

# “二地域就労構想”の提唱と実践

高村 義晴

正会員 日本大学理工学部まちづくり工学科教授（〒101-8308 東京都千代田区神田駿河台1-8-14）

E-mail:takamura.yoshiharu@nihon-u.ac.jp

2014年7月に国土交通省により、『国土のグランドデザイン2050』が作成。そのなかで、「地方への人の流れの創出」が一つの方向となり，“二地域生活・就労”という考え方が登場する。“二地域就労”という用語は、2011年に、地方での「生業・仕事の創出」を願い、執筆者らが天草を舞台に造語したものである。そのねらいは、「地域の豊饒な潜在可能性」と、「大都市等の知恵や活力」を結びつけ、地域（地方）に仕事・生業を生み出し、持続可能な地域を形成することにあつた。これからの国土の形である「大都市と地方との協働」を支える「新しい社会のシステム」を創造することにあつた。本論は、その後の“二地域就労構想”の天草や岩手三陸沿岸被災地での展開を通して得られた知見をもとに、同構想の枠組みと実現・推進方策と課題を明らかにするものである。

**Key Words :** regional revitalization, new lifestyle, job creation, multi- workplace

## 1. “二地域就労構想”のねらい・定義と意義

“二地域就労構想”とは、地方が時代に翻弄され疲弊を強めるなか、営々と受け継がれてきた「地方（地域）の豊饒な資源・技・美意識等」と「大都市等の知恵やノウハウ・感性、活力」を結びつけ、地域に仕事・生業を生み出し、新たな地域産業につなげることをねらいとする。もって地域の潜在可能性（多様性）を花開かせ、地域住民の流出の抑制、大都市等からの住民の流入の促進を図り、活力と誇り、そして持続可能な地域の形成に資することを目的とする。

問題は、このような「大都市・地方協働による地域での仕事づくり」を、いかに現下の経済のメカニズムのなかで着実に広げていくか。理念ではなく、具体的な方法論を編み出していかにある。すでに企業・工場誘致はその効能に限界が見えだし、二地域居住（田舎暮らし）も、居住だけでは、地域の仕事づくりへの効果は限られる。

これに対し、“二地域就労”とは、大都市や地域外の企業・事業者・人材が、地方の地域内の企業・人材や資源等と結びつき、地域（地方）での就労を通し、そこに新たな仕事の創出をもたらす、新たなライフスタイル（ワークスタイル）をいう。あくまでも、地方の新たな仕事の創出につながるかどうか、その1点に着目する。このため、最終的に地方に移住するかどうか、あるいは二地域で就労している期間などまでは問題にしない。場

合によっては、テレワークで地方とつながっても差支えない。多彩な“二地域就労”のスタイルを追求し築いていくことこそが、“二地域就労構想”を大きく飛躍させることにもつながる。

さらにその地域政策・国土政策上の意義についても言及するならば、1つには、「大都市・地方協働」の具体的な方法を提示する。そして2つには、従来の“外発的発展”の構図から、“内発型の成長”への転換を促す。すなわちどこかの地域でモデルをつくり上げ、それを全国的に展開したり、あるいは単純に外部から何かを持ち込めばよいとしたりする地域振興シナリオからの転換である。

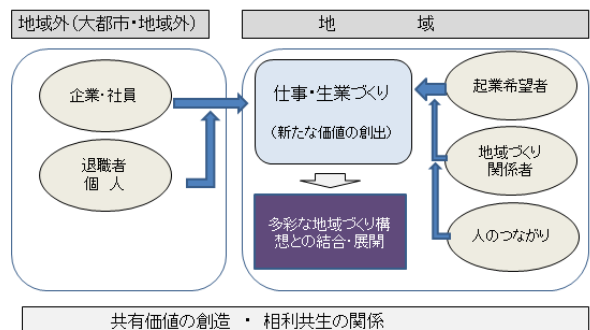


図-1 二地域就労構想の構図

## 2. 取り組みの経緯と概要

“二地域就労構想”は、天草市を舞台に考案され、実践を通し、その実現化・推進方策が検討されてきたものである。しかし、その後「大都市・他地域の企業・人材」と「地域の企業・地区」のマッチング策が行き詰るなか、民間企業の協力が得られやすい東日本大震災の岩手三陸沿岸被災地において、その解決の糸口が模索された。1つの地域ですべての実践を行うことには限界がある。この被災地での取り組みは、直接的には起業・事業支援を目的として、大都市等の販路先とのマッチング方法を構築しようとするものであったが、手法や課題面での共通部分も多い。また“二地域就労構想”の考え方は、これから岩手三陸沿岸被災地でも求められる。

