

広域自立・成長政策委員会 中間取りまとめ

「世界の構造転換期のメガリージョン戦略」

広域自立・成長政策委員会

<目 次>

はじめに ～ 3つの事例紹介	1
1. グローバルなメガリージョン間競争の時代	3
(1) 「ネットワーク型」発展の時代	3
(2) 国際競争力とは何か	4
(3) 戦略的連携の時代	5
2. 成長戦略としての国土政策	6
(1) 厳しい現実	6
(2) 必要なのは「地域経営」の視点	9
3. グローバルな競争に勝ち残るための戦略	11
(1) 国際競争力強化に向けた戦略的視点	11
(2) 具体的な戦略の方向性	12
(3) 戦略実現に向けてとるべき国土政策の方向性	15
おわりに	18

はじめに ～ 3つの事例紹介

グローバル化を続ける世界の経済社会の中で、国単位でもなく、また、自治体単位でもない新たなチャレンジが行われつつある。ここでは、3つの事例を紹介し、メガリージョン戦略のための検討の礎とする。

① グレーター・ワシントン

米国には、GWI（グレーター・ワシントン・イニシアティブ）という民間組織がある。グレーター・ワシントン圏（ワシントンDC、バージニア州及びメリーランド州）は首都圏であり、全米人口第4の都市地域を構成している。1990年代、人口減少、地価下落、犯罪率上昇等により社会経済環境が悪化し、これに危機感を抱いた圏域内の商工会議所が、地元自治体及び経済界とともに1994年にGWIを設置した。バージニア側が志向する国防・IT等のハイテク産業集積と、メリーランド側が志向する医療・バイオ等の産業の集積を促進して、広域での産業集積と圏域全体のイメージアップ、ひいては地域の活性化に成果をあげ、現在同圏域は「第2のシリコンバレー」とまで呼ばれるに至っている。

② オランダ・ランドスタット地域

アムステルダム（首都・商都）、ハーグ（行政）、ロッテルダム（港湾）及びユトレヒト（鉄道・サービス業）の4都市を中心にした広域的な地域で、域内の4州・4市等12の地方政府により「ランドスタット評議会」を構成している。同評議会においてランドスタット地域の多角的分析、戦略的な長期展望の作成を行うとともに、域内の政策調整を行っている。具体的には、地域としての国際競争力を高め、ランドスタット地域を住む拠点、働く場所として魅力あふれる場所にするという戦略目標を共有し、都市間の役割分担を明確にしているほか、圏域の中心に「グリーンハート」という広大な緑地を保全しているのが特徴である。広域都市間の連携に成功している典型例である。

③ 長江デルタ

中国の上海市をはじめとする長江下流域（江蘇省・浙江省）の各都市は、「世界の工場」として急成長を遂げ、激しい外資誘致競争を繰り広げてきたが、基幹インフラの一体的建設を推進すると中国政府の方針や、「蘇通大橋」、「杭州湾大橋」等の開通により地理的に一体化したことを契機として、「長江デルタ都市経済協調会」を設置するなどして、域内の港湾運営における連携協力等、各都市間の広域的な連携を推進している。発展を推進する主体であるこの「経調会」は、地域経営の一体化を目指して、関係都市の施策・事業を実務面で統一的に展開する役割を果たしている。こうした取組により長江デルタは、単なる「世界の工場」ではなく、近年では世界からの資金と人材を集め、ハイテク分野における「世界のイノベーションセンター」に変貌しつつある。

【参考1】 グレーター・ワシントン等の位置及び範囲

① グレーター・ワシントン（米国）

（出典） G W I ホームページ



② ランドスタット地域（オランダ）

（出典） "Randstad Holland towards 2040"より作成



③ 長江デルタ（中国）

（出典） 福岡県上海事務所ホームページ



1. グローバルなメガリージョン間競争の時代

(1) 「ネットワーク型」発展の時代

2009年に入ってから日本の貿易構造の変化を示す数字として、わが国の輸出と輸入を合計した貿易総額に占める相手国の割合（2009年1～9月）を見ると、中国とのシェア割合は2割を超え、アジア全体のシェア割合はほぼ5割に達し、その一方で米国は14%となっている。

さらに、欧州やロシア、中東を含むユーラシア大陸との貿易という視点に立つと、実に日本の貿易の7割超がユーラシアとの貿易となっている*1。

このように、アジアの産業構造は、日本等の特定国がアジア全体を牽引するという「雁行形態型発展」ではなく、各国がそれぞれ発展する「ネットワーク型発展」の局面にある。

そして、各国において成長エンジンの核となるのは、環渤海経済圏、長江デルタ、珠江デルタ、グレーター・ソウル首都地域など、大都市を中心とするいわゆる「広域経済圏」（メガリージョン*2）である。

企業や人材は、活動する地域を、国境を越えて比較して選択し、活動を展開している。そうしたグローバル化の下で、国や地理的な行政区という単位ではなく、むしろ広域的な地域（リージョン）という単位で、この活動を支えなければならない。

これらは、都市圏単位で産業集積を進めるところからスタートしたものであるが、集積した人口や産業を活用し、地域内の拠点を活用して広域的な連携を進める中で、広域レベルでの競争力強化を図り、特定の課題に対してリージョン全体として対処することで、グローバルなイノベーションセンター（後述）を次第に形成していくというプロセスを経て発展している。

