

「二地域居住」は、国土交通省により近年用いられるようになった言葉。同義語として、「マルチハビテーション」「交流居住」「Sターン」という言葉もある[注]。

いずれも住居の拠点を1か所ではなく、複数の地域生活空間を行き来しながら生活にゆとりをもたせるライフスタイルと捉えることができる。この「二地域居住」的ライフスタイルが、いわゆる「団塊世代」が定年退職を迎える2007年を控え、にわかに注目を集めるようになってきている。

国土交通省が実施した「二地域居住」に対する都市住民アンケートをはじめ、移住や田舎暮らしに関するさまざまなアンケート結果が出されているが、それらが示すのは都市生活者における「二地域居住」的ライフスタイルにに対する関心の高さであろう。

本連載では、この「二地域居住」をテーマに、「二地域居住」的ライフスタイルに伴う地域活性化策、公共サービスのあり方、ビジネスモデルの再構築、事業開発等々について、多角的視点から個別具体的に検討を加えながら課題点を整理し、レジャー・サービス産業に関わるビジネスチャンスの可能性を探る。

レジャー・サービス産業に求められる新たなビジネスモデル開発の方向

1

なぜいま、“二地域居住”的
ライフスタイルか

(株)日本総合研究所

中村千春＋矢野勝彦

二 地域居住の背景

07年からはじまる団塊世代の定年。
団塊世代は約700万人といわれる人口ボリュームと、自由を謳歌するライフスタイルゆえに、ライフステージを一段上がることに新たなマーケットリーダーとなり、戦後の日本経済の牽引役を果たしてきた。これら世代は定年についても「新たな出発」とポジティブに捉える傾向が強く、50兆円とも60兆円ともいわれる退職金の巨大な経済効果に対して、産業界や財政難に悩む多くの地方自治体が期待を寄せる。このため多くの企業は、この世代にフォカスしたマーケティング戦略や事業戦略の構築に懸命だ。

二地域居住においても団塊世代の定年は、都市生活者と地域との交流機会の増加をはじめ、これら世代がもつマネジメントや専門知識・技術・経験を活かすことによる地域ニュービジネス、コミュニティビジネスの創造など、地域活性化を実現する多くの要素が考えられる。

二地域居住人口の増加は、生活インフラの整備、とりわけモビリティと情報通信の整備が進んだ結果として、地方に住居を構えても以前のように不自由な生活を強いられることなく、都市生活と遜色のない生活ができるようになる

なつたことが要因として大きい。

まずモビリティという側面では、交通という生活インフラの充実により、「二地域居住」的ライフスタイルの人口増加を推し進めた。もともと真夏の2、3週間程度しか稼働しなかった避暑地の別荘地で、ここ最近季節を問わず週末になると明かりが灯るようになってきたのも、車の普及と道路網の充実によってモビリティ機能が格段に高まったことが背景にある。

バスや電車などの公共輸送機関では都心部の生活はよいが、交通の便が悪い場所では不自由な生活を強いられる。しかし車がなければ、山間部でも生活の不自由さから解放され都会的な利便性が享受できる状況になる。

一方、情報通信の整備も二地域居住を促進する重要な要素である。インターネットや携帯電話で職場、家庭、出

【注】二地域居住について、国土交通省「二地域居住人口研究会」事務局が2005年3月に発表した「二地域居住」の意義とその戦略的支援策の構想」では次のように定義している。「都市住民が、本人や家族のニーズ等に応じて、多様なライフスタイルを実現するための手段の一つとして、農山漁村等の同一地域において、中長期(1～3ヶ月程度)、定期的・反復的に滞在すること等により、当該地域社会と一定の関係を持ちつつ、都市の住居に加えた生活拠点を持つこと。」

本連載ではこの新たなライフスタイルを考察するため、この定義よりも幅広く捉え、「二地域居住(のライフスタイル)とした。



中村 千春 (なかもらちる)

●(株)日本総合研究所 研究事業本部主任研究員
1950年生まれ。中央大学法学部卒業、同大学院修士課程修了。企業コンサルティング歴20年(新規事業開発、多角化、新製品開発、マーケティング戦略、集客戦略その他開発系テーマのコンサルを多く実施)。新規事業セミナー、ニュービジネス研究会、その他外部講演・セミナー・シンポジウム多数。著書に『集客革命』『PHP研究所がある。』ほか雑誌寄稿多数。

