

人口減少下の多自然地域の魅力づくりの研究 —シニア世代を活用した新たなビジネスの展開—

研究調査報告書

2016年3月



(公財)ひょうご震災記念 21 世紀研究機構
研究調査本部

研究体制

政策コーディネーター（委員長）

三宅 康成 兵庫県立大学環境人間学部 教授

委員

井原 友建 特定非営利活動法人地域再生研究センター 主任研究員

内平 隆之 兵庫県立大学環境人間学部 准教授

杉山 武志 兵庫県立大学環境人間学部 准教授

高嶋 正晴 立命館大学産業社会学部 教授

中塚 雅也 神戸大学大学院農学研究科 准教授

松永 桂子 大阪市立大学大学院創造都市研究科 准教授

坂本 哲也 兵庫県企画県民部ビジョン局長

事務局

柳井 政則 公益財団法人ひょうご震災記念 21 世紀研究機構研究調査部 部長

山本 弘 公益財団法人ひょうご震災記念 21 世紀研究機構研究調査本部
研究調査課 課長

担当研究員

杉山 武志 公益財団法人ひょうご震災記念 21 世紀研究機構 主任研究員
(平成 26 年 4 月～平成 27 年 7 月)

上野 信子 公益財団法人ひょうご震災記念 21 世紀研究機構 主任研究員
(平成 27 年 8 月～平成 28 年 3 月)

研究協力

嵩 和雄 特定非営利活動法人 100 万人のふるさと回帰・循環運動推進・
支援センター 副事務局長

松本 拓郎 ヤンマーアグリイノベーション株式会社

岡居 宏顕 豊岡市役所 コウノトリ共生部農林水産課農政係 鳥獣害対策員

中谷 浩臣 中谷物産株式会社 播州堂本舗 代表取締役社長

白石 克孝 龍谷大学政策学部 教授

豊嶋 尚子 神戸大学大学院農学研究科 学術研究員

要約

第1章「多自然地域のビジネスをめぐる現状」（三宅康成・杉山武志）

本章では、人口動向と多自然地域のビジネスなど本研究全体にかかわる基礎的資料を提示することを目的としている。各章の個々の研究課題に関わる資料はその都度、各執筆者の問題関心に沿って提示していく。まず、日本創成会議が発表した「増田レポート」について若干触れたのち、兵庫県をめぐる人口減少の現状について確認した。次に、多自然地域のビジネスについての統計の確認を進めた。6次産業化、多自然地域をめぐる就業者、移住者の状況を中心に議論した。そのうえで、次の3点を指摘した。第一に、人口動向については、兵庫県内においても高齢化が顕著に進んでいく危機意識の共有の重要性を再認識して、多自然地域の生活や産業基盤などコミュニティを維持する経済循環を実現する新たなビジネス展開の必要性である。第二に、兵庫県における多自然地域のビジネスの課題について、経営の進め方や主体間の連携のあり方などに再検討が求められる点である。第三に、移住者について、就農以外の産業分野への就業が多い点への注目を指摘した。サービス産業が担う役割など第一次産業以外の分野の内実も明らかにする必要性を提起した。

第2章「社会連帯経済とネオ内発的発展」（杉山武志）

第1章では、本研究における多自然地域のビジネスを検討する3つの大きな方向性を示した。しかし、従前からの住民や組織体が参加するもとで集団的に推進されるビジネスであれ、移住者や民間企業が起したビジネスであれ、いずれも地域や集落の「コミュニティ」を視野にビジネスが展開されている。前者は「コミュニティビジネス」と呼ばれるものであろうが、コミュニティビジネスという概念を用いる理由を明示する必要がある。後者の移住者や民間企業等のビジネスも移住先やコミュニティと何らかの関わりをもつビジネスであるが、コミュニティビジネスとの差異や共通点の明確化も求められる。そこで本章では、「コミュニティ」の地理的範囲の確認を行ったうえで、まずはコミュニティビジネスにかかわる概念について整理した。次に、コミュニティビジネスとも関連する重要な鍵概念として「社会連帯経済」、さらには社会連帯経済との関連のなかから「ネオ内発的発展」というトレンド的な理論を紹介し、多様な多自然地域のビジネス形態を議論する基盤となるフレームワークを提供した。

第3章「多自然地域のコミュニティと事業化」（松永桂子）

市町村合併がおこなわれた10年ほど前から、地域の現場では民間が公共領域を担うような創意工夫の活動がみられるようになってきた。人口減少と超高齢化で社会的な課題が山積する中山間地域では、住民主体で地域課題の解決にアプローチしようとする取り組みが多く生まれている。例えば、島根県雲南市では、小学校区の自治単位で小規模多機能自治による地域づくりを推進し、買い物弱者対策や福祉サービスなどを講じている。ほかに、

農協の事業であった商店やガソリンスタンドを引き継ぐ地域組織、公共バスや福祉サービスを自主運営する社会的企業なども存在感を増してきた。住民自らがアイデアを出して行動し、地域を再建していく動きが目立ってきた。このような公共サービスや福祉事業を支えるためには、所得を安定的・継続的に獲得することも欠かせない。地域資源の加工・販売を手がける6次産業化も女性を中心に積極的に進められているところである。地縁をベースにしたコミュニティでは、人びとの意識の基層に世代を超えた信頼関係があり、自治や相互扶助に向けた合意形成がしやすいと思われる。兵庫県の事例と他地域の事例を交えながら、多自然地域のコミュニティをベースとした事業化と自立の可能性について考察したい。

第4章「兵庫県における多自然地域の魅力づくりに向けた取り組み

— 『地域再生大作戦』の効果と今後の課題 — (三宅康成・杉山武志)

本章では、本研究の原点として、兵庫県における多自然地域振興施策の現在と効果、課題について検討した結果を示した。まず、兵庫県企画県民部ビジョン局の地域再生課（現・地域振興課）が推進する「小規模集落元気作戦」「むらの将来検討支援事業」「地域再生大作戦」などの施策の現状と推進プロセスを確認した。ここでの記載は、第2回研究会での同課課長濱西氏の講話に基づく。次に「地域再生大作戦」のなかから兵庫県内8つの地区が取り組むコミュニティビジネスの事例に対する聞き取り調査を実施したが、その調査結果を整理したうえで各取り組みの効果を検証した。検証の結果、1) 少しずつ多自然地域のコミュニティビジネスを進めていく体制や環境が形成されつつある萌芽的な状況にあること、2) 加工品やレストランを手がけることが収益増加につながる傾向があること、3) 順調に事業が推移している事例ほど、営業・販売促進に積極的なこと、4) 地区・地域外への市場展開にも積極的な事例ほど収益が高いこと、5) 都市部での市場展開として地域振興課が運営する「元町マルシェ」の果たす役割が大きいこと、が確認された。他方で、1) 労賃に対する意識の低さ、2) 地域外への営業・販促の環境づくり、3) 担い手不足や連携先の固定化、4) 次世代の人材育成不足といった課題も散見された。

第5章「コミュニティ・ビジネスからソーシャルビジネスへの発展性—兵庫県下の地域運営の小売店、農家レストラン、特産品開発販売の事例を通じて—」(井原友建)

本章では、兵庫県下のコミュニティ・ビジネスの事例として地域運営商店、農家レストラン、特産品開発及び販売の3つの事例を採り上げ、各々が実際に直面した運営上の諸課題を整理するとともに、限られた経営資源（人的、資金的、能力的＝ヒト・モノ・カネ・情報等）の中での「地域内の経営資源を活用したコミュニティ・ビジネスの持続性確保のための留意点（人的には地域のシニア世代を中心とする担い手について）」について言及している。さらに、これらコミュニティ・ビジネスが、多自然地域でビジネスとして飛躍するための「発展性や持続性確保のための留意点」についても言及することで、身近な諸課

題への対応及び地域のシニア世代の生きがいづくりに資する「コミュニティ・ビジネス」レベルの取り組みから、地域の新たな産業育成、雇用創出及び新たな居住者の確保等の地域再生、地域創生に資する「スモールビジネス、ソーシャルビジネス」への展開の可能性、その方策について探ったものである。

第6章「県外の多自然地域におけるコミュニティビジネスの先進事例

—徳島県上勝町と和歌山県田辺市上秋津地域—（杉山武志・三宅康成）

本章では、兵庫県外の多自然地域におけるコミュニティビジネスの先進事例を研究している。当該分野で取りあげられることが比較的多い、徳島県上勝町「葉っぱビジネス」と和歌山県田辺市上秋津地域の事例から、コミュニティビジネスの成功要因の抽出を試みた。

一般化に向けて、第2章で検討したネオ内発的発展論をフレームに位置づけて概念的枠組みを提示するなかから事例とのすり合わせを試みた。具体的には、ネオ内発的発展論で重視される（1）“community of practice (CoPs)”という認知科学の学習論、（2）社会関係資本の視点から検討した。その結果、上勝町においても上秋津地域においても、①事業が確立して軌道にのるまでにかかなりの時間を要する漸進的なプロセスを経るとともに、活動への理解と参加にはある程度の時間がかかる事実、②理解を得た後には、多様な担い手、様々な組織が活動に関わっている事実、③地域外や都市部における情報収集、学習、営業・販売促進に積極的で地域外や都市部の担い手との連携にも積極的なこと、④地域外をみすえた事業を推進する段階になってもなお、コミュニティベースの中間支援組織の役割が調整役として重要であること、が共通項として明らかになった。

第7章「多自然地域の魅力づくりに向けた世代間連携」（内平隆之）

本稿では、多自然地域の魅力づくりの先進事例を紹介し、世代間連携がもたらす効果について考察した。具体的には、以下に示す4つの事例から世代間連携の効果を検証した。第1はファーマーズマーケットにおける世代間連携効果、第2は消費者と産地を結ぶ世代間連携効果、第3は地域特産品のレシピ開発における世代間連携効果、第4は地域継業へ向けた有限事業組合の設立による世代間連携の4つである。以上を事例に、多自然地域でこれまで展開してきた、交流価値を最大化していく交流型魅力づくりには限界があり、継承価値を最大化する世代間連携デザインが、多自然地域の魅力づくりには必要であることを論じた。特に、多自然地域にある古民家や農地といった自然系の継業資産の多くは、継業者を探している期間が長引けば長引くほど、手入れが行き届かず荒廃した状態で放置され続ける。その結果、継業希望者が単独で環境を再構築し回復することは困難となり諦めるケースが見受けられる。継業者に引き渡す前にビジネスモデルを含めて一度地域と継業者でセットアップし、良い状態で資産を次世代に引き渡す世代間連携の新しいデザインが今後必要となることを提案した。

第8章「大学の地域連携プロジェクトにみる多自然地域の魅力づくりとシニア活用

—地域（ローカル）共通価値の創出（CSV）とプレミアム世代の活躍に向けて—

（高嶋正晴）

本論文では、多自然地域の魅力づくりとシニア活用というテーマのもと、大学の地域連携プロジェクトに注目し、そうしたプロジェクトにみる地域（ローカル）共通価値の創出（CSV）の取り組み、そして、シニア世代の中でもいわゆる「団塊の世代」、とりわけ、社会学者の徳野貞雄氏のいう「プレミアム世代」である60代後半から70代前半までの世代の活動に注目し、検討考察を行うものとする。前半では、事例研究として、京都・京北地域において筆者が所属する立命館大学産業社会学部の地域活性化プロジェクトを取り上げ、その概要を確認しつつ、そこにおける地域的ないしローカルのCSVの取り組みについて触れ、検討する。そして、後半では、「プレミアム世代」に注目し、これらプレミアム世代の大学との地域連携プロジェクトへの関わり方やそこでの活躍に向けての諸課題について整理・検討を加える。結論ではこれまでの議論を踏まえ、地域づくり活動と大学連携プログラムを接続し、ビジネス的な展望をも含みつつ双方を豊かなものにしうるシニア世代の活躍の手がかりについて議論する。

第9章「移住者による新しい地域づくりの展開と課題」（中塚雅也）

今後の多自然居住地域の発展には、地域資源の新結合によるイノベーションがかかせない。特に近年では、都市部からの移住者が、そのキーパーソンとして、活躍することも少なくない。急速に進み続ける過疎化・高齢化と、「地方創生」施策の推進や、若者を中心とした「田園回帰」の兆候があいまって、今後、移住者などが地域社会で果たす役割が大きくなっていくと考えられる。しかしながら、そうした、いわゆる外部人材を取り込んだ地域づくりのあり方については十分な議論がすすんでいない。そこで本研究では、日本と英国における地域づくり活動を事例としてとりあげ、移住者が果たす役割をそのプロセスとともに明らかにすることとした。その上で、移住者等の外部人材の活躍を促進のための要点や課題について考察した。事例対象としたのは、北西イングランドのエンナーデイル村、兵庫県篠山市の大山地区である。日英の移住を巡る動向をレビューした上で、事例分析をおこなった結果、移住者らがリーダーシップを発揮し、地域の歴史文化などを再評価するとともに、内外の資源を繋ぐハブの役割を果たしていることが明らかになった。また、外部者を積極的に受け入れるための地域活動組織の変革が求められる一方で、“守るもの”に関する住民の主体的な議論が必要であることを示した。

提言

(1) 集落単位の集団型ビジネスの深化に向けて

- 〔提言 1〕 事業開始時の支援策の充実化。
- 〔提言 2〕 事業開始後の高付加価値化に向けた支援。
- 〔提言 3〕 「女性リーダー」を育成する仕組みの強化。
- 〔提言 4〕 最低賃金をクリアする売上獲得に向けて、地域外への販路拡大、資金確保、多自然地域のファンを増やす支援策の充実化。

(2) 個人・法人が手がける多自然地域の魅力を高めるビジネスの生成、集積、定着

- 〔提言 5〕 域内経済循環を高める、地域外の個人、法人の移住および移転の支援。
- 〔提言 6〕 移住者の定着化促進と、地域づくりへの参加支援の強化。
- 〔提言 7〕 地場の民間企業の地域づくりへの参加に対する支援。
- 〔提言 8〕 個人・法人ビジネスの担い手が地域ブランドを創造しやすい生産環境の整備。

(3) 多自然地域と都市部との連携強化に向けた『ひょうご共生型ビジネスモデル』

- 〔提言 9〕 「集落単位の集団型ビジネス」と「個人・法人ビジネス」をうまく結びつける中間支援組織の設置と地方自治体のコーディネート力の強化。

多自然地域と都市部との連携強化による「ひょうご共生型ビジネスモデル」の提案 -集落単位の集団型ビジネスの深化と個人・法人ビジネスの集積の生成-

コミュニティビジネス (ひょうご共生型ビジネスモデル)

(1) 集落単位の集団型ビジネスの深化

- 提言 1 事業開始時の支援策の充実化
- 提言 2 事業開始後の高付加価値化支援
- 提言 3 「女性リーダー」を育成する仕組みの強化
- 提言 4 最低賃金をクリアする売上獲得に向けて、地域外への販路拡大、資金確保、多自然地域のファンを増やす支援策の充実化
- 1) アンテナショップ、定期開催型「マルシェ」、「道の駅」等、最適な販売方法の検討
- 2) 都市部のアンテナショップ、各種特産品館、産地の「道の駅」のネットワーク化を進め、商品と人材の相互交流の促進策の検討
- 3) マルシェ等を通じた、都市住民の多自然地域の応援活動を促進する方策の検討

特に他府県の都市部より移住の促進

(2) 個人・法人が手がける多自然地域の魅力を高めるビジネスの生成、集積、定着

- 提言 5 域内経済循環を高める、地域外の個人・法人の移住および移転の支援
- 1) 移住先の情報の積極的な発信
- 2) 地域外の民間企業のビジネスとの協働を推進する支援
- 3) シニア世代と若い世代との連携を構築する大学の地域連携機能の強化
- 提言 6 移住者の定着化促進と、地域づくりへの参加支援の強化
- 1) 移住者の定着化を促進する機会の創出
- 2) 定着者の地域づくりへの参加の強化とその支援
- 提言 7 地場の民間企業の地域づくりへの参加に対する支援
- 提言 8 個人・法人ビジネスの担い手が地域ブランドを創造しやすい生産環境の整備

(3) 多自然地域と都市部との連携強化

- 提言 9 ・うまく結びつける中間支援組織の設置
・地方自治体のコーディネート力の強化

目次

要約／提言

序章	(三宅康成)	-----	1
第1章	「多自然地域のビジネスをめぐる現状」(三宅康成・杉山武志)	-----	9
第2章	「社会連帯経済とネオ内発的発展」(杉山武志)	-----	17
第3章	「多自然地域のコミュニティと事業化」(松永桂子)	-----	27
第4章	「兵庫県における多自然地域の魅力づくりに向けた取り組み ー『地域再生大作戦』の効果と今後の課題ー(三宅康成・杉山武志)	-----	37
第5章	「コミュニティ・ビジネスからソーシャルビジネスへの発展性ー兵庫県下の地域 運営の小売店、農家レストラン、特産品開発販売の事例を通じてー」(井原友建)	-----	49
第6章	「県外の多自然地域におけるコミュニティビジネスの先進事例 ー徳島県上勝町と和歌山県田辺市上秋津地域ー」(杉山武志・三宅康成)	-----	60
第7章	「多自然地域の魅力づくりに向けた世代間連携」(内平隆之)	-----	71
第8章	「大学の地域連携プロジェクトにみる多自然地域の魅力づくりとシニア活用 ー地域(ローカル)共通価値の創出(CSV)とプレミアム世代の活躍に向けて」 (高嶋正晴)	-----	79
第9章	「移住者による新しい地域づくりの展開と課題」(中塚雅也)	-----	90
コラム①	「地方移住希望者の動向について」 (特定非営利活動法人100万人のふるさと回帰・ 循環運動推進・支援センター 副事務局長 嵩和雄)	-----	99
コラム②	「中山間地農業に向けたヤンマーアグリイノベーション株式会社の 取組について」(ヤンマーアグリイノベーション株式会社 松本拓郎)	-----	103
コラム③	「神戸から但馬の限界集落に移住してーいきがい、悩み、見据える将来ー」 (豊岡市役所コウノトリ共生部農林水産課農政係 鳥獣害対策員 岡居宏顕)	-----	107
コラム④	「『創造的過疎』に取り組む徳島県神山町の『グリーンバレー』」(杉山武志)	-----	109

コラム⑤	「里山工房くもべ」(杉山武志)	-----	112
コラム⑥	「木材業から製麺業への事業転換から生まれた地元名物『笹うどん』」 (中谷物産株式会社 播州堂本舗 代表取締役社長 中谷浩臣)	-----	115
コラム⑦	「中山間地域再生の協働システムづくりと大学の役割」 「京都アライアンスの挑戦」 (龍谷大学政策学部 教授 白石克孝)	-----	117
コラム⑧	「仮設型直売システム定期開催型『マルシェ』の社会的意義と 担い手の役割に関する研究」 (神戸大学大学院農学研究科 学術研究員 豊嶋尚子)	-----	121
終章	(三宅康成)	-----	126
政策提言	「多自然地域と都市部の連携強化による『ひょうご共生型ビジネスモデル』 ー集落単位と集団型ビジネスの深化と個人・法人ビジネスの集積の生成ー」 (三宅康成・上野信子)	-----	129

序 章

兵庫県立大学環境人間学部
教授 三宅 康成

1. 研究の目的

本研究の目的は、ビジネスの視点から人口減少下の多自然地域の魅力づくりをめぐる新たな展開を研究したうえで、兵庫県に政策提言を行うことにある。「多自然地域」とは、兵庫県でしばしば使用される用語で、「都市計画法に基づく『市街化区域』および緑豊かな地域環境の形成に関する条例に基づく『まちな区域（第4号区域）』などを除く県下全ての地域」を指す¹⁾。農山漁村部だけを指した言葉ではないが、本研究での対象は主に農山漁村部の多自然地域となる。

多自然地域は、経済のグローバル化、少子・高齢化、過疎化の進行により、基幹産業である農林水産業や農林水産加工業への深刻な影響が及んでおり、活力の一層の低下が懸念されている。こうした状況を少しでも好転させていくためには、多自然地域の持つ条件や特性を最大限に生かしたうえでの“新しい”ビジネスの展開を図り、自律的な地域社会と経済を構築することが必要となる。近年では、人口減少の補完と相互扶助的な要素を論じた「コミュニティ経済」²⁾や「社会連帯経済」³⁾、地域外との相互作用の調整・協同を提起した「ネオ内発的発展論」⁴⁾の重要性が地域経済や地域経営の世界において提起されている。社会・経済問題が深刻な地域であっても雇用機会の確保と地域の活性化を視野に収める上述の論点は、人口減少下の多自然地域の魅力づくりに貢献しうる可能性をもっている。

多自然地域の生活や経済の維持を促進する新しいビジネスの担い手には、シニア層に加えて若者も候補としてあげられる。ここ数年、若い世代に「田園回帰」⁵⁾の現象がみうけられるようになってきている。いま、多自然地域に対する価値観や見方は大きく変わってきている。特に、若者のローカル化に対する理解が進む好機を逃さない研究が求められる。他方で高齢社会のなかにあっては、地域を支える高齢者の活躍が欠かせない。「生涯現役社会」⁶⁾の実現は、地域にとっても高齢者個人にとっても強く求められる。多自然地域に既に集住する人たちだけでなく域外あるいは都市部のシニア世代との連携、若者がシニア世代を巻きこむビジネスの仕組みづくりの視点も有効になると考えられる。

本研究では、集落生活の維持に貢献しうる新しいビジネスの仕組みづくりに向けて理論研究、事例研究、実践を積み重ね、政策提言を行う。そして、グローバル経済がもたらす新自由主義的な市場論理に回収されない互酬性ベースの経済への接近が、多自然地域の豊

1) 兵庫県地域再生課『ひょうごの元気ムラー地域再生大作戦の歩み』, 2014年。

2) 広井良典『人口減少社会という希望—コミュニティ経済の生成と地球倫理』朝日新聞出版社, 2013年。

3) A. リピエッツ著, 井上泰夫訳『サードセクター—「新しい公共」と「新しい経済」』藤原書店, 2011年。

4) 安藤光義・F. ロウ『英国農村における新たな知の地平—Centre for Rural Economyの軌跡—』農林統計出版, 2012年。

5) 小田切徳美ほか『はじまった田園回帰—現場からの報告』農山漁村文化協会, 2015年。

6) 植田浩史・立見淳哉編『地域産業政策と自治体—大学院発「現場」からの提言』創風社, 2009年。

かなポテンシャルの活用や単なる「生きがいごと」の枠組みをこえる、新たなビジネスの仕組みづくりに向けた政策的視座として鍵を握ると提起したい。

2. 論点

(1) ビジネスをめぐる多自然地域の魅力づくりの研究フレームの検討

多自然地域では人口減少が進み、都市で成立するようなビジネス展開と同じ土俵で議論を進めると反故が生じる。とはいえ、少子高齢化がますます進行していく社会情勢にあつては、地域の存続に向けた経済のあり方への考察や仕組みづくりが何よりも不可欠となる。多自然地域と経済の関係は一見すれば、二律背反のように見える。

多自然地域には都市にない自然資源、文化資源をはじめとした地域資源が豊富に蓄積された魅力がある。これらをうまく生かしながら地域存続のための対価を獲得することも不可能ではない。昨今は、地域を支援する組織、団体、NPOなどが多く存在するようになり、アドバイザー、サポーター、マネージャーなど仲介者の支援やそれをサポートする各種施策によって、地域外との連携を強めながら地域の魅力づくりに結びつける可能性も十分に見いだされる。本研究が目指すのは、多自然地域に少しでも財がまわるような、小さな生業を成立させうる仕組みづくりの検討にある。

上述の研究に取り組むにあたって、主に次の7点を具体的な論点とした。下記の論点は、第1回研究会(2014年5月12日実施)に委員の間で議論した結果をまとめたものである。

1点目は、研究を進めていくうえでの大前提の問題として、多自然地域を取り巻く現状や価値観が大きく変わってきていることを見すえた議論である。いまの若い世代、大学生世代は、大きな組織に入らずに、離島や中山間地域へ移住するケースが増えてきている。そのうえでの新しいビジネスをめぐる担い手の議論、政策的な論点を整理していくことを重視したい。

2点目は、多自然地域の魅力づくりの担い手に関してである。担い手の議論では次の2つの視点が必要になる。一つは、シニア自身が担い手となりビジネスを創出することである。ただ、シニア世代を活用する視点からのビジネス展開の検討も有用となる。なぜなら、多自然地域のビジネスではシニア世代の起業に注目される傾向にあるが、実態は高齢者の周辺との関係のなかから進められているケースも多い。シニアを人的資源として活かすことにより、若者世代がビジネスを創出することも求められる。本研究はこの両方を研究対象とするが、とりわけ後者のアプローチはそれほど多くはなく、本研究の大きな特徴となる。

3点目は、集团的かつ地理的スケール感をもってビジネスの担い手や組織体をみていくことである。従来の多自然地域でのビジネスにおいても、JAやコンサルタントによるビジネスの仕掛けづくりが行われてきたが、支援時期が経過するなかで残された人たちが苦勞するケースが往々にしてみられている。しかし、顧客との関係をそれほど重視してこなかった多自然地域の主体が単独でビジネスを展開することは困難も生じる。こうした状況を改善するためには、複数の担い手が協働する「主体形成」や市場をすでにもっている域

外の人材との関係を構築していく仕組みについて、より深い議論が求められる。たとえば、6次産業化をめぐる3次サービスが弱点になることが多い農家が、大都市圏や地方中核都市のサービス業と関係を構築することも必要な論点となる。

4点目は、“起業”と“企業”の問題である。地域でのビジネスをめぐるには「コミュニティビジネス」に特化した“起こる”の起業が議論される傾向にある。しかし既存の“企てる”の企業の役割も見逃せない論点となる。ただ、いわゆる「外来型」企業⁷⁾ではなく、逃げない企業との連携を視野に収めた議論が不可欠となる。これは、ビジネスといえども市場の論理で考えすぎること避ける意味でも重要な論点といえる。企業と一言で表現されたとしても、交通会社のように在り型で自分たちの地域を変えたいと努力する企業も実際には存在する。また、地域外の企業であっても、多自然地域との共生のうえに成立している企業も少なくない。本研究は、こうした多自然地域と密接にかかわる民間企業の役割についての検討も行い、「企業」と多自然地域のビジネスについての論点整理を行う。

5点目は、総務省の「地域おこし協力隊」のように、若い世代が多自然地域への移住を支援する動きが活発になってきている。実施から幾年か経過するなか、どれくらいの人材が定着しているのか明らかにしていくことも必要となってきた。移住する主体のビジネスパターンを概観すると、1) ゼロから育てる、2) 経験のある人の登用、3) 地元の人が行う、という3つのパターンがある。こうしたパターンを詳しく整理するなかから、移住者が定着する仕組みを検討し、移住者をめぐる論点を整理したい。

6点目は、5点目ともかかわるが、ビジネスの問題を研究するといえども、自治体の役割の検討も重視する。市町村の産業振興、農業振興において明確なイメージ像がある自治体ほど、たとえば移住者を中心とした持続的なビジネスとして定着している。他方で、政策的支援は永劫的なものでもない。3~5年が経過して政策的な支援がなくなった後に、支援を受けてきた事業がどうなったのか議論することも求められる。助成金や支援がなくなってしまった場合に、よい取り組みが崩れないような仕組みについても議論する。

最後に7点目は、誰もが参加しやすいビジネスの仕組みについてである。「ビジネス」と一括りにしても、先述した、企業によるビジネスから小さなビジネス形態まで多様に存在する。前者を認識しつつも、後者についての検討がなければ、持続可能な多自然地域ベースの経済・経営は成立し得ない。たとえば、ICT技術にそれほど付いていくことができない担い手であっても多自然地域のビジネスに参加できるような簡潔な仕組みも必要となる。これはまさに、本研究の目的で示した互酬性ベースの経済を考える代表例といってよい。多自然地域のビジネスを包摂的に検討していく論点についても整理を試みる。

なお、本研究では、いわゆるコミュニティビジネスだけでなく、多自然地域の多様なビジネス形態を議論する。こうした多様なビジネス形態を議論する場合であっても、常に「コミュニティ」をみずえたビジネスを議論していくことを執筆者間において共有していることを強調して述べておきたい。

7) 中村剛治郎『地域政治経済学』有斐閣、2004年。

(2) 集落ビジネス先進事例にみる成立要因の分析と実践

① 先行事例のデータベース化

多自然地域のビジネスに関する全国、県内の事例を文献や資料等によって収集し、データベースを作成する。蓄積したデータは、研究の中で活用していくことにしたい。たとえば第4章では、当該データベースを活用した考察を進めている。

② 個別事例の実態分析と実践的応用

多自然地域の多くの集落では、ビジネス展開への意向はあっても検討段階で断念している例も多く見られる。本研究は成功事例の要因分析を行い、着想段階（構想）、計画段階、実施段階（現在）、将来段階（将来計画）のそれぞれの段階（シーケンス）においてビジネスが軌道にのるまでのプロセスと実態を詳細に把握し、ビジネスの成立条件を検証する。分析の対象（スコープ）として、人的・組織的要因（ビジネスや地域づくりを牽引するリーダーやサブリーダーの存在、合意形成の方法、それを支える連携主体と連携方法など）、素材（自然資源、農地、森林、農産物などの農林漁業資源、住宅・施設などの生活資源、伝統・文化資源など）に着目して実態把握と分析を進める。

先述した通り、集落でのビジネスは市場の経済原理で動かすことが難しい一面がある。他方で、市場原理を無視した取り組みでは継続が困難な例も多くあり、事例によっては取組前に断念せざるをえないことも少なくない。さらに、何のために集落でのビジネスを進める必要があるのか、目的が不明確なまま利益追求のみを議論することは当該研究ではなじまない。ビジネス等による魅力づくりの取り組みが、地区や集落にとってどのような意味をもつのか、その目的を明確にできる経済・経営へのアプローチと分析が必要となる。

研究目的で一例として示したように、近年の多自然地域をめぐっては、「コミュニティ経済」「連帯経済」「ネオ内発的発展論」「互酬性」といった考え方の検討が進められてきている。鍵を握るのは、こうした学問的な考え方が現場においてどのように応用されるものなのか、明示していくことが本研究の成功の鍵を握るといってよい。得られた知見をアクションリサーチのような手法を用いて現場へフィードバックし、実践的に検証していくことも求められる。検証では、「ひょうご地域再生大作戦」等との連携を想定した。

(3) 平成27年度の研究成果について

さて、本研究は2年目の初回にあたる研究会（第6回研究会）において、平成27年度の研究課題を定めた。ここで当該概要を明示しておきたい。

第一に、1年目の研究は、1次産業ベースの取り組みを中心に検討されてきた傾向があった。しかし、多自然地域には製造業やサービス産業などの産業分野がいまなお顕著に存在している。製造業やサービス産業との連携による6次産業化の視点は確かに重要だが、そのうえで、製造業やサービス産業そのものが多自然地域のコミュニティと向き合いながらどのような事業を営んでいるのか、実態を明らかにすることも求められる。たとえば、伝統的なものづくり、アートや芸術、観光、環境、ふるさと回帰にかかわるビジネス（空き家対策）といった新たな分野から生活関連サービスまで想定される。時間的な制約もあり、すべての産業の動向を検討することは不可能であろうが、いくつかの産業分野について検討を進めることも射程に収めることとした。

第二に、2年目は、1年目で目標としながらもやや検討が不足した、地場の民間企業についての検討を進めた。前年度においても、第7章（内平論考）、第8章（高嶋論考）、コラムのヤンマーの事例を通じて民間企業の取り組みが議論されてきた。しかし、いま一步踏み込んで、地場の民間企業にフォーカスした活動実態を明らかにしていくことも望まれた。したがって、地場の民間企業の知見を蓄積することも目標に研究を推進した。

第三に、移住者の実態について、より一層の研究蓄積を進めることとなった。もちろん前年度も、ふるさと回帰センターの嵩氏からのコラムや第7章（内平論考）により、近年の若者世代のふるさと回帰の実態を把握した。内平委員が述べる通り、本研究は、斯学においてそれほど議論されてこなかった未確立の研究を進めている。それゆえ、さらなる研究蓄積が求められる。他方で平成26年8月～9月に、筆者たちが兵庫県内の各地区へ現地調査で赴いた際、移住者ビジネスに成功しつつある事例も把握していた。平成27年度には、こうした事例のなかから、移住者によるビジネスを深耕することが目指された。

第四に、2年目の活動として設定していた、現場の人たちと本研究についての意見交換や対話を進めることとなった。平成27年6月19日に「里山工房くもべ」において意見交換や対話を行い、平成26年度の研究成果のフィードバックを試みた。さらに、本研究での知見を踏まえながら、平成27年には「アクションリサーチ」にも取り組んだ。一例だが、筆者は、多可町岩座神で進めてきた集落支援でのフィードバックを試みている。委員の内平隆之准教授は、兵庫県立大学環境人間学部エコ・ヒューマン地域連携センターにおいて、学生が参加する多様な地域連携事業や6次産業化事業へのフィードバックを実践している。同じく委員の杉山武志准教授は、多可町西山地区での6次産業化、姫路市太市での地域づくり事業へのフィードバックを試みている。こうした「アクションリサーチ」が同時並行で進められるなか、平成27年度の研究が行われてきたことを強調しておきたい。

3. 研究方法（主たる分析視角）

本研究では、研究会方式を採用している。研究会では、多自然地域を支援する地域連携活動を実践している研究者を中心に構成しているが、研究会メンバーとともに以下の方法を実行に移してきた。

- ① 官公庁の統計や文献調査等によって基礎的な資料を収集し、多自然地域の現状・動向を把握する。
- ② 文献、WEBなどから多自然地域の取り組み事例をデータベース化する。
- ③ 多自然地域のビジネス展開になじむ理論フレームを文献調査によって整理、構築する。
- ④ 兵庫県および全国の先行事例について、聞き取り調査、現地調査等によって詳細に把握し、成立条件等の要因分析を行う。
- ⑤ すでに各研究者が各地で培ってきた現場との信頼関係を下地に、実践的な調査研究を推進する。1年目に得た研究会での知見は、2年目に地域での公開研究会等で公表して意見交換を行った。そして、現場での検討過程も踏まえたうえで仮説の検証を行い、政策的支援の方策を練り上げる。

4. 研究会

本研究は、研究会方式を採用してきた。平成 26 年度～平成 27 年度にわたり、全 10 回の研究会を開催し、委員からの話題提供やゲストスピーカーからの講話に基づいて研究会メンバーでの議論を経た。研究会の詳細は、下記の通りとなっている。

(1) 第 1 回研究会

日時：平成 26 年 5 月 12 日（月）13 時 30 分～15 時 30 分

場所：公益財団法人ひょうご震災記念 21 世紀研究機構

人と防災未来センター東館 6 階 第 1・2 会議室

内容：平成 26 年度の研究計画案をベースに、今後の研究の方向性を議論

(2) 第 2 回研究会

日時：平成 26 年 6 月 26 日（木）10 時～12 時

場所：公益財団法人ひょうご震災記念 21 世紀研究機構

人と防災未来センター西館 5 階セミナールーム A

内容：①ゲストスピーカーからの講話

兵庫県企画県民部地域振興課 課長 濱西 喜生 氏

テーマ「兵庫県の多自然地域における地域再生の取り組み」

②委員からの話題提供

兵庫県立大学環境人間学部 准教授 内平 隆之 氏

テーマ「シニア×若者が興す農村ビジネス

ー兵庫県と福島県の連携事例の分析」

(3) 第 3 回研究会

日時：平成 26 年 9 月 4 日（木）13 時 30 分～16 時 30 分

場所：公益財団法人ひょうご震災記念 21 世紀研究機構

人と防災未来センター東館 6 階 第 1・2 会議室

内容：①ゲストスピーカーからの講話

・ヤンマーアグリイノベーション株式会社 松本 拓郎 氏

テーマ「中山間地農業に向けた

ヤンマーアグリイノベーション株式会社の取組について」

・豊岡市役所 コウノトリ共生部 農林水産課 農政係

鳥獣害対策員 岡居 宏顕 氏

テーマ「神戸から但馬の限界集落に移住して

ーいきがい、悩み、見据える将来」

②8 月に実施した現地調査の報告

(4) 第 4 回研究会

日時：平成 26 年 12 月 4 日（木）13 時 30 分～15 時 30 分

場所：公益財団法人ひょうご震災記念 21 世紀研究機構

人と防災未来センター西館 5 階セミナールーム A

内容：①ゲストスピーカーからの講話

特定非営利活動法人

100 万人のふるさと回帰・循環運動推進・支援センター

副事務局長 嵩 和雄 氏

テーマ「地方移住希望者の動向について」

②委員からの話題提供

立命館大学産業社会学部 教授 高嶋 正晴 氏

テーマ「立命館大学「京北プロジェクト」による地域活性化の取り組み
—『りつまめ納豆』を中心に」

(5) 第 5 回研究会

日時：平成 27 年 1 月 26 日（月）13 時 30 分～15 時 30 分

場所：公益財団法人ひょうご震災記念 21 世紀研究機構

人と防災未来センター東館 6 階 第 1・2 会議室

内容：①委員からの話題提供

神戸大学大学院農学研究科 准教授 中塚 雅也 氏

テーマ「英国農村の逆都市化とコミュニティ再生」

②平成 26 年度研究内容の総括と報告書作成に向けての議論

(6) 第 6 回研究会

日時：平成 27 年 4 月 27 日（月）13 時 30 分～15 時 30 分

場所：公益財団法人ひょうご震災記念 21 世紀研究機構

人と防災未来センター東館 6 階 第 1・2 会議室

内容：平成 27 年度の研究計画案をベースに、今後の研究の方向性を議論

(7) 第 7 回研究会

日時：平成 27 年 7 月 4 日（土）10 時 30 分～13 時 00 分

場所：中谷物産株式会社

内容：①ゲストスピーカーからの講話

中谷物産株式会社 播州堂本舗 代表取締役社長 中谷 浩臣 氏

テーマ「木材業から製麺業への事業転換から生まれた地元名物

『笹うどん』

②中谷物産株式会社工場見学

(8) 第 8 回研究会

日時：平成 27 年 9 月 7 日（月）13 時 30 分～15 時 30 分

場所：公益財団法人ひょうご震災記念 21 世紀研究機構

人と防災未来センター東館 6 階 第 1・2 会議室

内容：①ゲストスピーカーからの講話

龍谷大学政策学部 教授 白石 克孝 氏

テーマ「中山間地域再生の協働システムづくりと大学の役割
－京都アライアンスの挑戦－」

②現地意見交換会の報告

兵庫県立大学環境人間学部 准教授 杉山 武志 氏

テーマ「『里山工房くもべ』調査&意見交換会の報告」

(9) 第9回研究会

日時：平成27年10月26日（月）14時00分～16時00分

場所：公益財団法人ひょうご震災記念21世紀研究機構

人と防災未来センター東館6階 第1・2会議室

内容：ゲストスピーカーからの講話

神戸大学大学院農学研究科 学術研究員 豊嶋 尚子 氏

テーマ「仮設型直売システム定期開催型『マルシェ』の社会的意義と
担い手の役割に関する研究より」

(10) 第10回研究会

日時：平成27年12月7日（月）14時00分～16時00分

場所：公益財団法人ひょうご震災記念21世紀研究機構

人と防災未来センター東館6階 第1・2会議室

内容：①委員からの研究報告

②最終報告書の作成に向けて

その他、平成27年度に実施した現地での意見交換会の概要は、以下の通りである。

日時：平成27年6月19日（金）14時00分～16時00分

場所：「里山工房くもべ」

研究会では、委員からの話題提供、ゲストスピーカーからの講話を中心に構成した。ゲストスピーカーからの講話の詳細は、コラムとして掲載している。

なお、松永委員（第3章）、井原委員（第5章）の執筆内容は、当機構の「学术交流センター」が平成26年度に実施した「21世紀文明研究セミナー」の出講時の内容（一部）にも基づいている。その他、本報告書のなかでも随時示す通り、本研究では、現地調査も精力的に実施してきた。詳細は、各章においてその都度、掲載している。

最後に、研究全体を通しての注意事項として、用語の使い方について述べておきたい。各論考のなかでは、同じ意味を指す場合であっても時折、執筆者によって表現や記載方法が異なる言葉が登場するケースがある。一例を挙げて説明しておく、たとえば「コミュニティ・ビジネス」と「コミュニティビジネス」など、各論考のなかで表現がやや異なるケースがある。この点については研究会において委員間でも意見交換を行い、執筆者の学問や分野のスタンスに立って使用していくこととした。

第1章 多自然地域のビジネスをめぐる現状

兵庫県立大学環境人間学部

教授 三宅 康成

准教授 杉山 武志

1. はじめに

本章では、人口動向、多自然地域のビジネスにかかわる基礎的な統計資料の確認を行う。なお、本章が確認した統計資料は研究会での問題意識の共有を踏まえて、研究全体に関わる資料の提示となっている。各章の個々の研究課題に関わる資料はその都度、各執筆者の問題関心に沿って提示していく。

2. 人口減少の現状認識

日本創成会議（座長：増田寛也東京大学客員教授）の人口減少問題検討分科会が 2013 年～2014 年にかけて発表した、いわゆる「増田レポート」をきっかけとして、人口の「急減」、「極点社会」への危惧が急速に叫ばれるようになった。「増田レポート」では、一般社団法人北海道総合研究調査会による 20～39 歳の若年女性が 50%以上減少する市区町村に着目した調査を参照し、将来的に「消滅可能性都市」が 896 にのぼることを“警鐘”した。のぞましい出生率として「増田レポート」では、「1.8」という数値が示されている¹⁻¹⁾。

「増田レポート」による“警鐘”に対して様々な批評が展開されているが、そのなかで本章では、小田切徳美による「制度リセット論」¹⁻²⁾ という批評、山下祐介の「選択-集中論」¹⁻³⁾ の見方に注目しておきたい。本研究は、次章以降で詳述するように小規模集落を対象とする議論が多く、必ずしも市町村区域のみで人口減少の問題を捉えているわけではない。しかし、安易な「制度リセット論」とその背景にある「選択-集中」論を見過ごすわけにはいかない。「増田レポート」をめぐる本研究の位置づけは、小田切や山下の見方に近いといつてよい。小田切が懸念を示した「農村たたみ論」¹⁻⁴⁾ への対抗策の一つとして、小さい動きかもしれないが多自然地域の魅力を高めるために、経済やビジネスの視点から処方箋を示すことが本研究の役割となる。

さて、人口減少をめぐる学術的かつ政策的な位置づけをめぐる議論は稿を改めるとして、本章では兵庫県および多自然地域に関連する人口の現状の確認をしておく。

まず、人口増加率であるが、2010～2015 年の増加率は全国-1.1%、兵庫県-1.0%で全国平均より減少率は低い。2025～2030 年は全国-3.3%、兵庫県-3.4%と全国平均を下回り、2035～2040 年で全国-4.3%、兵庫県-4.4%と続いていく（表 1-1）。65 歳以上の人口割合は、2010 年で全国 23.0%、兵庫県 23.1%、2025 年で全国 30.3%、兵庫県 30.4%、2040 年で全国 36.1%、兵庫県 36.4%と、いずれも全国平均よりも高い（表 1-2）。2010 年時点の農

1-1) 増田寛也編著『地方消滅—東京—極集中が招く人口急減』中公新書, 2014 年。

1-2) 小田切徳美『農山村は消滅しない』岩波新書, 2014 年。

1-3) 山下祐介『地方消滅の罣—「増田レポート」と人口減少社会の正体』ちくま新書, 2014 年。

1-4) 前掲注 1-2)。

表 1-1 人口増加率

(単位：%)

	2005年 ～2010年	2010年 ～2015年	2015年 ～2020年	2020年 ～2025年	2025年 ～2030年	2030年 ～2035年	2035年 ～2040年
全国	0.2	-1.1	-2.0	-2.8	-3.3	-3.9	-4.3
兵庫県	0.0	-1.0	-2.0	-2.8	-3.4	-3.9	-4.4

出所：国立社会保障・人口問題研究所『日本の地域別将来推計人口（平成25年3月推計）』。

表 1-2 65歳以上人口の割合

(単位：%)

	2005年 ～2010年	2010年 ～2015年	2015年 ～2020年	2020年 ～2025年	2025年 ～2030年	2030年 ～2035年	2035年 ～2040年
全国	23.0	26.8	29.1	30.3	31.6	33.4	36.1
兵庫県	23.1	27.1	29.3	30.4	31.7	33.5	36.4

出所：国立社会保障・人口問題研究所『日本の地域別将来推計人口（平成25年3月推計）』。

2005年（平成17年）

2010年（平成22年）

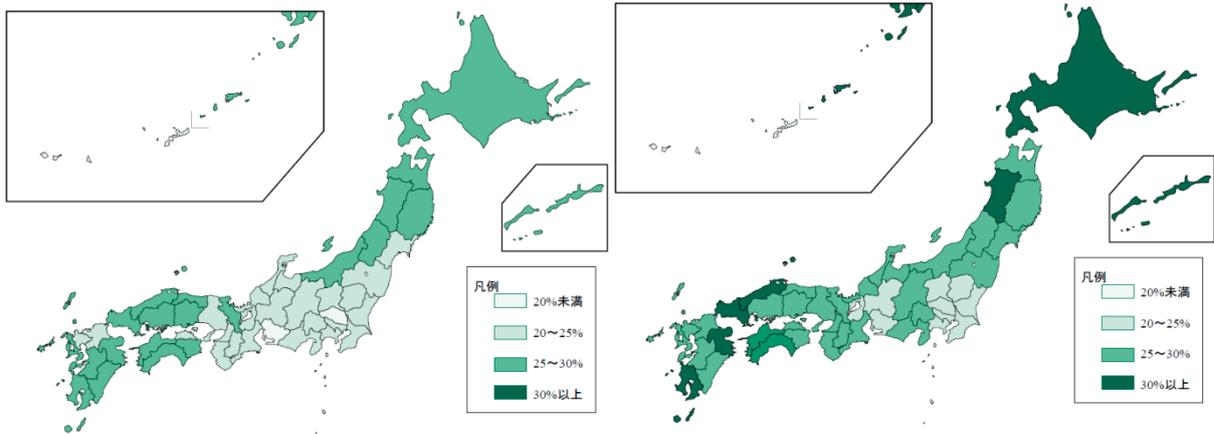


図 1-1 農村地域における 65 歳以上人口の割合

出所：農林水産省『平成24年度食料・農業・農村白書』を参考に作成。

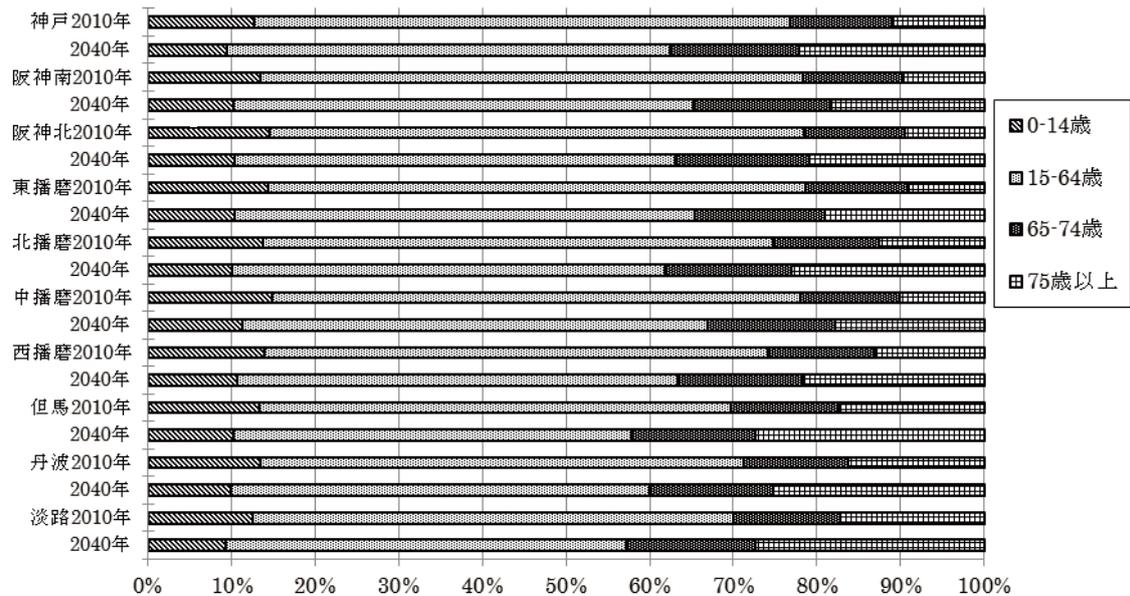


図 1-2 兵庫県県民局別の総人口推計結果（2010年および2040年）

出所：兵庫県『兵庫県将来推計人口について』を参考に作成。

5年間の地域別人口増減率(平成21～25年)

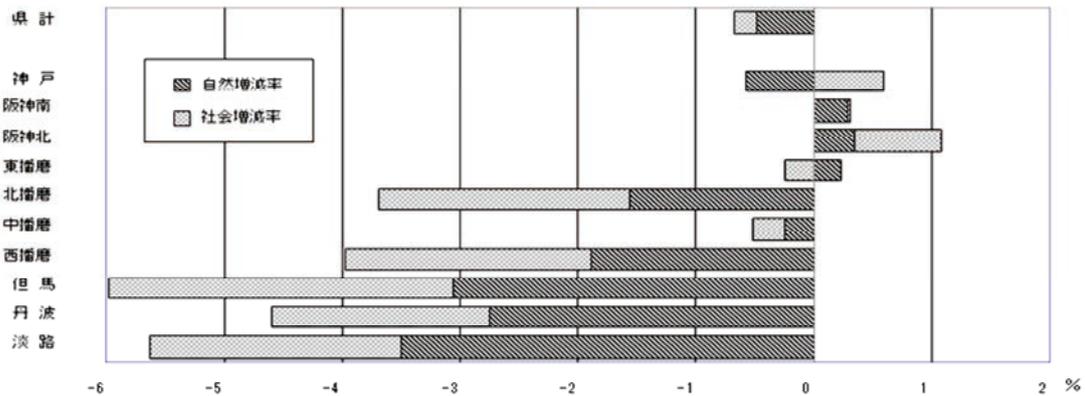


図 1-3 兵庫県の地域別人口増減率 (平成 21～25 年)

出所：兵庫県企画県民部統計課『兵庫の人口の動き (平成 25 年 1 月～12 月)』。

村地域における 65 歳以上の人口割合は 25%をこえ、農村地域において高齢化率が高いことが理解される (図 1-1)。2010 年時点において、65 歳以上の人口割合が 25%をこえている地域は、北播磨 25.3%、西播磨 25.9%、但馬 30.3%、丹波 28.8%、淡路 30.1%となっている。2040 年には、兵庫県全域において 65 歳以上の占める割合が 35%以上をこえることとなる (図 1-2)。人口増減の要因には、自然増減と社会増減があるが、社会的要因による人口減少の割合の高い市町が兵庫県内 41 市町中 18 市町 (43.9%) となっており、比較的多い。地域別でみると、2009 年～2013 年の人口増減率で自然増減、社会増減ともに減少が多くなっているのは、北播磨、中播磨、西播磨、但馬、丹波、淡路となっている (図 1-3)。

3. 統計にみる多自然地域のビジネス

人口が減少するなか、農山漁村の生活や雇用の維持に向けて、ビジネスを手がける取り組みが多くなってきている。具体的に、どのようなビジネスが進められているのか、本節では統計、先行する調査資料から多自然地域のビジネスの現状と課題を抽出したい。

まず、集落で発生している課題を確認する。総務省が 2011 年 3 月に発表した『過疎地域等における集落の状況に関する現状把握調査』によると、最も多い課題は「働き口の減少」74.5%、「耕作放棄地の増大」72.1%と、生活・産業基盤にかかわるものとなっている。次に「空き家の増加」67.5%、「獣害・病虫害の発生」62.3%、「商店・スーパーの閉鎖」58.5%、「森林の荒廃」49.3%が続く。地域や集落の生活、産業にかかわるコミュニティの問題解決がなによりも求められていることを改めて認識できる。

そのようななか、近年では 6 次産業化の動きが顕著になってきている。6 次産業化は 1 次産業に 2 次産業と 3 次産業を組み合わせることで農業の付加価値を高めようとする取り組み¹⁻⁵⁾である。ここでは 1 次産品をベースとする 6 次産業化について、表 1-3、表 1-4、表 1-5 からみよう。まず、兵庫県の農業生産年間販売額の 2012 年の対 2010 年比は、事業所数が伸長したにもかかわらず全国平均よりも低く 94%であり減少している。

1-5) 室屋有宏『地域からの六次産業化—つながりが創る食と農の地域保障』創森社, 2014 年。

表 1-3 6次産業化年間販売額・事業所体増減（農業生産関連事業計）

区分 単位	農業生産関連事業計				増減率	
	平成 22 年		平成 24 年		平成 24 年/平成 22 年	
	総額	事業体数	総額	事業体数	総額	事業所体
	100 万円	事業体	100 万円	事業体	%	%
全国	1,654,372	62,310	1,739,418	66,230	105.1	106.3
兵庫県	37,451	1,510	35,149	1,580	93.9	104.6

出所：農林水産省『農業・農村の6次産業化総合調査』より作成。

表 1-4 6次産業化年間販売額・事業所体増減

区分 単位		平成 22 年		平成 24 年		平成 24 年/平成 22 年 増減率	
		総額	農業 経営体数	総額	農業 経営体数	総額	農業 経営体数
		100 万円	経営体	100 万円	経営体	%	%
農産物加工 （農業経営体）	全国	269,279	27,110	293,622	29,110	109.0	107.4
	兵庫県	4,857	480	4,589	510	94.5	106.3
農産物直売所 （農業経営体）	全国	106,405	12,160	117,572	13,010	110.5	107.0
	兵庫県	1,234	250	1,337	260	108.3	104.0
観光農園	全国	35,246	8,760	37,932	8,850	107.6	101.0
	兵庫県	1,272	270	1,126	260	88.5	96.3
農家民泊	全国	5,102	1,920	5,731	1,960	112.3	102.1
	兵庫県	442	60	473	60	107.0	100.0
農家 レストラン	全国	18,106	1,390	27,207	1,480	150.3	106.5
	兵庫県	1,204	30	1,276	40	106.0	133.3

出所：農林水産省『農業・農村の6次産業化総合調査』より作成。

表 1-5 6次産業化従業者数増減

区分 単位		平成 24 年				平成 24 年/平成 22 年増減率			
		計	役員 家族	雇用者		計	役員 家族	雇用者	
				常 雇い	臨時 雇い			常 雇い	臨時 雇い
		100 人	100 人	100 人	100 人	%	%	%	%
農業生産関連事業計	全国	4,501	2,183	989	1,329	112.8	101.2	149.4	113.5
	兵庫県	124	58	26	41	113.8	85.3	162.5	157.7
農産加工場 （農業経営体）	全国	1,306	627	241	439	115.8	105.7	144.3	119.3
	兵庫県	24	13	6	6	160.0	144.4	300.0	150.0
農産物直売所 （農業経営体）	全国	745	330	118	298	154.9	122.7	274.4	177.4
	兵庫県	19	8	3	8	211.1	160.0	-	200.0
観光農園	全国	560	229	58	272	90.8	92.7	181.3	80.5
	兵庫県	18	9	2	8	94.7	81.8	200.0	100.0
農家民泊	全国	73	49	4	21	125.9	108.9	200.0	190.9
	兵庫県	4	2	0	2	200.0	200.0	-	200.0
農家レストラン	全国	113	32	42	39	139.5	91.4	221.1	139.3
	兵庫県	4	1	2	1	100.0	100.0	200.0	50.0

出所：農林水産省『農業・農村の6次産業化総合調査』より作成。

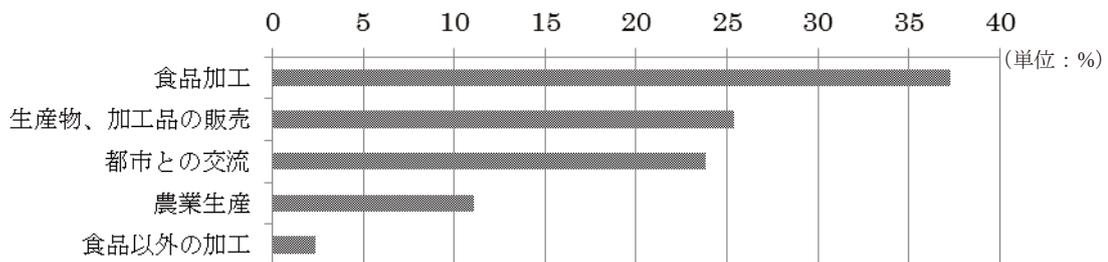


図 1-4 今後、拡大、新規展開していきたい内容（複数回答／n=1,844）
出所：農林水産省「農村女性による起業活動実態調査結果（平成 25 年 3 月 31 日現在）」

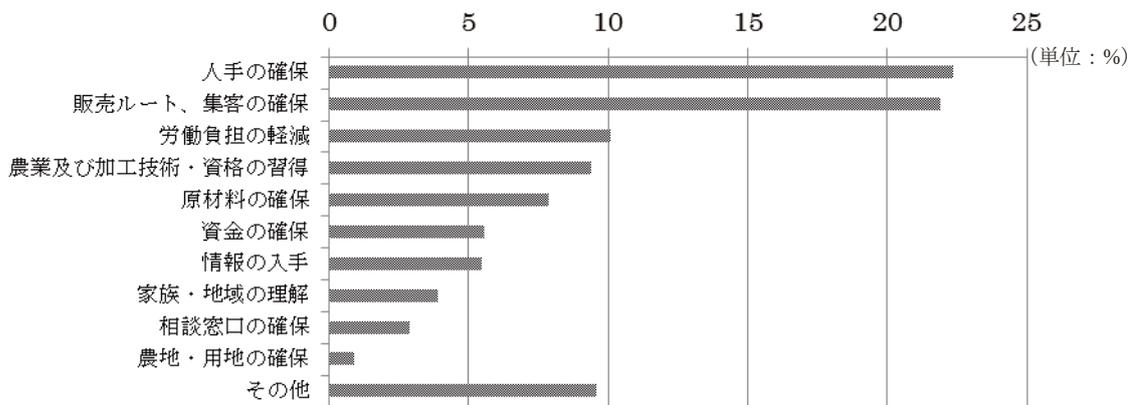


図 1-5 事業展開・運営における課題（複数回答／n=7,169）
出所：農林水産省「農村女性による起業活動実態調査結果（平成 25 年 3 月 31 日現在）」

