

産業観光イベント「RENEW」と自律的な地域変容のためのデザイン

—— 内発的发展論および Ezio Manzini の理論をもとに ——

森 一貴

研究論文

産業観光イベント「RENEW」と自律的な地域変容のためのデザイン —— 内発的發展論およびEzio Manziniの理論をもとに ——

Factory Tour Event “RENEW” and Design for Autonomous Regional Transformation
— Based on Endogenous Development and Ezio Manzini’s Theory —

森 一貴*

はじめに

- I. 理論的背景と本稿の位置付け
- II. RENEW の概要および内発的実践の拡大
- III. RENEW の関与プロセスの考察
- IV. 結論

本稿は「地域の人々が自律的に地域を変容させる状況を後押しするために、私たちはどのようなデザイン介入ができるか」を問いに掲げ、産業観光イベント「RENEW」の分析を通じて、地域の内発的な実践を拡大・促進するための関与プロセスの提示を試みるものである。2015年より福井県鯖江市・越前市・越前町で開催される「RENEW」は、地域事業所を一斉開放し、工房見学やワークショップなどを楽しめるイベントだが、6年間にわたる実践は、参加事業者らによる約30の新規施設の開設などに発展し、地域の変容をもたらしてきた。本稿ではこれを内発的發展として位置づけ、CoDesignおよびイタリアのデザイン理論家Ezio Manziniの議論を下敷きに考察することで、地域の人々による内発的な実践をエンパワーする関与の枠組みを抽出した。整理の結果、「可能空間の可視化」「足場の架設」「実験空間の創出」「参加の促進」の四つのプロセスからなる「内発的実践のエンパワメント」のモデルを提示し、地域へのデザイン介入を通じて、地域の人々の主体的な参加・実践による地域変容の実現が可能であることを示した。

キーワード：地域変容, 内発的發展, CoDesign, Ezio Manzini, RENEW

※ Aalto 大学デザイン修士課程 Collaborative and Industrial Design 専攻

はじめに

本稿の目的は、地域の人々による自律的な地域変容を後押しするための、デザイン介入の方法を検討することである。ここでの地域変容とは、「ある地域において、地域の人々が自身の実践を行うことで、地域を自律的に、より望ましい方向へと変化させていく」ことを意味している。この立脚点は、人々は「社会変化の主体となることができる」（鶴見 1989, p.47）という言葉に見られるように、鶴見和子が示した内発的発展論の系譜に位置づけられる。内発的発展は1975年に鶴見によって提唱されたもので、「地域の小さい民」（鶴見 1989, p.59）が協力しながら、個々人の可能性が十分に発現していくような環境を生み出す発展とされる。しかしながら鶴見の内発的発展論は、外部介入の手法には批判的であると解釈されてきたことから、外部からの関与を検討する現実的な具体論の不在や、地域主体の形成過程への着目の不足など、いくつかの批判が提起されてきた（例えば小田切 2013, 若原 2007）。

これらの論点に対し、同様の主題を扱ってきたのがデザインの領域である。近年、地域に着目した議論を発展させるエツィオ・マンズィーニ（Ezio Manzini, 2019a=2020）は、「デザイン能力（Design Capability）」（p.7）という概念を提唱した。これはデザイナーの専門的な能力を意味するのではなく、私たちの誰もが日々のローカルな文脈からプロジェクトを立ち上げ、社会を変革していけると説くものである。その理論基盤のひとつとなったコ・デザイン（CoDesign）と呼ばれるデザインの文脈では、関与者であるデザイナー

は、単に消費者に向けてモノやサービスをデザインし提供する役割を超えて、「当事者によるデザイン（Design by Ourselves）」（上平 2020, p.103）を促進するものとされている。この議論は、内発的発展論で模索されてきた外部介入や地域住民の主体形成に係る言説に寄与できるものと思われる。

本稿ではこれらの議論を背景に、筆者が2015年から2020年にかけて事務局メンバーとして（2017年から2020年にかけては事務局長として）関与した福井県鯖江市・越前市・越前町の産業観光イベント「リニュー（RENEW）」の実践をもとに、地域住民の内発的実践を支える関与の枠組みを抽出し、デザインの視座から内発的発展論に寄与することを目指す。

