

地域経済活性化と雇用創出

—glocalizationの今日的意義—

一橋大学大学院商学研究科 教授 橘川武郎

1. 世界同時不況と成長市場への密着

今年は地方新聞に呼ばれて地域経済について話す機会が多かったが、地方に行って最初に聞かれるのが、リーマン・ショックの話である。100年に1度の危機と言われているが、前回恐慌より厳しい2つの面を見ておかなければいけない。

ひとつは、伝わるスピードが速いということである。オバマが「グリーンニューディール」と言ったが、1929年恐慌の際には、ニューディール政策が出てくるまで数年かかっているが、今回は9月15日にリーマンが倒れ、15日後の30日にニューヨークで777ドル下がって、それから4週間後に日経平均が7000円を割れるというような一番底が来た。

直前の世界の経済成長の在り方を見てみると、2004年から2007年までの4年間で実質成長率で5%程度伸びているが、これはBRICs、ベトナム・インド・南アフリカ・トルコ・アルゼンチンからなるVISTAやASEAN諸国が引っ張っている。これらの国のビジネスモデルは、多くは最終的にアメリカ向け輸出という形をとっている。アメリカが転んだ結果、他もみんな転ぶという形で伝わるスピードが速かったのである。

もう一つの点は、一見すると少々不思議な円高という現象である。日本は景気が悪く、失業率も高いが、円の対外通貨価値は高いのである。もう少し具体的に言えば、円はドルに対して高く、ドルはユーロに対して高い関

係になっている。これは、危機の原因になったハイリスク・ハイリターン金融商品に対して、ヨーロッパの金融機関が最も深く関わっており、次にアメリカ、そして日本の順に手を出していなかったということを反映していると言えよう。1929年の時にも金融システムは混乱していたが、度合いは今度の方が大きく、日本の90年代以降の経験から判断しても、時間がかかるということは間違いのないと思われる。

ただし、80年前の元気な大国は世界経済と切れていたソ連だけだったが、今回は新興国が引っ張ってくるということはまず確実であり、BRICsの中でもロシアを除く3つはだいぶ回復してきた。潜在経済成長率は3%くらいあるのではないだろうかと言われている。5%という水準にはいかないだろうが、どうやって今後このトンネルを出ていくかという出口は明確である。トンネルは長い、出口ははっきりしているということが今回の特徴であると思う。

端的に言えば、どうやって新興国の成長市場と結び付くのかということが、経済再生の基本的なテーマなのではないかと思う。

今、リーマン・ショックから話したが、もう少し大きく構造的な変化から考えていくと、社会保障・人口問題研究所の日本の人口動態の推定では、2005年の1.3億から減りだして2050年で9500万と1億人を切り、2100年だと5000万人を切るとされている。明治維新のころの日本の人口が3800万人だったので、それから100年で3.5倍近く伸びたのが、この

100年で明治初期ころに戻るといようなイメージだと思う。

単純に市場の大きさが人口と豊かさの積だとすると、人口が減っても豊かになっていくのだとそれほどシュリンクしないわけだが、一人当たりの豊かさが一定のもとで人口が減ってきているため、市場の収縮につながっていくことが予測される。

しかし、その一方で、国連の推計だと世界の人口は2005年65億から、2050年には95億人になるといわれている。世界全体で見ればまだまだ一人当たりが豊かになってくるので人口増よりも大きな勢いで市場が増えていく関係だと思う。

新興国の都市部にいくと、映画の「三丁目の夕日」の世界のようなことがこれから起こるところがたくさんあるだろう。そういった都市部の生活と日本経済がどうやって結び付いていくかということが問われていると考えている。

ここで思いおこしたいのは、日本の高度成長期時代は言われているイメージとはかなり違って、内需主導型であったということだ。1956年から1970年までのGDPの増加寄与率をみると個人消費支出と民間設備投資が非常に大きい。国際的にみると、民間設備投資のレートが非常に大きかったということが日本の高度成長の特徴である。

それから、GDPを分母、輸出を分子にして輸出依存度を計算すると、高度成長期の輸出依存度は10%を切るくらいのレベルであった。リーマン・ショックの前ぐらいは16%くらいまで増えており、外需主導型のイメージに近くなっている。それでも中国は同じ年に37%なので、それに比べるとかなり低い。中国の学者と話すところの話が一番信じてもらえず、日本は輸出で成長したのだらうと言われる。

