

■県央4商工会議所地域開発関係委員会との連携会議を開催

—日本銀行前橋支店長 柴山卓也氏を講師に勉強会—

平成22年3月25日(木)午後4時/於・前橋商工会議所会館

当研究会では、09年度において、県央4商工会議所とのより一層の連携強化を図るべく、連携交流事業を実施した。その一環として、「県央4商工会議所地域開発関係委員会との連携会議」を開き、日本銀行前橋支店長柴山卓也氏を講師に招いた勉強会を行った。以下は、勉強会における講演概要録(要旨)である。

テーマ 「群馬県経済の現状と展望」

講師 日本銀行前橋支店長 柴山卓也氏

講師プロフィール:

昭和35年 埼玉県生まれ、昭和59年3月 一橋大学商学部卒業、同4月 日本銀行入行。その後、政策委員会室企画役、金融機構局企画役(考査役)、総務人事局参事役、金融機構局参事役を歴任。平成20年5月 前橋支店長就任



はじめに

日本銀行の柴山でございます。本日は、まず、群馬県経済の現状をご説明します。「話の枕」ということで少しの時間、お付き合いください。その後、県央地域のあり方について、私見をお話させていただきます。

1. 群馬県経済の現状

日本銀行前橋支店では、現在、「景気が持ち直している」という判断を示しています。

群馬県の生産が持ち直すペースは全国平均を上回っています。例えば、リーマンショックの少し前までの、経済活動が比較的活発であった2008年上期と現在の生産水準を比較しますと、群馬県の回復率は全国の都道府県の中でもトップクラスです。2008年上期を超えている業種もみられます。

景気が持ち直している原動力は輸出と政策効果です。国内外の景気刺激策の効果は次第に弱まっていくでしょう。しかし、新興国を中心に海外経済の回復基調は続くと考えています。こうした状況の下で、生産は増加基調を辿ると考えています。

最近、講演で只今のような話をさせていただきますと、会場内に冷めた空気が漂います。まさに今のような雰囲気です。多くの人々にとっては、「アジア向け輸出の増加」、「企業収益の回復」などと聞いても、別世界のことのように感じられるのではないのでしょうか。「自分のところにはその恩恵がなかなか来ないじゃないか」というのが実感でしょう。そういう中で、「いずれあなたのところにも及んできます」と言われても、「そうか」と直ちに受け止めることはなかなか難しいものだと思います。

その重要な理由の一つは、企業収益の改善が主にリストラ効果によるものであることです。これから今期の決算が発表されていきます。収益が前年度よりも増加する企業が多くなると思います。売上高が目立って増えたということではありません。売上高が増えなくとも、あるいは少し減ったとしても、利益を確保できるような経営体質の強化に取り組んできた成果が現れ始めています。

多くの皆さんが、「景気持ち直しの実感がない」と思う理由の一つは、ここにあります。今までのところ、リストラが前面に出ています。製造業の生産・輸出の増加の恩恵が、雇用者所得、あるいは企業向けサービス等の需要増加に繋がりに難しくなっています。

2. 今後の景気展開についての留意点

次に、今後の景気展開の留意点について、私の見方をお話します。

只今申し上げたとおり、生産が増加し、収益が回復すれば、いずれは雇用者所得も増えてくる可能性があります。設備投資も、「これ以上、更新を先送りできない、削れない」というところまで落ち込んでいます。今後、ある程度は戻ると想定できます。

ポイントは、企業収益の回復が設備投資および雇用者所得の増加にどの程度結び付いていくのか、雇用者所得が増加する場合、個人消費がどの程度回復するか、という点です。

群馬県の雇用者所得は、昨年、大幅に減少しました。その後、生産の回復に伴い、製造業を中心に、生産現場の繁忙度が高まっている企業が増えています。こうした中で、時間外手当が増加しています。その背景には、リーマンショック以降、生産が大幅に減少し、雇用者数を絞ったことが影響している面もあります。

新たに雇用する動きは限定的です。生産性が改善しているため、同じ仕事量に対して必要とする人数が減っています。また、昨年春の「雇い止め」批判の中には、理不尽な、言い掛かりのようなもの

も含まれていました。このため、「もう懲りた」という声も聞かれています。いずれにしても、厳しい雇用情勢が続いています。

賃金面では、今後とも、時間外手当は増加するでしょう。また、定例給与や賞与も、前年度並みに削減する企業は多くはないのではないかと想定しています。繁忙度が高まっている企業を中心に、賞与を前年度よりは少しでも増やそう、という動きが出ることも期待できます。

この結果、雇用者所得については、控え目にみても、マイナス幅は縮小、あるいは若干でもプラスに転じるものと思います。

しかし、仮に雇用者所得が前年度に比べて増えるとしても、その伸び率は僅かなものに止まるでしょう。「財布の中身が増えた」と実感できるほどではないと思います。個人の消費活動が刺激されるほどのインパクトで所得が増えることは、当面、期待し難いと考えています。相当時間がかかると覚悟する必要があると思います。

もう一つ、消費が弱い理由について、所得要因だけでは説明し切れないのではないかと、という問題意識を持っています。最近、「消費者の財布の紐が固い」と言われています。こうした中で、低価格商品を取り扱っている企業　その代表格として、ユニクロ、H&M、しまむらなど　がマスコミでしばしば取り上げられています。「所得が減っているため、低価格品が売れる」というのは分かり易い話ですが、ちょっと違うのではないかと私は思っています。

それは、「世代の違いが大きな影響を与えているのではないかと」ということです。月次、四半期という短期の景気循環の視野で捉えるのではなく、より長期的に見た時の経営環境の変化という観点です。

