



Title	<セミナー> 「とかい暮らし、いなか暮らし：北海道で「豊か」に暮らすには」の概要と地域の豊かさに関する考察
Author(s)	肥前, 洋一; 阿部, 智和
Citation	地域経済経営ネットワーク研究センター年報, 3, 47-51
Issue Date	2014-04-21
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/55205
Type	bulletin (other)
File Information	REBN3_047.pdf



[Instructions for use](#)

＜セミナー＞

「とかい暮らし, いなか暮らし－北海道で「豊か」に暮らすには－」 の概要と地域の豊かさに関する考察

肥前 洋一・阿部 智和

2013年7月4日(木)午後2時40分から午後5時30分まで、北海道大学人文・社会科学総合教育研究棟W103教室にて、経済学部・経済学研究科および本センターの主催によるセミナー「とかい暮らし, いなか暮らし－北海道で「豊か」に暮らすには－」が開催された。地域の「豊かさ」の指標を開発して北海道の各地域における豊かさの実現に寄与することは、本年報第2号(2013年3月)で特集されているとおり、本センターの重要研究課題の一つである。2012年11月22日(木)に開催された本センター主催のシンポジウム「地域の多元的な『豊かさ』を目指して－農業の視点から－」では、タイトルのとおり農業を通じた豊かさの実現について議論された。今回のセミナーでは、農業に加えて観光および地域プロデュースの分野でご活躍されている3人の経営者の方々に講師としてお招きし、より幅の広い議論が行われた。

このセミナーは、同じ題目で開催される経済学部主催の第10回プレゼン・ディベート大会(2013年10月19日(土))のためのプレセミナー(事前勉強会)としても位置付けられた。プレゼン・ディベート大会では、学生たちが3人から5人のチームを作り、北海道の「とかい」と「いなか」の豊かな暮らしのありようについてプレゼンテーションとディベートを行う。より具体的には「とかい」チームは札幌などの都市に暮らすこと、「いなか」チームは北海道内の農村や漁村など、人口が相対的に少ない地域に暮らすことを前提として、どのような事業(ビジネス, 地域活性化など)を行っていけば「豊か」に暮らせるかを提案し議論し合う。一昨年のシンポジウムに参加した学生であれば頭の中に考える手がかりがあるだろう

が、そうでない学生にとっては「北海道で「豊か」に暮らすには」と問われても思考が先に進みにくいであろう。そこで、現在どのような事業が行われているのか、また事業を考えるうえでふまえておくべきことは何かを3人の講師の方々にご講演いただいたのである。以下では、3人の講師の方々の講演を要約し、筆者の視点から考察を加える。

(株)北海道宝島旅行社・代表取締役社長の鈴木宏一郎氏には、「憧れの大地『北海道』－住んでよし, 訪れてよしの観光地域づくり－」と題して、地域活性化における観光振興の重要性をご指摘いただいた。



北海道は国内外から注目されるほどの多くの資源が眠る宝の島であり、その資源を活用してどのようにして「外貨」を稼ぐのか具体的にお話をいただいた。すなわち、従来の発地型観光から着地型観光へ移行し、地域の持つDNAを活かした地域住民による観光振興を図ることにより、地域住民は自らの地域に対する魅力を再認識できるとともに、観光客はその地域のファンになって長期滞在し、再訪し、さらには移住をするに至る可能性が高まることが説明された。

「発地型観光」とは、観光客が出発する都市部にある旅行社が企画するものを指し、典型例としてパッケージ・ツアーが挙げられる。早い時期から大量の予約を入れることにより、航空券や宿泊施設などの料金を抑える。数十名の観光客が大型バスで一斉に移動し、限られた日数で多くの名所を回る。このようなツアーは、観光地を一通り観て回ろうとするときに効率的であり、安さとあい

