

# ライフスタイル移住及び Pastoral Economyについて

(株)共有価値創造研究所

代表 谷垣雅之

# < 地方移住者の心理特性 >

## < 都市 >



**LOHAS**

Lifestyles of Health  
and Sustainability

## < 地方 >



# 地方移住を促進する 4 つの外部要因

- ① 環境要因      気候変動：大震災   津波   台風など
- ② 社会要因      国家財政危機、原子力発電再稼働、無縁社会、  
不寛容社会など
- ③ 都市要因      無機質化、高価な安心・安全・新鮮な飲食料品、  
母子家庭の 3 分の 2 が貧困状態、  
劣化している子育て環境など
- ④ 共同体要因      排他的で強固な共同体  
➡ 高齢化・若年者流出による空洞化

## Pastoral Creatives 的生産活動

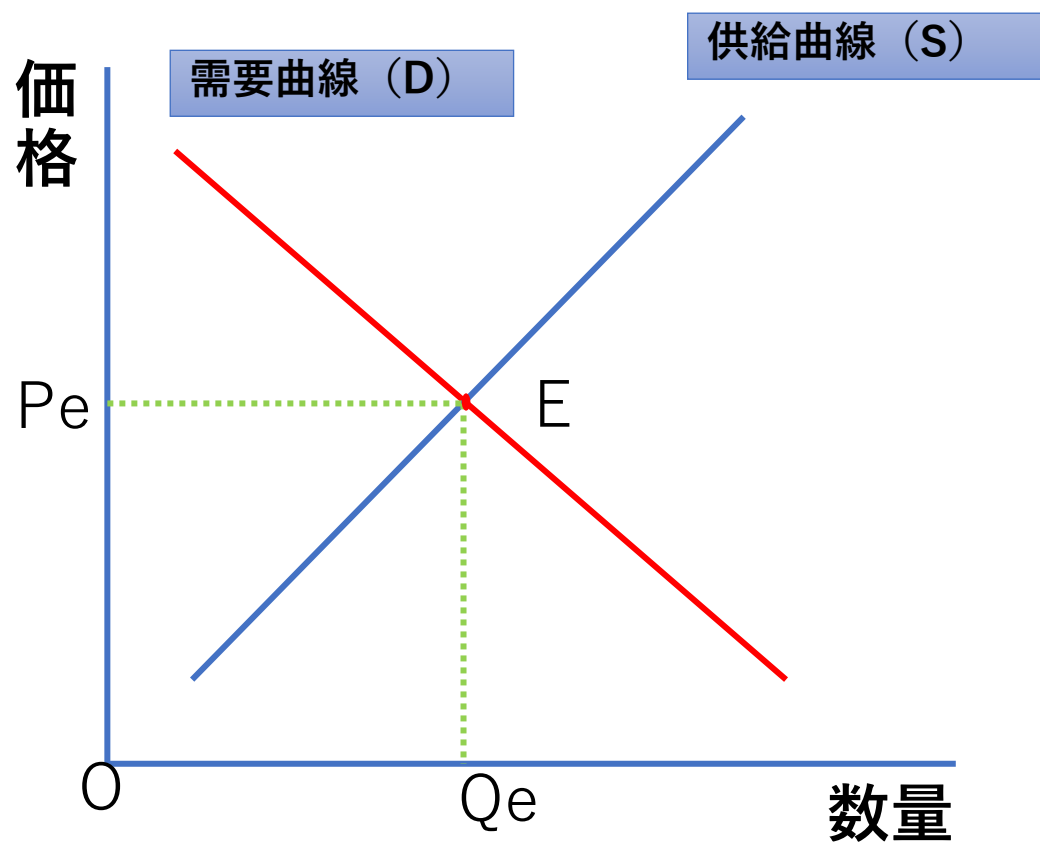
- ① 地域を離れない
- ② 必要以上に事業を拡げない（大量生産をしない）
- ③ 短期的利潤を追求しない
- ④ 原料を高く買う
- ⑤ 手間をかける（雇用を増やす）
- ⑥ できるだけ機械化しない
- ⑦ 近代的技術より伝統的技術を尊重する
- ⑧ 地域創りに投資する

