

中山間地域の経済発展と地域産業連関
—岡山県新庄村を事例として—

多田 憲一郎

Economic Development and Regional Industrial Relations
in Hilly and Mountainous Regions
: Case Study of Shinjo Village, Okayama Prefecture

TADA Ken-ichiro

地域学論集（鳥取大学地域学部紀要）第20巻 第3号 抜刷

REGIONAL STUDIES (TOTTORI UNIVERSITY JOURNAL OF THE FACULTY OF REGIONAL SCIENCES) Vol. 20 / No. 3

令和6年3月27日発行 March 27, 2024

中山間地域の経済発展と地域産業連関

- 岡山県新庄村を事例として -

多田憲一郎*

Economic Development and Regional Industrial Relations in Hilly and Mountainous Regions
: Case Study of Shinjo Village, Okayama Prefecture

TADA Ken-ichiro*

キーワード：地域内再投資，地域産業連関，地域ブランド，ネットワーク，地方自治体

Key Words: Regional Reinvestment, Regional Industrial Relations, Regional Brands, Network, Local Government

I. はじめに

中山間地域は、1960年代の高度経済成長期に「過疎問題」が発生して注目を集めた。「過疎」は、高度経済成長が生み出した現象である。国はこれまで「過疎法」などを制定して様々な施策を打ち出したが、中山間地域の状況はますます深刻化している。中山間地域は、極めて「多様」な地域特性を有している。このような地域には、国主導の画一的な地域振興政策は効果がほとんどない。中山間地域政策において重要なのは、地方自治体や地域住民自らが地域の実情に即した施策を立案・実行し、国はそれを財政面などで支援していく枠組みである。この「地域自律」を軸とする地域発展政策は、それぞれの地域特性に適合した特産品の開発などの産業を起こし、地域内の経済循環を促し、地域に適した福祉システムの構築を実現する。とりわけ、政策の軸となるのは、地域内に「経済循環」を起こすことである。当面、人口減少、少子高齢化が進行する可能性が高い中山間地域において、地域内の所得は貴重な「元手」である。この「元手」を地域外に流出させることなく、地域内で循環させることは、地域産業を維持し、さらには、地域外の所得を獲得する「移出力」を強化することにもつながる。

岡田知弘京都大学名誉教授は、『地域づくりの経済学入門―地域内再投資力論―（増補改訂版）』（2020年6月）の中で、地域経済のあり方について次のよ

うに述べている。「地域経済の発展のためには、住民の生活領域をベースにした『自治単位』で地域内再投資力と地域産業連関を構築していくことがもっとも重要」であり¹、「その再投資主体として、基礎自治体の果たす役割は、過疎地域の小規模自治体であればあるほど、重要」としている²。岡田教授の地域経済学の中では、基礎自治体の果たす役割について強く認識されており、「地方自治体のもつ団体自治の権能と住民自治とを、住民の生活領域に近い広がりの中なかで、住民生活の向上をはかるためにいかに再結合するか」という視角は、特に重要である³。

本論文では、このような視角から、人口813人、高齢化率42.6%（2020年国勢調査）の小規模自治体である岡山県真庭郡新庄村の事例を取り上げ、中山間地域における地域経済発展のあり方を検討する。新庄村は、「平成の大合併」を乗り越えて単独自立の道を選択した村であり、豊富な水資源や1日の寒暖差の大きい自然条件などを利用して高品質の「ヒメノモチ」を生産し、「地域ブランド」化に成功した村として注目を集めている。

以下では、新庄村の「地域ブランド戦略」の分析を踏まえながら、中山間地域の経済発展戦略のポイントを提示し、今後を展望してみたい。

*鳥取大学地域学部地域学科

II. 中山間地域問題発生背景と処方箋

1. 中山間地域問題発生背景

中山間地域を支える経済基盤は、多様な自然条件に規定された地域資源の活用にある。例えば、永田恵十郎教授は、中国山地の山村を分析して、1960年代以前の中山間地域の経済構造を「水田+里山（傾斜畑）+山」と作物を結びつけた「地目と作目の有機的・連鎖的結合システム」と規定した⁴。人々はこのシステムのもとで、水田から「コメ」、里山（傾斜畑）から「和牛」や「特産物（和紙、大麻、養蚕など）」、山から「木炭」を生み出し、それらを現金収入源として、生活を営んできた。また、このシステムにより、農閑期の時期も就労の場が確保され、年間を通して労働することが可能となった。1960年代以前の中山間地域には、多様な地形条件や変化に富んだ気象、植生などの地域資源を当時の生産力レベルに即して全面活用した「地域資源管理の原像」が成立していたわけである。

