

地域から変革する日本

東京大学名誉教授 月尾 嘉男

「人口減少と政府債務が深刻な日本」

世界主要57か国を集めたデータベースでは、日本は15歳以下の比率が57か国中57番目で世界一少なく、高齢化率が世界一高い国です。出生率が2.08ないと人口を維持できませんが、日本は1.46で国連加盟国193か国中、下から4、5番目の低さです。現状のままでは2100年の人口は4500万人ぐらいで、よくて6000万人。安倍総理が言われる希望出生率1.80でも7800万人ですから、確実に人口は減っていきます。

また、政府の借金が1000兆円を突破し、恐ろしい額になっています。GDPも安倍総理が600兆円にしたいと言っておられますが、あと4年で600兆円になるには年平均3.7%で成長する必要がありますから、かなり難しいと思います。

このデータベースの「競争力順位」によると、日本は1986年から1992年までのバブル経済の絶頂期はアメリカを抑え1位を維持していましたが、バブルがはじけてからどんどん下がり、最近では韓国や中国と互角の状況で、25、26番目くらいです。日本はかつてのナンバー2やナンバー3の国ではないと意識しながら、国を立て直さなければいけないと思います。

「一」にすることで成功した明治維新

来年は明治維新150周年ですが、明治維新は簡単に言えば「一」がつく政策を推進しました。例えば、約300の諸藩が分割統治していた政治・行

政体制を中央集権国家に統一。多極分散の地域経済圏を東京に一極集中。各地で独自の作物を生産していた農業を、同じモノを大量生産する工業に変えました。それを推進するために全国の言葉を統一し、教育も国定教科書で統一しました。文化も世界から導入したのです。簡単に言えば、「一」がつく仕組みを日本の社会の骨格にしたのが明治維新だと言っていると思います。

この画一化政策は、工業社会を目指すためには適切な政策でした。同じモノを大量につくり、国民は同じ製品を素直に消費する社会は工業時代には最も発展します。

アメリカの「マジソンプロジェクト」は過去数千年間の1人あたりGDPを計算していますが、明治時代、イギリスは日本の5倍くらいあり全盛期でした。日本は次第に追いつきますが、太平洋戦争の敗戦で差が一気に開きました。しかし戦後、私たちの先輩方が大変な努力をして追いつき、昭和の後半から平成にかけて先進国並みの経済大国になりました。これは明治時代の政策の成功を証明する数字だと思います。

「従来の常識が通じない社会の大変化の時代」

ところが20世紀後半から社会が一変し、明治以来の増加する社会から減少する社会に転換しました。人口は150年で3.7倍に増えてましたが、最近では減る方向に変わりました。経済もバブル期までは成長しましたが、バブル経済崩壊以後は横ばいです。GDPの65%は個人消費ですから、人口が減ればGDPも減っていきます。

月尾 嘉男 (つきお よしお)

略歴

1942年 愛知県名古屋市生まれ
1965年 東京大学工学部卒業
1976年 名古屋大学工学部助教授
1988年 名古屋大学工学部教授
1991年 東京大学工学部教授
2002年 総務省総務審議官
2003年 東京大学名誉教授

主な著書

『縮小文明の展望』2003年 東京大学出版会
『地球の救い方』2009年 遊行社
『日本が世界地図から消滅しないための戦略 (用意周到な大国、用意周到でない日本)』2014年 致知出版社



そして社会は集中から分散に変わりました。三大都市圏への流入超過人口は、1960年頃は60万人で、首都圏では40万人近い流入超過でした。1973年に石油ショックが起これると流入がいったん止まり、さらにバブル経済の崩壊により三大都市圏から流出超過になりました。最近では流入が徐々に増えているといいますが、かつてのような勢いではありません。

社会を大きく変えたのは、モノ中心の工業社会から情報・サービス中心の情報社会に移行したことです。一次産業と二次産業を合計したモノをつくる分野の就業者はかつて75%くらいでしたが、現在は30%を切っています。GDPでは1970年頃に、三次産業と完全に逆転しました。つまり、モノの社会から情報・サービスの社会に移行したのです。

それを反映して国民の価値観も変わったと思います。内閣府が毎年行うアンケートによると、現在は6割以上が「モノは十分で心の豊かさがほしい」と言い、「モノがほしい」は3割くらいまで減りました。総実労働時間は急速に減り、かつて約2100時間でしたが、現在は1700時間あまりで、20年で約390時間も減少し、フランスやドイツの1500時間程度とはまだ差がありますが、アメリカより少なくなっています。

