

遊休不動産を利用した「利害の結び直し」として読み解かれるソーシャル・イノベーション

—滋賀県長浜市株式会社黒壁と福岡県北九州市株式会社北九州家守舎の事例—

Social Innovation as Re-combination of Interests by Use of Unused Real Estates

—Case analysis of KUROKABE corporation in Nagahama city, and KITAKYUSHUYAMORISYA in Kitakyushu city—

首都大学東京大学院社会科学部 木村 隆之

要旨

近年、まちづくり研究において、企業家概念を基軸とした「ソーシャル・イノベーション」研究による理論構築が注目されている。それら既存研究は、地域の既得権益者（ステイクホルダー）を動員するために、「利害の結び直し」の分析を行う。そこには、認知的正統性に基づく価値共有と社会的正統性に基づいたイノベーションの普及を重要視し過ぎたことで抽象レベルでの統合のみの議論となっており、再現可能性の低い記述モデルとなっている。そこで、本論文では、まちづくりとは社会企業家による資源の新結合であるという分析視座に立ち、新しい価値によるアリーナの構築と、「利害の結び直し」の起点に物質的存在を介した事業の作り込みというモデルを提唱する。このことを経験的に実証する事例として、株式会社黒壁と株式会社北九州家守舎による地域再生事例を検討する。そこでは、「遊休不動産」という物質的存在により、ステイクホルダーの資源動員を可能にし、地域再生事業を実現させていた。

キーワード：地域再生、ソーシャル・イノベーション、まちづくり、遊休不動産活用、利害の結び直し

Abstract

In recent years, constructing the social innovation theory based on entrepreneurs' concepts related to city planning study is receiving a lot of attention. Existing studies have been conducted to analyze re-combination of interests for mobilizing local people with vested rights (stakeholders). As for existing studies, excessive attention was paid on sharing of value

based on cognitive legitimacy and innovation based on social legitimacy, integration of abstract level. Therefore, it is a low reproducibility description model.

This theoretical limitation can be solved by building the arena by *a new value*, arranging physical entities and creating businesses based on a concept of *Re-combination of interests*. To prove this empirically, regional regeneration carried out by KUROKABE corporation in Nagahama city and KITAKYUSHUYAMORI-SYA corporation in Kitakyushu city is examined. In this example, the physical entity, an unused real estate enabled mobilization of resources of stakeholders and realized the regional regeneration program.

Key words: Community regeneration, Social innovation, City planning, Use of unused real estates, Re-combination of interests

1 序

本論文は、まちづくり研究とその理論化を試みるソーシャル・イノベーション・プロセスモデルの持つ理論的課題を踏まえた上で、利害の結び直しとしてまちづくりを捉え直す新たな理論的視座を提示する経験的研究である。

我が国におけるまちづくりというテーマは、1970年代以後の地方分権の流れのもと、政治学、行財政学、経済学、経営学、都市工学等の様々な理論的基盤を有する研究者により事例研究を中心として展開されてきた。特に、1998年に施行された「まちづくり三法」²⁾により、まちづくりと地域経済の活性化が直接関連付けられることとなり、中小企業政策

や中心市街地活性化政策、Town Management Organization (TMO) の設立が進められるに従い³⁾、公共政策や都市計画の分野で積極的に議論され、まちづくり研究と呼ばれる研究領域が形成された (e.g., 諸富, 2010 ; 角谷, 2009 ; 福川, 2005 ; 矢作, 1997 ; 石原・石井, 1992)。

他方、企業家研究においてはまちづくりを事例として、従来型の補助金依存による地域振興ではなく、社会企業家を中心とした地域再生に注目する研究が行われている。社会企業家は、地域内の未利用資源を発見し、新結合を遂行していくことで、雇用促進や福祉政策、観光開発などに係る事業を構築し、地域を活性化していく。谷本 (2006) や Mulgan (2006)、Moulaert (2009) らは、このような地域の課題解決を図る企業家活動を、ソーシャル・イノベーション・プロセス (social innovation process) としてモデル化した。これらソーシャル・イノベーション研究はまちづくりを、社会企業家による抽象レベルの統合を通じたステイクホルダーの関係構築として分析していく。

しかし、これら既存研究にはいくつかの理論的課題が存在している。そこで本論文ではまず、まちづくり研究における事例紹介を中心とした研究とその理論構築を試みるソーシャル・イノベーション研究の理論的動向と政策領域での理論的課題を明らかにする (2 節)。既存のまちづくり事例研究では、カリスマリーダーを中心とした理念の共有をまちづくりの成功要因として説明する。ソーシャル・イノベーション研究は、まちづくり事例を分析し、そこでなされる社会的課題の解決策の創出と普及を、社会企業家のミッションへの共感・共有という認知的正統性と、共感した行政や市場の支持が拡大することによる社会的正統性が可能とするステイクホルダーの関係構築として説明する。この抽象レベルでの統合がまちづくりの成功要因として重視されるとき、価値の共有を可能とするためカリスマリーダーを所与の存在として据える、若しくは、共有・共感によって協働する企業家群を出発点に据えることとなる。そのため、社会企業家の活動とは抽象レベルでの統合となり、具体的レベルの資源の新結合については分析されてこなかった。

この既存研究が持つ理論的傾向に対して本論文では、まちづくり現象を地域資源の新結合という視点に立ち、企業家活動とは、資源を取り巻く利害関係を読み解き、利害を調整する活動 (利害の結び直し)

として捉えなおす。この視座に基づき、まちづくりにおける関係性構築の中心に物質的な条件 (遊休不動産) を置くことで可能となる「利害の結び直し」事例として、滋賀県長浜市の株式会社黒壁による「まちづくり」事例 (3 節) と、福岡県北九州市小倉地区の北九州家守舎による商店街活性化事例 (4 節) の分析を行う。これらの分析的記述から得られた発見事実に基づき、まちづくりに関する先行研究の理論的貢献と今後の課題を明らかにする。

2 先行研究のレビュー

2.1 我が国における「まちづくり」研究の動向

我が国におけるまちづくり研究は、1970 年代の地方分権の流れのもと、地方における地場産業の活性化や地域振興を説く議論 (e.g., 清成, 1981) と、地域自立を唱える議論 (e.g., 中村, 1993) としてスタートした。後者の潮流は、「一村一品運動」⁴⁾や「ふるさと創生事業」⁵⁾等の行政施策と相まって、地域おこしやまちづくり運動として全国に広がっていった。その後、1990 年代後半、「まちづくり三法」が制定されたことを契機に、中小企業政策や中心市街地活性化政策、Town Management Organization (TMO) の設立に係る議論と結びつくことになり、地域活性化を研究する学際的領域として急激な成長を遂げた。

この、新たなまちづくり研究の特徴は、工業団地や大企業誘致等のような従来の行政主導の都市計画とは異なり、地域住民が、地域内の既存の資源に新たな価値を見出し、観光業を始めとした新たな産業の創出という、地域住民主導型の地域再生に注目することであった (e.g., 本間, 1994)。住民主導型の地域再生事例の蓄積は、まちづくり研究への関心を高めるという効果があった。しかし、事例の蓄積が進む中で、特異な能力を持つアクターの精力的な活動と、そのミッションに共感するステイクホルダーとの協調関係によるまちづくりという論理構造に基づく記述の再生産が行われる⁶⁾。