まって人気があるが、バスの中から景色を眺めて通り過ぎるだけでは、その観光地に経済効果がない。かえって迷惑がる地元住民もいる。

そこで、鈴木氏は着地型観光を提案し、実践している。「着地型観光」とは、観光地にある旅行社や地元住民が企画するものを指し、発地型観光に飽き足らなくなって個人で自由に旅行しようとする観光客からの需要が期待できる。着地型観光により、まずは旅行代金が観光地の旅行社や住民に入るが、それだけにとどまらない。体験・ガイド型の観光を通して観光客が地元住民と触れ合えば、その地域での滞在時間が長くなる。長くなればその地域で食事をするし、もっと長くなれば宿泊もする。そして地元住民とのつながりができれば、その地域を何度も訪れるリピーターになる。その地域に足繁く通ってファンになれば、やがて季節移住をしたり完全移住をしたりすることもあろう。そのような長期化・高頻度化が進めば、人とお金はその地域に継続的に流れ込むため、安定的な地域活性化が図れるであろう。

では、観光客を呼び込むために各地域は何を目玉としたらよいのだろうか。鈴木氏は、地域の持つDNA（歴史・文化・生活・誇り）を活かした地域住民による観光振興を提唱する。歴史や文化の面で特徴的な地域はそれらを観光資源にできるが、地域住民にとっては日常の仕事である農林漁業・商工業等であっても、各現場を観光のフィールドにすることができる。例として、トウモロコシ畑で観光客自らが収穫しその場で食べることができる農業体験が挙げられた。トウモロコシを農家が収穫して出荷するよりも、収穫を自ら行うことや農家の方からの美味しい食べ方の説明といった体験をサービスとして加えることによって高い価格で販売することができる。そのような体験が加われば、観光客にとってはトウモロコシが美味しいという記憶が残るだけでなく、美味しいトウモロコシを収穫できるその地域に対する愛着も生まれるだろう。喜ぶ観光客の顔を見れば、その地域の住民たちも自分たちの地域に誇りが持てるようになる。住民たちが自分たちの地域を誇らしく思っているなら、観光客も「地元の人たちがそれ

だけ誇りに思っているからには、その地域には何かがあるはず」と関心を抱いてくれるだろう。また、こうした試みは、その地域にある他の産業にも波及効果をもたらしている。農業体験を例にとれば、農場までの輸送手段となるバスやタクシー、収穫した農産物を調理するレストランなどである。このような地域住民と観光客の間の相互作用が働き、住民も観光客もその地域が好きになるような観光地域づくりを、鈴木氏は「住んでよし、訪れてよし」と表現する。着地型観光が「住んでよし」につながることは、本セミナーのタイトルに照らして重要な論点といえよう。

(株)GB産業化設計・代表取締役の岩井宏文氏からは、「国家百年を占う分水嶺－農業は農村を元気にできるのか！－」と題して、農業にはさらに利益を生み出す余地があることをご指摘いただいた。農作物を作って売る1次産業にとどまらず、加工してさらには飲食店を開業するなどの6次産業化を図ることによって地域の所得向上や雇用確保が可能になること、そのためには仮説（目標、意思・信念、方策など）を持つことが必要であるとのこと示唆をいただいた。



はじめに、農業の所得が上がらないこと、農業が産業化したとは言い難いこと、出荷先が限られていることなど、現在の農業には改善の余地があることが示された。さらに、これまで多額の国家予算が農業の人材育成等に投じられてきたが、販売農家数は減っており、農業の魅力を訴求できていないことが指摘された。また、近年では農業生産法人が耕地の大規模化を進め、より効率的な生産体制を確立しようとしているが、こうした取り組みも限界を迎えると予測されることが紹介された。そこで、現在進められているのが、農業の6次産業化である。「6次産業化」とは、農業に従事する者が農作物を作って売ること（1次産業）にとどまらず、加工して（2次産業）、さらには飲食店を開業する（3次産業）などにより付加価値を生み出していこうとする動き（すべてを足し

合わせて6次)を指す。これによって、これまで他者(とりわけ地域外)に譲ってきた2次・3次の利潤獲得機会を農業従事者が享受するとともに、形が悪い・傷があるなどの理由により廃棄されてきた農作物も加工用として活用することができる。

