

■論文

人口減少社会における自治体の経済政策の考察：  
大阪府茨木市の事例

佐伯 靖雄\*

【要旨】本稿の目的は、大阪府茨木市の「場」としての競争力を分析し、その諸特徴と課題を提起することにある。具体的には、市内の産業集積と市民の両方の視点から議論していく。また後段では、人口動態の側面から茨木市の置かれた経済環境を認識し、自治体としてのあり方について議論する。主たる結論は次の2点である。1つ目は、茨木市は企業誘致での過去の成功体験を捨て去る覚悟が必要だということである。2つ目は、わが国の趨勢として今後長い期間にわたって人口減少が続くことは構造的に宿命づけられた事実であるということ、そしてその条件を所与に、茨木市はコンパクトシティと内発的経済発展の同時推進が必要だということである。

本稿での議論から見えてきた客観的な事実、茨木市とはかなり恵まれた地方都市だという点にある。基礎自治体として人口約28万人というそれなりの規模を擁している点、全国的に人口減少時代に突入しているにも拘わらず当面はその影響を大きく受けない点、北摂全般に言えることながら府内でも所得水準が相対的に高い点、自治体財政が安定している点、そして工業都市としての強みは失われたものの知の集積という新たな強みを獲得した点など、数え上げればきりがなくらいである。全国の大半の自治体からすれば、まさに垂涎ものの条件が揃っている。確かに、大阪市と京都市という大都市に挟まれた立地特性は、観光や物品のプロモーションといった点で明らかに不利であるし、実際にこれといった地域資源ブランドを持たないのも事実である。しかしながら都市としての生き残りは、何も観光だけが唯一の策ではない。より大切なのは、どのようにポジショニング（位置取り）し、その結果どのような差別化を実現していくかである。

キーワード：人口減少、企業誘致、自治体

---

\* 立命館大学大学院経営管理研究科 准教授

## はじめに

本稿の目的は、大阪府茨木市の「場」としての競争力を分析し、その諸特徴と課題を提起することにある。具体的には、市内の産業集積と市民の両方の視点から議論していく。また後段では、人口動態の側面から茨木市の置かれた経済環境を認識し、自治体としてのあり方について議論する。

大阪府茨木市は、大阪市と京都市の間にある人口約 28 万人の地方都市である。大阪と京都という歴史・文化・経済的に大きな存在感を持つ大都市の中間に位置することから、一般に茨木市は両政令都市のベッドタウンとして認知されている。しかしながら、かつては大企業の工場が数多く立地する工業都市であり、また商業面でも府内初となるアーケードを整備した商店街が出てくるなど、積極的な企業誘致と商才に長けた経営者による活発な商業振興で経済的にも成功してきた歴史がある。近年は、大規模工場の撤退と入れ替わるようにして、大手物流企業の倉庫が立て続けに建設されるようになり、産業構造は転換している。また教育にも力を入れている市として認識されており、他市よりも学習塾が多い、大学が複数あるといった文教都市としての性格も併せ持つ。

バブル崩壊後、近畿地方の経済力が相対的に低下したこと、それに起因する企業流出、産業構造の転換を受け、前述のように茨木市は大阪市並びに京都市の衛星都市の地位に甘んじ、個性が埋没しつつある。とはいえここで指摘しておきたいのは、大阪府北部のいわゆる北摂 7 市（高槻市、茨木市、摂津市、吹田市、豊中市、箕面市、池田市）の構成都市でもあるという点である。大阪市の人口が約 271 万人、京都市の人口が約 147 万人に対し、両市の中間から大阪北部にかけての北摂 7 市の合計人口は約 170 万人であることから、関西の人口分布は単に京阪神 3 都市と見るよりも、（自治体としては大阪府ながら）北摂 7 市を独立した単位として見ることの意義を本稿では問いたい。

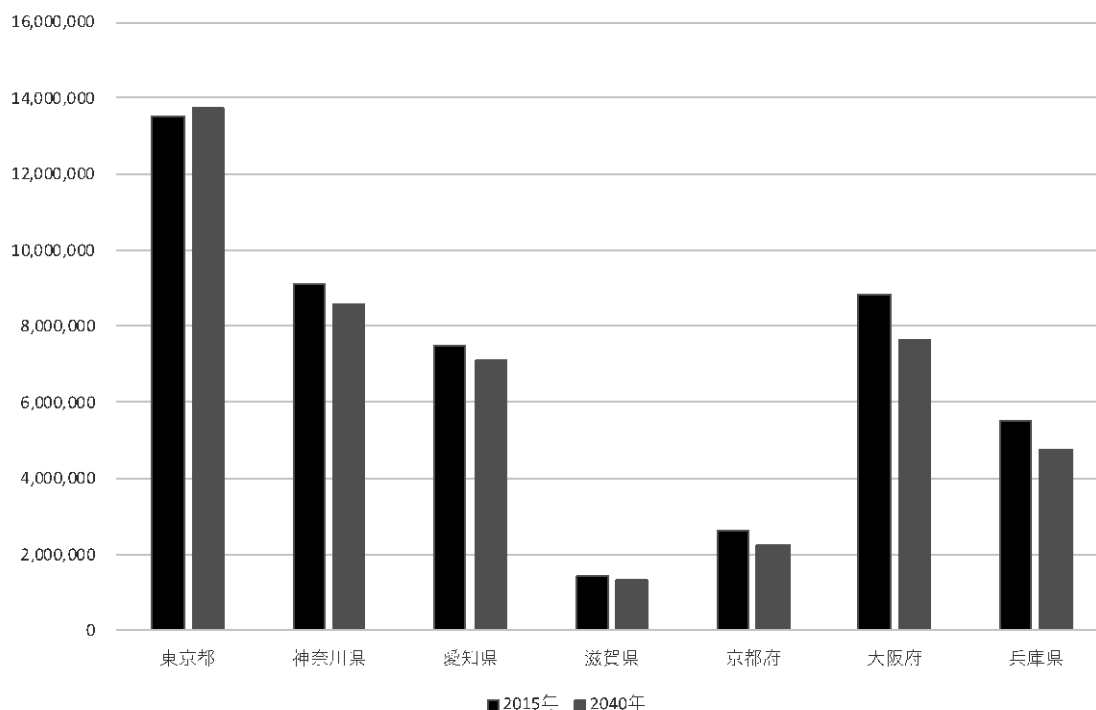
本稿の構成は以下のとおりである。第 1 節では、政府統計等のマクロデータから昨今の茨木市を取り巻く外部環境の変化を概括的に理解し、同市における今後の企業誘致のあり方について検討する。第 2 節では、先行研究のサーベイをつうじて人口減少問題の本質的課題を明らかにし、それを前提とした地域経済振興のあり方を議論することで、民間目線から茨木市に求められる要素を抽出する。第 3 節では、以上の議論の帰結として導出された茨木市の競争力形成に見られる問題性を整理し、政策提言に向けた予備的考察を行う。

## 1. 政府統計類からみた茨木市を取り巻く外部環境の変化と同市における企業誘致

### (1) 人口動態と産業立地の視点

茨木市を取り巻く外部環境を理解する上で、本節ではまずわが国全般に共有すべき社会・経済上の課題を認識するというマクロの視点からの分析から始め、その後近畿圏、大阪府、そして茨木市というように段階的にミクロの視点へと分析射程を絞り込んでいくことにする。マクロの視点から理解すべき課題としては、先進国の中でもとりわけわが国が深刻な状況に陥りつつある人口減少問題を取り上げる。図表1は、社人研による将来人口推計をもとに、関東、中部（名古屋）、近畿の3大都市圏のうち、主要な都府県の人口推移を示したものである。増田編[2014]等でも既に指摘されているように、わが国は少子高齢化の著しい進展とともに、総人口の急減期に差し掛かっている。とりわけ地方での人口減少スピードは速いが、他方で3大都市圏では周辺地域からの社会流入があるため現在のところ極端な人口減少の影響は受けていない。

図表 1.3 大都市圏主要自治体の人口（単位：人）

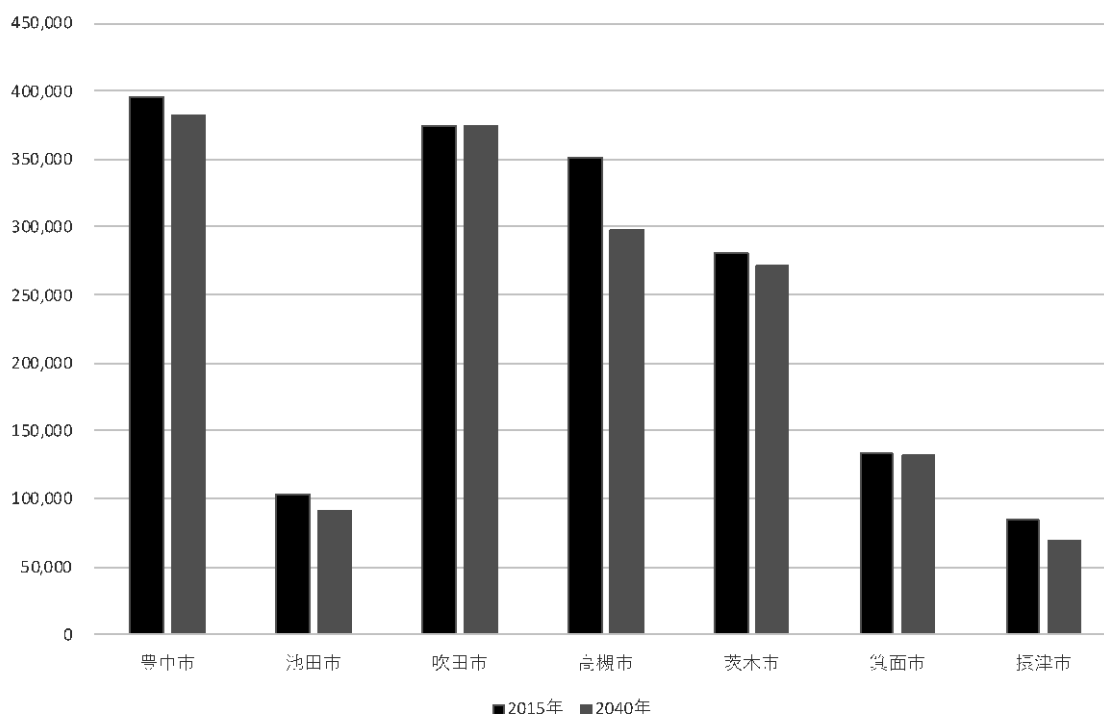


出所) 国立社会保障・人口問題研究所「H30 将来人口推計」より筆者作成

しかしながら、図表1のとおり、これが2040年にもなると3大都市圏といえども社会流入だけで人口規模を維持することはもはや期待できない。東京都のみわずかに人口増となっているが、子育てがしづらい大都市圏では大きく自然増を望むことはできないことから、これは近隣県、並びに全国各地から人口の流入が続いているためとみられる。ただしこの頃には上京していく地方の若者の絶対数も相当減っ

ており、持続可能性には乏しい。全国2番目の人口を擁する横浜市のある神奈川県、そして中部を代表する愛知県も減少に向かう。この点は関西も同じである。実態はむしろこれより悪化するかもしれない。2018年4月に総務省が発表した「2017年10月1日時点の人口推計」によれば、3大都市圏の一角を占めてきた大阪府、大阪や京都のベッドタウンとして人口増の傾向にあった滋賀県がともに人口減少になるとされる。同発表では、関東の中でも東京圏（東京、神奈川、千葉、埼玉）、そして愛知県は人口増であったことから、3大都市圏で既に人口減少に転じたのは関西のみということになる。この点は深刻視しておく必要があるだろう。なぜなら近畿圏は、今や人口の自然増はおろか社会増すら期待できない状況に陥っているからである。

図表 2. 北摂7市の人口（単位：人）

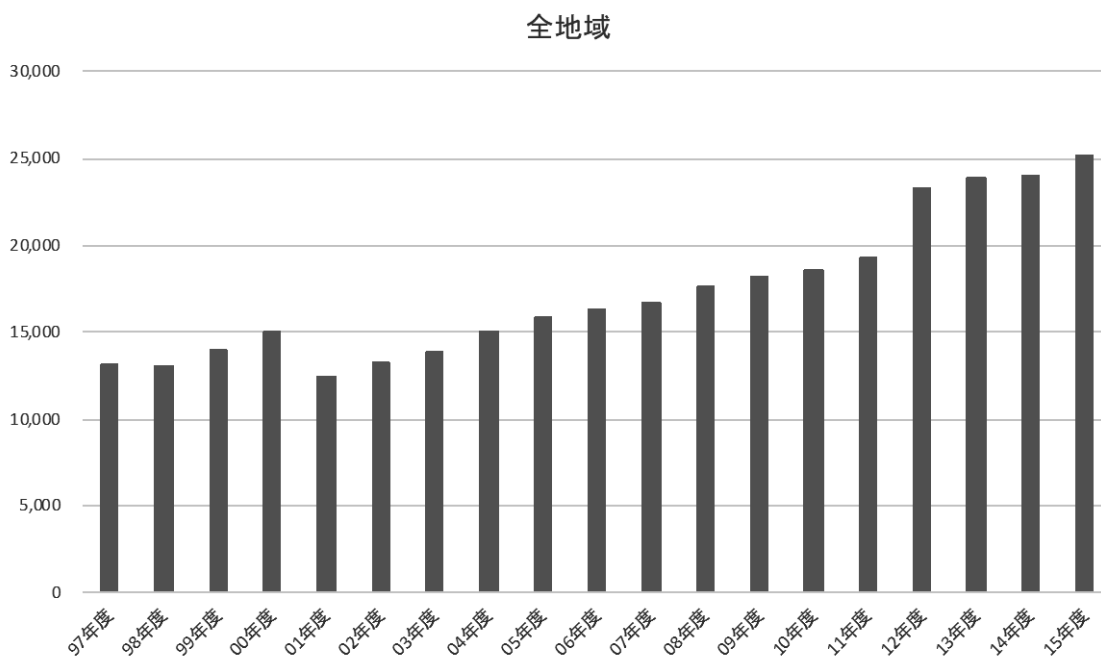


出所) 図表 1 に同じ

次に図表 2 を見てみよう。このグラフは、近畿圏のうち北摂 7 市の人口動態をまとめたものである。高槻市の人口減が急なことを除けば、茨木市を含む他の 6 市の人口減は緩やかであることが分かる。冒頭でも述べたように、本稿はこの点に大きく着目している。すなわち京阪神という枠組みでの人口減少は、関東圏や中部圏（愛知県）と単純に較べると一人負けの感は否めないものの、大阪府北部の北摂 7 市を抜き出してみたとき、その姿は一樣ではないことに気づかされるのである。これからの茨木市の行政、企業活動、市民生活を考えるとき、北摂 7 市という基準を重視することが極めて有効になると考えられるのである<sup>1)</sup>。つまり、京阪神や大阪府では大きすぎ、茨木市単体では小さすぎるといった様々な施策のためのジレンマを解消しうる、ちょうどいいスコープとして位置づけられるのである。

次に、地域の税収にとって大きな存在である企業の活動についてである。関[1993]などでも指摘されてきたように、わが国の外貨獲得部門、すなわち第二次産業はバブル崩壊以降その様態を変化させてきた。すなわち、素形材を中心とする中間財、資本財、そして消費財に至るまでの幅広い領域の産業を丸抱えした、関のいう「フルセット型産業構造」は、東アジアとの分業構造へと移行してきたのである。またバブル崩壊期以降、とりわけ電機・自動車産業は、隣国である中国の経済発展にともない1990年代から2000年代にかけて生産拠点を当地に移転していった。

