

2050年研究会 ～未来デザインフォーラム～(第1回)

講演要旨

日 時： 平成 30 年 5 月 24 日(木) 10 時 00 分～12 時 00 分

場 所： 国土交通省 低層棟 1 階 共用会議室 2A, 2B

講 師： 飯田 泰之 氏 (明治大学政治経済学部 准教授)

テーマ： 経済成長は「移動」から始まる

1. 人口減少は絶望ではない

- 人口減少プロセスに入った日本で経済成長は不可能である、という議論がなされることがあるが、これは少々言い過ぎである。
- 人口増加率が低い方が、1人あたり GDP 増加率は高くなるという見方もできる。
- そもそも人口増加と経済成長率の間には、そこまで強い関係はない。年率 10%で経済成長していた高度成長期においても、人口増加要因による成長はせいぜい 1.5%程度で、どちらかと言うとマイナーな役割しか果たしてこなかった。生産性こそが、この時代の経済成長の源泉であった。

2. 高圧経済 (High-Pressure Economy) 論

- 上述のように、人口減少は喜ばしくはないが、そこまで絶望的ではない。むしろ、人口減少は、経済、特に生産性にポジティブな影響を持つという議論も近年はなされるようになってきた。人手不足という圧力が加わることにより、新しい技術の導入が促進され、また、技術を使う中で新たな使い道が発見されやすい等の効果があるという「高圧経済 (High-Pressure Economy) 論」である。
- 現時点では、AI 等の技術に関して日本がリーディングカントリーであるとは言えないものの、省力化等の必要に迫られると、AI の使い道、それを応用したビジネスモデルの発見につながる可能性がある。その意味で、人口減少下においても、新技術のユーザー大国として日本の競争力を形成していけるのではないだろうか。
- 高圧経済がもたらすより重要な恩恵として、人手不足の環境では転職が容易になるという点がある。そのような環境では、新しい仕事にチャレンジし、もし失敗しても元の仕事に戻ることが容易であるため、転職の意思決定が行いやすくなる。転職が容易な環境で労働力が動くということが、経済成長の鍵になる。

3. 経済成長は「移動」から始まる

- 生産性こそが高度経済成長の源泉であったと述べたが、現代はなおさらで、今後の日本経済の成長は生産性だけが源泉であるとも言える。生産性は、粗利を生産要素(労働・資本)で割ることで求められ、全く同じものを売ったとしても利ざやを多く取れば生産性は向上する。
- 特に、就労者の7割がサービス業に従事する日本においては、発明、発見、技術導入ではなく、人が発揮する「能力」を向上させることが生産性向上の主役になる。

- ここで言う「能力」の向上とは、個々人の能力向上のことではなく、結果として人が発揮するパフォーマンスのことである。現代における生産性とは、新しいアイデアを思いつき、ビジネスにすることで、より多くの利ざやを獲得する際に人が発揮する「能力」であると言える。
- 生産性を源泉とする今後の経済成長について、「動く成長」、「親しむ成長」、「出会う成長」という人間中心経済の3つの視点から以下の通りに考えることができる。

3.1 「動く成長」

- 個人の固有の能力が変わらずとも、生産性は向上する。最たるものが「動く成長」である。例えば、高度成長期の日本で、農村地域で農業に従事していた人が、都市部や沿岸部の工業地帯に移動し仕事を行うことで、生産性が向上した。人がより高い生産性を発揮するポジションに移動するだけで生産性は向上し、経済は成長する。
- 現代の日本にも、移動による生産性向上の余地が残っている。その1つが、地方における人口移動である。東京一極集中が目立つために見落とされがちであるが、地方における都市部・非都市部の人口配置を見ると、非都市部の人口の割合はまだ高いという見方もできる。行政コストの増大につながる分散した人口を効率的なエリアに集約していくことで、地方の生産性は向上するだろう。
- より大きな問題が、東京郊外部エリアの生産性である。東京エリア全体の生産性は、労働時間で割ると全国に比べ高いものの、労働時間と通勤時間の和で割ると、東京エリア、特に郊外部から中央部に通っている労働者の生産性は大きく低下する。こういった労働者が職住接近の仕事に就く、U・I ターン等で、通勤時間が比較的短い中規模地方都市で仕事に就く、といった移動も、日本の生産性を上げる契機となる。

