

## 地域コミュニティビジネスと地域づくり

Five essential constituents of self-sufficient economic community

松 原 英 治\*

Eiji MATSUBARA

### 要 旨

地方の衰退と地域の消滅が止まらない。この対応にあって、地域コミュニティ自らが事業・経営主体となって地域資源を活用してコミュニティビジネスに取り組む「地域コミュニティビジネス」（「生産改革」）とその前提としてのコミュニティの機能化（「コミュニティ改革」）、さらには地域住民の地域主義に根差した消費行動（「消費改革」）や生活に根差した働き方（「労働改革」）への転換、そしてこれらを背後から支える行政の脱協働への模索（「行政改革」）が不可避とされる。「地域づくり」とは、これら5つの改革からなる「地域主義経済社会モデル」の実現に向けた取組となる。

**キーワード：**地域づくり、地域コミュニティビジネス、地域主義経済社会モデル

### はじめに

日本の水平方向での二極分化が進み、地方の衰退と地域の消滅が止まらない。この原因はどこにあるのか。「過疎」と「限界」を遡り、「4つの空洞化」の視点からこれを考えると、地域における「土地（生産機能）」の空洞化、すなわ

---

\* まつばらえいじ、九州国際大学現代ビジネス学部、eiji3142@vel.bbq.jp

ち生産性の喪失がその原因として浮かび上がってくる。

にもかかわらず、地域コミュニティはこれまで「協働」の名の下に「むら（集落機能）」の空洞化への対応に偏重し、この領域への踏み込みを躊躇ってきた。地方と地域の現状を鑑みるに、地域コミュニティ自らが、総力を傾けて地域の生産機能の回復に取り組まない限り、この問題を解決することはできないのではないか。これこそが地域づくりの原点であり、もはや先延ばしも、避けて通ることもできない状況に立ち至っているのではないか。

この社会・経済状況の中で、地方の衰退と地域の消滅を阻止する、若しくは少しでもその進行を遅らせることはできないか。どうしたら、その可能性を見出すことができるのか。以下、省察を試みる。

## 1 地域づくり

### 1.1 過疎と限界からの学び

高度経済成長期の農村から都市への「民族大移動」（吉川 2012：101）とその後続く少子高齢化を起因の1つとする経済社会構造の変革は、これによって減少した地域人口の維持すらも困難にするほどに地域の基盤産業を破壊し、非基盤産業にもまた不可逆的な打撃を与えることとなった。この地方・地域の経済構造と社会構造を立て直し、再生へと導く「地域づくり」とは何か。今後の方向性について考えていきたい。

まず、これまでの過疎と限界の分析から得られた地域づくりのポイントの1つは、人口が減少し、高齢化が進行することを克服すべき直接の課題と捉えるのではなく、これらを所与の条件として、地域の人口が減少し、高齢化が進展してもなお、地域の維持・存続に向けて生活水準や生産機能を維持することへと戦略を転換することにあった。地域づくりとは、地域人口の減少からの反転、増加を目指すのではなく、人口が減少してもなお、過疎と限界とならないための戦略づくりであり、活動でなければならない。人口が減少することに伴

って生活水準や生産機能の維持が困難になることを如何に回避するかを探り、これを実践することにより、人口が減少してもなお、住み慣れた土地に住み続け、地域を維持し続ける地域住民自身の活動となる。

このためには、まず持続性を持たない刹那的、対症療法的なもの、地域資源を収奪・枯渇させてしまうようなもの、人間関係や社会的絆を破壊してしまうようなものは、地域づくりとは呼べないものとなる。地域づくりの時間タムは長期でなければならず、反復性と継続性を内包するスキームであることが要請される。

地域づくりを「空洞化」（大西ほか 2011）の観点から考えると、地域づくりとは「人（人口）」の空洞化により人口が減少してなお、「土地（生産機能）」、「むら（集落機能）」、そして「ほこり（地域への愛着・定住性）」というこれに続く空洞化を阻止しようとする活動の総称となる。

「土地（生産機能）」の空洞化の克服には、「地域コミュニティビジネス」の創出がその鍵を握る。地域住民自身による地域資源を活用した新たなビジネスの創出に向けた取組が、地域づくりの中心に位置し、他の活動を牽引することとなる。また「むら（集落機能）」の空洞化の克服には、行政との協働の延長線上に、地域コミュニティの求心力のさらなる発揮と地域住民の参画を通して地域住民の紐帯が強化され、より包摂的でソーシャル・キャピタルに溢れた新たな互助の取組が用意される必要がある。そして「ほこり（地域への愛着・定住性）」の空洞化を埋め戻すには、生産活動への参画、「共同」の取組による地域の生産と経済の再生を通して、地域住民の自立と自信が回復され、地域に根づく「共通（公共）善」が確立されなければならない。

地域づくりとは、地域コミュニティが包括的地域経営主体として自ら事業・経営主体となり、コミュニティビジネス（「地域コミュニティビジネス」）の起業とこれを包摂するスキーム（「地域主義経済社会モデル」）の創出を通して「土地」と「むら」、「ほこり」の3つの空白を埋める営為にはほかならない。これらはどれ1つ欠けることなく、また相互に関連し、バランスの取れた地域住民

自身による主体的、自立的な活動でなければならない。また、過疎の只中において限界が来る前に、「人」以外の3つの空洞化の阻止を通して、過疎化の進行を遅らせ、限界化を粘り強く回避しつつ、その回復と再生の機会を窺う戦略でもある。この結果、「人」の空洞化の阻止、埋め戻しは、それ自体が第一次的な目標とされるべきではなく、地域住民の多岐にわたる地域づくりの取組の結果として捉えられるべきものとなる。

