



Discussion Paper Series 20-1

兵庫県内事業所の状況

—支店経済化の進展—

今井良広

兵庫県企画県民部地域創生局長

(兵庫県立大学客員研究員)

2020年6月30日

兵庫県立大学大学院減災復興政策研究科

神戸市中央区脇浜海岸通 1-5-2 人と防災未来センター東館 4F

Phone 078(271)3290

兵庫県内事業所の状況－支店経済化の進展－

はじめに

地方創生の動きが始まって早5年が経過する。この間の兵庫県の経済状況をみると、GDP（実質）の伸びは国を上回り、主要経済指標も概ね堅調に推移してきた。

しかしながら、若年層の東京圏への流出は年々拡大している。その結果、2019年の東京圏への社会減は、阪神・淡路大震災時（1995年）を越え、統計を取り始めた1954年以降最大の8,716人に達している。

こうした状況を踏まえると、単純に経済状況から、若年層の県外流出を招いているのではなく、雇用のミスマッチが生じていることが推測される。すなわち、大卒新卒者等が希望するような職が県内で提供できていないと考えられる。

一般に、新卒者が希望する事務職等を提供しているのは、事業所のうち、一定の規模（支店）を擁し、企画、総務部門等中枢管理機能を有する本社（本店）事業所である。その本社事業所が県内で十分な雇用を提供できていないのではないか、支店経済化が進み、雇用の伸びを支えているのは、県外本店企業の支店事業所ではないのか。そんな思いから、今回この調査に着手することとした。

今回の調査では、実態を正確に把握するため、マイクロデータの活用を試みた。初めての試みであり、データ抽出などに試行錯誤を繰り返し、令和元年度においては詳細な分析には至らなかった。このため、本ディスカッション・ペーパーでも、基本的な集計結果を取りまとめるにとどまったが、既往文献にはない固有のデータをいくつか示すこともできた。令和2年度調査では、この蓄積の上に様々な角度から分析を進め、実相に迫っていきたい。

なお、本調査は、総務省から兵庫県に委託された「令和元年度統計データ利活用事業」の一環として実施されたものである。事業の運営にご協力いただいた「戦略的データ利活用検討委員会」の委員・オブザーバー並びに関係者に、この場を借りて、改めて謝意を表したい。

今井 良広 兵庫県企画県民部地域創生局長（兵庫県立大学客員研究員）

目 次

1. 本調査研究の目的	4
2. 調査方法	5
3. 結果	6
(1) 全体概況－事業者数、従業者数－	6
(2) 事業所形態別状況	7
(3) 本店所在地別支店状況（マイクロデータの活用）	9
① 支店事業所数・従業者数	9
② 支店の開設時期	10
③ 事業所当たりの従業者数	12
④ 正規雇用者数・正規雇用率	13
⑤ 付加価値額	14
⑥ 事業所・従業者特化係数（産業大分類別）	15
⑦ 県内本店事業所占率（産業大分類別）	15
4. まとめ・考察	18
(1) まとめ	18
(2) 考察	19
(3) 今後の研究課題	21

1. 本調査研究の目的

本調査研究の目的は、兵庫県内における「支店経済化」の実態を明らかにすることにある。本店所在地別県内支店データを活用し、県内本社及び県内本店支店と県外（東京圏・大阪）本店支店の比較を試みる。関西大都市圏域の支店経済化を主題とする調査分析は、これまであまり類例¹がなく、その意味で独自性を有するものとする。

本稿における「支店経済化」という言葉は、「地域経済のなかで県外に本店を有する事業所の影響力が大きくなりつつある状態」を指すものである。かつては「支店経済」といえば、東京本社企業の支店・営業所が集積する広域ブロック圏域の拠点都市（札幌、仙台、広島、福岡）の経済を表す用語であったが、東京1極集中が進んだ今日、程度の差こそあれ、東京以外の全ての地域が支店経済化していると考えられる²。

製造業では、1970年代以降、外発的地域振興（企業誘致施策）の効果を問う議論のなかで、「分工場経済」（branch plant economy³）なる概念が提起され、その是非が長らく論じられてきたが、IT、FA（Factory Automation）の進展や非正規雇用の増加が進む現在、地域経済へのその波及効果はより限定的なものになるろうとしている。このため、本社機能の移転が、産業立地政策のなかでメインストリーム化しつつある。

サービス経済化が進む今日、製造業に限らず、全ての産業分野において分工場経済化、支店経済化は起きようとしている。情報通信サービス、対事業所サービスなど、東京圏にベンダーが集中する高次サービス分野はもとより、商業・小売分野でも支店経済化は進行している。郊外ショッピング・モールやロードサイドに全国チェーンの飲食・物販店舗の立地が相次ぐ一方で、高齢化、後継者不足により、地元の個店が次々と姿を消していく状況に危機感を覚える人は少なくないだろう。また、昨今のインターネット・ショッピング（E-commerce）の隆盛は、消費の域外、特に東京圏への漏出が至る所で起きていることを実感させる。

地域の持続的発展をめざす地方創生のコンテキストでは、循環型の地域経済構造の構築が目標であり、支店経済化した経済構造はある意味その対極に位置する。分工場経済の問題点として、中村（2004）らは、①利益の域外流出とともに、②頭脳の流出、低い雇用の質、③イノベーション創造能力の欠如、④弱い波及効果といった課題を指摘⁴しているが、これらはいずれも地域経済循環の阻害要因として、全産業セクターにおいて当てはまり得るものである。

実際に、こうした支店経済化の影響を定量的に検証していくには、地域経済循環分析（産業連関分析）を行わなければならない。分析を通じて、生産（産業等供給額）、分配（個人、企業等所得）、支出（消費、投資等需要額）の各側面から、所得の流出入を把握し、地域の稼ぐ力や所得の漏れなどを可視化していく必要がある。本調査は、そうした地域経済循環分析の枠組みを今後新たに兵庫県域で検討していくうえでの基礎資料に位置づけられるものである。

2. 調査方法

今回の調査では、経済センサス活動調査（平成 24・28 年）及び事業所・企業統計調査（平成 13・18 年）にもとづき、事業所形態（単独事業所、本所・本社・本店、支所・支社・支店）別に兵庫県内の事業所数、従業者数の推移を把握した（但し、経済センサスと事業所統計では調査方法や調査項目が若干異なる点に留意する必要がある）。

このうち、支所・支社・支店（以下では「支店」と記載）については、本店所在地によって、県内・県外に区分した。県外に関しては、その大半を占める東京圏（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）、大阪府に本店のある支店事業所のデータを別途抽出し、県内本店支店や県内本社、県内単独事業所との比較を試みた。

なお、平成 28 年経済センサスの本店所在地別データには、過去の調査（外国の会社を除く会社のみ）と違い、会社以外の法人や個人の事業所も含まれている。このため、28 年については、マイクロデータ※を用いて、過去の調査同様、外国の会社を除く会社のみデータセットを作成し、時系列の比較を行った。また、これまで本店所在地別では明らかにされてこなかった経済活動の成果（付加価値額）についてもマイクロデータを用いて算出した。※マイクロデータの抽出にあたっては、神戸大学マイクロデータアーカイブセンター、総務省データ利活用センター（和歌山市）を利用した。

<用語>

単独事業所

他の場所に同一経営の本所（本社・本店）や支所（支社・支店）を持たない事業所

本所（本社・本店） →本報告書では、「本社」あるいは「本店」と表記※

他の場所に同一経営の支所（支社・支店）があつて、それらの全てを統括している事業所。本所の各部門が幾つかの場所に分かれているような場合は、社長などの代表者がいる事業所を本所とし、他は支所としている。

※本報告書では、県内本社は「(県内) 本社」、県内本社の支店は「県内本店支店」、県外（東京圏・大阪府）本社の支店は「県外本店支店」、「東京圏本店支店」、「大阪本店支店」と表記

支所（支社・支店） →本報告書では、「支店」と表記

他の場所にある本所（本社・本店）の統括を受けている事業所をいう。上位の事業所の統括を受ける一方で、下位の事業所を統括している中間的な事業所も支所としている。支社、支店のほか、営業所、出張所、工場、従業者のいる倉庫、管理人のいる寮なども含まれる。

