

大阪市立大『創造都市研究』第10巻第1号（通巻15号） 2014年6月

■ 査読論文 ■

77頁～92頁

地域づくりにおける社会的企業の 意義と効果に関する一考察 —和歌山県田辺市上秋津地区を事例として—

鳥淵朋子（大阪市立大学大学院・創造都市研究科・博士（後期）課程）

A Consideration on the Creative Linkage between Associations and Local communities: In Case of Kamiakizu District in Tanabe City, Wakayama Prefecture
Tomoko TORIBUCHI (Doctoral Course of Creative Cities, Graduate School for Creative Cities, Osaka City University)

【要旨】

近年、地域づくりの視点では、市民の主体的な活動が重要視され、NPO等によるイノベーション効果が注目されてきた。地域再生の論脈でも、日本における「社会的企業」が注目され、コミュニティ・ビジネスという言葉も地域密着型の事業体として広まっている。「社会的企業」とコミュニティ再生、雇用の創出は、地域づくりの大きな基盤となると考えられる。住民による住民のための地域社会づくりは、これからの地方再生の方向として重要である。

本稿では、コミュニティ・ビジネスがどのように登場し、社会的企業として事業展開を進めているのかという問題意識のもとで研究を行った。事例研究は、和歌山県田辺市上秋津地区のコミュニティ・ビジネスによる地域づくりに着目し、その意義と効果について検証した。地域づくりには、アソシエーションと地縁コミュニティの創造的ネットワークが自然に生成された関係で、しかも強力であることが重要である。アソシエーションとコミュニティが協力し、自ら経済活動を開始した取組について考察を試みた。

その結果、本事例の成功は、地縁コミュニティの強固な地域性において、地域の課題をコミュニティ・ビジネスで解決し、社会的企業組織が生まれ、市民活動を通して自然に成長してきたことにある。コミュニティとアソシエーションが良好なネットワークを形成し、ソーシャル・キャピタルを蓄積していることも指摘される。歴史と共に構築された地縁コミュニティと地域に新風を吹き込んだアソシエーションの協力的な関係性がベースとなり、社会的企業の発展を促し、地域の活性化につながっていることが重要である。

【キーワード】

コミュニティ・ビジネス、社会的企業、ソーシャル・キャピタル、コミュニティ、アソシエーション

【Abstract】

In recent years, community development, much attention has been paid to innovation effect of the NPO. In the perspective of a community improvement, independent activities of citizens is important and innovation effect of the NPO or the like has been noted. In this paper, I will focus on the regional development by the community business of

Tanabe, Wakayama Prefecture Kamiakizu district. I was tested for its significance and effect. The regional development, in association the relationship territorial community of network has been naturally produced, yet it is important that the powerful. Association and community cooperation, I tried to discuss the mechanism that initiated their own economic activity.

【Keywords】

Community Business, Social Enterprise, Social Capital, Community, Association

はじめに

近年、地方都市・農山村では、人口減少、少子・高齢化の急速な進展と過疎化の進行のもと、農業の後継者不足、所得機会の減少が進んでいる。また、人と人とのつながりが希薄化し、地域の維持・管理が難しくなっている。都市近郊農村部では、新住民が流入し、強固な地縁コミュニティとの軋轢も指摘されるところである。地方都市・農山村の地域活性化が謳われる中、その主体として地域コミュニティ再生への取り組みが進んでいる。

一方、グローバルな規模で進む非営利団体の台頭を「アソシエーション革命」と呼び、20世紀後半からの議論が活発である。日本では、まちづくりや地域づくりに取り組むNPOも増え、成功例も見られるようになっている。しかし、地縁コミュニティの強固な風土にあっては、外部からのNPO組織が受け入れられず、活動停止や、団体そのものの自然解散も見られる。ここではアソシエーションと地縁コミュニティが協力し、地域の課題解決に取り組む地域づくりに着目する。コミュニティ・ビジネスにより地域づくりに成功している和歌山県上秋津地区を事例とし、その意義と効果について検証する。

第1章 アソシエーション革命と地域づくり

1. 「新しい公共」の考え方の出現—公共性の構造転換

阪神大震災以降NPO等への関心が高まり、公共性のパラダイム転換の議論が活発化してきた。従来、「公共」は「官」が担ってきたものとされ、市民は単に行政サービスや規制を受ける側であった。「公共」とは、市民が身に引き寄せて考えることのできない概念であり、「むしろ市民とは敵対するものと捉えられがちであった」(吉田、2006:p9)。しかし、「公共」とは「地域社会に暮らす人々に分かち合われた共通のものであり、そこに暮らす人々の参加により広く共有されるもの」(吉田、2006:p9)である。それは、決して「官」に独占されるものではないはずである。新しい公共性は、市民の自発的な活動に支えられ、市民的公共性として発展しうるものである。逆に言えば、国家(地方公共団体)でもなく、又市場でもなく、自立した市民が創り出す場だとも考えられよう。つまり、「国家(地方公共団体)」、「市場」、「市民社会」の三元論である。

公共性のパラダイム転換の背景には、社会問題が多様化・複雑化し、官に委ねているままでは十分な解決が望めないこと、また「日本型社会経済システム」が機能不全に陥り、様々な領域において、行き詰まっていることがある。80年代以降の行政改革論議は、市場原理を導入して行財政運営の効率化を図ろうとする考え方である。しかし、人材や財政が増大したのは、「市場メカニズムから様々な社会問題が発生し、その解決が政府に期待されたからである。公害問題や福祉問題は、市場メカニズムによる外部不経済や効率的な資源配分が不十分であるがゆえの問題であり、市場の失敗といわれる。ところが今日では政府・行政には本来的に不効率さが内在し、十分なサービスを提供できないという考え方が当然視されている。これは市場の失敗になぞらえて「政府の失敗」とも呼ばれている」(山本、2004:p12)。他方、新自由主義(市場原理主義)に偏った改革は社会から疎外される人々を生み出し、所得格差の拡大やワーキングプアなど、深刻な社会問題を引き起こすことが指摘されている。イギリスでは、ブレア労働党政権になってから、新自由主義的な経

済路線の保守党政権に対抗するために旧来の福祉国家でも小さな政府でもないもう一つの道を目指すべきとして主にヨーロッパの社会民主主義勢力が取り入れた「第3の道」が提示された。また、「経済学や社会学の分野でもソーシャル・キャピタルという概念が示され、人と人との信頼や規範、ネットワークといった社会関係資本の意義が評価されるようになってきている。新しい公共性の概念もこのような議論と通ずるものである」(同)。

佐藤慶幸は、日本における第1次アソシエーション革命は、太平洋戦争敗戦後の民主化によって起こり、第2次アソシエーション革命は、高度経済成長のもたらした公害反対運動、大学紛争、人種差別や性差別反対、人権擁護などの運動、そして今日のNPOやNGOなどの市民運動やボランティア活動等として展開していると述べる。そして、これらの運動は「市民」による「連帯としての運動」であるとしている(2007: pp73-74)。

