

2030年に向けて、リニア中央新幹線のある未来

WAmazing株式会社 代表取締役CEO
(株)リクルートライフスタイル
じゃらんリサーチセンター客員研究員

加藤史子

故郷「横須賀市」は、人口43.7万人（ピーク）から39.9万人へ（2018年）

2

2018年2月14日の「毎日新聞」記事より

▼記事の主旨

- ・横須賀市の人口が40万人を下回った
- ・40万人を下回ったのは41年ぶり
- ・人口減少は止まらぬ見通しである

- ・戦後は米軍から返還された土地を中心に造成された工業団地に工場が進出して人口増
- ・2000年以降は相次いだ工場撤退が人口減少に拍車をかけた

**つまり、
「人は、その土地に、仕事がないと、その土地のことが好きでも離れざるを得ない」**

ペティ＝クラークの法則とは、経済社会・産業社会の発展につれて、第一次産業から第二次産業、第二次から第三次産業へと**就業人口の比率および国民所得に占める比率の重点がシフト**していくという法則



1次
産業

農業・林業・水産業
(自然から直接資源を採取する産業)



2次
産業

鉱工業・製造業・建設業など
(自然から採取した資源を加工することで高度な財を生産する産業)



3次
産業

目に見えないサービスや情報などの生産を行う産業。
金融、保険、卸売り、小売、サービス業、情報通信業など

故郷「横須賀市」は、人口43.7万人（ピーク）から39.9万人へ（2018年）

4

2018年2月14日の「毎日新聞」記事より

▼記事の主旨

- ・横須賀市の人口が40万人を下回った
- ・40万人を下回ったのは41年ぶり
- ・人口減少は止まらぬ見通しである

- ・戦後は米軍から返還された土地を中心に造成された工業団地に工場が進出して人口増
- ・2000年以降は相次いだ工場撤退が人口減少に拍車をかけた

つまり、日本社会は第三次産業が中心的存在になっていくのに対して「横須賀市」は第二次産業で時代が止まった。日本全体がそうであるとも言える。

日本全体が第三次産業で「成功体験」を積めていない

第二次産業全盛の時代、
Japan As Number1と言われた。

時価総額（企業価値）ランキング
では世界のトップ25位のうち

1989年 日本企業18社
2018年 日本企業0社



製造業は空洞化するが、観光業（第三次産業）は空洞化しない



タイの人に日本車を売りたい場合、タイに工場を作り、タイ人の近くでマーケティングするほうが効率がよく、雇用が生まれるので政府に歓迎される。（→日本工場の閉鎖）

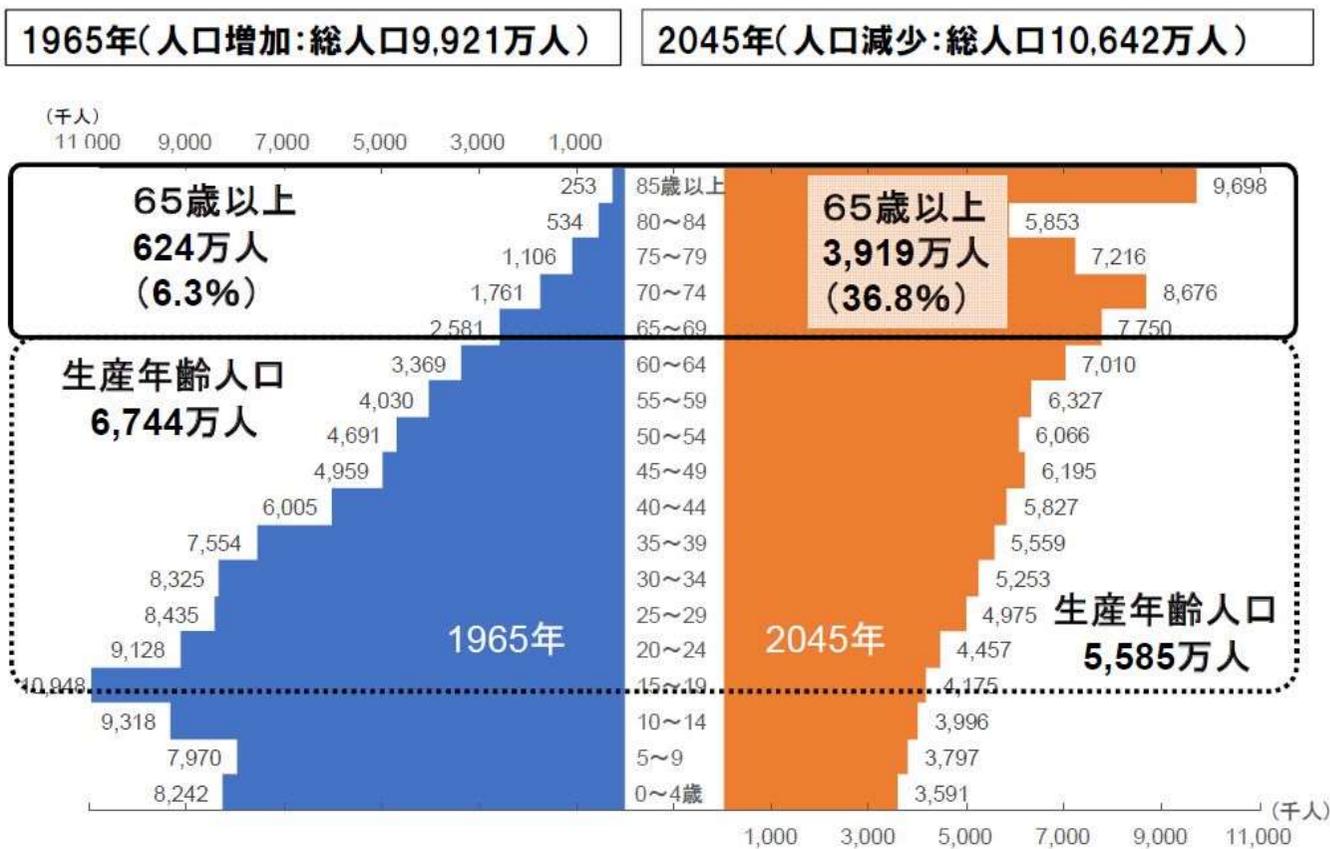


日本の観光をタイでやることは出来ない。「モノを移動する」のではなく「ヒトが移動してくる」ことで観光産業が成立する。地域に雇用をうみ、絶対に空洞化しない。

神奈川が好きな人、神奈川に住み続けたい人が、
神奈川に住みながら「仕事」ができる社会が理想。

その1つの手段として私は、
「観光産業振興」「インバウンド市場」
「リニア新幹線」を捉えています。

2045年の人口動態（日本全体では人口減少と高齢化）



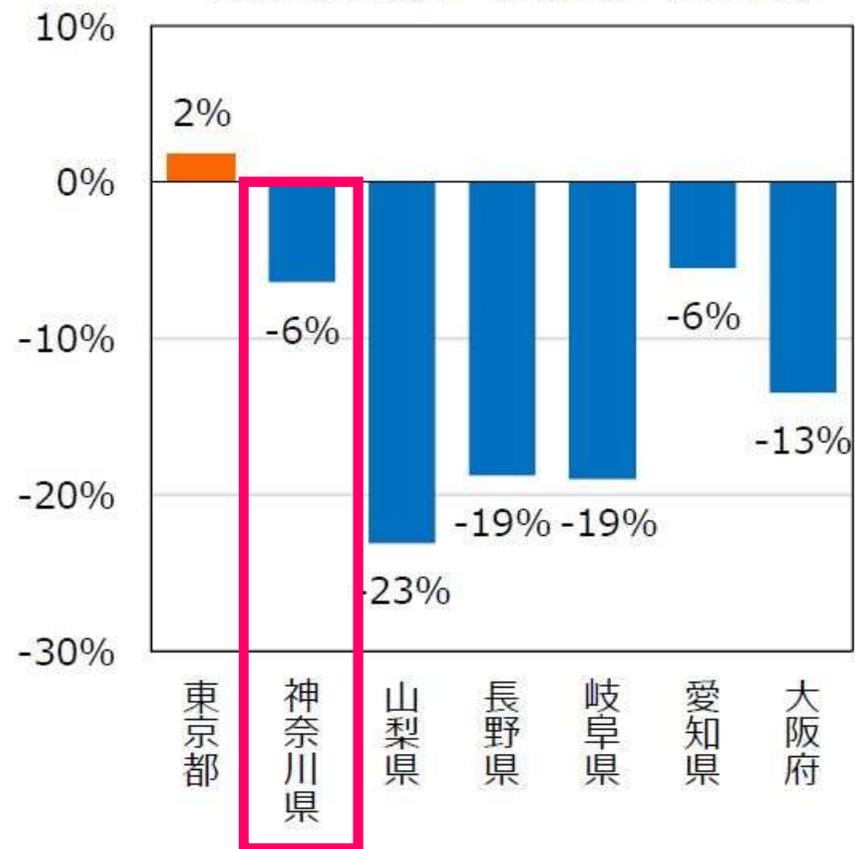
(出典) 1965年は総務省統計局「国勢調査報告」
 2045年は国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(平成30年推計)」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果

それでも東京は増加する。神奈川でさえ減少へ。

(単位：千人) リニア沿線都府県における人口の推移 (2015→2040)



人口の増減率 (2015→2040)



