

関係人口

都市と地方を同時並行で生きる

高橋博之



光文社新書

かんけいじんこう【関係人口】『名』地域や、その地域の人々とさまざまな形で関わる人々。移住した人々を指す「定住人口」や、観光に來た人々を指す「交流人口」とは異なり、あくまで拠点は地域外に置きながら地域と継続的に関わる。地域づくりに必要不可欠な流動的人材として、地域活動の維持や地域経済の活性化、内発的發展につながることを期待されている。

*都市と地方をかき混ぜる(2019)〔高橋博之〕第二章「交流人口と定住人口の間に眠る「関係人口」を掘り起こすのだ。」「日本人自体がどんどん減っていくのだから、定住人口を劇的に増やすのは至難の業だ。しかし関係人口なら増やすことができる。」

はじめに

「世なおしは、食なおし。」

「都市と地方をかきませる」

そして、

「関係人口」

これまで僕が社会に訴えかけてきた言葉たちである。

特に、僕が現在、代表取締役社長を務める株式会社雨風太陽あめかせたいようのミッション、「都市と地方をかきませる」は、二〇一六年に出版した拙著（光文社新書）のタイトルでもある。東日本大震災の被災地支援でひらめ閃いたこの「都市と地方をかきませる」という考え方の新しくして太いところは、都市のいいところと地方のいいところをフラットに見て再配列し、互いの課題を解決しながら、これまでにない新しい価値を一緒に生み出すところにある。

現代社会では、本来不可分である「消費者と生産者」「都市と地方」「人間と自然」が分断されてしまっている。僕たちの会社は、「消費者と生産者」の接触面積を広げ、都市と地方のあいだに「関係人口」を生み出すことで、日本中あらゆる場の可能性を花開かせていきたいと考えている。

どの土地にも等しく自然の恵みをもたらす、雨や風、太陽のように――。

そんな思いを込めて、会社の名前は「雨風太陽」にした。そして、東日本大震災の被災地で発見した「関係人口」という概念を日本で初めて言葉にし、活字にし、世の中に問うたのが、拙著であった。

では、「関係人口」とはなにか。

これから本書で深く掘り下げていくが、僕なりの定義を、本書の最初のページに辞書風に書いてみたので読んでほしい。はじめて活字になってから七年、当初は誰にも伝わらなかつた「関係人口」という言葉は、今では地方創生を語る上で欠かせないものとなっている。

だが、急速に世の中に広がっていった一方で、必ずしも本質が伝わっていないとも感じている。たとえば、地域活性化において「特効薬」として期待されることがある。だが僕は

「漢方薬」だと考えている。対症療法ではなく根治療法のイメージだ。

「地域の課題は役所が解決してくれるだろう」

「企業誘致できれば地域は活性化できるはずだ」

そんな他力本願の姿勢から、地域の中にある資源を活用し、自ら新たな価値を生み出す姿勢への体質改善に役立つのが、「関係人口」となる人々なのだ。

僕には関係人口という言葉と概念を生み出した製造者責任がある。

あらためて背景や哲学、思想を語っておかなければならないと考えるようになった。

だから、前著『都市と地方をかきまぜる』の続編だと位置づけて本書を執筆した。

僕は学者ではなく、事業家である。

現場での実践をベースに、この関係人口の概念を生み出し、論を展開し、事業化してきた。

特に昨年（二〇二四年）は、元日に起こった能登半島地震直後から被災地に飛び込み、現場に張り付いて支援を続けながら、関係人口の力を活用した復旧復興のための取り組みと提言を行ってきた。この能登での経験は、僕自身が関係人口という概念を見つめ直す大きなきっかけとなった。読者の皆様にも、この経験を軸に論を展開すれば、よりわかりやすく、より

具体的にイメージしてもらえればいい、能登でのレポートをベースに筆を進めた。

今の日本に足りないのは「生氣」である。

僕たちは、完成された消費社会の中で、ただ一度きりの「生」を持って余し、生きるリアリティ、生きる意欲に飢えている。

前著で僕は、都市住民は生きる実感やリアリティを喪失し、空虚感という「見えない檻」の中に幽閉ゆうへいされていると書いた。その檻から解放されたとき、日本は「生氣」を取り戻すはずだ。

そのためには、いま目の前にある「生」が、他者との交歓や自然との交感によって直接に充溢することが必要になる。他者との関わり、自然との関わりが情緒的で濃いほどに、生きる実感は湧き立ち、生きる意欲が喚起されるのだ。

自分の眼の前にある他者や自然に働きかければ、働きかけられる。この連続する相互作用の複雑系が「生きる」ということだと僕は考えている。

課題が山積する地方だって同じだ。

その土地固有の自然と歴史に働きかけ、働きかけられることで独自の文化が花咲いてきた。

同様に、外からやってきた人間から働きかけられ、働きかけることで、新しい価値や事業も生み出されるのだ。働きかける側、働きかけられる側、双方の「生きる」を喚起しながら。関係人口とはこのように、眠れる都市住民と、沈黙する地方住民の「生きる」を呼び覚ます、大きなカギなのだ。

それは、三十年以上にわたり閉塞する日本が求める答えのように、僕には思える。

本書の構成は以下の通りだ。

第一章では、僕が代表取締役を務める株式会社雨風太陽が、NPOを起源とする会社としては日本で初めて東京証券取引所（グロース市場）に新規上場を果たした道のりを振り返り、社会的意味を考える。社会性と経済性の二兎を追うインパクトIPOとは一体、何なのか。

第二章は、関係人口誕生の背景、歴史的意味について掘り下げる。また東日本大震災やコロナ禍かに触れつつ、リスク受容と人間について考える。

第三章は、能登半島地震の被災地に飛び込み、支援を実践してきた活動ルポだ。なぜ、能登復興は日本の分水嶺ぶんすいれいなのか。東北と能登をつないだ先に何が見えるのか。集約的まちづくりと共存する「一流の田舎」への希望と矛盾を提示する。

第四章は、石川県能登半島地震復旧復興有識者会議のメンバーとして策定に関わった創造的復興プランの中身についての考察だ。なぜ関係人口が復興プランの核に据えられたのか。人口減少社会における人的リソース配分の価値観の転換の必要性についての論考と合わせて考えてみたい。

第五章は、二地域居住を含む関係人口を可視化し、社会実装するための方法について書いた。二重の住民票が社会にもたらずインパクトとは何か。その実現を妨げる壁の正体とは何かに迫る。

第六章は、都市と地方が連帯するイタリアの訪問記と、関係人口を可視化する「ふるさと住民登録制度」を国政のアジェンダに上げる舞台裏のロビーイング奮闘記だ。関係人口は果たして地方創生の切り札になりえるのか。青写真を示す。

一九七四年岩手県花巻市生まれの僕は、一八歳で上京し、失敗、挫折、苦悩、葛藤、虚無ばかりの暗黒時代のような二十代を送った。憧れの新聞社の入社試験を百回以上受け、全滅。新聞配達員や政治家秘書を経て、二九歳で政治家を志し、帰郷。

