



地 域 研 だ よ り

地域

2009年2月20日

通巻3号

目 次

- 地域主義と教育の再生
.....石井 英朗 1
- 地域小規模企業再考
.....杉村 樹可 2~3
- いわき観光まちづくりビューローといわき
市物産振興の課題
.....福迫 昌之 3~6
- 平成20年度
地域経済・福祉研究所 活動報告 6~7
- 編 集 後 記
.....7

地域主義と教育の再生

石 井 英 朗

アメリカ発の世界金融危機は、現代経済の持つ難解な恐怖の側面を、広汎な人びとに実感させています。不況は深刻化して消費の抑制から投資の減退へと進み、財政や金融を手だてとするマクロ的な経済政策もその実効性を著しく減殺される状況に立ち至っています。

神野直彦教授が「グローバル化が国民国家の基盤を動揺させると、人びとの手のとどく距離に公共空間の形成であるローカル化が進展する」（2002年・岩波新書）とあって、スエーデンにおける事例など紹介していることに触発されました。

地域再生のシンプルで本質的な課題は、ローカルアイデンティティの確立にあります。地域には継続的な人間的接触という共同体的要因が、自然環境との折り合いも含めて、色濃く存在しています。共同体を形づくる必然性は、もともとは農林水産といった一次産業にあったのですが、食糧自給率4割程度という驚くべき日本の現況からは、農業の復権を展望しつつも、現実的には何よりも地域社会への帰属意識を高める教育の再生への真摯な取り組みが求められるのであります。「教育は何よりも人間という種の持続のための営み」であり、「あらゆる人びとが、それぞれ自分の

持ち味を引き出し合い、お互いにあてにし、あてにされ合う社会の創造、つまり〈自己実現〉と〈完全参加〉の原理によって人間社会のたてなおし、人間と自然との共存の秩序を地球上に創造しようとするもの」（1990年・岩波新書）と、著名な教育哲学者である大田堯がいておられました。

世界金融危機は、モータリゼーションに象徴された現代文明が峠を超えたことを告知しているように思われます。これからは教育や文化そして環境保全に重点投資されるべき時代です。とりわけ教育は、こんにちの大学はじめ教育制度が遠い昔の僧院や寺子屋からスタートしてきたことを想うとき、何よりもface to faceのたがいの顔が見える、いいかえれば「師弟不二」といった人格形成に責任の取り合える関係性の再構築のなかに、その再生が見出せるのではないのでしょうか。教育におけるトータルな対人関係性の回復は、大都会のブランド志向の舞台より潤いのある地域環境においてもっとも効果を発現できる筈であります。知識社会の到来は、人間を欲望の大衆ととらえる無機的なグローバリゼーションを超えて、多様な文化や豊かな歴史に育まれた有機的な地域主義のステージつまりローカルな世界に希望とチャンスを与えているのです。

地域小規模企業再考

杉村 樹 可

1. 昔ながらの雑貨店

いわき市の中心地から車で30~40分ほど離れた山あいの集落に、昔ながらの雑貨店がある。年老いた女性1人だけで経営する雑貨店だ。日用品のほか乾物、缶詰など傷みにくい食品も扱っている。付近に他の小売店はない。

この店の経営者は、儲けを増やしたいとか店を大きくしたいなどは一切考えていない。「店が維持できるだけの利益があればよい。とにかく店が存在することで、地域住民の役に立ちたい。」と考えている。だから、店の広さは、開店した50年前と変わらない。改装もほとんど行ってないため、老朽化した木造店舗のままだ。

地域住民は高齢化しており、この老朽店舗が頼りにされている。顧客の平均年齢は70歳台で、中には90歳台の常連客もいる。悩みの種は、年金受給者が介護保険料を負担しなければならなくなってから、顧客単価が1,000円から500円に半減したことだ。顧客数は変わらないから、単価の減少がそのまま売上の減少になった。しかし、この店がなければ、高齢の顧客は徒歩で20分かけて最寄の駅前まで買い物に行かなければならない。徒歩20分の距離は、高齢者にとって気軽に買い物に行ける距離ではない。また、この店は、地域住民のちょっとした憩いの場にもなっている。この店の常連客は、この店に物を買に来るだけでなく、お茶を飲みながら農作物の作柄や天候や住民の家族の話題などいわゆる世間話を交わすのを楽しみにしている。そして、このことがこの店の常連客の大きな魅力となっている。

