

地域再生論

明治大学政治経済学部准教授 飯田 泰之

編集者注：本稿は、自治大学校で令和2年12月9日（水）に行われた第1部課程第135期・第2部課程第190期における研修講義の内容を整理したものです。

1. コロナショックの特性と自治体の役割

これからの地域経済対策を考えるにあたって、2020年以来の新型コロナウイルスの問題を避けて通ることはできないだろう。コロナショックの経済的影響は大不況や大災害といった過去の経済的な困難と大きく異なる性質を有している。

大不況との相違点としては、業種間企業間での影響の差が特徴的である。需要が拡大した家具・家事関連製品、昨年後半には前年並みに回復した輸出産業に対し、飲食関連サービスや宿泊等では売上高が前年比で9割以上の減少となった月もある。同じ業種内でも顧客層によって業績の落ち込みに大きな差が見られる。全国一律型の広く浅い支援策ではこのような状況に対応することは困難である。さらに、ショックの影響があまりにも多様であるが故に被害額の算定が基本的には自己申告に頼らざるを得ないことにも注意が必要だ。被害額の自己申告は課題となる傾向がある。各企業・事業主が真に必要な額を申告するためには給付型よりも、最終的には返済を伴う、融資型の制度が中心とならざるを得ない。

異質性と被害の算定の困難から、より個別のビジネスとの距離の近い基礎自治体の関連部局、商工会等の中間団体、地域金融機関の連携の必要性が増している。なお、今次のショックは、大規模自然災害とは異なり、物理的な損耗——工場の流失や農地の被害等がないことも大きな特徴だろう。ハードの毀損がない状況だからこ

そ、事業の継続によって経営資源を維持することが、コロナ後の地域経済の回復力を高めることにつながる。その意味で、コロナショックに対する短期的対応は、これからの地域経済の明暗を分ける長期的な課題なのである。

2. 地域経済の危機とは

地域経済の置かれている状況は、コロナ以前より、容易なものでなかったのは確かだろう。そのなかでも言及・指摘されることが多いのが人口減少問題である。人口減が地域にとっても国にとっても望ましいことではないことは確かであろうが、そのインパクトは少々過大評価されている。2000年代の世界各国の人口増加率と経済成長率の関係を観察してみても、両者の関係はごく緩やかなものにすぎない。かろうじて統計的には有意な相関はあるものの、人口増は経済成長の主因では全くない。人口増はかならずしも経済成長につながるとはかぎらず、逆もまた真なりである。

これは地域レベルにおいても注意が必要な論点である。地域の場合には、なおさら、人口増は一人あたり所得等の豊かさを導くものではない。一次産業や小規模な観光資源を軸とする経済では、地域から得られる所得は人口が増加しても増加しにくい。その結果、人口減は一人あたり所得（＝地域総所得÷人口）の分母を低下させることを通じて平均所得を押し上げることもある。基幹産業の稼得能力を超えた人口を、補助金等によって政策的に支えることはむしろ平均所得を低下させ、自治体財政をさらに悪化させる原因ともなり得るだろう。

市町村や都市圏といったレベルでの地域人口の減少は、むしろ、経済的な衰退の結果として

捉えられる。地域経済の長期的な縮小の直接的な原因が地域間資金流入における資金の出超にあるとの指摘は多い。地域からの資金流出が地域内の経済取引の縮小を招き、経済の縮小が人口を流出させるという因果の方向を重視するならば、人口は結果であって原因ではない。

市町村・都市圏における資金流出入については、resas（地域経済分析システム、内閣府・経済産業省）や地域経済循環分析ツール（環境省・株式会社価値総合研究所）により以前に比べて入手が容易になっている。これらのツールへの習熟を通じて自地域の資金流出入要因を知るとは、地域経済の縮小を回避する方法を考える上で重要な第一歩となるであろう。

資金循環状況は地域毎に多様な特性をもつ。その状況をまとめて語ることの困難はある一方で、全体的な傾向をつかむにあたっては資金流入地域——つまりは黒字地域の代表である東京都に注目することが有用であろう。2011年東京都産業連関表において、東京都からの移出総額は約54.4兆円であるが、その移出の4割にあたる約21兆円が本社機能の移出となっている。全国に展開する支社・支店網、工場、フランチャイズビジネスなどが東京への資金流出の最大の要因である。その鏡像として、少なからぬ地方における資金流出が本社機能の購入に当たると考えられる。ここから、地域経済の資金流出——つまりは赤字の解消のためには、本社機能の内生化が求められることがわかる。地域内に本社を持つ企業の成長、地域における個人店舗の充実、この資金流出構造に鑑みると、地域経済活性化にとっての主要課題となり得ることがわかる。

3. 生産性と弱いつながり

企業・地域・国とどのレベルにおいても、現代的な経済成長の主役は生産性の向上にある。しかしながら、生産性については誤解されている点が少なくない。生産能力の拡充や製造工程

の短縮は生産性向上のひとつの方法ではある。特許の取得や最新設備の導入が生産性を向上させることもある。しかし、生産性と聞いて第一に思いつくこれらの施策は現代的な生産性向上の主役ではない。