小売関係の方々の話を聞いていますと、「20代、30代の方はブランドに対する拘りが薄い。かつてのバブル世代のように、『まず欲しい物があって、それを買うために頑張る』という発想ではない」という指摘をしばしば耳にします。今の20代、30代は低成長の中で育ってきました。バブルの時代を経験している我々からみますと、「低価格の物を買って我慢している」と勝手に解釈します。しかし、本人たちにはそのような意識はないのかも知れません。もちろん、所得が減れば消費を控える訳ですが、無理をしているという意識が違うということです。売る側にとっては、こうした世代の方が手強いと思います。品質、あるいはそれを購入することによって得られる満足度と、価格をじっくりと比較します。「安ければ買う」という単純な消費行動ではありません。

消費で好調なのは、エコポイントやエコカー減税という購入促進政策の恩恵を受けている家電製品や自動車です。物凄く売れています。こうした中で、購入している年齢層に際立った特徴があります。売上高前年比の高い伸びを支えているのは圧倒的に50～60歳代です。この世代が高い伸びを支えてい

ます。資産効果も影響している面があると思います。逆に10～30歳代はほとんど動いていません。自動車については逆に減少しています。消費に対する意識の違いが垣間見られます。

只今、所得と消費の関係についてお話ししました。企業の支出活動についても同様のことが言えるかも知れません。企業は、売上が大きく落ち込み、経費削減の姿勢を一段と強めました。一つひとつは細かい見直しであっても、集まれば大きな削減効果をもたらします。では、売上が持ち直した場合、一旦、「無駄」と判断したものを直ぐに元に戻すでしょうか。設備投資についても、経済のグローバル化の中で、国内の生産設備が過剰であるという状況は続きます。

経済指標をみれば、景気は持ち直していることは明らかです。しかし、それは平均的な姿です。私は、様々なところで格差が拡大していると感じています。したがって、皆が、景気回復を実感できるようにはなかなかならないのではないかと感じています。私の見方が適切か否かは分かりませんが、閉塞感のような空気が漂っているように思っています。

3. 群馬県および県央地域の中長期的な展望（私論）

さて、群馬県、あるいは県央地域が中長期的にどのような姿に変化していくことが期待されるか、という本題に話を進めたいと思います。

理想の都市建設研究会がこれまでに出版された報告書を読ませて頂きました。地域政策等の専門家が立派な研究報告を行っていることを知りました。私自身は地域政策等の専門家ではありません。また、「県央地域がどうあるべきか」という点につきまして、日本銀行として、日本銀行前橋支店として、何がしかの見解を持っている訳ではありません。したがって、本日は私人という立場で、お話をさせて頂きます。

私が前橋に赴任してから約2年が過ぎようとしています。この間、「現場に出向き、経済活動の第一線に立つ経営者が何を考えているか、どのようなことに悩んでいるか等を理解しなければ、金融経済情勢を的確に把握することはできない」と考え、県内各地に足を運びました。また、「中央銀行はサービス業」という認識を持ち、できるだけ講演をお引き受けし、参加者の声を聞かせて頂いています。こうした活動の中で、私なりに、群馬県について、県央地域について、感じていることを申し上げます。的外れなことも申し上げるかもしれませんが、「そういう見方もある」ということでお聞き頂き、ほんの少しでも参考になることが含まれているとすれば幸いです。

（人口の減少・高齢化）

まず、中長期的な視野に立ち、県央地域が置かれている環境がどのように変化するか、という点を確認することが重要です。特に重要なことは人口の減少と高齢化です。人口減少は経済の活力を維持するうえで非常に大きな重石になります。人口が減少する中で地域の活力の低下をどの程度抑えることができるか、という困難な課題に直面することは不可避です。

国立社会保障・人口問題研究所が公表した「日本の市区町村別将来推計人口」（平成20年12月推計）に基づき、群馬県と県央地域の人口がどのようになるか、をみてみましょう。人口が減少していくことは止むを得ません。

もっとも、減少度合いを注目しますと、群馬県は都道府県の中ではマイルドな方です。特に、県央地域は、県内でも人口の減少ペースが相対的には緩やかな地域です。同じように、65歳以上の老年人口の比率をみますと、当県は全国の中では低い方です。この点は、先行きを展望する上で、心強い材料です。

（群馬県の地の利）

地域活性化という観点では、諸々の経済活動を支える「地の利」が重要になります。私は、群馬県ほど地の利に恵まれている都道府県はないのではないか、と思っています。

まず、アジアとの関係を考えましょう。最近、中国の経済成長が目覚ましいこと等を背景に、「日本の存在感が小さくなる」、「アジア市場の重要性が増すと、日本のメーカーが生産拠点をアジアにシフトし、国内が空洞化する」などという声が多く聞かれます。

しかし、日本対アジアという対立軸で物事を考えると、発想が行き詰まっていくと思います。マスコミは、やや単純化して、「生産拠点の移管」などと言います。しかし、インフラ、商習慣、文化、勤労観などが異なる国・地域に進出し、成功することは、決して容易ではありません。

まず、視野を大きく広げてみましょう。日本も、群馬県も、県央地域も、アジアという大きな成長地域の中の一員です。この認識をしっかりと持つことが必要です。アジア域内の貿易はどんどん拡大しています。その大きなうねりの中で、日本も一緒に成長していくという発想が不可欠です。日本を含め、どの地域に資本を投下することが得策であるか、を考えていけば良い訳です。それは個々の企業の経営判断です。日本の強みは十分あります。今後も、あり続けると思います。県内各地で経営者の皆さんと意見交換させて頂く中で、理屈ではなく、皮膚感覚として、そのような確信を持っています。

アジアとの関係という観点において、群馬県は非常に恵まれた位置にあります。一つは高速道路網です。関越自動車道の意義は重要性を増していくと思います。新潟は、今後、アジア貿易にとって重要な拠点になっていくと期待されます。中国政府は、昨年6月、日本で6番目の総領事館を新潟に置くことを決めています。開館されれば、本州の日本海側では初めての総領事館です。これは、中国が、日本との貿易面で、新潟を重視していることを示しています。中国だけの話ではありません。新潟から、ロシア方面や東アジアなど他の国への海上輸送のパイプは太くなっていくと思います。アジアの域内貿易にとって、海外輸送が極めて重要です。海上輸送の拡大によって、域内の連携が一段と強まる筈です。そして、群馬県は、新潟と昔から緊密な関係を持っています。関越自動車道は重要なインフラです。