このような地域資源に適応した中山間地域の経済構造が崩壊し始めるのが、1960年代である。日本経済は高度経済成長期に入り、本格的なエネルギー革命と急速な工業化が始まる。その中で、中山間地域の経済構造崩壊の直接的契機となったのは、エネルギー革命による木炭需要の減少である。さらに、工業化の中で、耕運機の普及などの「農業の機械化」により、和牛の需要も減少する。つまり、中山間地域経済を支えていた「コメ+和牛+木炭」のうち、2つまでが、現金収入源としての役割を果たさなくなったのである。それは、労働システムにおいても「多就業型収入」を特徴とする中山間地域の「年間就業体制」の崩壊を意味した。その一方、工業化の進行は大都市圏を中心とする工業労働力の需要を増大させる。このような中山間地域経済構造のドラスティックな崩壊と大都市圏における労働力需要の増大が、中山間地域内の労働力、特に、若年労働力の短期間での急激な地域外流出を引き起こした。これが「過疎現象」である。この「過疎現象」により地域内で一定の生活水準を維持することが困難となり、1960年代に中山間地域で「過疎問題」が発生した。

こうした1960年代の過疎問題に加重される形で、1980年代後半から特に問題になってきたのが、グローバル化の流れの中で浮き彫りとなる「生産条件不利問題」である。中山間地域は、大規模で効率的な農業には「不利」な地域である。グローバル化と自由化農政により、大規模で効率的な方式で生産され

た海外産のコメ、牛肉、オレンジなどが農産物市場に大量に供給されるようになる。その結果、中山間地域におけるコストの高い農作物は市場から淘汰され、中山間地域の最後の現金収入源であった「コメ」もその役割を果たすことができなくなる。さらに、中山間地域は、1960年代の「社会減」を中心とする「第1次過疎化」による人口構成の劇的な変化に規定されて、1980年代後半からは「自然減」が伴う「第2次過疎化」に移行する。この時期の中山間地域の人口減少は、グローバル化による経済の急激な構造変化と人口構造がもたらした「第2次過疎化」により加速傾向にある。それは農林業だけの問題にとどまらず、地域資源管理や国土・環境保全の問題とも連動し、中山間地域の問題をさらに深刻化させる。「中山間地域問題」の発生背景には、このような日本経済の急激な構造変化に伴う中山間地域経済構造の崩壊がある。

2. 「中山間地域問題」の処方箋の基本方向

「中山間地域問題」は、前述した通り、日本経済の構造変化にリンクした中山間地域の基盤の崩壊により発生した。中山間地域の経済基盤が自然条件に規定された地域資源の活用にあるとすれば、中山間地域の経済再生の処方箋の基本方向は、中山間地域の多様な地域資源を再評価し、それぞれの中山間地域の地域特性に適合した産業のあり方を検討することにある。中山間地域の基幹産業は農林業である。農林業の衰退をどのように阻止し、産業として維持・発展させていくのか。その政策の方向性が問われている。

後述する通り、本論文で取り上げる岡山県新庄村の事例が示唆しているのは、自然条件に規定される農林業において、中山間地域の「個性」あふれる多様な地域資源は、決してそれ自体が「条件不利」ではなく、活用次第では、他の地域資源と差別化を図れる武器となることである。中山間地域は平坦地に恵まれず、複雑な地形のところが多いが、それは同時に「多様な潜在的な地域資源」が存在していることを意味する。平地農業地域にないこの要素に着目し、その活用を積極的に図っていくことが、中山間地域産業を再生する基本方向といえる。すなわち、「自らの足元を見つめなおし、中山間地域のみが備える長所を引き出すことにより、地域に活力を引き出すという考え方」が重要であり⁵、これこそが内発的発展の実践といえる。永田恵十郎教授によれば、「地域資源の正しい利用と管理のあり方」は「自然的個性と歴史的個性を正しく活用して、構造的個性

をつくりだすこと」が基本となる⁶。これまでの国主導の中山間地域振興政策が投資金額の割にはその実効性が上がらなかった背景には「豊富かつ多様な地域資源の全面的活用という中山間地域が作り出していたすぐれた歴史的個性を全く視野に入れず、短期的経済効率のみを追求してきた基本法農政以降の画一的な近代化路線が貫かれていたこと」にあると永田教授は喝破している⁷。