例えば、諸富 (2010) は財政学の視点から長浜黒壁のまちづくり事例を取り上げる。そこには企業家精神に富むリーダーや住民たちが、地域を再生したいという思いのもと、優秀なスタッフに支えられ地域を再生していく姿が描き出されている。同様に、公共政策学では、角谷 (2009) が、中心市街地活性化における TMO の役割を議論する事例として、長

浜黒壁の詳細にわたる事例分析を行う。彼は黒壁によるまちづくりは、笹原司郎という類い稀なる社会企業家を中心としたメンバーが、価値観の共有により当該地域の多様なアクターを巻き込むことによって成功したと説明する。この住民参加型のまちづくりは、都市計画学や建築学においても主要な論点であり、まちづくりにおいて住民の協力を取り付け、住民の意欲を喚起することを重視する(星野、2002)。

経営学者もまちづくりにおける事例研究の蓄積に貢献している。例えば、杉万(2007)は、鳥取県智頭町の「ゼロイチ」運動に注目し、リーダーシップ論の観点から、2人の行動力あるリーダーを中心に、地域住民の共感が広がる過程としてまちづくりを捉えている。同様に、石原(2000)は、マーケティング論の観点から、まちづくりにおける商店街や小売業の役割を分析している。特に、深刻化する地域小売業の現状と商店街の空き店舗問題を解決するために、商店街を超えた都市全体の問題解決として、まちづくりの重要性を指摘する。その上で、まちづくりの主演として、カリスマ的リーダーもしくはグループリーダーが必要とされ、参加型住民を共通の価値観で巻き込むことを強調する。

この様に、まちづくり研究は学問領域を超えて事例蓄積がなされており、地域再生を住民主導のまちづくりとしてのイシューで捉え、カリスマリーダーによる価値共有をまちづくりの成功要因として説明するという論理構造が形成されている。しかし、この価値共有モデルでは多様なステイクホルダー(既得権益者)が如何に協力するのかについて、具体的な説明がなされておらず、予定調和な記述という理論的課題が見られる。

2.2 社会企業家研究によるまちづくりへの接近

これら個別の地域再生事例から導きだされた発見事実をもとに、企業家研究では社会企業家概念を用いてソーシャル・イノベーション・プロセスモデル(谷本、2006; Mulgan, 2006)を提示している⁷⁾。谷本ら(2013)はソーシャル・イノベーション・プロセスを創出と普及の2段階に分け、創出プロセスを「①社会的課題の認知、②ソーシャル・ビジネスの開発」とし、普及プロセスを「③市場社会からの支持、④ソーシャル・イノベーションの普及」として想定する⁸⁾。その経験的研究として、特定非営利活動法人北海道グリーンファンドが日本で初めて市民による風力発電事業を立ち上げたまちづくり事例

を用いて解説する。

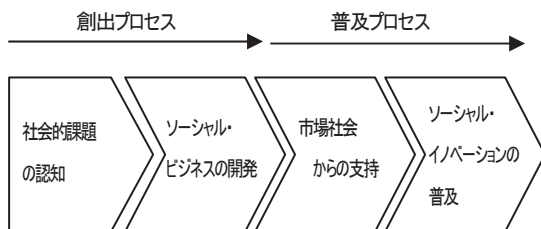
創出プロセスにおいては、イノベーションの主体として事業を支えるステイクホルダー群の存在に注目し、その多様なステイクホルダーは、理事長の杉山さかえと事務局長の鈴木享という社会企業家が社会的ミッションを掲げ積極的に説得することで、その事業に共感し支持していったと説明される(谷本ほか、2013, p.118)。谷本(2006)はこのステイクホルダーとの協働関係を「ソーシャル・イノベーション・クラスター」⁹⁾と呼ぶ。形成期においては特定の社会的ミッションに関心を持つアクターの集まりであるが、その成熟においては、社会的課題に反発するステイクホルダーの参加が重要となり、その動機付けとして「社会的課題を解決したいという熱い思い」が強調される。つまり、社会企業家による事業体(社会的企業)と組織外部のステイクホルダーとの相互関係における「価値の共創環境」(谷本、2006, p.52)によって地域資源が獲得されイノベーションが創発されると読み解く。

この際、価値の共有は如何にして行われるのか。彼らは、社会企業家によってなされる「相手を説き伏せる戦略(e.g., Suchman, 1995)」に着目する。これは、説得相手となるアクターの暗黙にある認識や価値前提にまで影響を与える戦略であり、ステイクホルダーが新しい価値を受け止め、共有し変化していくことを重視する(谷本ほか、2013, pp.74-75)。この様に、創出プロセスにおいては、情熱や価値の共有、または信頼という形で社会企業家が認知的正統性を獲得することが重視される。

次に、普及プロセスであるが、ここでは認知的正統性に加えて社会制度的な正統性の獲得という視座が付け加えられる。つまり、社会的課題解決の事業化について、法制化や市場の支持、当該地域外からの評価などを根拠として、人々の認知を強制的に変化させ、事業に正統性が付与されるプロセスである(e.g., Hamalaine, 2007)。北海道グリーンファンドにおいては、行政や生協、企業と戦略的に連携を持つこと、信託や証券などの制度を活用すること、他分野で応用されること、補助金や公的な制度を生み出すこと等が普及プロセスでなされているが、それを可能としたのは、新たに事業に共感することで積極的に関与する協力者の存在であった(谷本ほか、2013, pp.265-268)。つまり、法制化を行うにしても、法整備によって可能となる社会的課題の解決に共感し、共に法制化に向けたロビー活動に協力する集団

が必要となる。これら一連の活動は、新たな敵対関係の発生に繋がり、その際に発生するステイクホルダーを「説得・強制」するために、屋上に屋根を重ねるように、更なる正統性を必要とする。

図1 ソーシャル・イノベーション・プロセス



(谷本ほか、2013)

この様に、ソーシャル・イノベーション研究は、何者かが「社会的課題を解決したいという想い」によってステイクホルダーを協働させることが重視され、社会企業家の持つ「想い」に向かってアクターがまとめ上げられていくことをまちづくりの成功要因として分析する。つまり価値の共有・共感という抽象レベルの利害の結び直しによってまちづくりは可能となるという論理構造が形成されている。

2.3 先行研究の理論的課題と本論文の分析視角：利害の結び直しとしてのまちづくり

ここまでで、まちづくり研究における事例蓄積と、その理論化を試みるソーシャル・イノベーション研究の議論について検討したが、その論理構造には以下の理論的前提が存在すると考えられる。①まちづくりとは、地域内資源やステイクホルダーを結合させることである。②それら資源やステイクホルダーを結合させるために、社会企業家（カリスマリーダー）の存在が必要となる。③社会企業家は、社会的ミッションを掲げ、ステイクホルダーとの協働を通じて事業を普及させる。その具体的方法としては、共感・共有という認知的正統性と、共感したアクターによって裏付けられる社会的正統性を通じた説得という抽象レベルによる統合である。

本論文においても、まちづくりとは地域資源の新結合であり、社会企業家がステイクホルダーから資源を獲得しなければならないという理論的前提を共有する。しかし、既存研究の提唱する抽象レベルの統合を通じたまちづくりは、ステイクホルダー間の利害衝突を避けるために価値を統合させる社会企業

家を所与のものとして据えることが前提となっているため、政策的な再現性が低い記述モデルに留まるという理論的課題を抱えている。もちろん、この問題点について、谷本（2009）は自覚的である。彼は、ソーシャル・イノベーション・プロセスモデルの持つ理論的課題として、利害衝突の解決策として制度派組織論の分析視座を参照することの可能性を指摘しており、利害が衝突しないルールづくりについての分析が必要であることを認めている（谷本、2009, p.34）^{10）}。