田坂敏雄は、市民社会論の枠組みで、ローカル・ガバナンスと「市民社会」「政府(地方政府)」「市場」

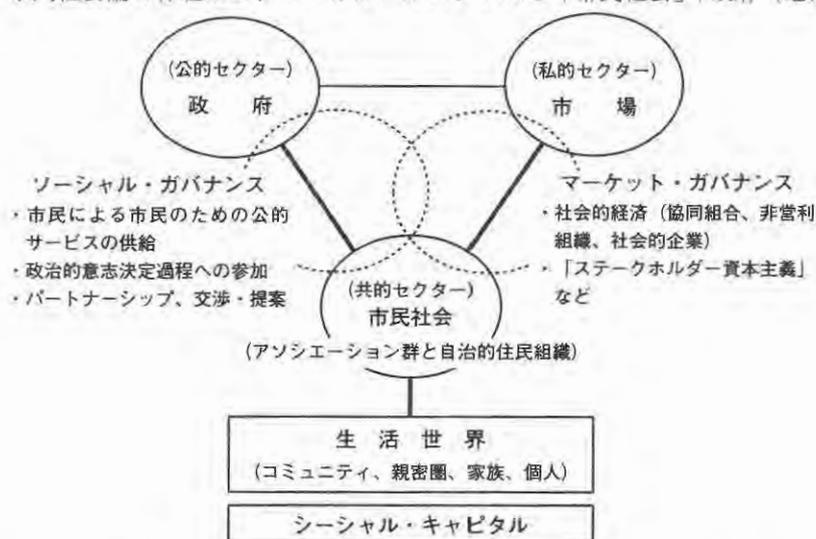


図1 ローカル・ガバナンスと「市民社会」「政府(地方政府)」「市場」

出所) 田坂(2008, P12)

の関係を以下の図で示した。

田坂は、アソシエーション革命を「ガバナンス論」として提起すべきと指摘する。市民社会が国家と市場の領域に切り込み、国家と市場と緊張関係をもちつつ「協働」する形態をそれぞれの社会条件の中で追求することが、アソシエーション革命の中身をなすと説いている。アソシエーション革命は、伝統的な「国家と革命」の領域で国家権力に関わる政治活動ではなく、市場の廃棄をめざすわけでもない(田坂、2008: P13)。それは、政府と市民社会とその間の「ソーシャル・ガバナンス」、市場と市民社会との間の「マーケット・ガバナンス」を意味するという澤井の説が裏付ける(澤井、2004: P42)としている。

図1では「市民社会」のアクターとして「アソシエーション群」と「自治的住民組織」が表記されている。近年は、コミュニティの捉え方として「テーマ性を持つもの」も含み、アソシエーション的なものもコミュニティと呼ぶ傾向がある。ここでいうコミュニティには、地域性と共同性に裏打ちされた旧来型の地縁コミュニティとは異なる性質を持つという視点が必要である。

さて、三元論の国家(地方自治体)でも市場でもない、市民社会領域の「第3の経済」として「社会的経済」が1970年代フランスやスウェーデンなどにおいて注目されるようになった(佐藤、2007)。「社会的経済」論そのものの歴史は古く、19世紀のフランスを中心に資本主義的市場経済のもたらす欠陥の是正を目的とする理論と運動のなかでその概念が用いられていた。その後、社会的経済の理論はいったんは影響力を失っ

たが、1970年代以降の大きな社会的変化により従来の経済のあり方に対する反省が高まり、経済的な効率と社会的な福祉との総合的な実現をはかる経済理論の再構築が求められ、社会的経済論の再検討が始まった。「社会的経済の〈社会〉とは、競争や管理(法による支配)の論理とは根本的に異なり、人々の間の言語的、感性的な自然的・自発的なコミュニケーションを媒介して成り立つ相互の信頼にもとづく、互酬的な協力・連帯関係を意味する。こうした関係にもとづく経済が〈社会的〉経済」(佐藤、2007:p89)なのである。

2. 社会的企業という概念

(1) 社会的企業論の2潮流

社会的企業という概念は、欧州型と米国型の大きく2つの理論的潮流に分類される。

欧州の社会的企業論は、欧州社会的企業の国際比較調査プロジェクトに取組んだEMESネットワーク⁽¹⁰⁾により、調査研究が蓄積されてきた。EUの分類では、第3セクターを「社会的経済」と捉えてきており、法的に裏づけされている制度としてみれば、協同組合、共済組合、NPOが三本柱になっている。そして、NPO概念でも協同組合概念でも捉えきれない、その二つを交差させるような「社会的企業」という概念が提起された。

EMESネットワークによる社会的企業概念は、NPO(アソシエーション)と協同組合によって構成されるサード・セクターの現代的展開として捉えられている(藤井、2013)。また、協同組合とNPOのクロスロードに位置する組織とされている。ドッフルニは、経済的側面として、①財・サービスの生産・供給の継続的活動、②高度の自立性、③経済的リスクの高さ、④最少量の有償活動を上げている。次に社会的側面として、①コミュニティへの貢献という明確な目的、②市民グループが設立する組織、③資本所有に基づかない意思決定、④活動によって影響を受ける人々の参加、⑤利潤分配の制限(ドッフルニ、翻訳2004)と設定している。加えて、すべての論者が、ソーシャル・キャピタルが社会的企業にとって重要な固有の資源として注目しており、社会的目的が、コミュニティにおける集合的利益と見なされる。重要な事業分野としては2つあげられる。1つは、労働統合といわれる、労働市場においてハンディキャップのある人々を生産活動を通して再統合する分野、もう1つは障害者福祉、高齢者福祉、子育て支援など、地域コミュニティに密着した対人社会サービスの分野である。欧州の社会的企業論は、社会的(連帯)経済の流れをベースに社会的排除の問題解決という文脈で捉えられている。

次に米国の社会的企業論は、政府の予算削減によるNPOの商業化現象を「社会的企業」として認識されている(藤井、2013:p26)。また、企業とNPOの連続線上に位置づけ、社会的目的とビジネスとしての手法を融合させたハイブリッド組織として捉える論者もあり、それらは、営利企業によるフィランソロピーやCSRといったものまで含んだものとして考えられている。米国の社会的企業論の焦点は、イノベーションの担い手として社会的起業家個人に置かれているところが大きな特徴となっている。そして、その社会性は欧州のような特定のイシューがあるわけではなく、社会的目的として想定できるものなら何でも包含される。よって、社会的企業としての事業領域も特定されず、NPOが展開するあらゆる事業領域が含まれると考えられる。社会的起業家を重視するため、経営戦略、マーケティング手法、競争戦略や協調戦略、組織変革のマネジメントなどが包括的に論じられている。つまり、米国の社会的企業論は、当初はNPOの商業化という文脈で語られ始めたが、現在の焦点は社会的起業家に当てられ、市場経済をベースとして展開していると考えられよう(藤井、2013)。

山本隆は、社会的企業には、多様で複雑な形態が存在することから、研究者の中では4つの学派があると指摘する。①社会的企業/収益学派、②EMESヨーロッパ社会的企業研究グループ(L'Emergence des Entreprises Sociales en Europe)学派、③社会起業家/ソーシャル/イノベーション学派、④(正統な)ソーシャル/イノベーション学派の4つでそれぞれに力点に違いがある(2014:pp23-24)。