アジアだけではなく、世界的にも、大競争に勝ち残っているのはこうした「メガリージョン」とよばれる広域的なブロックであり、それぞれが、行政界、国境などの枠にとらわれず、人材と企業を呼び込む競争をしているのである。

*1 （出典）『財務省貿易統計』（2009年1～9月）

*2 「メガリージョン」については、これまで様々な定義付けがなされてきたが（例えば Yusuf, S. (2007), PricewaterhouseCoopers (2007), Regional Plan Association (2006), Lang, R. E. and D. Dhavale (2005), Scott, A. J. (2001), Gottman, J. (1961)), グローバル・シティ・リージョンとも言われ、特にリチャード・フロリダ（Richard Florida）によれば、メガリージョンは、世界で40近く存在し、それらだけで世界人口の18%、経済活動の66%、特許取得するイノベーションの86%が集中しているとされる（（出典）"Megaregions: The Importance of Place," Richard Florida, Diamond Harvard Business Review (July 2008), pp. 12-13）。なお、「メガリージョン」の概念及びそれを踏まえた政策的分析については『メガリージョンの攻防』（細川昌彦著、東洋経済新報社（2008年）、以下『細川（2008）』）に詳しく記述されており、参考にすべき部分が多い。

(2) 国際競争力とは何か

都市の、あるいは地域の「国際競争力を強化すること」が、都市戦略や地域戦略の目標としてよく挙げられる。しかしながら、そもそも、この「国際競争力」とは、何であろうか。

名目GDPで言えば、わが国の「首都圏」は世界第8位、「近畿圏」は第18位である(2007年)。これら以外でも、例えば「九州圏」のGDPはノルウェーに匹敵し、「中国圏」はアルゼンチンに匹敵するなど、各広域ブロックは1つの国家にも匹敵する経済力を有している^{*1}。

それでは、これらの地域はすべて、「国際競争力」を有していると言えるのであろうか。別な言い方をすれば、わが国のそれぞれの地域が目指すべき「国際競争力」とは、どのようなものであろうか。

ここで参考となる見解として、米国のジャーナリストであり都市論者でもあるジェーン・ジェイコブス(Jane Jacobs)は、都市の量的な「拡大」(expansion)だけではなく、「発展」(development)が重要と説く^{*2}。「発展」とは、常に新しいことを生み出す力であり、それにはイノベーションの促進が不可欠である、としている。

このように考えると、「国際競争力」とは、世界中からクリエイティブな人材を磁石のように集め、グローバルなイノベーションセンターとなっていることも重要な要素の1つであると考えられる。

そして、そのような大都市は、周囲の都市との競争関係を経て、広域的に連携して「メガリージョン」を形成すると米国の社会学者のリチャード・フロリダ(Richard Florida)は説いているが、世界の国際競争に勝ち残っているのは、まさにそのような「メガリージョン」である^{*3}。

つまり、大都市圏に限らず、複数の都市圏が連携して、広域なリージョンで、地域の「強み」を活かして、何らかの分野で世界のイノベーションセンターを目指すことが、国際競争力の強化につながっていくのである。

*1 わが国の広域ブロックと各国の名目GDPの関係については、6頁参照。

*2 (出典) "Urban studies legend Jane Jacobs on gentrification, the New Urbanism, and her legacy," Bill Steigerwald, City Views (June 2001), p. 8 (<http://reason.com/archives/2001/06/01/city-views>)

*3 (参照) 『クリエイティブ都市論(原題"Who's Your City?")』, Richard Florida (井口典夫訳), ダイヤモンド社, p. 50

(3) 戦略的連携の時代

「ネットワーク型」社会というとき、企業など個々の主体（点）と主体間の取引（線）の高度な結びつきを指すことが多かった。また、基礎自治体同士の交流・連携などの拡大をも伴って発展を遂げてきた。

しかしながら、これからの「ネットワーク型」発展では、メガリージョンのように、広域経済圏である「面」（リージョン）を単位として考えるべきである。

行政的な単位を超えた、広域的な「面」（リージョン）の中で、水平分業的に生産活動とマーケットが一体となって発展（development）し、リージョン全体が継続的な成長エンジンとなることで自立・成長していく、という戦略が求められる。

都道府県単位のままでは、各都道府県の中でフルセット主義に陥りがちであることから、アジアにおいて日本の各地域が自立・成長するためには、都道府県単位ではなく、広域的な連携を進めていく中で、広域の中でそれぞれの地域の強みを発揮して広域全体としての国際競争力を高めたい、と考えている首長も多く存在するはずである。

また、企業経営の世界では、自社での規模拡大が困難な時代においては、多様な主体の強みを活かすとともに、互恵的な戦略的連携を進める動きが見られている*1。

これと同様に、地域経営においても、戦略的連携（strategic alliance）が成長に向けたキーワードであり、国は、そうした動きを後押しする環境整備を行う必要がある。