農産物直売所（経営組織体）、農業民泊、農家レストランの販売額は増加したが、農産物加工（経営組織体）と観光農業の減少が目立つ。農家レストランは、販売額が伸びる一方で、事業所数の増加率 133%の割に成長率が低い。雇用は、農業生産にかかわる役員・家族の人数が 85%と減少したが、常雇い、臨時雇いともに全国平均より増加率が高い。要因は、農協等直売所の役員・家族数の減少、農業経営体の加工従事者、直売所における雇用の伸びにある。加工、直売所では役員・家族も増加している。6 次産業化の形態は、農産物加工が 80.6%と最も多く、直接販売 68.5%、農家レストラン 23.6%となっている。

こうしたなか、近年では女性の参加が増加している。女性起業数は 2002 年の 7,735 件から 2012 年には 9,719 件まで増加している¹⁻⁶⁾。今後、拡大・新規展開したいとされる内容は、食品加工 37.3%、生産物・加工品の販売 25.4%、都市との交流 23.9%となっている（図 1-4）。事業展開・運営の課題は、人手の確保 22.4%、販売ルート・集客の確保 21.9%、労働負担の軽減 10.1%であり、雇用・労働と販促に関する課題が上位となっている（図 1-5）。

続いて、1 次産品以外の産業構成を確認しておきたい。農業地域類型別就業者数の割合で注目しておく必要のある業種はサービス業である。いずれの地域類型においてもサービス産業の占める割合が最も多く、35%以上を示している（表 1-6）。また、2010 年の対 2000 年比の就業者数の増減率は、農業地域においてサービス産業を含む業種において増加傾向あるいはそれほど減少していない様子を確認できる（表 1-7）。

1-6) 農林水産省「農村女性による起業活動実態調査結果（平成 25 年 3 月 31 日現在）」。

表 1-6 農業地域類型別就業者数の割合（平成 22 年）

（総数 100、単位％）

	農林 漁業	鉱業 採石業等	建設 業	製造 業	電気・ガ ス・熱供 給・水道業	情報 通信業	運輸業 郵便業	卸売業 小売業	金融業 保険業	不動産 物品賃 貸業	サービ ス業
都市的地域	1.4	0.0	7.1	15.4	0.5	3.3	5.5	17.2	2.8	2.2	44.5
平地農業地域	13.2	0.1	8.4	19.9	0.4	0.8	5.3	14.0	1.6	0.8	35.5
中間農業地域	12.8	0.1	9.0	18.2	0.5	0.7	4.6	13.6	1.4	0.7	38.4
山間農業地域	14.7	0.2	10.1	16.6	0.5	0.5	4.2	12.7	1.3	0.6	38.7

出所：農林水産省『平成 24 年度食料・農業・農村白書』を参考に作成。

表 1-7 農業地域類型別就業者数の割合（平成 22 年）

（単位％）

	総数	農林漁業	鉱業 採石業等	建設業	製造業	電気・ガ ス・熱供 給・水道業	金融業 保険業	運輸・ 通信業	卸売・小 売・不動 産・サー ビス業等
都市的地域	-3	-23	-55	-27	-21	-18	-14	31	3
平地農業地域	-8	-25	-60	-30	-18	-21	-13	3	8
中間農業地域	-13	-27	-60	-35	-21	-23	-16	-7	2
山間農業地域	-20	-27	-64	-42	-29	-27	-21	-18	-6

出所：農林水産省『平成 24 年度食料・農業・農村白書』を参考に作成。

最後に、移住者の動向をみておく。農山漁村地域に移住してくる都市住民への期待は、子育て、地域貢献活動、生活課題に対する互助、新たな産業の展開、農林漁業への就業などコミュニティにかかわる生活や産業面への期待が高い（図 1-6）。

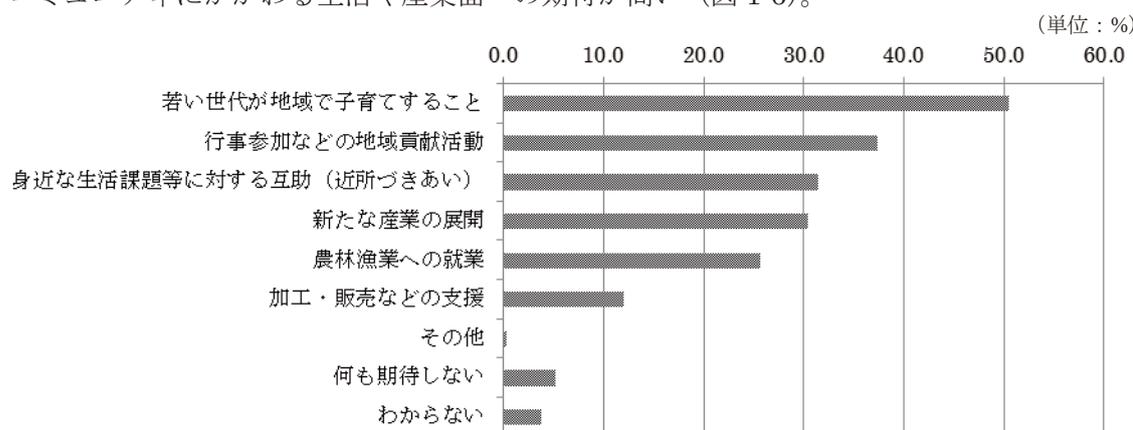


図 1-6 農山漁村地域に移住してくる都市住民に期待すること（n=700）

出所：内閣府大臣官房政府広報室『農山漁村に関する世論調査（世論調査報告書平成 26 年 6 月調査）』

移住・交流者が地域に与えたプラス面の影響については人口減少の歯止め 63.8%、産業・経済の活性化 55.1%、コミュニティの活性化 54.3%となっている（図 1-8）。移住希望者の世代は、たとえば「新農業人フェア」の来場者では、東京・大阪会場ともに 20-29 歳の割合がそれぞれ 32.7%、28.8%と最も高く、次いで 30-39 歳、40-49 歳が続く（図 1-9）。

また、近年では総務省による「地域おこし協力隊」を希望する若者も増えている。地域おこし協力隊の年齢構成も 20 歳代 157 人、30 歳代 144 人となっており、任期終了後に活動地と同一市町村内に定住した者 48%、活動地の近隣市町村内に定住 8%と 6 割近くの定住化に至っている（図 1-10）。若い世代の移住・交流と起業・就業の増加が多自然地域の魅力づくりの鍵を握る可能性が考えられる。

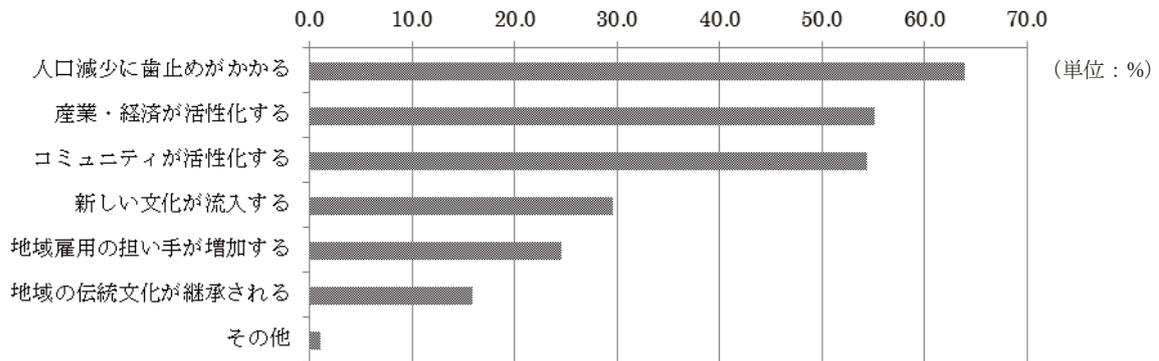


図 1-8 移住・交流者が地域に与えたプラス面の影響 (n=1,000)

出所：総務省「平成 20 年度都市から地方への移住・交流の促進に関する調査」(2009 年 3 月公表)

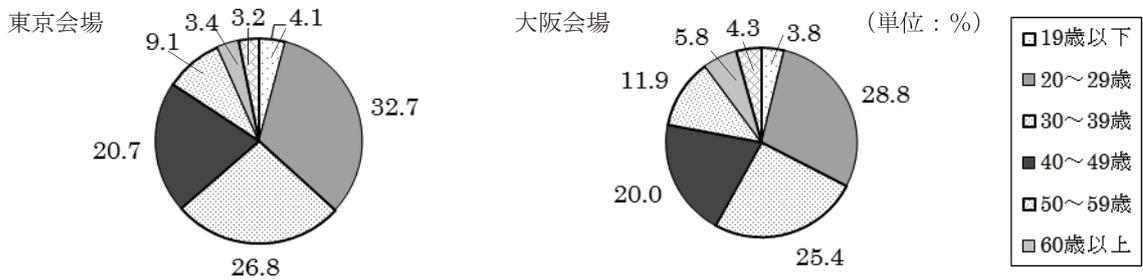


図 1-9 新・農業人フェア来場者プロフィール (年齢)

出所：『新・農業人フェアレポート』(新・農業人フェアホームページより)

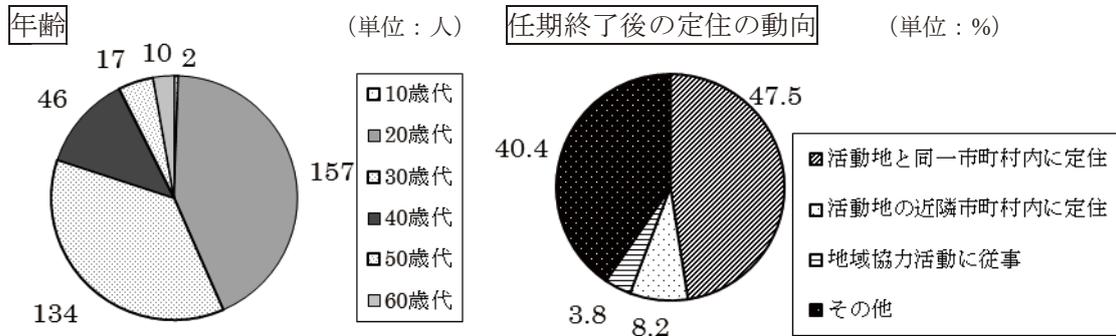


図 1-10 地域おこし協力隊の年齢と任期終了後の定住動向 (n=366 人)

出所：総務省「平成 25 年度地域おこし協力隊の定住状況等に係るアンケート結果」を参考に作成。

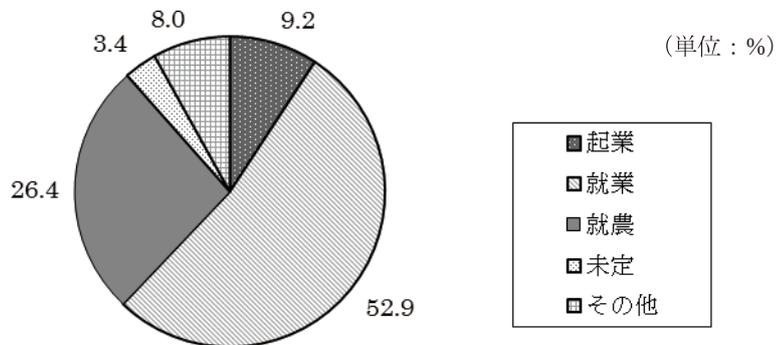


図 1-11 地域おこし協力隊の起業、就業、就農状況 (n=174 人)

出所：総務省「平成 25 年度地域おこし協力隊の定住状況等に係るアンケート結果」を参考に作成。

なお、図 1-11 で示されるように、就農の割合も 26.4%と比較的高いが、他の業種を含めた就業の割合が 52.9%と高いことも特徴的となっている。農業分野以外の仕事のあり方を検討していくことも求められよう。

4. おわりに

本章では、人口動向と多自然地域のビジネスなど本研究全体にかかわる基礎的資料を提示した。最後に、統計から理解された諸点をまとめておきたい。

人口動向については、現時点で多自然地域における人口減少が進んでいる状況を再認識するとともに、高齢化が顕著に進んでいく危機意識の共有が求められる。兵庫県も例外ではない。多自然地域の生活や産業基盤といったコミュニティを維持していくための経済循環を検討するためにも、新たなビジネス展開が求められている。

多自然地域におけるビジネスは、JA 以外の経営組織体が手がける農産物加工の伸長といった 6 次産業化の動き、女性の起業や参加、若い世代の移住者や就業の増加など、一定の傾向を確認できる。こうした方向性は、各章の議論において共有されている。

兵庫県における多自然地域のビジネスを遂行していくうえでの課題も確認された。たとえば、農産加工品を例にとると、事業所数や従業者数の増加が確認される一方で年間販売額がそれほど伸びていない。経営の進め方や主体間の連携のあり方などの再検討が求められている可能性もある。

移住者をめぐっては、移住する人たちも受入側も、人口、コミュニティ、経済・産業にかかわる点に興味関心が集中している。そのようななか、「地域おこし協力隊」の取り組みからは、若い世代を中心に、就農に加えて別産業分野への就業が多いことも示されている。6 次産業化との関連としてだけでなく、多自然地域においてサービス産業が担う役割など他の産業分野の内実も明らかにする必要がある。若い世代の移住者をめぐる仕事のあり方を検討するうえでも重要な論点となりうる。

もちろん統計からは、個々の内実まで理解できない。統計からみえる多自然地域のビジネスの方向性や課題を踏まえて、次章以降において理論、事例、実践と議論を進めていくこととしたい。

第2章 社会連帯経済とネオ内発的發展

兵庫県立大学環境人間学部
准教授 杉山 武志

1. はじめに

本章では、多自然地域のビジネスを検討する理論的フレームの整理を行いたい。各章においても執筆者ごとの問題関心、課題、事例に沿って概念整理が行われるが、ここでの概念整理は、研究全体の議論を包摂するためのものである。

さて、多自然地域では、生活基盤や生業の維持などコミュニティの課題を解決するためのビジネスが展開されている一端が統計から伺えた。こうしたビジネスを「コミュニティビジネス」と表現する場合がある。第5章の井原論考、第6章で検討する「葉っぱビジネス」で有名な徳島県上勝町をめぐる研究²⁻¹⁾等においても「コミュニティビジネス」と表現される。しかし問題は、多自然地域におけるコミュニティビジネスについて確かな定義が成立しているわけではなく、理論的に精査された研究も少ない点にある。また、第4章で検討する兵庫県による多自然地域への支援においても、コミュニティビジネスという表現が使用されてきたわけではない²⁻²⁾。そのようななか「コミュニティビジネス」と表現する理由を示す必要がある。他方で近年、移住者による就業、起業も増えている。さらには、後章やコラムで詳述されるように、民間企業が多自然地域において社会的事業を手がける事例も登場する。いずれも移住先や立地先のコミュニティと何らかの関わりをもつが、コミュニティビジネスとの差異、相互の関係の整理も求められる。

本章では、「コミュニティ」の地理的範囲を確認したうえで、コミュニティビジネスの概念について整理する。次に、コミュニティビジネスとの関連から「社会連帯経済」、さらには社会連帯経済との関連から「ネオ内発的發展」というトレンド的な理論を紹介し、多自然地域のビジネスにかかわる概念的フレームを提供したい。

2. 社会連帯経済

(1) コミュニティの地理的範囲

まず、コミュニティ概念を定義してみたい。近年のコミュニティ概念は、たとえばバーチャルなコミュニティも検討されるなど²⁻³⁾多様な概念になりつつある。しかし、一般的にコミュニティとは、村や町あるいは地方や国などいずれかの「領域」を指す、地理的概念である。コミュニティの古典的研究者として知られるマッキーヴァーによると、ある領域をコミュニティという場合には、それより広い領域から区別され何らかの意味を持つ、い

2-1) 柴田学「地域福祉におけるコミュニティ・ビジネスの可能性—コミュニティ・ビジネスの実践事例をもとに」『Human Welfare』第6巻第1号, pp.77-92, 2014年。

2-2) 第4章の兵庫県地域振興課の濱西氏の話では「集落ビジネス」と表現されていた。しかし、研究会のなかでは当初より「コミュニティビジネス」と捉えてきた経緯がある。

2-3) J. デランティ著、山之内靖・伊藤茂訳『コミュニティ—グローバル化と社会理論の変容』NTT出版, 2003年。

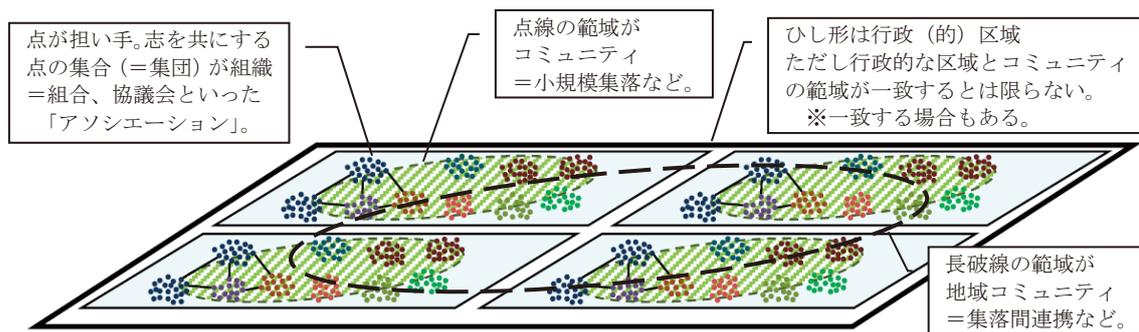


図 2-1 コミュニティの重層性に関するイメージ概念図

出所：筆者作成。

くつかの独自の特徴がある。風習、伝統、言葉づかいなど人間の生活にかかわる要素が想定される。特に、その地に住む人たちの共通の認識としての「コミュニティ感覚」が重視されている²⁻⁴⁾。そのようななか、本研究におけるコミュニティの地理的範囲は、お互いが面識をもち「手触り感」のある昭和合併時の旧村に相当する 100～400 世帯程度の範囲となる²⁻⁵⁾。いわゆる小規模集落程度と考えてよい。他方、コミュニティに「地域」を付す場合は、地域概念がもつ、より集合的な意味²⁻⁶⁾を認識する必要がある。したがって「地域コミュニティ」とは、いくつかの小規模集落のコミュニティが集合して重なりあっている地理的範囲と考えるのが妥当であろう。たとえば、集落間（地区間）が連携したコミュニティが想定される。イメージ図として示すと、図 2-1 のようになる。

「地域」のとらえ方は、本研究の執筆者たちも含む論者の立場や分野によって多様であろうし、兵庫県（あるいは行政組織）におけるとらえ方も様々であろうことは筆者らも承知している。しかし上述の通り、「地域」が場所的スケール（たとえば集落）の集合体とされてきた地理学的な事実を見直してみる作業も政策的に必要であろう。コミュニティや地域のスケール感の検討不足は、たとえば「平成の大合併」後にみる住民の日常的な「コミュニティ感覚」²⁻⁷⁾との乖離につながりうるため、慎重な議論が求められる。

以上を踏まえると、コミュニティビジネスという場合は、小規模集落程度のコミュニティを対象としたビジネスと位置づけることができる。そのうえで、小規模集落で対応できない案件をめぐって集落間連携が行われる場合、地域スケールでコミュニティビジネスを検討していくような流れが想定される。こうした見方は、次章で詳しく検討するピアースが想定した地理的範囲とも一致している。兵庫県でコミュニティビジネスを検討する場合は、ことさらピアースの考え方の確認が不可欠となる。

(2) コミュニティビジネスについて

さて、日本でコミュニティビジネスが定着したのは、阪神・淡路大震災からの復興にお

2-4) R. M. マッキーヴァー著、中久郎・松本通晴訳『コミュニティ—社会学的研究：社会生活の性質と基本法則に関する一試論』ミネルヴァ書房、1975 年。

2-5) 小田切徳美『農山村再生「限界集落」問題を超えて』岩波書店、p.25、2009 年。

2-6) 松原宏『経済地理学—立地・地域・都市の理論』東京大学出版会、2006 年。

2-7) 前掲注 2-4)。

いて兵庫県がいち早く地域再生施策の一つとして取りあげたことによる²⁻⁸⁾。こうした認識は、近年のコミュニティビジネスをめぐる研究や文献においても共有されている²⁻⁹⁾。そのようななか、コミュニティビジネスを「NPO 研究の延長線上にあるもの」として NPO の活動や役割に限定した研究²⁻¹⁰⁾もある。確かに阪神・淡路大震災の経験によりボランティアに象徴される新たな活動主体が登場してきたこと²⁻¹¹⁾は事実であるし、コミュニティビジネスの進化型として NPO の役割を論じること²⁻¹²⁾は必要であろう。しかし、NPO 活動に限定してコミュニティビジネスを議論することには注意を要する。コミュニティビジネスが、より幅の広い組織体の活動を対象としていることへの再認識が求められる。

たとえば、兵庫県庁ホームページ内において「コミュニティビジネス」と入力して検索すると、検索結果に「コミュニティビジネス離陸応援事業」が一番にヒットした（2015年2月1日時点）。同事業は、産業労働部政策労働局の事業となっている。平成26年度の同事業への申請数10件のうち3件が「まちづくり・村おこし」にかかわるものとなっている²⁻¹³⁾。実際、2003年以降に同事業の助成を受けた事業では、農産物特産品開発協同組合、食品加工組合、農事組合法人、民間組織といった多自然地域での1次製品の加工、まちづくり、生活・産業基盤の維持を担う組織への支援も多数、確認される²⁻¹⁴⁾。コミュニティビジネスは NPO の活動に限定されるものではなく、本研究が対象とする多自然地域のビジネスの一翼と認識してよい。そのうえでコミュニティビジネスを包括する概念的背景を検討する必要がある。

当機構においても、前進組織の一つである21世紀ヒューマンケア研究機構の地域政策研究所が2004年に発表した『被災地コミュニティ・ビジネス等に関する調査研究報告書』において、上述の「コミュニティビジネス離陸応援事業」を参考にしながらコミュニティビジネスへの再評価を行っている。当該報告書でのポイントは、コミュニティビジネスが『ソーシャル・エンタープライズ』の一部であって、「地域」をベースとした総称として取り扱われている点にある。そのうえで、『ソーシャル・エンタープライズ』の特徴として「非営利組織であること」を強調し、コミュニティビジネスの定義と変わらないとまとめている²⁻¹⁵⁾。当該報告は、経済地理学者の加藤恵正によるコミュニティビジネス研究と加藤が依拠した John Pearce²⁻¹⁶⁾による研究がベースにある。詳細は上述の報告書を参照願うが、ここでは次の2つの論点を俎上にのせたい。

2-8) 財団法人21世紀ヒューマンケア研究機構地域政策研究所編『被災地コミュニティ・ビジネス等に関する調査研究報告書』, 2004年。

2-9) (1)橋本理「コミュニティビジネス論の展開とその問題」『社会学部紀要(関西大学)』第38巻第2号, pp.5-42, 2007年。(2)風見正三・山口浩平『コミュニティビジネス入門—地域市民の社会的事業』学芸出版社, 2009年。(3)細内信孝『新版コミュニティ・ビジネス』学芸出版社, 2010年。

2-10) 前掲注2-9)(1)。

2-11) 加藤恵正「ランチ経済から地域に根ざした参加の経済へ」, 鳴海邦碩『都市のリ・デザイン—持続と再生のまちづくり』学芸出版社, pp.63-84, 1999年。

2-12) 加藤恵正「地域経済の活性化と『コミュニティ・ビジネス』—中間労働市場形成の視点から」『Regional Futures』第7号, pp.2-7, 2005年。

2-13) 兵庫県ホームページ上段にある「サイト内検索」<http://web.pref.hyogo.lg.jp/>

2-14) 兵庫県ホームページ https://web.pref.hyogo.lg.jp/ie09/ie09_000000018.html

2-15) 前掲注2-8)。

2-16) J. Pearce “Social enterprise in anytown”, Calouste Gulbenkian Foundation, 2003.

一つは、「非営利組織」の強調²⁻¹⁷⁾をどう評価するかである。改めてピアースの研究を確認してみよう。ピアースは、ソーシャルエンタープライズを「社会的経済」との関連から議論している。ピアースのいう「社会的経済」は、ソーシャルエンタープライズと事業性の高いボランティア活動の2つのカテゴリーで構成される。ソーシャルエンタープライズは、国境を越えるグローバルな事業から近隣地区での取り組みまで多様な地理的スケールへ適用されるものと位置づけられている。そのなかでコミュニティビジネスは、主に近隣地区やローカルなコミュニティでの経済活動とされている²⁻¹⁸⁾。ただしピアースは、コミュニティビジネスについて営利と非営利の多様な活動から着手されているとしており²⁻¹⁹⁾、「非営利」に限定していない。他方では、ナショナルおよびリージョナルなスケールで活動する、通常のビジネスに近く社会的課題の解決を目指す「ソーシャルビジネス」をソーシャルエンタープライズの範疇に含めている²⁻²⁰⁾。こうしたピアースの定義を理解するためには、社会的経済をめぐる研究の深耕が欠かせないと思われる。

もう一つは、2004年の当機構報告書において重要な役割を果たした加藤が、1999年の自身の論文においてコミュニティビジネス（コミュニティ経済）とビジネスコミュニティ（経済コミュニティ、集積）の双方を研究している点である。まず、加藤はコミュニティビジネスについて農村も対象になるとしている²⁻²¹⁾。そのうえでコミュニティビジネスと双璧をなすビジネスコミュニティをナショナルスケールでの移出力として重視し、新しいタイプのコミュニティを創造する経済的アクターと位置づけている²⁻²²⁾。加藤の見解は、ローカルスケールにおけるコミュニティビジネスとナショナル、リージョンスケールにおけるソーシャルビジネスを位置づけたピアース理論²⁻²³⁾とも対応し、多自然地域の多様なビジネス形態を議論するきっかけとなりうる。こうした可能性を確かなものとするためにも、社会的経済のさらなる検討が求められよう。

（3）社会的経済

さて、社会的経済の議論において前提となるのは、欧州が起源という点であろう。歴史的には19世紀から議論されてきた経緯をもつ。特にフランスでは、1901年に「アソシアシオン法」が制定され、協同組合、共済組合、アソシアシオンに法的地位が与えられてきた²⁻²⁴⁾。これらの組織に財団を含める場合もある²⁻²⁵⁾。その後、長い期間にわたる「消失」を経て1970年代以降に社会的経済の議論が活発化してきている²⁻²⁶⁾。

2-17) 前掲注 2-15)。

2-18) 前掲注 2-16)。

2-19) 前掲注 2-16) , p.30。

2-20) 前掲注 2-16) , p.190。

2-21) 前掲注 2-11) , pp.73-76。

2-22) 前掲注 2-11)。

2-23) 前掲注 2-16)。

2-24) J. ドゥフルニ「第3主要セクターの起源、形態および役割」, J. ドゥフルニ, J. L. モンソン編著, 富沢賢治ほか訳『社会的経済—近未来の社会経済システム』日本経済評論社, pp.9-35, 1995年。

2-25) T. ジャンテ著, 石塚秀雄訳『フランスの社会的経済』日本経済評論社, p.47, 2009年。

2-26) J. I. マノア, K. ヴィエンニ, D. ロー「フランスの社会的経済の諸組織」, J. ドゥフルニ, J. L. モンソン編著, 富沢賢治ほか訳『社会的経済—近未来の社会経済システム』pp.39-83, 日本経済評論社, 1995年。

社会的経済の議論では「サードセクター」という用語を抑えておく必要がある。サードセクターというと、日本の「第三セクター」を思い浮かべる読者もいるかもしれないが、日本の第三セクターとサードセクターでは意味が異なる²⁻²⁷⁾。また、アメリカ型の「サードセクター」は、慈善団体やボランティア組織を中心とする非営利組織の枠組みで議論される²⁻²⁸⁾。日本では、非営利活動をNPO法人に限定しているわけではないが²⁻²⁹⁾、NPOという表記が曖昧さを助長する要因になっていると思われる。むしろ、日本のサードセクターの実態はヨーロッパに近い。ヨーロッパ型のサードセクターは、より幅広い組織を対象に「利潤の私的な取得を制限する」という基準に立ち、先述の協同組合や共済組合、さらにはアソシアシオンをサードセクターに包含していることに特徴がある。協同組合、相互会社、アソシアシオンといった諸組織の法人格は一連の社会的経済組織をカバーする。社会的経済組織において決定的な要素は、非分配という意味での非営利要件ではなく、投資家の物質的な利害の制限にある。すなわち、個人的な投資に対するリターンよりもむしろ社会的共通財の創出に焦点を当てる。営利組織と非営利組織との間に境界線が引かれるのではなく、資本主義的組織と社会的経済組織との間に引かれることが重要となる²⁻³⁰⁾。社会的経済は、農業、漁業、商業、エネルギーなど産業との関連でも大きな位置を占める²⁻³¹⁾。

ここで「アソシアシオン (アソシエーション)」を確認しておきたい。先述のマッキーヴァーはアソシエーションを、ある共同の関心を追求するために設立された社会生活の組織体としている。アソシエーションは自発的で会員によって自由につくられ、加入、管理、解消が自由に行われるとともに、コミュニティの関心を支えるために創出される。こうしたアソシエーションには、クラブ、協会、組合、経済団体等が想定されている²⁻³²⁾。アソシエーションにはいくつかの種類がある。アソシエーションは、機能と役割に応じて「慈善型アソシエーション」「支援・運動型アソシエーション」「共助・自助型アソシエーション」「自己充実型アソシエーション」の4つに分類される²⁻³³⁾。アソシエーションに参加する担い手は、その目的によって従業員によるもの、利用者によるもの、企業家によるものといった多様な形式を採る²⁻³⁴⁾。

以上を踏まえると、多自然地域で実施されるコミュニティビジネスを「非営利組織」に限定しなくともよいことは明らかであろう。現実には即した理論として、社会的経済の見方が有効となる。さらには、産業集積論の代表的事例として知られる「第三のイタリア」をめぐって協同組合を基盤に議論される²⁻³⁵⁾ことも理解でき、コミュニティビジネスと集積経済の両方を論じた加藤恵正の考察²⁻³⁶⁾との関連もみえてくる。

2-27) 井上泰夫「訳者解説」, A. リピエッツ著, 井上泰夫訳『サードセクター—「新しい公共」と「新しい経済」』藤原書店, pp.267-268, 2011年。

2-28) A. エバース, J. L. ラヴィル著, 内山哲朗・柳沢敏勝訳『欧州サードセクター—歴史・理論・政策』日本経済評論社, pp.18-19, 2007年。

2-29) (1)NPOセンターホームページ <http://www.jnpoc.ne.jp/> (最終閲覧 2015年2月23日)。(2)コミュニティビジネスサポートセンターホームページ <http://cb-s.net/> (最終閲覧 2015年2月24日)。

2-30) 前掲注 2-28)。

2-31) 前掲注 2-25) , p. iv。

2-32) 前掲注 2-4) , p.46, p.325。

2-33) 佐藤慶幸『NPOと市民社会—アソシエーション論の可能性』有斐閣, pp.157-158, 2002年。

2-34) 前掲注 2-25)。

2-35) (1)田中夏子『イタリア社会的経済の地域展開』日本経済評論社, 2005年。(2)前掲注 2-28) p.34。

2-36) 前掲注 2-11)。

(4) 社会的経済から社会連帯経済へ

そのようななか、近年では社会的経済とあわせて「連帯経済」という考え方が急速に広がりつつある。連帯とは、「積極的な分かちあい」「差異の埋め合わせ」²⁻³⁷⁾との定義が妥当だろう。連帯経済は、社会的経済のアプローチを充実させる役割を担う²⁻³⁸⁾。特に近年のフランスでは、従来から議論されてきた社会的経済と連帯経済を並列させて「社会連帯経済」と呼び、社会連帯経済をもって「サードセクター」と位置づける傾向にある²⁻³⁹⁾。社会連帯経済が議論される背景には、フォーディズムから新自由主義へシフトしたことによる経済格差や格差社会を脱出するための解決方法として提唱されている²⁻⁴⁰⁾。

連帯経済の検討にあたって、本研究との関連では次の2点が重要になる。第一に、連帯経済論がカール・ポランニーの理論²⁻⁴¹⁾に依拠していて、互酬性と市場のとらえ方が重要になる点である。まず「互酬性」は、すべての参加者が社会的関係を進んで構築することを前提とした財・サービスの循環を指す。互酬的循環は市場における交換と対照的で、中央権力に強制されない、再分配とも異なる人間関係を重視した経済循環とされる²⁻⁴²⁾。互酬性は、第3章の松永論考で詳述される。他方、市場のとらえ方は「埋め込み」概念とともに説明される。純粋な自由市場なるものは虚構に過ぎず、経済は社会的諸関係のなかに「埋め込まれている」という考え方に基づいている²⁻⁴³⁾。つまり、市場を議論する場合であっても社会構造の持続性と人間同士の関係に重点を置いているのである²⁻⁴⁴⁾。特に「ポランニー的埋め込み概念」は、ミクロな諸主体の行為へ適用される「グラノベッター的埋め込み」概念と対比されて、マクロレベルに対応する²⁻⁴⁵⁾。すなわち連帯経済は、格差の問題に挑むにあたってコミュニティに尽くすことが掲げられる²⁻⁴⁶⁾一方で、「地域的、国内的、国際的連帯」²⁻⁴⁷⁾といった地理的スケール感のある概念となっている。

第二に、ポランニー理論をベースとしながら、政府（公共機関）、市場（民間企業）、コミュニティ（一例として世帯や家族）という3つのカテゴリーにおける社会経済的および社会政治的な側面を捉えている点である。そして、これらの3つのカテゴリーのハイブリッド的な存在としてサードセクターが捉えられている。したがって、サードセクターを構成する組織は、政府の政策や法律、（営利企業を含む）民間企業の価値観や事業、インフォーマルな家族やコミュニティ生活のニーズなど幅広い分野から影響を受ける²⁻⁴⁸⁾。そのな

2-37) 北島健一「訳者あとがき」、J. L. ラヴィル著、北島健一ほか訳『連帯経済—その国際的射程』生活書院、pp.344-353, 2012年。

2-38) J. L. ラヴィル著、北島健一ほか訳『連帯経済—その国際的射程』生活書院、p.5, 2012年。

2-39) 前掲注 2-37)。

2-40) 前掲注 2-27)。

2-41) (1)K. ポランニー著、玉野井芳郎訳『人間の経済 I —市場社会の虚構性』岩波書店、2005年。(2) K. ポランニー著、玉野井芳郎訳『人間の経済—交易・貨幣および市場の出現』岩波書店、2005年。

2-42) 前掲注 2-28) p.26。

2-43) 中澤高志「経済地理学における生態学的認識論と2つの『埋め込み』」『経済地理学年報』第59巻第4号、2013年。

2-44) 前掲注 2-38) , p.21。

2-45) 前掲注 2-43)。

2-46) 前掲注 2-38) , p.5。

2-47) 前掲注 2-25) , p.42。

2-48) (1)前掲注 2-28) , pp.22-23。(2)内山哲朗「解題：欧州サードセクター論と社会・経済像」、A. エバース、J. L. ラヴィル著、内山哲朗・柳沢敏勝訳『欧州サードセクター—歴史・理論・政策』日本経済評論社、p.360, 2007年。

かでも連帯経済は、社会的経済論に比べて、社会的企業の役割を強調している点において特徴的である。ラヴィルによる社会的企業の定義は、「社会的価値、市民社会、社会イノベーション、経済活動」を基準に、市場と民間企業のモデルの準拠、CSR、ニュー・ベンチャー・フィランソロフィー、ソーシャルビジネスも想定されている²⁻⁴⁹⁾。そして、従来型の農協や協同組合には、新しく登場しつつある社会的企業を支援し、雇用や社会サービスの分野での積極的な役割²⁻⁵⁰⁾も期待されている。したがって社会連帯経済の発想は、前節で検討したピアースや加藤の見解も補完しつつ、コミュニティビジネスとも協働するなかから多自然地域をめぐる多様なビジネス形態を議論する有用な視座といつてよかろう。

3. 内発的発展からネオ内発的発展へ

(1) 内発的発展

さて、2010年代に入り、日本においても農村と連帯経済との関連を研究する動きがみられる。たとえば『農村計画学会誌』第30巻第1号では、連帯経済についてのいくつかの展望が示されている²⁻⁵¹⁾。連帯経済は、成長や競争を優先する市場経済とは異なり、人と人のつながりが優先される。しかし、だからといって脱成長論を提起したセルジュ・ラトゥーシュを引き合いにしながら連帯経済を脱経済成長的な思想と捉えて、内発的な原動力、内発的な発現や発展の促進こそ重要な政策課題²⁻⁵²⁾と落ち着けようとする議論には注意を要する。ラトゥーシュによる脱成長論は、内発的発展論を想起させるものでもある²⁻⁵³⁾。そもそもラトゥーシュ自身が述べる通り、脱成長論は脱経済論であり、連帯経済の立ち位置と一線を画す²⁻⁵⁴⁾。連帯経済が政府、市場、コミュニティのハイブリッド的な存在²⁻⁵⁵⁾であることを忘れてはならない。

ここで、内発的発展の見方を再確認しておきたい。内発的発展論の定義は多様だが、ここでは連帯経済論も研究する国際経済学者の西川潤、社会学者の鶴見和子、地域経済学者の宮本憲一の定義を確認する。まず西川によると、西欧の機械論的発展と経済人の否定、自助に基づく共生社会づくり、地域内需給に重点を置いた地域的産業連関による経済基盤を内発的発展の特性としている²⁻⁵⁶⁾。また鶴見は、地域を内発的発展の単位に「定住者と

2-49) 前掲注 2-38), pp.3-4。

2-50) 石塚秀雄「訳者あとがき」, T. ジャンテ著, 石塚秀雄訳『フランスの社会的経済』日本経済評論社, p.172, 2009年。

2-51) (1)川手督也「むらの変貌と農村社会再編の展望—連帯経済の構築と自給の再評価」『農村計画学会誌』第30巻第1号, pp.36-39, 2011年。(2)北野収「新自由主義・連帯経済・コンヴィヴィアリティ—メキシコ農村の事例から」『農村計画学会誌』第30巻第1号, pp.46-49, 2011年。(3)ノーバーク=ホッジ著, 北野収訳「社会的・エコロジ的再興としてのローカリゼーション」『農村計画学会誌』第30巻第1号, pp.40-43, 2011年。(4)古沢広祐「脱成長・持続可能な地域社会の展望」『農村計画学会誌』第30巻第1号, pp.32-35, 2011年。

2-52) 前掲注 2-51) (1)。

2-53) 長尾謙吉「大阪の地域経済—もうひとつの可能性」『市政研究』第180号, pp.20-27, 2013年。

2-54) S. ラトゥーシュ著, 中野佳裕『経済成長なき社会発展は可能か?—<脱成長>と<ポスト開発>の経済学』作品社, p.10, 2010年。

2-55) 前掲注 2-28)。

2-56) 西川潤「内発的発展論の起源と今日的意義」鶴見和子・川田侃編『内発的発展論』東京大学出版会, pp.3-41, 1989年。

漂泊者と一時漂泊者とが、相互作用することによって、新しい共通の紐帯を創り出す可能性²⁻⁵⁷⁾を指摘している。さらに宮本は、地域の企業、組合、団体、個人の自発的な学習や技術開発に言及しつつも基本的には「地方自治体の手で住民福祉を向上させていくような地域開発を『内発的発展』とよんでおきたい」としている²⁻⁵⁸⁾。鶴見のいう「定住者」「漂泊者」「一時漂泊者」による相互作用の議論への理解を示す一方で、次の2つの論点には問題がある。

一つは、「地域内需給」という言葉の使用に慎重を期す必要性である。地域内需給は、「地域内再投資力」を高めるという意味において地域外からの資本流入も認めている²⁻⁵⁹⁾。しかし、地域内需給の強調は「地域内再投資力」と「地産地消」を過度に関連づける見方²⁻⁶⁰⁾につながる場合があり、地域経済循環をめぐる“実体(=本当の姿)”の理解を困難にする要因となりかねない。もちろん、筆者らも「地産地消」の有用性を認識してはいる。他方で、第6章で検討する徳島県上勝町「葉っぱビジネス」や和歌山県田辺市「秋津野ガルテン」にみるように、近年では「地産外商」²⁻⁶¹⁾の動きも活発化している。また、地域経済学で指摘される搾取的な「外来型」企業²⁻⁶²⁾は否定されてしかるべきだが、社会連帯経済で示される「社会的共通財の創出に焦点を当てる」²⁻⁶³⁾アクターを基準にするのであれば、移住や連携など地域外との関係を射程に収めてよかろう。経済や行政などは、より広域的な空間的スケールとの連関や包摂による「入れ子状」になった空間的階層性をもつ²⁻⁶⁴⁾。地域構造²⁻⁶⁵⁾を踏まえたバランスある議論が求められる。

もう一つは、地域経済学における内発的発展論が「自治体論的アプローチ」²⁻⁶⁶⁾に立脚している点にある。これから詳しく検討するように、多自然地域の魅力づくりにおいて「地方自治体の手」による活動がごくわずかなものであることは読者も想定できよう。トレンドは、多様な地域諸主体との協働関係のなかの一支援者としての地方自治体の役割にある。念のために付言しておく、本章は地方自治体の役割を軽視すべきといているのではなく、多自然地域での経済活動をめぐる環境とその実情を踏まえる重要性を提起している。特に社会連帯経済との関連を議論する場合、ことさら注意が必要となる。

繰り返すが、社会連帯経済はアソシエーションや社会的企業といった多様な担い手の参加のもと、ローカル-ナショナル-グローバルといったスケールある連帯を重視する²⁻⁶⁷⁾。すなわち、地域経済学ベースの内発的発展論を社会連帯経済と関連づけることには矛盾が生じてしまう。社会連帯経済の動きと合致する概念の検討が求められよう。

2-57) 鶴見和子「内発的発展論の系譜」, 鶴見和子・川田侃編『内発的発展論』東京大学出版会, pp.50-53, 1989年。

2-58) 宮本憲一『環境経済学』岩波書店, p.294, 1989年。

2-59) 岡田知弘『地域づくりの経済学入門—地域内再投資力論』自治体研究社, 2005年。

2-60) 大貝健二「条件不利地域における循環型地域経済の構築に関する研究」『開発こうほう』第582号, 2012年。

2-61) 関満博『6次産業化と中山間地域—日本の未来を先取る高知地域産業の挑戦』新評論, p.332, 2014年。

2-62) 中村剛治郎『地域政治経済学』有斐閣, 2004年。

2-63) 前掲注2-28), p.18。

2-64) 加藤和暢「地域経済論の課題と展望」, 矢田俊文編『地域構造論の軌跡と展望』ミネルヴァ書房, pp.174-187, 2005年。

2-65) 矢田俊文編『地域構造論の軌跡と展望』ミネルヴァ書房, 2005年。

2-66) 前掲注2-64)。

2-67) 前掲注2-25), p.42。

(2) ネオ内発的発展²⁻⁶⁸⁾

ここで再度、ヨーロッパの動きを確認したい。EU では 1990 年代はじめに、農村地域で拡大している社会経済的不均等を縮小させ、農業政策改革が引き起こすと予想された農村経済への影響を緩和する介入施策として内発的発展論が採用された²⁻⁶⁹⁾。しかし近年の EU 圏では、内発的発展論が批判されるようになっていく。代わって登場してきた考え方が「ネオ内発的発展論」である。ネオ内発的発展は、グローバル化、外部との交易、政府や EU といった地域外部からの影響や働きかけを排除した自律的な農村地域の社会経済的発展を理想としながらも、いかなる地域も外来的な力と内発的な力が併存しており、地元と外部の相互作用は必然的に生じる²⁻⁷⁰⁾と提起している。

特に、ネオ内発的発展論では「領域的アプローチ」という手法が採用されている。ネオ内発的発展論の「領域」の見方は、地理学的スケール感と関係する。すなわち、内発的発展が指向した農村地域内で完結する単位だけでなく、ローカル・グローバルを媒介する単位として「領域」が扱われる。したがって、「領域的アプローチ」とは農村の内部から動かす内発的なアプローチではなく、外部から地域に働く力と協働できる制度の構築に特徴をもち、地域内外の多様な主体の参加に基づいた農村地域の発展論といえる²⁻⁷¹⁾。

農村経済は、生活の質や柔軟性、独立性という魅力がある一方で、制限されたローカルな市場、技能に富む人材の不足、インフラ面の不足、周辺地域で起こる経済的環境的な脆弱性という現実的課題も抱える。こうした農村経済の現実を解決する方法論としてネオ内発的発展論は、ローカルなビジネス、家族、コミュニティに加えて、より広範囲なスケールとのつながりを重視する²⁻⁷²⁾。具体的には、世帯、地元の民間企業、地域コミュニティ組織、生産協同組合、非公式の地域ネットワークといった内発的単位に加えて、ビジネス支援機関、地方自治体、大規模なボランティア組織、大学といった、地域外ネットワークや資源を活用するネオ内発的単位との協働が重要視される²⁻⁷³⁾。

こうしたネオ内発的発展論の見方が、都市と農村間の交流や人材の移動、移住といった論点を整理するうえで有用になってくる。近年の農村をめぐる研究では、たとえば生産者と都市の消費者との様々な交流を議論した「都市農村交流型農村複合化」²⁻⁷⁴⁾、都市の消費者へのアプローチを重視した「農村空間の商品化」²⁻⁷⁵⁾、若者の移住²⁻⁷⁶⁾が議論される傾向

2-68) 本節の内容は、杉山武志『『創造農村』に関する概念的検討に向けて—地理学的視点からの提起』『人文地理』第 67 巻第 1 号, pp.20-40, 2015 年の一部から引用している。

2-69) レイ (安藤光義訳)「再帰的な専門家と政策プロセス」, 安藤光義・F. ロウ『英国農村における新たな知の地平—Centre for Rural Economy の軌跡』農林統計出版, pp.165-187, 2012 年。

2-70) ウォード・アタートン・キム・ロウ・フィリップソン・トンブソン (安藤光義・小田切徳美訳)「大学・知識経済・『ネオ内発的農村発展』」, 安藤光義・F. ロウ『英国農村における新たな知の地平—Centre for Rural Economy の軌跡』農林統計出版, pp.189-205, 2012 年。

2-71) 前掲注 2-70) , p.193, p.196。

2-72) P. Lowe 'The rural north: Landscapes of endeavor and enquiry the 2008 cameron-gifford lecture', Centre For Rural Economy Discussion Paper, 16, 2008, <http://www.ncl.ac.uk/cre/publish/discussionpapers/pdfs/dp16%20Lowe.pdf> (最終閲覧 2014 年 6 月 5 日)。

2-73) 前掲注 2-70)。

2-74) 岡橋秀典「グローバル化時代における中山間地域農業の特性と振興への課題」『経済地理学年報』第 53 号第 1 号, pp.26-40, 2007 年。

2-75) 田林明「日本における農村空間の商品化」『地理学評論』第 86 号第 1 号, pp.1-13, 2013 年。

2-76) 小田切徳美ほか『はじまった田園回帰—現場からの報告』農山漁村文化協会, 2015 年。

にある。農村の実態に即した経済循環を捉えるにあたって、ネオ内発的発展論にみる領域的アプローチの導入が現実に即した理論として有効性を発揮することとなる。

もちろん、EU と日本では状況は異なるし、日本の内発的発展論が「外部の力」を否定したものでないとする見解²⁻⁷⁷⁾に耳を傾ける必要はある。しかし、最も重要な論点は、ネオ内発的発展論が農村地域内で完結する単位をこえて、地域内外の多様な組織体との連携や協働を重視していることにある。さらに、農村の維持と発展にあたって地方自治体の役割を強調しすぎていない²⁻⁷⁸⁾ことも特徴的であろう。

他方で、グローバリゼーションが本格化する段階の内発的発展論の新しいステージを強調した議論としてネオ内発的発展論を位置づけること²⁻⁷⁹⁾には注意を要する。農山村再生のために外部の力をさらに強調²⁻⁸⁰⁾した結果、新自由主義的な発想に結びついていかないか見守る必要がある。バランスある多自然地域の経済循環を議論するにあたって、社会連帯経済とネオ内発的発展の双方から検討を加えることが求められる所以である。

4. おわりに

本章では、多自然地域の新たなビジネスの研究にあたって、本研究全体を俯瞰しうる社会連帯経済とネオ内発的発展という2つの理論的潮流を整理してきた。

確認した通り、コミュニティビジネスと社会的経済、社会連帯経済と内発的発展の関係がとりわけ混沌としていた。「非営利性」を強調しすぎる世界観のみでコミュニティビジネスや社会的経済が議論されるものではなく、確かな概念への精緻化が求められる。また、内発的発展論にみる地域内需給の偏った見方や「地方自治体の手」による活動を中心にして多自然地域の生活、社会、経済の維持・発展を議論することに実態との齟齬が生じていることへの認識も必要であろう。他方で、鶴見和子が示す相互作用の提起に関しては、内発的単位の過度な強調を避けるならば、部分的に参照できる着想ではある²⁻⁸¹⁾。

簡潔にまとめておくと、本章では、1) 社会連帯経済の概念を踏まえて、コミュニティビジネスや社会的企業などによるソーシャルビジネスなど多自然地域の多様なビジネス形態を議論する方向性、2) ネオ内発的発展論を踏まえた地域内外の様々なアクターの相互作用を射程に収めた地域経済循環の議論を進めていく必要性、の2点を述べてきた。社会連帯経済とネオ内発的発展の双方の視角から多自然地域のビジネスを検討することが包括的かつ実態に即した理論として有効性を発揮する。社会連帯経済とネオ内発的発展の検討を経たうえで多自然地域のビジネス形態の多様性が議論されるのであれば、多自然地域の魅力づくりに貢献する有用な視座の提唱につながりうることを提起して、ひとまず結びとしたい。

2-77) 安藤光義・F. ロウ『英国農村における新たな知の地平—Centre for Rural Economy の軌跡』農林統計出版、2012年。

2-78) 前掲注 2-77)。

2-79) 前掲注 2-77)。

2-80) 前掲注 2-77)。

2-81) ただし、鶴見和子は基本的に民俗学者の柳田國男を「拠り所」として内発的発展論を導き出しているため、鶴見が「異質なるもの」の承認を強調するにせよ、取り扱いの難しさが残される。赤坂憲雄『東北学／もうひとつの東北』講談社学術文庫、2014年も参照のこと。結局、鶴見の考え方の曖昧さが、地域経済学における内発的発展論をめぐる偏った見方を助長してきた要因ではなかろうか。

第3章 多自然地域のコミュニティと事業化

大阪市立大学大学院創造都市研究科
准教授 松永 桂子

1. 実践知の必要性

昨今、人口減少問題が地域政策の第一の課題として受け止められるようになったが、振り返ると、人口減少に伴う社会的機能の衰退は半世紀も前に現れていた。「過疎」という言葉が生まれたのは昭和30年代後半のことであり、当時、人びとは都市に引っ張られるようにして、村を出て行った。

例えば、過疎化が進んだ中国地方の町村の人口減少は、この半世紀で5割減から多いところでは7割減といった地域もある。それにより里山や森林を守っていた人びとの数は減り、自然と人間との共生の構図も大きく変わろうとしている。自分が育ったまち、むらに住み続けたいが、高齢となり、病院通いもままならず、泣く泣く故郷を後にする人もいる。

現在の構図が以前と異なるのは、人口減少・高齢化問題は農山村や多自然地域だけでなく、日本全体、大都市圏でも進行していることであろう。今後、農山村で進行する高齢化は、高齢者は増えずに総人口だけが減少するという高齢化であり、他方、大都市圏では総人口が減りつつ、それ以上のスピードで高齢者が増えることによる高齢化に直面していく。

その点、大都市と多自然地域の双方を抱える兵庫県にとって、超高齢社会における地域の役割について知恵を出し合い、「実践知」を築いていく必要性は高い。国や行政の対策だけでない、ローカルなコミュニティの取り組みが重要になってくる。

2. 公共を担う地域自治組織

(1) 市町村合併後の動き

人口減少や超高齢化に加えて、地域を取り巻く状況はここ10年ほどの間に大きく変化した。そのきっかけとなったのが平成の市町村合併である。2002年4月には全国に3,128市町村あったが、平成の合併を経て、2013年1月には1,719市町村へと大きく減少した。兵庫県も91市町から44市町へと半減した。合併により、行政サービスや公共的な枠組みは大きく変化する。また、地域の名前がなくなるということは、地域のアイデンティティの喪失に結びつきかねない。けれども合併によって、経済圏や人びとの活動域が変わるわけではない。

市町村合併が多くみられた10年ほど前から、地域の現場では民間が公共領域を担うような創意工夫の活動がみられるようになってきた。政策用語の「新たな公」という概念は、むしろ後追いでできた感がある。人口減少と超高齢化で社会的な課題が山積する中山間地域では、住民主体で地域課題の解決にアプローチしようとする取り組みが多く生まれている³⁻¹⁾。

3-1) 松永桂子『創造的地域社会—中国山地に学ぶ超高齢社会の自立—』新評論,2012年。

とくに、中山間地域では、地域の小・中学校の廃校、農協によるスーパーマーケットやガソリンスタンドの事業撤退、地域バスなど地域交通の撤退が相次いでいる。さらに、平成の市町村合併以降、行財政のスリム化から撤退事業が加速的に増えてきた。こうした事態を手放しに嘆くばかりでなく、住民自らがアイデアを出し、引き継いで再建していく動きが目立ってきた³⁻²⁾。

そこで本章では、国や行政の政策ではなく、コミュニティレベルで実践的に地域課題の解決を担う住民組織「地域自治組織」に焦点を当てていくことにしたい。

(2) 全国調査から

2013年度に総務省と農林水産省による全国の市区町村を対象にした共同調査によると、地域自治組織のような「暮らしを支える組織」を設置している市町村は4分の1程度あることが明らかとなった³⁻³⁾。ここで「暮らしを支える組織」と定義されたのが、地域住民が中心となって、以下のような活動を行っている組織である。

- ① 総合的なもの…市町村役場の窓口代行
- ② 生活支援関係…コミュニティバスの運行、送迎サービス、雪かき・雪下ろし、庭の手入れ、弁当配達・給配食サービス、買い物支援（配達・地域商店・移動販売等）
- ③ 高齢者福祉関係…声かけ、見守り、高齢者交流サービス
- ④ 子育て支援…保育サービス、一時預かり
- ⑤ 産業支援関係…農産物の庭先集荷、遊休農地の手入れ

以上のように、概ね5つの領域に分けることができるが、住民主体であることがポイントであり、公費での活動や無償ボランティアでおこなっている組織は、調査の対象外となっている。そして、このような「暮らしを支える組織」の必要性を感じている市町村は8割以上にのぼった。

設置している地域のうち、地域別には中四国地方が最も多く35.2%、次いで東海33.0%、北陸30.4%となっている。近畿は26.3%と相対的に低い数値となっているが、都市部も含んだ調査であることから、農山村や中山間地域だけに着目するとそう大きな差異はないと思われる。現に兵庫県でも地域自治組織の設置は進んでいる。

次いで、活動形態に着目すると、組織の約8割は法人格を持たない任意団体となっている。そのため、活動資金は市町村からの補助金に頼るところが大半であり、自己収入をあげている組織はほとんど見受けられない。高齢者交流や声かけなど、福祉的な取り組みが大半であるため、収益事業的な展開が少なくなっている。

総務省（地域力創造グループ地域振興室）では2013年度から検討会を立ち上げ、「地域運営組織」を普及させる仕組みやモデルケースの調査を実施した。筆者も総務省の「暮ら

3-2) 小田切徳美編著『農山村再生の実践』農山漁村文化協会,2011年。

3-3) 総務省・農林水産省『「暮らしを支える活動」に取り組む組織に関する実態アンケート調査』による。2013年度実施、調査対象は全市区町村（岩手県、宮城県、福島県を除く）、回答数1309市区町村。

しを支える地域運営組織に関する研究会」に 2013～14 年度に参加し、共同調査や検討を重ねてきた。研究会では地域運営組織を「地域の生活・暮らしを守るために地域で暮らす人々を中心となった組織。地域の生活機能を支える事業（総合生活支援サービス）を展開」と位置づけたうえで、地域の実態や課題により、組織形態は一樣ではなく、概ね二つの領域に分けられるとした。

一つは「自治中心型」の地域運営組織である。これは町内会や自治会の「自治」をベースとして、その延長上で共助・サービスを発展させていき、地縁を中心に、地域の住民や団体が帰属する多様な組織をイメージしている。

もう一つは「事業中心型」であり、「コミュニティビジネス」のかたちで地域課題・社会課題の解決に寄与する組織である。地域密着型の NPO 法人、一般社団法人、公益社団法人など法人格を有する組織が共助的な活動を進めていくタイプである。いずれかに重きをおくにせよ、相互扶助的なサービスと共に地域経済活動を生むような組織のあり方、超高齢化で長期的に担える人材が不足する中で継続の仕組みを模索しつつ築いていくことが求められる。

なお、こうした地域住民による「暮らしを支える組織」は「地域運営組織」をはじめ「地域住民組織」「地域自治組織」「地域自主組織」「小規模多機能自治」などいくつかの類似の名前が混在している。以下では混在を避けるため、統一して「地域自治組織」と呼ぶことにしたい。

（3）地域運営組織の広がり

さて、全国に先駆けて「地域自治組織」を設置したのが、広島県安芸高田市、旧高宮町の「川根振興協議会」とされている。川根振興協議会は過疎が深刻化した 1970 年代初頭に活動を開始し、現在までおよそ 40 年間、住民全員の参画で地域自治を自ら運営してきた。農協撤退後の事業である商店やガソリンスタンドを自分たちで運営し、交通弱者のためにデマンドバスを走らせ、病院への送迎を住民ボランティアが手がける。今では、地域の外に福祉サービスを求めるのではなく、公民館にヘルパーを呼び、地元で簡単なデイサービスを受けられるまでにもなった。