また、リーマン・ショック後の広がりが速かったというのは、アメリカ市場に最終的に

依存していたためである。そうした体制から脱却する必要があるという意味から言っても、各国で内需主導型成長をし、そこにどうやって関わっていくのかということが今後の日本経済のポイントになっていくのではないかと思う。

2008年の春、味の素株式会社の社史をまとめる関係でタイのチェンマイに行った。味の素社は、お米を食べてくれる限り必ず「味の素」は売れると考えている。ただし、ほとんど知られていないため、現物を配ってそこでお金を回収するというキャッシュ・オン・デリバリーというやり方で商売をしている。一人の社員が1日に80軒くらい小さな店をまわり、そこで40件売って、伝票きってお金を回収するというビジネス方式である。チャンネルをつくっているわけである。これがうまくいきだすと非常に強い競争力になり、チャンネルの末端まで抑えられる形になる。実際、日本よりタイの方が収益源になっており、次にベトナムがきている。また、ナイジェリアでも非常に売れているが、アフリカで一番売れている日本商品が味の素なのではないかと思う。内需主導で末端までいくというのは、そういうイメージである。

一方、逆にカップヌードルなどはある意味で製品が良いため、末端までいなくても売れる。既存の流通ルートに乗せやすいのでそこまで関わらない。そのために入ってくるマージンが味の素に比べると多くないということで、そこまでやっているのは「ヤクルト」と「味の素」だけだそう。

2. 長期不況と日本経済の危機の本質

日本では2002年2月から2007年10月まで69カ月いざなぎ越えがあったという話がある。いざなぎ越えがあったにもかかわらず、非常に実感がわかないという話が地方では渦巻いている。その理由は単純であり、成長率自体

が全然違ったということと、もうひとつは様々格差が広がったということだ。

では、どうすれば良いのかということが問われる。優秀企業研究というのが10万部売れたそうだが、そういうものをみて、その企業のうまくいった例を学べば、日本経済全体が再生するという考え方がある。つまり、企業をひとつの基礎単位として経済再生を考えるという考え方がある。

しかし、企業単位よりも地域単位のほうが、うまくいった実践を学ぶということが容易なのではないかと考えられる。経済再生を考えるときには、地域に注目するのがひとつの手ではないかと思われる。

ただし、その地域が元気になるということの定義であるが、単純にお金が落ちることではなくて、基本的には仕事が増えなくてはいけない。雇用の創出を考えなくてはいけない。この二つを考えないと、本当の日本経済の再生にはならないのではないだろうか。

そこで、なぜ日本経済が危機になったかという話だが、やはりお金絡みの失敗である。一方で、ものづくりのほうは色々問題点はあるものの、1990年の貿易黒字が10兆円で、出口を失った10年の2000年の経常収支が14兆円ということで、着実に積みあがっていったわけである。ものづくりの方は健全で金融システムの方に問題があったと言えるのではないかと思う。

そのためにどのようにすればよいかと考えると、まず、事業会社のエクイティ・ファイナンスについてノウハウを身につけなければいけないということである。それから、金融機関については、横に広がる意味でのユニバーサルバンクというパターンが必要なのではないかと思う。金融の中で一番優秀な人材が集まっていた日本興業銀行が野村証券とくつつくという話があったのだが、最終的に興銀とくつついたのは第一勧業銀行や富士銀行であり、銀行の枠の中にとどまってメガバンク

となった。現在はユニバーサルバンクへの動きが強まってきている。

私の体験で具体的な話をする、石油公団が廃止されたときは相当な赤字であったが、石油公団の中の優良物件を新しくインベックスという会社に集中的に集めた。インベックスと石油資源開発という会社を上場させて、一部国が持っていた株式を売った。まだ持っていて、そのキャピタルゲインもある。概算すると、赤字分と同じくらいの黒字が生じている。こうした変化が生じた時に審議会のメンバーをつとめていたが、そのプランを出したのがドイツ銀行、BNPパリバ、ゴールドマンサックスとみずほ証券の人で、結局ドイツ銀行の人のプランが決まった。4つの銀行の人は全員日本人で、5年前は全員同じ日本興業銀行で机を並べていた。何が言いたいかというと、金融機関ベースで考えると、失われた10年の中もかなりチャンスがあったにも関わらず日本ではそれに対応する金融機関や会社がなく、大陸ヨーロッパがそれに近い機能を強くもっていて人材も集めて、現実に日本の石油に関していうとポジティブな結果をもたらしたと思っている。

