

戦後の日本社会の変化

製造業への重点的なシフト  第1次産業の衰退



工業の国際競争力の強化

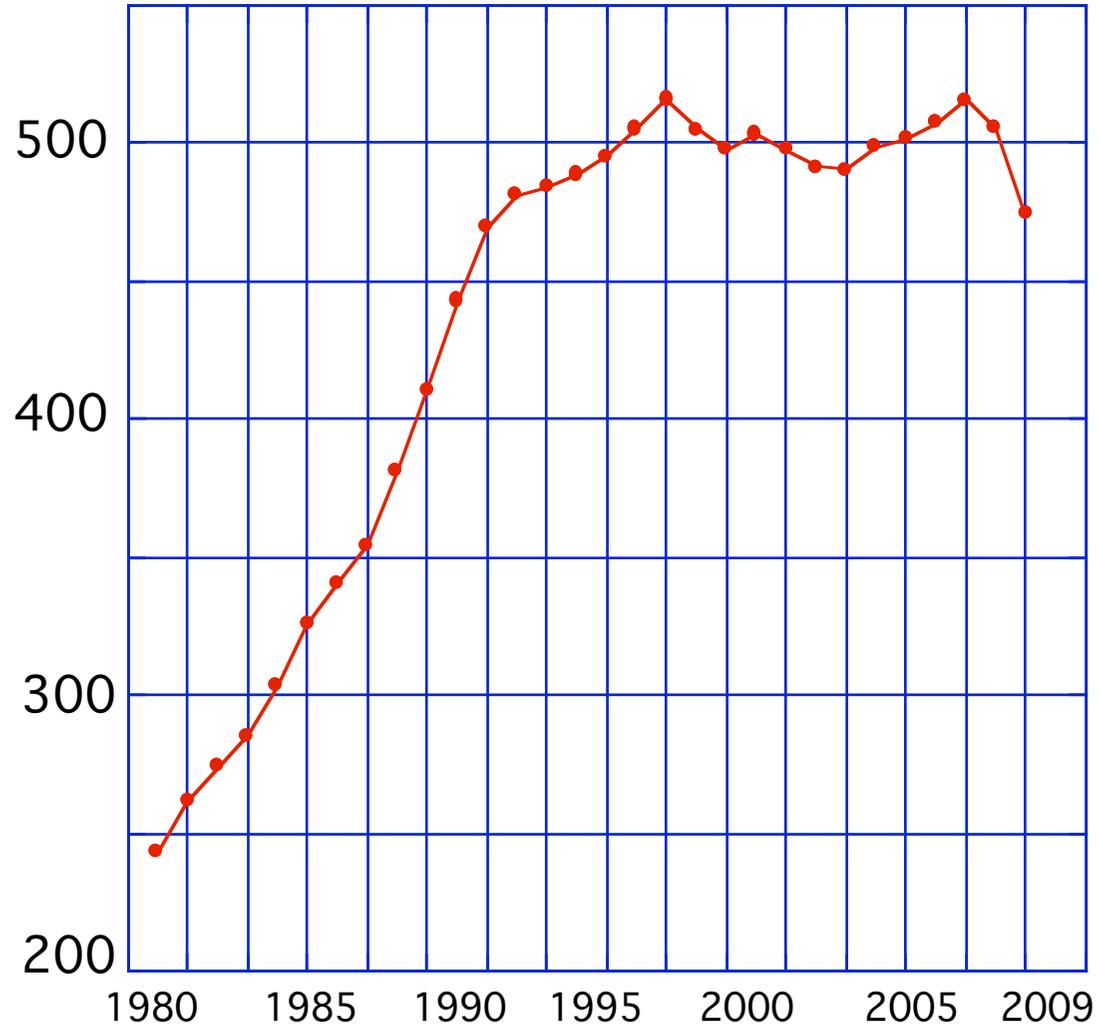


食糧・エネルギー自給率の低下

国際情勢の変化に翻弄される社会構造へ

名目GDPの推移

(兆円)



	衣食住	快適	生き甲斐
第1段階	充足	不足	不足
第2段階	充足	充実	不足
第3段階	充足	充実	充実
	生理的	環境	自己実現欲求

豊かさの源泉

- 生産性の向上→規模の経済、生産システムの革新
- 新しい技術による付加価値の高い商品の生産。



規模の経済を支えているのは化石エネルギー
(環境問題: エネルギーを労働に置き換える)

物質的豊かさを支えたシステム
スーパーマーケット

薄利多売型の小売の限界

スーパーの力量

2009年	衣料品	飲食料品	年間販売額
大型百貨店	39%	26%	7.3兆円
大型総合スーパー	16%	53%	6.9兆円

商品の規格化と多様化

井原哲夫の商品分類

味覚商品---味覚に関して習慣性が強い
ため、数種類の銘柄を併用しない。



優秀なブランドを確立できれば寡占化が容易。
(規格化：他社も追随)

