

若者の「ローカル志向」から時代を読む

まつなが けいこ
松永 桂子

大阪市立大学大学院創造都市研究科 准教授

はじめに

ここ数年、若い世代の「ローカル志向」にみられるように、地域を取り巻く環境や価値観は大きく変わりつつある。グローバル化・効率化といった流れとは逆の動きのようなが、これらは実は裏表セットの事象とも考えられる。地域は顔が見える範囲の社会ともいえ、そこで仕事をし、糧を得て生活を営むという行為そのものが、個人観や社会観を問い直すことにつながっているのではないか。わたしたちが、経済成長による豊かさを追い求めてきたのと引き換えに、失いつつあるそれらを引き戻そうとする力が社会の底流で働いているようにもみえる。

しかし、地方創生の取り組みはこうした時流の変化を掴むことを二の次にして、計画づくりや数値目標に重点が置かれている感がある。人口減少による地方消滅危機に警鐘を鳴らした日本創成会議のレポートを受け、国はまち・ひと・しごと創生本部を2014年9月に設置、対策に乗り出した。早くも同年12月末には、2060年を視野に入れた長期ビジョンと、当面5カ年の総合戦略が発表された。

長期ビジョンには二つの大目標があり、2060年に1億人程度の人口を確保することと、2050年代に実質GDP成長率1.5～2%程度を維持することが掲げられた。これに基づいて、地方では当面、大きく三つの課題に取り組むことが求められた。一つは雇用創出、二つ目は地方へ人の流れをつくること、三つ目は結婚・出産・子育てを支援する仕組みづくりで

ある。自治体にはそれぞれのKPI（業績目標値）を設定することも課された。そのためこの一年ほど、多くの自治体は計画づくりに追われることになった。

とはいえ、こうした政策目標、まして数値目標が先行すると、本質を見失ってしまいがちになる。成熟社会においてパイが縮小するなかで、個人の豊かさ、幸福、社会の厚生をどう最大化していくのか、当然、答えも方法もひとつではない。そのことの本質について議論を深めていくことが求められる。逆に目的が明確になりすぎると、手段や方法論に捉われ、大きな理念が埋没してしまう。

人口減少時代、人びとの内面の変化を捉える感覚は、政策形成のうえでも重要になる。とくに若い世代の「ローカル志向」は、これまでの価値観とは大きく異なったものだ。個人の潜在的な社会的欲求を発現させ、それと政策のベクトルが合えば、社会課題を克服する力にもなるだろう。本稿では最近の「ローカル志向」の動きについて、個人の価値観の変化、働き方の変化などから考えていくことにしたい¹。

1 ローカル志向の3つの傾向

(1) 地域課題にコミットする

若い世代の都市部からのIターンが目立っている地域のひとつが島根県である。わたしは2005年から2012年まで島根で暮らしたが、2008年あたりから徐々に変化がみられたように思う。ふりかえるなら

¹ 詳しくは、松永桂子『ローカル志向の時代—働き方、産業、経済を考えるヒント—』（光文社新書、2015年）、松永桂子・尾野寛明 編著『ローカルに生きる ソーシャルに働く—新しい仕事を創る若者たち—』（農文協、2016年）を参照。



【松永桂子氏のプロフィール】

大阪市立大学大学院創造都市研究科准教授

1975年、京都市生まれ。大阪市立大学大学院経済学研究科後期博士課程単位取得退学、博士（経済学）。日本学術振興会特別研究員、島根県立大学講師、准教授を経て現職。専門は地域産業論、地域社会経済。現場でのヒアリングや対話を通して、地域産業や地域経済のあり方を研究。著書『ローカル志向の時代—働き方、産業、経済を考えるヒント—』（2015年 光文社新書）、『創造的地域社会—中国山地に学ぶ超高齢社会の自立—』（2012年 新評論）など。復興庁 福島12市町村の将来像に関する有識者検討会委員、国土交通省 住み続けられる国土専門委員会委員、関西広域連合 関西圏の展望研究会委員、大阪市 中小企業対策審議会委員、一般財団法人日本地域開発センター『地域開発』編集委員などを務める。

