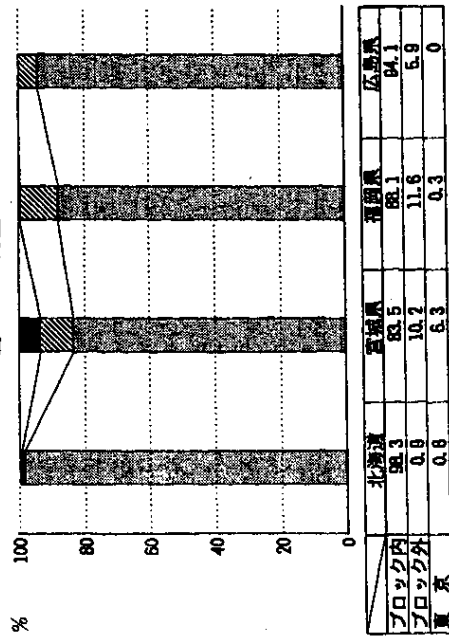


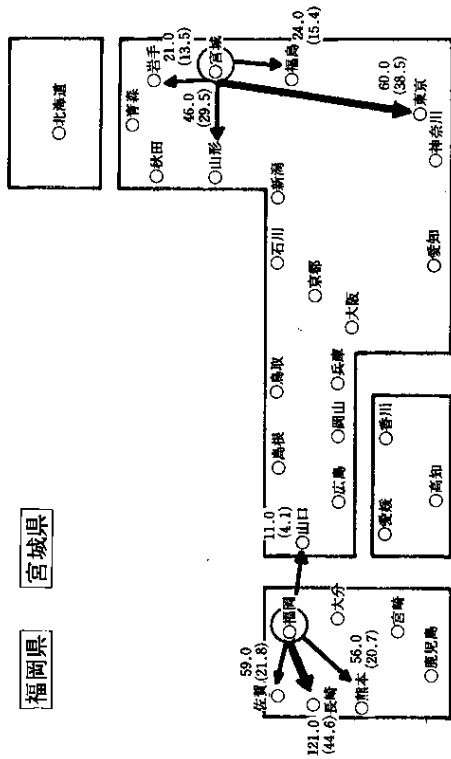
表16 デザイン業売上高受注先別状況（自県内を除く）——平成元年——

区分	デザイン業 売上額 (百万円)	左のうち自県外 への売上額		左の内訳（上位7位都道府県）							備考	
		売上額 (百万円)	シェア(%)	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位		
北海道	1,382 (315.5)	23 (50.0)	1.7	13 東京	7 大阪							
宮城県	945 (215.8)	156 (339.1)	16.5	50 東京	46 山形	24 福島	21 岩手					
福岡県	2,284 (521.5)	271 (588.1)	11.9	121 長崎	59 佐賀	56 熊本	11 山口	8 鹿児島	3.0 東京	2.2 京都		
広島県	438 (100.0)	46 (100.0)	10.5	15 山口	9 兵庫	8 岡山	5 高知	2 京都	4.3 東京			

