

アジア地域の再生と文化産業の展開

——ソーシャルエコノミーにおけるコミュニティ・ビジネスを中心に——

比 嘉 佑 典

はじめに

二〇〇二年～二〇〇七年にかけて、われわれの学術フロンティア・プロジェクトは「東アジア・東南アジア諸国にみる経済発展と都市化による伝統文化の変容——大都市・地方都市・農村の比較——」をテーマに、アジアの八地域の研究調査を行ってきた。それらの地域は、農業から工業への転換、さらに情報化（IT）へと歩みつつある中で、経済のグローバル化が進行し、それによって都市に人口が集中し、逆に農村では経済的にも人口的にも過疎化が進み、その地域に根ざした伝統文化も衰退の一途をたどっている現状を見てきた。グローバル経済発展の影で、地方の危機はますます増幅している。諸地域の「伝統文化の変容」については、危機的状況にある。その状況に活路は見出せるのか、本論文は地域の再生と伝統文化を生かした「文化産業」の視点、つまりソーシャルエコノミーの立場から、今後のアジアの経済発展と伝統文化の関連をみてみたいと思う。

一、アジアの経済発展と都市化

これまで、アジアの八つの地域の経済発展の動向について調査を行ってきた。諸地域の経済政策の転換・産業構造の変動と都市化について調べると同時に、アジア地域に展開する外国の企業、とりわけ日本企業のアジア地域への進出によって、それらの地域の経済はグローバル化され、都市集中型の市場が展開されている現状についても見てきた。⁽¹⁾農村においても、その地域の過疎化と衰退について見てきた。今日それぞれの地域自体は、経済的にも文化的にも危機的状況に置かれつつある。この状況がつづく、何時かは今日の日本および先進諸国の状況になっていく可能性が潜んでいる。

今日の日本の状況は、アジアの中では最たる例だといってよいだろう。国内の人口の大半が東京、大阪、といった大都市をはじめ各地方都市に集中している。グローバル経済・市場経済競争の巨大な歯車がスピーディに回転し、都市の膨張は限界にきている。他方、地方に目を移せば、そこは過疎化が急速に進み、地方の経済・産業は衰退し、国の農村政策もマイナ

スへと方向転換する中で、若者は仕事を求めて都市へ行き、地方は年寄りだけが取り残され、地場産業も伝統的な地域文化も衰退し、まさに地域の危機的状況に陥っている。政府の「地方自治」の掛け声の中で、地方自治体は財政破綻寸前で、夕張市の例のごとく、経済・産業・福祉・医療・教育・文化は破綻をよぎなくされ、これらが市民の生活の上に重くのしかかってきている。「地域の再生」を今や全国の地域が、声高に叫び、起死回生の努力をしているのが日本の現状である。都市化とはいっても、製造業等の海外への進出により国内経済・産業の空洞化は大きな問題になっている。「ものづくり日本」の姿は、もはや失われつつある。これが、現在の日本経済の姿である。

ひるがえって、開発途上国のアジア地域に目を移せば、それらのアジア地域でもその兆候が現実のものになりつつある。このまま行くと、それらの地域は、日本経済および地域の過疎化と財政的破綻と文化の危機の後追いになりかねない。危機的懸念をさえ抱くのである。この例は何も日本に限ったことだけではなく、ヨーロッパの先進諸国にも見られる共通の問題である。日本及びヨーロッパ諸国では、経済の新たな方向へともがき、脱皮を図ろうとしている。アジア諸地域が先進諸国の後追いをすることなく、そのような動向を踏まえて、それぞれの地域の再生について、今のうちから政策転換と地域の再生に力を入れる時である。

今後は、アジアの経済のグローバル化の他に、地方・地域の経済・文化について、伝統文化を生かした「文化産業」や「ソーシャルエコノミー」の観点から「コミュニティ・ビジネス」の創出という新たな道を開拓する必要がある。

二、先進諸国におけるソーシャルエコノミーの動向

(1) ソーシャルエコノミーの台頭

前述したように、二〇世紀は、世界は高度経済成長社会を目指した。ここでは、市場経済システムの下に競争至上主義経済と経済のグローバルゼーション化が進行し、世界の画一的な製品の大量生産、大型流通システムと広域ネットワークを実現させた。その中から派生するものは、物質至上主義ともいえる製品の大量生産であった。物質的な豊かさを実現する巨大な経済マシンがハイスピードで進行していった。

その結果、世界のあらゆる場所で、深刻な公害問題・環境問題を引き起こした。熾烈な競争原理は、人々の生活においては、落ち着いた生活のゆとりや精神的豊かさを失わせる結果をまねいた。

このような、市場経済・競争型社会においてもたらされたものは、社会のひずみ、格差社会、環境・経済上の問題点を多く残した。いわゆる地域の福祉、健康安全、環境問題、教育の問題、地域医療の問題、地域に暮らす住民の心身のゆとりと豊かな生活環境の問題、地域に必要なサービスの提供、地域社会の課題解決に取り組む政策等といった問題は、競争主義至上経済化の下に切り捨てられてきた。

このような危機意識の中から、各国で「ソーシャルエコノミー (Social Economy)」の関心が高まってきたのである。ソーシャルエコノミーの明確な定義はないが、主に、非営利的だが経済的活動を行い、経済的自立を目指すもので、その目的は、社会・公的利益の追求であり、会員や地域社会において民主的な形で形成された経営組織体のことだといわれている。

それらソーシャルエコノミーは、競争主義の市場主義経済の手の届かなかった、地域社会の諸問題の解決に取り組む新たな地域経済活動である。

(2) イギリスのソーシャルエコノミー

イギリスにおいてソーシャルエコノミーは、「まず社会的な背景としては、ワーキングクラス、ミドルクラス等社会的身分の存在による貧富の格差、移民・外国人労働者の増大に伴う新たな社会問題の発生、経済的背景としては、産業革命による工業発展により反映した都市及び工業地域における産業の衰退による地域コミュニティの衰退・崩壊、地域格差の拡大などがあり、政治的背景としては、画一的なトップダウンの地域再生政策が衰退地域の問題解決に貢献しなかったこと、地域の問題の複雑化、多様化によりこれまでの行政や民間サービスでは対応できなくなった⁽²⁾」ことなどから生まれたといわれている。

