

スーパー・メガリージョン構想検討会（第9回）議事概要

- 1 日 時 平成30年3月22日（木）10:00～12:00
- 2 場 所 中央合同庁舎2号館 講堂
- 3 出席委員 奥野顧問、家田座長、井口委員、大野委員、加藤委員、小林委員、真田委員、藤原委員、森川委員、八木委員、山名委員代理 小川氏

4 議事

(1) 開会

(2) 議事

- ア 大和ハウス工業(株) 芳井敬一 代表取締役社長より、資料3「スーパー・メガリージョンに関する提言」について発表が行われた。以下、主な質疑（次項以下、同じ）。
- ・都心にある4階建て住宅のモデルハウスの見学者が盛況だが、現在の東京都心の容積率について、緩和を希望されているか伺いたい。
 - ・(芳井社長) 場所によっては容積率が上がればいいと思うところもあるが、アメリカのように空中権をやりとりできる時代が来れば良い。
 - ・単なる定住人口だけでなく、旅行者を含む交流人口や海外からの留学者、労働者といった人口の概念が混在している中、人口（住む人）という概念と住まいの概念をどのように考えているのか。
 - ・(芳井社長) 私がかつて住んでいた中国の大連市では、定住人口は600～700万人だったが、実質は出入りが激しく非常に賑やかで1,000万人くらいいる感覚であったことから、人口を概念として捉える時には外国人も含めて広く考えるべきである。住まいについては、家に求めることによって異なるが、帰宅して落ち着く、趣味に囲まれて全てがリセットされてやる気にもなるという概念ではないかと思う。
 - ・人のつながりの再構築を国土計画の一つのテーマとしているが、高齢化社会における地域、団地やマンションの中のコミュニティづくりについてどのように考えているか。
 - ・(芳井社長) 以前、兵庫県三木市において住宅団地整備を行ったが、整備時にはここまでの長寿社会は見通せず、建物老朽化、高齢化、空き家問題が生じていることから、自治体、地域と団地再生に取り組んでいる。100歳の平均寿命、AI、IoTも進む中で全てを満足させるものは難しいが対応していきたい。
 - ・情報通信技術等の進展によって将来、学校、商業施設といった場も殆どなくなり、通学、通勤せず家にいるという環境が生まれるならば、家の中や商業施設のあり方はどう変化するのか伺いたい。
 - ・在宅勤務がメインとなる場合、企業側から見ると会社の一体感、DNAはどのように継承されるべきか、フェイス・トゥ・フェイスコミュニケーションにどのような変化が起こるのか伺いたい。
 - ・(芳井社長) 様々なアイデアは、顔を合わせないと出てこないことから、フェイス・トゥ・フェイスコミュニケーションは残り、親の面倒や子育てなど多様に対応するための在宅勤務や、現場目視が必要な工事に対応するための通勤などそれぞれの選択肢も残る。在宅勤務がメインとなる場合、会社としてのDNAの継承、事業運営は非常に難しく、これは刷り込みで言い続けていくことが非常に重要である。
 - ・(芳井社長) 商業施設については、現物を見たいという人は必ずいるので、変化をしながら残ると思うが、必要なものがすぐ手に入る物流も備えた施設になるのではないか。
 - ・これまで働き手の主たるコミュニティは会社にあり、在宅勤務等の多様な働き方への変化に対して、地域コミュニティへの参加をどうするか考えなければならない一方、クリエイティブな世界では、人と人とが知恵を出し合い刺激しながら仕事をすることが非常に重視されている中、在宅勤務、フレックス等大和ハウス(株)で行っている先駆的な取組があれば伺いたい。
 - ・(芳井社長) 私は社員に対して自分の時間割を作るように言っている。現在は仕事への時間

が多くを占めているが、時間割の中心を家族、子どもに変えたり、自分の時間として通信教育、スクーリング制度を活用するなどの時代として、その時間割に応じた住まいの変化を考えなければならない。

- ・住まい方はケース・バイ・ケースとなっているが、特に中間駅で居住が増えるとなると、どのような形態、物理的な空間の家が考えられるかイメージを伺いたい。
- ・(芳井社長) いずれは住まいそのものが移動するという考え方になるが、中間駅はその移動先の一つになる。ただ、そこで駅付近、郊外居住の志向の差や子どもがいるかどうかといった事情の違いもあるが、郊外に住むこと自体は良いことだと思っているので、中間駅周辺はセカンドハウスも含め、郊外を味わえるので良いのではないかと。

