

2C13 本支店関係に着目したサービス産業の立地動向と知的生産

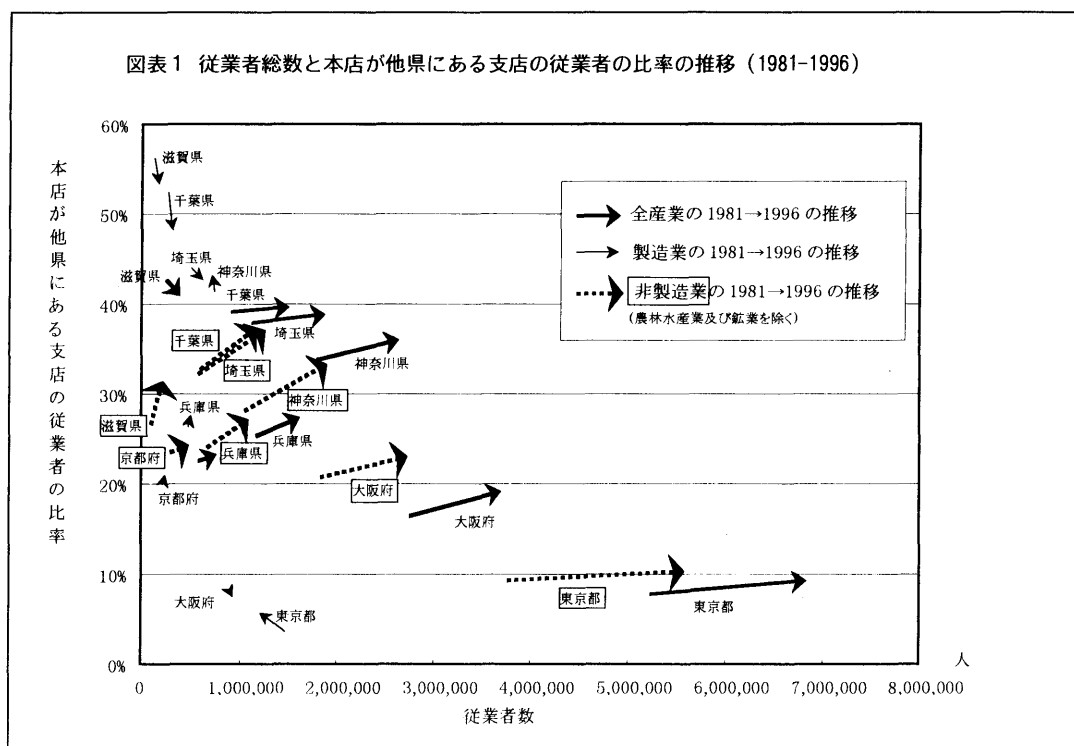
○山本長史（神奈川県環境計画課），権田金治（東海大国際政策科学研）

地方経済を指して「支店経済」と称することがあるが、地域ごとに、業種別の本支店比率（ここでは特に「他県に本店本所のある支店の比率」に着目）の経年変化と開業動向を分析することを通して、サービス産業の立地動向と知的生産の関係について言及する。「他県に本店のある支店」に着目するのは、同一都道府県内での本支店展開を除外し、他の都道府県に本拠を持つ事業所の立地動向に着目したかったからであり、そのことと開業動向の分析を通して、自律的な知的生産との関係について何がしかの指摘ができると考えたからである。（本分析のデータは全て事業所・企業統計による）