選挙に必要な金も組織も知名度もなく、毎朝二時間街頭に立ち、演説を続け、三一歳のと

き、岩手県議会議員に当時最年少で初当選し、二期務めた。その後、東日本大震災後の岩手県知事選挙に挑戦し、被災地となった三陸沿岸部三〇〇キロを徒歩で遊説ゆうざいするという前代未聞の選挙戦を戦い、惨敗。だが、そのとき僕は行く先々で、「これからは農山漁村にこそ希望の種を蒔まいていかなければならない」と訴えた。

その後、事業家に転身し、世界初の食べもの付き情報誌『東北食べる通信』を創刊した。さらには、本書で詳しく述べるが、「食べる通信」をビジネス化したスマホアプリ「ポケッタマルシェ」を立ち上げ、二〇二三年には東京証券取引所に上場。

フリーター、政治家、NPO、一般社団法人、株式会社、上場企業と一通り経験し、見える景色はがらりと変わったが、社会に訴えかけてきたことは何ひとつ変わっていない。

都市と地方をかきまぜる。

これからもひたすらかきまぜ続けるだけだ。

人生はそもそも思い通りにならないのだから、今置かれた環境の中で衝動に駆られるままに、やりたいと思えることに全力で打ち込めばいい。そのとき心のコンパスが触れた方向に何も考えずに飛び込んでいけばいい。そうやって、人生の歯車を力強く回してきた。

本書は、そんな僕の「生氣」を詰め込んだレポートでもある。

關係人口

目次

はじめに 5

第一章 社会性と経済性を両立させるのはキレイゴトか？

21

都市と地方をかき混ぜる

「この指とまれ」で運命共同体に
世なおしは、食なおし。

「儲からないからボランティアで」は終わりにしたい

「もうダメかも」と思った上場審査の日々

実務への目配りも、数字の管理もできないが

熱は伝導する

最終ステージ

飲み会禁止令

第二章 関係人口の定義

57

関係人口の定義と類型

関係人口の歴史的背景

「にぎやかな過疎」

「にぎやかな過疎」が命綱を太くする

歩いてみたい衝動

「人間中心主義」という問題

輝ぎを取り戻した「生」は食から生まれる

弱点を突かれた都市と地方

瓦解する人間中心主義

つながりの中で生かされる

悲鳴と痛みを我がものとして感じるために

第二のふるさと

都市と地方を歩き来し、「遊動」せよ

リスクテイクすることの意味

消費財と化した人間関係の果て

巨防防潮堤と盛り土で遅れた復興

「非日常」と「日常」のせめぎ合い

自然の持つ二面性と共存する

さまざまなチャレンジ
都市と地方をかきまぜる会社に生まれ変わる

第三章 能登半島地震の被災地に飛び込む

113

被災地Ⅱ世界の課題先進地域

能登半島地震

炊き出し支援プロジェクト

檄文

小泉進次郎と坂井学

震災を輪島が変わるチャンスに

僕たちは分水嶺にいる

完全復興せず集約すればよいのか

士徳という品格

「三流の都会」「一流の田舎」

イオンがほしい。マクドナルドがほしい

山の暮らしは将来的に意味があるのか

集落の「孤独死」を防ぐために

第四章 住民票を複数持てる社会を

153

「海業」というコト消費

石川県アドバイザリーボード

我々はどこから来たのか

「個体としての生」と「個体の生を超える生」

世界は「同じ」に向かっている

連担せよ

トーキョー移民三世

住民票を複数持てる社会

「石川モデル」から日本を変える

第五章 関係人口を「見える化」せよ

189

ツルツルVS.ごによごによ

学生たちを送り込む

関係人口を「見える化」せよ

入れ替わり立ち替わり、関わり続けるために

全焼してしまった「町中華」の再起

二 地域居住と関係人口

二 地域居住者は全国に七〇一万人もいる

変わるべきは住民ではなく法律だ

誰かを生かし、誰かに生かされているはずなのに

知事答弁

関係人口は「根無し草」なのか

谷川雁と黒川紀章の「予言」

三段構え

大物次官佐藤文俊

関係人口の獲得のために

第六章 都市と地方をかきまぜ続ける

241

能登で見つけた糸口

動き出した政局

アグリツーリズム

「生きものとしての人間」を自覚せよ

“ごころの眼”と“あたまの眼”

自然世界との関係人口

相反するものは補完する

こころは能登に

総理に直談判

「格差」ではなく「差異」なのだ

山が動いた

「見えない」「離れやすい」「混ざらない」問題

おわりに
283

主要参考文献
291

第一章 — 社会性と経済性を両立させるのはキレイゴトか？

都市と地方をかきまぜる

政治家とNPOしかやったことがないデクノボーの僕が九年前に恐る恐る株式会社を始めるとき、株主の一人から、あるアドバイスをもらった。

「高橋さんは経営書なんか読まなくていいから、北方謙三の『水滸伝』すいこでんを読んだらいいよ」

すぐに全一九巻を本屋で買い、貪り読んだ。舞台は一二世紀初頭、腐敗に塗れた中国の宋地方のひとりの下級役人が立ち上がり、掲げた「替天行道」たいてんぎやうどうの旗のもと、梁山泊りやうざんぼくに集結した豪傑・好漢たちが、乱れ切った世の中を正していくという物語だった。

これならオレにもできる。

そう思った。

素直な僕はその通りに、「都市と地方をかきまぜる」という旗を掲げ、四七都道府県を何周も駆け回り、農家や漁師といった生産者、そして都市で働く消費者と「車座談会」くるまざんかいを通して、ひたすら自分の考えと思いを伝え続け、仲間を増やしてきた。車座談会は文字通り、円になって座って、僕が考えを伝え、出席者からも自由に発言してもらう意見交換の場

だ。すでに一三〇〇回近く、全国津々浦々で話し、聞き、語り合ってきた。

二〇二三年一二月に東証グロース市場に上場した理由、それもこれまでにないインパクト IPO という形にこだわった理由も、まさに仲間を増やすことだった。ちなみに、NPOとして創業した企業がインパクトIPOという手法で上場を果たすのは、日本初のことだった。ここでいう「インパクト」とは、「社会性と経済性を両立し、ポジティブな影響を社会に与えることを意味する概念」で、そのインパクトを全面に掲げて上場するのが、インパクトIPOである。

これまで経済性と社会性を両立させることは、ともすれば「キレイゴト」だと言われてきた。「高橋さんのやっていることは社会にとっていいことだけど、いいことは儲からない。やっぱりビジネスじゃなくて、ボランティアとかNPOなんだよね」と何度言われたことか。でもそれはおかしいと思ってきた。社会にいいことは、社会に必要とされていることであって、たとえばろ儲けできなくても、少なくとも経済的に成り立たないのはやっぱりおかしいし、それではいつまで経っても社会はいい方向に変わっていかないじゃないかと思いつけてきた。だから、そんな時代はもう終わりにしないといけない、と。

経済性だけを謳ったIPOでは、必然的に、

「僕らの会社はこんなに儲かりますよ、だから株を買ってくださいね」

というコミュニケーションになってしまふ。それでは、社会課題の解決をビジネスの力でなんとかしようと起業し、発展してきた僕らの会社の社会的存在意義がなくなってしまう。

