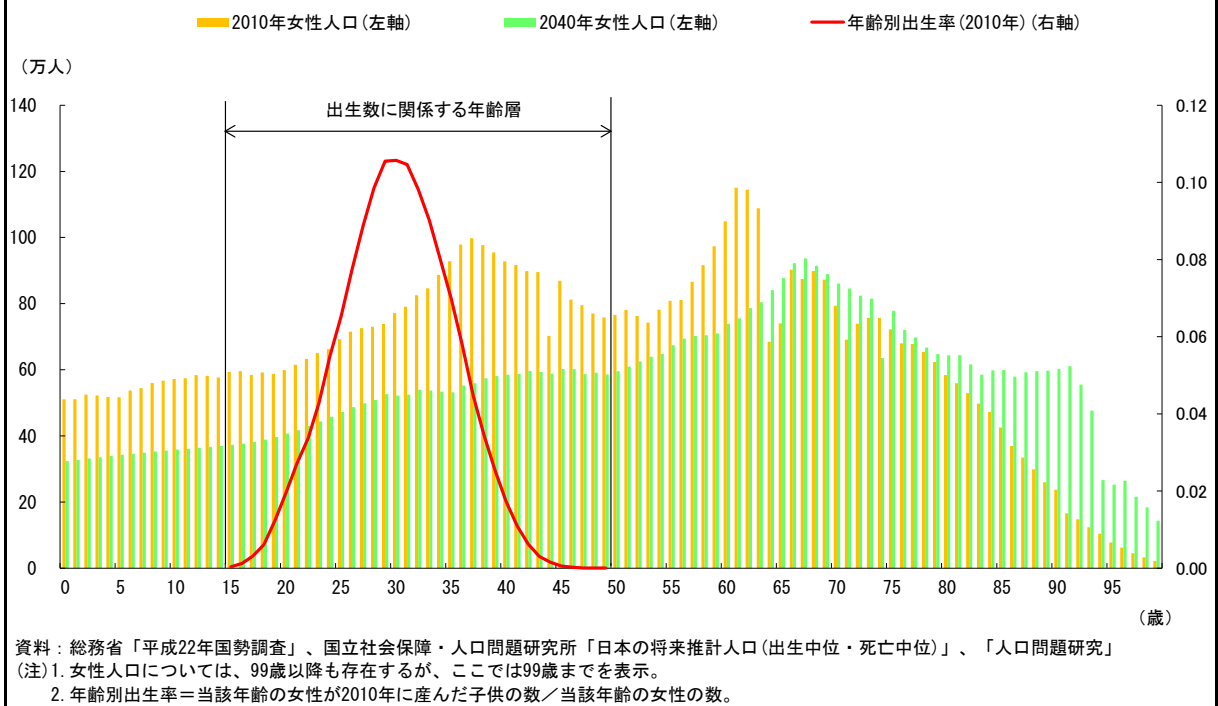
第2-1-5図 15-49歳女性人口、合計特殊出生率、出生数の推移



資料：総務省「国勢調査」、厚生労働省「人口動態統計」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(出生中位・死亡中位)」
 (注) 15-49歳女性人口及び出生数は2010年までは実績、2011年以降は予測。合計特殊出生率は、2012年までは実績、2013年以降は予測。

また、第 2-1-6 図は、年齢別の出生率と年齢別の女性人口 (2010 年及び 2040 年) を示したものである。これを見ると、若い年齢の女性が少なく、出生数の多い 25 歳から 35 歳の女性の人口は、今後減ることが予想されている。「合計特殊出生率を上げれば、人口減少の流れを止められる」との誤った認識が一部ではされているようであるが、出生数は世代ごとの女性人口と年齢別出生率の積を合計して算出されるものであり、合計特殊出生率 (年齢別出生率の合計) を多少上げて、出生数の多い世代である 25 歳から 35 歳女性人口は、第 2-1-6 図を見ても分かるように、今後 25 年間は、現在よりも増加することはないため、出生数が急激に増えることはありえない。

第2-1-6図 年齢別出生率と年齢別女性人口



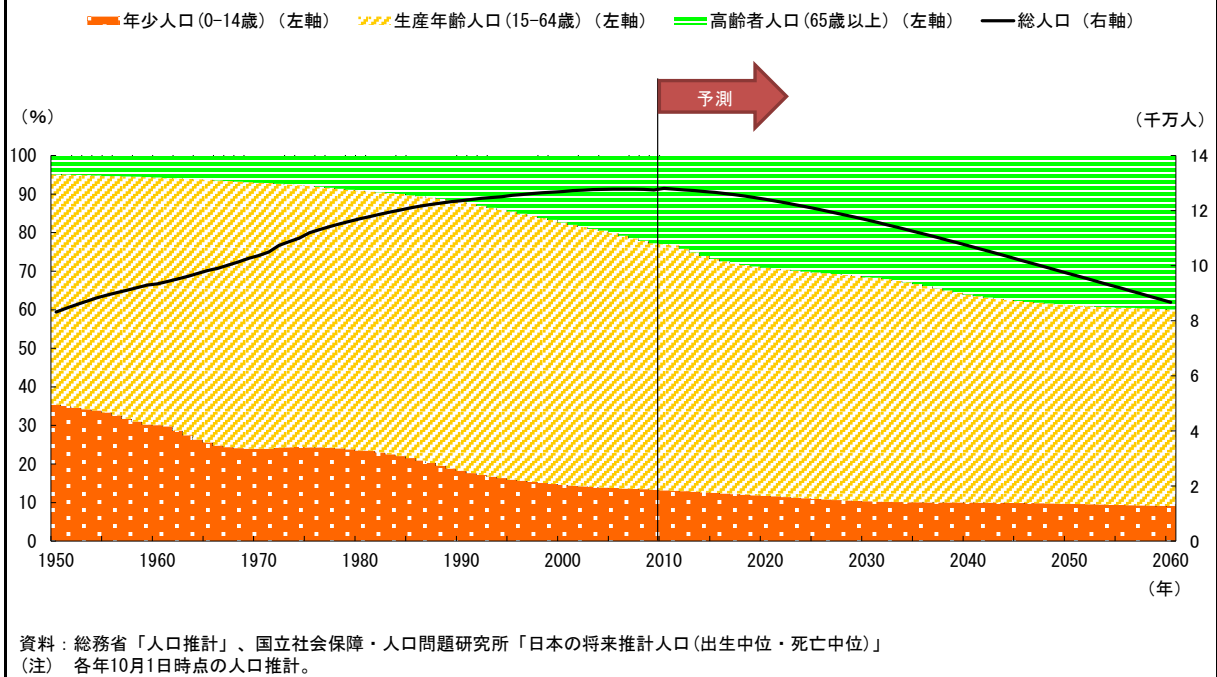
10

15

20

以上を踏まえて今後の人口推移を見ていく。第2-1-7図は、総人口の推移と年齢階級別構成割合を示したものである。これを見ると、2011年以降、人口が急速に減少し、高齢化もますます進展していくことが分かる。

第2-1-7図 総人口の推移と年齢階級別構成割合



5

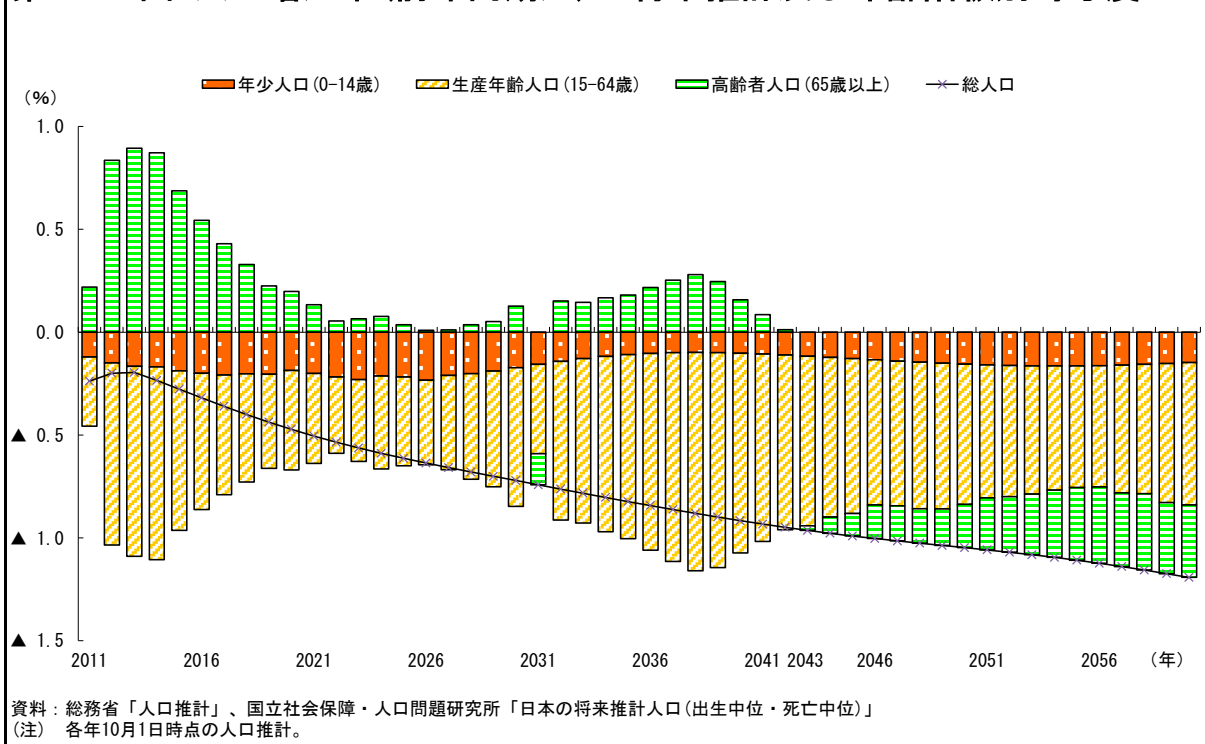
10

15

20

また、第2-1-8図は、人口増加率(前年同期比)の将来推計及び年齢階級別寄与度を示したものである。これを見ると、年少人口及び生産年齢人口が減少することに伴い、総人口についても2011年以降マイナスで推移することが予測されている。一方で、高齢者人口については、ひのえうま世代が高齢者人口に入る時期(2031年)を除き、増加で推移することが予測されている。しかしながら、2043年には、高齢者人口も減少に転じる予測となっており、これ以降、人口減少のスピードに拍車がかかる。

第2-1-8図 人口増加率(前年同期比)の将来推計及び年齢階級別寄与度

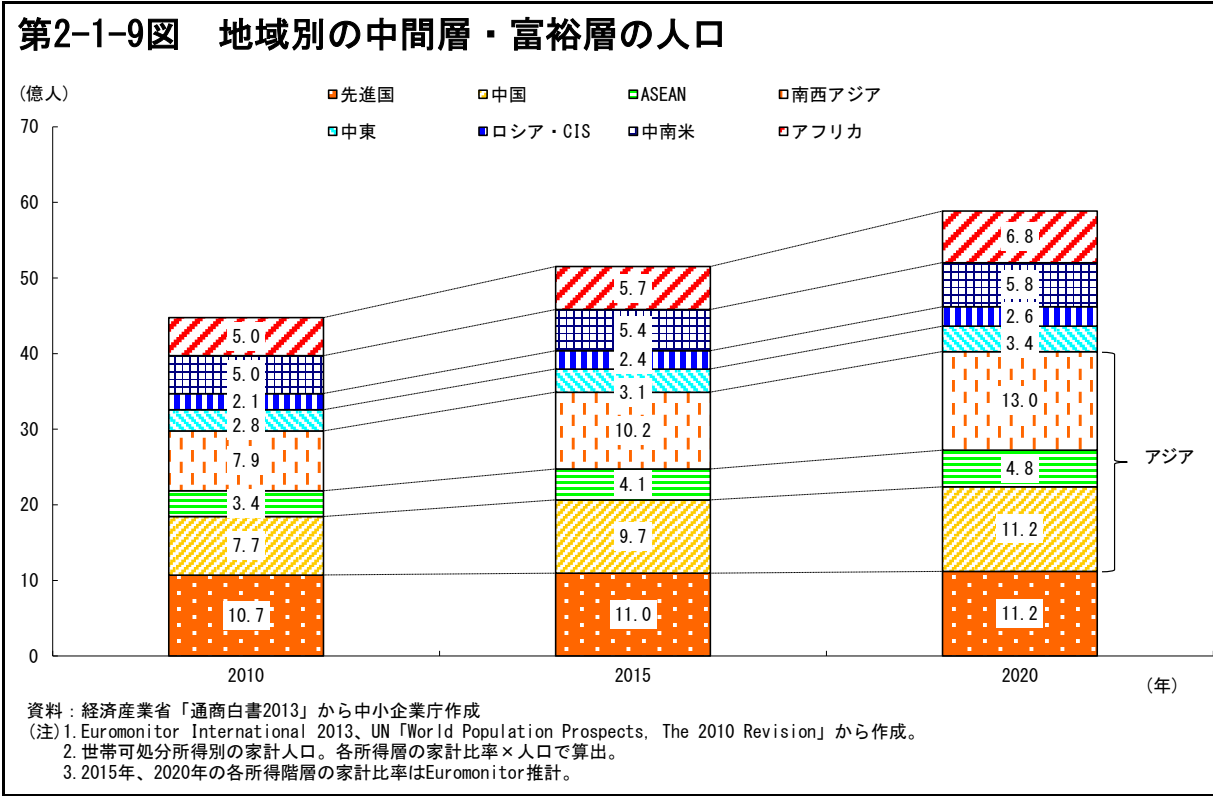


以上見てきたように、今後は、本格的な人口減少社会に突入し、日本国内の需要は大幅に減少していくことが予想される。中小企業・小規模事業者については、このような厳しい国内の経営環境を前提とした上で、今後の中長期的な経営戦略を考えていくことが求められている。

第2節 国際化の進展

1. 国際競争の激化

第1節で見てきたように、我が国の人口は、2011年以降減少しており、今後も減少が見込まれている。一方、第2-1-9図は、地域別の中間層・富裕層の将来推計人口を示したものである。これを見ると、先進国の中間層・富裕層人口はほぼ横ばいであるものの、南西アジア、ASEAN、中国等アジアでは、中間層・富裕層人口の増加が見込まれており、これらの需要を取り込んでいくことは、中小企業・小規模事業者の成長発展のみならず、我が国の今後の持続的発展のためにも重要となる。



10

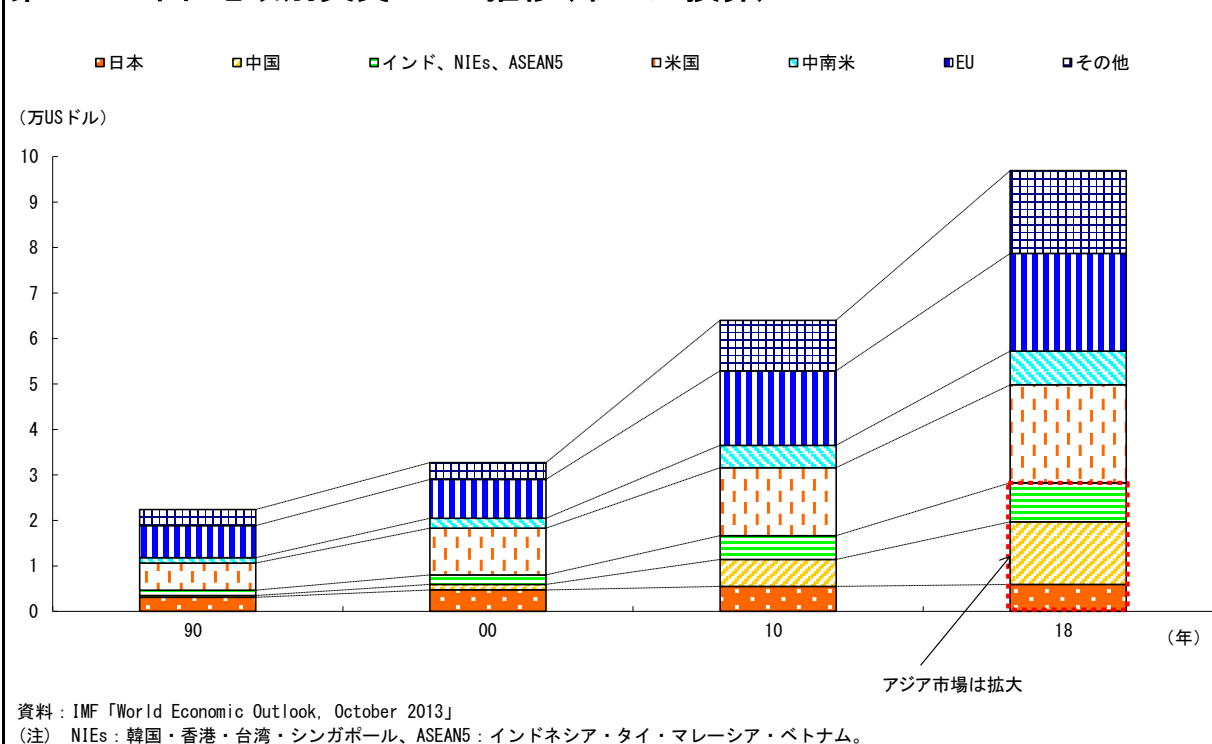
15

20

また、第 2-1-10 図は、地域別の実質 GDP の推移を示したものである。これを見ると、我が国の実質 GDP は 1990 年から 2000 年にかけては、年平均 5.2% の成長を見せていたが、2000 年から 2010 年にかけての実質 GDP 成長率は、年平均 1.6% と成長が鈍化した。また、2010 年から 2018 年にかけての実質 GDP 成長率は、年平均で 1.0% と、成長率はさらに低くなることが予測されている。一方、2010 年に実質 GDP で我が国を抜いた中国は、2010 年から 2018 年にかけて、年平均 16.5% と極めて高い実質 GDP 成長率が予測されている。また、インド、NIEs、ASEAN5 合計の実質 GDP についても、2010 年から 2018 年にかけては、年平均 8.0% と中国までとはいかないが、高い実質 GDP 成長率で推移し、2016 年には我が国の実質 GDP を抜くことが予測されているなど、我が国の成長率が鈍化する中、アジア各国の実質 GDP 成長率は著しく伸びているといえる。

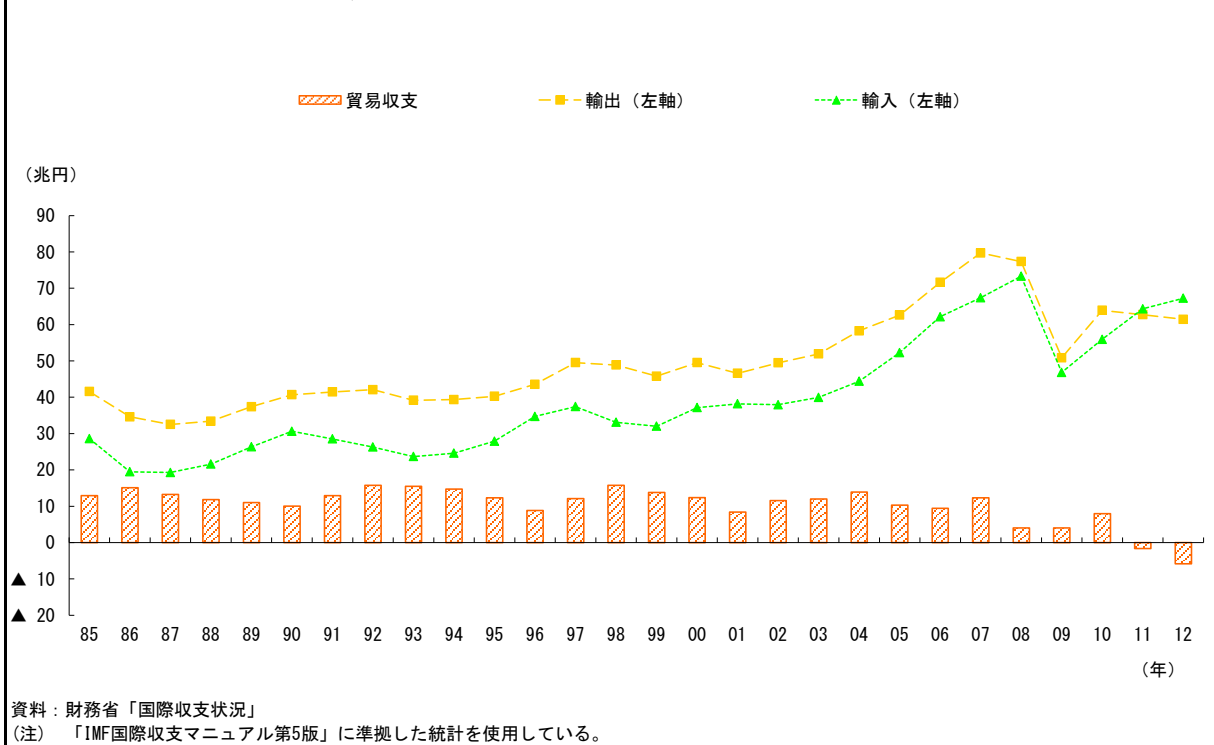
他方、その他の地域を見てみると、2010 年から 2018 年にかけての実質 GDP 成長率は、米国では年平均 5.5%、EU では年平均 3.9%、中南米では年平均 6.4% と、こちらも我が国と比べると高い成長率が予測されており、我が国の世界における位置付けが相対的に小さくなる一方で、アジアを始めとする世界の需要は拡大し続けていくといえる。

第2-1-10図 地域別実質GDPの推移(米ドル換算)



第2-1-11図は、我が国の貿易収支の推移を示したものである。これを見ると、2010年までは、一貫して貿易黒字であったのが、東日本大震災が起きた2011年以降は貿易赤字に転じている。これは、原子力発電所の稼働停止に伴う化石燃料の輸入増大に加え、化石燃料を含む輸入価格の上昇、さらには、日本企業の国際競争力の低下による輸出の減少等が原因と考えられる。今後、海外景気の底堅さやこれまでの円安方向への動きを背景に、徐々に輸出が増加することによる貿易収支の改善を予想する声はある⁶。しかしながら、国内のエネルギー構成が現状のように化石燃料に大きく依存する状態が続く場合には、貿易赤字が定常化する恐れはある。

第2-1-11図 日本の貿易収支の推移

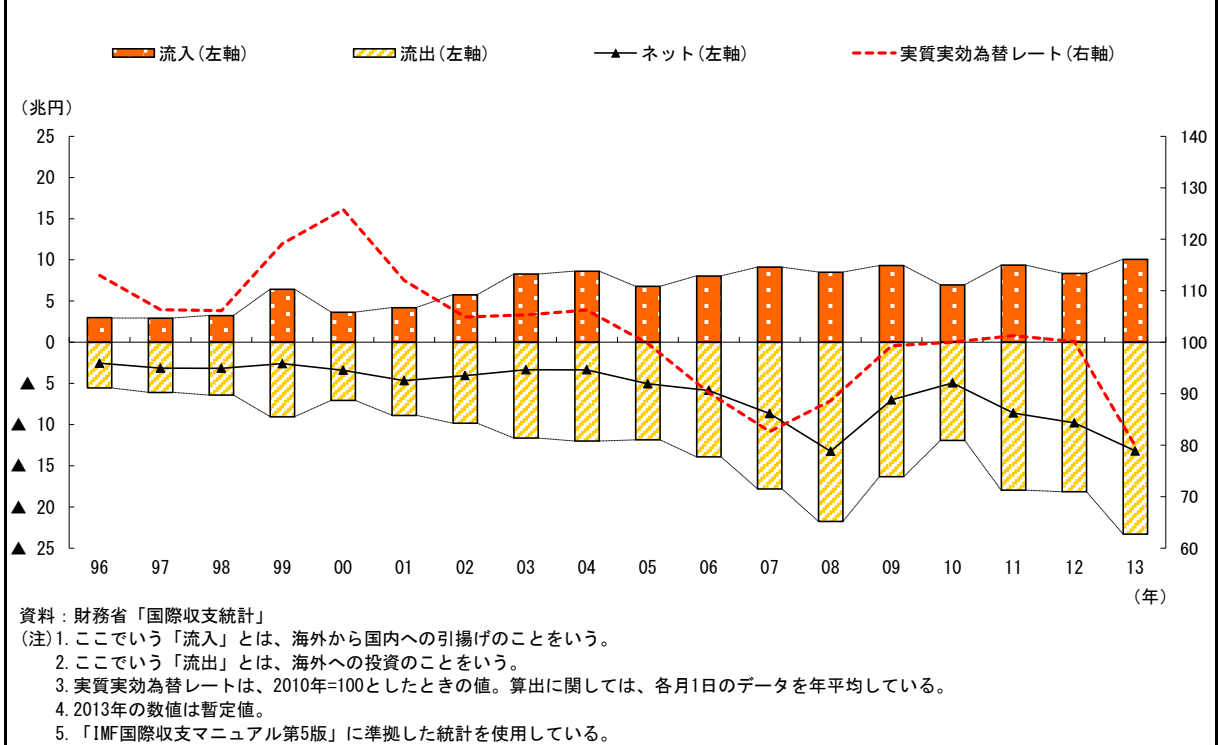


⁶ 自国通貨が切り下がった場合(本文中では円安)、短期的には、輸出数量の調整が行われず、貿易収支が悪化し、その後、輸出数量が増加することにより貿易収支が改善する現象が起こる。この現象のことを「Jカーブ効果」という。

第 2-1-12 図は、我が国の対外直接投資の推移を示したものである。海外への直接投資(「流出」)は、リーマン・ショック以降、一時減少したものの、2010 年以降、再び増加に転じた。その後も、2013 年には実質実効為替レートが減価しているにもかかわらず、対外直接投資の増加傾向は継続している。他方、海外から国内への引揚げ(「流入」)

このことから、製造業を中心とした対外直接投資を進めた企業は、その後、国内に引揚げてくることは少なく、国内の産業空洞化が進展しているということが推察される。

第2-1-12図 日本の対外直接投資の推移



10

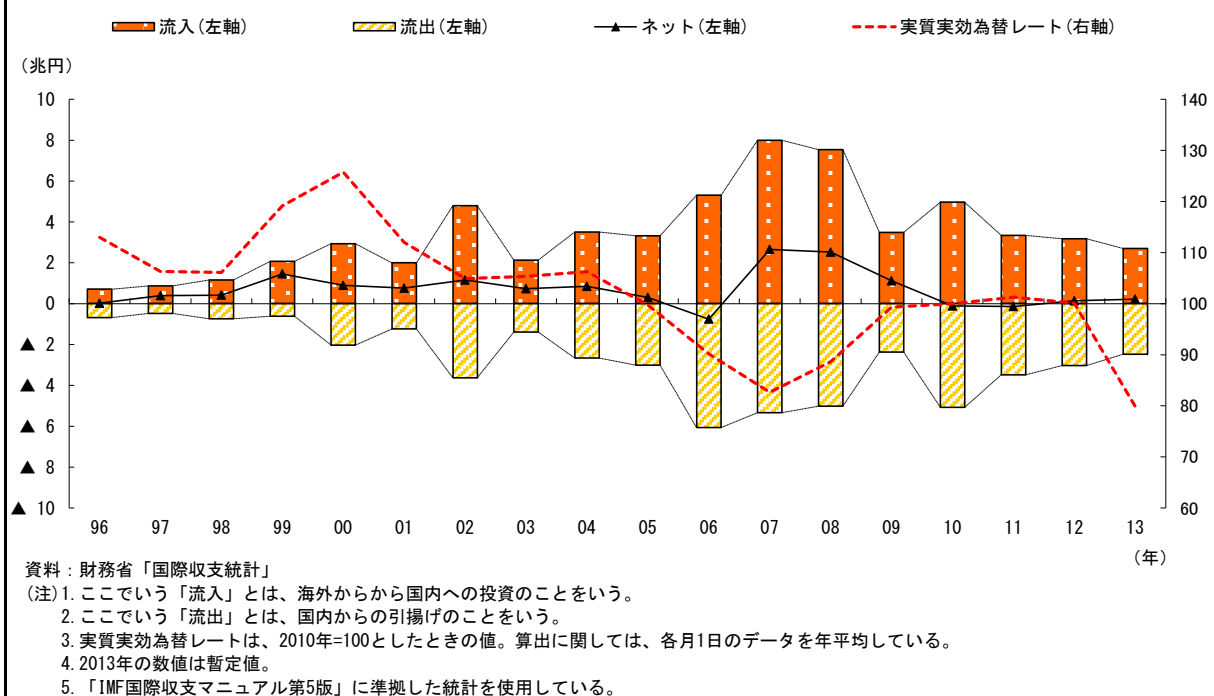
15

20

また、第 2-1-13 図は、対内直接投資の推移を示したものである。これを見ると、2003 年の小泉内閣時代の「対日投資倍増計画⁷」に後押しされる形で、2006 年から 2008 年にかけては、国内への投資（「流入」）も活発化していたが、リーマン・ショックで海外の景気が落ち込んだため、2009 年以降は、低調に推移している。その後も、我が国の経済成長率が低調であること等もあり、国内への投資は伸びておらず、我が国は投資対象としての魅力を失いつつあると考えられる。

他方、国内からの引揚げ（「流出」）については、国内への投資（「流入」）と似たような動きをしており、2010 年以降は、国内への投資（「流入」）とほぼ同額の国内からの引揚げ（「流出」）が行われている。

