

# 経 済 民 生 常 任 委 員 会 記 録

令和4年4月27日(水)午後1時18分～午後4時02分(9階 908 会議室)

## ○出席委員(8名)

委員長	阿部 亨
副委員長	小熊 省三
委員	沢井 和宏
委員	丹治 誠
委員	尾形 武
委員	粕谷 悦功
委員	半沢 正典
委員	渡辺 敏彦

## ○欠席委員(なし)

## ○市長等部局出席者(なし)

## ○議 題

「郊外型大型商業施設開業に伴う本市への影響と対策に関する調査」

- (1) 参考人招致
- (2) その他

---

午後1時18分 開 議

(阿部 亨委員長) ただいまから経済民生常任委員会を開会いたします。

議題は、お手元に配付のとおりです。

初めに、参考人招致を議題といたします。

本日は、参考人として、福島大学経済経営学類教授の尹卿烈氏に出席いただき、話を伺います。

参考人招致に関して注意事項を申し上げます。1点目ですが、参考人はあらかじめ依頼した事項、事前質問について意見を準備して出席をいたします。そのため、事前質問以外の事項について意見を求めた場合、委員長は委員の発言を制止することができますので、ご了承を願います。ただし、参考人の了承を得られるならば意見を求めることができます。

2点目ですが、参考人招致は証人と異なり、百条調査のような強制力がなく、委員から依頼して出席を求めるものですので、参考人に対し礼節を尽くし、追及するような質問はしないでください。

3点目ですが、本日のスケジュールは参考人招致実施要領及び次第のとおりです。説明が60分、質

疑応答が30分となっております。また、終了後に意見開陳を行います。

それでは、参考人をご案内してまいりますので、暫時休憩をお願いします。

午後1時20分 休 憩

---

午後1時25分 再 開

(阿部 亨委員長) 委員会を再開します。

本日は、大型商業施設が地域に与える影響についてのお話を伺い、調査の参考とさせていただくために、福島大学経済経営学類教授の尹卿烈様にご出席をいただいております。

この際、参考人に一言ご挨拶を申し上げます。本日は大変お忙しい中、経済民生常任委員会のためにご出席をいただき、誠にありがとうございます。経済民生常任委員会を代表して心からお礼を申し上げますとともに、忌憚のないご意見をお述べくださるようお願いをいたします。

早速ですが、議事の順序等について申し上げます。初めに参考人からご意見をお述べいただき、その後委員の質疑にお答えをいただくようお願いをいたします。

それでは、参考人から発言をお願いいたします。着席のままお話をお願いいたします。

(尹 卿烈参考人) 皆さん、こんにちは。改めましてご挨拶したいと思います。福島大学で経営戦略論、そして国際経営論、そしてビジネスイノベーション論を担当している尹と申します。私、実は2006年福島に来てから16年間お世話になっているものなので、福島地域の活性化だとか、これに関しては日々関心を持っているもので、私もちょっといろんな意見を述べる機会をいただいたので、光荣だと思っております。私、福島大学ではやっぱり地域に愛されないといけない、地域大学として。だから、地域活動をよくやっているのですけれども、私のゼミで地域の空き家、そして地域活性化のために、飯坂温泉でもそうだし、いろんな活動をやっております。今日は少し私たちがやっていたものも踏まえてご説明したいと思っております。

私が用意してきたのが、皆さん今関心であるイオンモールが新しくできるのです。どんどん大型店が増えているわけです。こうなると、地域を守ってきた地域の商店街はどうなるのだろうというもので、かなり悩みが多いと思います。これに論点を絞ってやっていきたいと思っております。

ではまずは、私が去年作成した論文をベースにして、福島県内の市町村で行っている人口の変化、そして地域がどのように変化しているのかという研究をちょっとご紹介したいと思っております。福島で震災が起きて、浜通りではまだ住めないところがあるのです。この町村を除いた統計データを発表している全ての自治体を踏まえて、ここで経済的な側面、そして生活の側面、そして空間の側面から福島はどのように変わっているのだろうというものを研究したものでございます。

ではまず、簡単ですけれども、福島県の人口の推移をちょっとご覧いただきたいと思っております。まず、この図を見ていただくと、福島県では毎年1万人が減少しているところでございます。50年であるならば50万人が減ることになっておりますけれども、この中身を見るとちょっと恐ろしいのが、市の辺

りは人口が減っていないのです。増えているのです。むしろ人口が減っているというところは、町や村というところが結構人口が減っているわけなのです。

では、私が一番関心を持っているのは何かとすると、自然的な増減、出産、死亡に伴うものではなくて、社会的な移動にどのような要因が影響を与えるのかというものにちょっとフォーカスを当てていってみたいと思います。

こうなると、これを見ると、市であると入ってくる人が多いのです。そうであるのですけれども、町村部においては入っていく人が少ない。そして、どこがたくさん減っているのかとすると、転出を見ると町村部が多くて、市ではあまり外に出ないという社会的な移動の動きが見えるのですけれども、こっちがちょうど福島市なのです。福島市がここにあるのですけれども、では何人が減っていたのかという軸と何人が入ってきたのかという軸から見ると、福島市はちょうどこの辺りに属しております。では、こっちはどんな地域かとすると、入ってくるのも多いのだけれども、減ってくるのも多い、移動が活発に行われているというところでございます。その中で、これが平均値なのです。この線が。平均値に近いのだから、そんなにどっちが多いのだよというものにはちょっと言えないのですけれども、この尺度がちょっと違うのです。これが人のベースなのですけれども、こっちは1目が5,000、1万。でも、こっちは2,000、4,000、2,000ずつになっているのです。だから、こっちにあるのだとしても福島市は転出が多くなっているということになっております。

私が統計的なデータとして入れたのが、主成分分析という統計的な方法を利用してやっているわけなのです。主成分分析というのは、簡単に説明すると、数学、物理、化学の成績が高い子がいるのです。科目の点数は違うのだとしてもこっちは論理力がベースにあるわけ。そして、国語だとか社会だとか英語であるならば、科目の点数はそれぞれ違うのだとしても、その後ろには理解度というものが鍛えられるわけなのです。だから、私がしたのがこの5つの尺度、これには30個以上の点数を全部入れたのです。主には人口構造、そして立地的な特徴、経済的な状況、産業構造、そして雇用環境、そして教育だとか生活だとか都市インフラに関連するもの、これを全部入れた後で似たような成分、これを探すためにバリマックス法という統計的な方法を利用して6回も軸を回転しながら分析を行いました。

そうした結果現れたのが1、2、3、4、4つの成分が見つけれられたのです。これは、30の尺度を入れて、だからこの尺度、1の成分ですけれども、この要因を1つのカテゴリー、この黄緑の色、成分を1つのカテゴリー、そして4つのカテゴリーに分けて、これをそれぞれ人口変化に影響を与える、そして人口変動の後ろにある地域の特性あるいは経済的な特性を背景とした成分であるのだとして私は分析しました。

福島県内のこの地域をこのように分析を入れたわけなのです。こうして見ると、こっちは真っ白になっているのは、いまだに統計データを公表していないというところで、この浜通りの原発に近いところを除いた全ての地域を分析に入れてカテゴリー化をしたのです。類型化をしてみたら、面白い特

徴が5つのグループに分けることができました。1つ目は、南相馬市は1つの特徴、この特徴というものは何かとすると、この5市の本当にリアルのなものではなくて、数字的な傾向なのです。だから、この南相馬の一定の数値の傾向を持っているのはない。だから、別に設定されているのです。だから、南相馬は南相馬内での特徴がある。ほかの地域とは異なる。そして、第2の特徴が県南地域なのです。こっちの地域はいわき、白河などなど、この地域があるのですけれども、こっちはほぼ似たような数字の傾向が見られる。そして、福島市を含む県の北の地域、そして中通りの地域はこっちの地域内でのちょっと似たような成分を持っている、特徴を持っているということが分かります。そして、会津若松地域は別の観点で考えなければいけないというものが現れたのですけれども、先ほど私が4つの成分をベースにして言ったのですけれども、第1成分は何かとすると、さっきのここで、これは第1成分、第2、第3、第4です。第1は、私は総合的に都市地域の特徴を見せる成分だろうという。この図で見たのですけれども、福島市はここにあります。だから、福島市、郡山市、三春町、本宮、伊達、桑折、この中には比較的発展した都市の性格を持っている、都市インフラもある程度、教育インフラもある程度、産業インフラもある程度。都市の成分が高い。そして、第2グループであるならば、中通りの県南地域なのです。いわき。いわき辺りも結構都市化が進んでいる、人間が住むには不便がないよというもので形成されているのです。でも、南相馬のように第1だとかほかのところはまだ都市化が進んでいない。逆に言うと、別の言葉にすると、生活に不便がある地域であるということが成分分析から分かります。

そして、第2の分析は、成分は何かとすると、産業発展地域、もう既にある程度産業基盤がある、経済的な基盤がある、このような特徴なのですけれども、福島が、ここにあるわけなのです。福島市は、どちらかだとすると産業発展、これが主には2007年から2017年までの10年間のデータを持っているわけなのです。では、2007年度と比較して、そして毎年毎年減ったりするのですけれども、2017年、これをゴールとしてどのように変化したのという部分で見るとは、この主に10年間、目立つような産業発展地域で現れる雇用が増えたとか、子供の人口が増えたとか、都市インフラがちょっと改善されたとか、このようなちょっと鈍いという特徴があります。これはいわき辺りのところも同じということになります。

そして、第3成分がちょっと重要なのですけれども、産業が衰退する地域、鈍っている地域、どちらかだとすると発展ではなくてちょっと詰まっている感じの特徴なのですけれども、こう見ると福島は判断がちょっと曖昧。発展するとすれば、目立つような活発な動きはない。だけれども、ではそうすると衰退しているのだよとすると、ちょっとマイナス的なもので落ちているわけではないというちょっと曖昧な位置づけがここ数字から表れるわけなのです。

そして、第4のところなのですけれども、これが福島の特徴がよく表れるものかもしれないです。何かとすると、3.11以降、除染作業を通じて、復興プロジェクトを通じて各地域でプロジェクトを様々なにやったわけなのです。これによって物すごくインフラの整備がなっているところもあって、浜通

りのイノベーション・コースト構想によって目立つような発展をやっていたところもあるわけなのです。こう見ると、相馬市だとか新地町だとか、このようなところは進んでいる。これ都市化進展地域、目覚ましい発展をしている、インフラ整備をやっているというところでは、福島は平均よりちょっと落ちているというところなのです。これは仕方ない部分ではないかなと思っております。

私が主成分分析、そしてクラスター分析として成分表を分析した結果から、ちょっとこれ研究の結論、まとめを出すと、このようなことが言えるのではないかなと思います。やはりハードウェア的な、今浜通りでスマートシティをつくるための動きがあるわけなのです。でも、スマートシティというのは何かとすると、どちらかすると鉄筋コンクリートなのです。ハードウェア的なものなのです。だから、今はほかのところではスマートコミュニティだというのは、では、ハードウェア的な建物だけではなくて、子供を入れて、子供が跳んだり何か活発に動く、ただ家を建てるのではなくて、ここに子育ての家族を入れる、こうすると笑いもあるし、泣きもあるし、悲しさとか、いろんなものがあるのではないですか。これをつくりたいという動きがスマートコミュニティの構想なのです。

