

関係人口を介した意識と実践の転換^{*}

—移住創業と地域経済循環に注目して—

弘前大学大学院地域社会研究科准教授

平井 太郎

要 旨

2010年代以降、人口減少が進む地方に頻繁に通ったり移住したりする大都市部の若者の存在に注目が集まっている。それらは「関係人口」とも総称され、これまでの「定住人口」に基づく認識枠組みでは展望しづらかった、地方の未来を持続可能なものに転換する期待が寄せられている。実際に、関係人口関連事業が予算化された2018年度以降、移住・起業支援金が年間1,000億円（地方創生推進交付金）に積み増されるなど、関係人口は地方創生戦略の柱の一つとされている。

これに対し本稿では、社会学／アクションリサーチの立場から、関係人口という新たな認識枠組みのもとで、どのように地方の未来を持続可能なものへと転換しうるのかのプロセスを展望する。なかでも今回は「移住創業」を主題として与えられたことから、そこに焦点を当てる。

まず、研究・政策の両面で急速に理論化されつつある関係人口論を、「認識枠組みの転換＝リフレーミング」という視点から再検討する。具体的には、関係人口＝「地方に関心を寄せ関与する人々」という大都市住民の意識・行動に焦点を当てた定義を「地方と大都市の関わり合いを意識し実践する人々」と転換する。これにより関係人口政策の最終目標が大都市住民の移住・起業にとどまらないこと、関係人口の主体が地方の住民や地方帰省者にも広がることを確認する。そのうえで独自推計も交えながら、関係人口という認識枠組みの可能性を提示する。

次いで、そうした可能性が現実化していく道筋を展望する。すなわち、認識枠組みの転換を経て具体化している事業化、事業再編・拡大に関する複数のケーススタディを行い、地方の未来を持続可能なものへと転換する道筋を明らかにする。具体的には、地方に関心を寄せていた大都市の3人の若者が地方に移住し、それぞれ異なる創業や事業再編を、地方内に重層する異なる社会関係に立脚して進めている三つの事例、地方の道の駅の経営改革に地元の女性たちが参画し、地域内の需要を掘り起こすことでさらに地域外からの需要も拡大すべく模索している事例を検討する。

総括では、いずれの例でも、地方在住者と大都市出身者との、地方在住者同士が互いに尊重し合う試行錯誤の場の重要性を再確認する。

^{*} 本稿は、科学研究費補助金基盤研究「都市農村対流時代における農村政策の再構築に関する実証的研究」20H03093、「「田園回帰」の社会経済的総合分析」19H03065、「多業を軸とした地域社会の変革と持続にむけたアクション・リサーチ」17K04108による調査を活用している。小田切徳美氏と田口太郎氏には多大な助言を得た。記して感謝する。

1 関係人口とは何か

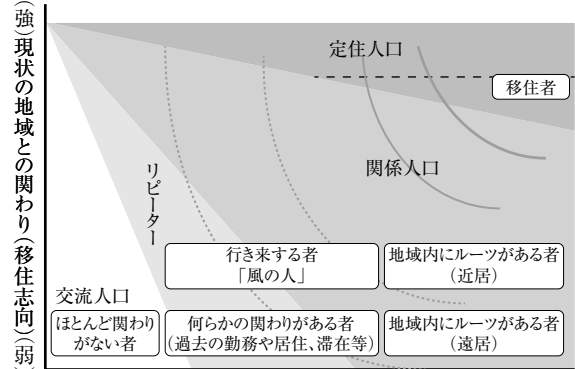
2014年に始まり、2020年からは第2期に入った内閣府「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下、地方創生政策）では、人口減少への歯止めや東京一極集中の是正、成長力の確保が目指されてきたが、十分な成果があがっていない（内閣、2020）。こうした現状を踏まえ、第2期地方創生政策の柱の一つに盛り込まれたのが、「関係人口」の創出・拡大である。

関係人口とは、政策的には「移住した「定住人口」でもなく観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々」（総務省、2018）とされている（図－1）。そこには、多様な関わり方として、「地域内にルーツがある」「行き来する」「何らかの関わりがある（過去の勤務や居住、滞在等）」が列挙されている。

これを受け、関係人口を創出・拡大させるべく各市町村はさまざまな取り組みを始めている。例えば、地域や地域の人々との多様な関わり方をワンストップで案内する「関係案内所」を設けたり、関わり方の一つであるふるさと納税やサテライトオフィスなどをより継続させる受け皿を設けたりすることなどが取り組まれている。それは、第2期地方創生政策の基本方針にあるように、多様な関わりを通じた地方におけるイノベーションの創出や起業、さらには多様な関わりの先に地方移住が期待されているためである。

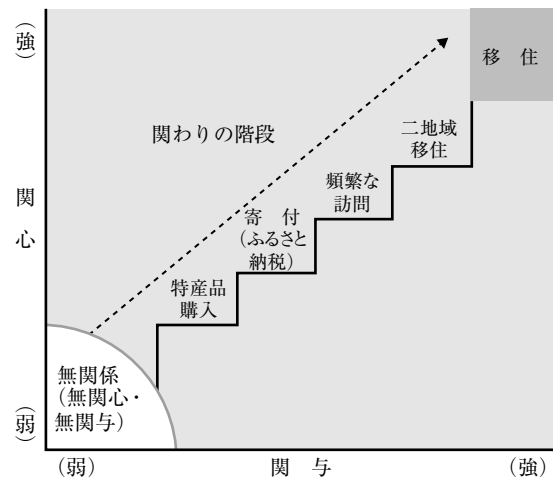
その意味で、関係人口をめぐるさまざまな取り組みは、地方への移住や地方での創業を促そうとする、より広範な施策を包括的に位置づける奥行きをもっている。実際に、関係人口創出・拡大を目指すモデル事業自体は年間数億円にとどまるが、同時に創設された移住・起業支援金には1,000億円が計上され、関係人口は地方創生の根幹の一つと見なされていると言える。

図－1 政府の関係人口のイメージ



資料：内閣（2020）に基づき筆者修正

図－2 関わりの階段



資料：小田切（2018、2020a、2020b）に基づき筆者修正

これら一連の関係人口の概念化と政策化を先導しているのが小田切徳美である。小田切は、高橋（2016）や指出（2016）による関係人口概念の提唱を受け、いち早く2016年末、総務省で「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会」を組織し、概念整理と政策化を促してきた。

しかし、小田切（2018、2020a、2020b）がくりかえし提示している関係人口の概念図「関わりの階段」（図－2）と政府の政策イメージ（図－1）には無視できない違いがある。それは小田切の概念図では、「関係＝関わり」が縦軸の「関心」と横軸の「関与」に分けられているのに対し、政府のイメージでは「関わり」と「移住志向」が縦軸

に一括されている点である。

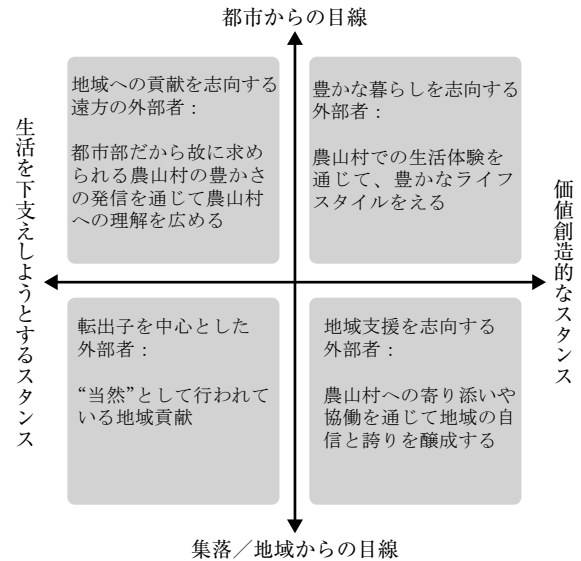
この違いにより、関係人口の「関係」の根底に「関心」という意識が横たわる点が、政策上見えにくくなり、「移住志向」という限られた意識に焦点が絞られている。小田切が注目したこの「関係」の根底にある「意識」は、高橋（2016）でも「都市が失った価値観やリアリティ、関係性」、指出（2016）でも「お気に入り」などと特に言語化されている点であり無視しえない。

これに対し図－2のように関心と関与を分けると、関心は強いが関与が弱い人々や関心は弱いが関与が強い人々に光が当たる。前者は、移住まではできないが地方と関わりたいと志向する人々であり、高橋（2016）や指出（2016）も一貫して注目している。後者は、地方に暮らしているが、地域の未来に関心や展望を描きにくい人々に当たり、極端な例として小田切（2014）は早くから地方に広がる「あきらめ感」に注意を促していた。

もっとも政府の政策イメージで関心がそぎ落とされたのは、小田切（2018、2020a、2020b）の概念図にも理由があると考えられる。それは、概念図で「関わりの階段」が前景化されているために、関心と関与とが相乗的に一方向に展開する印象を与えるからである。もちろん小田切自身は繰り返し、「関わりの階段」は一方向でなく（昇り降りがある）、また「関わりの階段」から外れる人々もいることに注意を向けている。

これに対し新たな整理を与えようとしているのが、やはり総務省「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会」などに参画し、関係人口の概念化と政策化に関与する田口太郎や作野広和である。田口（2018）は作野（2019）に先立ち、図－3のように、見失われがちな集落や地域の視点を強調するとともに、「関わりの階段」から導かれがちな地方移住が唯一、最終の目標であるかのような見方を相対化すべく、縦軸に「目線」の違いを設ける。「目線」とは意識の前提となり、

図－3 都市農村関係からみた関係人口の類型



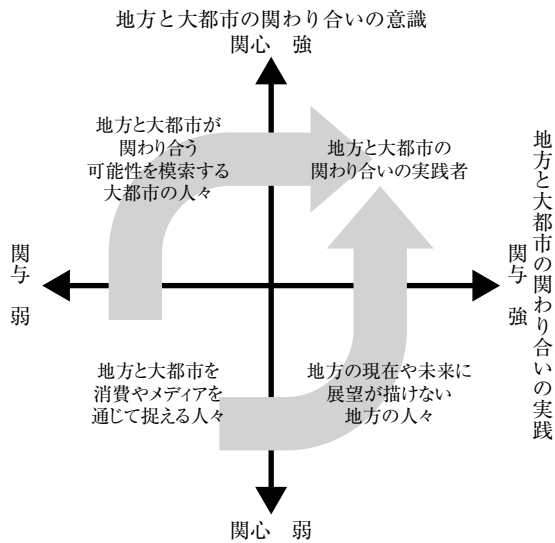
資料：田口（2018）に基づき筆者修正

小田切（2018、2020a、2020b）の「関心」と照応する。

さらに、「関与」のあり方の多様性をすくい取るべく、地域づくりの「スタンス」の違いと対応させ、横軸を「価値創造的なスタンス」と「生活を下支えしようとするスタンス」の対抗軸に設定する。ここでは「スタンス」とあるものの「手法」であり、「関心」ではなく「関与」のあり方の違いを捉えたものである。

田口（2018）、作野（2019）はこの類型図を通じて、これまでの議論で見落とされがちだった二つの関係人口の存在に注意を促す。一つは「転出子を中心とした外部者」である。具体的には頻繁に地域に通い、近親者の世話や、農地や空き家、墓地の管理などをする出身者を指す。これは政府の政策イメージで「地域内にルーツがある」とされていた人々に当たる。だが、田口（2018）を受け国の関連事業を精査した作野（2019）によれば、こうした関係人口を創出・拡大する取り組みは、ほとんどみられない。もう一つは「豊かな暮らしを志向する外部者」である。そこでは、地方に対する関心と関与は、消費の延長にとどまる。

図-4 関係人口の新たな類型と動態



資料：筆者作成

図-3の類型化には、関係人口の多様性に目を向け直す意義がある。しかし重大な問題がある。それはこの図式では、視点において大都市と地方とが、また地域づくりの手法において生活下支え（維持）と価値創造とが対比され、互いに折り合わないものと見なされている点である。これは作野（2019）自身の「関係人口の概念は、従来の「都市か農村か」という、二者択一の概念を変革させた点に意義がある」という、小田切（2018、2020a、2020b）さらには提唱者の高橋（2016）や指出（2016）にも共通する評価や意図を裏切る。

これに対し本稿で提示するのが図-4である。視点において「都市か農村か」の二者択一を変革するなら、新たな視点／関心のあり方は、「都市も農村も」と、地方と大都市の関わり合いを意識したものになる。また、生活維持と価値創造という地域づくりの二つの手法も同様に、二者択一ではなく双方が相乗的に達成される方向性こそ、これまでの地域づくりが模索してきたものである（宮口、2007；小田切、2014、2020b）。しかも、そうした生活維持と価値創造の相乗的な展開は、地方と大都市との関わり合いの実践を通じて切り拓かれると考えられてきた。