それでは、このような地域に根ざした産業を中山間地域に興していくには、何が重要か。この点について、次章で中国山地の岡山県新庄村の事例を見ていくことにする。

Ⅲ. 岡山県新庄村の地域ブランド戦略

1. 岡山県新庄村の概要

岡山県新庄村は、鳥取県と境を接する岡山県北西部の山村である。江戸時代には、出雲街道の宿場町として栄え、日露戦争後は凱旋を祝して桜が植えられたことから、その界限は「がいせん桜通り」と呼ばれ、現在も観光客で賑わっている。また、一級河川である旭川の源流に位置しており、そこにそびえる毛無山は国立公園に指定され、多くの登山客が訪れている。

村の総面積は 67.1 km²、林野率は 87.6%である。この豊かな森林の中でも、特に毛無山に広がるブナの原生林面積は、岡山県のブナ林総積の約 6 割を占める。ブナ林は保水力が強く、旭川の豊かな水源を形成している。この「豊かな水」に支えられた源流域に新庄盆地が形成され、標高 450~700 m にかけて集落が点在し、基幹産業の農業が展開している。

新庄村は、資料 1 の通り、2002 年 12 月 20 日「小さくても自主自立をめざす新庄村宣言」を議会で決議した。岡山県は「平成の大合併」が進んだ全国でも有数の県であるが、新庄村は、その中でもいち早く単独で生き残る道を選択した。新庄村は 1872 年の村制施行以来、一度も合併をしていない。このたびの全国規模の合併の動きの中で、新庄村が「単独の道」を選んだのは、水力発電ダムからの固定資産税収入も理由のひとつであるが⁸、合併により「周辺化」されることに対する地域住民の不安が大きかったことにある。中山間地域では気候や地形などの自然条件が多様であり、高齢者が多く住む集落が点在している。このような地域特性をもつ中山間地域では、地方自治体のきめ細かな行政サービスが不可欠であるが、合併した場合、そのような行政の対応は

期待しづらいと住民が判断したのである。

新庄村が掲げている村づくりの理念は「自主自立を目指す村づくりの推進」である。「地域資源を活かした、よそにない新しい形の村づくり」を正面に掲げ、それを実現するために、村内外で地域を支える「仕組み」の構築に積極的に取り組んでいる。まず、今後の地域づくりには、行政組織の対応だけでは限界があるとして、地域振興に「住民自治」を積極的に位置づけ、「住民協働型地域づくり」を展開している点が挙げられる。2003 年 10 月には、資料 2 の通り、「新庄村村民一家族のむらづくり基本条例」を公布し、村長や職員の責務とともに、村民の権利と責務を定め、むらづくりを「協働」で実施していくという枠組みを提示した。また、財政面でも特徴が見られる。新庄村のような中山間地域では有力な税源が少ないため、税収の飛躍的な増加はほとんど見込めない。その中で重要となるのは、都市との税収格差是正や財源保障などを目的として国から配分される地方交付税であるが、国家財政の再建が進められる中で地方交付税は今後大きく減少することが見込まれる。そのため、村外から資金を調達するため、資料 3 の通り、2004 年より「新庄村協働のふる里づくり基金」事業を実施している。これは、削減が予想される地方交付税に代わる「民間版地方交付税」と位置づけられるもので、都市等の住民から「寄付」を募り、前述したブナ林保護などの環境保全や、旧出雲街道の宿場町の景観保存、特産品開発や福祉の村づくり等の財源に充てている。

資料 1 小さくても自主自立をめざす新庄村宣言

新庄村は、明治 5 年の廃藩置県以来一度の合併もなく大字のない村として、村制施行 130 周年の歴史と伝統、文化を村民一丸となって育み守ってきました。

昭和の大合併にも地方自治体の基本である「ゆりかごから墓場まで」を理念に先人たちの努力によって魅力のある桃源郷の福祉の村を築いてきました。

現在、市町村は広域合併の選択をせまられています。

合併による経済的な合理性は是としながらも、合併により、新庄村は県境に位置し周辺地域となります。

果たして明るい将来展望がみえるだろうか。村民の声は届きにくくなり、行政サービスをはじめ、旧来から自助努力で歩んできた小さいながらもキラリと光る村の独創性の低下が懸念されます。

