

# 「地域が産業を選ぶ」時代へ

## ～ 新しい地域産業政策のあり方 ～

### ■広域化する経済活動

地域経済にとっての“ものづくり”とは何か考えてみよう。

一般に、一国経済と異なり、たとえば「山形県」とか「山形市」のように、地域経済の単位が小さくなればなるほど他地域との経済交流は活発になると言われている。これは、企業や地域で暮らす人々にとって必要な財やサービスが、県や市町村という空間的な範囲の中でもってすべて調達することが難しいためである。たとえば、スーパーで買い物をした時のことを思い出してみよう。買い物カゴの中には、地元で作られたものが一体どれだけ入っているだろうか。あらためて商品ラベルに記載された産地を見てみれば、実に多くの商品が山形県以外で作られているということに気付くだろう。また、近年は県内在住の多くの消費者が仙台や東京で買い物をしたり、あるいはインターネットやテレビを通していつでも気軽に欲しい商品を購入する機会が増えており、経済活動の範囲が県や市町村という単位を簡単に超えられる時代となった。実際、山形県の場合、この10年の間に県内需要に占める移輸入<sup>1</sup>の割合は2.7%ポイント増え、40.5%となっている（平成12年時点）。単純に、県民が今手にしている財やサービスの4割は県外から調達しているのである。

他方、山形県の移輸出率はどうかであろうか。移輸出は県内で生産された財やサービスに対する他地域の需要であり、本県産業が県外（あるいは海外）に対してこれらを販売した金額を表している。移輸出率についても移輸入率と同じく過去10年間の推移を見てみると、こちらも10年前と比べて1.2%ポイント増え、36.5%（平成12年時点）となっている。山形県の場合は移輸入・移輸出ともに増加傾向にあり、地域間の経済交流が活発になっていることが伺える。ちなみに、最近は観光振興による地域づくりが話題を呼ぶことが多いが、県内を訪れた観光客へ県産品を販売した場合もこの移輸出に含まれる。

さて、山形県の移輸入率が移輸出率を4%ポイントほど上回っていることに気付いた方も多いただろう。山形県の場合、慢性的に移輸入率が移輸出率を超える状況が続いており、平成16年度の移輸入超過額は2,623億円となっている。ただ、地域経済の場合、移輸入超過（すなわち「域際収支」が赤字）であるということはいささか珍らしいことではなく、実際、47都道府県のうち18都道府県で域際収支が赤字となっている（内閣府「平成16年度県民経済計算」より）。もちろん、地域経済が域外から商品等を移輸入するためには、移輸入に必要なお金を移輸出（他地域への販売）によって稼ぎ出さなければならない。山形県を一つの家計とみなせば、域際収支が赤字ということは収入以上の支出をしていることと同じであるから、本来、県経済は慢性的に借金を積み重ねているということになる。したがって、中央から地方交付税や公共事業といった形でなんらかの支援（すなわち財政移転）してもらわなければ県経済は成り立たないのである。

国や地方の財政状況が厳しい現在、この先も県経済が「あしながおじさん」に頼る生活をしているわけにもいかないというのは誰の目にも明らかである。地域経済が自立するためには、他地域に比して競争力を持ち、県外や海外からでも所得を生み出せる「外貨獲得」産業をどうやって育てるかということは非常に重要な地域産業政策上の課題である。近ごろは農業や観光などが外貨獲得のキーワードとして言われることも多いが、今も昔も変わりなく“ものづくり”こそが外貨獲得の最大の手段であるということについて異論はないだろう。そこで“ものづくり”というミクロ的な事象をマクロ的にとらえ、地域産業政策のあり方について考えてみよう。まずは、産業連関表を用いて「スカイライングラフ」を作成し、山形県経済を構造的にとらえることにしたい。

経済活動が広域化するにつれ、経済的な意味での圏域と地域行政が所管する圏域との間にズレが生じてきている。本来、ものづくりを支える地域産業政策はこのような広域化する経済活動の実態に沿ったものでなければならないが、広域行政についてはまだまだ防災などの一部に限定されているというのが実情である。ただ、山形県はこの春に宮城県と協同で両県にまたがる地域振興ビジョンの策定を試みるなど、全国に先駆けて圏域をにらんだ地域産業政策の方向性について展望するといった新しい動きも見られるようになってきた。1年間にわたって連載してきた「特集 ものづくり」最終回は、産業連関表を利用して地域産業構造の独自性や特徴、強みなどをとらえながら、ものづくりを支える地域産業政策のあり方について考えてみたい。