この利害が衝突しないルールに注目するためには、まちづくりにおいて、利害衝突が生まれるメカニズムに注目する必要がある。まちづくりを資源の新結合とするなら、当該地域の各アクターが持つ利害は既存の物質的資源が如何に活用されているのかという観点から把握することが可能になる。つまり、利害衝突を避けるようなルールの設定に注目したとき、我々は社会企業家の活動を、物質的資源の新たな利用を巡った、関係的なルールを設定を通じた利害の結び直しという、より具体的なレベルで捉えることが可能になると考えられる^{11）}。

その分析視角は、以下のようなものになると考えられる。まず、①社会企業家は、資源の利用を巡る既存の関係的ルール、すなわち地域の産業構造や利害関係から生まれる社会的課題を見出し、その解決のための事業を想起する。ここで注目すべきは、まちづくりにおける未利用資源の多くは、ステイクホルダーが所持している物質的資源であることである。つまり、社会企業家は物質的資源を介して当該地域のルールを再結合するという可能性に気付くのである。例えば、既得権益者の利害を中心として構築された関係的ルールが当該地域の再生を妨げているという考え方のもと、未利用の農業資源や山林資源が発見され、それらの新たな活用方法から地域再生を実現させた事例などはその典型である（e.g., 池上、2007）。

しかし、社会的課題が掲げられたとしても、既存の関係的ルールを変更し、資源の新結合を行うことには困難が付きまとう。何故なら、資源の新結合を行おうとすることで、その資源に紐づく利害が顕在化し、利害衝突が発生するからである。そこで、②社会企業家は既得権益者に「新たな価値」を示すことが求められる。この「新たな価値」の掲揚は、地域内の個々のアクターが所属する組織的基盤がもたらす利害に抵触しない、普遍的な基盤を地域にもた

らす作用がある (e.g., 矢部, 2012)。これは社会的ミッションへの共感を取り付けるための説得活動を意味するのではない。むしろ、未利用資源の利用や既存資源の新結合について新たな価値の示すことで、地域内で資源を保有するアクターと衝突しないように、利害の一致点を見出したり、あるいは利害の位相をずらすという作用を持つ。特に、商店街や中心市街地の活性化において課題を生み出す物質的資源は遊休化した不動産である。この遊休不動産に着目し、物質物を介して新たな価値を示すことで、利害衝突を解決するルールづくりが可能となる。

そのために、③社会企業家にはステイクホルダーの利害が衝突しないアリーナ¹²⁾の構築が求められる。例えば、「まちづくり条例」の制定は、「まちづくり」という普遍的な基盤を理念として掲げることで政治的・法的アリーナを形成し、個々人の利害に関係なく協力を強制する体制を構築しており、社会企業家が説得・強制するために構築するアリーナの典型例である (e.g., 秋田, 2008)。このアリーナのもとで、個別の利害に抵触しない価値を新規事業に持たせつつ、他方で新規事業に必要な資源を獲得するために、個々の利害に合わせた説得や強制を行う形で、新たな関係的なルールを取り結ぶという利害の結び直しが行われる。故に、まちづくりの実現に必要な経路は、価値観の共有や情熱による抽象レベルの統合を必ずしも迫る必要は無いといえよう。そこで次節は、まちづくりの利害マネジメントを行うまちづくり会社を、物質的な条件を利用した「利害の結び直し」の場として捉えた分析的記述を行っていく。

3 事例1：株式会社黒壁¹³⁾

3.1 黒壁保存から長浜市活性化へ

株式会社黒壁 (以後「黒壁」) は、滋賀県長浜市にあるガラス事業をメインとしたまちづくり会社である。1988年、第百三十銀行長浜支店 (以下、「黒壁銀行」) の保存と活用を目的として、長浜市役所と民間8社が1億3,000万円出資して設立された第3セクターである。同年7月、黒壁ガラス館開館以降、順調に来訪者を増やし続け、平成23年度の報告では、年商7億9,700万円、来街者244万人に上る。これは、中部・近畿地域の集客施設と比較しても、海遊館 (大阪市) の230万人や東山動植物園 (名古屋市) の218万人と同レベルの集客数である¹⁴⁾。

黒壁設立のきっかけは、歴史的建造物保存運動であった。旧第百三十銀行長浜支店 (以下、「黒壁銀行」) を利用していたカトリック教会は建物の老朽化に伴い維持修繕・移転用地の斡旋を長浜市に要求する。しかし、長浜市は黒壁銀行の保存に関する方針を示すことが出来ず、カトリック教会は民間業者に黒壁銀行を売却し移転した。市側としては、長浜城を中心とした地域づくりや、博物館都市構想などを政策として掲げており、文化資源を中心としたまちづくりを尊重しなければならない立場にいた。歴史的価値のある黒壁銀行は保存すべき対象として教育委員会から期待されている物件である。そこで、長浜市は4千万円出資することを決め、民間からの協力者として笹原らに法人の設立を依頼することとなる。

笹原は青年会議所の中心的人物であり、「ながはま21 市民会議」を設立して、1980年代から長浜市の経済活性化を目指し北陸線直流化・長浜ドーム建設・大学誘致の運動を行っていた人物であった。彼らは1987年に「長浜芸術版楽市楽座 (アートインナガハマ)」というイベントを開催することで、文化的事業への市民関心を高めることにも成功している。また、「光友クラブ」¹⁵⁾という地域の文化教育を中心とした地域振興グループに所属していた。長浜市の経済的活性化と地域振興に強い動機付けを持つ彼らにとって、「黒壁保存」は文化的に重要な問題であり、経済的にも可能性のある存在であった。そこで、市側の要請に積極的に呼応する。

加えて、長浜信用金庫を含む、滋賀銀行、びわこ銀行、大垣共立銀行の4銀行が250万円ずつ出資するという話が上がっていたが、最終的に出資者として残った銀行は、地元商店を顧客としている長浜信用金庫であった。これは、長浜信用金庫が担保としている土地・建物のほとんどが長浜市内の物件であり、長浜市の活性化は顧客の経営安定、資産価値の上昇に繋がるというメリットがあった。この様に、当初は「長浜市の文化資源を保存する」という目標掲揚のもと、そこに利害を見出したメンバーによって第三セクター黒壁が創設される。

同時に、第三セクターとして発足したことは収益をあげる会社であることも意味していた。そのため、創設メンバーは全て個人出資ではなく法人として出資する。個人ではなく法人として出資することで、会社への説明責任が発生し、黒壁事業は「長浜市の文化資源の保存」に関するボランティアではなく利益追求を前提としなければならないものとなる¹⁶⁾。

結果として、そこに営利が生み出すことで、地域活性化を実現することに繋がるという長浜市全体の公共性の実現を可能とする。このことについて、伊藤は次のように語っている。

黒壁の話のときも、ボランティアっていうんじゃなくて、「本気出して金出してでもやるか。事業の一環とまではいいませんがそういうことでやるかって言いましたし、最初の時の出資集めた時の話なんですけど、1千万出すのはいいけど、・・・個人だと自分の道楽になるしどうしても会社から出してくれ、会社から出したら会社の役員に話さないといけなくなる」そういうことなら会社で出そうやないかって。最初は全部法人出資でした。(伊藤)