（出典：平成 28 年経済センサスー活動調査 用語の解説）

3. 結果

(1) 全体概況－事業所数、従業者数－

平成 28 (2016) 年の事業所数は 106,323 事業所 (法人(会社)のみ) にのぼる (表 1 参照)。平成 13 (2001) 年との比較では、13.3%増 (+12,512) となっている。

従業者数も対 13 年比 6.3%増 (+93,635 人) の 1,578,719 人に達している。従業者数を男女別にみると、平成 13 年と 28 年の間に、男性は 1,920 人しか増加しなかったのに対し、女性は 86,215 人増えている。事業所当たりの従業者数は、平成 13 年の 15.8 人から、28 年には 14.8 人に減少している。

表 1 事業所数、従業者数 (法人(会社)) の推移

年度	総数(法人(会社))				単独事業所				本所・本社・本店				支所・支社・支店			
	事業所数	従業者数		事業所数	従業者数		事業所数	従業者数		事業所数	従業者数		事業所数	従業者数		
		男	女		男	女		男	女		男	女				
H28	106,323	1,578,719	926,973	646,246	47,498	411,965	255,732	154,031	10,011	277,824	178,320	99,496	48,814	888,930	492,921	392,719
H24	105,018	1,559,070	931,457	622,878	51,297	483,529	301,487	182,002	8,345	266,691	173,474	93,216	45,376	808,850	456,496	347,660
H18	94,524	1,471,864	903,648	568,216	42,748	430,657	276,378	154,279	7,611	251,968	169,579	82,389	44,165	789,239	457,691	331,548
H13	93,811	1,485,084	925,053	560,031	45,296	479,380	306,834	172,546	7,594	250,329	166,475	83,854	40,921	755,375	451,744	303,631

(出典) 平成 28 年、24 年経済センサス活動調査 平成 18 年、13 年事業所・企業統計調査 (以下図表も同様)

[正規・非正規雇用の状況]

平成 28 年の正規雇用者 (=常用雇用者の中の正社員・正職員) の数は、824,745 人で、正規雇用率は 52.2%にのぼる (表 2 参照)。このうち男性は 626,650 人、女性は 194,079 人で、男性が女性の 3 倍以上にのぼり、正規雇用率でみても、男性の 67.6%に対し、女性は 30%にとどまる。

平成 13 年からの推移をみると、正規雇用者数は、平成 13 年から 24 年まで減少を続けていたが、平成 28 年は増加に転じ、持ち直しの傾向がうかがえる。一方、非正規雇用者の数は、平成 28 年に男性で減少しているが、全体、女性では、平成 13 年から一貫して増加し続けている。

表 2 男女別・雇用形態別 (正規・非正規) 従業者数の推移

	従業者数	正規雇用者数			非正規雇用者数			正規雇用率		
		男	女		男	女	男	女		
H28	1,578,719	824,745	626,650	194,079	753,974	300,323	452,167	52.2%	67.6%	30.0%
H24	1,559,070	808,240	624,245	182,920	750,830	307,212	439,958	51.8%	67.0%	29.4%
H18	1,471,864	810,383	628,895	181,488	661,481	274,753	386,728	55.1%	69.6%	31.9%
H13	1,485,084	872,045	671,874	200,171	613,039	253,179	359,860	58.7%	72.6%	35.7%

(2) 事業所形態別状況

事業所形態別にみると、平成 28 年は支所・支社・支店（以後「支店」）が 48,814 事業所（全体の 45.9%）で最も多く、次いで単独事業所の 47,498 事業所（44.7%）、本所・本社・本店（以後「本社」）の 10,011 事業所（9.4%）の順となり、初めて支店の数が単独事業所の数を上回った（表 1 参照）。

平成 13 年と 28 年の事業所数を比較してみると、いずれの形態も数を増やしている。なかでも、本社の伸び率は 31.8%（+2,417）と高く、支店の 19.3%（+7,893）、単独事業所の 4.9%（+2,202）を大きく上回っている（図 1 参照）。

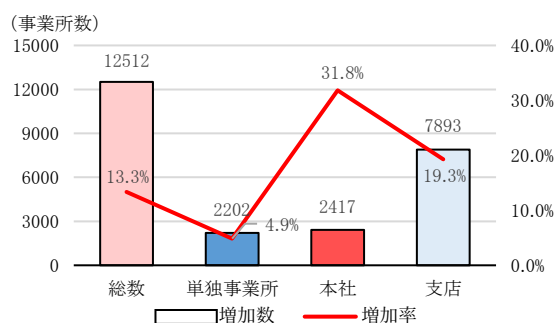


図 1 形態別事業所数の変化 (H13-H28)

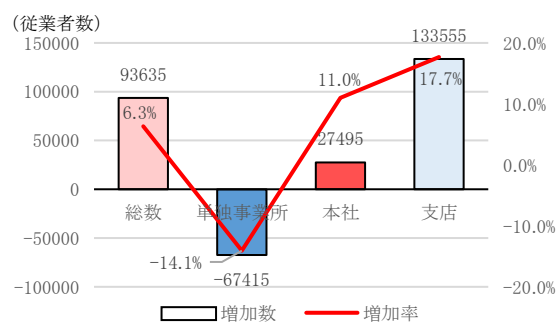


図 2 形態別従業員数の変化 (H13-H28)

平成 28 年の従業員数は、支店が 888,930 人（全体の 56.3%）で最も多く、単独事業所の 411,965 人（26.1%）、本社の 277,824 人（17.6%）の合計を上回る。

平成 13 年と 28 年の従業員数を比較してみると、支店が 17.7%増（+133,555 人）で最も多く、本社が 11%増（+27,495 人）でそれに次ぐ（図 2 参照）。中小零細企業の多い単独事業所は逆に 14.1%の減（▲67,415 人）となっている。

これを男女別にみると、単独事業所では、男性が 51,102 人の減に対し、女性は 18,515 人の減にとどまっている（図 3 参照）。本社では、増加数において女性（15,642 人）が男性（11,845 人）を上回っている。一方、支店では男性 41,177 人に対し、女性は 89,088 人と 2 倍以上増加している。

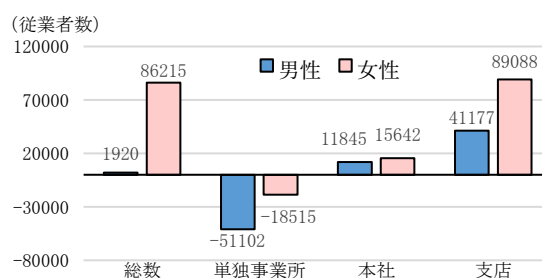


図 3 形態別・男女別従業員数の変化 (H13-28)

[正規・非正規雇用の状況]

正規雇用率をみると、最も高いのが本社の63.5%である(表3参照)。支店(50.7%)、単独事業所(48%)は50%前後で推移している。男性では、本社(74.8%)、支店(70%)が70%台なのに対し、単独事業所は58.0%にとどまる。女性では、本社(43.4%)、単独事業所(31.1%)、支店(26.2%)の順となる。

平成13年と28年を比較し、事業所形態別・男女別・雇用形態(正規・非正規)別に従業者数の変化をみると、男性・女性の非正規雇用者の増加の大半は、支店での増加に因るもの(男性:49,615人、女性:83,273人)である(図4参照)。

女性の正規雇用者の増加についても、支店(5,815人)が本社(4,109人)を上回っている。一方、男性の正規雇用者については、本社(2,288人)のみが増加で、支店(▲8,438人)では減少している。単独事業所は、男女、正規・非正規の区別なく、従業者数を減らしている。

表3 形態別・男女別・雇用形態(正規・非正規)別従業者数(平成28年)

	従業者数		正規雇用者数			非正規雇用者			正規雇用率		
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	
総数	1,578,719	926,246	824,745	626,650	194,079	753,974	300,323	452,167	52.2%	67.6%	30.0%
単独	411,965	255,732	197,796	148,386	47,894	214,169	107,346	106,137	48.0%	58.0%	31.1%
本社	277,824	178,320	176,499	133,363	43,135	101,325	44,957	56,361	63.5%	74.8%	43.4%
支店	888,930	492,921	450,450	344,901	103,050	438,480	148,020	289,669	50.7%	70.0%	26.2%