もう一つ重要なことは、明治以来、優秀な若い人は中央官庁へ行き、官庁が政策を決めて日本を牽引してきましたが、環境、介護、福祉など、官だけでは成り立たない分野が出てきたことです。日本でも1998年にNPO法ができ、政府認定で5万団体まで増えましたが、アメリカは128万団体

にもなっていますし、オランダはGDPの20%近くをNPOが生産しています。日本は5%ぐらいですが、官公庁依存から民間が主導権をとる社会へ変わろうとしています。

増加から減少へ、集中から分散へのような大変化は特異点(英語でシンギュラリティ)と言われていますが、従来の常識が通じない社会になったということです。

「国に頼って失敗、流行を追いかけて失敗」

これからの地域の重要な戦略は「国に頼るな」「流行を追うな」です。

60年代に重化学工業を発展させようと「新産業都市・工業整備特別地域」が立案され、全国に工業基地をつくりましたが、大半は空地のままに残っています。90年代には地方にオフィスを分散する「オフィス・アルカディア計画」が策定されましたが、オフィスは立地せず、ショッピングモールなどがつくられています。2004年に全国に52都市を指定した「国際会議観光都市」も予想ほど国際会議は増えず、立派な会議場が役立っていません。北海道では釧路、旭川、札幌が指定され、札幌だけがかろうじて恩恵を受けましたが、釧路と旭川は毎年1、2回の国際会議が開かれているだけです。

流行に乗ろうとしてもうまくいかない例をご紹介します。世界遺産ブームに乗り遅れまいと努力している自治体はたくさんあります。しかし、世界遺産に登録されて、その地域が観光で潤ったかといえば、期待はずれのところも多いようです。

世界遺産に登録された年の観光客数を100として、それ以降はどうなったかと言いますと、白川郷は2倍になり成功しましたが、あとはほぼ横ばいです。厳島神社や姫路城や法隆寺は世界遺産指定後、減りました。自然遺産の屋久島は翌年こそ増えましたが、現在は9割ぐらい。知床半島は7割ぐらいです。富士山は文化遺産ですが、登山者は登録年の40万人から一気に減り、去年は8月末までに25万人です。世界遺産ブームを追いかけてうまくいくのは、むしろ例外だと思ったほうがいいのです。

「GNPではなく、「クール」の「GNC」

目指すべき戦略はGNPから「GNC」に変更することです。

未来学者のアルビン・トフラーは、国家の力は古代の武力から資本主義の登場により財力になったが、情報社会では知力が圧倒的に重要になると言いました。カーター大統領の安全保障特別補佐官だったズビグニュー・ブレジンスキーは、ソ連が崩壊しアメリカだけが覇権国になった理由は軍事力、経済力、技術力と、粗野ではあるが世界の若者を魅了してやまない文化力が貢献したと言っています。

その象徴がメジャーリーグベースボール、プロドウェイ、ハリウッドです。世界の有力な野球選手や有名な俳優はアメリカを目指すのです。日本にとって問題なのは青色ダイオードを開発後、カリフォルニア大学サンタバーバラ校に移った中村修二博士など、優秀な人材がどんどんアメリカに流出していることです。ロボット技術でも優秀な若者がアメリカに流出しています。それがブレジンスキーの言うアメリカの文化力です。

クリントン政権の国防次官補でハーバード大学教授だったジョセフ・ナイは、「武力、財力の時代は終わり、これからの世界の力は魅力だ」と言いました。魅力とは英語で「アトラクティブネス」、惹き付ける力です。何を惹き付けるかといえばヒト、カネ、モノ、チエです。ヒトは優秀な人材、カネは海外からの投資、モノは必要な資源が確実に入手できること、チエは必要な情報が収集できることで、これが21世紀の国力ということ

です。

アメリカのジャーナリスト、ダグラス・マクグレイは2002年来日し、2か月間、日本国内を回り、その見解を外交論文誌「フォーリン・ポリシー」に発表しました。そこでは「日本は80年代の経済大国の再現は困難で、代わりに世界を魅了する伝統文化や現代文化を国力とする文化大国を目指せ」と提言しています。

そのキーワードが「GNC」です。GNPは経済力ですが、GNCのCは「Cool（クール）」で格好よいという意味です。日本は格好よい文化を世界に発信しろということです。それから始まったのが「クールジャパン」です。