そこで図-4では小田切（2018、2020a、2020b）の図（前掲図-2）に立ち返り、関心と関与の2軸をあらためて前面に出すと同時に、そうした関心と関与の具体的なあり方に踏み込んで明示した。これにより、小田切（2018、2020a、2020b）の図では光を当てづらかった、移住まではできないが地方に関わりたいと志向する人々（図-4左上領域）、地方に暮らしながら未来に展望が描けない人々（同右下領域）に注意を促せる。さらに、左下から右上に至る道筋もまた単一でないことが明確になる。とりわけ、右上領域が「大都市から地方への移住者」でないことに注意されたい。移住は最終目標でなく、地方と大都市の関わり合いを深めることや、その実践者を厚くすることこそ、関係人口の含意だと考えられるからである。

そのうえで、この新たな関係人口の主体が現在の大都市居住者に限られないことに、再度注意を促したい。地方に関心をもたない人々は大都市のみならず地方にもまた暮らしている。だからこそ、政府が問題にするように東京一極集中が止まず、地方から大都市へと人が流れ続ける。そうした人の流れを踏まえれば、地方への関心の薄さは「未来の描けなさ」と言い換えることができよう。未来への関心を掘り起こすこともまた、関係人口をめぐる取り組みでは求められている。

2 関係人口を通じた認識枠組みの転換

関係人口ではこのように、人々の意識を転換しこれまでにない実践を生み出すことが目指される。いわば「認識枠組みの転換＝リフレーミング（Bushe and Marshak, 2015）」こそが関係人口という新たな概念の根幹にある。提唱者の指出（2020）も、「「観光客」を0、「移住者」を100と考えてみたときに……その間にある「あわい」の1から99の階段のことを認識……すれば、「なんだ、こんなにいるじゃないか。自分たちの仲間に

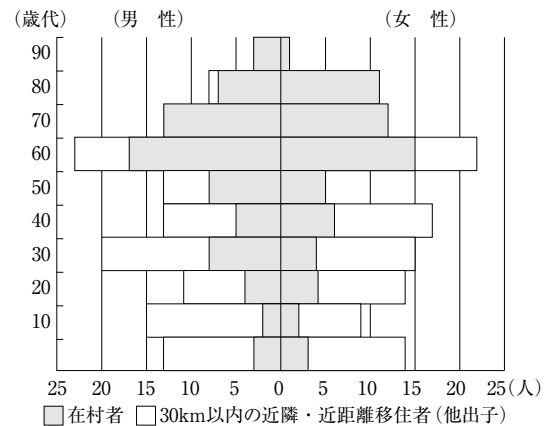
なってくれる人たちは」という気持ちになる」と認識の転換を強調している。

本稿で社会学／アクションリサーチの立場から関係人口に注目するのは、まさにこの概念が「認識枠組みの転換」を目指すからである。アクションリサーチは戦後米国で、小集団をなす人々が、日常の振る舞いややり取り（相互作用）を通じ、どう認識と実践を変えていくか、研究者の働きかけ方にも注目して明らかにする試みとして出発した（Lewin, 1997; Lazarsfeld and Reitz, 1975）。以後、社会学を超え、教育学や経営学など幅広い分野で応用されている。その際、焦点となるのが、現代社会を覆う閉塞感が当事者（と研究者）の相互作用を通じて、どう乗り越えられるかという問いである（Stringer, 2014）。関係人口もまた、人口減少にともなう閉塞感を乗り越えることを目指しており、その意味でもアクションリサーチの重要な論点に他ならない。

実際、こうした着眼は社会学でも早くから共有されていた。関係人口と発想を共有する社会学の概念に、作野（2019）も引用する「修正拡大集落」がある（徳野、1998）。これは社会学者の徳野貞雄が1990年代後半に提唱したもので、ちょうど「限界化」が指摘されはじめた中四国・九州地方の集落の持続可能性を、当時提唱されはじめた「限界集落」論とは異なり、定住者だけでなく集落に通ってくる人々の数や関わり方も含めて捉え返すことを目指していた。

具体的には、図－5のように、定住者（在村者）に加え、集落に通って近親者の買い物をしたり、農地を耕したりする人々（30キロメートル以内の近隣・近距離居住者（他出子））を数え上げ（T型集落点検）、双方を含む人口ピラミッドを作成する。ここで可視化を試みている「他出子」こそ、政府の関係人口のイメージ（前掲図－1）で「地域内にルーツがある者（近居）」とされていた人々に他ならない。

図－5 修正拡大集落の人口ピラミッド
（福岡県八女市旧立花町白木のK地区）

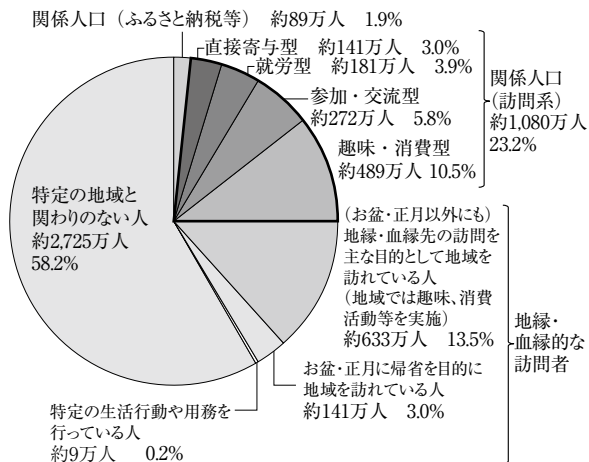


資料：徳野・柏尾（2014）に基づき筆者修正

注意しなければならないのは、この人口ピラミッドを通じて「認識枠組みの転換」が求められているのは研究者のみではない点である。むしろ「限界集落」対策を講じようとする政策当局者であり、何より集落に暮らし、通ってくる人々であった。そのため徳野・柏尾（2014）は、他出子を数え上げるのを個別の聞き取りや質問紙調査でなく、集落に暮らす人々が集まる場で進めた。さらに、人口ピラミッドの作成で終わらず、集落における新たな活動について話し合いを促した。図－5の在村者だけの灰色の人口ピラミッドを見ると、この集落の未来は思い描きにくい。しかし白色の他出子を含めてみれば、持続可能な未来のために何かをしようという意識が生まれると考えるためである。

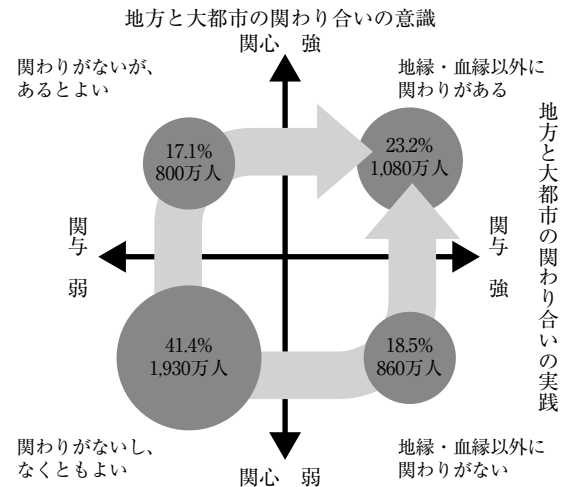
このように「修正拡大集落」という概念には、「他出子」の存在を可視化することで、集落に関わる人々の意識を変え、実践を促すねらいがある。このねらいはまさに関係人口という概念に共有されている。地方に関心を向け関与するさまざまな人々に光を当てることで、地方に関わる人々——そこに関心を向け、実際に暮らし、通う人々、そして政策当局者の意識を変え、新たな実践を促す運動が、関係人口という概念のねらいなのである。

図－6 三大都市圏の関係人口推計



資料：国土交通省（2020）に基づき筆者修正

図－7 三大都市圏の関係人口推計の動態



資料：国土交通省（2020）を基に筆者作成

3 関係人口の可視化

だからこそ、国土交通省「ライフスタイルの多様化等に関する懇談会」では、関係人口の計量と可視化を進めている（図－6）。国土交通省「地域との関わりについてのアンケート」（2019年9月実施、三大都市圏在住28,466人インターネット回答）によれば、地縁・血縁がないにもかかわらず、生活圈・用務圏以外に、消費（趣味・消費型）や観光（参加・交流型）、就労、産業創出や地域づくり（直接寄与型）などで、定期的・継続的に関わる地域がある18歳以上の人口が、三大都市圏（約4,678万人）の23.2%、推計1,080万人に上る。

この調査ではさらに「特定の地域と関わりのない人」について「関わりのある地域があると良いか」も尋ねており、具体的な関与だけでなく関心の程度にも注目している。そこで、あらためて関心と関与それぞれの集計値を整理し、前掲図－4になぞらえると図－7になる。

三大都市圏住民のうち4割（推計1,930万人）は関心も関与も弱い。しかし2割弱（同800万人）は、関与はないものの関心をもっている。また同じく2割弱（同860万人）は、地縁・血縁以外に

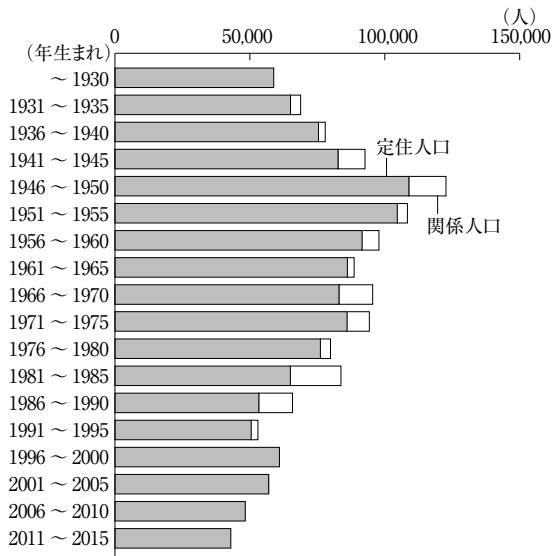
関与がないものの、2割強（同1,080万人）は、地縁・血縁以外の関与に加え、関心ももっている。

図－7では「地方と大都市の関わり合い」の表現を留保した。これは、大都市圏以外の地域と関わるのが、地縁・血縁の有無にかかわらず3割、特に過疎地域と関わるのは1割弱（国土交通省、2020）にとどまるからである。それでも大都市圏域外に関わる人々は概算で、地縁・血縁以外に関わりがあるのが約300万人、地縁・血縁以外にないのも約260万人に上る。

この双方300万人という規模は、現実には地方にどのようなインパクトがあるのだろうか。青森県を例に見てみたい。まず前掲図－5にならって県単位で「修正拡大地域」の人口ピラミッドを作成すべく、集計をし直すと図－8となる。なお、ここでの関係人口には、徳野（1998）の議論にしたがって、図－7の右側全体、地縁・血縁の有無にかかわらず関与が強い人々全体を含んでいる。

これによると、青森県の関係人口の総計は約10万人、そのうち最も多いのが1981～85年生まれて約1.9万人、次いで1946～50年生まれて約1.4万人、さらに1966～70年生まれと1986～90年生まれてそれぞれ約1.3万人となっている。三大都市圏との時間距離（青森空港～羽田空港間は約1.5時間、

図-8 関係人口を加えた人口ピラミッド（青森県）



資料：定住人口は総務省「国勢調査」、関係人口は国土交通省「地域との関わりについてのアンケート」（2019年9月）個票

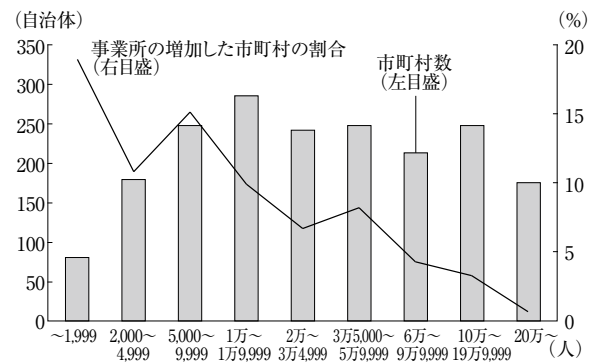
新青森駅～東京駅間は約3時間を念頭に置けば、特に定住人口が少なくなっている30歳代で関係人口が厚みを増している意義は小さくない。

徳野・柏尾（2014）が想定した30キロメートル圏内に暮らす出身者だけでなく、相当の時間距離を超えて地方に通う人々の存在は注目に値する。青森県ははじめ地方県の多くが1950年代から一貫して県外に出身者を送り出してきたからである。

例えば、総務省「国勢調査」に基づく筆者のコホート分析によれば、青森県における1951～95年生まれの県外流出率はおおむね3割前後で推移し、死亡推計者を除くと県外にとどまる人々は約38万人と推計される。国土交通省「地域との関わりについてのアンケート」（2019年9月）による三大都市圏における青森県出身者は推計約34万人であり、規模感は一致する。たしかに、こうした県外流出者に比べ今回の推計関係人口は数として4分の1にとどまる。だがこれに加え、30キロメートル圏内の関係人口を可視化すれば、図-8の人口ピラミッドはより持続可能な姿へと変貌する。