イ (株)フリープラス 須田健太郎 代表取締役社長より、資料4「第9回 スーパー・メガリージョン構想検討会発表用資料」について発表があった。

- ・観光地、地域、地方自治体とどのような旅行商品の企画開発に取り組んでいるか伺いたい。
- ・(須田社長) 新たにコース設定を行うために自社が独自に企画提案を行う商品、地方自治体から依頼を受けて自治体、海外の旅行会社、ブロッガーなどと一緒に開発する商品、自社の人材をDMOに送り込んで自治体と一緒に開発する商品の3つのパターンがある。
- ・訪日外国人の殆どを占めるアジアからの旅行者について、新幹線を使っていない現状は実感しているが、何度も日本を訪ねていることや関西または東京一週間のような滞在型の旅行が得なことも要因であり、単にリニアの運賃を安価にすることで広域移動が促進されるかどうかは疑問である。また、JR6社が共同で発行しているジャパン・レール・パスではのぞみが利用できないなどの制約もある。リニア開業により、訪日外国人が積極的にリニアに乗る状況を周囲が望んでいるのか伺いたい。
- ・(須田社長) 単純に中間駅にリニアが停まるから観光客が増えるとは言えず、移動手段に関係なく、その地域が観光の地域としてどの程度本気なのか、ブランドがあるか、実績があるのか、プロモーションされているかということが大事である。個人的には既存の新幹線に可能性を感じており、訪日外国人に新幹線に乗ってもらうため、LCCに対抗できるほど価格を下げれば、新幹線や旅行商品とのパッケージとして販売することが可能になる。リニアが開業したら東海道新幹線はインバウンドに振り切り、訪日外国人に利用してもらうことも良いと思う。
- ・東海道新幹線のひかりには外国人利用者が多いものの、韓国・台湾・香港あたりの旅行者がジャパン・レール・パスを使わないのは必ずしも東京・大阪に来ているわけではなく、団体での移動、滞在日数が短いということも関係している。リニアが開業することで、東海道新幹線ののぞみの機能がリニアに移り、今のこだま、ひかりが増便して東海道新幹線が便利になるとともに、観光地として富士山が人気になることが考えられる。
- ・スーパー・メガリージョンの形成に際して、関西は西の拠点として地方に人を流す役割があるが、地方に人を流すときのポイント、外国人が魅力を感じる点は何か。また、訪日外国人が日本で快適に長期間滞在でき、リピーターになってもらうためには、ソフト面でどのような整備が必要であるか伺いたい。
- ・(須田社長) 既に日本はソフト面が十分整っていると認識しており、むしろ高価格のVIP向けのサービスコースを設ければ良いのではないかと。
- ・訪日外国人が行きたいニーズと、実際に提供される場所のミスマッチや、訪日外国人自体が情報不足のために良い観光ができないところのミスマッチをどのように解消すれば良いか。
- ・(須田社長) ニーズ、情報不足に対する現状とのミスマッチは、事業を行う人が一次情報を得るために努力をするべきであり、ニュースで世に流れている情報だけを見て判断するのではなく、実際の現場のビジネスニーズをもとにマーケットベースで求められるものを把握する必要がある。
- ・本来、自治体はまちづくり、地方の活性化のために人に来てもらいたいということを求め

ているはずが、観光地ではない中山間地域の自治体までもが安易にインバウンドと言っている状況は危うく感じている。訪日外国人が来ることによって地域が魅力を伸ばすことにつながり、その地域の文化を大事にする観光が求められていると思うが、その面から地方の魅力を伸ばす観光がありうるのかという点について伺いたい。