本稿の構成を述べる。I章では、外部介入による内発的実践の促進を検討してきた議論として、内発的発展、CoDesignおよびEzio Manziniの議論を概観する。続いてRENEWの全体像や発展経緯、地域の人々による内発的な実践の増加をII章にて整理する。III章ではRENEWの考察を通じて、地域の人々の参加および内発的な実践を後押しするプロセスを提示し、これらをIV章で結論づける。

I. 理論的背景と本稿の位置付け

1. 内発的発展と地域住民への視座

「内発的発展（Endogenous development）」は、柳田國男による民俗学、およびタルコット・パーソンズによる発展の類型化を背景に、1975年に鶴見（1989）が提唱した概念である。国内の内発的発展論の流れは、鶴見の系

譜と宮本憲一の系譜の大きく二つに分けられるが、これを整理した松本（2017）によれば、鶴見の内発的発展論は運動論・主体論的であり、近代モデルに批判的な立場から、地域の個人々に根差した多元的發展を目指すものである。一方の宮本は制度論・政策論的であり、近代モデルへの一定の信頼をもとに、自治体に焦点をあてた議論を展開した。これらの言説は基本的に外来型開発論を批判する立場をとったが、その結果として小田切（2013）は、内発的発展論が具体論の乏しい「総論賛成各論不在」（p.387）に陥っていると述べた。同様に中田（2001）は、外部者は内発性を絶対視するがゆえに地域への関与を否定し、常に評価側として、活性化の責任を地域住民の内発性に転嫁し続けてきたと指摘している。これら内発的発展論の課題であった地域内外の断絶を乗り越える形で、小田切（2013）は外部アクターとの関係性を強調する「ネオ内発的発展論」（p.387）を紹介し、また若原（2007）は「地域づくり主体の形成過程」（p.39）への着目の必要性を論じるなど、地域内外が関与しあう実践の重要性は認識されつつある。

ところで、内発的発展をそれを担う地域主体という視点で振り返れば、鶴見の系譜では「キー・パースン」を、宮本の系譜ではある住民組織・集団による実践を扱ってきたことがわかる（若原 2007）。このような焦点のあて方は、ある単一の個人や集団の実践に、その「地域全体」の内発的発展を代表させてきてしまったといえる。地域住民とは複数の個人や集団とその関係を指すのであり、内発的発展は単一の個人や組織の実践に矮小化されるべきではない。杉山（2020）が「多種多様な「小さな活動」が連続的に発生する地

域」（p.58）の創造を提唱するように、あるいは晩年の鶴見が「いかにして住民の潜在する可能性を創発することができるか」（松原 2019, p.108）という視座を發展させていたように、内発的発展の視点は、より広い地域の人々へと拡張される必要がある。すなわち現在の内発的発展論においては、地域へ介入する具体論、およびそれを地域に広く拡張する手法の、二つの議論が求められていると整理できる。

2. CoDesignの概要

これに対し、地域の人々に広く焦点をあて、内発的実践を育むものとして發展してきたのがCoDesignおよびEzio Manziniの理論である。本節以降ではこれらを内発的発展論と軌を一にしつつ、その具体論に寄与するものとして位置付け、その議論を概観したい。

鶴見が内発的発展という言葉で提唱したのと同じ1975年、ダグ・ハマーショルド財団による報告書『なにをなすべきか（What Now）』でも内発的（Endogenous）という言葉が用いられた（松原 2019）。このような、既存の西洋中心・中央集権的なパラダイムを解体し、内発的な実践に着目しようとする動きは、1960年代後半頃から1970年代にかけて世界的に共有されていたものである（例えばIllich 1973=2015など）。これらボトムアップに焦点をあてた、人々による、あるいは人々に主権を手渡していく実践や議論は、多様な領域で盛んに取り上げられた。都市計画の文脈では1961年にジェイン・ジェイコブスが先駆けて人やコミュニティに着目したほか（Jacobs 1961）、国内でも1960年代後半頃

表1 デザインアプローチの方向性の違い

	Design for User ユーザー中心デザイン	Design with People コ・デザイン 当事者（と共に）デザイン	Design by Ourselves 当事者（による）デザイン
キーワード	User Experience	Partnership	Empowerment
ミッション	満足される品質を提供	適材適所 / 相乗効果	主体的な実践
人々の役割	消費する者、お客様	デザインのパートナー	創造する生活者