その際、国内外のリージョン相互の連携で相乗効果をあげることを目指すべきである。

*1 コア・コンピタンス戦略・・・自社の強みを強化するための集中投資と、その強みを最大限に発揮するための企業間連携。

2. 成長戦略としての国土政策

(1) 厳しい現実

わが国の広域ブロックは、それぞれがヨーロッパの小国に匹敵する実力を持っているが、実際には東京圏への一極集中が進んでおり、地方圏との所得格差も拡大している。

【参考2】わが国の広域ブロックと諸外国の比較

順位	国名	人口 (千人)	順位	国名	名目GDP (億米ドル)
1	中国	1,311,020	1	米国	137,764
	・・・		2	日本	43,854
9	ナイジェリア	140,004	3	中国	34,003
10	日本	127,770		・・・	
	・・・		7	イタリア	20,951
27	コロンビア	43,405	8	首都圏	17,123
28	首都圏	42,848	9	スペイン	14,368
29	アルゼンチン	38,971		・・・	
	・・・		17	オランダ	7,662
46	ルーマニア	21,584	18	近畿圏	7,123
47	近畿圏	20,839	19	中部圏	6,656
	・・・			・・・	
52	シリア	18,717	24	スイス	4,234
53	中部圏	17,349	25	九州圏	3,929
	・・・		26	ノルウェー	3,874
57	エクアドル	13,408	27	台湾	3,833
58	九州圏	13,224	28	サウジアラビア	3,773
	・・・		29	東北圏	3,744
63	マリ	12,214		・・・	
64	東北圏	11,823	34	南アフリカ	2,830
	・・・		35	中国圏	2,627
80	ブルガリア	7,699	36	アルゼンチン	2,623
81	中国圏	7,600		・・・	
	・・・		43	マレーシア	1,867
105	ニュージーランド	4,185	44	北海道	1,743
106	四国圏	4,014		・・・	
	・・・		57	ニュージーランド	1,304
115	アルバニア	3,151	58	四国圏	1,193
116	北陸圏	3,081	59	北陸圏	1,117

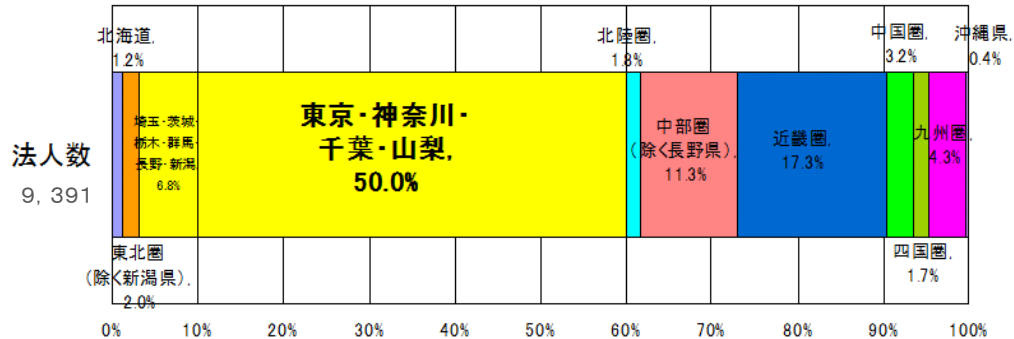
(出典) 総務省『世界の統計2009』及び『人口推計』第4表、内閣府『平成17年度県民経済計算』より作成。

