本書について

地域に暮らす人々や自治体が、持続可能な地域創造への道を発見し、実践する方法はあるのか？本書は、そのアプローチに関する中間的な研究成果として地域アイデンティティの確立や創出をその一步と位置づけました。

本書には、2つの概念が登場します。その1つは、「社会的価値創造」ともいうべきものです。これについては、環境未来都市・下川町の事例を挙げて紹介されています。残る1つは、地域経営＝「地域ビジネス2.0」と、そのアクターとなる、「地域型社会的企業」です。これらの概念が提示され、幾つかの先行事例から類型化が試みられています。

残念ながら、私達が生活の基盤を置く北海道では、社会的企業による財やサービスはその経済規模に比較してまだ十分とはいえません。しかし、各地域には、課題解決を事業の実践を通じて実現している社会的企業が多数みられます。本書では、これらの社会的企業を、「地域型社会的企業」と呼び、地域経営の実践者になると予見しています。

社会的に排除された人を包摂する事業型 NPO。自律的な地域経済の確立と雇用創造を担う官と民の協働組織としてのまちづくり会社。さらには、新しい方法論などによるサードセクターが経営するレストランやホテル等。今日各地に社会経済的特徴を持っている企業や組織が見られます。とりわけ、自治体と協働スキームを形成しているプロセスと手法は持続可能な地域の姿を検討する上で参考になるはずです。

持続可能な地域産業を構築しようとするならば、地域の自治体自身が、環境保全型・地域循環型産業政策を掲げ、かつこれらと合致する社会的企業家育成事業等を組み入れる必要があります。こうした政策・施策は、市民そして NPO や公的性格をもった中間組織、地域を拠点とする志ある事業者等からの提言によって議会や行政のアジェンダに組み込まれるケースが増えています。

社会環境変化に対応したビジネスモデルの地域を舞台にした実践は、「官＝公共」と「民＝ビジネス」が縫合された新しいマーケットを創造します。これが地域アイデンティティのデザインを規定し、ケイパビリティ研究会が立てた仮説を解答に導く道程になります。

この仮説は、今後、各地で展開される地域経営事業の実践データを進める過程で、書き換えを余儀なくされるでしょう。地域再生への道は、決して一本ではなく、それぞれに適した手法が見つけ出され、実践されなければならないからです。北海道では、札幌市と一部の地方都市を除く殆どの地域は、過疎化が進む農村地域です。したがって、組み入れるべき変数も、多様で特定できないものになります。事例を積み上げ、アップデートを重ねる研究スタイルは、このような事情から生まれました。

新しいマーケットを創造する実践プログラムや事業スタイルの試行錯誤にこそ持続的な地域社会の可能性が開かれています。小さな村ながら、独自の地域と産業づくりに挑戦する西興部村は、それゆえに、「小さくても輝く」のです。こうした挑戦を試行しようとする地域にとって、本書が何かのヒント集になることを願っています。