

まとめにかえて

松井和久

本書では、これまでに日本国内外のさまざまな事例から、日本の地域振興、なかでも大分県の一村一品運動の事例について、行政、企業、住民などの間の関係に留意しながら検証するとともに、開発途上国への一村一品運動の適用過程をいくつかの事例をあげて検討し、一村一品運動を開発途上国へ伝えていく際に留意すべき諸点についても論じてきた。

もちろん、日本の地域振興の事例は一村一品運動にとどまらないし、大分県以外にも全国的にみればさまざまな興味深い事例が存在する。よって、本書に取り上げた事例がそれら日本の地域振興の経験を必ずしも代表するわけではない。また、韓国のセマウル運動のように、日本以外にも地域振興の事例として開発途上国に適用されているものもある。それでもなお、本書で取り上げたさまざまな一村一品運動の事例からだけでも、日本および開発途上国における地域振興を考えていくための重要な視点が明らかになった。

これからの地域振興は、現代の経済グローバル化の進行とそれともなう適地生産化の波を無視して考えることはできない。とくに、モノづくりをめぐる産地間競争は国境を越えて進み、モノづくりに何らかの価値を付与することなしに産地が生き残ることは難しい。徹底的なコスト削減によって競争力を維持する戦略もありうるが、それは資本力のある大企業のみが可能であり、産地生き残り策としてはきわめて短期的でしかない。適地生産化の波のなかで地域が生き残っていくためには、モノづくりを「地域性」と結びつけ、そこに他にない地域独自の価値を付与する、オンリーワンを目指す戦略が唯一であろう。

そして、そうした地域振興への取り組みがダイナミズムを内在させながら継続していくには、地域資源を活用した地域の主体的な活動を促進すると同時に、そうした活動を鼓舞して(いい意味での)競争意識をもたせながら、人づくりや人的ネットワーク形成・交流を絡めるような地域開発マネジメントの能力が行政に求められてくる。その意味で、一村一品運動の経験は、現代の地域振興政策にさまざまな示唆を与える。だが、日本とはさまざまな条件の異なる開発途上国へそうした経験をどのように伝えていけるのだろうか。これまでの第 部、第 部の内容を踏まえ、最後にこれらの諸点について改めて検討してみたい。

1. モノづくりと地域づくり

モノづくりと地域づくりは必ずしも両立しないのではないか。すなわち、地域づくりを目指してモノづくりが開始されたとしても、通常は、モノづくりが進めば進むほど、その原点となった地域から遠ざかり、地域づくりから離れていく、というパラドックスがある。

地域がモノづくりを始める契機は、地域が生き残るため、あるいは地域活性化のためである。初期のモノづくりは手近な地域資源を活用し、モノの生産量は原材料となる地域資源の供給量に規定されるため、通常は少量生産となる。このため、所得向上には生産物の品質や加工度を上げて付加価値を高める、生産物の種類を増やす、足りない原材料を地域外に求める、といった方策がありうる。いずれにせよ、モノづくりに地域資源を投入し、それが地域外市場でも認知されてくると、他地域で生産される類似品との競争にさらされ、コスト低下への圧力が高まる。コストを下げるためにはより安い原材料や労働力が必要となる。もしも原材料となる地域資源の供給がコスト高であれば、より安価な地域外から原材料を供給することになる。あるいは生産拠点を原材料供給に有利な地域外に移す。こうして、モノづくりは地域から離れていく。それはその地域と何のつながりもない原材料を使って、どこでも作れるがたまたまその地域で作っているだけにすぎない、ということになる。あるいは、生産拠点が移転すれば、モノづく

りを行う生産者が地域から離れること、すなわち地域に利益が還元されなくなることを意味する。地域から離れたモノづくりは、もはや地域づくりとは連動できない。第6章で触れたタイのOTOPプロジェクトの現場を歩くと、モノづくりが地域と離れて全く別の次元で動いている様子が観察できる。