注：1（ ）内の数字は、広島県=100としたときの水準値を示す。
資料：昭和60年特定サービス産業実態調査（デザイン業編）

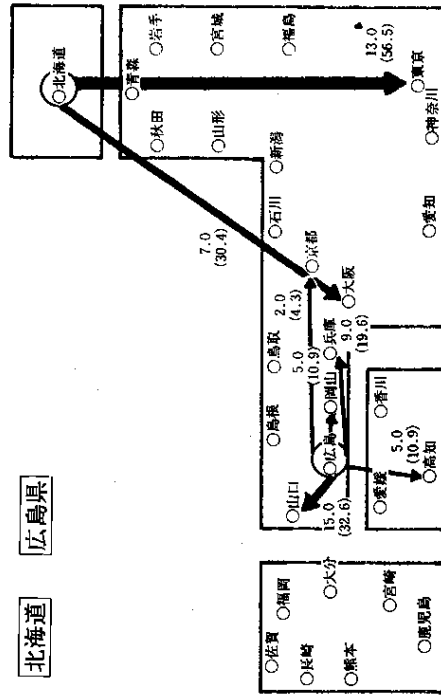
デザイン業注先別売上高（自県外）
図ブロック内図ブロック外 東京都





福岡県

宮城県



北海道

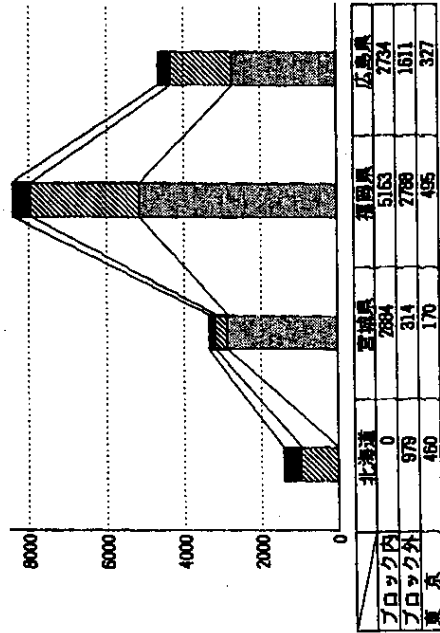
広島県

表17 本社企業の支店展開状況（自県内を除く）——昭和61年——

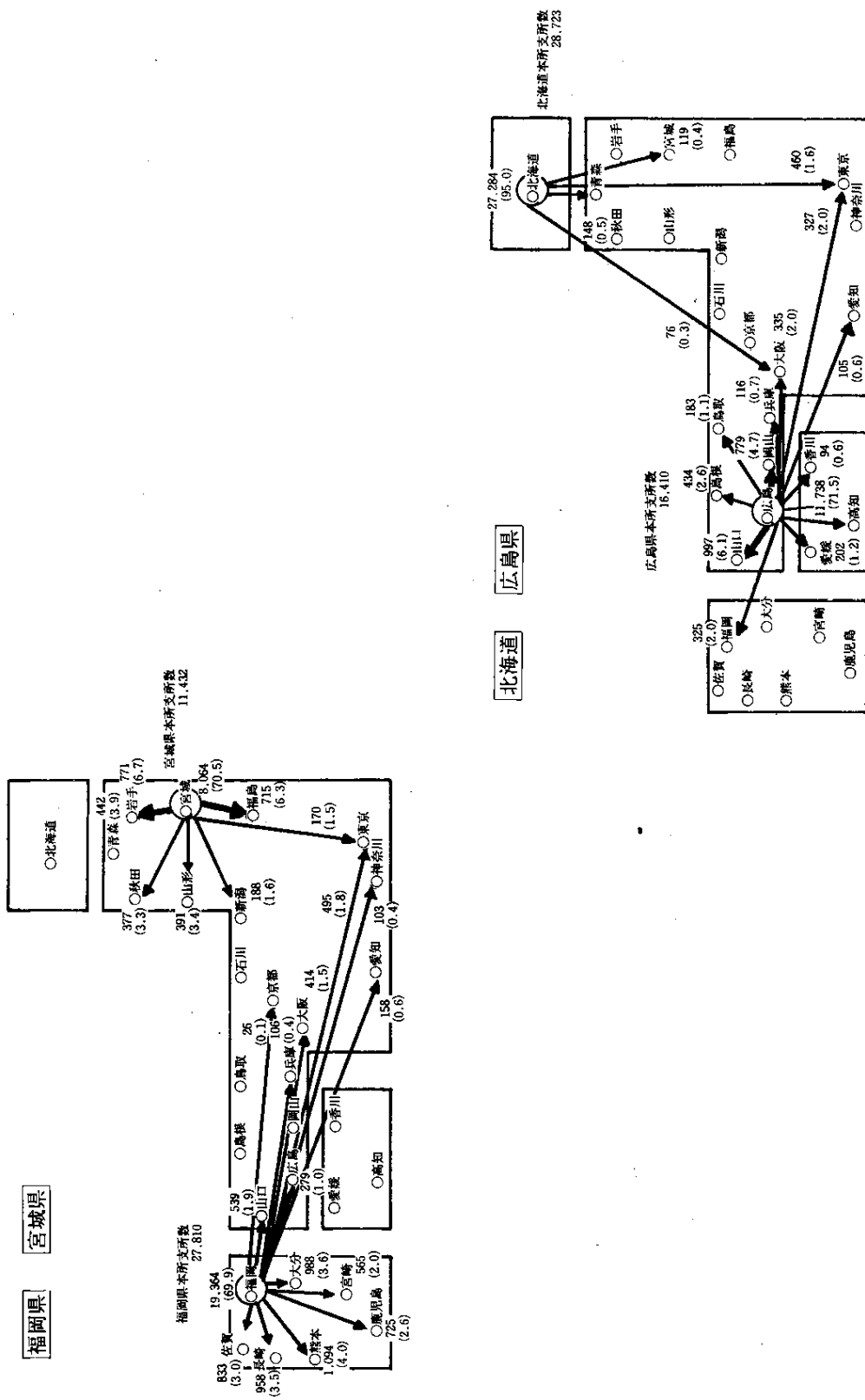
区分	自県内本社 企業の支店 数	左のうち自県外に展 開している支店数	左の内訳（上位7位都道府県）							備考	
			1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位		
北海道	28,723 (175.0)	1,439 (30.8)	460 東京	148 青森	119 宮城	76 大阪	76 大阪	63 埼玉	62 愛知	51 神奈川	手 岩 島 福 島 49(8位) 41(10位)
宮城県	11,432 (69.7)	3,368 (72.1)	771 岩手	715 岩手	442 岩手	391 岩手	377 岩手	377 岩手	188 岩手	170 岩手	北海道 87(8位)
福岡県	27,910 (169.5)	8,446 (180.8)	1,094 熊本	988 熊本	958 熊本	833 熊本	833 熊本	775 熊本	565 熊本	539 山口	東京 495(8位)
広島県	16,410 (100.0)	4,672 (100.0)	897 山口	779 山口	434 山口	335 大阪	327 東京	327 東京	325 福岡	202 熊本	大阪 414(9位) 183(8位)