イギリスのソーシャルエコノミーの展開は、①地域の課題を解決するために自発的な形で生まれたもの、②政府の政策推進の過程又は支援策のもと発生又は活動が活発化されたもの、という特色を持っているといわれている。それらのソーシャルエコノミーが果たす役割は、市場経済下の営利企業や行政機関等が提供できなかった前述した種類の解決や諸サービスの提供をそれぞれの地域が主体となつて、地域の实情に即して補完的地域サービスの提供を行うことだという。経済的にも、社会的にも、地域住民が自らの地域のために必要なサービスを提供する社会参画型のソーシャルエコノミーである。

地域再生の政策やNPO組織や、社会企業家等によつて、イギリスのソ

アジア地域の再生と文化産業の展開

シャルエコノミーは、新たな展開をみせている。

(3) ドイツの社会文化運動

市場主義経済の猛威の中のドイツでも、イギリスと同様さまざまな経済的・社会的問題を抱えていた。伝統的な文化遺産を持つドイツは、その歴史的動向の中から「文化政策」への道を歩みだした。キーワードとしての「社会文化」(Sozialkultur)という概念は、「さまざまなファクターの連携プレーの産物」だといわれている。その一つのファクターは「ユネスコの文化政策宣言、ドイツ都市会議とドイツ都市・市町村連盟の声明であった。それらのなかで、文化の力によつて都市問題を創造的に解決し、社会全体の活性化に取り組むことが合意された。他方のファクターは、新しい社会運動のなかから生まれてきた。主に中・大都市における市民運動、青年センター、フリーの芸術家グループ、女性グループ、平和グループなどの社会文化運動の担い手となった⁽³⁾」。このような草の根グループの社会文化の展開は、改革志向の文化政治家らによつて「新しい文化政策」の柱として取り上げられたという。

一九九五年には、分権的構造に基づくドイツの文教政策の調整機関「全州文部大臣会議」において、「社会文化——各州による振興上の原則ならびに問題」という文化委員会勧告が出された。それによると、社会文化の目標は次の通りである。

① 「万人による文化」ということを真剣に受け止め、可能な限り多数の人々の創造的な自立性を促進すること。

② 「万人のための文化」を促進し実現する、すなわち芸術や文化への

アクセスを容易にすること。

③ 社会的現実と日常生活の経験のなかに文化を取り戻すこと。⁽⁴⁾

ドイツ国内には現在、連邦社会文化センター協会が設立されている。社会文化センターという呼び名は、社会文化活動の拠点施設の総称で、その呼び名はいろいろである。「ドイツの社会教育施設として有名な『市民大衆学』(Volkshochschule)は、その大半が行政もしくは教育委員会による直営形態であるが、これに対し社会文化センターは、あくまで市民主導の非営利法人(BVG)の運営である。①国家、公的制度からの自由(法的には民営形態)、②市場原理に支配された商業主義からの自由(自立)、③センター構成員(法的所有者・職員・ボランティア・利用者)のすべてが対等かつ主体的に運営に参加できること、この三条件を基本にして、センターを拠点とした社会文化活動が全国で展開されている。⁽⁵⁾」

(4) アメリカの動向

市場経済・グローバル経済競争・ハイテク産業の先頭をきるアメリカもイギリスやドイツのかかえる問題はおおむね同じである。筆者は経済の専門家ではないので、アメリカ経済の詳細な動向については、全く素人である。しかし、その素人の目からしても、日々マスコミによって知らされる市場経済競争の残した諸問題は深刻さを増している。

P・F・ドラッカーの『ネクスト・ソサエティ』は、行き詰まりつつある市場経済主義に対して、警鐘を鳴らしつつ、来るべき社会を予見している。彼の、ネクスト・ソサエティは知識社会である。知識が中核の資源となると予見する。それは三つの特質を持っているという。

第一に、知識は資金よりも容易に移動するがゆえに、いかなる境界もない社会となる。

第二に、万人の教育の機会が与えられるがゆえに、上方への移動が自由になる社会となる。

第三に、万人が生産手段としての知識を手に入れ、しかも万人が勝てるわけではないがゆえに、成功と失敗が並存する社会となる。⁽⁶⁾

そのことは、文化産業を考える大きな手がかりになると共に、万人が創造的・主体的な自立性の方向を示すものである。この書で注目しておきたいことは、彼の最終章「NPOが都市コミュニティをもたらず」は、アジアの経済発展・都市化と文化変容を考えるために示唆に富んでいるので上げておこう。

これからは都市社会の文明化が、あらゆる国、特にアメリカ、イギリス、日本などの先進国にとって最重要課題となる。しかし政府や企業では、都市社会が必要とするコミュニティを生み出すことはできない。それは、政府でも企業でもない存在、すなわち非営利の組織NPOの役割である。

第一次大戦直前の私の生まれたころ、都市には人口の5%、二〇人に一人しか住んでいなかった。

第二次大戦が終わったころ、アメリカでは四分の一が田舎に住み、日本では五分の三が田舎で農業にたずさわっていた。今日ではあらゆる先進諸国において、田舎の人口は5%を下回る。途上国でも、人口が増えているのは都市である。基本的に農業国である中国やインドで

さえ、都市の人口が増加している。途上国では、仕事や住まいのあてがなくとも都市に出ようと躍起である。

この人口構造の変化は、人類が定着し牧畜と農業にたずさわることになった一万年前以来のことである。しかも当時は、変化に数千年を要した。これに對しいま起こりつつある変化は、たかだか一世紀の間起こっている。

今日のような都市への人口流入は、史上例がないだけではない。いずれの国でもうまくいっていない。この新しい人間環境としての都市社会の行方は、そこにおけるコミュニティの発展いかんにかかっている。⁽⁷⁾

アメリカは一〇年ほど前から、社会問題を「ビジネス」を通じて解決しようという動きが盛んになってきている。「コミュニティ・ビジネス」が注目され、その担い手である「社会企業家」の育成や社会貢献的な「ソーシャルベンチャー」をマネージメントする人の育成がさげばれ、ハーバード大学やスタンフォード大学のMBAコースには「社会企業家育成コース」があり、人気を博しているという。

三、アジアの経済発展と農村・地方の動向

これまで先進諸国の当面する市場経済発展がもたらした危機と新たな転換、または補足的方向としてのソーシャルエコノミーについてみてきたが、そのことを基本として今再びアジア地域（諸国）の経済発展と都市化と地