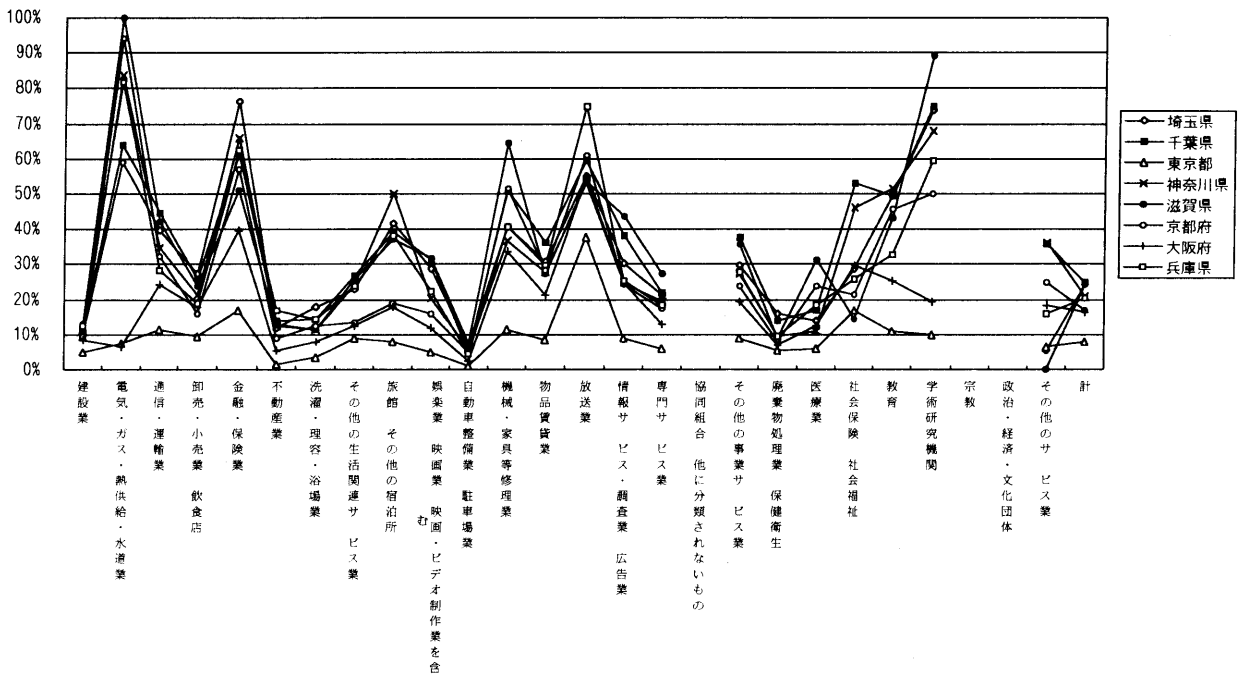
なお、今回の分析では、2大都市圏の8都道府県（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、大阪府、滋賀県、京都府、兵庫県）を対象として分析を行った。

1 全体的な傾向分析

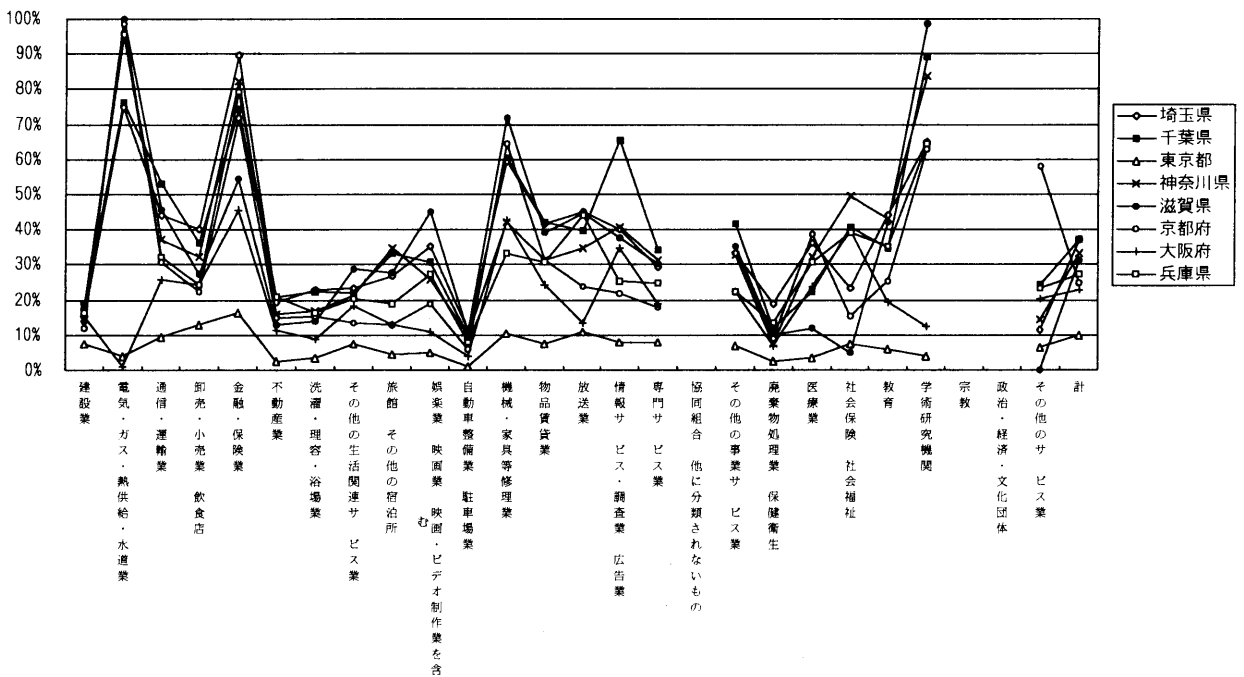
図表1は、都道府県別の「従業者数」と「本店が他県にある支店に勤めている従業者の比率（全従業者数に対する比率）」について、全産業、製造業及び非製造業（農林水産業及び鉱業を除く）に区分してその推移（1981年から1996年までの15年間の推移）を見たものである。（従業者数に着目したのは、地域経営の観点からは、事業所数よりも従業者数の方がより重要と考えたためである）



