

Contents *****

特集：遊民経済学の時代？	1p
<今週の The Economist 誌から>	
”An acronym with capital” 「大文字（資本）で語る BRICS」	7p
<From the Editor> わが福島漫遊記	8p

特集：遊民経済学の時代？

このところ日本経済において、「ツーリズム」が占める地位が高まっています。成長戦略としての「観光立国」は誰もが認めるところでしょうが、モノづくりならぬ「思い出作り」の観光ビジネスは、従来の発想が通用しない面が多々あります。

しかし割り切って考えてみると、今は経済活動全体が変質しているのかもしれませんが。消費者が「生活に必要なもの」を求める機会はじょじょに減り、むしろ「感動できるもの」を求めることが多くなっている。いわば「遊び」の観点が重要になっている。

こういうときは、既存の発想の体系を一度投げ捨ててないと、「今風の経済」は見えてこないのではないか。ということで、以下は少々大胆な「試論」です。

●鳥取と島根～「遷宮」が地方経済を救う

仕事柄、地方に出張する機会をよく頂戴する。今月は、山陰中央新報紙の政経懇話会の講師として、鳥取県米子市と島根県松江市を訪れた。筆者にとっては、地方経済の現場を観察する絶好の機会である。

よく「一票の格差」問題などで引き合いに出される両県は、鳥取の人口が 57.5 万人、島根の人口が 69.8 万人である。つまり鳥取は杉並区（55.7 万人）なみ、島根は足立区（68.8 万人）なみの人口に過ぎない。ただし山陰両県を昔の区分（令制国）で見ると、東から順に「伯耆」「因幡」「出雲」「石見」となり、さらに「隠岐諸島」をも含んでいる（竹島も！）。単に広いだけでなく、文化的にも多様な地域を包摂していると言える。

過疎の人口減少県である山陰地方は、今後の日本経済を考えるヒントを提供してくれそうだ。さて、どんなことが起きているのだろう。

ここでは地元の『山陰経済ウィークリー』誌 7 月 15 日号が、「大遷宮特需」を特集していることをご紹介します。

昨年は伊勢神宮が 20 年に 1 度、出雲大社が 60 年に 1 度という、非常にめずらしい「ダブル遷宮」の年であった。伊勢神宮には史上最高の 1420 万人が訪れたが、出雲大社も 804 万人が訪れ、例年の 250 万人程度を大きく上回った。普段は西日本からの参拝客が中心の出雲大社であるが、昨年は東京からの女性客が目立ったという。さすがは「縁結び」の神様というべきか。

お陰で島根県内の宿泊、運輸、食品工業などで好決算が相次いだ。日本銀行松江支店の試算によると、県内の経済波及効果は 344 億円で、県内成長率を 1%押し上げたとのこと。県内の玉造温泉はもとより、鳥取県の皆生温泉にも好影響が及んでいたという。

ツーリズム（観光産業）の底力を思い知らせるような話であるが、それというのも島根県の人口が少なく、観光客受け入れのキャパシティも小さいからこそ、経済効果が大きく感じられることになる。早い話、東京ディズニーランドの年間 3129 万人（2013 年）の入園者数が、首都圏にいかなる経済効果をもたらしているかといえば、話が大き過ぎて見えなくなってしまう。が、地方経済の活性化という観点でいえば、観光客は少なくとも確実なプラスをもたらしてくれるのである。

同様な例を挙げるならば、鳥取県の境港は近年、日本有数の漁港というよりも、「水木しげるロード」で有名である。こちらは 2010 年のピーク時（NHK の朝の連続テレビ小説が『ゲゲゲの女房』だった年）には、年間 370 万人が訪れたという。実に県の人口の 6 倍以上、地元境港市の人口の 100 倍以上である。これだけの訪問客があれば、シャッター通りも復活してくるし、「何か面白い仕事を試してみよう」と外からやってくる人もいる。さらには商店街が、「観光地価格」のメリットを享受することができる。

思うに、「急激な人口減少」はもちろん経済にとっては痛手であるけれども、「少ない人口」で安定してくれれば、それから先の問題は意外と少ないのではないか。先般、日本創生会議（増田寛也座長）が、「2040 年までに全国の 896 自治体の半分が消滅する」という衝撃的な報告を行った。あれは「若い女性に見離された自治体は減じる」という指摘に値打ちがあるのであって、字面通り自治体の消滅を恐れるのは過剰反応ではないかと思う。

