

人口増加の趨勢が終焉し、わが国は長期にわたる人口減少過程に突入した。なかでも厳しい人口減少に見舞われるのは地方である。全国の都道府県は2020年までの人口減少率（00年対比）に応じて、①人口が増加する都市地域グループ、②人口減少がマイナス5%以内に留まる中間地域グループ、③人口減少が同10%前後まで達する地方地域グループに分けられる。市町村単位は、同じ地域でも中核・中核都市から1時間圏外になると人口減少がマイナス20%以上になる市町村はざらで、まさに危機的状況に陥る。

では何が危機的なのか。人口減少は地域を「負の循環」に巻き込み、地域の経済活動を縮小させる。いまや地方は補助金や交付金が期待できないうえ、公共工事も減少しているので、否応なく生活サービスやコミュニティ機能のレベルは低下せざるをえない。それにより人口がますます流出するといいう負のスパイラルである【図表1】。

“二地域居住”的ライフスタイルが
地域にもたらすトリプルメリット

逼迫する財政状況下での人口減少。

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

2

(株)日本総合研究所

中村千春+矢野勝彦

この難題を解決し、地域が再生を果たすために、団塊世代を中心にした「二地域居住」的ライフスタイルという新たな胎動は大きなチャンスといえるだろう。

二地域居住のライフスタイルを楽しむ、アクティブで経済的に豊かな団塊シニア層の受け皿となるのは地域である。この団塊シニア層を地域に呼び込むことが、地域に莫大なメリットをもたらすことになる。

1つは、団塊シニア層の消費による経済波及効果である。単なる観光ではなく「住む」ことは、生活、福祉・医療、不動産や金融、保険に至るまで幅広い生活サービス分野に波及する。それが新しい商品やサービスの開発に繋がり、21世紀型の新しい産業（＝生活サービス産業）を創出する。

北海道庁の試算によれば、60歳の高齢者夫婦1世帯が移住した場合、その地域に与える経済波及効果は約2億円であり、老人医療費や介護費用等としてかかる公的負担約5000万円を遙かに凌ぐ。

2つは、このことが旧世紀型の工場誘致や輸出産業に固執してきた地域にとって産業政策の転換を促し、21世紀型の生活サービス産業へと舵を切るきっかけになる。

そして3つは、生活支援の商品・サ

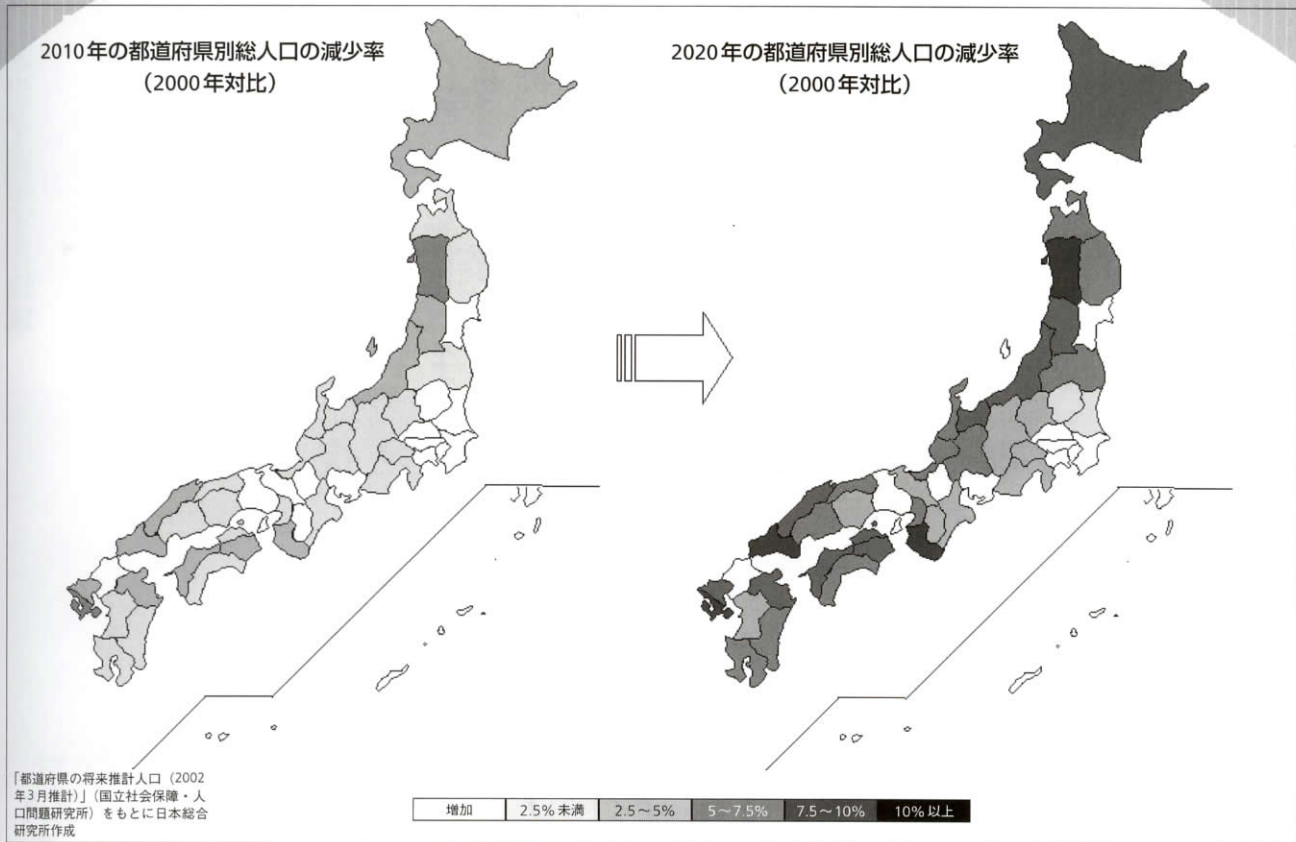
ービス群は、生活インフラの整備・拡充に直結するので、誘致した団塊シニア層だけでなく、もともとそこに暮らす地域住民もその満足度が高まる。このトリプルメリットにより地域の魅力度が高まることで、人口がますます流入するという「正の循環」に繋がって