そこで、彼らは黒壁をどう活用するなら長浜市への人の流れが起きるのかを検討した。試行錯誤の末、初代社長の長谷定雄の提案でガラスを中心とした観光地型テーマパークを形成することに決まる¹⁷⁾。この背景には、観光地などでよく見られるガラス工場の吹きガラス体験が観光客に与えるインパクトと、再訪率の高さへの期待があったと考えられる。観光型テーマパーク事業の作りこみが決まることで中心市街地の活用方法がおのずと定まっていく。例えば、黒壁の近くにあった神社の敷地を活用し、観光バスが止まれる駐車場を設置する。そうすることで、北陸方面へ向かう観光バスの立ち寄り地点という位置づけを長浜に与えた。また、黒壁設立メンバーは直流通動に積極的に関わっていたことから、琵琶湖線の終着駅が長浜駅になる可能性を予測していた。直流通が可能となれば、大阪・神戸・京都方面からの日帰り客を呼び込むことが可能となる。これらの背景に基づき、黒壁は単なる店舗経営ではなく、ガラスという文化事業を通じた体験観光型テーマパークとしての、エリア展開が検討される。

3.2 商店街の新陳代謝

しかし、観光型テーマパークという事業の作りこみにおいて問題となったのが、シャッター通りとなっていた大手門商店街の存在であった。黒壁は商店街の入り口に位置するため、エリア展開には商店街を巻き込まなければならない。しかし、商店街は彼らの掲げる「黒壁再建」には非協力的な姿勢を見せる¹⁸⁾。彼らにとって、黒壁再建はなんの利得にもならず、商店街活性化や長浜経済の再興への想いをぶ

つけたところで、よそ者が自分たちの領域に介入してくることへの抵抗感を示すだけだった。また店舗の売り上げを目指す店主は、大型ショッピングモールの中に店舗を構えていた。人通りの少ない商店街は収入源としての魅力はない。とはいえ人通りを増やすことに尽力する方法も持ち合わせていなかった。更に店主の中には、好景気の際に購入した都市部の不動産収益や外商を中心とするものもあり、収益源として商店街に期待をしていなかった。したがって、笹原らの持つ郷土愛や情熱に基づく説得では動かすことが不可能なアクターであった。

そこで彼らが注目したのが、商店街の遊休不動産利用であった。既に地域資源として意味をなさないと考えられていた不動産は黒壁が付加価値を与えることでまちづくりの資源となる。未利用資源を資源として動員するのである。これは、創設メンバーの一人である伊藤が不動産業を営んでいたということから、資源として活用可能であることに気付いたと考えられる。伊藤をはじめとする初代メンバーは、個別に遊休不動産オーナーとの関係性を持って店舗を買収もしくは賃貸契約を結び、将来的に黒壁スクエアとしてエリア展開が可能となる不動産を抑えていく。また、年金や郊外の不動産収入により生計を立てているものには、長浜市を大株主とする公共的組織が間に入って店子を探すということを強調し、空き店舗が収益物件としての価値があることを示す。地域を活性化したいという笹原らの想いに利害を見出さなかった商店街も、空き店舗に資産価値があることに気付かされ、使用権を黒壁に委譲する。

この結果、商店街に外から若くやる気のある企業家たちが流入し、高齢化の進む商店街店主はオーナーとして文字通り表舞台から身を引くことになる。こうしてまちづくりに関心を持たないアクターを商店街そのものから切り離し、黒壁スクエアで企業したい店主を呼び込むことで、利害の結び直しに成功した。その際、再利用される不動産は、必ず「黒壁〇號館」とし「黒壁」のブランドという付加価値を与え、その中心に「黒壁グループ協議会」を据えることで大手門商店街の構成メンバーが組織的に変革されていった。2008年12月時点で、黒壁グループは30店舗あり、そのうち、直営店は11店舗である。この様に、従来の店主と店舗を切り離し、新しいアクターと店舗を結び直すという利害の結び直しによって商店街の構造変革が実現された。

3.3 株式会社新長浜計画によるエリア拡大

黒壁は長浜市の公共性を前面に出すことで正当性を獲得している第三セクターである。そのため、不動産仲介業を中心としたビジネスには工夫が求められた。これが如実に現れたのが、商店街の角にあった空きビル（元パブ）購入に際してであった。この物件は商店街の端に位置していた建物であり、空きビルのままにしておくことは、商店街活性化から考えると好ましくない状態であった。しかし、ビルは破産状態にあるオーナーのものである。オーナーは任意売却を望んでいた。黒壁は、第三セクターであり公共性を担う会社であったため、当然、競売にかける前の任意売却で購入することに対して多くの株主が反対した。そこで1994年、伊藤が中心となり地域活性化には興味が薄いアクターを新たな出資者として「株式会社新長浜計画（以下、長浜計画）」を設立する。具体的には、ビルを学習塾として活用することを目的として出資された会社である。これは、学習塾ビジネスとしてのビル再建ではあったが、商店街の流動化も伏線として目的としていた。日帰り観光を中心としていたため、商店街は夜になると人通りが少なくなった。しかし、商店街の一角に学習塾を作ることで、子どもや送迎の保護者が夜遅くまで賑わいをもたらす。この様に、学習塾を中心とした集客という新たな目標掲揚を掲げた長浜計画は、商店街の流動化を促進する上で遊休不動産を介することで、地域活性化に興味が薄いアクターの利害を結び直し、新たなネットワークの構築に成功する。以降、長浜計画が黒壁の不動産部門を担うこととなる。

このパブの再生をさせるには黒壁ではできんかなと思っていました。だから別の会社を作ってやろうやないかってなったんです。・・・古い建物をなぶっていくんじゃなくて、この建物をやるってことで出資者を募ったんです。そんな中、僕らの仲間（まちづくりへの想いが）薄いほうの奴らがいるんですが、学習塾をやるやないかってなったんです。・・・我々は人を集めることを目指していた。・・・（新長浜計画は）黒壁ではできないことをするために作った会社なんです。黒壁としても幽霊ビルが建ってもらってはたまらなかったんです。（伊藤）

この遊休不動産オーナーの個別利害に対応した空き店舗の活用によるステイクホルダーの利害の結び直しは、商店街活性化のモデルとして高い評価を得

ることになり、黒壁スクエアは市街地活性化のモデルケースとして全国的に位置付けられる。設立から4年後、増資の必要性が生じた際には、滋賀銀行や大垣共立銀行も出資を申し出るようになる。全国的にまちづくりの金字塔として黒壁スクエアの存在が有名になっており、大蔵省の役人や日本銀行の支店長が地域の視察を兼ねて見学に来る場所となっていたため、銀行側としては出資しなければ示しがつかなかったのだ。加えて、黒壁がまちづくり会社として象徴化されることで、新たに、全国の行政関係者、商店街、研究者、学生たち、加えて、長浜にある各種市民団体という資源との結合が可能となっていったのである。

