

Analyzing a Local Economy from the View Point of "Plugging the Leaks" Model : A Case Study of Tenryu Village in Nagano Prefecture

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2018-06-19 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 新津, 尚子, 福本, 明花, 明石, 修 メールアドレス: 所属:
URL	https://mu.repo.nii.ac.jp/records/848

「漏れバケツ理論」から見る地域経済

—長野県天龍村を事例に—

新津尚子・福本明花・明石 修

1. はじめに

本稿の目的は、長野県下伊那郡天龍村で行った質問紙調査と聞き取り調査の結果をもとに、同村の経済的自立の可能性を考察することである。また、産業を誘致するのではなく、現在ある資源を用い、経済を地域の中で循環させることで、地域経済を少しでも自立させる方法を提案する。

天龍村は、愛知県・静岡県に接する 109.44Km² の山村で、1956 年に平岡村と神原村が合併して誕生した自治体である。現在の人口は 1,365 名（平成 27 年 10 月 1 日現在）と過疎化が進んでいるが、林業が盛んだった明治末期から大正初期にかけては 4,000 人台、平岡ダム工事が行われていた昭和 25 年には 8,337 人が暮らしていた。

日本の多くの地域と同様、天龍村でも高度経済成長期から若年層の都市部流出が続いている。平成 27 年 10 月 1 日現在の 65 歳以上の高齢者の割合も 59.05% と、日本全体の高齢化率の 27.3% と比較しても、非常に高い（天龍村 2017、内閣府 2017）。過疎地域自立促進特別措置法の規定に基づき、過疎市町村としても公示されている（総務省自治行政局過疎対策室、2017）。

天龍村の現在の経済状況だが、政府のまち・ひと・しごと創生本部と経済産業省が提供している地域経済分析システム（RESAS：リーサス）によると、経済規模（生産の付加価値額）は 37 億円、内訳は第一次産業が 1 億円、第二次産業が 8 億円、第三次産業が 28 億円である。長野市の 14,728 億円、長野県川上村の 87 億円と比較しても、経済規模が小さいことがわかる¹⁾。また、同データによると、天龍村の雇用者の所得の 27 億円のうち、25 億円が村内の産業によって賄われている。その一方で、その他の所得（財産所得、企業所得、交付税、社会保障給付、補助金等）は、52 億円の内 40 億円が村外から流入している。天龍村の経済を自立させるためには、雇用者所得以外の所得について、村内の資源を活かし、村内で賄う比率をあげる必要がある。

2. 「穴を探せ！ 漏れバケツ調査アンケート」について

村のマクロ経済的な自立の状況は、上記のリーサスでも把握することができるが、「村民がどの程度、村内で買い物をしているか」や「商店はどの程度村内から商品を仕入れているか」については質問紙調査や聞き取り調査により、より詳細な実態の把握が可能である。そこで、一般の村民と商店を対象とした「漏れバケツ調査」を 2015 年に実施した。

漏れバケツ理論とは、英国の NEF（New Economics foundation）が提唱している考え

方である (NEF, 2002)。NEF では、地域内で経済が循環する効果について、一般の人々が理解しやすい形で提示することを目的に漏れバケツ理論を作成している。漏れバケツ理論の考え方は以下のとおりである。村外の商店で買い物をすることが多い A 氏は、10,000 円のうち 8,000 円を村外の商店での買い物で使い、2,000 円を村内の商店で買い物に使うとする。このパターンでは、村に残る金額は 20% である (パターン A)。それに対して、村内で買い物をすることを好む B 氏は 10,000 円のうち 8,000 円を村内の商店で使い、2,000 円を村外の商店で使う。このパターンでは、地域に残る金額は 80% である (パターン B)。パターン A はすぐに金銭が村外に流出するのに対し、パターン B はお金がゆっくりと村内の人々の手に渡っていく。この 2 つのパターンが繰り返される場合、以下ようになる。

A パターン (20% しか地域にとどまらない場合)

