

# 地域金融のあしたの探り方

— 自治体と地域金融機関の協働に向けて —

ルートエフ株式会社

大庫直樹

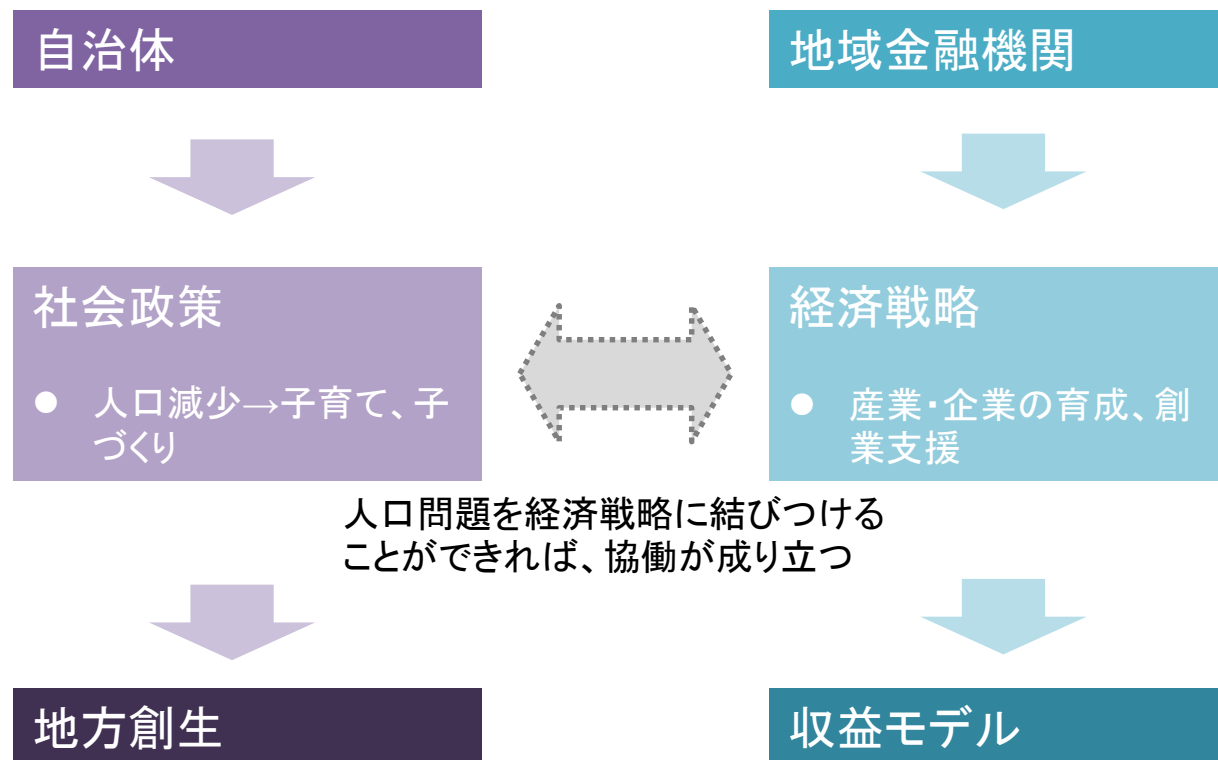
2016年3月29日

# 構成

- I. ILO産業分析手法の枠組みと考え方
- II. 全国マクロの見方
- III. 都道府県レベルの見方～北海道のケース
- IV. 市町村レベルの見方～伊達市・網走市のケース

# 自治体と地域金融機関の協働に向けて

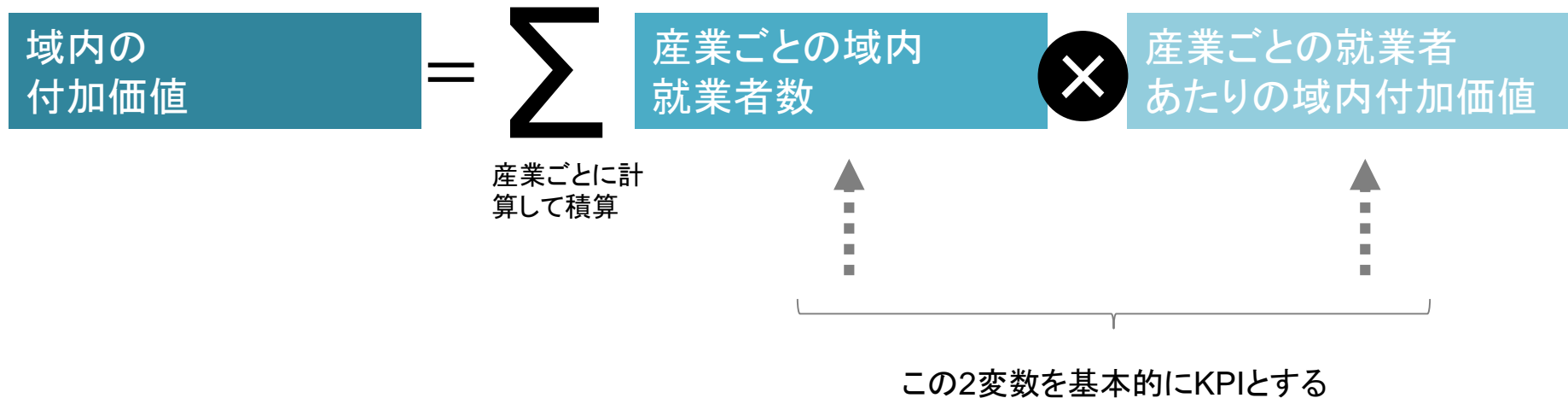
地域金融機関にとって地方創生を支援することは、本業の収益成長を促すことになり、積極的な関与が必要



# I. ILO産業分析手法の枠組みと考え方

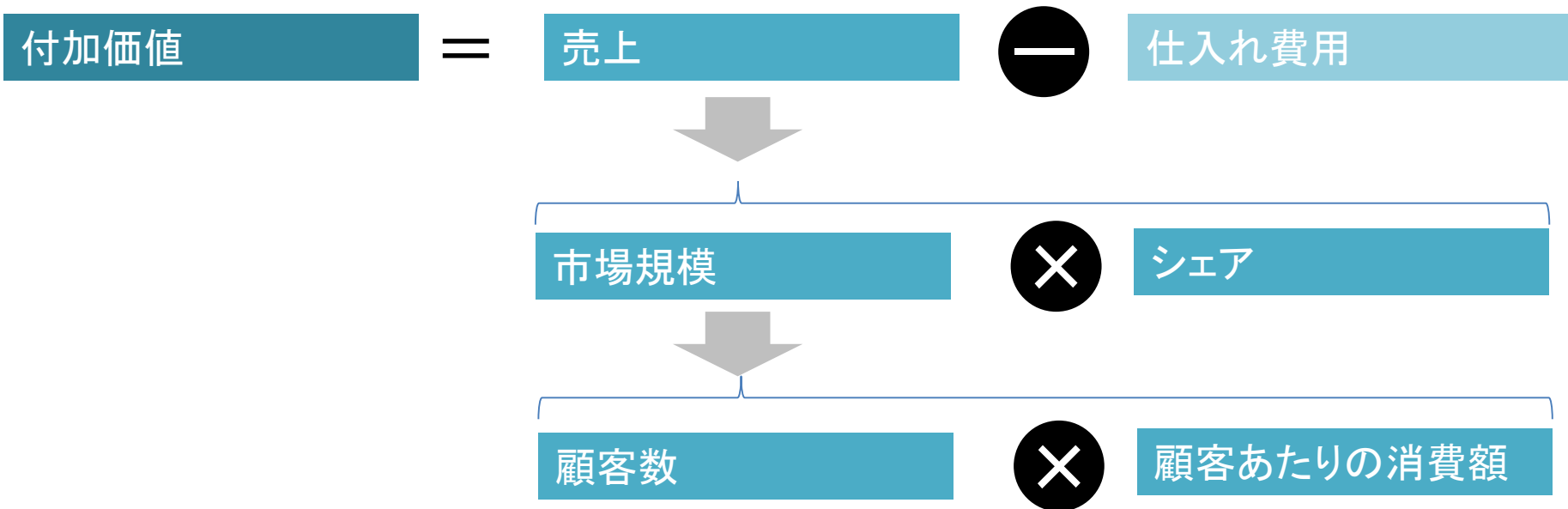
# 地方版総合戦略の目的

地方版総合戦略の目的が域内の付加価値の向上とすると、域内の就業者数と就業者あたりの付加価値の2変数を増大させる戦略を創出することが求められている



# 付加価値の増大方法

付加価値を増大させるためには売上を上げるか仕入れ費用をさげるかが必要となる。売上は誰を顧客にするかによって、自治体の立場からは産業を3つに大別することができる。また、顧客当たりの消費額が不変とすれば、顧客数を売上や市場規模と読み替えることもできる