地方都市の人口構成は既に高齢化がかなり進んでおり、今後も無制限に続くわけではない。今後はむしろ大都市圏の高齢化が本番を迎える。特に団塊世代が後期高齢者になったときに、首都圏の自治体における医療・介護の負担は相当に深刻なものになりそうだ。

もちろん、観光旅行が一過性のブームに終わってしまったては困るのだが、出雲神社にせよ水木しげるロードにせよ、他所にはない「オンリーワン」の観光商品である。特に境港市は、ありきたりな「漁業による街づくり」ではなく、「妖怪による街づくり」を目指したことがロングセラーの秘訣となった。「ナンバーワン」を目指す努力はいつか誰かに抜かれてしまうが、「オンリーワン」はそもそも誰も追いかけてこない。地方都市は弱者であるからこそ、この手のリスクを取ることができるとも言えるだろう。

●道後温泉～なにが人気になるかわからない

他方、有名な観光地だからといって安閑としてはいられない。その点で面白かったのが、5月22日に愛媛日経懇話会の際に訪れた松山市道後温泉の事例である。

おそらく国内の温泉地の中でも、道後温泉ほど条件的に恵まれたところは少ないだろう。

1. **知名度**：「聖徳太子が入った」と伝えられるほどに歴史が古い。
2. **アクセス**：松山空港から市内までクルマで20分。道後温泉まで市電で15分程度。
3. **話題性**：夏目漱石『坊ちゃん』の舞台として知られ、その後も道後温泉本館が宮崎アニメ『千と千尋の神隠し』のモデルになり、さらにNHKドラマ『坂の上の雲』で松山市が注目を集めるなど、話題が尽きない。

いわば「鉄板」の観光地なのだが、いつまでも過去の人気には頼ってられない。それというのも、道後温泉本館は国の重要文化財で、最近では近代化産業遺産にも指定されているが、今年で120周年を迎える。大還暦を機に間もなく大改修を行うことになっている。街のシンボルが使えない間、集客をどうするかが課題になっていた。

そこで道後温泉では、温泉とアートを組み合わせたイベント「道後オンセナート」を開催中である。何か所か見学させてもらったのだが、いちばん驚いたのは宝荘ホテルだった。国際的アーティストの草間彌生氏が内装した部屋が、海外の雑誌が取材に来るほどの反響となっている。内外の現代美術ファンがやって来るので、一泊7万8000円もする客室の稼働率は6割もあるとの説明であった。

○宝荘ホテル×草間彌生（5月22日、筆者撮影 <http://www.takaraso.co.jp/>）



昔はヒット商品と言えば、見た瞬間に誰でも「ああ、これは売れるだろう」と分かったものである。最近では、「なぜこれが売れるのかサッパリ分からない」ものが多くなっている。ちなみに宝荘ホテルの社長さんは、「私は分かりませんから、全部草間さんにお任せします」と最初から言っていた由である。

こうしてみると、「どうやったら観光客を増やせるか」はそう簡単な課題ではない。「モノづくり」では直線的で地道な努力が効果を発揮するが、**「感動を売る商売」には「逆転の発想」的なセンスが必要になる**。「他所でうまく行ったこと」の真似をすればいいのではなく、「他所がまだやっていない面白いこと」をやらなければならない。

最近では成長戦略としての「観光立国」の議論が盛んだが、観光客を増やす努力においては、「成功のひな型」がどこかにあると錯覚してはならない。観光業における他人の成功例とは、もはや使えなくなってしまう古い手口に過ぎないのである。

●観光立国～なぜ人は旅に出るのか

かねてからの筆者の持論として、わが国では産業としてのツーリズムが過小評価されてきた¹。普通の国では、観光産業は GDP や雇用の 10% 程度を占めるが、日本のそれは 5～6% にとどまっている。いわば**「使っていない筋肉」のようなものであり、裏を返せばビジネスとしての伸び代は大きい**はずである。

都市と地方の格差を縮小する、という政策課題を考える上でも、ツーリズムの有効性は明らかである。都市部のマネーを地方に再分配するために、かつて「米価」が使われた時代があった。都市住民が国際価格よりも高いコメを買うことで、「国土の均衡ある発展」を図ったのである。あるいは「公共事業」によって、全国各地にランドマーク的な「箱モノ」が乱立した時期もあった。これらの施策には、どうしてもさまざまな弊害が付随する。それに比べれば、ツーリズムは「人の移動を盛んにする」ことで、より健全な形でマネーの還流を加速し、地方経済を活性化することができる。

