

(特別寄稿)

## コロナ・ショック下において島嶼地域が準備すべき課題

永本浩司

---

国際島嶼産業研究 3号 別刷

2020年6月

# 新型コロナ・ショック下において島嶼地域が準備すべき課題

永本浩司（合同会社・宿のミカタプロジェクト）

## 1. はじめに

島嶼地域の第一次産業から第三次産業を語るうえでポイントになるのは、島外からの需要（観光客など）、あるいは島の産品を島外で消費させて得る需要（地産都消など）、このふたつの経済活動でしょう。どちらも島外の経済が関係することに変わりはありません。

では、今回の新型コロナ・ショックは、日本経済へどのくらい悪影響を与えてしまうのでしょうか。平和産業である観光産業は、このところ経営環境に大きな打撃を受ける事象（大地震や台風）が続いています。そして今回は、世界規模で地域間の交流が断たれるという観光にとっては致命的な事象が発生しました。誤解を恐れずに表現すれば、経済学的に見た場合、同じ「有事」ならまだ戦争の方がましです。戦争とは破壊行為です（もちろん人の命も奪われる）。武器や兵糧を使います。そのため消費を生み出します。すべての物流が止まるわけではなく、ある分野では特需さえ生じます。

今回の新型コロナ・ショックは、旅館やリゾートホテルを軒並み苦境に立たせています。観光産業による経済波及効果など、向こう2年間ぐらいは期待できないといえるでしょう。さらに、コロナ・ショックは物が破壊されるわけではなく、マスクや消毒薬、一部の物流など偏った分野にしか消費の上澄みが発生しません。

## 2. 苦境に直面するサービス産業

感染拡大を防ぐため国はサービス産業を犠牲にしました。日本のGDPの約70%を占めるサービス産業（飲食業、ヘアサロン、イベントスペース、旅館、ホテル、スポーツジムなど）は壊滅的です。特に食に関する産業の崩壊は、第一次産業から第三次産業まで被害が及んでいます。これから、次々と中小企業が倒産していくでしょう。

日本の場合、事業への融資は経営者個人の連帯保証と不動産担保が土台です。新型コロナ・ショックによって、多くの有能な経営者（トップ・リーダー）が丸裸になり市場からの撤退を余儀なくされるのです。

米国のように事業の失敗自体の責任を追及するファイナンスの仕組みになっていない日本は、トランプ大統領のように何度も事業を失敗しても大統領になれるという「やり直しの利く国」ではないのです。それ故、リーマン・ショック時と同じく、米国の景気回復よりもずっと遅れて日本経済は回復の曲線を描いていくことが予測されます。

しかも、現状でも既にリーマン・ショック時の30倍の景気後退の数値さえ示され、これが今後、さらに悪化していくわけですから、従来水準まで景気回復をするわけがない。そしてパンデミックは北半球から南半球にまで及びます。二次感染が波状攻撃を仕掛けてきます。入国規制が大事な政策になります。

私は、東京オリンピック・パラリンピックと大阪万博をどのように生かすかが大きなカギを握っていると考えていますが、長野五輪のときも反省されたように、日本の場合、世界的イベントを生かすことが苦手な気がしていてとても心配しております。1年程度延期された東京オリンピック・パラリンピックの開催さえ、危ういと考えています。

このような状況では、国民の消費動向が大きく低迷せざるを得ないと考えますから、当然、島内からの産品が首都圏で大きく消費される期待は持てません。資源のない日本経済、非常事態宣言時には活動停止状態なのです。

しばらく観光による島嶼地域の経済波及効果も、インバウンド需要も、「地産都消」への期待もできません。残念ながら島嶼地域の事業者は、その覚悟を持つべきだと思います。

### 3. 過剰報道の弊害

では、この苦境はどのくらい続くのでしょうか。この答えも誰も持っておりません。過去に成功体験を持つ新聞社、テレビ局など既存メディアは、ここ 10 年以上、Web メディアの台頭で一方向的に存在感を失っておりました。ところが、新型コロナ・ショックで一時的に既存メディアの勢力が回復しています。既存メディアは、まだまだ国や自治体からの公式発表に対するパイプが太いため、どうしても大衆は速報性のあるテレビや新聞を注視せざるを得ません。

視聴率の回復により離れていたスポンサーが一時的に戻りますから、そこには、当然、商業ジャーナリズムの悪しき体質が働き、この混乱を煽る報道が過剰に続いてしまう懸念があります。しかも無意識に働くから始末が悪いのです。

いま、私たち事業経営者が見なければならないのは、本当の現実です。テレビや新聞報道の情報を決して鵜呑みにせず、情報源の研究と複眼的視点を持ち続けたいものです。

### 4. 元の時代には戻れない

日銀の金利操作により下支えされていた日経平均株価も限界点がやってくるでしょう。实体经济とはとても言えなかった日本経済が、2020 年 1 月期の水準に戻ることはありません。アベノミクスは实体经济からほど遠いバブル経済だったとすると、アベノミクス時代に通用したサービス産業の商品力では、例え新型コロナ・ショックが終息し、徐々に景気回復したとしても通用しない可能性があります。

よって既存のサービス産業は、もっとパワーアップしなければならないということになります。こんなに厳しい時代なのに、事業成長促進を考えていかなければ、新しい時代に生き残れないということになってしまいます。今後は不要な宿や飲食業は存在できない時代になります。一度、白紙に戻して自社のビジネス・モデルを再構築する必要があるようです。