ば、それは日本全体が人口減少に突入した年でもあった。まず、財政破たん寸前とされた隠岐諸島の海士町に、社会貢献意識の高い人びとが移住し、地域社会の課題へコミットしながら、自分のしごとを創出していく動きが表れ始めた。彼らは教育分野、産業分野を中心に地元と協力しながら、変化を生み出していった。閉校寸前とされた高校は外からの学生を集めて盛り返しをみせ、1学年1クラスだったのが2クラスの増員となり、産業面でも牛肉や海産物をブランド化し、新技術を導入しながら質を高め、首都圏に売り込んでいった。それは目に見えるような変化であり、連鎖がさらなる変化を生んでいく。次第に、課題先進地を舞台に人が人を呼ぶような循環が生まれ、今や島は人口のうちIターン者が1割を占めるまでとなった。島の奇跡を一目みようとして視察が増え、島外からの観光客も相次ぐようになり、地域ビジネスを思考し合う舞台ともなっていく。そして、現在では海士町だけでなく、中山間地域の雲南市や江津市、邑南町などでも、似て非なる動きではあるが、まず地元の志ある人に惹かれて外から志高い移住者がやって来て、そして移住者がさらなる移住者を呼ぶという連鎖が起こっている。

それらは、地域の課題を解決するために、仕事を新たにつくっていくという点においてソーシャルビジネスや社会的企業につうじる動きのようにみえる。地縁・血縁がベースであった農村社会がこの10年ほどの間にずいぶんとオープンになり、そこに新たな異分子が溶け込みつつある。それは即時的なも

のではなく、長い年月をかけて培われた人間の営みやソーシャルキャピタルが土壌としてあったからこそ、花開いた面も少なくないだろう。そうしてソーシャルキャピタルも柔軟にかたちを変えて進化しながら、地域社会の雰囲気そのものも変容しつつある。

(2) IT・映像系の移転

こうした地域の土壌もさることながら、むしろここで注目したいのは「個」のパーソナリティである。人口減少に伴う社会的機能の衰退を受けとめながらも、行政のような公的ミッションを掲げるのではなく、個人個人、自身の柔軟なスタイルでそれぞれの課題に向き合おうとする姿勢が特徴的で、彼ら・彼女らパーソナリティにもゆるやかさや遊び心が感じられる。彼ら・彼女らは没个性的な組織の一員としてではなく、顔の見える存在として地域で自分の仕事をつくっていくことに価値を置いているかのようであり、地域での取り組みとともに関係性や経験を築いていくプロセスそのものが価値を帯びてきているのではだろうか。

しかし、地域課題解決にコミットしたい人びとばかりが地域に活動の場を移しているかといえば、それだけではない。IT技術の進歩によって、働く場が都市でなくてもよい業種が表れてきていることも、現在の地方への人の流れを特徴づけている。つまり、地域課題へコミットする個人と、環境として場所がフラット化してきていることと、二つの動きが重なり合った結果ともいえよう。

² 神山町への移転企業と地域への影響については、吉田達彦「農山漁村に向かうクリエイティブ人材」松永・尾野編著、前掲書、第13章が詳しい。

よく知られるようになった徳島県神山町には、IT関係、映像関係の企業・事業者が東京から移転してきている²。地元のNPOグリーンバレーは古民家や閉鎖工場を提供し、現在13社がサテライトオフィスを開業している。背景には東京一極集中では災害時にバックアップ機能が脆弱であること、オンライン上のデータ容量が格段に進化したこともその大きな背景にあるが、何よりも自然と調和した環境で働くことが第一義的な価値として選択されている。パソコンに向き合いつつ、オンラインで仕事をする環境にふさわしいのは、都心のオフィスビルではなく、人間的な暮らしができる環境というわけである。

さらに、人口が増えれば生活需要も出てくるわけで、レストランやビストロ、オーダーメイドの靴屋など、商店街の空き店舗を活用して新たな事業を起こす人が第2陣として集まって来た。すると、なかには新規就農する人も表れ、人の出入りが多くなったことから宿泊施設を副業で営む経営者も生まれる。通常は1次産業から2次産業へ、3次産業への産業構造の変化の流れがみられるが、IT産業から生活産業、さらには農業へといわば逆回転のような経済波及がみられ、その連鎖により地域経済循環が生まれる動きに至っている。ここでもやはり、人が人を呼ぶサイクルが起こっているのである。

その点では、島根のように地域課題解決にコミットするのと異なり、神山町は都市の仕事と農村の仕事がフラット化した帰結としての現象と読みとれる。都市生活から地方・農村に生活の場を移した点で、個人のライフスタイルの選択で重なりあう部分もあるが、よくみると異なった原理である。IT技術の進歩が都市化から逆都市化への動きを生んだことは意図せざる帰結として興味深い。