この「二地域居住」的ライフスタイルの推進は、従来からあるUIJターン政策とは異なる。UIJターンは生産年齢層を対象に工場企業等への就業を受け皿として用意する。場合によっては職場確保のために工場インフラ等の投資が必要になることさえあるのに対して、「二地域居住」的ライフスタイルの推進は必ずしも就業を必要としない団塊シニア層を対象に、その「生活」を支援するものであるからだ。公共サイドの巨額な投資を要することもない。

動きはじめた地方自治体
そして国

“二地域居住”的ライフスタイルが本格化するであろう07年を目前に、熱心な地方自治体は工場誘致から人材誘致Ⅱ“二地域居住”的ライフスタイルの推進に政策の舵を切り、首都圏等に住む団塊シニア層の奪い合いを本格化

【図表1】都道府県別人口減少率予測



●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「団塊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。

●中村千春
(なかむらちはる)
(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。

させている。募る危機感を背景に積極的なのが人口減少が最も激しい地方地域グループだ。なかでも北海道が道内市町村と取り組む「北の大地への移住促進事業」は先駆的である。北海道も協同参画した民間組織「北海道生活産業創出協議会」の提言を受けて、07年を政策ターゲットとして明確に据えた。昨年度から「マーケティング（首都圏等への1万人アンケート調査）→実証実験（1か月の長期滞在モニター）→首都圏等へのプロモーション（メディア戦略）→受入体制の整備」を段階的に進め、今年度はその総仕上げに取りかかる。島根県は澄田信義知事名で首都圏等に住む県出身者約2万人に手紙を出した。ほかにも東京から東北新幹線で1時間20分の福島県泉崎村が新幹線通勤者に上限300万円を支給するなど独自策を打ち出す市町村もある【図表2】。

国の動きも本格化してきた。総務省は「人口減少自治体の活性化に関する研究会」で、「二地域居住」的ライフスタイルの推進が、財政力低下が懸念される地方の活性化にとって効果的な方策であるとして、その促進策を検討している。農林水産省も都市と農山漁村の共生・対流を促進。前回も述べたように、国土交通省は都市の居住に加えて地方に生活拠点を構える二地域居住

動かない団塊 と公共政策の限界

住人口がすでに1000万人を超え、30年には1080万人（都市人口の29%）に達すると推計している。

しかし、こうした国や地方自治体を中心とした気運の盛り上がりを見守るに、いまだ団塊世代の動きは鈍く、巨大潜在ニーズは顕在化してこない。

その決定的な要因は、そこに民間ビジネスの視点が欠けていることにあり。民間の知恵と工夫が活かされない公共のお仕着せ型の施策ではサービスの魅力は高まらないし、持続可能性も確保できない。