そうであるならば、地域との関係を保ちながらモノづくりを進めていくにはどうしたらよいか。第4章で論じた焼酎産業が示唆を与える。すなわち、二階堂酒造のように生産規模をあえて拡大させずに適正規模を保って品質で勝負する例、あるいは三和酒造のように原材料を地域外に依存して規模を拡大させながらも地域文化への貢献を通じて地域性を回復しようとする例、である。少量だが良質のモノ、メジャーだが地域性をもつモノ、いずれも、製品のなかに地域がもつ独特の価値を溶け込ませることが重要になる。

あるいは、焼酎産業自体の立地は原料の水に決定的に依存し、生産拠点を容易に移転しにくい性格をもつ。つまり、他のどこにもない独自性の強い地域資源をさがし、それを活用したモノづくりを進められれば、地域からモノづくりが離れることはない。さらには、燕三条の洋食器職人や美濃関の刀鍛冶など、モノづくりに必要な独自性のある技術をもった人材という地域資源が動かなければ、モノづくりは地域と関係性を保つことができる。各地の伝統工芸はこのようにして伝承されてきたといえる。

さらには、モノづくりを通じて地域自体を「売る」という方法も考えられる。第1章でも述べているように、大山町は梅や栗やエノキダケを通じて町全体を売り出し、福岡などの消費地にアンテナ店舗を開設したり、農家レストランを展開させたりしながら、農業生産・農産品加工とマーケットを直結させた。第3章で取り上げた安心院イモリ谷は、集落全体を活用して、モノづくりを集落内の生活文化活動のなかに溶け込ませた。一村一品運動以外でも、高知県馬路村は、唯一の有望な地域資源である柚子をありとあらゆる形で加工し、柚子加工品と一緒に馬路村の故郷イメージを消費者にアピールし、通信販売顧客を馬路村ファンと位置づけて、彼らを観光客として村へ呼び込むことに成功した。

一般に行政は、モノづくりといえば、国際競争力強化を念頭に「世界に通用するモノづくり」を重視する傾向がある。とくに、行政が地方から離れれば離れるほど、すなわち国レベルになればなるほど、モノづくりと地域性との関係に対する意識は低下する。そこでは、地域振興の基本を産業再配置と位置づけてきた国の姿勢が反映されてくる。改めて投げかけられる根本的な問いは「地域振興と産業との関係をどう捉えるか」である。地域にとっての地域振興とは「地域における産業振興」ではなく「産業振興を通じた地域づくり」であるという基本に立ち返り、容易ではないが、モノづくりに地域性を付与して地域づくりと連動させる努力を進めていく必要がある。

モノづくりは進めば進むほど、その原点となった地域から遠ざかり、地域づくりから離れていく。また、行政が地域から離れて国に近くなるほど、行政の地域振興策は産業再配置的な色彩を強める。それはまた、地域振興の決定権が地域内から地域外へ移っていくことをも意味する。「選択と集中」という大義名分のもとづく農協合併、企業の本社機能への統合、そして市町村合併は、地域振興における地域性を弱体化させ、モノづくりが地域づくりから分離する傾向を推し進める。大分県では、一村一品運動の舞台となった町村が市町村合併によって急速に消えていった。

この間、国は地方が進めた地域おこしや地域活性化から数々の施策を学び、それを中央の政策として採り入れ、その全国展開を試みようとしている。経済産業省が地域産業のインキュベーター役を担おうとする産業クラスター計画もそのひとつである。しかし、地域の視点でみれば、インキュベーター役としてどのぐらいの期間、どれぐらい密接にかかわろうとしているのか、いまひとつ明確ではないことだろう。実際、産業クラスター計画にせよ、その他の事業にせよ、それらは行政評価の対象となり、費用対効果など数値で示された成果を求められる「事業」あるいは「プロジェクト」なのである。他方、一村一品運動は「運動」であり、人づくりや地域開発マネジメントに重点をおいた、地域振興のための環境整備を進める運動であった。そして、人材や経験など地域振興の持続性を担うさまざまな資産を地域に形成し、それをネットワーク化して活用できる状態を用意し