逆に、社会性だけに偏^{かたよ}ってしまふと、地方の持続可能性、ひいては日本社会の持続可能性を高めることを目指す僕らが、自らの会社の持続可能性を疎^{おろそ}かにすることになる。

だから、経済性と社会性の二兎を追うのだ。

ちゃんと世の中にいいことをやりながら、儲かることを示す。そして、我々の会社のビジョンに共鳴してくれた個人にファン（＝株主）になってもらうことで、経済性に引っ張られ過ぎて社会性を損ねること——つまり本来やりたいことができなくなるという事態にならないようにする。これが大事だと思ってきた。だから、ますます仲間（理解者）を増やすことが重要になってくる。

「この指とまれ」で運命共同体に

僕が代表取締役を務める「株式会社雨風太陽」の上場承認に関する報道が本社を置く地元

岩手の新聞でなされた日の夕方、岩手県宮古市でイカ釣り漁を営む知人の漁師から久しぶりに一本の電話がかかってきた。

「新聞見たよ。すごいね。この十年、高橋さんが『食』から世の中をよくしていくんだって訴え、行動し続けてきたのを見てたよ。これまで株なんて買ったことないし、売り買いとかするつもりもないけど、応援したいから高橋さんの会社の株を買わせてよ」

詳しくは後述するが、僕はかつて政治家だった。電話の主は、二〇一一年に僕が岩手県知事選挙に敗北し、一から出直そうと岩手の被災地を回っていたとき、まずは一次産業の現場を踏んだ方がいい、と人生で初めて漁船に乗せてくれた恩人だった。このとき十時間ほど沖に出ていたが、波が荒く、船酔いのせいで僕は終始吐いていた。漁業の厳しさを体感するとともに、漁師へのリスペクトが生まれるきっかけになった。ここから、魚価の低さをなんとかしたいという思いが湧き上がり、後に最初の事業として立ち上げた『東北食べる通信』（後述）につながっていく。上場の目的は仲間を増やすことだったので、この漁師からの電話は本当にうれしかった。他にも全国各地の生産者や消費者から、同じように株主になって支援したいという声が寄せられた。

「雨風太陽のビジョンに共感した生産者や消費者が、『この指とまれ』で運命共同体になっ

ていくのは理想的な状況で、考えてみれば、僕が政治家時代から変わらずに貫^{つらぬ}いてきたスタンスでもあった。岩手県議会議員をやっていたとき、僕は無所属だった。選挙では、「僕が掲げるビジョンに共鳴する人は、自民党でも民主党でも社民党でも共産党でも、どこでもいいから一緒にやりましょう」と呼びかけていた。二期連続でトップ当選させてもらったが、マスコミの出口調査によると僕の得票傾向は、あらゆる地域、あらゆる年代、あらゆる業界にまんべんなく広がっており、偏りが見られないということだった。「地盤」となる地域や出自である業界などに得票が集中するのが一般的で、過去に見たことがない傾向だとメディアの人たちから驚かれていた。そして、そのスタイルは起業した後も、まったく変わっていない。

上場に至るまでの道のりは実に際どく、厳しく、険^{げわ}しく、大変なものだった。会社の役員をはじめ、社員たちが本当によくがんばってくれ、薄^{はく}氷^{ひょう}を踏む思いでなんとかたどり着くことができた。特に一年に及ぶ上場審査期間は緊張感に満ちた日々だった。今でこそ勇ましい言葉で上場の意義を語っているが、元々は資本主義に中指を立てているような人間だった。そんな僕が、なぜ真剣に上場を目指すことになったのか、そして上場までの道のりはどんなものだったのかを振り返ってみたい。

世なおしは、食なおし。

株式会社雨風太陽は東日本大震災がなければ生まれなかった。

僕は一九七四（昭和四九）年、岩手県花巻市で生まれ、公務員の父とパートで働く母に育てられた。地方のどこにでもあるごく一般的な家庭だ。少し違ったのは、知的障害者の姉がいたこと。当時はまだ障害者福祉に対する社会の理解が浅く、世間の冷たい目にきょうだいの僕もさらされ、悲しい思いや悔しい思いをした。理不尽なことに腹が立ち、それを正しくなる性分はこうして育はぐまれたと思う。姉がいなければ、僕は今のような生き方をしていなかった。そういう意味では、姉からのギフトによって導かれた生き方だと感謝している。

高度経済成長が終わった後の波しぶきをもろにかぶって育った僕は、都会で成功することを見て、一八歳で故郷を出た。東京の大学に進学し、新聞記者を目指したが、百回以上入社試験を受けて全滅。縁があって代議士のカバン持ちをやり、そしたら自分自身が政治家をやりたくなり、二九歳で帰郷。毎朝、街角にマイクを持って立ち、三一歳で岩手県議会議員に初当選した。選挙に不可欠とされた地盤・看板・カバンなしでの挑戦だったが、二期連続



でトップ当選し、六年間務めた。地元での政治活動を通じ、高齢化や過疎化で衰退する農山漁村と、食べものをつくっている生産者が食べられないという悪い冗談のような現実^{いざしお}に憤り、なんとかしたいという気持ちになっていた。

二〇一一年には、東日本大震災で被災した沿岸部の支援に走り回る中で、巨大防潮堤ありきの復興計画に疑問を持つと同時に、自分が復興の先頭に立ちたいとの思いを強くし、周囲の反対を押し切って岩手県知事選挙に出馬するも次点で落選。次の選挙は四年後だが、目の前には課題が浮き彫りになった被災地があった。今すぐに被災地の役に立つことをしたいと思ひ、後援会を解散し、政治家を引退。都市と地方の分断を生産者と消費者をつなぐことで解消したいと、雨風太陽の前身となるNPO「東北開墾」を立ち上げ、編集長として発行を始めたのが、世界初の食べもの付き情報誌『東北食べる通信』（写真）だった。

僕が東北各地の生産者を巡り、取材したライフストー

リーを八千字の特集原稿にまとめた一六ページのタブロイドには、「おまけ」として生産者が手がけた旬の食材がついてくる。この月刊で発行した東北食べる通信は瞬またく間に大きな反響を呼び、購読者は上限の一五〇〇人に達した。メディアにも多数取り上げられ、一年後にはグッドデザイン賞金賞を受賞。そして、僕の理念を受け継ぐ形で『食べる通信』は全国各地に広がり、さらには台湾にまで広がっていった。

東北開墾のビジョンを今読みかえしてみると、現在の雨風太陽のビジョンにそのままつながるような内容になっている。

世なおしは、食なおし。

消費とは、費ついややして消す、と書きます。私たちの暮らしは、他人がつくったものを貨幣と交換して手に入れることで成り立っています。効率もよく、楽ですが、そこには自分たちの暮らしを、自らの知恵、創意工夫でつくりあげる喜び、感動がありません。私たちの暮らしは、私たちの手の届かないところに遠のいてしまいました。