## Inbound型……

自治体の外から来訪して消費する顧客を相手とする産業

## Local型……

自治体内に居住して消費する顧客を相手とする産業

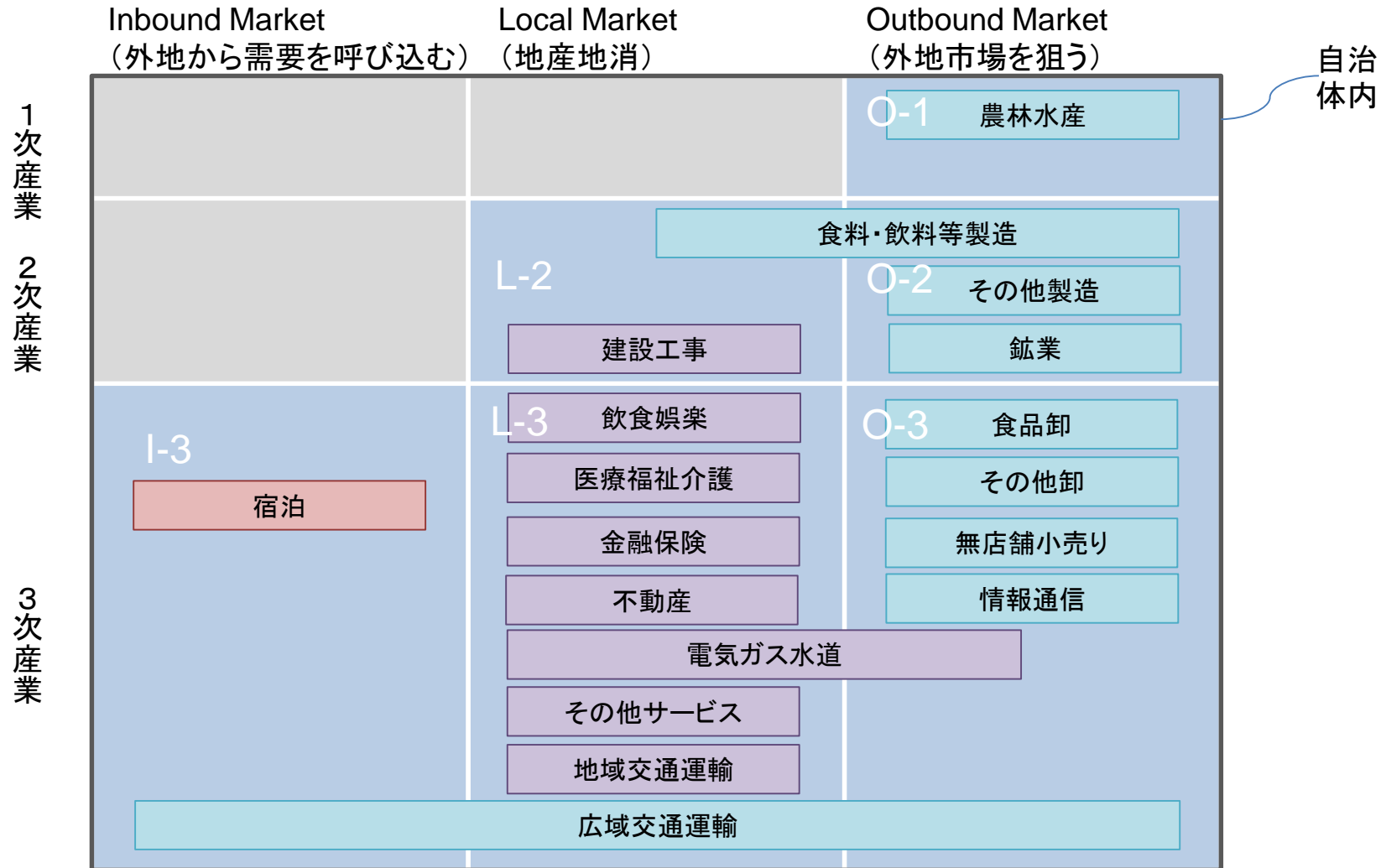
## Outbound型産業……

自治体外に居住して消費する顧客を相手とする産業

顧客あたりの消費金額が不変であるとすれば、顧客数で売上規模および市場規模を代替することもできる

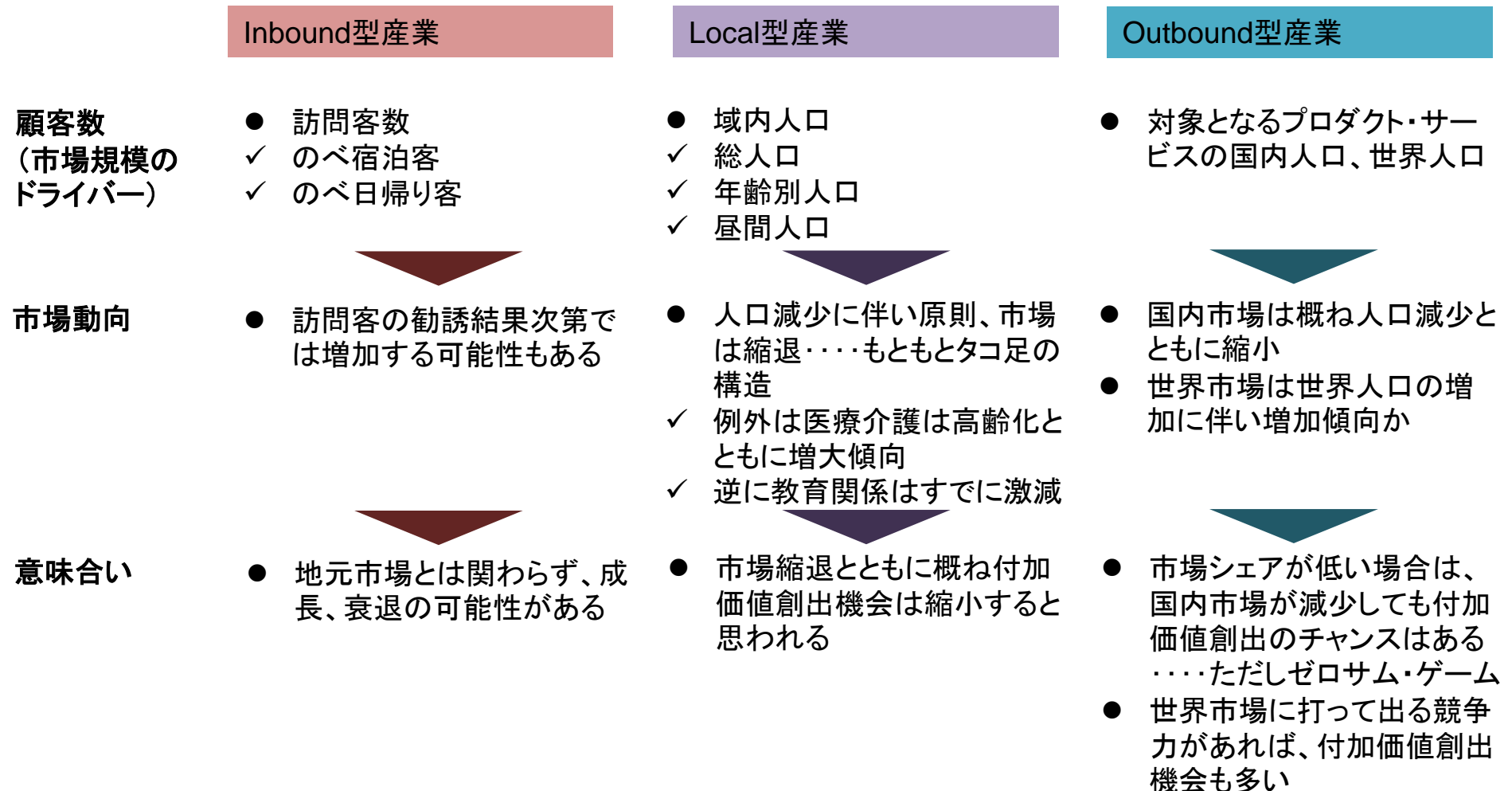
# 顧客所在による産業区分

実際に各産業をInbound型、Local型、Outbound型に3分類してみると次のようになる



# 顧客所在別産業の域内市場動向

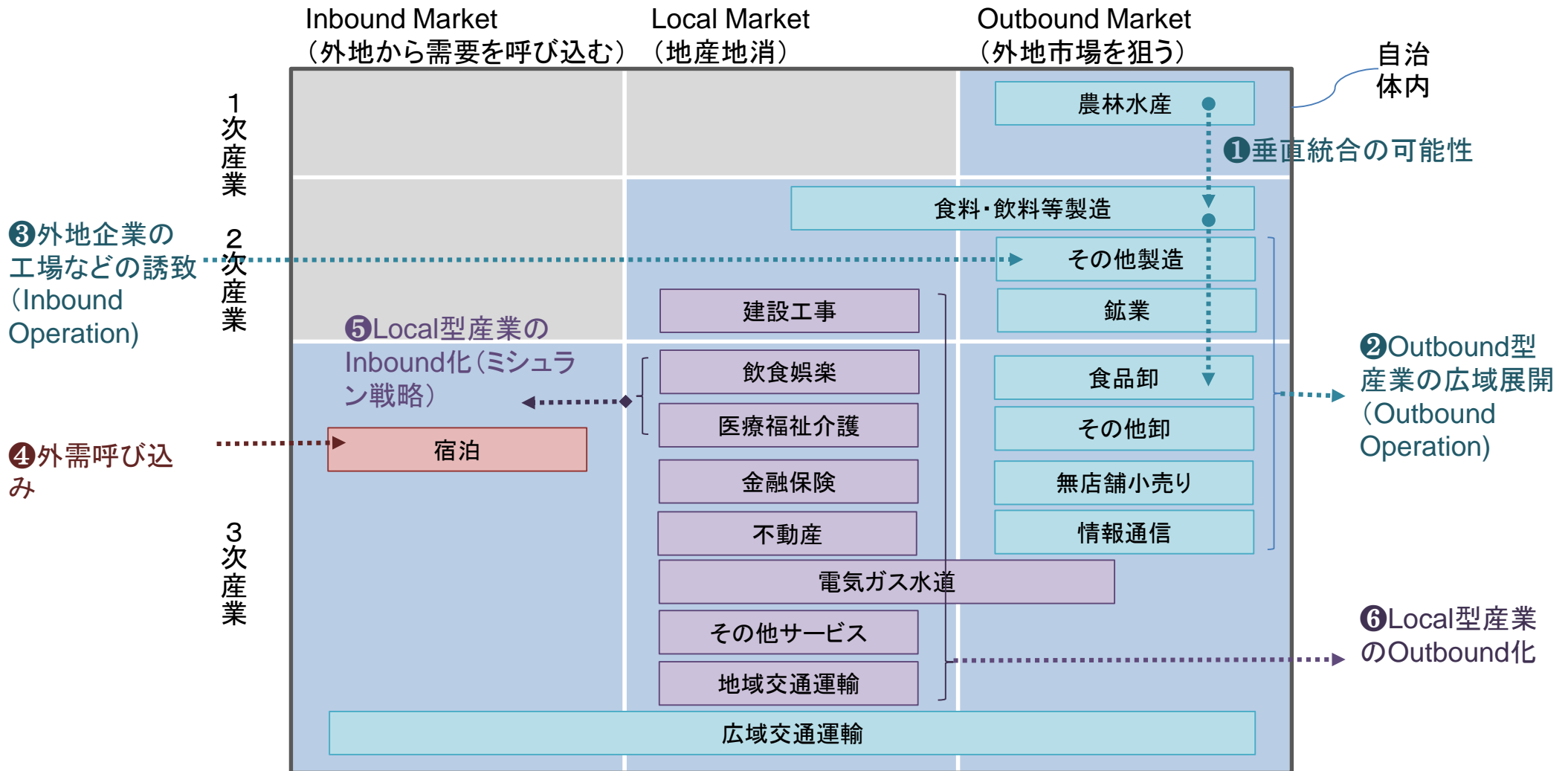
付加価値創出を進めるうえでは、Outbound型およびInbound型産業の育成政策を展開した方が効果が高いとみられる





# 産業区分別の成長可能性

産業それぞれに成長の可能性があるが、Local需要に依存しない方向に進むことでは共通している。その意味でOutbound型、Inbound型の産業により大きなチャンスがあるように見える



# 地方版総合戦略の基本軸

地方版総合戦略はOutbound型、Inbound型産業の強化を優先的に推進する7つの基本軸を展開すべきである……戦略はメリハリをつけることであり、おのずと自治体ごとに強化する産業を明確にすることになる

## 基本軸1

Outbound型、Inbound型産業の育成政策に経営資源を優先的に投入する……実際に現時点においてもOutbound型産業の就業者あたりの付加価値はLocal型を凌駕している(後述)

## 基本軸2

Outbound型産業の中でも強みのある業種をてこに上流、下流に事業領域を伸ばし、垂直統合によって付加価値の極大化を図る

## 基本軸3

あるいはOutbound型産業の中で強みのある業種で域外にも展開し、本社部門を要することで就業機会と付加価値の増大を図る

## 基本軸4

Inbound型産業については人口減少の影響を直接受けないため期待されるが、事業モデルの刷新を図ることを前提に重点領域とすべき……Inbound型の付加価値はLocal型よりも高いが不安定(後述)

## 基本軸5

その他のLocal型産業についての就業者数は域内人口の動向に任せる……Outbound型、Inbound型産業の就業者数の増分がレバレッジ効果で増分の5倍の人口をもたらすことになる(5倍の法則・後述)

## 基本軸6

もしLocal型産業の中で競争力の高くOutbound化、Inbound化できるような産業があるのなら、それを支援する政策を推進する

## 基本軸7

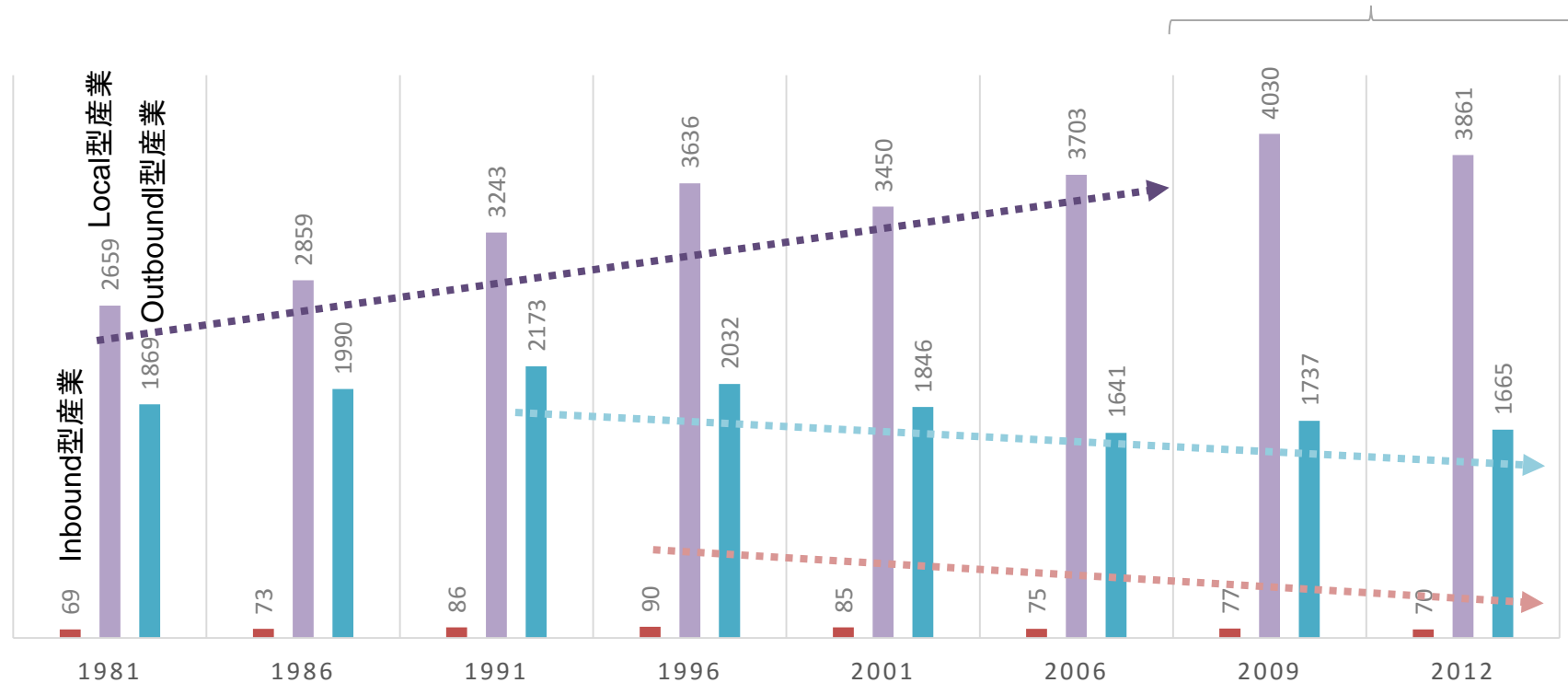
地元で付加価値創出の原動力になるような企業が存在しないなら、企業誘致を検討する……最後の手段としての位置づけ