本来「二地域居住」的ライフスタイルの推進は、すべて公共の政策として位置づけるのではなく、ある一定の段階からは民間サイドにスライドさせるべき事業である。

ただし現状では、その枠組みが事業モデルとして確立しているわけではないので、まだ事業の立ち上げ時は「官民連携」による推進が必須となる。

たとえば、公共がニーズ調査や実証実験等を通じてマクロな事業環境を分析する。そして人材を受け入れるのは市町村だから、市町村が人材誘致のメリットを正しく理解し、民間企業と協



潜在ニーズの顕在化には民間の視点が不可欠

働で受け皿となる地域コミュニティを創ることが基本である。

よりよいサービスを提供するために隣り合う市町村がライバルとして競争することは重要だ。しかし、個別の市町村だけではPRには自ずと限界がある。そこで、民間と市町村をサポートし、お互いの足りない資源を補完させるといった、広域的なサービスの質と魅力度の向上に繋げるのが都道府県の役割である。

このような自治体主導プロジェクトの受け皿を創るのが民間サイドの役割になる。ここからは民間が具体的ビジネスモデルを構築し、実践する。

「住む」ことにはあらゆる産業が関わ

【図表2】都道府県による人材誘致の例

自治体名	施策名（実施期間）	具体的な内容
北海道	北の大地への移住促進事業（2005～06年度）	道内の受入れ体制の整備や道外への情報発信等に集中的に取り組み、首都圏退職者等の本道への移住促進に努めるとともに、地域の生活環境の向上や地域活性化を図る。
福島県	ふくしま定住・二地域居住拡大プロジェクト（2006～08年度）	・ NPOと連携して東京に福島県の総合相談窓口を開設 ・ 雑誌掲載、県人会へのはたらきかけ等の各種PR活動 など
千葉県	定住促進支援センター機能整備（2006年度から整備予定）	温暖で住みやすい本県の魅力をアピールし、定住希望者にワンストップでさまざまな情報を提供する定住促進支援センター機能を整備する。
島根県	島根暮らしUターン支援事業（2006年度～）	・ 職業斡旋 ・ 住居情報の提供 ・ 農的生活希望者のための農地斡旋 など
高知県	南国土佐への移住促進事業（2006年度～）	リタイアメントタウン整備の可能性を探るとともに、本県の特性を活かしたさまざまな呼び込み施策を体系的に実施する。
宮崎県	交流にぎわい創出プロジェクト（2005年度～）	・ 魅力ある滞在型交流プログラムの創造・効果的な情報発信・人材の誘致、活用の促進

注：総務省「人口減少自治体の活性化に関する研究会」資料より抜粋



つてくるので、地元企業等によるコンソーシアム（共同事業体）を立ち上げることが必要になる。

“二地域居住”的ライフスタイルを本格化させるには団塊世代のニーズを満たすサービスが必要だ。実はそこに既存サービスではカバーしきれない空白部分が存在する。この空白部分にこそ新規事業を創出するビジネスチャンスが隠されている。

たとえば住居。超長期の滞在は売買や賃貸借という形で住宅が提供されるが、短中期の滞在には旅館やホテル等の宿泊施設があるだけで住宅（＝生活の場）が提供されることはない。生活用品の販売・レンタルについても同様だ。車は短期滞在にはレンタカー、超長期滞在には販売やリース等があるのに対して、数か月といった中期の滞在をカバーするサービスがない。また、健診や福祉サービス、文化活動や生涯学習講座など行政が提供する住民サービスは、住民票を移していない“非”住民に対して提供されることはない。潜在的なニーズがあるのに、サービスが提供されていないのが実態だから、サービスの対象を広げることで潜在ニーズ

を顕在化させビジネスに繋げる試みが必要とされている。

そう考えると、この“二地域居住”的ライフスタイルを推進し、民間ビジネスとして離陸させるためには3つの課題があるといえるだろう。

第一は、質の悪い受入れ体制では、“二地域居住”的ライフスタイルは一過性で終わる。沖縄は移住者が多く人口がふえる一方で流出者も多い。基準の設定など一定レベル以上のサービスを提供する仕組みが必要である。

そして第二に規制緩和。たとえば住宅を宿泊施設として活用する場合には、旅館業法の施設基準や食品衛生法等の規制がかかる（農家民宿は規制緩和が実現している）。また移住者が農業に従事したい場合にも農地法等の縛りを受ける。

第三に、地域が人材を誘致するため目に見えるインセンティブも必要だ。たとえば地域のファン層を“仮想”住民として登録、“仮想”住民税の負担でファンドを組成し、これを担保に地域ポイントを提供するなどして経済価値の地域内循環を促す。

07年を目前に残された時間は少ない。知恵と工夫で“二地域居住”的ライフスタイルを推進し、そのビジネスを大きく飛躍させなければ都市と地方の格差は広がるばかりだろう。