

自治体財政 改善のヒント 第10回

地方税を地域活性化のKPIに 税収増で好循環を目指せ

大和総研 経営コンサルティング部 副部長 鈴木 文彦

地域所得に連動する地方税収

地域活性化と自治体財政の改善は別の論点ではない。地域活性化の取り組みによって地域の総所得が増え、若干遅れて税収も増加する。このような脈絡のもと、地域活性化の取り組みを税収で回収する戦略的発想が自治体経営には必要だ。

測定できないものは管理できない。ならば地域所得をいかに測定するか。地域活性化の業績評価指標（Key Performance Indicator、KPI）として使うには、まずは地域別に把握できること、時系列で把握できること、そして速報性があることが必要となる。現状、地域GDPは各都道府県が公表する県民経済計算で把握できる。ただ、様々な統計から2次的に作成するので公表まで時間がかかる。市町村単位で作成するのも簡単ではない。

次に考えられるのが、地方税データから地域所得を把握する方法である。地方税データは地域活性化の主体である市町村が持っている。速報性に

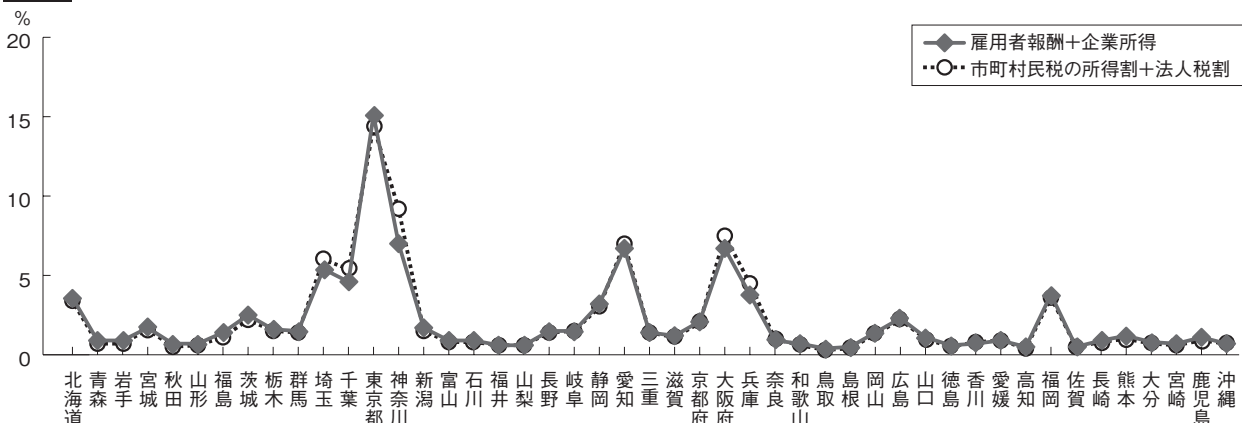
も優れている。図1は、都道府県GDPの構成要素である雇用者報酬と企業所得の合計と、市町村民税の所得割と法人税割を都道府県別に集計したものを、それぞれ全国比に直したものである。基本的に地域所得と市町村民税は連動する。

市町村民税のうち個人分は均等割と所得割、法人分は均等割と法人税割から成る。国税である法人税は本社単位で課税されるので税源が東京、大阪に偏っている。これに対して市町村民税の法人税割は、事業所の規模に応じて案分される。本社が当地になくても支社や工場があれば課税されるのである。市町村民税は、地域所得の水準を反映する指標として使えそうだ。

ニセコ町や大衡村、紫波町で活性化効果

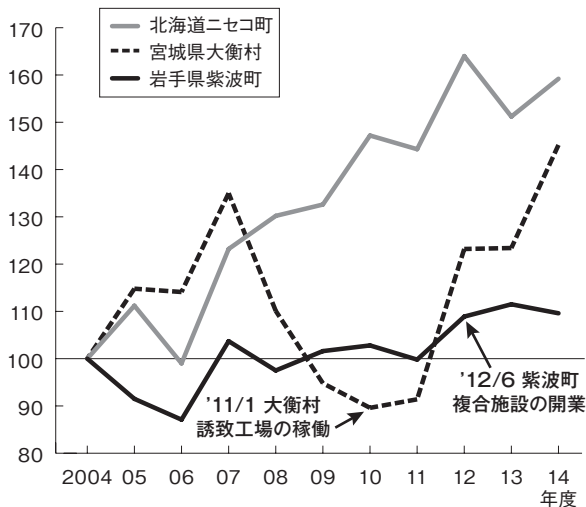
そこで、市町村民税を地域活性化策の評価指標としてどのように活用すればよいか。同じ団体で定点観測のうえ、活性化策の取り組み前後で地域