## Ⅱ. 全国マクロの見方

# 全国の就業者数\*にみる産業構造の変化(万人)

Local型産業の就業者数の増加は少なくとも2006年までは続いており、閉鎖的な就業者構造にシフトした痕跡がみられる。一方、外地を市場とするOutbound型産業は、製造拠点を海外設置もあり長期低下傾向が見て取れる

総務省によれば、経済センサス調査になったことで漏れがなくなり、数値が増大しているとみられる

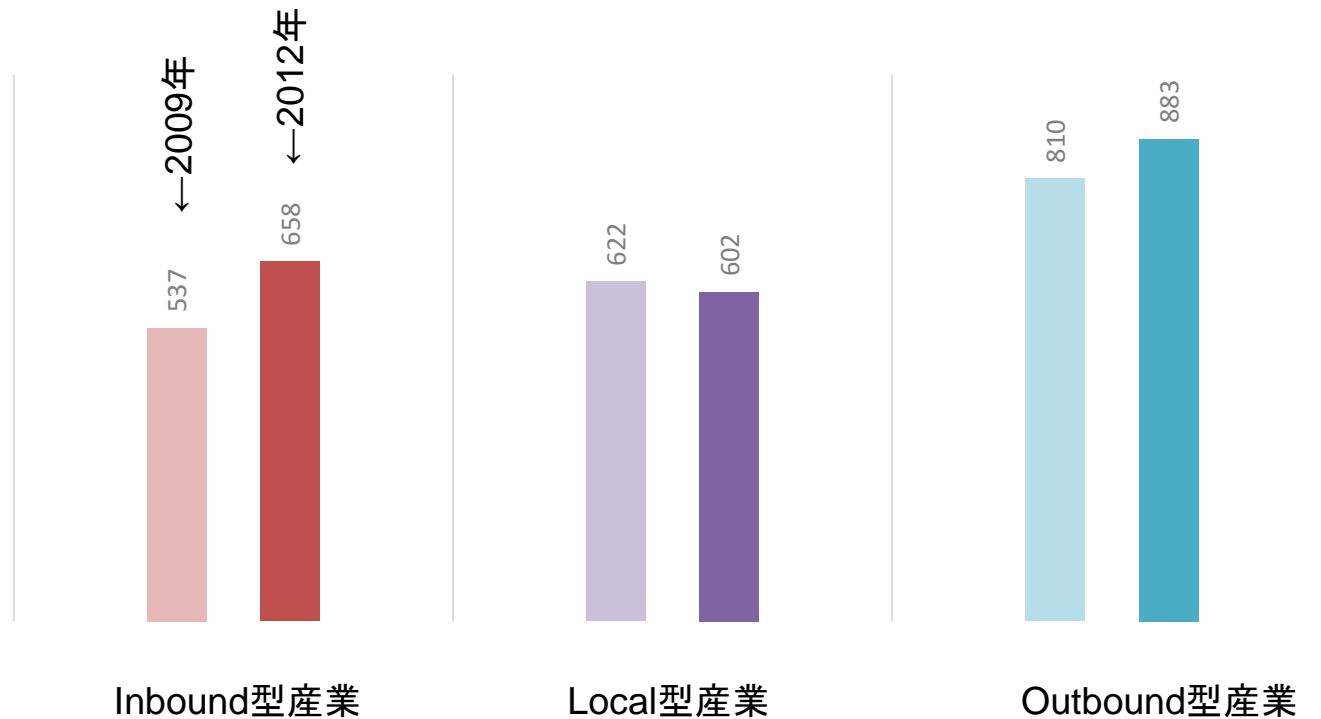


\* 法人事業所のみ

資料: RESAS、経済センサス、事業所統計

# 産業区分ごとの就業者1人あたりの付加価値額(万円)

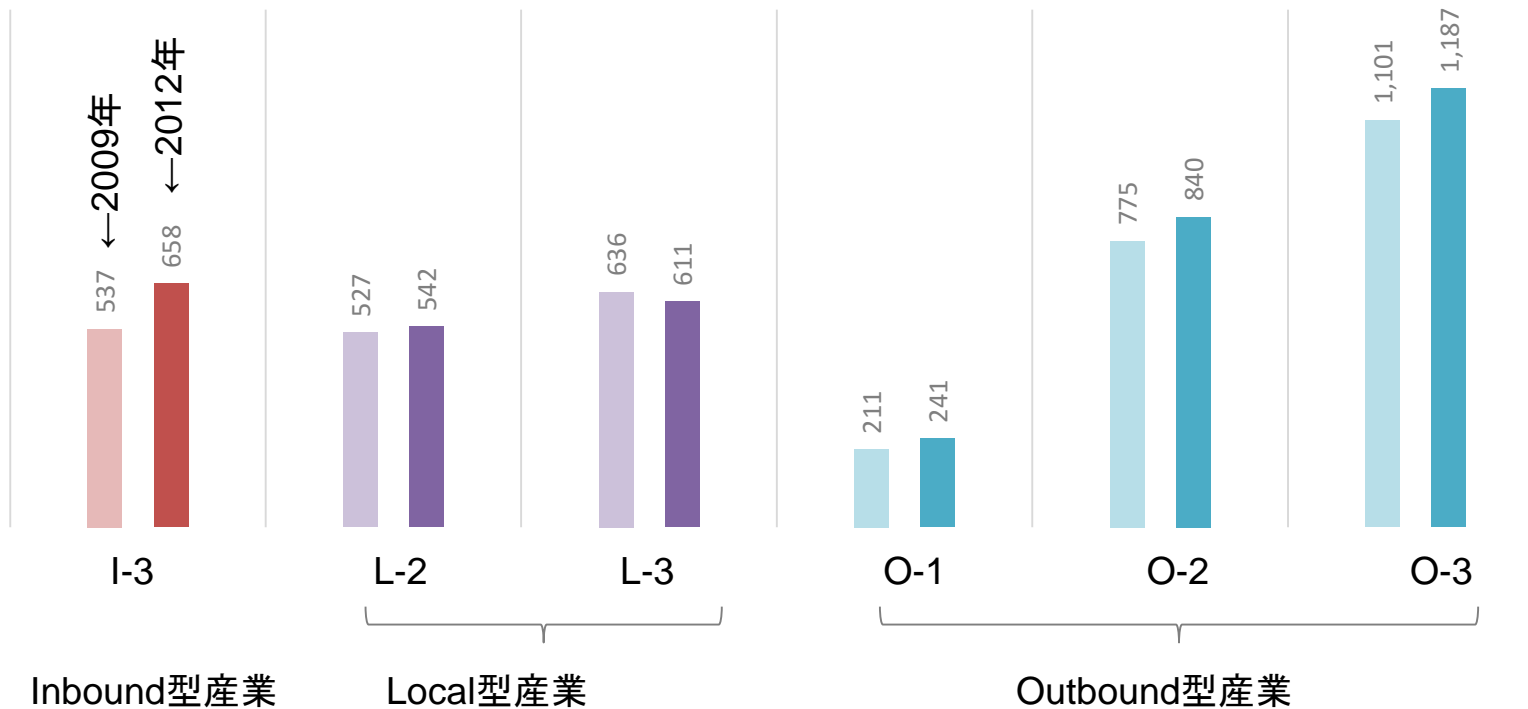
就業者1人当たりの付加価値を見る限り、Outbound型の産業がもっとも高く、ついでInbound型産業で、Local型産業の生産性はもっとも低い……Local型産業の比重増加を食い止めないと生産性が低下する



資料: SNA産業関連表、労働力調査

# 産業細分ごとの就業者1人あたりの付加価値額(万円)

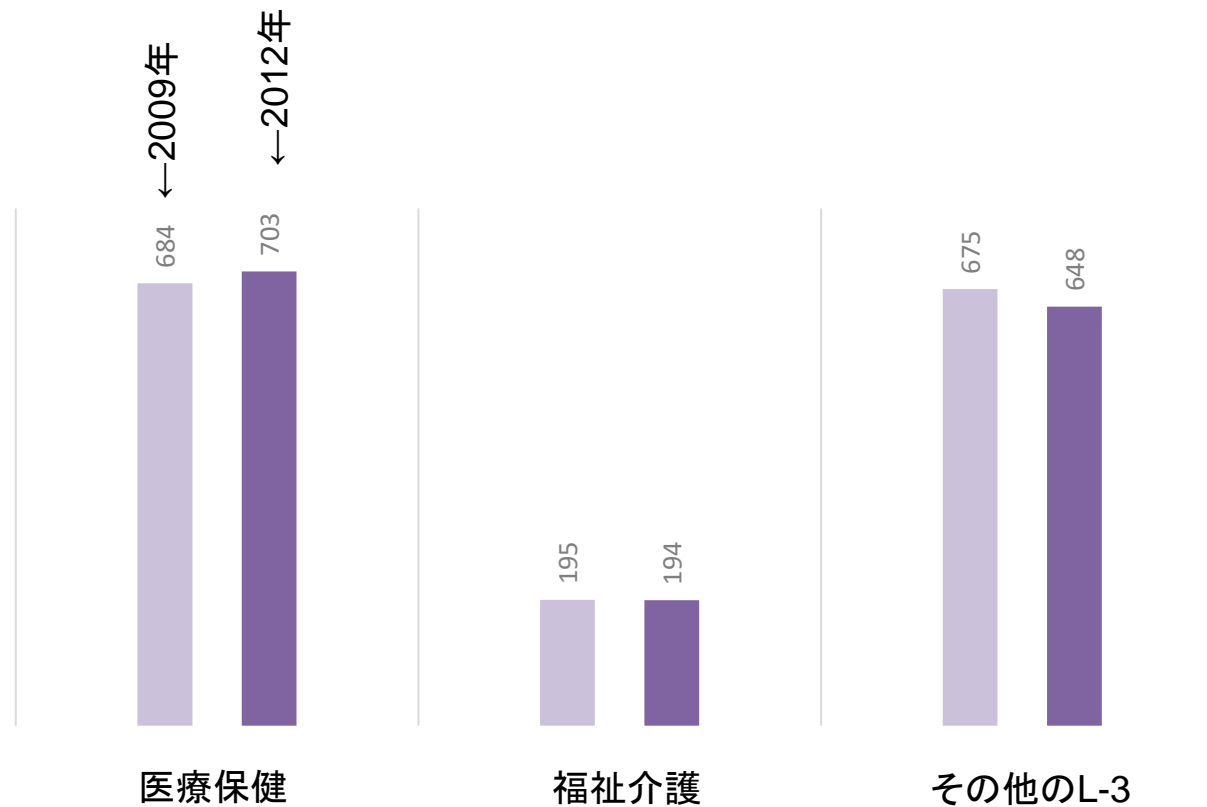
産業を細分化してみると、O-1(農林水産業)の付加価値額が非常に低く、垂直統合などによって付加価値を地元に留めない限り、経済成長にはあまり寄与できない