たことに意義がある。

2. 「おこし」から「継続」へ 人づくりの重要性

地域振興の議論の中心は、何らかの地域活性化の活動を「おこす」ことであるが、いったんおこした活動をいかに継続させるかが同様に重要である。開発途上国が一村一品運動を学ぶ際、「おこし」をどうしても重視する傾向があるが、「おこし」から「継続」へつなげて、それをダイナミックに継続させていく鍵は、地道な人づくりにある。

地域おこしは、中長期的な見通しを立てて、計画どおりに進める形態のものではない。地域の生き残りのために懸命に何かを「おこし」、その後で「おこしたものを」どのようにしていくかを考える、という、悪く言えば行き当たりばったりの試行錯誤のプロセスをとる。試行錯誤のプロセスでは成功も失敗も多々生じるが、そこから教訓を学んで次のステップに生かせるかどうかが重要である。一村一品運動に先立つ大分県の地域おこしの事例には、第1章や第2章で述べた大山町農協の矢幡治美組合長をはじめ、強力なリーダーが先頭に立って試行錯誤のプロセスを引っ張ってきたケースがみられる。住民は彼ら地域づくりリーダーを信頼して従っていく以外に地域の厳しい運命を変えることはできないと思っていたはずである。強力な地域づくりリーダーの存在が「おこし」から「継続」に向かわせるために必要だった面は否定できない。不思議なことに、彼らは強力な地域づくりリーダーではあったが、政治権力者として地域を自ら支配しようとした形跡はうかがえないのである。

農協組合長と町長を兼ねた矢幡氏は、まだ海外渡航が制限されていた1970年代初めから大山町の将来を担う次世代の若者たちを外国へ派遣し、そこで学んだものを地域にフィードバックさせた。こうして、彼らを通じて地域に新たな刺激が常に与えつづけられ、「おこし」から「継続」のダイナミズムへと転換していった。彼らが伝える新たな刺激は大山町内にとどまらず、周辺の由布院などの地域づくりリーダーへと広がっていった。

大分県は、一村一品運動の名のもとに開催されたさまざまな交流会や勉

強会を通じて、こうした刺激の連鎖をさらに県内各地へ縦横に広げることで、地域づくり人材ネットワークを常に活性化してきた。こうした人づくりこそが、「おこし」を一過性のもので終わらせず、次の「継続」へのさまざまなステップを考える環境づくりに貢献した。さらに、一村一品運動のネットワークを広げるだけでなく、あたかも複数の寡占企業を競わせて産業競争力を高めた日本の産業政策のように、地域づくりリーダーを通じた地域間の競争意識を高め、それをうまく維持させるような励ましや鼓舞を与えつけた。他方で、大分県は各種試験所の設置や研修などを通じて、その過程で必要とされる技術向上への支援を惜しまなかった。

各地域の人づくりで育ってきた人材を活用し、それを縦横にネットワークでつなぎながら、彼らの間に競争意識をもたせて地域づくり競争を持続させる。地域づくりの現場から発生した技術向上ニーズを行政が支援する。地域づくり人材に対するこうした地域開発マネジメントなしに、「おこし」を「継続」のダイナミズムへ転換させることは容易ではないし、その持続性も保証されないだろう。一村一品運動の名のもとでの大分県の地域開発マネジメントの取り組みは、その意味でも開発途上国へ伝えるべき価値のあるものである。

3. 内部者，外部者，触媒 伝え方，学び方

地域振興のダイナミズムを形成したり、その経験を学んだり、開発途上国などへ伝えたりするためには、その地域の人々に加えて、良質の外部者（あるいは地域から外に出て戻った者）が触媒のように適切に関与することが重要になってこよう。

地域おこしのために独自の地域資源を探すといっても、地域の人々にとって当たり前の世界では地域資源に内包された価値をなかなか見いだすことはできない。しかし、外部者の一言がヒントとなって、見向きもされなかった地域資源に価値が付与されることは少なくない。ここで、外部者のかかわり方が問題になる。たとえば、外部者がどの地域資源が有用かを押しつけたり決めつけたりすることは避けるべきであろう。一村一品運動