このような店は、「非効率だから淘汰されるべきだ。」とされてしまうのだろうか？いや、少なくともこの店は、他に迷惑をかけずに自立した経営を行い、地域の役に立っている。また、他では雇ってくれそうもない年老

いた女性に働き場を提供している。しかし、このような店の存在意義は、既存の経営学では説明しにくい。このような店の経営者の考え方は、既存の経営学が主たる対象としている大企業などの営利を追求する企業よりもNPO法人などの非営利活動団体に近いように思われる。

2. 既存の経営学

1911年にF. テイラーが「科学的管理の原理」を発表して以来、アメリカを中心とした現代の経営学は今日まで輝かしい発展を遂げてきた。しかし、この既存の経営学は、一貫して利益の増大を主たる目的として効率性や企業間競争を検討してきたように思われる。また、既存の経営学は、主として大企業を念頭に置いて考察を行っており、事業所数の約9割を占める小規模企業を中心として考察したものではない。経営学の範疇には、非営利組織や企業の社会的貢献を検討するものも含まれるが、これらは主としてNPOや学校、病院など本来的な非営利組織を対象としたり、メセナやフィランソロピー、CSRなど大企業を中心とする社会貢献活動を検討するものであるように思われる。

大企業は一般に株式会社組織となっており、利害関係者の中に多数の株主が存在する。株式会社である大企業では一般に所有と経営が分離しているから、経営者は企業の所有者であるこれら多数の株主の利益を増大させる行動、たとえば株式配当や株式の価値を最大にするための経営行動を採る。既存の経営学は主としてこれらの経営行動を進める立場にある。

3. 古くて新しい小規模企業

一方、小規模企業では、一般に個人経営組織かまたは法人組織のいずれであっても経営者は企業の所有者であって、株主も経営者本人の他は身内かそれらの関係者であって配当は行われぬのが普通である。また、一般に、

株式の価値を増大させる必要もない。したがって、小規模企業では大企業に比べて、利益を増大させるというインセンティブがその分だけ小さくなる。加えて、地域の小規模企業の中には地域社会との調和を第一として、利益の増大を主たる目的としない企業も少なからず存在する。これらの小規模企業は、利益の増大を主たる目的とした経済的観点から見て矛盾のない「経済合理性」ではなく、自らが属する地域社会に貢献しようとする社会的組織の内在としての「社会合理性」に基づいて行動しているように思われる。

これらの小規模企業に共通しているのは、地域への愛情や愛着である。その地域が好きだから、まず第一に「地域のために」と考える訳である。したがって、これらの小規模企業は地域に根付いている。顧客に情報交換の場を提供するだけでなく、積極的に地域行事に参加し、地域の中で、行政や学校や他企業などと結びついている。

考えてみるとこれらの小規模企業は、今新しく出現した訳ではない。前述した既存の経営学ができる前に既にあった「古くて新しい」存在であると言える。たとえば、江戸時代の近江商人には「三方よし」、すなわち、商人は自分のためだけではなく取引先やそれを取り巻く社会のために活動するという考え方を経営理念としていたと言われる。とすれば、これらの商人の考え方は「経済合理性」よりも「社会合理性」を重視したものであり、利益の増大を目的としない地域の小規模企業に通じるところがあると考えられる。

4. 現在の経済社会

現在の経済社会を見ると、企業があまりに利益の追求に走りすぎ、そのひずみが拡大しているのではないかと思うことがある。今回の世界金融危機や原油、原材料価格の乱高下などがその典型だ。個々の企業がそれぞれ別々に利潤を最大化することが必ずしも全体の利益とはならないことがはっきりしたのではな

いだろうか。

現代は、企業中心の社会となっている。この企業中心の社会の中で、我々は、何でも企業の利益を増大することと結びつけて考えてきたように思われる。

しかし、今、我々は、経済合理性ではなく社会合理性に基づき行動する地域の小規模企業を改めて見直し、利益重視でない企業活動のあり方を探る時期にあるのではないだろうか。