資料: SNA産業関連表、労働力調査

# L-3産業の就業者1人あたりの付加価値額詳細(万円)

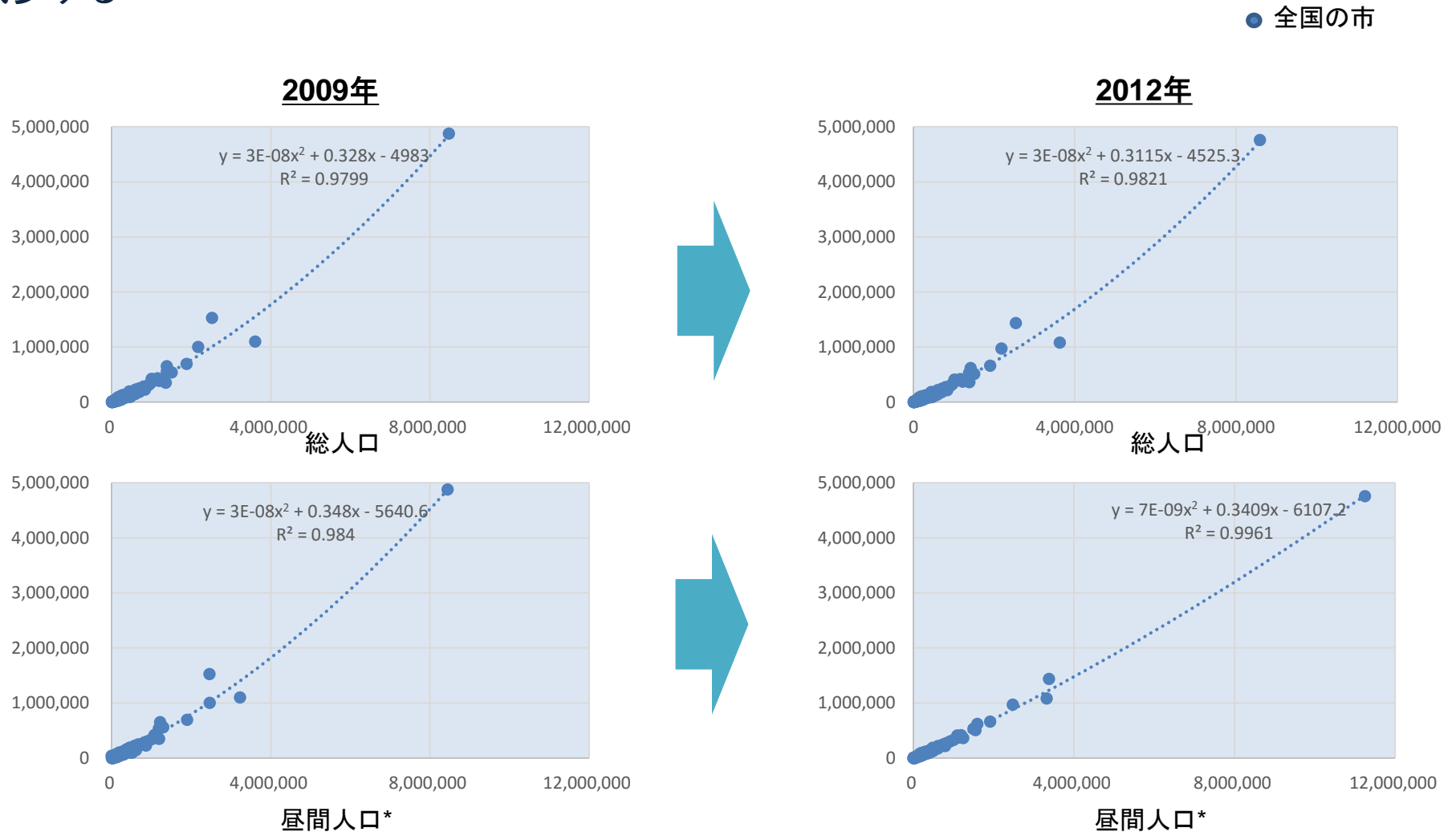
L-3産業を細分化してみると、高付加価値の医療保健と低付加価値の福祉介護に分かれ、その他のL-3産業は平均値並となる



資料: RESAS、経済センサス、SNA産業連関表

# Local型産業の就業者数と人口との関係(人)

Local型産業の就業者数は総人口よりも昼間人口との相関が強く、大都市ほど逡増する傾向があるが、概ね昼間人口の34~35%程度の雇用を生むとみられる……逆に人口が減少すれば雇用も減少する