上平 2020, p.103より筆者抜粋・作成

から都市開発に対抗する「まちづくり」の語の使用が広がり（竹内2017），また政策領域でも参加型開発の概念（藤山 2014）などが誕生した。

同様の流れのなか、1970年代に北欧の労働争議から生まれた参加型デザイン（Participatory Design）を発展継承し、トップダウンとボトムアップ、生産者と消費者など対立する二項の権力配分を批判的に検討するための枠組みとしてデザインの領域で提唱されたのが、「CoDesign」という概念である（Sanders & Stappers 2008）。この概念を日本に広く紹介した上平（2020）『コ・デザイン』は、「Design for User」「Design with People」「Design by Ourselves」（p.103）という三類型を提案した（表1）。この分類によれば、内発的發展論における地域への関与は、「with People」から立ち上がり、「by Ourselves」を志向する態度であるといえるだろう。ここでのデザインの役割は、製品やサービスを生産し消費者に届けるのみに留まらず、人々を「創造する生活者」として捉え、主体的な実践を後押しする役割を担うものだ。

3. Ezio Manziniの議論の概観

このCoDesignおよびソーシャル・イノベーションの議論を交差させ、「ソーシャル・イノベーションのためのデザイン（Design for Social Innovation）」を発展させたのが、イタリアのデザイン理論家であるEzio Manziniである。彼は「DESIS」と呼ばれる世界的なデザインネットワークの創始者であり、具体的な地域における個人の実践能力の可能性を説き、それらの自律的な実践により、多元的で持続可能な社会が実現できるとする。

Manziniの議論を概観する。まず人間観としては、彼はアマルティア・セン（1992=2018）の「潜在能力（Capability）」（p.59）、すなわち人々は望む生き方や行動を自分自身で実現する能力を持つという人間観に賛同する。ここに、能動的にデザインを実践する態度を重ねてManzini（2019a=2020）が提唱したのが「デザイン能力（Design Capability）」（p.7）である。彼によれば、誰もがデザイン能力を持つデザイナーなのであり、日々の暮らしのなかからプロジェクトを立ち上げて生活を前進さ

せ、社会を変容しうる能力を持つとされる。

続いて彼が目指す社会像は、自律分散型の、多元的な地域社会が互いに連帯する「コスモポリタン・ローカリズム」(Manzini 2015, p.202)である。その意味は、小規模な地域同士²がオープンに繋がりあっていることを意味する「SLOC (Small, Local, Open, Connected)」(同, p.178)という彼の言葉に集約されている。このようにセンの人間観を共有し、個々人の可能性の発現を通じて、地域からの自律的・多元的な社会変容を目指す立場は、鶴見と多くの視座を共有する。

さらに、このような自律分散型の社会を達成する方法についてManzini (2019a=2020)は、個々人の関心に基づく「ライフプロジェクト」(p.64)を集団の関心と重ね合わせることで、協働的 (collaborative) な実践が生まれ、社会の変容が実現できるとする。これが達成される環境、すなわち「あらゆる人が出会い、協働する可能性を与え、それによって個人と集団の両方の関心 (利益) を追求する目的を達成するような環境」(Manzini 2018, 段落11. 以下、訳は引用者による)を彼は「プロジェクト中心民主主義 (Project-Centred Democracy)」と表現している。

とりわけ彼は、社会変容を目指す実践においては、既存の秩序を強化するのではなく「ローカルな非連続 (Local Discontinuity)」(Manzini 2019a=2020, p.131)を生むことが重要だと説く。例えばそれは、車での居心地を良くする方向に技術を発達させるのではなく、車の利用をやめ、自転車を使うことである。この実践が集団の実践となって社会に広がると、社会に「変化のための常態 (Transformative Normality)」(同, p.7)が

生まれる。すなわち、ある場所では不自然だが、ある場所では自然だとされるような規範が生まれると、この規範自体が変容を促進していくとManziniは示唆するのである。

この誰もがデザイナーである状況において、(専門的な)デザイナーの役割は、「メタ」なデザインを担うことである。すなわち、「人々が価値ある生活を送る能力を拡大すること」(Manzini 2019b, p.415)、「他のアクター自身が優れたデザイナーになること」(p.415)、「より効果的な CoDesign プロセスが生まれること」(p.413)が起きる可能性を高め、後押しすることがデザイナーの役割であり、またこのために、多様なデザインの思考方法やツールを組み合わせて実践されるのがDesign for Social Innovationなのである。

