

【図表1】二地域居住のライフスタイルの市場発展段階

市場の発展段階展望		
導入期1、2年	成長期2～6年	成熟期6年～
〓二地域居住的〓 ライフスタイルの認知度はいまだ十分ではないため、一部の先取派がこのライフスタイルをはじめ。ここ1、2年はこの状況が続く。2007年問題でしばしばマスコミでも取り扱われ、自治体が団塊世代のUJIターンに積極的であるため認知度は早急に高まると予想される。	2007年以降に訪れる団塊世代定年退職を機に認知度が高まり、支援ビジネスシステムの充実により人口が急速に増加する。新たなビジネスモデルがいくつも登場し玉石混交の様相を呈する。〓二地域居住的〓 ライフスタイル普及の阻害要因が除去されていく。	支援ビジネスの淘汰が進む。その後ブランドの棲み分けが確立、顧客側も自分のスタイルに合ったビジネスモデルを選ぶことができる。〓二地域居住的〓 ライフスタイルのさまざまなバリエーションが花開き定着する。

しかしその一方で、過疎に悩む地域では団塊世代の定年を機に、UJIターンを呼びかけており、住居補助や職業紹介、農業指導など積極的にはたらかけており、それに呼応する形で、各地域ではすでに移住者もかなりの数にのぼっている（市町村別のUJIターナー数は国土交通省「ふるさとサーチ」<http://www.ujiturn.net/ujisearch/tdtf/>参照）。

〓二地域居住的〓 ライフスタイルを積

極的に推進するための「住」についてのいくつかの方策を考えてみよう。

①空き家物件の発掘・活用促進

総務省「住宅土地統計調査」（03年）

によれば、地方圏の空き家数の推移は03年時点で326万戸と、年々増加傾向を示している。「住」に関する問題がこの空き家の積極的活用により解決できるとすれば、〓二地域居住的〓 ラ

イフスタイル人口が拡大していくための基本条件がクリアされる。地方の物件の場合、「盆や正月、法事などできどき使う」「先祖の仏壇がある」「未知の入居者に対する不安」などの理由から都会のようになかなか流動化しな

いのが実情のようだ。

市町村や公的団体等が個人の空いている家を借り受けたり、買い上げたりして、その建物を修繕し、UJIターン向けに宿泊施設や住居として活用しようとする場合、その修繕費用に対して助成する動きがUJIターンを積極的に進める地方で出てきている。都市の不動産物件ではこうしたサブリース的なビジネスモデルは一般的ではあるが、田舎物件でもサブリースモデルがうまく機能すれば、空き物件の流動化が促進されていくと思われる。

②職業幹旋

職業の問題も〓二地域居住的〓 ライフスタイル人口がふえるための条件が

中村千香
（なかもろちる）

（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。企業コンサルタント。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「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。

【図表2】タイプ別の課題と新モデル

	現行モデル	二地域居住のライフスタイルの課題	二地域居住のライフスタイル推進のための新モデル
移住型	不動産売買・賃貸		・田舎空き家物件発掘・活用促進 ・都市型ビジネスモデルの田舎物件への応用 →賃貸サブリースモデル ・地域コミュニティビジネス開発
中長期滞在型	賃貸、宿泊施設	ライフスタイル実現モデルの開発（ハード・ソフト一体型）もしくは異業種との連携	・田舎空き家物件発掘・活用促進 ・都市型ビジネスモデルの田舎物件への応用 →ウィークリー・マンスリーマンションモデル ・健康・バリアフリー対応物件 ・地域資源を活かした各種ヘルスツーリズム、生涯学習（地域学）メニューの開発
通い型	別荘、リゾートマンション（富裕層）	所有モデルから利用モデルへ一般層向け低価格モデル開発、利用頻度アップ	・地方遊休地の活用（地域未利用地開発、休眠別荘地：セルフビルド村） ・地域ファンクラブ・サポーター制 ・地域コミュニティビジネス開発
遊牧型	道の駅、サービスエリア、パーキングエリアで停泊	地域へのゲートウェイとしての道の駅再生	・停泊者向けビジネスモデル開発・普及 →低価格停泊場ビジネス（AC電源、無線LAN、水、トイレ、風呂、専用停泊場） ・地域コンシェルジュ