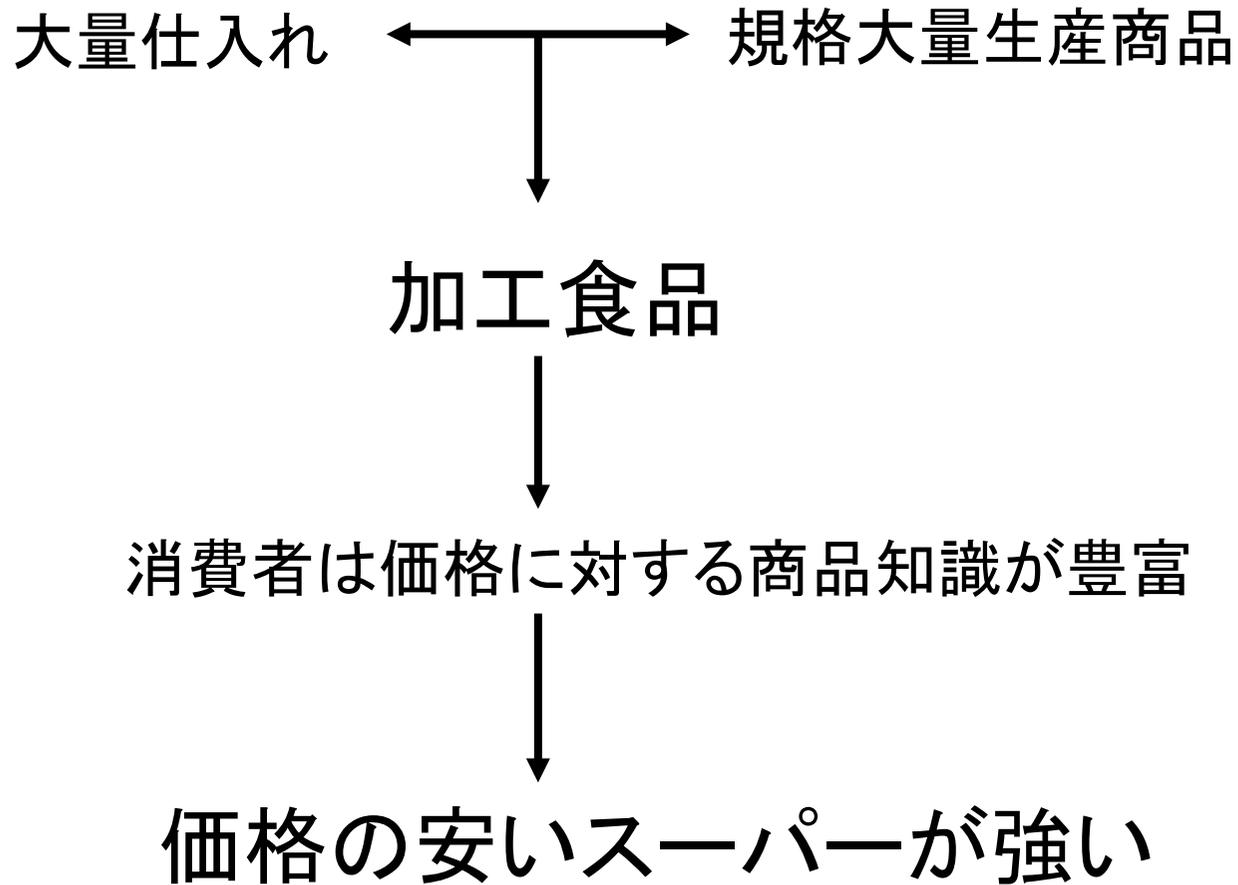


食品には比較的長命商品が多い (安心、信頼の味)
(食に多い伝統の味)