- 1 巡目 :10000 円→ 2000 円
- 2 巡目 :2000 円→ 400 円
- 3 巡目 :400 円→ 80 円
- 4 巡目 :80 円

このパターンの 1 巡目とは、A 氏が村内の商店で 10,000 円のうちの 2,000 円を使うことを意味する。2 巡目は、その商店が 1 巡目で手にした 2,000 円のうちの 20% を地域の農家から仕入れるような場合が想定できる。こうして 20% ずつ地域内に残ったと仮定すると、地域内で使われるお金は 10000 円 + 2000 円 + 400 円 + 80 円で最終的には約 12,480 円になる。

B パターン (80% が地域にとどまる場合)

- 1 巡目 :10000 円→ 8000 円
- 2 巡目 :8000 円→ 6400 円
- 3 巡目 :6400 円→ 5100 円
- 4 巡目 :5100 円→ 4100 円
- 5 巡目 :4100 円→ 3280 円

B パターンは A パターンよりも村内に残るお金が多く、ゆっくりとお金が村内で循環していく。上では 5 巡目までしか記さなかったが、循環は 6 巡目以降もずっと続く。こうして地域内で使われるお金は最終的には約 50,000 円になる。村外で主に買い物をする場合と、村内で主に買い物をする場合では、理論的にはこれだけの大きな違いを生み出す。つまり、村外で買い物をする人が多いということは、地域というバケツはお金が漏れてしまう穴だらけなのである。地域内でお金を循環させるためには、穴を見つけて塞ぐことが不可欠だ。これは、従来型の補助金を得ることで地域経済を立て直す方法とは異なるアプローチである。

本研究の漏れバケツ調査は、どこがバケツの穴なのか (つまり、どこからお金が村外に漏れ出しているのか) を調べる目的で行われた。調査は一般の村民と商店を対象に行われた。

一般の村民を対象にした調査は、2015 年 8 月 26 日から 9 月 13 日にかけて、天龍村の全

世帯（624 世帯）を対象に行なった。調査票は村内回覧板にて配布し、後日郵送で回収した。その結果 270 票（43%）の回答を得ることが出来た。（主な調査項目は以下の通りである。エネルギーにかかる費用（電気、ガス、灯油、薪、炭など）、家庭での導入に関心のある発電方法（太陽光、薪ストーブ、ペレットストーブ、薪風呂など）、日用品を購入する場所（村内、村外）、なぜ村内 / 村外で購入するのか、家庭で作物を栽培しているか、地域にお金を落とすことを意識しているか）。

商店を対象とした調査は、村内の 12 の商店全てを対象に行われた。まず 2015 年 9 月に調査票調査を実施した。調査方法は留置法を用いた。その後同じく 2015 年 9 月に調査票調査で尋ねた項目の詳細についての聞き取り調査、2016 年 3 月には改めて、配送状況について聞き取り調査を行った。なお、回答は 12 店舗全てから得ている。（主な調査項目は以下の通りである。商品の仕入先、村内から野菜などを仕入れたいか、取り扱っている商品の種類、困っていることなど）。

3. 調査結果

本節では、調査結果から、「地域内で経済を循環させる」という点で重要な「自給経済とお裾分け経済」・「村内での買い物」・「商店側の状況」・「村内からの仕入れ」の 4 点に絞り、調査結果を報告する。

3.1. 自給経済とお裾分け経済

3.1.1. 食糧

天龍村では、作物を家庭で栽培している割合が 73%（197 人）と、7 割が作物を栽培している（図 1）。栽培している作物もかなり多岐に渡っていた。また、栽培した作物のうち、消費しきれないものはどうしているかを尋ねたところ、55.6%（150 人）が他の人に「あげている」と回答しており（図 2）、お裾分けが日常的に行われていることがわかる。

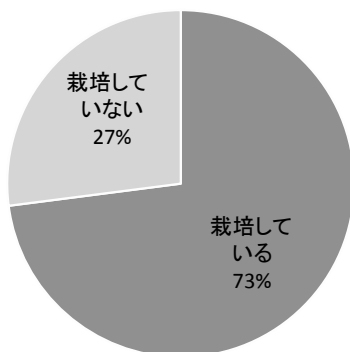


図 1 家庭で作物を栽培しているか (N=270)