続いて、6次産業化に成功した農業法人の例がいくつも紹介された。中でも筆者の印象に残ったのは次の2つである。第一に、1次産品を生み出す場としての役割しかなかった農場や牧場を舞台に6次産業化を進めることで、観光客だけでなく、社会科学の小学生やその案内をするボランティアの地域住民などさまざまな人たちが集まるようになることである。こうして農場や牧場が人々の交流を促す役割も果たすなら、人と人とのつながりという側面での「豊かさ」まで地域にもたらすであろう。第二に、防疫を目的として設けられていた牛舎間の土地に太陽光発電施設を設置し、経営の多角化も行われていることである。6次産業化を実現しようとするとき、1次産品を加工したりそれを利用する飲食店を開業したりすることだけでなく、広大な土地があること自体も強みとして利用できることに気づかされた。

農業の6次産業化に必要なこととして、岩井氏は仮説を持つことを挙げる。「仮説」とは事業計画を指す。まず事業の到達点を設定したうえで、それを実現しようとする意思・信念を確認する。そして、何にどのようにして取り組むのか、その際に制約になることは何かを検討して構想を練る。仮説の実現には、事業を推し進める意思を持った主体となる人材が必要である。また、6次産業化に伴って、事業が1軒の農家にとどまらず、他業種との連携も必要になってくるだろう。それに伴い、複数の主体の間に入って調整役を担える組織・人材の必要性も生じる。経営の多角化に伴って、事業面での地域内連携が生まれるし、新たな人材の流入も起こるであろう。

岩井氏の講演では触れられなかったが、農業の6次産業化によってその地域の所得が高まれば、その地域の税収が増えて行政サービスの向上につながる。行政サービスの向上には第一に財源が必

要であり、そのためには地域振興が必要であることは、一昨年の本センター主催のシンポジウムで帯広市役所・産業連携室室長の中尾啓伸氏が強調したとおりである。経済的な「豊かさ」が高まるのが行政サービスの向上を通じた福祉・教育・防災などの側面での「豊かさ」を高めることにもつながるという視点は、本セミナーのタイトルに照らして重要であるため付記しておく。

最後に、(株)ノーザンクロス・代表取締役の山重明氏には、「新しい地域経営の時代-森林・農山村・都市のリンケージ」と題して、今後人口が減っていくことを念頭に置いたうえで、地域経営がいかんして展開されるべきかをご講演いただいた。都市と農村が連携することで地域経営が展開されること、したがって「とかい」と「いなか」はつながっており、対比ではなく相互の存在が必要という関係にあるという視点が提示された。さらに、現代の地域経営においては公と私の間をつなぐ新しい公共が必要であることが指摘された。

山重氏が最初に強調されたのは、世界から見た北海道という視点である。外国の投資家や国土の狭い国家などが、投資や国家安全保障の観点から自然・天然資源に満ちた北海道に強い関心を持っていることが語られた。しかしながら、北海道民自身は、あまりにも身近であるため、北海道をそこまで高く評価していない。北海道の価値を北海道民が再認識し、それを活かした地域の活性化を図るという方向性は、鈴木氏、岩井氏の講演と共通している。

そのような明るい情報の一方で、人口は確実に減少していくため、存続が難しくなる地域が生じうるといふ現状も踏まえておく必要があることが指摘された。それゆえに、なおさら重要になることとして、山重氏は「連携」を掲げる。日本の国土のほとんどは、真ん中に森林地域があつて、そこから海岸に向かって中山間地域・田園地域・都市地域と並んでいる。これらの地域は、それぞれに名前を付けるとそれぞれ独立している印象を与



えるが、実際には相互に支え合う関係であり、森林地域から都市地域に向かって自然の恩恵が流れると同時に、都市地域から森林地域へ向かって経済的な恩恵が流れるという循環により互いに支え合っている。しかしながら、近年はこれら自然や経済の循環のネットワークが分断されつつあるため、各地域で荒廃・衰退が起こっているとの問題提起がなされた。これを修復することが地域経営における「連携」の形の一つである。

このように、もともとあった森林地域から都市地域までを巡るネットワークを修復する形での連携の他にも、徳島県上勝町の「葉っぱビジネス」のように各農山村が地域資源を活用して独自に起業し都市に売り込む農山村・都市間連携、近接する農山村間での広域連携による都市との経済交流の活性化、「日本で最も美しい村連合」のように類似の特徴を持つ農山村間での地理的な距離を超えた連携による都市住民の呼び込みなどが挙げられた。