そのように比較的近距離の関係人口は見えにくいものの、国土交通省（2020）からは関係人口の

図-9 事業所が増加した市町村（規模別）



資料：事業所数は総務省・経済産業省「平成24年経済センサス—活動調査」「平成28年経済センサス—活動調査」、市町村人口は総務省「住民基本台帳人口移動報告（2017年）」

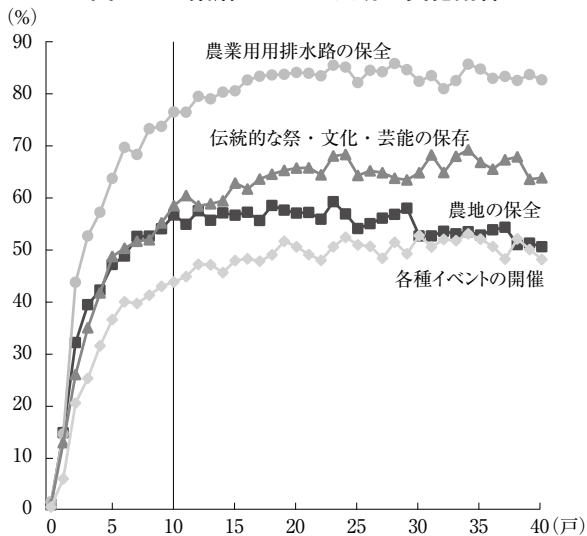
地方における具体的な関心や関与のあり方も見えてくる。前掲図-6で「直接寄与型」と一括された関わり方のうち、「地域に新たな仕事（産業）を創出するなどの活動への参加」（創業）や「地域のボランティアや共助活動への参加」（共助）は、田口（2018）、作野（2019）が注意した、地域づくりにおける二つの手法である「価値創造」と「生活維持」のそれぞれに直接対応する。

このうち「創業」には、関心も関与もある人々の1.6%（推計17万人）が関わり、関心はあるが関与はない人々の5.7%（同137万人）が関心を示している。これに対し興味深いデータがある。図-9は、総務省・経済産業省「平成24年・28年経済センサス」（以下、経済センサス）に基づき2012年から2016年にかけて事業所が増加した市町村の割合を市町村の人口規模別にとったものである。

この間、全国で事業所は約20万減少している（公務を除く全産業）のに対して、図-9にあるように、おおむね人口規模が小さい市町村ほど、事業所が増加した市町村の割合が高くなっている。人口2,000人以下の80町村では18.8%の15町村で事業所が増加している。最も増加したのは北海道占冠村で12増、次いで北海道中頓別町で7増、鹿児島県十島村で6増などであった。

このうち占冠村は㈱星野リゾート・トマムが運

図-10 集落における共助の実施割合



資料：新しい農村政策の在り方に関する検討会第1回資料「農村をめぐる事情について」に基づき筆者修正

営するスキーリゾートの所在地として知られる。「宿泊業・飲食サービス業」が7増加するなど、この間のインバウンド需要の高まりを受けたものと考えられる。人口2,000人以下の他の町村でも同様の傾向が見られ、世界遺産を有する岐阜県白川村（5増）や地域づくりで知られる徳島県上勝町（4増）、岡山県西粟倉村（3増）などが挙げられる。これらは「交流傾斜型」の創業が進む町村と言えよう。

他方、中頓別町や十島村でも「宿泊業・飲食サービス業」の増加がまったく見られないわけではない（十島村1増）。だが、むしろ「小売業」や「運送業」などさまざまな業種で薄く広く事業所が増加している。このうち十島村は、山村留学の取り組みや移住者の仕事や生活に対する細やかな配慮で知られ、公益財団法人日本離島センターの季刊誌『しま』でくりかえし報じられている。中頓別町もまた地域医療の充実で注目を集めてきた（介護事業が7増）。これらの市町村では、インバウンドのような限定的で外在的な需要ではなく、地域に内在する広範な需要に基づいた創業が見られるのである。対比すれば「地域経済循環型」の創業が進む町村と言えよう。

さらに言えば十島村や中頓別町では、2016年に社会増が見られただけでなく、転入者数も2014年に比べ増加している（占冠村もいずれも増加）。したがって、それらの地域に内在する広範な業種での創業は、地域外からの転入者・移住者の存在と不可分だと考えられるのである。

関係人口の到達点は移住ではない。これらの地域からうかがえるように、地域外からの人々の存在を核にして、地域に内在するかたちで広範な創業が展開していくことこそ、関係人口のもたらす運動だと考えられる。

次に、関係人口がかかわる地域づくりのもう一つの側面「生活維持」を見る。国土交通省(2020)によれば、「共助」に対しては、関心も関与もある人々の5.4%（推計58万人）が関与し、また、関心はあるが関与がない人々の10.2%（同82万人）が関心を示している。ここで言う共助は明確に規定されていないが、特に相互扶助が期待されながら脆弱化していると見られる集落に注目してみる。

これについて、筆者は総務省の全国76,000集落を対象にした「過疎地域等における集落の状況に関する現況把握調査」（2019年）を再分析しているところだが、本稿では結果が公表されている農林水産省「農林業センサス」の分析結果を参照する（図-10）。

ここでは、戸数規模ごとに「農業用排水路の保全」など4種類の共助を実施している集落の割合をとっている。すると、集落戸数がおおむね10戸を下回ると共助を実施する割合が急激に下がる。この結果を読者はどう読み取るだろうか。

10戸が共助の限界点と見ることもできよう。そこから一步踏み込んで、関係人口を「地域維持必要人口」を補完するものと位置づける議論も出てこよう（作野、2019）。10戸未満の集落（全国10,311カ所）に10人ずつを「地域維持必要人口」として割り当てれば、約10万人と試算される。国土交通省（2020）からは「共助」に関与するのは

58万人と推計され、うまく配分されさえすれば、集落機能の維持は不可能ではない。これに対し戸数10戸未満の集落でも共助を行う割合が無視できないという見方もできる。仮に戸数10戸が限界点だとして、それを下回るのに共助ができるのはなぜか。例えば、そこに定住していない関係人口が関わっている可能性があるのである。

関係人口にはこのように、同じデータや現実を前にして、まったく異なる見方を喚起する点に特徴がある。そうした異なる見方の喚起が「認識枠組みの転換」を意味するなら、現在のデータが示すあり方を前提とせず、新たなそして持続可能な未来を展望する必要がある。ここでの集落をめぐるデータで言えば、10戸を限界点と見なすのではなく、それを乗り越えている現実を目を向ける。その背後に想像されるのがまさに関係人口なのである。

そうした人々は必ずしも統制的に配分されたわけではない。それぞれの地縁・血縁をはじめとする人間関係、何よりも価値観に基づいて関わっているのだと考えられる。さらに言えば、関係人口との関わりを通じて、10戸という限界点のイメージだけでなく共助のあり方自体の前提も乗り越えられているかも知れない。例えば、保全すべき用水路・農地の範囲や保存される祭礼・芸能のあり方について、議論と模索を重ねることである。地方と大都市の関わり合いは、そのように地方の側の意識も実践も変わりうることも視野に置いている。

たしかにこれまでの認識枠組みに従えば、戸数規模が15戸を切ると2割の集落で用水保全が行われず、人口2,000人以下の町村の8割強では事業所数が減っている。地方県では戦後の流出口口に見合った三大都市圏からの関係人口はいまだ得られていない。だが、これらは従来の枠組みに従った人々の意識と実践に基づく現状にすぎない。関係人口という概念は、そうした意識と実践に変化

を促すことこそを目指している。

したがって政策関係者も、田中ほか（2020）のように、ワンショットサーベイに表れた人々の意識と実践を前提とするのではなく、どのような契機が積み重なって、地方と大都市双方の人と地域が、ともに意識と実践を組み換えていくのか、あらためて構想する必要がある。言い換えれば、前掲図－7で可視化された関係人口の分布を固定したものと見なさず、図－4のように移行しうるものとしたうえで、どうすればそうしたダイナミズムが具現化しうるのかが問われる。

4 関係人口による三つの移住創業

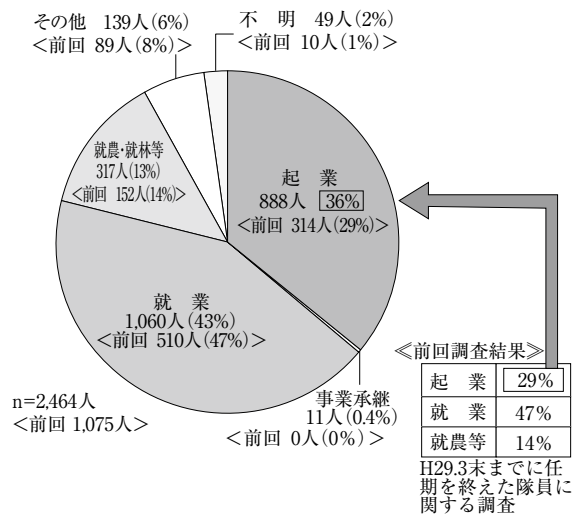
そこで以下では、関係人口による移住創業の三つのケーススタディを行う（平井、2019）。これらはいずれも前掲図－4の左下（関心も関与もない）から左上（関心はあるが関与はない）あるいは右下（関与はあるが関心はない）を経て、右上（関心も関与もある）に移行した例である。

3事例を扱うのは、田口（2020）が指摘するように、地方と、あるいは地方と大都市の関係と一括りに言っても、価値観が置かれうる地域やリアリティが感じられる地域は多様だからである。第3節で関係人口を地方の側から検証した際に、道府県、市町村、集落という三つの水準を扱ったのもこのためである。

なおいずれの事例も、地域おこし協力隊（以下、協力隊）を経た創業である。協力隊とは、2009年に創設された総務省の特別交付税措置で、主として大都市圏の若者が過疎地域の自治体に採用されて、現地で地域協力活動に従事する。年間200万円程度の報酬のほかに同じく200万円程度の経費（社会保険料を含む）が最長3年間認められ、任期終了後は活動地域での定住が期待されている。

特に図－11にあるように、国では協力隊による

図-11 同一市町村内に定住した地域おこし協力隊退任者の就業状況 (2019年度)



起業例に着目している。2016年度からは退任後の起業支援金として100万円程度の交付税措置を認めたほか、起業例への表彰や助成、起業を促すクラウドファンディングの支援、日本政策金融公庫貸付利率の引き下げ措置などを講じている。結果として、2019年度実績では、「飲食サービス業」17.0%、「デザイン業など」12.4%、「宿泊業」11.7%のような起業例がみられた（総務省、2020）¹。

これら協力隊を含む移住創業については、図司 (2014、2019)、筒井・嵩・佐久間 (2014)、筒井・尾原 (2018)、小田切ほか (2019) など理論的な検討が進められている。具体的には、移住創業における焦点は、起業家個人の志向や生計と周囲の地域における慣習や状況とをどう両立させるかにあり、特にその際、個々のライフスタイルの実現と地域におけるつながりの効果が相乗的に作用し合うかが問われるとされてきた。そこで本稿でも、個々人とそこに関わる地域の人々それぞれの意識と実践とが、相互に影響しながら連鎖的に変化する過程に注目する。

(1) 道府県単位を視野に置いた移住創業

第1に検討するA氏 (1986年生まれ、東京都出身、男性) は2015年に青森県弘前市の協力隊に採用された。翌年には退任し広告代理店を起業 (個人事業主) して、2018年からは市内の芸能プロダクションの役員も務めている。

A氏は大学卒業後、都内の広告代理店に勤務していたが、アイドル鑑賞や写真・動画撮影などの趣味が高じて、2014年から弘前市に月1回通うようになった。現在、役員を務める芸能プロダクションに所属する「ご当地アイドル」のいわば追っかけであった。前掲図-6では三大都市圏に489万人と推計される「趣味・消費型」の関係人口であったが、本稿の枠組み (前掲図-4) で言えば、紛れもなく「地方と大都市を消費やメディアを通じて捉える人々」の一人であった。

ただしA氏は徐々に「趣味・消費型」の域を脱しはじめる。広告代理店での経験を踏まえ、芸能プロダクションに舞台のシナリオを持ち込んだほか、自ら仮装してバックダンサーを務めるなどしはじめた。すると、芸能プロダクションの関係者から「そんなに好きなら移住してくればいいべし。交通費も浮くはんで」と勧められる。しかし彼は決断できなかった。東京を離れ地方に来たら、性に合った広告代理店で生計を立てることは不可能だと考えていたからだ。この段階での彼は、まさに図-4でいう、地方に関与を深めつつも「地方の現在や未来に展望が描けない人々」の一人であったと言えよう。

そうしたなか2014年の冬、弘前市で初めて協力隊の公募がかかった。A氏は芸能プロダクションの関係者の勧めで応募して採用される。筆者がA氏に出会ったのはこの段階であった。