(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口 (平成30年推計) より国土交通省国土政策局作成

定住人口



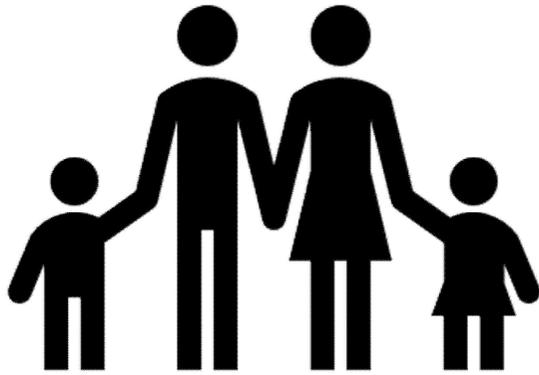
その地域に住んでいる人

交流人口



その地域に住んではないが、通勤・通学、
観光、レジャーなどの目的で訪れる（交流する）人

定住人口



17万人（旧鎌倉には5万人）

交流人口

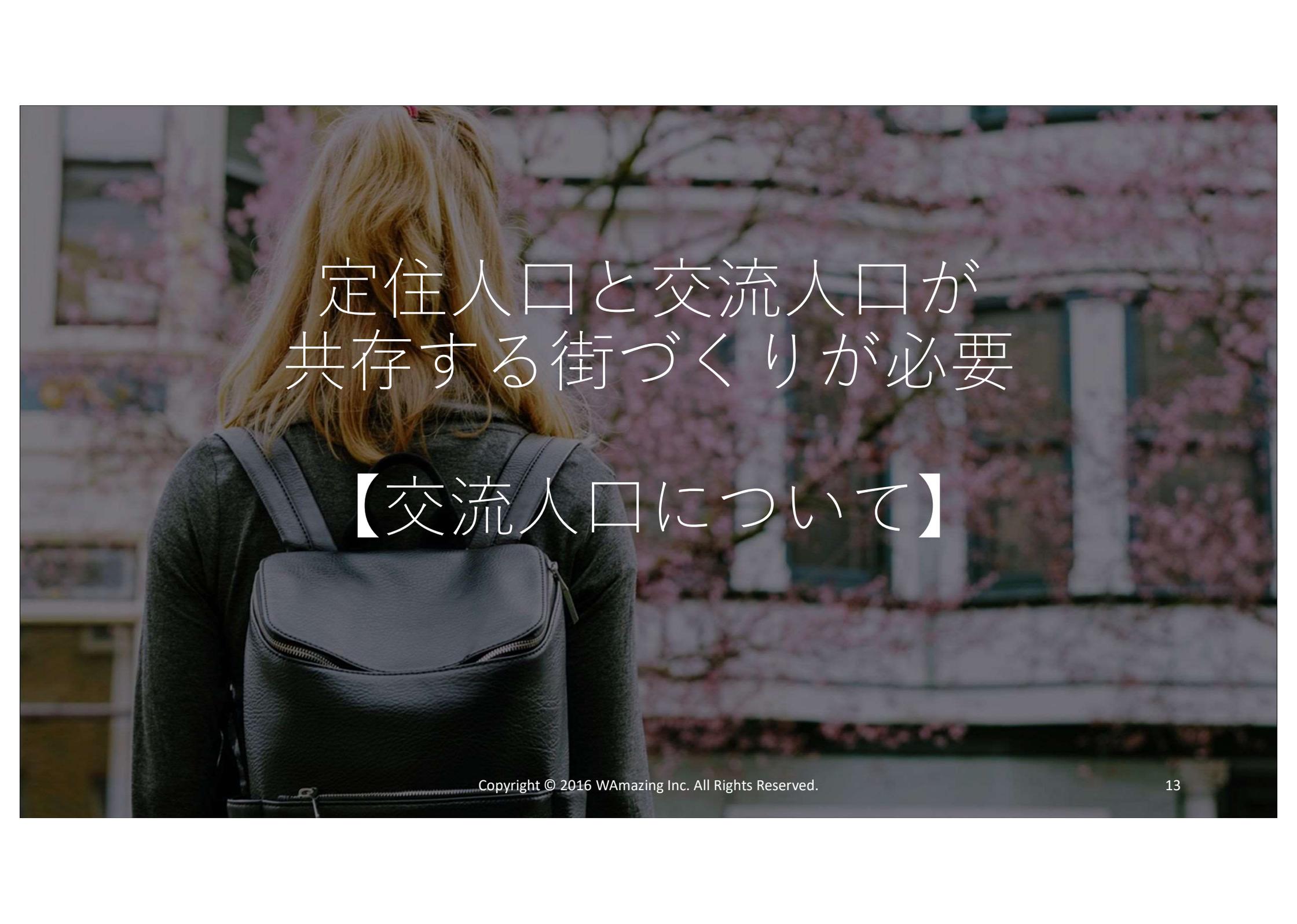


年間1900万人



人口減少社会に地域が活性する道

定住人口と交流人口が
共生する新しい地域づくり



定住人口と交流人口が
共存する街づくりが必要

【交流人口について】

定住人口



その地域に住んでいる人

交流人口



その地域に住んではないが、通勤・通学、
観光、レジャーなどの目的で訪れる（交流する）人

約9人の外国人旅行客を誘致することで、賄うことができる



=



124万円
/年間消費額

15万円
/1人当たり消費額

消費額：15兆円

2030年
6,000万人

2016年
2,403万人



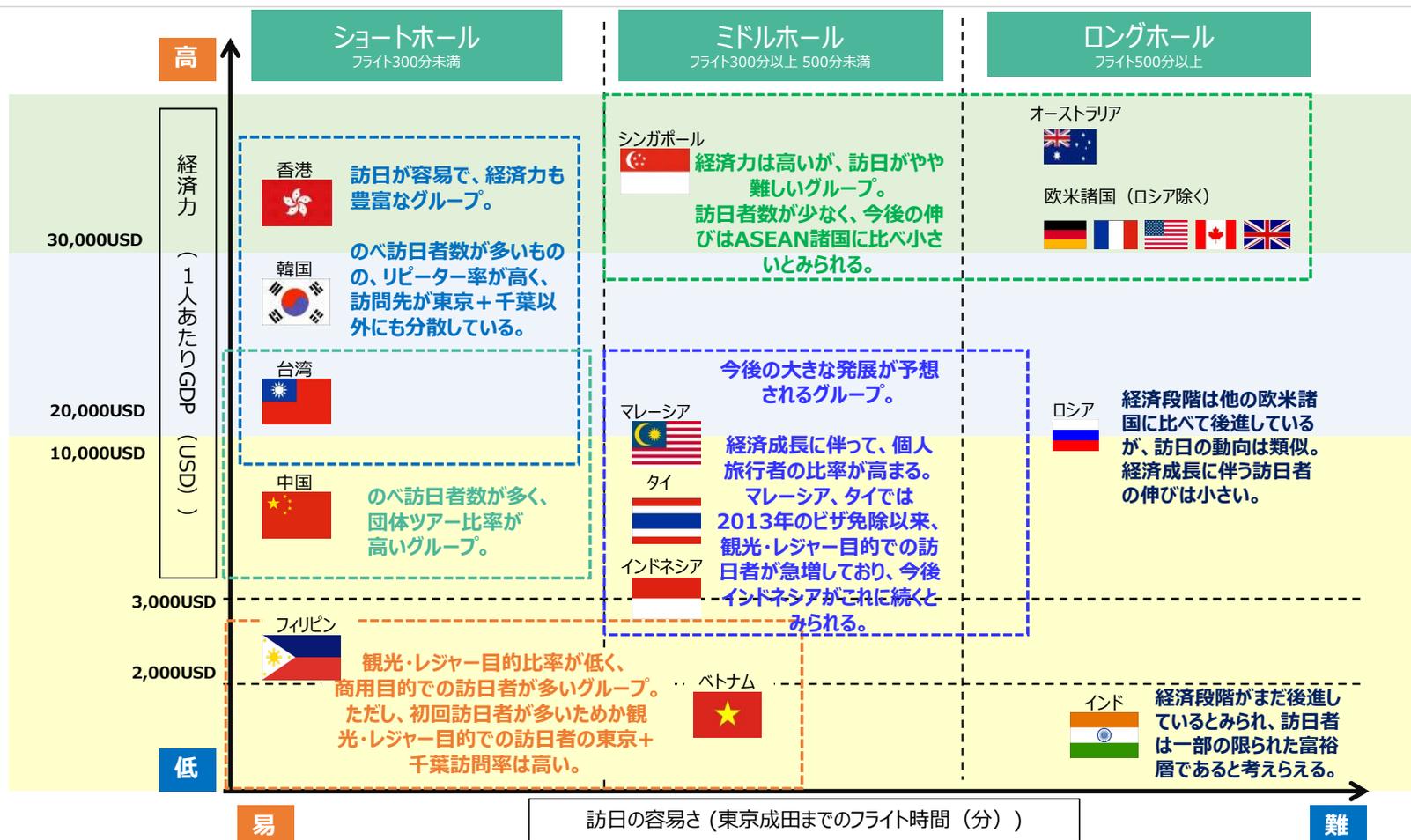
訪日外国人

2003 2005 2007 2009 2011 2013 2015 2030



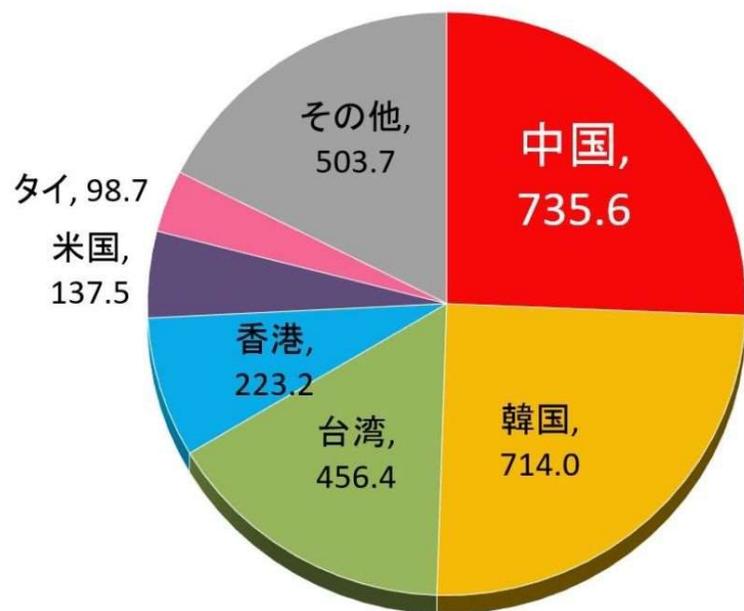
インバウンドの未来需要予測

日本への近さ
×
国民の豊かさ



東アジア、それに続く東南アジア

■2017年 訪日外国人旅行者 国別内訳



日本への訪日旅行者は東アジアの国々が全体の75%を占め、ASEANを加えると8割を超える

■中国からの訪日数の経年および月別推移



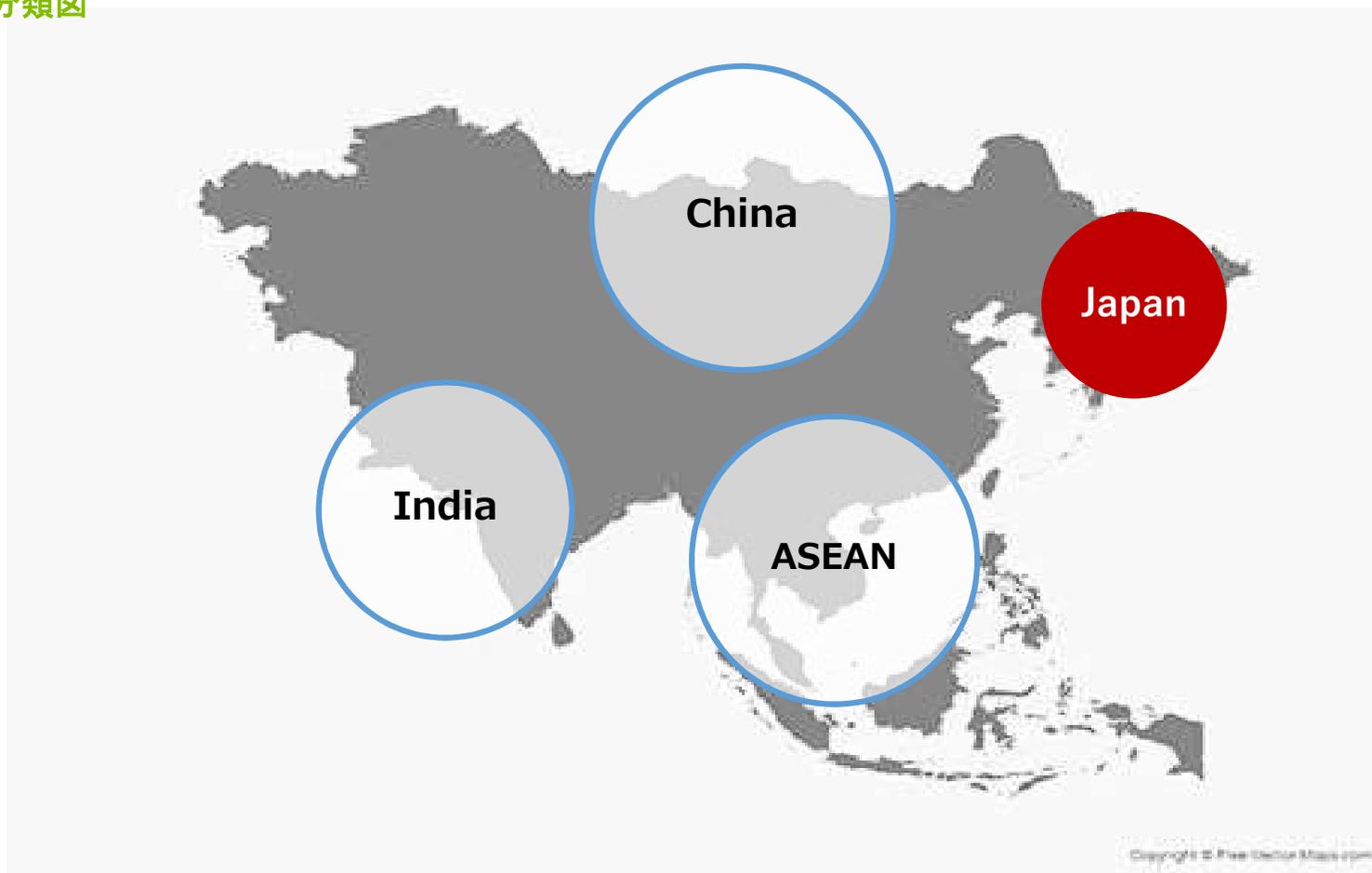
中国は2017年後半にかけて大きく伸長。これは外務省が中国人に対する査証（ビザ）発給要件を緩和したため。2018年は緩和効果が通年で効いてくるため、訪日中国人は大きく伸びる予定。