また、広島県の別の地域では廃校となった小学校を診療所に生まれ変わらせたり、島根県のある地域でも住民が高齢者の病院送迎の担い手となり、地域の課題に自らが向き合おうとしている。島根県雲南市の波多地区では買い物難民対策に取り組み、スーパーマーケット卸売の全日食と連携し、休校となった小学校に地域スーパー「波多マーケット」を 2014 年秋にオープンさせた。地域住民の家に車で循環し、買い物の送迎までも担っている。最先端の取り組みであり、地域の課題を自らの企画、実行力で解決している。

兵庫県では篠山市の雲部小学校の跡地を利用した取り組みが興味深い。「くもべまちづくり協議会」では地区内の自治会長が結集、協議会を設立し、新たなまちづくりに乗り出した。教室を利用したレストランでは女性の雇用が生まれ、地域の食材を積極的に活用している。レストランの脇には直売所も併設し、会員の野菜が売られている。また空き教室を貸し出して、新たな事業をはじめた人も出てきた。こうした活動を重ねることによって、雲部地域の新たな魅力を引き出しながら、相互に支え合う仕組みが醸成されているようである。それは、市町村合併によって地域の名前や自分が卒業した学校が失われることに対

して、地域アイデンティティを醸成させていく行為のようにみえる。

このように中山間地域では住民の手で地域自治組織を設置し、行政に依存しないまちづくりや地域づくりが進行しつつある。自治組織の取り組みは部会制を導入し、整然とした組織体制を築き、住民一人ひとりが組織の構成員として、全員参加の地域自治を形づくってきた。部会制によって部門ごとの目標が明確になり、住民はサービスの受け手になるだけで終わらず、誰もが「自らがコトを起こす」という自主自立の意識を持って参加している。

ただし、公共サービスや福祉事業を支えるためには、所得を安定的・継続的に獲得することも欠かせない。そこで農産物直売所を運営したり、地域資源の加工・販売までを手がける6次産業化も積極的に進めてきた。集落単位のビジネスも活発であり、担い手の女性たちは嬉々として活動に取り組んでいる。生涯にわたって働きがいを得られることを目標に据え、身の丈にあったビジネスが展開されてきた。

このような取り組みは、互いの顔がみえる範囲の小規模な地域だからこそできることなのかもしれない。地縁をベースにしたコミュニティでは、人びとの意識の基層に世代を超えた信頼関係があり、自治や相互扶助に向けた合意形成がしやすいと思われる。

しかしそれは、前近代的で閉鎖的なものではない。U・Iターンの新しい世代も参入し、今ではオープンな地域コミュニティとしての特質も有するようになっていく。都市・農村の構図がひと頃前に比べて大きく変わったのは、地域がオープンになったこと、とくに若い世代の農村へ向かう動きがみられることであろう。

3. 島根県雲南市のケース

(1) 「小規模多機能自治」という仕組み

人口減少・超高齢化が進むなか、どのような仕組みを地域で築いていけばよいのか。地域自治組織のモデルとされるのが、島根県雲南市の「小規模多機能自治」と呼ばれる地域自治組織（地域自主組織）である。

雲南市は2014年11月に6町村が合併して誕生した。人口は4万1,927人（平成22年国勢調査）となっている。雲南市では市町村合併を契機にして、地域自治組織の設置だけでなく、産業振興センターの設置など、ここ10年間は地方分権型の独自の地域政策を推進してきた。内発的な地域づくりだけでなく、企業立地や地域中小企業の振興にも注力していることが特徴であろう。島根県内では旧6町村時代から地域づくりや産業化で成果をあげてきた地域ともいえる。

現在、市内では地域自治組織が43組織、拠点数は30交流センターある。多くが閉校となった小学校や閉鎖した農協の建物を再活用して、そこを活動の拠点としているのが特徴であろう。1組織あたりの人口規模は200～4,000人程度、平均1,300人、世帯数は70～1,200世帯、平均400世帯となっている。

活動の背景にあるのは、公民館活動を廃止して、2010年度から交流センター事業へと発展的解消し、生涯学習だけでなく、幅広く市民の拠点としていった点である。また、イベント型ではなく課題解決型へ、継続性を重視し、また地域力を活かしながら「自らの地域を自ら治める」といった自治の基本を小規模な地区単位で実行していった点も注目されよ

う。

以下では 3 つの交流センターの活動を紹介します。一律の活動ではなく、全て異なる活動であることが興味深い。なお、いずれも、総務省の「暮らしを支える地域運営組織に関する研究会」にて、2014 年 11 月 6 日に現地にて雲南市担当者と交流センターの責任者らにヒアリングした内容に基づく。

(2) 中野の里づくり委員会（中野地区交流センター）

雲南市三刀屋町にある中野の里づくり委員会は、農協の閉鎖店舗を利用して、週に一度、買い物支援のための産直「笑んがわ市」とコミュニティサロンを開いている。地元の産品や加工品を中心に、生鮮品は生協が販売、鮮魚は松江市内の行商が来ていた。中野地区の対象人口は 600 人弱、世帯数は 190 世帯であるが、空き家や独居のご婦人が目立つ。

笑んがわ市は、2010 年 10 月に地区唯一の焦点である J A 中野店舗が閉鎖し、それを活用すべく、産直とサロンを開くようになった。週に一度であるが、平均して 60～70 人ほど、多い日には 80 人以上がやって来る。継続している理由は、毎回、同じメンバーがもてなすのではなく、担当者を輪番制にして無理のない仕組みを整えているからであろう。お昼御飯がわりにサロンで女性たちが持ち寄った煮物や総菜、菓子を目当てに地区外からも人が集まる。

なお、農協への賃料は固定資産税相当額と浄化槽管理費相当額の合計であり、実費の支払いとなっているため負担はかかっている。

サロン方式は、自身で食材を調理して持ち寄る形を輪番で続けているため、支援する側／される側といった関係を生まずに、フラットに気軽に集まることができるのがポイントであり、ひいてはそれが活動の継続性につながっていると思われる。

(3) 波多コミュニティ協議会（波多地区交流センター）

波多コミュニティ協議会は自治会を改変して設立された組織であり、閉校となった小学校を活動拠点としている。地区の人口は 360 人、160 世帯、高齢化率は 49%と市内では高い豪雪地域である。この 160 世帯のうち、16 の自治会があり、なかには 2 世帯しかいない自治会も存在する。

全国で初めて全日食（全日本食品会社）と提携し、ミニスーパー「波多マーケット」を小学校の教室内に 2014 年に設置した。開設にあたっての総経費は 500 万円であり、そのうち 200 万円は島根県定住財団からの補助金、250 万円については日本政策金融公庫の借入金、50 万円は寄付金を活用した。50 万円については住民出資という考えもあったが、配当なども出てくることから寄付とした。

波多マーケットは協議会が全日食から商品を仕入れて直営で経営しているが、通常のスーパーと異なるのが日持ちのしない食材はなるべく避け、衣料品などは地域の商店が販売していることである。買い物弱者対策であり、売上は厳しく、1 日当たり 4 万円程度となっている。交流センターのスタッフが店番を兼ねていることから人件費は浮いている。

そのほか、波多協議会では自動車 1 台を所有しており、有償運送をおこなっている。160 世帯のうち 30 世帯は車を持っていない。地域内にはタクシー会社 1 社があるが、地域外への送迎をしないことを条件に許可がおりている。また、地区内にある温泉施設の運営を市

から指定管理制度で請け負っている。このように多角的に事業化を進めていることから、組織は認可地縁団体として法人格を取得している。実際、指定管理などの事業費は 2,600 万円、波多マーケットの運営は 4,000 万円を超え、会計上の支援も必要となっており、市では税理士を派遣するなどの支援を担当している。

また、移動手段がないため、波多マーケットに自ら来ることができない住民のために、波多マーケットと自宅の送迎もおこなっている。交流センターのスタッフは常勤 2 人、非常勤 3 人であり、人件費は交流センターの指定管理で充当されている。常勤は一人あたり月 18 万円で雇用されている。雇用が生まれるなど、通常の自治会や任意団体の枠を超えた活動となっており、こうしたことから法人組織への移行がなされた。地域課題を地域住民で解決するための組織として発展してきた。

なお、市では認可地縁団体のほか、地域自治組織に適応した法人組織のあり方を総務省や地域自治組織を有する自治体と共に検討が重ねられているところである。

(4) 入間コミュニティ協議会（入間地区交流センター）

入間地区も波多地区同様、閉校した小学校を改修して活動拠点としている。しかしその活用方法は異なり、都市・農村交流を意識した合宿機能を備えている。学校は昔の面影を残しながら現代風にリノベーションされているが、これは早稲田大学の建築学科の学生たちが協力してできたものである。1.1 億円の改修費は農林水産省の補助金や経済対策交付金を活用している。

入間地区の人口は 280 人、110 世帯、高齢化率 49%とこちらも波多地区同様の水準である。2011 年 4 月に交流センターをオープンし、宿泊だけでなく、昼間にはランチも提供、夜は宿泊者向けの飲食を提供している。2012～13 年度の年間利用者は 6,000 人、宿泊は 2012 年度 330 人、2013 年度 470 人であった。2014 年度は大幅に増加し、10 月末時点で利用者 4,000 人、宿泊利用は 680 人となっている。わたしたちもそうであったが、雲南市の地域自治組織の取り組みは全国からの視察も絶えず、その際の宿泊先として入間地区交流センターに泊まるケースが増えているとのことであった。

特筆すべきなのは、飲食サービスは地域外向けでなく、地域住民向けと併用されていることであろう。デイサービスとして食事を提供したり、昼間はコミュニティサロンの雰囲気の中で住民を中心に食事を提供している。給食センターに勤めていた栄養士や調理師が交代で厨房に立つ。デイサービスの食事もきめ細やかに対応し、宿泊者への飲食提供と両立させているのである。

(5) 地域自治組織の多様な展開と法人化への課題

以上、3 つのケースの地域自治組織を取り上げたが、いずれも同じような活動ではなく、コミュニティサロン、飲食提供、買い物弱者対策としてのスーパー運営、オンデマンド交通の運営、温泉施設の管理など多岐にわたっている。いずれにせよ、住民向けのサービスが事業として住民がみずからおこなうことによって、支援の幅が生まれ、住民同士、顔を合わせる機会が増えたことが最大の効果であろう。かたちは千差万別でありながら、いずれの取り組みからもコミュニティの本質をうかがい知ることができる。

市では定期的に地域と行政の協議の場として、地域円卓会議を開催している。その際に

他地域の活動事例を知ることができ、互いに切磋琢磨しながら、独自の取り組みを築いていることも特徴であろう。

さらには、波多地区のような多機能的に事業化が進むことによって、事業経費が年間1億円近い協議会も出てきており、通常の自治会や任意組織の範疇を超えたものにまで発展してきているケースもある。とはいえ、利益を上げるための事業化ではないため、株式会社化するにはミッションも異なり、NPO法人では地縁に密着したかたちを取りづらく、現行では適応する法人の組織がないのが実際である。そのため、雲南市が音頭をとり、小規模多機能自治の法人格の取得のために、兵庫県朝来市、三重県伊賀市と名張市の4自治体で共同協議が重ねられている。

協議の場では、以下の4つの問題が検討された³⁻⁴⁾。

- ① 任意団体であるため、契約行為が代表者の私的契約になってしまう（雇用契約も含む）。
- ② 多額の金額の扱いが個人責任になってしまう。
- ③ 農業法人など分野別に適した法人組織はあるものの、地域自治組織は複合的な要素をもつ組織であり、その活動が多分野にわたるが、収益事業ごとに納税義務が生じ、本来ならばある部門の公益的活動による収益を他の部門の公共的活動の原資として活用したいところであるが、みなし寄付は適用できないため、公益的活動による自主財源確保の阻害要因となっている。
- ④ 市民力による公共的性質をもった組織であるが、公益法人やNPO法人のように寄付控除の対象ではないため、寄付金による財源確保が進まない。

これらの問題は、現行の法律の下では適応する組織形態はなく、新たな法人格の提案として、雲南市はじめ4自治体からは「スーパーコミュニティ法人」を創設することが提案として出され、国でも検討の俎上に乗るようになった。それは以下の事項を満たす法人であるとしている。

- 1) 自治体内分権（自治基本条例での位置づけ）を前提に、「住民による自治」（参画・協働）を担う法人。
- 2) 公共的な地域活動、経済活動を分野横断的に統合型で運営できる法人。
- 3) 根拠法に規定された条例に基づき、市長が認定することをもって、地域代表制を獲得する法人。
- 4) 住民による自律性を尊重できる法人。

根拠法令であり、条例等で詳細を記述することになる。自治体側からの提案であり、地域政策として結実すれば、地方分権の文脈からしてもたいへん貴重な成果になるであろうし、全国への普及にも拍車がかかるであろう。兵庫県からは朝来市も関与しており、今後の展開に注目したい。

3-4) 雲南市の提供資料より。

4. 多自然地域での小さな地域ビジネス

さて、地域自治組織のケースをみてもそうであるが、このところ中山間地域における地域づくりや産業化の様相は大きく変化してきている。

移住の受け入れなど、従来型の汗を流して地域おこしに邁進するといったイメージよりは、豊かなライフスタイルを提供する場としての役割が目立ってきた。中山間地域は都市や平野地域に比べ、従来型の産業振興、例えば企業誘致や大型ショッピングモール誘致など外発型の産業振興では遅れをとってきた地域である。各道府県の都市圏、県庁所在地から離れ、インフラ面でも不利性を抱えてきた。人口が流出し続け、過疎問題に長く向き合ってきた。兵庫県もしかりである。

しかし、人口減少社会に突入し、その流れは大きく変わった。集落維持などの問題を抱えてはいるが、この先、農山村では人口の下げどまりがみられ、人口問題では臨界点を超えていくことが予想される。逆に都市圏の人口減少の問題が浮き彫りになりつつある。

農山村では、豊かな自然資源や文化資源をベースにした、内外の「つながり」や「ストーリー性」が新たな魅力となっている。それらは可視化できないが（できないがゆえに）、物質的な豊かさではないものを希求する社会の傾向とあいまって、新たな価値を帯びつつある。

人口減少下で人びとの価値観そのものが多様化してきた今こそ、行政サイドでは柔軟な発想で独自の政策を展開していく気構えが求められる。農山漁村や中山間地域、被災地などの条件不利とされてきた地域では、小さな地域ビジネスを自身で構築し、担い手となる人びとがこのところ目立ってきた。また、行政が地域ビジネスの枠組みを整えて、そこに内外の人びとが集まるような「仕かけを自然に創出している」ケースが功を奏しているようである³⁻⁵⁾。

その点、兵庫県では小規模集落を対象に、交流事業や事業化を後押ししていきことが注目される。新温泉町海上地区「うみがみ元気村」の女性たちの起業とコミュニティ拠点の創出、宍粟市千町地区「あこがれ千町の会」は住民と神戸からの農業ボランティアが協働で多種多様な野菜づくりに励んでいる。神戸からは20~30人近く参加し、ボランティアというよりも「第2の人生の場」を千町地区に求めてやって来る。週に3~4日は千町で過ごし、神戸と二地域居住を实践する人も少なくない。ひとつの県内でクルマで行き来できる範囲に都市と農村があるからこそその実践的な都市・農村交流活動であろう。

一口に地域ビジネスといっても、集落を単位としたサロンの交流を重点に置いたコミュニティビジネスから、所得や雇用を生み出す事業化・産業化まで幅広い。利益の多寡は問題ではなく、定量的には社会的な有用性、価値を判断することはできない。一つ一つの活動を行政が把握し、伴走型支援を心がけていくことが求められる。

カギとなるのが、住民同士のつながり、あるいは地域内外のつながりである。「つながり」という言葉は社会関係資本と結びつけて考えられるが、社会学ではコミュニティとアソシ

3-5) 筆者が編集する『地域開発』（日本地域開発センター）2015年3月号にて、特集「個性が光る小さな町村の地域戦略」を組んだ。17町村の首長および役場職員によるオリジナルの実践事例を掲載させていただいた。人口減少著しい課題先進地域であるが、いずれも地域の形にあった地域づくりや産業化のあり方が模索されている。

ーションという 2 つの概念を含む。コミュニティは地域共同体のイメージが強く、アソシエーションは共通の関心や目的であつまったテーマ型の集団である。コミュニティはひとつであっても、アソシエーションはいくつも存在し、重層化している。アソシエーションは自己利益に端を発する活動から、社会問題の解決に至る活動まで幅広い。何かしらテーマをもって「協働」していくことが必要となる。おそらく、それは「支援する側」「される側」といった隔てが低い状態を指すのであろう。そして、都市・農村交流では参画のオープン性と協働性を担保することがなによりも重要となってくる。

5. 何を期待して支えあうのか？

最後に、地域自治組織などにみるコミュニティの原理について簡単に考察しておきたい。地域で支えあうコミュニティは現代版の「結」をベースとしている。言い換えればそれは「見返りを期待しない関係」によって成り立っているともいえる。

人間関係や社会経済の諸相は、取引や交換を前提とする市場経済・資本主義の枠組みだけでは説明できない点が多い。子育てや家事などの再生産活動、仲間同士の助け合い、冠婚葬祭から日々の贈答まで、人間生活や人間社会のかなりの部分は、必ずしも「見返り」を期待しない贈与や相互扶助の行動で成り立っている。マルセル・モースやレヴィ＝ストロースなどの文化人類学者はこれを「互酬」と定義し、人・家族・部族社会の関係性を捉えようとした。あるいは、経済学者のカール・ポランニーは、「互酬」を現代の非国家的経済の特徴的な形態とみなした。最近では、社会学者の鳥越皓之氏が人類学者マーシャル・サーリンズの理論を用いながら、地域社会での人びとのつながりを読み解いている³⁶⁾。

サーリンズの議論にしたがえば、「一般的互酬性」とは、ごく親しい者同士の間でのみみられる愛他主義に基づく行為ということになる。しかし、鳥越氏は「一般的互酬性」は単なる愛他主義だけでは説明できないと説く。つまり、一般的互酬性は長期的にみると、利益が自分に返ってくるという計算があるかもしれないとして、「短期的愛他主義」（その場の思いつきの愛他主義）と「長期的自己利益返還」（長期的にみれば、結果的には自分にも利益が戻ってくる）がセットになったものと位置づけている。その場の行いでは見返りを考えないが、いつかは自分のところに利益が戻ってくるという期待がある。

こう考えると、「地域自治組織」や公民館活動などによる地域内扶助の行いも、鳥越氏のような「一般的互酬性」に基づく行動とみることができよう。まずは何よりも地域や住民を思う「短期的愛他主義」により行動するが、それだけでは続かない。「いずれ自分も地域にお世話になるかもしれないのだから」という「長期的自己利益返還」も働くからこそ、活動に身を投じることができるのかもしれない。

比較的、狭い地域範囲で、世代を越えた助け合いの構造がみられるのは、こうした「一般的互酬性」に基づいた関係性が成り立っているからといえる。純粋なボランティアではなく、いつかは自分もお世話になるという意識があるからこそ、人びとは安心して暮らせる地域を目指して公益を追求していくのであろう。だからこそ、活動を継続させることができるのではないか。

3-6) 鳥越皓之『「サザエさん」的コミュニティの法則』NHK 出版、2008 年。

結果として、答えのない課題に挑んできた条件不利地域では、型にはまらない新たな価値観をもった組織や仕事が生まれつつある。こうした生産の場・コミュニティの場を創造していくことが、豊かな地域社会を形成していくことになる。市町村合併から10年が経過し、よりミクロなローカルなコミュニティの重要性が浮かび上がってくる。

超高齢化は農山村だけではなく、むしろ都市圏で深刻化するなか、同種の問題や解決の仕組みを都市圏でも考えていかなくてはならない。兵庫県は都市と農山村・多自然地域を併せ持った地域であるが、人口減・超高齢化に向き合う農山村の営みから都市にフィードバックできる要素も少なくないだろう。地域をベースとした実践知から学ぶべきことは多い。

第4章 兵庫県における多自然地域の魅力づくりに向けた取り組み —「地域再生大作戦」の効果と今後の課題—

兵庫県立大学環境人間学部

教授 三宅 康成

准教授 杉山 武志

1. はじめに

第3章の松永論考においても触れられていたが、兵庫県では、活力の低下している多自然地域を対象に「ひょうご地域大作戦（以下「地域再生大作戦」）が実施されている。本章では、「地域再生大作戦」のこれまでの歩みや進捗状況を再確認したうえで、その効果や課題について、県外の多自然地域におけるビジネスとの比較も踏まえて検証を試みたい。

第2節では、第2回研究会（2014年6月26日実施）での地域振興課課長 濱西喜生氏の講話の要約を掲載して、「地域再生大作戦」の経緯や現状を確認する。第3節では「地域再生大作戦」のうち、当機構が実施した県内8地区の事例への聞き取り調査結果から、成功点と課題点を抽出する。第4節では、「地域再生大作戦」と県外の事例との比較を行う。最後に、「地域再生大作戦」に関する若干の示唆を提示したい⁴⁻¹⁾。

2. 「ひょうご地域再生大作戦」

(1) 概要

「地域再生大作戦」は、平成20年から開始して既に6年経過している。「限界集落」という言葉が出始めたころに、集落を何とかしようということで開始した。集落で暮らす人たちの再生、地域の人たちが誇りを取り戻すプロセス、弱くなってきた「人の絆」を強くすることで地域の維持、持続力を高めようとしている取り組みが「地域再生大作戦」の目的となっている。最終的には、その地域に引き続き住み続けたいと言う人がたくさん生まれてくればよいという想いで展開している。

(2) 活動の背景と目標

活動の背景は、いくつかある。まず、少子高齢化、人口減少、人口偏在がある。過疎の議論でよくいわれているのは、いまの団塊世代が75歳になったときが厳しくなるということだろう。人の空洞化、土地の空洞化、ムラの空洞化で村の生活が難しくなって、最後には誇りの空洞化となって、誰も住みたいと思わなくなってしまう状況は、是が非でも避けたい。さらに、水源涵養、生態系保全、獣害対策、災害対策の必要性もある。たとえば、イノシシ、サルなどに作物をとられてしまうことを防ぐことも求められる。さらには、耕作放棄地、森林荒廃、経済雇用格差、空き家の問題もある。空き家の問題では放火に注意

4-1) 兵庫県地域再生課『ひょうごの元気ムラー地域再生大作戦の歩み』, 2014年。

する必要がある⁴⁻²⁾。集落の機能は多い。以前の集落は、一つ一つの自治会だった。しかし、冠婚葬祭を例にとると、自分たちの集落でできることが少なくなっている。祭りをするお金もなくなっている集落すらある。集まるお金が減ると、当然だが祭りもなくなってくる。祭りがなくなることほどさびしいことはないらしい。そのようななか、平成 18 年から「県民交流広場」事業を小学校単位で取り組み、冠婚葬祭を復活させる地域がかなり出てきた。せめて冠婚葬祭は自分たちでやろうとしている。祭りの復活は、集落のまとまりができることとなり意義が大きく、私たちも注目している。

「地域再生大作戦」では、地域の宝探しをしようと呼びかけている。まずはイベント的に何かをやってみよう、そのために村づくりの組織をつくろう、もう一度新しい組織をつくろうと訴えている。そして、何かをするときには廃校や未利用地を活用しませんかと提案している。

兵庫県が多自然地域で「地域再生大作戦」をはじめたきっかけは、養父市岩崎地区との関係、アドバイザーの方との関係も大きい。このアドバイザーの方は、神戸の長田や灘での地域づくり、新しい組織づくりを進めた経験をもっていた人であった。その際に、都市住民も一緒であったことから、村と都市を結ぶことができた。たとえば、年間 2 回程度だったが、住吉呉田、須磨へいくつかの農薬を使用していない野菜を持って行った。普段は集落住民が自分たち用として栽培していた野菜が、都市の消費者に多数販売できたうえ喜んでくれる。喜んでくれる様子が集落にとっての励みとなることを認識した。

(3) 「地域再生大作戦」に至る兵庫県の各施策

兵庫県では、平成 20 年から小規模集落元気作戦を開始した(図 4-1)。平成 21 年からは、小学校区単位での「ふるさと自立計画推進モデル事業」もはじまった。この事業は「県民交流広場」事業の流れがある。たとえば、丹波市、篠山市、朝来市、養父市が自治会組織を協議会組織に発展させている。

また、平成 22 年度から「地域再生応援事業」をスタートさせている。平成 23 年からは、「むらの将来検討支援事業」により村の将来を検討する取り組みもはじまってきている。平成 24 年からは「地域再生塾」をはじめた。単なる机上で勉強する塾ではない。モデル事業をやっているような地域、周辺地域で市庁と連絡が取りあえる人を対象とした実践的な塾として位置づけている。参加者たちを中心に様々な地域と地域のつながりが形成されつつある。(講話時) 現在は、平成 26 年度の大作戦を遂行中で、「集落再生支援事業」、「『がんばる地域』応援事業」、などを推進している。

平成 25 年からは、「大学連携による地域力向上事業」もはじまった。大学生が入る地域はやっぱり元気になる。学生が来るだけでうれしいと感じる集落が多い。学生が来ることは祭りと一緒であって、来る学生たちに何を食べさせてあげようかと思って畑に何かを植えるようになる。人も来るから道も掃除する。そうすると地域が元気になる。さらに、神戸の元町にマルシェをつくった。平成 25 年は土曜日のみの開店であったが、平成 26 年 6 月 22 日からは、月曜日以外、開店している。「元町マルシェ」では、小規模集落などの野菜や加工品を出品している。自分たちの地域の資源を守ろうとすると、現実問題としてお

4-2) 空き家問題や獣害対策は、コラム①、③も参照のこと。

3. 「地域再生大作戦」の具体的事例

次に、「地域再生大作戦」のなかから、一定の成果が出ている事例を詳しく検討してみたい。選定にあたっては、2014年6月に地域振興課とも相談のうえ決定を行い、2014年8月～9月にかけて、各地区の取り組みについて聞き取り調査を実施した。その結果をまとめたものが表4-1である。表4-1については、調査後、各地区の担い手の方に一覧表に記載した内容の事実に関する部分についてチェックしてもらっている。表4-1を踏まえて本文では、各事例のポイントと課題点を抽出してみたい。なお、表4-1の内容は、2015年3月31日時点のものである。刻一刻と状況が変化していることに留意されたい。

まず、一覧表の1頁目から確認しよう。8地区の事例では、第1章の図1-1で示した兵庫県の農村地域にみる高齢化率と比較して、いずれも高い割合となっている。各取り組みでは、少子化、人口減少の対策を講じたいとする意識が共有されており、生活や生業の維持が難しくなりつつある危機意識をきっかけに活動を開始した事例が多い。活動の目標は、生きがい、若い世代への伝承、生業維持、誇りの回復、安心安全、都市・農村交流等交流人口の増加、ツーリズム、雇用創出、閉校された校舎の利活用といった、地区のコミュニティの維持にかかわるものとなっている。取り組み開始時期は、最も早い事例が「そばカフェ生田村」と「沼島創成プロジェクト」の2007年であり、比較的新しい取り組みが多い。全体的に萌芽的な状況であり、2010年代に入って本格化する活動がほとんどとなっている。これは、「地域再生大作戦」の開始が一つの契機と考えてよい。

活動内容や主な生産・販売商品は、地域の歴史性、文化的経緯、基幹産業、特産品、担い手たちの想いなどに起因するもので、各地区において独自性がある。他方で、「あこがれ千町の会」のように、集落外や都市部での消費者のニーズや情報収集を踏まえた野菜の品種を栽培しているケースも確認される。担い手は、高齢者世代が全体的に多いが、30歳代の移住者との協働や40歳代スタッフの参加（そばカフェ生田村）、多数の現役世代の参加（鷹巣活性化委員会）、若い世代の女性の参加（里山工房くもべ）、地域おこし協力隊の参加（沼島創成プロジェクト）も確認される。各取り組みにおける参加形態は、ボランティア形態5事例、雇用形態3事例となっている。ボランティア形態では、報酬額が少ない点が散見されるが、雇用形態を採用している事例では、最低賃金をクリアできている。

次に一覧表の2頁目を確認してみよう。営業・販路については、事業内容にもよるが全体として集落や地域内での直売、レストラン経営とあわせて、地域外や都市部への販売促進を手がけている事例が多い。都市部での販売では、兵庫県企画県民部地域振興課が支援する「元町マルシェ」といったアンテナショップへの出品が大きな役割を果たしている。さらには、「うみがみ元気村」のように、茨城県や群馬県など県外から受注しているケースもあるし、「そばカフェ生田村」「里山工房くもべ」のように、メディアを活用した積極的な情報発信に努めている事例もある。

他方で年間の売上が1,000万円をこえる事例は調査の時点で確認されない。第6章で詳しく検討するように、県外の事例では、コミュニティビジネスであっても数億円の売上に至る事例もあるため、売上高をもう少しあげる努力は望まれるかもしれない。もちろん、先述の通り兵庫県の事例は開始後まもない事例が多いうえ、売上高を上げることが活動の

表4-1 「地域再生大作戦」の支援を受ける兵庫県8地区における取り組み(一覧表)

グループ名	御火浦村おこしグループ	うみがみ元氣村	そばカフェ生田村	産業活性化委員会	あこがれ千町の会	沼島創成プロジェクト	柚子加工グループ	里山工房くもべ
営業・販路	<ul style="list-style-type: none"> 事務局長の営業活動 道の駅 ひだか、但馬まほろば、かんなべ、和田山 旅館 城崎西村屋、神鍋のブルーリッジホテル ねりもの製造会社・森基商店等とのコラボレーション「天然生わかめちくわ」 神戸市内 イナカフェ、元町マルシェ [イベント]マラソン大会、自動車道開通記念イベント、但馬まるごち感動市などへの出店 [PR]但馬の情報誌、兵庫インターネット放送局、新聞での紹介、ブログで情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> [ブランド米] <ul style="list-style-type: none"> 新温泉町内への販売が多い。約80%。 町内レストラン「なごみ」50～60袋。 茨城県、群馬県など遠方からの受注もある。 神戸市内 イナカフェ、元町マルシェ [加工品] <ul style="list-style-type: none"> 元氣村での販売 ふきは、組合長が営業を行い、地元の旅館やお土産屋6軒に出している。 神戸市内 イナカフェ、元町マルシェ 	<ul style="list-style-type: none"> インターネット。 口コミ。 兵庫県の関係の情報発信 新聞記者を集めた試食会の開催。→5～6社参集。 →資料提供と記事化による情報発信。 サービスエリアへののぼり6万円宣伝費。 テレビ「人生の楽園」放映。 	<ul style="list-style-type: none"> [宿泊サービス] <ul style="list-style-type: none"> 県民局のガイドブックでの告知。 ※簡易宿泊所の許可を受ける準備中。 [ブランド米] <ul style="list-style-type: none"> ブログやFacebook →成長記録の情報発信を通じた口コミ。 	<ul style="list-style-type: none"> 兵庫県一宮波賀学校給食センター →会長のネットワーク。給食メニュー、野菜栽培状況、他の生産者間との調整等を経て納入。 神戸北野坂「西播磨ふるさと特産館」 →木曜日以外の週5日ていど。 →兵庫県を通じて、山崎集荷中継地への持込出荷。 神戸市内「元町マルシェ」 →木曜日、日曜日。 →一宮市民局へ持ち込み出荷 ・食彩館「伊和の里」 ・一宮三方アコーブ「サンパティオ」 ※上記中継地および直接持ち込みなどへ手数料15～17%支払。 	<ul style="list-style-type: none"> [ぬほこの会] <ul style="list-style-type: none"> 旅行会社と連携して観光PRを行う。 [吉基] <ul style="list-style-type: none"> 店頭販売 地域おこし協力隊による情報発信。 雑誌等媒体でのPR。 [加工品について] <ul style="list-style-type: none"> 最近では、大阪難波の飲食店へも営業。 ※その他、市の広報誌等。 	<ul style="list-style-type: none"> [神戸町内の各施設] <ul style="list-style-type: none"> 寺前駅前の観光案内所 銀の馬車道 ラベンダーパークなど。 Aコープ イオン おたふく青空市 など 神戸市内「元町マルシェ」 	<ul style="list-style-type: none"> 雑誌媒体などによる情報発信 県の雑誌での情報発信
売上等実績	<ul style="list-style-type: none"> [総収入] <ul style="list-style-type: none"> 2011年 71万円 2012年 141万円 2013年 291万円 	<ul style="list-style-type: none"> [ブランド米] <ul style="list-style-type: none"> 30kg/袋＝1万円で販売。 308袋生産 総生産高約9t [食堂] <ul style="list-style-type: none"> 年間稼働日数174日 利用者数のべ2,341人 (6割が地元の人) [加工品] <ul style="list-style-type: none"> 160円/kg ※トータルで売上は増加傾向 	<ul style="list-style-type: none"> [そば花祭り] <ul style="list-style-type: none"> 集客 →過去最大で4,500人、通常は2,000～2,500人 [そばカフェ生田村] <ul style="list-style-type: none"> 1,000万円弱。 →そばカフェ利用者 地区内4,000人(100円カフェ等利用者) 地区外10,000人 	<ul style="list-style-type: none"> [宿泊サービス] <ul style="list-style-type: none"> 今年度16グループ予約。 →一人一泊1,500円～2,300円/グループで提供。 [ブランド米] <ul style="list-style-type: none"> 昨年度5反で40袋分生産。 →1万円/袋で販売。 [加工品] <ul style="list-style-type: none"> ドクダミ茶 →150kg生産・販売。 [食堂] <ul style="list-style-type: none"> 年10回オープン 	<ul style="list-style-type: none"> [販売実績] <ul style="list-style-type: none"> 15年度実績(～2月)1,741千円(手数料含む) 265回 12,040口数 (ただし給食センターを除く) [宿泊] <ul style="list-style-type: none"> 500円/日×138泊＝69,000円 ※ただし、宿泊延べ実数は298人日(14年4月～15年2月の実績)で、一人当たり年間24泊までは有料、25泊以上超過した分は免除としている。なお宿泊施設は地域再生拠点等プロジェクト支援事業によって整備した。 	<ul style="list-style-type: none"> [吉基での販売] <ul style="list-style-type: none"> 60万円/年。 [おのころクルーズ] <ul style="list-style-type: none"> 吉基での受付分 →3名以上1,000円/人 2名以上5,000円/人 →利用者250～300人/年 ＝約100万円。 ※吉基に手数料として5～10%支払。 	<ul style="list-style-type: none"> 当初は30万円。 現在は100万円超。 当面、200万円が目標。 ※つくってもつくっても売れる状況。 ※生産が追いついていない。 →問題は、担い手不足。 ゆずの引き取り単価を高めることにも注力。 →一時期80円/kgだった価格を180円/kgにまで回復。200円/kgへの回復が目標。 ※元町マルシェでは、他に神戸町内で取れた野菜や自然薯、コンニャクなどの加工品も販売している。 	<ul style="list-style-type: none"> [コミュニティカフェ] <ul style="list-style-type: none"> 平成25年度 約241万円 ※ただし、11月～3月の5ヶ月間の数字 [弁当] <ul style="list-style-type: none"> 平成25年度 約87万円 ※ただし、11月～3月の5ヶ月間の数字 [直売所] <ul style="list-style-type: none"> 平成25年度 約51万円 ※ただし、11月～3月の5ヶ月間の数字 [軽トラ市] <ul style="list-style-type: none"> 平成25年度 約9万円 ※ただし、11月～3月の5ヶ月間の数字 ★合計…約390万円(11月～3月) ＝年換算：約936万円。
出資金の状況	<ul style="list-style-type: none"> 一口1万円。3口まで。 なお、26人のメンバー中、5人は、出資のみ。 	<ul style="list-style-type: none"> 一口1千円。 集落みんなで出資し合って計207口。 ※1万円を限度。 集落からも補てんしている。 	<ul style="list-style-type: none"> ホテルカフェ設立時 →ホテルカフェ地元負担金300万円。 	<ul style="list-style-type: none"> 自治会から年間20万円。 	<ul style="list-style-type: none"> 域外会員の年会費3,000円/年×27人＝81,000円 発足時に43名から、総計93万円の出資を仰ぎ、農業資機材や獣害防止用の鉄柵整備の一部などへ投資した。この出資は「債務」として、現在徐々に償還している。 	<ul style="list-style-type: none"> 現在、地元負担なし。 	<ul style="list-style-type: none"> ゆず生産組合から「ゆず」を譲り受けているため、材料費がかかっていない。 一部、補助金で補填している部分はあはる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・出資者約150名→10,000円/名。 ・まちづくり協議会より約176万円
外部資金の活用	<ul style="list-style-type: none"> [拠点の旧保育所の改装] 兵庫県「ふるさと自立計画推進モデル事業」 [大型の冷蔵庫・保冷車] 国の補助金2013年 	<ul style="list-style-type: none"> 兵庫県「小規模集落元気作戦」 兵庫県から500万円。 →自己資金とあわせて計1,000万円で交流拠点の建物を改装。 	<ul style="list-style-type: none"> ・農地水環境向上対策中山間事業 約3,000万円/年。 →一部を地域活性化へ(そば脱粒機整備に100万円、共同倉庫兼用の作業所建設に380万円活用など) [生田村交流ひろば] ・県民交流広場事業 1,300万円(施設整備1,000万円+活動費300万円) [生田村水車公園] ・兵庫県「小規模集落元気作戦」300万円 +市のあわじ環境未来島100万円 +中山間事業450万円 [ホテルカフェ] ・兵庫県600万円、淡路市300万円 	<ul style="list-style-type: none"> ・県民交流広場事業 ・兵庫県「ふるさと自立計画推進モデル事業」 	<ul style="list-style-type: none"> ・兵庫県「小規模企業集落元気作戦」 ・兵庫県「地域再生拠点等プロジェクト支援事業」 	<ul style="list-style-type: none"> ・兵庫県「小規模集落自立支援事業」 ・兵庫県「地域再生拠点等プロジェクト支援事業」 ・兵庫県「ふるさと自立計画推進モデル事業」 ・地域活性化総合特区「あわじ環境未来島構想」の一部。 	<ul style="list-style-type: none"> 兵庫県「小規模集落元気作戦」 ・糖度計やさく汁機など50万円投資 	<ul style="list-style-type: none"> ・兵庫県「ふるさと自立計画推進モデル事業」
域外人材との関係	<ul style="list-style-type: none"> [加工品開発] <ul style="list-style-type: none"> 兵庫県但馬水産技術センター、 兵庫県6次産業化プランナー、専門技術員 兵庫県立大学経営学部佐竹研究室 ・浜坂漁協 ・美方都生活改善協議会 [旧保育所の改装] <ul style="list-style-type: none"> ・兵庫県地域再生課 ・新温泉町の指導 ・新温泉農業改良普及センター [冷蔵庫・保冷車] <ul style="list-style-type: none"> ・豊岡健康福祉事務所 [PR活動] <ul style="list-style-type: none"> ・神戸親和女子大学 	<ul style="list-style-type: none"> ・兵庫県庁の武田氏。 →施設計画時に13～14回来村。 ・キタイ設計株式会社(アドバイザー) ・新温泉町役場 ・新温泉農業改良普及センター ・県民局 	<ul style="list-style-type: none"> [そばカフェ生田村] <ul style="list-style-type: none"> ・そば打ちを学ぶ際に、プロの指導を受ける。 ・鴨の提供 →洲本の合鴨農家と連携 ・スイーツの提供に向けて、料理研究家からの指導を受ける。 ・地域おこし協力隊 →週3日、3人のうち1人が来ている。 経理を一部担当。 	<ul style="list-style-type: none"> 兵庫県、宍粟市からの支援 	<ul style="list-style-type: none"> [当初] <ul style="list-style-type: none"> NPOひょうご農業クラブと共同生産を行い、NPOが生産物を買い上げていた。 [現在] <ul style="list-style-type: none"> その後「あこがれ千町の会」は独立して活動している。 ・域外住民の参加→集落外会員約30名。 うち8割は現役を退いた人(伊丹市、神戸市、三木市、姫路市、たつの市など) ※一日平均2名(集落含めると平均5名) ※域外会員であっても会の経営的な事務処理、パソコン活用、栽培計画作成、データ管理、外部への情報発信、神戸のアンテナショップでの市場調査・連絡調整などを支援している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・南あわじ市職員。 ・地域おこし協力隊4名。 ・一時期、神戸親和女子大学のゼミ。 ・淡路市のNPO法人ここからつながるスポーツ地球家族。 →今後コラボレーションの予定。 	<ul style="list-style-type: none"> ・姫路農業改良普及センターの指導。 →生産方針をともに検討している。 ・保全試験 →県の技術センターの指導を受ける。 ・神戸町職員 →職員も地区に入り、生産以外の部分(ペンやラベルなどの資材確保、財源確保、販路確保、製品化等)を精力的に手伝う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・丹波健康福祉事務所からの指導 ・尼崎園田北地域との都市と農村フェアを通じた交流。 ・尼崎市猪名寺と連携(雲部ふるさとまつり) ・丹波地域ネットワーク会議等との連携。 ・篠山市 ・篠山市エリアマネジメント業務に入っていた、プラグ合同会社の吉成氏。
都市・農村交流人口		<ul style="list-style-type: none"> イベント時に集落外から人が集まる。 	<ul style="list-style-type: none"> 約10,000人/年 →そばカフェの顧客+そばの花まつり 		<ul style="list-style-type: none"> 15年実績(～1月末)約1,240人 ※域外会員、夏祭りへの参加者など含む。 	<ul style="list-style-type: none"> 4,000人/年。 	<ul style="list-style-type: none"> [神戸町全体として] 観光交流人口70万人。 目標は+30万人。 	<ul style="list-style-type: none"> 来館者数 ひと月あたり約900人。
活動の課題	<ul style="list-style-type: none"> ①さらなる商品開発 ②さらなる販路拡大 ・兵庫県認証食品の取得 ・地元旅館・民宿の土産物販売 ・ネット販売の拡大 ③ジオツーリズムの推進 ・レストラン、宿泊施設づくり ④時給アップ 	<ul style="list-style-type: none"> ①担い手不足。 →お米をつくる人たちが減ってきている。 ※移住者は青森から1名いる。 ②もっと加工品を出したいが青伸びできない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・NPO法人設立を模索中。 →経営委託化。 地域活性化第1期事業完了後を見据えている。 ・田村氏以外のリーダー育成。 →今年から元県職員が手伝いでついでついでに。 ・後継者育成。 	<ul style="list-style-type: none"> [宿泊サービス] <ul style="list-style-type: none"> 簡易宿泊所の許可を受ける。 ・体育館の改装。 ・パーベキューハウス設置。 ・家具備品の充実。 [ブランド米・加工品] <ul style="list-style-type: none"> ・特産品化、販路拡大。 <全体> <ul style="list-style-type: none"> 資本金の確保、宣伝、収益増加、従業員確保。 	<ul style="list-style-type: none"> [野菜等の生産] 域外会員の定期的な活動の確保、計画的な栽培システム確立、域外会員拡大と世代更新など。千町らしいブランド野菜の確立(かつてはレタス王国と呼ばれた)。 [販路拡大] 販路情報収集、集荷中継地への搬送要員確保、鮮度の確保、消費者ニーズなど。 [その他]・労務賃金、生産性向上、多品種少量生産と少品種大量生産のバランス、多様なボランティア活動の保障。 ・小規模ながらも「農業ビジネス」として経営が成り立つような仕組み(基盤)づくり。 ・現在補助事業制度等によって流通コストの低減が図られており、小規模集落元気アップ作戦にとつて、このような事業制度の継続保証が不可欠。 ・千町ニュース、メールによる現地報告、ブログなどを通して都市側への情報発信を継続すること。 	<ul style="list-style-type: none"> ・金銭の地元負担がなく、助成金がなくなった段階でどうするか課題。 →解決策として、沼島地区あわじ環境未来島構想推進協議会をベースにNPO法人を設立(済)。 ・・・メンバー12～13人。 若手中心の団体。 ・当面、改修済みの坪内家住宅での自然食品や料理教室を行う事業を進めていくこと。 	<ul style="list-style-type: none"> ・グループの担い手の固定化。 ・生産計画、役割分担があまりない。 →「今日やるか」程度 ・次の担い手がいない。 →若い人でやる気のある人材の育成。 ・事務方がいない。 ・補助金がなくなったらどうするか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・人件費の問題。 →報酬を最低賃金程度まで高めたい。 →人材募集の難しさ。 ・担い手をどうつくるか。 →次世代を含めて。 ・資金繰りの大変さ。 ・個人経営との違いと難しさ。 ・里山工房くもべ内の施設に入居して、工作教室事業や美術館、パン工房を営みたいという人が出てきている。 →移住希望者との関係をどう強化していくかという点も課題。
今後の方向性	<ul style="list-style-type: none"> 次世代が地域にもどってくる、振り向いてくれるような活動につなげていく。 		<ul style="list-style-type: none"> ・少子高齢化による過疎化が進行して、条件の悪い棚田・耕作放棄地が増加しているの で、交通体系など新たな事業展開を行い、土地改良事業・棚田オーナー制度などを早急に検討していく。 ・後継者育成に力を注ぐ。 	<ul style="list-style-type: none"> 学校跡地を地元の活動に使いながら、宍粟市内外、都市部の団体に利用していただくことにより、地域の活性化、グリーンツーリズム・エコツーリズムの推進に資する。 	<ul style="list-style-type: none"> 加工品を手がけたことがあるが、継続できていない。 →人手、保管の問題など。 ・集落各家庭で特徴のある漬物を活かした加工品開発など、ノウハウを活かしたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・NPO法人による活動へのゆるやかな移行。 ・NPO活動の財源の確保を模索中。 ・沼島ブランドの確立 	<ul style="list-style-type: none"> ・計画的な生産体制の確立。 ・販路拡大のための営業(計画的な活動)。 ・柚子加工を産業として成立させること。 ・銀の馬車道周辺でのまちづくりの動きなど、他のまちづくりと連動した活動の展開。 など。 	<ul style="list-style-type: none"> ・定住促進サポーターとの連携、など。

出所：調査結果に基づき筆者作成。

表4-1 「地域再生大作戦」の支援を受ける兵庫県8地区における取り組み(一覧表)

グループ名	御火浦村おこしグループ	うみがみ元気村	そばカフェ生田村	鷹巣活性化委員会	あこがれ千町の会	沼島創成プロジェクト	柚子加工グループ	里山工房くもべ
調査年月日	2014年8月5日(火)	2014年8月5日(火)	2014年8月8日(金)	2014年8月19日(火)	2014年8月19日(火)	2014年8月21日(木)	2014年8月22日(金)	2014年9月8日(月)
インタビュー応対者	代表 脇本松夫氏 事務局 前田氏 他2名	海上区長 尾崎 美津人氏 新温泉町議会議員 ・営業組合組合長 植田光隆氏	事務局長 田村 伊久男氏	委員長 金本秀夫氏 事務局長 藤原 誠氏 ほか3名	会長 藤原拓美氏 副会長 田中 強氏 竹元忠嗣氏 ほか1名	南あわじ市市長公室 政策係 係長 原口 涼氏 沼島地域おこし協力隊 安藤美祐氏	神河町地域振興課 課長補佐 真弓恵吾氏	合同会社里山工房くもべ 業務執行社員 梶谷都雄氏 代表社員 今井 進氏 プラス合同会社 吉成佳泰氏
所在(町名地区名まで)	兵庫県新温泉町三尾	兵庫県新温泉町海上	兵庫県淡路市生田畑	兵庫県宍粟市千種町鷹巣	兵庫県宍粟市一宮町千町(せんちょう)	兵庫県南あわじ市沼島	兵庫県神河町根宇野	篠山市雲部
地区の概要	人口197人、61世帯。 高齢化率32% 空き家14軒 基幹産業:漁業	人口134人、43世帯。 高齢化率46% 基幹産業:農業(特に米)	人口424人、144世帯 高齢化率39.2% (生田地区[生田畑、生田尻、生田大坪]) 基幹産業:農業	人口275人、81世帯 ※空き家が少なく、現在1軒のみ 高齢化率33% 基幹産業:農業、そうめん製造業	人口50人、18世帯 高齢化率42% 基幹産業:農業、そうめん製造業	人口506人、224世帯 高齢化率42% 基幹産業:漁業(約8割)	人口414人、120世帯 高齢化率34% 基幹産業:農業	人口961人 高齢化率39% 基幹産業:農業
取り組み開始時期	2011年開始	2009年開始	2007年 「3農水会」「生田地域活性化協議会」結成。 2010年「生田村そば作業所」完成 2011年「そばカフェ生田村」オープン 2012年 水車完成 2013年 第二の拠点「ホテルカフェ」完成オープン	2011年開始。現在4年目。	2008年開始(小規模集落元気作戦)。 千町の会は2010年設立。現在5年目。	・2007年 観光ボランティアガイド「ぬぼこの会」設立。 ・2011年 「沼島創成プロジェクト」開始。	・2011年 集落の課題と解決のための検討を開始。 ・2012年 「柚子加工グループ」設立。	・2013年8月 里山工房くもべ設立 ・2013年11月 旧雲部小学校にコミュニティカフェオープン
きっかけ	漁価の低迷、後継者不足、専業漁業者の減少 一昔の三尾の浜の賑わいを取り戻したい、三尾ならではの伝統食を次世代につなげたい 想いから集落の女性が決起。 →ジオパーク認定も契機。	兵庫県「小規模集落元気作戦」のモデル事業への選定。 自分たちが楽しみながら取り組める特産品加工所がほしいと思っていたときに選定され、時機を得た。	・水車を作るための補助事業探しから、2007年農地水環境向上対策に着目、農水会結成へ →2008年、中山間直接支払制度に加わる →これらの資金を活用して活性化を目指す。 (そば栽培とそば花祭り開催と水車復元) →2009年、小規模集落元気作戦(現地域再生大作戦)に参加、様々な取組(水車復元含む)を展開、そばのイベントでの屋台販売始める →生田村交流広場…県の県民交流広場事業を活用、地域のコミュニティを守るだけでなく、都市住民との交流、地域活性化を願い「そばカフェ生田村」へ併設	・138年にわたる千種東小学校。 →2010年度末に閉校。 ・県民交流広場事業。	・高齢化。若者がいない。 →最年少は中学2年。 ・8ha農地の7割が休耕田・耕作放棄地であることへの危機意識 ・集落活性化に向けてイベント(「雲の上のコスモスフェア」)に取り組んだこともあるが、その後一過性イベントよりも「継続的な活性化対策」を模索してきた。 ・都市部で農業等に興味をもっている人を探す団体(NPOひょうご農業クラブなど)とのパートナー化もきっかけ。	「ぬぼこの会」 ・観光ボランティアガイド運営。 →沼島汽船の利用者を増やすこと。 「沼島創成プロジェクト」 ・基幹産業である漁業をなんとかしたいという危機意識。	元々ゆずの加工は、JAで行われてきた(現在も行われている)が、地域再生を考える上で、この地域最大の特産物の活用なくしては考えられない。そこでJAに任せきりでなく、自分たちが工夫をして産業となるような取組みをしたい。	城東地区の日置小、後川小、雲部小が統合され、城東小が開校するにあたり、旧雲部小学校が開校したこと。
活動の概要	[手作りりと天然物にこだわった特産品づくり] ・天然・冷凍生わかめの商品化と販売 ・伝統的保存食の商品化。 ①いかの樽寿司 ②鯖の樽寿司 ③ハタハタの樽寿司 ・商品開発能力向上研修や料理研究会実施 [その他] ・ジオパークガイドの養成	・営業組合によるブランド米の生産と販売 ・集落の憩いの場、訪問者との交流拠点「うみがみ元気村」運営 ・うみがみ元気村での食堂運営(水・土・日、5人以上でそれ以外でもオープン) ・加工品の生産・販売	[交流拠点、そば栽培・販売] ・ソバの花による景観形成。 ・そばの花祭り=これまで7回実施。 ・生田村交流ひろば。 →ふれあい喫茶、パソコン教室、そば打ち、フラダンス、100歳体操、習字教室等運営 ・生田村水車公園の整備。 ・「ホテルカフェ」運営。 →産地直売所兼農業倉庫 ・「生田村探訪マップ」作成。	[5つのプロジェクトチーム] ・施設運営チーム →千種東小学校跡の宿泊施設の運営。 ・ブランド米菓草茶チーム →鷹巣ブランド米の生産・加工・販売。 →ドクダミ茶の加工・販売。 ・ふれあい食堂チーム →一食堂運営。 ・炭焼きチーム →炭焼き釜づくり。 ・棟山山頂開発チーム →標高795m星見広場づくり。	・休耕田と一部水田を利用した野菜、米、そば、山菜の生産・販売 →一年間のべ14年度実績(～15年1月末)1,670人(集落1,079人、集落外591人)。 ・集落生活環境維持の共同作業「天役」参加。 →夏祭りの主催 →一宮ふるさとまつり出店 ・伝統行事参加 ・神戸のアンテナショップでの店頭販売協力 ・域外会員が集落会員から農業技術や千町の地域特性に基づく農事暦による農作業の指導、春の山菜料理方法の指導を受けたり、逆に域外会員が千町の歴史風土や民俗文化・自然風物を外部へ紹介するなど、様々な機会を通して相互交流に努力している。	「ぬぼこの会」 ・観光ボランティアガイド運営。 [一本釣産直部] ・鮮魚加工場の運営。 「沼島おこしクルーズ」 「沼島総合観光案内所」[吉基] ・ぬぼこの会の事務所機能の設置。 ・地域おこし協力隊の活動拠点。 ・島伝統菓子の製造拠点。 ・喫茶スペース。 ・土産品販売 →沼島漁業共同組合による干物。 →手作り工芸。	・柚子製品の加工・販売 ※昭和40年代から取り組んできた柚子一年間60～80t収穫される。 うちの60tはJAに委託、加工されてきた。 →現在、グループでは3～4tを加工。 4t程度は直売	・旧雲部小学校跡地の活用と運営 ①地元食材を使用したコミュニティカフェ ②地元野菜、パン、弁当の販売所 ③篠山近郊の手仕事 ④軽トラ市 ・定住促進コミュニティスペースの運営
活動の目標	①生きがいをもって暮らしたい ②豊かな資源を生かしたい ③郷土料理を若い人に伝えたい	・年をとっても農業が続けられるようにしたい ・村全体で取り組む	・自分たちの地域に自信を持つようになること ・地域全体がよくなること。 →「みんなでやる」 ・地域のよいところ(資源)に早く気づくこと	ア 小学校跡地の活用を地域の活性化につなげたい。 イ 収入や仕事を増やしたい。 ウ 田畑や山林の活用をすすめたい。 エ 地域を元気に活性化したい。 オ 人口減少に歯止めをかけ、人口を増やしたい。 カ みんなで楽しく元気に過ごしたい。 キ 生活知識や伝統を若手に伝えたい。 ク 安心して老いられる環境をつくりたい。	・無農業・有機肥料等による安全・安心な野菜づくりと供給を通じて都市と農村の交流を図り、千町の活性化を目指す。 ・「あこがれ」の由来→都市に住む住民があこがれて千町に訪ねてくるような場所にした。地元のみなさんとの交流と協働作業を通じて「元気な千町」を実現したいという趣旨が込められている。 ・学校給食センターへ安全・安心な食材を提供し、児童・生徒(一宮・波賀地域で1,250名)を通じて地域との絆を大切に。 ・活動全体の継続性と、組織を経営的に成り立たせることを重視しており、6つの経営目標(1)計画性、(2)生産性、(3)市場性、(4)効率性、(5)協働性、(6)透明性を掲げ、この目標の下に集落内外の会員の協働作業を通じて活動に取り組む。	・島外からの観光・交流人口の増大を目指している。	ゆず加工を産業として成立させて、雇用を創造し、高齢化・人口減少といった集落の課題を解決していくこと。	・閉校時、雲部の住民の皆さんにアンケートをとり、その結果、学校を残して雲部の活性化につながるように利用すればいいという多くの方々からの意見があった。 ・意見を集約するなか、利活用の方向で検討することになった。利活用するには事業を起こし、雲部の活性化につながればよかった。
地域の担い手	・26名で構成。 うち男女13名ずつ。 50歳代2名、60歳代15名、70歳代9名。	・営業組合 ・食堂スタッフ4名 ・加工品については、生産時に集落にもってきてほしいと呼びかけて、集落の男性が山で採れた食材をもってくる。 →次の日、集落の女性がぎざむ、にこむ →加工。	・協議会(地区3町会、3老人会、3農水会、スポーツ21、五尺節保存会、PTA、子ども会)が参加。 ・そば栽培 →地区約140世帯総出。 ・そばカフェ生田村 →スタッフ17名。 →卵かけごはんの卵を生産する30代の移住者との連携。 ・ホテルカフェ →東京から移住してきた夫婦へ委託。	◆鷹巣活性化委員会(施設運営チーム3名/ブランド米チーム3名/菓草茶チーム2名/ふれあい食堂チーム6名/炭焼きチーム3名/棟山山頂開発チーム3名) ・自治会とも共働 →農会も関係している ・地域の有志 ※現役世代が多い。 →フリーで動けるのは、現時点で事務局長と数名。	・集落内全世帯 ・千町自治会との協働	「ぬぼこの会」 ・神宮寺の住職を中心とした7名のガイド。 「沼島創成プロジェクト」 「鮮魚加工場」…漁師 ・おこしクルーズ…漁師15名 ・土産品の干物…漁協 ・土産品の手芸品…島民 ・吉基運営…地域おこし協力隊4名 ・5地区の町内会 ・沼島地区あわじ環境未来島構想推進協議会 ※44歳の次世代リーダー候補が存在。	・区長およびグループの12名の女性たち。 →65～75歳の人たちで構成。 ・柚子農家35軒が入る「ゆず生産組合」。	・業務執行役員4人(うち代表社員1名) ・パート(カフェ4名、厨房8～9名) ・くもべまちづくり協議会 (里山工房くもべは協議会の構成団体)
報酬の状況(ボランティア活動の場合) 賞金の状況(雇用の場合)	・ボランティア。 ・400円/hを報酬として支払っている。	・ボランティア。 ・食堂メンバー7人で回す。 ・報酬は、50円→100円→150円→200円。 ・年々アップはしている。	・そばカフェ生田村 →地元の人を中心としたスタッフ17名。 現在の賞金780円/h(当初は報酬400円)。 5.5～7h勤務。 40代も2名いる。	・ボランティア。 ・食堂スタッフ数6名	・ボランティア。 ・活動に伴う報酬はなし。 →ただし、当面の目標として域外会員への交通費補助は片道分、宿泊費引引き補助を行っている。	「吉基」 ・地域おこし協力隊4名 →交代で店番をしている。 …自治体嘱託職員としての雇用。	・収穫時期である11月から1か月間程度 →週3～4日勤務。 ・8月は週1日程度。 ※1日あたり半日程度勤務。 ※賞金は一人あたり800～900円/h。	・ボランティア。 →一人300円/h+交通費を報酬として支払う。
主な商品・サービス	[加工品] ・天然・冷凍生わかめ ・イカの樽寿司 ・鯖の樽寿司 ・ハタハタの樽寿司 ・わかめの佃煮 ・あらめの佃煮 [その他] ・海上タクシーの運営(2013年度)	[ブランド米] ・「海上榎田米うみやーな」の生産・販売 [食堂] ・うみがみ元気村の食堂運営 →但馬牛うどん定食 ばっこ丼など [加工品] ・手作りの芝桜みそ ・山ぶきのうみやー煮 ・野菜茶	[そば販売] ・生田そば他6種類 ・卵かけごはん →移住者30代の青年が生産する鶏の卵を使用している。 ・現在(2015年3月時点)では近隣地域との連携から、合鴨農法のカモ肉、自然薯を加えたメニュー+割そばもメニューに加えた。 ・スイーツ →そば饅頭、そば湯ゼリー、ヤギミルクプリンなど5種。 [ホテルカフェ] ・ランチメニューなど	[宿泊サービス] ・千種東小学校跡への宿泊。 [ブランド米] ・無農業にこだわった「鷹巣ブランド米」。 [加工品] ・ドクダミ茶、木炭。 [食堂] ・スタッフのアイデアによる地元食材を使った食事の提供。	・無農業・有機肥料野菜 →14年度実績でのベスト5は①ミニトマト、②おかわかめ、③ほうれん草、④レタス類、⑤大根 →一般の消費者を対象に日常で使う基本野菜を中心に栽培しているが、他に都市部でのニーズをくみ取り、メティ、シヤンツァイ(香菜)、千町甘ネギなどを栽培して販売している。 ※栽培計画委員会にて栽培計画を立案。 →年3～5回。 →域外会員も入る。 →神戸での売れ筋などもリサーチ。	「ぬぼこの会」 ・観光ボランティアガイド。 「沼島おこしクルーズ」 ・おこしクルーズの実施。 「吉基」 ・喫茶事業。 ・あげまんじゅうなどの販売。 ・加工品、土産品販売。 ・おこしクルーズの受付・案内。	・柚子しぼり ・柚子シロップ ・柚子ジャム [新商品] ・柚子ペースト ・柚子ピューレ ※その他 ・ゆず原料のお菓子づくりを行っている。 →町内4軒のお店で販売。 うち1軒は、移住者が開業したお店。	[コミュニティカフェ] ・くもべ定食 ・お野菜カレー ・コーヒー ・手作りジンジャーエール など ・雲部の野菜、パンの販売 ・篠山の手仕事品の販売