は「地域の自立」を目指す、「何を地域の誇りある品にするか」の判断は当該地域に委ねた。「地域の誇り」とは必ずしも経済的価値を意味しない。地域の人々が「自立」を目指すための拠り所が「地域の誇り」である。その「地域の誇り」を探す手助けをするのが外部者である。

ただし、外部者というのは全くのよそ者に限った話ではない。由布院の環境保全型観光を引っ張った中谷健太郎氏も、元通産官僚で一村一品運動を提唱した平松前県知事も、東京へ出てから出戻った「外部者」であった。イスラエルのキブツで研修を受けた大山町の若者もそうした「外部者」といいよう。由布院観光総合事務所事務局長は全国公募で、地域外の人材を採用してきている。一村一品運動にはさまざまな外部者が介在していたのである。

ここで問題になるのは、「外部者」と地域との距離である。たとえば、第4章にある焼酎ルネッサンス事業を仕掛ける商社は、福岡の九州支社が主導している。九州支社の中村氏が焼酎醸造所を一軒一軒まわって新たな価値の創造に努めているわけだが、もしこの事業が東京本社の直轄であったなら、九州という地域性がどの程度重視されたであろうか。第2章では単体農協として存続する大山町農協と下郷農協を取り上げているが、たとえば現在進行中の農協合併によってこれらの単体農協が存続できなくなった場合、あるいはJA中央が木の花ガルテンを監督すると仮定した場合、現在のような農協と地域との関係性を維持することが可能だろうか。外部者はその地域に寄り添うことで、初めて地域性をともなった地域振興のダイナミズムの形成に触媒として寄与することが可能になるのである。

4．日本の経験を開発途上国へどのように伝えるのか

すでに第 部で述べてきたように、大分県の一村一品運動に興味をもち、実際にそれを学び、自国に適用しはじめた開発途上国がある。そこで伝えられるものは一村一品運動の成功事例とされるものであり、研修員として来日した行政官が自国に戻って一村一品運動の情報を伝達する役目を果たしている。これら行政官は一村一品運動の個別事例の技術やノウハウをそ

のまま母国の現場で素早く適用したいと考える傾向がある。他方、一村一品運動の旗を振った大分県の地域開発マネジメント手法については、彼らにまだ十分伝えられていない。研修員が行政官であるということもあってか、第 部で触れた開発途上国では、一村一品運動を中央政府主導の国家プロジェクトとして導入する傾向がみられる。

これら開発途上国のなかには、地方政府の行政能力がまだ不十分で、行政機構自体が適切に機能していない国があると想像できる。国づくりの過程では中央集権にならざるをえない面もあろう。また、「地域」という概念自体が日本と異なる場合もありうる。それは植民地時代に宗主国が定めた領域を継承するものかもしれないし、紛争や住民抗争で移動を余儀なくされるコミュニティも存在しよう。モンゴルのような移動分散型社会では、そもそも固定的な領域としての「地域」という空間が認識されないかもしれない。さらに、一村一品運動の適用の動機が換金作物の輸出拡大・外貨獲得であったり、権力者の政治的プレゼンスの拡大であったりする場合もある。このように、一村一品運動を適用しようとする開発途上国の政治・経済・社会環境は日本と大きく異なる。第 部の各章でも強調されたように、こうした開発途上国に対して、一村一品運動をはじめとする日本の地域振興の経験を日本の場合と同様に移植することや、日本と同様のプロセスを辿ることを期待することは難しい。一村一品運動がどのように理解・解釈され、各国の状況に合わせていかに活用されるかは、すべて一村一品運動を適用する開発途上国の主体性に委ねられる。