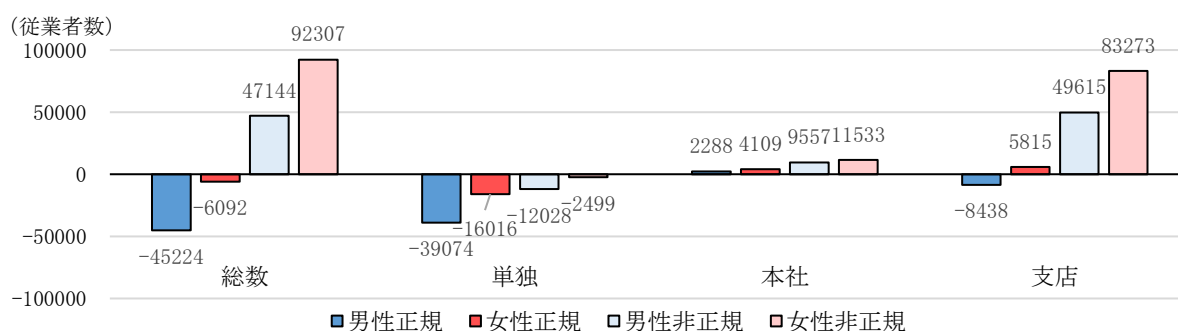


図4 形態別・男女別・雇用形態(正規・非正規)別従業者数の変化(H13-18)

(3) 本店所在地別支店状況（マイクロデータの活用）

① 支店事業所数・従業員数

[県外本店支店・県内本店支店]

本社所在地が他都道府県にある支店事業所（以後「県外本店支店」）は 25,524 事業所（平成 28 年）と、本社所在地が県内にある事業所の数（以後「県内本店支店」）（18,624）を上回り、全支店中 52.3%を占める（表 4 参照）。

従業員数でも、県外本店支店は 560,164 人と、県内本店支店（275,543 人）を上回り、63%（男性：308,766 人（62.6%）、女性：244,643 人（62.3%））を占めるに至っている。

平成 13 年と 28 年を比較すると、県外本店支店の事業所数及び従業員数の増加率は、それぞれ 39.6%（+7,240）、29.6%（+127,819 人）に達するのに対し、県内本店支店は事業所数（▲17.6%：▲3,966）、従業員数（▲14.2%：▲45,431 人）とも、大きく減少している（図 5、6 参照）。

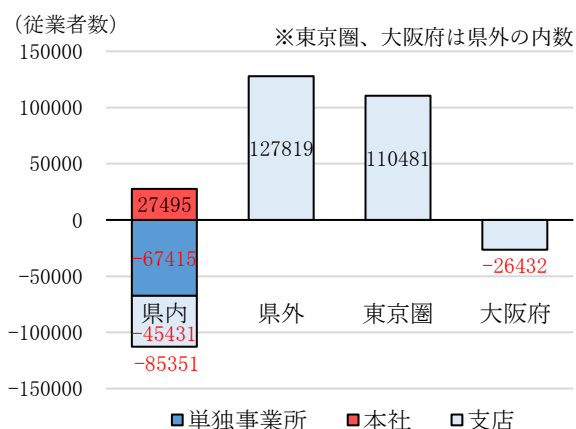
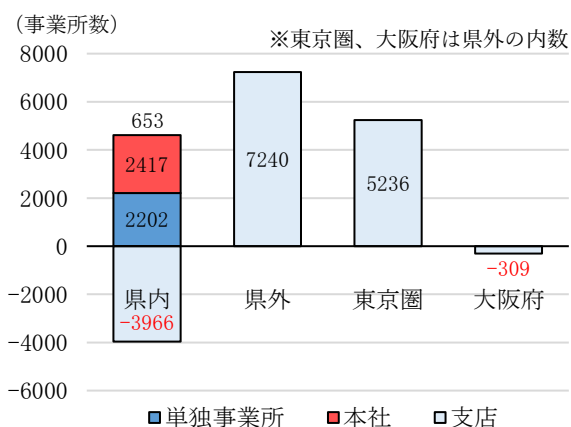


図 5 本店所在地別事業所数の増減 (H13-H28)

図 6 本店所在地別従業員数の増減 (H13-H28)

[東京圏本店支店]

本社所在地が東京圏にある支店（以後「東京圏本店支店」）の事業所数（平成 28 年）は 11,456 事業所で、県外本店支店（25,524）の 44.9%を占める（表 4 参照）。

東京圏本店支店の従業員数は 296,915 人で、県外本店支店従業員数（560,164 人）の 53%を占め、県内本店支店従業員数（275,543 人）を初めて上回る。

東京圏本店支店の全支店に占めるシェア（平成 28 年）は、事業所数では 23.5%、従業員数では 33.4%（男：33.5%、女：32.5%）にのぼる。県内の全会社数に占めるシェアでは、事業所数が 10.8%、従業員数が 18.8%にのぼる。

平成 13 年と 28 年を比較すると、事業所数は 84.2%増（+5,236 事業所）、従業員数は 59.3%増（+110,481 人）と著しい伸びを示している（図 5、6 参照）。その間の県外本店支店の事業所増加数（+7,240 事業所）の 72.3%、従業員増加数（+127,819 人）の 86.4%を東京圏本店支店が占めている。

平成 18 年までは、東京圏本店支店の数は、大阪本店支店の数よりも少なかったが、平成 24 年に逆転し、28 年になるとその差は拡大している。従業者数は、平成 18 年に逆転している。

[大阪本店支店]

本社所在地が大阪府にある支店（以後「大阪本店支店」）の事業所数（平成 28 年）は 8,815 事業所で、県外本店支店（25,524）の 34.5%を占める（表 4 参照）。

大阪本店支店の従業者数は 174,670 人で、県外本店支店従業者数（560,164）の 31.2%を占める。

大阪本店支店の全支店に占めるシェア（平成 28 年）は、事業所数では 18.1%、従業者数では 19.6%（男：20.3%、女：18.6%）にのぼる。

平成 13 年と 28 年を比較すると、事業所数は▲3.4%（▲309 事業所）、従業者数は▲13.4%（▲26,432 人）と、東京圏とは対照的に減少している（図 4、図 5 参照）。県外本店支店に占めるシェアをみると、事業所数、従業者数とも 15%以上シェアを落としている（49.9%→34.5%、46.5%→31.2%）。

表 4 本店所在地別支店事業所数、従業者数の推移

年度	兵庫県				他の都道府県					東京圏				大阪府			
	事業所数	従業者数			事業所数	従業者数			事業所数	従業者数			事業所数	従業者数			
		男	女			事業所数	男	女		事業所数	男	女		事業所数	男	女	
H28	18,624	275,543	157,126	112,215	25,524	560,164	308,766	244,643	11,456	296,915	164,925	127,635	8,815	174,670	100,105	72,929	
H24	16,673	259,623	147,187	112,292	21,942	473,379	270,318	198,708	9,778	226,868	125,887	98,012	7,959	165,151	96,647	68,504	
H18	23,554	334,634	190,297	144,337	20,549	452,451	265,583	186,868	7,505	200,521	118,988	81,533	9,378	193,744	114,331	79,413	
H13	22,590	320,974	—	—	18,284	432,345	—	—	6,220	186,434	—	—	9,124	201,102	—	—	

② 支店の開設時期

開設時期を 4 区分（昭和 59 年以前、昭和 60 年～平成 6 年、平成 7 年～16 年、平成 17 年以降）してみると、いずれの時期においても、県内本店支店の数が東京圏本店支店、大阪本店支店の数よりも多い。しかし、その差は徐々に縮小している（図 7 参照）。

東京圏本店支店の開設数は、昭和 59 年以前は県内本店支店の開設数の 3 割強（1,112/3,413）であったが、平成 17 年以降は 8 割弱（5,898/7,181）にのぼり、その差を詰めつつある。

県内本店支店に対する大阪本店支店の開設割合も、昭和 59 年以前の 3 割 5 分（1,182/3,413）から、平成 17 年以降は 5 割 5 分（4,129/7,181）へと上昇している。

平成 28 年の調査では、平成 17 年以降に開設された支店の割合は、東京圏本店支店が 51.5%で最も多く、次いで、大阪府本店支店（46.8%）、県内本店支店（42%）の順となっている（図 8 参照）。