※人口：各国は2006年度、国内各圏域は2008年度の数値。

GDP：各国は2007年度、国内各圏域は2005年度の数値。

【参考3】東京圏への一極集中

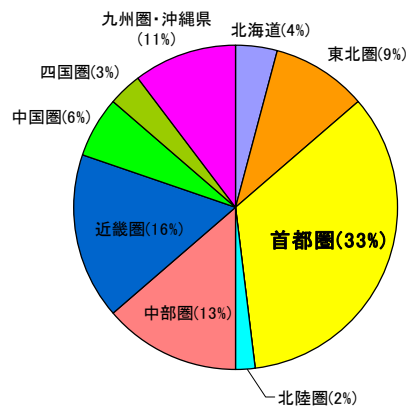
○5億円以上の所得を計上している利益計上法人の割合（2006年度）



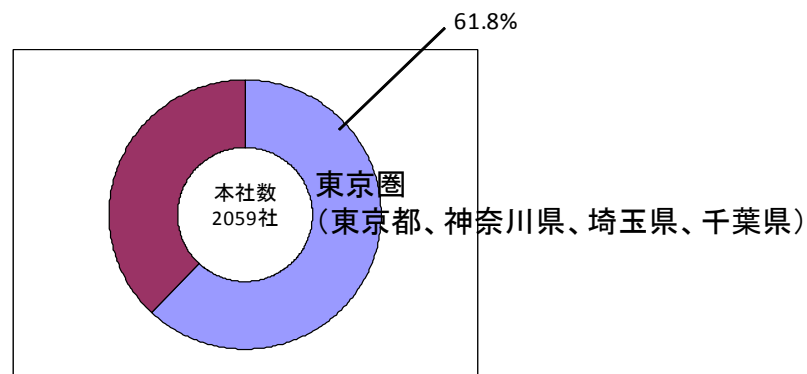
（出典）国税庁『国税庁統計年報』、総務省『事業所・企業統計調査』より作成

○総人口数（2005年総人口：1億2776万人）

（出典）総務省『国勢調査』より作成

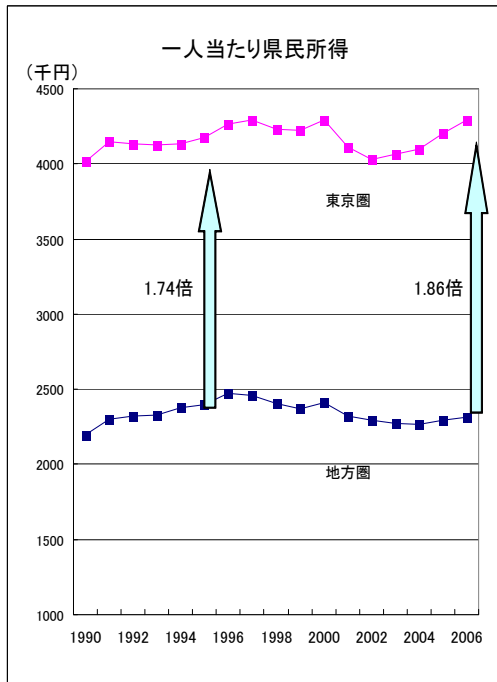


○資本金50億円以上の本社数（2006年）



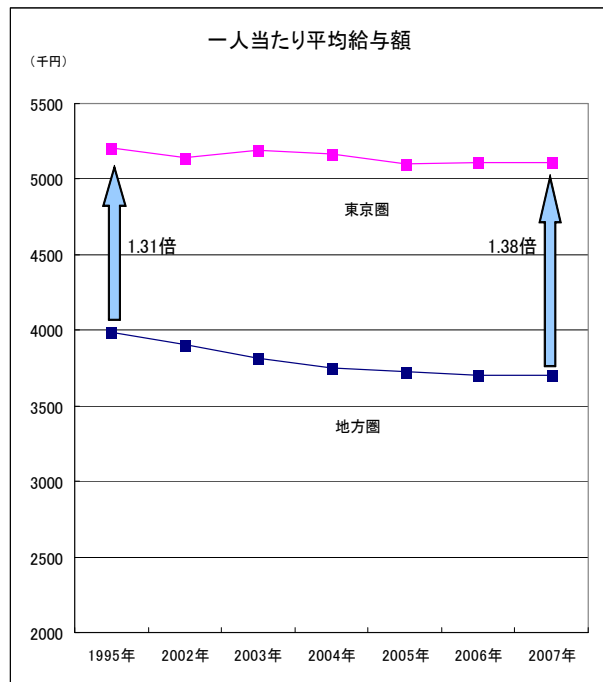
（資料）国税庁『国税庁統計年報書』総務省『事業所・企業統計調査』より国土計画局作成

【参考4】東京圏と地方圏の格差の拡大



※ 東京圏は東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、
地方圏は、全国から東京圏、名古屋圏(愛知、岐阜県、三重県)、大阪圏
(大阪府、兵庫県、京都府、奈良県)除いたもの。

(資料)『県民経済計算年報』(内閣府)より作成



※ 東京圏は東京都、神奈川県、千葉県、山梨県、
地方圏は全国から東京圏、名古屋圏(静岡県、岐阜県、愛知県、三重県)、近畿圏の数値を除いたもの

(資料)国税庁『民間給与実態統計調査』より作成

地方圏にとっての成長戦略は容易ではない一方、広域的な取組で「強み」を活かすことにより、OECDの一国に匹敵する経済力とその可能性・成長性を発揮することが可能である。

日本の中での自治体間の競争や均衡だけを考えると、リージョンとしてのみ発揮できる優れた国際競争力を失うおそれがある。今後は、各府省の政策や各地方公共団体の施策が、広域的な競争力強化に向けて整合的に実施される必要がある。

しかしながら、広域レベルでの各種協議機関は、国の府省による権限割りと都道府県による地域割りのマトリクス構造となっており^{*1}、明確なイニシアティブを取りにくい現状がある。そこで、産学の力で、できるところからイニシアティブを発揮することが現実的である。

地方圏においても産学官の連携の実績はあるが、国の個別施策に基づいてなされているものも多く、また県境をまたぐ連携の多くは、自治体間の競争など、活動が不活発となる危険性をはらんでいる。

例えば、「FIT（福島、茨城、栃木）構想推進協議会」のように、隣接する地方公共団体等が中心となって個別の事業分野の枠を超えた議論を行う広域的な連携主体は、80近く既に存在する。しかし、多くの県境間連携は、定期的に首長等が集まって意見交換をすることが活動の中心となっており、産学等の民間との連携も今後の課題となっている。

また、観光等の分野で、法律の規定により広域的な官民の連携主体が各地で設置されている事例も存在するが、それらはいずれも、個別の事業分野に関する計画を地方公共団体等が策定する場合の協議主体として設置されるものであり、主体の単位は自治体となっている。

（２）必要なのは「地域経営」の視点

地域経営上も、従来の「都市間競争」から「メガリージョンの競争力」やその内外連携の在り方に焦点を当てる必要がある。これまでは、「都市」を成長させることで大都市に人口や企業が一極集積し、その経済効果が周辺地域に波及（trickle down）するという発展モデルがあったが、今後は、広域的な「個別分散型ネットワーク」へと見直しを行う必要がある。その際、意思決定が円滑かつ迅速に行われるよう留意する必要がある。