開発途上国に適用された「一村一品運動」について、われわれはその正誤を評価して何らかの外部介入をする立場にはない。しかし、地域性の意義、地域の主体的な取り組みの重要性、地域開発マネジメントといった一村一品運動の重要な諸点が、それら開発途上国の地域振興に有益な示唆を与えてほしいという願望をわれわれはもっている。それでは、相手側に外部介入と受け止められることなく、こうしたささやかな願望が多少なりとも満たされることが許されるならば、日本の経験を伝える側ができることは何であろうか。

まず第 1 に、開発途上国が一村一品運動など日本の経験を学ぶ研修など

の場に、行政官だけでなく、実際に地域づくりの現場で活動する農民リーダー、NGO活動家などの実践家をも招聘することである。一村一品運動の個別事例の技術やノウハウは、実際に現場で活動する実践家へこそ伝授されるべきものである。行政官に対しては、個別事例の技術やノウハウ以上に、行政が実践家に「やる気」を与えてそれを継続させるかという地域開発マネジメントが伝えられる必要がある。もし可能であれば、行政官と実践家の両方が同時に研修を受け、自国に戻ってからの双方の協働につながるような働きかけを行うことが有効ではないか。こうした視点は、第9章の事例のなかにもすでに見受けられる。

第2に、地域振興における外部者の役割についての認識である。すなわち、日本での研修に参加した者が、かつてイスラエルで学んだ大山町の若者のように、出戻りの「外部者」としての役割を果たすことである。彼らのほとんどは、前述のような触媒的な良質の外部者となる訓練を受けていない。一村一品運動自体の研修に加えて、触媒的に動ける良質な「外部者」を養成するような研修プログラムも必要とされるのではないか。

同時に、開発途上国の現場に入った外国人専門家が外部者となる場合にも、自身が触媒的に動ける存在となる必要がある。ただし実際には、外国人専門家の活動は事業として派遣元の評価対象となるため成果を早急に出す必要に迫られ、かつ赴任期間も短期なので、触媒的な外部者としての役割は限定的になる。むしろ外国人専門家は、開発途上国の現場のなかで「外部者」的役割を果たせる現地の人材を育てることに努め、折に触れて彼らに適切な助言を与えつづけることが望ましいのかもしれない。

そして第3に、地域振興の経験を双方向で伝えていくためのネットワークをつなげていく努力である。すでに述べたように、大分県の一村一品運動ではさまざまな人的ネットワークが形成され、それが各地へ広まっていったが、それこそが一村一品運動のダイナミズムと継続性の根本にあったといえる。たとえば、日本での研修の機会を活用して、開発途上国からの研修員をこれら日本の地域振興にかかわる既存の人的ネットワークと結びつけ、日本と開発途上国との間で地域振興の経験に関する情報を交換したり、人材を活用しあったりすることが可能な環境を作ることである。こ

の人的ネットワークは、日本の経験を開発途上国へ伝えるという一方的なものではなく、互いの交流のなかから双方が学びあうことを目指すことが望ましいだろう。日本の地域もまた、市町村合併などによる地域性の脆弱化のなかで、新たな地域振興のアイデアや活動を模索しているからである。

いずれにせよ、地域振興のプロセスは試行錯誤の繰り返しになる。実際、大分県の一村一品運動もそうであった。どのような試行錯誤のプロセスを経ようとも、最終的に目指す地域振興の姿は、以下のようなものであろう。すなわち、地域性を十分に認識しつつ、地域資源の価値を高める活動を通じて、その価値を地域に還元することを念頭に、地域を深く愛し理解する良質の触媒的「外部者」の手助けを借りながら、地域の人々が主体的に自分たちの地域をよくしていこうとする、そんな姿である。

そして、それを実現するために、さまざまな地域開発マネジメント手法を通じて各地の地域振興への取り組みを「おこし」から「継続」へ向かわせ、日本の国内外に人的ネットワークを広げつつ、地域振興の経験を双方向で交流させていくことが、日本にとっても、開発途上国にとっても、求められてくると考える。

一村一品運動がこうした示唆を与えたことを確認しながら、今後の日本と開発途上国の地域振興の進展を注意深く見守っていきたい。