だから、結論は、私が分析したものは何かとすると、1つの要因で人口が増えたり減ったりとかはしない。総合的にして人間の暮らし、アメニティーだというのはですけれども、では今まで産業政策は何かとすると、雇用先があればいいのだよ、収入が高ければ集まるのだよ、何があれば集まるのだよ、これがないと出ていくのだよという、一つの尺度だけれども、基準だったかもしれないですけれども、総合的に30個以上の要因を分析したら、30個が様々に影響を与え合うわけなのです。この中で私が一番重要にしたのが、都市生活に利便性を与える商業の役割が非常に大切なのです。買物ができない、何々したいと思うのだけれども、これができない、この格差がどのぐらい大きいのかということて人が集まったり減ったりとかということが結構目立つようになったのです。だから、商業の重要性、今日論点であるのですけれども、商業というのはただ民間企業が稼ぐだけの役割ではなくて、人間の暮らしを豊かにする地域活性化の重要なポイントであることがこの研究でも分かるようになりました。

そして、2点目、地域活性化対策は該当地域それぞれ異なる環境なのです。異なる特性を持っているわけなのです。だから、これを今私がやったように、成分分析、クラスター分析で言ったように、同じ県内だとしても一言で福島県はこうだよと言えないわけなのです。私が福島市内の空き家対策を今やっているのですけれども、この福島市内中心部と庭坂地域とは全く別の環境なのです。福島市内でもこれ全部違う、異なるわけなのです。だから、特性があるもの、これをやるべき。そして、連携をすることが非常に大切であるのだよということが研究で分かったのです。

そして、3番目、これ非常に重要かもしれないのですけれども、今日の論点にもつながりがあるのですけれども、人間が何かやるのには悩むと解決できるものがあるって、悩んでも悩まなくても結果が変わらないものもあるわけなのです。地域研究において一番重要なのが立地だったのです。福島市と近いのだから、国見が、二本松が発展するわけ。会津若松は何かとすると交通が不便で、山の奥だから、郡山まで、会津まで来るのが不便だから、こうなるしかなかった。やっぱり立地というのは最も

大きな影響を持ちます。でも、いかなる者であるのだとしてもこれはコントロールできないわけなのです。だから、私の研究の結論としての一つは、コントロールできないものは諦めましょう、そして選択と集中を通じてできるもの、変えられるもの、これにフォーカスを当てたものが必要ではないかなというもののなのです。企業活動を促進させる方法あるいは産業基盤、生活の基盤、アメニティーだというのですけれども、利便性、満足性、このようなものを上げるような施設整備を行うなど、可能なものに力を入れるべき。可能ではないものを無理やりに変えるというのは無意味であるのだらうというもののなのです。後ほど説明いたしますけれども、交通が不便な地域で製造業を呼ぶように、企業を呼ぶようにするのは無駄なのです。非常に非効率的なものなのです。また、人口があまり少ない地域でイオンを呼ぶ、ヨークベニマルを造る、あれも呼ぶというのは無理なのです。今コストコが上山市にあるのですけれども、コストコは50万人がベースなのです。50万人がベースなのに、福島30万人でしょう。そして、周りを隣接した市を集めても四十何万人です。これは幾ら何しても、うちに仮に必要なのだとして、呼ぼうとしても彼らの判断では人口密度が低い。つまり商圈が整っていない。だから、彼はノーなのです。だから、できないもので悩むのではなくて、できるもの、我々で変えられるものに選択と集中で分けて考えるべき、これが3点。

そして、4点は本当に大切なものなのですけれども、今までの研究は何かとすると、福島市何人増えた、転出何人、減るの何人、そして子供の割合何%、高齢者の割合何%、経済活動人口割合何%、このような数字だけのものだったのですけれども、政策を立てるためには本当に必要なのはこの中身。福島市は、人口は少しずつ減っているわけなのです。でも、家族数、世帯数は減っていないのです。なぜかすると、1人世帯が増えているわけ。結婚しなくて、子供なくて、1人の世帯が増えているわけなのです。そして、子供がなくて、独立した世帯が増えているわけなのです。だから、あらゆる地域の活性化のために、地域を理解するためにはこの質的な変化、これに注目すべきではないかなというもので私の研究は結論づけました。

この研究を踏まえて、今からが本番かもしれないのですけれども、主にはイオンモールを想定したのです。今ホットな話題で、2年後にはオープンするではないですか。だから、これに関する慎重、そして反対、賛成、様々な意見がある中で、期待感もあって、不安感もみんな持っているわけなのです。この影響を客観的にただ好き、嫌いの気分的な、主観的なものではなくて、客観的にちょっと見ようというのがこのセクションをつくった狙いでございます。

皆さんがご存じのようにイオンモール福島として造るのですけれども、皆さんがご存じの地域でこのような高速道路が2つ、そして在来線ですけれども、伊達駅があるところ、そしてこっちが新しく相馬から高速道路ができたのだから、相馬からでもただで、無料で来れるところなのです。ここにあるのですけれども、この規模は何かとすると、東北で3番目に大きいのです。実は私も調べて驚いたのが、敷地面積はいわきにある、小名浜にあるもののほぼ3倍を超えるわけなのです。結構大きな規模で、東北で3番目に大きいのです。ここで私が注目したのは何かとすると、イオンモールがあると、

隣にゼビオが建っていたりとか、すし屋ができたりとか、大型店がオープンするわけなのです。でも、ゼビオに確認しても、ほかのところへ行ってみても、またこの隣にこのような建物が建てられるのだというのはまだ公表されていないわけなのです。これだけ大きなものができて、小売業の環境が変わるのに、これに伴って大きなまちをつくるかもしれない。まだ白紙状態であるのですけれども。これは絶対影響を与えるわけなのです。

では、これをマーケット的によく言うのが商圈という単語を耳にしたことがあると思います。これは、別の言葉にすると吸引効果というもののなのです。どこまで引っ張ってくるの、奪ってくるのというものなのですけれども、簡単に言うと総合スーパー、ヨークベニマル、イトーヨーカドー、そのぐらいであるならば位置的に直接、強い影響を与えるのが車で5分、歩いて500メートルぐらい、こっちのお客さんは絶対に、ほぼ7割、8割の確率でほかのところへ行かなくて、こっちに来るだろう、引っ張るのだろうという影響を与えるのが1次商圈、そして2次であるならば半分ぐらい、そして3次であるならば何かあるときというもので、こう見ると基本的には半径10キロ、福島駅からイオンモールがあるところまで13キロだったのです。車で30分だったのです。そうすると、こっちは影響を与えるかどうかというものののですけれども、絶対影響があります。では、これはポジティブなのかネガティブなのか別として、絶対影響はあります。

実際ほかのところ、これ富山県なののですけれども、このように民間企業は重ならないように、重なると、カニバリゼーションという単語聞いたことありますか。例えばの話で、iPhoneが今1年、2年前に買っていただいたのであるならば、iPhone12を使うわけなのです。それなのに今年iPhone13を出しました。iPhone13を新しく出すと、iPhone12、11はどうなります。売れなくなるでしょう。でも、大きい目線から見ると同じアップルのものではないですか。だから、自分の利益を自分が奪ってしまう、重なる。これをカニバリゼーション、共食いだというのです。だから、共食いが生じないように、各企業はこのような絶妙なバランスで売上げを最大化、共食いが無い方法で立店計画を出すのが基本的な考え方であります。

でも、私が1点ちょっと言いたいのが何かというと、先ほど福島市内から13キロ離れていると話したではないですか。以前の、これが10年前のところから引っ張ってきたものなのです。今はどうなるの。今はモビリティ社会なのです。トヨタモーターカンパニーではなくてトヨタに変わるべきなのです。テスラも実際テスラモーターカンパニーから株式会社テスラに変わったわけ。車を中心ではなくてモビリティ、移動が重要になった社会なのです。だから、単純に距離的に離れているのだから安心、距離的に近いのだからちょっと不安という考えではなくて、移動する時間、その際何があるのだろうというものを基準として考えるべきであります。そうすると、今福島市から30分でしょう。米沢からでも30分ぐらいなのです。白石からも30分かからないです。そして、相馬からもひょっとすると高速道路を利用すると30分ぐらいで来れるわけなのです。だから、ではイオンモールの商圈どこまで引っ張ってくるのだろうというものを将来的に5キロ、10キロということではなくて、白石まで、

米沢まで、相馬まで営業圏にあるのだらうというものが言えるわけなのです。

問題は、私がこの資料を準備しながら考えたのが何かとすると、福島市で対策を用いるとき、本来が一番重要だったのは、米沢からせっかく来たので、ここまで来て真っすぐ帰る、福島市でラーメンを食べるために、コーヒーを飲むために、何々するために寄らずに、そのまま目的を達して帰る。これが一番まずいわけなのです。だから、イオンモールに通う人たちはどのような人なのかとすると、福島から出ていく人もいるのだけれども、他から寄せてくる人もいる。問題は、この人を福島市内で封印する力があるのか、彼らのために何を準備して、彼をおもてなししながら、一つでも売れるようにするのか、これが問われる時代ではないかなと私は思っています。

そして、私が数字で言うのではなくて、客観的なデータを持って、論文あるいは各自治体が出す、あるいは経済研究所が出す資料をいろいろ探したのですけれども、意外と少なかったのです。あるものは10年前のものなのです。10年前のもので、今はアマゾンで、楽天で結構買うではないですか。このような傾向が入っていない。だから、考え方がちょっと違う。

そして、ではもっと重要なのは、イオンモールが、あるいはコストコがあるところに建てられた、これによって近所にある商店街がどのように衰退したのか、発展したのか一番肝腎であるのですけれども、これに関する資料が全くなかったのです。福島市の資料を入れたのですけれども、基本的に人口センサスを用いて、人口に関するものは毎年やるのです。だけれども、商店街の経済状況に関しては5年に1回しかやらないのです。でも、タイミングが悪くて、今は新しいデータがない時期なのです。だから、私が持ってきたのが2017年。一番最新の資料が2017年の資料なのです。そのときはドン・キホーテもなかったし、ヨークベニマルも新しくしていなかったし、大型店の影響は全くない、無関係な資料なのです。だから、この論題である大型商業施設が地域に与える影響を語るには資料がなくて、客観的には判断ができなかったのです。

だけれども、多くの研究で共通的に認識するのが何かとすると、多くの地方都市で商店街をめぐる環境は非常に悪くなっている。そして、中小企業庁が出したのですけれども、この言葉が一番強いことなのではないかなとして私引っ張ってきたのですが、大型店は補完的な関係ではない。これは何かとするとウィン・ウィン。車があると、ガソリンスタンドは増えるしかないですね。コーヒーがたくさん売れると、砂糖とかクリームも一緒に売れるのです。おにぎりが売れると、お茶も一緒に売れるのです。一緒にウィン・ウィンできてやるものではない。発展するもの、ウィン・ウィンではなくて、ウィン・ロスするもの、これが、中小企業庁が出しているものなのです。私もベルト、靴、以前は革だったのです。でも、今はプラスチックかビニールに変わったではないですか。鉄であったものを今はプラスチックでやるでしょう。このように既存のものを衰退させたので、新しいものとして大型店も見べきだよというのが中小企業庁の結論であります。だから、基本的な考え方としては、イオンモールだとか新しい大きなショッピング施設によって地域の商店街と一緒にウィン・ウィンできる、この策をつくるのは非常に難しい。こっちが客を引っ張っていくと、商店街は衰退するしかない、こ

れを認めた上での議論が進められないといけないのではないかなと私は思っています。

この多くの研究でもっと面白かったのが、きれいに半分半分ではないのですけれども、大体は論点が割れて論争中なのです。でも、地域に貢献するのだよ、地域の活性化につながるのだよという意見半分、そして地域の商店街にはマイナス的な影響を与えるのだよというネガティブな意見半分で今論争中であって、結論に達した研究はほぼなかったです。

だから、私が達した結論は、先行研究でも同じなのですけれども、大型店が出て、地域商業への影響は一言でプラスだよ、マイナスだよということは語れないということが1点。そして、2点目は周辺地域だとするのだとしても、どこにあるのか、何キロ離れてあるのか、どのような都市なのか、どのような販売方法を持っているのかによってその効果が異なるために、総合的に分析するべきということが先行研究を通じて私の結論でございます。