暮らしには、衣食住が欠かせません。そして、一人の力で解決できない大きな課題はみんなで力を合わせて解決し、暮らしやすい地域をつくっていかねければなりません。

私たちはこれまで、衣食住、地域づくりを他人の手にゆだね、観客席の上から高みの見物をしてきたと言えます。誰かがつくってくれるだろう、誰かがやってくれるだろう、と。暮らしをつくる主人公（当事者）ではなく、お客様（他人事）でした。当事者を失った社会から活力などうまれようがありません。

わたしたちは考えました。

世なおしは、食なおし。

自分の暮らしを取り巻く環境に主体的に“参画”する。まずは、基本の“食”から。自分の命を支える食をつくる“ふるさと”を、一人ひとりがみつけてほしい。できるなら、その食をつくる人や海や土と、関わってほしい。自分たちの暮らしを手の届くところに取り戻すことで、自ら暮らしをつくりあげる喜びを思い出し、自然災害や経済的リスク、生活習慣病などを抱える脆弱な社会に備える。

わたしたちは、そんな思いを持って、東北開墾を立ち上げました。

東北には古くから、人も、海も、土も、支えあって生きる社会がありました。ほころんでいたとはいえ、まだ残っていたその支え合いの精神が、震災直後の被災地で生きる人々の命綱となりました。『東北開墾』はここから出発し、もう一度、人も、海も、土

も、支えあって生きる社会を力強くめざします。

そのためにわたしたちが果たすべき使命は、食に「参画」する回路を開くことです。海や土からつくられる食が食卓へ届くまでのプロセスを共有し、生産者の思いや哲学に触れ、様々なかたちで「参画」していく。そのかたちには、知る、購入する、体験する、学ぶ、交流する、コミュニケーションをはかるなどがあります。

食に関わるおもしろさ、社会にコミットするおもしろさを実感できる独自のサービスを開発、提供します。食をつくるプロセスの一部に自ら「参画」した食材が、数ヶ月後に食卓に届くことで、断絶していた「つくる」と「たべる」をつなぎます。これまでの消費社会には、このつながりが欠落していました。そこにあるのは、単なる食とお金のやりとりだけ。

生活とは、活かして生きる、と書きます。このつながりを回復することで、「消費者」を「生活者」に変えたい。そのためには、単に生産者がつくった食べ物だけでなく、人間の力が及ばない自然に働きかけて命の糧をうみだす生産者の生きざまそのものに価値を見出していく必要があります。その価値を伝える情報を生活者に届け、その価値を共有する「生産者×郷人（さとびと）」と「生活者×都人（まちびと）」で新しいふるさとを

創造するプラットフォームをつくりません。

断たれていた郷人と都人のつながりが回復されたとき、都市と地方はしなやかに結び合っています。そうして、両者が一緒になって新しいコミュニティとしての「命を支えるふるさと」、「心の拠り所となるふるさと」を創造する喜びと感動を分かち合っています。

都市の背後に立派な地方（農山漁村）がなければ、やがて共倒れします。今、郷人も、都人も、消費社会に飲み込まれ、疲弊しています。元氣を取り戻すには、「つくる」で両者がつながることです。郷人にはつくる力がなくなり、都人にはつくる喜びがない。わたしたちは、食を通じて両者を混ぜ合わせ、一人ひとりの暮らしにつくる力と感動を回復していきたい。

これまで相容れないとされてきた「競争を避ける内に閉じた『地方の共同体を重視する社会』」と「競争を促進する外に開いた『都市の個人を重視する社会』」が、食を介して混ざり合った先に、活力に満ちた新たなコミュニティ、新たなふるさとを創出し、心躍るフロンティアを開墾していきます。東北開墾の最終的なゴールは、日本開墾です。

代表理事 高橋博之

「儲からないからボランティアで」は終わりにしたい

水滸伝の「替天行道」のように、この檄文の下に全国各地から仲間たちが集まり、ご当地「食べる通信」は最盛期で五十を超えるまでに膨れ上がった。運営母体として一般社団法人「日本食べる通信リーグ」を創設し、僕が代表理事を兼務していた。ビジョンドリブン、つまりビジョン最優先で集まった仲間たちだっただけに、『食べる通信』で得た知見をスマホに実装する「ポケットマルシェ」（ポケマル）を株式会社として始める構想には、総スカンをくらった。詳しくは後述するが、ポケットマルシェは全国の農家・漁師から旬の食材を直接購入できるサービスで、「信念がぶれている」「金儲けに走った」といった捉え方をされてしまったのだ。

決してそんな変節をしたつもりはなかった。生産者と消費者をつなぐスピードを上げていけないと、生産者の疲弊も、農山漁村が衰退していく流れも止められないと考えていた。月刊、あるいは隔月の「食べる通信」モデルでは、誌面で取り上げる生産者の数にも限りがあるし、消費者の食卓に日常的に入っていくことはできないので、スケールしにくいのである。

そうした反対の声を押し切って、二〇一六年にポケットマルシェをローンチした。ポケットマルシェは生産者が自ら値付けし、スマホで簡単に生産物を直接消費者に販売できるサービスだが、スマホアプリを開発するにはエンジニアも採用しないとイケない。けどそのお金はNPOにはないので新たに調達するしかない。そのために株式会社をつくって、またしてもこの指とまれ方式で出資者を募った。

当初は鳴かず飛ばずであった。ある意味でNPOも政治の延長のような気分であった。僕にとって、民間のビジネスの世界は厳しかった。社会変革を居丈高に語って見たところで、実際にサービスを使ってもらい、売上が上がらないことには、ただの寝言であり、誰にも手にされないのだ。僕は次第に社会性と経済性の両極で、股裂き状態に陥っていった。そして、すっかり自信を喪失してしまっていた。当時のオフィスは東銀座のマンションの一室だったが、社員と顔を合わせるのも億劫おっくうで、出社しても一階のカフェで時間をつぶしているような有様だった。

上場など夢のまた夢のような業績だったし、投資家の目に常にさらされ、この股裂きの度合いがさらに深まるかと思うと、とても上場など目指す気持ちにはなれなかった。しばらく、地団駄を踏んでいたとき、社外取締役の永田暁彦からこう言われたのだった。

「博之さんを見ていると、高円寺の陸橋の下で数人の聴衆を前に『世界を変える』って歌っているインディーズの歌手を見ているようだ。本気で世界を変えたいなら、なぜ武道館を目指さないんですか？」

ぐうの音も出なかった。

考えてみれば、それまでの人生で僕は資本主義の中でまともに戦ったことが一度もなかった。それなのに、「行き過ぎた資本主義が社会を悪くしている」などともっともらしい大口を叩いていたのだ。なんだか恥ずかしい気持ちでいっぱいになった。

まず、僕たちが生きる圧倒的現実である資本主義の舞台にちゃんと上がり、社会を変えるために精一杯がいてみる。「社会的にいいことは儲からないからボランティアで」。そんな時代はもう終わりにしたい。ならば、社会性と経済性を両立させる道を諦めてはいけないのではないか。股裂きに耐えうる強韌な股きょうじんに進化しながら、本気で東証（東京証券取引所）を目指すしかない。

