

日本大学経済学部経済科学研究所研究会

【第199回】

2017年7月7日

平成27～28年度共同研究中間発表

「地域創生に向けた地域動向の基礎的把握」

〈発表者〉

日本大学経済学部教授

川崎 茂

日本大学経済学部教授

小巻 泰之

麗澤大学経済学部特任教授

太田 秀也

筑波大学大学院

ビジネス科学研究科准教授

伴 正隆

共同研究の概要

研究代表者 川崎 茂

最初に、この共同研究の概要について説明します。お手元の横長のシートに、共同研究を申請したときのことなども含めて書いてありますので、これをご覧いただきたいと思います。

共同研究の概要ですが、実施期間は平成27年4月1日から平成29年3月末まで、「地域創生に向けた地域動向の基礎的把握」というテーマで、ここにお名前のある5名の方々と共同研究いたしました。本日は、そのうちの4名が出席です。このほかに、外部の方にも協力をお願いして、たびたび研究会にもご参加いただいております。

研究の問題意識とアプローチですが、東京一極集中と言われて久しく、地域間所得格差拡大の懸念が言われている。これをどうしていけばよいのかということで、「地域創生」が重要な政策課題になっています。効果的な政策を行なっていくた

めには、地域経済の動向をきちんと把握し、地域政策の効果の的確な把握が必要です。

一方、地域レベルの統計は国レベルに比べて整備が不十分で、国と同じような統計手法や情報源を地域にも適用できるのか。さらにより統計をつくっていくためにはどんなものを利用すればよいのか。また、地域に適した分析の問題や枠組みをどのように設定するのか、地域分析をどのように地域創生に活かすのかということもあります。

このような問題意識のもとで、研究分担者それぞれが独自に観点を設定し、地域動向把握の基礎となる研究を行ないました。この間、全国4カ所で4回の研究集会を開催し、各地の経済・社会の動向を熟知した地元の政策担当者や関連分野の研究者の参加も得て、研究発表及び意見交換を行いました。

研究経過はここに書いてある通りですが、本日は川崎、小巻、太田、伴の4名が順番に発表いたしますので、よろしく願いいたします。

共同研究の概要

期間： 平成27(2015)年4月1日～平成29(2017)年3月31日

研究テーマ： 地域創生に向けた地域動向の基礎的把握

研究分担者：

川崎 茂 (教授)	研究代表者	
小巻 泰之 (教授)	副代表者	
山崎 福寿 (教授)	研究分担者	(現在, サバティカル)
太田 秀也 (教授)	研究分担者	(現在, 麗澤大学教授)
伴 正隆 (准教授)	研究分担者	(現在, 筑波大学准教授)

研究の問題意識とアプローチ

- ・ 東京一極集中、地域間所得格差の拡大の懸念
――> 「地方創生」は重要な政策課題に
- ――> 効果的な政策には、地域経済の動向、地域政策の効果的把握が必須
- ・ 他方、地域レベルの統計は、国レベルに比べて整備が不十分
――> 国と同じ統計手法・情報源を地域にも適用可能か、どのようなものが適切か
地域に適した分析の問題、枠組みをどのように設定するか
地域分析をどのようにに地方創生に活かすか
- ・ このような問題意識の下、研究分担者はそれぞれ独自に観点を設定し、地域動向把握の基礎となる研究を行った。
- ・ 研究の進捗に当たっては、全国各地で研究会を開催し、各地の経済・社会の動向を熟知した地元
の政策担当者及び関連分野の研究者の参加を得て、研究発表及び意見交換を行った。

研究経過

第1回研究集会 (金沢市)	2015年9月1日～3日
第2回研究集会 (鹿児島市)	2016年1月31日～2月2日
第3回研究集会 (稚内市)	9月8日～10日
第4回研究集会 (出雲市)	2017年2月18日～20日
本日の中間発表会 (経済学部)	7月7日

本日の報告

川崎 茂

地域経済分析からみた統計整備の現状と課題

小巻 泰之

地域における証拠に基づく政策判断とその課題
～県民所得統計と「豊かさ」指標～

太田 秀也

自治体の住宅施策に関する調査研究

伴 正隆

地域ブランド競争構造の基礎的分析

「地域経済分析から見た統計整備の現状と課題」

日本大学経済学部教授 川崎 茂

それでは私から始めさせていただきます。

最初に「目次」があります。これはまだ完成したのではなく、中間報告会でもありますので、特に後半をもう少し充実させたいと考えております。今日は、問題意識、方向性、結論の部分を中心に説明させていただきます。

大きな問題意識は、研究会全体のテーマでお話しした通り、「東京一極集中」の弊害の問題にどう答えるかということです。「一極集中」は東京だけの問題ではありません。日本全国の経済動向は地域の経済に大きく左右されますので、地域の経済動向は国レベルでも重要な課題です。全国で起きている問題は、地域にも波及するので、全国についての分析から地域分析に対してどんな教訓が得られるか、地域の経済動向把握にはどのような方法が適切か。そこを整理したうえで、今後どのように地域の統計整備を進めるか考えたいというのが本研究の狙いです。

(資料1) 最近の地域格差の動向について、2枚グラフを用意しました。1枚目は左も右も県民経済計算のデータからとったもので、これを見る限り、東京一極集中にはなっていない。

左側は一人当たり県民所得を横軸にとり、縦軸は2001年から2014年までのトータルの増加率を計算したものです。一応回帰線が引いてありますが、決定係数は非常に低く、0.04ぐらいでほとんど意味がない。東京以外はだんご状態で、県民の豊かさは現在の所得が高いか低いかにはあまり関係していない。東京だけは異質で、この間、妙なぐらい下がっています。これは多分、内閣府のサイトを見ると実質化されたものがなくて名目値だろうと思われるので、実質化すれば東京もちょっとプラスになっているはずです。

右側の県内総生産で見ても、それほどはっきりした傾向があるわけではありません。横軸は、見やすくするために対数にしていますが、たまたま三重県が離れたところに出ているだけで、それ以上の意味はない。一極集中と言うわりには、経済指標から見ると、それほど目立たないと言えそう

です。

(資料2) ところが、人口移動については事情が異なっています。東京圏1都3県(東京、神奈川、千葉、埼玉)への人口流入を見ると、1995年以降、流入超過は続いている。日本のもう一つの極である大阪圏を見ると、かつてほどの人口増の勢いはなく、やはり人口の面では東京一人勝ち現象が起こっていると言えます。

(資料3) 雇用の面ではどうか。折れ線グラフは全国の新規求人数に占める東京圏の求人数を見たものですが、ほぼ横ばい。最近ちょっと上がっているかなという程度です。

以上を整理すると、経済指標で見ると、極端な「東京一極集中」が生じているとは言いがたい。ただし、従来からあった地域格差が縮小しているとは言えないし、東京圏への人口集中は続いている。大阪圏など他の圏域への集中が低いのは、大阪圏固有の問題か、東京圏との競合が問題なのか、さらに検討が必要だと思います。