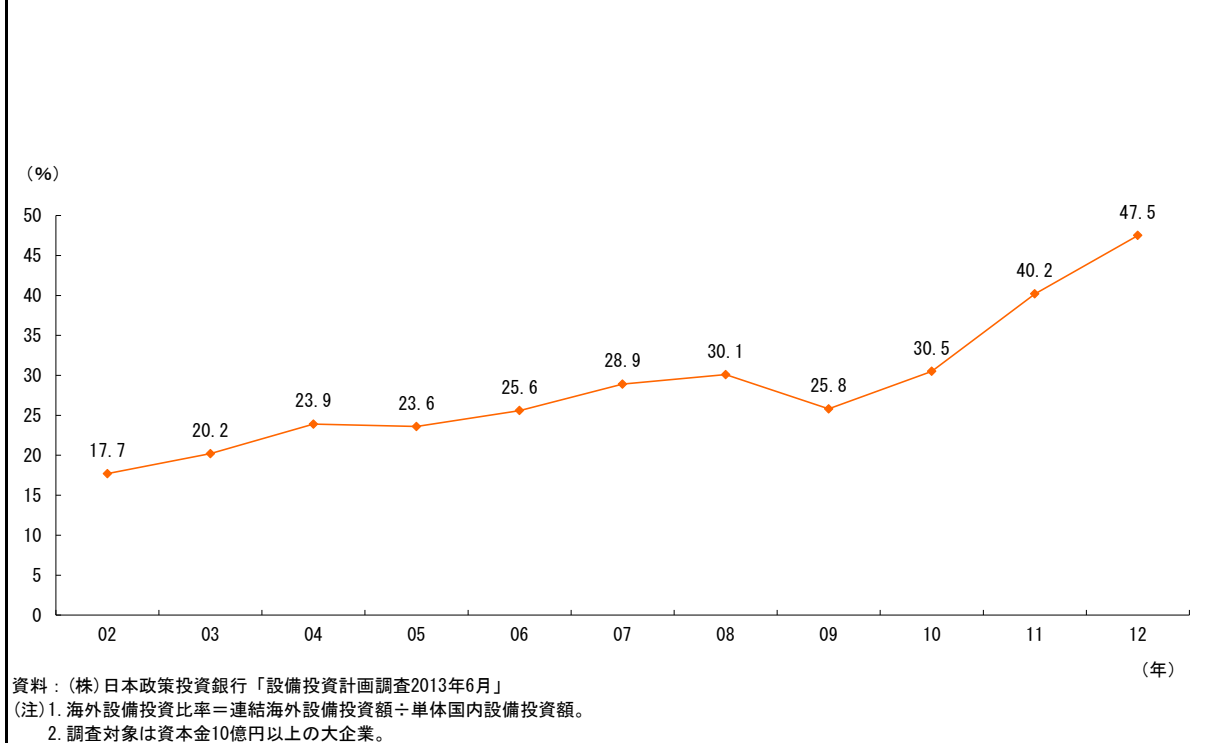
第2-1-13図 日本の対内直接投資の推移



⁷ 小泉内閣総理大臣が、2003 年 1 月の第 156 回通常国会の施政方針演説で「対日投資を 5 年間で倍増させる」と発言したことを受けて、対日直接投資相談窓口「INVEST JAPAN」を設置し、対日直接投資促進に取り組んだ。

第 2-1-14 図は、大企業の海外設備投資比率を示したものである。これを見ると、大企業の海外設備投資比率は、2002 年には 2 割弱であったのが、2012 年には 5 割弱となるなど、大企業の設備投資先は、海外に向いていることが分かる。

第2-1-14図 大企業の海外設備投資比率



5

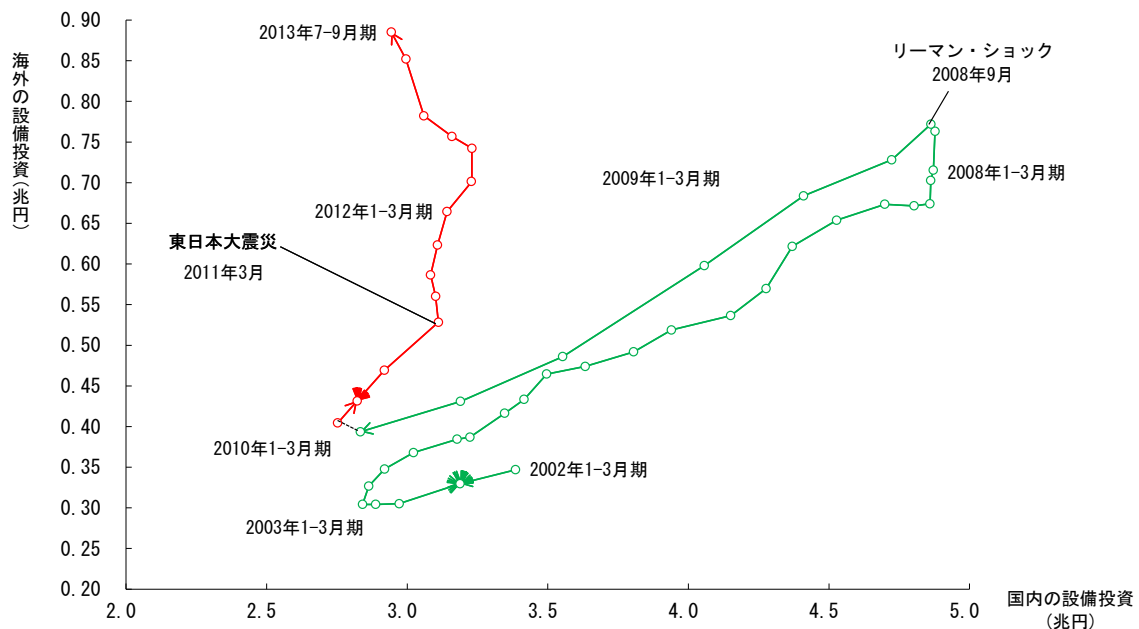
10

15

20

国内外の設備投資についてより詳細に見ていくこととする。第 2-1-15 図は、国内外の製造業⁸設備投資額(全規模⁹)の推移を示したものである。2003 年 1-3 月期からリーマン・ショック前の景気拡張局面では、製造業では、海外への設備投資額だけではなく、国内への設備投資額も伸びていた。リーマン・ショック以降、設備投資額は国内・海外共に落ち込み、その後の、2010 年 1-3 月期からの景気拡張局面では、海外投資・国内投資共に回復の傾向を見せていたが、2011 年 1-3 月期の東日本大震災以降は、国内への設備投資額は伸び悩んでおり、海外への設備投資額のみが増える傾向で推移している。

第2-1-15図 国内外の設備投資の推移(製造業)



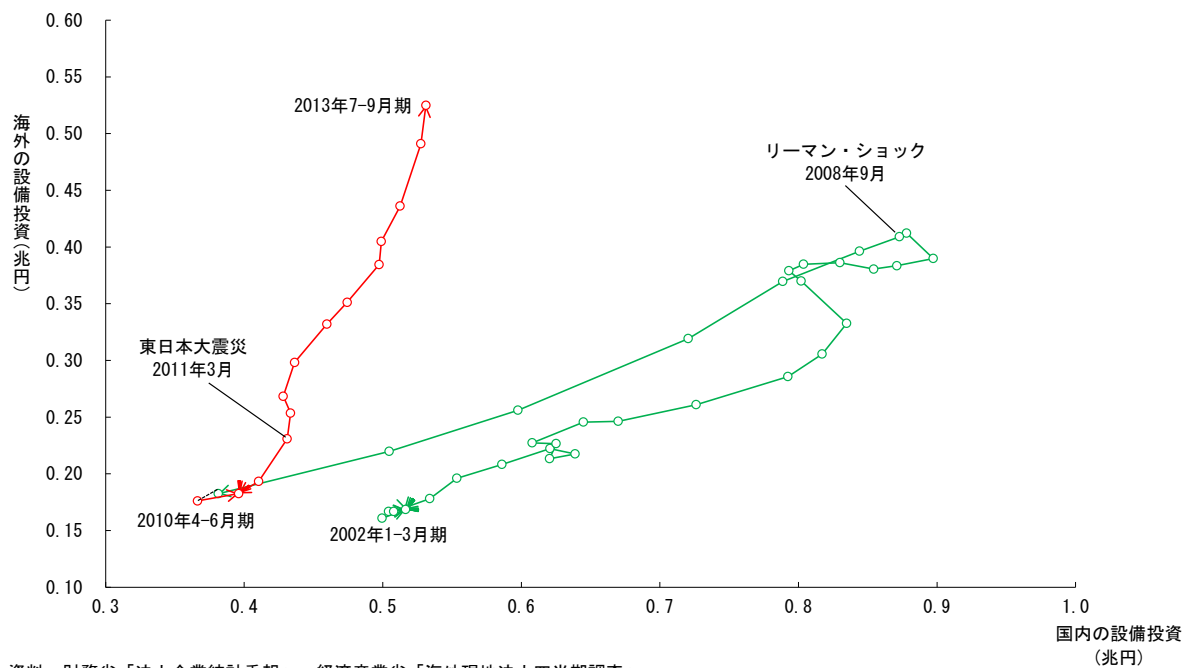
資料：財務省「法人企業統計季報」、経済産業省「海外現地法人四半期調査」
 (注) 設備投資額は後方4期移動平均にて算出。

⁸ 非製造業の設備投資額の推移は、付注 2-1-1 を参照。

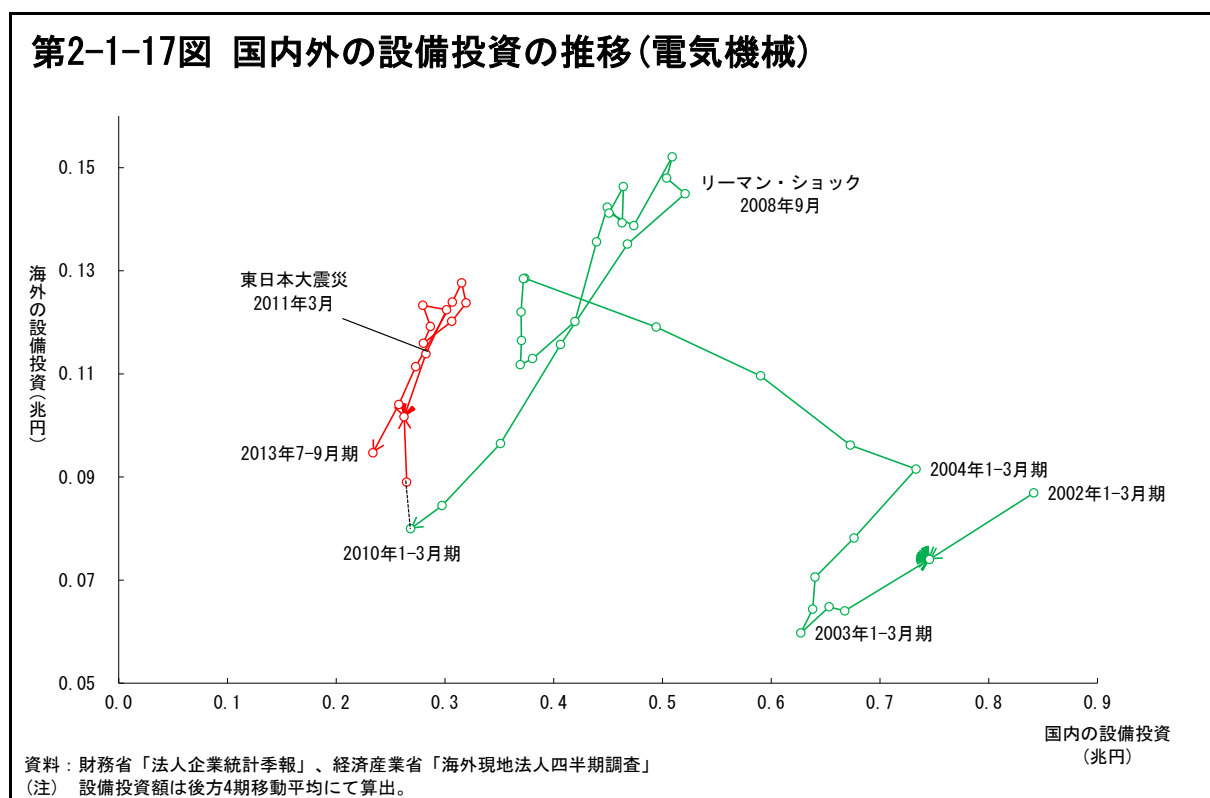
⁹ 規模別の国内外の設備投資額の推移は、付注 2-1-2 及び付注 2-1-3 を参照。

次に、国内外の設備投資を業種別に見ていくこととする。第 2-1-16 図は、輸送用機械の国内外の設備投資額の推移を示したものである。これを見ると、製造業全体と同様に、2003 年 1-3 月期からリーマン・ショック前の景気拡張局面では、海外への設備投資額だけではなく、国内への設備投資額も伸びていた。リーマン・ショック以降は、設備投資額は国内・海外共に落ち込み、その後の、2010 年 1-3 月期からの景気拡張局面では、海外・国内投資額共に増加傾向で推移しているが、特に、海外への設備投資額が伸びていることが分かる。

第2-1-16図 国内外の設備投資の推移(輸送用機械)



第 2-1-17 図は、電気機械の国内外の設備投資額の推移を示したものである。これを見ると、大きなトレンドとしては、2002 年からリーマン・ショック前までは、国内への設備投資額が減少し、海外への設備投資額が増加している。リーマン・ショック以降は、設備投資額は国内・海外共に落ち込み、その後の、2010 年 1-3 月期からの景気拡張局面では、落ち込んでいた海外投資額が増加していたものの、近時では、再び減少傾向にある。



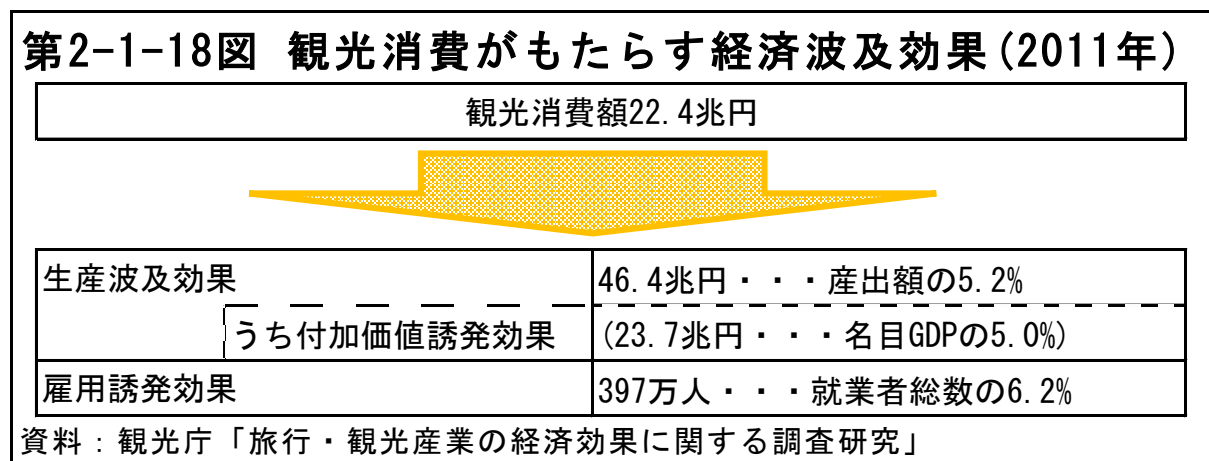
10 以上のように、製造業の国内外への設備投資の推移を見ていくと、自動車産業を始めとする輸送用機械では、景気拡張期には、海外投資額、国内投資額共に増えている。一方で、電気機械では、景気拡張期には、国内投資額が減少し、相対的に海外投資額が増えているものの、輸送用機械ほど力強く海外投資が増加しているわけではないことが分かる。

15 また、リーマン・ショック後などの景気後退期には、輸送用機械、電気機械の両産業で、国内投資額・海外投資額共に減少させていることが分かる。

2. 観光が国内経済に与える影響

以上、我が国の国際競争力の低下について見てきた。ここからは、国際化に伴うヒトの流れ、とりわけ観光に絞って、見ていくこととする。

- 5 観光が国内経済に与える影響は大きい。第 2-1-18 図は、観光消費がもたらす国内経済への波及効果を示したものである。これを見ると、観光消費額 22.4 兆円に対して、生産波及効果は 46.4 兆円、このうちの付加価値誘発効果¹⁰は 23.7 兆円、雇用誘発効果¹¹は 397 万人となっている。



10

次に、近年の観光施策を見ていくこととする。

- 2003 年 1 月に、小泉内閣総理大臣が施政方針演説で、「2010 年に訪日外国人旅行者 1,000 万人を目指す」と発言し、同年 4 月より「ビジット・ジャパン・キャンペーン」が開始された。「ビジット・ジャパン・キャンペーン」とは、2010 年までに訪日外国人旅行者を 1,000 万人に増やす政策であり、外国人観光客向けの各種割引等のキャンペーンや観光ビザの緩和などを行った。

- 2006 年 12 月には、国民の国内旅行及び外国人の訪日旅行を拡大するとともに、国民の海外旅行を発展させること等を基本方針とした「観光立国推進基本法」が成立した。訪日外国人旅行者数の拡大や国内における観光旅行消費額の増大、日本人の国内観光旅行による一人当たりの宿泊数の増加等を目標とした。

2008 年には、国土交通省の外局として観光庁が設置された。

2010 年には、新成長戦略の中で、「観光立国・地域活性化戦略」が戦略分野の一つに選定され、また、「訪日外国人 3,000 万人プログラム」と「休暇取得の分散化」が国家戦略プロジェクトに選定される。

¹⁰ 「付加価値誘発効果」とは、生産物の販売額から中間投入額を差し引いた額(付加価値額)が消費を行うことにより直接的又は間接的に誘発される効果のことをいう。

¹¹ 「雇用誘発効果」とは、就業者数が消費を行うことにより直接的又は間接的に誘発される効果のことをいう。

2012 年には、「観光立国推進基本計画」が閣議決定され、「観光立国戦略」が戦略分野の一つに選定され、訪日外国人旅行者の増大に向けた取組、受入水準の向上及び観光需要の喚起が重点施策となった。

- 5 2013 年 6 月には、「日本再興戦略」において、「訪日プロモーションに関する、省庁、関係機関の横断的計画策定と実行」、「査証発給要件緩和、入国審査手続き迅速化等の訪日環境改善」、「外国人観光客の滞在環境改善」、「新たなツーリズムの創出」、「産業資源の活用・結集・ブランド化」、「国際会議等 (MICE) 誘致体制の構築・強化」、「国際的な大規模イベントの招致・開催」が盛り込まれた。

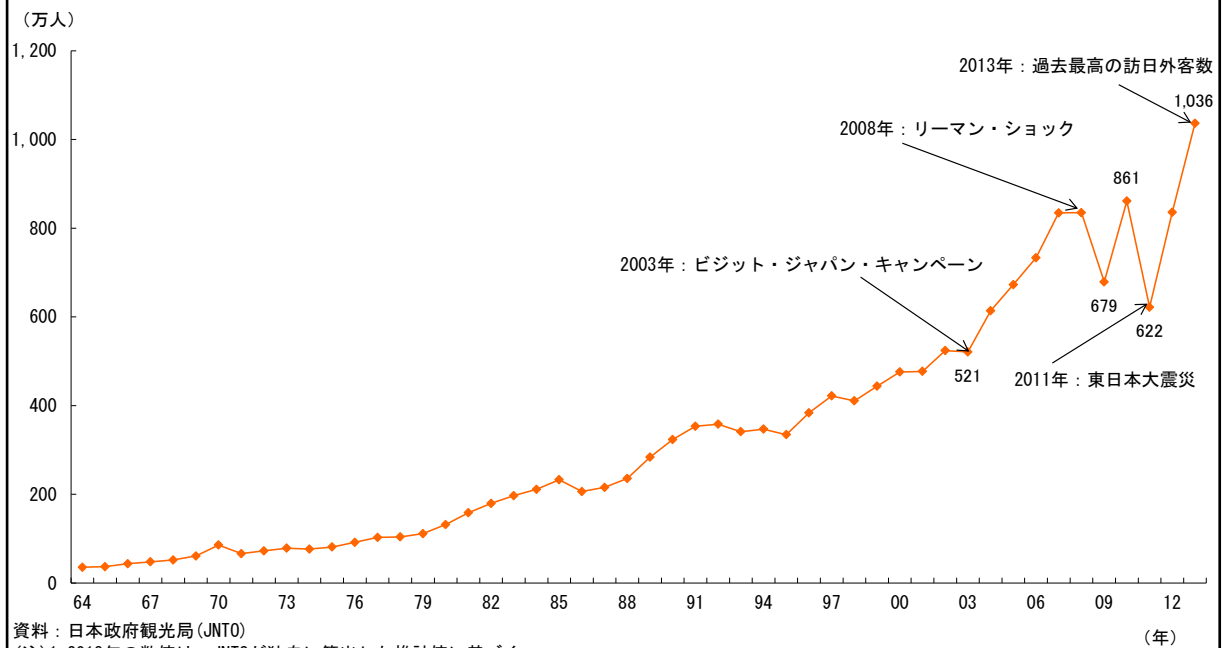
- 10 以上が近年の観光施策である。以下では、上記のような観光施策の効果について見ていく。

第 2-1-19 図は、訪日外客数¹²の推移を示したものである。2003 年から行われている「ビジット・ジャパン・キャンペーン」の効果もあり、2003 年以降順調に訪日外客数は伸びていたが、2008 年のリーマン・ショックや 2011 年の東日本大震災時には、訪日外客数は減少していた。

- 15 しかしながら、2013 年には、観光客増加への取組や 2012 年末からの円安方向への動き等もあり、訪日外客数は初めて 1,000 万人を突破した。

¹² 「訪日外客」とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者数から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。駐在員やその家族、留学生の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。

第2-1-19図 訪日外客数の推移



また、第 2-1-20 図は、国別の訪日外客数を示したものである。これを見ると、中国では 2012 年 9 月の尖閣諸島国有化に端を発した日中関係の冷え込みもあり、前年比で減少したが、その他の国では訪日外客数が増加しているのが分かる。中国を除く東アジア及び東南アジアでは、大きく伸びており、とりわけ、東南アジア 6 か国¹³では、訪日外客数の伸び率は高く、訪日外客数全体に占める割合も 2012 年の 9.3%から 2013 年には 11.1%になっており、今後も東南アジアにおける中間層・富裕層の増加¹⁴に伴い、その割合は拡大することが期待される。

第2-1-20図 国別訪日外客数

	2012年	2013年	伸び率(%)
韓国	2,042,775	2,456,100	20.2
中国	1,425,100	1,314,500	-7.8
台湾	1,465,753	2,210,800	50.8
香港	481,665	745,800	54.8
タイ	260,640	453,600	74.0
シンガポール	142,201	189,200	33.1
マレーシア	130,183	176,500	35.6
インドネシア	101,460	136,800	34.8
フィリピン	85,037	108,300	27.4
ベトナム	55,156	84,400	53.0
インド	68,914	75,000	8.8
豪州	206,404	244,600	18.5
米国	716,709	799,200	11.5
カナダ	135,355	152,800	12.9
英国	173,994	191,900	10.3
フランス	130,412	154,900	18.8
ドイツ	108,898	121,800	11.8
ロシア	50,176	60,500	20.6
その他	577,273	687,200	19.0
総数	8,358,105	10,363,900	24.0

資料：日本政府観光局（JNTO）

（注）1. 2013年の数値は、JNTOが独自に算出した推計値に基づく。

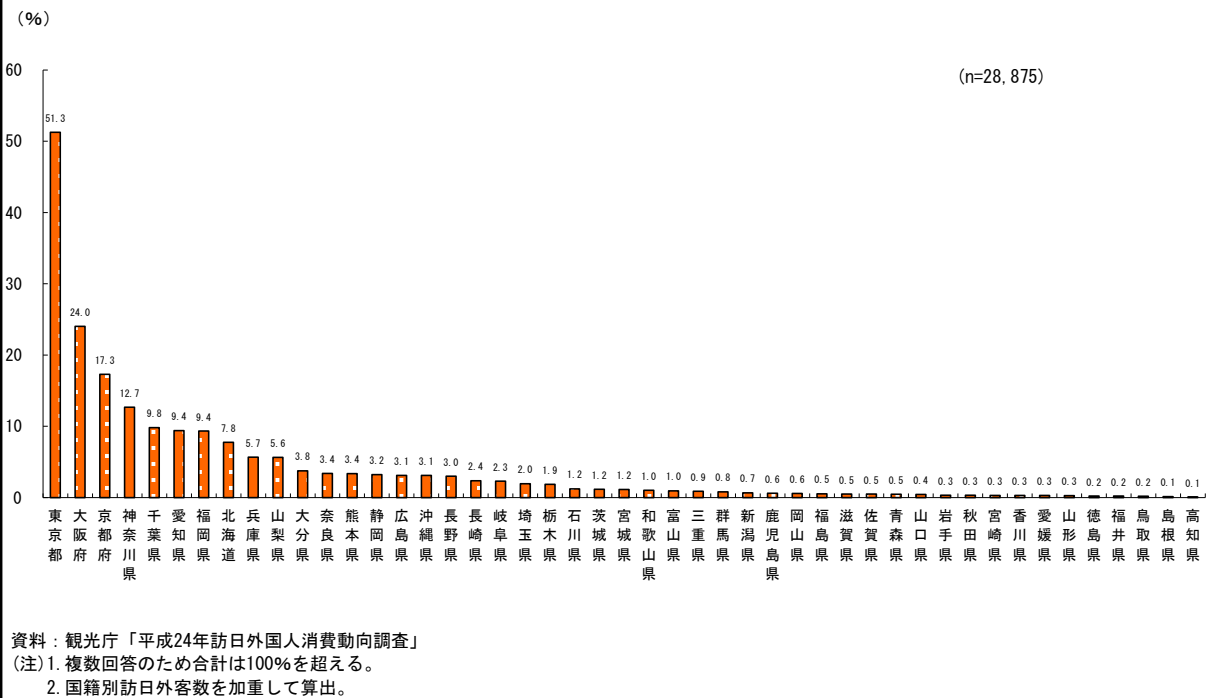
2. 「訪日外客」とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者数から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。駐在員やその家族、留学生の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。

¹³ ここでいう「東南アジア 6 か国」とは、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナムのことをいう。

¹⁴ アジアの中間層・富裕層の増加については、第 2-1-9 図を参照。

では、これらの訪日外国人はどここの都道府県を訪問しているのだろうか。第 2-1-21 図は、「平成 24 年訪日外国人消費動向調査¹⁵」に基づく、外国人の都道府県別の訪問率を示したものである。これを見ると、東京都、大阪府、京都府などで高く¹⁶、高知県、島根県、鳥取県、福井県などで低くなっている。年間 1,000 万人の外国人が訪日すると仮定すると、最も少ない県でも年間約 10,000 人の外国人観光客が訪れている計算となる。また、同調査に基づく訪日外国人の一人当たり滞在中の平均消費単価は約 13 万円であり、単純計算で訪日外国人が最も少ない県でも、年間に約 13 億円の消費が生まれていることになる。第 2-1-18 図でも見たように、観光消費がもたらす国内経済への波及効果は大きいため、訪日外客数を増やすことは、地方経済にとっては大きな意味があるといえる。

第2-1-21図 都道府県別訪問率

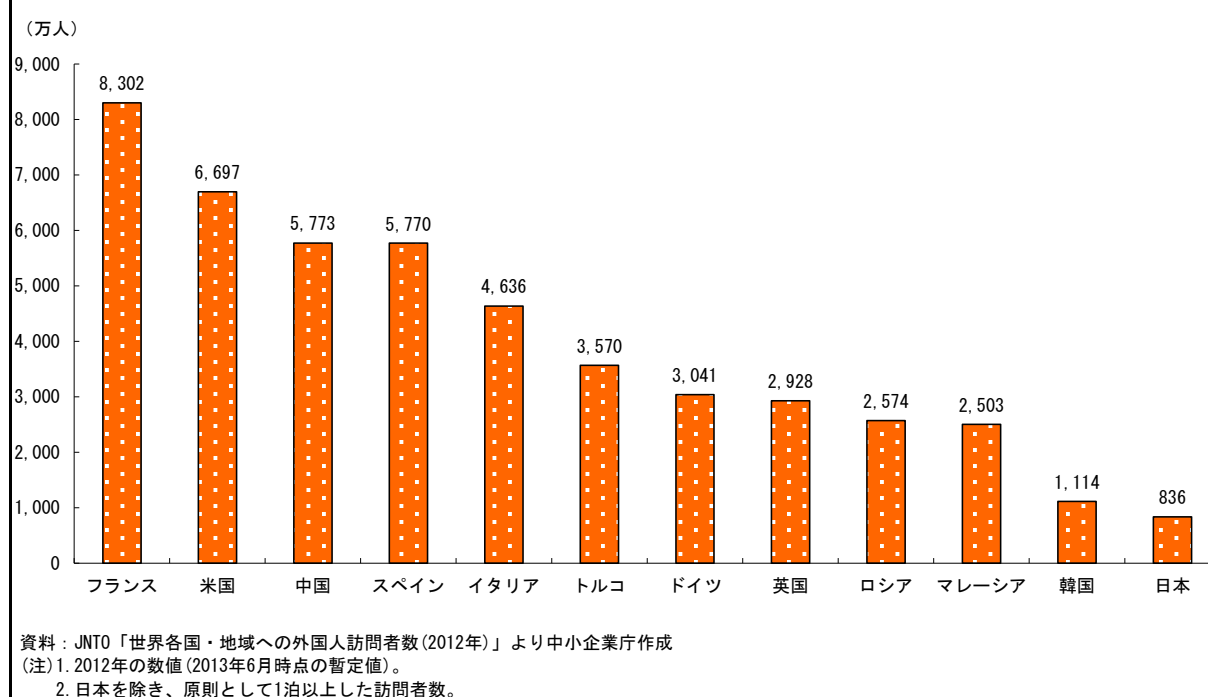


¹⁵ 新千歳空港、仙台空港、新潟空港、羽田空港、成田空港、中部国際空港、関西国際空港、広島空港、福岡空港、那覇空港、博多港の 11 空海港にて、訪日外国人に聞き取り調査を実施しているもの。

¹⁶ 「訪日外国人消費動向調査」における訪日外国人には、ビジネス客も含んでいるため、東京都や大阪府で訪問率が高くなっている。

一方で、訪日外客数が1,000万人を突破したとはいっても、フランスなどと比べるとまだまだ少ないのが現状である。第2-1-22図は、外国人訪問者数について各国を比較したものである。これを見ると、フランスや米国、中国などと比べると我が国の外国人訪問者数はまだまだ少ないことが分かる。また、同じアジアの国である、中国や韓国などと比較しても少ないことから、まだまだ伸びる余地は十分にあるといえる。実際に、観光庁では、2016年までに訪日外国人旅行者数数を1,800万人¹⁷とする目標を立てている。

第2-1-22図 外国人訪問者数(上位10カ国及び韓国(23位)、日本(33位))



¹⁷ 2012年3月30日に閣議決定された「観光立国推進基本計画」において、基本的な目標として掲げられた。

第 2-1-23 図は、「平成 24 年訪日外国人消費動向調査」に基づく、訪日外国人が滞在中に行ったことを示したものである。これを見ると、最も多く行われたことは「日本食を食べること」であり、9 割超の訪日外国人が回答している。次いで、「ショッピング」、「繁華街の街歩き」であり、実際行った活動は、比較的都市部でできる活動が多い。対して、第 2-1-24 図は、次回訪日した際に行いたいことを示したものである。これを見ると最も多く回答されたことは、滞在中に行ったことと同様で、「日本食を食べること」である。次いで、「温泉入浴」、「ショッピング」、「自然・景勝地観光」となっており、実際に滞在中に行ったことと比べると、より自然を求める活動が多い傾向にある。

