

その1

## 「地域活性化を担う企業の在り方とは…」

国際学部・国際社会学科 2年 上田圭介

### 1.地域活性化と企業

地域の雇用創出、行政への税収の面において企業の役割は大きく、地域活性化するための重要な役割を担っている。現在、日本経済のデフレ化やグローバル化が進むにつれて地域経済をめぐる状況も大きく変化した。工場の生産縮小や海外進出などで企業城下町も衰退の一途をたどっている。さらに、少子高齢化による生産人口の減少が叫ばれる昨今、さらに地方では、都市部への人口流失、過疎化、地域格差が加速している中で、各地方自治体では、「地域活性化」、「産業振興」が重要な政策課題として挙げられている。

「地方」というワードはマイナスなイメージが多いが、今やITや物流などのインフラ網も発展しており、地方であってもビジネスができる。そこで、企業が地方で起業することでどのような利点があり、地域経済にどのような影響を与えるのか。地域活性化を担う企業の在り方とは何か。地域社会の活力を地域経済と捉え、大規模工場立地や地方で起業することで地方経済の発展につながるのかということに注目して考えたい。

### 2.企業が地方でビジネスをすることでの影響

まず、企業が地方でビジネスを行うことは、都市部への一極集中による若者の県外流失からくる人材確保の難しさなどがあるが、メリットに、人件費、土地代の安さ、補助金などの地方自治体の協力を得やすいことなどがある。「Panasonicが兵庫県に工場を立地した際、5年間、法人税の半免」などの優遇措置がみられた。このような大規模工場誘致の場合だけでなく、ベンチャービジネスにも助成してくれる制度がある。「『地域再生中小企業創業助成金』という制度では、地方再生のための雇用創出効果が高い事業（飲食製造、小売店など）を行う開業し、1人以上雇用した場合、経費及び労働者の雇入れについて助成金が給付される<sup>2</sup>。」などが雇用の難しい21の道府県で行われている。

第二に、地域にどのようなメリットがあるのか。一つに、新たな雇用を創造できるというのがある。「シャープが三重県の亀山市に工場を建設したことで、2006年において約7200人（県内出身者は約4200人）という大規模な雇用をもたらした<sup>1</sup>」。このような、大規模工場誘致の事例では、関連産業の集積などによる地域経済の活性化、雇用の拡大、税収の増加なども見込める。また、波及効果というのも挙げられる。雇用の拡大に伴う人口の増加や生活者の収入アップによる税収増加が見込め、地域のその他企業にとっても多くのビジネスチャンス、相乗効果が発生しやすくなるというメリットもある。

しかしながら、企業が地域に与えるは必ずしも良い影響ばかりではない。私の地元の鳥取市の話になるが、約1年前まで鳥取市は三洋電機の企業城下町であったが、「パナソニック

<sup>1</sup>[http://www.o-bay.or.jp/page/research\\_pdf/19\\_2.pdf](http://www.o-bay.or.jp/page/research_pdf/19_2.pdf)

財団法人大阪湾ベイエリア開発推進機構「平成19年度自主調査大規模工場の立地がもたらす地域への社会・経済効果に関する調査」（2013年1月現在）

<sup>2</sup> <http://www.mhlw.go.jp/general/seido/josei/kyufukin/b02-1.html>

「厚生労働省HP」、各種助成金制度 地域再生中小企業創業助成金（2013年1月現在）

クとの事業統合に伴う三洋電機の再編を受け、市内で勤務するグループの社員が約4割削減<sup>1</sup>ということがあった。地元での職を失う人もいた上、これまでの自社採用で、大多数が県内者であったのに対し、三洋の本社一括採用に変わったことで、県内での就職が難しくなった。この事例は、グローバル化による世界競争の加速化による業務縮小やアウトソーシング、海外移転などが要因である。依存度合が高ければ高いほどダメージを受けやすいというのがある。今後は、地域の企業やベンチャービジネスへと移行した大企業に依存しすぎない活性化というものがあるのではないかと考える。

