

Title	地域の自律性の観点からみた地域振興事業の分析と ，効果的な事業計画策定手法の考察
Author(s)	西川，洋行；中武，貞文；今井，潤；入野，和朗
Citation	年次学術大会講演要旨集，26：38-41
Issue Date	2011-10-15
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/10064
Rights	本著作物は研究・技術計画学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Science Policy and Research Management.
Description	一般講演要旨

地域の自律性の観点からみた地域振興事業の分析と、 効果的な事業計画策定手法の考察

○西川 洋行（大分大学）、中武 貞文（鹿児島大学）、
今井 潤（岩手大学）、入野 和朗（愛媛大学）

【要旨】 地域産業・経済及び社会の維持・発展のためには、地域からの自発的な発想と自律的な取り組みに依拠した事業等を支援・推進する政策が重要であると考えられる。本発表では、これまで地域振興や地域産業支援を目的として実施された様々な事業を、自発性や自律性といった観点で分析し、地域振興事業等の将来性や可能性を評価する2つの指標と4つの類型を提示する。2つの指標は地域特有の知的価値や潜在的な制約条件を現しており、この指標を用いて地域振興事業等が取り得る戦略と可能性を4つの類型に分類している。本分析により、地域振興事業等が地域にどのような影響と効果をもたらす可能性があるのかが予測できる。事業計画策定段階でこうした評価を実施することが重要である。

1. 背景

地域振興政策は、かつては産業立地政策や地域のインフラ整備に重点が置かれていたが、現在ではそうした大規模な工場の誘致による直接的な雇用の創出といったものは、近年のアジア各国への工場移転の動き等により成立しにくくなっている。それに替わり、現在では地域科学技術政策と総称される知的集約による高付加価値化を指向した政策が為されているが、依然として、ある種のステレオタイプな地域発展像に基づく旧来の政策・制度設計手法に沿ったものとなっている。今後ますます知識ベースの経済やそれによる高付加価値化に移行するにつれ、地域振興政策の重点を量から質に転換する必要に迫られるであろう。知識経済⁽¹⁾における付加価値の主体は、独特で新しいアイデアや知見に基づく”発明”や創作”に由来するものであり、ステレオタイプ＝他者のコピーでは高付加価値を実現できないからである。かつての雇用増等を目的とした量的拡大策から、高付加価値化の源泉の創出を目的とした質的拡大策に転換する必要がある。

2. 地域の知識基盤

質的拡大の中心にある考え方は、知識経済における付加価値創造である。付加価値の源泉となるものは知的資源としての知識であるが、地域振興に限っても、一般的な科学的知識、技術的ノウハウ等から、

地域の歴史や風土に根差した特産物、伝統、歴史的承継事業、住人の気質、等々までを含む広範なものである。ここで、一般的な科学的知識や技術的ノウハウにおいて独特で新しいものを創出し質的拡大を図るという戦略は、いわゆる地方、地域にとっては得策ではない。これらは規模の経済⁽²⁾が有効な分野であり、大学等研究機関や企業の研究所といった知的集積が図られている大都市圏が圧倒的に有利である。国家のレベルや人口数百万人超の大都市圏では良い戦略かもしれないが、人為的に研究開発に特化した学術研究都市等を除けば、人口百万人以下の地方・地域では賢明な戦略とは言い難い。本稿では、こうした大都市圏等だけが採り得る戦略は除外し、地方都市圏が採りうる戦略について議論する。

地方都市圏に残された選択肢は、地域の歴史や風土に根差した戦略である。個々の物産や歴史的伝統等には、他地域との類似性を見ることは少なくないが、それらの組み合わせのパターンや承継方法等により、地域毎の唯一性を認めることができる。全体として地域の独自性を主張することは可能であり、それ自体が独特な知的価値を有するものと考えられる。地域の伝統産業も同様である。歴史に裏打ちされた技術的ノウハウが独特の価値を生み出している。地域の文化的伝統等の他の特徴と組みあわせることで、独特な知的価値となり得るものである。こ

うした地域の潜在的知的資源を顕在化し、地域に経済的・社会的恩恵をもたらすことが地域振興政策の柱となるものとして制度設計を行う必要がある。

3. 自発性と自律性

日本各地に残る伝統産業や特産物、名品といったものには、江戸時代にルーツを持つものが少なくないという。江戸時代は封建制の下での地方自治体制であり、基本的な産業政策や地域活性化政策は各藩が独自に行っていた。一方で、大阪や江戸といった大都市での商業が発展を始めていたため、現在の地域間競争に相当する市場競争が存在し、そうした中から、末代まで残る伝統産業や特産物、名品が生まれてきた。これは地域振興の成功モデルであり、日本人が独自に見出した解でもある。先人に学ぶべきところは多い。