雇用機会については、東京圏へのシェアはやや上昇しているが、それほど大幅ではない。ただし、全国的に有効求人倍率は1を上回っており、雇用の奪い合いが起こっているという点では、東京圏の人口吸引力は実感としては高まっている。

経済指標で見ると、必ずしも明確に「東京一極集中」が示されるわけではなく、全国的な経済情勢の先行きに対する不透明さが地方にもあって、そういうことが影響しているのではないかと、私は一応整理しました。

余談ですが、一極集中是正という議論のおかげで、東京にある大学の定数を増やすなという声が出たりしています。粗っぽい議論ですが、我々の大学にも大きな影響を持つものとして注目が必要だろうと思っています。

(資料4) 次に全国の経済動向の分析と解釈についてです。2年ぐらい前の新聞で、「雇用堅調、消費は低迷」と書いています。いまでも大体同じで、雇用は堅調であっても、消費は期待ほどには上昇していない。この背景には経済の先行きの読みにくさがあるものと考えます。普通は、雇用がよくなれば所得が上がり、消費が上がり、それにつれて生産も上がってくるという好循環が起こるはずですが、それが起こっていない。東京はまだいいほうですから、それほど感じられないけれども、

地方でそれが鮮明に感じられる。そこで、全国の経済動向をより丁寧に分析し、解釈する必要があると考えました。

(資料5) やや独断的かもしれませんが、やはり高齢化の進展が消費・所得に大きな影響を与えているのではないかと考えて、左のグラフでは全世帯の消費支出に占める65歳以上世帯主の消費支出の割合を見てみました。2002年は25%弱だったが、2015年には37%ぐらいいなりになり、10年余りで急速に高齢者の支出のウェイトが上昇しています。単身も含めた全世帯で見ると、日本の消費のかなりの部分を高齢者が占めているわけです。

右は世帯主の有業・無業別に見た二人以上世帯数のグラフです。折れ線が無業世帯の割合、つまりその多く年金生活者となりますが、左のグラフと同じような傾向で、いまや3割近くになっている。単身世帯を入れればもっと高くなるはずで、当然消費パターンは変わってきます。

(資料6) そこで、国民経済計算から可処分所得の内訳を見ますと、「社会負担」がマイナス要因として大きく影響しています。それに対してプラスで大きく効いてくるのが「賃金・俸給」ですが、可処分所得に対する構成比は2000年の76.5%が2014年には73%になっている。わずかと言えばわずかですが、賃金が同じ水準であっても可処分所得が下がっていることを意味しています。次に、「現物社会移転以外の社会給付」というのは年金などの受取ですが、これが収入の中でかなりのウェイトを占めている。

つまり、賃金が増えなくても、賃金のコンポーネントは少なく、それよりもほかの成分が大きく、さらに社会負担も大きいので、賃金の増えが消費の増加に直結しにくい構造に変化していることが分かります。

以上を整理すると、近年は経済成長が0近傍で推移しているため、全国レベルでの経済動向の判断は難しく、統計データの限られている地域では

全国以上に解釈が難しくなっている。

全国レベルの経済動向が解釈しにくい背景には、高齢化に伴う無業世帯の増加、高齢者消費のウェイトの増加などによって、消費構造や所得構造が変化していることが影響していると考えられます。特に地方では大都市に比べて高齢化が進んでいますから、地方の統計整備に当たってはこのような事情を十分考慮し、従来以上に所得・消費の把握に重点を置く必要があると考えています。

地域統計整備の現状は、地域の社会・経済の構造を表す統計は一定程度整備されているけれども、カレントな経済動向を示す、信頼性の高い統計指標は極めて少ないのが現状です。

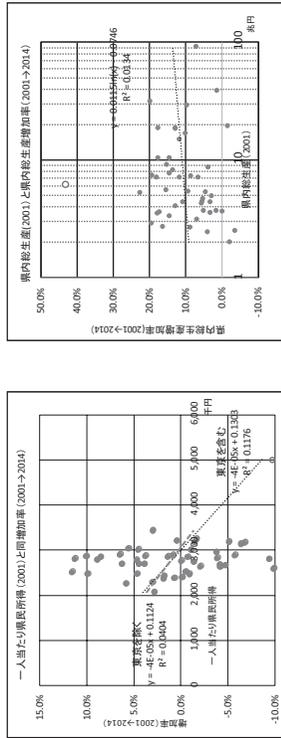
国の統計の中では、センサスについては詳細なレベルでも利用可能ですが、統計の頻度は少ない。標本調査については、タイムリーなデータは得られるものの、精度に制約があり、全国・地方レベルの結果が中心で、都道府県レベル以下の結果が利用できるものは少ない。県民経済計算はデータがあまりに遅く、利用可能なデータ項目が少な過ぎて、分析するのに物足りない。有望なのは、例えば職業安定業務統計のような業務統計であり、これらは標本誤差の問題もなく、速報性も高くなりうるので、地域別結果が利用可能で、今後の地方統計の活路だろうと考えられます。

今後の方向としては、都道府県及びそれ以下のレベルでの統計整備においては、国の統計体系を単純に地域に置き換えるのではなく、地域に適した統計の体系をつくっていく必要がある。そのため、センサス、標本調査に頼るのではなく、国及び自治体の所管する行政情報をうまく活用して有効な業務統計を作成する。そのために、社会・経済の指標として有用な情報源をこれから発掘していくことが必要で、もう少し具体的なことを入れて最終的にはまとめたいと考えています。

以上で私からの発表は終わります。

2. 最近の地域格差の動向－「東京一極集中」の実態

県内総生産からは「東京一極集中」の傾向は読み取れない。

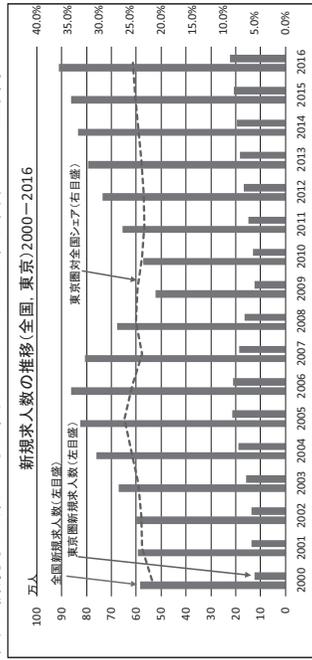


資料：内閣府「県民経済計算」

資料1

2. 最近の地域格差の動向－「東京一極集中」の実態

東京圏の新規求人人数の対全国シェアは2011年以降、やや上昇。

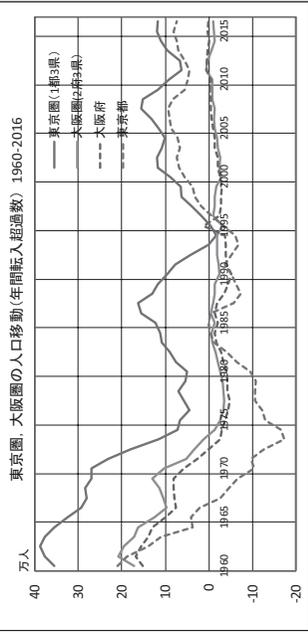


資料：厚生労働省「職業安定業務統計」

資料3

2. 最近の地域格差の動向－「東京一極集中」の実態

東京圏への人口流入超過は続いている。(2000年以降、187万人の流入超過)