出所:調査結果に基づき筆者作成。

目標ではないことは筆者らも認識している。ただ、集落の生活や生業の維持を考えれば、「柚子加工グループ」が指摘したように、「加工の取り組みを産業として成立させて高齢化・人口減少といった集落の課題を解決していこう」とする方向性は必要と思われる。

続いて出資金や外部資金の活用の状況であるが、集落からの地元負担によって運営されている取り組みが多い。地元負担がない場合は、材料費がかからないなどのケースとなっている。ただ、現時点で地元負担がなくとも、今後の財源確保を課題の中心にあげている事例もあり、最終的にはいずれの事例も地元負担のもと運営されていくことが期待される。他方で、スタートアップ時や事業の過程で効率的に行政からの助成金を受けている様子も確認される。助成金と地元負担をうまく組み合わせながら、目標達成に向けて資金繰りをうまくやり繰りすることが望まれる。

地域外の人材や組織との連携であるが、これはいずれの事例においても活発な連携が確認される。技術者、コーディネーター、移住者、大学、NPO、自治体などとの連携が確認される。また、「あこがれ千町の会」では、都市在住で現役を退いた人たちが定期的に千町へ赴き、事務的な作業も含めて事業に参加している。「里山工房くもべ」においても、尼崎市におけるイベントをきっかけとした交流が進められている。第2章や第3章において確認した通り、「都市・農村交流」の重要性が指摘されているにもかかわらず、意外と都市・農村交流がそれほど多くないことを次節で確認することとなる。都市・農村交流の好例を知ることができる意味においても、「地域再生大作戦」は有効な支援と捉えられる。

他方で活動の課題も、各地区の担い手において認識されている。たとえば、ボランティア形態の事例では、報酬をアップして雇用形態に代えていくことがあげられている。また、助成金に関する問題意識、加工品を手がけたい意向、販路拡大、消費者ニーズとのつきあい方、個人経営とは異なる難しさなどの課題もある。さらには、担い手不足や後継者育成といった人材面を課題に挙げる事例も多い。人材育成が、今後の活動を発展させていく鍵を握る可能性が理解される。

簡潔にまとめると、各地区の取り組みのポイントは、①萌芽的とはいえ、少しずつ多自然地域のコミュニティビジネスを進めていく体制や環境が形成されつつあること、②兵庫県農山漁村部と都市部の交流の推進、③順調に売上が推移している事例では営業・販売促進に熱心で、地区や地域外への情報発信や市場展開も取り入れていること、④都市部での市場展開として地域振興課が運営する「元町マルシェ」といったアンテナショップの果たす役割も大きいこと、が挙げられよう。もちろん、個々の事例におけるそれぞれの魅力は、上述してきた通りである。

他方で課題点は、①ボランティア活動の状況をどう雇用の状況に発展させていくか、②ボランティアの場合の報酬面での課題があること、③担い手不足や次世代の人材育成など取り組む必要のある課題、④さらなる販路拡大も散見される。また、各地区においてそれほど課題として認識されていなかったが、5点目の課題として県外への営業・販促の環境づくりも大切となる可能性もある。これらの諸課題をどう克服していくか、本研究全体を通して検討を進めていくことが求められる。

4. 「地域再生大作戦」の分析

ここで、「地域再生大作戦」と県外の事例との比較を少し定量的に行ってみたい。本研究では、先行する文献や資料で紹介されている県外の事例のデータベース化を試みているが、「地域再生大作戦」との比較において使用してみたい。

データについて、兵庫県は「地域再生大作戦」のうち、ビジネスを展開する 54 事例を対象とした⁴⁻³⁾。県外は、文献、資料から高知県 68 事例、その他県外 62 事例を対象とした。「兵庫県」は「地域再生大作戦」の数字であることに留意されたい。県内外の件数は兵庫県 54 事例にあわせて、概ね 50-70 の範囲に収めた。高知県をピックアップした理由は、社会学者の大野晃が高知県を対象に「限界集落」⁴⁻⁴⁾という言葉を表現したことに起因する。そのようななか高知県では、旺盛な多自然地域でのビジネスが進められることで活力ある集落が存在しているともされる。高知県の事例から、小規模集落におけるビジネスのあり方を検討できると判断してピックアップした。その他の県外は、多自然地域でのビジネスに関する先行研究のうち各都道府県の事例がまんべんなく網羅されている文献⁴⁻⁵⁾を参考にした。その他県外のデータは、兵庫県と高知県を除く都道府県の事例を盛り込むことのできる限り目指した。そのうえで、(1) 担い手、(2) 組織形態、(3) 支援機関、(4) 事業内容、(5) 販路の 5 つに大別して、傾向の抽出に努めた。なお、文章記載上から判断できる内容のみデータ化した。データは 2014 年 6 月から構築し、2015 年 3 月 17 日時点で再度の精査を実施した。

はじめに、図 4-2 の担い手からみてみよう。まず、兵庫県内では、シニア層を中心に事業が進められ、高知県、県外ではミドル層、若年層も比較的多く参加したうえでシニアとミドル・若者との協働により事業が進められる傾向がある。ここでのシニア層は、65 歳以上の人たちが該当する。学生・教員など教育機関の参加は県内において割合が高い。女性の参加は、県内の参加割合が高いものの、女性リーダーに限ると高知県、県外での割合が高い。また、県内では多自然地域に定住していない都市在住交流者が多自然地域において事業に参加している様子も確認される。これは、兵庫県が阪神間の都市部と多自然地域の近接性という地の利も関係していると思われ、県外の多自然地域をめぐる地理的環境と異なる特色に起因していよう。また、近年において重要性が議論されつつある移住者および移住者による起業や就業⁴⁻⁶⁾は、県内・県外ともに現状として割合が低い。これは、移住者による起業や就業の研究が萌芽的なことも関係していよう。第 1 章の統計が示す通り、若い世代の移住者による起業や就業はホットな話題といえ、研究が急がれる部分といえる。

4-3) 前掲注 4-1)。なお、各地区の取り組みについてのサイトも補完的に閲覧している。

4-4) 大野晃『限界集落と地域再生』信濃毎日新聞社、2008 年。

4-5) (1) 関満博・松永桂子編『農商工連携の地域ブランド戦略』新評論、2009 年。(2) 関満博『地域産業の「現場」を行く第 5 集』新評論、2011 年。(3) 関満博・酒本宏『道の駅—地域産業振興と交流の拠点』新評論、2011 年。(4) 関満博『6 次産業化と中山間地域—日本の未来を先取る高知地域産業の挑戦』新評論、2014 年。(5) 関満博『地域産業の「現場」を行く第 7 集』新評論、2014 年。各取り組みのサイトも参照している。

4-6) (1) 筒井一伸・佐久間康富・嵩和雄『移住者の地域起業による農山村再生』筑摩書房、2014 年。

(2) 小田切徳美『農山村再生—「限界集落」問題を越えて』岩波書店、2009 年。

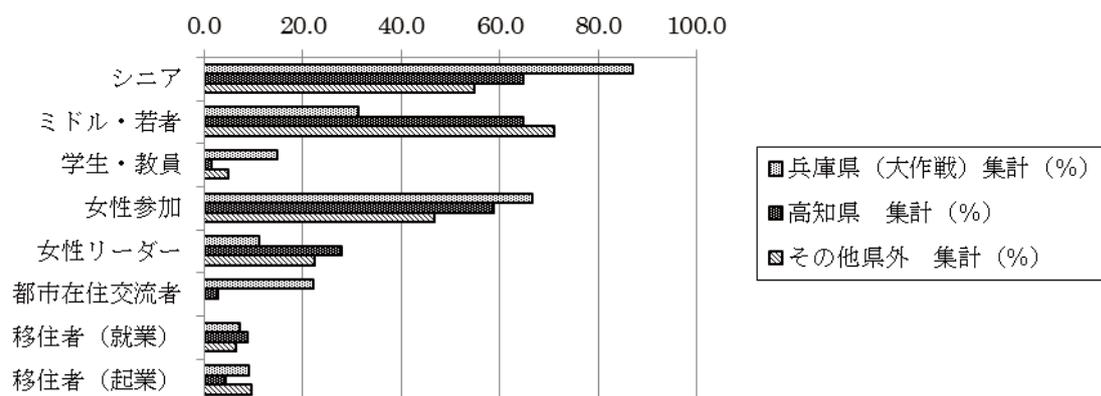


図 4-2 多自然地域におけるビジネスの担い手
出所：筆者作成。

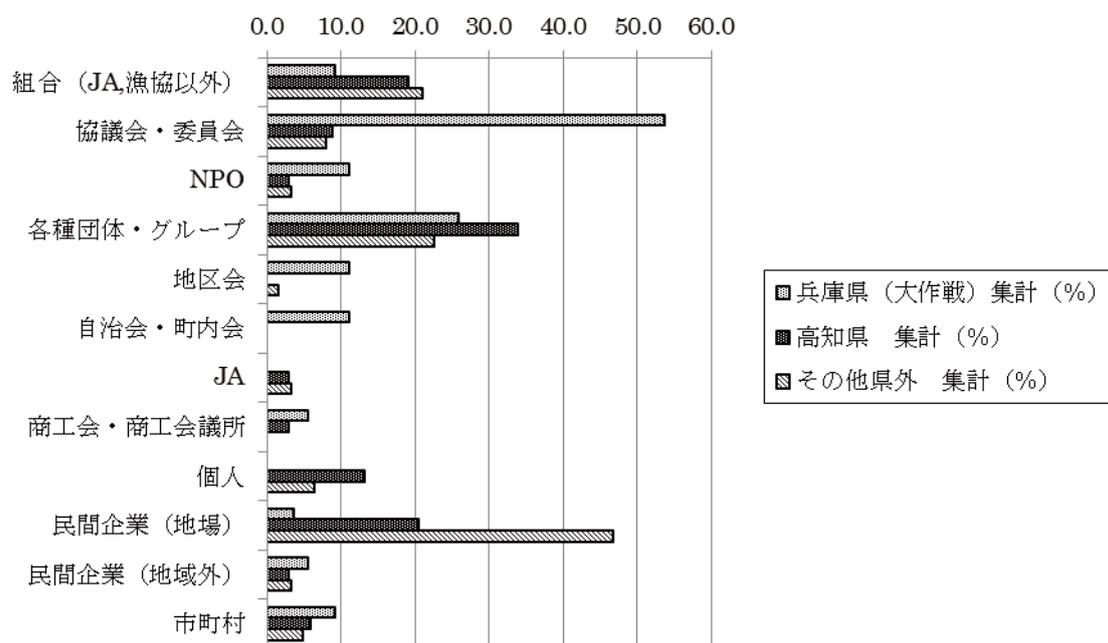


図 4-3 多自然地域のビジネスにおける組織形態
出所：筆者作成。

次にどのような組織形態によりビジネスが推進されているのか確認してみよう(図 4-3)。簡単に図 4-3 を説明しておく。「組合」には、たとえば農事組合法人(営農組合)など JA や漁協以外の組合組織を該当させている。また、「各種団体・グループ」には、任意団体、女性グループ、財団法人など NPO 法人以外の団体組織を該当させている。これらの組織を細分化してしまうと傾向把握が困難になるため、一括してグループ化している。

さて、県内では、地域やまちづくりといった協議会・委員会の割合が特に高く、各種団体・グループ、組合、NPO、地区会、自治会・町内会が続く。一方、高知県では、各種団体・グループ、地場の民間企業、組合、個人によるビジネスが続いている。また、その他の県外では、地場の民間企業が最も多く、各種団体・グループ、組合が続いている。もちろん、県外もコミュニティを見すえた事業であることには変わりはない。他方、県内・県外ともに自治体や JA が中心に事業を進めるケースは少ない。

続いて支援機関についてみてみよう（図4-4）。図4-4についても、図4-3のように、傾向把握のための項目のグループ化を行った。県内に関しては、基礎資料が兵庫県の資料と

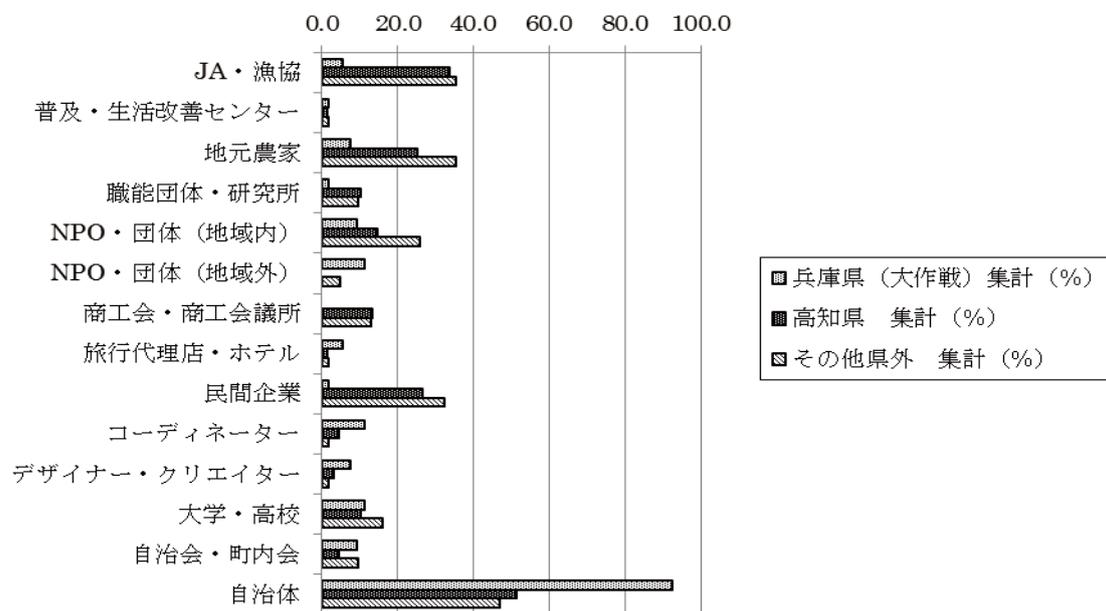


図4-4 多自然地域のビジネスにおける連携・支援機関
出所：筆者作成。

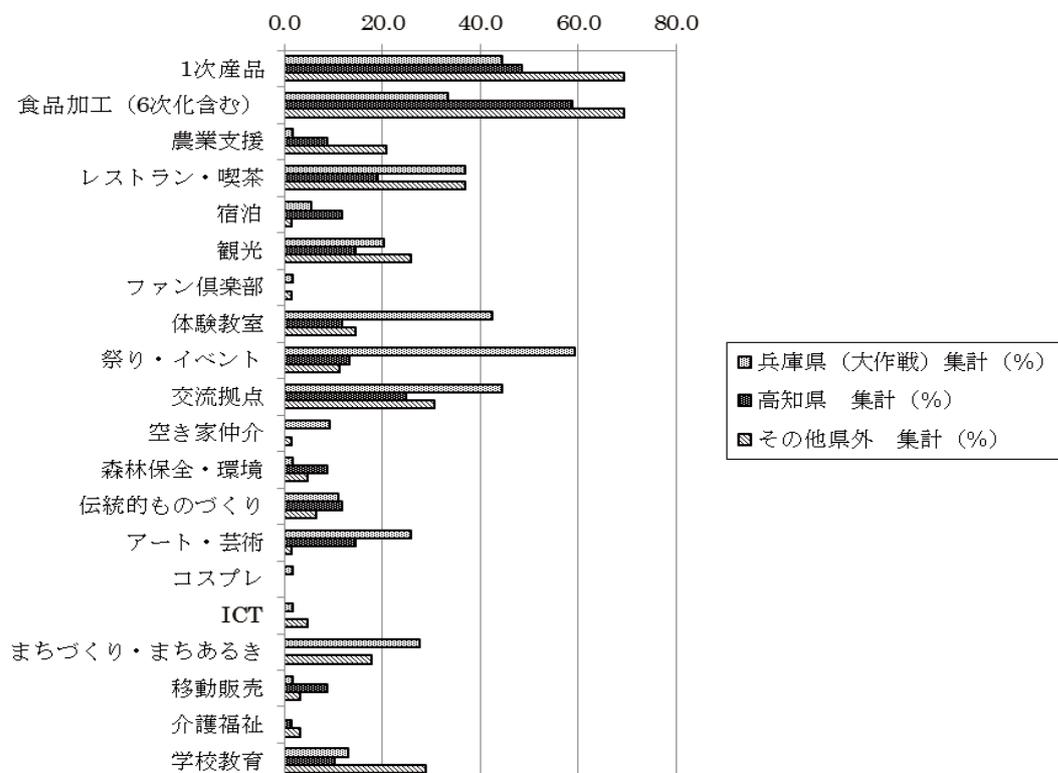


図4-5 多自然地域における事業内容
出所：筆者作成。

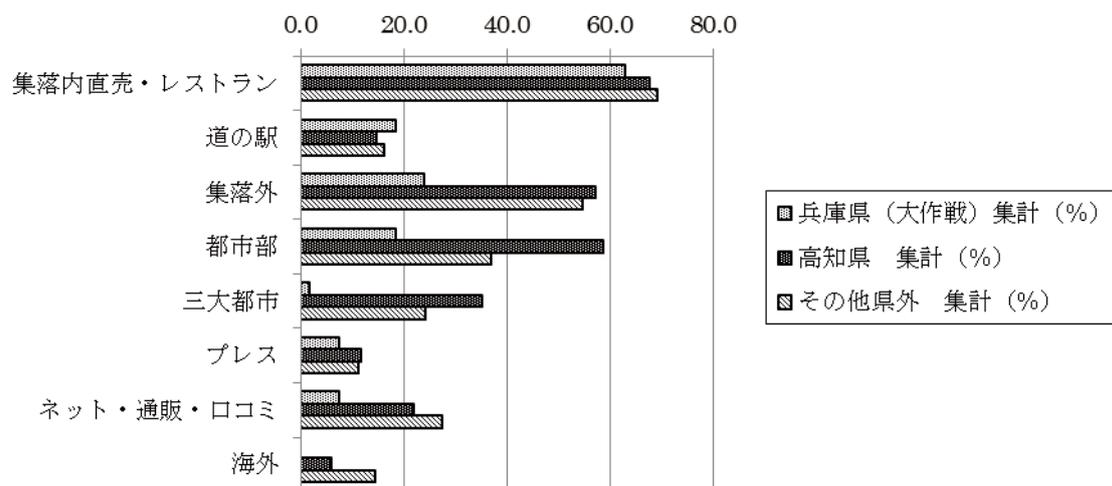


図 4-6 多自然地域におけるビジネスの販路
出所：筆者作成。

ということもあり単純比較はできないが、最も多い連携機関は自治体となっている。ただ、高知県、県外とも自治体と連携している割合は高く、支援機関として自治体の役割が重要と認識できる。そのうえで県外の特徴的な点は、多様なアクターによる取り組みへの参加と連携にある。JA や漁協、地元農家、民間企業、NPO・各種団体、職能団体・研究所、商工会・商工会議所との連携や支援の割合が高くなっている。JA・漁協、民間企業、NPO・団体との連携が多い点が特徴的といえる。ただし、地元農家については、資料の関係で、兵庫県内の事例でそれほどピックアップしていない可能性もある。実態としては、県内も地元農家の支援のなかで事業が進められていることは、聞き取り調査の際の各地区の様子から認識することができる。また、割合として低いものの、県内ではコーディネーター、デザイナー・クリエイターとの連携が県外よりも高い。

最後に、事業内容と販路を同時に確認しておきたい。事業内容（図 4-5）は、高知県、県外において 1 次産品、6 次化等による加工品販売、移住者等新規就農などの農業支援、学校・教育の割合が高くなっている。レストラン・喫茶、観光、交流拠点の整備に力を注いでいるのは、県内外いずれの事例においても割合が比較的高めになっている。他方で県内は、1 次産品、加工品販売の割合も比較的高いが、祭り・イベント、体験教室、アート・芸術、まちづくり・まちあるきといったカテゴリーも高く、幅広い。基礎資料の関係もあるので一概に言い切れないが、サービス（産業）分野に取り組む割合が比較的高いと取ることできる。これは、第 2 節での地域再生課の想いや事業の方向性とも関連していよう。高知県では、まちづくり関連、ICT、空き家仲介といった事業は、今回使用した文献をみる限りでは確認されなかった。その一方で、移動販売、森林保全・環境、宿泊など、兵庫県とその他県外と比較して高い項目も確認される。

もちろん文献上の記載がないだけで、実際にはまちづくり、ICT、空き家仲介などの事業も出てきている可能性はある。そもそもかもしれないが、県外において祭り・イベント、アート・芸術に関するデータがあがらないのは、当該研究分野においてそれほど議論されていないことも要因にあるかもしれない。上述のデータは、あくまで傾向という点に留意

する必要がある。

ここで、販路（図 4-6）を確認してみよう。販路データは、ビジネスを展開する事例のみ集計した。集計数は、県内（ $n=39/54$, 72.2%）、高知県（ $n=66/68$, 97.0%）、県外（ $n=58/62$, 93.5%）である。なお、図 4-6 の集計方法を確認しておきたい。まず、集落外（A 地域）にも都市部（B 都市）にも販路を拡大させているような事例では、「集落外」と「都市部」への複数のカウントを行っている。これは、図 4-2～図 4-5 と同様のカウント方法である。しかし、「集落外の C 地域＝都市部の C 都市」という場合、「集落外」「都市部」両方の項目への重複カウントは行っていない。集落外の特定の場所へ販路をもつ事例が、同時にそれ以外の都市部へも販路をもつことが全体的に多く、一見すれば重複してみえてしまう点に留意されたい。他方で「都市部」には、東京、大阪、名古屋といった「三大都市」のカウント分も含めてある。これは、「都市部」のうち、三大都市への販路とそれ以外の都市部への販路の割合を把握するための措置である。ややこしい見方だが、容赦いただきたい。

さて、兵庫県、高知県、その他の県外ともに、集落内での直売・レストラン（喫茶事業も含む）が最も多い。しかし県外では、集落外や東京、大阪、名古屋、さらに高知市など地方の拠点都市への販路拡大、インターネット・通販・ロコミによる販路拡大に努めている事例の割合も高い。また、県外では、海外への販路拡大に向けた事例も確認されることから、集落・地域外に販路を求めている状況が顕著といえる。特に、高知県を含む県外の事例では、集落内と集落外・都市部等での販売の両方を手がけていることが理解される。すなわち、地域内外のバランスある経済循環を目指している様子を伺い知ることができる。前節で検討した兵庫県内の 8 地区の事例においても、集落外、都市部への販路拡大、情報発信も手がけていることを踏まえるならば、県内の取り組みにおいて集落外や都市部への販路拡大策を一層、進めていくことも望まれよう。

5. まとめと若干の示唆

以上の結果をカテゴリーごとに簡潔にまとめたいので、若干の示唆を講じたい。

- (1) 担い手…兵庫県では、シニア層の参加の割合がかなり高い。
高知県と県外では、ミドル層や若年層、女性リーダーの参加も顕著。
- (2) 組織形態… 1) 県内では、協議会、組合、NPO、地区会、自治会・町内会といったコミュニティの担い手が参加する集団的なビジネスが多い。
2) 県外においても、各種団体・グループや組合など集団的なビジネスが行われているが、民間企業や個人が担う形態も多い（個別的）。

担い手と組織形態との相関を検討してみた結果、ミドル層・若年層、女性リーダーが手がけるビジネスが多い県外ほど、コミュニティをみすえた個別的ビジネス形態も多い傾向にある。集団的なビジネスと個別的なビジネスの双方についてバランスよく検討していくことも必要ではなかろうか。これは、第 2 章で示した理論から少なくとも明らかであろう。

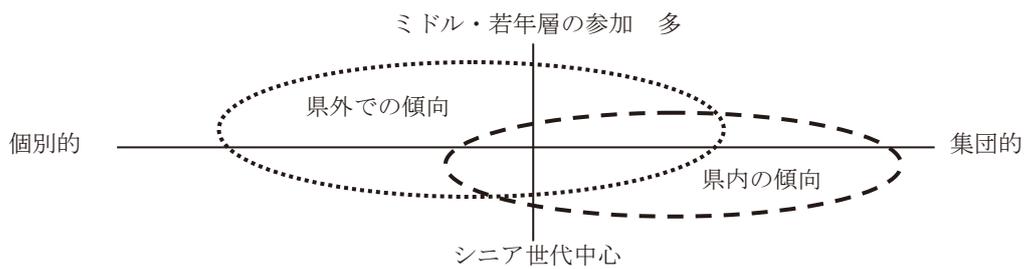


図 4-7 多自然地域におけるビジネスの担い手と組織形態の相関
出所：筆者作成。

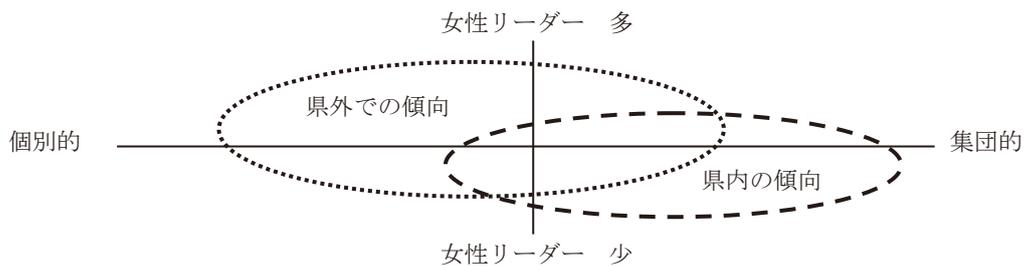


図 4-8 多自然地域におけるビジネスの女性参加と組織形態の相関
出所：筆者作成。

- (3) 支援機関… 1) 県内外ともに、支援機関としての自治体の重要性が高い。
2) 県内では、デザイナー、クリエイターとの関係構築が進んでいる。
3) 高知県・県外では、県内以上に多様なアクターによる支援が確認される。特に、JA・漁協、民間企業、NPO・団体との連携が多い。
- (4) 事業内容… 1) 県内では、サービス分野やイベント・祭りに取り組む事例が多い。
2) 県外では、1次産品や加工品の生産・販売に力点が置かれている。
3) 交流拠点や観光といった事業が多い点は、県内外で共通している。
- (5) 販路… 1) 県内では集落内直売の占める割合が大きい。
2) 県外では都市部・地域外と集落内直売等との両立傾向が確認される。

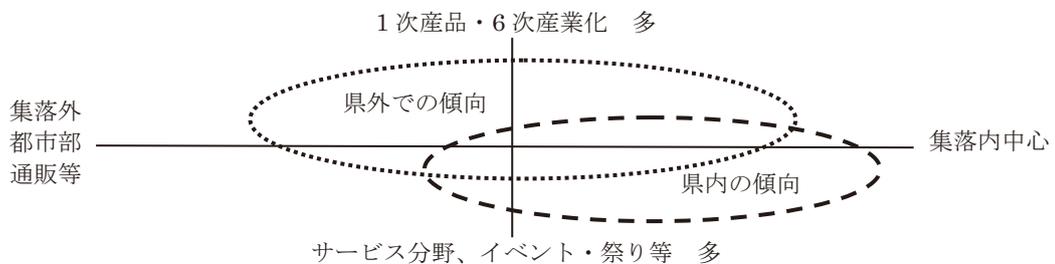


図 4-9 多自然地域におけるビジネスの事業内容と販路の関係図
出所：筆者作成。

支援機関については、県内・県外とも地方自治体による支援のある割合が大きい。ただし、個別の事例を確認する限り、地方自治体の役割は側面的支援にあることも理解される。自治体が前面に出てイニシアチブをとる事例は少ないことは、図 4-3 の通りである。いずれの事例も主役は、集落や地域の人たちといえる。兵庫県の取り組み方や前節で確認した 8 地区の事例を勘案すれば、自治体に求められる役割は「調整役」といってよかろう。

一方の県外では、多様なアクターが支援している様子も確認されることから、より多くの支援機関との連携を模索する必要もあろう。県内ではコーディネーターやクリエイターとの連携が県外より多い傾向が示されているが、商工会・商工会議所や民間企業との連携が少ないことは、ビジネスの視点から考えると連携の余地が残されているといえる。

事業内容は、県外ほど 1 次産品や加工品の生産・販売に力点が置かれている。もちろん、集計した各事例をみる限り、県内外すべての事例がコミュニティを前提としたビジネスを展開している点で共通している。そのようななか県内のサービス分野やイベント・祭りへの取り組み、すなわち、コミュニティを見すえた活動がはっきりしている点は評価される必要がある。ただ、ビジネスに取り組む事例とそうでない事例との境界もはっきりしていることは、イベント等と経済面の関係を指摘する濱西氏の話の踏まえると気がかりな点である。

もちろん、県内の活動において、1 次産品の生産・販売や農家レストランの取り組みが少ないわけではなくバランスはとれている。他方、県内の取り組みにおける課題点は、コミュニティの維持に向けてもう少し売上や報酬を向上させなければならない実情にある。加工品などを手がける機会を増やしたり、集落内直売を中心に捉えるだけでなく都市部・集落外での販売促進へのさらなる注力など両立を図る対策も求められる。県外の事例では、東京や大阪など大都市、海外への販路拡大も確認される。兵庫県の多自然地域は、神戸や姫路など阪神間の都市部と近接した地理的環境にあるため、高知県などとの状況とは異なる。他方で本章は、東京や海外への販路拡大を是とするわけではないが、考察結果から少なくとも県内と県外へのバランスある販路拡大策の検討はあってもよいと捉えている。

地域再生大作戦は、高知県やその他県外の諸事例と比較して、開始から間もない取り組みが多く萌芽的でもある。萌芽的な状況のなかでは、一定の成果をあげていると言って間違いはないだろう。一步一步ステップを踏んでいる現状において、県外と比較したうえで評価することはやや厳しい見方に映ってしまうかもしれない。しかし、兵庫県の多自然地域の生活や産業の維持を図っていくためには、県内各地区の取り組みが今後、どのような方向性をもって事業を進めていく必要があるのか理解することも求められる。本章は、兵庫県がこれまでそれほど切り込んでいない「地域再生大作戦」の評価を県外との比較から行った点において、一定の示唆につながったものといえる。

第5章 コミュニティ・ビジネスからソーシャルビジネスへの発展性 ー兵庫県下の地域運営の小売店、農家レストラン、特産品開発販売の事例を通じてー

特定非営利活動法人地域再生研究センター
主任研究員 井原 友建

1. コミュニティ・ビジネスとソーシャルビジネスについて

本章では、兵庫県下の多自然地域におけるコミュニティレベルのビジネスの内、地域運営の商店、農家レストラン及び特産品開発販売を事例に採り上げ、その持続性や継続性に大きな影響（インパクト）を与えている運営上の問題点、課題を整理するとともに、それらを解決し、地域貢献や地域活性化といった地域課題解決の使命だけに依拠せず、経済的に自立しソーシャルビジネスとして可能な限り継続していくための方策、経営改善策を提言するものである。

具体的には、市場と直接向き合う商品構成、供給体制や販路開拓、広告宣伝といった経営の前衛部分（「フロントオフィス」）における諸課題とその対応策と、会計や経理、人材育成確保、生産性維持といった経営の裏側部分（「バックオフィス」）における諸課題とその対応策について論じ、その上で、多自然地域における新産業として発展やシニア世代の雇用の促進と、その先にある定住促進の可能性について言及する。

ここで採り上げた3つの事例は、多自然地域における買い物弱者への対応、空き古民家の活用による身近な生活環境改善、地域資源の有効利用による地域環境保全、地域の歴史文化の伝承といったいずれも地域に顕在化する諸課題への対応策として取り組んだものである。そして、そこに若干の経済性の側面を併せ持つものであり、このような形態を「コミュニティ・ビジネス」と呼ぶことにしている。その一方で、小さな地域、コミュニティレベルの範囲の取り組みではあるものの、地域課題への対応や生きがいくくりといった慈善事業的な意味合いからは少しビジネス（事業性や収益性）の性格を色濃くした形態を「ソーシャルビジネス」と呼ぶことにしていることに留意が必要である。

2. 兵庫県下の多自然地域におけるコミュニティ・ビジネスの現状と諸課題

（1）兵庫県神崎郡神河町長谷地区ー「村営ふれあいマーケット」に見る現状と課題

神河町長谷地区（327世帯、963人、平成23年4月1日時点）では、地区唯一の小売店舗であるエコープ長谷店、川上店及びガソリンスタンドが平成19年9月末をもって閉鎖する旨の報告がJA兵庫西よりなされた。

このことを受け、長谷地区では、これら店舗の閉鎖は生活環境を悪化させる重要な問題と捉え、住民相互の連携を図り、住民の安心・安全な生活環境を守るため、地域の発展・振興に取り組む『長谷地区の振興を考える会』を設立し、地区住民が出資した株式会社を設立して店舗及びガソリンスタンドの運営をJAに代わって地域一丸で実施し、生活環境の維持、地域コミュニティの向上を目指すこととなった。

そして、平成20年に株式会社長谷川上店、長谷店・ガソリンスタンドをオープンさせ、

地域住民の生活基盤とコミュニティの場として運営を開始した。この株式会社長谷は、地域住民が株主となった地域株式会社という先駆的な形態を採り、この小売店舗、ガソリンスタンドのほか、町役場支所（センター長谷）の指定管理を主たる収入源としている。

しかし、3年を経過した平成23年、それまでの3カ年の事業成果を検証し、3期続けて赤字決算（表5-2）となるなど、経営や運営の方法を再検討しなければ継続が困難な状況となり、経営のテコ入れを行うこととなった（兵庫県「ふるさと自立計画推進モデル事業」を



図 5-1 株式会社長谷の様々な事業

出所：筆者撮影。

表 5-1 株式会社長谷「村営ふれあいマーケット」の部門別売上金・仕入高一覧
22年月毎部門別売上金・仕入高調べ

		23年3月末現在												備考		
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月		累計	
11	野菜	売上高													3	20.70%
	仕入高														3	
	差引額														3	
12	果物	売上高													1	15.46%
	仕入高														3	
	差引額														2	
13	生花	売上高													3	16.64%
	仕入高														3	
	差引額														3	
業庫計	売上高														7	18.9%
	仕入高														3	
	差引額														3	
21	牛肉	売上高													2	2.64%
	仕入高														3	
	差引額														1	
22	豚肉	売上高													3	2.25%
	仕入高														3	
	差引額														3	
23	鶏肉	売上高													7	13.94%
	仕入高														3	
	差引額														3	
24	加工肉	売上高													1	53.74%
	仕入高														3	
	差引額														1	
業庫計	売上高														4	7.5%
	仕入高														3	
	差引額														3	
31	鮮魚	売上高													3	2.6%
	仕入高														3	
	差引額														2	
32	塩干	売上高													1	5.37%
	仕入高														3	
	差引額														2	
水庫計	売上高														3	1.1%
	仕入高														3	
	差引額	23,310	14,297	27,914	23,627	20,377	30,907	23,799	47,002	22,021	6,117	2,022	1,222	3		
雑貨	売上高														7	17.5%
	仕入高														0	
	差引額														7	
生産者	売上高														5	18.8%
	仕入高														5	
	差引額														0	
酒	売上高														7	7.31%
	仕入高														3	
	差引額														4	
玉子	売上高														1	28.6%
	仕入高														0	
	差引額														1	
切手	売上高														1	1.49%
	仕入高														5	
	差引額														5	
たばこ	売上高														1	96.3%
	仕入高														1	
	差引額														2	
総合計	売上高														4	12%
	仕入高														3	
	差引額														1	

出所：株式会社長谷・長谷地区の振興を考える会提供資料を一部加工。

活用した経営計画⁵⁻¹⁾の策定と各種モデル事業の実施)。

この「村営ふれあいマーケット」の経営では、経営形態や商品構成等から、次のような問題が浮き彫りとなった(表5-1、表5-2)。

【商品構成・販売上の問題】

- ・売上微増も、仕入れ原価が増加し、利益はマイナスとなり、その改善が急務である。
- ・特に生鮮食料品で大きなマイナスとなっている。
- ・大型店並の品揃え(売れなくても陳列)を保持している。

【経営上の問題】

- ・単年度収支では、2.1百万円の赤字となっている。
- ・特にマーケット部門の赤字が大きく3.8百万円の赤字となっている(スタンド部門、センター部門は黒字⇒赤字の補填へ)。
- ・貸借対照表では、債務超過の状況(当初設備投資の借入れが過多。冷蔵冷凍車2台、店舗改修等。(写真参照))
- ・株式会社の維持に必要な以上の責任と労力が生じている(出資者=地元住民への責任)。

表 5-2 株式会社長谷平成 22 年度末損益実績

22年度末損益実績				
	マーケット	SS部門	センター部門	合計
売上高	51,791,330	58,769,742	0	110,561,072
期前繰加				
仕入高				
期末繰加				
売上原価				
売上総利益				
絶対手当				
法定借利率				
外注費				
宣伝広告費				
販売交通費				
運賃費				
原簿手数料				
販売促進費				
消耗品費				
事務用品費				
修繕費				
水道光熱費				
新聞図書費				
支払手数料				
車両費				
地代				
保険料				
租税公課				
雑費				
管理費合計				
営業利益				
営業外利益				
受取利息				
雑収入				
営業外費用				
支払利息				
経常利益	▲ 3,773,301	1,349,160	314,582	▲ 2,109,559

出所：株式会社長谷・長谷地区の振興を考える会提供資料を一部加工。

(2) 兵庫県豊岡市竹野町須野谷集落－「すのたにや」に見る現状と課題

豊岡市竹野町須野谷集落は、竹野町の南部の山間に位置する16世帯、40人、高齢化率37.5% (平成26年4月末時点) ⁵⁻²⁾の過疎化の進行が著しい典型的な多自然地域の小規模高齢化集落である。

この地での村おこし活動の始まりは早く、平成6年頃から地域住民が様々な地域活性化策を模索し、兵庫県豊岡農業改良普及センター(当時)の指導の下、豆腐料理の創作や栃もちづくりなどの特産品開発に取り組んできた。様々な試行錯誤の結果、兵庫県では馴染みの薄い青大豆「ミズクグリ」を地元で生産し、それを豆腐に加工して料理を販売することとなった。そして、平成10年1月に法人格を有する「須野谷村おこし組合」を設立し、当時としては先進的な取り組みとして集落全戸が参加した湯豆腐料理をメインメニューとする郷土料理店(農家レストラン)の経営と栃もちの加工販売を開始した。店舗は、集落内の空き古民家を無償で借り受けて開設するなど、現在では多自然地域の多くで見られる

5-1) 長谷地区の振興を考える会、「長谷地区ふるさと自立計画」,2012.3。

5-2) 豊岡市調べ。

活性化策の先駆的事例とも言える方法を取っていた。

開店当初は目新しさもあって、売上高1,000万円超を記録するなど、田舎体験ブーム、地産地消ブーム、健康志向ブームの好影響を受け、ロコミを中心とする顧客の確保、リピーター確保も上手くいっていたが、メニューも固定化し、類似店舗の出現等による陳腐化は否めず、来店者及び売上高も年々減少し、開店から約15年を経過した現在、売上高で200万円程度（ピーク時の約1/5、栃もち販売額が約60%を占有。メインの湯豆腐料理は全売上の2割弱に止まる。）にまで落ち込む状況となっている。また、この農家レストランに従事する住民も、そのまま15年の月日を経て、全員が70代となり、それに伴って活動や経営が停滞し、ひいては集落の活力低下にも繋がってしまっている。

そこで、平成25年より豊岡市小規模集落アドバイザー制度を利用し、専門家を交えて経営の刷新について議論し、平成26年7月に刷新プラン⁵⁻³⁾をまとめ、テコ入れに着手した。



図 5-2 「すのたにや」の様子
出所：筆者撮影。

この「すのたにや」の経営では、様々な観点から検証した結果、次のような問題が浮き彫りとなった（表 5-3）。

【メニュー、接客等店舗運営上の問題】

- ・スタッフの高齢化が進み、現在は3名足らずでの運営で負担が増加している（新たな人員無し）。
- ・運営方法は、基本的にほとんど変革することなく開業当時のスタイルを踏襲し陳腐化している（集落住民が自ら運営するという、開業当時にはまだまだ数少なかった目新しさ、地産地消の良さも、全国各地に類似の新店、開業が相次ぎ、その特徴が埋没）。
- ・“おもてなし”の心から一品一品が量的に非常に多い（カロリー超過⇒余分な材料費へ）。
- ・一部のメニューは、入れ替わっているが、お品書き等の広告物の更新がない。
- ・限定的なメニューのため、リピーター獲得が難しい。
- ・全ての料理が一度に配膳され、食べる楽しみ、食べる順番への配慮が不足している。
- ・器など既存の備品を使用するため、季節感があまりない。テーブルに彩りが無い。市販の割り箸を出すなど、コース料理のイメージを損ねる（女性客への配慮が不足）。
- ・古民家をそのまま使用しており、玄関などにお客様を迎え入れる配慮がやや不足。また、飲食店として使用するには、配慮が不足（仏壇仏間、見もしないテレビなど）。
- ・古民家らしい縁側、広い前庭などの特徴を生かし切れていない。
- ・清掃も十分ではない。トイレの清潔感にやや配慮が不足。

5-3) 須野谷村おこし組合すのたにや、「すのたにや運営刷新プラン2014案～ほそく、ながく・・・続けていくための工夫～」, 2014. 7.

るビレッジ（全4棟）」の整備を実施した。この交流拠点施設の整備にあたっては、一時的な滞在や食事の提供等も可能とするために厨房施設を新設したほか、離れの土蔵を改修して“室”を整備した。また、このハード事業と並行して、集落の外れに炭窯整備を独自の取り組みとして進めた⁵⁻⁴⁾。

ソフト事業としては、特産品開発販売による地域活性化を目標の一つに掲げ、新設した室を活用した糰づくりと、炭窯を活用した炭づくり（木炭＝ナラ、クヌギ、雑木等及び竹炭）を展開した。これら特産品開発に至った背景としては、集落の住民にこれらの生産ノウハウを有する人材（集落内の最年長者）が存命であったことと、暗黙知化している生産ノウハウ、工程等技術（伝統技術）を集落、地域地区で伝承する必要があるとの思いがあった。またこれらは、整備した施設の維持管理費や組織運営費を捻出することも目的の一つにあった。

この特産品開発は、里山保全や地域の伝統の継承、住民（高齢者）の生きがいつくりといった地域課題の解決、地域活性化に繋がるという意味ではコミュニティ・ビジネスの起業と捉えることができるが、その背景には、地域課題解決よりも先に、拠点施設整備というハード事業が動き出したということと、この施設を維持管理していくための継続的な資金の確保が絶対的に必要であったということにやや留意が必要である。

また、この炭窯整備や室の整備は、特産品の商品化、生産体制の確立、販路の確保といったビジネスとして軌道に乗せる上で欠くことのできない重要な要素を熟考し確立することなく、半ば見切り発車的にスタートさせたところがある。取り組みを進めながら様々な要素を一つ一つ詰めていくという、やや強引な始まり方であったことにも留意が必要である。しかし、このような形でスタートさせたからこそ、持続的なビジネスとして成立させていたくための諸課題が浮き彫りになったということがある。

【生産、流通販売上の問題】

- ・販売に耐えうる品質の特産加工品を一定数量、継続して生産することは、かなり困難。（このような中山間地域では、生産に関して住民の中の経験者の勘所、経験値によるところが大きく、マニュアル化、レシピ化されていないため、品質にムラが生じることが多い。商品価値のないものが出ることが多い。）
- ・質の高い特産加工品を生産するためには、施設についても相当な性能や衛生管理が求められるが、副産物的に実施する特産品開発では、商業目的とした施設整備とは異なることが多く、施設の改良や高頻度の補修、メンテナンスが必要なことが多い。
- ・原材料は、地域で産出される資源を活用することが多いが、特産品開発のために生産したものを使用することは希で、時々によって品質の差異が大きくなるが多い。
- ・農林産物の特産加工品は先行事例、優良商品が数多く存在し、既に道の駅や農産物直売所等での販売競争が激化しているほか、供給過多の状況も見受けられることから、新規参入者にとって生産コストをペイするほどの量を販売するためには、相当の流通販路を確保する必要がある。また、この販路を確保することは容易ではない。
- ・特に木炭、竹炭は、需要が多いとは言えず、（限られたニーズの中で）ビジネスを

5-4) 奥山観光ほたるの郷『平成26年度豊岡市出石町奥山地区 地域活動支援報告書』2014年2月。

考えた場合の主力商品としてはインパクトがかなり弱い。（趣味の延長線として生産したものを幾らか販売することは可能としても、それが人件費確保や雇用創出に繋がるほどに拡大させることは困難。）

- ・木炭、竹炭などは特に衛生管理上の法令遵守は求められないが、糶づくりや、その先の味噌の製造、販売といった加工食品となると、各種衛生管理上の許認可取得、管理の徹底等が必要となり、コスト、労力ともに相当な負担が強いられる。また、生産者の責任も大きくなるなど、種々の負担に見合った成果を得るには相当の困難を要する。

【経営、組織体制運営上の問題】

- ・（最低限の）施設整備は、各種補助金制度を活用することで地元負担を軽減することは可能としても、特産品開発販売に必要な専用の資機材の購入、導入にまで補助金を活用できることは少なく、その部分は地元の持ち出しとなり、初期投資の段階から相当な経済的負担を強いられることが多い。
- ・小規模高齢化集落などで行われるコミュニティ・ビジネスでは、当初から人件費を捻出することは困難であることが多い。生きがいつくりにはなるが、ビジネスとは言えない状況が散見される。
- ・商品パッケージの準備や販売促進活動の経費さえも確保することは困難（当初は、ほとんどが持ち出し）。
- ・農林産加工品の製造販売だけでなく、他の収入源（公民館等公共公益的施設の指定管理者等）を持つことが継続性の観点からは重要。また、商品も継続的に新しいものをリリースしていくことが継続性確保の点では重要。
- ・そのためには、商品企画、プロデュースに長けた人材が関わるのが重要。（プランナーとプレイヤーの分離の観点からも。）
- ・集落内の人材にとどまらず、出身者や地域外の住民、諸団体等の協力を得ない限り、強固な運営体制を気付くことは困難。



図 5-3 木炭・竹炭製品化、糶づくり
出所：筆者撮影。

- ・小さい集落では、ビジネスとしての事業成立（製造、販売等の経営を軌道に乗せること）まで考えずに参画、協力する住民も多く、あまりに事業成立に固執、傾注しすぎると、住民間の軋轢、人心の離反に繋がることもあり得る。

3. 多自然地域におけるコミュニティ・ビジネスが、ソーシャルビジネスとして成立、発展していくための留意点

少子高齢化、人口減少が著しい多自然地域にあって、地域課題を解決するためのコミュニティ・ビジネスが持続性を持つためには、身の丈にあった内容で経営、運営を行うことと、売上（利益）よりも楽しみや生きがい（社会参画意識）を第一義に取り組むことが特に重要である。

とは言え、特に法人化した場合などは赤字続きでは継続することは難しく、ビジネスの視点も持つことが求められる⁵⁻⁵⁾。

ここではまず、3つの事例から浮き彫りとなった諸課題を基に、多自然地域においてコミュニティ・ビジネスを持続させるための方策を整理する。その上で、地域における新たな産業として発展し、雇用促進やひいては新規居住者の確保等にも繋がるソーシャルビジネスへと広げていく上での留意点を整理し、多自然地域の今後の展望について言及する。

(1) 多自然地域におけるコミュニティ・ビジネスの持続性確保のための留意点

1) 取り扱い品目、接客、販売促進、広告宣伝等運営上の対応策について

【小売店の持続性確保】

- ・損益に最も影響する“生鮮食料品”の取り扱いには十分配慮する。経営の健全性の確保の観点からは限定的な取り扱いにとどめることが望ましい。

例) 小売企業と提携し『仕入れと衛生管理を委託』、『週に1回程度の注文販売』等

- ・商圈はあくまで地域地区レベルのため、利用者、消費者のプライバシーには十分配慮する。(決して『噂』を撒き散らさない。)

例) 「今日は誰れさんが、こんなものを買った」「今日は、こんなものを買ったから、あのお宅の夕食は何々だなあ」等、実際に運営する際には些細な配慮事項があることを心得るべき。(twitter等で情報を拡散、暴露するなどは以ての外。)

【飲食店の持続性確保】

- ・材料については、地産地消を基本とするなど、地域の農林水産業を3次産業として支えることを心がける。

- ・コストの許す限り、定期的なメニューや食器類の改善、刷新、広告の更新を試みる
例) 一品の入れ替え、つまもの、季節による変化、時代にあったキャッチコピー等

- ・適度な分量、ボリュームを考慮する。(必要以上の“おもてなし”は不要。)

- ・住民が対応しているとは言え、代金を受け取る以上、プロ意識を持った運営を心がける。

例) 配膳方法、配膳順などの配慮、内容の説明等

5-5) 細内信孝『新版コミュニティ・ビジネス』学芸出版社, p. 17, 2010年。

- ・メニューのマニュアル化、レシピ化による品質管理と調理技術の継承に心がける。
(いつも変わらぬ味によるリピーター獲得。)
例) 調味料分量 (季節変化を含む) 等
- ・清潔感を保つ。例え空き古民家を利用したものであっても、特に接客フロア、衛生設備について古さを感じさせるのは控えるべき。
例) 玄関先、軒先、トイレ洗面設備、フロア天井の汚れホコリ 等
- ・清潔感と併せて、古民家を利用する場合は、必要以上に生活感、所有者の個人的資産を表に出さない工夫が必要。
例) 仏壇仏具の上手な目隠し、不要品の撤去等

【特産品開発販売の持続性確保】

- ・原材料は、地産地消を基本とするが、その品質には十分配慮する。例え少量となっても、品質が低下するような原材料の使用、商品の生産は控える。(安かろう、悪かろうは避ける。)
- ・できる限り早期にマニュアル化、レシピ化を進め、経験に頼らない生産体制の確立に努める。(誰でも協力者として参画でき、品質低下を招かない工夫として。)
- ・欲張って一度に大量に販売する (販売しきってしまう) ことを目指すのではなく、少量ロットで構わないので、当初は消費者が購入しやすい価格、内容量を設定し、販路拡大に努める (お試し商品的な意味合い)。

【共通事項】

- ・コミュニティ・ビジネスが故に、供給者、生産者側の原理ではなく、需要者側に立った経営、あくまで地域に根ざした“サービス業”として認識し、『消費者、すなわち住民のニーズ』に応えることを原則とする。
例) きめ細かい住民サービスを付加価値として提供 (電球お取り替えサービス、地域見回り (安全安心) 等)、レシピの提供による商品 PR 等
- ・消費動向を十分に考慮した価格の定期的な改定に心がける。コスト削減のために仕入れ先に競争原理を働かせるなどの工夫を進める (仕入れ原価の抑制) ことで住民へ多大な恩恵をもたらす。
- ・ICT を活用した PR、宣伝 (ホームページ、ブログ等による情報発信) は行うものの、基本は住民相互の口コミによる販路確保、拡大を心がける。
- ・当初は大きなマーケットではなく、あくまでコミュニティレベルのマーケットを意識した販売戦略、商品構成戦略を採る (大きく売れなくても、某かの観点で地域貢献に寄与することを第一義とする)。
- ・行政にあっては、販売促進、顧客獲得にかかる情報受発信等の部分での継続的な支援が有効である。また、許認可等が必要な分野にあっては、その手続きへの支援などが有効である。

2) 経営上、組織運営上の対応策について

【小売店においては】

- ・ 商圏は決まっているので、中の収支構造には十分配慮する。
例) 人件費は売り上げ実績に応じた賞与的な扱いにする等
- ・ 素人とは言え損益分岐点の重要を認識し、変動費のコントロールに努める。

【共通事項】

- ・ 会計処理の簡素化を進め、税務関係での外部支出を可能な限り削減する。
⇒会計処理については、PCの専門的知識がない一般の住民であっても、簡素化されたソフトウェアの導入によって、大きな改善が見込まれる。よって、汎用性のあるソフトウェアを活用し、より簡素化した会計処理ワークシート（Excelのワークシート程度）を検討してはどうかと考えている。
例) 林田雅夫著「かんたん農業会計ソフト」農文協, 2007年で提供されている集落営農組織の組織会計用ソフトをより汎用性のある会計処理システムとしてカスタマイズするなどが考えられる。(このソフトは、兵庫県立農林水産技術総合センターの経営支援専門員である林田氏が提案したものであり、センター経営支援部の公式サイト
<http://hyogo-nourinsuisangc.jp/chuo/hukyu/hukyuzen.htm>からも最新版を入手することができる。フリー（無料）で提供されているソフトのため、これをカスタマイズすることに問題はないと考える。)
- ・ 接待交際費や福利厚生費、支払手数料等の削減に努め、可能な限り給与のカットが無いように運営方法を見直す。
- ・ コミュニティ・ビジネス（慈善事業的）とは言え、運営スタッフに対しては、最低労働賃金以上の賃金支払いが実現できるように努める。
- ・ 運営スタッフのPC（パソコン）などIT関連機器使用のスキル向上、習得をめざす。
- ・ 設備刷新と併せて、管理費の削減に努める。
- ・ コミュニティ・ビジネスからの収入だけでは収支バランスを取ることが難しいことが多いため、その他の収入源も確保しておく（ことが継続させる上では望ましい）。
- ・ 地域外からも応援（人材）を募る柔軟な体制を考えておく。
- ・ 行政は、初動期にあってはイニシャルコスト（施設整備費等）の一部を助成するなどの支援策が有効である。事業が動き始めた段階では、人的な支援やネットワーク形成支援等の部分での支援が有効である。

(2) 雇用促進や新規居住者受け入れにも繋がるソーシャルビジネスとしての発展のための留意点（業種業態を問わず共通な視点として）

コミュニティ・ビジネスの枠から飛び越え、ソーシャルビジネスとして発展させるためには、先のコミュニティ・ビジネスの持続性確保のため視点にも留意するとともに、ビジネスとして成立させ、事業を維持していく際に考えておくべき視点がある。

- ・ビジネスとして拡大するために、その分野を専門とする事業者、企業（経営のプロ）の参画、協力、業務提携（フランチャイズ化も含む）等を模索する。
- ・行政は、地域内外の関連事業者や企業等への情報提供を支援するほか、地域と事業者等とのマッチング支援に努める。
- ・場合によっては、進出事業者に対する経費的な面での各種支援策（税制優遇、家賃補助等）の独自施策（既往、新規含めて）の導入も検討する。
- ・人材、原材料、資機材を含め、狭い地域内にこだわりすぎることなく、地域の範囲を広げた中で、種々の経営資源の効率的な確保に努める。
例）豊岡市出石町であれば、出石の中にとどまらず、但馬全域を対象とするなど。
- ・マーケットも、広域（全国規模）を意識した経営に切り替えていく。
- ・場合によっては、経営、運営を円滑にかつ持続的に行える主体に引き渡していく、引き継いでいくことも考慮しておく（地域内で完結することに固執しない）。
- ・資金面では、地域住民へ過度な出資を強いるよりは、金融機関等の融資を積極的に受けるなどの別の方法を考える。また、補助金への過度な依存は控える。
- ・ある程度、経営安定の見込みが立った段階で法人化（組合、LLC、NPO 法人、株式会社等）に取り組み、さらなる信用力の向上に努める。
- ・この段階になると、行政は必要以上に補助金による支援を行うのではなく、一顧客、一消費者という立場からソーシャルビジネスを支えるべきである。
- ・その他、新たな雇用促進、定住促進という観点では行政も地域地区側も利害が一致するはずであるから、就業支援や定住支援などは連携して行うことが重要である。