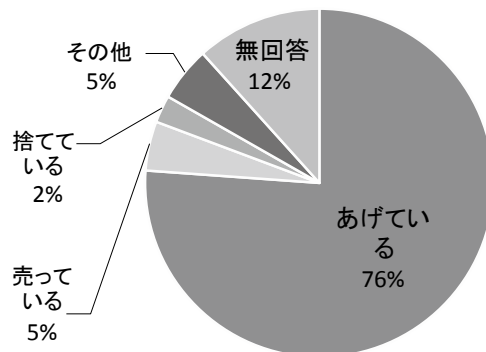


図 2 家庭で栽培している作物のうち、消費しきれないものはどうしているか (N=197)

天龍村に限らず、多くの日本の地域で、自給やお裾分けは、一般的に行われている。吉本哲郎氏によると、経済には「貨幣経済」「共同経済」「自給経済」の3つの形態がある。お裾分けや自給のような非貨幣的な経済行動は、GDPのような経済データでは測定できないが、人々の暮らしの支えになっていることは間違いない。

非貨幣経済を積極的に活かした実践例に、「半農半X」がある。これは、自給的な農業とお裾分けによって食糧を賄いながら、好きな仕事やミッションによって稼ぐライフスタイルである（塩谷、2008）。「X」にあたる部分は「NPO」、「ライター」、「歌手」などなんでもよい。自給的な農業をすることで、生活費を抑えられる。これは新たなライフスタイルとして注目されている。

こうした統計的な経済データからは見えない経済としての自給経済、お裾分け経済は、地域の暮らしの安定だけではなく、地域の経済的自立を考える上でも重要な視点である。今後は、こうした非貨幣経済も含めた、簡単でわかりやすい経済指標を作ることが求められる。

3.1.2. 森林エネルギー

また調査結果から、「薪」への関心を持つ人が一定数いることがわかった。家庭で使用したい自然エネルギー、あるいは興味のある自然エネルギーとして、薪ストーブに関心があると答えた人は13%（35人）いた。太陽光発電に関心があると答えた人（19%、53人）よりは少ないものの、薪ストーブへの関心が高いことがわかる。また、薪風呂に関心があると答えた人も7%（19人）いた（表1）。

またエネルギー費を尋ねた項目からは、薪や炭をエネルギーとして使用している人がいることがわかる（表2²⁾）。

表1 家庭で使用したい、興味のある自然エネルギー（複数回答）

	人数	%
太陽光発電	53	19.6%
薪ストーブ	35	13.0%
太陽熱温水器	34	12.6%
薪風呂	19	7.0%
風力発電	7	2.6%
ペレットストーブ	3	1.1%
	270	100.0%

表2 月々のエネルギー費（薪代・炭代）

	薪代		炭代	
	人数	パーセント	人数	パーセント
無料	90	33.3%	58	21.5%
3,000円未満	5	1.9%	20	7.4%
3,000円～5,000円未満	3	1.1%	4	1.5%
5,000円～10,000円未満	3	1.1%	2	0.7%
10,000円～15,000円未満	1	0.4%	1	0.4%
それ以上	3	1.1%	1	0.4%
無回答・非該当	165	61.1%	184	68.1%
合計	270	100.0%	270	100.0%

天龍村では「薪のある生活」がいまだに残っている。森林資源にも恵まれており、昔から身近にある薪や炭に対する関心が高い。これは、エネルギー自給に向けた移行を後押しする要素である。

多くの日本の地域では、エネルギー購入の支払いのかなりの額が、地域外に流出している。この部分を地域内で賄うことができれば、地域経済には大きな効果がある。例えば、北海道下川町では町独自の経済分析（産業連関表の作成）により、町内全体での、灯油などの石油・石炭製品の赤字額約 7.5 億円であること、電力の赤字額が約 5.2 億円であることを算出している。併せると約 13 億円近くがエネルギー購入のために域外に流出している計算になる。この暖房用燃料と電力を、下川町の森林バイオマスでまかなえば、まずエネルギー購入費分の合計 13 億円の赤字がなくなる。木質バイオマスエネルギー用の燃料生産に伴う林業や林産業などの関連産業も活性化による波及効果を含めると、下川町全体では域内生産額が 28 億円増加すると見込んでいる（春日・枝廣、2015）。