注：1 ()内の数字は、広島県=100としたときの水準値を示す。
 2 ここでいう支店には、支社、支店のほか営業所、出張所も含まれる。
 3 斜線は、ブロック内都道府県を示す。
 資料：昭和61年事業所統計調査

本社企業の支店展開状況（地域別）
 図 ブロック内図ブロック外 東京



[本社企業の支店展開状況]



注) 実数は事業所数、()内は構成比 (%)
出所) 昭和61年事業所統計調査

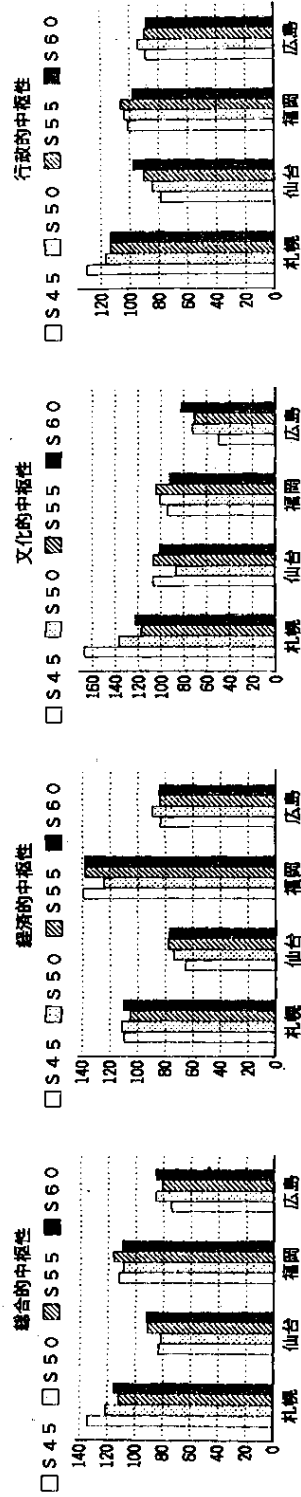
表18 総合指標化による比較 (S45~S60)

	総合的中樞性			経済的中樞性			文化的中樞性			行政的中樞性						
	S45	S50	S55	S60	S45	S50	S55	S60	S45	S50	S55	S60	S45	S50	S55	S60
札幌	134.3	121.8	112.2	115.6	110.2	111.7	105.5	110.4	167.5	136.6	117.5	122.5	130.1	117.1	113.5	113.8
仙台	83.7	82.1	91.7	92.3	65.7	74.2	77.7	77.2	106.5	86.9	106.9	101.7	79.0	85.1	90.6	97.9
福岡	112.1	109.6	116.4	109.8	139.7	124.5	138.2	138.5	94.7	100.6	104.7	92.6	101.8	103.8	106.2	98.4
広島	74.3	85.4	81.4	85.4	83.7	89.6	83.5	84.5	50.1	72.7	71.0	82.9	89.2	94.0	89.7	88.7

