

## 地域活性化提言

---

# これからの地方を動かすメカニズム

— 飛騨から見える地方の未来 —



十六総合研究所



## これからの地方を動かすメカニズム

— 飛騨から見える地方の未来 —

### 目次

はじめに

<b>第1章</b>	<b>地方とは何か？ 地方創生とは何か？</b> .....	1
	— 意味を問い直す —	
<b>第2章</b>	<b>地方の若者流出は止められるのか？</b> .....	29
	— 出さないのではなく行って帰ってくる支援を —	
<b>第3章</b>	<b>空き家対策は人口減少対策の切り札となるか？</b> .....	45
	— 良質な賃貸住宅の供給こそカギを握る —	
<b>第4章</b>	<b>地方が豊かにならない本当の理由は何か？</b> .....	51
	— クリエイティブの“自給”戦略 —	
<b>第5章</b>	<b>地域内経済循環 改善のカギは何か？</b> .....	63
	— 情報通信業・対事業所サービス業、土産菓子を例に —	
<b>第6章</b>	<b>地方の人口減少はどのように加速するのか？</b> .....	79
	— 「4大生活サービス」が速度を決める —	
<b>第7章</b>	<b>地方のビジネス、コミュニティの未来形はどうなるのか？</b> .....	97
	— 同質性と多様性が共存する社会へ —	

あとがき

参考文献

著者紹介

## はじめに

「地方創生」のスローガンが世に現れたのは2014年である。しかしそれよりずっと以前から、地方という存在は人々の強い関心を引き寄せてきたように思う。

1970年には「地方の時代」という言葉が登場し、それ以降、時代の移り変わりに伴って「地域活性化」「地域振興」「地域再生」、そして現在の「地方創生」。フレーズに変遷はあるが、多くの人々にはほぼ「異音同義語」のように認識されているだろう。

地方とは昔から、多くの人たちに先行きを心配されている存在だ。地方とは「守らなければならないもの」「消滅させてはならないもの」「活性化すべきもの」。そのように、多くの人々も、あるいは政府も同様に考えているようだ。

だが、地方は将来、本当に活性化する可能性があるだろうか。人口減少時代にさしかかり、地方はお金だけでなく人口も、都市にどんどん吸い取られているのが現状だ。勝ち目のない戦いであるように見える。地方の活性化という逆転ゲームは起こしうるのだろうか。起こしうるとすればどういう条件がそろえばよいのか。こうしたことは、人々の関心が高いわりに、根源的なレベルではあまり問われたことのない問いである。

筆者は2017年から2019年にかけて岐阜県飛騨地方において自治体や民間企業を支援する業務を行ってきた。その活動を通じて見えた地方の活性化の可能性について、要点やポイントを整理したものが本論である。

本論の特徴は以下2点にまとめられる。

第一に、本論は、地方が直面する諸問題について、若者の流出、自給（内製）戦略、観光、クリエイティブ産業、生活関連サービス、などの切り口から、事実と解決策をまとめたものである。一つの提言というより、複数の提言をとりまとめた提言集の体裁をとっている。それぞれの章は概ね独立している。

第二に、地方の諸問題について、岐阜県飛騨地方を地方の典型的な地域と見立てて調査しているが、本論は決して事例集ではない。客観的なファクトやデータの分析を積み重ねることによって地方の課題に接近していく方法をとっている。

本論の構成は以下の通りである。各章は相互に関連しているが、章ごとにそれぞれ独立した論文となっている。

第1章では、地方についての問題全体を俯瞰し、地方の何が問題か、地方とはそもそも何なのか、という問いからはじめ、飛騨地方は地方の典型であるという代表性、その先進性を確認する。また、事例紹介ではなく事実とデータに基づく分析を重視する立ち位置について説明する。

第2章では地方の若者流出問題について、「若者の流出を食い止めよう」という一般的な言説には問題があり、それよりも若者がいったん外に出て帰ってくることを応援

することが望ましいことを記す。

第3章は地方の移住定住の受け皿として、地方に大量にある空き家の対策・発掘よりも、すぐ住める賃貸住宅の供給が必要であることを記した小論である。

第4章・第5章は、地方の経済循環について、高山市のような基盤産業の強い地域でも域際収支が赤字になっており、その大きな要因が「クリエイティブ産業」の赤字であることを示す。地方の経済循環の構造や課題について論じた先行研究はあるが、クリエイティブ産業の漏出について書かれた論文は筆者の知る限りなく、この2章は本論の中核的な主張を成す（2018年12月、2019年2月「十六総合研究所 経済月報」掲載論文を加筆修正）。

第6章は、地方の人口減少問題の一因が、人口の少ない地方ほど生活に不可欠な民間のサービス産業が欠けていくことにあると指摘し、数千人レベルの人口規模を支える4つの民間サービス、具体的には、金融機関、一般病院、店舗型食料品小売（スーパー）、ガソリンスタンドを「4大生活サービス」と位置づけて、その「限界人口」を明らかにする（2018年6月、8月「十六総合研究所 経済月報」掲載論文を加筆修正）。

第7章は本論全体を総括するもので、飛騨地方の人手不足の状況を観察することを通じて、地方が都市よりも先に、新しい社会の型へといち早くたどりつく可能性について展望する。

本論が地方自治体や支援機関等、またまちづくりや地方創生に関心のある多くの人に読まれ、各地における課題解決の一助となれば幸いである。

2019年12月

十六総合研究所 主任研究員 田代 達生

# 第 1 章

---

## 地方とは何か？ 地方創生とは何か？

— 意味を問い直す —

# 第 1 章

## 地方とは何か？ 地方創生とは何か？

— 意味を問い直す —

### 本章の要旨

最初に、地方とは何か、について考える。地方というものに客観的な定義は存在しないが、数十～数百人の集落と、数万～数十万人規模の圏域が同列で語られることは議論を散漫なものにしがちであるため、地方のサイズ感について定義を試みたい。

本章では人口規模、都市機能、人口動態という3つの切り口を重ね合わせ、地方の上限は、中核都市の人口が10万人以下、圏域全体の人口が30万人以下という結論を得る。

本論は次章以降、岐阜県飛騨地方を通じて地方のメカニズムを考察するが、飛騨地方が地方の代表性を有していることについて本章で確認する。加えて、地方創生という言葉の定義について、昨今の政策背景を踏まえた整理を行う。

### (1) 地方とは何か——問いの背景

#### 地方とは何か？

最初に、地方とは何か—その定義について確認する。

地方とは、都市という言葉と対になって成り立つ「ペアで一組」の概念だ。私たちはあらゆる場所に、地方か都市のどちらかのラベルを貼る。しかし、人によって、あるいは、どの場所と比べるかによって、また文脈によって、どちらのラベルを貼るかの判断は変わってくる、相対的なものだ。

例えば、名古屋や広島は人口100万人を超える大都市だが、独自の気質や文化が花開いているという点で、それらは「地方」だと考える人は多いだろう。特に、東京や大阪から見たとき、名古屋や広島は相対的に都市の規模が小さく見える。そのことが理由かもしれない。

では今度は、岐阜（市）から名古屋を見てみるとする。すると、名古屋は地方ではなく歴然たる大都市に映る。さらに今度は、人口百人、千人といった農山村から岐阜（市）を見てみる。そうすれば、岐阜（市）も立派な都市となる。

このように、地方というもののサイズ感は、どこを起点とするか、あるいは比較対象がどこかによって変わってしまう。都市と地方のあいだには定義上、明確な境界線を引くことはできない相対的なグラデーションのようになっているといえる。このため、人々が地方について考えるとき、その対象は、数十人～数百人程度の小集落と、数万人～数十万人の規模感を持つ大きな圏域が、区別されることなく同列で論じられること

が多いものである。

都市と地方がグラデーションになっている。それ自体はやむをえないとして、地方の活性化に関する議論を今よりも成熟させるためには、地方というものについて、数十人～数百人程度の小集落と、数万人～十数万人の規模感を持つ圏域が同列で語られている現状は、議論をいつまでも散漫な水準にとどまらせている要因になっていると考えられる。

ただし、これには原因がある。地方は、数十人、数百人といった単位の小集落が地理的に寄せ集まって数万人～十数万人という圏域が形成されているという、一種の「フラクタル性」があるためだ。フラクタル性とは、リアス式海岸、樹木、腸の内壁、株価のように、全体の複雑な形状とミクロの複雑な形状が相似形をしている構造（スケールフリー性ともいう）のものを指す。数十人～数百人単位の小集落について語るのと、数万人～十数万人の圏域について語ることが特に区別されないのは、大きさは違えども、地方が同じ形をしているからだ。

それどころか、地方に関する議論ではむしろ「小さいものにスポットライトが当たりやすい」小集落での例外的な成功事例や単発のエピソードのほうが好まれる傾向がある。それは、このようなフラクタルのいわば一番始端（というか末端）に位置するという点で、ここが終点、というところに一種の確からしさを感じるのかもしれない。実際に、人口規模が数十人～数百人程度の小集落にとっては、地方での一つの成功例が、地方にとって実際に大きな意味やインパクトを持つ。しかし一方で、数万人～十数万人の圏域にとっては、一つの取り組みが成功しても、その経済的なインパクトは相対的に小さいし、全体に与える影響は希薄化してしまう。このようなことが、「小さいものにスポットライトが当たりやすい」、矮小化の傾向を引き起こしているかもしれない。

しかし地方をめぐる議論が、人口規模で数十人～数百人の小集落に終始しては、その経済的あるいは社会的インパクトはあまりにも小さいままだ。地方を活性化するために、インパクトの大きさという視点を導入するなら、大小さまざまな地方のなかでも、なるべく「大きな地方」に焦点を当てる必要がある<sup>1</sup>。そのためには、都市と地方の間に明確な境界線は引けないとしても、解像度を上げ、グラデーションの色合いの変

---

<sup>1</sup> 経済的インパクトを追うならば、なるべく大きな地方を対象にするというベクトル以外に、地方が共通して抱えている構造や課題をとらえ、共通して使える解決策はないか、という、共通性・再現性を探るベクトルも考えられる。ドアと鍵に例えていえば、地方という大きさも種類もさまざまなドアが無数にある中で、なるべくたくさんのドアを1本の鍵で開けられるマスターキーを探索するようなことである。地方に関する議論においては、こうした共通性・再現性について目配りされた研究が少ないと筆者は考える。

---

化点はどこにあるのか、すなわち、地方が地方と呼ばれるその上限サイズはどこか、という点を明らかにすることには意味があると考ええる。

これは本論の研究対象である岐阜県飛騨地方という場所が、地方という概念の「代表性」を満たすかどうか、つまり「大きな地方」であるということができるかについて、検証する手続きでもある。

もちろん「飛騨地方は地方の代表だ」という前提に対して、最初から疑問を感じない方は、本章を飛ばして次章に進んでいただいてもかまわない。

### 都市と地方の境界

都市には人々が多数密集して住んでいて、様々な種類の民間サービスが充実している。住むのに便利な場所だが、同時に落ち着かない場所でもある。他方、地方は人口が少なく、人口密度も低く、また民間サービスも必ずしもフルセットで揃っていないため不便を感じることもある。しかし時間はゆっくり流れていて落ち着ける。

都市と地方は相対的なものでありグラデーションだ、と述べたが、都市と地方のイメージはこのように人が持つ感覚としては対照性をなしていることも確かだ。本章で見つけたいと考える、グラデーションの色目が大きく変わる変化点、都市と地方の境界線は、こうした感覚的なイメージを客観的な基準へと投影することによって見つかるかもしれない。そこで、その基準にはどんなものがあるか、を考えてみると、人口規模、都市機能、人口動態などが考えられる。

### 地方の定義：人口を基準に

地方の基準について考えたとき、最初に「人口」を持ち出すことについて不自然に思う人はいないだろう。国土交通省の「国土交通白書 2018」は、地方について「地方とは主に人口 5 万人未満の市区町村（過疎地域を含む）を想定している」と表現している。ただしこれは定義ではない。都市とは人口何万人以上のことで、地方とは人口何万人以下のことなのか。結論からいうと、人口の「数」そのものの切り口では普遍的な定義は存在しない。

そこで、人口減少が進展する今なら、人口減少の「速度」によって定義できないか、ということについて考える。我が国の人口減少問題は、都市よりも地方のほうが先行する問題である。地方のほうがより早く人口が減り始めているのであれば、人口規模と人口減少率の関係から、都市と地方を分けることができるかもしれない。

### 自治体の人口規模と人口減少速度の関係

図表 1-1 は、国勢調査の人口データから、日本の各自治体を人口規模で層別化し、人口減少の速度を層ごとに、2005 年→2010 年の 5 年間と、2010 年→2015 年の 5 年間についてそれぞれ調べたものだ。

【図表 1-1】 都市規模と人口変化率の関係

自治体の人口規模	2005→2010		2010→2015	
	市町村数	人口増加率	市町村数	人口増加率
1人以上5千人未満	218	-1.7%	238	-1.9%
5千人以上1万人未満	236	-1.2%	241	-1.6%
1万人以上5万人未満	716	-0.7%	697	-1.0%
5万人以上10万人未満	277	-0.2%	271	-0.4%
10万人以上30万人未満	195	0.0%	196	-0.2%
30万人以上50万人未満	44	0.1%	43	0.0%
50万人以上100万人未満	17	0.3%	17	0.0%
100万人以上	11	0.5%	11	0.4%

2010年の  
境界線

2015年の  
境界線

注 1) 集計単位は市町村。2015 年国勢調査が行われなかった福島県の 4 市町村を除く。

注 2) 人口増加率は年率換算。

出所：総務省「国勢調査」

この図表から読み取れることは大きく 2 つある。

まず 1 点目。誰もが感覚的には理解している当たり前の事実を再確認するものだが、データが示していることは「人は人に集まる」という単純な法則である。すなわちこのデータは、人がもともと多い地域にはさらに人が集まるし、人の少ない地域からはますます人が離れる傾向を示している。

直近の 2010 年→2015 年という 5 年間では、人口 1 万～5 万人の自治体は、年率▲1%のペースで人口が減った。1 万人の町ならば、その人口は平均的に毎年 100 人減ったことを示している。そして、より人口規模の小さい自治体は、その倍の速度で人口が減ったことを示す。他方、人口規模がもともと 30 万人以上いる自治体は、2 期間とも人口増加率がゼロ以上となっていて、すなわち人口は減っていない。

2 点目は、(前半) 2005 年→2010 年、そして (後半) 2010 年→2015 年という 2 期間を比べてみると、どの人口規模においても、前半よりも後半の人口減少幅のほうが大きくなっているということである。人口減少の速度は、ここ 10 年の間に、確実に加速をつけて追ってきていることがわかる。

#### 人口からみたとき、都市と地方の境界線は 10～30 万人

先のデータで観察された「もともと人が多い地域にはさらに人が集まり、反対に人の

---

少ない地域からはますます人が離れる傾向がある」という現象は、言い換えれば、人口の側面から見ると、都市はますます都市に、地方はますます地方化する、という自己増殖的なメカニズムを持っている、といえる。そして、都市とは人口が増えるところ、地方とは逆に人口が減っていくところだとすれば、都市と地方の境界線は、現在は、

(前半) 2005年→2010年の5年間=「10万人」

(後半) 2010年→2015年の5年間=「30万人」

だと考えられる。すなわち、人口の観点からみたとき、都市と地方を分ける境界線は、自治体規模でいえば10万人あるいは30万人のいずれかだといえるだろう。

とはいえ、10万人と30万人では規模感はずいぶん異なる。そのどちらを採用すべきかについては次節以降で考えていくこととするが、少なくとも、地方をめぐる議論は、人口数十人、数百人という小集落規模に終始すべきではなく、数万人規模というインパクトを持つサイズ感を上限として意識し、なるべく大きな圏域ベースを意識して議論されるべきだ、ということをこの節では確認しておきたい。

ただし、本論は数十人、数百人の小集落を決して軽んじるわけではない。人口減少の悪影響は、小集落であるほど大きくなっていく。先ほどのデータが示しているのは、人口は「減れば減るほど減り方が速くなる」という、まるでボールが坂道を転がるほど速度を増していくような特性である。人口減少問題は地方にとって「下りのエスカレーターに乗りながら上昇を目指す」というような分の悪いゲームに例えられる。しかも、小さな地方ほどエスカレーターの下り速度が速いのだ<sup>2</sup>。人口が少ない地域ほど、ゲームの「初期設定」が不利にできている、という現実は、どれだけ強調してもしすぎることはないだろう。人口問題は、都市よりも地方、そして大きな地方よりも小さな地方にとってより深刻であり、それは第6章で述べる生活関連サービスとも強く関係してくる。

#### 地方とは、高次の都市機能が提供されない場所

今度は、住民の生活を支える都市機能（医療・福祉・子育て支援・教育文化・商業等）という側面から見てみよう。ある地域に住む人口が多ければ多いほど、そのニーズのすそ野が広がるため、それを満たすように、2次・3次産業のバリエーションが拡大し、より細分化した高次の水準のサービスが出現する。スタバ（スターバックス・コーヒー）が都会の象徴のように言われることはその典型だ。

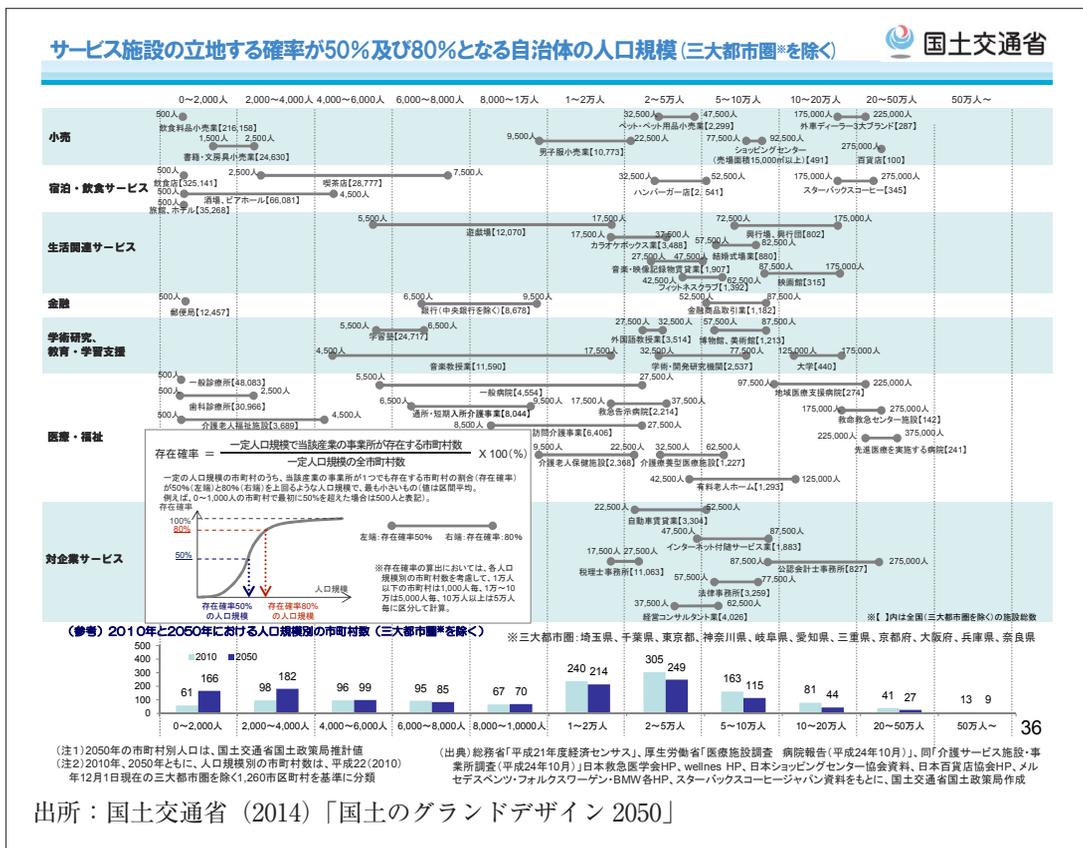
スタバの店舗が営業していくには、一定以上の商圈人口が必要である。国土交通省「国土のグランドデザイン2050」では、スタバの商圈人口を175,000人<sup>3</sup>と推定している（図表1-2）。要するに、人口175,000人を下回る地域はスタバがない可能性が高いから地方だ、という仕切り方ができる、ということだ。これが商圈人口の切り口である。

---

<sup>2</sup> なお、本提言書の終章においては、地方の人口減少の下り速度が加速していく局面を過ぎた先に、減速の局面が訪れることについて触れる。

<sup>3</sup> 175,000人とは、スタバの存在確率が50%となる人口規模。

【図表 1-2】 サービス施設の立地する確率と自治体の人口規模との関係



商圏人口の切り口は、スタバに限った話ではない。例えば、大学や映画館といった教育や文化に関連する施設、ショッピングセンターなど生活に関連する施設、救急病院や訪問介護など福祉に関する施設など、ある程度以上の人口規模がなければ成立しないサービスには、多種多様なものがある。こうしたものを総称して「高次の都市機能」と呼ぶ。そして、高次の都市機能が備わっている場所は都市、そうではない場所は地方、と識別するシグナルに見立てることができるだろう。

これについて、国土交通省「国土のグランドデザイン 2050」は、「百貨店や大学、救命救急センターなど高次の都市機能が提供されるためには、一定の人口規模が必要となる。例えば人口10万人以上の都市から交通1時間圏にある、複数市町村からなる圏域人口30万人程度以上の都市圏。」と整理している。

この定義は、都市を定義したものであって、その反対が地方である。すなわち、地方とは

- ・中核都市の人口が10万人以下である
  - ・その中核都市から1時間圏にある圏域人口が30万人以下である
- という条件を満たしている場所だと定義することができるだろう。

---

## 人口動態：人口移動における極端な偏り

次に人口動態の側面から考える。

Wikipedia では、地方について以下のように記載されている。

「(地方とは) 一般的には東京 23 区、東京都市圏、首都圏以外の地域の事をいうが、範囲は曖昧で明確な定義はない。国土交通省は、三大都市圏以外の都市圏を地方圏と定義している。」

しかし、前々節でも述べたように、この解釈では、名古屋や広島など人口 100 万人を超える大都市も地方に含んでしまうこととなる。

そもそも、我が国の人口減少が問題視されている本質的な理由は、人が地方から首都圏に移動する傾向(東京一極集中)が続いていることにある。「増田レポート<sup>4</sup>」は、「地方の人口減少の最大要因は、若者の大都市への流出。これが、日本全体の少子化に拍車をかけている。」と指摘し、「地方から大都市への『人の流れ』を変えること」、特に『東京一極集中』に歯止めをかけること」を基本目標に掲げている。そして、人の流れが東京に集中することの何が問題なのか、という理由について、東京は全国と比べて合計特殊出生率が際立って低い<sup>5</sup>ことを指摘し、若者が東京に集まる傾向が続くと、東京では子供を産み育てにくい<sup>6</sup>ため、人口減少を加速させるという因果関係を想定している<sup>6</sup>。

そこでこの節では、「地域を超えた人の移動」に焦点をあて、地方とは何かを定義してみる。総務省が毎年発表している「住民基本台帳人口移動報告」を見てみよう。

---

<sup>4</sup> 増田レポートは通称。正式には、日本創生会議・人口減少問題検討分科会(2014)「成長を続ける 21 世紀のために『ストップ少子化・地方元気戦略』」

<sup>5</sup> 2013 年の全国の合計特殊出生率が 1.43 であるのに対し、東京都の出生率は 1.13 と、確かに際立って低い。

<sup>6</sup> ただしこの論理には批判がある。例えば中川(2015)は、東京は出生率を引き下げているのではなく、東京は効率的な結婚市場として未婚者を引き付け、カップルとして地方に送り出す機能を担っている<sup>6</sup>ので、日本全体の婚姻・結婚・出産に貢献していることを統計的に説明している。

【図表 1-3】 都道府県別の転入超過数（2018年）

移動者（日本人及び外国人）	（人）		
	転入者数	転出者数	転出超過数
北海道	51,195	57,409	-6,214
青森県	17,462	23,747	-6,285
岩手県	17,108	22,133	-5,025
宮城県	48,030	49,361	-1,331
秋田県	10,952	15,386	-4,434
山形県	13,294	16,827	-3,533
福島県	25,590	33,011	-7,421
茨城県	52,495	60,239	-7,744
栃木県	35,819	41,493	-5,674
群馬県	34,384	34,946	-562
埼玉県	188,769	164,117	24,652
千葉県	163,749	151,860	11,889
東京都	460,628	380,784	79,844
神奈川県	232,777	209,294	23,483
<b>東京圏</b>	<b>530,124</b>	<b>390,256</b>	<b>139,868</b>
新潟県	22,600	29,501	-6,901
富山県	13,354	14,939	-1,585
石川県	19,385	20,913	-1,528
福井県	9,876	12,263	-2,387
山梨県	13,747	17,152	-3,405
長野県	29,058	32,134	-3,076
静岡県	57,951	63,534	-5,583
岐阜県	31,271	37,257	-5,986
愛知県	129,902	126,790	3,112
三重県	32,529	37,031	-4,502
<b>名古屋圏</b>	<b>137,783</b>	<b>145,159</b>	<b>-7,376</b>
滋賀県	29,353	28,944	409
京都府	57,531	60,067	-2,536
大阪府	168,551	166,163	2,388
兵庫県	94,045	99,375	-5,330
奈良県	23,988	27,948	-3,960
<b>大阪圏</b>	<b>216,640</b>	<b>226,078</b>	<b>-9,438</b>
和歌山県	11,621	14,936	-3,315
鳥取県	8,732	10,527	-1,795
島根県	11,018	12,323	-1,305
岡山県	29,571	33,938	-4,367
広島県	48,028	54,085	-6,057
山口県	22,775	26,152	-3,377
徳島県	9,510	12,041	-2,531
香川県	17,863	19,539	-1,676
愛媛県	18,112	22,329	-4,217
高知県	9,214	11,521	-2,307
福岡県	104,561	101,672	2,889
佐賀県	16,649	18,121	-1,472
長崎県	22,912	29,578	-6,666
熊本県	28,688	32,263	-3,575
大分県	18,686	21,989	-3,303
宮崎県	18,413	21,500	-3,087
鹿児島県	26,769	30,449	-3,680
沖縄県	27,086	28,020	-934
<b>全国</b>	<b>2,535,601</b>	<b>2,535,601</b>	<b>0</b>

出所：総務省（2018）「住民基本台帳人口移動報告」，日本人・外国人の合計

【図表 1-4】 3大都市圏の転入超過数の推移 (2014年～2018年)

区 分	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
(人)					
3大都市圏全体					
転入者数	827,740	866,643	854,820	865,117	884,547
転出者数	725,979	750,705	740,982	753,824	761,493
転入超過数	101,761	115,938	113,838	111,293	123,054
東京圏					
転入者数	493,236	516,109	509,249	516,699	530,124
転出者数	377,188	388,486	383,967	391,169	390,256
転入超過数	116,048	127,623	125,282	125,530	139,868
名古屋圏					
転入者数	129,117	135,082	134,124	135,207	137,783
転出者数	129,753	135,713	135,048	139,667	145,159
転入超過数	-636	-631	-924	-4,460	-7,376
大阪圏					
転入者数	205,387	215,452	211,447	213,211	216,640
転出者数	219,038	226,506	221,967	222,988	226,078
転入超過数	-13,651	-11,054	-10,520	-9,777	-9,438

注1) 「-」は転出超過を表す。

注2) 東京圏：東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県

名古屋圏：愛知県、岐阜県、三重県

大阪圏：大阪府、兵庫県、京都府、奈良県

出所：総務省（2018）「住民基本台帳人口移動報告」、日本人・外国人の合計

転入者数から転出者数を引いた「転入超過数」に着目し、各都道府県、3大都市圏（東京圏・名古屋圏・大阪圏）の流出入を見ると、以下の2点が明らかになる。

1点目は、都道府県別の人口動態について、2018年に転入超過になった都道府県は、東京圏（4県）、愛知県、大阪府、滋賀県、福岡県の、わずか8都道府県しかない、ということである（図表 1-3）。この統計は国内間の移動だけを集計したものであるため、全国の転入者数と転出者数の合計は必ず一致し、転入超過の合計値はゼロになる。47都道府県のうち、8都道府県のみが転入超過、39都道府県が転出超過、つまり、勝ちが少なく負けが多い、ということは、人口集中は、全国的な不均衡（極端な偏り）が発生していることを意味している。

2点目は、三大都市圏への流出入についてである。まず東京圏への転入超過数は、2014年以降（すなわち地方創生関連政策の開始後）も年々増えつづけており、東京一極集中に歯止めをかけるどころか、むしろ一極集中の傾向は強まっている事実が浮かび上がる。一方、三大都市圏のうち残る名古屋圏と大阪圏の動態はといえば、転入者も多いが同時に転出者も多く、その差し引きでは、実はすでに転出者のほうが多い（＝転出超）状況である（図表 1-4）。（ただし、両都市圏の中心府県である愛知県・大阪府は、単独府県としてはかろうじて転入超過を保っている（図表 1-3））。

地域を超えた人間の移動、という観点から地方を定義する、つまり、転出超過するところが地方、三大都市圏以外が地方、という従来の整理は、実際の人口動態と整合しない状況になっている。今の人口動態の状況からいえば、「転入超過8都道府県（東京圏・

愛知・大阪・福岡・滋賀）以外は全部地方」とでもいうような状況が生じている。

この定義からすれば、岐阜県は名古屋圏を構成する県として地理的には三大都市圏に含まれているものの、人口動態の実態としては、まず名古屋圏全体が東京圏に人口を奪われ、かつ岐阜県は中核府県である愛知県に人口を奪われる、この意味では、岐阜県は「双子の赤字」とでも表現すべき、2つの流出超過を背負っている。つまり、岐阜県は三大都市圏に含まれていても実態としては三大都市圏以外の地域と全く同じ、典型的な地方特有の症状が生じているのである。

### 3つの切り口から整理する「地方とは何か」

ここまで、人口規模、都市機能、人口動態という3つの切り口から、都市と地方の間に線を引く場所はどこかについて見てきた。3つを重ね合わせてみると、地方とは何か、その定義の輪郭を以下のようにつかむことができる（図表 1-5）。

【図表 1-5】 地方の定義

切り口	地方とは
① 人口規模	人口 10 万人ないし 30 万人以下の自治体
② 都市機能	高次の都市機能が提供されない場所 ・ 中核都市の人口が 10 万人以下 ・ その中核都市から 1 時間圏にある圏域人口が 30 万人以下
③ 人口動態	人口が転出超過になっている 39 都道府県 (東京圏の 4 都県・愛知・大阪・福岡・滋賀以外)

それぞれの定義を重ね合わせると、

- ・ 中核都市の人口が 10 万人以下
- ・ 圏域全体の人口が 30 万人以下
- ・ 人口が転出超過になっている 39 都道府県

という3つの条件に収れんさせることができるだろう。本章の関心は、地方と呼びうるものの大きさの上限がどこにあるか、であり、上記の条件を満たす地域の中でも、相対的により経済的なインパクトの大きな地域、すなわち人口 10 万人以上の圏域について語ることが、地方に関する議論を充実させていくと考える。

## (2) 地方創生という言葉の意味

ここまでで、地方の「サイズ感」については確認されたと思う。しかし、地方をめぐる議論を確かなものにするため、もう 1 点確認しておきたいことがある。それは地方創

---

生という言葉の意味である。

1970年に「地方の時代」という言葉が登場し、それ以降、時代の移り変わりに伴って「地域活性化」「地域振興」「地域再生」、そして2014年に始まる「地方創生」へと、フレーズに変遷はあるが、多くの人々には、これらはあたかも同じ意味のように認識されているだろう。

そのため、地方で行われている様々な取り組みに対しここ数年、地方創生という言葉は節操無く使われてきた傾向がある。地方の一中小企業の売上を増やしたことも地方創生。イベントが成功したことや、商店街がにぎわったことも地方創生。何でもかんでも地方創生が気軽に付与されがちである。

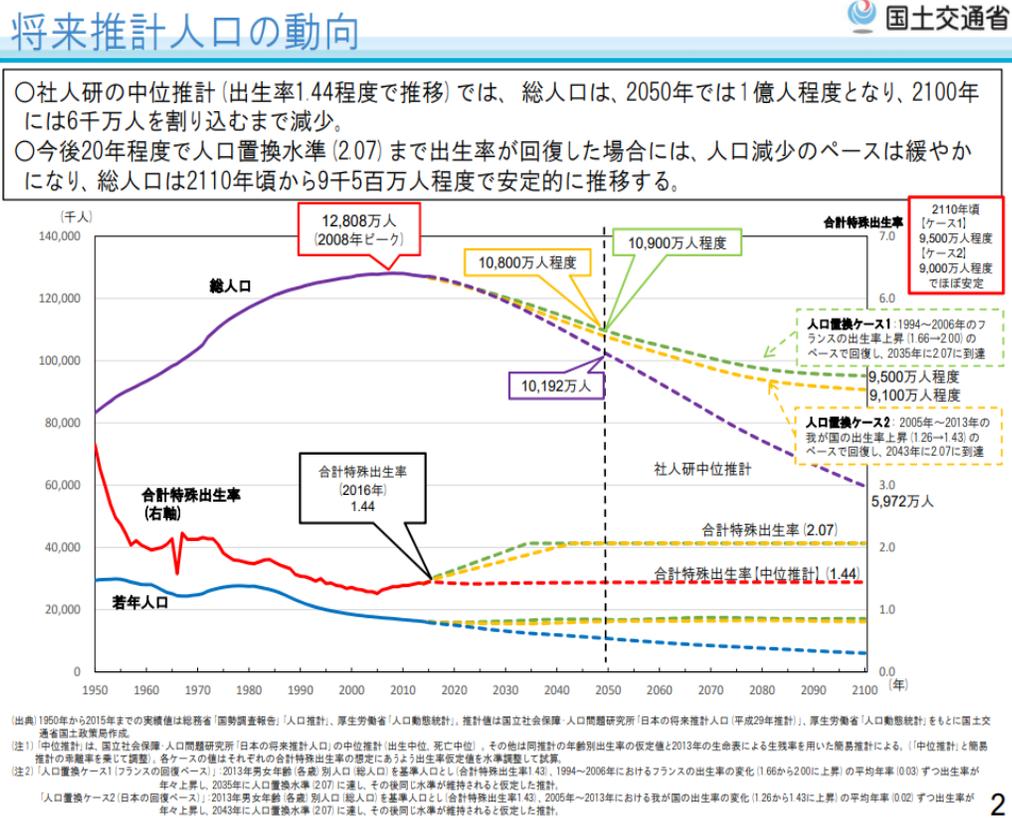
研究者や政策担当者でない限り、地方創生と地域活性化という類義語群を厳密に使い分ける人は少ないかもしれない。しかし何にでも地方創生という言葉が使われすぎたために、この言葉が現れてからまだ4年余りしか経たないにもかかわらず、すでに退色した、もう終わった、という印象を抱く読者も多いだろう。