ちょっと話を別にして、なぜパナソニック、福島から出たのでしょうか。そして、富士通、会津若松から出たのでしょうか。新しく入るところも心配なことなのですけれども、製造業が福島から離れていくのも心配しなければいけないのです。だから、入るのだけ心配するのではなくて、こうすると企業はそもそも何をもって入る、出るを考えるのだろう、企業が目線からちょっと考える、理解する必要が絶対あるのではないかなと私は思っています。なぜ来るのか、これを分からないで対策を講じたり、怖がったりとかするのも駄目でしょうというもので入れたものなのですけれども、これは福島市でやっている企業誘致だとか立地促進政策であります。福島市のみならずあらゆるところが全部、地域活性化をやるわけなのです。皆さんよく復興のとき聞いた話があるのではないですか。復興のためには3つの者が必要であるだろう。若者、よそ者、ばか者、よく言うでしょう。ばか者というのは、1つ夢中になれる人、強い志を持っていて、これを達成するために夢中になれる人間。一番必要なのはよそ者なのです。よそ者をいかにお呼びして、彼らが手ぶらで入るわけではないのです。人、物、金という資源を持ってくるわけなのです。これを持ってきてやるのだけれども、この政策を2つに見ると、企業誘致、企業立地、言葉が同じように見えるのだけれども、ちょっと違うのです、ニュアンスが。これは何かとすると、企業誘致というのは主に市がピンポイントでコストコさん、何さん、来てくれよ、来てくれるとこれをしてあげるとするのが企業誘致というものなのです。企業立地というのは何かとすると、ピンポイントでこっちさん、こっちさん、うち来てよとは言えないのだけれども、しやすい環境をつくっておいて、これをPRして、そうすると関心があるところがちょっとおたくさんこうなっていますとして来るように誘導させるのが企業立地というものなのです。

あえて私が立地と誘致という単語を説明したのは何かとすると、この単語も違うように、製造業でも商業施設でも異なる引っ張り方をやらなければいけないということをお願いしてこれを入れたわけなのです。富士通が会津からも出たでしょう。なぜ出たのかとすると、カメラの基板になれるものも作ったし、パソコンの部品も作ったわけなのです。でも、彼らのものは部品を作る会社で、納品先は、注文量はあったわけなのです、会津であれどこであれ。注文、販売量が減ったわけなのです。自分の

売上げが減ったから、出るしかなかったわけなのです。

これを理解するものが重要なだけけれども、企業は利益を見る目線が単純です。では、収益を上げるためにはこっちを上げるかこっちを下げるしかないのです。これにおいて製造業はどのように考えるかという、収益というものは、この地域にあるのだとして、この地域とちょっと関係はないのです。東京あるいはほかの企業との関係があるのです。だから、地域とあまり関係がない。地域と関係があるものは何かとすると、人件費あるいはテナント費用、土地代あるいは水道代とか、このようなものなのです。だから、彼らにはどのようなものが必要なかとなると、あなたこっちに来ると稼ぎますよという話ほとんどない話。だから、コストが削減できて、あなたは利益が大きくなるのだよ、これが一番おいしい話なのです。だから、製造業を呼ぶときは収益の話ではなくて、コストが削減できるよね、うちでは10年間税金もらわない、電気料金、水道料金、これを減らしてあげるとするのをピンポイントで言うべきなのです。

でも、同じこと、イオンモールだとか、コストコだとか、ヨークベニマルだとか、小売業、サービス業においてはあなたに電気料金安く、何々安く、費用面を言ってもあまり価値がないわけなのです。彼らが一番重視するのは、コストが削減できる、これはあまり重要ではない。それより需要がたくさんあって、たくさん売れる、これが一番重要なのです。だから、幾ら電気料金、水道料金安いのだとしても、ちょっと都心から離れたところでは出店がない。むしろ駅前にはテナント費用も高く、ここでは雇うには人件費もかかるかもしれないのだけれども、稼ぎがいいのだから、店は駅前だとか集まるではないですか。だから、彼らを誘うためにはうちにはこのぐらいの需要がある、このぐらいの稼ぎができるというものをアピールしなければいけないということなのです。

この企業が考える第一に、地域に行くのであるならば、何を基準として、欲しくて行くのかを徹底的に理解しなければいけないのです。ただ、呼ぶ、呼べない、このようなものもこの利益構造によって違いがあるわけなのです。だから、結論的に言うと、製造業は人口密度が低い、安いコストが払える、そうであるならば行こう。だから、直接行って、こうしてあげる、こうしてあげる、こうしてあげるのが効果的。でも、小売業であるならば、直接行って、うちに店を造ってください、うちの地域に来てくださいというのは全く意味ない。これができるように新しく道路を造ってあげたり、新しく何をしてあげたり、そして事業しやすい、稼ぎやすい環境をつくってあげるのが一番いいわけなのです。このようなものをもって私がこの話をしたかったのです。

製造業なのか、小売業なのかによってそれぞれ地域を見る、魅力を感じる目が違うと思うのですけれども、製造業は、様々な研究で言うのだけれども、経済、福島に製造業が入ると福島は潤沢になります。経済力、所得水準をアップさせるには製造業が一番なのです。なぜかとなると、彼らは労働者、今はスマート工場。生産性を上げるためには新しく機械入れるではないですか。AIを入れて、ロボットを入れて。だから、彼らは人を何人雇うのかはあまり関心ないです。給料が高いか低いか自分で調節できる能力を持っているのです。だから、彼らは労働力がどうであれこうであれ、これは関係な

い。自分の中で効率的な方法を探して、だけれどもこっちにいたのであれば税金をたくさん払って、現地で雇った人に給料を払うから、社会的貢献活動をやるから、地域の所得水準は上がる。でも、新しく人口を増やすことはあまりない。今はどんどん、どんどん自動化を図っているんで、こういうふうになるでしょう。だから、皆さんが考えて、福島、この地域の所得水準、経済的なレベルを上げたい、精度も。人口を増やしたい、人々をたくさん集めて、活力があるまちをつくりたいとするならば、小売業だとかサービス業なのです。ここは、どちらかすると人件費の割合がめちゃくちゃ高いところなのです。店に行ってみると、サービスする従業員がないのであれば、接客する人がないのであれば駄目でしょう。だから、現地で雇うしかないのです。幾ら、今浜松市だとか行ってみると、ロボットを通じて接客する新しい試みもあるのですけれども、やっぱり小売業というのはコミュニケーションなのです。顧客とのコミュニケーションだから、限度があるわけなのです。だから、地域の人をたくさん雇うしかない。だから、新しい雇用先を目指して入ってくる人もいるし、新しく就職をできる人も増えるわけなのです。でも、これが必ずしも所得水準をアップさせるのかとすると、そうではないのです。今は、正社員ではなくて、パートタイマーだとか非正規職を雇うでしょう。では、こうした人件費が高いのであるならば、アルバイト社員でしょう。そして、様々な方法を通じてコスト削減をするわけなのです。だから、端的に見ると、雇用水準はよくなるのだけれども、所得がよくなったのかとすればそうではない。だから、分けて考えるべきであるという話をちょっとしたかったのです。

最近において小売業はこのような傾向があるのです。以前はほぼ正社員だったのです。アルバイトだとしても雇用が安定されているところで多かったのですけれども、今は質が悪くなったのです。そして、全体的に見ると、人件費を削減するために、景気は悪いかもしいのですけれども、取りあえず人件費をちょっと下げるようにやっているわけなのです。実際給料は上がっていない。このような傾向があります。

そして、悪循環が起きています。悪循環があって、イオンができるのとたくさんここで雇われて雇用先が増えるのでしょ、以前は言えたのだけれども、今は以前とはちょっと違う傾向を見せるかもしれない。だから、大型店が出店したとしても、以前のようにたくさん人が雇われて、就職を目指してあちこちから来る、このようなことは期待できないかもしれないです。大手企業も実際厳しい状況にあるからなのです。これが企業が目線から見る人件費、何人雇うか、なぜこの地域に行くのかというものであります。

福島市における小売業の状況をちょっと皆さんと一緒に話したいと思います。福島市の小売業を全国とちょっと比べたいと思っているのですけれども、仙台市は全国ランク12位、そして新潟、そして盛岡、秋田、青森、こうあって、郡山が59位、そして福島市は70位なのです。これをどのように判断するかはちょっと私から判断できません。だけれども、一言言いたいのは何かとすると、この順位は住みやすい、人としては生活しやすい。利便性が高いという順位であると考えていただければと思います。この数字が高いか低いかは皆さんのご判断。

そしてその次に、1万人当たりショッピングモールが何個あるのか、これも順位なのです。これは店舗数なのですけれども、福島が、これは県レベルなのです。47の中で23です。これも高いか低いかは私からは判断はちょっと難しいので、皆さんが判断してください。これも2021年、これ1年前の資料なのです。この2つは、2021年で23位。そして、362の店舗があつて、1万人から見ると1.82の店舗があるわけなのです。ある方においては、これは多過ぎるでしょうと思うかもしれないし、ある方にはまだまだあつてもいいでしょうと思うかもしれないです。取りあえず状況はこのような状況であります。

これは福島市内、福島市で商店街の実態調査をやったことがあるのです。これは平成29年、5年前の資料なのです。もっと新しい資料がないのか探したり、ほかのところも、商工会とか、手に入れられる資料、最新の資料を探してやったのですけれども、これが一番新しい資料です。5年前の資料が。ここにはドン・キホーテも入っていないし、新しいものに関する動き全然配慮していないわけなのです。これを想定の上でこの数字を見ていただきたいと思います。商店街の主に業種は何かとすると、飲食店、あるいは服など身の回りだとか、これが一番多いわけなのです。そして、どこにあるのかとするのであれば、これが駅周辺とか中心部にある。駅周辺で身の回りで必要なもの、生活に本当に必要なもの、服など、これをやっているのが福島市内の商店街の現状であります。

今はどうなっているのだろうかとして見ると、このように衰退のおそれがある、衰退している、もう既に悪化しているというものがあるわけなのです。そして、この年間の販売額なのですけれども、これはちょっと凸凹があるのですけれども、これ以前のもので、今は、私は専門分野がイノベーションだったのです。新しいデバイスに関する関心が多いのですけれども、十何年前からでもパソコンを通じた電子取引はあつたわけなのです。でも、最近になって関心があるのが何かとすると、携帯電話、スマートフォンを利用したeコマースというものが中心になっているのです。10年前の判断ではどうなっていたかとなると、食べ物であるならば試食してみないと、服であるなら試着してみないと、不動産であるならば内覧してみないと、これがメイン。これを便利にするために電子取引である機能を利用するだけ、小さいモバイルでは何もできない、だから不十分だから、できないとする見解が強かったのです。1人のお客さんが1回で1か月間幾ら使うの、平均とすれば。とすれば2,000円、3,000円が基本だったのです。でも、今は1人が1万円超えるのです。1万円超えて、今はどんどん伸びているわけなのです。だから、どんどん新しいトレンドにおいて、今新型コロナもそうなのですけれども、電子取引が活性化になる、だから外に出なくても両手でスマートフォンだけあれば買物ができる時代なのです。このような変化に対応しないと、衰退のおそれがあるというのはもっと深刻になるでしょう。

それで、私が今からこの話を皆さんと一緒に話したくて私は来たのですけれども、このイオンモールができることに関してなのです。これに関する賛成、反対、慎重あるいは積極的な姿勢だとか、この両側の言い分だとか、根拠だとか全部理解しているわけなのです。私が今日持ってきたのは何かと

