

中長期滞在型セカンドライフ企画

バブル崩壊後より20年以上、小売業と人口問題、デジタル化・ネットワーク化などマーケットや環境与件の変化について調べてきたが、様々な要因の変化を考えると、地方自治体、企業などが組織単体で対処するには限界があると言ってよいだろう。

特に人口減少・高齢化、デジタル化・ネットワーク化に伴う構造変化は著しく、従来の物をベースにしたインフラのままでは、量的な縮小に対処することはいろいろな点で難しくなっている。

現状では、得意分野・機能の異なる組織が補完し合うことでコラボレーションし、従来とは全く異なる発想、構造のビジネスモデルを展開する必要がある。

そのためには、事業の柱となるコア技術、様々な組織・機能をコーディネートし、事業の青写真を作成する戦略策定・企画・計画組織(機能)、運用組織(機能)などを構築することが必要である。

ここで提案する「中長期滞在型セカンドライフ」は、地域振興と同時に人口減少への対応も可能な企画である。

地域には、それぞれの土地に根差した生活歳時・生活様式、伝統工芸、地場産業などがあるが、マーケットの縮小や後継者不足から維持が難しくなるなど、多くの構造的問題を抱えている。

観光による集客も地域振興の重要な手段の一つと考えられるが、それだけでは人口減少・高齢化への抜本的な解決に直接つなげることはできない。

旅行業界では、以前から「sightseeing」ではなく「sight doing」と言われてきたように、現在注目されている外国人観光客も、リピーターを中心に、いわゆる観光地を見て回るだけの観光から日常生活の実体験を通して「日本」を知りたいというニーズに変化している。

例えば、日本の家庭料理をホストの家で一緒につくり、食べ、交歓するという外国人観光客と日本人一般家庭のマッチングサイト「**KitchHike**」は、このような外国人観光客のニーズを満たす有効なビジネスモデルとして注目されている。

また、ホスト経営の仕事を手伝う代わりに宿泊・食事の提供を受けるWWOOF(ウーフ; **World Wide Opportunities on Organic Farms** 世界に広がる有機農場での機会)という仕組みも「参加・体験型」プログラムとして注目されている。

これらのプログラムに参加した体験は、Facebook、Twitter、ブログ、インスタグラムなどによって瞬時に世界中に配信・拡散される。

新鮮で人々に感動を与える参加・体験型プログラムは、観光にとって重要な販促ツールということができる。

人口減少対策には地域外からの移住者誘致が必要であるが、平成 27 年国勢調査(速報)で、「8 割以上の市町村で人口が減少し、5%以上減少も約半数に上る」と報告されたように、日本全体で人口が減少し、多くの自治体はその対策に取り組む現状を考えれば、移住者誘致の実現が容易でないことは明らかである。

そのような現状を考えれば、いきなり知らない土地への移住を想定するのではなく、一定期間その地に滞在する体験型移住によって、地域が「住民をシェア」という発想も必要である。

一つのアイデアとして、対象者を絞り込み、短期留学のような滞在目的を明確にした参加・体験型プログラムの導入が有効と考えられる。

一般観光客とは別に、明確な目的を持つ人を対象として、1 週間から数か月間、場合によっては目標達成までの数年間を実際に地域で生活しながら様々な体験、技術習得を行うという、移住へのトライユース的なプログラムである。このような試みは、さらに一般の観光客を惹きつける要素となる可能性も考えられる。

滞在・研修、移住に空き家や廃校を活用し、なおかつ産業振興(働き手の充足、新しい試みによる社会へのアピール)にもつながれば、複数の課題を一度に解決できる有効なプログラムとなる可能性も高い。

すでに南砺市では「南砺市いなみ国際木彫国キャンプ 2015(8 月 18 日～30 日)」を開催しており、木彫という地場産業をベースに国際的なイベントを開催し、木彫の聖地としての地位を確立することを目指して活動している。

このようなイベントとともに地域に来る人たちを受け入れる体制、プログラムを用意することができれば、単に地域の活性化だけではなく、将来的な人口増加へつながる可能性を秘めた有効なプログラムとして機能することが考えられる。

株式会社エム・ビィ・アイ

代表 小松崎雅晴

〒225-0015 横浜市青葉区荏田北 2-16-16

TEL 045-912-8536 090-6005-8419

E-mail mbi@r06.itscom.net