しかしながら、本来「地方創生」という言葉は本来、従来の「地域活性化」などの類義語とは文脈や意味の上で異なるニュアンスあるいは含意を持っていたはずだ。ここではそうしたことについて確認しておきたい。

#### キャッチアップ型からフロントランナー型へ

我が国は明治より約130年余り一貫して人口が増え続けてきたが、2008年に歴史的転換点を迎えた。人口増加から人口減少へという大きなポイントの切り替わりである。長期推計によれば、この先約100年間、人口が減り続ける未来が訪れる。特に人口減少問題は、都市よりも地方のほうが時間軸として先に来る。すなわち、人口減少は都市よりも地方において先行する問題である。

【図表 1-6】 将来推計人口の動向



出所：国土交通省（2018）「最近の国土をとりまく情勢について」

地方はこれまで、その生活水準、文化など様々な側面において、都市に比べて少し遅れており、地方はいわば、都市の背中を追いかけて成長してきた（キャッチアップ型）。それが、人口減少の時代になると、地方のほうが都市よりも社会課題に先に直面する（フロントランナー型）。

このような都市と地方の構図の変化は、マラソンに例えるとわかりやすい。地方は、都市を追う後方走者のようなものであったが、人口が増加から減少へと切り替わったのと同時に、マラソンの進行方向が一変し、地方が先頭で都市が後ろ、という構図に切り替わった。進行方向が転換した後は、地方は先頭に立ち、一番強い逆風にさらされる。もはや都市の背中には前方に見えない。進むコースは地方が自ら考えなければならない。

地方創生という言葉が生まれた契機は2014年の「増田レポート」である。同文書は「消滅可能性都市<sup>7</sup>」という刺激的な言葉で、我が国の人口減少問題への警告を発した。

<sup>7</sup> 定義は「2010年から2040年にかけて、20～39歳の若年女性人口が5割以下に減少する市区町村」。全国の市区町村1,799のうち、896がこれに該当すると推計した。

---

そして、人口減少は都市よりも地方のほうが先行することを指摘した。地方の人口が減ると、連動して消費が減り、そのために生産が減り、そのために所得が減り、そのためにさらに人口が減り……このような負のスパイラルが地方にやって来る未来を見える化したことが、この文書の果たした重要な役割だったといえよう。

「増田レポート」の提言を受けて、政府は各自治体に対し、「地方版総合戦略」「地方人口ビジョン」の策定を求めた。これが「地方創生」という一連の政策パッケージとなり、現在に続いている。

### 被説明変数が「人口」に収束

では、地方創生とは、地域活性化あるいは地域再生といった類義語と、意味において何が違うのか。

従来の言葉群（地方の時代<sup>8</sup>、地域活性化、地域振興、地域再生、等）は、地域が発展したといえる結果を示す変数（被説明変数）が1つに収束していなかった——中小企業の売上、にぎわい、通行量、イベントの動員数、賃金、所得、地価など——これが地方をめぐる議論を散漫なものにとどまらせていた要因となっていたと考えられる。

そのような状況に対して、増田レポートは、人口という変数に絞って強く警告を発したことによって、いわば被説明変数の「交通整理」の役割を果たしたといえる。こうした経緯を踏まえると、地方創生とは、地方の発展に関する被説明変数を、当面は人口一本に絞ることについて焦点を置いた地域活性化だ、ととらえることができよう。

地方創生という言葉は、地方の活性化度を示す被説明変数を人口に収束させるという特別な意味をもたせた。これは、自治体が従来から策定している「総合計画」がどちらかというと網羅的な計画書であるのに対し、2015年から策定が始まった地方版「総合戦略」が人口減少に着目した特化型の計画書であるという違いとも並行的な関係にある。これが、地方創生という言葉が、従来の類義語と異なる点である<sup>9</sup>。

もちろん、地方の活性化を語る時、人口だけを論点とするのは不毛だ、という批判は大いにありうる。そもそも人口減少は、基礎自治体あるいは集落といった小さなスケールで局所的に食い止めることは可能かもしれないが、我が国全体というマクロなスケールで食い止めることは土台無理な話である。そのため、人口減少そのものを課題視するのではなく、人口が減っても幸せに暮らせる社会のつくり方を課題視すべきだ、という意見は尊重されなくてはならない。

---

<sup>8</sup> かつて国に対して「地方の時代」の論陣を張った先鋒は、2017年に他界した梶原拓前岐阜県知事である。

<sup>9</sup> こうした意味の違いに注意を払わず、地方創生と言い続ける人は圧倒的多数を構成しているので、筆者による概念整理は単なる骨折り損かもしれない。

## 【付録①】地域発展の被説明変数について

「地方は何をもって発展したといえるのか」を示す被説明変数には、どんなものがあるだろうか。

先行研究では、地方が発展しているのか衰退しているのかを示す尺度として、

- ① 人口の増加率（あるいは人口密度の増加率）
- ② 所得あるいは収入の増加率
- ③ 地価水準

等を代理変数として用いているものがある。

黒田・田淵・中村(2008)は、人口動向が地域発展を最も包括的に示す指標であるとしている。人口は速報性の面で優れているのが特徴である。人口はまた、国勢調査（5年に1回）を基礎として、出生・死亡・転出・転入を加味して推計されるので公表が素早く、地域の実態を遅滞なく知るのにも適している。

一方、地方は、そこに暮らす人々が満足しているか、あるいは幸せか、といった点により着目すべきだ、とする意見もある。現在のような人口減少局面では、人口が自然に減っていく中でも幸せに暮らせる社会を志向すべきだ、という意見は、十分に尊重されなければならない。国全体で考えた場合、日本人の転出・転入はほぼ相殺されることを考慮すれば、人口増減と人の幸福度を短絡的に、あるいは強く結びつけすぎることは、本来、国家レベルで考えていくべき人口減少問題を、市町村どうしの人口争奪戦へと矮小化させかねない。

しかし一方で、人口増減と幸福感には全く関係がない、というのもまた極端すぎる論理である。住民の幸福感に大きな影響を与える要素の一つである所得は、人口増減と一定の相関があり、所得の低い地域は人口が減りやすい。これは人々がより高い所得を求めて移り住むからである。この点は、本論の第4章において、岐阜県の各市町村のデータを用い、上記②の所得・収入の地域格差が①人口の移動を生むという因果関係を筆者が確認し、人口移動の47%は所得で説明できるという結論を導いている。

所得については、市町村別データに2種類（総務省：納税義務者一人当たり課税対象所得、各都道府県：一人当たり所得）が存在するが、後者には速報性がなく、公表までにおよそ4年程度のタイムラグがある。また、一人当たり所得はそもそも市町村ごとの産業構成の違いがコントロールされていないため、大企業の本社が集積する東京都心部がどうしても高く出てしまう傾向がある。

また、所得の大きな構成要素である、賃金や収入等については、市町村レベルで横断的に比較可能なデータは、筆者の知る限り存在しない。

こうしたことから、所得・収入は、例えば地方版総合戦略におけるKPI等としては採用しづらいのが実情である。筆者の個人的な考えとしては、市町村が人口減少対策を考えていく上では、速報性のある市町村別所得・収入データの収集は必須である。この問題を掘り下げていくと、「個票ベースの税務データ」の利用可能性に突き

当たる。しかし、個票ベースの税務データを自治体が利用することは、当局の方針上、今のところ不可能か、もしくは非常にハードルが高いようである。

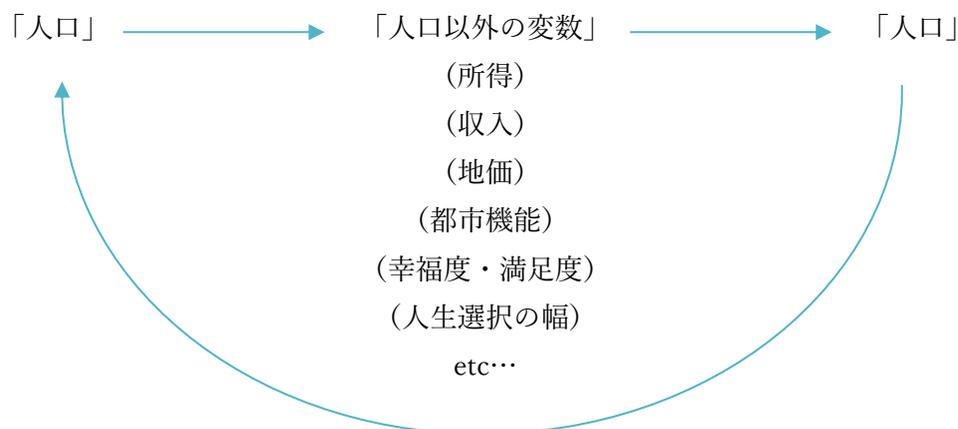
### 真因は「頭数の問題」の背景にある

地方創生という政策は、被説明変数を人口に絞って「頭数の問題」に割り切ることで、問題を単純化したフレームワークであるといえる。だが人口減少の問題は、「穴の開いたバケツに水を汲む」というような簡単な問題ではない。すなわち、「頭数」の問題は、決して頭数の問題の中では解決しない、ということである。

人の移動は、ある地域に住む住民一人一人が個別に行う意思決定（人生上の選択、都市に引っ越すか地方にとどまるか、あるいは、結婚するかしないか、子どもを産むか産まないか、等）の結果を全て足し合わせた、いわば総合成績のようなものである。住民は、自分が満足する自治体に住むことを望み、そうではない自治体から離れることで自分の意思を表明する。住民の期待を満たす自治体にはどんどん住民が移住するが、他方、住民が不満をもつ自治体からは住民が離れていって衰退する。こうしたメカニズムを「足による投票」といい、そのモデルの前提にあるのは自治体間の人口争奪競争だ。

人口という計数は「大数の法則」<sup>10</sup>の効きがよく、数として観察することが容易だ。しかし、被説明変数を人口に絞っても、それ以外の被説明変数（所得、収入、地価等）が消えたわけではなく、いったん表面から姿を隠したにすぎない。

人口を動かすメカニズムは、端的にいえば



すなわち、人口は他の部門に影響を及ぼし、他のセクターは再び人口に影響を与える、というループ状の構造が地方には内包されている。人口は、入り口でもあり出口でもあ

<sup>10</sup> データ数が増えれば増えるほど、理論的な確率に近づくという法則。人口推計は、数字に影響を与える要因が①自然動態（人の生死すなわち余命と出生率）、②社会動態（人の転居）の2要因しかないため、「もっとも良く当たる推計」といわれる。

り、出口から出たものが再び入り口に投入される。原因でもあると同時に、他のセクターとの相互作用によって影響が増幅された、結果でもある。一つの要素が循環し、増幅する。このように、動的で複雑な、自己増幅的、連鎖的なメカニズムを形成しているのが人口問題である<sup>11</sup>。

例えば前節で述べたように、人口と一人当たり所得には一定の相関関係がある。人口が減ると消費が減り、消費が減ると仕事が減る。仕事が減ると所得が減り、所得が減ることで人口がさらに減る。あるいは第6章で触れるが、人口が減ると、住民の生活を支える都市機能（医療・福祉・子育て支援・教育文化・商業等）が欠落し、その結果、人口移動を加速させてしまうというメカニズムもある。

つまり、人口減少という頭数の問題に対して何らかの対策を施そうとするならば、よりクリアでない、あいまいな領域に踏み込む必要がある。

政府はこのメカニズムを「まち・ひと・しごと」という3つのカテゴリーに大きく束ねて扱おうとしている。しかしながら、相当の数にのぼる変数が互いに影響しあっていて、またその多くは解明されていないといってよい（もし解明されているならば、人口の東京一極集中の現象はそろそろ歯止めがかかってよいだろう。しかし、直近の2018年の動態（総務省、2019年1月公表）<sup>12</sup>でも、東京一極集中はむしろ拡大を続けている）。

人口問題について、こうした複雑な事情を認識した上で、本論では岐阜県飛騨地方の観察を通じて、こうしたメカニズムを多少なりとも解明する新しい光を当てたい。本論ではとくに、地方の一人当たり所得をどう引き上げるか、という問題に多くを割くこととなる（第4章、第5章、第7章）。

### (3) 飛騨地方は地方の代表性を満たすか

続いて、本論が題材とする岐阜県飛騨地方は、果たして地方といえるか、ということの説明をしたい。

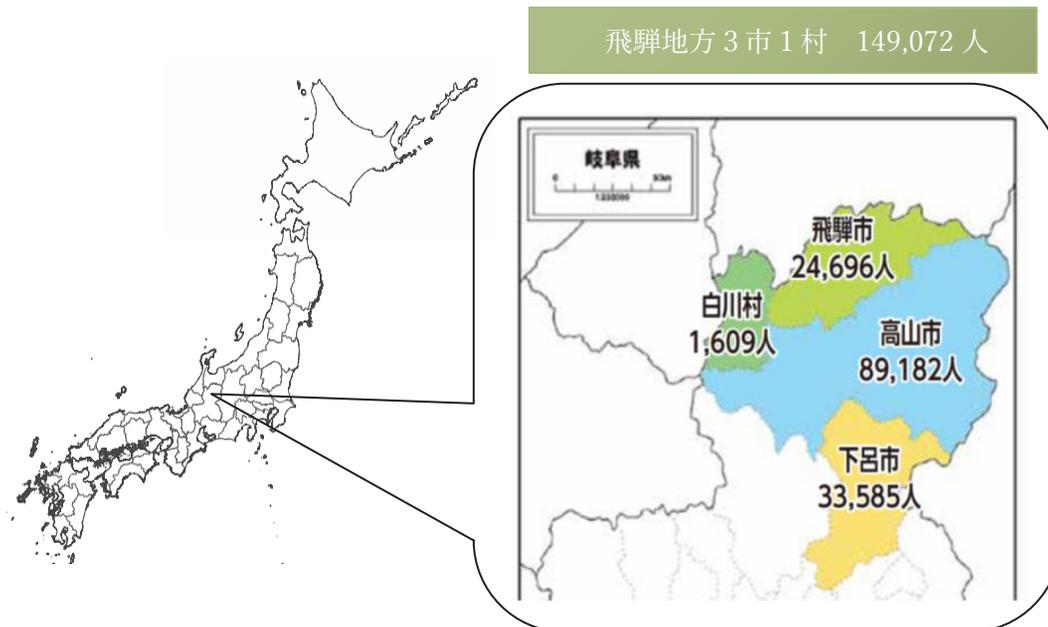
#### 岐阜県飛騨地方の概要と「代表性」

岐阜県飛騨地方は、高山市、飛騨市、下呂市、白川村の3市1村で構成される一つの圏域であり、人口は約15万人弱、その中核市である高山市は9万人弱となっている（図表1-7）。

<sup>11</sup> このように、問題は何か、あるいは原因と結果にどのような関係があるかが明確ではない問題のことを「悪構造」(ill-structured problem)という。

<sup>12</sup> 総務省(2019)「住民基本台帳人口移動報告 2018年結果」

【図表 1-7】 岐阜県飛騨地方の所在地と人口



出所：総務省（2015）「国勢調査」

ところで、飛騨地方は岐阜県を構成する5圏域の一つであって、5圏域とその中核都市の人口データは図表 1-8 の通りである。

【図表 1-8】 岐阜県の圏域人口と中核都市人口

	圏域		中核都市		
	人口(2015)	(構成比)	市町村	人口(2015)	増減率※
岐阜圏域	799,766	39.4%	岐阜市	406,735	-0.3%
西濃圏域	372,399	18.3%	大垣市	159,879	-0.2%
中濃圏域	373,712	18.4%	可児市	98,695	0.3%
東濃圏域	336,954	16.6%	多治見市	110,441	-0.4%
飛騨圏域	149,072	7.3%	高山市	89,182	-0.8%
岐阜県全域	2,031,903	100.0%			

出所：総務省（2015）「国勢調査」

岐阜県飛騨地方は5圏域の中で人口が最も少なく、また5圏域の中で唯一、圏域人口が30万人を割っている。

またその中核都市は、5圏域中最速で人口減少が進んでいる。

これらのデータを、前節で調べた「地方とは何か？」の定義に照らし合わせてみよう。

【図表 1-5】 地方の定義（再掲）

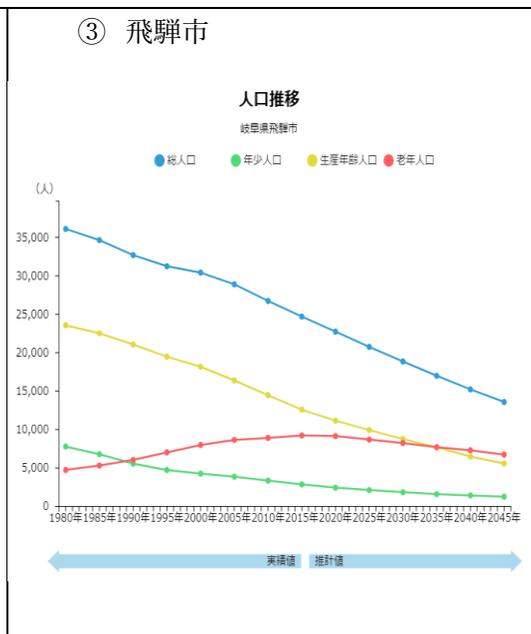
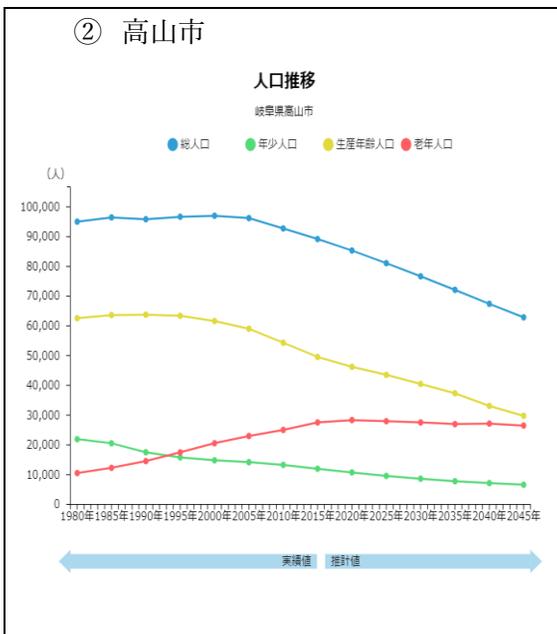
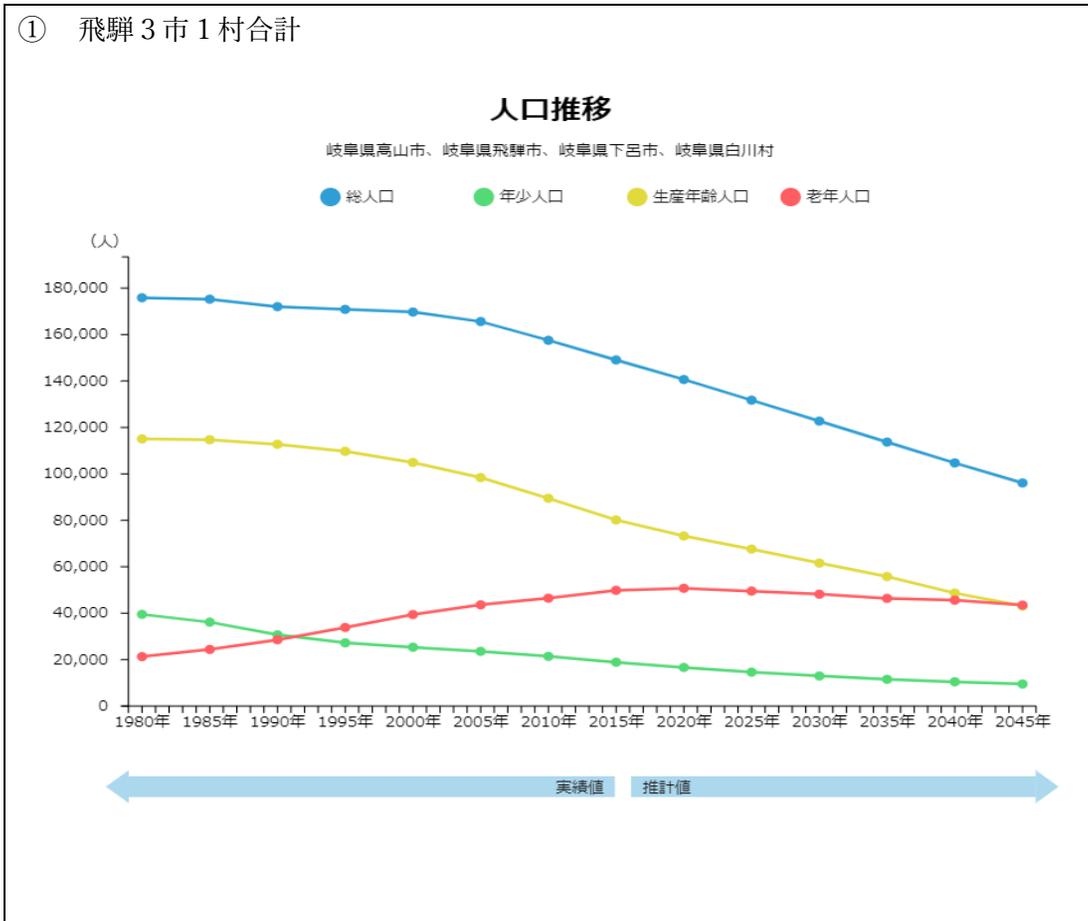
切り口	地方とは
① 人口規模	人口 10 万人ないし 30 万人以下の自治体
② 都市機能	高次の都市機能が提供されない場所 ・中核都市の人口が 10 万人以下 ・その中核都市から 1 時間圏にある圏域人口が 30 万人以下
③ 人口動態	人口が転出超過になっている 39 都道府県 (東京圏の 4 都県・愛知・大阪・福岡・滋賀以外)

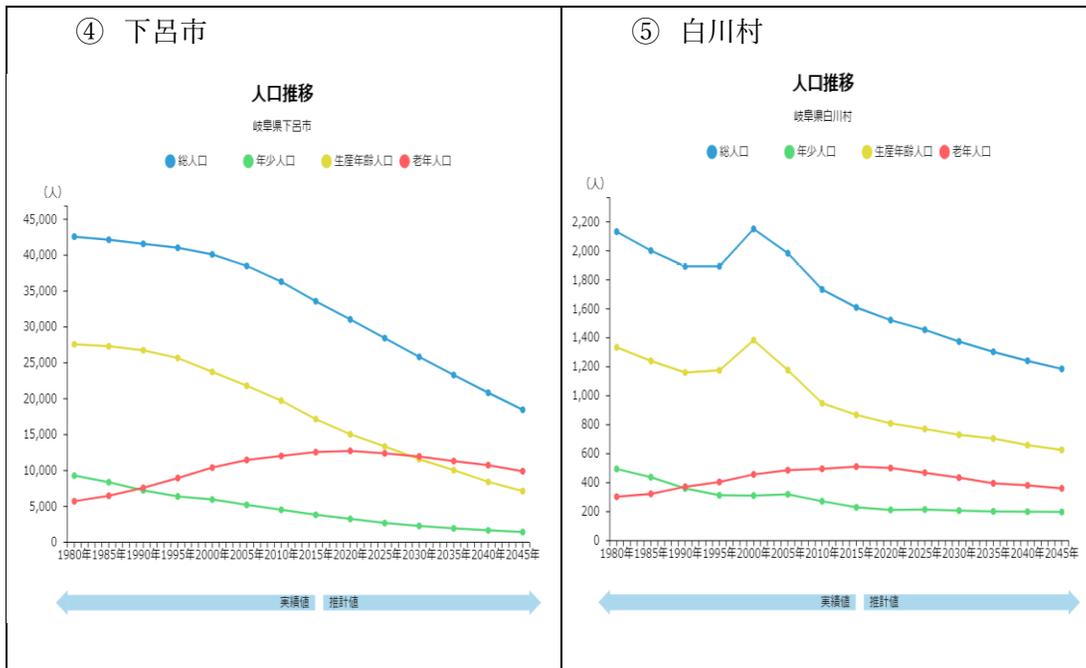
岐阜県飛騨地方を地方の定義に照らし合わせてみると、「人口規模」「都市機能」「人口動態」いずれの側面においても、定義に合致していることがわかる。また、岐阜県 5 圏域の中で唯一、圏域人口が 30 万人以下である。この点から見ても、飛騨地方は地方の「代表性」を満たすといっていよう。

また、圏域人口約 15 万人弱、その中核都市人口 9 万人弱という飛騨地方の人口は、定義された地方の中ではいわば上限に近いといえる。

なお飛騨 3 市 1 村の人口推移を、以下のグラフで示す。どの自治体もほぼ同じように、スキー場のゲレンデのような右肩下がりのグラフを描く。飛騨いずれの市村においても、この先 2045 年に向け、おおよそ年率▲1%のペースで人口が減っていく推計となっている。

【図表 1-9】 飛騨3市1村の人口推移





注1) RESAS (地域経済分析システム) <https://resas.go.jp/> による描画

注2) 2020年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」(2018年3月公表)に基づく推計値

出所：総務省「国勢調査」、

国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

### 飛騨地方の「先進性」

岐阜県飛騨地方は日本の平均的な地方よりもおよそ10~20年程度、人口減少が早く進行している地域だといわれる。このような状況を指し、飛騨地方は「人口減少先進地」「課題先進地」と表現されることがある。

課題先進地とは、飛騨地方をよく観察することで、まるでタイムマシンに乗って旅をするように、地方の未来を早取りして現在に持ってくる、いわば弱点を逆手にとったような考え方で、本論が地方の研究に意味のある示唆を含むとすれば、それはこうしたタイムマシン効果による発見かもしれない。

### 飛騨地方と観光産業

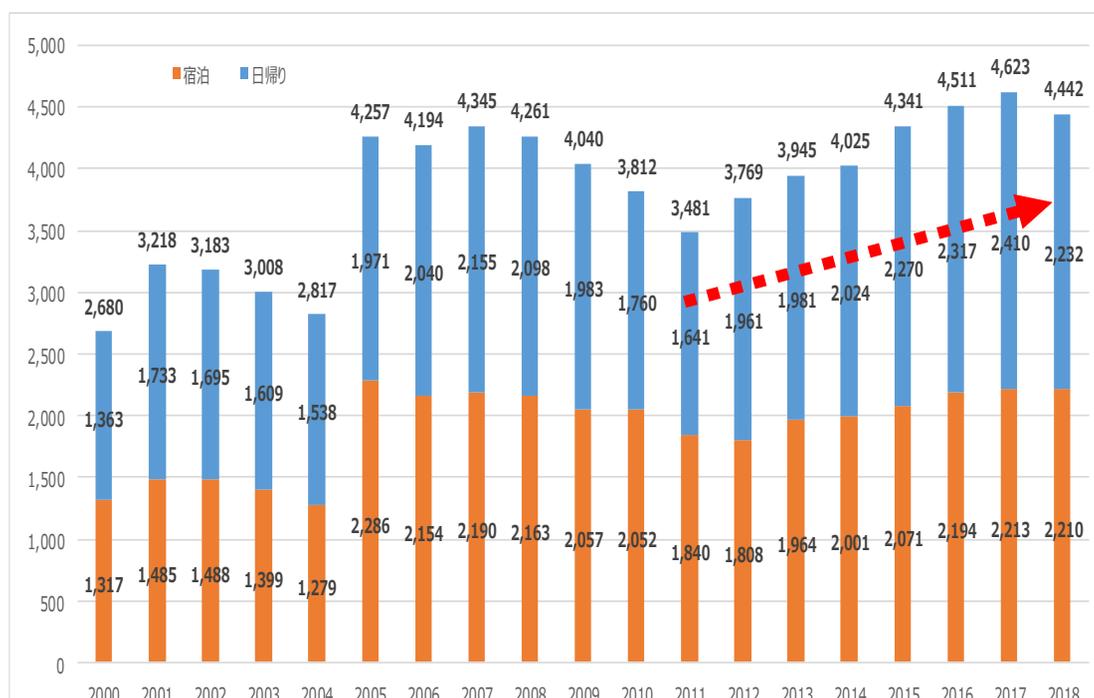
飛騨地方について、今度は観光産業という側面について見てみよう。

観光産業を成長産業と位置付ける岐阜県において、飛騨地方は、飛騨高山の古い町並み、白川郷の世界遺産集落、日本三名泉である下呂温泉等の数多くの地域資源を有している。

図表1-10は飛騨地方の中核都市である高山市の観光統計である。高山市は年間入込客数444万人、宿泊者数221万人(うち外国人55万人)が訪れる国際的な観光都市で

あり、その観光客数は長期的には右肩上がりでも推移している<sup>13</sup>。

【図表 1-10】 高山市を訪れる観光客数の推移（単位：千人）



注) 2005年2月市町村合併により、それ以前のグラフとは連続しない。

出所：高山市「観光統計」

その結果、図表 1-10 の通り、岐阜県で最も人口の少ない（シェア 7% の）飛騨圏域が、最も多くの宿泊者数（シェア 58%）を受け入れている。この点において、人口と観光の状況は対照的であり、過疎と過密が混じり合う特殊な様相がある。

<sup>13</sup> 2018年は前年に比べて入込客数が落ち込んでいるが、同年7月の豪雨や9月の台風、JR高山本線の被災による特急列車の運休等が影響したもの。

【図表 1-11】 岐阜県の圏域人口と宿泊者数

	圏域		圏域	
	人口(2015)	(構成比)	宿泊客数	(構成比)
岐阜圏域	799,766	39.4%	1,248,052	22.8%
西濃圏域	372,399	18.3%	212,581	3.9%
中濃圏域	373,712	18.4%	366,626	6.7%
東濃圏域	336,954	16.6%	467,776	8.5%
飛騨圏域	149,072	7.3%	3,190,818	58.2%
岐阜県全域	2,031,903	100.0%	5,485,853	100.0%

人口:総務省「国勢調査」、岐阜県「観光統計」

出所:総務省(2015)「国勢調査」、岐阜県(2017)「観光統計」

人口減少社会において、右肩上がりの見通しを持つ産業が少ないなか、観光産業はその例外として、これからも右肩上がり伸びることが国策的に期待される数少ない産業である。「観光は地方創生への切り札だ」と喧伝されることは少なくない<sup>14</sup>。

地方創生の文脈でも、2015年に一斉に各自治体が策定した「地方版総合戦略」で、観光産業に力を入れると書き込んだ自治体は多い。これは、人口減少によって定住人口の消費が減るなか、地域全体の経済規模を維持するために、その減少分を交流人口（観光客）の消費拡大によって補おう、という目算がはたらいっている。そのように、人口減少を契機として、ここ数年、観光産業に力を入れ始めた地方が大半であるなか、飛騨地方は数十年前から観光プロモーションに投資し、観光産業の振興に力を入れてきた、いわば岐阜県の観光メッカである。

この点において、観光産業の側面でも、飛騨地方は先進性と持った地域であるということができよう。

<sup>14</sup> 観光庁(2016)「明日の日本を支える観光ビジョン」冒頭にも、「観光は、まさに「地方創生」への切り札、GDP600兆円達成への成長戦略の柱。国を挙げて、観光を我が国の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」という新たな挑戦に踏み切る覚悟が必要である。」と表現されている。(下線は筆者による。) 観光産業が地方創生に結びつくための条件については第6章にて詳述する。

## 【付録②】観光産業の特性

観光産業は、どの地域でも平等に花開くものではない。また、誰でも努力すれば報われるといったものではない。直言すれば、優勝劣敗がはっきりついてしまう産業である。そうした特性が生まれる理由として、以下の3点をあげることができる。

まず1点目は、観光は魅力的な資源の有無という初期条件で決まることだ。強い観光資源がそもそもそこになければ、観光客には見向きもされない。

2点目は、観光という行為そのものの偶然性である。観光とは、本来ならば行く必要はないはずの場所に、ふらりと気まぐれで行き、見る必要のないものを見、会う必要のない人に会う行為<sup>15</sup>である。このため、偶然ブレイクする観光地もあれば、いかにユニークな資源を持っていても誰にも気づかれない場所もある。

3点目は、これが一番難しいところなのだが、地方の観光地の多くが、「観光地化あるいは商業化を抑制することで観光地に発展した」というある種の逆説的なプロセスをたどっていることだ。高山や古川の古い町並み、白川郷の合掌集落等、飛騨地域は全てこのパターンであるといえよう。観光産業は、直線的な経路で産業化・観光地化に進んでいくのではなく、むしろそれを抑制することで発展する。こういう気まぐれな特性が観光産業の振興を難しいものになっている。

まとめると、地方がいくら、観光客に来てほしいとがんばっても、観光客は誰からも支配されない自由な存在であり、思い通りに行動してくれない。こうした結果、観光客が押し掛ける地方と、閑古鳥が鳴きつづける地方の格差はますます広がる。努力すれば成果があらわれるものではない点において、極端な偏りを生む冷酷な産業だということができる。

ただし、人口が減り、かつ基盤産業（域外から稼げる産業）を持たない日本の典型的な農山村地域では、事実上、観光以外には、地方が成長する経路が見当たらないところもある。観光振興への努力そのものは否定されるべきではない。

## 地方と「外貨獲得能力」

飛騨地方が地方の代表性を満たす、ということについて述べてきたが、それに違和感を覚える人もいるだろう。その違和感の発生要因は、おそらく「外貨獲得能力」にある。ここでいう外貨とは外国通貨のことではなく、地域の外側から稼げるお金、という意味である。

