特集論文

人口減少社会のまち、ひと、しごと

―地方創生の新たな方向と中小企業―

濱田康行
（公益財団法人はまなす財団 理事長）

金子勇
（神戸学院大学 現代社会学部教授）

目次

1．高齢化・人口減少社会の考え方
2．「まち、ひと、しごと」を包括する地方創生
3．地方創生のためのDLR理論
4．観光と地域づくりの地方創生事例分析
（1）天売島：共感マーケティング
（2）鹿追町：アソシエーションを創る
5．地方創生論の現実的な展開
（1）水平面・ヨコ方向への拡大
（2）垂直面・タテ方向への拡大
むすび

1．高齢化・人口減少社会の考え方

社会学には、高田保馬によって彫琢された社会変動論としての「人口史観」を活用した、社会システム論の観点からの「少子化する高齢社会」の研究がある。これによると、人口構造の変化としての少子化の影響は社会システムの全領域に及び、主だった経済、政治、文化、福祉、治安、個人の現状と将来像などの領域を直撃する。

この視点で全体社会像を理解した後で、少子化が総体的な社会変動の原因となり、社会の量・質的組立（人口構造）を変化させるという認識に進み、その結果が超高齢社会の到来と見るのである。少子化による社会変動は人口減少社会をもたらし、社会全体の政治行政、産業経済、精神構造までも大きく変化させる。

この大局的な視点から部分を点描するには社会学特有の方法を用いる。数百年の長さで見れば、ある時代の人間が神の命ないしは教会の意向通りの生き方を実践する「聖なる存在」（sacred）ではなく、各方面でそれが変容して、

金儲けや犯罪すれすれの行動を筆頭に社会全体が世俗的になる（secular）という図式になる。世俗化（secularization）に伴い、国家や会社などの集合体や地域社会よりも、集合体の中で生きる個人そのものが大事であるとされる。パーソンズのパターン変数を使えば、身分としての帰属性よりも、能力による業績性が重視するとまとめられる（Parsons、1951=1974）。「何であるか」という身分よりも、「何をしたか」という能力主義が貫徹するが、あらゆる領域への関心を持つことを避け、自分の限られた狭い範囲に興味を集中する。能力主義の分野の幅は極端に狭くなる。

国家が先導する先進資本主義国では、老若男女すべてにわたり、他者との直接的な接触に不熱心になり、メールやラインなどの間接的な関与にエネルギーが集中する粉末化現象（powdering）が顕在化して、社会全体の格差も拡大する。

高齢者ならば身近な年金、働く成人男女ならば給与、若者ならバイト先が提示する時給の価格などに局限された関心だけが肥大化する。地方創生が提唱された2014年は、そのような社会関係と精神構造が強まり、政治、行政制度、経済活動も一方では東京を拠点とした国際化の流れで外向きになりつつも、他方では東京発の内向きの関心が芽生えて、新全総、一村一品運動、内発的発展論の系譜を引く地方づくりが開始された年となった。

人口減少社会の遠因となった少子化は、単に子どもが生まれにくくなり、年少人口数と比率が減少する変化としてだけでなく、高齢化を進展させる原動力としても作用して、日本史上初めての「少子化する高齢社会」を誕生させた（金子、2006a）。

最新の*World Economic Outlook Databases*（2016）によれば、人口上位10ヵ国にはアメリカとロシアを除けば、途上国がほとんどであり、日本は第10位である。ほとんどの分野で恒常的に日本の比較対象となるイギリス（6,511万人）をはじめとしたドイツ（8,218万人）、フランス（6,428万人）、イタリア（6,080万人）、カナダ（3,583万人）、オーストラリア（2,394万人）、スウェーデン（985万人）などの実態を思えば、日本において1947年から49年生まれの団塊世代の800万人が寄与した意義は大きい。教育、労働、産業経済、東京都市圏の膨張など団塊世代への評価は分かれるが、この世代によって膨大な人口量の威力を感じさせるに十分な高度成長期以降の歴史が刻まれた。

歴史的に見ると、2015年で世界第10位の日本の人口数も、さかのぼること65年前の1950年では、総人口は世界第5位の8,400万人であった。

このように人口史観では、社会現象の大半が人口動態を軸に説明される構図をとる。

では、日本の総人口の推移について整理しておこう。昭和に入ってから日本の人口は6,000万人の大台に乗り、1950年には8,400万人になった。高度成長期も順調に増加して、高齢化率が7％を突破した1970年には1億人を超えた。その後も微増を続けて2010年に頂点の1億2,800万人となり、以後は減少し始める。2017年1月現在では1億2,690万人にまで低下した。この10年近くは「合計特殊出生率」が1.30～1.40台で推移しているので、もはや人口増加の見込

みはない。反対に近未来には、高齢化率が30％を確実に突破する。

この推移に伴い、人口構成の三区分も激変した。人口統計が完備した1920年の三区分の比率は0～14歳（年少人口）率が36.5％、15～64歳（生産年齢人口）が57.3％、65歳以上（高齢者人口）が5.3％であった。この比率の分布は現時点の発展途上国の人口構成そのものである。すなわち発展途上の社会では、年少人口は35％を超えており、高齢化率は5％程度にとどまり、残り60％がいわゆる生産年齢人口なのである。高校進学率も低いから、15歳以上は文字通りそのまま生産年齢層になる。昭和30年代までの日本もそうであった。

ここからは全人口の6割が働いて社会全体が支えられるという法則性が読み取れる。しかし高校進学率が上がるにつれて、18歳までの多数派は生産に従事しなくなるから、実際には生産年齢も上がってくる。そして大学進学率が50％を超えた時点で、22歳までの多数派が生産に直接関わらないのだから、実数からすると19歳までは生産年齢としては完全に非該当になってしまう。

現代日本の大学進学率は都道府県別の差異が大きいが、平均すればこの10年間は55％程度であるから、年少人口というよりも「非生産若年人口」を0～19歳とすると合計で2,193万人（17.3％）になる。20～64歳が生産年齢になり7,037万人（55.4％）、65歳以上が3,463万人で27.3％になった。したがって、2017年現在では55％が生産に従事して、社会全体（生産従事者はもちろん非生産若年人口、高齢者、無職その他）を支えることになった。これは高学歴化した先進資本主義国では普遍的にみられる世代間の支え合いの姿である。すなわち、人口のうち55％が働き、全体を支える人口構造が完成した。そしてこの構造は、今後数十年間続いていく。

すなわち、「少子化する高齢社会」では政策論的には従来の人口年齢3区分の見直しが急務となるが、世界195カ国では依然として15歳からの生産に従事する若者も多い。そのため前者の統計も比較素材としては有効になり、日本では2種類の人口区分統計A（0～14歳、15歳～64歳、65歳以上）とB（0～19歳、20歳～69歳、70歳以上）が併存することになる。

このような人口構造の変化のうち、高齢化率を高め、平均寿命を押し上げた原動力に「乳児死亡率」の劇的低下があることはあまり知られていない。日本の調査結果で最古のデータは1899年の「乳児死亡率」153.8‰（千分率）であり、2015年のそれは1.9‰であった。すなわち、赤ちゃんが1,000人産まれて、1歳の誕生日を迎えられない子が2人弱なので、これは日本社会が世界に誇れる成果である。

19世紀末ではなく太平洋戦争後の1955年の「乳児死亡率」と比較しても、まさしくその値は劇的な減少といえる。医学の研究成果とともに、医療機器の水準向上、薬学の発展と薬剤の入手の容易さと効果、国民の栄養の向上と知識の普及、公衆衛生学の成果に基づく生活衛生環境の向上、保健学などの研究成果と国民への知識の浸透、住宅事情の好転、インフラのうち上下水道の完備などの総合的成果であり、これは高度経済成長による代表的なプラス効果といってよい。

因みに、2013年段階では世界185カ国での中央値が15‰、平均値は34‰であった（WHO, *World Health Statistics* 2015）。「乳児死亡率」の最高はシエラレオネの107‰であり、インドが41‰、ロシアが9‰、アメリカでも6‰、フランスとイギリスは4‰、ドイツとイタリアが3‰、日本とスウェーデンが2‰になっていた。

これらの事例からすれば、経済成長と乳児死亡率との間には逆相関を想定することができる。

厚生労働省の「2015年人口動態統計月報年報」によると、この年の日本の死亡数は129万428人で、前年に比べて1万7,424人増加した。75歳以上の高齢者の死亡数は1975年以降に増加し、2012年からは全死亡数の7割を超えている。

日本社会の出生についてもまとめておこう。「合計特殊出生率」は日本全国、47都道府県、市町村別でも明らかにされており、それぞれに利用目的に応じて活用できる。

太平洋戦争後の団塊世代の出生時点でいえば、1949年の合計特殊出生率4.32が一番高く、以後は漸減して、1966年の「ひのえうま」で1.58にいったんは急落した。これが1989年の1.57につながり、「ひのえうま」の合計特殊出生率よりも下がったために、「1.57ショック」という流行語まで生み出し、少子化が改めて強く認識されることになった。そして2006年には史上最低の1.25を記録した。これを底として少しずつ上向きながら、1.30台が数年続き、2015年では1.46にまで持ち直してきた（内閣府、2016）。

日本では少子化が未婚率の高さと正の相関を持つことは周知の通りであり、そのために少子化対策としても長時間労働の見直しの一環に「ワークライフバランス」が位置付けられてきた。この長時間労働は働く人とその家族が普通に暮らすためにももちろん見直すことが必要だが、それは少子化対策のためだけなのではない。

さらに未婚率を押し上げているのが、企業や団体それに行政組織にも普遍化した非正規雇用制度の導入である。なにより正規雇用よりも低賃金をはじめとする労働条件が悪く、非正規雇用では将来の展望が得られない。これでは大都市に若者が多く集まっても、非正規雇用で長時間労働の低賃金が改善されないままなので、少子化が進むのである。

政令指定都市の合計特殊出生率の状況を見ると、その低さが鮮明となる。とりわけ札幌市の1.08は、中野区や新宿区など0.9台もある東京都23区に次いで低く、政令指定都市では最低であった。

日本全体の「平均合計特殊出生率」を超える政令指定都市は、浜松市1.49、岡山市1.49、北九州市1.56、熊本市1.49しかなく、堺市と広島市は全国平均と同じであった。残り14の政令指定都市では、合計特殊出生率1.10前後が3都市、1.20台が4都市、残りは1.30台であった。

合計特殊出生率が低い大都市では、単身者が多く、中年までの未婚率が高く、住宅事情も地方の市町村ほど価格でも面積の点でも恵まれていない。しかも、高齢化率30％を超える高齢社会は待ったなしであり、親の介護問題に直面する世代も多い。

実際のところ、介護を理由にした退職は日本全体で年間10万人を超えており、介護しながら働く男性が130万人、女性は160万人、合計

すると働く人の5%がこれに該当して、漸増の傾向にある。「しごと」をいくら重視しても政治がこれを放置して、的確に対処しないならば、行政主導の「ワークライフバランス」などは画餅に帰すはずである。

2017年現在、日本における過疎指定の自治体数は過半数を超えているが、人口数では1割程度であるから、大都市に集住する人口動向は変わりにくい。そこが急速に「少子化する高齢社会」に変貌しているという根本的事実に、日本全体でどこまで対応できるかに将来はかかっている。地方創生が提唱された背景には「少子化する高齢社会」が見えていたのである。