このように、地域発展の可能性が望めず、村民の

幸福につながらない・村民の賛同なきものであれば非の選択をせざるをえません。

そのために我々は、行財政の合理化を図り、「最小の経費で最大の効果を挙げる」よう努力し、小さくても住民一人ひとりが輝き、夢と希望がふくらみ、風格と特色ある新庄村を築いていくことを目指します。将来に禍根を残さないためにも、先人たちが築いた美しく住みやすい新庄村を、誇りと自信を持って躍進させ、次世代に引き継ぐことを使命とし、平成の合併は見送り、自治の精神で自主自立の村づくりに新たな決意で取り組みます。

我々はその先頭に立つ決意であることを、ここに宣言します。

平成14年12月20日

(出所：新庄村役場)

資料2 新庄村村民一家族のむらづくり基本条例

前文

新庄村は、ブナの原生林を源とする新庄川の清流と大山隠岐国立公園に指定されている毛無山～朝鍋鷲ヶ山の豊かな自然林に象徴されるすばらしい自然環境に恵まれ、また、このかけがえのない自然環境と先人が培ってきた歴史と文化の息づく桃源郷の福祉の村として知られています。

私たちは、個性豊かで活力に満ちた地域社会の実現を目指し、この美しい郷土が「住み続けたい、活力と希望に満ちた村」となるようにしていかなければなりません。

そのためには、地方自治の本旨にのっとり、地方分権の時代における新たな自治を確立するとともに、生活者である村民の立場からむらづくりを進めていかなければなりません。

また、むらづくりは、村民と村の協働を基本とし、村民の持つ豊かな創造性、知識、社会経験等が十分に生かされることが必要です。

このような認識の下に、村民と村がむらづくりの基本理念を共有し、協働のむらづくりを進めるため、この条例を制定します。

(出所：新庄村役場)

資料3 新庄村協働のふる里づくり基金条例前文

新庄村は、明治5年の村政施行より一度の合併もなく、130年余の歩みを村民一丸となって育み守ってきました。ブナの原生林を擁する源流の里として古くから先人達が培ってきた歴史と文化の息づく人

情味豊かな村です。これからも心のふる里として、個性豊かで活力に満ちた自主自立の村の実現を目指します。

その実現のための一方策として、新庄村の村づくりへの共感やふる里への思いを持つ人々の地域づくりへの参加手法として寄附金による基金を設置し、新たな住民参加型の協働の地方自治を進めるため、この条例を制定します。

(出所：新庄村役場)

2. 新庄村経済活性化と「ヒメノモチ」

新庄村においてとりわけ特筆されるのが、地域特性を活かした「源流域環境保全型農業」という理念を掲げ、生産・加工・販売を一体化した「6次産業化構想」を提示し、基幹産業である農業の振興に力を入れている点である。村ならではの「モノづくり」を重視し、新庄村でしかできない高い品質の農作物をブランド化して、高付加価値特産品として売り出している。その戦略の柱となっている農作物が「ヒメノモチ」である。

新庄村がヒメノモチを導入した契機は、1987年に岡山県からヒメノモチを重点作物として導入するように指導があったことである。新庄村は、ブナ原生林が形成する旭川源流域に位置するため、豊富で良質な水に恵まれるとともに、山間地のため昼夜の寒暖差が大きく、他の地域と比較してヒメノモチには「生産有利な条件」を有していた。その後、1990年には、集落レベルでの生産団地化を推進し、1997年には「6次産業化構想」を提示する形で、ヒメノモチの生産を本格化させていった。2002年には129戸のヒメノモチ生産農家が加入して「ヒメノモチ生産組合」が結成され、新庄村はヒメノモチの「一元集荷」と取引先への安定供給体制が実現するようになった。また、新庄村役場は、良質のヒメノモチを生産するためには良質の堆肥が重要であると考え、2001年に堆肥センターを建設して有機肥料を供給するようになった。これにより、10a当たり2tの堆肥を施すなどして有機栽培を本格的に実施するとともに、1等米比率が21%から48%になるなど、ヒメノモチの高品質化にも成功した。さらに、村役場は、ヒメノモチに付加価値をつけるため、2002年に「ヒメノモチ専用加工場」を建設して串団子やおかきなどの加工商品を開発し、売上を伸ばしている。