図1 市町村民税（所得割・法人税割）と都道府県GDPのうち雇用者報酬・企業所得の全国比



(出所) 地方財政状況調査表、県民経済計算から大和総研作成。どちらも2012年度の数値

図2 地方税データで推計した地域所得の推移



(出所) 地方財政状況調査表、国民経済計算から大和総研作成。
市町村民税所得割・法人税割の全国比に国民所得を乗じた。国民所得を市町村民税所得割・法人税割で案分した算式とも言える

所得が増えていれば一定の活性化効果があったと言える。図2は、北海道ニセコ町、宮城県大衡村、岩手県紫波町の地方税データから地域所得を推計し、2004年度を100とする指数で示したものである。

はじめに、ニセコ町はスキーリゾートを起点とした観光振興で知られる。国内のスキー人口が伸び悩む中、外国人の誘客に積極的に取り組んだ。観光施設の通年稼働を目標に、ラフティングをはじめアウトドアスポーツ関連の入り込み客を増やした。宿泊業など観光産業における収益増が他の分野にも波及し、地域所得は増加傾向をたどっている。大衡村は市町村民税が11年度の1.5倍の水準に増えた。トヨタ自動車関連の大規模工場が進出し、11年に操業を始めたことが背景にある。就業者とその家族が増え、同年の人口は13年ぶりに前年を上回った。企業誘致が地域所得の増加に寄与した事例と言える。

紫波町は、紫波中央駅の西側に整備した官民複合施設「オガールプラザ」の盛況ぶりが有名だ。産直施設「紫波マルシェ」など商業機能と図書館など公共機能が一体となった施設である。14年にはホテルとアリーナの複合施設の「オガールベース」が隣接地に開業した。オガールプラザの開業した12年度、紫波町の市町村民税は13億円の大台に乗った。公共施設を集客装置に、地元の商業機

能がうまくかみ合った事例である。

このように、地方税データで推計した地域所得を時系列で比較することで、地域活性化の効果を検証することができる。もっとも、ここで示される地域所得が、市町村のGDPの実額と正確に一致するかについてはさらなる検討が必要だ。市町村によって納税者の業種等の構成が大きく異なる。税率や制度の違いもあり、地域GDPの税額への反映度は市町村によって異なっている。市町村レベルの地域GDPの推計手法も定まっていないのが現状だ。課税標準である個人、法人の所得額そのものを指標化するのも一考に値する。

活性化の目的は地域所得の向上

地方税データで推計した地域所得の水準は、地域の「稼ぐ力」を示している。これを業績評価指標に設定することで、地域活性化の取り組み方も変わってくる。これまでの「地域活性化」は一過的なイベントで、中心街や観光地の賑やかさを一義に求めるものではなかったか。観光振興で言えば、入り込み客数を最上位の目標にするケースが多い。重要なのは、一過的な盛り上がりではなく、通年で人を集め地元で消費してもらうこと。観光を産業化し、仕入れ先の裾野を地域内に広げ、賑やかさを地域所得の向上に結び付ける仕組みである。活性化の目的を地域所得の向上に定めることで、施策は地域の「稼ぐ力」の強化に収れんする。何をすれば地元企業の稼ぐ力、地域の稼ぐ力を強化できるのか考えるようになる。創業支援、地元企業に対する経営支援もその一環である。

地域活性化は自治体が一方的に提供するサービスではない。自治体財政の改善策のひとつであり、地域の「稼ぐ力」を強化し、税収を増やすための施策と位置付けられる。とりわけ補助金に対する考え方が変わるだろう。賑やかさを演出するための財源ではない。求められるがままにばらまくものでも当然ない。補助金は税収を増やすための「元手」となる。補助金の支出に対して、それが税収増の形でいかに還流するかを意識するようになる。