2.「まち、ひと、しごと」を包括する地方創生

では、時の話題になった地方創生とは何か。政府の方針とほぼ平行して出された、日本創成会議の議長である増田寛也が編者である『地方消滅』（中公新書）は2014年から2015年にかけてベストセラーとなり、その影響力の大きさがうかがえる。日本の地方創生運動の主動因は、増田レポートによって醸成された「自分たちの町・村・地域が消滅するという恐怖心」と、政府がばらまいた各種補助金だった。

しかし、すぐに消滅するのではないということが認識され、補助金があまりに細く分散したため、それは「計画・プラン」以上になりえなかった。さらに当時の担当大臣が内閣改造で閣外に去ったことから、その動きは急速に萎んだ。ただし、それは政治の目標としては萎んだのであり、日本全体を考えれば地方創生の重要性は変わっていない。

「現代の日本経済における最大の“病気”は地方の疲弊なのである」（中谷巌、2012、P.245）。

提唱された地方創生の主体も、官だけでなく、産学金（企業、大学等、金融機関）、そして報道（マスコミ・言論界）、さらに士（弁護士、公認会計士、中小企業診断士などのいわゆるプロフェッショナル）が含まれていた。そしてその具体化は、「まち、ひと、しごと」の創生だとされた。

政府が提唱した地方創生論と平行して、増田は総合戦略「4つの視点」を提示した。すなわち、①雇用として「しごと」をつくり、「ひと」を集め、「まち」を整える、②「結婚・出産・子育て」への切れ目のない支援をする、③「コンパクト・シティ化」、④「財源」への配慮を欠かさない、がそれである。これらは、安直な「期待」や漠然とした「希望」というよりも現実を直視するところから得られた戦略の一環を示しており、評価できる（増田ほか、2015、29-31）。なぜなら、地方創生を目標とした「しごと」を論じるためにも、「しごと」をする「ひと」が住む「まち」の理論化が必要になるからである。

社会学は、「しごと」ができる地域社会が今後とも持続可能になる前提として、いくつかの社会的機能要件が存在すると主張する。以下の5点は理論的にはコミュニティ社会システム論に基づきつつ、具体的には北海道後志（しりべし）地方の過疎地域における長期間の社会調査結果から一般化されたものである（金子、2011；2014a；2016a）。

（1）街並みの維持と住民の生活ニーズ充足
商店街、金融機関、小・中学校、内科・小児科・外科等の診療所、郵便局、交番、ガソリンスタンド
（2）地域全体の社会的共通資本の確保
道路、港湾、公園、鉄道駅、バス停、上・下水道施設、廃棄物処理施設、電力・ガス
（3）地域社会内部における親交と経験の交流
居住者による年中行事継承、行政からの伝達、日常的近隣関係の交流
（4）地域社会を通した自治と運動の基盤
居住者の奉仕活動参加、有限責任型の賛成または反対の住民運動
（5）地域社会での生活協力と共同防衛
居住者による地域全体の防犯、防火、防災面での安全と安心の確認

これまでの地方創生ではこのような「まち」を整える議論が不在なまま、いきなり「創生」のための「しごと」を作り出す産業化路線が議論になりがちであった。

しかもそれらの議論には大・中小零細などの企業規模やNPO等の中間団体などの主体論が明示されていないために、誰がどこでどのような「しごと」を作るのかが明らかではなかった。さらに「しごと」は雇用だけで生み出されるのでもないことへの留意にも乏しかった。

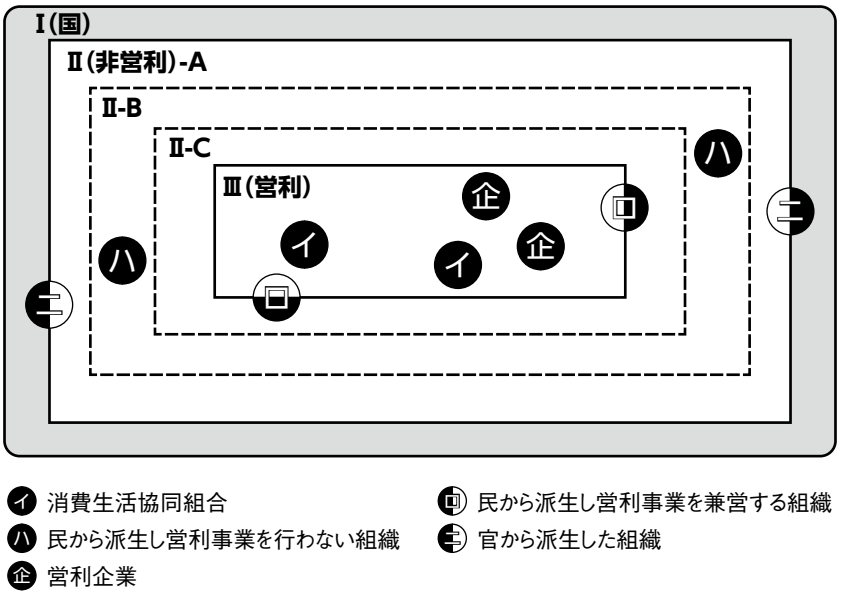
「しごと」の創造だけなら、公務員でも公共系非営利団体の職員でもよいのだが、このパターンは持続性に問題がある。地方では勤労住民の半数以上が公務員系、農家戸数より農協職員の方が多いなどの現実が散見されるが、そこには「まち」の「しごと」に関わる核がない。やはり期待されている職種は民間のそれであり、その活動から税金が払われるし、農協なら生産者である農家から会費や手数料が払われる。

民間での“しごと”ということになると民間企業に期待がかかるが、後にみるようにそれは縮小ぎみである。そこで注目されるのが地方にも多種・多様に存在する中間組織（財団・社団法人、NPO、協同組織・組合等のアソシエーション）である。これらの中間組織は、文字通り官・公と民の中間に在する。それらの発生の由来を尋ねれば、母体である官あるいは民の組織にある意味で従属的なのだが、その存在領域は拡大し、個体数も急速に増大している。これは、程度の差こそあれ、先進諸国に共通である。

図1は、経済組織※を念頭において現代日本の構造を概念図化したものである。構造は三層になっており、外側から国民経済を包み込む、いわば枠としての国家・公共（Ⅰの領域）。中心部は企業経済（Ⅲ）、つまり営利目的の諸組織がここにある。Ⅲもいくつかの層から形成されているが、中小企業はその外側に位置する。中間の領域がⅡだが、ここにすぐ上に述べた中間組織が存在する。これについては後述する。

※（なんらかの財・サービスを生み出すことのできる組織）

図1　アソシエーションの所在図



出所：濱田康行、(2016)、No.916

さて舞台が地方ということになると、そこにはあまり大企業はない。

たとえば鳥取県には大企業は44社しかなく、中小企業で働く人の割合は93.8%と高率である(海上泰生、2016年)。

もちろん、地方発で全国的大企業になっても、主力工場や本社をそのまま地方に置いている企業もある。東京から遠い地域で、かつ古くから人が住んでいた地域（例えば四国や九州）にそういう事例は多い。逆に大きな生産拠点はあるのだけれど、それらが“地方の一員”ではないというケースは、関東北部、東北南部などにみられる。地方創生は、自分やその組織が地方の一部であるという認識がないと推進力にならない。もちろん、雇用が生み出されているから、この点では誘致企業だけでも意味はあるのだが、質的な地方創生には不十分である。

ある一定以下の規模の町になると小売業（商店）とそれに附随するサービス業を除くと、ほとんど企業らしいものがない場合もめずらしくない。

以上のことから単純に地方での民間主体の“しごと創生戦略”を立てれば以下のようになる。

①大企業の生産拠点の誘致
②地場企業（伝統産業を含む）の拡大・発展をめざす
③人々レベルも含めて雇用を生み出す組織そのものの創造

①、②、③は企業の大・中・小という規模に対応している。①はどの地方でも、これしかないと考えて努力してきた。しかし、この方法は近隣窮乏化政策であること、また日本製造業のアジア（特に中国、最近では東南アジア）進出によって戦略としては有効性を失いつつある。

②は、これまであまりやってこなかった方向であり、今後の方向として有望である。自分達

の町にどんな企業があるのか。それは案外知られておらず、仮に存在は知っていても、その活動と他地域へのつながりまでは知らなかった。また、役所はそういう企業を課税対象として認識しても、支援の対象とか、地方創生の主役とはみていなかった。

③企業らしい企業がない町でも人々は暮らしている。しかし、そのままでは持続性は乏しいから、なんとか生業を立てようとする。シニア層、あるいは主婦の起業のレベルから、UIJターンなどの技能のあるサラリーマン経験者による起業まで様々だ。起業がむずかしいこと、成功の確率が低いことは過去に何度かあったベンチャーブームの教訓なのだが、それでも、こうした運動がしばしばおこった。

すべてが豊かになったかにも見える日本で、なぜ地方創生運動・政策がわざわざ提起されるのか。それは、日本全体の（つまり東京を入れた平均値）の繁栄に対して地方の衰退が著しいこと、そのことが、今後の日本経済の成長を阻害し、また社会的に多くの問題を引きおこす、と多くの人々が心配しているからだ。

地方の中小企業に話題を戻そう。象徴的な統計が商工総合研究所の赤松健治によって示されている（『商工金融』2016年1月号）。中小企業の事業所数のピークは全地域すべて1991年である。注目すべきは1996年から2014年までの地域別の従業員数の変化だ。先程、地方で“しごと”を創り出す主体は中小企業だとしたが、実のところその能力はかなり低下している。例えば北海道ではこの期間中に10.4％も減少している。東北がワースト2位で8.6％、続いて四国7.5％だ。東京から遠いところで増加しているのは九州のみ（1.7％のプラス）。しかしここでも零細事業所はマイナス6.8％だ。現時点での九州では、各方面の努力により大規模製造拠点の誘致が成功しているのである。

中小企業が縮小していることは『図説日本の中小企業2016』（商工総合研究所）が掲げる数々の図表にも示されている。

出荷額シェア	2000年	51.1%	→	2014年	47.8%
小売シェア	2002年	71.7%	→	2014年	70.2%

雇用者数は従業員数1～29人の小規模で2015年度まで9年連続で減少している。

因みに2017年度の中小企業関連予算は前年度比微減だが、キーワードは「主役は地方。目指すは世界」と勇ましい。

地方の衰退は企業主へのアンケート調査でも示されている。

日本政策金融公庫総合研究所の村上義昭の調査。1,522人からのアンケートの集計結果。地方経済の問題点について聞いたところ、10年前と比べると回答の推移は次のようだ。

企業の廃業・倒産が多い	34.3%→57.5%
事業承継が進まない	30.4%→46.8%
創業が増えない	40.4%→50.5%

「多くの地域において経済が縮小段階にある」と答えた人の割合　58.9%

（『日本政策金融公庫　調査月報』2016.8月号参照）

1996年から2014年まで関東は全従業員数でみて5.5％も増やしている。増加しているのは全国で関東だけなのだ。それもそのはず、政策

の意向とは逆に企業そのものが“地方から首都圏”に転入している。帝国データバンクの資料を元に日本経済新聞が紹介している。

1都3県（神奈川、埼玉、千葉）への、他の43道府県からの転入は2015年に前年比で13%も増加。これは、記録がとれる1981年以来最高。他方、首都圏からの脱出組は14%減なのだ。この傾向は2016年になっても変わらない。北海道の砂川にある化粧品会社も本社機能を東京に移している。2015年は地方創生元年であったのに。