これ以降、天草と岩手三陸沿岸被災地、双方の取り組みを連動させることで、“二地域就労構想”の推進策の検討を加速させてきている。

### (1) 天草での取り組み

“二地域就労構想”は、2011年に執筆者らが提案したことに始まる。同年には、天草を舞台に、総務省委託調査（緑の分権改革）を活用し“二地域就労”といった新しいライフスタイルに対するニーズがあるか否かを、大都市圏の企業・社員にアンケート<sup>1)</sup>。一方で、地元企業等の大都市や他地域の企業・社員への期待をアンケートにより把握した。これにより、後述するように、企業の意識や動きに変化や生じつつあることが浮き彫りとなり、“二地域就労”というスタイルに対するニーズが現実に芽生えつつあることが確認された。

2012年には、実際に大都市や地域外の企業・人材が、天草の企業や地域と結びつき、天草での仕事創出につながる実証プロジェクトを実施。天草市のネットワークを活かしつつ、8つプロジェクトに取り組み、一定の成果（仕事創出）を得た（後述 5.）。また“二地域就労構想”の推進母体として、中間支援組織の構築や運営策についても検討した。さらに“二地域就労構想”を広く情報発信し、幅広い関心と理解を醸成するため、天草、福岡で“二地域就労セミナー”を、それぞれ2012年12月、2013年2月に開催。2013年5月には天草で「ソーシャルキャピタル国際フォーラム」を開いた。

そして2013年度に入り、前述の実証プロジェクトの成果を踏まえ、“二地域就労”をさらに広げるには、天草の既存のネットワークを超えた「広範なビジネスマッチングの仕組み」が必要となり、2013年12月より、民間のビジネスマッチングサイトを活用した仕組みを試行。2014年3月には、『天草市二地域就労サイト』に天草の企業情報を掲載した。しかし、このようなWebサイトだけでは十分ではなく、新たなマッチングの仕組みが必

要となる。

### (2) 岩手三陸沿岸被災地での取り組み

執筆者は、併行して、岩手三陸沿岸被災地（岩手県洋野町～陸前高田市までの岩手県内の沿岸全12市町村）を対象に、仕事・生業づくりを支援するため、2013年に「一般社団法人さんりく未来推進センター（以下、「さんりく未来センター」という。）」を立ち上げ、2014年には、起業者や小規模事業者の収益向上を目指し、首都圏などの販路を開拓するため、三井住友海上火災保険株式会社と共同で、販路開拓推進プロジェクト「さんりくチャレンジ」をスタートさせた。

(<http://sanriku.challenge47.jp/>)

ここでは、“B to B”，すなわち三陸沿岸の事業者等と、東京や全国の企業・事業所（例えば、レストラン、セレクトショップなど）とのマッチングにねらいを定め、Webサイトに留まらず、次のような総合的なマッチング戦略を工夫した。

- 三陸沿岸に受け継がれる精神性や美意識に着目し、商品の魅力や価値を引き出すとともに、それを物語にして新たな地域のイメージを形成する（ブランディング）。
- 取引先（候補）との出会いの機会や場をコーディネートする。その際、東京や全国の企業等が地方の取引先を見つけ決めるまでの意思決定過程を、「ステップ1；関心をもち興味のある商品等に関する情報を入手」「ステップ2；事業者等の想いや背景を知り、ものにふれる」「ステップ3；現地で確認する」と描き、それぞれに対応し、「Webサイト」「事業者プレゼンテーション・展示」「商談ツアー」を組み込む。
- そうして最終段階では、関心の意向のある、東京や全国の企業等との間の仲介（取引支援）までを行う。

<b>1 商品の魅力や価値を引き出すブランディング</b>
戦術「さんりくの美意識」 地域ブランド戦略
<b>2 起業者・事業者に対するプレゼン指導（PR資料・ビデオレター）</b>
<b>3 全国の販路先との出会いのコーディネート</b>
3つの戦術 ①WEBサイト:さんりくチャレンジ(情報発信) <b>モール化</b> ②事業者プレゼンテーション・展示会(東京で直接、語りかける) ③商談ツアー(現地ですらに深く知る)
<b>4 個別の仲介（結びつけのプロデュース）</b>