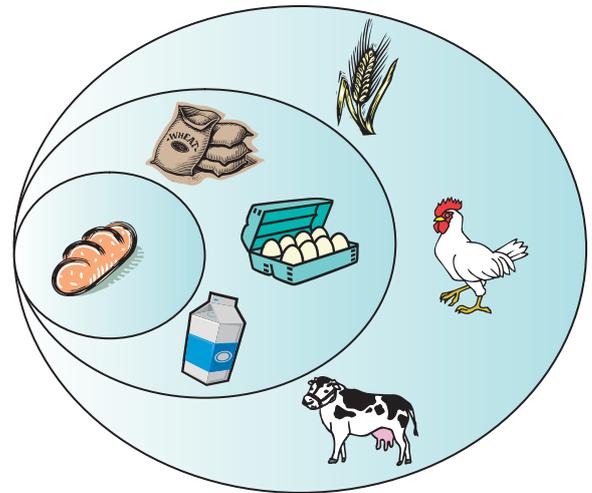
(庄銀総合研究所 研究員・齋藤信也)

## ■産業連関表とスカイライン分析

山形県経済を俯瞰してみると、企業や家計、政府など、あらゆる経済主体が相互に結びついており、これら経済主体が日々さまざまな経済活動を営んでいる。たとえば、パン屋は小麦や牛乳、卵などの原材料をそれぞれ専門業者から購入し、これを加工して消費者へ販売しているが、各専門業者もパン屋の注文に応じるべく、製粉、製乳、養鶏活動を行っている。もちろん、それらの生産活動にあたってさまざまな業者からさまざまな原材料を購入しているので、最終的にパンが出来上がるまでの流れをさかのぼっていけば、産業間で購入－生産－販売の長い連鎖が続くことになる【図1参照】。産業連関表は、網の目のようにつながっているこのような地域の産業構造をつぶさにとらえるには非常に便利な統計表であり、最終的に家計や政府などへ財やサービスが供給されるまでに産業間でいったいどれだけの金額のやりとりがあったのか（投入・産出されたのか）が記録されている。

今、平成12年の山形県産業連関表を利用し、県経済における需要と供給、移輸出と移輸入の関係を視覚的に把握するため、「スカイライングラフ<sup>2</sup>」を作成する。スカイライングラフを作成するには、まず縦軸に産業間の投入産出構造と県外経済との取引構造が分かるようにとり、他方で横軸には県内生産額に占める各産業の生産額構成比をそれぞれとった棒グラフを作成すればよい【図2参照】。こうすることで県内のどの産業に対する域外の需要が大きいのか、すなわち相対的に高い競争力を持っている産業はどの産業なのかを知ることができる。あるいは逆に、どの産業が県外の産業に依存しているのか、すなわち相対的に低い競争力しか持たない産業はどの産業なのか一目瞭然（りょうぜん）となる。また、棒グラフの幅を見れば、どの産業の生産が相対的に高い

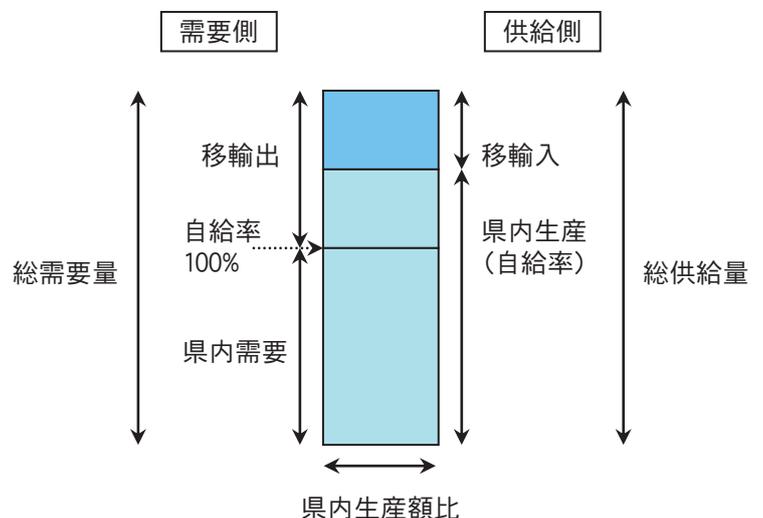
図1 産業“連関”のイメージ



ウエートを持っているのかも知ることができる。

なお、スカイライングラフでは各産業の総需要と総供給は一致しなければならない。これは総じて次のような理由によるものである。たとえば、仮にある町で100人出席するパーティを開催するとしよう。食事にあ

