

盛岡広域圏経済戦略 分析・提言（案）

平成 26 年 12 月

目 次

盛岡広域圏経済戦略策定に向けた分析	3
◆ 分析手法	5
◆ 地域経済循環分析	6
◆ 第1次産業の地域経済循環分析	7
◆ 第2次産業の地域経済循環分析	11
◆ 第3次産業の地域経済循環分析	16
◆ 地域経済循環に適した産業のスタイル	17
◆ SWOT分析	21
■ SWOTクロス分析	30
盛岡広域圏経済戦略策定に向けた提言	33
■提言1 インバウンド観光の強化	34
■提言2 地域食文化を活かした農業の高度化	38
(1) 清酒とコメの連携	38
(2) 製麺工業と農業の連携	40
(3) 農地の集積	40
(4) ホテル旅館と農業の連携	42
(5) 研究機関との連携	43
■提言3 食品輸出の強化	45
■提言4 最悪シナリオの回避	47
盛岡広域圏経済戦略に向けた整理	50

盛岡広域圏経済戦略策定に向けた分析

消費者の価値は大きく変化しました。「何を持つか」ではなく、「いかに生きるか」、が重要視される時代となっています。「モノ」の消費から「コト」の消費に移行しているのです。

このような変化は、盛岡広域圏には福音だと思われれます。「食文化」、「温泉」、「自然景観」等に恵まれ、心が豊かになるライフスタイルを実現することが可能だからです。

若年層の流出は、そのような価値が十分に伝わっていないからではないでしょうか。伝えることができれば、価値をさらに高める産業に従事し、魅力がさらに上昇するような、正のスパイラルが生ずるとみられます。

消費者に価値を伝えるには、単にモノを届けるサプライチェーンから、価値を伝えるバリューチェーンへの転換が必要です。

コストが安いからと、域外や海外の原料を使った食品では、価値を伝えるには不十分です。域内の連携を強めて、ストーリーを補強し、さらに、その感性的価値を言語化して、消費者に届ける必要があります。

盛岡広域圏の経済戦略はこの文脈に沿うべきでしょう。域内の連携を強化して、価値を創造し、その価値を届ける仕組みを作るのです。

価値の構築や届け方は、欧州型のブランド戦略が参考になると思われれます。次葉に広域圏の特徴とともにまとめました。

盛岡広域圏の特徴を分析すると以下の通りまとめることができます。

①北東北の要衝に位置し，活用できる地域資源（自然資本，社会資本）に恵まれた，適度な規模の広域圏が形成されています

- ・ 自然景観，温泉，農林業，食文化，高速交通インフラ（新幹線）
→これら強みの詳細はP20を参照

②これまで盛岡広域圏では，仙台や他の大都市圏と同じく米国流の大量生産消費型ビジネスモデルを援用してきました。人口減少時代には難しいモデルです。

- ・ 人口増加，大量生産消費型ビジネスモデル（大型商業等）
- ・ アメリカ型（コスト勝負）
- ・ 「組み合わせ型」産業（分業）

③これからは海外にも通用するブランド化や，地域資源を活かした魅力的なライフスタイルの提案が必要です。大都市圏や過疎地域には困難ですが，盛岡広域圏は，そのような欧州型のビジネスモデルやライフスタイルを実現する条件やバランスに恵まれている数少ない地域です。

- ・ フランス，イタリア型（ブランド化）
- ・ 地域資源連携型：ワイン，チーズ，観光
- ・ 盛岡広域圏では：清酒，乳製品，麺，観光等
- ・ 各事業者，地域の連携が必要 →「すり合わせ型」産業への転換（連携）

④欧州型ブランド戦略を参考にすることが重要です

- ・ 「米国型」から「欧州型」へ
- ・ 「大・同・新」から「小・異・義」へ
- ・ 一貫性の確保

図表 米国と欧州のブランドマネジメント

	米国型	欧州型
誰の仕事か	管理職	社長
何を売るか	商品価値	企業理念
組織の原理	傭兵型	侍型
主なツール	広告	従業員
重視するもの	効率	伝統
関わり方	職能的	全人的

図表 「小・異・義」とは

小	規模が大きいこと自体には何の意味もない
異	他人と異なる自分だけのスタイルを求める
義	商品レベルの善し悪しだけでなく 組織全体としての姿勢を問う

(出所)「パワーブランドの本質」片平秀貴1998

上記結論に至る分析手法と内容，より具体的な産業政策は次の通りです。

◆ 分析手法

これまでのデータや特徴，課題の整理を踏まえつつ，地域経済循環分析によって地域における経済の流れを把握し，次に同分析で浮上した強み弱みに基づきSWOT分析を行い，経済戦略を導きます。

地域経済循環分析とは，盛岡広域圏の基盤産業を明らかにしたうえで，それぞれの付加価値がどこで，どのように発生しているのかを，圏域的な視点から分析するものです。例えば原材料，加工，販売のプロセスごとに，その地域性を分析することによって，域内で加工可能なのにもかかわらず，域外へ依存してしまい，付加価値が漏洩しているようなケースがないかどうかを検討することによって，域外からより多くの付加価値を得るには，どの産業のどのプロセスや連携に焦点をあてるべきかを探るものです。

SWOT分析とは，経済成長等を実現するための戦略決定を行う際に，その主体の内部要因と取り巻く外部要因に分け，強み(Strengths)，弱み(Weaknesses)，機会(Opportunities)，脅威(Threats)の4つの要因で分析し，成長達成のための対策を検討するものです。

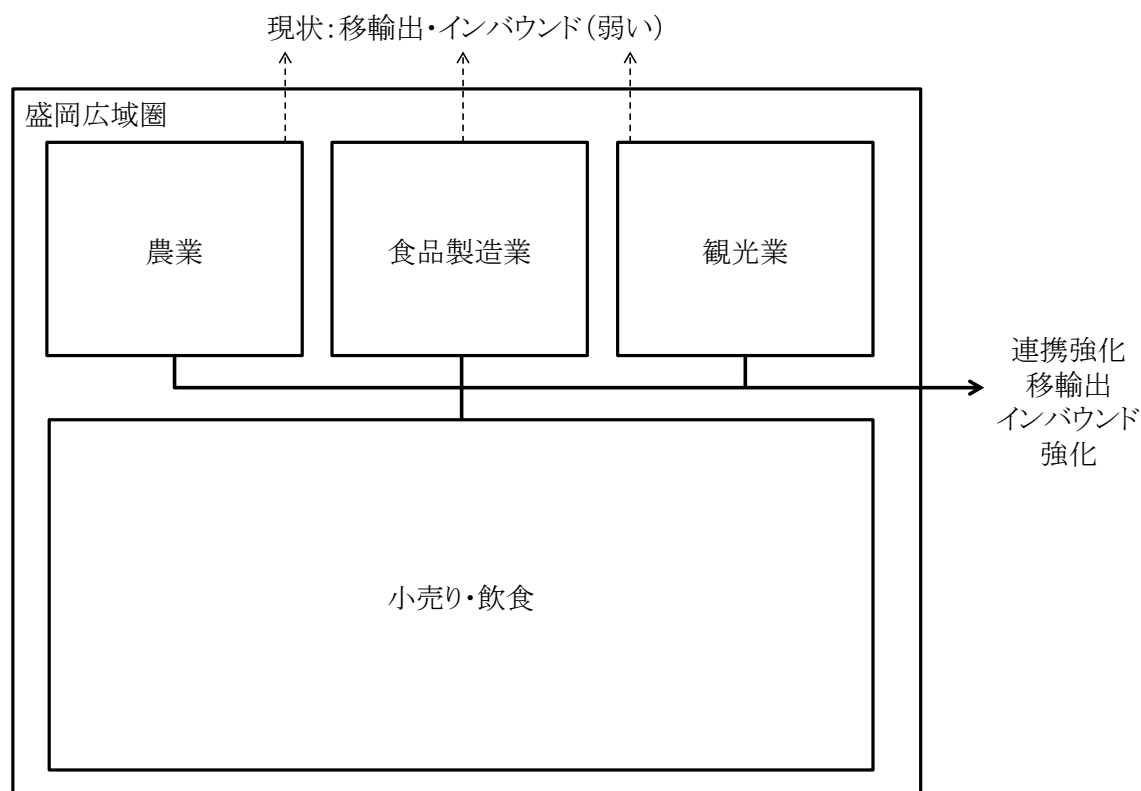
◆ 地域経済循環分析

盛岡広域圏の就業者数では、第一次産業が約1割（2010年8.3%）、第二次産業が2割弱（同16.7%）、第三次産業が7割強（同75.0%）となっています。一方、域内の総生産をみると、1次産業のウエイトが2.0%（2010）と大きく低下します。これは、農家の大層が年金収入を主とする実質的なリタイヤ層で占められているためです（少しでも産業関連の収入があれば当該就業者とカウント）。第2次産業の総生産ウエイト（13.6%）も就業ウエイト（16.7%）を下回りますが、これは一人あたりの付加価値（労働生産性）が低いことを示しています。3次産業は総生産の8割強（84.4%）を占めています。

1次、2次産業は、域外との関係が深い外貨獲得型産業である一方、3次産業（除く観光）の多くは、域内住民向けのサービスである点が異なります。1次、2次の総生産ウエイトが低く、3次のウエイトが高い盛岡広域圏は、域内住民と密接な関係を保ちつつ発展してきたと整理されます。盛岡広域圏は長らく人口増加基調でした。盛岡広域圏の成長エンジンは域内人口の増加であったとみられます。

図表 盛岡広域圏の地域経済循環分析イメージ

連携強化によって価値を創造し、域内外にその価値を発信



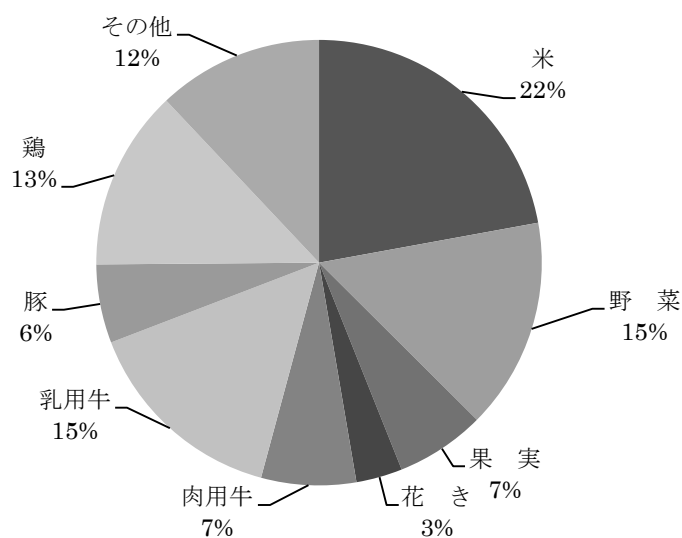
しかし、盛岡広域圏は本格的な人口減少社会となりつつあります。域内人口を対象とする3次産業中心の構造では成長を続けることは困難です。農業、食品産業、観光、IT産業等、外貨獲得型の産業を振興することで今後の経済的安定を図り、さらに当該産業の生産性改善によって若年人口の流出を防止することが必要とみられます。産業ごとに詳しく検討を加えましょう。

◆ 第1次産業の地域経済循環分析

第1次産業は、かつての主力産業でした。今日でも就業者の1割が属し、総生産でも全国と比べればそのウエイトは高いなど、盛岡広域圏を代表する産業です。これまでは、域内及び大都市圏を主なターゲットとしてきました。全国的な人口減少を鑑みれば、海外市場を視野に入れる必要があります。その場合、農産品単体で輸出できる可能性も高いのですが、最も有望なのは、清酒等、食品加工業との連携を強め、加工品として輸出することと思われます。

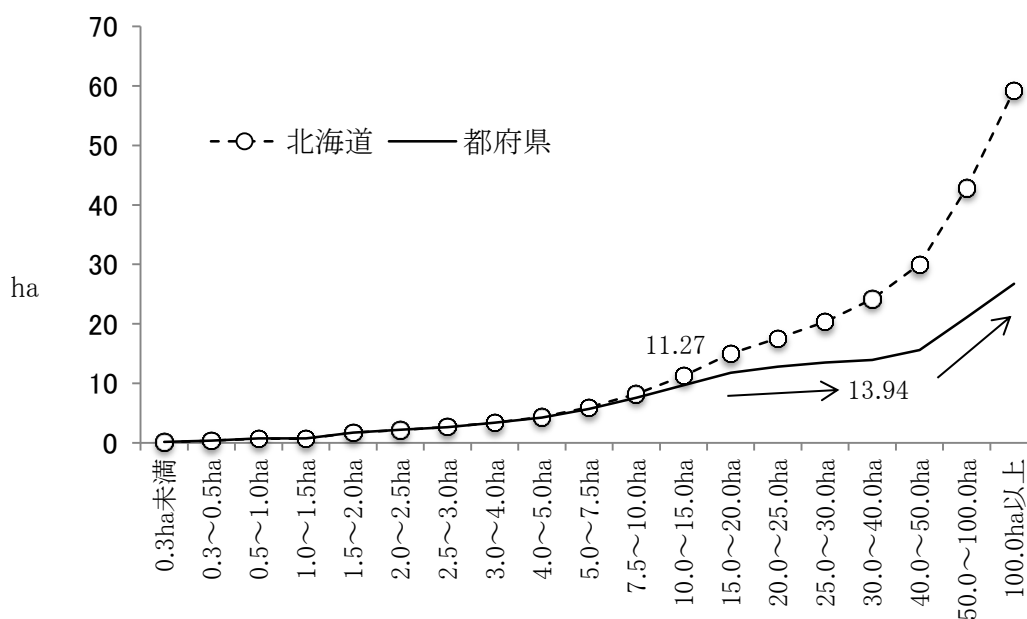
さて農業産出額のうち、約4割を畜産が占め、次いで米、野菜と続きます。販売農家の規模をみると、畜産が多いことを反映し、大型農家が相応に多く、1億～3億の販売にのぼる農家が10戸、0.5億～1億の農家が42戸存在しています。もっとも、平均は3百万円/戸（販売農家）に過ぎません。

図表 盛岡広域圏の農業産出額構成比（2006年）



出所：農林水産省「生産農業所得統計」

図表 コンバイン一台当たり 耕作面積（北海道・都道府県，2010）



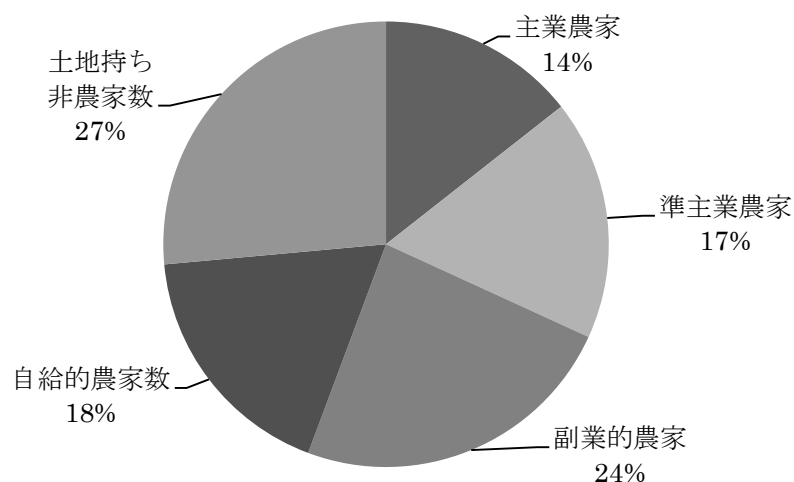
出所：2010 農林業センサス 農業経営体Ⅱ 経営耕地面積規模別統計

畜産に続いて大規模化の期待がかかっているのが米です。水田作の経営効率はコンバインの稼働率に左右されますが、50ha以上の経営規模になると、効率の向上が著しくなります。北上市には800haと日本一の経営規模を誇る農業法人も存在します。当該法人は退出農家から農地を借りることによって規模を拡大してきました。