(2) 日本における社会的企業論

日本における社会的企業論の研究の多くはNPO論の系譜に位置づけられる。社会福祉分野で活動するNPO法人、特に公的介護保険制度を導入し、対人サービスを提供するNPO法人は事業組織と見なされ、社会的企業論の対象となっている。次に協同組合が社会的企業論の対象となっている。協同組合の存在自体がNPO論の勃興とともにあらためて問い直されるようになり「非営利・協同組織」という概念が提起された（橋本、2009：p137）。民主的な意思決定の仕組みに代表される協同組合の特徴は社会的企業論の論点となるものである。第3にコミュニティ・ビジネスの活動が社会的企業論の対象となっている。NPO論が主としてNPO法人を対象とするのに対し、コミュニティ・ビジネス論は法人形態にはとらわれないため、株式会社や有限会社などもその対象となる。第4に、企業の社会的責任という視点と社会的企業論の関連が挙げられる。社会的責任の略称であるCSRという用語の普及と共に企業の社会貢献活動に焦点をあてた研究が注目を集めることになる。そして、社会的企業論という枠組みにおいて、株式会社の社会貢献活動も対象とした議論が展開されることとなった（橋本、2009）。

上記4アプローチの議論があるものの、社会的企業論において、NPO法人や協同組合のようなサード・セクターに属する組織だけを対象とするのか、民間企業全般も対象とするのかは論者によって見解の相違がある。つまり、日本の社会的企業論は、1で示した欧州と米国の双方の議論の影響下で展開されているため、それぞれの研究の特徴を反映する形で、各論者の立場に応じ、欧米の議論を紹介する状況となっている。つまり、事業領域も特定されず明確な理論潮流はないとも言うことができる。

日本社会においても、欧米で社会的企業とみなされるような企業や組織の存在はある。しかし、社会的企業研究の中で事例として取り上げられるものも、いわば、欧州型、米国型のいいとこ取りの印象を受け法人形態も様々である。その中で、社会的企業の特徴として一般に指摘される社会的イノベーション志向や企業家志向、社会貢献的側面とビジネス的側面を混合させるハイブリッド志向、ネットワーク志向の強さが見いだされる点、そして、その社会性・事業性・革新性が一定の社会的評価を得ている点では共通している（塚本、p60）。

経済産業省「ソーシャル・ビジネス研究会報告書」では、ソーシャル・ビジネスを以下のように定義している。「ソーシャル・ビジネス（SB）とは、障害者支援、子育て支援、貧困問題、環境保護、まちづくり・まちおこし等の社会的課題の解決を目的とした持続的な事業活動である。従前の営利を目的とした典型的な「会社」とは異なり、また、無報酬の善意に依存する「ボランティア活動」とも異なる新しいスタイルの事業形態である。」そして「SBは、社会的課題の解決に対して事業性を見出し、『新たな産業・新たな働き方』を創出する主体である。このような活動が、近い将来には行政、企業、市民の協働パートナーとなることが期待される。」とある。また、コミュニティ・ビジネスはソーシャル・ビジネスより地域性のあるものとしている。コミュニティ・ビジネスは、地理的限定性を伴う概念であり地域活性化の機能が強調される傾向にあるが企業家的機能の側面は強調されない（塚本、p60）。

ソーシャル・ビジネス55選事例集では、①街づくり・観光・農業体験等の分野で地域活性化のための人づくり・仕組みづくりに取り組むもの、②子育て支援・高齢者対策等の地域住民の抱える課題に取り組むもの、③環境・健康・就労等の分野で社会の仕組みづくりに貢献するもの、④企業家育成・創業・経営の支援に取り組むものの4分野に分類し整理している。その中で、①街づくり・観光・農業体験等の分野で地域活性化のための人づくり・仕組みづくりに取り組むものは、25選定されており、全体の46%を占めている。

本稿の事例の1つとして取り上げる農業法人株式会社秋津野も①分野で選定されており、「農家も商売人も参画し、人材育成しながら地域をつくる」と紹介されている。

本稿では、社会的企業を「地方のコミュニティのニーズおよび他の特別なニーズに根ざした社会的目的をシチズンシップを基礎にして達成するために、財およびサービスの生産と供給を継続的に遂行する市民事業体」（中川、2005：p118）と定義する。また、コミュニティ・ビジネスは、「地域」をベースとした事業活

動の総称とも考えられることから、ここでは社会的企業の一部として捉えたい。

第2章 住民主体の地域経営

ボランティア活動による地域活動を続ける住民が、それだけでは地域が立ち行かないと自覚し、地域の問題や課題を社会的に解決する経済活動を開始する。いわば、地域住民による地域経営¹⁾のはじまりである。コミュニティ・ビジネスの事例として和歌山県田辺市上秋津地区を事例として考察を進める。

1. 地域づくりを支えるしくみ

上秋津地区は、紀伊半島の南部に位置する和歌山県田辺市（平成17年広域合併）にある。江戸時代には上秋津村と記され、明治22年8月の大雨で大洪水に遭い地域が崩壊した。水害から数年を要した村復興への心は村民の帰属意識を強固なものとして代々子孫へ語り継がれた。昭和31年、上秋津村と周辺の村が合併し牟婁町となり、昭和37年の田辺市との合併を経て、行政単位としての上秋津は無くなった。そして2015年現在の上秋津地区は、人口の増加も止まり、高齢化が進む傾向にある。

上秋津の地域づくりは、時代に応じた課題解決策を地域主体で考え、長い歴史と住民主体の努力と工夫により進められてきた。地域づくり組織には、それぞれが担う役割と活動の分野・範囲があり、その関係性が良好であることが地域を支える基盤を強固なものにしている。

みかんの価格が低迷し、暴落により地域農業が存亡の危機に立たされた1970年代、20~30歳代の青年農業者有志が「晩柑同志会」を結成し、所得向上を目指した柑橘生産に取り組んだ。1975年（昭和50年）以降は、みかん、米の生産調整により梅への転換を図っていく。柑橘周年多品種栽培と梅を基盤とする地域農業への転換は、各農家の安定した所得確保につながった。

農業基盤づくりが進展する一方で、田辺市街地からの移住者が増加し、農地の宅地化が進む中、新・旧住民間でトラブルも発生した。農業に従事しない子育て世代の流入により、農業地域である上秋津地区の在り方や、住民同士の関係性も変化したことから、新旧住民間の軋轢の解消のため、地域のコミュニティの見直しが迫られた。子どもたちを対象にイベントを行い、参加した子どもから親へ地域の情報を発信していく。PTAを巻き込んだ行事を行うことで役員は運営に参画し、地域に馴染んでいった。そして、縦割りの地域活動から情報を共有できる横断的なネットワークの形成が急がれ、上秋津公民館が事務局を担い、横断的