- ・観光にはいろんな側面があり、お金を落としてもらう観光業に加え、若い人が来日して日本に好感を持ってもらう面、将来の外交政策の土台を作ってくれる面や、文教政策の一環として人づくりという面もある。100年という長い目で国土を考えると、我々が本来のまちづくりを行えているのか伺いたい。
- ・(須田社長) 2100年には人口が6,000万人で半減すると言われる中、今の地方創生の考えは今後10年、20年しか考えていないと思っており、村や町が消滅していくのは明らかであることから、この地域のまちづくりはやめて自然が復活するようにする、この地域は観光地として育てるといった整理、統廃合を行う必要があり、短絡的な観光は地域を疲弊させるだけであることを認識しなければならない。
- ・日本政府全体で訪日外国人6,000万人という非常に大きな目標をもっているが、達成のためには何が必要と考えるか。
- ・(須田社長) 単純に言えば日本への入国手段であるクルーズ船と航空機の便数を増やすことで対応できるが、飛行機では滑走路が足りない現状があり、滑走路が増える可能性のある空港や地方で余っている発着枠をどう生かすかが課題である。

ウ 小林委員から資料5「SMR 構想検討会資料」について発表があった。

- ・(小林委員) ポストアーバン社会という表現で、世界の一つの大きな先進都市圏で起こっている象徴的な変化の傾向を4点整理している。1点目はコンパクト化してきていること、2点目は普通の都市が高速鉄道でつながった都市コリドーとなっていること、3点目は都市と郊外という概念がなくなり、都市の外縁部が農村に変わってきていること、4点目は生産都市から消費都市へと変わってきていることであり、こういった動きが世界共通で見られる。
- ・(小林委員) その背景として、知識の陳腐化のスピードが非常に早いことがある。また、1日24時間という限られた時間の中で、アウトソーシングできるところはAIを入れて進んでいくが、余暇と勉強はアウトソーシングできないことから、これらがポストアーバン社会を生む原動力になっている。
- ・(小林委員) 国土構造としては、都市間の移動時間が長い現状であるため、1つの都市から別都市の商品・サービスを買に行けず、その結果として、都市一極集中が進むことになる。リニアが整備されることで、1つの都市に住む人が別都市の商品・サービスを利用できることとなり、それが都市のコンパクト化につながり、三大都市圏はそのコンパクト化する中(ポストアーバン社会)で勝負になってくる。
- ・(小林委員) 首都圏には首都機能という巨大な文化がある。それに対して、地方は独自に文化を作り上げないといけないという宿命を負っている。それを地方がどう鍛えていくか、そのためには、今の状況を壊す力も入れる必要があり、そこにインバウンドを1つのトリガーとしてどう考えるかが大きな戦略になってくる。
- ・集積の経済という点で考えた場合、フェイス・トゥ・フェイスコミュニケーションで触れ合える人口増加によって特許件数、学者の視点では論文数が増えるというような指標が適しているかと思うが、そのような理解で良いか。
- ・(小林委員) 集積をもたらす外部性には、技術的外部性と、金銭的外部性の二つがある。19世紀には技術的外部性が世界を席卷したが、20世紀は金銭的外部性が大都市集積の大きな原動力になった。21世紀では再びフェイス・トゥ・フェイスの技術的外部性が重要になると思う。しかし、それは生産だけでなく生活の側面においても重要である。
- ・ストロー効果の防止として地域文化を育てることに同意する。地域の文化のベースは、地域のコミュニティで生まれるものだが、人の流動が激しいところでいかに文化を醸成する