## 1.2 地域づくり戦略

都市と地方との二極分化の核心は、日本の農山村や地方都市では、生活が成り立たない社会経済構造になってしまっていること、すなわちそこで生活するための生業（ナリワイ）が成立しないことにある。その地に住み続ける鍵は、現代において「生活」（ファーストプレイス）と「就業」（セカンドプレイス）の場の分離により、消費一辺倒となってしまった多くの地域にあって、地域に「生産（生業）」を取り戻し、「生活（暮らし）」と「生産（生業）」をともに身近な存在へと地域の経済社会構造を変革することにある。地域づくりとはその実現に向けて取り組まれる諸改革の総和ということになる。

すなわち、地域づくりとは、地域コミュニティが包括的地域経営主体となり、地域自治・経営機能（「むら（集落機能）」）とともに地域経済をも射程に収め、「土地（生産機能）」を発揮して、地域の維持と発展を可能とする持続性を持った活動となる。地域住民一人ひとりの生活の維持と向上、そして地域の存続のために、地域住民自らが地域資源を活用して、経済活動を伴った包括的な地域コミュニティ活動に自主的、主体的に取り組むものといえよう。

さらには、地域づくりとは、過疎の根源的な要因であり、地域消滅の決定的な要素である地域の定着性と共同性の喪失をもたらした地域における生産の空洞化への対抗として、地域住民自らが地域に根付いた経済（生産）の創出に取り組むこと、すなわち「地域で（カネを）稼ぎ、地域で（カネを）廻す」ことともいえよう<sup>1</sup>。地域づくりとは、単なる地域課題解決に止まるのではなく、新

たな地域価値の創造を通して、地域経済と地域社会を牽引し、地域を存続へと導く取組でなければならない。

## 2 地域コミュニティビジネス

### 2.1 地域コミュニティビジネスとは

地域に「土地（生産機能）」を取り戻す鍵は、地域コミュニティビジネスの創出にある。地域住民自らが包括的地域経営主体という新たな社会セクターを創出し、共同してビジネスを起こし、ともに従事し経営していくのである。

地域コミュニティビジネスとは、地域コミュニティが包括的地域経営主体となり、地域自治・経営機能とともに地域経済（生産）機能を発揮して、地域の維持と再生を可能とする持続性に富むビジネスをいう。地域コミュニティが事業・経営主体となって、地域におけるさまざまな課題（地域課題）に対して、地域資源を活用して地域に根付く新たなビジネスを創出し、さらには共同の営為、すなわち地域住民の資本・経営・労働への参加を通して収益を上げながら、その解決とともに新たな地域価値を創造していくのである。

地域の消滅を阻止し、地域を存続へ導くポイントの1つが、地域資金の地域からの漏出を阻止し、地域内での循環を確保することである。地域からの資金の漏出を防ぐ（「漏れ口をふさぐ」the leaky bucket (plugging the leaks)）とともに遺漏を免れた地域資金が地域の隅々にまで行き渡り（「灌漑」irrigation）、地域の中で乗数効果を伴って何度も地域内を周回することが地域経済の再生に不可欠な要素となる（福士 2005）。これまで地域から資金が漏出していた局面に地域コミュニティビジネスを起こし、嵌め込むことによって、これを代替し、輸入置換するのである。このことにより地域資金の漏れ口はふさがれ、内部留保されることとなった地域資源は地域内で循環され、再投資されることを通して、地域内乗数効果もまた輻輳されることとなる。

この代表的な例としては、地域エネルギーの代替・輸入置換が挙げられよ

う。例えば、地域コミュニティビジネスにより小水力発電や太陽光発電事業を起業することで、地域で利用している電気エネルギーを代替・輸入置換し、地域からの資金の流出を防ぐのである。また、大手の製パン会社がスーパーマーケットで販売している各種のパンに代わって、地域コミュニティが事業・経営主体となってパン工房を起業し、これを代替・輸入置換することで、地域からの資金の漏出を防止することが可能となろう。さらには、この際に使用する小麦や卵、ハム等の原料もその多くを地域内への再投資により地域内で調達することで地域内経済循環を促し、地域内乗数効果をより大きくすることも可能となる。

地域コミュニティビジネスとは、地域の存続という究極で最大の地域課題の解決をミッションとして、地域コミュニティが主体となって、地域資源を活用した新たな小さな多くのビジネスを沸々と起業し、その連携とネットワークの下に地域に生産と雇用を創出し、地域経済社会の再生と活性化を可能とする持続的発展構造を地域にビルト・インするものといえよう。

## 2.2 地域コミュニティビジネスの方程式

では、地域コミュニティビジネスをどうやって創出すればよいのだろうか。さらには、これを地域に根付かせ、維持していくためにはどのような取組が必要とされるのだろうか。地域コミュニティビジネスの創出、立ち上げについて考えてみたい。

地域コミュニティビジネスが、地域コミュニティが事業・経営主体となって、各種の地域課題をビジネスニーズとする小さなビジネスを起こし、これにヒトやモノ、カネ、情報等のあらゆる地域資源を組み合わせることで投入することによって、その解決とともに地域に雇用と所得、さらには新たな地域価値を創出しようとするものであるということから、これを地域課題と地域資源、地域コミュニティを連乗する方程式として表現することができる。（図1）

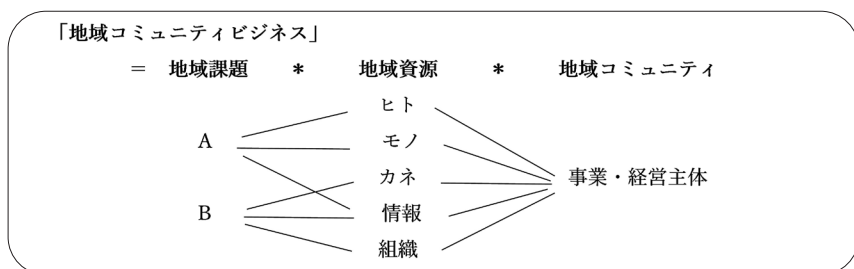


図1 「地域コミュニティビジネス」の方程式

（出所）筆者作成

例えばAという地域課題に対して、地域コミュニティが事業・経営主体として、ヒトとモノ、カネ、情報、組織という地域資源をその課題の特性に応じて適宜、選択し、組み合わせ、過不足なく投入することにより、ビジネスの手法を通して、地域課題を解決しつつ、地域に雇用と所得を生み、新たな地域価値を創造していこうというのである。さらには、これに並行してBという地域課題の解決に向けてもまた、ビジネスの手法を採ることにより、Aにおけるビジネスとのシナジー効果を期待することができる。