(3) 小商い、なりわいのブーム

そしてこれらとはまた少し違った文脈で、第3の動きとして、個の仕事、なりわいづくりのムーブメントもみられる。現代的な要素をもった「なりわい」の領域は広い。

建築、デザイン、アートマネジメントから、農林漁業、地場産業・伝統工芸の職人まで時代を経ても受け継がれている領域を含んでいる。共通するのは、人に雇われるより、「個の技」をベースに事業を営む人たちであって、「個の技」を営むこと自体が職業の選択肢のひとつとなっている点である。彼らは安定して毎月収入を得るのではなく、プロジェクトが動いている時期に稼いだり、仕事の場も居住の場も新たに建てるよりは、再活用の手立てを考えるリノベーション志向であったりする。とはいえ、他者とシェアする領域が大きいようにみえて、それでいて「個の技」をベースに、関係を築く出発点にしているから社会的存在としてはしなやかで強い。おそらく、それは他者に吸収されないからであって、組み合わせたり、組み立てたりする根幹や材料を提供する存在ともいえるからだろう。とはいえ、「個」が内向いて閉じることはなく、むしろ外に開かれていて、社会への関心がとても強い。

おおむね「ローカル志向」にはこうした「個」をベースにした源流が存在する。個人の役割、領分がはっきりしているからこそ、そこをベースに「公」への向きがあるが、けっして「公」にまき取られない、吸収されない「個」の存在感がある。

おそらくこれは世代論と相まった動きである。現在、20歳代はもとより30歳代から団塊ジュニアの40歳代前半あたりまでの世代は大きな経済成長を知らない。ボランティアやNPOなどが市民権を得て、そこに身を投じた同世代も少なくない。就職氷河期も重なってか、既存の価値観にとらわれない者、大きな組織に帰属していない者、自由人が他の世代よ

りも目立つ。

時代を取り巻く環境がそうさせたのであろうか。地方創生が語られるより一足早く、地域を取り巻く環境や価値観は大きく変わっていた。社会や経済システムのグローバル化が進むのと同様並行で、人びとのローカル志向は深まりをみせつつあったのである。

また、この世代はソーシャルネットワークを介して、ゆるやかなつながりを保とうとする傾向がある。新たな地域の動きは、ソーシャルネットワークによって支えられている部分大きいといっても過言ではないだろう。自分の活動を孤独に遂行するというよりは、誰かに知ってもらいたい、評価してもらいたいという気持ちがある。そういうと大げさだが、大きな組織に属していない分、大なり小なり自らの活動の社会的意義を確かめたいという動機、社会システムのなかで自らの立ち位置を明確にしたいという社会的欲求に支えられているのではないだろうか。

ふりかえると、高度成長期が終焉した1970年代後半から1980年代にかけて、世間では消費社会の限界、個人主義の模索が語られた時代があった。時代を経て、この時期に論じられた日本人像と現在の若い人びとの価値観はつうじるものがある。高度経済成長に陰りがみえ、近代化による発展を追いかけた日本のこれからの個性を、21世紀にかけて開花させていくべきではないかとの意識は多くの論者の共通意識としてあった。

産業化社会では人間は組織に適合することが求められるが、一元的な価値から多元的な価値へ、結果よりもプロセスを重視し、個人の関係や結びつきが尊重される社会へ転換していくことの必要性が議論された。しかしその後、バブル経済、崩壊を経て、経済至上主義に翻弄される時代が再来し、そうした個人観は現実味を帯びることなく、消沈してし

まったかのようにみえる。それが現在になり、失われた20年や東日本大震災を経て、再び登場してきているかのようなのである。そうした事象は社会のさまざまなレベルで観察されるが、地域をベースに自分の力で何かをなしていこうとする動きはひとつの象徴として捉えることができよう。ちょうど高度成長期の後に生まれた世代がその牽引者であることと無縁のように思えない。

このようにローカル志向を深めている背景には、地域課題へコミットする若い世代の増加、IT・オンライン上の仕事の領域の広がり、現代的な小商いやなりわいの多様化といった3つの特徴をみることができよう。いずれも場所や時間に縛られない働き方を追求し、雇われない、いわば「新たな自営」の私たちをとっている。

2 働き方の変化と地域の生態系

(1) 消費性向の変容

では、こうしたローカル志向はどのような流れのなかで浸透してきたのか。若い世代の価値観の変化を探るため、消費志向の変容に目を向けてみたい。資本主義社会の原動力は「欲求」から生まれる消費にあるが、時代ごとにその特質は大きく変わってきた（表1）。

ポスト消費社会が叫ばれた1980年代、日本の消費性向は高度成長期に形成された同一的・物質的なものから、差別的・記号的な消費性向へと転換してきた。東京を中心にサブカルチャーが文化となって、商品はじめライフスタイルもコピーによってかたちづき、彩られ、華やかさをみせ、ライフスタイルや生きざままでもが、分かりやすく記号化されていった時代である。東京が社会の価値観をリードし、中流意識をまとった世間はそこに身を置くことに陽気な楽しさ、安堵感があったようにみえる。

