

## 海外からの教訓: 地域社会の本質と土地へのコミットメント

エナジャイズ・クリントン・カウンティ 共同代表  
テイラー・スタッカー

2013 年、私と同僚のマーク・レンバートに少し奇妙な電話がありました。それはジャパン・ソサエティーのベティ・ボーデンさんからの電話で、日本の社会起業家グループの訪問地であるニューオーリンズとニューヨークの途上にあるオハイオ州・ウィルミントン市で、私が運営する団体「エナジャイズ・クリントン・カウンティ」が訪問団受け入れに興味があるかというものでした。この訪問は、2011 年の東日本大震災の被災地域や経済の復興に取り組む日本の社会起業家を、アメリカで災害対応・復興に取り組む人たちを引き合わせるというジャパン・ソサエティー主催の交流プログラムの一環として計画されているものでした。訪問団は、ニューオーリンズのハリケーン・カトリーナやニューヨークのハリケーン・サンディ、そしてオハイオ州クリントン郡の DHL 撤退危機後の取り組みについて学ぶことに興味をもっていました。

最初、私たちはこのプログラムの訪問地にオハイオ州ウィルミントンが加えられていることに少々違和感を持ちました。なぜなら、私たちに取り組んでいるクリントン郡の DHL 危機は、ハリケーンのような物理的な破壊や人の死を伴うような災害とはいええないからです。しかし、私たちはこの学習意欲を持つ日本からの訪問団を歓迎しました。結果としては彼らの訪問は、有意義な振り返り、アイデア、洞察、そして理論の交換の場となり、私たちが今住む土地への個人としての関わり方を熟考させることになりました。

クリントン郡での私たちの活動を伝えるため、私たちがどの程度外の世界を見ているかを考えれば、日本の訪問団が自分たちの未来について新しい考え方を探るためにわざわざオハイオ州の農村を訪問するのは、それほど驚くべきことではないと思いました。しかし、特筆すべきことは、彼らのほとんどが、私たちが活動している地域と同じくらい小さな地域（そしてその地域はひとたまりもなく地震と津波ですべてを流されたのです）で活動しているということでした。そのような災害への対応は、地域コミュニティの本質、そしてそれを維持、発展させることの意味を考えるきっかけになったと思います。

最初の訪問を通じてできた関係をもとに、私は、昨年 10 月に実施された「地域人材の日米交流」の日本訪問プログラムに招待されました。このプログラムで訪問した日本の地域の多くは、2011 年の大震災の被災地ではありませんでした。そのかわり、私たちが訪問した地域は、私が住むクリントン郡を含む米国の地方が直面している多くの課題（程度の差こそはあれ）と同じ課題を抱えていました。

失業や自然災害などの大きな衝撃は、地域コミュニティの存在に対する脅威であることは明らかです。しかし、本当の脅威は、往々にして、地域で何年にもわたって様々な分野で色々なものが減っていき、衰退が引き起こされているにもかかわらず、それに有効な対策が取られていないということです。このことは、日米両国の特に農村地域に顕著といえます。

2008年のクリントン郡のケースは、まさにそれでした。当時は突然の失業による混乱はあるものの、私たちは繁栄の時代の中に生きており、自分たちの生活を心地よいものだととらえていましたが、水面下では長年にわたる問題があったのです。何十年もの間、クリントン郡の特に若者の人口は、大学へ進学したり、技能を身につけ新しい需要のある場所へ移動し減少してきました。高額所得者は地域から流出し、起業や小規模ビジネスの発展は州内でも最低レベルにランクされました。そして、私たちの地域経済の脆弱性はピークに達しつつあり、郡内の総給与額の53%が1つのセクターに対して支払われ、郡の労働人口の3分の1が「同じ」雇用主に雇用されているという状況でした。

私たちの活動は、経済危機自体だけでなく、これらの傾向とその対処法を再考したいという願望によって形作られてきました。今回の旅で私たちが出会った多くの個人が、その地域を苦しめている原因は何なのかを知りたいという同様の欲求を持っていることを知りました。さらに、彼らは直面する明確な課題解決に対して、自分たちの地域の強みを利用しようと努力していました。たとえば、遠野では、ビールの醸造所を共同設立した起業家、田村純一さんに出会いました。(クラフトビールの醸造自体は米国の農村地域では珍しいことではありませんが。)ただ、田村さんは地ビールの醸造所だけに取り組んでいるわけではありません。人口28,000人の小さな町である遠野は日本のホップ産地としての長い歴史を持ち、田村さんは彼の社会的企業と日本最大のビール会社の1つである麒麟とのパートナーシップを組んで、遠野にホップ観光のブランディングを構築しようとしています。