4. Ezio Manziniによる実践の枠組み

こうした専門的なデザインと、「デザイン能力」を持つ一般の人々、すなわち草の根デザイン (Diffuse Design. Manzini 2015, p.37)とが連帯する協働組織 (Collaborative Organization. 同, p.77)は、どのようにプロジェクトを推進すればよいのだろうか。水野 (2017)はManzini (2015)の見出しに沿い、彼が提示するデザインの手法を以下五つに整理する。「(1) Making things visible and tangible: プロジェクトの複雑な問題を理解、共有、認識するためのツール (2) Making things possible and probable: 人々の能動的参加を促進し、行動を促すためのインフラ (3) Making things effective and meaningful: プロジェクトの成果を最大化するための効果的な案の生成 (4) Making things replicable

and connected：複製可能でネットワーク化されたスモール／ローカル／オープン／コネクト（SLOC）社会のシナリオ生成（5）Making things local and open：開かれた場を用意し、住民主体で問題に取り組めるようにする」（p.22）。これを踏まえつつ、Manziniのアプローチを改めて「実現」と「拡大」の二つのフェーズから整理しよう。まずプロジェクトの「実現」のフェーズでは、Manziniは三つの要素を提示している。

①課題や目指す未来を理解し共有するための「可視化（visualization）」（Manzini 2015, p.121）。例えば活動のマッピングや、望む未来に向けたシナリオ構築などを指す。

②人々が参加し、行動することを促進するための「インフラ（Infrastructure）」（同, p.151）。例えばコミュニケーションのための空間やデジタルツールの整備、実践や失敗を安心して起こせる寛容な環境などを指す。

③実践を通じた「意味形成（sense-making）」（同, p.44）。ここでは、現在の実践を通じて、新しい意味を形成していくこと、および地域社会あるいは社会全体に対し意味の転換をもたらすことの二つのレベルの実践を指す。

次に「拡大」では、彼はSLOCに基づき、規模の小ささを保ちつつも、より大規模に影響を与えるための三点の手法を検討している。

①「可能にする解決策（Enabling Solution）」（同, p.167）。実践や参加はハードルが高いため、少ない労力で効果を最大化するよう、プロセスなどを最適化すべきだと説く。例えばアクセスしやすく、より容易に実践できるようにし、魅力を高めることなどが必要だとする（Manzini 2019b）。

②「スケールアウト＝複製」（Manzini 2015, p.180）。ある地域での実践を他地域や他領域に広げること。例えば知見をシェアするためのツールキットの制作・活用などが示される。

③「スケールアップ」（同, p.180）。他の小さな活動と連帯し、政策形成なども含めた、より大きなインパクトを与えること。

上記二点に加え、もうひとつの拡張戦略として「スケールディープ」（Moore, Riddell & Vocisano 2015, p.79）がある。「文化的ルーツ」を揺さぶり、集団や地域のマインドが変わることで、地域全体の変容を促進する戦略である。Manziniの議論では、「意味形成」に近い戦略である。

ここまで、Manziniの議論を概観してきたが、Manzini自身の考えも日々進化を遂げており、また決して（彼が好むように）完全に構造化されたものではないため、この整理が固定的な見方ではないことを断っておきたい。

最後に、このような実践の代表的な事例として「トランジションタウン」を紹介する。これはパーマカルチャーの専門家であったロブ・ホプキンスによって、2005年にイギリスのトットネスから始まった運動である。この運動をきっかけにこれまで、公共空間で食べ物を育てるプロジェクト、未活用の庭をシェアする「ガーデンシェア」、地域通貨「トットネスポンド」など、多様な実践が生まれた（Transition Town Totnes 2010）。これらの実践はガイドにまとめられて日本を含む世界中に広がり、約50ヶ国のトランジションタウンによる「トランジション・ネットワーク」を形成している（Hopkins & Thomas 2016）。このような、地域内で起こる自発的な実践と、その共有・複製による拡大の両方

を目指す点に、個人の実践に始まり、分散型の組織を通じて社会へのインパクトを見据える Manzini の議論が具体化されていることがわかる。

5. 本稿の位置付け

国内の近年の動向に目を戻せば、内発的發展および CoDesign が目指す地域住民の自律に関与する立場については、山崎 (2011) によるコミュニティデザイン、田中 (2017) による自分自身での公共の創出 (マイパブリック)、泉山ら編著 (2021) によるタクティカル・アーバニズムなどがあり、また内発的發展論においても佐野 (2021) が「内発的イノベーション・エコシステム」を提唱するなど、議論は広がりつつある。