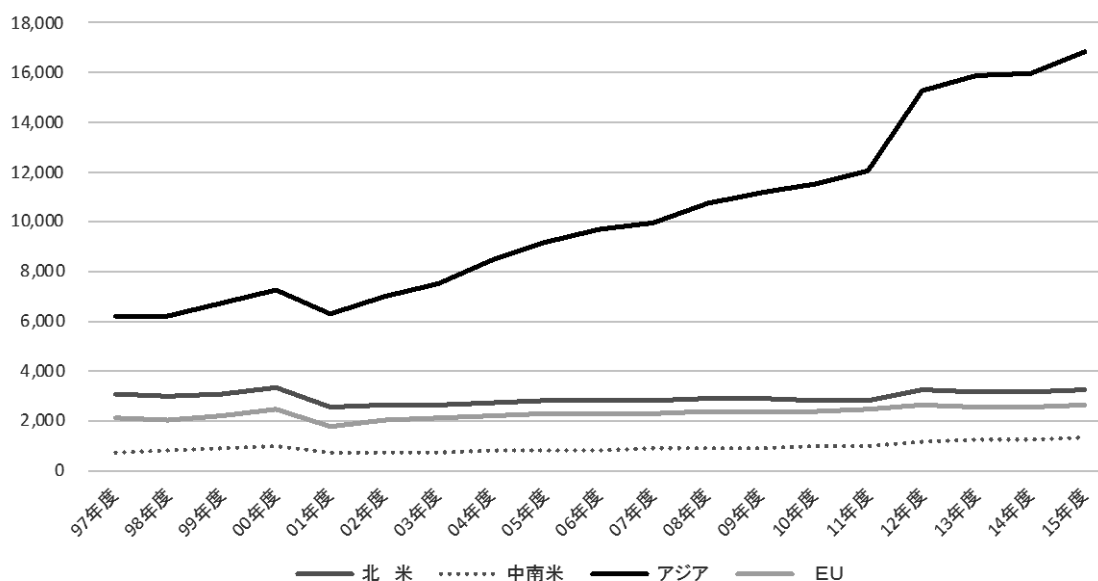
図表3. わが国企業の海外現地法人設立件数の推移（単位：社）



出所) 経済産業省「海外事業活動基本調査」より筆者作成

図表3は、1990年代後半から2010年代半ばまでのわが国企業による海外現地法人の設立件数の推移である。集計対象には製造業と非製造業の双方を含んでおり、2000年代半までは製造業中心の海外展開であったものが、徐々に非製造業の比率が高まり、直近の2015年度では製造業約11,000社に対し非製造業約14,000社と逆転するに至っている。業種別で見ると、輸送機械が約2,300社と最も多く、(その他製造業を除くと)次いで化学約1,100社、情報通信機械約1,000社となっている。また電気機械は約700社である。これらの業種はここ10年で一貫して大きい比率を占め続けてきた。製造業で特筆すべきは、もっぱら加工組立型の性格を有する情報通信機械、電気機械を押さえて化学が多い点である。個々の企業を細かく見ていく必要はあるものの、相対的に資本集約型のプロセス産業ですら、海外展開を活発化させていることは注目に値する事実であろう。他方の非製造業では卸売業が約7,000社と突出した存在であり、サービス業約2,400社、運輸業約1,400社が続く。これらの業種もまた、ここ10年で一貫して大きい比率を占め続けてきた存在である。

図表 4. わが国企業の地域別海外現地法人設立件数の推移（単位：社）



出所) 図表 3 に同じ

図表 4 は、図表 3 と同期間においてわが国企業がどの地域に進出したのかをまとめたものである。明らかなように、とりわけ 2000 年代に入ってからは一貫してアジアへの進出が増加傾向にある。2015 年度の内訳を見ると、香港を含む中国が約 6,600 社とアジア全域の約 4 割を占め、次いで ASEAN の 4 カ国約 4,500 社、NIEs の 3 カ国約 2,800 社となっている。中国や東南アジアの労務費はこの間大きく上昇してきているため、一時期は生産拠点の国内回帰といった現象が一部の業種で瞬時的に見られることはあったものの、こうしてマクロの動向を整理してみると、わが国企業の海外展開は製造業、非製造業を問わず増え続けているということが分かる。

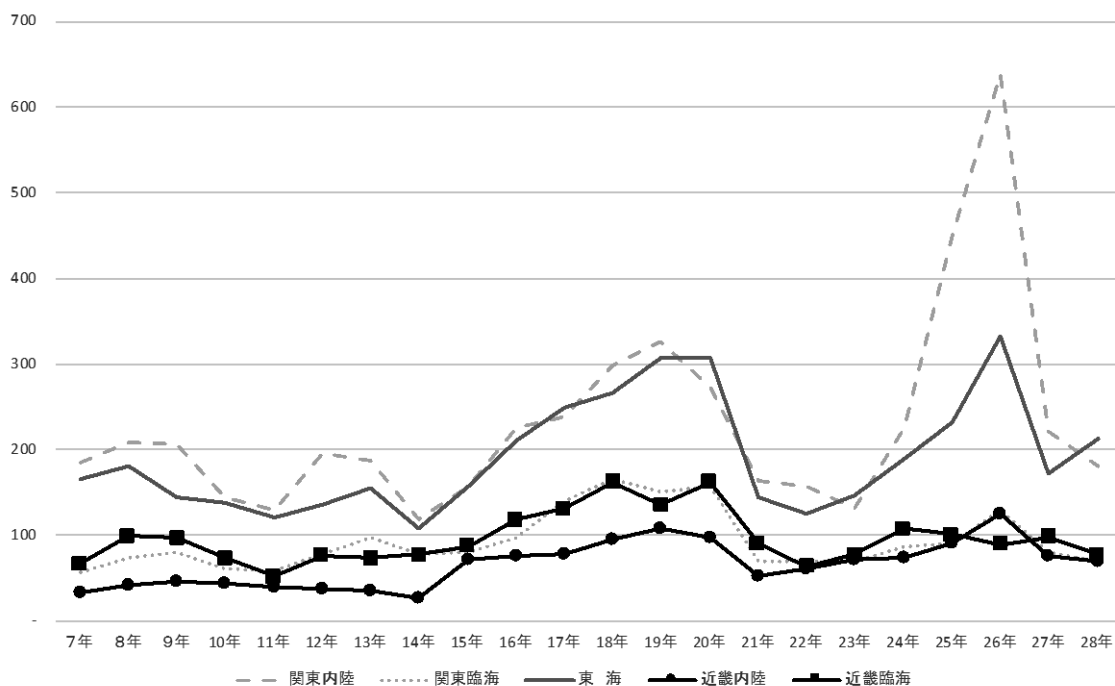
それではわが国企業は国内に全く工場や事業所を置かなくなっているのかということ、決してそういうわけではない。図表 5 は、平成 7 年（1995 年）から平成 28 年（2016 年）までの間の 3 大都市圏での工場立地件数をまとめたものである。ここでの立地件数とは、製造業、そして電気・ガス・熱等のインフラ業種を対象に、工場建設を目的に 1 千平米以上の用地を取得した件数のことである。なお、ここに研究所は含まれていない。図表 5 によると、もともと関東内陸と中部（東海）の件数がそれ以外（関東臨海と近畿内陸・臨海）を上回っていたものの、平成 14 年頃を境にその差が大きくなり始めていることが読み取れる。関東臨海、そして近畿は内陸か臨海かを問わず年間 100 件程度のまま 20 年近く停滞している。とりわけ茨木市のある近畿内陸は、3 大都市圏の中で最も工場の立地先としての競争力に乏しいということである。

次に図表 6 では、工場立地動向の 3 大都市圏をより詳細に比較するため、関東圏からは神奈川県、中部から愛知県、そして近畿圏から大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県を抽出した。期間は図表 5 と同じである。愛知県は製造品出荷額等で全国 1 位、神奈川県は同 2 位である。また滋賀県は、近畿圏（主に大

阪、京都)に本社を置く企業の工場立地が比較的多いためここに取り上げた。全体の傾向としては、2000年代に入ってからリーマンショック(平成20年)頃にかけていずれの地域も工場の新設が増えているが、愛知県と兵庫県が相対的に多く、他方で神奈川県や近畿圏の残りの府県は少ない。製造品出荷額1位の愛知県と2位の神奈川県では対照的な結果となったが、図表5でも指摘したように関東臨海は工場立地としては低迷していることと整合的である。神奈川では地価の高騰や十分な規模の用地取得が難しいといった点が考えられる。大阪や京都の企業の分工場が多い滋賀県も、リーマンショック後一定の回復を見せるものの、直近での工場立地は少ない。近畿圏の中でも大阪府はリーマンショック後の工場立地が著しく減っており、毎年20件未満で推移している。

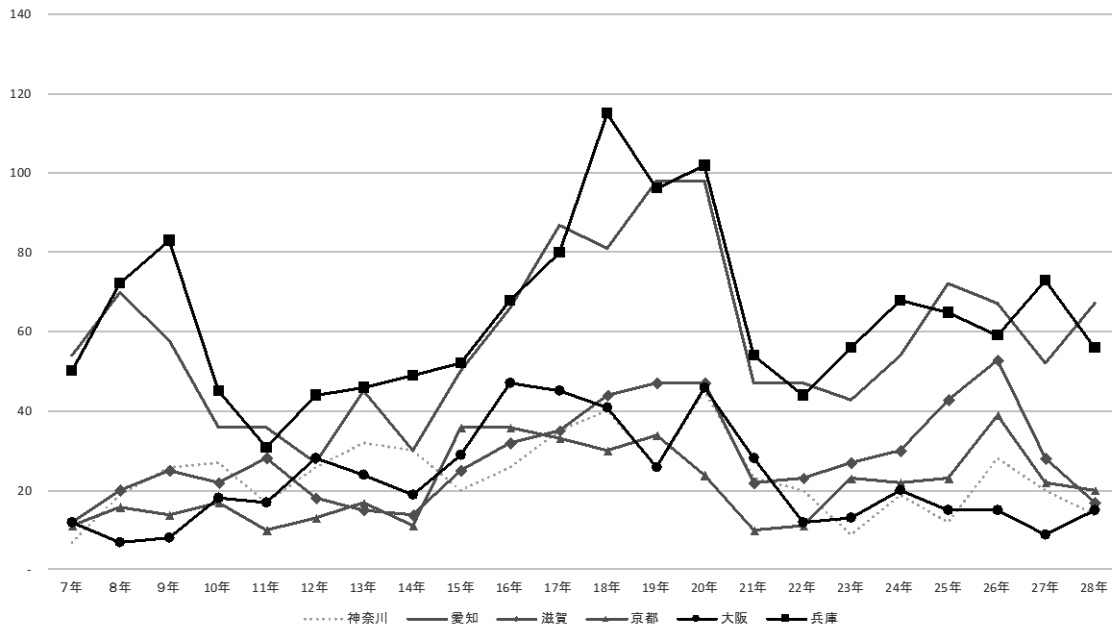
以上から、業種を問わず、わが国企業の海外展開は21世紀に入ってからアジア(とりわけ中国)中心に顕著に伸びており、多少の調整はともないながらもその傾向は一貫していること、他方で国内での工場立地には地域差が明確であることが明らかになった<sup>2)</sup>。特に、大阪府の工場立地面での競争力は3大都市圏でも最低水準であることは注視しておく必要があるだろう。

図表 5.3 大都市圏の工場立地件数の推移(単位:件)



出所) 経済産業省「H28 工場立地動向調査(新設状況)」をもとに筆者作成

図表 6.3 大都市圏主要自治体の工場立地件数の推移（単位：件）



出所) 図表 5 に同じ

(2) 近畿圏 4 府県の工業統計の変化と茨木市の産業の実態

3 大都市圏から大阪府まで焦点が絞られてきたところで、次に近畿圏の工業統計を動的に確認し、その後茨木市の産業を工業、商業の双方の視点から見ていこう。ここからは、よりミクロの視点からの観察になる。

図表 7. 近畿 2 府 2 県と愛知県の工業統計表

H16													
都道府県	従業員4人以上の事業所								1事業所あたり出荷額等 c/a	1人あたり出荷額等 c/b	1事業所あたり付加価値額 d/a	1人あたり付加価値額 d/b	
	事業所数(a)		従業員数(b)		製造品出荷額等(c)		付加価値額(d)						
	実数	構成比 (%)	実数	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)					
合計	271,088	100.0	8,117,805	100.0	284,472,147	100.0	101,817,087	100.0	1,049.4	35.0	375.6	12.5	
23 愛知	22,684	8.4	797,321	9.8	36,813,584	12.9	11,606,282	11.4	1,622.9	46.2	511.7	14.6	
25 滋賀	3,337	1.2	142,808	1.8	6,169,395	2.2	2,524,855	2.5	1,848.8	43.2	756.6	17.7	
26 京都	5,985	2.2	156,581	1.9	4,816,044	1.7	2,067,855	2.0	804.7	30.8	345.5	13.2	
27 大阪	24,822	9.2	530,407	6.5	15,961,123	5.6	6,459,312	6.3	643.0	30.1	260.2	12.2	
28 兵庫	11,300	4.2	359,850	4.4	12,945,203	4.6	4,808,046	4.7	1,145.6	36.0	425.5	13.4	
H26													
都道府県	従業員4人以上の事業所								1事業所あたり出荷額等 c/a	1人あたり出荷額等 c/b	1事業所あたり付加価値額 d/a	1人あたり付加価値額 d/b	
	事業所数(a)		従業員数(b)		製造品出荷額等(c)		付加価値額(d)						
	実数	構成比 (%)	実数 (人)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)					
合計	202,410	100.0	7,403,269	100.0	305,139,989	100.0	92,288,871	100.0	1,507.5	41.2	456.0	12.5	
23 愛知	16,795	8.3	795,496	10.7	43,831,329	14.4	12,864,570	13.9	2,609.8	55.1	766.0	16.2	
25 滋賀	2,774	1.4	152,036	2.1	6,813,929	2.2	2,278,793	2.5	2,456.4	44.8	821.5	15.0	
26 京都	4,401	2.2	136,210	1.8	4,815,155	1.6	1,883,673	2.0	1,094.1	35.4	428.0	13.8	
27 大阪	17,501	8.6	443,634	6.0	16,529,165	5.4	5,236,041	5.7	944.5	37.3	299.2	11.8	
28 兵庫	8,710	4.3	350,429	4.7	14,888,356	4.9	4,674,608	5.1	1,709.3	42.5	536.7	13.3	

注) 付加価値額欄は、従業員 4~29 人の事業所については粗付加価値額を示す

出所) 経済産業省「H16, H26 工業統計表」より筆者作成



図表7は、近畿圏のうち大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県の工業統計（従業者4人以上の事業所）を整理したものである。2004年（平成16年）と2014年（平成26年）の10年間の変化を見ようとしている。比較対象として、製造品出荷額等で全国1位の愛知県も併記した。10年間の変化を集計値で見ると、近畿圏4府県では、滋賀県以外は事業所数と従業者数を減らしたものの、製造品出荷額等は増加した。ただし付加価値額は減らしている。大阪府に限定してみると、事業所数で約7,300拠点、従業者数で86,000人超も減っていることになる。全国比でも9.2から8.6へと大きくポイントを下げている、これは他の近畿圏3府県よりも大幅な減少である。また製造品出荷額等は3.5パーセントほど伸びているが、付加価値額では19パーセントも落としている。比較対象の愛知県はというと、事業所数こそ5,900拠点ほど減ったものの、従業者数は微減、製造品出荷額等と付加価値額は伸ばしている。とりわけ付加価値額は1割近くの増加となっている。同県の全国比も事業所数こそわずかに低下ながら、他の項目は全て上昇である。工業統計の実数を見た場合、大阪府は総じて工業部門の存在感を低下させており、なおかつ付加価値額の低下が著しい。全国屈指の都市型産業集積を擁する自治体としては看過できない状況と言えるだろう。それに対して愛知県では、工業部門の実力に一層磨きがかかった10年間だったと評することができる。図表1で見た大阪府と愛知県の今後の人口動態を考慮すると、これから両者の差はますます開くばかりであろう。