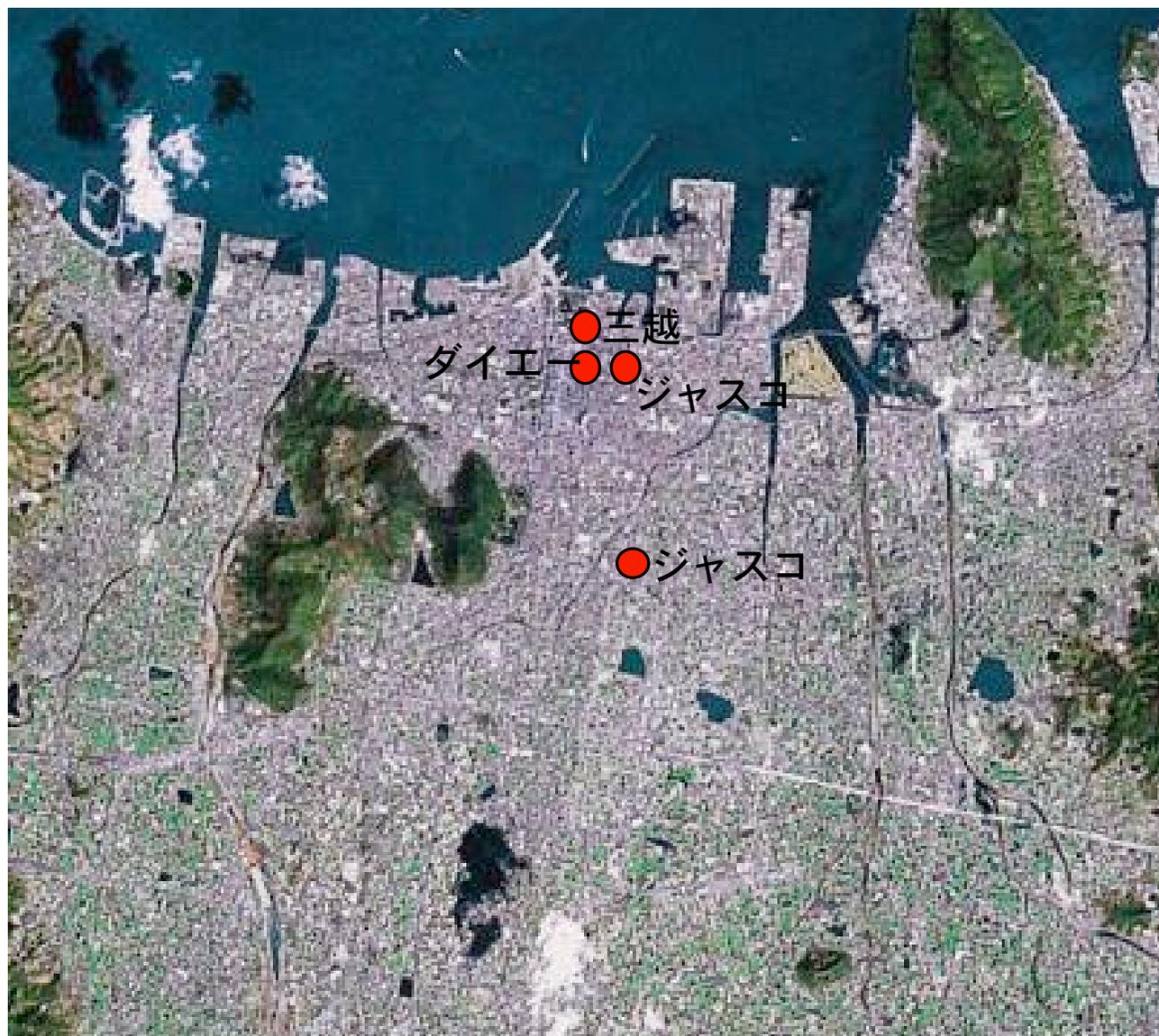
スーパーのビジネスモデル

- 大量仕入れー大量販売(薄利多売)
- チェーン・オペレーション
- セルフサービス・レジで一括精算
- ワンストップ・ショッピング

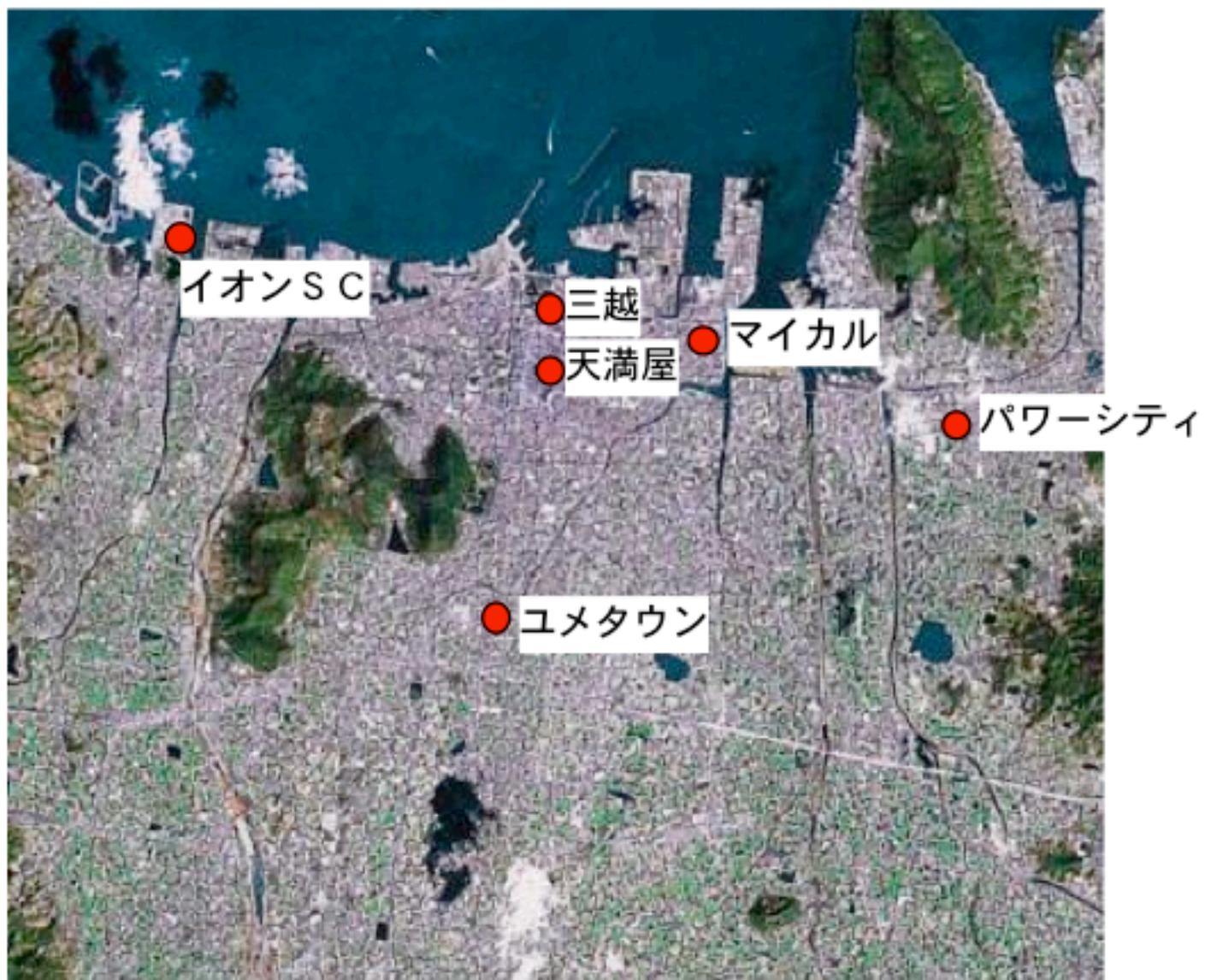
スーパーの強み



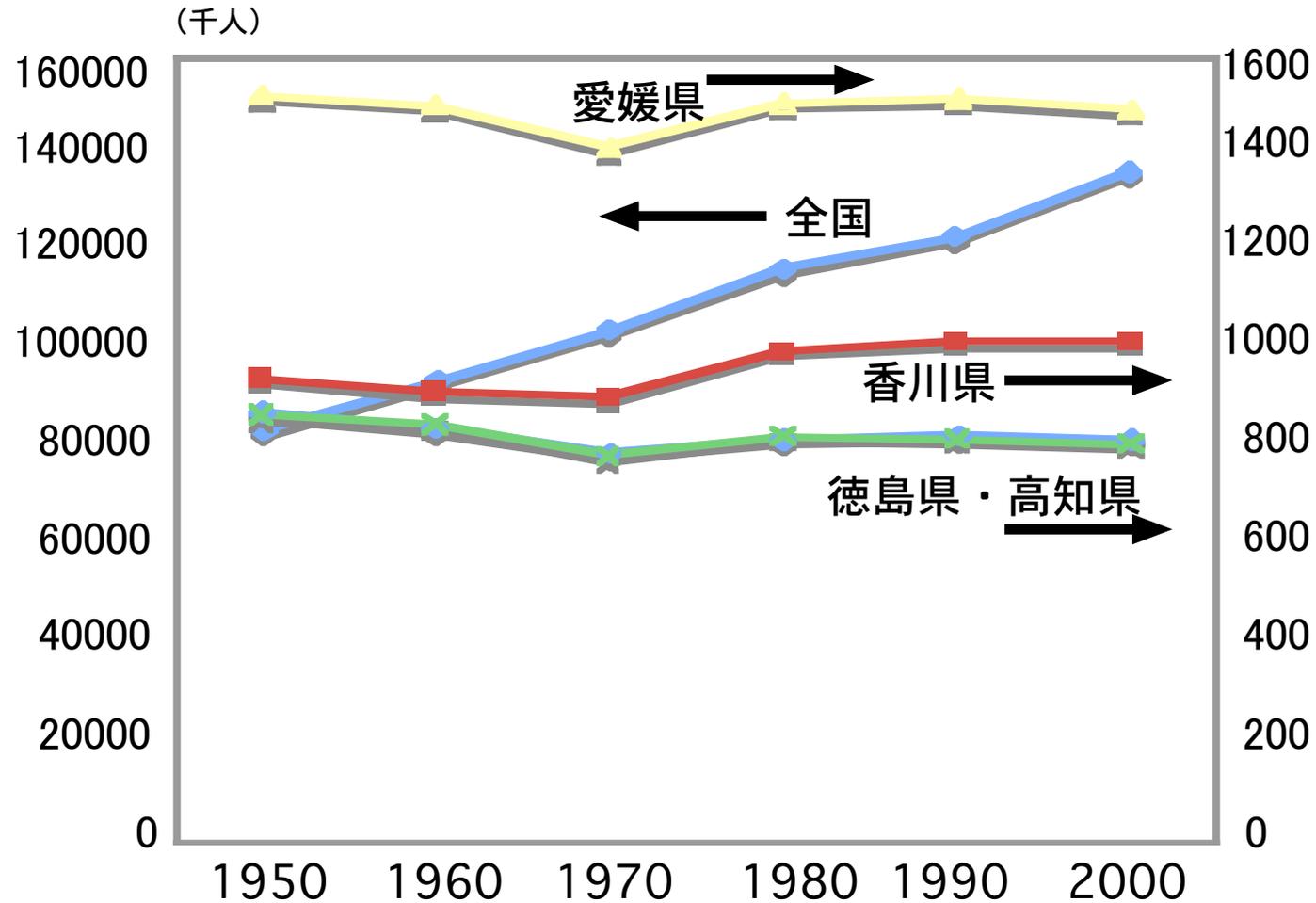
1978年当時の高松の大型店