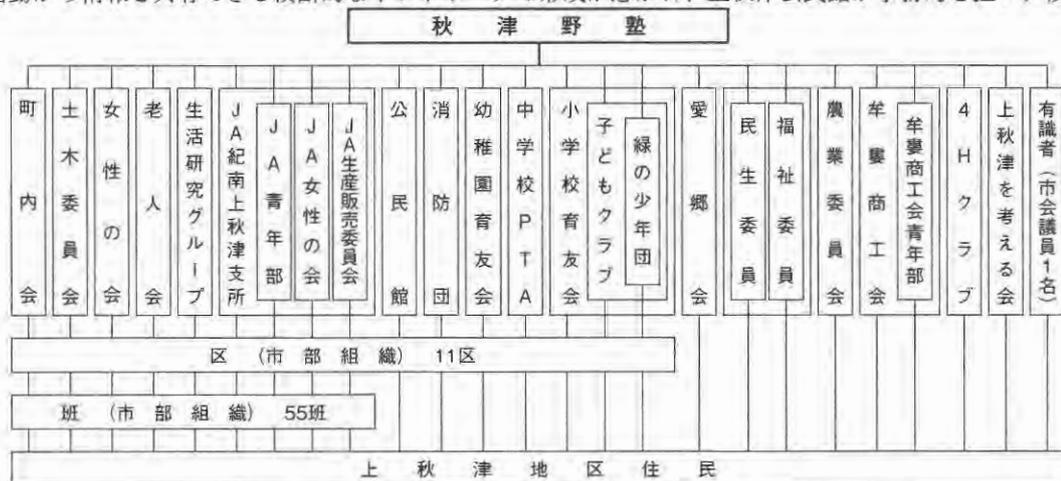


図2 秋津野塾構成員

出所) 農業法人株式会社秋津野手引き書より筆者作成。

な組織としての「秋津野塾」が1994年（平成6年）に発足した

組織の役員は「秋津野塾」の月1回の会議、運営等で顔なじみとなり、道で出会っても挨拶する関係ができ、徐々に交流が深まっていった。「秋津野塾」の構成は、全地区住民を網羅できるあらゆる組織を包含している。そして、それら個々の組織には、大きな柱となる「活動財政基盤」、「住民促進及び合意形成」、「人づくり・文化醸成」、「経済活性化・農業総合化」、「情報交流」という役割分担がある。

2. コミュニティ・ビジネスによる経済活動

(1) 農業法人株式会社 秋津野

農業法人株式会社秋津野は、豊かな地域資源を活かしてグリーンツーリズム事業化に取り組み、「秋津野ガルテン」を拠点としている。秋津野ガルテンは旧小学校の木造校舎を利活用したものだ。行政は、小学校を移転新築し、旧木造校舎は撤去する予定であった。それに住民がNOを突きつけ住民の総意が行政の決定を覆し、改修保存する事業計画を提案したのだ。旧小学校木造校舎を核としたグリーンツーリズム事業は、地域環境・景観を保ちながら地域資源を活かせるという利点があり、地域づくりと経済活動の両立を目指すことのできる事業として住民から提案された。いわゆる地域資源の利活用である。

秋津野ガルテンは2007年6月、地元農家や周辺住民約400人が計3,330万円を出資して設立し、総事業費は約1億1000万円。このうち国から50%、県と田辺市から12.5%ずつの助成があり、地元秋津野は25%を負担している。その施設を運営する組織として、農業法人株式会社秋津野が誕生した。4,180万円の資本金の6割近くは地区住民が、残りは元住民や支援者が出資した。株式会社化した理由は、①事業規模が拡大し、大きな資本を集める必要があること、②経営者の責任が大きくなり、有限責任化の必要があること、③住民自らの出資で参画意識を向上させる意義があること、④多様な地域型の事業展開に対応が可能であること、⑤法人格への社会的な信用性があること、⑥経営者が交替しても事業継続性が確保できること等である。当初は生産法人化案もあったが、農産物生産が目的でないことは明確であり、和歌山県は生産法人で農地集積を進めていたが、果樹農家では共同作業のメリットが少なく、生産法人では農村のマイナス面をプラスに変えることができないと判断した。

取締役員の3分の2、株主の2分の1は農業者と定款で既定し、非農家、地域外を含め広く出資を募る意味で、株式の種類は普通株式（地域内住民対象）と制限株式（地域外が対象）の2種類が設定されている。

秋津野ガルテンでのグリーンツーリズム事業のコンテンツは、農家レストラン「みかん畑」、『農』のある宿舎秋津野ガルテン、パレンシア畑（スイーツ）、市民農園・農業体験となっている。

「みかん畑」の企画・運営はすべて地元女性グループに一任しており、現在30名のスタッフがシフト制で毎日少しずつ異なるメニューを提供している。スタッフ人件費、食事原料費、管理経費が概ね3分の1を目安とした運営である。地元田辺市はもとより、和歌山市や大阪、神戸等遠方からも、地産地消の農家レストランバイキングを目的とした来訪者が多く、グリーンツーリズムのきっかけとしても大きな役割を果たしている。女性の地元雇用を創出していることだけでなく、レストランの運営を通して、女性たちが地域づくりに主体的に関わり自己実現を目指すことにつながった。また、活動を通じた経験の蓄積は、女性が今まで家庭内で培ってきたキャリアをレストランで働くことで仕事として開花させることとなり、男女共同参画社会づくりにも寄与している。

『農』のある宿舎秋津野ガルテンは、当初、旧小学校の木造校舎を宿泊施設として整備し利活用する計画であったが、消防法の問題で実現できず、宿泊棟を新築した。和室16畳が1部屋（大人8人定員）に和室8畳が6部屋（大人4人定員）あり、トイレ、浴室、洗面、キッチン、冷蔵庫等完備されている。食事はみかん畑が対応するが、宿泊客が持ち込みで調理することも可能である。宿泊キャパシティは32名で、大きな団体や修学旅行等の受け入れは難しい。その場合、農家民泊の許可を得て営業を始めている。現在、14件の許可が下りている。農家民泊と連携をとることで、地元住民のホスピタリティ意識が向上し、来訪者にとっても地域を肌で感じる効果もあり、グリーンツーリズム事業がさらに地域へ広がることが期待される。ガルテンには「暮らしの体験室」「都市と田舎の交流室」「農産物加工体験室」が設置されており、さまざま

な体験型サービスを提供している。

市民農園・農業体験については、「日帰り市民農園」として年間利用料金3万円で一区画約30㎡の農園を利用契約している。「宿泊券つき市民農園」は、都市住民向けのもので、秋津野ガルテン市民農園+得々宿泊券つき市民農園契約である。管理はガルテンスタッフがサポートし、契約時に10枚の宿泊券が付き、宿泊券を使いきった後は、4,000円/2名で宿泊可能となっている。

みかんの木オーナー制度は、1本のみかんの木のオーナー契約者になり、自分の名前のついた樹から、みかんを自分の手で収穫するシステムである。年間料金1樹30,000円で収穫量は50キロまでとなっており、広報については、テレビ東京でCMを流し、首都圏の利用者獲得に取り組んだ。

(2) 農業法人株式会社きてら

2006年（平成11年）に地元住民31名（農家16名、非農家15名）が10万円ずつ出資して資金を集め、直売所「きてら」を立ち上げた。直売所は、行政やJAの助成により開設するのが一般的だが、きてらは住民出資のみで開設した数少ない取り組みである。

当初、市街地から外れていることや品揃えの悪さなどから売上げが伸び悩んでいたものの、地域の産品を詰め合わせた「きてらセット」がヒットしたことで経営が安定した。平成15年には新店舗建設のため、地元住民に再度出資を要請すると同時に「きてら」応援団制度を設け地域外の人にも出資を要請した。上秋津の取り組みは常に都市部との交流を視野に入れ、マルチメディア班によるIT戦略を含め、地域外の支援を得るためのシステム化に前向きである。

きてら新築移転は、地域投資への一歩となった。新築に当たっては、きてら応援団制度で出資を呼びかけ集まった資金と国、県の補助金を財源とした。きてら新築店舗新築事業費1,230万円は、きてらの自己資金と紀州材活用を条件とした木の香の家事業補助金を充当した。また、きてら工房（加工施設）建築事業は、1,360万円の事業費のうち、自己資金とアグリビジネス事業、山村定住促進事業の補助金を充当した。