続いて同じく図表7の右側にて、事業所あたり、従業者1人あたりの各府県の実力値を見ていこう。ここでは集計値以上に大阪府の劣位が浮き彫りになっている。平成16年と平成26年のほぼ全ての数値でここに挙げた5府県中最下位であり、かつ全ての数値が全国平均を下回っている。とりわけ深刻なのは、「1事業所あたりの付加価値額」である。大阪府の工業部門は、相対的に生産性が低く、企業内で生み出す付加価値も小さいということになる<sup>3)</sup>。これに対して近畿圏の中で愛知県に伍しているのが滋賀県である。10年間で愛知県に逆転を許した数値があるものの、平成26年においても「1事業所あたりの付加価値額」は愛知県を上回っているのである。全国平均と較べても全ての項目で滋賀県が勝っている。また、兵庫県もこの10年間で大きく数値を伸ばした項目がある。滋賀県も兵庫県も、事業所数こそ減らしてきたものの従業者数は大きく変わっておらず、単位あたり出荷額等と付加価値額を伸ばしてきたことから、両県の工業部門はより筋肉質な性格へと変化してきたことを指摘することができるのである。

ここまでの分析で、大阪府は近畿圏の中でも人口動態面で悲観的見通しにあり、工場立地上の競争力に乏しく、また工業部門における既存企業の量的、質的のいずれの側面においても劣位にある事実が浮き彫りになった。3大都市圏の中で近畿圏が一人負けになっている状況の背景には、中核自治体である大阪府の長期的な衰退が色濃く影響していると予想することができよう。都道府県の枠組みでの相対的な劣位を指摘した上で、本節での最後の分析として北摂に位置する茨木市の産業の実態に言及しよう。

図表 8. 茨木市の産業概況（産業大分類）

(7月1日現在)

区 分	総 数		1～4人		5～9人		10～19人		20～29人		30～49人		50～99人		100人以上		計	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
平成26年	9,473	104,780	5,240	11,026	1,873	12,369	1,207	16,366	450	10,754	344	13,133	208	14,242	120	26,890	31	—
A 農 業	10	233	3	12	1	6	2	22	—	—	—	2	73	2	120	—	—	—
B 漁 業	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
C 鉱 業、採石業、砂利採取業	2	6	2	6	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
D 建 設	688	5,113	337	805	190	1,250	115	1,471	28	676	11	413	4	287	2	211	1	—
E 製 造	479	11,562	181	396	92	650	86	1,166	34	501	36	1,381	28	1,941	22	5,227	—	—
F 電 気・ガス・熱供給・水道業	7	124	3	6	1	9	1	15	—	—	1	40	1	54	—	—	—	—
G 情報 業	54	350	35	78	10	66	6	80	1	29	—	34	1	63	—	—	—	—
H 運 輸 業、郵便業	373	10,543	86	178	59	393	73	1,018	45	1,090	42	1,657	50	3,457	14	2,750	4	—
I 卸 売 業、小売業	2,339	24,506	1,161	2,595	541	3,594	350	4,884	136	3,179	74	2,855	49	2,913	25	4,486	9	—
J 金 融 業、保険業	123	3,415	44	93	21	135	23	328	10	242	19	745	1	55	4	1,817	1	—
K 不 動 産 業、物品賃貸業	1,253	4,112	1,057	2,155	139	868	36	453	11	264	2	68	3	187	1	117	4	—
L 学 術 研 究、専門・技術サービス業	317	3,538	192	387	65	414	33	437	7	170	7	298	6	430	7	1,402	—	—
M 宿 泊 業、飲食サービス業	1,194	9,007	680	1,368	245	1,621	156	2,140	58	1,395	38	1,405	12	876	1	202	4	—
N 生 活 関 連 サービス業、娯楽業	745	3,861	568	1,121	95	609	50	666	8	198	12	439	7	475	3	353	2	—
O 教 育、学 習 支 援 業	373	4,476	237	490	60	396	40	541	17	415	13	440	3	244	8	2,049	—	—
P 医 療、福 祉	940	16,840	314	721	253	1,710	180	2,411	74	1,772	65	2,465	33	2,210	20	5,551	1	—
Q 複 合 サービス業	33	324	5	19	20	119	4	46	3	72	—	—	1	68	—	—	—	—
R サービス業(他に分類されないもの)	538	6,770	335	686	81	529	52	688	18	451	21	820	13	862	13	2,734	5	—
S 公 務 (他に分類されるものを除く)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

出所) 経済産業省「経済センサス：基礎調査結果」

まず、図表8にて茨木市の産業がどのような業種（産業大分類）で構成されているのかを事業所数と従業者数の視点から確認する。事業所数の総数が多いのは、順に、卸売業・小売業(2,339)、不動産業・物品賃貸業(1,253)、宿泊業・飲食サービス業(1,194)、医療・福祉(940)となっており、いずれも第三次産業（広義の商業部門）に分類される。製造業は479事業所に留まり、総数だけを見ると工業部門の存在感はあまり大きくない。ただしこれらの業種の事業所を従業者規模別の分布で見ると、製造業も含めいずれも従業者1～4人の階級が最頻値である。次に従業者数の総数で並べ直してみると、順に、卸売業・小売業(24,506)、医療・福祉(16,840)、製造業(11,562)、運輸業・郵便業(10,543)となり、製造業は3番手に出てくる。実際、100人以上の大規模事業所で働く従業者数は医療・福祉に次いで製造業が2番目に多い（この階級の事業所数でも2位）。図表8の分布からは、卸売業・小売業、製造業、医療・福祉の3つの業種においては、従業者規模別では1～4人の零細規模が最頻値ではあるものの、一方で100人以上の大規模事業所も併存しているということが分かる。

大まかな業種別の構成を把握できたところで、次により細かい業種に細分類したもので茨木市の経済活動の主体がどの部門なのかを明らかにしていこう。図表9は、図表8を産業中分類で再構成したものである。事業所数基準で見たとき、製造業では、金属製品製造業、食料品製造業、生産用機械器具製造業、プラスチック製品製造業、電気機械器具製造業あたりが主要業種である。以下、運輸業・郵便業では道路貨物運送業、卸売業・小売業では飲食料品の小売と卸売、不動産業・物品賃貸業では不動産賃貸業・管理業、宿泊業・飲食サービス業では飲食店、医療・福祉では医療業がそれぞれ多いという特徴を読み取ることができる。以上が茨木市の経済活動を構成する主要な業種の分布ということである。

図表9. 茨木市の産業概況（産業中分類）

(平成26年7月1日現在)

産 業 分 類	総 数		個 人		法 人		法人でない団体	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
全 産 業	9,473	104,780	3,351	11,060	6,060	93,303	62	417
A 農 業 , 林 業	10	233	—	—	9	203	1	30
01 農 業	9	190	—	—	8	160	1	30
02 林 業	1	43	—	—	1	43	—	—
B 漁 業	—	—	—	—	—	—	—	—
03 漁業（水産養殖業を除く）	—	—	—	—	—	—	—	—
04 水産養殖業	—	—	—	—	—	—	—	—
C 鉱 業 , 採 石 業 , 砂 利 採 取 業	2	6	1	3	1	3	—	—
05 鉱業, 採石業, 砂利採取業	2	6	1	3	1	3	—	—
D 建 設	688	5,113	120	376	568	4,737	—	—
06 総合工事業	301	2,315	51	140	250	2,175	—	—
07 職別工事業（設備工事業を除く）	192	1,429	48	181	144	1,248	—	—
08 設備工事業	195	1,369	21	55	174	1,314	—	—
E 製 造	479	11,562	82	313	397	11,249	—	—
09 食料品製造業	49	1,804	6	25	43	1,779	—	—
10 飲料・たばこ・飼料製造業	3	71	—	—	3	71	—	—
11 繊維工業	33	193	11	42	22	151	—	—
12 木材・木製品製造業（家具を除く）	6	47	2	10	4	37	—	—
13 家具・装備品製造業	16	123	6	11	10	112	—	—
14 パルプ・紙・紙加工品製造業	21	521	2	14	19	507	—	—
15 印刷・同関連業	19	240	5	9	14	231	—	—
16 化学工業	29	1,619	—	—	29	1,619	—	—
17 石油製品・石炭製品製造業	2	24	—	—	2	24	—	—
18 プラスチック製品製造業（別掲を除く）	43	1,783	8	30	35	1,753	—	—
19 ゴム製品製造業	10	92	3	10	7	82	—	—
20 なめし革・同製品・毛皮製造業	3	32	1	4	2	28	—	—
21 窯業・土石製品製造業	21	226	2	6	19	220	—	—
22 鉄 鋼	10	137	2	23	8	114	—	—
23 非鉄金属製造業	3	40	2	5	1	35	—	—
24 金属製品製造業	51	1,658	10	24	41	1,634	—	—
25 はん用機械器具製造業	24	694	6	31	18	663	—	—
26 生産用機械器具製造業	45	902	4	7	41	895	—	—
27 業務用機械器具製造業	9	218	1	10	8	208	—	—
28 電子部品・デバイス・電子回路製造業	19	266	1	10	18	256	—	—
29 電気機械器具製造業	35	593	3	11	32	582	—	—
30 情報通信機械器具製造業	—	—	—	—	—	—	—	—
31 輸送用機械器具製造業	6	114	—	—	6	114	—	—
32 その他の製造業	22	165	7	31	15	134	—	—
F 電 気 ・ ガ ス ・ 熱 供 給 ・ 水 道 業	7	124	—	—	7	124	—	—
33 電 気	—	—	—	—	—	—	—	—
34 ガ ス	—	—	—	—	—	—	—	—
35 熱 供 給	—	—	—	—	—	—	—	—
36 水 道	7	124	—	—	7	124	—	—
G 情 報 通 信	54	350	1	2	53	348	—	—
37 通 信	5	16	—	—	5	16	—	—
38 放 送	—	—	—	—	—	—	—	—
39 情 報 サ ー ビ ス	31	259	—	—	31	259	—	—
40 インターネット附属サービス業	5	14	—	—	5	14	—	—
41 映像・音声・文字情報制作業	13	61	1	2	12	59	—	—
H 運 輸 業 , 郵 便 業	373	10,543	18	21	355	10,522	—	—
42 鉄 道	—	—	—	—	—	—	—	—
43 道 路 旅 客 運 送	27	955	14	15	13	940	—	—
44 道 路 貨 物 運 送	235	7,145	4	6	231	7,139	—	—
45 水 運	—	—	—	—	—	—	—	—
46 航 空 運 輸	—	—	—	—	—	—	—	—
47 倉 庫	67	1,121	—	—	67	1,121	—	—

産 業 分 類	総 数		個 人		法 人		法人でない団体	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
48 運輸に附帯するサービス業	42	824	—	—	42	824	—	—
49 郵便業（信書便事業を含む）	2	498	—	—	2	498	—	—
I 卸 売 業 ， 小 売 業	2,339	24,506	658	2,483	1,676	21,989	5	34
50 各種商品卸売業	2	16	—	—	2	16	—	—
51 繊維・衣服等卸売業	26	191	3	10	23	181	—	—
52 飲食料品卸売業	289	5,441	11	39	277	5,383	1	19
53 建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	114	873	9	16	105	857	—	—
54 機械器具卸売業	187	1,710	9	29	178	1,681	—	—
55 その他卸売業	174	1,843	30	83	144	1,760	—	—
56 各種商品小売業	8	985	1	2	7	983	—	—
57 繊維・衣服・身の回り品小売業	207	1,046	70	168	137	878	—	—
58 飲食料品小売業	459	5,954	218	1,330	240	4,613	1	11
59 機械器具小売業	242	1,449	92	191	150	1,258	—	—
60 その他の小売業	559	4,321	199	573	357	3,744	3	4
61 無店舗小売業	72	677	16	42	56	635	—	—
J 金 融 業 ， 保 険 業	123	3,415	6	10	117	3,405	—	—
62 銀行業	22	619	—	—	22	619	—	—
63 協同組織金融業	13	1,448	—	—	13	1,448	—	—
64 貸金業、クレジット・カード等非預金信用機関	8	41	1	2	7	39	—	—
65 金融商品取引業、商品先物取引業	7	88	—	—	7	88	—	—
66 補助的金融業等	4	11	—	—	4	11	—	—
67 保険業（保険媒介代理業、保険サービス業を含む）	69	1,208	5	8	64	1,200	—	—
K 不 動 産 業 ， 物 品 賃 貸 業	1,253	4,112	441	747	811	3,363	1	2
68 不動産取引業	155	670	16	36	139	634	—	—
69 不動産賃貸業・管理業	1,040	2,840	425	711	614	2,127	1	2
70 物品賃貸業	58	602	—	—	58	602	—	—
L 学 術 研 究 ， 専 門 ・ 技 術 サ ー ビ ス 業	317	3,538	134	473	181	3,060	2	5
71 学術・開発研究機関	42	1,634	1	3	41	1,631	—	—
72 専門サービス業（他に分類されないもの）	145	540	97	361	46	174	2	5
73 広告業	2	14	—	—	2	14	—	—
74 技術サービス業（他に分類されないもの）	128	1,350	36	109	92	1,241	—	—
M 宿 泊 業 ， 飲 食 サ ー ビ ス 業	1,194	9,007	736	2,318	457	6,683	1	6
75 宿泊業	22	172	1	1	21	171	—	—
76 飲食店	1,040	7,315	706	2,199	333	5,110	1	6
77 持ち帰り・配達飲食サービス業	132	1,520	29	118	103	1,402	—	—
N 生 活 関 連 サ ー ビ ス 業 ， 娯 楽 業	745	3,861	479	978	266	2,883	—	—
78 洗濯・美容・美容・浴場業	577	1,676	435	869	142	807	—	—
79 その他の生活関連サービス業	81	435	24	53	57	382	—	—
80 娯楽業	87	1,750	20	56	67	1,694	—	—
O 教 育 ， 学 習 支 援 業	378	4,476	205	551	171	3,917	2	8
81 学校教育	33	2,459	—	—	33	2,459	—	—
82 その他の教育、学習支援業	345	2,017	205	551	138	1,458	2	8
P 医 療 ， 福 祉 業	940	16,840	423	2,697	515	14,126	2	17
83 医療業	617	9,324	417	2,662	200	6,662	—	—
84 保健衛生	6	151	—	—	5	149	1	2
85 社会保険・社会福祉・介護事業	317	7,365	6	35	310	7,315	1	15
Q 複 合 サ ー ビ ス 事 業	33	324	—	—	33	324	—	—
86 郵便局	27	159	—	—	27	159	—	—
87 協同組合（他に分類されないもの）	6	165	—	—	6	165	—	—
R サ ー ビ ス 業 （ 他 に 分 類 さ れ な い も の ）	538	6,770	47	88	443	6,367	48	315
88 廃棄物処理業	17	217	3	8	14	209	—	—
89 自動車整備業	51	553	21	40	30	513	—	—
90 機械等修理業（別掲を除く）	67	533	17	29	50	504	—	—
91 職業紹介・労働者派遣業	21	1,036	—	—	21	1,036	—	—
92 その他の事業サービス業	157	3,316	6	11	151	3,305	—	—
93 政治・経済・文化団体	72	579	—	—	35	313	37	266
94 宗教	140	436	—	—	138	434	2	2
95 その他のサービス業	13	100	—	—	4	53	9	47

