

特別企画：地方創生に対する新潟県内企業の意識調査

企業の半数超が地方創生に関心 ～ 地方創生に向けた政策、若年世代の支援を重視 ～

はじめに

日本経済の発展には地域経済の活性化が欠かせない。2014年11月21日に可決・成立した「まち・ひと・しごと創生法案」及び「地域再生法の一部を改正する法律案」では、人口減少・超高齢社会への取り組みとして地方創生を掲げている。また、1月20日には内閣府地方創生推進室が設置され、内閣官房まち・ひと・しごと創生本部とともに安倍政権における地方創生の動きが本格化してきた。

そこで、帝国データバンク新潟支店では、地方創生に対する企業の見解について調査を実施した。本調査は、TDB 景気動向調査 2014 年 12 月調査とともに行った。

※調査期間は 2014 年 12 月 15 日～2015 年 1 月 5 日、調査対象は新潟県内企業 477 社で、有効回答企業数は 251 社（回答率 52.6%）。

調査結果（要旨）

1. 企業の 57.4%が地方創生に「関心あり」。業界別では、『不動産』『小売』『サービス』『建設』で高い。地域特性や地場産業を生かした経済の活性化に期待
2. 地方創生で重要な政策は「若い世代の経済的安定」がトップ。「子ども・子育て支援の充実」も上位にあがっており、企業は若年世代の支援を重視。さらに、仕事の創出と安心な暮らしを確保し、人口減少への歯止めを期待
3. 企業は定量的・客観的なデータ分析に基づく地方版・総合戦略策定を概ね支持。データ活用の重要性を認識しつつも、使用方法や従来型の手法からの脱却を注視

1. 企業の半数超が地方創生に「関心あり」、

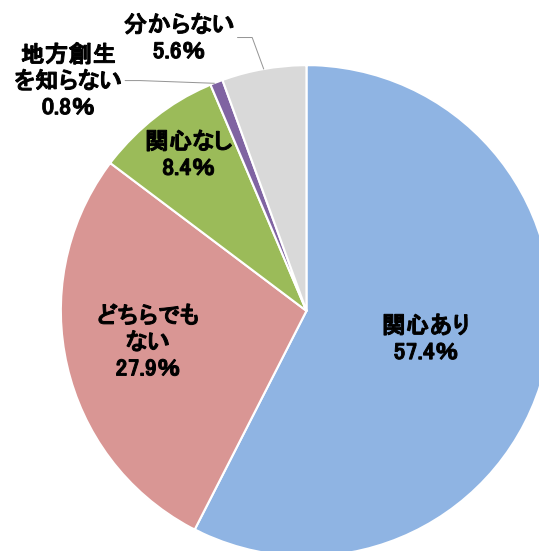
地域経済を活性化させる地方創生について、どの程度関心があるか尋ねたところ、「関心あり」と回答した企業は 57.4%で半数を超えた（「非常に関心がある」と「関心がある」の合計）。他方、「関心なし」（「全く関心はない」と「関心はない」の合計）は 8.4%にとどまった。

「関心あり」を業界別にみると、『不動産』が 80.0%でトップ。次いで、個人消費動向に関連する『小売』『サービス』に続いて、公共事業など政策によって影響を受けやすい『建設』がいずれも 6 割を超えた。企業からは「地域の特性を理解し、産業に繋げることができれば、一番効率が良いのではないかと思う」（出版・印刷）といった声もあり、地域特性や地場産業を生かした経済の活性化に期待している様子が見える。

地域別では、北陸ブロック（4 県）全体では「関心あり」と回答した企業は 60.0%となった。県別にみると 4 県とも「関心あり」と回答した企業の比率が全国（53.3%）を超えたが、富山県が 67.3%に対して、新潟県および石川県では同 57.4%と、9.9 ポイント差があり、県によってやや温度差がみられる。