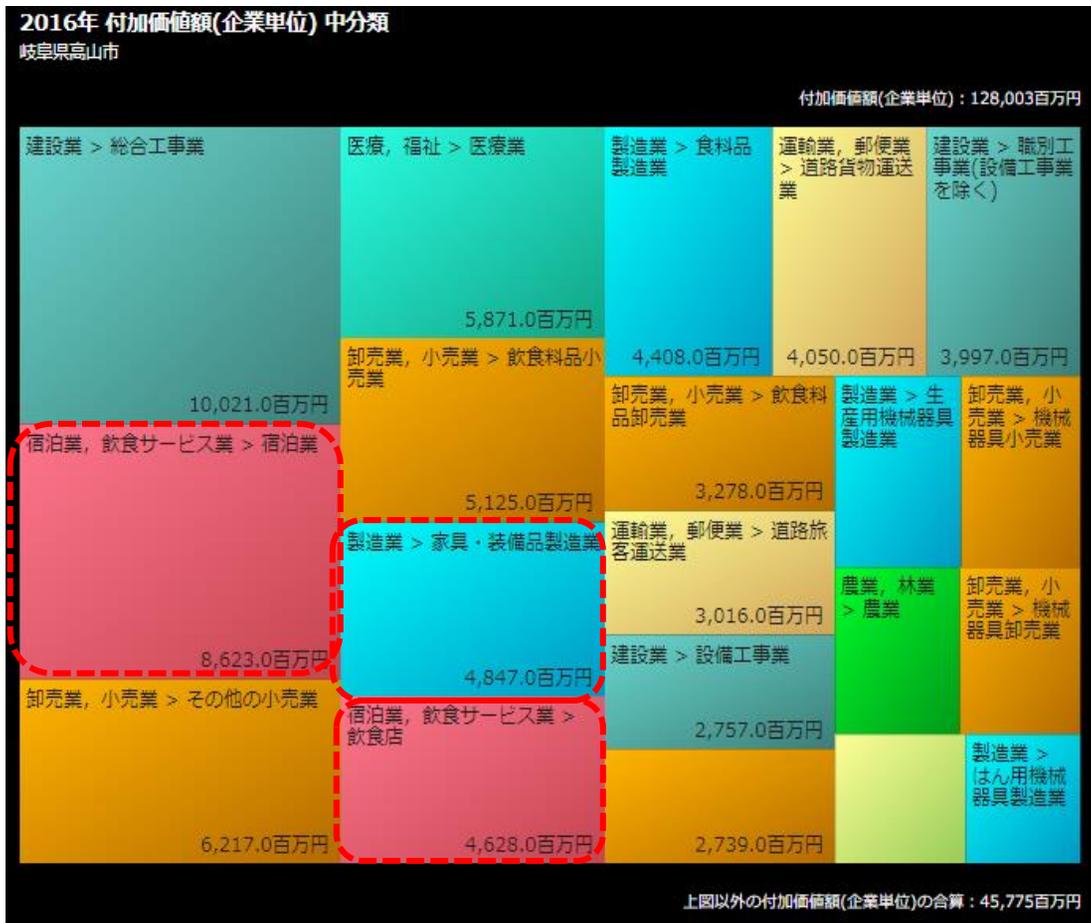
典型的な地方とは、所得を生み出す核となる「基盤産業」（外貨を稼げる産業）<sup>16</sup>が、農林水産業以外はほとんど存在しない状態になっている場所を指す。

<sup>15</sup> 東浩紀（2017）『ゲンロン0 観光客の哲学』、株式会社ゲンロン

<sup>16</sup> 基盤産業とは、「地域の外からお金を稼いでくる産業」である。一般的に製造業、農林漁業、宿泊業、運輸業等が該当。大都市では一部のサービス業もあてはまる。反対語が「非基盤産業」で、地域の中にある需要を対象とする、卸、小売業等ローカルな産業である。

しかし飛騨地方は外貨獲得能力がもともと非常に高い地域である。

【図表 1-12】 岐阜県高山市の産業別付加価値額



注) 筆者による赤の点線囲いが主な基盤産業(外貨獲得産業)

出所: RESAS(地域経済分析システム) - 産業構造マップ - 全産業の構造

高山市の観光客が高山市内に落とす年間の観光消費額は、年間およそ 933 億円に上る<sup>17</sup>。加えて高山市には、家具・装備品製造業という高付加価値の地場産業がある。高山市の家具・装備品製造業の売上高は 138 億円であり<sup>18</sup>、そのほぼ全てが域外への売上である。

いわば高山市は、外貨をガッツリ稼げる基盤産業を複数揃えている「優等生」である(この他にも、飛騨牛をはじめ食品産業、製薬、工作機械、建設機械等がさらに基盤産業を構成している)。

<sup>17</sup> 高山市「2017年観光統計」。

<sup>18</sup> 総務省・経済産業省「2012年経済センサス-活動調査」。

---

そんな恵まれた高山市が地方の典型だとするならば、基盤産業を持たない「普通の地方」はいったいどうしたらいいのか？こうした疑問が、違和感の原因かもしれない。

#### 観光産業は労働集約的産業である

観光産業は花形とみられがちであるが、同時に労働集約型産業でもある。人口減少は人手不足に直結する。しかも飛騨圏域は、その周辺のどの地方からも片道1時間以上かかる地理にあるため、域外からの通勤者によって労働需要が満たされることをほぼ期待できない。端的に言えば、観光産業は人手不足に対して脆い構造を持っている。

一般的に、人口が増える地域では、労働供給が増えると同時に域内の住民向けサービスの需要も増える。反対に人口が減る地域では、労働供給が減るが、いっぽうで需要も減る。どちらも「セイの法則」（市場の総供給と総需要は長期的に常に一致するとする考え方）で想定される世界に近い。

ところが、飛騨地方は人口減少によって労働供給が減少する一方、観光産業による需要の増加が同時に進行している。たとえていうならば、人が両側から腕を引っ張られているような状況であり、こうした状況に直面している地域は全国的に見てもまだ決して多くない。この点においても、飛騨地方は、他の地域にはみられない先進的な局面を迎えているといえる。

#### (4) 事例主義から事実主義へ

さてここまで、地方の定義、地方創生の意味、そして本論が対象とする岐阜県飛騨地方の代表性あるいは先進性について説明した。次章に進む前に、本論が重視している考え方を提示する。（これは同時に、事例報告に終始している、既存の多くの地方論に対する批判でもある。）

本論は、事例の切り出しではなく、事実（ファクト）とデータにもとづく分析に重点を置いている。なぜなら、地方の研究は、各所の事例報告というアプローチにあまりにも偏っており、筆者はそれに嫌気がさしているからである。地方研究はいわば「事例主義」に埋め尽くされている。

もちろん、地方研究が事例主義に偏りがちなことに理由が見当たらないわけではない。地方を研究する者は、自らが特定の地方に身を置きつつ自らが紹介者を兼ねるという「当事者兼紹介者」によってなされる（そして、本論もその構図から免れていない）ことから、どうしても事例紹介が中心にならざるをえない<sup>19</sup>。しかしその読み手が本当

---

<sup>19</sup> しかしそうした事例紹介の多くは再現性の検証にまで踏み込むことは少なく、蓋を開けてみると、特殊な人的資源が不可欠だったり、あるいは再現性に疑問があるにもかかわらず「▲▲モデル」等と呼ばれ神格化していることもある。

に期待しているのは、その地方の事例そのものではなく、自分が関心のある別の地方との「類似性」あるいは「再現性」であるはずだ。にもかかわらず、ほとんどの地方の研究はそうした視点に欠けている。本論が事例紹介ではなく事実（ファクト）とデータを重視するのは、そうした読み手の視点に配慮してのものである。

### 全ての地方は異なるのか？

ところで地方創生とは、地方がフロントランナーになって社会課題の解決にあたっていく構図であることはすでに述べた。そのため、地方のビジョンや総合戦略は、中央が——いわば「上から」——作って与えるのではなく、地方自らが——いわば「下から」——立案してもらう仕組みを、政府は地方に対して要請している。加えて、その立案のための情報ツールとして RESAS<sup>20</sup>（地域経済分析システム）が用意され、自治体は自らの地域と、他の地域とを容易に比較することができるようになっている。

こうした一連の取り組みは、あたかも、「地方の問題は全て個別に異なるもの」という強い仮定を、暗黙のうちに与えているようである。

一方で、実際に RESAS を使い、人口や産業等のデータを見て実際に確認できることは、地方の「個別性」ではなく「共通性」である。地方はデータから見ると、驚くほど「どこも似たりよったり」の姿を見せる。

例えば RESAS でいくつかの地方を見てみると、以下のような事実は容易に、視覚的映像として確認することができる。

- ・人口）地方ほど、人口減少の進み方が速くなり高齢化率も高くなる
- ・産業）地方ほど、建設業と公務の割合が増える
- ・地域経済循環）地方ほど、お金が域外に漏れ、地域経済循環率<sup>21</sup>が悪くなる

地方の問題は全て個別に異なるもの、という仮定と、地方は驚くほどよく似ている、というデータが示す事実の矛盾。こうしたことが、地方の研究の隘路となっている。本論はこうしたことを踏まえ、事例主義の小さな「個別解」ではなく、事実（ファクト）に基づいた客観的な議論によって、（全ての地方に当てはまるような魔法の共通解はないとしても）いくつかの地方には共通してあてはまる「部分共通解」のようなものに近づきたいと考えている。

<sup>20</sup> RESAS（リーサス、地域経済分析システム）とは、地方自治体の様々な取り組みを情報面から支援するために、まち・ひと・しごと創生本部事務局が提供する、産業構造や人口動態、人の流れ等の官民ビッグデータを集約し、可視化するシステムである。

<sup>21</sup> 「生産(付加価値額)÷分配(所得)」より算出され、地域内で生み出された所得がどの程度地域内に還流しているかを示すもの。

## 【付録③】 地方銀行のビジネスモデルと人口減少について

十六総合研究所は地方銀行の子会社シンクタンクである。地方銀行という業態は典型的なローカルビジネスであって、銀行の事業規模（預金や貸出金の総量）あるいは収益は、地域人口とほぼ完全に連動する関数であることが統計的に示されている<sup>22</sup>。人口減少は長期的には避けられないので、地方銀行はそのビジネスモデルを、人口との連動性から離れ、別の関数に連動させていくようにする方向性が考えられる。

他方で、地域経済には、人手不足や IoT による生産性向上等、従来にはなかった新しい課題がつぎつぎに現れている。その課題の数は、今後もさらに増えていくことが確実であろう。つまり、地方の人口は減るが地方の課題は増える。抽象的な言い方だが、地方銀行は、人口に連動するビジネスモデルから、課題の数に連動するビジネスモデルに転換（課題解決そのものをビジネスにしていく）できれば、地方の人口が減ってもビジネスは持続可能かもしれない。

<sup>22</sup> 例として大庫直樹（2016）。

## 第 2 章

---

### 地方の若者流出は止められるのか？

— 出さないのではなく行って帰ってくる支援を —

## 第2章

# 地方の若者流出は止められるのか？

— 出さないのではなく行って帰ってくる支援を —

### 本章の要旨

地方の人口減少の要因は若者の流出であり、若者の流出は食い止めるべき、という主張は地方に遍在している。しかし、飛騨地方の人口動態を見ると、若者の流出現象はずっと以前から見られた現象であり、変化はみられない。むしろここ十数年大きく変わったのは、若者が「帰ってこなくなった」ことである。

すなわち、若者の流出を防ぐことよりも、いったん出た若者が戻りやすい、あるいは他所から移住しやすい方向に努力するほうに可能性があり、また考え方としても健全である。つまり若者を「出さない」より「行って帰る」ほうを応援するべきである。

また、若者が地元志向、ローカル志向を強めている、という指摘についてデータで確認すると、進学や新卒就職での地元志向は高まっていない。地元志向が人口動態として現れるのは、20代後半から30代の「転職」「結婚」「起業」である。若者は学校卒業後、一直線では地元に戻らず、キャリア上の寄り道をしてから帰る。そのため、以前より帰還が遅まっている。

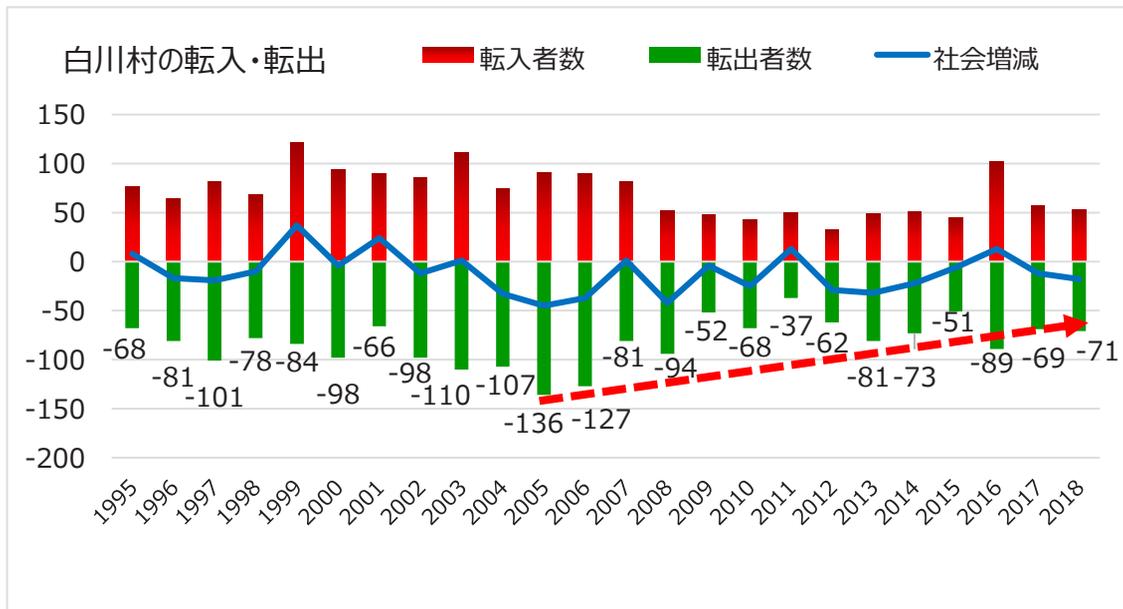
また、地方は、男性よりも女性のほうがより帰ってこない傾向がある。これは産業構成の問題であると同時に、就業構造にも根を張った問題でもあることを示す。

### 人口の「流出」は昔のほうが多かった

地方の問題は若者の流出だ、これを食い止めるべきだ、と、若者は地方の人口減少問題の「主犯」扱いされることが多い。しかしこの理屈は、本当に筋が通っているのだろうか。あるいは、そもそも若者の流出は防げるものなのだろうか。本章はこのような問いを嚆矢に、飛騨地方のデータから、地方の人口減少に関するいくつかの誤解・曲解を指摘する。

まず地方の人口について、流出(=転出)はどうなっているのかという点を確認する。多くの自治体は2005年前後に市町村合併を経験し、それ以前と以降ではデータの連続性を失っているため、流出が増えているか減っているか、長期的推移をとらえることができなくなっている。飛騨地方では唯一、白川村だけが市町村合併をしなかった単独村であるため長期的観測に適している。同村のデータでこの動向を見てみる。

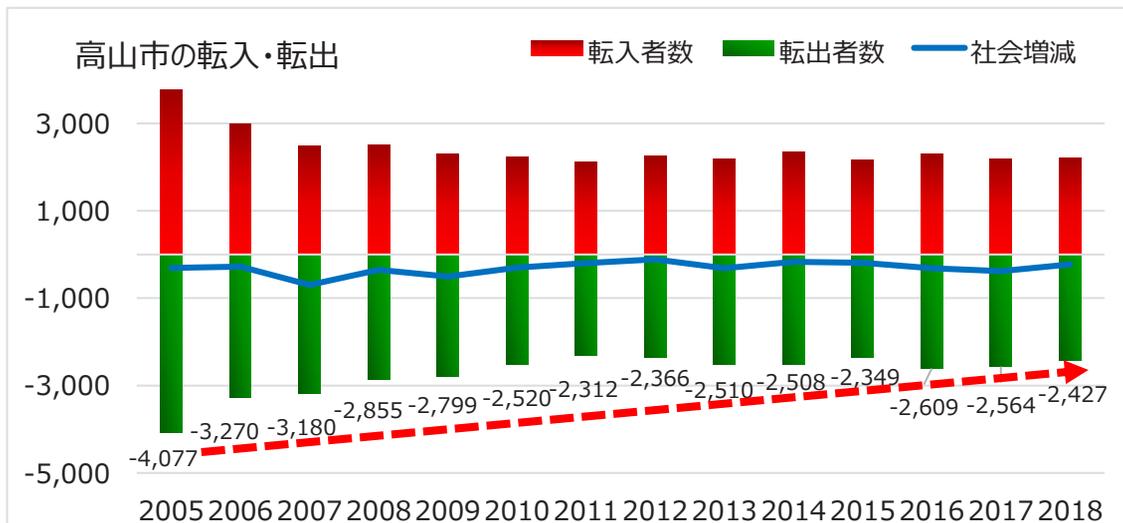
【図表 2-1】 白川村の転出・転入の状況



出所：総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」

図表 2-1 を見ると、転出が最も多かった時期は 2005 年及びその近傍であり、それ以降現在にかけて、転出はむしろ沈静化してきているという事実がわかる。次の図表は高山市だが、ここでも 2005 年以降の転入・転出の収束が確認されている（データは割愛するが、飛騨地方全てが同様の傾向である）。ただしこれは転出数のみを見たものであり、若者が地方から出る傾向が沈静化しているのではなく、若者の絶対数そのものが減ったことも影響している。

【図表 2-2】 高山市の転出・転入の状況



出所：総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」

## 若者の「旅立ち」と「帰還」の状況

次に、若者の流出についてデータで調べたい。住民基本台帳の動態は、世代別の流出・流入データを公表していない。そのため、国勢調査のデータを加工し、生まれ年を5年ごとにまとめて（コーホート分析）、その増減を追うことで、若者の「旅立ち」と「帰還」の状況に接近してみよう。以下は高山市のデータである。

【図表 2-3】 高山市の若者の「旅立ち」と「帰還」  
 - 5歳刻みの年齢階級別人口の純移動数

<高山市・男女合計>

		2019年時点で 45~49歳 (1970~74年生)	2019年時点で 40~44歳 (1975~79年生)	2019年時点で 35~39歳 (1980~84年生)	2019年時点で 30~34歳 (1985~89年生)	2019年時点で 25~29歳 (1990~94年生)
A	10~14歳→15~19歳	-443	-545	-164	-499	-284
	15~19歳→20~24歳	-2,071	-1,881	-1,894	-1,359	-1,772
A:旅立ち数		① -2,514	-2,426	-2,058	-1,858	-2,056
B	20~24歳→25~29歳	957	1,076	836	348	600
	25~29歳→30~34歳	323	247	16	140	n.a.
B:帰還数		① 1,280	1,323	852	488	600
B/A		1280/2514	1323/2426	852/2058	488/1858	600/2056
「帰還率」		② 50.9%	54.5%	41.4%	26.3%	29.2%

<高山市・男性>

		2019年時点で 45~49歳 (1970~74年生)	2019年時点で 40~44歳 (1975~79年生)	2019年時点で 35~39歳 (1980~84年生)	2019年時点で 30~34歳 (1985~89年生)	2019年時点で 25~29歳 (1990~94年生)
A	10~14歳→15~19歳	-5	-16	229	-79	86
	15~19歳→20~24歳	-1,415	-1,238	-1,319	-835	-1,197
A:旅立ち数		-1,420	-1,254	-1,090	-914	-1,111
B	20~24歳→25~29歳	454	533	453	148	382
	25~29歳→30~34歳	268	151	-29	125	n.a.
B:帰還数		722	684	424	273	382
B/A		722/1420	684/1254	424/1090	273/914	382/1111
「帰還率」		③ 50.8%	54.5%	38.9%	29.9%	34.4%

<高山市・女性>

	2019年時点で 45～49歳 (1970～74年生)	2019年時点で 40～44歳 (1975～79年生)	2019年時点で 35～39歳 (1980～84年生)	2019年時点で 30～34歳 (1985～89年生)	2019年時点で 25～29歳 (1990～94年生)
A { 10～14歳→15～19歳	-438	-529	-393	-420	-370
15～19歳→20～24歳	-656	-643	-575	-524	-575
A:旅立ち数	-1,094	-1,172	-968	-944	-945
B { 20～24歳→25～29歳	503	543	383	200	218
25～29歳→30～34歳	55	96	45	15	n.a.
B:帰還数	558	639	428	215	218
B/A	558/1094	639/1172	428/968	215/944	218/945
「帰還率」	③ 51.0%	54.5%	44.2%	22.8%	23.1%

注) 各年 10 月 1 日現在の人口

出所：総務省（1990～2015）「国勢調査」

【解説】 図表 2-3 について

国勢調査における 5 歳刻みの年齢階級別人口（コーホート）の社会増減（純移動）データを並び替え、当該コーホートの 10～14 歳→20～24 歳の社会移動の純移動数を分母におき、当該コーホートの後 10 年の社会移動の純移動数の合計を分子においた割り算により、「帰還率」を仮に算定したもの。

1990～94 年生まれの年齢階級は、2015 年時点で 20 代前半である。2015 年以降（つまり彼らの 20 代後半）に高山市に戻ってくるかどうかは、2020 年の国勢調査で判明するため、n.a.と表示している。

純移動数を用いているため、

- ・高山市から一度も出ていない人
- ・国勢調査と国勢調査の間に「行って帰ってきた」人

といった人の数は分母にも分子にもカウントされない。また、I ターン移住者は分子に純増でカウントされる。以上の点につき、正確な帰還率とは異なる、あくまで「概算値」である。

図表 2-3 から読みとれることは、以下 3 点である（同図上の赤線とその番号に対応）。

- ① 若者の流出は増加しておらず、むしろ減少傾向にある。  
しかし、若者の「帰還数」は著しく減少している。
- ② 若者の「帰還率」は、悪化傾向が続いている。  
ただし、最悪期（現在 30～34 歳の層：1985～89 年生）を経て、現在 25～29 歳の層（1990～94 年生）には多少の改善がみられる。
- ③ 若者といっても、現在 30～34 歳の層：1985～89 年生より下の世代では、男性と女性の違いに帰還率の大きな差があり、男性の帰還率は相対的に高く、反対に女性

---

は低い。

すなわち、これらのデータから示唆される、地方の若者流出についての問題を整理すると、

- ① 地方は、若者の「流出」よりも、「帰ってこない」ことのほうがより問題であること
- ② 若者の「ローカル志向」「地元志向」は、20～24歳→25～29歳の層（概ね新卒以降の層）でやや高まった可能性があること
- ③ 若者の男性と女性では、帰還率に大きな差があり、男性よりも女性がより地方に帰ってこないこと

この3点に整理できる。

このうち①は、地方が若者を取り戻すための根幹的な施策にかかわることであるので後段で述べるとして、②の「ローカル志向」「地元志向」、③の「帰還率の男女差」について先に整理していこう。

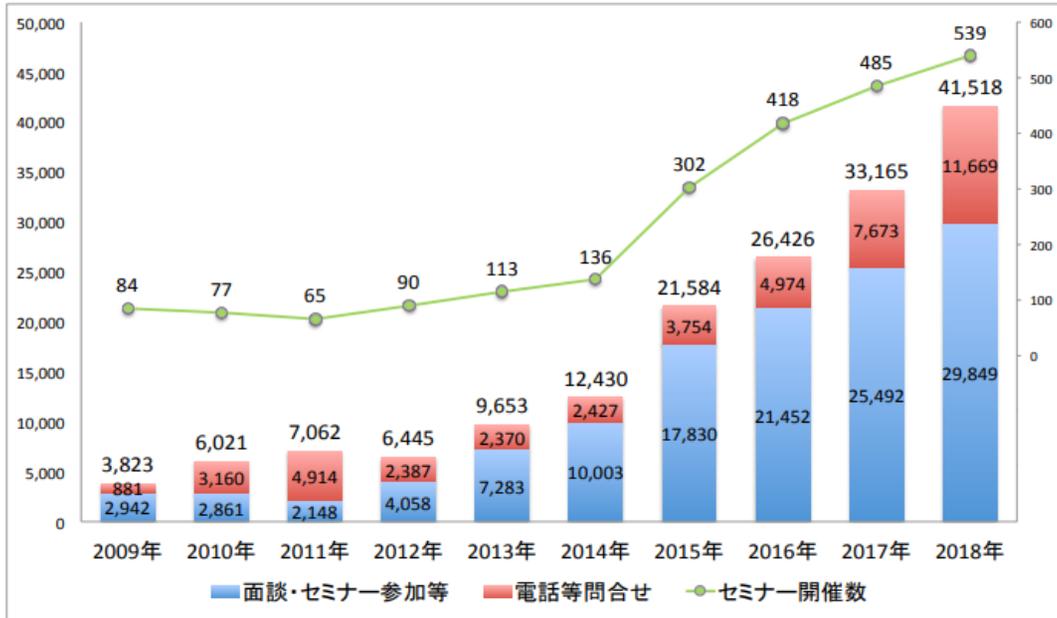
#### 若者の「ローカル志向」「地元志向」は高まっているのか

若者のローカル志向・地元志向は高まっている、とする報告がある。こういう報告は、東日本大震災、福島第一原発の事故において東京圏への不安が強まったことへの反動から地元意識が高まったこと、あるいは、少子化や地方における高等教育機関の充実により、若者・保護者の地元志向が強まっている、と説明づけられることが多い。しかし一方で、第2章で述べたように、マクロな人口動態としての東京一極集中傾向は収束どころか拡大しており、地元志向が高まるという観察結果はみられない。

ところで、若者の地元志向に関する議論は、若者の動向を、若者のどの時点を基準として、どう観測するかによって結論が大きく異なるように思われる。

まず、若者の地元志向は高まっている、とする論説について確認する。ふるさと回帰支援センター(2019)は、同センターを利用する来訪者・問い合わせ件数が年々増加しており、またその利用者の年代も20～30代の若者世代の割合が年々上昇していることを報告している。

【図表 2-4】 ふるさと回帰支援センター来訪者・問い合わせ数 10 年間推移（東京）  
2009～2018 年（暦年別）

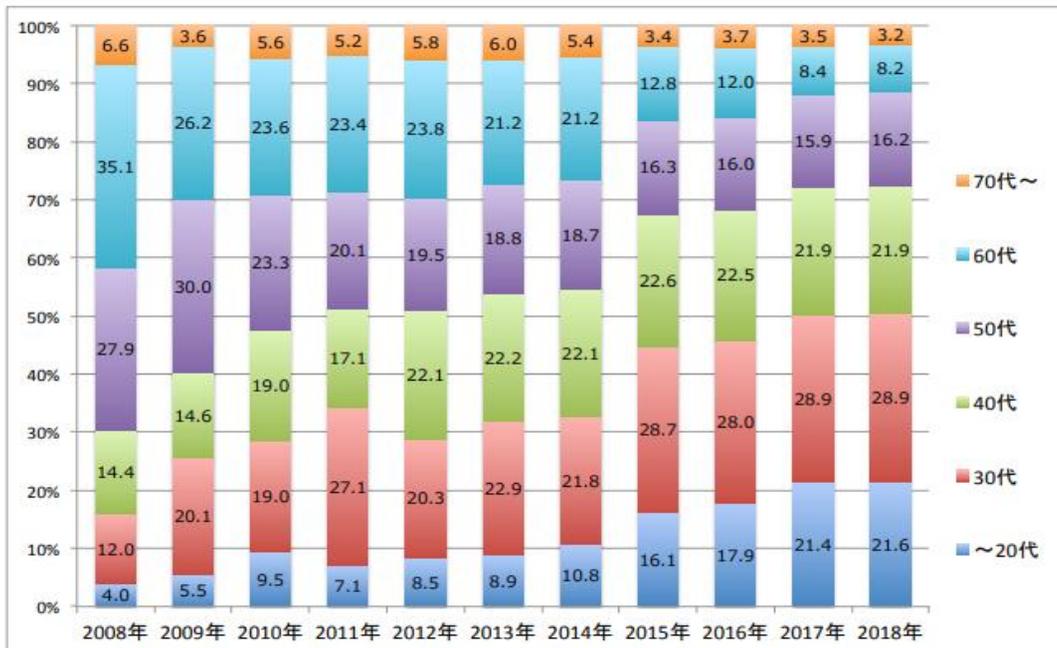


注1) 調査対象地域は東京

注2) 2009～2018 年（暦年）

出所：認定 NPO 法人 ふるさと回帰支援センター

【図表 2-5】 同センター利用者の年代の推移（東京）2008～2018 年（暦年別）



出所：認定 NPO 法人 ふるさと回帰支援センター

---

こうした動きについて、雑誌「ソトコト」編集長の指出一正(2016)は、ローカルに価値を見出し、U・Iターンする若者たちが増えていることを指摘し、地方におけるこうした若者に共通する価値観や傾向を取り上げて紹介している。これらの論説は、都市部で働く若者が、「U・Iターン」のタイミングで地元志向を高めていることを指摘している<sup>23</sup>。

一方、逆に、地元志向は高まっていないことを示す論説もある。リクルート進学総研(2016)は、高校生がその後の進路を選択するときの地元志向を聞いている。進学先検討時に地元(自宅から通える距離と定義)に残りたいと答えたのは全体の46.7%と、地元から離れたいと答えた18.6%を大きく上回っているが、同様の調査をほぼ隔年で行っており、2009年から3回連続で増加していた地元志向(2009年40.1%→2011年46.5%→2013年49.4%)は2016年に減少に転じたことを示している(図表2-6)。その理由としては、景況感の回復を挙げている。これに類似するものとして学研(2015)は、学生の地元志向は高まっているわけではないと指摘している。

---

<sup>23</sup> 全く別のアプローチとして、労働政策研究・研修機構(2015)は、出身地 O(origin)・進学地 E(education)・初職地 J(firstjob)の3時点の移動パターンの分析によって、先行世代に比べると、現代の地方出身の若者が「Uターン or 地元定着」傾向を強めていると指摘している。特に高卒者で顕著だが、男性大卒者や女性の専門・短大・高専卒業者においても進学時に都市部に流出しなくなったことを指摘している。これは、本章前段で述べた、地方における若者の「旅立ち」の減少と整合的である。

【図表 2-6】 志望校検討時の地元選択志向

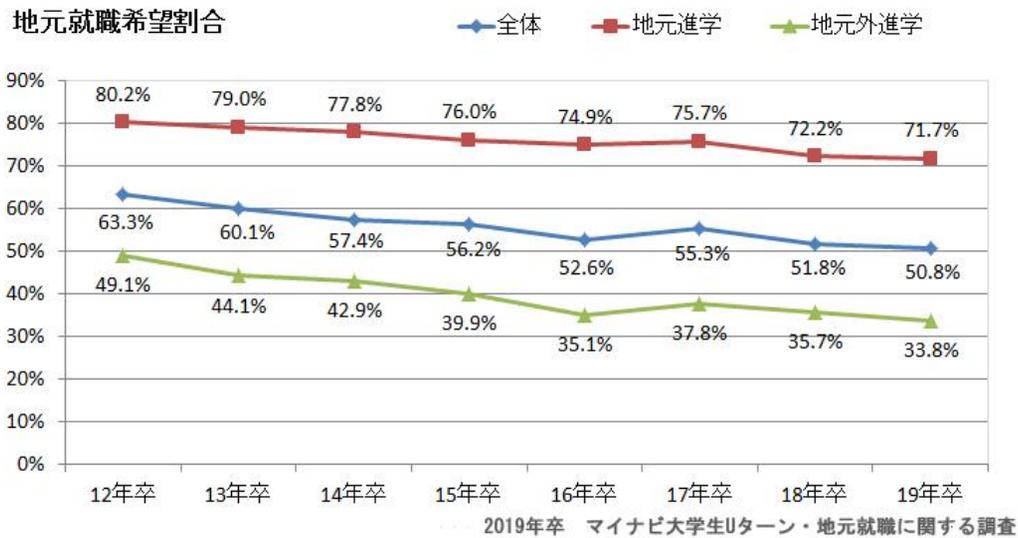
	調査数	残りたい・計 (%)						離れたい・計 (%)						2016年		2013年		2011年		
		ぜひ地元に残りたいと思っている(いる)		できれば地元に残りたいと思っている(いる)		どちらでも良かった(よい)		できれば地元を出たいと思っている(いる)		ぜひ地元を離れたいと思っている(いる)		無回答		残りたい・計	離れたい・計	残りたい・計	離れたい・計	残りたい・計	離れたい・計	
進学者全体 (2016年)	3844	32.6	14.1	21.3	9.7	8.9	13.3	46.7	18.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
進学者全体 (2013年)	4250	32.0	17.3	22.2	9.6	8.4	10.4	-	-	49.4	18.0	-	-	-	-	-	-	-		
進学者全体 (2011年)	9681	30.9	15.6	24.2	11.3	8.9	9.0	-	-	-	-	46.5	20.3	-	-	-	-	-		
業校所在 エリア別	北海道	146	20.5	9.6	33.6	12.3	11.0	13.0	30.1	23.3	37.1	29.6	33.7	33.2	-	-	-	-	-	
	東北	276	18.1	14.5	21.7	18.1	19.2	8.3	32.6	37.3	34.2	27.9	-	-	-	-	-	-	-	
	北関東・甲信越	366	19.4	14.5	22.4	18.3	15.8	9.6	33.9	34.2	37.0	28.3	34.3	32.4	-	-	-	-	-	
	南関東	1106	47.3	14.0	17.2	3.7	1.8	16.0	61.3	5.5	65.1	5.8	56.5	8.8	-	-	-	-	-	
	東海	465	31.0	13.1	23.2	9.9	9.2	13.5	44.1	19.1	46.1	19.8	43.6	21.2	-	-	-	-	-	
	北陸	84	16.7	10.7	25.0	14.3	22.6	10.7	27.4	36.9	35.0	35.0	31.1	34.9	-	-	-	-	-	
	関西	737	37.7	17.4	20.1	5.3	6.5	13.0	55.1	11.8	55.6	11.7	55.0	12.3	-	-	-	-	-	
	中国・四国	284	18.7	14.1	23.9	16.2	14.1	13.0	32.7	30.3	31.4	33.9	32.6	38.3	-	-	-	-	-	
	九州・沖縄	365	23.6	11.8	24.4	15.1	11.5	13.7	35.3	26.6	38.8	26.1	34.5	35.5	-	-	-	-	-	
	大都市圏	1954	43.9	15.1	18.5	4.5	3.7	14.3	59.0	8.2	61.2	8.5	56.3	10.0	-	-	-	-	-	
	大都市圏以外	1875	20.9	13.2	24.2	15.3	14.2	12.2	34.1	29.5	37.2	27.7	35.0	32.5	-	-	-	-	-	
	男女別	男子	1430	27.7	14.0	25.6	9.7	9.2	13.8	41.7	18.9	47.6	17.9	41.4	21.0	-	-	-	-	-
		女子	2398	35.5	14.3	18.7	9.8	8.7	13.0	49.8	18.5	50.5	18.1	49.9	19.8	-	-	-	-	-
文理別	文系	2105	34.5	13.3	19.4	9.7	9.1	13.9	47.9	18.8	50.3	18.1	48.1	20.3	-	-	-	-	-	
	理系	1432	29.3	15.4	25.1	9.2	8.8	12.3	44.6	18.0	48.3	18.6	43.8	20.7	-	-	-	-	-	