「6次産業化構想」のポイントは、販売である。新庄村は、生産したヒメノモチを加工して高付加価値化するだけでなく、様々な販路開拓を独自に行い、

安定した需要を作ることにより、高付加価値米という「ブランド化」に成功した。

さらに、新庄村は、このようなヒメノモチの特産品開発をひとつのモデルとして、商品作物の多角化を目指している。多様な自然や地形を有する中山間地域の地域特性を活かし、現在、リンドウやサルナシなどの新しい特産品開発に取り組んでいる。その中で特に注目されているのが、和牛である。中国山地では緩やかな傾斜を活かした畜産が盛んであるが、新庄村の場合、肥育農家がおらず、子牛の段階で出荷しており、付加価値がつけられていない。子牛から肉用牛までの地域内一貫生産体制が確立されれば、「新庄和牛」のブランドが確立される可能性もある。さらに、畜産業とヒメノモチ生産は、前述した堆肥を通じて結合される。畜産農家から出る家畜排泄物を堆肥に加工してヒメノモチ生産に活用し、さらに、そのヒメノモチ生産から派生するもみ殻を牛の飼料として活用する「循環型農業」が実現すれば、地域資源の有効利用にも結びつくのである。

3. 新庄村「地域ブランド」戦略のポイント

新庄村の事例で、筆者が強調したい点は「地域特性の再評価」と「付加価値をつけること」の重要性である。すなわち、中山間地域では、生産条件は不利であるからどうしようもないということで終わるのではなく、その土地の自然条件などを再評価して、他の地域ではまねのできない商品を生産することが可能となる。さらに、それをそのまま単品として売るのでなく、それを「新庄村ヒメノモチ」という「商標(ブランド)」で販売することにより「付加価値」がついてくる。

例えば、餅つきイベントを実施して消費者にヒメノモチを販売すれば、単品で売る以上の効果がある。すなわち、ヒメノモチだけでなく、新庄村という地域にも価値が出てくるのである⁹。それはヒメノモチを生産した村への関心である。「中国山地の旭川の源流域に位置し、人口は1000人しかおらず、明治期の村制施行以来、合併を一度もしたことがない村」という新庄村の地域特性は、それ自体が消費者に関心を抱かせる「地域資源」である。このような新庄村という「地域の価値」をヒメノモチに付加して、「新庄村ヒメノモチ」という「商標(ブランド)」で販売すれば、ヒメノモチだけでなく、ヒメノモチという素材を通じて「新庄村それ自体」が商品になっていく。

このような戦略が今後非常に重要な地域発展戦略となる。この戦略を、筆者は「地域ブランド戦略」

と呼ぶ。地域内にある土地や自然などを再評価して、それだけでなく、そこにある歴史や文化という要素を地域資源の中に取り込んでいき、商品の差別化を図る。このような地域資源創造型の産業振興が、今後の地域発展戦略の「経済的基盤」になければならない。このような産業振興は、地域の外から来た企業には実現不可能である。まさに、それは、これまでの企業誘致を軸とした「外来型発展」モデルから、地域内の主体が自ら考えてつくり出す「内発的発展」モデルへの転換である。

この「地域ブランド戦略」という方向性は、新庄村のような中山間地域農業の有力な活性化戦略のひとつとなる。多様な自然条件や地域資源等に規定される中山間地域農業は「差別化」された商品の生産に適しており、需要が多様化すればするほど、収益機会が増加する。ここが「地域ブランド戦略」の収益基盤である。経済が発展するにつれて、都市地域の消費者の所得が増え、生活が豊かになり、価値観が多様化すれば、「差別化」された商品の需要は増える。新庄村が、良質の「水」や昼夜の温度差を利用してヒメノモチという作物をブランド化したように、その地域ならではの作物づくりが重要なのである。こうした商品の需要の価格弾力性は低く、作物の品質や当該産地の知名度などが消費選択の大きな規定要因となる。したがって、「地域ブランド戦略」は、中山間地域において「生産不利」条件と位置づけられる生産地から消費市場までの高い輸送費も克服することを可能とする。

多様な地域資源をもつ中山間地域の地域特性を考えれば、「地域ブランド戦略」という方向性は、中山間地域においてこそ、大きな収益機会をもたらす極めて有効な処方箋と言える。