図-2 さんりくチャレンジの戦略

さらに、三陸沿岸の起業者・事業者の方がプレゼンテーションのために、東京に来る時間とコストを軽減するとともに、東京の地域と、三陸の起業者等との結びつけといった新たなパターンをつくり上げるため、2015年2月には、岩手県陸前高田市と、東京都北区をテレビ会議

システムで結んでの「ビジネスマッチング会」を開催。東京商工会議所北支部が主催し、東京都北区が共催する「岩手・北区ビジネス交流会」のメインプログラムとして行われた。その際、NECネットエスアイ株式会社と共同で、ICTシステムを導入した。ICTの活用は、今後のマッチングを飛躍させる可能性をもつ。

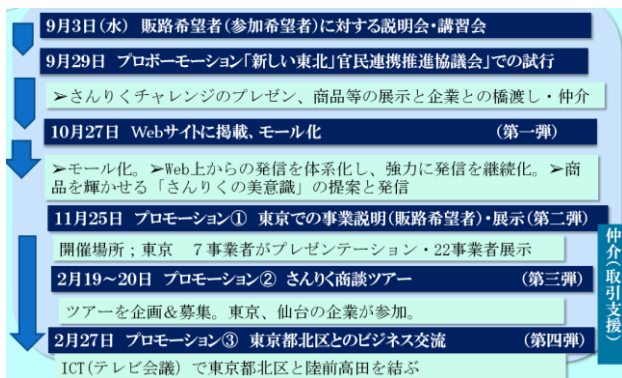


図-3 さんりくチャレンジの取り組み

### 3. 二地域就労の可能性と形態

“二地域就労”というとき、個人的な選択にもとづく場合と、大都市等の企業選択の結果として同社員がそれに従う場合の二つのケースが考えられる。それゆえ、その萌芽なり機運がなければ、政策的な促進措置だけでは広まりにくい。2011年12月に、天草市が東京・大阪・福岡の従業員300人以上の企業を対象に行ったアンケート<sup>1)</sup>の結果を参考に、二地域就労に対するニーズを明らかにする。

#### (1) 個人選択による二地域就労

「大都市に倦み自然に還っていききたい」「大都市にない新たなライフスタイルを叶えたい」など、若者も含め、地方での就労を希望するニーズは確実に増えつつある。けれど一方で、家族・収入など、頸木となるものも少なくない。現実性を考えれば、「大都市・地方でそれぞれ就労(兼業)」「大都市に居住し、地方の人と一緒にあってテレワークで生業づくりに参加」。特に、UIターンやセカンドライフ希望者は可能性が高い、と考えられる。

#### (2) 企業選択による二地域就労

現在、企業を巡り、大きくは3つの新たな変化が生じつつある。それは、緩慢ながら確実に企業を目を地方なり地域に誘う方向に作用する。このような変化や動きが、“二地域就労構想”の推進力となる。

##### a) 地域に受け継がれる多彩な魅力・資源とつながる

地域の魅力や美意識、技、資源に目を向けようとする動きであり、長く受け継がれてきた地域は、豊饒な可能性を秘める。全国的な焼酎メーカーの商品名に、特定の地域の名を冠したものが売り出され、地域の食べ方や住まい方等が、争うように番組となる。ここにきて、その土地、土地の美意識、暮らしや楽しみ方のスタイル、土地柄・個性というものに目が向き始める。

##### b) CSR/CSVIによりつながる

第2は従来のCSRを超えて、企業の本来の事業活動のなかで、企業と地域がつながり合う動きである。企業の事業戦略と地域社会を結び付け、社会への貢献と事業戦略とを一体のものとして扱おうとする。地域社会と企業との間に共有の価値を創りだし、双方にメリットのある構図をつくりだす。CSV(Creating Shared Value)である。

具体的な動きとしては、1つにはメンタルヘルス対策の重要性が指摘されており、2011年度に天草市が行った企業アンケート<sup>1)</sup>でも、7割近くが企業として対策が必要と指摘する。福利厚生対策を通しての地域との関わりが浮き上がる。2つには、能力開発や研修であり、これも3割から4割の企業が地域との関わりの可能性を応える。3つには地域とのつながりを深めようとする企業戦略については、約1/3が高まっているとする。その必要性として「地域との共生」「行政・地域との親近性」「新たな企業イメージ」「地域の潜在的資源や可能性」などについては、それぞれ4割近くが背景としてあると答える。4つめに、農業分野への参入については、これからの可能性を4割近くが感じており、企業イメージの向上や技術・人材の活用しやすさを理由に挙げる企業も3割近くへのぼる。

