

飛騨から見える「買い物弱者対策」のいま —人口減少の速度を遅くする「需要密度」引き上げ戦略—

十六総合研究所 飛騨国サテライト 主任研究員 田代 達生

はじめに

地域における人口減少の速度は一定ではなく、その下り勾配はだんだん急になっていく可能性を前回^{※1}指摘した。その要因は、金融機関、一般病院、食料品小売（スーパー）、ガソリンスタンドのような、店舗型の生活サービス業の撤退だ。これらの店舗の維持には、一定の商圈人口を必要とする。人口減少によって人口規模が閾値（図1参照）を下回ると、これらのサービス業が撤退する。サービス業がなくなると生活が不便になるので、住民が地域から離れていく。こうして人口減少のスピードが速まる。人口

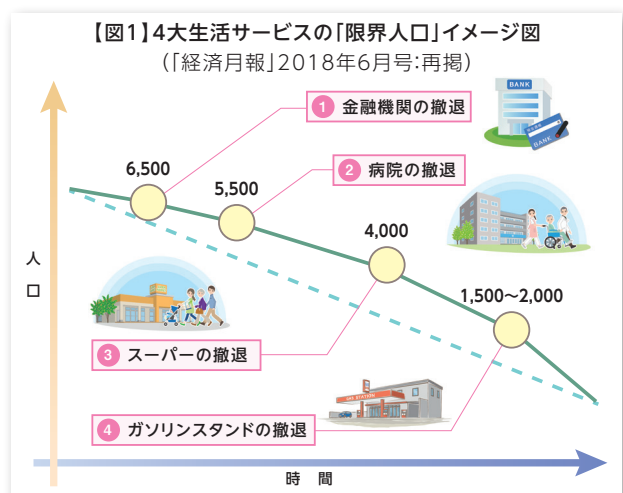
減少がサービス業の店舗撤退の引き金を引き、人口減少を加速させてしまうというドミノ式のメカニズムだ。

今回考えたいことは、その反対側、人口減少を抑制するメカニズムである。

人口減少はどうすれば遅くすることができるのか。この問題について、地域におけるサービス業にふたび視点を置く。特に、買い物に出かけることが難しい高齢者などの買い物を支援する「買い物弱者対策」に関する飛騨地域の事例を通じて考えたい。

サマリー

店舗型のサービスを代替する移動販売車のような「買い物弱者対策」ビジネスは、中山間地域のような人口の少ない地域でも事業を成り立たせなければならない。そのためには、需要の掘り起こし、すなわち需要密度を引き上げる戦略が不可欠である。需要密度は、行政と民間がうまく連携したり、関連事業を並行させたりすることで高められる。そうした努力によって、中山間地域でも地域のサービスを維持し、人口減少の速度を遅くすることができる可能性がある。本レポートで紹介するのは、飛騨地域における具体的な事例である。



地方と都市の格差を生む「ループ状の問題」

有史以来、世界でも日本でも、人口は放っておいても勝手に増えるものであった。人口が自然に減るという現象自体がまだ珍しく、それゆえ、「人口減少を遅くするには？」というその問いに対し定型化された頑健な解決法が見出されているとはいいがたい。