そうしたなか、バブル熱が高まると、モノから土

表1 日本社会の変化

	高度成長期	安定成長期	失われた20年	現 在
消費性向	同一的消費性向 物質的豊かさ	差別的・記号的消費性向	コンテンツ消費性向	ソーシャル的消費性向 人とのつながり 「ファスト志向」と 「ホンモノ志向」
社会意識	中流化	1億総中流	格差社会、孤独	ポスト1億総中流 「匿名性」と「顔の見える関係」
雇用・働き方	サラリーマン化	安定雇用	非正規化	ワーク・ライフ・バランス

地、建物、株式など、資産で資産を購入していく倍々ゲームの消費が過熱化していった。一種のゆがんだ消費性向が、实体经济と金融経済のかい離をもたらしていく。これは、経済をもはや可視化できるものだけでは捉えられない時代になったことを意味している。そして、昭和の時代が終わり、その後しばらくしてバブルははじけた。

インターネットが経済・流通システムに溶けこんだことにより、2000年に入ったあたりから消費スタイルは大きく変わった。他方、経済はデフレとあいまって、衣料や食料品など低価格品が普及するようになった。かつてのように、人よりワンランク上ものをといった上昇志向はなりをひそめ、画一的な大型ショッピングモールが地方でも都市部でも次々にできていった。

また、所有の概念が大きく変わったが、それを象徴しているのが住宅である。家族をもてば、賃貸アパートからスタートし、子どもが生まれる頃には郊外一戸建てをローンで購入といった「住宅スゴク」はもはや一般認識ではなくなった感がある。賃貸物件は減少傾向にあったところ2012年に増加に転じたが、これは、そのつどに家族の生活スタイルにあわせて、移り住むというライフスタイルの選択肢が柔軟になったことを表わしている。クルマもシェ

アする時代になり、消費や所有のかたちは以前より多様化し、モノへの執着心や欲求は薄れてきているようにみえる。マーケティングの世界でもよくいわれることだが、消費のかたちはモノからコト、関係性へと大きく変化してきている。

つまり、現在のわたしたちは、ファスト志向の広がりの中かで、ホンモノ志向も強め、レンタルやシェアといった所有の新たな形態が普及し、人との差別化よりも、多くの選択肢の中かから、その都度を選択して、最適なものをミックスさせているのである。ソーシャルネットワークなどファッション的で即物的なつながりを持ちつつも、リアルなつながりも求めたい、人とのつながり方にもファスト志向とホンモノ志向の二重性が存在しているようにみえる。双方に社会が二極化するのではなく、一個人のなかに双方が存在しているのが現在の消費性向の特徴といえるかもしれない。

より大きな文脈ではジェレミー・リフキンがいうように、IoT（モノのインターネット化）により限界費用はゼロに近づき、シェアリング・エコミーが台頭しつつあるという議論につながる面もある³。

(2) 若者の働き方——理想と現実

こうした消費社会における価値観の変化は、現代

³ ジェレミー・リフキン 柴田裕之訳『限界費用ゼロ社会』NHK 出版、2015年。

表2 現在の働き方／やってみたいと思う働き方

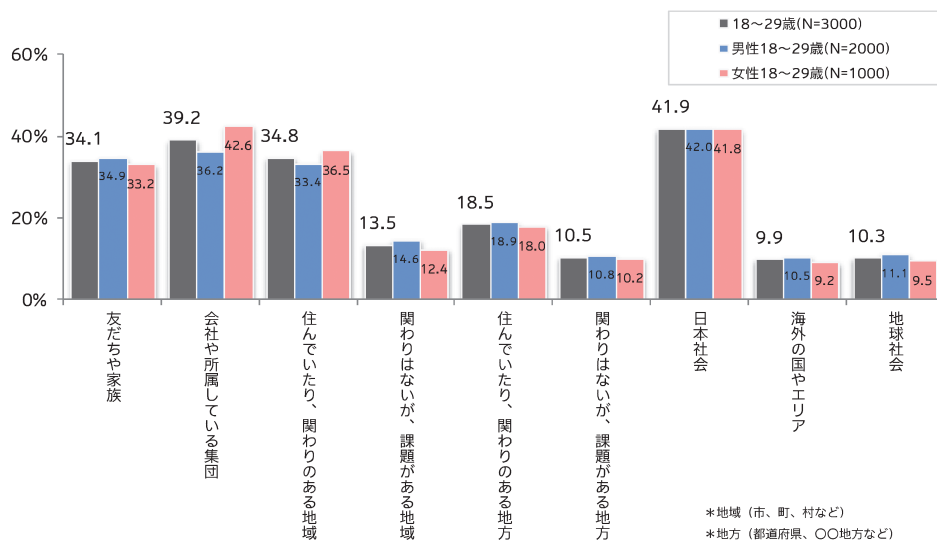
現在の働き方（18～29歳）

会社や職場から与えられた目標を堅実にこなすために働く	21.1
年取はそこそこだが、自分が生まれ育った地元や地方で働く	15.0
雇用が安定していて、残業や転勤もある正社員として働く	13.0
定型業務や補佐的な業務を行う、一般職として働く	12.6
終身雇用で定年まで同じ会社で働く	11.2 (%)