方（農村）の過疎化・伝統文化の衰退の問題を取り上げたいと思う。なぜならば、今後のアジア地域における「地域の経済の再生と文化の再生」の未来を占う試金石でもあるからである。

われわれの調査で、先進諸国と同様の問題を抱えている地域に台湾があり、筆者の他の論文（『学術フロンティア報告書』二〇〇五年度）でも取り上げたように、かつて台湾は製造業で栄えた地域である。最初のころは、日本から安い労賃を求めて製造業を台湾に移行した。そのことで台湾の製造業は発展をとげた。台湾自体は、製造業に関して高い技術力を備え、自ら製造業の発展に力を發揮した。しかし、やがて日本が、より賃金の低い中国へ製造業を移転させた。そのころから台湾の製造業の不振が始まった。追い討ちをかけるように、台湾自身が持っていた製造業も、労賃の安い中国大陸へその生産拠点を移していったのである。それから、台湾の製造業の空洞化が始まった。台湾は、ハイテク産業では、先端を切る繁栄を実現したが、一方では、製造業の衰退によって空洞化現象が起きてしまった。われわれが調査に入ったころには、新たな地域再生のプロジェクトが進行中であった。役所の案内で、かつて栄えたいくつかの製造業のあった地域を見学した。廃業した製造業の町や村は、さびれはて、細々と営業を続けている工場にはわずか数人の従業員が仕事をしていた。かつては日本およびヨーロッパまで輸出するほどの繁栄ぶりであったらしい。

再度の調査の際は、産学連携による地域産業の活性化に関する講演会があり、筆者は講演者として招かれた。集まった聴衆は、ニュービジネスを志し、その経営に乗り出している人々であった。別の論文で詳しく説明したように、台湾が製造の空洞化に対する対策事業の柱は「文化創意的産業」

または「生活創意産業」の開拓であった。筆者は、地域の製造業を「文化化」し、それと「観光」と関連で創意的産業を開拓しているいくつかの企業を見て回った。政府のバックアップと関連産業のネットワークによって、「地域の再生」に乗り出していた。不安材料は多々あるが、地域の人々が主体になって、文化創意産業の大実験に懸命に取り組んでいた。

これらの動きは、アジア地域においても、そろそろ「都市の繁栄地方の衰退」がはつきり現れ出した事である。

東南アジアの調査では、台湾地域ほど深刻な例はあまり見られなかった。それらの地域は、日本を始め外資系企業の生産拠点として発展途上にあつた。ただ、急速な都市化が進行し、農村や地方との格差が広がり、先進諸国が歩んだ道を追いかけている傾向にあつた。前回の論文（『学術フロンティア報告書』二〇〇五年度）では、農村・地方の文化的資源を「観光文化化」することによって、経済効果が見込めることにふれた。そして、今後ますます発展する可能性のある観光産業を、地域の伝統文化の再生と合わせて考察した。

話はそれだけで終るものではない。台湾にしても東南アジアの農村・地方にしても、共通の深刻な課題は、地域の福祉、医療、教育、環境問題が山積している。地域住民の生活の安定に関しても、過疎化が進行していく中で不安にさらされている。製造業の空洞化というよりも、農村と地方の過疎化は先進諸国と同様な事態になってきている。

われわれの調査の目的は、経済発展と都市化していくアジア地域の地方都市と農村の実態の比較を通して、そこに根付いていた伝統文化がいかに変容をとげているのかということ明らかにすることであつた。今、経済

市場主義に引きずられて、物質的繁栄の下でゆとりのある、精神的な豊かさを失いつつある。競争原理に基づく市場経済の政策からも取り残されたこれらの地域の再生は、どうしたら可能なのか前途に多難を抱えているのが現状である。若者は都会へ出て行き年寄りだけの村では、伝統的な村の祭りや芸能、伝承文化の継承者は激減し深刻な状態である。

その時にあたって、アジア地域は先進諸国の歩んできた道を、後追いはお先真つ暗である。今早急に対処しなければならぬのは、共通の課題である医療、福祉、教育、環境の問題に《再生の光》を当てることであり、ソーシャルエコノミーの観点から、地域の経済の新展開による《コミュニティ・ビジネス》の創出である。

四、地域の再生の手立てとしてのコミュニティ・ビジネス

ソーシャルエコノミーの台頭については、イギリス、ドイツ、アメリカの動向を取り上げた。ソーシャルエコノミー、つまり地域経済によって立つビジネスがコミュニティ・ビジネスである。コミュニティ・ビジネスを考える上で重要なのは、「コミュニティ」という考え方である。このコミュニティの成立の意義について細内信孝は、次のように整理している。

- ① 東京（都市）への過度な一極集中により、地方の社会・経済がますます衰退している。
- ② 地方の工場空洞化や中心市街地の衰退により、その受け皿（新しい産業）としての「コミュニティ開発」が求められている。

③ 企業中心社会から家庭・地域回帰社会、個人尊重の社会へ向けて、新たなコミュニティが求められている。

④ ポスト・コミュニティは、自然との共生に基づいた人間性の再生（ヒューマン・ルネッサンス）であり、ひいては家庭、地域社会の再生を目指している。⁽⁸⁾

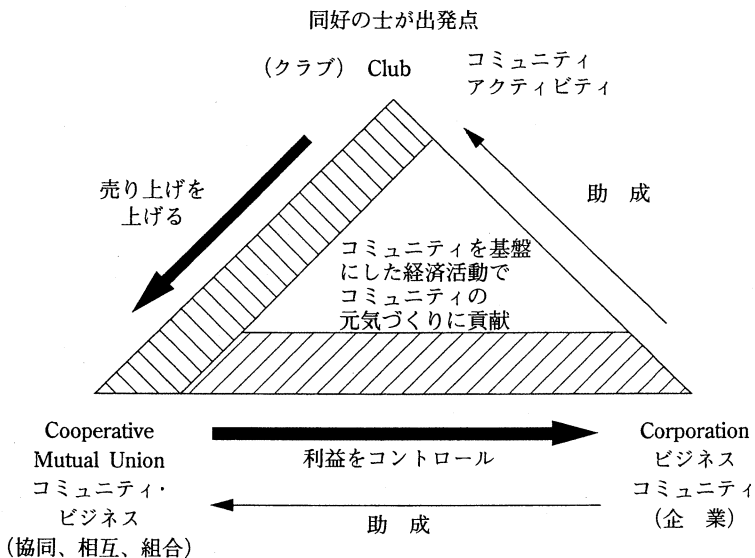
以上のことは、前述したように大都市と地方との間で、とりわけ地方・地域の課題として取り上げられてきた。そのような意義のあるコミュニティをビジネスの観点から捉え、経済基盤の確立も含めて活動を展開していくのが、コミュニティ・ビジネスの特徴である。