しかしその問いに対し、最近、新しいフレームワークが政府から提示されていることについて、先に紹

介しておきたい。それは「地方の平均所得向上」の切り口である。

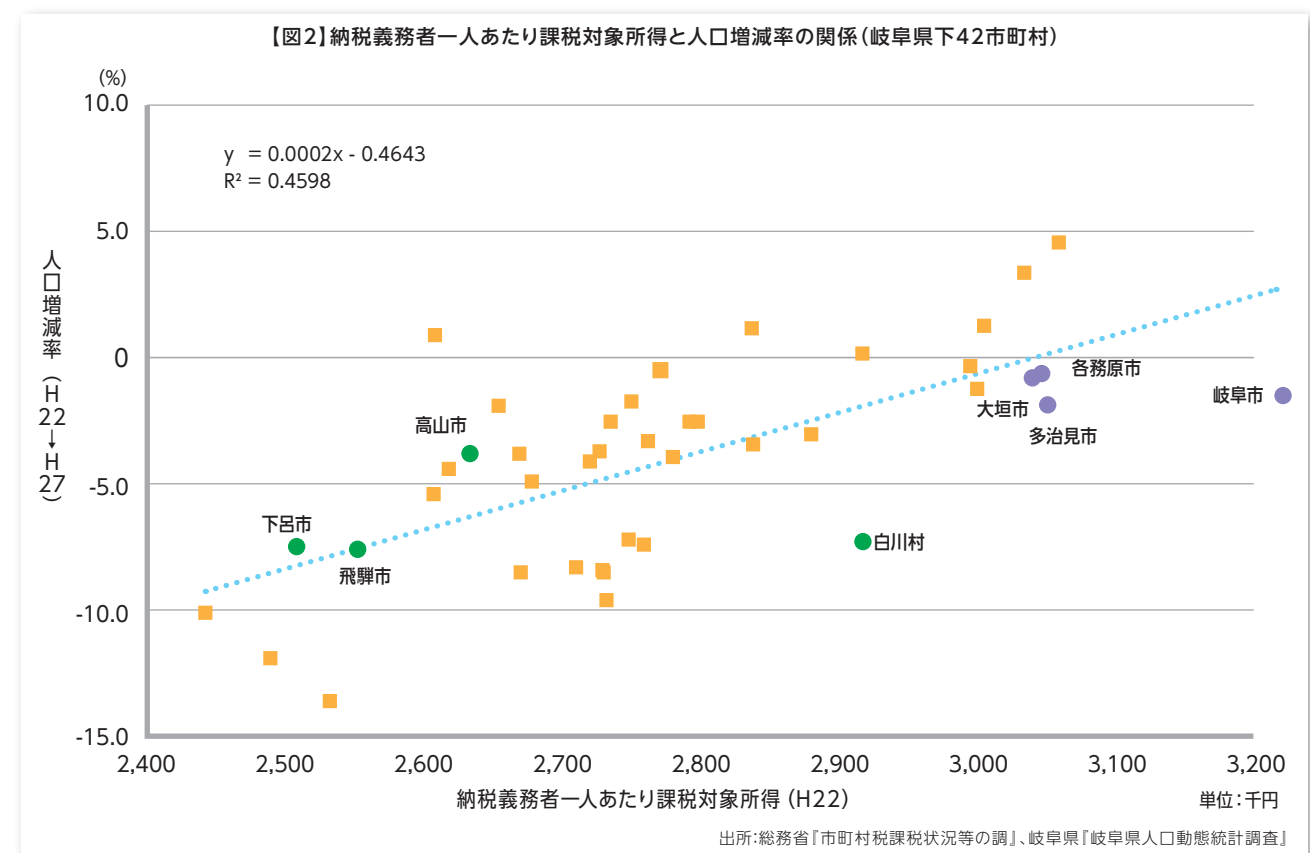
2014年から始まる地方創生の目標は「人口減少を克服するため、地方への移住定住を促し、東京一極集中を是正すること」であった。ところが実は昨年、地方創生の目標に新しい軸が追加されている。それは「地域の平均所得の向上」だ。政府は2017

年6月、これまでの地方創生戦略を改訂した「まち・ひと・しごと創生基本方針 2017」を発表した。「アベノミクスを全国津々浦々に浸透させるためには、地方に「しごと」が「ひと」を呼び「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環を確立し、地方の「平均所得の向上」を実現することが重要である。」と記している。この基本方針が新たに示したメカニズムは、「所得の高い地域に人は誘引され、所得の低い地域からは人が去る」ことである。図2は、岐阜県下42市町村の一人当たり所得と人口増減率の関係をプロットしたものだ。岐阜県の統計からも、人は所得の高い地域にひきつけられ、所得の低い地域から人が去るという事実は確認できる。

では、所得は何によって決まるのか。所得の源泉は生産性である。生産性は、地域によって大きな格差があることが知られている。サービス業の生産性格差が生まれる主な要因は人口密度だ。スーパー