注 1 使用指標は以下の1,2指標である。

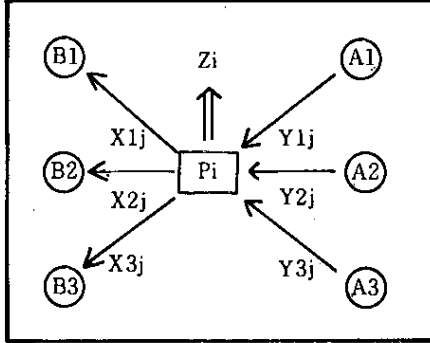
- (1) 経済的中樞性……東証1・2種上場企業数、卸売販売業数、銀行両金庫高、情報サービス・調査・広告業従業員数、専門サービス・その他の事業サービス業従業員数
- (2) 文化的中樞性……大学・短大学生数、研究機関従業員数、ホール数(1,000席以上)、美術館・博物館数
- (3) 行政的中樞性……国の出先機関数、公務管理の職業従業員数、政治・経済・文化団体従業員数

2 数値は、各指標ごとの水準値(4市平均=100.0)を単純平均したものである。



5 中枢力の判定分析

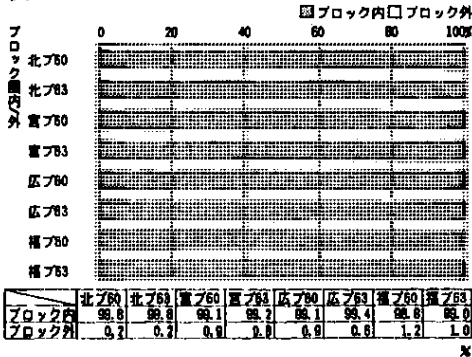
ここでは、3. で定義した中枢力の概念を数値化して各中枢都市の中枢力を判定する。



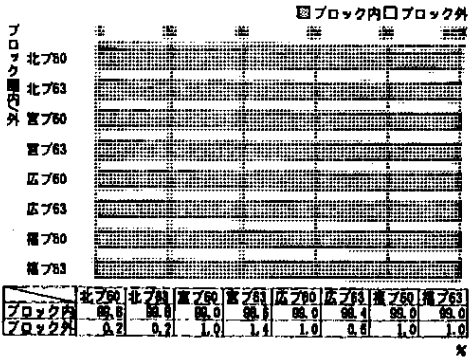
図示したとおり、Pi (第 i 地域の中枢力) を高めようとするならば、他地域 (Ai, i = 1, 2, …… n) を吸引 (Y_{i,j}) し、周辺地域 (Bi, i = 1, 2, …… n) へ影響 (X_{i,j}) し、さらにはその地域自らが成長 (Zi) することが必要である。

こうした概念を各流動データ (地域間OD表) を使用して分析してみる。

表19 人流影響力 (旅客流動: S63/S60)



人流吸引力 (S63/S60)



5-1 人流による中枢力分析

旅客流動の影響力は、ブロック圏内での移動が9割以上を占める。

吸引力についても同様な現象が見られる。

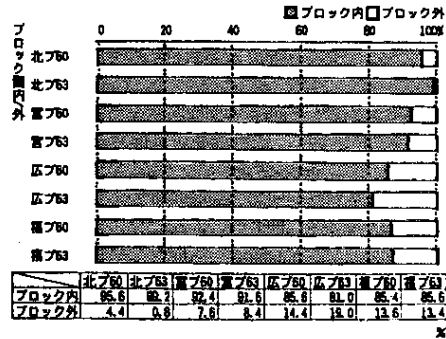
したがって、人流で見るとブロック圏内で完結している。(表19)

