

住みたい街と住みこごち(下)

何が街の人口を増やすのか

街の住みこごちと人口増減の関係

自治体ごとに、なぜ人口が増加するのかをモデル化するのには容易ではない。地方自治体の人口を増加させるための対策としては、働く場を確保することがよく挙げられるが、一方で多くの自治体は人口の社会流出に悩んでいる。一体、何が地域の人口の増減を左右しているのだろうか。

今回、筆者は全国987自治体の2016年と2019年を比べた人口増減率と、自治体居住満足度の全国偏差値を比較してみた。自治体居住満足度とは筆者が企画・設計・分析を行い、2019年から「いい部屋ネット街の住みこごちランキング」(以下「住みこごちランキング」という)として発表している、街の住みこごち(居住満足度)の指標である。

2016年から2019年の人口増加率と自治体居住満足度偏差値の散布図を見ると、一定の相関が綺麗に見られ、重回帰分析による自由度修正済み決定係数は、0・5127とますますの値に

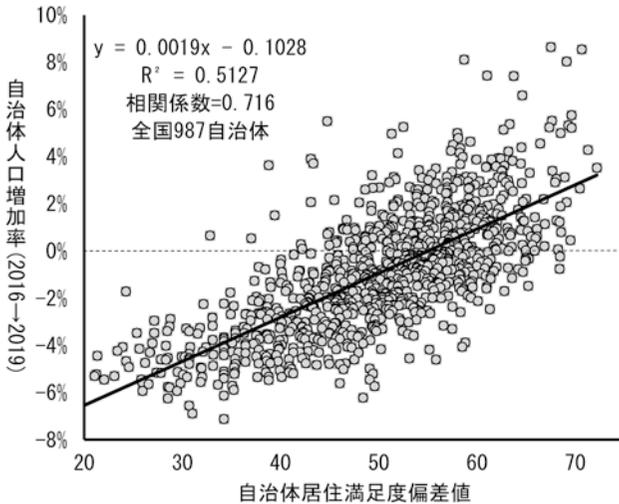
なっており、人口増加率と居住満足度偏差値の単純な相関係数は0・716とかなり高くなっている(図表1)。

この結果から、自治体の人口増減は、居住者による住みこごちの評価と関係がある、すなわち住みこごちの良い場所では人口が増加する傾向があり、その逆もある、ということになる。この住みこごちと働く場の相関は明らかではないが、街づくりに対して大変興味深い示唆を与える結果となっている。

一方、首都圏145自治体の住みたい街ランキングの得票率と人口増減の関係を比較してみると、相関係数は0・4248とかなり低く、重回帰の結果でも自由度修正済み決定係数は0・1874とかなり低く、説明力はほとんどない(図表2)。

これは、散布図を見れば明らかのように、住みたい街ランキングでは、ほとんどの自治体の得票率が1%未満であり、ごく一部

図表1 住みこごち偏差値と人口増加率 (2016→2019年)



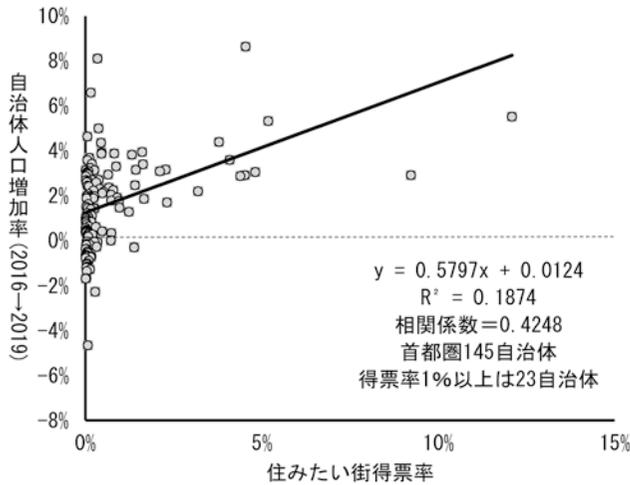
出典：いい部屋ネット 街の住みこごちランキング2019(総評)レポート 2020.5.20

の知名度の高い自治体に得票が集中することが原因である。住みたい街ランキングでは得票がほと

宗 健

麗澤大経済学部経営学科客員准教授
大東建託賃貸未来研究所・AIDXXラボ所長

図表2 住みたい街得票率と人口増加率 (2016→2019年)



