フィールド(現場)からの風 ⑭

宮田守男

地域を「総力戦」という意識で考えてみませんか

「消費税」・「消費税」の情報が氾濫した日が続いた。社会保障の安定財源の確保を目的に、2012年8月、民主党の野田佳彦首相が提出し、消費税増税法案が参院本会議で可決され、今年4月1日から税率5%から8%になった。消費税の導入と増税は多難な歴史をたどった。この問題に関わった首相は、大平正芳・中曽根康弘・竹下登・細川護熙・村山富市・橋本龍太郎・鳩山由紀夫・菅直人・野田佳彦の歴代内閣。選挙での惨敗・首相退陣など国民の理解はその都度大きく揺れた。

当初の構想では、企業活動への税制と位置づけされた「売上税」が、時間経過しながら、消費者の日常活動に対して課税する「消費税」として位置づけされてきている。これを当たり前だと国民に認知させてしまう国家戦略には違和感があるのは私だけなのだろうか。国民が避けることのできない日常生活のほとんどの生活行動に課税する現状。非課税項目の必要性の論議が今後高まってほしいと願ってしまう。

今回の改正は、1000円で30円の増税だが、増税前に耐久資材を中心に「駆け込み」購入する人たちで、家電量販店や商業施設・給油所が混乱した。

「迫る増税・買い換えるなら今」の宣伝には大きく心を動かされた。わが家でも、これが要因で買い換えたものが幾つかでたのも事実だ。多くの国民が、増税される税金で本来の社会保障に目的どおり使われるか疑心暗鬼しているのか、そんな税金は納めたくないとの心理が働いたのか、と思われる消費が全国を埋め尽くした。

27年10月1日には10%に増税する法案も可決済みだ。政府の社会保障への対応が、より一層厳しい視線にさらされていることを念頭に行政運営してほしい。4月からは、モノやサービスの価格が一斉に上昇、年金の減額や保険料のアップに、どの家計負担も厳しい局面を迎えている。一部企業では、春闘で賃上げの動きもあったが物価上昇に賃金が追いつかないとの声も聞こえてくる。

家計で削られる項目は限られる。その中でも旅行や外出経費への動向が気になる。低価格志向の営業方針を明確にした営業戦略の情報も聞こえてくる。観光事業者の経営経費も増加する現状で、低価格で営業できる体力は大北地域の事業者には無いのも現状が示している。

この冬は、厳しい寒さで灯油代が例年の3割増し「お客さまが少人数でも、1日70ℓ約7000円の経費。このまま、営業を続けられるか悩んでしまう」、との恨み節も聞く。大型施設では、悩みはこれ以上なのだろう。

これまで大北地域は、黒四ルート、スキー場施設、山岳、体育施設、個性ある宿泊施設など個々の魅力で誘客に成功してきた。首都圏の送客事業者からは、「大北地域の皆さんは、個々バラバラに営業に来られる。他の地域では、地域一体の取り組みが当たり前なので、どうにかなりませんか」と呼びかけられているが対応できていない。

この厳しい状況を乗り切るために「個人戦」から「総力戦」にどう取り組むかが問われている事を、これまでより強く意識する取り組みが必要だ。一緒に宣伝に行くような安易なことではない。地域全体として、魅力ある商品として作り上げること。当然、旅行代金もトータルで提案することだ。行政や観光団体が核となった宣伝キャラバンする時代ではない。商品造成することで見えてくる、地域の現状にどのように対応するかが、行政の役割で、創り上げた商品を販売するのは、観光事業者に委ねるべきだ。

そのために観光事業者に、どのような肩書を持たせるのかも知恵の一つだ。「あの事業者に、地域を代表させるポジションを与えるのは……」と言っているのでなく、地域の代表にふさわしくない行動にどう対処するか、危機管理をあらかじめ決めておくことで解決できるはずだ。情報社会の中で、それらの事業者に対応することは難解だ。それらに立ち向かう勇気が試される時代になっていると考えるべきだろう。

（NPO法人信州地域社会フォーラム理事・白馬村森上）

3月下旬の大型商業施設駐車場。大混雑から消費者の心理が伝わってくる