新型コロナ・ショック前の年間の自殺者は約 2 万人。雇用不安、将来不安、経営破綻により、今後、自殺者はもっと増えるでしょう。今回、感染拡大を抑止するために国や自治体がとった政策はサービス産業を直撃しました。日本経済を仮死状態にするものでした。

では、Post コロナ・ショックは、どんな時代になるのでしょうか。おそらく今の時代を生きる人類の誰もが答えられないでしょう。それほどまでに凄まじい人類の歴史に残る経済後退なのです。私は、迫りくる恐ろしい現実を冷静に分析し、目をそらさぬように必死に自分自身を意識管理しています。その一環でもあるのですが、定期的に観光業界外の人間との意見交換会（Zoom を使ったオンライン会議）を行うようにしました。

2020 年 4 月 20 日に開かれた意見交換会には金融庁、総務省、経済産業省の政策に絡む専門家も多数が参加しました。国立大学法人・公共政策分野の大学院教授、デジタル・イノベーションの専門家、島

嶼地域で教育現場に携わる方、地方の交通機関関係者、看護大学教授、オンラインメディアの運営者、金融業界専門家、地方の通信事業者、観光業界専門家などが主なメンバーです。

皆さん、真剣に思考を巡らせておられました。ここに、我々の生活に関わりそうなコメントをご紹介します。箇条書きにしますので、それぞれのお立場で感じていただきたいと思います。

- ・ 「インターネットでもできるビジネスとインターネットではできないビジネス」を考え尽くさなければならない。（大学教授）
- ・ オンライン・キャバクラなどが横行しているようだが、これが定着するとは思えないものの、「従来の対面型ビジネス」は生き残れない気がする。ただ、「新しいビジネス」が生まれる予感はある。（デジタル・イノベーション専門家ほか、多数）
- ・ 5月6日に非常事態宣言が解除される可能性は低い。経済の立ち直りは2年間ぐらいかかると想定すべき。（ほぼ全員）
- ・ 日本はすでにピークアウトしているという説もあるが、どの説が正しいか証明できない点が残る。（有識者）
- ・ 国家間の人的交流は、元に戻らない。医療インフラが未整備な開発途上国の感染速度はすさまじいので、今後、日本への入国制限などをどのようにしていくのか注目される。（大学教授）
- ・ 例え終息しても、在宅勤務、テレワークの方向性が急速に強まるだろうが、そうすると人間関係における弊害が心配。ただでさえ男女の出会いが少なくなったと言われているのに、さらに出会う機会が少なくなるのではないかと、少子化が進む可能性も。（大学教授）
- ・ 一方で、緊急事態宣言においては、出生率が上昇するという説もある。（オンラインメディア従事者）
- ・ インターネットの活用が凄まじい速度で急激に高まっており、地方のインターネット環境が崩壊寸前。トラフィックが従来に比べてとんでもなく厳しくなっている。（地方ブラウザ業者）
- ・ 団体バス、団体割引、パッケージ商品、乗り合いタクシーなど、集まればお得的な概念が急激に減少し、個人化やプライバシーの尊重などの概念が付加価値を生む時代になる。（交通機関従事者、大学教授など多数）
- ・ 既存メディアの商業主義に惑わされてはダメ。（ほぼ全員）
- ・ もう批判の対象ですらない政治家に期待してはいけない。（ほぼ全員）
- ・ 富裕層は、救急事態宣言時でも動く。これは社会現象である。

少なくとも識者たちの共通の見解は、「2020年1月期のような時代に戻らない。景気水準も事業者ならびに消費者の価値観も生活習慣も大きく様変わりする」という共通認識でした。同時に、インバウンドへの期待も、大量受け入れ型は成り立たないと思います。訪日外国人客による外需はあくまでラグジュアリー型だけが恩恵を受けるという認識で一致しました。

## 5. 新しい時代に備える

いま、言えることは「元の時代には戻らず、新しい時代が来る」ということ。新しい時代で勝負できるビジネス・モデルを日本全国の事業者が新たに考えなければならないのだと思います。

某外食うどん全国チェーンは、鳥インフルエンザの流行時に焼き鳥屋だったそうです。このとき、大きく業態転換を決意したからこそ生き残っているのだといいます。こうした柔軟な姿勢と大胆な行動力が事業経営者に求められます。

島嶼地域で事業に従事している皆さんへ。しばらく島外から需要は期待できません。しばらくは島内で需要と供給を回す考え方にシフトするべきかもしれません。現状での観光振興は島内へ感染者を招き、島の医療機能の崩壊を招きかねませんから、ワクチンの開発など様子を見ながら、島民に少しずつ抗体を持つ人を増やしていく施策が必要かもしれません。難しい判断ですが、ここは島の首長のリーダーシップにかかっています。

ワクチンができ、抗体を持つ島民が半数以上になってはじめて観光振興に再チャレンジするほかないのでしょうか。そのとき、インバウンドへの期待は、欧米人の富裕層になるのではないのでしょうか。再チャレンジまでの間、Wifi環境の整備など、デジタル化社会の準備をしてください。テレワーク、ワーケーション（ワーク+バケーション）、在宅勤務など島の暮らしの中でビジネス展開をしていく概念が大きく膨らむと思います。その際、インターネット環境の整備が必要十分条件となります。しっかりと準備をして Post 新型コロナ・ショックに「真の地方の時代、島嶼地域の時代」が訪れることを期待しましょう。島嶼地域の皆さん、今は準備と思考を深めるときです。