盛岡広域圏の農家タイプをみると、既に非農家となった土地持ち非農家の数が最も多い状況です。これは高齢化等で退出した農家で、高齢化の進展によって、当該農家の数は、増加することが見込まれています。従って、当該農家から土地を借りて大規模する農家も増えると思われます。なお、水田作については、政府は、飼料米に対する助成を厚くしています。仮に域内の飼料米と畜産が連携すれば、餌を含めたトレーサビリティが充足され、安心安全の付加価値向上に期待が持てます。

鮮度が付加価値の要素となる野菜においては、消費地への流通が課題です。かつて東北自動車道の開通によって岩手町のキャベツを東京に出荷することが可能となり、大きな効果がありました。これからの課題は、消費形態の変化です。消費者は、カット野菜の購入にシフトしてきています。また、カット野菜工場の鮮度保持技術も進化を続けています。すると、鮮度（＝付加価値）の決め手が、東京（大田市場）への移送時間から、カット野菜工場への納入時間にシフトする可能性があります。

図表 盛岡広域圏のタイプ別農家構成比（2010年）



出所：農林水産省「農業センサス」

農業は、外部から肥料，農薬，飼料を購入し，域内で生産，それを外部に販売する形態が一般的でした。人口増加時代における，大都市圏向けが中心であれば，問題ありませんが，人口減少時代を迎え，輸出を視野に入れると，今までの分業体制では困難な面が多くなります。

まず畜産では，食品加工との連携を一層進め，牛乳輸出や，冷凍生菓子に対応する必要があるとみられます。当該対策の多くは，食品加工サイドのものですが，加工品の品質は原料レベルで決定される部分も多いことから，連携の重要性が増していると思われます。また飼料につきましても，域外（海外）原料から少しずつでも域内原料を使用していくことが，安心安全，トレーサビリティが重視される時代の付加価値の源泉として重要とみられます。

次に米ですが，中長期的には高齢化や人口減少に起因する大規模化が確実視され，その場合には海外とのコスト差は縮小するとみられます。そこに至るまでは，厳しい状況が続きますが，域内の他分野との連携が有力とみられます。例えば，助成が手厚い飼料米です。域内に畜産が盛んな盛岡広域圏では相乗効果が期待できます。また，需給が逼迫し価格が堅調な酒米も有力です。これも域内の酒造企業との連携がポイントです。

野菜も域内との連携がポイントです。すでに直売所は各地で成功を収めています。さらに，域内飲食店やホテル旅館との連携や，カット野菜の生産が期待されます。

図表 農業補助金

■ 水田活用の直接支払交付金(転作支援の強化)

対象作物	交付単価(例)
麦、大豆、飼料作物	35,000円/10a
WCS用稲	80,000円/10a
加工米用	20,000円/10a
飼料用米、米粉用米	55,000～105,000円/10a

■ 日本型直接支払制度(2014年度～予算措置として実施、2015年度～法律に基づき実施)

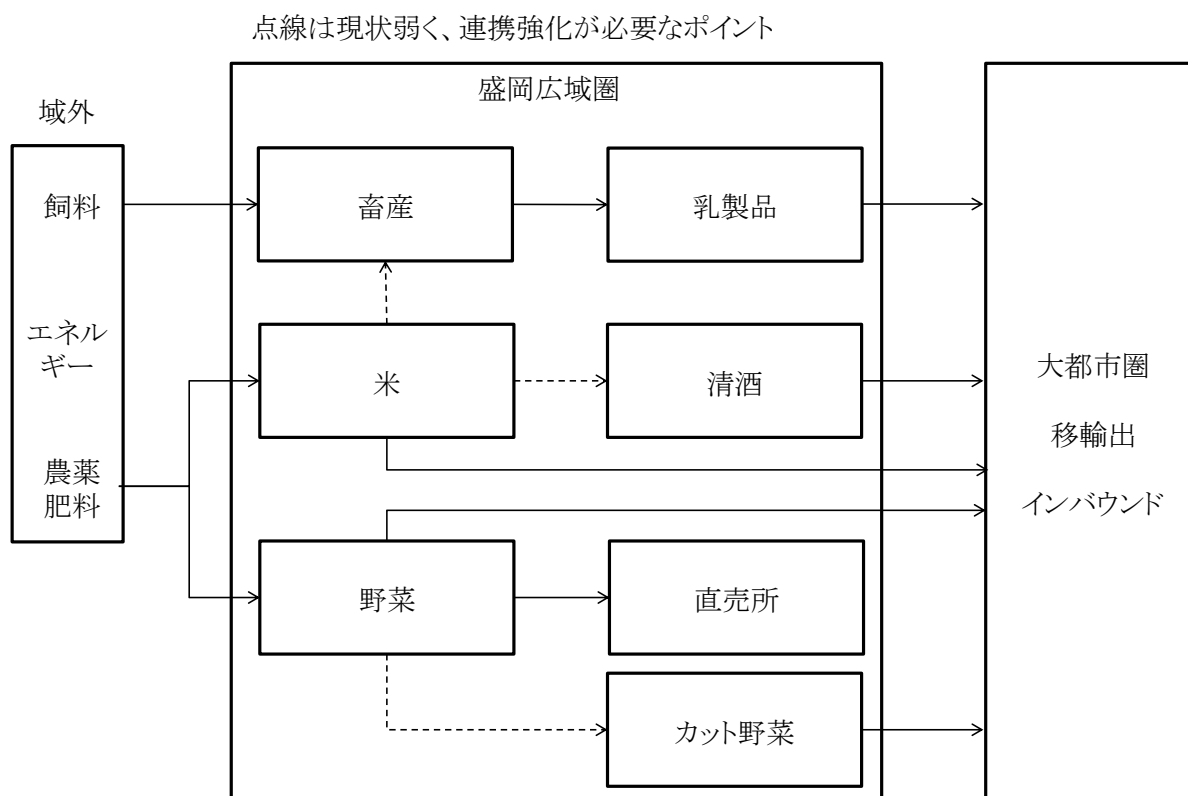
種類	交付単価(例)
農地維持支払(新設)	3,000円/10a
資源向上支払(新設)	2,400円/10a
中山間地域等直接支払	8,000～21,000円/10a
環境保全型農業直接支援	4,400～8,000円/10a

出所:農林水産省資料(平成25年12月 新たな農業・農村政策が始まります)より日本経済研究所作成

図表 農業の地域経済循環

連携強化によって価値を創造し、域内外にその価値を発信

サプライチェーンからバリューチェーンへ

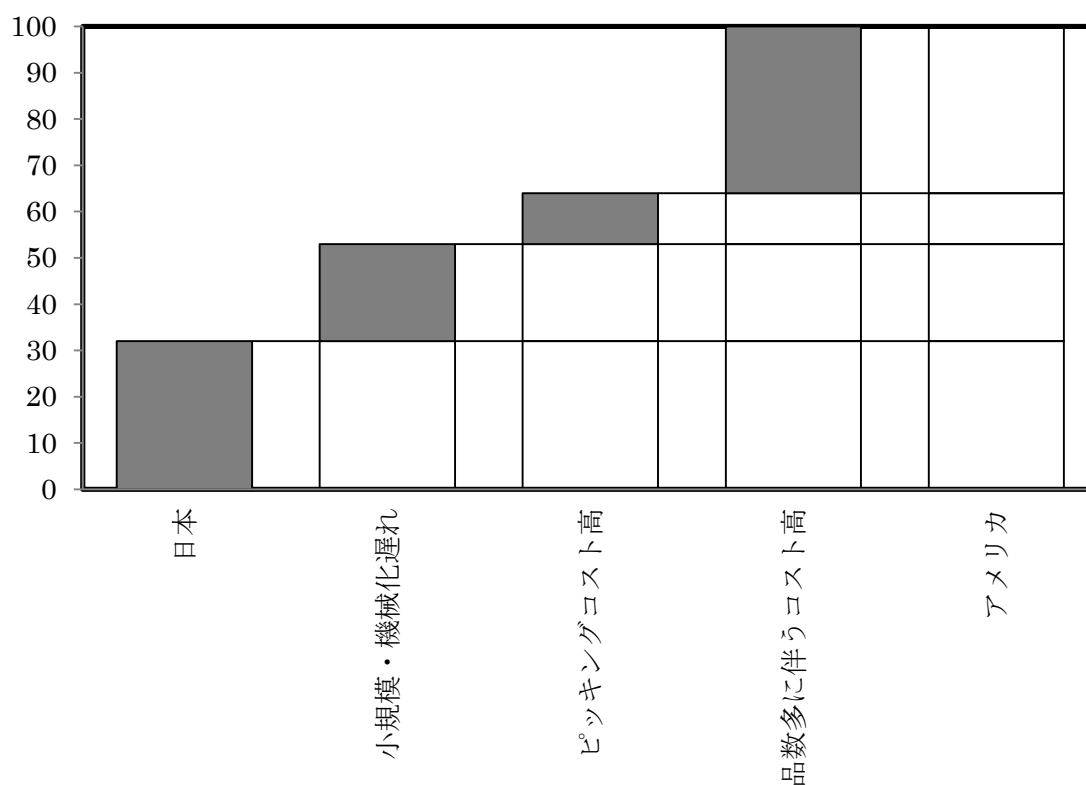


◆ 第2次産業の地域経済循環分析

第2次産業は外貨獲得産業として、人口減少時代に重要な産業です。盛岡広域圏の製造業は食料品が主体ですが（付加価値の1/3）、残念ながら食品製造業の付加価値生産性（一人当たり付加価値）は低く、盛岡広域圏製造業の水準を下げています。従って、食品製造業の生産性改善が重要です。

食品製造業における付加価値生産性の低さは、域内の他産業、他地域・他国の食品製造業と比べ際立っています。まず、域内の他産業と比べると、盛岡広域圏・食品製造業の一人当たり付加価値が5.5百万円であるのに対し、印刷業は12.7百万円、電気機械産業は7.5百万円です。次に食品製造業の全国平均は7.8百万円となっています。

図表 日米食品工業生産性格差要因分析



（出所）「業種別生産性向上に向けた検討課題」内閣府 2008 労働1時間当たり付加価値額比較

さらに最も差が大きいのが他国と比べた場合です。食品製造業の生産性日米格差は3倍です。最大の格差要因は、品数が多いことに伴うコストです。品数が多いのは、農業との連携がこれまではあまり進んでいなかったことから、仏ワインのような本質的な差別化ができず、小手先で勝負せざるを得なかったためとみられます。例えば清酒産業で

は、域内の米で差別化するよりはむしろ海外のアルコール原料を活用しつつ、大吟醸や吟醸、本醸造や特別本醸造、普通酒など多様な製品を手掛けてきました。

しかし、農業流通をめぐる環境は急速に改善されており、農業との連携を前提とした本質的差別化商品の開発に期待がもてます。既に飲食と連携した麺製造業の高レベルや、農業と連携した高級清酒の輸出は好調であるなど、域内の連携によって課題を解決しているケースが散見されます。

■ 食品製造業偏差値

課題を定量的に分析するために、盛岡広域圏の食品製造業（産業細分類ベース、秘匿産業を除く）について、一人当たり付加価値（≒給与）を、同業他地域（国内広域圏 233 地域）の水準と比較（偏差値）してみました。

図表 盛岡広域圏食品製造業の付加価値生産性（一人当たり付加価値）偏差値

産業分類・細分類名	従業者数 (人)	付加価値額 (百万円)	一人当たり付加 価値(千円)	同左 偏差値
<u>すし・弁当・調理パン製造業</u>	316	1,840	5,823	<u>66.9</u>
<u>めん類製造業</u>	448	4,019	8,971	<u>59.3</u>
<u>パン製造業</u>	492	2,957	6,010	<u>54.9</u>
豆腐・油揚製造業	212	989	4,665	51.7
<u>乳製品製造業(処理牛乳, 乳飲料を除く)</u>	228	3,303	<u>14,487</u>	49.4
<u>清酒製造業</u>	181	1,306	<u>7,215</u>	48.2
ビスケット類・干菓子製造業	81	376	4,642	47.6
処理牛乳・乳飲料製造業	171	1,466	8,573	47.5
生菓子製造業	195	763	3,913	46.0
肉加工品製造業	233	931	3,996	45.8
野菜漬物製造業(缶詰, 瓶詰, つぼ詰を除く)	128	433	3,383	44.6
精米・精麦業	123	401	3,260	44.1
その他の畜産食料品製造業	1,053	3,228	3,066	42.8
そう(惣)菜製造業	22	58	2,636	40.7
他に分類されない食料品製造業	166	430	2,590	38.5

(出所) 工業統計 2012 より日本経済研究所作成

上位には、パン（含調理パン）及び麺が並びました。これは盛岡の地域食文化を背景としたもので、飲食店との連携が高い生産性に繋がっているものとみられます。一人当たり付加価値は高いものの、偏差値が低かった産業もあります。乳製品と清酒です。これらは同業他地域をベンチマークとすることによって、より生産性を上げることが可能とみられます。

■ 地域文化型食品製造業

偏差値が上位であった地域文化型食品製造業（パン、麺）について検討を加えましょう。国内広域圏 233 地域に比べて、最も一人当たり付加価値の水準（偏差値）が高いのは、調理パン製造業でした（一人当たり付加価値偏差値 67）。これは、福田パンのような特色ある有力事業者が、出店として調理パン事業を手掛けていることによるものとみられます。ちなみに第 3 位はパン製造業でした（同偏差値 55）。

第 2 位は、麺類製造業でした（同偏差値 59）。兼平製麺所をはじめとする有力事業者の集積によるものとみられます。これは、冷麺、ジャージャー麺等、盛岡広域圏の特産品を背景としています。盛岡市の中華麺消費は県庁所在地中第一位です。

盛岡広域圏が、他地域に比べ優位性がある製造業は、盛岡広域圏の地域文化を背景とした産業集積でした。これらはいずれも、域内飲食店との結びつきが強いなど 6 次産業的要素を有し、地域経済循環に優れた産業群です。また、観光客にも支持されており、外貨を獲得する力も十分に有しています。これからは、川上の農業や川下の観光との連携、IT を活用した情報発信等を進めることによって、域内有力産業から、外貨獲得有力産業への脱皮が期待されます。

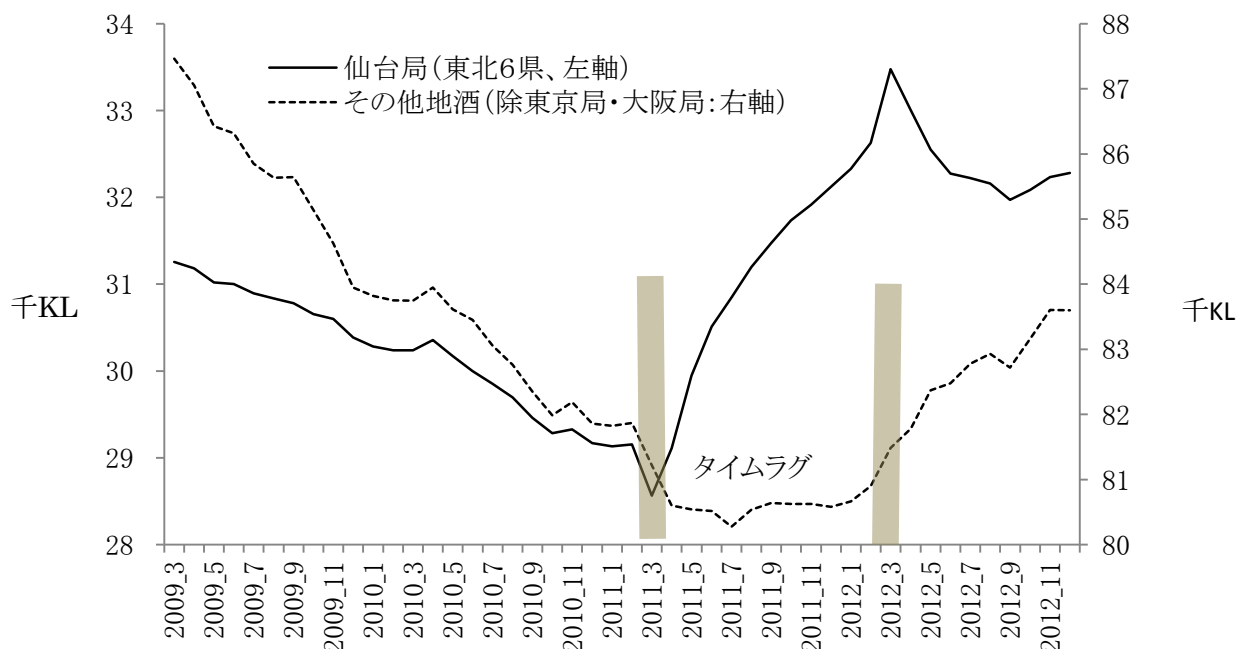
■ 日本型食品産業

次に偏差値ではなく。絶対水準をみると、盛岡広域圏で、最も一人当たり付加価値が高いのは、乳製品製造業で、次ぎに、処理牛乳、清酒と続きます。しかし、他地域に比べると必ずしも高くはなく、一人当たり付加価値偏差値は、乳製品 49、処理牛乳 47、清酒 48 と、全国を下回ります。