なお、ここでいう地域資源には、具体的には以下のものが想定されよう。まずヒトとは、住民性や固有の知識（知恵）を持つ住民、またモノとは、自然資源や人文資源、郷土資源、カネとは、地域経済力や市民経済力、情報とは、地域の知的財産や情報受発信力、組織とは、住民組織や社会的ネットワーク等である（恩田 2010：2）。

## 2.3 地域コミュニティビジネスの特性

地域コミュニティビジネスにより生み出される利益は、個人には還元されず地域コミュニティ内部に留保、蓄積されて、地域住民の雇用や各種の地域活動・ビジネス等に余りなく、漏らすことなく支出、再投資される。この結果、その利益は地域内乗数効果を伴って増幅されて地域コミュニティ全体に還元さ

れることとなり、地域住民の便益、福祉 (well-being) の向上に効率的、かつ効果的な貢献をなすこととなる。

また、地域コミュニティビジネスは、地域に内在する自然資源や潜在的労働資源を発掘して地域に小さな生産と雇用、所得を創出し、地域内消費を組み合わせた閉じた経済サイクルを発生させることから、外部環境の変化に強い自律性に高く、持続性に富むビジネスとなる。一方で、この特性から、地域コミュニティビジネスには、非基盤産業としてまず域内市場を射程内に捉えて起業され、その生産物が優れた商品性等により域外における市場性を獲得した場合にはじめて基盤産業化への道が開けるという制約が内在することとなる。

このほか、事業・経営主体となる包括的地域経営主体が、地域の事情を良く知り、地域住民と顔の見える信頼ある関係性を有することから、雇用に関しては地域の主婦や高齢者等の潜在的な労働力等を発掘し供給させる能力に、またビジネスチャンスとなる地域課題の把握能力やサービス等の供給先を確保するといった経営的側面においても、地域に根付いた事業・経営主体ならではの他

の主体にはない有利な能力を有する。

さらには、他の地域コミュニティビジネスやコミュニティビジネスとの相互の親和性の高さも特徴の1つであろう。地域コミュニティ自らが、包括的地域経営主体となり、事業・経営主体ともなつてコミュニティビジネスを創出することに並行して、地域という共通の基盤の上に、様々な主体が取り組む各種のコミュニティビジネスを包摂し、連携して、一体となつて地域の存続に向けた新たな生産と雇用を生む経済活動を営むことが可能となる。個々においては微力なコミュニティビジネスを束ね、ネットワークし、総体として地域の持続性を確保する機能に長けているといえよう。

地域コミュニティビジネスにおける地域に根付いた生産活動とは、高度経済成長期以降、地方の衰退と地域の消滅の起因となつた「土地（生産）」の空洞化を埋め戻す営為であり、各地域が失つて久しい地域における「生業（ナリワイ）」の回復運動にほかならない。地域の維持、持続性の確保に不可欠な要素



である生産活動に伴う地域住民の「共同」を再び地域に持ち込み、共通（公共）善を根付かせるものとなる。単なる地域課題解決に止まるのではなく、新たな地域価値の創造を通して地域経済と地域社会を牽引し、地域を存続へと導くエンジンとなるのである。地域住民の生産活動（「共同」の営為）への参画を通して、ソーシャル・キャピタルの醸成を促し、支え合い、お互い様といった共通（公共）善の涵養とともに、苦痛の対価としての労働から、楽しく生きてある喜びを実感できる労働へと、その労働に対する価値観の転換を可能にする新たな社会装置といえよう。

さらには、その事業形態が職住接近、職住一体型であることから、労働と生活が一体となった新たなライフスタイル（「ワーク・ライフ・インテグレーション」）を提供するものとなり、また他地域との関係性においては、その生産・販売活動を通して交流人口と関係人口の増加をもたらし、他地域との新たなコモンズの形成に寄与するものともなる。

地域コミュニティビジネスとは、包括的地域経営主体たる地域コミュニティが事業・経営主体となることにより、必ずしも短期・限界分析的な経済合理性に基づくばかりではないビジネス、すなわち人や環境等に寛容なビジネスを地域という限定された範囲であるものの、またであるからこそこれを根付かせ、市場（原理）主義の覇権に風穴を開けることを通して、地域の存続に向けた可能性を切り拓くものといえよう。

### 3 地域主義経済社会モデル

#### 3.1 地域コミュニティビジネスを地域に根付かせるための5つの改革

では次に、地域コミュニティビジネスを地域に根付かせ、維持していくためにはどのような取組が必要とされるのだろうか。その柱となる5つの取組・改革についてみていくこととしよう。

それにはまず、既存の地域コミュニティが地域運営組織の壁を越えて、地域

コミュニティの経済的側面をも活動領域に収め得る「包括的地域経営主体」へと、もう一段の組織的進化を「地域コミュニティ改革」により遂げる必要がある。さらには、この新たな組織が事業・経営主体となって、地域資源を活用して地域コミュニティビジネスの創出に取組む（「生産改革」）ことが必要となる。この「地域コミュニティ改革」と「生産改革」の2つの改革が起点となることをまず確認しておこう。