3. 地域からの経済再生

問題は、間接金融が消えたかというところではない。大企業の場合は直接金融へのシフトが起きたが、中小企業の場合はまだ間接金融が基本線である。亀井静香氏が金を返さなくてよい仕組みをつくるなどと言っているが、貸し渋りなどが問題になるのは、中小企業はまだ間接金融にたよっているためだと思う。

(1) 地方金融機関が主人公に

そのため中小企業がメインバンクシステムのようなものを作る必要がある。その場合の主人公は都市銀行でなく地方金融機関でないか考えている。それは、不良債権が起きて

はいけないからである。亀井流のやり方だと、モラル・ハザードを助長させるだけで本質的ではない。貸す前にちゃんと貸すべきところに貸す仕組みを作る必要がある。そうすると、情報の密度や頻度が非常に大切になり、なるべくフェイス・トゥー・フェイスの関係の方が必要になる。大きくてもせいぜい都道府県レベルで、地元の金融機関が地元の中小企業にお金を貸すという仕組みをつくる必要がある。モデルとしては、山口県の山口銀行などである。90年代の失われた10年の間に、北海道拓殖銀行がつぶれ、山一証券が自主解散したことにはじまり、翌年には日本長期信用銀行、日本債券信用銀行とたて続けに経営破綻した。それぞれ新生銀行とおおぞら銀行になり、新生はがんばっているという話であったがその二つも合併が予定されている。そのため、大きいところの方が安心ということで大都市では東京三菱への預金シフトがかなりあったが、国際的な格付け機関は、この90年代を通じて東京三菱より宮城の七十七銀行と長野の八十二銀行と静岡銀行と岡山の中国銀行の4つを常に上位に格付けしている。GoogleやYahoo!の優秀地方ランキングで検索すると、2004年9月のランキングで1位が山口銀行、2位が肥後銀行、3位が鹿児島銀行となっているが、地方金融機関が濃密な情報交換によってモニタリング能力を高めて地方版のメインバンクシステムを働かせ、不良債権を最小化しているといえる。このようなやり方が金融では大事である。

(2) 産業集積のメリット

次は、製造業である。一般的に産業空洞化の世界で描くのは、ある商品について中国が伸びていると日本は縮小するというイメージなのだが、実際は日本と中国で同じ商品を作っている。サプライチェーンはつながっているのである。極端なことをいうと、中国が伸びれば伸びるほど、日本も伸びる。昔の社会

の教科書にあった、日本は加工貿易国であるという考え方はある意味正解ではなく、日本は原料を輸入して、部品を輸出して、製品を輸入するという、国際分業が進んでいると考えた方がいいと思う。そうすると、産業空洞化が全く虚構だというわけではなく、国際分業の仕組みにフィットしない形で最終製品まで全部作りこんで中国と価格で勝負しようとすると、かなわないのである。

そこで、国際分業にフィットした仕組みとして注目すべきなのが、産業集積なのではないかと思う。どういうメリットがあるか考えてみたい。ひとつは、オイルショック以降、需要の変化が激しい点と関係している。単純に言って、需要の変化が激しい商品を大工場のベルトコンベアー一本で対応しようとすると動かすか止めるかという選択しかない。それに対して中小企業が集まっている集積であれば、急ぎの注文や衝動のものが来たら空いているところにまわすというような懐深い対応ができるという、柔軟な分業が出来るわけである。

また、日本の近年の問題は、企業数が減っていることであるが、廃業率があがっているわけではなく創業率が下がったことの方が深刻である。しかしその一方で大学でMBAコースをやっていると、創業したいという希望者は非常に増えている。OECDの調査では、日本の創業の問題は、若年層の創業と女性の創業が非常に少ないことだという。この問題をクリアするためには、等身大の人たちがどうやってお金や技術を手に入れたかというストーリーが満ちていることが重要であり、それがどこに満ちているかという、この集積である。したがって、創業の促進ということが2番目のメリットである。