さらに、北関東自動車道が加わります。関越自動車道が交差しています。最近、北関東自動車道の全線開通の経済効果について、意見を求められることがあります。北関東自動車道が全線開通すれば、県央地域が関越自動車道との繋ぎ目になります。首都圏に近いことも相俟って、物流の拠点としてより一層注目されるようになるでしょう。地の利に着目した企業の進出も期待できます。一般に、交通網の整備が進むということは、地域間競争のライバルが増えることを意味します。北関東自動車道が繋がりますと、「何も県央でなくても良いではないか。繋がっている栃木でも、茨城でも良い」ということにもなり得ます。その時、関越自動車道で首都圏と新潟に繋がっていることが当県の強みになる筈です。

次に、「地の利」という観点で見逃せないことは、大消費地である首都圏に近いことです。人口減少社会といわれますが、先ほどご紹介した推計人口によれば、当分の間、首都圏の人口は減らないとみられています。大消費地に近いという強みは一段と重要になります。

「地の利」はお金では買えません。天の恵みです。皆さんにとっては当たり前のことですが、その有り難さを十分認識し、その活用を必死に考えることが期待されています。

余談ですが、全国には、多額の補助金や税制優遇制度を用意して、必死になって企業を誘致しているところがあります。しかし、先ほど申し上げたようにアジアの中の日本という視点で鳥瞰しますと、こうした発想は時代遅れです。当県は地の利という強みを持っています。「アジアの時代」は当県の磁力を高める方向に作用すると思います。

（観光の重要性）

地域活性化のためのポイントとして、次に、観光振興の重要性を指摘したいと思います。住んでいる人が減るならば来てくれる人を増やす、という発想です。

今日では、殆どの都道府県が観光振興を重視しています。政府も観光立国を目指しています。群馬県もその一つです。しかし、私の印象を極めて率直に申し上げれば、群馬県全体としての一体感が弱い、と感じています。もう少し何とかならないものか、と思っています。

当県は、観光客を誘う、豊富な観光資源を持っていると思います。しかし、どのような商売でも同じですが、良い商品であれば売れるとは限りません。観光も同じです。温泉は極めて魅力的な「商品」です。しかし、温泉地に宿泊して帰るというだけで、多くの人を満足させることができるでしょうか。ワクワク感があるでしょうか。観光客は「非日常」を求めています。そのニーズに十分過ぎるほど応え、お客様の想像を超えるサービスを提供しなければなりません。

そこで、「温泉プラス」の「」の味付けが非常に重要になります。県央地域に近い伊香保温泉を例に取りましょう。プラスの種は県央地域の中にもいくらかもあります。例えば、群馬交響楽団のコンサートを聴いた後、夜は伊香保温泉でゆっくりと寛ぐ、というプランが考えられます。少なくとも、私はとても魅力を感じます。

また最近、都会では、大人の社会科見学が人気です。社会科見学というと、子供の頃、学校の行事で必ずありましたね。同じ企業を訪ねるにしても、大人の見方は異なります。大人でなければ味わうことができない楽しさや発見がある筈です。企業にとっても、イメージアップ、宣伝効果が期待できます。その素材も県央地域にはたくさんあります。

只今、群響や企業見学を例にあげましたが、そのほかにも素材は豊富です。また伊香保温泉を例に挙げましたが、県央地域の周りには様々な温泉地があります。草津や水上も、その範囲に十分含まれます。

大切なことは、観光客という顧客の目線に立つことです。地元の人々は、「そこにあることが当たり前」という意識を持ちがちです。この点は、当県に限ったことではありません。これは「偏った売り手志向」です。ひょっとすると、私のような転勤族の方が当地の魅力を強く感じているかも知れません。お客様は県外から来る訳ですから、素材の価値を再発見するためには地元以外の人への気付きが重要であると思います。

さらに付け加えますと、今後、アジアなど、海外からの旅行需要が高まると思います。また、高めていく必要があります。アジアの経済成長が続けば、人々の生活水準が上昇します。日本の高度成長期以降の足取りを振り返れば、誰もが直感的に分かることです。「必死に働いて少しでも所得を増やしたい、所得が増えれば贅沢をしたい、海外旅行したい」と考えるようになります。

ところが、海外の観光客の受入について、群馬県の関係者の意識はかなり遅れていると思います。「業績が厳しい」というお話をお聞きしますが、海外の観光客を積極的に取り込もうという強い意志が感じられません。失礼を省みずに申し上げれば、人口減少段階に入っているにも拘わらず、今までとは違うタイプのお客様でも積極的に受け入れていこうというアグレッシブな気持ち、挑戦しようという気概、そういった意気込みが弱いと感じています。例えば、水上では利根川のラフティングを楽しむことができます。亜熱帯地方の人々にとっては雪も貴重な観光資源です。水上や草津で、雪を見て、スキーを楽しみ、さらに県央地域で日本文化や経済発展の姿を体験できます。これだけの素材を活かせないとすれば、極めてもったいないと思います。

また、海外の観光客に限りませんが、群馬県は鉄道等の公共交通機関を利用して訪れた場合、横に移動することが非常に不便です。ホテルや旅館の経営者と意見交換させて頂きますと、「電車で訪れたお客様をホテルまで案内することはできるが、そこから先の足がない。『ここに行きたい』と言われても、タクシー以外に移動手段がない」という声を伺います。これでは、県内の観光資源を十分味わって頂くことは困難です。これでは魅力的な素材を活かすことができません。このため、群馬県としての一体感が乏しくなり、それぞれの魅力を掛け算で高めることが非常に難しくなっているのではないのでしょうか。

