

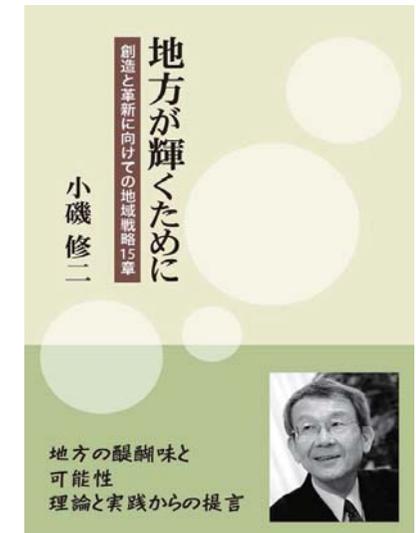
北海道が輝くために 人口減少下における地域戦略を考える

地域密着型金融に関するシンポジウム
2015年3月6日

北海道大学公共政策大学院特任教授
小磯修二

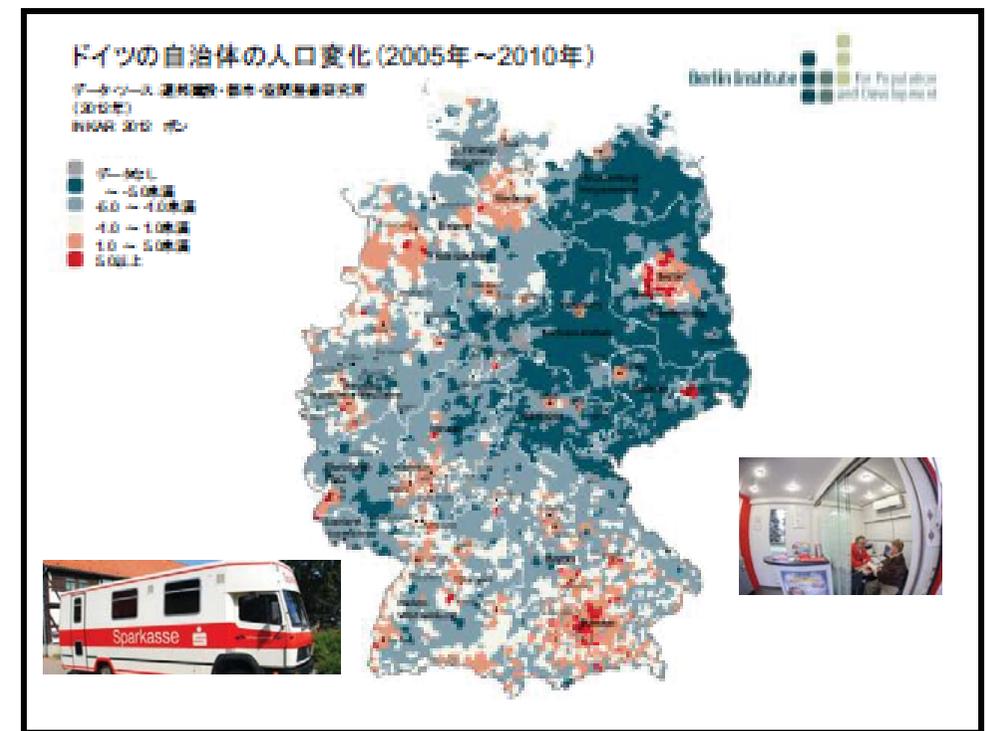
1 地方が輝くために

- 座標軸の中心を地方に
- 地方の醍醐味
- モチベーション(意欲)
の醸成



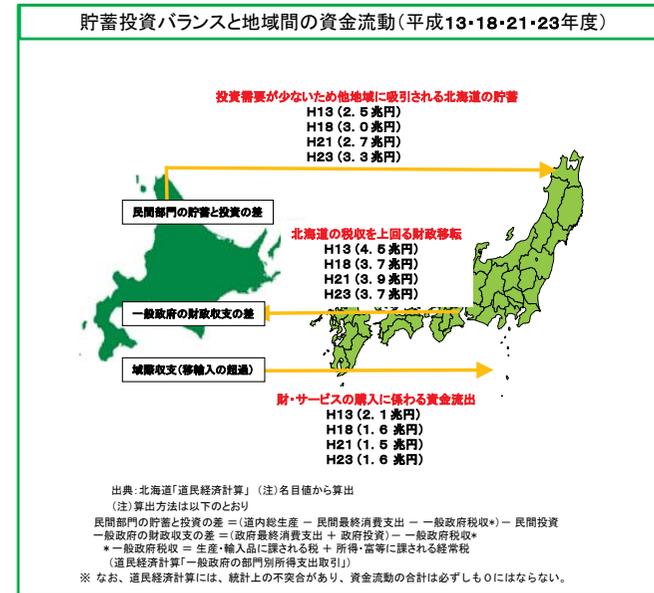
2 人口減少問題とは

- 「消滅」「限界」を超えた知恵と洞察力 恐いのは意欲の委縮、縮小の連鎖
- 地域の目指すものは 人口増は結果 いつの間にか目標に
- 目指すのは、快適な住み心地、充足・満足(定住意識)
- 支える所得、所得を支える雇用、雇用を支える産業
- 地域主体の産業・雇用政策の重要性
- 全体成長の幻想、システムからの脱却 「選択と集中」コンパクト論
- 行政サービス水準を引き下げることへの挑戦と市民との丁寧な会話
- 独の経験から