ただし、中小企業にはブランド力がないという弱点がある。そこで、ブランド力がないのをカバーするのが地域ブランドである。たとえば、東大阪に持っていけば、まいど1号

のような人工衛星が飛ぶ技術がある。しかしどこかの企業が作っているかということはあまり皆知らない。ステルスのかんりの技術は大田区でつくっているということは知っているが、どこかの企業かは知らない。このように、企業ごとのブランドは立たないが、地域にブランドが立つことによって注文が集まるといふことがある。それが3番目のメリットである。

4番目は、技術者も集まるといふことである。新潟県の燕三条は米どころだが信濃川の合流点で水害が多い所で、江戸時代以来、周りの農民用の農機具を作るように言われ、鍛冶屋の技術が根付いた。そうした結果、戦後に燕の洋食器産業が成長したのである。ただし、最初つくっていた鉄はキャッチアップされ、ステンレスもキャッチアップされ、チタンもキャッチアップされ、今、素材的には非常に難しいマグネシウムにシフトしているが、技術自体はずっと単調である。技術家が集まってきているといふことが言える。

そのようなことを考えると、地域ごとに集積した中小企業といふものは、かなり大きな意味があるのではないかと思う。トヨタも、愛知県東部の下請け業といふものがなければその強さはないと思う。海外の事例で言えば、携帯電話産業では、フィンランドのノキアとアメリカのモトローラーと韓国のサムスンが大きなメーカーだが、このノキアはフィンランド北部の人口6万人程度のオウルといふ街に根付いて、その後、産学協同関連機関が牽引してきた。今は人口13万人くらいらしいが、オウルに根付きながら世界に展開している。

グローバリゼーションとローカリゼーションは非常に似ており、つながっている。強い企業ほど、強い地元があるという関係になっている。比喩的に言うと、大変大きな木のような感じで、枝葉をのばして世界で光合成をするけれど、幹は一本で、根っこは一カ所に

根付いて水分を吸い上げている。そういう地元にかかるといふことが、世界につながるということであり、製造業のミソなのではないかと思う。

4. 第三次産業の新たな展開

ここまで、金融と製造業をみてきたが、雇用といふことで考えると圧倒的に、6割以上を占める第三次産業が大事になる。これについては2点ある。

(1) 産業の垣根を越える

一つは、製造業とサービス業をくっつけ、二次産業と三次産業をわける必要はないといふこと。滋賀県では、ビジネス支援サービス業といふものが雇用をかなり増やした。サービス業だが製造のまわりにあるメンテナンスや、ソフトウェア開発や、ソリューションといわれるものや、人材派遣業、法律事務所、会計事務所といふものが、非常に雇用を作り出したというケースである。90年代のアメリカのニューエコノミーも、付加価値ベースでいふと製造業が回復したことが大きい。だが、雇用でみるとサービス業中心に伸びており、製造業はほとんど伸びなかった。したがって、製造業だけみると、ジョブレスリカバリーと言われた。しかし、製造業が伸びたおかげで周辺のサービス業が伸びたので、やはり製造業は重要だったといふことであるが、このメカニズムはもっと日本で働く可能性がある。

具体的な例では、ファナックは産業用ロボットに非常に強い会社だが、売却した産業ロボットの運転状況を本社のコンピューターで管理している。たとえば、50台納入した会社のうち1台でも不具合が起きてラインが止まるということは顧客が困ることである。そこで、50台の運転状況の情報に基づいて、どのタイミングで一斉にメンテナンスをしたら

インを止める時間を最小限にできるか顧客に提案するのである。永久にファナックの産業用ロボットを買い続ける仕組みになるのである。

もう少し単純な例だと、キャノンがカメラを売って儲かった。しかしよくよく考えてみると、2台目買うまでになかなか壊れないから儲からない。一番儲けているのは、フジフィルムと街のDPE屋だ。そのため、次の商品となったプリンターとコピーではビジネスモデルを変え、安くする、あるいはレンタルにした。その代わりにトナーとインクで稼ぐというパターンに変えてきた。製造業だけで終わる時代は終わって、むしろ製造業をどうやってサービス業につなげていくかということ雇用が増えていく仕組みがあるのではないかと思う。

