

# 定期試験対策

## 第4回：基盤産業・非基盤産業（論述）

両者の関係を説明できるように

### 基盤産業

域外を主たる販売市場とした産業。一般的に農林漁業、鉱業、製造業、宿泊業、運輸業（特に水運）が該当。大都市では一部のサービス業もあてはまる。

### 非基盤産業

域内を主たる販売市場としている産業で、建設業、小売業、対個人サービス、公共的サービス、公務、金融保険業（支店、営業所）、不動産業などが該当。

### 両者の関係

基盤産業と非基盤産業の従業者はほぼ比例する

### 経済基盤説

地域外の市場における需要が地域経済の成長・衰退を規定するという考え方

### 移出・輸出産業

「移出」：国内他地域への販売

地域外からの需要に対応した産業

→基盤産業になりうる

### 域内産業

地域内の住民や域内に立地する企業からの需要に対応した産業

→非基盤産業

### 基盤産業が非基盤産業に与える影響

- 基盤産業の従業者数を  $L_B$ 、非基盤産業の従業者数を  $L_N$ 、地域内の総従業者数を  $L$  とすると  
 $L = L_B + L_N$ （式1）となる
- 基盤産業の従業者数  $L_B$  は、地域外の市場からの需要に左右されるので、従業者数は外生的（地域内の状況とは独立して）に決まる
- 非基盤産業の従業者数  $L_N$  は、地域内の需要に左右されるので、地域内の総従業者数  $L$  が多ければ、連動して多くなる
- 非基盤産業の従業者数  $L_N$  は、地域内の総従業者数  $L$  に対して一定割合  $a$ （ $a$  は1より小さく、地域によって異なる）であると仮定すると、非基盤産業の従業者数  $L_N$  は、  
 $L_N = aL$ （式2）と表せる
- 式2を式1に代入すると  
 $L = L_B + aL$ （式3）
- 右辺の  $aL$  を左辺に移項すると  
 $L - aL = L_B$ （式4）
- 左辺を  $L$  でくくると  
 $L(1 - a) = L_B$ （式5）
- 両辺を  $(1 - a)$  で割ると  
 $L(1 - a) \div (1 - a) = L_B \div (1 - a)$ （式6）
- 地域内の総従業者数  $L$  は、  
 $L = 1 \div (1 - a) \times L_B$ （式7）と表せる
- この式から、地域外からの需要が増加したことにより、基盤産業の従業者数が「 $\Delta L_B$ 人増加した」とすると、地域内の総従業者数が「 $\Delta L$ 人増加する」とわかる  
 $\Delta L = 1 \div (1 - a) \times \Delta L_B$ （式8）
- 「 $1 \div (1 - a)$ 」は「経済基盤乗数」と呼ばれる（ $> 1$ ）

地域外の市場からの需要が増加した結果、基盤産業の従業者数が「 $n$ 人増加」したとすると、地域の総従業者数は「 $n * \{1 \div (1 - a)\}$ 人増加」することになる（経済基盤乗数の倍数分だけ増加）

## 基盤産業と人口の関係

一般的には、労働者が「主たる家計支持者」（世帯の生計費を主に稼いでいる人）である場合、従業者が地域内に移動してくると、被扶養者である家族も移動してくることが多い

基盤産業が成長するとその産業の従業者が増える

1. 地域の総人口を増加させる
2. 地域内の財・サービス市場が拡大する
3. 非基盤産業の従業者が増える
4. さらなる人口増加を引き起こす

基盤産業の成長は、地域経済全体に及ぼす影響が大きい  
（衰退も同様 [人口減少をもたらす]）

## 第 4 回：特化係数（計算）

```
#calc.round((float(city) / float(japan)), digits: 2)
```

特化係数 = 市区町村の構成割合 / 日本全体の構成割合

## 第 6 回：商店街活性化の取り組み（論述）

まちゼミ、100 円商店街、パルの概要を説明できるように

まちゼミ（得する街のゼミナール）

2003 年 愛知県岡崎市でスタート。店主が講師となり、無料で参加者に専門的な知識・技術・コツ等を伝える少人数制のゼミ（材料等の実費負担あり）。

### ビデオ

- 2003 年開始
- 店主が講師となり、無料で参加者に専門的な知識・技術・コツ等を伝える少人数制のゼミ（材料等の実費負担あり）
- メリット
  - お客さんには満足
  - お店には新規顧客と売上
  - 街に賑わい
- 原則無料
- 講座中は販売を行わない
- チラシから興味のあるゼミを見つけて、電話で予約
- お客さんに新しい体験を
- お店に新しい顧客を