これらを背景に、改めて本稿の位置付けを示す。内発的發展論では、外部からの関与を通じた個人・組織への主体形成方法の研究に関しては多少の蓄積があるが、内発性を個人・組織を超えてより広く地域に波及させようとする過程・手法に着目した研究は少ない。そこで本稿では、地域の人々の内発的な実践を、広く参加を促しながらエンパワーする実践に着目し、これを Ezio Manzini により蓄積されてきたデザインの議論をもとに考察する。本稿で扱う RENEW の形成過程自体が、いわゆる「キーパーソン」による内発的發展の好例だとも捉えられるが、ここではその実践をメタに捉え、ある内発的実践としての RENEW が、いかに地域住民の内発的な実践をエンパワーする機能を担ってきたのかを明らかにしたい。

II. RENEW の概要および内発的実践の拡大

1. 対象地域の概要

リニュー (RENEW) は 2015 年に始まった、鯖江市・越前市・越前町にまたがる産業観光イベントである。圏内人口は約 17 万人 (鯖江市約 7 万人、越前市約 8 万人、越前町約 2 万人) である。圏内は眼鏡および繊維産業のほか、経済産業大臣指定の伝統的工芸品である越前漆器・越前和紙・越前打刃物・越前筆筒・越前焼の五つの産業が半径およそ 10km 圏内に立地する産業集積地である (図 1)。しかしながら例えば越前漆器産業では、売上が 1991 年の約 153 億円をピークに、2014 年には 43.4 億円と 1/3 以下に急落するなど危機的な状況を迎えている (原岡 2018)。一方で全国的に多様な発展が模索されるなか、越前漆器産業は事業所向け産業を主体としてきたことから、販売戦略や商品開発力の弱さが課題であると指摘されている (越前漆器協同組合・鯖江市 2003)。



図 1 RENEW の開催地域

*組合主要施設がある位置を記した。眼鏡産業は主に鯖江市、繊維産業は県内全域に広く立地する。

筆者作成



図2 RENEWの様子

撮影 Tsutomu Ogino (TOMART: PHOTOWORKS)

2. RENEWの概要

こうした状況のもと「持続的な地域をつくる」をビジョンに掲げ、地場産業のブランディングを目指して2015年に福井県鯖江市河和田地区から始まった産業観光（オープンファクトリー）イベントが「RENEW」である。毎年10月の3日間にわたり地域内の約80の事業所を一斉開放し、来場者が自由に工房見学やワークショップ、ショッピングなどを楽しむことができる（図2）。他にも、日本全国で多様な実践を行うプレイヤーが集うマーケット「まち/ひと/しごと」や、トークイベント、ライブイベントなどが例年開催され、2020年実績では約32,000人を集客している。

3. RENEWの発展経緯と実績

RENEWがスタートした鯖江市河和田地区（旧河和田町）は、鯖江市東部に位置する人口約4,000人のエリアである。越前漆器関連事業所が数多く立地するほか、いくつかの眼鏡産業も見られる。このエリアを中心に営まれる越前漆器は分業体制が進み、丸物・角物、木地・下塗り・上塗り・蒔絵、および手塗りや機械塗りと、多種多様な工程を地域全体で

担う体制が構築されている。

RENEW立ち上げのきっかけは、発案者である新山直広と、河和田地区で眼鏡産業を営む谷口康彦との出会いであった。新山は大阪出身だが、学生時代に2004年の福井豪雨からの復興プロジェクトとして始まった「河和田アートキャンプ」への参加をきっかけに、2009年に鯖江市に移住した。彼は河和田地区に焦点をあてて活動するなか、移住仲間の増加に対し越前漆器の売上が減少していることに危機感を持ち、この地域の持続・発展にはデザインが必要だと痛感。鯖江市河和田地区に、「創造的な産地をつくる」をビジョンに掲げるデザイン事務所TSUGI（ツギ）を開設した（2013年結成、2015年法人化）。2015年、新山は地場産業（特にここでは越前漆器）の価値は「産地に訪れてもらえれば必ず伝わる（新山）」と考え、RENEWの構想を描いていた。同時期、谷口眼鏡の社長である谷口康彦は区長会長³として、「河和田地区の村長のような（谷口）役割を担っていた。谷口もまた当時、持続的な視点から河和田地区の発展を描くべく、地域の事業者らによる任意団体「河和田とびら」を2014年に立ち上げるなど、自主的な活動を続けていた。こうした活動のなかで2015年、新山と谷口が