中国は人口規模が大きく、日本にとってみれば巨大なダム（中国市場）の水門（ビザ発給要件）の開け閉めすることで流入をコントロールしている。

21世紀前半、最も躍進する「アジア」

19

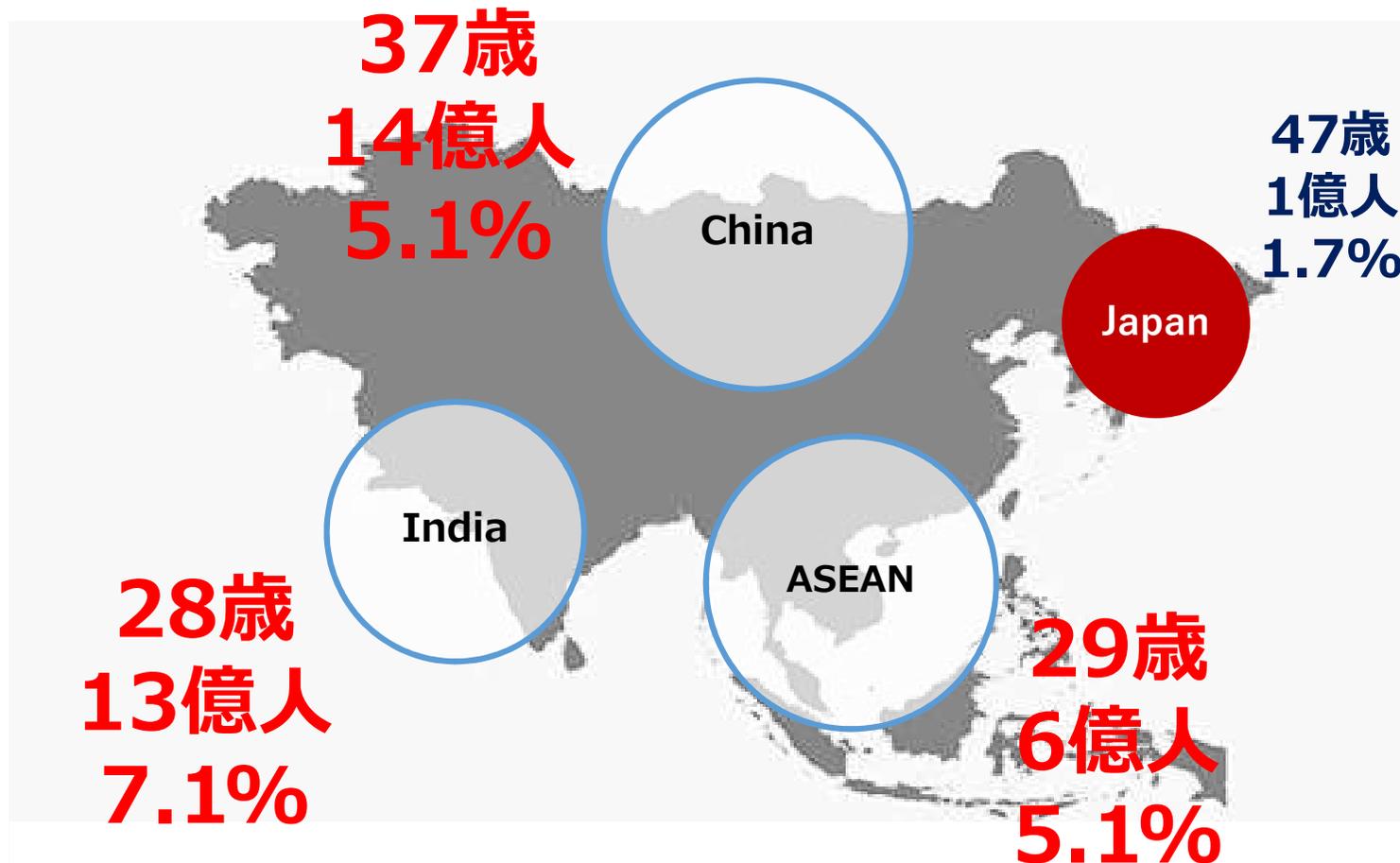
■アジアの分類図



若く、伸び盛りで、人口の多いアジア（除く、日本）

20

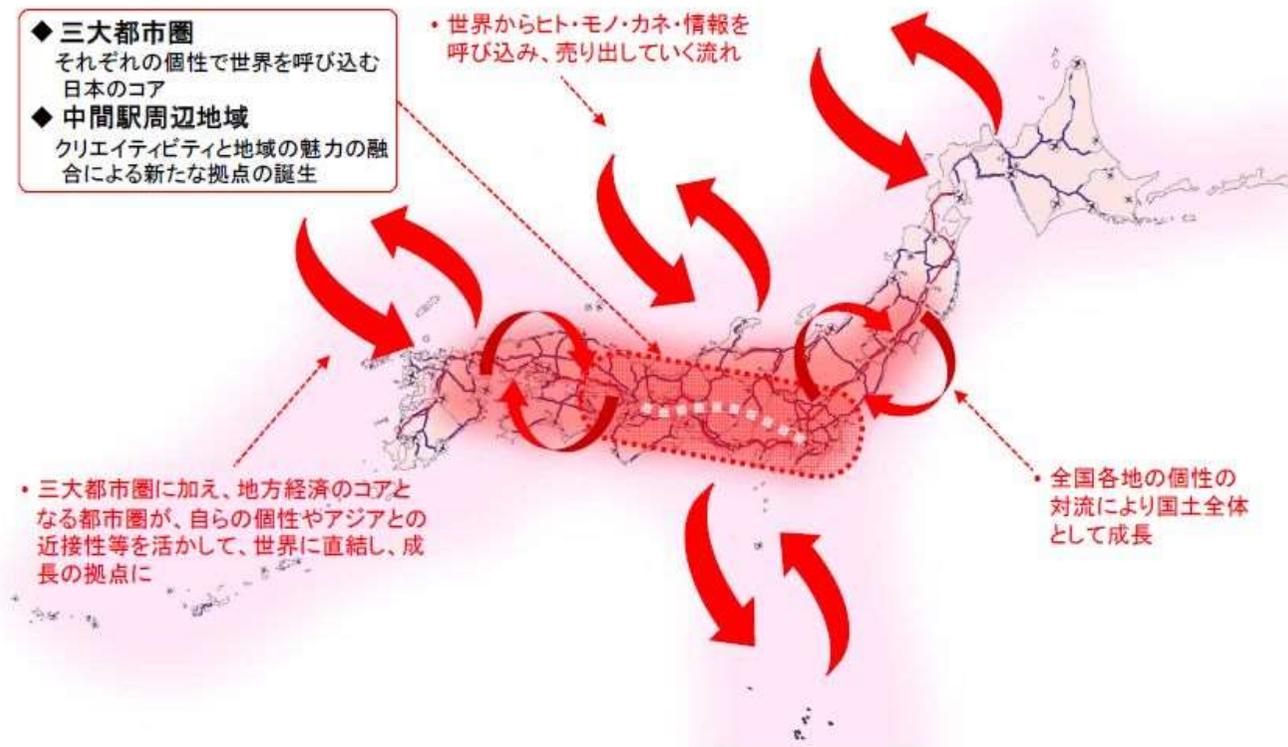
■エリア別の平均年齢、人口、GDP伸び率(2017年度)



(※IMF - World Economic Outlook Databases, WHOの報告書からDTVS作成)

【実現が望まれる将来の姿】

- 「グローバルなダイナミズムを取り込み、これまで培ってきた技術や文化を活かした経済成長を実現しながら、各地域が個性を活かして自立する持続可能な国」
- 「都市部においても地方部においても、各個人が望むライフスタイルの実現に向け多様な選択肢を持つことのできる、多様な価値観を支える国」