100.0 「進学者全体(各該当年)より5ポイント以上高い」 100.0 「進学者全体(各該当年)より5ポイント以上低い」  
 ※地元の定義は、2011年は定義なし、2013年以降は「自宅から通える範囲」とした。 ※2011年は東北を含まない数字 ※大都市圏:1都3県(南関東)、愛知県、大阪府、京都府、兵庫県

出所：リクルート進学総研(2016)「進学センサス 2016」

加えて、進学に続いての人生の岐路である新卒就職に関して、マイナビ(2018)は、「地元就職希望率(全国平均)、地元外進学者のUターン就職希望率(全国平均)ともに過去最低」との調査結果を公表し、「総じて地元外に就職を希望する割合が高まっている。学生の売り手市場が続く中、職種や業界の選択肢が多い大都市圏の企業を目指す学生が増えていると推察される」と指摘している(図表2-7)。

【図表 2-7】 マイナビ「地元就職希望割合」



出所：マイナビ（2018）「2019年卒 マイナビ大学生Uターン・地元就職に関する調査」

以上の論点をまとめると、地元志向・ローカル志向が高まっているかどうかは、若者の人生における3つの分岐点ごとに整理し、以下のように整理できる。

- ① 進学（10代後半）：地元志向は高まっていない
- ↓
- ② 新卒就職（20代前半）：地元志向は高まっていない
- ↓
- ③ 転職・結婚・起業（20代後半～30代）：地元志向は多少高まっている

この地元志向は、前節でみた飛騨地方の人口動態とも整合的である。すなわち、若者が飛騨地方に帰って傾向が強まっているのは、20代後半から30代の「転職」「結婚」「起業」である。

言い換えれば、若者は学校卒業後、「一直線に地元には帰らず、キャリア上の寄り道をしてから帰る」傾向が強まっているのである。そのために、以前よりも、若者は故郷への帰還が遅まっているのだ。

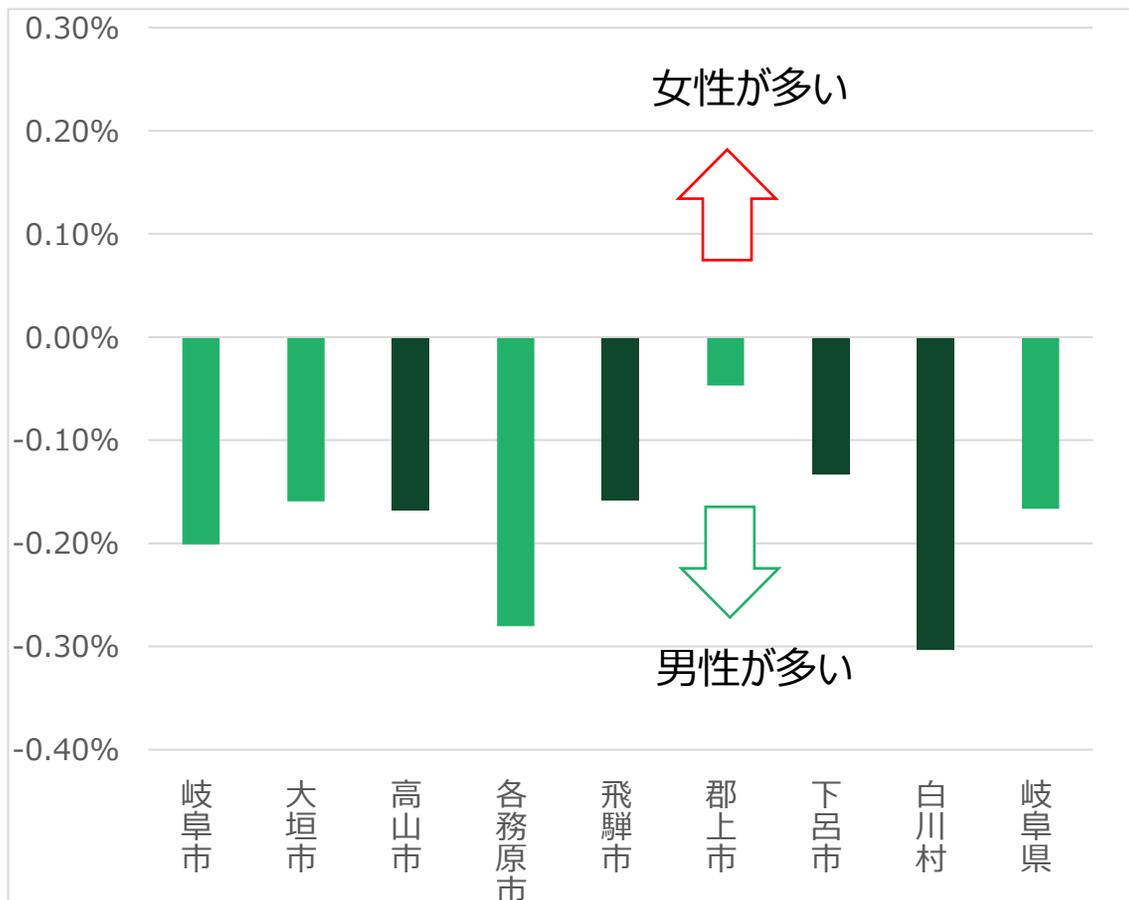
#### 都会の「女性化」、地方の「男性化」

次に、帰還率の男女差について見ていこう。日本全体の人口動態について、林玲子（2015）、猿山純夫（2015）は、その動態に明確な男女差があること、すなわち、地方から都市部には女性が集まり、そしていったん都市に来た女性はふたたび地方に戻っ

ていかない傾向があることを示した。「都市の女性化」、「地方の男性化」と呼ばれる現象である。

このような傾向は岐阜県及び飛騨地方でもずばり当てはまっている。図表 2-8 は、岐阜県及び飛騨地方とその他主要都市における 2017 年中の人口流入の「男女差」を取ったもので、飛騨地方、そして岐阜県の全ての主要都市が「男性化」していることを示している。

【図表 2-8】 岐阜県・飛騨地方の人口流入（女性－男性）



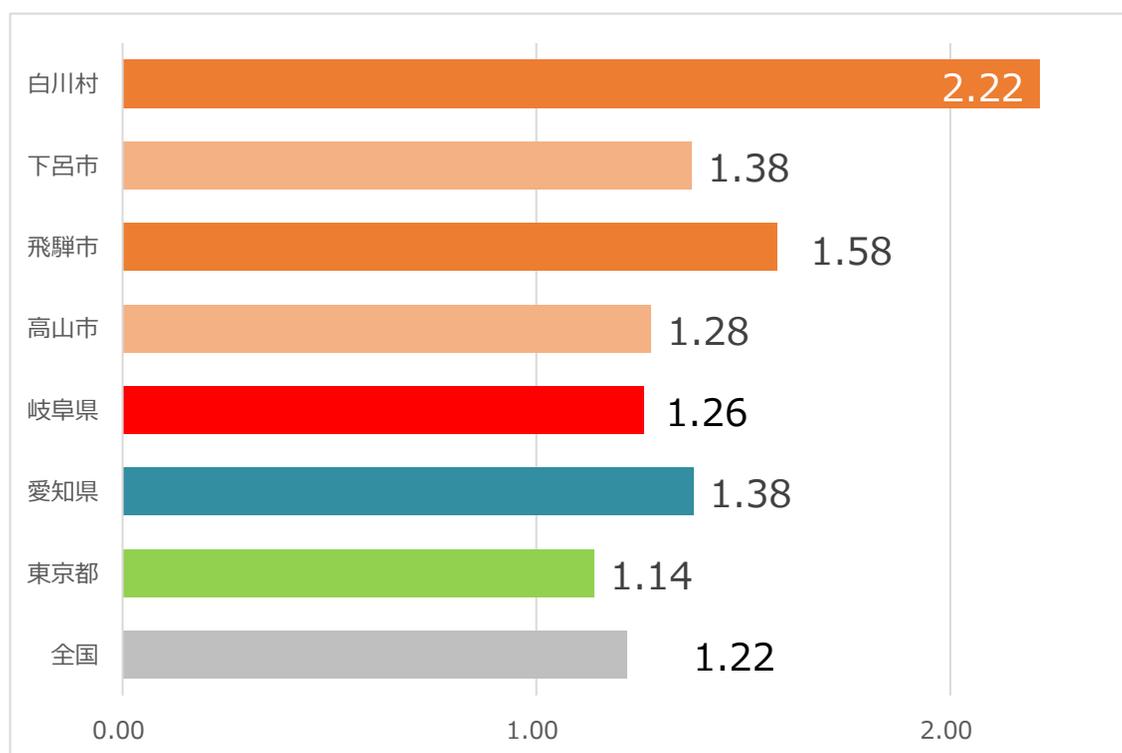
注) 人口動態は 2017 年 (1 月 1 日から同年 12 月 31 日まで)

出所：総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」

また別の観点から、飛騨地方ならびに岐阜県、愛知県、東京都及び全国について、20～39 歳の未婚者の男女比を調べてみたものが図表 2-9 である。白川村 (2.22)、飛騨市 (1.58) という係数は、未婚の女性 1 に対し、白川村では未婚の男性が 2.22 人、飛騨市では同じく未婚の男性が 1.58 人いること、すなわち両自治体の若者が著しく「男性化」していることを示している。これに比べて高山市の (1.26) という係数がわりあい低いのは、白川村や飛騨市の未婚女性が、飛騨地方最大の都市である高山市にいったん

出てきてパートナーとなる相手を探す、すなわち未婚女性の結婚相手マッチングの場になっているからだと推察される。いずれにせよ、統計データから「飛騨は女性に逃げられている」という傾向を顕著に読み取ることができる。

【図表 2-9】 20～39 歳の未婚者の男女比（女性 1 に対する男性の割合）



注) 未婚者には離別・死別を含んでいない。

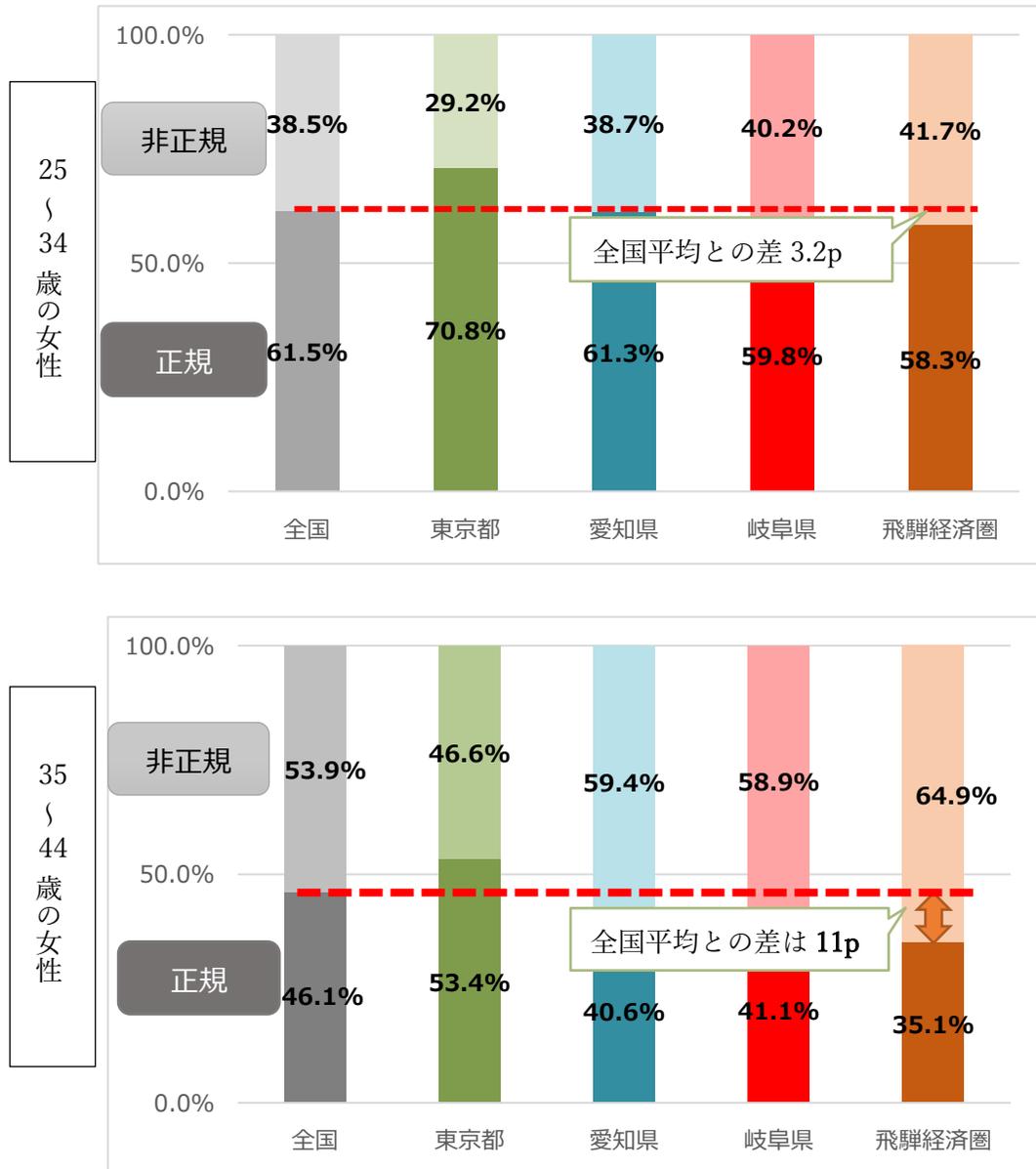
出所：総務省（2015）「国勢調査」

#### なぜ地方は「男性化」するのか

では、なぜ地方は男性化するのか。猿山(2015)は、大卒・大学院卒等、高学歴の女性が東京に集まっていること、その理由として、情報、金融、不動産、商社といった都市型サービス業には女性の活躍の場が多くある、と、都市と地方の産業構成の違いを指摘している。

この視点は筆者も強く首肯しており、飛騨地方にどの産業が足りないのか、という点について、本論第 5 章においてはクリエイティブ産業に焦点を当てて詳しく論じる。本章では、なぜ地方は男性化するのかについて、就業構造の側面から、「飛騨地方の女性の働き方」について指摘したい。

【図表 2-10】 女性の年齢層別 正規雇用・非正規雇用の割合



出所：総務省（2017）「就業構造基本調査 都道府県結果」

飛騨地方の女性の働き方について、正規雇用・非正規雇用の割合を調べると、独身者やいわゆる「プレママ」が多くを占めている25～34歳の層においては、正規雇用と非正規雇用の割合は、全国平均と比較しても3ポイント程度しか差がない。

しかしながら、その上の35～44歳層、ここには子どもを持つ「ママ」が多く含まれるが、この層になると正規雇用と非正規雇用の割合は、全国と比較すると11ポイントも開いてしまう結果が出ている。

こうしたデータが意味することは、飛騨地方には、子育て中・子育て後も継続して働ける正規雇用の場が少ないこと、言い換えれば、飛騨地方に住む女性は子どもを産んだ

---

後は非正規雇用しか働く場がない可能性が高いことを示している。

#### 女性が女性らしく活躍できる職場がない

ここで、さきほどから見てきた「都市の女性化・地方の男性化」の議論と、この統計が示すこうした事実を組み合わせて考える。飛騨地方に若い女性が帰還しない理由は、一度都会に出た若い女性の視点で飛騨地方を見つめなおすと、飛騨地方では自分が出産後に社会で活躍することを期待されていないように見える——このようなことに起因していると考えられる。

すなわち、地方に若い女性が戻らないのは、産業構成の問題でもあり同時に、就業構造の問題でもある。問題は複数の根を持っている。こうしたことを考えると、女性活躍を推進しようという掛け声や、あるいは婚活パーティーのようなマッチングの取り組みだけでは解決しない、複合的な問題であると考えられる。

本論第5章では、産業構造から見て飛騨地方は、クリエイティブ産業を都市に外注していることが地域経済循環における最大の漏出項目になっており、この産業こそ地方の女性によって内製化されるべき仕事だ、という趣旨について詳述する。

#### 地方が若者を取り戻すために

地方出身者は、一度は田舎が嫌になって外に出て、都会で大人の階段をのぼり、そこで就職し、ステレオタイプな言い方かもしれないが都会で消耗し、そこで彼らの多くが感じるのが「郷愁」である。多くの人は人生のある時期において、ふるさとに帰りたくなるようにできている、あるいはふるさとを必要とするようだ。全てではないかもしれないが、かなりの割合の地方出身者には、「地方に帰りたくなる」郷愁のメカニズムのようなものがビルトインされているようだ。

また、筆者が飛騨地方で出会った若く魅力的な経営者や起業家はほぼ全て、一度都会に出て、他の地域で揉まれ力をつけて戻って来ている、「行って帰ってきた」物語をもっている<sup>24</sup>。

本章における結論は以下の通りである。

現代の地方の若者は、学卒後、故郷に戻ってくるまでにかかる延べ期間が以前よりも長期化しており、回り道や迂回を経る長い道のりをかけてようやく戻る傾向になってきている。そうした傾向を踏まえると、地方自治体が若者を取り戻すためには、高校卒業あるいは就職という、人生上の進路分岐点において「単発」の介入を行うことにはほとんど意味がないように思われる。若者が「行きて帰りし物語」をたどる数年～10年程度の長期的なスパンを見据え、継続的にタッチポイントを設ける方法論が模索され、

---

<sup>24</sup> こうした経路は、物語論という分野で「行きて帰りし物語」と呼ばれる。行きて帰りし物語とは、主人公が異世界等に旅立ち、困難に直面して経験を積み、そしてもとに戻っていくことで成長する（行って帰ってくる）物語類型を指す言葉である。

実装されるべきだろう。

例えば、地方出身者が都会で消耗し、ふと故郷を思い出したときに自治体等がタイミングよく何らかの情報発信を行うことができれば、帰還率を大きく高められる可能性がある。ひとつのアイデアとして、地元高校生の卒業時に、彼らのメールアドレスやSNSアカウント情報を取得し、数か月に1度程度、ふるさとの近況を知らせる情報を送ってコンタクトし続ける、といった方法が考えられる。

## 第 3 章

---

空き家対策は  
人口減少対策の切り札となるか？  
— 良質な賃貸住宅の供給こそカギを握る —

## 第3章

# 空き家対策は人口減少対策の切り札となるか？

— 良質な賃貸住宅の供給こそカギを握る —

本章は、自治体や公的機関等が UIJ ターン等の移住促進に取り組む場合に留意すべき、地方の賃貸住宅に関するポイントを短くまとめたものである。

### 本章の要旨

地方は都市よりも持ち家率が高く、持ち家率の高さは地域住民の裕福度を象徴すると解されることが多い。ところが岐阜県の市町のデータを見ると、持ち家よりも借家の割合が高いほうが人口減少は緩やかになる。移住促進において大切なポイントは、「すぐに住める賃貸住宅」の供給である。地方には多くの空き家があるにもかかわらず、移住者のためにはあまり活用されていない。空き家の利活用促進のためには、移住希望者にはいったん賃貸住宅に住んでもらい（移住）、それから空き家を探してもらおう（定住）という、2ステップの設計が必要である。

### 地方に空き家があっても移住者に活用されないのはなぜか

人口減少に歯止めをかけるべく、各自治体とも東京から地方への移住・定住促進に力を入れている。地方に移住したい希望者は増加しているようだが、人口動態を見るといまだ東京一極集中の傾向には歯止めがかからず、むしろ拡大傾向にあることが報告されている（第1章）。こうしたことから政府は2019年度より、東京圏からのUIJターンの促進と地方の担い手不足対策を目的として、東京圏から地方に移住する者を対象に、中小企業等に就職した場合は100万円、起業した場合は300万円を支援する（わくわく地方生活実現政策パッケージ）制度を設け、さらに強く移住を促している。

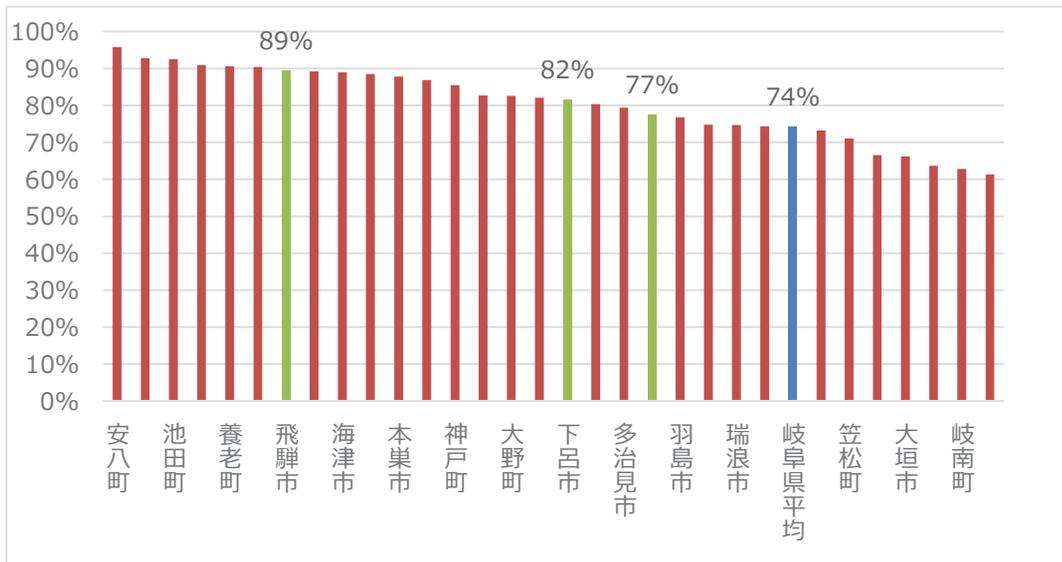
ところで、地方への移住が進まない理由として、住宅の問題が挙げられる。地方には空き家が多くあるため、移住希望者にとって住む場所がないようには一見見えない。ところが、飛騨地方では実際、移住希望者はいるが住む場所が見つからないという理由で移住に結びつかないというケースが多く報告されている。なぜ、空き家はたくさんあるにもかかわらず、移住者のためには活用されないのか。この問題にアプローチするために、岐阜県下の市町村人口の流入・流出と、持ち家率あるいは借家率の関係について調べた。

### 岐阜県下32市町村の持ち家率

岐阜県下42市町村のうち、国土交通省の住宅・土地統計調査の対象となった32市町には、住宅の状況に関するデータがある。この32市町につき、持ち家率（居住世帯

あり住宅の総数のうち、住宅所有が持ち家である割合)を調べたところ、図表3-1の通り、飛騨地方は、岐阜県平均(持ち家率74%)を上回っており、飛騨地方は持ち家率が高いことが明らかになった。

【図表3-1】 岐阜県下32市町村の持ち家率



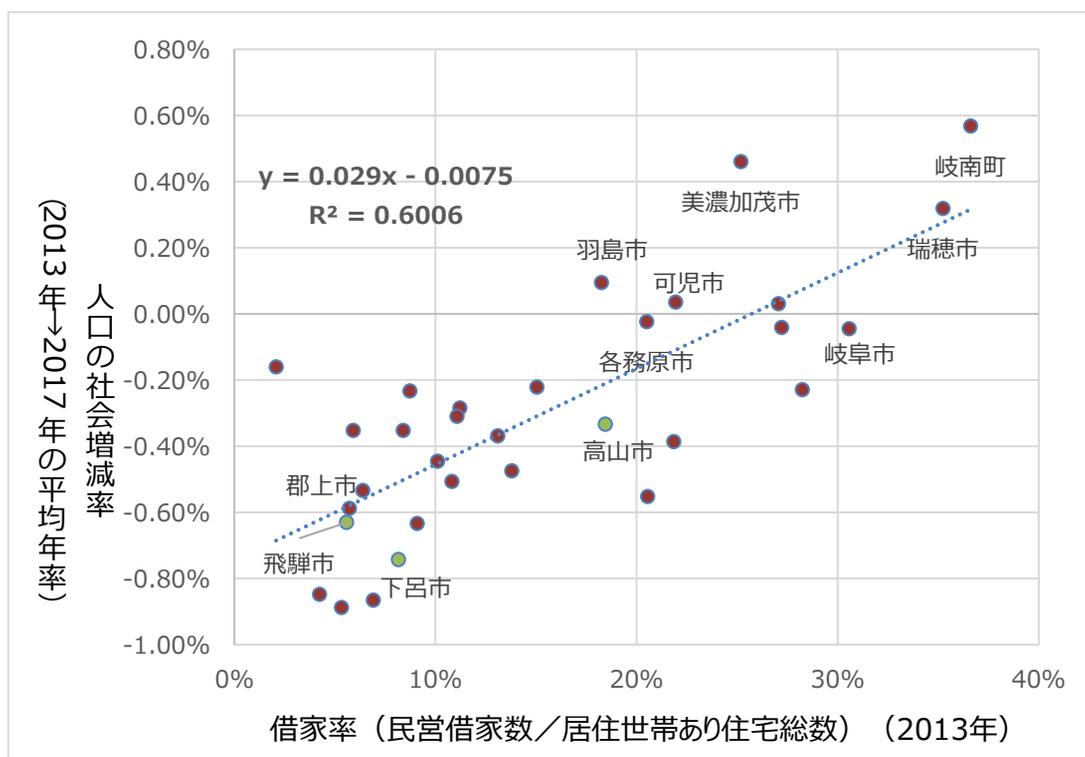
出所：国土交通省（2013）「住宅・土地統計調査」

一般的に、持ち家率の高さは地域住民の裕福度を象徴するとされ、高いほうが良いと解釈されがちである。しかしながら、人口減少局面でも果たしてその解釈は有効だろうか。

### 借家が充実していると人口減少は緩やかになる

次に、持ち家率を裏返した「借家率」を考えてみる。借家率はおおむね1から持ち家率を引いた数字である。借家率は人口減少、とりわけ社会増減とどのように関係するだろうか。

【図表 3-2】 借家率と人口の社会増減率の関係



出所：国土交通省（2013）「住宅・土地統計調査」、「岐阜県人口動態統計調査」

借家率（全世帯に占める民間借家（賃貸住宅）の割合）と、人の社会移動率の関係をみる（図表 3-2）。ここでは、民間住宅の供給によって人口が動く、という因果関係に関心があるため、借家率（横軸）は2013年の値、縦軸にはその後4年間の社会増減率（年率）を用い、時間的な前後関係を考慮している。

すると、両者にはかなり明瞭な正の相関があることが明らかになった。すなわち、借家が充実していると人口減少は穏やかになる。そして、持ち家率が高いと人口減少の速度が上がる。回帰直線の係数(0.029)は、「人口1万人の町で、借家率が10%高まると、人口の社会増減が年間29人改善する」ことを意味する。R<sup>2</sup>=0.60は、社会増減の60%が、借家率で説明可能であることを意味している。

なお同時に、「空き家率」と社会増減の関係も調べたが、有意な相関関係はみられなかった（データは省略）。

### これらのデータの解釈

これらの結果が示唆することは何か。それは、市町村が移住定住政策に取り組む上で優先順位が高く成果に直結しやすいのは、「空き家の発掘」より、「すぐに住める賃貸住宅」の供給だ、ということである。空き家を活用すればよい、と考える自治体が多いと思われるが、そもそも空き家はすぐには住めない状態であるから空いているのである。地域の空き家を移住者に利活用してもらうためには、移住希望者にはいったん賃貸住宅に住んでもらい（移住）、それから空き家を探してもらう（定住）という、2ステップの設計が必要であることを示唆している。

すなわち、空き家発掘と賃貸住宅の整備は、代替的ではなくむしろ補完的である。政策としてはどちらか片方ではなく、両輪のように同時に回すことが望ましいと考えられる。

### 業界専門家の意見

なお、本章の起案にあたっては、賃貸住宅仲介及び管理運営を業とする、すみれリビング株式会社（高山市）井上正社長より、業界の専門家の見地から助言いただいた。以下はその要点である。

- ・賃貸住宅はレオパレス問題等、地方都市での過剰供給が問題視されているが、過疎地・中山間地では逆に供給が少なすぎて困っていると認識している。飛騨地方及び近隣の中で具体的にいえば、飛騨市、白川村、郡上市等は、賃貸住宅の供給が足りないことが移住者にとってのハードルになっている。
- ・田舎ほど持ち家率が高すぎて住宅の多様性が失われ、移住希望者がいて仕事もあるのに、住まいだけ見つからない、という問題が起きている。
- ・市町村単位で見れば、全世帯の20%程度は賃貸住宅として供給されることが、人の適切な出入りを促すことができ、住宅面ではバランスの取れた地域だと感じる。

## 第4章

---

地方が豊かにならない  
本当の理由は何か？

— クリエイティブの“自給”戦略 —

## 第4章

# 地方が豊かにならない本当の理由は何か？

— クリエイティブの“自給”戦略 —

### 本章の要旨

地方創生の取り組みとして、多くの自治体、支援機関や金融機関等が、地域の中小企業に、東京等の大都市部での販路開拓——域外への「移輸出」を増やす取り組み——を推奨する傾向がある。しかしこうした戦略には2つの問題点がある。①地方の産業のすそ野は薄く内製率が低いため、多く作ろうとすればするほどより外から多くを輸入するの必要があり、作れば作るほど「バケツの穴」が広がってしまう構造。②地方が域外に売りたいものは高付加価値品であり、上市するにはクリエイティブ機能の実装が必要だが、クリエイティブ機能こそ地域経済における最大の赤字項目となっていること。

これらの問題点により、地方は売っても売っても貿易収支の改善につながらない可能性がある。

こうした状況を改善するためには、「輸出を増やす」ばかりではなく「輸入を減らし自給する」、古典的には「輸入代替」といわれる戦略にシフトすることが効果的である。外の不確実な需要を狙うよりも、中の確実な需要を狙うことが重要だ。そのカギを握るのは、地方が商品企画、販路開拓、広告宣伝、デザイン、webでの情報発信といった、企画を「考える機能」すなわちクリエイティブ機能を「輸入」に頼りがちな構造を変えることだ。地方は企画能力を域内に取り戻し「中で考え中で売る」ことが求められる。こうしたことの必要性を、本章では高山市や東京都のデータから導き出す。(本章は、弊所「経済月報」2018年12月号を改稿)

### 地方の「貿易収支（移輸出入収支）」に着目

「地方が豊かにならない本当の理由は何か？」そんな目を惹くキャッチフレーズを掲げ、しかし中身はどこか遠くの島の事例を紹介して終わる、そんな軟派な論説が多いのが地方創生分野「あるある」であるが、その中で、硬派な一部の有識者が指摘する、興味深いメカニズムを紹介したい。

ひとつひとつの地方を、あたかも独立国のように見立てると、地方は、大都市（東京や名古屋）と「貿易」している。地方の「輸出」が「輸入」より少ないとき、「貿易収支」が赤字になり<sup>25</sup>、地域からお金が出て行ってしまう。そうすると、地方の住民や企業に渡る所得が目減りし、地方は都市より貧しくなる。

<sup>25</sup> 国内における地域間取引は、輸入・輸出ではなく、移入・移出と呼ぶのが正確な表現である。専門家以外には馴染みの薄い言葉であることに抵抗感はあるが、以降は「輸入」を「移入」、「輸出」を「移出」そして「貿易収支」を「移輸出入収支」という言葉で表す。

これが本当の国同士の関係であれば、通貨の交換レートが自動再調整の機能を果たしてくれる（少なくとも理論上は）。赤字国の通貨はより安くなり、黒字国の通貨はより高くなることで、国同士の競争力は自動的にイーブンの関係に戻る。ところが、同じ国の中における地方間の交易は、同一通貨を使用しているため、こうした再調整のメカニズムが働かない。このため、何もしなければ、地方が貧しく、都会は豊かになったままである。そこで、税による再分配が国・県・市という自治体の経路を通じて行われ、所得格差をそれなりに緩和する方向に働く。しかしそれでも、都市と地方の所得格差はまだやはり歴然と存在している。

#### ひとの移動の半分は所得で説明できる

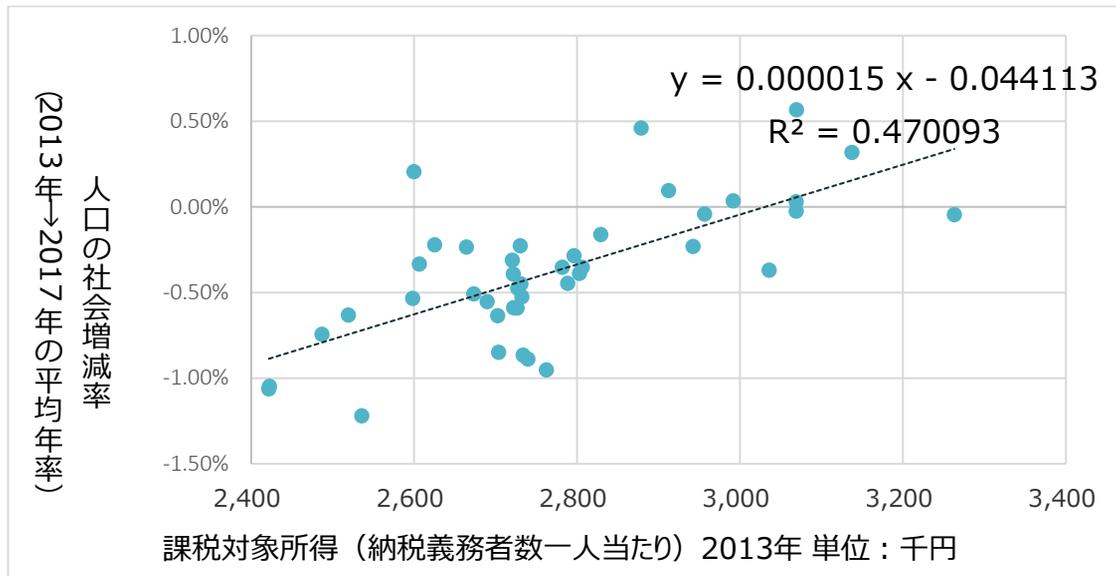
政府が2014年から掲げる、地方創生という一連の政策パッケージ。その核は、「人口の東京一極集中を是正し、地方にひとの新しい流れをつくる」ことだった。しかし、東京一極集中という現象の根っこにある、「人が都会に吸い寄せられる現象」は想像以上の難敵である。2018年現在でも、いまだ東京への人口流入（すなわち地方の人口流出）は止まっていないことが報告されている（第1章）。