図表2 本所所在が他県の支店の比率（1996,事業所数）



図表3 本所所在が他県の支店の比率（1996,従業者数）



図を見ても明らかなように、全体的には右上りの矢印が多くなっており、従業者数の増加とともに、支店に勤める従業者の比率も高まっており、地域相互依存関係/地域相互乗り入れ関係が強まっているものと見ることができる。

その一方、製造業と非製造業では、そのパターンは大きく異なっている。製造業では、東京都や神奈川県のように、従業者数が減少するのと同時に支店の比率の上昇している地域と、滋賀県や千葉県、埼玉県のように従業者数が増加しながら支店の比率が減少する地域などが入り交じっているが、非製造業の場合は、すべての地域が右上りの矢印となっている。

しかしながら、非製造業の場合も地域によって矢印の傾きは大きく異なっており、支店の比率が大きく上昇している地域とそうでもない地域とが存在している。

また、支店の比率の地域間の差も大きく、東京都の10%のレベルから、千葉県、埼玉県の40%近いレベルまで、大きく開いている。

そうした支店の比率の差は、地域間ばかりではなく、業種間でも存在している。

非製造業の中の業種別（産業中分類別）に1996年時点の支店の比率を見たのが図表2及び図表3である。業種によって大きくその比率が異なっていると同時に、地域間の比率の差も、業種によってそのパターンが大きく異なることが良くわかる。

2 情報サービス業、学術研究機関などの立地動向

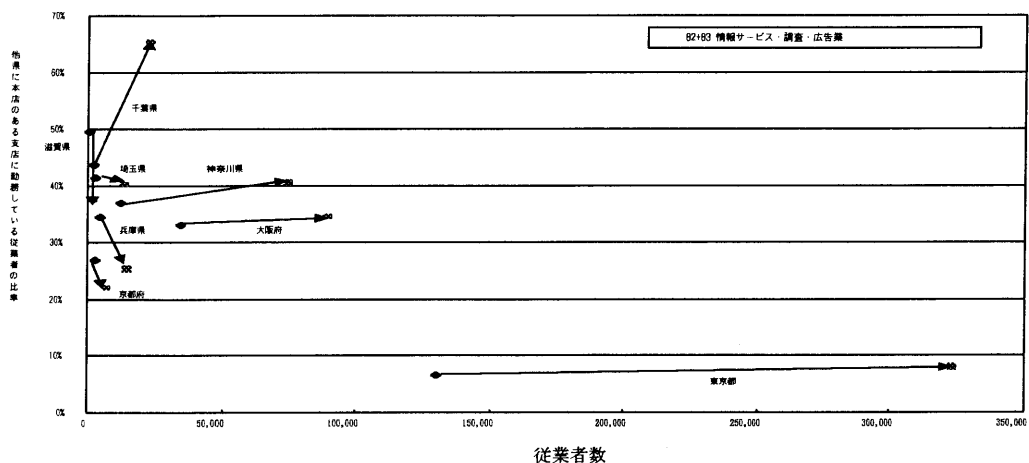
そこで、その中から、知的生産との関わりがある程度あると思われる、「情報サービス・調査・広告業」と「専門サービス業」「学術研究機関」の3つの業種について1981年から1996年の15年間の推移を見たのが図表4から図表6である。ちなみに、「情報サービス」には「ソフトウェア業」が含まれており、「専門サービス業」は法律事務所、公認会計士事務所、デザイン業など、「学術研究機関」は自然科学研究所と人文・社会科学研究所である。また、1981年の事業所統計と1996年の事業所・企業統計では、産業分類が異なっているため、96年調査では分かれている「82 情報サービス・調査業」と「83 広告業」を81年調査との比較のため、合体している。