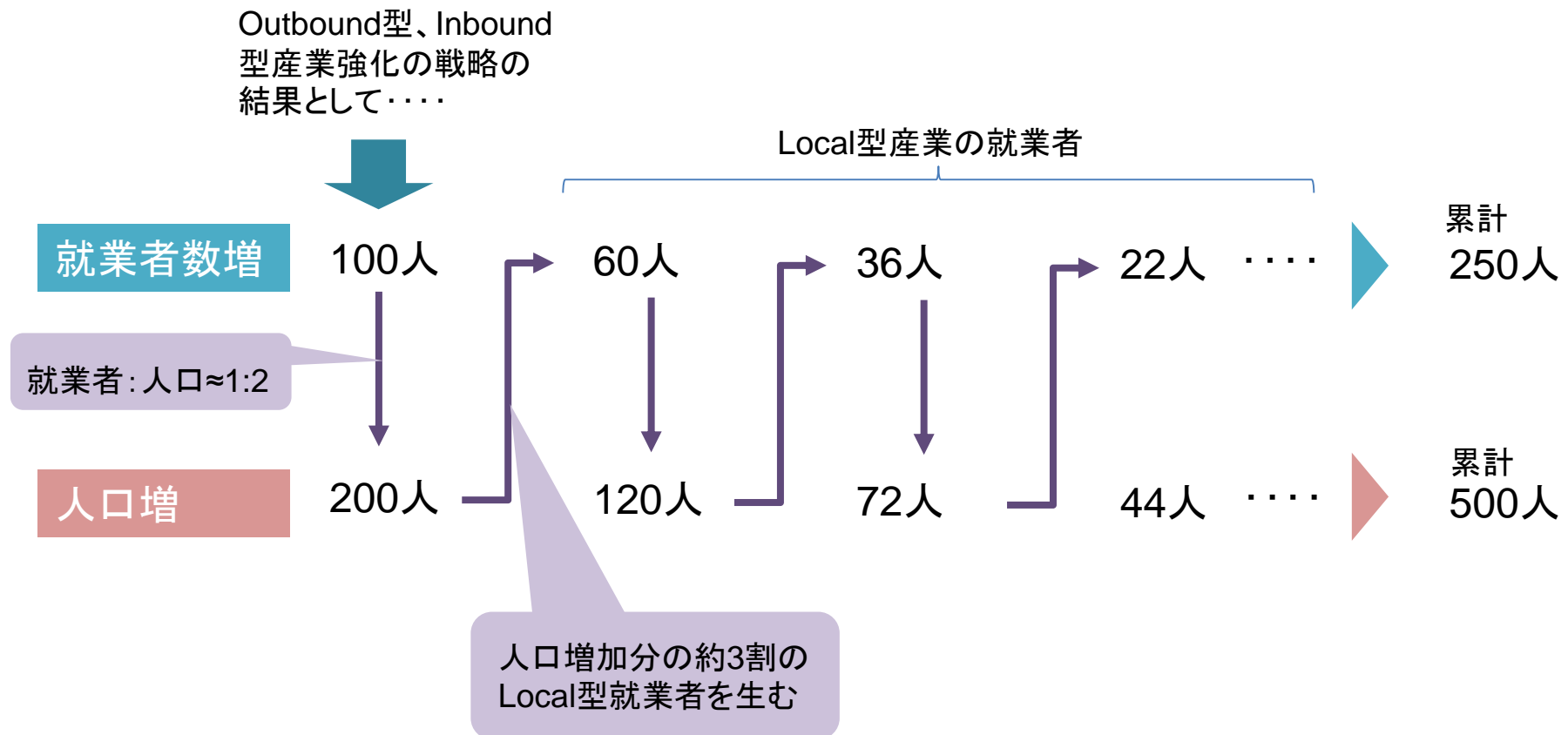


\* 2010年国勢調査の総人口と昼間人口の比率から推定  
資料: RESAS、経済センサス、住民基本台帳による人口調査、国勢調査



# Outbound型、Inbound型産業の就業者増の効果

Outbound型、Inbound型で就業者数を増やすことができると、レバレッジ効果によって、その5倍程度の人口増が期待できる



資料: RESAS、経済センサス、住民基本台帳による人口調査、国勢調査

## Ⅲ. 都道府県レベルの見方～北海道のケース

# 北海道の就業者数\*にみる産業構造の変化(万人)

北海道の就業者数は90年代半ばをピークに、Local型も含めていずれの産業においても減少に転じている

総務省によれば、経済センサス調査になったことで漏れがなくなり、数値が増大している可能性があることに留意

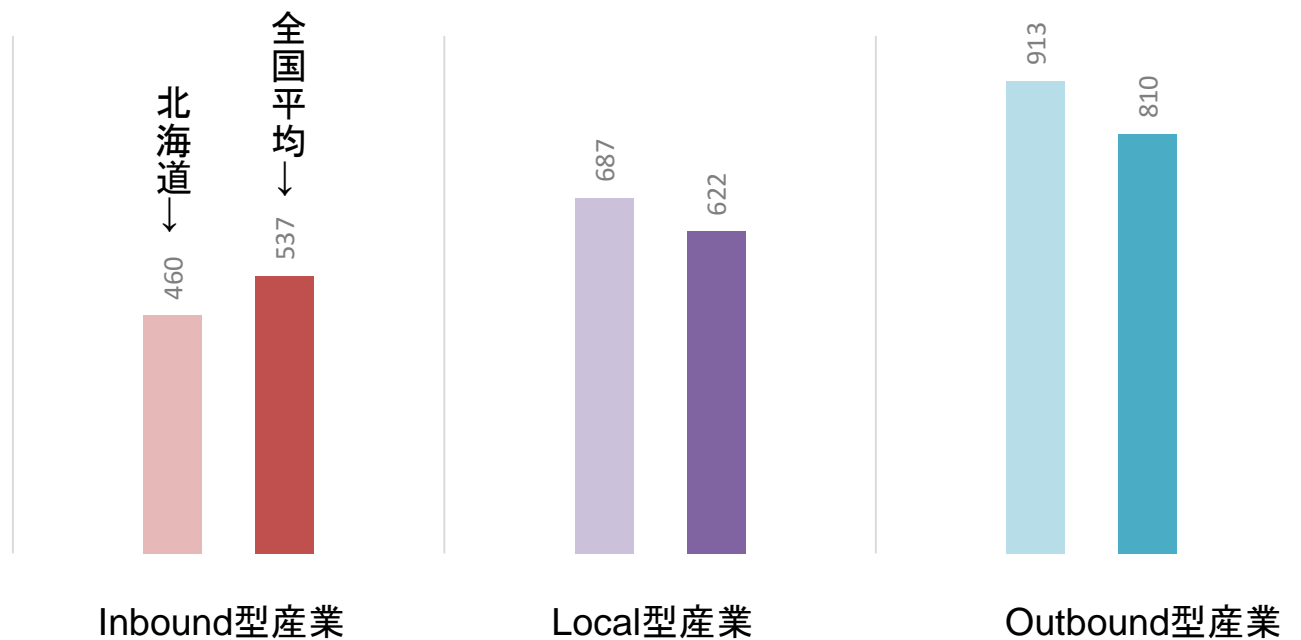


\* 法人事業所のみ

資料: RESAS、経済センサス、事業所統計

# 産業区分ごとの就業者1人あたりの付加価値額比較 (万円; 2009)

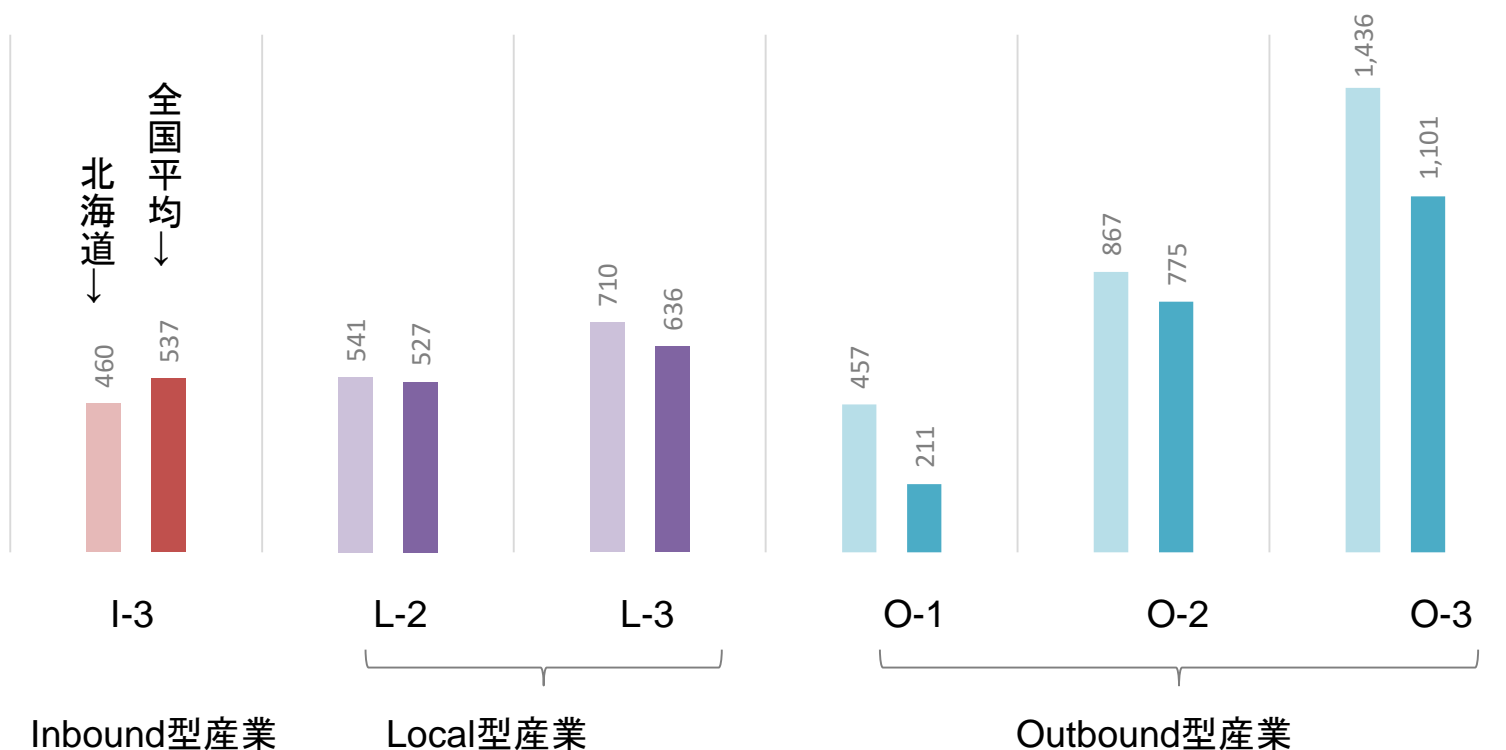
北海道はInbound型産業(宿泊業)において付加価値額が低く、観光業を強化するにしても生産性の向上、そのための事業モデルの改革が不可欠である



資料: SNA産業連関表、労働力調査

# 産業細分ごとの就業者1人あたりの付加価値額比較 (万円;2009)

産業を細分化してみると、Outbound型産業の付加価値は農業も含めて高く、生産性がこのままであってもOutbound型産業の拡大を図ることが北海道の経済成長につながると考えられる

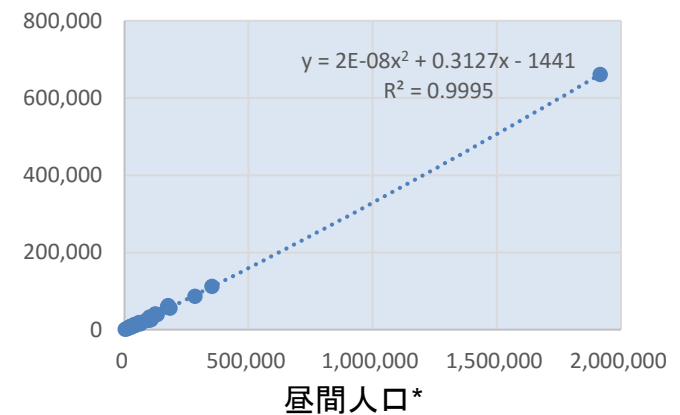
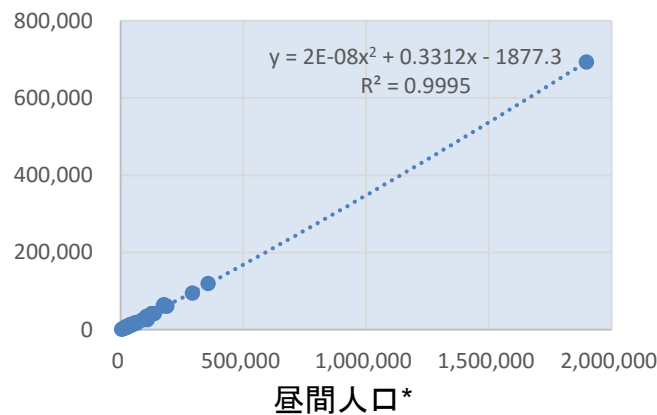
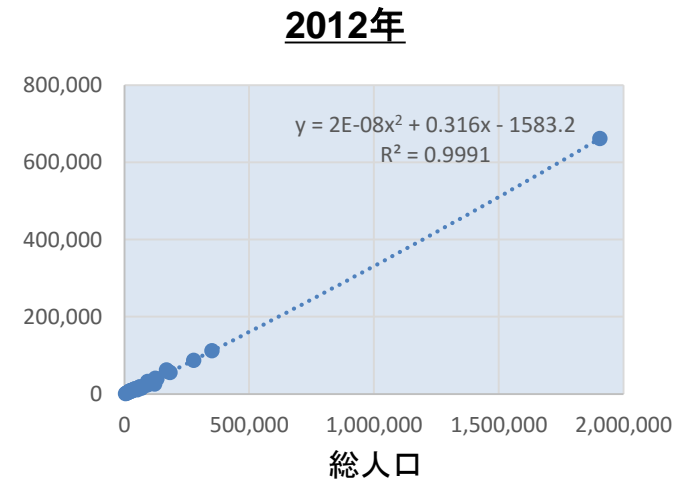
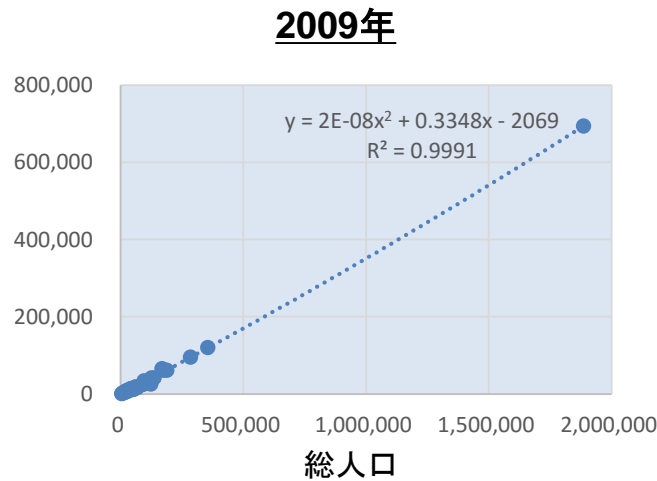


資料: SNA産業関連表、労働力調査

# 北海道のLocal型産業の就業者数と人口との関係(人)

北海道のLocal型産業の就業者数も総人口よりも昼間人口との相関が強い。また、2009年と2012年を比較してみると、第2項の係数が少なくなり、生産性が改善していることが分かる

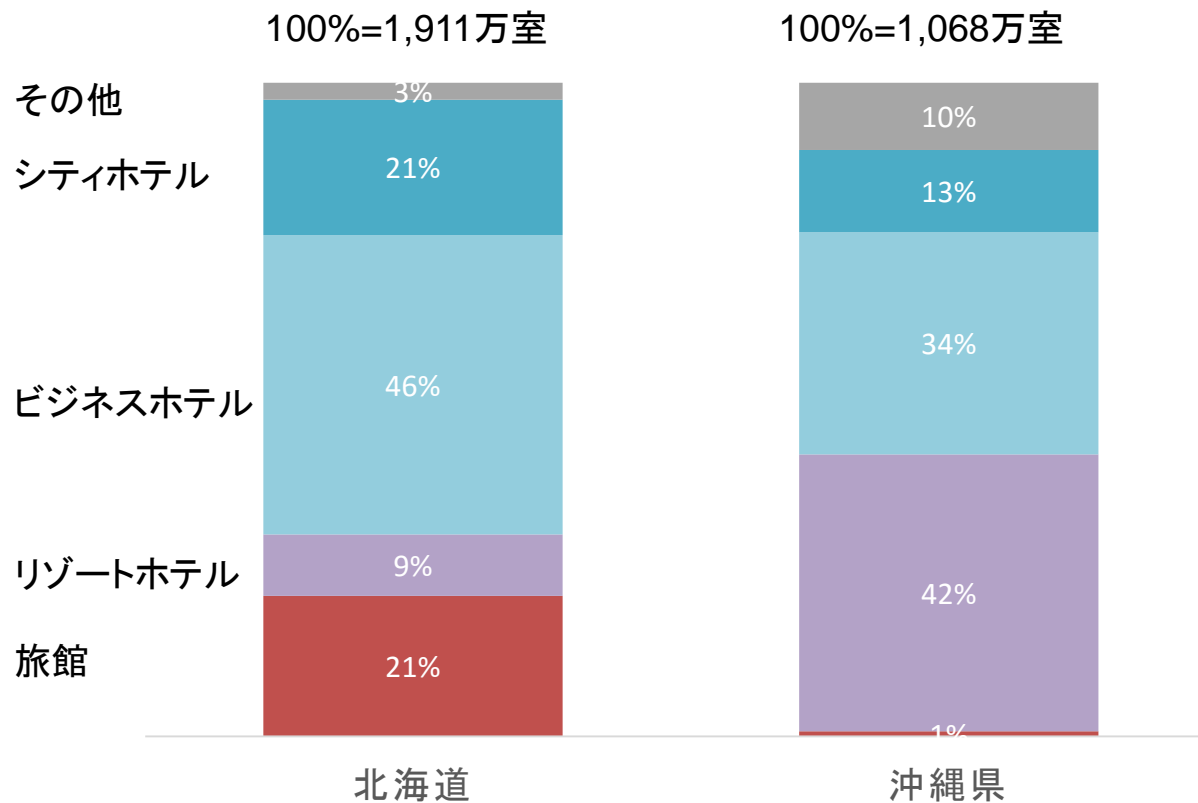
● 北海道の各市



\* 2010年国勢調査の総人口と昼間人口の比率から推定  
資料: RESAS、経済センサス、住民基本台帳による人口調査、国勢調査

# 施設タイプ別の利用客室数～北海道vs沖縄県(%;2014)

北海道はビジネスホテルやシティホテルが多く、都市部以外の観光を楽しみたいリゾートホテルが少ないように見える

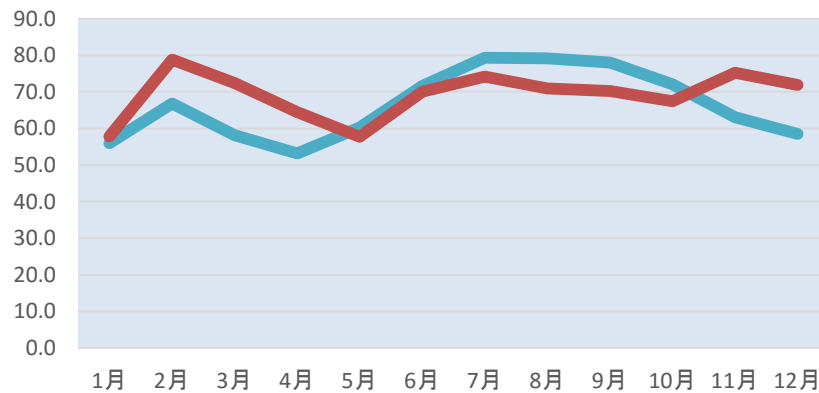


資料: 宿泊旅行統計調査

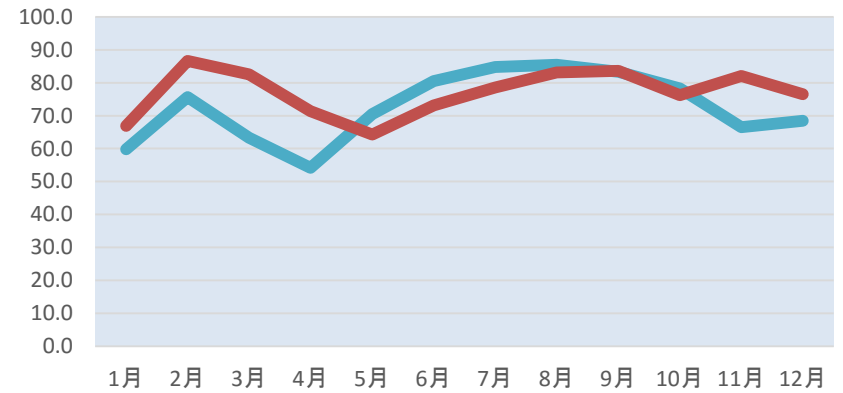
# 施設タイプ別の客室稼働率～北海道vs沖縄県(%;2014)