高松の大型店

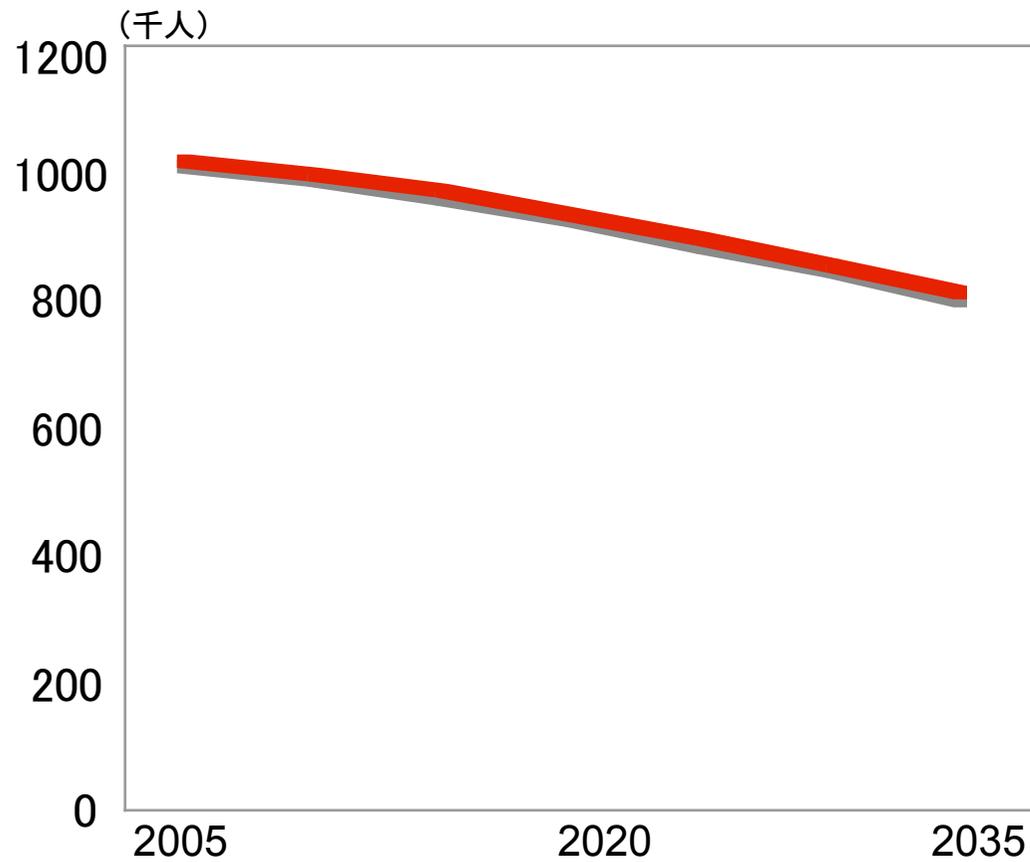


日本と四国の人口の変化



(出所：国立社会保障人口問題研究所のホームページから、
<http://www.ipss.go.jp/>。 総務省統計局『国勢調査報告』による。)

香川県の将来の人口の変化



(出所：国立社会保障人口問題研究所のホームページから、
<http://www.ipss.go.jp/>。 総務省統計局『国勢調査報告』による。)

スーパーのビジネスモデルの破綻

- 大量仕入れー大量販売(薄利多売)の限界



買い物難民の急増

人口減少下での新たな小売業とは？

効率的な経営から非効率的な経営へ

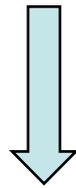
家電量販店から街の電気屋さんへ

農産物の直売所

ラッパを吹きながらリヤカーで売る豆腐屋さん

モノの価値からモノ以外の価値を売る時代へ
(例 きめ細かなサービス、新鮮、安心・安全)