図2 スカイライングラフの見方



たつては1人あたりパンを1個振る舞うとすれば、この町ではパンを100個用意しなければならない。ところが、この町に店を構えるパン屋ではせいぜい1日あたり50個しか生産する能力を持たないとすれば、残り50個は必然的に隣町のパン屋から購入しなければならない。この時、隣町から調達（すなわち移輸入）する50個のパンは域外の供給であるが、地元のパン屋が供給する50個のパンと合わせると、町内においてパンの供給は100個の需要とちょうど一致することとなる。他方、隣町にとっては、町外で発生した50個のパンの需要に対して、ちょうど50個のパンを供給（移輸出）しているので、仮に町内で需要がまったくなかったとすれば、隣町でもパンの需要と供給は一致する。ちなみに、この事例を複数地域と複数の財・サービスについて一般化したとしてもまったく同じように需要と供給は一致する。

## ■本県産業のスカイライン分析

さて、上述した通りに山形県の産業32部門についてスカイライングラフを描いてみよう【図3参照】。まず横軸からグラフを見てみると、最も県内生産額のウエートが高いのは「電気機械」であり、全体の15.2%を占めていることがわかる。続いて、「建設」(10.5%)、「商業」(7.2%)、「不動産」(6.8%)、「対個人サービス」(5.4%)の順となっている。また、ものづくりという点では「電気機械」に加えて「一般機械」、「輸送機械」、「精密機械」のいわゆる「機械工業」がトータルで20.5%を占めているほか、さらにそれら以外の製造業なども加えれば、実質的に製造業が全体の35%ほどのウエートを持っている。

一方、縦軸に目を移してみよう。自給率が100%を超えている産業は「精密機械」(189.8%)、「農林水産業」(174.2%)、「電気機械」(149.0%)、「繊維製品」(130.6%)、「一般機械」(106.9%)、「窯業・土石製品」(101.5%)、「通信・放送」(100.1%)の7つである。自給率は(県内需要+移輸出-移輸入)/県内需要と定義されるので、この値が100%を超えているということはそれだけ当該産業の生産に依存している域外産業が多いということであるから、冒頭で述べた通り、相対的にみて競争力が高い産業ということになる。

ちなみに、隣県宮城県のスカイライングラフと比較してみると<sup>3</sup>、よりいっそう山形県の産業構造の特徴がはっきりする【図4参照】。宮城県の場合、もっとも

生産額のウエートが高いのは「商業」であり、全体の11.8%を占めているが、山形県と比べると「機械工業」のウエートはさほど高くはなく、わずかに8.4%を占めるだけである。逆に「商業」をはじめとする第3次産業のウエートが高く、全体の61.8%を占めている。山形県のそれは49.3%であるから、相対的にみて第3次産業の比率が高い。

また、山形県と同じく「電気機械」と「一般機械」では自給率が100%を超えているが、それ以外にも合計11産業で100%を超えているほか、本県に比べて「商業」や「通信・放送」、「電力・ガス・熱供給」など、第3次産業で自給率が100%を超えている産業が多い。

これは、本来、スカイライン分析が経済発展の段階と産業構造の関係を明らかにするために開発されたことと併せて考えてみると非常に分かりやすい。産業連関表の生みの親であるロシア生まれの米国経済学者W.W.レオンチェフ(1906年-1999年)は、経済発展段階の異なる米国、イスラエル、エジプト、ペルーの4カ国についてスカイライン分析を行い、経済発展段階の進んだ国ほど自国内の供給率が100%に近づくことを明らかにしてみせた。W.W.レオンチェフのこの指摘に従えば、本稿において山形県の産業が宮城県の産業に比べて自給率が低いのは、両県で経済発展段階が異なるからだとみなすことができよう。