平成10年頃から地域の農業の柱である柑橘の価格が不安定になり、JAへジュース用に出荷しても価格は低い。そこで、平成17年に農家や住民30人が一人50万円を出資し自前のジュース工場「俺ん家ジュース倶楽部」を建設した。ジュース絞りから販売まで一貫した事業を開始しJAジュース工場へのみかん出荷額と比較すると、キロ単位10倍以上の手取りになった。株式会社きてらと「俺ん家ジュース倶楽部」は、2つの組織間で生まれる経営、人の無駄の廃止や資本の増強で経営の安定や新規事業を目指すため経営統合することとなった。また、ふるさと雇用制度の交付金を利用し、新規雇用2名と新製品づくりに着手した。お菓子体験工房バレンシア畑は、地元柑橘を使った新商品開発や加工体験メニューに取り組み、雇用された女性は、新住民子育て世代であり、制度をうまく利用しつつ、新事業に取り組んでいる。

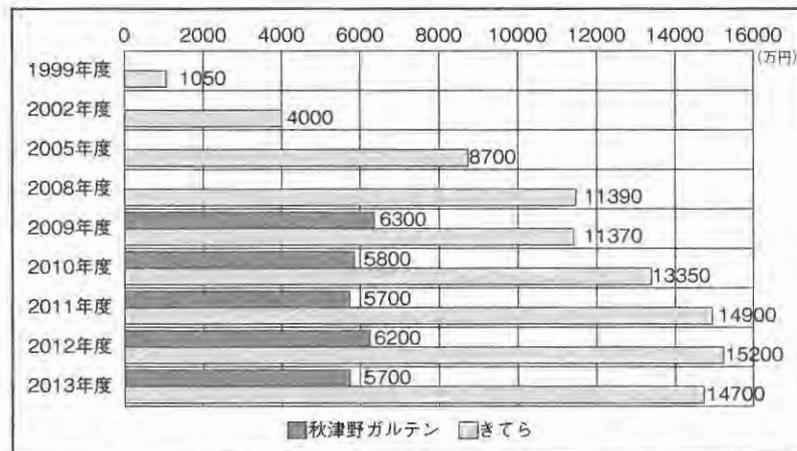


図3 「秋津野ガルテン」と「きてら」の事業実績（売上高）
出所）筆者作成（橋本卓爾、p142表2を基に直近データ追加）

農業法人株式会社秋津野と農業法人株式会社きてらは2つの組織で70人もの雇用創出に成功している。橋本卓爾（2013）は、農業コミュニティ・ビジネスの意義と役割をこの2つの事例から、①「小さな生産」を活かし、農業の総合化や交流型農業の創出に大きな力を発揮する、②地域資源を経営資源に取り組むことにより地域資源の活用の途を切り拓く、③新しいテーマコミュニティを地域に作り上げ、従来型のローカルコミュニティに活力を与え、全体として地域住民の連携と地域力を高めることだまとめている。橋本の指摘する新しいテーマコミュニティこそが、コミュニティとアソシエーションの創造的つながりを意味するものである。

第3章 コミュニティとアソシエーションの創造的つながり

1. 社団法人上秋津愛郷会

1956年（昭和31年）昭和の大合併時に、村有財産の処分について地区懇談会で個人分配か、村民のための有効活用かについて議論した結果、個人村有財産を将来の地区を支える子どもたちのために有効に使うべきという提案がなされた。

この提案は地区全住民の同意が得られ、1957年（昭和32年）に、旧村有財産の運用、公共のための有効活用を図ることを目的とした「社団法人上秋津愛郷会」（以下、（社）愛郷会）が設立された。（社）愛郷会では、「教育の振興」、「住民福祉」、「環境保全」等の活動に対し、財政支援を行い、旧村合併の地区の自主性を尊重し、住民が一つになった現在の地域づくりの基礎となったと考えられる。

（社）愛郷会は、「秋津野塾」において「活動の財政基盤」を担い、公益的な活動、地域づくり活動を行う地域の各団体と財政面で連携を図っている。（社）愛郷会の収益は地域全体の公益のためのみに使い、毎年500～600万円を地域活動に助成している。また、旧上秋津小学校の用地の買い上げと「秋津野ガルテン」への貸与等を実施している。

2. 上秋津を考える会

「考える会」は、1989年4月に約20人のメンバーで結成されたアソシエーション組織である。80年代後半に30歳代後半の農家後継者や会社経営者らの間から、村の将来を懸念する声があがった。農家後継者や自営業者、公務員、JA職員、新住民らで「自ら行えることは自分たちで」をモットーにボランティア活動を行う実践団体としてスタートした。

結成当初は、地域の人々から冷ややかな目で見られ、地域での発言権もなかった。「秋津野塾」発足時に塾本部執行部として参画したが、必ずしも「秋津野塾」と同調してきたわけではなく、時として反対勢力の立場をとる場合もあった。しかし、その存在は尊重されてきた。若い発想と行動力で、相互理解のための各種イベントを行い、新規事業への参画を求めて、地域の様々なプロジェクトを実現させてきた。上秋津地域在住、または周辺に居住し地域について前向きに考える人なら誰でも参加可能で新住民も多く参加している。考える会は、既存の地域団体からは独立して、若く自由な発想と行動力を活かして、地域に新風を吹かせる役割を担っている。考える会には権威はなく、秋津野塾がこれをバックアップすることで、地域でのオーソライズ、協力関係の構築が行われている。

3. 地域を支える人のつながり

コミュニティ・ビジネスの取組は困難を極める地域の合意形成を図るため、全所帯に事業計画書を配り、説明会で詳細に説明し、事業の目的を明確に示していくことで理解を求める努力を積み重ねた。ガルテンの運営会社は、農業従事者のみならず、大勢の応援団を入れるために株式会社方式にし、ガルテンに関わる

農業、商業、工業の人に応援団になってもらい、連携する。外からの出資者は約190人であった。直売所きてらや秋津野塾のネットワークへの口コミで協力を求めた。秋津野ガルテンは、H14上秋津小学校現校舎利用活用検討委員会設立・検討開始、H18上秋津農家レストランを考える会設立・検討開始、H19 株式会社秋津野設立と運営会社立ち上げまで足掛け5年を要した。事業開始は施設部分が平成20年11月である。地域づくりのリーダーたちは、何度もあきらめかけたが方向性は間違っていないという自信をもとに、活動を積み重ね粘り強く取り組んできた。勿論、私利私欲はなく、無報酬の活動である。その結果、秋津野ガルテンでは約30人の雇用を創出し、地域への経済効果も上がったのである。

財政面を支える「(社)愛郷会」、住民と団体を連携させる「秋津野塾」、若者の自由な発想と行動が活かされる「考える会」の三層構造は、住民の合意を得て確実な実行が可能となり、社会環境の変化にも対応できるしくみを形成させている。これらのプロセスの中で、新住民をも巻き込んだコミュニティ・アイデンティティが創造され、地域づくりに取り組む機運を高めてきたことは重要な意味を持つ。強固な地縁コミュニティにアソシエーションが刺激を与え、両方を包含する再生されたコミュニティを形成している。