「地方経済の活性化には地元の中小零細企業の成長・発展や新産業の創出は不可欠である」（『信用金庫』2016年9月号の“論壇”）。

それはそのとおりなのだが、せっかく育った地方企業も東京進出をうかがっている。企業にしてみれば、労働力不足（多分にミスマッチ）、知名度の向上、顧客の便宜などを考えればやむを得ないことなのかもしれない。

赤松論文は2040年までの就業者数増加の推計値も示している。日本の人口が減るのだから不思議なことではないが、全ての地域で減少。特に減り方の大きいのは北海道（33.3%）、東北（33.1%）、四国（30.7%）となる。率ではなく数でみればさらにリアルだ。北海道82万人、東北は母数が大きいため139万人になる。

地方創生の主体は“しごと”に注目すればそこに存在する民間企業（多くの場合、中小企業）だが、その雇用能力は近年になって低下傾向を続けている。では、どうするか？現実的な方向性は本稿の4節で示すことにして、以下では、地方創生のための原理論を探っていこう。というのは地方創生が前に進まないのは政策の問題[注1)]に加えて、それが不在だからである。

3．地方創生のためのDLR理論

地方創生は社会的な課題だ。それを達成するためにはいくつかの経済的課題を達成する必要がある。雇用の創出は最重要課題だが、その主役は企業である。ところが地方に大企業が少ない、あっても彼らが地方にあまり関心がないとなれば、辿りつくのは中小企業である。

海上泰生の最近の研究によれば、県内従業者の90%以上が中小企業で働くところは、12県、80%以上が27県である。47都道府県のうち39で「驚くべく結果」であり、「地域の雇用は中小企業が支えている」という仮説は、まずは数字の面から検証されている、と主張する（海上泰生、2017）。

ここまでは経済学の考え方として一直線である。しかし、経済は社会を土台として展開している。企業は確かに主要エンジンではあるが、それを取り囲む社会の状況によって機能の具合が違ってくる。

雇用創出に限れば、持続性に問題はあるにし

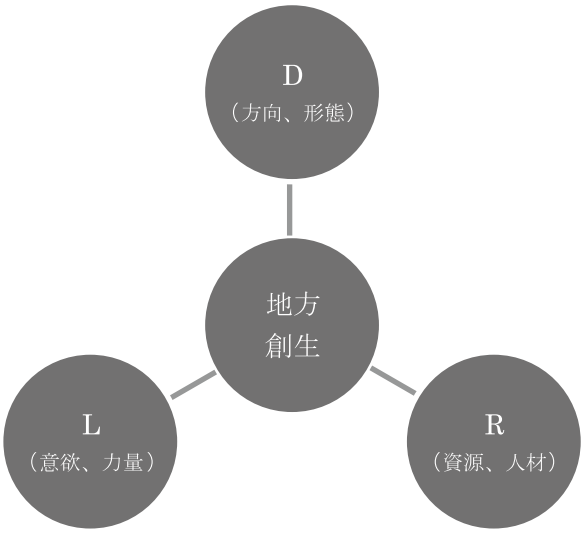
注1）地方創生を目ざすなら地方の中小企業の力を高める（エンパワー）方向で政策が展開されて当然だった。イギリスをはじめ多くの国では地方政策≒中小企業政策が常識なのである。しかし日本は違った。地方政策は国土開発政策の一部として、中小企業政策は産業政策というより弱者救済の社会政策として展開したため、今日に至るまで両者は接点をもたなかった。また1970年代以降に展開する創業支援策（いわゆるベンチャー支援政策）は上記の二つの政策とは全く別の展開をする。つまり、地方創生はスローガンはひとつだったが、それを支える政策はバラバラだった。これもこの国の伝統なのではあるが。

ても様々な組織がその役割を果たしうる。以下では、企業→アソシエーション[注2)]（様々な人々の集団・組織）に視野を拡大して、それらがどのような社会的条件の下で機能し地方創生への道を開いていくか社会学の見地から検討する。経済学の関心はもっぱら“しごと”だが、社会学では“まち”も“ひと”も視野に入る。

社会学にはコミュニティ理論と呼ばれている分野があるが、そこに金子が提唱したDLR理論という分析装置がある。

これはコミュニティのディレクション（D）、およびレベル（L）そして社会資源（R）を加え理論化したものである（金子、2016a）。その概念図は**図2**のとおりである。

図2　地方創生とコミュニティDLRの関連図



一般に成功した「地方創生」のR（資源）は多彩であり、農業・農村だけから得られているわけではない。それは100年前の柳田國男による分類である生産町、交易町、消費町のどれに該当しても構わない。また50年前に宮本常一が喝破したように、そこには必ず「人材」の活躍が認められる。この「人材」がD（方向）を決め、当初は少人数の運動体が自治体も巻き込み、地域全体のL（力量）を向上させる。このように地方創生論では、（D）で示す方向性、企業や個人の主体性としての（L）、かつ可能な社会資源としての（R）を組み合わせて、現実的に可能な方法を案出しようとする。

コミュニティ DLR理論は、日本地域社会研究の原点をなす柳田國男と宮本常一の研究を出発点として、全国総合開発計画、一村一品運動、内発的発展論、地域活性化論などの歴史的把握、および膨大な内外のコミュニティ研究文献との接合により生み出された。このような地域の方向性(D)、住民の力量とリーダーシップ(L)、使用可能な資源（R）の三位一体の総合性が、これからの日本の「地方創生」の理論化には役に立つと考えられる。

求められているのはミクロの成功例を素材にしたマクロ理論であり、DLR理論はその試みのひとつである。ここでも肝心なのは人材であるから、リーダーシップ論で使われているPM理論（三隅、1984）をDLR理論に組み

注2）アソシエーションという言葉は、地方創生の主体を考える際のひとつのキーワードである。それはもともと空想社会主義者達が“将来社会の主体”として考えたとされる。
「サンシモンやその思想を実践したペレール兄弟は「アソアシオン（association）という語を使い、眼前だけではなく普遍的な人間の結社を考えていた」（鈴木良隆編、2014、P.184）。
かのマルクスもアソシエーションを将来社会を構成する主体のひとつと考えていたようだが、彼がそれを学んだのはルソーからだという主張もある（田畑稔、2015）。
最近では近似的な概念を持つものとしてソーシャル・エンタープライズが使われることが多い。これは「社会的企業」と訳されるが、その世界の事例を紹介したものに（塚本一郎、山岸秀雄、2008）がある。
社会学ではマッキーバーがコミュニティとアソシエーションを対比させて使ったところから、学術用語にコミュニティとともに昇格したという歴史がある（マッキーバー・中久郎・松本通晴監訳、1975）。

込んでみる。

この理論はリーダーシップには実行力（Performance）と統率力（Maintenance）の要因があるというものである。元来は小集団の実験で開発された理論であるが、地域社会でも積極的に活用してきた（金子、2011）。この実行力が強い場合はP、弱いときはpで表し、統率力が強い場合はM，弱い場合はmとする。**表1**はリーダーシップのPM理論の簡単な分類である。PM理論では組織目標や地域目標に応じて、どの組み合わせが望ましいかを論じることができる。すなわち、活動の内容に応じて必ずしもPMでなくても、PmでもpMであっても構わない。

多くの場合、一人の人間が実行力に富む、同時に統率力に優れることは稀であるので、二人三脚体制でPとMそれぞれに特化した二人の組み合わせがうまくいく場合が多い。

すなわち、地域の方向付け（D）に関するリーダー分析ではPm、居住者の力量に関する意欲や能力の面に関わる（L）のリーダー論ではpMとして適用することが、地方の現場でも理論地域社会学でも「人材」補充に関する汎用性を高めるきっかけになる。そして合わせてPMを体現するのである。もちろん、少子化が進む人口減少社会の原因追究のための都市と過疎地の比較分析、および少子化克服の独自の政策提言も、コミュニティDLR論が主柱になることは当然である。

表1　リーダーシップのPM理論

		統率力（m）	
実行力（p）	強	強 PM	弱 Pm
	弱	pM	pm

コミュニティの中で地場産業の一環として農業を前向きに位置付け、各種製造業（織物、家具、伝統工芸、特産品など）と観光資源（歴史的建造物、自然景観、食文化など）と組み合わせるのが、今後の中小零細企業を取り込んだ地方創生の動きにとっては、もっとも無難な方向であろう。

折から2020年の東京オリンピックに向けて、外国人観光客2,000万人体制への整備が始まっている。

観光でもそれ以外の産業化でも、各種の機会財（opportunity goods）を自治体主導で地域社会に大量に供給して、居住者のコミュニティ・モラールの涵養やノルム（人間の行為の判断基準）形成の一助にすることが、地方創生の可能性を広げるのに有効であろう。それは

（1）産業経済:産業機会、企業機会、就業機会、商売機会、取引機会
（2）政治行政:投票機会、参加機会、運動機会、行政機会、陳情機会
（3）社会文化:交流機会、活動機会、集合機会、学習機会、行事機会

にまとめられる。

いわゆる特定行動を機会財により作り出し、それを一定の地域社会定住者で共有する。その結果、機会財を活用した個人の生きがい、個人の健康づくり、地域のにぎわい、多くの人と

の出会い、特産品の売上増加、などが参加報酬として想定される。その延長線上に、高いコミュニティ・モラールや強いコミュニティ・ノルムも見えてくると、どこかに地方創生の見通しも得られるという構図である。

これらが時間の推移と並行して社会的に少しずつ顕在化するにつれて、それまで安定ないしは停滞していた地域社会構造に動きが生じる。その動きが地方創生のシーズになる。

したがって地方創生の始動は、従来から多用されてきた新規の人材育成（養成講座）からではない。地域社会の機会財に触発され定住者間で自然発生したリーダーシップのもと、利用可能な地元資源の加工を行い、集合的に目標達成に向かう動きが「内発的な地方創生」モデルとなる。

その際にコミュニティ全体が向かう方向性、成員の意欲と力量、リーダーシップの実践力および統率力の水準を見きわめ、当初の手持ちの社会資源をはっきりさせておく。すなわち関心を共有して多方面に接触の用意がある地域社会関係の中で、コミュニティ成員のニーズを集約して、その共同意志をDとして自治体が結晶化させる。そのうえで、自治体単独で行うよりも、Dの実現にふさわしい器官としての特定アソシエーションを発掘し、育成し、協働しながら個別目標達成を狙う。コミュニティ全体への波及効果として定住人口の維持、移住人口の定着、産業活動の再建と復活、老若男女が行う世代間交流の再生などが地方創生の現実的側面になる。それは必ずしも経済的な成果だけに限定されるのではない。この観点は農業・農村からの資源投入を越えた多元的な産業化地域社会論に接合する。