以上より、訪日外国人は、食文化や温泉、自然・景勝地観光などに興味と関心を抱いており、食文化を中心に、エコツーリズム¹⁸やグリーン・ツーリズム¹⁹などを行うことで、何も目立った観光資源がないような地方であっても、外国人観光客を引き付けることは十分に可能であるといえる。実際に、初めて日本を訪れた外国人に聞いてみても、「日本は大都市のイメージがあったが、こんなに自然が豊かで、食材に恵まれているとは知らなかった。その意味で、特に日本の地方は非常に魅力的である。」という声はよく聞かれるところである。

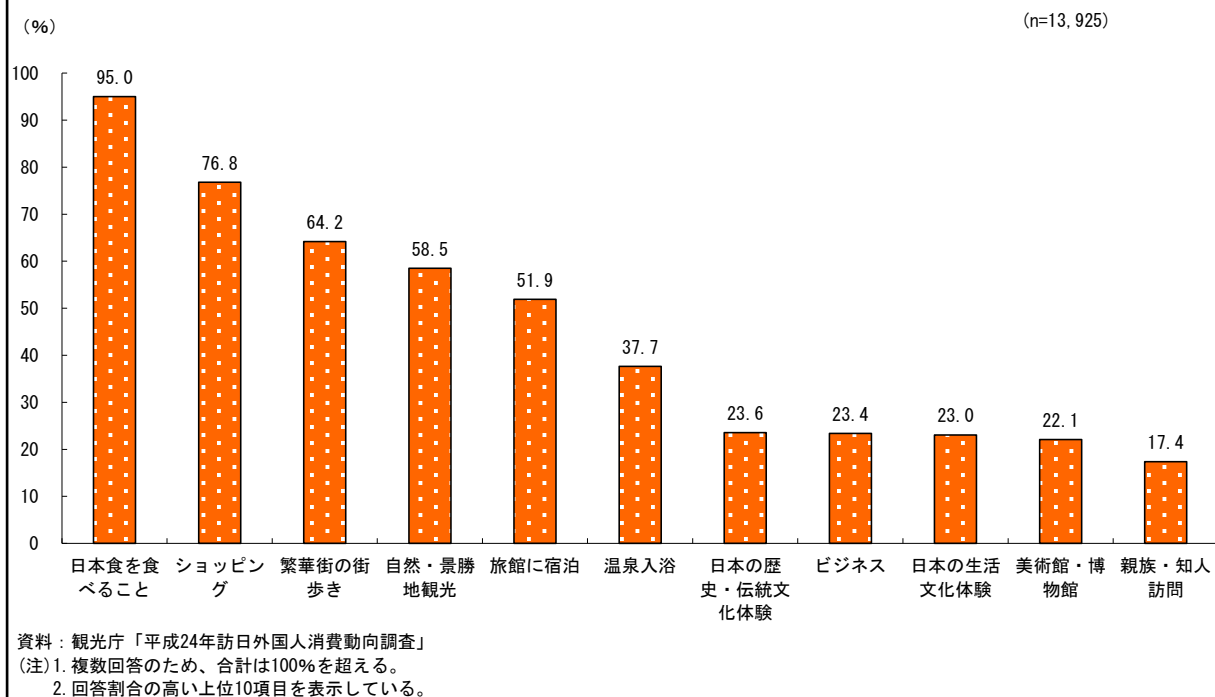
なお、エコツーリズムの例としては、知床半島や小笠原諸島で行われている活動が挙げられる。これは、世界遺産である知床や小笠原諸島の自然保護を意識しながら観光をするもので、地域住民との交流も行われている。

また、グリーン・ツーリズムの例としては、岐阜県高山市などで行われている「体験型旅行」が挙げられる。これは、地域住民と一体になって、農村体験、味覚体験、自然・歴史体験、アウトドア体験などを行うことができるものである。

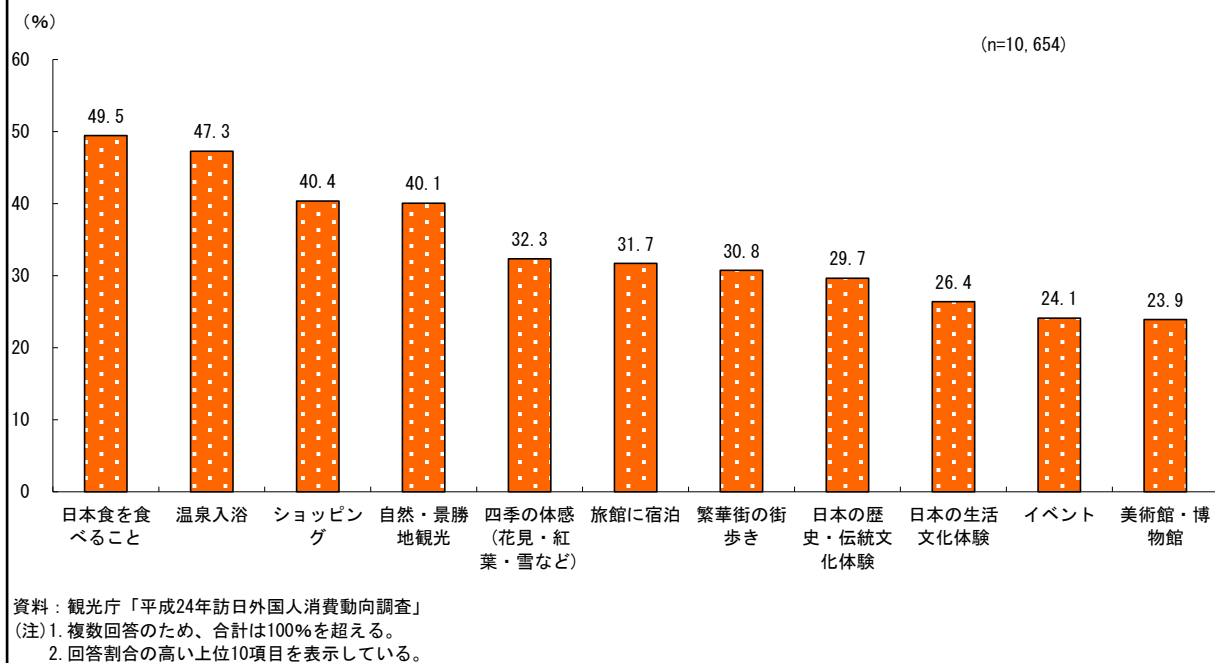
¹⁸ 「エコツーリズム」とは、環境大臣を議長とした「エコツーリズム推進会議(2003-2004 年)」において、「自然環境や歴史文化を対象にし、それらを体験し、学ぶとともに、対象となる地域の自然環境や歴史文化の保全に責任を持つ観光の在り方。」と定義されている。また、「エコツーリズム推進法」(平成 19 年法律第 105 号)は、「自然環境の保全」、「観光振興」、「地域振興」、「環境教育の場としての活用」を基本理念としている。

¹⁹ 「グリーン・ツーリズム」とは、農林水産省によると、「農山漁村地域において自然・文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動」と定義されている。

第2-1-23図 訪日外国人が滞在中に行ったこと



第2-1-24図 訪日外国人が次回訪日した際に行いたいこと



以上見てきたように、我が国の GDP は伸び悩んでおり、国内の製造業を中心に国際的な競争力が失われていく一方で、まだまだ伸び代のある観光産業の存在及びその波及効果は中小企業・小規模事業者にとっても大きな可能性を秘めている。

2020 年には、東京オリンピックが決まっており、地方にとっても大きなチャンスといえよう。東京オリンピックを契機に、いかに地方にまで足を伸ばしてもらうか、その上で、いかに地方の魅力を伝え、リピーターになってもらうか、そのためにも、市区町村や都道府県の区域を越えた広域連携を通じて、我が国の魅力を広域的かつ戦略的に伝えていくことが必要となる。

【コラム 2-1-1 国内での富裕層ビジネスの動き】

2013 年 3 月、京都東山の建仁寺にて、世界的に有名な富裕層向け旅行商談会、「ILTM(International Luxury Travel Market) Japan」が我が国で初開催された。ILTM は、富裕層向け旅行のバイヤー²⁰とセラー²¹が一堂に会する商談会で、カンヌと上海で毎年開催されている。カンヌでは、我が国の旅行商談会「JATA旅博」の倍近い 1,400 社もの富裕層向け旅行関連会社が集まるため、京都市でも、その誘致に向けた取組をしてきた。

京都市の建物は高さ制限があり、収容客数も限られるため、国内需要の落ち込みを埋めるため、外国人観光客の客単価の向上を目指した。そこで、最も客単価の高い、富裕層ビジネスに舵を切った。2020 年の東京オリンピックの開催決定に加え、2014 年 3 月には第 2 回の ILTM が開催されており、今後京都の富裕層向けビジネスは、ますます高まりを見せるだろう。

²⁰ ここでいう「バイヤー」とは、海外の旅行会社等をいう。

²¹ ここでいう「セラー」とは、高級ホテルや旅行催行会社等をいう。

【コラム 2-1-2 国際会議の重要性】

企業会議、国際会議、展示会等の「MICE (Meeting Incentive Convention Exhibition)」は、一般の観光誘客と比べてより大きな経済波及効果が期待されることから、近年、成長分野として改めて注目を集めている。

5 具体的には、MICE 開催地において、世界各国からの企業や研究者が一同に会することにより、国内外の関係者のネットワークが構築され、新たなビジネスチャンスやイノベーションの創出が期待できる。また、会議主催者や参加者による宿泊、飲食、観光等の幅広い分野での消費支出を通じて、開催地周辺の小規模事業者に対しても直接的な経済波及効果が見込まれる。さらに、MICE の開催により、国内外からの集客の受
10 入れ体制やビジネス・研究環境が整備され、国や都市の国際競争力やブランド力の向上にもつながっている。

世界における国際会議の開催動向をみると、アジアや南米などの経済成長の著しい新興国を中心に開催件数が急増するなど、各国における誘致競争が激化する中、我が国の MICE 分野での優位性が失われつつある。こうした状況を踏まえ、「日本再興戦略」
15 (2013 年 6 月閣議決定)において、海外から国内に対し、多くの人材や優れた知見、投資を呼び込み、2030 年にはアジア No. 1 の国際会議開催国として不動の地位を築くことが重要施策として位置付けられている。観光庁は、MICE の誘致ポテンシャルの高い、東京都、京都市、福岡市、横浜市、神戸市を「グローバル MICE 戦略都市」に指定し、海外顧客や競合都市に関する調査や海外の専門家派遣、プロモーション、域内関係者の
20 の連携体制の構築など、国と都市の協働による支援事業に取り組んでいる。

25

30

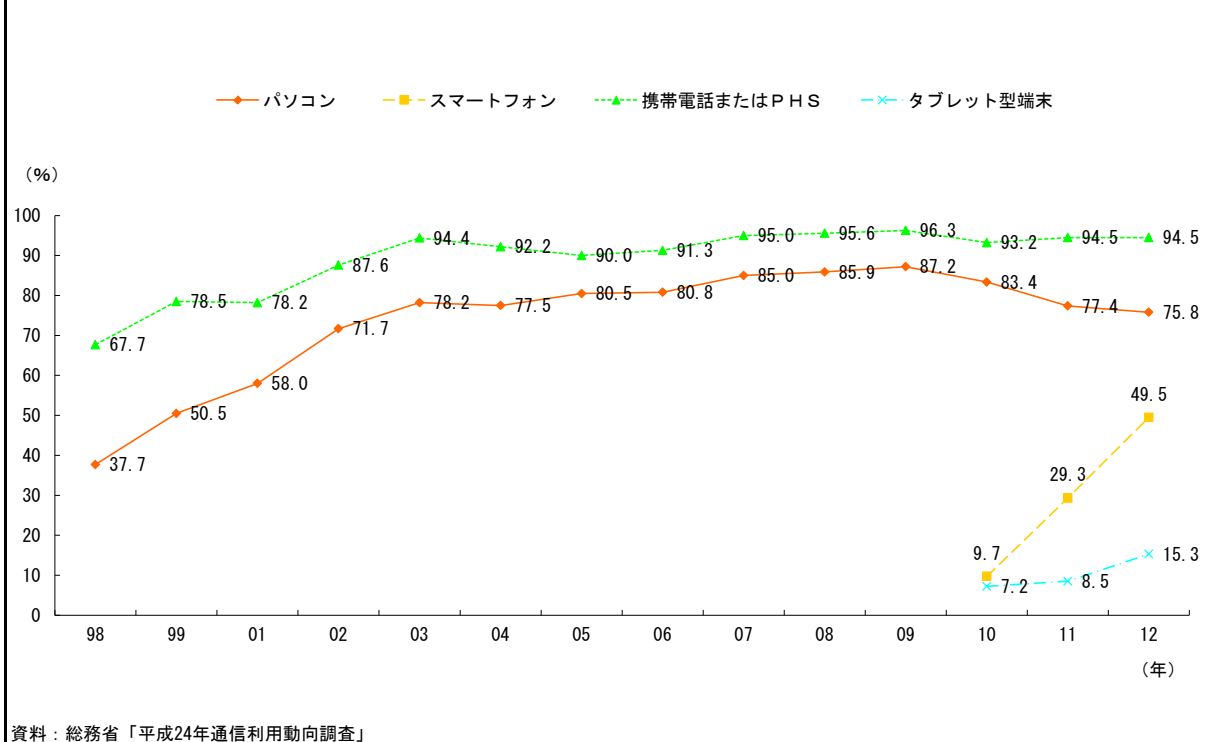
35

第3節 情報化の進展

1. 情報化の進展に伴う消費者行動・物流構造の変化

近年、情報技術の発達が著しい。第2-1-25図は、情報通信端末の世帯保有率の推移を示したものである。携帯電話は社会に十分に普及したといえ、世帯保有率は既に9割超となっている。また、ここ3年で、スマートフォンやタブレット端末の普及も急速に広がっているのが分かる。

第2-1-25図 情報通信端末の世帯保有率の推移



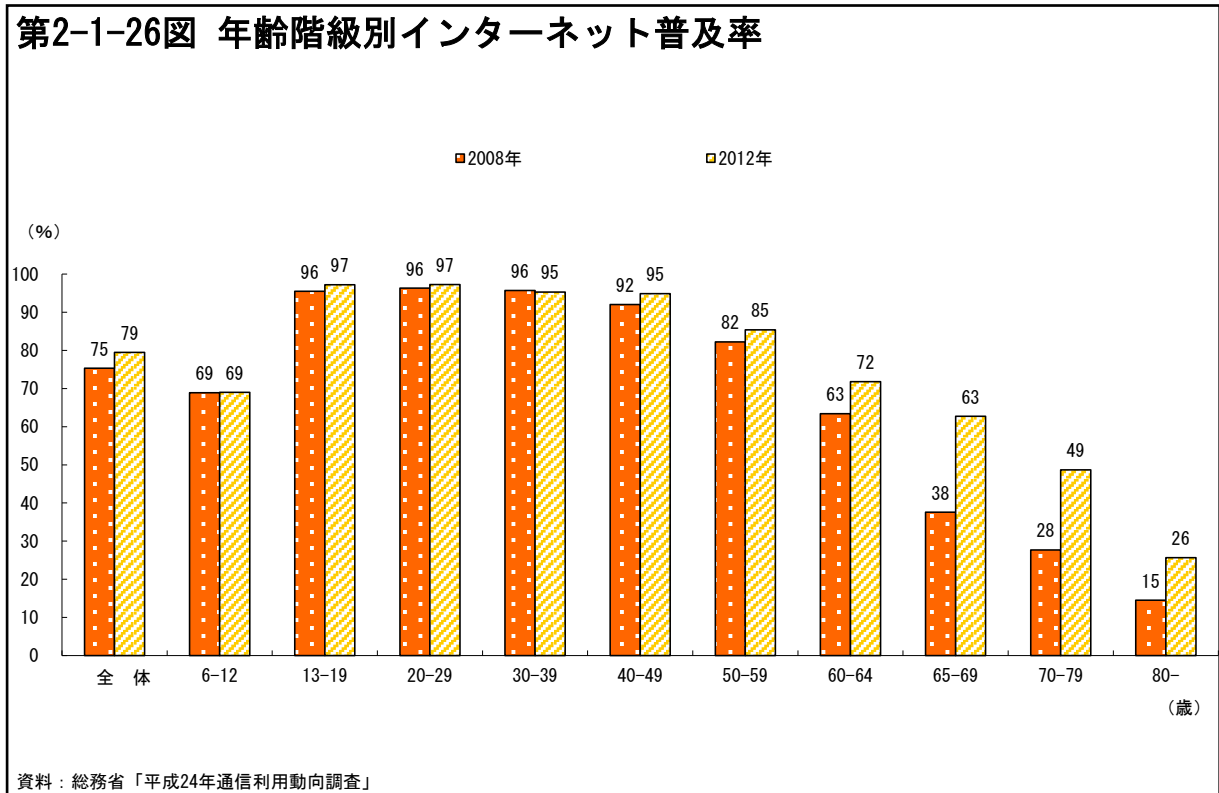
10

15

20

また、第 2-1-26 図は、年齢階級別のインターネット普及率を示したものである。これを見ると、第 2-1-25 図で見てきたような、各情報通信端末の急速な普及に伴い、インターネット普及率は、2008 年に比べて、全体的に上昇している。特に、高齢者層での普及が進んでおり、若者との情報格差は縮小傾向にあるといえる。

5



10

15

20

第 2-1-27 図は、対個人向けEC²²市場規模の推移を示したものである。これを見ると、第 2-1-25 図及び第 2-1-26 図で見たような、スマートフォンを始めとする情報通信端末・インターネットの普及を背景に、楽天市場やAmazon等を始めとする個人向けEC市場は拡大傾向にあることが分かる。

5 消費者の行動も、店頭での購入からインターネットを通じての購入へと変化しつつある。近年では、ECサイトやショッピング比較サイト、オークションサイトなどが充実したことを背景に、商品の確認は店頭で行い、購入をネット通販で行うという「ショールーミング」という動きも出てきている。これに対して、ネット販売への移行を防ぎ、店舗販売を促進する観点から、店内でのカメラやスマートフォンでの商品撮影
10 を禁止する小売業者もいる。逆に、ネット販売の流れをうまく活用して売上を伸ばそうとする小売業者もいる。例えば、大手ファッション通販サイトの「ZOZOTOWN」では、スマートフォンで商品のバーコードを読み取ることで、気になる商品を他の商品と比較し、インターネットで購入ができるアプリ²³の配布を始めた。

以上のような、EC市場の拡大及び消費者行動の変化に伴い、物流構造も大きく変化
15 している。従来は、「大量輸送」が主目的であった物流であるが、ネット通販の拡大に伴い、輸送、保管、荷役、包装、流通加工、情報管理を効率的に運用した「スピード輸送」、「高品質輸送」の重要性が増している。例えば、「Amazon.co.jp」を運営するアマゾン・ジャパン(株)では、自社で九つの物流センター²⁴を保有し、物流のスピードアップや高品質での配送を実現できるようになっている。

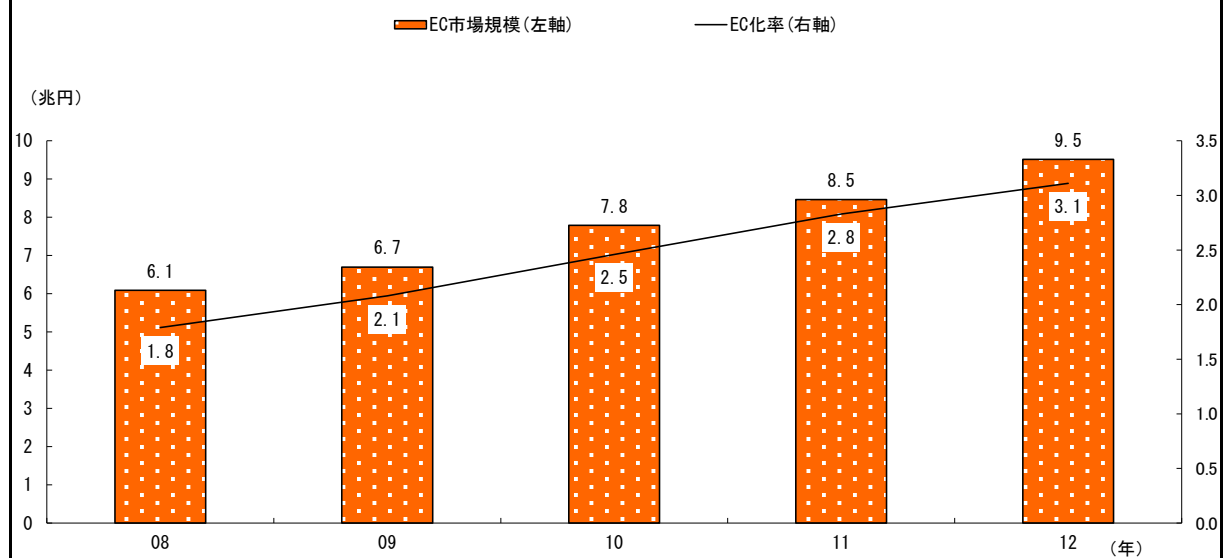
20 このような動きに付随する形で、ネット通販会社や大手デベロッパー、物流専門業者なども大型物流センターを次々と作っており、大量輸送からスピード・品質重視へと物流構造そのものが変化しつつあるといえる。

²² 「EC」とは、電子商取引を表す「e コマース」の略語で、インターネットなどのネットワークを利用して、契約や決済などを行う取引形態のことをいう。

²³ 「アプリ」とは、アプリケーションの略で、スマートフォンなどの OS 上で動くソフトのこと。

²⁴ 2013 年 9 月 3 日のアマゾン・ジャパン(株)のプレスリリース資料より引用。

第2-1-27図 対個人向けEC市場規模の推移



資料：経済産業省「平成24年度我が国情報経済社会における基盤整備（電子商取引における基盤整備）」

(注)1. 「EC化率」とは、全ての商取引金額に占める電子商取引金額の割合のことをいう。

2. EC市場規模及びEC化率は小売業・サービス業における数値。

5

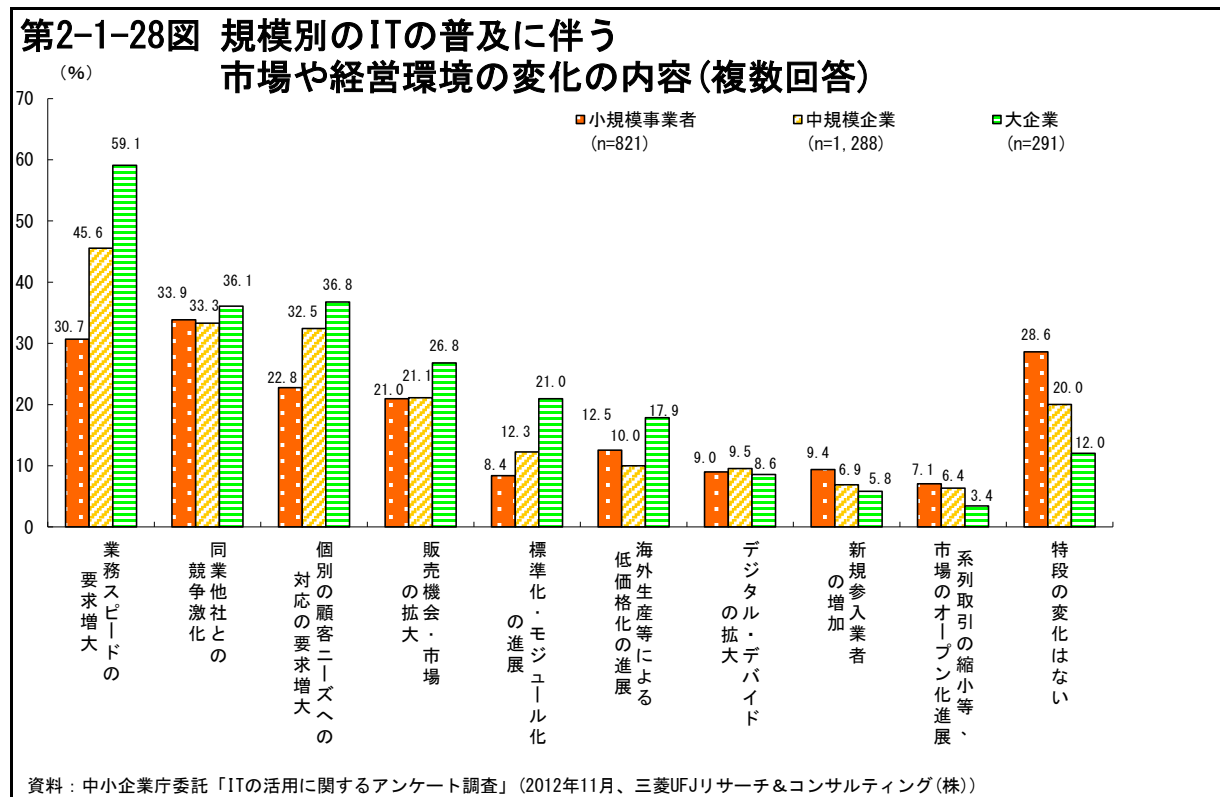
10

15

20

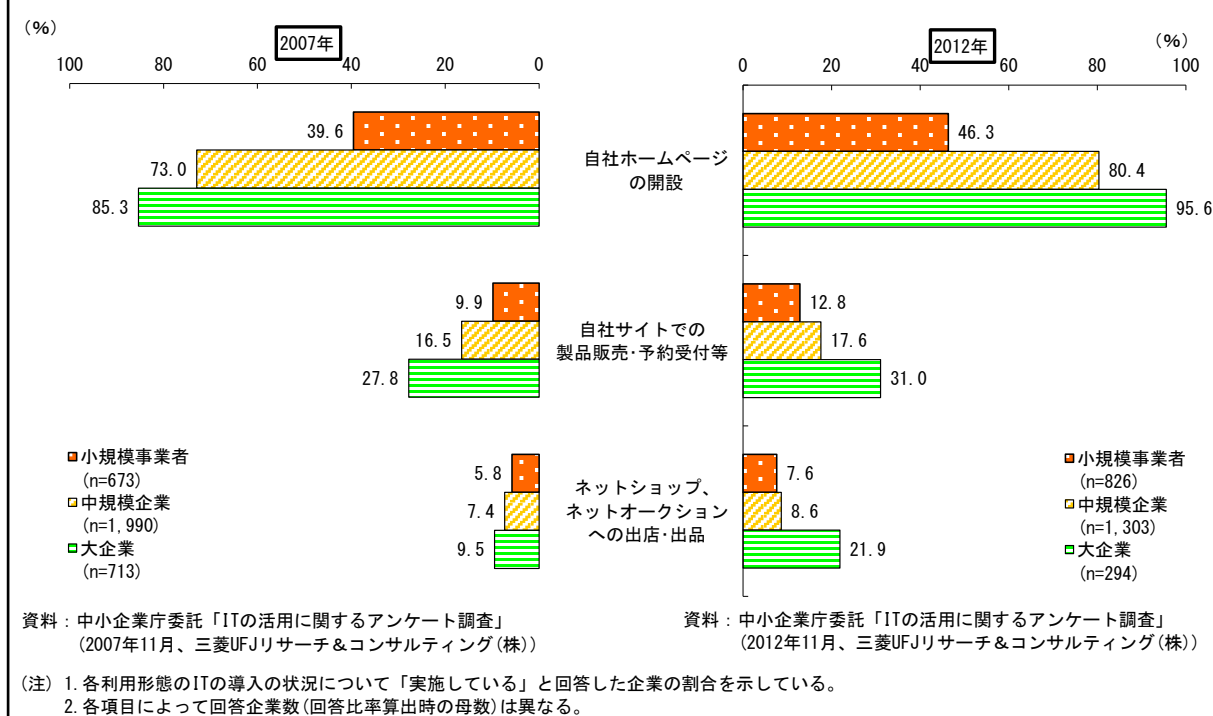
2. 情報技術の普及による中小企業・小規模事業者の経営環境の変化

ここからは、ITの普及による市場や経営環境の変化を見ていく。第2-1-28図は、ITの普及に伴う市場や経営環境の変化の内容を、規模別に見たものである。これを見ると、「業務スピードの要求拡大」、「個別の顧客ニーズへの対応の要求増大」などの顧客の要求の変化や「同業他社との競争激化」が起こる一方で、「販売機会・市場の拡大」などのビジネスチャンスも生じる。そのような変化への感度は、企業規模が小さくなるほど低くなる傾向にあり、小規模事業者の約3割は「特段の変化はない」と回答するなど、ITの普及による市場や経営環境の変化に十分に対応できていない可能性がある。



また、第2-1-29図は、規模別・利用形態別のITの導入状況を2007年と2012年で比較したものである。これを見ると、2007年から2012年にかけて、ITは全規模で普及してきているのが分かる。しかしながら、小規模事業者の半数以上が自社のホームページを持っておらず、また、自社サイトでの製品販売・予約受付等は1割程度で、ネットショップやネットショッピングへの出店・出品は1割を切っている。第2-1-27図で見たとおり、対個人向けEC市場は拡大傾向にあり、ネットショッピング等の普及によって、企業規模の大小や地域を問わず、全国や世界を相手にビジネスができる可能性が広がっているにもかかわらず、ほとんどの小規模事業者はその機会を十分に活かしていないといえる。

第2-1-29図 規模別・利用形態別のITの導入の状況(2007年、2012年)



以上のように、情報化の進展により、企業の経営環境は大きく変わっており、中小企業・小規模事業者にとっても、顧客ニーズの多様化や同業他社との競争激化などに果敢に挑戦していかなければならないが、その一方で、商品やサービス、技術次第では、全国や世界に市場は広がっている。他方で、大企業と、中小企業・小規模事業者の間の情報格差は未だに大きく、中小企業・小規模事業者は情報化の進展によるビジネスチャンスを十分に活かせてない状況にある。

情報技術は、利便性を向上させる方向でますます進歩し、流通構造の変化や情報技術の革新によって、経営環境は今後とも変わっていくことが予想される。中小企業・小規模事業者においては、このような情報技術の進展にも十分に目を向けつつ、中長期的な経営戦略を考えていく必要がある。