### 100円商店街

2004 年 山形県新庄市でスタート。商店街を 1 つの 100 円ショップに見立て、参加店舗が 100 円商品を店頭に並べる。

### ビデオ 1

- 山形県新庄市でスタート
- 商店街活性化事業
- お店に足を運ぶ
  - 魅力を見つけ、リピーターに
- 関西では最初、奈良県生駒市でスタート

- 地域の商業組織が一丸となって取り組む
- 各店穂が 100 円商品を選ぶ
- お店に関係がなくてもよい
- チラシ・ポスターで PR
- のぼりなどで一体感を出す
- 新規顧客獲得の機会
- 決まり
  - 店頭に 100 円商品を並べる
  - きちんと接客
    - お客さんに直に触れ合う
  - 店内で精算する
    - 店内の良さを見てもらう
    - 他の商品もついでに買ってもらえる
- 1 つでも多くのお店で開催して、盛り上げるのが大事

## ビデオ 2

- 魅力的な 100 円商品
  - 通常より安く、100 円にする
    - サイズや量を調節する
  - 100 円で売れる商品がない場合
    - 別に 100 円商品を用意する
    - お客さんが喜ぶ。嬉しいものを並べる
    - 出展するお店を増やすのが大事
- 接客して商品売る
- 商品の精算はお店の中です
- 次回の来店で使えるクーポンなどを用意して次の機会に繋げる
- のぼり、横断幕、ポップ、はっぴなどで盛り上げる
- 100 円商品について告知したチラシ、ポスターを用意して PR
- コストを抑えて、お客さんを呼べて、満足感のあるイベントにできるとなおよい
- お客さんに楽しんで喜んでもらえる

## バル（街バル）

2004 年 北海道函館市でスタート。5 枚綴りのチケットを販売。参加店舗のメニュー（ドリンク 1 杯&フード）が記載された地図を手に、好きなお店を 5 つ選び、はしご体験。各店の料金はチケット 1 枚だけ。スタンプ形式の場合もあり。

## ビデオ

- 2004 年 函館でスタート
- お店の「ハシゴ」食べ歩き、飲み歩きをしてもらイベント
- 手順
  - バルのチケット（5 枚綴り）を販売（前売り）
  - 各店のメニューを紹介したチラシから、目的のお店を探す
  - チケット 1 枚で料理とドリンクが楽しめる（x5 軒）
- お客さんは馴染みのないお店に行ける
- お店は新規顧客を獲得できる
- チケットが余った場合は、あとバルとして、チケットを金券として扱える

- 魅力
  - 当日だけでなく、リピーターでそのあとも盛り上がる
  - チラシの Map でお店を知ってもらうきっかけになる

## 取り組みの共通点

- 主たる目的は「新規顧客の獲得」（× 来街、◎ 来店）
  - 普段入りにくいお店を入りやすくして、お客様にお店の魅力を伝え、ファンをつくる
- この取組の中で儲けようとしていない
  - お店のファンができれば売上・利益は後からついてくる
- それほど多くのお金を必要としない
  - 従来の商店街イベントでは、会場費、設営費などが高額に
  - 個店は少額の負担で単独では不可能な集客が可能に
  - お金は必要なくても手間はかかることがある
- 「まち」にプラスの効果が生まれる
  - 役員だけでなく、若手の店主間にもつながり（連帯感）が生まれ、地域コミュニティの活性化・再生に寄与する
  - まちに人が回遊する（商店街の外にも波及あり？）

## 第 8 回:地域経済・産業活性化の取組（論述）

6 つの事例の概要を説明できるように

### 徳島県上勝町 「葉っぱビジネス」

#### <場所等>

- 徳島県勝浦郡上勝町
- 人口 1,380 名（2020 年 10 月 1 日現在）、老年人口比率 57.9%  
⇒ 過疎化と高齢化が進む町

#### <事業主体>

- 株式会社いろどり <https://www.irodori.co.jp/>

#### <事業内容等>

- 町内の至る所にある山の季節の葉、花、山菜等を和食の飾り「つまもの」として料亭などに販売
- 1986 年、当時農協職員だった横石知二氏（現・代表取締役社長）が取組に「彩（いろどり）」と名づけてスタート
- 「つまもの」の種類は 300 以上あり、一年を通して様々な葉っぱを出荷
- 商品が軽量で、高齢の女性を中心とする約 150 軒の農家が取り組む
- 株式会社いろどりが「上勝情報ネットワーク」を通じて受注などの情報を農家へ発信
- 農家はパソコンやタブレット端末で受注情報を見て、出荷できる「つまもの」を入力（早い者勝ち）
- 年商は約 2 億円（年間売上が 1000 万円を超える農家も）
- 各農家の売上順位が分かるシステムになっており、農家のやる気を刺激
- 高齢農家は、年金に加えて所得が得られるようになっただけでなく、畑や山を動き回ることによって足腰が強くなり、健康維持、寝たきり予防、認知症予防にもつながった
- 代表の横石氏は、農協や料亭などを巡り、流通ルートや顧客の開拓に励み、ニーズを掴み、売り先を広げて、ビジネスを発展させてきた