従来のコミュニティでは、地域住民は受けて（消費・享受）の立場でもっぱら行政のサービスが中心に行われ、住民自身が経済的活動を行うことはあまりなかった。地域住民の中には、ボランティア（奉仕活動）として、行政のサービス支援を行っており、経済的には無償の行為（慈善）として働いていた。コミュニティ・ビジネスの考え方は、コミュニティにおける住民主体の自立的ビジネス・経済活動も行うという新たな活動である。図で示せば、図1の通りである。

コミュニティ・ビジネスは、「顔の見える」関係作りが重要で、その効果については、「自分と地域コミュニティがつながっている」という意識をもつことが重要になってくる。それはビジネスによって生まれるといってもいいだろう。しかし、ビジネスの視点といっても従来の企業とは異なる。大企業は利益志向で、成果としては効率性、生産性が求められる。これに対し、コミュニティ・ビジネスの利害関係は福祉、環境、子育て、安全な

アジア地域の再生と文化産業の展開

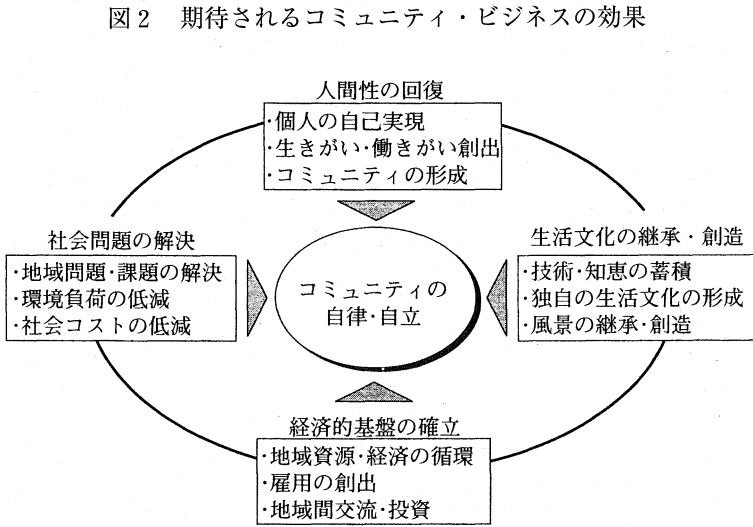
図1 コミュニティ・ビジネス・モデル



(出所) 炭谷茂、他編著『ソーシャルインクルージョンと社会企業の役割』ぎょうせい

どといったさまざまな地域の問題と絡み合う。そして利益追求第一ではなく、顔の見える関係を生み出す、相互扶助やまちの仕事に対する意義や意味を大切にしている。人と人が触れ合うことで生まれる「小さな幸せ」が最大の成果である。」

結論として整理してみると、コミュニティ・ビジネスは、次の四点の効果が期待できるといえる。(図2)



(出所) 炭谷茂、他編著『ソーシャルインクルージョンと社会企業の役割』ぎょうせい

- ① 人間性の回復——個人の主体的な生きがいづくりが可能であり、かつ自らが地域のためになるという働きがい生まれる。
- ② その地域特有の社会問題の解決——地域内の問題を地域の中のコミュニティ・ビジネスで解決していくということ。地域の中で何が問題になっているのか分かることからコミュニティ・ビジネスは生まれ、住民自ら解決していくことができる。
- ③ 生活文化の継承・創造——少子・高齢社会が進むと、例えば地域の祭りが人不足でできなくなるといのように、生活文化・伝統芸能の継承者がいなくなるという問題が生まれる。コミュニティ・ビジネスはこうした時に、地域文化クラブ活動として地域にある愛好団体と地元企業を結びつけ、人々の交流を促す役割を担う。
- ④ 雇用をはじめとした経済的基盤の確立——地域の中で新たな雇用を生み、地域資源や技術が地域の中で循環していくのである。例えば、小・中学校の給食の食材を地元で採れるものを使い、作り手も住民が担っているというコミュニティ・ビジネスなら地域への再投資にもつながる。

新たな地域の再生・まちづくりをしていく場合のモデルを示したが、このようなコミュニティ・ビジネスモデルは、地域住民が主体的に地域づくりに取り組んでいく最善の方法でもある。従来取り残された地域の諸問題を単に行政にまかせることなく、地域住民の自力で地域の課題解決に取り組む、その経済的基盤をも確保し、生活が保持されることがコミュニティの新たな方向である。

池上惇は、ラスキンの産業実験（イギリスのマン島での）を手がかりとした、コミュニティ・ビジネスやまちづくり論の《基本方向》を八点示しているが、重要なので要約して取り上げておこう。

第一に、現代産業が、大型の株式会社所有から「分散的な物的所有」や「開かれた知的所有」へと転換する際に、地域固有の文化資源を発見し、再評価し、従来の産業が残した専門家や職人の知的所有を生かしてネットワーク化し、新たな仕事を起こす。

第二に、地域固有の中核となる文化資源を発見した場合、市民組織や自治体などの公正な評価を得て、共同で出資金や補助金、寄付金を集める組織をつくる。

第三に、組織はNPOや協同組合の事業とし、消費者のニーズに添えて伝統産業や、環境・リサイクル産業、芸術文化、福祉などに関わる産業を再生し、発展させる。

第四に、この組織は伝統を生かし、現代に通用する製品やサービスを提供するとともに、伝統産業の技術やノウハウを生かし、そのノウハウを担う職人を集め、教育し、現代技術との交流を深めて、新たな学校組織や大学とのコラボレーションを実行する。