出会い、谷口が新山の発案を全面的に支持する形で始まったのがRENEWであった。

初年度のRENEWは河和田地区のみが開催地域であり、参加企業は21社、来場者は約1,200人であったが、2017年の中川政七商店との共同開催となった「RENEW×大日本市博覧会」を機に、舞台を現在と同じ鯖江市・越前市・越前町全域に広げ、来場者42,000人を記録した。それ以降、近年の来場者数はおおよそ30,000人前後で推移している（図3）。RENEWをきっかけに近年では地場産業への就職者および開催地域への移住者が見られ、参加事業者による施設開設も増加している（後述）。これらを受けて、RENEWは令和2年度国交省地域づくり表彰の最高賞である「国土交通大臣賞（地域づくり部門）」のほか、令和2年度総務省ふるさとづくり大賞（団体表彰）、令和2年度地域活性化支援センターふるさとイベント大賞（優秀賞）、グッドデザイン賞2019を受賞している。

これらの実績は政策的影響にもつながって

いる。2015年の北陸新幹線長野-金沢間開業とともに観光産業への期待が高まったことも重なり、福井県による「産業観光ビジネス支援事業」などの補助金の創設など、産業観光の活性化を支援する動きが広がっている。

4. RENEWのビジョンおよびアプローチ

RENEWのビジョンは「持続可能な地域をつくる」である。それに基づき、外部に向けたキャッチコピーは2017年～2019年には「来たれ若人、ものづくりのまちへ」としていたが、2020年は「共につくろう、変わり続けるものづくりのまちを」へと変更されている。これは当初のRENEWが、主に内部の魅力を外へ伝える役割を担っていたのに対し、徐々に地域内部へと焦点をうつし、「Design with People」あるいは「Design by ourselves」へと視座を転換してきたことを示唆している。その態度を示すアプローチが、RENEWが「両輪」と位置づける「アウトター

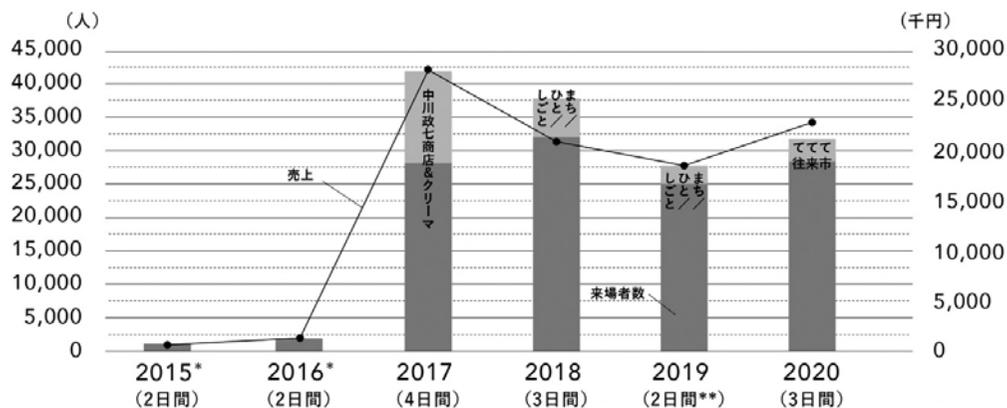


図3 RENEWの来場者数および売上の推移

* 2015、2016年度の来場者数は実数推測値を算出。2017年度以降は各事業所・イベントの延人数。

** 2019年度は3日間の開催予定であったが、初日は台風の影響により中止となった。

筆者作成

ブランディング」と「インナーブランディング」である。RENEWは地域外の人々に地域を訪れてもらいファンを獲得することと、参加事業者らの意識を変容させることに、実施当初から等しく価値を置いてきたのである。

5. RENEWの取り組み

産業観光イベントとしてのRENEWで取り組まれてきたコンテンツを三つの視点で整理する。まず第一の主要コンテンツは参加事業者によるもので、各事業所で分散して実施される工房見学、ワークショップおよび商品販売などがある。加えて、職人との宴を楽しむ企画や、たたら製鉄の再現を試みる企画など、様々なイベントが各事業者やチームにより企画される。第二に、RENEW実行委員会が主体となり実施する、本部での企画がある。例えば2018年・2019年の「まち/ひと/しごと」は、日本各地で多様な実践を続ける事業者が約20社集うマーケット企画である。実行委