4. おわりに

少子高齢化、人口減少が著しい多自然地域にあって、地域及び集落を維持していくためには、定住者を確保（若者の流出を防ぐ）すること、そのための雇用の場、新たなビジネスに取り組むことが重要であるとの見解に異論はない。

しかし、実際に現場に携わる実務者としては、それだけではないことも強く感じる場所である。つまり、暮らしていく上で多少の不便さは伴ったとしても、それを凌駕するだけの魅力を有した地域であるかどうかということである。環境的にも、人の温かさやコミュニティの状況としても、その良さを保つことがまずは重要である。ビジネスがそこにあるか無いかは、その後の問題である。

その意味では、始めから新たなビジネスを埋め込むのではなく、コミュニティレベルの課題を解決し、地域の魅力維持、魅力創造に繋がるコミュニティ・ビジネスから取り組み、その目的や目標を理念として持ち続ける中でソーシャルビジネス、社会的起業へと発展させていくのが、多自然地域にとっては相応しい形であると考えられる。

利益第一主義のビジネスではなく、何らかの形で地域に貢献することこそ、これらの地域で待たれる事業形態なのである。他の章で採り上げられている事例や論考は、まさにこのことを体現した先駆的内容になっているはずである。本章と併せて参考にしていただき、将来にわたって多自然地域がその良さを保つためのツールとして、新たなビジネスが起業されることを願ってやまない。

第6章 県外の多自然地域におけるコミュニティビジネスの先進事例 —徳島県上勝町と和歌山県田辺市上秋津地域—

兵庫県立大学環境人間学部

准教授 杉山 武志

教授 三宅 康成

1. はじめに

本章では、当該分野で先進的なコミュニティビジネスとして取りあげられることが比較的多い、徳島県勝浦郡上勝町で進められたきた「葉っぱビジネス」と和歌山県田辺市上秋津地域で実施されている「秋津野ガルテン」をめぐる事例を研究する。特に本章は、先進的とされる事例から成功要因の抽出を試みることを目的としている。もちろん、上勝町と上秋津地域を検討した先行研究はこれまでもある⁶⁻¹⁾。ただ、概観する限り事例紹介にとどまることが多く、様々な取り組みに応用していくエッセンスの一般化がそれほどなされていない点に課題がある。兵庫県内の多自然地域への応用を図るためにも、一般化の試みの一端を示すことが本章の目的となる。

第2節と第3節では、調査結果に基づいて上勝町と上秋津地域の事例を紹介する。第4節では、第2章で検討した「ネオ内発的発展」の考え方を本章の概念的枠組みとして提示し、そのうえで事例とのすり合わせを行う。具体的には、ネオ内発的発展論の背景にあるとされる①「実践コミュニティ」“community of practice (CoPs)”という認知科学の学習論、②社会関係資本⁶⁻²⁾の2つの視点から検討する。なお、本来の論文ならば、まずは理論フレームを提示してから事例を検討し、そのうえで概念と実際のすりあわせる考察を行うスタイルが一般的であろう。しかし、本稿は政策提言にあたっての論考のため、読者の読みやすさを重視して、あえて先ほど示した流れで議論を進めていきたい。

調査概要は次の通りである。上勝町の記述は、2014年11月19日～20日にかけて実施された、「地方シンクタンク協議会」視察研究会での合同調査と聞き取り内容、提供資料に基づいている。上秋津地域に関する記述は、2014年8月1日に「秋津野ガルテン」へ実施した聞き取り調査および提供資料と2015年9月18日の補完的な確認に基づいている。

2. 徳島県上勝町「葉っぱビジネス」

(1) 上勝町の概要と葉っぱビジネスの開始のきっかけ

6-1) 上勝町については、たとえば(1)柴田学「地域福祉におけるコミュニティ・ビジネスの可能性—コミュニティ・ビジネスの実践事例をもとに」『Human Welfare』第6巻第1号, pp.77-92, 2014年。(2)佐々木雅幸・川井田祥子・萩原雅也『創造農村—過疎をクリエイティブに生きる戦略』学芸出版社, 2014年がある。上秋津地区については、(3)岸上光克「きてらから秋津野ガルテンへ—田辺市上秋津 成功要因3地域連携組織をベースにしたビジネス展開」『まちづくり』第22号, pp.101-104, 2009年。(4)鳥淵朋子「地域コミュニティによる地域づくりに関する考察—和歌山県田辺市上秋津地区を事例として」『コミュニティ政策』第10号, pp.145-158, 2012年がある。

6-2) 安藤光義・F. ロウ『英国農村における新たな知の地平—Centre for Rural Economyの軌跡』農林統計出版, 2012年。

まずは、上勝町の取り組みからみてみよう⁶⁻³⁾。上勝町は徳島県中央部の山間に位置する。2015年1月時点の人口は1,823人、65歳以上の人口は917人（高齢化率50.3%）である⁶⁻⁴⁾。元々、上勝町の主幹産業はミカン栽培であったが、1981年の寒波によりほとんどが枯死したという。また、上勝町の特産品の「ゆこう」や「すだち」も枯死寸前の大打撃を受け、新たな産業の模索が必要となっていた。

「葉っぱビジネス」のスタートは、1980年代当時上勝町の農協で営農指導員をしていた横石知二氏（現・株式会社いろどり代表取締役社長。以下、社名を「いろどり」と表現）の“ひらめき”がきっかけとされる。“ひらめき”とは、大阪の「がんこ寿司」で食事をしていたときに「料理に飾られていた真っ赤な紅葉に感動したこと」という。その後、横石氏は、上勝町で葉っぱを商品化して出荷することにした。しかし、当初の売れゆきは思わしくなく、料理人からの反応も芳しくなかったという。

そこで横石氏は、現場を知るために全国各地を歩いて料亭や市場への営業を開始したという。はじめのうちは、料亭で相手にされないこともあったというが、努力を重ねることで少しずつ話を聞いてもらえるようになっていったという。また、上勝町において当初、横石氏の取り組みに賛同して参加した農家は4軒にとどまっていたという。横石氏は、上勝町の人たちからの理解も当初はあまり得られなかった点を強調されていた。そのようななか横石氏は、1軒1軒の農家を説得して回るスタイルで、少しずつ生産農家の理解を得る努力を重ねていったという。

（2）葉っぱビジネスの発展と成功要因について

次に、葉っぱビジネスが発展して成功に至る要因について検討してみたい。「つまもの」という商品特性もあろうが、横石氏の営業にかかる行動は、見聞の限り、常に大阪などの大都市、地域外にある。本章は、大都市や地域外の料亭や市場での情報収集や気づきを葉っぱビジネスの活動にフィードバックする、横井氏による現場での学習に注目したい。特に、横石氏が市場での学習に相当の時間と労力を費やしていることは大切な論点となりうるのではなかろうか。いまなお、横石氏が見聞して得た情報は随時、彩農家に発信されているというが、そうした地道な取り組みの姿勢が、「葉っぱビジネス」の成功要因の一つと捉えられる可能性がある。

情報発信に関して、近年では「上勝情報ネットワーク」が構築されているという。横石氏が全国を回る中で見聞してきた情報を「いろどり情報」として発信し、各農家で閲覧できるようになっている。特に「いろどり」では、情報格差をなくすことに力を注いでいる。提携した情報通信会社からの指導を受けながら、農家の人たちがタブレット端末を操作できるための支援が行われている。

なお、市場の情報については、横石氏だけが直接の確認をしているわけではなく、各農家も一年に一回程度、自らの足で全国の市場を視察して情報を得ているという。地域外で

6-3) 本節の上勝町の記載については、聞き取り内容や当日提供を受けた資料以外に、(1)鈴木俊博『いろどり社会が日本を変える』ポプラ社、2013年。(2)横石知二『そうだ、葉っぱを売ろう！過疎の町、どん底からの再生』ソフトバンククリエイティブ、2007年も参照している。

6-4) 上勝町ホームページ <http://www.kamikatsu.jp/>（最終閲覧日 2015年2月23日）。

の市場の動きをしっかりと捉えることが、葉っぱビジネスの成功を支えている可能性が考えられる。

以上の取り組みの結果、上勝町内の生産農家からの理解を得るに至り、現在では200軒の農家が参加している。年間販売額は2億6,000万円にのぼる事業へと成長している。彩事業は、上勝町からの出資も受ける「いろどり」が遂行している。近年の「いろどり」は、海外市場への展開も視野に入れている。2015年1月には、フランス・リヨンでの見本市出展を行い、さらに2015年10月にはフランスの料理人との意見交換を実施している様子も伺える⁶⁻⁵⁾。

そのようななかでも横石氏は、彩事業の売上の話がメディアで強調されて流れる論調をあまり好まないと強調されていた。これは、彩事業が「産業福祉」を目標にしていることが背景にある。「産業福祉」は、横石氏の言葉である。横石氏によると、まずは生涯現役で働く「仕事ありき」、女性と高齢者が参加する新しい仕事（コミュニティビジネス）を通じて「出番をつくる」という発想から出発しているという。そして順次、個人個人の農業所得の向上、健康維持増進、棚田や里山の活用・保全といった様々な方面への波及を生み出していこうと試みている。特に、健康維持増進について、上勝町は医療費が徳島県内で最も低水準にあることは特筆すべき点であろう。「いろどりコミュニティ」といった言葉で表現されるとおり、グローバルな市場展開を視野に入れながらも、「葉っぱビジネス」の基本には「コミュニティ」の維持や発展が想定されている。彩事業は、コミュニティビジネスを何のために行うものなのか、改めて認識するという意味で好例と捉えられる。

(3) 上勝町を支える多彩な担い手と多岐にわたる事業展開

ここで、上勝町の取り組みの推進体制や事業の全体像を確認しておきたい。上勝町の葉っぱビジネスの話は、強力なリーダーとして横石氏がクローズアップされる傾向がみられる。しかし、現実には多くの担い手たちとの協働によって実現していることを見逃してはならない。生産農家や地域農協に加えて、積極的に携わってきた女性リーダー、歴代町長、技術指導者、パッケージデザインを手がけた印刷会社、植物分類学や栽培方法の専門家、地域振興・産業振興のプロデューサー、タブレット端末指導に携わった通信企業なども参加している。彩事業は、地域内外の数多くの支援者との協働のなかで成立しているといっ

てよい。さらに上勝町では、「葉っぱビジネス」以外にも、ゴミの資源化を目指す「ゼロ・ウェイスト宣言」に基づくリサイクル事業（2003年～）、山間部の移動をサポートする「有償ボランティア輸送事業」（2003年～）、後継者育成を目指した「インターンシップ事業」（2010年～）が手がけられている。注目する点は、いずれの事業も、2000年代に入ってから派生してきており、さらに「いろどり」以外の組織が手がけていることにある。「いろどり」を中心に推進してきたコミュニティビジネスをハブとして、様々な個々の事業が関連しあって、上勝町の生活や産業の維持につながっていることが理解される。以上から「いろどり」は、いわば中間支援組織の役割を果たしていると捉えられる。

6-5) 「いろどり」ホームページ (<http://www.irodori.co.jp>) にその様子が記載されている。

(4) 「いろどり」による若い世代の移住・起業支援

そのなかで注目する事業として、インターンシップ事業「いろどりインターンシップ」を確認しておきたい⁶⁻⁶⁾。近年の「いろどり」は、上勝町への移住や起業に力を注いでいる。「いろどりインターンシップ」は、「いろどり」が実施主体となっている。18～65歳を対象に、研修生を募集する。参加期間は、7日～30日間となっていて参加者との相談のうえ決定される。参加者は、上勝町藤川地区の研修宿舎で生活する。

研究プログラムは、1) 葉っぱ、スタチ、阿波番茶の生産農家とともに作業を行う「農家体験」、2) ごみゼロ運動の中心となるNPO法人「ゼロ・ウェイストアカデミー」など町内の企業・団体の仕事に携わる「企業研修」、3) 上勝町の自然やオシャレカフェ、アート作品など自らの足で町の魅力を探求する「フィールドワーク・交流会」が用意されている。若い世代の参加も多く、調査時点では、インターンとして602名が参加したという。さらに、「緑のふるさと協力隊」「田舎で働き隊」「地域おこし協力隊」の活動も関連づけながら、2014年までの5年間に289名の若者が上勝町に移住しているという。

そのようななか「いろどり」は、起業支援にも力を注いでいる。成果としては、旅行会社、喫茶店など新たに起こされたビジネスが7社、存在するようになってきているという。2014年11月時点では、補助金の入っている企業が5社と多いが、上勝町での新たな起業に道筋をつけるきっかけとして「いろどり」の支援が位置づけられよう。

3. 和歌山県田辺市上秋津地域「秋津野ガルテン」

(1) 上秋津地域と事業概要

上秋津地域は、田辺市の中心市街地から北東へ、車で10～15分程度の距離にある。上秋津地域の人口と世帯数は、1990年の人口2,762人、700世帯から、2015年には人口3,286人、1,213世帯⁶⁻⁷⁾まで増加している。高齢化率は、2015年時点で24.0%にとどまる。

上秋津地域の取り組み⁶⁻⁸⁾は、大きくコミュニティづくりとコミュニティビジネスの2つに分かれる。コミュニティづくりは「秋津野塾」を核として、「公益社団法人上秋津愛郷会（以下「愛郷会）」を基盤に進められている。他方、コミュニティビジネスは、地域産品や農産物販売を手がける秋津野直売所「きてら」とグリーンツーリズムを推進する「秋津野ガルテン」の双方の事業が連携しあう形となっている。「秋津野ガルテン」の主な事業は、1) 農家レストラン「みかん畑」、2) ガルテン宿泊・農家民泊の会、3) 農業体験・みかん収穫体験、4) みかんのオーナー制度、5) 市民農園・野菜栽培、6) 人材育成・地域

6-6) 以下、提供を受けた「いろどりインターンシップ」研修生募集のフライヤーも参照。

6-7) 1990年の数字は、秋津野塾『秋津野塾未来への挑戦—田辺市上秋津と地域づくり』，2002年 (<http://akizuno.net/http://akizuno.net/>，2015年2月28日閲覧)を参照。2015年の数字は、田辺市住民基本台帳 (<http://www.city.tanabe.lg.jp/kikaku/toukei/>)を参照。

6-8) 本節の上秋津の記載については、調査結果に加えて、提供資料（『「秋津野」未来への挑戦』と題したパワーポイント資料32スライド）および公表資料も参照している。公表資料は、秋津野マルチメディア班編「秋津野」ホームページ (<http://akizuno.net/>)、農業法人株式会社きてら編「きてらがどっこむ」ホームページ (<http://www.kiteraga.com/>)、公益社団法人上秋津愛郷会編「上秋津愛郷会」ホームページ (<http://aigoukai.akizuno.net/>)、農業法人株式会社秋津野編「秋津野ガルテン」ホームページ (<http://agarten.jp/>)を参照（最終確認日2015年9月16日）。なお、マスタープラン『秋津野塾未来への挑戦—田辺市上秋津と地域づくり』も参照にしているが、上述「秋津野」ホームページ内に掲載がある。

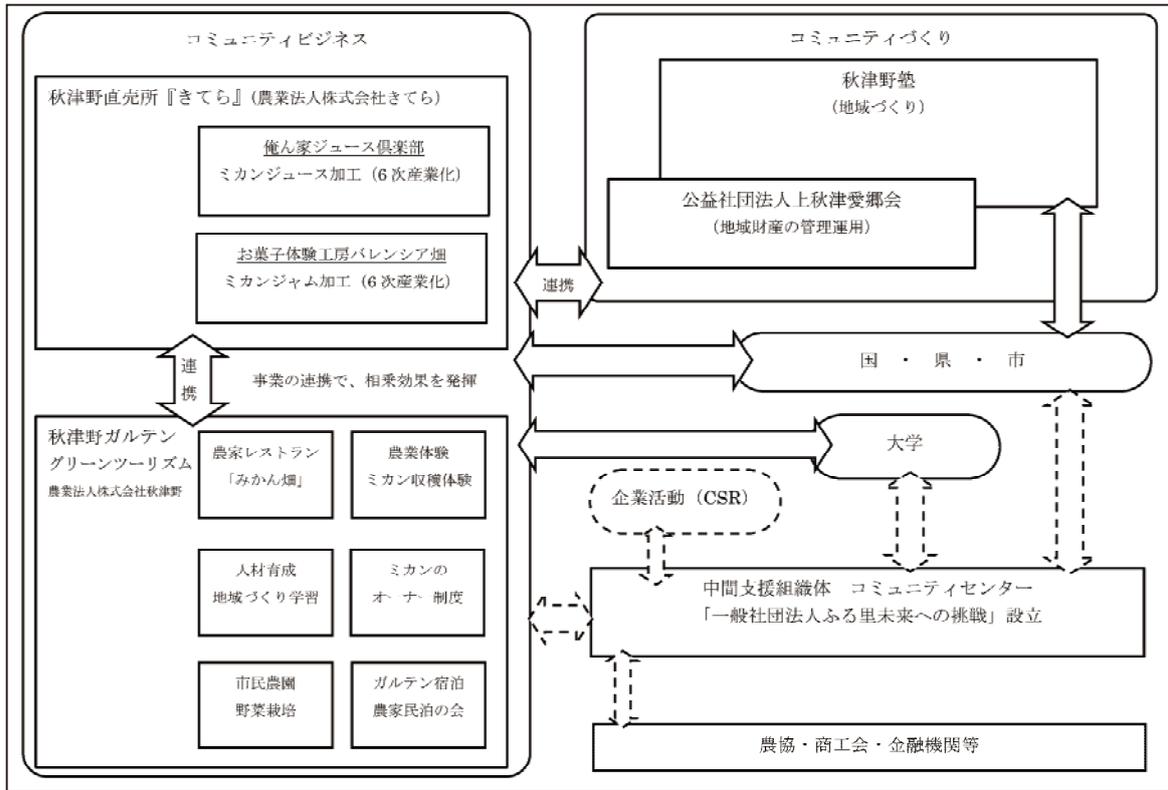


図 6-1 上秋津の地域づくり関係図
 出所：提供資料と聞き取り調査に基づき筆者作成。

づくり学習という 6 つの事業が連携しあうことで構成されている (図 6-1)。

上述の事業を推進するにあたって、上秋津地域では地域外の主体とも連携しており、国、県、市、大学、農協、商工会、金融機関等との関わりのなかから事業が進められている。もちろん、地域内の各アクター間での連携も重視されている。たとえば「秋津野ガルテン」と「秋津野農家民泊の会」は一緒になって教育旅行の受け入れを行っている。さらに調査によれば、2014 年 8 月 8 日に中間支援組織「一般社団法人ふる里未来への挑戦」が設立され、組織間、法人間を調整するコミュニティセンターやシンクタンクとして機能させていくという。地域内外の様々な担い手やアクターの関わりあいからコミュニティづくりとコミュニティビジネスが進められ、地域づくりが実行されていることは確かといえる。調査時点での上秋津地域のコミュニティビジネスの売上は、「きてら」などでの地域産物の販売が約 1 億 5,200 万円/年、農家レストランを含む「秋津野ガルテン」が約 6,300 万円/年にのぼる。「秋津野ガルテン」の利用者数は、2009 年 4 月～2013 年 3 月の間の各 1 年間の有料利用交流人数が約 60,000 人である。雇用は、パートを含み約 70 名、都市と農村の交流人口約 12 万人/年とされ、コミュニティビジネスとしては大規模な収入を得るに至っている。

(2) 秋津野塾

上秋津地域の村づくりのスタートは、2 つのターニングポイントに分けられる。一つは、

1957年の「愛郷会」の設立である⁶⁻⁹⁾。「愛郷会」は、地区の財産管理を目的に組織化されたものである。「愛郷会」設立後の村づくりは、図6-1の通り、みかん栽培や販売に関する取り組み、農業振興が中心にある。そのようななか、1989年に地元の若い世代を中心とした有志35名によって「上秋津を考える会」が結成され、1994年には「秋津野塾」が発足している。「秋津野塾」の活動は、「愛郷会」を基盤としたものと位置づけられているし、いまなお「愛郷会」は上秋津地域の村づくりの基盤にある。他方、調査時の話者であるT氏は、地域づくりへの参加が26年前の44歳、民間企業を退職して地域づくりを本格化させたのが21年前の49歳で、時間をかけて上秋津の地域づくりに取り組んできたという。

「秋津野塾」では、上秋津地域の主な団体と組織が参加するなかで地域づくりの協議が進められている。発足から2014年6月までの参加団体は、町内会、老人会、女性の会、JA、上秋津を考える会など地域内24団体により構成されてきた。2014年7月からは「きてら」「秋津野ガルテン」も加わり、地域内29団体が参加する組織に改編されている。「秋津野塾」は、「都会にはない、香り高い農村文化社会を実現し、活力と潤いのある郷土を作ろう」という理念と目標を掲げる。特に「秋津野塾」は、場あたりのではなく、多くの住民の幅広い合意が得られる「タテヨコに統合されている」組織を構築しているという。この仕組みができたことにより、「この地域の住人のひとりである」という自覚を深め、さらに地域力を高めていくことになったという。

こうした合意形成の組織が設置された背景には、調査の限り、隣接町村や田辺市街地からの人口流入を理由に挙げることができる。人口の増加は、地域にとって課題も生み出す。たとえば上秋津地域では、農地の宅地化が進み、新旧住民間でのトラブルも起き、昔からの住民にとっては農業を営みにくい環境になっていたという。一例をあげると、たとえば新住民は当初、ウメの受粉にとって欠かせないミツバチの黄色いフンの臭いなどへの理解があまりなかったという。こうした状況の改善のきっかけは、「上秋津を考える会」「秋津野塾」の発足後に実施された「高尾山登山マラソン」、「秋津野花まつり」、「秋津野夏まつり」、食育教育などのイベントにあったという。T氏によれば、上述のイベントが実施されるなかから新旧住民の交流が進み、現在の上秋津地域の基盤が形成されてきたとした。農業振興地域にもかかわらず畑の周りに家が立ち並ぶなか、新旧住民間の相互理解を深めていくうえで「秋津野塾」が果たした役割の大きさを理解できる。

上秋津地域では、2000年～2002年にかけて、和歌山大学と連携しながら地域のマスタープラン『秋津野塾未来への挑戦～田辺市上秋津と地域づくり』を作成している。このマスタープランづくりは「秋津野塾」のメンバーが深くかかわっている。

(3) 秋津野直売所「きてら」

次に、秋津野直売所「きてら」について、設立経緯から確認しよう。先述の「秋津野塾」では、地域で生活していくうえでの暮らし、健康、環境、福祉、教育、農業など様々な問題が議論されてきている。そのなかで、地域経済を支えるみかん類や農産物の販売を何とかしたいという声が上がって農産物直売所の必要性を訴えるようになったという。しかし当初は、行政、農協の理解が得られなかったうえ、「秋津野塾」内でも経済が絡む、従来の地

6-9) 設立当時の「愛郷会」の組織形態は社団法人であった。

域づくりとは違う取り組みへの異論も根強かったという。提起した人たちによる「あきらめるわけにはいかない」という想いから、理解を示した人たちを対象に 10 万円／人の出資を呼びかけることになり、結果として農家、商業関係者、住民も含む 31 名の出資を得て 1998 年 4 月に「きてら」が開業している。ここでの留意点は、当初からすべての人たちの合意を得られたわけではないことであろう。

「きてら」とは、「来てください」という意味の地元の言葉で、「住民の夢が詰まっていた」とする想いが表現されている。しかし「きてら」は、開始後の半年で倒産の危機に見舞われたという。この時点でやめるか前に進むか議論していたときに、参加する農家の人から「上秋津地域はみかんの種類が多い地域だからこれを活かすべきだ」という意見が出されるとともに、待っているだけでなく情報発信していこうという声があがり、試みることになったという。こうした意見を踏まえて、商品としては、上秋津地域の特産品を箱詰めにして歳暮用に売り出した「きてらセット」を販売した。その際に一工夫として新聞を作って発信するようにしたという。以後は顧客がついて売上も順調に推移するようになり、初年度の売り上げは 1,000 万円近く、3 年後には 4,500 万円に達している。

この時点での「きてら」は、地元を中心とした資金収集、手作り感のある運営スタイルとなっている。もちろん、現在も地域の人たちが協働したうえでの生産、出品、販売のスタイルにそれほど大きな変化はない。しかし、2003 年の「きてら」の新築移転の計画が進められた頃から新たなスタイルも導入されている。提供資料によると、この段階で新たな出資者募集と応援団制度が新設されている。応援団制度は「一家倶楽部」⁶⁻¹⁰⁾という名称とされるが、応援団制度をきっかけに地域内に住んでいない人たちからも出資を募ることが可能な仕組みへと再構築されている。当該会員間では交流会も開催されており、上秋津地域の今後を話し合う機会になっているという。

さらに 2004 年には、6 次産業化の動きとして「俺ん家ジュース倶楽部」⁶⁻¹¹⁾が立ち上がっている。みかんジュースの加工は、従来から JA 経由で大規模なジュース工場に納入する形で実施していたというが、単価が低く何とか農家に貢献できる仕組みにしたいと考えていたという。「きてら」に隣接した 5.5 坪ほどの場所に加工場と倉庫を建設して、地元農家と住民が実行するジュース加工をスタートさせた。そのときの原資は、「きてら」をはじめるときと同様の方式で進め、農家 21 名、他 10 名、計 31 名から 50 万円ずつ集めたという。調査によると、「きてら」を通じて「農家も自分たちでお金を出さないを実現しない」ということを学んだという。あわせて、新住民であった元加工食品会社の協力も得たことでジュース化の効率や品質を挙げていることが特徴的でもある。現在の「俺ん家ジュース」の衛生管理改良と生産規模拡大にあたっては、たとえば 2013 年から関西大学や民間企業と連携してジュース加工後の廃棄される残渣の有効利用に関する研究を行い、新商品開発を指向しているという。

2006 年には、「農業法人株式会社きてら」として法人化するに至っている。「地域に投資しなければ地域は良くなる」という考えのもと、事業の継続性、社会における信頼性、経営責任の明確化を行うことが法人化の背景という。その後、2010 年に「俺ん家ジュース倶楽部」は「きてら」と資本・経営統合させ、新しく工場を新設し、生産量の拡大・衛生

6-10) 「いっけくらぶ」と読む。「いっけ」とは、地元で「親戚」という意味。

6-11) 「おれんちジュースくらぶ」と読む。「オレンジジュース」とかけあわせた言葉と推察される。

管理の向上・経営安定化を目指している。また、新規事業としては、「秋津野ガルテン」と連携して、「お菓子体験工房バレンシア畑」を「ふるさと雇用」を活用してオープンさせている。ここで地元柑橘を使った新商品開発や加工体験が実施されている。資本の増強にあたっては、「経営体育成交付金」など公的資金も活用しているが、商工会からの融資も受けている。さらに 2013 年には、民間ファンドからの投資も受け入れている。公的資金だけに頼るのではなく、借入金や民間からの投資も受けながら展開するなかで、1 億 5,200 万円／年にのぼる直売所や 6 次産業化の経営が支えられている。

(4) 秋津野ガルテン

先ほど触れた、マスタープランを实践する機会となったのが、上秋津小学校の移転が決定し、移転後に残される校舎の問題が浮上したときという。当初、田辺市は校舎を空き地にする計画だったが、結論を 1 年間先延ばしにしてもらい、「秋津野塾」のメンバーを中心に、和歌山大学、行政、農協、全国から廃校活用を手がける専門家など約 40 名による「現校舎利用活用検討委員会」が立ち上げられている。検討委員会での結論として、グリーンツーリズム事業への利用が提起され、田辺市に報告された。当初は、市や県において理解が示されず、1 年程度計画を前進させられなかったという。最終的には、土地は「愛郷会」が買い取り、建物にかかる 1 億円の資金調達は地域の担い手が自分たちでつくることを条件に行政からの許可を得ている。計画を前進させられなかった間も、メンバーがグリーンツーリズム事業に関する勉強や計画書づくりを行い、継続的な学習を進めていた。

建設資金には、農林水産省の「農山漁村活性化プロジェクト支援交付金」をはじめ、国、県、市からの公的資金も充てているが、住民などからの出資も得ている。2006 年に 2 度の地域懇談会が開催され、住民への計画の説明がなされている。反対の声も聞かれるなか、多くの住民から事業への支援が約束されている。支援者には新住民も参加する。たとえば、引っ越ししてきて子どもが通った小学校を残したい意識があったこと、地域の元気をみてきて自分もやってみたく感じたことから地域づくりに参加したいと出資を決めた新住民もいる。設立された「農業法人株式会社秋津野」は、2007 年の段階で 298 名からの出資を受け、その後 2008 年に、191 名の新たな出資を得て、489 名 4,180 万円の資本金がある。ここで特徴的なことは、地区内 290 人 1,190 株（議決権有）の出資に加えて、地区外 199 人 900 株の出資（議決権制限株）も得ている点にある。さらに近年では、前出の民間ファンドからの出資も 1,000 万円程度受けている。こうした地域内外の様々な主体や公的機関、民間企業双方からの支援のもと「秋津野ガルテン」は「農を元気にし、地域を元気にする」という目標を掲げて、「秋津野ガルテン」の 6 つの事業が展開されている。

調査によると、近年の上秋津地域では、地域づくりのための人材育成に力を注いでいることが強調されていた。特に、地域外の主体との関係を重視した人材育成事業が進む。2008 年～2010 年には、経済産業省「農商工連携人材育成事業」、2011 年には、上秋津地域よりもう少し広域的に「紀州熊野地域づくり学校」を設置して開講している。さらに 2014 年からは、和歌山大学と連携しながら、講義や情報提供、現場体験・フィールドワーク、ディスカッション・ワークショップ、交流会、アクションリサーチが実施されている。そのようななか、上秋津地域に学びに来る他県、他地域の人たちとの交流のなかから事業を通じて相互に学びあうことも重視しているという。さらに、前出の T 氏によると、聞き取り調

査の際に、近年になってグローバルな視点から物事を検討するため、世界の動きなども書籍や議論から知識を得ているという。実際に T 氏は、調査時にヨーロッパの話なども交えながら上秋津地域の活動と比較しつつ話をされていた。T 氏の話からは、グローバルな動きを把握しながらローカルなコミュニティでの活動を展開する大切さを理解できる。

「秋津野ガルテン」は、グローバルな視点も踏まえながら、地域内外とのつながりのなかで継続的な学習を行える環境の形成を試みているといえる。特に、継続的な活動に向けた人材育成に関しては、無報酬で上秋津の地域づくりを進めてきたキーパーソンが高齢で倒れたときへの対応も含めて、地域の住民が常にかかわることのできる組織づくりを指向しているという。前出の「一般社団法人ふる里未来への挑戦」の設立もその一環にある。従来のコミュニティづくりをこえて、地域外にも開かれた取り組みとしての責任への対応が求められている証左と捉えられよう。

4. 概念的枠組みとのすり合わせ

(1) 実践コミュニティ論と社会関係資本論

問題は、上勝町と上秋津地域の先進事例をいかに兵庫県の事例へ適用していくか、検討することにある。ここで理論も有効になる。アカデミックな理論は現場の人たちから、ややもすれば机上の空論として捉えられているかもしれない。しかし、ある先進事例を地域特有のものとして議論を終えてしまわないためにも、政策への応用の検討にあたって理論照会が必要になると思われる。以下では、上勝町と上秋津地域の取り組みと理論とのすりあわせた結果を示したい。

まずは、本章がすり合わせを行う概念を簡潔に紹介したい。本章の「はじめに」で述べた通り、第 2 章で示したネオ内発的発展論で重視される①実践コミュニティ“Community of Practice”（略称：CoPs）という認知科学の学習論、②社会関係資本の 2 つの視点を検討する。まず、CoPs は、人工知能研究者のジーン・レイヴと文化人類学者のエティエンヌ・ウエンガーが提唱した学習論⁶⁻¹²⁾として、すでに日本でも紹介されている⁶⁻¹³⁾。CoPs での学習概念は、単に知識の獲得・蓄積を示すものではなく、古参者・新参者、教える側・教わる側、フォーマルな形態・インフォーマルな形態というような二分法的な関係に終始しない、多様な主体の存在、諸主体の多様な関わり方、多様な参加形態を包容した概念となっている。特に CoPs で大事な点は、漸進的なプロセスのなかからコミュニティ内に存在する暗黙的な知識に接近し、次第にコミュニティで活動することの意味、自らの立場や役割、他の参加者の多様な関心や考え方を理解することにある。すなわち、時間感覚がゆるやかなで一步一步、コミュニティを通じて主体間の学習が進む視点が重要となる。そして、ゆっくりとした認知過程を経てコミュニティは、多様な形態を通じて、参加する主体間の多様な関係性が十分に発揮される段階に至り、場合によっては変容も経験する⁶⁻¹⁴⁾。

6-12) J. Lave, and E. Wenger, *Situated learning : legitimate peripheral participation*, Cambridge University Press, 1991.

6-13) (1)立見淳哉・長尾謙吉「グローバル、格差、コミュニティ」『経済学雑誌』第 113 巻第 4 号, pp85-103, 2013 年。(2)杉山武志「都市集積研究における集団学習の意義とコミュニティ論の復活」『人文地理』第 65 巻第 2 号, pp.23-41, 2013 年。

6-14) (1)前掲注 6-12)。(2)前掲注 6-13) (2)。

一方、ネオ内発的発展論では、「弱い紐帯の強み」を論じたグラノベッター型の社会関係資本論も概念的背景にすえている⁶⁻¹⁵⁾。社会関係資本概念では、「ある種の強い絆と共存している」従来のコミュニティ（結束型）が「弱い絆のネットワーク」を使って「より広いアイデンティティや互酬性を生み出す」コミュニティ（橋渡し型）に変化させていく視点が重要となる⁶⁻¹⁶⁾。パットナムが指摘するように、コミュニティにおける活動は、「アソシエーション」という組織に個人が参加することによって実行される。これは、コミュニティ研究の古典的研究者でもあるマッキーヴァーが指摘した「コミュニティ」と「アソシエーション」⁶⁻¹⁷⁾の関係性が踏襲されたものともいえる。

第2章で検討したネオ内発的発展論は、実践コミュニティ論だけでなく社会関係資本論も踏まえたうえで議論が進められていることに特徴がある。ネオ内発的発展論は、農村地域内で完結する「内発的な単位」に加えて、内発的な単位と、より広範囲な圏域、グローバルな行為者との間の重要な「媒介」として活動する「ネオ内発的な単位」を重視する。すなわち、地域外のネットワークや資源⁶⁻¹⁸⁾を視野に入れている点に特徴がある。特にネオ内発的発展論は、地域内外の様々な担い手の参加とネットワーク化が不可欠な論点となる。もちろん社会関係資本論も、先述した結束型の議論にみる通り、コミュニティが基盤になっている事実には変わりはない。ネオ内発的発展論は、CoPs と社会関係資本の両概念が複合化されたコミュニティ観が背景にある。

(2) すり合わせ

ここで、上述した CoPs と社会関係資本を踏まえて、上勝町と上秋津地域の取り組みに共通するエッセンスを抽出してみよう。両概念には様々な論点や要素が関わっているが、本章では「1. 漸進のプロセス／ゆるやかな時間の流れ」「2. 多様な参加者、関わり方の存在」「3. より広範囲な圏域のアクターとの関係の構築」「4. 基盤としてのコミュニティとアソシエーションの存在」の4点に着目してみたい。当該4点に、上勝町と上秋津地域の事例の一部を当てはめて簡潔に整理したものが表6-1となる。

整理の結果、事例の検討のみでは、一見して上勝町や上秋津地域のオリジナル色として強く映る要素も、概念とすり合わせることによって一定程度、共通項が存在していることを認識できるようになる。もちろん、コミュニティビジネスは、地域ごとの特色を活かすことが求められる⁶⁻¹⁹⁾。しかし、地域の独自性を尊重しながらも、先進事例から多自然地域のビジネスをめぐる真髓の部分を得ようと試みる努力は必要といえる。表6-1に示した上勝町、上秋津地域の両事例に共通しているエッセンスを抽出すると、兵庫県の多自然地域におけるビジネスへの移植の検討も可能になりうるということが理解されよう。

6-15) N. ウォード他(安藤光義・小田切徳美訳)「大学・知識経済・『ネオ内発的農村発展』」, 安藤光義・F. ロウ『英国農村における新たな知の地平—Centre for Rural Economy の軌跡』農林統計出版, pp.189-205, 2012年。

6-16) (1)R. D. パットナム著, 柴内康文訳『孤独なボウリング—米国コミュニティの崩壊と再生』柏書房, p.20, 2006年。(2)前掲注6-13) (2)。

6-17) R. M. マッキーヴァー(中久郎・松本通晴監訳)『コミュニティ—社会学的研究: 社会生活の性質と基本法則に関する一試論』ミネルヴァ書房, 2009年。

6-18) 前掲注6-15) p.196。

6-19) 加藤恵正「ブランチ経済から地域に根ざした参加の経済へ」, 鳴海邦碩『都市のリ・デザイン—持続と再生のまちづくり』学芸出版社, pp.63-84, 1999年。

表 6-1 上勝町と上秋津地域の事例と概念のすり合わせ

概念的枠組み	上勝町	上秋津地域
1 漸進的プロセス ゆるやかな時間の流れ	活動が開始された 1980 年代から起算すると、約 30 年にわたる取り組みとなっている。当初は、料理人や生産農家の理解をなかなか得られなかった経験があるなど、時間をかけるなかで、消費者と生産者の理解を得ていった取り組みになっている。	当初の「愛郷会」「上秋津を考える会」を通じたコミュニティづくりは時間をかけた漸進的なプロセスを経ている。「きてら」も理解を減るまで時間をかけている。「秋津野ガルテン」はややラディカルだが、全体としては数十年の時間スパンのなかでの取り組みといえる。
2 多様な参加者、関わり方の存在	リーダーの横石氏以外にも、生産農家、地域農協、女性リーダー、歴代町長、技術指導者、パッケージデザインを手がけた印刷会社、植物分類学や栽培方法の専門家、地域振興・産業振興のプロデューサー、通信企業が参加。さらに近年では、インターンシップを通じて移住者や起業家も関係している。	たとえば「きてら」は、当初は農家や住民の一部で構成される有志で動いていたが、現在は、加工を行う新住民の異業種経験者も参加している。さらに、品質面の向上に向けて大学とも連携している。「秋津野ガルテン」では、宿泊を核として、様々な組織や形態がかかわりあう中で事業を推進。
3 より広範囲な圏域のアクターとの関係の構築（場合によってはグローバルな要素も視野に収める）	「つまもの」の市場化にあたっては、大阪などの大都市や全国の市場をまわることでビジネス化を推進してきた経緯がある。さらに近年は、フランスなどの市場も視野に入れた活動も展開している。	「一家倶楽部」では、域外の人たちからの支援も受けている。また、近年では域外の民間ファンとの関係も構築している。また、上秋津では、担い手がグローバルな知識の習得に積極的でもある。
4 基盤としてのコミュニティとアソシエーションの存在	「ゼロ・ウェイスト宣言」に基づくリサイクル事業、「有償ボランティア輸送事業」、「インターンシップ事業」、移住支援、起業支援など多岐にわたる事業が、「いろどり」というコミュニティに根ざした組織を中心に実行されている。	「愛郷会」「上秋津を考える会」を中心としたコミュニティづくりを基盤にしている。さらに近年では、新たに「ふる里未来への挑戦」を立ち上げるなど、コミュニティを基盤にする姿勢が鮮明に。

出所：筆者作成。

5. おわりに

本章では、当該分野で先進事例と捉えられる上勝町と上秋津地域の事例を検討したうえで、CoPs と社会関係資本論の両概念とすり合わせた。

その結果を踏まえると、上勝町、上秋津地域のいずれの事例にも共通するエッセンスが明らかであろう。すなわち、①事業が確立して軌道にのるまでにかかなりの時間を要する漸進的なプロセスを経るとともに、活動への理解と参加にはある程度の時間がかかる事実、②理解を得た後には、多様な担い手、様々な組織が活動に関わっている事実、③地域外や都市部における情報収集、学習、営業・販売促進に積極的で地域外や都市部の担い手との連携にも積極的なこと、④地域外をみすえた事業を推進する段階になってもなお、コミュニティベースの中間支援組織の役割が調整役として重要であること、という諸点が共通項として捉えられる。兵庫県の多自然地域におけるビジネスの支援策を検討するなかで上述の 4 点も踏まえることも、政策提言にあたって有用な視座の一つになりうるであろう。

第7章 多自然地域の魅力づくりに向けた世代間連携

兵庫県立大学環境人間学部エコ・ヒューマン地域連携センター
准教授 内平 隆之

1. はじめに

本稿では、多自然地域の魅力づくりの兵庫県下における先進事例を紹介し、世代間連携がもたらす効果について考察する。ここでいう、連携とは、別々の主体が、情報を密に共有しながら各々の自律性を保ちつつ、お互いに戦略を共有して一緒に物事をする事であると定義している。

ふるさと回帰現象は現在、大きな転換点を迎えている。これまでは団塊の世代を中心としたリタイア世代のふるさと回帰現象が中心であった。しかし、近年、20代・30代を中心に若者世代の地域への回帰現象が報告されている⁷⁻¹⁾。さらに、マイルドヤンキー現象⁷⁻²⁾に象徴される若者の地元志向など、若者世代の多自然地域への眼差しが大きく変化しつつある。このような流れを受けて、地域おこし協力隊⁷⁻³⁾や、地域への人材定着率向上に向けた公立大学の役割の強化⁷⁻⁴⁾など、公的支援もはじまっている。一方で、地域にいるシニア側も、生涯現役社会の実現は、働く場があること、誰かの役に立つという実感は、生きがいやQOLを高める上で、ますますその重要性が増している。これまで、地域再生の焦点は、6次産業化など地域資源を活用したシニア者の生業づくりを中心に試みられてきたが、このような若者世代とどのように連携していくかについては、処についたばかりであり未確立の研究課題である。なお、本研究では若手を45歳以下と定義している。

そこで、本研究では、少子高齢社会が進行する地域に、あらたに若手がシニア世代を巻きこむ地方創生に挑戦する事例を通して、世代間の衡平性の実現に向けた連携デザインのあり方を示すことを目的とする。その副次的効果として、新しい地域ビジネスの確立につながる道筋を考察する。

(1) 少子高齢社会の現状

少子高齢社会の進化とともに、シニアを支える現役世代は減少の一途をたどっている⁷⁻⁵⁾。

1965年には65歳以上1人に対して、20～64歳は9.1人でシニアを支えてきたが、2012年には65歳以上1人に対して、20～64歳は2.4人でシニアを支える社会に突入している。2050年には65歳以上1人に対して、20～64歳は1.2人になると推計されている。つまり、これまで以上に多自然地域においても、シニアや女性等が地域経済の担い手として、積極的に参画できる生き方や働き方を豊富化していく必要がある。

7-1) 嵩和雄「地方移住をめぐる動きについて」NPO法人ふるさと回帰センター, 2014年。

7-2) 原田曜平「ヤンキー経済 消費社会の主役・新保守層の正体」幻冬舎, 2014年。

7-3) 総務省「地域おこし協力隊」

http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/c-gyousei/02gyousei08_03000066.htm, 2009年。

7-4) 首相官邸「まち・ひと・しごと創生総合戦略」

<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/souseikaigi/dai4/siryou2.pdf>, 2015年。

7-5) 財務省「社会保障の維持・充実」http://www.mof.go.jp/comprehensive_reform/gaiyou/02.htm, 2015年。

(2) 多自然地域における若手世代の活躍の可能性

近年、20代30代を中心に若手世代の地域への回帰現象が報告されていることを先述したが、雇用や賃貸物件があれば地方や多自然地域への回帰や故郷に残ることを検討する若手も現れつつある。特に、IJターンした若手世代の回帰人材は、シニア世代が得意としない、DTPやICT等のデジタル技術を生かし、活躍し始めている。特に、プロモーション等の魅力発信を担うキャリア経験を有する回帰人材は少数でも即戦力であり、観光ガイド等の多自然地域の魅力を発信する中核として活躍している事例も現れている。さらに孫ターンという回帰現象もはじまっている。若手世代の特長を生かした、多自然地域での働き方を確立する必要がある。若手とシニアを結びつけることの有効性を示す理論として、「弱い紐帯の強み」という理論⁷⁻⁷⁾がある。弱い紐帯とは、たんなる知り合いの知り合い程度の弱いつながりを意味する。これは「よく知っている」人同志は同一の情報を共有することが多く、そこから新しい情報が得られる可能性は少ないが、「あまり知らない」人は自分の知らない新情報をもたらしてくれる可能性が高いことを示す理論である。いうまでもなく、依然として多自然地域の魅力づくりの主力は、団塊の世代である。団塊の世代を中心とするシニア世代がもつ情報の地域内での同質化はますます進行し、強い紐帯化していることは否定できない。一方で、若手世代がもっている情報は、世代が離れるほど、弱い紐帯となるため、シニア世代がもっていない新しい情報や技術をもっている可能性が当然高くなる。同様に、ビジネスを創出したい若手世代にとってのシニア世代の知恵や情報から、新しい可能性を開拓する余地は広がる。ここに、世代間連携をデザインする理論的可能性がある。

2. 事例にみる世代間連携効果の検証

このような理論的背景を意識しつつ、具体的な世代間連携の事例をみてみよう。

(1) ファーマーズマーケットにみる世代間連携効果

筆者が、最初に世代間連携の着想を得たのは、かつて筆者らが学生時代にマネジメントしていた神戸水道筋まちむら縁日というファーマーズマーケットにおいてである。都市部で開催されるファーマーズマーケットに、定期的に野菜等の農産品を出すことは、農家にとっては極めてむづかしい。都市住民にとっては、実際に農家がきて触れ合えることは高付加価値であるが、そもそも農家に直売へでむく時間をさけない農繁期があり、農家も年がら年中、収穫物があるわけではないことがその理由である。そのため、ファーマーズマーケットの出店者を探すことに苦慮する時期がある。そういう時期があるにもかかわらず、かならず直売にきてくれて高収益をあげている農家チームがあった。なぜこのチームは定期的に直売に来ることができたのであろうか。実は、このチームは農家3件が中心となり編成されていた。その内訳は、ベテラン農家さん2件と、新規就農者1件の構成になっており、生産物も違う組み合わせとなっており、農繁期がかぶらない工夫がなされていた。これにより、必ず出荷できる体制を整えていた。

7-7) マーク・グラノヴェッター (大岡栄美訳)「弱い紐帯の強さ」野沢慎司 (編・監訳)『リーディングス ネットワーク論—家族・コミュニティ・社会関係資本』勁草書房, 2006年。

なぜそういう体制としたのか、代表者がいうには、「商店街のお客さんに、毎月きて顔を覚えてもらうことが大事。顔を覚えてくれると必ず顔を合わせたときに買ってくれるようになる」ので、かならず定期的に参加できるように編成を組んでいたそうである。特に農繁期においては経営面積が小さい新規就農者が中心となり直売を担当していた。その農作物を集荷する際に、自分のところに収穫物がないので、他のベテラン農家や、その周辺の高齢農家がつくった野菜等を集荷して、手数料2割程度で販売していた。高齢農家にとっては、これまでの出荷をあきらめていた少量の野菜を集荷して販売してくれるため、「おこずかい」になると喜ばれ、新規就農者にとっては、地域の先輩農家たちとの信頼関係の構築になるし、その手数料は農閑期における貴重な収入源となり、どのようなものがどの時期にうれるのかを直売を通じて学ぶことができる。新規就農者にとって次にチャレンジする農産物を検討するヒントになる。商店街の高齢者の買い物客にとっても、若い意欲的な農家との出会いや交流は商店街の新たな魅力となりうる。以上のように農村部のシニアと都市部のシニアを結ぶ役割を新規就農者が担うことで、交流価値を持続可能にする世代間連携効果が生まれ可能性があるのではなかろうか。



図 7-1 2009 年頃のマーケットの様子



図 7-2 2011 年頃のマーケットの様子

出所：NPO 法人 食と農の研究所撮影。

(2) バスの八百屋にみる世代間連携効果

先述したような、消費者と産地を結ぶ世代間連携の仕組みは新たな多自然地域を支えるビジネスを生みつつある。このような取り組みの発展版として、神姫バスが展開するバスの八百屋を象徴とする農家応援事業を取り上げ世代間連携の実態をみてみよう。神姫バスが地元野菜を流通させることに取り組み始めたのは2009年からである。2010年から2012年までの間は土地を賃借しトマトの栽培などのハウスを運営する事業を実施してきた。そのような栽培事業を基盤に、あらたに直売事業を展開している。その転機となった事業が、神姫バス姫路駅前バスターミナルにおける、直売所「バスの八百屋」の開設である。当初は、姫路駅にあつまるバス路線を集荷システムにして、消費者と産地を結ぶ直売所をつくらうとした。しかしながら、規制の関係で荷物（生産物）をバスに乗せることはできなかったため、農家が手荷物として農産物をバスに乗せて運び、その手数料としてバスの運賃を精算して、消費者と産地を結ぶ関係の構築を目指した。このような試行錯誤を経て、2013年から、農業総合研究所と連携して、阪神間の大手量販店に野菜を提供する集荷事業を兵

庫県下6か所で始めた。更に、兵庫県の多自然地域を中心に6か所の集荷場を開設して地域の農家ビジネスを支える仕組みを構築した。その結果、登録生産者数は600件で売り上げは3億円を超える産直システムになっている。この仕組みでは、どこの大規模量販店にどの値段で出すかは農家が決めることができ、売り上げに応じて手数料を得る仕組みとなっている。神姫バスターミナルのバスの八百屋も3,000万円程度の売り上げがある。さらに、高齢化した団地などに移動販売車でルート配送する「農家直売所」の試みも始まっている。さらなる顔の見える関係での消費者と産地をつなぐ関係づくりを目指している。

この取り組みの世代間連携効果はどのようなものであるといえるであろうか。まず、バスの八百屋には、20件が出荷しており、そのうち若手が4から5件程度となっている。集荷場システムの方は、600件のうち60件が若手であり、当初は神姫バスの若手社員が関与していたが、現在の集荷場は20名のアルバイトが担い手となっている。まだまだ社会的取り組みであり、ビジネスとしての収益面では課題があるが、多くの高齢農家の出荷を支える世代間連携による新しい社会起業的枠組みに発展しつつある。



図 7-3 バスの八百屋の様子

出所：神姫バス HP。

(3) 福崎町もちむぎ振興における世代間連携効果

筆者らは福崎町と連携して、2012年度から福崎町の特産品であるもちむぎの普及促進に大学生が挑戦している。これは地域の特産品であるもちむぎの普及を次世代に広げようという観点から、兵庫県立大学の大学生と連携してレシピ開発をおこない地域の食育教室やお祭りにその成果を還元しながら、地域活性化につなげていこうとする取り組みである。兵庫県立大学の学生団体であるDENが、もちむぎの栄養機能を活かした親子で楽しめるレシピを30開発して、大手のレシピサイトであるクックパッドに掲載して、ユーザー評価を得る。このユーザー評価を参考に、実際に町屋カフェでもちむぎを活用したテストランチを提供して、実際の消費者に評価をしてもらい、レシピの改善を進める取り組みである。クックパッドへの投稿も大学生以外の地域からの投稿もでてくるなど、自律的な動きがおこりつつある。さらに、福崎町のもちむぎの栄養効果も実際に測定して、レシピと一緒に掲載する小冊子を作成し好評を得ている。栽培当初から取り組みがはじまった2012年度までは10haの栽培面積を維持してきたが、その栄養機能が注目されたこともあり、2014年度は25haに拡大し、さらに2015年度は35haに拡大することになった。栽培農家数も若手が増えるなどの効果もでてきている。さらに、開発されたレシピの中から、もちむぎドレ

ッシングを商品化しようという挑戦もはじまっている。名前もドレッシングではなく、「かけるもちむぎ」として、地域でがんばっている生産者や村づくりグループが、自信をもって提供したい自慢の野菜を選び、それにかけてもらおうというコンセプトで開発がすすめられた。この製造については地域の作業所において障害者の仕事として取り組むことが検討されている。

この取り組みの世代間連携の効果はどのようなものであろうか。これまでは栽培者に近い高齢世代を中心にもちむぎの特産品の利活用がなされてきた。そのため、地域に住む次世代がその利活用を考える機会に乏しかったといえる。特に、60歳以下は地域への意識が60歳以上に比べて低い傾向があるため、地域を意識した取り組みへの参加率が低くなる傾向がある。その輪を広げるために、世代間連携での商品開発やレシピ開発を行うことで、食や子供といった若手世代が関心を得やすいテーマを入り口とすることで、地域とふれあう機会が増え、もちむぎの特産品化にたずさわる周辺参画の輪がひろがり、結果として次世代価値が高まり、生産面積と栽培農家の拡大に結び付いていく好循環が生まれている。



図 7-4 福崎町親子もちむぎ教室の様子



図 7-5 かけるもちむぎ調味料の試作品

出所：兵庫県立大学 EHC 撮影。

(4) 有限責任事業組合の設立による世代間連携効果

最後の事例として、世代間連携による地域課題解決の実験的事例を紹介したい。それは、兵庫県神河町における「神河町お茶園継業セットアッププロジェクト有限責任事業組合(LLP)」の事例である。

平成 27 年 5 月に、神河町観光協会の従業員から、兵庫県立大学環境人間学部のエコ・ヒューマン地域連携センターに、神河町の 6ha のお茶園の生産組合が解散するため、悲しんでいる地域住民がいるので、なんとかならないかという相談があった。そこで、地方創生関連で連携を目指していた但陽信用金庫に状況の確認、特に事業継続性を調査するように依頼した。当地で生産されるお茶は、江戸時代に京都の宮家から「仙霊」の銘を賜るなど、物語性を有しており、隣接する朝来等でも 2ha でお茶園の家族経営が成立しているケースが確認された。新規就農者が継業できる十分な地域資源であると判断した。そこで、信用金庫、大学、神姫バスの三者が連携して、地元向けに廃業する茶園を、継業者につなぐまでの中継ぎを一緒にしませんかという呼びかけを 7 月に行った。これをうけて、地域からも協力を得ることが確定したため、廃園した茶園の環境を引き継ぎ、若手就農者が決まる

までの間に再生し、さらによりビジネス環境となるようにセットアップすることを目標にプロジェクトを始めることになった。この茶園の再生活動には80名の方が、地域の内外問わずに参加し、就農希望する候補者も数名すでに現れるなど、事業継承に向けた世代間連携が生まれた。

これを受けて、正式に地域から土地を借り受ける環境を整えるために、有限責任事業組合を2016年1月19日に設立した。その主たる構成メンバーは、会長をまちづくり協議会・商工会会長として、区長2名、元お茶生産組合会計、茶葉でウーロン茶にして販売している方、新規就農を希望している若手が組合員となっている。この事業組合の特徴は、信用にたる新規就農者が現れた場合に、早期に解散することを前提とした組織である点に特徴があり、最大継続2年間というデッドリミットがついている点であろう。

事業目的は、生産組合が解散して耕作放棄地となったお茶園の維持・管理・生産・販売および新規就農者の募集と事業継承である。活動の内容は、区の地域住民が中心となり、但陽信用金庫・兵庫県立大学・播磨農業高校・神姫バス、姫路市内の企業が周辺参画して、茶木の手入れ等を、5月に新茶を摘み取り、地域内消費を拡大させつつ販路開拓することを目指している。さらに、自然農法や有機肥料など、これまで取り組んでこなかった農法の実験や、新茶以外で今まで使われてこなかった、お茶の副産品の商品化に高大地域連携で取り組む予定である。

この事例における世代間連携のポイントは、新しいビジネスを興すのではなく、これまで高齢世代の組合組織によって引き継がれてきたものを、中継ぎする世代間連携の仕組みをつくったことである。特に、神河町の大山南部茶生産組合は、お茶のオーナーなどの神崎ふれあい茶園や、仙霊茶のまちづくりへの活用など、都市農村交流に積極的に取り組んできた交流先進モデルでもあった。しかしながら、高齢化の中で、交流価値を次世代価値につなぐ試みを戦略的に進めることができず、天候による不作などの影響もあり廃園をきめた背景がある。本取り組みは緒についたばかりであるが、次世代に引き継ぐことを明確に事業組合の目的に定めて、世代間連携により次世代価値を高める取り組みが、今後ますます必要になってくるであろう。



図 7-6 世代間連携による茶園の再生の様子



図 7-7 有限責任事業組合の設立説明会

出所：兵庫県立大学 EHC 撮影。

3 世代間連携のデザインに関する考察

最後に、以上の事例から導き出された世代間連携の要点を整理する。

(1) 交流価値の最大化から次世代価値の最大化へ

連携の観点から、これまで多自然型地域の魅力づくりの方法論を振り返ってみると、1980年代のスキー場等の外発的な開発への批判を受けて、1990年代においては、一村一品運動に代表される『地域内連携による内発的発展論』2000年以降は都市農村交流に代表される『地域間連携による対流型発展論』へと展開してきた。確かに、団塊世代の潤沢な人的資源や労働力に依存した、交流型のむらづくりや、まちづくりは一定の成果をあげてきており、多自然地域の交流価値の最大化に貢献してきたことを否定するものではない。一方で、団塊の世代の一斉退職がはじまった2007年から10年後の2017年には、段階の世代が70代を超えることから、従来の多自然型地域の魅力づくりをけん引してきたシニア世代の労働力依存型の地域づくりの限界点が迫りつつある。