この背景の一つとして、群馬県が全国有数の車社会であることを指摘できます。傍目から、「観光客も車で来ることを前提としている」と思われても仕方ないと思います。公共交通機関を使って旅行したいという人を逃している面がある筈です。

群馬県が車社会であるという状況がいつまでも続くのか、と疑問に思っています。若者の車離れが群馬でも起きるのかどうか、私にはよく分かりません。しかし、高齢化社会の到来を展望しますと、群馬県でも、公共交通機関への依存度は必ず高まると思います。どこに行く場合でも車で移動することが前提であるという土地は、観光客にはとても不便です。色々なところで申し上げていますが、観光客が再訪したいと思う土地であれば、その地域の住民にとっても生活満足度が高いと思います。その逆も当てはまるのではないのでしょうか。

先日、テレビを見ていましたら、「タク旅」という企画に取り組んでいる長野県のタクシー会社を紹介していました。小回りが利くタクシーを使い、大型バスでは行くことが難しかった名所などを巡ります。幾つかの観光コースを設け、ホテルとの送迎を行います。また、既製の観光コース以外にも、お客様の希望に応じてオーダーメイドの観光コースも設けています。私が注目したのは、柔軟性があり、小回りが利くという点です。少人数のグループ旅行や家族でも、バンを利用すれば、快適に移動できます。顧客の視点に立った素晴らしい企画であると思いました。定期的に大型バスを運行するという話ですと、「観光客だけでは採算が取れない。補助金がなければできません」ということになってしまいがちです。観光客のニーズは多様化しています。バンのように、小回りが効く移動手段の方が格段に便利であると思います。投資額も抑えることができます。バスやタクシーの会社も、補助金に頼らず、採算を確保できる工夫の余地があるように思います。

(その他)

序に申し上げますと、国の政策になりますが、私は、海外の労働者を受け入れるしかないだろうと考えています。いえ、もはや、「受け入れる」という偉そうに言える立場ではなくなっているのではないかとさえ思います。「この条件を満たすことができればいい」という、上から目線は改める必要があると思います。

先ほど、アジア諸国との連携というお話をしました。同じように、介護とか医療といった分野でアジアから人を受け入れて働かせる、という発想ではなく、日本で人材を育て、日本で身に付けた知見を自国で活かしてもらおう、といったWin-Winの関係を目指すべきです。

また、群馬県や一部の市町村では海外の都市と姉妹提携を結んでいます。提携先については、アジアの国が少なく、先進国が多くみられます。将来を見据えると、時代の流れに遅れていると思います。先進国との緊密な関係を維持することに加えて、所得水準が上昇していくアジアの隣人と共に生きるという発想が必要です。企業活動でも、観光でも、こうした発想を基本とするべきでしょう。当たり前のことを申し上げているようですが、当たり前のことを徹底的にできるかどうか、その成否が群馬県と県央地域の活力を左右すると考えています。

以上で私の話は終わりにさせていただきます。ご清聴頂き、ありがとうございました。

質疑応答

Q: 私は今、デスティネーションキャンペーンに関わっています。皆さんそれぞれにやっていますが、それがひとつにならない。独自の責任がないせいか火の玉にならない。それから先ほど「群響」と「温泉」が話題に出ました。群馬県にはお土産がなかったのですが、今は九州とか関西に「ラスク」を持っていくとありがたがられます。ラスクと群響、そして温泉といった組み合わせは出来ないのかなと、今日のお話を聞きながら思いました。

私は、以前から、群馬県には、桐生の大川美術館やみどり市の富弘美術館など、魅力が一杯あると思っています。それにもかかわらず、何かというと四万と伊香保と水上が紹介されます。群馬県民が見ていても全く面白くありません。PRにお金をかけるのに、また昔と同じことをするのかな、と思っています。このようなことを言うのにはとっても勇気が要ります。意見を出し、提案しても、批判的に受け止められてしまいます。だから、新しいものが出難いのかなと感じています。私は群馬県が大好き、伊勢崎が大好きという人間です。意見を言うと冷たい空気が流れるという状況では、進化していくことが非常に難しいと思います。群馬県を良くするために本音でもう少しビシッと発言して下さるとありがたいと思います。

A: 既に思っていることをストレートに申し上げ過ぎたかな、と思っていますが、もう少し付け加えさせていただきます。雑談のようになりますがご了承下さい。

実は、本年3月初め、日本銀行前橋支店では、『群馬県における観光産業の現状と課題 群馬県観光の更なる発展に向けて』という特別調査レポートを公表しました。定例の記者会見の中で説明したところ、意外な質問を受けました。「なぜ、日銀が観光を取り上げるのか」という質問です。自分は、常に様々な質問を想定し、準備することを心掛けていますが、この質問は想定外でした。そこで、逆に尋ねました。「なぜ、違和感をもたれるのですか」と。

金融経済情勢の月々の変化をしっかりと捉えることは重要です。同時に、もう少し長い目でみて、群馬県全体が今後益々発展していくために気付くことは申し上げようと考えています。こうした問題意識で、観光をテーマに取り上げました。

レポートの冒頭に問題意識を書きました。観光は、こちらから何かを売りに行かず、人が来てお金を落してくれます。国レベルで見れば、「見えざる輸出」です。県に置き換えてみても全く同じことが当てはまります。観光の振興は地域経済の活性化にとって極めて重要です。

このレポートの中で、デスティネーションキャンペーンにも触れました。観光庁の『宿泊旅行統計』に基づいて過去の実績をみますと、景気の影響もあると思いますが、キャンペーン期間中に延べ宿泊客数が増加したところはあまり見当たりません。延べ宿泊客数が増加したところでも、キャ

ンペーン終了後はまた元に戻るというケースもみられます。「デスティネーションキャンペーンを盛り上げていこう」と頑張っている方々には不愉快な指摘であったかも知れません。しかし、事実を直視せず、「見たい現実」だけを見ろという姿勢では良い企画も生まれません。