5-2 物流による中枢力分析

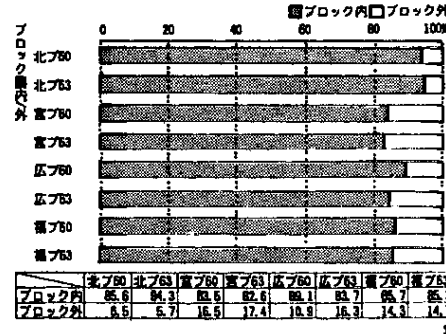
貨物流動の影響力は、概ね各市ともブロック圏内よりブロック圏外への流出が増加している。中でも、広島市の圏外影響力は拡大傾向にある。

吸引力についても、ブロック圏外の流出が増加している。なかでも広島市の圏外吸引力は拡大傾向にある。(表20)

表20 物流影響力 (貨物流動: S63/S60)



物流吸引力 (S63/S60)



5-3 商流による中枢力分析

商品販売額の影響力は、北海道、中・四国ブロック圏については、ブロック圏内影響力は低下傾向にあり、東北、九州ブロック圏は増加傾向にある。

吸引力については、各ブロック県とも、圏内吸引力が増加傾向にある。(表21)

5-4 サービス流による中枢力分析

情報サービス業の影響力は、各市とも圏内は低下傾向にある。

吸引力については、中・四国、九州ブロックについては、圏内吸引力は増加傾向にある。(表22)

広告業の影響力は、各市ともブロック圏内が8割強を占めている。

吸引力については、ブロック圏内が北海道が約9割、宮城県、福岡県が6割であるのに比して、広島県は約4割である。各市とも東京都の販売額が大きい。(表23)

デザイン業の影響力は、各市とも8割強がブロック圏内である。

吸引力については、北海道、九州はほとんどが圏内で、東北、中・四国は、圏外からの吸引力が多であるが、とりわけ広島市は圏内吸引力は1割しかない。(表24)

5-5 支店展開による中枢力分析

支店展開の影響力は、各市とも増加傾向にあり、とりわけ広島県は圏内影響力は急増している。

吸引力については、各市とも圏内吸引力は5～6割程度であるが、その伸び率は増加傾向にある。(表25)

表21

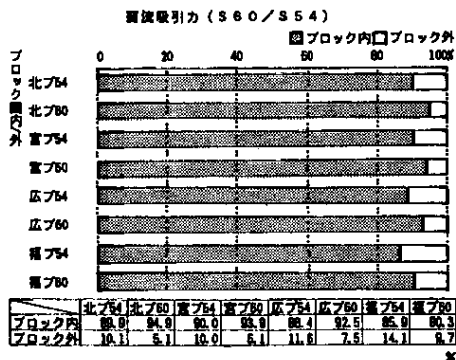
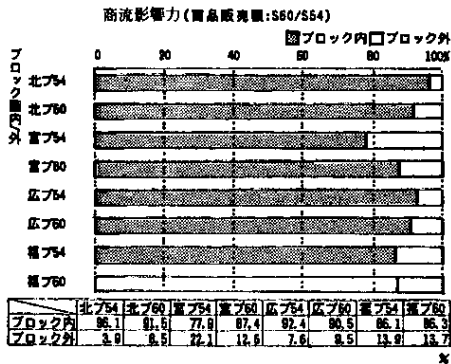


表22

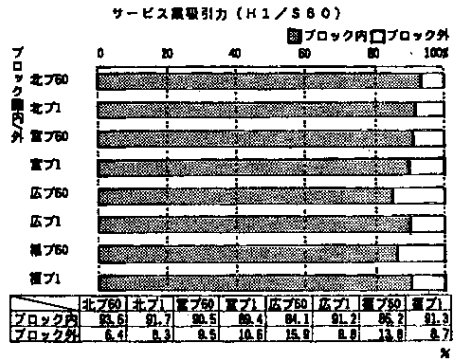
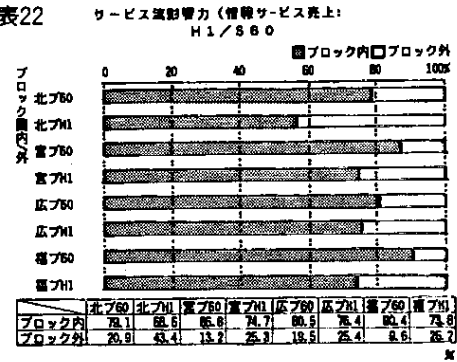