資料：総務省統計局「住民基本台帳人口移動報告」

資料2

3. 全国の経済動向の分析と解釈

雇用が堅調であっても、消費は期待ほどには上昇していない。

→ 経済の先行きの読みにくさ
地域経済の低迷感、全国的に
景気改善が実感できないことを反
映している可能性が高い。

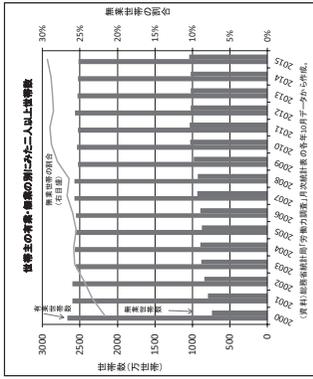
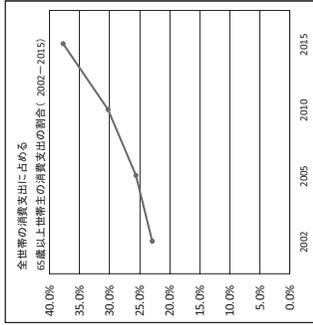
→ 全国の経済動向をより丁寧に
分析・解釈することが必要。



資料4

3. 全国の経済動向の分析と解釈

世帯の高齢化の進展は、消費・所得に大きな影響を与えている。



資料：総務省統計局「家計調査」
 (注)総世帯の消費支出に占める、世帯主65歳以上の世帯の消費支出の割合を算出した。専業主婦、二人以上世帯を含む「総世帯」の値である。

資料：総務省統計局「労働力調査」

3. 全国の経済動向の分析と解釈

所得に占める賃金・雑給のウエイトは低下、社会給付の受取は増加。

	金額(10億円)					可処分所得に対する構成比(%)				
	2000	2005	2010	2014	2014	2000	2005	2010	2014	2014
可処分所得(純)	300,717	290,004	287,498	288,533	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
賃金・雑給	230,072	217,342	206,061	210,663	76.5%	74.9%	71.7%	73.0%	73.0%	73.0%
営業余剰・混合所得(純)	41,541	39,253	37,802	37,181	13.8%	13.5%	13.1%	12.9%	12.9%	12.9%
財産所得(純受取)	23,689	20,638	21,200	24,588	7.9%	7.1%	7.4%	8.5%	8.5%	8.5%
現物社会給付以外の社会給付(受取)	64,800	69,570	80,205	82,861	21.5%	24.0%	27.9%	28.7%	28.7%	28.7%
社会負担(純) (扣除)	-27,532	-28,701	-30,444	-34,357	-9.2%	-9.9%	-10.6%	-11.9%	-11.9%	-11.9%
その他の経常移転(純受取)(扣除)	-3,886	-3,326	-2,401	-4,078	-1.3%	-1.1%	-0.8%	-1.4%	-1.4%	-1.4%
所得・富等に課される経常税(支払)(扣除)	-27,968	-24,632	-24,925	-28,323	-9.3%	-8.5%	-8.7%	-9.8%	-9.8%	-9.8%

(注)「国民経済計算の「雇所得報告」は、雇用者が直接受取らない「雇主の社会負担」が含まれるため、ここでは、それを除いた「賃金・雑給」に算出した。

賃金の上昇が消費の増加に直結しにくい構造に変化。

資料6

資料5

「地域における証拠に基づく政策判断とその課題 ～県民所得と『豊かさ』指標～」

日本大学経済学部教授 小巻 泰之

国の政策判断及び決定においてEvidence Based Policy Makingの必要性がしてきされています。こうした対応は地域の自治体においても必要と考えられ、本報告では県民所得だけでなく、これを補える指標として豊かさ指標を取り上げます。豊かさ指標はこれまでも批判の多い統計です。しかし、地域の自治体にとって地域が豊かであるかどうかは大きな政策課題であり、豊かさ指標を地域の指標として活用できないかと考え、検討しました。

最初に、国ベースで、一人当たりGDPと幸福度を比較したものが（資料1）にある図表です。生活満足度は内閣府の「国民生活選好度」調査によるものですが、1981年を1として見ていくと、一人当たりGDPが1.8倍程度まで伸びているのに対して、満足度はほとんど上がっていません。両者の乖離が非常に大きい状況です。こうした状況は、経済産業省の若手が出した「不安な個人、立ちすくむ国家」でも指摘されていることで、経済のパフォーマンスが国民の豊かさに直結していないことを示しています。

豊かさ指標はこれまでの実態を表していないと批判されてきたことがあります。こうした中で民主党政権へ政権交代があった時に、「ダムから人へ」が代表されるように人々の豊かさの改善状況は政策目標とされ、豊かさ指標の開発が国だけでなく多くの地域で開発されていました。しかし、作成はかなり難しいこともわかってきました。当時、「豊かな国ブータン」とよく引き合いに出されましたが、そもそも「豊かさ」自体が主観的な尺度であり、また観測できない変数です。したがって、豊かさを測る指標として、何を選ぶかによって結果も異なり、恣意性が入り込む余地があります。また、経年比較や国際比較は困難です。

（資料2、資料3）本当にブータンは幸せなのでしょうか。ブータンでは国民の9割が幸せとの統計結果があります。ここでは、ブータン及び日本について、同じ年（2010年）に調査された豊かさの指標があり、同じような基準で10段階調査され

た数値を比較すると、幸せ度で5番目以上の場合には日本85.4、ブータン91.1と確かにブータンの方が高いです。しかし、基準を6番目以降とするとブータン66.2、日本66.0と両国の幸せ度は大差がないことがわかります。本当にブータンが幸せなのかどうか分からない状況です。

そもそも国ベースで「豊かさ」を定義すること自体が無理ではないでしょうか。GDPベースならば国際比較可能な統計ですので、数字の水準で比較することができますが、それが当該の国民の豊かさの度合いを測ることはできません。