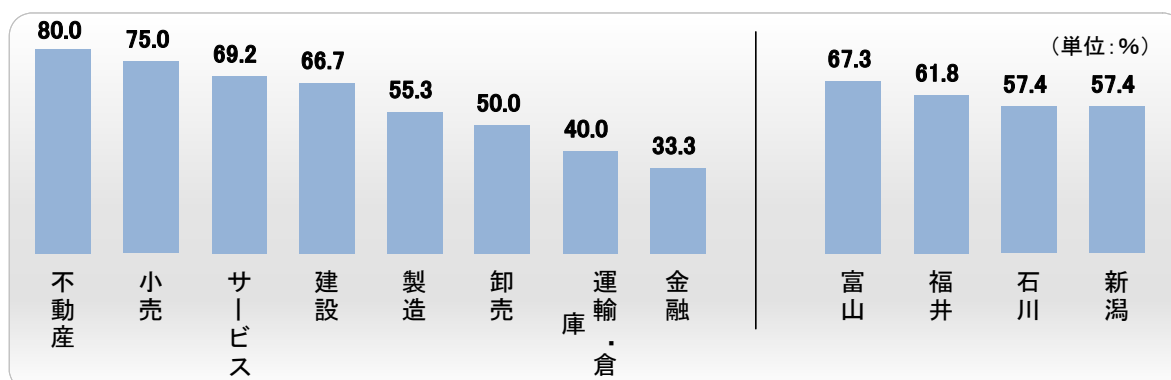
なお、全国の都道府県のうち、「関心あり」の比率が最も高かったのは、鹿児島県の 77.8%、次いで宮崎県 76.0%、高知県および秋田県 72.9%。最も低かったのは東京都の 42.2%で、次いで愛知県 44.3%、大阪府 44.7%と大都市圏が続く、大都市圏とそれ以外地域の意識差が明確に現れた。

■地方創生に対する関心度



注：母数は有効回答企業251社

■「関心あり」の割合（新潟県の業界別、北陸ブロック県別）



■地方創生に対する関心度

(構成比%, カッコ内社数)

	「関心あり」計	非常に 関心がある	関心がある	どちらでも ない	「関心なし」計	関心はない	全く 関心はない	地方創生を 知らない	分からない	合計
全国	53.3 (5,638)	6.4 (676)	46.9 (4,962)	26.9 (2,850)	12.3 (1,298)	10.7 (1,129)	1.6 (169)	1.0 (104)	6.5 (693)	100.0 (10,583)
新潟	57.4 (144)	10.0 (25)	47.4 (119)	27.9 (70)	8.4 (21)	6.4 (16)	2.0 (5)	0.8 (2)	5.6 (14)	100.0 (251)
大企業	70.6 (36)	7.8 (4)	62.7 (32)	11.8 (6)	15.7 (8)	11.8 (6)	3.9 (2)	0.0 (0)	2.0 (1)	100.0 (51)
中小企業	54.0 (108)	10.5 (21)	43.5 (87)	32.0 (64)	6.5 (13)	5.0 (10)	1.5 (3)	1.0 (2)	6.5 (13)	100.0 (200)
小規模企業	56.4 (22)	10.3 (4)	46.2 (18)	28.2 (11)	7.7 (3)	7.7 (3)	0.0 (0)	0.0 (0)	7.7 (3)	100.0 (39)
農・林・水産	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
金融	33.3 (2)	0.0 (0)	33.3 (2)	33.3 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	33.3 (2)	100.0 (6)
建設	66.7 (26)	15.4 (6)	51.3 (20)	20.5 (8)	7.7 (3)	5.1 (2)	2.6 (1)	0.0 (0)	5.1 (2)	100.0 (39)
不動産	80.0 (4)	0.0 (0)	80.0 (4)	0.0 (0)	20.0 (1)	20.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (5)
製造	55.3 (47)	4.7 (4)	50.6 (43)	34.1 (29)	7.1 (6)	5.9 (5)	1.2 (1)	0.0 (0)	3.5 (3)	100.0 (85)
卸売	50.0 (34)	8.8 (6)	41.2 (28)	30.9 (21)	7.4 (5)	4.4 (3)	2.9 (2)	2.9 (2)	8.8 (6)	100.0 (68)
小売	75.0 (9)	8.3 (1)	66.7 (8)	8.3 (1)	16.7 (2)	16.7 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (12)
運輸・倉庫	40.0 (4)	10.0 (1)	30.0 (3)	30.0 (3)	30.0 (3)	20.0 (2)	10.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (10)
サービス	69.2 (18)	26.9 (7)	42.3 (11)	23.1 (6)	3.8 (1)	3.8 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	3.8 (1)	100.0 (26)
その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

注1: 網掛けは、ブロック全体以上を表す

注2: 全国の母数は有効回答企業1万583社。新潟は251社

企業の意見(地方創生について)