誤解がないように申し上げますが、私どもは、デスティネーションキャンペーンの意義を否定するつもりは全くありません。デスティネーションキャンペーンは、群馬県の魅力を全国に知って頂くことができる重要な機会です。肝心なことはリピーターを増やすことです。

繰り返しになりますが、そのためにはプラス が必要です。お客様が求める「非日常」を提供するために知恵を絞ることが不可欠です。群馬県、そして県央地域には、日本の近代化を支えた足跡があります。文化もあります。素材は豊富です。

また、海外からの観光客の誘致については、「中国などアジアからの観光客、買い物と新幹線が必須」という話も聞きます。家電製品は県内で購入して頂けば良いでしょう。秋葉原まで行く必要はありません。わが国の近代化の足跡や企業視察などにも高い関心を示す筈です。コンサートなどの文化的な香りもアジアの人を引き付けると思います。同じことばかり申し上げていますが、こうした素材をどのように活かすか次第なのです。

ここまでは誰も異論を唱えません。ところが、観光関連の皆さんと話していると、「誰が結び付けるのか」というところで止まるのです。「誰かが音頭を取ってくれないと前に進まない」という声が返ってきます。「それは誰ですか」と問い直しますと、少し考えて、「県ですかねえ」、「強力なリーダーが出てこないところが群馬県の課題です」ということになります。盛り上がって夢のある話をした後、尻すぼみになります。

「もっと主体的に動く、挑む、働きかけていくことが望まれるのではないのかな」と思っています。皆、得意不得意があります。デスティネーションキャンペーンは、皆が連携するためには絶好の機会です。目指すのは、観光客の満足度を高め、リピーターを増やし、誘客効果を持続させるための仕掛け作りです。行政を含め、それぞれの持ち場、得意技を結集することが極めて重要であると思います。

Q: 只今、「群馬県は車社会であることがマイナスだ」という趣旨のお話がありました。私は伊勢崎に住んでいます。群馬県は非常に道路が整備されつつありますが、この道路がこれからどんなふう役に立つのかという検討があまり行われていないのではないかと感じています。公共交通機関や物流はもちろんのこと、人がどういうふう道路を使ってこれからずっと持続、発展を続けていくのかということも重要だと思えます。

公共交通機関といいますが民間だけではなくて行政が関わってきます。日本にはコミュニティバスというのが民間だけでも運用の成功例がたくさんあると思います。そういう道路を使ってうまく観光客を移動するとか、高齢者が移動するとか、車を政策的に減らして、県央地域は車が少なくて

れども思い通りに移動できるようになるということが理想だと思います。行政と民間との関係ですが、公共交通機関に関してはヨーロッパでは行政が100%とまではいきませんが支援している例が多々あります。車から違う移動手段に転換していくためには、県央として、どういうふうにビジョンが考えられるのでしょうか。公共交通機関は西日本が非常に発達していますから、そういう例で何かあったら教えて頂きたいと思います。

A: 私の友達で路面電車を研究している者がいます。前橋にも昔は走っていたと聞きました。白紙に絵を描くのであれば路面電車を走らせることには魅力を感じます。しかし、いまさらそれを復活させることは難しいのかなと思います。

「今後、公共交通機関の役割が重要になる」と申し上げましたが、車を利用すること自体を否定するつもりは全くありません。要はバランスの問題です。また、どちらかの方向に誰かが強制するとか、誘導するという性格のものでもありません。申し上げたかったことは、高齢者は自分で車を運転する頻度が明らかに低下するため、公共交通機関に対するニーズが大きくなる流れは不可避であろう、という点です。

その時に、従来型のバス路線やコミュニティバスを充実させるという発想もあると思います。他方、先ほど申し上げたように、柔軟性があり、小回りが利く移動手段に対する潜在需要は大きくなる、という気がします。人口減少・高齢化という大きな環境変化の中で、住民のニーズに応える交通手段の姿を今から考えていかないと間に合わないのではないか、と思います。財政的な支援や補助金に依存したかたちは難しくなっていくと思います。顧客ニーズを捉えることができれば、事業として成り立つ筈です。

以上

群馬県経済の現状と展望

1. 現 状

景気は、持ち直しているが、依然として厳しい状況。

生産や輸出は、海外経済の改善等から、増加。

一方、公共投資は、このところ頭打ちとなりつつある。また、企業収益は厳しい状況が続いており、設備投資も低調。雇用・所得環境も引き続き厳しい状況にあり、個人消費は全体としては弱い状況が続いている。住宅投資も低調。

生産の持ち直しは全国平均を大きく上回っている。

群馬県でウエイトが大きい業種は、個別に見ても、全国に比べて回復率が高い。

[2010年1月の生産水準]

(%、%P)