##### c) 次の生きがいづくり(中高年層の雇用対策)・福利厚生

そして第3は、企業の雇用対策・福利厚生に関連する。2011年の企業アンケートでも、「中高年社員を対象とした雇用対策の重要性が増している」と答えたのは全体の半数にのぼる。これを映し、社員のセカンドライフの模索を支援する福利厚生制度や、退職後一定期間、社会的な活動を経済的に支援する制度をもつ企業も登場する。企業の求めに応じ、中高年層社員の次の行先や生き方を斡旋する大掛かりなビジネスなども成立する。

次の生きがいを求めてのセカンドライフ志向者のなかには、多様なニーズが存在するが、大都市社会や会社組織

に厭き、自分の腕を活かし、「たしかに自分に還っていききたい」「地域社会に喜ばれることをしたい」「何かに貢献していききたい」との思いをもつ人たちも、一定割合いる、とされる。この人たちが、現在の場所に住み暮らしながら、会社や関係の市町村の仲介で、他所の「地

域の仕事づくりプロジェクト」に関わり合っていく。

表-1 企業を巡る変化・動き

分野	新たな変化
従来のCSRの新たな段階	これまでCSRの一環とし、地域との交流に努めてきた企業が、継続したつながりを求めて、「地域」「企業」それぞれに、「持ちつ持たれつ」「利点」のある関係を模索。
定年制の延長・セカンドライフ	退職につながるまでの間、あるいは退職後、一定期間、次の生きがいが見つかるまで企業が経済的に支援する制度を用意するなどの新たな動き。
企業戦略	地域が有するイメージ・資源を活用することで、新たな企業戦略がより効果的。
雇用調整	地域と連携したプロジェクト、地域課題の緩和に貢献するプロジェクトを地域で展開することで新たな地域雇用を創出・雇用調整。 また海外展開や厳しい企業環境を映し、人員削減の動きが拡大し、その受け皿の必要性が増大。
福利厚生	社員の健康増進の観点から特定の地域と交流

#### 4. スキームと基本戦略・手法

「二地域就労」を促進する仕掛けとしては大きくは3つのことが必要とされる。そしてこれを実現する「推進母体」，“二地域就労者”を地域（地方）に惹きつける「地域ブランディング」が、この枠組みを支える。

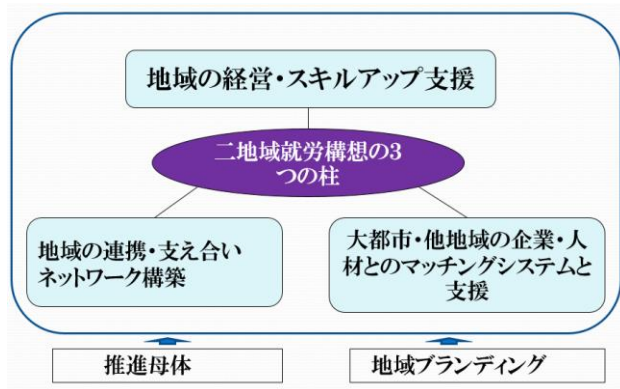


図-4 二地域就労構想の枠組み

##### (1) 「地域の仕事づくり」のための経営・スキルアップ支援

魅力のある「地域の仕事づくり」が育たなければ、二地域就労構想は進まない。そのためには、まずその仕事づくりプロジェクトの掘り起しや育成が大事である。その際、2つの点に留意が求められる。

第1は、仕事づくりということに、そもそも馴染みの薄い地域では、その土地に適ったスタイルが必要とされる。地域にあってはつながり合っただけの仕事づくりが現実的な場合もある。地域に適った経営・スキルアップな

どの支援が求められる。

第2に、そこに他所が羨み、共感するような魅力の片りんが望まれる。地元学との連携や、地域の暮らしや楽しみ方のスタイル、受け継がれる美意識、物語性などを、粗削りでも漂わせてほしい。それが、大都市・他地域の企業・社員との結びつきに威力を発揮する。

##### (2) 地域の連携・支え合いネットワークの構築

「地域の仕事づくり」には、地域のなかで、そのための人材や手助けを融通し協力し合うネットワークが必要とされる。地域の様々な団体やキーパーソンが入り、機動的に地域のなかで話をつなぎ、きめ細かな支援体制を築く。天草では「地域のコンソーシアム」が提案された。岩手三陸沿岸被災地では、そのための仕組みとして「さんりくチャレンジ倶楽部」を開始する。