※「地域創り」の定義：その地域に暮らす住民の暮らしの質を上げるために行う活動のこと

**定常経済の可能性**  
**<成長を目的としない経済>**

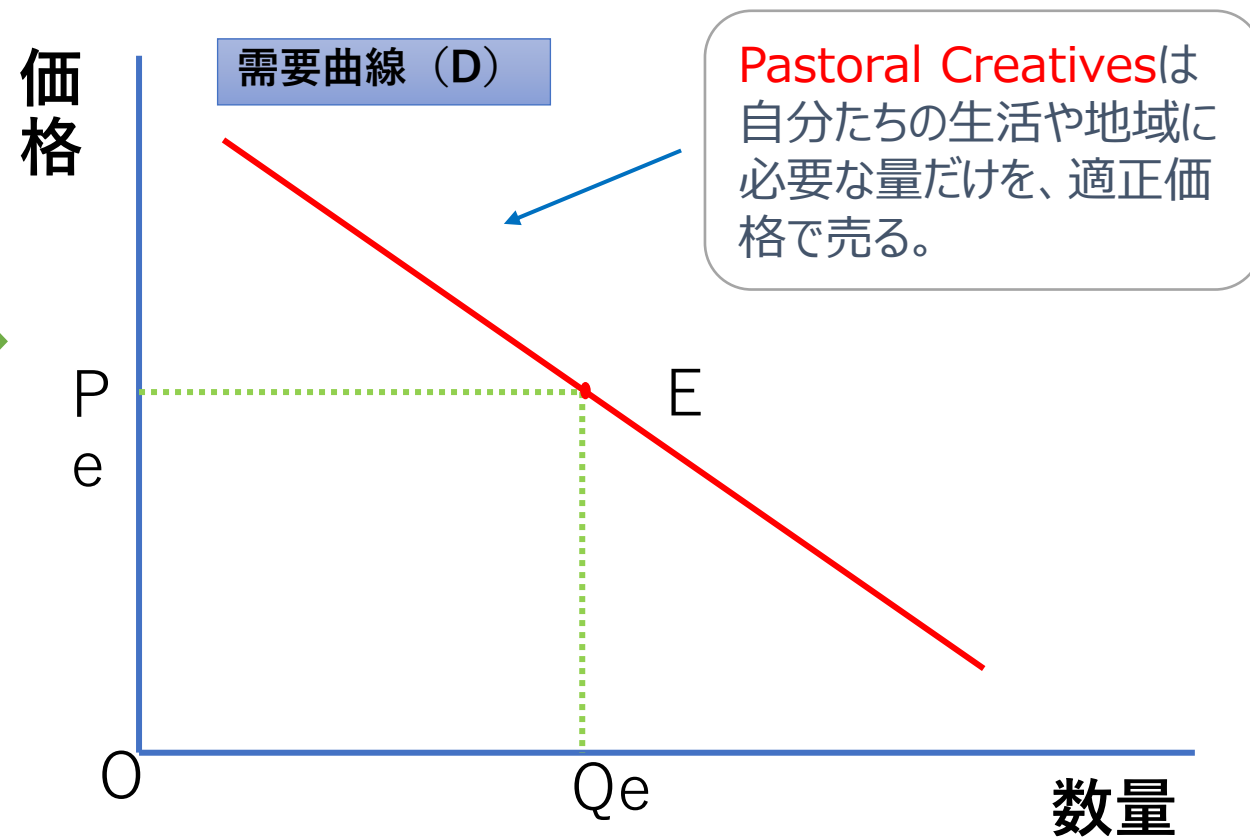
# 需要と供給イメージ

## < 完全競争市場 >



## < 独占的競争市場 >

ブランド価値 = 自然・文化資本・産地・想い・こだわり・手仕事



# 地方への移住者

消滅可能性自治体である、北海道清里町・小清水町における移住者の特徴

- 収入の減少にもかかわらず満足度は高い
- 行政の支援をあてにしない、自立的である
- 自然の豊かさ、空気・水がきれい、風景など、地域の自然資源に魅力を感じている
- 広い家、家賃が安いなど居住環境の良さ、親切的な住民、子育てしやすい環境
- 原子力発電所から遠い、地震や津波の心配がないなど、災害リスクにも敏感