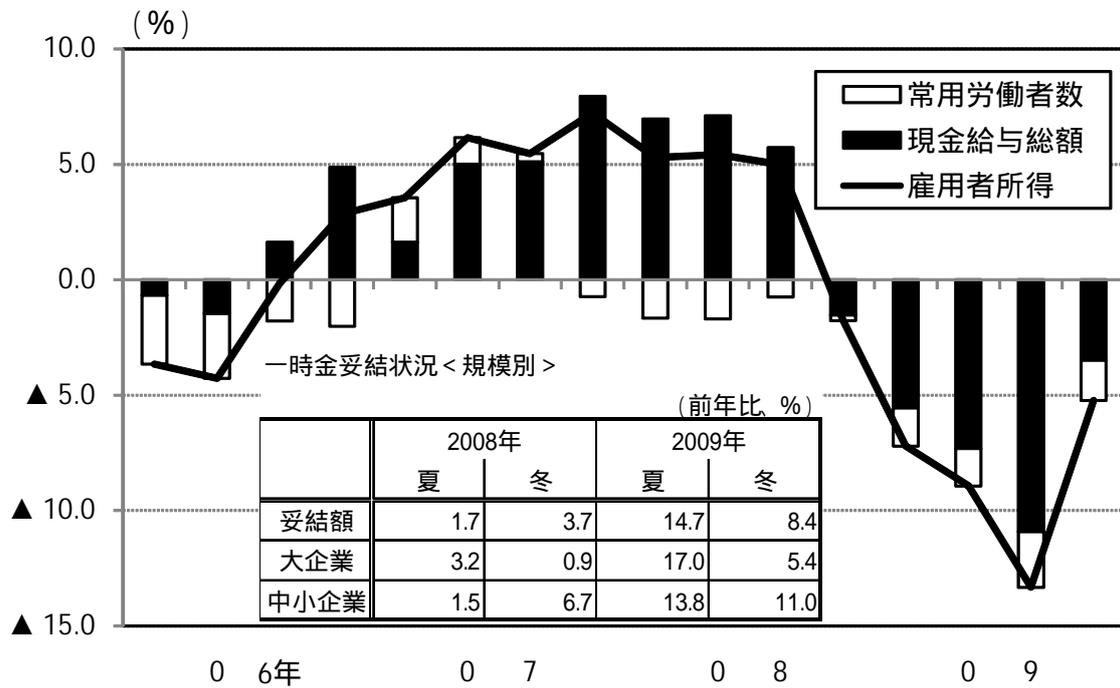
群馬県	業種 ウエイト	全国		-
		2008年上期 に対する比率()	2008年上期 に対する比率()	
鉱工業	100.0	95.5	84.7	10.8
輸送機械	28.2	99.8	80.0	19.8
一般機械	12.5	102.6	67.9	34.7
食料品	12.0	105.8	102.2	3.6
化学	10.3	112.7	97.1	15.6
電子部品・デバイス	7.0	78.1	84.6	6.5
電気機械	6.6	89.7	86.2	3.5
プラスチック製品	5.7	88.6	88.0	0.6
金属製品	5.0	87.7	85.4	2.3

(注)「輸送機械」は「除く船舶・鉄道車両」

雇用者所得は、生産の持ち直しを背景に、前年比マイナス幅は縮小傾向(労働時間数の増加)。但し、依然、大幅な前年比マイナス。

【雇用者所得】

< 四半期 >



2. 今後の景気展開

景気持ち直しの原動力になっている輸出と生産

当面、一時的にせよ、景気が持ち直す勢いが弱まってくる可能性がある。

- ✓ 国内外の景気刺激策は、導入当初ほどの効果は期待し難くなる。
- ✓ 在庫の復元力も、在庫が適正水準に近づくとつれて勢いが弱まる。

もっとも、海外経済の回復基調は持続。これを背景に、わが国の輸出や生産の好調が続く。

- ✓ 新興国経済が高い成長を続ける見込み。
- ✓ 米国や欧州でも、金融危機の後遺症が和らいでいくにつれて、成長率が高まっていく見込み。

国内民間需要の回復力

当面、目立った改善はみえない可能性。

もっとも、輸出や生産の増加が続けば、企業の売上増加・収益改善に繋がる。

こうした状況の下で、設備投資意欲が刺激される可能性。

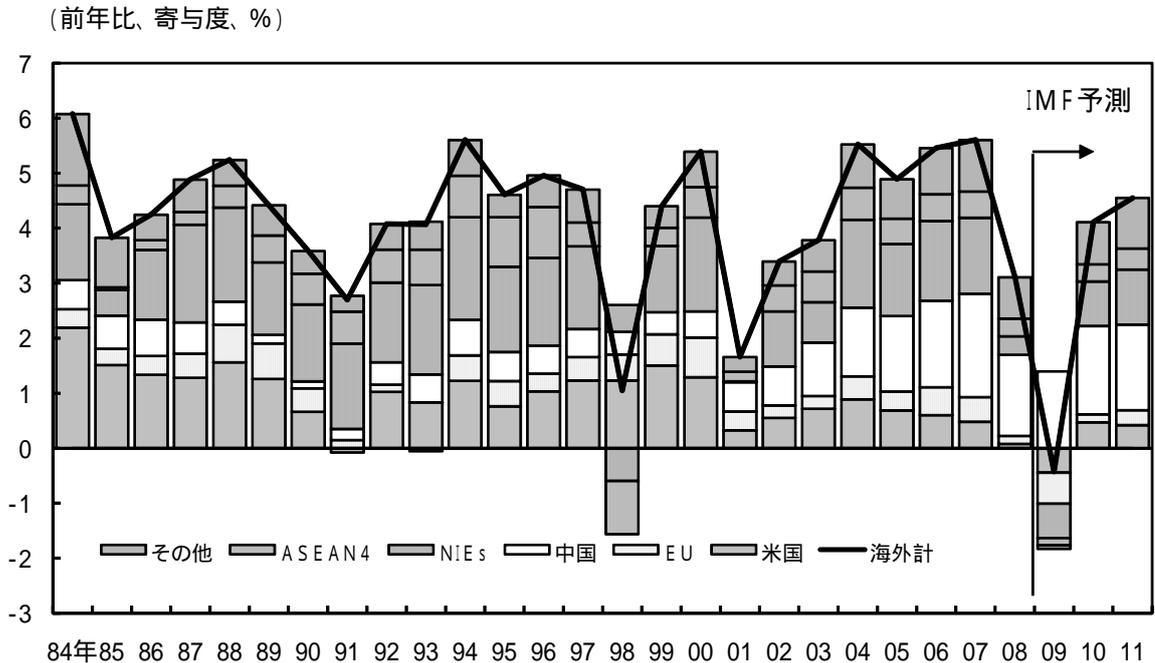
また、企業収益の改善が、賃金の回復、新規雇用の拡大を通じて、家計部門に波及する可能性。このような展開になれば、雇用不安や将来所得への不安が低下する可能性。