第五に、さらに、他地域や都市との交流のなかで、中核となるべき文化資源の価値を評価しうる専門家、芸術家などとの交流を進め、社会的な評価を確立する方向を目指す。

第六に、職人や芸術家が活動するために、工芸センター、文化ホール、多くのミュージアム、文化施設、生涯学習のための学校、歴史的建造物

の再生などによって空間の再構築を行い、地域社会、都市、まち、村などの再生を計画する。

第七に、職人や芸術家による財やサービスは地域ブランドをもつ地域社会のシンボルであり、コミュニケーションや輸送機関などのネットワーク・システムの支援や、多くの美しい景観や数々の遺産などを通じて、他地域の多くの旅行者や消費者を惹きつける。

第八に、これらの文化開発計画を支援する、多くの非営利組織、NPO、協同組合と地方自治体との連携を強め、多くのボランティアと専門家の協力によって、都市や地域の再生を図る。⁽¹⁰⁾（傍点引用者）

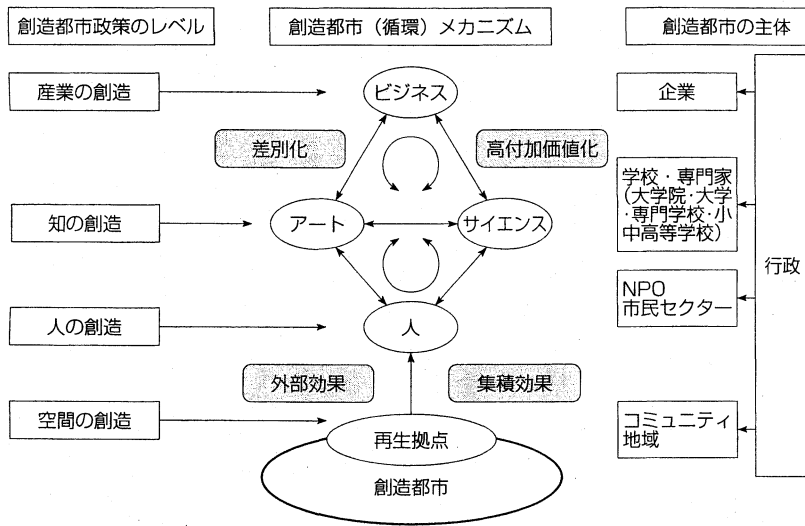
このようにラスキンの産業実験から得られた成果は、今日の地域再生のモデルともいえるものである。東アジア・東南アジアの地方が抱えている「過疎化と失業」、「地域の崩壊」等を考えると、これらの再生の基本方向は、重要な意義を持つものである。

五、文化資源と文化産業・創造産業

引用した基本方向の中で、傍点の部分に注目すると、コミュニティ・ビジネスにとって重要なのは、「中核になるべき文化資源」である。アジアの経済発展と都市化・農村における伝統文化を考える場合に、このエコノミーにおける文化資源という考え方は、それらの地域の「文化的・経済的な再生」にとって重要な意義をもつので、その文化資源について取り上げたい。

先進諸国においては、都市や地域を問わず経済成長から取り残された所

図3 創造都市戦略：創造都市メカニズムの循環を促す



(出所) 塩沢由典・小長谷一之編著『創造都市への戦略』晃洋書房

や経済の破綻および急速な時代の変化に乗りきれなかった企業などによって、沈滞し衰退してしまったという都市や地域があらわれた。都市や地域自体が自立性を失い停滞した中から、そうした都市や地域に新たな創造的試みが行われた。いわゆる「創造的産業の育成」であり、「創造都市への

アプローチ」である。図3は、こうした中で試みられた、創造都市戦略・循環的創造都市のメカニズムが示されている。そこで重視されたのが「創造性やイノベーション」によって「文化と経済の相互作用する場」をいかにつくりだすかということであり、人間の創造的活動の成果として生まれる文化資源・文化資本が、社会的蓄積という「循環」の中で「継承・発展」することに注目して、新たな創造産業の創出が試みられている。

一九八〇年代になって福祉国家の財政赤字が顕在化する中で、文化・芸術活動団体への補助金をめぐって論議された。補助金の削減の中で、これまで補助金に依存していた芸術家やその団体は、資金調達のために創意工夫をこらした。そこからアート・マネジメントといった新たな分野を開拓した。文化・芸術支援をめぐるマネジメントと、公的セクター、NPOセクターの新たな連携が模索された。

その時代は、文化政策のパラダイムの転換の時代で、文化概念に対する新たな広がり、文化による都市再生や都市政策への文化的アプローチや芸術・情報技術・ネットワーク・マネジメントの結合による「文化産業」や「マルチメディア産業」が生まれてきた。破産した製造業の跡地を文化インキュベーション（孵卵）施設やアート・センターとして利用して、都市を再生させる試みがヨーロッパ各地で行われた。芸術と情報技術およびマネジメントが結合し、文化産業やマルチメディア産業が著しく発展したのが一九九〇年代以降である。創造性のある人々を中心に発展したのは「創造的産業」の部門である。以後、文化資源（資本）を蓄積し、再生産するという創造産業の展開が発達している。そうした経緯のもとで、文化と経済との創造的相互作用の場が拡大していったのである。

文化資本という概念を企業活動に適用し、社会との関係のなかで文化資本を蓄積し再生産することが、企業そのものの創造性を高め新たな活動になることを指摘した福原義春らは、さらに文化資本と経済資本の相互作用に踏み込み、以下の四つのプロセスを指摘している。

- ① 歴史的な象徴資本を文化資本に転化して生産する文化的再生産——過去に蓄積した象徴的な文化的資産を現代に生かすこと。
- ② 蓄積されてきた経済資本を文化資本へ投下して生産する文化生産——経済活動の余剰を文化にまわすといった発想ではなく、文化を生産することによって資本を形成し、現在を豊かにするような伝統づくりに関わること。
- ③ 文化資本を経済資本に転化して生産する創造生産——文化資本を元手に、単なるモノづくりではなくモノにまつわる情報や雰囲気を含んで商品開発やデザインを行うこと。
- ④ 文化資本を象徴資本へ転化して生産する象徴生産——現在の文化をアイデンティティをもった場を形成するなどして象徴的な資本に高めること⁽¹¹⁾。

