

<書評 I >

多田憲一郎 著

『地域再生のブランド戦略—人口1000人の村の元気の秘密—』(イマジン出版、2012年)

小川 尚紀

本書は、グローバル時代に求められる地域再生と地域発展の戦略を示したものである。すなわち地域再生・地域発展という目的に対し、どのような手法・手段が取り得るのかという疑問について、岡山県新庄村の実践の事例に学びながら答えた著作である。

まず第1章では、中山間地域の問題として、過疎化とその時代背景が説明されている。すなわち、地域の再生を考える前に、地域のどのような部分が破壊され、どのように崩壊へと至ったのかという点を明示している。

中山間地域における「過疎現象」は、1960年代の高度経済成長期における地域外への大規模な人口流出をひとつの契機としている。青年層の人口流出は、結果として地域内における人口再生産力を奪うことになった。これらは「第1次過疎化」と呼ばれている。

人口の社会減の局面から、自然減の局面に到達するのが1980年代後半以降である。つまり、地域内における死亡率が出生率を上回る現象が見られるようになっていった。つまり、以前からの社会減と新たに発生した自然減により、地域の人口減少はより拡大していくことになる。これらは「第2次過疎化」と呼ばれている。

人口減少は、地域の担い手減少を意味し、耕作放棄地等が増加することになる。こうした現象が意味するのは「地域資源の管理システム」や1960年代以前の「地域資源管理の原像」の破たんが急速に進行しているということである。さらに、この破たんは、中山間地域の労働側面において、その特徴であった「多就業型収入」や「年間就業体制」の崩壊をもたらすことになった。

加えて1980年代後半から特に浮き彫りとなってきた問題が「生産条件不利問題」である。グローバルな市場における競争を勝ち抜くための、大規模で効率的な農業にとって、中山間地域は不利な地域で

ある。ゆえに他の地域で大規模・効率的に大量に生産される農産物が供給されることで、従来の中山間地域の農産物は淘汰されることになる。

以上のように、中山間地域の問題の発生の背景には、日本経済の構造変化に伴う中山間地域の経済構造の崩壊があるのである。その上で、著者は中山間地域の再生の意義として「多面的機能」を挙げ、農業を中心とした地域の産業振興政策の必要性を示している。そのためには戦略として、「構造的個性」を作り出すことと、地域を担う「主体の形成」が重要であると示されている。

第2章は、「地域」についての考察の章である。これは前章の地域構造の崩壊を受けて、「地域のいったい何を再生するのか」といった地域再生の目標像について明示する章でもある。

まず、著者にとって「地域」とは「人と人との関係」であり、3つの異なる領域の人間関係を持つものとして捉えられている。それはすなわち、①市場領域、②共同領域、③財政領域である。そしてこれらの領域のあり様を「地域構造」という言葉で表している。地域を3つの領域における「人と人との関係」という視点で捉えることで、地域発展戦略の土台を「主体の形成」として明確に位置づけている。加えて、領域ごとの、あるいは領域を超えた補完や連携の仕組みを作ることが戦略の軸になっている。そして、この地域発展の目標は住民の「ここに住んでよかった」という満足度で示される。

第3章は、岡山県新庄村の事例を紹介しながら地域発展戦略論を展開していく章である。なお、新庄村は人口957人(2010年「国勢調査」)、高齢化率39.5%(2011年「住民基本台帳」)の山村である<sup>1</sup>。まず、ここでは市場領域における重要な概念として、「移出力」と「循環力」を挙げている。そして地域経済はマクロレベルにおいては「移出力+循環力=財政移転」の均衡式が成り立っているとされる。今後、地方交付税の削減などで「財政移転」が減少することが見込まれるなか、この均衡が崩れ地域経済が崩壊に至る可能性がある。これに対応するためには移出力と循環力を高める産業政策が必要となる。

新庄村の「移出力」を高める取り組みの事例としては「ヒメノモチ」という餅米が挙げられている。なお、新庄村の基盤産業は農業であり、農業が最大の移出産業でもある。農業における出荷額の割合としては水稻が50%、次いで酪農・畜産関係<sup>2</sup>が40%

を占めている。さらに新庄村の水田の70%はヒメノモチを作付けしている。新庄村ではこのヒメノモチの生産、加工、販売を一体化した「6次産業化」構想を掲げ、農業振興に力を入れている。

高品質のヒメノモチを作るには次の2点が重要である。それは、①豊富な良質の水、②1日の寒暖の差が大きいことである。そして、新庄村ではこの2つの条件を満たしているというわけである。すなわち、こうした作物に関しては「生産条件不利」ではなく、「生産有利な条件」を有している。よって、新庄村以外で栽培したとしても同様の品質には育たない<sup>3</sup>。ここに「移出力」を生み出すポイントがあるという。