「日本人が気付かない「日本」の再発見

日本人は残念ながら自国のクールなものに気付かない国民でした。

江戸時代の浮世絵師・写楽を研究したドイツの研究者は、写楽を「ルーベンス、ベラスケスと並ぶ世界三大肖像画家」と評価しました。それ以前から写楽の版画は外国人が購入し、世界に現存する706枚中、国内には198枚しかありません。大正時代に京都の桂離宮を訪れ「涙が出るほど美しい」と絶賛したのは、ドイツの建築家ブルーノ・タウトでした。明治の廃仏毀釈運動は国内の仏教寺院を荒廃させ、興福寺の五重塔は売りに出され、現在の値段にして15万円ほどで売れました。買った人は火をつけて燃やせば金属を回収できるとして購入したのですが、周辺住民が「類焼したら困る」と反対して残ったという逸話があります。現在は国宝に指定されています。

和食は無形文化遺産になりましたが、最初に評価したのはアメリカでした。フォード大統領が国民の健康のため、多額の研究費を投じて世界の食事を調べたところ、雑穀と海藻が入った味噌汁、野菜、白身の魚を食べていた元禄時代の日本の庶民の食事が理想的な食事という結論になりました。そこでアメリカ人は寿司、刺身、天ぷらを食べるようになり、現在、北米には2万5100店の日本料理店があり、ヨーロッパにも1万店以上が存在し、世界全体では8万9000店にもなります。日本国内では電話帳で調べると4万2500店が登録されてい

ますが、海外ではそれを大きく超えているのです。それほどすばらしい和食なのに、2010年には日本人が1日に食べる肉と魚の量が逆転しました。家計消費も2007年ころに逆転しています。つまり日本人は、世界に誇るべき文化を評価していないのです。

マクグレイは「GNC」と言いましたが、私は「GRC」と読み替えたほうがいいと思います。「グロス・リージョナル・クール」です。和食といっても京料理、加賀料理、薩摩料理、土佐料理などの集合です。また、外国人に人気の温泉も全国各地に特徴のある温泉があります。このように多様な地域の自然や文化がGRCです。

外国人が日本を旅行して、どこの旅館やホテルでも同じ料理しか出なかったら、がっかりするでしょう。各地で違う料理が出て、それぞれ違う景色にこそ価値があるのです。幸い日本は基礎となる自然が多様です。同じ島国のイギリスと比べると、日本列島には5562種類の植物が生え、36%は日本にしか生育しない植物ですが、イギリスの植物は1623種類で、固有の植物は16種類程度です。日本には多様な自然環境があり、それを反映した多様な伝統行事、伝統工芸、伝統料理が存在しているのです。

何でもないものが、地域おこしの宝物になる

地域おこしで成功している例を紹介させていただきます。

宮城県の石巻沖にある小さな田代島の人口は約100人で65歳以上の高齢者が82%です。島に向う船の中では韓国語や中国語が聞かれますが、それらの人々は人間の2倍以上いる猫を見にくるのです。日本でも数少ない猫神社があり、それも観光資源になっています。野良猫が宝物に変わったのです。

知床半島の流氷も、北風は寒く、冬は漁にも出られない迷惑な存在でした。現在では、それが観光資源になり、冬期だけでも15万人ほどの観光客が来ます。漁に出られない漁師も観光客にドライスーツを着せて流氷ウォークを始め、人気になっています。

青森県五所川原市に金木という地吹雪で有名な

地区があり、年間300人限定の「地吹雪体験ツアー」を始めました。現地では1500円払うと、地吹雪が強烈な場所へ案内してくれるのですが、台湾からも毎年20人ほど来る人気です。

岐阜、富山、長野の県境に山之村という人口160人くらいの集落があります。典型的な過疎地ですが、若い人がいないので雪おろしに困っていました。そこで雪下ろし体験ツアーを企画し、東京新宿のバスターミナル「バスタ新宿」で1万4000円を払うと、バスでこの山奥まで連れていってくれます。民宿に泊め、郷土料理を3食提供し、雪おろしもさせてあげますというツアーですが人気があります。これまで1万円を払って人を雇って雪おろしをしてもらっていたのが、お金を取ってやってもらう逆転になりました。

福島県西会津町では役場の人が中心になって「ジョセササイズ」を始めました。地元の人が雪かきの手ほどきをしてから、参加者が喜んで雪かきをするのですが、邪魔物だった雪が観光資源になったのです。

有名な例は「いろどり」という木の葉を売るビジネスです。徳島空港からバスで2時間以上もかかる山奥の上勝町では、農協職員の横石知二さんが大阪の寿司店で木の葉がビジネスになると気づき、苦労して商売にしました。映画やテレビドラマになり、最近では全国から研修生が来るそうです。天然の木の葉だけでは間に合わなくなり、栽培して年中提供できるまでに発展しました。