北海道は沖縄県にくらべビジネスホテルやシティホテルでの稼働率の月別格差が大きいことに加えて、リゾートホテルの稼働率は年間を通じて大きく劣後している

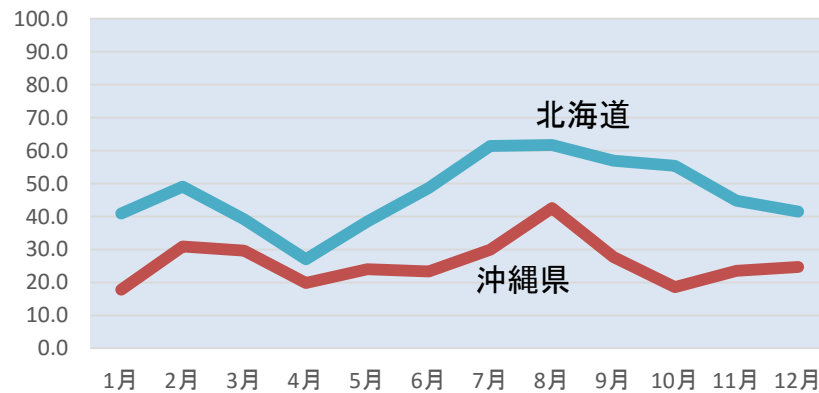
ビジネスホテル



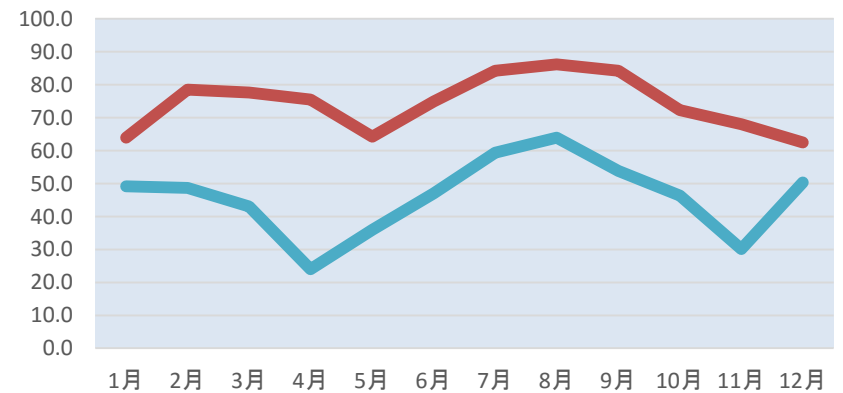
シティホテル



旅館



リゾートホテル



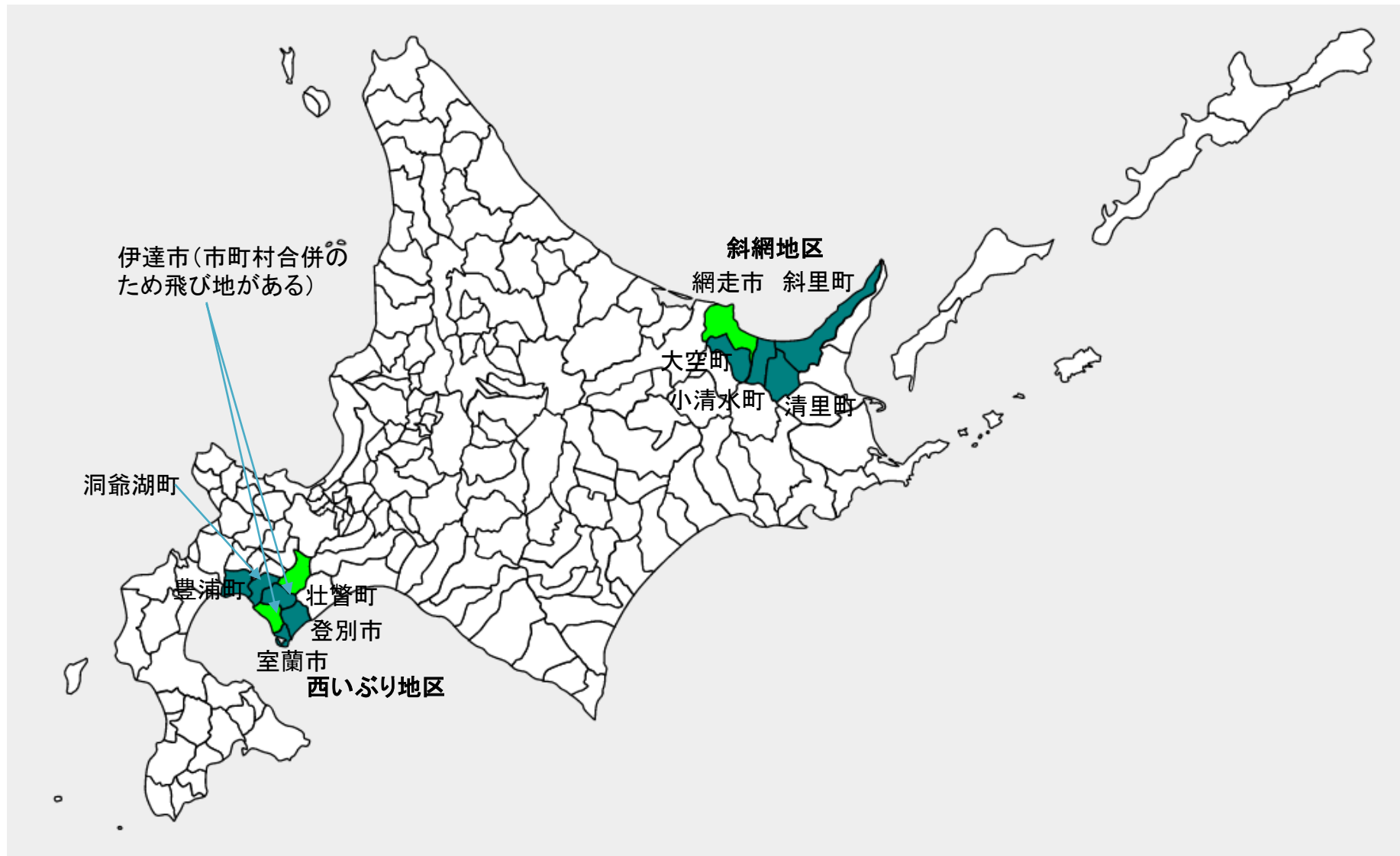
資料: 宿泊旅行統計調査



## IV. 市町村レベルの見方～伊達市・網走市のケース

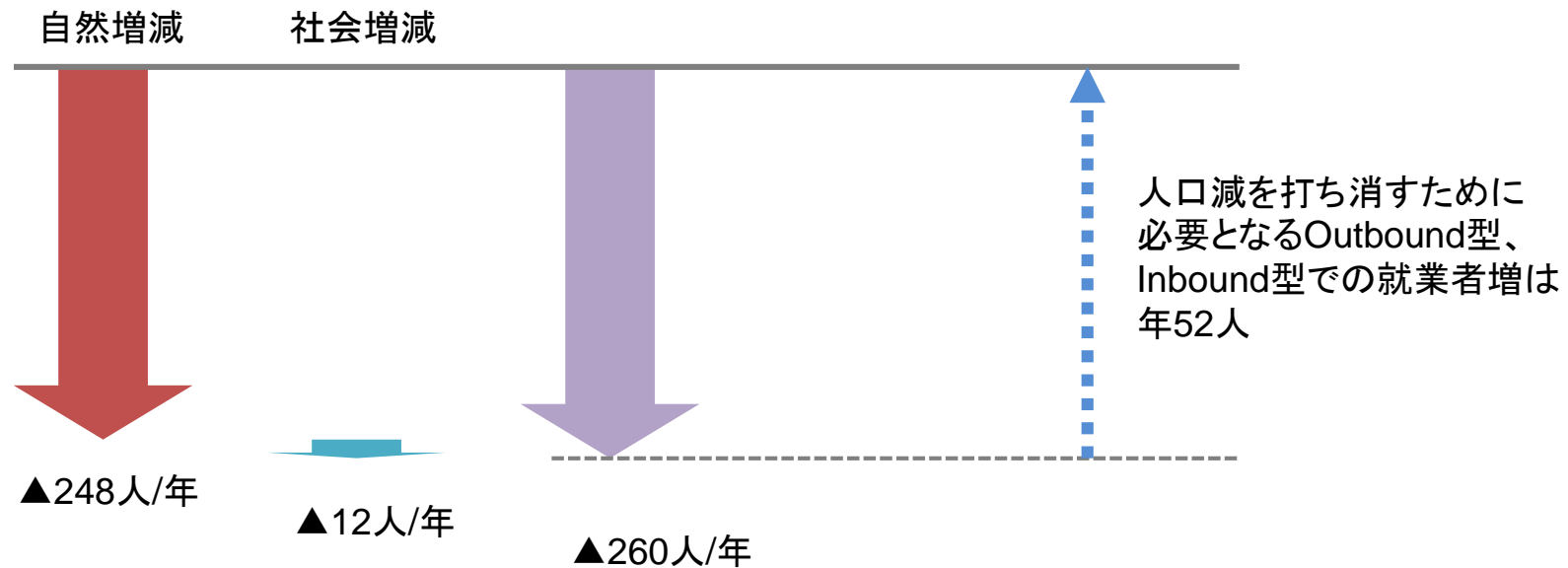
# 北海道伊達市と網走市

伊達市は、北海道の道央、道南の中間地点、室蘭市に隣接し、3市3町を合わせて西いぶり地区とも呼ばれている。また、網走市はオホーツクに面する道東の拠点で、斜里郡3町と大空町とともに斜網地区と呼ばれている



# 伊達市の人口動態と戦略目標(人;2010~2014)

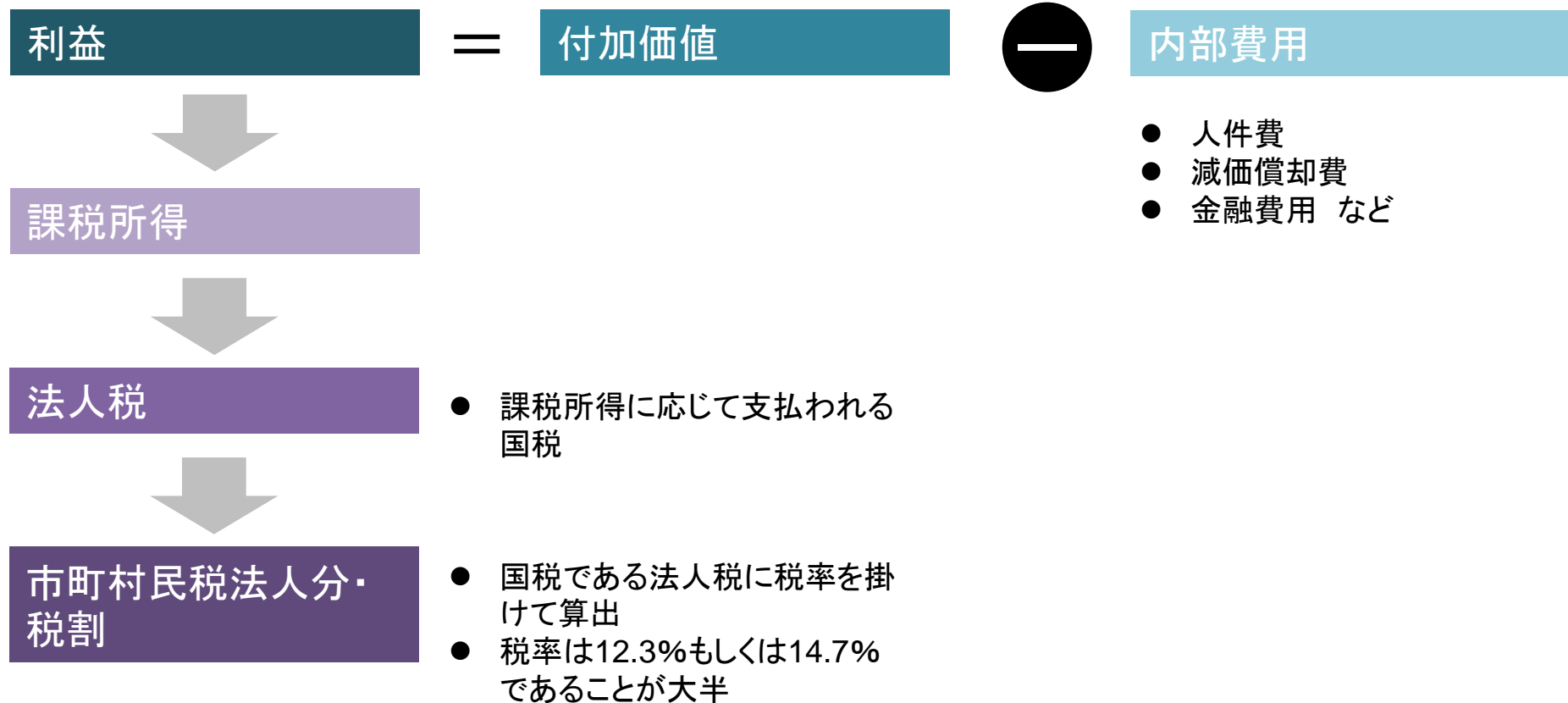
伊達市は北海道の中では社会減が極めて少なく、人口減少の大半は自然減によるもので、人口は年260人程度減少している。これを打ち消すためにはOutbound型、Inbound型で年52人程度の新規就労者を確保しなければならない。特に自然減が多いことを考えると、若い女性の新規就労政策が重要となる