六、文化産業の担い手としての社会企業家

とりわけコミュニティ・ビジネスにおいて、文化産業の担い手は誰か。それは「社会企業家」と呼ばれているプロフェッショナルである。

社会企業家 (Social Entrepreneur) とは、「医療、福祉、教育、環境、

アジア地域の再生と文化産業の展開

文化などの社会的サービスを事業として行う人たち⁽¹²⁾である。

ドラッカーは、『イノベーションと企業家精神』の中で、「企業家精神という言葉は、経済の世界で生まれはしたものの、経済の領域に限定されるものではない。人間の実存に関わる活動を除くあらゆる人間活動に適應される。しかもわれわれは、その領域が何であろうとも、企業家精神そのものにはほとんど違いを知っている。教育界、医療界における企業家も、経済界や労働界における企業家とほとんど同じ資源を使い、ほとんど同じことを行い、ほとんど同じ問題に直面する。そして、同じように成果をあげる。企業家は変化を当然かつ健全なものとする。彼ら自身は、それらの変化を引き起こさないうちも、変化を探し、変化に対応し、変化を機会として利用する。これが企業家および企業家精神の定義である⁽¹³⁾」と述べている。

社会企業家と民間企業家との違うところは、民間企業家は自己の営利を目的としているのに対して、社会企業家は社会問題（医療や教育、福祉、環境、文化）を解決するにあたり、画期的な仕組（イノベーション）を作り出し、かつ組織を養っていくだけの財源を自ら生み出すことのできるプロである。民間企業が利潤追求を第一とするのに対して、社会企業家の仕事は「社会貢献」を第一位にしていることである。

このように、コミュニティ・ビジネスにおいては、社会企業家の果たす役割が重要になってくる。社会企業家の総合的なマネージメントによって、ビジネスの成功が問われている。

これまで述べてきたように、文化資源（資本）をうまく組織化し、活用することによって経済的基盤をも蓄積し発展させる能力と技術・技能をもつ

て、社会問題に取り組むのが社会企業家の役目である。

ひるがえって、アジアの都市や地域にとっても、今後は文化資源を活用したコミュニティ・ビジネスを発展させる必要がある。とりわけ伝統文化が衰退していく地方・農村にとって、コミュニティ・ビジネスはそれらの地域の再生をかけた重要なビジネスになる。その場合、ビジネスを先導・マネージする有能な社会企業家の育成が急がれる。どっちみち、現在のアジアの経済発展は、早い速度で先進国の後をたどるものと思われる。そうなるから手当てするには遅きに失する。先進諸国の歪の轍を踏まずに、今のうちから伝統文化資源の積極的活用の方策を講ずる必要を痛感している。

七、アジアにおける観光文化の果たす役割

日本の産業の空洞化、地方の衰退化という現状に対し、都市や地域の再生の目玉に据えたのが「観光立国日本」である。地域再生の手立てとして観光文化の開発に乗り出した。東アジア・東南アジア地域の都市と農村の過疎化を乗り越え地域を再生させる手立てとして、筆者はとりわけ伝統文化と観光文化について取り上げ、観光文化のまちづくり・地域再生の一つとして論じてきた。

アジア地域で観光文化資源を取り上げたのは、それなりの理由がある。それは第一に、観光文化資源自体がそれぞれの地域にすでに存在していることで、新たに文化資源の発掘の必要がないため、そのためのエネルギーを消費しなくてもいい点である。

第二には、観光は経済的にも地域が自立するのに収益が得やすいという点である。

第三に、観光文化は、地域医療・福祉・教育等とは異なって、ゲスト（観光客）の訪問によって成り立つビジネスである。外貨収入を得るいい機会である。

第四は、最も重要なことだが、地域にコミュニティ・ビジネスを立ち上げるときに重要なのは、社会企業家の存在である。先進国のように、それらのアジア地域ではプロの社会企業家が十分に育っていないのが現状であり、人的能力資源をフルに活用できる体制が整っていないと判断するからである。その点観光開発なら、ある程度容易に開発が可能である。

第五に、観光開発をコアにして、環境、文化、福祉、教育、医療の分野のビジネスを拡大することの可能性が高いということである。

八、コミュニティ・ビジネスとしての観光開発論

筆者は、二〇〇四年『ゆいまーる福祉リゾート革命―雇用創出型・公共企業の原理⁽¹⁴⁾』を公にした。その目的は、観光をコアにした高齢者福祉とリゾートを結び合わせた新たなコミュニティ・ビジネスを考えたのである。

ゆいまーるとは、沖縄の方言で、かつて農村を中心として労働力を地域共同体の中で回転（やりくり）する伝統的なやり方で、相互協力・相互扶助的な関係を意味している。筆者はこれをコミュニティと位置づけ、そのコミュニティの中に従来からあつた観光と福祉とを結びつけ、高齢者の長

期滞在型リゾートにして、それらをビジネスにすることを構想したのである。それらをさらに、地域の生活文化と連動させ、社会教育・生涯学習のネットワークと結び合わせることによって、地域文化型・生涯学習型観光の実現をも構想したのである。

その際、これらのコミュニティ・福祉リゾートビジネスの組織運営に当たっては、今日流行の産学官連携ネットワークを構築して、大学・役所・市民の役割を明確にし、新たな雇用を実現するために「リゾートマネージャー」という新職種をつくり、コミュニティ・ビジネスの専従職員・リゾート管理者という職種の創出を考えたのである。このような雇用創出型の福祉リゾート開発を通して、コミュニティ・リゾートビジネスを志向したのである。その原理を「公共企業の原理」としたのである。

こうした構想の背景には、やがて焦げ尽きるだろう地方財政の破綻の跡にやってくる危機と、大学の厳しい冬の時代到来後の突破口として構想したのだが、なぜか現地では反響を呼ぶことはなかった。しかし、そのかわり台湾では注目され、講演にも招かれた。その相違は、なんだろうといろいろ考察してみた。現在の結論は次の点である。

台湾では、製造業の空洞化が深刻な事態として受け止められ、その空洞化の打開をいち早く文化産業・生活創意産業によって乗り越えようとしていた。倒産した工場跡地を利用した原住民文化観光施設に転化するなど、さまざまな工夫がなされ、新たなコミュニティ・ビジネスを開発・展開していた。そこに筆者の著書は、ぴったりはまったのである。

