

# 企業間取引距離についての考察-集積力としての企業間取引

中島賢太郎<sup>†</sup> 齊藤（梅野）有希子<sup>‡</sup> 植杉威一郎<sup>§</sup>

2011年1月21日

## 概要

本稿の目的は、企業間取引の地理的特性について実証的に明らかにすることである。企業立地の集積を測定するための手法である、Duranton and Overman (2005, Review of Economic Studies) の手法を応用し、実際の企業間取引についてのマイクロデータを用いて、企業間取引の地理的集積について測定を行った。その結果、多くの産業において取引が集積していることが明らかとなった。また、集積範囲については、0-40 km の範囲であることがわかり、これは立地の集積範囲と極めて近く、立地集積の要因として企業間取引が重要な役割を果たしていることを示唆する結果が得られたといえる。