筆者は2012年から市と協力して、2006年に合併

¹ 分母は地域おこし協力隊として採用された同一市町村内に定住した人のうち起業した人 (888人)。選択肢は「飲食サービス業」「美術家 (工芸含む)」「デザイナー」「写真家」「映像撮影者」「宿泊業」「6次産業」「小売業」「観光業」「まちづくり支援業」「その他」。

した旧村の住民とともに、協力隊の受け入れを念頭に置いた地域づくりのワークショップを始めていた。これは先の図司（2014）などで示されつつあった、協力隊の定住後を見据えるうえで、協力隊個人の視点と受入地域の視点とをどう折り合わせるができるかを問うアクションリサーチの一環であった（平井、2018）。そこではまずもって、住民と行政が議論を交わし、地域の目指すべき将来像を明確にして共有したうえで、協力隊を募集・採用すること、つまり「ビジョン・ミッションモデル」の確立（椎川ほか、2019）が、協力隊個人の視点と受入地域の視点の調整の前提になると考えられた。こうした個人と地域双方の視点の明確化の先に両者の調整を展望する考え方は、図－4で示した「地方と大都市の関わり合いの実践者」と相通じる。

この例で地域側は地域の将来像として、行政側が提示した「公営グリーン・ツーリズム施設（スキー・リゾートなど）を核にした村」ではなく、「家族でりんごづくりが続けられる村」を議論のすえ、描き出した。りんごの一大生産地であることもあったが、行政側もこれを受け入れることで、議論に参加した地域の人々自身も地域の未来をあらためて熟考し、自ら求める未来を言語化していった。そのうえで、この将来像を実現するために不可欠ながら、地域内に欠ける存在として協力隊を募集した。具体的には、りんごとともにある暮らしの細部を理解したうえで海外をはじめとする大市場に産地・産品を発信する存在などである。この一連のプロセスは、地方に暮らす人々自身があらためて自らの未来を描き、地方にはいないが大都市には期待しうる存在と関わり合うことを選び取るものであった。図－4で言えば、この地域の人々自身が、左下から右下を経て右上への移行を目指して意識を変え、実践しはじめたと言える。

A氏はこの求めに応じた。彼が関わるアイドル

が、りんごをモチーフにしていたことが決め手だったという。A氏は赴任後、りんご農家のベテランから若手まで、また女性たちとともに作業し、語らい、それを毎日SNSに発信していった。東京から突然やってきた若い女性という設定で発信をして、地元の女子大生をモデルに起用すると話題を呼んだ。芸能プロダクションと関わっていることもあって、彼には広告制作の依頼が入るようになった。彼が重視したのが、協力隊の受入地域などのりんご農家や農協、りんごを扱う商社からの依頼で、ときには営業をかけることもあった。

受入地域では、地域の将来像を議論し協力隊の募集活動に当たったメンバー約30人を中心に、協力隊の日常の相談に乗るほか、定期的に（3、4カ月に1回）協力隊の報告を受ける協議会を設立していた。着任から1年が経とうとするとき、A氏は協議会に悩みを打ち明けた。「まだまだ当初の目標は達成できていないが、広告代理店として独立したい」というのである。

その年度末は地方創生初年度に当たり、交付金のもと、全国で移住PR動画制作が進められていた。弘前市も例外ではなく東京の大手広告代理店に発注していたが、同社が全国的に受注していた関係で納期に間に合わなくなった。そこで市からA氏に、同社の下請けに入って動画を制作してくれないかという依頼があったのである。A氏ははじめプライドもあって断ったが、ふと考えると、このように東京の大手広告代理店に発注される業務が、地方では官民間わず存在することに気づかされた。

同時にA氏は1年間、複数の広告制作を重ねることで、移住前は不可能と思い込んでいた業務を十分に遂行できることにも気づいた。A氏によれば、広告制作は作品ごとに適した出演者やシナリオ・ライター、演出家、スチール／ムービーのカメラマン、音響技師など多種多様な専門人材が必

要だった。そうした専門人材が、人口10万人規模の地方都市には十分に存在しないと決めつけていた。だが、制作に取り組むと、通っていた芸能プロダクションの周辺で、そうした専門人材に一人また一人と出会ったというのである。

この二つの気づき、すなわち意識の転換からA氏は起業が十分に可能であると考え、受入地域の人々に相談したのであった。地域の多くの人々は、これからA氏との共同作業を深めていこうという矢先であっただけに、困惑を隠せなかった。しかし、地方創生が本格化しつつありA氏の商機が広がっていることも人々は理解していた。さらに、りんごをめぐるのは、専門商社はもとより、剪定ばさみやりんご箱の製造・販売業をはじめ、全県で10に満たない事業者が、全県のりんご農家と取引するかたちで、事業を成立させていることも承知されていた。何よりこの1年で培われたA氏と互いに信頼し尊敬し合う関係が重要であった。そこでA氏を温かく送り出し、これからも付き合い続けることを約して、協議会の話はまとまった。

A氏の意識の転換は、彼がとどまっていた図-4の右下領域から、大都市との関わり合いを引き寄せることを通じ、右上領域へと脱出するために不可欠だったと言える。それは彼個人では実現できなかった。彼を受け入れた地域、さらに、彼の広告制作を支える専門人材たちとの、互いに尊重し合う関係性の構築が不可欠だった。彼と協業する、北海道出身で進学を機に青森県に定住していた30歳代のカメラマンは、筆者にこう語った。「やつを東京に帰しちゃうようじゃ、この街はダメだって、仲間内で言ってたんすよ」。彼もA氏が追っかけをしていた頃からの芸能プロダクションの関係者の一人であった。

A氏の創業を経済的な側面から理論的に説明し、一般化させることも、地域経済循環論から可能である(藤山、2015; 枝廣、2018)。現在、地方創生政策のもと、国が自治体に対し活用を推奨

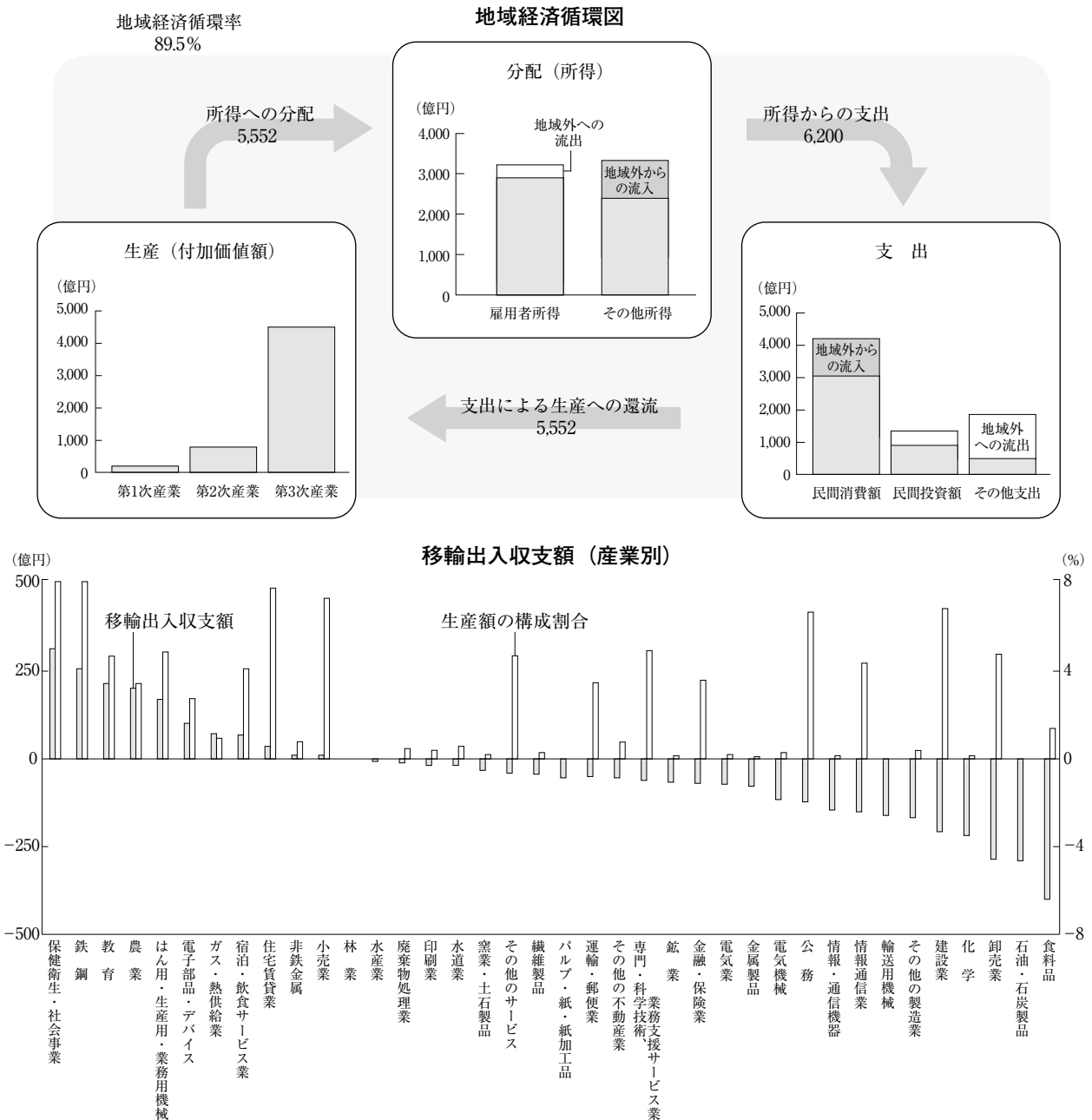
する「地域経済分析システム」(まち・ひと・しごと創生本部)(以下、RESAS)では、図-12のような地域経済循環図と産業別移輸出入収支額が都道府県・市町村ごとに表示される。まず2013年の地域経済循環図からは、弘前市が約6,000億円の経済規模をもち、市外から分配(所得)として980億円の公的補助、また1,237億円の民間消費を得る一方、市内の需要のうち1,419億円が市外に流出していることが読み取れる。

どういった産業で所得の移輸出入が見られるかは産業別移輸出入収支額からわかる。これによれば、弘前市では「保健衛生・社会事業」を筆頭に「鉄鋼」や「教育」「農業」「はん用・生産用・業務用機械」「小売業」などで収支がプラスになっている一方、「食料品」をはじめ、「石油・石炭製品」「建設業」などでマイナスになっている。なかでも生産額の構成割合が高いのが、「保健衛生・社会事業」や「鉄鋼」「住宅賃貸業」「小売業」などのほか、「情報通信業」(マイナス151億円)や「その他のサービス」(マイナス41億円)である。A氏の創業した広告代理店はまさに地域内での需要が分厚い一方、地域外に供給を依存している産業に他ならないのである。

こうした「情報通信業」や「その他のサービス」を域外に依存するのは、弘前市や青森県だけでなく、地方県の多く、地方の市町村の多くに当てはまる。その意味でA氏の移住創業戦略は理にかなっている。実際に弘前市をはじめ、全国各地で大都市圏の情報通信業や対事業所サービスのサテライトオフィスが設けられるのも、この戦略の延長にある。

しかし現実には、経済センサスで2012年と2016年を比較すると、「ネットサービス業」も「広告業」「デザイン業」も自治体の人口規模が大きいほど事業所が増えた自治体の割合が高くなり、人口1万人以下の市町村では、事業所が増えた例はまったく見られない。

図－12 弘前市の地域経済循環図と産業別移輸出入収支額（2013年）



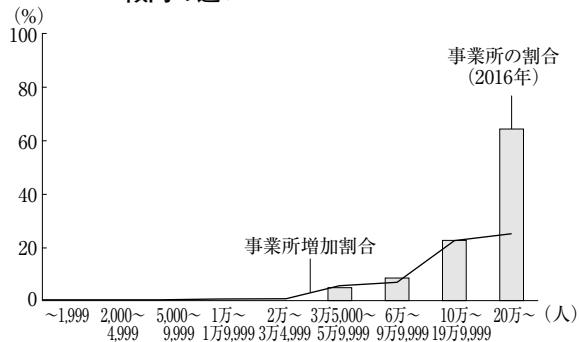
資料：まち・ひと・しごと創生本部「地域経済分析システム（RESAS）」に基づき筆者修正

図－13には、A氏が手がけた広告業について市町村の規模別に分布と事業所が増加した市町村の割合をとった。広告業は人口20万人以上の市町村に寡占状態にある（63.8%）。この現状を前提とすれば、県単位でしか成立しない創業と言える。しかし創業傾向は20万人以上と10万～20万人とで遜色がない。青森県内3位で人口17万人規模の弘