15

20

25

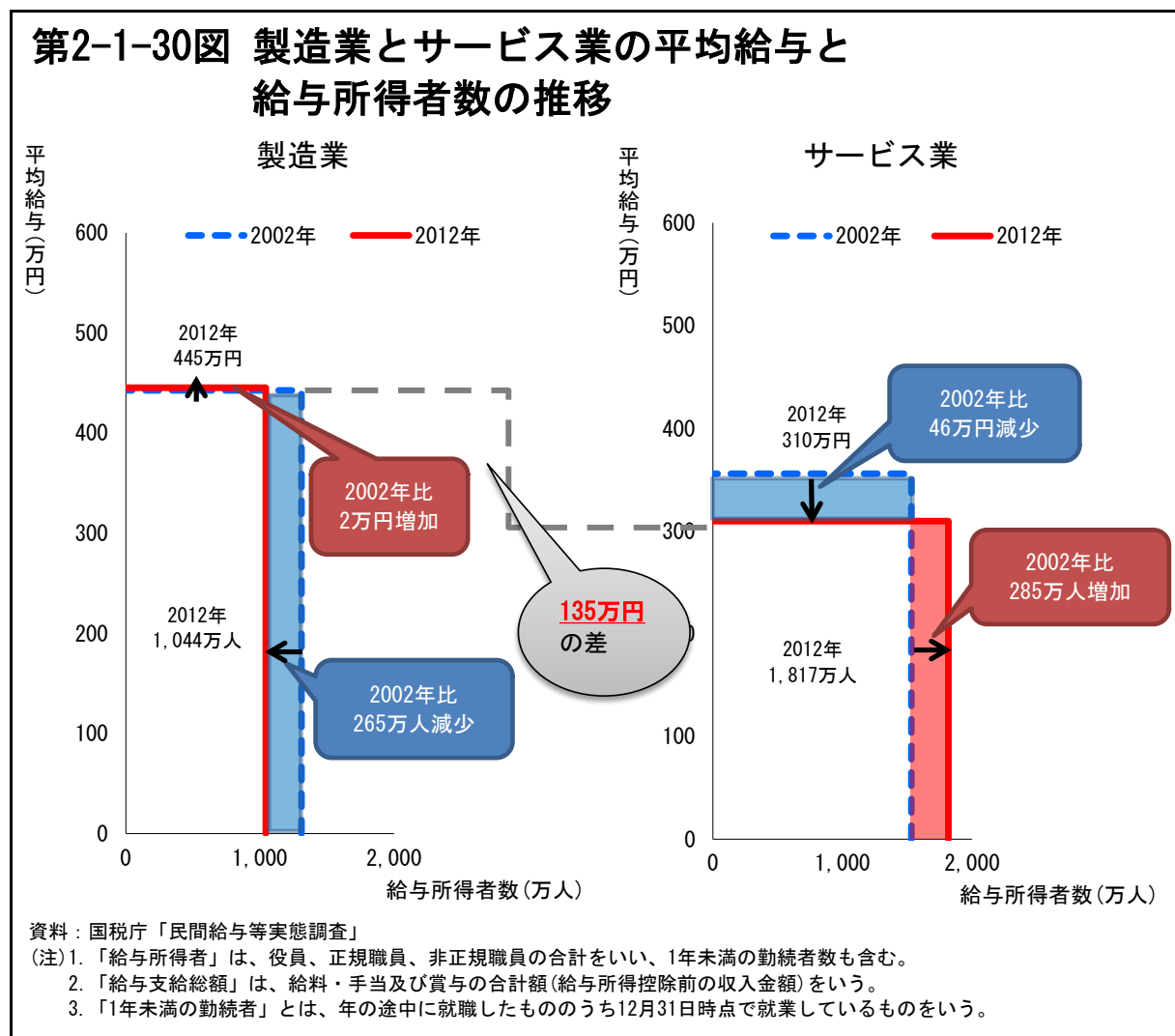
30

35

第4節 就業構造・雇用環境の変化

1. 就業構造の変化

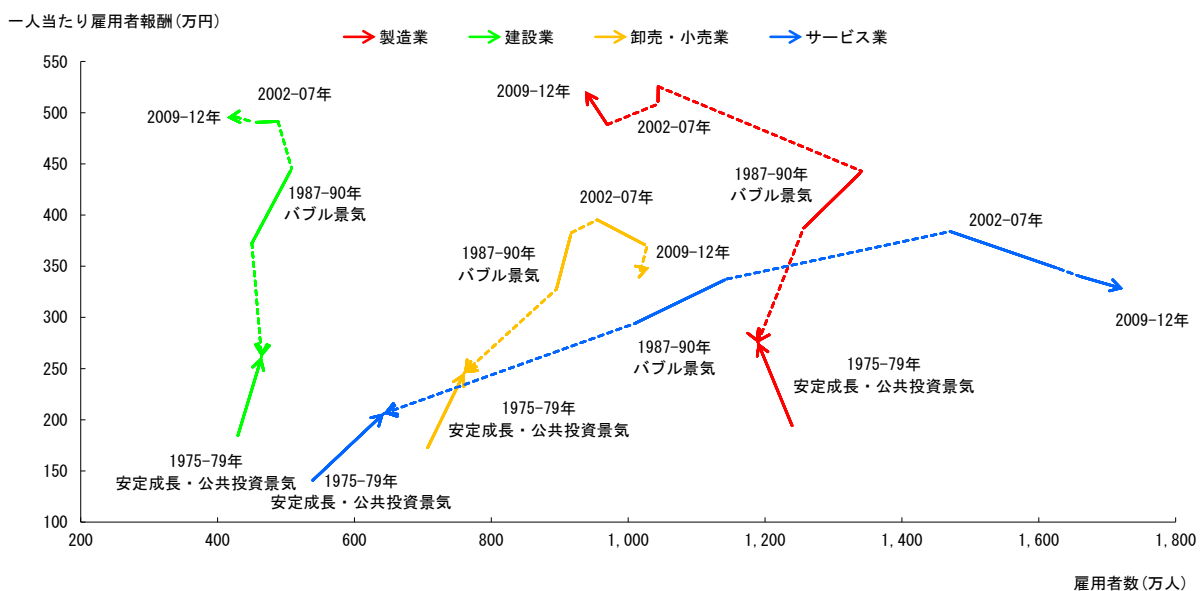
5 第2-1-30図は、製造業とサービス業の平均給与と給与所得者数の推移を示したものである。これを見ると、2002年から2012年にかけて、製造業では、平均給与が2万円上昇する一方、給与所得者数が265万人減少している。また、サービス業では、平均給与が46万円減少する一方、給与所得者数が285万人増加している。以上より、相対的に給与の高い製造業では給与所得者数を減らしており相対的に給与の低いサービス業では、給与所得者数が増加していることが分かる。



次に、雇用者報酬と雇用者数の推移を見ていく。第 2-1-31 図は、景気拡張期における産業別の一人当たり雇用者報酬と雇用者数の推移を示したものである²⁵。これを見ると、製造業では、バブル景気の頃までは、雇用者報酬・雇用者数共に増やしていた。バブル崩壊以降、雇用者報酬は増加したが、雇用者数は急速に減少した。近年では、雇用者報酬も頭打ちになってきており、雇用者数の減少は継続している。建設業については、製造業と似た動きをしているが、製造業ほど、雇用の増減は起こっていない。近年でも、製造業と同様に雇用者報酬は頭打ちで、雇用者数は減少している。卸売・小売業では、バブル景気の頃までは、雇用者報酬・雇用者数共に増加傾向で推移していたが、バブル崩壊以降は、雇用者数は増加しているものの、雇用者報酬は減少している。サービス業では、一貫して雇用者数は増加しており、バブル景気の頃までは雇用者報酬も増加傾向にあったが、2000 年以降雇用者報酬は減少している。

以上より、バブル崩壊以降、比較的高所得の製造業から、比較的低所得のサービス業、卸売・小売業へ労働人口が移動しているのが分かる。サービス業や卸売・小売業は、労働集約型の産業であるため、雇用吸収力はあるものの、急速な生産性の向上は難しく、景気拡張期における製造業や建設業のような雇用者報酬の増加はなかなか期待できないといえよう。

第2-1-31図 景気拡張期における
産業別一人当たり雇用者報酬と雇用者数の推移

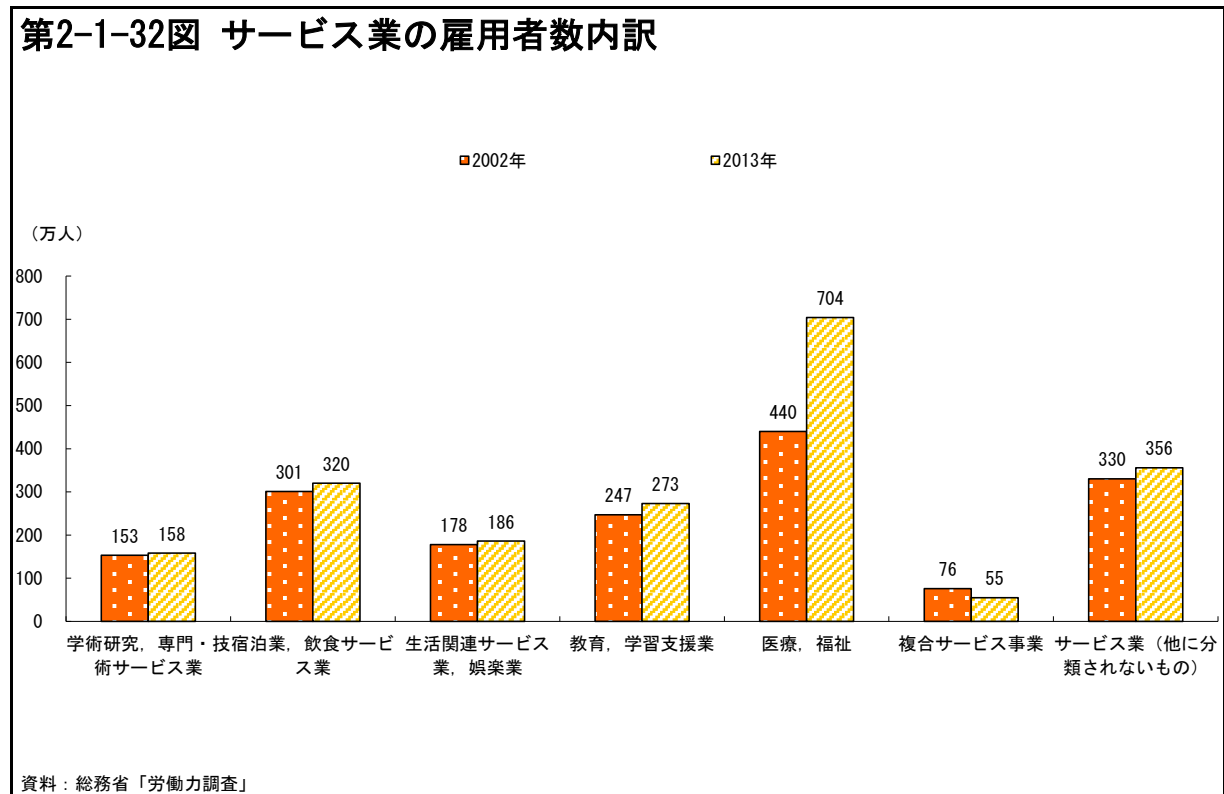


資料：内閣府「国民経済計算」

(注) 1975-79年は1990年基準(63SNA)、1987-90年は2000年基準(93SNA)、2002-07年及び2009-12年は2005年基準(93SNA)。

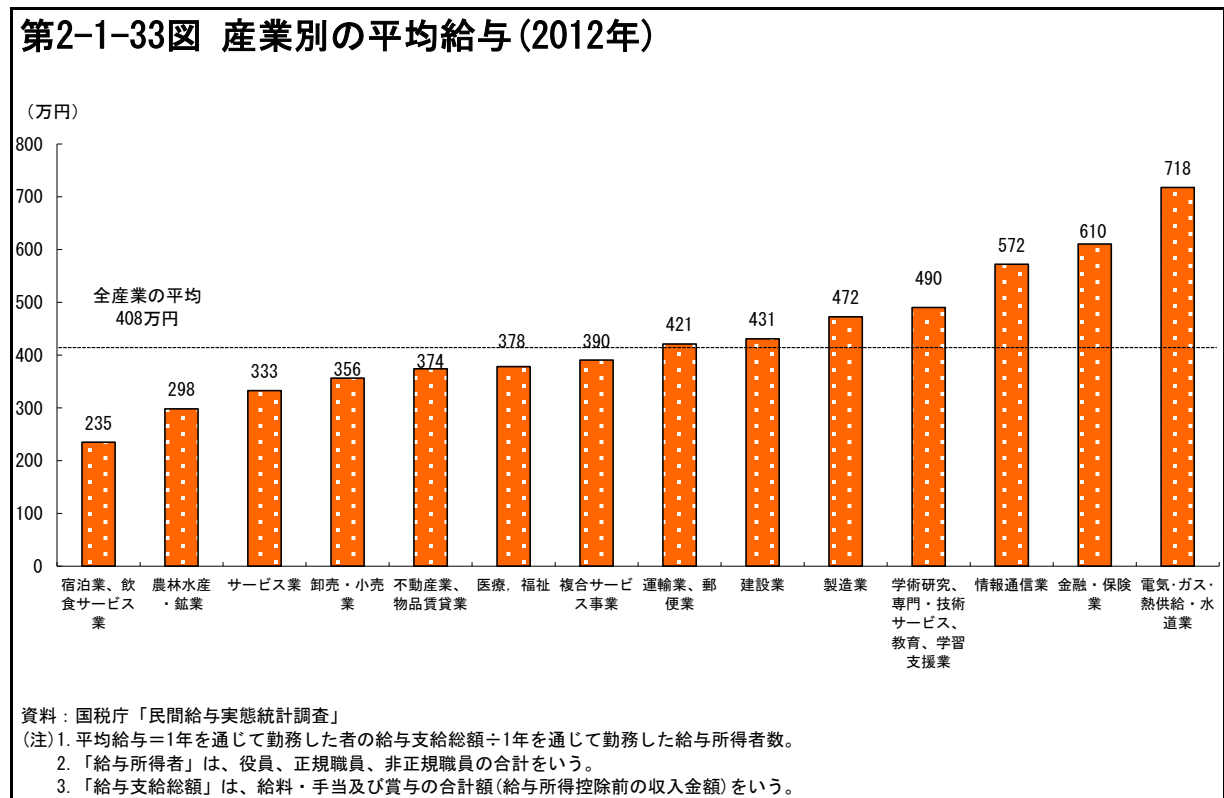
²⁵ 全期間の産業別雇用者報酬と雇用者数の推移については、付注 2-1-4 を参照。

では、最も雇用者数を増やしているサービス業について、詳細に見ていくこととする。第 2-1-32 図は、2002 年から 2013 年にかけてのサービス業の業種別雇用者数の推移を示したものである。これを見ると、「医療、福祉」で雇用者数が大きく増加しており、「製造業」及び「建設業」から、「医療、福祉」へと労働人口が移動していることが分かる²⁶。



²⁶ 製造業及び建設業からサービス業への雇用者数の移動については、第 2-1-31 図を参照。

第 2-1-33 図は、産業別の平均給与を示したものである。これを見ると、平均給与が最も低いのは、「宿泊業，飲食サービス業」であり、次いで「農林水産・鉱業」、「サービス業」、「卸売・小売業」、「不動産業，物品賃貸業」、「医療，福祉」と続いており、雇用者数が増加していた「医療，福祉」分野についても、給与は平均を下回っていることが分かる。

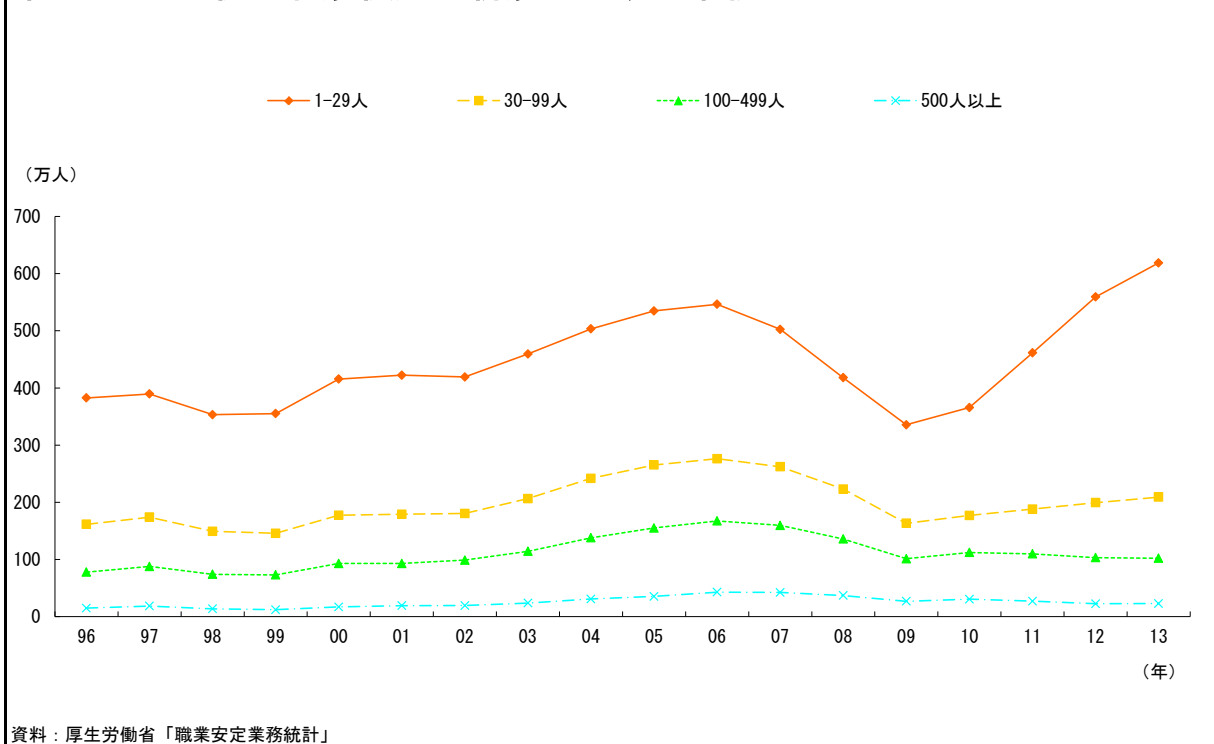


2. 企業の雇用環境の変化

ここからは、企業の雇用環境について見ていく。

- 5 第 2-1-34 図は、従業者規模別の新規求人数の推移を示したものである。これを見ると、2008 年 9 月のリーマン・ショックで新規求人数は落ち込んだが、その後、規模の小さな企業の新規求人数は伸びているといえる。他方、規模の小さな企業の雇用者数は減少傾向にあり(第 2-1-35 図)、採用意欲が高まる一方で、雇用者の確保がうまくいっていない可能性が考えられる。

第2-1-34図 従業者規模別の新規求人数の推移



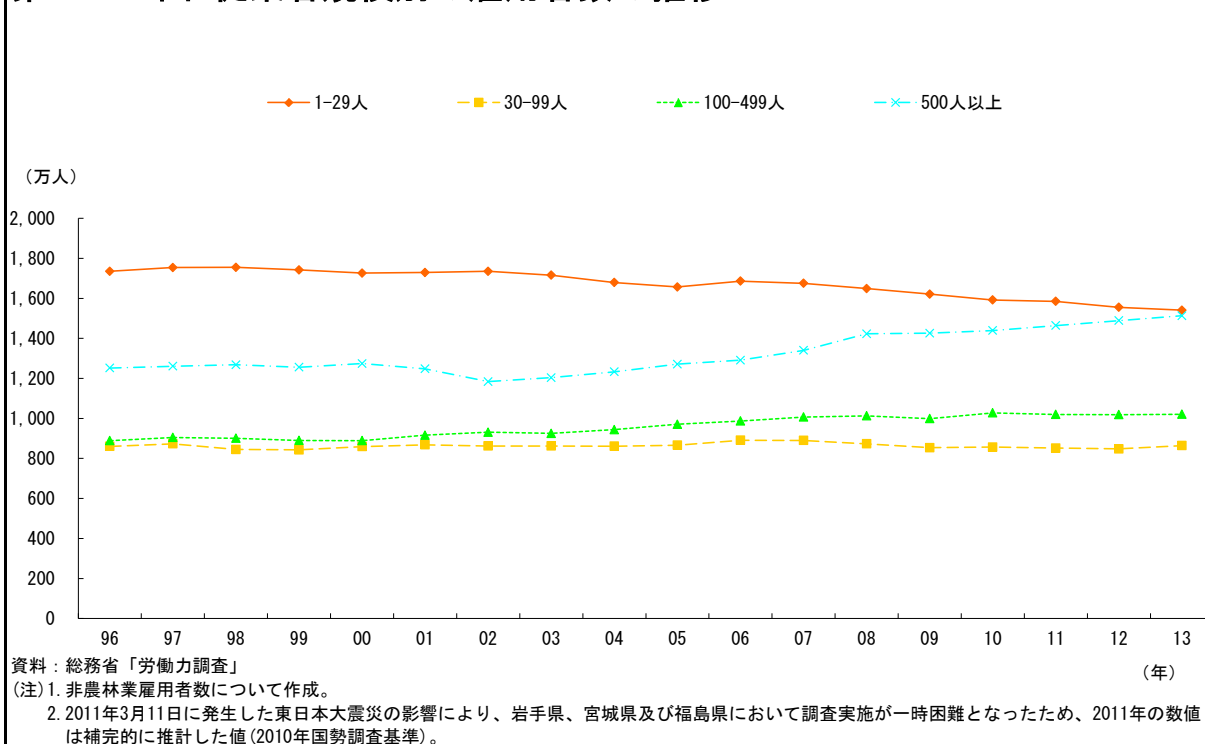
10

以上のように、製造業からサービス業への労働人口の移動など我が国の就業構造は中長期的に見て大きく変化してきたことが分かる。また、今後についても、人口減少・少子高齢化、国際化の進展、情報化の進展などにより、就業構造は大きく変化していくことが予想される。また、規模の小さな企業ほど雇用の確保は難しいと考えられるため、上記のような就業構造の変化をいち早く捉え、雇用確保等に努めていく必要があるだろう。

15

20

第2-1-35図 従業者規模別の雇用者数の推移



第1章では、人口減少・少子高齢化、国際化の進展、情報化の進展、就業構造の変化などの経済・社会構造の変化を見てきた。人口減少・少子高齢化による需要の縮小や我が国の国際競争力の低下に伴う大企業の海外への移転など、中小企業・小規模事業者においては、厳しい事業環境が予想される一方で、観光客の取り込みや情報化の進展によるビジネスチャンスも広がっている。中小企業・小規模事業者は、これらの外部環境の変化を踏まえた上で、中長期的な経営戦略を立てて、実行していく必要があると考えられる。

第2章 地域の抱える課題と地域活性化

第1章で見てきたような経済・社会構造の変化が地域経済に与える影響は大きい。

本章では、中小企業や自治体が認識している地域が抱える課題を「中小企業者・小規模企業者の経営実態及び事業承継に関するアンケート調査²⁷⁾」及び「自治体の中小企業支援の実態に関する調査²⁸⁾」により、明らかにしていく。その上で、地域が抱える課題の中で多くの回答があったものについて、より詳細に分析していく。

また、上記のような地域が抱える課題を解決し、地域活性化の切り札となり得る「地域資源」についても概観していく。

10 第1節 地域の抱える課題

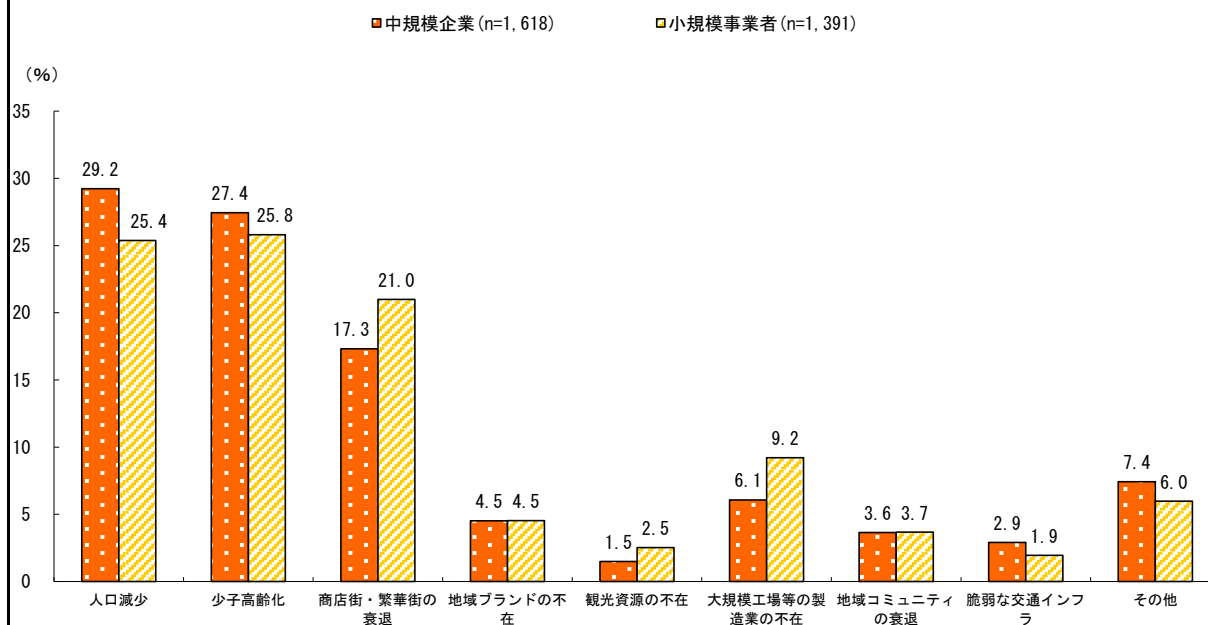
1. 地域の抱える課題

第2-2-1図は、中小企業・小規模事業者が認識している地域の抱える課題を示したものである。中規模企業、小規模事業者共に、「人口減少」、「少子高齢化」、「商店街・繁華街の衰退」と回答した企業が多い。小規模事業者については、「大規模工場等の製造業の不在」と回答した企業も多く、大規模製造業がその地域から移転してしまった影響で、下請である小規模事業者が仕事を失ったことが推察される。

²⁷⁾ 中小企業庁の委託により、(株)帝国データバンクが、2013年12月に、中小企業13,000社(うち小規模事業者9,100社)を対象としたアンケート調査。回収率27.3%。

²⁸⁾ 中小企業庁の委託により、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)が、2013年11月に、47の都道府県及び1,742の市区町村を対象としたアンケート調査。回収率51.1%。

第2-2-1図 地域が抱える課題(中小企業・小規模事業者)



資料：中小企業庁委託「中小企業者・小規模企業者の経営実態及び事業承継に関するアンケート調査」(2013年12月、(株)帝国データバンク)
 (注) 地域が抱える課題について1位から3位を回答してもらった中で、1位として回答されたものを集計している。

5

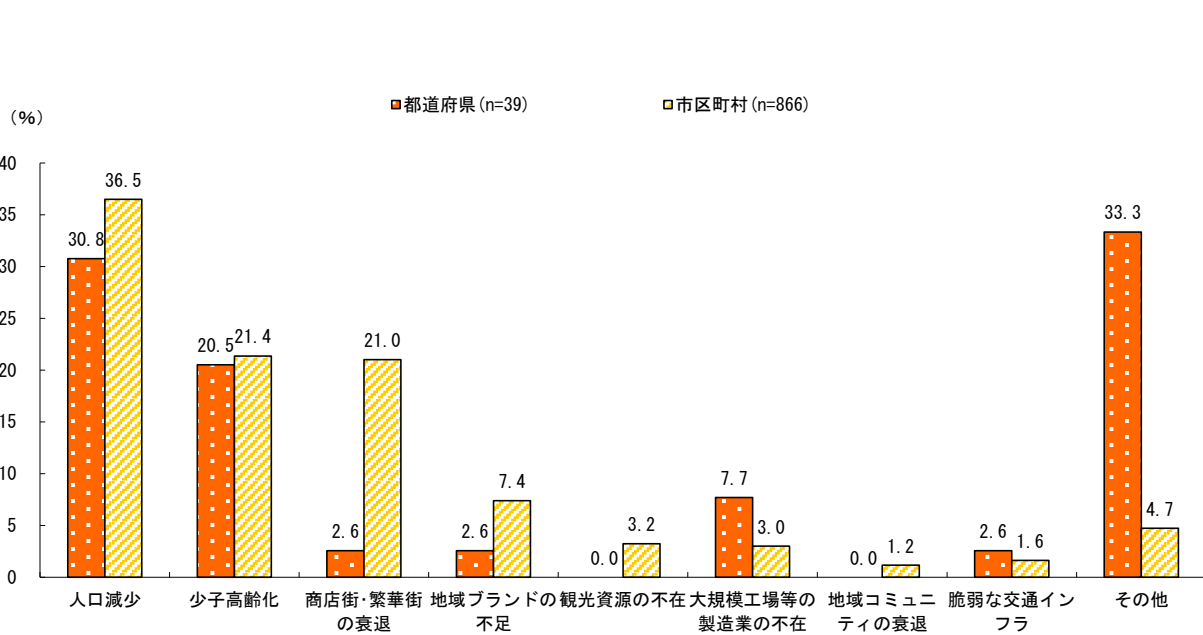
10

15

20

第2-2-2図は、自治体が認識している地域が抱える課題を示したものである。都道府県、市区町村共に「人口減少」、「少子高齢化」と回答した自治体が多い。市区町村では、「商店街・繁華街の衰退」と回答した割合も多く、中小企業・小規模事業者の認識と同じ傾向を示している。なお、都道府県の「その他」には、「震災からの産業復興」、「内外経済環境の変化」、「製造品出荷額の減少」等が回答されており、都道府県の抱える課題が多岐に渡っていることが分かる。

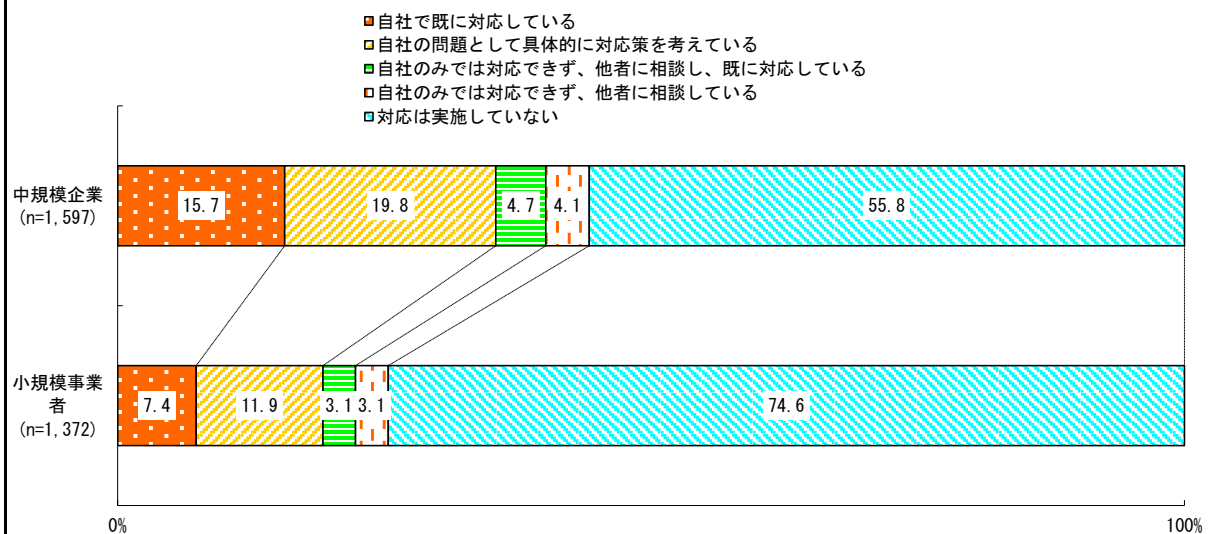
第2-2-2図 地域が抱える課題(自治体)