東京一極集中



地方の人口減少→活力の低下

地方にどのようにして人々を呼び戻すことができるのか

研究の視点

瀬戸内海における島を都心部と定期的に捉える、ないし一部とする
地域政策のために、「島居住・交流の在り方に関する調査研究」

「まちなかに近い海と島」を特徴とする瀬戸内圏、とりわけ香川県域
の瀬戸内圏ならではの視点として



テーマ:「島居住・交流の在り方に関する調査研究」

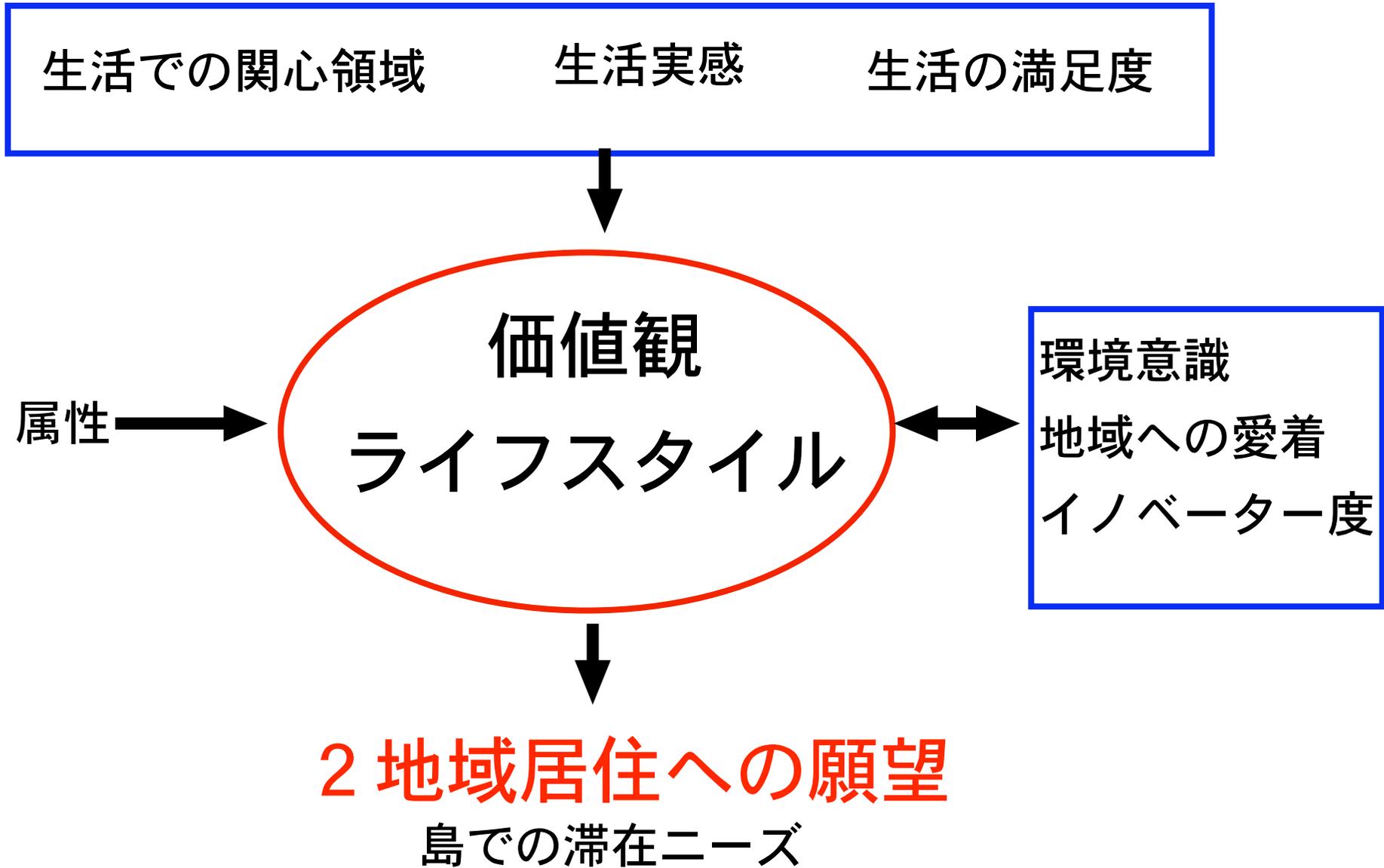
香川県域の島しょ部の特徴

—「広域行政時代における拠点地域のあり方に関する調査研究」より—

島	特徴
○小豆島	寒霞溪や海に沈む夕陽等の「自然風景」、オリーブ・醤油・手延べ素麺・佃煮等の「食」、美しい海と温暖な気候、二十四の瞳、等
○直島	現代アート（直島文化村・ベネッセアートサイト直島）、産業（東洋一の金生産量）、自然（ツツジ）、環境（循環型社会）、等
○豊島	石材加工業（豊島石）、農水産物、福祉の島（賀川豊彦）、瀬戸内オリーブ基金による「環境」「花」に関わる島づくり運動、等
○男木島	手つかずの自然、海洋レジャー、進行した過疎化と高齢化、等
○女木島	白砂青松に恵まれた美しい島（多い海水浴客）、鬼ヶ島（巨大な洞窟）、等
○大島	国立療養所大島青松園、源平合戦の古戦場、等