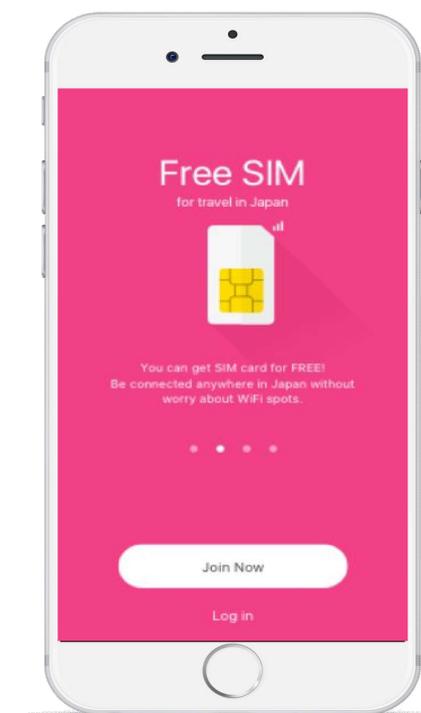
WAmazingとは

訪日外国人旅行者の通信問題を解決し
日本の観光資源と旅行者を出会わせる
スマートフォンアプリサービスです

特長①空港で入手可能な無料通信（無料SIMカード貸与）

※15日間、500MBの無料データ通信量付

特長②アプリ内で宿泊、観光アクティビティ、交通などが手配可能な
「手の中の旅行エージェント」機能



外国人が旅行中に困ったこと（観光庁調査より）



無料公衆無線LAN環境



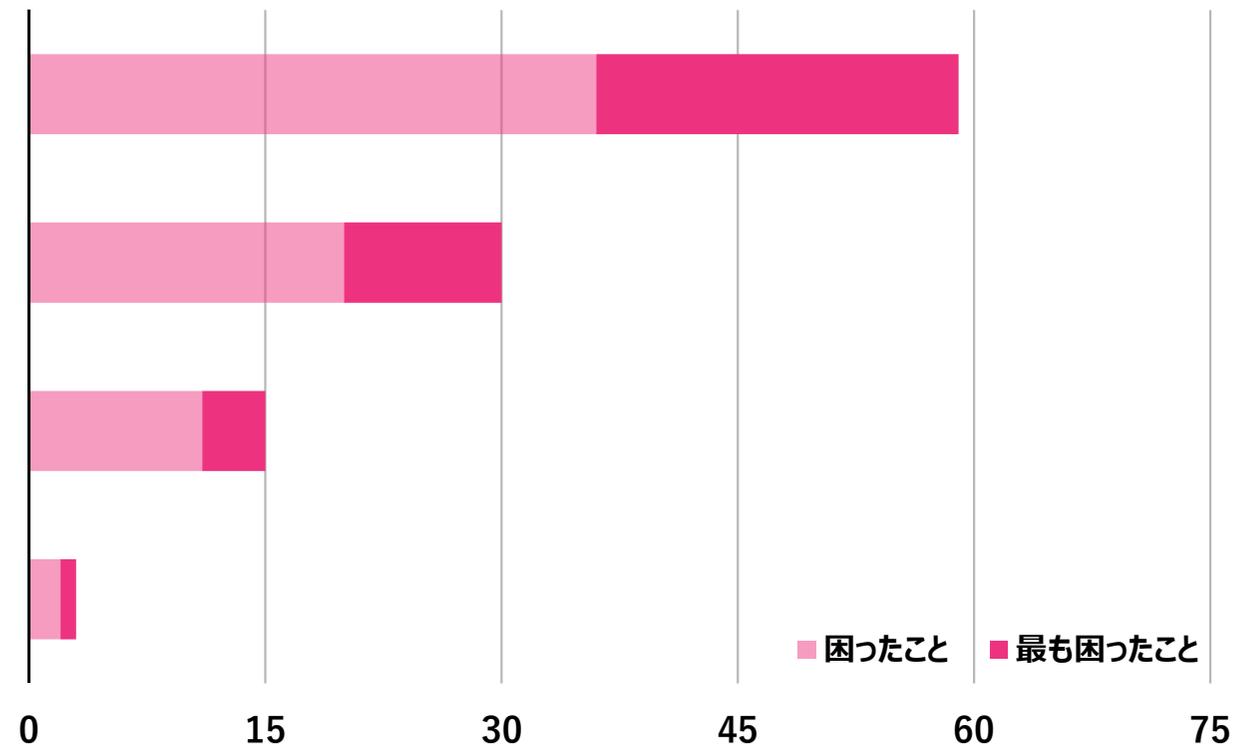
目的地までの公共交通の経路情報



飲食店情報の入手



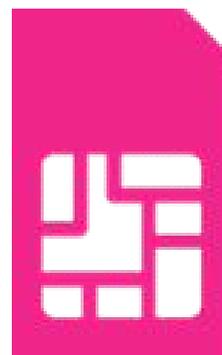
ツアー・旅行商品情報の入手



訪日外国人旅行者に「いつでもどこでも」「自分だけの」インターネット環境を提供し日本旅行体験の利便性UPを！



- アクセスポイント固定
- 移動中は使いにくい
- みなで使う公共性
- 地方部に特に少ない



SIM

- いつでもどこでも
 - 移動中便利
 - 自分だけのネット環境
 - 地方部もカバー
 - 15日間、500MB無料
- ※追加購入も可能

増加するFIT訪日旅行者にとっての「手の中のエージェント」 アプリ内で、様々な日本の“コト消費”と出会えて手配可能



ツアー・体験



飲食



交通

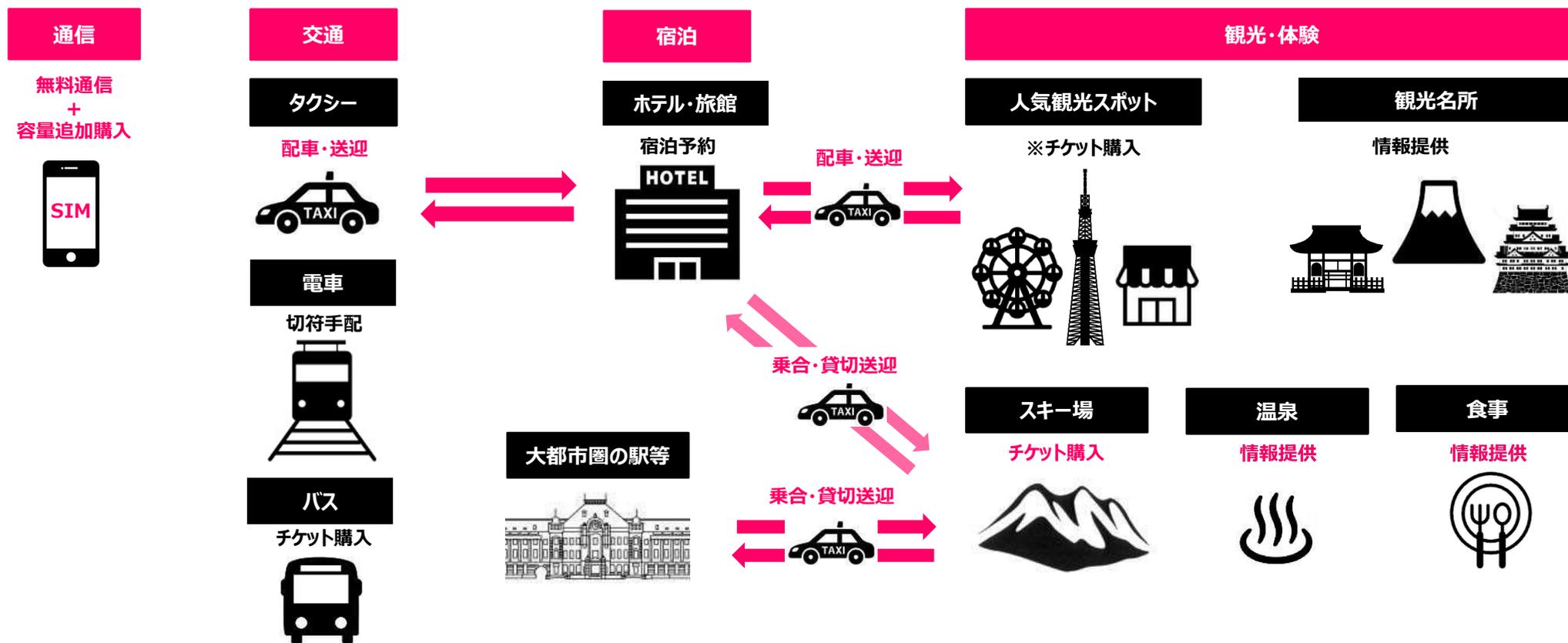


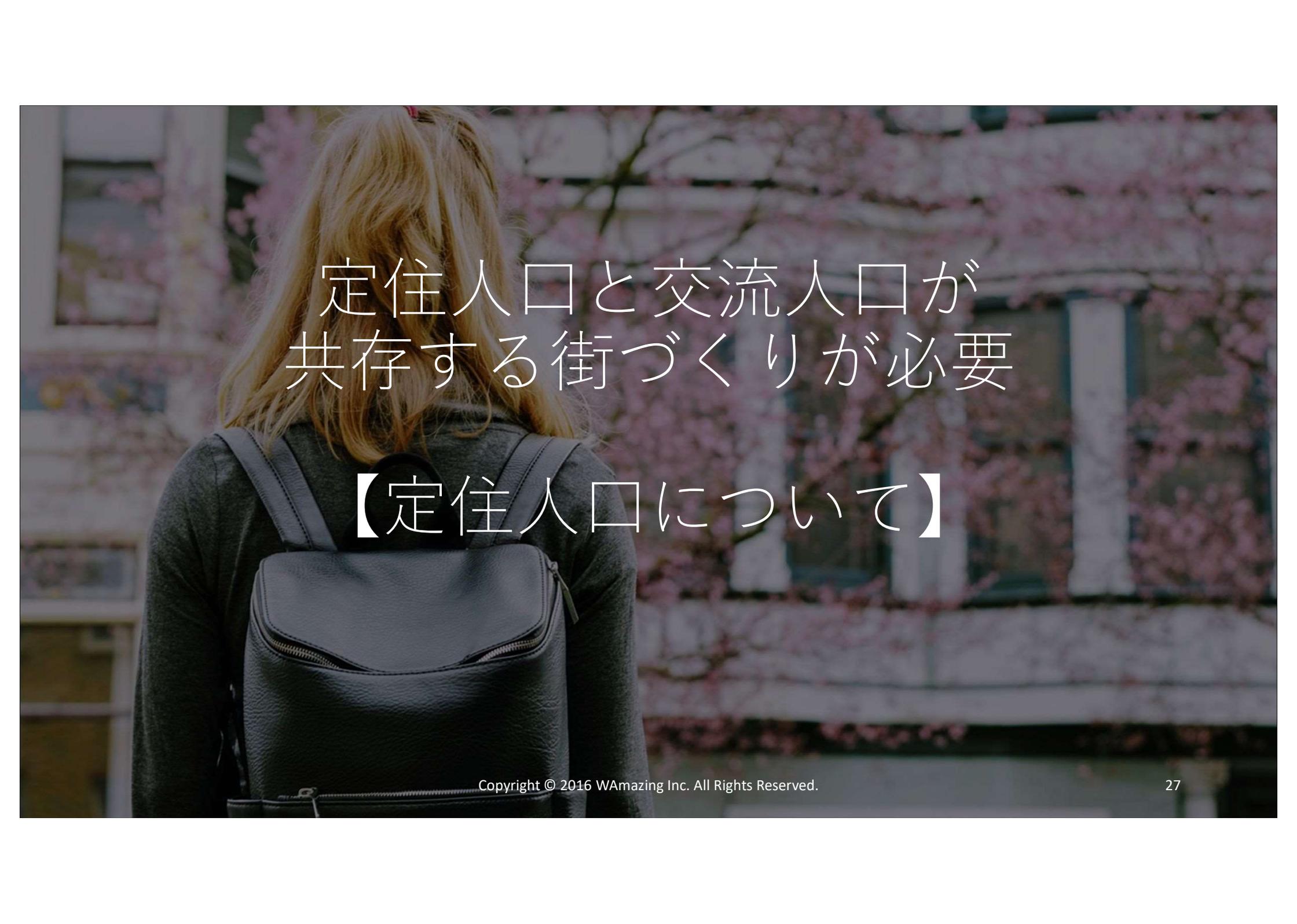
宿泊



ガイド情報のみならず
実際に行動（予約・購入）できるコンテンツ

- 訪日外国人旅行者のニーズが高い「人気観光スポットのチケット購入」・「交通手配」・「日本を代表する観光資源の体験」がWAmazingアプリの中で完結できるサービスの確立を目指す





定住人口と交流人口が
共存する街づくりが必要

【定住人口について】

定住人口



その地域に住んでいる人

交流人口



その地域に住んではないが、通勤・通学、
観光、レジャーなどの目的で訪れる（交流する）人

①18歳～24歳の若者がターゲット

②都市生活と地域生活の良いところどりをする
ライフスタイルの定着

自然減



社会減



地方部の人口減少は「社会減」が深刻①

- ・【事例①山形県の場合】18～24歳の転出超過3,412人は、全年齢を通じての転出超過総数3,855人の88.5%を占めており、若者の県外流出が県人口減少の大きな要因



資料：山形県統計企画課「山形県の人口と世帯数」

地方部の人口減少は「社会減」が深刻②

- ・【事例②静岡県の場合】社会減少が大幅にマイナスとなった要因である「県外流出」が増えている年齢層は「若年～勤労者世代」である（図表6）。15～19歳は、高校卒業、大学入学の年齢層に当たり、従来から、県外への進学者が多かった。ここ数年で急速に減少しているのが、20～24歳△488人（平成22年と26年の対比）、25～29歳△966人。