資料：中小企業庁委託「自治体の中小企業支援の実態に関する調査」（2013年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)）
 (注)1. 自治体の抱える課題について1位から3位を回答してもらった中で、1位として回答されたものを集計している。
 2. 都道府県の「その他」には、「震災からの産業復興」、「内外経済環境の変化」、「製造品出荷額の減少」、「県内就業率が低い、県外での消費が多い」、「ものづくり産業の空洞化」、「県民所得低迷」等を含む。

第2-2-3図は、中小企業・小規模事業者の地域が抱える課題への対応状況を示したものである。「自社で既に対応している」、「自社のみでは対応できず、他者に相談し、対応している」と回答した企業が、中規模企業では約2割、小規模事業者では約1割存在している。一方で、地域の課題に対して、「対応は実施していない」と回答した中規模企業は5割強、小規模事業者では7割強となっており、地域が抱える課題に対して、規模の小さな企業ほど対応できていないことが分かる。

第2-2-3図 地域が抱える課題への対応状況(中小企業・小規模事業者)

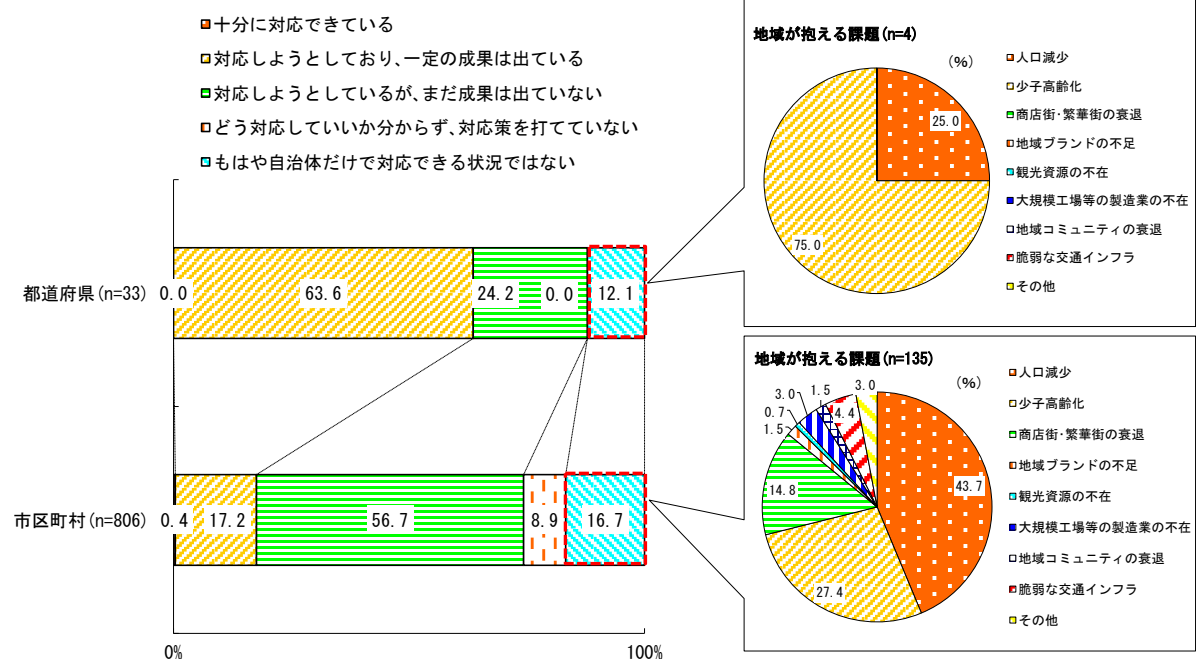


資料：中小企業庁委託「中小企業者・小規模企業者の経営実態及び事業承継に関するアンケート調査」(2013年12月、(株)帝国データバンク)
(注) 地域が抱える課題の中で、1位として回答されたものに対する対応状況について集計している。

第2-2-4図は、自治体の地域が抱える課題への対応状況を示したものである。これを見ると、「十分に対応できている」と回答した自治体はほとんどなく、都道府県では、「対応しようとしており、一定の成果は出ている」と回答した割合が6割強であったが、市区町村では、約2割にとどまっている。

5 また、「もはや、自治体のみで対応できる状況ではない」と回答した自治体も、都道府県で約1割、市区町村で約2割存在している。「もはや、自治体のみで対応できる状況ではない」と回答した自治体が抱える課題の内訳を見てみると、都道府県では、「人口減少」が2割強、「少子高齢化」が7割強、市区町村では、「人口減少」が約4割強、「少子高齢化」が約3割、「商店街・繁華街の衰退」が1割強となっており、「人口減少」、「少子高齢化」、「商店街・繁華街の衰退」の三つの課題が、特に深刻であることが分かる。

第2-2-4図 地域が抱える課題への対応状況（自治体）



資料：中小企業庁委託「自治体の中小企業支援の実態に関する調査」（2013年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））
 (注) 自治体が抱える課題の中で、1位と回答されたものに対する対応状況について集計している。

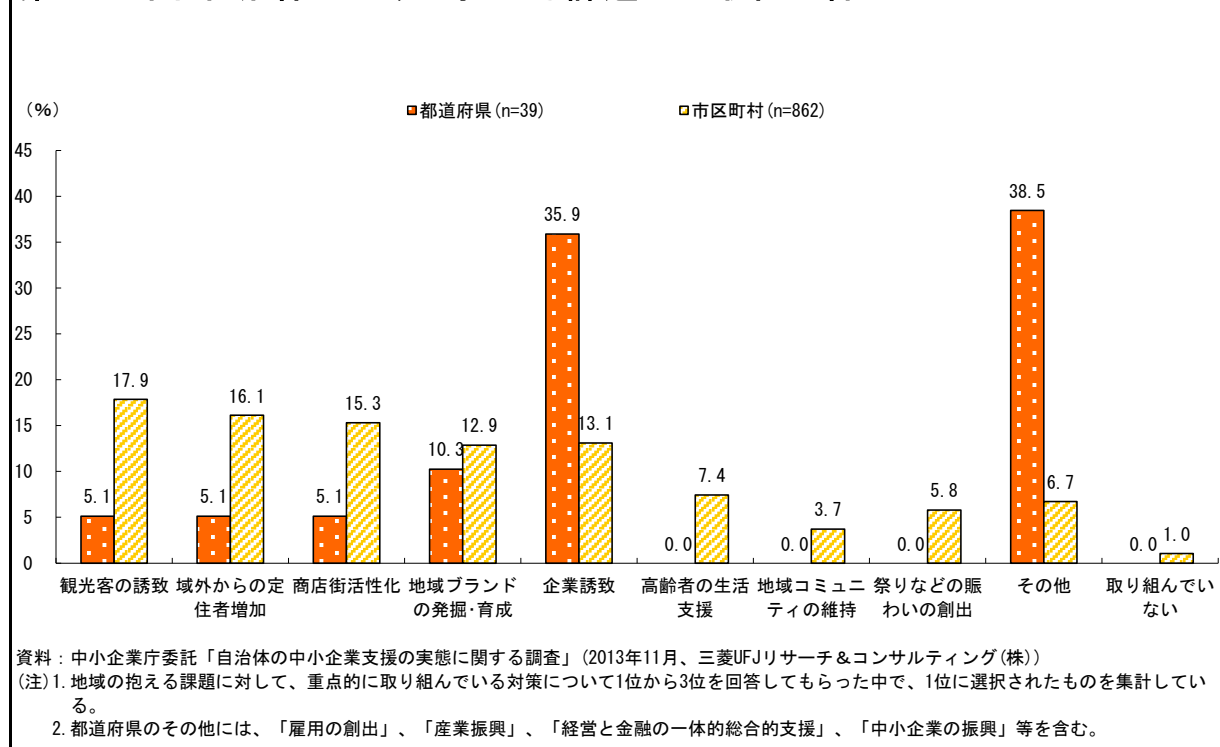
では、自治体が実際にどんな取組によって、地域が抱える課題への対応しようとしているかを見ていく。第2-2-5図は、自治体の地域が抱える課題への取組内容を示したものである。これを見ると、都道府県では、「企業誘致」などによる外部の需要を獲得することで、地域が抱える課題に対応しようとしているのに対し、市区町村では、

5 「観光客の誘致」、「商店街活性化」、「地域ブランドの発掘・育成」などの内部からの需要創造型の施策により、地域が抱える課題に対応しようとしていることが分かる。

大企業の設備投資が海外に向かう傾向が強まる中で、企業誘致を行うのは難しい状況となりつつある。そのような中で、今ある中小企業・小規模事業者の活力をどう活用していくか、今ある地域資源や地域ブランドをどう活用していくか、地域活性化の

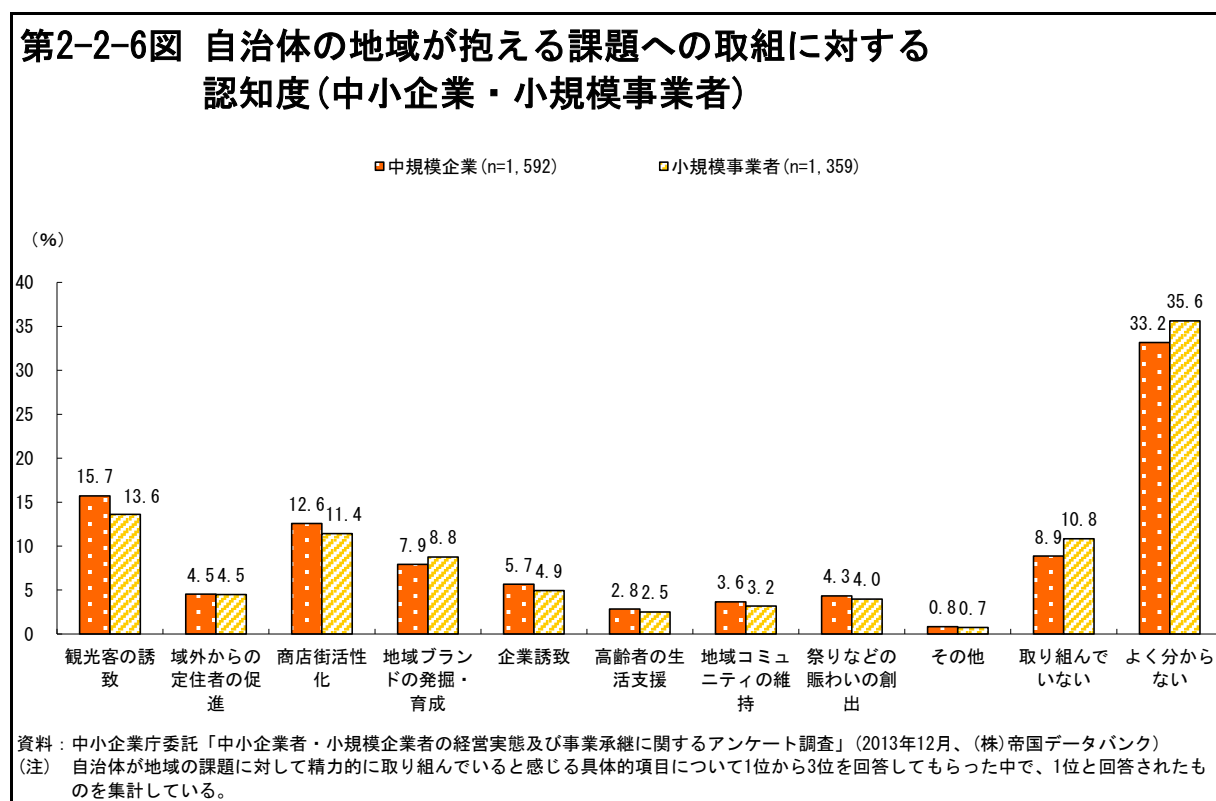
10 「鍵」は外部ではなく、むしろ内部にこそあるのではないかということに、市区町村を中心に気付き始めたということは、大いに注目すべき変化といえる²⁹。

第2-2-5図 自治体の地域が抱える課題への取組内容



²⁹ 2013年9月2日の日本経済新聞夕刊の記事によると、全国の市と東京23区を対象としたアンケート調査で、雇用対策として何を重視するかを調査したところ、「地場産業・起業支援に重点」が48%で「企業誘致に重点」の38%を上回ったという結果も出ており、各地の自治体で企業誘致から地場産業の育成に重点を置く動きが広がっていることが分かる。

次に、第 2-2-5 図で回答されたような取組に対する中小企業の認知度を見ていく。第 2-2-6 図は、自治体の地域が抱える課題への取組に対する中小企業からの認知度を示したものである。これを見ると、「よく分からない」と回答した中小企業が最も多く、3 割を超えている。また、「取り組んでいない」と答えた中小企業も約 1 割おり、自治体の地域が抱える課題への取組に対する認知度は低いといえる。



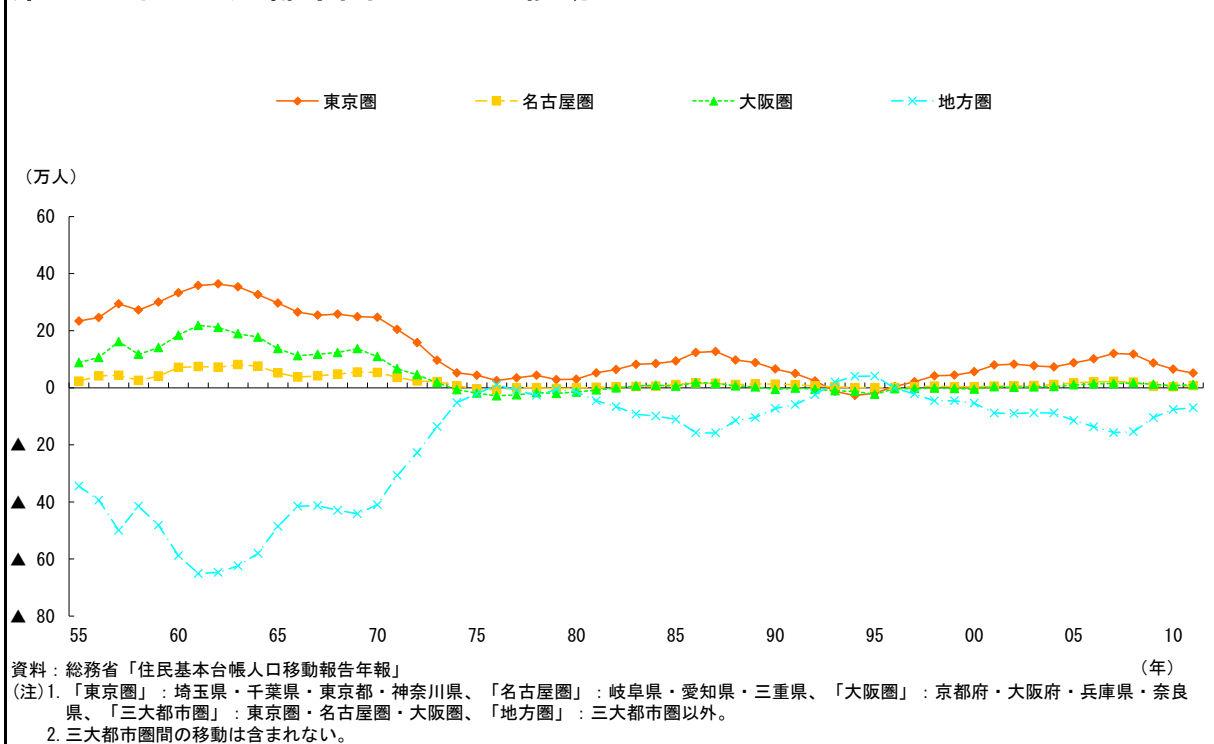
以上見てきたように、「人口減少」、「少子高齢化」、「商店街・繁華街の衰退」などの地域の抱える課題に対しては、中小企業、自治体共に有効な取組ができておらず、今後も地域の中小企業・小規模事業者を取り巻く経営環境はますます厳しくなっていくことが予想される。

次からは、地域の抱える課題として、回答数の多かった、「人口減少」、「少子高齢化」、「商店街・繁華街の衰退」について、それぞれより詳細に見ていくこととする。

2. 地域が直面する人口減少・少子高齢化

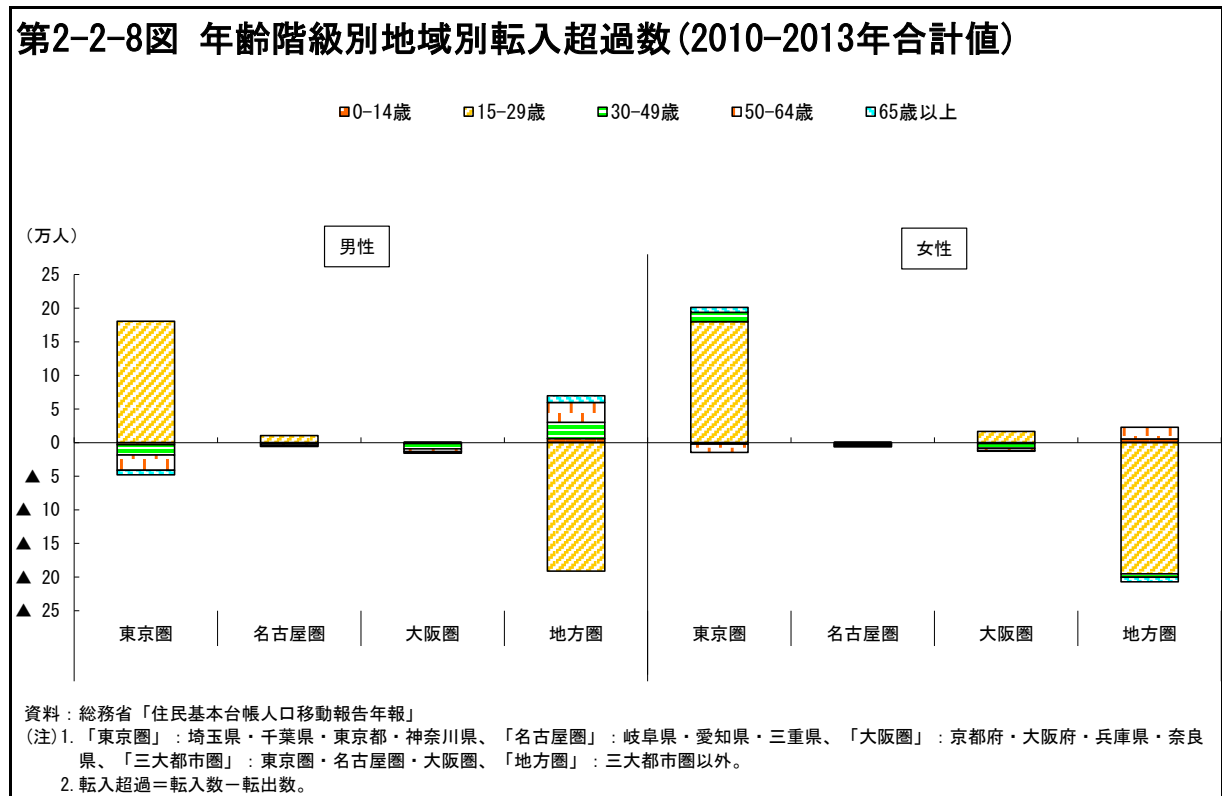
- 第2-2-7図は、三大都市圏への人口移動を示したものである。これを見ると、地方から三大都市圏への人口移動は、1960～70年代（高度成長期～第一次オイルショック）、1980～93年（バブル経済～バブル崩壊）、2000年代以降（ITバブル崩壊～）の三度にわたって行われたことが分かる。中でも、1980～93年（バブル経済～バブル崩壊）、2000年代以降（ITバブル崩壊～）では、東京圏への人口移動がほとんどであり、東京圏への一極集中が進展してきたことが分かる³⁰。

第2-2-7図 三大都市圏への人口移動



³⁰ 総務省「住民基本台帳人口移動報告年報」によると、我が国の人口移動率（総人口に占める移動者の割合）は、長期的に見ると1970年の8%をピークに低下を続けており、2013年では4%を切っている。また、都道府県間の人口移動率は2%を下回っており、都道府県間の人口移動は過去に比べると少なくなっていることが分かる。詳細は、付注2-2-1を参照。

第2-2-8図は、2010年から2013年にかけての年齢階級別地域別の転入超過数を示したものである。これを見ると、15-29歳の男女が地方圏から東京圏へ移動しており、東京圏への一極集中は男女共に若者が中心であることが分かる。



5

10

15

20

【コラム 2-2-1 東京一極集中と地方都市】

東京圏に人口が一極集中していることを見てきたが、東京圏以外で人口の社会増を果たしている地方圏の都市がある。

5 ここでは、社会人口を増加させている地方都市と減少している地方都市の人口移動を見ていくこととする。

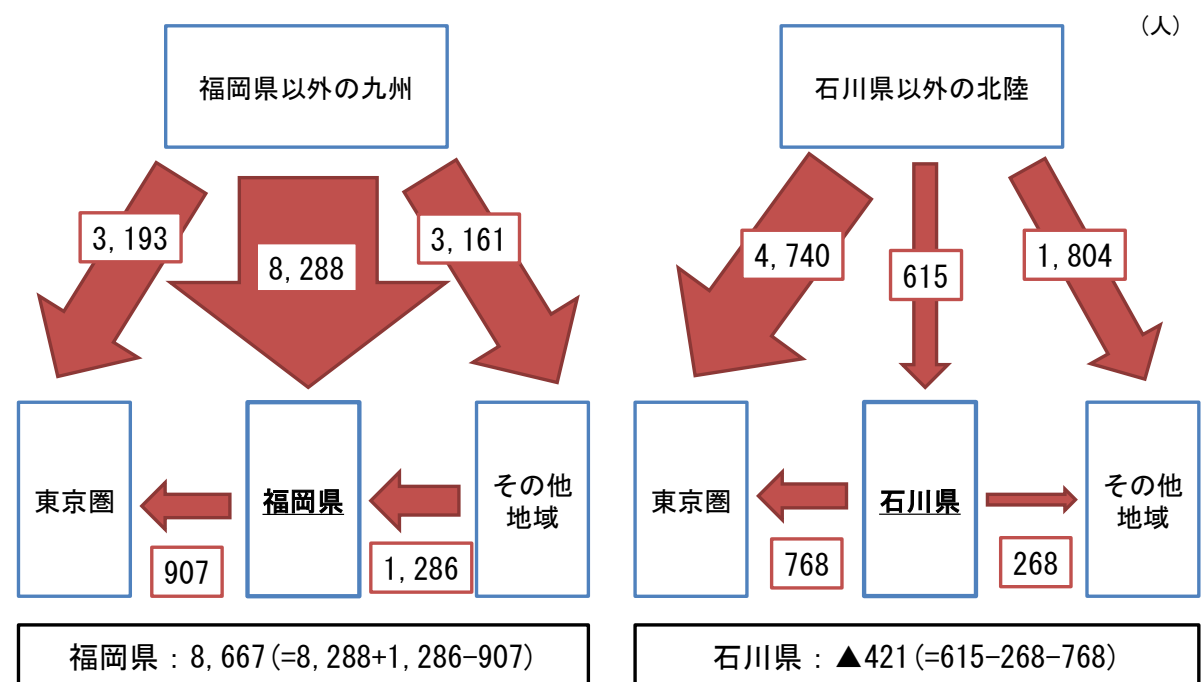
10 コラム 2-2-1 図は、福岡県と石川県に注目した、2012 年の九州と北陸の人口移動である。矢印は人口移動の方向を、数字は人口移動した人数を示している。これを見ると、九州の中心地である福岡県は、東京圏には人口が流出しているが、福岡県以外の九州やその他の地域からその流出をはるかに超える人口流入が起こっており、合計すると社会移動により人口が増加していることが分かる。

一方で、北陸の中心地である石川県は、石川県以外の北陸からは人口が流入しているが、東京圏やその他の地域に対しては人口の流出が起こっており、合計すると社会移動により人口が減少していることが分かる。

このように、地方の中核都市にも二つのパターンがあることが分かる。

15

コラム2-2-1図 九州と北陸の人口移動(2012年)



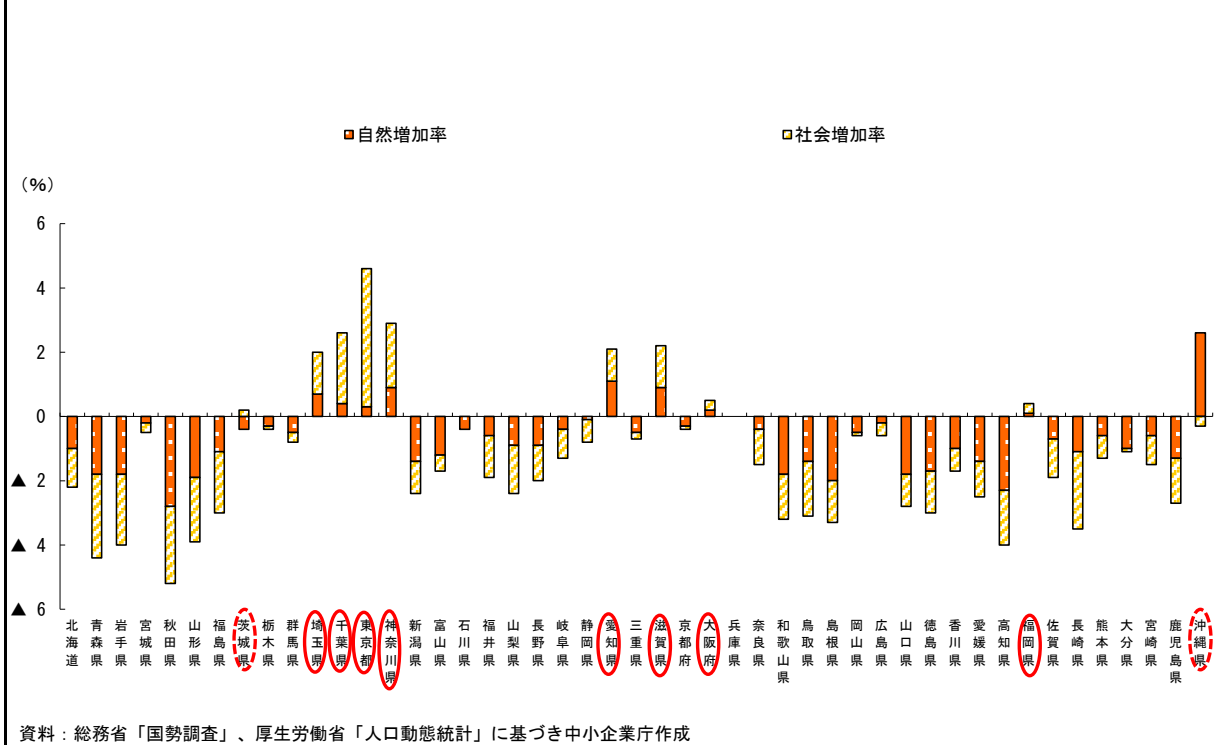
資料：総務省「住民基本台帳人口移動報告年報」

(注) 転入超過数=転入数-転出数。

以上のような人口移動の結果、地方には若者がますますいなくなり、高齢者の割合がますます高まるといふ人口構造の変化が急激に進展している。

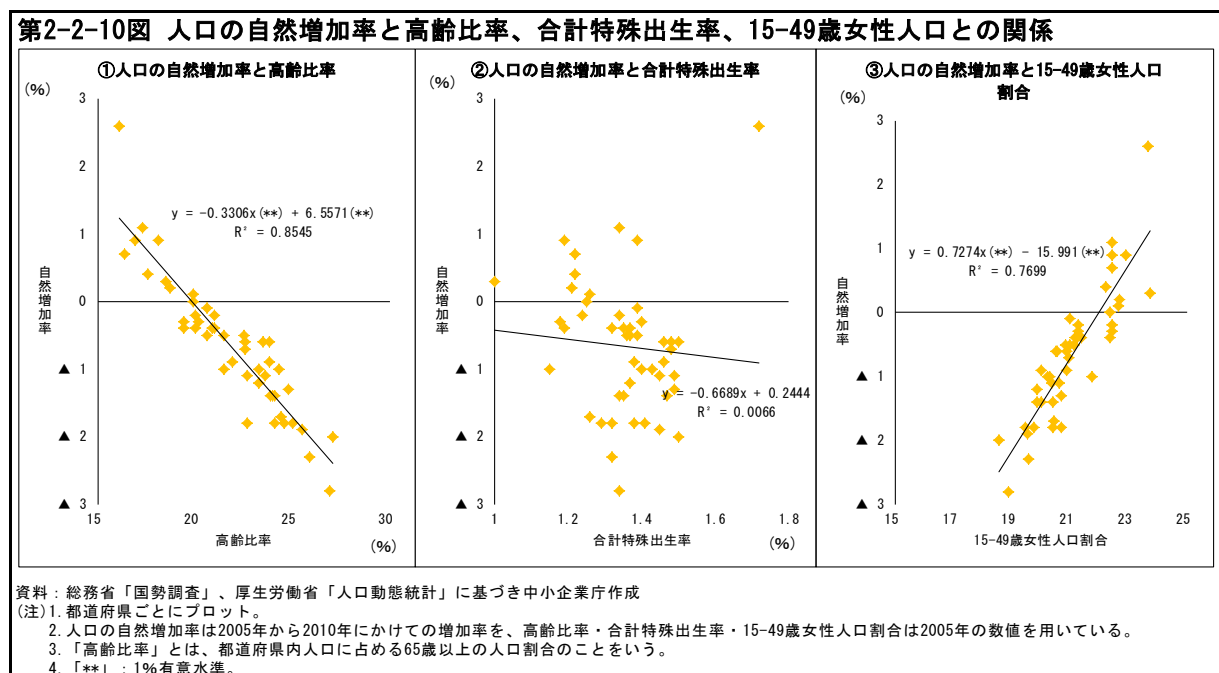
では、高齢者が多くなった地域はどのようになっていくかについて分析を行っていく。第2-2-9図は、2005年から2010年にかけての都道府県別人口増減率を自然増加率と社会増加率に分けて見たものである³¹。これを見ると、茨城県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、滋賀県、大阪府、福岡県で社会増加が起こっており、福岡県を除いて、三大都市圏及びその周辺都市で人口の社会増加が起こっていることが分かる。これは、第2-2-7図や第2-2-8図で見てきたような人口移動の結果といえるであろう。また、人口の自然増加が起こっている都道府県も、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、滋賀県、大阪府、福岡県、沖縄県と、茨城県及び沖縄県を除き、人口の社会増加が起こっている県と同じである。