出所) 図表8に同じ

図表 10. 茨木市工業部門の概況

(各年12月31日現在、平成28年は6月1日現在)

区 分	平成22年	平成24年	平成25年	平成26年	平成28年
事業所数	216	226	211	205	222
(従業者数3人以下)	…	…	…	…	…
従業者数	8,819	8,216	8,224	8,476	8,211
(従業者数3人以下)	…	…	…	…	…
現金給与総額(万円)	3,618,614	3,552,849	3,505,151	3,704,487	3,587,414
原材料使用額等(万円)	20,443,200	18,385,635	17,840,794	19,402,229	19,713,260
製造品出荷額等(万円)	48,337,739	31,488,007	32,109,888	33,059,840	33,983,062
1事業所当たり	223,786	139,327	152,180	161,268	153,880
1従業者当たり	5,481	3,833	3,904	3,900	4,160
生産額(万円) (従業者30人以上)	42,699,020	26,287,873	26,570,958	27,341,394	27,669,624
1事業所当たり	805,642	477,961	501,339	492,055	411,160
1従業者当たり	6,370	4,326	4,267	4,189	4,411
付加価値額(万円) (従業者30人以上)	22,940,391	10,252,590	10,988,973	10,581,873	10,123,293

注) 従業者数4人以上の事業所を集計。平成23年、平成27年は工業統計調査未実施のため欠損値。  
出所) 経済産業省「工業統計表」「経済センサス：活動調査」

続いて、茨木市の工業部門の実態をより詳細に見ていく。図表10は平成22年(2010年)から平成28年(2016年)までの各指標の推移である。事業所数微増、従業者数やや減に対し、単位あたりの製造品出荷額等、生産額、付加価値額のいずれも大きく数値を落としている。原材料使用額等(投入量)があまり変わっていないのに対し、各産出額の低下は異常なほど大きい。その背景として、生産効率の高い大規模工場の撤退やより低付加価値品への生産品目のシフトがあったと考えられる。

確かに現在の茨木市は、高度経済成長期に誘致した大規模工場の撤退や他地域への転出が相次ぎ、かつての工業都市の面影がなくなりつつある。図表11は、茨木市が誘致してきた企業の一覧である。もっぱら1950年代半ば頃から1960年にかけて、名だたる大企業がこぞって茨木に進出してきたことが分かる。茨木市が編纂した『新修 茨木市史』の第3巻(通史III)では、高度経済成長期の商工業の発展の経緯が克明に記されている。当時誘致した企業のうち主要なところには、1953年の松下電器産業(現パナソニック)、1954年の日本麦酒(現サッポロビール)、愛知トマト(現カゴメ)、1955年の日本専売公社(現JT:日本たばこ産業)、1959年の東京芝浦電気(現東芝、工場竣工は1961年)がある。パナソニックと東芝に至っては、町名に企業名が入るほどであった。茨木市が1960年に実施した工場調査によると、同市の総生産額に占める電機産業のプレゼンスは大きく、当時東芝の工場が竣工前だったにも拘わ

らず、その比率は8割近くに達していたと記されている(茨木市史編さん委員会編[2016])。

図表 11. 茨木市の企業誘致例

誘致年	工場名	面積(ha)	誘致年	工場名	面積(ha)
1960	帝国人絹	8.3	1955	日本計算器	1.3
1960	日立冷機	1.3	1960	奈良木材	0.7
1959	日本スピンドル	1.4	1960	富士輸送機	1.2
1959	東京芝浦電気	24.0	1953	松下電器産業	13.0
1960	大和製罐	5.9	1960	野沢セメント	1.3
1960	大阪トヨペット	0.8	1957	寺岡製作所	5.3
1954	高橋工業	0.8	1954	日本麦酒	9.9
1959	双龍ミシン	2.2	1955	専売公社茨木工場	8.3
1955	理研合成樹脂	3.3	1959	東洋製罐	9.1
1960	明治屋食品	0.2	1956	日世工業	2.1
1960	関西富田変電所	0.8	1958	吉野工業所	1.1
1960	大和紙器	11	1960	神戸製鋼所	8.3
1954	愛知トマト	4.3	1960	マクセル電気工業	4.3
1960	三生社	0.5	1960	住友化学工業	5.1
1960	新菱自動車	1.8	1960	日魯漁業	3.1

出所) 茨木市史編さん委員会編[2016], p.938, 表 196 の誤記等を訂正の上、一部改変

しかしながらこれらの大規模生産工場はバブル崩壊を境に順次茨木市から姿を消してしまい、現在その跡地の利用実態は様々である。パナソニック跡地はヤマト運輸関西ゲートウェイに、サッポロビール跡地は立命館大学大阪いばらきキャンパスに、カゴメ跡地は分譲住宅地に、JT 跡地はイオンモール茨木に、東芝跡地は追手門学院大学の新キャンパス等を含むスマートコミュニティへとそれぞれ変わっていった。またこれら以外にも、図表 11 のマクセル電気工業の当時親会社だった日東電工の本社が大阪市へと移転したり、富士輸送機（現フジテック）の本社が転出していったりと枚挙にいとまが無いくらいである。

大規模生産工場の撤退が続く中、茨木市も手をこまぬいていたわけではない。2004 年には北部の箕面市との市境に彩都ライフサイエンスパークを開き、20 社近くの企業の研究開発拠点を誘致してきた。アジア圏に安い労務費を求めることができる以上、もはや単なる生産工場では国内で競争していくことは難しい。そのため研究開発機能を具えた工場という視点は時勢に合うものである。ただし彩都ライフサイエンスパークはあくまで研究開発に特化した拠点であり、それが市内あるいは近隣へのさらなる工場の誘致に繋がっていくかどうかは不透明である。

図表 12 は、図表 9 から製造業だけを抜き出し、事業所数及び従業者数以外の項目を加え、年次の新しいデータに差し替えたものである。ここでは製造品出荷額等に注目すると、化学工業、金属製品製造業、プラスチック製品製造業の順に多いことが分かる。この 3 業種は従業者数でも上位 3 業種を構成している。とりわけ化学工業とプラスチック製品製造業は、付加価値額の面でもそれぞれ 1 位、3 位に位置する。金属製品製造業は事業所数で 1 位である。以上から、茨木市の工業部門における主要業種とは、これら化学工業、金属製品製造業、プラスチック製品製造業だとみなすことができよう。

図表 12. 茨木市の製造業概況

産 業 分 類	事業所数	従 業 者 数			総 額 (万円)			生産額(万円) (従業者30人以上)	付加価値額(万円) (従業者30人以上)	産 業 分 類
		総 数	男	女	取 金 計 与	原 材 料 使 用 額 等	製 造 品 出 荷 額 等			
総 数	222	8,211	6,679	2,532	3,687,414	19,713,260	33,983,082	27,689,624	10,123,293	—
09 食 料 品 製 造 業	18	1,155	953	602	338,304	1,511,683	3,109,726	2,741,996	1,363,906	09
10 飲 料・たばこ・飼 料 製 造 業	2	28	10	18	—	—	—	—	—	10
11 練 織 工 業	4	42	15	27	—	—	—	—	—	11
12 木 材・木 製 品 製 造 業	4	37	26	11	—	—	—	—	—	12
13 家 具・装 飾 品 製 造 業	3	29	24	5	9,693	5,124	26,308	—	—	13
14 パルプ・紙・紙加工品製造業	14	394	216	178	114,856	715,148	1,097,667	733,159	142,585	14
15 印 刷・同 期 連 業	6	196	161	35	96,091	147,236	486,944	396,667	260,189	15
16 化 学 工 業	13	1,171	712	459	730,419	4,081,005	9,614,819	9,515,528	4,870,822	16
17 石 油 製 品・石 炭 製 品 製 造 業	1	8	7	1	—	—	—	—	—	17
18 プラスチック製品製造業	19	1,383	904	479	593,582	2,916,670	4,410,919	2,581,787	1,202,118	18
19 ゴム製品製造業	8	113	68	45	33,943	86,633	140,229	84,396	23,311	19
20 なめし革・同製品・毛皮製造業	2	24	5	19	—	—	—	—	—	20
21 窯業・土石製品製造業	13	188	164	24	81,293	394,980	852,416	189,636	139,224	21
22 鉄 鋼 業	4	375	337	38	196,699	1,572,072	2,076,626	1,952,164	366,160	22
23 非鉄金属製造業	—	—	—	—	—	—	—	—	—	23
24 金属製品製造業	32	1,285	1,051	234	600,586	5,531,740	7,343,640	6,786,784	976,254	24
25 はん用機械器具製造業	9	228	196	32	79,483	223,161	296,367	84,417	—22,340	25
26 生産用機械器具製造業	29	781	684	97	344,877	968,238	1,717,646	1,163,511	361,981	26
27 業務用機械器具製造業	1	11	4	7	—	1,264	12,636	—	—	27
28 電子部品・デバイス・電子回路製造業	7	87	38	49	20,922	37,543	80,740	—	—	28
29 電気機械器具製造業	18	370	246	124	143,953	151,184	362,579	186,463	106,753	29
30 情報通信機械器具製造業	1	15	12	3	—	2,251	9,041	—	—	30
31 輸送用機械器具製造業	8	247	226	21	141,734	1,196,307	2,011,815	1,294,116	342,350	31
32 その他の製造業	6	44	20	24	9,888	18,852	44,113	—	—	32

注) 従業者数4人以上の事業所を集計

出所) 経済産業省「経済センサス:活動調査」

図表 13. 茨木市商業部門の概況

年	事業所数			従業者数			年間商品販売額(万円)			その他の収入額(万円)	商品手続額(万円)	売場面積(小売業)(㎡)
	総数	卸売業	小売業	総数	卸売業	小売業	総数	卸売業	小売業			
平成3年	2,931	796	2,135	20,346	9,141	11,205	114,811,071	90,632,040	24,179,031	2,205,297	6,205,646	151,769
6年	2,939	791	2,148	22,016	9,897	12,119	125,045,420	99,809,375	25,236,045	2,638,925	4,968,853	169,552
9年	3,003	865	2,138	24,159	10,797	13,362	139,684,434	113,145,520	26,438,914	2,112,940	5,910,123	178,995
14年	2,600	733	1,867	24,719	10,242	14,477	112,885,505	90,813,117	22,072,388	2,405,214	4,360,960	219,355
19年	2,308	650	1,658	21,860	8,313	13,547	106,589,451	83,368,251	23,221,200	2,276,248	3,279,949	236,445
26年	1,596	529	1,067	17,438	7,216	10,222	95,367,491	73,982,234	21,385,257	1,151,145	779,069	180,083

平成9,14,19年は6月1日現在の数値

出所) 経済産業省「商業統計表」

図表 14. 茨木市商業部門の概況（従業者規模別）

(平成26年7月1日現在)

区 分	事業所数				従業者数						年間商品販売額 (万円)	その他の収入額 (万円)	商品手続額 (万円)	売場面積 (小売業) (㎡)	
	総数	法人	法人でない団体	個人	法人		法人でない団体		個人						
					男	女	男	女	男	女					
総数	1,596	1,144	3	449	17,438	8,286	7,594	—	3	720	835	95,367,491	1,151,145	779,069	180,083
2人以下	478	194	3	281	741	183	106	—	3	232	217	2,477,491	37,875	78,034	11,737
3～4人	297	198	—	99	1,015	363	329	—	—	185	158	2,830,277	38,606	72,069	11,391
5～9人	385	345	—	37	2,577	1,280	1,088	—	—	82	147	12,638,642	200,175	225,289	29,193
10～19人	240	216	—	24	3,339	1,667	1,300	—	—	168	204	21,245,889	322,605	285,734	32,739
20～29人	87	79	—	8	2,033	1,059	792	—	—	73	109	11,036,365	177,701	34,227	17,741
30～49人	56	56	—	—	2,119	1,222	897	—	—	—	—	8,348,691	315,783	39,785	15,193
50～99人	35	35	—	—	2,306	1,140	1,165	—	—	—	—	15,556,092	24,035	7,118	11,934
100人以上	18	18	—	—	3,308	1,392	1,916	—	—	—	—	21,234,044	34,365	36,803	50,155

出所) 図表 13 に同じ

図表 15. 茨木市商業部門の概況（産業小分類）

(平成26年7月1日現在)