出典：いい部屋ネット 街の住みこちランキング2019〈総評〉レポート 2020.5.20

んど得られていないが、人口増加率の高い自治体が多数あり、簡単にいえば住みたい街と人口増減にはほとんど関係がないのである。

これらのことから、自治体の街づくりのKPI（重要業績評価指標）としては、住みこちランキングの指標はある程度汎用的に活用できる可能性があるが、住みたい街ランキングの指標はかなり活用場面が限定される可能性が高いことが分かる。

プロモーションできるのは知名度とイメージだけ

住みこちランキング調査では、非居住者による自治体評価が含まれている。大都市圏の場合には、例えば首都圏在住者には、居住自治体以外の首都圏の自治体をランダムに表示し、その自治体についての認知や評価を回答してもらうというものである。

この非居住者の自治体評価から分かったのは、2019年調査で18項目、2020年調査で30項目ある設問に対して「分からない」という回答が非常に多いことである。自治体の名前が知っていても、行政サービスや、生活利便性の具体的回答はできない人が非常に多い。

一方で、例えば「新宿区」に対しては、治安が良いとは言えないという歌舞伎町等をイメージした評価が多かったが、新宿区といつても実際には、牛込・四谷・落合などの落ち着いた住宅地があることはあまり認知されていない。

自治体の総合計画等では、地域のPR戦略に触れていることもある。しかし自治体単独の予算と施策で地域の知名度やイメージを向上させることは極めて難しい。地域の知名度が高くイメージが良いのは、メディアに取り上げられるような何らかの強みがあることとあり、それが長い時間をか

けて定着したものであるからである。費用対効果を考えれば自治体の投資は、広告宣伝などのPR戦略よりも地域の強みをつくり出す方に重点を置くべきだろう。

住宅供給と住みこち

人口が増加している地域には、大都市近郊の住宅供給が盛んな地域が多い。例えば、福岡県福岡市、千葉県印西市、福岡県新宮町、沖縄県南風原町、愛知県長久手市、熊本県菊陽町といった自治体である。これらの街は、大都市の近郊にあり人口増加率が高く、住みこち評価も全国偏差値で60を超えているという特徴がある。

こうした街は、住みたい街ランキングで上位にランクインするような知名度の高さはないが、実際には人口が増えている。それは、人口増加が住宅供給の結果としてもたらされていることを強く示唆している。人気があるから、そこに住みたいから移り住むのではなく、住宅が供給されているから人口が増えるという関係である。

これは、不動産事業者と一般消費者に、街の情報に対する非対称性があることも示唆している。不動産事業者は、地域の事情と実際をよく理解し

しており、たとえ知名度が高くなくとも、売れそうな場所、借りてもらえそうな場所として住みこちが良い場所に住宅を供給していく、ということである。その住宅供給が人口増加に繋がっていく。住宅は人口が増加したから供給されるものではなく、住宅が供給され、それが売れる、借りられることによって人口が増えるという因果関係にある。

ただし、住みこちの評価が高いのは、港北ニュータウン（横浜市）や千葉ニュータウン（千葉県白井市ほか）など、都市計画がしっかりしている場所が多いことから、行政による適切なコントロールが必要なのは言うまでもない。

一方、そうは言っても、住宅供給をしなくても多数の空き家があるではないか、という指摘もあるだろうが、空き家は実態よりも多くカウントされている可能性が高く、同時に老朽化している空き家は敬遠されることも多い。実際、空き家によって人を呼び込み、高い人口増加率を実現した事例は見当たらない。

街づくりの目標は住みこちを良くすること

自治体の総合計画や総合戦略では、コンセプトユアルな（概念上の）コピーである基本理念と共に、数値目標が設定されていることも多い。そして、数値の中には必ず将来人口が入っている。しかし、人口を増やすための施策には具体性に欠けるものも多い。

今回の住みこちランキングの分析からは、人口を増やすための多くの示唆が得られている。その最も重要なものは、住みこちの良さと人口増加に相関が見られることである。

「住みこちが良い点」というフリーコメントの分析では、固有名詞としては唯一「イオン」という単語が含まれている。イオンなどの大型ショッピングモールは、地元の個人商店を駆逐してしまい、全国チェーンの画一的な店舗が連なることへの批判も根強いように思われるが、住んでいる人々は、イオンなどの大型ショッピングモールを高く評価している。これは、イオンなどの大型ショッピングモールを誘致し、まちの生活利便性を大きく改善することで人口を増やす可能性があることを強く示唆している。誘致と言えば、働く場を確保するための工場誘致に努力している自治体も多いが、工場は働く場は確保できても、生活利便性の向上には繋がらない。ショッピングモールは働く場の確保と生活利便性の向上の両方が実現できるが、点在する個人経営のカフェやギャラリーなどの小規模施設ではそうした効果はあまり見込めない。