前市で、A氏が広告業を創業しえたのは、けっして特異な例ではない。県単位でしか成立しない状況が、県単位を視野に置いた状況に移行しつつあると言える。

こうした変化をつかみうる背景には、地域経済循環論による客観的分析以上のものがある。A氏個人とそれを取りまく地方の人々の意識が変わ

図-13 市町村の規模による広告業の分布・創業傾向の違い



資料:総務省・経済産業省「平成24年経済センサス活動調査」「平成28年経済センサス活動調査」

り、さらに双方と互いの将来像をすり合わせる実践があった。A氏の場合、広告代理店という目標は、まずもってA氏の経験やライフスタイルから発していた。そのうえで、移住先の地域におけるさまざまな専門人材との出会いと協業経験の積み重ねがあった。さらに、協力隊の受入地域の住民が、A氏を迎える前に地域の将来像の議論を重ね、その将来像を大都市の人々と具現化する態勢を整えていた。同様に、彼に移住を勧めた芸能プロダクションの関係者の間でも、「彼を帰さないような街でありたい」という地域の将来像が、おぼろげにはあるが共有されていた。

図-4で言えば、地方の人々自身が左下から右下に移行し、さらに右上を模索しようとする場が生まれていたことがまず重要である。並行して、A氏のような左下、あるいは左上にいた大都市の個人が、追っかけそして協力隊という契機を経て、彼もまた地方に生きる存在として右下に移行し、地域の人々とともに模索しながら右上へと突破していった。地域経済循環の客観的な情報や知見は、事後的には重要である。だがそれ以上に、このように地方と大都市の人々が、それぞれの認識枠組みと地方の現状と未来をあらためて問い直し、ともに試行錯誤を重ねながら互いに尊重し合える場の存在が明確だったことが、寄与していたと言えよう。

A氏は起業後、りんご農家などの地元の需要も

掘り起こしつつ、青森県各地さらには大都市からの受注に力を入れてきた。個人事業主として年間数千万円の収益をあげつつ、収入の安定と事業機会を求め、通いつめていた芸能プロダクションから給与を得て、地元アイドルの全国展開にも成功している(2019年)。コロナ禍では、収益源の柱である舞台公演の機会が失われた。これに対しA氏はこれまで培ったりんご農家との関係性を生かし、出演機会の激減したアイドルを農作業に従事させ、プロダクションのコンセプトの原点回帰を演出している。

(2)市町村単位を視野に置いた移住継業

次に取り上げるB氏(1980年生まれ、埼玉県出身、男性)は、2014年に青森市に協力隊として採用された。しかしB氏の場合、事前に受入地域内で行政も交えた地域の将来像の検討がまったくなされておらず、結果としてB氏は採用2年目までは、どう地域の視点と折り合いをつけるかに苦しんだ。

もともとB氏が協力隊に応募したのは、埼玉県の職場(機械組立工程)の同僚に誘われ、青森市のねぶたまつりを訪れたことがきっかけだった。天に響き地を揺るがす囃子と見る者を圧倒する巨大な組み灯籠のもと、数日間踊り明かした彼は、青森の人々の1年がねぶたに明け、ねぶたに暮れることを実感し、いつかそのような暮らしをしたいと願って情報を集めていた。そこで目にした青森市での協力隊募集に応じた。

B氏もまた、図-4で言えば、「地方を消費やメディアを通じて捉える人々」であり、いつか移住したいと願っていた点では「地方と大都市が関わり合う可能性を模索する大都市の人々」(図-7では推計800万人)でもあったと言える。生活の事情もあり頻繁に足を運ばない。その間、メディアを通じて情報を集め、彼なりに青森市における特産品開発やオンラインを通じた販路拡大

などの着想をめぐらせていた。

採用後、紆余曲折を経てB氏は、青森市内のりんごの主産地で2005年に合併した旧町を担当することとなった。そこには県内有数の売り上げを誇る道の駅があり、地域のりんご農家による直売所や加工場も揃っていた。彼はさっそく道の駅に、温めてきた特産品開発やオンライン販売の充実などを提案するものの相手にされなかった。2010年代後半から現在まで、輸出拡大を通じてりんごの市価は高止まりを続け、りんご農家の関心は大市場の確保と生産の効率化にあった。実際に2010年から2015年にかけて、この地域だけでなく青森県全体で、直売や加工を手がける販売農家は10%以上減少していた（農林水産省「農林業センサス」）。

2015年から3年間、筆者は協力隊めぐるもう一つのアクションリサーチとして、青森県内の協力隊に呼びかけ、3カ月に1回、成果と目標を、地域と協力隊個人の双方の視点から組み立てることを繰り返すワークショップを重ねていた。A氏やB氏はこのワークショップの常連で、B氏はそこで、青森市や受入地域に将来像がないこと、旧来の慣行にとらわれてばかりいることなど批判に終始していた。この段階のB氏は紛れもなく、移住してきたものの「地方の現在や未来に展望が描けない地方の人々」の一人であった。

任期2年目の秋、ワークショップでのB氏の表情がいつになく晴れやかなのに気づき尋ねた。初めは言を左右にしていたが、受入地域のある女性とイベントで出会い、結婚を約したという。りんご農家の娘である女性は同年輩で、進学のために上京後、帰ってきてベーグルカフェを開業したものの家賃支払いに耐えかねて店を閉じ、今は県内各地のイベントに出店していた。B氏は彼女の夢に惹かれ、ともにその夢を実現しようと約束したのだった。

彼女の夢とは、高品質のりんご栽培の代償として失われた、りんご畑にふくろうが住めるような環境を取り戻し、そうした環境で培われた作物を使った安全な食を分かち合う暮らしの実現であった。彼女が店を閉じたのも、家賃の重さだけでなく、そもそもそのような食材が手に入りにくいためであった。

彼女の夢はけっして孤立したものではない。著名な木村秋則氏²のように、りんごの産地では薬害からそうした夢を抱く人々がいる。B氏はそうした声をあらためて拾い集め、以降3カ月に1度のワークショップで、地域の将来像は「ふくろうの住めるりんごの村」と明確になった。そこに彼女と経営するカフェという個人の将来像が加わり、残された任期でなすべきことを確認し実現していった。この時点で彼は、「地方の現在や未来に展望が描けない」状態から、地方に内在する苦しみと大都市の人々がもつ漠然とした食への不安を背景に、食の安全や顔の見える関係性を希求する未来を描き、その具現化に向けて実践する仲間を得たと考えられる。

任期残り1年では、イベントで知り合った受入地域の地方銀行の支店長の指導を仰ぎながら経営計画・資金計画を立てた。別のイベントで知己を得た農業普及指導員から、ベーグルの原材料となる奨励品種の小麦の存在と調達方法を学んだ。さらに、首都圏から移住しこの地で自然栽培に取り組む農家も紹介され、小麦だけでなくノンカフェインコーヒーの原材料となる大豆の調達に道筋をつけた。

このノンカフェインコーヒーの取り扱いとは、実はB氏の父の経験に基づく。B氏の父は埼玉県川越市で輸入食料品小売店を営み、大都市部では健康志向などから需要が高いことをB氏に伝えていた。B氏が機械組立工程に従事しながら、特産

² 世界で初めて無農薬・無施肥のりんご栽培を成功させた。

品開発やオンライン販売の着想を得ていたのも、こうした父とのやり取りが背景にあった。その着想は、受入地域の慣行的なりんご農家には理解されにくかったが、彼女や自然栽培農家の仲間たちには共有された。この間の経緯もまた、地方と大都市の人々が互いに知見を交わし実践しながら、ともに意識を変え、新たな行動に踏み出す過程と言える。

こうして任期終了前に地方銀行からの融資を得て、伴侶の実家が所有する農地の一角に、店舗兼住宅を新築し、2017年の春、ベーグルカフェを開業した。道の駅が面する幹線国道から脇に入った、必ずしも好立地とは言えない店ながら初年度から収益は安定し、2年目にはパート従業員を計8人雇うまでに成長し現在に至る。

このB氏の創業戦略もA氏と同様に、地域経済循環論から読み解くことができる。B氏が開業した旧町は経済圏としては弘前市に近い。図-12を再度参照すると、弘前市では生産額の構成割合としては高くないものの、「農業」の移輸出入収支の黒字額は全産業で第4位、200億円に上る。しかしその一方で、最も赤字額が大きいのが「食料品」でマイナス400億円を数える。

この構造は青森県全体に共通している。県は「攻めの農林水産業」を掲げ、農林水産品の販売額は全国7位で、7年連続で伸びている（農林水産省「平成30年生産農業所得統計」）。しかし食料品（製造業）は県外に依存し、しかも全国（6.7%）を上回る7.2%（61社）減少している（経済センサス、2014～2016年）。B氏が着目した県奨励品種の小麦も、精麦は岩手県の事業所に依存している。こうした食料品（製造業）の産地からの遊離は、製造業の集約化・専業化から帰結する全国的現象だと考えられる。

これに対しB氏は、契約農家から仕入れた小麦や大豆などの精製設備も調達し、生産・加工・販売の過程を近接化させた。さらに原料としての販

売も手がけ収益源としている。まさに農業県における盲点をついた創業戦略と言える。

だがB氏は、こうした理論的な背景をもって経営計画を立てたわけではない。地方銀行の支店長や普及指導員からは、より安価な県外からの原材料の調達を勧められていた。これに対しB氏には、出発点となる地域とそして彼個人の将来像があった。事業はそれを実現する手段の一つにすぎず、でなければ彼には意味がなかった。そう熱弁をふるい自らリスクをとろうとするB氏に、支店長も指導員も最終的には理解を示して応援を始めたのだという。

この支店長や指導員のように、B氏にも将来像の実現を後押しする関係者が少なくない。ただしA氏のようにそれは、あらかじめ地域の将来像を語り合い、大都市の人々とともにその閉塞を超えようとしている人々ではなかった。B氏の伴侶にしても、移住してきた自然栽培農家にしても、地域のなかに散在し孤立した存在である。それらがイベントという場、何より将来像に向かうB氏自身の動きや働きかけを通じて互いに知り合った。そして、支店長や指導員がそうだったように、互いに敬意を払ってできる限り協力する関係性が構築されはじめていく。

B氏がA氏と異なるのは、協力者との関係性と同様、顧客もまた、人口10万～20万人程度の生活圏に散在して見えにくい、一度認知されれば継続していく点である。経済センサスによれば、B氏が創業した「飲食店業」は人口5,000～2万人規模の自治体で、事業所が増えた市町村の割合が最も高く（約25%）、また併せて手がける「菓子・パン製造業」は人口5,000～20万人までの市町村で、その割合が一貫して4割を超える。そのような一定の市町村規模を視野に、取引先や顧客との信頼関係が構築されるとき、B氏のように起業と安定した経営の展望が開かれると言えよう。

その信頼関係は、地方でも大都市でも共通する

安全な食や顔の見える関係性に基づく。だが一見、それが容易に実現できそうな地方でこそ、農産物の栽培の慣行、系統出荷の強固さ、食品加工・流通の拠点化などにより、具現化が難しくなっている。このように、地方でこそ実現できそうであるにもかかわらず実現できていなかったからこそ、B氏の掲げた安全な食を分かち合える顔の見える関係づくりという理想は、地方の閉塞を乗り越える将来像として、地方で暮らす人々から一定の範囲の広がり、共感を得ていると言えよう。

(3) 集落単位を視野に置いた移住創業

3人目に検討するC氏（1984年生まれ、島根県出身、男性）は、A氏、B氏に先立ち2013年、青森県佐井村に協力隊として採用された。下北半島の南北60キロメートルの西海岸に広がる佐井村は、この50年間で人口が3分の1まで減り、2,000人を切っている。これに対し村では専門家の入った住民ワークショップを経て2011年に経済戦略ビジョンを策定し、協力隊はその担い手となることが期待されていた。とりわけ着地型観光の担い手が募集されC氏はこれに応じた。

C氏は島根県に生まれ進学を機に上京するが、就職では島根県内に戻っていた。情報機器の販売・管理の仕事で全国を飛び回る日々を送り、佐井村も営業範囲にあった。佐井村では2000年代後半、全戸にオンライン回線と情報端末を配備する総務省事業が進められていた。条件不利地域も営業するなかで、大都市から遠く離れた場所で暮らしたいと考えるようになっていた。この段階でのC氏は、図-4の右下で、地方の実体験があり大都市から離れることを目指していたと言える。

そこで配偶者とともに佐井村に移住した。佐井村は、2009年に診療所が閉鎖されるなど、青森県内でも条件不利地域と知られる（青森市から車で

約3時間）。だが、配偶者はオンラインでアクセサリー販売を手がけ最低限の収入もあり、暮らす場所にもこだわっていなかった。

筆者がC氏に出会ったのは毎年9月14～16日に開催される、村の鎮守例大祭の場であった。筆者は2012年から山車運行組織とともに、運行への非出身・非在住者の参加のあり方や技能・芸能の継承のし方について、アクションリサーチを進めていた。山車の組み立てが始まる13日から、解体とあとふき³が終わる17日まで、早いときには朝4時から夜1時過ぎまでともに働き、ともに飲んでいった。そこにC氏もいた。C氏は酒が飲めず、建設労働者や運送業者、漁師などが少なくない人々のなかでは浮いていた。しかし言われたことは黙々とこなし、「つまんねやつだ」とくさされながらも、じっと人々の話を聞いている姿が印象に残った。