地域コミュニティビジネスの地域への定着と維持には、この2点に加えて、この活動に従事することを可能とする生活に根付いた新たな働き方（「生業（ナリワイ）」）の創出に取り組む（「労働改革」）とともに、地域の生産活動を支えるため、地域住民の消費性向を地域に向け直す運動（「消費改革」）の2つの改革が必須となる。さらには、行政サイドにあっても、従来の「協働」から地域住民の「共同」による生産活動を後ろから支える方向への行政支援の在り方の見直し（「行政改革」）が、これらの改革に加えて求められることとなる。（図2）

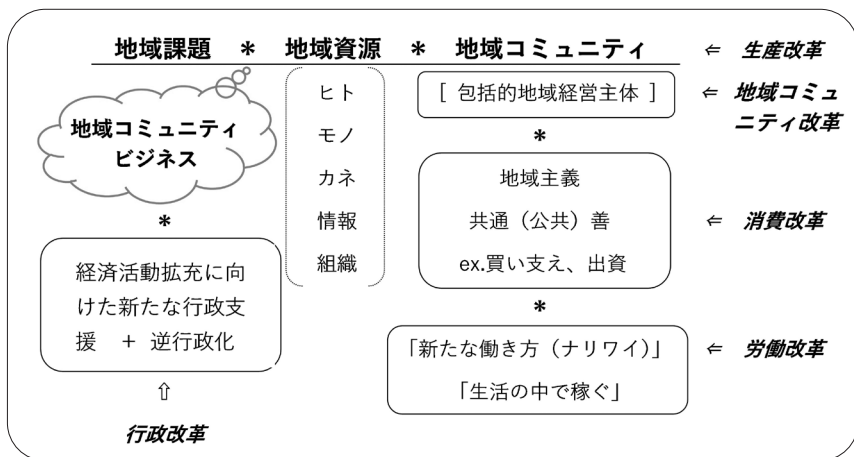


図2 「地域主義経済社会モデル」の方程式と5つの改革  
（出所）筆者作成

地域主義経済社会モデルとは、「地域コミュニティ改革」により地域コミュ

ニティの包括的地域経営主体への進化が図られ、さらにこれが事業・経営主体となって地域資源を活用して地域コミュニティビジネスを起業し、身の丈にあった小さな新たな雇用と所得を生み出す「生産改革」の取組がまず起点を形成する。次にこの活動に「労働改革」により生み出される生活の中で稼ぐ新たに柔軟な労働形態から供給される地域住民の労働力と「消費改革」から生み出される地域商店での優先購入や地域商品・食材等の買い支え、出資といった地域主義や共通（公共）善に根付いた営為が組み合わされる。さらにはこれらに「行政改革」による新たな行政支援や逆行政化の取組が加わった5つの改革からなる経済社会装置となる。

また、地域主義経済社会モデルは、地域に根差した生産と地域主義に根付いた消費の両面が、地域コミュニティビジネスを媒介に地域の中で有機的に統合された内発的で総合的な経済社会装置である。同時に、新たな働き方による生活と生産の両面を融合させ、両立させ得る社会経済装置でもある。地域主義経済社会モデルは、このように地域住民の地域への定着性と住民相互の共同性を内包した構造となっており、また地域内における経済循環性の確保にも優れた構造でもあることから、過疎の克服と限界の突破に向けた有力なツールとなる。

地域主義経済社会モデルの射程をもう少し延ばして考えてみよう。地域主義経済社会モデルでは、事業・経営主体が包括的地域経営主体に限定され、原則として地域コミュニティという地域に根差した範囲に経済圏が限定されるため、地域コミュニティに内在するソーシャル・キャピタルの互酬性の規範や支え合いといった精神、社会的包摂や倫理的個人主義に基づく行為、さらには公共（共通）善や社会的（道徳的）エコロジーといったものへの配慮を「心の習慣」（ベラーほか 1985）として、地域社会と経済システムの内部に持ち込み、経済社会システムとして構造化させるものとなる。

すなわち、現行資本主義経済の枠内に、地域主義に立脚し、公共（共通）善に支えられた需給両面を取り込んだ小さな地域経済を現出し、並列的にこれを

組み込むことが期待されるものとなるが、しかしそれは市場原理主義に立脚したグローバルで大きな経済サイクルを持つ従来型の限界分析的経済システムを否定するものでもなければ、そのオルタナティブを志向するものでもないことに留意する必要があるだろう。

地域主義経済社会モデルの導入にあたり、これが実効性を持って機能するには、以上の5つの改革が、一体的かつ同時並行的に、しかも相互に有機的な連携を持って取り組まれる必要がある。しかしながら、その創出期、導入時にあっては、これら5つの改革のすべてが同時にスタートすることは容易ではない。現実的にはできるものから、できる範囲で無理なく漸進的に取組が開始されるべきであろう。いずれにしても、地域主義経済社会モデルの導入と定着の鍵は、地域住民の理解と何よりもその実践にあることは間違いない。

### 3.2 消費改革

5つの改革のうち、地域コミュニティ改革及び生産改革については、これまでに述べてきたことから、残る消費改革と労働改革、行政改革について多少の補足を加えておきたい。

地域住民は生活者であって単なる消費者ではない。これまでの地域づくりとは、それが外来のものであれ内発によるものであれ、いずれにしても地域における生産活動を指すものであった。地域における消費の側面までが地域づくりの一環に位置づけられ、戦術的手段の1つとして意識されることはこれまでなかった。しかし、年金生活者をはじめとする生産に携わることのない地域住民にも、生活者として地域づくりに参画し、協力し、活動することにより地域を支えることはできる。

地域コミュニティビジネスの多くは、域内の需要をターゲットとする非基盤産業からスタートすることが想定される。このため創出時における市場はニッチなものであり、経営基盤は極めて脆弱なものとならざるを得ない。他方、地域コミュニティビジネスには、地域に根付く産業という特性から地域住民には