現在の地域振興政策と比較してこの成功モデルを特徴づけているのは、地域の独立した政策推進である。現在でいえば、地域住民が自己責任の原則の下で自発的に考え、自律的に行動した、ということになろう。与えられた政策を定められた方法で実行したわけではなく、自己責任であるがゆえに真剣に考え、着実に実行に移したところに成功例が生まれた要因があるのではないだろうか。もちろん失敗例は多々あったであろうが、良い取り組みが生き残り、悪いものは淘汰されるという現実が、結果的にレベルが高く持続可能なものだけが後世に残っていると見えよう。自己責任を前提とした自発的発想と自律的实施の原則が重要であることを示唆している。

自発性発想の利点は、地域の視点での選択ができることにある。大局的で客観的な判断は、地域住民の意向を必ずしも反映しない。それぞれの地方・地域の歴史や風土に特徴があるように、発想や意向も独特である場合が多い。地域の伝統や歴史的経緯、気質、風土といった要素を加味したその地方・地域の主観的判断が重要なのである。特に地域独特の知的価値を基にした事業を始めようとする場合はなおさらである。客観的には優れた選択でも、地域独特の特質と相容れず、地域住民の支持を得られなければ、適切な選択とは言えない。

ば、適切な選択とは言えない。

自律的实施についても同様である。市場動向等の地域外の視点を入れて実行することは重要であるが、あまりに客観的な判断に偏ることは避けるべきである。歴史や伝統に由来する地域性を無視して実行すれば地域独特の知的価値は損なわれ、地域性への愛着や主体的参加意識に由来する高いモチベーションも期待できない。地域の人々の積極的な参画を進めるためにも、ある程度地域内の主観的判断を取り入れた自律的取り組みが重要である。

4. 地域性と発展性が鍵

自発的に考え、自律的に実行し、地域にとって意義のある成果を上げるために重視しなければならない要素を明らかにするために、筆者らは各々の地域での具体的な地域振興事例を集め、調査・分析を行ってきた⁽³⁾。この中には筆者らが直接関わっている事業も多数含まれており、事業当事者との意見交換や意思決定に関わることも多い。当事者の意向や内情を聞き、当初の目的と実際の状況、期待していた内容と現実とのギャップ、事業を実施してきた感想等々、主観的要素を重視した調査を行っている（図1参照）。このデータとヒアリング結果の分析から、当該事業を実施した結果、その成果が将来にわたって地域に貢献可能かどうか、地域の企業や社会に受け入れ可能かどうか、といった事業評価要素を見出した。それが「地域性」と「発展性」である。

図1 地域振興事例調査（一部）

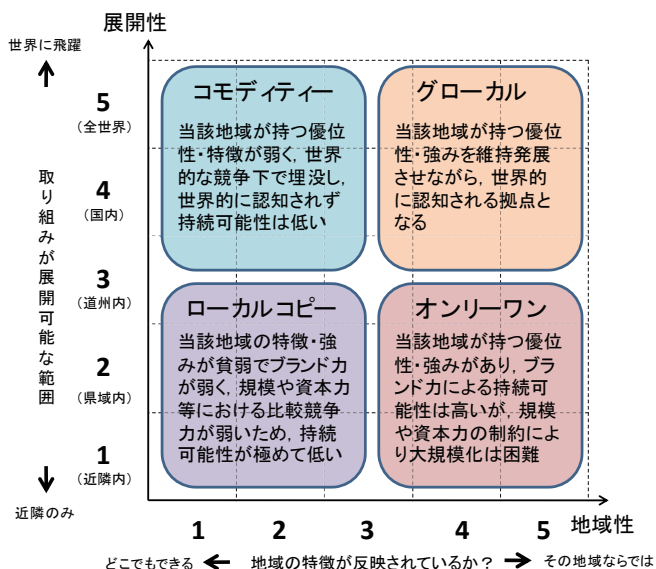
事例概要	主たる取り組みの目的	地域性	展開性	活用資源
独自のDAコンバーターの開発と、それをを用いた充電システムの設計開発	商品開発	3	2	基礎技術：低損失電源技術 地域資源：なし
国東半島で栽培されている井草の特性を生かした温熱量の企画開発	商品開発	5	2	地域資源：井草（七島イ）太くて丈夫、耐久性に優れる
「平成版IT湯治」、産、学、官だけでなく、地域が一体となってITを活用した新たな観光プログラム創出プロジェクト	ビジネス開発、人材育成	4	4	（地域資源）温泉、砂蒸し温泉、観光都市としてのインフラ（ホテル・旅館業）
産学官民参加型の「宇和海水産プラットフォーム」地域振興を推進するとともに、アジア圏、さらには世界の水産食糧生産の拠点	技術開発、ビジネス開発、人材育成、ネットワーク構築	5	5	全国一の養殖生産業 新技術の開発者・実施者となる養殖生産業者のベンチャー組合の存在
桑の機能性（糖吸収抑制、免疫力向上、アンチエイジング）の効果を活用するプロジェクト	技術開発、ビジネス開発	3	5	桑畑が少ないながらも残っていた。
学生の自主的な活動を中心にした、課題解決型の商店街振興プログラム。	ビジネス開発、人材育成	4	3	学生力