表23

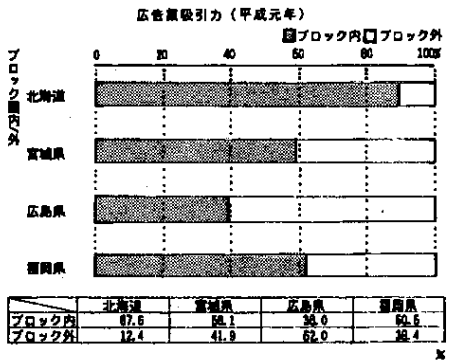
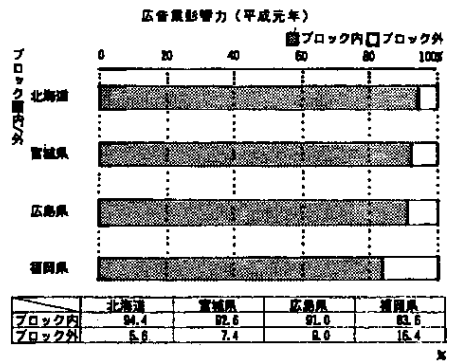


表24

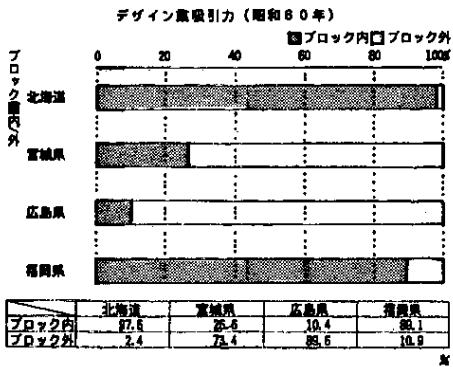
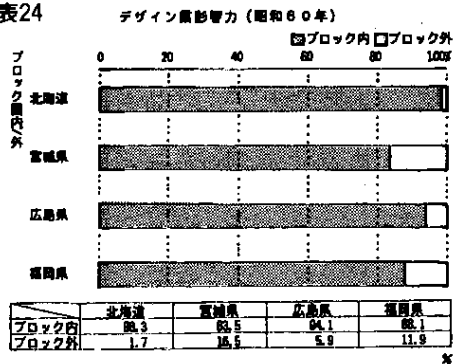
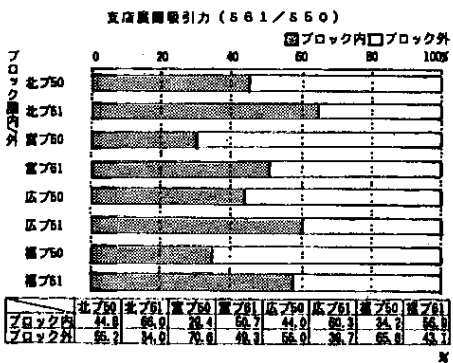
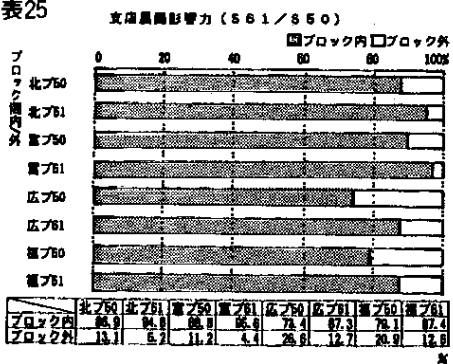


表25



5-6 ブロック圏における各中枢都市の中核力分析

以上、P関数の定義の下、各局面のデータを活用して影響力（プッシュパワー）と吸引力（プルパワー）さらには成長力（セルフパワー）を解析してきた。

ここでは、これらを総合し、各中枢都市の中核力の判定を行う。(表26、27)