田村さんは、このような試みと、Next Commons Lab という組織の活動を通じて、ホップ経済

に関連する・しないにかかわらず、さまざまな試みに取り組む若い起業家をうまくこの地域に引きこんできました。しかし、これらの取り組みを結びつけているのは、田村さんが推進しているこの地の文化的・経済的遺産なのです。彼の活動は、地域の最もユニークな資産の一つ(ホップという伝統)を活用して、ビジネスを成功させるだけでなく、地域の、歴史的かつユニークなブランドを起点に無限の機会を生み出そうという将来のビジョンを構築している素晴らしい一例と言えます。



遠野を訪問した後、私たちは「食べる通信」の専務理事である江守敦史さんと会いました。「食べる通信」は日本全土で生産者と消費者を結びつける素晴らしい食べ物の定期購入サービスで、食と生産者、そしてその地域に関する内容を満載した美しい雑誌ととれたての食べ物をパッケージして消費者に届けてます。江守さんは私たちを岩手県大船渡市にある小石

浜漁港に案内し、地元のホタテ貝漁師を紹介してくれました。その漁師から直接聞ける彼の小さな地元コミュニティと漁業を取り巻く地元の歴史の話は、「食べる通信」が購読者に与えるのと同じようなつながりを私たちに与えてくれました。「食べる通信」の購読者と同じように、その場で新鮮なホタテ貝も味わいました。

遠野で見たものと同様に、江守さんの「食べる通信」は、生産者と消費者を結びつけるだけの単なる食の購読サービスの域を超えています。「食べる通信」で物語られる内容や美しい写真は、生産者と消費者の間の感情的なつながりを築きます。それはより豊かな土地の感覚を伝えることを可能にするのです。「食べる通信」の付録としてついてくる食べ物は、消費者を魅了する全く違う感覚的次元をもたらしてくれます。

これらの訪問は、他の訪問地と同様に、個人が、開発の戦略として、地域の心と魂(核心)に重点的に取り組むという力強い例でした。土地の本質を理解し、その土地固有の資質を回復力(レジリエンシー)のツールとして活用することは、私たちの活動でも核心となってきました。これは農村開発に必要な要素です。人々が地域の価値を理解することをただ望むだけでは十分ではありません。地域資源を見つけ出し、キュレート(監督)し、それに投資するためには、より深く見る時間を十分取る必要があるのです。



私たちが訪れたそれぞれの地域では、多くの個人、企業、組織、研究機関が、活性化と開発の取り組みを通して、自分たちの住む地域が様々な衝撃に耐える力を持てるよう頑張っています。訪問者として、これらの様々な努力を視察して、私が農村社会について最もユニークな資質の一つであると思うもの、つまり私たち一人ひとりの個人が地域の軌跡(トラジェクトリー)を形づくる重要な主体であるということを想起しました。残念ながら、すべてをやるうとがんばってしまうと、このことを忘れがちになるのですが。

私たちが会った多くの人たちは、その地域の出身者ではなく、血縁関係がないにもかかわらず、地域にコミット(献身)していました。何人かはその地域に来た理由の一つとして、米国の AmeriCorps プログラムによく似た「地域おこし協力隊」プログラムに言及していました。私も期限付きでクリントン郡(や他の場所に)にやってきた AmeriCorps のボランティアが、結果的に永住することになったという事例を多く知っています。

個人の役割と土地へのコミットメントという、これら 2 つの要素は、農村戦略センターの Whitney Kimball Coe 氏のインタビューで明確に説明されています。Coe 氏はこう言っています。「これらの大きな世界的問題に取り組まなくてはいけないと考える時に、私たちは自分たちがいま何をすべきかを忘れることがあります…。すべきことは目の前にあるのです。小さな場所では…たった一つの行動、もしくは一つの結節点でもよいのですが…すべきことは、よりわかりやすいのです。そのことで、自分の土地の周りに対するあなたの謙虚さや、コミットメントを強くすることが可能になるのです。」

日米両国の都市部では、人口の増加と経済投資の増加を通じて自らの存在を後押しする市場があるという贅沢が許されています。人口増加が都市部に集約され続けることで、農村部の課題はより大きくなっているように見えます。地方では、都市部では当たり前な市場の後押しがありません。それゆえ、私たちをこれらの場所に結びつけるものは何なのかを探し出すため、内面に手を伸ばすこと、つまり場所の本質を理解し、コミットすることが不可欠となってくるのです。今回私は、世界中でまさにそれを実践する人たちの実例を見る機会を得られたことに感謝しています。