そんな風に吹っ切れたのだった。

「もうダメかも」と思った上場審査の日々

二〇一六年のローンチ後、伸び悩んでいたポケットマルシェはコロナ禍の巣ごもり需要を取り込み、一気に拡大していった。約七〇万人の消費者と約七九〇〇名の生産者を結ぶ規模へと成長し、売上高は二〇二二年一二月期、前期比四二・七%増の六億三五〇〇万円に達した。こうして上場審査への挑戦権を獲得できる舞台に立った僕たちは、三つの証券会社にプレゼンをし、主幹事会社（新規株式公開の際、引き受け・販売等の中心的役割となる会社）はSMB C日興証券に決定した。二〇二二年一二月にSMB C日興証券の担当者たちが弊社を訪れ、役員と初顔合わせ。そこでおよそ一年に及ぶ上場審査のスケジュールとポイントについて説明を受けた。まず証券会社の審査を受け、合格すると、東証に推薦され、最後は東証の審査を受ける、という流れだった。いよいよ始まるんだなど、高揚感と緊張感に包まれた。

上場するということは、パブリックカンパニーになるということで、不特定多数の株主が雨風太陽の株を取得できるようになる。だから、「この会社はそれにふさわしいちゃんとした会社ですよ」と、証券会社の審査を経て、東京証券取引所がお墨付きすみつきを与えるというのが、

上場審査である。

よって、審査は非常に厳しく、大変なものだった。事業内容、役員・株主の状況、仕入れ・生産・販売の状況、法令違反・訴訟関係、経営管理、内部管理体制、適時開示体制、内部監査、経理体制、予算統制など、膨大かつ細々とした確認事項が次から次へと押し寄せてきた。手を動かすのは他の役員たちで、僕はそれをただ見守るだけだった。予算と実績の乖離も審査に大きな影響を与える要素となるので、予実の管理にも多大な神経を使い、とにかく考えうるすべての手段を講じて、達成を目指した。途中、何度か山場があり、もうダメかもしれない、万事休す、という場面もあった。再審査になると、また一からやり直しとなってしまう。それはどうしても避けたい。大学受験に失敗すると、また一年間、受験勉強に追われる浪人生活を送らなければいけないのに似ている。もうこんな大変なことは二度と繰り返せないという雰囲気は役員内、そして社内にも漂っていた。

そんな中、二〇二三年六月一七日に、「都市と地方の未来会議」という大きなイベントを都内で開催することになった。これが少し潮目を変えてくれたような気がする。オープンニングセッションで、僕は事実上のインパクトIPO宣言をした。そして、弊社のミッション「都市と地方をかきまぜる」の連携先、いわば仲間たちである大企業、スタートアップ、N

PO、官僚、事業者、生産者をゲストに招き、二十以上のセッションを切れ目なく開催した。そして、この場に、上場審査を担当する証券会社の担当者たちにも来てもらった。

当日は天気恵まれ、屋外に設けられたポケットマルシェ登録生産者たちによるマルシェ（市場）は大盛況だった。また五〇〇人規模の会場は満席となり、立ち見も出るほどだった。舞台上上がった僕は、次のように全身で言霊をぶつけた。

*

『上を向いて歩こう』の作詞者、永六輔えいろくすけは言った。

「千人集まる講演会を一回やるより、十人集まる集会を百回やる方がいい。それが文化をつくる」

自分が食べるものの由来や背景を知って食べることを、いつときもてはやされるファッションではなく、しっかり社会に根付くカルチャーにしていきたい。その思いを胸に、地道に積み重ねてきた車座座談会は一二七〇回を超えた。東日本大震災の被災地での気づき（発見）から、「都市と地方をかきまぜる」という意思（主観）を示し、一二年間、わき目も振らず、

一心不乱に社会に働きかけ続けてきた。

被災地で、心にぽつと芽生えてしまった気持ちに素直に従い、何も考えずに突っ込み続けてきたら、たまたま今いるところにたどり着いた。

同じことを言い続けてきたということは、定点観測してきたということでもある。この二一年間の変化に手応えみたいなものも感じている。『都市と地方をかきまぜる』というコンセプトから生まれた「関係人口」という概念について、当初はいちいち説明しなければならなかったけれど、今では政府の地方創生の政策に位置づけられるまでになった。

次はいよいよこのコンセプトを実際に社会実装する段階になる。

それを実現する具体的な方法として、雨風太陽は日本で初めてのインパクトIPO（ソーシャルIPO）に挑戦する。経済性（利益）だけでなく、社会的インパクト（社会に与えるポジティブな影響）も同時に追求する形での上場は、日本は欧米に大きく立ち遅れている。政治家をやめてからNPO起業し、一般社団、そして株式会社、さらにIPOという道も前例がないと思うが、これまで同様、「道がなければ自ら切り開け」という気持ちでやり切りたい。

二〇一一年に、僕は岩手県知事選に出馬し落選した。あのとき、「まだ早過ぎる」と周囲には反対の声しかなかった。事実、選挙戦では「まだ若い」という『若さ批判』をたくさん

浴びた。それでも今振り返ってみて、あのときの選択に後悔は何ひとつないと言言できる。なぜなら、あの決断がなければ、東北食べる通信も、全国各地の食べる通信も、ポケットマルシエも、おやこ地方留学（後述）もこの世に存在しなかったのだから。そしてこれらを実現する上で支えてくれたすべての人たちとの出会いもなかった。何より今、「ポケマルのお陰で本当に助かった」「暮らしや人生が豊かに変わった」「これがなくなったら困る」と言ってくれる生産者と消費者が日本中にたくさんいる。

岩手県知事選のマニフェスト（公約）の中に、「生産者と消費者をつなぎ、岩手の交流人口（ファン）を増やす」という項目があった。今思えば、それはその後、被災地の復興支援の現場での「関係人口」という「発見」に昇華していった。

それまでは、過疎で行き詰まる岩手を活性化するために都市の力を借り、格差を縮めていくという他力本願な発想だったが、都市と農山漁村はそもそも相互に補完的なものから、都市と地方を切り離して活性化策を考える思考自体から逃れるべきだという新しい発想に至った。都市の持つ高い生産性、良質な情報などの価値と、農山漁村が持つ豊かな自然、潤いのある人間関係などの価値を再配列して結合し、新しい価値を創造していくことこそが、真の地方創生ではないのかと。そんなイメージを持ちつつ、個別具体的に「食」の世界に落

とし込んで表現したのが『東北食べる通信』だった。

僕たち消費者が日ごろ食べているものをつくっている生産者を可視化することは、自分が何に生かされているのかを知ることでもある。知れば、理解と感謝の気持ちが起こる。生産の背景、生産者の思いやこだわりを知り、僕たちの食卓や暮らしに価値を生み出そうとしている生産者たちの活動を積極的に消費で支えようとなる。彼らの生み出した価値に対してできるだけ「大きな」対価を、感謝のしるしとして提供する。そうして消費者が得られる新たな物質的喜びと精神的喜びは、そのまま生産者にとっては次の生産に必要な経済的・精神的エネルギーという資源となり、生産活動は持続可能になっていく。