(1) ブロック圏

北海道ブロックは、人口は減少し、経済活動も低下傾向にある。全体として、都市活動が低下している。

東北ブロックは、人口、経済活動とも増加傾向にある。

中・四国ブロックは、北海道ブロックとほぼ同様な傾向が見られる。

九州ブロックは、ほぼ全体的に増加傾向にある。

(2) 中枢都市

札幌市は、北海道ブロック内での経済活動にその基盤を置いていることから当市は成長しているが、ブロック圏が低下傾向にあり、今後の成長が懸念される。

仙台市は、東北ブロックのみならず当市自体も増加傾向にあり、今後とも堅調な成長基調が期待できる。

広島市は、札幌市と同様な傾向が見られ、ブロック圏の活性化を図る必要がある。

福岡市は、ブロック圏と同様全体的に増加傾向にある。ただし、ブロック圏の拡大傾向を示しており、中・四国ブロック圏の山口県との結びつきが拡大している。

6 一つの政策提言

以上の分析結果を踏まえて、広島市を事例として政策提言を試みるが、個別の施策までは掘り下げず、理念的なところまでとする。

(1) 人流面からの提言

圏内においては、周辺地域との連携を強化し、広域連携政策の立案・実施など広域都市圏レベルでの都市機能アップが重要である。

圏外では、時間距離の短縮を目的として、航空網を支流として他の結節機関との連携を強化して、一日交流可能圏域の拡大が急務である。

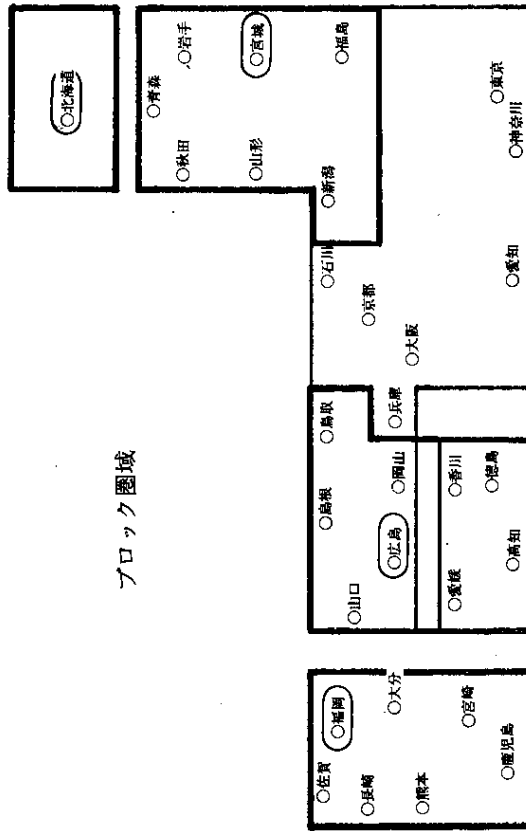
表26 ブロック圏内における地方中核都市の中核度と地方の中核度と7都市

ブロック圏内における地方中核都市の中核度の比較 (単位:%)

	人流	物流	商流	交流	支店	広告業	その他
北海道 (札幌市)	100.0	100.0	96.4	61.7	143.6	107.8	100.7
宮城県 (仙台市)	100.6	110.9	93.1	105.9	188.6	159.4	313.9
広島県 (広島市)	100.0	96.8	97.8	83.8	144.8	239.5	904.8
福岡県 (福岡市)	100.0	101.5	95.6	80.8	153.6	138.0	98.8