すると、どっちの肩を持つためではなくて、肩を持つのではなくて、両方の2つの選択、2つの言い分があるのだけれども、この言い分で何を根拠としてやっているのかを客観的なデータに基づいてちょっとお伺いしていただければと思っているのです。これはデータに基づいて見ないと新しい対策が立てられない。コインでも2つの面があるではないですか。コインも2つあります。さいころは6面があるのです。物によっては判断基準がそれぞれ全部違うのです。だから、反対する意見、反対の立場にある者の何をベースにして、何を根拠としてこの主張があるのだというのをもう一回、今は後戻りもできなくて、今さらこれをやってもどうするのだよ、このような時期かもしれないですけども、一回は考えるべきではないかとして用意しました。

では、2つをきれいに分けます。悪だよ、これを地域の商店が、地域経済を大きな企業、財閥企業が全部吸収していくのだけ、だからこれは地域において破壊者という立場があります。もう一つは、これは新しい地域活性化の起爆剤になるかもしれない、だからいい側面もあるかもという意見の2つがあるのです。

これを言う前に、経済学の理論についてちょっと説明したいと思います。ある出来事があると、ある人は有利でしょう、不利でしょう、いいでしょう、悪いでしょう、効果あるでしょう、ないでしょう、このような判断があるわけなのです。これはそもそも何を基準として現れるだろうというものを見ると、ここでまた大型ショッピングセンターだとか、ごみ焼却場だとか、下水処理場だとか、スタジアム、ここにある競馬場とか、人間ではなくてこのような都市インフラ、都市施設であるならばそれぞれ判断があるわけなのです。この判断は何に基づいてやれるのだろうとすれば、様々なのです。個人的にどのぐらい利用する、あるいは自分が考える利便性の判断もそれぞれ違う。そして、家族構成も違う。年齢、性別、収入、移動時間、これによって有利、不利、メリット、デメリットの差が生じるわけなのです。そして、経済的な要因、社会的な要因、環境的な要因、様々な要因を総合的に判断して、ごみを焼却するため、効果がない、あつてはいけない、必要だよ、あるいは個人的なレベルから見るとメリットがある、メリットがないという判断があるわけなのです。単純に1つのメーターで見るわけではない。

これを様々な施設、福島市内でも生産のために、流通のために、居住のために、様々な都市インフラがあるわけなのです。ある人には、ある企業にはこれいいでしょう、これメリットあるよという意見があります。ある人においては、ある企業においてはこれ迷惑だよ、不満だよという評価があるわけなのです。これを経済学的に言うと外部効果だということですけども、メリットがあるよ、好感度があるよとするのは正の外部効果、ポジティブな外部効果、そしてこれは迷惑だよ、不満だよ、何も面白くないよとするのであればネガティブの外部効果だということですけども、問題はこれどこでも一致して言っているのは何かとすると、このような効果は距離、ほかの要因ではなくて、どのぐらい離れているかによって考えが変わる、判断が変わるということが両方言われているのです。これには全ての人的一致しているのです。

例えばの話で、遠くなると弱くなる、私の家の前にバス停がある。バス停が近いから、メリットがあるわけなのです。私の家の前には、30秒ぐらいでセブンイレブンがあります、本当に。そうすると、セブンイレブンが30秒前にあるのだったらメリットがあるのです。でも、セブンイレブンが歩いて5分、10分、遠くなると、最初はメリットがあったのだけれども、メリットが弱くなるでしょう。このようなN型、P型のものもあるわけなのです。駅もそうだし、バス停もそうだし、コンビニもそうだし。そして、N型、遠くなると弱くなる。駐車場があつてうるさい。公園があつて、公園があるのはほかの人にはいいかもしれないのだけれども、うちにとってはちょっとうるさい。臭い。何々という施設があるのです。でも、遠くなれば遠くなるほどネガティブ的なものはなくなるでしょう。もう一つは、近くにあるとネガティブだけれども、行けば行くほどポジティブに変わるものがあるのです。ごみ焼却場、福島市では絶対必要なのです。でも、自分の家の隣だったら嫌でしょう。だけれども、遠くなれば遠くなるほど福島市には1個ぐらい必要でしょうとして考え変わるではないですか。このようなものが世の中見るといっぱいあるのです。

では、我々においてイオンモールはそもそもどんな存在でしょうか。N型、P型、G型。山形コストコも確かに福島から買物に行く人も多いわけなのです。そうなのですけれども、山形のコストコに関して皆さんが不安感だとか、福島市の商店街が警戒感を持っていないわけなのです。むしろ人によって無関係あるいは上山でもあつてよかったよ、買物に行けるのとして考えるかもしれないのではないですか。我々にとってイオンモールはそもそもどのような存在で、どのような外部効果を与えるのだろう、これもちょっと違う論点で考えなければいけないのではないかなと思います。

だから、私が言いたいのは、このような外部効果というものは、つまり私と異なる判断を持っているという者は外部効果に関する判断が違うわけ。判断基準が違うわけ。重視する要因が違うわけなのです。ここで反対の意見だから、あれを考えていないのだよ、あれに関する理解が足りないのだよなとか、このように軽率なのだよというものではなくて、異なる見方、立場に立っているのだから、異なる判断を出すのは仕方ない。違うという意見は何かとすると、英語でディファレンスという単語があるのです。ディファレンスを日本語に訳すと、違うという単語もできるし、異なるという単語もできるし、差という単語もできるわけなのです。違うとするならば何かとすると、マル・バツの世界なのです。イオンモール、マル、バツ。でも、異なるというのであるならば、三角で何が悪い、四角で何が悪い、これがパソコンで何が悪い、これポケットで何が悪い、別物で、異なるという考え方なのです。我々は異なる立場にあるから、異なる判断を下すしかない。異なる立場の意見だとか言い分もちゃんと見て、引っ張ることがあるならば見るべきではないかなと。そして、ウィン・ウインの策を模索するべきではないかなと私は思っています。ここにあるように、こっちの立場から見ると、こっちから見ると1、2、3、4、4が見えるわけなのです。こっちから見ると3つしかないのです。こっちから見ると6に見えるけれども、こっちから見ると9に見えるわけなのです。両方とも正解かもしれない。でも、見る角度が違うから、異なるのではないですか。だから、今から披露する論点を幾

つか引っ張ってきたのですけれども、絶対100%こうだよという判断ではなくて、反対の言い分に耳を向けてみるべきではないかなと思います。

では、論点の1つ、地域の商店街は潰れる、これを心配して慎重に考えるべきだろうという意見があるのです。これ確かなのです。多くの事例見ると、大きな大型店ができると周りにある、先ほど言っていた商圈の中にある小さい店は潰れるしかないのです。何らかのネガティブ的な影響があるのです。だけれども、賛成だとか、ちょっと違う意見を言い出して、必要だよと言う人たちは何かとすると、では見てください。市内中心街が衰退する要因は幾つかあるのです。その中の一つにすぎないのです。だから、絶対これだけではなくて、これ抜きだとしても衰退する要因があるでしょう、これを総合的に見るべきだよとするのが賛成した方の意見ではないかなと思います。そして、福島商店街における問題を見ると、高齢化が一番大きな要因なのです。高齢化が一番多くて、人口の減少だとか、このように大型店との競合は16%、17%しかないのです。だから、反対、賛成する人たちの論点は、これを大きく見たから、賛成する形かもしれない。

そして、実際見ると、この数字は皆さんと一緒に考える必要があるのではないかなと思うのですが、1つは何かとすると、大きな商店が出店するとお客さん減ったよ、半分以上なのです。売上げが減った、お客さんが来なくなった、半分以上の人が言っています。だけれども、大型店が退店したとすると、増えたというのがゼロなのです。この数字をどのように理解するかとすると、大型店には奪われる、大型店がないのだとしても、お客さんを引っ張り出す魅力がない、競争力がないよと言えるのではないかなと思います。だから、本当に大型店の対策を講じるのであるならば、奪われないように、そして大型店の衰退だとか、有利な状況になるとお客さんを引っ張るぐらいに自分たちの体力を強くしなければいけない。自分独自の魅力をつくるべきではないかなと私は思っています。

そして、こっち、福島商店街で人が減ったのはなぜなのだろうとしたら、実際大型店の影響があるのは32%ぐらいなのですけれども、人口減少61%、そして魅力がある業種ないとか商店がないとか、これが別に2倍、3倍ぐらい大きいわけなのです。だから、商店街が衰退するというものは大型店だけではなくて、ほかの要因も探すべきではないかなというのが言えるでしょう。

そして、大型店に対してどのような対策を講じていますかとすれば、特に対策を取っていないところもあるのです。本当に心配するのであるならば、対策を講じるべきでしょう。半分以上が対策を講じていないです。

そして、2番目、論点の2、地方経済が衰退する。当たり前、イオンもそうだし、セブン&アイ・ホールディングスグループもそうだし、小売業を二握りしている大手企業なのです。現代的な物流システムだとか販売システムを持っていてやるわけなのです。ある地域企業ではなくて、全国でやっていた。そして、世界でも展開するグローバル企業なのです。このような企業が地域に来ると、K-1の選手と小学生との戦いになるかもしれないです。だから、地域は本当に大ピンチなのです。このような事例はいっぱいあります。そうなのですが、ここで心配する慎重派の既存の小売店、地域の特

性ある商店たちは潰れるしかないでしょう、ネガティブ的な影響あるでしょう、おっしゃるとおりなのですけれども、ここで賛成派、これを言っている人は何かとすると、違う角度でちょっと考えてみてください。地方経済が衰退する、地方の特産物だとか、地方の産物が売れないのは大型店がないところでも起きている現象ではないですか。イオンモールが、大型店がないところは栄えている。そうではないでしょう。全国的に今地方経済はめちゃくちゃ悪くなっているのです。だから、これは関係ない。むしろ別の要因を踏まえた分析が必要ではないという意見もあるわけなのです。

今これが全国の企業の倒産の割合と件数なのです。そして、一番重要なのが販売額なのです。市場規模。以前は、今デパート、イトーヨーカドーだとかそのようなところではなくて、三井デパートだとか、デパートあるではないですか。デパートの一番の悩み、特にヤマダデンキの悩みが何かとすると、ショールーム化しているのです。人が来て、ここでああ、いいものあるねとして買うのではなくて、いいものあるね、幾らなのとして、家にいて楽天で、アマゾンで買うのです。ただのショールームになっているわけなのです。今デパートもそうだし。だから、ECの魅力があるので、EC、電子取引の規模はどんどん、どんどん大きくなるのは当たり前。世界で一番大きなスーパーマーケット、ウォルマートも今アマゾンより小さくなったのです。だから、これは世界的なトレンドで仕方ないのだけれども、この数値1.84、3.1、3.4という数字は何かとすると、オンライン販売、ネット販売をやっていない企業が、お店が参加するわけなのです。だから、商店街はただECに奪われるだけではなくて、自分も参加してここで稼ごうとしているわけなのです。だから、本当に必要な地域商店街を救う策とするのであれば、私は個人的に軽く楽天で出店できる方法、アマゾンで商売をできる方法を商店街の人たちを集めてやります。そうすると、お客さんが来なくても来ない分楽天で、アマゾンで売上げを稼ぐではないですか。めちゃくちゃ簡単にできるのです。だから、1時間、2時間、これをやれる方法、こうするとこうして、商品の写真を撮って載せる、このようなものも全部パッケージ化されているのです。だから、この方法を教えて、ここへ参加させるほうがいいのではないかなと私は思っているわけなのです。取りあえずこっちが今は小売業にとって一番重要な部分であり、これによって衰退か失敗かということになるわけなのです。でも、今本当に増えているでしょう。