馴染みやすいという利点もある。地域主義や共通（公共）善に根付く地域住民による買い支えや食べ支えは、地域コミュニティビジネスの創出と定着にとって、不可欠な要素であると同時にその支持を得やすいという側面も有している。

まず、従来の便利さや安さに価値を置く消費慣行を改め、地域外の生産物ではなく地域内の生産物の購入を最優先とする。買い支えや食べ支えという消費行動を通して、地域内経済循環に意識的かつ積極的に参画するのである。また、貴重な地域資源である自己資金を地域コミュニティビジネスに出資して、その創出と定着を資金面から支えることもできよう。地域内乗数効果を高めることに寄与するとともに、地域資金の域外への漏出を防ぐことも可能となる。

地域産品の優先購入とは、消費による投票行為という側面を有している。そしてこの投票機会は1日に何度も訪れる。1日のうちの何度かの消費を或いは1週のうちの何度かの購入機会を地域産品の購入に充てて地域への信任を示し、さらにその頻度を増やしていくことが地域の存続に不可欠な活動であることが地域住民に広く理解されなければならない。地域産品の優先購入とは、地域の存続に向けたエシカルな消費の実践なのである。

地域経済社会の持続において、従来の経済合理性に基づく消費慣行を地域主義のそれへと改革することは不可欠の要素である。1円でも安いものを買うとする限界的消費性向によるそれまでの消費慣行から、部分（個人）最適と全体（地域）最適の間の、また短期的最適と長期的最適の間の合成の誤謬を埋める地域の共通（公共）善に根差した地域第一主義の消費慣行への転換こそが、地域住民に求められる「消費改革」にほかならない。

地域を経済的に侵略し、消滅の危機に陥れている強大なグローバリズムと市場（原理）主義、新自由主義との地域の存続を賭けた戦いにあるのは、何よりも地域住民の一丸となった、そしてあらゆる局面における徹底的な抵抗が前提となる。生産という局面以外、消費という局面においてもこれは決して例外ではない。従前どおりの消費慣行による地域資金の流出のままに、地域の生産面

の改革のみで地域の消滅を回避することは不可能と知るべきであろう。

この地域主義と共通（公共）善に根差した地域住民の一貫した地域産品の優先購入や買い支え、食べ支え、地域内への出資を内容とする消費改革の理念が、地域住民に広く理解され、共通の認識とされるとともに、その取組が地域住民一丸となって実践されている例を広島県安芸高田市川根地区の「油屋（あぶらや）」と「万屋（よろずや）」の取組に見ることができる（椎川ほか 2014：95-100）。

### 3.3 労働改革

地域コミュニティビジネスには、職住接近、職住一体型の就業形態、地域に根差した働き方を通して、その生産活動に生活者である地域住民自身が従事することが前提とされている。これは労働と生活の葛藤を内包する働き方（「ワーク・ライフ・バランス」）を止揚し、労働と生活が一体となった新たなワーク・ライフスタイル（「ワーク・ライフ・インテグレーション」）を提供するものである。つまり、地域コミュニティビジネスは、これまでの経済性・効率性一辺倒の働き方を社会性・非効率性に寛容な新たな働き方へとリデザインすることを可能とする。「生業（ナリワイ）」という働き方を地域に再び持ち込むことを通して、労働を効率の呪縛から解放するのである。

生業（ナリワイ）とは、一般的には「生活手段として営んでいる仕事、生計を立てるために行っている労働活動、などを意味する語。いわゆる家業を指す場合が多い。」<sup>2</sup>とされている。元々は「なりわぎ」であり、「五穀が実るようにつとめるわぎ。農耕に従事すること。作物」という意味で使われていたものが、仕事や労働活動を表すものへと転じたとされている<sup>3</sup>。地域コミュニティビジネスに従事するということは、地域住民が自らの意思においてその地域を選択し、地域に根付くことでもある。その地域に誇りを持った家業とも呼べる働き方、すなわち「生業（ナリワイ）」に接近することでもある。

高度経済成長期以降の労働のあり方に対する反省から、近年、新たなナリワ

イ（生業）として、様々な仕事をその適正サイズを見極め、それぞれを組み合わせさせて生計を立てていく「百姓的な」作戦、生活の中で稼ぐ方法が提案されている（伊藤ほか 2014）。生活から離れてしまった仕事を個々人の手の届く範囲のほどほどの距離に近づけよう、生活の場で仕事をつくろうというのである。そしてこのためには、高収益モデルでなくても十分であり、仕事といっても難しく考えすぎないで、他者との関係性をつくり、『交換を活性化させる、それが経済の活性化』と定義しなおす<sup>4</sup> が必要だとされている。

また、「半農半X」という新しい働き方、ライフスタイルも提案されている（塩見 2014）。「半農」で地域に根付いて農業に従事し、食べる分だけの食を得て、必要なものを満たす小さな暮らしを確保し、残りの「半X」のXで、好きなこと、やりたいこと、なすべきことを天職（calling）として、積極的に社会にかかわっていきこうというのである。例えば、半農半介護士でもよければ、半農半サーファーでも良い。ワーク・ライフ・バランスがワークとライフが切り分けられた20世紀型のライフプランとするならば、ワーク・ライフ・インテグレーションというこれらの働き方は、ワークとライフが切り分けられない、一体となった21世紀型のライフスタイルといえよう。

また、地域コミュニティビジネスは、フルタイムではなく短時間勤務で、自宅に近い職場での短い通勤時間と柔軟な勤務シフトを可能とする。働く意欲はあるものの、通勤条件や勤務条件等により就業困難となっている地域の高齢者や主婦等の潜在的な労働力に就労の場を提供し、地域経済活動への進出を可能とする。同時に、地域コミュニティの持つソーシャル・キャピタル、信頼ある人的ネットワークは、潜在的労働力の掘り起こしにあっても大いに役立つものとなる。さらには、地域住民の太宗を占める高齢者の就業に有利な労働環境を提供し、高齢者の健康づくりと生きがいづくり、所得づくりに寄与することを通して地域の存続に大きく貢献するものともなる。

