

産業立地と情報発信にみる一極集中傾向の比較分析

岡山大学大学院 学生員 ○武嶋 哲史
岡山大学環境理工学部 正会員 谷口 守

1. はじめに

我が国は、交通基盤整備により国土の地域間格差を解消し、東京一極問題の緩和を行うことを一つの目標としている。しかし、長期的に東京の一極集中傾向は緩和していないと言われており、その実証的な確認作業は十分でない。さらに、情報基盤整備にウェイトが移る将来において、どのような変化が生じ得るか検討が必要である。本研究では、交通・情報基盤整備が都市の活動条件をフットルースにしているかを明らかにするために、立地形態と情報発信の両面から都市活動の空間的な特化傾向を長期的に分析し、今後の都市活動の分布パターンとインフラ整備の際に参考となる情報提供を行う。

2. 使用データと分析方法

本研究では、産業立地の変遷を把握するために、その間にわが国で地域間高速交通網がほぼ整備された、昭和44年度と平成8年度の事業所統計の産業（中分類）別各都道府県の事業所数のデータを用いる。情報発信の状況を最もよく表す指標として、インターネットホームページの開設状況を代理指標として用いる。具体的にはホームページに記載している所在地データ等の抽出を通じて地域別の情報発信データを作成した。

本研究での地域分割を表-1に示す。立地及び情報発信の集中度を算出する指標として、ジニの集中係数と集中指数を用いる。

1)ジニの集中係数(G_i)は次のように表される。

$$G_i = \left(\sum_{i=1}^{n-1} x_i \times y_{i+1} \right) - \left(\sum_{i=1}^{n-1} x_{i+1} \times y_i \right)$$

ここで n は都道府県数、 x_i は都道府県別事業所数を降順に並べ替えたときの累積百分比、 y_i は対応地域数（この場合全て1）の累積百分比である。
2)都道府県別集中指数(C_i)は次のように表される。

$$C_i = \frac{1}{2} \times (x_i - y_i)$$

ここで n は都道府県数、 x_i は都道府県別事業所

数の百分比、 y_i は対応都道府県別面積の百分比である。

表-1 地域分割

地域名	所属都道府県
東京	東京
他関東	茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、神奈川
大阪	大阪
他近畿	三重、滋賀、京都、兵庫、奈良、和歌山
地方	その他

3. ジニの集中係数による分析

- 図-1及び2に、代表的な製造業各業種とサービス業各業種の事業所数に関する経年的なジニの集中係数の変化を示した。また、特に地域的特化傾向の強いサービス業については、現時点での情報発信量に関する特化傾向もあわせて示した。この結果から、1)もともと特化の程度はサービス業よりも製造業の方が高かった。
 2)製造業は東京圏や大都市圏での特化傾向が薄れ、この逆にサービス業は特化傾向を強めている。
 3)サービス業の中でも、特に特化傾向が著しい5業種については、情報発信面で都市活動をみるとさらに特化傾向が著しいことがわかる。
 4)特に映画・ビデオ制作業と情報サービス・調査業の特化の進む速度が早い。また、証券業、商品先物取引業は、立地活動と比較して、さらに情報発信での特化傾向が強くなっている。

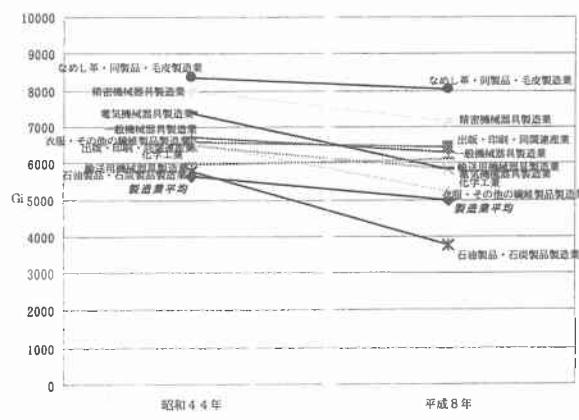


図-1 代表的製造業のジニの集中係数の変化
(都道府県別事業所数)