そして、郡山商店街を見ると、誰が来るのかとすると、高齢者が84%なのです。高齢者が多いのだよとするのが84%。そして、その次が家庭主婦、そして会社、そして学生さん、家族連れ、そして一番多いのが高齢者だと言っているわけなのです。私が言いたいのが、高齢者が、家庭主婦がこのように多いのであるならば、高齢者向きのサービス、食堂であっても若い人たちが飲める飲み放題だとか宴会プランではなくて、高齢者のための食事プランだとか、高齢者にお勧めできる料理とか、対策があるのか。これほぼないのではないですか。だから、この衰退するのもイオンモールだとか大型店が要因ではなくて、本当にこれを活性化したいのであるならば、別の角度での策も一緒にやらなければいけないのではないかなと思っています。

このような事例の一つとして、本当に事例が少ないのです。猪苗代湖だとか、米沢だとか、イオン

モールが新しくできたところの事例をあればと探してみたら資料があまりなかったのです。面白いではないかと思って私が持ってきた事例が、ダドリーという、イギリスから見ると、ロンドンがこっちにあると、イングランドのど真ん中にダドリーという市があるのです。この市がやっていた試みが地方創生という本に紹介されているので、これだったら応用できるでしょうとして私引っ張ってきたのですが、このダドリー市には、市内から5キロ離れている、こっちから福島駅が1.5キロぐらいなのです。だから、こっちの2倍ぐらい離れたところに以前は工場があったのですけれども、工場が撤退したのです、倒産して。そして、跡地があった。そして、3,000人が仕事がなくして首になったのです。失業者が3,000人増えたのです。こうすると、掛ける4だとするならば1万2,000人が生計が困るようになったのです。だから、彼らが考えたのが、市で考えたのが、同じ工場、製造業を引っ張ってくる、誘致する、企業誘致、ピンポイントで。製造業はこれが可能だから、これをやろうとしたのです。でも、なかなかできなかつたので、その後で工業団地の代わりにこのようにショッピングモールを出店させる、誘致することができたのです。これはいいのですけれども、これがオープンしたら市内でどのような影響があったのかとすると、市内の店舗のほぼ3割以上が潰れたのです。福島市内だったら、今でも売上げが少なくて困っているのに、3割が店を閉めたと考えてみてください。恐ろしいのではないですか。恐ろしい結果になったのです。イギリスの市の規模があるのですけれども、中規模のまちで全国1位、経済状況が悪い。今福島市とダドリー市と市の区分が違ったからかもしれない。同じ市にあったのであるならば、違う数値になったかもしれないのですけれども、このような影響かもしれない。だけれども、ダドリー市は5キロ離れたここでショッピングセンターを招致して地域経済はがたがたになりました。

そのとき彼らが着目したのが何かとすると、経済はがたがたになるにもかかわらず、人口が減っていないのです。雇用水準はある程度維持ができたのです。この話は、つまりあっちに行って働く人が結構いたということだったのです。だから、この市がやっていたのが何かとすると、どうせこれを追い出すことができないのであるならば、こっちを拡大しよう。むしろ駅からこっちまで行くシャトルバスをつくる、鉄道を造る、あるいは映画館、レストラン、レジャー施設を整備する、近所に住宅団地を造る、そしてここが発展すれば発展するほどこっちからも、周辺地域も発展するような逆の、逆手を取ったわけなのです。そうすることで結構大きなショッピングモール化をして、イギリスで5番目に大きい、そして年間2,500万人が訪れるまちになったわけなのです。

もう一つは佐野新都市。私もよく佐野アウトレット、東京行くたびに実は寄ってくるのですけれども、こっちを見ると、伊達のイオンモールの4分の1ぐらいの敷地面積なのです。4分の1、5分の1の敷地面積。小さいのですけれども、イオンモールもあって、プレミアム・アウトレットもあるわけなのです。佐野市が、知っている人は知っているけれども、ほかのよそから来た人は佐野市の存在感は薄いわけなのです。そうなのですけれども、ここでUR都市機構と一緒にこの地域を開発して、都市計画を策定したわけ。これは1995年。そして、13年間、計画を出してこの新しい新都市を造成し

たのです。商業、住宅があるところ、工場があるところ、何々して計画を立てました。そして、大きなショッピングモールを佐野プレミアム・アウトレット、イオンモール、そしてこっちを見ると、行った方は分かると思うのですけれども、結構栄えている現代的な店、大型店が多いのです。こうして年間800万人を超える人たちが訪れるようになったわけなのです。

これに関して数字で言えるデータを集めたかったのですけれども、佐野市の統計資料を見ると、佐野市と佐野新都市の統計資料を分けたものがなかったのです。佐野市の統計資料の中にこの都市の、これがうちであるならば吾妻地区、中央地区、何々地区、このようなものなのです。だから、我々が言っている郡山市、須賀川市の市ではないのです。ただ都市何々地区の扱いなのです。だから、佐野市全体としての統計資料は出るのです。でも、佐野新都市だけの資料はなくて、これを使うのはちょっと難しいし、だからできるだけ持ってきたのですけれども、佐野新都市はこのように施設を造って、雇用も増えて、このようになりました。

そして、論点の3番目は、やっぱり小売業を二握りするのはセブン&アイ・ホールディングスとイオンなのです。この両グループは、めちゃくちゃ大きな資本を持っているわけなのです。大手企業なのです。先ほど話したように、こっちはK-1の選手なのです。なのに福島市の小さい商店街の人たちは小学生、幼稚園生かもしれないのです。こうすると、強い人が敵にいたほうがいいのか、味方にいたほうがいいのかという観点でちょっと考えていただきたいと思うのですけれども、こっちで論じているものは全部正しいのです。やっぱり全国規模で売上げ、収益性、これだけを重視する、営利だけを重視する、これは企業の本能ではないですか。だから、この本能を何であなたは地域考えず売上げばかり考えるのと言うことはできないわけなのです。でも、そうであるならば味方にする、あなたはこうだから、こんなことできるでしょうとして、彼らを我々の地域活性化の一員、味方として誘う。最近の企業はイメージがかなり重要なのです。以前は、性能、機能、安さだけだったのです。でも、今は企業イメージ、店のイメージが大切なのです。だから、地域と一緒にやる、お金だけ稼ぐ何々、この曖昧かもしれないのだけれども、イメージが非常に大切なのです。SDGs、これを踏まえた正しい経営をやっているのか、これは非常に企業に求められるのです。ゼビオさん、ゼビオも本当に自分たちが売上げだけを伸ばしたいのであるならば、大人向けの何々商品を作る、売るようにすればいい。だけれども、小学生、中学生、高校生、御飯だけなのです。だから、大人の世界で普通になっている運動した後でビールを飲む、日本酒を飲む、大人の世界では普通にやっているのではないですか。こんなことはやれない。なぜ。収益より、売上げより重要なのは企業イメージであると。イオンも同じなのです。だから、彼らは実際ほかの店舗でやっているのを調べてみたり、このような地域と連携を結んだ密着的な活動をやっているのです。だから、あえて私から言わせていただくと、敵にみなすのではない。味方として利用する、活用する、一緒にウィン・ウィンできる方法を探してやったほうがむしろいいのではないのという話をちょっとしたかったのです。

そして、これは論点4、最後のものなのですけれども、これは福島市内が、新しい県立医大の新学

部もあっちでつくったし、東口前の活性化のために様々な試みをやったのです。これが台なしになる可能性もあるのではないかなと私も歩きながら日々感じるわけなのです。都市中心部が空洞化になる。でも、ちょっと一般論的かもしれないのですけれども、今社会的に治安が悪いスラム化しているシカゴだとか、ニューヨークのハーレムとか、よく考えてみてください。50年、60年前はめちゃくちゃ栄えていたところなのです。栄えていて、栄えていて、家賃が高くて、いつも混んでいた。それが、ドーナツ化現象が起きて、こっちはスラム化になったではないですか。全世界でも全部こんなことは一般的に言えることなのです。だから、福島市だけが空洞化になる、これではないのです。全世界が今全部このようにドーナツ化現象になっているわけなのです。

でも、これを私が先ほど話したように、米沢から来た、白河から来た、相馬から来た、むしろパイが大きくなるかもしれないのです。東北で3番目に大きいのです。200以上のテナントが入ってくるのです。これに合わせて整備されると、めちゃくちゃ大きなショッピングタウンになる可能性もあるわけなのです。利府のイオンモールの前を見てください。大きくなるでしょう。だから、彼らをどのようにして福島市内に来るようにさせるのか。私は、一番いいのはシャトルバスあるいは一旦来たのであるならば、戻りは絶対福島駅で降ろさせる。そして、空いている時間があるならば、疲れたので、どこかに座って御飯でも食べていこうか。できれば長く長く福島駅周辺でいるようにする。ここでお金を使うようにさせる。このようなことをやるべきではないかなと私は思っています。

実際今福島大学の学生さんを見ると、福島駅で買物をする人はいないのです。ちょっと悲しい話だけれども、なぜ、新しくゼミ生が買ってくるではないですか。どこで買ったの聞いてみたら、仙台行ってきました。仙台、仙台まで行くの、Tシャツ1着買うに。そうしたら、仙台で一旦買物をして遊んできましたと。学生が目線から見ると、高速バスで行くのではないですか。往復で2,200円です。片道1,100円。1時間半で。在来線で行っても1,300円。だから、その分、行って1時間だったらあつという間かもしれないです。ここから郡山までも50分ぐらいかかるでしょう。だから、学生さんはこっちに行くわけなのです。だから、どうせ起きるのは起きるわけ。だけれども、重要なのは何かとすると、すみ分けができるか。福島商店街は商店街なりで自分らが強いもの、住宅街でのものではこれが強い、これを買うためにイオンまでわざわざ行く人はいない、仙台まで行く人はいない、これを買うためならば町なかの商店街よりはあっち、大型店が有利かもしれない。だから、業種を分けて、ターゲットをよく分析した上で、高齢者がある、主婦がある、学生があるとするのであれば、一般的にラーメンではなくて、高齢者のための何、何のための何としてすみ分けした商品開発、サービス開発、こうすれば生き残る道があるのではないかなというものもちょっと考えていきたい。

これは福島テレビで放送したものなのですからけれども、これはイオンモールがあるところなのです。こうすると米沢が8万人、白石が3万人、ここには書いていないのですけれども、相馬、南相馬、ここからは高速でも来れるわけなのです。このたくさん来る人たちを福島市内でどのように吸引させるのだ、少しでも長くいるようにさせるのだということを悩むと、イオンモールというのは確かにネガテ

イブな影響はあるかもしれない。全国的に起きたのだから、今まで起きたから、あるでしょう。けれども、ネガティブなものを軽くしてポジティブになる可能性、新しいチャンスができるのではないかなと思っております。

では、結論でございまして、私は学者ですので、曖昧な二択ではなくて、1つを言いたかったのですけれども、できれば資料に基づいて、データに基づいてやりたかったのですけれども、資料がなくて細かいことが言えなかったのですけれども、見解としては二択、善か悪か、このような単純な話ではないのです。だから、複雑な様々な要因を踏まえた上で、生き残るために、地域を発展させるために共存できるような方法を考えなければいけないのではないかなというのが1点。

そして、守ろうとするだけでは変化することに対応できないのです。私イノベーションもやっているのですけれども、経営学が嫌いな単語は何かとすると2つあります。1つは、変化という単語なのです。何か新しく考え方も行動も消費も変えなければいけない、変化が一番悪いのです。でも、これを英語にするとチェンジではないですか。これ1文字変えるとチャンスにもなるのです。チャンスにしたのがイノベーションなのです。だから、今の時点で2024年にイオンモールができる、今さらポジティブ、ネガティブ探しても意味がない話かもしれない。むしろこれをあるものだとして、福島の活性化にどのように、何を重視して対策を講じるのだというものを悩むべきではないかなと私は思っております。そのためにこのような質問を商店街の人たちも答えを探すために、悩むのではなくて、論理的に考えるといいのではないかなと思っております。