区 分	業 種	事業所数				従業者数						年間販売額 (万円)	その他の収入額 (万円)	商品手続額 (万円)	売場面積 (小売業) (㎡)	
		総数	法人	法人でない団体	個人	法人		法人でない団体		個人						
						男	女	男	女	男	女					
業	業	1,596	1,144	3	449	17,438	8,286	7,594	—	3	720	835	95,367,491	1,151,145	779,069	180,083
50	卸売業	529	483	—	46	7,216	4,707	2,382	—	—	78	49	73,982,234	526,230	473,274	—
51	小売業	15	14	—	1	77	42	31	—	—	2	2	227,690	836	51,130	—
511	百貨店	3	2	—	1	14	4	9	—	—	2	2	27,365	836	1,109	—
512	衣類	7	7	—	—	17	13	4	—	—	—	—	47,992	—	4,030	—
513	靴	5	5	—	—	46	25	21	—	—	—	—	152,333	—	45,291	—
52	飲食業	226	216	—	10	4,211	2,670	1,509	—	—	21	11	46,036,978	65,384	254,578	—
521	飲食店	139	134	—	5	2,308	1,678	907	—	—	15	8	17,693,055	11,316	156,813	—
522	喫茶店	87	82	—	5	1,893	992	902	—	—	6	3	28,343,923	54,068	97,765	—
523	酒場	73	67	—	6	633	459	182	—	—	9	3	4,353,702	97,448	48,828	—
53	建設業	32	28	—	4	267	187	71	—	—	7	2	1,918,628	66,767	17,465	—
531	建築業	21	21	—	—	203	150	53	—	—	—	—	1,376,379	6,194	6,184	—
532	土木業	5	5	—	—	52	42	10	—	—	—	—	—	—	—	—
533	電気業	8	8	—	—	45	35	10	—	—	—	—	663,554	1,609	10,583	—
534	ガス業	1	1	—	—	3	1	2	—	—	—	—	—	—	—	—
535	水道業	6	4	—	2	83	44	16	—	—	2	1	211,382	4,350	4,536	—
54	運輸業	114	108	—	6	973	728	221	—	—	17	7	10,009,504	341,961	79,029	—
541	自動車	35	32	—	3	309	248	51	—	—	7	3	1,754,946	172,226	27,730	—
542	バス	34	31	—	3	249	186	55	—	—	6	2	1,389,658	26,977	38,162	—
543	タクシー	26	24	—	2	280	163	91	—	—	4	2	5,872,688	32,196	5,015	—
549	その他の運輸業	19	19	—	—	155	131	24	—	—	29	26	992,012	110,562	8,122	—
55	情報通信業	78	78	—	—	21	1,308	795	456	—	—	—	—	—	—	—
551	情報処理業	17	13	—	4	353	209	134	—	—	5	5	1,665,319	3,181	5,849	—
552	通信業	25	19	—	6	415	286	112	—	—	5	12	7,979,158	2,753	3,050	—
553	放送業	2	2	—	—	20	9	6	—	—	3	2	101,826	—	1,000	—
559	その他の情報通信業	5	3	—	9	518	291	204	—	—	16	7	—	—	—	—
小	小売業	1,067	661	3	483	10,222	3,579	5,212	—	3	642	786	21,385,257	624,915	395,785	180,083
56	百貨店	6	5	—	1	971	274	695	—	—	1	1	2,603,551	28,851	55	40,158
561	百貨店	3	3	—	—	950	267	683	—	—	—	—	2,532,143	28,735	—	38,556
569	その他の百貨店	3	2	—	1	21	7	12	—	—	1	1	71,408	96	55	1,602
57	衣類	152	108	—	44	794	165	521	—	—	45	63	1,015,822	2,523	17,281	24,680
571	衣類	20	11	—	9	54	12	25	—	—	8	9	52,509	452	2,202	1,281
572	靴	9	9	—	—	46	23	23	—	—	—	—	835	—	648	—
573	靴	70	48	—	22	380	68	252	—	—	21	39	522,608	54	7,159	11,452
574	靴	16	13	—	3	88	31	47	—	—	5	5	129,325	—	150	2,669
579	その他の衣類	37	28	—	9	226	93	174	—	—	9	10	222,997	1,369	6,713	6,844
58	飲食業	302	159	1	151	3,756	994	1,917	—	3	380	483	4,838,421	53,911	18,040	43,285
581	飲食店	31	28	—	3	1,461	478	973	—	—	5	5	2,709,992	19,197	2,878	18,588
582	喫茶店	13	4	—	9	51	7	21	—	—	11	12	36,372	—	370	554
583	酒場	6	3	—	3	38	14	14	—	—	6	4	42,745	7,200	201	115
584	その他の飲食業	6	2	—	4	31	16	2	—	—	7	6	18,770	—	28	87
585	飲食店	38	7	—	31	147	33	38	—	—	38	38	188,363	1,095	3,434	3,090
586	喫茶店	77	38	—	39	467	65	237	—	—	55	110	238,363	1,543	494	3,449
589	その他の飲食業	131	68	—	62	1,581	386	632	—	—	238	305	1,604,218	24,876	10,645	19,492
59	建設業	136	94	—	42	957	644	188	—	—	32	43	3,436,163	415,456	84,919	18,551
591	建築業	86	62	—	24	635	501	91	—	—	32	11	2,459,164	391,505	55,994	8,870
592	土木業	22	9	—	13	54	25	8	—	—	17	4	58,511	5,946	3,832	2,666
593	電気業	48	23	—	25	289	118	89	—	—	38	28	918,488	18,015	4,153	7,015
599	その他の建設業	400	263	2	135	3,187	1,748	1,680	—	3	145	191	6,157,929	108,403	161,659	51,479
60	情報通信業	13	7	—	6	140	61	67	—	—	8	4	331,281	1,689	2,863	8,646
601	情報処理業	8	3	—	5	36	12	12	—	—	7	5	79,862	34	624	1,464
603	通信業	111	85	—	26	994	169	744	—	—	20	61	2,013,244	19,378	4,863	13,313
604	放送業	7	5	—	2	26	14	4	—	—	4	4	51,516	—	50	541
605	その他の情報通信業	38	34	—	4	376	291	74	—	—	7	4	1,816,786	25,665	101,456	306
606	飲食店	54	37	—	17	746	363	316	—	—	44	20	578,206	34,590	15,574	5,082
607	喫茶店	18	14	—	4	113	59	42	—	—	7	5	215,608	1,452	11,198	5,310
608	酒場	29	23	—	6	137	63	52	—	—	8	4	195,884	10,606	1,781	2,463
609	その他の飲食業	122	55	—	67	619	216	279	—	—	40	84	875,442	12,989	23,280	14,294
61	運輸業	51	41	—	10	557	249	291	—	—	9	8	3,333,371	17,761	43,791	—
611	自動車	35	33	—	2	414	145	265	—	—	3	1	2,965,242	17,761	43,727	—
612	バス	6	6	—	—	52	45	1	—	—	3	4	191,664	—	—	—
619	その他の運輸業	10	7	—	3	91	59	25	—	—	4	3	176,465	—	64	—

出所) 図表 13 に同じ

図表 13 からは、茨木市の商業（卸売業・小売業）について見ていこう。ここでは茨木市の商業における事業所数、従業者数、年間販売額等の推移を確認する。この23年間で、これらの指標はいずれも減少



してきているが、一方で小売業の売場面積だけは平成19年（2007年）から拡大し続け、直近の平成28年（2016年）こそ縮小したものの、小売現場は明らかに大きくなってきた。

次に図表14では、従業者規模別の分布を見る。事業所数の最頻値は、個人事業主が2人以下、法人が5～9人の階級になる。しかしながら年間販売額と従業者数（総数）が最も多いのは、10～19人の階級となる。小売業の店舗としてはやや大きい規模と考えられる。

最後に図表15では産業小分類別に茨木市の商業部門における主要業種を確認しておこう。表がかなり煩雑なためどこに注目するか難しいが、事業所数（総数）、従業者数（総数）、年間販売額の3つの項目全般にわたって大きいのは、卸売業では飲食料品卸売業、小売業では飲食料品小売業である。この点は図表9でも確認済みである。より細かい点では、機械器具小売業（年間販売額では自動車小売業が突出）、その他の小売業のうち医薬品・化粧品小売業、無店舗小売業が飲食料品の卸売業・小売業に次ぐ存在である。以上から、茨木市の商業部門における主要業種とは、**飲食料品の卸売業・小売業**を筆頭に、**自動車小売業**、**医薬品・化粧品小売業**、**無店舗小売業**がそれに準ずるという構図だと結論づけることができる。

### (3) 茨木市は企業誘致とどう向き合うべきか

以上が政府統計類からみた茨木市を取り巻く外部環境の変化についての分析である。マクロの視点からは、わが国全体が急速な人口減少の過程にあること、また本来であれば近隣からの社会流入によって減少が緩やかとされる3大都市圏であっても近畿圏だけが既に減少トレンドに転じてしまったことを指摘してきた。そして経済活動においても、3大都市圏の比較では近畿圏が新設の工場立地の候補地としては劣位にある状況を明らかにした。ミクロの視点からは、近畿圏の中核的自治体である大阪府が既存工業部門の生産性等で苦戦している姿が浮き彫りになった。府全体でもものづくりのプレゼンスが大幅に低下しているのである<sup>4)</sup>。そのような厳しい環境下にあつて、茨木市の状況もまた決して楽観視することはできない。経年変化を捉えてみると、工業部門と商業部門のいずれにおいても、製造品出荷額等、付加価値額、年間販売額といった産出に関する指標が悪化してきている。とりわけ深刻なのは商業部門である。工業部門が大規模工場の撤退など大きな構造変化に見舞われながらも、事業所数や従業者数自体が大きく変化していないのに対し、商業部門はいずれもかなり減少してしまっている。

ここまでの政府統計類の分析から導き出された事実はこうである。**茨木市の経済活動は、工業部門と商業部門に共通する懸案として、単位あたり産出が減少するという質的な劣化が進行中である。それに加えて商業部門では、量的規模の減少もともなっている**のである。茨木市の総人口自体は平成に入った時点で25万人超だったのが直近28万人超と純増であるため、**生産年齢人口の減少から経済活動の停滞を説明することは難しい**。茨木市の経済活動は、明らかに活力を喪失してしまっているのである。

以上のような分析結果をふまえ、茨木市が地域経済振興の手段として行うべきことよりも、行うべきでないことは明らかである。それはすなわち、撤退の続く大規模工場を様々な形での税金投入によって

無理に引き留めたり、新たに誘致してきたりするようなことは、もはや得策ではないということである。その要因としては、いくつかの先行研究から大きく次の2点が示唆されている。第1に、図表3や図表4でも議論してきたように、大規模生産工場を建設できるような大企業は既にグローバル経済の中に深く組み込まれた存在であり、特定地域に深くコミットする存在ではないことである。第2に、誘致方式の有効性がかつてほど高くないという事実である。

第1の点については、財団法人機械振興協会経済研究所編[2010]のレポートが詳しい。同レポートでは、熊本県、島根県、岩手県での大手製造企業の誘致に対する期待と課題について、誘致される企業側の視点と誘致する市民側の視点の双方から分析されている。同レポートではこれら両者に対して質問票調査<sup>9)</sup>を実施し、一定の傾向を得ている。主要な論点は次のようなものである。まず、企業側の「立地選定要因として『労働力の確保』は『地価』『用地確保』と並び重要視されているが、地域への工場への引き留め要因として圧倒的に重視されているのは『労働力の確保』である<sup>9)</sup>」と述べられている。この点については、「誘致企業の“引き留め要因”は業種や企業規模で異なるものの、すべての企業が最重要視するのは『労働力・人材』<sup>7)</sup>」であるとされており、人口減少にともない徐々に国内労働市場の需給が引き締まってきている実態を反映している。他方の市民側としては、誘致された「企業の社会的責任として最も重視する取り組みは、『地元雇用の促進』と『雇用の維持』である…(中略)…9割を超える<sup>8)</sup>」ほど期待感は大いなのである。

ところが企業側の回答では、「グローバル企業は“雇用の維持”は企業の社会的責任として重視しているものの、それ以外の企業と較べて“地元雇用”へのこだわりは薄い<sup>9)</sup>」ことや「『地元雇用の促進』や『地域中小企業・地場企業との取引』は必ずしも企業の社会的責任として上位にランクされておらず、ここは地域住民とのギャップが多少存在する<sup>10)</sup>」ことが指摘されている。すなわち、大企業（とりわけグローバル経済に組み込まれた多国籍企業）は労働力の確保に強い関心があるため「雇用の維持」に対する必要性や責任感は強く感じているものの、その方法論は必ずしも地元からの労働力の調達や地元経済との生産連関に制約されないのである。場合によっては、他地域の既存工場から従業員を配置換えして労働力を調達することも厭わないのであろう。こういった大企業の行動様式に関する認識は広く市民側にも共有が進んでいるようであり、同レポートにも「企業誘致には税収増加や雇用創出を期待するものの、地場企業ではないだけに、事業環境次第で撤退・解雇があり得るとの不安が感じられる<sup>11)</sup>」という記述が見られる。

**3 大都市圏以外の地域に居住する市民は、高度経済成長期やバブル期ほど企業誘致に対して過度な期待を抱いていないようである。**事実、同レポートの市民側への質問票調査には行政に対する経済対策の優先順位を尋ねた質問があるが、その回答は「『地域中小企業の活性化』が約49.9%と最も高く、次いで『地場産業の振興』35.9%、『求人・求職活動の支援』33.7%と続き、4番目に『企業誘致、企業立地の促進』26.3%<sup>12)</sup>」となっていた。企業誘致への期待が極端に低いとまでは言えないものの、これが3大都市圏を除くわが国のいわゆる地方の平均的な意見なのだとする、これからの行政が注力する順位としては、これまでのような誘致一辺倒ではなく、地域に根ざした経済活動をしてきた既存企業、あるいは

これからその地域で事業を始めようとする企業家⇨市民への支援を優先していく時代になってきたということなのであろう。

続いて第2の論点として、誘致方式の有効性の限界についてである。これは茨木市にとって企業誘致との距離感を再考する上で、より本質的な点である。まず指摘しておくことは、**労働生産性の地域間格差の背景に占める資本ストックの役割は時代を下るにつれて低下してきたこと**である。徳井[2013]は、1970年から2008年までの都道府県別労働生産性データベースの分析からこの点を明らかにした。それは、「1970年において労働生産性の地域間格差を生み出していた最大の源泉はTFP（全要素生産性）と資本装備率の格差であった。このうち資本装備率の寄与は急速に減少したのに対し、TFP格差の寄与はあまり減少しなかった<sup>13)</sup>」ということである。率直に言うならば、「これからの地域政策を考える上では固定費に由来する収穫逓増性は重視すべきではない<sup>14)</sup>」ということに他ならない。土地を用意し税制上の優遇を添えての大規模工場の誘致という、手厚い経済振興策は、その華々しさとは裏腹に地域経済における労働生産性の改善、それをつうじた地域の発展にとって貢献する余地が乏しくなっているのである。

事業用地を自治体を用意し、そこに計画的に企業の立地を誘導するという人工的な集積の形成（端的には工場団地）にも難がある。前述の財団法人機械振興協会経済研究所編[2010]のレポートでも、「工場団地という区画で仕切られている場合は、地域住民と企業との接点はほとんどなく、疎外感を抱く住民もいる<sup>15)</sup>」ということが指摘されている。人工的に整備された産業集積では、その形成プロセスが地域経済との連繫を前提としないことも珍しくはないため、両者を融合させる仕組み無くしては交流すらままならない。またこのことは、工場団地内の誘致企業同士でも言えることである。高岡[1999]が、『取引システム』とは、取引を行う経済主体間の取引相手探索・交渉・調整等の一連の過程から成る相互作用によって需給の接合を実現する仕組みのことである。この意味において産業集積は、まさに取引システムなのである<sup>16)</sup>と論じているように、**集積内部での企業間の分業関係とそこでの取引関係が有機的に連繫するからこそ産業集積と呼べるのであって、単に事業用地の獲得を目的にたまたまその工場団地に集った企業群は、よほど事前に入念な調整を経て誘致されでもしていない限り、相互の関係性は皆無と言って差し支えないだろう。**工場団地内の誘致企業もまた、互いに疎外感を感じているはずなのである。また大久保[2017]は、空間ソーティング・セレクションの考え方からこのような事態に対してより踏み込んだ指摘をしている。それは、「都心部に生産性の高い企業が集中する一方、地方における補助金などを通じた企業誘致は企業の集積を進めるものの、低い生産性企業の誘致に終わることにな<sup>17)</sup>」るといふ点である。大久保の指摘の要諦は、**企業誘致そのものが低生産性企業を地域に集結させてしまう悪手だ**という点にある。

これに加えて、自地域の産業構造を深く理解しないまま企業誘致を進めることは、かえって地域の付加価値を流出させることにもなりかねない。例えば中村[2018]は、「“外貨”獲得のために移出産業を育成することは必要ですが、地域経済の規模が小さく産業集積が薄い場合は、移出の増加に伴い、場合によってはそれ以上に移入が増えることになりかね<sup>18)</sup>」ないと警告する。さらに前掲の財団法人機械振興協

会経済研究所編[2010]のレポートから引用すると、「内製率の高い一貫生産工場や地元調達の高率性が希薄な工場が進出した場合は、産業集積といった波及効果があり大きくないことも少なくない<sup>19)</sup>」ということも考慮しなければならないのである。

くり返しになるが、以上2点の要因から、**これからの茨木市は企業誘致での過去の成功体験を捨て去る覚悟が必要だ**と改めて提言したい。近年における企業誘致の不確実性は非常に高く、かつ根本的にその有用性を否定する見解も見られる。まして、現在の茨木市の財政状況が健全だとはいえ、わが国全体が20年もの間デフレ環境下にあつて経済成長力に乏しい中、中長期的に税収が大きく好転する見込みは少ない。事業に投入できる資源は有限である。既に政府統計類が示した客観的なデータ群、そして先行研究によって企業誘致の有用性が著しく低下した今日では、費用対効果を考えるともっと有望な事業や手段に予算を投じるべきであろう。その対象とは、前述の財団法人機械振興協会経済研究所編[2010]のレポートでも言及されていたように、市内に立地する既存企業やこれから事業を起こそうとしている企業家である。**地域での内発的な経済活動の発展**を支援していくことこそが、最も行政に求められていることなのである。