宮城県は政令指定都市でもある県都仙台市を擁するほか、東北の“顔”として企業や行政の地方拠点が集積しているなど都市機能が充実している。また、近年は高速交通・鉄道網の発達により、ますます仙台市が持つ吸引力は高まっており、その経済発展はめざましい。基本的に商業やサービス業は距離の制約を受けやすいので、需要の近くに立地していなければならない。マーケットの大きさで言えば、人口の多い宮城県・仙台市への集積が進むことになるのはむしろ致し方ないことであろう。また、大規模な卸・小売業や金融業、放送・通信業などは、その経済活動が県外にも及ぶため、域外から多くの所得を得ることがある。例えば、東北電力やNTTドコモ東北などは第3次産業に分類されるが、その活動自体は域外から多くの所得を宮城県内に呼び込んでいる。山形はもちろん、多くの地方圏にとっては、条件面で分の悪い商業機能の集積に期待を寄せることは現実的に難しい。むしろ、そうした機能は宮城県に任せ、山形県は農業や製造業など、比較的距離の制約を受けない産業に特化の方が得策であろう。これは、今後の両県の将来像を見据える上で

も重要な視点であるが、こうした視点に立てば、山形県は今まで以上にものづくりへと専念していくことが重要であり、できる限り多くの地域資源をものづくりへと集中させることが重要な地域産業政策上のテーマとなる。