本調査で得られた天龍村のエネルギー費（電気、ガス、自動車燃料、灯油、薪、炭）のデータから、天龍村の全世帯が 1 年間に支払っているエネルギー費を推測すると、年間約 1.5 億円（推定）にもなる（武蔵野大学工学部環境システム学科・（一財）運輸総合研究所、2016）。この額の一部を村内の森林資源に回すことができれば、エネルギー費として村から流出しているお金を内部化することができるだけでなく、村の産業を育むこともできる。

もちろん、高齢化が進んでいる山村で、新たに大規模なバイオマス産業を生み出すことは、難しい面もある。ただし、村でバイオマスの取り組みを行っている事例もある（檜原村、2016）。また、平成 28 年 3 月の天龍村まち・ひと・しごと創生総合戦略では、「薪ボイラーの導入等、豊富な森林資源を木質バイオマスエネルギーとして利用することで、森林整備の促進と新たな雇用の機会を創出します」と木質バイオマスを創生総合戦略の一環と位置づけている。

3.2. 村内での買い物

村内で買い物をすることは、お金を村内で循環させるために重要である。村内で人々が買い物をするためには、商店が村内で買う意志を持っていることと、村に商店があること、商店側が住民のニーズにそった経営をすることが必要である。この点について、天龍村の状況を紹介する。

天龍村では、村内で買い物をすることに対する意識はかなり高い。「村内で買い物をすることで、地域にお金を落とすことを意識しているか」という質問に対しては、約 50%（132 人）が「とても意識して行動している」、「ときどき意識して行動している」と回答している。また「意識しているが行動していない」という人も 29%（80 人）いた（図 3）。あわせると 8 割が、村内で買い物をする志向性を持っている。

しかし、現実には村内の商店で買い物をしている率は、意識ほど高くはなかった。図 4 は、米、野菜・キノコ、乳製品、肉類について、村内で購入している割合が高いか、村外で購入している割合が高いかを尋ねた結果である。一番村内での購入率が高い米でも「全て村内」「村内が多い」を併せると 29.7%（80 名）、野菜・キノコと乳製品の同割合は、それぞれ 21.8%（59 名）と 20%（54 人）、肉類はさらに低く 13.3%（36 人）という結果であった。

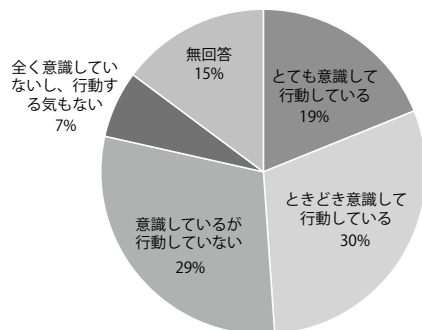


図3 村内で買い物をすることで地域にお金を落とすことを意識しているか (N=270)

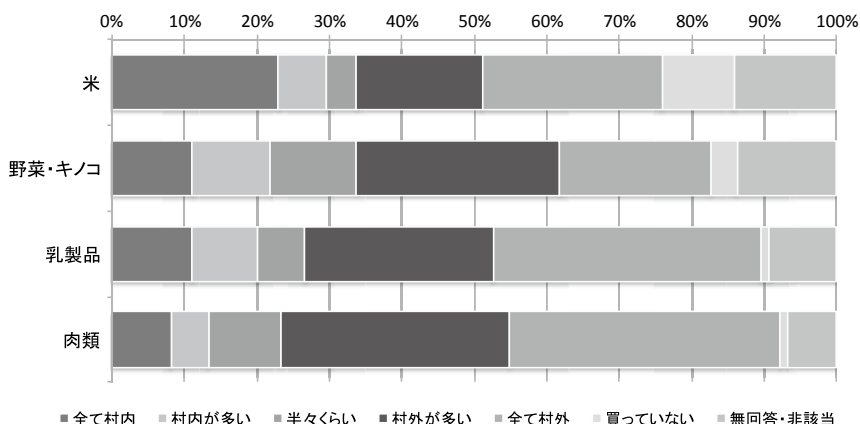


図4 村内の商店で買い物をしているか (N=270)

