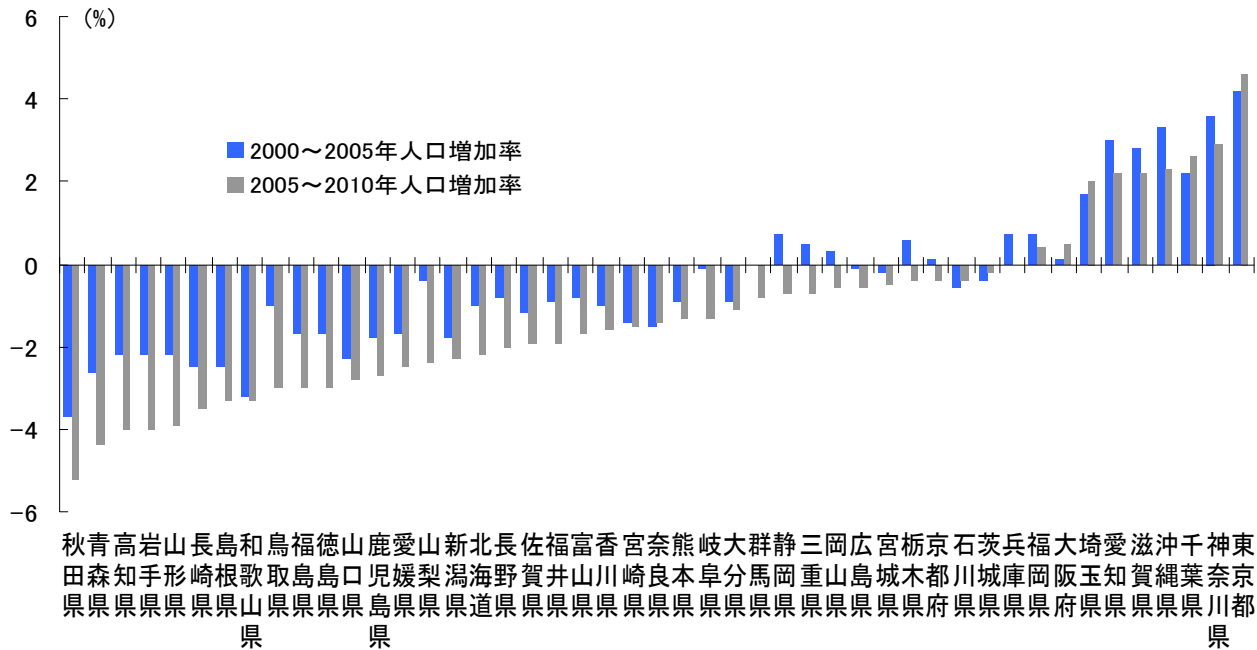


街おこしに企業の視点を活かそう

常務執行役員 チーフエコノミスト 高田 創

みずほ総合研究所では、4月に地域経済に関し長年の経験をベースにした『地域活性化ビジネス』と題する書籍を刊行した¹。下記の図表はそのなかで示した各都道府県別の人口増加率の推移である。今日、アベノミクスで成長戦略が課題になるが、東京を中心とした大都市圏を除き、殆どの地域が人口減少にあるなかで、いかに地域活性化を実現できるかが問われている。