##### (3) 大都市・他地域の企業・社員とのマッチングシステムと支援

「大都市・他地域の企業・社員」と、「地域の仕事づくり」を結びつけるには、そこにマッチングが必要とされる。けれど実際には、「出会い」をコーディネートするだけでは、この両者が結びつくというところまではいきにくい。そのためには、次の段階としての「結びつき」をプロデュースすることが求められる。

天草で開発したマッチングのモデルは、この第2段階の「結びつけ」のプロデュースに特徴がある。概ね3点に集約される。第1に、市によるプロデュース。市が「結びつき」の全体プロデュース役を務める。仲介・調整役を行政が務めることで、「大都市・地域外の企業等」、「地域」双方に信頼や安心が生まれ、結びつけが容易となる。第2がプロジェクト仕立て。「大都市の企業等」「地域」に市を加えた、3者による連携や共同のプロジェクトとして、組み立てることで、全体の位置づけや、協力関係などが見えやすくなる。そして第3に協定による役割・連携分担の担保が挙げられる。市が介入することで着実な履行が約束される。

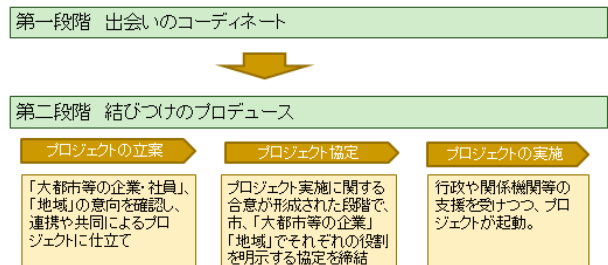


図-5 天草市のマッチングシステム

##### (4) 「二地域就労構想」を支える推進母体

天草は、天草市がその推進母体を務める。地域の総力

を“二地域就労構想”に結集するためにも、行政がその推進役となることが望ましい。岩手では、社団組織としての「さんりく未来センター」が、行政にも協力を求めつつ、その任を務めるが、行政を含めた推進体制が求められる。

## 5. これまでの取り組みの成果

天草と岩手三陸沿岸被災地とは、天草での成果と課題を、岩手で実践し、またそこでの成果を、天草に活かす。そのような PDCA サイクルを回す図式を採った。これまでの取り組みを通じた成果は、次の3点に集約できる。

### (1) “二地域就労”の成果

天草では、大都市や他地域の企業・人材が、天草の企業や地域などと結びつき、天草の仕事づくりに関わる“二地域就労の成果”を8つづくり出すことができた。これらは天草市がもつネットワークを活用することで、結びつけを可能としたものである。

天草市では、このようなマッチングを「二地域就労促進事業」の実証プロジェクトと捉え、市の政策として取り組む。地域外の企業、地域内企業・団体、そして市がプロジェクト協定を締結し、関係主体間での共有価値の創造を目指す。

支援のタイプを、「a 地域の企業を大都市等の企業の人材・資金・感性が手助け」「b 大都市等の企業と地域の共同プロジェクト（新事業の創造）」の二つに分け、地域外の企業が地域に関わり、天草に、それぞれに仕事や新事業を生み出す。

前者としては、地域自慢の柿を、地域外の企業が販売戦略やパッケージデザインなどを分担する「1 芹生(せりゅう)柿の高級食材化・販売拡大プロジェクト」、土地のぶどうのワインづくりのための育成技術、ブランド化などに協力する「2 高浜ぶどうによるぶどうの郷づくりプロジェクト」がある。後者の「企業と地域の共同プロジェクト」としては、地域内の企業と、地域外の企業そして地域が連携する「3 グランドリーフの生産拠点の形成プロジェクト」、 「4 天草ならではの引き出物カタログプロジェクト」、 「5 天草シモン芋の高付加価値化・販路拡大プロジェクト」、 「6 天草 Web の駅による天草の宝箱づくりプロジェクト」、 「7 天草産品のアジアでのブランド化プロジェクト」が挙げられる。さらには地域外の企業が販路拡大・ブランド化を担うプロジェクトがある。人材の誘致という面では、ANA グループの人材による地域の仕事・生業づくり貢献のための「8 日本の宝島“天草”の宝発掘・発信プロ

ジェクト」も開始された。また九電工と地域との連携による「オリーブプロジェクト」も、その成果を挙げつつある。

今後、さらに幅広く大がかりなマッチングシステムが構築されれば、より大きな成果を生むものと期待される。

### (2) 多彩な“二地域就労”の形

当初、政策的に目指した“二地域就労”の形は、大都市や地域外の企業が、天草の地元企業や地区と関わって、地域（天草）に仕事がつくり出される。「大都市・地域外の企業の経営資源」に着目したものであった。しかし実践のなかで、岩手三陸沿岸被災地で新たなタイプが浮き彫りになる。これらは、被災5年目に入り、被災地以外の地域でも展開される可能性がある。