なぜ人は都会に吸い寄せられるのか。交通利便性、店の多さ、人の密度、夜遊び……。枚挙的に切り出せばきりが無いが、経済の切り口から見ると、人口の社会増減<sup>26</sup>は、「所得」である程度説明できる。都市が人を吸い寄せる大きな要因は、地方よりも都会のほうがより所得が高いからである。

ここで、岐阜県の各市町村のデータでそれを確かめてみよう。県内42市町村の、個人所得と社会増減率の相関関係を散布図にプロットしたデータを確認したい。ここでは、所得によって人口が動く、という因果関係に関心があるため、所得（横軸）は2013年の値を、縦軸にはその後4年間の社会増減率（年率）を用い、時間的な前後関係を考慮している。

<sup>26</sup> 地域の外に住民が引っ越していったり、よその地域から引っ越してきたりすることによる人口の増減のことを「社会増減」という。人が生まれたり、亡くなったりすることによる「自然増減」とは別に考える。

【図表 4-1】 所得と人口社会動態の関係



出典：総務省「市町村税課税状況等の調」、岐阜県「人口動態統計調査」

ここでは、回帰直線の係数(0.000015)は、「人口1万人の町で、一人あたり所得が10万円増えると、人口の社会増減が年間15人改善する」ことを意味する。 $R^2=0.47$ は、社会増減の47%が、所得の高低で説明可能であることを意味している。

このように、岐阜県のデータでも、所得要因が社会増減のおよそ半分程度を説明していることがわかる。

#### 地方創生の再定義：地方の平均所得を上げること

実は政府もこうしたことに気づいており、2017年に改訂した新しい地方創生のビジョンでは、「**地方創生とは、地方の平均所得を上げること**」と再定義されている。地方創生とは当初、人間の移動という「頭数」の減少を問題化したものだが、その半分は、所得という「お金」の問題に置き換えることが可能である。地方創生という政府の再定義には、そういう解釈を与えて問題はないだろう。

#### 地方の所得を増やすには？

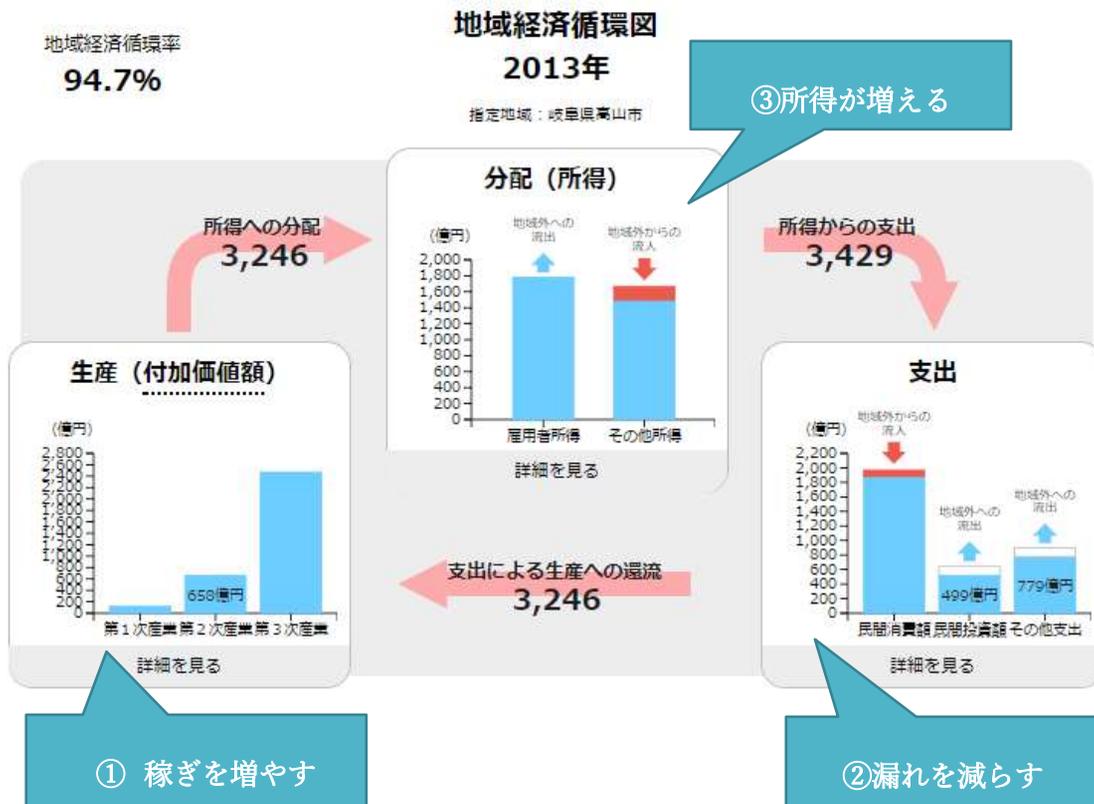
では地方の所得はどうやったら増えるのか、に焦点を当てて考えたい。冒頭に述べたような域外の販路開拓は、地方の貿易収支の改善に向けた「外貨」獲得によって、域内の所得向上を狙うものと整理できる。所得を上げるには、地方の「貿易収支」を改善する必要があるのだが、貿易収支を改善するには2つのベクトルがある。

- ① 移出を増やす：稼ぎを増やす（地域の外にもっと販売する）
- ② 移入を減らす：漏れを減らす（地域外からの移入を減らす）

この2つのベクトルを正しい方向に引っ張ると、③地域の所得を増やすことができ

る。この三角形の関係性は、地域経済の見える化ツール「RESAS」（地域経済分析システム）<sup>27</sup>に搭載されている、地域経済循環マップー地域経済循環図がシンボリックに描出<sup>28</sup>していてわかりやすい（図表 4-2）。

【図表 4-2】 高山市の地域経済循環図



注）RESAS「地域経済循環マップ」ー地域経済循環図（青色部分は筆者による加筆）

出典：環境省「地域産業関連表」、「地域経済計算」

（株式会社価値総合研究所（日本政策投資銀行グループ）受託作成）

### 稼ぎを増やしても所得が増えない：地方をバケツに例える

まず、①「稼ぎを増やす（地域の外にもっと販売する）」について考えよう。地方の特産品を大都市のバイヤーに売り込もう、というのが典型的な前者の取り組み例である。いわば地方創生の花形だ。

多くの自治体、支援機関や金融機関等が、地域の中小企業に対し、域外への移出を増

<sup>27</sup> 筆者は、2016年度、中部経済産業局にてRESASの普及活用支援調査員を務めた。本論の中核的なアイデアは、当局関係者と、情報交換させていただいた自治体の皆さまによってもたらされたものであり、改めて感謝申し上げたい。

<sup>28</sup> 正確には、生産面から見ても、分配（所得）面から見ても、支出面から見ても、国内総生産（GDP）は同じ値になることを示す、マクロ経済学上の「三面等価の原則」に基づく描出である。

---

やす取り組み、具体的には東京等の大都市での販路開拓を推奨する傾向がある。しかしこの戦略には問題点がある。

まず、本当に移出だけが増えれば、地方の所得は向上する。ところが、地方という場所には通常、部品、原材料、設備の生産から販売までの様々な機能がフルセットでは揃っていない。モノやサービスをより多く作ろうとすると、投入する中間材料や部品の多くを外から買ってこなければいけないし、モノを作るための機械やコンピュータも外から調達、そして広告宣伝費や電気代等の諸費用の請求元もほとんどが地域の外側にいる。つまり、移出を増やそうとすると同時に移入も増やしてしまう。このため、地方は、モノやサービスを売っても売っても、収支が思ったようには改善していかない。地方の産業のすそ野は薄く内製率が低いいため、多く作ろうとすればするほど、より多くを外から移入する必要があるのだ。

枝廣淳子(2018)は、地域を「バケツ」に例え、バケツにいくら水を注ぎ込んでも、すなわち、お金をどれだけ引っ張ってきても、そのバケツには穴が開いていて、地域の外側に水が漏れ出してしまう構造を地方が共通して持っていることを指摘している。すなわち、内製率の低い地方は、水を汲めば汲むほど、「バケツの穴」が広がってしまうのである。

では、いったいバケツのどの穴から取りかかるべきか。つまりどの品目や分野が自給可能か、あるいは効き目が強いのか、について考えを進めたい。枝廣(2018)は、エネルギーと食品産業を採り上げている。地方に共通する最大の漏れはエネルギーコストであり、再生可能エネルギーによって自給を図ること、加えて、地産地消によって食品産業の自給を図ることが重要であると指摘している<sup>29</sup>。しかし、自給戦略は一通りではない。ここでは別の角度からアプローチをはかってみよう。

### 高山市から見る自給戦略

ここで筆者の研究対象である岐阜県飛騨地方の中核都市、高山市を見てみよう。高山市の「2017年観光統計」によると、高山市は年間入込客数462万人、宿泊者数221万人(うち外国人51万人)が訪れる国際的な観光都市であり、観光客が高山市内に落とす観光消費額は年間およそ940億円に上る<sup>30</sup>。加えて、高山市は、家具・装備品製造業という高付加価値の地場産業を持つ。高山市の家具・装備品製造業の売上高は138億円であり<sup>31</sup>、そのほぼ全てが域外への売上である。いわば高山市は、「外貨」をガッツリ

---

<sup>29</sup> なお弊所も同様の観点から再生可能エネルギーに関する提言をまとめたので、ぜひ参照いただきたい。十六総合研究所(2018)「地域活性化提言 再生可能エネルギーの戦略的活用を通じた地域再生～資金循環型エネルギー政策への転換～」

<sup>30</sup> 高山市(2017年)「観光統計」。

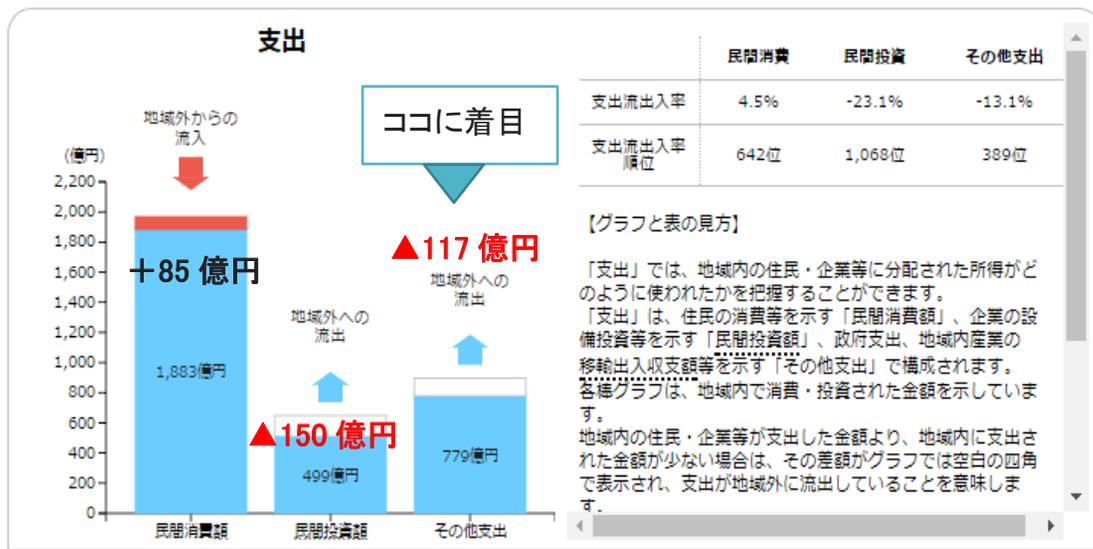
<sup>31</sup> 総務省・経済産業省「2012年経済センサスー活動調査」。

稼いでくる基盤産業を2タイプ揃えている、地方創生の「優等生」だ。

しかし、先の図表 4-2 に今一度戻り、左上の「地域経済循環率 94.7%」という数値を確認していただきたい。これは、地域が稼いだお金が所得に行きつく前に、バケツに穴が開いているため、5%余がどこかで漏れ出していることを意味する。

漏れ出しているのはどこなのか。具体的には「支出」である。支出部分を拡大したものを図表 4-3 で示す。

【図表 4-3】 高山市の地域経済循環図



注) 青色部分は筆者による加筆

出所：RESAS「地域経済循環マップ」－地域経済循環図

注目は、「その他支出」▲117 億円という項目である。RESAS の現行の機能では、その内訳をさらに掘り下げることができないが、実際にこの項目に最も大きく影響を与えているのは「移輸出入収支」、つまり、本章の冒頭に述べた、地域の「貿易収支」なのである。

すなわち、高山市は、これだけ外貨を稼げる基盤産業を持ちながら、移輸出入収支が最大▲117 億円の赤字になっていて、地域の所得を押し下げている可能性があることを示唆している<sup>32</sup>。

<sup>32</sup> 高山市は、こうした地域経済の構造をより良いものにするため、他の市町村に先駆けて市の産業連関表を作成し、2014 年の移輸出入収支が▲99 億円の赤字であることを明らかにしており、ノンサーベイである RESAS の地域経済循環図における「その他支出」の太宗が移輸出入収支で構成されることが事後的に裏付けられている。高山市の地域経済構造の詳細については、次章で取り上げる。

### 「漏れを減らす」自給戦略の重要性

これほど、外からお金を稼げる優等生の高山市においてさえ、移輸出入収支が赤字になっているということは、地方が所得の引き上げを目指すためには、もう一つのベクトル、②「漏れを減らす」（地域外からの移入を減らす）について、その重要性を再認識し、戦略的に取り組むべきだということを示しているだろう。

ただしそれは、外との貿易を閉じる「鎖国」化や、昔の農村のような自給自足経済に戻ることを意味するのではない。域外からは引き続き戦略的に稼ぎつつ、「中でも作れるモノやサービスは中から買う」という、したたかな「自給戦略」を立てることが必要である。

古典に立ち帰れば、都市の発展は、他の都市から輸入していた製品を自分で作れるようになり、自分が作った製品によって輸入品を置き換えていく、「輸入代替」「輸入置換」と呼ぶプロセスによって、地域間収支の赤字を解消し、所得の流出を防ぐことからもたらされる、とジェイン・ジェイコブズは指摘している。

自給戦略の主な担い手は本来、行政ではない。企業、とりわけ、調達・資材・購買といったセクションである。域内の企業でも作れるものを、わざわざ域外の企業に発注していないか。あるいは、地元のスーパーに並んでいるりんごが、なぜ地元のりんごではないのか。もちろん、部品、商品や材料だけでなく、それが加工された製品も、あるいは無形のサービスも自給戦略の対象となる。

製品を供給する側にとっても、輸入代替はより確実なビジネスだ。なぜなら、今、地域外から輸入されているものは、地域内に一定の需要があるから輸入されているためだ。輸入外の不確実な需要より、中の確実な需要のほうが確からしく、より確実な戦略である。

加えて、地域の中で売れているかどうかは、域外のバイヤーにとっても重要な情報となる。地元ローカルで人気を博しているものは、その情報を付加することによって、外でも売りやすくなるからだ。そのようにして、「中で売る」ことによって「外で売る」ことにつながるのである。

### 域外に売りたいものは「川下のノウハウを域外に依存」

地方から都市への販路開拓に関する、もう一つの問題を指摘する。地方が売り込みを図ろうとする商品は、「1粒数百円のイチゴ」「1kg2千円の米」のような高付加価値の一次産品、あるいは、そうしたものに調理や風味を加えた高価な加工食品が多い。

確かに地元では、こうしたものを毎日食べる人は少なく、域内での需要は限定的であるから、域外に販路を求めていくのは当然だ。東京には富裕層が数多くおり、こうした高付加価値品が高級スーパーやセレクトショップで人気を博す、という可能性がないわけではない。

しかしながら、地域産品の製造者は、一次産品を作りあげるまでの「川上分野の」情

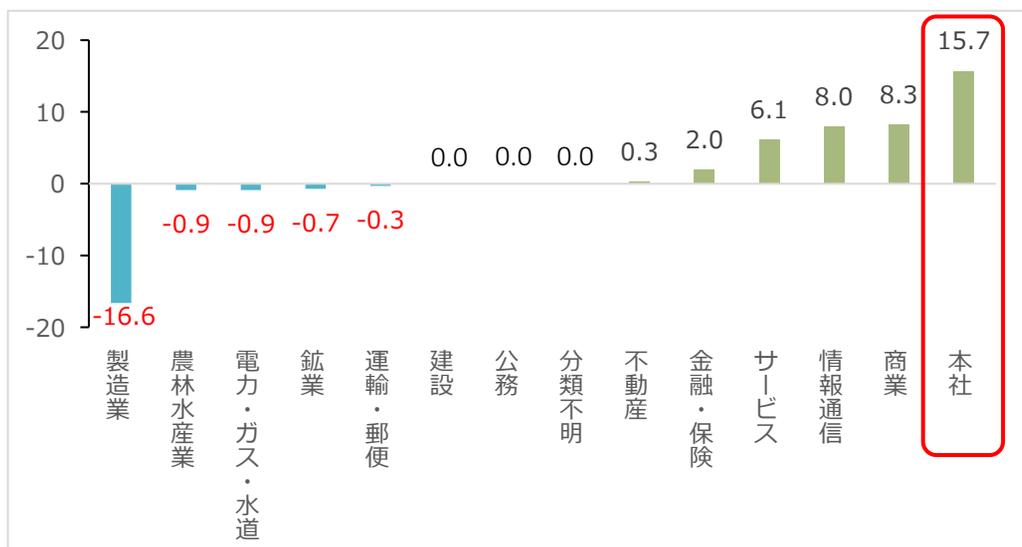
熱やノウハウを豊富に持ちあわせているものの、自分の手元を離れてから、加工され、流通経路に乗り、消費者が手に取るまでに必要な、「川下分野の」ノウハウが決定的に不足していることがあまりにも多い。素朴で良い品だが田舎丸出しの装いにつつまれている。東京の展示会に出てみても、バイヤーの反応は良いが結局、商談は成立しない。良いものだが売れない。その理由は、製品そのものではなく、マーケティング、パッケージデザイン、広告宣伝、といったクリエイティブ機能が作り手に実装されていないからである。

高級スーパーやセレクトショップの店頭は、「いい物は必ず売れる」という牧歌的な世界では残念ながらない。生き馬の目を抜く世界であり、そこで存在感を示すには大胆な差別化が必要だ。地方の企業が一流の売り場を確保するためには、マーケティング、パッケージデザイン、広告宣伝、といったクリエイティブ機能を注入し、ブランディングし、他地域の同種製品と明確な違いを作る必要がある。しかしながら、クリエイティブな機能こそ、地方は域内で調達することができない。多くは東京や名古屋の広告代理店やデザイナーに発注することで賄われる。こうして地方は、東京に製品を売るために、クリエイティブという別のバケツの穴を広げてしまう——こうした構造は次節で明らかにする。

#### 地方が東京から買っている最大の赤字品目はクリエイティブ機能

地方が東京から買っている最大の「赤字品目」は何か——この問いは反対側から、つまり東京が地域に移輸出しているものを調べると答えが見つかる。東京都の産業連関表によると、他地域需要項目（移出品）のうち最も大きい項目は「本社」である。

【図表 4-4】 東京都の産業別域際収支（単位：兆円）



出所：東京都「2011年東京都産業連関表」（再編加工）

---

東京が地方に対して売っている稼ぎ頭の商材は、「本社」というサービスである。再び地方の視点に戻すと、地方は、本社機能サービスを東京からの移入に頼っているということになる。本社機能サービスとは研究開発や総務、経理、営業等の幅広い分野にわたるが、中でも、

- ・商品企画
- ・販路開拓
- ・広告宣伝
- ・デザイン
- ・webでの情報発信

といったクリエイティブ産業<sup>33</sup>（知的な産業）が多くを占めている。

すなわち、地方が東京等の大都市に売り込みを図る際に最も必要となる機能がクリエイティブ機能であり、同時にクリエイティブ機能こそ地域経済の最大の赤字項目となっている——地方が豊かにならない理由は、地方は「中で考える」機能を輸入に頼っているからだ、と本章は結論する。

#### 企業経営へのインプリケーション：域内のサプライヤーを探す

繰り返しとなるが、自給戦略の主な担い手は、行政ではなく企業だ。とりわけ、調達、資材、購買といったセクションが起点となる。

企業が見直すべきポイントは、域内の企業でも作れるものを、わざわざ域外の企業に発注していないかである。例えばある部品を1,000万円仕入れるとした場合、これを地域外に発注すれば、1,000万円は全てバケツの穴を通して域外に漏れ出る。これをもし、域内の企業への発注に切り替えることができれば、1,000万円のうち相当な割合の金額は、地域の中に住む誰かの所得になる。このような調達の見直し対象は、部品、商品や材料といった目に見えるモノだけでなく、広告宣伝物やwebサイトの作成、ソフトウェア開発といった無形のサービスも含めて、域内に発注できないかを探るべきである。

#### 域内サプライヤーの技術力を育てるには

とはいえ、私がこのような話をすると、企業経営者からかなりの確率で次のように反論される。「あなたの言っていることはただの理想論だ。この地方には、今使っている東京の会社と同じレベルの技術やセンスを持ったサプライヤーはいない」と。地方に高いレベルのサプライヤーが育つか育たないかは、要はニワトリと卵の関係だ。仕事があれば、仕事を通じて学習し、技術やセンスが上がり、ますます仕事の機会が増える。仕事がないと学習の機会がなく、技術もセンスも向上しない。

つまり、地方企業が東京に発注し続ける限り、地方のサプライヤーは永遠に育たず、

---

<sup>33</sup> クリエイティブといっても、広告代理店やメディアといった狭い意味ではない。

経済循環は作れない。結局のところ、都会に比べて多少未熟であったとしても、しばらく我慢して地元のサプライヤーを使い続けることで、サプライヤーのレベルアップを促す。域内のサプライヤーが都市と同品質・同コストで作れるようになれば、輸送コスト・対面コストの低い域内サプライヤーに発注することが合理的となり、最終的には発注者とサプライヤーの両方を豊かにするだろう。

十六銀行には「サプライヤー探索サービス<sup>®</sup>」というスキームがある。銀行の各支店が持つ顧客のネットワークにより、調達部門にとって最適な、しかも近場のサプライヤー探しを支援することができる。域内サプライヤーの発掘にぜひ活用いただきたい。

## 第 5 章

---

### 地域内経済循環 改善のカギは何か？

— 情報通信業・対事業所サービス業、土産菓子为例に —

## 第5章

# 地域内経済循環 改善のカギは何か？

— 情報通信業・対事業所サービス業、土産菓子を例に —

### 本章の要旨

高山市を事例に、市独自の産業連関表等の各種データを用い、地方の平均所得を引き上げるために必要な、地域経済循環の改善に向けた打ち手を考察する。特にクリエイティブ産業に着目し、高山市はクリエイティブの自給率が低く、改善可能であることを示す。クリエイティブ産業はアンバンドリング化が進行し、地方がその機能を取り戻すチャンスが到来している。また時間と場所を選ばない仕事であるため、女性の活躍にも資する可能性がある。関連して、2020年の食品表示法完全適用を見据え、高山の土産菓子はクリエイティブ能力の強化から、政策介入の余地があることを指摘する。

### 「観光は地方創生の切り札」なのか

すでに人口減少という「下りのエスカレーター」に乗っている我が国において、エスカレーターの動きに逆らって右肩上がりが見込まれる産業は決して多くないものの、ないわけではない。よく挙げられるのは、航空宇宙産業、ヘルスケア産業、そして観光だ。中でも特に注目されるのが観光である。「観光は地方創生への切り札だ」と喧伝されることは少なくない<sup>34</sup>し、地方創生の号令のもと2015年に一斉に策定された地方版総合戦略でも、観光産業に力を入れると書き込んだ自治体は多い。これらをよく読むと、あたかも「観光に力を入れると人口が増える」という、強すぎる仮定さえ読み取れる。観光が地方活性化のために「必要」であることは間違いないが、それが「十分」であるかについては必ずしも明らかにされていない。

本章における問いは、「観光は地方を救う」が十分に成立するために揃えなければならない条件は何か？である。これが、あらゆる地方に適用できる公式になるために、満たすべき条件とは何だろうか？

「観光は地方を救う」。この式を分解すると、

観光産業の振興 → 観光客（交流人口）の増加 → 定住人口の増加

<sup>34</sup> 観光庁（2016）「明日の日本を支える観光ビジョン」冒頭にも、「観光は、まさに「地方創生」への切り札、GDP600兆円達成への成長戦略の柱。国を挙げて、観光を我が国の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」という新たな挑戦に踏み切る覚悟が必要である。」と表現されている。（下線は筆者による。）<http://www.mlit.go.jp/common/001126598.pdf>

という順番の因果関係が仮定されていると読みとれる。たしかに、北海道のスノーリゾート地や、沖縄の離島等、実際に、観光産業の振興が人口増につながっている事例も、ないわけではない。しかしそれは、日本のあらゆる農山村で普遍的に成り立つ公式なのだろうか？北海道や沖縄といった局地は、連泊が前提で消費単価が高いから成り立つ、むしろ例外的な場所ではないか？

次節以降で岐阜県高山市を通して詳しく見るが、観光客が増えつづけていても地方の定住人口は減り止まっていない。観光が地方を救う、というのは、現段階ではあらゆる農山村で普遍的に成り立つための条件を満たしていない。その理由はなぜか？それは地方経済の「穴のあいたバケツ」に例えられる構造である。観光客が増え、観光消費額が増えても、地方の「稼ぐ力」にストレートに結びつかず、地域の外側にお金が行ってしまうからである。以下、本論は、地域経済の「バケツの穴」の実態に接近していく。

#### 観光消費の4大項目

観光は、地域の外側から観光客がわざわざ来て、地域の中にお金を落としてくれる（消費）。その種類はおもに①宿泊、②飲食、③土産物、④交通という4つの消費項目に分かれる（昨今はこの4つに加えて⑤体験を追加するのが一般的になっている）。いずれも「外貨」を稼げる魅力的な産業であることそれ自体に疑いはない。人口が減り、かつ強い基盤産業（域外から稼げる産業）を持たない、日本の典型的な農山村地域では、そもそも地域おこしに結びつく経路が観光振興以外には事実上ない。よって、本論は観光振興への努力そのものを否定するものではない。

一方、地方という場所には通常、部品、原材料、設備の生産から販売までの様々な機能が、フルセットでは揃っていない。これは観光産業を構成する機能においても同様である。宿泊、飲食、土産物、交通、といういずれの消費項目においても、観光客が旅行できる環境を支える基盤は、旅行会社や鉄道・エアライン、土産菓子業者といった観光インフラ事業者によって提供されている。そして、そうした観光インフラ事業者の多くは東京や大都市に本拠を置いており、観光における収益の多くは、こうした大都市の事業者が得る仕組みになっている。

つまり、第4章で指摘したのと同様に、観光産業においても、地方経済は「穴のあいたバケツ」のような構造を呈している可能性がある。地方の観光産業の振興を考えるとときには、同時に、地方の経済構造を点検しておく必要がある。

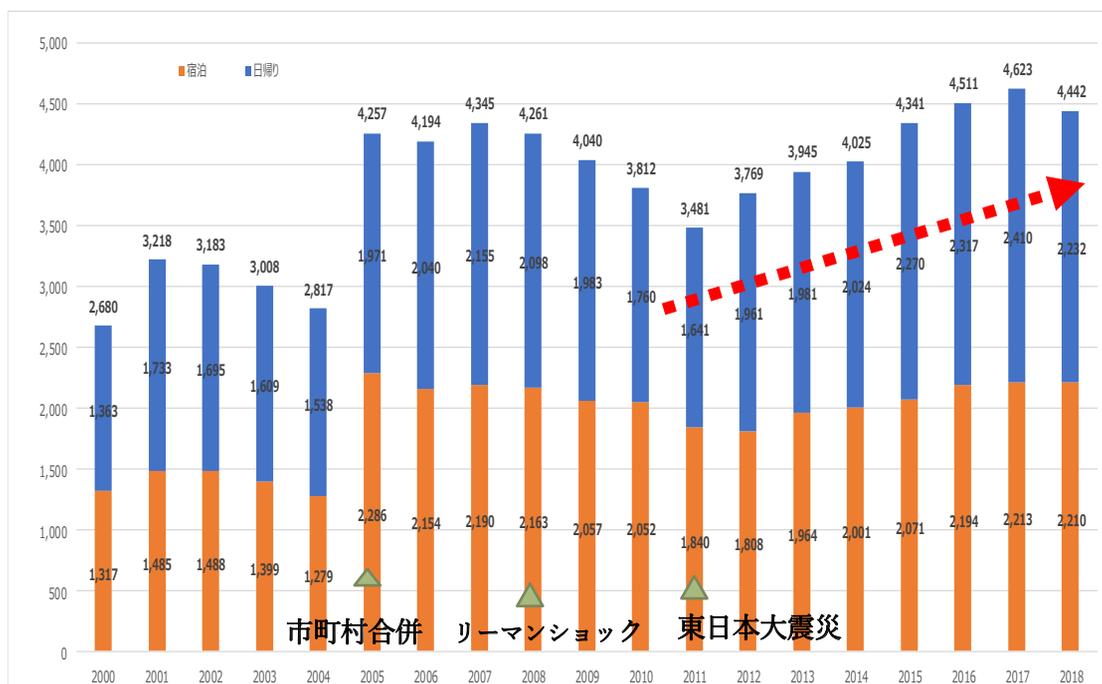
#### 高山市：観光客は増えても人口は減り止まらない

ここでは岐阜県飛騨地域の中核都市、高山市を対象に、その経済の構造を詳しく見ていきたい。

第4章でも述べたが、高山市は年間入込客数462万人、宿泊者数221万人（うち外国人51万人）が訪れる国際的な観光都市であり、その観光客数は長期的には右肩上が

りで推移している<sup>35</sup>。

【図表 1-10】 高山市を訪れる観光客数の推移（再掲）



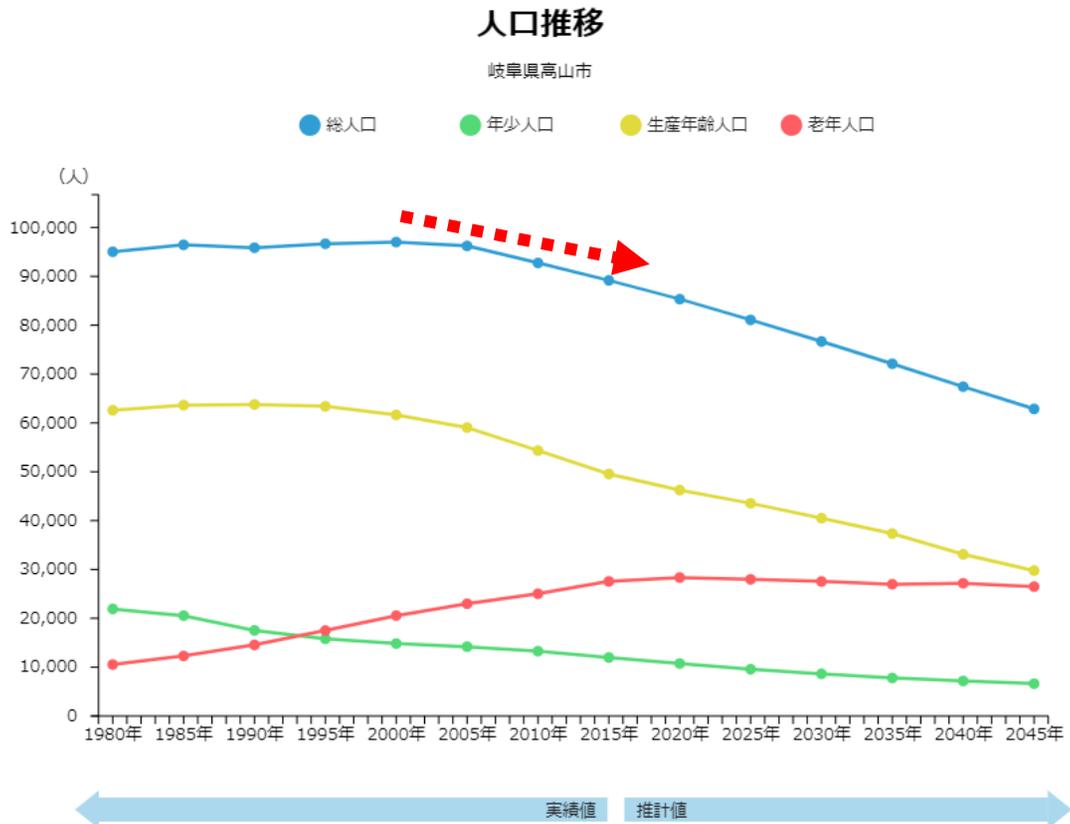
注) 2005年2月市町村合併により、それ以前のグラフとは連続しない。

出所：高山市「観光統計」

しかし一方、高山市の定住人口はといえば、2000年の人口9万7千人をピークに減り続けており、人口推計でも右肩下がりのグラフとなっている（図表 1-9）。この対照的な2つのグラフは、多くの地方が描いた総合戦略で暗に仮定されていた、「観光に力を入れれば人口が増える」という期待に対する、ひとつの反証を示す結果となっている。

