

第III部 「これからの企業と社会のつながり」

日本での取り組み：風と土と（阿部裕志氏：隠岐・海士町の取り組み）



トヨタ自動車のエンジニアから一転、人口 2300 人の島根県隠岐諸島・海士町（あまちょう）へ移住し、地域社会の再生と共生に取組む、株式会社風と土と 代表取締役 阿部裕志さんにお話を伺いました。

~~~~~

今日のこれまでのお話と、自分の島での経験が、どのようにコミュニティシップにつながるのか、ずっと考えているのですが、不便な島だからこそ育まれるコミュニティシップをご紹介しながら、皆様にも何かヒントになればいいと思ってお話をさせていただきます。

まずは自己紹介をさせていただくと、元々はトヨタ自動車のエンジニアとして社会人生活をスタートさせました。そこで4年働き、その途中で海士町に行く機会があ

り、海士町の魅力にはまり、会社を辞めて海士町に移住しました。

トヨタ自動車だけではありませんが、企業の成長には競争力が必要で、その競争力は「縦の関係性」で成り立っています。つまり、発注者がいて、子会社、孫請け、さらにその下と、ヒエラルキーが成り立ち、下流にいくほどシビアで、給料も休みもヒエラルキーのトップとは比べものにならない状況です。トヨタ自動車というヒエラルキーのトップで働いていた時に、世界中で激化する競争社会の先に、誰が幸せになるのだろう・・と、疑問を持ってしまったのです。海士町は町長はじめ島のキーパーソンが信頼

をベースにした「横の関係性」で様々なイノベーションを生み出しつつあるところでした。

自分が移住した時、海士町は、人口 2500 人の島で、年々人口は減少し、ピーク時の 28%くらいになっていました。超高齢化社会で、島の人口の 41%は高齢者、財政難も深刻で夕張町の次に財政破綻する寸前まで追い込まれていました。「課題先進地」という言葉通り、日本の将来の縮図なのです。

そんな「課題先進地」を「課題解決先進地」に出来たら将来の日本を、もっと先の世界の目指す姿へのヒントになるのではないかと思い、海士町で起業し、今 18 期目となります。

事業は以下の 3 つを柱としています。

- ① 人材育成事業（「SHIMA-NAGASH」という企業向けリーダーシップ研修を実施）
- ② 出版事業（出版社「海士の風」を立ち上げ 4 冊出版）
- ③ 地域づくり（島の課題解決、地域の魅力を高める事業）

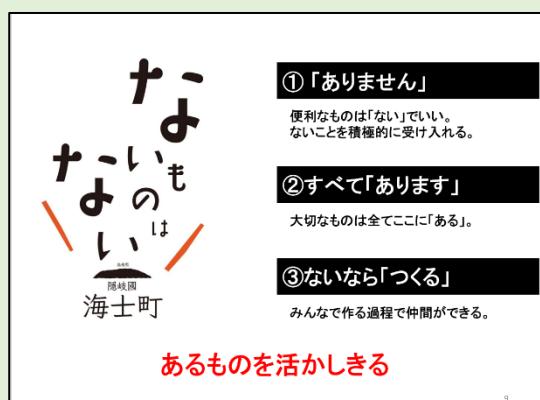
6 人の小さな会社ですが、面白法人ヤック代表の柳澤大輔さんたちに株主として経営支援をいただき、早稲田ビジネススクール教授の入山章栄さんに SHIMA-NAGASH を監修いただくなど、第一線で活躍されている社外の方の力を借りて社会インパクトある事業を生み出そうとしています。

様々な活動が功を奏し、海士町への移住者は延べ 1000 人を超える（現在住は 500 名）、現在は人口 2300 人で下げ止まっています（2000 年時点の国の予測では 1700 人になっているはずでした）。

そのような海士町の挑戦を昨年 NHK「新プロジェクト X」で取材してもらいました。まだオンデマンドで見られるようですので、是非ご覧ください。

海士町のキャッチコピーは「ないものはない」です。

以前、コンビニが入ってきそうになったのを阻止した経緯もあるのですが、便利なものは「ない」でいい。だけど、人が生きていくうえで必要なものはすべて「ある」。また、必要なら、みんなで「つくればいい」。という発想です。みんなでつくる過程でコミュニティシップが育まれるのです。



島では伝統的な行事がいくつもあり、多くの島民が参加します。高齢者も多いので若者が高齢者の手助けをすることも多いですが、逆に高齢者から伝統や文化を学ぶことも多いです。

移住者だからこそ、島の伝統を継承することが出来た事例をお話します。

