

目 次

青森地域経済活性化懇談会 事業の主旨・検討経過	1
序－地域経済活性化に向けた調査・研究の視点と方法	3
I 青森市の地域経済の現状	5
1. 青森市の小売業と地域経済の現状	7
(1) 青森市の事業所数、年間商品販売額	7
2. 青森市の経済産業動向	9
(1) 青森市の産業構造の特徴	9
(2) 産業構造と経済循環	10
(3) 雇用者報酬、法人企業所得が伸び悩んだ青森市	11
(4) 一人当たり市民所得	12
3. 青森市の小売業主要指標の推移	14
(1) 事業所、従業者、年間商品販売額、売場面積	14
(2) 小売業の業種別動向	15
(3) 青森市小売業の成長業種	18
(4) 青森市小売業の販売効率	21
(5) 大規模小売店、商店街の現状	23
(6) 業態別小売業の動向	24
4. 消費者の変化と小売業の変容	26
(1) 青森市の人口の変化	26
(2) 中心市街地の人口増加、高齢化率	28
(3) 人口増加と高齢者居住動向	28
(4) 家計調査年報による青森市の消費支出	29
II 中心商店街振興と魅力あるまちづくり	32
1. 青森市の中小小売業・商店街の現状	32
(1) 青森県と県内主要3市の小売業の推移	32
(2) 中小小売店売り場面積の激減（青森商工会議所による試算）	35
(3) 歩行者通行量の減少	36
(4) 空き地・空き店舗の状況	39
(5) 経営者の高齢化問題・後継者不足問題	40
2. 青森市の中心商店街振興に関する将来ビジョン	41
(1) 青森市総合戦略	41
(2) 青森市総合戦略に則した中心商店街の再構築	41
3. 起業・創業等の促進に向けて	43
(1) 魅力あるまちづくりに欠かせない起業・創業等の促進	43
(2) 起業・創業に関する公的保証制度の利用状況	43
(3) 地方銀行の起業・創業支援への取り組み	45
(4) 政策金融機関による商店街関連資金への支援	48
(5) 金融支援に関するヒアリングの総括	49
4. 中心商店街振興と魅力あるまちづくり	51
(1) 熊本市・鹿児島市の中心市街地視察およびヒアリング調査	51
(2) 魅力あるまちづくりに向けて	53

Ⅲ 観光振興	55
1. 青森市の観光拠点都市の可能性	55
(1) 青森市のベイエリアの魅力	57
(2) クルーズ観光	57
(3) 注目されるインバウンド観光	58
2. 魅力ある青森市、街なか観光の可能性	60
(1) 青森市にもっと魅力的な観光資源はないのか？	60
(2) 訪日外国人のニーズを知る	60
(3) 求められる交通利便性の向上	61
(4) 新しい観光エリアの創設	61
3. 広域観光	62
(1) 広域観光の意義	62
(2) 広域観光を有効なものとするために必要な要素	62
① 広域観光の範囲	63
② ストーリーの設定と観光客誘導の仕掛け	64
③ ターゲットの絞り込み	66
④ 重点投資による波及効果の創出	66
⑤ データ分析による弱点や強みの把握	66
⑥ 人材の育成	67
(3) 広域観光の事例	67
① 観光圏データベースの共有化と活用：富士山・富士五湖観光圏	67
② 共通テーマ性に基づく広域連携イベントの開発：雪国観光圏	68
③ 地場の旅行会社を活用した商品開発・販売：伊勢志摩地域	68
④ 体験型プログラムを取り入れた国内教育旅行の促進：広島湾域	68
(4) 青森に関連する広域観光の提案	68
① 情報提供の充実	68
② テーマの設定、他地域と差別化された当地の魅力のPR	69
③ 交流拠点都市としての青森市	69
④ マーケティングの強化の必要性	70
⑤ ターゲットに応じた、周遊を可能にする交通手段の提供	71
(5) 広域観光の広がり：観光産業の捉え方を再考する	72
青森地域経済活性化懇談会 先進地視察会報告	75

報告書執筆・監修

序一	地域経済活性化に向けた調査・研究の視点と方法	青森地域経済活性化懇談会座長（青森大学経営学部教授）井上 隆
I	青森市の地域経済の現状	青森中央学院大学経営法学部教授 高山 貢
II	中心商店街振興と魅力あるまちづくり	青森地域社会研究所調査研究部長 竹内 紀人
Ⅲ-1～2	観光振興	青森中央学院大学経営法学部教授 高山 貢
Ⅲ-3	広域観光	青森公立大学経営経済学部准教授 大矢 奈美