村内で買い物をすることに対する意識が高いにも関わらず、現実には村外で買い物をしている理由について、「なぜ、村外で買い物をするのか」についての自由回答の記述をみると、村内のお店について、品数が少ないこと、高価であること、賞味期限への配慮に問題があるといった声があがっている。また村内の商店への要望も自由回答方式で尋ねたところ、「お店を続けてほしい」という回答が多数あった。また「特徴がある店作りをしてほしい」といった声もある。

3.3. 商店側の状況

それでは、商店の側はどのような状況なのだろうか。天龍村の商店は、現在、新たな展開を考える時期に差し掛かっている。調査が行われた2015年当時、天龍村には12の商店があった（そのうち野菜を扱っているのは5商店、魚介類・肉類を扱っているのは3商店）。全12商店を対象にした商店調査で、「今後お店の経営が困難になった時にどうする予定か」を複数回答で尋ねたところ、「続けられるだけ続けその後は閉店する」と回答した商店が9商店と大多数に及んだ。また「後継者がいない」、「後継者を探している」とった回答も、自由回答記述を含めて3商店から得られている。実際、2015年に調査を行ったあと、2つの商店が閉店をしている。

こうした状況を受け、天龍村では2017年からは、商店街の活性化を含めた買い物弱者対策検討委員会が発足し、商工会・商店・地域住民・役場職員・協力隊等もその会議に入って、今後の商店街や買い物支援について検討している。

3.4. 村内からの仕入れの状況

地域から流出するお金を、消費者が村内に留めるためには、村内で買い物をすることが重要であることは既に述べた。しかし、商店が商品を村外から仕入れている場合、村内で買い物をしても、お金は村外へと流出してしまう。この点について、天龍村の商店の実態はどのようになっているのだろうか。「商品を村内から仕入れているか、村外から仕入れているか」を尋ねたところ、12商店中8商店が「すべて村外」と回答した。また「村内が多い」と回答した商店は2商店のみであった。

ただし、「もし村内で仕入れられるものがあれば、仕入れるか」という質問に対しては、「仕入れる」と回答した商店が6店舗あった。理由を自由回答で尋ねたところ、「村内で仕入れることができるものがあれば仕入れる」、「(仕入れたいが)割高になってしまう」、「配達をしてくれれば仕入れる」など、条件さえ整えば村内から仕入れる意向を示す回答のほか、「豆腐屋さんがあったときは仕入れていた」という回答もあった。

消費者の側と同様に、商店側も村内から仕入れたいという意識は高いものの、仕入れることが出来ないことがわかる。消費者側も、商店側も、「条件さえ整えば、村内の商品を買いたい」と考えていることは、地域からお金が漏れ出している穴をふさぐ上で、重要なポイントである。

4. 住民の手で商店を存続させる

本稿ではここまで、天龍村の消費者と商店が「村内の商品を購入する意思をどの程度持っているのか」、「実際には、その程度村内の商品が購入されているのか」を中心に、調査結果を紹介してきた。その結果、「村内の商品を買いたい」という意識は高いものの、価格の高さや品揃えの問題から、その意識が行為に結びついていないことが明らかになった。また、天龍村の多くの商店が将来的には閉店を考えていることもわかった。

そこで本節では、地域のお店がなくなった際の住民の動きについて、内外の事例を紹介する。日本の事例としては、日本各地で行われている「住民出資」のお店をつくるという方法を紹介する。また欧米の事例として、協同組合を組織する取り組みを、最後に、商店の事例ではないが、地域の野菜を購入するという観点から、CSA（地域に支えられた農業）を紹介する。

4.1. 住民出資の商店

JAの撤退などにより、商店がなくなってしまった地域の中には、住民が出資することで商店を作っている事例が多数ある。こうした地域では、高齢化が進み地域の外に買い物に行くことが困難であるにも関わらず、地域の中で日用品を購入することができないという危機

感から、住民出資の商店を立ち上げている事が多い。住民出資のお店の中には、比較的少額を広く住民から集めている場合と、ある程度まとまった金額を集めている事例がある。両方の事例を新津（2017）より紹介する。

4.1.1. 住民からまとまった金額を集めている事例

住民出資の商店の中には700万円といったかなりまとまった開業資金を住民から集めている事例がある。そのひとつが、長野県高山村の「ふるさとセンター山田」である。この商店があるのは、約400世帯が暮らす長野県高山村中山地域である。JA須高山田支所の廃止が決定した際に、住民から地域に商店の存続を訴える意見が出た。