一つは、企業の社会貢献や CSR/CSV に関する。被災地に対し、何らかの関わりをもち、できれば、それを次のビジネスチャンスに活かしていきたい。話題になりやすい被災地という舞台を背景にそのような想いを持つ首都圏等の企業は少なくない。そういった大都市の企業と、被災地の起業者・事業者をプロジェクトの提案により結びつけ、被災地の事業者等の収益を増やすことで仕事を生み出す。そこには、大都市企業の社員の定期的・非定期的被災地来訪、テレビ会議等による打ち合せといった形の“二地域就労”のスタイルが見られる。

二つには、UI ターン、セカンドライフ希望者の動きである。三陸沿岸の振興を願い、被災地の仕事・生業づくりに関わりたい。それにより生計なり副収入としての対価を得たい。そういった希望者は、天草や岩手三陸沿岸の取り組みのなかでも確実にでてきている。このような人のなかには、最初から移住するというケースもあるが、将来の移住のための助走であったり、最終形としても、大都市に居ながら、地方の仕事づくりに関わったりという、“二地域就労”が見られる。

三つめは、高齢化の急速な進行が、大きな課題となる東京圏の高齢者等に関わる。新たな生きがいや心のふるさとを求め、三陸沿岸に受け継がれる「自然を豊かに生きる暮らしのスタイル」とつながりながら、大都市のある地域での暮らしの楽しみ方を、三陸沿岸の起業者・事業者と一緒に考え発信していく。その暮らしのスタイルを、双方が共同でつくり出した商品や品々で語りかけ楽しんでいくのである。これまでの大都市と地域の交流の延長として、双方にとって意味のある共有の価値を、このような商品開発、暮らしのスタイルの追求を通して実現させていく。そこにも、新たな“二地域就労”の形がある。

### (3) 総合的・戦略的なマッチングシステム

“二地域就労”という選択は、単なる日常品の購入とは違う。企業にせよ、ましてや個人であれば、より多くの情報と安心感をもって慎重に決定したい、との意識が働く。このため、単に「出会いの場」を提供するだけでは、意思決定はなされていかない。岩手三陸沿岸被災地では、マッチングに際して、「商品の魅力を地域の物語として語る“さんりくの美意識”」「地域側のプレゼンテーションの助言」、「ICTの活用によるリアルタイムの映像等の駆使」「関心のある両者の仲介」など、より総合的なシステムを構築した。

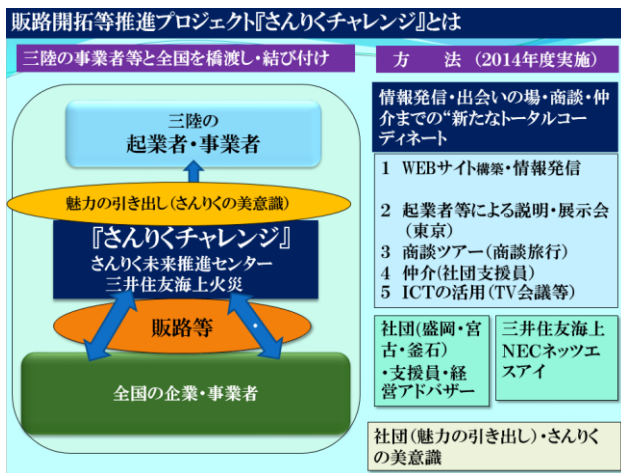


図-6 さんりくチャレンジのマッチングシステム

## 6. 結論と今後の展開方向

### (1) 結論

#### a) 地域それぞれに合った方法

“二地域就労構想”は、受け入れ側、すなわち地域側での推進母体の特質やマネジメントの巧拙により、その成果は違ってくる。また、地域側の受け入れ体制・状況や取り組みによっても異なってくる。このため、基本を見据えつつ、細部は、地域・地域の状況に合った方法を、受け入れ側、それぞれが工夫し、PDCA サイクルを回しつつ見出していく必要がある。