矢野 勝彦 (やのかつひこ)

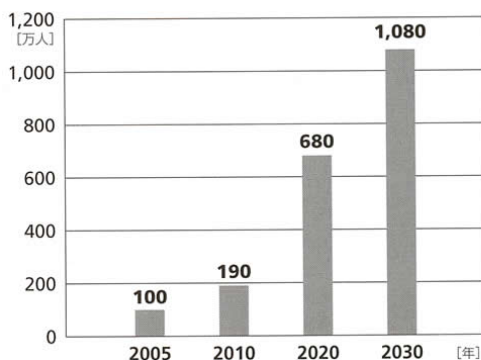
●(株)日本総合研究所 研究事業本部主任研究員
1965年生まれ。東京大学法学部卒業。生活サービス産業創出・事業化支援・地域再生コンサルティング・事業化支援・専門分野は生活・福祉(シニアビジネス)、観光・集客・交通・住宅など(今年4月から「回塊」(2007年問題)ビジネスチーム)を組成。講演・セミナー・シンポジウム、雑誌寄稿など多数。

張先などどこでも仕事や連絡ができるようになったことは、二地域居住のライフスタイルの実現を強力に後押しした。携帯電話はいまやほとんどの人が所有し、インターネット人口も05年12月末で7372万人、世帯浸透率は82・8%(動インターネット協会)となり、生活インフラとして不可欠の状況ともいえ、今後ますますユビキタス社会が実現されていくことは想像に難くない。

さらに、二地域居住のライフスタイルを促進させる要素としてあげられるのが、成熟社会とスローライフへの期待であろう。「スローライフ」でインターネットを検索すると、何百万件ものヒット件数が出てくることから明らかに、生活者の「スローライフ」に対する関心はことのほか高い。スローライフは、急速な世の中の変化のスピードやそれに伴うストレスに対するアンチテーゼとして人々の間に浸透し、広がりを見せてきた社会現象であるといっても過言ではないだろう。

戦後の経済成長からバブル経済を経て人々は多くを学び、消費行動パターンは自己実現や精神的満足を求めるライフスタイルへと変化してきた。二地

【図表1】二地域居住人口の予測



国土交通省国土計画局「二地域居住の意義と戦略的支援策構想」
2005年3月資料より作成

域居住のライフスタイルに対する潜在ニーズは一過性のブームではなく、時代の潮流として捉えるべきである。それを裏づけるのが、国土交通省のデータで、それによると二地域居住人口は、現状の100万人から2030年には1080万人にまで増加すると予測が出されている【図表1】。

「二地域居住」をめぐる 新たな動き

官公庁では二地域居住のライフスタイル推進に向けた動きを活発に展開しており、国土交通省は「二地域居住支援策の構想」を05年3月に発表。これとは別に、国土交通省生活審議会住宅

宅地分科会「新たな住宅生活のあり方について」建議(案)(03年6月)のなかで、マルチハビテーション支援策の検討、地方居住の支援も打ち出している。

さらに、農林水産省は滞在型市民農園等の整備(グリーンツーリズム)を推進しており、過疎化の進行、農村、漁村など地方の地域コミュニティの危機が声高に叫ばれるなかで、都市と地方との交流がクローズアップされている。これを円滑に進めるための規制緩和の動きもあり、ファームインのために旅行業法、道路運送法、旅館業法、消防法などを緩和しグリーンツーリズム推進を図る構造改革特区も実現している。

一方、産業界も新たなビジネスチャンス을期待して動きはじめた。特に旅行業界の取組みは積極的で、JTBは移住ビジネス、ロングステイ、これに伴う生活サポートサービスの開発に力を注いでいる。

従来から別荘保有者やある特定の職業の人々の間では、このようなライフスタイルはすでに行なわれてきた。しかし、近年複数の地域に住居を構えるライフスタイルの人口がふえていくにしたがって、一つの生活拠点を前提とした従来型モデルでは対応できない事態が公共、民間問わずさまざまな分野で起こってきている。たとえば、観光