4 事例2：株式会社北九州家守舎¹⁹⁾

4.1 リノベーションによる商店街活性化

北九州小倉エリアは、明治以降、行政区域として認識され、町人が集積し商業地域として発展してきた地域であったが、バブル崩壊以降、不況と後継者不足により従来の商店は閉店を余儀なくされていた。特に、京町銀天街や魚町銀天街の南側は人通りの減少傾向が著しい状況である。加えて、全国の商店街事情と同様に、後継者がいない商店主たちは引退した後は不動産業により生計を立てており、魚町銀天街も例外ではなかった。1日の通行量が2万人以下の場合、大手チェーン店は出店しないため、店子を見つけるのも困難な状況である。この様に、小倉都心地区の商店街は通行量の減少という外的要因と商店街店主の小売業から撤退という内的要因が商店街の衰退を地域課題として抱えていた。ただ、小倉地区の商店街の場合、シャッター化している物件をそのまま放置しておくわけにはいかない事情があった。魚町商店街を代表とする小倉の商店街は、商店を居住空間としては利用しておらず、大半の空き店舗は駅から近いという立地からも多額の固定資産税を払わなければならないという事情があった。そのため、オーナーたちにとって遊休化している物件の再利用は常に課題として存在していた。一方で、何らかの形で店舗収入があるオーナーは、意図的に遊休化させているものもあり、商店街活性化に対して非協力的な態度をとっていた²⁰⁾。この様に、いくつかの内的要因を抱えた魚町商店街の活性化という課題にフォーカスが当てられた。

これらの状況について、北九州市は行政として、

小倉中心市街地商店街の空き店舗の増加、テナントの撤退等による空床の増加、就業人口の減少、建物の老朽化を問題視していた。2009年、北九州市は「3331 アーツ千代田」²⁰で実績を持つ清水義次を招聘する。清水が提案した事業の作りこみは、遊休不動産を使うという「現代版家守」²¹であった。このアイデアをもとにして、小倉都心地区をデザイナーやコンサルタント等が集う都市型ビジネスの集積地とし、リノベーションの手法を用いた都心部における空きビル等の有効活用による街なかの賑わい創出と雇用の創出という目標が掲げられる。2010年、小倉家守構想策定プロジェクト委員会が開催され、地元商店街のビルオーナーやフットワークが軽く学生を動員できる准教授クラスの学識経験者が委員として選ばれた。この委員会を経て、2011年2月、リノベーションによる遊休不動産活用と質の高い雇用創出を通して産業振興とコミュニティの再生を一挙に実現させることをテーマとする小倉家守構想が策定される。

4.2 リノベーションによる遊休不動産の活用

事業が具体化していくのと同時並行で、小倉家守構想策定委員の一人である梯輝元は魚町商店街の地域の利害代表者として自らの不動産物件の有効活用を模索していた。そこで、父親の代からの付き合いがある嶋田秀範・洋平親子と共に、自社ビルのリノベーションを実施する。嶋田洋平は、鹿児島市の「マルヤガーデン」リノベーションに係った実績を持ち、地域再生とリノベーションの繋がりを強く意識している人物であった。彼らは手始めに、魚町銀天街の裏通りにある、2階建ての建物のリノベーションを行った。これが、後に小倉家守構想のリーディングプロジェクトとして位置づけされることとなる「メルカート三番街」である。このリノベーションは、修繕だけが目的ではなく、若い企業家に解放することで、インキュベーション施設としての役割を与えることを目指した。また、単なるテナントに店子を探すというのではなく、商店街に雇用を生み出し、買い物客以外による人の流れを生み出すことを目指したリノベーションであった。

この様に、小倉家守構想は、魚町商店街のエリア活性化を課題として掲げ、それを実現すべく、遊休不動産そのものに直接魂を吹き込む建築家たちのロジックを加えることで、新しいまちづくりの形として生まれることになった。つまり、リノベーション

による地域再生という「新たな価値」が提示したのである。

リーディングプロジェクトの一つである、2012年4月にリノベーションによって誕生したインキュベーション施設「ポポラート三番街」は、北九州でものづくりをしたい企業家に開放され、約70件の店舗が開業した。新規事業の立ち上げを促すために、改修を必要最低限にとどめ、不動産所有者の初期投資を抑え、1フロアを2〜20坪の小区画に区切ること、周辺相場より安価な家賃設定にする。そして、ガレージセール等で店を出していた若者や主婦に、嶋田秀範が「ものづくりの場」と「物を売る場」としての魅力を説明して回りビジネスオーナーを獲得し、190名以上の雇用を生み出すことに成功した。

この北九州市の動きには、HEAD研究会の及ぼした影響も大きかった。これは、清水ら建築家を中心となり開催されている研究会だが、その主催で北九州市リノベーションスクールが開講される。地域再生におけるリノベーションの具体案を検討すべく、遊休不動産の有効利用策を検討するスクールである。このスクールと小倉家守構想が連動して作動することで、魚町商店街の活性化が推進される。しかし、地域再生の必要性を掲げ、リノベーションスクールというアリーナを構築したものの、不動産オーナーとの関係性の結び直しという点で、第1回のリノベーションスクールの結果は不十分なものであった。また、商店街の全ての不動産オーナーが改装資金を出すリスクを負ってまでリノベーションをしようとは考えなかった。既得権益者の利害への個別対応が必要となったのである。そこで発足したのが、株式会社北九州家守舎(以後「北九州家守舎」)であった。

4.3 リノベーションスクールと北九州家守舎による利害の結び直し

北九州家守舎は、遊休不動産の再生策検討から投資及びビジネスモデルを検討し、時にリスクヘッジを受け持つことも行う会社である。この会社を中心として改めて、不動産オーナーとビジネスオーナーの利害の結び直しが行われる。北九州家守舎のメンバーは、リノベーションを得意とする建築家、リノベーションによるまちづくりの可能性を研究する研究者、地域にいる企業家との繋がりが深いインキュベーションマネージャー、商店街組合のトップであり、司法書士としても地域と繋がりを持つ不動産オーナーという、異なる「知」と人脈の集結であっ

た。徳田光弘（九州工業大学准教授）と片岡寛之（北九州市立大学准教授）は研究者として、リノベーションとまちづくりに関する知見を持っており、大学という資源を背景に持つ人物である。遠矢弘毅はインキュベーションマネージャーとして、地域の企業家たちの雇用促進を目指しており、起業したい人々に強いネットワークを持っていた。嶋田洋平は先に述べた通りリノベーションにおける地域再生経験を有しており、自分の故郷でリノベーションによるまちづくりの成功事例蓄積を目指していた。梯は代々魚町商店街で商売を営んでおり、35歳で4代目として中屋興産を引き継いだ後、不動産業と、司法書士、行政書士など士業を行っている「まちの相談役」的な人物である。そのため、魚町2丁目、3丁目の町内会や青年会に顔が利く。その人脈や中屋興産の持つ情報が、魚町で変化を求めている不動産オーナーと結びつきを可能とした。加えて、梯は北九州リノベーションまちづくり推進協議会会長、株式会社タウンマネジメント魚地代表取締役という肩書も持つ。まさしく、魚町商店街再生における各種団体の鍵として、地域住民を結び付ける役割を果たしていた。加えて、北九州家守舎のメンバーではないが、嶋田秀範は、元広告代理店勤務の経験を活かして魚町商店街と「人」を結び付けることに尽力する人物であった。この様に、北九州家守舎は多様な利害の結び直しを可能とするスタッフによって形成されたまちづくり会社であった。

この、北九州家守舎がハブとなり、魚町エリアというスモールエリアの構造変革が推進される。また、リノベーションスクールを定期的に関講することによって、全国の建築家やまちづくりに関心のあるアクターの利害と、魚町エリアの遊休不動産に紐づく利害の結び直しを可能とした。そこには、建築業界の専門家による教育を期待するスクール受講生、固定資産税対策として店子を入りたい不動産オーナー、魚町商店街という小倉ではブランド価値の高い地域で開業したいという企業家らの利害の結び直しが行われたのである。北九州家守舎の役割について徳田は次のように語っている。