のかという点について伺いたい。

- ・(小林委員) ストロー効果については、あるところに住まないとその地域のサービスや商品が消費できないという空間的制約により発生するところが大きい。このような制約を壊せば、ストロー効果は防げると理解している。リニアやeコマースの普及はこうした制約を突破する効果が期待できる。伝統的コミュニティは変容しているが、コミュニティの概念自体が変わっており、例えば、ヨーロッパはSmart student in smart cityという、学生が消費者であり生産者というような新しい発想が出てきていることから、そのようなものが新しい文化を作る原動力になるのではないかと、それに対応する政策が必要であると思う。
- エ 森川委員から資料6「スーパー・メガリージョンにおける中部圏と名古屋の役割」について発表があった。
- ・(森川委員) 三大都市圏の中心駅から半径40kmの市町村で比べたところ、名古屋大都市圏の人口は全国の7.2%だが製造業のうち輸送用機械器具は全国の38.7%を占めている。
 - ・(森川委員) 三大都市圏のシナジー効果を発揮できるようにそれぞれで役割を担い、異質性や温度差を持ちながらも、ビジネスのルール等は共通とし、海外から投資や観光を連携して呼び込むことが必要である。
 - ・(森川委員) 東京大都市圏は日本の中心、大阪大都市圏は歴史・文化の中心、名古屋大都市圏は中部圏、日本海から熊野まで含めた地域を含めて日本のハートランド(地理学用語: 中心地)に位置づけ、国らしさ、心のふるさとということで考えてはどうか。
 - ・(森川委員) 日本の売りである信頼できるものづくりでは、歴史的に木曾のヒノキなどから始まっており、名古屋は間違いなく中心にある。白物家電、パソコン等の組み合わせ型産業は衰退しているが、すり合わせ型の産業ではまだ強みを残している。
 - ・(森川委員) 名古屋駅は都市圏の中心駅で、新幹線、リニア、幹線在来線、主要私鉄線、地下鉄が1箇所か所に集まる日本・世界で唯一の駅であることを生かしていくべきである。
 - ・(森川委員) 日本の都市を「玄関」と「座敷」という構造で整理すると、「玄関」である名古屋駅のように鉄道の高速度が進み、時間価値が高くなり旧市街地を超える開発が行われており、「座敷」である旧市街地は、昔からアクセス性が不利なため「玄関」周辺に地位を取って代わられているものの歴史・文化性には代えがたいものがあり、その間をストレスフリーでつなぎ歩いて楽しい空間づくりにしてはどうか。
 - ・(森川委員) 当面リニアの開業区間は品川から名古屋までであるため、その間に中部圏を日本の座敷化、ハートランドとして売り出すとともに、名古屋に必要なクリエイティブクラスの人材は他の都市圏から借りて、得意のものづくりとクリエイティビティを掛け合わせることでイノベーションを起こすことにより定着人口も増えると思われる。
 - ・(森川委員) 名古屋大都市圏ハートランドビジョンを、4月に発表する予定。
 - ・地域の束縛が弱い傾向である今の時代では地理的中心性にこだわる必要はないのではないか。自然と溶け合う文化がある伊勢や白川郷は、成田空港や関西空港から直接観光客が入っており、名古屋は便利だということが、セントレア空港のシェアはインバウンドが5%という現状から見ても海外に伝わっていない。
 - ・(森川委員) 昨年名古屋市が8都市(札幌市、東京23区、横浜市、名古屋市、京都市、大阪市、神戸市、福岡市)に対してアンケート調査を行った時には、内外から名古屋が一番行きたくない都市という結果になり、名古屋の良さであるスーパー・ハブという点からPRを行っていく必要があり、中心性にこだわっている。
 - ・名古屋のものづくりの強みはすり合わせの強みだと述べていたが、電気自動車が主流になってもその強みを維持できるのか。
 - ・(森川委員) 車がモーターから電気が変わり、部品は少なくなるものの、シャーシやボディのパーツにかかる技術は変わらず、すり合わせは残る。モビリティはサービス化するため、電気自動車を使ったモビリティサービスを、自動運転なども入れつつ、名古屋を中心に産

業化していかなければならない。

- かつて東京一極集中の是正で首都機能の移転が議論された3ヶ所候補地(福島県、岐阜県、三重県)のうち、2県は広い意味の中部圏で、リニア開業により更に便利になるが、名古屋ではそのような議論があるのか伺いたい。
- (森川委員) 名古屋でも首都機能移転の話は下火であるが、災害時のバックアップ機能として、三の丸周辺の官庁街を活用してはという話はある。
- 大阪にも、ものづくりの凄みがあり、ビジネスというレイヤーで見ればとてもパワーがあると思っており、東京は首都、大阪は文化、名古屋はハートランドとして整理すると、大阪は産業、ビジネスもなく、観光という話になりかねないが、所感を伺いたい。
- 関西では歴史・文化だけではなく、東大阪には中小企業の拠点多いことなどものづくりもさかんで、健康・医療産業、エネルギー、環境、航空産業の分野など海外で使われている技術もある。そういった分野を関西の柱として、各圏域のものづくりそれぞれが役割分担をしながら、海外に展開していく形になればと思っている。

オ 事務局より、次回について、4月25日の開催が周知された後、閉会となった。

以 上