さらに、「地域ブランド戦略」で重要な点は、作物の「高付加価値化」である。新庄村は、高品質のヒメノモチを生産するためには、「水」や「昼夜温度差」だけでなく、良質の堆肥が重要と考え、堆肥センターを建設した。さらに、ヒメノモチに付加価値をつけるため、「ヒメノモチ専用加工場」を建設し、串団子やおかきなどの加工商品を開発した。有機農業は、「安全、安心、健康」という時代の価値に適合しているし、それらを加工することにより価値がさらに上がる。すなわち、玄米で売るより「モチ」にすれば価値が上がり、さらに「アラレ」にすれば価値が上がる。このように「付加価値」を高めて販売することが「地域ブランド戦略」において重要なのである。

IV. 中山間地域経済の発展戦略

本論文では、岡山県新庄村を事例として、中山間地域の地域経済発展のあり方について検討してきた。新庄村の事例は、「ヒメノモチ」という地域資源を活用した地域ブランド戦略をベースに、地域経済の発展を図るものである。新庄村の地域経済発展の枠組みには、岡田教授が重視した「地域産業連関」の構築やその構築に関わる「基礎自治体」のあり方を再認識することができ、多くの中山間地域にも普遍的に適用できる「地域経済発展戦略」の基本がある。ここでは、新庄村の事例を手がかりに地域経済発展戦略のポイントについて整理を行い、中山間地域の経済発展のあり方を展望する。

1. 「地域産業連関力」の強化

まず、強調したい点は、新庄村において重視されていた戦略が、地域内の「地域産業連関力」を強化する戦略であることである。すなわち、地域内の地域資源を基礎とした経済連関システムを構築し、多くの地域経済主体に波及させる地域経済構造の形成である。その具体的戦略が、「新庄村6次産業化構想」である。ここでは、ヒメノモチ生産組合、ヒメノモチ専用加工場、メルヘンプラザ等の販売施設と連なる体制の中で「連関構造」を構築している。

この「地域産業連関力強化戦略」は、中山間地域において次の理由から重要である。

第1に、地域内供給力の維持に貢献することである。過疎化・高齢化の進む中山間地域の産業において深刻なことは、担い手の減少や高齢化により、地域産業の供給力が緩やかに縮小していくことである。しかし、この戦略により地域内産業が連結することで、各産業間の「情報共有」が進み、地域全体で各産業の問題について当事者意識を有して検討する機運が生れてくる。これまで、農業、林業、流通業、観光業などと分断されていた状況が解消されて、地域内の各産業が有機的に結合し、地域内に「付加価値」を取り込み、供給主体としての基盤が強化されるのである。

第2に、地域内の所得の取り込みである。中山間地域では、地域の労働力は減少し、生産性の上昇も投資の拡大も見込めない中、経済成長は難しい。しかし、地域内で有効活用できる資源を再評価し、これを地域内で実際に活用することは、地域内部に所得を留めることにつながる。地域資源を見直して地域で利用することが、結果として地域外からの移入を減らし、地域内の生産を増加させる効果をもたらす。

2. 「ネットワーク主体」形成の重要性

「地域産業連関力強化戦略」は、中山間地域の経済基盤を強化する上で、非常に重要な戦略である。その戦略では、地域内にある様々な地域資源を再評価して商品を開発し、地域の歴史や文化などのソフト資源を付加して販売していく。問題は、この戦略をどのような方法で実現していくのかということである。当然のことながら、地域を構成している住民、農家、企業経営者、行政職員などの様々な人々が個別にバラバラで検討していたのでは「地域産業連関力強化戦略」は策定できない。やはり、異なる視点を持つ様々な立場の人々が交流して検討することが重要である。

このような様々な立場の人々が交流する「ネットワーク」を、地域内に構築する必要がある。それが「ネットワーク主体」である。「ネットワーク主体」の構築は、異なる領域の個々の主体を「つなぐ」仕組みであり、戦略を推進する地域内の新たな主体形成の可能性が開かれることになる。

3. 「ネットワーク主体」形成における地方自治体の役割

さらに、この「ネットワーク主体」を形成する際に、地方自治体の役割は決定的に重要である。それは、地方自治体が地域を総合的にとらえ、地域内の様々な主体をつなぎ、調整できる唯一の主体であるからである。