これらは、盛岡のみならず、全国で生産されている食品で、ライバルが多いのです。全国に比べると、盛岡広域圏はやや劣りますが、絶対的な付加価値生産性のレベルは高

く、従って、全国にキャッチアップすることによって、一層の成長を果たすことが可能な産業群です。また、乳製品、牛乳、清酒は輸出も期待できます。

図表 高級清酒（特定名称酒）出荷推移（季節調整年換算）



(出所) 日本酒造組合中央会まとめの概数より日本経済研究所作成

乳製品（及び牛乳）のベンチマークは、北海道（帯広，偏差値 63）です。帯広は生菓子製造の偏差値も高いなど（61，盛岡広域同 46），域内関連産業の連携による高付加価値化が進んでいます。日本の乳製品や牛乳はアジアで特に人気が高く，専用の輸出設備が必要となる場合もありますが，将来的には期待できる分野です。

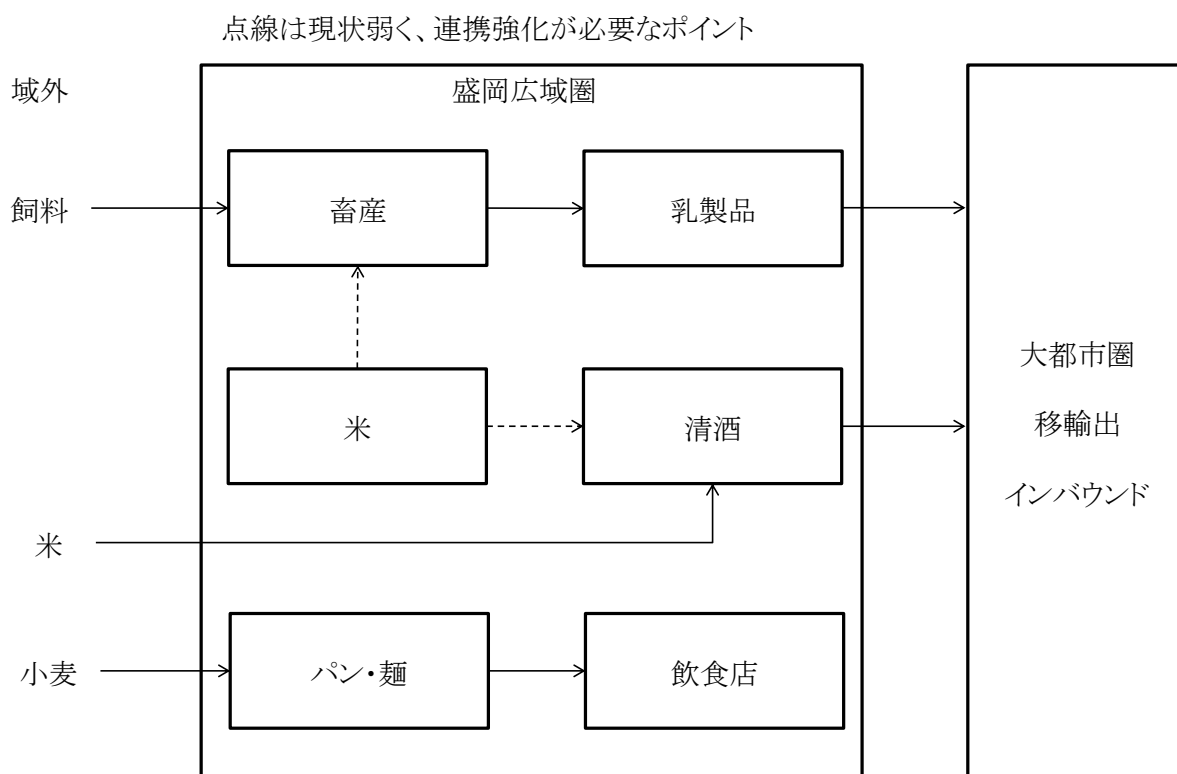
清酒製造業のベンチマークは，秋田広域圏です（偏差値 55）。秋田では，農業や流通との連携のみならず，同業者同士の連携によってイノベーションを加速させているケースがみられます（NEXT5）。地域経済循環のモデルケースです。

清酒製造業はかつて非連携の象徴でした。原料米は農協から酒造組合を通じて配給され，酒蔵が農家と契約するのがタブーであった時代がかつてありました。また製造は主に杜氏にアウトソーシングされ，酒の質や造りを変えることは困難でもありました。さらに小売りの自由化（2003）が，情報の非対称性をもたらし，消費者に酒の質を理解してもらうことが非常に難しい時期が続きました。

図表 食品製造業の地域経済循環

連携強化によって価値を創造し、域内外にその価値を発信

サプライチェーンからバリューチェーンへ



連携が少なかったのは、分業したほうが、大量生産には都合がよかったためです。このシステムは高度成長までは上手く機能しました。しかし、酒の質が問われる時代になると、分業が足かせになって、酒質の改善が進まず、清酒消費量は1975年をピークに、近年ではピークの1/3まで落ち込みました。

ところが、東日本大震災を契機とした被災地支援購買が東北の高級酒に向かい、結果として、高級清酒の品質評価が一変、情報の非対称性が解消されV字回復に至っています。

好調な清酒製造業の特徴は地域経済循環のお手本です。①農業との連携を重視し、良質な原料（酒米）を十分に使用、②社長又は社員自らが酒質を決め自ら製造、③消費者や流通との十分なコミュニケーションと酒質へのフィードバックです。なお、清酒は輸出も好調で、文字通りの外貨獲得産業としても期待されます。

◆ 第3次産業の地域経済循環分析

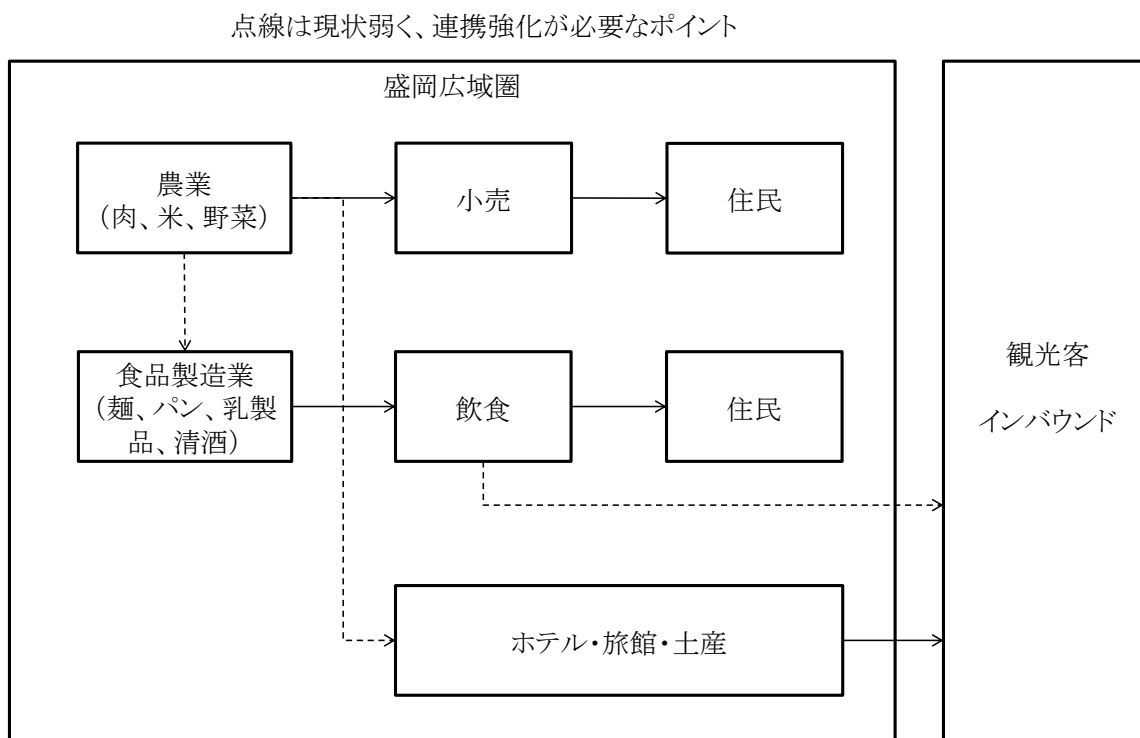
3次産業（除く観光）の多くは、域内住民や法人向けのサービスです。1次、2次の総生産ウエイトが低く、3次のウエイトが高い盛岡広域圏は、域内住民と密接な関係を保ちつつ発展してきたと整理されます。

さて、本格的な人口減少時代の3次産業として期待されるのは、外貨を獲得する観光業です。盛岡広域圏では、インバウンド観光が本格化したとは言い難い状況ですが、その素質は十分にあるとみられます。

なぜかという、外国人観光客が日本を訪れる理由や高い評価を受けている項目は、いずれも「日本食」、「自然風景」、「温泉」であり、盛岡広域圏の優位性が発揮できる分野だからです（日本政策投資銀行「アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査（平成26年度版）」）。

図表 3次産業の地域経済循環

連携強化によって価値を創造し、域内外にその価値を発信
サプライチェーンからバリューチェーンへ



しかし、一方で、東北に関する興味関心は高いとは言い難く、同アンケートで東北に行ってみたくて回答したのは全体の1%に止まりました（訪日経験なしの場合）。ちなみに東京は同50%、北海道は40%です。

訪日回数が増えると興味関心は増える（訪日1回：東北訪問意欲2%、2回以上8%）ことから、東北は通好みであり、認知度が増えるに従って、インバウンドが盛んになることが期待できますが、何らかの対策が重要です。

盛岡広域圏は新幹線の結節点として重要な拠点です。新幹線の函館延伸が近づいています。外国人観光客に人気の北海道と東京の中間点にある立地を活かすことが出来るのではないのでしょうか。

◆ 地域経済循環に適した産業のスタイル

盛岡広域圏で、最も循環が成立しているとみられるのは、地域文化型食品製造業と関連飲食業です。福田パンと同出先店舗、麺類製造業と関連飲食業は、緊密に連携し、観光客を含む消費者から外貨を獲得しています。飲食店を経由することによって、製造品を出荷するよりも、多くの付加価値を広域圏にもたらしっていると評価されます。

これから循環が期待できるのは、清酒製造業を始めとする日本型食品業です。清酒はこれまで、域内のコメを利用する機運に乏しく、県の酒造組合が全国組織である農協を経由して調達してきました。これからはフランスワインのように、地域原料にこだわる企業が増えることが期待できます。同じようなことは、他の食品産業にも言えます。また農業は中長期的に大規模化するとみられますが、そうなると食品製造業と直接に契約しやすくなるでしょう。大都市圏に直接出荷するのではなく、域内の食品産業に納め、それが大都市圏に出荷されれば、域内に落ちる付加価値は増加します。

例えば、食米と酒米の動向を比べてもそのような結論となります。食米は人口減少によって、ますます需給が緩み、平均価格も一層下落するとみられますが、一方、酒米は高級清酒の伸長によって需給が逼迫しており、今後10年間で5倍に増えてもおかしくない状況です。価格も強含みで推移するとみられます。農業も地域産業との連携が重要です。

図表 米需要の推計（全国）

	2012 (万トン)	2022 推計 (万トン)	2012 =100%	備考
食用向け	757	646	85%	一人当たり需要量のトレンド延長と人口推計を乗じて2022を推計
清酒向け	24	34	142%	酒類別(吟醸等)原単位は国税庁「平成24酒造年度における清酒の製造状況等について」より算定
うち酒米	7	23	343%	酒米は麴米のみの使用から全量使用となる可能性が大きい。特定名称酒が全量となれば、3.4倍となる
合計	781	680	87%	
総人口(2022)			96%	国立社会保障人口問題研究所
食用向け一人当たり(2022)			89%	2008～2012トレンド延長
清酒生産量(2022)			107%	2010～2012酒類別トレンド延長

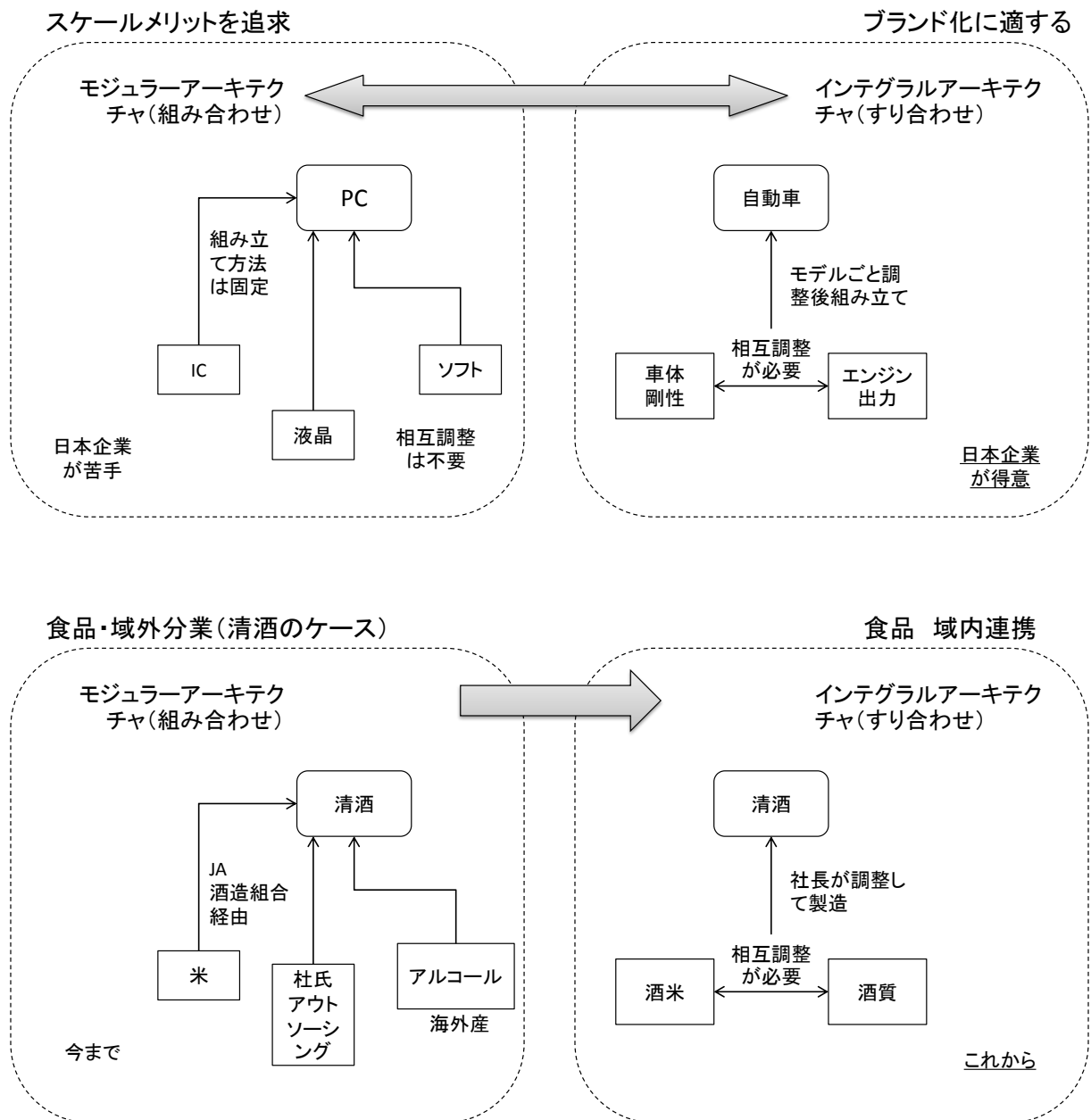
出所:農林水産省「米穀の需給及び価格の安定に関する基本指針(2014年7月)」「平成24年産米の農産物検査結果(確定値)」(2014年1月) 国税庁「平成24酒造年度における清酒の製造状況等について」

