



名古屋経済大学
経済学部准教授

榎平 龍宏氏

オープン
カレッジ

一昔前の地域活性化といえ
ば、判で押ししたように地域資

脱工業化時代の地域発展戦略

源を活用した特産品づくりに
よる地域ブランド製品を、ど

源の限界によって翻弄され疲
弊する事例は枚挙に暇がな
い。

まきだいら たつひろ 地

域経済論、農業経済論。東京大

学大学院博士課程単位取得
研究員。1970年生まれ。

域経済論、農業経済論。東京大
学大学院博士課程単位取得
研究員。1970年生まれ。

域ブランド製品開発を否定す
るつもりはないが、これから
の地域づくりは、特産品開発

にかたよった「モノづくり」
工業化社会から「知識社会」

ここにいくら売り上げたのか、
重視のあり方から、モノやサ
ービスの消費のあり方や体験
を競うものであった。しかし、
人口減少社会下において、成
熟してはいるが縮小一辺倒の
消費需要に過剰期待をかける
新しい特産品づくりを重視す
る地域活性化戦略が、激変す
る市場環境と限りある地域資
源の求めるニーズを最も重
要だ。

そのためには、住民や地域
組織の求めるニーズを最も重
要だ。

生活と産業 結合に可能性

へ移行する段階の地域社会再
生とは、自然に働きかける人
間そのものを向上させるこ
と、すなわち教育、医療、福
祉といった「人への投資」を
公共サービスとして提供する
ことが前提である。それは、
構成員主体の相互扶助機能に
よって成り立ってきた農山村
地域社会が、工業化社会下
において単純化され失われつ
あるそれらの機能のさらなる
衰退を押しとどめ、多様な主
体間の連関性を回復し、高度
化するこころなしには、地域と
して新しい社会を展望し得な
いことをも意味しているだろ
う。

人的投資による「仕事と暮
らしの再建」によって高度化
される様々な主体間のネット
ワークは、「ソーシャル・キャ
ピタル（社会関係資本）」
と呼ばれる。そしてソー
シャル・キャピタルは、農山
村地域における「産業の地域
化」として、個々バラバラで
あった産業分野を地域内で再
結合する取り組み（「農工商
連携」）や、「暮らしの産業
化」として非営利セクターが
取り組んでいる「コミュニティ
イ・ビジネス」などによって、
次第に醸成されつつあるとい
ってよいだろう。

人的投資のあり方で問題と
なるのが、行き過ぎた平等性
原理の下でのバラマキ型所得
再分配的政策に陥ることであ
る。「産業の地域化」と「暮

らしの産業化」の両方向が同
時に追求されなければ、持続
的な内発的發展をおしすすめ
る主体形成にはつながらな
い。この意味で、長野県が田
中康夫県政下で進めてきた、
既存の基幹産業である農業、
製造業、観光業と、「暮らし」
に関わる福祉・医療、環境、
教育分野とを連携・融合させ
る「3×3（スリーバイスリ
ー）政策」のように、対象を
明確にした上での具体的実践
は重要課題だ。脱工業化の新
しい時代において、地域経済

は内発的發展に基づく「知識
社会」の形成と地域再生のあ
り方を模索し切り拓く可能性
を秘めている。

