

「地域経営学」の確立に向けて—地域経営学の意義・役割を中心に—

藤永 弘

1. はじめに

地域経営学の確立に向けての研究と提言に当たっては、次のようなアプローチをとった。地域社会形成の歴史、理論、政策の統合と文理融合した新たな「地域経営学」の確立を目指す。

地域社会の歴史から学び、地域社会の現実を直視して、地域社会の未来を創造・デザインする「地域経営学」の確立を目指す。

経営学・会計学・マーケティング・経営工学・経営情報学、経済学、社会学、法学などの知見を統合した「地域経営学」の確立を目指す。

2. 歴史から学ぶ（歴史認識）

○19世紀、20世紀、21世紀はいかなる時代であったか

19世紀は「ヨーロッパの時代」→20世紀は「アメリカの時代」→21世紀は「多極化の時代」

○戦後の日本経済の歩み

第二次大戦後の「経済復興・再建時代」→「高度経済成長時代」→「バブル経済時代」→「低経済成長時代」→「グローバル経済時代・ローカル経済時代」（「グローバル経済時代」）

○市場経済の主要な潮流

① 「プロダクト型市場経済」→「ファイナンシャル型市場経済」→「知識情報型市場経済」

② 日本・ドイツなどの「利害調整型市場経済」→アメリカなどの「株主重視型市場経済」→「混合型市場経済時代」→「新利害調整型市場経済時代」

○戦後日本の経営学の主要な潮流

戦後の経済復興のための「私企業中心の継続的事業体の経営学」→「私企業のみならず公企業を含めた継続的事業体の経営学」→「多様な継続的事業体の連携・協働の地域経営学」（私企業・国家・自治体・学校・病院・NPO/NGO・家庭などの多様な経営学）→「地域経営学」（自治体・私企業・公企業・農業・漁業・酪農・林業・商業・工業、学校、病院、家庭などの連携・協働による経営学）

3. 現在・現実を直視し考える（時代認識）

- ① グローバル化時代（国際化→ボーダレス化→グローバル化）
- ② 高度情報化時代（デジタル化時代）
- ③ 価値観の多様化時代
- ④ 地球環境保全の時代
- ⑤ 地球的規模での競争・共存・共生の時代
- ⑥ 地球的規模での「人口増加」と日本等の先進国での「少子高齢化の時代」
- ⑦ 先進国と新興国の共存・共生の時代
- ⑧ 国内外の地域創生・地方創生の時代

4. 経営学の定義

経営学・会計学・マーケティング・経営工学・経営情報学等を融合・統合した経営学の定義と内容は次の用である。（添付の日本学術会議経営学委員会「経営学の参照基準」参照）

- ① 経営学とは、営利・非営利を問わず「あらゆる継続的事業体」が社会的目的を果たすために組織的活動の「企画・設計・改善・運営のための課題設定と問題解決」に関する「科学的知識体系」である。
- ② 「継続的事業体」とは、営利企業、非営利企業のみならず「国・地方自治体、学校、病院、組合、NPO・NGO、家庭など」が含まれる。
- ③ 経営学の科学的知識体系は、当初、企業の「生産現場における諸課題の設定と解決」を対象として蓄積されたが、次第に、「企業活動（購買活動・製造活動・販売活動・財務活動など）の経営諸課題の設定と解決全体」に移り「経営者のための経営学」として発展してきた。
- ④ 企業規模の拡大と組織の複雑化、市場競争の激化と多様化、顧客ニーズ・顧客満足の高多様化等の伴い、「社会環境・政治環境・法的環境・経済環境への適応」などの諸課題の設定と解決全体に広がり、経営学の研究領域が拡大してきた。
- ⑤ 経営学は、「継続的事業体」の「組織内部の諸課題の解明・解決」のみならず、「組織と外部環境の相互関係を構築する諸課題の解明・解決」へと研究が進展し、「会計学・マーケティング、経営工学、経営情報学など融合・統合された『広義の経営学』」へと進化・発展してきている。

5. 「広義の経営学」の領域

- ① 経営学（経営管理論）：経営学は、「継続的事業体」の社会的目的を果たすための効果的・効率的な組織の形成や生産体制の確立、組織構成員の意欲向上など「経営管理的側面」を研究対象としている。さらに「環境と組織の適合関係を高める戦略」をも研究対象としている。
- ② 会計学：会計学は、商業取引の記録・計算報告と財産の保全を目的とする「帳簿記録