にせよガソリンスタンドにせよ、ある程度の顧客数が見込め、採算が取れる場所にしか出店を維持できないが、人口そのものは少なくとも、その密度が高ければ、移動販売などの方法で時間を区切ってサービスを提供することにより、地域サービスを維持することができる。特にサービス業は、「生産と消費の同時性」が存在するため、需要者が密集しているかどうか＝需要密度が、生産性を決定するキードライバーとなる^{※2}。

しかし、地方の人口密度は大都市よりもともと低い。人口減少によってさらに密度が希薄になると、どれだけ事業者が努力しても生産性向上に下押し圧力がかかる。反対に、都市は人口が流入し需要密度が上がっていくため、企業が努力しなくても生産性は上昇するだろう。このように、地方と都市では、企業の努力水準いかにかわらず、需要密度の格差によって生産性がある程度決定されてしまう^{※3}。



※2： 生産と消費の同時性とは、サービスはものづくりと異なり「作りだめできない」ことを意味する。たとえば、いかに優秀な美容師でも、同時に二人以上の客をカットすることはできないため、その生産性は「客が途切れなく来るかどうか」によって決まる。すると、美容院が立地する場所は、人口密集地域のほうが圧倒的に有利になる。これに関する代表的な研究として、森川正之（2016）を挙げる。

※3： この点について、内閣府（2016）『地域の経済2016—人口減少問題の克服—』第2章）も同様の指摘をしている。

※1： 「課題先進地・飛騨から見える、「4大生活サービス」と人口の関係」、十六総合研究所「経済月報」2018年6月号

つまり、人口減少が生産性格差をつくり、生産性格差が所得格差になり、所得格差が人口減少を生み出す…と、問題がループ状になっていることが、地方創生を阻む厄介な構造である^{※4}。では、ループを構成するパーツ一つ一つをみていくなかで、われわ

事例1) 白川村「駿河屋スーパーカー」:若い需要者の掘り起こし

ユネスコ世界文化遺産登録の合掌造り集落を有し、年間およそ180万人の観光客が訪れる岐阜県白川村。単純平均で、一日あたり5,000人以上の観光客を受け入れているが、この観光需要を支える白川村の人口は1,551人^{※5}である。村内の観光客と住民の胃袋を支える食品店は年々減少しており、生鮮食品を扱う総合食品スーパーは村内に1店舗のみである。村民の多くは、これまで高山市や富山県に約1時間かけ買い物に出かけていた。村が昨年、村民を対象に実施したアンケートで、買い物の不便さが課題に挙がり、飛騨地域に5店舗の店舗を展開する総合食品スーパー「駿河屋魚一」に村が依頼し、2018年5月に実現したのが移動販売車「駿河屋スーパーカー」である。

専用の2トントラックに冷蔵庫・冷凍庫を備え、刺身、精肉や惣菜などの食品や日用品800種類を積んでいる。村が豪雪地帯であることから、車内に乗り込んで買い物ができる構造になっている。商品は、



写真1／「駿河屋スーパーカー」出発式（2018年5月28日）
左から2人目が成原茂・白川村村長、同3人目が駿河屋魚一・溝際清太郎社長

※4： 近年、地域の密度を維持するために、人口減少に合わせて地域の規模を縮小する「コンパクトシティ」の考え方が注目されている。地域のサイズそのものを小さくすることで人口減少化の需要密度を維持しようとするものである。ただし、コンパクトシティ政策は、地方都市部の中心市街地に焦点をあてた事例が多く、中山間地域を対象とした頑健な方法は確立していないと筆者は考える。2014年に施行された「改正都市再生特別措置法」に基づくものも含め、これからの政策の進展、成熟に期待したい。

※5： 2018年4月1日現在、住民基本台帳ベース。出典:岐阜県統計情報

れが介入できるポイントがどこにあるか。それは、生産性の格差を規定している「需要密度」である、と考える。以下は、飛騨地域における需要密度の引き上げ事例である。

原則店頭販売価格に10円を加算して販売する。月、木、土の週3回、異なるルートを巡回し、北部から南部まで全域をカバーしている。

筆者は、この駿河屋スーパーカーに同行し、村の人々の反応を現場で確認することができた。現場でもっとも驚かされたことは、中山間地域では、高齢者だけが買い物弱者ではない、ということである。集落によっては、顧客層は子供連れの若い主婦のほうが多い。そして、移動販売車が停車する場合は、老若入り混じった住民が集まり、「ご近所づきあい」を生む場にもなっている。