以上です。

(阿部 亨委員長) どうもありがとうございました。

以上で意見の開陳は終わりました。

次に、質疑を行います。ご質疑のある方はお述べください。

(小熊省三委員) どうもありがとうございました。資料の11ページのところで、先ほど中小企業庁の2014年の報告があったと思うのですが、具体的にその文献なり出典というか、教えていただければ後で見たいなと思って。

(尹 卿烈参考人) これは、ほかのところで引用したものを引用したので、中小企業白書ではないかなと思っております。

(尾形 武委員) 懇切丁寧なご説明、そして我々商店街と経済界と色々な角度においてまだまだ素人なものですから、理論的にこういった大型店が出店すればどうなるのだよということは本当に分からないものですから、こうやっているんな資料の説明を受けて、本当にありがとうございました。1つ言えることは、やはり時代の波がこういう大型店の出店によって今までの商業圏、商業活動が変化するといいますか、進化するといいますか、変わってくるのだよということが分かったわけなのですけれども、我々高齢者にとってはやはり地元に対する愛着が強いものですから、できたばかりは1度は足を運ぶと思うのですけれども、リピーターとして何回も何回も行くことが、魅力あるモールなの

かどうか今分からないものですから、地元商店街に対する影響というものがどの程度あるのかなという事は本当にできてみないと分からないなというのが正直な話であります。

そして、今はスマホや何やらで、電子でショッピングする時代になってしまって、若い人はそういうものについてはいくのですけれども、我々は今までのように現金で、カードもありますけれども、近くのお店で買うというのが一番の商業活動をしているものなのかなと思いました。本当にどういった影響があるのだから、そしてそれをうまくどのように利用すればいいのかということが大事な問題なのかなと思うのですが。

(尹 卿烈参考人) ご質問ありがとうございました。これに関して私からちょっと意見を述べさせていただきますと、今の時代はコモディティー化がすごく進んでいる時代だと思っております。コモディティー化といえば何かとすると、以前はテレビであったらソニーのものとシャープのものと東芝のものでそれぞれ特徴があった。車であってもトヨタ車、ホンダ車、日産車それぞれ特徴があったのですけれども、今は差別化がないのです。全部似たようなものになっているのです。大きなショッピングモールも全部同じになっているのです。だから、福島のイオンモールと山形のイオンモールと九州のイオンモールと地域特性ではなくて、全部同じくなるのです。こうするのであるならば、これが彼らの強いポイントでもありながら、弱いポイントでもあります。だから、地域の商店街がやるのであるならば、同じことを持って行って大型店と闘うのではなくて、今委員からおっしゃってくださったもののように、最新のデバイス、キャッシュレス化だとか、何々にちょっと苦手な高齢者のために、この地域ではこのような顧客を対象にした何々を開発するのであるならば、これがむしろ逆手を取る強みになるのではないかなと思っております。私が今日講演で話したのは、大型店を怖がらないというものではなくて、しっかり怖い部分があるのであるならば認めましょう、そうした上で自分なりに独自にできるものを探しましょうということ。だから、敵をよく知って、敵の弱いところを探して、今おっしゃっている部分は大型店がウイークポイントなのです。だから、これを逆手に取って、地域の商店街は高齢者のために、何々ができない人のために、何の人のためにやるのであるならば、これで地域の商店街は維持できるのではないかなと思っております。本当に大切なご指摘だと私は思っています。

(渡辺敏彦委員) イギリスのダドリー市では32.4%の店舗が閉鎖になったという話だったですね。あと、佐野市のほうは、これはどのぐらいの影響が、年間800万人を超えるということになれば、近隣の市町村にも多分大きな影響あったと思うのですが、どのぐらいの影響があったかなんていうのは分かりませんか。

(尹 卿烈参考人) これも説明で少し述べたのですけれども、市で統計資料がないのです。だから、ここという都市というのは我々が普通に考える郡山市、福島市というシティーの概念ではなくて、一つの名詞だったのです。だから、これに関連する資料が佐野市の統計資料に全部含まれておりまして、佐野新都市の、あるいは商店街はどのような影響があるのかというのは統計資料が幾ら探してもなか

ったのです。

(渡辺敏彦委員) イオンモールというのは大きい何町歩、何十町歩ですよ。車で行かなくてはならないでしょう。年寄りの人は、車運転できなくなってしまうのです。今宅配とか何かやっているけれども、パソコンも使わない年寄りが多いのです。そういった中でイオンモールとか何かというのが宅配事業とか何かやっていないのでしょうか。その辺も、今残っているお店屋さんと言うと変なのだけでも、対応する価値はあるのかなと思うのだけでも、お店さんが閉まってしまうと買物ができなくなってしまうと難民になってしまうのです。ましてや伊達に造られれば、福島からバスで行く話なのでしょう、多分。その辺の対抗措置と言うと変なのだけでも、年寄り助けるにはどうするのか。パソコンでなくて、ワタミとか何かで弁当配るなんていうのあるのだけでも、その辺これからどういうふうになっていくのかなと非常に大きな心配があるのです。運転できなくなったら。イオンモールにも行けない。その辺は今後どのように想定しているのですか。

(尹 卿烈参考人) かなり難しいものなのですけれども、私から申し上げますと、例として郵便局の話をちょっとしたいと思います。はがきであるならば今53円ですね。そして、一般の手紙であるならば83円、86円で、北海道から沖縄どこに送っても行けるのではないですか。郵便局って北海道まで、遠いところまで83円だから、もっと足してくださいとは言えないでしょう。このようなものはユニバーサルサービスだということです。でも、クロネコヤマトさんに、では二本松に送るのと沖縄に送るのと同じ値段にしてくださいとすれば、彼らは怒るでしょう。これは民間企業だからなのです。シルバー産業に関する対策を民間企業に任せると利益を求めてしまう。郵便局は、基本的に利益を求めないのです。だから、利益以前に大切にしなければいけないことがあるのだから、山の奥でも全国でネットワークをつくるわけなのです。でも、クロネコヤマトさんは利益を考えるのだから、山の奥に支店をつくらなくて、ある程度もうかるところだけやるのです。だから、これは下手に民間企業になるとおいしいところだけ食べて、おいしくないところは残しておく、このようなことになりかねないのです。だから、今シルバー産業、高齢者は増えているのは日本全国でも全部同じことなのです。こうであるならば、大手企業はこれを対応し切れないところがあるわけなのです。地域企業が逆手を取るようにしてこれに対応する、フィットしたサービスをつくるのであるならば、これはちょっとなるのではないかなと思っているのです。今ちょっと渡辺委員がおっしゃったように、全体的なものは民間企業に頼るのはふさわしくなくて、ユニバーサルサービスとして政策を通じてやるべきだと私は基本的に考えております。

(丹治 誠委員) ありがとうございます。先ほど福大の学生さんにTシャツを仙台で買ったという話を聞いたという話をされていたのですけれども、イオンが伊達にできた場合、ああいうお店って高齢者向けのものが売っているというよりは、若い人向けとか、そういったものが中心で売っているのかなと、そういったイメージがあるのですけれども、一方福島市の商店街の課題として、高齢化だったり、あと後継者がいなかったりという話で、それが問題になってきていると。若い人はイオンに

行って、高齢者の方は地元、福島で、そういうふうの流れがなくなってしまうのかなという。これは私個人的な意見ですがけれども、福島のまちにも若い人にも来てもらいたいなとすごく思うわけなのです。そういう人の流れのつくり方みたいなものは先生のお考えの中で何かないかなと思ひまして、ちょっと質問させていただきます。

(尹 卿烈参考人) 非常に難しいものなのですからけれども、イオンというものは、先ほど説明したように、車がなければアクセスできないところに基本的にあるのです。だから、高齢者の方もやっぱり難しいし、学生さんにおいても、福大の生徒も、学生さんは車持っていないわけなのです。仙台になぜ行くのかとすると、ここに行く便利な交通手段があるから、行くわけなのです。だから、福島市でもどのようにすればいいのかを私から言わせていただくと、ショッピングをなぜ行くのだろうとするならば、以前SF映画でカプセル1つ分食べるとおなかがいっぱいになるとか、そんな話あったではないですか。なぜこれが発展できないのかとすると、人間にとって食べるのは楽しみなのです。買物というのは、ただ欲しいものを買う一つの行動ではなくて、家族と一緒に行って楽しめる生活の一部分なのです。だから、この福島のイオンに行くのは、ただ欲しいものがある、ピンポイントで買うために行くのではなくて、ここで楽しむために行く人もいるわけなのです。だから、私が逆に提案したいのは何かとすると、うちとは関係ないよ、むしろうちの地域の商店街にネガティブ的な影響があるよとするのではなくて、積極的に福島に誘ってもいいし、定期的にシャトルバス増やして、もうちょっとアクセスができるように、経由地ではなくて到着地点なのです。こっちは到着というか、終点なのです。だから、終点を福島駅に置いて、ここで人をたくさん見るように、お財布を開けるような策が必要ではないかなと私は思っています。むしろ積極的にアクセスの終点というエンディングポイントを福島市内に置くべきだ。そして、ここで書いてあるように、主なものにおいてこれは近所で楽になるものが絶対あります。これは大きなショッピングモールで買ったほうがいいものが絶対あります。アマゾンで買ったほうがいいものが絶対あります。だから、すみ分けが必要なのです。だから、福島市内だから、できるもの、福島市内の強みを表すことができる、差別化できる、これを開発するのであるならば、完全にウィン・ロスのように90%を失うということではなくて、この中である程度駆け引きはあるのだとしても、ではかさばるものは絶対こっちに奪われてしまうと思います。でも、こっちは対応できない何々サービスをすると別腹ではないですか。だから、こっちを強くするのであるならば、生きる道はあるのではないかなと思っております。

ちょっと言論的な話になるかもしれないですがけれども、まだオープンもしていないので、まだ全体像が現れていないです。ただ、今ホームページを開いてみても、イオンモールのホームページではこのぐらいの分量しかないのです、伊達のイオンモールに関して。1ページ、何ページもなく、本当にページの分量でこのぐらいしかないのです。だから、私が引張ったものも違うところから引張ってきたものなのです。全体像がどうなるかまだ分からないです。だから、これを予測するのは非常に難しいのです。差別化を図るようなものを早めに開発しなければいけないのではないかなというもの

は確かだと思います。

(沢井和宏委員) ありがとうございます。私から、ちょっと物は違うのですが、今日福島の大笹生インターのところに道の駅がグランドオープンするということで、イオンモールよりも先にちょうど高速沿いのところに道の駅ができることによって、これからの福島の道の駅を絡めた、そういうイオンとの在り方とか、そういうのは模索できるのかというのをちょっとお聞きしたいのですけれども。

(尹 卿烈参考人) 実は、沢井委員、私が3年前ゼミ生を連れて1年間やっていた活動は、福島県内の道の駅の活性化だったのです。福島では、結構全国的に見ても少なくない道の駅があります。これを学生さん連れて結構回ったのです。国見から二本松から喜多方とか、こっち全部回ったのですけれども、道の駅のそもそもの役割、地域活動に貢献するというものは、道の駅はほかの商業施設では見られない思いやりがあったわけなのです。だから、これをイオンモールと一緒にコラボできるような策があるのであるならばすごくいいことではないかなと思っているのです。でも、同じくバッティングするところも結構あるわけなのです。イオンでも青果だとか、果物だとか、結構地域から仕入れる分が多いわけなのです。だから、ライバルなのです。ライバル関係をいかにして共存できる関係にするのだというものはちょっと難しいのですけれども、本当にコラボができるのであるならばすごくいいことだと思います。