「地域性」とは、当該事業がその地域独特の知的価値を有し、それを活用しようとしているかということである。これは、地域の人々の当該事業への愛着や親近感、参加へのモチベーションの大小を現す指標である。自発性と自律性が関係し、地域としての一体感と誇り、仲間意識や共同体の一員としての自覚と責任感を醸成する要素であるとともに、地域独特の知的価値に依拠することで地域外での模倣を困難にする要素でもある。これら様々な効果は、事業の成功確率の増加に寄与するであろう。

「発展性」とは、当該事業を継続することにより、事業規模や参加者数（雇用者数）の拡大がどこまで見込めるか、当該事業が展開する市場等の範囲がどこまで拡大できる可能性があるか、ということである。展開可能な市場規模により事業規模の拡大可能性も決まるため、当該事業がどこまで発展できるかという問題は展開可能な市場規模で計られることになる。例えば、当該事業の競争力は近隣地域限定なのか、全国でも通用する可能性があるのか、世界で認められる可能性はどうか、といった市場評価である。さらに供給側＝事業者側の問題がある。高齢化と人口減少の同時進行による労働人口の急激な減少により、事業規模の拡大が制約されるという事態に陥ることが懸念される。現実にもそういう事態が生じており、今後はその可能性がますます増加するものと予想される。雇用の限界が事業展開の限界を決める可能性があり、市場競争力の展開範囲とともに「発展性」を定めることになる。

この「地域性」を横軸に、「発展性」を縦軸にプロットしたものが、図2に示す「地域振興事業類型マップ」である。ここでは、それぞれの要素の大小により、4つの類型を示している。「地域性」、「発展性」とともに大きい類型は「グローバル」と名付けた。地域から世界を目指す類型である。その下にあるのが、「地域性」は大きい「発展性」は小さい「オンリーワン」と名付けた類型で、比較的狭い範囲での事業が属している。逆に、「地域性」は小さい「発展性」は大きい「コモディティー」と名付けた類型もある。そして、「地域性」、「発展性」とともに小さい「ローカルコピー」と名付けた類型がある。地域振興政策

図2 地域振興事業類型マップ



を検討する上では、構想し検討している事業等がどの類型に属するものかを慎重に見極め、当該事業等に対する期待や意図との整合を図る必要がある。

5. 地域振興事業の要点

地域振興政策・事業の将来的な可能性は、類型分析により明らかにすることができる。最も好ましいのは「グローバル」類型であろう。「地域性」は産地や伝統といった地域特有の知的価値による競争優位を提供する。その事業等が日本全国や世界でも価値が認められ、事業規模の拡大が可能ならば、競争優位の源泉と巨大市場を同時に手に入れられる優良事業となる可能性が高い。それに対し、左隣の「コモディティー」類型では、この競争優位の源泉が弱い。何所でも誰でも同等品の提供が可能であることを意味し、無数に存在する競合地域や企業との、規模の経済が支配する価格競争が待っている。実は、従来の工場等の誘致による地域活性化策というのはこの類型に属するものがほとんどである。「地域性」による競争優位が無い事業では、コモディティー化による価格競争に晒されることになり、その結果は明らかであろう。一方、「グローバル」類型の下に位置する「オンリーワン」類型には「発展性」の制約がある。地方においては、事業者側の制約（雇用確保の問題等）により「発展性」が制約されて、「グローバル」類型になれない事業が少なからず存在する。しかし、人口減少が進む地方では支えるべき人口も少なくなるため、規模の拡大に拘らず一人当