ちなみに「ブータンでは9割が幸せだ」というのは、幸せを3段階で測っています。ベリーハッピー45%、ハッピー52%、ノットベリーハッピー3%の3段階でベリーハッピー45%、ハッピー52%を合わせて97%と、国民の大多数がハッピーだとされています。これで本当にブータンが幸せと言えるのでしょうか。あるいは、日本人がブータンに行くと幸せに感じることができるのでしょうか。逆に、ブータンの人が日本に来て幸せに感じるのかさえも分かりません。このように、豊かさ指標は作成が難しい指標です。その結果、民主党政権崩壊と同時に国ベースの豊かさ指標はつくられませんでした。

（資料4）他方、民主党政権下では多くの自治体で豊かさ指標がつけられ、京都府、兵庫県、三重県、山梨県などでは、現時点（2017年7月時点）でも一部地域は継続して作成されています。国ベースでは作成が難しい統計ですが、豊かさの指標は地域では使えるのではないかと考えています。

他方、豊かさ指標はGDPなど足元の動きをみる統計の代替指標として利用できないかとも考えています。というのも、都道府県庁の統計部局に面談調査したところ、多くの統計部局で県民経済計算を利用するのは公表時期の問題などから難しいですが、かといって追加的に何か新しい指標を作成することはできないという組織がほとんどでした。たとえば、長崎県などは、利用者の利用が少ない統計などは廃止を含めて検討したいとのこと。また、ローテーション人事の弊害もあります。岡山県のように、人事ローテーションの一環で、一旦、統計部局へ異動することがあれば、その後は統計関連部局に戻ることはほとんどとな

いとのことです。また、県民経済計算などについては、国がガイドラインをもとに作成を指導しているものの、地域の人員不足から作成がかなり厳しい状況にあり、まして専門家がいない状況にあります。また、専門家を育てられる環境にもない地域も多く見られます。

とはいえ、そもそも自治体は国と違って、目に見えている住民を意識しながら、きめ細かい住民福祉の向上を図る、その意味でも住民の幸福度を継続的に把握することは重要と考え、豊かさ指標を作成し続けている地域もあります。

そこで、ここでは沖縄県「県民意識調査」をもとに、沖縄県の状況について同調査は活用可能かについて検討しようと思います。

沖縄県の場合、県内でも地域間格差があります。北部、中部、南部、そして沖縄県でみて離島と言われる八重山、宮古ではそれぞれ経済的な格差が明確に存在している。それは歴史的な経緯もあるようです。

(資料5) 沖縄県では本土復帰以来、3年から4年ぐらいの間隔で、2016年までに9回の調査を継続的にやっています。2012年の8回目と2016年の9回目では、「あなたは幸せだと感じていますか」と、「幸せ」を直接に聞くことも始めています。それ以前からは、「極めてよい」「よい」「普通」「悪い」「極めて悪い」と、生活状態の意識を聞いています。

この「生活状態の意識」のデータをもとに、沖縄の人たちはどのようなときに幸せを感じるのか調べてみました。まず、所得が高い人ほど幸せを感じる割合が多くなります。これは分かりやすい。次に、若い人ほど幸せを感じる割合は大きくなります。この調査は15歳以上、74歳未満を対象にしていますが、10代が一番高く、60代が一番低くなっています。さらに、地域での人の結びつきが強いほど、幸せを感じるものが伺えます。こうした状況を定量的に確認してみましょう。

ここでは、「所得」「年齢構成」「人々の結びつき」を代理変数も含めてパネルデータを作成しま

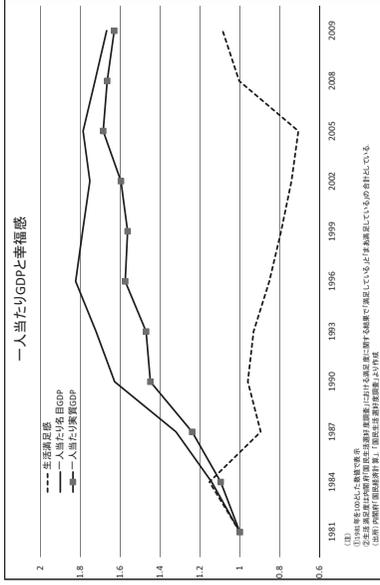
した。所得変数は地区内に含まれる市町村民所得のデータを足し上げて作成しました。年齢構成は各地域の総人口に占める、若年、中年、高年、中核層、高齢者層など年齢階層毎の人口割合を用いています。また、人々の結びつきは県外転入者比率を用いています。こうしたデータを地域別（北部、中部、那覇市、南部、宮古、八重山）に6地域、8年分のデータで、観測数48のパネルデータです。また、被説明変数として「生活状態の意識」のデータを用いています。具体的には、「極めてよい」「よい」の合計を「よい」、「極めて悪い」「悪い」の合計を「悪い」としています。

実証分析の結果、「良い」「悪い」は期待された通り、非対称な結果が得られました。所得がプラスであればよいと感じるし、歳をとるとあまり幸せと感じない。県外からの転入者については、転入者の増加が県内の生活状況を改善させる方向に働いている様子が伺えます。沖縄県では転入者の増加は労働力であり消費者として、地域の豊かさに反映されているとみられます。

以上をまとめると、豊かさ指標は地域の「所得」の代理変数であり、地域の住民の満足度を示す指標として使うことが可能ではないかと考えられます。確かに、「豊かさ」の測り方は難しいといえます。しかし、「自然に囲まれてゆっくり暮らす」とか、その地域の個性に合った指標を選んで、それを政策的に位置づけられるのであれば、それはその地域の「豊かさ」指標として使えるのではないのでしょうか。先ほどの川崎先生のご報告の中で「地域が独自に」という言葉を強調されましたけれども、その中には「豊かさの指標」もあり得るのではないかと思います。

今後の課題としては、さらに過疎化が進む中で、地域の状況どのような形で動いていくのか実地調査をしていくことではないかと思っています。その中で地域にとって何が有益な指標なのか、それを情報としてどのように吸い上げていくべきなのか。特に衰退していく地域の状況について調べていこうかなと思っています。

- 経済産業省(2017)「不安な個人、立ちすくむ国家」での指摘
- 確かに、経済の基本的なパフォーマンスが悪いと、多くの国民が幸福とは感じない可能性大
- GDPの成長では、個人の満足が必ずしも達成されていない



そもそも、豊かさの測定はかなり困難 (2)

2. 国ベースの調査(国が豊かさを定義)は、地域環境の相違から、全ての地域

一致しているとは限らない。国が「どんな状態が豊か」を決めることになる

(例)人口流が20年前から始まっている秋田県、鳥取県、高知県
本土復帰の関係から異なった経済・社会環境にある沖縄県

3. 指標作成上の問題点

- 総合化する場合のウエイト→内閣府「選好度調査」での重要度を利用
- 選択肢の数: 直近10段階、でも10段階を超えての幸せは？

(例)Population and Housing Census of Bhutan 2005 では3段階

(Very Happy45%, Happy52%, Not very happy3%)

- 一人当たり指標は、大都市圏は過小評価

地域における証拠に基づく政策判断とその課題
～県民所得と「豊かさ」指標～

小巻泰之
7 July 2017

そもそも、豊かさの測定はかなり困難 (1)

1. 豊かさは一義的に定義できない。価値観は多様化・流動化する

• 「豊かさ」は主観的な尺度、もともと不観測な変数

• 採用系列に恣意性が入り込み余地がある

• 経年比較、国際比較は困難

(例)豊かさ指標での採用系列

観測可能な変数: 保険・福祉施設、公園の面積、カラオケボックス数

不観測な変数: 「労働時間を短縮してゆとりある生活ができる」

(例)幸せの国プータン(ブータン人)は、プータン(日本人)に行っても嬉しくないのでは...