しかしながら、このような地域経営を展開しようとするとき、周りで意見する人はいるものの、主体となる人がいないという問題が指摘された。さらに、北海道では主体となる人材・組織が他地域と比較して少ないという点も論じられた。近代化以前には協同組合や集落などの組織が地域経営において私（農工商・家族）と公（行政）をつなぐ役割を果たしていたが、そのような組織が機能しなくなった現在では、地域経営を進めようとしても担い手がないのである。そこで山重氏は、新しい公共（社会貢献活動、ソーシャル・ビジネス、民間非営利活動）の再構築の必要性を説く。世界から見た北海道の自然・天然資源の価値の高さの一方で、人口の減少や地域自治機能の空洞化などの「人」に関わる側面で課題がある。筆者には、「人」に関わる側面こそ経済学・経営学を含む社会科学からの研究の余地がある分野であると感じられた。

3人の講師の方々の講演から、実現できる「豊かさ」に関して次のことが言えよう。まずは観光や農業などの事業によって、経済的な豊かさを実現できる。そして、事業を通じて住民たちが自分

たちの地域に誇りを抱けるようになるという意味で、暮らしの豊かさも実現される。さらには、これは一昨年のシンポジウムでの中尾氏の市職員としての立場からの指摘であるが、税収の増加を通じて福祉・教育・防災などの側面での豊かさも実現されよう。この中でも、金銭によっては実現することが難しい「地域に誇りを持って暮らせる」という側面での豊かさが事業を通じて実現されるとの指摘は重要であろう。

本稿の冒頭で記したとおり、地域の「豊かさ」の指標を開発することは本センターの重要研究課題の一つである。たとえば、地域の「豊かさ」を「人と人とのつながりがあるほど地域は豊かである」と定義するとき、そこには「つながりがあるほど豊かといえよう」という、定義する者の価値観が入っている。その価値観が多くの人に同意されるとき、そのような定義は豊かさの指標として受け入れられよう。

つながりを作る場がほしいけれど、自分から作るのは面倒であると各人が考えて、結局そのような場が作られないという状況は「社会的ジレンマ」と呼ばれ、経済学や社会心理学において多くの研究者を集める主要な研究テーマの一つとなっている。山重氏の論をお借りすれば、近代化以前は協同組合や集落などの組織がこの問題を解決していたが、近代化以降はそのような組織がしだいに勢力を弱め、企業や行政が解決役を担ってきたのであろう。ところが不況が長く続くことによって金銭的理由により企業や行政がこうした解決役を担うのが難しくなってきた。また、インターネットの普及などにより、地域でつながることの需要が住民たちの間で弱まってきたという側面もある。そのため、以前に比べると「地域」というのが連帯しにくくなっているといえよう。住民たちからのつながる需要が弱まるということは、つながりがあることを豊かであるとする定義自体を揺るがすことになる。この場合、つながりというやや曖昧な側面は豊かさを測る指標においてウェイトを下げ、経済的な豊かさのウェイトが高まるかもしれない。

これまでも経済的な豊かさでは測り切れない

2014.3 「とかい暮らし, いなか暮らし-北海道で「豊か」に暮らすには-」の概要と地域の豊かさに関する考察 肥前・阿部

豊かさを測って指標に反映させようとする試みが長く行われてきたが, 価値観の多様化に伴って経済以外の豊かさが測りにくくなり, 結局は経済的な豊かさに高いウェイトが置かれてきている。豊かさの指標づくりは本センターの重要課題の一つであるが, いろいろな側面をウェイト付けして一つにまとめるのではなく, 経済をはじめとする(多過ぎない)いくつかの指標に分けて表現したほうが政策を考えるうえで有益かもしれない。しかしながら, 社会が何をもって豊かであると判断する

かに応じて, その指標はその時代ごとに修正を加えていく必要があるという性質を持っている。したがって, 北海道の各地域の経済的側面だけに限定されない包括的な豊かさの指標を作成するという本センターのプロジェクトも, 現時点での指標を作成するという範囲ではいつか完結しうるものであるが, その後も継続的な修正を迫られるという意味では終わりなきプロジェクトといえよう。こうした問題提起をして, 本稿を締めくくるとする。