## 2. わが国人口減少問題の本質的課題と地域経済振興に挑む自治体行政のあり方

### (1) わが国人口減少問題の本質的課題

本節では、茨木市を取り巻く外部環境及びそこでの企業誘致の可能性に関する議論からいったん離れ、民間と行政双方からの地域経済振興のあり方について検討していく。ここでまず取り上げるのは、図表1でも言及したわが国の人口減少問題についてである。わが国の人口減少については、古くは出生率が当時過去最低を記録した1990年の1.57ショックから指摘されてきたことであるが、その後も高齢化を伴いながら2008年まで総人口そのものは増加し続けてきたため、一部の識者を除けば大きく問題視されることは少なかった。しかしながら2012年以降のアベノミクスによる安定した景気拡大が続くにつれ、労働力需要の逼迫度が徐々に深刻化してきている。既に人口減少は顕在化した問題性を有している。また、総人口の減少が地方都市の消滅を惹起するとして話題をさらったのが、地方創生会議の議論を主導してきた増田寛也氏（元岩手県知事、元総務相）らによるレポートであった。その後それは2014年に『地方消滅』として出版され、広く知られることになる。

当該書籍の増田編[2014]では、東京圏を中心とする大都市圏に地方から人口が吸い寄せられ、地方が抜け殻のようになって衰退していく様態を問題視している。また、そういった大都市圏における人口稠密な状況を指して、「極点社会」と述べた。そのためこういった状況を打開するために、魅力ある地方中核都市づくりの必要性を説いた。またその方法論として、同書ではコンパクトシティの推奨、出生率回復のための子育て支援、働き方改革、女性登用の推進といった政策パッケージが並ぶ。これに対して例えば吉川[2016]や飯田他[2016]は、増田レポートの力点が「人口移動」に置かれていることを指摘している。確かに人口の社会増減に多くの説明が割かれているといえるが、その一方で増田らの指摘の重要な

点は、「地方は単に人口を減少させたにとどまらず、『人口再生産能力』そのものを大都市圏に大幅に流出させることとなった<sup>20)</sup>」という事実こそあると言える。後に詳述する赤川[2017]の指摘にもあるように、女性の出生率を左右する統計的に有意な説明変数は「都市化」であることから、地方ほど出生率は高く都市部ほどそれは低いという事実がある。この点を増田レポートの指摘と照合し見えてくることは、本来地方に居住していれば結婚し子どもをもうけたかもしれない若年女性が都市部に流出することで、その機会を逸してしまう(あるいはカップルあたりの生まれる子ども数が減る)ということである。**わが国の人口減少問題は、都市化という変数を介して、人口の社会増減が自然増減をも強く制約している**のである。

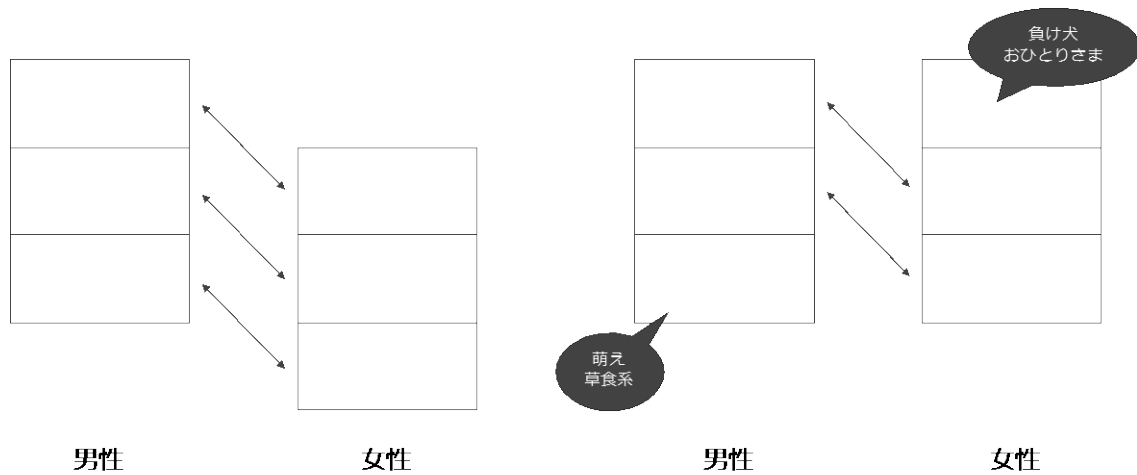
人口の大都市圏流入という社会動態に先だって、1990年代には個々人のライフスタイルの変化もまた人口減少に寄与している点が指摘されていた。例えば「パラサイト・シングル」という概念を提唱した社会学者の山田昌弘氏は、その著書において「学問的には、最近の子どもの数の減少は、女性の、晩婚化・未婚化に原因があることがはっきりしてきた<sup>21)</sup>」と述べている。注意したいのは、山田のこの指摘は1990年代の女性の高学歴化や社会進出にその要因を求めるものではないことである。興味深いのは、その要因としてわが国の婚姻制度における女性の意識に注目していることである。すなわち、「妻が夫の家に入る嫁取り婚を原則とする社会では、女性にとっての結婚は、まさに『生まれ変わり』である<sup>22)</sup>」という指摘である。男性は結婚を機会に自身の社会属性が大きく変わることはないが、女性は「生まれ変わり」である以上、その社会属性をより高めようとする。そのベンチマークは自身の「父親」だということである。加えて、「高学歴女性は、自分プラス父親の学歴以上の男性を見つけなければならないという二重の基準に縛られてしまう<sup>23)</sup>」とのことである。このようなわが国女性に典型的に見られる結婚のあり方は、**ハイパガミー(女性上昇婚)**と呼ばれる。

問題は、このハイパガミー志向が当時のわが国の経済情勢から強く助長されたことにある。山田が同書の中で論じてきた経緯の要旨はこうである。1990年代とはバブル崩壊後の最初の10年であり、また2000年前後の金融危機に向かう深刻な経済退潮期である。そしてその後のデフレと並進したわが国における長期の経済的停滞は、2008年のリーマンショック、2011年の東日本大震災を飲み込みながら徐々に国民経済の基礎体力を消耗させてきたのである。この間起こったことは、若年者の就職難、非正規雇用の常態化、そして大企業における終身雇用制の事実上の終焉であった。その結果、とりわけ1990年代後半以降に社会に出た若年層には、自らのキャリア形成やその帰結としての経済力の獲得機会に恵まれなかった者が多数出てきたのである。これらは自己責任論で片付けてよい性格のものではなく、あくまでバブル崩壊後の経済政策の失敗に起因する構造的な問題である。こうしてこの時期に社会に出た若年層の少なくない割合が、直近の職業の確保、そして中長期的な資産形成の権利まで逸してしまったのである。かつての高度経済成長期やバブル期のように、社会に出て職を持てば一定程度の収入増と資産形成が概ね約束された時代とは大きく異なる。若年層、とりわけ男性の経済的没落は、先ほどのハイパガミー志向にとって決して相容れることのない状況であった。

図表16に示すように、「生まれ変わり」を志向する若年女性は、せめて自分や自分の父親相当の社会

属性を要望するが、同年代にその条件を満たす男性は限られるため、結婚の時期を遅らせることで様子を見ようとする。高度経済成長期やバブル期に正社員の地位を得ていた父親のいる実家は相対的に裕福であるため、こういった結婚待ちの娘を同居させる余裕がある。しかしながら状況は好転せず、実家で様子見を決め込んでいた若年女性はその分年齢を重ねることになっていったのである。わが国にとって不運なことに、この時期に様子見してきた若年女性は団塊ジュニアという人口の多い世代であった。これら母数の大きい世代が非婚や晩婚によって出産機会を逸してきたことは、今日のわが国人口減少問題における自然減の基礎的要因を生み出す元凶になってしまった。ここまでが1990年代の少子化、そして今日の人口減少に至る経緯である。

図表 16. ハイパガミー（女性上昇婚）と婚姻関係のミスマッチ



出所) 赤川[2017], p.86, 図 3-2

以上の山田による議論も引用しながら、定量的評価からのエビデンスを持ち込んで現在のわが国の人口減少問題にまつわる様々な言説に一石を投じたのが、社会学者の赤川学氏である。赤川の一連の著作(赤川[2004, 2017, 2018])では、人口減少を惹起すると言われてきた俗説を正面から否定し、また大した根拠も無く都合良く政策パッケージに含まれている子育て支援のような社会福祉のあり方を問題視している。赤川の指摘は次のように端的である。まず、「子ども数を規定しているのは、どういう都市に住んでいるかという生態学的な要因であり、学歴、本人年収、従業形態といった社会経済的要因である。そしてこれらは、すでに人生のキャリアを重ねてきた人たちにとっては、政策的介入によって大きく変えることはできない要因ばかりである<sup>24)</sup>」と述べ、現在のわが国の人口減少問題に対する政策的効用の限界を指摘する。その上で、既に厚労省などでも取り組まれている数々の政策についても、その有効性が確認できないとして切り捨てている。その対象とは、女性の労働力率(社会進出)、子育て支援、働き方改革等である。

まず OECD 調査結果が引用されることの多い、女性の労働力率が上がるほど出生率が上がるという説については、OECD データの選択範囲に恣意性があることを指摘し、「女性の労働力率と出生率はみか

けの相関（疑似相関）にすぎない<sup>25)</sup>」とし、前述の「都市化」の変数がより重要であると述べた。また、女性の配偶者（夫）の家事分担や本人・世帯年収についても出生率に関係がないことを立証した<sup>26)</sup>。その上で、「子育て支援政策は、①児童福祉政策、②少子化対策、③男女共同参画政策、という3つの側面をもっている…（中略）…こうした複合体、というか理念の『闇鍋』とでもいうべき産物…実に都合のよい論理だてというしかない<sup>27)</sup>」と喝破する。赤川のこれらの説明は明瞭である。わが国における人口の自然減への対応策については、既婚カップルに対する支援はさほど重要ではない（支援しても出生率向上に結びつかない）ため、いかにして結婚するカップルを増やすか（生涯未婚者を減らすか）ということに注力すべきということである。この点は、前述の山田[1996]の主張とも整合的である。

赤川の一連の主張には、「少子化の要因の殆どは、結婚した夫婦が子どもを産まなくなっているのではなく、結婚しない人の割合が増加したこと<sup>28)</sup>」という事実が根底にある。したがって**人口減少問題の解決と待機児童問題や男女共同参画、働き方改革とは峻別して考える必要がある**ということなのである。また赤川の主張を是とするならば、人口減少問題にとってより決定的に重要なのは、結婚促進のための方策ということになる。若者の結婚行動については、赤川もまた山田同様にハイパガミー志向の弊害を指摘する。

赤川の研究のユニークな点は、戦前の社会学者である高田保馬氏の主張にスポットライトを照して、少子化の論理的帰結を解説しているところである。その要旨は、「高田は、『貧困と出生率』という論文の中で、少子化が進むかどうかは、実際の豊かさを示す言葉として現在の私たちが使う生活水準（当時の言葉では『福利』とか『経済的資力』）と、生活水準に対する人々の期待や欲望を意味する生活期待水準（高田の用語では『生活標準』）との関係によって決まるという…（中略）…高田はこのように、力の欲望がもたらす生活期待水準の、実際の生活水準以上の上昇こそが少子化の根幹にあるメカニズムだと捉えていた<sup>29)</sup>」ということである。また赤川は、高田の少子化にまつわる指摘が次の諸点を説明する上で適格的だと評価する。それらは、「(1)1人あたりGDPの高い豊かな国は、出生率が低い (2)日本やアジアの大都市圏は、農山村や村落部に比べて出生率が低い (3)世帯収入の低い女性の子どもの数は多い。『貧乏人の子沢山』<sup>30)</sup>」という3つの事実であり、それに加えて「(4)歴史的には、豊かな階層の子どもの数は多い。『金持ちの子沢山』<sup>31)</sup>」ということである。

他方で、政府が進める少子化対策を経済成長と結びつけて論じようとする主張もある。社会学者の柴田遙氏は、子育て支援（保育サービス）が労働力女性比率の向上に繋がり、それが労働生産性成長率のプラスに繋がり、最終的には経済成長率を引き上げると主張する。確かに、柴田の定量的分析によっても労働力女性比率の高まりは出生率に負の影響を与えることが指摘されているが、保育サービスの拡充がそれを補うことで、最終的に出生率は高まるよう作用するとされている。これら統計的に有意な結果は、政策効果を後押しする有力なエビデンスになるはずである<sup>32)</sup>。

以上のわが国の人口減少問題にまつわる様々な論者の指摘からは、既に政策として国家単位で取り組まれてきた諸説の多くは、実は明確なエビデンスに基づかない事実が明らかになった。図表2で示したように、茨木市は直近著しい人口減少に苛まれる懸念に乏しいが、だからと言って根拠なき政策立案に

邁進することは資源（税金）の浪費に他ならないため、これらの論者の主張には傾聴していく必要があるだろう。

また、将来の人口減少がもたらす経済的損失については、今なお軽視されているくらいがある。例えば吉川[2016]では、人口減少による経済の停滞はプロダクト・イノベーションによる労働生産性向上によって補えるという論が展開されている。確かに、吉川氏の「残念ながら、現状では日本企業は退嬰だ。…（中略）…今や企業が、家計をしのぎ日本経済で最大の純貯蓄主体となっているのである。これは、資本主義経済本来の姿と言えるだろうか<sup>33)</sup>」という問いかけには説得力があり、近年非難されるわが国企業による巨大な内部留保を原資に、労働生産性向上を進めること自体は妥当な主張である。それはそれで絶対に進めなければならない産業部門の課題だからである。しかしながらここまでの議論にもあったように、吉川氏の主張は以下のような点において楽観的な展望だと言わざるをえない。それは第1に、総人口の減少により進む生産年齢人口の急減が総需要を毀損しかねないことである。第2に、第二次産業（鉱工業）の職を得られなかった若者が地方から都市部に流出し第三次産業（商業・サービス業）に就業したととしても、多くは非正規・低賃金が避けられず生産性も概ね低いため、貧困層の固定が懸念されることである。そして第3に、都市部でも地方でも所得が落ちていくと、高等教育機関や研究開発機関が人的資源の供給不足により維持できなくなり、結果的にイノベーションの主体が育たなくなってしまうことである。

国民経済の衰退は全国均一に進むのではなく、まず地方から、そしてその影響が都市部へと伝播する形で進む。出生率が相対的に高かった地方の息の根を止めてしまえば、都市部は自然と干上がる。人口減少問題の本質的脅威とは、人口規模を再生産できない低所得の都市部人口が順次高齢化していくことで、国家そのものがゆっくりと減んでいくことなのである。しかるにイノベーションは、それ単体では本質的な解決策にはなりえないのである。

## (2) 地域経済振興と自治体行政の役割

茨木市の人口動態が緩やかな現象であるにせよ、わが国全体の趨勢は著しい少子高齢化と人口減少の進展であることに違いはない。したがって茨木市のようにしばらくの間は著しい人口減少に見舞われないう、すなわち恵まれた自治体であったとしても、近隣の他の自治体からの働きかけに起因する人口流出には細心の注意を払う必要がある。この場合、近隣自治体への直接的な対抗策を講じることは危険を伴う。なぜなら、「サービスを地域間の競争に持ち込むことは避けるべき…（中略）…競争がいきすぎれば、財政に影響が<sup>34)</sup>」てしまうからである。行政サービスは本質的に自治体間で差別化することが難しい。人口の社会増を目的に、どこかの自治体が極端な（だが住民にとっては魅力的な）行政サービスの提供を売り文句に近隣窮乏化的な政策を展開したとしても、近隣自治体も追随可能なものであることも少なくない。そうなると、自治体の体力勝負のようになってしまう。その行き着く先に自治体が財政破綻してしまつては元も子もないのである。ちょうど、企業間での果てしない価格競争は全員を敗者にしてし