多元化した地域社会では元来住民のニーズは個別分離している。多方面にわたるニーズ群は老若男女的な分割もできるし、職業に応じた類型化も可能になる。女性高齢者のニーズと第三次産業のアパレル業界で販売業に従事する20歳代の女性では基本的なライフスタイルも異なるし、生活面のニーズも違う。同時にライフスタイルや職業の有無、職種により異なる関心を越えて、コミュニティ全体が今後どのような方向へ向かえばいいのかについても、退職後の高齢男性と車の製造現場で働く30代男性とでは合意できないことが多い。

しかしそのままでは平行線をたどる。仮に合意形成に進む道が放棄されるならば、限界集落化の危険性は、過疎地域、中山間地域、大都市郊外団地地区、大都市都心部などを問わず、人口減少社会の日本では確実に顕在化する。

地域社会多元論の立場からは、個別分離した住民に一定程度のコミュニティの方向を考えてもらうには、自治体首長も含めて、人々が定住する地域社会の歴史、伝統文化と新しい文化、地理的特性、地域の天然資源と社会資源の分類、地域におけるリーダーシップなどを駆使して、一定の方向D（方向性）に集約するしかない。このDが地域社会全体で作られた課題としての共同関心になり、達成の意欲と力量がL（水準）として顕在化する。

元来個別分離していた関心を特定の目標に昇格させコミュニティの共同関心に高め、それを体現できるアソシエーションとしての既存組織を見つけるか新規組織を作り上げて、特定課題達成に向けて動き出す条件を探究する。そし

て、いったん完成したこの達成過程をいかに存続させるかに、リーダーシップと投入資源の種類と資源投入方法が関与してくる。このような一般化を基礎として、具体的素材を考えてみよう。

４．観光と地域づくりの地方創生事例分析

1987年の「リゾート法」（総合保養地域整備法）制定後に見られたリゾート地の「雨後の竹の子」現象は､20世紀末までに完全に終焉した。宮崎県の「シーガイア」に象徴されるリゾートや、北海道での「グリュック王国」や赤毛のアンの「星のふる里」などが指摘できる。「トマムリゾート」や「志摩スペイン村」もうまくいかず、長崎県の「ハウステンボス」と「東京ディズニーランド」が残っている。

失敗したリゾートは「非日常性」を売りにして、ハコものでの差別化を図ったが、倒産に追い込まれた。その実施主体は官民合同の第三セクター、大企業から中小零細企業までさまざまであった。資金提供を主に大手の金融機関やディベロッパーが受け持っていたこともあり、その失敗の経済的痛手は大きく、かつ多方面に影響が及んだ。

元来リゾートとはre+sortであり、reはagainでsortはsortir（go out）のであるから、「繰り返し出かける」ことを前提としている。一度だけの食事や景色や温泉それに秘密性などが、繰り返し高額な金をかけるにふさわしいかで勝敗が決まる。「少子化する高齢社会」に伴い、日本社会での格差はますます強くなる傾向にある中で、「繰り返し出かける」リゾート施設は、どの程度「しごと」や「ひと」をその地方に提供できるのか。製造業でもサービス業でも利益の大半は東京本社や海外本社が吸い上げる集権構造が現存するが、高級志向のリゾート業でも観光業でもその構造は同じである。地方は単なる利益を上げるだけの拠点に止まるのならば、「しごと」「ひと」「まち」などを創生するには不十分であろう。

リゾート開発だけを核とする観光が地方創生の特効薬になることはない。なぜなら、リゾート企業による観光客相手では、地域社会が創られないからである。

地方創生の条件として、たとえば地域での創造性を増大させる方策（D）が考えられる（プレジデント編集部、2016:52)。それはいわば地域社会をもっと創造的にするためのアイデア集（Creative Local Ideas）というものであり、以下のような類型がある。

①付加価値型（added value)：旧来あったものに、デザインなどで新しい価値や市場で求められる価値を付加し、世に送り出す
②改良型（improvement)：既存のモデルを改良して、新たな需要を狙う。innovation型も含まれる
③共有経済型（sharing economy)：商品､資金､サービスの交換・共有によって生まれるモデル
④資源活用型（utilizing resources)：地域ならではの資源を使って新しい商品やサービスを生み出す

ここでの創造性とは、思索ないしは想像力および経験の組み合わせにより、何か新しいもの、

独自性に富むもの、他とは異なるものが生み出されることを意味する。この立場からすると、地方創生に向けて理論化の骨格を強化する事例としては、消費生活協同組合や郵便局、そして地元に根づいた中小企業を活用した情報化地域福祉拠点造り（D）である。これは地域住民が互いに勇気づけ、信頼し、援助しあう（L）拠点になり、コミュニケーションによる相互鼓舞こそが支え合いの基盤になる。したがってこのような拠点作りには、多少とも上記の創造的アイデア集①、②、③、④すべてが関連してくることになる。

地方創生が対象とする地域社会の課題は「活発な営みを始める」こと（activation）であり、その内訳は、以下のようになる。

ⓐ残存（survival）：最低限の地域性維持のため、これ以上の構造縮小と機能低下を食い止める

ⓑ再生（revival）：構造縮小と機能低下を止め、特定構造を変えて、機能水準の上昇を図る

ⓒ創造（vitalization）：構造縮小を反転させ、新しい機能を創り、全体の構造と機能を変える

「創生」を課題とする地域社会は、このうちのどれに該当するのかを決定して、「地域性」（locality）構造の解明にコミュニティ社会システム論を応用すると、①生産・分配・消費（産業・経済・文化）、②社会化（教育・生涯学習・文化の質量）、③社会統制（政治、連帯、まとまり、国民性）、④社会参加（文化の質、行政制度面と非制度面）、⑤相互扶助（文化の質、連携、支え合い、福祉）が、機能面の客観的結果として位置付けられる（金子、2011）。

狭域の限界集落でも大都市地域でも、まちの維持には①－⑤への配慮が欠かせない。現在の「地方創生」論では①「生産」産業中心だが、②－⑤の機能強化にも配慮し、「地域経済再生」を超え、文化「生産」的「地方創生」でも「地域社会再生」のきっかけが得られるとする包括的な視点がほしい。

ただし、「創生」という変革にはリスクもあり、コストもかかる。したがって、それらをあらかじめ想定したうえでの「創生」では、地域社会の定住者が最大公約数的に合意できる方向性「ディレクション」（D）をいかに創りあげるかが課題になる。以下、二つの事例を取り上げる。

その際のキーワードは他の観光施設やリゾートとの「差別化」であり、現地スタッフの「自由度の高さ」である。なぜならそれらで「画一性」を否定できるからである。

いずれもうまくいけば地方創生、特に「しごと」に有効であり、そこには若干ながら「ひと」の雇用も発生する。ただし、リゾートだけでは「まち」にはなりえないのは既述の通りである。コミュニティ論の観点からすると、上下水道、道路、ゴミ処理、医療、義務教育、公共交通、ガソリンスタンドなどのコミュニティ維持機能は、リゾート企業と無関係にすべて地元自治体や零細商店まかせになりがちである。これでは「まち」が整えられないので、リゾート業者もまた整えられた「まち」づくりへの負担が求め

られる。[注3)]

（1）天売島（てうりとう）：共感マーケティング

天売島は、北海道の日本海沿岸部に位置する羽幌町に属する離島であり、羽幌港から西に約30km離れた場所に位置している。天売島の歴史をみると、江戸時代にニシンなどの豊富な海産資源を求めて人の移動がはじまり、最盛期の昭和25年には2,260人（国勢調査）の島民が生活していたが、その後の過疎化については他の地域と同様である。一方で、入植者による森林資源の乱伐等により、水資源の枯渇といった社会課題を経験したが、植林事業を継続したことで現在は多くの自然を取り戻した。歴史の経験から島には人口の適正規模という価値観がある。

天売島は海鳥の繁殖地として有名であり、人と鳥が共生する世界でも貴重な環境にあり、まさに「海鳥の楽園」である。日本で唯一繁殖するウミガラス（オロロン鳥）をはじめ、ケイマフリ、ウトウ、ウミウなど8種類100万羽といわれる海鳥は、世界中のバードウォッチャーからも高い評価を得ている。

観光入込客数（天売・焼尻（やぎしり））をみると、離島ブームやバックパッカーなどの時代背景を受け、最盛期となる昭和49年には68,292人であった。しかし団体旅行から個人旅行への質的変化やグリーンツーリズムといった多様な観光ニーズの高まりへの対応の遅れなどにより、減少傾向となった。平成26年の入込客数は19,017人である。

＜天売島活性化に向けた背景と取り組み＞※

天売島では、日本海側の水産業の全体的な低迷、観光客の減少、過疎化による人口減少といった恒常的な課題を有している。将来的には無人島になってしまうことに強い危機感を持った30代～40代の次世代メンバーが島の活性化に向けた活動の必要性を感じていた。平成24年に、離島活性化で取り上げられることの多い島根県隠岐諸島の海士（あま）町への視察が決まり、その視察団として「天売島おらが島活性化会議（以下、会議）」が組織された。会議には、島内の観光業、運送業、フェリー会社職員、漁協職員、漁業者、自然写真家、地域おこし協力隊といった多様なメンバーが集まり、既存の組織とは別枠の新たな主体として、かつ緩やかなネットワーク体として設立された。

平成24年10月28日～30日にかけて海士町を訪問し、地元の地域資源を活用して利益ならびに雇用を創出する具体的な事例やアイ（I）・ターン者の意見を取り入れた地域活性化の手法等を学んで帰島し、平成25年3月に「天売島活性化のための実施計画」を策定し島民向けに発表を行った。

その後、地域活性化の新たな主体として行政との契約行為の必要性や島民に対する説明責任の大きさなどから会議そのものの法人化の議論がなされることになる。その際、NPO法人や合弁会社、株式会社など法人化の選択肢が

注3）本稿では、はまなす財団のかかわった二例のみを示したが、多くの事例がある。
渋川智明、高谷時彦、中谷常二編著、『社会を変える公益ビジネス』ぎょうせい、2011年。他にも野口秀行、谷田見孝一、弓削徹、『地方創生！』KKベストブック、2015。
公益ビジネスという発想は、非営利とは違う。「収益を上げるビジネスとは相反するものと、とらえられがちであるが、公益目的を達成するためには、組織・団体を安定的、継続的に運営しなければならない。それには一定の利益をあげて、経営の効率化や、実績の評価をすることが必要である」（渋川、2011、P.236）
ビジネスを誰が持ち込み担当するかが焦点だが、それが民間企業であるという点で、同じ見解だ。

数多くあったが、会議は営利を追求するのではなく、あくまでも天売島の活性化が目的であり、その活動の持続のために事業収入が必要、との基本方針を確認し、最終的には一般社団法人を選択し、平成26年4月1日に法人登記を行った。利益を目的とした事業ではなく社会的課題の解決や天売島ならではのコミュニティビジネスの実現であることから、**図1**（11頁）のⅡの領域に位置している。

会議の具体的な活動は次の5項目である。地域の経済的価値を高めることを目的に、①市場に出回らない未利用海産資源を活用したレシピ開発や新商品開発ならびに島外への販売、②民営のキャンプ場開設と管理、運営、③シーカヤックや星空観察会などのアウトドア観光の新商品開発と人材育成、また、社会的課題の解決に向けて④高齢者への除雪サービス、⑤地域の教育組織との連携等。