さらに外部環境も改善している。たまたま今週は、**今年上半期の外国人訪問客数が史上最高の 626 万人に達した**ことが報じられた。前年同期比 26.4% 増というから、昨年の好調さが持続しているようだ。①円安の定着や、②東南アジア向けのビザの発効要件の緩和、③LCC の普及などの効果が浸透しているのであろう。日本を訪れるリピーターも、着実に育ってきているのではないだろうか。

小泉政権が「ビジットジャパン・キャンペーン」を始めた 2003 年には、同じ上半期の訪問客数は 229 万人に過ぎなかった。おそらくこの 10 年ほどで、**「世界を旅する」人口が飛躍的に増えている**のであろう。

近年の新興国における経済発展は、特にアジアで分厚い中間層を勃興させつつある。航空会社の数も増えて、ネットワークも充実しつつある。それと同時に、「世界遺産」なるものが注目を集めるようになってきた。さらに言えば、スマホで撮影した観光地の写真を、SNS を通して友人たちに見せる、という新習慣も広がっている。いろいろな意味で、ツーリズムは国際的に急成長しているのである。

¹ 本誌 2014 年 1 月 24 日号「新年会に見る今年の日本経済」を参照。

ところが、国内の観光業者の意識はたぶんに古い時代を引きずったままである。

「奈良の大仏商法」という言葉がある。奈良には大仏があるから、放っておいても修学旅行が来てくれる。ところが修学旅行ほど、旅客業をスポイルするものはない。何しろ、大勢を狭い部屋に泊めて、お仕着せの料理を出して、去年と同じサービスで良くて、なおかつクレーム処理は学校の先生がやってくれるのである。こんな楽な商売をやっていたら、サービス業としての競争力がつくはずがない。

必然的にフリーのお客は、奈良は昼に通過して、夜は京都や大阪で宿泊することになる。「義務で来てくれる」客が居るものだから、「遊びで来てくれる」客の気持ちが分からなくなってしまうのである。

●遊びビジネスの時代と「長期停滞論」

今日のビジネスを考える上で、最も重要なのがこの「遊び心」を読み解くことであろう。

「……しなければならない」と考えている消費者のニーズは、比較的容易に把握することができる。ところが、「何か面白いことがあればいいのに……」と思っている消費者は、どうしたらカネを使ってくれるのかが分からない。非必需品を売るときは、必需品を売るとき以上に知恵が必要になる。そして利益率は、得てして必需品よりも非必需品の方が高いのである。

最近になって誕生するネット関連の新しいビジネスには、遊びに関するものが目立つ。フェイスブックは「社交」を商売にしてしまったし、スマホという道具が定着したことで無料ゲームの配給会社が数多く誕生し、最近では「面白いニュース」を勝手に拾い集めてくれるキュレーションメディアも誕生しつつある。

これらはすべて、生活する上で必要欠くべからざる存在ではない。強いて言えば、平凡な日常をちょっとだけ楽しくしてくれる商品やサービス群である。ゆえに料金を取るわけにはいかないので、収益は広告モデルが多くなる。が、とにかく人々の生活を変えつつあることは間違いない。

語弊を恐れずに言ってしまうと、今日の消費者は良く言えば「思い出作り」、悪く言えば「暇つぶし」のためにおカネと関心を払うようになっている。逆に「生活の上で必要欠くべからざるもの」に対する支出は、以前とそれほど変わっていない。となれば、ビジネスは当然、前者の開拓を目指すべきであろう。

ここで、「どうすれば遊び関連ビジネスを成功させられるか」という知恵は筆者にはない(あったとしても、こんなところではもちろん公表しない)。逆に関心があるのは、「日々の生活の糧を追い求める時代につくられた経済学は、これからの時代にどこまで通用するのか？」である。

昨今、景気回復途上の米国で話題になっているのが「長期停滞論 (secular stagnation)」である。以下はその代表的論者であるローレンス・サマーズ御大の主張である。

- * リーマンショック後の米国経済の低成長は、需要不足が顕在化したから。そしてリーマンショック以前のバブル期においても、超過需要は発生しなかった。
- * その原因としては、「生産性の鈍化」「格差の拡大（富裕層は消費性向が低い）」「金融危機後のリスク回避傾向」「技術革新」などが考えられる。
- * そこで考えられるのは、①サプライサイド政策（構造改革）、②金融緩和、③需要創造政策の3点である。①は時間がかかるし、②はバブルの危険がある。長期停滞を回避するには③が必要だ。
- * 大規模な雇用の創造が喫緊の課題である。かつてのグラッドストーンやビスマルクのように、政府の役割の大変化が必要である。