浸透していくうえで大きい。移住型にしてもその前段階としての中長期滞在にしても、働かなくても経済的ゆとりが十分な人は別として、収入源となる職業、あるいは生きがいとしての職業がなんらかの形で確保される地域のほうが人を呼びやすい。農業、林業、漁業、その他の産業体験や技術指導研修、職業幹旋の体制があるなど。現役時代の収入ではないにしても経験やノウハウを活かせる場があればそれを活かし

たい、多少の収入になればなお望ましいというのが、二地域居住を行なう生活者の偽らざる心境であろう。

コミュニティビジネスを定年退職する団塊世代のために準備するのもUJIターン促進の有効な手段と考えられる。コミュニティビジネスとはコミュニティのために働きその対価を地域で支払うが、年金生活者のように経済的基盤をもちながらも、たとえば週2日地域のために働くことで地域貢献を果

たし、それに見合った報酬を得るもので、少額ながらも収入分が地域で消費されることで地域経済にもプラスになる。さらに都会からの移住者が労務提供を行なうことで、地域との接点もたれるため交流機会が一層高まる。

●中長期滞在型

「二地域居住的」ライフスタイルの主流をなすのは、次に述べる通い型とともにこの中長期滞在型であろう。「観光旅行」「訪問」と「移住」の中間に位置し、1週間ぐらいの滞在もこの分類に含まれる。

中長期滞在型は、移住の場合ほど制約条件が厳しくなく、賃貸物件やロングステイ向け宿泊施設を利用することにより気ままに好きな地域で生活を楽しむことができるし、飽きたら引き上げることできる。移住前のお試し体験といった目的でロングステイすることもできる。田舎の物件が流動性に欠けることは先に述べたとおりだが、ロングステイを都会から呼び込むには、田舎空き家物件発掘・活用促進・都市型ビジネスモデルの田舎物件応用など田舎物件の流動性を高める施策が必要である。ウイークリーマンション、マンション・マンションは登場からすでに長い歴史があり、ビジネスモデルとして確立している。このウイークリー・

マンションモデルをロングステイ向けに田舎物件に応用し新たなビジネスモデルを構築すれば、お試しでその地域に仮住まいして、地域のことをより深く知るための拠点となりうる。地域資源を活かした各種ヘルスツーリズム、帰農、生涯学習（地域学）メニューの開発が伴えば、その地域にロングステイする必然性が出てくる。

※学生村

いまから三十数年前、団塊世代が学生のころ、長野県を中心に「学生村」が隆盛を極めた。

7月～9月の暑い季節に信州の涼しい高原で受験勉強や司法試験その他で勉学に励んでもらおうという趣旨で、県をあげてPR活動が展開された。学生は好きな町村の学生村に申し込み、町村役場は学生受入れの申し出のあった各個人宅に紹介し、机、電気スタンド、部屋、寝具、3食の食事を提供し格安料金で1、2か月滞在するというビジネスモデルだ。農家などは使用していない部屋がいくつもあり、夏の間の副業収入も得られるとあって数多くの受入れ態勢がそれぞれの町村指導のもとに整えられた。小・中学校の校庭や体育館、プールも学生に開放された。学生数も一夏で1000人以上の規模でどの村にもいたようだ。

民宿に宿泊するというよりはホームステイの感覚で、宿泊先の家族や親戚など地域の人々との交流機会が多く、学生は勉学以外にも、スポーツや地域イベント、観光巡りに参加し、あるいは牧草刈、農作業への参加、地元の子どもに勉学を教え、地域活性化のための議論を熟考するなど地域住民との交流機会が数多くあった。

これはロングステイのためのビジネスモデルという見方ができる。学生村は現在ほとんどなくなってしまうが、団塊世代が学生のころは多くの学生が利用したモデルなので、地域学生涯学習などの交流メニューをもとに都会からの団塊シニア層のロングステイ希望者を呼び込む仕組みとしては大いに参考になりうる。

●通い型

「二地域居住的」ライフスタイルでおそらく最も参加人口が多いのがこのタイプだ。移住や中長期型に比べると現在の生活を維持しながらスローライフを堪能することができると、すでにこの生活を行なっている都会の現役サラリーマンも少なからずいる。もともと別荘という形で戦前からあるパターンで、別荘は富裕層のライフスタイルであったが、近年バブル崩壊とともに地価が大幅に下落したため、中古物件

であれば200万～300万円で買える物件も登場し、脱都会派の一般サラリーマンや公務員が購入する動きも出てきた。

通い型は毎週あるいは月に何度か都会の家との間を行き来するため、移動距離が長いとそれだけ敬遠される。車でも電車でも移動の労力とコストがかかるため、せいぜい片道200kmが限度で、首都圏からであれば関東甲信越の各県が通い型の主要な範囲といえるだろう。

