

総人口減少社会にどう立ち向かうか

第三特別調査室長

みやざき きよたか
宮崎 清隆

我が国では、少子化、高齢化、総人口の減少が同時に進行しているのみならず、かねてより東京一極集中の弊害も指摘されている。平成26年5月、日本創成会議・人口減少問題検討分科会は、地方で急速な人口減少が進み、「消滅可能性都市」（2010年から2040年にかけて、20～39歳の若年女性が5割以下に減少する市区町村）が全国の自治体の半分近くに上ると具体的な市区町村名をもって言及し、大きな衝撃を各方面に与えたところである。

高齢社会の到来と言われて久しいが、問題とされるのは、ここしばらく高齢者の絶対数が大幅増となるという事態である。昭和40年代以降、我が国経済の発展を支えてきた、いわゆる団塊の世代が退職期に入り、さらに高齢者層となった。そのため、これらの層の大幅年収減、消費減が、モノがあまり売れないという内需減退をもたらし、内需対応産業の低迷につながっている。

出生者数を増やすことを考えるにしても、そもそも20～39年前に生まれた女性の数がかつてと比べ非常に少ないことから、多少出生率が改善しても現役世代の減少という方向性は変わらない。また、政府は、若い世代の結婚・子育ての希望が実現するならば、出生率は1.8程度に向上するとしているが、労働環境、子育て環境を抜本的に改善しない限り、その達成への道のりは険しい。

このような状況の中で、地方創生についての議論が活発になっているが、日本経済の停滞を打破する方策を考えたい。

第一に、地方都市の活性化が欠かせない。地域で新たな雇用が生まれ、所得が発生し、消費活動が盛んになることで地域経済サイクルが好循環すれば、現役世代が都会へ流出する歯止めとなり得る。そのためには、その地域の人々がまちづくりに主体的に取り組むことが不可欠である。

第二に、女性の活躍によって経済を活性化する。他の先進国に比べて低い我が国の女性の就業率を向上させることは、経済成長につながる。特に、職住が近接する地域での雇用は、就労機会を広げるとともに、地域の実情をよく知る女性の活躍が地域社会に活力をもたらす。さらに経営企画に関しても、商品ニーズを踏まえたモノづくりの企画立案、消費マーケティングの展開に、購買層の一翼を担う女性の意見を反映させていく。

第三に、インバウンド・ツーリズムとも称される外国人観光客の受入れの拡大、その消費活動の促進である。平成26年の訪日観光客は、前年より一気に3割増となり1,340万人を超えた。クールジャパンの推進など国も政策を進めているが、地域がその特性を活用し、地域経済の活性化につながる方策で、直接外国にプロモートすることが肝要ではないか。日本各地に世界遺産があり、外国人の訪日目的の大きな要素である「和食」もユネスコ無形文化遺産に登録された。さらには、東京オリンピック・パラリンピックという壮大なイベントが控えており、追い風が吹いている。