まうのと同じ構図である。

前節で企業誘致の有効性に疑問を呈し、またここでは人口の社会増を狙っての行政サービスの高度化を否定するとなると、地域経済を活性化していくためにこれからの自治体行政ができることは自ずと限られてくる。以降は、人口減少社会を所与とした際に議論される「コンパクトシティ」と第1節でも言及した「内発的経済発展」の2つをキーワードに、今日の自治体が持続可能な地域経済を構築していくための方法論を検討する。茨木市の経済競争力をどのように形成していくべきかという論点は、この議論の延長線上に見えてくることだろう。

まず「コンパクトシティ」のあり方についてである。諸富[2018]は、1970年代から80年代のドイツの取り組みに由来する「縮退」という概念をコンパクトシティの基本戦略として位置づけている。ここで縮退とは、「成り行きで都市が縮む『縮小』に対して、人口減少という現実に合わせて戦略的かつ賢く撤退しながら都市を再構築し、再活性化していく主体的な取り組み<sup>35)</sup>」と定義されている。諸富は、コンパクトシティ化を成功させる上で重要な点とは新しい経済機会の創出だとする。そしてそれを具体化する上で注意すべき点として、過去のいくつかの国・自治体による政策展開の帰結を論じ、「縮退化には正の経済的インセンティブを、(コンパクトシティに反する)郊外開発には負の経済的インセンティブを付与する<sup>36)</sup>」ことの有効性を主張した。また同時に、これまでの実績から自治体の規制に期待することは困難だとも指摘している。言い換えると、経済的インセンティブによる民間誘導の方が、行政の規制行為よりも高いパフォーマンスが期待できるということである。多くの自治体にとって今後コンパクトシティ化が望ましいのは、「縮退政策で中心市街地の魅力を高め、地価を維持することが、基幹税収を増やす上で決定的に重要<sup>37)</sup>」だからである。ここでの基幹税収とは、自治体の生命線とも言える住民税と固定資産税のことであり、とりわけ後者を指す。諸富はこの点について富山市を事例に挙げ、「固定資産税は中心市街地のわずかな面積で大きな税収を生み出<sup>38)</sup>」すと説明しており、ゆえにコンパクトシティ化が自治体の存立を占う上で極めて重要だと強調しているのである。

また諸富氏は、中心市街地活性化による固定資産税の増加のみならず、コンパクトシティを実現する上でのもう1つの決定的な要素として住民参加を挙げる。なぜならコンパクトシティの実現に至る過程においては、公共施設や社会資本の整理・統合、並びに(持ち主が不明な場合により深刻ながら)私有財産としての空き家対策等、利害関係者が多すぎて対立が避けられないためである。このような複雑かつ多面的な調整は、自治体の処理能力を遙かに超えてしまう。したがって、コンパクトシティを目指す地域の住民自らその意思決定に参加することが、何よりも重要になってくるのである。諸富はこの点について、さいたま市の小学校校舎建て替えに関する住民参加型ワークショップの事例を引き合いに出し、「それまでは『統治される側』の視点だけだった住民が、『統治する側』の視点も獲得し、自治の担い手として合意形成を後押しする力量を身につけるプロセスとして機能した<sup>39)</sup>」と高く評価している。もっとも、小学校の建て替えというワンポイントイシューと都市全体を再定義するコンパクトシティとでは、言うまでもなく住民参加に要求される水準は後者の方が桁違いに困難になることだろう。しかしながらコンパクトシティ化は10年単位の長期的事業であるため、そのための意思決定もまた相応に長い時間を

かけた議論になることは必至である。そのため諸富は困難性を認めながらも、「縮退化へ向けた中長期的な取り組みを考えれば、十分『投資』に値するのではない<sup>40)</sup>」かとも述べている。

続いて「**内発的経済発展**」についてである。飯田他[2016]では、地域での経済振興における行政と民間企業との関わり方についていくつかの提言がなされている。ここでは2つの論点を紹介しておこう。1つ目は、行政がブレーキをかけて自制するべき点である。飯田らは、「必要なのは『支援』ではない。仕事をしたい人が仕事をできるようにするのがもっとも簡単で成果も出やすい。…(中略)…できないことをできるようにしてくれれば、そこに市場が発生…(中略)…ゼロ予算事業でいいから、できないことをできるようにしてほしい<sup>41)</sup>」と述べる。民間企業の活力創出のために必要なのは、手厚い補助金や助成金をとらなれた支援ではなく、不都合を取り払うことで十分だという主張である。この点は、予算不足に悩まされる大半の自治体にとっても無視できないだろう<sup>42)</sup>。この点については木下[2015]がより詳しい議論を展開している。その要諦は、補助金や助成金が本来自力で稼げないキャッシュを対象企業に与えてしまうため、助成期間を終了した途端にキャッシュフローが悪化し、事業が成り立たなくなることにある。この場合、行政による支援は、かえって民間の自立・自律的経済活動に関する意識を麻痺させるように作用してしまっているということである。

2つ目は、行政がアクセルを強く踏み込むべき点である。それは例えば、シャッター街の店舗オーナーを念頭においた「日本の商業活性化のためには相続課税と、休眠中の事業資産への課税を強化すべき<sup>43)</sup>」という提言、さらにはアメリカ等で実践されている BID(Business Improvement District: 商業改善特区)の導入という提案である。後者の BID については、「地区全体の合意のもとに、メンバーが負担金を固定資産税に上乗せして扱うことで、ビジネス環境の改善に向けた取り組みの費用をまかなう仕組み<sup>44)</sup>」のことであり、その利点としては「日本の自治会や商店街組合のように、任意加入にするとタダ乗りする人が現れる…(中略)…BID は固定資産税に上乗せしているので、徴収問題は起こ<sup>45)</sup>」らないことだと説明されている。いずれも法改正等の手続きが必要になるであろうが、その有効性は既に海外でも示されている。

以上2つの点は、行政にとってのブレーキとアクセルの双方を示しているが、相互に矛盾するものではない。なぜなら、ブレーキについては民間の競争自体は割り切って民間の力に任せてしまうこと、アクセルについてはそういった民間が競争する上で桎梏となる条件を取り除くことをそれぞれ意味するためである。競争環境を整え、活性化そのものは民間の(とりわけ地元事業者による)市場競争に委ねるのである。ゆえにこのような取り組みのことを内発的経済発展と呼ぶのである。

ここまで本項で議論してきたコンパクトシティと内発的経済発展の2つのキーワードには、じつは明確な共通点がある。それは、最終的に地域経済振興とは、「**地価**」という **KPI** を慎重に管理することで成し遂げられそうだという見通しである。より端的には木下[2015]が言うような、不動産の所有者こそが当事者意識を持ってその土地の価値を高めるべきだという主張に集約されている。木下は、「不動産オーナーが第一次顧客であるとすれば、第二次顧客はテナントであり、第三次顧客は一般の消費者ということに…(中略)…第三次顧客まで恩恵を受けられるということは、結果的にまち自体が盛り上がる<sup>46)</sup>」

とそのメカニズムを説明し、地域が活性化し持続可能な形で再生産されいくためには、その土地の不動産の所有者を起点に、都市自体に収益（獲得）力が備わっていないからなければならないということを強調する。こうした魅力的な都市が形成されれば、それにもなって地価が上昇し、不動産の所有者<sup>47)</sup>は潤うことになる。それは同時に、固定資産税の上振れとなって自治体をも潤すことになるのである。こうして、コンパクトシティと内発的経済発展の議論とは、地価を KPI とした取り組みによって結びつけられるのである。

他方で、ここまで紹介してきた地元の民間活力を別の形で応用した地域経済振興の考え方もある。それは、「ヤンキーの虎」と呼ばれる地方の企業家に活躍してもらうことである。藤野[2016]は、「地方を根拠にしている、地方でミニコングロマリット（様々な業種・業務に参入している企業体）化している、地方土着の企業、あるいは起業家<sup>48)</sup>」とその存在を定義している。その特徴は次のようなものである。ヤンキーの虎は、1990年代の携帯電話販売店が全国に展開していく過程で大きく成長したとされ、その方法論は地縁血縁を徹底的に活用する点にある。ビジネスとしては、前述の大手通信キャリアを仕入れ先とする販売店であったり、全国チェーンのカラオケ店や飲食店であったりと、特段差別化されたものではない。その代わり、業態の進出・撤退の意思決定が早いことや異なる業種間でも間接部門を統合し損益分岐点がそう高くないといった強みを持つ。ただしくり返しになるが、こうしたミニコングロマリットは、大都市圏に本社を置く大企業のフランチャイジーとして経済活動に参加していることが多い。したがって例えば飯田編[2017]が、地域産業連関表を用いた分析によって大都市圏と地方との「地域間の不均衡を生む最大の要因は開発・企画・マーケティングといった非物質的な活動の『輸入』」である。したがって『本社機能の地産地消化』が地域経済にとって最大の輸入代替活動なのだ<sup>49)</sup>と喝破しているように、地方から大都市へとロイヤルティの支払いという形で資本流出することは避けられない。しかしその一方で、地元の雇用の受け皿を担い、またこれといった産業のない地方であったとしても確実に一定の税金を納めてくれる貴重な存在でもある。ヤンキーの虎のような業態ばかりでは地方の特色づくりには繋がらないが、このような存在も併せ持ちながらコンパクトシティと内発的経済発展を進めて行くことは、至極現実的なアプローチであろう。

### 3. 論点の整理と政策提言に向けて

本節では、ここまでの議論を総括し、茨木市の経済競争力を向上するための政策提言に向けたいくつかの可能性を検討していきたい。第1節での議論の要点は、**茨木市は企業誘致での過去の成功体験を捨て去る覚悟が必要だ**ということであった。このことは、他地域での実証研究から地元住民がかつてほど誘致企業に過度な期待をしていないこと、また空間ソーティング・セレクション理論等で説明されるように誘致方式の有効性に限界が見られることから説明された。過去の誘致政策は既に効果を失っており、茨木市の経済活動は、工業部門と商業部門に共通する懸案として、単位あたり産出が減少するという質的な劣化が進行中である。それに加えて商業部門では、量的規模の減少もともなっているこ

とも確認することができた。茨木市の方向性としては、限られた資源を現有の経済主体の再生に振り向けることの方が現実的なのである。

続いて第2節での議論の要点は、わが国の趨勢として**今後長い期間にわたって人口減少が続くことは構造的に宿命づけられた事実**であるということ、そしてその条件を所与に、茨木市は**コンパクトシティ**と**内発的経済発展**の同時推進が必要だということであった。自治体としての茨木市の役割は、民間活力を最大化するための条件整備に徹することであり、補助金や助成金を用いた直接的な支援ではない。重視すべきは都市が自ら稼ぐ能力を身につけることであり、その中核的存在として地元の不動産を所有する人々に着目する必要性が提示された。「**地価**」という**KPI**を管理していくことで、不動産の所有者から順に経済的恩恵がもたらされ、そしてそれらの帰結として固定資産税等の税収が増えるという仕組みである。以上がここまでの議論の整理である。

次に政策提言に向けた予備的考察に移ろう。茨木市が経済競争力を身につけていくためには、まずその産業構造の特徴をより正確に捉える必要がある。大事なのは、企業誘致がもたらす（とされてきた）経済効果ではない。本稿では、もっぱら政府統計を用いて茨木市の置かれた経済環境を分析してきた。今後は、地域産業連関表を用いて茨木市の稼ぐ力の源泉（あるいは潜在性）をピックアップするとともに、資本の流出入状況を押さえていかねばならない。そしてその作業結果は、他の地方都市との比較の中で相対化する必要がある。

産業連関表を用いた分析の意義については、そこから「読み取れるものとしては地域間の依存度や、地域内の特定産業への依存度、サプライチェーンが寸断されてしまった場合の影響などのほうが、経済効果よりもずっと重要<sup>50)</sup>」とされる。茨木市経済のフローとストックとを両方捉えることができれば、同市は本質的に何が強く、また逆に弱いのかということ客観視することに繋がる。具体的な行動計画は、その後から議論したのでも遅くはない。

前節でもくり返し指摘してきたように、人口動態の要請からコンパクトシティ化への対応は待ったなしであり、中長期的に都市としての茨木市のカタチは変わっていくことだろう。できればそれに先駆けて内発的経済発展のための施策を展開していくのが望ましい。茨木市は関西屈指の工業都市から、大阪や京都のベッドタウンあるいは特徴に欠ける物流・サービス業の都市へと変貌してきた。しかしながらもう1つ注視すべきは、人口28万人規模の都市でありながら総合大学を含む6つもの高等教育機関を擁することである。また、府内でも有数の公立進学校もある。このような文教都市としての茨木市の側面は、今後有望なソフトパワーとして機能しうるだろう。

## おわりにかえて

本稿の目的は、大阪府茨木市の「場」としての競争力を分析し、その諸特徴と課題を提起することであった。本稿での議論から見えてきた客観的な事実は、茨木市とはかなり恵まれた地方都市だという点にある。基礎自治体として人口約28万人というそれなりの規模を擁している点、全国的に人口減少時代に突入しているにも拘わらず当面はその影響を大きく受けない点、北摂全般に言えることながら府内でも所得水準が相対的に高い点、自治体財政が安定している点、そして工業都市としての強みは失われたものの知の集積という新たな強みを獲得した点など、数え上げればきりがなくらいである。全国の大半の自治体からすれば、まさに垂涎ものの条件が揃っている。確かに、大阪市と京都市という大都市に挟まれた立地特性は、観光や物品のプロモーションといった点で明らかに不利であるし、実際にこれといった地域資源ブランドを持たないのも事実である。

しかしながら都市としての生き残りは、何も観光だけが唯一の策ではない。より大切なのは、どのようにポジショニング（位置取り）し、その結果どのような差別化を実現していくかである。来年度以降の調査・研究ではこのような問題意識のもと、第1に地域産業連関表を用いた茨木市並びに競合他市の経済競争力の比較分析、第2に他の地域での経済振興策における“失敗”事例の視察<sup>51)</sup>及び要因分析を大きな柱として進めて行く所存である。

最後に本稿執筆にあたり見えてきた若干のインプリケーションにも言及しておきたい。それは、基礎自治体という範疇での視点に拘泥することの危険性である。本稿で何度もくり返したように、わが国はこれから長期にわたる人口減少時代に突入する。その過程では、基礎自治体単位での優勝劣敗というのは国民経済にとって所詮ゼロサムゲームに過ぎないことに注意しなければならない。地域間での人口動態もまた同様である。とはいえ効果測定や物理的限界という点からも、何らかの枠組みは必要である。ただし茨木市の場合、人口28万人規模の議論で終わらせてしまうのではなく、今後の調査・分析にあたっては、せめて北摂7市の170万人経済圏というやや広い視点を併せ持つ必要があるということを提起した上で、ひとまず本稿の結びとしたい。

本研究は、平成30年度茨木市受託研究（研究課題「市内企業・法人の動向分析等にかかる調査・研究」（研究代表者：佐伯靖雄）による助成を受けた研究の一部である。

[注]