いわき観光まちづくりビューローと いわき市物産振興の課題

「2008いわき大物産展」来場者アンケートから

福 迫 昌 之

1. いわき観光まちづくりビューローの誕生 —物産振興の取組み

今年度は世界金融危機のあおりで地方経済が厳しさを増す中、観光立国推進基本法の制定、観光庁の設置などを受け全国各地で観光・交流による地域活性化の取り組みが活発化している。

福島県いわき市は、主要産業であった炭鉱産業が斜陽し、市制施行と相前後して新産業都市指定を受けて以降、一貫して工業都市として発展してきた。しかし国際分業の進展が、国内で相対的に豊富であった土地と安価な労働人口という地方都市のアドバンテージを大きく揺るがし始めたのを機に、いわき市においても、いわき商工会議所を中心に海・山・溪谷など豊富な自然や食材、温泉と温暖な気候、東北の南端で首都圏に隣接する地理的条件を活かした観光産業の振興を模索する動きが、ここ10年ほどの間に急速に高まってきた。市も観光産業を「戦略産業」と位置付けるなど地域全体のベクトルが一致してきたが、潜在力や一定の評価、映画「フラガール」のヒットによる効果などはあるものの、いわき市の観光地としての知名度は未だ低く、また観光を推進する体制は極めて未整備であった。そしてこの間常に懸案となってきたのが、広域

合併都市であるいわき市の観光振興を推進する中核機関の必要性である。

今般2008年6月1日に、地域観光振興推進のために必要となる「総合窓口機能」「観光戦略の企画と実践」「地域資源の掘り起こしと創出」「地域の総合的コーディネート」といった役割を担うために、いわき市の観光まちづくり推進の中核機関として、行政や経済団体の観光部門を集約し、大学をはじめとする様々な民間団体との連携において新たに「(社)いわき観光まちづくりビューロー」(以下、ビューロー)が設立された。ビューロー会長には常磐興産社長(いわき商工会議所副会頭)、副会長にいわき市長、商工会議所会頭等が就任し、またビューローの中核を担う「観光戦略本部(本部長:小職、本部員:いわき市部長、商工会議所副会頭、温泉協会会長、NPO法人理事、会員事業者等)」を設置し、他に類を見ないユニークな産官学地連携による地域観光振興の体制が構築された。現在は「(仮称)いわき観光まちづくりビジョン」の策定をはじめ、既存観光振興事業の抜本的見直しと全事業へのPDCAサイクルの導入などに取り組んでいる。

ところで既述のように観光振興が全国各地で活発化しているが、多様化する観光において、食を中心とする物産は観光による地域活性化のための即効性のあるファクターである。古来、山海の珍味や土産物は物見遊山につき物であったが、体験型観光や食への関心の高まりによって、近年観光旅行の優先的な動機ともなり、最近はいわゆるB級グルメも含めた、食による観光振興を全国各地で活発に取り組んでいる。

いわき市には海山川からの農水産品をはじめとした様々な食材、加工品などの物産がある。しかし、豊富な海産物を含め、物産の全国的な知名度、ブランド力といった点からは、決して十分とはいえない状況にあり、いわき市の観光において物産振興は優先的に取り組むべき課題であると言えよう。