青森地域経済活性化懇談会 事業の主旨・検討経過

○事業の主旨・概要

地域経済を取り巻く環境は、急速に進む人口減少と経済の縮小・停滞が大きな課題となっている。この問題に対応するため、国は平成26年9月にまち・ひと・しごと創生本部を設置し、12月に「長期ビジョン」と「総合戦略」を閣議決定するとともに、地方自治体に対しても、地方版の「人口ビジョン」と「総合戦略」の策定を求めている。青森市においても、「市成長戦略推進本部」が設置され、総合戦略と人口ビジョンについて検討を進められてきたが、昨年10月に「青森市総合戦略」を取りまとめ公表している。

平成24年経済センサス活動調査結果によると、青森市の商業（卸・小売）の動向は、平成19年の商業統計との比較で、事業所数、従業員数、年間販売額、売り場面積等すべてが大幅に減少した。その要因としては大型店をはじめとした県外資本の進出との競合激化やデフレ経済による消費支出のマイナス、人口減少による消費市場の縮小等々と推察された。

このため、産学（官金）連携事業の一環として、青森地域経済活性化懇談会を設置し、「人口減少下における、地域経済の現状と今後の対応策」をテーマに、青森市の成長戦略（地方版総合戦略）等の策定作業と連携して、青森学術文化振興財団助成金を活用した共同研究事業を行い、経済センサス活動調査結果をはじめ、関連する各種の調査結果を分析、本市の商業者がおかれている現状について把握するとともに、新青森開業と同時期に九州新幹線が全線開業した熊本市と鹿児島市の視察会を実施するなど、今後の対応策について検討してきた。

本懇談会では、本県にとって3回目の開業となる北海道新幹線新青森・新函館北斗開業や中国との国際定期便の就航、大型クルーズ客船の寄港増加など、本市の交流拠点都市機能の拡充を活かした取組みが求められるなか、ソフト面を含めた中心商店街振興に向けたグランドデザインの再構築や地元企業の事業承継、創業・起業支援の強化が求められる商業・サービス産業振興と、都市観光、広域観光、インバウンドの推進などによる観光振興による地域経済活性化にテーマを絞って、三研究者を中心に現状分析と今後の対応策実施に向けた問題提起・提言というかたちで報告書を検討・執筆いただいた。

○懇談会構成メンバー

青森大学	経営学部教授	井上 隆（座長）
青森公立大学	経営経済学部准教授	大矢 奈美
青森中央学院大学	経営法学部教授	高山 貢
青森地域社会研究所	調査研究部長	竹内 紀人
商工中金青森支店	支店長	市川 忠秀
青森市	経済部経済政策課長	三浦 大延
青森銀行	法人営業部長	白鳥 元生
みちのく銀行	地域創生部長	杉本 浩一
青森商工会議所	専務理事	櫻庭 洋一

○事務局：青森商工会議所

○検討経過

- ・第1回懇談会
日 時 平成27年8月6日(木) 10:00~12:30
場 所 ラ・プラス青い森 3F プリムラ
検討内容 平成24年経済センサス、青森市版総合戦略等について
地域経済の現状と今後の対応策について

- ・第1回学識者打合せ
日 時 平成27年9月28日(月) 10:00~12:30
場 所 青森商工会議所 2F 応接室
検討内容 青森地域経済活性化懇談会の今後の進め方について
中心市街地・観光関連統計情報等について

- ・第2回懇談会
日 時 平成27年11月9日(月) 10:00~12:30
検討内容 青森市総合戦略について
地域経済の現状と今後の対応策(論点・骨子案)について

- ・先進地視察会
日 程 平成27年12月20日(日)~22日(火)
視 察 先 熊本市 (熊本県観光経済交流局観光課、熊本商工会議所)
鹿児島市 (鹿児島県観光交流局観光課、鹿児島商工会議所)

- ・第2回学識者打合せ
日 時 平成28年1月18日(月) 10:00~12:30
場 所 青森商工会議所 4F 会議室
検討内容 地域経済の現状と今後の対応策(骨子案)について

- ・第3回学識者打合せ
日 時 平成28年2月9日(火) 10:00~12:30
場 所 青森商工会議所 2F 会議室
検討内容 地域経済の現状と今後の対応策(レポート案)について

- ・第3回懇談会
日 時 平成28年3月9日(水) 10:00~12:30
場 所 ラ・プラス青い森 3F プリムラ
検討内容 地域経済の現状と今後の対応策(報告書案)について

序 ー 地域経済活性化に向けた調査・研究の視点と方法

青森県「平成24年経済センサス活動調査 産業別集計 卸売業・小売業の結果」によれば、平成19（2007）年～24（2012）年、青森市の商業（卸・小売）は、事業所数、従業者数、年間商品販売額、売場面積、すべてで大幅に減少した。それらの減少率は、小売業従業者数を除くすべての項目で、青森県、弘前市、八戸市を上回った。青森商工会議所が試算した売場面積規模別増減に着目すると、青森市は、1000㎡未満で-35.8%だが、1000㎡以上では+9.7%、1000㎡超占有率が59.5%となり、県平均（51.1%）を8.4%ポイント、八戸市（48.1%）を11.4%ポイント上回った。なお、その後の「平成26年商業統計」（平成27年12月25日公表）によれば、青森市小売業の年間販売額は平成24年センサス比で+8.1%、小売業事業所数は+4.5%となっており、若干の回復傾向が認められる。しかしながら、長期的には漸減傾向にあると認められる。