そこで、2007年6月に株主を1株3万円で募集したところ、774万円の資本金が得られた。7月に株式会社「ふるさとセンター山田」が立ち上がり、9月には店舗の営業を開始している。なお、現在までに150人の住民から出資を受けている。

700万円以上の資本金を住民から集めている他の事例としては、高知県四万十市の「株式会社大宮産業」をあげることができる。大宮産業では住民108人が700万円を出資している。

なお、ふるさとセンター山田は、2016年4月からは、「Yショップ ふるさとセンター山田」として新たに営業をはじめている。Yショップは、山崎製パン株式会社の地域密着型の店舗である。コンビニ風の店舗であるが、粗利分配方式などによるロイヤルティはなく、売上・利益とは無関係に月々、固定運営費を支払う仕組みであること、オーナーの裁量が発揮できるといった特徴がある（山崎製パン、2017）。

ふるさとセンター山田でも、以前から店内にあった一休みできるスペースも残っており、地域のお年寄りが立ち寄れる場であるとともに、コンビニ風のYショップになったことで、子ども連れなど、若い客層も増えている。

高齢化が進行している地域では、商店をどのように維持しているかも大きな課題である。若者も入りやすい商店づくりは、そのひとつの方法である。

4.1.2. 比較的少額の出資金を広く住民から集めている事例

住民からまとまった出資金を得るのではなく、1,000円から1万円程度に出資金を抑えることで、広く住民から出資金を集める仕組みを作っている事例もある（表3参照）。

表3 住民出資の商店

	開店時期	出資金
広島県安芸高田市「万屋」「油屋」	2000年	一戸あたり1000円の出資金、約250戸から出資を受ける
三重県松坂市「コミュニティーうきさとみんなの店」	2007年	自治体の全世帯が1万円ずつ出資
宮城県丸森町「大張物産センターなんでもや」	2003年	地元の出資者（約20名）から約200万円、協力金出資者（200世帯）から40万円など、あわせて約260万円
長野県高山村「ふるさとセンター山田」	2007年	1株3万円で株主を募集。現在までに150人の住民からの出資を集める。開店時までは774万円の資本金を集めた。
高知県四万十市「株式会社大宮産業」	2006年	住民108人が700万円を出資

新津（2017）より作成

その中でも、「大張物産センター なんでもや」は、出資者と協力金出資者を分けることで、出資者しやすい仕組みを作っている。「なんでもや」がある宮城県丸森町大張地区は、人口約 800 人の、町の中心地より約 10km 離れた山間地に位置している。この地域では、2002 年に最後の小売店が閉店してしまい、地域内で日用品を入手することもできなくなった。

この状況を受け、地元の有志が立ち上がり、2003 年に「大張物産センター なんでもや」が開店した。現在までに、地元の出資者（約 20 名）から約 200 万円、協力金出資者（200 世帯）から 40 万円など、あわせて約 260 万円の出資を受けている。

出資者は平均約 8 万円出資しているのに対して、協力金出資者は平均 2,000 円を出資している計算になる。このように、出資額を 2 段階に分けることで、広く住民が出資できる仕組みを作っていることが「なんでもや」の特徴であろう。住民みんなが出資することで、「みんなで作ったお店だ」という意識を共有する事も可能になる。

住民から少ない金額を広く集めている事例としては、広島県安芸高田市川根地区の「万屋（よろずや）」と「油屋（あぶらや）」がある。川根地区も JA の撤退をきっかけに、住民出資の店舗「万屋（よろずや）」とガソリンスタンド「油屋（あぶらや）」を 2000 年から運営している。出資金は一戸あたり 1000 円、約 250 戸から出資を受けている。

また、三重県松坂市柚原町の「コミュニティうきさとみんなの店」では、自治体の全世帯が 1 万円ずつ出資し、旧 JA 店舗で運営をはじめている。その他の開業資金は自治会の資金と寄付によって賄われている。

本稿で取り上げた以外にも、住民出資の事例は日本各地にある。商店がなくなった地域が取り組みやすい方法である一方で、高齢化が進行する地域では、どのように商店を持続していくかが大きな課題でなる。