一般企業のような利益共同体でも地縁・血縁で結ばれた運命共同体でもなく、地域課題の達成という使命8ミッション」を共有する人々の自発的な水平的な集まりをベースにしたコミュニティ・ビジネスは地域の抱えている諸問題を打開し、さらに夢や希望の実現を可能にする(橋本, 2013)。小田切は、地域問題の「歩み」を「三つの空洞化」と表現し、時代の変化と共に「人」「土地」「むら」の空洞化が起こり、その深層には、本質的な空洞化として地域住民がそこに住み続ける意味や誇りを喪失しつつある「誇りの空洞化」が進んでいることを指摘している。しかし、上秋津には「誇りの空洞化」は起こらないのだ。

「考える会」は、多彩なハード・ソフト事業を実現してきた。プロジェクトに応じてフレキシブルに地域内外の団体と連携し、助成金等も獲得しつつ、異業種の人材のキャリアを活かし、意識的に運動体として地域づくりを繰り返してきた。そこで地域のリーダーが育ち、創造的なつながりを形成している。これらのプロセスの中で、新住民をも巻き込んだ「地域への帰属意識を尊び、その価値を認識する」という意識が醸成され、地域づくりに取り組む機運を高めてきたことは重要な意味を持つ。特に(社)愛郷会と考える会では、組織の体質も異なるが「地域を良くする」という1点で強い絆が生まれている。

創造的つながりとは、一言で表現すると「地域を動かせる勢いのある人的連携」で、単なるつながり以上の創造性が生まれる効果、地域のイノベーションを導くものである。前述の「(社)愛郷会」と「考える会」のリーダーは、哲学的な思考には相反する立場の個人であるが、「地域活性化」の名の下に、お互いを尊重し、行動を共にする経緯で良好な関係を築いてきた。このつながりを成立させているのは、価値観の共有で有り、つながることで新しい価値を創造していくこと自体が新しい価値を生む。

上秋津地区の取り組みは、アソシエーションとコミュニティが歴史と共に創造的なつながりを形成し、そこから地域課題を解決するために自然発生的にコミュニティ・ビジネスによる経済活動が開始された。そして、農業法人株式会社秋津野と農業法人株式会社きてらが社会的企業として発展し、地域の課題解決の一躍を担っていることが特記すべき事項である。

図1の先行研究図をもとに、上秋津の取り組みを図4として配置した。上秋津の地域づくりは、住民の合意形成を図る「秋津野塾」により、愛郷会や町内会等の旧来型地縁組織と上秋津を考える会をはじめとするアソシエーション組織が良好な関係性を築くのに成功している。つまり、地域の課題を解決するために、住民が主体となり、経済活動を通して地域の活性化を導いてきたのである。

ここでは、コミュニティ(旧来型地縁組織)が「地域活性化」というテーマにおいてアソシエーション的な性質を持つことになる。その意味において、アソシエーション組織と旧来型地縁組織は市民社会組織となり、そこから「社会的企業」である「農業法人株式会社秋津野」や「農業法人株式会社きてら」が誕生し、

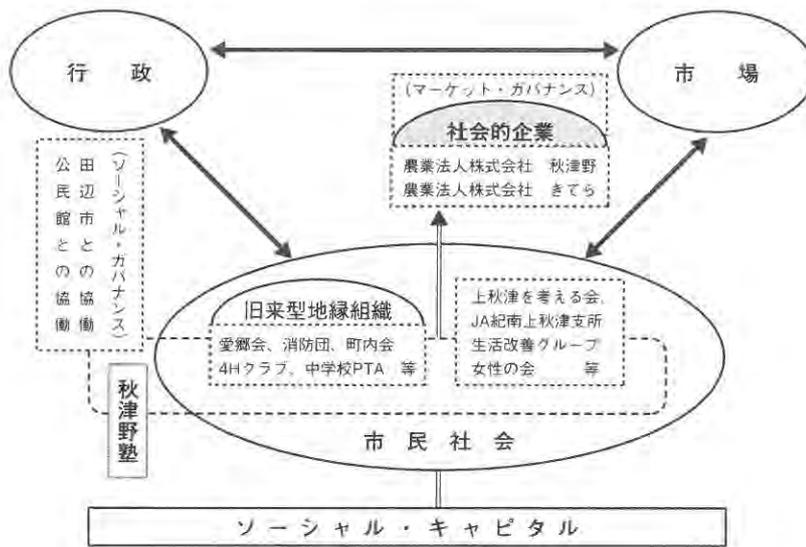


図4 地域づくりの関係図

出所) 筆者作成

さらに発展し地域を牽引する基盤となっている。

第4章 地域の持続的発展を生み出す可能性

1. 上秋津地域の特徴：根底に流れるコミュニティ帰属意識

上秋津は、村の時代から住民が団結して水害を乗り越えるなど地域への帰属意識の強い土地柄であった。地域住民は古くから自立心が強く、自律した市民であったと考えられ、自主的な地域づくりに取り組める土壌があった。横断的な意思決定機関である「秋津野塾」の取り組みにより、天皇杯を受賞し、地域づくりを評価されたことが、さらなる地元への帰属意識の強化と誇りを誘発した。全国各地から視察団が訪れ、新たな取り組みについても賛同する人が増加する中で、新住民も地域との関わりを深め、新旧住民の交流や相互理解も進展していった。また、時代に応じた地域に必要な人材をいろいろな立場の住民が発掘し、地域のために尽力するであろう資質を見抜き、意識的に育ててきたという経緯もある。「秋津野塾」の事務局は公民館が担っており田辺市職員が1名配属されている。地域に育てられた人材を公民館長として住民が選出し、行政職員と共に地域のために働くという仕組みが出来ている。

グリーンツーリズムを進めていく上で、地域住民は「自信」を取り戻していく。全国放送のテレビ局の取材や番組内での地元製品の紹介、都会に住む来客から賛辞を得ることで、地域の「誇り」を再認識するのではないか。地域づくりのプロセスは、人の絆と地域への誇りが根底に流れる地縁コミュニティを都市との交流により、さらに確実なものへと発展、昇華させていったと考えられる。

2. 経済的な強み

上秋津の地域づくりのバックボーンは、「(社)愛郷会」の生み出す資金を地域づくりにのみ使えるということである。行政支援が縮小しつつある現在でも、地域が独立し、その特性と意欲にあわせた自由な取り組みができることを保証している。また、多くの農家が経済的に自立しており、余力を地域づくりに向け長期的な視野で参加できていることが農業や地域環境の改善を促し、さらに経済的な余力を生み出すという良い循環となっている。

自己資金を持つ一方で、大きな事業の実現には様々な補助金などを活用する必要がある。補助金等を得る

のは容易なことではないが、「(社)愛郷会」から「秋津野塾」に至る地域づくりの実績を行政等が評価していること、「きてら」や「秋津野ガルテン」などは地域が出資することで自主財源を確保し、行政との財政面での協働関係が構築しやすいこと、先進的、モデル的な取り組みを行っていることなどが、相対的には有利に働いていると考えられる。

上秋津では「きてら」を通じた農産品の店頭やネットでの販売、「みかん畑」での数十人の雇用など、その多くが地域の経済循環に貢献できる構造となっている。さらに、経済活動は参加する住民等のモチベーションを高め、地域への貢献を実感することは活動を持続するための重要な要素である。しかし、その経済循環は「単に金儲けを目的とせず、事業を通して、個々の生活や地域を豊かにする要素が組み込まれている必要がある」とインタビューしたリーダーは語る。経済活動と共にその付加価値ともいえる住民の意識の変革こそが持続可能性を追究する根源となる。若者が流出し、高齢化が進む現実に直面する中、「働く場があり地元が元気で注目されれば子どもが帰ってくるかもしれない」という期待を抱きつつ、地域づくりと経済活動の両方が地域ぐるみの住民活動となっているということは特記すべき事項である。