企業収益の回復が設備投資および雇用者所得の増加にどの程度結び付いていくか。

また、雇用者所得が増加する場合、個人消費がどの程度まで回復するか。

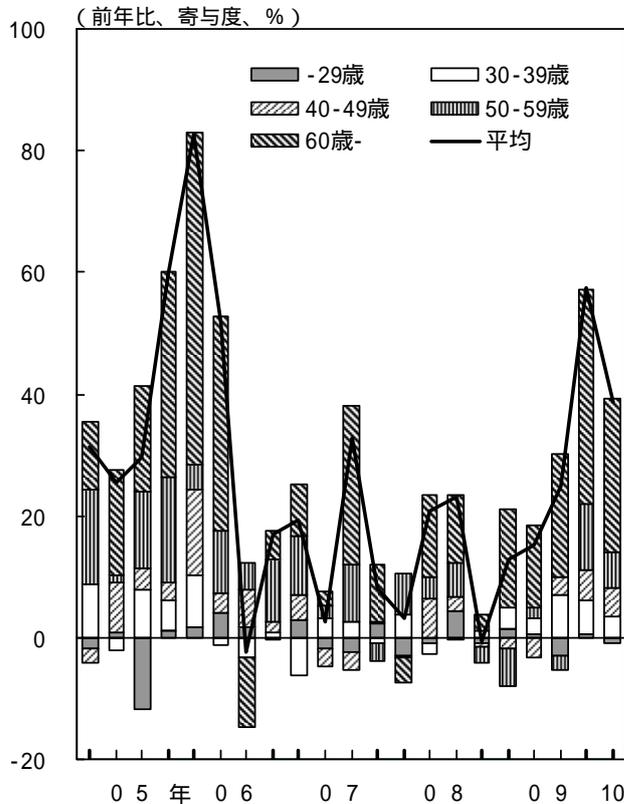
【わが国が直面する海外経済の成長率】

中国を中心とする東アジアの成長が世界経済の牽引役。

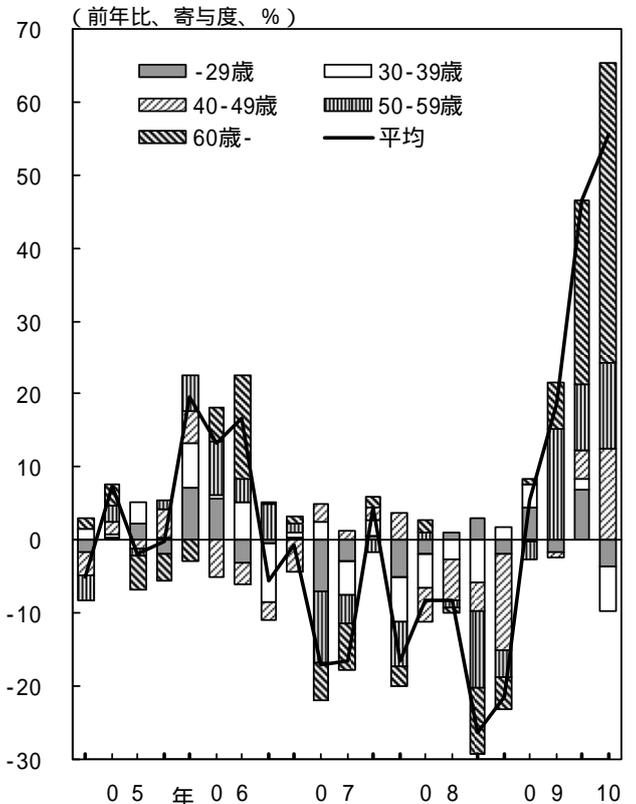


【財別消費】 …… テレビ、自動車の販売の好調さは主に 50 歳代以上が支えている
 (= 20 ~ 30 歳代の消費は盛り上がっていない)

(1) テレビ



(2) 自動車



(注) 2010/1Qの計数は、1月の値。
 (資料) 総務省「家計消費状況調査」

3. 群馬県および県央地域の中長期的な展望 (私論)

群馬県の人口について、減少ペースは全国平均並み、高齢化のスピードは相対的にマイルド、と推計されている。

将来の人口を 2005 年 = 100 として指数化すると、都道府県順位は第 17 位で推移する見通し(順位が下がるほど、減少率が高いことを意味する)。

65 歳以上の高齢人口比率は全国平均を上回るものの、都道府県順位は低い。

県央地域(前橋市、高崎市、伊勢崎市、藤岡市、玉村町)の人口の県内シェアは 2010 年 2 月 1 日現在 50.7%。将来、このシェアが徐々に高まる見通し。

【推計人口】 国立社会保障・人口問題研究所、2008年12月1日現在

千人

	2005年	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年
群馬県	2,024	2,001	1,961	1,908	1,845	1,776	1,699
県央地域	1,016	1,017	1,007	989	967	940	908
<県内シェア>	< 50.2 >	< 50.8 >	< 51.3 >	< 51.9 >	< 52.4 >	< 52.9 >	< 53.4 >
他地域	1,008	985	954	918	878	836	791
前橋市	341	337	330	321	310	298	284
高崎市	365	366	364	358	350	340	329
伊勢崎市	202	207	209	209	208	207	204
藤岡市	69	68	66	64	61	58	55
玉村町	38	38	38	38	38	37	36

2010年 2月初	対推計値
2,007	(100.3)
1,018	(100.1)
< 50.7 >	
989	(100.5)
341	(101.1)
371	(101.1)
200	(96.5)
69	(102.3)
37	(96.6)

(注)「県央地域」は、前橋市、高崎市、伊勢崎市、藤岡市、玉村町

【2005年 = 100】

	2005年	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年
群馬県	100.0	98.9	96.9	94.2	91.2	87.7	84.0
	-	17位	17位	17位	17位	17位	16位
全国	100.0	99.5	98.2	96.1	93.3	90.2	86.6
県央地域	100.0	100.1	99.2	97.4	95.2	92.5	89.4
前橋市	100.0	98.9	96.9	94.2	90.9	87.3	83.4
高崎市	100.0	100.4	99.6	98.0	95.9	93.3	90.2
伊勢崎市	100.0	102.2	103.1	103.2	102.8	102.1	100.9
藤岡市	100.0	98.0	95.2	91.9	88.1	83.9	79.4
玉村町	100.0	100.8	100.7	99.8	98.3	96.1	93.0
他地域	100.0	97.6	94.6	91.0	87.1	82.9	78.5