4.2. コミュニティ所有の協同組合

米国では、自分たちで協同組合を作ること、地元のお店を守る事例がある。ここではそうした取組のひとつとしてノースカロライナ州グリーンズボロの取り組みを紹介する（Renaissance Community Cooperative, 2017）。

この地域では、スーパーが 1998 年に閉店した。その後、15 年以上にわたり、新たな食料雑貨店を誘致する試みが行われてきたが、話はまとまらなかった。そこで、住民はコミュニティ所有の食料雑貨店を開くことにした。その際に用いたのが「協同組合」の仕組みだ。協同組合の目的は利潤の追求ではなく、組合員の生活を守ることにある。運営は組合員によって共同で行われ、組合員 1 人につき 1 票を投じることができる。

2016 年にルネサンス・コミュニティ協同組合はウインディキシーの跡地に店舗をオープンした。ルネサンス・コミュニティ協同組合の組合員は 900 人以上、組合員になるには 100 ドル（2017 年 10 月現在、約 1 万 1,000 円）を出資する必要がある。店舗は毎日、朝の 8 時から夜の 8 時まで営業している。

日本と米国では、協同組合に関連する法律が異なる。そのため、米国の事例をそのまま使うことは出来ない。しかし、最近では日本でもワーカーズコープと呼ばれる労働者協同組合も増えていることから、協同組合の仕組みを使った展開も考えられるだろう。

4.3. CSA (Community Supported Agriculture: 地域支援型農業)

最後は商店の事例ではなく、地域の農業を地域で支える仕組みについて紹介する。天龍村の調査からは、「村内のお店で商品を買いたい」という住民が多いことが明らかになった。CSA (Community Supported Agriculture) の仕組みを用いることで、こうした声に答えるだけでなく、生産者を支援することもできる。また、CSA は、地域内でお金を循環させる役割も果たすことができる。

CSA は欧米に広く広がっている取り組みであり、米国には何千もの CSA があると言われている。CSA の仕組みは以下のとおりである。まず消費者は会員となり、生産者に一定額を前払いする。前払いすることで、消費者は生産者を財政的に支援することができる。そして生産者は収穫された農作物を消費者に供給する。消費者は生産者とリスクを共有する。例えば、バジルが豊作の年は、届けられるどの箱にもバジルが大量に入っている。トマトの生育が悪い年は、トマトは供給されない。この仕組みにより、生産者は、天候などにより収穫が左右されやすい場合でも財政的な安定が得られる。また直接販売であるため、収益性も高い (幸せ経済社会研究所 2011、枝廣 2013)。

また、現在では CSA の仕組みは、農業だけではなく、地ビールや芸術、薬などにも適用されている (Drugmand, 2014)。たとえば、「地域に支えられた醸造所 (Community supported breweries:CSB)」の場合、シェアを購入すると、基本的に1ヶ月に一度、決まった量のビールを持ち帰ることができる。小規模な生産者にとっても、原料や梱包のために必要なお金を事前に受け取ることができること、会員が自分でビールの受け取りに来てくれるといったメリットがある。消費者が生産者から直接購入することで、ビールの生産者と消費者との関係が育まれるという特徴もある (Drugmand, 2014; 幸せ経済社会研究所, 2014)。

天龍村のように森林資源が豊富な地域では、例えば「地域に支えられた林業」により、薪や炭を生産するなど、様々な産業に応用することができるだろう。

5. 結びにかえて

以上、本稿では、長野県下伊那郡天龍村で行われた調査の結果をもとに、同村からのお金の流出を防ぐ方法について考察をした。もちろん、同村の経済を完全に自立させることは不可能である。しかし、部分的にでも、地域経済というパケツの穴をふさぐことができれば、「村の中で買い物をしたい」、「地域で作られたものを買いたい」といったニーズに応えることができるだけでなく、経済の循環も促進することができる。

高齢化が進む地域で、産業を維持し、経済の自立を高めることは、日本が抱える課題である。地域の人々が、地に足の着いた範囲内でできる取り組み事例を重ねていくことが必要である。