私たちは島の由緒ある神社の真ん前の田んぼをお借りして、ハデ干しという伝統的な方法で稲作をおこなっていました。ハデ干しは手刈りで行うため、藁も折れずに使用価値が高いんです。田んぼの前の神社の大きなしめ縄が随分と傷んでいるので、僕たちの藁をつかって作り変えたらどうかと島のおばあちゃんがポソッと言ったのを耳にしたのが始まりでした。もちろん私たちにはしめ縄を作る技術はないので、その集落の区長さんにお願いしたところ、みんなに呼びかけて作り直すのは大変なので、「老人会の合意が必要だ」と言われ、老人会長にお願いしたところ、「集落みんなの合意が必要だ」と言われ、誰も意思決定できない状況に陥ってしまいました。

そこで、私たちが以前から海士町で地域社会を学ぶフィールドワークや授業をご一緒してきた都内の大学の先生に相談したところ、ぜひ今年のフィールドワークで学生にしめ縄にまつわる農村文化を学ばせてもらいましょう、となり、集落の皆さんに依頼をしてもらいました。自分たちでは言いだしにくかったけど、外部の大学の先生から頼まれたことで、区長も老人会長も一体となってしめ縄と一緒に作り直そう、学生さんに教えてあげよう、ということになりました。

島の閉塞性が外部からの力により解放された事例です。

コミュニティというのは、ややもすると閉塞的になりがちですが、ほどよく外部からの刺激が入るとオープンになります。この閉じると開くのバランスがコミュニティには大切だと感じています。

このようなコミュニティシップが持続可能な地域づくりを生むと考えていますが、「地域づくり」という活動を持続可能にするには世代を超えて主体者を輩出し続けることが重要です。

その一つに海士町では「子ども議会」というのがあり、小学生が海士町の町政に提言をします。その提言の60%は実現をしているという驚きの数値ですが、大人も子どもも関係なく、海士町を良くしたいという思いがあり、自分が主体者となって町政に参加しているのです。

この「全員が主体者」の意識が持続可能な地域づくり、コミュニティシップに最も重要なことだと考えています。

私自身も「主体者」になった経験があるのでご紹介します。

移住してまだ4年目だったころ、神輿が出るお祭りで、一番メインの大太鼓を叩く、という大役を任せられたことがあります。移住者の自分には荷が重いと一度はお断りしたのですが、「4年もいて移住者とは言わせんぞ」と地元の方に後押しされて、やってみました。もちろん何度も練習して臨んだわけですが、この太鼓を叩き終えたときに、よ

うやく島民の眞の仲間入りが出来たと感じたのです。それからは、ぐっと意識も変わり、島民の一員として、自分も主体者となつて、島をよくしようと活動しています。

この「主体者になる意識」が何かと考えたとき、「出番」が重要だと感じました。

「出番」をもらって自分が中心となってやり遂げることで、当事者性が育まれ、居場所を感じるようになる。これこそが「オーナーシップ」なのではないかと思うのです。

私たちは、オーナーシップとは一人になってもやりとげる力、リーダーシップとは周囲を巻き込む力だと考えています。いろんな人の「出番」を増やすことで「オーナーシップ」を持つ人が増え、周囲の人が巻き込まれていく。それが「コミュニティシップ溢れる」地域や組織をつくることなのではないでしょうか。

最後に、私は海士町での挑戦を日本全体に生かすために、これから日本経済を担う次世代経営者向けに海士町での学びを提供したいと思っています。その学びとは、ハウツー的なノウハウではなく、「海士町」を「会社」の写し鏡にして、イノベイティブなエコシステム、コミュニティシップを育む「オーナーシップ」と「リーダーシップ」を兼ね備えた人を増やすことだと思っています。それを私たちは「心を動かすリーダーシップ」と呼び、SHIMA-NAGASH(島流し)という3日間の研修として行っています。

そんな人が増えれば、海士町のようにコミュニティを信頼し、コミュニティから信頼され、よりよい社会の実現につながるのだと思います。