基本的に町に参画する人、町を変えようとする時に参画するのは、いわゆる北九州家守舎っていうような第三者組織があって、不動産オーナーさんっていうお持ちの方がいらっちゃって、テナントに入られる事業オーナーさんもしくは入居者さん、そして

その一つの建物や不動産のみならず、その周辺の方々ってゆうのが大きくある、あとは行政職員っていう立場の人ですね。そういう風な枠組みの中で利害関係をどういう風に一致させていくのかっていうのが大事っていうのは確かにそうだと思いますね。誰も損をしない様にちゃんと作っていくっていうことが僕らの仕事ですね。（徳田）

北九州家守舎は、リノベーションによる遊休不動産の再活用という機会を提供しマネジメントすることで、地域にある個別の利害を結び付けている。彼らが目指しているのは、魚町の不動産オーナーの意識改革だという。しかし、それはまちづくりへの情熱に共感させるという意識改革ではなく、価値がないと思っていた不動産に、価値を与えビジネスとして成立させることで「こんなに収益があがるんだ」ということに気付いてもらい、魚町エリアにリノベーションによる再生を波及させていくことである。不動産オーナーが物件を遊休化しているには何らかの理由や事情がある。彼らは、その問題解決を不動産オーナーと共に考え、支援し、リノベーションスクールの物件としてビジネスモデルを検討していく。したがって、彼らは、非協力的なオーナーや商店街店主たちの合意形成を図ることがまちづくりの要件だとは考えていない。動く物件を探し出し、その物件を所有するオーナーに働きかけ、空間資源を単なるテナント活用とするのではなく、エリアを流動化させることを可能とする物件として活用できるビジネスモデルを提案する企業家たちと結合させることで、個別利害の結び直しを行う。更に、そこで生まれた新たなビジネスや企業家たちのネットワークと、魚町エリアの商店街との利害を結び直すことによって、地域の構造変革を行い、小倉家守構想を牽引しているのである。

2014年11月時点で、小倉家守構想の成果として、商店街の通行量は1日当たり1,400人以上増加し、300人以上の雇用を生み出している。また、魚町銀天街だけでも年間100以上のイベントが行われ、リノベーションスクールの検討案件のうち8案件の事業化に成功している。

5 結び

5.1 事例から導きだされる発見事実

以上、本論文では、まちづくりとは物質的資源の

新たな利用を巡った、関係的なルールの設定を通じた利害の結び直す社会企業家の活動であるという理論的視座の下で、長浜市黒壁および北九州市家守舎の事例の記述を行ってきた。最後に、分析枠組みに基づいた事例の整理を通じて、この理論的視座がもたらす発見事実の理論的含意を明らかにしていく。

まず、両事例において、社会企業家が自らの事業を進めるに当たり直面した課題が、商店街の衰退構造であった。シャッター化しているにも関わらず、商店街はまちづくりに非協力的な態度をとっていた。その理由は、商店街オーナー達の収入源が人通りのない商店街の店舗収入ではなく、好景気のときに購入した不動産からの収入や、外商だからである。また、高齢化のため自分たちの生活を賄えるわずかな収入でよく、後継者たちも会社員として生計を立てているため商店街に戻ってこようとはしない。そのため、商店街の店主たちは集客力が低下してようと、空き物件が増えていようと、そこまで強い問題意識を持たない。また、衰退している地域に人を集めようという活動への強い熱意も既になく、部外者が商店街に入ってきて商いをするを非常に嫌う。結果として、商店街そのものの代謝が滞ってしまう。

そこで、黒壁や北九州家守舎は商店街にある遊休不動産に注目し、不動産を介して新たな価値を提示していった。黒壁は、遊休化した空き店舗が観光ビジネスにおいて貸店舗として価値を持つことを提示し、黒壁スクエアというアリーナを形成することで多様な利害を結び直し、まちづくりを成功させた。北九州家守舎は、不動産オーナーの利害とビジネスオーナーの利害を丹念に整理し、リノベーションという手法を活用して遊休不動産を収益物件へと変化させ新たな価値を提示した。そして、リノベーションスクールというアリーナ形成を通じて多様なステイクホルダーの新結合を実現させた。

それぞれの事例においてまちづくりにおけるステイクホルダーへのアプローチ（利害の結び直し）の方法は、当該地域に根差した個別具体の発見事実が見出された。黒壁事例においては、当初、掲げられた目標は「黒壁保存」であり、長浜市の文化・教育の維持向上を目指す行政の利害と、黒壁銀行の保存及び営利追求を目指す黒壁によって、既にある社会的正統性を利用する形でスタートした。しかし、自らの生活基盤の保証にしか関心を持たない商店街店主の利害については、問題意識の共有や共感という方法ではなく、商店街の空き店舗利用を軸に、それ

ぞれの利害の交点を見出して、収束させていった。具体的には、ままならないアクターの共感を得るのではなく、物的資源だけを獲得するという行為であった。抵抗勢力となるまちづくりに利害を見出さないオーナーから、空き店舗の所有権と利用権を切り離し、開業の機会を求めている企業家と遊休不動産を結びつけることで、地域に新陳代謝をもたらす仕組みを創出した。また、利害の結び直しを実現するため、別組織として新長浜計画を設立し、従来型の商店街構造を破壊し大手門商店街の新陳代謝を遂げることになった。そして、空き店舗を商店街から切り離し、外部の企業家と結合させ、それらを黒壁スクエアというスモールエリアに集結させテーマパーク化するという、イノベーションを生み出した。つまり、それぞれのアクターの利害は異なったベクトルのまま、まちづくりを成功させた事例である。

他方で、北九州家守舎事例においては、駅前立地のため高い固定資産税を払わなければならないが、通行量の減少によりテナントが遊休化するという問題が存在していた。その問題意識から、梯と嶋田ら民間の不動産オーナーとビジネスオーナーがリノベーションによるビルの再生を実現させるが、黒壁とは異なり、行政からの資金援助を受けることなく始まった。遊休化したビルに価値を与え、個別に活動していた地域の主婦や若い企業家を巻き込むことで魚町商店街に人が集う状況をつくり出した。まさしく、物質的資源そのものに価値を与えることのみで利害を結び直すことに成功したといっていよい。その後、新たな資源の新結合を生み出し続けるため、リノベーションスクールというアリーナを形成し、その運営のために家守会社が設立される。結果、極力少ない資金の投入で新たな政策立案を考える北九州市や、魚町エリアというブランドに利害を見出す企業家たち、固定資産税等を払うため店子を求める不動産オーナー、全国の地域再生策を模索するスクール受講生、建築・設計の機会や人脈づくりを期待する建築家等の多様な利害が結び直され、商業施設の再生、商店街の通行量増加及び、新規事業者と雇用の増加を実現された。

以上のように、地域内の未利用資源の新結合（再結合）であるまちづくりは、当該地域にある資源を起点として捉えることで、抽象レベルの統合とは異なったステイクホルダーの利害の結び直しとして分析することが可能になる。資源を起点に地域内のアクターの利害を読み解き、その結び直しに注目する

ことは、同様の資源を有する地域（商店街）にも転用可能な分析視角である点で、理論的・政策的貢献を有すると考えられる。もちろん、前段で指摘したように、長浜市と北九州市では遊休不動産の利用を巡る利害関係が異なり、利害の結び直しの方法はその地域固有のものになる。資源に注目した時、まちづくり研究が目指すのは、地域固有のコンテキストに根付いた、資源を取りまく利害関係に対応した、固有の利害の結び直しの方法を、経験的調査を通じた発見事実として明らかにして行くことにあると考えられる。

