

過疎対策はまず IT から

「土曜寸言」011208

現在の高齢化率 30%は仕方ないとしても、30年後にこの値が100%になりそうな過疎地域が県内には多数ある。こういう地域では、死亡率と人口減少率とがほぼ一致するので、やがて自治体は消滅することになる。こういう自治体同士を一まとめにして合併させようと国も県もやっきになっているが、人口の自然増が無いかぎり、この種の自治体が消滅する時期は合併してもしなくても変わらない。

人口の自然増が無いのは、若い人達の働く場所が無いからである。だから若い人が定着しない地域は絶滅が危惧される地域ということになる。山は青く、水は清い「環境首都」にありながら、故郷が消えていく。

絶滅が危惧されるのは村落共同体ばかりではない。古くからそこにあった技術や特産品までが絶滅する。

こういう絶滅が危惧される特産品を、ITを使って世界中に売り出してみようと、10年程前、若い友人をけしかけてやらせてみた。

想像もしなかったことだがはじめのうちは、外国からの注文が細々ときた。一年に1,000個は売りたいと計画したが、はるかに及ばなかった。しかし、インターネットの普及につれて売上は徐々に増加し、今では1週間に1,000個以上が出荷されている。

この商品、生活必需品ではないだけに、お客は実にその出来ば

えにこだわる。そもそも生産者側にも時間はたっぷりあるので、顧客が満足するまで徹底的に付き合う。利益率は極めて高いので笑いは止まらない。

ところで、この顧客の地域分布を調べてみると、外国を例外とするが、北は北海道から南は九州沖縄まで、実に見事なほどに人口に比例し、一日当りその人口の百万分の一が顧客であることが分かる。

この種の特産品には、集中した消費地というものがほとんど無い。つまり、市場性にいたって乏しく、それゆえ店舗を構えてこれを陳列してみても、まず買い手は現れないということが分かる。百万分の一というごく薄い購買層しかないのであるが、インターネットという広大な広がりの中で有限の顧客数が確率的に出現するのである。

この友人の成功例は、絶滅が危惧される地域の、絶滅が危惧される特産品の新しい市場価値の創造に有力なヒントを与えているはずである。そして過疎地域こそこういう価値ある商品が深く眠っているのである。

過疎を嘆き、高齢化を憂える前に、膨大なIT市場がここに隣接していることを知らなければならぬ。やがてそこに若者が定着するのである。