筆者は、地域を「活動原理の異なる2つの領域が具体的に見える場」と位置づけている。そのひとつを「共同領域」と呼び、もうひとつを「市場領域」と呼ぶ。前者は、血縁関係や地縁関係などのいわゆる「向こう三軒両隣」と呼ばれるような人格的要素を軸として相互扶助などを特徴とする領域であり、後者は、生産活動や消費活動などの経済関係を軸として商品やサービスなどの取引を特徴とする領域である。この2つの領域は「質」的に異なる領域であることから、「摩擦」が発生する。それを調整して解消することが、地方自治体の役割である。地方自治体は、2つの領域と異なる領域に存在しており、この領域を「財政領域」と呼べば、筆者の考える「地域構造」は、3層構造の地域となる。前述した「地域産業連関力強化戦略」は、筆者の考える「地域3層構造」において、各領域に属している主体をつなぎ、その潜在力を顕在化させるための戦略と位置づけられる¹⁰。地方自治体は、その戦略調整を行う地域内の唯一の主体として重要な役割を果たすことになる。

4. 戦略策定のためのCAPDサイクルの確立

それでは、このような「ネットワーク主体」をつくった上で、何を行うのか。マネジメントサイクルに「PDCA サイクル」と呼ばれるサイクルがあるが、筆者は、このサイクルを変更して「CAPD サイクル」を廻すことを提案したい。すなわち、計画（Plan）から開始するのではなく、評価（Check）から始めるのである。

自分たちの地域にはいったいどのような地域資源があり、その現状はどのようなものであるか。まず、地域の現状の評価（Check）から開始する。そして、その現状をどのようにしたら改善できるのかについて見直し（Action）を行い、地域発展のための戦略の仮説を作る。さらに、この仮説を実行するための計画（Plan）を作り、実行（Do）する。そして、その結果を再評価（Check）して、改善のための見直し（Action）を行う。「ネットワーク主体」で行う作業は、この繰り返しである。この繰り返しの中で、ネットワークのメンバーの間に「共通認識」が形成され、戦略は次第に完成度の高いものへ進化していく。計画（Plan）ではなくて、評価（Check）から開始して「CAPD サイクル」を、この「ネットワーク主体」の上に確立していくということが「地域産業連関力強化戦略」策定の基礎となる。

5. 地域資源の再評価

最後に、「地域産業連関力強化戦略」を検討する際に重要となるのが、地域の中に存在している多様な潜在的な資源（商品化されていない資源）の再評価作業である。この作業は、多様な自然条件や地理的条件を有する中山間地域においては、特に重要である。

一般に「中山間地域は生産条件不利地域であり、その結果、農業は衰退した」といわれることが多い。また、「地域特性を考えれば、仕方がない」といわれることもある。本当にそうだろうか。例えば、本論文で取り上げた新庄村のヒメノモチは、村の自然条件にちょうど適合した作物であり、他の地域が同じように生産を始めても、新庄村のような高品質のヒメノモチは作れないわけである。ヒメノモチ生産は圧倒的に新庄村が有利なのである。このような評価が、品質の高い商品の生産を可能とし、地域商品の「競争力」の基盤になる。

しかし、ヒメノモチ生産のみで終わるのであれば、この商品の売れ行きがいつまで続くかわからない。同じような条件をもつ地域が、その商品市場に参入してくるかもしれないからである。

ここで重要な点は、むしろ次の展開である。すなわち、ハード面で「質」の高い商品に、ソフト面で新たな価値を付加することである。例えば、新庄村の場合は、人口 1000 人、旭川の源流域にある中国山地の山村で、村制施行以来一度も合併をしたことのない村という「村それ自体の歴史や環境」などの要素が挙げられる。「品質の高いヒメノモチ」「これを生産した新庄村」「それは非常に神秘的な村である」「この村を見てみたい」……。このような思考プロセスが重要となる。つまり、「目に見えない」ソフト資源を商品に混ぜ合わせることにより、他地域にはまねのできないオリジナルな商品が生まれるのである。

言い換えれば、地域で生産する「素材」という「ハード資源」に、「素材」を生み出した地域の歴史や文化、環境などの「ソフト資源」をいかに混ぜ合わせるか。「ソフト資源」は「目に見えないもの」であるが、これをハードの素材に混ぜ合わせることにより、新たな「付加価値」が生まれてくるのである。

6. 地域産業連関と地域再生

以上、本論文では、岡山県新庄村を事例に、中山間地域の経済発展戦略を検討してきた。筆者が改めて強調しておきたいことは、「地域産業連関力強化戦略」策定の土台となるのは、「地域内に存在する独自資源を再評価し、地域内の様々な主体の知識をそれらの地域資源と結合させるネットワーク主体」の形成にあるという点である。すなわち、この「主体」が形成されていれば、仮にヒメノモチが今後売れなくなっても、それに代わる新たな商品を作り出す力となり、地域経済の「持続可能性」が高まるわけである。その意味で、商品は、あくまで「結果」にすぎないのである。「地域産業連関力強化戦略」がうまく機能している地域では、この「ネットワーク主体」が地域の中にうまく形成されている。