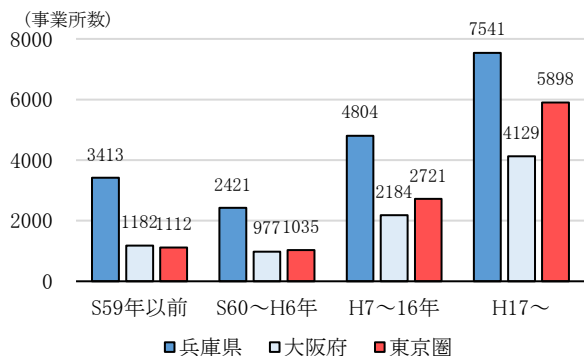


図7 支店の開設時期（本店所在地別）

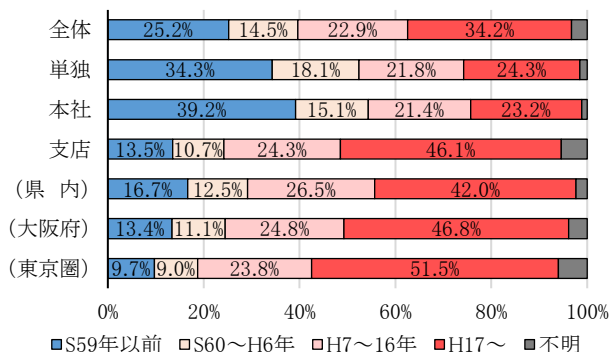


図8 開設時期別事業所割合

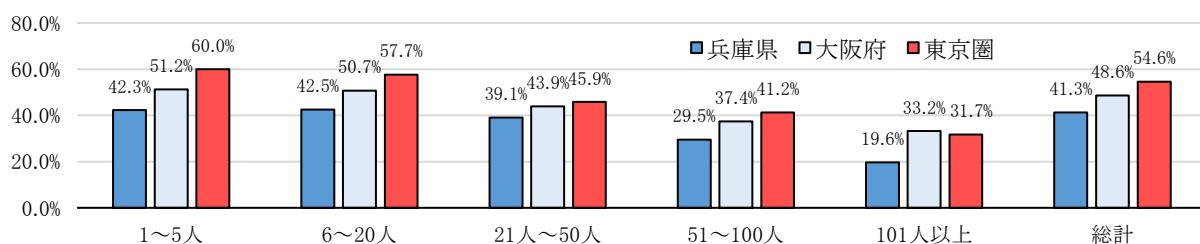
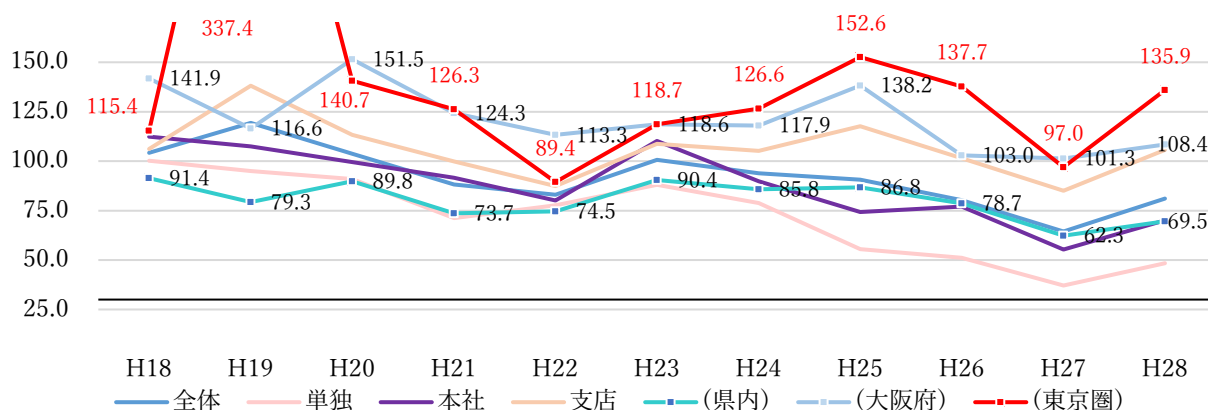


図9 平成17年以降開設の支店割合（従業員規模別・本店所在地別）



※ 平成28年は5ヵ月間(1~5月)のデータから、1年間の数値を算出している。

※ データを記載しているのは、県内本店支店、大阪府本店支店、東京圏本店支店のみ

図10 事業所の開設状況（形態別・本店所在地別）[平成18年~28年:17年=100]

逆に、平成16年以前に設立されている支店の割合は、県内（55.7%）が最も多く、次いで、大阪（49.3%）、東京（42.5%）の順になっている（図8参照）。

県内本社、単独事業所のうち、平成17年以降の開設はそれぞれ23.2%、24.3%にとどまる。一方、昭和59年以前の開設は、県内本社が39.2%、単独事業所が34.3%と、いずれも10%台の東京圏本店支店、大阪本店支店、県内本店支店よりもかなり高くなっている。

なお、全体に占める平成17年以降の開設事業所の割合（図9参照）を、規模別にみる

と、100人以上を除き、東京都のシェアがいずれも最も高い（100人以上のシェアが最も高いのは大阪府）。兵庫県はいずれの規模でも最も低くなっている。

平成17年を100として、18年以降28年までの間の事業所開設状況の推移をみると、東京圏本店支店、大阪本店支店とも、概ね100を上回っているのに対し、県内本店支店は全ての年で100を下回り、26年以降は80未満の水準にまで落ち込んでいる（図10参照）。県内本社、単独事業所も、平成17年以降、設立件数は減少傾向にある。平成27年、28年は、本社は70未満、単独事業所は50未満の水準にまで低下している。

③ 事業所当たりの従業者数

事業所当たりの従業者数（平成28年）は、東京圏本店支店が25.9人で最も多く、次いで、大阪本店支店（19.8人）、県内本店支店（14.8人）の順となっている（図11、表5参照）。

東京圏本店支店の従業者数（25.9人）は、平成24年から数を減らした県内本社の従業者数（ ㉔ 32人 \rightarrow ㉔ 27.8人）に接近しつつある。

平成13年と28年を比較すると、全体として事業所当たりの従業者数は減少している。そのなかで、県内本店支店のみが数を微増（ ㉓ 14.2人 \rightarrow ㉔ 14.8人）させている。

平成24年と28年の比較では、県内本店支店（ ㉔ 15.6人 \rightarrow ㉔ 14.8人）と大阪本店支店（ ㉔ 20.8人 \rightarrow ㉔ 19.8人）が減少しているのに対し、東京圏本店支店（ ㉔ 23.2人 \rightarrow ㉔ 25.9人）は数を増やしている。

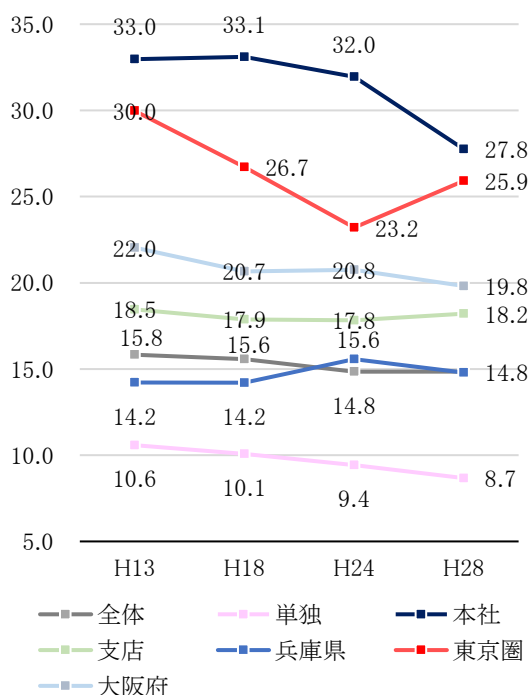


図11 事業所当たりの従業者数の推移

表5 事業所当たりの従業者数の推移(総数・男女別)