2. いわき市における物産振興の課題

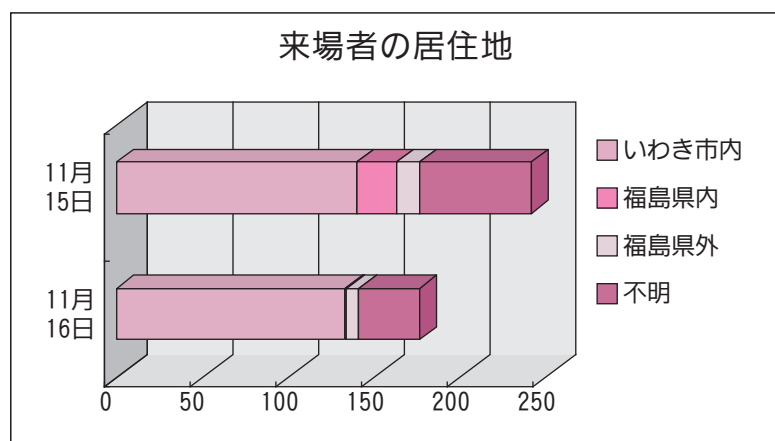
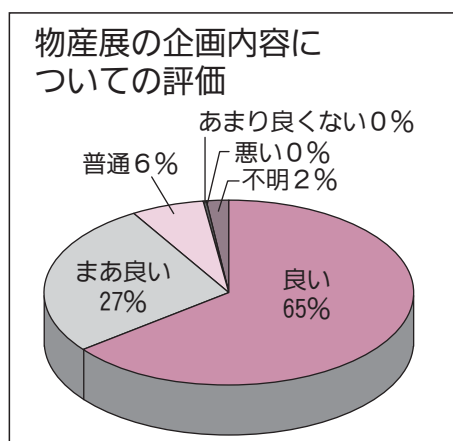
～「2008いわき大物産展」アンケート調査から～

これまでも旧いわき市観光物産協会を中心に、東京のアンテナショップ「いわき・ら・ら」をはじめ様々な物産振興の取組みは行われてきたが、戦略的な物産振興、とくに様々な取組みについての十分な検証は行われてこなかった。今年度ビューローでは、設立記念事業の一環としていわきの物産を一堂に集め、バイキング形式で行った「いわきの食de Night」、従来から毎年一回いわき市内で実施している「いわき大物産展」などの物産振興イベントを行ったが、両イベントにおいて東日本国際大学地域経済・福祉研究所が協力して来場者アンケートを行った。従来手薄であった、いわゆるPDCAを行うことによって、様々な改善策も生まれるのであり、その意味でもアンケート調査は基礎データの一つとなる。本稿では、とくに2008年11月15日(土)、16日(日)に開催された「2008いわき大物産展」における来場者アンケートについて概括し、いわき市の物産振興について考えたい。

今回いわき市の観光拠点の一つであるアクアマリンパークにある小名浜さんかく倉庫で開催された『2008いわき大物産展「いわきの

物産と観光展「おらが町自慢」では、両日で合計317名から回答を得た。従来から物産展は実施してきたが、テーマや目標の設定、あるいはその検証等は十分に行われてきたとは言えなかったため、昨年度からの物産展および既述の「いわきの食de Night」では、いわき市内の食材・食品について、可能な限り一堂に集め、まずはいわき市民への認知を高めることをテーマに実施した。さらにこれまでは市内中心市街地など、主に市民を対象としたイベントとして実施してきており、今回も基本的にその位置づけは変わっていないが、開催場所をいわき市の観光拠点の一つで行うことで、観光客も視野に入れた開催の可能性を探ることも検討要素となる。これらを前提として、アンケート調査の結果から明らかになった主な事項を列記してみる。

- 1) 初日の土曜日は同じ場所で他のイベントが開催され、日曜日は天候に恵まれなかったという異なる状況であったが、アンケートの回答数に大きな差は無く、来場者数にも極端な差は無かったようである。この物産展がある程度市内で認知され、固定的な誘客が図られている傍証とも言える。逆に、いわき市外からの客は1割強に止まり、期待した観光客の誘導は少なかった。また回答者の属性には若干両日に違いが見られ、とくに2日目の日曜日に市外客が少なく、他の観光施設との連携に課題を残した。
- 2) 企画や出展および商品等について全体として概ね好評であった。開催場所についてもかなり高い評価を得ている。とくにイベント的要素について好評であり、折込チラシが最も有効な広報媒体となっていることから、市民の認知および評価が比較的高いといえる。イベントとして単純に楽しいという評価がある一方で、昨年度から力を入れている、いわき市内各地から一堂に集結する物産展、というコンセプトは高い支持を得ている。地区ごとにブースを作り、その地区の特産品を販売することで分かりやすく、楽しい、といった意見が多く聞かれた。また「はじめて知った物産がある」という意見も多く、企画の狙いが功を奏したことを裏付けているが、逆に市内の物産に対する市民の認知が低いことも示しており、いわき市の物産の最大の課題の一つが浮き彫りになったといえる。
- 3) いくつかの課題が明らかになってきているが、それに対応するための体勢や姿勢がいわき市全体として、そして各企業等において立ち遅れていることが最大の問題である。例えば、折角会場で認知してもらっても、その後の誘導・顧客獲得までの仕掛けが不十分である。商品の説明が丁寧になされていたり、その商品がどこで買えるのかが分かるチラシ等を用意しているブースは少数であった。物産展