5.2 結論と今後の課題

本論文では、まちづくりの実践について議論する上で、ソーシャル・イノベーション研究によってなされた理論的基盤の構築を評価しつつ、そこに見られた理論的課題へのアプリオリとして黒壁と北九州家守舎の事例を通じて、物質的資源を媒介とした利害関係者への介入という側面を強調した。その上で、既存研究とは異なったまちづくりの方法を提唱した。まちづくり研究において重要となることは、一般化された都市計画を考える事ではなく、当該地域における多様な利害構造への介入を可能とする、政策的なツールやモデルの提供である。2つの事例からも明らかな通り、市街地の活性化において、本論文の提示したスキームは理論的にも政策的にも再現可能性が高いモデルである。

今後の課題として、それぞれの事例において、より説得的に議論するためには商店街を含む多様なステイクホルダーの個別利害に関する具体的な記述が必要とされる。引き続き、個々のステイクホルダーに対する聞き取り調査を行うことでまちづくりにおける利害を分析することで、再現可能な政策的提言を行っていきたい。また、本論文は商店街活性化事例におけるアリーナの構築方法に関する個別具体的に限定したが、まちづくりの課題には、子育てや福祉、雇用、定住、コミュニティの形成などの社会課題解決においても、異なる利害関係とアリーナの構築方法があると考えられる。それら多様な個別テーマについての理論整理と経験的研究を行っていきたいと考えている。

【謝辞】

本論文の執筆にあたり、調査にご協力いただいた方々、ご指導いただいた先生方など、関係の皆様は心から感謝いたします。ま

た、極めて有用な助言とご指摘を頂きました編集委員の原拓志先生、レフェリーの先生方に、深く感謝いたします。

【注釈】

- 1) 「まちづくり」に関する議論の歴史は 1970 年代に盛んに議論された「地域主義」(e.g., 玉野井, 1973) が源流であると言われている (市川, 2001)。
- 2) 「都市計画法」、「大規模小売店舗立地法」、「中心市街地の活性化に関する法律」の 3 つの法律の総称。
- 3) 例えば、通産省は『90 年代の流通ビジョン』(通商産業省編, 1989) の中で、「街づくり会社」の設立を推奨している。
- 4) 1979 年、平松守彦大分県知事が提唱した地域活性化運動で、県内全市町村がそれぞれ 1 つの特産品を開発し、全国に販路を拡大するという方策である。カボス・関アジ・関サバなどの名産品を生産し、農水産業者の収益改善に貢献した。
- 5) 「自ら考え自ら行う地域づくり事業」の通称。竹下内閣が地域振興を目的に 1988 年から 1989 年にかけて実施した事業で、全国の約 3,000 の自治体に対し、地域づくりに自由に使える資金として 1 億円 (総額約 3,000 億円) を交付した。
- 6) この理論構造は、企業家研究者の Gartner (2007) によって告白された企業家研究における「ビッグ・ストーリー問題」として、企業家研究では問題視される理論構造 (Steyaert, 2007; 高橋・松嶋, 2009) に限りなく近い。Gartner は、自らの企業家へのインタビューを通じて記述してきたケース・スタディが、企業家をヒロイックに捉え、企業家に係る人々を敵対者や支援者といった役割を与えることで、予定調和的なビッグ・ストーリーから逃れ得ないものであると告白した。この告白に対し Steyaert (2007) は、既存の企業家研究でなされるインタビューの記述を「神話的な物語の反復 (p.744)」と強烈に批判し、その予定調和的な記述では企業家行動やネットワーク構造の複雑性が把握できないと指摘する (p.746)。同様に、Fletcher (2007) も企業家のヒロイックな行動に焦点を当てすぎることに取りこぼしてしまうアクターとの関係性について指摘する (p.657)。
- 7) 市場の失敗の影響から市民参加型の公共経営への注目が高まり、まちづくりなどの社会的課題を解決する活動をイノベーション現象として捉える「ソーシャル・イノベーション」という概念として活発に議論されるようになった (Drucker, 1993)。ソーシャル・イノベーションとは「社会的課題の解決に取り組むビジネスを通して、新しい社会的価値を創出し、経済的・社会的成果をもたらす革新」(谷本・大室・大平・土肥・古村, 2013, p.8) として定義される。その分析対象は、市民運動家によってなされる社会問題に対する解決策の創出から (e.g., Westley, 2006 ; Mulgan, 2006)、社会企業家が事業収益を生み出すために設立する社会的企業の分析 (e.g.,

- Dees, Haas and Haas, 1998)、公共政策による社会変革 (e.g., Taiple, 2006) と広範囲に及ぶ。
- 8) Schumpeter (1926) が提唱した経済発展の原動力として説明する企業家機能 (①新製品の開発、②新生産方法、③新市場の開拓、④新原材料の開発、⑤新組織の構築) を応用して、社会企業家を主体としたプロセスモデルを構築している。谷本 (2006) では、①社会的課題の認知、②社会的事業の開発・提供、③市場社会からの支持、④社会関係や制度の変化、⑤社会的価値の広がりという 5 段階で説明されていた。
 - 9) 「ソーシャル・イノベーション・クラスター」とは、「社会的企業、中間支援組織、資金提供機関、大学・研究機関、一般企業 (経済団体)、NPO/NGO、政府・行政などが地理的に集中し、これらが協力的かつ競争的な関係を構築することで、社会的課題への新しい解決方法や新しい社会的価値が生み出され、新しい社会的事業が形成されるような組織の集積状態 (谷本、2006, p.37)」と定義付けされる。
 - 10) 社会企業家研究において、企業家とステイクホルダーの関係構造の変化を分析することの重要性については 高橋 (2011) が詳しく議論している。
 - 11) こうした見方については、アクターネットワーク理論や技術の社会的構成などの議論 (e.g., 原、2007) との理論的整理も必要とされるが、紙幅の制約があるので別の機会に譲る。
 - 12) 「アリーナ」とは、新しい価値が提示されることによって構築される、ステイクホルダーの利害に抵触しない普遍的な基盤を指す。企業家研究において、金井 (2012) が企業家プラットフォームを提唱しているが、それが「組織」を意味するのに対し、アリーナはより広範囲に及ぶ概念である。しかし、多様な人々の活動を地域発展に向けて相互作用させる仕組みの作りこみという点では共通する。
 - 13) 本研究に際し、2012 年 10 月～2013 年 11 月の期間、3 回に渡り、株式会社黒壁取締役伊藤光男氏へのインタビューを実施した。
 - 14) 総合ユニコム株式会社 (2011) 『レジャーランド&レクパーク総覧 2012』調査結果。同年度の黒壁スクエア集客数は 197 万 5 千人。
 - 15) 1979 年に「文化と教育を語る会」として発足した、近江商人西田天香の思想を学ぶ勉強会。
 - 16) 笹原も黒壁設立について、「会社が経営する以上採算の取れるものでなければならない。そして長浜の旧市街地の活性化に役立つものでなければならない」と述べる (福川、2005)。
 - 17) この背景には 1990 年代のテーマパークブームの影響があったのではないかと。実際、1987 年に総合保養地域整備法 (「リゾート法」) が制定され、全国各地で観光資源としてテーマパークが作られている。
 - 18) 伊藤は、商店街全体の横のつながりという制約をうけながら商