やってみたいと思う働き方（18～29歳）

	(現在 している)	(やってみたい- 現在している)
会社に所属しながら、在宅勤務など、自宅で仕事をする	19.7	16.6
働き手の事情に応じて、勤務時間を選べる環境で働く	16.4	8.5
信頼できる仲間と、小規模なビジネスや仕事をする	14.7	11.1
知名度は高くないが、ユニークな技術やサービスを持つ企業で働く	14.5	10.3
年取はそこそこだが、自分が生まれ育った地元や地方で働く	14.1	-0.9 (%)

表3 「社会」という言葉に近いイメージ



注：週3日以上勤務の就労者、男女18～49歳5400人のうち、18～29歳3000人のデータ。
2015年3月実施。

出所：電通総研『「若者×働く」調査』

の若者の働き方に反映されている面も少なくない。

若者の働き方に関して、2015年3月に電通が18～29歳の就労者3000人を対象に実施したアンケート調査からみてみたい。回答者の雇用形態は、正社員が63.6%、非正規雇用が32.1%、フリーランスや自営業主が4.1%となっている。調査結果からは、現実としての安定志向とともに、理想としての生きがい

志向がみとれる。

興味深いのが、理想の働き方と現実の働き方を比較した設問に対する回答である。図表にあるように、現在の働き方は「会社や職場から与えられた目標を堅実にこなすために働く」(21.1%)が上位にきているが、「やってみたいと思う働き方」は「会社に所属しながら、在宅勤務など、自宅で仕事をす

る」(19.7%)、「働き手の事情に応じて、勤務時間を選べる環境で働く」(16.4%)、「信頼できる仲間と、小規模なビジネスや仕事をする」(14.7%)、「知名度は高くないが、ユニークな技術やサービスを持つ企業で働く」(14.5%)、「年収はそこそこだが、自分が生まれ育った地元や地方で働く」(14.1%)が上位に挙がっている。

いまは安定志向であっても、将来は時間面や裁量面で柔軟な働き方をしてみたいという層が一定程度いることがわかる。在宅勤務や勤務時間の選択性など柔軟な働き方を理想とする一方で、やりがいや生きがい、自分の成長につながる働き方を選択したいという社会的欲求もうかがえよう。

また、「社会のために働く」「社会に貢献する」と考えたとき、イメージする「社会」はどのイメージに近いのか、という設問では、「日本社会」と共に、「会社や所属している集団」「住んでいたり、関わりのある地域」「友達や家族」が上位に挙がっている。地域社会が会社や家族などと同程度の割合で意識されていることが特徴であろう。しかし一方で、自分と直接に関わりがない地域（「関わりがないが、課題がある地域・地方」）をイメージする率はとても少なくなっており、地域といっても、漠然とした場ではなく、具体的に人の顔が見える範囲がイメージされていることが読みとれる。

つまり、若者は柔軟な働き方をしつつも、自分の能力を高める仕事を理想としている層が一定の割合いること、彼らが考える「社会」のイメージは主体的で、会社や家族だけでなく、身近な地域社会も視野に入っていることがわかる。

さらに、調査では「1つの会社ですべて働きたい」とした割合は2割弱にすぎず、チャンスがあ

れば転職したり、経験を積んでフリーランスとして働いたり、できれば働きたくないと希望する層も含め、依存しない働き方を志向する者が多数を占めていることも特徴だ。また「モーレツ社員」という言葉を知っているのが2割程度という結果が出ており、社会の変化とともに若者の労働観も変容していることを表わしている。

(3) 地方商店街にみるクリエイティブ・クラスの台頭

21世紀に入り、経済・労働を取り巻く環境は大きく変わり、ローカル性の深まりは新たな働き方と関係しているように見える。日本ではワーク・ライフ・バランスの議論が先行しているが、ここで注目したいのは仕事の種類そのものが多様化し、変容してきていることである。たとえば、アメリカでは格差問題が深刻化する一方、新たな社会階層「クリエイティブ・クラス」の台頭に注目が集まっている⁴。