注: 数値は、(影響力+吸引力)を示し、100以上ならば影響力が大きいことを意味する。

ブロック圏域



中核度

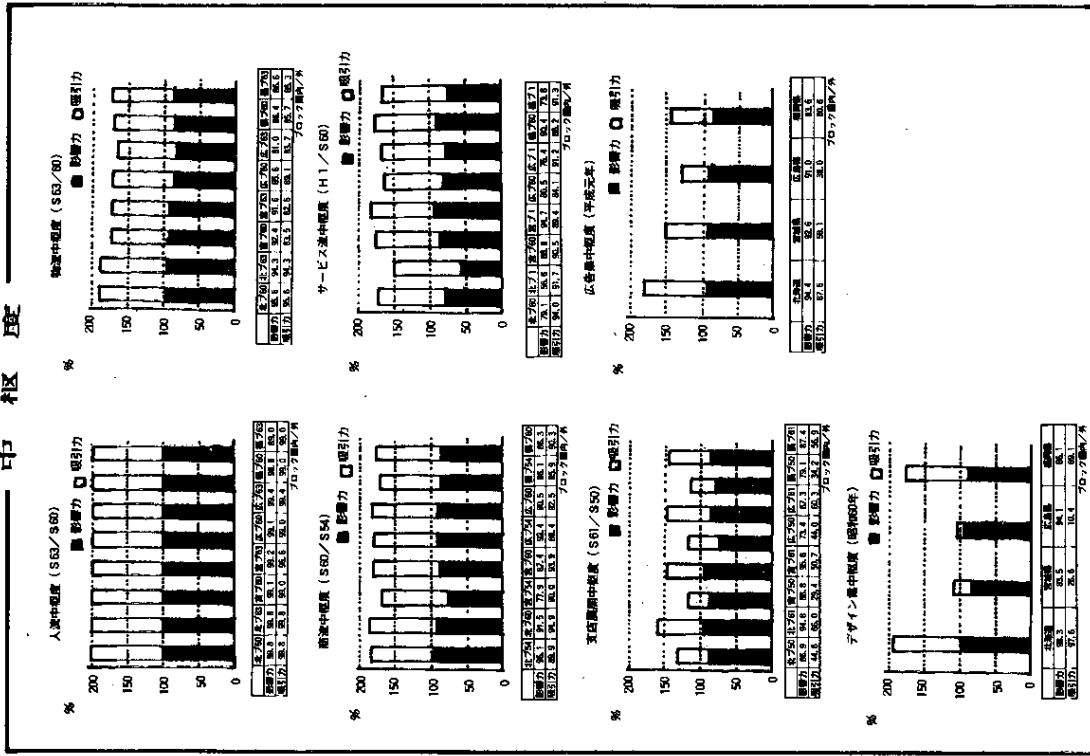


表27 各ブロックにおける影響力、吸引力及び中枢度の推移（統括）

ブロック	影響力					吸引力					中枢度					総合力
	人流	物流	商流	サービス業	支店	人流	物流	商流	サービス業	支店	人流	物流	商流	サービス業	支店	
北海道ブロック (札幌市)	○	●	●	●	○	●	●	○	○	○	○	●	●	●	○	↓
東北ブロック (仙台市)	○	●	○	○	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	↑
中・四国ブロック (広島市)	○	●	●	●	○	●	●	○	○	○	○	●	●	●	○	↓
九州ブロック (福岡市)	○	○	○	○	○	●	●	○	○	○	○	○	○	●	○	↑

注1：○は増加傾向、●は減少傾向、●は不変傾向を示す。
 注2：影響力は各中枢都市が、自ブロック圏内から与える力を示す。
 注3：吸引力は各中枢都市が、自ブロック圏内から受ける力を示す。
 注4：中枢度は影響力と吸引力との総合力を示す。

(2) 物流面からの提言

広島県内に生産拠点があるにも拘らず、物流量が岡山県に流出しているのは交通の至便性のためであるため、都市施設の有効活用を図る意味からも港湾物流を中心とした総合貨物輸送システムの整備を図るべきである。

(3) 商流面からの提言

広島県は、ブロック圏内の中枢的役割を有しているが、四国地方との販売が弱いことため販売額が低い。したがって、広島県の商社機能を強化する施策を講ずるべきである。

(4) サービス流面からの提言

成長性の高いサービス業の展開は、大都市圏との結び付きが大きいのが特徴である。今後は、圏域内での需給調整ができるよう当該産業の育成を図る必要がある。

(5) 情報流面からの提言（都市規模に関してのみ分析）

情報源の受発信量のウエイトは、東京都が発信については約23%（昭和63年）、受信については約80%を占めていることから、東京に如何に近づけるかが重要である。

そのため、発信メディアの整備（情報アクセスポイントの整備、発信基地局の整備等）が重要である。

(6) 支店展開面からの提言

支店機能の強化は、経済面からの中枢機能の相対的強さを示す指標であることから、圏内の四国地方との連携強化を図る必要がある。

界の主要都市（ニューヨーク、ロンドン、パリなど）の中枢力を分析し、中枢力と都市の発展形態との関係をシュミレーションすることを試みたい。

7 おわりに

本稿では、中枢力の構成要因を影響力（プッシュパワー）と吸引力（プルパワー）さらには成長力（セルフパワー）で定義した。

この定義の下に各ブロック圏における4つの中枢都市の構造特性を人流、物流、商流、サービス流、情報流、支店展開などの各種データを活用して解明し、中枢力の構成要素としての影響力、吸引力と成長力を分析した。

最後には、これらの分析結果を踏まえて、広島市を事例として政策提言を試みた。

次の段階としては、中枢力関数の定式化とP関数を導入したモデル構築を行い国内のみならず世