この3つの業種の推移を見て言えることは、それぞれの業種ごとに特徴のある推移をしているということである。「情報サービス・調査・広告業」では、東京都の従業者数の伸びが圧倒的だが、東京都も支店の比率が上昇しているのがポイントである。千葉県の支店の比率が急上昇しているのと、滋賀県、兵庫県、京都府で支店の比率が低下しているのも特徴である。「専門サービス業」では、他の2つの業種と異なり、全体的な支店の比率が比較的低いという点がまず第一の特徴である。他の2つの業種では、かなり高率の支店の比率の都道府県が存在しているのに対し、この業種では、高くても35%程度の比率に留まっている。しかし、多くの県で急角度で支店の比率が上昇しており、地域性の強かった専門サービス業が広域化/地域相互依存化していることが伺える。「学術研究機関」は、なんといっても、東京、大阪への本社集中が特徴である。滋賀県、千葉県、神奈川県が元来、支店の比率が高率であったことに加え（神奈川県は従業者数は大きく伸びているが、そのほとんどは支店である）、兵庫県、京都府、埼玉県の動きも気になるところである。

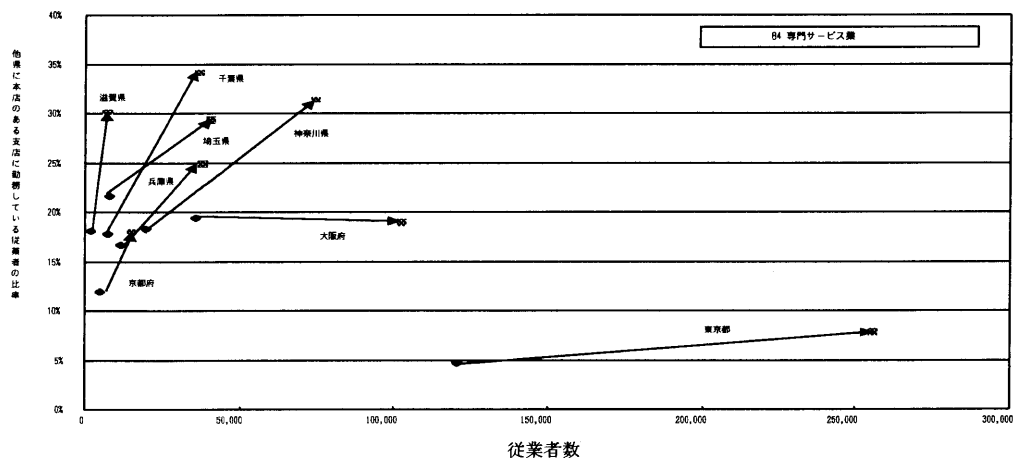
こうした支店比率の特徴は、それぞれの地域の知的生産活動の特性（例えば、新規参入のしやすさや、地域からの創発の度合いなど）を反映しているものと思われる。

そこで、そのことを検証するため、次に、これらの業種の開業動向について分析を行った。（ただし、事業所・企業統計調査では、開業動向を完全に掌握するのは困難なので、1996年調査の開設年次調査を活用することとした）