広域連携は、効率性が主たる目的ではなく、地域の強みを戦略的連携に基づきリージョン全体としてグローバルな競争に勝ち抜いてGDP及び一人当たりGDPを増やすという、広域的・戦略的な目標を実現するために不可欠なものである。必要なのは、大きな戦略的構想力である。

*1 （参照）『細川（2008）』P 247、250

その際、まず、将来の目標を明確にして共有し、その上で今何をすべきかを考えるという「バックキャスト」の手法が有効である。これまで、抽象的目標が書かれた「計画」は数多いが、How（目標実現に至る道筋）と Who（責任と権限をもって実行する主体）が明確となっているものは少なかった。

多様な主体が、政策課題毎に、お互いのメリットになるような構想を検討し、プロジェクトを実現させ、力を合わせれば全体のプラスになるという事実を積み上げていき、その成功体験を踏まえて、必要があれば経営（マネジメント）や体制（ガバナンス）の見直しを行う。そのようなダイナミズム実現に向けた環境整備を行うことを、今後の国土政策の基本とするべきである^{*1}。

そして、政策課題毎に、官民の多様な主体が多様な形態で連携して、「現場」で分析をしてアクションにつなげる、「シンク＆ドゥタンク」とも言うべき連携のあり方が求められている。

【参考5】米国の「シンク＆ドゥタンク」の例

①リサーチ・トライアングル地域パートナーシップ（ノースカロライナ州）

地元経済団体主導型（財団、大学、市町村、商工会議所）。多くのノーベル賞研究者を輩出してきたIBMや国立環境衛生科学研究所（アメリカ国立衛生研究所の拠点研究所の一つ）といった全米有数の企業の誘致に成功したことがその後の産業集積の基礎を築いた。

②オースティンIC²

大学主導型（大学、市、商工会議所、州政府）。テキサス大学における企業ニーズについての調査・分析と、オースティンの魅力をアピールするための産学官連携による広域プロモーション活動が産業集積の成功に繋がった。

③カンザスシティ開発協議会

州境連携型（商工会議所、市、カウンティ、民間企業、大学）。カンザスシティの財界リーダーによる同市のシティ・セールスが成功したことに着目したカンザスシティ商工会議所主導によるカンザスシティのブランディング戦略が、その後の経済発展の起爆剤となった。

*1 細川昌彦氏は、実効性の高い広域連携の実体づくりにおいては、いわゆる「PDCAサイクル（Plan 計画→Do 実行→Check 評価→Action 次の行動への反映）」を機能させることが必要であり（『細川（2008）』P 251）、また地域経営においては、経営としての「Skill（技術）」に加え、経営体としての「地域」が行政、経済界、大学などの多様な主体で構成されていることを認識すること、できる分野から着手して目に見える具体的な進展を見せる「ブロック積み上げ方式」、地域ブランドの中身である「ブランド・ステートメント」を地域の関係者の間で共有すること、国際的な提携戦略を描くことが重要である（『細川（2008）』P 220-227、246、253、263、269）等と指摘している。

【参考6】三遠南信地域の取組

三遠南信地域は、愛知県東三河地域、静岡県遠州地域、長野県南信州地域からなる3県の県境地域。天竜川の水運や海辺と内陸を結ぶ「塩の道」等により、古くから往来のあった3地域（250万流域都市圏）だが、県をまたぐために各県行政の枠組みや北信越、東海などのブロック割りの関係で、行政的には一体的な施策展開が困難な地域となっていた。

そこで、地域の住民、大学、経済界及び自治体により「三遠南信地域連携ビジョン推進会議」を組織し、「地域連携ビジョン」を策定、特性の異なる圏域内の各地域が連携することで「相互補完による一体的な発展」を志向しており、「世界につながる日本の中央回廊」をテーマとして統一的なプロモーション活動などを実施している。将来は恒常的な連携組織の設置を予定している。

同会議は、地域の課題を分析し、広域的な活動の目標を明確にする「シンクタンク」であるだけでなく、それを実現するための活動なども自ら実施しようとしており、「シンク&ドゥタンク」型広域連携主体のわが国における先駆的な存在である。

3. グローバルな競争に勝ち残るための戦略

(1) 国際競争力強化に向けた戦略的視点

① ブランディング（差別化）戦略^{*1}

国際競争力の原点は、何らかの分野で「オンリーワン」のイノベーションセンターとなることである。国際金融や国際業務機能の集積だけがメガリージョンの条件ではない。

メガリージョン同士の競争に勝ち残るために必要な「地域戦略」では、これまでのように域内の関係者の最大公約数的な内容を記述するのではなく、域外からの「投資」と「移入（旅行、就職、就学）」を促すために、域外の人に、投資したいと思わせる説得力と、行ってみたいと思わせる魅力を発信することが必要である。

そのためには、総花的ではなく、どの分野の「強み」を活かすか、という戦略を地域の関係者で共有することが必要となる。

こうした戦略は、経営戦略の世界では広く「ブランディング」戦略と呼ばれる。欧州各国は、一般的に、先を見据えた対外的なブランディング戦略と、その実現に向けた連携方策に長じている。ここでいうブランドとは、売り込むべき価値のことであり、価値（ブランドコンセプト）を明確にし、マーケティングによりアピールすべきターゲットを特定して、プロモーション活動を多様な関係者が整合的に行う、ということが基本である。^{*2}