今回の事例にみてきたように、次世代価値の最大化をはかるためにも世代間連携による多自然地域の新しいデザインが必要になるといえる。

(2) 次世代価値を高める世代間連携デザイン

それでは具体的な新しいデザインとはなにか。地域継業の世代間連携によるデザインがますます今後必要になってくると提言したい。地域継業とは、地域で引き継がれてきた地域固有性の高い生業を、第3者となる次世代に引き継ぐことを指す。ここで対象とする『継業』とは、これまでのように親族や従業員が事業を引き継ぐのではなく、意欲のある第3者が事業を継ぐことであり、地域の力を取り戻す方法として注目されている。そのため、地域再生の視点から、学術的研究もはじまっており、筒井(2015)らは移住者獲得の視点⁷⁻⁷⁾から、澤野(2015)は若年女性の社会参画の視点⁷⁻⁸⁾から、継業の研究に着手している。つまり、学会や科研でもプレイヤーとしての継業者の資質等の継業者のあり方や獲得能力に関する研究が諸についたばかりであるといえる。しかし、継業のための個人・組織・組織基盤といった包括的な観点から地域の継業力を高めるモデルの研究は未確立である。

多自然地域にある古民家や農地といった自然系の継業資産の多くは、継業者を探している期間が長引けば長引くほど、手入れが行き届かず荒廃した状態で放置され続ける。継業希望者がみつかったとしても、継業者単独で環境を再構築し回復することはすでに困難となり諦めるケースが多く見られる。いうまでもなく、継業者からしても人生の重要な決断であり、継業すべきかどうか決定に時間がかかる。

要するに、継業の空白期間によっては事業のリスタートに修復・再生コストがかかるため、この空白時間が継業のハードルを高める一因となっている。継業者に引き渡す前にビ

7-7) 筒井一伸・佐久間康富・嵩和雄「都市から農山村への移住と地域再生：移住者の起業・継業の視点から（特集 地方をめぐる昨今の議論と農村計画学研究）－（地方をめぐる昨今の“本質的”な論点）」『農村計画学会誌 34(1)』, pp. 45-50, 2015年。

7-8) 澤野久美「移住者を含めた若年農村女性の起業・継業を通じたエンパワメントに関する実証的研究」『科学研究費若手研究B研究課題番号：15K18754』, 2015～2018年。

ビジネスモデルを含めて一度地域と継業者でセットアップし、良い状態で資産を次世代に引き渡す世代間連携の新しいデザインが今後必要となるのではないかと。

第8章 大学の地域連携プロジェクトにみる

多自然地域の魅力づくりとシニア活用

—地域（ローカル）共通価値の創出（CSV）とプレミアム世代の活躍に向けて—⁸⁻¹⁾

立命館大学産業社会学部

教授 高嶋 正晴

1. はじめに

多自然居住地域、すなわち、自然豊かな農山漁村地域は、その豊富な自然や里山・里海、また、地域固有のユニークな文化に根ざした諸資源を有する。それら諸資源の活用は、新しい発想からの豊かな社会や暮らしのあり方を導きうるフロンティアである。とはいえ、そうしたフロンティアたる可能性は、昨今の「消滅自治体論」を通じて広く認識されているところの人口急減社会化および東京への人口一極集中による極点社会化の進行にともなう地方での定住人口減少によって、もはや地域だけで、あるいは地域住民だけで実りあるものにするのは難しくなっている。そこで期待が寄せられているのは交流人口であり、農山漁村と都市との交流である。本研究で取り扱う大学の地域連携もまた、そうした交流の代表的な取り組みであるといえよう。

大学の地域連携は様々なかたちや内容を持つものであるが、本報告では、大学が地域との連携協働のもとで取り組んでいる食と農に関連した地域活性化プロジェクトを主たる事例として、農山漁村地域の魅力づくりについて分析、考察する。そして、そうしたプロジェクトとのかかわりのなかでのシニア世代の活用について論点を整理・検討する。とりわけ、本論文では、シニア世代の中でもいわゆる「団塊の世代」、とりわけ、社会学者の徳野貞雄氏のいう「プレミアム世代」、すなわち現在 60 代後半から 70 代前半までの世代に注目し、彼らが実際にどのように地域活動や大学・地域連携活動に関わりうるのか、それを支える手がかりについて検討・考察を行うものとする。

2. 多自然地域の魅力づくりと大学の地域連携プロジェクト

多自然地域の魅力とは、その豊かな自然や風土、そこに住まう人びと、そして、それら人びとが織りなす暮らし方にある。とはいえ、それらは地域のお宝、地域資源として掘り起こされ、磨かれ、魅力として作られてこそ、広く認められ、地域内外の人を引きつける。魅力づくりは、「里山資本主義」や 6 次産業化を引き合いに出すまでもなく、地域資源の活用とそれを持続可能なものにするビジネス化が欠かせない。そして、そうした魅力づくりは、小田切徳美氏のいう農山村再生にあたっての究極的な課題であるところの「誇りの空洞化」⁸⁻²⁾の解消のまさしく重要な手がかりとなる。

そして、本研究において、もう 1 つ、魅力づくりにあたって注目しておきたいのは、CSV すなわち “Creating Shared Value”（共通価値の創出）という考え方である。これは、2011

8-1) 本章は、2014 年度末の本研究会中間報告書における筆者担当章を増補・加筆したものであることをお断りしておきたい。おもに (4) 以降が本年 2015 度の研究成果である。

8-2) 小田切徳美『農山村再生』岩波書店、2013 年。

年にアメリカの経営学者 M・ポーターらが提起したもので、「社会のニーズや問題に取り組むことで社会的価値を創造し、その結果、経済的価値が創造されるというアプローチ」であり、そうした「共通価値の概念は、企業が事業を営む地域社会の経済条件や社会状況を改善しながら、自らの競争力を高める方針とその実行と定義できる」という⁸⁻³⁾。

企業は、これまで価値・利益を生む経済的事業活動と、社会的課題に取り組むような社会的活動とを切り離し、前者を優先し、後者を CSR（企業の社会的責任）として、利益を生まない周辺的なものとして位置づけてきた。ポーターらの提起は、そうした CSR としての社会的活動を、事業活動の中核へと位置付けなおす CSV への発想の転換を促すものである。CSV は、したがって、価値を生む事業活動として社会的活動を捉え直すこと、そして、その事業が営まれる地域社会の重要性を強調するものであり、多自然地域の魅力づくりもまたそうした事業活動として、共通価値を創造していくことが今後の鍵となるように思われる⁸⁻⁴⁾。

本研究では、これらの視点を踏まえ、多自然地域の魅力づくりと大学の地域連携プロジェクトの事例として、おもに、地域的な農と食とを手がかりとした事例を取り上げる。農と食を取り上げるのは、両者が密接なつながりがあるということと、食の魅力づくりが地域的な農を支える可能性を有するからである。地域的な農は、多自然地域の産業の基礎をなすものであり、その豊かな資源を魅力づくりに活用するにあたって重要なカギとなる。また、農業の多面的機能という観点からも、地域資源となる地域固有の自然や景観の保全にとって欠かせない手がかりである⁸⁻⁵⁾。他方、地域的な食は、その原材料が地域の農に由来するとともに、また、その食文化のあり方も地域の風土や暮らし方に由来する。それゆえ、地域固有の農や文化のあり方が地域的な食の魅力をつくるにあたって重要な要素となる。地域的な食はまた、地域と都市との間の交流を生み出す有効な手がかりにもなっている。こうした交流の活発化によって、地域的な食の魅力づくりは、地域的な農への関心を高める手がかりともなってくる。

大学の地域連携活動は、先にも触れたように様々なものがあるが、内容的には、ともに本研究会メンバーである中塚・内平が整理するように、①交流型（農作業体験や農村の生活・文化体験による地域との交流）、②価値発見型（地元学などによる地域資源調査）、③課題解決型（資源活用や空き家対策・利活用など）、④知識共有型（専門地の提供や共同研究など）、といった類型化が可能である⁸⁻⁶⁾。地域の様々な諸主体と連携しつつ、また、これらの諸類型を組み合わせつつ、実際の地域連携プロジェクトは展開していくこととなる。そこでは、都市部の大学生という若者たちとの交流内容や、大学の諸専門分野の知識の活用、また、シニアの主体的な関わりを生む仕組みといった点がカギとなる。このうち後

8-3) M・ポーター&M・クラマー「共通価値の戦略」『Diamond ハーバード・ビジネス・レビュー』, pp. 8-31, 2011年6月号。引用は p. 10, 11 より。

8-4) 本研究会メンバーの松永桂子氏もまた、地域経営の文脈においてであるが、CSV の重要性に論及している。松永桂子「地方経営手腕が重要に」『日本経済新聞』2014年9月26日付「経済教室」。

8-5) 食と農の関係については、たとえば、高嶋正晴「食と農と里山と —フロンティア・デザインの始まりの前に—」(26の手のひらの宇宙・人『食と農と里山 vol.1』, あうん社, 2014年。)でも試論した。このテーマに関しては、筆者は以下の文献に多くを学んだ。ぜひ参照されたい。結城登美雄『地元学からの出発 —この土地を生きた人びとの声に耳を傾ける—』農山漁村文化協会, 2009年。

8-6) 中塚雅也・内平隆之『大学・大学生と地域連携』筑波書房, pp. 10-13, 2014年。

者の点に関しては、後ほど立ち返って議論することとする。

3. 大学の地域連携プロジェクトの事例紹介

本報告の事例研究では、具体的な事例として、ひとまず、京都市の京北地域（旧北桑田郡・京北町）で筆者ら複数の教員が大学の正課であるゼミナール等の学生たちと関わってきた「京北プロジェクト」を中心に取り上げる。

（1）立命館大学産業社会学部「京北プロジェクト」

立命館大学産業社会学部の「京北プロジェクト」は、2008年に始まった、京北地域の地域資源を活用する複数のプロジェクトの総称であり⁸⁻⁷⁾、筆者の同僚の景井充教授を中心に、また筆者や他の教員らも関わりつつ運営されている。2015年11月には、京北地区の旧細野保育所を活用した拠点施設として「京北ルーラル・イノベーション・ラボ」を開所した。

京北地域の「ソウルフード」である納豆を地域資源にその原料である大豆づくりから学ぶ「納豆伝承プロジェクト」を端緒として、「りつまめ納豆」の商品化や販促を学ぶ「りつまめ納豆プロジェクト」、大学キャンパスで産地直送販売（産直）を行う「京北マルシェ」や、大学生協食堂で京北の特産野菜を使ったメニューを開発・提供する「里の親プロジェクト」など、いくつかのプロジェクトがある。

なお、筆者が現在、京北地域で中心的に関わっているものに「リッツファーム」プロジェクトがある。これは京北プロジェクトのスピノフ的なプロジェクトであり、地域内の遊休農地を活用した市民農園の一面を借りつつ、食と農を手がかりに農山村地域と都市部とをつなごうと、学生による農産物生産やカフェ活動を展開している⁸⁻⁸⁾。以下では、京北プロジェクトの主要プロジェクトである「りつまめ納豆プロジェクト」を検討する。

（2）「りつまめ納豆プロジェクト」と「産学民地」の連携フレームワーク

「りつまめ納豆プロジェクト」は、「りつまめ納豆」（写真1）の原料である大豆の生産から、納豆の製造・販売、マーケティング、納豆にかかわる食文化に至る幅広い内容を、これらの主体との地域連携を通じて学び、実践する教育・地域活性化プロジェクトである。このプロジェクトの特徴の1つは、「産学民地」とも言える、その連携フレームワークにある。「産」は、明治10年創業の納豆メーカー（株）森口加工食品、「民」として京北地域で森林保全など環境保全活動を行うNPO法人フロンティア協会、そして、「地」として京北地域の大豆生産農家、である。この連携フレームワークは、2012年7月に4者での学術協定書を締結するに至った。現在では、地元京北で活動するNPO法人「京北コミュニティビジネス」とも連携を進めており、同NPOとはマルシェ開催などで協働するとともに、

8-7) 景井充・高嶋正晴「〈京北プロジェクト〉の地域づくりと教育づくり」『立命館産業社会学部論集』第47巻第1号、2011年6月、pp. 315-329。

8-8) 「リッツファーム」プロジェクトについては、たとえば、立命館大学産業社会学部のホームページ内にある紹介ページを参照されたい。

<http://www.ritsumei.ac.jp/ss/education/social/project02.html/>（2016年1月15日閲覧）

地元京北地域とその他連携主体との連絡窓口の役割を担ってもおり、本プロジェクトにおける地域連携の重要な要として機能している。

りつめ納豆は、単に納豆の商品化だけに終わるものではない。その主な狙いは、写真2にみるように、京北の地域アイデンティティとしての納豆発祥の地というPR（写真1内の「京北は、納豆のふるさと」）とそれによるブランディング、そして、京北地域の地域保全など地域づくりに貢献すること、である。こうした地域ブランディングや地域貢献的なコンセプトづくり、また、原材料の大豆の種類を選定、パッケージデザイン、販売促進などは、上記の「産学民地」の連携フレームワークのもとで学生たちが関わるかたちで進められ、2011年11月に発売された。現在は主として、販促や食品展示会などへの参加といった活動を中心に行うとともに、第2弾の商品化として、京北地域にある山国さきがけセンターとの共同開発として、同じく京北の伝統食である「納豆もち」の商品化に取り組んできた。同商品は、2016年1月15日に晴れて発売の運びとなった⁸⁻⁹⁾。



図 8-1 りつめめ表面

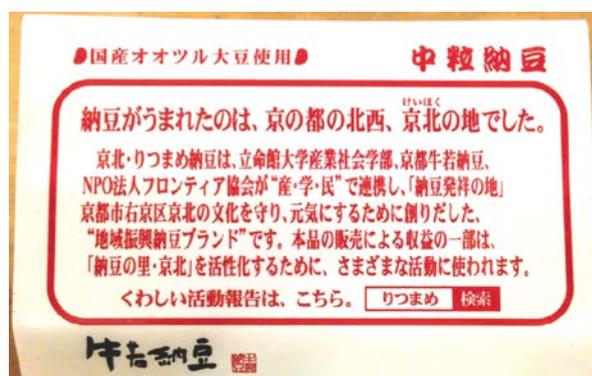


図 8-2 りつめ側面

出所：筆者撮影。

(3) CSVとしての「りつめ納豆プロジェクト」

「りつめ納豆プロジェクト」の事例はまた、先に触れた CSV の観点からすると、単に魅力づくりにとどまらない興味深い事例である。ポーターらは、CSVを追求するにあたって3つの方法を提示している。すなわち、①製品と市場を見直す、②バリューチェーンの生産性を再定義する、③企業が拠点を置く地域を支援する産業クラスターをつくる、である⁸⁻¹⁰⁾。①の製品と市場の見直しの観点については、りつめ納豆は新しい意義を持った製品であり、新しい市場を創出しようとしている。製品の位置づけとしては、京北というローカリティ（郷土性・地方性）、そして「納豆のふるさと」という地域アイデンティティ、そして産学民地の連携商品であることを明確に打ち出すユニークな製品である。また、市場の見直しとしても、価格競争から若干距離をおいた高価格の価格付けがなされているだけでなく、地域活性化に貢献するという社会性をもつことでエシカル意識の強い層の市場開拓を狙っている。②の観点については、京北での大豆生産農家増加が挙げられる。

8-9) 同商品について説明するホームページが山国さきがけセンターのホームページ内に設置されている
http://sakigake.net/?page_id=2161 (2015年1月15日閲覧)

8-10) ポーター&クラマー、註3) 前掲論文, p. 14-24。

また、③の観点については、りつまめ納豆を手がかりとした京北産農作物のブランディングを追求することで、京北地域における6次産業化クラスターのさらなる拡大へとつながることが望ましいということが指摘される。このように、CSVは、多自然地域の魅力づくりの望ましいあり方を考えるにあたって、1つの有効な視点となりうるように思われる。

(4) 小括

京北プロジェクトの検討から示唆されるのは、地域の魅力づくりにあたっての大学の地域連携フレームワークの意義であり、そして、CSV的な視点の意義である。前者の大学の地域連携フレームワークは、農山村地域と都市部の大学生の若者たちとの交流を可能にし、それを通じての両者の連携協働を可能にするものである。そのフレームワークが、地域と大学・大学生だけにとどまらず、その他企業やNPOなど多様な主体を含むことで、様々な連携協働の可能性をも生み出しうる。京北プロジェクトの場合、シニア世代の主体的参画は、NPOや農家を中心である。たとえば、NPO京北コミュニティビジネスではUターンのシニア世代が活躍中だが、こうした都市的価値観にも親しく、地域にもネットワークを持つUIJターン・シニアが当該地域の魅力づくりや大学の地域連携において果たす役割には重要なものがあるように思われる。以降では、それらシニア世代の中でも、「プレミアム世代」に注目し、これらの論点について検討を進めていく。

4. 社会的年齢層としてのプレミアム世代への注目

大学の地域連携プロジェクトは、大学側のイニシアティブであったり、独自性あるカリキュラムやプログラムそれ自体に注目が当たったりしがちである。とはいえ、実のところ、それらが実際に実行され、また実効あるものとして運営されるには、大学だけでなく、大学のパートナーとなって学生たちを受け入れる地域の側、とくにその受け入れ体制が肝心であることは言を待たない。その受け入れ体制において一つ鍵となるのは、大学との連携や協働を、例えば、単に一農家との取り組みに限られたものから、まさに「地域ぐるみ」のものへと広がりをもたせていくことである。そこでは、地域の人・モノ・コト・暮らしを理解し、地域の資源を生かす、つなげる、また場合によっては見出すという広い視野と力量をもち、地域内での連携および大学との連携をコーディネートし、マネジメントする人物ないし組織が求められてこよう。

以下では、こうした担い手としてシニア世代を取り上げ、試論するものであるが、その中でもいわゆる「団塊世代」⁸⁻¹¹⁾、とりわけ、社会学者の徳野貞雄氏のいう「プレミアム世代」に該当する60代後半から70代前半までの世代に注目し、若干の検討考察を行うこととする。こうした着眼は単に普遍的な高齢者全般ではなく、現存する特定の世代を取り上げるために、限定的でやや短期的な議論とならざるをえないことは断っておかねばならない。とはいえ、結論を先取りして言えば、高齢者層を、「現役世代」と言われる15-64歳の生産年齢人口によって支えられケアされるといった全般的に消極的で受動的にしか社

8-11) 団塊世代は、たとえば2008年版の『厚生労働白書』によれば、1947-49年生まれの集団とされる(同 p.46) 団塊世代は、たとえば2008年版の『厚生労働白書』によれば、1947-49年生まれの集団とされる(同 p.46)。

会と関わりえないような存在として捉えるのではなく、むしろ積極的に社会と関わりうる社会的階層としてのプレミアム世代に着目し、その今後の10年の活躍こそが多自然地域のその後の将来を左右する大きなカギとなるのではないか、というのが本論文で強調したい論点である。

「プレミアム世代」とは、いわゆる「団塊の世代」を中心とした現在65歳前後から75歳程度までの世代を表すものとして、徳野氏が昨今に提起してきているものであり、人口減少時代の農山村地域の再生を支える重要な担い手として位置づけられる。徳野氏によれば、現代社会の人口構造的な特徴は「人口減少・少産少死・長寿命化」にあるとし、これを人口減少時代の「人生80年型の成熟社会化」として捉える⁸⁻¹²⁾。この認識においては、15-64歳を生産年齢人口とみて重視する「人生60年型」の発想から脱し、むしろ現在(平成27年9月時)の全人口の26.7%を占める、3,384万人もの65歳以降の「高齢者」の存在、なかでも65-75歳の「プレミアム世代」層、すなわち1,747万人(全人口の13.8%)の存在にこそ期待が寄せられる⁸⁻¹³⁾。ちなみに、この世代は2020年には1,733万人で全人口のうち14.0%、2025年には1,471万人で同12.2%を占める見込みで、人口全体の緩やかな減少傾向のなか、当面は相応のボリュームと存在感を示し続けていくものと容易に推察される⁸⁻¹⁴⁾。徳野氏は、したがって、「従来、還暦を迎え漠然と『老人』と社会的にイメージされてきたこの世代を、全く新しい視点から現代社会に明確に位置づけなおすべきである」と主張する⁸⁻¹⁵⁾。

ともあれ、このプレミアム世代であるが、徳野氏は以下の3点の特徴を指摘する。すなわち、①生産年齢人口に含まれない「老人」ではなく、むしろ心身ともにまだまだ活動可能であること、②これまで培った技術や知恵、生活経験を携えつつ、また、子育ての責任からも解放されつつあり、他方でこれまでの会社勤めとは違って人や地域の役に立つこと、喜んでもらえることをすることを望んでいること、③貯蓄もあり、金銭的に余裕のある人が多いこと、これらである⁸⁻¹⁶⁾。こうしたことから、徳野氏はこの世代をとくに「役立ちプレミアム世代」と名付け、農山村地域の再生の担い手としての期待を寄せる。筆者が思うに、この世代は、人口割合の大きさもさることながら、農村生活や農業に近い地方出身者が多くを占めており、まさしく地域社会と企業社会の両方の経験を備えている点で、他の前後の世代から抜きん出た強みをもつ。

実のところ、この「役立ちプレミアム世代」の意義は、単に農山村地域にとっただけに限られず、人口減少論に対するアプローチとしても大きなものがあるとする。徳野氏は、

8-12) 徳野貞雄「人口減少時代の地域社会モデルの構築を目指して — 「地方創生」への疑念—」、徳野貞雄監修、牧野厚史・松本貴文編『暮らしの視点からの地方再生 — 地域と生活の社会学—』九州大学出版会、1-36ページ、2015年。とくに、プレミアム世代については6-12および17-24ページを参照。

8-13) 総務省報道資料「統計から見た我が国の高齢者」平成27年9月10日付、p.2。65-74歳の人口および構成比については筆者算出。<http://www.stat.go.jp/data/topics/pdf/topics90.pdf> (2016年1月15日閲覧)

8-14) 同上3ページ。

8-15) 前掲註12) 18ページより引用。なお、徳野は続けて、「この世代の人々の可能性を追求することが、現代日本社会の最大課題の一つである」と述べ、「人口減少問題や経済成長問題よりも、日本社会にとって重大かつ喫緊な課題かもしれない」と論じる。

8-16) ③に関しては、たとえば、前掲註13) p12などに詳しい。同ページには、高齢者世帯の平均貯蓄額が世帯あたり2499万円、貯蓄額中央値が1588万円であるとの記述がある。

増田レポートを端緒とする「地方消滅論」を「超高齢社会における人口減少・危機論」であると、これに対して、プレミアム世代に着目する視点を「成熟社会における人口減少・容認論」と捉え、たとえば、この世代を生産年齢人口に改めて算入することで生産年齢人口のピークアウトが回避できるなど、その意義を強調する⁸⁻¹⁷⁾。本論文も基本的にはこうしたスタンスに同意するものである。

5. 農山村地域および地域連携におけるプレミアム世代の役割と活躍

プレミアム世代であるが、実際に、農山村地域で、あるいは大学との地域連携プロジェクトで活躍する人たちが登場しつつある。私たちは、こうした世代の個々の奮闘に期待しつつも、他方で、その個々の強みを活かして十分に活躍できるような地域的な仕組み、サポート体制を構築していかなければならないだろう。以下ではこうした点を念頭におきつつ、農山村地域や地域連携におけるプレミアム世代の役割と活躍について検討、考察を行うものとする。

(1) 地域連携コーディネーター／マネジャーとして

先にも触れたように、大学の地域連携プロジェクトに限らず、これからの農山村地域の活発な活動促進にあたっては、地域の人・モノ・コト・暮らしを理解し、地域の資源を生かす、つなげる、また場合によっては見出すという広い視野と力量をもち、地域内での連携および大学との連携をコーディネートし、マネジメントする人物ないし組織が重要となる。先出の中塚・内平は、これを「地域連携コーディネーター」として、その求められる機能について以下の3点を指摘している。すなわち、①大学や地域の農家など諸ステークホルダー間のコミュニケーションをはかり、各主体の固有のニーズや活動の狙い、地域の情報などを集約し共有したりする機能、②地域の活動や研究に関して大学と地域の諸主体間を取り持つマッチングや、相談に乗ったりなどのサポートをする機能、③自身の専門性を活かして、自らが研究や地域での活動の主体となって行動する機能、これらである⁸⁻¹⁸⁾。そして続けて、そうしたコーディネーター機能を担う人材ないし組織の育成の必要性に触れ、この「役割を果たす人が、地域内に多く存在するようになることが地域連携活動の推進において重要」と指摘する⁸⁻¹⁹⁾。

付け加えて指摘するならば、こうしたコーディネーターは、特定の大学との連携プロジェクトから（いずれは）自立した形で存在するのが望ましい。端的に言えば、大学側の人間だけではなく、地域の側も自前でそうした人材を用意する、ないし育成するということである。具体的イメージとしては、その地域に関わりのある人で、その地域のまちづくり協議会や、その地域に密着して活動するNPOなどで活動する人、あるいはそうした会や組織と連携してその地域に軸足を置いて活動できる人である。

このように考える理由として、ここではひとまず2点あげておく。第1には、当該地域

8-17) 前掲註12) p18-24 ページを参照のこと。

8-18) 前掲註6) 18-19 ページを参照。

8-19) 同 20 ページより引用。

において、複数の大学との複数の地域連携プロジェクトを行うことがありうるということである。たとえば、本論文で取り上げた京北地域は、立命館大学のほか、京都大学、大阪大学、近畿大学のフィールドワークやプロジェクト事業が展開されている。また、兵庫県丹波市および篠山市では、先日に開催された平成 27 年度「丹波地域大学連携フォーラム」に見るように、神戸大学、関西大学、関西学院大学ほか複数の諸大学の学部や学生グループがそれぞれの関心や専門性を活かしての地域連携活動を行っている⁸⁻²⁰⁾。受け入れる地域としては、こうした複数大学・複数プロジェクトに対して、単なる受け入れに終わらず、地域にとっても何がしかの成果、次に繋がる何かを残していくかたちを持たせていくためには、地域の側でしっかりとした自主性を発揮しうるコーディネーターの存在が求められてこよう。

第 2 には、大学の地域連携プロジェクトのいずれもが資金的に潤沢であるとは限らず、またそうでなくとも大学側の諸事情がプロジェクト運営にあたって優先されがちな点である。たとえば、京北プロジェクトの場合であれば、学部からの財政的支援に特別の配慮はなく、毎年ごと学内外の競争的資金を獲得してきており、安定的な財政基盤があるわけではない。大学自前でコーディネーターを用意はできず、大学と地域内の諸主体とのつながりのマネジメントに関しては、地域 NPO の京北コミュニティビジネスが主として担ってきた。地域が求めるプロジェクトであっても、その遂行が大学側の財政的ないしその他の事情に左右されるということは十分ありうることである。それゆえ、地域の側には、ある一つの大学が撤退したとしても、地域独自のビジョンをそのまま保持して、また別のパートナー大学を探すというような思案も必要となるかもしれない。

この地域独自のビジョンという点で、本研究会の研究テーマでもあるビジネス的要素を念頭に置きつつもう少し議論を敷衍してみよう。地域連携プロジェクトに関係する地域独自のビジョンが事業化といったビジネス的要素を持つならば、地域連携コーディネーターの役割は「地域プロデューサー」的役割に接近してくる、というのがここでの論点である。地域プロデューサーとは、玉置仁美によれば、地域振興をねらいとする地域プロジェクトにおいて、地域の人たちから「本当にやりたいことを引き出して整理・編集し、関係者のコミュニケーションや意思決定を促し、想いを紡ぎながら目標に向かってプロジェクト全体をコーディネートしていくような存在」であり、「関係者の交通整理と進行管理」を担うという⁸⁻²¹⁾。

そして、地域プロデューサーの役割として、玉置は、①課題解決に適した専門家らを集めつつ、地域の側にもプロジェクトへの積極的な関わりを呼びかけて、最適のチームを作る、②地域の想いをプロジェクトにまとめつつ、地元の人たちを主役にし、必要なサポートや情報を提供してプロジェクトを前に進める、③多種多様な関係者間の調整や実務管理をする事務局機能を作る、の 3 点を挙げる⁸⁻²²⁾。こうした地域プロデューサーの存在や

8-20) 平成 27 年度 丹波地域大学連携フォーラム「学生団体の活動状況報告 資料」、丹波県民局主催、篠山市民センター、2015 年 12 月 12 日、配布資料。その他、神戸山手大学、神戸親和女子大学、立命館大学が当日、活動内容を報告した。

8-21) 引用は、玉置仁美『地域をプロデュースする仕事』英治出版、2012 年、13 ページより。玉置は、島根県海士町の著名な特産物「さざえカレー」のプロデュースを手がけた人物である。

8-22) 同上 27-31 ページ。

8-23) 同上 14 ページより引用。

役割は、先ほどの地域連携コーディネーターと重複する部分があり、近いことが見て取れよう。

玉置は、地域プロデューサーの担い手については多様であるとし、大規模なプロジェクトでなければ、「地域の住民代表や自治体の担当者が担うことになる」と指摘する⁸⁻²³⁾。とはいえ、地域プロデューサーは、ある「特定の個人」というよりも、むしろ、プロジェクトにとっての「必須の機能」なのであって、複数で担うこともありうるとし、それぞれの多様な背景や経歴、個性、スキルを活かして地域プロデューサーになればよいという。

これまでの議論をふまえて指摘しうるのは、地域連携プロジェクトにとって地域連携コーディネーターが不可欠であること、また、地域連携プロジェクトのビジネス展開を考慮するならば、地域連携コーディネーターは地域プロデューサー的な役割ないし、少なくともそうした視点が必要となるであろうということである。そこに見えるのは、地域連携を手がかりに地域の目指すものや CSV といった価値観をビジネスとして実現していくという発想である。そして、地域においてこれらの役割を担う人材の確保と育成が肝要である。地域連携コーディネーターや地域プロデューサーに求められる役割を鑑みれば、まさにプレミアム世代こそ、そうした地域人材にふさわしいといえよう。

(2) 地域人材としてのプレミアム世代の活躍に向けて

先にも少し触れたが、プレミアム世代の地域活動や地域連携プロジェクト活動での個人的頑張りに期待を寄せつつも、他方で、より積極的なアプローチが望まれる。すなわち、プレミアム世代を地域人材として確保・育成することであり、また、それとともに重要なのは、地域の側での対応の充実である。端的には、これら世代との関わりや受け入れ、活動のサポート、地域内外のネットワーク化の充実といったことが挙げられる。以下では、いくぶん経験的なきらいはあるが、プレミアム世代が地域人材として活躍するための地域の側の対応について、いくつかの手がかりを示唆しておこう。

地域人材として想定されるのは、大まかには、土着の定住人口のほか、Uターンの還流人口、そして、Iターン・仕事転入・婚入などのさまざまな流入人口⁸⁻²⁴⁾、さらには、交流人口である。ここに交流人口を含めているのは、地域人材が必ずしも当該地域に移住定住するものと想定しないからである。むしろそうした想定から離れ、少なくとも、当該地域としっかりとした関わりをもつという点を重視することで、潜在的な地域人材の裾野が広がることを期待できるように思われる。実のところ、たとえば、京北地域は京都市の一部であり、市内市街地から自家用車で1時間弱の距離にあり、いわば「通える田舎」であったりする。兵庫県内でもおそらく同様の位置にある農山村地域はあろう。また、そうした地理的近接性はひとまずおいても、UターンやIターンなどが家族の事情などで容易でない場合もあろう。たとえば、すでに他の兄弟が先行して実家にUターンしてしまっているとか、あるいは、都市部での仕事や介護のために離れられない、などといった具合である。いずれにしても、移住定住を地域人材の前提とせず、「関わりをもつ」ことを、まずは大切にするという点を強調しておきたい。

8-24) 定住人口、還流人口、流入人口については、山本努「都市・農村の良いところ・悪いところ ―過疎農山村研究の2つの課題―」、徳野貞雄監修、牧野厚史・松本貴文編『暮らしの視点からの地方再生 ―地域と生活の社会学―』九州大学出版会、39-61 ページ、2015年、とくに54-55 ページを参照。

こうした関わりの点で、京北地域や他の地域で実際に地域人材として活動するプレミアム世代に話を聞くと、興味深いのは、定年退職前から地域との関係や人付き合いを持っていたことである。おもに、集落内での付き合いや、小中高の学校の同窓会や校友会、それら校区内での付き合いなどである。これらは単なる人間関係の継続だけではなく、地域の現状や課題について情報を交換・共有するネットワークとしても機能する。そうしたつながりをもとに課題解決に向けて行動するベースにもなりうる。京北プロジェクトで学生たちと連携して活動を行っている「あたご山麓倶楽部」はまさにそうした地域団体としてはじまったものであり、現在では NPO 京北コミュニティビジネスと連携を深めつつ地域振興事業を展開している。なお、その他、出郷者の集まりである郷友会もまた、都市部の潜在 U ターン層に働きかける絶好のチャンネルとなりうるであろう。

もう 1 点示唆されるのは、プレミアム世代が活動する形としては、既存の地縁組織でそのまま変更なくというよりも、別の新たな組織のかたちをとるのがどうやら望ましいかもしれない、ということである。あたご山麓倶楽部がそうであるし、また、NPO 京北コミュニティビジネスも既存の地縁団体とは異なっており、ともにミッションの追求や団体のテーマ性を考慮すれば頷けることである。ただし、地域の振興や再生、課題解決に関わる以上、既存の地縁組織からまったく離れて自由に活動するというようなことは現実的ではない。兵庫県内には丹波市市島町の前山校区に拠点をおいた住民本位型、住民参加型の「いきいき前山」のように、地縁型 NPO のような組織もある。また、既存の組織を改編し、内部に地域振興をミッションとする部門を新たに立ち上げるという場合もある。兵庫県では、丹波市山南町の久下自治振興会がそうであり、2013 年度に域内の 23 自治区の自治会長会が自治振興会と合併して、自治振興会内にまちづくり部を新たに立ち上げ、神戸親和女子大学他との連携による地域活性化に向けて活発な活動を行っている⁸⁻²⁵⁾。これらの組織はいずれも当該地域のプレミアム世代が発足に尽力した組織であり、限られた選択的な事例でかつ経験的な部分が多いとはいえ参考になるう。

6. おわりに

本論文では、まず、今後の人口減少下の多自然地域の魅力づくりにあたって大学の地域連携プロジェクトが 1 つの大きな手がかりになるということについて、京北プロジェクトを取り上げて検討してきた。大学の地域連携プロジェクトが、地域の課題解決や地域の価値に基づいた魅力づくりの点で、都市と農山村地域のつながりを活かして、多自然地域の新しい価値観を CSV という形で提起し、新たなビジネスの展開と接続しうることを示そうとした。後半では、シニア世代の中でもとくに大量退職層の「団塊世代」を中心とする「プレミアム世代」に着目し、農山村地域の再生の担い手としての可能性について触れ、地域連携コーディネーターといった地域人材として大学との連携プロジェクトに関わりうること、ビジネス展開にあたっては地域プロデューサー的視点も求められてくるということ、そうした地域人材を地域の側でも確保・育成することの重要性を指摘し、その活用のための体制を整備していくうえでの手がかりについて試論した。

地域の魅力づくりは、つまるところ、地域内外の多世代の、また多様な人々が共感でき

8-25) 「地域活性化目指し連携 —3 大学の学生と山南・久下の住民—」『神戸新聞』2015 年 11 月 14 日。

る地域価値の創出が1つの大きなカギである。大学の地域連携プロジェクトの活用とプレミアム世代の活用は、地域コミュニティの内外に多世代横断的な人的・文化的交流やネットワークを生み出し、新しい地域価値の創出と共有を促し、そうして、地域コミュニティが新たな持続力を得ていくこと、これらに寄与しうるであろう。

こうした取り組みの発展は、ひとまずは当事者である大学と集落・校区地域による努力が中心となろうが、他方、先進事例に学ぶ研修や、地域内外への多様なネットワークの拡大、県内他地域への取り組みの普及もまた要されよう。これらに関しては、当事者だけでなく、基礎自治体や県、中間支援 NPO や CSV 実践企業・組合、その他関連団体なども関わってサポートしていくような体制づくりが望まれる。

【謝辞】 本研究は JSPS 科研費 26310309 の助成を受けたものである。そして、本研究会を含めた同僚の研究者諸氏の研究や実践から、また、京北、丹波ほかでお話を聞かせていただいたプレミアム世代の方々からも大きな示唆を得た。記して感謝したい。

第9章 移住者による新しい地域づくりの展開と課題

神戸大学大学院農学研究科
准教授 中塚 雅也

1. はじめに

我が国は、世界に類をみない速度で高齢化・人口減少社会に突入している。特に、農村地域では、高度成長期における都市への大規模な労働力移動を端緒とした人口減少が止まらず、地域の存続をも揺るがす大きな問題となっている。政府は、「まち・ひと・しごと創生本部」を設置し、東京圏への一極集中の是正を目指す「地方創生」政策をすすめているが、地方の人口減少問題を解決する効果的な方策は見いだされていない。また、若年層を中心とした「田園回帰」の兆候が指摘されているが、その広がり是不透明な状態である⁹⁻¹⁾。

そうした中、農村の現場では、従来の地域主体だけでは、農業、農地、水路、ため池、里山、さらには自治活動や祭礼など、村の基礎的なインフラや地域資源の管理すら出来なくなってきた。その一方で、都市部からの移住者が、そのリーダーやキーパーソンとして、活躍することが増えてきている。過疎・高齢化や田園回帰の潮流など今後の農村地域をとりまく人口の動態を考えると、この移住者などが地域社会で果たす役割はますます大きくなっていくと考えられる。しかしながら、そうした外部人材を取り込んだ地域づくりの将来像や課題については、十分な議論がすすんでいない。

一方で、西ヨーロッパにおいては、1970年代から農村地域への人口移動がみられている。こうした現象は、逆都市化（カウンター・アーバニゼーション）と呼ばれ、その後も欧米先進国で拡がりをみせている⁹⁻²⁾。当然、結果として、農村地域においては、多くの移住者が、地域住民として生活し、地域づくりを進めている。

そこで本章では、日本の農村に加えて、その動きが先行していると考えられる欧米を事例としてとりあげ、移住者が果たす役割をそのプロセスとともに明らかにすることとした。欧米での事例とするのは英国である。具体的には、まず、英国における農村人口増加という逆都市化の動きを改めて整理し、日本と異なる農村の社会経済状況を確認する。その上で、第二に、具体的な事例から、地域の小さなイノベーションがどのように創出されているか、そのプロセスを、移住者を中心とした様々な主体の役割に着目しながら明らかにする。事例とするのは、英国、北西イングランドのエンナーデイル村の取組と、兵庫県篠山市の大山地区の二つである。こうした事例分析をとおして、最後に、移住者等の外部人材の活躍を促進するための要件と、地域社会が直面する課題について考察をおこなう。

9-1) 小田切徳美・石橋良治・土屋紀子・藤山浩『はじまった田園回帰：現場からの報告』農山漁村文化協会, 2014年。

9-2) 市田知子「農村への環流現象をどうとらえるか? : 近年のヨーロッパ農村社会研究と日本の農村研究の比較の視点から」『RSAF 研究会報告』, 2003年。

2. 英国における農村人口の増加と地域づくり

(1) 逆都市化と農村の課題

逆都市化は、Halfacree（市田（2003）訳）によると「都市、大きな町での同時並行的な人口減少にともなう「農村地域」での人口復活と増加」と定義されている。英国では、1970年代からその動きが始まり、現在でも都市から農村への人口流出は増加傾向にある。背景には、都市における居住環境の悪化などがあり、国民の半数は生活の質の向上を理由に農村居住を希望しているという。

実際、英国のイングランドにおいて、農村地域に住む人口は、全体の2割弱を占める（2011年センサス）。人口構成をみると、45才未満の人口は、都市では6割を占めるのに対して、5割以下と少なく、中心となるのは45-64才（30.4%）や65才以上（21.0%）である。また、そうした年齢層には、多くの移住者が含まれると考えられる。図9-1は、英国の国内移住数を都市・農村の区別に示したものである。2000年代前半には、ロンドンから年間8~10万人以上が流出するなど、近年に至るまで一貫して都市部の人口流出、農村部への人口流入は続いていることがわかる。

また、市田（2003）は、農村地域の雇用やビジネスの特徴として、雇用増加率は都市より高いこと、1980年代以降に農村地域で設立された企業の2/3は都市からの移住者によること、ただし、ビジネス規模は都市よりも小さいことなどを指摘している。また、失業率は低いが貧困層は存在し、高齢者が増加するなかで、社会的なサービスが不足していることが課題としてあげている。

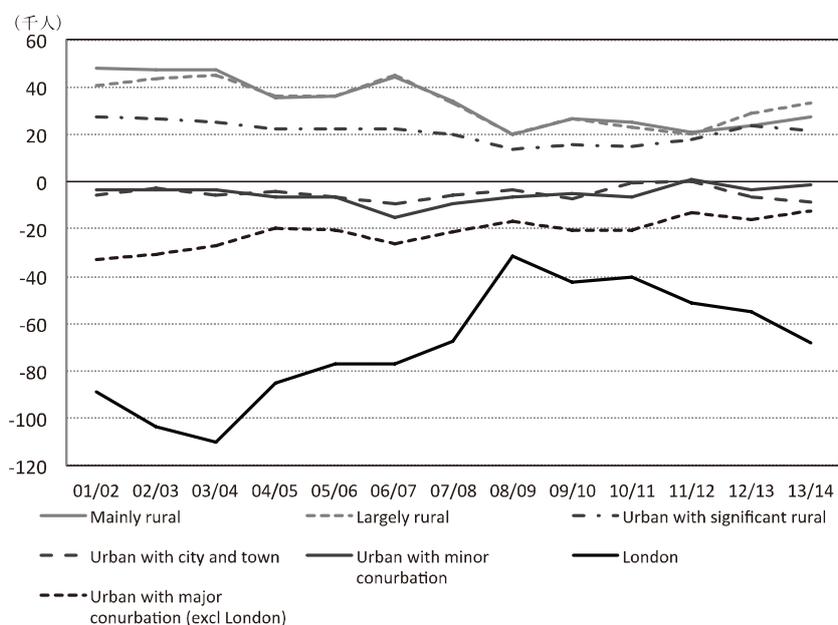


図9-1 英国内の移住動向（2001/02-2013/14）

出所：DEFRA(2015) Rural population and migration 2013/14より作成。

(2) エンナーデイルにおける地域づくり活動

1) 事例対象地域の概要

ここで事例とするのは、イングランド北西部、湖水地方の西側に位置するエンナーデイル村 (Ennerdale and Kinnisde Prish) である。人口は 220 人、戸数は 100 戸の小さな村であるが、牧羊地が広がり夏季を中心に多くの観光客が訪れる風光明媚な農村地域である。

住民の多くは移住者であり、全体的に居住歴は浅い。200 年以上前からの家族である村で最も大きい畜産農家を除けば、約 40 年前に移り住んだ老夫婦が最古参となる。表 9-1 は、この地域の雇用と家所有の実態を示したものである。全イングランド等と比べて、自営 (農家を含む) の割合が多く無職の割合が少なく、家に関しては、ローンのない持ち家の割合が多い。これらの数字は富裕層の移住の多さを裏付けるものと考えられる。

表 9-1 雇用と持家の概要

(%)

	Ennerdale & Kinnisde	North West England	England
常勤雇用	30.8	37.5	38.6
非常勤雇用	12.6	13.9	13.7
自営	18.7	8.2	9.8
無職	1.6	4.7	4.4
持家	52.0	31.0	30.6
ローン有持家	28.0	33.5	32.5

出所：英国 2011 センサス(Neighborhood Statistics)より作成。

2) パブの再生事業

ここでの特徴的な地域づくり活動の一つが、パブの再生とコミュニティセンター開設の取組である。2010 年に、村唯一のパブ “The Fox & Hounds” が閉店した。英国では、パブはコミュニティの拠点でありシンボルでもあることから、再開を望む声が住民の一部から持ち上がった。その時立ち上がったのが、ロンドンから移住した元高校教師 Peter 氏である。地域の関係主体と調整するとともに、外部の専門家なども交えて協議を重ねた結果、地域の住民たちの出資により運営し、再生を目指すこととなった。最低 67,000 ポンド(約 1,000 万円)の資金が必要となり、その調達をすすめたところ、住民を中心とする 217 人から総額 89,850 ポンドの出資を得た。その結果、このパブは、2011 年 4 月、コミュニティ・パブとして再開された。

また、そうしたパブの再生の動きと連動して、同様に閉鎖されていた地ビールの小規模醸造所も民間資本により再開された。その後、2015 年の現在に至るまで、地域のコミュニティ拠点、ツーリズム拠点として機能するとともに、地域内に小さな雇用を生み出す役割を果たしながら、黒字経営をつづけている。

さらに、2012 年からは、それ以前に無くなっていた日用品店や郵便局などの生活関連サービスの再提供とビジターセンターの役割を果たすコミュニティセンター “The Ennerdale Centre” 開設のプロジェクトも始動している。2014 年には、既存建物を利用し

た改修計画、運営ビジネスモデルの決定と宝くじ基金 (National Lottery) による 500,000 ポンドの支援が確定し、2015 年から建物の改修が進められている。図 9-2 は、このパブ再生におけるアクターの関係性を概念的に示したものである。

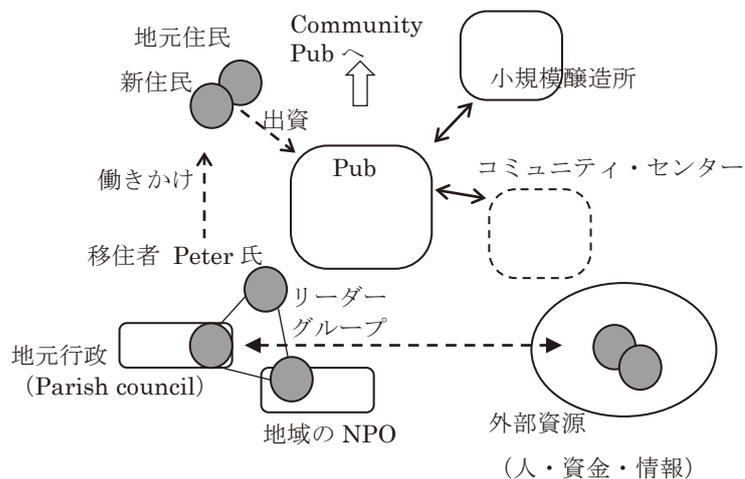


図 9-2 コミュニティ・パブ再生におけるアクターの関係性
出所：筆者作成。



図 9-3 再生されたコミュニティ・パブ
出所：筆者撮影。

3. 我が国における地域づくりの主体の変化

(1) 地域づくりの主体の変化

次に、我が国における、新しい主体（いわゆる「よそ者」）と従来の主体（村の住民）との関係性に变化について整理する。

図 9-4 は、地域づくりの主体の拡がりを概念的に示したものである。水平方向の空間軸は、地域住民（農家、非農家、新住民、女性など）が中心となるものであるが、そこから他出子弟、交流者、都市住民、そして、セクターとしての行政、企業、NPO などに広がっている。また近年では、SNS など ICT でつながる主体もこの軸にて考えられるであろう。

これまで、外部から主体は、どちらかといえば、農村側が企画実施する活動に参加するという形で加わってきた。つまり地元住民が主導するビジネススキームに、よその地域の関心をもった人が参加し、労力もしくは知識や技術を提供するというものである。農村のリーダー達は、自分たちの協力者、支援者、仲間を取り込むことをすすめた。ところが、近年、その形は変化してきている。地域のもつ資源に、外部の主体（個人や団体）が価値を見だし、ビジネススキームを導入し、地域の人や組織と協働し、連携しながら、付加価値を高め、地域づくり活動やビジネスをすすめるパターンが増加しているのである。

近年、全国各地で注目される地域おこし協力隊の活動も含め、今、先進的と言われる事例では、このように、外からの人、新しく移住者が、そのネットワークを活かして資源を結合させ、イノベーションを先導していく取組も多い。その理由の一つは、地域の人々の意識変化である。このままでは立ちゆかない、しかし人的な資源は既に乏しいという、という厳しい現実からくる、外に対しての「ウェルカム」もしくは「ヘルプ」という意識への変化である。もう一つは、地域資源の遊休化、流動化が、水面下で、想像以上に早く進んでいることにあると考える。家屋、工場、店舗、倉庫、さらには、農地、水、山林、機

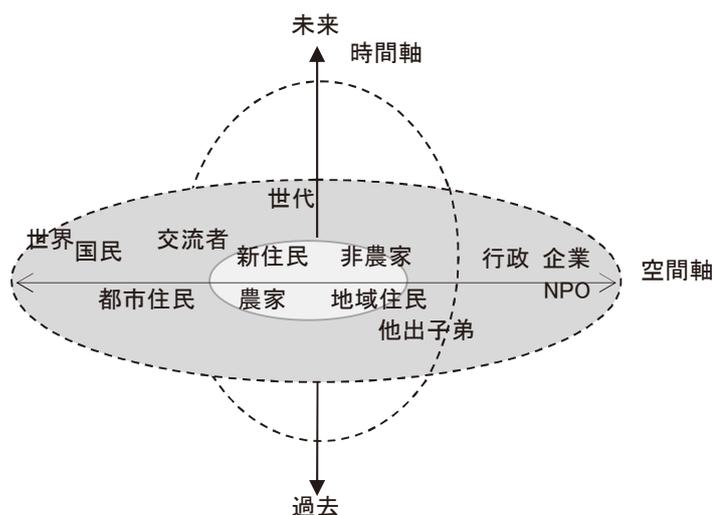


図 9-4 地域づくりの主体の拡がり

出所：筆者作成。

械、技術などの地域資源は、従来、富の源泉として、囲い込まれ、外部者どころか、村の内部であっても、簡単には使わせないものであった。しかし、今、このような資源は持て余され、村の人にとっては価値がないばかりか、負債となっていることもある。表面的には、アクセスが閉ざされているようにみえるが、一つ中に入ってしまうと、外部者や新しい移住者であっても、比較的、自由に使えるような状況になりつつあるといえる。そうした移住者の活躍による地域づくりの具体的な事例を、次にみていくこととする。

(2) 篠山市大山地区における地域づくり活動

1) 篠山市大山地区の概要

大山地区は、兵庫県篠山市の北西部に位置し、北は丹波市に接する。京阪神の中心部から1時間程度の距離にあり、大阪と丹波・但馬を結ぶ主要道路である国道176号線が地区の中心を通るなど比較的、交通の利便性に恵まれている。人口は約1,600人、高齢化率は31%、地区内には14の自治会がある。財産区としての(財)大山振興会を核とした地域づくりが盛んであり、山林管理のほか、滞在型市民農園、里山オーナー制度などの交流活動が積極的にすすめられてきた。

2) 「monoile」の開設と運営

monoile (モノイレ) は、大山地区内にあるカフェ・ギャラリー兼、家具等の木工工房である。2006年に閉園となった旧大山保育園(にしき保育園大山分園)を改修して、2011年8月に開設された。

運営するのは、隣接する丹波市出身の家具職人のY氏夫婦である。大山郷づくり協議会の新たな一員となる形で、施設を運営、活用しており、施設の半分を、カフェ経営、残り半分をギャラリーと工房にあてている。なお、カフェ経営は盛況であり、週4日の開店で、ランチは予約がないとれない程の人気となっている。また、Y氏は、郷づくり協議会のスタッフも兼ねており、地域のコミュニティスペースとしての施設の利用を進める他、協議会の事務員不在の折は、電話対応などもおこなっている。

3) 廃校舎再利用をめぐる資源結合

Y氏は大阪でサラリーマンをしていたが、30歳の頃に離職、Uターンし改めて家具職人を目指した。2008年頃から拠点とする工房をさがしていたところ、閉園後の利用方法を模索している旧保育園舎の存在を、大山地区で、以前から活動をおこなっていた知人の工芸作家を経由して知った。Y氏の方から、施設の利用の打診をしたところ、公共施設であったものを、個人が使用することに対して、多様な意見があり、調整は一時停滞という。

しかしながら、施設の荒廃が進み、治安上の問題も懸念されたことから、約3年後の2011年3月に再利用をすすめることとなった。改修は、兵庫県の補助事業を用いた。費用は、1/2 県負担、1/4 市負担、1/4 地元負担(Y氏が寄付的に拠出)の合計300万強であった。

このように大山地区では、利用されなくなった廃校施設を、外部の人材を繋げることにより再資源化している。この結合においてコーディネーターの役割を果たしたのがW氏である。W氏は、大山郷づくり協議会の事務局長であり、市会議員でもある。大山地区は、(一財)大山振興会、自治会長会、大山郷づくり協議会が、主要な地域団体であるが、そ

これらの地縁団体と調整するとともに、施設利用や補助金利用について、市役所とも調整役を果たした。

図9-5は、以上にみた資源結合をまとめたものである。従前から関わりがあった工芸作家という外部者を起点として繋がったY氏の起業と地域（施設）への関心を、W氏が引き受け、地元団体や市役所などの主要な地域アクターと調整することによって、地域のイノベーションが生まれたのである。このことにより移住者であるY氏は、地域の新たな担い手の一人として活躍することになっている。

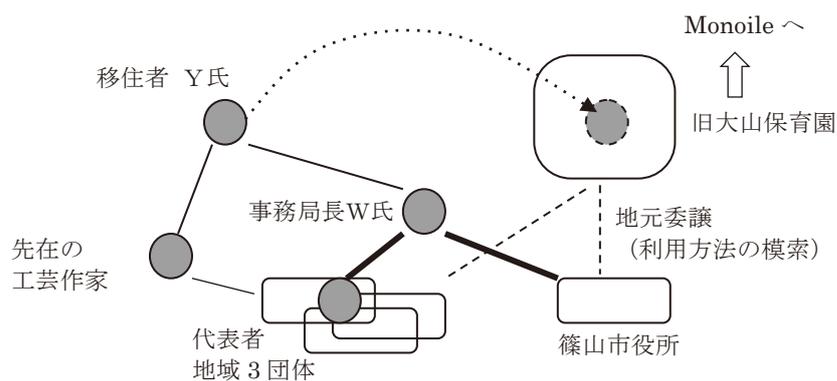


図9-5 遊休施設（旧保育園）利用におけるアクターの関係性

出所：筆者作成。



図9-6 保育園改修により創出された「monoile」

出所：筆者撮影。

4. 展望と課題

以上、日英両国において、移住者が中心となる地域づくりの展開をみてきた。特に、英国農村では、都市からの移住により人口が維持され、また、その移住者が大半を占めながら、いわゆる住民主体の地域づくりが進められていた。しかし、ここでの「住民」は、日本でいうところの新住民、もしくは「よそ者」である。実際、エンナーデイルの事例のリーダーは移住して5年程度の「新住民」である。しかしながら、そうした「住民」が、旧住民（といっても、先に移住している住民）とともに、地域の歴史文化などを再評価し、地域外部との人的ネットワークを活用しながら地域づくり活動をすすめている現状がある。

一方、我が国、兵庫県の事例をみても、同様に、移住者が自らの自己実現とともに、地域における中心的な役割を担うような展開がみられるようになっている。しかしながら、英国とは異なり、その活動展開には、地元住民との協働が不可欠であり、地域のコーディネーターの役割は大きい。今後、日本においても欧米のような逆都市化の動きが拡大するかどうかは不確かではあるが、移住者の位置づけは、英国農村の事例のように変化する方向にあるは間違いない。その進展の速度は違えども、英国のように、移住者らが主導する地域づくりへと変化していくことが想定される。もちろん、歴史や社会経済条件が異なり、全く同じようにはならないだろうが、場所によっては、喫緊に近い状況となることも十分考えられよう。

このように、移住者など外部の主体が、地域の担い手とならざるを得ない状況を考えてみると、改めて議論すべき課題は多い。すべてを俎上にあげることは出来ないが、今後の外部人材の活躍を促進するための要点や課題をここでまとめておきたい。

1つ目は、地域の活動やビジネスをしっかりと、その地域の時間軸に位置づけることである。地域づくりにおける新しい取組やビジネスは、そもそも短期スパンのなかのでの効率や、発展を重視する傾向がある。しかし、それに偏重するだけではなく、長期スパンでの活動であることも求められる。本稿で示した、過去と未来の主体との関係性を意識するとともに、地域資源の活用についても、使うことによってその価値を維持、向上させて、次世代に繋げるという考え方が重要であろう。

2つ目は、移住者などの個人事業の位置づけと、それを支援する仕組みやルールを整備である。これまで、地域資源を用いた個人の活動やビジネスを、村（自治会や地域自治組織など）が支援することはなかった。今後は、村全体で取り組む活動でなくとも、それらを村として支援していく姿勢が求められる。具体的な支援の方法は様々であり、単なる見守りから、公認や後援、協賛や資金援助、さらには共同事業化まで幅広く考えられよう。その反面で規制も必要である。特に地域資源の利活用については、なし崩し的におこなうのではなく、促進と規制のルールをしっかりと整備することも重要であろう。

3つ目は、いわゆる「継業」の促進である。移住者による活動・ビジネスは、「新規」のものに目がむけられがちである。しかしながら、地域の日常の生活関連サービスこそ、必要であるにも関わらず、このままでは消えていく可能性が高い。従来からある飲食店や床屋、八百屋、宿などの存続させるためにも、地域や家族の内部での継承に限定せず、外部に開かれた担い手確保と事業継承の仕組みをつくることが求められよう。

4つ目は、帰属や居住にとらわれない参加形能の確立である。多様な「住民」が居住し、

ライフスタイルも多様化するなか、必要とされるのは、地域への愛着やコミットメントを源泉とした活動であろう。こうした活動は、オープンな対話に基づくものであり、そこで地域資源の再評価がおこなわれ、各主体の持つ技能やネットワークといった地域内外の資源をフル活用して進められるものとなる。地域づくり活動の組織は、地縁にとらわれずも地域を根ざした、各自の地域コミットメントに基づく、いわば、地域クラブチーム型の組織へ変容してことが重要と考える。