現在では毎年2億円以上の売上で、あるお年寄りは年収1000万円以上を稼いでいます。過疎の集落なので、以前はお年寄りがひまつぶしに病院に来て、1人あたりの医療費が徳島県で1、2位を争っていましたが、現在では県内最低になりました。忙しくて病院に行けないからです。

その上勝町から山を越えた隣の高知県馬路村も有名です。柚子の産地ですが農薬を使わないので虫食いが多く商売にならない。そこで当時の農協の課長だった東谷望史さんが自分たちで製品にしようとして地元産の柚子、蜂蜜、ミネラルウォーターだけで「ごっくん馬路村」という清涼飲料を作ったところ、年間600万本も売れるようになりました。それ以外にも、柚子のぼん酢も340万本販売し、年間30億円の売上のある大農協になりました。

三重県の旧勢和村は特急も停まる紀勢本線の多気駅からタクシーで30分もかかる山奥にあります。田んぼの中に「まめや」という食堂があり、昼しか開いていませんが、バイキングで20種類ぐらいの豆料理を提供しています。土曜日に行きました。ここは北川静子さんという旧勢和村役場の職員が、自分の生まれた村の農村文化を次の世代に継承したいという思いで始めました。

まず自分の田んぼを埋め立てて建物を建てることにしたのですが、資金がないので、農家の仲間の女性がへそくりを出しあい2500万円集め、さらに三重県から補助金をもらってようやく建てました。ところが食器を買うお金がなく、各家から持ち出して商売を始め、年間1億円近い売上になりました。農村文化の継承のため、地元の高校生を定期的に呼んで農村料理の作り方なども教えています。

ビジネスの成功には宣伝も重要ですが、宣伝に1銭もかけずに成功している例を紹介します。富士山麓にある静岡県富士宮市は、富士山がご神体の本宮浅間大社と白糸の滝くらいしか観光資源がなく、新しい観光資源をつくらうと市役所と民間の人が勉強会をつくって調べたところ、富士宮市は人口に比べて焼きそば店が非常に多いことがわかりました。それを名物にしようと「富士宮やきそば学会」という団体をつくりました。

研究をするわけではなく、名前だけの「学会」です。「やきそば推進協議会」などでは誰も見向きもしてくれませんが、NHKに「富士宮やきそば学会をつくりましたので、取材してください」と電話すると、すぐ取材してくれることになりました。何も準備ができていないので急いでのぼり旗を500本つくって町じゅうに立てて番組になったところ、1週間後にバス20台で1000人ぐらいのお客さんが到来したそうです。次にJTBと協力して「ヤキソバスツアー」の観光バスを仕立てたところ、現在でも毎日、何台かが来るそうです。結果として9年間で440億円の経済効果がありました。「富士宮やきそば」を名乗るには、富士宮市内にある製麺所3カ所から買った麺以外は使ってはいけないと決めたため、地場産業に大きく貢献しました。そこから発展したのが「B-1グラン

プリ」です。B級グルメという、地元の人しか食べていない料理の全国コンテストを企画したところ、全国各地から参加があり、毎回、数10万人の来訪者があるまでに発展しました。

全国で鉄道の廃線が増えていますが、復活した例を紹介します。茨城県の「ひたちなか海浜鉄道」は運営企業が廃線を検討しはじめたので、ひたちなか市が第三セクターにして継続することにしました。感激した市民が応援団をつくり、線路横の草刈りや、駅で観光案内をするようになりました。あるお年寄りが亡くなった奥様のへそくり1000万円を市に寄付されたので、市はそのお金をもとに住民から要望があった場所に「高田の鉄橋」という新駅をつくりました。

ひたちなか海浜鉄道は貧乏が役立ったという逸話もあります。資金不足のため車両はすべて中古で、塗装も以前のままで走らせています。その結果、鉄道マニアの間で消滅した車両を見ることが出来ると人気になったのです。

福井県の勝山駅からタクシーで30分ぐらいの山奥に人口が高齢者1人という小原集落があります。その不便な場所に外国人も含めて毎年1500人もの観光客が来て、約半分が泊まっているのです。かつては林業で栄えて200軒ぐらいの家があったのですが、現在は空家が5軒ほど残っているだけです。子どもの頃にこの集落で育った國吉一實さんが、集落が消えるのを防ごうとUターンしてきました。まず地元の大学と協力して古民家を改修して集会場や宿泊施設にし、山間の田んぼでの刈り入れ体験や林業体験、水路の石垣の補修体験などを始めたところ人気となり、最近ではフェイスブックの影響で、カナダ、ニュージーランド、台湾、韓国などからも人が来るようになってきました。