総数	全体	単独	本社	支店	県内	大阪府	東京圏
H28	14.8	8.7	27.8	18.2	14.8	19.8	25.9
H24	14.8	9.4	32.0	17.8	15.6	20.8	23.2
H18	15.6	10.1	33.1	17.9	14.2	20.7	26.7
H13	15.8	10.6	33.0	18.5	14.2	22.0	30.0

男性	全体	単独	本社	支店	県内	大阪府	東京圏
H28	8.7	5.4	17.8	10.1	8.4	11.4	14.4
H24	8.9	5.9	20.8	10.1	8.8	12.1	12.9
H18	9.6	6.5	22.3	10.4	8.1	12.2	15.9
H13	9.9	6.8	21.9	11.0	—	—	—

女性	全体	単独	本社	支店	県内	大阪府	東京圏
H28	6.1	3.2	9.9	8.0	6.0	8.3	11.1
H24	5.9	3.5	11.2	7.7	6.7	8.6	10.0
H18	6.0	3.6	10.8	7.5	6.1	8.5	10.9
H13	6.0	3.8	11.0	7.4	—	—	—

[男女別推移]

男女別に事業所当たりの従業者数（平成 28 年）みると、男性（8.7 人）が女性（6.1 人）を上回る。しかし、平成 13 年と比較すると、男性が減少（▲1.2 人）しているのに対し、女性はほぼ横ばい（+0.1 人）で推移している（表 5 参照）。

これは、支店の女性従業者の増加（⑬7.4 人→⑳8 人）に因るものである。この増加は、東京圏本店支店での女性従業者の増加によってもたらされたものと想定される（平成 13 年の本店所在地別・男女別のデータは未公表）。

東京圏本店支店では、男女とも平成 24 年から 28 年にかけて従業者数が増加している（男性：⑭12.9 人→⑳14.4 人、女性：⑭10.0 人→⑳11.1 人）。その結果、東京圏本店支店の女性従業者数（11.1 人）は、県内本社の従業者数（9.9 人）を上回るに至っている（図 14 参照）。

対照的に、県内本店支店、大阪本店支店の従業者数は、平成 24 年から 28 年にかけて男女とも減少している。

④ 正規雇用者数・正規雇用率

本店所在地別に正規雇用者数をみると、全従業者数同様、東京圏本店支店（155,449 人）が県内本店支店（143,342 人）を上回っている（表 6 参照）。男女別にみても同様の結果となっている。

東京圏本店支店の正規雇用者数は、県内単独事業所（197,796 人）、本社（176,499 人）の正規雇用者数に次ぐ規模となっている。

正規雇用率をみると、東京圏本店支店（52.4%）、県内本店支店（52%）、大阪本店支店（51.7%）間で殆ど差がない。女性では、東京圏本店支店（28.4%）が県内本店支店、大阪本店支店（25.1%）を若干上回っている（表 3、6、図 12 参照）。

表 6 本店所在地別支店正規雇用者数、正規雇用率

本店所在地	従業者数(総数)			従業者数(男)			従業者数(女)		
		正規雇用者	正規雇用率		正規雇用者	正規雇用率		正規雇用者	正規雇用率
兵庫県	275,543	143,342	52.0%	157,126	112,239	71.4%	112,215	28,215	25.1%
大阪府	174,670	90,366	51.7%	100,105	70,988	70.9%	72,929	18,271	25.1%
東京圏	296,915	155,449	52.4%	164,925	116,674	70.7%	127,635	36,201	28.4%

しかし、東京圏本店支店も、正規雇用率（総数、男女別とも）では、県内本社（総数 63.5%、男性 74.8%、女性 43.3%）には及ばない。女性に関しては、単独事業所（31.1%）の水準も下回っている。

支店当たりの正規雇用者数は、東京圏本店支店が 13.6 人で最も多く、県内本社（17.6 人）に次ぐ規模となっている（図 13 参照）。次いで、大阪本店支店（10.3 人）、県内本店支店（7.7 人）の順となっている。男女別でも、同様の順となっている（図 14 参照）。

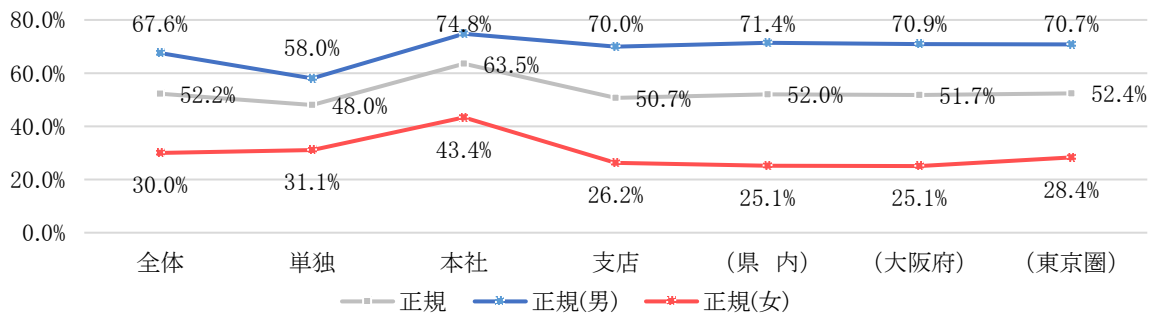


図 12 正規雇用率(事業所形態別・本店所在地別)

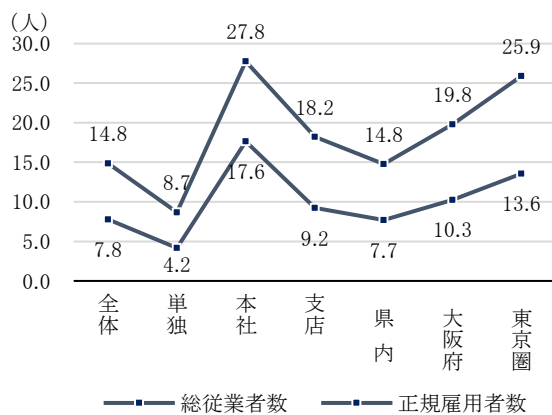


図 13 事業所当たりの従業員数(総数・正規)

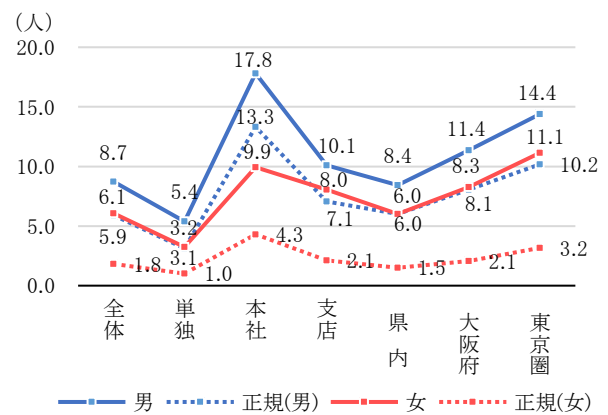


図 14 事業所当たり従業員数(男女別:総数・正規)

⑤ 付加価値額

本店所在地別に支店の付加価値額総額(表 9)をみると、東京圏本店支店が 2 兆 112 億 84 百万円で最も多く、次いで県内本店支店の 1 兆 4,142 億 69 百万円、大阪本店支店の 1 兆,902 億 51 百万円の順となっている。

事業所当たり付加価値額でも、東京圏本店支店が 178.1 百万円で最も多く、次いで、大阪本店支店の 138.6 百万円、県内本店支店の 79.9 百万円の順となっている。

従業員当たりの付加価値額では、大阪本店支店が 694 万円で、東京圏本店支店(682 万円)を上回っている。県内本店支店は、県内全会社平均(556 万円)を下回る 530 万円にとどまっている。

東京圏本店支店は、付加価値額総額、事業所当たり付加価値額、従業員当たりの付加価値額のいずれにおいても、県内本社を上回っている(本社の付加価値額は個人及び会社以外の法人の額を含む)。

表7 付加価値額、事業所当たり付加価値額、従業員当たり付加価値額

項目	全会社	支店(本店所在地別)			全体 ^{※3}	単独 ^{※3}	本社 ^{※3}	支店 ^{※3}
		兵庫	大阪	東京				
付加価値額 ^{※1} (百万円)	8,384,314	1,414,269	1,190,251	2,011,284	10,430,795	2,774,780	1,887,015	5,769,000
事業所数 ^{※2}	95,511	17,690	8,586	11,292	193,881	132,711	11,354	49,816
事業従事者数(人)	1,508,493	266,860	171,468	294,797	2,097,513	741,421	336,962	1,019,130
事業所当たり付加価値額(百万円)	87.8	79.9	138.6	178.1	53.8	20.9	166.2	115.8
従業員当たり付加価値額(万円)	556	530	694	682	497	374	560	566