\*健康的で持続可能な暮らし方をしたい。

\*第一次産業またはそれに関連して、創造的にモノづくりをしたい。

\*知らない環境でも、住民と溶け込んでいける。

# 新しいライフスタイルのカタ

- できるだけ家族や友人と共に時間を過ごしたい
- 地域の方々と仲良くしたい
- 共感できる人たち・仲間と働きたい
- 自分の趣味や学びのために時間を使いたい
- 安全で安心な場所に住みたい
- 安全で安心な飲み物や食べ物を摂りたい
- できるだけ手作りの生活がしたい（DIY） 畑、衣服、家具・・・
- 自分のできる方法で困っている人を助けたい



# 増加する若年者のボランティア

表1 男女、年齢階級別「ボランティア活動」の行動者率（平成8年，13年）

|        | 平成8年（％） |      |      | 平成13年（％） |      |      | 増減（平成13年－8年） |      |      |
|--------|---------|------|------|----------|------|------|--------------|------|------|
|        | 男女計     | 男    | 女    | 男女計      | 男    | 女    | 男女計          | 男    | 女    |
| 総数     | 25.3    | 24.2 | 26.4 | 28.9     | 27.0 | 30.6 | 3.6          | 2.8  | 4.2  |
| 10～14歳 | 24.9    | 23.1 | 26.7 | 36.3     | 33.1 | 39.6 | 11.4         | 10.0 | 12.9 |
| 15～19歳 | 14.9    | 10.7 | 19.3 | 24.0     | 18.0 | 30.4 | 9.1          | 7.3  | 11.1 |
| 20～24歳 | 12.2    | 10.7 | 13.7 | 19.7     | 16.5 | 22.9 | 7.5          | 5.8  | 9.2  |
| 25～29歳 | 15.3    | 14.8 | 15.8 | 18.3     | 17.0 | 19.6 | 3.0          | 2.2  | 3.8  |
| 30～34歳 | 24.5    | 22.0 | 27.0 | 24.6     | 21.0 | 28.2 | 0.1          | -1.0 | 1.2  |
| 35～39歳 | 35.2    | 28.6 | 41.9 | 36.1     | 29.6 | 42.6 | 0.9          | 1.0  | 0.7  |
| 40～44歳 | 35.0    | 30.9 | 39.1 | 38.4     | 33.7 | 43.3 | 3.4          | 2.8  | 4.2  |
| 45～49歳 | 31.4    | 30.5 | 32.4 | 34.7     | 33.1 | 36.3 | 3.3          | 2.6  | 3.9  |
| 50～54歳 | 29.9    | 29.5 | 30.3 | 31.0     | 30.1 | 31.9 | 1.1          | 0.6  | 1.6  |
| 55～59歳 | 28.4    | 28.6 | 28.2 | 30.9     | 28.6 | 33.2 | 2.5          | 0.0  | 5.0  |
| 60～64歳 | 28.7    | 30.4 | 27.1 | 30.5     | 30.1 | 30.9 | 1.8          | -0.3 | 3.8  |
| 65～69歳 | 29.9    | 31.9 | 28.1 | 31.4     | 32.6 | 30.3 | 1.5          | 0.7  | 2.2  |
| 70歳以上  | 22.9    | 27.9 | 19.7 | 25.5     | 29.9 | 22.4 | 2.6          | 2.0  | 2.7  |