さて、地域経済循環を活性化させる産業のスタイルを考えましょう。産業には部品間の独立性が強く、調整が不要で、スケールメリットが競争力に直結する「組み合わせ型」産業(モジュラーアーキテクチャ)と、逆に部品間の相互調整が重要な「すり合わせ型」産業(インテグラルアーキテクチャ)があります。

例えば、米国や中国、韓国が得意とするのが「組み合わせ型産業」です。薄型テレビなど、この分野に属する産業では、我が国の競争力は大きく失われました。一方、日本が得意とするのが、相互調整やチームワークがものをいう「すり合わせ型産業」です。自動車の他、生産用機械が代表的です。

このような考え方は、地域産業分析にも応用することができます。「組み合わせ型」とは、農業、食品製造業、飲食業が、それぞれ独立性が強く、バラバラな状態を、「すり合わせ型」とは、農業、食品製造業、飲食業の相互調整が行われている状態とみることが出来ます。

図表 組み合わせ型産業とすり合わせ型産業



今までは「組み合わせ型」でした。人口増加時代に、大都市圏向けに、スケールメリットを追及するには、その方が効率的だったからです。しかし、これからは異なります。それぞれの連携を強め、地域の個性を出して差別化し、国際的にも通用するブランド品を目指す「すり合わせ型」に、域内の産業構造を変化させていく必要があります。

既に盛岡広域圏にも「すり合わせ型」があります。パンや麺です。他所には乳製品や清酒で「すり合わせ型」に脱皮している（しつつある）地域があります。帯広（乳製品）や秋田（清酒）です。パンや麺の「すり合わせ」を高度化し、乳製品や清酒は他地域に

学ぶことが盛岡広域圏の基本戦略になるとみられます。

なお観光も同様と思われます。旅行会社とホテル旅館が分業しつつ大量送客していた時代は「組み合わせ型」だったと思われます。今日的な観光のキーワードである、着地型観光等には地域との「すり合わせ型」のニュアンスがあります。道後温泉の旅館「やや」や由布院が域内の食材を重視して好調なのも同じ理由と思われます。

今までの「組み合わせ型」の商慣習や製造方法から、域内連携を通じた「すり合わせ型」への脱皮が鍵を握るのではないのでしょうか。

◆ SWOT分析

地域経済循環分析を踏まえて、盛岡広域圏の強みや弱みを整理し、SWOT分析を行います。分析の結果は、経済戦略に向けた提言や、経済戦略策定に向けた方針の整理につながります。

SWOT分析とは、設定された目標を実現するために意思決定を行う際に、その主体の内部要因と取り巻く外部要因に分け、強み(Strengths)、弱み(Weaknesses)、機会(Opportunities)、脅威(Threats)の4つの要因で分析し、目標達成のための対策を検討するものです。

「強み」とは、目標達成に貢献する盛岡広域圏の特質、「弱み」とは、目標達成の障害となる盛岡広域圏の特質、「機会」とは、目標達成に貢献する盛岡広域圏を取り巻く環境の特質、「脅威」とは、目標達成の障害となる盛岡広域圏を取り巻く環境の特質といえます。

これらの様々な課題に対して、克服するための方法も様々なパターンが考えられます。例えば「強み」にしても、それを伸ばしていくことを考えるべきか、「強み」は「強み」として現状維持し、「弱み」を改善する方に力を振り向けるべきか、あるいは「強み」を伸ばしながら、「弱み」も克服できるような方法はないだろうか、といった検証が必要です。

基本的には、「強み」を活かして「機会」を勝ち取る(クロス分析1)、「強み」を活かして「脅威」を「機会」に変える(クロス分析2)、「弱み」を補強して「機会」をつかむ(クロス分析3)、「弱み」や「脅威」による最悪シナリオから身を守る(クロス分析4)と整理されます。

■ 強み

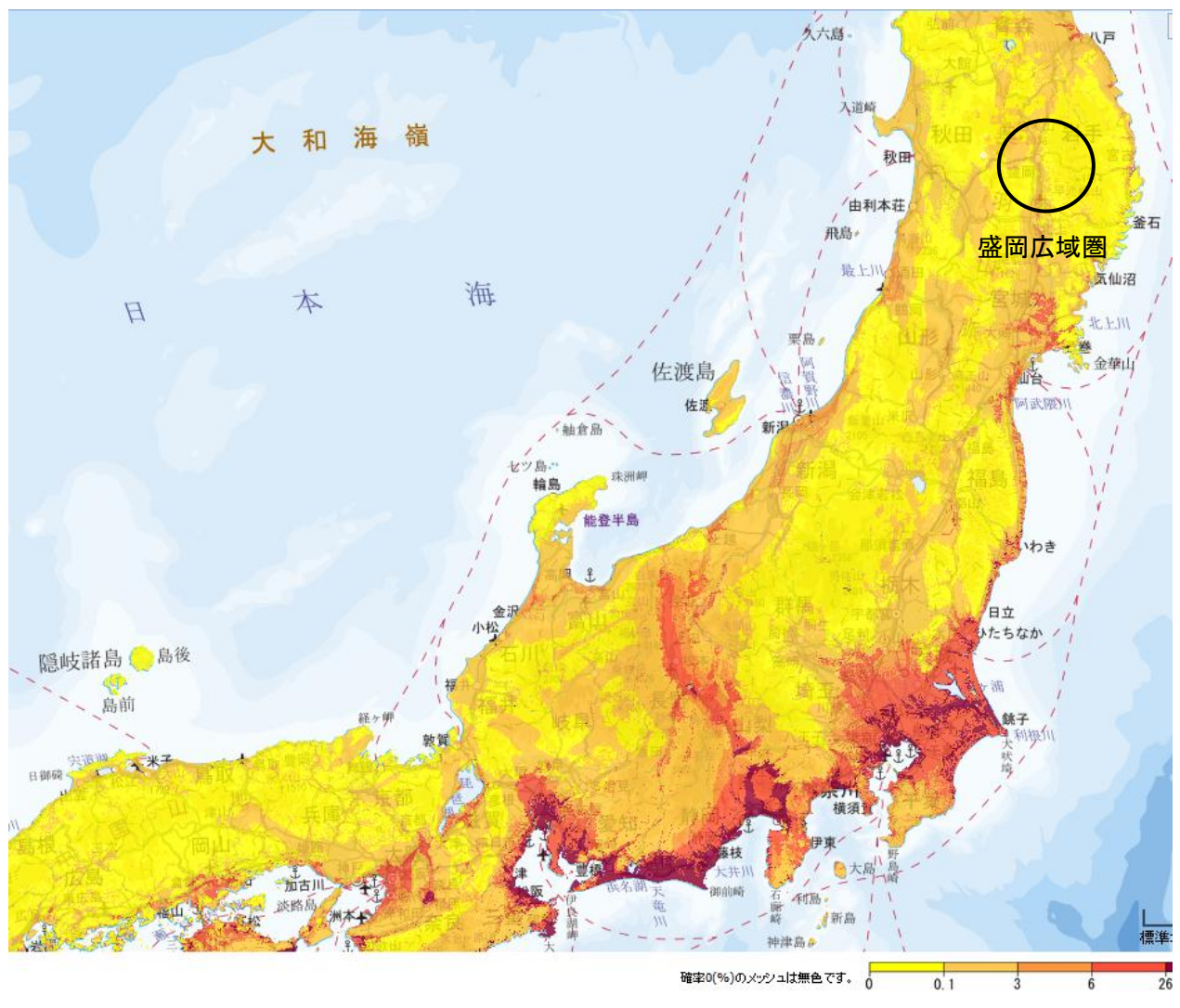
「強み」としては、拠点性があります。JR乗降客数が多く、特に新幹線の重要な結節点となっています。函館まで新幹線が延伸されれば、その中間にある盛岡広域圏の価値はさらに上昇するとみられます。

食品製造業としては、いち早く「すり合わせ型」となっているパンや麺が強みです。

またその集積を支えているのは独自の食文化です。自然景観や温泉等、外国人観光客が評価するポイントにも恵まれています。

さらに IT 産業は東北第二位の集積を誇ります。産学官連携を図ってきたことの結果です。また、地震確率が低いことは点は、BCP（防災対策）を重視する企業にとって魅力的と考えられます。リニアコライダーの候補地として選定されたのも、地盤の強固さが評価されたものです。

図表 30年 震度6強以上の揺れに見舞われる確率の分布図



(出所) 防災科学技術研究所 J-SHIS MAP

他の強み並びに強みのエビデンスについては、以下の通りです。

○利便性と自然環境と一体性

盛岡広域圏は、首都圏と高速交通インフラで直結し、東京から 500km 圏に位置するものの、国内最高速鉄道である東北新幹線・はやぶさの効果により、最速 2 時間 10 分で直結。時間距離は、東京 300km 圏の新潟や米原に匹敵、北陸新幹線開業後の金沢(最速 2 時間 28 分)を凌駕、国内において最も高速交通の利便性を享受している地域のひとつである。

(参考：新幹線の最高速度)

東北新幹線 320km/h

上越新幹線 240km/h

北陸新幹線等整備新幹線 260km/h

東海道新幹線 270km/h→285km 予定

上記時間距離にあって、圏域内には中心都市盛岡から所要 1 時間内に、(財)日本交通公社評価による A 級観光資源である八幡平、岩手山をはじめ、安比、雫石等の国内有数の山岳リゾートが連なって展開し、県境を跨いで隣接する十和田、田沢湖、角館等と広域の観光ルートを形成している。(なお、安比は 1 事業者による施設としては東北最大規模(宿泊客室数 1 千室)を誇っており、外客誘致等さまざまな施策展開に関する意思決定が容易である。)

これら地域における就業者や来訪者向けのサービス機能を中心都市盛岡が担い、圏域内の連携性が総じて高い構造になっている。国交省調べによると、人口 30 万人規模の都市において高次都市機能はほぼ充足されるが(国土のグランドデザイン 2050 参考資料)、盛岡広域圏は、こうした自然環境と都市機能が一体化し、なおかつ高速交通により大都市圏との交通利便性も高い国内有数の地域であると言える。

○県内における拠点性

盛岡広域圏は、圏域内の連携性のみならず、岩手県内においても求心力のある地域であり、それは県庁所在都市としての行政機能や学園都市としての性格に留まらない。例えば医療分野において、構成市町村を同じくする「盛岡保健医療圏」の病床数は 6,245 床で県内 13,889 床の 45%を占め(平成 24 年 9 月末現在)、県内他圏域からの流入患者割合が 25.7%に達するなど、事実上、県内全域の医療を支える役割を担っている。(岩手県保健医療計画 H25.3)

○北東北(および北海道・道南地区)における拠点性

東北地方における地域間の旅客流動量調査(平成 23 年度 東北運輸局)を見ると、岩手県は、宮城県に次いで、隣接県との旅客流動量の多い県となっている。圏域単位のデータはないが、盛岡広域圏は、東北管内で仙台圏に次ぐ拠点性を有し、特に北東北の結節点としての求心力を有する地域であることの傍証である。(東北の中核市の中心市街地において、盛岡は今日でも最も賑わいを保っている都市であり、このことは市内定額循環バスが黒字基調を維持していることから窺える。(DBJ 盛岡健康診断時ヒアリング))

平成 28 年 3 月末に北海道新幹線が開業すると、盛岡と新函館北斗は 2 時間圏で直結する。これにより、従来からの北東北に加え、北海道・道南地区を巻き込んだ広域的な拠点性や誘客力が一層高まる可能性がある。

実際、岩手県をはじめとした北東北は今日でも北海道・道央地区の修学旅行先のメッカである。震災により落ち込んだ修学旅行数はほぼ回復し、さらに被災地復興見学ツアーが脚光を浴びてきており、盛岡広域圏は、これら団体旅行の中継基地としての役割を担いつつある。(H25 年度北海道および札幌市各教育委員会に対するヒアリング)

東北運輸局調査におけるアンケート調査によると、北海道新幹線開業後の函館観光の立ち寄り地として、若年層では、「盛岡・雫石」へのニーズが最も高くなっている。(東北運輸局調査 H25. 3)

他方、国際観光・コンベンションという観点では、北東北は国内における空白地帯の様相を呈している。首都圏および北海道との狭間にあつて、外客延宿泊数、コンベンション開催件数とも低位の状況にあるが(観光庁および JNTO 統計)、逆に言えば、北海道新幹線開業をひとつの梃子にとして、今後の施策次第では、伸びしろのある、潜在可能性を有する地域であるとも言える。

○教養・娯楽における特徴・拠点性の一例

北東北の各都市は、中央資本の大型書店が進出し席卷しているが、盛岡においては、地場資本の書店が健在で主要商店街や駅ターミナルに立地し、独自の地域情報を発信している。北東北 3 県専門の情報誌「rakra」が隔月刊で発行され各地で販売されているが、発行主体は盛岡市内の地場印刷会社である。

○水資源の希少地域

水に恵まれている本邦においても、市民生活および産業活動の基本ともなるべき水資源は、国内各地で必ずしも潤沢にあるわけではない。

実際に、国交省調べによると、過去 30 年間にわたり、1 度も渇水の影響を受けたことのない地域は少なく、30 万人規模の都市圏域においては尚更である。こうした中で、盛岡広域圏は、その数少ない地域のひとつとなっており、圏域の特徴・優位性を説明する有力な材料と言える。(国土のグランドデザイン 2050 参考資料(原典：平成 25 年版日本の水資源))

丹保憲仁 北大元総長(環境工学 国際水協会日本国内委員会委員長)は、国内において将来にわたり水資源に余力のある地域は数少なく、石狩川水系、九頭竜川水系と北上川水系のみと指摘。

○消滅可能性都市の北東北唯一の例外

増田レポートが指摘する消滅可能性都市において、北東北の人口 30 万人規模以上都市圏の中心市が軒並み該当する中、盛岡市は唯一の例外となっており、今後、北東北全域の中での拠点性が今後一層高まる可能性がある。(日本創成会議資料)

○1 次産業等の可能性

農業への参入・一層の展開を目論む事業者において、高速道で大消費地に直結し、冷涼で、冬期の積雪も少ない北東北の岩手・青森は、オランダ型ハウス栽培の適地と見ており、地域の側が有効な農地情報を積極的に提供しワンストップサービスを展開すれば、今後の立地に可能性あり。

畜産・養鶏事業者は、インフルエンザウイルスの可能性ある九州の立地を忌避、また原発事故の影響により北関東や南東北の立地も忌避。陸路 高速道で大消費地に直結し、冷涼で疫病の懸念もなく、飼料サイロが近接する北東北の岩手・青森を今後も選好する可能性大、とりわけ環境アセス要件を緩和している岩手の可能性大。

東北地方の農村女性起業数は全国トップクラス。岩手県は全国第 5 位。生業としての農業が成り立っている比較的規模の大きい農家において、女性がヨコのネットワークを活かし加工・直売を手がけるケースが多い。震災復興においても同様の傾向あり。今後の地域の担い手を考える上でのひとつの示唆。