### ■いくつかの注意点

ところで、産業連関表に関連するいくつかの注意点を述べておこう。注意しなければならない第1点は、ここで利用した産業連関表は平成12年の1年間に限つ

図3 山形県産業のスカイライングラフ（平成12年、32部門）

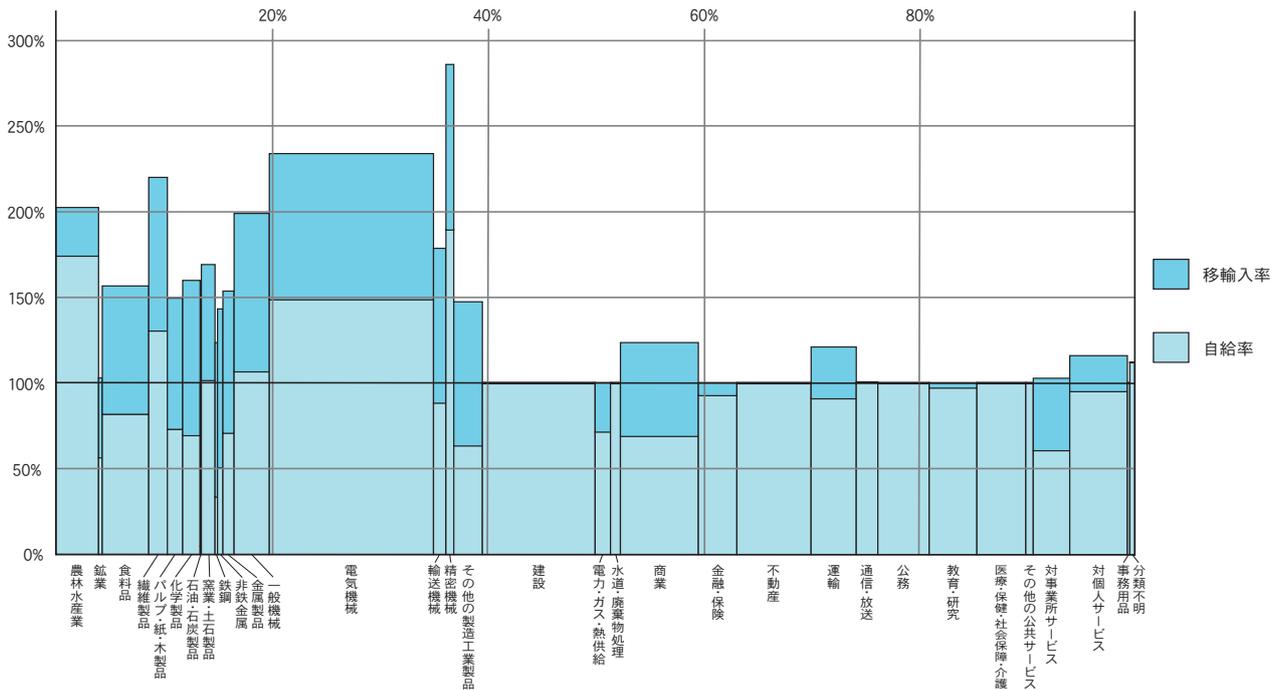
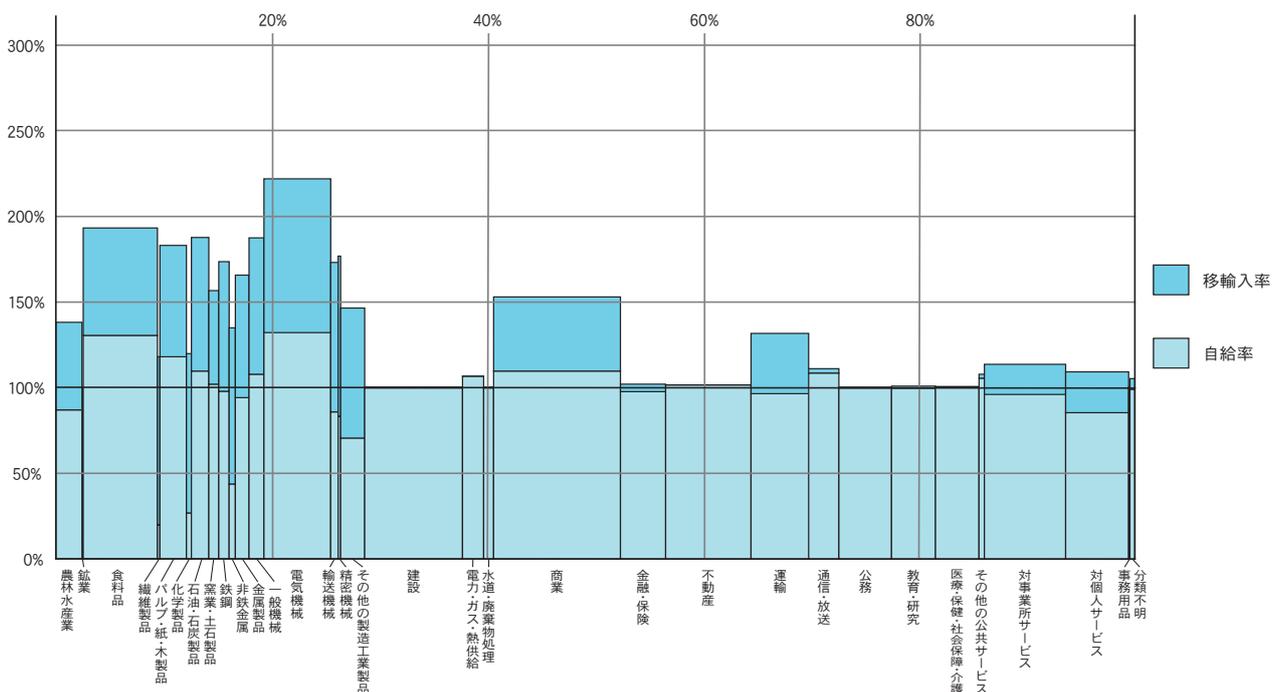


図4 宮城県産業のスカイライングラフ（平成12年、32部門）



て見た場合の山形県産業構造を反映したものであり、それから7年たった現在では県の産業構造が変わってしまった可能性があるということである。ここで産業構造が変わったというのは、新しい製造技術が開発されたことなどによって、投入・産出の構造が変化したということである。例えば、山形大学発のベンチャー企業であるパウダーテクノコーポレーションが新たに米粉で作ったパンを開発した事例<sup>4</sup>を思い出してみれば分かりやすいだろう。パンの製造ということについて言えば、購入－生産－販売の連鎖が小麦農家だけでなく、新たに稲作農家へも波及するようになるなど、これまでの産業構造に変化が生じたのである。このように、日々さまざまな技術革新によって産業構造は少しずつ変化している。また、当時はいわゆる“ITバブル”によって電気機械などは非常に業績が良かった時期であるから、生産額のウエートや移出入の構造などは景気変動の影響を相当受けている可能性もある。より直近の状況を知るためには、平成17年版の完成を待たなければならない。