この議論をリードしてきたリチャード・フロリダによると、クリエイティブ・クラスは、新しい発明品を生み出すクリエイターが備えた特殊能力といった狭義な捉え方ではなく、あらゆる職場、職業にクリエイティビティは見出され、仕事と余暇をはっきり分けられない柔軟な働き方、豊かなライフスタイルを実践している人たちが想定されている。

わたしがかつて暮らしていた島根県ではこうした動きが顕著にみられるようになってきた。江津市の駅前商店街では、若い世代が「空き店舗ばかりでさびしい」「気軽に立ち寄れる店があったらいいね」などと話し合ううちに、空き店舗だった珈琲店を自分たちでリノベーションしてしまおうとなった。イベントでTシャツやお酒を販売し、内装工事費を稼ぎ、20年ぶりにバーとして店に灯りがともった。そ

⁴ リチャード・フロリダ、井口典夫 訳『新 クリエイティブ資本論—才能が経済と都市の主役となる』ダイヤモンド社、2014年。

こは新たなまちづくりについて語り合う場となり、その後、駅前商店街にはコミュニティスペース、ワインショップ、居酒屋などが次々に再生していった。

なかでも、銀行をリノベーションしたバーは圧巻で、重厚なドアを要した奥の金庫は個室として利用でき、2階・3階はデザイン事務所にするなど、起業とともにまちのかたちを変えつつある。ニューヨークで勤務していた実績をもつデザイナーがUターンして、空き家改修や空間デザインを手がける会社を起業した。閉鎖していた地元銀行の建物をリノベーションして、1階をバーに、その上を自身の事務所にしていく。歴史ある建造物で、センスのよい内装を施しており、中に足を踏み入れると、衰退著しかった駅前の光景とはおもえないほどの空間となっている。

このように空き店舗を活用することにより、駅前の閑散としていた通りの商店街を20店舗ほど復活させている。「ビフォー・アフター」を知っている身からすると、ノスタルジックな昭和の面影を残しながら、ゆるく身の丈に再生している姿は単なる地域再生を超えて、これからの働き方、社会とのつきあい方を暗示している空間にさえおもえる。地域に根ざしたデザインの模索は、つがなりや自然志向のライフスタイルをベースにした現代的な地域づくりを象徴しているようだ。

その島根県江津市は人口2万5000人、高齢化率33%の小さなまちである。島根県西部は過疎発祥の地とされ、人口減少が全国でも早くに進んだ地域であった。社会インフラや交通面などの不利性を抱えているが、しかし、これまで定住対策を中心に、行政の地道な取り組みが重ねられてきたまちでもあった。現在は江津市に合併しているが、旧桜江町は空き家を流動化させ、新たに定住したい人に貸すなどして定住者を増やしてきた。

およそ15年ほど前から、旧桜江町では、単に田舎

暮らしの場として住まいを提供するのではなく、働く場として新たに仕事を紹介し、Iターン者の定住を全面的にフォローアップしてきた。そのきっかけになったのは、1996年に島根大学が実施した人口推計調査である。そこで、2023年に桜江町の人口はゼロになるという結果が出たのだ。当時の町役場の担当者はこのデータにショックを受け、若者の定住対策に取り組む必要性を痛感し、定住対策を具体化していくことになった。定住者向けの公営住宅の設置に加え、増える空き家を積極活用するなどの施策をおこなった結果、定住者が徐々に増えていった。全国では2014年度に「消滅可能性都市」が名指しされ激震が走ったが、いまよりも20年も前に、人口減少に手を打ち、成果を上げてきたのであった。

旧桜江町はかつて養蚕が栄えた地域であったことから、桑の葉を地域資源として活用し、桑茶やサプリメントを製造・販売する民間会社をIターン者が立ち上げるなど、地元密着の企業が大きくなり、雇用の受け皿となっていったことも功を奏した。ほかにも観光や福祉の分野がI・Uターン者の雇用の場となっていった。こうして集中的に定住対策と産業振興をかけ合わせながら実施したところ、Uターンも増え、1998年から2003年までの間に、75世帯、192人もの方が移り住むようになった。この後、合併して江津市となった後も、その経験を引き継ぎ、空き家への定住を中心に、毎年一定程度、Iターン者を受け入れていくことになった。

そして、旧桜江町の定住対策と産業振興をセットにした政策は、市町村合併後に新たに江津市となって、さらなる空き家活用、起業支援へと結実している。2010年に起業したい若者、潜在層をターゲットに、ビジネスコンテストを開催。第1回目は全国から23件の応募があり、うち3人が実際に江津市で起業した。2016年度で第7回を迎えるが、古民家再生、地域コンサルタント、コワーキングスペース、