※1 付加価値とは、企業等の生産活動によって新たに生み出された価値のことで、生産額（売上額）から原材料等の中間投入額を差し引くことによって算出できる。経済センサスでは、次の計算式から算出している。

$$\text{付加価値額} = \text{売上高} - \text{費用総額} + \text{給与総額} + \text{租税公課}$$

$$\text{費用総額} = \text{売上原価} + \text{販売費及び一般管理費}$$

※2 必要な事項の数値が得られた事業所を対象として集計

※3 右表（全体、単独、本社、支店）のデータは、個人及び会社以外の法人を含むものである。

⑥ 事業所・従業員特化係数（産業大分類別）

県内全法人（会社）に対する本店所在地別支店の特化係数を産業大分類別に算出してみると、県内本店支店は、事業所、従業員とも「教育、学習支援業」（1.88、1.92）、「物品賃貸業」（1.56、1.60）、「小売業」（1.51、1.50）に特化（特化係数 \geq 1.5）していることがわかった。このほか、事業所では、「生活関連サービス業、娯楽業」（1.68）への特化がみられた。

これに対し、東京圏本店支店は、事業所、従業員とも、「複合サービス業[郵便局]」（9.25、5.31）、「金融業、保険業」（3.55、3.27）に特化していることが明らかになった。また、事業所では「宿泊業、飲食サービス業」（1.62）への特化がうかがえた。

大阪府本店支店は、事業所、従業員とも、「電気・ガス・熱供給・水道業[電力会社等]」（5.55、6.06）、「情報通信業（通信業、放送業他）[西日本大手通信会社等]」（1.74、2.51）、「宿泊業、飲食サービス業」（1.98、1.72）に特化していることが判明した。

⑦ 県内本店事業所占占有率（産業大分類別）

県内全法人（会社）のなかでの、単独事業所、本社、県内本店支店の合計シェアをみると、事業所数で71.6%、従業員数で61.1%にのぼる。

このうち、事業所ベースでシェア80%を超えるのが、「建設業」（88.8%）、「製造業」（87.2%）、「農林水産業」（86.3%）、「不動産・物品賃貸業」（85.6%）、「学術研究、専門・技術サービス業」（81.3%）の5業種、従業員ベースでは、「農林水産業」（86.9%）、「建設業」（84.4%）の2業種である。

一方、事業所、従業員ベースのいずれにおいてもシェア50%以下であるのが、「電気・ガス・熱供給・水道業」（34.4%、21.8%）、「金融業、保険業」（47.7%、22.7%）の2業種である（従業員ベースでは、「宿泊業、飲食サービス業」（47.3%）も50%以下）。

「電気・ガス・熱供給・水道業」については、大阪本店支店が、事業所、従業員シェア

の46%、67%、「金融業、保険業」については、東京本店支店が38.3%、61.5%を占めている。

表8 本店所在地別支店事業所、従業者特化係数(産業大分類別)

産業大分類	事業所			従業者		
	県内	大阪府	東京圏	県内	大阪府	東京圏
A～B 農林漁業	0.66	0.47	0.24	0.95	0.37	0.17
C 鉱業, 採石業, 砂利採取業	—	—	—	—	—	—
E 製造業	0.75	0.65	0.33	1.00	0.82	0.96
F 電気・ガス・熱供給・水道業	1.16	5.55	1.14	0.48	6.06	0.39
G 情報通信業	0.46	0.94	1.14	0.90	0.85	1.00
G1 情報通信業(通信業, 放送業他)	0.71	1.74	1.40	0.29	2.51	0.77
G2 情報通信業(情報サービス業他)	0.36	0.62	1.03	1.08	0.35	1.08
H 運輸業, 郵便業	1.17	1.34	1.20	1.12	1.26	1.00
I 卸売業, 小売業	1.26	1.06	1.04	1.25	1.02	0.82
I1 卸売業	0.74	0.91	0.91	0.68	0.71	0.71
I2 小売業	1.51	1.13	1.10	1.50	1.16	0.87
J 金融業, 保険業	0.83	0.96	3.55	0.59	1.03	3.27
K 不動産業, 物品賃貸業	0.46	0.51	0.42	0.62	0.66	0.69
K1 不動産業	0.32	0.44	0.34	0.39	0.63	0.70
K2 物品賃貸業	1.56	1.05	1.09	1.60	0.77	0.64
L 学術研究, 専門・技術サービス業	0.44	0.68	0.60	0.90	0.69	1.22
M 宿泊業, 飲食サービス業	1.33	1.98	1.62	1.15	1.72	1.10
M1 宿泊業	0.74	0.96	1.55	0.59	0.72	0.65
M2 飲食業他	1.38	2.07	1.62	1.24	1.88	1.17
N 生活関連サービス業, 娯楽業	1.68	1.41	1.08	1.14	1.06	0.91
O 教育, 学習支援業	1.88	0.96	1.10	1.92	0.88	0.58
P 医療, 福祉	1.38	0.76	0.92	1.32	0.58	0.82
Q 複合サービス事業	—	—	9.25	—	—	5.31
R サービス業(他に分類されないもの)	0.73	1.16	1.31	0.54	1.02	1.30

(注1) 赤は特化係数 ≥ 1.5 、青は特化係数 < 0.5 であることを示す。

(注2) C 鉱業, 採石業, 砂利採取業及びQ 複合サービス事業のうちの県内本店支店、大阪府本店支店はサンプル数が極めて少数であったため算出せず

表 9 県内本店事業所占有的率(産業大分類別)

産業大分類	事業所			従業者		
	県内本店 事業所	大阪本店 支店	東京圏 本店支店	県内本店 事業所	大阪本店 支店	東京圏 本店支店
A～B 農林漁業	86.3%	3.9%	2.6%	86.9%	4.1%	3.1%
C 鉱業, 採石業, 砂利採取業	—	—	—	—	—	—
D 建設業	88.8%	4.5%	3.4%	84.4%	6.2%	6.3%
E 製造業	87.2%	5.4%	3.5%	68.0%	9.1%	18.1%
F 電気・ガス・熱供給・水道業	34.4%	46.0%	12.3%	21.8%	67.0%	7.4%
G 情報通信業	73.6%	7.8%	12.3%	68.1%	9.4%	18.9%
G1 情報通信業(通信業, 放送業他)	66.3%	14.4%	15.1%	56.2%	27.7%	14.4%
G2 情報通信業(情報サービス業他)	76.6%	5.1%	11.1%	71.7%	3.8%	20.3%
H 運輸業, 郵便業	65.7%	11.1%	12.9%	57.0%	13.9%	18.8%
I 卸売業, 小売業	67.4%	8.8%	11.2%	58.3%	11.3%	15.5%
I1 卸売業	74.3%	7.6%	9.8%	71.6%	7.8%	13.4%
I2 小売業	64.2%	9.4%	11.9%	52.5%	12.9%	16.4%
J 金融業, 保険業	47.7%	7.9%	38.3%	22.7%	11.4%	61.5%
K 不動産業, 物品賃貸業	85.6%	4.2%	4.6%	74.0%	7.3%	13.0%
K1 不動産業	88.0%	3.7%	3.7%	76.3%	7.0%	13.2%
K2 物品賃貸業	66.4%	8.7%	11.7%	64.6%	8.5%	12.0%
L 学術研究, 専門・技術サービス業	81.3%	5.6%	6.4%	64.7%	7.6%	22.9%
M 宿泊業, 飲食サービス業	52.8%	16.4%	17.4%	47.3%	19.0%	20.6%
M1 宿泊業	65.0%	8.0%	16.8%	71.3%	7.9%	12.2%
M2 飲食業他	51.7%	17.1%	17.5%	43.4%	20.8%	22.0%
N 生活関連サービス業, 娯楽業	64.0%	11.7%	11.6%	60.5%	11.7%	17.1%
O 教育, 学習支援業	62.2%	8.0%	11.8%	65.9%	9.7%	10.9%
O1 教育, 学習支援業(学校教育)	80.8%	7.7%	11.5%	78.4%	19.1%	2.5%
O2 教育・学習支援業(その他含む)	62.0%	8.0%	11.8%	65.8%	9.7%	11.0%
P 医療, 福祉	72.8%	6.3%	9.9%	68.1%	6.4%	15.5%
Q 複合サービス事業	—	—	—	—	—	—
R サービス業(他に分類されないもの)	68.0%	9.6%	14.1%	58.0%	11.3%	24.5%
A～R 全産業(S公務を除く)	71.6%	8.3%	10.8%	61.1%	11.1%	18.8%