→でも日本人(プータン人)は、プータン(日本人)に行っても嬉しくないのでは...

国	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	幸福以上	幸福以上
プータン	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
日本	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

「自治体の住宅政策に関する調査研究」

麗澤大学経済学部特任教授 太田 秀也

私からは、自治体が地域の住宅政策にどう取り組むのかということについて、調査結果を発表させていただきます。

平成18年に住生活基本法ができて、市場重視、ストック重視、自治体の役割重視になっていますが、自治体独自の政策はあまりないのが現状です。自治体の住宅政策は戦後どのように転換してきたのか振り返りますと、1970年代、高度成長期に、東京から人口が流出して、埼玉などに住宅がたくさんできたために、当時は供給調整の動きがありました。その後、「豊かな住宅供給」ということで、HOPE計画、地域の実情に応じた木材を使うとか、いろいろな政策が展開されました。80年代になって地価高騰で都心から人が流出する中では、東京都の特別区に住宅を附置する義務付けなど、都心の居住政策を進めてきた。昔は独自の政策が一定程度行われていたということです。

1995年に都市住宅学会が調査研究をしています。この時点でも公営住宅施策が中心で、市町村で見ても6割を占めています。それが今どうなっているか、自治体へのアンケート調査を行ないました。4割ぐらいの回答がありまして、その回答のあった自治体に追加調査をしています。2次調査は1次調査で回答のあったところですので、当然回答率は高くなっています。

2回の調査の概要ですが、まずどんな政策を講じているのか。「重点を置いている施策」と聞くと客観性がないと思いましたが、「業務量が多い」政策を5番目まで挙げてもらうことで調査しました。やはり今でも「公営住宅施策」が多く、8割以上の自治体で第一番の施策になっています。政令市、特別区でもあまり変わりなくて、「耐震化の促進」「空き家対策」「定住促進」などもありますが、圧倒的に「公営住宅施策」が多く、住宅政策は全般的にあまり変わっていないことが分かりました。

独自の住宅施策を挙げてもらいますと、回答に占める割合は政令市、特別区は3分の2とか半分と

かありますが、その他市町村では3割程度で少ないという状況です。政策内容で見ると、「定住促進」「リフォーム」などがあります。空き家については、国の補助金とか法律があるのでそれに基づいてやっていますが、定住促進については直接の国の施策はないので、独自の施策を講じている。「リフォーム」は、国の施策でバリアフリーとか省エネとかのリフォームはありますが、ホームページなどで内容を調べると、地元の業者に限定して工事を受注させるとか、地元産業振興的な業務促進施策をとっているところが多い。

施策を行なう契機については選択肢形式で、資料の①②は国の施策を実施した、③から⑦は自治体内部のニーズとか首長の指示、⑧はほかの自治体の取り組みを参考にしたという状況です。

主要な5施策で見たとき、「耐震化施策」というのは、耐震化の法律とか補助金とか、国の施策に基づき実施している施策が多い。「高齢者施策」も、高齢者居住安定法などがある。「定住促進」とか「リフォーム」は、国の施策というよりは、自治体の独自施策の割合が多い。「空き家」は、国の施策もあるけれども、自治体の施策もある。実際の施策のほうが先行して取り組まれて、その後で空き家法ができたという、そのあたりの影響もあるのかなと思います。

自治体の住策施策の体制について、住宅施策担当職員と専属職員で見ますと、町村では3分の2で専属職員がいない。部局で見ても、主要な施策である公営住宅は、建設はいまま少なくなっているの、管財とか総務、福祉などの部局がその一環で住宅施策をやっている。公営住宅にかかりっきりで、専属の職員もいないし、独自の施策を講じる余地は町村では少ないという状況です。

住宅施策への住民のニーズは基本的に変わらないので、国が先導して施策を示しながら、町村における取組みを促進することは引き続き必要と考えています。今年改正された「住宅セーフティネット法」も町村が講じることになっていますので、その動向も注視していくことが必要と思っています。

以上です。

自治体の住宅施策に関する調査研究 〔抄〕

太田秀也

1

2. 調査の方法

① 第一次調査

- 全自治体へのアンケート調査(2015年7月)
- 調査方法: 郵送で調査票を配布、記入方式で返信用封筒にて回答
- 調査内容
 - ①自治体の住宅施策担当部署等の体制
 - ②自治体において講じている主要な住宅施策
〔業務量が多い順に上位5施策〕
 - ③自治体において講じている補助施策等

② 第二次調査

- 第一次調査回答自治体への追加アンケート調査(2015年10月)
- 調査方法: 第一次調査と同じ
- 調査内容
 - ・調査票とされたら施策を行うようになった契機・理由

<調査状況>

<自治体>	第一次調査		第二次調査	
	回答数	回収率	回答数	回収率
市区 (813)	396	48.7%	248	62.6%
政令市 (20)	15	75.0%	9	60.0%
特別区 (23)	17	73.9%	11	64.7%
他の市 (770)	364	47.3%	228	62.6%
町村 (928)	355	38.3%	192	54.1%
計 (1741)	751	43.1%	440	58.6%

※第二次調査の回答数 / 第一次調査の回答数

2

3. 調査結果の概要

(1) 講じている主要な住宅施策

業務量が1番目に多い施策として公営住宅施策をあげる自治体が全自治体の8割超あり、各自治体区分でみても、7~8割を占める。

<業務量が一番多い施策>

施策	自治体数				
	全体 n/716	政令市 n/12	特別区 n/15	その他市 n/346	町村 n/343
公営住宅施策	601 (83.9%)	10 (83.3%)	11 (73.3%)	295 (85.3%)	285 (83.1%)
新築化促進	43 (6.0%)	2 (16.7%)	1 (6.7%)	22 (6.4%)	18 (5.2%)
空き家施策	26 (3.6%)	0	0	14 (4.0%)	12 (3.5%)
定住促進施策	18 (2.5%)	0	0	3 (0.9%)	15 (4.4%)
リフォーム促進	7 (1.0%)	0	0	2 (0.6%)	5 (1.5%)