第2-2-9図 都道府県別人口増加率(2005-2010年)



³¹ 年齢階級別の2005年から2010年にかけての都道府県別の人口増加率については、付注2-2-2を参照。

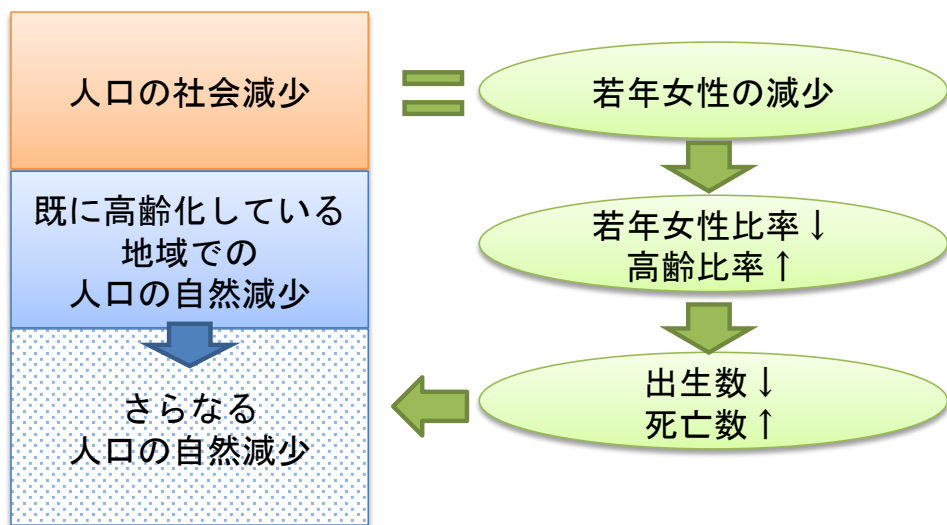
ここまで人口の社会増減について見てきたが、ここでは、人口の自然増加の要因について見ていく。第 2-2-10 図は、人口の自然増加率と高齢比率、合計特殊出生率、15-49 歳女性人口との関係を見たものである。具体的には、2005 年から 2010 年にかけての人口の自然増加率を、①2005 年の高齢比率、②2005 年の合計特殊出生率、③2005 年の 15-49 歳女性人口割合で回帰分析したものである。人口の自然増加率は高齢比率が高いほど低くなり、また、15-49 歳女性人口割合が高いほど高くなることが分かった。一方、合計特殊出生率との関係については、特に関係性を見出すことができないという結果となった。つまり、高齢者が増加し、若年女性の減少が起こっている地域では、合計特殊出生率の水準に関係なく、死亡数の増加及び出生数の減少により、人口減少が急速に進んでいくことが分かる。



以上をまとめると、地方圏は社会移動により、15-29 歳の若者が男女共に流出しており、大幅な人口の社会減少が起こっている。また、若者、とりわけ若年女性が流出することにより、15-49 歳女性人口割合が下がり、高齢比率は増加する。その結果、出生数が下がり、死亡数が増加するため、人口の自然減少が起こることとなる。

このように、社会減少と自然減少の「ダブルの人口減少」により、地方圏の人口減少はそのスピードを増しており、事態は極めて深刻といえよう(第 2-2-11 図)。

第2-2-11図 人口の社会減少が人口の自然減少を引き起こしている



5

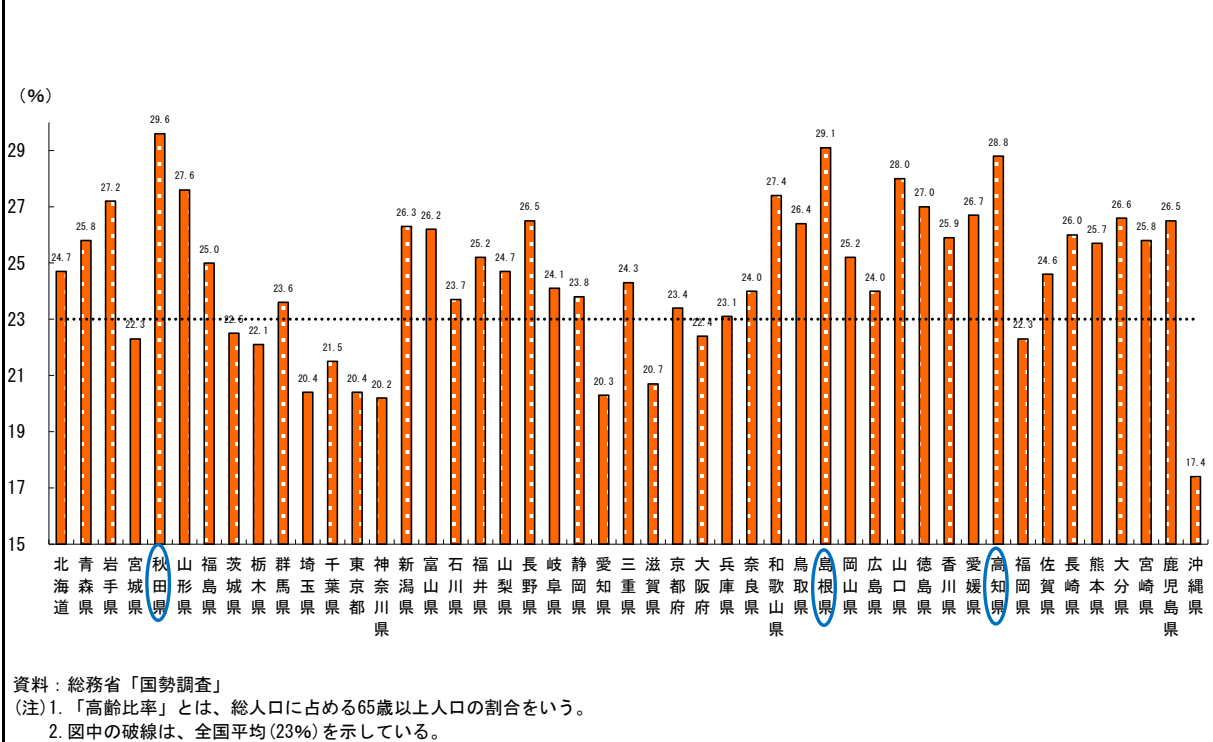
10

15

20

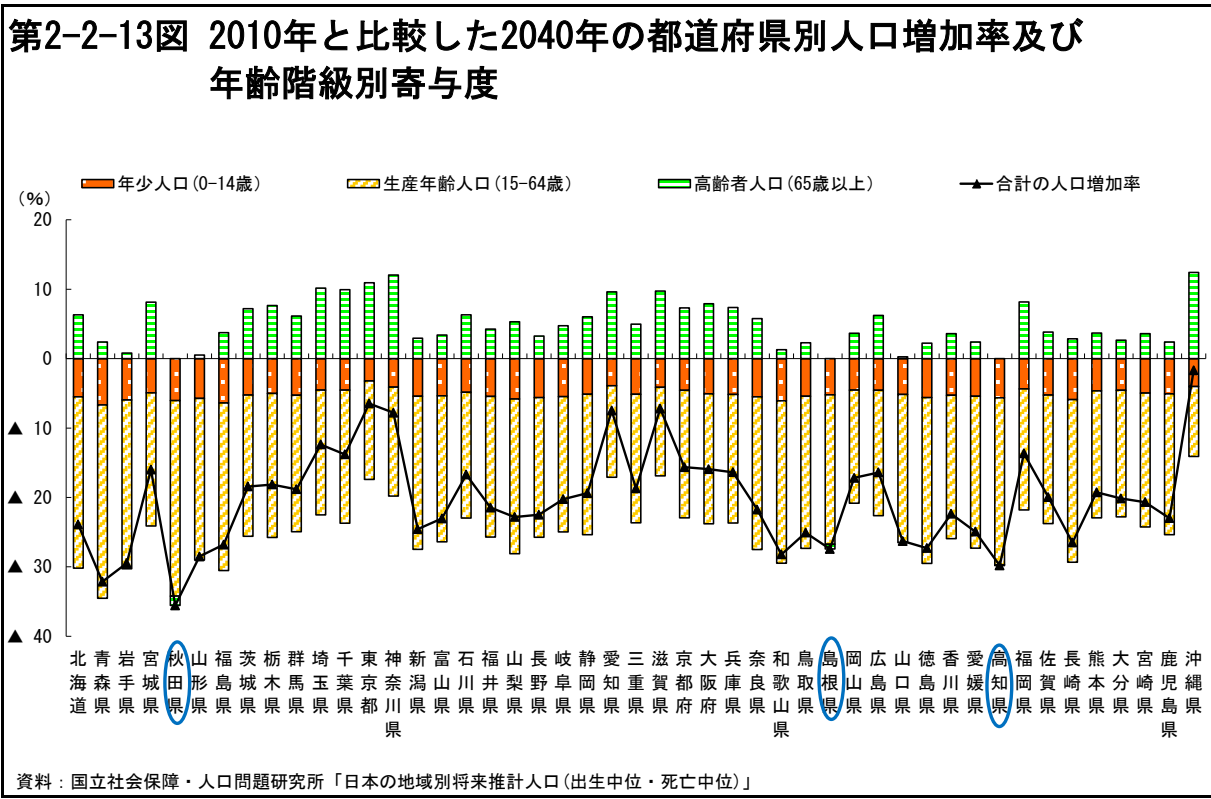
ここでは、第 2-2-10 図の分析を踏まえて、現在の都道府県の高齢比率を見ていく。第 2-2-12 図は、2010 年の都道府県別の高齢比率を示したものである。これを見ると、秋田県、島根県、高知県の順に高齢比率が高いことが分かる。第 2-2-10 図の①に基づくと、2010 年から 2015 年にかけての人口の自然減少率が、秋田県では 3.2%、島根県では 3.1%、高知県では 3.0%になると試算³²でき(全国平均は 1.0%)、今後、我が国全体で人口が減少していく中で、特に自然減少率が高い県であるといえる。

第2-2-12図 都道府県別高齢比率(2010年)



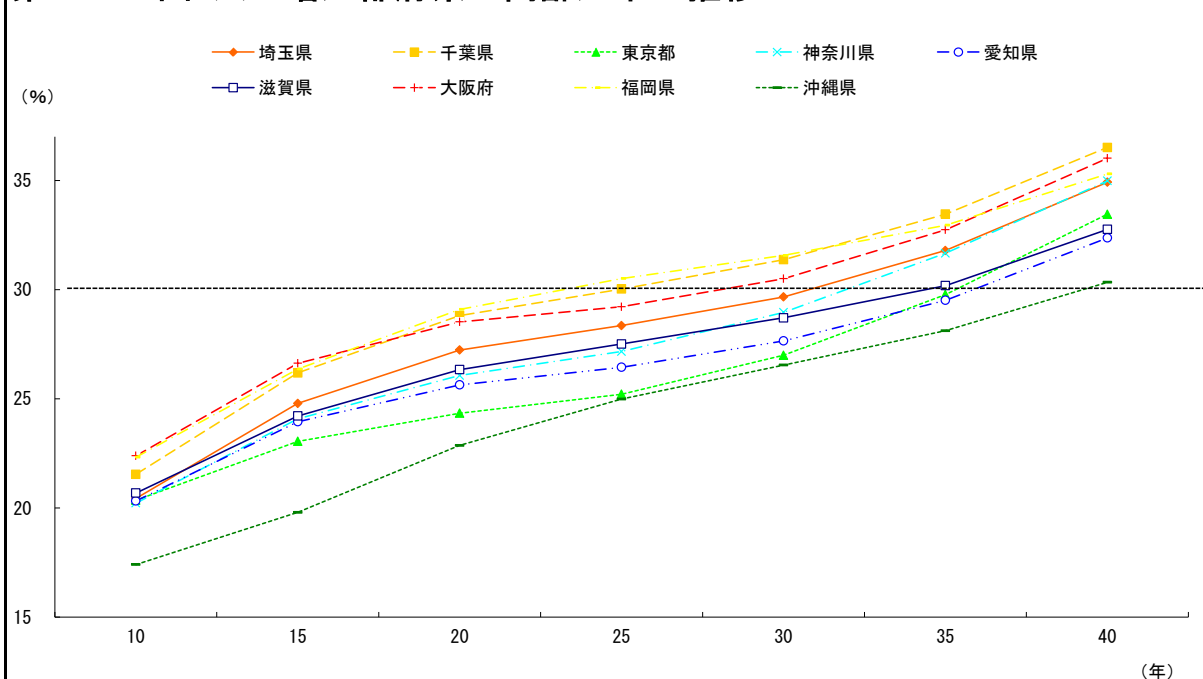
³² 第 2-2-10 図の①人口の自然増加率と高齢比率を表す回帰式の x に都道府県の 2010 年時点の高齢比率を入れて y の値(人口の自然減少率)を計算している。

では、今後の都道府県の人口はどうなっていくのだろうか。第 2-2-13 図は、都道府県別の 2040 年の人口増加率の予測を示したものである。これを見ると、2040 年には、全ての都道府県で人口が減少することが予想されている。中でも、現在高齢比率の高い秋田県、島根県、高知県では、2040 年には高齢者人口までもが減少する局面に突入することが分かる。



また、第2-2-14図は、2005年から2010年にかけて人口が増加していた都府県の今後の高齢比率の推移を示したものである。これを見ると、2010年時点ではどの都道府県も突入していない高齢比率30%代に、福岡県、千葉県は2025年までに、大阪府は2030年までに、埼玉県、神奈川県、滋賀県は2035年までに、東京都、愛知県、沖縄県でも2040年までには突入することが予測されているなど、人口が増加していた都府県でも、今後急速に高齢化が進展していくことが分かる。

第2-2-14図 人口増加都府県の高齢比率の推移



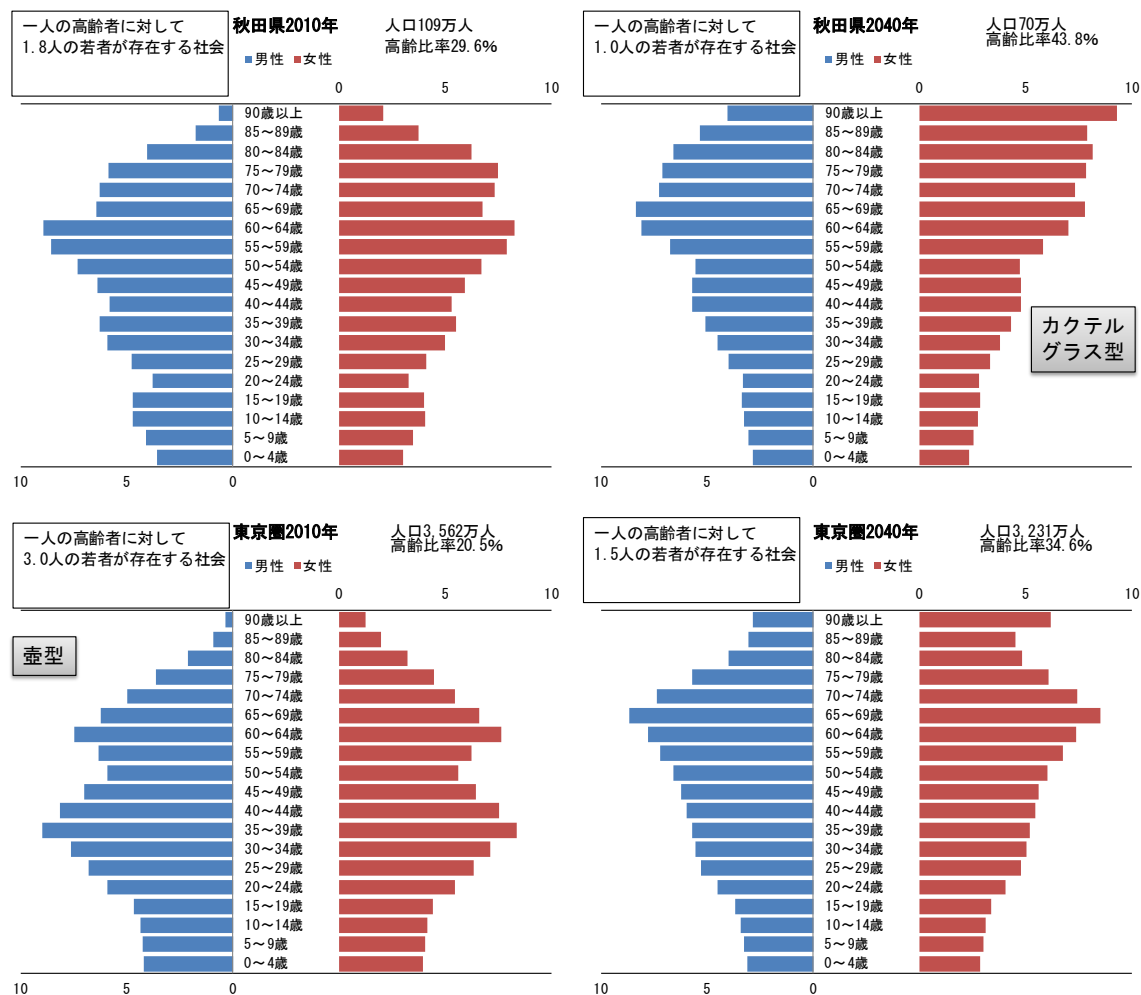
資料：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(出生中位・死亡中位)」
 (注) 「高齢比率」とは、総人口に占める65歳以上人口の割合をいう。

3. 人口減少・高齢化が進む都道府県

これまで見てきたように、地方では、人口減少が深刻である。そこで、ここからは、より詳細な地域分析を行っていく。2005 年から 2010 年にかけて人口が最も減少しており、2010 年における高齢比率が最も高い秋田県と、2005 年から 2010 年にかけて人口が最も増加している東京圏とを比較する。

第 2-2-15 図は、秋田県と東京圏の現在(2010 年)と将来(2040 年)の人口ピラミッドである。2010 年の秋田県は、先ほどまで見てきたように、我が国で一番高齢化が進んでおり、一人の高齢者に対して 1.8 人の若者が存在する構造となっている。一方、東京圏では、先進国型の人口ピラミッド(壺型)となっており、一人の高齢者に対して 3.0 人の若者が存在する構造となっている。

第2-2-15図 秋田県と東京圏の現在と将来の人口ピラミッド



資料：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(出生中位・死亡中位)」

(注)1. ここでいう「高齢者」とは、65歳以上の者をいう。また、ここでいう「若者」とは、20～64歳の者をいう。

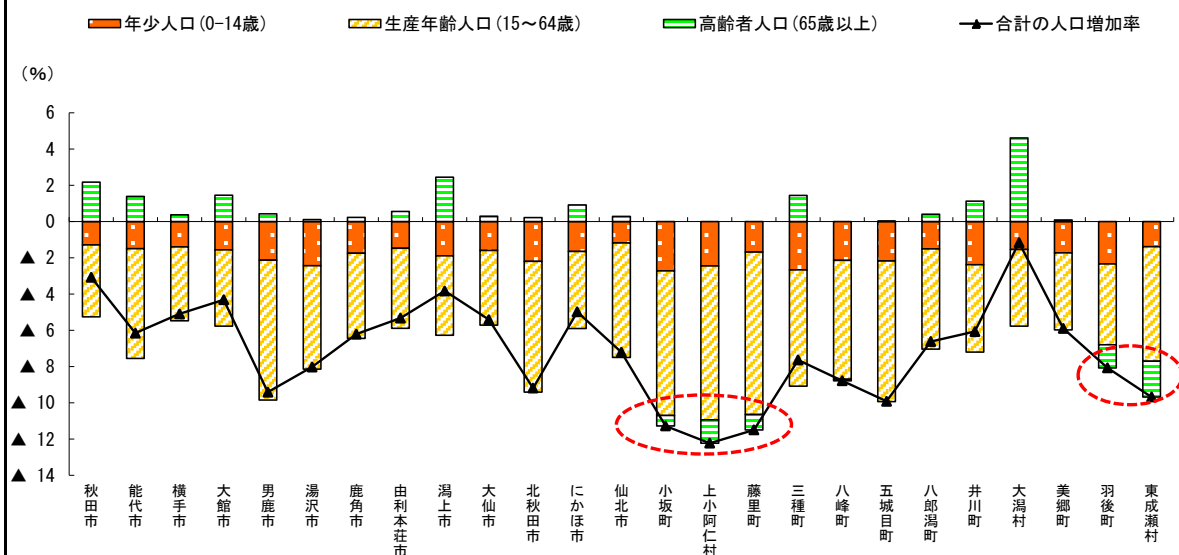
2. 「東京圏」：埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県。

3. 秋田県と東京圏ではスケールが異なるため、人口ピラミッドは、5歳刻みの人口構成割合(人口構成係数)にて作成している。

第 2-2-14 図、第 2-2-15 図で見たように、2040 年には、東京圏(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県)でも高齢化が急速に進み、一人の高齢者に対して 1.5 人の若者が存在する構造となる。人口規模は違うものの、2010 年の秋田県と比較するとほぼ同じ形をした人口ピラミッドであるといえる。他方、秋田県の 2040 年の姿を見ると、一人の高齢者に対して 1.0 人の若者が存在する人口構造となっており、世界でも類を見ない超高齢型の人口ピラミッドとなる。ここでは、この超高齢型の人口ピラミッドをその形状から「カクテルグラス型」と呼ぶこととする。

ここで、最も高齢比率が高い秋田県をより詳細に見ていくこととする。第 2-2-16 図は、秋田県の 2005 年から 2010 年にかけての市町村別人口増加率及び年代別寄与度を示したものである。これを見ると、「小坂町」、「上小阿仁村」、「藤里町」、「羽後町」、「東成瀬村」では、高齢者人口の減少が既に起こっており、そのような町村の人口減少はより深刻なものとなっていることが分かる。

第2-2-16図 秋田県の市町村別人口増加率及び年齢階級別寄与度 (2005-2010年)



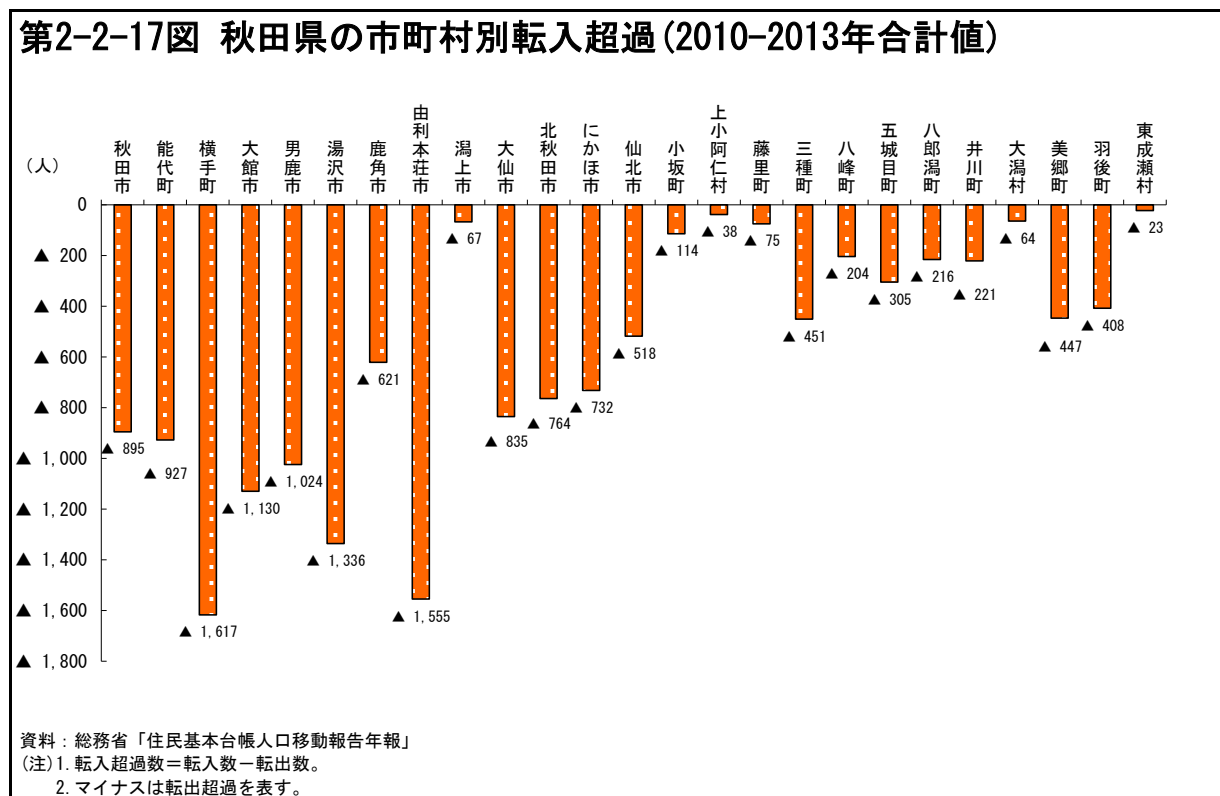
資料：総務省「国勢調査」

(注) 1. 総数は年齢不詳者を含まないで推計している。

2. 2005年以降2010年までに合併が行われた市町村については、合併後の市町村区分に修正している。

また、秋田県は人口流出も深刻な問題となっている。第 2-2-17 図は、2010 年から 2013 年にかけての秋田県の市町村別転入超過数を示したものである。これを見ると、秋田県では、県庁所在地である秋田市でも人口が止まらず、全市町村で人口流出が起きている。

- 5 第 2-2-8 図の地方圏の人口移動同様に、秋田県でも若者が中心に移動していると考えられる。秋田県でも、若者、とりわけ若年女性の県外への流出の結果、出生数の減少による人口減少が起こるといふ「ダブルの人口減少」が起こっていることが推察される。



今後、人口減少・少子高齢化は全都道府県で起こる現象であり、秋田県の人口減少の姿は決して特殊な事例ではない。このことを十分に踏まえた上で、自治体や中小企業・小規模事業者は、中長期的な観点から対策や戦略を練っていくことが求められている。

以下では、同じ東北地方にあり、県全体では人口が減少する中、県内で唯一人口が増加している(平成 22 年国勢調査時点)自治体である山形県東根市について取り上げる。

事例 2-2-1：山形県東根市

「県全体で人口減少が進む中、子育て支援等により、人口増加に成功した自治体」

人口約 4.8 万人(2014 年 2 月 1 日現在)の山形県東根市は、山形県中央部、村山盆地に位置し、東は仙台市、南は山形市・天童市に隣接した温泉のある自然豊かな田園都市である。山形新幹線さくらんぼ東根駅や山形空港が所在するなど県内交通の要衝にあり、先端技術産業が集積する産業都市でもある。また、日本一の生産量を誇るさくらんぼをはじめ、もも、ぶどう、ラ・フランス(西洋なし)、りんごなどの果物が年間を通じて生産される「果樹王国」としての一面も持つ。

「東根市総合計画(1973 年～)」以降、区画整理事業を始めとする定住人口の増加施策、中心市街地形成による魅力ある都心づくり、高速交通網などの都市基盤整備、工業団地の造成や企業立地、生産性の高い農業などの産業基盤強化、交流人口の拡大施策のほか、協働のまちづくり、地球温暖化防止施策、子育て支援施策の先駆的な取組を行っている。

少子高齢化が全国的に進展する中で、東根市は、山形県内 35 市町村で唯一、2005 年から 2010 年にかけて人口が増加している自治体である³³。

特に同市の子育て支援施策に関しては、「子育てするなら東根市」というキャッチフレーズのもと、2005 年に開設した屋内型の遊び場のある「さくらんぼタントクルセンター」を拠点に様々な支援策を展開してきた。2008 年度からは、従来の子育て関連事業を大幅に拡充した「子育て応援 5 つ星事業」を実施、妊産婦の検診費用助成の拡充、未就学児の医療費無料化、小学生の入院医療費無料化などを通じて、市内子育て環境の整備を図り、2008 年にはこの一連の取組が評価され、「第 3 回につけい子育て支援大賞(日本経済新聞社主催)」を全国の市で初めて受賞している。さらに 2010 年度からは、「子育て応援マニフェスト 2010」として、六つの子育て支援事業に取り組むとともに、市民、地域、企業、行政等の地域社会みんなで子育てする意識醸成を進め、「共育」の理念の構築を目指している。

さらに現在、2016 年 4 月の開校に向け、山形県初の県立中高一貫校の整備が進められている。こうした一連の政策は、1977 年以降、毎年連続して人口が増加していることなどにその成果が表れているといえよう。

³³ 山形市や天童市など 2011 年 3 月の東日本大震災以降、社会移動による人口増加が起こっている自治体も一部では存在している。

山形県内の転入超過

(人)

地域	2010年	2011年	2012年	2013年	地域	2010年	2011年	2012年	2013年
山形市	-190	825	341	250	大江町	-15	-44	-48	-84
米沢市	-304	-29	-377	-493	大石田町	-58	-69	-117	-82
鶴岡市	-423	-281	-398	-788	金山町	-39	-37	-60	-32
酒田市	-376	-187	-453	-339	最上町	-83	-68	-86	-120
新庄市	-210	-145	-281	-209	舟形町	-32	-35	-26	-52
寒河江市	28	-90	6	-66	真室川町	-89	-72	-68	-91
上山市	-172	-125	-197	-220	大蔵町	-60	-26	19	-53
村山市	-101	-149	-143	-172	鮭川村	-53	-39	-47	-80
長井市	-97	10	-130	-235	戸沢村	-82	-42	13	-90
天童市	-253	117	68	107	高畠町	-53	-80	-49	-178
東根市	164	360	276	159	川西町	-88	-67	-100	-152
尾花沢氏	-210	-151	-205	-234	小国町	-33	-95	-93	-100
南陽市	-123	65	-63	-177	白鷹町	-59	-48	-62	-106
山辺町	-30	11	-50	-54	飯豊町	-40	-87	-47	-46
中山町	-49	-48	-54	24	三川町	-17	44	17	47
河北町	-117	5	-42	-17	庄内町	-89	-114	-71	-151
西川町	-71	-61	-44	-80	遊佐町	-103	-102	-62	-100
朝日町	-80	-59	-67	-67	【参考】山形県	-3607	-913	-2700	-4081