(注1) 緑はシェア80%以上、青は50%以下、赤は、大阪本店支店、東京本店支店のうち、本社所在地別業種シェアが1位であるものを示している。

(注2) C 鉱業, 採石業, 砂利採取業及び Q 複合サービス事業はサンプル数が極めて少数であったため算出せず。

4. まとめ・考察

(1) まとめ

調査結果からは、2000年代以降、兵庫県下では事業所数、従業者数とも増加し、特に女性従業者の増加が著しいことが判明した。正規雇用率については、平成24、28年の間では改善傾向にあるが、非正規雇用の数は一貫して増加している。

事業所形態別にみると、単独事業所、本社、支店のいずれの形態も増加している。平成28年には、支店数が単独事業所の数をはじめて上回った。従業者数でも、支店が最も多く、15年間（2001（H13）年～2016（H28）年）の推移でも、支店が最も雇用を増やしてきた。なかでも、女性の非正規雇用の増加が著しい。

正規雇用者が最も多かったのは支店だが、15年間のなかで男性正規雇用を増やしてきたのは本社のみであった（本社は女性正規雇用も増加）。単独事業所は、男女、正規・非正規の区別なく、従業者数を減らし、支店は男性正規以外で、従業者数を伸ばしている。

支店を本店所在地別にみると、県外本店支店が事業所数、従業者数とも過半数を占める。15年間の推移をみると、県外本店支店が事業所数、従業者数を増やしているのに対し、県内本店支店はいずれも減少している。

県外本店支店の増加分の大半が、東京圏本店支店に因るものである。単独事業所、県内本社、県内本店支店のトータルで事業所数が殆ど増えないなか、東京圏本店支店は県内事業所数、従業者数の増加に大きく寄与している。

他方、かつては事業所数、従業者数とも、県外本店支店の中で最も多かった大阪本店支店は、現在は東京圏本店支店に大きく引き離されている。15年間の間、事業所数は横ばい（微減）にとどまり、従業者数に至っては大きく減少している。

開設時期・年をみると、平成17年以降に開設された事業所の割合は、東京圏本店支店が最も高く、次いで大阪本店支店、県内本店支店、単独事業所、県内本社の順となっている。平成28年までの直近5年間でみても、東京圏本店、大阪本店が堅調であるのに対し、県内（県内本店支店、県内本社、単独事業所）の落ち込みが目立つ。

事業所当たりの従業者数をみると、東京本店支店が最も多く、次いで大阪本店支店、県内本店支店の順となっている。東京本店支店の数は県内本社の数に接近しつつあり、女性に関しては県内本社をも上回る。全体として男性に比して女性従業者の数の増加が著しいのは、東京本店支店での女性従業者増に因るところが大きい。

正規雇用者数も、東京圏本店支店が県内本店支店、大阪本店支店を上回っている。事業所当たりの正規雇用者数でも、東京本店支店が県内本店支店を上回る。しかし、正規雇用率に関しては、東京圏本店支店、大阪本店支店、県内本店支店の3者間で大きな違いはなく、東京圏本店支店も県内本社を下回っている。

付加価値額では、東京圏本店支店が大阪本店支店、県内本店支店だけでなく、県内本社をも上回る。事業所当たり、従業者当たりの付加価値額でも、同様の結果となった。なお、従業者当たりの付加価値額では、大阪本店支店が東京圏本店支店を上回った。

支店の業種別特化状況をみると、本店所在地毎に特徴が異なる。県内本店支店が「教育、学習支援業」、「物品賃貸業」、「小売業」などに特化しているのに対し、東京圏本店支店は、「複合サービス業」、「金融業、保険業」、大阪府本店支店は、「電気・ガス・熱供給・水道業」、「情報通信業（通信業、放送業）」、「宿泊業、飲食サービス業」などのウェイトが高い。

県内全会社に占める県内本店事業所（＝単独事業所＋県内本社＋県内本店支店）の産業大分類別シェアをみると、事業所、従業員ベースでシェア 80%以上を超えるのが、主に地域で生産活動を行う「建設業」、「農林水産業」の 2 業種であった。一方、シェア 50%以下であるのが、「電気・ガス・熱供給・水道業」、「金融業、保険業」の 2 業種で、前者は大阪本店支店が、後者は東京本店支店が高いシェアを握っている。

(2) 考察

2000 年代以降の兵庫県内事業所数、従業員数の推移から、兵庫県の支店経済化が進行していること、またそれを牽引しているのが本県（全会社）付加価値額の 4 分の 1 を占める東京圏本店企業であることが明らかになった。

この結果は、人口減少・高齢化のもと、小規模な単独事業所の休廃業・解散が増えるなか、全国展開する東京圏本店企業支店が台頭しつつある状況を数字で裏づけるものとなった（もともと、元々県内本店支店であったものが、本社移転、合併・統合により、東京圏本店支店になるケース（金融業等）も少なからずあると思われる⁵。その影響については今後精査していきたい）。

このような東京圏本店企業による支店経済化の先には、何があろうか。一つには、地域内取引、すなわち地域内での財・サービスの調達の減少により、地域経済循環が弱まり、結果として自律的、内発的な地域経済の確立が困難（域内自給率の低下、所得の域内再分配の減少）になることが懸念される。

兵庫県は、既に本社サービスの「大きな移入超過県」（新井 2017 p.29⁶）であるが、支店経済化が進むなかでは、この域際収支の改善は見込めない。他方、支店経済化のもとでは、本社中枢管理部門を主なターゲットとする対事業所サービスの需要も喚起されないうらう。

支店経済化は経済面だけでなく人材面でも懸念されている。支店経済化のなかで、県内本社で働く高度人材、ホワイトカラーの職が減少するとなると、若年層の県外へのさらなる流出を招きかねない。事業所当たりの従業員数では、東京圏本店支店が県内本社に肉薄しているものの、正規雇用者数や正規雇用率では、県内本社を凌ぐまでには至っておらず、良質で、安定的な雇用の受け皿としての県内本社の役割は依然大きい。

さらに、地域イノベーションの創出という観点からも、支店経済化は懸念される。意思決定機構を持たない支店事業所では、知識創造のための人材確保だけでなく、イノベーションの実現に必要な資源動員も担保できないし、できるにしても迅速に行えない可能性が高い。地域におけるオープン・イノベーションの枠組みへの参加も、支店レベルでは意思

決定が困難であろう。

それでは、このような課題を抱える支店経済化の流れに歯止めをかけ、循環型地域経済構造の再構築を図るには、どのように対処していくべきであろうか。

まず、何にも増して重要なのは、域外所得（外需）の獲得に寄与し、地域経済循環（域内所得創出）の核となる県内本店企業の県内での事業継続・拡大（business retention & expansion）への支援である。直近の県内本店企業の支店数をみると、県内ではなく県外で増えている⁷。海外への進出も増加⁸している。

既に産業立地条例のもと、県内企業の設備投資、雇用への支援は進められているが、県内への投資回帰を促す新たな施策の導入も検討していく必要がある。新たなバリュー・チェーンの構築促進や、留学生等高度外国人材の供給、規制緩和による市場創出、5G など Society5.0 に対応したインフラ整備など、直接的な投資インセンティブ以外の環境整備にも注力すべきであろう。

兵庫県における本社の転出入状況をみると、1991年以降、阪神・淡路大震災時（1995年）を除き入超であったが、2016年、2018年と出超に転じている⁹。一部上場企業の東京圏への本社機能移転¹⁰も相次いでいる。県内本店企業の本社機能の維持・流出防止は、県外からの企業誘致以上に重要な課題となっている。