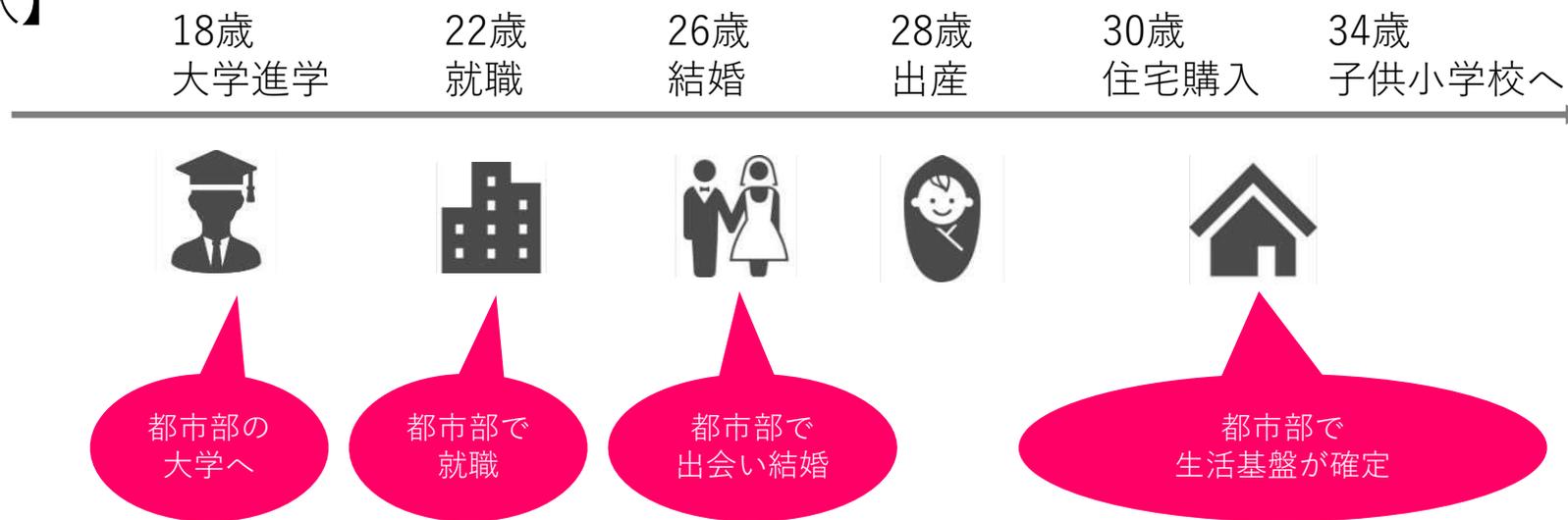


リニア開業後の新しいライフスタイルを作り出すために
重要視すべきターゲットは18歳～24歳

若年層（18歳～24歳）の都市部への人口流出の現状

34

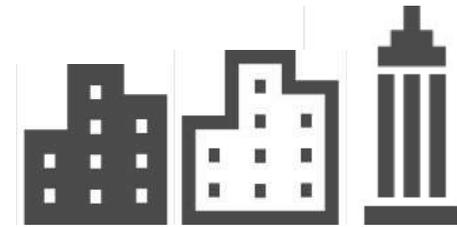
【現状】



大学進学や就職タイミングで都市部へ若者が流出し、結婚・出産・自宅購入・子供の進学などのライフイベントを経て、生活基盤が完全に都市部に固定。
次に「故郷へ帰る」選択肢が現れるのは、定年後。

リニア開業後の新しいライフスタイルとは？

地元の豊かさの中で暮らしながら、都市の多様な
学び・文化・職業選択肢を手に入れることを18歳～24歳で実現



リモートワークと
高速効率的移動による出勤を
組み合わせつつ柔軟に働く
(地方から都市部へ通勤！)

【地元での豊かな暮らし】

- ・低い生活コスト
- ・血縁、地縁の助け合い
- ・幸福度ランキングNo1は福井県
- ・東京都の合計特殊出生率は全国最下位

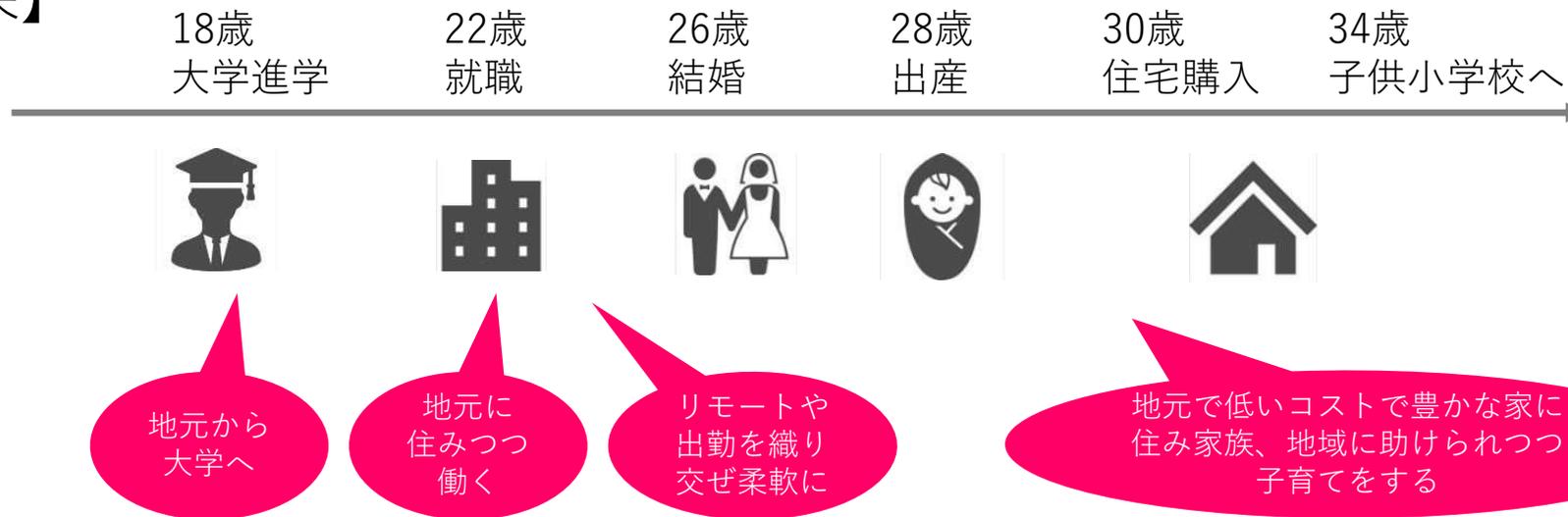
【都市部の多様な選択肢】

- ・多様な職業選択肢
- ・学び、成長の機会
- ・文化、レジャー、消費の多様さ

リニア開業後のライフスタイル（18歳～24歳）

36

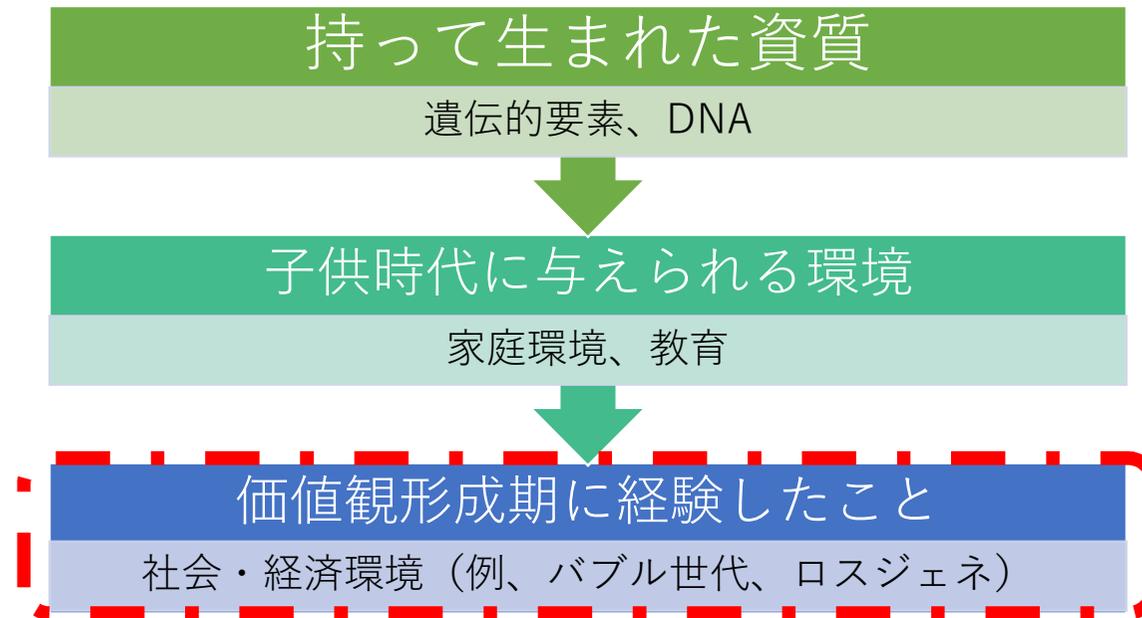
【将来】



- ・「進学」と「就職」での人口流出を乗り越えれば、**地方部は人口社会減に歯止めをかけられる。**
- ・「結婚」「出産」「自宅の購入（建築）」「子供の進学」を経て基本的には生涯、その地に定着
- ・地方に住み、都市で働くライフスタイルは、**日本全国民の幸福度を上げ少子化対策にも寄与**
- ・もともとの地元居住者以外（都市生活者）にとっても「憧れのライフスタイル」に。