○森林関連産業

岩手県は、森林面積は全国第2位、素材生産量では第3位と、林業も盛ん。特に、「あかまつ・くろまつ」は全国第1位の生産量。

その中で、盛岡広域圏は、県全体の素材生産量の16.2%を占め、葛巻町では、からまつ等の間伐材のウッドチップを原料とする木質バイオマスガス化発電設備（出力120kW）が導入され、エネルギーの地産地消に寄与。

再生可能エネルギーについては、盛岡広域圏合計で、水力と地熱が各100千kW以上あるほか、風力も22千kWの規模。再生可能エネルギーによるエネルギー自給率（民生用・農林水産業用）を見ると、雫石町が207%、葛巻町が114%、八幡平市が97%と、県内上位3市町を広域圏内の市町が占めている。

このうち、雫石町については、葛根田発電所1号（50千kW）、2号（30kW）、八幡平市については、松川発電所（23.5千kW）の地熱発電所が大きく寄与。一方、葛巻町では、グリーンパワーくずまき風力発電所（21千kW）や前述の木質バイオマス発電所（120kW）等、比較的新しいタイプの発電所を導入し、先駆的な取組みを実施。

また、「固定価格買取制度」については、盛岡広域圏では、太陽光発電のみが新規に認定され、出力1千kW以上のメガソーラーについても、6件（10千kW）導入済。

図表 森林面積と素材生産量の都道府県別順位（単位：千ha、千m³）

順位	森林面積		素材生産量					
			総数		針葉樹		広葉樹	
1	北海道	5,336	北海道	3,529	北海道	2,785	北海道	744
2	岩手	1,147	宮崎	1,391	宮崎	1,315	岩手	382
3	長野	1,015	岩手	1,312	岩手	930	広島	163
4	福島	936	熊本	840	熊本	794	福島	142
5	岐阜	840	秋田	828	大分	785	鹿児島	142

（出所）「2010年世界農林業センサス」農林水産省、「平成20年木材需給報告書」農林水産省

図表 広域圏の素材生産量（推定、単位：m³、％）

	針葉樹	広葉樹	合計	構成比
盛岡市	53,246	17,369	70,615	5.4
八幡平市	37,205	11,376	48,581	3.7
滝沢市	2,249	84	2,333	0.2
雫石町	21,029	4,102	25,131	1.9
岩手町	22,655	9,008	31,663	2.4
葛巻町	20,673	9,492	30,165	2.3
紫波町	1,475	0	1,475	0.1
矢巾町	345	2,037	2,382	0.2
広域圏合計	158,877	53,468	212,345	16.2
県合計	930,000	382,000	1,312,000	100.0

（出所）「岩手県の木材需給と木材工業の現況（平成20年次実績）」、岩手県農林水産部林業振興課（平成24年1月）

■ 弱み

「弱み」としては、農業及び食品製造業の生産性の低さがあります。また、食品以外の製造業集積が乏しい状況です。これらの結果として、若年層を引き留めるだけの魅力ある職場が少なく、若年人口の流出が進んでいます。

若年人口の流出と表裏の関係にあるのが、女性や若者の活用です。彼ら、彼女らが活躍できる舞台があれば、流出を抑えることも可能でしょう。

また3次産業には相応の集積がありますが、広域圏内の購買力に依存していることから、人口減少時代には新たな対応が必要です。各産業に共通しますが、人口増加時代に大量生産を前提としたビジネスモデルや分業構造が色濃く残っています。

地域内連携を進め、産業構造を「すり合わせ型」にしたり、質より量から、量より質への転換を図ったりする必要があるでしょう。

■ 機 会

「機会」としては、グローバル化の進展があげられます。特に日本に近接するアジア各国は急速に経済力を高めており、輸出市場やインバウンド誘客の対象として魅力的です。また新幹線の函館延伸もチャンスです。北海道に集中するインバウンド観光客を誘客できないでしょうか。企業のBCP対策の進展は、盛岡広域に対する立地選好を強めてくれるかもしれません。

政府による政策展開としては、魅力あふれる地方を創生し、地方への人の流れをつくることを目的として「まち・ひと・しごと創生本部」が立ち上げられており、政策的な後援が期待できます。また政策の後押しを受けて農業の大規模化が進む可能性が高いとみられます。

さらに、第一次産業の関連では、直売所や地域単位農協の強化・活性化が図られつつあることや、価格下落が進む食米以外の高付加価値米（酒米等）の急成長、植物工場の進化（第三世代）、新製材規格（CLT）に対応した大規模製材所の展開が期待できます。

■ 脅 威

「脅威」としては、まず国レベルでの人口減少傾向があり、これは、未婚化の進展による少子化等が主な要因となっています。

こうした人口動態のなかで、東京一極集中が加速する可能性が指摘されています。過疎化が進む地方圏の雇用を支えてきたのは医療・福祉ニーズですが、当該地方圏では高齢人口が減少する段階に入る一方、東京では高齢人口が急増し、医療福祉産業までもが東京へシフトする可能性が高いためです。これらの結果、20～39歳女性人口が5割以上減少し、人口の再生産が不可能となる消滅自治体が続出するとの指摘もあります。

一次産業関連では足元で食米価格の下落が進んでいる他、TPP交渉の結果によっては、関税率が引き下げられる等の影響が発生する可能性があります。

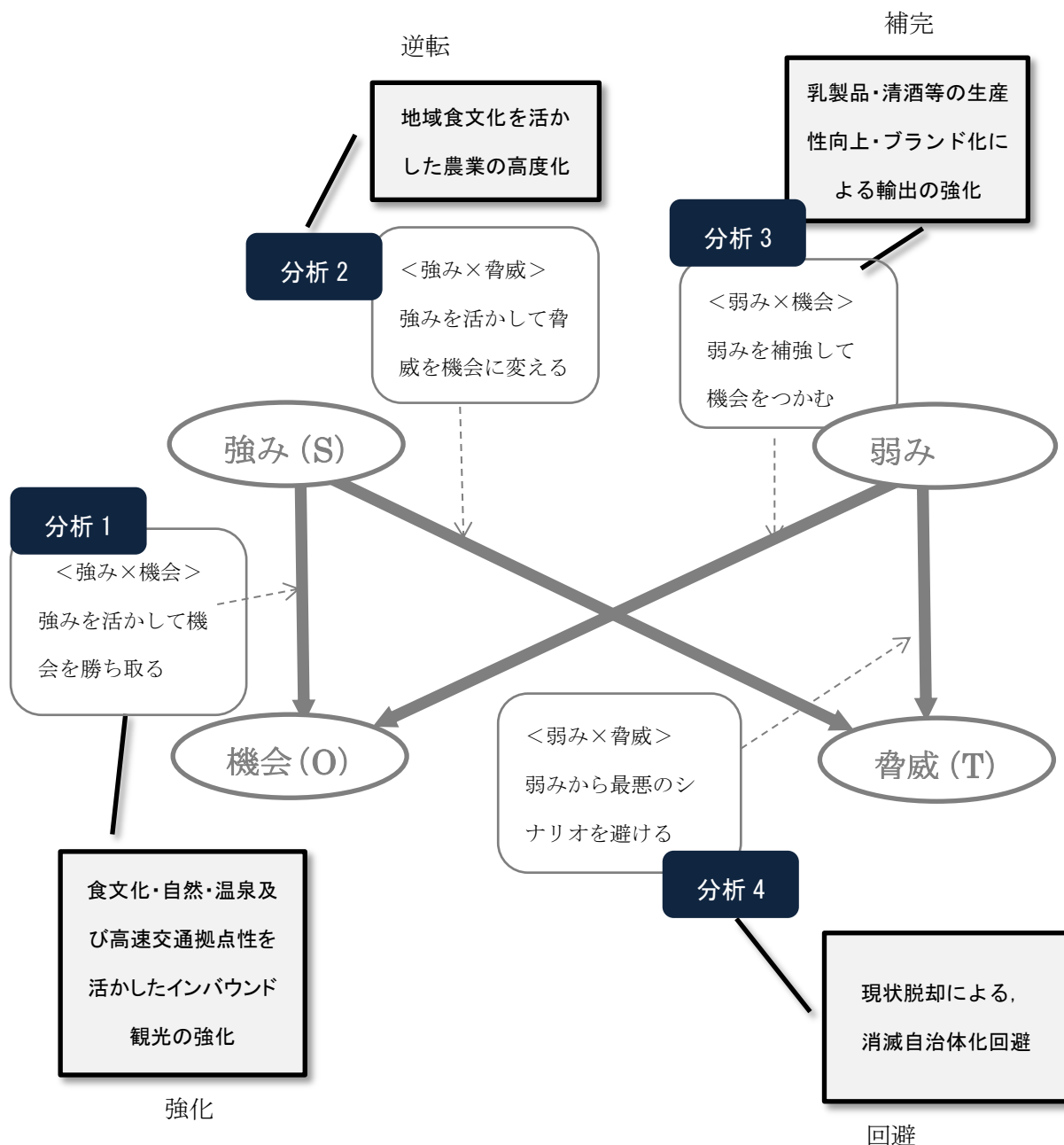
図表 盛岡広域圏の環境分析（SWOT）

	強み（S）	弱み（W）
	内部環境	<ul style="list-style-type: none"> ● 拠点性（鉄道・新幹線，高速道，県内，北東北等） ● パン・麺製業 ● 独自の食文化 ● 自然景観 ● スキー場集積 ● 温泉 ● IT 産業の集積 ● 産学官連携（IT） ● 地盤の強固さ ● リニアコライダー ● 水資源 ● 森林資源 ● 自然エネルギー
	機会（O）	脅威（T）
外部環境	<ul style="list-style-type: none"> ● グローバル化 ● 円安 ● 新幹線の北海道延伸 ● BCP 対策 ● 政府による地方創生（まち・ひと・しごと創生）の動き ● 農業大規模化 ● 一次産業流通の進化（直売所，農協） ● 清酒等米利用食品の成長（食米以外のチャンス拡大） ● 第三世代植物工場 ● 新たな食品機能性表示制度 ● 新製材規格（CLT）工場の勃興 	<ul style="list-style-type: none"> ● 全国的な人口減少 ● 就職を契機とした若年人口の流出 ● 少子化 ● 未婚化 ● 消滅自治体の増加 ● 東京集中の加速 ● 食米価格の下落 ● TPP 交渉の行方 ● 上記による一次産業の衰退

■ SWOTクロス分析

盛岡広域圏が克服しなければならないことや目指すべき姿は、SWOTの要素をクロスすることで得られるSWOTクロス分析によって現出できます。

図表 SWOTクロス分析への展開



SWOT クロス分析 1 — 強み × 機会 — 強化

「強み」×「機会」（強みを活かして機会を勝ち取る）については、食文化・自然・温泉及び高速交通拠点性を活かし、インバウンド観光の強化を目指すことが方向性となります。

インバウンド観光では、外国人観光客が日本を訪れる理由や高い評価を受けている項目は、いずれも「日本食」、「自然風景」、「温泉」であり、盛岡広域圏の優位性が発揮できるとみられます（日本政策投資銀行「アジア 8 地域・訪日外国人旅行者の意向調査（平成 26 年度版）」）。

しかし、一方で、東北に関する興味関心は高いとは言い難く、同アンケートで東北に行ってみたいと回答したのは全体の 1%に止まりました（訪日経験なしの場合）。ちなみに東京は同 50%、北海道は 40%です。

盛岡広域圏は新幹線の結節点として重要な拠点です。新幹線の函館延伸が近づいています。外国人観光客に人気の北海道と東京の中間点にある立地を活かすことが出来るのではないのでしょうか。

SWOT クロス分析 2 — 強み × 脅威 — 逆転

「強み」×「脅威」（強みを活かして脅威を機会に変える差別化）については、地域食文化を活かした農業の高度化が考えられます。

地域食文化と連携した食品製造業としては、パン・麺があります。すでに飲食店とは強固な連携がありますが、農業との連携はこれからです。大規模農家は転作対応の小麦を手掛けているケースが多く、麺と結びついた差別化、高付加価値化が可能とみられます。

また、酒類も消費 3 位であるなど、食文化産業としての潜在力が高く、農業や飲食業と結びつくことによって、パンや麺を超える展開が期待できます。例えば農業では酒米を栽培することで、食米価格の下落や TPP という「脅威」を克服することが考えられます。

SWOT クロス分析3 — 弱み × 機会 — 補完

「弱み」×「機会」（弱みを補強して機会をつかむ）については、乳製品・清酒等の付加価値生産性向上やブランド化による輸出の強化が目指すべき方向性となります。

そのためには、生産性が高い他地域をベンチマークして、高度化を図る必要があります。乳製品では帯広が、清酒では秋田がベンチマーク対象ですが、いずれも農業、食品製造業、飲食小売の連携が強く、「すり合わせ」産業化しているところが盛岡地区との違いです。

例えば、農業との連携による、原料を活用した本質的な差別化は、トレーサビリティや地域イメージの活用によるブランド価値の向上や、品数の絞り込みによるコストダウンを通じて、大きく生産性を向上できる可能性があります。

また、ブランド価値の向上やコストダウンを通じて、海外への輸出を伸ばすことも期待できるでしょう。

SWOT クロス分析4 — 弱み × 脅威 — 回避

「弱み」×「脅威」（弱みから最悪のシナリオを避ける）については、これらの掛け算による最悪シナリオをまず想起する必要があります。

例えば、①食米価格の低下やTPPによる各種関税の撤廃により第一次産業が大きなダメージを被り、②関連する乳製品や清酒産業も衰退し、③魅力ある職場が一層不足する中で、④20代を中心とした人口流出が拡大し、⑤消滅自治体化する可能性が生じるといった、最悪のシナリオを回避することです。

最悪のシナリオ回避には、これまでの分析でクローズアップされた点を、部分的でも実現することによって、負の連鎖を防止することが重要とみられます。

盛岡広域圏経済戦略策定に向けた提言

SWOT分析をベースに、具体的な提言を整理します。

分析1から導き出されること

“提言1” ～インバウンド観光の強化～

- ・食文化・自然・温泉及び高速交通拠点性を活かし、インバウンド観光の強化を目指すべきです。
- ・ポイントとなる「日本食」、「自然風景」、「温泉」で盛岡広域圏の優位性を発揮するには、価値を伝える仕組みづくりが必要です。

分析2から導き出されること

“提言2” ～地域食文化を活かした農業の高度化～

- ・麺や清酒では、盛岡圏の消費が多く地域食文化が形成されています。
- ・農業との連携を強めて、盛岡ライフスタイル（≒食文化）を補強し、他地域から憧れる存在を目指します。

分析3から導き出されること

“提言3” ～食品輸出の強化～

- ・ミラノ万博や東京オリンピック等、日本食にはますます注目が集まります。
- ・日本が強みを持つ、乳製品や清酒分野で、他地域にキャッチアップしつつ、輸出の強化を図ります。

分析4から導き出されること

“提言4” ～最悪シナリオの回避～

- ・人口減少が長期的に継続し、消滅自治体化すること
- ・①農業の衰退に歯止めをかけられない
- ・②食品加工の生産性向上が果たせない
- ・③インバウンド観光の活性化に失敗
- ・以上のように現状維持からの脱却に失敗すれば長期的には最悪シナリオに近づく

