

2004年12月2日(木)
まちづくり委員会セミナー 講義録

講師 日本政策投資銀行 地域企画部 参事役 藻谷浩介氏
演題 『現場主義によるまちづくりケーススタディ』



- 景気低迷で消費が低迷していると言われて久しい。しかし、GDPはバブル最盛期の91年以降も成長しているが、一方で消費は97年を山にしてその後逆落としになっているということから分かるように、消費の低迷は景気とは関係がない。ところが、多くの小売業者は売れないのを景気のせいにして正しい策をとっていないのが現状である。
- 小売業者は、景気回復を待っていないで、景気は回復しないことを前提として、消費が低迷する原因に対して正しい方向の努力をするべきである。そうする人が増えれば、売り上げが上がり、結果として景気が上向くということ。消費が低迷している理由としては、現場を見ていて実感するのは「単価の下落」と「可処分所得の減少」である。
- 単価が下がる原因は、デフレのせいではなく(デフレは結果なので...)競合他社が下げるからで、その原因の1つは競争が厳しいから、そしてもう1つは下げようと思えばいろんな方法で下げられるから。
- 競争が激しいのは明らかにオーバーストア・過剰床が原因である。大店法が緩和されて97年から床面積がどんどん拡大しているのに売り上げが落ちている。従来の考えなら、面積を広げれば売り上げは上がったが、もうそうではなく、既存店はどこも売り上げが落ちている。同じ売り上げなのに面積が増えるから個店の売り上げが減り、そうするとどんどん値下げに走るということ。
- 一方で、仕入れ値や人件費など下げようと思えばまだ下げられるコストがあり、これも単価の下落の要因となっている。特に仕入れについては、世界的に(とくに中国は)工業製品も農産物も生産過剰なのでまだまだ下がる可能性がある。
- とにかくオーバーストアを解消しない限り単価は上がらないし、単価が上がらないと消費の回復もない。労組は、これ以上店を増やすことについて異を唱えたほうがいい。自分のところだけとは思って中々言えないが、増やせば増やすほど労働者の待遇も悪くなっていくことは明らかである。
- 東京、大阪、名古屋など大都市圏のほとんどで、実は雇用者数が減っているという現実がある。雇用を減らす理由のほとんどはリストラではなく定年退職。企業は採用を控えて自然退職を待っているわけで、これから間もなく人員が減って日本の企業の収益は良くなるはず。しかし流通業はそうはいかない。増える退職者は可処分所得が低く消費マインドが低い。これが消費を冷え込ませるもう1つの原因である。
- 対策は、退職年齢の引き上げよりも、退職者が消費するような策を立てること。例えば、ちょっとしたアルバイトで少しでも現金収入があると不安が和らぎ収入以上に消費できるようになる。ワークシェアリングしてお年寄りを雇用するとめぐりめぐって消費がアップして我々の雇用も守られるということになる。

- 2020年、70歳以上のお年寄りの増加率が一番多いのが埼玉県で、今の2.5倍になる。(全国平均は1.8倍)1.3倍増で自治体の財政は破綻すると言われているが、これは正に危機的状況である。70歳以上のお年寄りが経済活動をできるようになれば景気も良くなり、持続可能な社会になる。ここでどんな政策をとるかがとても重要で日本は今曲がり角にあると言える。
- このような中、市街地にも大きな違いが出てきている。以下は、景気と市街地の賑わいがいかに関係ないかを示した典型的な例。

～愛知県刈谷市～

- ・デンソーなどトヨタ系の一部上場企業が数社あり、日本の自治体の中で経常収支が最もいい自治体。中国との競争に勝っている地域だが、町の中は崩壊している(人がほとんど歩いていない)。商店街の人は大型店に流れているというが、大型店も過去に撤退しており、人口13万人、商圏人口30万人の購買力は外部に流れている。市はお金を持っているので道路や公共施設はかなり整備されているが、文化の欠けらもないまちをつくるとうなるわけで、その結果、高所得の刈谷の人はモノを買わずに貯金する。それがアメリカ国債に流れ、地域に全く影響しない。これ自体社会悪であり、稼いだ分はちゃんと日本で消費させるようにしないとイケない。

～長崎県佐世保市～

- ・一方で、造船不況などの影響で日本でも有数の景気の悪いまち佐世保では、1キロのアーケードに空店舗は無く、昼間から人で賑わっている。郊外にジャスコが2店あるのに、中心地の駐車場の無い古いジャスコも黒字店として生き残っている。また、飲み屋が雇用をどんどん生むところでもあり、夜の歓楽街も賑わっている。まちの中にマンションがどんどん建て住む人が増え、人通りも2年間で25%増えている。
- 市街地はどうすると元気になるか、つまりどうすれば佐世保みたいになれるかという、関係各位が一生懸命やるということにつける。関係者とは、商店やサービス関係が頑張ればいいと思うかもしれないが、実は絶対的に協力しなければならないのが地権者。土地が空いたら空いたままで、貯蓄があるからいいと置いておくとますますさびれて消費意欲を掻き立てられなくなり、悪循環になる。大地権者が更地のまま景気が回復するまで待とうとしているうちにどうにもならなくなったのが今の状況。景気のせいで空き店舗になっていると思っている地権者の意識を変えないとイケない。
- 地権者の意識を変えて行動に移させるには、やる気のある地権者だけ相手にして、その人だけが儲かるようにするのが有効。一刻も早く特定の誰かが儲かる仕組みを作り、それを横に見せる。人は理屈だけで動くことはなく、横で人が儲かっているのを見て初めて動く。これが中心市街地活性化の大きなポイントであり、地権者の協力を得ないで成功した活性化事例はない。
- また、佐世保では、百貨店、地権者、商店会、商店主、ホテル、NPOが中核になって、そこに市役所の人や肩書きを外して入ってきて、そういう人たちがリーダーとなっているいろいろなイベントをやっている。商店街だけがやるのではなく実行委員会をつくってやりたい人を募集するといるんな人が集まってくる。正にコミュニティの核としてまちの中心部が機能している。このようにお互いに組織を越えて連携している中心市街地の例を他に見たことがない。つまり、やり方次第でこれだけの賑わいのあるまちになるということ。環境のことを言うのではなく、積極的に消費をするという文化をつくったところは残る。いくら稼いでも消費しないという地域文化になると我々の商売も成り立たない。