3.2 「出会う成長」

- 現在の経済では、需要が供給を創造する側面が非常に強い一方、かつての生活家電のようなモノに対する欲求が極めて薄くなってきている。このような状況では、新たな需要を生み出すことがイノベーションとされる。
- 需要創出型のイノベーションとは、既存のものと既存のものを組み合わせる新結合、珍しく面白いと感じられるような新しい切り口や活用法を見つけることである。つまり、現代の生産性向上については、アイデアが大きなキーポイントである。
- 新たなアイデアを生むものこそが、人と人との出会いである。ただし、同じような人同士が出会っても意味が無い。スキルや経験が多様な人同士がフランクにつながる「弱いつながり」からアイデアが生まれてくる。

3.3 「親しむ成長」

- 多様な出会いのために頻繁に転職する社会が良いのかというと、そうとも限らない。異質な人同士の弱いつながりによって、イノベーションの種となるアイデアが生まれる一方で、アイデアだけではイノベーションとして結実しない。イノベーションとして結実するためには、組織内で、実際にアイデアを採用し、行動を起こす意思決定、十分な調整が必要となる。この具体化のプロセスでは、強いつながりが力を発揮する。
- 強いつながりをつくり出すためには、トランザクティブ・メモリ(誰が何を知っているかを知っていること。)及び企業内特殊知識(組織内では重要であるが、組織外では役に立たない知識。上司への話の上げ方等。)がしっかりと蓄積され、組織内に網の目のように張り巡らされていることが重要である。こういった組織の方が、アイデアを利益に結びつけるための様々な仕事がスムーズに進む。

3.4 3つの成長を同居させるために

- 人が動くと、人と人が出会い、弱いつながりが生まれる。一方で、人の動きが少ない方が、トランザクティブ・メモリや企業内特殊知識等が組織内にしっかり張り巡らされる。この相反する目標を同居させるものが、地域である。

4. 地域経済を考える3つの前提知識

4.1 地域収支赤字を解消せねばならない

- 地域収支が赤字であると、地域は非常に厳しい状況に陥る。国際収支の赤字であれば、赤字国通貨の下落を通じて赤字解消が図られるが、通貨が同一である地域収支の場合にはこのようなメカニズムは機能しない。
- 財政平衡(地方交付税)によって地域の赤字を解消しようとする、赤字地域における公的セクタのプレゼンスが高くなる。単純に言えば、地域の大きな就職先が公務員と土木建設業という公共関連の者だけとなる。すると、地域の有能な人材は公共関連の職ばかりに就き、その他の民間企業はさらに衰退してしまう。このような状況では、地域のビジネス環境が失われ、生産性が低下していく。
- 日本中の地域がなぜ赤字なのかは、なぜ東京の地域収支が黒字なのかを考えると分かりやすい。東京都からの国内向けの移出総額は約 54 兆円で、その内訳のトップは本社機能である。これこそが東京の黒字の源泉である。
- 本社機能の理解しやすい例はフランチャイズ加盟制度だろう。本社からノウハウ等を買うために東京の本社へ送金している。また、東京に本社がある会社の地方工場の出荷額について、製品が売れるのは本社活動によるものとされ、地方が東京から本社サービスを購入したことになる。地方に落ちるお金は、工場の労働者の賃金くらいである。
- 広告やコンサルティングサービス等の対事業所サービスを含め、要は、地域は本社の働きを東京から買っており、これが地域の赤字の大きな源泉となっている。

- 地域収支が赤字になると、農作物等の地産地消が叫ばれるが、最も地産地消すべきは、本社機能や広告、コンサルティングサービスといったクリエイティブ職である。現代では高い効果が望めない工場誘致や、チェーン店の展開を推進するのではなく、地域内の本社活動、クリエイティブな活動を増やしていくことが重要である。