米財務長官も務めた大経済学者に対し、こう言うのは失礼かもしれないが、「分かっちゃいないな」である。これぞ「必需品を売る」時代の経済学の典型的な発想ではないか。「遊び」を主要なニーズとする時代に、どうやって政府が需要を喚起できるのか。「遊び」に対する思いは、人それぞれに違っている。それらを一緒くたにして、「大規模な雇用の創造」に結び付けられるとはとても思えない。

かかるケインジアン的な発想は、筆者にはまるで「修学旅行が大勢来てくれた時代を懐かしがっている旅館の繰り言」のように思えてしまう。おそらく新興国経済であれば、まだまだ有効な思考なのかもしれない。が、これからの先進国経済を考える上では、早々に捨て去った方が良いのではないだろうか。

●「遊民経済学」へのはるかなる道

必要性ではなく、「遊び心」を主な需要とする経済を読み解くには、いわば「遊民経済学」的な発想が必要になるだろう。もちろんそんなものは現時点では存在しない。「ミネルヴァのふくろうは夕暮れに飛び立つ」というくらいだから、たぶん「遊民ビジネス」がいくつも花開くようになった後になって、ようやく理論化されるのではないか。

ところで社会学の世界では、「遊び」をテーマにした古典的名著が2つある。ヨハン・ホイジンガの『ホモ・ルーデンス』と、ロジェ・カイヨワの『遊びと人間』である。最近になって知ったのだが、カジノ・ビジネスの世界ではこの2つの本が活用されている²。つまりラスベガスにおいて、原始的なカジノが広い意味の総合エンタテインメント産業に育つ過程において、「遊びとは何か」が事細かに検討されているのである。だとしたら経済学はともかくとして、「遊民経営学」は既に産声を上げているのかもしれない。

² 『ゲーミング産業の成長と社会的正当性』（佐々木一彰／税務経理協会）を参照。

<今週の The Economist 誌から>

”An acronym with capital”

「大文字（資本）で語る BRICS」

Finance and economics

July 19th 2014

*先週、W 杯決勝戦直後のブラジルで行われた BRICS 会議は、今年も日本では報道が少ないままでした。どんな結果になったのか、以下は The Economist 誌の論評です。

<抄訳>

何年も前から、BRICS 諸国は「我らは単なる語呂合わせに非ず」と主張してきた。疑いを晴らすべく、5 개국首脳は 7 月 15 日に伯フォルタレザで第 6 回会議を開催し、2 つの金融機関の誕生を宣言した。ひとつはインフラ投資に 500 億ドルを用意した新開発銀行 (NDB)、そして金融危機用に 1000 億ドルを擁する緊急時外貨準備基金 (CRA) である。

形式的には世銀や IMF 同様、5 개국の議会による承認が必要である。ところが BRICS は、70 年前のブレトンウッズ体制は途上国に相談がないとご立腹である。世界第 2 位の中国もベネルクス以下の投票権しかない。不均衡解消への米欧の動きは恥ずべき程に遅い。

資金の受け手側も、借り入れの厳しい条件に不満が絶えない。プーチン大統領は、これで米欧と外交的に対立した国への「嫌がらせ」を回避できると歓迎している。

ただし新組織はさほど破壊的存在ではない。CRA は IMF のような基金ではなく、必要な際に外貨準備を二国間で融通する仕組みだ (中国 410 億ドル、南ア 50 億ドル、その他が 180 億ドル)。しかも緊急時に金額の 30% 以上は IMF の参加を含むとなっている。

NDB は新たな地域開発銀行の集合体で、その規模では昨年 526 億ドルを出資した世銀を上回る。昨年、ブラジル開発銀行は昨年 880 億ドル、中国開発銀行は 2400 億ドルを貸し付けている。中国はさらにアジアインフラ銀行の創設を目指し、インドを誘っている。

NDB の資本金は、いずれ BRICS 外も併せて 1000 億ドルを目指す。途上国のインフラ需要には到底及ばないだろう。世銀推計では、南アだけで向こう 10 年に 2.5 兆ドルを必要とする。中国は出資金を増やしたかったが、インドとブラジルは同額出資を主張。チャイナマネーは歓迎だが、中国による支配は御免蒙るとのことだろう。