アンケート調査の構成



アンケートの概要

対象：香川県在住の方 937サンプル

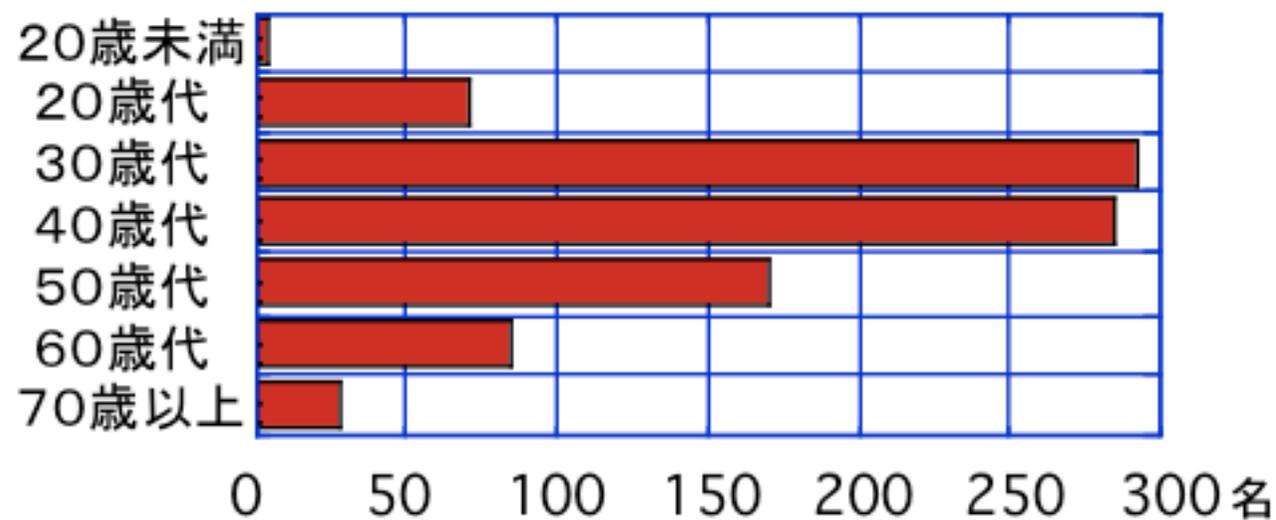
方法：インターネットにより調査

期間：2008年12月19日から12月25日

委託先：エルゴ・ブレインズ社

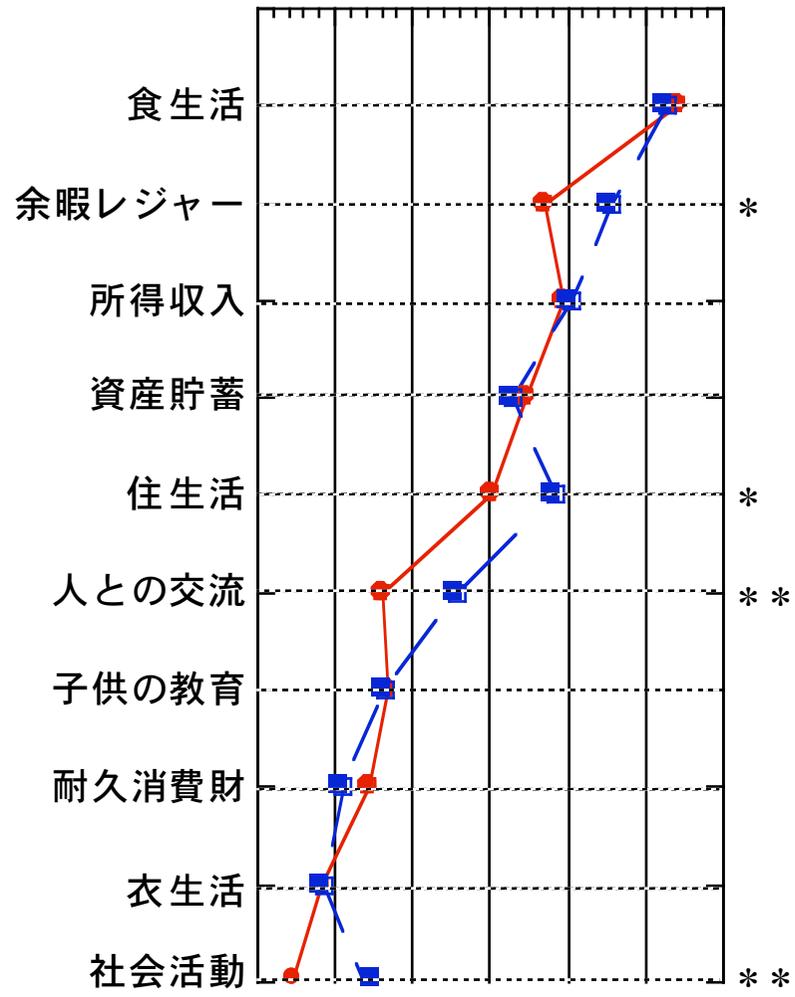
属性

男性:633名 女性:304名



関心領域  関心がある

0.1 0.2 0.3 0.4 0.5 0.6 0.7



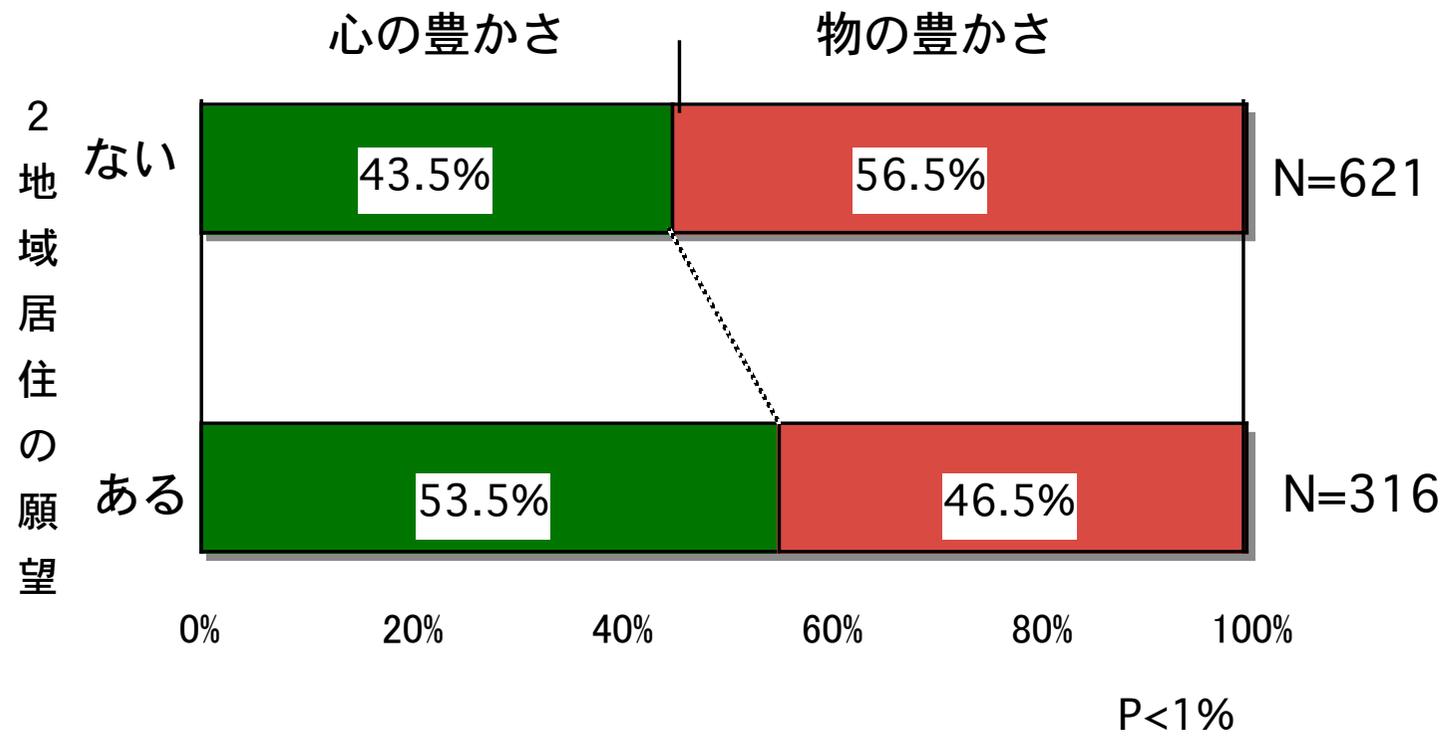
2 地域居住への関心  ある  ない

関心領域の主成分分析

	第1主成分	第2主成分	第3主成分	第4主成分
食生活	0.688			
衣生活	0.655			
住生活	0.655			
所得収入		0.791		
資産貯蓄		0.745		
社会活動			0.822	
人との交流			0.801	
余暇レジャー				0.681
耐久消費財	0.368	0.344		0.404
子供の教育	0.392			-0.641
解釈	生活の基本	お金	地域交流	余暇レジャー

関心領域 vs 2地域居住願望

	2地域居住	因子得点平均値	標準偏差	T-Test
第1主成分 生活の基本	ある	0.027	1.02	
	ない	-0.014	0.99	
第2主成分 お金	ある	-0.017	0.99	
	ない	0.009	1.01	
第3主成分 地域交流	ある	0.196	1.07	* *
	ない	-0.100	0.95	
第4主成分 余暇レジャー	ある	0.034	0.98	
	ない	-0.017	1.01	