また、島の活性化に対して「他人事」から「自分事」への転換を目指し、会議の活動内容について、「おらが島新聞」の発行や、「おらが島感謝祭」を開催するなど、島民向けの啓蒙活動も行っている。

＜共感マーケティングとクラウドファンディング＞

会議の取り組みの中で特徴的となった共感マーケティングを活用した資金調達に関する事例を示す。

会議では、過去の反省を踏まえ、「観光入込客数の増加」ではなく11軒の宿泊施設が「持続可能な観光振興」に目標を変えること、要するに量から質への転換について考え始める。そのためには、島内外のメンバーとの議論を繰り返しながら、質の高い観光客の誘客が必要という結論に至った。これまでの単なる量的拡大ではなく、質を高めるための「共感マーケティング」を導入し実践することにした。要するに、多額の予算を用いて不特定多数を対象としたプロモーションや販売促進を行うことで大人数の来島を促すのではなく、天売島の活動に共感し天売島のために行動をしてくれる顧客層を掴み、一人あたりの顧客生涯価値を高める活動を行うこととした。

天売島の観光振興を推進するにあたり大きな課題が残されていた。それは、天売島の西海岸に位置する「ゴメ岬」のゴミ問題であった。ゴメ岬は、天売島の中でも特に景観が美しい場所である。目の前でアザラシが休息する、島民の眼にも「美しい」夕陽など、観光価値が高い場所のはずであった。しかし、西海岸という地理的な問題から、漂着ゴミや不法投棄と思われるゴミが多く堆積していた。しかし、ゴミ処理について応分の費用負担が発生することや、行政に依頼しても予算化が難しいことなどから、未解決のまま放置されていた。

ただ嘆くのではなく、逆に良い機会ではないかと発想を転換し、まさに「共感」を生み出しながら課題解決を目指すことを検討した結果、クラウドファンディングの利活用という結論に至った。

札幌市に本社を構えるクラウドファンディング運営会社であるアクトナウ株式会社の協力を得て、企画制作ならびにリターンの設定などを行った。平成27年11月2日より45日間の募集期間で30万円の目標でスタートし、最終的には、42人（延べ48口）385,000円の資金調達を実現

した。

会議が設定したリターンには特徴がある(**表2**)。平成28年から新たに作成する計画であった体験観光のメニューであるシーカヤックやウニ採り体験といった「島に来なければできないこと」をリターンに入れた。資金提供の代わりに物品で返すのではなく、人と人が交流できる仕組みをめざした。このリターンの設定には、旅行業を取得しているアクトナウの経験も生かされている。

クラウドファンディングの募集中に、「共感」を象徴する出来事がおきた。島の子どもたちが自らのお小遣いを集めて、清掃活動に使って欲しいと手紙付きで送ってきたのである。

これがSNS上で大きな話題を呼び、島内外から共感を集め、そのことで島が一つの方向に向かって動き始めた。羽幌町のロータリークラブからは、「職業奉仕賞」が送られ、その結果、ロータリークラブから重機等のレンタルや当日のボランティア参加、羽幌町役場は職員のボランティア参加、島の漁協婦人部は昼食づくりなど、多くの人からの「共感」を得ることになった。行政に依頼や陳情を行い、ゴミ処理予算を付け、役所の業務としてこの海岸の清掃をしただけでは、このようなことにはならなかっただろう。

資金調達が成功し、平成28年5月14日･15日、ゴメ岬清掃活動が行われた。14日は70名、15日は60名ものボランティアが札幌や羽幌等から集まった。この活動に参加した人々は将来の天売島ロイヤルカスタマーだ。

「共感」を意識したマーケティング活動により、三つの直接的成果を生み出すこととなった。①ゴメ岬が綺麗になった、②新たな観光商品の開発・販売ができた、③マスコミによるPR。しかし、最大の効果は、島民の一体感を生み出したこと、および島外で天売島を応援したいという人たちとつながったことだ。

島の社会的課題であったゴミ問題が、共感を軸としながら島内外の一体感を生み出し、島の歴史始まって以来の大きなうねりを生み出した。これは、純粋な民間企業や、行政でも難しいことである。Ⅱの領域に位置する会議だからこそ実現したことであろう。

会議による成果はこれらクラウドファンディングだけではなく、島へ戻ってきたUターンの20代前半の若者や、島にアイ・ターンで入ってきた若者などの雇用も生み出している。

表2　活性化会議が設定したリターン一覧

金額	リターン	実績
3,000円	お礼のメール＋ポストカード	10口
5,000円	お礼のメール＋ポストカード＋星空体験（もしくはウトウナイトウォッチング）	7口
7,000円	お礼のメール＋ポストカード＋天売島限定ウニ缶1缶	15口
10,000円	お礼のメール＋ポストカード＋星空体験（もしくはウトウナイトウォッチング）＋ウニ取り体験	10口
15,000円	お礼のメール＋ポストカード＋星空体験（もしくはウトウナイトウォッチング）＋海鮮BBQ	1口
20,000円	お礼のメール＋ポストカード＋星空体験（もしくはウトウナイトウォッチング）＋海鮮BBQ＋ウニ取り体験＋シーカヤック体験	5口

＜羽幌町立天売高校＞

天売高校は、生徒と教員含め約15名程度の日本最小規模の夜間定時制高校である。この天売高校の生徒数不足を解決するために、町の教育委員会が中心となり札幌や東京からの生徒募集を開始した。会議は、町役場等と連携して天売高等学校生徒募集推進協議会の一員として天売の魅力発信に努めることになる。

天売高校は、平成26年に7人、27年4人、28年5人となんとか生徒数を確保したが、平成28年に画期的なことがおこる。札幌と東京から1名ずつが入学したのである。平成29年にも2名が島外から入学する可能性がある（平成29年1月27日現在）。

＜展望と方向性＞

会議の活動領域は多岐にわたる。地域活性化に向け、行政ではできない分野かつ民間企業では実施しにくい分野を中心に活動を行っている。この分野にはコミュニティビジネスといったニッチではあるが本格的なビジネスに発展する種が残されている。これらの隙間を埋める組織として、財団・社団法人等が主体となる可能性が示されている。

地方創生が叫ばれる昨今、地域活性化とは何かという原点に立ち返り、行政と協働のスタンスを持ち、新たな主体が地域活性化の中核となり、住みよい地域づくりを実践していくことが必要と考えられる。

「家庭がよくなれば地域がよくなる。地域がよくなれば国がよくなる。国がよくなればさらに地域がよくなる。地域が良くなればさらに家庭がよくなる」という好循環を意識しながら、天売島を住みよくし、地域として持続できるようにする。これが会議の目標だ。

そのためにも、天売島のもつ資源を安売りするのではなく、ブームや流行りの一過性で終わらせず、長期的視点に立って天売島のブランドづくりを行うことが会議のミッションである。

紹介した事例のキーワードは、多様な「資源」の活用、「共感」と島内外の「連携」に加えて、方向性を決めたらそこに引っ張っていくリーダーシップだ。

※（天売島の事例については、支援を担当したはまなす財団研究員小倉龍生が執筆）

（2）鹿追町（しかおいちょう）：アソシエーションを創る※

鹿追町は北海道の屋根と言われる大雪山系と日高山脈を境として、太平洋に広がる十勝平野の北西部に位置している。町の基幹産業の農業は畑作・酪農（畜産）を中心とした畑酪混合地域であり、畑酪交換耕作もされるなど長期輪作体系の確立や、減農薬等によるクリーン農業が地域全体で行われている。

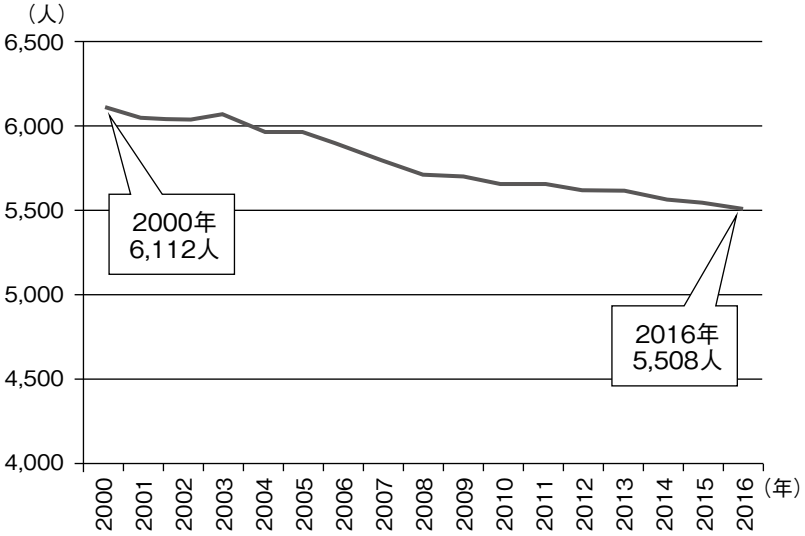
人口は昭和36年の10,778人をピークに、冷害や他産業の発展等による農業者の離農等により減少したが、昭和40年以降は、冷害に強い農業としての酪農、寒冷地作物の振興策、農業基盤整備等各施策により、現在に至るまで漸減ないし横ばいで推移している（**図3**）。

農家戸数は減少傾向ながら一戸当たりの農業生産高は増加している（**表3**）。

＜リーダーシップ＞

NPO法人北海道ツーリズム協会（以下、協会）の理事長である武田耕次は、昭和45年に帯広

図3　鹿追町人口の推移



注）鹿追町住民基本台帳各年12月末の数値

表3　鹿追町農業の推移

年	戸数	1戸当たり農業生産高
2005	256戸	52,875千円/戸
2016	224戸	85,245千円/戸

注）鹿追町農業統計数値

畜産大学を卒業し鹿追町農協に就職した。学生時代に冷害による生活苦から生活保護を受給する農業者をまのあたりにし、「農村を何とかしたい」との強い思いが就職の動機だ。昭和50年からは農協職員のまま鹿追町議会議員に当選し、平成15年まで28年間議員活動を続けた。ある日、商工会の青年部に呼ばれた。「地域に自慢できるもの」を挙げて貰ったところ、参加者からは何一つ挙がらなかったことに衝撃を受ける。以来、「地域の魅力を活かしたまちづくり」が議員としての大きな活動テーマになった。武田は昭和54年に農協を辞め平成15年に議員も辞めたが、以来、地域の活性化に専念して今日に至る。

農協時代から交流のあった農業者と親交を深めて、出荷だけの農業に疑問を持つ武田と農業者の思いが共有され次の方向を探る。実業を持たないながら武田の先見的な知識と独自の人脈が異業種交流的な様々な学習の場を作り出し、人々の期待を膨らませて協会への参加者を増やしていった。

1990年、GATT・ウルグアイ・ラウンドの締結を契機に農業の先行きに不安を持つ農業者と勉強会を開始した。何もしなければ萎んでしまうと思い、毎回、テーマを持ち講師を呼んで夢を持続させようとした。ミヒャエル・エンデ（ドイツ児童文学者）の「モモ」にヒントを得て「モモの手紙」を発行し『時間貯金』の仕組をつくった。農村で過した充足の時間を貯金通帳の形にして、都会で疲れた時に貯金時間を再び取戻しに来てもらうようモモの物語に託して多くの人に届けた。リピーターをつくる経済活動でもあった。