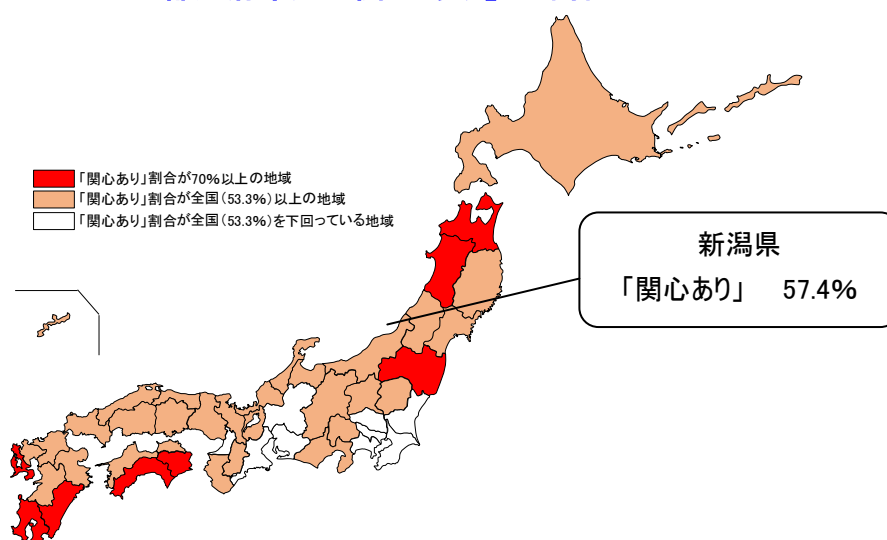
【関心あり】

- ・ 国家公務員、国会議員の人員削減、地方への財源移譲をさっさと進めてほしい。地域のことは地域に任せてほしい(飲食料品・飼料製造)
- ・ 地方には民間工事が少なく、公共工事に頼るところが大きいので公共工事があれば雇用にも農業にもつながる(建設)
- ・ 地方創生といっても、地方の中小企業が消費増税後の景気観悪化で人材投資など出来ない環境にあるため、まずは景気を回復させ、中小企業の財務内容が改善されてからの話になると思う(繊維・繊維製品・服飾品卸売)
- ・ 地域ごとに産業の集積が必要なのではないかと思う。それには、どうすれば、実現するか？と考える事が大切(出版・印刷)

【関心なし】

- ・ あてにならない。選挙対策で絵に描いただけ(建材・家具、窯業・土石製品卸売)

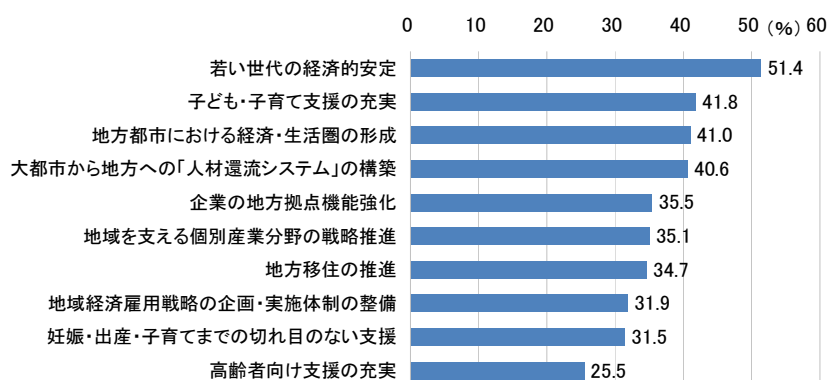
都道府県別「関心あり」の割合



2. 地方創生に向けた政策では若年世代の支援を重視

「まち・ひと・しごと創生本部」では、地方創生に向けた政策の検討が進められている。そこで、地方創生においてどのような政策が重要と考えるか尋ねたところ、「若い世代の経済的安定」が51.4%で最も高く半数以上を超え（複数回答、以下同）、全国（43.7%）を

■地方創生において重要な政策（複数回答、上位10項目）



注：母数は有効回答企業251社

7.7ポイント上回った。次いで2位には「子ども・子育て支援の充実」41.8%が続いた。企業は地方創生における政策として若年世代の生活を安定させ、結婚・出産・子育てができるような社会経済環境を実現するための政策を重視している様子がうかがえる。

他方、3位以下には「地方都市における経済・生活圏の形成」、「大都市から地方への「人材還流システム」の構築」「企業の地方拠点機能強化」が続いており、仕事の創出と安心な暮らしを確保し、人口減少に歯止めをかけることが期待されている。企業からは、「生産拠点を国内に設けてもらうための強力な優遇策を実施し、起業者に頼るだけではない地方の雇用を増やして帰郷者が地元で食べていけるような施策を実施してもらいたい」（機械・器具卸売）など、都市圏への人口流出・過疎化などの問題には地域経済の回復、雇用の確保が重要とする意見もみられた。