生活の中で稼ぐという新たな働き方は、ボランティアの善行や篤志に依存するこれまでの地域活動を経済的インセンティブが働く雇用の形態に置換し、無



理なく手の届くほどほどの距離に近付けて生活の中にナリワイ（生業）としてビルト・インするものである。厳しい経済環境と少子高齢社会の進展の中、ボランティアに依存することが年々厳しくなり、先細りの傾向にある「むら（集落機能）」の維持活動は、地域コミュニティビジネスが可能とする新たな働き方、ナリワイ（生業）の導入によって確保されることとなる。

さらには、地域コミュニティビジネスが可能とする自らのマネジメントにより自らの労働形態を形づくるという新たな働き方は、現代資本主義の限界分析的スキームや功利的個人主義のあり方を越えて、共通（公共）善に立脚した「心の習慣」の形成と経済の民主化による「善い社会」（ベラーほか 1991）への切り口を形成するものとも期待されよう。

### 3.4 行政改革

平成9（1997）年12月3日に発表された行政改革会議最終報告「行政改革の理念と目標 ～なぜ今われわれは行政改革に取り組まなければならないのか～」では、『この国かたち』を見つめ直し、その再構築を図ることが、今日最もわれわれに求められていることである。もはや個別の政策・制度改革のときではなく、戦後のわが国の社会・経済システム全体にわたる大転換こそが必要な時期である。したがって、われわれが目指す行政改革は、断じて、行政改革のための行政改革、スリム化のためのスリム化、中央省庁の看板の掛け替えや霞が関のみを視野に置いた改革であってはならない。」とし、『この国のかたち』を再構築することこそ、今回の行政改革の目標である。」<sup>5</sup>としている。

このときから今や、四半世紀が過ぎようとしている。「わが国の社会・経済システム全体にわたる大転換」は成就したのか。「この国かたち」の再構築はなったのか。よもや「スリム化のためのスリム化」を行政改革と嘯いてはいないだろうか。この国のかたちの再構築を目指した行政改革とは、「ガバメントからガバナンスへ」と「公」の担い方の移行を目指すものではなかったか。「新たな公共」を創出するために従来の行政のあり方を抜本的に見直すもの、パラダ



イムシフト（「改革」）を引き起こすものではなかったのか。今、改めて問われるべきではないか。

「ソーシャル・ガバナンスとは、『政府の失敗』を市場領域の拡大によって克服しようとするのではなく、市民社会を強化することで克服しようとする戦略である。つまり、『公共縮小—市場拡大』戦略ではなく、『政府縮小—市民社会拡大』（less-state、more civil society）戦略ということができる。」（神野ほか2004：4）とされている。すなわち、行政改革とは、「ガバメントからガバナンスへ」の移行を通じて、縮小した政府の向こう側に市民セクターの主体的・持続的な活動によって担われるより大きな「新たな公共」の創出を目指すものであった。その意味では、地域コミュニティによる地域課題の解決に向けた行政との協働による諸活動は、それが行政により紐づけされたものであったとしても、これに向けた新たな住民活動の第一歩として評価されるべきであろう。

しかしながら、直面する地方の衰退と地域の消滅という水平方向における二極分化の止まるところない昂進にあっては、改めて行政改革の本来の理念と目標、その本旨が問い直され、その実現に向けた新たな行政改革が着手されなければならないのではないか。それは、平成5（1993）年6月の衆参両院における「地方分権の推進に関する決議」<sup>6</sup>に源を発する地方分権とその延長線上に位置する地域分権への取組と重なるものとなる。すなわち、地方分権と地域分権はこの本来あるべき行政改革のやはりその延長線上に位置するものであって、その過程を経ることなしに実現するものとはならない。

地域コミュニティは、矮小化（「スリム化のためのスリム化」）された行政改革により、行政の撤退後に生じる「空隙」（「公共空間」≠「新たな公共」）を協働の名の下、その下部構造として補助金による地域動員によりこれを穴埋めするという存在を脱却し、他のセクターと連携して「新たな公共」を担い、支え得る確固たる社会セクター（「第3セクター」・「市民セクター」）へと脱皮、進化しなければならない。地域コミュニティが地域自治（ガバナンス）機能と地域経営（マネジメント）機能を獲得し、包括的地域経営主体へと進化するこの

過程こそが「地域コミュニティ改革」となる。

行政はこの取組にあって、地域住民の「共同」の営為による地域コミュニティの進化（「地域コミュニティ改革」）を背後から支え、その自立性、主体性の確保に向けた取組を積極的に支援する関係性へと従来の「協働」における関係性から、その立ち位置を変えることが求められている。

### 3.5 地域主義経済社会モデルの実現に向けて各セクターの果たすべき機能

では最後に、地域主義経済社会モデルを実現させるためには、各セクターは、今後どのような機能を果たすことが期待されるのだろうか。以下、各セクターについて考えてみよう。

まず、地域コミュニティについては、生産改革と消費改革、労働改革を担うことが求められよう。包括的地域経営主体として、地域自治と地域経営という地域社会、地域経済の両面においてリーダーシップを発揮し、地域住民等をまとめ、その連携と協力の下、地域の将来像を打ち出し、進むべき方向性を明確に指し示すこと。さらには、需・給の両面にわたる地域に経済を取り戻すための自立的・主体的な生産活動を創出、展開し、他のセクターを牽引してソーシャル・キャピタルに富む持続可能な地域をもたらし主エンジンとなることが期待されることとなる。

地域資源や地域人材等を活用して地域コミュニティビジネスを起業<sup>7</sup>し、地域に雇用と所得を創出し、その共同の営為の下に消費改革と労働改革の各種の取組を調和的に包摂すること。地域に生産活動を根付かせ、地域経済を再生することが、地域コミュニティのこれからの中心的命題となろう。