いろいろな情報を蓄積し知見も吸収した段階でルーラルツーリズムの実態を見るために、ヨーロッパ研修旅行を実施（1994年）した。ヨーロッパの農村が美しく歴史文化を大事にし、モノ・コトが資源として扱われ磨かれ洗練されていることに触発される。次に紹介するファームイン研究会の活動に確信を持つことができた。

＜NPOの設立＞

1999年九州ツーリズム大学開校に触発され「北海道ツーリズム大学」開校を決意した。ファームイン研究会会長の中野一成と相談し、ファームイン研究会を発展させて『北海道ツーリズム大学』を運営し、グリーンツーリズムを実践する活動組織として北海道ツーリズム協会を設立することにした。議員活動に終止符を打ち、2001～2003年は「九州ツーリズム大学」に学び「北海道ツーリズム大学」を開講した。ダイエー中内功会長を始め多彩な講師陣を迎えて、延べ650人の受講生を輩出した。北海道で現在グリーンツーリズムに取組む者の7～8割は北海道ツーリズム大学の受講生である。活動が多彩になり世間の認知も得て、武田は当初から目的にしていた地域活性化のための組織の創出に奔走することになる。

地域づくりに取組むとき、多くはその支えやコーディネーターを役場が行うが、役所の宿命で担当者は2～3年で交代となる。担当者の熱意の差などにより、いつしか萎んでしまっているケースが多い。このため協会は、地域の活性化は地域が主体で企画立案し実行する、地域のあらゆる資源を活かす、「地域おこし」は「自分おこし」からを標榜して取組むことにした。そして「地域の必要」を事業化する「中小組織の創出」の取組みを具体化させていった。

＜グリーンツーリズムの事業化＞

農業を本業とする中野一成、山岸宏、高橋俊一、大下ひろみらが当初からの中核的メンバーで、彼らは「出荷」するだけの農業から都市市民との交流や消費者の顔が見える農業に方向を定めていた。本業を活かしながら地域資源活用、農業六次産業化、交流人口の拡大によるグリーンツーリズムにシフトし、事業化して行った。中野は施設建設に自家林のカラマツ材を活用したログハウスを自作し、1988年にレストラン「大草原の小さな家」を開業した。その後、グリーンツーリズムに取組む人々の施設建設の指導にも当たった。建設に取組んだ人々のなかから個性的な事業を展開する農業者が続いた（**表4**）。

2005年以降、グリーンツーリズムに取組む農業者と地域で活動しているアウトドア事業者の協力しあう組織づくりに取組み、4戸のアウトドア事業者と連携し地域で観光客を受け入れる仕組を作った。

鹿追町の農業者は労働者の求人に苦労していたが、各々の負担を減らす仕組をWebによる「田舎暮らしのススメ」としてシステム化した。年間100名程の求人に対し多くの就労希望があり、労働力の充足に成功している。アルバイトとして働く者が大半のなか、移住や結婚に結びつくケースも生まれた。システムは当初6戸でスタートしたが、現在契約農家42戸の会費で運営している。

この取組の中でWeb製作会社が設立される（2006年）。この担い手は協会であり、その支援事業の一環であった。[注4)]

注4)「牧場求人田舎暮らしのススメ」事業は当初、北海道ツーリズム協会の直営事業としてスタートさせたが、当時協会従業員として雇用していた移住者（田畑貴章＝S37年生まれ）をWeb制作会社として独立させた。独立以降は事業をこの会社に運営委託し当面の会社経営を支えることにし、地域のWeb制作、管理など広く事業展開するようにした。以来約10年が経過しているが本人の特技を活かしながら経営を継続している。魚釣りを趣味とする田畑は然別湖の管理業務にも関わるなど、北海道ツーリズム協会の地域の需給掘り起しにより、移住者が充足した田舎生活をおくれる契機となった。

表4　事業化の概況

大草原の小さな家（1988年：レストラン＝中野旭）
森のコテージ「北国」（2009年：大草原の小さな家から分離独立＝中野一成）
カントリーパパ（1991年：レストラン、宿泊）
観光農園にしかみ（1991年：農業体験、レストラン＝現在は休止中）
カントリーファーマーズ藤田牧場（1996年：酪農体験、宿泊、庭先キャンプ＝藤田均）
森のキッチンかわい（1996年：レストラン、現在は札幌、バンコクにも出店＝川合昭夫）
カントリーホーム風景（2002年：レストラン、加工＝清水智久）
ツリーハウス三部牧場（2004年：宿泊、庭先キャンプ、酪農体験＝三部正司）
パテスリーROKU（2010年：スイーツ・カフェ＝中野心吾）
村瀬ファーム（2015年：宿泊、農業体験＝村瀬裕志）

＜オショロコマ！＞

「希少資源を保護しながら上質な観光資源形成」をめざす活動もある。自然を生かした観光事業として、然別（しかりべつ）湖の固有種であり準絶滅危惧種にもなっているミヤベイワナ（オショロコマの亜種）を資源として保存しながら活用する事業を「グレートフィッシング然別湖」として取組んでいる。

比較的高額な遊漁料のため結果的に理解のある釣り人に制限されるが、資源保護とともに町内での宿泊滞在を含め一人当たりの消費額が大きい上質な観光形成につながっている。

また「農業残滓等の活用による放牧養豚・加工事業の経営」もある。小麦、かぼちゃ、長芋等の規格外の農業残滓、産業廃棄物として捨てられている雌牛初乳を無償で貰い受け飼料化し、脱抗生物質でストレスのない放牧豚を飼育し良質な豚肉を生産・加工販売をしている。地域農業者、加工業者5社で会社を設立し、雇用と技術者育成にも取組んでいる。さらに農業の大規模化一辺倒では、地域の過疎化、地域社会の機能低下、環境への負荷拡大、社会情勢の変化への対応力低下の恐れがあるため、小規模でも儲かる農業モデル形成を目指す。これらの担い手は「株式会社草原の風」である。

これまでの成果と今後に向けてまとめると、現在まで20件の取組中、19件が会社をはじめとする中小組織として稼働している。協会が直轄で取組むことが適当なもの以外は、全て中小組織として独立させ、雇用と就業機会の提供、地域ブランドの創出と新たな地域経済の循環づくりに寄与している（**表5**）。

表5　事業の経済効果

□2015年度　グリーンツーリズム関係の売上高 14,900万円（本業である農業を除く）
□2015年度　移住・定住者・雇用者 正社員及び長期雇用者　77人 田舎暮らしのススメによる従業員　94人 及びワーキングホリデー　他

NPO法人北海道ツーリズム協会調べ

北海道ツーリズム協会を含め各事業者は当面、地域の「必要」の充足を一義的に大事にしてきた。合わせて地域資源に付加価値を付けることに積極的だ。それは「地域の魅力づくり」になるからである。地域らしい景観づくり、質が高く美味しい食の提供、サービスやサポート体制等を含め、上質化が人を引きつける。
※（鹿追町の事例については、支援を担当したはまなす財団研究員藤田洋が執筆）

事例として紹介した十勝（とかち）は地方創生の資源の豊富な地域である。大貝健二は小麦（R）をとりあげ、それが地元リーダ（D）によって「十勝パンを創る会」に発展していく過程を紹介している（大貝健二、2016年）。地域づくり事業は、いずれも（R）としては地域固有資源の有効活用による他地域との差別化を図った地域ブランドづくりを目指そうとしている。それらは、「中央依存・企業誘致」型から「地域自立・内発的資源活用」型への転換に結び付く試みである。

各地域には各地域の人や資源があり多様性に富んでいる。地域活性化は、モデルを作り他の地域でそのモデルを模倣して実現できるようなことではない。その地域には、最適な活動がそれぞれに存在する。はまなす財団では、地域に入り、地域の考えや背景、リソースを十分に調査し把握した上で、地域の伴走者となりながらサポートしていく考えで進めている。財団の支援は、地域活性化に向けた一つの手法であり、目的ではないことを再認識し、各地域の自立という目標に向けて、中期的視野による継続した活動を実施している。今後は、さらに地域とのネットワークを強め、地域間連携を構築するためのコーディネートを継続し、その中から新たな価値をプロデュースし、その結果、支援の成果が北海道全域に広がるような好循環を形成すべく活動することになる。これは「リゾート利用者」と「リゾートの魅力」の両者を巻き込んでいる。未完成の「コミュニティのDLR理論」でも、R（資源）についての議論は比較的に簡単である。事例とした天売、鹿追の2事業ともに、固有の地域資源がはっきりしている。

ただD（方向性）は地域の事情により、3種類の組み合わせが変化する。

①主体性―客体性
②個別性―普遍性
③格差肯定―平等性

の軸が一般的なD（方向性）議論に使える。

「地方創生」論がそれまでの「地域活性化論」と違うのは、格差の肯定を地域の差別化として前面に出した点にある。それまでの“新全総”にしても“内発性”にしても、全国開発の理念は国土の均質的な発展にあった。地域社会の一点突出を進めるのではなく、全国的に後進地域の平準化を狙ったところに政策の基本があった。いわば平均的な底上げ狙いが日本の地域政策の基幹となってきた歴史のなかで、地方創生は地域間差別化を積極的に容認して、格差を肯定する戦略であると位置付けられる。

そのための主体性が強調され、鹿追の事例にいう「自分おこし」に近くなる。また、2つの事例が地方重視を打ち出している。したがって、いずれの事例でもD（方向性）については鮮明である。住民の力量や意欲としてのLにつ

いては、今後の成否で判断される。

それは付加価値型、改良型、共有経済型、資源活用型のいずれの（D）でも同じである。勝敗は(L)のうちリーダーシップに左右される。もちろん（L）としての住民の力量や意欲があってのことである。

天売島の場合は、小さくて閉鎖的なコミュニティを逆手に取った活性化会議が、雇用創出や定時制高校の活用などを進めている点が、コミュニティ全体のソーシャルキャピタルを増加させる方向性を感じさせて、(L）としての住民の力量や意欲自体の資源化（R）が予想出来る。

鹿追町では、立ち上げた時点のリーダーシップがしっかりしていて、民間主体に多方面の事業に取組み、一定の成果をあげていた。多方面に展開するという方向性（D）でも成功するという事例になっているが、ひとえにリーダーシップが実行力（P：パフォーマンス）に富むところにその要因がある。したがって、今後はこのようなリーダーシップの継承方法に焦点が移る。うまく次世代につながないと、これまでの成果が持続可能にならず、次の目標達成にも活かされにくくなる。

このように、身近な資源を最大限利用する試みには自治体だけではなく、中小零細企業の参加も不可欠になり、さらには多様なアソシエーションも登場する。

5．地方創生論の現実的な展開

次の二つのことはほぼ明らかである。①資本主義は歴史の中で変化している。19世紀的なそれと20世紀のそれは違うし、最近のことでいえば2008年のリーマンショック以降はかなりの変容を遂げている（濱田、『2012：協同組合』コープ出版、2012　第1章)。地方の問題は、日本では高度成長期の後半に既に意識され、いくつかの政策が展開した。いままた、地方創生が唱えられているのだが、その際には資本主義の変容を意識しておかねばならない。