(2) 新たなビジネスチャンス

もう一つ、第三次産業そのもののビジネスチャンスの話をしたい。地方に行くと街づくりということで、滋賀県の例である。

街の中心の北国街道という街道筋と旧銀行の黒壁という建物を街づくりの中心にして、黒壁という第3セクターをつくった。しかし、全国の第3セクターがうまくいかない理由が二つあり、ひとつは自治体がお金を出すと最終的にうまくいなくても税金でいいや、ということになること。もうひとつは、非常に盛り上がって多くの市民が小額のお金を大量に寄付した場合で、うまくいなくてもがんばったからいいや、ということになりがちである。

ここでの1億3千万の出し方は非常に特徴的で、長浜市は4千万出したが、残りの9千万は8人で出した。6人が1千万出して、2人が1千5百万円出した。インタビューすると、人間、1千万出すと本気になるそうである。取り返しにかかる。何をやったかということ、北海道の小樽に行って運河と北一硝子が

ある街をみて、関西にはこのようなものはないのでガラスを売ろうということになった。50代・60代の男性なので、自分たちのセンスでは売れないということで若い女性を雇用し、その人たちにお金と権限をつけてイタリアに行ってもらい、買い付けてもらって売るということで、107あったシャッターが最終的にはあがるが、4・5件店をやったものが売れて、話題になった。女性だけではなく青年会議所やJCAの若い男性は神戸・大阪を走っていた新幹線が米原までしか来ていなかったのを長浜まで引っ張るという大市民運動を行い、それが効果をあげた。安・近・短の国内の観光客他集まってきて、来訪者200万人となった。

最大の問題は、ちゃんとした観光統計が日本にないことである。そもそも関心がないことを示している。人から聞いた話だが、スペインだとGDPの中で観光が占める割合が15%くらいになるという。フランスもかなり大きいという。その部分はかなり伸びしろがあるのではないかということが、私の印象である。

国交省で中心市街地活性化の事例として、伊勢と長浜と川越あたりをよく取り上げる。霞が関で聞いた話だと市民が街の真ん中に戻って来て買い物をしているイメージをもつが、実際は観光客がシャッターを開けている。長浜では107店のうち、20店が第3セクターの店だが、あとは飲食店などなので、やはり外から客を呼ぶということが大事である。また、プレーヤー的に言うと、リスクを背負った金持ちと若者のマッチングということが、色々なところでそれぞれにいるケースが多い。街のことを考えているお金持ち、街のことを考えている若者がいるが、それがなかなかマッチングしない。酒田の街の例だと、有名な畜産業者の方が、街のことも考えて美術館もつくっている。一方若者たちは、日本で一番白鳥が来るというエリアや、本間

家の今でも使用しているお米の倉庫などを使って港の部分の再開発をしている。この両者は場所が異なっていて、マッチングしていない。このようなことが多い。

金持ちと若者のドッキングということが、街づくりには非常に重要なポイントになる。

これだけでは駄目だが、同じ長井で行っているレインボープランでは、このドッキングが出来た。全共闘あがりの農民と、ドイツ帰りの社会的マインドを持った街のボスが一緒になった。設ける仕組みはあまり考えていないところはあると思うが、この若者と金持ちの組み合わせは非常に大事なポイントであると思う。

もうひとつの例が、コンパクトシティというやり方で、街に住んでいる人が買うというやり方である。全国で例外的にシャッターがあがった商店街をみると理由は二つしかなく、人口が増えたか観光客が増えたかという単純な二つである。人口が増えたということでは、一定規模以上街中に人が住んでいるということが条件であり、私の感覚だとコンパクトシティは県庁所在地級以上ではないと難しいと思う。ここの場合は特に、街づくりで問題になる商店街の地主の所有権まで手を入れて、賛成不動のところに入ったん集約して思い切って外部のデザイナーを入れて街を変え、地元の人が買い物に来るようになってシャッターが開いたケースである。

(3) 釜石調査の経験

釜石市で2つの調査を行った。釜石は60年代の終わりに9万人いた人口が現在4万人となっている街である。80年代の終わりに高度経済成長が止まり製造業の雇用が2千人減ったが、リーマン・ショックの前までは、その2千の雇用を取り返していた。それは、25の企業がやってきてそのうちの半分が成長して雇用を生み出したからである。それはなぜなのか調べるために、我々は釜石で希望学の調