C氏は2年目、法人化された村の観光協会とは別に法人を立ち上げ、2015年には下北半島版の『食べる通信』を発行しはじめた。関係人口概念の提唱者の一人である高橋博之氏が村を訪ねたときに、C氏が案内をしたのがきっかけであった。このときC氏にはまだ協力隊の報酬があったが、『食べる通信』刊行などをはじめ、法人の出資金500万円は自費で負担した。

C氏は『食べる通信』の素材として、村が経済戦略ビジョンで注力してきたウニやワカメといった水産物とは異なるものに積極的に注目した。天然記念物であるニホンザルによる致命的な被害のもと、獣害のない新たな農産物として県が奨励するアピオスや、獣害の源として忌避されがちなサル自体も取り上げていった。しかも、そうしたアピオスの栽培やサルの調査に自ら参画し、一定の収入も得るようになっていった。

この時期のC氏の口からは、明確な展望が語られたわけではない。だが、2015年から現在まで続

³ 祭礼の後の納会。

く、村の農家や漁師たちとのワークショップの折のやり取りでは、C氏はこの土地で暮らす人々のことを実によく観察し、しかも前向きに理解していることがうかがえた。例えば、地元の30～40歳代の女性たちは女性たちだけになると、驚くような猥談を繰り返すのだが、そうした場が少なくなっている。だから、アピオスの草取りや下処理など、あえて彼女たちに仕事として出している、などといったことである。

したがってC氏は、A氏やB氏のように、地方の人々が口に出して語る将来像と、直接的にすり合わせを行っているわけではない。むしろ、口には出して語らないような生活の機微に目を向け、それ自体を肯定することによって、その先に地方の未来を思い描いていたと考えられる。もちろんその際、全国を営業して回った彼の経験や『食べる通信』を学び実践するなかでの気づきから、大都市圏の人々の志向にも目は配られていた。C氏は、例えばニホンザルとともに暮らすことは、たしかに気が滅入るが、隠すべきというより大都市に向け共有すべきだし、関心と共感を得られるはずだと語っていた。

『食べる通信』の刊行は、当初から設定された3年間の区切りをもって終えた。また、協力隊として求められていた着地型観光の展開も、村歌舞伎やサル調査への参画など、ここにしかないプログラムを継続しているものの、それだけで生計を立てるには至っていない。しかし『食べる通信』から派生して着手した農業では、下北半島一円で奨励されたアピオスの最大の生産者になったほか、加工品の製造・販売も堅調に推移し、さらに作目を増やして生産規模も拡大している。「何を作ってもダメだ」と県普及指導員も地元の農家も認めていた地で、農を軸にした生計モデルを確立しつつある。

2019年からは法人スタッフとして30歳代の女性を一人雇用している。筆者は、まつりや生産者の

ワークショップで年に3、4回村を訪ねているが、水産物養殖のスマート化、地ビールの一貫生産、地理的表示作物の大規模栽培など、新たなプロジェクトが動き出すたびにC氏の姿を目にする。

村の人々も「何か一つの軸を見つけねばまいね」とC氏の試行錯誤を心配する。だが、そう語る表情の穏やかさを見ていると、そのように試行錯誤ができる場がC氏の周りにできたことを好意的に受けとめ、そうした場に自らも加わることを楽しんでいるように見える。そのように根底でC氏を信頼しているからこそ、30～40年間放棄されてきたとはいえ、開拓の労苦が残る農地を譲るなど、人々はC氏に声をかけ続けるのであろう。

これに対し経済戦略ビジョンを策定した住民ワークショップは、試行錯誤を重ねる場にはなっていない。ビジョンでは、専門家の指導のもと、「内発的発展」を掲げ、村には漁業しかなく、その漁業は組織化と高付加価値化でしか生き残れないという大方針が共有されていた。だが策定後は役場と漁協が先導して取り組み、ワークショップ参加者には取り残された感があった。着地型観光の切り札とされたまちあるきグループも、役場から自立を求められ、自然消滅している。

住民ワークショップとC氏とを対置させると、内発的発展といった理念以上に、試行錯誤を重ねられる場が具現化していることこそ、地方の閉塞感を打破でき、また、C氏のような小規模で分類も難しい創業を果たせると考えられる。すでに内発的発展論が提唱され、それを受けた地域づくりの実践も積み重ねられ、理論化・モデル化も進んでいる。すると内発的発展を掲げていても抽象化され、地方の閉塞感の内実から遊離する危険があると考えられる。

この村の場合、たしかに漁業は誰が見ても地域資源の中核であり、そこで創業をはじめとする事業化が成しえなければ、他には希望がないようにみえる。だが、こうした「この途しかない(There

表－１ 移住創業のケーススタディ

	乗り越えられた認識	創業モデル	市 場	タイプ
A 氏	大都市で可能で地方では不可能	専門サービス業のパッケージ化	地方および大都市圏	ノウハウ移転・共存型
B 氏	大都市でも地方でも事業化困難	食と農の近接化	地方の生活圏	ノウハウ共有・自立型
C 氏	大都市でも地方からも不可能	農を軸にした多業	主に大都市圏	試行錯誤・共存型

資料：筆者作成

is no alternative／TINA)」という発想こそ、地域経済循環論では避けるべきだという指摘がある(Shuman, 2015)。なぜならTINAはまさに、M・サッチャーが新自由主義的改革を肯定する際に語った言葉であり、人々自身の模索よりも、指導者の決断や専門家の助言を優越させる認識枠組みを象徴するからである。この村の場合、そうやって漁業で試行錯誤を重ねた結果は現に見えにくいし、見えないとなったときは絶望しか残らない。これに対しC氏のように、専門家も政策当局者も、そしてそこに生きる人々自身も諦めていた農業で、少しでも可能性を展望させる価値は大きい。希望を広げ、試行錯誤に関わる人々を着実に増やすからである。

(4)小 括

以上、A氏、B氏、C氏の三者三様の移住創業例を検討してきた。創業をあえて類型化すれば、表－１のようになる。

A氏は自身、大都市では可能だが地方では不可能だと考えていた広告業を創業し、地方と大都市圏双方を顧客に展開している。その広告業は、いわば顧客のニーズに応じて多様な専門サービス業をパッケージにして商品化するものである。その手法は大都市では定着しており、そうしたノウハウを地方に移転したうえで、地方・大都市双方の需要に応えようとしている。その意味で「ノウハウ移転・共存型」と呼べる。

これに対しB氏は、大都市でも地方でも希求されながら事業化が容易ではない、食の安全志向に訴求する飲食・食品加工業を創業し、地方の人口

10万～20万人程度の生活圏を市場にしている。食の安全志向に訴求するうえで、食と農の近接化が図られ、近隣農家からの契約栽培品を自ら加工・販売している。こうした事業は、大都市でも地方でも望まれており、B氏も手法を共有している。だがA氏と異なり地方の生活圏で自立した事業を展開しており「ノウハウ共有・自立型」と名づけられよう。

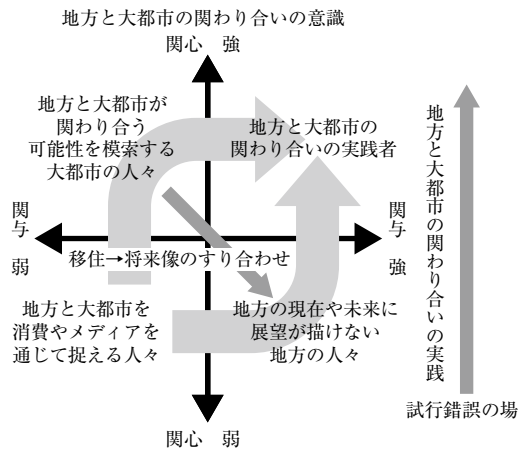
最後にC氏は、大都市でも地方からも不可能だと考えられてきた条件不利地域での農を軸とし、観光業や調査業（ニホンザル生態調査）などの異なる事業の組み合わせ（多業化）を達成している。農では栽培・加工・販売を一貫して手がけてもいる。市場は主に大都市圏だと見なしてよい。C氏の事業は特定の型がなく試行錯誤を重ねている点に特徴がある。一つ一つは小規模でも組み合わせあって多業として成立している。市場として大都市が常に念頭に置かれている点で、「試行錯誤・共存型」と呼べる。

これらの創業モデルは地域経済循環論などから理論的に導き出せるものの、どの事例でも創業者とその周囲の人々が、将来像を模索し試行錯誤を繰り返すことによって、地方の未来に展望を共有できる場の存在が不可欠だった。

A氏のモデルもそうした場がなければ、そもそもパッケージ化ができなかった。B氏もC氏も将来像の手がかりとなる地元の人々とのやり取りがあった。そうして人々の共感を得る将来像が根底にあったからこそ、試行錯誤を重ねる3氏には、人が人を呼ぶ輪がかたちづくられたと考えられる。

したがって創業支援に当たっては、あらかじめ

図-14 関係人口の動態に不可欠な試行錯誤



資料：筆者作成

定まった創業モデル、特に単一の事業で生計を成り立たせるモデルを、TINA＝他に選択肢がないものとして強要しない態勢整備が急務である。B氏における地方銀行の支店長や普及指導員は当初、B氏の将来像に必ずしも一致しない事業モデルを勧めていた。その勧めどおりに創業したら、少なくとも何らかの経営危機が生じたとき、B氏は事業を立て直す方向性を見失ったことだろう。経済センサスでも、人口2,000人以下の町村で増えた事業所は極端に宿泊・飲食サービス業、社会保険・社会福祉・介護事業に偏っている。それは需要を反映しているように見える一方、創業支援の側の認識枠組みが転換できていないことによる可能性もある。

他方で、このように将来像を模索し試行錯誤をともにする、地方側の人材発掘や場づくりについては、指出（2020）も早くから指摘し、国・地方でも「関係案内人／所」づくりを施策化しはじめている。たしかにA氏のように、あらかじめ地方に暮らす人々による場の掘り起こしが進んでいることも望まれる。B氏もそうした受入態勢ができていれば、閉塞感に終始した1年を経る必要がなかったかも知れない。だが、C氏のように、あらかじめ地域の将来像が人々に共有されていたとしても、試行錯誤を続ける場にはならなかったケー

スもある。この点は、小田切ほか（2019）も事例集やマニュアルに基づく性急な政策展開に警鐘を鳴らしている。特に内発的発展などの理論自体が、他に選択肢のない解として持ち込まれると、試行錯誤の場は育ちにくく注意が必要である。

3氏の場合、みな協力隊を経由していた点が留意される。協力隊は、一般的な移住者とは異なり地域協力活動が求められる。したがって制度上、自身の生活設計だけでなく、地域の将来像に注意が向かう（例えばB氏）。この点は、個人と地域、大都市と地方という二つの視点がときに衝突し、願わくは触発し合う契機となりえ、協力隊にはそうした契機が制度上、組み込まれている。また、受入地域の人々と接する機会も開かれている。B氏やC氏が、さまざまな人々と接し、将来像の模索や試行錯誤の糧とできたのも、そうした機会が制度的に保障されていたからだと考えられる。こうした意味で、協力隊を経由する移住創業は、より展開可能性や持続可能性を高めると評価できよう。

以上の議論をまとめると図-14になる。関係人口の動態については、関与なき関心を経る回路と関心なき関与を経る回路の二つが想定されていた。地方移住はいわば、左上から右下に回路を移すことである。「関わり合いの階段」はこの意味でも地方移住が最終目標ではない。この移行を機に、個人と地域、大都市と地方という視点、つまり将来像のすり合わせが始まるのが望ましい。協力隊では制度上、そうした機会に恵まれていると評価できよう。そのすり合わせが意識で終わらず実践に転換するのが試行錯誤であり、その繰り返しを通じて、展望が描きにくかった地方の未来が拓かれてくると考えられる。すり合わせが成り立つ前提として、言うまでもなく、個人と地域、大都市と地方それぞれの立場を互いに認め合い、尊重し合うことが不可欠になってくる。そうした相互信頼が基盤となってすり合わせが試行錯誤に転換する。