②もうひとつの前提は中小企業が雇用創出という点でやや衰えているということだ。日本の中小企業政策は社会政策として戦後すぐに独自の展開をした。それは一言でいえば弱者救済の政策であった。中小企業が弱者であればそこに働く人々も弱者である。この基本認識が「中小企業基本法」の変更で修正された。そのことへの賛否はここでは議論しないが、地方創生という課題を中小企業に担わせながら“弱者”であっては都合が悪い。ところが、せっかく弱者の烙印を消し去ったのに平成不況の過程の中で雇用主体としての中小企業は弱体化したのである。

①と②を勘案して、次のような方向性を確認する。社会的課題の達成のため経済的課題が先行するのがこれまでのやり方だが、地方の中小企業の活性化・雇用創出という課題に関してはそれを社会の再生という大きな課題の一部に差し戻して検討する。それは言葉を変えていえば、中小企業を社会的存在としてとらえ直すことだ。中小企業が活性化し雇用を安定的に生み出すようになるための社会的条件を探すのである。

ここでは二つの方向を示しておきたい。

（1）水平面・ヨコ方向への拡大

雇用を生み出す主体を中小企業からアソシエーション・中小組織に拡大して考える。それらの組織は社会空間に散在している。**図1**（11頁）

に戻ろう。

資本主義は三つの領域から構成されている。エリアを外側からⅠ、Ⅱ、Ⅲとする。Ⅲはコア領域。利潤を追求する企業がここでの主体。Ⅰは公共領域である。国家・地方政府他、公的分野がここに属し、社会を外側から包み込む。Ⅲの世界はいわば欲望無制限の世界だから、いつでも制御機構としての国家・公共は必要である。これは資本主義の存続条件として理論的にも歴史的にも証明されている。

これに対してⅡは歴史的にかつ各国毎に形成された領域である。国によってはこの領域が狭く、そこに組織があまりないところもあるし、同じ国でもその時の状況に応じて拡大したり逆に縮小したりする。図の説明は他に譲る[注5)]として、日本の現状だけを述べる。

デフレはコア領域Ⅲの縮小を意味する。既にみたように中小企業世界も全体として縮小している。Ⅲの領域の主役は大企業だが、彼らの縮小要因のなかには生産設備・工場の海外移転も含まれる。あくまでも日本国内での縮小である。

Ⅰの公共・国家も財政危機によって縮小している。これはOECD諸国共通でサッチャー政権以来の“小さな政府”であり、福祉国家の後退だ。

ⅠもⅢも縮んでいるのだが、**図4**に示すようにⅠはその内枠が外側に向って縮小する。つまりⅠの枠は薄くなる。Ⅲは単純に中心部に向って縮小する。これだけでもデフレが資本主義の存続にかかる問題であることがわかる。エンジンの出力が落ちているのだ。小さな心臓で大きな体を維持することになる。

結果として何が起こっているか？それは中間のⅡの領域が非自発的に拡大している。ここに何があるかというと、営利でもない、かといって公共でもない組織。つまり、社団、財団（一般、公益を問わず）、NPO、ソーシャル・ビジネス（エンタープライズ、ベンチャー）、コミュニティビジネスその他数々の非営利組織である。社会学がアソシエーションと呼ぶ様々な組織である。**図1**では、現実的な視点から消費生活協同組合などをⅢに入れているが、これらも理念的にはⅡ領域にある。[注6)]

中小企業の本籍地はⅢだが、それはⅢの外枠に近いところにある。それ程、利潤率は高くない。中小企業の武器は低賃金だという主張もあるが[注7)]、利潤率が高くないから高い賃金を払えないのだ。中小企業の武器は、規模が小さいことで経営者と働く人の距離が近くなる。株主が身内や友人なのでさほどに気をつかわなくてよいし長期的視点で経営できる、等々だろう。結果として、従業員の定着率は高く、女性労働力比率も、職住接近のためもあって高い、定年をさほど厳格に守る必要もないからシニアの人々も働ける。

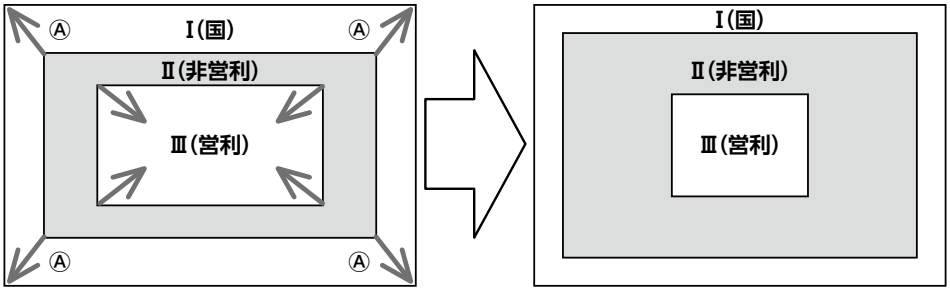
さらに小さな規模になると、そんなに儲らなくともよい。商店などに多くみられるように、食べていければよい、つまり家業だ。単年度赤字も許容できる。こうなると組織としてはⅢというよりⅡに近い。生業的な組織はⅡとⅢの境い目に存在すると考えてよい。

注5）濱田康行「仕事観が変わる！！公益法人の経済学教室」（上）（下）『公益一般法人』No916・917、2016。

注6）協同組合についての諸論文は濱田のホームページにまとめて載せている（http://y-hamada.net/）。消費生活協同組合に限ってのことだが、大手スーパーと激烈な競争をしており事実上Ⅲの領域にいる。生き延びるために敢えてそうしたのだ。この状況を、“資本主義の海に浮かぶ協同の船”、と表現している。

注7）中小企業の賃金が安いのは事実だが、それは経営者も労働者も望んでいない。どうしてそうなってしまうかが問題であり、それが中小企業論という学問のひとつの課題である（例えば、清水啓典、2016）。

図4　国、非営利、営利の関連図



Ⅱの領域は消極的な意味であるが拡大し、ここに中小企業のある部分を含めて様々な組織が存在しているのが現状だ。少し前ならⅠが担っていた機能の一部も“新たな公”注8) などといってここに移されている。結果としてⅡ領域の組織の数は増大し、それに伴ってそこでの雇用は拡大し、そこにはかなりのシニア・婦人層が含まれている。

このような日本の現状を考えればⅡ領域を中心において地方創生を考える、構想するというのが現実的だ。大企業は大都市に集中しているが、Ⅱ領域の様々な組織は全国に、もちろん均等ではないが、存在している。

Ⅱ領域に存在する多様な組織に問題があることは自覚している。Ⅰから分離されたものの多くは（Ⅱ-A）天下り組織であり、Ⅲからのものは（Ⅱ-C）第二の人生の職場である注9)。ここから、地方創生という大目的に向うには工夫が必要だ。そのひとつはⅡ領域組織の連携だ。もうひとつ。Ⅱの領域はおそらく創造性、アントレプレヌール・起業家精神が不足している。それを補うのが中小企業と考えればよい。

（2）垂直面・タテ方向への拡大

図1（11頁）と**図4**は組織を念頭において描いている。これらの組織には人がいる。図を上から一枚めくればそこには人々があらわれる。組織とは目的があり、内部に規則があり、役割分担のある人々の集団だが、そこまでには至らない人々の集りは無数にある。そこに参加することは収入にはならないが、生き甲斐にはなる。それは人々が地方に定着する動機のひとつだ。すなわち「ひと」が「しごと」を通して「まち」を創るのである。

創業運動も人々レベルで見直すと、ソーシャルベンチャー、シニア起業、主婦ビジネスなどの多様な形態が視野に入ってくる。それらは株式公開など目的としておらず、生業を起こす、あるいは生き甲斐を求める活動である。そうなると、資金提供者はベンチャーキャピタルではなく、やはり人々レベルである。事例で紹介した天売島プロジェクトのクラウドファンディングなどが例である。プチ創業にはプチファイナンスが対応する。

消極的な意味だが拡大してしまった中間領域

注8)「新たな公は、国土形成計画についての議論のうち、地方の中小都市や農山村などの今後のあり方を検討するなかで、それの中軸となる概念として使われた言葉である」奥野信宏、2008。
「新しい公共空間」という言葉も官庁では使われた。「従来は行政が提供してきたサービスを行政に代わって提供する」（前掲書 P.101）のだから、これはⅠ（国家）の縮小なり後退である。

注9) Ⅱ-Bは、Ⅱ-AやⅡ-Cに属していたものが母体との関係を徐々に薄めて独立性を持った諸組織の存在領域である。

に散在する様々な組織と営利領域Ⅲではあるがその辺境に位置する中小企業（小企業）が雇用を生み出し、互に連携して地方を維持する。さらに、組織から人々レベルにまで下降して創業運動を展開しここでも雇用を生み出す。ヨコにタテに舞台を拡大・重層化して、プレーヤーを多くして地方創生に臨むことになる。

要約する。地方創生の“しごと”に着目すると、プレーヤーは多様である。資本主義の構造変化が中間領域を拡大し、そこに多くの主体が存在し雇用を生み出している。生き甲斐という非経済的要素を考慮すればプレーヤーは人々レベルの組織にまで拡大する。

しかしプレーヤーが多様化すると、運動はまとまりにくくなる。そこで理論が必要となる。ミクロの運動の集合体から方向性を持った全体性へ。そのために地方創生は格好の課題であり、一過性の流行で終わってはならない。

資本主義は、いわば地方の衰退の上に乗って発展した。古くから、それは“都市と農村”問題としてあり、かつ放置され続けた。だから、地方創生を進めることは反資本主義なのであり、だからこそ次の日本のあり方を示す第一歩になりうる。経済は下部構造などといっているが、その土台には人々がいて、人々は自然・環境があってこそ存在しているのだから、地方創生が社会学の視点から、その理論を応用して組み立てられるのは当然である。経済学が主張すべきことはただひとつ。経済のパワーは企業にあり、地方ではそれは中小企業にあるのだから、中小企業を主要な要素として組み込まない構造はない、ということだ。現実性と継続性を考えればなおさらである。

むすび

提起される疑問を想定し、それに答えてむすびとしたい。

・なぜ第Ⅱ領域の組織に注目するのか。期待を寄せるのか。

禅問答のようだが、ⅢとⅠの間にあるからだ。歴史の教訓がある。Ⅲは資本主義。これは歴史上数々の失敗を犯し2008年にその歴史的役割をほぼ終えた。

Ⅰの国家・公共が世界を覆い尽す。それは社会主義の理想であったがこれは完全に破綻した。国家は理性ではあるが、それによる人類の統治は成功していない。Ⅱの領域を中心に舞台を再構成するよりない。まず、ここで“しごと”をつくり、維持することは現実的だ。

・なぜ、中小企業（小企業）の参加を求めるのか。

雇用創出能力に期待しているし、歴史上も現在も最大の雇用者である。現状は弱体化していてもⅡの領域の様々な主体と連携することで再活性化することが期待できる。

より重要なことは次のこと。Ⅱ領域の各主体にはパワーが不足している。パワーとは利潤欲望のような理性を超えて展開するエネルギーのことだ。中小企業は競争する存在であり、大企業に抑圧されてきたから、このパワーを内在的に持つ。運動には事前の計画も、途中の調整も必要だが、まず必要なのは始動の力である。