<sup>35</sup> 2018年は前年に比べて入込客数が落ち込んでいるが、同年7月の豪雨や9月の台風、JR高山本線の被災による特急列車の運休等が影響したものの。

【図表 1-9】 高山市の人口推移（再掲）



注) RESAS (地域経済分析システム) <https://resas.go.jp/> による人口推移の描画

出典：総務省「国勢調査」、

国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

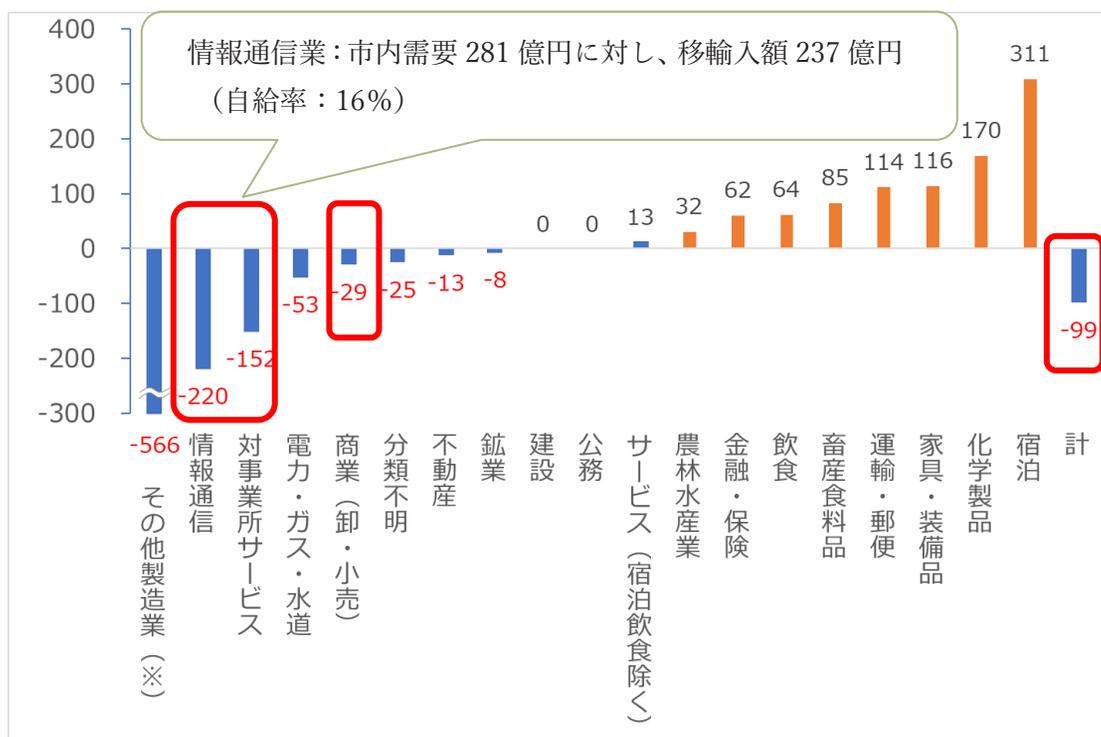
#### 高山市産業連関表による調査

高山市は、地域経済の構造を詳細に点検するため、他の市町村に先駆け、市単位での産業連関表(2014年基準)を作成し、2018年11月に公表した<sup>36</sup>。高山市の移輸出入収支を部門別に見てみよう。オリジナルの産業連関表は68部門からなるが、地域の実態に沿って、わかりやすく部門をまとめ直し、グラフ化したものが図表 5-1 である。

<sup>36</sup> 高山市 web サイト「高山市地域経済構造分析結果について」

<http://www.city.takayama.lg.jp/s/shisei/1000067/1002790/1008225/1010381.html>

【図表 5-1】 高山市の部門別移輸出入収支（単位：億円）



注) その他製造業とは、「家具・装備品」「化学製品」「畜産食料品」を除いた製造業。

出典：高山市「高山市産業関連表（2014年基準）」（再編加工）

このデータから読み取れることは大きく以下の2点である。

① 強い基盤産業がありながら、市際収支の合計は全体で99億円の赤字。

統計は、2014年の移輸出入収支が、全体で99億円の赤字になっていることを明らかにした(図表5-1、最右列)。高山市は、外貨を稼げる基盤産業を複数揃えている点で、平均的な地方都市とはタイプが異なる。具体的には、宿泊業(311億円)、化学製品(薬品等、170億円)、家具・装備品(116億円)である。基盤産業を複数持つ、いわば「優等生」であるが、それでも地域の貿易収支は100億円近くの赤字なのである。これは、地方は「外から稼ぐ」だけでなく、「バケツの穴をふさぐ」という方向へと施策を再配置する必然性が高いことを強く示唆している。

② 最大の漏出項目は製造業。しかし製造業は地理条件に依存。

図表5-1から、最大の漏出項目(バケツにあいている穴のうち一番大きいもの)は「その他製造業」であることが読み取れる。しかし、地方はあらゆる産業をフルセットで平均的に持っているわけではない。特定の産業が集積する一方、特定の産業は企業が1社もない、ということもある。地方における製造業各部門の特化係数<sup>37</sup>が高いか低い

<sup>37</sup> 特化係数とは、全国平均を1としたときの、その地域における分布の「濃さ」を示す指標。

かは、地理的な条件によるところが大きい。例えば高山市は、岐阜県では例外的に製造業の割合が小さく、反対に卸小売・サービス業の割合が大きい商業都市である。岐阜県下至るところにある自動車部品や航空部品に関連する企業が高山市にはほとんどない。これは、セットメーカーのある愛知県三河地区から遠いためだ。企業誘致、あるいは、地域内での受発注を促進する逆見本市型の商談会によるほか、製造業に関しては収支を効果的に改善する打ち手は容易に考えつくものではない。

そこで、次なる大きな漏出項目を見てみよう。以下では、「情報通信業」と「対事業所サービス業」、続いて商業（卸・小売）を採り上げる<sup>38</sup>。

### 地域経済循環改善のカギ①：情報通信業・対事業所サービス業の「土管化」に対抗する一子育て中の女性を起点とした「クリエイティブの内製化」

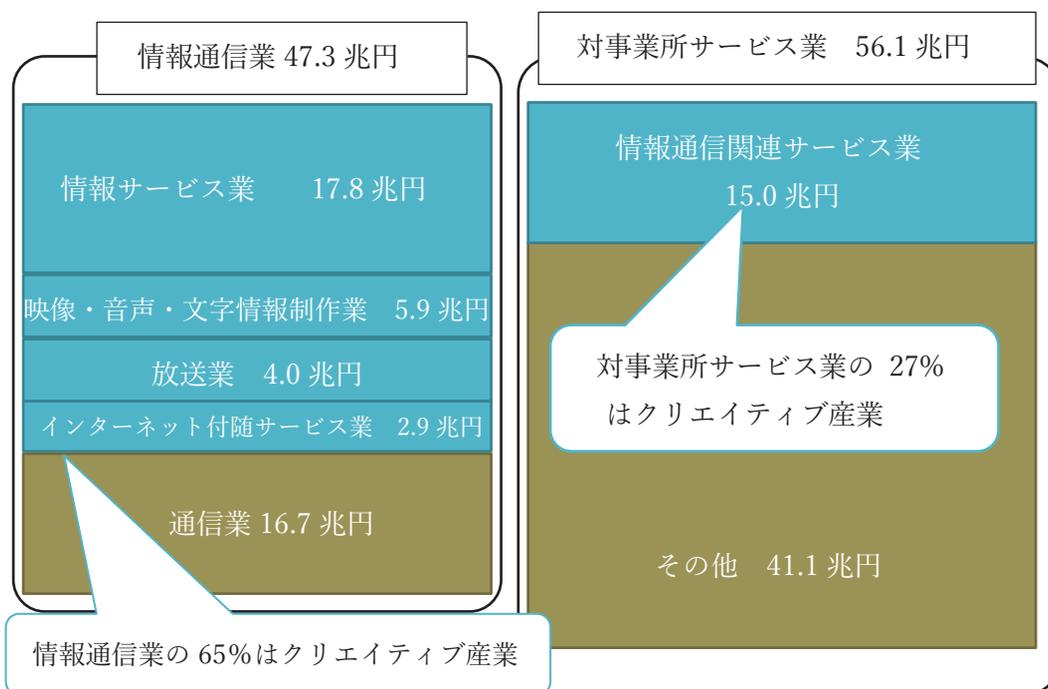
高山市の赤字項目である「情報通信業」と「対事業所サービス業」2部門を合算した赤字額は総額370億円に上る。移輸出入収支の部門合計が99億円の赤字であることから、この2部門がいかに大きな穴になっているか、理解いただけるだろう。この穴の大きさを25%程度小さくすることができれば、市の移輸出入収支はイーブンに戻るのである。

情報通信業と対事業所サービス業の中身は何であるかを検証しよう。これらの分野は、情報化の進展によって近年急激に拡大してきた分野であり、産業分類の上でも時代の変遷によって区分の改定が行われ、統計のタイプによっては入り繰りがある<sup>39</sup>。我が国全体レベルでこの2分野が生み出すGDP（2015年、名目ベース）は統計によると図表5-2のようになっている。

<sup>38</sup> 本論では触れないが、電力・ガス・水道部門も大きな漏出項目であり、改善できる可能性は十分にある。

<sup>39</sup> 業種の入り繰りについて正確に記すと、総務省「ICTの経済分析に関する調査」では、広義に「情報通信産業」として、①通信業、②放送業、③情報サービス業、④インターネット附随サービス業、⑤映像・音声・文字情報制作業、⑥情報通信関連製造業、⑦情報通信関連サービス業、⑧情報通信関連建設業、⑨研究の9分野を横断的に報告している。これを日本標準産業分類に照らし合わせると、①～⑤が情報通信業、⑦が対事業所サービス業になる。ただし、日本標準産業分類の対事業所サービス業は、情報通信業と関連性の低い業務用物品賃貸業、自動車・機械修理業、さらに、その他の対事業所サービス業の中に含まれる小分類の「職業紹介・労働者派遣業」等を含むものとなる。

【図表 5-2】 情報通信業・対事業所サービス業が生み出す GDP の状況



注 1) GDP は 2015 年、名目ベース

注 2) 一般的に「クリエイティブ産業」と考えられるものを青色で強調。

注 3) クリエイティブ産業の細目は下記を参照。

出典：総務省（2017）「情報通信白書」、

総務省（2018）「ICT の経済分析に関する調査」

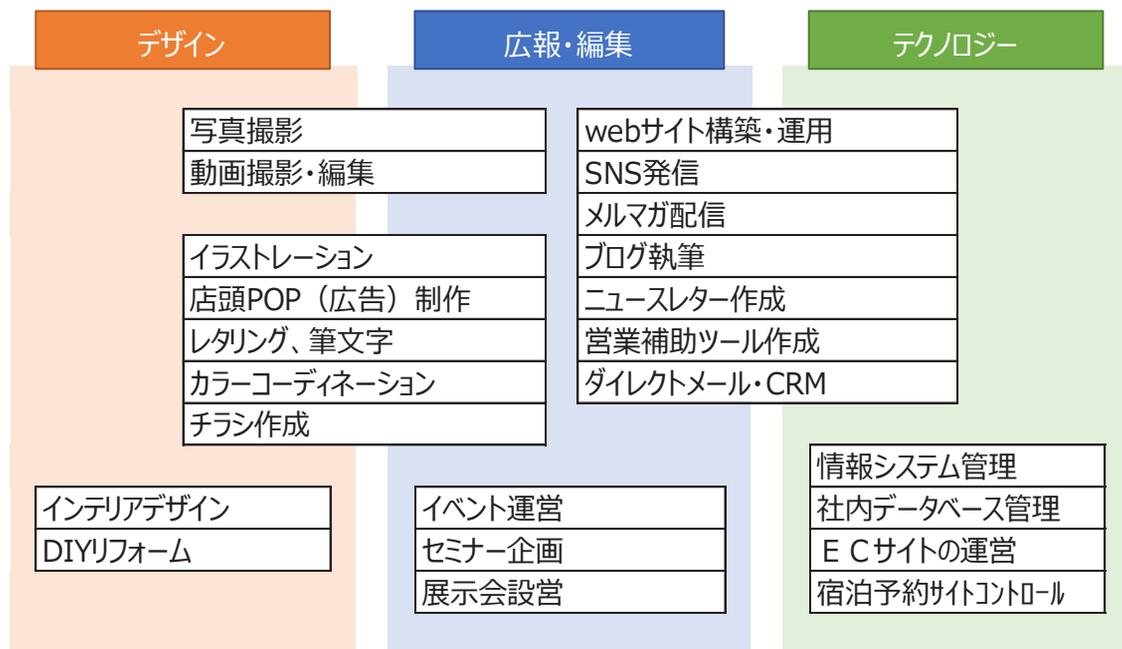
- ・情報サービス業・・・ソフトウェア開発会社、ゲームソフト会社など
- ・映像・音声・文字情報制作業・・・映画・ビデオ・テレビ番組の制作会社や新聞社、出版社
- ・放送業・・・テレビ放送局やケーブルテレビ会社、ラジオ放送局
- ・インターネット付随サービス業・・・ポータルサイト・サーバ運営会社、ウェブコンテンツ提供会社

2分野の移輸入入収支 370 億円の赤字要因をみると、情報通信業の自給率は 16%、対事業所サービス業は自給率 31%となっており、移輸入に強く依存していることがわかる。地域の中に住む人々のお金のほとんどが大都市に吸い上げられてしまう、「土管化」と呼ばれる現象が起きている。ただし、情報通信業のうち「通信業」は、一般個人が使う携帯電話料金が大宗を占める。携帯電話は大手寡占の業界である中、これを地域での自給に変えよう、というのは土台、無理筋であろう。通信業を例に出したが、全て

の項目を自給することは無理である。多少なりとも取り戻せるものと、全然取り戻せないものを区別し、したたかに取り組んでいこうという見極めが大事だ。

筆者が本論で主張したい要点、すなわち、地域に取り戻すことが可能だと考えている分野は「クリエイティブ産業」である<sup>40</sup>。具体的には、以下のような分野が該当する（図表5-3）。情報通信業の65%、対事業所サービス業の27%がクリエイティブ産業に関連すると位置付けられる。

【図表5-3】クリエイティブ産業の例



出所：筆者作成

### 地域経済がクリエイティブ産業を取り戻せる理由

なぜ、クリエイティブ産業は取り戻せると考えるのか。以下2つの理由を挙げる。

#### ① アンバンドリング：アマチュアのプロ化・ローカル化・無料化が実現する舞台がある

<sup>40</sup> 本論は高山市のデータを用いた分析に主眼を置いているため、先行研究については触れていないが、地域発展とクリエイティブの重要性に関する理論背景は、リチャード・フロリダ(2014)『新クリエイティブ資本論』（ダイヤモンド社）、また、その実証分析論文である、Florida et al.(2008) Inside the black box of regional development—human capital, the creative class and tolerance に基づいている。アメリカの300余りの都市のクロスセクションデータから、地域を活性化させる原因は何か、因果関係を含めて実証分析したもので、コンピュータサイエンス、エンジニアリング、企業経営、金融関係、アーティスト、エンターテイメント職に就いているものを「クリエイティブ・クラス」と名付け、地域発展のカギを握ることを実証的に明らかにした。

---

クリエイティブ産業に共通して急速に進行している現象は、「アンバンドリング」(直訳すれば、束を分解する(ばらばらにする))と呼ばれる。アンバンドリングとは、多くのサービスがアプリとクラウドに移行した結果、従来ならば大都市の一握りの専門家でなければ果たせなかった統合力が、アマチュアでも実現できるようになったという現象である。

例えば、web サイト制作。かつては、HTML 言語や CSS を習得した一部の事業者しか制作できなかったが、今や、wix, JIMDO, ペライチといったクラウド型サービスが用意する豊富なテンプレートによって、プロ並みの UI (ユーザー・インタフェース) を実装した web サイトを、HTML を知らなくとも無料で作れるようになっている。

また、写真に関しては、従来、高度な一眼レフでしか実現できなかったクオリティの画像がスマホで撮れるようになり、Instagram のようなサイトの効果もあって、アマチュアとプロの境界はぼやけてきている。

飛騨地方に関連したものでいえば、宿泊業の売上の根幹を担う「予約係」もその1つだ。宿泊の予約管理は、旅館・ホテルが旅行代理店に部屋をいったん預けるという仕組みを取っていた従来、ベテランが過去の豊富な経験をもとに匠の技で管理していた(とよくお聞きする)。しかし、顧客の入り口が OTA (Online Travel Agency、旅行予約サイト)<sup>41</sup>主体となったいま、複数の予約サイトを一元管理できる「サイトコントローラー」とよばれるサービスが一般化してきている。このサービスは、複数の予約サイトの宿泊料金の設定を一括で変更したり、ダブルブッキングを防ぐ機能を提供したりしている。これも、従来は予約係というプロしか果たせなかった機能が、アマチュアでも実装可能になった、アンバンドリングの進行例の一つであると整理できる。

つまり、インターネット技術の進化は、クリエイティブ産業のクラウド化・アプリ化によって、東京一極集中の必然性を解体し、地方でもプロ並みの品質が実現できる環境が整いつつある。平たくいえば、今ならやる気さえあれば、ある程度のクオリティまでは東京の業者に高額発注する必要はないのであって、地方にいながら、自社で、しかもほぼ無料で実現できるのである。

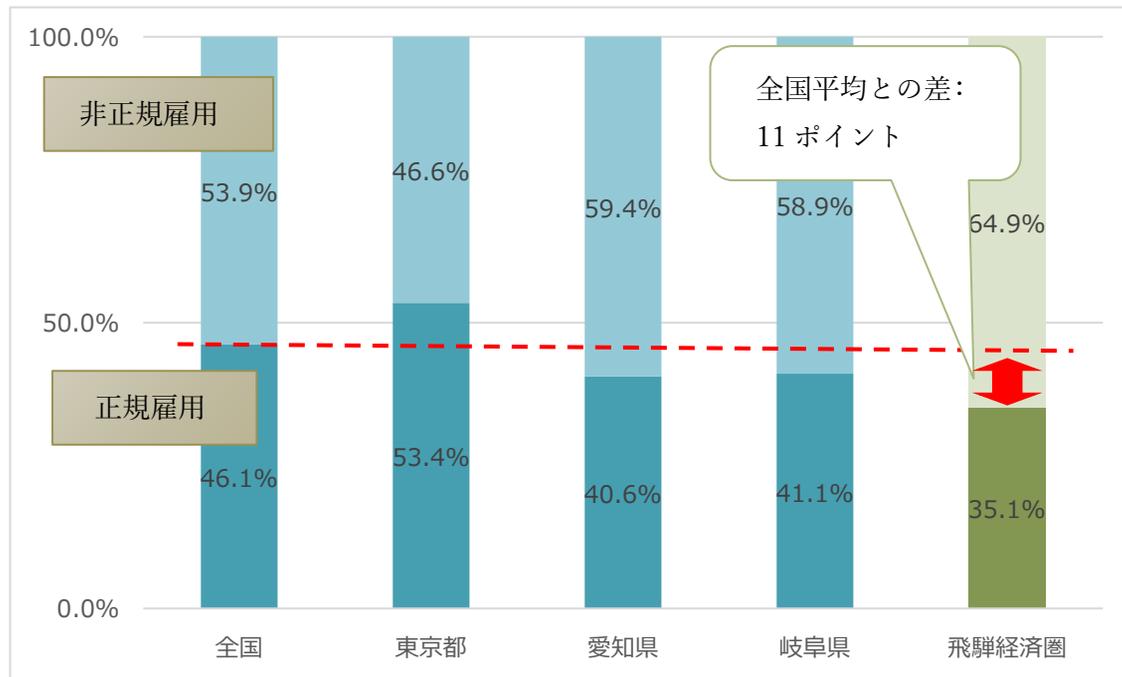
高山市の産業連関表が示す2分野の赤字を縮小させるためには、各企業が、現在、東京等の大都市の事業者が発注している、あるいはしようとしているクリエイティブ分野の外注を見直してみて、上記のクラウドサービスを使って、自社で内製化できないか、あるいは、飛騨地域在住のデザイナー等クリエイティブ・クラスに転注できないか、を探ることが求められる。

---

<sup>41</sup> 楽天トラベルやじゃらん等の国内旅行サイト、Airbnb(エアビー)等の民泊・別荘貸しのサイト、Booking.com (ブッキングドットコム) や Expedia (エクスペディア) 等の海外旅行サイト等がある。

② クリエイティブな仕事は時間や場所を選ばず、女性が活躍できる

【図表 5-4】 35歳～44歳女性の正規雇用・非正規雇用の割合



出典：総務省（2017）「就業構造基本調査」—都道府県結果

昨今の人手不足は全国的な現象であり、もちろん飛騨地域も例外ではない。しかし、どの世代・どの属性にスラック（余裕）があるかを統計データから探してみると、飛騨地域は、子育て中のママ世代が多く含まれる35～44歳女性の正規雇用の割合が、全国平均と比べて著しく（11ポイント）低いという事実を見つけることができる。飛騨地方は、子育て中ママ世代を十分に活用できていない可能性がある。

理由を考えると、例えば飛騨に多い宿泊業の現場は、典型的な「生産と消費の同時性」<sup>42</sup>をもったサービスであるため、子どもが熱を出したので休みます、といった、子育て世代によく起こる突発的な欠勤・退勤になじまない、ということがあげられる。こうした理由から、子育て中の女性は、どうしても非正規しか働ける場所がない、というのが現実かもしれない。

ところが、クリエイティブな仕事は、子育てと両立できる可能性が高い。先ほど説明した「アンバンドリング」化により、PCとネット環境があれば、時間と場所を選ばずに遂行できる仕事である。決められた時間、決められた場所に出勤する必要もない。子どもが急に発熱しても、家で仕事を続けることができる。

<sup>42</sup> 生産と消費の同時性とは、サービスを提供する側と提供される側が同時にその場にいなければならない、前もって作りだめすることができないというサービス業の特性である。

加えてクリエイティブは、女性のセンスを生かせる分野だ。男性では持ちえない、柔らかなで情緒の細やかな特性を生かし、より共感性の高いデザインや広報を行うことが期待できる。

高山市はクリエイティブを移入に頼っているという産業連関表のデータと、クリエイティブを担う飛騨地方の35～44歳女性の正規雇用率が低いという就業構造基本調査のデータは、並べて比較すると、別々に発掘された2つのピースがびたりと接合するように、最適な補完関係を作れる可能性がある。

#### 地域経済循環改善のカギ②：クリエイティブを起点に「土産菓子」の内製化を図る！

観光は、宿泊・飲食・土産物・交通が4大消費項目である、ということはすでに述べたが、高山市の観光統計によれば、観光消費額は全部で年間約940億円。一番大きな消費項目は宿泊（397億円）であるが、これにつづく第2位は土産品（190億円）となっている（図表5-5）。

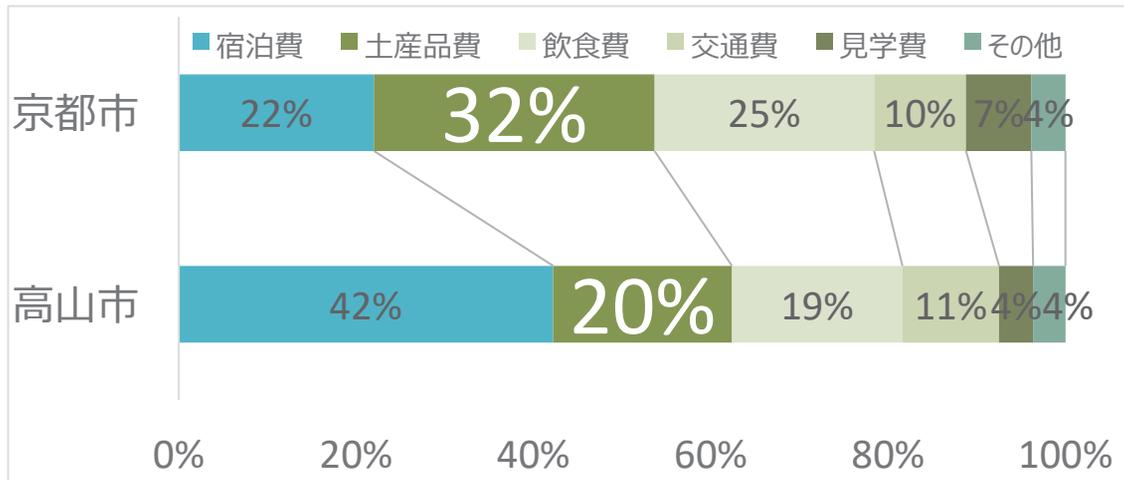
【図表5-5】 高山市の観光消費の内訳

宿泊・日帰り合計	2015年		2016年		2017年	
客数(千人)	4,341	(千人)	4,511	(千人)	4,623	(千人)
支出額		総額(百万円)		総額(百万円)		総額(百万円)
宿泊費		31,678		41,041		39,708
土産品費		19,176		21,386		18,957
飲食費		16,071		18,243		18,076
交通費		8,104		10,024		10,249
見学費		3,585		4,401		3,607
その他		3,431		4,916		3,424
計		82,046		100,011		94,020

出典：高山市「高山市観光統計」

そこで、4大消費項目のどこに伸びしろがあるのかを考えるべく、他の代表的な観光地と比べてみたい。とはいえ、消費項目別の消費額を市町村レベルで調査している自治体はほとんどないので、ここでは京都市との比較を試みる（図表5-6）。

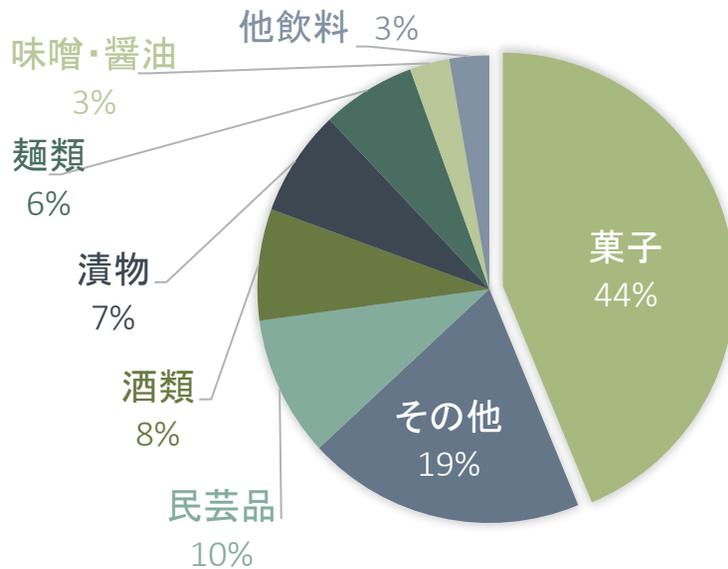
【図表 5-6】 観光消費額の内訳：高山市と京都市との比較



出典：高山市（2017）「観光統計」、京都市（2017）「京都市統計書」

これを見ると、高山市は宿泊費の割合が高い一方、土産品の割合は著しく低い。土産品があまり売れていないということは、買いたいと思えるものが少ない可能性がある。そこで、高山市の有力土産店の協力を得て、お土産の中で何が売れているか、その内訳を示したものが図表 5-7 だ。飛騨高山の土産といえば、「地酒」「漬物」「高山ラーメン」を最初に思い浮かべる方が多いと思うが、実際に売れているのは圧倒的に菓子である。

【図表 5-7】 土産品のカテゴリー別売上



注 1) 高山市内の有力土産店よりヒアリング

注 2) 調査時期は 2017 年 12 月

出所：ヒアリングをもとに筆者作成

では、高山市の土産品の店先に並ぶ土産菓子は、どのメーカーが手掛けているのか。実は市内生産の品よりも、圧倒的に市外生産品で占められていることがわかる。調査当時、この土産品店における菓子の売れ筋ランキングでは、トップ10のなかに地元高山市で製造されたお菓子が1つも入っていなかった。

以上を踏まえて算出する、高山市の土産菓子の年間販売額は

$$190 \text{ 億円} \times 44\% = \text{約 } 83.6 \text{ 億円}$$

となる。その掛け率<sup>43</sup>を仮に50%<sup>44</sup>とすると、土産菓子の年間仕入額は

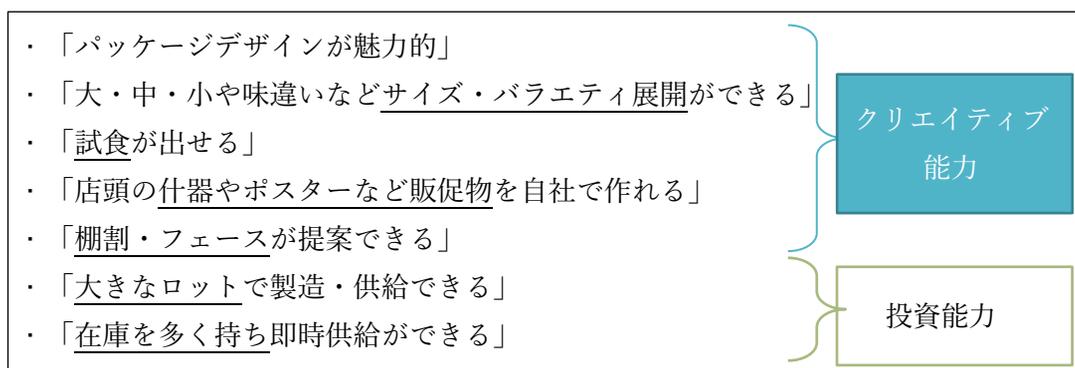
$$\text{約 } 83.6 \text{ 億円} \times 50\% = 41.8 \text{ 億円。}$$

と推計でき、最大41.8億円が、域内生産が実現していれば、外に流れていかないお金であると特定できる。市の産業連関表における「商業（卸・小売）」は29億円の赤字であるが、これは土産菓子の大半が域外生産品であるために起きている現象だといえる。

### 土産菓子の「内製化」が進まない理由もクリエイティブ能力にある

では、なぜ、土産菓子の「内製化」が進まないのか。土産品店のバイヤーにインタビューした結果、バイヤーの求める菓子には、以下の特徴があることがわかった。

【図表 5-8】土産売場バイヤーに聞く、求める菓子の特徴



出所：筆者作成

観光客として土産菓子を買う際、その意思決定に取り入れている情報は何だろうか。試食がある場合を別とすれば、パッケージのデザインの良さ、陳列棚での存在感、持ち運びの手ごろ感、職場で配りやすいか等、菓子の風味自体ではなく、その周辺情報がほとんどではないだろうか。菓子はその風味も大事だが、周辺情報を豊かにすることも同じくらい大事なのだ。そして、その周辺情報を充実させるために必要なのは、美味しい

<sup>43</sup> 掛け率とは、仕入れ価格（下代）÷小売価格（上代）のこと。

<sup>44</sup> 一般的に土産菓子の掛け率は60～70%とされる。（岐阜県内の土産用菓子メーカーにヒアリング）

菓子を作るというメーカーの中核工程よりも川下に位置する、デザイン、広報、編集等のクリエイティブ機能なのである。

#### 2020年「食品表示法」完全適用に向けて

2015年に施行された食品表示法は、消費者にとってわかりやすい食品表示を義務づけるものである。具体的には、従来、「製造者」と「販売者」のどちらかを表記すればよかったものが、適用後は、製造者、販売者の両方を表示することが義務付けられる。現在はその移行期間中で、2020年3月にこの移行期間が終了する。

現在、飛騨地方の土産店の店頭に並んでいる菓子の多くは市外で生産されたものであるため、移行期間が終了すると、高山のお土産品の消費額自体が落ち込んでしまう未来が予想できる。そのような未来に備え、まずは、市内メーカーのクリエイティブ能力を高めるため、デザイン力、情報発信力の強化を図っていく必要があるだろう。また、市内メーカーとのすみ分けには十分配慮する必要があるが、域外の有力菓子メーカーの分工場を高山市内に誘致することも検討できるかもしれない。

なお、本章は専ら高山市のデータを用いて報告したものであり、他都市での再現性にまでは踏み込んでいない。しかし、強い基盤産業を持たない他の地方の収支構造は、もっと悪い状況にあることは間違いない。本章はクリエイティブを切り口とし移輸出入収支の赤字を縮める視点に特化した。この点については、他地域においても一定の再現性が見込まれる。

## 第6章

---

### 地方の人口減少は どのように加速するのか？

— 「4大生活サービス」が速度を決める —

## 第6章

# 地方の人口減少はどのように加速するのか？

—「4大生活サービス」が速度を決める—

### 本章の要旨

地方の人口減少問題の一因は、人口の少ない地方ほど生活に不可欠な民間のサービス産業が欠けていくからである。本章では、数千人レベルの人口を観察対象として、それを支える4つの民間サービス、具体的には、金融機関、一般病院、店舗型食料品小売（スーパー）、ガソリンスタンドを「4大生活サービス」と位置づけ、人口減少が4大生活サービスの撤退を招き、それ自体が人口減少の速度をさらにペースアップさせてしまう、いわば「人口減少が人口減少を招く」ドミノ式のメカニズムを指摘する。あわせて、「4大生活サービス」に関する公的調査に企業へのヒアリングを組み合わせ、地域経営において行政が介入を検討すべきメルクマール（目印）となる、各サービスの撤退が懸念される人口の「閾値」を横断的に提示する。この閾値を前提として、民間サービス企業がより小さな商圈人口でもビジネスを成り立たせられるような「ビジネスモデルの小型化」が進展することを期待する。

また本章の後段では、その反対、人口減少を抑制するメカニズムについても考える。特に、買い物に出かけることが難しい高齢者等の買い物を支援する「買い物弱者対策」に関する飛騨地方でのケースから考える。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。

### 人口減少と4大生活サービスの関係

地方の人口減少問題について、その政策根拠となる国立社会保障・人口問題研究所（社人研）等の将来人口推計は、「過去の延長線上にある未来」、すなわち、人口減少が一定速度で進むという、割り切った仮定を置いているといえる<sup>45</sup>。しかしながら統計的な事実といえば、第1章で述べたように、より小さな農山村ほど人口の減りが速い。

<sup>45</sup> 正確に記せば、社人研推計では、近年の人口移動率が低下傾向にあることを踏まえ、人口移動率が将来的に一定程度に収束することを前提としている。一方、「増田レポート」における消滅可能性都市の推計では、地域間の人口移動が将来も収束しないと仮定している点に違いがある。とはいえ、どちらの推計も人口減少が「一定速度で」進むことを前提としていることに違いはない。