地域住民についても消費改革と生産改革、労働改革を担う存在へと意識を変え、行動に移すことが求められる。買い物の慣行を少しだけ変えて、暮らしている地域の将来に良い影響を与える選択、地域からの資金の漏れや灌漑効果、地域内乗数効果を意識した活動を開始することができるか。地域経済への寄与

の視点から、地域内においてボランティア活動ではなく、何らかの生産活動に従事することができるか。さらには、地域内の事業者等の支援に向けて、出資のほか地域通貨や社会的インパクト投資（SIB）<sup>8</sup>等の地域内経済循環、地域内再投資の活動に協力、支援することができるかが問われている。

地域の小売業者と事業者についても生産改革、消費改革を担ってもらわなければならない。域外から輸入しているものを置換して、地域内からの物品とサービスの調達を増やすことができるか（「地消地産」）。逆に地域資源を活用した生産物を開発、供給するため、地元生産者と協力することができるか（「地産地消」）。地域内の他の事業者と連携して、地域住民の消費性向を如何に地域内に向けさせるのか<sup>9</sup>。そして地域コミュニティと地域住民との共通（公共）善の確立の上に、如何に地域外競合他社の地域参入に立ち向かうのか<sup>10</sup>。地域主義経済社会モデルの定着に向けた役割は決して小さくはない。

地域金融機関についても消費改革の側面から期待を寄せたい。地域通貨を立ち上げ、地域内経済循環を創出し、地域からの資金の遺漏を阻止することは、そもそも自らの存続を賭けた地域金融機関の使命において必要な取組といえるのではないかと<sup>11 12</sup>。また地域内の商店・事業者と連携して、相互支援体制の下、地域外の金融関係競合他社の地域参入に立ち向かうことも本来の使命といえよう。

地方自治体には従来の協働の仕組を超えた新たなスタイルの行政改革に改めて取り組む必要があろう。地域コミュニティによる地域コミュニティビジネスの取組を背後から支援し、地域住民等を巻き込んで地域主義経済社会モデルを積極的に推進できるか。地域からの富の漏出を防ぎ、地域内経済循環の拡大を通して地域経済を再生、活性化できるか<sup>13</sup>。そして地域コミュニティビジネスの創出、進行に向け、新たな支援制度の創設に取り組む必要があろう<sup>14 15</sup>。さらには、地域住民に地域主義や公共（共通）善を根付かせ、地域の存続へ向けた行動を促進することもその使命といえよう。市区町村の経営戦略において、戦略的成長と地域内の経済的持続可能性との間により良いバランスを達成でき

るかが、まさに問われているのである。

## おわりに

世界を席卷するグローバリズムと市場（原理）主義、新自由主義の全世界的規模の伸長の前に、日本の地方は衰退し、地域は消滅の危機に瀕している。過疎化と限界化の果てに、ポツンと一軒家になり、今では誰一人住んでいない消滅集落も全国で散見される状況となっている。過疎化と限界化の波は日本を覆いつくす勢いで増殖しており、今後の少子高齢化の進展と人口の減少を見通すとき、もはや都市部にあっても無関心を装うことはできない。

何故、これほどまでに日本では過疎と限界が進むのか。この状況にあって「すべてのまちは救えない」（増田ほか 2014）と嘯くことができるのか。では、どこまでならば救えるというのか。私たちは日本の過疎化と限界化を不可逆的な社会現象と諦めてしまってよいのだろうか。SDGsの11番目のゴール「住み続けられるまちづくりを」とは、日本とは無縁の存在なのか。

今こそこれまでの過疎と限界を総括し、新たな地域づくりの取組を始動させなければならないのではないのか。

地域づくりとは、地域の存続に向けて、地域住民が一致団結し、一丸となって知恵を絞り汗を流して、あらゆる人的、物的地域資源を活用して、人口が減少してもなお生き残ることをゴールとする活動でなければならない。その活動とは、地域コミュニティビジネスを起こし、5つの改革を通して地域主義経済社会モデルを定着させ、これを支え、維持することへと収斂することではないか。そしてこの一見、散発的で局地的な活動は、各地の活動との連携と協力を通して面的な広がりを持ち、市場（原理）主義と新自由主義への有力な対抗原理となるのではないのか。

「過疎」という表現についても、そろそろ真剣に再考すべきときを迎えているのではないだろうか。過疎とは「疎<sup>まば</sup>らが過<sup>す</sup>ぎる」と書く。しかし、西欧諸

国と比較して日本の可住面積当たりの人口密度は各段に多い<sup>16</sup>。「疎<sup>まば</sup>らが過<sup>す</sup>ぎる」とは言えないのではないか。そもそも「過疎」とは高度成長期における都市の「過密」への対語として出現した表現であり、地方の実態を本質的に捉え、表現されたものではない。国土の63.2%、全市町村の51.5%が過疎となった今、現在のこの状態を所与とし、「過疎」と呼ぶことなく、ここから自らの生産に拘った新しい地域づくりの第一歩を踏み出すことが必要とされているのではないか。

筆者は、福岡県東部の町の人口154人、高齢化率67.5%（令和2年国勢調査）の中山間地域の集落で、地域の皆さんと一緒に地域コミュニティビジネスや地域主義経済社会モデルの実現に向けた取組を進めている。まだ緒に就いたばかりであるが、荒廃した棚田に麦を植え、これを段々畑に変えて再生させるとともに、収穫した小麦を再び地域資源として地域コミュニティビジネスを起業し、パンやうどんを作って、地域住民がこれを買って食べ、食べ支えて地域内経済循環を創出し、地域の持続的発展につなげていきたいと考えている。

この地域を決してポツンと一軒家にしないように、いつまでも存続できるように、出て行った住民たちがもう一度この地域に戻って一緒に生活できるように、知恵を出し合い、ともに汗を流していくつもりである。この活動の報告をお約束して、一旦、筆を置きたい。

## 【注】

- 1 村上智彦（2017）『最強の地域医療』ベスト新書：p143.

