

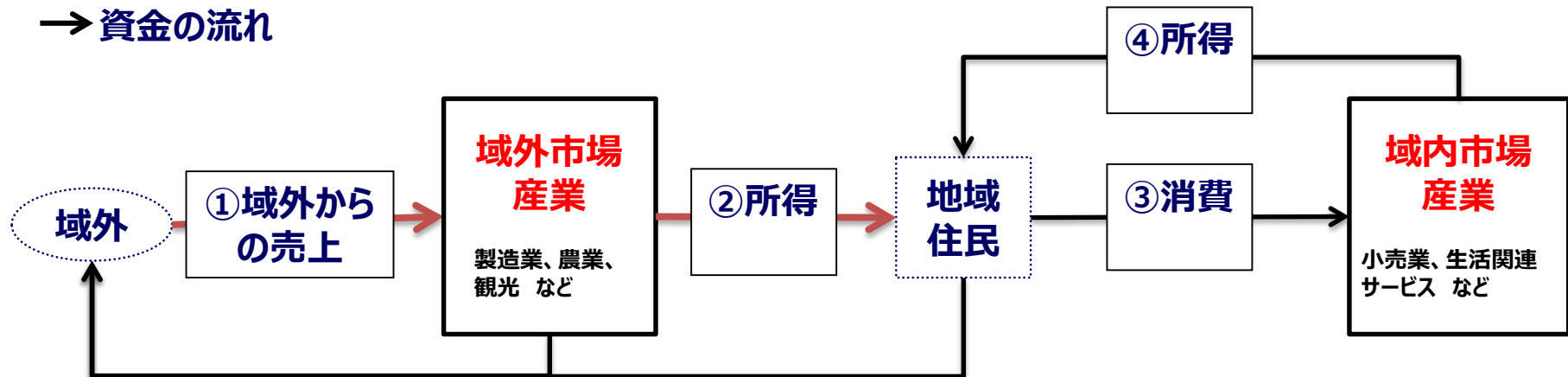
地域経済活性化政策に関する経済産業省の考え方

平成28年3月

経済産業省 地域経済産業グループ^o

地域経済の構造


- 地域経済の活性化及び雇用の創出のためには、地域経済の構造を理解し、ポイントを押さえて、有効な施策を行うことが不可欠。
- 地域経済は、①地域外を大きな市場とする「**域外市場産業**（製造業、農業、観光）」と②地域内を主な市場とする「**域内市場産業**（日用品小売業、対個人サービス業）」に分けて考えることができる。
- お金の流れに注目すると、例えば、①製造業の会社が地域外に製品を販売し、売上を得る、②会社が従業員に給料を支払う、③地域住民が地元のスーパーで買い物をする、④スーパーが従業員に給料を支払う、その後③④を繰り返して、域内需要が拡大する、という地域経済の模式図（構造）が浮かび上がる。
- 域外から資金を流入させる域外市場産業は、地域経済の心臓部とも言え、域外から資金を稼いでくる産業の集積を促進し、競争力を強化することが重要。



経済産業省の施策の考え方

- 地域経済活性化のための政策は、地域のニーズにきめ細かく対応する方向へシフト。
- 施策実施にあたっては、支援対象の発掘・ニーズの把握の段階から、全国の経済産業局や各地方公共団体と連携し取り組んでいる。
- 経済産業省では、①域外市場から稼ぐ力の強化、②域内市場産業の振興 のそれぞれについて、個別企業の成長支援から地域全体の振興まで、様々な施策を講じている。
 - 地域経済への波及効果に着目し、地域経済活性化に資する個別企業に対する支援（地域中核企業の創出・支援、中小企業支援策 等）
 - 広く地域全体の振興を図るための地域に対する支援（地域ブランドの構築、中心市街地の活性化等）

	個別企業に対する支援策	地域に対する支援策
域外市場から稼ぐ力の強化	中小ものづくり企業への支援 地域中核企業の創出・支援 農商工連携の促進	地域ブランドの構築
域内市場産業の振興 (域内消費の促進)	<div style="border: 1px solid black; background-color: #f8d7da; padding: 2px; display: inline-block; margin-bottom: 5px;">起業・創業支援施策</div> 中小サービス業の生産性向上	中心市街地の活性化



地域経済分析システム（※）による情報支援

※ 地域経済分析システム・・・地域経済に関わる様々なデータ（企業間取引情報、観光客の滞在状況、農産品の販売情報など）をわかりやすく見える化するシステム。平成27年4月に提供を開始し、自治体の施策立案を支援。