としての簿記」からスタートし、株式会社制度の発展と共に、「継続的事業体」の維持・存続・発展のために、「財務会計及び管理会計」として発展している。会計は、経済活動の「将来の姿」、「現在の姿」、「過去の姿」を写像することから、株主・投資家、債権者などの外部利害関係者の「意思決定や利害調整」や、経営者・経営管理者などの内部利害関係者の「意思決定や業績評価」などに重要な役割を果たしている、さらに、会計学は、「社会秩序維持機能」の役割も果たしている。

- ③ 商学（マーケティング）：商学は、「生産から消費までの流通過程に関する研究』からスタートし、株式会社の発展と共に、「継続的事業体」の維持・存続・発展のために、「経営の視点」、「ミクロの視点」から取引に関する研究をする「マーケティング論」と社会経済的な「マクロの視点」から取引および流通に関する研究をする「商業学」、「流通論」などとして発展している。マーケティング論は、取引の相手である顧客との間の取引を効果的に進めるためには、「市場環境・競争環境・流通環境」などといった外部環境への適応が不可欠となる。また、マーケティング論は、「消費者行動論、企業競争分析、商業論、流通論と密接な相互依存関係を有する。
- ④ 経営工学：経営工学は、「生産工学」、「産業工学」を主要な源流とし、そこから、製品やサービスなどの「効果的な設計技術」や、その財貨を生み出し、顧客に提供する「システムの効率的な運用技術」を中心に、「継続的事業体」の維持・存続・発展に向けて、経営上の課題を発見し解決する「工学的マネジメントシ技術」として発展している。「経営学と工学を融合・統合した経営工学」は、経営上の諸課題を取り扱うに当たって、「会計学・マーケティング・情報工学・システム工学・人間工学・生産工学・品質管理・機械工学」などの広い関連分野の知見を取り込んでおり、継続的事業体の最適な問題解決のための「理論と技法」を提供している。
- ⑤ 経営情報学：経営情報学は、情報科学の発展に伴い、「経営資源としての情報」として、「継続的事業体」の維持・存続・発展に向けての「情報科学と経営学の融合・統合された研究分野」である。経営情報学は、理学・工学による「要素還元主義的論理」に基づく従来の製品や製造レベルに価値創造の仕組みを、情報レベルでの価値創造の仕組みに変える力を有している。ここから、情報による経営、情報経営学としての役割を果たしている。

このように「広義の経営学」は、経営学（経営管理論）・会計学・商学（マーケティング）・経営工学・経営情報学等が「融合・統合（文理融合・文理統合）」されることにより、社会的な役割を果たす「継続的事業体の維持・存続・発展」のための「課題設定と問題解決」に不可欠な学問（総合科学）として進化・発展している。

6. 中央集権化時代の全国総合開発計画（全総）の概要

① 第一次全国総合開発計画（昭和 37 年 10 月 5 日）

時代背景：高度経済成長への移行、過大都市圏問題、所得格差の拡大、所得倍増計画、

太平洋ベルト地帯構想

基本目標：地域間の均衡ある発展

開発方式：拠点開発方式

開発評価：太平洋ベルト地帯以外への工業分散を目標とし、現実には全国において「工業地帯」の進出がいくつかは進んだが、首都圏への一極集中（東京一極集中）が進んだ。

② 第二次全国総合開発計画（昭和 44 年 5 月 30 日）

時代背景：高度経済成長、人口・産業の大都市集中、情報化・国際化・技術革新の進展

基本目標：豊かな環境の創造

開発方式：大規模プロジェクト構想

開発評価：交通ネットワークについては進展がみられ、現在の日本列島の主幹線となっている。大規模工業開発については、苫小牧東、むつ・小川原などは用地処分問題があり、徳山、大分、延岡などは工業が発展し、志布志湾では後背地の畜産地帯などへの飼料供給基地の骨格が形成された。