顔の見える関係による喜びの交換は、「生産の喜び」を回復し、「消費の喜び」を最大化する。この食べる通信で得た知見をアプリに実装したのが、ポケットマルシェだった。間延びしたバリューチェーンから、循環するバリューサイクルへの転換。国政の補助金を通じてではなく、生産者と消費者の共感を通じて適正な価格形成を目指していったこそ、持続可能な一次産業となっていくはずだ。消費者が親子で地方の生産者を訪問して農漁業体験する「ポケマルおやこ地方留学」はその共感の土壌をより深く耕していくだろう。

都市と地方をかきまぜる——。

これが、一一年前に僕が東北の被災地から掲げた日本社会の答え（ビジョン）だ。そしてこの一一年間、全国各地で車座座談会を重ね、答えに共感してくれる仲間を増やしてきた。一方で、大きな限界も感じてきた。過疎で先細りの一途にある地方の農山漁村に残された時間にはもうわずかだと現場を歩いて感じてきた。今のスピードでやっていたのではとても間に合わない。だから、もっともっと仲間を増やし、目指す社会の実現に向かうスピードを上げるしかない。その手段として、僕が代表を務める会社、雨風太陽はインパクトIPOに挑むことにした。社会に良いインパクトを与える会社として上場する、つまり経済性と社会性の両立を目指す会社になる。

世界では今、ESGが大きな潮流になっている。業績や財務状況などの経済指標だけでなく、環境問題や社会課題への取り組みも加味した上で企業価値を測る方法で、Eは環境(Environment)、Sは社会(Social)、Gは企業統治(Governance)の頭文字だ。日本はこの世界的潮流から大きく立ち遅れている。

そもそも、今の日本社会において「誰の目にも明らかかな社会課題」は解消されつつある。課題といえば、「閉塞する社会における目標の欠如」くらいだと言ってもいい。

となれば、課題の設定は主観的にならざるを得ない。社会起業家は、自らの主観で社会に課題を発見して起業したのだから、社会起業家の数だけ指標があつていいはずだ。主観で示した「この指とまれ！」に、個人投資家（生産者や消費者など）が呼応し、一緒に社会課題を解決していく流れをつくる。雨風太陽はその先陣を切り、独自の指標を設定し、数値化し、公表し続けるという方法で、日本初のインパクトIPOに挑戦する。

スペインの哲学者オルテガは、二〇世紀を通じて世界中で進行してきたのは、人々が自らの生をすべて国家にアウトソーシングして委ねてしまう「生の国有化」だったという論を展開した。たしかに、それは人々の生存、生活に必要な条件を最速で整える道だった。同時に、それは社会的自発性を国家に吸収されていく過程でもあった。かくして社会課題は自分たちで解決するのではなく、「国や自治体がつてくれるものだ」となり、当事者意識が削がれていくことにもなった。二一世紀に入り、ない袖は振れない国は、「地方自治体よ、自立してくれ」、首の回らない地方自治体は「住民よ、自治の時代だ」と言い始めた。

しかし現実には、観客民主主義が跋扈し、地方も住民も自立し切れずにいる。インパクトスタートアップの意味は、まさにここにこそある。

*

六時間に及ぶイベントの最後は、生産者さんの取り組みを称えるアワードだった。書類選考を通過した八人の生産者たちが舞台上に立ち、プレゼンに挑んだ。八人の生産者の一人、岡山県の漁師、富永邦彦さんは、注文が入った分だけ魚を獲る「受注型漁業」を考案し、実践している。乱獲を避けることにつながり、労働時間も経費も半減し、魚価は四倍に跳ね上がった。しかし、その先進的な取り組みは異端とみなされ、なかなか日の目を見ることはなかった。

富永さんにとって人生で初めてのプレゼンだった。原稿を手にステージに上がり、マイクを持った。原稿を持つ手は震えていたが、自然環境と将来世代に思いを馳せた堂々たる発表で、心が震えた。後で聞いたら、港で海を見ながら何度も練習したらしい。会場でも、割れんばかりの拍手が鳴り響いた。僕が八年前に初めて書いた本のタイトルは、『だから、僕は農家をスターにする』だった。それが少しは実現できた気がした。

実務への目配りも、数字の管理もできないが

このイベントは、まさに僕たちが目指す社会を先取りして実現したような場であった。この場の空気に触れた証券会社の担当者たちもいささか興奮気味で、「がんばりましょう！」と帰り際に手を握ってもらったのはうれしかった。当初は、厳正な審査を機械的に淡々と進めていくクールな人たちというイメージで、人間的な付き合いがまったくできないでいた。

だが、取締役の大塚泰造は、「証券会社の担当者も同じ人間。その担当者に『こいつらを東証にあげてやりたい』と思わせられるかどうか勝負だ」と考えていた。

大塚は学生時代からの連続起業家で、いわば百戦錬磨の猛者^もである。僕が知事選に落選して途方に暮れ、被災地を放浪しながら起業に向けて準備するも何もかもがうまくいかなかったとき、「おもしろいからやってみますか」と初めて背中を押してくれたのが大塚だった。

以来、二人三脚で歩んできた仲間だ。僕は大風呂敷を広げる人、大塚はそれを畳んで形にする人、と明確な役割分担ができていく。大塚は当初から、「笛吹が得意なやつは笛を吹いていればいい」という考え方で、一般的な経営者に必要不可欠とされるさまざまなことを、僕

にほとんど求めなかった。僕にとっては救いだった。

今更カミングアウトすることでもないが、僕はいわゆる一般的な会社の経営者とは違うスタンスで仕事をしている。実務全般に目配りする、数字を管理する、といったことは、他の取締役任せ、僕自身は主にビジョンを考え、磨き、掲げ、伝え、それに共感してくれる人や企業、役人を巻き込みながらひとつの方向に導く役割を担っている。たとえば、実務全般を委ねている取締役に権藤裕樹がいる。権藤は東京大学二年生のころ、東京駅前の新丸ビルで開かれた僕の講演をたまたま聞いてしまった。

僕の講演はたとえ一時間半を超える場合でも、スライドや資料の類たぐいは一切使わない。資料を使うと「説明」になってしまい、聴衆の心を揺さぶる「言霊」にはならないからだ。いつも講演会場に向かいながら講演の趣旨を確認し、その日話すことをざっくり考える。会場に着いて、その場の空気を感じてから、最終的に構成を固めるのだが、毎回自分でもどこにたどり着くかわからない緊張感がある。あらかじめ資料を準備していたら、毎回たどり着くところは同じになる。それでは新しい気づきや発見がなく、つまらない。そして、ただの「説明」は聞く側も眠くなってしまうだろう。僕は「寝られたら自分の負け」だと思って、演台に立つようにしている。ぶっつけ本番の真剣勝負だからこそ、相手の心に言葉が届くの

だ。そしてオーケストラ同様、講演も聴衆との共創だと思っている。聴衆が頷うなずきながら真剣な眼差しで聞いてくれると、話すこちらも乗ってくるものだ。だからこそ、聴衆の聞く力を引き出すために、真剣勝負を挑む。