資料：総務省「住民基本台帳人口移動報告年報」

(注) 1. 転入超過数＝転入数－転出数。

2. マイナスは転出超過を表す。

5

10

15

20

4. 商店街の現状

ここからは、地域が抱える課題として、「人口減少」、「少子高齢化」の次に回答数の多かった、「商店街・繁華街の衰退」について見ていくこととする。

まずは、商店街の歴史について概観していく。

- 5 商店街は、戦後復興期から高度成長期にかけて数を増やしてきており、いわゆる地域の一等地で商売をするなど、「町の顔」として存在しており、祭りを開催するなど地域活性化の担い手、地域コミュニティを形成する「場」として地域に貢献してきた。その後、百貨店が台頭したことにより、商店街は百貨店とその地域内において競合することとなった。また、1973 年以降「大規模小売店舗調整法」により、大規模小売店
- 10 舗の出店が規制されてきたが、1998 年に成立した「まちづくり三法³⁴」の一部である「大規模小売店舗立地法」において、商業規制から社会的規制へと転換が行われた。加えて、モータリゼーションの進展もあり、郊外への大規模小売店舗の出店が進み、商店街を中心とする中心市街地は空洞化していった。近年では、第 1 章でも見てきたような情報技術の進展によりEC市場が拡大しており、リアル店舗とネット販売の競争
- 15 も起こるなど、商店街の業況はますます厳しくなっていると考えられる。

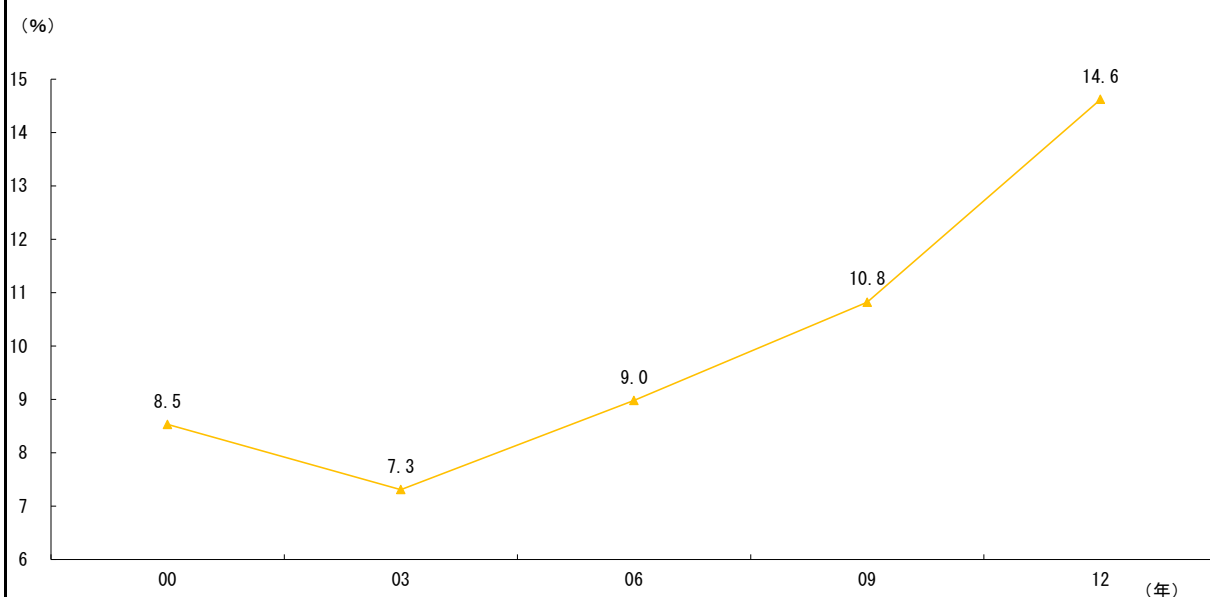
以上を踏まえた上で、実際の商店街の空洞化の状況はどうなっているのかを見ていく。第 2-2-18 図は、商店街の空き店舗率の推移を示したものである。これを見ると、商店街の空き店舗の割合は、2003 年に 7.3%であったのが、2012 年には 14%を超えており、商店街はますますその活力を失っているのが分かる。

- 20 店舗数が減少した結果、アーケード³⁵の維持・修繕費を賄えなくなって、アーケードが消滅の危機に陥っている商店街やアーケードを建設した際の融資が返せなくなり自己破産した商店街振興組合は、地域を問わず存在している。

³⁴ 「まちづくり三法」とは、改正都市計画法、中心市街地活性化法、大規模小売店舗立地法をいう。

³⁵ 「アーケード」とは、商店街等を覆うアーチ状の屋根のことで、日差しや雨から店舗や歩行者等を守る目的で設置されている。

第2-2-18図 商店街の空き店舗率の推移



資料：中小企業庁委託「平成24年版商店街実態調査報告書」（2012年11月、(株)アストジェイ）

(注) 空き店舗率＝空き店舗数÷店舗数。

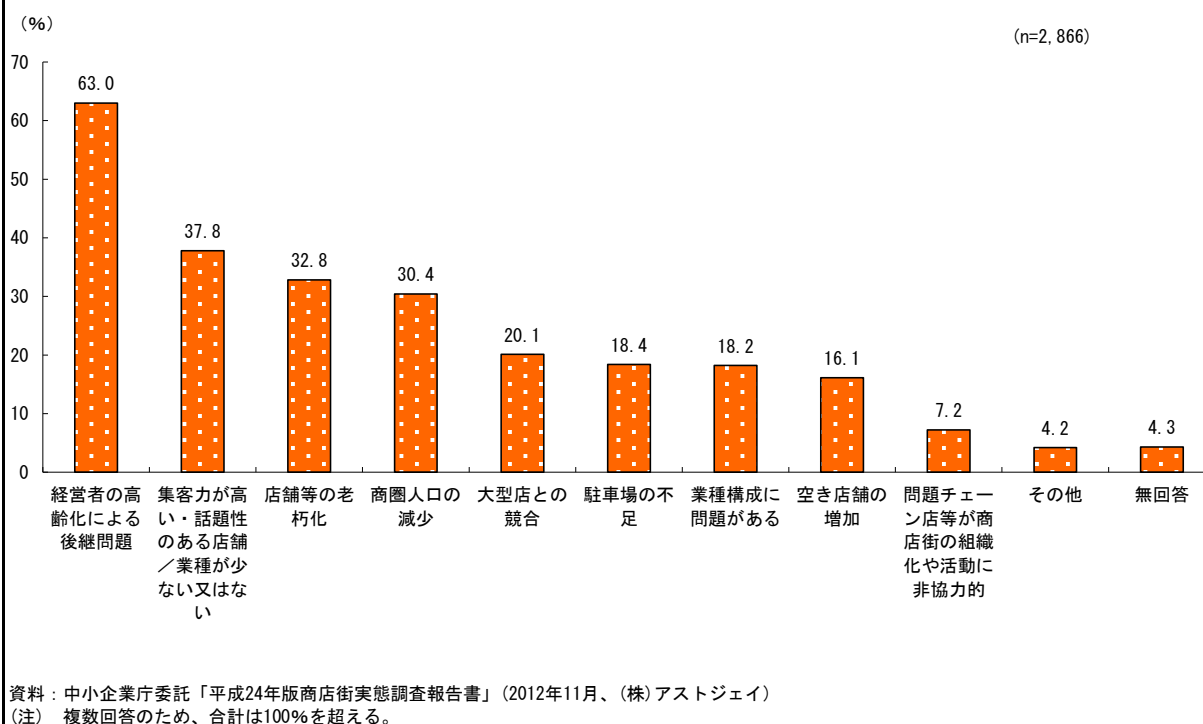
以上のような厳しい環境にある商店街が抱える課題にはどのようなものがあるのだろうか。第 2-2-19 図は、商店街振興組合に聞いた商店街の抱える課題を示したものである。これを見ると、商店街の抱える課題として最も多いのは、「経営者の高齢化による後継問題」、次いで「集客力が高い・話題性のある店舗／業種が少ない又ははない」、「店舗等の老朽化」、「商圈人口の減少」、「大型店との競合」と回答されている。この中でも、特に商店街の経営者の高齢化は深刻であることが分かる。

いずれの課題も、商店街振興組合等による適切なマネジメントにより、解決できる可能性もある。例えば、「経営者の高齢化による後継問題」については、自治体や商工会などの協力を得ながら、地域活性化などを行うことにより、空き店舗の解消と若者の商店街への出店を促進した事例³⁶もある。また、「集客力が高い・話題性のある店舗／業種が少ない又ははない」、「店舗等の老朽化」については、長期間老朽化して空き店舗となっていたビルを「賃貸ビル」として改装し、1 階に知名度の高い海外輸入食材店を入居させたことで、新たな集客が生まれ、商店街の活性化につながった事例³⁷もある。

³⁶ 事例 2-2-2 を参照。

³⁷ 事例 2-2-3 を参照。

第2-2-19図 商店街の抱える課題



以下では、「経営者の高齢化による後継問題」という課題を解決した商店街と、「集客力が高い・話題性のある店舗／業種が少ない又ははない」及び「店舗等の老朽化」という課題を解決した商店街を紹介する。

5

10

15

20

事例 2-2-2：三条中央商店街

「地域外の店舗を呼び込むことで、活性化に成功した商店街」

新潟県三条市にある三条中央商店街は、JR 信越本線三条駅から約 1km、徒歩約 12 分の市街地に位置する、江戸時代から続く歴史のある商店街である。

5 同商店街では、店主の高齢化や隣接市である長岡市に大型ショッピングモールが出店したことによる来客数の減少で、空き店舗が目立つ状況となっていた。

このような中、同商店街では、地域住民の集客を促し、地域活性化をしようと、2010 年 9 月から商店街地域の中で行うイベントである「三条マルシェ」を定期的で開催することとした。「三条マルシェ」とは、三条市の補助金を利用し、各種団体、地元の
10 若者で組織した実行委員会を中心として地域活性化を目指したお祭りのことである。三条市や商工会の協力を得ながら、地域の中心である三条大通りを歩行者天国にしたり、新潟県内の他地域からの出店を促したりするなど、街全体で大々的にイベントを開催することで、普段、商店街を訪れない若者などの集客に成功した³⁸。

また、「三条マルシェ」に出店した他地域の若者が、その後、三条市の空き店舗対策の補助金を利用して、三条中央商店街内で出店するなどという動きもあり、「三条
15 マルシェ」開催から 2 年間で 6 店舗の新規出店があった。

その他にも、商店街へのリピート客を増やすための商店街共通のスタンプカードの作成や商店街主との接点を増やすための「まちゼミ³⁹」等の様々な取組を通じて、商店街の集客アップに成功している。

20

25

30

³⁸ 2013 年 10 月に開催された際には、171 店舗の出店があった。また、2010 年 9 月以降の延べ来客数は 50 万人を超えている。

³⁹ 「まちゼミ」とは、全国商店街振興組合の補助金を利用した事業で、商店街内の店舗が講師となり、プロならではの視点で専門知識や情報、商売のコツなどを教えている少人数制の勉強会である。

事例 2-2-3：魚町商店街

「遊休物件をリノベーション⁴⁰して、地域活性化に結び付けた商店街」

魚町商店街は、福岡県北九州市の中心である小倉地区の中心市街地を南北に縦断するメイン通りに位置する商店街である。

- 5 同商店街では、遊休物件の所有者と入居希望者(新規事業者)を結ぶ仲介機能を有する株式会社北九州家守舎(きたきゅうしゅうやもりしゃ)が、大学や商店街等と協力して街中の遊休物件を有効活用する「リノベーション事業」に取り組んでいる。

- 例えば、遊休物件の所有者に対しては、当社が家賃保証等を行うことで、賃貸することに二の足を踏んでいた遊休物件の所有者から賃貸の了承を得るなどしている。また、新規事業者に対しては、「リノベーションスクール」という実際の遊休案件を対象にした実践的なカリキュラムでの新規事業化支援等を行っている。

同社は、これまでに、数十件のリノベーションを行っており、100名を超える新規事業者と約150名の新規雇用者を生み出すなど、商店街の活性化に貢献している。

- 15 また、商店街でも、長期間空き店舗となっていた4階建てのビルを、商店街振興組合の主導により、まちづくり会社と連携して「賃貸ビル」として改装を実施するとともに賃料の適正化に向けた交渉を不動産の所有者に対して行い、賃料の引下げに成功した。賃貸ビルについてはまちづくり会社が借受け、テナントの募集と管理代行を行うサブリース事業を展開し、1階に海外輸入食材店、2階に多世代交流施設、3階に多目的ホール、4階にまちづくり会社が入居した。1階に知名度の高い店舗が入居したことにより、新たな集客が生まれ、来街者の増加につながっている。また、2階の多世代交流施設「ママトモ魚町」は、メインターゲットである子育て世代の女性のニーズに応じた託児スペースを設けていることに加え、多機能トイレを始めとした誰もが使いやすい施設を整備し、商店街に足りなかった機能を補完するなど、商店街の地域貢献的な要素も備えている。

- 25 以上のように、魚町商店街では、地域企業と商店街等が協力することで、遊休物件をリノベーションし、地域活性化を果たしている。

⁴⁰ 「リノベーション」とは、建築・不動産(公共空間も含む)の遊休ストックを活用して、対象となる建築・不動産の物的環境を改修等によって改善するのみならず、当該建築・不動産に対して新しいライフスタイルの提示、新産業や雇用の創出、コミュニティの再生、エリアへの波及効果等の新たな価値を同時に組み込むことをいう。

以上のように、商店街振興組合や自治体が、商店街に対して、適切なマネジメントを行うことで、商店街の課題を解決し、商店街を活性化させた好事例はいくつもある。

では、商店街の適切なマネジメントを促すために、自治体はどのような取組をするべきであろうか。

- 5 欧米では、商店街を始めとする地域マネジメントの取組として「BID(Business Improvement District)制度」が普及している⁴¹。BID制度とは、特定の地区内で、資産所有者や事業者など一定の主体を対象に合意形成がなされ、それらの者の負担を財源に地区管理や活性化事業を行う仕組みのことである。公共施設・設備の維持管理から、治安維持・ホスピタリティ向上、景観向上、コミュニティ事業、ビジネス環境まで、幅広い事業が対象となっている。公共と民間の中間的な位置付けであり、公共サービスの民営化という側面と、きめ細やかな公共の育成という側面がある。

- 10 このBID制度を活用して、商店街のマネジメントを強化していくことができるのではないかと考えられる。我が国でも、地方自治体の分担金制度⁴²を活用し、BID制度のような取組が可能との見方もあるが、これまでの分担金制度の活用事例としては、
15 公共物管理等の自治体の事業に民間の負担を求めるものに限られており、商店街のような民間主体のものはない。民間主体のものに対して、分担金制度で負担を求めるには、周辺事業者の合意形成が必要であるが、分担金の対象になり得る事業の考え方や合意形成のための施策がないことが、分担金制度の活用が進まない原因とも考えられる。民間や自治体による取組を推進するとともに、国としても、取組を後押しするための仕組みを検討する必要があるのではないかと考えられる。

以下では、商店街が地区内の事業者に対して費用負担を求めていることに加え、自治体もまちづくりに関与したことで地区の活性化に成功している事例を紹介する。

25

30

⁴¹ 「BID 制度」に類似した取組や実際の英米での事例については、付注 2-2-3 を参照。

⁴² 「分担金制度」とは、地方自治法第 224 条にて、「普通地方公共団体は、政令で定める場合を除くほか、数人又は普通地方公共団体の一部に対し利益のある事件に関し、その必要な費用に充てるため、当該事件により特に利益を受ける者から、その受益の限度において、分担金を徴収することができる。」とされている。つまり、地方自治体がある事業を行う際に、利益を得るものから、分担金(負担金)を徴収することのできる制度をいう。

事例 2-2-4：元町地区

「商店街内の事業者に対し費用負担を求めることに加え、 自治体もまちづくりに関与したことで活性化している地区」

神奈川県横浜市にある元町は、山手旧外国人居留地の外国人が利用する商店街を中心
5 心に発展した歴史ある地区である。

元町地区は通りを中心として商店街が形成されており、その通りごとに存在する組
合がまちづくりの基本方針に基づいて「まちづくり協定」を策定し、地区内の事業者
に対して、建物の新改築等の際のまちづくり委員会との事前協議、同組合への加入と
10 応分の費用負担を求めている。また、賃貸物件の所有者が組合等に参加することを賃
貸契約上明記し、会費等の徴収を行うなど、関係者に対しまちづくりに必要な協力を
求めている。

他方、横浜市においても、「元町地区街づくり協議指針」を策定しており、建築計
画時には、夜間照明や街の個性を創出することなどについての指導を行っている。加
えて、元町の商店街が存在する通りを含めた元町地区全体に対して、「元町地区地区
15 計画」や「元町仲通り街並み誘導地区地区計画」に基づき、建築物の用途制限(自動
車教習所、マージャン屋、カラオケボックス等を規制)、道路に面した1階部分のセ
ットバック⁴³等の届出審査を行っており、商業と居住の共存する街並みを創造してい
る。

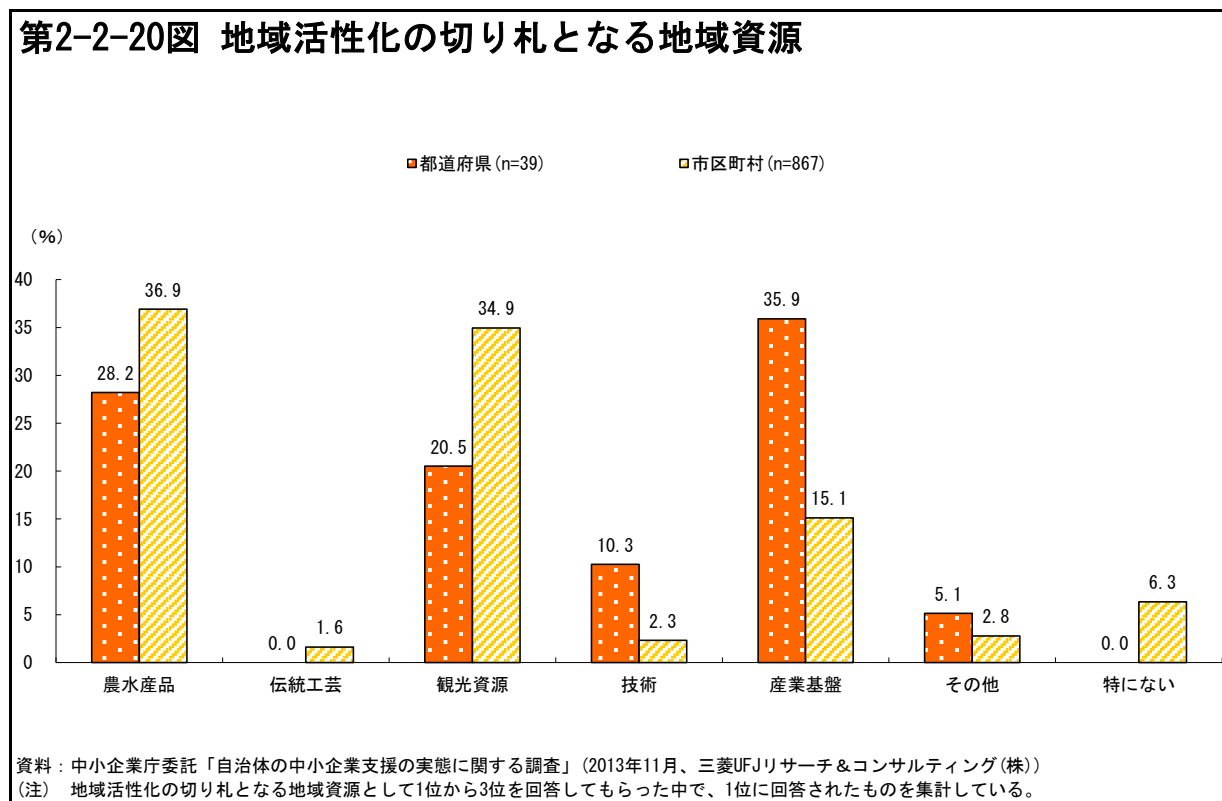
以上のように、組合が事業者に対して組合への加入や費用負担を求め、まちづくり
20 へ事業者を関与させるとともに、自治体においても、地区計画などを策定することで、
総合的なまちづくりへの取組を行っている。以上のような取組の結果、地元住民だけ
でなく観光客で賑わう地区となっている。

⁴³ 敷地や道路の境界線から後退して建物を建てること。

第2節 地域活性化の切り札－「地域資源」の活用－

第1節で見てきたように、地方経済は極めて厳しい状況にある。そのような厳しい環境の中ではあるが、「地域活性化の切り札」として、元々その地域にある「地域資源」の活用を第2部の最終節として提言したい。

- 5 地域資源とは、地域に存在する特有の経営資源として、特産品や伝統的に承継された製法、地場産業の集積による技術の蓄積、自然や歴史遺産といった文化財などが挙げられる⁴⁴。中小企業地域産業資源活用促進法に基づき、地域資源として各都道府県が指定している件数は、2014年2月末時点で、13,780件⁴⁵となっているなど、どの地域にも特有の名産品や、地域のシンボルとなる自然や文化財が存在している。
- 10 第2-2-20図は、地域活性化の切り札となる地域資源を聞いたものである。これを見ると、都道府県では、「産業基盤」と回答した割合が高く、市区町村では「農水産品」、「観光資源」と回答した割合が多い。また、「地域活性化の切り札」となる地域資源が「特にない」と回答した都道府県はなく、市区町村でも1割未満であるなど、ほとんどの自治体では、「地域活性化の切り札」となりうる地域資源はあると認識していることが分かる。
- 15



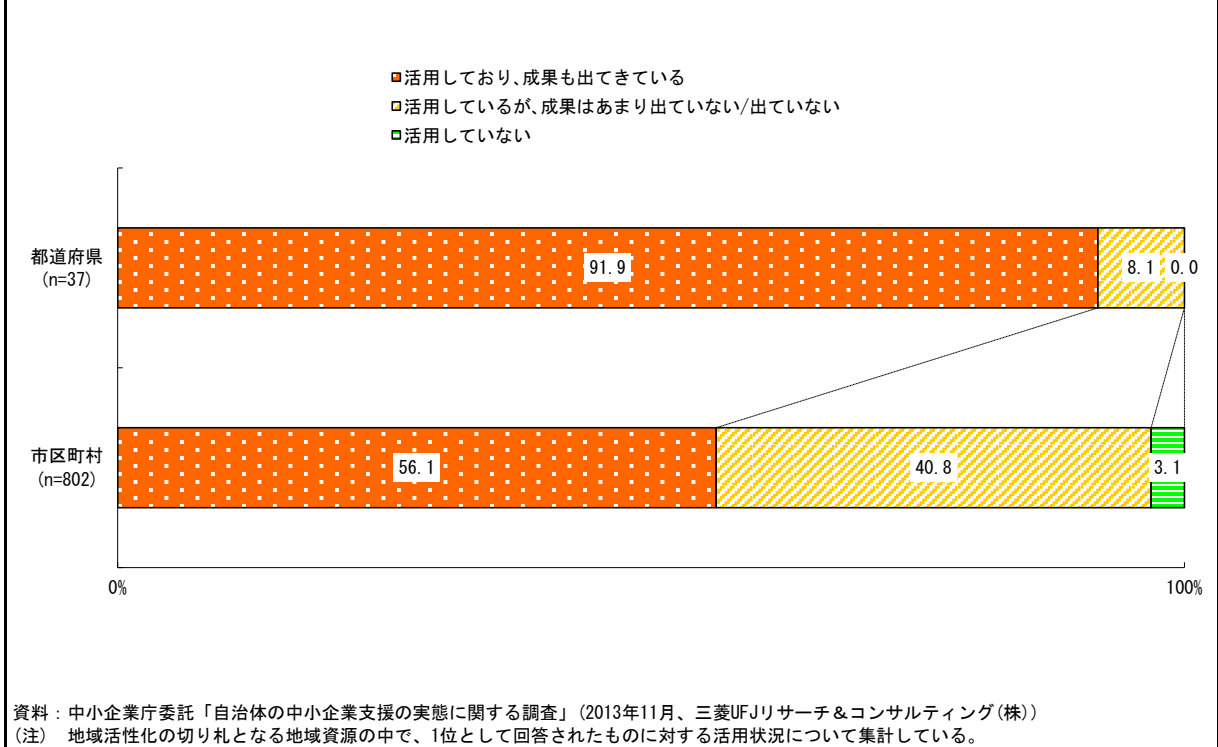
⁴⁴ 2007年版中小企業白書 p.54 を参照。

⁴⁵ 内訳は、農林水産物 4,145 件、鉱工業品 2,935 件、観光資源 6,700 件。

それでは、地域資源の活用状況はどうだろうか。第2-2-21図は、「地域活性化の切り札」となり得る地域資源の活用状況を示したものである。都道府県では、地域資源を活用しており、成果も出てきていると多くの都道府県が回答している。一方で、市区町村では、4割以上の自治体が地域資源を有効活用できておらず、「地域活性化の切り札」となり得る地域資源はあるものの、十分に有効活用できていないことが明らかとなった。

第2-2-20図で見たように、市区町村は「農水産品」や「観光資源」を地域活性化の切り札として認識している割合が高い。今後については、そのような「農水産品」や「観光資源」の活用が地域活性化のためには必要となる。したがって、市区町村と中小企業・小規模事業者が連携して地域資源の活用に取り組んでいくことが必要であると考えられる。

第2-2-21図 地域活性化の切り札となる地域資源の活用状況



以下では、地域資源の「切り札」として多く回答のあった「農水産品」を活用して地域活性化を果たした自治体及び中小企業を紹介する。

事例 2-2-5：岡山県英田郡西粟倉村

「森を育み、地域の資源を価値化することで、地域活性化に成功した村」

岡山県英田郡西粟倉村は、人口約 1,550 人で村の面積の 95%以上を森林が占める源流の村である。同村は、平成の大合併に際し、合併を選択せず、村として自立の道を選択し、2007 年に「村の人事部」と呼ばれる雇用対策協議会を設立した。村役場を中心

に、起業家の発掘や育成を図るとともに、定住支援のために、当時 70 件あった空き家のオーナーに家を貸し出す交渉を行うなど、村内の雇用創出の体制づくりに取り組んだ。

2008 年に、森の再生を通じて、地域の雇用や活性化につなげるために、「百年の森林構想」という将来を見据えた地域づくりビジョンを策定した。この構想の特徴は、村民が持つ山全体を村が一括管理する点で、他地域に見られない、森林の適正管理の新たな仕組みを実現している。また、「共有の森ファンド」を設立し、一口 5 万円の

出資を全国から募り、森林組合が林業機械を購入する費用を確保するとともに、出資者を中心に全国の都市との交流を生み出している。

こうした構想のもと、適正に管理された山から出された木を、原木のまま出荷するのではなく、地域で商品化し付加価値を高めるため、2009 年には、その活動の核となる「株式会社西粟倉・森の学校」が設立された。同社は、「地域の資源を価値にすること」を目的に、仕事と雇用を生み出していくためのインフラを整え、村としてインキュベーターとマーケティングを行う機能を有する地域商社の役割を果たしている。同社は、原木の加工を行い、床材、家具、小物などのストーリー性の高い製品を製作し、インターネットショッピングサイト「ニシアワー」等を通じて全国に販売することで、外需を獲得するなど、地域の活性化に貢献している。こうした活動を経て、村には、全国から若年層が集まり、木製の保育家具・遊具制作、家具・空間デザインを手掛ける工房、古民家を利用した宿泊施設など、様々な分野で起業がすすみ、また相互に連携し合うことで「西粟倉」ブランドの構築にも寄与している。

2007 年から 2012 年までに、I ターン者は 50 名、また、60 名以上の新規雇用が創出されるなど、地域活性化に成功した自治体といえる。

事例 2-2-6：丸真食品株式会社

「地域の農水産品を活用し、地域ブランドの確立に取り組んでいる企業」

茨城県常陸大宮市の丸真食品株式会社(従業員 40 名、資本金 1,000 万円)は、地域特産品である納豆を製造・販売している企業である。

5 主力商品は、茨城県産の極小小粒大豆を使用した納豆を茨城県の久慈川を流れる小舟をヒントにした舟形の容器に入れた「舟納豆」であり、茨城納豆のブランド化に貢献している。

また同社は、2006 年より地域の大豆農家が栽培する「黒大豆小粒」を利用した商品の開発を開始し、2010 年には、地域の黒大豆生産農家と協力して農商工連携の事業認定を受け、舟形容器の新商品である「黒船」を完成させた。

「黒船」は、黒大豆を使用した納豆が珍しかったこともあり、販売開始直後から売行きは好調であった。しかしながら、黒大豆農家が増産に対応できず、提携農家を増やすこともできなかったため、「黒船」は特注品的な存在になってしまった。そこで、同社は、自ら農業法人を設立し原材料である黒大豆小粒の生産に取り組むこととした。

15 生産農家からの仕入に加えて自社で生産を行うことで、原材料の仕入を安定させ、「舟納豆」に次ぐ、新たな茨城納豆のブランドとして「黒大豆納豆」の製造・販売に注力している。

同社社長の三次美知子(みつぎみちこ)氏は、「今後も、地元の農家と協力するなど地域を巻き込みながら、特産品である黒大豆等を活用した商品開発を行うことで、茨城の味である「納豆」を地域の特産品として全国へ販売するなど、地域一体となって、茨城県を盛り上げていきたい。」と語っている。