第2点は、スカイライン分析では地域間分業の実態が正確には把握できないということである。山形県の場合、他の地方圏と同様に、多くの中間財を県外から移輸入してきており、それらに対して県内で何らかの加工を施した上で、最終的な組立地へと移輸出するケースが多くみられる。たとえば、この特集で前々回に実施したアンケート（対象企業：県内製造企業1,000社、有効回答率：25.4%）の結果によれば、特に「加工組立型」業種ほど県外の産業、なかでも関東との結びつきが強く、47.1%もの企業が主に関東から仕事を得ているという状況であった<sup>5</sup>。これは「電気機械」のような加工組立型業種の多くが地域間で工程分業を行っているためであるが、残念ながらそうした構造まで把握することはできない。県内に移輸入される財には、最終的に県内で消費される最終消費財もあれば、このようにいったん移輸入し、何らかの加工を施した上で再度移輸出する中間財とに区別することができる。しかし、この比率が一体どうなっているかという点までを把握することはできない<sup>6</sup>。

しかしながら、だからといって産業連関表を利用した分析が地域産業政策を講じるにあたって役に立たないかという点を決してそうではない。特に、ここで論じているように、外貨獲得のためにどの産業に対してより多くの地域資源を投入すべきかという点では産業連関分析が極めて有効なツールとなり得る。

## ■広域経済圏と地域産業政策のあり方

### ～山形・宮城両県の地域間連携の事例にみる～

現在、地域産業の振興を図るために国や自治体、商工会議所などがさまざまな施策を講じている。特に最近の傾向としては、地域経済の“自立”を目指さなければならないという時代の要請に応えるためにも、地域産業政策に対しては今まで以上に地域の独自性や特徴、強みなどが発揮できるような政策の立案が求められている。また、企業活動や住民生活が行政区域の枠を超えて展開するようになってきているため、できれば経済活動と行政の範囲との間にズレが生じないような展開が必要である。このため、地域産業政策の立案に際しては、広域経済圏に対応した自治体間の「地域間連携」が1つのキーワードとなろう。

たとえば、県はこの春に宮城県との連携に関する基本構想「みらい創造！MYハーモニープラン」を策定し、公表した<sup>7</sup>。山形県と宮城県は標高1,500メートル以上の山々が連なる蔵王連峰によってそれぞれ日本海側と太平洋側とに分け隔てられている。しかしながら、県都山形市と仙台市は地理的に隣接するという全国的にも非常に珍しい地域であることと、最近は高速交通インフラの整備も進んだことから「仙山圏」における都市間経済交流はますます活発になっている。このプランは、そうした広域経済圏を強く意識した上で策定された地域振興ビジョンとその具体的な方策である。広域行政と言うと、これまではどちらかと言えば災害対策などのごく限られた分野についてのみ、近隣の自治体どうして協力し合うといった程度にとどまっていたのに対し、このプランでは山形と宮城という1つの圏域についてビジョンを共有し、具体的な施策を講じて地域振興を図ろうとしている点で全国的にも先進的な取り組みであると言える。

ちなみに、このプランの中では、産業振興に関する基本的な方向性として

- ①圏域内の資源や伝承の技を活かす自律内発型産業の振興
- ②東北地域全体の産業発展を牽引する広域的な産業集積の促進
- ③圏内外を魅了する独創的な価値の発信

の3つがうたわれている。また、これらビジョンの実現に向けた取り組みの方策として、たとえば食関連産業の振興であるとか、自動車関連産業や電機・電子部品製造業などの集積促進、圏域内の大学等知的集積

ネットワークの形成・活用などが挙げられている。先のスカイライン分析でもみたように、山形県は相対的にみて製造業に強みを持っており、他方で宮城県は商業などの3次産業に強みを持っている。簡単に言えば、こうした両地域の独自性と強みを今後どのようにして融合させ、他地域に対して競争力のある地域にしていくかという点が、産業振興に関するこのプランの要点である。