逆に、沖縄は安い労賃による製造業の本土からの進出はほとんどなく、結果として製造業の空洞化もなく、倒産した工場が野ざらしになるとい

危機を経験していないがゆえに、空洞化からの脱出としての新たなコミュニティ・ビジネスの創出に台湾ほど関心はなかったのである。

その代わり、地方自治の進行、地方自治体の財政的赤字の危機が叫ばれ、こうした緊張はあっても、夕張市のような自治体の破産・倒産ともいえることが沖縄において現実のものになっていないことが、危機からの脱却に十分に結びつかなかったのかもしれない。その当時は、コミュニティ・ビジネスや社会企業家のことに關しても、ソーシャルエコノミーの立場から関心はなく、むしろ「市町村合併」に気をとられていた状態であった。

とはいっても、ことは徐々に深刻化してきている。沖縄においては、この小さい地域で、都市化と農村の過疎化の問題は、その他のアジア地域に比べて深刻ではない。沖縄本島地域の規模は、広域的なアジアの大都市の広さより小さく、一つの都市に沖縄本島がすっぽり入る大きさである。ここでは、都市と地方都市と農村の比較は困難である。その意味で、沖縄は、深刻な製造業の空洞化と過疎化の危機については、他のアジア地域に比較してそれほど深刻な状態ではない。

九、文化産業の開発としての観光文化

日本国内の、製造業の海外移転・国内の空洞化、都市化の進行と農村の過疎化は、アジアの地域と同様深刻さを増している。こうした中で、政府が打ち出しているのが「観光国日本」の経済・地域再生のローガンである。ここでは、地域おこしに観光産業・産業観光の開発がうち出されている。

産業観光推進会議報告書『産業観光が地域の未来を拓く』（二〇〇六年）によると、産業観光が注目される社会的背景の中で、第一に注目しているのが「産業と文化が融合する時代」という項目である。これは、これからの観光のあり方を根本的に変える手がかりになると思うので、その趣旨をあげておこう。

二一世紀を迎え、所得水準の上昇、自由時間の増大、女性の活発な社会活動、グローバル化の展開、IT革命の進展、地域再生における文化の重視、企業のメセナ活動など、文化性が重視される社会的条件が整ってきた。

その中で、産業分野においては、商品デザインの重視、ファッション産業の台頭、都市計画の高度化・文化化、CG（コンピュータグラフィック）による芸術表現の高度化、自然との融合デザインなど、産業財の文化価値の高度化が進んでいる。

とりわけITをはじめとする産業技術の進歩は、文化の進歩に寄与し、その進歩が産業技術を一層高度化させるといふ文化と産業のスパイラル的発展が進んできた。このような中で、映画、音楽、テーマパークといったコンテンツ産業をはじめ、博覧会、フェスティバル、コンベンションなど、文化を産業に展開するイベント産業なども注目されている。

観光立国戦略会議が提言した国際観光の振興は、交流を深めるそれぞれの国、地域に高い革新効果と経済効果をもたらすとともに、文化の創造と交流を通じて、多様な日本の魅力、日本ブランドを発信する。同時に観光交流は、国と国との信頼関係と絆を深め、文化の相互理解を通じ

て、国家の安全保障に係わる「ソフトパワー」を強めていく。産業観光が注目される第一の背景には、このような産業と文化が融合する新しい時代的背景がある⁽¹⁵⁾。

これからの新たな地域活性化の手立てとして、「文化と産業の融合」が重要な課題になってくる。しかもこれらの観光産業が、従来の民間型観光産業という枠を超えて、地域住民・地域自治体等も含めた、地域活性化のための観光文化産業に大きく変身することが期待されているのである。観光は、観光業者のものであった時代から、観光は、地域活性化するための地域住民のものであるという、方向の一大転換をはかる時代になりつつある。

地域活性化・地域づくり・まちづくり・村づくりという新たな形の観光産業は、それが単に観光オンリーというのではなく、これまで再三述べてきたように、観光が地域の経済・文化・福祉・教育・医療といった総合的・社会事業的な観光産業化することが重要である。

その意味で、地域活性化の事例として『観光カリスマ』（社団法人日本観光協会編⁽¹⁶⁾）や、『観光カリスマが教える・地域再生のノウハウ』（国土交通省総合政策局観光資源課・監修⁽¹⁷⁾）等は、地域活性化の事例と地域再生のノウハウが掲載されている。なお、前述した、産業観光推進会議報告書『産業観光が地域の未来を拓く』（二〇〇六年）には、地域における産業観光の地域事業モデルが具体的に解説されている。

新たな地域再生と観光文化産業の未来は、新たな地域づくりと直結した観光を目ざすものであり、今や各地域で、自治体、NPO、ボランティア

グループや大学等がそれらに取り組んでいる。産学連携、社会学連携、産学官連携、自治体とNPOとの連携等が行われ、観光を中心とした文化・福祉・教育・医療のまちづくりに挑んでいる。今日、まさに観光が地域住民の手で地域づくり・生活の自立を目ざして行われている。

このような立場から、沖縄の観光事業についていえば、現在までは、民間企業型の観光産業（大手リゾート、民間観光業等）で、民間営利を主とするものであったが、これからは、まちや地域づくりの担い手としての観光産業化が進行していくであろう。観光立国日本という国の後押しも手伝っていることと、財政的にこげついた地方自治体の再生の手段としても、また地域住民の経済的・社会事業的自立の観点からも、観光産業は大きく変化せざるを得ない状況にある。

さらには、観光客の多様なニーズは、大型バック、大型リゾート、大衆観光という大規模型観光から、個人の好みに応じた「観光の個性化時代」に変わりつつある。その証拠に、レンタカー型の観光が、急速に伸びているのは、観光客は自分の足で自分の好きなところへ何時でも行ける自由観光を志向しているのである。大型観光バスではなく、レンタカーなのである。産地直送ならぬ「産地直行」の時代である。そのときに、産地である地域は、どれだけ観光資源を開発しておもてなしできるのか、いまや地域の観光資源開発がキーポイントになっている。とりわけ、リピーター型観光の沖縄は、リピーターが何度も訪れる「観光のふるさと」づくり、「心の桃源郷」づくりをすることが肝要だろう。初回は大型観光の世話になるが、二回目からはレンタカーによる「地域回遊型観光」になるのが沖縄観光の特色である。二回目以降のリピーター向け観光開発は、地域活性化