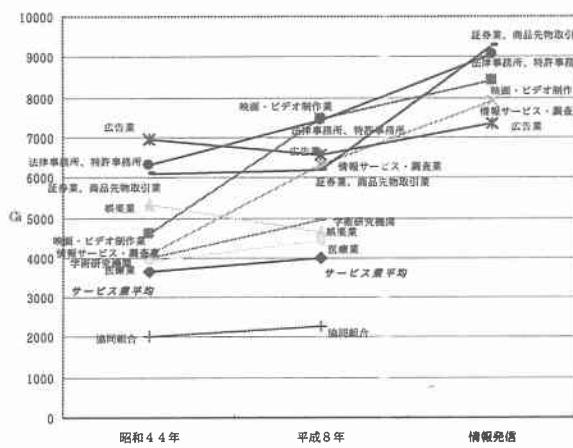


図-2 代表的サービス業のジニの集中係数の変化
(都道府県別事業所数)

4. 集中指数による分析

ここでは図-2で取り上げたサービス業5業種と、製造業の中でも情報サービス業的側面の強い出版・印刷・同関連産業の合わせて6業種を取り上げ、立地活動、情報発信活動の両面から地域的な特化傾向がどのように推移しているかを検討する。表-2にこれら6業種の地域別集中指数の値を示す。

- 1)出版・印刷・同関連産業については、もともと東京における立地活動の特化が非常に強かつたが、関東周辺部や地方部への活動の分散化が進んでいることが読みとれる。
- 2)証券業、商品先物取引業については、特に情報発信レベルでみると、東京への集中度が著しく高い。まわりの他関東では集中度の緩和がおき、その値が負となっている。近畿圏についても同様の傾向が読める。また、地方の活動力が相対的に低下していることがわかる。
- 3)映画・ビデオ制作業は、平成8年時には東京への特化が顕著に高まっている。現時点においては、立地と情報発信の両面において東京の担う比重は同程度である。
- 4)情報サービス・調査業については、東京への特化が立地及び情報発信とともに高まっている。地方圏での相対的低下が顕著である。
- 5)広告業はもともと東京での立地が特化していたが、その傾向は緩和されつつある。大都市圏周辺部での相対的な増加がみられる。
- 6)法律事務所、特許事務所は、東京、大阪での特化

が進み、大都市圏周辺部や地方部での相対的減少が見られる。

表-2 地域別集中指数の変化

		昭和44年 度の立地	平成8年 度の立地	情報発信
産刷出版業・同関連	東京	18.74	15.98	8.90
	他関東	-0.05	2.24	6.71
	大阪	6.11	6.18	4.03
	他近畿	-0.39	-0.65	0.66
	地方	-24.41	-23.75	-20.30
	業品証券取引商	11.51	13.62	30.63
映画・ビデオ制作業	東京	1.02	2.89	-3.44
	他関東	5.09	5.53	6.98
	大阪	1.52	0.01	-3.58
	他近畿	-19.13	-22.04	-30.59
	地方	8.35	25.93	25.55
	他関東	0.77	-1.44	2.56
情報調査業	大阪	3.48	4.98	3.91
	他近畿	0.28	-2.37	-0.07
	地方	-12.87	-27.09	-31.95
	東京	7.03	15.48	21.62
	他関東	-0.04	2.28	3.20
	大阪	3.41	5.09	4.80
広告業	他近畿	0.67	-1.49	-1.99
	地方	-11.07	-21.35	-27.63
	東京	20.01	17.22	15.57
	他関東	-0.72	0.34	4.23
	大阪	6.45	6.32	5.92
	他近畿	-1.36	-1.39	-0.47
法律事務所	地方	-24.38	-22.48	-25.25
	東京	16.70	22.13	27.12
	他関東	0.19	0.23	-0.79
	大阪	6.22	6.76	8.18
	他近畿	-0.25	-1.78	-2.73
	地方	-22.87	-27.33	-31.78

5. おわりに

本研究の分析結果より、下記のような事が明らかとなった。

- 1)サービス業の活動は、立地面でも情報発信面でも基本的に特化傾向は著しくなっている。
- 2)しかし、その特化傾向のパターンは各サービス業種によってかなり異なる。
- 3)近年、東京に立地面で特化の進んだサービス業種については、情報発信活動でそれ以上の特化が進んでいるものが多い。