② 創発戦略^{*3}

「戦略」とは、多様な主体の行動指針であって、事業（プロジェクト）集ではない。そこに書かれた事業しか実施しないということではなく、域内の多様な主体が、戦略で示された目標に沿って、自らの創意工夫により、次々と新しい（イノベティブな）取組を行うことを促すことが必要である。

そして、国の役割について、個々の事業別の施策展開から、上記のような内発（創発）的な動き—チェンジリーダーによるイノベーション—を促すための「競争環境整備」へと軸足を移していくべきである。

*1 （参照）『自治体改革の突破口』，上山信一，日経BP社（2009年）

*2 なお、上記にいうブランディング戦略とは、従来の「地域計画」とよばれるものの多くが、総花的で、戦略性がないとの指摘を踏まえて提示したものであり、ブランディングが特定の分野に特化しすぎるもののリスクもあることに留意する必要がある。ここでいうブランディングは、地域の魅力を、総花的、抽象的ではなく、絞り込んで、具体的にアピールすることの重要性を強調するものである。

*3 （参照）"Tracking Strategies: Toward a General Theory," Henry Mintzberg, Oxford University Press (2007)

(2) 具体的な戦略の方向性

以下のような政策課題に対して、特に、だれが(Who)、どのように(How)具体化するかについて、それぞれのリージョンで明確にする必要がある。

なお、以下に掲げられている分野だけでなく、例えば雇用、医療、防災といったセーフティネットに関わる分野の地域戦略が、地域の存立のため最優先で必要となる場合があることに十分留意する必要がある。

① 港湾・空港等の基幹的交通インフラの国際競争力の強化と広域物流戦略

在日外国企業へのアンケート結果^{*1}によると、わが国の交通インフラは単体としては優れているが、荷の積み替えなど、トータルでの活用には非効率な面がある、という指摘を受けている^{*2}。

こうした問題を考える上で、例えば、港湾、空港等の運営について、現在の仕組みにとらわれない一元型運営、さらには広域物流戦略とも整合した取組を可能とする広域型ポートオーソリティのような仕組みが参考になる。

港湾・空港の国際競争力の強化とそれを受け止める臨港・臨空地域の国際物流機能拡充や総合的交通ネットワークの構築等が求められている。

【参考7】 ニューヨーク・ニュージャージー・ポート・オーソリティの例

ニューヨーク・ニュージャージー・ポート・オーソリティ(PANYNJ)は、ニューヨーク州とニュージャージー州を結ぶ橋やトンネル、両州の港湾及び空港の運営管理を統一的に担っており、両州全体としての最適な交通インフラ投資を進めるのに効果的な役割を果たしている。

② 広域観光振興戦略(マーケティングと複合ビジネス戦略)

観光立国の実現には、何よりも、民間部門が創意工夫を重ね、イノベーティブなアイデアに基づく具体的事業として展開することが重要である。

シンガポール、マカオ、釜山、香港など東アジア各地において、国際会議や国際

*1 (出典) 国土交通省『対日投資・進出環境に関する外国企業の評価について』(在日中国企業協会会員企業17社及び韓国貿易協会会員企業12社に対するアンケート調査)

*2 例えば、中国に進出していった工場と本社との連携を考えると、ロットの大きなものは海運で、ICチップのようなものは少量多品種を空路で運ぶ必要がある。海運、空路の物流を総合的、一体的に管理することは企業経営の常識となっている。

見本市など（MICE^{*1}）と宿泊、エンタテインメント、観光等を複合させたビジネスとして誘致する戦略が取られている。そのためには、官民一体となった複合的戦略と施設等の整備が求められる。

③ 広域産業集積・投資促進戦略

地方の産業政策においては、今まで以上に広域的な取組や、地域全体の成長政策との整合性を確保することが大きな課題となっている。

そして、対日投資の拡大は、国のみならず、地域の活性化の観点からも重要な課題であるが、期待どおり進んでいないのが実態である。

そこで、地域の「強み」などの地域特性を踏まえて、国際優位性のある産業分野を特定（ターゲット・マーケティング）し、広域的・統一的な誘致活動を推進するべきである。

④ 広域環境保全戦略（グリーン・メガリージョン）

世界全体で環境・エネルギー問題への取組が重要な課題となっており、また、新しい成長分野としても環境・エネルギー分野への関心が高まっている。

このため、東アジア・南アジア地域を中心とする海外市場や、わが国の温室効果ガス削減方針に基づく国内市場の動向を踏まえながら、環境関連産業（グリーン・インダストリー）の集積や地域一体となった省エネルギー化・省資源化への対応を推進していくべきである。また、緑地や生態系ネットワークの維持・形成・保全や生物多様性確保などの課題についても、広域的な取組が必要である。

例えば、電機メーカーでは、部品やソフト、エンジニアリングサービスなどの関連企業の水平的広がりを持つとともに、生産から消費・リサイクルなど製品のライフサイクルを通じた垂直的關係に基づき総合的な省エネ・省資源の生産システムが形成されている。また、都市と緑地とは観光や保水等を通じ、わが国全体の経済と環境における持続性を高めている。

