

Ⅱ．政府の地方創生政策

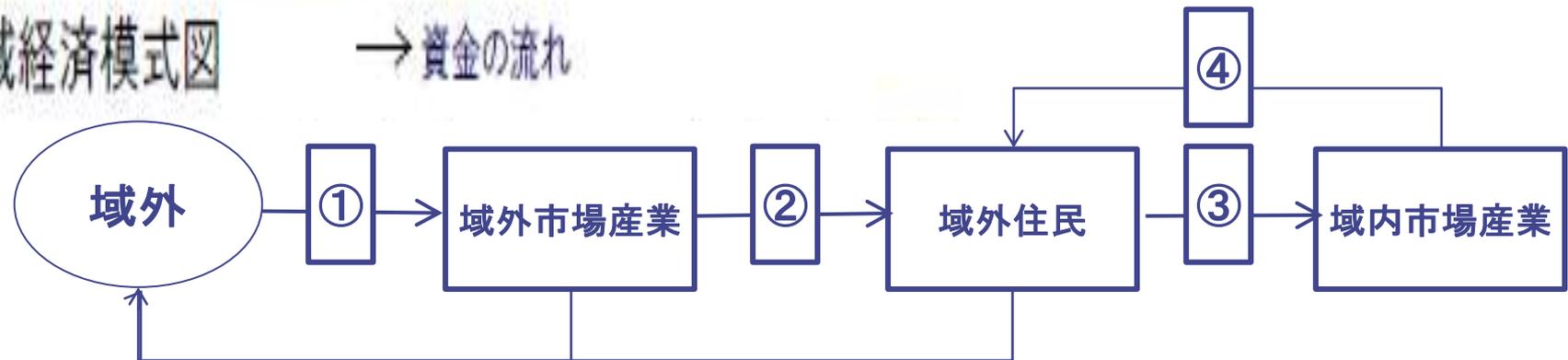
毎年1千億円を投じる地方創生政策

- ◆先行上乗せ交付 26年度補正 300億円(2219団体)
- ◆加速化交付金 27年度補正 1,000億円(2268事業)
- ◆推進交付金 28年度当初 1,000億円(1201事業)
- ◆拠点整備交付金 28年度二次補正 900億円(897事業)
- ◆推進交付金29年度当初 1,000億円
- ◆生産性革命に資する地方創生拠点整備交付金 29年度補正 600億円
- ◆推進交付金30年度当初 1,000億円

0. 地域経済分析の視点①～域外・域内市場産業～

- 地域経済を構成する産業は、地域外を市場とする「域外市場産業」と、地域外よりむしろ地域内を市場とする「域内市場産業」に分けられ、それぞれ産業として異なった特性を持ち、また、地域経済において異なった役割を担っている。
- 資金の流れで両産業を模式的に捉えると、①域外市場産業が域外から資金を稼ぎ(第1フロー)、②雇用者所得として域内住民の消費活動元手となり(第2フロー)、③元手をもとに域内市場産業で消費され(第3フロー)、④域内市場産業が発展し、域内市場産業で働く住民の雇用。所得につながり、さらなる域内需要の拡大、域内市場の発展につながる(第4フロー)。これら4つの資金の流れを円滑に促すことが地域経済成長の鍵になる。

地域経済模式図



域外市場産業 例)製造業、農業、観光など

域内市場産業 例)日用品小売業、対個人サービス業など

域外市場産業（製造業、農業、観光など）

① 域内の市場規模からの影響は小さいが、国際経済情勢を始めとする外的な環境変化^{※1}の影響を直接的に受ける産業が多い。

※1 財政制約による公的セクターの縮小、公共事業の減少による建設業の縮小、海外への工場の移転などの事態が該当。

② 外的要因によって域外市場産業が急激に成長し、域内経済の成長に大きく貢献することがある一方、同じく外的要因により急激に衰退し、域内経済の深刻化の契機となる可能性の両面を持ち合わせる。

③ 一部の産業の不振等により悪循環に陥っても、外的要因による域外市場産業の成長により、事業規模・雇用の維持・拡大が比較的容易^{※2※3}であり、悪循環の歯止めに効果的。

※2 ただし、従業者を確保できない程度の人口減少が生じた場合などには事業の維持は不能。

※3 また、国内外・他地域の同業種との価格競争、品質競争に直面する傾向があり、これに打ち勝つために、創意工夫（イノベーション）が必要。

域内市場産業（日用品小売、対人サービス業など）

① 域内の市場規模が拡大（縮小）しない限り^{※4}、産業は拡大（縮小）しない^{※5}。国際経済情勢などの外的な環境変化の影響は間接的。

※4 域内需要が減少するケースとしては、人口の減少など地域内の要因による場合の他、地域外との移動時間・コストの低下、域外の魅力的な商業機能の存在によって域外消費が増加する場合もある。