#### ビデオ 1

- はっぱを販売するビジネス
- つまものとして和食の飾りに
- 彩
- 注文が入ると、それぞれの農家の持つ端末（タブレット）に連絡
- 売上順位が見えて、他の人と競争できる

#### ビデオ 2

- 足元にある資源を見つける
- プロデューサー（横山）の存在
  - 他の人を導いていく存在

## 岡山県西粟倉村 「森の学校」

### <場所等>

- 岡山県英田郡西粟倉村
- 人口 1,398 名（2020 年 10 月 1 日現在）、老年人口比率 35.4%  
⇒ 過疎化と高齢化が進む町

### <取組の経緯>

- 村の 95%は森林で、そのうち 84%が人工林
- 高度成長期に、将来の子どもや孫のために一斉に植えられた杉・檜は、その後、林業が衰退し、過疎化が進むなかで間伐が行われなくなった
- 2008 年、村役場を中心として、この森林を立派な「百年の森林」に育て上げていく取組がスタート
- 森の再生を通じた地域経済の活性化を目的として、2009 年 10 月、地域の資源を価値にする企業が設立された

### <事業主体>

- 株式会社エーゼログループ 西粟倉森の学校  
<https://morinogakko.jp/>

### <事業内容等>

- 2010 年 10 月、人工林の間伐材の加工工場を設立し、原木の調達から製材、乾燥、加工、販売までの機能を担う
- 個人向け DIY 製品の開発や販売、住宅用の内装材や大型建築物の材料の供給などを行う
- 従業員数（木材事業部）22 名（2023 年 4 月現在、HP より）
- 2022 年 3 月、可能性発掘基地をテーマにした複合施設「BASE101% NISHIAWAKURA」を OPEN
  - ジビエや産直野菜たっぷりのランチを提供するレストラン
  - 自社栽培いちご、特産品を生かしたスイーツを提供するカフェ
  - 5 種類の完熟いちごを食べ比べできるいちご摘み体験
  - DIY 用アウトレット木材販売やオリジナル製品の展示販売
  - 村のクラフト作家や独自セレクトした商品の販売

### ビデオ 1

- 村の 93% が森林
  - 84%が昭和 30 年台に植えられた人工林
- 管理されなくなった森を村で買取、管理する
- 林業が廃れていたが、行政と民間が協力して、持続可能な形に再生
- 行政と民間の連携
  - 村の中のベンチャー企業が森の管理を行う
  - 34 社のベンチャー、180 人の雇用

### 森の学校

- 木材の加工をして、出荷を行う企業
- 加工によって付加価値を与える

## 兵庫県丹波篠山市 「篠山城下町ホテル NIPPONIA」

### <事業主体>

- 一般社団法人ノオト、株式会社 NOTE  
<https://nipponia.or.jp/>

### <事業内容等>

- 篠山城下町全体を「ひとつのホテル」に見立て、点在している築 100 年超の古民家の空家を、歴史性を尊重しながら客室・飲食店・店舗として再生し、篠山の文化や歴史を実感できる宿泊施設として、2015 年 10 月にオープン
- 地域の豊かな食材を使った創作フレンチ、既存の歴史施設・飲食店・店舗などと連携した歴史的城下町のまち歩きなど、「歴史あるまちに、とけこむように泊まる」ことをコンセプトとして、まち全体の利益が向上することを目指す
- 他地域にも展開中（32 地域 166 棟 227 室 [2024 年 6 月現在]）

参考資料③ー1

観光

活用自治体 兵庫県、徳島県

古民家等の歴史的建築物に関する旅館業法の適用除外

概要

規制緩和前

旅館業法により、宿泊施設一棟ごとに、フロントの設置が求められており、古民家らしさを活かした宿泊施設運営が難しかった

規制緩和後

一棟ごとのフロント設置義務を緩和し、フロントを集約することが可能となり、古民家の宿泊施設としての活用を後押し(平成26年3月～)

イメージ

丹波篠山市の古民家宿泊施設「NIPPONIA」

一棟ごとのフロント設置義務を緩和

定量的効果

令和元年度の宿泊者数

約2,850人

令和元年度の売上高

12,137万円

定量的効果の考え方:  
・ 宿泊者数と売上高に兵庫県(丹波篠山市)と徳島県(徳島市)の合計値。

関係者の声

高級な価格帯であっても、風情のある古民家に泊りたいというお客さんが増えている。今までとは異なる客層が地域にお金を落とすようになることができました。

自治体担当者

空き家が問題になっていましたが、古民家宿泊施設をきっかけに、空き家を利用したカフェ等がオープンしました。

規制緩和に向けた取組と流れ

背景

- 空き家化や老朽化が進み、維持できず失われる古民家が増える中で、日本の伝統文化、地域の風情を色濃く残す古民家を、宿泊施設として活用し、国内外の観光客の呼び込み、日本文化の発信などに役立てる動きが各地で活発化。
- しかし、各宿泊施設、すなわち古民家ごとのフロント設置義務などの規制が実現の障害に。

