

# 増加する「脱東京族」 地方復活の旗振り役へ

## 「職」を含めた総合支援が求められる

持続可能な地方の実現を目指し国は地方創生の動きを加速させている。こうしたなかで、東京などの都市部から地方への移住を志向する人たちも増えてきている。2030年にはこうした「脱東京族」とも言える人たちが地方復活の重要な担い手として活躍しているかもしれない。

地方を取り巻く環境は厳しさを増

している。日本の人口は2008年をピークに減少局面に入っており減少幅は年々拡大している。また、2015年の出生率は晩婚化・晩産化の進行などにより100万5656人と前年に比べて若干増加したが、依然として少子高齢化の傾向は続いている。さらに2015年の東京圏への転入超過は11万9000人で、4年連続して増加しており東京一極集中の傾向も加速しているのが現状だ。

こうしたなかで国は2014年11月、「まち・ひと・しごと創生法」を策定。人口対策や地方活性化に向け、国と自治体それぞれが5カ年の「総合戦略」を策定することなどを

規定した。

これを受けて国は2014年12月、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、「東京一極集中」の是正、若い世代の就労・結婚・子育ての希望の実現、地域の特性に即した地域課題の解決という3つの基本的視点から人口・経済・地域社会の課題に対して取り組みを進めている。

また、ほぼすべての地方自治体が2016年3月末までに人口ビジョンと地方版総合戦略を策定。地方版総合戦略は、「地方における安定的な雇用を創出する」「地方への新しい人の流れをつくる」「若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる」「時代にあった地域をつくる」という国の総合戦略の観点に沿

ったものが大半を占めた。

### 地方への移住を志向する 若者層が増加

国や自治体が推進する地方創生の施策に追い風となる兆しも出てきている。若年層を中心に地方移住を志向する人たちが増えてきているのだ。都市部から地方への移住希望者を支援する取り組みを行っているNPO法人ふるさと回帰センターによると、若年層の地方移住志向が顕著に高まってきているという。同センター利用の年代の推移を暦年別に見ると、2008年に40、50、60歳代が全体の70%を占めていたが、2015年には20、30、40歳代の利用者が67%を占め逆転。また、2015年の利