■ 図表：都道府県別にみた人口増減

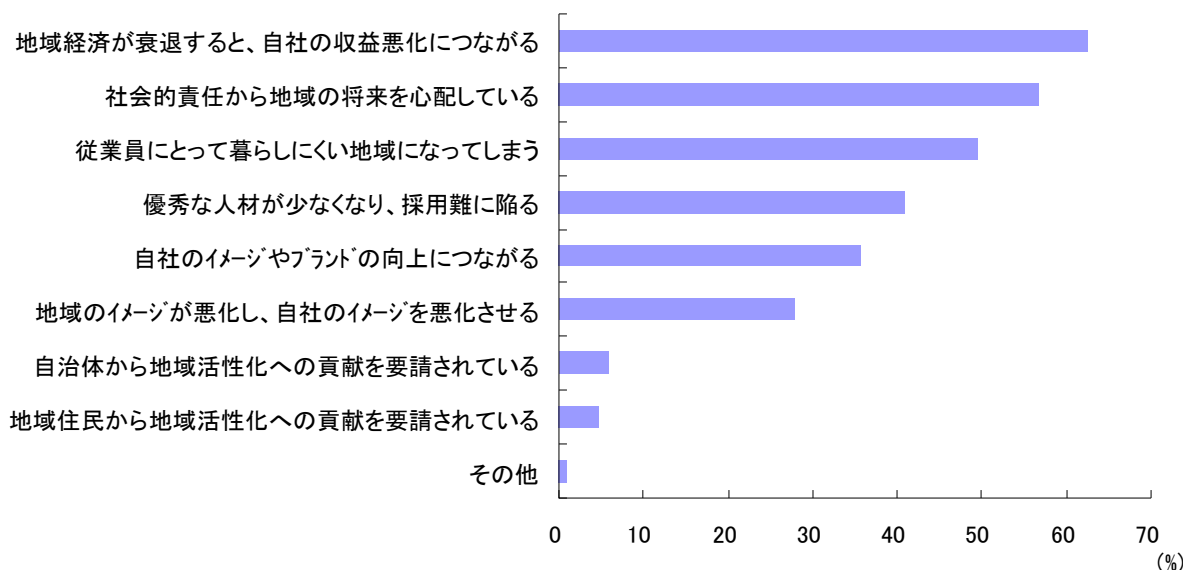


(資料) 総務省「平成 22 年国勢調査報告」

人口の減少や少子高齢化など、今日、地域経済を取り巻く環境は極めて厳しい。これまで、日本では戦後長らく工場誘致や公共事業など、各地域は自分にはないものを外から補う「ないものねだり」による地域活性化を模索してきたが、それでも衰退に歯止めがかからなかったのが実情である。こうしたなか、本書は、企業が主体的に取り組む地域活性化に注目し、企業が主体にならない限り持続的な地域支援にはなりにくいとの認識にある。これまで地域興しは国や自治体主導で行われるものが多かった。こうした公共セクターのサポートはインフラ面で必要なものとはいえ、「ハコモノ」を中心としたハードな面に偏り、地域の活性化を持続的なものとするには、企業の取り組みが不可欠になると考えてきた。それは、東日本大震災からの復興も同様である。

下記の図表はみずほ総合研究所が2007年に行ったアンケート結果の一部だが、企業も地域の活気に大きな関心をもっていることがわかる。

■図表:「地域に活気があること」に対して関心がある理由(複数回答)



(資料) みずほ総合研究所「地域経済活性化における企業の役割に関するアンケート調査」2007年

下記の図表は本書のメッセージとして結論的に示した、人口減少時代の生き残り戦略としてあげた6項目である。

■図表:人口減少時代の生き残り戦略

1. 企業にできるだけ任せて、自治体は黒子に徹すべき
2. 企業にはできるだけ単独で事業を担ってもらうべき
3. 財政支援は限定的にすべき
4. 公募で企業のアイデアを競わせるべき
5. 地域の長所と短所を客観視するために企業を使うべき
6. 企業も地域活性化ビジネスを積極的に開拓しよう

(資料) みずほ総合研究所

今日、アベノミクスの「三本の矢」のなかで成長戦略に関心が集まっており、そのなかで地域活性化の視点も重要な項目になる。そこでは、単に公共事業にとどまらず、企業の力をいかに活かすかの発想、「企業こそ、地域に残された有望な潜在的資源だ」という論点が不可欠であると我々は考えている。本書を通じて地域から日本経済の活性化につながることを強く期待したい。成長戦略の分野として農業、医療等の分野が注目されているが、依然、当該分野の企業の参入は限られているだけに、当該分野でも企業の力を活かすことが改めて求められている。成長戦略は6月までの議論ではなく、むしろ、今回のアベノミクスでの問題提起を契機として、企業の活力を活かす方向に向かう息長い取り組みが必要だ。

¹ 『地域活性化ビジネス』(岡田豊 編著 東洋経済新報社 2013年)

筆者の都合により、6月3日(月)から6月11日(火)まで休刊とさせていただきます。

当レポートは情報提供のみを目的として作成されたものであり、商品の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。また、本資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。