地域づくりには、雇用の確保が必要であり、上秋津ではきてらを通じた農産品の店頭やネットでの販売、ガルテンのみかん畑での数十人の雇用など、その多くが地域の経済循環に貢献できる構造となっている。さらに、参加する住民等のモチベーションを高め、地域への貢献を実感することは活動を持続するための重要な要素である。しかし、その経済循環は単に金を稼ぐことを目的とするのではない。継続した活動を続けるためには、取り組みを通じて、自分の生活や地域を豊かにできる部分が組み込まれている必要がある。たとえば、産直で利益が上がるが、消費者との交流で農業の素晴らしさや問題を知り、スーパーのパートより大変だと文句を言いつつも、みかん畑で料理を出しておいしいといわれることが嬉しいというようなことを重視すること、地域内循環をつくる経済活動と共にその付加価値ともいえる、住民の意識の変革こそが持続可能性を追究する根源となる。これらの取組は、地元JAや市場へもインパクトを与えており、地域づくりと地域経営の両方が地域ぐるみの活動となっているということが重要である。

ドッフルニの設定した社会的企業の社会的側面、①コミュニティへの貢献という明確な目的、②市民グループが設立する組織、③資本所有に基づかない意思決定、④活動によって影響を受ける人々の参加、⑤利潤分配の制限を「秋津野ガルテン」や「きてら」は備えているのではないか。2つの組織の持つ社会性は、地域住民のための社会的企業なのだと言い換えることができる。また、コミュニティ・ビジネスを出自とするが、事業内容は「地域」だけに限定せず、全国各地へと広がりを見せていることから、日本の社会的企業の実践例として評価できるものだと考える。

3. 新たなつながりによるソーシャル・キャピタルの蓄積

パットナムをはじめその他論者の議論からソーシャル・キャピタルは「信頼」「規範」「ネットワーク」の3つの要素から成ると考えるが、ソーシャル・キャピタル概念を理解する上で基本的な分類が、「結合型 bonding」と「橋渡し型 bridging」である。パットナムによれば「結合型」は組織の内部における人と人との同質的な結びつきで、一般的には地縁コミュニティに代表されるような強く厚いきずな、結束によって特徴づけられ、「内向志向的」だと考えられる。これに対し「橋渡し型」はより弱く薄いものの、「開放的」「横断的」であり、社会の潤滑油とも言うべき役割を果たす。

上秋津の取組に照らして考えてみよう。当該地域が歴史的背景からも地域に対するコミュニティ帰属意識が強いことはすでに述べた。人々の信頼関係や密接な関係性から豊富なソーシャル・キャピタルが蓄積されていると考えられる。「秋津野塾」という横断的な組織により、新住民たちも徐々に地域に馴染み、さまざまな地域の活動を通して、帰属意識が芽生えたと推察する。つまり、愛郷会を中心とする地縁コミュニティには「結合型」ソーシャル・キャピタルが豊富に蓄積しており、「秋津野塾」や「考える会」さらには、コミュニティ・ビジネス組織2つにも「橋渡し型」のソーシャル・キャピタルの蓄積が見られると考えられるのだ。上秋津は地縁コミュニティの豊富なソーシャル・キャピタルだけで、コミュニティ・ビジネスが生まれたの

ではない。考える会の自由な新しい発想が地域に風を吹かせ、新住民、あるいは地域外の人々が協力し、行政の決定（校舎の撤去）を覆すような結果をもたらし、コミュニティ・ビジネスの途を切り拓き成功を導いた。2つの経済的組織を基盤として、雇用が生まれ、コミュニティ・ビジネスが成長すると共に、新しい社会的なつながりが強固となり、さらにソーシャル・キャピタルが醸成されているのではないだろうか。

おわりに

秋津野ガルテン事業のひとつとして、2008年より、経済産業省「地域新事業創出発展基盤促進事業補助金」を活用しモデル事業を実施した。内容はソフト事業で「秋津野地域づくり学校」という講座運営である。上秋津での取り組みの経験・ノウハウを整理すると共に、全国から農業や地域づくりの課題を持つ地域の人材を集めた地域づくりリーダーの研修を行い、これを研修生の自地域で実践することを柱としている。経済産業省の事業が終了後、2011年～2013年は、田辺市の単独予算で「地域づくり学校」を継続し、2014年は農業経済学者を講師とし、和歌山大学公開講座と共催で開催している。内容は変更されたものの、地域の最大の資源は「人」という認識で、本事業で生み出される質の高い人材育成のしくみを活用した持続的な人材育成事業を行い、日本全国から上秋津に人材が集まり、学習と交流と実践を行うことにより、日本各地の地域づくりに資するコミュニティ・ビジネスの拠点としていくことをめざしている。

コミュニティ形成を通じた問題解決、市場におけるサービス提供を通じた問題解決、政策提言やパートナーシップを伴う政治的問題解決、これらの機能をミックスさせたところに、ハイブリッド組織としての社会的企業の可能性があるという藤井敦史の指摘（2013:p4）。また、岩満賢次（2011）は「地域において、コミュニティ・エンパワメントが重要であり、地域住民が地域サービスの運営に参加できるようになることも重要である。そのためにも社会的企業は単なるサービス提供主体であるだけではなく、それが地域民主主義を培うべきものでなければ、真の意味での地域再生には貢献できない」という。まさに、上秋津の取組は藤井や岩満の指摘する可能性を顕在化していると言えるのではないか。何より、そこにコミュニティとアソシエーションの創造的なつながりによる住民の連帯がセットになり成立していることが、地域づくりにおいて重要な意味を持つことを示している。

C. ボルザガ-J. ドウフルニ編（2004）内山哲朗・石塚秀雄・柳澤敏勝訳『社会的企業（ソーシャルエンタープライズ）－雇用・福祉のEUサードセクター』日本経済評論社。

【注】

（注1）「Emergence Des Entreprises Sociales」の略語。1996年、欧州社会的企業の国際比較調査プロジェクトを機に結成された学術研究者ネットワーク。主な論者にドウフルニ、エパース、ラヴィル、ニッセン、スピア、ハルガードがいる。

（注2）「経営」という用語は、市民社会論から出てきた用語ではないが、住民インタビューでは常に「地域経営」という言葉が発せられることからあえて使用した。地域住民の自立心が強く「市場原理で地域間競争に負ける」と常に意識し、対峙する意味も含め「地域経営」と表現することを共有しているのではないかと推察される。