4.2 脱成功モデル・脱専門家の提言

- 地場産業の振興に際して、先行する成功事例を基にして成功したという事例は聞いたことがない。二番煎じでは、珍しさ、新しさ、面白さは減り、地域の付加価値が低くなる。前例が無い試みであるからこそ、大きな効果が得られるのである。
- 地方創生は、成功事例より失敗事例を見た方が良い。失敗事例はたいてい自分の地域にも当てはまる。
- 地域経済の強みとは、地域が持つ人的ネットワーク、面白い観光資源、農水産物等、様々であるが、こういったものは地域に精通していない東京のコンサルタント等に開拓してもらおうと思っても得てしまてうまくいかない。

4.3 小さく産んで大きく育てる

- 何が成功するか分からないからこそ、待つこと、はっきりと決定しないことにプラスの価値があるとする、リアルオプションの考え方が重要となる。市場動向が不確実な状況では、地域再生の施策を小さく始め、需要等の様子が分かり次第、少し大きくして、と様子を見ながら小さな施策を大きく育てていくべきである。
- 予算規模・計画期間が大きく、一度始めると後に引けないという特性を持つ公的プロジェクトの場合は、なおさら小さく産んで大きく育てることが肝要である。

5. 地域経済の再生が日本経済の生命線である

5.1 国土の均衡なき発展に向けて

- 人口減少下であるほど、国土全体を均等に発展させるという発想は捨てる必要があるかもしれない。ただし、東京一極集中をより進めよという意味ではない。
- 都市に人が集まるほど1人あたりの生産性・所得は向上し、さらに人が集まってくる。しかし、あるピークを越えると過剰集積状態となり、1人あたりの生産性は低下する。現状、東京の1人あたり所得の伸びは鈍化しており、過剰集積状態が疑われる。東京一極集中を是正する必要がある。
- 他方、人口が増えることで1人あたりの生産性・所得が上昇する地域が残されている。顕著なのは、札幌、仙台、広島、福岡である。この「集積の利益」が発生する都市の裾野を各県の県都程度まで広げることができれば、国内の多様な集積拠点の形成、ひいては、東京郊外部の低生産性問題、東京中心部の過密問題の解決につながる。

5.2 小ローカル経済における人口減少と場の資源

- 中規模都市の人口を増やす方法は U・I ターンだけではない。周辺の小規模都市、郡部から人を集めることも現実的な路線だろう。

- 裏を返せば、全国的な人口減少の下で中規模都市に人口を集積させる際には、中規模都市以外のエリアの人口をスムーズに縮めていく必要がある。
- ローカル経済において、人口減少が必ずしも経済的衰退をもたらすわけではない。例えば、農林水産業を主たる産業とする地域の経済は、その地域で得られる自然の恵みを何人で分けるかというものであり、人口が減った方が1人あたりの所得は上昇する可能性がある。観光業においても、観光地の特性によっては同様のケースが考えられる。
- 地域によっては、上手な人口縮減策を考え、一次産業、観光業等の「場の資源」で十分に稼いでいける適正なレベルまで地域のサイズを落としていくことも重要である。

5.3 中規模都市の活性化に向けて

- 中規模都市の活性化には、①人を引きつける魅力を有すること、②多様性ある人と人とが出会い、交流すること、③それにより、地域経済が持つ人的ネットワークの力をさらに高めていくこと、の3点が必要である。
- 地方部の経済の最も大きな力は、中小企業経営者等が強いネットワークで結ばれ、誰が、どこで、どんな商売をし、何を得意としているかが共有されていることである。
- ダイバーシティ経営について、現在の日本での議論は絵に描いた餅であることが多い。地方経済の主役である中小企業では、この傾向が特に強く、そもそも、多様性を確保できるほど従業員数が多くない。
- このような状況であるからこそ、多様な人とのつながりを地域に求め、仕事後に従業員が会社外で多様な人と出会えるようにすべきである。その際に必要となるのが、働き方改革である。仕事の後に十分な時間が取れるよう、余裕のある勤務体系とすること、異なる業種の人と接することができるよう、副業を解禁すること等が重要である。
- 自治体等においても、異なる業種の人が出会う場、空間を整える等、多様な人と人が弱いつながりを形成しやすい環境の構築を進めていくことが必要である。
- また、コワーキングスペース等、U・I ターン者、若者、起業家、公務員、士業、商工会等が交流し、刺激を受け合えるような場所をつくっていくべきである。