第一次石油危機、地価高騰、インフレ等の社会経済的環境の変化による影響が大きい。

③ 第三次全国総合開発計画（昭和 52 年 11 月 4 日）

時代背景：安定経緯成長、人口・産業の地方分散の兆し、国土資源・エネルギーなどの有限性の顕在化

基本目標：人間居住の総合的環境の整備

開発方式：定住構想による大都市への人口と産業の集中の抑制、地方を振興し過密への対処過疎への対処、全国土の利用の均衡を図りつつ人居住の相応的環境の形成

開発評価：完成度が高いとの評価もあるが、実際の行政上の国土計画に十分に反映されたとは言い難く、「田園都市構想」も中途半端の状態である。

④ 第四次全国総合開発計画（昭和 62 年 6 月 30 日）

時代背景：人口・諸機能の東京一極集中、産業構造の急速な変化による地方圏での雇用問題の深刻化、本格的な国際化の進展

基本目標：多極分散型国土の形成

開発方式：戦略的プロジェクトによる交流ネットワーク構想の展開を先導する施策で、
（ア）地方圏における産業・技術拠点の形成、大規模高生産性の内の整備、大規模リゾート地域の整備、（イ）国際的な業務、学術研究機能などの集積や国際空港、外国貿易拠点港湾等の整備による国際交流拠点の形成、地方中枢・中核都市における高次機能集積拠点の整備、（エ）高規格幹線道路、空港の整備及びサービス総合デジタル網の構築

開発評価：地方重視の開発方式であるが、結果としては、東京一極集中に歯止めはかからない。多極分散についても理念が十分に理解されず、地方からの要求は交通基盤の整備に向けられた。

⑤ 21世紀の国土のグランドデザイン(平成10年3月31日)

時代背景：地球時代（地球環境問題、大競争、アジア諸国との交流）、人口減少・高齢化時代、高度情報化時代

基本目標：多軸型国土構造形成の基礎づくり

開発方式：参加と連携（多様な主体の参加と地域連携による国土作り）で4つの戦略、
（ア）多自然居住地帯(小都市、農漁村、中山間地地域など)の創造、（イ）大都市のリノベーション(大都市空間の修復、更新、有効活用)、（ウ）地域連携軸(軸状に連なる地域連携のまとまり)の展開、（エ）交易国際交流圏(世界的な交流機能を有する圏域)の形成

(注)特徴的な概念

国土軸：文化や生活様式を創造するための基礎的条件である気候、文化蓄積、地理的特性などにおいて共通性を持つ地域の連なり、国土の縦断方向に形成される軸状の圏域

北東国土軸、日本海国土軸、太平洋新国土軸、西日本国土軸

7. 地域経営学の学問領域の確立に向けて

「地域経営の定義の多義性」についての矢吹雄平の地域経営の先行研究を紹介

(矢吹雄平著『地域マーケティング論』有斐閣、2011年5～6頁を参照)

- ① 「地域の活性化をめざす上で、地域を一つの経営体に模して、より目的意識的で、有機的な振興策の取り組み」
安藤誠一稿「地域の経営と自治体」塩見譲編著『地域活性化と地域経営』18頁、学陽書房、1989年
- ② 「地域社会の快適な環境・円滑な機能・旺盛な活力を保持するために、地方自治体を中心として、地域社会の総力を挙げて営まれる活動」
矢野浩一郎稿「地域経営の時代」、市町村アカデミー監修『地域経済の時代』(上)17頁、ぎょうせい、1992年
- ③ 「地域社会の中核たる地方自治体を中心として、地域社会が主体性をもって、自ら有する経営資源を最高限度に活用し、地域福祉の極大化を目指す政策実践」
高寄昇三稿「地域経営の理論と歴史」、日本地方自治研究学会編『地域経営と地方行政』10頁、税務経理協会、1993年
- ④ 「地域の自然、人材、文化、歴史、産業等の資源を様々な手法で最大限に活用して、地域振興、地域の活性化を図っていくこと」
望月達史稿「はしがき」、望月達史著『地域経営の知恵』ぎょうせい、1995年

- ⑤ 「地域に立脚したまちづくりとか、地域振興、地域再興、地域づくり等と同様な範疇で、積極的に地域とかかわり、地域を変革していくための道筋を考えること」

岡崎昌之著『地域経営』11頁、放送大学教育振興会、1995年

- ⑥ 「地方自治体の組織における経営にとどまらず、住民・企業も含めた地域全体の運営に対する経営的概念の導入を意味する」

宮脇淳著『『公共経営』の創造』1頁、PHP研究所、1999年

「地域経営とは何か」について、統一的な見解が形成されていない。現時点では、地域経営学としての学問領域は形成されていない。各々の専門分野の立場から地域経営に対する見解である。