18歳～24歳は、価値観形成世代

- 価値観形成期に働きかけて、生涯を通じた行動の礎に…



【事例紹介】 雪マジ！19 / マジ部

価値観形成世代に働きかけて
行動習慣を変え、新たな需要を生み出した事例

20歳前後の若者に、
様々なレジャー観光体験
豊かな地域体験を
0円でしてもらうことで、
地域・観光産業の将来需要を創る

10代最後の魔法がかかる。

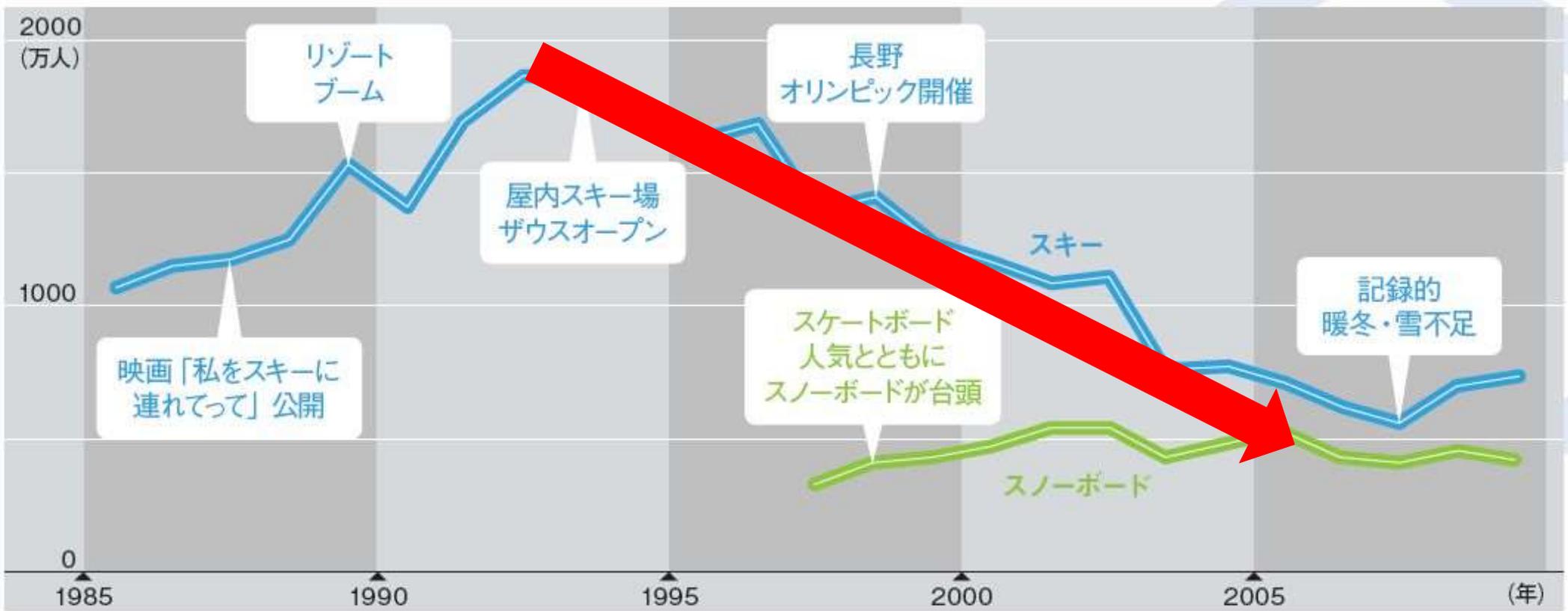
雪魔法!19

SNOW MAGIC



スキーアクティビティ人口は、この20年で半分に縮小

図1 スキー・スノーボードの人口推移



出典：「レジャー白書2010」日本生産性本部（2010年7月）1年間に1回でもその活動に参加した人の人数であり、のべ人口ではない。2009年度データより、調査手法が訪問留置法からインターネット調査に移行。

日本の山エリアにとっては冬季の大切な産業

43

- 山あいの地域は、「農業」「林業」「観光業」などがメイン
- 冬は「農業」「林業」は休業、「観光」もオフシーズン
- オフシーズンの「冬」に都心部から人がやってくるのがスノーアクティビティ市場（雇用の受け皿にも）