をショールームとして顧客を獲得するための方策が今後の課題となる(「物産展としては値段が高い」という意見もあった)。

今回の調査の結果、物産展自体は、ある程度市民に認知されていると同時に評価も得ており、こうしたニーズには引き続き応えていく必要があると考えられる。また、市内の物産をまずは市民に認知させていくためにも有効な手段であろう。しかし、本来の物産振興という点からは、まだ有効に機能しているとは言いがたい。イベントをきっかけとして物産や商品の周知を図り、顧客を獲得し、継続的な販売に繋げていくことが目的のはずである

が、イベントでの売り上げ自体が目的となっている感も否めない。公的資金も活用したイベント事業には厳しい目が向けられており、その目的と効果を明らかにすることが必然となってきている。一般的に「ものづくり」に携わる物産事業者は、広報宣伝が得意でないという傾向はあるが、より良いものをつくらせて顧客に提供したいという気持ちや、こだわりはあるはずなので、それを適切に発信することは決して難しいことではない。この部分についてはビューローが果たすべき役割も大きいですが、重要なことはそれぞれの物産事業者、関係者がものづくりの原点に帰り、その情熱を再確認することではないだろうか。

平成20年度 地域経済・福祉研究所 活動報告

講演等

- 報告：平成20年度市民大学修了式
講師 福迫昌之
- 講演：相双地域雇用創造推進事業「戦略観光プロモーター育成初級講座」(南相馬市)
講師 福迫昌之
- 講演：地域開発研究懇談会：第三セクター再生の方向(財団法人日本地域開発センター)
講師 大川信行
- 研修講師：持続可能な自治体経営を学ぶー地方における第3セクターの役割と再生ー(財団法人電源振興センター)
講師 大川信行
- 講演：日本・ベトナム地方行政交流事業：日本における地方都市の発展(ベトナム建設省・日本地域開発センター)
講演会・シンポジウム講師 大川信行
- 講演：リーダーへのメッセージーいわき地域活性化への提言ー(いわき産業クラブ・いわき金属工業協同組合)
講師 大川信行
- シンポジウム：いわきでのスポーツビジネスを考える(本学サテライトキャンパス事業)
ファシリテータ 大川信行
- シンポジウム：世界金融危機といわき経済を考える(本学サテライトキャンパス事業)
ファシリテータ 大川信行
- 講演：日本の水産業の現況と漁民へのエール(漁光東北支部主催)
講演 石井英朗
- セミナー：岡田武松博士(文化勲章)を偲ぶ(コミュニティセンター ふさの風オープン記念)コーディネーター 石井英朗
- シンポジウム：世界金融危機の意味するもの(東日本国際大学主催)
基調講演 石井英朗
- ラジオ放送参加：2009年はじめ 30分のメッセージ(FMいわき) 石井英朗
- 新春座談会：ーいわきを語るー(福島民報主催) パネラー 石井英朗