また、この「ネットワーク主体」が拡大し、実効性を有するためには、地方自治体の役割が決定的に重要である。地域全体のビジョンや方向性を具体的に示し、地域内の多様な主体の連携を促し、地域内外の人々との交流や情報提供を促進するなどの「環境整備」を行うことが、地方自治体の重要な役割である。

最後に、本論文で取り上げた「地域産業連関力強化戦略」が中山間地域に定着することは、産業振興の面での地域再生にとどまらず、地域独自のノウハウの再評価を通じて「地域文化」の再生にもつながる点も強調しておきた

い。「地域産業連関力強化戦略」は、単に地域の独自商品を販売することではなくて、その地域の文化や歴史などを掘り起こして再生することにもつながってくるからである。多くの企業や住民が戦略策定のための「ネットワーク」に参加し、地域の潜在的資源を再発見するプロセスは、地域内に所得をもたらすだけでなく、自分たちの地域に「誇り」を取り戻すことにもつながる。それは、この「地域産業連関強化戦略」の本質が、モノ・サービスの連関以上に、人と人をつなぐ「社会関係性」を強化することにあるからである¹¹。つまり、「地域産業連関強化戦略」は、地域内に所得をもたらして市場領域を活性化すると同時に、地域内にあるもうひとつの領域、すなわち、共同領域にある「絆」を再生して住民の「自己実現」を満ちし、地域の「誇り」を取り戻すことにもなるのである。

換言すれば、市場領域と共同領域を含むトータルとしての地域再生こそ、「地域産業連関力強化戦略」が最終的に目指す「ゴール」である。その意味で、「地域産業連関力強化戦略」は、中山間地域に価値観の転換を含む「新たな豊かさ」をもたらす可能性を持つのである。

注

- 1 岡田知弘『地域づくりの経済学入門—地域内再投資力論—(増補改訂版)』自治体研究社、2020年、352頁。
- 2 同上書、331頁。
- 3 同上書、352頁。
- 4 永田恵十郎『地域資源の国民的利用』1988年、農山漁村文化協会、237頁。
- 5 多田憲一郎『地域再生のブランド戦略』2006年、イマジン出版、17頁。
- 6 永田、前掲書、145頁。
- 7 同上書、252頁。
- 8 新庄村に建設された発電ダムの土用ダムは1986年より共用開始され、翌年度の固定資産税収は急増する。すなわち、1986年度の固定資産税収は約220万円だったが、1987年度のそれは約4億8800万円となる。しかし、償却資産であるため、ダムからの税収は次第に減少する。今後の新庄村財政において、税収の増加は見込めない。
- 9 新庄村は、ヒメノモチを東京の銀座で直接販売している。村長自らが陣頭指揮で臼を持参して銀座に行き、その場で餅つきをして来場者に配るといったイベントを実施している。このような宣伝イベントにより、東京に新庄村ファンクラブも誕生

した。

- 10 各領域には、それぞれ中心となる「主体」が存在する。共同領域においては、町内会や自治会などの住民自治組織やNPOなどであり、市場領域には企業など、さらに財政領域には地方自治体などが存在する。それぞれの主体は、異なる原理により活動している。
- 11 近年、この「社会関係性」は注目されており、「社会関係資本(ソーシャルキャピタル)」や「ソーシャルビジネス」などの概念を軸に研究が進められている。この「社会関係性」は、人々の幸福感にも影響を与えることも指摘されており、幸福研究などの新たな研究分野も開拓されている。

参考文献

- 1 斉藤晴造編著(1976)『過疎の実証分析—東日本と西日本の比較研究—』法政大学出版局。
- 2 永田恵十郎(1988),『地域資源の国民的利用』農山漁村文化協会。
- 3 多田憲一郎(2006)『地域再生のブランド戦略』イマジン出版。
- 4 岡田知弘(2020)『地域づくりの経済学入門(増補改訂版)』自治体研究社。

付記

本論文は、鳥取大学地域価値創造研究教育機構の令和4年度の公募事業「地域イノベーション創出に向けた実践的教育研究推進プログラム」に採択されたプロジェクト研究事業の成果の一部である。