通い型といってもいろいろな動機の人がある。農業、漁業や市民農園派もいれば、地域の食文化や歴史文化などを堪能するカルチャー派、音楽や美術を楽しむアート派、週末何もしないで森林浴を楽しむスローライフ派、積極的にボランティアやコミュニティビジネスに参加し、地域貢献を果たす交流派など。

別荘は経済的ゆとりがなければ購入には結びつかないが、新たなビジネスモデルを開発し脱都会派の人々を新たに地域に呼び込むこともありうる。地域ファンクラブ・サポーター制のような組織をつくり、脱都会派で地域活性化に貢献する人材を都会から招き、村の遊休地、未利用地、休眠別荘地などを再開発し、格安で敷地を提供しセルフビルドでログハウスをつくって都会

から通ってもらう。このようなモデルは移住型でも可能だが、まずは潜在人口の多い大都会の脱都会派を対象にしたモデルを開発していくのが人も集まりやすいので早道だろう。

●遊牧型

遊牧型のようなスロー周遊生活をあえて「二地域居住的」ライフスタイルに入れたのは、これが本格的「二地域居住的」ライフスタイル促進への道を開く契機となると考えるためである。全国をゆつくりと周遊しながら、地域とふれあい自分の気に入った地域と出会うチャンスをつかむ。気に入った地域に何度も訪問し、ロングステイするケースも多々あるであろう。そうした意味では道の駅は地域のゲートウェイとして重要な役割を果たす。

※道の駅は、車で全国を旅行するスロー周遊派の停泊の場所として利用されている。たとえば群馬県白沢村の道の駅は特にその利用者が多い。赤城山の雄大な姿を眺めながらの露天風呂が人気の「望郷の湯」という大型の日帰り温泉があることも大きな理由だが、トイレとは別の水洗い場が設けられ、本格的なキャンピングカーからセダンまで停泊者が夏場以外の季節でも多くい



多くの車停泊者が利用する群馬県白沢村の道の駅

るため、安心して停泊できる点が人気となっている。

スローライフ的な周遊は、ホテルや民宿に1、2泊で観光旅行をするスタイルとは異なり、1週間以上といった長い日数をかけながらゆつくりと周遊旅行を行ない、何日か停泊しながら地域とのふれあいの機会をもつ。消費モードは、ホテルや旅館に泊まる旅行が「非日常」とすればスローライフ的周遊は「日常」寄りであるため、たとえば宿泊は車中、食事はアウトドア用品で自炊、高速道路は避け一般道路を利用するといった消費感覚モードになる。

このためオートキャンプ場も利用せず、道の駅やサービスエリア、パーキングエリアなどのようにトイレや洗い場があり、車で寝ても安心できる場所が選ばれる理由がここにある。

しかし現在の道の駅は、そのようなスローライフ的周遊の受け皿になるというコンセプトがなまま運営されている。たとえば、地域の情報を得ようとパソコンでインターネットを開こうとしても無線LANエリアでもなければAC電源もない。店は早々に閉まり近所のコンビニ情報や入浴施設の案内も得られない。要するに、スローライフ的周遊旅行で一番頼りにされるべき道の駅にはそうした配慮がないため、

不便を感じる利用者が少なくない。

しかし、このようなニーズに対応するビジネスモデルはすでに登場している。スロー周遊型旅行者のために、J R V A (日本RV協会) が提唱している「湯YOUパーク」がそれだ。1泊2000円以内の駐車料金を支払えば、その旅館やホテルの施設が泊まり客と同じように使えるという便利なシステムがそれで、「くるま旅」と「温泉」を結びつけ、各地の温泉を楽しむながら、その旅館・ホテルの駐車場でキャンピングカーユーザーが、自分のキャンピングカーで泊まれ経済的なスローライフ的周遊旅行が車でできるというシステムだ。

※

「二地域居住的」ライフスタイルはさまざまなタイプがあり、人々の間に浸透していくためには、まず「住」についての阻害要因がクリアされていくことが先決で、上記の類型やそれぞれの目的に合ったニュービジネスやビジネスモデルが開発されていくことが課題である。それは世の中に認知され確立したコンビニのビジネスモデル進化のプロセスがそうであったように、一朝一夕にでき上がるものではなく、受け手のニーズに送り手が応える形でビジネスモデルを開発し、進化させていくプロセスを歩まなければならない。