3

(2) 自治体における独自の住宅施策

- ・独自施策を講じている市区町村は、全体として3割程度と、あまり多くない。特に、その他市・町村では少ない。
- ・講じられている施策は、定住促進施策、リフォーム施策が多い。

<独自施策を講じていると市区町村>

市区町村全体 n=751 (67.1)	自治体区分別			
	政令市 n=15 (6.0)	特別区 n=17 (9)	その他市 n=364 (47.1)	町村 n=355 (47.1)
(32.5)	(66.7)	(47.1)	(32.7)	(30.1)

<講じられている施策の内容> (%)

施策	自治体区分別			
	全体 n=358	政令市 n=13	特別区 n=17	その他 n=178
定住促進	31.2	27.3	27.9	36.2
リフォーム	31.0	30.4	28.9	33.7
空き家対策	12.3	6.1	16.5	8.7
住宅取得支援	7.5	3.0	5.7	10.7
マンション管理支援	2.8	21.2	1.7	0
増え続ける自治体職員住宅	2.8	0	2.8	3.4
自治体職員住宅	2.0	0	1.7	2.7
まちなか居住支援	1.4	0	2.8	0
その他	9.0	12.1	11.9	4.7

4

(3) 施策を行うようになった契機

- ①国(又は都道府県)の制度・助成があったから
- ②国(又は都道府県)において検討されていたから
- ③自治体の全般的課題の一環として住宅施策に関しても取組みの必要があったから
- ④調査(住宅・土地統計調査等)の結果から必要と判断したから
- ⑤問題・課題が真体(に発生していたから(あるいは今後発生すると考えられたから))
- ⑥住民等の要望・苦情等があったから
- ⑦首長の指示があったから
- ⑧他の自治体の取組みを参考に必要と判断したから
- ⑨その他

- ・高齢化促進施策、空き家施策、高齢者居住施策など、国の取組みを契機に講じられている施策が多い。
- ・定住促進施策、リフォーム促進施策では、自治体の独自の発意で行われている傾向が見られる。

<主要な5施策を行うようになった契機>

契機	高齢化促進 施策 n=334	空き家施策 n=289	定住促進施 策 n=235	リフォーム 促進施策 n=213	高齢者居住 施策 n=126
①	57.5%	13.5%	9.8%	19.7%	29.4%
②	15.0%	16.3%	3.4%	1.9%	7.9%
③	17.4%	25.6%	52.3%	37.1%	38.9%
④	1.2%	0.7%	1.7%	0.9%	1.6%
⑤	6.6%	25.3%	12.8%	3.3%	11.1%
⑥	0.3%	11.8%	1.3%	13.1%	7.1%
⑦	0.0%	2.1%	10.6%	5.2%	0.0%
⑧	1.2%	2.8%	5.5%	11.7%	0.8%
⑨	0.9%	2.1%	2.6%	7.0%	3.2%

6

(4) 体制(住宅施策担当職員数等)

住宅施策を担当する職員数(平均)は、自治体の種類毎に大きく異なり、特に、町村においては、担当職員が少ない上に、専属の職員が一人もいない自治体が約3分の2を占めている。

	住宅施策 担当職員 数(平均)	住宅施策 専属職員 数(平均)	専属職員 がいない 自治体数
市区 (n=383)	10.0	6.9	95
政令市 (n=14)	54.6	50.6	1
特別区 (n=15)	19.9	16.2	0
他の市 (n=354)	7.9	4.8	94
町村 (n=351)	3.3	0.6	226

7

3. まとめ

- ・自治体における住宅施策は、依然として、公営住宅施策が圧倒的にメインな施策である。
 - ・自治体における独自施策としては、定住促進施策、リフォーム施策が割合としては多く講じられているが、全体的に、独自施策を講じている市区町村はあまり多くない。
 - ・耐震改修促進施策等、国の取組みを契機に行われている施策が多く、自治体の住宅施策において国の取組みが影響を与えている状況が見とれる。
 - ・町村においては、住宅施策を推進する人的体制が弱い様子が見受けられる。
- ↓
- 町村を中心に、今後とも、国において、必要な法制度、補助制度等の枠組みを構築し、自治体における住宅施策の取組みを促進する必要性は依然高いと考えられる。

8

「地域ブランド競争構造の基礎的分析」

筑波大学大学院ビジネス科学研究科准教授
伴 正隆

私はモデルをつくることに基本的な関心があるので、地域間の競争構造を把握するためのモデルをつくることを最終目標とし、そのための基礎的分析が今回の研究の目的になります。

背景としては、人口減少社会にどう対応するかということで、地域振興、地方創生事業がいろいろなされており、その政策パッケージの一つに「観光地域づくり」があります。それをマーケティングの視点から考えたときに「地域ブランド論」が日本では2009年ごろから出てきました。

地域活性化のために、その地域の観光資源を活用して、お土産を売るだけでなく、なんとかその地域に来てもらいたい。その地域の住民と交流し、そこに住みたいと思う人を増やしたい。そういうところに主眼を置いて論じられているものですが、それは当然、観光地域間の競争を生むことになります。その競争激化を防ぐためには、独自の観光資源を活かし、差別化していくことが大事であって、それをするための基盤として競争構造の把握が必要だと考えました。

(資料1) 先行研究としては、その地域の経済情報をまとめたRESASというものがあって、その中の「観光マップ」というセグメントを見ると、ここには民間企業が収集している様々な情報が扱われています。

たとえばソフトバンク社関連のagoop社「流動人口データ」というのは、携帯電話のGPSの情報を使って、ある地域に2時間以上滞在した人がどこから来たか、2時間以上いた人がどれくらいいて、夜間人口と比較してどれくらい増えているかなどが分かります。

ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」では、その観光施設がインターネット自社サイトでどのくらい検索されたか、どこの地域に住んでいる人が検索したかなどがまとめられています。

下の二つは訪日外国人の統計で、日本政府観光局からは「訪日外客数」が発表されています。またNTTドコモ「モバイル空間統計」では、携帯電話のローミングデータを使って、海外の携帯電話

会社のものが日本でどのくらい使われているか。それによって、ある地域の外国人滞在状況を出身国別に表示することもしています。

ただ、ここで使われているのは、どう動いたか、どこにとどまったか、何を検索したかという、基本的には行動データです。しかし、行動だけでなく、人間の心理やイメージ、さらにもっと多様なデータを使っていくべきではないかと考えています。