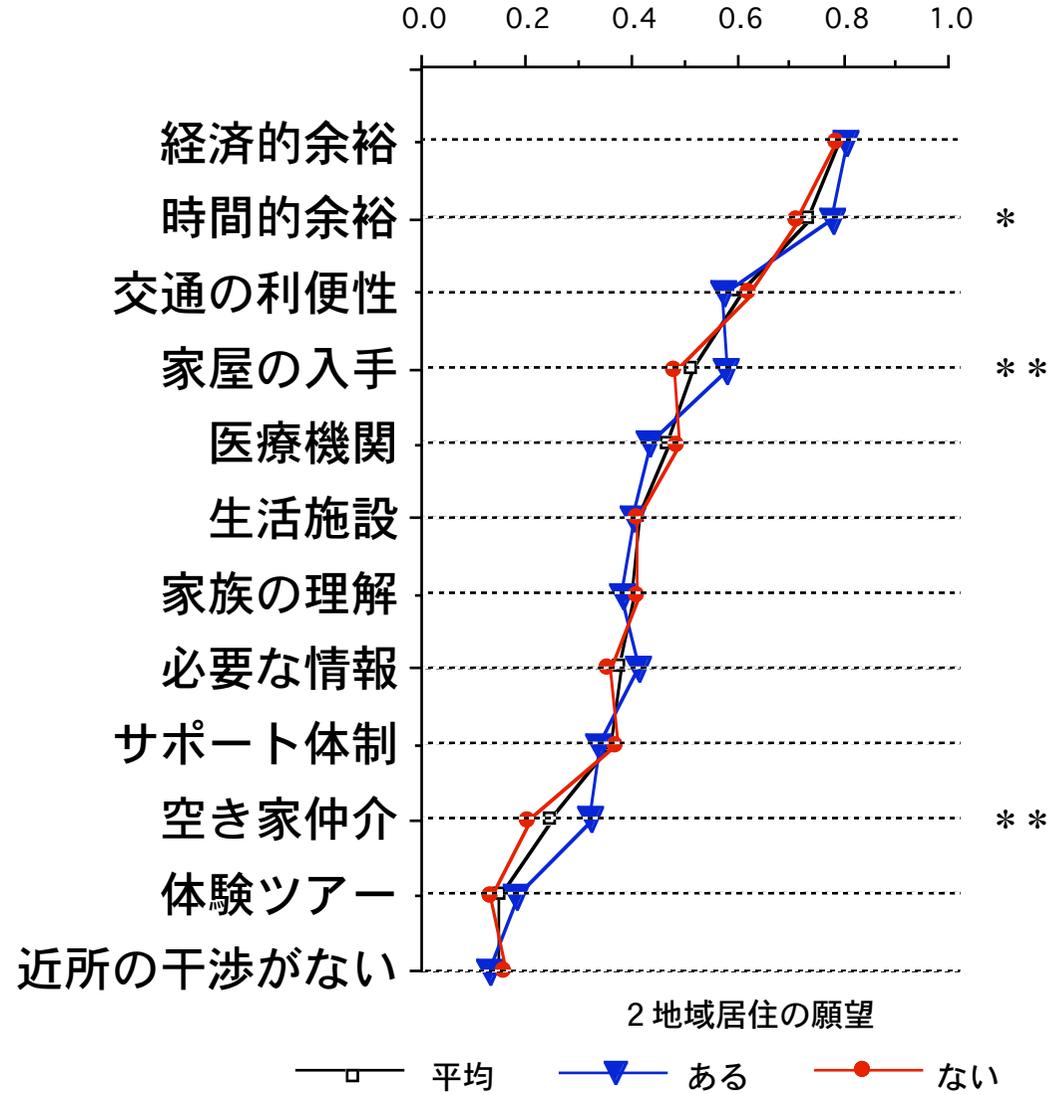
島での滞在ニーズの主成分分析

	第1主成分	第2主成分
家庭菜園	0.683	
魚釣り	0.655	
地域との交流	0.578	
のんびりすごす	0.445	0.308
工芸品づくり	0.396	0.331
水泳	0.331	
観光地めぐり		0.804
名物を食べる		0.759
星空観察	0.381	0.497
解釈	能動的ニーズ	受動的ニーズ

平均値の差の検定

	第1主成分	第2主成分
2地域居住	能動的ニーズ	受動的ニーズ
ある	0.6292	0.0569
ない	-0.3202	-0.0290
	* *	

必要な条件



まとめ

2 地域居住の願望が高い人

社会とのつながりを持つことに積極的

心の豊かさ志向

住生活や余暇レジャーに関心の高い人

教育関係、自由業など知的創造サービスに従事している人

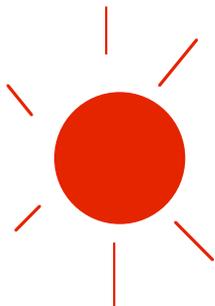
2 地域居住のニーズ

家庭菜園や魚釣りのような能動的ニーズが強い

空き家の情報を望んでいる

誰もが住んでみたい町

- 食糧が自給できる
- エネルギーが自給できる
- 水が自給できる
- コミュニティがあり、包容力がある

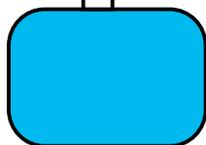


将来のエコライフ

太陽電池モジュール

ごみ分別

燃料電池



雨水用貯水タンク

生ゴミ

肥料

プラスチック

固形燃料

紙など

資源