20

25

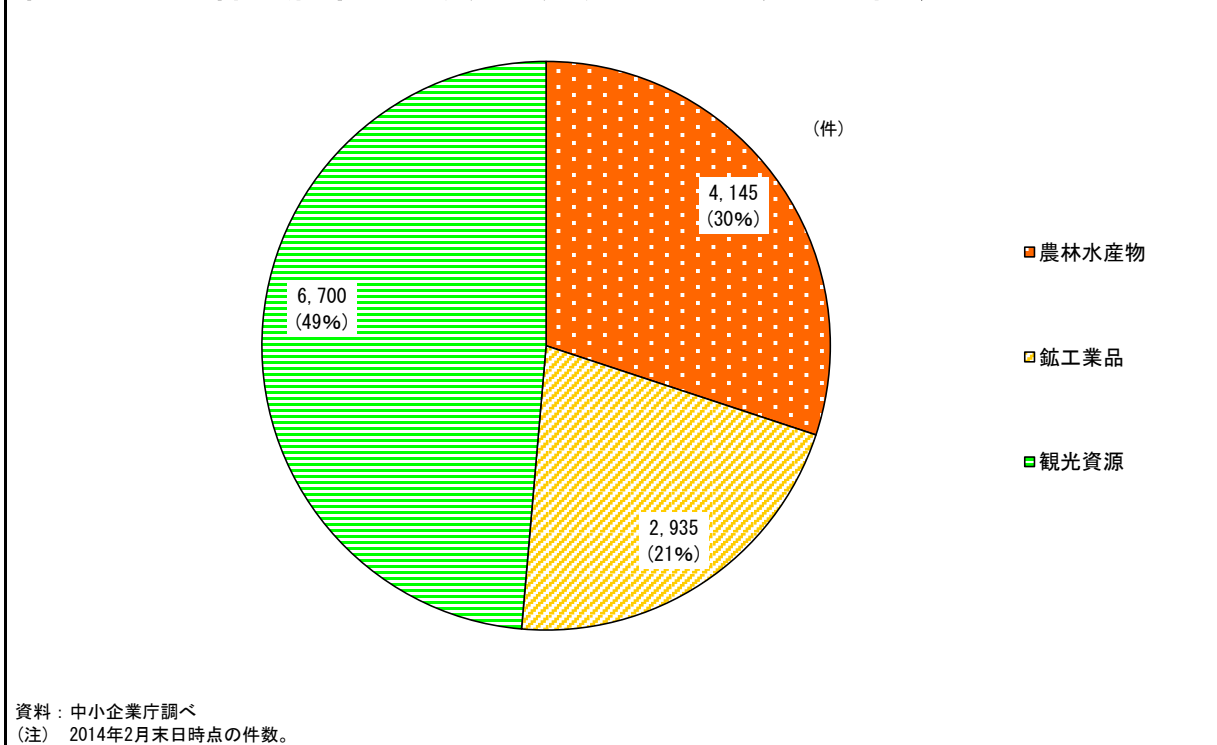
30

35

次に、地域産業資源の都道府県の指定状況及び事業計画の認定状況を見ていく。第2-2-22 図は、都道府県が地域資源に指定している件数の内訳を示したものである。これを見ると、観光資源の指定件数が約 5 割、農水産物が約 3 割、鉱工業品が約 2 割であり、観光資源が最も多いことが分かる。

5

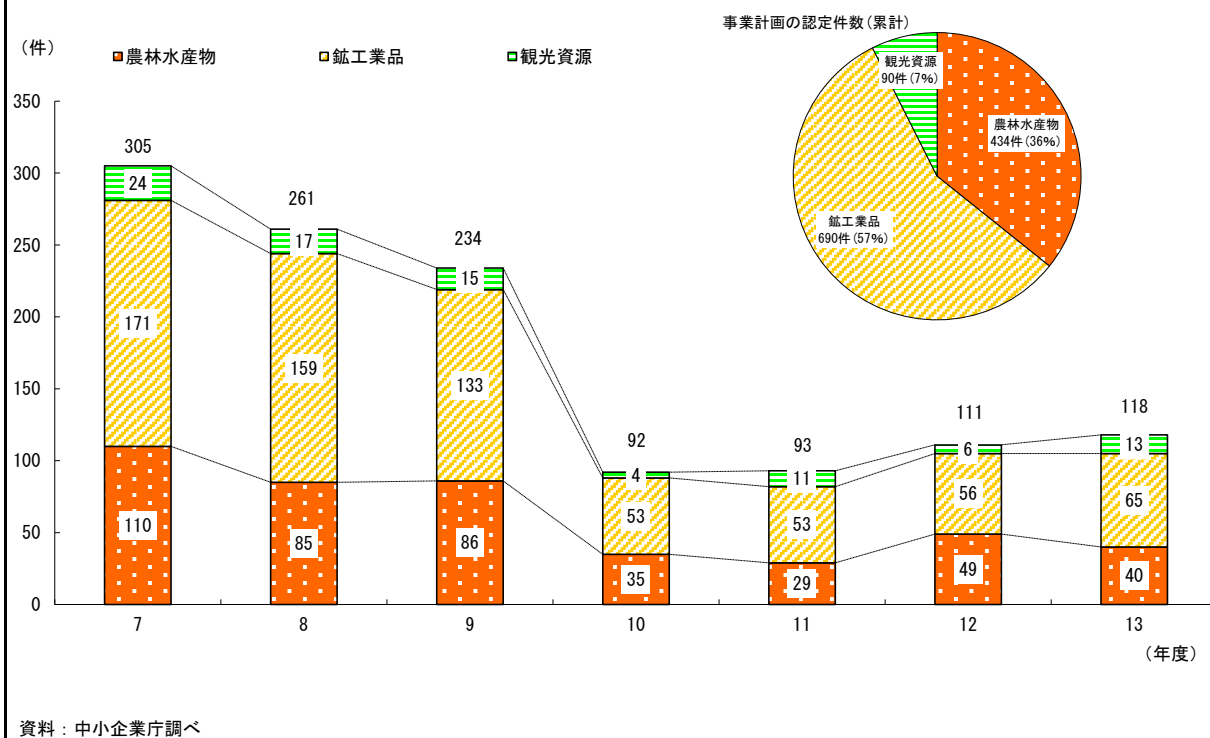
第2-2-22図 都道府県が地域産業資源として指定した件数



他方、第 2-2-23 図は、中小企業地域産業資源活用促進法に基づく事業計画の認定件数の推移を示したものである。これを見ると、中小企業地域産業資源活用促進法が
10 施行された 2007 年度から 2009 年度までは事業計画の認定件数が年間 200～300 件推移するなど多かったが、近年では、年間 90～120 件程度で推移していることが分かる。

また、地域産業資源の分類ごとに認定状況を見ると、第 2-2-22 図で見たように都道府県が地域産業資源として指定した件数としては観光資源が 49%を占めているの
15 に対して、事業計画として認定を受けた件数の割合は 7%にとどまっている。したがって、観光資源については、今後さらなる活用の余地があるといえるだろう。

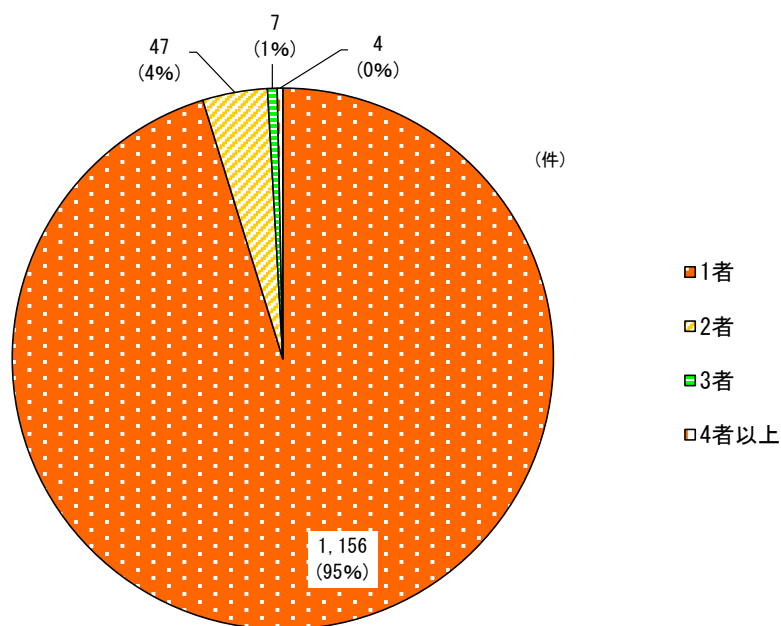
第2-2-23図 事業計画の認定件数の推移



さらに、事業計画の認定は、複数の中小企業・小規模事業者による共同申請も可能となっている。第2-2-24図は、現在までに地域資源認定を受けた事業計画の認定者数別の件数を示したものである。これを見ると、現在までに事業計画の認定を受けた1,214件については、個者による認定がほとんど(約95%)で、共同申請による認定件数は58件と1割にも満たないことが分かる。

個者に比べ、複数の中小企業・小規模事業者が連携して地域資源を活用した取組の方が、地域経済への波及効果が期待できる。そのため、今後は、地域活性化のため、複数の中小企業・小規模事業者が連携して地域資源を活用することを促していくことが一つの方向性といえるだろう。

第2-2-24図 事業計画の認定者数別件数



資料：中小企業庁調べ

以上、第2章では、地域の抱える、「人口減少」、「少子高齢化」、「商店街・繁華街の衰退」について分析を行った上で、そのような地域が抱える課題を解決する切り札としての「地域資源」について見てきた。

「人口減少」、「少子高齢化」、「商店街・繁華街の衰退」などに悩む地域であっても、県全体で若者を誘致するような取組や商店街の活性化を目指して独自の取組を行うことで、地域を活性化させることは可能である。また、観光資源等の地域資源をうまく活用することも、地域活性化の「鍵」といえよう。

以下では、地域資源、とりわけ活用の余地のある「観光資源」を活用して地域活性化を果たした事例を紹介する。

事例 2-2-7：青森県南津軽郡田舎館村

「田んぼをアートとして活用することで、村おこしに成功した村」

青森県南津軽郡田舎館村は、人口約 8,200 人の津軽平野南部に位置する村である。同村は、稲作を中心に、野菜やりんごなど農業を産業の中心として発展してきた。ピーク時の人口は、10,000 人を超えていたが、その後、産業構造の変化などにより、人口が減少、少子高齢化も進展していた。

同村では、衰退していく村を活性化させるため、「村おこし推進協議会⁴⁶」が、1993 年より地域の名産である稲を利用した「田んぼアート⁴⁷」を役場裏の田んぼを利用して開始した。

当初は、ノウハウもないため苦戦したが、何年か続けるうちに技術や広報戦略も向上してきた。2012 年からは 2 会場で開催し、2013 年の観光客数は約 25 万人を記録するなど、確実に効果は出てきている。「田んぼアート」は海外メディアでも取り上げられるなどしており、外国人観光客も多い。

また、農業に関する普及活動にも力を入れており、「田んぼアート」に係る田植え・稲刈り体験も行っている。

2013 年には、「田んぼアート」駅も開業。アクセスも向上し、更なる集客を目指している。

⁴⁶ 1988 年に立ち上げた、村おこしのための協議会。田舎館村役場、田舎館村商工会、農協が共同で運営。会長は、田舎館村の村長が務める。

⁴⁷ 主要産業が稲作農業である青森県田舎館村が村おこしを目的に 1993 年に開始したのが最初。田んぼを大きなキャンバスに見立て、「現代米(緑の稲)」と「古代米(紫と黄色の稲)」という色の違う米を混ぜて、巨大な絵を作る活動。

事例 2-2-8：香川県香川郡直島町

「現代アートを活かして、域外からの観光客を獲得している島」

香川県香川郡直島町は、瀬戸内海に浮かぶ直島を中心とした 27 の島々で構成される町で、人口約 3,200 人の小さな町である。そのような小さな町が、近年観光ビジネスに成功した町として注目を集めている。

元々、直島は観光地ではなかったが、1992 年のホテル・美術館である「ベネッセハウス」のオープンなどで、観光地への歩みを進めた。当初は、住民の理解も得られにくかったが、その後、作品設置を住民参加型イベントの形にしたり、住宅地を舞台に企画展を開いたりすることで、来訪者やスタッフ、作家と住民の交流が生まれ、次第に住民の理解を得られるようになっていった。

直島町でしか見られない古民家を改修したアートなどは、国内外からの注目を集め、観光客が急増したが、直島町では、増加する観光客に対応した宿泊、飲食、交通等が十分に整備されていなかった。それが、香川県や直島町の働きかけによって、新たに観光協会が設立され、観光客受入れのための取組を開始したことで状況が一変した。

まず、宿泊については、高齢化や人口減少により増えていた空き家を、飲食店や民宿に利活用することを町民に提案した。施設改修費のみの負担で、新たに始められる低投資型ビジネスとして、民宿が町内に増えていった。民宿の中には、料理を提供しない宿泊特化タイプが多かったため、飲食店を増やすことが課題となったが、J ターン、I ターン者のカフェの開業や地元の若手経営者の第二創業などで、飲食店も徐々に増えていった。

次に、交通については、町営路線バスを町内の観光施設を回るルートで運行することとし、観光客の交通利便性を向上させた。

このほか、観光協会では、特産品開発を主導し、天日塩を製造する工場を整備した。現在では、町内外で製造する土産物用の原材料として供給するほか、県内外の百貨店での販売も実現している。

また、同協会 6 名のスタッフのうち 5 名は、外国人観光客の案内をするために英語での対応が可能であり、ホスピタリティの向上にも寄与している。

このように直島町では、「現代アート」という資源を起爆剤に、島内住民、町・町内事業者や地域資源を結び付け、観光客向けのインフラやソフトを整備し、離島の活性化に成果を上げている。

第2部では、中小企業・小規模事業者が直面する人口減少・少子高齢化、国際化の進展、情報化の進展、就業構造の変化などの経済・社会構造の変化及び地域経済が抱える課題、地域活性化の「切り札」としての地域資源の活用について概観してきた。

5 以上で見てきたような、経済・社会構造の変化は中小企業・小規模事業者に多大な影響を与えと考えられる。また、地域が抱える課題は中小企業・小規模事業者にとっても極めて深刻な問題である。

中小企業・小規模事業者はこのような外部環境の変化や課題を十分に踏まえた上で、中長期的な経営戦略を立て、実行していく必要があるだろう。

10

15

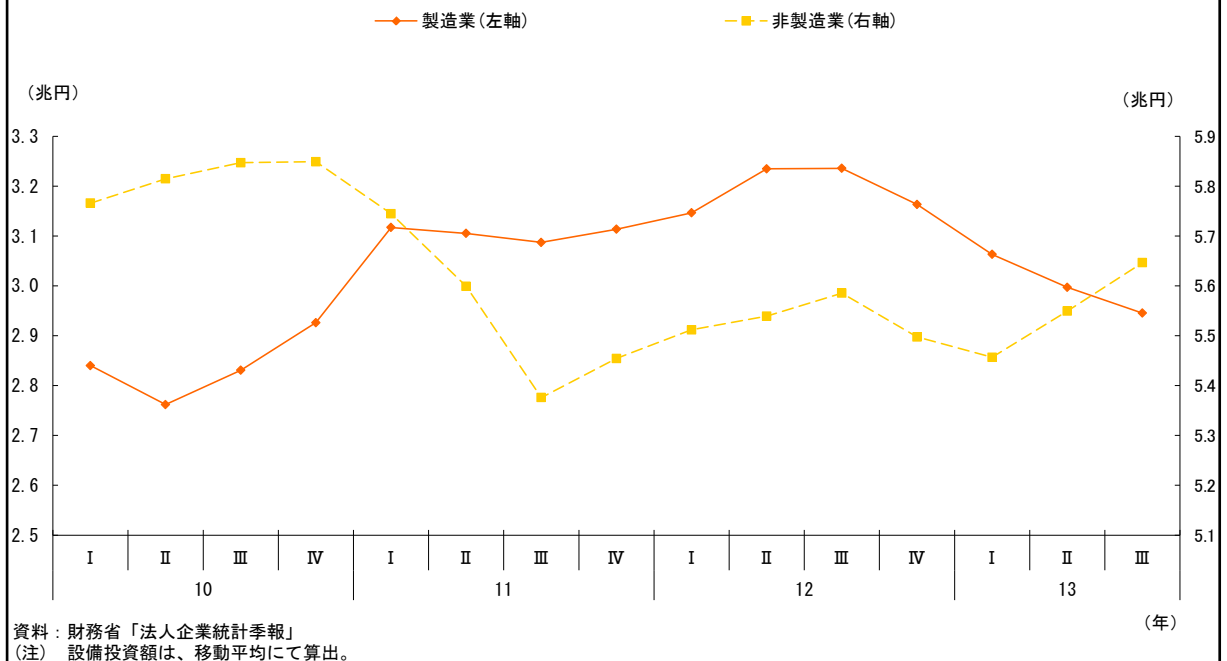
20

25

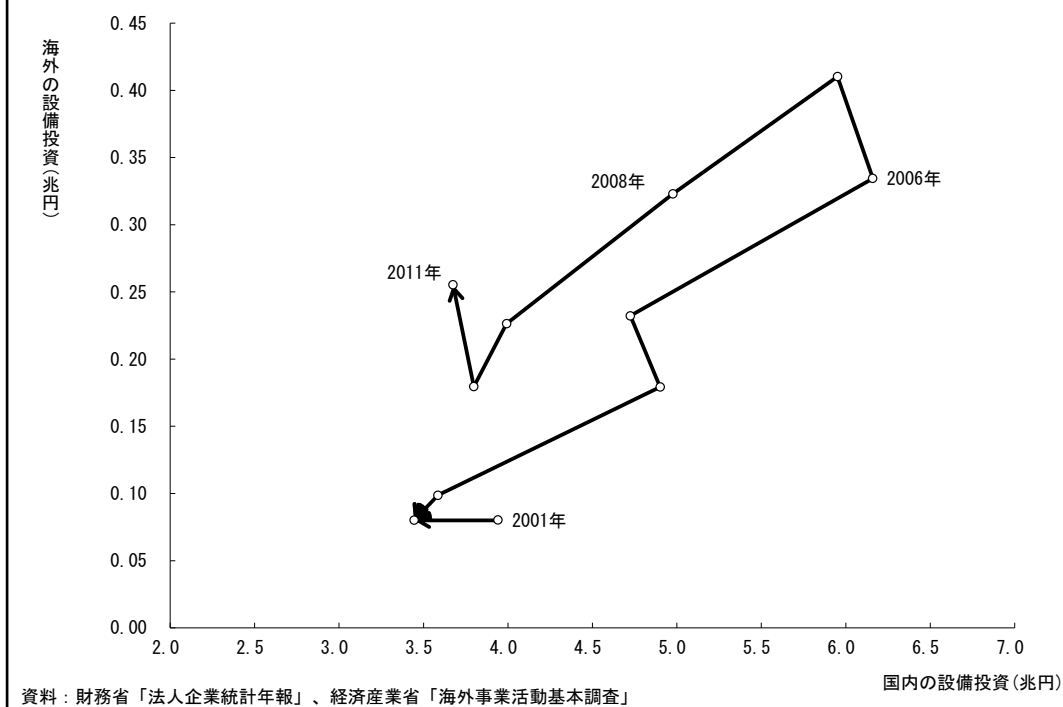
30

35

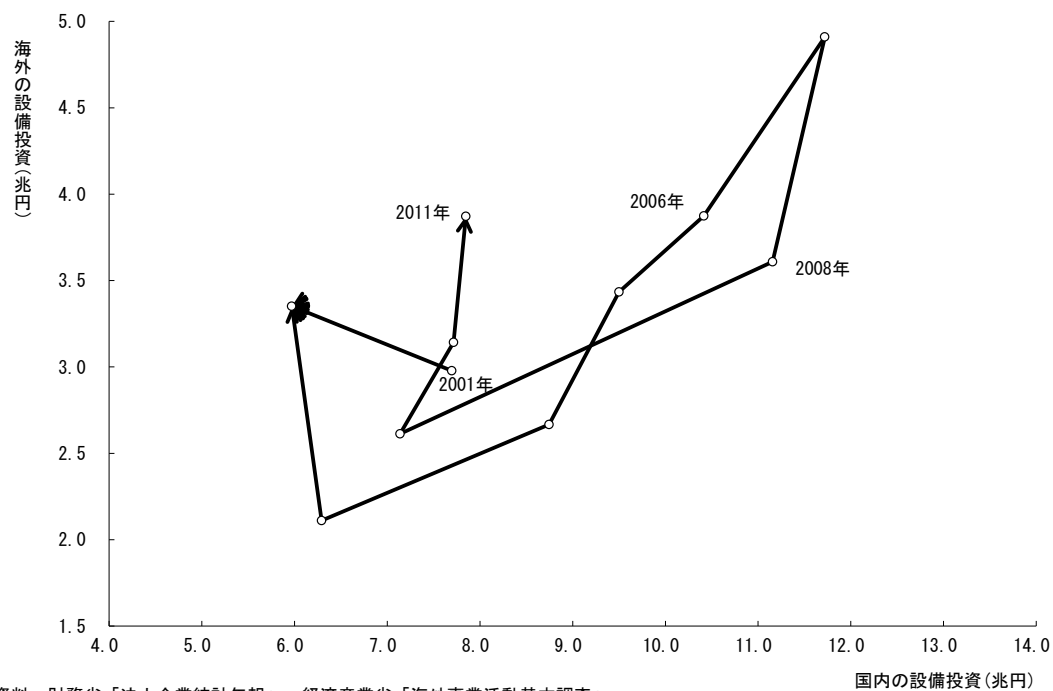
付注2-1-1 製造・非製造別設備投資額の推移(全規模)



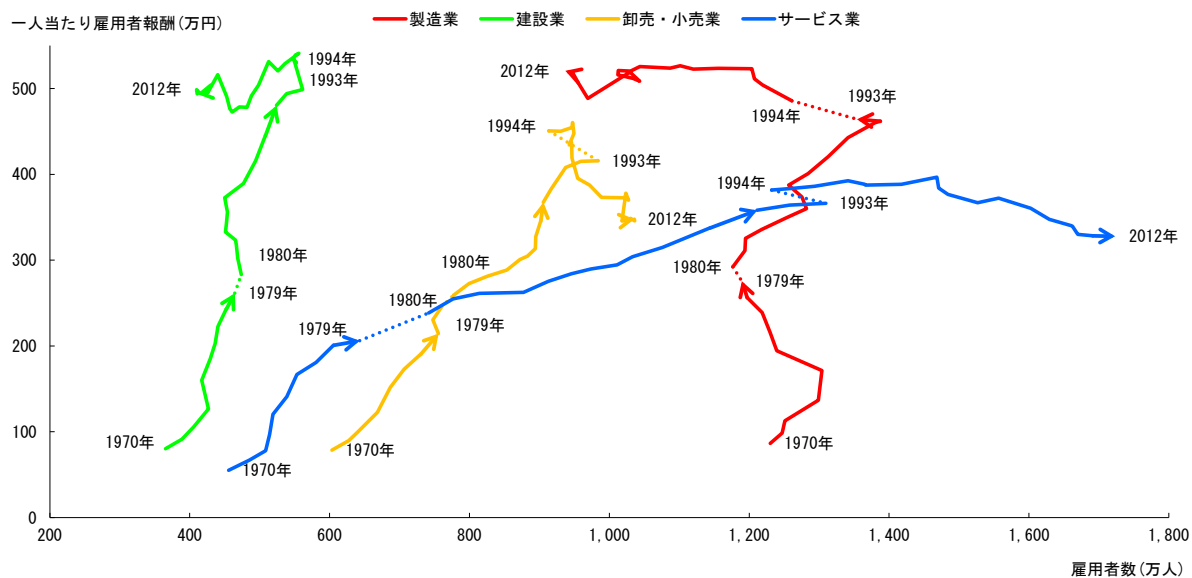
付注2-1-2 中小製造業の国内外の設備投資額の推移



付注2-1-3 大企業製造業国内外の設備投資の推移

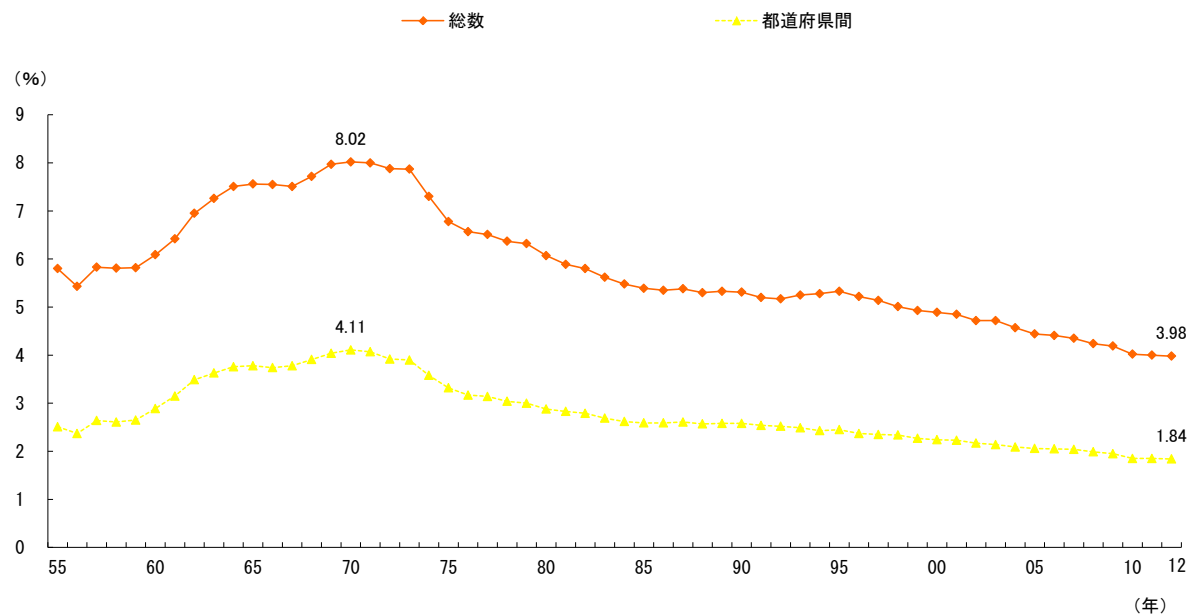


付注2-1-4 産業別一人当たり雇用者報酬と雇用者数の推移



資料：内閣府「国民経済計算」
 (注) 1970-79年は1990年基準(63SNA)、1980-93年は2000年基準(93SNA)、1994-2012年は2005年基準(93SNA)。

付注2-2-1 人口移動率の推移



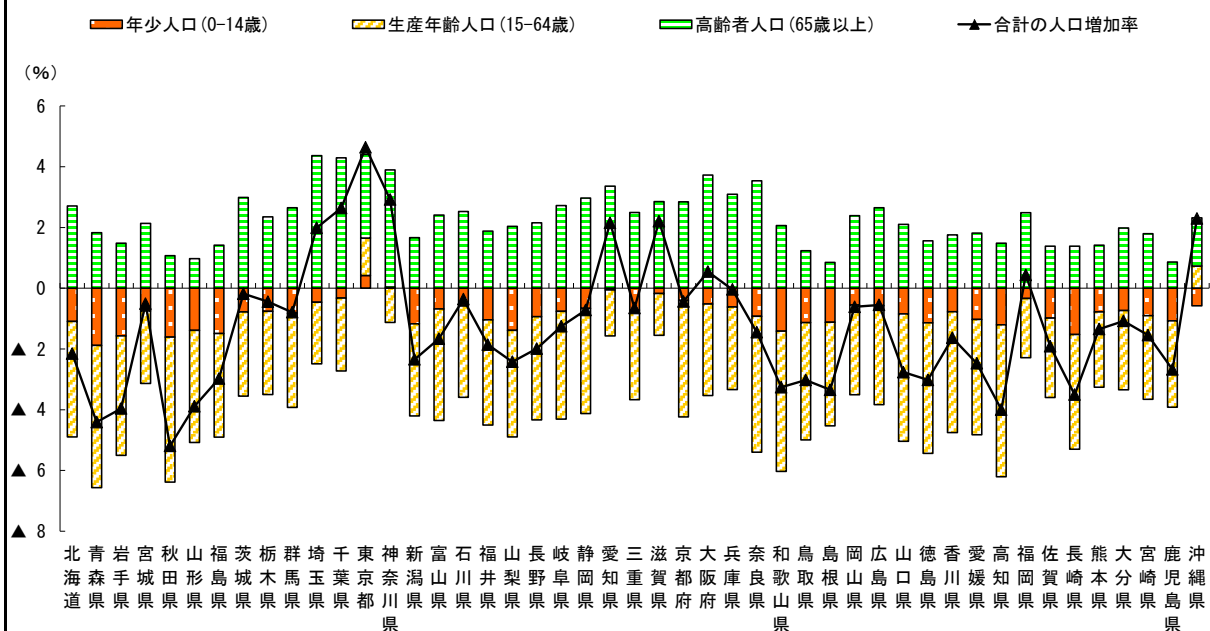
資料：総務省「住民基本台帳人口移動報告年報」

(注) 1. 「人口移動率」とは、日本人人口に対する移動者の割合をいう。

2. 1972年までのデータには沖縄を含んでいない。

3. 各年10月1日時点の人口に基づき算出している。

付注2-2-2 都道府県別人口増加率及び年齢階級別寄与度(2005-2010年)



資料：総務省「国勢調査」

(注) 合計の人口増加率については、年齢不詳の者についても含んでいるため、年少人口、生産年齢人口、高齢者人口の寄与度の合計と完全に一致はしない。

付注2-2-3 各国のBID制度と類似の取組、BID制度の例

各国でのBID制度と類似の取組

	米国	英国	ドイツ	日本(民間での取組)
担い手	BID	TCM(Town Centre Management)、BDI	マネジャー派遣等、一部の州では、BID制度が導入	商業団体、まちづくり協議会、まちづくり会社
主要構成者	資産所有者 一部の事業者	事業者(TCM) 今後は地権者も参加予定(BDI)	事業者、資産所有者	事業者・事業者中心 一部、地権者
マネジャー	BIDにて雇用される地区マネジャー	BID、TCMにて雇用される地区マネジャー	自治体が派遣、又は、BIDにて雇用されるマネジャー	事務局
主要財源	BID負担金(資産所有者)、寄付金、事業収入	BID負担金(事業所)、寄付金、事業収入	会費(事業所、資産所有者等)、一部でBID負担金(事業所)導入中	会費中心
期間	5年(州によって異なる)ごとに更新	5年ごとに更新	特になし(BID制度が導入された場合は5年)	特になし

英米のBID制度の例

地域	設立時期	事業規模	運営主体	人員	主な活動内容
英)カムデンタウン(ロンドン)	2011年 (1期目)	700,000ポンド/年	有限責任事業組合(LLP)	5人 +インターン	治安維持(警備員導入、無線装置配布)、公共空間整備計画の策定・協議、ショップカード導入、各種イベント、空き店舗暫定利用
英)リバプール中心部(City Central District)	2005年 (2期目)	1,168,453ポンド/年	非営利有限責任保証会社(CLG)	8人 +インターン	治安維持(民間交番設置、無線装置配布等)、美化・メンテナンス活動、マーケティング・プロモーション(イベント、無料バス、ショップモビリティ、公共空間における商業活動促進、クリスマスデコレーション等)
米)ニューヨークタイムズスクエア	1992年	15,944,914ドル/年	非営利団体	30人 +インターン	治安維持、美化、ピジターセンター、タイムズスクエア博物館の運営、各種イベント、ホームレス向けの社会サービス、コミュニティ裁判所の運営、その他地域課題の審議と政策提案

資料：保井美樹(2013)「地区マネジメントの視点から見る都市ガバナンスの変化と課題 -BID制度の国際的広がりをめぐって-」等に基づき中小企業庁作成

(注)1.「ショップモビリティ」とは、高齢者や障害者の買物支援を行うため、電動スクーターや車いす等の貸出しを行う事業をいう。

2.「TCM」とは、「Town Centre Management」の略語で、行政・地域住民・民間事業者などが協力して地域のまちづくりを行うことをいう。