今後の農村地域の持続的発展において、移住者など外部人材は重要なアクターであることは変わらない。「田園回帰」は強く促進すべきであろう。しかしながら、その一方で、外部者による地域資源の搾取や、地域の乗っ取りとも言える事態がおこることも危惧される。移住者などの新しい主体としては、自身の夢や理想を実現するというだけでなく、過去から引き継いだ地域の資源や伝統を未来に繋げるという視点をもって活動をすすめること、地域としては、守るべきこと、伝えていくとは何かということを内省しながら確認していくことが求められている。

地方移住希望者の動向について

特定非営利活動法人 100 万人のふるさと回帰・
循環運動推進・支援センター
副事務局長 嵩 和雄 氏

1. 「ふるさと回帰支援センター」の概要

まず組織名について、正式名称が長いので一般的には「ふるさと回帰支援センター」という名前を使っている。ふるさと回帰支援センターは、2002年11月、全国の消費者団体、労働組合、農林漁業団体、経営団体、民間団体や有志などが集い設立された。2004年に調査したアンケート（標本数 50,150 人、回収率 45%）で、ふるさと暮らしをしたい人が 40% もいた。きちんと政策として検討すべきではないかと考え活動を続けている。オフィス（東京情報センター）は東京・有楽町にある。特徴として移住相談員がおり、移住希望者の個別相談に応じている。正職員は 5 名となっている。また福島、山梨、岡山、青森、広島各県専属の相談員がいる。

2. 増加するふるさと回帰の現象

具体的な事業であるが、まず、「ふるさと暮らしセミナー」がある。2013 年には約 120 回実施している。さらに毎年、「ふるさと回帰フェア」を「東京国際フォーラム」で実施している。盛況で、42 道府県 230 のブースが出展し、約 14,000 人以上が来場している。かつてに比べて、近年では真剣度の高い人の来場が増えてきている。

センターへ来られる方の 6～7 割は、概ねの希望エリアのイメージをお持ちだが、具体的な移住先が決まっていない。まずは漠然と思っておられる田舎暮らしのイメージの整理からはじめる。まず、移住の優先順位。どんな暮らしをしたいか問いかけて、冷静な気持ちにしていく。ライフプランの立て方、暖かい地域か寒い地域か、子どもの学校の心配があるかなどを整理する。譲れない条件が決めてから、条件にあう会員自治体を紹介する。基本的には、自治体の担当者におつなぎすることまでが我々の仕事となっている。その後、自治体の担当者が案内しながら、仕事探し、住宅探しなどの支援が行われる。

我々のオフィスへの来訪、問合わせ件数は、2012 年から明らかに増えている。2013 年度はさらに増加した（図①-1）。ここまで増加している要因を理解することはできていない。ただ、「田舎暮らし」「移住」など一般誌で取り上げられるようになってきたことが大きいかもしれない。さらには、若者向けにシフトする雑誌も増えてきている。

かつては東京でも仕事がないなら地方で農業、という消極的な選択が多かった。しかし東日本大震災後、ファミリー層を中心とした 30 代が増えてきた。2012 年からは、すべて

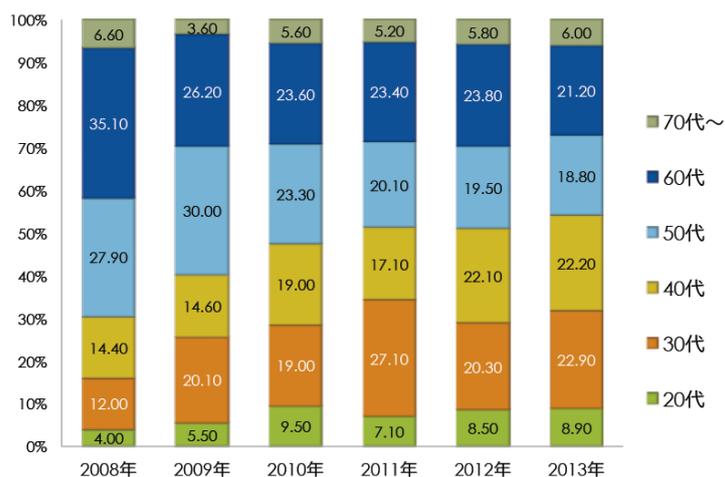


※ 2010年度、2011年度の電話等問い合わせの増加は内閣府補助事業
(6次産業起業支援事業)へのエントリー・問合せ数を含むため

	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度
面談・セミナー参加等	2,269	2,822	2,665	2,543	4,659	8,420
電話等問合せ	632	1,200	3,502	5,173	1,706	2,407
合計	2,901	4,022	6,167	7,716	6,365	10,827

図①-1 東京情報センター来訪・問い合わせ等の推移

出所：嵩和雄氏提供による説明資料より



図①-2 センター来場者の年齢構成の推移

出所：嵩和雄氏提供による説明資料より

の世代が地方に向かいはじめていることが理解される。また、20代では、センターに来ないで自分たちでSNSなどを通じて直接、現地に向かっている。見かけの数字よりも、若い方は地方に向かっていると考えている（図①-2）。

ただ、なかなか定住につながっていかないという悩みも聞かれる。たとえば高知県は若い世代に人気があって受け入れも積極的だが、彼らの5人に1人が、移住したものの3年程度で出て行ってしまうという。高知県としては、そういった受け入れを支援する母体として、行政以外の移住者支援を手がけるNPO間の横のつながりを増やしてサポート体制を充実させたいという話もある。

3. 移住先での仕事

回帰支援センターとして、若者の移住が増えてきたときに悩ましいことは、地域での仕事の少なさにある。なんとかしなければならぬということで「ふるさと起業塾」を立ち上げた。この塾では、都市における雇用よりも、農村、漁村における「なりわい興し」を目指していて、そのための学ぶ場を提供している。センターでは、国の「地域社会雇用創造事業」にも応募して“農村”の6次産業化、起業支援の環境を整えてきた。農業の6次産業化ではなく、グリーンツーリズム的なことや空き家改修も含めた移住支援にかかるビジネスの支援を行っている。こうしたサービスを提供する人材育成を広い意味での「農村の6次産業化」とみなして定義している。2年間で約100名の起業家に支援を行い、100件のうち85人程度はそのまま定住して仕事をされている。

たとえば、千葉でピザ屋さんを始めた若者のケースでは、当初の年商が200万円だったが、いまでは1,200万円程度に成長している。移住者がこうしたビジネスを立ち上げ、地域のなかで新しい仕事を始めるというのも必要と思われる。

また、地域おこし協力隊として移住した方に話を聞いたところ、農業、土日のカフェ、高齢者のお手伝い、NPO、講演等その他というように5つの仕事をかけ持ちして、月25万円ほどの収入を得ている。5つの仕事をかけ持つ理由は、リスク分散とネットワークづくりにあるという。将来的には、これらの仕事のなかから一つの核をつくって、それを軸にした「複業（多業）」ということで組み合わせていくとのことであった。

さらに、雇用から起業への動きがある。なりわいを継いでいく「継業」（いわゆる「事業継承」）の可能性もある。地域のなかで必要な仕事、必要とされている仕事だが後継者がいないからやめてしまう仕事がある。島根県の海士町に移住した方の事例は、継業というパターンといえる。この方は、地元で一人しかいなかったご高齢の方の「なまこ加工」の仕事を弟子入りのうえ一緒に仕事を行い、現在では彼自身が代表になって会社を立ち上げて加工販売まで手がける。こうしたケースは、沖縄の事例をはじめ他にも存在している。

田舎暮らし希望者へアンケートをとってみると「働きたい」という方は5割以上いる。「半農半X」という動きも含めると4分の3が地方で働きたいと思っている。移住地選択の優先順位について、2013年では就労の場があること（2010年＝10.6%、2013年＝17.1%）を挙げている人が一気に増えている。若い世代の移住者が増えていて、生活の糧としてのお金を稼ぐ希望が多くなってきている。

4. 空き家の問題

最近、空き家の問題が出てきている。玉田樹（2006）『兼業・兼居のすすめ』（東洋経済新報社）によると、2020年には、地方で空き家数460万戸、空き家率18%になるだろうと言われている。これを何とかしていこうとしているが、空き家提供の持ち主の意識や賃貸経費の問題など課題も多い。ただ、国会においても2014年11月19日に「空き家等対策の推進に関する特別措置法」が成立し、市町村が今までできなかった空き家への立ち入り調査ができるようになってきている。今後、空き家対策に変化があると考えている。

また、自治体も条例で対応しており、たとえば移住支援、移住政策に熱心な飯山市では、

「飯山市空き家等の適正管理に関する条例」を移住セクションである飯山市住んでみません課が管轄している点で興味深い。持ち主、所有管理者がきちんと管理しないといけないことを全戸配布で知らせて、もし管理できない場合は空き家バンクへの登録を促す。この取り組みにより、空き家バンクへの登録件数をかなり増やしたという。

さらに館山市では、「おせっ会」という NPO が、単に「貸しました」ではなく、住んでいる人、貸した人、何のために貸すか、地域のために貸すこと、住民が不安に思うような交渉を地元の商工会に入っている不動産屋が行うこと、などを理解してもらおう広報・告知を行っている。さらに福島県二本松市東和町では、震災以降も受け入れ体制がきちんと存在することによって移住者、新規就農者を増やしている事例がある。特に、行政だけでなく、中間支援組織によるアフターフォローを手がけている。

いきなりよそ者が地域に入ると、地域の人たちとの関係がうまくつくることができないことがある。重要なことは、地域側の中間支援組織が受け入れ体制をつくっていくことにあると思われる。行政職員や住民が、事前にどのような人に移住して来てほしいか、移住者が入ってくる場合のシミュレーションを行うことが大切といえる。たとえば、地域の暗黙のルールなどは、移住者が知らない場合トラブルになることがある。こうしたルールを覚書や申し合わせ書を交わしている地域は、トラブルが比較的少なくなっているという。たとえば、和歌山県紀美野町「きみの定住を支援する会」では、宅地の利用、宅地・畑の管理、区入り及び班入り、田舎の風習・習慣といった申し合わせ書の取り交わしが行われている。

5. 移住者をめぐる新しい動きと今後の課題

さて、新しい動きとして「孫ターン」という現象を追いかけている。孫がおじいさん、おばあさん、お父さん、お母さんのふるさとに行くケースが増えてきている。ただ、都会に出て 3 世代目くらいの人が増えてきているなか、ふるさとを持たない人たちに地方暮らしや田舎暮らしをどう紹介できるかという課題も見えてきている。

また、様々な自治体が移住支援を始めているなか、一昔前にあったような「補助金競争」になる懸念がある。一方で、今の移住希望者の相談を受けていると、支援金、補助金、移住支援策にあまり興味を持っていない。その街に移ると、どういう暮らしができるのかといった相談が最初に来る。お金の話を前面に出すことは、あまりよくないかもしれない。むしろ「自分たちの街はこのような街だから、このような人に来てほしい」という将来的なビジョンがあるところに人が集まっているのではないかと感じている。

コラム②

中山間地農業に向けた ヤンマーアグリイノベーション株式会社の取組について

ヤンマーアグリイノベーション株式会社
松本 拓郎 氏

1. はじめに

ヤンマーは、主にディーゼルエンジンを核とした産業用機械を製造しており、主にトラクター、コンバイン、田植え機などの農業機械をはじめ、船そのものや船用エンジン、発電機やバックホーなどの建設機械等を製造・販売している会社で2012年度に100周年を迎えた。農家の生まれだった創業者の山岡孫吉は、過酷な農作業の省力化を図るためにディーゼルエンジンの技術をドイツから導入し、農業機械に使える小型のディーゼルエンジンを開発した。これまでの100年間は、農業生産者などにディーゼルエンジンを使った様々な機械を開発し提供することで成り立ってきた会社ですが、次の100年は機械をつくるだけでなく、機械を使っていただく方に様々なソリューションを提供していかなければ続かないと考えている。ヤンマーアグリイノベーション(株)は、農地法改正をきっかけに新規農業参入企業の増加や新規就農希望者が増加傾向にある中、新規就農者の育成と儲かる農業の実践のための支援、新しい作物の産地化提案などを通じて、持続可能な農業の産業イノベーションに挑戦することを目標としている。

特に近年では、フェラーリのデザインを手がけられたデザイナーによる見た目も格好良いハイスペックなトラクターや高機能農業用ウェアの発表により農業のイメージづくりの取り組みを行っている。合わせて、農家の皆様がどのようなこだわりをもって作物を生産しているのか消費者の方々により一層知っていただくための活動も展開している。たとえば、2013年には東京と大阪でマルシェを開催し、2014年には大阪難波の角座広場でのマルシェを実施し、生産者と消費者が会話を楽しみながらショッピングをする姿が多数見られた。また、生産者とレストランのシェフをマッチングし、販路拡大に繋げることもできた。

2. ヤンマーアグリイノベーションの農場

さて、本題について、弊社では3つの農場をもって運営している。一つ目は、広島県世羅町に、農業に新規就農される方を育成する研修農場をつくっている。ここでは、広島のお好み焼きに欠かせないキャベツの生産量を増やしたいとする広島県の意向も踏まえて、機械化一貫体制によるキャベツ生産を主体とした農業研修を行っている。二つ目は、棚田が広がる大阪府豊能町にて「ヤンマー遊悠ファームとよの」という農場で体験農園をしている。生産者の高齢化が進み、耕作放棄地が増える中、都市部にお住まいの方で本格的な農業を楽しみたい人たちや子供の食育のためにお米や野菜を育てる体験をしたい人を対象に参加していただいている。ヤンマーは大阪府や豊能町と連携しながら、大阪の都市部と

豊能町をつなげる架け橋の役割を担っている。最後に三つ目は、兵庫県養父市にある「ヤンマーファーム養父農場」で中山間地での農業を儲かる農業にするための取組を実践している。ここは小規模な稲作を営んで来た地域であるが、米価が年々下落する中で何を作ったら儲かる農業が営めるか検討し、現在、ニンニクの産地化を目指して取り組んでおり、地域の農業生産者や農業参入を検討されている企業と連携しながら栽培を進めている。以下では、養父市と豊能町の取り組みを中心に話したい。

3. 「遊悠ファーム」(大阪府豊能郡豊能町)

まず、豊能町での取り組みは、ヤンマーによる体験農園のモデル農場として、他の地域でも成り立つ条件を検討しながら事業化を進めている。一般的な市民農園や貸し農園は、主に区画貸しとして実施されているが、誰の指導も受けずに農業を行うのは初心者には難しいという課題がある。一方の体験農園は、農家の指導のもと体験される方々と一緒に農業を行うことができる。体験者にとっては、やり方がわからなくても指導を受けながら農業ができ、初心者でも入りやすいメリットがある。元々農業をしたことのなかった人が遊悠ファームで農業を体験することによって、次のステップに進むケースもある。

例えば、大阪府では2011年度より「準農家制度」を設けている。遊悠ファームで2年以上の体験をされた方は、準農家を受ける資格をもつことができる。遊悠ファームで体験された方の中から、準農家を目指してみたいと考える人が実際出てきており、将来的には自分の農地をもって農業をやりたいという人がいる。そういう人たちが増えてくると、必然的にヤンマーが提供する農業機械のニーズが生まれてくると考えている。

その他、遊悠ファームには様々な可能性があると考えている。1つ目は、自分でつくって自分で食べる「自産自消」の推進。これにより、みなさん野菜を作ることの大変さをわかりながら、農薬を使わないとこんなにも虫が出るのか等を理解し、野菜を大切にしながら食べるようになる。2つ目は、子どもへの食育。子供の野菜嫌いが無くなるなどの効果が出ている。3つ目は、平日に大阪で仕事をして、土日の週末に農業をするライフスタイルの提案。4つ目は、遊悠ファームがより拡大していくことによって、遊休地の活用が図れる可能性。最後に5つ目は、準農家の話のように、新規就農者の育成につながっていくことが挙げられる。

なお、ヤンマーでは、他の体験農園との差別化を図るため、より安全・安心でおいしい野菜が作れる「資源循環農法」を進めている。具体的には、放置竹林等で問題になっている地域資源である竹を利用した農法に取り組んでいる。竹を植織機というヤンマーの作業機にかけてつくった「竹パウダー」を圃場の表面にまくことによって、そこが微生物の棲家となり微生物が発生させた二酸化炭素を植物が活用したり、地表面からアンモニアの形態で窒素を吸収させることによって、植物体内に硝酸態窒素を蓄積しにくくなるようにするなどの効果がある。例えばこの農法でハウレンソウを栽培すると硝酸態窒素が500ppm以下でエグミの少ない甘いハウレンソウができる。このハウレンソウは遊悠ファームの会員の方に大好評となっている。

遊悠ファームの主な参加者は、大阪の北部である北摂地域が最も多い。年齢層は30～40



図②-1 田植えの様子



図②-2 稲刈り集合写真の様子



図②-3 野菜の収穫の様子



図②-4 耕うん作業の練習の様子

出所：ヤンマーアグリノベーション株式会社提供。

歳代、幼稚園から小学校低学年くらいのお子さんの方が多く、次に、定年退職間近もしくは定年退職された方々が、将来、農業をするための技術を身につけるための足がかりとして入会される。さらに子供の食育教育のためにという方もいる。田んぼでお米作り体験コース、体験型農園コースの2コースを設けていて、会員制になっている。個人会員は50組の募集に41組参加されている。加えて企業の福利厚生としての参加や、学童保育の団体も参加されている。また、遊悠ファームの近くには高山小学校の跡地に「高山コミュニティセンター」があり、ここの教室を遊悠ファームが借りて野菜教室、料理教室を実施している。ここのモデル農場での知見をパッケージ化し全国展開を目指していきたい。

(※参考) ヤンマー遊悠ファーム HP : <http://www.yanmar.co.jp/campaign/yuyufarm/>

4. 「ヤンマーファーム養父農場」(兵庫県養父市)

2012年度に広島県世羅町の農場ができた際、養父市からも同様の取り組みをして欲しいという依頼がありヤンマーファーム養父農場がはじまった。養父農場では、農業の活性化に向けた取り組みを行うため連携協定を養父市、ヤンマーアグリジャパン(株)、ヤンマーア



図②-5 にんにく収穫の様子



図②-6 収穫したにんにく

出所：ヤンマーアグリノベーション株式会社提供

グリノベーション(株)の間で締結した。色々な野菜を栽培し試行錯誤を繰り返しながら、現在ではニンニクの産地化を目指すという方向性で固まった。ニンニクの栽培面積を拡大していく計画で、先ほど述べたように、地元のニンニクの会やメーカーなどと協力しながら進めている。

2018年には、2012年4月開始時点で1.6ヘクタールだった面積を18ヘクタールにまで増やし、まずは儲かる農業の姿を示していきたい。しかしながら18ヘクタールは通過点であり産地として認められるまでに成長させたい。特に、2014年3月に養父市が農業特区(国家戦略特区)に指定され、農地の利用規制がある程度緩和されていく環境もあり、農地面積を増やしていく動きも進めやすくなると考えている。なお、養父市の農業特区では、①耕作放棄地等の再生、②農作物・食品の高付加価値化の推進、③地域特有の古民家を活用して農業と観光・歴史文化の一体的な展開を図る交流者滞在型施設の整備が計画されている。

なお、同じ兵庫県内の事例として、キッザニア甲子園にヤンマーのブースを設けている。ここでは子どもたちに画面を見ながらのバーチャルの農業体験をしてもらえる。こうした農業体験をした子供たちやその御両親へ、たとえば養父の農場や遊悠ファームにおいて実際の農業ができますよ、と「グリーンツーリズム」を提案するなども検討していきたい。養父でにんにくの産地化を進めるにはそこで農業をする人が必要となってくるため、都市部で農業に関心がある方々に、まずはツーリズムで農業に親しんでもらい、その中から本格的に農業参入したい人を受け入れられるように養父農場を農業研修ができる場にして、農業の新規参入者を育成しながらにんにくの産地を拡大することを目指していきたい。

コラム③

神戸から但馬の限界集落に移住して-いきがい、悩み、見据える将来

豊岡市役所コウノトリ共生部農林水産課農政係
鳥獣害対策員 岡居 宏顕 氏

1. 移住のきっかけ

元々は神戸に実家がある。豊岡へ移住して普段はTシャツを着て、全身血だらけ、泥だらけになって走り回っている。朝の3時くらいに、農家の方などから電話がかかってきて「イノシシ出たぞ」とお叱りの声を受けて慌ててとんでいくような生活をしている。

都会に住んでいた私が、なぜ豊岡市の鳥獣害対策員になったのか。高校、大学では部活動とは別に、兵庫県自然教室でボランティアをしていた。春と夏に美方町で自然教室の合宿があったので、但馬とは昔から縁が深かった。大学では図書館でずっと本を読んでいて、そのなかでインディアンの狩猟民族が気になった。そのとき『ダンス・ウィズ・ウルブス』という映画があって感動したことがきっかけとなり、アメリカのインディアン居留地に行ってみた。そこで様々な自然的体験を経験した。そして、アクセサリーなどの製品をアメリカ以外の海外へ輸出する手伝いを依頼されるようになり、ライフワークになっていった。

その一環で、アメリカで習ってきたなめしの技法(脳漿なめし)を日本シカに応用して、なめしをした皮を使ってカバンをつくり、そのうえに狩猟民族の伝統芸能のビーズ細工をして販売する事業をしてきた。なめしができるようになって、今度は猟をするようになった。皮を得るために猟師のコネクションができていたが、なかにはよろしくない仕留め方をする猟師もいるため、そうした皮をもらってきてうまくなめせても商品として出すことに疑問を持っていた。そこで、自分で猟をするようになった。

私は根っからの凝り性で、シカの生態を研究し尽くさないとシカはとれないと思った。先ほども話したが、よろしくない仕留め方はしたくない。シカが自分で撃たれたと気づかないようなとり方を実践している。寝袋、御飯などだけをもって冬山でシカの後を追いかけて何日も歩き、シカがどういうふうに動いたか全部メモした。どのシカがグループのなかでどういう役割をしているか把握し、そのなかで一番弱くて、ほっといても死んでしまうようなシカだけをとるようにしている。

2. 豊岡市での鳥獣害対策と動物との共生

猟までするようになると神戸では厳しい。兵庫県内の色々な村にあたり、そのなかで豊岡市が、行政も村も人も手を広げてくれたので引越すことになった。先ほど話したシカのとり方に関連して、山東町などのシカがものすごく小型化してきていて問題になってきていることなどをフェイスブックで発信していたところ、豊岡市の中貝市長がそれを閲覧されていた。豊岡市は獣害対策が遅れていたこともあった。2014年5月から豊岡市の嘱託職員として雇用されている。

陳情があった案件について、5割は確実に獣を来させなくできている。5割というのは

少ないようだが、経過措置もあるので経過を現在、見ているという状態が多い。「今来なくなったというのか」「ずっと来なくなった」というのは違う。ずっとこれからも来なくするためには、色々な要素が関係する。その経過措置をみて5割となる。自分のなかでは高い確率と認識しており、陳情があった案件についてはこなせていると考えている。

また、豊岡市（山東町）に引っ越ししてみても驚いたが、豊岡は動物との共生の文化をすごくもっている。だから猟師に対する抵抗感がなかったのかもしれない。先ほどのインディアンの部族の話に戻るが、彼らの思想にも共生がある。豊岡市には共生を意識して暮らすことができるすごく恵まれた環境、文化がある。築100年の古民家（岡居氏の自宅）には動物が入り込めるようなすごく大きな入口がたくさんあり、金網で塞ごうとした。そのとき隣のおばあちゃんに「やめとき」と止められた。なぜかとたずねると「見とったらわかる」と言われたので塞がずに観察してみた。すると、色々な動物がその穴から出入りしていて、絶妙なバランスがあった。家にネズミが増えると1階と2階の間にテンが入ってくる。それがネズミを追い払ってくれる。虫が増えたときにはイタチが入ってくる。床下にムカデが増えたと思ったらアナグマが入ってくる。

また、夜の道を歩いていると、踏まない歩けないくらい蛙だらけ。当初は避けて走っていたが、踏んでしまった蛙が次の朝、日が昇ると同時にトンビやカラスが全部もっていく。8時くらいになると死んでしまった蛙が1匹もいなくなる。

すべての農村に住んでいる動物が、どれだけ長い時間をかけてこのようなサイクルを身につけたのか驚くくらい、人間の生活を中心にいとまなまれている。人間は、実は必要とされている存在で、すべての動物が人間を頼りにしてきている。大学のときにマルクスを読んでいて、ちょっと疑問に思うこともあった人間という存在に対して、すごく納得できた。豊岡市に住んで、今の生活があって、共生という意識があって、すごく幸せに感じている。

3. 今後の課題と方向性

ときどき、都会から来た人たちを対象にナイトサファリをする。コウノトリに連れて行ってもあまり喜ばない人でも、夜の道を走っているときにタヌキが“ヒュッ”と出てきたらとても喜ばれる。野生動物は、自身に幸運がないと見るができない。

ただ、実際に私が取り組んでいるようなことが、地元の人には全然みえていない。それが宝とも思っていない。しかし、私たち都会の者にとっては、どれだけ大切なことかと感じる。いま一所懸命、豊岡市で、誇りを取り戻すきっかけづくりをしている。

さらに、獣害対策だけでなく、シカの実際の生息数のカウントもはじめています。私が計画しているのは、地域の小学校（小学生）と一緒に、シカの糞害調査からシカの頭数を推定しようとしている。そうすることによって、獣害は役所がやってくれるもので自分たち住民は何もするものではないという農家を巻き込んでいきたい。小学校が動くとPTAが動く。PTAが動くと農家や地元の見守り隊も動き始める。地域全部を巻き込むことを豊岡市中でやりたい。もちろん、全員で考えることは難しいことと思うが、全員で方策を打ち出そうということを考えている。

コラム④

「創造的過疎」に取り組む徳島県神山町の「グリーンバレー」

兵庫県立大学環境人間学部
准教授 杉山 武志

1. はじめに

本コラムでは、当該研究分野で話題になることが多い、「創造的過疎」に取り組む徳島県の神山町で活動する「グリーンバレー」の事例を検討したい。記述については、2014年11月20日に地方シンクタンク協議会の視察研究会でのNPO法人グリーンバレー理事長大南信也氏からの話、後述のIT関連企業のオフィス、カフェの現地調査に基づいている。

2. 活動の経緯と概要

はじめは、小学校にあった「アリス」という、アメリカのある方から神山町に寄付された人形を、寄付者のもとへ里帰りをさせるプロジェクト「アリス里帰り推進委員会」の活動にあるという。1991年3月3日に委員会が設置され、この会に現在のグリーンバレーの担い手が参加していた。無事に里帰りに成功したが、このときの活動の体験が地域づくりの意識共有として重要であったことを大南氏は振り返っておられた。

その後、1992年3月3日に神山町国際交流協会が立ち上がったが、活発化するのには1997年～2006年に実施された「徳島県新長期計画」へ、住民目線の国際文化村づくりとして「とくしま国際文化村プロジェクト」を提案したことがきっかけとされる。大きくは「環境（アドプト・プログラム）」と「芸術（国際芸術家村）」の2つの事業が遂行されてきた。1997年4月18日に国際文化村委員会を立ち上げ、発展した組織が「グリーンバレー」（2004年12月1日設立）となっている。この「国際文化村プロジェクト」で目指されたことは、「環境」と「芸術」から神山のイメージをかえることにあったという。

3. 「グリーンバレー」の取り組み

「グリーンバレー」は、徳島県で唯一、行政以外の組織への移住交流センターの運営の委託を受けている。他の徳島県内の市町村における移住交流センターは行政が運営している点において、神山町の特徴にもなっている。「グリーンバレー」の場所は、大南氏も通っておられた小学校跡にあるが、この小学校跡が移住交流センターの役割も果たしている。2010～2013年度に移住者センター経由での移住者は、58世帯105名（うち子ども27名）、平均年齢は30歳前後となっている。この受託により、移住希望者の情報を得ることができるようになったことが、「グリーンバレー」による現在の活動につながっているとして、重視されている。

「グリーンバレー」では、厚生労働省認定の「緊急人材育成事業」「求職者支援訓練」に



図④-1 サテライトオフィスの一つ（左）と「カフェ・オニヴァ」(右)の外観

出所：筆者撮影（撮影日：2014年11月20日）。

関する事業として、2010年12月より「神山塾」を手がけている。失業した人や卒業しても未就労の人たちを対象に、就職に役立つ知識や技能の習得をめざすという。訓練生は、主に20歳代後半から30歳代で、東京周辺からのクリエイター関連の知識をもつ参加者が多数という。2014年8月までに77名が修了している。修了生のなかには、移住者(約50%)、後述のサテライトオフィス就職者7名がおり、移住対策につながっている。

さて、「グリーンバレー」では、「創造的過疎」を目指しているという。「創造的過疎」のベースには、創造都市論が捉えられている。「グリーンバレー」による「創造的過疎」の定義は、「過疎化の現状を受け入れ、外部から若者やクリエイティブな人材を誘致することで人口構成の健全化を図るとともに、多様な働き方を実現することでビジネス（仕事）の場としての価値を高め、農林業だけに依存しない、バランスの取れた、持続可能な地域を目指す」とある。特に近年、力を注いでいる事業が「アートインレジデnts」と「ワークインレジデnts」という事業である。まず、前者については、毎年3名の外国人の参加によるアート作品の制作を支援している。1999年から開始され、2014年で16回目を迎えた。氏によると、神山はアート制作の行いやすいと思ってもらえる「場づくり」に努めているという。2014年は、ベルリン在住の日本人が制作した1人3冊まで預けられる「隠された図書館 “Hidden Library”」の取り組みが行われた。本を収めた人だけに鍵を渡して、いつの日か神山の人の思いがいっぱい詰まった図書館になることが期待されている。

次に、後者の「ワークインレジデnts」とは「仕事を持った移住者の誘致」という。「ワークインレジデnts」の発想は、「サテライトオフィス」や「カフェ・オニヴァ」といった料理店など、「グリーンバレー」による「場所を選ばない働き方が可能な企業の誘致」という基本的な考え方が基にある。ここでは、仕事を持った人に移住してもらうという。特に、「町の将来に必要な『働き手』『起業家』を逆指名」されている。事前に夢や希望、どういう職業を持つ人か理解でき、まちのデザインができることを特徴としている。

2014年11月時点で、東京に本社をもつIT関連企業を中心に11社が、神山町にオフィスを構えている。通信環境が整備され、東京の本社とテレビ会議を行えるようになっている。移住者から打ち合わせができるようなカフェ施設がほしいという要望があり、「カフェ・オニヴァ」を設置することを試みたという(図④-1)。近年では、「カフェ・オニヴァ」をはじめ、オーガニックをキーワードに農業の活性化を目指そうとしている。そのための“誘致戦略”が、新たに検討されている。

4. 考察

「グリーンバレー」をめぐるのは、筆者が知りうる限り、学者の間でも賞賛する意見が大半となっている。そのようななか、本コラムではやや批評的に問いかけたい。もちろん、神山町での取り組み自体は尊重しているし、多自然地域をめぐる取り組みや考え方に多様性があるべきと認識している。以下は、あくまで学術的かつ政策的な見地を問いなおすための考察結果であることをはじめに断っておきたい。

まず、「グリーンバレー」の取り組みは全体的にアーティストックでもあり、若い世代に多自然地域の魅力を訴求する意味において好印象を与えている。「神山塾」を開催して若者の就労、移住者増を目指した取り組みは、田園回帰を促進する面から本研究の論点とも共通しており、共感を覚える。一方で「グリーンバレー」の中心的な事業といえる「アートインレジデnts」「ワークインレジデnts」の取り組みについては、素朴な疑問を覚えてしまう。たとえば「隠された図書館」は、すべての住民が参加できる仕組みと言えるのだろうか。また、ICTなど特定の仕事の能力をもった人たちを中心に誘致を試みる「ワークインレジデnts」も、多様な価値観をもつ人たちが移住しえる仕組みだろうか。

こうした疑問を覚えるのは、学術的な面での理由に起因する。東京に本社を持ち続けるICT関連企業のサテライトを「誘致」という発想だが、これは従来から地域経済学において問題視されてきた「外来型」企業・工場誘致^{④-1}との差異についての理解を難しくする^{④-2}。「創造的過疎」という考え方には、創造都市論や創造農村論^{④-3}が援用されている。ここまで述べると理解が得られるであろうが、創造都市論や創造農村論では地域経済学的な立場も踏襲する。こうした創造都市論や創造農村論が、「社会的包摂」との関連を強調している事実がある^{④-4}。特に、クリエイティブ概念に「賢明な知恵 (wisdom)」というモラル概念が含意される^{④-5}ことを勘案するならば、地域内外の多様な価値観をもつアクターを包容しうるモラルを紡ぎ出す視点^{④-6}を認識する必要があるがどうしても出てくる。

「グリーンバレー」には、話を聞いた限り、2014年度になって急速に政策立案者を含めた視察が増加しているという。しかし、政策立案者による創造性の「アドバルーン」をあげすぎているようにみている^{④-7}のは筆者だけではない。「創造性」という概念は、学界においても取り扱いに難しさが残る、注意深く検討を進めなければならない言葉でもある。創造都市論・創造農村論の援用と視察者による「創造性」への単純な崇拝が、新住民と旧住民間、「クリエイティブ・クラス」と他の階層との「地理的な分離」^{④-8}につながることはないよう、政策立案にあたって留意が必要である。

④-1) 中村剛治郎『地域政治経済学』有斐閣, 2004年。

④-2) 杉山武志『創造農村』に関する概念的検討に向けて—地理学的視点からの提起』『人文地理』第67巻第1号, pp.20-40, 2015年。当該拙稿において「創造農村」概念をめぐる検討を行っている。

④-3) 佐々木雅幸・川井田祥子・萩原雅也『創造農村—過疎をクリエイティブに生きる戦略』学芸出版社, 2014年。

④-4) 前掲注④-3)。

④-5) Murgaš, F., 'Creative class, creative economy, and the wisdom society as a solution to their controversy', *Creative and Knowledge Society*, 1-2, pp.120-140, 2011.

④-6) 前掲注④-2)。

④-7) 長尾謙吉・笹島秀晃「創造都市をめぐる省察」『日本都市学会 45』, pp.121-130, 2012年。

④-8) リチャード・フロリダ著, 井口典夫訳『クリエイティブ資本論—新たな経済階級の台頭』ダイヤモンド社, 2008年。

「里山工房くもべ」

兵庫県立大学環境人間学部
准教授 杉山 武志

1. はじめに

本研究を開始してからの2年間、筆者がとりわけ注目した事例が、篠山市雲部地域で進められている取り組みにある。雲部地域では、いまを生きる世代、住民一人一人との関係をみすえたコミュニティビジネスが推進されるなか、移住者、起業家が“自然な流れ”で同地域へ移ってきている。特に、雲部の人たちと移住者、起業家たちが交流しあう様子が印象的でもある。本コラムでは、そうした雲部の取り組みの一端を簡潔に紹介したい。

記述は、2014年9月8日と2015年6月19日に実施した聞き取り調査と提供資料に基づいている。本コラムの内容は第8回研究会において筆者より概要を報告した。

2. 活動の経緯と概要

篠山市雲部地域は、同市の東部に位置する。雲部地域でのコミュニティビジネスの活動の発端は、3つある。一つは、城東地区の日置小学校、後川小学校、雲部小学校が統合されて新たに城東小学校が開校するにあたり、旧雲部小学校が閉校したことにある。旧雲部小学校閉校と前後する平成18年9月に「くもべまちづくり協議会」が設立されたが、同協議会は平成23年度に「兵庫県ふるさと自立計画推進モデル事業」を受けるなかで雲部の人たちを対象にアンケートを実施した。その結果、「旧雲部小学校を残して雲部の活性化につながるように利用すればよいのではないか」との多くの意見が寄せられたという。意見を集約するなかから、利活用に向けてのコミュニティビジネスが進められることになった。その際、「幸せに笑って暮らせる雲部づくり」「雲部ブランドづくり」「雲部グリーンツーリズム開発」「雲部の芯（ひろば）づくり」などの方向性が示された『1500年の未来にむけたほんものの田舎づくり』というマスタープランが策定されている。

もう一つは、2012年3月10日～25日に開催された「木と紙と土展」にある。同展は、旧雲部小学校の教室を展示会場にした、木工職人、和紙職人、陶芸家による作品展示会、即売会で、篠山市の当時の臨時アドバイザーであったY氏がコーディネートするなかで開催されている。展示会・即売会とあわせて、地元野菜を使ったカフェ、地元野菜の直売も行い、16日間の開催期間に1,500人が来場している。ここで雲部の担い手たちは、インターネットの活用を試み、若い世代を呼び込みについて経験的に学んだという。

最後は、尼崎市にある園田北地域推進会と「都市と農村フェア」を通じた交流と連携した「雲部ふるさとまつり」（特産朝市）の実施が果たしている役割も大きい。阪神間の地域の人たちと交流するなかで、雲部への潜在的なニーズを把握してきたことも経験の一つと捉えられる。

3. 「里山工房くもべ」

平成 25 年 8 月に「合同会社里山工房くもべ」が設立され、同年 11 月には旧雲部小学校にコミュニティカフェがオープンしている。「里山工房くもべ」は、先述した「雲部まちづくり協議会」の構成団体となっており、平成 27 年 3 月時点で業務執行役員 4 名（うち代表社員 1 名）、カフェ 4 名、厨房 8～9 名のボランティアスタッフが携わっている。メンバーは多才な構成になっている。たとえば、元銀行社員、元商工会職員、元大手通信会社社員がいて、税務、財務、インターネットでの情報発信などの役割を担っている。

「里山工房くもべ」は、地域住民 1 口 5,000 円からの出資も得るなど、担い手と住民が一体となり運営されている。「里山工房くもべ」の主な事業としては、週替わりメニューの「くもべ定食」などが提供されているコミュニティカフェ、地元野菜・パン・弁当の販売、篠山近郊の手仕事品、軽トラ市が実施されている。

コミュニティカフェの情報発信は、雑誌媒体などの特集、テレビ取材による放映、兵庫県雑誌、ホームページやブログ、facebook などインターネットの積極的な活用が挙げられる。特にインターネットの活用に関しては、「木と紙と土展」での経験も大きいと考えられる。「くもべ定食」週替わりメニューも facebook で継続的に情報提供がなされている。結果として、リピーターが定着する成果もあげている。

4. 起業家の移住と入居

「里山工房くもべ」では、コミュニティカフェの取り組みと同時並行で、旧雲部小学校の教室を活用した定住促進が構想されてきた。構想自体は、「木と紙と土展」の経験もあり、早期から計画されてきた。計画はされてきたものの、「里山工房くもべ」が移住や起業に関する情報発信を手がけたり募集をかけたことはなかったという。そのようななか、平成 26 年秋頃に革職人の A 氏が空き教室へ入居した後、平成 27 年春までの半年間で、兵庫県神戸市、高砂市、尼崎市などからのクラフト作家、靴職人、画家、木工職人、丹波木綿の職人計 6 名が旧雲部小学校の空き教室すべてに入居した。特筆すべき点は、入居にあたっての契約があるとはいえ、いずれも自然に入居が決まった点にある。



図⑤-1 「里山工房くもべ」（旧雲部小学校）概観（左）と入居者の工房（右）
出所：筆者撮影（撮影日：2014年9月8日と2015年6月19日）。

入居者は、地域とのつながりも大切にしている。たとえば雲部の行事や PTA の役員をする入居者もいるなど、地域との関係づくりに積極的な一面もあわせ持っている。「里山工房くもべ」の担い手との交流、入居者間での交流が多い様子も現地調査から確認された。さらに、入居者を対象に新聞社やテレビ局が取材されることで雲部の情報発信が行われるなど、相乗効果も生み出されている。「里山工房くもべ」は、コミュニティカフェを核としたコミュニティビジネスと、小学校の教室に入居した移住者・起業家がともに交流しあうことで雲部地域の魅力づくりにつなげてきている。

5. 考察—本事例に注目した理由

「里山工房くもべ」のコミュニティカフェの取り組みは、平成 26 年の開始から起算すると期間が比較的短い。第 4 章表 4-1 で示された売上を収めつつあるなど、短期間に一定の成果をあげている。一方でボランティアへの報酬、人材募集や次世代人材の育成、資金繰り、週替わりメニューの原価率改善など課題も山積している。コミュニティビジネスとして安定した事業へ高めていくためには、もう少し時間が必要かもしれない。その点で「里山工房くもべ」のコミュニティビジネスを現時点で“成功モデル”と言い切ることは少々難しい。ただ、コミュニティビジネスの経営面に関しては、苦しいかもしれないが、第 6 章の先進事例にある通り時間のなかで解決できる可能性も十分に考えられる。

上述の現状を認識したうえで筆者が「里山工房くもべ」に注目したいのは、雲部の住民の多数が賛同するコミュニティビジネスが推進されていて、そうしたコミュニティビジネスを核として雲部の魅力に惹かれた移住者たちが起業する“自然な流れ”が生成されている事実にある。こうした“自然な流れ”が生成された要因の一つとして、リチャード・フロリダが提起している「開放性」^{⑤-1)}が鍵を握っているのではなかろうか。

雲部地域の住民たちによるコミュニティビジネスへの賛同を可能にした要因は様々にあるだろうが、一つには地域のまちづくり協議会をベースとした環境があろう。こうした環境のもとで「木と紙と土展」や尼崎の主体との交流を経験できたことが、フロリダのいう地域の「開放性」を高めるきっかけを与えたものと捉えられる。さらには、「合同会社」という新たな組織形態、インターネットや SNS といった新たな媒体を上手く組み合わせたコミュニティビジネスが推進されることで、新奇性への承認もなされている。移住者は、新たな要素を取り込もうと試みる雲部地域の「環境（ミリュー）」^{⑤-2)}に魅了されているのではなかろうか。フロリダが述べる通り、「クリエイティブ・クラス」が開放的な場所に吸引される^{⑤-3)}ことを勘案するならば、雲部に集まる職人や起業家が同地域の開放的な環境に魅了されて自然に移ってきている可能性は想定されてよからう。

雲部地域の事例から示唆される点は大きい。すなわち、地域の「開放性」を高めるための“学び”や“気づき”を奨める支援策が、住民主体のコミュニティビジネスと移住者の起業を連動させた多自然地域の新たなビジネス環境の構築に向けて希求されていよう。

⑤-1) リチャード・フロリダ著、井口典夫訳『クリエイティブ資本論—新たな経済階級の台頭』ダイヤモンド社、2008年。

⑤-2) 前掲注⑤-1)。ここでの「環境（milieu）」とは、風土や雰囲気といった意味の含意が想定される。

⑤-3) 前掲注⑤-1)。

木材業から製麺業への事業転換から生まれた地元名物『笹うどん』

中谷物産株式会社 播州堂本舗
代表取締役社長 中谷 浩臣 氏

1. 事業転換—木材業から製麺業へ

中谷物産株式会社は、現社長の父親の代から木製の電柱材を扱っていたが、次第にコンクリートの電柱が中心となっていく中、何か木材にかわる新たな事業はないかと考えていた。当時、材木の営業先の一つが香川県にあったことを縁に、材木とは別に通い詰めて、そこで出会った人からうどんづくりのノウハウの一式を学び、それを播州流にアレンジしてオリジナルのものをつくった。そして、父親や周囲に驚かれつつも了解を得て、製麺業へと事業転換することになった。

一方で、製麺事業が生まれた同年、近畿で第一号の道の駅「道の駅はが」ができて、駅長から1年を通してコンスタントに販売できる、地域起こしの起爆剤になるようなものが欲しいと宿題をもらっていた。果たしてこの地域で日本中に訴えられるような特産といたら何があるのだろうかと思ったときに、すでに有名な「揖保乃糸」があることから、「麺のふるさと」というイメージがあるのでこれを大事にしたらいいと思った。その上で、播州、播磨の古いイメージが何かないかと考えたときに浮かんだのが、今の製麺業の屋号である「播州堂本舗」だった。

2. 笹うどんの誕生

普通の白いうどんであれば、さぬきうどんのノウハウを学んでいるのでそれほど時間をかけずにできたが、それだけではおもしろくないということで、何かないかずっと探していた。ある時、父親が自治会の役員旅行で、淡路島の千光寺を訪ねた時、「播州上野の深山に為篠王と称する笹を負いたる大猪あり」とされる、宍粟（波賀）に関係する言い伝えがあることを知る。住職に地域おこしの起爆剤としてその逸話を使用してよいかたずねて許可を得た上で、逸話の中に出てくる熊笹をうどんに練り込むことを思いついた。社長は、千光寺の話を「命の尊さ、モノの大切さ、ロマンを込めた逸話」と捉え、若者に聞いてほしいとの思いを込めた。今後はうどんだけでなく、笹のそばやラーメン、スパゲティ等、うどん麺のバリエーションを増やしていきたいと考えている。

製麺工場は、林業を営んでいた時代からのメインバンクである西兵庫信用金庫より、億単位の融資を受けて稼働した（図⑥-1）。補助金は探したらあったかもしれないが、探す余力もなく利用しなかった。原料は、基本的には地元の熊笹をはじめ、赤穂の塩、国産の小麦等、国内・地元のものを使用するよう努めている。うどんだけで30種類、多品種の製麺を手がけていて、将来的には小麦粉についても、兵庫県産を使用したい意向を持っている。また、従業員は地元の主婦を中心に15人雇用し、雇用形態はパートタイマーが多い。

3. 笹うどんを地元の名物へ

「笹うどん」の目指すところは、北海道の「白い恋人」のように、基本的にその地に行かなければ手に入らないような「地元の名物」にすることである。これが地域おこし、まちおこしが目指す源流であり、地元の名物をどこかへ卸していたら希少価値が失せてしまう。直販と道の駅を中心に販売し、地元に来てくれた人に食べていただき、その人たちのリピートをベースに経営していこうと考えている。また、ちょうど地域の特産に自然薯があって、笹うどんの上に自然薯をかけたものは最高においしい。地域起こしを目指すビジネスというのは、地域にあるものをどんどん組み合わせたり、活用していくことだろう。

4. 様々な人たちとの協働と行政にのぞむこと

さまざまな個人や組織・団体からの口コミを支えにこの 20 年間経営してきたようなところがある。例えば市役所の方が、お客さんに笹うどんを薦めたり手土産として渡したり、B級グルメの大会では、笹うどんは連続で準優勝している。

行政に望むことは、例えば民間企業がこういう特産をつくってみたいと腹をくくって思ったとしても、どこまで一緒に力を入れてやるのかがわかりにくいところがある。また即効性がなく、スピードがゆっくり過ぎる傾向がある。このような時代についていこうと思ったらスピードが命だろう。



図⑥-1 製麺工場内の様子

出所：杉山武志氏撮影（撮影日：2015年7月4日）。

コラム⑦

中山間地域再生の協働システムづくりと大学の役割

—京都アライアンスの挑戦—

龍谷大学政策学部
教授 白石 克孝 氏

1. 中山間地域の現状

中山間地域の再生における大学と自治体の関わり方として、一つには、大学と自治体、NPO、商工会議所等のさまざまな組織・団体がプラットフォームをつくるアライアンスがあり、もう一つは地域公共人材の育成がある。実際にこれらを両輪として協働のプラットフォームをつくり、様々な取り組みが行われている。

近年、農村だけでなく都市も人口減少に直面していることから、縮小都市を前提とした政策が議論されている。その中で伝統的な地縁型・血縁型の社会力が弱まりつつあると同時に機能型・市民型のNPOの新しい社会力も未熟な中、とりわけ中山間地域は社会的な力を失っている状況に直面をしている。

京都府内には46の大学・短大があるが立地に偏りがあり、北部をどうするのかというのは大きな課題であるが、産業構造はCenter-Peripheralのようにはなっておらず、例えば、京都府の農林畜水産物は、全体的に非常に豊富で比較的付加価値の高いものが多く、府内企業の4%弱にあたる1,000社強が100年以上の歴史を有する中、北部地域においてもグンゼ(株)や日進工業(株)のような伝統的にも現代的にも価値のある企業が立地している。一方で、北部は、南部に比べると人口の高齢化率が徐々に進むだけではなく数値としても高く、北部の7つの市町(福知山市、宮津市、綾部市、舞鶴市、京丹後市、伊根町、与謝野町)では2030年までで人口縮小が予想されている。

中山間地域において世代間で活用していくという視点で取り組み始めているのが、使われてない住宅、公共施設、農地、林地等を活用するビジネスモデルであり、再生可能なエネルギー資源を地域主導型で利用していくことである。そうなれば、地域社会を指向するローカルな企業や社会的企業、それらが地域の中に幾つも存続していくであろうし生まれるだろう。そのためには地域で連携・協働し、人々のネットワークを構築する必要がある。実際に全国には幾つかの事例が生まれ、若者がやってきて社会増となっている。

重要なのは、一つは中学生・高校生の段階で、地域社会の一員として地域に対してのまなざしを持ち、地域の中で体験をすることである。そしてもう一つは、孫ターンという言葉を使い始めていて、孫が都会の暮らしや仕事を辞めて、祖父母のいるところに帰ってくるという事例が展開しつつ成功している。Uターンが起きているところはIターンもあり、外から多くの若者が入ってくるようになる。高学歴で能動的な若者が、自己実現と重なる仕事ができる転職先を探しに地元に来ている。それに加えて地域外に応援団となる若者が生まれる。こういう組み合わせの中で、実際に自然増も含めて人口増になるのはなかなか難しいが、とりあえず社会増だけは達成している町村がある。

2. 大学地域連携による社会システムの構築

京都府内の複数の大学がコアとなり、マルチ・ステークホルダーとのパートナーシップによる京都アライアンスの中で大学連携を発展させるには、地域公共人材を育む社会システムが求められる。その一つの機関が、「地域公共政策士」の資格フレームの創設と運用を担う一般社団法人「地域公共人材開発機構（COLPU）」（2009）である（図⑦-1）。最初は修士レベルの資格をつくったが、ライトサイズの資格を学部につくった。そして、域学連携型の地域課題解決や人材育成ができるようにしようと、一般社団法人「京都府北部地域・大学連携機構（CUANKA）」（2012）をつくり、福知山を拠点とし、間もなく京丹後市にも、もう一つの拠点がつくられることになっている。

また、幾つか特徴ある資格群を考える一つとして、グローバル人材育成をしようということになり、NPO 法人「グローバル人材開発センター」（図⑦-2）が生まれた。つまり地元の企業とともに地元の企業のグローバルな発展を意識できるような学生を養成していこうというものである。幾つかの科目群を学んだ後に、実際に企業で PBL（Project-Based Learning）を行う。その資格の質保証については経済団体や行政が入っている COLPU で行う。PBL の場や事前・事後の学習に、地元の企業と経済団体が入り、グローバル人材の初級地域公共講座をとった学生がさらにグローバル資格を取るために企業へ行って PBL なり実践型のインターンシップをしていくという 2 階建て方式にしたのが特長である。これで 3 年の終わりか 4 年の頭には、同資格が取れる。

企業の中には、同企業でこういう勉強をした学生については、就職上有利にするというやりとりをしているところもある。もともと地域公共政策自身の面接等で、総合適性検査等と同じように採用されることを考えているが、これをもう一步踏み込んでジョブマッチングまでやろうと、データベースをつくりだしたところである。京都の地元企業の中から、社会的に貢献できる企業になりたいと考えている企業人をこちらがセレクトして話し合う。中堅や、小規模かもしれないが、地域にきちんとしたまなざしを持った地元にあるべきモデル企業をつくりたい。そういう思いと学生をマッチングさせたいということをワンセットでやっていることが、他の府県がインターンシップをやろうと言っているのとは様子が違うと思う。京都は日本で最初に大がかりにインターンシップをやったが、学生たちは行った自治体や企業に全然就職しないことから、資格を認証して、就職のマッチングをしてインターンシップ等の質を変えろというのが教育サイドからの一つの取り組みである。産官学民あるいは産公学民の連携による大学教育改革と、地域社会の活性化が両方、一緒になって回っていくような、そういう取り組みをやっていきたい。



図⑦-1 京都府北部地域・大学連携機構（CUANKA）と地域公共人材開発機構
出所：白石克孝氏作成。地域公共人材大学連携事業説明資料。



図⑦-2 NPO法人グローバル人材開発センター
出所：<http://globalcenter.jp/about.html>

3. これからの中山間地域の取り組みと大学の役割

京都府下の市町村における生産年齢人口（15～64歳）の絶対数推移を見ると高齢化率よりも絶対数のほうが問題で、ターゲットにしている京都北部の7市町を人口減少の絶対数だけで見たら、むしろ京都市や宇治市、長岡京市の方が多い。大学で市町外へ行くのは仕方ないとしても、30歳や40歳、あるいは22歳や23歳になって帰ってくる動機づけが必要だろう。

現在、大学生が地域に入るから、そのときに高校生をはじめいろいろな子どもたちと一緒にプロジェクトを実施しようという話になりつつある。例えば、地域へ外から来た大学生が大学の話を地元の高校生や中学生と一緒にしながら、短期プロジェクトをやるといような提案をすると、ほぼこの地域も受け入れてくれる。

もう一つの視点として、2013年の空家・空室の絶対数を見ると、東京や大阪、京都に比べたらずっと少ない。だからここを上手にコンバージョンして人が住みたくなるような状況をつくるのが有効ではないだろうか。あるいはコミュニティーの人たちが閉鎖的にならないで、そこで何かやれるしくみがあるということであれば、決して埋めがたい状況ではないだろう。

地方行政の現代化と協働という大きな考えの中には、地域の治め方を変えるという行革があり、よい政策をつくるという意味で政策改革であり、民主主義をよりよく変えるという意味で住民参加と自治の改革がある。今私たちが北部地域で展開しようとしているのは、ここの部分に一定、重なるようなイメージの協働を展開しようとしている。

最後に持続可能な社会をどのように地域間でつくっていくのかということところだが、まず、地域にはプライドや関心があって、その結果として愛情やこだわりが生まれ、だからこの地域のために何かしよう、あるいはこの地域に移住しようとするだろう。地域プライドをどう醸成するかは、エネルギーや自然文化景観、新しい生活のスタイル、空き家等の活用であったり、そこで、グローバル競争とは違う意味での未来に開ける誇らしい方向性が見えるような、都会にはないあり方があれば、中山間地域から持続可能な地域づくりというのが可能ではないだろうか。

協働が地域活性化につながって新しい暮らし方ができるようになるために、行政の主動力を発揮しようと思えば、規模的には、町村単独では少し無理があると思っている。現在、注目しているのは京都北部の7市町の連携であるが、その一つの理由は、極端に大きいところがなく、かといって都市性が全くないといわけでもないところだ。例えば福知山市は、7市町の中で唯一、昼夜間人口が都市型であり、合併してもなお、昼夜間人口は都市型になっているところを見ると、それを生かしていくようなスタイルというのが、地方行政の現代化の要素としては必要だろう。つまり、自治体が住民の話を聞き、地域で民主主義や政策がよりよく機能していくことができると同時に、いろいろな政策を実現していく場合には、例えば広域的にやらないと無理なものとか、そのほうがよいものなど様々あってその判断は難しいが、その指向性を保つことがもう一つの地方行政の現代化ではないだろうか。

コラム⑧

仮設型直売システム定期開催型『マルシェ』の社会的意義と 担い手の役割に関する研究

神戸大学大学院農学研究科 地域連携センター
学術研究員 豊嶋 尚子 氏

1. はじめに

近年、地産地消や食育、スローフードといった「食」を通じて農業問題に関心を持つ都市住民が増えてきている。その中で、朝市は単なる個人消費の場というだけでなく、「農」のもつ社会的意義を発信するための活動の一つとして考えられ、都市部での開催も多く見られるようになってきた。

都市部で開催されるマルシェの火付け役となったのは、農林水産省が2009年度に補助事業として位置付けた「マルシェ・ジャポン・プロジェクト」で、パリやニューヨークで見られる朝市のように、日本の大都市においても一年を通して定期開催されるような朝市をマルシェと名付け、全国8都市の20ヶ所で開催された。同プロジェクトの目的は、大都市において生産者と消費者を直接結びつけることであり、継続的な経済社会システムとして定着させることである。運営にあたっては、出店する生産者の募集・確保や、これまで消費者と直接向き合ったことがない生産者の啓蒙・教育、生産地から販売地点までの効率的な物流体制の構築、立地調整や運営方法、既存のチャンネルとの関係、収益確保をどうするのか等が求められる。

今回、報告する「マルシェ」は、2009年以降に大都市部において運営者の全面的なバックアップによって開催される、新しい農産物の仮設型直売システムと定義し、マルシェに期待される各種の社会的意義の中で、何に重きが置かれているのかを探るとともに、マルシェを成立させ、各種の社会的意義を発揮させる開催場所の提供者である「施設管理者」と、対面販売を行う生産者である「出店者」、都市開催ならでは必要となってくる担い手を「運営者」として、それぞれ3者の果たす役割について探ることを目的とし、大阪市内で定期的に行われている8つのマルシェを対象に調査を行った。

2. 大阪市内のマルシェ—運営の目的・コンセプト

グランフロント大阪では、毎週木曜日に「Umekiki マルシェ」(北区)と、土日に「旬食マルシェ」(北区)が開催されている。そして、JR福島駅のホテル前の広場では「ラグザ de マルシェ」(福島区)、大阪市役所近くでは「中之島ほんまもんマルシェ」(現在休止中・北区)、地下鉄淀屋橋駅近くの商業施設 odona 前で開催されている「大阪ほんまもんマルシェ」(中央区)、御堂筋沿いの難波神社で開催されている「ぐりぐりマルシェ」(中央区)、そして、若者の集まる心齋橋エリアのファッションビルで開催されている「BIGSTEP

FARMERS MARKET」(現在 STEP HARVEST に名称変更・中央区)、四天王寺の境内で 80 程度のブースが並ぶ「わか市」(天王寺区)が開催されている。以上 8 つのマルシェにおいて平成 25 年 12 月から 26 年 1 月にかけて 5 人の運営者に対してヒアリング調査を行ったところ以下のような結果が得られた。

運営の目的・コンセプトは、都市農村交流であり、農家の売り上げアップ、公益活動としてのマルシェの意義の追求、まちで働く人を野菜で元気にしたい、農産物を介した出会いの場であり、安心安全な農産物の提供、若者がオーガニックに出会う場、地域コミュニティーの形成、その他、生産者と飲食店の出会いの場の提供、日本の農業支援であった。