【図表2】二地域居住に伴い新たな需要発生が予想されるビジネス群

生活シーン区分	内容	消費金額	二地域居住生活に伴い需要増が期待されるビジネス群
生活基盤系	不動産、金融、保険、法律行為、引越しなど生活基盤に関わるシーン	数十万円～数百万円、数千万円	不動産取得・賃貸、移住、住み替え、リフォーム、リバースモーゲージ、リロケーション、引越し、職業訓練、デベロッパー、ログハウス輸入販売
非日常生活系	冠婚葬祭、海外旅行など日常生活から脱皮した生活シーン	数万円～数十万円	ロングステイ、ウィークリーマンション、テーマパーク、高級レストラン、観光、旅行、ヘルスツーリズム、留守番サービス
ゆとり生活系	日常と非日常の中間で非日常ほど金銭消費額は高くなく、日常活動よりも能動的に営む生活シーン	数百円～数万円	生涯学習、地方大学、各種アクティビティ、日帰り温泉、宅配DVDレンタル、健康・スポーツ、ブロードバンド、クラインガルテン、外食、オーベルジュ、リサイクル
日常生活系	通常の生活リズムのなかで発生する日常生活の行動を営むシーン	数円、数十円、数百円	ホームセキュリティ、家事代行、コミュニティビジネス、移動、運搬(宅配)、福祉、交通、ペットケア

「二地域居住」的ライフスタイルで



人々は忘れかけた心の豊かさを取り戻す

レジャーでは短期滞在による「非日常的消費行動」を前提としたモデルがあるが、二地域居住のように長期滞在にあるいは多頻度訪問滞在のライフスタイルのもとでは、より地域に密着した「日常生活型モデル」の構築が必要となる。

二地域居住的ライフスタイル人口がふえれば当然ながら、ホームセキュリティ、生活支援サービス、健康サービス産業、コミュニティビジネスなど、民間企業の知恵と努力によつて、あらゆる生活シーンにおけるニュービジネスの台頭も予測される

【図表2】

さらに、二地域居住的ライフスタイルの人口がふえることによつて、建設・リフォーム・不動産などの生活基盤産業はもとより、交通、情報通信、健康、セキュリティ、生活支援サービスをはじめとする多くの生活サービス産業需要が発生することとも予想される。それらの多くは労働集約型ビジネスであり、地域密着型であるため地域経済活性化への期待がもてる。さらに、地域に生活することによつてこれまでの観光ツアー的な訪問ではふれることができなかった地域独自の情報や人とのふれあいの機会が増

するため、じつくりと地域の歴史や文化にふれたり生涯学習を堪能したりすることも、二地域居住的ライフスタイルのなかでは起こってくる。このためレジャー・サービス産業分野でも従来型ビジネスモデルとは異なる新たなビジネスモデルを開発していく必要が生じるのである。

二地域居住的ライフスタイルのタイプ

二地域居住的ライフスタイルとひと口にいつても、移住型や遊牧型など目的やタイプによつてさまざまである

【図表3】

●長期滞在型

長期滞在型は、たとえば夏の期間中や冬の2か月間、一年以上の長期の期間にわたり、北海道や沖縄あるいは海外で過ごす、半定住的なライフスタイル。

いずれも生活条件に合った形で、都会に生活拠点をもちながら、一方で農村、漁村など都会を離れた生活拠点をもち、都会生活ではなかなか実現できないような思いのライフスタイルを実現するもので、「スローライフ」というキーワードとともに近年にわかに脚光を浴びてきている。

夏は北海道、冬は沖縄や東南アジア

と選択肢が広がることにより、一層豊かなライフスタイルを好む人々も一定割合で存在する。

●週末別荘型

仕事のある平日を都会で過ごし、週末は別荘で過ごすライフスタイル。都会から200km以内ぐらゐの比較的近距离を1か月に何度か往復する。週末別荘で現役時代は過ごし、リタイア後は別の選択肢を求めるケースも多々ある。

生涯に一、二度あるかないかの生活基盤シーンに関わる不動産取引も二地域居住、あるいはマルチハビテーション的なライフスタイルが広まってくるにより、「所有」よりも「利用」に重きをおいた考え方が主体になってくる。従来型の不動産のビジネスモデルも現実には合わなくなってくる。