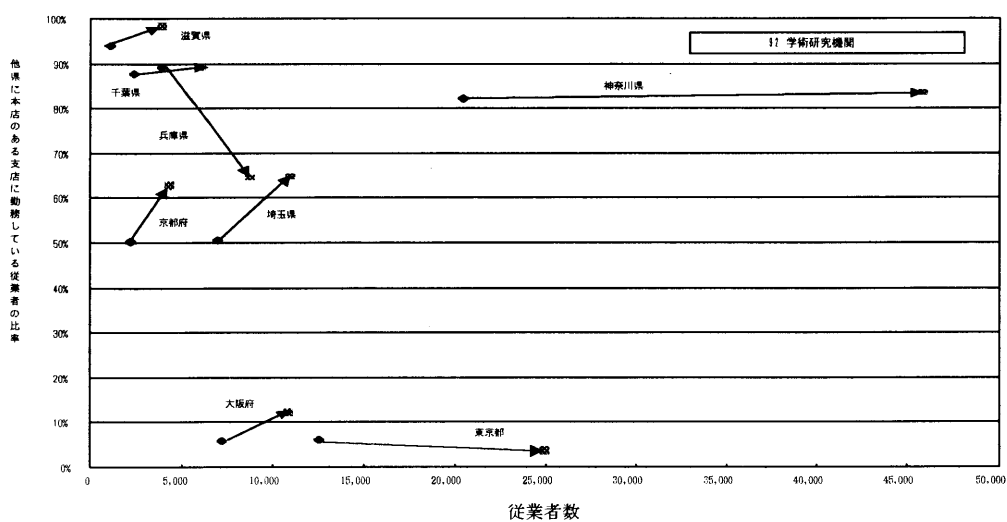
図表4 従業者数と本所所在地県の支店比率（従業者数ベース）の推移（1981-1996）



図表5 従業者数と本所所在地県の支店比率（従業者数ベース）の推移（1981-1996）

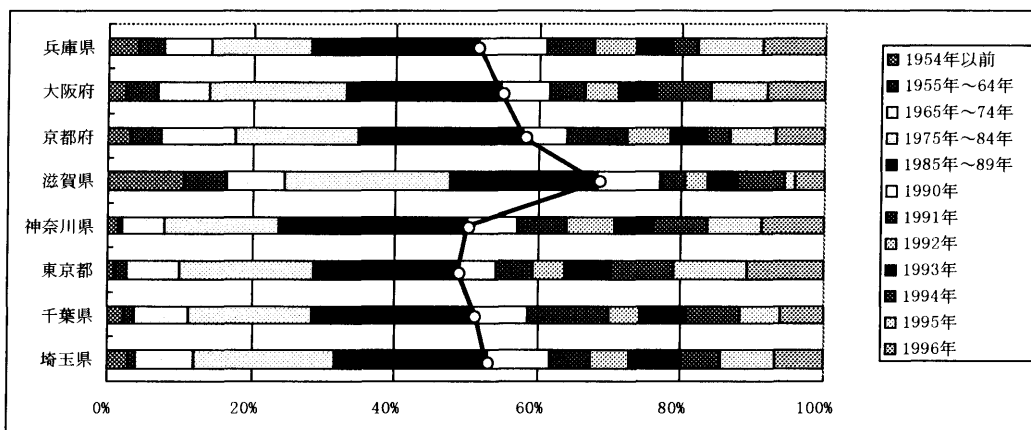


図表6 従業者数と本所所在地県の支店比率（従業者数ベース）の推移（1981-1996）

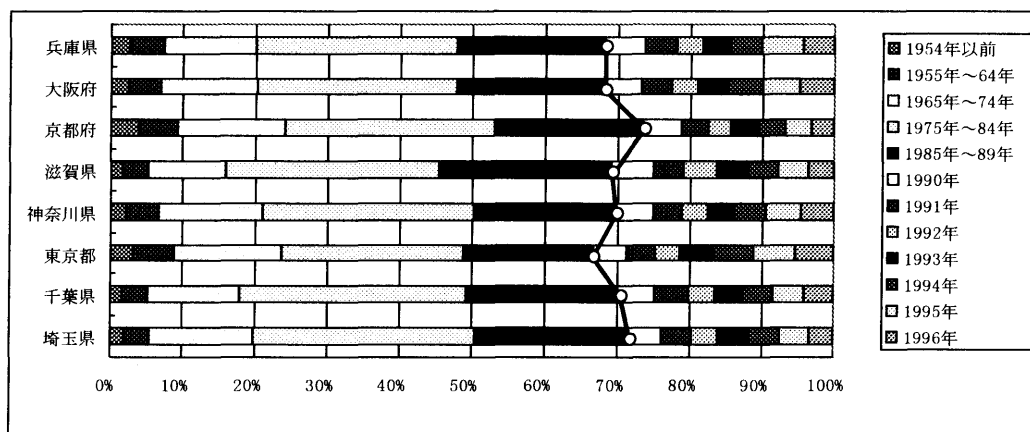


図表7 開設年次別の事業所構成比(1996年に所在していた事業所)