権藤とはそのとき、名刺交換しただけだったが、その後、彼は総務省に入省し、鳥取県に出向しているときにご当地版「鳥取食べる通信」の創刊に関わってくれた。本省に戻った後も、交流は続き、結局、民間で地方創生に関わりたいということで雨風太陽に転職してくれ、その後、取締役となった。

熱は伝導する

苦手なことやできないことは多いけれど、言葉を武器にビジョンを広げ、仲間を増やしていくことに関しては特異な才能がある――。そんな僕の特性をよくわかっている大塚は、上場審査が難航する中、証券会社の担当者たちを車座座談会に招いた。車座座談会は僕の代名詞と言ってもいい。自分の土俵に引き込んだらこっちのものである。僕と参加者たちとの熱いやりどりの輪に加わると、明らかに熱が伝導している様子だった。その後、弊社本店があ

る花巻オフィスにも来てもらい、ポケットマルシェによって救われたという花巻の葡萄農家ぶどうと養豚農家の現場にも連れて行き、炎天下の中で話を聞いてもらった。その延長線上に、この「都市と地方の未来会議」はあった。この時点ですでに、一緒に上場を目指そうという仲間意識が芽生えていたような気がする。

インパクトIPOを目指す僕たちは二〇二三年八月、「インパクトレポート」を初めて発行した。インパクトレポートとは、社会課題の解決にどれだけ寄与したかを具体的指標で示すものだ。そもそも雨風太陽は、都市と地方の分断という社会課題をビジネスの力で解決するために岩手から生まれた会社だ。膨れ上がり続ける都市はゆとりをなくし、先細る一方の地方は活力を失っている。都市と地方をかきまぜることで、都市の活力を地方に引き込み、地方のゆとりを都市にもたらししていきたい。具体的には、「関係人口の創出」をインパクトとして捉え、二〇五〇年までに「二〇〇〇万人の関係人口の創出」を目指すことを掲げた。

そのインパクトを最速で最大化していくことで、分断は解消に向かっていくと信じているわけだが、事業としては当然、信じているだけではダメで、根拠を示さなくてはならない。インパクトを可視化、計測、公開し、その価値を理解する仲間（ステークホルダー）を増やす活動を展開していく。具体的には、短期的なアウトカム（成果）である以下の三つを主要な

経営指標として位置づけ、まずはその実績を公表するところから始めることにした。

- ① 顔の見える流通額
- ② 生産者と消費者のコミュニケーション量
- ③ 都市住民が生産現場で過ごした延べ日数

この後も継続的な測定・マネジメントを行っていくことで、都市と地方の間を行き交うヒト、モノ、カネ、コミュニケーションの循環を加速させていく。また、社会性と経済性の両面においてポジティブな影響を社会に与え、そのプロセスを開示することで、僕たちのビジョンに共感する仲間を増やしていきたい。そんな思いを込めて、インパクトレポートを発行した。

最終ステージ

二〇二三年九月、証券会社の審査は大詰めを迎えていた。

経営管理部の担当取締役、相澤まどかを中心に、他の四名の取締役が奮闘し、いくつかの大きな山を越え、僕はそれをただ見守るだけだった。しかし、最後の関門は、そうもいかない。

なぜなら、社長面談だからだ。コーポレートガバナンスや内部統制などの企業統治、コンプライアンス、ハラスメント防止体制、リスクマネジメントと危機管理体制、経営管理体制、想定される事業リスクと回避策、予実の達成見込みと根拠、黒字化の時期と達成の蓋然性、中期経営計画、成長戦略、会社の強みと弱みなど、細々としたところまで突っ込まれる。普段の資金調達や取締役会では、僕の後ろには常に元総務官僚の権藤や、百戦錬磨の大塚といった有能な取締役が控えていた。僕が答えに窮する場面では、すぐさま助け船を出してくれるので、安心して臨むことができていた。国会の予算委員会で、大臣が答弁に詰まると、すぐさま後ろの官僚からメモが差し出される。言ってみればそんな関係性だった。

だが、今回は他の取締役の同席が認められない。証券会社の担当者五人から、僕ひとりが一時間質問攻めにあうということで、取締役たちはみんな心配していた。権藤が証券会社の面接官の役となり、模擬面談をやるなどの対策を行った。

やり切るだけやり切って、迎えた本番。証券会社の面々が待ち受ける部屋に入り、着座す

ると、不思議なほど気持ちちは落ち着いていた。僕は本番に強い。舞台が大きくなるほど、難易度が高くなるほど、冷静沈着になり、燃える。そのときも、周りに頼るべき人がいないのだから、もう自分でやるしかないなど開き直ることができ、逆に自信が湧いてきた。一時間、さまざまな質問が飛んできたが、すべてよどみなく自分の言葉で答えることができ、晴れやかな気分だった。こうして無事に証券会社による社長面談もパスし、いよいよ東証の審査という最終ステージに駒を進めることができた。

証券会社の審査は予選のようなもので、東証審査で想定される質問はほぼ網羅されている。あとは自信を持って臨むだけだった。まずは証券会社の審査同様、細々とした質問事項が送られてきて、こちらから回答を準備し、提出する。再度、質問事項が送られてきて、また回答を返すというやりとりを進めていった。特段、大きな問題もなく審査が進んだ。東証審査も、最後は社長面談がある。ラスボスは、東証のお偉いさんである。十一月九日、面談当日、一四時からの審査に備え、兜町の某所で月に一度の全社会議にオンラインで出席した。僕は自分を鼓舞するために、全社員に伝えた。

「東証に行くのは高校の修学旅行以来。経済性と社会性の両立を掲げるインパクトIPOの最終審査にこれから向かう。いばらの道だけど、誰かが道を開かなければならない。最初は

か細い一本道でも、続いてくる会社が増えれば、その道は少しずつ広がっていき、やがて社会の当たり前になる。我々がその先頭に立つ。みんなと一緒に切り開こう」

飲み会禁止令

最終審査は、証券取引所が入っている東証の上層階にある大きな会議室で行われた。

僕の他に経営管理部の担当取締役の相澤、常勤監査役の大貫美穂、そしてS M B C日興証券の担当者三人で臨んだ。仲間たちが同席してくれたので、とても心強かった。この日は木曜日で、週末に岩手に戻り、週明けの一日の月曜日に東京証券取引所から株式会社雨風太陽のグロース市場への新規上場が承認された。N P Oとして創業した企業が上場するインパクトIPOは日本初の快挙だった。また、岩手の企業の東証上場は一八年ぶりということで、地元新聞、テレビも大々的に報じてくれた。

その翌日に東京へ移動し、二週間にわたる「ロードショー」が始まった。ロードショーとは上場承認を受けた後、株式公開前に、機関投資家に向けて行う会社説明会のことだ。新規株式公開のマーケティングにおいては重要なプロセスになる。以前は対面で機関投資家のも

とを訪れる形式だったが、コロナ禍を経て、オンラインへと移行。およそ一時間半のスケジュールで、朝から夕方までびっしり埋められる。会社への理解を深めてもらうことでIPOへの参加を促し、得られたフィードバックは、公募・売り出し価格の需給動向を判断する材料となる。得意の自由演技スタイルの講演と異なり、今回はあらかじめ機関投資家に訴求するプレゼン資料を準備し、それに従って時間通りにプレゼンする規定演技スタイルなので、事前に何度も練習して臨んだ。