本事業の委託者である白川村と、受託者である駿河屋魚一の両者が事業を始める際、両者が共有したコンセプトは、「買い物は癒し」であるということだそう。買い物という必要最低限の機能を満たすだけでなく、消費者が商品を「見て選ぶ楽しみ」を提供する事業を目指し、移動販売車には、一般的な軽トラック（約300点の商品を積む）ではなく、800点の商品が積める2トントラックが採用された。これによって、一般的な買い物弱者対策では受益者のスコープには入らない、若い住民の需要を掘り起こすことができた。すなわち、行政と民間が連携することで、事業の対象者を広げ、需要密度の引き上げに成功している事例だと整理できる。

事例2) 高山市朝日地域「買い物ガイド」

岐阜県飛騨地域の中山間地域では、近年、総合食品スーパー「Yショップ」の閉店が相次ぎ、生鮮食品などの入手が困難に陥る地域が急増している。高山市朝日町（人口1,645人^{※6}）でも、2018年2月に同ショップが閉店し、町内から食品スーパーが消滅した。

朝日まちづくり協議会と高山市役所朝日支所は3月、地域住民に自分に合った買い物方法を見つけてもらうためのガイドブック「朝日地域買い物ガイド」を発行し、町内の全512戸に配布した。特徴は、移動販売車（とくし丸等計2台）、宅配サービス（JA、生協）、地域の店舗と取り扱い品目、外出支援事業、配食サービスなど、民間事業者が行っているサービスを網羅していることで、また、軽度生活援助事業や、買い物に行くための公共交通も紹介している。

この事業は、行政がガイドブックを発行して、住民と事業者の間にある「情報の非対称性」を緩和する取り組みである。住民は、使っているサービスのことはよく知っているが、使っていないサービスのことはあまりよく知らない。そういう状況に対し、民間事

業者のサービスを一覧化した情報を行政が編集して渡すという形でマイルドに介入し、需要の掘り起こし＝需要密度の引き上げにつなげる取り組みだと整理できる。

民間事業者のサービスを一覧化したものを行政が作成することは、実は案外ハードルが高い。なぜな

ら行政は「公平性の原則」を負っているからだ。朝日地域でこのガイドブックが実現したのは、買い物弱者対策が地域の行政課題として適切に認識された結果である。

なお、同様の「買い物ガイドブック」は、市町村の垣根を越え、飛騨市宮川町、河合町でも2018年6月に発行されている。



写真2／朝日まちづくり協議会・朝日支所地域振興課「朝日地域買い物ガイド」表紙（2018年3月配布）

事例3) 岐阜県飛騨市「まごころけいちゃん号」

岐阜県飛騨市神岡町の高齢化率は43.1%（2016年4月）。買い物に行くことができない住民の



写真3／「まごころけいちゃん号」（岐阜県飛騨市神岡町、2018年3月撮影）

ために、神岡町の坂本佳佑さんが2016年にはじめた移動スーパーが「まごころけいちゃん号」。大手スーパーの系列に属さず、地域の八百屋、肉屋、豆腐屋、パン屋など、地域の9店舗の品を載せた「代行販売」を担っている。兄の良威さんも「まごころよしさん号」を操り、山之村や古川のエリアもカバーしている。筆者はこの「けいちゃん号」に半日同乗して取材をさせていただいた。



写真4／まごころけいちゃん号が配食を開始した「まごころ弁当」

※6： 2018年4月1日現在、住民基本台帳ベース。出典:高山市

出発前に地域の豆腐屋など商店の方々が商品を並べていく。朝9時出発。神岡の中心部のルートを回る。ルートは細かく決まっており、地点地点に来ると、「おもちゃのマーチ」を流し、写真3のように、3方向の扉を開いて来店を待つ。1箇所あたりの滞在時間は約8分。一日あたり40数箇所の停車地点をカバーする分刻みのスケジュールである。停車地点ごとの距離は、驚くことに30mごと。30m行ったら止まり、買い物に出てくるお年寄りを辛抱強く待ち、明るく声をかけ、また辛抱強く買い物を待ち、最後には荷物の持ち運びもお手伝いする、きめ細やかなサービスである。こうした坂本さんの移動販売事業は、

