

今、何故、地域づくり、そして地域産業・企業振興がテーマか

今回、JICA-Net で何故、地域振興、そして地域産業・企業振興をテーマで取り上げるかをまず説明しよう。図-1 をご覧ください。

今、日本で地域づくり、地域おこしが盛んになってきたか（ブーム） になっているかは、ある意味で日本の戦後の経済復興の当然の結果だということができます。

日本で起きている社会現象、問題は数年もすると東南アジアの国々でも同じことが起きることを数多く経験しています。グローバル化が進んできている現在は、もうすでに起きているのではなからうか。

10 年ぐらい前から、日本各地で地域づくり、地域おこしがブームになり、具体的な試行錯誤がいろいろ行なわれ、理論化、知識の蓄積も多くなりました。これらの経験を東南アジアの国々の地域づくり、地域おこしに活用しようというのが、本コースでのテーマ選択の理由です。図-1 に示すように第二次大戦後、日本は経済大国を目指し経済優先、効率第一主義によって高度経済成長を図りました。このための開発方式として重化学工業化、拠点開発方式（大規模開発方式）、日本列島改造論を行ないました。この一連の開発によって、日本は世界の GNP の 16% を占め、世界きっての先進国になりました。

しかし一方で、この結果、大きな問題・課題が生じました。それは自然環境の破壊、都市の過密と公害、地域（地方）の過疎と疲弊、そして地域（社会）の崩壊です。このように経済優先路線に破綻が生じていることが近年ははっきりしてきました。

このような経緯の中で日本の経済社会の基調に大きな転機が訪れ、これまでの経済路線とは異なる方向へ向かわざるを得なくなりました。

つぎに述べるような新しい時代に対する要求がでてきて、それへの対応が求められます。ここではその要求を客観的に示したいので、政府の報告書から引用してみました。（第四次全国総合開発計画の総点検「新しい時代のはじまり」より）

図 1-1 を見てください。

それはこれまでの大量消費・大量廃棄型生活の反省に基づく自然の再認識、地方分権化の時代、高福祉社会の時代という、これまでの経済優先路線の反省に基づく「福祉、環境保全原理」の要求です。

もう一方で、グローバル化時代、市場の成熟化に伴う新しい市場ニーズの出現、また IT 化が進み、これまでとはタイプの異なる新規事業（例えばベンチャー・ビジネス）の創造という、これまで以上にシビアな「市場原理」が要求される時代です。

さてこの新しい時代の要求、しかも対立している原理をどのような「場」で受け止めることが両者を両立させることが出来るのであろうか。

レイモンド・バーノン「国家は環境問題のような世界的規模を扱うには小さすぎるし、住民福祉のような我々の身近な問題を扱うには大きすぎる（単位となってしまった）」と述べている（括弧の中は筆者）。

また日本人で国際的なコンサルタントの大前研一も同様な発言をしている。「経済は消費者と生産者の両者の立場から、国家よりも地域という明らかな協同利益を中心に動き始めている。（中略）国境のない時代、地球時代（アエラ）には地域という単位が大きくクローズアップされた」。また「ユーザー（消費者）はブランド（企業）志向をすることはあるが、国籍志向することは非常に少ない」とも言っている。

このように地域の再生に対する期待が大きい。これはまた、これまで以上の「市場原理」が要求される時、各国の社会構造によって市場化、グローバル化は対応できるスピード、限度が異なる。これを画一的に要求して失敗したのが 1997 年のアジア通貨危機における IMF であり、それを受入れざるを得なかったアジア各国である。その画一的な性急な市場化要求をコントロール、抵抗できるのは国家ではなく、実は地域（社会）である。このような外部依存から脱却するため