デザイン事務所、バー、ワイン販売店など多様な事業が立ち上がり、その活動は広がりを見せている。プランにすぎなかった起業を実現するために、商店街の空き店舗が活かされているのである。

この舵とりを担っているのが、「NPO 法人でござねっと石見」である。彼らはビジネスプランコンテスト入賞者のプランを実現させるために、地域の遊休資源と人材をマッチングさせる役割を果たしている。駅前商店街再生や起業支援に加え、地場産業である「石見焼」や「石州瓦」を再生させるプロジェクトなども同時に動かし、それぞれの有機的な連携が図られようとしている。

この江津の動きを先導するのは1980年代前半生まれ、30歳代前半の世代である。地域の課題を解決するようなソーシャルビジネスの起業家やその卵が集まる。IターンとUターンが入り混じるなかで、事業化だけでなく、まちをデザインしていく、人びとの意識を拓かせていくプロデューサー的な役割をも彼らは担っているのが特徴である。彼らの取り組みを目の当たりにするなかで、地元の人びと自身も空き店舗を借りて日本料理屋をオープンさせるなど、Iターンが火をつけ、Uターンが火の輪を広げ、さらに地元へと点火していくサイクルが起こっている。近隣の島根県立大学では学生サークル「でござねっと」も立ち上がり、いまでは大学最大のサークルとなり、将来はソーシャルビジネスの起業家を目指す者も少なくない。

こうして連鎖的に人が呼び寄せられ、何かが起こっていくさまは「生態系」のようである。この生態系は、ゆるやかにつながり、一人ひとりの志向や行動の模索の結果として立ち表れている。最初から完璧な事業を起こそうと気負わず、たまり場での語らいのなかで、事業性と社会性を同時進行で成り立

たせる仕組みを考えている。きっちりした戦略を立て実行するのではなく、ゆるやかな場や関係性を築いていくなかで、それぞれの得意分野に基づいた役割がかたちをみせてくるのであろう。

いま地域が面白いのは、まさにこのような「生態系」が互いに引き寄せられるようにして、増殖している点にある。地域でのこうした動きは、働くことの価値観が大きく変わりつつあることと関係しているのではないか。働く場所というのは、環境も含めて非常に重要な要素だが、ネット社会によって場所がフラット化すればするほど、逆に住みたい地域、住みたいまちは、都市であれ地方であれ、人びとに選択され、今後その傾向はより深まりをみせていくのではないだろうか。

(4) モノは早く届くようになったけれど

21世紀に入った頃、グローバル化・情報化の進展に伴い、経済活動はフラット化していくという議論が盛んだった。国内外で運送ネットワークが張り巡らされ、インターネットが普及し情報通信にかかるコストも低下している。場所の不利性や取引コストは低下すると考えられてきた。

現在では、生活時間の多くが情報・通信にさかれるようになり、経済活動もインターネットがないとほとんど成立しなくなってきた。けれども、多くの部分がインターネット上で処理ができていくようにみえても、直接的な対人サービスがなくなることはない。一見、ネット上では注文は人を介さずにでき、情報ネットワークの先に自律分散システムが働いているように見えるが、当然、モノの移動を伴う部分では人の手が必要となる。

たとえば、アマゾンジャパンのケースから考えてみたい⁵。現在、1億以上の種類の商品を扱ってい

⁵ 朝日新聞日曜版『GLOBE』2015年4月19日付を参照した。

るとされるが、朝に注文した商品が早ければその日の夕方に到着するシステムを築いている。驚異的であるが、いったいどのような仕組みを築いているのか。

当日配送できる地域は対人口比で78%とされるので、かなりのカバー率といえる。全国9か所に倉庫があり、倉庫管理のシステム化を徹底していることによる。客からの注文情報は倉庫の従業員の液晶端末に届き、従業員は棚の番地の情報をもとに商品をカゴに入れていく。商品はベルトコンベアーに載せられ、梱包され、出荷される。その商品は宅配業者にわたり、各社の物流センターを経て、エリアのドライバーによって配送されるというシステムである。

このアマゾンの例に限らず、運送会社のエリア網拡大と緻密な倉庫管理、運搬システムにより、ネット通販市場は拡大している。地方でとれた農産物や魚介類を翌日に香港や上海に配送することも可能になった。世界のインターネット通販の市場規模は、2006年には2000億ドルであったのが、2015年には1兆ドル程度になると推計されている。