春



夏



秋



通常の観光のオンシーズン
農業・林業もオンシーズン

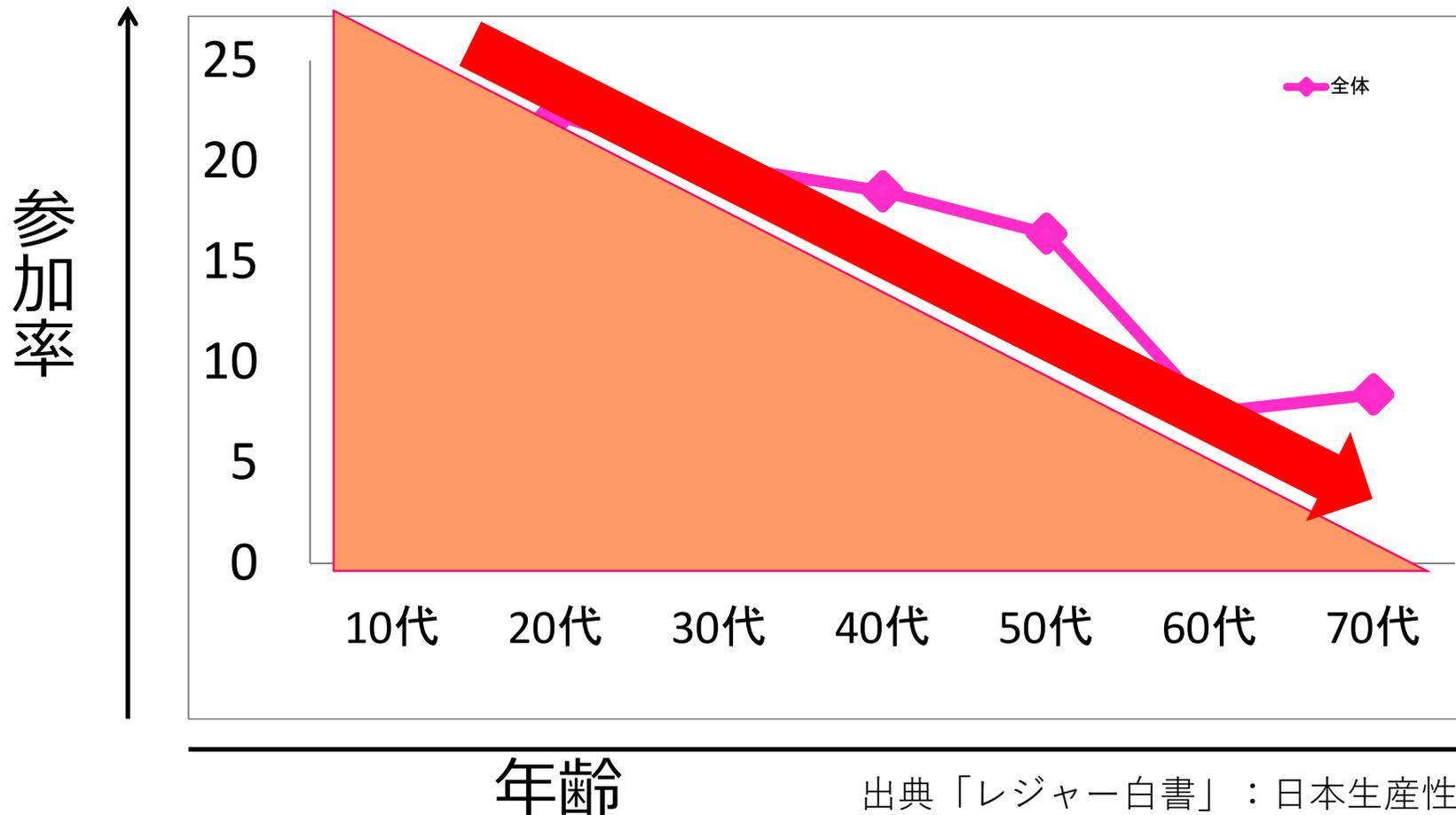
冬



スノーアクティビティ
冬でも誘客シーズン

スノーアクティビティ参加率（人口比）

■ 年齢が上がれば参加率が下がる構造 = 若い時に始めた人が徐々に辞める

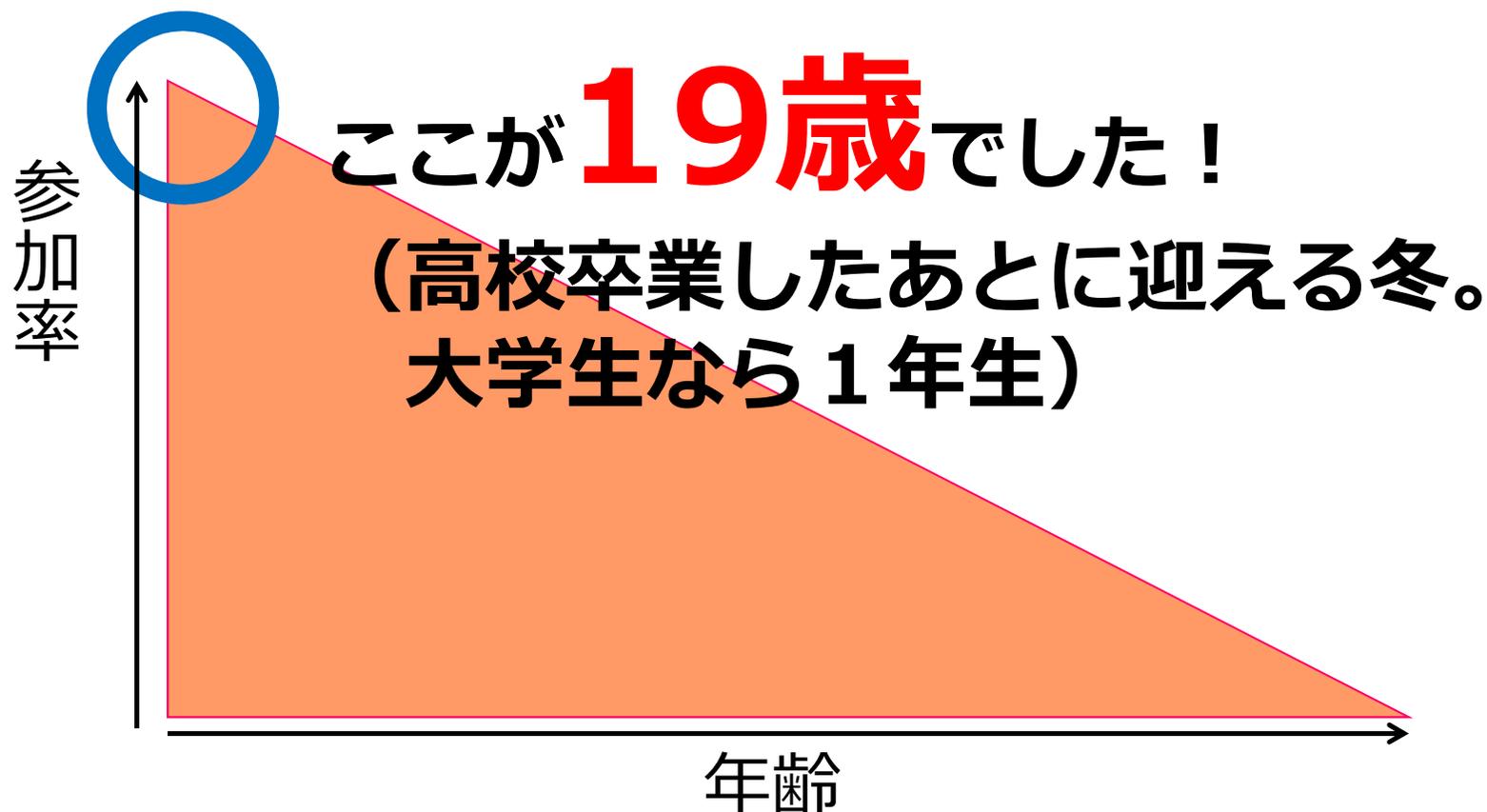


出典「レジャー白書」：日本生産性本部

市場活性化 = 三角形の面積の最大化

45

■ 小学校で習う三角形の面積の公式：底辺×高さ÷2



「19歳」に訪れる3つの変化

46

同行者が
家族から**仲間**へ

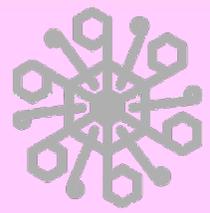
費用負担が
親から**自分**へ

アクティビティが
スキーから**ボード**へ

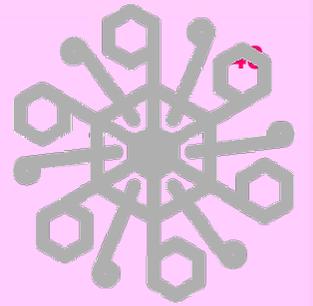




**19歳の「3つの壁」を越え、
エントリー年代の最大多数を獲得し
三角形（市場）の最大化を目指すには？**

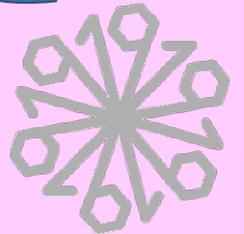


19歳だけ!!



全国190以上のスキー場に

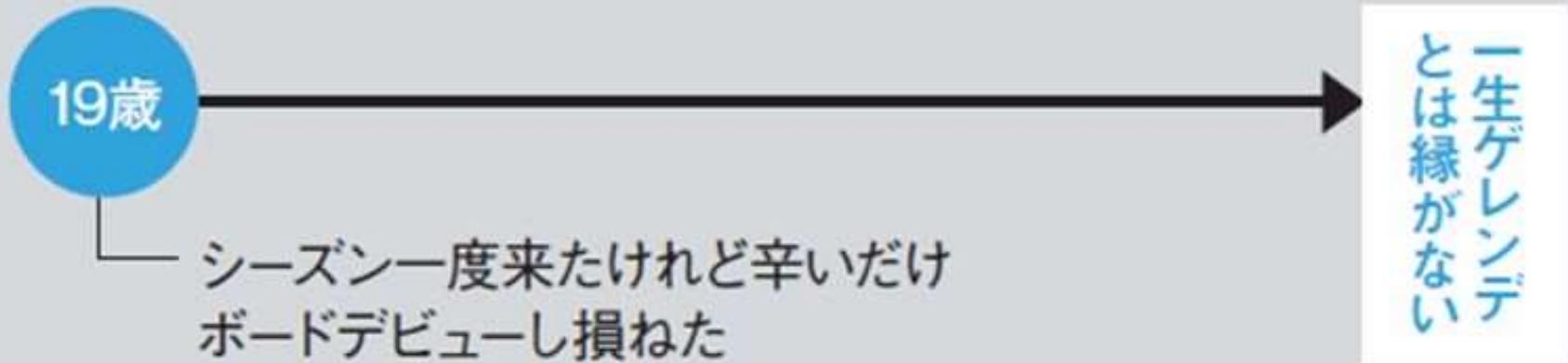
何万回行っても



リフト券無料!!

「19歳」をつかまえて参加人口の拡大へ

現状



創る世界



様々な業界からの要望で横展開

50



福島県内ゲレンデ
リフト券タダ

ゲレンデリフト券最
大半額



Jリーグ観戦
がタダ