【参考文献】

植村邦彦（2010）『市民社会とは何か 基本概念の系譜』平凡社新書。

今瀬政司（2011）『地域主権時代の新しい公共 希望を拓くNPOと自治・協働改革』学芸出版社。

岩満賢次（2011）「地域再生における社会的企業の社会的所有の意義」『人間福祉学研究第4巻第1号』。

小田切徳美（2010）『農山村再生の実践』農文協。

小田切徳美（2013）『農山村再生に挑む 理論から実践まで』岩波書店。

織田直文（2008）「地域課題を解決する地域づくりコーディネーターに関する研究」『日本地域政策研究第6号』。

- 門野圭司(2006)「日本における公民パートナーシップ論の展開過程」『地方財政2006.4』。
- 金子勇(2011)『コミュニティの創造的探究 公共社会学の視点』新曜社。
- 岸上光克(2011)「農家レストランにおける都市・農村交流」橋本卓爾・山田良治・藤田武弘・大西敏夫編『都市と農村 交流から協働へ』日本経済評論社
- 倉沢進(1998)『コミュニティ論=地域社会と住民活動=』(財)放送大学教育振興会。
- 黒沢惟昭(2003)「生涯学習時代のNPO」田畑稔編著『アソシエーション革命へ』社会評論社。
- 共同企画「東京・大阪・熊本」実行委員会編(2006)『勃興する社会的企業と社会的経済21世紀の社会経済システムを展望するために「サード・セクター」から「社会的企業へ」』同時代社。
- 後藤和子・福原義春(2005)『市民活動論-持続可能で創造的な社会に向けて-』有斐閣。
- 小長谷一之・福山直寿・五嶋俊彦・本松豊太(2012)『地域活性化戦略』見洋書房。
- 桜井政成(2007)「ボランティア・NPOとソーシャル・キャピタル—バットナムを越えて」『立命館人間科学研究』第14。
- 桜井政成(2012)「農村活性型社会的企業の起業とソーシャル/キャピタル」『政策科学』20巻1号
- 佐藤慶幸(2002)『NPOと市民社会—アソシエーション論の可能性』有斐閣
- 佐藤慶幸(2007)『アソシエーティブ・デモクラシー-自立と連帯の統合へ』有斐閣。
- 「社会的経済」促進プロジェクト編(2003)『社会的経済の促進に向けて もう一つの構造改革「市民・協同セクター」の形成へ』同時代社。
- 澤井安勇(2004)「ソーシャル・ガバナンスの概念とその成立条件」神野・澤井編『ソーシャル・ガバナンス』東洋経済新報社
- ジョン・エーレンベルク吉田傑俊監訳(2001)『市民社会論 歴史的・批判的考察』青木書店。
- 須藤修(1995)『複合的ネットワーク社会』有斐閣。
- 園田恭一(1978)『現代コミュニティ論』東京大学出版会。
- 田畑稔・白川真澄・大藪龍介・松田博著(2003)『アソシエーション革命へ—理論・構想・実践』社会評論社。
- 田坂敏雄編(2009)『東アジア市民社会の展望』お茶の水書房。
- 玉井常貴(2011)「地域形成のための合意形成と組織づくり」報告レポート。
- 塚本一郎・山岸秀雄編(2009)『ソーシャル・エンタープライズ 社会貢献をビジネスにする』丸善。
- 谷本寛治(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。
- 富沢賢治・川口清史(1997)『非営利・協同セクターの理論と現実—参加型社会システムを求めて』日本経済評論社。
- 中川雄一郎著(2005)『社会的企業とコミュニティの再生—イギリスでの試みに学ぶ』大月書店。
- 中川雄一郎・柳沢敏勝・内山哲朗(2008)『非営利・協同システムの展開』日本経済評論社。
- 中川雄一郎・JC総研編(2014)『協同組合は「未来の創造者」になれるか』家の光協会。
- 農業法人株式会社秋津野(2011)『秋津野地域づくり学校地域づくりを志す人のための手引書』農業法人株式会社秋津野。
- 野沢慎司編・監訳(2006)『リーディングスネットワーク論』勁草書房。
- 橋本理(2009)「社会的企業論の現状と課題」『市政研究』(大阪市政調査会)No.162。
- 橋本卓爾・山田良治・藤田武弘・大西敏夫編(2011)『都市と農村 交流から協働へ』日本経済評論社。
- 橋本卓爾・大泉英次編(2008)『地域再生への挑戦 地域都市と農山村の新しい展望』日本経済評論社。
- 橋本卓爾(2013)「農業コミュニティ・ビジネスの意義と役割—農山村再生方策に関連して—」『松山大学創立90周年記念論文集』。
- ベストフ、ピクター・A(藤田暁男・川口清史・石塚秀雄・北島建一・的場信樹訳)(2000)『福祉社会と市民民主主義—協同組合と社会的企業の役割』日本経済評論社。
- 藤井敦史・原田晃樹・大高研道編(2013)『闘う社会的企業』勁草書房。
- 細内信孝(2010)『コミュニティ・ビジネス』学芸出版社。
- 本間正明・金子郁容・山内直人・大沢真理子・玄田有史(2003)『コミュニティ・ビジネスの時代 NPOが変える産業、社会、そして個人』岩波書店。

- マイケル・ウォルツァー (2001) 「市民社会の概念」M.ウォルツァー編『グローバルな市民社会に向かって』日本経済評論社。
- 宮川公男・大守隆編 (2004) 『ソーシャル・キャピタル』東洋経済新報社。
- 村上俊介編 (2004) 『市民社会とアソシエーション』社会評論社。
- 山口定 (2004) 『市民社会論－歴史的遺産と新展開』立命館大学叢書。
- 山口定 (2003) 『新しい公共性－のフロンティア』有斐閣。
- 山崎怜他 (2006) 『新しい公共性と地域の再生』昭和堂。
- 山崎丈夫 (2009) 『地域コミュニティ論－地域分権への協働の構図－』自治体研究社。
- 山本耕平 (2005) 「「新しい公共」について」『計画行政 第28巻 第4号 (痛巻85号)』日本計画行政学会。
- 山本隆編著 (2014) 『社会的企業論 もうひとつの経済』法律文化社。
- 山脇直司 (2004) 「公共性のパラダイム転換」『NIRA政策研究2004.11』NIRA。
- 吉田民雄・杉山知子・横山恵子 (2006) 『新しい公共空間のデザイン』東海大学出版会。
- 寄本勝美 (2001) 「二つの公共性と官そして民」寄本勝美編著『公共を支える民』コモンズ。
- OECD (2010) 連合総合生活開発研究所訳『社会的企業の主流化－「新しい公共」の担い手として』明石書店。
- Jurgen Habermas (1994) 細谷貞雄・山田正行訳『公共性の構造転換－市民社会の一カテゴリーについての探求』未来社。
- Jurgen Habermas (1987) 丸山高司訳『コミュニケーション的行為の理論 (下)』未来社。
- R・M・マッキーヴァー中久郎／松本通晴監訳 (1975) 『コミュニティ』ミネルヴァ書房。
- C.ボルザガ・J.ドウフルニ編 (2004) 内山編『社会的企業 (ソーシャルエンタープライズ)－雇用・福祉のEUサードセクター』日本経済評論社。
- Lester M. Salamon (1997) HOLDING THE CENTER America's Nonprofit Sector at Crossroads (山内直人訳・解説 (1999) 『NPO 最前線－岐路に立つアメリカ市民社会－』岩波書店。
- Putnam, Robert D (1993) Making Democracy Work (河田潤一訳 (2001)、『哲学する民主主義－伝統と改革の市民的構造』NTT出版)
- Putnam, Robert D (1995) Bowling Alone: America's Declining Social capital, Journal of Democracy. (柴内康文訳 (2006) 『孤独なボウリング－米国コミュニティの崩壊と再生』柏書房)