資料: RESAS、経済センサス、住民基本台帳にもとづく人口、人口動態及び世帯数調査

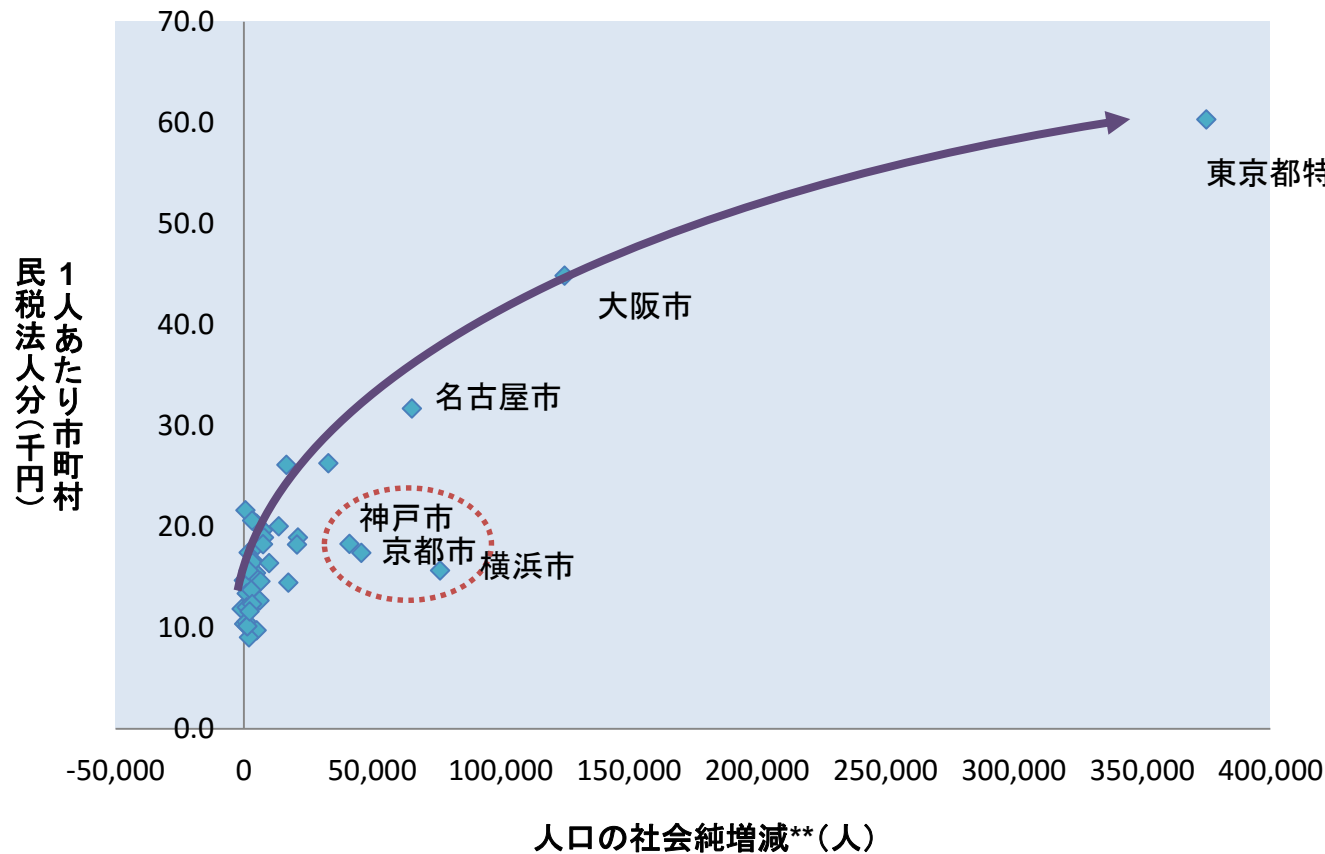
# 付加価値と市町村民税法人分・税割との関係

付加価値額と市町村民税法人分・税割との違いは、内部費用の取り扱いにあるが、一方が増加すれば他方も増加する傾向にある。市町村ごとに毎年、しかも簡易に計算できるものとして、市町村民税法人分・税割を、市町村ごとの付加価値の代替指標として活用することにする



# 全国の県庁所在都市の経済力と社会増減の関係\* (2012)

県庁所在地の市の経済力と社会増減の関係は深いように見える。傾向線より乖離しているのは、横浜市、京都市、神戸市であり、東京都特別区、大阪市の求心力の派生効果を得ていると思われる



\* 税割14.7%に補正後、2012年度

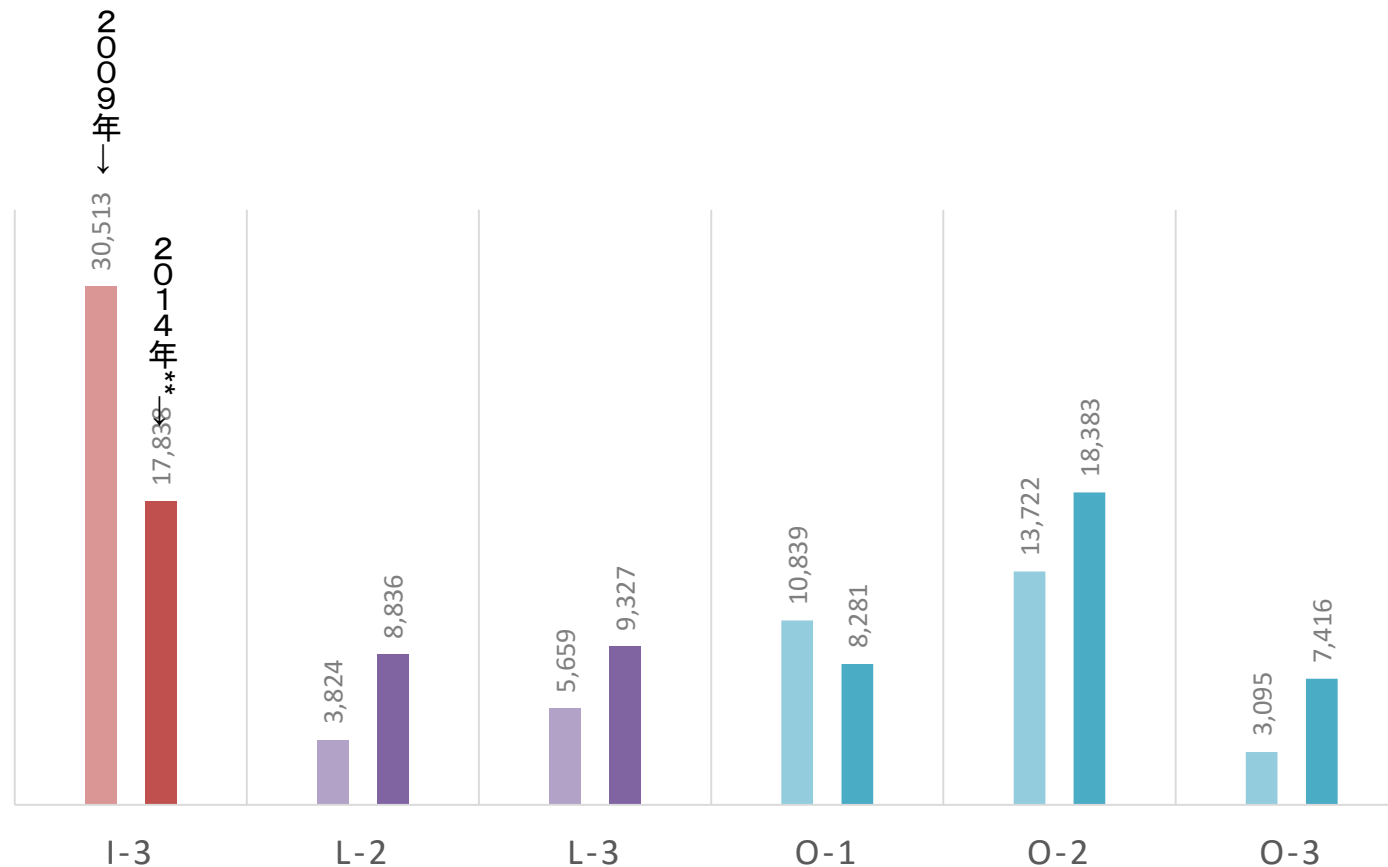
\*\* 住民基本台帳による全国ベース、2012年の暦年

資料: 総務省、RDB C-Voice

# 伊達市の産業別競争力

## ～就業者\*1人あたり法人市民税・税割(円;2009vs2012)

伊達市はInbound型の収益率が高いことが特徴。また、全国、道内平均の付加価値と同様にOutbound型産業がLocal型産業の収益率を総じて上回る



\*就業者数は、税務データによる就業者数もしくは経済センサスによる就業者数のどちらか大きい方をとった

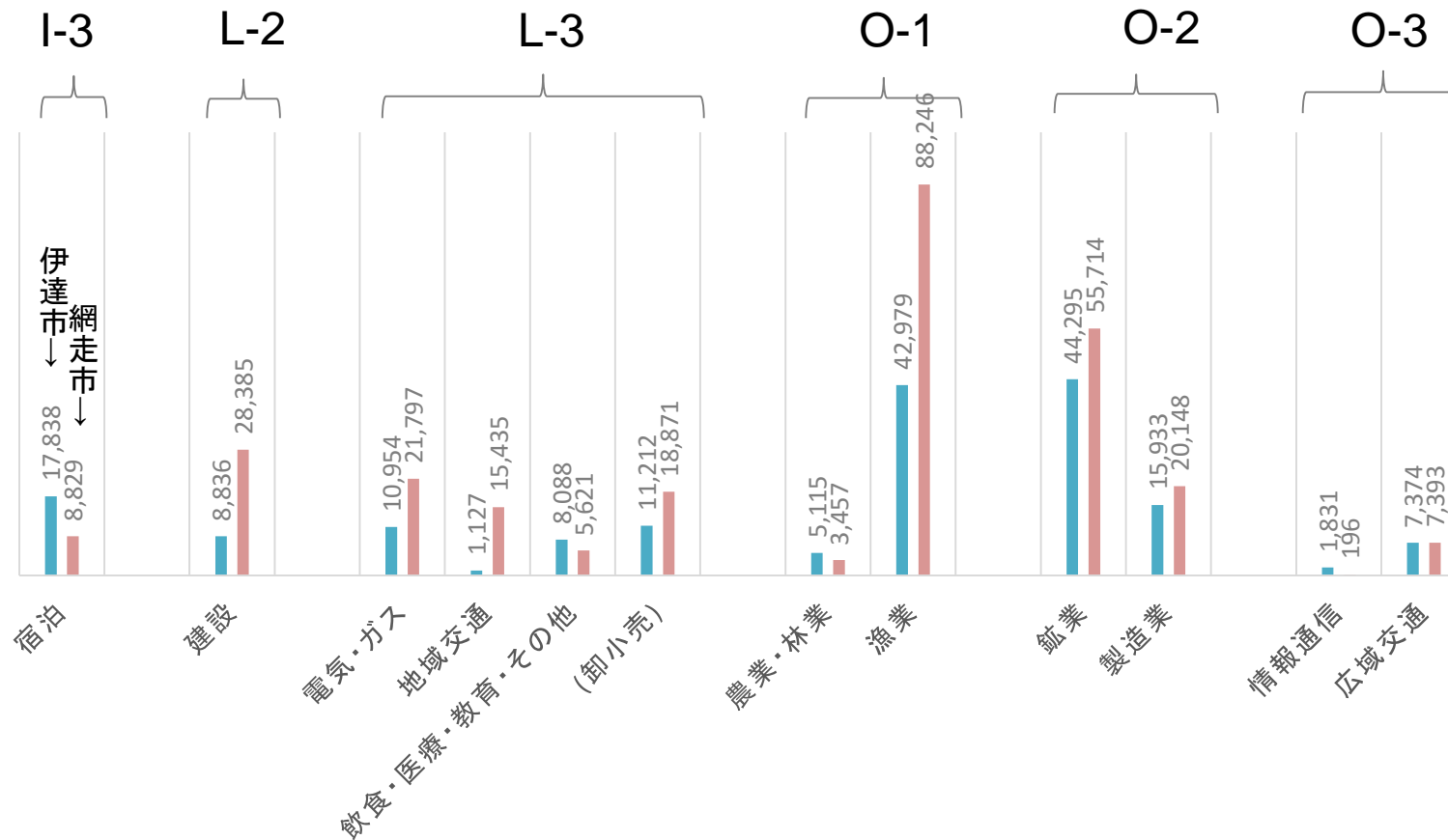
\*\*2014年調査の経済センサスは未公表のため、2012年の経済センサスを利用した