### 3.地域の資源を生かした事業による地域活性化

これまでの企業誘致とは違った、各地域の資源に注目し、活用した新規事業における雇用創造がある。地域経済もグローバルな競争が求められる現代では、単に価格競争だけでは勝つのは難しい。企業は、付加価値、つまりは差別化の要素を見出し、資源を利用して競争力がある製品、サービス創り出し、雇用を創造できるパターンもある。一つには、フルーツや水、食肉など多岐にわたる地域製品の地域ブランド化がある。それにより、新製品の製造で雇用を創造し、地域のブランド化により地域そのものの知名度も高くなり、観光業も含めた加工品業や飲食店の利益促進にも繋がる。例として、大分県の関サバや松坂牛などが全国的にも有名である。また、栃木県日光市は、ラムサール条約に登録されている「奥日光の湿原」など豊かな自然に恵まれた日光では、地域資源の「水」を活かし、キューピー醸造などの企業を誘致した。そして、「フードタウン日光<sup>2</sup>」として日光の天然水を活かし、企業誘致とともに地域企業の振興もしている

もう一つは、地域の自然資源を生かしたグリーン・ツーリズムが挙げられる。まず、グリーン・ツーリズムとは、「ヨーロッパが発祥地で、農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ日帰りや滞在型の余暇活動のことを指す<sup>3</sup>」。つまりは、自然を生かした観光ビジネスを成り立たせることである。広く言えば、地域で農産物を買うことでも道の駅に立ち寄ることでもグリーン・ツーリズムと言える。福島県山都町宮古という小さな村は、「そばの里<sup>4</sup>」として成功を収めた。宮古では蕎麦を提供するための新たな食堂等を一切造らず、母屋の座敷に客を招き入れ、そこで蕎麦を提供するというものであった。利用者は山間部で隔離されていることにより、日常を離れ非日常的な世界へ入っていくような気持ちになり、そばに大きな付加価値を与え、東京からでも訪問するぐらいに成功した。

これら事例から、地域に根差す企業が、その地域の特色を見出し、それらに付加価値をつけることでの地域ブランド化、さらには、事業拡大による雇用創造を担っていると見え

<sup>1</sup> [http://www.nikkei.com/article/DGXNASJB3103M\\_R31C11A0LC0000/](http://www.nikkei.com/article/DGXNASJB3103M_R31C11A0LC0000/)

『日本経済新聞 web版』2011年11月1日、「三洋電機再編、揺れる鳥取 社員の県外配転、大量離職も」（2013年1月現在）

<sup>2</sup> 日光市内食品製造業とともに「食の産業都市・日光」という新たなイメージの形成を目指す産業都市推進議会のこと  
<http://foodtown-nikko.net/>、フードタウン日光 HP

<sup>3</sup> [http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/kyose\\_tairyu/k\\_gt/index.html](http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/kyose_tairyu/k_gt/index.html)（2013年1月現在）

農林水産省 HP「グリーン・ツーリズム」とは（2013年1月現在）

<sup>4</sup> [http://www.jichiro.gr.jp/jichiken/report/rep\\_tokushima29/jichiken/3/3\\_2\\_16.htm](http://www.jichiro.gr.jp/jichiken/report/rep_tokushima29/jichiken/3/3_2_16.htm)

群馬県中山間地域を考える会（2012）「日本型ツーリズムを考える」（2013年1月現在）

る。

#### 4.ブームなど一過性な雇用創造や地域活性化だけではなく、継続的な地域振興できる企業とはどのような企業なのか。

地方に課題として挙げられるのが、地方がまだ大企業の誘致に重点を置いている場合が多いということである。大企業の工場を誘致し、雇用の創出が出来たとしても海外へのアウトソーシングや価格競争の加速する現代において、生産縮小や工場閉鎖といったリスクが生じる可能性があることをこのテーマで学習していくことでわかった。その地域がよりその企業に依存し、企業城下町となっている場合、ダメージは計りしれない。地域経済の停滞、産業の空洞化などが叫ばれている中で企業は、継続的な地域活性化を行うためには、その地域の独自性を見出し、付加価値を生み出す主体となるような存在になることが求められるのではないかと思った。

地域活性化に向けて自治体、企業、住民などの地域に関わりを持つ者が主体となって取り組むことが重要である。国や自治体には、企業の長所や地域活性化に対するモチベーションを引きのばし、官民連携を取ることが、地域活性化に求められる。

また今後は、地域の企業やベンチャービジネスも活躍し、大企業に依存しすぎない地域活性化というものが新たに求められてくるのではないかと思った。