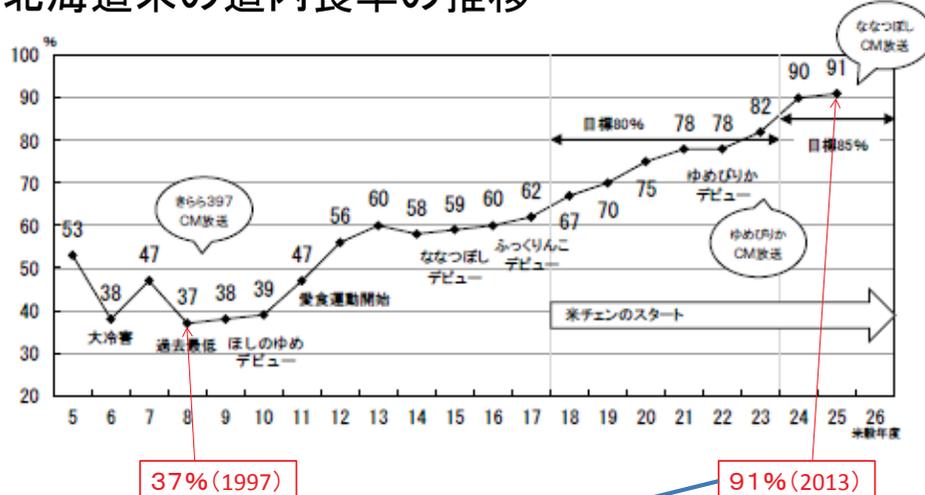
3 人口減少下の地域経済戦略

- 人口減少→域内需要の低下→経済活動の縮小→負の連鎖へ
- いかに域内需要を高めていくか ①外への漏出を防ぐ、②外から需要を取り込む
- 地域内連関力の強化 自給自足ではない生産者と消費者の緊張関係 道産米の例
- 外からの需要創出 観光戦略の重要性 観光は地域総合産業



国土交通省北海道局資料より作成

北海道米の道内食率の推移



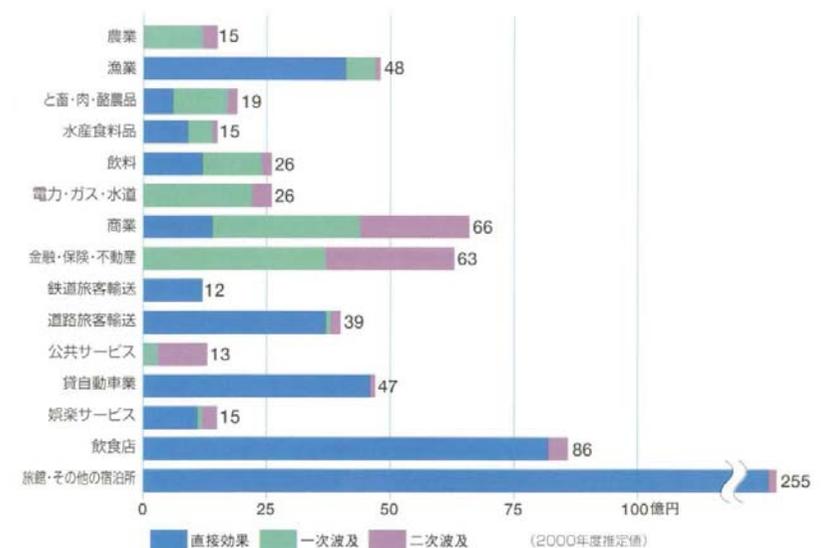
37% (1997)

91% (2013)

465.3億円が北海道内に還元

北海道HP資料より作成

産業別にみる観光消費の生産波及効果



釧路立大学地域経済研究センターとJTBFによる共同研究報告書より 8

4 北海道の優位性

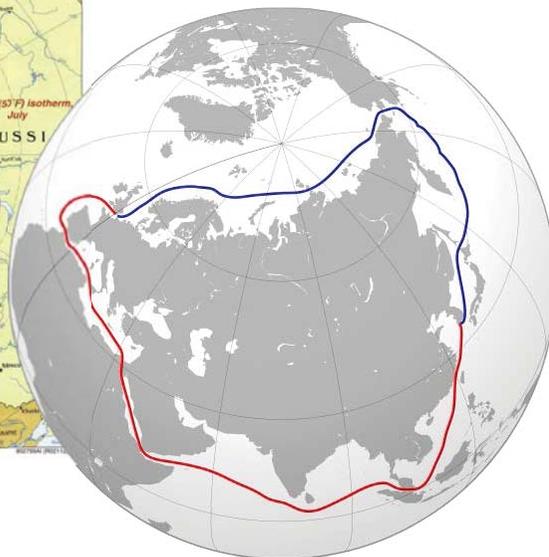
- バックアップ拠点構想 3.11の経験
- BCP、BCMによる経営戦略の変化 アクサ生命、ユニシス等の北海道への立地
- これからの立地戦略 サプライチェーンの強化 立地企業との橋渡し
- 北に位置する地勢的優位: 北極圏航路、新千歳のハブ化、海底通信網

(株)ユニシス

- 特殊針を設計から製造、出荷までを一貫して行っている数少ない企業。
- 材料や部品なども日本製を極力使用。
- ブランド名「UNIEVER」
- 売上の80%が海外取引
- 顧客は医療メーカーのOEMを中心として世界約40ヶ国。
- 欧米を中心に約100社と取引。



ユニシス社資料より作成



5 地方創生の動きに向けて

- 地方版総合戦略への対応
- 一括交付金の可能性
- 地域の創意を 沖縄の経験
- 地方のハンディの克服
- 産業、雇用の維持、創出に向けて
- 地域の金融機関の役割は