



地域活性化の実践的マネジメント

小樽商科大学商学部商学科准教授 加藤 敬太

小樽に赴任して早三年が経過した。商科系の大学にいるからか、「地域活性化」という言葉をよく耳にする。北海道そして小樽という地域がなんだか元気がないといった閉塞感の中で、「地域活性化」という掛け声が挨拶言葉にまでなっていると思うこともある。また、地域を活性化させたい、元気付けたい、地域のために少しでも役立ちたいと頑張っている方々にも出会ってきた。さらには、地域活性化が期待されたプロジェクトを目にすることもありますが、現実には閉塞感を打破り活性化に結びつくような大きな動きには出会うことがなかなかない。

その一方で、少しずつではあるが、経営学を専門とする私のところに地域活性化のための意見を求めにくることも増えてきた。従来、経営学は企業経営を研究対象とするため、地域経済の中ではミクロな観点を提供する学問であった。地域経済という遥かにマクロな現象に対して、経営学を専門とする研究者が何を提供できるのか。この素朴な疑問にこのコラムで応えてみたい。

経営学という学問を一言で表現すると「よい経営を実践的に」といえるだろう。よく経営学は利益至上主義や机上の空論といわれることもあるが決してそんなことはない。経営学の歴史は、現実により経営を行ってきた企業を分析し、そこから得た知見を積み重ねてきたからだ。一番重視されるべき点は、「実践的な経営とは何か」の一言につきる。その実践的でよい経営とは、利益至上主義ではなく、将来に向けた戦略やビジョン打ち出す経営であり、危機を乗り越えるために学習する経営であり、社会にインパクトを与えるようなイノベーションをもたらす経営であったりする。さらに近年では地域問題や社会問題を解決する経営にも注目が集まっている。また、経営学のトレンドに目を向けると、かつては大企業モデルの単一企業の分析が中心であったが、ネットワーク組織や産業クラスター、ビジネスエコシステム、地域プロジェクト等々、産学官の制度的枠組みを超えた多様な人々を連鎖させるマネジメントに分析が拡がりつつある。

このような経営学の特徴と流れを確認したうえで、経営学者が地域社会に貢献できることは、おそらく「地域活性化の実践的マネジメント」となるであろう。ここでいう実践的とは、「本当の意味での地域活性化、現実としての地域活性化」という意味である。たとえばあるプロジェクトを立ち上げて現実として地域活性化に結びつかなければ、経営学の役割としてはまったく意味がない。逆に、地域の人々が経営学者に期待を寄せるのであれば、本当に地域が活性化するようなマネジメントの思考法を提起することに尽きるだろう。

私が地域活性化の実践的マネジメントにおいて、最も重視すべきと考えることは、活性化に向けたグランド・ビジョンを明確にすること、そしてリーダーの存在の二点である。

まず地域の中の人々を一つの目指す方向にむかわせ、さらに地域外の人々を惹きつける魅力のあるビジョンがなければ何もできない。地域活性化に向けたプロジェクトを立ち上げてビジョンがなければ、そこに参加する地域内外の人々と考えを共有し協働を促すことができないからだ。具体的なビジョンの出し方のポイントはワクワクする新たな価値が創造できるかにかかっている。

もっと大事な点は次の点である。よく地域プロジェクトを見ていて考えさせられるのは、全体を統括するリーダーが不在であることが多いことだ。プロジェクトへの参加者は、地域活性化の点では一つになれても、そもそも様々な顔を持つ地域の人々である。これらの人々の協働を促し組織化を主導するリーダーがいなければ、せっかく打ち出したビジョンも絵に描いた餅になってしまう。つまりビジョンを現実のストーリーに変え人々をつなぐマネジメント力があるリーダーがいなければ、どんなに素晴らしいビジョンも実践的には何も結果を出せない。

地域活性化の実践的マネジメントとは、ワクワクするビジョンを掲げ、人々をつなぎ、ビジョンをストーリーに導くリーダーのマネジメント力にかかっている。