

観光の推進で地域の活性化を図る

鹿野 嘉 昭
(同志社大学)
(経済学部教授)



近年、地域経済や中小企業の疲弊が話題となることが多い。その根本的な原因はここ20年間、日本経済がほとんど成長していないところに求められる。日本経済が成長・発展しない限り、中小企業の繁栄は期待できないからである。これはある意味で当たり前の命題であるため、声高に主張されることは少ない。しかし、この事実を軽視することはできない。とりわけ、日本経済のサービス経済化、生産基地の海外移転とともに中小企業においても第3次産業企業の比重が増大し、現在ではサービス業、建設業および小売業に属する企業が過半を占める。加えて、第3次産業の中小企業は内需に依存する度合いが高いほか、規模の小さな企業が大多数を占める。そのため、景気変動に伴う売上高の増減がそのまま業績に直結するという傾向がみられる。

実際、CRD協会が管理・運営する中小企業14万社の財務データを用いて筆者が行った分析では、次のような興味深い結果が得られた。すなわち、第1に、中小企業の売上高は1997年以降、景気の悪化とともに減少し、景気の谷に相当する2003年には97年の8割前後の水準にまで落ち込んだあと、景気の好転とともに急回復を遂げた大企業とは異なり、06年までの間、横ばい圏内の動きにあったことが確認された。第2には、業種別にみると、製造業の売上高が着実に回復を遂げた一方で、建設業、小売業、飲食店業といった内需依存型産業では引き続き低迷を余儀なくされたことも判明した。

しかし、比較的好調な状況にあった規模の大きな製造業企業でも、中国などの追い上げやIT化の進展を背景に競争がグローバル化するとともに一段と熾烈化している。そのため、よほどの技術力がない限り、生き残りは困難となりつつある。そうした状況下、日本の製造業中小企業数も2001年から06年までの5年間で10万社弱の減少をみ、その後もこの傾向に歯止めがかかっていないように窺われる。また、生産基地の海外移転や公共事業の縮減などを主因として経済活動が停滞した地域においては、雇用機会の減少が所得の減少を招き、それがまた雇用機会の低下をもたらすという悪循環の発生がみられる。

それゆえ、ここ数十年の間、地域経済および中小企業の再生が経済成長戦略面での重点課題に掲げられ、ものづくり支援、商業活性化や農工商連携にかかわる各種施策が講じられてきた。しかしながら、残念ながら、所期の効果はなかなか得られていない。事実、

2006年までの10年間で中小企業数は507万社から420万社へと激減している。2003年以降の景気回復を主導したのは自動車、電機に関連する輸出であり、輸出の増加が内需の拡大を促すまでには至らなかったからである。

政府は本年6月、「元気な日本」の復活を目指して新経済成長戦略を公表した。この成長戦略では7つの戦略分野における21の国家戦略プロジェクトの実施を通じて新たな需要と雇用を創造し、2020年度には名目で3%、実質2%を上回る経済成長率を達成することが謳われている。しかし、その実効性にはやや疑問が残る。経済学の教えるところによると、一国の経済成長率は人口の成長率と生産性の伸びにより規定される。日本の場合、人口の減少が見込まれており、そうしたなかで成長を促すためには生産性の向上が従来以上に重要となっている。生産性向上のためには各種規制の大胆な撤廃・緩和が求められるが、新経済成長戦略ではそうした観点が希薄と判断されるからである。それゆえ、規制の撤廃・緩和が追加的に実施されることを期待したい。

こうした成長戦略の実施を通じて日本経済が成長すれば、中小企業も元気になる。中小企業の成長・発展をより確実なものとするためには、各地域における成長戦略の策定が重要となる。しかし、魔法の杖は存在しないため、これは決して容易なことではない。加えて、全国一律に通用する施策はなく、地域ごとの特性を踏まえつつ最終需要の持続的な拡大につながるような事業の展開が求められる。そうした施策のなかでも今後とくに期待されるのが観光客の誘致である。観光客が増えれば、その分だけ消費需要が拡大し、地域経済の活性化や第3次産業に属する中小企業の売上高の増加が見込めるからである。

わが同志社大学は千年の都、京都市に位置する。京都は日本はいうに及ばず世界的にも著名な観光地であり、現在では毎年5000万人を上回る観光客を内外から迎えている。確かに京都の場合、清水寺や金閣寺、銀閣寺などの神社仏閣、祇園祭、大文字送り火などの伝統行事に代表されるように、良質かつ魅力的な観光資源に恵まれている。しかし、それに安住することなく、春の「花灯路」、夏の「京の七夕」といった新たな事業を展開するなど、「魅力ある観光都市、京都」づくりに邁進していることの結果であることを強調したい。このほか、多くの人々が京都に対して抱いている「和む」「落ち着ける」というイメージを大事にしつつ、京都では官民挙げて日々、観光資源の開発やインフラの整備に努めている。そうであるがゆえに、毎年、観光客が着実に増えているのである。

このほか、地域の特性を活かした観光事業としては、鳥取県境港市の「水木しげるロード」や香川県高松市の瀬戸内国際芸術祭2010などが挙げられる。ただし、そうした事業は一朝一夕に出来上がるものではない。関係者による大胆かつ肌理細かな構想力に加え、構想実現に向けての地道な努力が求められるからである。

観光も今では国際的な競争にさらされており、中途半端なものにとどまれば、誰にも相手にされないという厳しい現実が控えている。そうした競争を勝ち抜いて初めて、多くの観光客を集めることができるのである。観光を地域活性化策の一つとして捉え、それにかかわる知恵比べ、腕比べを通じて日本経済が全体として元気を取り戻すことを期待したい。