たりの収益向上を図るという考え方が可能ではないだろうか。希少性や地域限定といった付加価値により収益性を高めることができれば、この類型は地域振興の一つのパターンとなる可能性がある。実際、地域限定や期間限定、数量限定といった形で人気を博し、収益性を高めている地域ブランド等がこの類型に当てはまるであろう。最後に、“ローカルコピー”類型であるが、これは、名も知れず衰退、消滅する可能性が高い。競争優位の源泉を持たないまま、規模の経済に則った市場競争に勝ち残る可能性は低い。この類型に陥らないように注意を払うべきであり、検討している地域振興事業がこの類型に当てはまるようであれば、すぐに抜本的修正を図るか、最初から検討をやり直すことが賢明である。

図3は、筆者らの事例分析結果を「地域振興事業類型マップ」にプロットしたものである。相当数の事例が“グローバル”類型に属しているという結果に、関係者でもある筆者らも胸を撫で下ろしたところである。ある程度の期間存続している事業についての事例収集と分析であるため、“ローカルコピー”類型がほとんど存在しないのは必然かもしれない。しかしながら注目すべきなのは、旧来型の地域振興策に属する“コモディティ”類型がかなり存在するということである。これらの事業はすぐに消滅の危機に瀕するわけではないが、将来的にコモディティ化による熾烈な価格競争が予想される。仮に

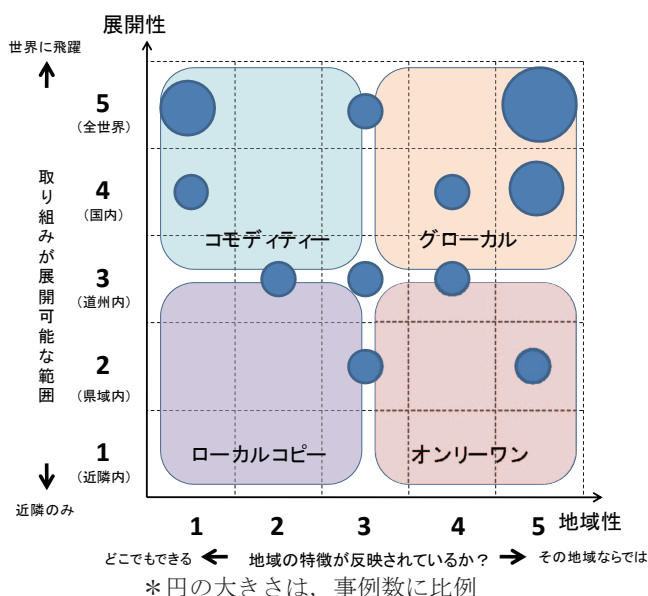
補助金等の支援を得て初期の事業化に成功したとしても、支援期間終了後も市場競争を生き延びることが出来るかどうかはわからない。“コモディティ”類型は、事業化が成った暁にはダーウィンの海⁽⁴⁾が待っていることを忘れてはならない。また少数ではあるが“オンリーワン”類型も存在していることが明らかになった。これについては、規模拡大が難しいことから否定的な意見もあるが、地域の実情に合わせて無理に規模拡大を図らず、身の丈に合った範囲での事業の継続性と収益性を確保するという戦略があり得ると思われる。あまり目立たない取り組みではあるが、地域振興政策の第3の道としての可能性があるかと期待したい。

6. まとめ

地域振興事業は、地域社会や企業、住民の意向を反映し、その地域独特の知的価値を強みとして活かせる取り組みとすべきである。地域振興政策は、地域の主観的選択と判断を重視し、地域の個性を尊重した事業選択と実施が可能となるように制度設計されるべきである。

事業計画策定に当たっては、「地域性」と「発展性」の評価が重要である。“グローバル”類型、もしくは“オンリーワン”類型に合致することが実効性のある地域貢献事業となり得るかどうかの鍵であり、当該事業の将来性や価値を図る指標となるであろう。

図3 事例マッピング



参考文献等

- (1) Peter F. Drucker, Post-capitalist society, Butterworth-Heinemann, (1993) (上田惇生他訳『ポスト資本主義社会』ダイヤモンド社、1993 年)
- (2) 生産量の増加にともない利益率が高まること。選択と集中に基づく効率的な投資が競争戦略上重要となる。(“経済用語の基礎知識”より)
- (3) 産学連携学会第9回大会(佐賀)一般講演 0617A1415-1, 4(2011)
- (4) International Conference on Innovation in Energy Technologies “National Innovation Systems and US Government Policy”, Lewis M. Branscomb, Harvard University, September 30, 2003