売をしている性質、高齢の経営者が多く新規性を嫌う商店街側の非協力的な態度、小売りではなく外商や資産運用を中心として収益を上げる構造ゆえに商店街に人がいない状況をさほど問題視していない等を問題点として挙げる。

- 19) 本研究に際し、2013 年 8 月～2014 年 5 月の期間、3 回に渡り、株式会社北九州家守舎取締役徳田光弘氏、監査役梯輝元氏、中屋興産三番街事業部嶋田秀範氏へのインタビューを実施した。また、補足資料として、清水義次氏と嶋田洋平氏との対談や、彼らがリノベーションスクールで行った講演を参考にしている。
- 20) 梯は、小倉家守構想に非協力的な態度を示すオーナーが多く、遊休不動産のリノベーションについて話こいても、「うちは空いていません」と断るオーナーもいるが、そういうオーナーには積極的に働きかけないと語る。
- 21) 東京都千代田区にある廃校になった中学校を、リノベーションし、アーティストがイベントを行う拠点として再生させた。現在は、地域コミュニティの集いの場としても活用されている。
- 22) 「家守」とは、江戸時代後期に江戸の町の維持管理をしていた人々である。当時、町人は自分たちのまちをつくり守るために、幕府からお金をもらわずに、独自に「家守」仕組みをつくっていた。不在地主や不在家主になり代わり、土地家屋の管理から長屋の住人である店子の世話、地代・店賃の取り立て、町人の日常生活から町に関することまで、町の維持管理を担っていた。そのため、店子から「大家」と呼ばれていたのは実際には家守であったと言われている。

【参考文献】

- 秋田典子(2008)「まちづくり条例の発展プロセスに関する研究」『都市計画報告集』第 7 号、37-40 頁、都市計画学会。
- Dees, J.G., Haas, M. and Haas, P.(1998) “The Meaning of ‘Social Entrepreneurship,’” Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Drucker, P. F.(1993) Post-Capitalist Society, Original English Language edition published by Harper Business, New York, NY: Harper Collins Publishers, Inc.. (上田惇生・佐々木実智男・田代正美訳『ポスト資本主義社会 21 世紀の組織と人間はどう変わるか』ダイヤモンド社, 1993) .
- Fletcher, D. (2007) “‘Toy story’ : The narrative world of entrepreneurship and the creation of interpretive communities,” Journal of Business Venturing, Vol. 22, No. 5, pp. 649-672.
- 福川裕一(2005)「長浜・黒壁から町づくり会社を考える」『まちづくり教科書 第 9 巻 中心市街地活性化とまちづくり会社』, 66-83 頁、丸善株式会社。

- Gartner, W.B. (2007) "Entrepreneurial narrative and a science of the imagination," *Journal of Business Venturing*, Vol. 22, No. 5, pp. 613-627.
- Hamalainen, T.J. (2007) "Policy Implications: How to Facilitate the Structural Adjustment and Renewal of Advanced Societies?" in Hamalainen, T.J., & Heiskala, R., ed., *Social Innovations, Institutional Change, and Economic Performance*, Edward Elgar Publishing Limited, pp.95-119.
- 原拓志(2007)「研究アプローチとしての『技術の社会的形成』」『年報科学・技術・社会』第16巻, 37-57頁.
- 本間義人(1994)『まちづくりの思想 土社会から市民社会へ』有斐閣.
- 星野敏(2002)「集落計画づくりに対する意欲とその規定要因：神戸市北区 K 地区里づくりアンケート調査を踏まえて」『農村計画学会誌』第21号, 133-138頁.
- 市川虎彦(2001)「まちづくり論の陥穽～地域自立の論理から自治体間競争の論理へ～」『松山大学論集』第13号1巻, 157-175頁.
- 池上甲一(2007)「むらの資源を研究する—フィールドからの発想」農山漁村文化協会.
- 石原武政(2000)『まちづくりの中の小売業』有斐閣.
- 石原武政・石井淳蔵(1992)『街づくりのマーケティング』日本経済新聞社.
- 金井一頼(2012)「企業家活動と地域イノベーション」『ベンチャービジネスレビュー』第20号, 3-13頁.
- 清成忠男(1981)『80年代の地域振興』日本評論社.
- Moulaert, F. (2009) "Social Innovation: Institutionally Embedded, Territorially (Re) Produced", MacCallum, D et al (eds), *Social Innovation and Territorial Development*, Ashgate Publishing Company.
- Mulgan, G. (2006) "The Process of Social Innovation", *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 1(2), pp.145-162.
- 諸富徹(2010)『地域再生の新戦略』中央公論新社.
- 中村尚司(1993)『地域自立の経済学』日本評論社.
- Schumpeter, J.A. (1926) *Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung : eine Untersuchung über Unternehmerrgewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus*, 2nd revised ed., Leipzig : Duncker and Humblot (塩野谷祐一・中山伊知郎・東畑精一訳『経済発展の理論: 企業者利潤・資本・信用・利子および景気の回転に関する一研究』岩波文庫, 1980).
- 総合ユニコム株式会社(2011)『レジャーランド&レクパーク総覧 2012』総合ユニコム株式会社.
- Steyaert, C. (2007) "Of course that is not whole (toy) story : Entrepreneurship and the cat's cradle," *Journal of Business Venturing*, Vol. 22, No.5, pp. 733-751.
- Suchman, M.C. (1995) "Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches" *Academy of Management Review*, Vol.20, No.3, pp.571-610.
- 杉万俊夫(2007)「鳥取県智頭町「日本ゼロ分のイチ村おこし運動」—住民自治システムの内発的創造—」NIRA Case Study Series, No.2007-06-AA-3.
- Taiple, I. (2006) *100 Sosiaalista Innovaatiota Suomesta, Helsinki: Itämerikeskussäätiö*. (山田真知訳『フィンランドを世界一に導いた100の社会変革』公人の友社, 2008).
- 高橋勅徳(2011)「社会的企業—社会企業家の理論的・経験的検討：座間味村におけるダイビング産業の成立とサンゴ礁保全組織の形成を通じて」『首都大学東京 Research Paper Series』, No.8.
- 高橋勅徳・松嶋登(2009)「企業家語りに潜むビッグ・ストーリー：方法としてのナラティブ・アプローチ」『国民経済雑誌』第200号3巻, 47-69頁.
- 玉野井芳郎編(1973)『文明としての経済』潮出版社.
- 谷本寛治編(2006)『ソーシャル・エンタープライズ—社会的企業の台頭』中央経済社.
- 谷本寛治(2009)「ソーシャル・ビジネスとソーシャル・イノベーション」『一橋ビジネスレビュー』第57号, 1巻, 26-41頁, 東洋経済新報社.
- 谷本寛治・大室悦賀・大平修司・土肥将敦・古村公久(2013)『ソーシャル・イノベーションの創出と普及』NTT出版.
- 角谷嘉則(2009)『株式会社黒壁の起源とまちづくりの精神』創成社.
- 通商産業省編(1989)『90年代の流通ビジョン』ぎょうせい.
- Westley, F., Zimmerman, B., and Patton, M. Q. with a foreword by Young, E. (2006) *Getting To Maybe: How the World Is Changed*, Random House Canada (東出顕子訳『誰が世界を変えるのか』英治出版, 2008).
- 矢部拓也(2012)「ソーシャルイノベーションとしての地方のまちづくりとコモンズ」『社会科学研究』第26号, 67-90頁.
- 矢作弘(1997)『都市はよみがえるか』岩波書店.

(論文受理日: 14.8.25 採択日: 15.1.30)

担当審査編集委員: 原拓志