規制緩和に向けた検討

- 丹波篠山市では、自治体と古民家再生の実績を持つ事業者が中心となり、城下町エリアや集落に点在する複数の古民家を一つの宿泊施設に見立て、観光客が地域の文化や歴史を実感できる構想について、地域住民とともに協議。
- フロントの集約による経営効率化の効果や、宿泊客への緊急時対応などの安全対策、資金面の課題などについて検討。

規制緩和の内容

一棟ごとにフロントの設置を求める旅館業法の規制が、コスト面や、古民家らしさを活かしたサービス面で、古民家の宿泊施設化のハードルの一つに。

これを工夫!

- ビデオカメラの各棟への設置や、複数の古民家施設から緊急時に内線電話を受けるなど安全確保対策を実施。
- 事業の立ち上げに際し、ファンドや市の補助金の活用など、初期費用に係る資金調達を工夫。

成果

- 国内外からの観光客の増加、飲食や地場産品の販売など一体となった地域活性化の促進とともに、空き家問題の解消なども前進。
- 本特例措置については、平成30年6月に旅館業法施行令・施行規則が改正され、全国措置化。

資料：内閣府国家戦略特区ホームページ

ビデオ

- 古民家再生
- 当時の息遣いの残る家

大阪府東大阪市「SEKAI HOTEL」

<事業主体>

- SEKAI HOTEL 株式会社

<https://www.sekaihotel.jp/>

<事業内容等>

- 大阪市此花区西九条にある老朽空家をリノベーションして宿泊施設として 2017 年 6 月にオープン
- フロントや客室、飲食、大浴場などの機能をまち全体に分散させた”まちごとホテル”として運営
- 宿泊施設は、大阪市此花区西九条に 1 3 軒（現在、操業自粛中）、東大阪市布施に 7 軒、富山県高岡市に 1 軒
- 外国人観光客が求めている日本人の Ordinary（日常）を体感できる場を提供（西九条エリア）
- 近隣にある喫茶店での朝食や銭湯の利用券をサービス（近隣店舗の活性化にも貢献）

ビデオ

- シャッター商店街をホテルで活性化
- 商店街をまるごとホテルに
  - 空き店舗を改築
- ホテルの機能が街に分散
  - 飲食や銭湯など、それぞれの場所でお金を落とす
  - まち全体の活性化
- ホテルも街に溶け込む

岡山県倉敷市「児島ジーンズストリート」

<事業主体>

- 児島ジーンズストリート協同組合

<http://jeans-street.com/>

<事業内容等>

127.0.0.1:5500/14/14.html

6/7

- 児島地区は、明治時代から「繊維の町」として知られ、1960 年に国内で最初にジーンズ生産を手掛けたことで有名
- ジーンズの生産地であるが、ジーンズを購入できる店や観光できる場所がなかったため、2009 年に「児嶋ジーンズストリート構想」を策定
- 地元メーカーや児島商工会議所等で構成する協議会（後に協同組合）は、児島地区でかつて最も栄えていた味野商店街内の空き店舗に、ジーンズ関連などの 30 店舗以上を誘致し、「日本のジーンズの聖地」として売り出した

## ビデオ

- シャッター街となった商店街の再生
- 駅やバス、看板などの街に一体化する形でジーンズを売り出し、ブランド化

## 兵庫県豊岡市「カバンストリート」

### <事業主体>

- 鞆産業と宵田商店街  
<https://www.cabanst.com/>

### <事業内容等>

- 兵庫県豊岡市は、市内に 180 社以上の鞆関連の企業が立地し、国産鞆の約 7 割を製造する国内最大の生産地
- 2005 年 3 月、地場産業と商店街の活性化を目的として、鞆産業と宵田商店街が協力して「カバンストリート」が誕生
- 約 30 店舗が軒を連ね（うち 16 店舗が鞆関連 [新規出店もあり]）、豊岡の観光スポットの一つとなっている
- 2013 年 4 月、鞆に特化した拠点施設「Toyooka KABANArtisan Avenue」がオープン
- この施設内にある鞆の専門学校では、1 年間で、1 枚のラフスケッチから一人で 1 本の鞆を製造できる職人を養成

## ビデオ

- カバンの生産高日本 1
- たくさんのカバン屋さんが並ぶ商店街
- 地域全体で職人の育成する姿勢と学校