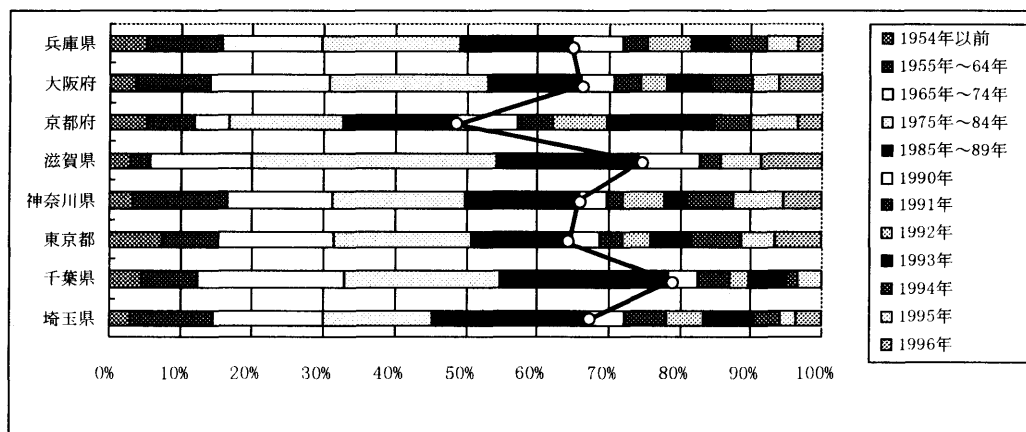
「82 情報サービス・調査業」の開設年次別の事業所構成比



「84 専門サービス業」の開設年次別の事業所構成比



「92 学術研究機関」の開設年次別の事業所構成比



3 情報サービス業、学術研究機関などの開業動向とまとめ

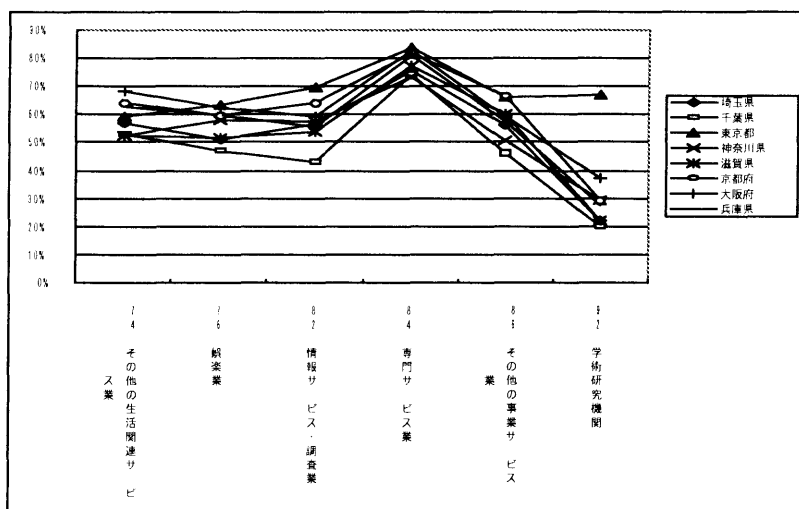
図表7は、3つの業種について、全ての事業所の開設年次による分布を見たものである。1990年のところを折れ線で示しており、折れ線より右側が調査時点直近の7年間に開設された事業所、左側がそれ以前の事業所である。地域や業種によって直近の新規立地の状況が大きく違うことがはっきりと出ている。

さらに、その直近7年間の開設状況を「単独事業所又は本店であるのはどのくらいか」、あるいは、「単独事業所を除いた場合の本店はどのくらいか」という点を示したのが図表8及び図表9である。例えば、専門サービス業では図表8の地域差は余り出ていないが、図表9では地域差が大きく出ている。これは単独事業所の比率がまだ大きいせいだと思われるが、本支店関係がその業種の内部で発生しており、そこではイニシアティブをとっている地域とそうでない地域が発生している可能性を示唆している。

他にもいくつかの指摘が可能と思われるが、紙面の関係からここでは省略する。

今回行った、本支店比率に着目したサービス産業の立地動向分析は、地域からの知的生産の自律的な発生や集積、あるいは他の地域からの新規参入の動向分析などに有効なものであると考えている。

図表8 開設年次が1990年以降の事業所の内の単独事業所又は本店の比率



図表9 開設年次が1990年以降の事業所(単独事業所を除く)の内の本店の比率