資料: RESAS、経済センサス、伊達市

# 業種別競争力比較～伊達市vs網走市(円/人;2014)

網走市と比較した場合、農業や宿泊業では優位にあるが、その他の産業では概ね劣位にある

就業者1人あたりの市町村民税法人分・税割



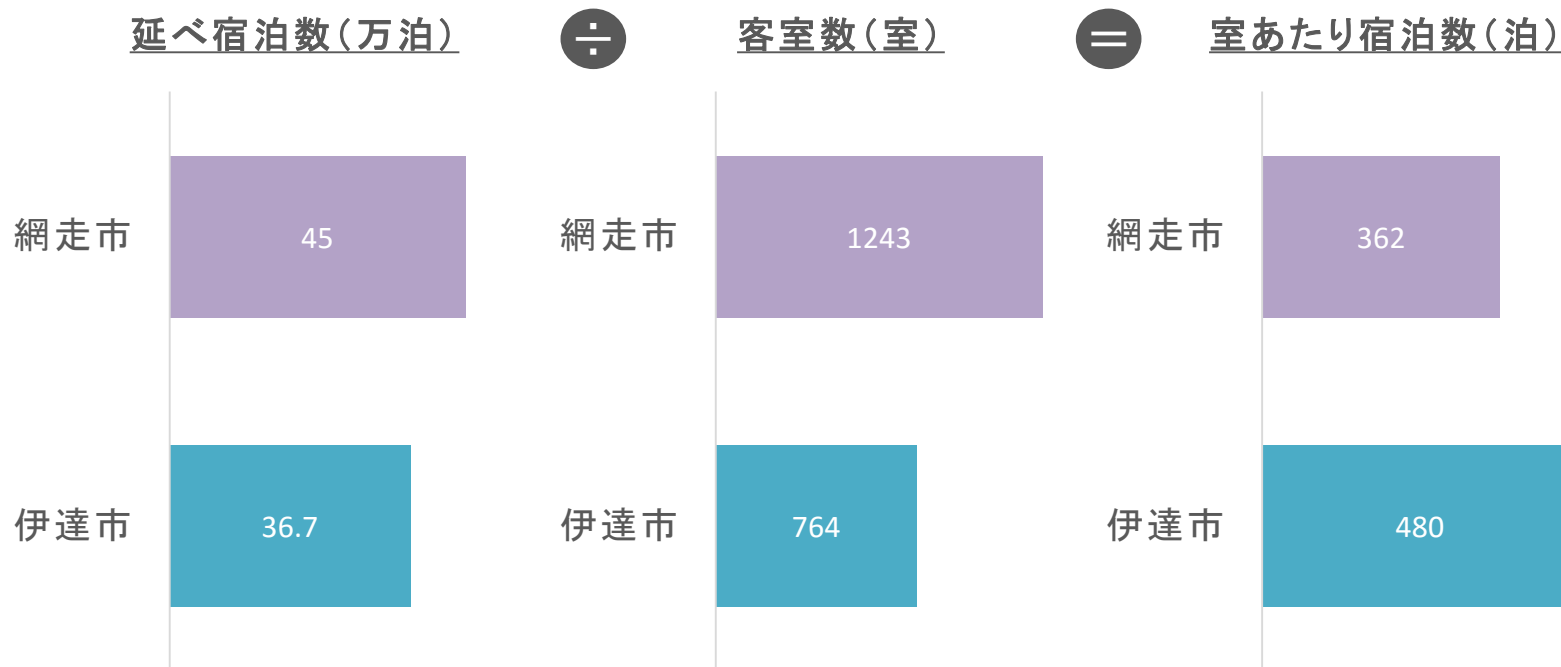
\*就業者数は、税務データによる就業者数もしくは経済センサスによる就業者数のどちらか大きい方をとった

\*\*2014年調査の経済センサスは未公表のため、2012年の経済センサスを利用した

資料: RESAS、経済センサス、伊達市、網走市

# 宿泊業の構造～伊達市vs網走市(2014)

伊達市は、延べ宿泊数で網走市に劣後しているが、ホテル・旅館の客室数が極端に少ないために、客室あたりでの宿泊数では圧倒的に大きい

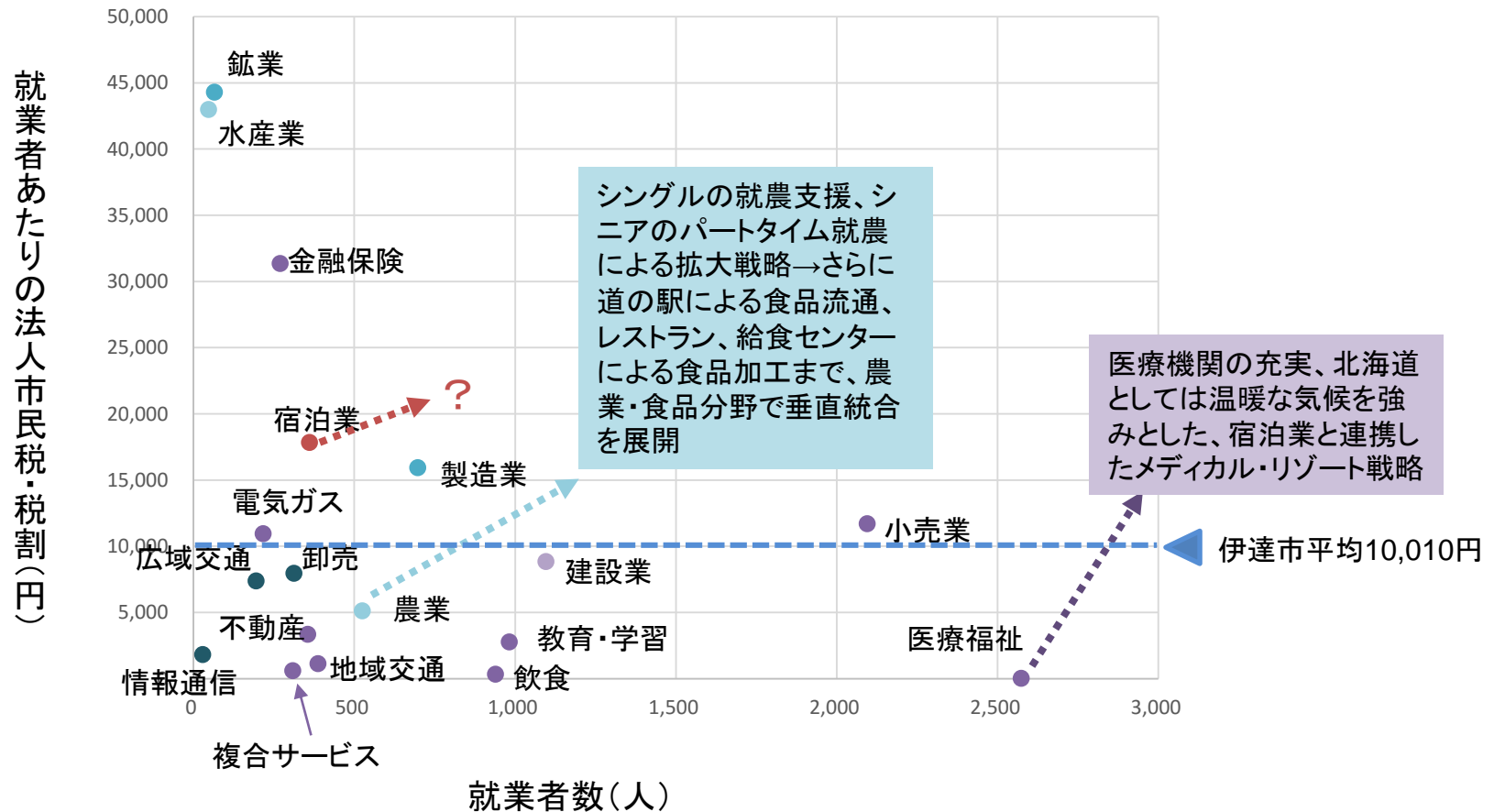


資料: 北海道観光入込客数調査、北海道保健統計年報、伊達市



# 伊達市の産業別就業者数\*と収益率(2012)

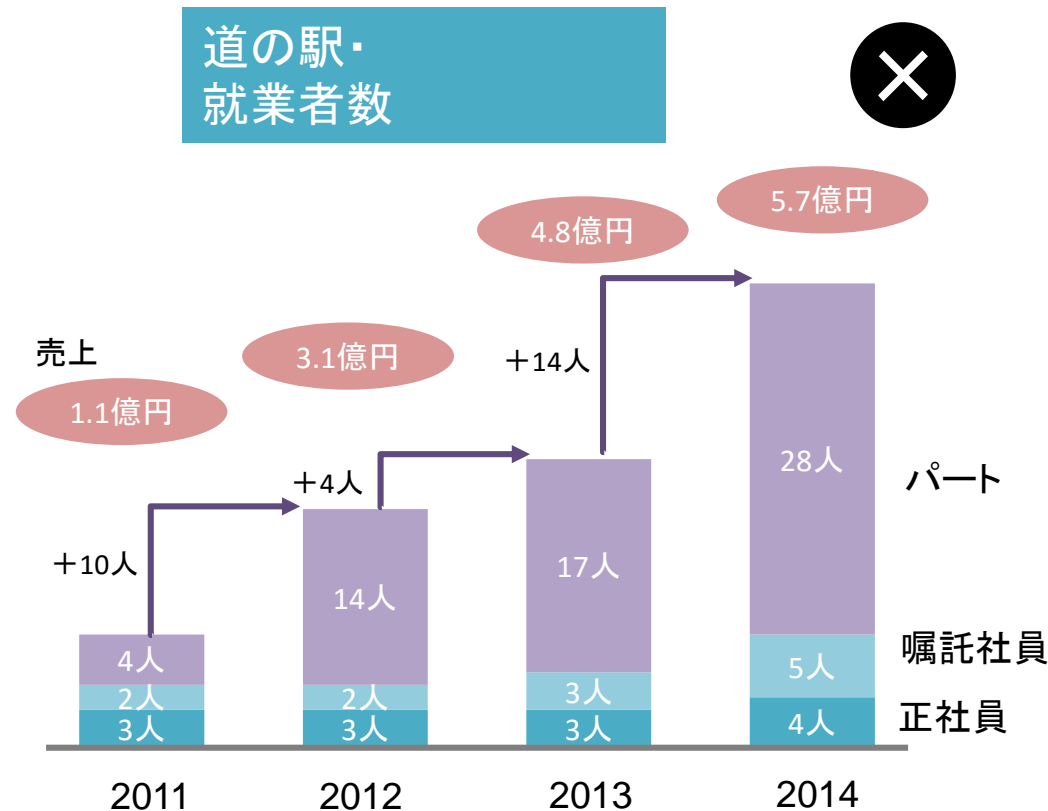
市平均の収益率を下回る農業と医療をてこに宿泊などと高収益の産業と連携して付加価値創出を図る戦略が模索されている



\*就業者数は、税務データによる就業者数もしくは経済センサスによる就業者数のどちらか大きい方をとった。また、2014年調査の経済センサスは未公表のため、2012年の経済センサスを利用した  
資料: RESAS、経済センサス、伊達市

# 伊達市・道の駅のKPI達成状況

伊達市の道の駅では、これまでのところ年間10人程度の就業者増と、付加価値の底上げに7.5~30%アップに成功している



## 道の駅・就業者あたり付加価値

- 中堅農家(年収2000万円規模)
  - ➡ +7.5%付加価値アップ
    - ✓ 道の駅販売による粗利アップ30%
    - ✓ 道の駅持ち込み率25%
- 小型農家(年収500万円規模)
  - ➡ +30%付加価値アップ
    - ✓ 道の駅販売による粗利アップ30%
    - ✓ 道の駅持ち込み率100%

(農家1戸あたり150万円程度の収入増)