一概にどのタイプを選択するかといった議論ではなく、多様な選択肢のなかから自由に選べるのが消費生活者・受け手側の論理であろう。過疎に悩む地方は、移住による人口増加に期待し地方経済を活性化させたいし、成長が頭打ちとなった本業の活性化や新規事業で売上げ拡大を目論む企業の論理は理解できる。しかし、こうした送り手側の論理は、受け手側のニーズとの的確なマッチングが重要であり、その

【図表3】二地域居住のライフスタイルの分類

タイプ区分		主な生活拠点	主体イメージ	ライフスタイル
移住型	定住的移住派	農漁村(都市近郊・田舎～遠隔地・海外)	定年退職者	自己実現、生涯学習などを求めリタイア後、自然豊かな環境で悠々自適な生活を送る。農林漁業、宿泊業などに就業し、あるいは地域NPO、ボランティアに参加、あるいはアウトドアライフ、炭焼き、陶芸、伝統工芸などに従事。
	田舎暮らし通勤派	農漁村、都市近郊・近距離(200km圏内)	サラリーマン、自由業その他	田舎に定住しつつも通勤サラリーマンとして都市部に通う。自然の恩恵に浴する生活で長時間通勤も苦にせず、自然環境のなかでの生活を大いに楽しむ。
	仕事拠点派	地方都市・田舎	芸術家、小説家、情報処理・インターネット関連の職業	都市でなくても仕事が可能で、自然環境の豊かさのもとで創作意欲、生産性を高める。
	マルチハビテーション派	農漁村(都市近郊・田舎～遠隔地・海外)	定年退職者、富裕層、自由業者	自己実現、生涯学習などを求め、リタイア後自然豊かな環境、異文化とのふれあいを求め複数の生活拠点を季節の変化に応じ移住。
中長期滞在型	ロングステイ派	都市、その他		気に入った土地にロングステイし、その土地の食文化や地域文化、歴史にじっくりふれ、あるいは将来の定住候補地探しを目的とする移住予備軍。
	ヘルスケア派	都市・農村	健康不安者、シニア	健康・療養のため、ある期間自然環境に恵まれた場所で過ごす。古くは湯治場生活、今日ではシックハウス、森林浴などヘルスツーリズム。
通い型	週末別荘派	都市	サラリーマン、自由業その他	都市に生活しつつも週末は別荘で過ごし、クラインガルテン、温泉めぐり、森林浴など、スローライフを満喫し心をリフレッシュ。
遊牧型	スロー周遊ライフ派	都市、その他	定年退職者、サラリーマン、その他	モビリティライフを楽しみ、道の駅、高速道路のハイウェイオアシス、サービスエリアで停泊しながら地域とのふれあいを楽しみにゆっくりと日本全国を周遊。あるいはクルージングで全国津々浦々を回遊。

ためには供給側の論理による一方通行で事業開発を進めるのではなく、受け手側のライフスタイルを生活シーンの実態に即しながら進化を遂げていくようなビジネスモデルでなければならない。

団塊世代は戦前世代や戦中世代とは消費の意識行動が大きく異なり、新たな消費文化を切り開いてきたことは先に述べたが、ゆえに07年以降に起こるこの世代の定年退職は大きなビジネスチャンスでもあり、新たな社会の変革を促す起爆剤になることが十分予測しうる。農業、漁業、林業、地域再生、NPO、コミュニティビジネス、事業再生、ニュービジネス……数のパワーと自由なライフスタイル感覚の団塊世代は従来型モデルを変革し新たなモデルを創造していく。パイオニアの役割を果たすであろう。「二地域居住」的ライフスタイルは07年を控え今後目の離せないテーマである。

次号以降では、「二地域居住」的ライフスタイルをめぐる公共政策・課題、姉妹都市交流といった公共的側面から、レジャー産業をはじめ建設、不動産、金融、旅行、運輸、健康、生活サービス産業など民間企業の事業戦略的な側面、さらには「二地域居住」的ライフスタイルの実例にスポットをあてながら二地域居住の課題と展望について連載を通じてまとめていく。