では、ある小集落が移住定住政策に全力を注いだとして、そこに勝算はあるのだろうか。ともすれば、「汲んでも汲んでも水が漏れてしまう、穴の開いたバケツ」のように、移住者が増えてもそれ以上に転出する者が出てきて、流出を食い止められない状況が想起されるのではないだろうか。すなわち、地方にとってのより本質的な問題は、どうしたらバケツの穴から漏れる水（＝人口）を減らすことができるか、である。

本章は、人口数千人規模の地域の人口減少がどのようなメカニズムで進むか、に関心を置いて、その地域を支える4つの民間サービス、具体的には、人々が日々生活していく上で必要不可欠な、金融機関、一般病院<sup>46</sup>、店舗型食料品小売（スーパー）、ガソリンスタンドを「4大生活サービス」と位置づけ、その働きを探る。

これらはローカルビジネスであり、基本的に担い手となる事業者の売上は地域人口に連動する。人口が減少していくと事業者は赤字になり、やがて撤退を迫られる。業種ごとの損益構造は概ね決まっていると仮定すると、その撤退のメルクマールとなる人口は、生活サービスそれぞれに固有の閾値がありそうだ。そして、事業者が撤退すると、人々は日々の生活に不便さを感じるようになる。不便さが蓄積し限界に達すると、市民は「足による投票」（vote with their feet）を行使する。すなわち、利便性の高い地域に移住してしまう。これが過疎地域の人口移動のメカニズムであると想定する。こうしたことについて、4つの業種を横断して明らかにした先行研究は、筆者の知る限り存在しない。

#### 岐阜県飛騨地方の「旧市町村ベース」人口推移

分析対象である飛騨地方3市1村（高山市、下呂市、飛騨市、白川村）は、それぞれ広大な面積を持つ。とりわけ高山市は、2005年の市町村合併で近隣9町村と合併し、東京都に匹敵する面積を有する、日本最大の市町村である。このため、本章はここから、市町村合併前の旧市町村を単位として分析していく。

まず飛騨地方の「旧市町村ベース」の人口推移を確認する。もともと、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ものである。ここでは、同一指標での比較の観点から、2005年を起点とし、2017年までの12年間、旧市町村がどのような人口推移をたどっているか見る（図表6-1）。

<sup>46</sup> 一般病院とは、病床を20床以上有する「病院」のうち、特定機能病院、地域医療支援病院等を除いたものである。病床を有さない、又は病床19床以下の「診療所」のことではないことに留意。

【図表 6-1】飛騨地域の旧市町村ベース人口推移（2005 年→2017 年）

新市町村	旧市町村	2005	2010	2015	2016	2017	年平均減少率
高山市	旧高山市	66,452	64,779	63,530	62,992	62,541	-0.5%
	国府地域	7,946	7,975	7,686	7,614	7,588	-0.4%
	丹生川地域	4,806	4,670	4,441	4,408	4,362	-0.8%
	久々野地域	4,066	3,923	3,666	3,643	3,579	-1.0%
	上宝地域	3,861	3,529	3,189	3,102	3,040	-1.8%
	一之宮地域	2,673	2,641	2,600	2,537	2,544	-0.4%
	清見地域	2,671	2,631	2,531	2,483	2,454	-0.7%
	朝日地域	2,071	1,904	1,754	1,730	1,681	-1.6%
	荘川地域	1,369	1,294	1,175	1,157	1,131	-1.4%
	高根地域	664	476	366	358	345	-4.0%
	全体	96,579	93,822	90,938	90,024	89,265	-0.6%
飛騨市	古川町	16,296	15,771	15,117	14,997	14,887	-0.7%
	神岡町	10,888	9,817	8,775	8,633	8,413	-1.9%
	河合村	1,310	1,206	1,071	1,041	1,018	-1.9%
	宮川村	1,023	865	746	703	657	-3.0%
	全体	29,517	27,659	25,709	25,374	24,975	-1.3%
下呂市	下呂地域	14,529	13,639	12,665	12,503	12,272	-1.3%
	萩原地域	11,808	11,451	10,913	10,779	10,614	-0.8%
	金山地域	7,694	7,230	6,567	6,398	6,252	-1.6%
	小坂地域	3,948	3,645	3,251	3,193	3,119	-1.7%
	馬瀬地域	1,536	1,390	1,231	1,219	1,180	-1.9%
	全体	39,515	37,355	34,627	34,092	33,437	-1.3%
白川村	1,897	1,785	1,657	1,660	1,648	-1.1%	

注 1) データは住民基本台帳ベース、毎年 4 月 1 日現在の人口

注 2) 人口減少率は 2005 年→2017 年の人口減少率を年率換算したもの

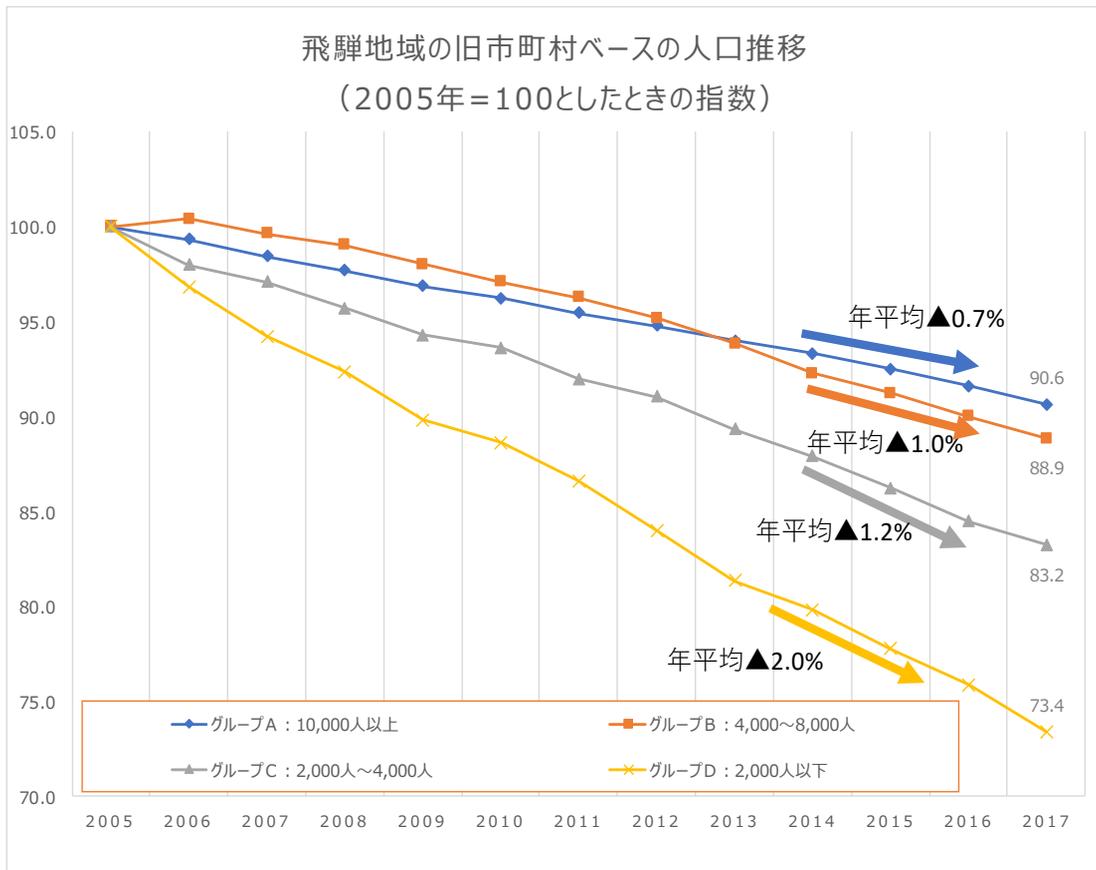
出所：各市村統計資料により筆者作成

旧市町村に分解してみると、人口減少の速度は地域ごとに、年率 0.4%～4.0%まで、かなり大きなばらつきがあることが確認できる。人口減少率は、単に地域人口の大きさだけで決まるものではなく、立地環境や、公共交通機関の利便性も影響を与える。例えば、隣接地域に便利な生活サービスが揃っていれば、人口減少は緩やかとなるだろう<sup>47</sup>。しかしこうした地理的要因の影響は個別性が強いため、その要因をできるだけ取り除いて考えたい。飛騨地方の旧市町村数が全部で 20 しかないというサンプル数の少なさ

<sup>47</sup> 例えば、高山市一之宮地域、清見地域は人口 2 千人台であるが、人口減少のペースは比較的緩やかである。これは、高山市中心部に地理的に近いことや、高速道路や JR 高山線といった交通インフラに接続しているという立地が影響していると考えられる。

は承知の上で、この旧市町村群を、2005年当時の人口規模によって4つのグループに分け、2005年の人口を100とした指数化する操作を行って時系列で比較する(図表6-2)。

【図表6-2】 飛騨地域の旧市町村ベース人口推移



出所：各市村統計資料により筆者作成

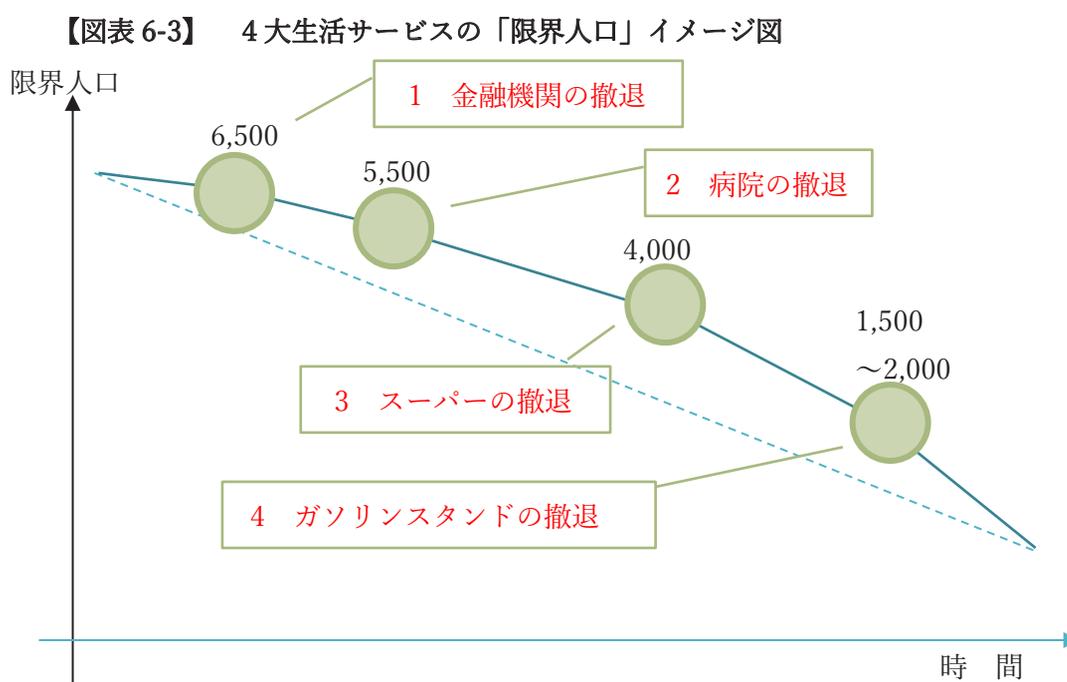
第1章で見た、人口規模がもともと大きな地域は人口減少の速度が緩く、人口規模が小さい地域はより早く減少している事実は、飛騨地方においても同様に当てはまる。人口1万人以上の地域(グループA)と、人口が4000人以下の地域(グループC)の差は年率で0.5%、さらに、グループAと人口2,000人以下の地域(グループD)の差は年率1.3%にもなる。すなわち、人口減少のペースは一定ではない。人口が少なくなると人口減少の勾配は急になる。いわば、人口減少が人口減少を招く、というドミノ式の推移を示すことが裏付けられる。

#### 人口は地域経営のメルクマールである

自治体にとって、人口が少ないことそのものは問題ではない。しかし、地域の不便さ

が加速していくことが問題である。「足による投票」のメカニズムは、市民は不便さを自治体に対して声に出して表明することなく、しずかにその場所を去る。そこにはシグナルがない。住民はどのあたりで不便さに耐えられなくなるのか。自治体が、住民のシグナルなき不便さを知るためには、なんらかのメルクマール（目印）があったほうがよい。地域が買い物弱者対策等、政策介入を必要とするタイミングを知らせるシグナルともなるからである。そのシグナルは、人口の数そのものである。そこで、4大生活サービスがどのような順番で、人口がどれくらいになると欠けていく可能性があるのかについて、目線を提示したい。

本論の仮説は、以下のイメージ図の通りである。本論は実証分析を目的としていないため、飛驒地域の目線から見た、ひとつの仮説の提示であることに留意願いたい。



出所：筆者作成

ここで示した限界人口の根拠や出典について整理しておく。

- ・金融機関
  - ・病院
- 国土交通省(2014)『国土のグランドデザイン 2050』<sup>48</sup>においてまとめられた「サービス施設の立地する確率が 50%及び 80%となる自治体の人口規模（三大都市圏を除く）」の「50%」の人口データを用いた。これは自治体の人口規模によって、民間を含めてどのようなサービスが地域内に存在しうるのかを示すもので、例えば喫茶店は、人口 2,500 人の地域では、50%の確率で存在することを示す。銀行は 6,500 人、一般病院は 5,500 人が、存在確率 50%となる人口規模である。

- ・スーパー
- 公的な調査や論文等においてスーパーの限界人口を示しているものは筆者の調べでは見つけることができなかった。このため、飛騨地域における代表的なスーパーにヒアリングを行い、「地域でほぼ寡占状態の状況でも、およそ 4,000 人の商圏人口を必要とする」との見解を得た。もちろん、より品数を絞った小型店舗であれば、4,000 人を下回る人口でも維持できる可能性はある。また、八百屋や肉屋といった専門店や、ドラッグストア等の隣接業態が、地域のニーズに応じて他の食料品をカバーしていることもある。本論はあくまでスーパーという業態に絞ったもの。

- ・ガソリンスタンド
- 経済産業省・資源エネルギー庁は、過疎地におけるガソリンスタンドの減少を「SS 過疎地問題」と定義づけ、市町村内の SS（サービスステーション）数が 3 所以下の自治体を「SS 過疎地」と定義している。ガソリンスタンド（SS）は市町村に 1 か所あれば済むというものではないため、本格的な調査となれば、市町村単位よりもきめ細やかな地理的把握が必要である。2016 年度末の SS 過疎地は全国 1,718 自治体中、302 あるとしている（SS 過疎地対策協議会(2017)「SS 過疎地対策ハンドブック」）。このハンドブックに記された SS 過疎自治体一覧を見ると、岐阜県においては以下の通りであった。

SS 数が 1 か所：加茂郡東白川村

<sup>48</sup> 急速に進む人口減少や巨大災害の切迫等、国土形成計画（2008 年閣議決定）策定後の国土を巡る大きな状況の変化や危機感を共有しつつ、2050 年を見据えた、国土づくりの理念や考え方を示すもの。市町村合併後の市町村人口を元に算出されている。この点で本論とは集計単位に違いがあることに留意。[http://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/kokudoseisaku\\_tk3\\_000043.html](http://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/kokudoseisaku_tk3_000043.html)

---

SS数が2か所：本巢郡北方町、加茂郡富加町

SS数が3か所：安八郡安八町、加茂郡坂祝町、  
大野郡白川村

ここに挙げられた6町村の人口規模を考えると、東白川村の人口が約2千人、白川村の人口が約1千5百人であることから、約1,500~2,000人以下を「限界人口」とした。

---

### 人口が減ることを前提とした社会やビジネス＝ビジネスモデルの「小型化」

飛騨地方の過疎地域ではいま、小型スーパーの撤退がつぎつぎと起きている。しかし、これは人口減少先進地である飛騨が、他地域より少し早めに直面した問題であるにすぎない。2040年頃には、岐阜県全体も、今の飛騨地域と同じような人口構造になることは確実である。今、人口が増加している地域も、いずれ必ず減少に転じる。必要なことは、人口減少を正面から受け止め、人口が減ることを前提としたビジネスに変えることである。(岐阜新聞 2018年2月25日朝刊「素描」人口減少時代を切り拓く―飛騨市長 都竹淳也氏―より部分引用)

では、「人口減少を前提としたビジネス」とは、いったいどのようなありようを意味するのだろうか。

人口減少地にある企業はもはや規模の経済を追えないため、人口が減っても大丈夫なビジネスに変えていく、という方向へと向かう必要がある。(当然ながら、本章で示した4大サービスの限界人口は、企業が地域から撤退するときの免罪符のように使用されてはならない。)

そのために民間各社が検討すべき方向は、「より小さな商圏人口で成り立つ、事業モデルの小型化」である。こうした方向性の例として、ドラッグストアの小型化や共同配送について次節で見よう。

#### ドラッグストアの小型化―範囲の経済

NHK『ナビゲーション―生鮮ドラッグストアの衝撃』(2018年9月7日放映)は、中部地方のドラッグストアの競争激化を報じるとともに、生鮮食料品の扱いを増やすことで、ドラッグストア業界の大手が、商圏人口4,000人で成り立つモデルを目指していることが紹介された。4,000人というと、前節で紹介した食品スーパーの限界人口と同じ水準にまで、店舗規模が小型化されつつあることを意味している。ドラッグストアが生鮮食料品を扱うことにより、スーパーの「空白地帯」を埋める可能性があることから、ドラッグストアが、人口減少を救う、と言われることもある。

こうした方向は、経営学でいえば「範囲の経済」の効果を狙うものだ。すなわち相乗効果のある事業を並行させ、領域を拡大することである。

#### 共同配送―企業連携

もう一つは、企業の枠を超えて2社以上が提携することである。例えば飛騨地方のある取り組みでは、同じ卸売業であるが取り扱い品目の異なる複数の企業が、配送機能を部分的に共通化する検討を進めている。つまり、同業者の品物も一緒に客先に運ぼうとする仕組みだ。このような仕組みへと移行できれば、両社において大幅なコストダウンと効率的な配送のメリットを享受することが可能となるかもしれない。

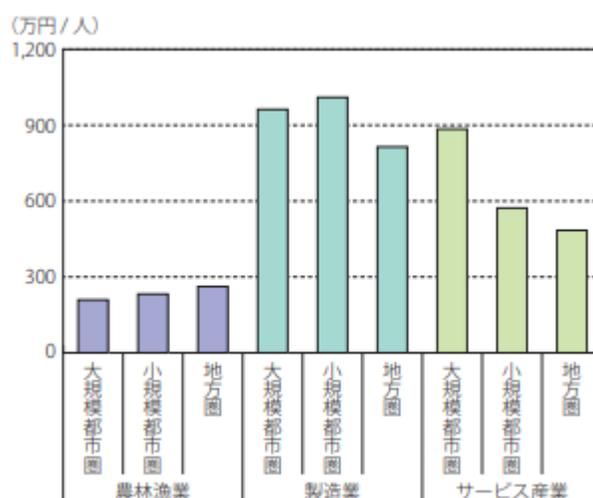
上記で紹介した二つの方向の取り組みはいずれも、より小さな商圏人口でも成り立つようにビジネスモデルを小型化していくという点で共通している。ただ事業を小さくするだけでは、固定費を賄えず損益分岐点を下回ってしまうため、事業領域を広げたり、コストを他社と分担することで、売上や客数を増やし、あるいは固定費を下げる、という方向である。

このような方向の延長線をそのまま伸ばしていくと、地方においては将来、スーパー、金融機関、ガソリンスタンドのような生活関連サービスが1つの店舗で完結するサービスユニットができるかもしれない。そうしたユニットが、人口1,000人を下回るような集落にも配置されることで生活サービスが維持されるといった未来がやって来るかもしれない。

### 地方と都市の差は「生産性」に現れる

さて、ここまでは、人口減少を「早める」メカニズムを見てきた。今度はその反対の「遅める」メカニズムについても考えてみたい。そのメカニズムを紐解くカギは、都市と地方の「生産性」の差である<sup>49</sup>。

【図表 6-4】 産業・地域圏別労働生産性



出所：首相官邸 web サイト（2015）「「地域しごと創生」を巡る現状と課題について」

一般的に都市と地方では、生産性に大きな格差があることが知られている。特にその差が顕著になるのは、製造業よりもサービス業だ。図6-4のように、大都市と地方では生産性の差は300万円以上開く。本論第4章で述べたように、地方の人口減少のおよ

<sup>49</sup> 生産性にはいくつかの定義があるが、この文脈での生産性とは労働生産性のことであり、GDP（付加価値）÷従業者数、で測られる指標のこと。

そ半分は所得で説明されるが、生産性こそ所得の源泉である。地方が生産性を引き上げることができれば所得が上がり、人口減少をスローダウンさせるメカニズムが見つかるかもしれない。そこで、都市と地方の生産性の格差が生まれる要因について考えたい。

格差ができる要因は人口密度である。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、移動販売等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<sup>50</sup>。

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にかかわらず、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<sup>51</sup>。

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<sup>52</sup>。では、ループを構成するパーツ一つ一つを見ていくなかで、われわ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。以下ではまず、飛騨地方における「需要密度」の引き上げに取り組んでいる事例を紹介する。

<sup>50</sup> 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。例えば美容師について考えると、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。その結果、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、人口が密集する都市のほうが圧倒的に有利になる。サービス業の生産性は立地あるいは地理によって一定程度左右されることに関する代表的な研究として、森川正之(2016)、加藤治郎(2017)がある。また、みずほ銀行産業調査部(2016)は、地方は人口密度が低く、まばらに点在する顧客を一人の就業者で賄わざるをえず、サービスの質が低下して創出される付加価値は相対的に小さくなる。その結果として賃金カットや就業人員のカットが行われる結果、さらに広範囲の顧客を一人の就業者で賄わざるをえないという負のスパイラルについて論じている。

<sup>51</sup> 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。

<sup>52</sup> 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。

### 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 1,648 人である。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、飛騨地方に 5 店舗の店舗を展開する総合食品スーパー「<sup>するがや うおいち</sup>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。

【図表 6-5】 「駿河屋スーパーカー」



出所：筆者撮影（2019 年 5 月 岐阜県白川村）

専用の 3 トントラックに冷蔵庫・冷凍庫を備え、刺身、精肉や惣菜等の食品や日用品 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、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時は、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、生鮮食品等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<sup>53</sup>）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、配食サービス等、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。

<sup>53</sup> 2018年4月1日現在、住民基本台帳ベース。出典：高山市

【図表 6-6】「朝日地域買い物ガイド」表紙



出所：朝日まちづくり協議会・朝日支所地域振興課（2018年3月配布）

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。

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2016年4月の時点で43.1%（直近の2019年4月では45.8%）。買い物に行くことができない住民のために、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、パン屋等、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した。

【図表6-7】「まごころけいちゃん号」



出所：筆者撮影（2018年3月 岐阜県飛騨市神岡町、2018年3月撮影）

【図表6-8】まごころけいちゃん号が配食を開始した「まごころ弁当」



出所：筆者撮影（2018年3月 岐阜県飛騨市神岡町）

---

出発前に地域の豆腐屋等の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、図表6-7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。

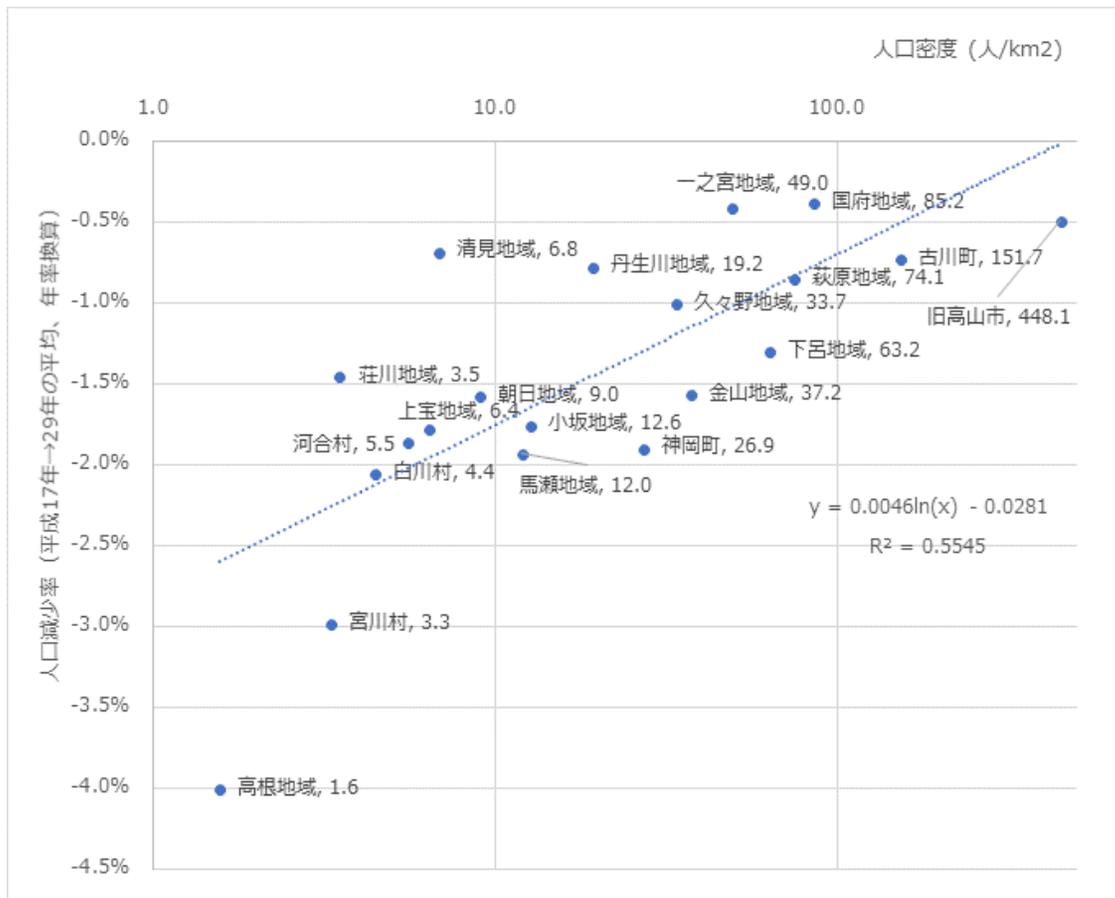
まごころけいちゃん号が弁当の配食を並行することは、経済学的に言えば「範囲の経済」を効かせることだ。相乗効果のある事業を並行させることで、両方の事業の需要を掘り起こす取り組みであると整理できる。

#### 飛騨地域の地域ごとの人口密度

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みよう。

ひとく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。

【図表 6-9】 飛騨 20 地域の人口密度と人口減少率の関係



- 注1) 人口データは住民基本台帳ベースで毎年4月1日現在のデータを使用。
- 注2) 横軸=人口密度(対数表示)。2017年4月1日現在の人口を面積で割った数値。ただし飛騨市の旧町村には境界未定部分があるため完全に正確な数値ではない。
- 注3) 縦軸=人口減少率：2005年→2017年の人口減少率を年率換算したもの。
- 注4) 地名の右側に人口密度の数値を記載。

出所：各市村。面積のデータにつき、一部 wikipedia

図表 6-9 の通り、飛騨地域の人口密度は、1 km<sup>2</sup>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。

例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。こうした空間は、「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、例えば移動販売や、散髪、配食、各種教室、居酒屋等の民間事業者が、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。

#### まとめ

飛驒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、本章では飛驒地域の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。

## 第7章

---

地方のビジネス、  
コミュニティの未来形はどうなるのか？  
— 同質性と多様性が共存する社会へ —

## 第7章

# 地方のビジネス、コミュニティの未来形はどうなるのか？

— 同質性と多様性が共存する社会へ —

### 地方の衰退には何か問題があるのか？

経済学者のクルーグマンは、その著書の中で、地方について「地方の衰退には何か問題があるのか？」という根本的な問いを立て、論点を整理している。

ここで「問題があるのか？」という問いの意味は、例えば、衰退した炭鉱地域の労働者が、別の都市に移住し、サービス部門の職を得て、所得を倍にすることができるなら、何の問題もないのではないか、という意味である（クルーグマン&オブズフェルド（1996））。

我が国における人口減少は、国家レベルのマクロな現象としては少なくとも向こう数十年はトレンドを変えることが不可能である。したがって、全ての地方が生き残ることはありえず、衰退、そして消滅する地方というものは必ず出てくる。では、消滅する地方と、消滅しない地方を分けるものは何だろうか。それは「絶対優位」をその地方が持つか持たないか、である<sup>54</sup>。当たり前の話だが、我が国において人は基本的に自由などの地域にも住むことができ、自由に移動することができる。また人だけでなく資本の移動も自由だ。このように生産要素の移動がある場合、各地方が衰退するか発展するかを決めるパターンは比較優位ではなく絶対優位によって決まる。絶対優位を持たない地方からは労働や資本が去っていき、その地方の経済は最終的に消滅する。これが、地方の衰退・消滅に関する経済学の教科書的理解である。

しかしこの論点の中で、クルーグマンは地方について3つのポイントを指摘している。

- ① 地方は経済というより文化に価値がある：地方の伝統を文化の一部として保存することが固有の価値を持つこと。

<sup>54</sup> 絶対優位とは、もし、ある国Aが他国Bに比べて効率的に（小さいコストで）財xを生産できるのであれば、ある国Aは財xの生産に関して絶対優位（ぜったいゆい、英: absolute advantage）を持っているという。これと混同されがちなのは、リカードが提唱した比較優位の考え方であるが、これは絶対優位とは異なる概念である。リカードは、国Bが国Aに対して絶対劣位であっても、国Aと国Bが貿易をすることにより国Bの経済も回すことができることを主張した。ただしこれは、国Aと国Bの間に生産要素（資本や労働力）の移動がないことを仮定に組み込んだ（国家間の貿易取引を想定した）考え方であり、1つの国の中の論理にそのまま当てはめることはできない。

- ② 地方では人の移動力に差がある：衰退する地方において、全ての人々が移動可能ではないので、地域の人口の中でも一部の高学歴者や熟練労働者が流出することで、残された人はより貧しくなること。
- ③ 地方の衰退には自己増殖的なプロセスがある：例えばある地方がいくつかの産業を失うと他の産業も連鎖的に失われ、累積的な衰退プロセスにつながること。

本論冒頭でも述べたように、地方とは昔から、多くの人たちに先行きを心配されている存在であって、地方とは「守らなければならないもの」「消滅させてはならないもの」「活性化すべきもの」だと多くの人々が考え、あるいは政府が地方創生の旗を振り続けている根源的な理由は、まさしくクルーグマンが3つのポイントとして言語化したことに結晶化されていると筆者は考えている。

本章が終章で見つめたいことはこの点にある。地方から先に進行していく人口減少がわたしたちの未来のビジネスやコミュニティに与えるものは何か、という展望について記したい。

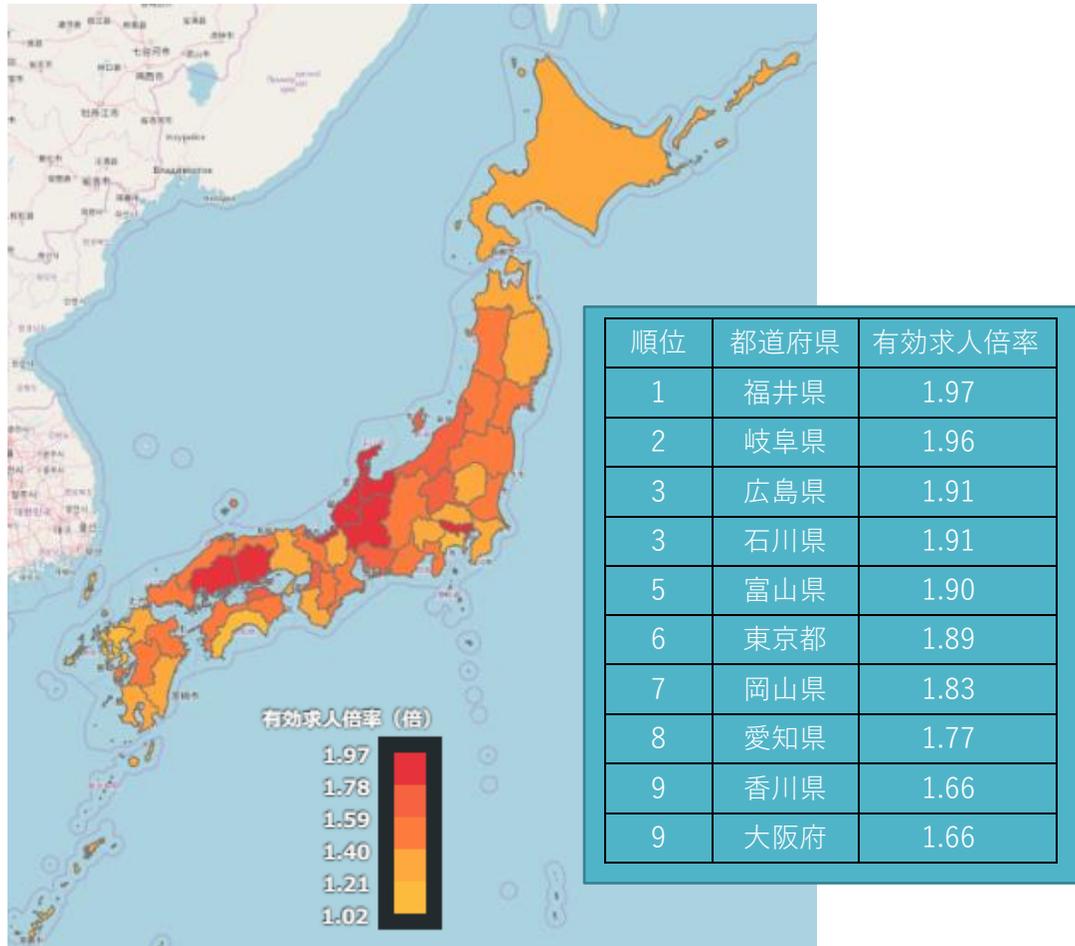
#### 「地方には仕事がない」は本当か

「飛騨には仕事がないんやさ・・・」と、多くの飛騨人（ひだびと）がいう。これは飛騨に限った話ではなく、地方在住者が自分の地方について同じように持っている共通認識であるようだ。しかしこれは本当なのだろうか。