飛騨市の助成によって支えられている。

坂本さんは、「まごころけいちゃん号」でさまざまな方の購買行動を観察するなかで、お年寄りのかなりの割合が、食事による栄養が炭水化物に偏っていることを痛感した。そこで、地域の栄養士と連携し、2018年4月より栄養バランスの整った弁当の配食サービスを開始した。

まごころけいちゃん号が弁当の配食を並行することは、経済学的に言えば「範囲の経済」を効かせることだ。相乗効果のある事業を並行させることで、両方の事業の需要を掘り起こす取り組みであると整理できる。

ひとくりに飛騨地域といっても、その3市1村（高山市、下呂市、飛騨市、白川村）は広大であり、高山市だけで東京都に匹敵する面積がある。そこで、市町村合併（高山市は10、下呂市は5、飛騨市は4の旧市町村が平成の大合併によってそれぞれ一つの市に統合された）前の旧市町村を単位として、その人口密度を見てみよう。

図3のとおり、飛騨地域の人口密度は、1km²あたり1桁の地域から3桁の地域まで、相当大きなばらつきがある。この中で、サービス業の維持がきわめて重要となるのは、人口密度の低い地域である。最近、飛騨各地で、スーパーが撤退した、あるいは撤退が危惧されているといわれる地域は、おおむね人口密度が30を下回る地域である。こういう地域こそ、戦略的に需要密度を引き上げる戦略を、行政と民間が連携して考えていく必要がある。

たとえば、ひとつのアイデアとして、小地域福祉活動と呼ばれる、公民館等にお年寄りが集い、お茶を飲みながら交わり、福祉の専門家に対し生活上のお困りごとを相談できる空間がある（飛騨地域では「サロン」あるいは「ふれあいサロン」等と呼ばれている）。これは、福祉活動向上のために社会福祉協議会等が形成した場であり、もともとは、民間事業者が乗り入れるビジネスの場としては認識されていないようだ。しかし、日中にお年寄りが集まっているということは、一時的に需要密度が高められている場だと考えることもできる。こうしたサロンに、たとえば移動販売や、散髪、配食、各種教室、居酒屋などの民間事業者が、時間を決めてサービスを提供すれば、困っている受益者も、サービス活動の生産性を高めたい事業者も、双方の課題が同時に解決する可能性がある^{*7}。

飛騨地域のように人口の少ない中山間地域において、店舗型のサービスを代替する移動販売車のような「買い物弱者対策」ビジネスは、需要密度の引き上げを図る戦略が不可欠だ。需要密度は、行政と民間がうまく連携すること、あるいは、事業を複線化することによって高めることができる可能性を、本レポートでは飛騨地域の3つの事例を通じて説明した。

人口減少という巨大な敵に対して、徒手空拳で対峙しても勝ち目はない。しかし、中山間地域におけるサービス業のミクロな戦略が需要密度の引き上げという武器を持てば、巨大な敵の裂け目に刃を入れることができるかもしれない。