ボランティア活動を行った人の割合は、若年層で特に上昇

出典：総務省統計局、  
<http://www.stat.go.jp/data/shakai/2001/topics/tps0301.html>



# 結論

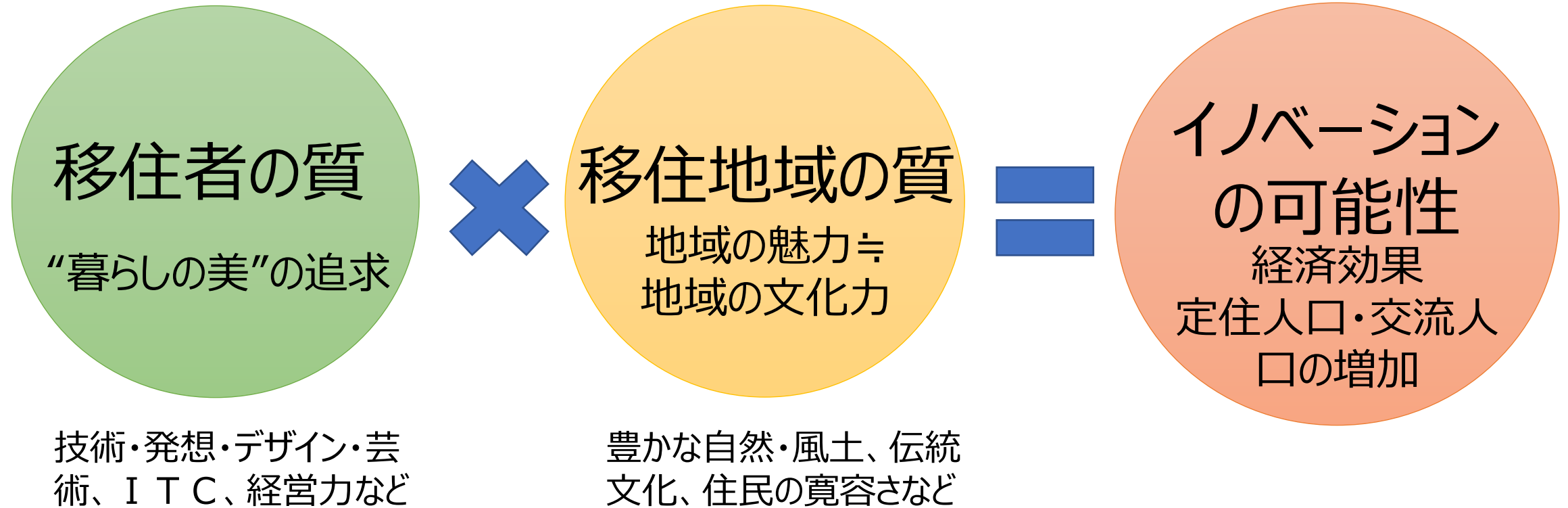
- 人口減少で地方の共同体は空洞化が進む。しかしそれが、移住者の参入転機となる。
- 暮らしの美を求め、Pastoral Creativesが都市から移動する。
- Pastoral Creativesは地域に（暮らしの）イノベーションを起こす。
- Pastoral Creativesは増加する➡ 戦争体験からの正常化プロセス
- Pastoral Creatives には、政府主導によるコンパクトシティへの誘導も効果なし。

- Pastoral Economy → 定常経済の可能性を持つ。
- Pastoral Economyは、国を超え世界とネットワークできる。
- Pastoral Economyは、小規模・高品質・付加価値の高い地域になる可能性がある。