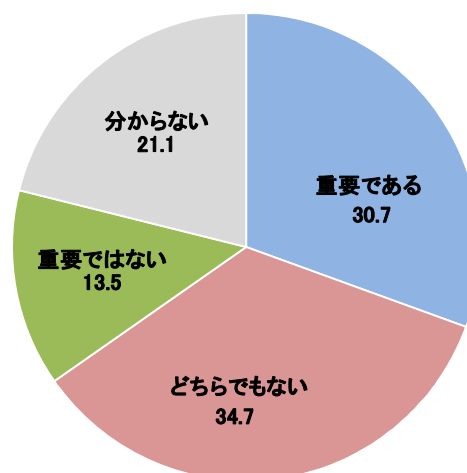
企業の意見（地方創生で重要な政策について）

- 地方都市は人口減少による消滅の危機に瀕している。日本全体が人口減少傾向であるが、大都市圏は流入超過が継続しており、地方の危機について緊迫感が無いように思う。その中で人口増加に転じるためには、地方中核都市を中心に出産、育児等への優遇策が必要ではないか（鉄鋼・非鉄・鉱業）
- 生産拠点を国内に設けてもらうための強力な優遇策を実施し、起業者に頼るだけではない地方の雇用を増やして帰郷者が地元で食べていけるような施策を実施してもらいたい。（機械・器具卸売）
- まずは全体的に出生率が上がるような対策が必要（建材・家具、窯業・土石製品製造）
- 雇用が確保できれば生活ができるので、雇用の安定を図っていただきたい（建設）
- 一番求められているのは地方創生や地域活性化という前に国家財政の正常化を優先し、併せて経済活性に対応した規制（全部でなく）改革ではないだろうか。国家機能の縮小とエネルギー等については国家戦略として取り組み、地域活性については地産・地消の取り組みの強化を更に推進するほか、地域経済の活性化の道標を立案しながら、地域から都市部への人口流出に歯止めをかけるような居住空間の支援等、若い人達に仕事ができる環境を作してほしい（出版・印刷）

3. 地方版・総合戦略、3割がデータ活用の重要性を認識

地方創生関連法では、地方自治体が定量的・客観的なデータ分析に基づき、地域特性を踏まえた地方版・総合戦略の策定を求めている。そのため、国はビッグデータを活用した「地域経済分析システム¹」を開発し、その分析手法の普及を図るとしている。そこで、このような考え方で地方自治体が地方版・総合戦略を策定することに対する考え方を尋ねたところ、「重要である」とする回答が30.7%となった（「非常に重要」と「重要」の合計）。他方、「重要ではない」は13.5%にとどまった（「全く重要ではない」と「重要ではない」の合計）。

■地域経済分析システムへの考え方



注：母数は有効回答企業251社

最も多かったのは「どちらでもない」の34.7%で、現状では判断しかねている企業も多いといえる。企業からは、「産業マップを活用し有機的に結び、シナジーを太くかつ多くすることの方が重要」（飲食料品・飼料製造）など、ビッグデータの活用とともに使い方が重要と指摘する意見や、「データ頼み、補助金拡充のみに頼る行政型では期待できない」（パルプ・紙・紙加工品製造）と従来型の手法からの脱却を求める意見があがった。

逆に、「重要ではない」とする企業からは、「従来通りの手法・過去のデータを利用しても結局予算が土木建築業に集中するだけで、しかも自治体が土木建築業に仕事を回しても労働者にまで利益が行き渡らない懸念がある」（鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売）といった、特定業種への予算の偏る可能性を懸念する意見もみられた。

1 地域経済分析システムとは、企業が保有する企業間取引データ等を活用し、地域経済に関するさまざまなビッグデータから都道府県・市区町村の産業や企業の実体（産業マップ）などを分かりやすく「見える化」するシステム。

まとめ

1月20日、政府は内閣府地方創生推進室を設置し、内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局とあわせて、安倍政権における地方創生の動きが本格化している。

日本の直面する人口減少、特に地方における人口流出は地域経済縮小という悪循環が懸念されるが、本調査では**企業の半数超が地方創生に関心**を持っていた。また、地方創生に向けた政策では、**若年世代の支援を重視**する回答が多くみられた。若い世代が経済的に安定することで、人口流出を防ぎ、地域経済の活性化に資すると考えている様子がうかがえる。また、雇用の確保への関心も高い。

さらに、企業は3割が地方自治体が定量的・客観的データを活用する重要性を認識しているものの、まだ現状では判断しかねている企業も多い。今後は、地域特性を活かす構想力を持って地方版・総合戦略を策定することが重要となろう。

“いつの時代も日本を変えてきたのは「地方」”である。地域経済が活性化することは日本経済を勢いづけると同時に、地方が抱える問題の解消にもつながる。今回の調査では、地方創生に対する大都市圏とそれ以外の地域の関心の差が明確に現れた。人口減少、高齢化のスピードは大都市圏以外の地域では顕著であり、最優先課題だ。地方創生の成否は将来の日本社会の姿を規定することにもなり、スピード感のある政策実行が求められる。

【 内容に関する問い合わせ先 】

(株) 帝国データバンク 新潟支店 担当：柊永
TEL 025-245-5606 e-mail info.niigata@mail.tdb.co.jp

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。報道目的以外の利用につきましては、著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。