財政破綻した夕張市で医師であり薬剤師でもあった村上智彦は白血病と戦うベッドの上から「地域づくり」を次のように表現した。「公務員による『官』主導ではまちづくりは不可能だと考えています。必要なのは『官』でも『民』でもない『公：おおやけ』なのだと思います。『おおやけ』とは難しいことではなく、ただみんなで行っていることをやっていくというだけの話です。よく『地域の再生』などという言葉を使いますが、実はその方法はとても単純です。その地域の住民が自ら起業して、納税し、雇用を作ることこそが地域の再生です。」

- 2 実用日本語表現辞典、<https://www.weblio.jp/content>（閲覧日 2022.6.21）.

- 3 マナラボ、<https://docoic.com/47588#occupation>（閲覧日2022.6.21）。
- 4 伊藤洋志／pha（2014）『フルサトをつくる 帰れば食うに困らない場所を持つ暮らし方』、東京書籍：p159。
- 5 行政改革会議、平成9年12月3日、「行政改革会議最終報告」。
- 6 衆議院、平成5年6月3日、参議院、同年6月4日、「地方分権の推進に関する決議」。
- 7 高知県梼原町松原区では、平成24年4月に区の住民の出資により「株式会社まつばら」を設立し、ガソリンスタンドの運営や地域食材加工販売施設「あいの里」での地域食材をお金に換える仕組みづくりに取り組むなど、町内6区すべてにおいて「集落活動センター」を中心に地域住民による自立的。主体的な各種の経済活動が実践されている。  
・前梼原町長矢野富夫、2019年1月29日、「生きる仕組みづくりに挑戦する六つの集落活動センター ～考え方を変えよう～」[https://www.chisou.go.jp/sousei/about/chiisanakyoten/pdf/06\\_yano\\_koen.pdf](https://www.chisou.go.jp/sousei/about/chiisanakyoten/pdf/06_yano_koen.pdf)（閲覧日 2022.6.21）。
- 8 東近江市版社会的インパクト投資（SIB：ソーシャル・インパクト・ボンド）「コミュニティビジネススタートアップ支援事業」<https://www.en-try.jp/feature/shiga-higashiomi-sib/>（閲覧日 2022.6.21）。
- 9 産経WEST、2020/8/28、「買い物は地元で 大阪・昭和町界隈で取り組み広がる」<https://www.sankei.com/article/20200828-LESBSU3V5BOLVNSZLOAL43HKS4/>（閲覧日 2022.6.21）。
- 10 高松丸亀町商店街振興組合、「高松丸亀町 まちづくり戦略」[https://www.chisou.go.jp/tiiki/chukatu/hosaku\\_kentokai/dai1/siryo13.pdf](https://www.chisou.go.jp/tiiki/chukatu/hosaku_kentokai/dai1/siryo13.pdf)（閲覧日 2022.6.21）。
- 11 飛騨信用組合「さるばばコイン：飛騨地域限定の電子地域通貨で暮らしも旅もキャッシュレスに」<https://www.hidashin.co.jp/coin/>（閲覧日 2022.6.21）。
- 12 アクアコイン普及推進協議会「アクアコイン：木更津市内限定で利用できる電子地域通貨の電子マネーは、アクアコイン」<https://www.kisarazu-aquacoin.com/>（閲覧日 2022.6.21）。
- 13 深谷市、「深谷市地域通貨ネギー」<http://www.city.fukaya.saitama.jp/kurashi/kurashi/1590738016701.html>（閲覧日 2022.6.21）。
- 14 「協同労働」プラットフォーム（らぼーろひろしま）、「広島市協同労働モデル事業」<https://kyodo-rodo.jp/>（閲覧日 2022.6.21）。
- 15 高知県、高知県集落活動センター推進事業費補助金<https://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/070101/2020022700427.html>（閲覧日 2022.6.21）。
- 16 可住地人口密度（人/㎢）  
日本1、100、ドイツ353、イギリス316、イタリア301、フランス178、アメリカ54 参考データ 人口及び土地面積：世界銀行2018、森林面積：世界銀行2016（出所）TOILOGY

【参考文献】

- 伊藤洋志 (2012) 『ナリワイをつくる 人生を盗まれない働き方』東京書籍.
- 恩田守雄 (2010) 『第二版 グローカル時代の地域づくり』学文社：p2.
- 大西隆他 (2011) 『これで納得！集落再生 ―「限界集落」のゆくえ―』ぎょうせい.
- 椎川忍ほか (2014) 『知られざる日本の地域力』今井出版：pp95-100.
- 塩見直紀 (2014) 『半農半Xという生き方 決定版』、ちくま文庫：p19.
- 神野直彦／澤井安勇編著 (2004) 『ソーシャル・ガバナンス 新しい分権・市民社会の構図』東洋経済新報社：p4.
- 福士正博 (2005) 「地域内乗数効果概念の可能性」『東京経大会誌（経済学）第241号』.
- 増田寛也編 (2014) 『地方消滅―東京一極集中が招く人口急減』中公新書.
- 吉川洋 (2012) 『高度成長 日本を変えた六〇〇〇日』中央公論新社（中公文庫）：p101.
- ペラー・ロバート・N／マドセン・リチャード／サリヴァン・ウィリアム・M／スウィドラー・アン／ティプトン・スティーブン・M (1985) 『心の習慣―アメリカ個人主義のゆくえ』(1991) 島蘭進／中村圭史訳 みすず書房.
- ペラー・ロバート・N／マドセン・リチャード／サリヴァン・ウィリアム・M／スウィドラー・アン／ティプトン・スティーブン・M (1991) 『善い社会―道徳的エコロジーの制度論』(2000) 中村圭志訳 みすず書房.