※5 仮に、中心商店街が衰退しても、住民が存在する以上、少なくとも最寄品の需要は存在し、例えば、大規模小売店などで買い物が行われる。

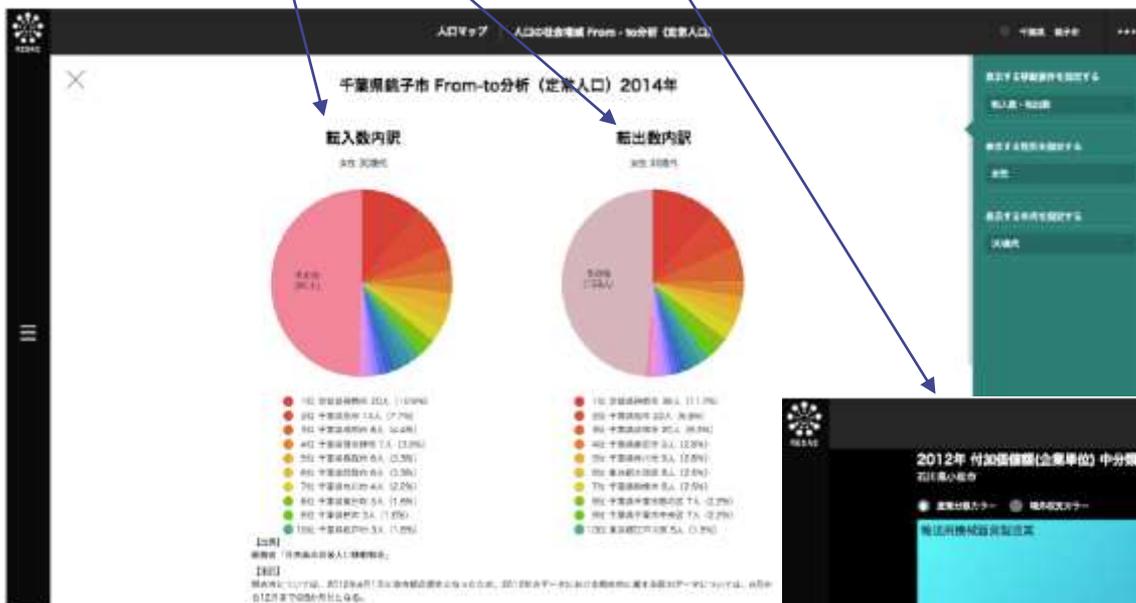
② 域内需要が拡大すると、域内市場産業の事業の拡大、域内市場産業による雇用・所得の増大、雇用・所得の増加による域内需要の更なる拡大、域内市場産業の事業の拡大という好循環が生じる可能性がある。

③ 反対に、域内需要が減少^{※6}すると、事業の縮小、雇用・所得の減少、域内需要の減少、更なる事業の縮小という、悪循環に陥る危険性もある。

※6 域内の人口減少、域外への消費の流出、域外市場産業の不振などの事態が該当。

地方創生本部でのビッグデータ活用

「RESAS (Regional Economy Society Analyzing System)」では、ひとの転入転出、産業マップ、様々な項目が「見える化」される。



徳島県美馬市 <地域の1次、2次、3次産業の横断的な構造分析 他>
 三重県 <県内地域別に見る製造業の産業構造分析 他>
 大分県別府市 <「別府版CCRC」の実現に向けた分析 他>