対 外 活 動

- (社)いわき観光まちづくりビューローー観光戦略本部
本部長 福 迫 昌 之
- 産学官連携プロジェクトモデル事業審査会
(社)いわき産学官ネットワーク協会)
審査員 福 迫 昌 之
- 都市計画審議会専門調査員「都市政策推進専門小委員会」(福島県)
委員 福 迫 昌 之
- 国土交通省地域振興アドバイザー派遣事業
(国土交通省)
アドバイザー 大 川 信 行
- うつくしま観光プロモーション事業中間見直し検討委員会 (財)福島県観光物産交流協会)
委員 福 迫 昌 之
- 財団法人日本地域開発センター
監事 大 川 信 行
- いわき地域ものづくり戦略会議 (福島県いわき地方振興局) 委員 福 迫 昌 之
- 財団法人都市化研究公室
理事 大 川 信 行
- いわき地区広域学習圏推進企画会議 (福島県いわき教育事務所)
委員 福 迫 昌 之
- 社団法人いわき産学官連携ネットワーク協会
理事 大 川 信 行
- いわきヒューマンカレッジ (いわき市)
常任理事 福 迫 昌 之
- いわき農林事務所農業普及活動外部評価懇談会 (福島県いわき農林事務所)
会長 大 川 信 行
- いわき市出先機関再編市民委員会 (いわき市)
委員長 福 迫 昌 之
- いわき市水道事業経営審議会 (いわき市)
会長 大 川 信 行
- まちづくり交付金評価委員会 (いわき市)
委員長 福 迫 昌 之
- いわき市廃棄物減量等推進審議会 (いわき市)
委員長 大 川 信 行
- まちなか・いきいきネットワーク事業実行委員会 (いわき市)
副委員長 福 迫 昌 之
- いわき環境ビジネス調和推進協議会 (社団法人いわき産学官連携ネットワーク協会)
会長 大 川 信 行
- いわき市消費生活対策会議 (いわき市)
委員 福 迫 昌 之
- 外食産業バイオマス利用いわき地域協議会 (社団法人いわき産学官連携ネットワーク協会)
委員 大 川 信 行
- 政策研究会 (いわき商工会議所)
委員 福 迫 昌 之
- にぎわいふたば地域ダイバシティ推進委員会 (ふたば地方市町村圏組合)
アドバイザー 大 川 信 行
- 賑わい回廊検討委員会 (いわき商工会議所)
委員 福 迫 昌 之

編 集 後 記

2008年度は世界金融危機が地域経済にも暗い影を落とし、未だその出口は見えません。福島県そしていわき市においても景気の悪いニュースばかりが目立っています。今号では、今年度東日本国際大学と連携の覚書を締結した日本政策金融公庫いわき支店の杉村樹可支店長に、そうした地域経済の在り方に一石を投じる投稿を頂きました。

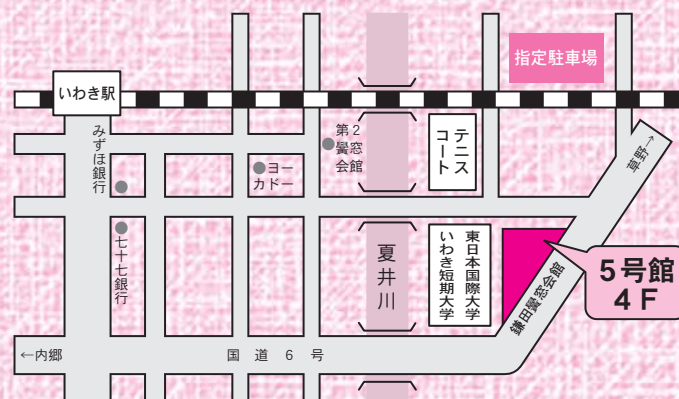
真の意味で自律した地域経済とは何なのか、産官学地の壁を超えた取り組みが求められている中、本学でもそれに応えうる体制づくりを図っていきたいと思います。

執筆者紹介（掲載順）

石井 英朗 東日本国際大学学長、地域経済・福祉研究所研究員

杉村 樹可 日本政策金融公庫いわき支店 支店長

福迫 昌之 東日本国際大学経済情報学部教授、地域経済・福祉研究所所長



地域〔地域研だより〕第3号

2009年2月20日 発行

発行者 東日本国際大学地域経済・福祉研究所

〒970-8567 福島県いわき市平鎌田字寿金沢37

TEL (0246) 35-0001(代) (内線461)

TEL & FAX (0246) 25-8885 (直)

印刷 株式会社ネクスト情報はましん

〒970-8032 福島県いわき市平下荒川字諏訪下36-1

TEL (0246) 25-0111 (大代)