ヒアリング結果からマルシェを類型化すると、「施設管理者主導型」と「運営者主導型」に分かれ、それぞれ社会的意義が、交流性^{⑧-1)} と新たな農産物販売の場の提供^{⑧-2)}に分かれることから、4 つのグループとなった。

3. マルシェ利用者の特性

上記の 8 か所のマルシェにおいて新たな農産物販売の場の提供タイプ(以後、場の提供型)から 2 か所、交流性タイプ(以後、交流型)から 2 か所、それぞれ約 100 名の利用者に対し、利用状況のアンケート調査を行った(表⑧-1)。場の提供型の特徴としては、鮮度がよく旬であり価格が適切な農産物購入の場として立ち寄り型の利用がされており、リピート率は高いものの滞在時間が短いという特徴がみられた。さらに、マルシェ利用により好きな野菜の種類が増え、使用量が多くなるという効果をもたらすものの、「農」への関心は高まっていないことも分かった。一方、交流型の特徴としては、マルシェサイドの情報を見て目的を持って来場している割合が高く、1 時間以上滞在し、食べたり飲んだり、イベントに参加したりして交流を楽しんでいるものの、旬の新鮮な野菜を適正価格で購入できる場といったマルシェの本来的な目的の一つが見失なわれがちであり、リピート率が低いといった危惧される側面も明らかとなった。しかし、農業をしたい、野菜を育てたい、農村へ行ってみたいと思うようになったという利用後の意識変化が認められ、マルシェの社会的意義は一定発揮されていることもわかった。4 つの中で最大規模のマルシェでは口コミで情報が広がっており、手芸品・アクセサリーの販売や大道芸、パフォーマンスなどのイベント実施が集客を促し、滞在時間も長時間化していることも分かり、今後のマルシェの効果的な運営の参考になるものと考えられる。

⑧-1) ここでの交流性とは、都市住民が農産物の購買を通じて生産者や生産現場である農空間との新たな交流を発生させ、さらには都市に新たな文化と潤いの空間の創出へとつなげるものである。

⑧-2) 新たな農産物の場の提供とは、直接的には生産者の生産意欲や所得の向上といった農家支援が目的であり、裏返せば都市住民への購入機会の増加を期待しており、場所を提供することに対する収益性への期待はほぼない。

表⑧-1 4つのマルシェにおけるアンケートの対象者の属性

		I	II	III	IV
		割合(%)	割合(%)	割合(%)	割合(%)
性別	男性	12.7%	10.9%	15.4%	9.0%
	女性	87.3%	89.1%	84.6%	91.0%
年齢	20歳未満	1.0%	0.0%	1.9%	1.3%
	20～34歳	20.6%	8.2%	26.9%	9.0%
	35～49歳	41.2%	30.0%	46.2%	33.3%
	50～64歳	26.5%	38.2%	19.2%	39.7%
	65～74歳	8.8%	20.0%	4.8%	11.5%
	75歳以上	2.0%	3.6%	1.0%	5.1%
職業	常勤で就労	42.2%	32.7%	40.4%	25.6%
	自営・自由業	10.8%	10.9%	19.2%	15.4%
	パート・非常勤	20.6%	26.4%	17.3%	29.5%
	学生	1.0%	0.0%	3.8%	1.3%
	家事専業	20.6%	20.0%	15.4%	17.9%
	無職	4.9%	10.0%	3.8%	10.3%

出所：豊嶋尚子氏作成。

4. マルシェ出店農家の特性

利用者アンケートを実施したマルシェにおいて農産物を生産販売している11の出店者に対しヒアリング調査を行った(表⑧-2)。出店者の概要からは、農業従事者の年齢、地域、栽培品目など、属性は多様であるが、農法については無農薬栽培が大半を占め、特に野菜は多品種をそれぞれこだわりを持って栽培していることが特徴として捉えられた。また、一般的な農家にみられるような市場出荷を重視した姿勢でなく、全収益の中でのマルシェの占める割合は大半なものから1割未満とそれぞれ多様である。また、それぞれの出店者は自身の生産能力にあわせた多様な独自の販売ルートを持ち、必要に応じて加工品をつくったり、同一地域の農家から仕入れたりするなど、それぞれ工夫している状況が明らかとなった。そのような中で、特に、新規就農者にとっては、マルシェは大切な販売ルートの一つであることもわかった。出店目的では、マルシェでの収益性をほぼ全員が意識しているものの、農家同士や消費者との交流も大半が意識している。また、地域活性化や日本農業への貢献も半数弱認められる他、農の持つ多面的機能の提供についても3件認められ、マルシェへの出店は収益性だけを目的とするのではなく、いずれかの社会的意義についても意識していることが明らかとなった。また、50代以下の中堅から若い層は、自身の収益性だけでなく地域や日本の農業全般に対して意欲的な目的を持っており、地域における農業の活性化への貢献や地域をけん引していく役割も自覚していることも読み取れた。マルシェ出店に対して捉えた課題では、出店者自身の販売力とともに消費者の理解力、マルシェ運営者の集客力といった3つの力不足であることがわかった。

表⑧-2 出店者へのインタビュー

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	
出店農家の概要	所在地	丹波市	羽曳野市	有田郡	葛城市	羽曳野市	泉佐野市	堺市	岬町	富田林市	泉南市	貝塚市
	経営形態	法人(従)	自営	株式会社	法人(主)	自営	NPO	自営	自営	自営	自営	自営
	専業・兼業		専業			専業		兼業	兼業	専業	専業	専業
	出身	非農家	農家	農家	農家	非農家	非農家	非農家	非農家	非農家	農家	非農家
	土地所有	借地	所有地	所有地	所有地	借地	借地	所有地	借地	借地	所有地	借地
	年齢	40代	30代	60代	40代	30代	30代	50代	60代	30代	30代	60代
	年数	2年	4年	5年	26年	5年	4年	8年	30年	4年	9年	6年
	面積	1町	6反	1町	2町	9反	5反	1町6反	3.5反	3.8反	1町1反	4反
	品目	野菜70種	いちじく、 トマト	ししゆず、 ゆず、梅	ハブ、苺、い ちじく	ブドウ20種	野菜30種	米、契約栽 培野菜	野菜70種	野菜50種	米、野菜50 種	野菜60種
	農法	有機肥料・ 無農薬	慣行(ハウス 有)	無農薬 仕入は慣行	慣行(ハウス・ 水耕)	減農薬・有機 肥料	慣行 1部無農薬	炭素循環農 法・無農薬	有機肥料・ 無農薬	無化学肥料・ 無農薬	カルテック農 法・無農薬	減農薬
農業に従事する理由	農業に従事する理由	こだわりの農産物の生産と提供	こだわりの農産物の生産と提供	所有農地の活用	安定収入と雇用の創出	こだわりの農産物の生産と提供	若者の就労支援	こだわりの農産物の生産と提供	農業を中心とした社会づくり	こだわりの農産物の生産と提供	所有農地の活用	生涯現役で就労可能
マルシェ出店概要	きっかけ	運営者からの誘い	運営者からの誘い	マルシェジャパンプロジェクトの募集広報	出店農家からの紹介	マルシェジャパンプロジェクトの募集広報	出店農家からの紹介	運営者からの誘い	ネットの開催情報をみて	委託販売先からの紹介	取引先の紹介	講習会講師からの紹介
	仕入・委託	米・豆・ジュース	なし	季節の野菜・卵	なし	なし	野菜・ドレッシング	なし	なし	なし	なし	なし
	出店年数	1年	2年	5年	3年	5年	3年	5年	2年	2年	2年	3年
	出店期間	通年	6~10月	通年	通年	7~9月	通年	通年	通年	春夏秋	通年	通年
	マルシェ比率	3割	1割未満	6割	わずか	2割	5割	わずか	不明	2割	4割	9割

出所：豊嶋尚子氏作成。

5. マルシェ運営の今後の展開

今後、マルシェを安定して継続開催するためには、運営に関わる費用を補助金や外部資金に頼らず、独自で確保することも大切である。そのためには収支計画をたて、予算に沿って実行していく必要がある。マルシェ運営者の収入は、基本的には出店者が支払う①出店料、②販売手数料の2種類があり、金額や割合はそれぞれで定められており、また①と②の両方を徴収しているマルシェもある。いずれにせよ、出店者にとって一日の販売額が大きければ、運営手数料として支払う負担額は少なく感じるが、逆に1日の売り上げが1万円であれば3,000円の出店料であったとしても、非常に高額であると感じる。つまり安定した運営を行うための経費を確保するためには、各出店者が目標とする販売額を売り上げてもらわなければならない。販売額をアップするために出店者は、都市住民の求めている農産物を提供することが基本といえる。従来の市や直売所では、たくさんできた野菜を売る、市場に出せない規格外品を売るといったプロダクトアウトが多かった。しかしマルシェに慣れた生産者は、旬の時期を外して早生や晩生で生産をしたり、目新しい品種の野菜を育てたりと、他者との差別化をはかっている例も多くみられる。これは、こういったこだわりの農産物は価格が多少高くても人気があり売れるだけでなく、レストランなどからも引き合いがある。運営サイドは、ただ店舗数や農産物をそろえるだけでなく、各店舗で売るモノを正確に把握し、全体の商品バランスとれたマルシェとして丁寧に作り上げることも大切である。活気があり野菜の提供量が十分であっても、それだけでは吸引力が弱い。それは感度の高い都市住民は、普段から百貨店や通販サイトなど鮮度の高い野菜を入手できる選択肢があふれているため、新鮮でおいしい野菜にプラスαの魅力付けが、集客を左右する。運営サイドが場をトータルにデザインすること、コーディネートすることがリピーターを増やし、ファンになってもらうことへとつながる。しかし運営者の立場で生

産者に農作物の作付を指示したり、他店とのかぶりをコントロールすることは大変難しい。マルシェが増加傾向にある今後は、運営者の経験と実績に加え、売り場づくりのセンスの良さも問われることになるだろう。

断続的な社会システムとしてはじめられたマルシェには、都市農村共生への期待もある。都市と農村が共生していくためには、ヒト・モノ・カネを都市部と農村部で直接循環させることが大切である。マルシェでは農村部に不足する加工やパッケージデザイン・ICTなどの技術や知識を、他地域から出店している生産者や、出入りしている加工業者、レストランなどから情報収集できる場としても機能を発揮している。これまで人手や技術・資金不足で不可能だと容易にあきらめてしまっていたことを、他の地域へ安易に委託するのではなく、半農半Xなど新しい暮らし方を志向している若者や、都市と農村との2拠点居住をしている人など、新しいつながりも視野に入れ、小さなところから少しずつ地域で行うようにし、できるだけ外部流出を防ぎ、地域内循環に変えていくことが大切である。また農村回帰といった流れをリアルに発信していく場としてマルシェを活用することも可能であり、実際複数の地域おこし協力隊員がマルシェに出店し、地域農産物だけでなく田舎暮らしを含め地域のよさのPR活動を行っている。

マルシェ関係者が集まって開催したマルシェサミット（2015年9月16日開催）の様子を見ても、参加者層は幅広く、行政担当者もマルシェを開催・継続したいと言っている。現在マルシェがまちづくりや地域おこしのツールとして注目されているのは、都市農村共生の可能性や農の持つ多面的機能・農のある暮らしといった社会的意義を期待するからであり、小さく始めることのできる社会問題解決の手法であるという認識であろう。しかし経済活動としての効果は小さく、実際運営についてはまだまだ不安定である。だからこそ受け身ではなく、食と農、都市と農村をつなぐ新たな価値をもつマーケット（市場）の開拓を積極的に、今後も一層続けていかなければならない。

終章

1. 研究調査の総括

平成 26 年度～平成 27 年度にわたる 2 年プロジェクトを終えた。本研究は、人口減少下における多自然地域の魅力づくりの研究にあたって、1) 課題、2) 研究の視点、3) 研究の方向を設定した。序章においても、研究の目的、論点、研究分析の視角を記載しているが、本研究を締めるにあたって再度、記しておきたい。

まず、各章の要約を記すなかから、研究成果をまとめておきたい。

第 1 章（三宅康成・杉山武志）では、統計整理を中心に、数値からみえてくる多自然地域の現状についての把握が行われた。大きくは、①人口の顕著な減少への再認識と危機意識の共有、②多自然地域のビジネスにおける 6 次産業化の動き、女性の起業や参加、若い世代の移住者や就業の増加といった顕著な方向性が確認されている。

第 2 章（杉山武志）では、多自然地域におけるビジネスの理論整理がなされた。杉山論考が目指した点は、多自然地域でのビジネスの実情にあう概念整理を行い、政策提言の精査に貢献することにあった。近年の農村研究で注目を集めつつある「社会連帯経済」「ネオ内発的発展」という 2 つの理論を整理したうえで、社会的企業の発想、域外主体との連携といった方向性が概念的にも理解されてきている。

第 3 章（松永桂子）では、大都市と農山村の双方を抱える兵庫県にとって、超高齢社会における地域の役割について知恵を出し合い「実践知」を築いていくために、国や行政の対策だけでなく、ローカルなコミュニティの取り組みの重要性が提起された。島根県などでの小規模多機能自治による地域づくり、公共バスや社会福祉サービスを自主運営する社会的企業、兵庫県「地域再生大作戦」での事例が紹介された。そのうえで、人々の意識の基層にある世代を超えた信頼関係、自治、相互扶助の重要性を踏まえて、中山間地域のコミュニティをベースとした産業化と自立の可能性が考察された。

第 4 章（三宅康成・杉山武志）では、「ひょうご地域再生大作戦」について、第 2 回研究会での講話を要約のうえ、兵庫県内 8 地区への調査、県外事例との定量的な比較分析から、評価と課題の抽出を行った。「地域再生大作戦」をめぐっては、萌芽的にもかかわらずコミュニティをみずえたビジネスが少しずつ定着しつつあることへの評価が示された一方、売上増によるボランティアの域をこえた取り組みへの転換が提言された。

第 5 章（井原友建）では、兵庫県下の多自然地域のコミュニティ・ビジネスが飛躍するための経営上の問題点、課題の整理が示されたうえでの解決策、すなわち「発展性や持続性確保のための留意点」の提起に切り込んでいる。特に、事業が経済的に自立していくための経営改善策が示されている。市場と直接向き合う商品構成、供給体制や広告宣伝への

対応、会計や経理、人材育成確保など、「社会参画意識」を第一義的としながらも「ビジネス」の視点についての具体的指針が示されている。これにより、コミュニティビジネスレベルの取り組みから地域創生に資するスモールビジネス、ソーシャルビジネスへの展開の可能性が示唆された。

第6章（杉山武志・三宅康成）では、多自然地域のコミュニティビジネスの先進事例として紹介されることが多い、徳島県上勝町「葉っぱビジネス」と和歌山県田辺市「秋津野ガルテン」への調査に基づいて、成功要因の抽出を試みている。双方の事例からは、①時間を要する漸進的なプロセスの経験、②地域外や都市部における情報収集、学習、営業・販売促進、連携への積極的姿勢、③中間支援組織の重要性が、先進事例の共通項として示された。

第7章（内平隆之）では、ふるさと回帰現象を踏まえて、高齢者の生業づくりを中心とした地域再生の議論から若者世代と連携していく研究への転換に挑戦している。特に内平論考では、ファーマーズマーケット、消費者と産地の結合、地域特産品のレシピ開発、地域継業に向けた有限責任事業組合の設立の4点における「世代間連携」が議論された。そのうえで、交流価値の最大化を目指す「交流型魅力づくり」をこえて、継承価値を最大化する「世代間連携デザイン」が多自然地域の魅力づくりには必要と提起された。

第8章（高嶋正晴）では、高嶋委員が関わっている京北地域の大学と地域との協働プログラムを事例に、大学の地域連携プロジェクトの実際、課題が分析されている。特に高嶋論考では、地域の魅力づくりにおける地域内外の多世代、多様な人々との「共感」という地域価値の創出が提起されている。ここでは、マイケル・ポーターのCSV概念に着目しながら大学の地域連携プロジェクトが検討されている。そして、担い手としての60歳代後半から70歳代前半までの「プレミアム世代」の確保、ビジネス展開における「地域プロデューサー」的視点の育成の重要性が指摘された。

第9章（中塚雅也）では、国内（兵庫県）と国外（英国）を事例に、地域の社会経済に影響を与える「小さなイノベーション」を生成していくため、外部人材を取り込んだ地域づくりのあり方が議論・分析された。事例分析の結果では、移住者らがリーダーシップを発揮し、地域の歴史文化などを再評価するとともに、内外の資源をつなぐハブの役割を果たしていることが明らかにされている。さらに、外部社を受け入れる地域活動組織の変革、“守るもの”に関する住民の主体的な議論の必要性が示唆された。

各章の議論に加えて本研究では、研究会に招聘したゲストスピーカーからの講話の内容、本論と別にスポット的な事例紹介（調査結果）をコラムとしてまとめた。掲載されているコラムは、計8本になる。各コラムは概ね2~4頁程度の短編ものだが、今後の兵庫県における多自然地域のビジネスを検討するうえで有用なヒントが盛り込まれているものと確信している。特に、各コラムから読み解かれるキーワードは、ふるさと回帰、移住、都市

部での市場化の重要性、多自然地域との共生のなかから事業を営む民間企業や大学の地域貢献にある。こうした方向性の議論は、多自然地域の人口が減少しているなかで、避けて通ることのできない重要なものといえ、政策提言にあたって重視されるべきものでもある。

ところで、研究会においても再三、「何のために多自然地域における（コミュニティ）ビジネスが展開されるのか」という地域性や社会性との関連が話題にのぼった。第5章（井原論考）が提起するコミュニティビジネスの持続には「ビジネス」の視点が重要とはいえ、やはり「楽しみやいきがい」が第一義でもある。さらに、外発性をめぐっては、政策立案において慎重な議論も求められる。「村に住む人びとの危機感」から「外部の人材への期待と許容」につながってきているなか、改めて「村ビジネスは誰が担うのか」再確認^{終-1}が必要であろう。第3章（松永論考）が示した「公共サービスや福祉事業を支えるためには、所得を安定的・継続的に獲得する」視点が欠かせないなか、第2章（杉山論考）、第7章（内平論考）、第8章（高嶋論考）、第9章（中塚論考）などで示された、多自然地域をめぐる内発性と外発性、あるいは地域内外の多様なアクター間の交流といった“バランス感覚”が何よりも求められるのではなかろうか。地域性、社会性と経済性を両立させ、内発性と外発性のバランスをめぐる議論を経た多自然地域の魅力を高める兵庫県の政策立案に期待したい。

2. 謝辞

最後に、本研究に協力をいただいた皆様にお礼を申しあげたい。まず、地域や集落において「熱い想い」をもって元気に活動を続けておられる方々からは、本研究の遂行にあたり快く調査へのご協力と多数の示唆くださった。ここではお一人お一人、一団体ずつ記載することは控えるが、心より感謝申しあげる次第である。また、関係団体、研究会に登壇くださったゲストスピーカー、兵庫県庁、ひょうご震災記念 21 世紀研究機構の各位にもお礼を申しあげて、研究を締めくくることにしたい。

終-1) 中塚雅也「村ビジネスは誰が担うのか」『農業と経済』2015年1月2月合併号, 2015年。

政策提言

多自然地域と都市部との連携強化による

「ひょうご共生型ビジネスモデル」

-集落単位の集団型ビジネスの深化と個人・法人ビジネスの集積の生成-

政策コーディネーター 三宅 康成

主任研究員 上野 信子

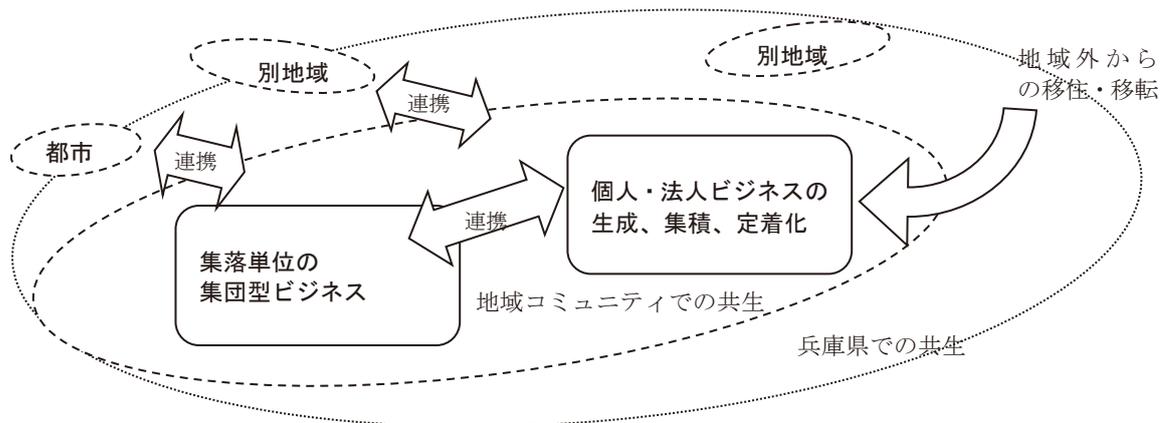
1. 提言の全体像

終章において、各章とコラムを通じて得られた知見の概略をまとめた。研究成果を踏まえ、本研究では「多自然地域と都市部との連携強化による『ひょうご共生型ビジネスモデル』」を政策提言として提示したい。

大きな枠組みは、以下の2点となる。

一つは、集落単位の集団型ビジネスの深化、もう一つは個人・法人が手がける多自然地域の魅力を高めるビジネスの生成、集積、定着である。前者は、これまでの兵庫県の施策（たとえば「地域再生大作戦」）などを通じて実施されてきた集落支援とも関連するが、より一層、深く確かなレベルへと高めるための提言となっている。後者は、多自然地域に何らかの形で携わってきた地域内外の民間企業、社会的企業、移住者による新たな起業などのビジネスを一層、生成、集積、定着させるための支援策を提言している。もちろん後者に関しては、ビジネスであればどのようなものでもよいわけではなく、あくまで“多自然地域の魅力づくり”に貢献できるビジネスであることが前提となる。

そして、これら双方のビジネス形態が相乗効果を発揮して多自然地域の魅力づくりを総合的に進めていくためには、各々のビジネス形態間の「連携」と地域コミュニティ内、兵庫県内での「共生」が求められる。イメージとしては、下記の図提-1として示される。



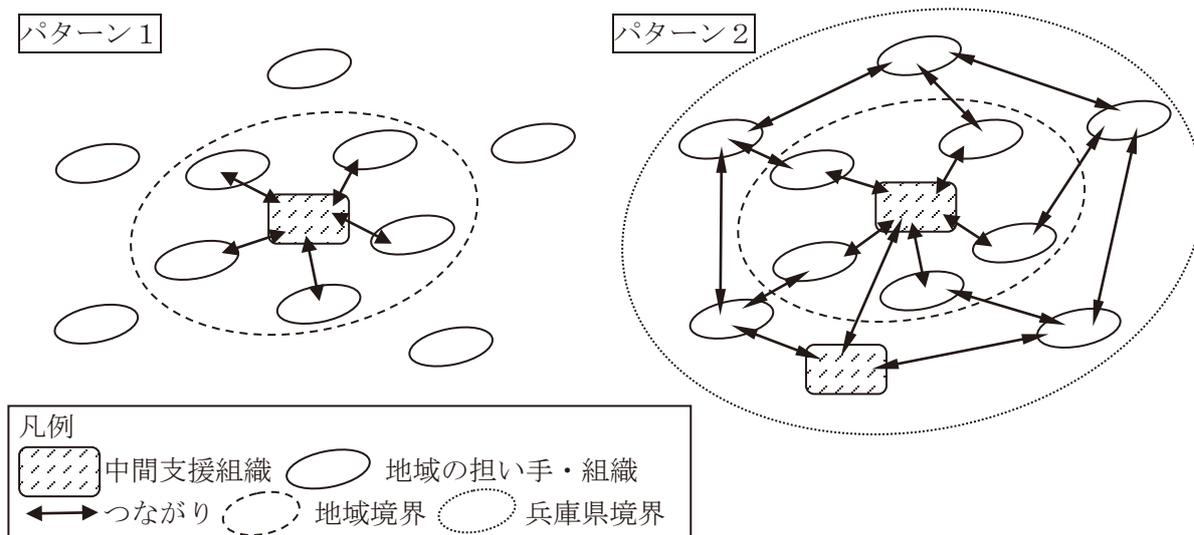
図提-1 「ひょうご共生型ビジネスモデル」での共生イメージ

出所：筆者作成。

本研究においても示されてきたように、多自然地域におけるビジネス形態は、シニア世代を中心とした、集落の住民が主体となって取り組む集団型ビジネスだけではない。多自然地域とともに歩む民間企業、地域外から移住してきた起業家、社会的企業も数多い。兵庫県での多自然地域の魅力を高めうる施策は、前者が多かったと筆者らは認識している。しかし、後者への支援、および前者と後者との連携を高める政策を講じることが今後は求められる。もちろん、前者に関しても支援策をより強化していくことが必要であることは言うまでもなく、その点に関しても後ほど改めて詳述する。

次に、上述した「集落単位の集団型ビジネスの深化」と「個人・法人が手がける多自然地域の魅力を高めうるビジネスの生成、集積、定着」各々の大柱を支える要素として、「中間支援組織」と「地方自治体」の役割が期待される。「中間支援組織」という用語は概念としてやや抽象的だが、株式会社等の営利組織、NPO 法人や公益社団法人等の非営利組織、大学等の教育組織にかかわらず、非営利活動を推進する協働のための組織体を指す。

中間支援組織の具体のパターンとしては、2通りが想定される（図提-2）。



図提-2 中間支援組織のイメージ

出所：筆者作成。

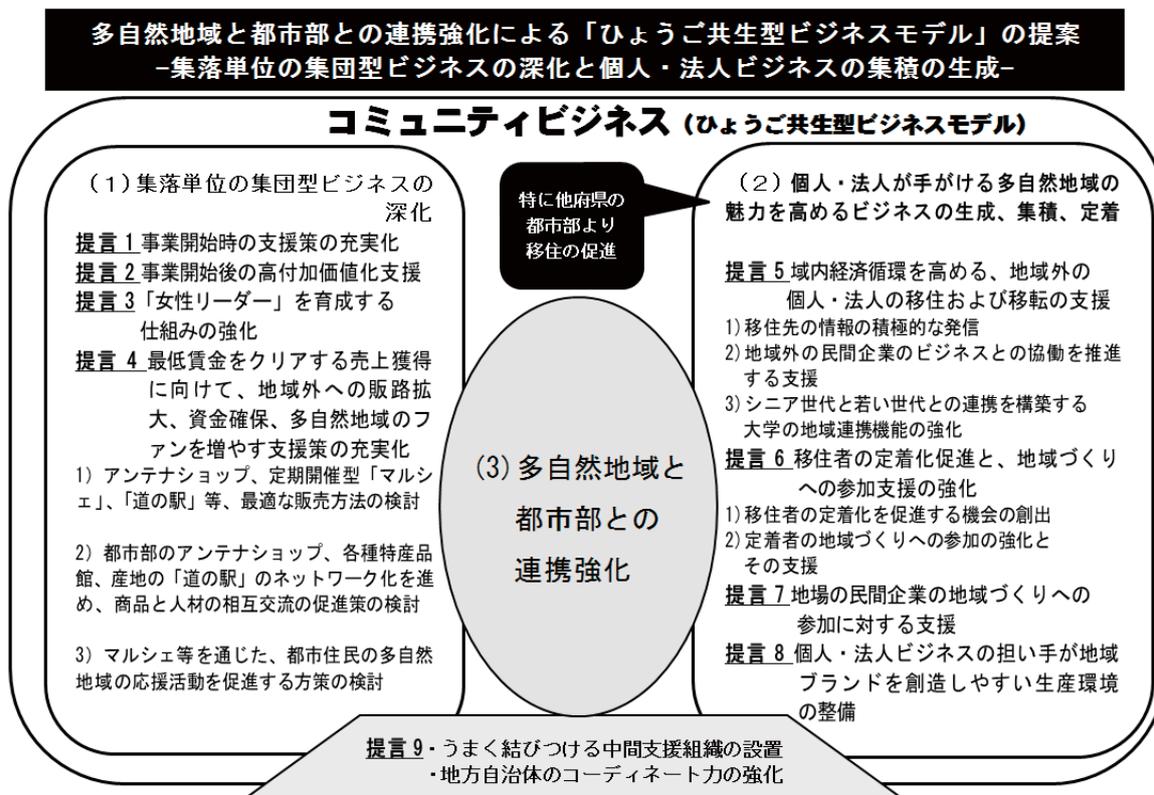
パターン1は、比較的ローカルな地域スケールでの活動の実行、コーディネート、担い手を結びつける「仲介役」としてのタイプである。パターン2は、より広域スケールにおいて各多自然地域の事業を包括的にコーディネートして連携化を進めていくために設置されるタイプである。本提言では、上述の2種類の中間支援組織が登場するが、「提言5」での中間支援組織はパターン1、「提言9」での中間支援組織はパターン2となる。第3章（松永論考）が示したアソシエーションの見方を踏まえると、パターン1とパターン2は重層的な関係となる。

本研究全体を概観した限りでは、パターンに違いがあるとはいえ、中間支援組織の下支えのなかで多自然地域の魅力を高めるビジネスの推進が期待される。下支えとなる中間支援組織の設置を促す政策立案を強く薦めておきたい。

続いて、地方自治体の役割に関してである。地方自治体は、たとえば兵庫県本庁の部局、県民局、市町があげられる。「地域再生大作戦」に代表されるように、兵庫県では多自然地域の支援策が豊富に用意されてきた。そうした支援メニューを用意することは必要だが、一方で多自然地域の担い手と身近な県民局や市町のコーディネートに関する議論が、研究調査の結果からあまり見受けることができていない。第2章（杉山論考）で議論されているように、地方自治体の役割を過度に強調して「地方自治体の手」によって全てを進める時代は既に過去のものといえる。だからといって、県民局や市町の職員が形式的に関わる程度では、政策として多自然地域のビジネスを支援する意味がない。本提言は、地域内外の様々な団体や中間支援組織の役割の重要性を強調するが、地方自治体との上手い連携が多自然地域のビジネス活動を支えている側面も強いと捉えている。県民局や市町の職員のコーディネート力をさらに高めて、多自然地域のビジネス環境の基盤の強化を提言したい。

ここで留意すべき点は、中間支援組織や地方自治体は、「集落単位の集団型ビジネス」「個人・法人ビジネスの集積化」の各々を単純に支えていけばよいわけではない。各々を支えた上で、両者を結びつけて有機的に組み合わせていく支援も手がける必要がある。

本提言の全体像を概念図で示すと、下記の図提-3となる。図提-3に基づいて、次節では提言の各論を説明したい。



図提-3 「ひょうご共生型ビジネスモデル」の全体像

出所：筆者作成。

2. 提言の各論

前節の全体像を踏まえながら、次に具体的な提案について述べたい。

(1) 集落単位の集団型ビジネスの深化に向けた提案

本項は、集落の生活基盤の維持、雇用の確保、新たな担い手の育成、「生きがい仕事」をこえた仕組みづくりを目指す提言となっている。

提言1 事業開始時の支援策の充実化

まず、事業開始時の支援策の充実化が大事となる。第4章（三宅・杉山論考）で示された通り、事業開始時点における経営的な見通しの見誤りが、その後のビジネス展開に影響を及ぼしている事例が散見された。当初から事業を軌道に乗せることは難しいかもしれないが、事業の円滑なスタートをアシストする事業開始時の支援策の強化が望まれる。第4章（三宅・杉山論考）、第5章（井原論考）の考察の結果を踏まえて、事業開始時に必要な価格設定方法、市場調査方法、タイムリーな情報発信方法、高齢者のデジタルデバイトの改善、税務、財務、労務といった経営に関わる知識の確かな修得に向けた政策のパッケージ化を提言する。

提言2 事業開始後の高付加価値化に向けた支援

次に、事業開始後の商品・サービスの企画や開発において、高付加価値化を図る支援策の充実を提案する。兵庫県内の集落ビジネスにおいても、これまで新商品・サービスの開発を手がける事例が多数、確認されている。しかし、消費者のニーズをつかみ、確かな商品・サービスとして提供していくためには、商品・サービスの質の向上が欠かせない。また、第5章（井原論考）も踏まえると、市場開拓に向けての経営改善の支援も不可欠といえる。

そのためには、従来から集落ビジネスの連携先としてあげられることの多いJAや普及センターといった組織との連携に加えて、民間企業、商工会・商工会議所、職能団体、大学（地域連携センターやゼミ等研究室）、NPO、民間コーディネーター、クリエイターなど、多様な支援者・支援機関との連携を強化してパートナーシップ構築を進めていくことが、商品・サービスの企画力、開発力の向上、高付加価値化の支援につながっていく。したがって、上述のような関係企業や団体の情報を蓄積し、ネットワーク化をワンストップで相談できるような窓口を設置することを提言する。

ここで大切となるとして、地域内の機関だけでなく、地域外の機関との連携も求められていることを強調しておきたい。たとえば、第6章で検討された徳島県上勝町の「葉っぱビジネス」では、地域外の担い手との連携、地域外からの情報収集が盛んに行われていた。地域外の主体からの新奇な知識やアイデアが新たな発想へ結びつく可能性は高い。兵庫県においても、地域外のアクターとの仲介を迅速に行えるよう、兵庫県外にある県事務所、

県民局、市町が情報共有できるデータ構築の検討もあわせて提言しておきたい。

提言3 「女性リーダー」を育成する仕組みの強化

第3章（松永論考）で述べられているように、集落単位の集団型ビジネスでは、女性の参加がキーワードになってきている。ただ、第4章（三宅・杉山論考）で示された通り、兵庫県内の各事例の現状は県外と比較した傾向として、女性のリーダーが引っ張るビジネスが少ない現状にある。

本研究と関連して、平成26年度「21世紀文明研究セミナー」がひょうご震災記念21世紀研究機構において開催された。松永委員は当該セミナーにおいて、島根県益田市匹見町などの事例を紹介しながら女性起業や女性を中心とした「女性リーダー」によるコミュニティづくりの重要性を強調した。兵庫県の多自然地域のコミュニティビジネスをいま一歩、高めていくためにも「女性リーダー」の育成が求められている。兵庫県内の各地域の実情を踏まえながらではあるが、本提言では、「女性リーダー」育成に特化した塾などの実施を提案したい。その際に、ビジネスの観点から、商工会・商工会議所などに設置されている「女性会」などの組織との連携を一案として提案しておきたい。

提言4 最低賃金をクリアする売上獲得に向けて、地域外への販路拡大、資金確保、多自然地域のファンを増やす支援策の充実化を図る

集落単位の集団型ビジネスは、確かに「生きがい仕事」という意味も含意される活動である。しかし、本研究の成果を踏まえるならば、今後は「生きがい仕事」をこえることも必要になってくる。すなわち、コミュニティをみすえた活動であっても、生活基盤の維持、雇用の確保、次世代の地域づくりの担い手の育成に向けて、売上増を視野に地域外や都市部での販路の充実、地域外からの資金源の確保が求められる。特に本提言では、最低賃金をクリアできるボランティアの域を脱する売上獲得のため、地域外での販路拡大、資金確保、ファンの獲得の支援策を提言する。もちろん本提言は、急激な売上増を目指すよう薦めているものではないことを追記しておきたい。

具体的に下記の3点を提言する。

1) アンテナショップ、定期開催型「マルシェ」、「道の駅」等、最適な販売方法の検討

第4章で検討した徳島県や高知県の事例では、大都市圏と近接していないことから、東京や大阪といった大都市への販路拡大に積極的であった。確かに東京への販路拡大も一策かもしれない。他方、兵庫県では、阪神間の諸都市が存在しているポテンシャルを活かさない手はない。「元町マルシェ」などのアンテナショップを阪神間において順次、拡大させていくことと、県民局などが運営する既存の各種特産品館との連携強化を提言する。

また、コラム⑧の豊嶋氏が示したような、大阪などの都市部で定期的で開催されている「マルシェ」の主催団体と連携して、多自然地域の人たちに出品方法の案内や資金面での支援を充実させていくことが、地域外や都市部での販売促進を強化する施策として重要になる。

さらに、兵庫県内には 31 の「道の駅」が存在している。これまでも多自然地域の担い手が「道の駅」へ出品するケースはあったが、「道の駅」への出展が円滑に進められるような情報発信や支援策を明確に提示することも必要といえる。

2) 都市部のアンテナショップ、各種特産品館、産地の「道の駅」のネットワーク化を進め、商品と人材の相互交流の促進策の検討

上述 1) の通り、兵庫県内には「元町マルシェ」などのアンテナショップ、特産品館、「道の駅」が存在している。個々には魅力があるとはいえ、オール兵庫としてどの程度の連携ができているか、研究の過程で疑問に映る面もあった。したがって、各々が蓄積してきた多自然地域の出品者との関係、販売手法や販路拡大について、セクターをこえた連携、人材交流、相互学習の機会づくりをアシストする支援策の検討を提言したい。これは、兵庫県の多自然地域の魅力づくりを手がける担い手が生産した商品・サービスを、適切な都市・地域の市場へ流通させていくためにも必要な方策になると考えられる。

3) マルシェ等を通じた、都市住民の多自然地域の応援活動を促進する方策の検討

第 7 章（内平論考）、コラム⑧（豊嶋報告）で示唆されたように、近年では定期開催型「マルシェ」が梅田、淀屋橋、姫路など駅近くの都市中心部において開催されている。こうした「マルシェ」との連携を深めて出品を後押ししていくような施策も必要になる。なお、豊嶋報告で示されていたが、「マルシェ」は主催者により手法がやや異なる面がある。確認の限り「マルシェ」のなかには、“都市の論理”で動いているものも散見される。政策として支援する場合には、多自然地域に寄り添った「マルシェ」になっているか注意深く確認することが求められる。そのうえで、各々の「マルシェ」がどのような諸条件のもとに実施されているのか把握し、的確に兵庫県内の多自然地域のビジネスの担い手に情報提供できる仕組みの構築を提言する。

その際、単に「マルシェ」への出品を促すだけでは物足りない面もある。第 6 章（三宅・杉山論考）の上秋津地域の事例でみられた「一家倶楽部」などのファン獲得による投資の仕組みを生み出す支援策もあわせて必要になる。たとえば、「〇〇地域・地区ファン倶楽部」「〇〇応援隊」といった応援制度を多自然地域の主体が創設できて、そうした制度を「マルシェ」などの機会に都市住民に普及していく施策の検討もあわせて提案しておきたい。

(2) 個人・法人が手がける多自然地域の魅力を高めるビジネスの生成、集積、定着

近年、明治大学の小田切徳美教授をはじめ「田園回帰」をめぐる研究が盛んに発表されている。コラム①（嵩報告）、コラム③（岡居報告）の通り、若い世代のふるさと回帰や「孫ターン」の動きも顕著になってきている。第 7 章（内平論考）のように、多自然地域において若い世代を巻き込む大学の取り組みも示されている。そうしたなか、移住者（定住者、半定住者）が多自然地域において起業し新たなビジネスを手がける事例も増えてきている。

また、コラム②（ヤンマーアグリイノベーションの事例）にある通り、多自然地域とともに歩む民間企業が手がけるビジネスも登場してきている。さらにコラム⑥（中谷物産の

事例)で示されたように、昔から地場に根づいてきた企業が、多自然地域の魅力づくりに貢献するための事業を営むこともある。

上述の各ビジネスの担い手は、多自然地域内の経済循環を高める主体としても重要な役割を担うと考えられる。問題は、こうした地域内外の移住者・企業によるビジネスをどのように生成、集積、定着させていくか、政策として検討することにある。そのための方策として、以下では3つの提言をまとめている。

提言5 域内経済循環を高める、地域外の個人、法人の移住および移転の支援

本提言のベースには、第一段階としての「都市-農村交流」がある。兵庫県の各地域においても「都市-農村交流」が盛んに実施されている。「都市-農村交流」のなかから、対象となる農村の魅力に惹かれて当該農村への支援や移住を検討する主体も出てきている。こうした多自然地域側からみて地域外にあたる都市部との交流は、比較的進められるようになり、成功に至っている事例も増えてきている。多自然地域において、地域外の主体との関係を構築することへの抵抗感が少なくなってきた点により一層、注目していくことが政策的にも求められてくる。

問題は、次のステップへの発展を政策的にいかに関与していくかにある。

1) 移住先の情報の積極的な発信

コラム①で知見を得たように、ここ数年、ふるさと回帰（田園回帰）の現象が顕著になりつつある。ただ、コラム①に係る第4回研究会の質疑では、兵庫県に関する情報が首都圏においてあまり発信されていない現状が嵩氏より報告された。地域外の個人、法人の移住や移転に関する積極的な情報発信のための施策を講じる必要がある。

確かに兵庫県においても、平成27年度には移住を促進するための情報発信拠点が東京に設置された。しかし、今後は東京だけでなく、日本の主要都市や兵庫県内の各都市において移住に特化した情報発信拠点を設置することも必要だろう。筆者は平成27年度、Iターンに関する兵庫県のアンケート調査に携わったが、そのなかで兵庫県が大阪に在住する兵庫県出身者に対するこだわりをみせたことが忘れられない。また、第9章（中塚論考）でも触れられていたが、たとえば篠山市からみて近隣の丹波市から移るケース、コラム⑤（杉山報告）で触れられた阪神間の都市から篠山市へ移るケースも確認されている。兵庫県内での移住者の争奪戦は避けなければならないが、移住者が望む多自然地域の情報を発信する努力は必要だろう。一方、兵庫県の単独拠点に加えて、田園回帰を後押しする「ふるさと回帰支援センター」などの団体との協働、同団体が主催する「ふるさと回帰フェア」への積極的な出展を進めていくことも提案しておきたい。

さらに、近年の移住者は、雇用の場を求めるというよりも自らが何かしらの技能を活かして起業するパターンも増えてきていることも研究会内で報告されている。すなわち、移住者が起業しやすい環境を整備していく支援も求められている。したがって、単に移住に関する情報を提供するだけでなく、起業の支援策をあわせて発信できる体制の構築を提言しておきたい。

2) 地域外の民間企業のビジネスとの協働を推進する支援

コラム②（ヤンマーアグリイノベーション）の取り組みにみる、民間企業が多自然地域に携わるなかからビジネスを展開するケースも出てきている。もちろん、かつての「外来型企業」の単純な誘致を推進するかのような政策は控える必要がある。しかし、多自然地域の魅力を高める可能性を秘めた民間企業の事業との協働を得ていくことは、第2章（杉山論考）、第3章（松永論考）で示された「連帯」や「互酬」の観点から是認される必要がある。第8章（高嶋論考）においても、昨今、CSRとしての社会的活動を事業の中核に位置づけ直すCSVへの発想に転換してきている民間企業の存在が示されている。そうした民間企業との協働関係の構築をアシストする支援策も求められる。

連帯意識をもつ民間企業との関係を構築していくにあたっては、コラム②のヤンマーアグリイノベーションと養父市の関係のように、市町の役割と判断が欠かせない。ただ、兵庫県においては、どのような民間企業が多自然地域の魅力を高められるビジネスを展開できるのか、チェック機能を果たすことが求められる。その際、兵庫県、県民局、市町間の密な連携体制を構築する必要性を提言しておきたい。

3) シニア世代と若い世代との連携を構築する大学の地域連携機能の強化

第7章（内平論考）で示された、大学を鍵に若者が多自然地域に入り、シニア世代との協働のもと事業が推進されていくことも必要になってくる。特に、内発性と外発性の2つのバランスを段階的に取りながら多自然地域の魅力を創出する「世代間連携」をデザインする支援策も大切であろう。大学がかかわる多自然地域でのビジネスの展開は、第8章（高嶋論考）やコラム⑦（白石報告）においても紹介されている。大学は、多自然地域の多様な担い手、異業種間の有機的な連携をアシストできるアクターとして、一層の注目がなされてよい。白石教授が示した京都での事例を踏まえるならば、兵庫県においても県民局スケールにおいて、大学とのかかわりのなかから世代間連携や異業種連携を一層進めていく政策の遂行が求められる。

そのためには、シニア世代と若い世代の連携を構築する大学との地域連携機能の強化、人材育成のための中間的支援組織の設置が不可欠になる。たとえば、コラム⑦（白石報告）で議論された「大学地域連携による社会システムの構築」では、一般社団法人、NPO法人形態での地元企業との連携による人材育成、マッチングシステムが教示されている。さらに、第8章（高嶋論考）で示された「NPO京北コミュニティビジネス」のような、大学の地域連携フレームの構築も大事になってくる。兵庫県においても将来的に、多自然地域におけるビジネス支援のための大学地域連携フレームワークの創出を、県民局レベルの圏域スケールで実施する方向性を認識しておいたほうがよいだろう。

提言6 移住者の定着化促進と、地域づくりへの参加支援の強化

本提言は2つの視点がある。一つは移住者の定着化促進、もう一つは定着した担い手が地域づくりへ円滑に参加できるようにするための支援の強化に関する提案である。

1) 移住者の定着化を促進する機会の創出

第6回研究会であったが、「定住」という言葉をめぐって委員の間で議論になったことがある。現代では、移住する人たちが自らの状況に応じて住む場所を転々とする現象も起きており、「定住」を推奨する施策が正しい方向なのか疑問が投げかけられた。もちろん、地方自治体の立場としては「定住」が望ましいのかもしれない。しかし今後は、「半定住」という生き方も増えていく可能性も高まってくる。したがって本提言では、「定住」という言葉を使用せずに、もう少しゆるやかな要素を含意させた用語として「定着」を使用している。

ふるさと回帰の現象が続くなか、移住者が移住先の地域コミュニティへの参加が進み、地域づくりの担い手となっていくことが求められてきている。移住者の地域への定着を図っていくためには、地域活動に参加しやすいきっかけづくりとしてのイベントの提供を支援していく施策が考えられる。こうしたイベントの実施にあたっての支援は、従来からも行われてきてはいる。しかし、大事な点は、“一過性”でない人を引き込むイベントを実行し続ける支援策、移住者がイベントの企画に携わりやすい仕組みづくりの検討にある。

たとえば、イベントの担い手のプロデュース能力の向上、継続的なイベントの実施方法、人を引き込むための方策、持続的な資金源の確保への対応策、移住と地域づくりの関係の重要性を学ぶ場づくりを政策的に支援することが考えられる。場合によっては、上記の支援をコーディネートするための機関を設置することも想定されてよからう。

2) 定着者の地域づくりへの参加の強化とその支援

本提言が定着者を増やす努力を促したい理由は、従来の地域づくりの担い手であったシニア世代が高齢化してきていることにある。もちろん本提言は「シニア世代に代わって若い世代を活用しよう」と安易な提案を行うものでない。古参者と新参者のバランスある地域活動への参加が、各々の多自然地域の魅力を高めていくにあたって不可欠と捉えている。そのためには、「人材育成」の支援策が欠かせない。

たとえば、第9章（中塚論考）では、小さなイノベーションを生成していく担い手として、カフェ・ギャラリーや木工工房などを手がける移住者の事例が取りあげられている。そこでは従来、地域外で活動していた担い手を地域の活動に巻き込んでいき地域づくりの人材を育成していくプロセスが紹介されている。ここで一般財団法人、自治会、地域づくりのための協議会、市役所といった制度的サポートが示されている。また、第3章（松永論考）やコラム⑤（杉山報告）で取りあげられていた「里山工房くもべ」においても、自治会、地域づくりのための協議会、合同会社などのサポートのもと、移住してきた起業家が地域活動に関わっていく萌芽的な状況が確認される。

したがって、移住者の定着化と地域づくりへの参加の支援を強化する「中間支援組織」の設置を提言しておきたい。ここでの中間支援組織とは、本稿第1節で整理した説明のなかの「パターン1」のタイプといえる。なお、地域コミュニティへの参加の仲介を図りうる組織形態であれば、組織形態にこだわる必要がないことを強調しておきたい。各々の地域において、協議会がよいと判断すれば協議会でよいし、NPO法人や一般社団法人などの形態がよいと判断すればそうした組織形態で設置されてよい。ただ、現状としては、第

3章（松永論考）、第4章（三宅・杉山論考）、第9章（中塚論考）を確認する限り、兵庫県では地域の協議会が大きな役割を果たしている。地域協議会をベースに、仲介機能を強化する支援策を検討していくことが現実的に望ましいかもしれない。

いずれにせよ政策立案者には、移住者の地域づくりへの参加と仲介機能を付加した「中間支援組織」を立ち上げるノウハウをスピーディーに担い手に伝えられるパッケージ化の検討を提案したい。

提言7 地場の民間企業の地域づくりへの参加に対する支援

多自然地域の魅力を高めようと試みているアクターは、移住者を中心とした起業家、地域外の民間企業、大学だけではない。コラム⑥（中谷物産）で示された昔から地場に根づいて活動を続けてきた企業にも注目する必要がある。地場の企業は、商工会・商工会議所に所属するなど、地元とのつながりのなかでビジネスを展開している場合も多い。多自然地域の魅力を高めるビジネスの担い手として、改めて地場の民間企業を見直す必要がある。

政策としては、中谷物産の事例が示唆していたように業種転換の支援を行う際に、地場の民間企業が地域と共生している事実を再認識する学びの場づくり、地域ブランドのような商品・サービス開発を促す塾の開催などが考えられる。業種転換がきっかけになることは、中谷物産の事例以外にも示唆されている。たとえば、第4章で検討されている文献には、県外の地場の民間企業が地域と共生しながら経営を手がけている事例が掲載されているが、それらの事例の多くにおいて業種転換が鍵になっていた。したがって、第二創業や経営革新支援という既存の政策メニューと連携させながら、多自然地域での地場の民間企業の役割を高めていくための施策の検討を提案したい。

提言8 個人・法人ビジネスの担い手が地域ブランドを創造しやすい生産環境の整備

「提言4」から「提言6」を踏まえたうえで、移住者、民間企業等が地域づくりに参加した場合、ビジネスの視点から新たな地域ブランドを生成するケースも想定される。問題は、こうした担い手が各々の立地する多自然地域の魅力である地域資源を発掘しやすい環境を整備することにある。

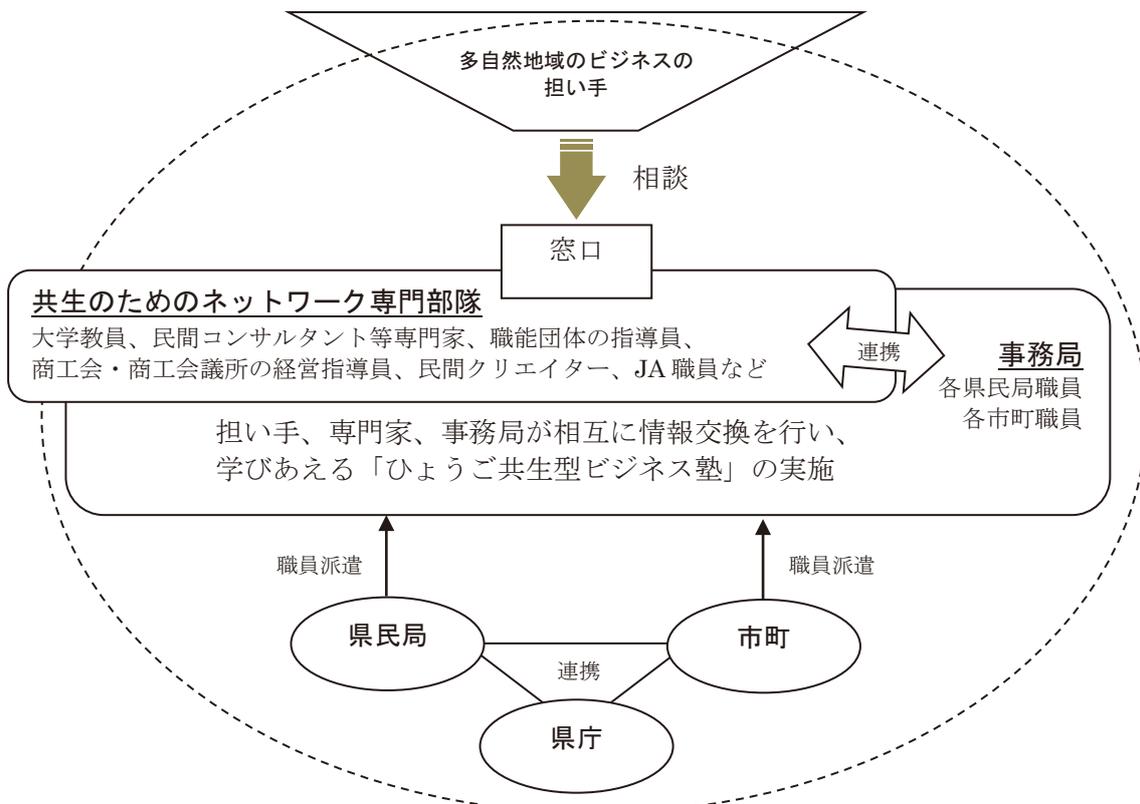
ここで大切になる点は、第9章（中塚論考）の事例から知見を得たように、地域外での仕事の経験、知識、技能、ネットワークを上手く組み合わせていくことが求められることにある。政策としては、こうした生産環境をコーディネートする機会を提供する方法が一案としてある。具体的には、従来から兵庫県で実施されてきた「ひょうご地域再生塾」のリメイクを提案したい。すなわち、塾の機会に個人・法人ビジネスの担い手も参加した上で、1) 地域資源を発掘する学び、2) 地域内外で個人・法人のビジネスの担い手が培ってきた技能やネットワークをお互いに学びあう機会の検討を提言したい。

(3) 多自然地域と都市部との連携強化に向けた

「ひょうご共生型ビジネスモデル」

最後に、「ひょうご共生型ビジネスモデル」を実現するための政策提言を行いたい。

提言9 集落単位の集団型ビジネス」と「個人・法人ビジネス」をうまく結びつける、中間支援組織の設置と地方自治体のコーディネート力の強化



図提-4 「ひょうご共生型ビジネスモデル」を支える中間支援組織の概念図

出所：筆者作成。

ここでは、図提-4を参照しながら説明したい。本提言の全体像は、本稿の最初で示した通り、多自然地域の魅力を高める「集落単位の集団型ビジネス」と「個人・法人ビジネス」という地域コミュニティのためのビジネスが両輪となっている。本項で提言する内容は、両者を相互に関連させていく支援に関するものである。たとえば、お互いのビジネス形態で蓄積してきたノウハウを共有したり、6次産業化のような異業種連携を手がけるなかから新たな地域資源に基づく商品・サービスを創出しようなど、両ビジネス間の有機的な関係性の構築が求められる。同時に、集団型ビジネスの担い手と移住者や民間企業などのアクターを地域づくりに巻き込んでいくためには、両者の考え方を相互に理解しあうための

環境づくりが欠かせない。

また、多自然地域で生成された新たなビジネスを通じて地域内の経済循環を高めていくためには、都市部との連携や交流人口を増やしていく努力が望まれる。第4章（三宅・杉山論考）で示されたように、高知県などの場合は東京や大阪といった大都市まで物理的な距離がある。しかし兵庫県の場合は、阪神間という都市部が存在している。こうした地理的なメリットを活かさない手はないだろう。そのためには、圏域の「共生」の視点から多自然地域のビジネスを支援する必要も出てくる。たとえば、コラム⑦（白石報告）から教示された「京都アライアンス」モデルも京都府福知山市を中心とした「都市圏」の発想のもとで進められている。多自然地域と都市部を結びつけるための圏域の意識をもつことが、「ひょうご共生型ビジネスモデル」を推進していくうえで重要となる。

上記は一例であるが、こうした兵庫県の多様な事業と多種多様な主体を結びつけあう、圏域を意識できるワンストップ的な中間支援組織の新たな立ち上げを提案したい。ここでの中間支援組織は、本稿第1節で示した「パターン2」に該当する。特に、兵庫県内の都市部と農山漁村部の仲介に長けた大学の地域連携センターの教職員や民間のコンサルタントなどの専門家、様々な業種や市場とのつながりが深い商工会・商工会議所の経営指導員、職能団体の指導員、展示会などを手がける経験を積んだ民間のクリエイター、JA職員などが参加する組織を想定している。なお、中間支援組織の職務には、「提言1」～「提言8」までの相談に対応するための窓口を設置することもあわせて求められる。

こうした中間支援組織に参加する主体は、大学教職員、団体職員、民間人が中心になるが、一方で地方自治体のコーディネートも欠かせない。特に、兵庫県の各アクター間での共生と圏域に対する意識が必要と捉えるなか、特に重要な存在として「県民局」の役割を挙げたい。もちろん、兵庫県本庁の担当部局や県内の各市町職員の支援や参加も大事だが、圏域間の調整を手がける場合は、本庁ではスケールとして広すぎるし、市町がコーディネートするには限界がある。適度なスケールとしての県民局の役割が「ひょうご共生型ビジネスモデル」の実現において重要になってくる。したがって、当該中間支援組織の事務局あるいは組織を支える機能は、県民局から職員を出しあい、各県民局の状況を相互に学びあえる横断的な体制をとってもよいと本提言は捉えている。場合によっては、各市町からの職員の出向も受けて、県民局職員と市町職員が連携しあえる組織体制を整えることも想定されよう。

ただ、第10回研究会において委員の一部からは、県民局職員の多自然地域での事業との関わりに関して、県民局の潜在力が高いにもかかわらず職員の関わりが未だ少ない現状について意見が出された。新たに中間支援組織を立ち上げるにせよ、当該組織を支援する県民局が多自然地域のビジネス支援をどう手がけていくか、研修等や学びを通じて能力を高めていくことがあわせて必要となる。その際、企画県民部ビジョン局の地域振興課が実施している「ひょうご地域再生塾」などの機会が有効性を発揮するのではなかろうか。すなわち、「ひょうご共生型ビジネス塾」の実施が鍵を握る。県民局職員、市町職員が「ひょうご地域再生塾」などへ積極的に参加して、多自然地域の担い手、専門家と学びあうことを通じてコーディネート力を高める方策を検討することが、「ひょうご共生型ビジネスモデル」を実現する前提として不可欠になることを終わりに提案し、筆を置くこととしたい。