東証から承認が下りてから実際に上場する日までおよそ一カ月。僕は車の運転は禁止、飲み会も禁止になった。万が一、交通事故や意図しない交通違反、また飲み会の場で揚げ足をとられるような写真をとられるなどのリスクを回避するためだ。実際、その前年に地方のあるスタートアップが上場承認を受けたものの、飲み会の場での社長の不適切な言動が致命傷となり、上場取り消しになった事例もあった。雨風太陽初期から出資してもらい、株主として目をかけてもらってきた岩手銀行系列の「いわぎん事業創造キャピタル」の稲垣秀悦社長が、わざわざ電話をくれた。

「この一カ月は会社の机の前はずっと座っててください」

高校の大先輩でもある稲垣社長からもクギを刺され、僕は一カ月間、大人しく過ごすこと

にした。

そして、一月一八日、無事、新規上場を果たす日を迎えた。役員一同、紋付き袴姿で東証の上場セレモニーに臨み、鐘を鳴らしてきた。ようやく舞台上がれた。勝負はこれからだ。身の引き締まる思いだった。その日は東京駅前の八重洲ミッドタウンで、関係者やお世話になった方々向けに上場報告会を開催し、これからの決意を披露させてもらった。翌日は盛岡に行き、岩手県の達増拓也知事に上場の報告をした。一二年前に知事選に挑み、大敗を喫した相手だ。選挙に負けていなければ起業していなかったし、今回の上場もなかったと知事に伝えると、「岩手から上場するのは七社目。岩手県出身のオリンピックは数十人。つまり、オリンピック選手になるより数が少ないこと。ますますの発展を期待しています」と激励をいただいた。翌々日には、岩手県の関係者のみなさん向けの上場報告会を花巻市文化会館で開催した。かつて知事選の決起集会を開いた会場でもあり、感慨深いものがあつた。

第二章

関係人口の定義

関係人口の定義と類型

ここで改めて、本書の書名にも掲げた「関係人口」とは何か、整理しておきたい。

関係人口とは、「地域や、その地域の人々とさまざまな形で継続的に関わる地域外の人々」を指す。僕はいつもわかりやすく「観光以上、移住未満」と説明している。移住した人々を指す「定住人口」や、観光に来た人々を指す「交流人口」とは異なり、あくまで拠点は地域外に置きながら地域と継続的に関わる人々である。たとえば、タレントで株式会社TOKIO副社長の国分太一くぶんたいちさんは、関係人口の代表選手だ。国分さんがMCを務める番組『TOKIOテラス』にスタートアップ企業社長として僕が出演したとき、「国分さんは東京出身だけど、東日本大震災以降、『ザ・鉄腕！DASH!!』などの番組で何度も福島を訪れ、まるで自分の故郷のように貢献している。まさに関係人口のお手本ですね」と伝えると、「そう、まさに福島の関係人口ですよ」と嬉しそうに答えてくれた。雨風太陽の事業は、「国分太一を量産する全国ダッシュ村計画だ」と熱弁したら、激しく共感してくれた。

関係人口は、地域づくりに必要不可欠な流動的人材として、地域活動の維持や地域経済の

活性化、内発的發展につながる事が期待されている。具体的には、地域住民との交流によってイノベーションや新たな価値を生み出すこと、個人の自由な働き方を実現できること、将来的には移住者の増加につながるといったことだ。関係人口になるのは、都会へ移り住んだ地域出身者、転勤などでその地域に暮らした転居者、災害ボランティア、ふるさと納税などで地域を知った人などさまざまだ。

総務省は次のように四類型に分類している。地域との関わりとを軸に、①地域内にルーツがあり、近隣に住む「近居の者」、②地域内にルーツがあり、遠隔に住む「遠居の者」、③ルーツがなくても過去に勤務や居住、滞在の経験を持つ「何らかの関わりがある者」、④ビジネスや余暇活動、地域ボランティアをきっかけにその地域と行き来する、いわば「風の人」といった具合だ。総務省は二〇一八年、関係人口への着目が地域再生の糸口になるという報告書を公表している。そして、同年から「関係人口創出事業」をモデル的に始め、地方創生の方針を定める政府の第二期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」においても、関係人口の創出・拡大が掲げられることとなった。

また国交省が二〇二一年に実施した関係人口の実態把握調査によると、三大都市圏居住者の一八・四％（約八六二万人）、その他地域（地方部）居住者の一六・三％（約九六六万人）を占

める関係人口は、三大都市圏からその他地域に約四四八万人、その他地域から三大都市圏に約二九七万人訪問していると推計されるなど、関係人口（訪問系）の大規模な流動が確認されている。さらに、地域において、産業の創出、ボランティア活動、まちおこしの企画等に参画する人、すなわち訪問系直接寄与型の関係人口は、三大都市圏居住者の六・四%（約三〇一万人）、その他地域居住者の五・五%（約三二七万人）存在していることがわかった。他にも、地域づくりへの主体的な参画のほか、イベントなど地域交流への参加、趣味・消費活動などを含め、さまざまな関わり方をしている。また、農山漁村部に関わる訪問系直接寄与型は、関わり先の自然環境に魅力を感じており、移住希望が強いことも判明している。

この関係人口という言葉は、どのようにして生まれたのか。

二〇一一年の東日本大震災直後、被災地支援に入っていたとき、岩手県大槌町^{おおつちちょう}安渡地区^{あんんど}の町内会長が「たくさんの方が亡くなり、若い人たちも出ていった。これからはここに暮らす住民だけでなく、高橋さんのように頻繁に支援にやってくる外の人たちと一緒に地域をつくっていかないと回らない」という言葉を聞き、そうか、定住人口が減っても、関わる人が増えれば地域は活力を維持していけるのか、そう思って、「関係人口」という言葉を着想したのだった。それから関係人口という言葉を使うようになり、二〇一六年に出版した

拙著『都市と地方をかきまぜる』で関係人口について論じ、活字にした。

関係人口を研究しているジャーナリストの田中輝美さんの著書『関係人口の社会学』によると、関係人口という用語は、『東北食べる通信』元編集長の高橋博之と、雑誌『ソトコト』編集長の指出一正という二人のメディア関係者から生まれ、ジャーナリストや省庁、農業経済学者が肉付けしながら中心的に論じられてきたのが大きな流れである、とされている。

一方、急速な拡大にともない、混乱や批判も生じていると田中さんは指摘する。「関係する」という概念の広さと多義性もあり、自分と関係が強い人を指すとの解釈や、交流人口よりももう少し広い意味で使われることが多いという解釈など、一般的な使用についてはさまざまな解釈が存在している、と。また、ある地域の産物やそこでの経験を買う「消費者集団」に過ぎないといった批判、ときどき通うような「ゆるい関係」の人間が何の役に立つのか、といった批判もあるとしている。

関係人口の歴史的背景

関係人口が生まれた歴史的背景について、僕なりの解釈についても触れておきたい。