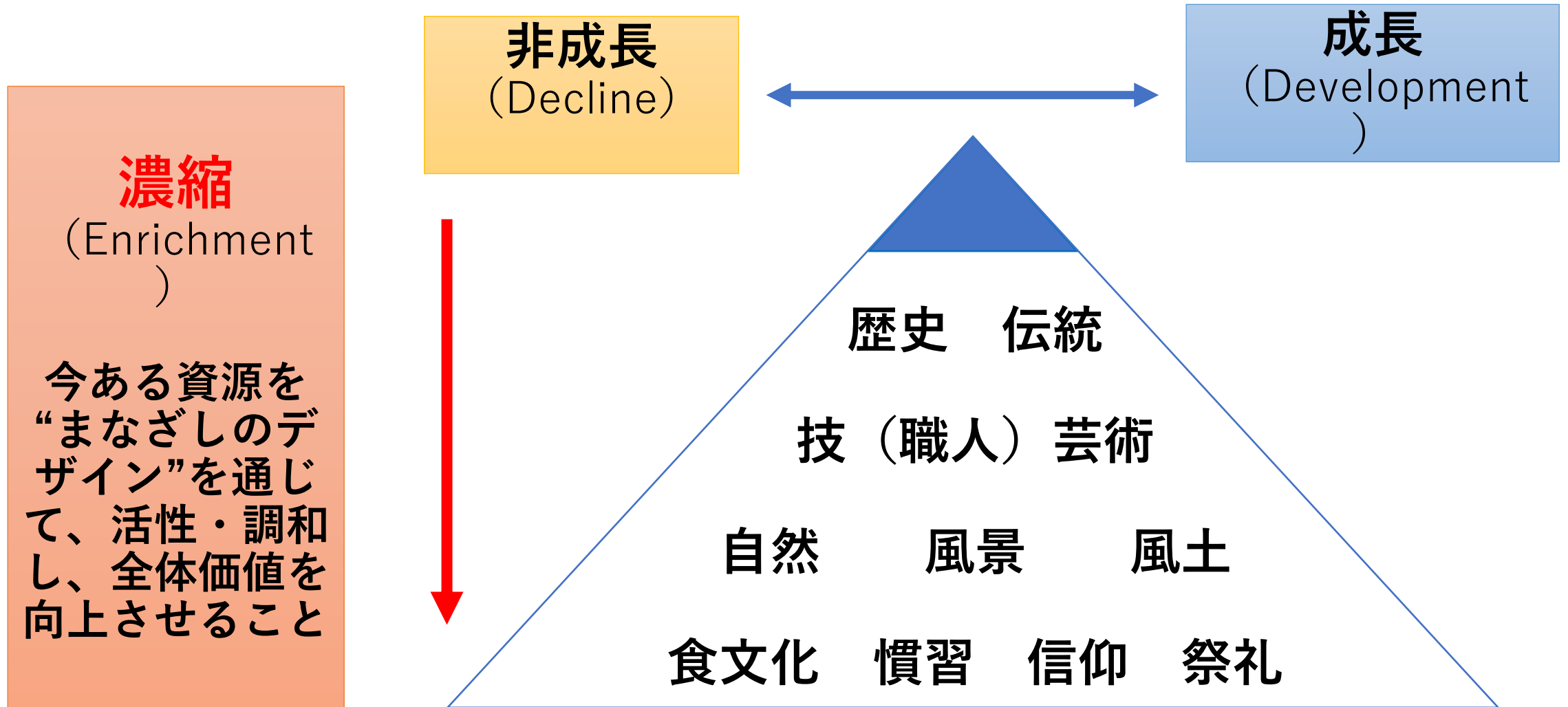
**21世紀モデルでは、経済は質による。  
人口数ではない。**

# 地域発展のための質的条件



地域の経済発展は人口数ではなく質の議論ではないか？

# Pastoral Economyのイメージ案（経済濃縮）

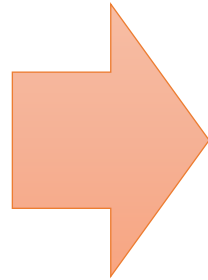


Pastoral Creativesが1,000人で村をつく  
ると

**CAPITALISM**

資本

(お金・欲望)



**LIFEISM**

生命

(無財の七施・調和)