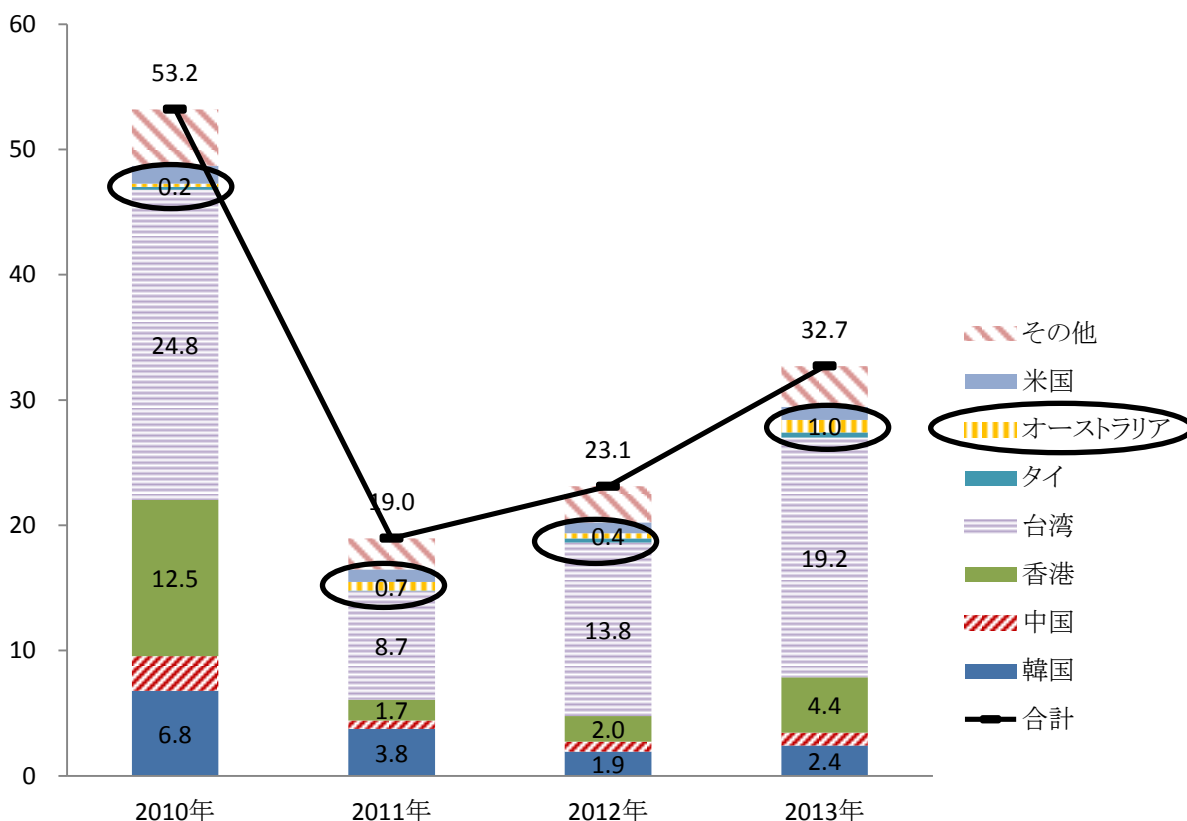
■提言1 インバウンド観光の強化

強みを活かして機会を勝ち取るためにインバウンド観光の強化を提言します。

インバウンド観光の強化では、広域圏が有する、食文化、自然景観、温泉等を連携し、フルに活用することが肝要です。特に、広域圏では、スキー場の集積が日本有数であることから、当該集積を活用したインバウンド振興策が有効とみられます。なぜかというところ、北海道のニセコや、長野県の白馬のように、盛岡広域圏と同じような地域がインバウンドにおいて成功を収めているためです。

まず、盛岡広域圏の外国人観光客数をみてみましょう（下図表）。台湾からの観光客が全体の半分以上を占めています。東日本大震災の後、順調に回復してきていますが、まだ以前の水準には戻っていません。一方、まだ少ないものの、オーストラリアからの観光客が増えてきています。これはスキー旅客が大層を占めているとみられます。ニセコや長野では同国客を梃子とした国際化に成功しており、盛岡圏も注目すべき客層です。

図表 外国人観光客入込数（延べ人数） 発地別（暦年、千人・回）



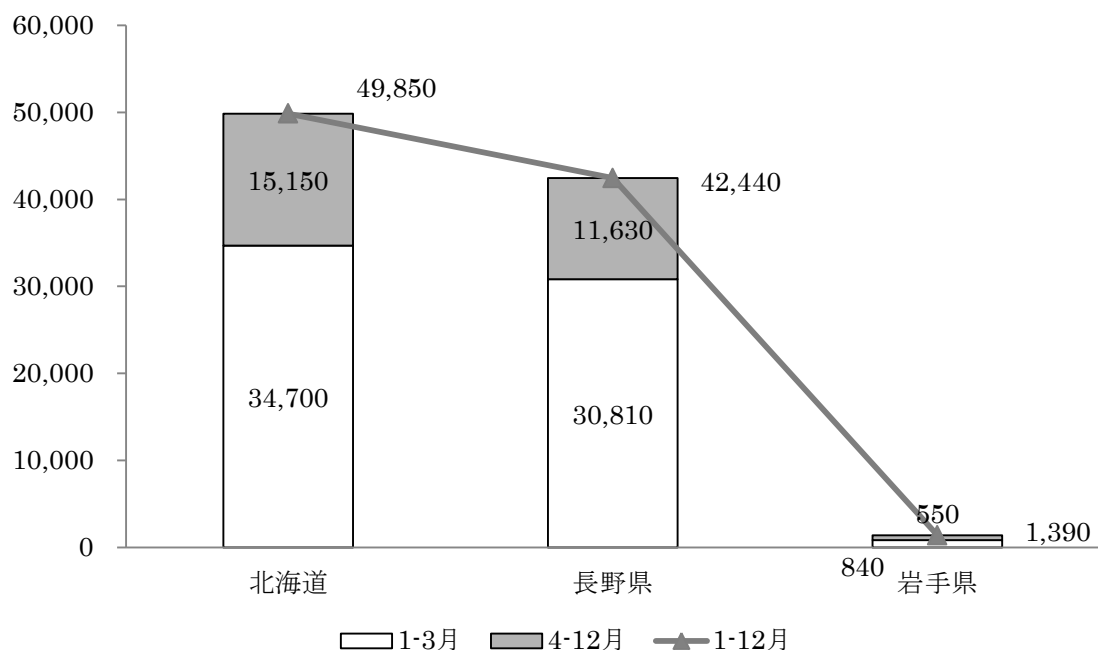
(出所) 「いわての観光統計」 (岩手県商工労働観光部)

オーストラリアからの観光客誘致に成功している都道府県としては、北海道と長野県があります。両県へのオーストラリア人旅行客は、スキー客を中心に好調で、岩手県への全外国人観光客に匹敵するほどです。

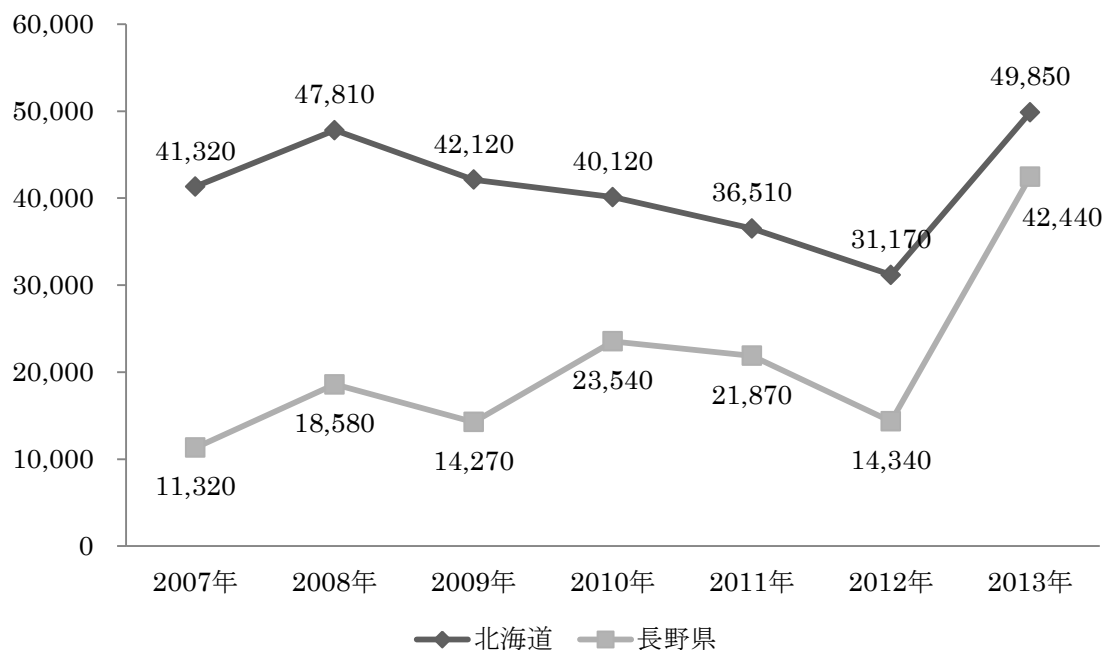
オーストラリア人のスキー客の誘致に最初に成功したのは北海道です。2000年代後半には、別荘地を求めるオーストラリア人の増加等から、ニセコスキー場のある倶知安町の地価上昇率が全国1位となったほどでした。一方、北海道を急伸し、追いつきつつあるのが、長野県です。2007年には3倍以上の差がありましたが、その差は大きく縮まっています。

長野県の躍進要因は、何でしょうか。そこに盛岡広域圏へのヒントがあると思われます。例えばニセコと対極的な和風スキーリゾートである野沢温泉では、外国人宿泊者の74.5%がオーストラリア人です。野沢温泉で外人をみれば、オーストラリア人と言えるほどです。野沢温泉観光協会が同地に宿泊した外国人観光客に「選んだ理由」を尋ねたところ、「良いスキー場」で「街並みが日本的」ということでした。北海道に比べて日本文化を感じられる点が、長野県の差別化成功要因と思われます。

図表 オーストラリア人宿泊者数（延べ数）2013年（人・泊）



図表 オーストラリア人宿泊者数の推移（延べ数，人・泊）



*「訪日外国人の消費動向（平成 25 年年次報告書）」観光庁によれば，観光・レジャーを目的として訪日したオーストラリア人の平均泊数は 12.6 日で，韓国の 3.5 日，台湾の 4.9 日，中国の 5.9 日を大幅に上回っています。

では長野県スキー場のウィークポイントは何でしょうか（野沢温泉観光協会が京都府山城広域振興局で行った講演資料による）。一つは，宿泊施設が民宿中心であり，悪い意味で日本的であることです。バス・トイレ付きの部屋が少なく，外国人の受入れには問題があります。もう一つは，夕食場所の不足です。*長期滞在が主流となっているため，夕食は宿泊施設以外でとるプランが多くなっていますが，飲食施設が温泉街には少なすぎます。

北海道や長野県を堪能してきたオーストラリア人のニーズは，「良いスキー場」があり，「日本文化」が感じられ，「ホテル」もあって，「飲食施設」が豊富なスキーリゾートを求めつつあると整理できるのではないのでしょうか。盛岡広域圏がそのようなニーズを満たせるかどうか検討してみましょう。

まず良いスキー場があるかどうかですが，盛岡広域圏には，安比高原，雫石スキー場といった，野沢やニセコに匹敵する巨大スキー場があることに加え，網張，岩手高原，八幡平（リゾート，下倉）といった，個性的なロコスキー場を有しており，さらに広域

圏外ですが新幹線を活用すれば「たざわ湖スキー場」や乳頭温泉も射程に入るなど、トータル規模、内容、雪質は、本邦一と言っても過言ではありません。また、盛岡市へのアクセスもそれぞれ良好です。

次に日本文化が感じられるかどうかですが、盛岡市は「歴史的街並み重点保存地区」を有し、また冷麺、ジャージャー麺、わんこそばに象徴される麺文化（中華麺消費県庁所在地一位）や、清酒文化（消費県庁所在地一位）があります。「ホテル」や「飲食施設」も十分に豊富です。

すなわち北海道や長野以上のポテンシャルがあると思われます。但しその潜在力を発揮するためには、広域圏のスキーリゾートと、盛岡市の連携が必要となります。

図表 全国の主要スキー場の比較

スキー場名	標高差(m)	コース面積(ha)	アクセス
安比高原	805	282	盛岡駅からバスで 48 分
雫石	702	131	盛岡駅からバスで 50 分
網張温泉	710	58	盛岡駅からバスで 60 分
岩手高原	600	58	盛岡駅からバスで 45 分
八幡平	590	78	盛岡駅からバス・電車で 50 分
盛岡広域圏計	-	607	-
たざわ湖	608	100	田沢湖駅からバスで 30 分
ニセコヒラフ	960	325	札幌駅からバスで 3 時間 6 分
志賀高原	980	425	長野駅からバスで 1 時間 10 分
野沢温泉	1,085	297	長野駅からバスで 1 時間 15 分
白馬八方尾根	1,071	220	長野駅からバスで 1 時間 10 分

(出所)各スキー場 HP , <http://www.popsnow-net.com/>

北海道や長野県には、外国人スキー客誘致に向けた連携組織があります。北海道では、国（運輸局）・道・市町村の行政団体、観光推進団体、ニセコ、富良野、ルスツ等のスキー場が参画した「北海道スキープロモーション協議会」があります。また長野県には、白馬、志賀高原、野沢温泉の各スキー場と、新潟県の妙高高原スキー場が連携し「長野・新潟スキーリゾートアライアンス」を組織しています。盛岡広域圏でも同種の連携組織を作りインバウンド観光を強化することを提言します。

■提言2 地域食文化を活かした農業の高度化

強み（地域食文化）を活かし、TPP や食米価格の下落等、農業をめぐる脅威を機会に変える方策を提言します。

麺（県庁所在地1位）や清酒（同3位）では、盛岡圏の消費が多く地域食文化が形成されています。これらの食関連産業と農業との連携を強めることによって、農業を脅威から救い、新たなビジネスチャンスとすることが可能です。

（1）清酒とコメの連携

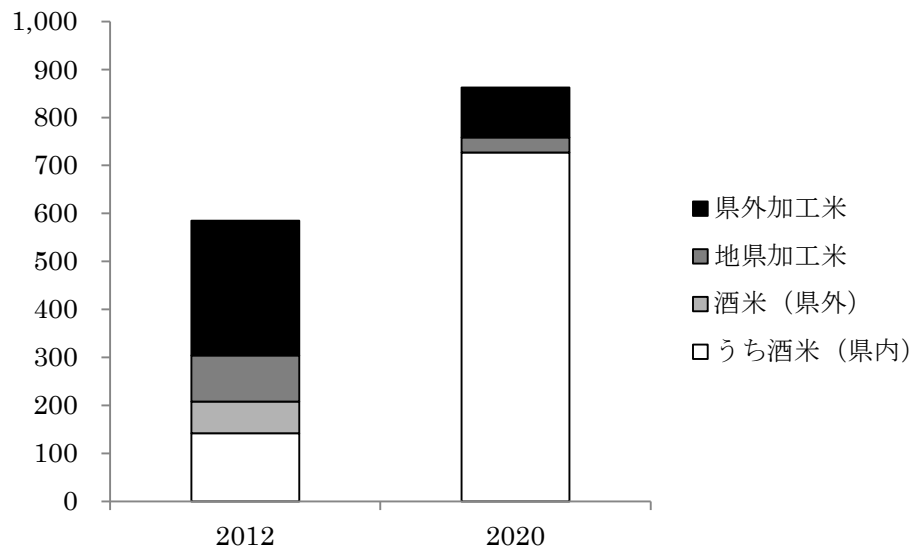
県内の2013年酒米生産は前年に比べ39%増加しました（711t→988t）。高級酒を中心に成長ステージに入った清酒は農業に好循環をもたらしつつあります。この流れを地域として大切にし、さらに飲食小売りとの連携や情報発信によって、好循環を加速させることを提言します。

清酒と農業の連携経済効果を試算してみます。データ制約から広域圏ではなく、岩手県の数字となっていることをお含み下さい。まず現状ですが、岩手県内において清酒が5.5千KL生産され、その原料として、コメが3.1千t使用されていると試算されます（2012年）。そのうち酒米が約1千t（県内0.7千t）、酒米以外の加工用米が2千t（県内0.5千t）とみられます。金額に換算すると、県内の生産米が238百万円、県外が347百万円です。

清酒は震災後、特定名称酒（高級酒）がV字回復しています。特定名称酒は、加工用米ではなく、より酒造りに向いた酒米を多用します。特定名称酒の酒米利用率は56%です。酒米の利用率は今後高まると予測されます。なぜかという、酒米を100%利用した酒（山口県・旭酒造「獺祭」等）が好調なためです。

