



評者

京都文教大学
教授

野崎浩成



『田舎力』

ヒト・夢・カネが集まる5つの法則』

金丸弘美 著

NHK出版 (09年8月)

756円 / 208ページ

地域再生のヒントから金融機関の生きる道を学ぶ

地域再生が新たな安倍政権の重点政策分野となっている。本書は、メディアへの登場も多く、食育や地域再生など幅広く活躍している金丸氏が、800余りの農村を歩いて蓄積した知見の集大成である。金丸氏は、「食環境ジャーナリスト」との肩書を自ら称しているが、長年政府へのご意見番としても力を尽くし、内閣府では「内閣官房地域活性化応援隊地域活性化伝道師」として地域のために貢献している人物である。

一見活力がなく過疎地域への道を行んでいるかのような地方でも、キラッと輝く田舎力が存在しており、著者が自らの足で見聞した内容をベースに五つの要素に集約したものが、本書である。五つの田舎力とは、「発見力」（過疎地の観光資源を再発見するための外部の視点を導入する）、「ものづくり力」（食と農業による村おこしは消費者の琴線に響く商品を作り上げる）、「ブランドデザイン力」（マーケティングやストーリーによりブランディングを行う）、「食文化力」（消費者の市場に地域の食文化を伝える場を設ける）、「環境力」（田舎の風景もプロダクトの一部であると

の認識に立ち、景観保護や村全体のデザインを考える）である。アベノミクス「第三の矢」で注目されている農協改革でも、田舎力が改革を成功に導くアクセルとなるのは明らかである。

旧来の組織依存型のビジネスモデルや政府からの補助金に寄りかかった事業というのは、得てして工夫もなければ、魅力もない。本書でも、国交省の補助金事業としての「道の駅」を取り上げている。赤字経営が定着している店舗では外国産をおくようなひどい例がある一方で、観光客で賑わうところでは地元野菜や特色ある「6次化」産品が魅力を高めている。地域特性を存分に生かした取組みこそが田舎力の源泉である。

印象に残ったのが、イスラエルのキブツに学んだ農協の取組み、なかでもローコスト・ファームリングを支える収益管理の仕組みである。国による補償が前提であれば、「つくること」に軸足がおかれるが、こうした前提がなければ、稼ぐことが主眼となる。そこで注目されるのが効率的な生産システムと、訴求力のある産品の開発である。とくに本書では、訴求力の要素として「女性の感性」を重視する。女性が振り向くようなプロダクトやマーケティングでなければ、十分な魅力を備えることができないのである。

金融機関の経営もしっかりである。まず収益管理。持合い株式を「総合採算」というどんぶり勘定で収益管理している状況からは資本効率は生まれない。次にプロダクトアウト。提供者側がどんなにすばらしいと思う金融商品をあつらえても、「顧客が望むものを提供する」というマーケットインの発想がなければ顧客のハートはつかめない。最後にダイバーシティ。女性の活用はスローガンにとどまっていないか、女性の感性を生かしたプロダクトやマーケティングの活用余地を再考すべきではないか、課題は多い。田舎力や農業力などのキーワードからは、アグリファイナンス的な金融のヒントが想起されるが、本書の読後はむしろ、金融機関経営に見直し余地があることが浮かび上がった。