

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

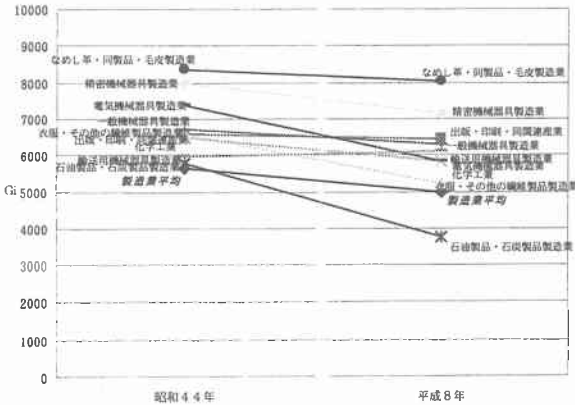
数の百分比、 y_i は対応都道府県別面積の百分比である。

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）

— 466 —