(資料2) ここで、マーケティングの分野で競争構造分析というと、代表的なものでは消費者の知覚評価(イメージ)によるものがあります。アンケートなどの調査で、かわいいと思うかとか、おいしいと思うかとか、イメージの細かい要素について尋ね、因子分析や主成分分析にかける。あるいは、AとBはどれくらい似ているかとか、AとBの似ているのは何かなど、対象間の類似度を測定して、多次元尺度構成法で主体間の関係を見てみるものがあります。

あるいは価格に注目して、Aの製品を値引きしたとき、ほかのどのブランドの需要が変化するかという、価格競争の視点から見た競争構造分析もあります。

購買行動による分析は、通常の買い物の場合、レジで何を買ったか、ID付きPOSデータで見て、これまでAの製品を買っていた人がBを買ったとか、ブランドスイッチで把握する方法や、耐久財のようなものの場合、一番欲しいものは何か、それがなければ何を買うかという、強制的ブランドスイッチでライバル関係を把握する方法があります。あるいは容易に場所を動かせない店舗や地域ブランドの場合は、立地分析や商圈分析がよく使われます。

(資料3) 地域イメージの先行研究としては、デステイネーションイメージ研究がたくさんあります。一口にイメージといっても、心理学の観点なども入ってきて、いろいろな分類があります。たとえば個別要素的なイメージと、全体としてどうかという全体的イメージという分類もありますし、認知と感情という分類もあります。認知というのは、この製品は機能的だと思うとか、主観的な知識に関するイメージ。それに対して、かわいいとか、漠然とした情緒に関するようなものが感情イメージです。

(資料4) デスティネーション間の競合関係についての先行研究はあまりなく、Pike (2009) のデスティネーション・ブランドのポジショニング分析があります。これはオーストラリアのブリスベン居住者に対して、東海岸のゴールドコースト、サンシャインコーストなどと西海岸のコーラルコーストと、五つのイメージを尋ね、海岸同士の競合関係、イメージの類似性を見つけようとしたものです。

今回は競争構造分析モデル開発の基礎分析として、いろいろな視点から収集したデータを用いて競争構造分析を行なう。それらをまとめ上げて競争構造が把握できれば意思決定に役立つのではないか。たとえばイメージでは競合関係が出たけれども、実際の行動では競争になっていないとか、そういうことも多々あり得るので、さらにいろいろな情報を総合して競争構造を把握していきたいと考えています。

データ収集ではインターネットアンケートを使用しました。配信数 3,920で、回答数 840。その中から9カ所以上の温泉地に対して何らかのイメージを持っている人だけ選ぶと109人になりました。また、首都圏に住んでいる人をターゲットに、彼らが行けるような温泉地を対象にしました。

(資料5) 「全国主要温泉地の魅力度調査」という本の中から、草津、伊香保など、専門家がよいと評価したところを上から順に選びました。回答者の少ない8の白骨、9の上諏訪は除外して、全部で9カ所を対象としています。

アンケート項目は、まず各温泉地に対するイメージがあるかないか。訪問回数、各温泉地間の類似性、好きかどうかという選好度、訪問の動機。そして模擬選択というのは、たとえば泊3日で行くとしたらどこへ行きますかという、行動意図を尋ねています。さらに回答者の居住地の郵便番号を聞いて、その温泉地と居住地との距離を測ったりもしています。

(資料6) 温泉観光地のイメージ項目としては、ブレ調査ができればよかったのですが、それはできなくて、先行研究から20項目を聞いています。

(資料2ページ左下) 分析結果を見ると、「温泉が楽しめる」は草津、伊香保などが上位に来ていますし、箱根は「買い物を楽しめる」「自然景観が楽しめる」「歴史的建造物などが楽しめる」な

ど、全体的に直感に合ったようなデータが得られました。

(資料7) 主成分分析は主成分三つぐらいまでで85%ぐらいという状況ですが、(資料8) 主成分三つをそれぞれ解釈しますと、PC1は「いつも利用する」とか「買い物が楽しめる」とかで、利用しやすい環境をとらえているのではないかと。PC2は「旅行代金が高い」「治安が悪い」、いずれもマイナスが出ていますが、そもそも観光地が備えていなければいけない基本評価項目が集まっているのかなと思います。PC3は「温泉が楽しめる」がマイナスで、温泉地としての魅力が3番目の主成分かなと解釈しています。

(資料9) 分析結果を知覚マップにしてみました。まずPC1とPC2、「利用しやすさ」と「観光の基本評価項目」という点では、箱根は「利用しやすさ」で最も評価が高く、「観光地としての基本評価項目」もそこそこ高い結果です。

これでどうやってライバル関係を見つめるのかというと、近いもの同士がライバルだろうと判断します。回答者のイメージとして近いところにあるということは、回答者が似たようなものとして見ているということですから、「熱海でなければ伊東でいいよね」というような解釈ができます。真ん中は那須と修善寺で、立地は遠いけれども、イメージとして近いところにあるという結果です。

このような状況を見れば、もし熱海と伊東が似ていて困るのであれば差別化しなければいけないし、立地が近いのだからお互いに協力してプロモーションをかけていくこともできるのかなと考えられます。

次に類似性に基づいた競争構造の分析です。アンケートは聞いたことしか答えてくれないけれども、イメージであればある程度柔軟に全体的なイメージとして答えてくれるのではないかとという期待もあって、「草津と似ている温泉地にチェックを入れてください」というデータの取り方をしています。本当は自分でアンケートの画面をつくらなければいけないし、一方答えたらもう一方は答えられないようにすることができればより厳密なんですけれども、それができない仕様でしたので、草津から見て伊香保は似ていると答えたいけれども、反対に伊香保から見て草津は似ていないと

答えたり、そういう非対称なことも起こり得るものになっています。それはそれで、似ているのを1として、非対称を0.5とするとか、平均値をとっても良いでしょうし、あるいは、非対称な類似性もあり得るのかなあという感じもしています。

(資料10) 今回は類似性を距離として、距離から座標に変換する多次元尺度構成法を使って、距離情報を座標に変換したのがこの図です。X軸とY軸をどう解釈するかが問題ですが、どういった対象がこの図の端に集まっているか、そこから見るしかなく、たとえばX軸では1と2がこちらにあって、6と7は反対側にあるから、さきほどのイメージでどこが大きく違うか見ていくと、どうも12番目の「公共交通機関」で、左に行けば不便で、右に行けば便利。伊東、熱海は行きやすいけれども、草津、伊香保は行きづらい、そういう状況が見てとれます。Y軸に関しては、1、2が下に来て、10的那須が上に来て、ここで大きく違うのは1番目の「温泉が楽しめる」で、下に行けば行くほど温泉が楽しめる。そうするとここでも、伊東・熱海、伊香保・草津はそれぞれ競合していることになります。

分析は以上ですが、まとめとしまして、首都圏からアクセスの多いであろう温泉地を取り上げて、マーケティングの視点から温泉地間競争構造を把握しました。同一回答者から複数内容での競合データを取得しました。この部分には問題があり、質問項目が多いから、正しく回答されてい