震災後の発展を延長すると、県内清酒出荷額（市場ベース）は、東京オリンピックが開催される2020年にかけて、31億円増加する見込みです。そのうえで、高級酒（特定名称酒）では県産酒米比率が100%となると仮定すると、県産酒米の生産量は5倍となり、県内米生産の経済効果（県内増+県外減）は8億円に上ると試算されます。

図表 岩手県清酒原料額推計（百万円）



日本酒造組合中央会資料，農林水産省「加工用米等をめぐる事情について」より推計

図表 岩手県内清酒生産及び原料状況推計

	2012年	2020年	2012年	2020年	2012年	2020年
	数量		単価		金額	
	KL, トン		¥/kg		百万円	
清酒	5,484	6,852			5,718	8,854
特定名称酒	2,494	4,740			3,849	7,534
コメ使用量	3,095	4,507			585	862
うち酒米(県内)	711	3,635	200	200	142	727
酒米(県外)	331	0	200	200	66	0
地域加工用米	523	222	183	142	96	31
県外加工用米	1,531	650	183	160	281	104
県内米計 a					238	758
県外米計 b					347	104
経済効果 a 増+b 減						763

日本酒造組合中央会資料，農林水産省「加工用米等をめぐる事情について」より推計

（２）製麺工業と農業の連携

清酒（消費３位）とコメに似た関係にあるのが、製麺工業（中華麺消費１位）と小麦です。製麺と飲食店は、独特の食文化によるフィードバックが他地域にくらべ生産性の高い製麺工業を実現させたという点で、一種のクラスターが成立しているとみることができます。

但し小麦原料の多くは輸入原料とみられ、域内での生産が可能であれば、その経済効果は大きいと思われれます。

岩手における、小麦の生産は、水田の転作作物として取り組まれているのが一般的とみられます。転作補助金の水準は高く、北上市の大規模農業法人では、収入の半分を小麦や大豆の転作補助金から得ているほどです。

大規模農業法人では、小麦用の農業機械を準備可能ですが、小規模農家では難しいのが実情です。従って、広域圏における小麦生産は、大規模の状況に左右されるとみられます。

（３）農地の集積

農業と他産業の連携を強めるためには、農業サイドがある程度規模を拡大することが望まれます。

農地の集積は、高齢化した農家の退出や転作の進展によって進みつつあります。水田作の大規模農業法人では、規模拡大の契機が退出農家や、転作対応であることが多いです。農家の退出は高齢化によるものです。転作対応は、大豆や小麦に対応する機械を、小規模農家では準備できないことから、大規模農家に委託されるものです。その結果、大規模農業法人は、分散した農地を抱えつつ、小麦や大豆も作付しています。

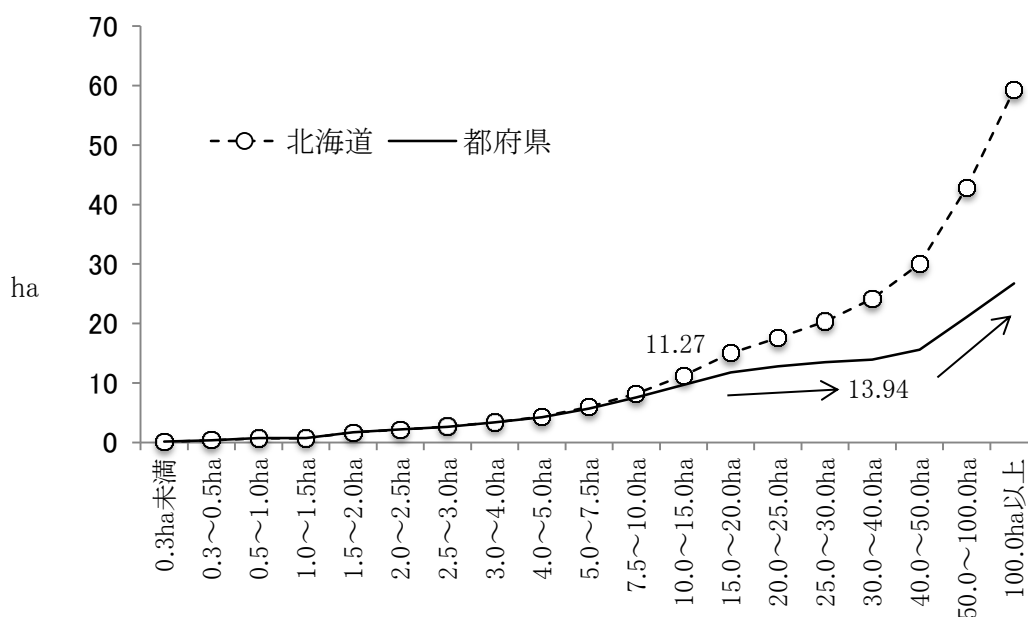
これから農地の集積はどのように進んでいくのでしょうか。一つのパターンは農家が水田作を10ha程度まで規模を拡大し、できる限り野菜も手掛けるケースです。農業を主業とするこのような場合、収入原は、コメよりも野菜となると思われれます。

もう一つのケースは、先述の退出農家等の土地をレンタルして規模拡大を追求するケースです。この場合は、農地の集積効果が出てくるのが、50haを超えてからとみられます。それまでは分散する圃場が足かせとなり、生産性を上げることが、難しいケースが多いようです。

全国都府県の平均ですが、コンバイン一台当たりの耕作面積をみますと、10haまでは効率上昇がみられるのに対し、それを超えるとやや停滞し、再び効率が上昇するのが、50haを超えてからであることがわかります（図表）。50haを超えると、分散していた圃場の密度が増えて、効率化が可能となるためと思われます。

10ha～50haの段階をどう乗り切るのがポイントとみられます。経営的に苦しい段階です。中間管理機構のような集積斡旋サポートのみならず、同段階の経営支援を提言します。

図表 コンバイン一台当たり 耕作面積（北海道・都道府県，2010，再掲）



出所：2010 農林業センサス 農業経営体Ⅱ 経営耕地面積規模別統計

(4) ホテル旅館と農業の連携

観光と農業の連携は、これからの課題です。大分湯布院と道後温泉の「やや」をモデルに連携を深めることを提言します。

大分県湯布院では連携のプラットフォームとして「ゆふいん料理研究会」が組織されています。これは、地域食材の使い方や盛り付け方法などを研究するために、1998(H10)年に設立されたもので、当初は旅館経営者の7名で構成されていました。現在は湯布院盆地に立地する宿泊施設の料理人約80名(無量塔15名、亀の井10名、玉の湯5名など)が研究会に参加しています。

この研究会によって、町内から食材を調達する意識改革が進みました。食材の域内調達率は60%程度にまで達しています。域内からの調達手段は農家や農業法人から直接が3割、市場経由が7割です。料理研究会出身の料理長から地元農産物のバイヤーへと転身した方がおり、これから更に域内調達率が上がる見込みです。

由布院のポイントは料理人に任せたのではなく、経営者が問題意識をもって取り組んだことにあります。単なる料理の改善ではなく、調達イメージを含んだ、ブランド戦略として地元食材を活用したのです。

同じようなケースとしては、道後温泉の旅館「やや」のケースがあります。道後温泉全体が厳しい環境の中で、同社は自ら農業生産法人を手掛け、野菜等の食材をそこで賄うことによって、高い評判を獲得しています。

しかし、地域食材の調達は、いずこでも手掛けてきており、それだけで差別化し難しくなってもきています。由布院や道後「やや」は、地域食材だけではなく、地域の文化や景観を含めて、地域全体が連携することによって成功を収めています。例えば由布院では地域全体の景観配慮が行き届いています。また道後「やや」では愛媛今治の高級タオルをアメニティとして提供するなど、地域文化を一種のライフスタイルとして提案している点が優れています。

すなわち、単なる連携を超えて、域内のライフスタイルを体感できるパビリオンとしてのホテル旅館が評価される時代となっていると考えます。盛岡広域圏では、域内食材との連携を深めるとともに、麺類や清酒等の地域食文化や、南部鉄器等の関連伝統文化との連携が重要とみられます。

（５）研究機関との連携

研究機関との連携は2015年から、より重要となります。2015年4月から、新たな機能性表示制度が始まるためです。これは、野菜や加工食品、サプリメントなどの食品について、効能を具体的に示すことを可能とするもので、特定保健用食品「トクホ」や、ビタミン等の機能を表示できる「栄養機能食品」、に続く第3の制度です。農水産物や味噌汁などの地域加工食品にも機能性表示が可能となり、地域にとってビジネスチャンスとみられます。

しかし機能性を訴求するためには、科学的な根拠が求められることから、地域食品企業や農家としても、関連研究機関との連携が重要になってくるでしょう。

盛岡広域圏には関連研究機関が幾つか立地しています。岩手大学農学部は、1902年設立の官立では日本最初の高等農林学校である盛岡高等農林学校をベースとした名門です。また、(独)農研機構の東北農業研究センターが立地しています。

岩手大学の産学連携はかねてより活発で、広域圏の強みです。しかし、工学部を中心としており、農学部との連携は少ない状況です。これは岩手大学に限らず、焼酎・発酵学教育研修センターを業界の寄付で設立した鹿児島大学農学部等の例外を除き、農学部と地域食品工業や農家との連携はあまり多くありません。

その理由としては、産業規模や特性の問題があります。農家はもとより地域の食品加工業では、商品開発部署を有する企業が少ない状況です。また工学系では、規模が小さくとも、シリコンバレーを手本としたベンチャー支援の流れがありましたが、農業・食品系ではそのようなモデルはなかったのです。

しかし、これからは状況が異なってきます。雇用確保が重視されてきた地域食品工業も、生産年齢人口の減少を背景とした構造的な人手不足の時代においては、付加価値生産性の向上を検討せざるを得ません。そのためには、産学連携等による、高付加価値商品の開発や、機械の改良による生産性の向上を行う必要性が高まっているとみられます。

さらに。このような状況下において、新たな機能性表示制度が始まります。チャンスを活かすには、研究機関との連携が不可欠です。同制度と関係が深い研究機関としては(独)農研機構があり、機能性をもつ農林水産物・食品開発プロジェクトを推進してい

ます。実施体制は東京中心ですが、盛岡の東北農業研究センターも一定の関与を行っています。これからは今まで以上に農研機構等との連携が重要です。

農研機構は全国に14ヶ所の研究所等を有しています。東北農業研究センターもその一つですが、同機構において埼玉・東京に存し、農業の機械化や民間研究を支援している生物系特定産業技術研究支援センターの誘致等も検討の余地があると思われます。

(参考) 帯広フードバレー

帯広では、食関連産業における価値の創造と伝達を中心とした「フードバレーとかち」構想を推進しています。この取り組みは、帯広市を中心とする19市町（十勝定住自立圏）が連携して取り組んでいるものです。

フードバレーとかちの取り組みの柱



具体的には、例えば、十勝産食材を使用する商品や飲食店メニューにフードバレーとかちのロゴマークを活用してもらうことによって、

- ・十勝産食材の「見える化」を実現し、
- ・十勝地域の食のPRによる地域活性化を促し、
- ・十勝産食材のさらなる利用拡大を実現することを目指しています。

■提言3 食品輸出の強化

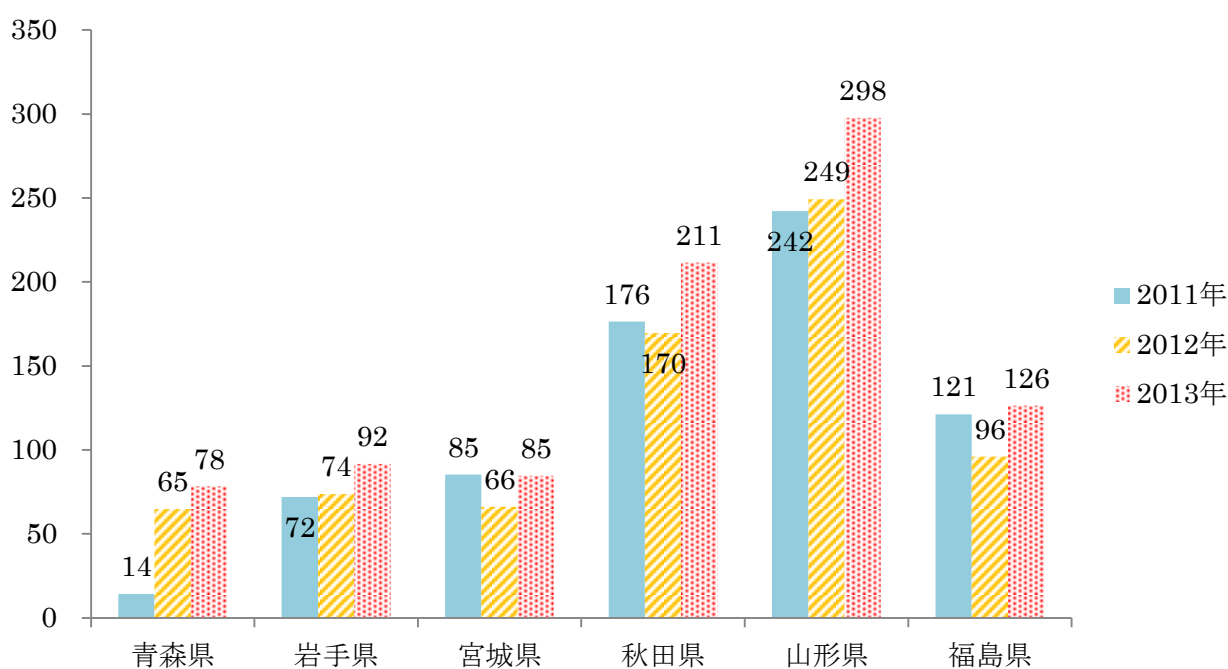
弱みを補強して機会をつかむために、全国よりやや生産性が劣る清酒や乳製品を強化して、輸出することを提言します。

経済循環分析で触れたように、盛岡広域圏で、最も一人当たり付加価値が高いのは、乳製品製造業で、次ぎに、処理牛乳、清酒と続きます。しかし、他地域に比べると必ずしも高くはなく、一人当たり付加価値偏差値は、乳製品 49、処理牛乳 47、清酒 48 と、全国を下回ります。従って、全国にキャッチアップしつつ、輸出を強化することが、望ましいと思われまます。

これらの産業は、日本食文化の象徴として、海外で注目され輸出が伸びている分野でもあります。特に清酒の輸出は急増しています。2015年のミラノ万博や2020年の東京オリンピック等、さらに注目されるイベントも目白押しです。

岩手県の清酒輸出も急伸しており、2013年には前年比24%増加しました。清酒出荷全体からみれば2%程度ですから、伸びる余地は十分です。清酒の強化策は、コメとの連携で記した通りです。