査を行った。すると、一人ひとりがとてもがんばっていることがわかった。だが、全員ががんばって成果をあげているために、お互い同士を見る暇がなく、どちらかという悪口の方が先行し、「自分の方が偉い」という話が多い。そのため、横のつながりがなくなる「機会損失」というものがある気がする。2次産業内についていうと、内部でまとまるのではなく、一人一人の活躍をどうやってネットワーク化していくことが大切である。また、3次産業ではどうやって皆が同じ方向を向いていくのか、外部から人を呼ぶとするとその街はどういう街なのかというローカルアイデンティティにもとづいて打ち出していくことが必要である。

また、市内にある4つの高校の協力を得て、高校の出身者全員にアンケートをとった。記述式で、まじめに書くとして1週間かかるようなアンケートだったが、回収率が6割近く集まった。色々な結果が出てきたが、私が一番面白いと思ったのは、30代前半でUターン組が増えている点である。これは、東京にいと収入は良いが家を持って暮らしていけるか不安だとか、配偶者を亡くして東京で一人で暮らしていくのが不安と思っている人が、ちょうど故郷で親の介護問題が出てきたり、今帰ってくるならば家を譲るといった話が出やすい年代だからである。そのため、30代前半の独身のUターン組がかなり見られた。追っかけて行くと、この人たちが街づくりの中心になっていることが見えてきた。一般的なUターン政策というよりも、そこの辺りの人が働ける仕事をつくる政策が重要なのではないだろうか。

また、もうひとつは地域ブランドだが、先ほど行った釜石と東野と花巻が一本の電車で行けることを一般の人は知らない。釜石線というのだが、すべての駅にエスペラント語の名前がついている。これは宮澤賢治の「銀河鉄道の夜」のモデルだったからである。釜石

や周辺の町もそれぞれの市が観光をいっているが、もう少し「銀河鉄道ライン」とうたうとか、三陸の都市で釜石が一番観光が少ないのだが、「三陸の釜石」ということを明確にするともっと客が増えるのではないだろうか。酒田の例では、酒田にいい観光資源があり隣の鶴岡も映画「たそがれ清兵衛」以来たくさん人が来ているが、どうもこのふたつは仲が悪い気がする。たとえば庄内ブランドと打ち出せば両方まわって一泊二日ということができるのだが、そうならない。隣町と仲が悪いという問題がある。地域ブランドは、外から呼ぶのであれば広域で呼ぶことがとても大事である。

観光は最終的には1次産業と結び付いてリピーターを増やさないといけないので、美味しい食べ物、美味しい飲み物がないといけない。私の体験だが、グランドキャニオンで素晴らしい景色に感動しても20分たてばもう写真も撮ったしいやとなってしまう。しかし美味しい食べ物があると何度も行きたくなる。やはり1次産業と3次産業が結び付くことが大事である。

(4) 雇用創出のポイントはどこにあるか

滋賀県の例では、製造業が減り3次産業がカバーするというのが日本の雇用の変化であるが、ここもやはり製造業が減った。ただし減り方が少なかった。この地域は、当時、雇用の構成で占める製造業の割合は全国1位だったにもかかわらず、製造業が減ったにもかかわらず、雇用が増えた。先ほどは支援サービスの説明をしたが、製造業の減り方が少ないことを説明すると、いったん来た工場がなかなか出ていかないというメカニズムが働いた。これが大工場のマザーファクトリー化というものである。私は日本製鋼の滋賀工場を見に行ったが、そのラインは2週間たったら解体してパキスタンに持って行く。ただし、パキスタンに行って現地の工場がすぐ動

きだせるところまではこの工場でやる。NSKは29海外展開していたが、たとえばマザーファクトリーのようなものを日本の中に残しておく。先ほどのコンビナートの話でも、日本の石油元売りの今後の生き方としては消費生成をやめて海外にいくしかなく、その一号となるのが、今ベトナムの北の方で作られている三井化学と出光のニソンというプロジェクトである。この仕組みはどこで作られたかという千葉のコンビナートで隣合わせの出光と三井化学が一体となって出ていくという生産システムをつくって、それを移植するわけである。