8. 地域経営学の定義

- 地域経営学は、精神的・経済的に自立した（自律を含む）持続可能な地域社会の創造を地域経営理念として、地域住民の幸福な生活の視点から、地域社会を構成する各種利害関係者（ステークホルダー）と連携・協働して、地域の有形・無形の地域特性、地域資源を活かした地域価値の創造のための課題設定とその課題解決を図る科学的な知識体系である。
- 地域価値は、「社会価値」（歴史・文化・自然・地域特性など）、「経済価値」（物的・人的資源・財政力・キャッシュ・フローなど）、「組織価値」（組織文化・革新能力・リーダーシップ・住民の意欲など）から構成されている。
- 地域経営学は、地域社会を「一つの地域経営主体」とするが、さらに地域社会を構成地域する多くの「地域内の個別経営主体」から構成されている。地域内の個別経営主体には、営利企業、公益企業、県庁・市役所・町村役場、学校、病院、NPO、組合、家庭などがあり、各々の「個別経営主体」は、地域経営という俯瞰的な視点から「連携・協調・協働」して地域全体の価値創造に努めると共に、個別経営の価値創造に努めることが求められる。
- 区市町村などの自治体は、他の経営主体と異なった目的を有する。すなわち、地域の経営主体が各々の価値創造が可能なような「環境創り・環境整備」を目的とするものである。

9. おわりに―地域経営学の学問的領域の確立に向けて―

- ① 「地域経営学」の目的は、「地域価値創造」であり、地域価値は、「社会価値」、「組織価値」、「経済価値」より形成される。
- ② 「地域経営学」の下での「自治体経営の役割」は、地域を形成する各種経営主体である「継続的事業体」が各々の社会的役割を果たせるように「地域環境の創造と整備」である。したがって、「補助金依存型自治体経営」から「経済的自立型自治体経営」へ移行すべきである。

- ③ 「地域経営学」の確立のために、「市民主権・住民主権」の下での「首長」、「議員」、「地域公務員」の「意識改革と地域経営システム（地域経営ガバナンス）」の確立が必要である。
- ④ 「地域経営学」は、地域における「地域資源（ヒト、モノ、カネ、情報、時間等）」を活用した「地域産業の創造と育成」と地域特性を活かした「起業」による「雇用の場」の創造が求められる。
- ⑤ 「地域経営学」は、地域における地域特性を活かし研究開発した製品・商品のマーケットを「国内マーケットの開発と販売能力」のみならず「国外マーケットの開発と販売能力」の育成が必要である。
- ⑥ 地域経営学は、地域における継続的事業体の維持・存続・発展のための「課題設定と問題解決」のために、「経営学、会計学、商学（マーケティング）、経営工学。経営情報学等の融合・統合した地域経営の理論と技法」の学術的・実践的研究が求められる。
- ⑦ 地域経営学は、地域経営を担う「人材育成制度」の確立が必修である。地域の大学学部・大学院（国立・公立・私立）専門学校、研修会・講習会、公開講座などで「何時でも、何処でも、誰でも、必要な時に学び・学修・研究できる場」（生涯学習の場）の確立が求められる。
- ⑧ 地域経営学は、「理論科学」とともに、「政策科学」である。したがって、澁澤栄一が経済・経営・ビジネスについて「論語と算盤」と言われるように「両面の経営能力を有する地域経営者・地域経営管理者の育成」が求められる。
- ⑨ 地域は多くの「利害関係者（ステークホルダー）」から構成されている。したがって、地域社会の主体である「地域住民の幸福な生活の視点」から「利害調整型地域経営（ステークホルダー型地域経営）」の構築が求められる。
- ⑩ 日本の1,741区市町村における地域創生・地方創生の取り組み（「ひと・まち・しごと創生総合戦略」と「総合戦略に基づく具体的な実装」）の実態調査と研究

（注） 「地域経営学の定義と内容」については、『地域経営学研究』（Vol.3,No.1）の「論壇」に掲載を予定している。