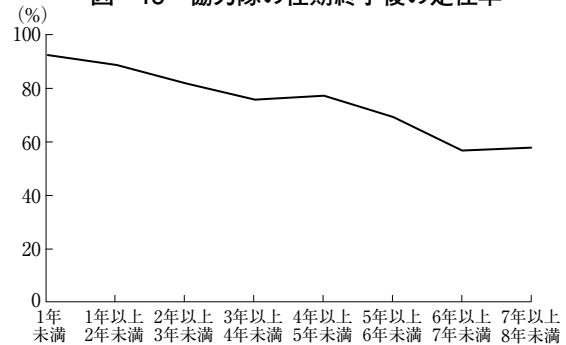
最後に、3氏とも創業後、3～5年が経過していることも踏まえ、事業の持続可能性について考察する。こうした全国的傾向に対し、まず、筆者の協力隊に関する調査を参照してみたい。図-15にあるように、6割が任地の市町村に定住する協力隊は、そのうち、任期終了後3～5年後も8割前後が、6～8年後も6割が定住し続けている。見方を変えると、任期終了後3～5年後は、そのまま定住するか否か逡巡する分岐点になっている。その背景には、この間の所得源や家族構成の変化があると考えられる。退任直後に比べ3年以上経つと、自営業や非正規職員の割合が減る(図-16)。家族構成は単身者が減り、逆に「夫婦と子ども」が増える(図-17)。これらをあわせて考えると、退任直後起業しても、事業継続の困難さ、家族形成に見合う収益力向上・持続の困難さなどから、正規職員に転じる人が少なくない。そうした道が得られない場合は、再び大都市に戻る傾向にあると言えよう。

B氏は基本的に事業モデルを変更していない。他方、A氏は雇用所得を得るようになり、C氏は収益の柱を観光から農業に変えている。またA氏は配偶者がいないのに対し、B氏とC氏には配偶者がおり、B氏は共同事業者として、C氏は生計を同じくする者として、密接な補完関係にある。なおB氏、C氏とも子どもはおらず、両親の扶養負担も生じていない。

今後、子どもや親の養育に当たるようになったとき、現在の事業モデルのままで生計が維持できるのか予断を許さない。A氏が雇用所得を得るようになったのも家族形成が視野に置かれていたのかも知れない。

また3～5年が分岐点になることについては、3氏だけでなく、創業を果たした協力隊の多くから日本政策金融公庫融資の返済無利子期間(3年間)との関連が指摘されている。これは起業の円滑化に配慮した国の措置であるが、この期間を経

図-15 協力隊の任期終了後の定住率



資料：平井・曾我(2020)(図-16、17も同じ)

図-16 協力隊の任期終了後の所得源の変化

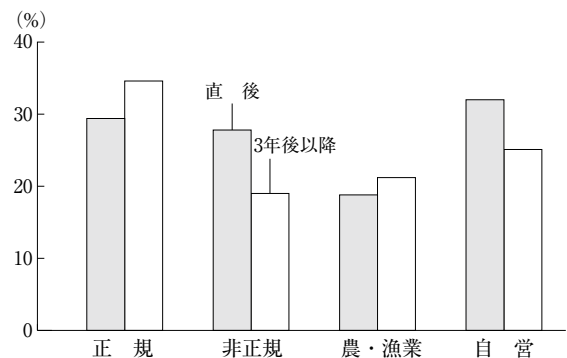
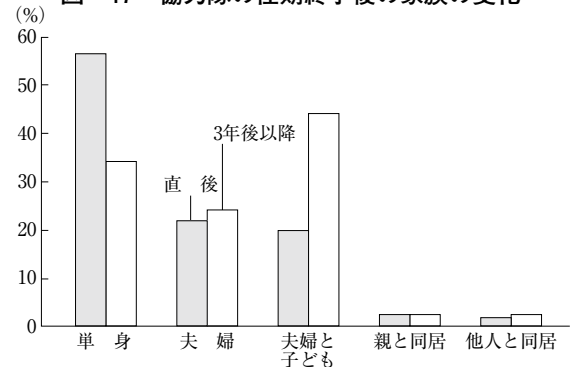


図-17 協力隊の任期終了後の家族の変化



ても事業の安定化が図れず行き詰まる可能性もあり、筆者も5件、そうした事例を目にしている。A氏、B氏、C氏はいずれも特別交付措置上の支援金も日本政策金融公庫融資も受けず、一般の銀行融資か自己資金で初期投資や経費を賄っている。この意味では、協力隊に限らず、スタートアップ時の資金調達方法は十分に検討した方がよいと考えられる。

5 地方に内在する関係人口の掘り起こし

最後に、地方の地域内から関係人口を掘り起こし、地方と大都市の関わり合いを通じて、地方の持続可能な未来を展望する試みを検討したい。

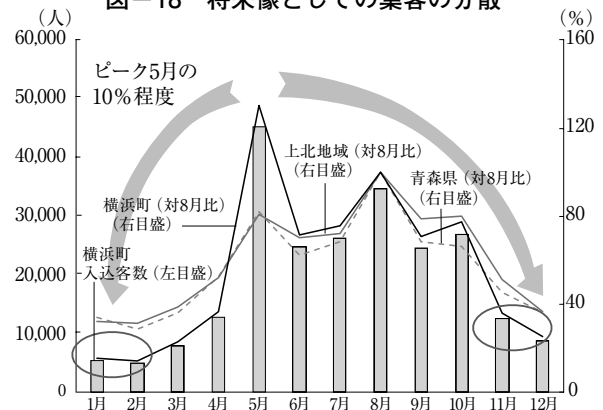
事例は、筆者が2016年から青森県横浜町で続けているアクションリサーチである。

横浜町は下北半島の付け根に当たる陸奥湾側の沿岸に位置する人口4,403人（2020年7月時点）の町である。養殖ホタテ・ナマコ漁が盛んなほか、日本ハム(株)系列の養豚・養鶏の大規模事業所が、また隣村には日本原燃(株)が立地し、それらの被雇用者が多い。町全体の経済規模は227億円を数え、町民の単純所得約515万円は、県内（約366万円）でも高い水準である（2013年RESAS）。

町には国道沿いに1999年に建設された道の駅がある。しかし国道に沿って高速道路を建設中で、完成後の集客減が危惧されていた。そこで県と町では国の重点道の駅への指定を仰ぎ、2015年から道の駅の機能拡充に向け基本計画の策定とその実施を進めることとなった。筆者は策定の最終段階に招かれたが、住民とともに取り組むことを町に提案した。そこで出荷者主体による産直の機能強化を支援する県事業を活用し、2016年からワークショップを重ねている。

この道の駅では、地元農家による野菜出荷団体、農協女性部を核とする加工グループ、そこから派生した女性加工グループ、生活改善運動を母体とする女性加工グループ、漁家の女性たちの出荷・加工グループなどさまざまな団体が協議会を組織している。しかし傘下の女性たちは、基本計画策定委員会には参画していなかった。また開業直後から道の駅の集客は伸び悩み経営も不安定であった。これは協議会からの販売手数料が低く（15%）設定されていたほか、出荷物の季節による偏りが大きいなど、道の駅本体と協議会との経営方針の

図-18 将来像としての集客の分散



資料：横浜町・青森県（2016）に基づき筆者修正

すり合わせが十分に行われていないことに一因があると考えられた。

そこでワークショップでは、協議会の内部の、また協議会と道の駅の間での風通しを良くすることを目指して、定例のお茶っこ（茶話会）を設けたほか、さまざまな部署の若手役場職員を交えたブレインストーミングとロードマッピング、学生インターンシップなどを次々と進めた。

互いに議論できる関係を紡ぎつつ、1年目にくりかえし行ったのが将来像の再検討である。たたき台としたのが基本計画の参考資料であった。ここでは図-18のように、道の駅の集客時期が極端に集中しているため、特に冬期間に分散させることが謳われていた。これは集客施設の一般的な経営戦略としてはけっして間違いではない。この方向性を受け協議会でも、産直機能強化の一環として2013年から、野菜のハウス栽培や西洋野菜の栽培に試験的に取り組んでいた。

しかし同じ資料に注目すべきデータが掲載されていた。町民の47.5%が道の駅をほとんど利用したことがなく、月に1日程度の人を含めると92.1%に上るという調査結果であった。

たしかに観光客は冬の期間訪れない。そもそもこの道の駅の機能強化の柱は、2012年の豪雪災害を踏まえ、暴風雪への対応機能の強化に据えられていた。これに対し住民の需要にはこうした季節

変動はない。ほとんど利用しない町民4,000人の野菜消費の半額でも道の駅が吸収できれば、当時の野菜販売部門の売り上げを4倍に増やし、協議会全体でも1.5倍に伸ばすことができると考えられた。

こうした現象は各地の道の駅でも見られると考えられる。国道沿いに建設される道の駅の主要な機能はナビゲーションにあるとされ、はじめから経営の視線が外来者に向いている。したがって、この町のように、地方創生の拠点整備の対象となっても、そこで暮らすほとんどの町民にとってそれは、うわさ話も含めたメディアで接する出来事にすぎない。いわば、多くの町民にとってこの道の駅は、目の前にありながら「メディアを通じて捉える」ものでしかなかった。そのような道の駅ではそこに「地方の未来に展望が描けない」のは当然である。

このように資料を読み解きながら、ワークショップではおのずと、どうしたら町民の消費を道の駅に引きつけることができるかに関心が傾き、ブレインストーミングを重ねていった。

福祉系の女性担当者を中心に、町で運行する高齢者向けの福祉バスを、公営温泉だけでなく道の駅にも停車させるアイデアが出され、すぐ具現化した。同じ車体がスクールバスにも使われる制約のもと、利用者の声を聞き取りながら、ダイヤや停車場所が小まめに変更されていった。

さらに、高齢者向けに町内の各公民館で開かれているサロンの場で、道の駅の商品を販売する案も出た。産直の機能強化として全国で進められている集荷・配達の支援事業を活用したほか、高齢者サロンだけでなく役場や漁家の作業小屋への配達も始められた。

次いで、保育園や小中学校の子どもたちから道の駅やその商品の絵画を募集し売りに掲示していった。その試みから今度は、在住の中高生から加工商品の提案を募集して実現したり、自主的な

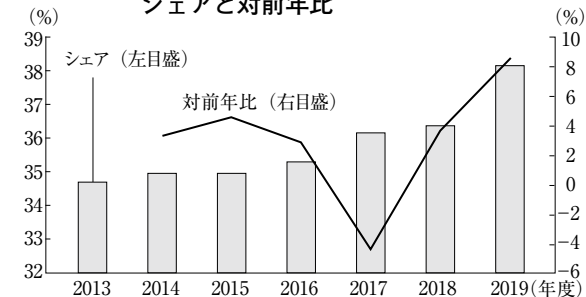
勉強会を開催して日常的にイラスト入りのPOPを掲示・更新しはじめた。

この一連の取り組みは、出荷者の女性たちによって発案され、役場の協力も得ながら、一つひとつ実現していった。なかでも注目されるのが、当初、手芸品出荷者の一人にすぎなかった40歳代の女性D氏である。D氏のような一出荷者の立場は協議会では保障されていなかった。しかしワークショップには出荷者であれば誰でも参加できた。D氏は茶話会の常連から、茶話会を呼びかける立場になり、イラストが趣味だったことから絵画展やPOP勉強会も主唱し実現していった。さらに集荷・配達の担い手の公募にも応じ、たんなるスタッフの枠を超えて、高齢者以外にも集荷・配達先を広げる推進役にもなった。福祉目的の事業でそうした機能拡張はけっして簡単ではなかった。だがD氏だけでなく役場の担当者も、ワークショップを通じて事業目的が、高齢者福祉に限らず、「道の駅の需要を地域内から掘り起こす」ことだという将来像が共有されており、実現が図られた。

D氏のようにこの町で生まれ育ち暮らし続けながら、町の将来に鬱屈を感じている人々は少なくない。それが、このワークショップのような試行錯誤の場に加わることで、あらためて町の将来像を模索し、その場に関わる人々とともに一つひとつ実践を積み重ねるようになった。まさに「地方の未来に展望が描けない人々」からの試行錯誤の場を介した離脱が図られていた。2018年からはD氏をはじめ協議会の複数の女性たちが、道の駅全体の基本計画推進委員会の構成員とされ、年長男性が多い会議に現場の声を届けるようになっていく。

2016年からの道の駅での取り組みの成果は図-19のように如実に表れている。2017年から道の駅全体に占める協議会の売り上げシェアは年々増加し、対前年比の伸び率も向上基調にある。道の駅全体としても2018年以降、売り上げが増加に転じた。観光客向けの箱菓子や缶ジュースなどの

図-19 道の駅全体に占める協議会の売り上げシェアと対前年比



資料：道の駅よこはま「決算資料」

売り上げはこの間横ばいであった。協議会が試行錯誤を経て、足元の住民の需要を丹念に掘り起こした成果が具現化している。

その意味では、この試行錯誤ではD氏ばかりでなく、幅広い町民が道の駅に愛着を持ちはじめ、その商品を求めていると言える。そうした町民は、試行錯誤が始まる前には、道の駅の将来に関心を持っていなかった。言わば、道の駅を軸にしては、自らの生活を含むこの町の将来を思い描けていなかった。それが道の駅に関心を持ち、足を運んだり、商品を買って求めたりする実践に踏み出すようになっていく。

図-19で同時に注目されるのが、協議会の売り上げが対前年比で2017年にマイナスを記録した後、V字回復を遂げている点である。このときは道の駅全体の売り上げも落ち込み、駅長が交代することになった。