#### b) 魅力ある二地域就労先の提案とフォロー

その際、いかに魅力溢れる“二地域就労先”を提案できるか、また就労後も必要なフォローが得られ、地域と一緒にやりながら、付加価値の高い仕事、やりがいのある仕事を叶えられるかが、その成否がかかる。基本的に外部の企業や人を誘致するとの側面を併せ持っていることからすれば、地域の総合的な魅力を高めていくことが効果的である。

#### c) 地域の力を結集できる推進母体

“二地域就労先”としての魅力を高め、力強くその流れをプロデュース、持続させるには、地域の総力を結集

する推進母体が欠かせない。スピード感をもって、大胆な手を繰り出していくことで、外部の企業や人を惹きつけやすくなる。

#### d) 地域間の連携・協働

“二地域居住構想”に取り組む地域が連携・協働することで、それを希望する大都市等の企業や居住者にとっても選択の幅がでてくる。これにより、“二地域就労構想”の動きをさらに加速させることが可能とある。また、それぞれに地域での取り組み成果が積み上がることで、“二地域就労構想”の知識体系も一層充実する。そして新たに二地域就労に取り込もうとする地域にそれらを提供することで、さらなる構想の広がり、新たな社会のシステムとして確立されていく。このためには、“二地域居住構想”に取り組もうとする市町村や地域間の情報交換や共同の取り組みの場・仕組みが望まれる。

#### e) マッチングの基本タイプ

これまでの取り組みを通し、“二地域就労構想”に有効な“二地域就労”のスタイルに関しては、次のような結びつきが考えられる。

- ・「大都市・地域外の企業・事業者」と「地元企業・事業者あるいは地域」との結びつき
- ・「UI ターン希望者やセカンドライフ希望者等」による起業、地元企業・事業者等との連携
- ・「大都市の就労者・企業等」と「地元企業・事業者」とのコラボレーション

### (2) 今後の展望と展開方向

これまでのように関係府省庁がそれぞれに自分の所管の領域で考える思考習慣形態を引き摺ったまま、一堂に会して議論を深めたとしても、難問に対する力強い妙案は生まれてこない。市町村が、個々に知恵をだし、それを関係府省庁に訴えたとしても、市町村の問題の多様化が進むなか、部分的にしか反映されない。市町村が思い思いに取り組んでも、経験知は他につながらず、知恵も積み重ならない。ましてや結果が思わしくなければ、語られもせず歪められる。実際に生じている現実を目を瞑り、理想論やタテマエを振りかざしてはならない。

その鍵は、国の関係府省庁、市町村、そして大学、二地域実践企業などによる、実践と連動した「知の結集と創造」の体制づくりと「知のマネジメント」への挑戦にある。そのような「知の創造」の仕組みをつくり上げていけるかどうか、実はこの国の地方の未来がかかっているといつてよい。

#### (市町村連合としての活動)

広く、地域の起業を通じたによる仕事づくりによ

る、持続可能な地域づくりを目指し、2013年7月1日に、「二地域就労促進市町村連合」が設立された。会長に天草市長、副会長に日田市長が当たる。構成員は、趣旨に賛同する者よりなり、この他に最上町長、明日香村長、ニセコ町長、宇城市長、人吉市長、上天草市長、水俣市長が参画。規約では、民間企業がさらに賛助会員として加わる。事務局は天草市が務める。活動内容としては、地域の起業の促進のための「情報・ノウハウの共有化や検討」「促進策の検討や取組み」「大都市・地域外の企業等との連携方策」などの他、「国の関係府省に対する提案活動」を盛り込む。しかし現在、残念ながら、その活動は低調であり、改めて仕切り直しを行い再構築していく必要がある。

### (課題と推進策)

ここまでの議論を踏まえるなら、「二地域就労構想による持続可能な地域づくり」を着実に広げるための課題と対応策は、次の5点に集約される。

第1は、「二地域就労本構想の普及と実践」である。人口減少、少子高齢化が進展し、あえいでいる地域は多い。いっこうに打てる手が見えてこず、識者や専門家による立派な青写真も現実味に欠ける。そういった地域の光明となるべく情報発信に努め、市町村や地域の輪を草の根的に広げていく必要がある。手を取りあって、触発・刺激を受けつつ、次の方向をそれぞれが見定めていく。圧倒される現実には漫然と立往生をつづけていてはならない。

第2に「方法論・手法の構築」である。机上や頭の中だけで考案しても仕方ない。あくまでも実践の中から紡ぎ出すのだ。「二地域就労構想」は3つの柱よりなる。これらそれぞれの方法論等を築いていく。それも実践する市町村や地域で、経験知を蓄積し、そこから知を創造。それを市町村等に還元し、さらに経験知を蓄積していく。この仕組みを築きつつ、実践を積み上げていくことである。ばらばらに社会実験や試行と称して、結果として全国的に似たり寄つたりのことが繰り返される構図は、脱しなければならない。