ただし、今後の地域産業政策を展望する上でも、あえてこのプランの問題点について指摘しておこう。このプランが抱える問題点は、言うなればその“実行可能性”にある。たとえば、ものづくりに限ってみても、政策の対象が食品加工業からバイオ産業のようなハイテク産業までより取り見取りである。ものづくりという極めてグローバルな競争力が必要とされる分野においては、地域の多様性に目を向けるよりも、比較優位を持つ産業へ傾斜配分的に地域資源を投じることの方が肝要ではないか。また、自動車関連産業の集積を促すと言っているが、そもそも山形・宮城両県には同産業の集積が初めから乏しいわけで、いったいどのようにして集積を促していくのかという具体的な行動計画が明記されていない。集積の形成を目指すこと自体は非常に結構なことだが、人的・財政的な裏付けはあるのか。また、政策の実効性を考えれば、当然山形県の税金を宮城県に投じるということも想定されようが、政策の費用対効果についてもきちんとシミュレーションを行い、定量的に示さなければなるまい。さらには、すでに走り出している両県の地域産業政策と矛盾しないのかなどについても検証する必要もあるだろう。プランの持つ理念自体は非常に時代の流れをとらえているので、後はどれだけ実行に移せるかという点が非常に興味深いところである。

## ■「地域が産業を選ぶ時代」の到来

さて、このプランのように、新しい時代の地域産業政策は、地域産業の構造と経済活動の実態を踏まえた上で、どのような産業がその地域や圏域にふさわしいのかという視点がなければいけない。企業が国や地域を選ぶ時代だからこそ、逆に「地域が産業を選ぶ」ということがあってもいいのではないかという指摘があるが<sup>8</sup>、なるほど、その通りである。

かつての地域産業政策は工場誘致が花形の施策であり、どの自治体も首長自らが先頭に立って、のべつ幕

無く誘致に奔走した。当時は地域に産業と呼ぶべきものがなかったため、そうすることによって地域に雇用を、そして所得を生み出すことがもっとも望ましい政策のあり方であったのだろう。しかし、こうしたローラー作戦によってようやく誘致にこぎ着けたものの、企業の多くが地域に根付かず、その後のグローバル化によって海外へ移転してしまうなど、苦い経験を味わった自治体も多い。こうした「企業が地域を選ぶ時代」の反省を踏まえれば、地域の独自性や特徴、強みをもう一度点検しなおし、地域にとって本当に必要な産業を整理してみる必要があるだろう。

地方分権について議論がされるようになって久しいが、そうした議論の中において国と地方の関係も徐々に変わりつつある。たとえば1998年に制定された「新事業創出促進法」をきっかけにして、国はさまざまな支援メニューを用意するが、地方に対しては地域の実情に応じて必要なものだけを選択させるといった、いわゆる「カフェテリア方式」を採用するようになった。

地域にとって重要なことは、地域の産業が域外に対して競争力を持つことであり、外貨を稼ぎ出す移輸出力をはぐくむことである。山形県にとってはものづくりが一番の稼ぎ頭であることに変わりはないから、そうした地域の実態に応じた政策立案と施策の展開を主体的に行っていく姿勢が地域産業政策には求められる。

- 1 一般に、財やサービスの都道府県間取引を移出・移入といい、海外との取引である輸出・輸入と区別している。
- 2 「スカイライングラフ」の名称は、産業ごとに示した棒グラフが林立する高層ビル群の稜線（スカイライン）に見えることから、こう呼ばれている。
- 3 本来、宮城県の統合大分類は37部門で公表されているが、山形県と比較しやすいよう、32部門へ統合し直した。
- 4 詳細は、「米粉100%のパン[Love Rice]」、『Future SIGHT』、No.19、荘銀総合研究所、2003年を参照されたい。
- 5 「特集ものづくり 第2回」、『Future SIGHT』、No.36、荘銀総合研究所、2003年において図表7（4頁）を参照されたい。
- 6 この点を改善したスカイライン分析の手法については、宮川幸三「スカイラインチャートによる産業構造分析の新たな視点」、『産業連関』、第13巻2号、2005年を参照されたい。
- 7 詳細は、各県庁のホームページ（たとえば、山形県<http://www.pref.yamagata.jp/ou/somu/020050/miyagiyamagatarenkeikihonkousou.html>など）を参照されたい。
- 8 「転換期の地域産業政策を考える」、『RPレビュー』No.3、日本政策投資銀行、2000年。