(粕谷悦功委員) イオンモールができますけれども、同じような形態で、規模は違うのですが、福島市には例えばスーパーいちいとか、県内にはベニマルがありますね。日赤跡にはイオンモールができるというその状況の中でもベニマルが新しくオープンしています。ということからすると、同じスーパーでも、規模は違っても、例えばいちいとかベニマルはイオンと共存しながら経営していけるという環境があるのですね、これは。一方で、商店街、商工会議所の皆さんは中心市街地の商店が疲弊するという、そういう心配を持っているのですけれども、その考え方は、商工会議所のそういう実際事業をやっている方の考え方は、もちろんそれは間違いではないのでしょうけれども、先ほど来先生が言っているように、まちの中にやっぱり若い世代、中高年世代が集まるというようなまちづくり、それは単に店があればいいとか、喫茶店があればいいという状況ではなくて、何か引きつける、仙台には何か引きつけられるものがあるから、バスに乗って行っているのだと思うのですけれども、そういうものをやはり福島市としても商店街も一体となって、私は、まだオープンまで時間ありますから、今駅の南側には大きな複合ビルができますから、そういうことを起爆剤として商店街も活性化を図るような取組をする必要があるというふうに思っているのですけれども、その辺どんなふうにするべきなのか、特徴があったら言えるのです。差別化した商店街をつくれとかいっても、現実小売店の方にはどうするのだと、どうしたらそうできるのだということがなかなかこれできないのではないかと、高齡化していて後継ぎがないとか、そういう状況も見受けられるようなのですけれども、その辺を新しい活力を入れてそういうまちづくりを進めていくということの取組については先生

どのように考えておられるのか、福島のまちの中でも歴史ある魚屋も2店はやめてしまいました。その辺どういうふうに。

(尹 卿烈参考人) 今おっしゃったものですがけれども、いちいだとか、ヨークベニマルができて、今スーパーマーケットもいろいろあるのですけれども、これがイオンとは役割分担をしながら、すみ分けしながら、彼らは共存できると思うのです。でも、今おっしゃっているように、市内の商店街であるならば、私は、人間は絶対理性的な動物だとは思っておりません。非理性的なものなのです。本当に理性的に、論理的に考えるのであるならば、これよりはこれがいいのです。だけれども、わざわざ損であると知りながらも、ダイソーで買うと100円のを何百円払ってもここで買うわけではないですか。無駄であるのだとしてもこれはやるのだけれども、これは理性、論理ではできない、人間の性質ではないかなと思うのです。この一つは何かとすると、楽しさなのです。人間は、楽しむことができる動物なのです。だから、福島市内の商店街であっても、イオンモールに行くのはただ買物がしたくて行くのではなくて、家族と一緒に楽しめるから、行くわけなのです。これを巧妙に利用して、コストコとかイケアをちょっと思い出してみてください。彼らは業種と全く関係ないですが、おいしいものを売っているわけなのです。これはなぜかすると、子供を引っ張り出すためなのです。だから、親は必要なものを買うのだけれども、子供は楽しいから、行きたいと言っているわけなのです。イオンモールもこのようなものなのです。だから、ただ、安くていいものを仕入れするのではなくて、ひとときの楽しさを与えることでリピーターができるように、どんどん来るようにする、これを総合的にスケールメリットをつくってやるのがイオンモールなのです。だから、私から商店街はどうすればいいのだろうとするならば、福島市内の商店街だけの差別的な面白さ、若者がイオンで遊ぶのとはちょっと一味違う面白さがこの市内ではあるのだよというようにするしかないのではないかなと思っております。

ちょっと別な話になるかもしれないのですが、私が2014年、1年間アメリカに行って、アメリカでビジネスをしていたのですけれども、こっちがポートランド市だったのです。ポートランドというのは、アメリカにおいての一番住みやすい都市を毎年投票するのですが、いつもこの中に入る都市なのです。退職して一番住みたい都市を選びなさいとなるといつも選ばれる都市なのです。本当に目立つような強いものは、製造施設ないのです。ショッピング施設もあまりないのです。だけれども、彼らは何をするかすると、地域にあるお酒を造る蔵だとか、チーズをつくる場所だとか、ローカルクリエティブというキャッチフレーズのもので、ただハンバーグを売るのだとしても、チーズを売るのだとしても、うちの地域でできたチーズを加工して、ただ売るだけではなくて、これ売る店をこのポートランドでないと入れない、味わうことができない店の雰囲気まで演出して、トータルとして売るわけなのです。だから、彼らはローカルクリエティブだとして、ポートランドに関する本は結構有名な事例で、結構いろんなところであるわけなのです。

だから、福島でも有名な地酒も結構あるし、そして福島を広く見れば日本酒も有名なものもあるし、

福島のオリジナリティーを發揮できるものはいろいろあると思うのです。でも、6次化、6次化言うのだとしても、今純粋な意味で6次化が進んでいるのかとすれば、私はちょっと否定的なのです。6をつくる方法はいろいろあるのです。1次産業、2次産業、3次産業を足し算してみても1足す2足す3は6になるでしょう。でも、1掛ける2掛ける3も6になるわけなのです。今福島市が地域活性化のためにやるのであるならば、物をただ売るだけではなくて、1次産業、この産物を利用して、2次産業、地域の製造メーカーだとか、地域の方が目指して、3次産業、売るのであるとしても福島の特性を表すような、福島だから、見られる店の雰囲気をつくったり、別の楽しさをつくったり、そしてやるのであるならば、福島ももともと材料がないのであるならば困るわけなのです。材料を探せばあるわけなのです。モモはあるし、リンゴもあるし、そしてお酒もあるし、これをもう一回見て、1掛ける2掛ける3して、トータルとしての福島のブランド価値が上がるように、差別化できるようにするのであるならばいいのではないかなと思います。そして、福島商店街の中でも店が自分の店だけの売上げを伸ばすためにやるのではなくて、商店街が全体的に、外見が悪いので、これ塗装しましょう、何々通り、何々通り、文化通り、何々通りあるのではないですか。通り別に色をつけてやりましょう、こっちはちょっと濃い色、こっちは何色、こっちは何色として、商店街が自分なりに生きる道を探したら、1つの店ではなくて、商店街全体を生きさせるために、このような一つ皮をむいた後でも腹をくくった決断が必要な時期ではないかなと思っております。でも、商店街の方の厳しい状況を考えてと難しいなどは正直思っているのですけれども。取りあえずそのままでは駄目だと思います。

(半沢正典委員) 今日ありがとうございます。資料の31ページに記載していただいたまさしく結びのこれから悩むべきことという、これ3つで考えが集約されていると思うのですけれども、我々のこれから考えるべきことの方向性がまさにこのところだと思っています。その中で一番上にありますように、イオンモールとの連携ということで、地域との連携等もいろいろあって、例えば商業ベース、こちらのほうのこれから東口に再開発で商業施設が入ったり、中心市街地の活性化を図っていかねばいけない中で、伊達の福島北イオンとこちらのほうの福島の中心市街地の連携、商業ベースの連携に限った場合に、例えば今もりんカードとかこちら発行しているのですけれども、それを全てポイントなんかをイオンカードにするとかで共有化させるとか、または先ほど先生がおっしゃったように、福島駅から福島北イオンまでのシャトルバスを共同運用するとか、そういう商業ベースでの連携ということではどのようなことが、例えばどのような連携が可能性として考えられるのかなど、その辺もしご見解あればお伺いしたいと思います。

(尹 卿烈参考人) 正直無関係であるけれども、私戦略論やっているのですけれども、戦略論の理論の中でゲーム理論というものがあるのです。ゲーム理論での基本的な特徴は何かとすると、敵を味方にする、無関係な人を関係があるようにする、関係がある人をもっと深い関係にする、周りに敵ではなくて味方が多ければ多いほど成功する可能性は高くなるのだよというものが主張としてある理論なのです。だけれども、今イオンと商店街とどのようにして連携を結ぶのだろうというものは非常に難

しい問題で、ただイオンがどのような方針を持っているのかも正直分からないし、だけれども私から地理経済的な観点から言わせていただくと、ちょっと話飛んでいるのですけれども、皆さん旅行者、旅行、旅行と言うではないですか。観光客、観光客言うではないですか。これはなぜこれが重要なのかというと、観光客が来ると、宿泊と交通費除いて1日1人当たり7,000円使うのです。客単価、1人。でも、海外観光客が来るとどうなるかとすると、この10倍の7万円を使うわけなのです。だから、地域住民よりはるかにいい商売ができるのが観光客をターゲットにするものなのです。中間、経由地点はあまり重要ではないのです。終点が重要なのです。スタートラインとエンドライン、このラインが重要なのです、ゴールが。だから、私はこのゴールを1つは仕方なくでイオンモールにしましょう。だけれども、この1つを福島駅周辺だとか中心部にしましょう。こうすると、この人たちはここに移動して、ここで何時間過ごして、こっちに降りて何時間過ごすようにするのではないですか。だから、一旦は難しい、相手がどのような行動を取るか分からないイオンとの連携を考える前に、こっちで降りるようになる、車がない高齢者かもしれないし、車がない若者かもしれないし、友達と遊びに来た人かもしれないし、このような人たちをどのように長く駅周辺でつかまえることができるのだ、そのために我々が何をすればいいのだとかを悩むのがより簡単ではないかなと私は思っております。確かに他県から来た、こうすると電車時間ちょっと空いている、せっかく福島に来たので、ちょっと空いている時間に何かする、絶対いると思うのです。だから、長くつかむことができるのだったら、これがお金なのです。

(阿部 亨委員長) ほかにご質疑のある方はお述べください。

【「なし」と呼ぶ者あり】

(阿部 亨委員長) それでは、以上で質疑を終了いたします。

この際、参考人の尹様には委員会を代表して一言お礼を申し上げます。本日は大変お忙しい中、経済民生常任委員会のためご出席くださいまして、また貴重なご意見を述べていただきました。本当に心から感謝を申し上げます。本日は誠にありがとうございました。

(尹 卿烈参考人) こちらこそありがとうございました。

(阿部 亨委員長) それでは、ここで暫時休憩をいたします。

午後3時34分 休 憩

---

午後3時38分 再 開

(阿部 亨委員長) 委員会を再開します。

参考人招致の意見開陳を行います。

本日の参考人招致に関してご意見をお伺いしたいと思います。ご意見のある方はお述べください。

(尾形 武委員) 郊外型大型商業施設が伊達市にできると、やはり商店街のほうは相当な打撃は受けるという事例があるということは理解しました。これは大型店が来る、来ないにかかわらず、やは

りいろんな買物スタイルに変わって、スマホなどの通信販売の利用や新しい商業スタイルになってくるので、大型店が来ようが来まいが、商店街も今までの従来型の商店の在り方というのはやはり考えていかないとなかなか生き残るのは容易ではないのかなと思いました。そしてまた、大型店出店に関する人の流れがありますので、その人の流れをいかに福島市として福島市の商店街に人の流れを呼び寄せるといふか、相乗効果をうまく利用するというような対策が求められるのかなということを考えさせられました。

以上です。

(粕谷悦功委員) 影響は出るのだろうけれども、影響が出てもその影響を乗り越える事業者の発想、そういうものを生かした商売をしっかりとすべきと。いわゆるコンビニエンスストアなんか潰れないのだよな。いろんなところにあるのだけれども、イオンができてコンビニエンスストアなんていうのは絶対残っていると思う。それは、そういう利用者に対する気持ちといふか、商品ジャンル、そういうのをつかんでいるから、そういうふうに残る話だと思っただけけれども、福島の商店街の皆さんもイオンができたから、大変だと、もちろん大変なのだろうけれども、それに勝てるような考え方をして、その点を事業を継続するということが必要なのではないかなというふうに思いました。