このように、広域的に広がる産業集積と都市、さらにこれらを取り巻く緑地等の自然環境を総合的に捉え、広域的な環境保全として取り組む必要がある。

⑤ 「創造的人材（ソーシャル・アントレプレナー）」の育成・確保に向けた産学連携

競争力を確保するための鍵は、イノベーションが握っている。従来、わが国におけるイノベーションは、民間企業が中心となって推進してきた。しかしながら、

*1 企業等の会議（Meeting）、企業の行う報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive Travel）、国際会議（Convention）、イベント・展示会・見本市（Event/Exhibition）の略称。

今後、地域における創造的な人材（ソーシャル・アントレプレナー^{*1}）を育成・確保することも、重要な課題である。

とりわけ、「知識」よりも、課題に対して革新的な解決策を提示できる「智慧」を有する個人が数多く輩出する、あるいは、そのような人材を発掘できるような環境整備を、産学連携で図っていくべきである。また、産学のネットワークを駆使して、域外・海外から優れた人材を獲得することも必要である。

また、米国のスタンフォード大学とシリコンバレーの関係に見られるように、地場のアカデミズムと産業界の連携という要素も重要であり、そのためのプラットフォームを広域的に提供していくことが必要である。

⑥ 広域的な都市間連携

オランダのランドスタット地域は、アムステルダム、ロッテルダム、ハーグ及びユトレヒトの4都市を核とした地域であるが、各都市の相乗効果を実現することにより広域地域全体としての競争力を高めることを目的に、4都市それぞれが行政や交通インフラ、産業といった都市機能を分担し、連携して取り組むことで、「多心型（polycentric）のメガリージョン」を形成することに成功している。

たとえ広域全体での目標を定めたとしても、企業誘致などが地方自治体単位で行われると、広域レベルでの「全体最適」を目指すことが実務的に難しくなる場合がある。その点、米国ミネソタ州ツインシティズ都市圏は、都市圏全体でタックス・シェアリングを実施することで企業誘致や環境保全等に伴う地域税収の差異を埋め、広域都市間における財政調整に成功しており、都市間連携による「全体最適」実現の好事例となっている。

このように、戦略を実現する上で、域内の各都市が広域レベルでの「全体最適」を目指した取組を行うことが不可欠であり、そのための都市間の連携を重視することが肝要である。

⑦ 国境を越えた地域連携

国内の地域連携だけではなく、ネットワークを作って国境を越えたグローバルな地域連携を展開することで、国内の広域自立に結びつけていく、という視点も重要である。

例えば、バルト海をはさんだ「バルト海都市連合」（現代版のハンザ同盟）では、様々な地域の交流が活性化している。また、北イタリアや南フランス、スペインのバルセロナ地域などが連携して形成している「地中海アーチ」も、国境を越えた地域連携によって地域の活性化に成功している。

そこで、わが国でも、「環日本海構想」のような国際的な広域連携として国境

*1 （参照）『明日を支配するもの（原題"Management Challenges For the 21st Century"）』, Peter F. Drucker（上田惇生訳）, ダイヤモンド社, p. 228

を越えた地域間ネットワークの形成が、「東アジア共同体」の主要な推進エンジンとなるようなプロジェクトを展開していくという視点を持つべきである。

なお、わが国と政治体制や法制度等が大きく異なる国との連携に際しては、はじめから大きな成果を狙うのではなく、小さな連携の実績を積み重ねて段階的に連携を拡大していくことが重要である。また、国内のネットワークインフラの充実のために必要な施策についても議論する必要がある。

【参考 8】北陸の取組「環日本海構想」

北陸日本海経済交流促進協議会は、民間企業、経済団体、都道府県、大学からなる広域連携組織であるが、北陸地域を環日本海経済交流のゲートウェイとするべく、関西・中部・関東の各経済圏との総合交通ネットワークの構築を図りながら、対岸諸国との経済交流を促進し、北陸地域の経済発展を目指している。

(3) 戦略実現に向けてとるべき国土政策の方向性

① 段階的接近法

戦略的に行動するという事は、最終の目標に向かって「段階的接近」をしていくことである。すなわち、いきなり「共同体」や「道州制」を実現しようとするのではなく、そうした理念を持ちつつ、具体の課題に対して関係者が共通の利益のためにひとつひとつ連携を進めていく手法をとる、ということである。

例えば、欧州統合の事例では、「地域経営の Will（意思）」すなわち「変化への意思」を関係者が共有し、欧州統合という最終目標へ向けた「段階的接近」を、「全体最適」を図りながら目指していく Skill（方策）を有していたことが、大きな成功要因といえよう。

広域的な地域経営は、ガバナンス（体制）の議論から始めるとうまくいかない。まずは、ムーブメント—運動論的な、内発的な取組—が進む環境を整え、次に、関係主体が連携して、目標を共有しながら、統合的な活動をするをマネジメントする仕組みを用意し、最後にガバナンス（体制）の議論を行うべきである。つまり、単一の行政主体を構築しようとする前に、多様な主体の連携を進め、次第に連携の輪を拡げて全体で目標を共有するようになり、やがて連携した主体が全体目標の実現を目指すようになって、徐々に「全体最適」の状態に近付いていく、という段階的なアプローチをとることが重要なのである。