また、起業・創業の拡大も、循環型地域経済構造の構築に向け重要である。その促進に向け、資金調達支援、コワーキング・スペース等の場の提供、ネットワークの構築促進など、スタートアップ・エコシステムの総合的整備が求められる。それにより、新たなビジネス、イノベーションが生まれることは、新規事業所の創出にとどまらず、地域への新たな投資の拡大や多様な人材の流入にも寄与する。さらに、事業所の休廃業・解散が増えるなか、事業承継の促進やそのための仕組みづくりも、地域経済循環を担うサプライ・チェーンの維持・強化を図っていくうえで重要である。

他方、理解しなければならないのが、県外本店支店の増加は必ずしもマイナスばかりではないということである。その活動が本県産業構造の‘補強’（新産業の創出等）につながる、すなわち域内代替を促進し、GDPの純増につながるケースもある。情報通信分野やサービス分野のうち‘弱い’業種（財・サービスの県外依存業種）への県外からの新規参入を戦略的に促していくことも重要である。

また、既存の県外本店支店の現地化（localization）、すなわち、域内取引・調達の拡大を促すことも、地域経済循環の拡大を図るうえで重要である。ビジネス・マッチングだけでなく、産学官連携コンソーシアム、異業種交流ネットワークなど、企業間連携を促す様々な機会の提供が求められる。

さらに、県外本店支店への本社機能移転の促進も重要である。地域創生への動きが始まって以来、地方拠点強化税制¹¹や産業立地条例¹²のもと、東京圏等からの本社機能移転の取組が進められているが、その大半の事例において、自社工場等の既存事業所が移転の受け皿になっている。今後、リスク分散の観点から本社機能移転への関心が再び高まることが

予想され、拡張余地のある県外本店支店事業所に対しプロモーションの強化を図っていくべきであろう。なおその際には、テレワーク、ワーケーションの普及を前提とし、ビジネス環境 (business climate) の優位性だけでなく、総合的な生活環境の質 (住宅・住環境、教育環境、職住近接、都市と自然の近接性等) についても訴求することが重要になる。

(3) 今後の研究課題

令和2年度以降の研究にあたっては、時系列 (平成24-28年)、県下地域 (市町) 別、従業者規模別、産業分類別に分析を進め、支店経済化の実態をさらに詳細に分析していくことが求められる。

特に、未着手の事業所の開廃業に関するデータの分析により、各産業セクターの新陳代謝に東京圏資本の果たしている役割を明らかにしていきたい。また、東京圏資本が強いとされる情報通信サービス業など、都市型産業における支店経済化の実態を解明していく必要がある。

一方では、県内産業セクター (県内資本：県内本店企業) のなかにおける成長部門を的確に把握することも、地域産業政策の立案上重要となる。このため、県内本店事業所の事業所数、従業者数、付加価値額などの推移を全国規模で把握する作業にも着手したい。

【注・参考文献】

- 1) 支店経済に係る既往文献をみると、広域ブロック圏拠点都市 (札幌、仙台、広島、福岡) の大企業の支店配置に関する研究 (埴淵 2002 等) が蓄積されてきたが、近年は、支店経済都市からの脱却をめざす各都市の産業構造、都市構造の変化に着目した研究 (小柳 2018、平澤 2018 等) が主流となっている。
なお、関西大都市圏域に関しては、2000 年代以降の大阪から東京への本社機能移転とそれに伴う中枢管理機能の低下を論じた文献 (阿部 2017 等) は散見されるものの、支店経済化の視点から、支店全般の動向を分析した論考は見受けられない。
- 埴淵知哉 (2002) 「企業の空間組織からみた日本の都市システム」、『人文地理』54(4), 389-404.
- 阿部和俊 (2017) 「大企業の本社からみた日本の主要都市—とくに大阪の地位に注目して」『経済地理学年報』63(4), 335-342.
- 平澤亨輔 (2018) 「バブル崩壊後の札幌市の産業構造・都市構造の変化と支店経済の動向」『経済地理学年報』64(4), 319-334.
- 小柳真二 (2018) 「支店経済都市・福岡の変容」『経済地理学年報』64(4), 303-318.
- 2) 阿部 (2017) の上場企業の分析によると、大阪市、神戸市の本社数は 2000 年にそれぞれ 362 社、59 社であったものが、2015 年には 301 社、47 社に減少している。またこの間の東京を 100 とした場合の上場企業本社従業者比率は、大阪市が 26.6 から 12.7、神戸市が 4.6 から 2.0 へと低下している。
- 3) 分工場経済は、一般には「域内雇用者の大部分が域外に本拠を置く企業の所有する工場等の施設で従業している地域の経済」と規定される—Watts H. D. (1981) *The Branch Plant Economy: A Study of External Control*, Longman: London.

初期の文献としては、Watts(1981)とともに以下を参照

—Firn, J. R. (1975) External Control and Regional development: The Case of Scotland, *Environment and Planning A*, 7, 393-414.

なお、分工場については、藤川 (2001) は「戦略的に意思決定に関わる間接部門が空間的に分離し、特定の工程や機能に特化した事業所」と定義している—藤川昇悟 (2001) 「地域的集積におけるリンケージと分工場」『*経済地理学年報*』47(2), 1-18.

- 4) 中村剛治郎 (2004) 『*地域政治経済学*』有斐閣
Massey, D. (1995) *Spatial Divisions of Labour: Social Structures and the Geography of Production 2nd*, London: Palgrave. (富樫幸一・松橋公治監訳 (2000) 『*空間的分業—イギリス経済社会のリストラクチャリング—*』古今書院)
- 5) 兵庫県内での大阪本店支店の‘退潮’も、大阪府から東京圏への本社移転により、元々大阪本店支店であったものが、東京圏本店支店になったことが一因と考えられる。この点についても、今後精査していきたい。
- 6) 2011年時点で、兵庫県は神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県、静岡県に次ぐ本社サービスの移入超過県となっている。本社サービスとは、本社が支店等に対して一括して行う管理・補助的活動の総称である—新井園枝 (2017) 「本社機能が、所得格差に与える影響」『*統計*』68(5), 28-33.
- 7) 兵庫県本店企業の兵庫県外支店事業所の数は、平成 26 (2014) 年の 15,248 事業所から 28 (2016) 年には、15,971 事業所へと増加 (4.5%) している。この間、兵庫県本店企業の兵庫県内支店事業所は減少 (▲3.8%) している (注: 会社以外の法人や個人の事業所も含むデータでの比較)。
- 8) 兵庫県 (本店) 企業のうち海外進出企業数をみると、2017 年は 740 社で、10 年前の 2007 年の 408 社から 81% 増加している。全国シェアも 2.44% から 2.96% (+0.52p) に上昇している (出典: RESAS 企業活動マップ—海外取引—海外への企業進出動向: 原典は経済産業省 『*海外事業活動基本調査*』)。
- 9) (株) 帝国データバンク神戸支店 (2018) 『*移転企業調査 2018 年*』
https://tz8.tdb.ne.jp/report/watching/press/pdf/s190601_53.pdf (2020 年 6 月 1 日確認)
- 10) 例えば 2019 年には、兵庫県内の一部上場企業のうち、ヘリオステクノホールディングス(株) (姫路市→東京都中央区) が本社機能を、(株) トリドールホールディングス (神戸市中央区→東京都渋谷区) が本社を東京都内に移転している。
- 11) 東京 23 区からの本社機能の移転又は地方拠点の拡充を行う企業に対して、建物の取得等や従業員の新規雇用等に係る税制優遇措置を講じる制度。平成 27 (2015) 年度税制改正で創設された。国では、この制度のもと、5 年間で企業の地方拠点強化件数を 7,500 件増加させることを KPI として掲げたが、実績をみると、2018 年 11 月段階で 1,690 件にとどまっている。なお、税制上の本社機能 (特定業務施設) とは、経営意思決定、経営資源管理 (総務、経理、人事)、各種業務統括 (研究開発、国際事業等) などの事業所のことを指す。
- 12) 兵庫県では、条例に基づく本社機能立地への支援制度を平成 27 (2015) 年度に創設し、令和元年度末までに計 38 件の支援を行っている。