各地域ごとに、何を、どう見るか？



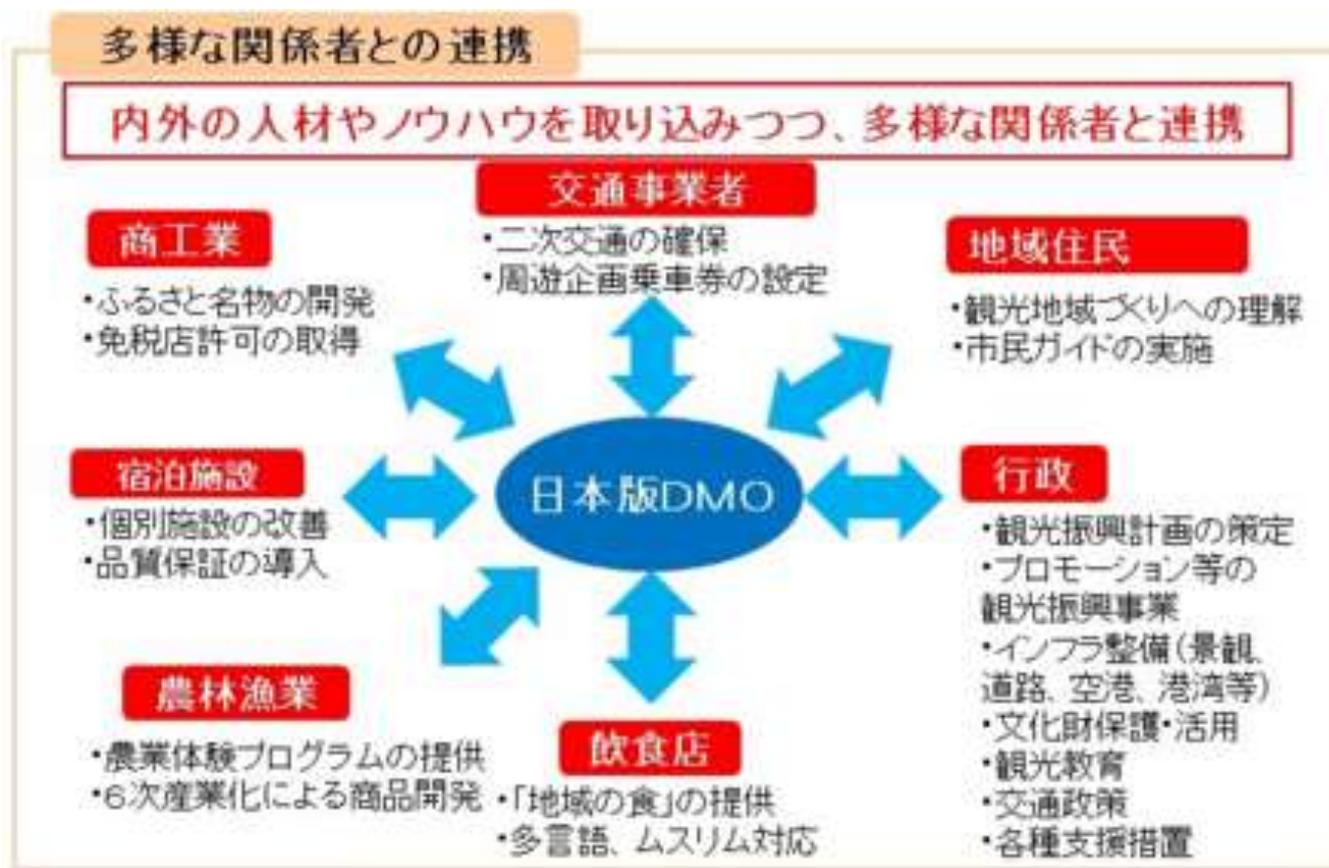
出典:「RESAS(地域経済分析システム)とは」、2015年4月21日、まち・ひと・しごと創生本部

<https://resas.go.jp/>
 ※推奨ブラウザはGoogle Chrome

日本版DMOとは

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を**着実に実施するための調整機能**を備えた法人

(観光庁HP:http://www.mlit.go.jp/kankocho/page04_000048.html)



▶ 地方創生加速化交付金

12道県90市町村、計44事業（以下はその中の16事業）

自治体名	交付対象事業名	交付予定額（千円）
北海道洞爺湖町、豊浦町 壮瞥町	洞爺湖有珠山ジオパーク資源を活用したDMO観光地域づくりの連携事業	94,384
鳥取県、島根県	山陰版DMO広域観光推進事業	10,000
広島県	せとうち観光（せとうちDMO）推進事業	174,175
山形県山形市、山形県上山市、山形県天童市	山形・上山・天童三市連携・DMO構築による観光客誘客事業	20,196
鳥取県、島根県	山陰版DMO広域観光推進事業	10,000
鹿児島県奄美市、鹿児島県大和村、鹿児島県宇検村、鹿児島県瀬戸内町、鹿児島県龍郷町	奄美大島DMO（組織構築）事業	13,000
北海道七飯町	ICTを活用した訪日外国人対応DMO構築推進事業	34,340
宮城県気仙沼市	気仙沼市を中心とした三陸沿岸地域の日本版DMO構築事業	14,000
福島県	福島県版DMO導入調査事業	16,076
福島県会津若松市	デジタルDMO整備事業	50,000
富山県氷見市	定住誘発型DMOの構築事業	30,000
京都府宮津市	日本版DMOを核とする観光まちづくり推進事業	12,750
山口県	“やまぐち観光維新”推進事業～“県域版DMO”モデルの構築と“世界遺産”の活用と“攻めのインバウンド”対策～	30,000
熊本県宇城市	日本版DMO体制整備に向けた観光マネジメント強化事業	7,999
熊本県高森町	「高森式DMO（仮称）まちづくり会社」設立に向けた実践事業	30,886
大分県別府市	「生涯活躍のまち」（別府市版CCRC）と「観光筋力増強」（別府市版DMO）に挑むための別府市産業連携・協働プラットフォーム（B-biz LINK）設立に向けての調査研究事業	25,700