成功しているメガリージョンは、いずれも、経済団体、自治体、大学等の多様な主体の実践的な運動からスタートし、それがやがて多様な主体が連携し目指すべき目標を共有して広域的・戦略的に取り組むようになり、それがやがて広域的な産学官連携へと発展する、というプロセスを経ているのである。

他方、わが国では、戦略的目標に対応するために民間団体や大学等が中心と

なって内発的に組織された広域連携主体は、わずかしかない。

そのような数少ない事例として、「三遠南信地域連携ビジョン推進会議」、
「とうほく自動車産業集積連携会議」、「九州地域戦略会議」等があげられる。
これらは、産学等も含めた広域連携主体であり、地域の将来ビジョンを策定する
などの活動を行っているが、その次の段階として、実際に具体的な活動を行って
いくためには、必要な国等との調整を円滑にする仕組み（窓口の一本化等）や、
より効果的・効率的な活動の実現に向けた方策について国等と協議できるような
仕組みが整備されることが必要との意見が、これらの団体から出されている。

【参考9】九州の広域連携の取組

① 「超広域経済圏」形成に向けた取組

韓国の李明博大統領が提唱した「超広域経済圏」構想（九州と韓国東南部が連携して国境を越えた一つの経済圏を形成する構想）に呼応して、姉妹都市である福岡市と釜山市において2008年10月に設置された「福岡・釜山経済協力協議会」を中心として、両市が連携して企業誘致・観光客誘致での相互協力や共同ブランドの創設等の共同事業を推進していくことで合意している。

② 九州地域戦略会議

「九州はひとつ」の理念の下、「九州地方知事会と九州・山口経済連合会との意見交換会」を発展させる形で設置された、九州各県の経済団体主導による広域連携組織であり、周辺東アジア諸国の経済的発展を睨み、九州全体のアピールや経済的自立を狙って、観光施策、広域物流施策及び環境施策の検討を行っている。

② 戦略的連携主体

わが国のそれぞれの地域において、メガリージョン、すなわち、何らかの分野におけるイノベーションセンターとなることを目指した広域戦略を、具体的政策課題毎に構築し、それを実現するための取組を推進する上で重要なのは、地域のステークホルダー（経済団体、企業、大学、NPO、地方公共団体、住民等）が、何らかの形で主体的に参画していくような仕組みを整えることである。

そのような、個々の取組を体系化・ネットワーク化してメガリージョンを目指していく戦略を実現するためには、広域的な政策課題毎に多様な主体が連携して省庁・地方公共団体の枠を超えた取組を行う「シンク&ドゥタンク」型の主体に対して、法制的に責任と権限を与える仕組みを検討するべきである。

具体的には、そのような主体の取組に関する各省庁の窓口を一本化することが求められる。また、1990年代から導入されている英国におけるSingle Program（地域づくりに対する包括的交付金）のように、連携主体による地域の成長戦略の策定・推進に対して国から支援する事例も参考になる。

本来、各地域の成長戦略は、既存の主体による総花的な内容を書くものでは

ない。産学官のイノベティブな取組を如何にして活性化するか、そういう視点が鍵になる。

③ 大都市圏政策^{*1}

わが国の三大都市圏については、高度経済成長期における既成市街地等への人口・産業の過度の集中による外部不経済の防止という観点から、大都市圏整備計画の策定が法定されている。

今後の大都市圏政策は、地域主権型へと新しく転換しつつ、メガリージョンとの競争に勝ち抜く真の世界のイノベーションセンター—スーパー・メガリージョン—を目指すための国家戦略的観点に重点を置くものへと見直していくべきである。

*1 詳細は、『大都市圏政策ワーキングチーム中間取りまとめ』を参照。

おわりに

本委員会は、グローバル化を続ける経済社会と知識化する産業構造の潮流の中で、わが国の地域の成長と自立に必要な視点及び当該視点に基づいた戦略の検討を行うために設置された。本委員会では、産業や学術、地方自治体・地方経済界、外国企業等との意見交換や聴取を行い、戦略に関する政策的仮説を立て、アジア、欧州、北米における事例調査に基づく実証と検証に基づき、世界の構造転換期のメガリージョン戦略として中間取りまとめを行った。

本中間取りまとめは、メガリージョンの実現に向けた2つの視点、すなわち地域のブランド化と創発（地域イノベーション）に基づき、創造的人材育成、広域都市連携など7つの具体的戦略を示している。その上で、これらの役割を担うべき戦略的連携主体について制度的な仕組みの検討を提言している。

この新たな主体がメガリージョンの実現を行い、OECD諸国の一国に匹敵するわが国各地域の強みをわが国の成長につなげるためには、広域的な政策課題毎に多様な主体が連携し、府省及び地方自治体の枠を超えた取組について、構想と計画、実行までを行う「シンク&ドゥタンク」の存在が不可欠である。今後、このようなメガリージョンの実現に向け、政府は、地域主権の流れの中でこのような新しい広域的地域連携あるいは戦略的地域同盟とも言うべき政策的枠組みを実現し、責任と権限を明確にすべきである。

今後の国土政策において、国内を焦点に当てた体系に加え、国際的なヒト・知識・資金の循環の中で、地域の強みを最大限に発揮し、自律的・持続的な発展軌道に乗せるため、強力な成長エンジンにより地域を駆動することが重要である。本中間取りまとめが、そのための一助となれば幸いである。