化と共に真の沖縄観光の要になることだろう。

そのためには、それまで述べてきたように、観光を単に民間企業のみに依存するのではなく、自ら観光文化産業の担い手とならねばならない。前述した、そのための人材育成、地域住民の意識の変革、自治体も学校もNPOも民間も含めた地域観光組織化が重要になってくる。それなしに、新たな地域の再生はありえないと思うのである。筆者の『ゆいまーる福祉リゾート革命―雇用創出型・公共企業の原理―』は、そのことにふれた著書である。

一〇、わが国における文化産業開発の拠点づくりとしての社会教育

筆者の専攻は、社会教育・生涯学習である。その観点からこれまで、「地域づくりと生涯学習」、「まちおこし、村おこしと社会教育」、「文化のまちづくりと社会教育」、「地域の活性化と社会教育の役割」等々、地域の活性化を社会教育・生涯学習を通じその実現を図ることに關して、筆者は各地で講演を行ってきた。また、社会教育関係団体の社会教育活動、地域活動に關しても、さらには、ボランティア活動と社会教育、地域のNPOと社会教育活動との關連についても講演を行ってきた。

一方、助成を受けて、「アジアの経済発展と伝統文化の変容」に關する数年の調査研究を行ってきた経緯から、地域の経済発展と文化の問題に關心をもつようになった。経済の発展に引きずられて、伝統文化が衰退していく現状と、地域の過疎化が進行していくことも調査で分かった。そういう中でも、伝統文化を生かす形で経済の発展と地域の活性化をはかっている

る地域の調査も行った。それらの発展が見られるものに、観光文化の産業化があった。伝統文化を観光産業化して、それをビジネスにまで高め、地域を活性化している地域も見てきた。

わが国においても、その試みは全国のあらゆる地域で、まちおこし、村おこしの手立てとしておこなわれ、観光立国のもとに観光産業がまち・村づくりとセットになって進行している。そこで活躍しているのが、観光カリスマたちであり、観光カリスマの人材育成も重要課題になっている。

では、こうした地域に根ざした観光ビジネスを開発・発展させる組織的・制度的なものがあるかという点、その拠点となるべきシステムは現在のところ充分ではないのが現状である。まちの観光協会にまかせておくほど単純なものではない。ソーシャルコミュニティ・ビジネスの観点から、あらたな文化産業を開拓していく拠点に、筆者は社会教育の制度を利用することが肝心だと思っている。現に拙著『ゆいまーる福祉リゾート革命』でも、社会教育の人・物・施設の利用を提言した。

もともと社会教育は、国民の学習の場・成人の生涯学習の拠点として「教育・学習活動」の目的で作られた制度である。行政的には、教育委員会所属・管轄の公的システムである。地域づくりと文化産業の開発を考えると、この社会教育のシステムは、多様な可能性が存在するということがある。

まず第一に、文化財も含めて、地域の文化・教育・スポーツ・レクリエーション等の資源のほとんどを持っている（掌握している）ということであり、地域の文化・教育・スポーツ・レクリエーション等に明るいということである。

第二に、それらの文化施設は、その活動の拠点をもっている。例えば、博物館、図書館、郷土資料館、公民館、コミュニティセンター、スポーツ競技場・体育施設、娯楽施設等と教育関係施設（学校等）などである。第三に、社会教育関係諸団体の存在である。女性団体（自主サークルも含む）、青年団、PTA、スポーツ団体、老人の団体といった関係団体が活動しているということである。しかも、それらの組織は、ネットワーク化されている。

この三点は、学習・余暇活動ということで関係性をもっているのだが、これを、文化産業・コミュニティ・ビジネスの観点から見ると、実に三拍子そろった組織であるということである。文化資源あり、人あり、活動拠点あり、ネットワークありで、それらを地域の文化産業開発の拠点にすることも充分可能である。「学習の場」から「地域づくりの場」、さらには「地域の経済的自立の場」へと活用することができる。そこは、「社会企業家」の人材育成の場にもなりうる。学習の拠点であると同時に、地域のビジネスづくりの拠点としても最適である。新たに、文化産業の拠点作りを始めるとなると、多大な労力がかかる。その点、既存の組織や施設・ネットワークを利用すればより効率的である。NPOを立ち上げるにしても、またNPOとの連携をもつにしても、社会教育施設は最適な施設だと思う。今や、社会教育システムは、単に学習の場だけでなく、地域の文化的産業・自立的経済開発の拠点になることによって、行政と市民（住民）とが一体となった、地域経済を担う独立した地域づくりが可能である。そこに、新たな「公共事業・企業」という、第三の道が開けるものと思う。

注・参考文献

- (1) 東洋大学アジア文化研究所・アジア地域研究センター編『アジアの経済発展と伝統文化の変容』東洋大学アジア文化研究所・アジア地域研究センター 二〇〇七年
- (2) 炭谷茂、他編著『ソーシャルインクルージョンと社会企業の役割』ぎょうせい 二三頁 二〇〇四年
- (3) 後藤和子、他編『市民活動論』有斐閣 二〇四頁 二〇〇五年
- (4) 後藤和子、前掲書 二〇七頁
- (5) 後藤和子、前掲書 二〇八頁
- (6) P・F・ドラッカー、上田惇生訳『ネクスト・ソサエティ』ダイヤモンド社 五頁 二〇〇二年
- (7) P・F・ドラッカー 前掲書 二六七～二六八頁
- (8) 炭谷茂、前掲書 四八～四九頁
- (9) 炭谷茂、前掲書 四四～四五頁
- (10) 後藤和子、前掲書 二三〇～二三二頁
- (11) 後藤和子、前掲書 二二頁
- (12) 町田洋次『社会企業家』PHP選書 二〇〇七年
- (13) P・F・ドラッカー『イノベーションと企業家精神』ダイヤモンド社 二〇〇七年 五頁
- (14) 比嘉佑典『ゆいまーる福祉リゾート革命―雇用創出型・公共企業の原理―』ゆい出版 二〇〇四年
- (15) 産業観光推進会議報告書『産業観光が地域の未来を拓く』社団法人日本観光協会・財団法人社会経済生産性本部 二〇〇六年 一～二頁
- (16) 社団法人日本観光協会編『観光カリスマ』学芸出版社 二〇〇五年
- (17) 国土交通省 総合政策局観光資源課・監修『観光カリスマが教える・地域再生のノウハウ』国政情報センター 二〇〇七年