尚、本研究は平成 27 年度武蔵野大学学院特別研究費 (「地域資源を活用した内発的発展に関する研究」研究代表：明石修) の助成を受けたものである。

註

- 1) リーサスのデータは国民経済計算、県民経済計算といったデータを用いて、全国の市町村のデータを統一的な方法で算出しているため、数字はあくまでも傾向をみるための概算と考える必要がある。
- 2) ただし、無料と答えた人の中には、薪や炭を利用していない人も含まれている可能性もある。

引用・参考文献

- Drugmand, Dana, 2014, "Beyond the CSA: Four Ways Communities Support Everything From Books to Beer" Yes Magazine, (Retrieved October 3, 2017, <http://www.yesmagazine.org/happiness/beyond-the-csa-four-ways-communities-support-everything-from-health-care-to-beer>)
- 枝廣淳子, 2013, 「『地域が支える農業(CSA)』から『地域が支える産業(CSI)』へ」, 有限会社イーズホームページ (2017年10月3日取得, http://www.es-inc.jp/library/mailnews/2013/libnews_id004158.html)
- 檜原村, 2016, 「バイオマスタウン構想」, 檜原村ホームページ (2017年10月3日取得, <http://www.vill.hinohara.tokyo.jp/0000000177.html>)
- 春日隆司 (講演)・枝廣淳子 (編), 2015, 「地域資源「森林」を活用したエネルギー自給型小規模自治体モデルの構築 (前編)」, JFS ホームページ (2017年10月3日取得, https://www.japanfs.org/ja/news/archives/news_id035216.html)
- 武蔵野大学工学部環境システム学科・運輸総合研究所, 2016, 『天龍村におけるエネルギーと食品の消費実態に関する研究』
- 内閣府, 2017, 「平成 29 年版高齢社会白書」
- Nef, 2002, Plugging the Leaks -- Making the most of every pound that enters your local economy (2017年10月3日取得, http://www.pluggingtheleaks.org/downloads/ptl_handbook.pdf).
- 新津尚子, 2017, 「住民出資のお店で地域の生活を守る: 日本各地の取り組み」, JFS ホームページ (2017年10月3日取得, https://www.japanfs.org/ja/news/archives/news_id035918.html)
- Reed, Dave, 2014, "After Years Without a Grocery Store, Greensboro Neighbors Are Building One Themselves—And They'll Own It" Yes Magazine, (Retrieved October 3, 2017, <http://www.yesmagazine.org/commonomics/greensboro-neighbors-build-grocery-store-and-they-ll-own-it>)
- Renaissance Community Cooperative, 2017, (Retrieved October 3, <https://renaissancecoop.com>)
- RESAS, 2017, 「地域経済循環圏 天龍村」 (2017年10月3日取得, <https://resas.go.jp/regioncycle/#/map/20/20413/2/2013>)
- 幸せ経済社会研究所, 2011, 「CSA (Community Supported Agriculture: 地域支援型農業)」, 幸せ経済社会研究所ホームページ (2017年10月3日取得, http://ishes.org/keywords/2011/kwd_id000024.html)
- 幸せ経済社会研究所, 2014, 「農業を超えた「地域に支えられた農業(CSA)」のモデル—コミュニティを支える4つの方法」, 幸せ経済社会研究所ホームページ (2017年10月3日取得, http://ishes.org/cases/2014/cas_id001463.html)
- 幸せ経済社会研究所, 2015, 「自分たちの食料雑貨店を作って所有しよう!—長年、食料難民だった米国ノースカロライナ州グリーンズボロの人々の試み」, 幸せ経済社会研究所ホームページ (2017

年 10 月 3 日取得, http://ishes.org/cases/2015/cas_id001552.html)

塩見直紀, 2008, 『半農半 X という生き方』, ソニー・マガジズ

総務省自治行政局過疎対策室, 2016, 「過疎関係市町村都道府県別分布図」(2017 年 10 月 3 日取得, http://www.soumu.go.jp/main_content/000456268.pdf)

天龍村, 2017, 天龍村ホームページ (2017 年 10 月 3 日取得, <http://www.vill-tenryu.jp/>)

山崎製パン, 2017, 「ヤマザキショップ」, 山崎製パンホームページ (2017 年 10 月 3 日取得, <https://www.yamazakipan.co.jp/shops/yshop/>)

吉本哲郎, 2008, 『地元学をはじめよう』岩波書店