つまり私のイメージとしてはフロンティアが新興国の内需にあり、そこに投資をやって仕事を増やすことによって、国内の仕事も増やすというメカニズムを増やせばいいのではないかということである。もしそれをやらないとさらに速いスピードで製造業の雇用が減っていく。その歯止めをかけるためである。レントナー的に生きるということとはだいぶ違う。

2次産業で雇用を作ろうということは、極端なことをいうと考えていない。2次産業は国際競争力を持って付加価値をたたきだしてくればいいわけで、そのためにかなりジョブレスリカバリーを追求せざるを得ない。しかし、そのまわりのところで2次産業がいろいろなサービス業をもたらすということで、3次産業が受け皿になるという形で雇用が増えるという形がひとつあるということでお話しました。

極端な言い方をすれば、雇用創出のポイントは3次産業そのものだと考えている。たとえば北海道であれば一番象徴的に浮かぶのは、旭山動物園のような展開である。つまり、外から人を呼んでくるということはこの地域はこういう地域でここにくることは面白いという噂としてつくることで外から人を引っ張ってくるのが雇用につながると考えて

いる。

やや幻想を与える形で、製造業が伸びてそれが雇用につながるということは、私は言いすぎだと思っている。雇用創出は3次産業と1次産業を絡めたメカニズムをまわすことでたたきだすことだと思っている。

今後もフロンティアはかなり広がっていく可能性がある。もう少しマクロ的にみると、1985年の円高のときの日本企業も空洞化と言われたが、海外直接投資して会社自体は大きくなって雇用が増えていくというメカニズムは生まれた。それと同じように行くかはわからないが、少なくともメカニズムを働かせ得る機会はまだあるのではない。

マザーファクトリーに関する既存地域だが、先ほどの国際分業、新興国台頭部品輸出であれば、中小企業の集積的アプローチは、現在は東日本に非常に多いので西日本にこれからチャンスはあると私は思っている。

今後の成長分野が何であるかを突き止めるのは複雑であるが、私が知っているごく直近のことでいうと、部品の輸出よりも素材が重要である。たとえば、エチレンなどものすごい勢いで第2四半期くらいからあがってきており、中国の胡錦濤政権のほうが日本の政権よりもはるかに手当てが速かったと聞いている。素材がものすごく伸びているイメージがある。

ただしその大企業の工場がどこにあるかという、地方にある。そのような素材のプラントが地方経済を活性化させるとみていくと、中小企業ではなくて大企業ということもあると思うが、中長期的にみるとリーマンの前の動き方でメカニズムが動くのではないだろうか。

そのためにはインフラが大事で、港と道路が大事である。私は思い切り道路を作るべきだと思う。

雇用を作り出すには、先ほど話した街づくりは観光などは国内の市場の活性化に非常に

関わると思う。製造業に関しては今言われたようなことだと思う。

失われた10年の時に言ったが、要するに投資マインドが下がっていることが一番問題だと思う。フロンティアがもうなくなっていると思っている経営者が多いことが問題と言いたいのである。フロンティアはまだある。

また、地元のために付加価値生産性が高い2次産業がないと地方財政が潤わないと思うので、2次産業は死守しないとイケない。そこで、1と2と3の6次産業ということがよく言われる。足し算ではなく掛け算だという話があるが、どちらにしても6になる。

また、観光客は、2001年と2006年の比較で、圧倒的に日本から中国に行くことが増えている。ただ、中国から日本へも増えている。ここ10年で3倍になっている。韓国も2倍になった。今、日本のスキーリゾートを救っているのはオーストラリア人である。一千万以上の富裕層の率はもはや日本よりも中国の方が多い。その中国の富裕層は上海の高層住宅に住んでいる。安全安心の問題は、中国の富裕層が一番その怖さをわかっている。そのため、物流を逆にまわして日本の安全・安心な食べ物を中国の人が食べる。あるいは観光客がリピーターとしてやってくるということで、ここを結び付けることが重要である。2次産業だけではなくて、1次産業3次産業も新興国と結び付いていく時代である。

それにもかかわらず、日本人は地方から世界にいくときにどうも東京を通さないといけないという発想が非常に強い。地方はそんなことをやっている場合ではなくて、いきなり世界と結び付かないといけないのではないのか。この意味で、Globalization + Localization = Glocalizationという形で展開していくことが、日本経済全体を良くする上で重要なのではないかと思う。

(きっかわ・たけお)

2009年12月12日