には地域の自立性、内発性がぜひとも必要である。

<キーワード、地域の自立性、内発性>

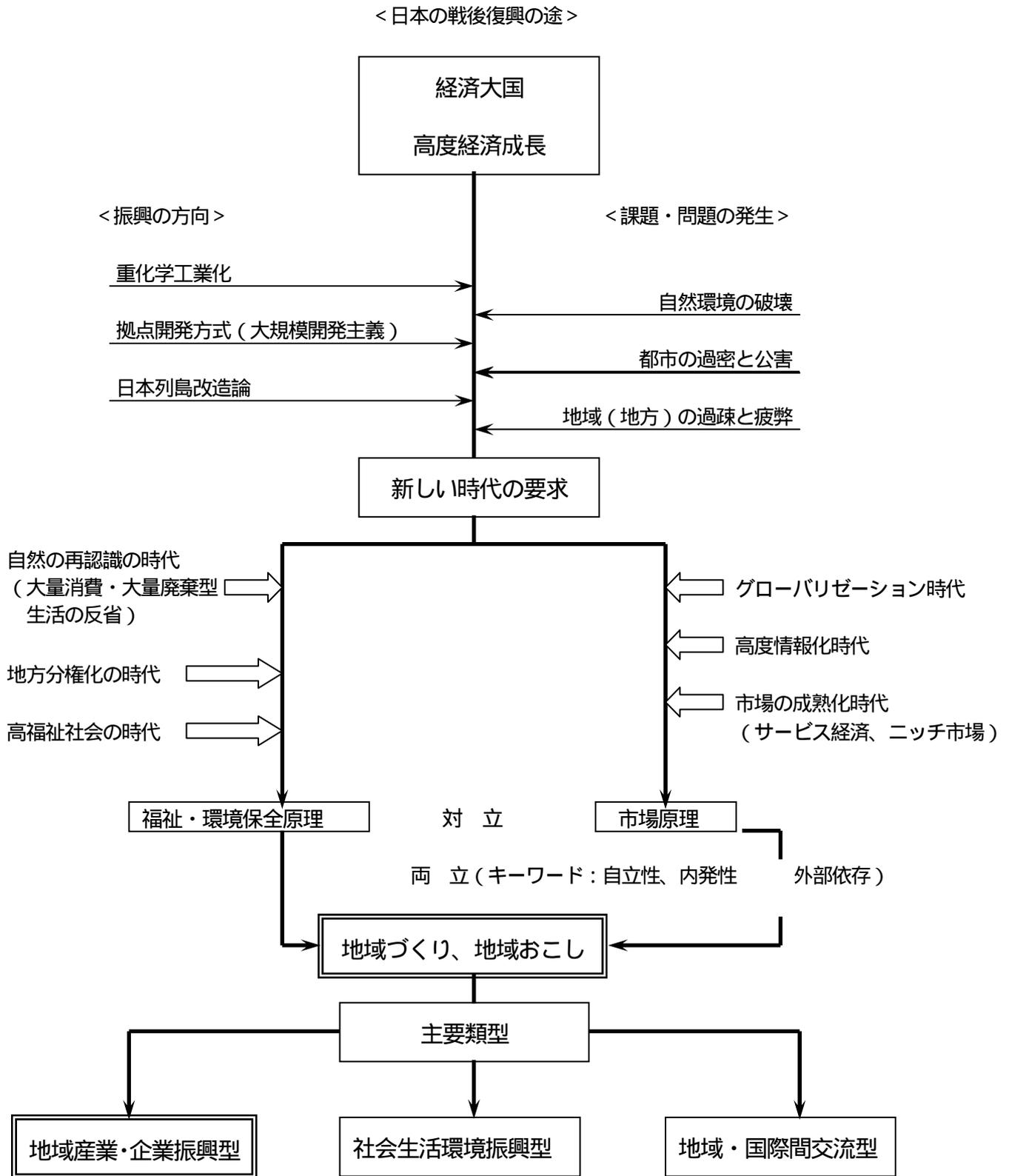
地域の将来、地域経営を地域の力量を越える中央の力や市場の力に安易に委ねないことで、そのためには自立的な地域を創り出していくことが必要である。すなわち地域の主体性（Local initiative）に立脚した自立性に基づく地域振興の展開が重要である。

これまでの地域振興は、ともすれば企業誘致であるとか中央省庁の補助事業に全面的に頼ったりしがちであった。そうではなく、地域に内在する地域の内側の力を合わせ、自立的な地域を創り上げることが必要である。これが内発性である。

つぎに地域づくり、地域おこしの具体的な内容であるが、図-1 に示すように地域産業・企業振興型、社会生活環境振興型、地域・国際間交流型に分類できるが、これらは相互に関係している。

本コースでは、その中でも地域産業・企業振興型を取り上げ、世界的に注目されているベンチャー・ビジネスの視点から論ずることにしたい。

『今、何故、地域振興、そして地域ベンチャー・ビジネスか』



・地域の中から、自ら産業・企業を創出する