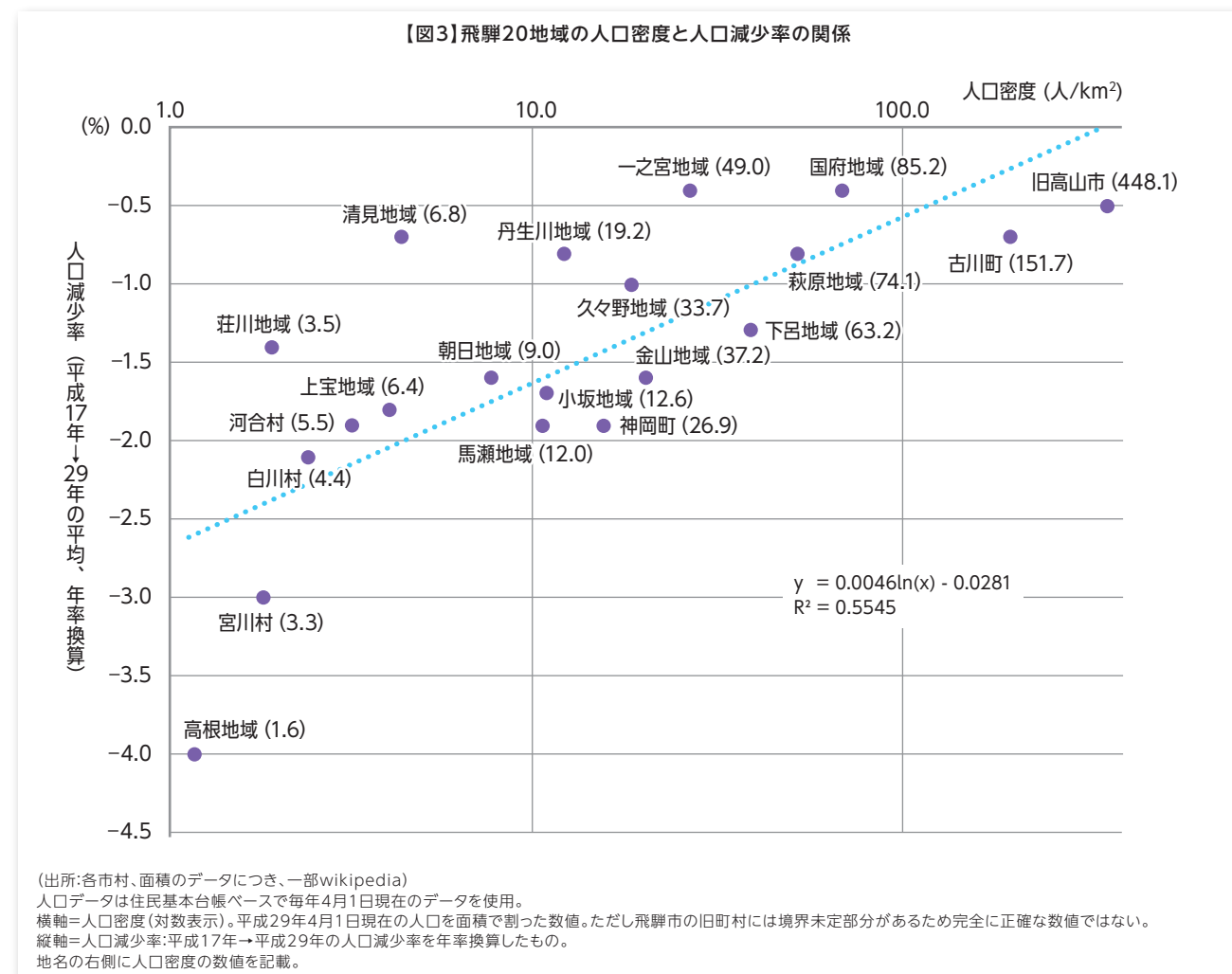


写真5「駿河屋スーパーカー」に集まる白川村平瀬地区の人々
(2018年5月14日撮影。この時はプレ運行期間であったため車体がまだ塗装されていませんでした。現在は青色の獅子舞の絵が塗装され、運行されています)

飛騨地域の地域ごとの人口密度とまとめ

ここまで、需要密度という概念を用いてきたが、では飛騨各地の需要密度はどれくらいなのだろうか。

そこで、飛騨の地域ごとの人口密度を確認して本レポートをまとめたい。



※7: 飛騨市宮川町、河合町のサロンでは、移動販売車や洋服店等の乗り入れがすでに行われている。

【参考文献】

- 内閣府(2016)「人口減少とサービス業のイノベーション」,「地域の経済2016」第2章第3節,http://www5.cao.go.jp/j-j/cr/cr16/chr16_02-03.html
- まち・ひと・しごと創生本部(2017)「まち・ひと・しごと創生基本方針 2017」
<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/info/pdf/h29-06-09-kihonhousin2017hontai.pdf>
- 森川正之(2016)「サービス立国論—成熟経済を活性化させるフロンティア」,日本経済新聞出版社