島根県の隠岐諸島にある海士町は人口も世帯も減る中で努力しています。最初に効果があったのは、町長、助役、収入役の三役の給料を半分にし、それに呼応して役場職員も給料を22%削減したことです。その結果、ラスパイレス指数は全国の自治体で最低になりましたが、そこから地域が変わりはじめました。お年寄りが町営のバスの割引運賃を断って全額払うようになり、あるお年寄りは老後のための貯金を役場に寄付するなど感動的な出来事も登場し、町が発展するようになりました。

流出超過だった人口も、時々、流入超過になりました。Iターンしてくる人が増えたのですが、島根県内からのIターンはわずかで、3分の2が三大都市圏からです。

最後が山形県鶴岡市にある加茂水族館です。完成したときは東北地方で最初の水族館であったため、年間20万人以上の入館者でしたが、次第に減少して10万人を切ったところで廃館の話が出ました。そのとき村上龍男館長が自分たちで解決するから存続してほしいと鶴岡市と交渉し、偶然、水槽の中で発生したクラゲを展示したところ、人気となりました。そこで目の前の日本海で様々なクラゲを採集しては、手づくりの水槽に入れて展示したところ、一気に入場者が増えました。しかし、数年で飽きられて入館者が減り始めたとき、オワンクラゲに救われました。アメリカ在住の下村脩博士がオワンクラゲの光る緑色の物質を抽出してノーベル化学賞を受賞され、生きたオワンクラゲを撮影するために放送局が殺到し、一躍有名になり、そのノーベル賞効果で入場者が再度、人気を復活しました。

これを機会に50年近く経過した水族館を新館に建て替えることにし、鶴岡市が3億円の地方債「クラゲドリーム債」を発行したところ、15分で完売になりました。そこでさらに6億円分を起債したら、これも3500人から応募があり、抽選で決めたそうです。そのおかげで立派な水族館が実現し、入館者数も1年で80万人にもなり、国内で10位になりました。

「死にものぐるいでやる「地上の星」がいた

見向きもされなかったクラゲ、だれも関心なかった木の葉、どこにでもある焼きそばでも立派な資源になるのですが、もう一つ重要なことは、中島みゆきさんの名曲のような「地上の星」が必要だということです。

上勝町の農協の営農指導員であった横石知二さんは、大阪の寿司屋で安い寿司を食べていたら、寿司に付いているモミジの葉を丁寧にハンカチに包んで持ち帰る女性がいることに気付き商売を始めました。最初の5年間は毎年5000時間も働いたそうです。当然のように7年目に心臓マヒで倒れ、

働きすぎたので一旦休もうと辞表を出しました。そうしたら翌日には200名以上のお年寄りの女性が「やめないでほしい」と嘆願書を持ってこられました。それでも辞めようと、荷物を片付けて駐車場の自動車のエンジンをかけてライトを点けたら、目の前にお年寄りが1人立ちただかって、「横石さん、あんたがおらん村で生きる気がせん。どうしても辞めるのだったら、わしを轆いてから行ってくれ」と言われたという本当の話があります。

三重県の旧勢和村役場職員の北川静子さんは役場に残ってもよかったです。自分だけが給料をもらうわけにはいかないと辞職し、自分の集落の主婦の仲間と始めました。

富士宮市の焼きそばを名産品に仕立てた渡辺英彦さんの本業は保険代理店です。しかし、代理店はご両親と奥様に任せ、本人は「全国B-1グランプリ」で走り回っています。

ひたちなか海浜鉄道が第三セクターになる時に公募で採用された吉田千秋社長は、富山県の私鉄万葉線の再建に功績があった人で、彼の次々と出すアイデアで鉄道がよみがえったと言ってもいいぐらいです。

福井県勝山市の小原集落を世界から人が来るようにした國吉一實さんは、名古屋に就職していましたが、自分の故郷を再生したいとUターンしてこられました。

海士町の阿部裕志さんは京都大学大学院を卒業してトヨタ自動車に勤めていましたが、入社7年目に何の地縁も血縁もない海士町にやって来て、気に入ってそのまま居ついて漁師になった方です。彼がいろいろなアイデアを出して人を呼び込みました。山内道雄町長以下の給料半減は元に戻っていますが、決意を示すことが離島を復活させました。

鶴岡市の加茂水族館の村上龍男館長は山形大学農学部を卒業後、28歳で水族館に就職してから約50年間、自分の土地屋敷を担保に借金までして水族館を維持し、一昨年3月に勇退されました。

宝物になる資源はどこにでもあります。それを宝物にするためには、死に物狂いで取組む人が必要です。ぜひ各市町村で、そのような人が出現されることを期待します。