その力があるならⅢの中にあればよい。ところが、グローバル時代にはそうはいかない。世

界の競争圧力は直接に彼らに及ぶから、Ⅲの外側に押し出される。Ⅲの世界ではあるが周辺に位置付けられる。あまり儲からないところにいる。つまり利潤原理の中心部から遠い。その分、Ⅱ領域のすぐ近くにいる。中小企業の持つ、潜在的パワーと位置が地方創生に必要なのである。位置については本多哲夫（2016）が次のように言っている「企業の規模が小さくなるにつれて、取引の範囲が立地地域を中心に比較的狭い範囲に収まりやすく、立地場所も同じ地域に留まりやすい（地域への粘着性）」。

・Ⅰは不要か。

Ⅰの必要性は残るし、必要である。

金子が本稿3節のDLR理論で紹介しているが、公共、特に地方公共団体がDを決定。つまり地方創生の方向付けに際し重要な役割を果たしていることは経験的にも多くの事例で証明されている。また、リーダーシップに関しても地方の首長の果たす部分は大きく、この違いが二極化のひとつの要因でもある。

せっかく様々な組織が雇用を生み出しても、アフターファイブの生活の場が整っていなければ、つまり“まち”がなければ“ひと”は生きていけない。長期的な継続性を考慮すれば、病院等の医療施設、子供のための教育施設は不可欠であり、これらがⅠの公共に任される部分は大きい。**図4**で示したようにⅠ領域は薄くなるが、それが消滅することはない。

社会学が“まち”と“ひと”を対象とするためにⅠに接近しやすく、経済学が“しごと”を企業が主に生み出すものと考えるため、Ⅲを研究領域とする。これは、学問の性質の違いである。

・本稿の主張と、従来からの「サードセクター」とか「新しい公共」との違いはあるのか。

第Ⅱ領域を舞台としているのは同じだが、構成員・プレーヤーの顔ぶれと役割分担の考え方が違う。

いわゆるレギラシオン派の論客のひとりであるアラン・リピエッツ（2011）の主張するサードセクターは、非営利であり、欲望から開放された人々の倫理に基づいている。

社会主義に失望し、また市場原理主義にも反対するフランスを中心とする西欧の左翼勢力がめざしているのは、営利を倫理におきかえることだ。サードセクターは、たしかに第Ⅱ領域にあるが、主導するのは労働組合である。また調整者としてのⅠ（国家）への期待（例えば、補助金、減免税）も大きい。伝統的左翼からの接近だから当然そうなる。

理想は自由に描ける。しかし、この方向では現実から脱出できない。運動のエネルギー源、パワーが不足しているし、それでは営利から倫理へと資本主義を改宗させられない。

・なぜ人々レベルを構造に入れるのか。

“しごと”の創出を考えると有効だからである。ここでは充分な収入がないかもしれない。彼らが、収入以外のものを求めて活動できるのはここだからだ。現に人々レベルのアソシエーションは無数に存在し、数多くが新たに生まれている。

また人々レベルではもともと“営利”が支配的とはいえないから倫理が展開する余地が大き

い。アフターファイブになってはじめて企業人は人間に戻り、もし彼に宗教があれば神の子に戻れるのだ。

・Ⅱの領域に存在する主体に問題はないのか。弱点はないのか。

おおいにある。中小企業が問題だらけで、それを克服しながら成長を続けたように、ここの組織にもそれを期待する。

公益法人世界にも日本相撲協会、KSD（中小企業経営者福祉事業団）、日本漢字能力検定協会のような不祥事が多発したことがある。[注10)] 体質的には天下り場所であり第二の人生が展開する職場だ。しかし、医療の進歩のおかげで人々の寿命は伸びたのである。第Ⅱ領域はもはや一時の腰掛場所ではないのだから、ここに創造性が生まれる可能性はある。ここには、その能力のある人々がいる。しかも、その能力は単独の企業では考えられないほど、多様である。

・公益法人等の役割は。

公益であることを生かして諸組織の仲介役・調整役となり、運動の結接点に位置する。当然、そのような能力を身につけなければならない。

社会主義は破綻し、市場原理主義の限界もみえた。地方創生は現代社会のひとつの問題にすぎないが、また政治が事実上放棄してしまった課題なのであるが、それへの解を求めることは次の人類の体制（The NEXT）を考える際に有効なのである。

中小企業は地方なしでは生きられないし、地方創生は中小企業の存続の条件でもある。

諸事例がもつ方向性（D）は、「発展は地域住民自らの創意工夫によって展開される」、「地域の文化、伝統が尊重され、新しい発展の土台とされる」、「自然環境、生態系が尊重され、発展との適合、調和が模索される」、「住民は互いに協力し、新しい開かれた共同体を再構築し、それぞれの社会の内部的構造改革に向かう」など、これまで確認された成功事例が示してきたものに合致する。地方創生にまず必要なもの、端的にはそれぞれの地域が「動き出す」ことに尽きる。

社会学的な総括としては、最低限の地域性維持のため、「まち」「ひと」「しごと」の連関を通して、これ以上の構造縮小と機能低下を食い止める「残存」に対象地区が該当するかどうかの判断を自治体が独自に診断する。そこで止まるだけのコミュニティ DLR水準であれば、まずは「残存」に取組む。

しかし、構造縮小と機能低下を止め、特定構造を変えて、機能水準の上昇を図る「再生」や構造縮小を反転させ、新しい機能を創り、全体の構造と機能を変える「創造」の見通しが得られるコミュニティ DLR水準にあれば、そのどれかを拠点に新しいイノベーションを起こすことになる。

その意味で地方創生の推進は、地域の見直しとともに工夫を積み重ねた地域間の差別化を促進するので、どこに住むかで個人間の格差が拡大したり縮小したりする結果を引き起こす諸刃の剣にもなることに留意しておきたい。

注10）財団等をめぐっては不祥事は数多くおきているし、制度的防止も十分とはいえない。
『公益法人改革の深い闇』（宝島社、2014年）が事件を紹介している。しかし、著者である“NHKクローズアップ現代取材班”もやらせ問題でBPO（番組向上委員会）の勧告を受けているから闇の外にあるわけでもない。

【参考文献】

○アラン・リピエッツ, 2011,『サード・セクター』（井上泰夫訳・解説）藤原書店.
○赤松健治, 2016,「地域経済の生産・就業構造と中小企業」『商工金融』第66巻1号　商工総合研究所.
○濱田康行, 2016,「仕事観が変わる！！公益法人の経済学教室」（上）（下）『公益一般法人』No916・917, 全国公益法人協会.
○濱田康行（編著）, 2012,『2012：協同組合』コープ出版.
○本多哲夫, 2016,「地域社会づくりと自治体中小企業政策」P.20, 日本中小企業学会論集35,同友館.
○金子勇, 1982,『コミュニティの社会理論』アカデミア出版会.
○金子勇, 1998,『高齢社会とあなた』NHK出版.
○金子勇, 2003,『都市の少子社会』東京大学出版会.
○金子勇, 2006a,『少子化する高齢社会』NHK出版.
○金子勇, 2006b,『社会調査から見た少子高齢社会』ミネルヴァ書房.
○金子勇, 2009,『社会分析』ミネルヴァ書房.
○金子勇, 2011,『コミュニティの創造的探求』新曜社.
○金子勇, 2013,『「時代診断」の社会学』ミネルヴァ書房.
○金子勇, 2014a,『「成熟社会」を解読する』ミネルヴァ書房.
○金子勇, 2014b,『日本のアクティブエイジング』北海道大学出版会.
○金子勇、2016a『「地方創生と消滅」の社会学』ミネルヴァ書房.
○金子勇, 2016b『日本の子育て共同参画社会』ミネルヴァ書房.
○マッキーバー・中久郎・松本通晴監訳、1975、『コミュニティ』ミネルヴァ書房.
○増田寛也編, 2014,『地方消滅』中央公論新社.
○増田ほか, 2015,「脱『地方消滅』成功例に学べ」『中央公論』第129第2号　中央公論新社：27-73.
○三隅二不二, 1984,『リーダーシップ行動の科学（改訂版）』有斐閣.
○宮本常一, 1967,「日本列島にみる中央と地方」（『宮本常一著作集 2』未来社.
○村上義昭, 2016,「地方経済活性化のキーワード」『調査月報』8月号95号, 日本政策金融公庫.
○NHKクローズアップ現代取材班, 2014,『公益法人改革の深い闇』宝島社.
○内閣府, 2016,『平成28年 少子化社会対策白書』日経印刷.
○中谷巌, 2012,『資本主義以降の世界』徳間書店.
○野口秀行, 谷田見孝一, 弓削徹,『地方創生！』KKベストブック, 2015.
○大貝健二, 2016,「地域資源の活用による価値創造の取り組み」『地域社会に果たす中小企業の役割』日本中小企業学会論集35, 同友館.
○大野晃, 2008,『限界集落と地域再生』北海道新聞社.
○岡室博之, 松田尚子, 池内健太, 土屋隆一郎, 2016,「開業希望と準備の要因に関する計量分析」Discussion Paper:16-J-009, 経済産業研究所.
○奥野信宏, 2008,『地域は「自立」できるか』岩波書店.
○Parsons, T., 1951, *The Social System*, The Free Press.（＝1974、佐藤勉訳『社会体系論』青木書店）.
○プレジデント編集部, 2016,『Forbes Japan』プレジデント社.
○酒田哲, 1991,『地方都市・21世紀への構想』日本放送出版協会.
○渋川智明, 高谷時彦, 中谷常二編著, 2010,『社会を変える公益ビジネス』ぎょうせい.
○清水啓典, 2016,「環境変化の本質と中小企業の可能性」『商工金融』2016年12月号, 商工総合研究所.
○商工総合研究所, 2016,『図説日本の中小企業』, 商工総合研究所.
○鈴木広, 1986,『都市化の研究』恒星社厚生閣.
○鈴木良隆編, 2014,『ソーシャル・エンタープライズ論』有斐閣.
○総務省統計局編, 2014,『社会生活統計指標　2014』総務省.
○総務省統計局編, 2014,『統計でみる都道府県のすがた 2014』総務省.
○田畑稔『マルクスとアソシエーション、増補新版』、2015、新泉社.
○高田保馬, 1948＝2003,『階級及第三史観』（新版）ミネルヴァ書房.
○高橋潤二郎, 1974,「大都市圏の開発と地方自治」伊藤編著『過密・過疎への挑戦』学陽書房：89-119.
○田村秀, 2007,『自治体格差が国を滅ぼす』集英社新書
○塚本一郎, 山岸秀雄（編著）, 2008,『ソーシャル・エンタープライズ』丸善.
○堤研二, 2011,『人口減少・高齢化と生活環境』九州大学出版会.
○海上泰生, 2016,「「地域の雇用を支える中小企業」の量的な実態と3つの地域類型」『地域社会に果たす中

小企業の役割』日本中小企業学会論集35, 同友館.
○海上泰生, 2017,「数字でみる地方圏の雇用に貢献する中小企業の姿」『調査月報』1月号100号, 日本政策金融公庫.
○柳田國男, 1906=1991,「時代と農政」『柳田國男全集29』筑摩書房：7-227.
○柳田國男, 1929=1991,「都市と農村」『柳田國男全集29』筑摩書房：333-541.