これもまさに試行錯誤の結果であった。公式の基本計画で道の駅の将来像は、冬期間に観光客を誘致することとされていたのが、その場に招かれなかった女性たちの意識の変化によって「地域内から需要を掘り起こす」ことが加わった。観光客誘致と地元需要発掘は方向性も手法も異なる。女性たちは新たな将来像に向かって着実に実践を重ねようとする。現場に混乱が生じるのは明らかだった。2017年の落ち込みはそうした将来像をめぐる葛藤の結果であった。女性たちに対する年長男性たちからの反発もあったであろう。2018年以

降のV字回復は、将来像が明確化したことによる展開の着実化を映し出しているが、道の駅全体だけでなく協議会内、また女性たち自身のすり合わせがあらためて求められてもいる。実践が積み重なるにつれ、女性たちのなかにも進捗の違いが現れているからである。

この女性たちの意識や実践には大都市の視点が含まれているのだろうか。D氏をはじめ女性たちが気づきはじめてことがある。それは、町民を引きつける試みの延長に、観光客の誘客がある事実である。女性たちは、地元の子どもたちを楽しませようと、町外の量販店では広く手がけられているバレンタインやひなまつり、クリスマスなどのフェアを2017年から始めた。特産のホタテやじゃがいもが大量に持ち込まれれば、収穫祭も定期的に開いていった。特に町外に周知はしなかったが、口コミで広がり2019年には地元客以上に観光客の姿が目立った。

コロナ禍では、売り上げは道の駅全体で2020年4、5月に6割減、6、7月に2割減だったのに対し、協議会分は5割減ののち回復した。将来像の組み換えが観光収縮のリスク回避に寄与したのである。さらに、そうしたリスクが今後も顕在化しかねないことを、関係者にあらためて認識させた。D氏たちは現在、この機会だからこそ、町外の人々に向けたオンライン販売の強化に取り組もうとしている。しかも、新たな将来像に基づいて、地域外の人々とも継続的な関係づくりを図ろうとしている。ふるさと納税の返礼品に手を上げるだけでなく、新たな顧客との顔の見える関係づくりにオンライン会議システムを活用しようとしている。

D氏をはじめ協議会の女性たちは、産直機能強化の支援を通じて、毎年のように首都圏のスーパーを間借りし、店長から販売の哲学や手法を学びに通っている。行きたびにさまざまな学びがあるようだが、ふりかえりのワークショップでくりかえし聞くのが、「横浜って青森にもあるのって

聞かされて、まずそこが面倒だもんね」という話である。彼女たちなりに抱いているこの町への誇りは、首都圏の見知らぬ人々と相対するたびに損なわれている。だが、他でもないその損なわれから会話が始まり顧客が生まれる。D氏たちにとって大都市の人々は容易に将来像を語り合える存在ではない。むしろ、自分たちの誇りを傷つけ、そこからようやくコミュニケーションが始まる厄介な存在である。だからこそ今、先の見通せない試行錯誤の仲間として、彼女たちは大都市に目を向けはじめている。移住創業の例になぞらえれば、地域経済循環を充実させる自立性と、そのうえでの大都市との関わりを志向する「自立・共存志向型」と呼べるだろう。

6 関係人口という運動が展開する場

本稿では地方創生政策の柱の一つに据えられる関係人口論を批判的に検証したうえで、関係人口を通じた地方の持続可能なありようを支える試行錯誤の場の重要性を検討した。

まず、関係人口における関係を、地方に対する「関心」と「関与」の2軸で捉える小田切（2018、2020a、2020b）の議論に立ち返るとともに、「関わり」の多様性、地方出身者と地方在住者の存在にも目を向けて、関係人口を再定義した。すなわち、「地方と大都市の関わり合いを意識し実践する人々」とし、その意識や実践の強弱によって、出身や居住の別によらず、地方・大都市双方の人々を包摂する概念と捉え直した。さらに、人々の意識や実践が変わりうる点に着眼し、意識と実践の強弱によって分類される類型間で移行する可能性を強調した。

そのうえで、関係人口概念が、地方と大都市の関わり合いの認識枠組みを転換する意義に注目し、アクションリサーチの立場から、まずマクロデータの再検討を試みた。第1に、県単位の人口

ピラミッドで関係人口を可視化した。これまでの地方から大都市への流出規模には及ばないものの、今後、地方圏内の関係人口が可視化されれば、地方の未来の持続可能性が見通せる展望を確認した。第2に、価値創造の地域づくり・創業に関わる関係人口の厚みを踏まえると、創業が人口規模の小さい市町村ほど顕在化しており、そこでは「交流傾斜型」と「地域経済循環型」の二つが見られた。第3に、生活維持の地域づくりである共助に関わる関係人口にも目を向け、集落機能の維持は戸数規模（10戸）に左右されるように見えるものの、あとX人定住人口が必要と見るか、すでにX人関係人口が関わっていると見るか、認識枠組みが問われるとした。

次いで、移住創業や住民発の事業拡大のケーススタディから、関係人口の類型間での移行が促される過程と、その先に展望される地方と大都市の関わり合いの具体像を検討した。まず移住創業について、協力隊を介した三つのケースを比較した。第1に大都市で一般的な、専門サービス業をパッケージ化するノウハウは地方では展開できないという認識が乗り越えられ、大都市圏をも顧客に取り込む「ノウハウ移転・共存型」が見られた。第2に、大都市でも地方でも事業化が望まれながら容易ではない、食と農の近接化を図る試みでは、双方のノウハウを共有しつつ、地方の生活圏に立脚する「ノウハウ共有・自立型」を検討した。第3に、大都市でも議論される内発的発展論からも地方の実感からも不可能とされた、農を軸にした多業を試行錯誤のすえ具現化している例を取り上げ、大都市圏を主な顧客としている点で「試行錯誤・共存型」と名づけた。

これらいずれの事例でも、大都市からの移住者と地方に暮らす人々双方の視点に立って地方の将来像についてあらためて議論し、互いに敬意を払いながら試行錯誤を重ねる場の存在が重要であった。協力隊制度は、受入態勢をビジョン・ミッ

ション・モデルで確立しやすい点で、そうした場の構築に寄与しうると考えられた。他方で、これまでの認識にとらわれた創業モデルに基づく支援や過度に手厚い支援、さらに内発的発展論の形式的な運用は、創業者個人だけでなく暮らしの場としての地方にとって、持続可能性の観点から注意が必要であった。

次に、道の駅に出荷する女性たちが、あらためて道の駅と地域の将来像を考え直し、地元の需要を掘り起こしたうえで、大都市圏の需要の取り込みに着手する試行錯誤の例を検討した。地方では、そこに暮らす人々自身が、暮らしの場の未来を展望できていない。そうした意識を転換し実践を重ねられる場を通じて、地域内から関係人口を掘り起こし、暮らしの場の未来を展望できるようになると考えられた。

以上のように関係人口の掘り起こし、さらにその意識の転換と実践の深化には、試行錯誤の場が不可欠である。その場では、地方において社会的に声の小さい立場の人々が尊重されることも非常に重要である。今回のケースでは、大都市から移

住した若い世代、食の安全性や小規模事業への志向、女性といった出身、年齢、ライフスタイル、性別による立場の弱さをかたちづくる典型的な基準を取り上げた。これら複数の基準から多様な立場の人々が互いに尊重する場が求められる。

それは「尊重しなければならない」という規範によって強制されるのではなく、時と場を分かち合う経験の積み重ねからおのずと得られることを、今回取り上げた4例は教えている。女性たちに対する男性たちの反発のように、新たな規範の強制には必ず反作用が付きまとう。そうした規範には「住民は当事者意識をもたねばならない」「発展は内発的でなければならない」といったさまざまなTINA論が含まれる。関係者、特に政策当局者はその点を肝に銘じ、制度設計と運用の柔軟性を念頭に置いた方がよい。

そのように、常に小さな声に耳が傾けられ、柔軟に組み換えられる場が、小さな集落から10万～20万人程度の単位まで何段階にも重層している未来こそ、持続可能な地方のありようだと考えられる。

<参考文献>

- 枝廣淳子 (2018) 『地元経済を創りなおす—分析・診断・対策』 岩波書店
- 小田切徳美 (2014) 『農山村は消滅しない』 岩波書店
- (2018) 「関係人口という未来—背景・意義・政策」 ぎょうせい『月刊ガバナンス』第202号、pp.14-17
- (2020a) 「「関係人口」の意味と意義」 日本地域開発センター『地域開発』2020年冬号 (通巻632号)、pp.2-5
- (2020b) 「地域づくりと田園回帰・関係人口—農山村の変化と展望—」 日本青年館公益事業部「社会教育」編集部『社会教育』888号、pp.10-15
- 小田切徳美・平井太郎・図司直也・筒井一伸 (2019) 『プロセス重視の地方創生—農山村からの展望』 筑波書房
- 国土交通省 (2020) 「関係人口の実態把握」
- 作野広和 (2019) 「人口減少社会における関係人口の意義と可能性」 経済地理学会『経済地理学年報』第65巻第1号、pp.10-28
- 指出一正 (2016) 『ぼくらは地方で幸せを見つける—ソトコト流ローカル再生論』 ポプラ社
- (2020) 「関係人口がひらく未来」 日本地域開発センター『地域開発』2020年冬号 (通巻632号)、pp.60-64
- 椎川忍、小田切徳美、佐藤啓太郎、地域活性化センター、移住・交流推進機構 (2019) 『地域おこし協力隊10年の挑戦』 農山漁村文化協会
- 図司直也著、小田切徳美監修 (2014) 『地域サポート人材による農山村再生』 筑波書房
- 図司直也著、筒井一伸監修 (2019) 『就村からなりわい就農へ』 筑波書房

- 総務省 (2018) 「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会報告書—「関係人口」の創出に向けて—」
 ——— (2020) 「令和元年度地域おこし協力隊の定住状況等に係る調査結果」
- 高橋博之 (2016) 『都市と地方をかきまぜる—「食べる通信」の奇跡』 光文社
- 田口太郎 (2018) 「「関係人口」の地域づくりにおける可能性」 えひめ地域政策研究センター 『ECPR』 Vol.40、pp.13-18
 ——— (2020) 「「関係人口」の地域づくりにおける可能性」 ふるさと回帰支援センター 『2019年度「100万人のふるさと回帰運動」都市と農山漁村の交流・移住実務者研修セミナー資料集』、pp.20-228
- 田中康嗣・小路剛志・平野達郎・伊藤美早紀 (2020) 「関係人口の類型化・定量化～国土交通省「地域との関わりについてのアンケート」結果から」 日本地域開発センター 『地域開発』 2020年冬号 (通巻632号)、pp.6-10
- 筒井一伸・尾原浩子著、図司直也監修 (2018) 『移住者による継業』 筑波書房
- 筒井一伸・嵩和雄・佐久間康富著、小田切徳美監修 (2014) 『移住者の地域起業による農山村再生』 筑波書房
- 徳野貞雄 (1998) 「現代農業・農村研究のパラダイム転換—生活農業論の視点から—」 日本社会分析学会 『社会分析』 No.26、pp.75-89
- 徳野貞雄・柏尾珠紀 (2014) 『T型集落点検とライフヒストリーでみえる家族・集落・女性の底力—限界集落論を超えて』 農山漁村文化協会
- 内閣 (2020) 『まち・ひと・しごと創生基本方針2020』
- 平井太郎 (2018) 「地域社会の再構築にむけた「周辺」の正統化—「討議の場」づくりからの小田切理論の深化」 日本都市学会 『日本都市学会年報』 Vol.51、pp.301-310
 ——— (2019) 「青森にみるトランス・ローカリティの現在」 弘前大学人文社会科学部編、羽瀧一代責任編集 『大学的青森ガイド—こだわりの歩き方』 昭和堂、pp.53-65
- 平井太郎・曾我亨 (2020) 「曲がり角にきた地域おこし協力隊制度：ポストコロナをにらみ」 弘前大学人文社会科学部 『人文社会科学論叢』 第9号、pp.151-176
- 藤山浩 (2015) 『田園回帰1%戦略—地元にと仕事を取り戻す』 農山漁村文化協会
- 宮口侗勉 (2007) 『新・地域を活かす—一地理学者の地域づくり論』 原書房
- 横浜町・青森県 (2016) 『道の駅よこはまエリア地方創生拠点基本計画』
- Bushe, Gervase R. and Robert J. Marshak (2015) *Dialogic Organization Development*, Berrett-Koehler Publishers.
- Lazarsfeld, Paul F. and Jeffrey G. Reitz (1975) *An Introduction to Applied Sociology*, Elsevier.
- Lewin, Kurt (1997) *Resolving Social Conflicts*, Amer Psychological Assn.
- Shuman, Michael H. (2015) *The Local Economy Solution: How Innovative, Self-Financing "Pollinator" Enterprises Can Grow Jobs and Prosperity*, Chelsea Green Publishing.
- Stringer, Ernest (2014) *Action Research*, SAGE Publications, Inc.