それと、やっぱりまちづくり、これは行政も絡むのだけれども、やっぱり中心市街地が魅力あるようなまちづくりをしなくてはいけないと思うのだね。さっき面白いこと言ったのは、文化通りとか、我々もあれ、ここ何通りだっけというようなイメージなのだけれども、文化通りを赤にしてみえとか、あとその後ろに何かまた通りあるのかな。パセオか。あそこは青にしてみえとか、ここ黄色にしてみえとか。それは極端なのだけれども、やっぱりそういう個性的なまちづくりをしていかないと、福島に例えば県外から来た人が何だか青い通りのまちがあるのだってなとか、赤い通りのまちがあるのだってななんていうようなことでまちを散策したりするということもやっぱり必要だと思うのだね。だから、まちづくりの観点と、あと事業者、商店街の人は中心市街地に来て、自分の売っている商品が魅力的な商品で、買ってもらえるような、そういうのをしていかないと、魚屋さん2軒やめるようになってしまったけれども、これはやっぱり魚はスーパーで買えるから。どこ行ったら魚、刺身でも何でも売っているから。だから、やめたか、あるいは高齢化で後継ぎがないからやめたのか、そういうふうになってしまうから、そうならないためにしっかりと商店街の皆さん、商工会議所と一体となって、イオンに負けないような、そういう商売スタイルを築いていく必要があるのではないのかなというふうに思います。

(沢井和宏委員) やはり競合していくしかないのかなと思っております。まだイオンが出店するまでに時間があるので、その間にどういうすみ分けができるのかというのをやはりこれから市として、考えていけるのかというのがちょっとあります。

あと、先ほど道の駅のことを聞いたのですけれども、高速道路での人の流れはもしかすると福島の道の駅が先にできると、例えば米沢から来て、今度は相馬のほうに行って、こういう人の流れは何と

なくできてくるのかな。その中にもしかしたらイオンができて、そこも1つはやるところができるのかな。その人の流れを福島駅周辺、こっちのほうに呼び込むにはどうしたらいいのだろうなというのを今考えておりました。

あと、この前、関係ないのですが、道の駅見てきたときにバス停があったので、あれ、ここバス運行するのですたっけかと言ったら、いや、バスはない、ここは観光バスが止まる場所で、定期バスはない。もちろん道の駅だから、定期バスはないかもしれないですけども、例えば福島と道の駅をつなぐシャトルバスみたいなのがあったら面白いなと。ちょっと余計な話ですが、そういう買物ツアーのバスみたいなシャトルバスも例えばイオンとの提携の中で結べたらそれはそれで動きにはなるかなと思って。

(丹治 誠委員) さっきイオンと福島とのシャトルバスを走らせるというお話も先生からされたわけなのでですけども、それはそれで私もそれはあっていいのかなというふうに思っています。イオン側ではなくて、福島側の商店街の課題として、高齢化だったりとか、後継者がいないとかいうことで、そのことがある一方、イオンに売っているようなものではなくて、福島ならではのものをこちらで売るとなったときに、どうしても日常的なものであったりとか、あるいはほかにもあるのかもしれないんですけども、そういったものにならざるを得ないのかなという気がするのです。そういったものを売るとなると商店を維持するためには、今ある福島の店舗を維持させるようなことも必要なのかな。そういった施策も取りながら、イオンに行った人がこの福島の商店にも寄ってもらえるという、寄ったときにはこの店も行こうとか、日常的ではなくても、高級なものでもいいのですけども、先生は差別化という話をしていましたけれども、差別化できるような、そういった商店街なりお店づくりをするようなサポートの体制というのも福島側では必要ではないかな、そのように思いました。

以上です。

(半沢正典委員) 他の委員さんが言ったとおりだというふうに思います。この中で、先ほど質問の中で言ったように、最終ページの3つがこれから我々の所管事務調査のテーマをより具体的にしたものなのだと思います。その中で、まずは商店街で自由主義経済の中でそれぞれ自助努力で、先ほど差別化とか特性とか、そういうのを念頭に置きながらお店の魅力ある店舗づくりをしてもらうというのがまず第一、やってもらわなければいけないのだろうと思います。しからば、行政としてどういうことの携わり方ができるのかなということが一つの大きなテーマの部分になると思うのですが、伊達にイオンが出店する際に紆余曲折あって、最終的に条件付で認めたと。もちろんその条件についてはこれからはお互い尊重されていくのだろうと思います。イオンシネマが残ったし、福島イオンもそのまま店舗を継続するとか、そういうようなことの中で、行政の立場から伊達イオンとの対話の場というのは多分できるのだろうと思います。なので、福島市としてはそういう個々の店舗の努力がしっかりと報われるように、伊達イオンとの橋渡しというか、こちらの側の要望をしっかりと受け止めて、それを実現してもらおう交渉役の窓口をこれからやらなければいけないとあって、その辺が福島市の

きな役割、要するに個々の店舗とか商店街では伊達イオンとの直接交渉はなかなか難しいので、それを束ねた行政がしっかりと交渉役を果たしていくことが福島市に求められることにこれからなっていくのかなというふうに感じます。

(渡辺敏彦委員) 影響の実態がよく分からなかったなと思う。想像すれば何となく分かるのだけれども。どのぐらいの影響があったのか。影響あって撤退した店、やめた人がどうなったのかがすごく心配なのね。あと、内容的には当たり前の話だなと思って聞いていたのは、将来どうするかという話になってくると、現実的に、先ほど粕谷委員のほうからあったように、本当にコンビニはあるでしょう。地域の年寄りが、24時間営業の雑貨屋みたいなものだから、年寄りがひよこひよこ行って利用しやすい店になってくれると年寄りも何とかなるのかなんていう思いをしながら聞いていました。そういった意味では、基本的なことで大変勉強になりました。

(小熊省三委員) 基本的には、大型店舗の商業施設に対する影響というのはあるというのは当たり前だけれども、だったのかなと新たに認識しました。新たにというか、やっぱり言っているとおりだなという感じがしました。その中で市内の商業施設をどう守っていくかということで、個々のお店の人の経営努力ということもありましたけれども、それはやっぱり衰退していくというところはあるので、やっぱり市としてもそれなりに政策的に、どういうふうに例えば特徴があるのか、営業指導まではいかないにしても、そういう支援策みたいなのをしていかないと、そこの生活をしている市民、ご商売している人たちを、それは市が音頭を取るのか、商工会になるのかという問題もあるでしょうけれども、やっぱりそういうところも含めて考えていく必要があるのだろうなというところが一番の今回の内容について思いました。

以上です。

(阿部 亨委員長) 私のほうから。皆様から大体今意見のほうが出てきましたけれども、まずとにかく商店街等への影響というのは、これは間違いなくあると、それはかなり大きなものがあるということで、先生がおっしゃっていた内容は、大型ショッピングセンターとのいわゆる共存ですか、そういうものをとにかく考えていくのがいいのではないかとということで、対立とかそういうことではなく、ショッピングセンターとのコラボとか、そういう点でまず福島市の、中心市街地だけでなく、そういう特性とか特徴、そういうものを生かしたものの共存共栄というものを考えていってやるべきでないか。その中の1つなり2つのツールとしてシャトルバスとか、様々なまちづくりですか、そういうものも絡めてやっていくべきなのだろうということですが、シャトルバスとかまちづくりというのはある程度、所管でいきますと都市政策部という形になると思うのですが、それはそういうものというものもひっくるめて考えていくものなのだろうというふうに私も感じました。

そこであと、行政として関わりというものの、商売的なものはそもそもの事業者の自助努力、これはもちろん当然なわけで、それはするのは当たり前なのですが、そのまとめ役、要望とか、このような考え方が、そういう部分で行政としてイオンモールとの対話ですか、そういう部分ではや

はり出ていって関わりとして大いに行政が関係していくべきではないかという部分、そのポイントと  
いうか、そういうもの、我々ができる部分ではそういうものなのかなと思いました。

最後のページは、今後から悩むべきものというもの、まさにこの3点ですか、挙げられているとい  
うことで、あとやはり地域性等はもちろんあると思うのですけれども、各事業所ですか、これはそう  
いう考え方で取り組んでいけるのかどうかという部分、これは事業所の問題になると思うのですけ  
れども、またその後の後継者問題というか、経済状況とか、そういう部分が大変絡んでくると思うの  
です。そういうものやっ払いこうとしても、やっぱりそれまでに企業自体が、事業所自体が続かな  
いとか、そういう部分もやっ払い出てくると思うのです。そういう難しい問題もあると思うのです  
けれども、それは企業の事情と言っては申し訳ないですけれども、そういう部分も絡んでくるので、  
大変難しい問題ではあるなというふうに私自身も感じました。

皆様の意見も大体今伺いますとそのような形になるのかなと、大体出た部分はそのようなこと  
があるのかなと思いますが、何か皆さんであと言い足りないこと。

(粕谷悦功委員) シャトルバスというのは、商工会議所からすると何だ、バスでもって福島の市民を  
イオンに運ぶのかという話になると思うのだよ、それは。むしろイオンが福島のほうにバスで送っ  
ていこうというならいいけれども、福島から出したら、市民はどうぞイオンに行ってくださいみたいな、  
そんなやり方になってしまって、商店街怒ってしまうと思うよ、それは。だから、まとめにそれは要  
らないと思うよ。むしろ俺が言いたいのは、福島市民は誰もイオンに行くなと。それは言えないけれ  
ども、本来はそうだからね。行ってもいいけれども、買わないで、見て、あと市内のベニマルとかい  
ちいで買えと。

(丹治 誠委員) 売っているものが違うのです、こっちと向こうでは。ベニマルで売っているものイ  
オンでは売っていないですから、別なもの売っているのだから、それはしょうがないです、行くのは。

(粕谷悦功委員) 行くのはしょうがない。当たり前だ。相手は50万の商圏でやっているのだから、そ  
れはしょうがない。だけれども、行ってもいいけれども、買わないで。

(尾形 武委員) 一般消費者としてみれば楽しみも一つなのだよ、ショッピングは。だから、大型  
店ができることによって、総合的に何でも売っているものだから、一日中レジャー感覚で行くと思う  
のだよ、若い人は。だから、そこら辺を食い止めるには魅力ある商店街をつくって、先ほどから出て  
いますように、楽しい商店街をつくるにはどうするかということを考えていけばおのずと答えは出る  
のかなと思うのですけれども。

(半沢正典委員) さっきデータ見ていて大型店が出店したやつと退店後の来客数あったけれども、こ  
れ不思議なのが退店した後に増えたというところないわけよ。本当は増えなければいけないでしょう、  
戻ってこなければいけないわけだから。要するにやっぱり自分たちの魅力を上げるしかないというこ  
とになってしまうのだけれども、さっきのシャトルバスの例は、これは見方によってですけれども、  
逆にこっちに連れてくるという話のシャトルバスだから、送るのではなくて。だから、例えばそうい

う見方で、要するにこれから800万人とか、半分の400万人とかという集まる人口を福島にどうやって引っ張っていくかというのがやっぱり連携とかというような名前を借りてやっていく、そしてこっちの経済を活性化させるというのが俺らのターゲット、狙い目だから。

(阿部 亨委員長) 大体皆さんの意見のほうよろしいでしょうか。

【「なし」と呼ぶ者あり】

(阿部 亨委員長) それでは、ご意見をいただきましてありがとうございます。

本日いただいた意見については、正副手元で内容を整理させていただきまして、調査のまとめの際に示させていただきたいと思います。

意見開陳は以上といたします。

最後に、その他に移ります。

委員の皆様から何かございますでしょうか。

【「なし」と呼ぶ者あり】

(阿部 亨委員長) では、なければ以上で経済民生常任委員会を終了いたします。

午後4時02分 散 会

経済民生常任委員長 阿部 亨