例えば有効求人倍率について見てみよう。全国の2018年10月の有効求人倍率は図表7-1の通りである。

仕事の多い少ないを表す有効求人倍率は、 $\text{有効求人倍率} = \frac{\text{求人数}}{\text{求職者数}}$ で計算される。1を超えれば仕事が多く人手不足になっていることを意味する。

【図表 7-1】 各都道府県の有効求人倍率（2018年10月）、上位10位

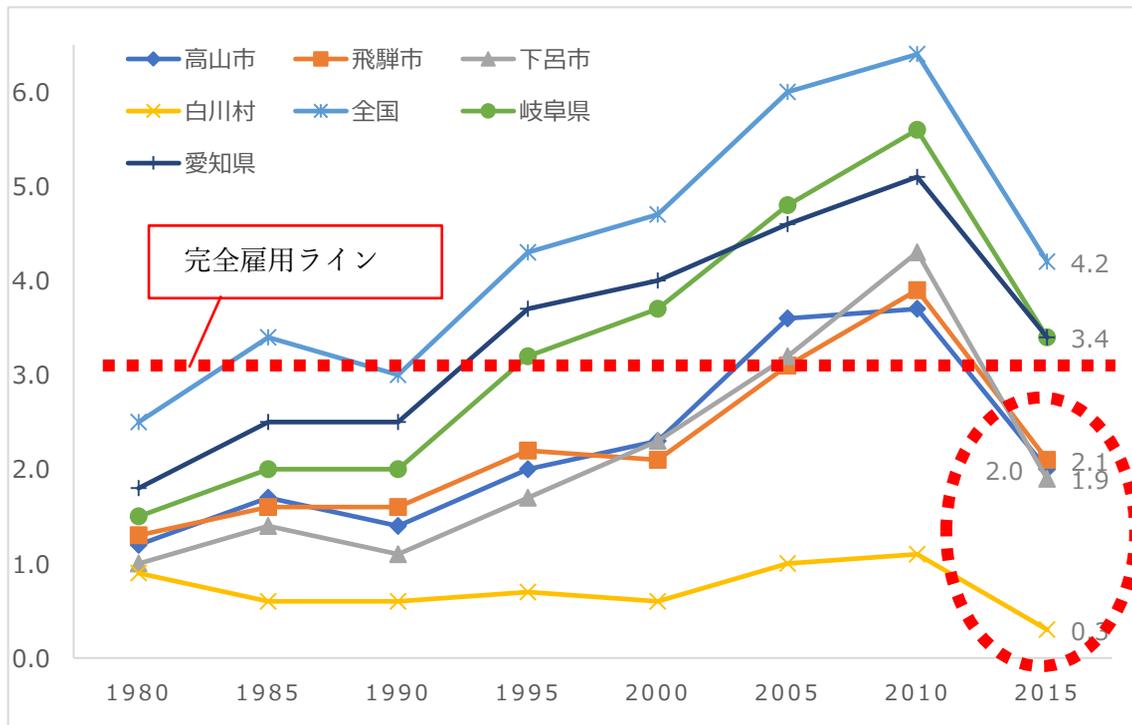


出所：地域経済分析システム「雇用／医療・福祉マップ」  
厚生労働省「職業安定業務統計」

1位から順に、福井県、岐阜県、広島県、石川県、富山県。このように、地方の代表選手的な県が上位に来ている。一見想定される、都心の倍率が高い、地方の倍率が低い、という結果にはなっていないのである。

さらにこうした状況を端的に示すデータとして、今度は「失業率」を見てみよう。

【図表 7-2】 飛騨地方・岐阜県・愛知県・全国の失業率の推移



出所：総務省「国勢調査」

これを見ると、「飛騨には仕事がないんやさ・・・」は見当違いだということがわかる。経済学では、本質的に失業がない状態を「完全雇用」の状態といい、これは「失業者が一人もいない」ということではなく、一定の摩擦的失業（より良い職を探すために一時的に失業すること）の存在を認めている。一般的には失業率3%の水準が完全雇用であるとされるが、図表 7-2 の通り、飛騨地方は 1980 年から現在に至るまで一貫して、岐阜県平均、あるいは全国の失業率を下回りつづけ、ほぼ一貫して完全雇用ラインよりも失業率が低い。2015 年の時点では 3 市が 2% 近傍、白川村に至っては失業率がなんと 0.3%（白川村の労働力人口は 1 千人強であり、すなわち失業者が 3 人しかいない状態）と、摩擦的失業すら発生しないほど、労働の需給はひっ迫していることがわかる。

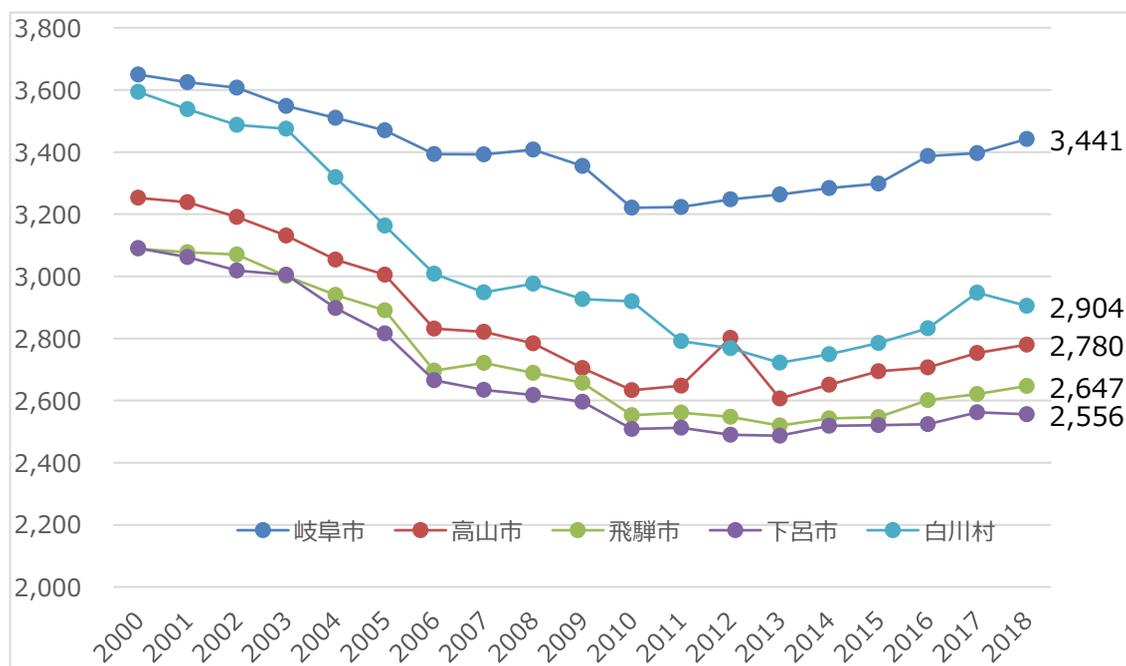
要するに地方には仕事は山のようにあるのだ。

それでもなぜ飛騨の人たちは、「仕事がない」というのだろうか。すなわちこれは、仕事がないわけではなく、「高所得を稼げる」仕事がない、あるいは、仕事の「選択肢が多く」ないという意味だと考えられる。人は、仕事に引き寄せられて住所地を移動するものだが、それは仕事そのものというより、仕事が生み出す所得、あるいは仕事の種類の豊富さに引き寄せられるからだ。有効求人倍率や失業率は、人の移動の結果、需給をいわば事後的に観察した結果を示しているといえよう。

## 飛騨地方の所得推移

実際に、所得の面から飛騨地方の状況を観察すると図表 7-3 のようになる。

【図表 7-3】 納税義務者一人当たり課税対象所得の推移



出所：総務省「市町村税課税状況等の調」

飛騨地方は、観光産業や家具装備品等、地域の外側から稼げる基盤産業を複数持っており、また観光産業は伸び盛りの成長産業であるにもかかわらず、それが所得の増加に結びついていない。そして、特に目立った基盤産業を持たないはずの岐阜市との格差はむしろ開いてしまっている。

なぜ地方は強い基盤産業を所得の増加に結びつけられないのか。この点に筆者は強く問題意識を感じ、そのメカニズムを解明することが地方経済を語る上でもっとも重要であると考えている。本論の第4、5章で述べた地域の経済循環の課題はそのひとつの断面であるが、本章では別の断面として、労働力の面から考えてみたい。

## 飛騨地方は一種の閉鎖空間である

飛騨地方が地方らしさを残している理由は、第1章の「都市機能」でも多少触れたが、他の都市圏と最低1時間以上の地理的な距離があり、いわば「閉鎖空間」を成していることにある。これを象徴的に示すのが通勤圏だ。

【図表 7-4】 越境通勤者の割合

2015年度	他市区町村への 通勤者比率【%】	他市区町村からの 通勤者比率【%】
全国	41.8	41.8
愛知県	47.6	49.9
岐阜県	39.4	32.9
岐阜県 岐阜市	30.9	34.2
岐阜県 高山市	5.9	8.0
岐阜県 飛騨市	23.3	17.0
岐阜県 下呂市	8.3	9.1
岐阜県 白川村	4.4	15.0

出所：総務省「国勢調査」

全国的には4割程度の就業者が市町村の境をまたぐ「越境通勤」を行っているのに対し、図表 7-4 を見ると、飛騨地方のその割合は1桁%である（飛騨市は、他市町村への通勤者が23%、他市町村からの通勤者が17%となっているが、これは高山市との往復であることが容易に想定され、実質的には飛騨地方の内部にとどまる行き来にすぎない）。このデータは、飛騨地方は通勤圏としては実質的にはほぼ「閉鎖空間」を成していることを示している。

ここまで、飛騨地方の「閉鎖空間性」を確認する作業をすすめてきたわけだが、筆者が述べたいことは、飛騨地方でみられるような「地方が都市よりも社会課題が先行する」という状況は、外生的な要因で治癒されることはない、ということである。地方はこうした諸問題に対して独りで真摯に向き合うより他はないのである。

例えば人手不足問題について。筆者は2018年に高山市のある外食チェーン店で、「時給1500円」での募集張り紙を発見した（図表 7-5）。これは、同系列のチェーン店の岐阜・名古屋市内店舗の時給よりはるかに高く、東京都心部での時給と同じ水準である。賃金（＝価格）は需要と供給の交点に決まるという原理を持ち出すまでもなく、こうした賃金がつくこと自体、すでに飛騨地方の人手不足の状況は、もはや臨界点に達した状況にあるといえる。

【図表 7-5】 外食チェーン店・高山市内店舗の求人広告

で、一緒に働きませんか?

# キャスト募集

期間限定時給  
**1,500円**  
(基本時給 1,100円)  
※22時以降は 1,875円

※高校生は  
時給1,400円

オープン時給は今だけ! 2018年9月10日迄

募集勤務時間 **10:00~23:30**  
週1日、1日数時間でも勤務OK! (勤務形態はご相談下さい。)

\*\*\*その他詳細\*\*\*

- ◆交通費規定内支給 ◆ユニフォーム支給 ◆食事補助制度 ◆時給UP制度あり
- ◆有給休暇あり ◆賞与支給制度あり

一年以上勤務経験のある方が正社員になった場合は、  
**30万円**の「正社員登用祝い金」が支給されます!  
**日本初の試みです!**

特別に! 就業祝い金 **2万円**  
(規定期間に規定時間勤務された方にお祝い金2万円を特別に支給)

出所：筆者撮影（2018年6月 岐阜県高山市）

では、人手不足という社会課題に対し、飛騨地方の高齢者（65歳以上）の就業率について見てみよう。人手不足の解決方法の一つとして、65歳を超えた高齢者層の労働参加を促すことが重要であることはいままでもない。近年は、定年の引き上げや高齢者の新規雇用に対して助成金が設けられ、企業の高齢者雇用を政府も後押ししているところである。

飛騨地方の高齢者就業率は図表 7-6 の通りである。

【図表 7-6】 高齢者就業者の割合（65歳以上人口の就業割合）

2015年度	高齢就業者割合 [65歳以上]
全国	22.5
愛知県	24.1
岐阜県	24.9
岐阜県 岐阜市	25.7
岐阜県 高山市	33.3
岐阜県 飛騨市	26.2
岐阜県 下呂市	25.7
岐阜県 白川村	46.4

出所：総務省「国勢調査」

全国の高齢者就業割合は23%程度であるのに対し、2015年の時点で、高山市はこれを10ポイント、白川村に至っては20ポイント以上も上回っている。つまり、政府の後押しがなくても、飛騨地方という閉鎖空間では、すでに高齢者就業という解決法が自動的に進行していることを意味している。

飛騨地方ではすでに高齢者就業は当たり前であって、「人生100年時代」のようなビジョンを掲げるまでもなく、働ける限り何歳までも働ける世界が自然に形成されているといえよう。

#### 地方をめぐる展望—同質性と多様性が共存する社会へ

以降はデータから離れてやや観念的になるが、2点について述べ、論を閉じたい。

1点目は地方の展望である。地方にこれからどのような展望が開けているのか。2点目は地方の課題である。地方の展望を踏まえて、地方がこれから向き合い解決していかなければならないことについてである。

1点目は地方の展望について。それは同質性と多様性に関するものだ。

作家のジェレミー・リフキン<sup>55</sup>は、著書『限界費用ゼロ社会 〈モノのインターネット〉と共有型経済の台頭』(2015)の中で、資本主義の後退と、人々が協働でモノやサービスを生産し、共有し、管理する新しい「分散・協働型コモンズ」の社会が到来することを予言している。コモンズとは、「入会」「共有」という制度としてみられるような、誰のものでもない、みんなの共有資源という形で管理される統治形態のことをいう。

従来、コモンズ的な資源管理は、イギリスの生物学者ハーディンが「コモンズの悲劇」

<sup>55</sup> 「第3次産業革命」の理論的主導者で、独メルケル首相のアドバイザーでもある。

---

<sup>56</sup>として概念化したように、資源が乱獲され、枯渇をまねきかねない前近代的な制度として取り扱われてきた。

しかし、コモンズ論的な考え方は、従来の「公」(public:政府・行政等)と「私」(private:企業や個人)の二元論の対立構造を包摂する、「共」として、つまり地域住民レベルでの資源保全の有効な手法として、また地域共同体(コミュニティ)のあり方として、近年再び注目されつつある。コモンズ的な統治の仕方でも、悲劇が起きないようにするための諸条件等について明らかにしたスウェーデンの経済学者オストロムは2009年にノーベル経済学賞を受賞している。

さて、そのコモンズについて、ここ飛騨地方との関連で連想されるのは、飛騨高山や飛騨古川の古い町並み、あるいは白川郷の合掌集落のような飛騨の美しい風景についてである。こうした風景は、明治時代あたりまでは日本のどこにでもあったものだ、と言われるが、ではなぜ、他の地方ではこうした風景を守ることができなかったのか。そしてなぜ飛騨地方では守ることに成功したのか。

それは、飛騨地方においては、このような風景が、誰か特定の人所有物になることなく、地域住民たちの共有財産として、まさしくコモンズ的な統治によって守られてきたからである。そして、なぜそのような統治が成功したかといえば、前述したように、飛騨地方は地理的な閉鎖空間であるがために、人々の価値観は同質的であって、似たような考えの人たちが凝集する集団を形成することができたからだ。ここでは、ルールを守らず乱獲するような者や、集団の空気の読めないよそ者は、異分子として排除され、同じ考えを持つ人々だけでまとまることができた、あるいはそうした合意形成を成立させやすい共同体社会に仕上げるすることができたからだと考えられる。

同質性に基づくコモンズの管理は、人口が増加する局面ではうまく作用してきた。合意できない(空気の読めない)人は排除すればよかったからだ。しかしながら、現在のそのような人口減少局面とは、明らかに相性が悪いシステムであるといえよう。ただでさえ人口が減ってきているのに、さらによそものを排除するようでは、ますます地方から担い手が失われてしまう。

加えて、同質性を重んじる集団では、地方を活性化する3要素といわれる「よそ者・若者・ばか者」という担い手とも、分断を作ってしまうだろう。人口減少下において、

---

<sup>56</sup> コモンズの悲劇(コモンズのひげき、英: Tragedy of the Commons)とは、多数者が利用できる共有資源が乱獲されることによって資源の枯渇を招いてしまうという経済学における法則。共有地の悲劇ともいう。例えば、共有地(コモンズ)である牧草地に複数の農民が牛を放牧する。農民は利益の最大化を求めてより多くの牛を放牧する。自身の所有地であれば、牛が牧草を食べ尽くさないように数を調整するが、共有地では、自身が牛を増やさないと他の農民が牛を増やしてしまい、自身の取り分が減ってしまうので、牛を無尽蔵に増やし続ける結果になる。こうして農民が共有地を自由に利用する限り、資源である牧草地は荒れ果て、結果として全ての農民が被害を受けることになる。(Wikipediaより抜粋)

地方が同質性にもとづくコモنز的な統治を維持しつづけようとする、地方は累積的に人口を失い、持続可能でなくなってしまう。

すなわち、地方が直面しているのは、同質性ではない形でコモنزを守ること、すなわち、多様性（ダイバーシティ）へと舵を切り、よそ者・若者・ばか者を受け入れ共生していきながら、それでもコモنزを守る道を探っていかなければならない、ということである。

一方、飛騨地方において、高山市の古い町並みや白川村の世界遺産集落のような「中心部」ではなく、周縁部あるいは辺境とでもいえるような地域（第6章、図表-6-1で示した旧市町村のうち、とりわけ人口減少が早く進んでいる地域）をよく観察すると、こうした地域には近年、U・Iターンで、まさしく「よそ者・若者・ばか者」的な多様な若者たちが移住しはじめている。彼らは、個性的でクリエイティブな活動を、事業やイベントといった形でつぎつぎに実現している。その典型的な例が、本論の表紙に写真を掲載した「飛騨高山ジャズフェスティバル」である。これは2018年に始まった（本論執筆時点では2年目）ものであるが、全国から本物のジャズを求めるファンが集まる一大イベントとなっている。

こうした動きを間近で見ると筆者が感じていることは以下のようなことである。

地方の辺境では、人口減少がいち早く進行した結果、かつてはがっちりと一分の隙間もなく凝集していた同質的共同体に、まるでくしの歯が欠けるように、あるいはスポンジに穴が開くように隙間ができてきている。そういう隙間は、外から来たユニークな若者たちにとって居心地の良い居場所になっており、自然と地方に若者がなじむ現象が起り始めている。

そしてこのような局面において気づかされるのは、同質性と多様性は、どちらかを選び取らなければならない二者択一概念ではなく、同時に実現することが可能だ、ということである。同質的共同体の中に隙間が生まれ、そこに多様な若者が入り込んでいるというかたちで、期せずして同質性と多様性が結果的に共存している。そのような形で、地方の文化や伝統は、入り込んだ若者たちにより多様性を組み込んだ形で上書きされていくだろうと思われる。そして、こうした動きは、都市ではなく地方から始まるのである。

地方は、このように人口減少にあわせて若者を組み込みながらしなやかに変化していく機構が内発的に備わっていると感じる。そういう意味で、筆者は地方の未来について楽観的である。これが筆者の提示するひとつの展望である。

#### 地方をめぐる課題—地方経済をデザインし合成の誤謬を取り除く視点

最後に2点目。地方がこれから向き合わねばならない経済の課題について述べたい。

本論でくりかえし述べてきたように、地方の人口減少問題のおよそ半分は所得の間

題に置きなおすことができる。所得が高まらなければ人口の流出は防げない。そして本章の前半では、地方の所得は、なぜ地方は強い基盤産業を所得の増加に結びつけられないのか?という点に課題があると述べた。経済の教科書では、地方の所得は基盤産業（域外からお金を稼げる産業）の強さが決定要因であるはずだ。ではなぜ飛騨地方は、本章の図表 7-3 で示したように、観光産業等の基盤産業をこれだけ持ちながら、所得が低いままなのか。

第5章で述べた「土産菓子」を再び例にとって考える。飛騨地方の土産菓子のほとんどが地域の外側で生産されたお菓子であって、地域外からの移入品に頼っていることが地域内の経済循環を悪くしていることは述べた通りだ。ではなぜ、このような経済が出来上がっているのだろうか？

それは、分業と個別最適のメカニズムによって説明しうるだろう。飛騨のお土産屋さん、自社の利潤を増やすために小売り業務（販売）により特化していった結果、見た目鮮やかで観光客が手にとりやすく、しかもマージン率の高い、域外の商品をより多く店頭に並べることが合理的になり、一方「茶色いものを茶色で売る」といわれるような渋い地域内の菓子メーカーは全体的に弱体化してしまった。それにより、地域全体の土産そのものの魅力が低下してしまったのである。

こうした現象は、クリエイティブ産業全般についても同じだ。飛騨高山の各企業は、コア事業・コア工程への特化をはかり、デザイン等のクリエイティブ機能についてはノンコア業務として外注化していった結果、自社単独としての購買は最適化されたものの、地域全体のクリエイティブ能力が弱体化し、移入依存に陥ってしまった。

こうした現象は、企業が個々のレベルの合理性を求めた結果、全体最適と結びつかなくなっている、一種の「合成の誤謬」に陥っていると整理できよう。

さて、地域金融機関は、地域の各企業と取引を結び、各社の稼ぐ力を高める「本業支援」をずっと行ってきた。各社を個別的に支援すると、各社の稼ぐ力は高まるだろう。しかし、個社の最適化と、地域経済全体の最適化は必ずしも一致しないのである。

例えば、ある企業がビジネスマッチングによって発注先を切り替え、コストダウンに成功したとする。当該企業にとってはコストダウンが実現し利益が増えることに間違いはない。しかし、それが地域内のサプライヤーから地域外のサプライヤーに転注するものだったとすればどうだろう。それは結局、地域全体の所得を押し下げることとなる。

つまり、個社が利潤最大化を図る結果、地域全体では決して潤わないエコシステム（経済圏）が出来上がってしまう——こうしたことが地方の経済の足を引っ張り、所得が向上していかない原因を構成していると筆者は考えている。

筆者が目下研究を始めた農業・食品業界にもこれに似たような構造、システムが垣間見える。あるいは、観光産業で必要性が叫ばれる「泊食分離」が現場ではなかなか進展しないのも、これと同じかもしれない。泊食分離とは、旅館において、宿泊と食事を別立てにし、素泊まりや朝食のみのプランを販売することをいう。これによって、宿はオ

ペレションが軽くなり、そしてさらに、観光客が出歩くようになるため、地域全体の回遊性が上がるメリットがある。しかし、各個別の旅館にとっては、客単価が落ちてしまうので、踏み切れないところが案外多いのである。これも、個別最適の積み重ねが全体最適につながらない例である。

さて、ではこのような合成の誤謬に、地方はどう対処したらよいか。筆者は、地域経済全体をデザインする高い目線に立ち、自由放任（個社の利益追求）では達成されない企業の努力を引き出すため、インセンティブを付与する等の取り組みが必要だと考えている。

例えば、第2章で述べた地方の若者流出の問題、とりわけ女性が帰ってこないという問題について。この問題は、地方の産業構成と雇用機会の両方に根を張る難しい問題である。ジェンダー観についても、地方のほうが東京より男性優位な考えを持つ人の割合はやはり多い（心の中のジェンダーギャップ指数が数十年遅れているような人が地方にごろごろいるのはどうしようもない現実だ）。こういう問題には、行政から何らかのインセンティブ付与が必要となるだろう。例えば、女性総合職を採用した地域企業に補助金を付与するか、女性が活躍する職場づくりを進めている企業を認定・顕彰する制度を基礎自治体レベルで設ける等が考えられる。

また、泊食分離についても同じような問題の構造なので、状況を改善するには民間の企業から特別な努力を引き出さなければならない。そのためには、1泊朝食や素泊まりのプランを新たに設ける旅館や、受け皿となる外食施設を作る事業者に対し補助をする等の方法が考えられる。

これからの地方は、企業の個別の利潤最大化と地域全体の経済の最大化が一致するよう、地域全体の経済を俯瞰した上でインセンティブ設計まで視野に入れる、「地域経営」とよばれる機能がこれからの地方には求められる。そのためには、地域経済をさまざまなデータと関連づけながら俯瞰的な視野で分析する能力や技術が、行政だけでなく地域金融機関や地域中核企業にもより必要とされ、こうした人材育成や教育もあわせて課題となるだろう。

## あとがき

筆者は2017年9月に銀行から出向し、十六総合研究所の研究者として一人で飛騨地方に赴任した。2018年から白川村の「第二次総合戦略」の策定支援に携わり、村の人口動態、あるいはその背景にある観光を中心とした村の経済を見つめなおし再設計する仕事に就いている。また、飛騨市からは人手不足対策に関する企業支援の業務を受託させていただいている。加えて、2019年度は高山市の「経済政策アドバイザー」の委嘱を受け、市内の若手経営者たちのエッジの立った意見を集め、政策立案に結びつける業務を行っている。このように飛騨地方各地の地域課題に現在進行形で向き合う仕事に毎日取り組んでいる。

それ以前は、筆者は延べ18年銀行員をしていた。岐阜が好きで銀行員になったが、銀行員でいる限り、自分は融資や各種金融サービスのような「お金」という1枚のヴェールを通してしか地域経済に接触することができなかった。しかし飛騨に赴任して2年間、シンクタンク職員として、飛騨地方では地域経済そのものに直接手を触れる仕事に携われるようになり、これは非常にやりがいのある仕事であると改めて感じている。

本論は上記のような仕事の途中で少し手を止めて、今までに得た知見を章立ててまとめたものである。しかし、上記で紹介した飛騨地方で頂戴している業務は、いずれも終結していない。結果として飛騨地方では何がわかり、何が生み出したのか、あるいは何が課題として残ったか、については、後年改めて報告させていただく機会があればと切望している。

本論をお読みいただいた皆様に感謝します。また、特に岐阜県や県下自治体の皆様がこれを読んでどうお感じになられたか等、お聞かせいただければ幸いです。

2019年12月

## 参考文献

### ■第1章

- 東浩紀 (2017)『ゲンロン0 観光客の哲学』, 株式会社ゲンロン
- 大庫直樹 (2016)『地域金融のあしたの探り方 -人口減少下での地方創生と地域金融システムのリ・デザインに向けて』, きんざい
- 観光庁 (2016)「明日の日本を支える観光ビジョン」  
<http://www.mlit.go.jp/common/001126598.pdf>
- 黒田達朗・田淵隆俊・中村良平(2008)『都市と地域の経済学 [新版]』, 有斐閣
- 総務省(2019)「住民基本台帳人口移動報告 2018年結果」  
<https://www.stat.go.jp/data/idou/2018np/kihon/youyaku/index.html>
- 国土交通省(2014)「国土のグランドデザイン 2050」  
[http://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/kokudoseisaku\\_tk3\\_000043.html](http://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/kokudoseisaku_tk3_000043.html)
- 国土交通省 (2018)「最近の国土をとりまく情勢について」  
<http://www.mlit.go.jp/common/001237848.pdf>
- 中川 雅之 (2015)「東京は日本の結婚に貢献—人口分散は過剰介入」、『老いる都市、「選べる老後」で備えを一地方創生と少子化、議論分けよ』, 日本経済研究センター
- 日本創生会議・人口減少問題検討分科会(2014)「成長を続ける 21世紀のために「ストップ少子化・地方元気戦略」」

### ■第2章

- 学研(2015)「進学情報 2015/4 特集 進学の“地元志向”は本当に強まっているか？」  
<http://www.gakuryoku.gakken.co.jp/pdf/articles/2015/4/p6-9.pdf>
- 指出一正(2016)『ぼくらは地方で幸せを見つける—ソトコト流ローカル再生論』, ポプラ社
- 猿山純夫 (2015)「大都市に集う大卒女子—都市型サービスに活躍の場」, 日本経済研究センター2015年度「大都市研究会」報告  
[https://www.jcer.or.jp/jcer\\_download\\_log.php?post\\_id=31635&file\\_post\\_id=31539](https://www.jcer.or.jp/jcer_download_log.php?post_id=31635&file_post_id=31539)
- 林玲子 (2015)「日本の女性と移動—国内人口移動と国際人口移動」, 季刊・社会保障研究 Vol.51, No.2  
<http://www.ipss.go.jp/syoushika/bunken/data/pdf/20114607.pdf>
- ふるさと回帰支援センター(2019)「ニュースリリース：2018年の移住相談の傾向、ならびに 移住希望地域ランキング公開 (2019年2月19日)」  
[http://www.furusatokaiki.net/wp/wp-content/uploads/2019/02/webnews20190219\\_furusato\\_ranking.pdf](http://www.furusatokaiki.net/wp/wp-content/uploads/2019/02/webnews20190219_furusato_ranking.pdf)

マイナビ (2018) 「2019 年卒 マイナビ大学生 U ターン・地元就職に関する調査」

[https://www.mynavi.jp/news/2018/05/post\\_17237.html](https://www.mynavi.jp/news/2018/05/post_17237.html)

リクルート進学総研(2016) 「進学センサス 2016」

<http://souken.shingakunet.com/research/2016/10/post-4f92.html>

労働政策研究・研修機構 (JILPT) (2015) 「若者の地域移動—長期的動向とマッチングの変化—」

<https://www.jil.go.jp/institute/siryu/2015/162.html>

#### ■第4章

枝廣淳子(2018) 『地元経済を創りなおす—分析・診断・対策』 岩波書店

Jacobs, Jane. (1984) *Cities and the Wealth of Nations: Principles of Economic Life*. New York: Vintage, 1984. (ジェイコブズ, ジェイン(2012) 『発展する地域 衰退する地域—地域が自立するための経済学』 中村達也訳, 筑摩書房)

東京都「2011 年東京都産業連関表」

<http://www.toukei.metro.tokyo.jp/sanren/2011/sr11t1.htm>

#### ■第5章

観光庁(2016) 「明日の日本を支える観光ビジョン」

総務省(2018) 「ICT の経済分析に関する調査」

リチャード・フロリダ(2014) 『新クリエイティブ資本論』 (井口典夫訳), ダイヤモンド社

Florida, R.; Mellander, C.; and Stolarick, K. (2008). Inside the black box of regional development: Human capital, the creative class and tolerance. *Journal of Economic Geography* 8:615–49.

#### ■第6章

SS 過疎地対策協議会(2017) 「SS 過疎地対策ハンドブック」

[http://www.enecho.meti.go.jp/category/resources\\_and\\_fuel/distribution/sskasochi/](http://www.enecho.meti.go.jp/category/resources_and_fuel/distribution/sskasochi/)

首相官邸 web サイト (2015) 「地域しごと創生」を巡る現状と課題について」

[https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/meeting/chiiki\\_shigoto/h27-11-17-siryu3.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/meeting/chiiki_shigoto/h27-11-17-siryu3.pdf)

加藤幸治(2016) 「サービス経済地理学における「時間」考慮の必然性」, 経済地理学年報 63(1)

観光庁(2016) 「明日の日本を支える観光ビジョン」

岐阜新聞 「素描」人口減少時代を切り拓く 飛騨市長 都竹淳也 2018 年 2 月 25 日 朝刊

国土交通省(2014) 「国土のグランドデザイン 2050」

[http://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/kokudoseisaku\\_tk3\\_000043.html](http://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/kokudoseisaku_tk3_000043.html)

総務省(2018)「ICT の経済分析に関する調査」

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](http://www5.cao.go.jp/j-j/cr/cr16/chr16_02-03.html)

中村良平(2014)『まちづくり構造改革—地域経済構造をデザインする』, 日本加除出版  
日本放送協会 『ナビゲーション—生鮮ドラッグストアの衝撃』, 2018年9月7日放映  
日本創成会議・人口減少問題検討分科会 (2014)「成長を続ける 21世紀のために「ス  
トップ少子化・地方元気戦略」

フロリダ・リチャード(2014)『新クリエイティブ資本論』(井口典夫訳), ダイアモン  
ド社

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>

みずほ銀行産業調査部(2016)「地方の労働生産性向上に向けた一考察—コンパクトシ  
ティ化の有効性と中小零細企業の労働生産性改善に必要なもの—」, Mizuho Industry  
Focus vol.178

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

Florida, R.; Mellander, C.; and Stolarick, K. (2008). Inside the black box of regional  
development: Human capital, the creative class and tolerance. *Journal of Economic  
Geography* 8:615–49.

## ■第7章

クルグマン, P.R. オブズフェルド, M.(1996) (石井・浦田・竹中・千田・松井訳)『国際経  
済(第3版) I 国際貿易』, 新世社

リフキン・ジェレミー(2015) (柴田裕之訳)『限界費用ゼロ社会—くモノのインターネッ  
ト>と共有型経済の台頭』, NHK 出版

## 著者紹介

田代 達生（たしろ たつお）

十六総合研究所 主任研究員。

1976年生、岐阜県出身。1999年 十六銀行入行、柳ヶ瀬・名古屋の各支店、法人営業部勤務を経て、2017年9月より十六総合研究所に出向。飛騨地域の岐阜県飛騨地域の地方創生や観光産業等に関する調査分析、課題解決や情報発信を行っている。「地方の人手不足対策」や「買い物弱者対策」等、従来のシンクタンクにはない領域を主に手がける。

2005年、中小企業診断士登録。

2009年より、銀行勤務の傍ら、NPO法人ORGAN（「長良川DMO」観光庁 地域連携DMO候補法人）監事を務める。

2016年度、経済産業省中部経済産業局 地域経済分析システム（RESAS）普及活用支援調査員。

2017年、名古屋大学経済学部経済学研究科修士課程修了。

2019年度、高山市経済政策アドバイザーを委嘱。

### 地域活性化提言

## これからの地方を動かすメカニズム

— 飛騨から見える地方の未来 —

編集・発行

株式会社 十六総合研究所

〒500-8833 岐阜県岐阜市神田町7丁目12  
TEL:058-266-1916 <http://www.16souken.co.jp/>

2020年1月 発行

・本書におけるコンテンツ(情報、資料、画像等)の著作権およびその他の権利は、当社または当社に使用を認めた権利者に帰属します。  
・当社は細心の注意を払って、本書に各種情報を掲載していますが、その妥当性や正確性について保証するものではありません。