第3は、「国の関係府省庁と実践市町村とのパートナーシップ」である。人口減少社会における「持続可能な地域づくり」は、いまや国土政策・地域政策上の重要課題となるがこれといった妙案が見出されていない。国として先導的にこのテーマに取り組む意義は大きい。地方分権の名のもとに、これまでのように市町村からの提案を待っているだけでは、国土は崩れていく。いかに優れたものであっても、

つねに何かを求めていく気概が研ぎ澄まされていなければ、読み取ることはできない。「スマート・ウェルネスシティ協議会」や「ふるさと団地の元氣創造推進協議会」のように、積極的に関係府省庁が参加し、目的と目標を共有し一緒になって問題に挑む、新たな「国と地方の検討体制」が必要とされる。そうして新たな制度・支援措置の創設に結びついていくことを願ってやまない。さらに“二地域就労”に関わる定年の延長、企業内の中高年層の増大は、産業政策・雇用政策の面からも取組みが求められる。

第4は、「社会変化をもたらす経済の仕組み」である。望ましい社会変化が起きるには、やはり経済メカニズムに乗って進んでいくようなものでなければならぬ。強制したり、権力にものをいわせたりすることも考えられるが、よほどの国民的合意がなければ難しい。とすればやはり、そのように誘導する経済的な仕組みが要る。そのための呼び水となる政策的な支援や環境整備が望まれる。たとえば、企業・工場誘致に際して講じられる、立地助成や税制上の優遇措置の類は検討が望まれる。

第5は「新たなタイプの公共事業・社会資本としての位置づけ」である。これまで地域の暮らし・営みを支え、地域社会や地域経済を安定的に支えるため、相当の公共投資がなされてきた。これらは右肩上がりの経済社会のなかで、大きな効果を発揮してきた。けれど右肩下がりに地域が傾斜するなかで、地域を持続的に支えていくには、「社会的基盤というものの在り方」についての論議が必要とされる。「二地域就労」は、「新たなタイプの企業・工場誘致」としての側面を持ち、「地域の仕事づくり」は多彩な地域振興や地域づくりの基盤ともなる。新たなタイプの公共事業としての位置づけの可能性を秘める。

さらにいうならもう一つ留意が求められる。あくまでも地域が主であり、そこを舞台に、仕事・生業づくりがなされていかなければならない。そのためには都市の論理ではなく、ローカルの論理が息きづいていなければならない。ローカルな思想に裏づけられている必要がある。

### (終わりに)

何百年も知恵を集め生き長らえてきた地域が、この21世紀のほんの僅かな時の流れのなかで、埋没しようとしている。異常というほかない。改めて、右肩下がりに傾斜する社会が生きつなぐ知恵を生み出す必要がある。地方分権社会が定着し、地域の創意工夫や力の結集が要所と異口同音に語られるが、精神論だけに頼っても、地域の疲弊や停滞は収まらない。

いままさに国を挙げてその糸口を見出し、社会的環境の整えていかなければ、地域も国土も成っていかない。

「二地域就労による地域づくり」は、そのような想いを形にしたものである。「二地域就労促進市町村連合」は、これに共感する市町村が想いを結集し、「持続可能な地域づくり」の新時代を切り拓く役割を担う。“二地域就労構想”が、これからの実践や幅広い議論を通し、地域の希望となり、地域づくりにつながることを心より願いたい。バラバラにやっても知恵も積み上がらなければ、時代を動かす力にはならない。

#### 参考文献

- [1] 天草市：天草宝島二地域就労促進事業報告書（緑の分権改革調査）,2011.
- [2] 高村義晴：“二地域就労構想の提唱と取り組み(上), Vol.588, pp.48-52,2013.
- [3] 高村義晴：“二地域就労構想の提唱と取り組み(下), Vol.589, pp.43-47,2013.

(2015. 6. 30 受付)

## Multi-workplace: Strategy of Regional

Yoshiharu TAKAMURA

It has become more important to create employment in the local regions by combining the abundant potentials of the regions with know-how and wisdom of the big cities. An approach would be a new lifestyle in which citizens working in a large city engage in work creation in the regions; named as 'Nichiikisyuro'. The purpose of this study is to illustrate this new methodology by spreading this new lifestyle in order to give boost to regional revitalization.