5.4 東京から地方への人の移動

- 地方での多様な出会いを加速させるためには、東京から地方への人の動きを生み出し、そもそものボリュームとなる地方の人口を増加させなくてはならない。
- 東京都内の20代、30代の若者へのアンケートで、東京以外の場所に住みたいという希望があると答える割合が年々増えているが、実際の移住者の数は増えていない。
- U ターンをした者に仕事上の気がかりを尋ねたアンケートでは、求人が少ない、希望に叶う職が見つからないという点について、圧倒的に女性の不安の方が大きい。
- 地方にも女性が就ける職は多くあるが、東京で積み上げ型のキャリアを形成した女性が希望する職とは異なる。

- 地方の中小企業では、依然として女性の活躍に関する価値観の転換が行われていない傾向がある。こういった意識を変え、地方にも、女性が積み上げ型でキャリアを形成できる職をより多くつくっていかなくてはならない。
- U・Iターンをした者に移住前に不安に思った点と移住後に不便に感じる点を尋ねたアンケートで、事前に心配したが、実際はそれほど不便でなかったとされたのは交通の利便性と人間関係であった。交通については、自家用車での移動が中心となることが背景にあると考えられる。他方、事前に心配しており、実際に不便だった点は、娯楽の少なさ、買い物環境であった。
- 都市の機能における不利さ、都市の魅力の少なさが地方への移住の障壁となっており、都市の機能、魅力を高めていく必要がある。

5.5 都市の2つのコンセプト

5.5.1 コルビジェ型の街づくり

- 魅力ある都市、便利な都市への生まれ変わりを目指す際に、しばしばモデルとされるのがコルビジェのスケッチ「輝く都市」であり、駅前再開発のように考えられてしまう。こういった形の街づくりは完成形が見えやすく、ゴールが設定しやすいため、多くの自治体で採用されがちであるが、地方都市の活性化にはあまり役に立たない。
- コルビジェ型の整然とした街づくりでは、いわゆる東京的な街を目指すことになる。しかし、せいぜい劣化版東京にしかならず、その街の魅力にはつながらない。また、都会的でスタイリッシュな物事が好きな層は、そういった劣化版東京へは引っ越さない。
- このような街は地方ブロック毎に1つくらいあれば十分なのではないか。
- コルビジェ型の街づくりでは、良いビルをつくるため家賃が高くなってしまう。すると、入居者は、東京に本社があるチェーン店やフランチャイズ店ばかりになり、地域のお金が効率よく吸い上げられ、東京に送金されてしまうことになる。

5.5.2 ジェイコブス型の街づくり

- ジェイコブスが示したような、ごちゃごちゃして狭く、古い建物と新しい建物が混在し、住んでいる人もいれば、オフィスもあれば、お店もある、といった人口集中エリアを形成していく街づくりこそ、地方が目指すべき姿ではないだろうか。
- ごちゃごちゃした街は横のバラエティに富み、他地域との比較が難しく、差別化が容易になる。東京から地方へU・Iターン者を呼び寄せるためには、こういった、ごちゃごちゃしているが、何となく魅力的に感じる街づくりが必要である。
- ジェイコブス型の街は完成が分かりづらく、ゴールを設定しづらいため、行政とは非常になじみづらい。しかし、ジェイコブス型の市街地をどう増やしていくかは、まさに今後の中規模都市にとって死活問題である。
- リノベーション等を活用しつつ、虫食い状態の商店街を集約し、歩ける街、歩いて楽しい街へ再編することにより、ジェイコブス型の市街地を生み出していかななくてはならない。同時に、ジェイコブス型の街づくりを担う人材を育て、人と人のネットワークに依存した形で中規模都市を活性化していくことが重要である。それが東京一極集中から脱却し、日本の今後の経済成長を決める大きなキーになるだろう。