【老年人口比率(65歳以上)】

	2005年	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年
群馬県	20.6	23.4	27.4	29.9	31.1	32.3	33.9
	31位	33位	34位	33位	32位	32位	33位
全国	20.2	23.1	26.9	29.2	30.5	31.8	33.7
県央地域	19.5	22.3	26.1	28.4	29.6	30.8	32.5
前橋市	20.5	23.5	27.5	30.2	31.7	33.2	35.2
高崎市	19.8	22.8	26.6	28.8	29.8	30.8	32.5
伊勢崎市	18.1	20.1	23.2	24.8	25.4	26.2	27.8
藤岡市	20.9	24.0	28.6	31.8	33.4	34.8	36.5
玉村町	12.7	15.3	20.0	23.8	27.0	30.0	32.3
他地域	21.8	24.6	28.8	31.5	32.9	34.0	35.6

(注)群馬県の順位は、「都道府県の将来推計人口(2007年5月推計)」に拠る。

【転入超過率の比較】

2000年の人口に対する
2001～2008年の転入超過者数
(転出超過者数)の比率%

1	東 京	+5.7
2	神 奈 川	+2.7
3	千 葉	+2.1
4	愛 知	+1.6
5	滋 賀	+1.5
6	埼 玉	+1.0
7	沖 縄	+0.3
8	福 岡	+0.2
9	兵 庫	+0.0
10	栃 木	0.4
11	三 重	0.5
12	静 岡	0.5
13	群 馬	0.8
14	茨 城	0.9
15	岡 山	0.9
16	大 阪	1.1
17	京 都	1.1
18	広 島	1.2
19	大 分	1.2
20	香 川	1.2
21	富 山	1.3
22	宮 城	1.3
23	長 野	1.4
24	石 川	1.5
25	熊 本	1.7
26	岐 阜	1.7
27	愛 媛	1.9
28	山 梨	1.9
29	新 潟	2.0
30	山 口	2.1
31	徳 島	2.2
32	鳥 取	2.2
33	鹿 児 島	2.2
34	福 井	2.2
35	北 海 道	2.2
36	佐 賀	2.3
37	宮 崎	2.5
38	高 知	2.6
39	島 根	2.6
40	奈 良	2.8
41	福 島	3.0
42	和 歌 山	3.0
43	山 形	3.1
44	岩 手	3.4
45	秋 田	3.6
46	長 崎	4.2
47	青 森	4.2

2005年の人口に対する
2006～2008年の転入超過者数
(転出超過者数)の比率%

1	東 京	+2.6
2	千 葉	+1.3
3	神 奈 川	+1.2
4	愛 知	+0.9
5	滋 賀	+0.7
6	埼 玉	+0.7
7	兵 庫	0.0
8	福 岡	0.0
9	三 重	0.1
10	茨 城	0.2
11	大 阪	0.2
12	静 岡	0.2
13	栃 木	0.3
14	沖 縄	0.4
15	群 馬	0.5
16	広 島	0.5
17	岡 山	0.5
18	大 分	0.5
19	京 都	0.5
20	香 川	0.5
21	石 川	0.6
22	富 山	0.6
23	宮 城	0.7
24	長 野	0.8
25	岐 阜	0.8
26	熊 本	1.0
27	新 潟	1.0
28	愛 媛	1.0
29	山 口	1.0
30	佐 賀	1.1
31	山 梨	1.1
32	福 井	1.1
33	奈 良	1.2
34	徳 島	1.2
35	北 海 道	1.3
36	宮 崎	1.3
37	鹿 児 島	1.4
38	島 根	1.4
39	和 歌 山	1.5
40	鳥 取	1.5
41	山 形	1.6
42	福 島	1.6
43	高 知	1.8
44	岩 手	1.8
45	秋 田	2.0
46	長 崎	2.3
47	青 森	2.5

経済活動面では、「アジアの内需化」 日本をアジア経済圏の相互補完関係を積極的に強化する、および、その中で群馬県の県央地域を位置付けるという発想が重要。

高速道路網(関越自動車道、北関東自動車道)の活用。特に、新潟は中国を中心とするアジアとの貿易港としての重要性が増すとみられる。

✓ 中国は、2009年6月、新潟に総領事館を設置することを決定。日本では、福岡、大阪、札幌、長崎、名古屋に続き、6番目。本州・日本海側では初。

大消費地である首都圏に近接している地の利は続く。首都圏の人口は当面減少しない見通し。

【首都圏の推計人口】(千人、括弧内は2005年を100とした指数)

	2005年	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年
1都3県	34,479 (100.0)	35,058 (101.7)	35,199 (102.1)	35,028 (101.6)	34,574 (100.3)	33,875 (98.2)	32,977 (95.6)
東京都	12,577 (100.0)	12,906 (102.6)	13,059 (103.8)	13,104 (104.2)	13,047 (103.7)	12,905 (102.6)	12,696 (100.9)
神奈川県	8,792 (100.0)	8,962 (101.9)	9,018 (102.6)	8,993 (102.3)	8,896 (101.2)	8,737 (99.4)	8,525 (97.0)
埼玉県	7,054 (100.0)	7,082 (100.4)	7,035 (99.7)	6,923 (98.1)	6,752 (95.7)	6,527 (92.5)	6,258 (88.7)
千葉県	6,056 (100.0)	6,108 (100.9)	6,087 (100.5)	6,008 (99.2)	5,879 (97.1)	5,706 (94.2)	5,498 (90.8)

アジアの消費者のニーズに応え、取り込むという観点から、観光の重要性は一段と高まる。

人材の交流(人材育成&人材受け入れ)の積極化は不可避ではないか。

以上