

## 一村一品運動の展開とコミュニティビジネス

松井 和久

### 1. はじめに

- ・ 「コミュニティ」と「ビジネス」／「地域づくり」と「モノづくり」
- ・ 途上国のコミュニティにおける開発援助とビジネス
- ・ 何のためのコミュニティビジネスなのか

### 2. 日本の地域振興と一村一品運動

- ・ 日本の戦後復興・地域振興の歴史のなかでの一村一品運動の位置付け
- ・ 地域の存続・将来への危機感が地域おこし運動の原動力
- ・ 大山、由布院があって初めて一村一品運動が後付けで生まれた
- ・ 大分県の地域振興マネジメント手法としての一村一品運動
- ・ 全国各地での地域振興への一村一品運動の影響とその現在

### 3. 途上国へ広がる一村一品

- ・ 大分県、外務省/JICA、経産省/JETRO・・・「一村一品」の変容
- ・ 一村一品「運動」と一村一品「プロジェクト」
- ・ 行政や外部機関による関与・・・予算、期限、数値目標、成果、普及
- ・ 「コミュニティの危機の存在」「一村一品の必要性」を誰がどう捉えるか

### 4. 地域づくり、モノづくり

- ・ 一村一品・・・重要なのは「村」か「品」か？
- ・ 地域づくりー地域資源の賦存・能力以上の大量生産は不可能
- ・ モノづくりー産品・製品が地域から離れてしまう可能性
- ・ 移動困難な地域資源の活用が肝要。富の地域内循環をどう作るか

### 5. なぜコミュニティビジネスなのか

- ・ コミュニティの主体性+地域振興の自立性・持続性
- ・ 主役はあくまでも地元民・コミュニティ。では外部者の役割とは？
- ・ コミュニティビジネスの適正規模・・・持続可能か？管理可能か？
- ・ コミュニティが協働したいと思う外部者とは？

### 6. おわりに

- ・ 一村一品運動から学ぶコミュニティビジネスへの外部者の関わり方
- ・ 日本の地域コミュニティと途上国の地域コミュニティをつなぐ