しかし、いくらモノや情報が早く届くようになったとしても、だれもが等しくそのサービスを楽しむわけではない。高齢化が著しい地域や、条件不利地域ほどそうであろう。地形的にも、世代的にも、サービスから切り離される人が出てくる。ネット網と運送網で場所がフラット化していく社会は、モノの生産、モノの取引、情報のやりとりをベースとした産業社会がイメージされている。たとえネットを活用して通販で食品や身のまわりのものが揃う環境があっても、それが完結するのは、配送者から消費者へ、やはり人と人の直接のやりとりがあってこそである。

いくら情報通信技術により社会が進歩したところで、最後の部分では人の手が必要となる。このような運送の仕事の経済的価値はさほど高く評価されて

いないように思うが、システムやロボットに代替できないからこそ社会的価値はとても高いことに間違いない。

これらのシステムから漏れた人びとや地域に働きかけていくことも、現代的なクリエイティブな仕事の領分といえるだろう。たとえば、条件不利地域の福祉や交通、買い物弱者対策、コミュニティづくりなどであり、それはひいては仕事づくり、なりわいづくりにつながっていく。江津のごねっとの動きはこうした領域につうじる。システム化されたクリエイティビティにはない、人間的なクリエイティビティがそこにはある。

しかしもはや、これは農村や条件不利地域だけの話ではない。人口減少や超高齢化のスピードは地方や農村では中長期的には緩んで、高止まりの状態に落ち着くことから、むしろ都市において重要となってくるのが予想される。

おわりに

個人にとっては、地域や社会に貢献するよりも、自分がしたいことと地域の課題解決の方向性をすり合わせていく、そうした社会のデザイン能力が花開く場として地域が受け皿となっているようである。それは、与えられた仕事をこなすのではなく、自分で仕事をつくっていくことにつながる。これからは、仕事の間、雇用の場がある地域よりも、なにかしら新たな仕事をつくっていける土壤に、意識や志の高い人びとが引き寄せられていくのではないだろうか。

さらに、時代とともに、ライフとワーク、仕事と遊びは結びついたものになりつつある。新しい働き方のトレンドであろう。それを実現できる場所や仕事を選択され、人の顔がみえる範囲の地域が意味を帯びてきている。

従来とは異なる人とのつながり方が台頭してきた

ともみることができる。ゆるやかなつながりを持ちつつも、リアルなつながりも求めたい。そうした際、何かしら共有するテーマが必要だが、目的志向型の集団ではなく、世代や職種を超え、ゆるやかな「共感」によってつながっているのが現在の地域をベースにしたコミュニティなのかもしれない。従来型の地縁とは大きく異なったかたちでの結びつきが現れはじめている。

それぞれの個性や得意な領域を基盤としながら、地域や社会でどのようにそれを活かしていくことができるか、組み立てていくのは、とてもクリエイティブなことである。組織にいと、当然、組織への貢献から個人の役割を考えることになるが、地域でのゆるやかなつながりは、個人をベースに議論を発展させていくことができる。

したがって、地域をベースにした関係は組織や社会に自分をあわせるのではなく、相互に深まりをみせていくという関係性が担保されている。関係性の構築というのは、経済成長のなかではどんどんシステム化してきたので、それを最初から構築するというプロセスは逆に失われてきた。しかし、それを超えていったんバラバラに分断された関係性を取り戻すかのように、ここに来て、「顔の見える社会とし

ての地域」での活動が独特の存在感を高めてきた。だから、ローカル志向といっても、他者のため、地域のためにという直接的な動機よりも、他者と関係性を築くこととそのプロセスに重きが置かれている。

人口減少時代は、総人口の減少、労働人口の減少という条件のもとで、経済をいかに持続させていくかといった問題に向き合うことにほかならない。つまり、これまでの成長、人口、技術革新、教育・人的資本投資などをベースに経済を考えただけでなく、さらなる他の要素、たとえば、社会の規範や個人の豊かさ、仕事と余暇の関係、時間の選好などを織り交ぜて考えていく必要がある⁶。富を生み続ける発展だけではなく、有限の資源のなかで豊かさの本質を問い直す方向に向かっている。地域は社会の縮図ともいえ、そこで起きている若い世代の動きから、今後の社会や経済のあり方を読みとって政策に生かしていく視点が求められるのではないだろうか。

地方創生ブームがやや落ち着いてきたいま、地域に軸足を置いた新たな活動、ゆるやかにクリエイティブに働くことが浸透しつつある意味を考える機会としたい。

⁶ たとえば、ジョセフ・E. スティグリッツ、ジャンポール・フィトゥシ、アマティア・セン、福島清彦 訳『暮らしの質を測る—経済成長率を超える幸福度指標の提案』金融財政事情研究会、2012年。GDP至上主義から脱却して、個人の豊かさや幸福、環境問題、持続可能性を軸に、新たな経済指標を考察している。