

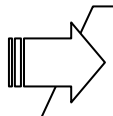
地域経済の活性化を担う地元企業の役割

2007年6月19日

(社) 日本経済団体連合会

—激変する地域経済をめぐる環境—

- ①産業立地における世界各国との地域間競争
- ②公共事業など従来型発展モデルからの転換の必要性
- ③人口減少・高齢化による地域経済活動の先行き懸念



- ①地域経済活性化のために経済活動の主たる担い手である地元企業が果たすべき役割は何か
- ②地元企業の活動を支えるために必要な方策等は何か

1. 地域経済活性化のために期待される地元企業の役割

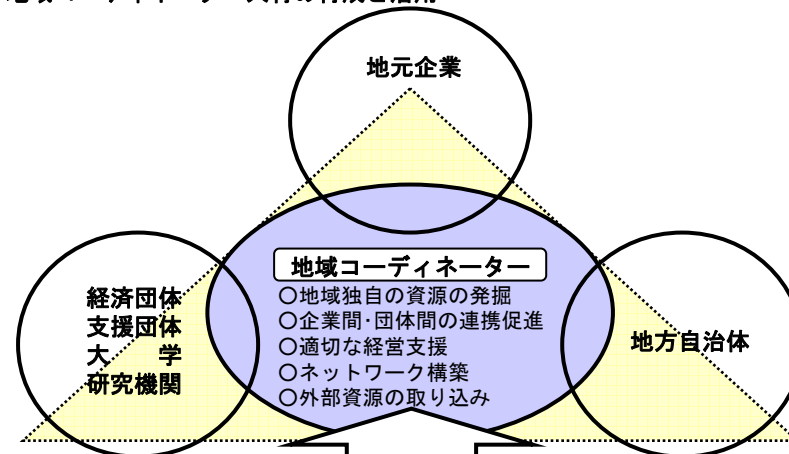
- ・各々の地域が自らの手で「地域グランドデザイン」を描く必要性
- ・付加価値を創造する主体であり、そこに生活し、拠点を据えて活動する企業・経営者の役割が重要

2. 地域経済をめぐる諸課題と解決の方向性

- (1) 地域内協力体制の強化とネットワークの構築
企業・地方自治体・地域社会・地域住民・NPOなどの役割認識
- (2) 地域資源の発掘と活用
一次産品、観光資源、工場集積、大学・研究機関の知的集積、人材など
- (3) 「地域ブランド」の構築と定着の推進
 - ①地域独自のブランド確立を目指す事業
 - ②ブランドづくりを支援する地域社会基盤整備
 - ③ブランドづくりに必要な知的創造のための専門能力の内外からの獲得
- (4) 流通・販売システムの改革—地域マーケティングの導入—
地域の経済活動とその産品全体を「メッセージ」として発信
マーケティングの4P（製品・価格・販路・宣伝）を地域全体で推進
- (5) 文化的イベントの活用 伝統芸能、祭り、近代アートなど
イベントを起爆剤に、持続的な発展の仕組み作りを考案
- (6) ICT（情報通信技術）の活用
地域経済の情報発信力強化、テレワークなど
- (7) 産学官連携の推進
情報提供体制の強化、専門家による関係者間の橋渡し
- (8) 企業間連携の推進—産業集積形成の促進—
伝統的な地場産業集積
—強みと弱みの分析、マーケットニーズへの対応可能性の追及
産業クラスター
—競争優位を持つ産業が核となり広域的な産業集積を展開

3. 地域の企業活動を支援するための方策 —地域コーディネーターの必要性—

地域コーディネーター人材の育成と活用



◇コーディネーターに求められる資質

- ①地域内の資源の将来性を見出す
観察力・洞察力
- ②地域開発・復興に情熱を注ぐ意欲

◇コーディネーターの育成方法

- ①地域の人材を育成し、核になるよう促す
- ②自然発生的、自発的に活動する人材への役割付与
- ③外部からの専門家や適任者を募る

—人を引き付ける地域づくり—

- ・活力ある地域には、人々（特に若者）が地域に根付き、地元の経済・文化・教育を支えることが、持続的な地域経済発展につながる
- ・地域経済の自立のためには、自分たちでルールをつくり、個性的な地域をつくる姿勢が求められる

今後の地域経済の活性化の方向性

- ①企業・経営者が自社のみならず、地域経済全体の活動に参画する
- ②地方自治体、経済団体、支援団体、大学、研究機関などの協力が必要