また、新庄村においては、村の農業振興戦略として「生産組合の組織化」、「加工場の建設」「独自の販売ルートの開拓」という流れで6次産業化を推し進めた点に特徴がある。

新庄村ヒメノモチの事例のポイントは「地域特性の再評価」と「付加価値をつけること」にある。つまり、地域内の土地や自然を再評価し、歴史や文化をも取り込み、他にはまねできない差別化を図る。著者はこれを「地域ブランド戦略」と呼んでいる。

第4章は、地域において生み出される「付加価値」の本質について迫る章である。前章では、競争力の源泉としての土地、組織、機械、販路を一体化するブランド戦略について、ヒメノモチの事例を紹介しながら示された。

こうした地域ブランドの付加価値は、「地域資源」からもたらされている。加えて地域資源には2つの観点から整理ができる。ひとつは、土地や自然などの地域特性であり、ハードな面での地域資源である。もうひとつは歴史・文化・生活などの「目に見えない」地域特性であり、ソフト面における地域資源である。

地域資源は資源として地域に根ざしているが、著者が新庄村でおこなったアンケート調査によれば実際にビジネスに生かされているものは一部のみであるという。その理由として戦略を企画する主体が形成されていないという仮説が示されている。ゆえに地域ブランド戦略を推し進めるためには、主体形成のあり方について検討する必要がある。

第5章では、主体形成、すなわち地域発展戦略の担い手をどのようにつくるのかという点に焦点が当てられている。

著者は、戦略策定に際して、様々な立場の人々が

交流して検討する「場(ネットワーク)」の重要性を述べ、それを「創造ネットワーク」と呼んでいる。こうしたネットワークの構築は、異なる領域の主体をつなぐ仕組みづくりのひとつでもある<sup>4</sup>。さらに、地域内側だけではなく外側からも、様々な分野の人々を巻き込んでいくことが必要であるとされる。そして、ネットワーク主体が地域ブランド戦略を検討する際に重要な点として、地域の再評価をおこなうことを勧めている。その上で、参考になる考え方としてPDCAサイクルを挙げ、「全面賛成ではないが」という前置きをしたうえで、Planからではなく、Checkからスタートするのが最大のポイントであると述べている<sup>5</sup>。

まとめとして、おわりにでは、グローバル化時代の地域の重要性について述べられている。すなわちグローバル化は地域の市場領域が直接に世界経済とつながることを意味し、これによって地域は質・量ともに大きく変化する。この影響を抑える防波堤の役割を果たす財政の領域も、財政赤字という点から緩和されつつある。ここでの論理構成としては、地域は「我々がグローバル世界を生き抜く基盤」であるとされ、「グローバル世界の普遍化の流れ」対「地域の固有性を求める流れ」という対立軸が位置付けられている。その上でこの地域固有性は共同領域から生み出されるものであるとし、意識的な防波堤としての地域の編み直しを強調するのである。

以上から地域発展の戦略とは、「地域ブランド戦略」であり、それは地域の固有性を磨き、他との差別化を図ることであるとされる。そのための処方箋としてまず必要なこととして「自らの足元を見つめること」という具体的なアドバイスを展開している。

このように具体的かつ地域づくりの現場で直ぐにでも実践し応用可能なアドバイスを展開しているのが本書の最大の特徴であると言えるだろう。

#### 【注】

1 新庄村は、岡山県と鳥取県の境に位置し、岡山市から約120km離れている。加えて、明治・昭和・平成の大合併においても合併を経験しなかった字のない村である。

2 「松坂牛」はもとを辿れば新庄村産である！すなわち新庄村で育てられた子牛はブランド産地に販売され、産地ではその子牛を育てて「松坂牛」など

のブランド牛として流通させているというわけである。新庄和牛の品質の高さが伺える。

3 ここに移出力の源泉としての土地の重要性を見いだすことができる。生産の3要素として、資本、労働力、土地の概念がある。しかし、過疎化が進行する中山間地域においては、資本(事業所)は少なく、労働力も不足している。土地についても大規模農業を展開するためには「生産条件不利」と言われている。しかし、差別化という視点で地域の固有性を見た場合、それが競争力の源泉としての役割を果たすことがあり得るということであろう。

4 新庄村においては、「景観保全条例」を1992年に策定しており、「自分たちで自発的にルールを決

めて守る」取り組みを早くから進めている。このことから村づくりに熱心に取り組む主体の存在が伺える。

5 PDCAサイクルは、品質管理の理論である。経営の現場でよく用いられるものであるが、考え方の応用の範囲が広いため多様な視点から援用される。単純にPDCAという思考停止に陥りがちであるが、ここでは「地域の足元を見つめることから出発する」という著者の主張にオリジナリティと重要なポイントがあると言える。

(京都大学大学院経済学研究科博士課程)