現在、日本国内では付加価値の7割以上がサービス業によって生み出されている。サービス業の生産性は設備・機械等のハード面からの影響は大きくない。さらに製造業においても、性能そのものではなく、デザインやコンセプトといったソフト面の特色に注目が集まる。そしてBtoBのビジネスにおいても導入時のコンサルティングやアフターケアの充実が競争力のコアになりつつある。

ソフト化する経済においては、新たな顧客層の発見やビジネスモデルの構築が生産性向上の鍵となる。いわば経営においてもモノからコト、機械から人へと主役が移り変わりつつある。そして、人があらたなビジネスを発想する契機もまた人によって生み出される。ネットワーク理論における弱いつながりがアイデアを生み出す機会となることが注目されて久しいが、知識や経験、感性と思想の異なる多様な人とのゆるやかなネットワークがこれからの生産性向上の第一歩となり得ることは強調に値するだろう。

人的ネットワークが生産性向上の、ひいては経済成長の要件であることに注目すると、地域経済振興策における自治体や中間団体の役割についてもあらたな視点が得られる。地域の企業経営者・事業主間のネットワーク構築において商工会や同青年部、または青年会議所等が果たしてきた役割は大きい。

その一方で、これらの伝統的な中間団体がカバーしきれない新しいタイプの個人事業主が増えている。SOHOで業務を請け負うフリーランスの事業主、またはリモートワークの拡充によりUIターンを選択した会社員は商工会や青年会議所等とのつながりが希薄な者も多く、既存団体への所属自体を忌避しているケースも散見

される。その一方で、これらの新しい働き方を実践する主体と既存事業主とのつながりの構築は、まさに、バックグラウンドの異なる者同士の多様性ある出会いにつながるだろう。自治体や各種中間団体・地域金融機関がもうけているコワーキングスペース提供やインキュベーションプログラムといった事業の過程で新規の開業者やその予備軍は多くのリンク機会をもっている。それらの機会を、既存事業者や地元経済界との人的交流へとつなげていくイベントや場所をどのように設定していくかに知恵を絞っていく必要があるだろう。

4. 出発点としての魅力的な街

人と人が出会う場は市役所の会議室ではない。住民たちの自発的な交流と人脈形成の場として中心市街地の担う役割は大きい。さらに、街に多様なバックグラウンドをもつ住民そのものがないければ多様性ある出会いは生まれえない。その意味で、居住地点として選ばれる魅力をどのように演出していくかも行政・事業主・地権者が連携して取り組まなければならない課題である。

郊外のショッピングモールや通信販売等の充実により、全国の多くの地域——なかでも中規模以上の都市において文字通りの意味で買物の不便さや娯楽の少なさを感じることは少なくなっている。一方、UIJ ターン経験者へのアンケートなどでは転居後に、事前に予想していたよりも、買物や娯楽への不満が高くなっている。これは買物自体、映画や文化施設自体への不満というよりも、中心市街地等において街を感じる経験——街を散策し、時に新しい店を見つけ、そこで偶然の出会いを得るといった経験に接する機会の乏しさと無縁ではないだろう。

これまでの中心市街地再開発においては、駅前ロータリーの整備や区画整理・複合型ビルの建設といったハード面での充実とその主眼が置かれがちであった。なかでも、費用や工期等の

スケジューリングが可能な施策であることから、行政の施策になじみやすいという事情もあろう。しかし、これらの整備された街区や自動車のための利便性を重視した街並みが「魅力的」かどうかには議論があろう。都市問題を考えるにあたっての古典である『アメリカ大都市の死と生』でジェーン・ジェイコブスが指摘したように、細かな街区割りや新旧の建物の混在、それともなう多様な土地・テナントの活用は街における人的交流を促進する機能がある。都心回帰傾向に伴うマンション建設などによって、このような雑多でありながらどこか魅力的な街並みが都心部で減少しつつある現在こそ、古い中心市街地の新たな活用が期待されるのではないだろうか。

ハード面を重視した活性化とは異なり、このような雑然とした繁華街の活性化の成否はプレイヤーの能力に大きく依存する。自治体による市街地活性化もまた、そのプレイヤーとどのように連携して行くのか——人を軸とした方向への修正が求められているのではないだろうか。

魅力的な街が形成されることで多様性ある人が引きつけられる、多様性ある人のつながりが新たなアイデアを生む、この新たなアイデアから生まれるビジネスが地域経済の成長をもたらす。迂遠な経路ではあるが、これらの作業をひとつひとつ積み重ねていくところにこれからの地域活性化の核心があるのではないだろうか。

著者略歴

明治大学政治経済学部准教授
飯田 泰之 (いいた やすゆき)

専門はマクロ経済学、経済政策。

東京大学経済学部卒業後、2000年東京大学大学院経済学研究科修士課程修了、2003年駒澤大学経済学部専任講師、2007年駒澤大学経済学部准教授を経て2013年4月より現職。

公益社団法人ソーシャルサイエンスラボ 理事。

内閣府経済社会総合研究所客員研究員・財務省財務政策総合研究所上席客員研究員・内閣府規制改革推進会議委員・総務省自治体戦略2040構想委員会委員などを経験。