図表 東北6県の日本酒輸出量（単位：kl）

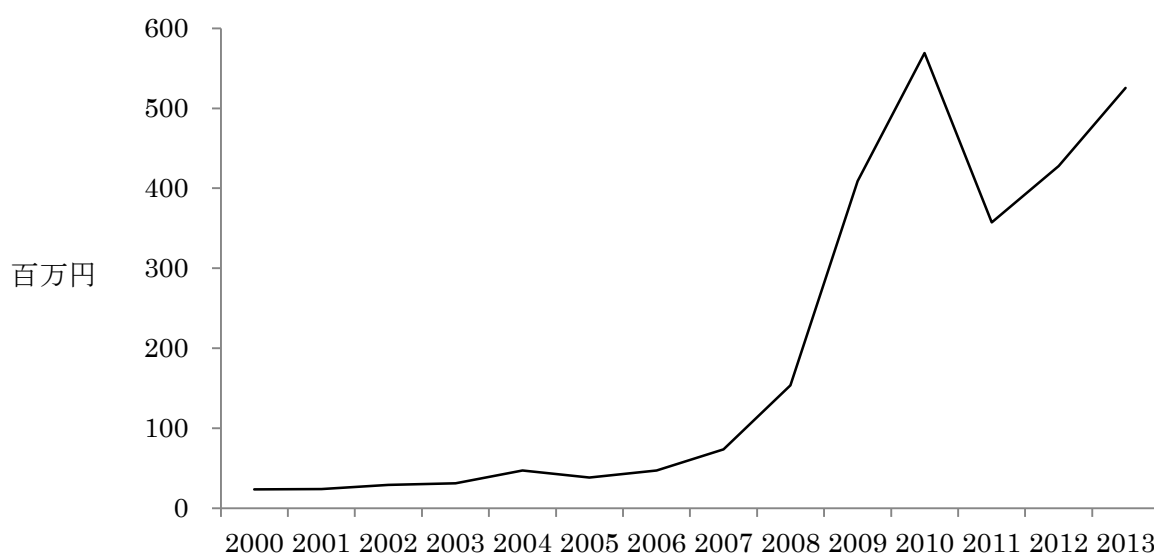


（出所） 仙台国税局ヒアリング

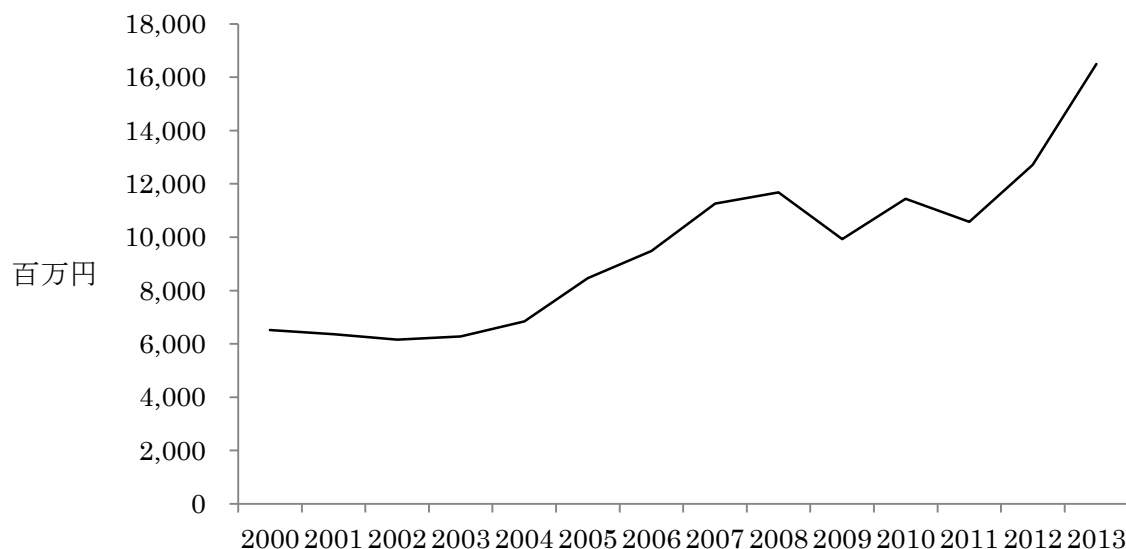
乳製品では、牛乳輸出が震災前に急伸していましたが、やや一服しています。金額的に規模が大きく、また近年伸長著しいのがケーキ等（その他ベーカリー製品を含む）です。ケーキでは、北海道工場の冷凍チーズケーキを中心とした、寿スピリッツ(株)（本社鳥取県米子市）が、2014年に東証一部に指定替えになるなど好調です。

冷凍技術の進化を踏まえた、酪農と食品工業の新しい連携を進め、世界に展開することが期待されます。

図表 牛乳輸出推移（全国）



図表 ケーキ等（その他ベーカリー製品を含む）輸出推移（全国）



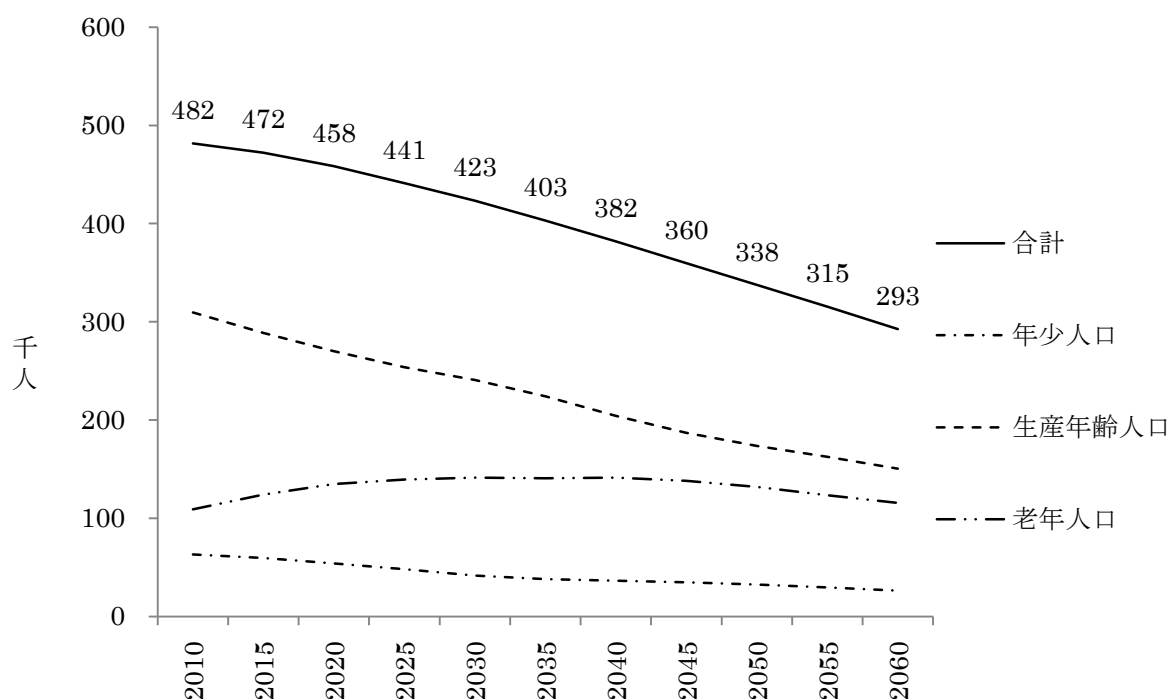
■提言4 最悪シナリオの回避

弱みや脅威の顕在化によって最悪の事態が訪れないようにする方策を提言します。まず、人口流出が止まらず消滅都市化するリスクを検証した上で、そうならない条件を探ります。そのようなリスクはゼロではありませんが、これまでの提言等が実行されれば回避は可能とみられます。

消滅可能性とは、増田元岩手県知事が提唱したもので、若年女性（20～39歳）の減少率が5割を超えた場合に、消滅可能性都市に該当するとしています。

国立社会保障・人口問題研究所による人口推計においては、2040年までの範囲では問題ありません。しかし、同推計を2060年まで延長し再推計すると状況は変わります。広域圏人口は2060年には2010年に比べて4割近く減少し、現在の盛岡市の人口と同じ水準となります。若年女性（20～39歳）の減少率は2055年には5割を超え、消滅可能性都市の範疇に入ってきます。

図表 盛岡広域圏・人口推計 社人研推計を2060まで延長したケース

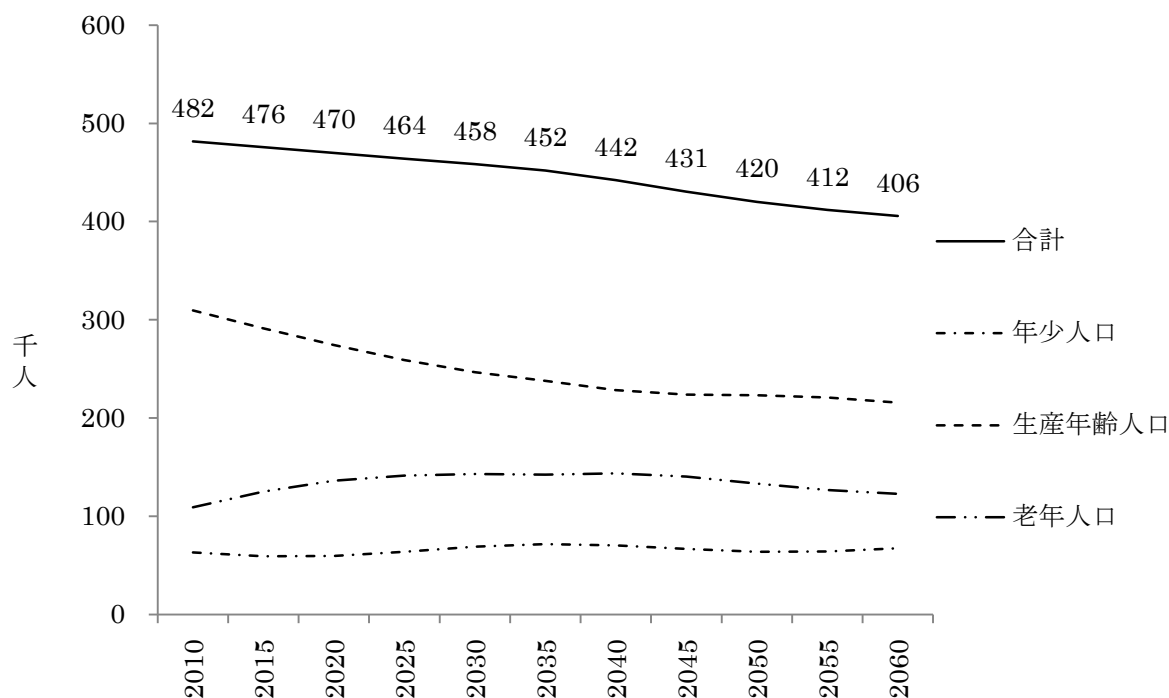


次に、状況が少し改善された場合の人口シミュレーションを示します。具体的には、社人研推計準拠において、合計特殊出生率が平成 42(2030)年までに人口置換水準(2.1)まで上昇し、かつ移動(純移動率)がゼロ(均衡)で推移すると仮定したものです。

これは、内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局の「地方人口ビジョン及び地方版総合戦略の策定に向けた人口動向分析・将来人口推計について」に示されたシミュレーションに該当するものです。

この場合、広域圏人口は 2060 年には 2010 年に比べて 16%の減少に止まります。また、若年女性(20~39 歳)の減少率は一時的に 3 割を超えますが、2060 年には 2 割強の減少まで回復すると見込まれます。

図表 盛岡広域圏・人口推計 まちひとしごとシミュレーションケース



さらに盛岡広域圏において、長期的に人口が増加する条件を探ってみましょう。推計期間は、内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局が示した最長期間である 2060 年までを目途としています。

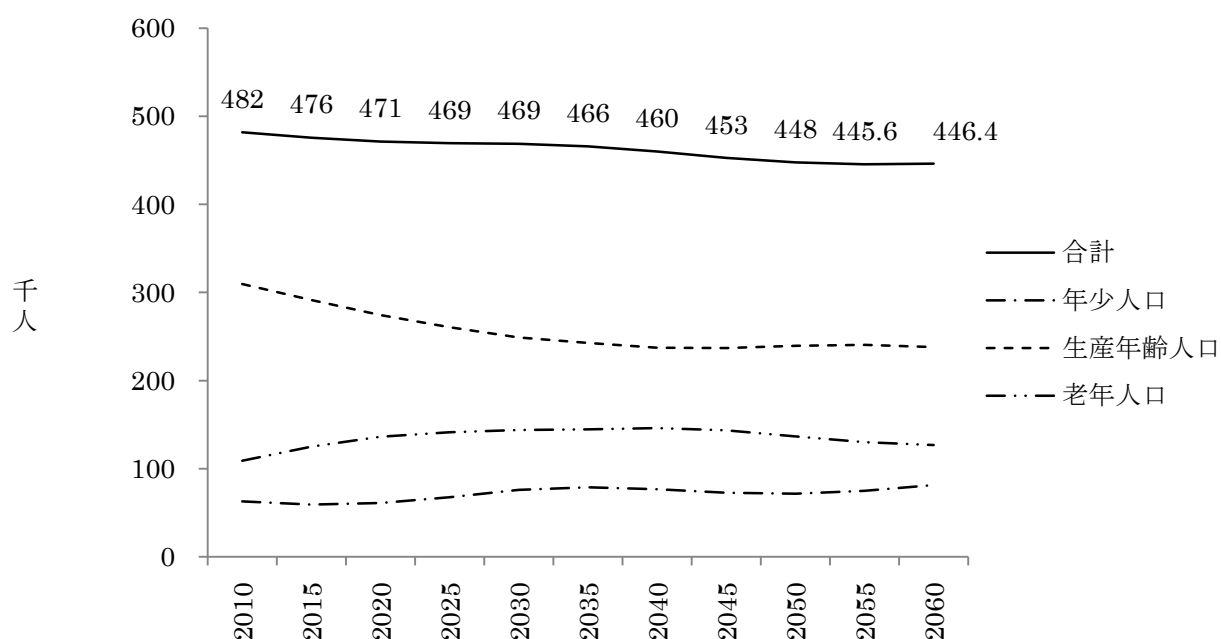
2005~2010 における、盛岡広域圏の社会移動率をベースに、学生の流入を維持しつつ、2020~2025 には就職時を中心とする流出が半減となり、2025~2030 には流出が防止さ

れ、さらに、合計特殊出生率が2025年まで、2.2に上昇すると、2055年には、2010年に比べて、7.5%の人口減少となりますが、そこで人口減少が止まり反転します。

これらの条件はものすごくハードルが高いというものでもありません。広域圏に大学進学等で流入する若者を、域内に就職させ流出させないことと、人口が維持可能な出生率を回復すること、この二つの要件さえ満たされれば、人口は増加に転じます。同レベルの出生率は、自然に恵まれ独特のライフスタイルを有する奄美諸島や沖縄の一部で実現されています。

要件を満たすためには、広域圏の各種産業が連携によって活性化したり、その結果広域圏におけるライフスタイルが魅力的なものとなっていたりする必要がありますが、地域資源に恵まれ、渋滞やストレス等、過度の集積による負の外部経済からは無縁に見える盛岡広域圏においては、達成可能性があるものと考えます。

図表 盛岡広域圏・人口推計 人口増加ケース



盛岡広域圏経済戦略に向けた整理

前述したSWOT分析から、盛岡広域圏の経済戦略（方針）を、次の4つのとおり示します。

分析1・2・3・4から導き出されること

“方針1”

～圏域内の経済循環の促進～

- ・圏域内での商取引や消費の増加は、経済成長に大きなプラスの効果をもたらします。県内で最も人口・企業が集積し、最大の消費地でもある盛岡市を中心に圏域内を人が行き交い、お金とモノが活発に循環する取組を推進します。
- ・地域経済循環分析に基づき経済循環を促進します。

分析1・3から導き出されること

“方針2”

～域外・海外からの外貨獲得に向けた取組の強化～

- ・中長期的には一定程度の人口の減少が避けられない中、域外・海外からのいわゆる「外貨獲得」は、経済成長に不可欠と言えますが、さまざまな地域が知恵を絞り工夫を凝らして外貨獲得に向けた取組を推進しており、競争が激しくなっています。盛岡広域圏の豊富な地域資源の域外・海外への展開を図る取組を強化します。

分析3・4から導き出されること

“方針3”

～女性若者が活躍できる産業分野の強化～

- ・高度な技術や能力を持った女性・若者が、域外に流出したり、十分に力を発揮できていない状況にあります。こうした女性・若者が圏域内でいきいきと活躍することで、労働力不足を補うことのみならず、新たなイノベーションの創出も期待できます。
- ・圏域の女性・若者が活躍できる産業分野の強化を図ります。

分析1・2から導き出されること

“方針4”

～交流人口の増加が期待できる産業分野の強化～

- ・定住人口が減少傾向にある中において、観光客や2地域居住者などの交流人口を増加させることで、人口減少の影響を緩和することが期待できます。
- ・交通の結節点であることや観光資源に恵まれている強みを生かし、交流人口の増加が期待できる産業分野の強化を図ります。