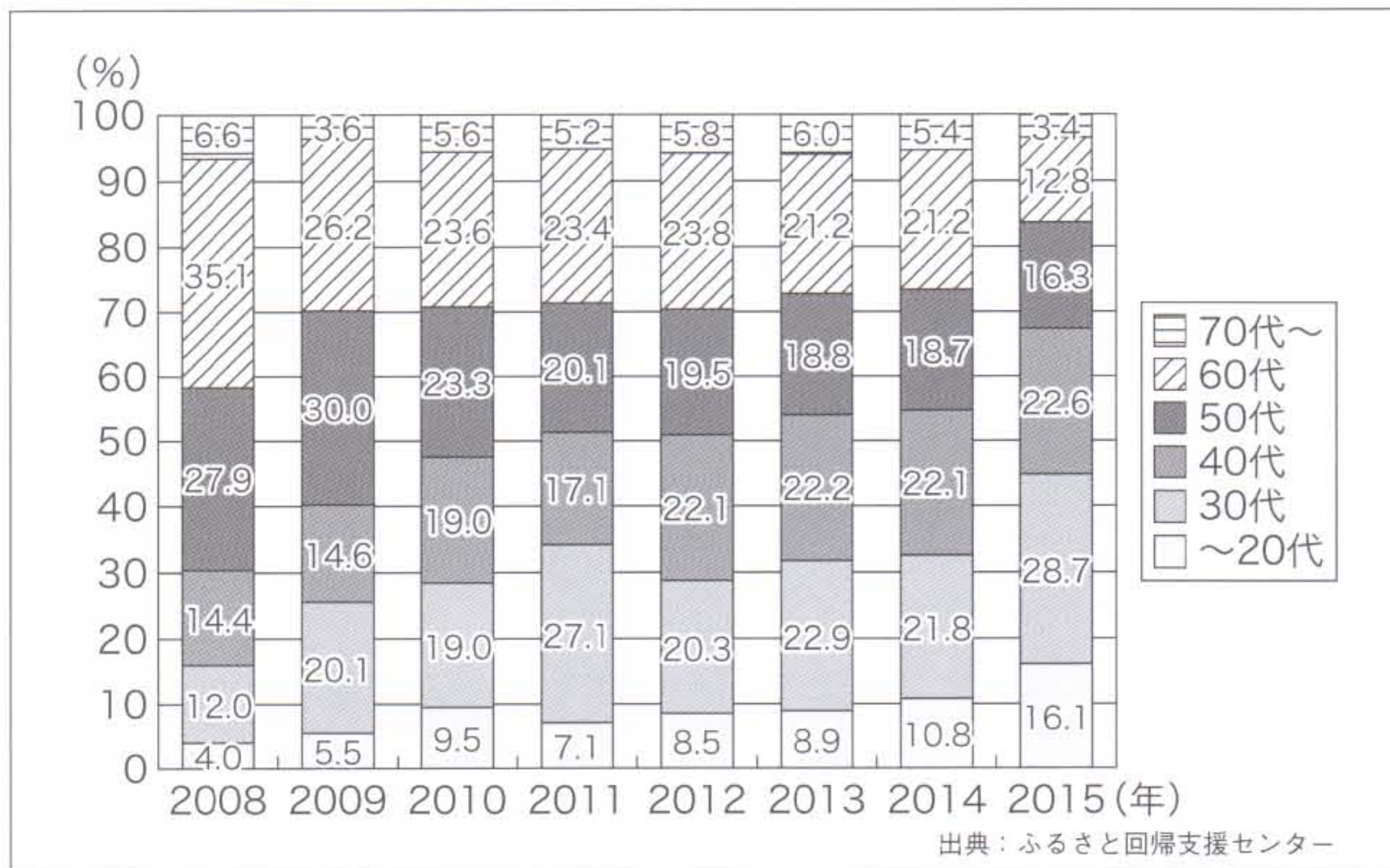
用者数は2万1584人に達し、2008年と比べると10倍以上増加している。

こうした背景のひとつには、経済一辺倒の豊かさではなく、自然や地域とのふれあいを大切に生きる生き方を望む若者が増えていることがある。内閣府が実施した世論調査でも、確かに若年世代の田園回帰の高まりが現れている。都市住民の農山漁村地域への定住願望を聞いた調査によると、2005年に比べ2014年の調査では30代の農山漁村への定住願望が17・0%から32・7%へ、40代では15・9%から35・0%へと伸びている。

また、農山漁村だけではなく、地方都市も含めて移住志向は増えてい



(暦年別)センター利用者の年代の推移(東京)2008~2015



る。ふるさと回帰センターが実施した2015年の利用者アンケート調査では、地方都市への移住希望者が全体の30%、複数回答では47%以上となった。若い移住希望者が増えるとともに、田舎暮らしだけでなく様々な地方暮らしへのニーズが顕在化してきていると言えそうだ。

こうしたなかで若者自身が移住先で独自の工夫で仕事を生み出し、成功する事例も出てきている。例えば、農業の分野では、脱サラ後、石川県

にUターンし、農業を始めた菜園生活「風来」代表の西田栄喜氏などが注目を集めている。西田氏はネット通販やデフレの恩恵を最大限活用し、初期投資143万円で農器具を揃え開業。小さな農業を志向し、付加価値をつけた加工品の販売や、ネット通販などで年商1200万円を稼ぐ。フェイス

ブックなどを活用した情報発信も上手でファンを増やしている。「莫大な初期投資が必要」「農協と契約して大量生産、大量販売が当たり前」といったこれまでの農業の常識を覆し成功を収めているのだ。

SNSなど普及により、こうした成功事例を共有しスキルアップを図りやすい環境も整い、移住へのハードルも下がっている。2030年に向け、地方に移住する若者がさらに増えていくことが期待できそうだ。

### 住宅・不動産事業者も関与し 住と食の一体的支援が重要に

とはいえ、この西田氏のような地



### ゲストハウスが 移住促進の拠点に

食環境ジャーナリスト  
金丸弘美氏

今、空き家や空き店舗、古い旅館などをリノベーションしたゲストハウスが大きな動きになりつつあり注目されています。簡易に泊まれるもので、そこにカフェ、バーなどを設けたり、会話のできるサロンや図書館、アールスペースがあったりと、様々な个性的なものが急増しています。こうしたゲストハウスのオーナーは、欧米などの海外旅行の経験者がほとんどです。旅行先でその居心地の良さに魅了された人たちが日本で新しいタイプのゲストハウスを立ち上げています。こうしたゲストハウスでは、海外の事例に習い、ゲストハウス内で食事を出さずに広範囲に地域連携しているところも多く、そのことから地域の魅力や人に繋がり観光地でないようなところにも人が訪れるようになったり、カフェやバーを設置したことからもサロンになったりと地域の新たな活力を生むことで期待を集めています。こうしたゲストハウスは、若者の移住促進の拠点としても重要な役割を果たし始めています。若者の間で地方移住への関心が高まっているとはいえ、やはりこれまで関係のなかった地方にいきなり移住するには大きな心理的ハードルがあるのも事実。低価格で気軽に利用できるゲストハウスを利用することで、地域への理解を深めるための拠点として利用されるケースが増えているのです。

ゲストハウス利用者のボリュームゾーンは、20~30歳代の若い世代です。彼らの多くは長期的な目線で、どういう人と出会い、縁につながっていくのか、一度きりの人生でどこに身を置こうか、と考えながらゲストハウスを利用しています。ゲストハウスを通じて町の良さ、人がわかれば、定住までする人が生まれるのは必然だと言えるでしょう。

住宅・不動産業界でもこうした流れを捉えたビジネスも現れ始めています。不動産仲介サイトを運営するR不動産が新たに立ち上げた「リアルローカル」です。地域のゲストハウスを始め、地域の魅力、イベント、人、ツアーなどをセレクトして紹介し、地方への移住を促すというこれまでになかった不動産サイトです。移住を促進していく上では、ハード面の提案だけでなく、こうした暮らし方を含めた提案が重要ではないでしょうか。

方移住者の成功例はまだひと握り。若者の地方移住への志向をうまくとらえ、実際に地方への移住者を増やしていくには、地方に仕事をつくり、魅力的な街を創出していくことが不可欠と言える。やはり、生活すべての基盤となる仕事の有無が、人々をひきつけ、移り住んでもらえるかの境目になる。生活を維持できるだけの安定的な仕事がない地域では、人口を維持、増加させていくことは難しい。

そこに地方自治体だけでなく、住宅・不動産事業者も積極的に関与していくべきだろう。例えば、地元の農協などと協力して、移住者に対し

て農業の仕事を斡旋するといった支援も行えるはずだ。また、保育園などを建設し、子育てしやすい環境を創出すれば、子育て世代の移住者に喜ばれるだろう。地域の工務店などは地元の林業事業者と連携して林業の仕事で斡旋することもできるかもしれない。こうした職のサポートを通じて移住者との信頼関係を構築できれば、新築や、空き家の改修といった仕事も受けやすくなるだろう。

2030年に向け若者の地方への移住が加速するなかで、住宅・不動産業界もこれまで培ってきた住ノウハウを活かせるフィールドが広がっていると見えそうだ。