るかなという不安も少しあります。

基礎分析の結果としては、地域イメージ項目から主成分分析によって競争構造を把握しました。どちらもイメージに関するデータですけれども、使用データによって得られる競争構造は異なるということです。

では今後どうしていきべきかという話ですが、イメージというのは消費者の心理ですから、消費者行動論の観点から購買意思決定プロセスを考慮し、まずイメージがあって、その後で態度であるとか、好き嫌いという選好があって、やってみたいかどうか、行ってみたいかどうかという意図があって、最後に行動があるという階層構造を想定してモデル化できないかなと考えています。

それに適したモデルとしては、各種競合データを統合した競争構造モデル、Bayesian Factor Analysisあたりが有望ではないかと考えています。データがないところをどうやって埋めるかということも重要で、ジップコードを利用したデータと空間統計学の空間相関を活用して、データがないところでも推計できるようにする。

回答者も109人でひとまとめにしていますけれども、その中にもいろいろな知覚があって、違った競争構造があるのではないかと。そういうものを自動的に分類する方法としてはノンパラベイズによる回答者分類が挙げられ、今後こういったところに展開していけるかなと考えています。

以上です。

先行研究: RESAS (観光マップ)



- agoop社「流動人口データ」... 携帯電話GPS
→ある地域に2時間以上滞在した人が、どこから来たか
→2時間以上滞在の人口率
- ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」
→観光施設の検索回数と検索地
- 日本政府観光局「訪日外客数」
- NTTドコモ「モバイル空間統計」... 携帯電話ロケーティングデータ
→ある地域の外国人滞在状況を国別に表示

先行研究: 競争構造分析

- 消費者の知覚評価(イメージ)による評価
→イメージ要素: 因子分析, 主成分分析
→対象間の類似度: 多次元尺度構成法
- 交差価格弾力性
→Aの製品を値引きしたとき, 他どのブランドの
需要が変化するか
- 購買行動
→ブランドスイッチ (ID付きPOSデータ) AAABBBAAAC
→強制的ブランドスイッチ (実験室実験, 調査データ)
- モノ製品のようにには容易に場所を動かさせない対象の場合
- 立地, 商圏分析

先行研究: 地域イメージ

- Pike (2002) : Destination image研究のサーベイ
... "142 papers from 1973 to 2000"
→ Destination image の規定因
- Echtner, C. M. and J. R. B. Ritchie (1993) :
観光地イメージの, 個別要素的イメージと全体的イメージ
→ Baloglu, S. and McCleary, K. W. (1999) :
→ Beerli and Martin (2004) :
消費者の社会的属性, 旅行の動機, 認知的イメージ,
感情的イメージ, 全体的イメージ 間の関係
- Lin et al. (2007) : 認知的イメージ, 感情的イメージの
選好度への影響
- 大方 (2008) : ハワイの観光地イメージ測定

先行研究: Destination間の競合関係

- Pike (2009) : destination brandのポジョニング分析
→ "near-home" destinations として, オーストラリアの
沿岸観光地を取り上げ, イメージによる競争関係分析
東海岸 (Gold Coast, Sunshine Coast, Northern NSW, Fraser Coast)
西海岸 (Coral Coast)
- Brisbane居住者へのアンケート調査

目的

- 競争構造分析モデル開発の基礎分析として,
様々な情報をを用いた競争構造分析を行う。
→ イメージ要素, 類似性

データ収集

・分析対象候補地



- 1 草津(群馬県草津市)
- 2 伊香保(群馬県伊香保町)
- 3 湯河原(神奈川県湯河原町)
- 4 箱根(神奈川県箱根町)
- 5 修善寺(静岡県伊豆市)
- 6 伊東(静岡県伊東市)
- 7 熱海(静岡県熱海市)
- 8 白根(長野県松本市)
- 9 上諏訪(長野県諏訪市)
- 10 那須(栃木県那須町)
- 11 鬼怒川(栃木県日光市)

全国主要温泉地の魅力調査
-専門家アンケートと事例-(2003)
日経産業消費研究所(編集)



データ収集

・温泉観光地のイメージ項目:

大方(2008), Echtner and Ritchie (1993), Baloglu(1999), Beerli and Martin (2004), Lin(2007), Boo et al.(2009)

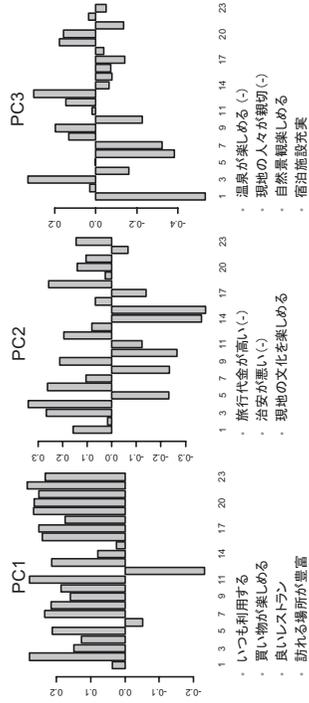
- 1 温泉が楽しめる
- 2 美しい物が楽しめる
- 3 自然景観が楽しめる
- 4 現地の文化(伝統工芸品、音楽、踊りなど)が楽しめる
- 5 現地の食べ物を楽しめる
- 6 現地の人々が親切でフレンドリーである
- 7 宿泊施設が充実している
- 8 季節が良い
- 9 歴史的建造物、遺跡などが楽しめる
- 10 ハー、クラブなどの娯楽が充実している
- 11 周辺も含めて道路が整備されている
- 12 現地までの公共交通機関が不便である
- 13 海浜である
- 14 治安が悪い
- 15 宿泊を伴う旅行代金が手頃である
- 16 お土産やサービスの値段が高い
- 17 お祭りやコンサートなどのイベントが豊富である
- 18 現地の習慣に触れる機会がある
- 19 良いレストランがある
- 20 訪れる場所が豊富である
- 21 この観光目的地を、私は休日に好んで選択する
- 22 私はこの観光目的地をいつも利用する
- 23 私はこの観光目的地を他の人に勧めたい

分析結果:主成分分析

主成分	Standard deviation	Proportion of Variance	Cumulative
PC1	3.411	0.506	0.506
PC2	2.292	0.228	0.734
PC3	1.648	0.118	0.852
PC4	1.366	0.081	0.933
PC5	0.909	0.036	0.969
PC6	0.568	0.014	0.983
PC7	0.489	0.011	0.994
PC8	0.367	0.006	1.000
PC9	0.000	0.000	1.000

※Rのprcomp()コマンド

分析結果:主成分分析



⇒ 利用しやすさ
アクセシビリティ

⇒ 観光の基本評価項目
(???)

⇒ 温泉地としての魅力