上記の事業所数、年間商品販売額などの長期漸減傾向をどのように捉えるべきか。

一定の都市規模を有する地域（中核市やこれに準じる都市等）の商業の年間販売額は、例えば、小売業を例に採ると、周辺市町村からの購買力流入、観光客によるエリア内消費、近年増加しつつある通信販売・インターネット購入などを別枠とすると、居住者の消費購買力と市内に数千以上ある法人（及び個人企業等）の支出（購入）によって支えられている。都市商業（卸・小売）市場に占める法人等の購入割合はかなりのものとなる。

ここで青森市GDPの動向に目を転じると、長期的に低下傾向にあり、特に平成18年度（19年商業統計の調査対象期間）から平成23年度（24年経済センサス調査期間にほぼ該当）にかけて-7.01%と、弘前市（+0.94%）や八戸市（-3.02%）を大幅に下回るパフォーマンスであった。市町村民所得（雇用者報酬+財産所得+企業所得）の18～23年度の変化率も他の二市を大幅に上回って悪化した。居住者消費購買力の基となる青森市の雇用者報酬は同期間の僅か5年間で8.72%落ち込んだ。

事業所数長期漸減傾向等について付言すると、売場面積減少と並行して大型店舗の増加が顕著であることから、一方で大型店化の進展があり、併せて市外県外からの中小規模店舗の展開があり、他方で市内に本社・本店機能を有する商業企業の減少が進展しているものと予想される（『事業所統計』）。これこそが市経済の課題として指図されるべきである。

次に青森市の産業構造・経済構造と動態をどう見るかである。県都であることから、県内他都市よりも政府サービス、商業、金融・保険、情報通信、建設、不動産等々の比率が高く、他方で一次産業のウェイトが低く、他の県都と比較して製造業のウェイトが際立って低いことが特徴と言える。換言すれば、青森市経済は、‘地域形成産業’（モノやサービスを移出しエリア外から所得を獲得する農業や製造業、観光など）が脆弱で、‘地域奉仕産業’（エリア内の需要増減に主として依存する産業）が主流で、自律的・自立的に成長（GDP拡大）する基盤が弱い。市域外から所得（需要）が流入するもう一つのルートは、国、県からの市への政府間財政所得移転であるが、しかし、この増加は長期的には期待できない。

かくて、圏外から所得を獲得できる産業または分野（一次産業、製造業、観光など）の支援・育成が地域政策課題となる。ここで、これらの産業の特徴を一瞥しておく、青森市の農業はウェイトが極小で、かつ農業は基礎自治体の独自の産業支援に馴染みにくい。製造業については、市内製造業の中核は食料品製造業で、その特徴は、好不況に比較的強く、地産原材料を生産財として相当投入しており、行政の支援に馴染む産業ではあるが、他方で、独自ブランドを持ちマーケティング力を有するごく少数の事業所と、地元マーケット訴求型中小零細事業所に概ね二極化しており、後者は市内地場型商業（卸・小売）の衰退・減少と連動して苦戦している状況と認められる。

地域経済活性化策としては、市内の一次産業×地場型製造業×商業・サービス業等、多部門連携による高付加価値型製品創出支援が効果的と考えられるが、現在、青森市経済政策課、あおもり産品・企業支援課、水産業課等が、かかる方向での施策を積み上げており、一定の成果が見込める施策を展開している。他方で、当懇談会では、市の諸施策とは別に新たな振興策を調査・研究・探索・提言するには時間が著しく限られており、短時日で有意の成果を上げることは困難と判断した。

そこで当懇談会は、市内商業企業・事業所の苦戦・減少、近々の北海道新幹線開業、大型クルーズ客船寄港漸増傾向などを踏まえ、商業・サービス業（市内に本社・本店機能を有する地場型事業所）支援、街づくり、観光振興などのテーマ・分野に焦点を絞り、調査・研究を行ってきた。

本報告書に盛られた三研究者の論考は、最新のデータと新たに発掘した情報に基づいて考察された研究成果で、これまで積み上げられ、あるいは実施されてきた調査、研究、提言、施策等に新たな視点を加える斬新で具体性を有する調査・研究と自負している。関係機関におかれては、是非、検討・吟味頂き利活用頂きたいと思う。

平成28年3月

青森地域経済活性化懇談会座長・青森大学経営学部教授 井上 隆