駆け引きはここで終わらない。中国とインドは銀行の本店を、インドとブラジルは初代総裁 (任期 5 年) を競った。結論は上海とインド人 (未定) となった。なおもブラジルは取締役会議長を、ロシアは理事長を狙っている。これでは船頭多くして、の類である。

最大の障害がここにある。大きくて開発途上という以外は BRICS に共通点は少ない。中国経済は南アの 28 倍だし、一人当たり所得でインドはロシアの 10 分の 1 だ。インフラ不足は何処も同じだが、民主主義国 (伯印南ア) と統制国家 (中ロ) では条件が違い過ぎる。

これだけ違えば基本原則でさえ合意が難しい。誰にどんな条件で、いかなる「持続的開発」案件に貸すべきなのか。ブレトンウッズ機関は似た者同士の民主主義国で運営されてきたが、それでも満足に一致するまで何十年もかかったというのに。

<From the Editor> わが福島漫遊記

「遊びの経済学」について語ったついでに、筆者の趣味である競馬に関する話を少しご紹介します。

毎年7月の日曜日に、福島競馬場を訪れることにしています。午前中に現地に到着して、少し観光をしてから最終レースまで勝負して、夕方には帰ってしまうというごく短時間の「旅打ち」です。これがここ3年間の「定例行事」になっています。

お世辞にも活気があるとは言えない昨今の福島市ですが、福島競馬の開催時期には県外から多くの競馬ファンが集まり、街は独特の賑わいを見せます。以下はここ3年間の定点観測の結果、筆者が発見した「福島市のお奨めリスト」です。

1. **円盤餃子**：福島市が誇るB級グルメの定番。元祖は「満腹」にあり³。1皿30個の小さ目の餃子が文字通り円盤型になっています。あっさり味なので、一人で十分に完食可能。普段は夜だけですが、日曜日に限って11時40分に開店します。筆者が行ったときには、開店前に行列が出来ていたので驚きました。
2. **古関裕而記念館**⁴：競馬場のすぐ近くにあり。ご当地出身の作曲家で、生涯に5000曲を作曲し、特にスポーツ関係で「栄冠は君に輝く」「闘魂こめて」「六甲嵐」「東京五輪オリンピックマーチ」「紺碧の空」など、多くの名曲を残している。懐かしの曲では、「暁に祈る」「露營の歌」「長崎の鐘」「鐘の鳴る丘」「君の名は」から「ラバウル海軍航空隊」まで幅広い。「えっ、この歌も？」と驚くこと請け合い。
3. **福島民報と福島民友**：福島県を代表する2つの地方紙。いずれも競馬欄が充実している。地元開催のレースは、その辺の競馬専門紙よりはるかに信頼に足る。福島駅に着いたら、駅のホームですぐに購入すべし。どちらかと言えば、筆者は「民報」の高橋利明記者によるメランコリックで濃密な文体が好みである。
4. **フナバカフェ**：県庁前の商店街にあるハンバーガー店。食ベログで紹介されていたので行ってきました。注文したアボカドバーガーはまことに美味でした。ところがまことに残念なことに、この7月20日で閉店になってしまいました。
5. **ダダの梅酒**⁵：二本松市の「人気酒造」が、円谷プロダクション50周年を記念して作ったお酒（円谷英二氏は福島県出身）。ウルトラマンシリーズの三面怪獣ダダが作っている梅酒、という触れ込みなのですが、あまりにもぶっ飛んでいるので福島駅の土産物売り場で衝動買いしました。灘の酒ならぬダダの酒、味わいは上質です。

³ <http://www.f.kitaura.com/ten39.html>

⁴ <http://www.kosekiyuji-kinenkan.jp/>

⁵ <http://m-78.jp/news/n-2045/>

余計なことながら、3年間の競馬の戦績は1勝2敗。今年はラジオ NIKKEI 賞で初めて「浮き」ましたが、新幹線代金の往復1万7480円にはわずかに届きませんでした。また来年、挑戦することにしましょう。

この習慣、できれば福島の「復興」を見届ける日まで続けたいと思っております。

* 次号は8月8日（金）にお届けする予定です。

編集者敬白

本レポートの内容は担当者個人の見解に基づいており、双日株式会社および株式会社双日総合研究所の見解を示すものではありません。ご要望、問い合わせ等は下記までお願いします。

〒100-8691 東京都千代田区内幸町2-1-1 飯野ビル <http://www.sojitz-soken.com/>

双日総合研究所 吉崎達彦 TEL:(03)6871-2195 FAX:(03)6871-4945

E-MAIL: yoshizaki.tatsuhiko@sojitz.com