ゴルフ練習
ゴルフプレー
がタダ



マリンアク
ティビティが
タダ



温泉入浴料
がタダ

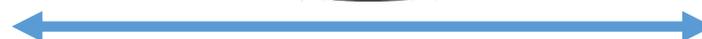
18歳～24歳の価値観形成期に新しいライフスタイルを支援

51

【具体策】リニア新幹線の「大学割」、「社会人3年目まで割」、「年齢限定無料」

【それぞれのメリット】

- ・リニア新幹線運営事業者はライフタイムバリューの最大化（生涯通勤者の創出）
- ・企業は多様な働き方推進による人材採用力の強化
- ・自治体は税収アップ（18歳～退職までの所得税、住民税ほか）
- ・何より幸せで豊かなライフスタイルの創出、地方の活性化、若者の幸福度向上



リモートワークと
高速効率的移動による出勤を
組み合わせつつ柔軟に働く

【地元での豊かな暮らし】

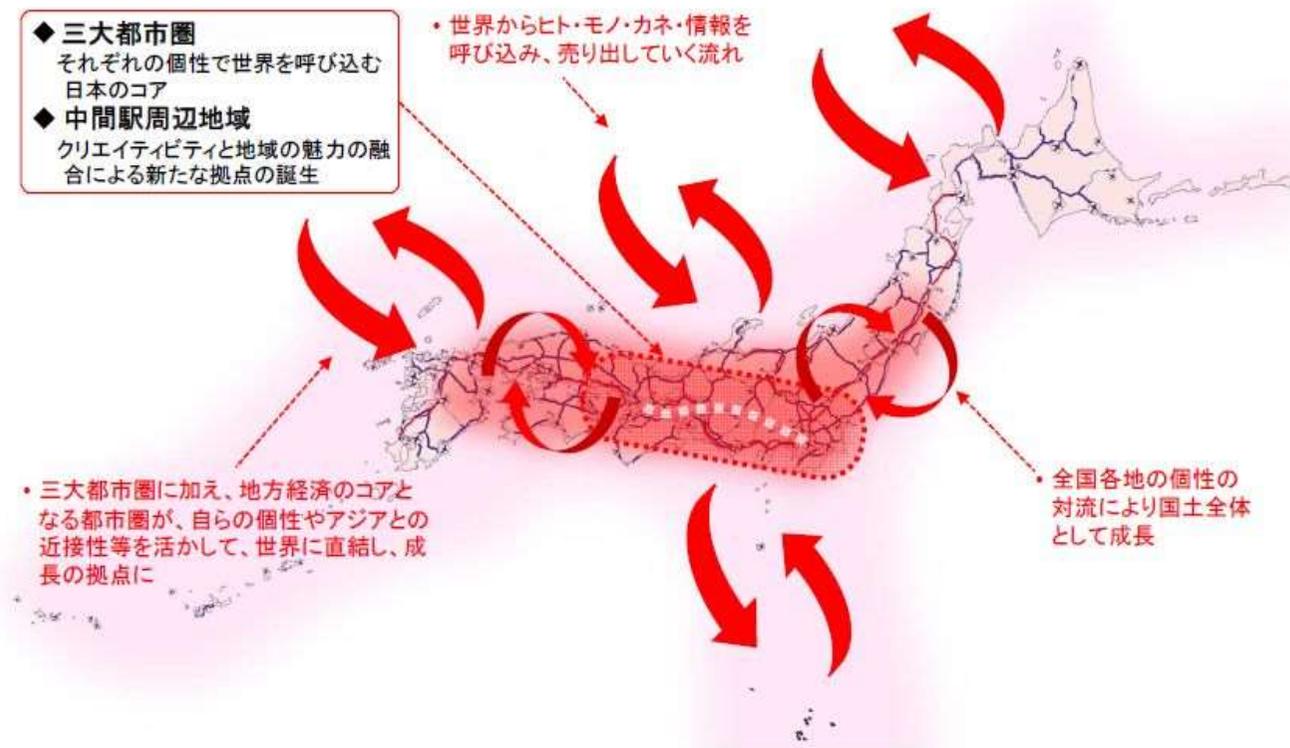
- ・低い生活コスト
- ・血縁、地縁の助け合い
- ・幸福度ランキングNo1は福井県
- ・東京都の合計特殊出生率は全国最下位

【都市部の多様な選択肢】

- ・多様な職業選択肢
- ・学び、成長の機会
- ・文化、レジャー、消費の多様さ

【実現が望まれる将来の姿】

- 「グローバルなダイナミズムを取り込み、これまで培ってきた技術や文化を活かした経済成長を実現しながら、各地域が個性を活かして自立する持続可能な国」
- 「都市部においても地方部においても、各個人が望むライフスタイルの実現に向け多様な選択肢を持つことのできる、多様な価値観を支える国」





人口減少社会に地域が活性する道

定住人口と交流人口が
共生する新しい地域づくりへ