- 1) 北摂7市の人口規模は約170万人であり、これは東京23区、横浜市、大阪市、名古屋市、札幌市に次ぐ規模となる。
- 2) 財団法人東北産業活性化センター編[2008]によれば、一般に、「工業の立地は、業種や製品内容により、また同一業種でも企業により、さらには担当工程により、その内容は異なってくる。単純にコストだけでは立地は考えられず、品質や生産性、研究開発機能との近接性など、立地因子が複雑化してきている」とされる。
- 3) ただしこの点は、都市型産業集積に代表されるように大阪府の工業部門に占める中小企業の割合の大きさも考慮する必要があるだろう。しかしながら植田編[2000]が指摘するように、ここでの生産性や付加価値面での劣位が示す事実は、東大阪・八尾の集積は東京の城南地区と較べて機能面での多様性に乏しく、府内の大企業が東京に移転したり工場を海外に移管したりしたことで、府内の中小企業の多くが事業構造の変化に対応できていないことの証左でもある。
- 4) 大阪府が東京都に較べて大きくプレゼンスを下げた点は他でも解説されている。例えば飯田編[2017]によれば、「製造業の本社は、グローバルに広がる生産拠点の統括本部となった…(中略)…先端的な企業サービスを提供できる都市はそれほどない。日本ではこうした機能が東京に一極集中している」(p.111)とされる。ここでの先端的な企業サービスとは、グローバルに活躍する高度人材や会計・法務といった専門職人材の調達を指す。大阪府はとりわけバブル期以降、製造企業の本社が生産拠点の統括本部として機能しうるだけの基盤を整備してこなかったという指摘である。
- 5) 企業側への質問票調査では、従業員200名以上の製造企業2,966社に質問票を送付し、有効回答数486(有効回収率16.4%)を得ている。他方の市民側への質問票調査では、年齢や居住地に偏りが出ないように調整した上で非大都市圏、すなわち東京圏(1都3県)、愛知県、関西圏(2府1県)を除く道県に送付し、回答数は1,504に達している。これらは周到に調査設計された大規模な質問票調査であり、わが国の誘致政策の是非を問う上で極めて重要な示唆を与えてくれるものである。調査設計については、それぞれ財団法人機械振興協会経済研究所編[2010], p.47, p.83 参照。
- 6) 同書, p.2 参照。
- 7) 同書, p.4 参照。
- 8) 同書, p.124 参照。
- 9) 同書, p.5 参照。
- 10) 同書, p.138 参照。
- 11) 同書, p.113 参照。
- 12) 同書, p.2 参照。
- 13) 徳井[2013], p.27 参照。かつこ内は筆者補足。
- 14) 飯田編[2017], p.29 参照。
- 15) 財団法人機械振興協会経済研究所編[2010], p.5 参照。

- 16) 高岡[1999], p. 55 参照。
- 17) 大久保[2017], 「やさしい経済学：産業集積による地方創生⑦」『日本経済新聞』朝刊, 2017 年 2 月 20 日版, p. 21 参照。
- 18) 中村[2018], 「やさしい経済学：地域経済を『見える化』する⑤」『日本経済新聞』朝刊, 2018 年 5 月 2 日版, p. 21 参照。
- 19) 財団法人機械振興協会経済研究所編[2010], p. 7 参照。
- 20) 増田編[2014], p. 21 参照。
- 21) 山田[1996], p. 20 参照。
- 22) 同書, p. 68 参照。
- 23) 同書, p. 82 参照。
- 24) 赤川[2004], p. 72 参照。
- 25) 赤川[2017], p. 42 参照。
- 26) 同書, pp. 47-48, 及び赤川[2018], pp. 128-134 参照。
- 27) 赤川[2004], p. 164 参照。
- 28) 赤川[2017], pp. 61-62 参照。
- 29) 赤川[2018], pp. 33-34 参照。
- 30) 赤川[2017], p. 136 参照。
- 31) 同書, p. 146 参照。
- 32) ただし前述の赤川[2018]では, 柴田の研究結果に対して「柴田氏の分析からは, 子育て支援（保育サービス）が先進国を救う（＝出生率を高める）ということまでは, 行ってよい。しかし, 子育て支援が日本を救う（＝出生率を高める）とまでは結論できないはずなのである」と反論している。赤川[2018], p. 42 参照。
- 33) 吉川[2016], p. 184 参照。
- 34) 増田・富山[2015], p. 33 参照。
- 35) 諸富[2018], 「やさしい経済学：コンパクトシティを考える①」『日本経済新聞』朝刊, 2018 年 6 月 21 日版, p. 25 参照。
- 36) 同連載記事⑦, 『日本経済新聞』朝刊, 2018 年 6 月 29 日版, p. 27 参照。かっこ内は筆者補足。
- 37) 同連載記事⑨, 『日本経済新聞』朝刊, 2018 年 7 月 3 日版, p. 25 参照。
- 38) 同上。
- 39) 同連載記事⑩, 『日本経済新聞』朝刊, 2018 年 7 月 4 日版, p. 28 参照。
- 40) 同上。
- 41) 飯田他[2016], p. 72 参照。
- 42) 同書では, 地域経済の持続的発展に向く具体的な業態として, ナイトタイムエコノミーの重要性を指摘している。なぜなら, 「ナイトタイムエコノミーは物販などよりもモールやネットに代替され

にくい競合が少ない市場」(p. 54)だからである。ほかにも、商店街等のテナント利用のあり方を工夫する提言がいくつかの文献で紹介されている。例えば久繁[2010]や飯田編[2017]等では、空間や時間ごとにテナントの使用権を分割することで、日替わり・週替わりテナントの可能性を提示している。

- 43) 飯田他[2016], p. 39 参照。
- 44) 同書, p. 118 参照。
- 45) 同書, p. 119 参照。
- 46) 木下[2015], p. 72 参照。
- 47) 地価をKPI とすることで、不動産の所有者と使用者(テナント)との分離も容易になると考えられる。それは、不動産の所有者自身が商売をするよりも、もっと商才のある店子に土地・建物を貸し出すことで、より大きな経済的リターンを得られる可能性があるためである。所有権と使用権の分離については、先に挙げた日替わり・週替わりテナントを提唱する久繁[2010]、飯田編[2017]や、高松の丸亀町商店街の成功要因を分析した諸富[2018]でも推奨されている。この考え方は、ちょうど大企業における所有(株主)と経営(専門経営者)の分離の概念に似ている。
- 48) 藤野[2016], p. 20 参照。
- 49) 飯田編[2017], p. 48 参照。
- 50) 飯田他[2016], p. 104 参照。
- 51) 2018年度の当該調査・研究事業における視察先は、もっぱら“成功”事例、あるいは既に優れた地域資源ブランドを有する地域の事例であった。成功事例からは、例えばそのマネジメント手法の点で学ぶことは多いが、その成功とは特殊かつ差別化された資源に依拠するものであるなど、他地域にとって模倣困難なことが少なくない。その反面、失敗事例からはある程度共通項を見いだすことが期待できる。茨木市の競争力形成にあたり、失敗しないためのマネジメントという視点も重要になるはずである。

#### [参考文献]

- 青森県 ABM プロジェクトチーム[2003], 『「AOMORI (青森) ブランドの戦略的マネジメント手法の確立について」: 本県独自の BI (ブランドアイデンティティ) 構築とブランドマネジメント体制等の検討』  
青森県
- 赤川学[2004], 『子どもが減って何が悪いか!』筑摩書房
- 赤川学[2017], 『これが答えだ! 少子化問題』筑摩書房
- 赤川学[2018], 『少子化問題の社会学』弘文堂
- 飯田泰之・木下斉・川崎一泰・入山章栄・林直樹・熊谷俊人[2016], 『地域再生の失敗学』光文社
- 飯田泰之編[2017], 『これからの地域再生』晶文社
- 石井淳蔵[1999], 『ブランド: 価値の創造』岩波書店



- 茨木市企画財政部まち魅力発信課[2016], 『茨木市シティプロモーション基本方針 : Ibarakey』
- 茨木市教育委員会編[1998], 『茨木の史跡』 茨木市教育委員会
- 茨木市都市整備部北部整備推進課編[2015], 『茨木市北部エリア ガイドブック 「いばきた」』
- 茨木市史編さん委員会編[2005], 『新修茨木市史 第十卷 別編 民俗』 茨木市
- 茨木市史編さん委員会編[2016], 『新修茨木市史 第三卷 通史 III』 茨木市
- 植田浩史編[2000], 『産業集積と中小企業 : 東大阪地域の構造と課題』 創風社
- 江戸克栄[2013], 「エピソード価値による地域ブランディング : 地域とブランド」 地域デザイン学会・原田保編『地域デザイン戦略総論 : コンテンツデザインからコンテクストデザインへ』 芙蓉書房, 所収, pp. 159-174
- NHK スペシャル「私たちのこれから」取材班編[2016], 『超少子化 : 異次元の処方箋』 ポプラ社
- NHK スペシャル取材班[2017], 『縮小ニッポンの衝撃』 講談社
- 大久保敏弘[2017], 「やさしい経済学 : 産業集積による地方創生⑤」『日本経済新聞』 2017年2月20日版, p. 21
- 加藤正明 (橋爪紳也監修) [2010], 『成功する「地域ブランド」戦略 : 九条ねぎが高くても売れる理由』 PHP 研究所
- 河合雅司[2017], 『未来の年表 : 人口減少日本でこれから起きること』 講談社
- 河合雅司[2018], 『未来の年表 2 : 人口減少日本であなたに起きること』 講談社
- 菅野佐織・若林宏保[2008], 「ブランデッド・シティ構築戦略と資産 : 価値評価モデルの開発」『マーケティングジャーナル』 第27巻第3号, pp. 82-96
- 木下斉[2015], 『稼ぐまちが地方を変える : 誰も言わなかった10の鉄則』 NHK 出版
- 木下斉[2016], 『地方創生大全』 東洋経済新報社
- 岐阜市役所市長公室岐阜ブランド戦略室[2004], 『「岐阜市都市ブランド」に関するアンケート調査』 岐阜市
- グンナー・ミュルダール (藤田菜々子訳) [2015], 『ミュルダール 福祉・発展・制度』 ミネルヴァ書房
- 玄田有史編[2017], 『人手不足なのになぜ賃金が上がらないのか』 慶應義塾大学出版会
- 佐伯靖雄[2015], 「名古屋市熱田区における地域ブランド確立のための一考察」『名古屋学院大学論集 社会科学篇』 Vol. 51, No. 3, pp. 149-175
- 佐伯靖雄・教養ゼミ 42 クラス「茨木市地域ブランド振興プロジェクト」編[2016], 『2016年度立命館大学教養ゼミナール 42 クラス茨木市地域ブランド振興プロジェクト報告書 (第1期)』
- 佐伯靖雄・教養ゼミ 46 クラス「茨木市地域ブランド振興プロジェクト」編[2017], 『2017年度立命館大学教養ゼミナール 42 クラス茨木市地域ブランド振興プロジェクト報告書 (第2期)』
- 貞包英之[2015], 『地方都市を考える』 花伝社
- 財団法人機械振興協会経済研究所[2010], 『大規模工場誘致が地域経済及び産業に与える影響 : 企業, 自治体, 住民・学生の視点に基づく多角的分析』 (機械工業経済研究報告書 H12-1-1A)

- 財団法人東北産業活性化センター編[2008],『企業立地と地域再生：人材育成と産学官連携による企業誘致戦略』日本地域社会研究所
- 柴田遙[2017],『子育て支援と経済成長』朝日新聞出版
- 沈潔如[2010],「地域ブランド研究に関する一考察：地域ブランド研究の現状と今後の課題」『商学討究』第61巻第2/3号, pp. 287-322
- 関満博[1993],『フルセット型産業構造を超えて：東アジア新時代のなかの日本産業』中央公論社
- 高岡美佳[1999],「産業集積：取引システムの形成と変動」『土地制度史学』第162号, pp. 48-61
- 高崎順子[2016],『フランスはどう少子化を克服したか』新潮社
- 田中章雄[2012],『地域ブランド進化論：資源を生かし地域力を高めるブランド戦略の体系と事例』織研新聞社
- 徳井丞二他[2013],「都道府県別労働生産性(R-JIP)データベースの構築と地域間生産性格差の分析」『RIETI Discussion Paper Series』13-J-037, pp. 1-39
- 富山和彦[2014],『なぜローカル経済から日本は甦るのか：GとLの経済成長戦略』PHP研究所
- 中嶋聞多[2005],「地域ブランド学序説」『地域ブランド研究』第1号, pp. 33-49
- 中村良平[2014],『まちづくり構造改革：地域経済構造をデザインする』日本加除出版
- 中村良平[2018],「やさしい経済学：地域経済を『見える化』する⑤」『日本経済新聞』2018年5月2日版, p. 21
- 中室牧子[2015],『「学力」の経済学』ディスカヴァー・トゥエンティワン
- 名古屋市住宅都市局[2012],『熱田界限及び本町通 歴史まちづくり事業化検討業務報告書』名古屋市
- 名古屋市都市センター[2011],『平成22年度市民研究報告書：“熱田神宮に門前街を…”』名古屋市
- 日経リサーチ（地域ブランド戦略サーベイ）<https://www.nikkei-r.co.jp/domestic/branding/area/index.html>
- 日本統計協会編（総務庁統計局監修）[1995],『現代日本の人口問題：統計データによる分析と解説』日本統計協会
- 濱田恵三編『地域ブランド論』同文館, 所収, pp. 15-29
- 濱満久・上田幸則[2015],「地域ブランド構築のマネジメント」『名古屋学院大学論集 社会科学篇』Vol. 52, No. 1, pp. 65-85
- 濱満久・三輪冠奈[2016],「外部視点からみる名古屋市熱田区の地域ブランド化」『名古屋学院大学論集 社会科学篇』Vol. 53, No. 1, pp. 25-52
- 原田保[2013],「ゾーンデザインとコンテキストデザインの共振：地域ブランド価値の発現に向けた新視角」地域デザイン学会・原田保編『地域デザイン戦略総論：コンテンツデザインからコンテキストデザインへ』芙蓉書房, 所収, pp. 13-43
- 原田曜平[2014],『ヤンキー経済：消費の主役・新保守層の正体』幻冬舎
- 林靖人・中嶋聞多[2009],「地域ブランド研究における研究領域構造の分析：論文書誌データベースを活用した定量分析の試み」『人文科学論集人間情報学科編』第43号, pp. 87-109

- 久繁哲之介[2010], 『地域再生の罨：なぜ市民と地方は豊かになれないのか?』 筑摩書房
- 藤野英人[2016], 『ヤンキーの虎：新・ジモト経済の支配者たち』 東洋経済新報社
- 増田寛也編[2014], 『地方消滅：東京一極集中が招く人口急減』 中央公論新社
- 増田寛也・富山和彦[2015], 『地方消滅 創生戦略篇』 中央公論新社
- 諸富徹[2018], 「やさしい経済学：コンパクトシティを考える①～⑩」『日本経済新聞』朝刊  
2018. 6. 21-2018. 7. 4
- 山田昌弘[1996], 『結婚の社会学：未婚化・晩婚化はつづくのか』 丸善
- 山本尚史[2010], 『地方経済を救うエコノミックガーデニング：地域主体のビジネス環境整備手法』 新建  
新聞社
- 吉川洋[2016], 『人口と日本経済：長寿，イノベーション，経済成長』 中央公論新社
- 和田充夫[2007], 「コーポレート CSR アイデンティティ作りと地域ブランド化の連携」『商学論究』第 55  
巻第 1 号, pp. 1-17
- Aaker, D. A. [1991], Management Brand Quality, The Free Press: New York (陶山計介・中田善啓・  
尾崎久仁博・小林哲訳[1994], 『ブランド・エクイティ戦略：競争優位をつくりだす名前, シンボル,  
スローガン』ダイヤモンド)

A Study of Economic Policies of Local Government in the era of Population Decline:  
Case Study of Ibaraki City, Osaka

Yasuo Saeki

Abstract: In this paper, we analyze the economic competitiveness of Ibaraki-city in Osaka. Particularly, we focus on the aspects of industrial cluster and civic life. There are two main conclusions. Firstly, Ibaraki-city needs to forget former successful experiences brought about attraction of enterprises. Secondly, Ibaraki-city should pursue both being a “compact city” and also endogenous development because of population decline in Japan.

Keywords: population decline, attraction of enterprises, local government