地域別インバウンド事業の競争(2020年4千万人に向けて)

「サミット」等のMICE、富岡製糸場等「世界遺産」等によって、各県がインバウンド訪問を伸ばせるか？

思惑より伸び
ていない？

栃木に
比べて？

自治体	H.24.3		H.28.3		H.29.3	
	訪問率 (%)	順位	訪問率 (%)	順位	訪問率 (%)	順位
北海道	7.8	8	8.1	8	7.7	8
青森県	0.5	32	0.4	36	0.6	35
	0.3	37				
群馬県			0.5	34	0.5	36
埼玉県	2.0	20	1.4	23	0.6	24
千葉県	9.8	5	44.4	2	36.0	3
東京都	51.3	1	52.1	1	46.2	1
神奈川県	12.7	4	11.3	5	8.5	7
三重県	0.9	27	0.5	35	0.6	34
滋賀県	0.5	32	0.7	32	0.6	33
京都府	17.3	3	24.4	4	25.9	4
大阪府	24.0	2	36.3	3	38.7	2
兵庫県	5.7	9	6.5	9	5.5	11
奈良県	3.4	12	5.2	13	7.3	10
和歌山県	1.0	25	1.2	24	1.2	22

2018
?万人

2020
4000万人

各県がどれだけ
伸ばせるか！

2016年は2,403万9千人
2018年は9月時点で2017
年より+2百万人。2017年
は年間2.87千万人。

	訪問率	順位
北海道	8.1	8
青森県	0.4	36
岩手県	0.2	43
宮城県	0.8	28
秋田県	0.2	42
山形県	0.2	41
福島県	0.4	37
茨城県	0.9	26
栃木県	1.5	21
群馬県	0.5	34
埼玉県	1.4	23
千葉県	44.4	2
東京都	52.1	1
神奈川県	11.3	5
新潟県	0.7	30
富山県	1.4	22
石川県	1.9	20
福井県	0.1	47
山梨県	6.3	10
長野県	3.2	15
岐阜県	2.5	19
静岡県	5.4	12
愛知県	9.8	6
三重県	0.5	35
滋賀県	0.7	32
京都府	24.4	4
大阪府	36.3	3
兵庫県	6.5	9
奈良県	5.2	13
和歌山県	1.2	24
鳥取県	0.2	45
島根県	0.1	46
岡山県	0.8	29
広島県	3.0	16
山口県	0.9	25
徳島県	0.3	40
香川県	0.7	31
愛媛県	0.3	38
高知県	0.2	44
福岡県	9.5	7
佐賀県	0.6	33
長崎県	2.6	18
熊本県	3.0	17
大分県	4.2	14
宮崎県	0.3	39
鹿児島県	0.9	27
沖縄県	6.1	11

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」
平成29年3月末時点

▶ 地方創生加速化交付金

地域商社の立ち上げに向けた事業は、30 事業（2県30 市町村）が交付対象事業となっている。

1. 「まち・ひと・しごと創生基本方針2015」ーローカル・アベノミクスの実現に向けてー、平成27年6月30日閣議決定

「地域商社」とは、地域産品のマーケティングや商流の確保等を生産者に代わって行う事業者をいう。まだ事例は少ないが、官主導型から民主導型までいくつかの類型がある。市場対応の経験値の少ない生産者の弱点を補う役割が期待される。

2. 「地域を活性化する農商工連携のポイント-ベストプラクティス30」、H.22.3 経産省・農水省

マーケティング

ブランディング

販路確立
⇒ 仕組み
化

「まち」(各地方)での「地方版総合戦略」の一部

言わば、地域経済
雇用循環マップ

各省の政策を各地方で適切に連携することで、個人の消費を喚起する高い質のサービス【①、②】や、政策終了後の持続的な仕組み【③】を実現し、2次の経済効果を目指す