公共投資については、新たな道路建設は無駄だという批判も根強いが、地方では自動車が多々の生活に欠かせない状況を考えれば、道路整備も交通便利性を向上させる大きな意味がある。

一方で、地方の濃密なコミュニティが実は住みにくさに繋がっていることも示唆されている。

隣り近所や地域の繋がりが強過ぎることは、特に若年層からは評価が低く、適度な距離感を持ったコミュニティが望まれていることにも留意が必要である。

また、子育て支援や医療費、福祉の充実といった行政サービスについては、住みこちとの相関がほとんどないか、負の影響がある、という点も注目すべき結果である。行政サービスの充実は、逆説的には行政サービスを必要とする人々、行政サービスへの依存度の高い人々を呼び込む可能性がある。行政サービスを充実させれば人口は増えるかもしれないが、負担も同時に増加し、長期的な財政的継続性を損なう可能性もある。今回の分析結果からは、行政サービスの拡充は慎重に考える必要があることが示唆されている。

そもそも人口を増やしたいと考えるときには、

今ここに住んでいるどんな人々を呼び込みたいのか、というターゲット選定とマーケティング戦略が必要である。それは都市近郊と都市から離れた

場所では、^{おの}自ずと戦略も戦術も異なってくるからである。都市近郊であれば、商業施設を誘致し生活利便性を高め、それをフックに住宅供給を促進

し子育て層を呼び込むということも考えられるだろうし、都市から離れた場所であれば、出身者のUターンやI・Jターンを促進するといったことも考えられる。そして、人口減少が続く現在では、人口獲得競争は人口を増やすことができた勝者がいれば、必ず対として人口が減少した敗者を伴うゼロサムゲームであることを強く認識しなければならぬ。

しかし、一方で人口が減少したとしても穏やかに暮らすことを強く望んでいる高齢者が多い自治体の場合には、あえて人口獲得競争の敗者になることを積極的に選択するという戦略もあり得る。高齢者の多い地域では、表面的な生活利便性や交通利便性よりも、居場所があることを強く認識できる濃密なコミュニティと、これまで生きてきた愛着や誇りといった情緒的側面に大きな価値と意味があるからである。

街づくりの目標は、さまざまな視点から絞り込まれた住みこちの良さであるべきなのであり、そして住みこちのありようはおそらく一様ではないだろう。

終わりに

筆者の別の研究結果から、住まいは人々の幸福に対して大きな影響があることが示されている。幸福の構成要素としては、楽観的であるといった

個人の資質と、家族が仲良く、食生活や余暇が充実しているといった家族関係がそれぞれ3割程度を占め、住まいは2割程度を占めている。住まいの要素は地域と建物から構成されるが、建物よりも地域の影響の方が大きい。地域の住みこちを良くすることは、住んでいる人々の幸福度を向上させ、人口を増やす大きな要因になる。自治体が目指すべきなのは、人口増加という結果ではなく、住みこちを良くし、幸福度を上げる、というプロセスなのである。

参考文献

- (1) いい部屋ネット街の住みこちランキング <https://www.kentaku.co.jp/sumicoco/>
- (2) いい部屋ネット 街の住みこちランキング2019〈総評〉レポート(2020)
- (3) 宗健・新井優太(2018)。「住まいが主観的幸福度を与える影響」都市住宅学会2018年学術講演会
- (4) 宗健(2020)。「住みこちと人口移動」住宅新報連載 不動産市場異聞―10
- (5) 宗健(2020)。「住みこちを決める

因子」住宅新報連載 不動産市場異聞―9

- (6) 宗健(2019)。「住みたい街と住みこち」住宅新報連載 不動産市場異聞―8
- (7) 宗健(2017)。「住宅・土地統計調査空き家率の検証」日本建築学会計画系論文集82巻737号

※住みこちランキングに関する詳細データは無償で自治体に提供しています。お問い合わせは、大東建託広報部03(6718)9174まで。