員会はこれら関係者らと連携し、トークイベントやライブイベントなども開催する。第三に、いくつかの団体がRENEWの時期に合わせて企画を実施することがある。例えば県（産業支援センター）や市がトークイベントを同時開催するなどのケースがある。来場者はこれらの事業所やコンテンツを目指し、自家用車やレンタサイクル、あるいは徒歩で開催地域をめぐる。

続いて、RENEWにおける産業イベント以外の実践について整理する。特に2019年のコロナウイルス拡大によりイベント中止の可能性が提起されて以降、RENEWは「持続可能な地域をつくる」というビジョンに立ち返りながら、イベントに留まらない活動を展開している。例えば、地域内外の若者が集い、独自にイベントの企画などを行う、産地およびRENEWのサポーターチーム「あかまる隊」の創設、地場産業の採用活動を支援する産地の合同採用説明会「産地の合説」、地域内外のデザイナーと地域事業者

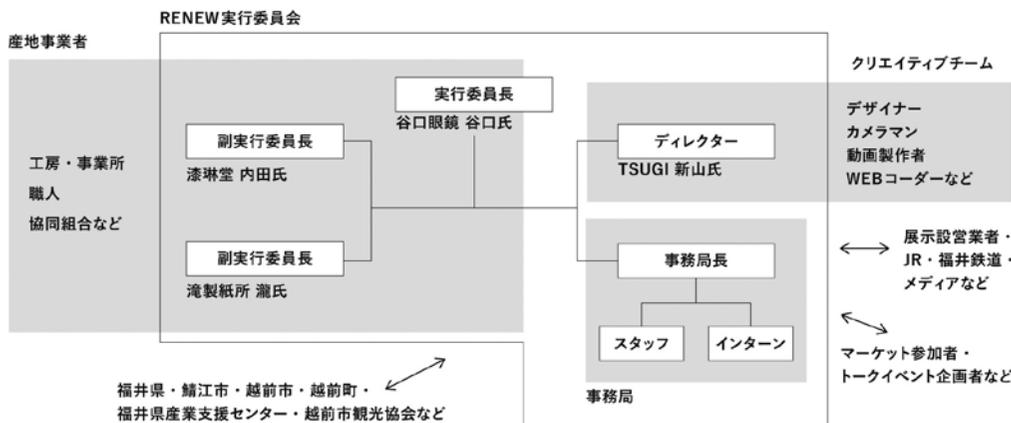


図4 RENEW実行委員会とそれを取り巻くステークホルダー（2020年時点）

筆者作成

が連携する商品開発プロジェクト「RENEW LABORATORY」、地域事業者のZOOM利用などを促進する「DX推進プロジェクト」などがある。ここでは「持続的な地域」の実現を目指す包括的なデザインプロセスとしてのRENEWに対して、産業観光イベントはその傘に内包されるデザインイニシアチブ(Manzini 2015, p.51)のひとつになりつつある。いわばRENEWは現在、「持続可能な地域を目指す活動のプラットフォーム」として機能しているといえる。

6. 実施プロセス、体制、ファイナンス

準備プロセスとしては、RENEWは例年4月頃に準備を開始する。領域は複層的に並走するため全てを示せないが、おおよそ4-5月：方向性や実施プログラムの策定、5-6月：参加企業募集、7-8月：デザインおよび広報関連業務、9-10月：詳細な事前準備・開催という手順を踏む。参加事業者との関連においては、月に一回程度会議を開き、状況報告や参加事業者間の事例共有、勉強会などを実施している。

続いて体制面では、RENEWは任意団体「RENEW実行委員会」により運営される。その体制は図4に示すように、産業や事業所のある行政区が異なる事業主体がそれぞれ実行委員長や副実行委員長を担っており、クリエイティブチームおよび事務局は主にもつくり産業外の立場から、現状は移住者が中心となって運営を行っている。すなわちここでは、移住者などもつくり産業外の人々が外部への広報や内外の人材をつなぐ役割を担う一方で、委員長らが地域の人々の巻き込みや

行政との連携を担うなど、相互に必要な役割を担いながら、地域内外の人々が「共につくる」体制を構築している。事務局の体制としては、鯖江市内で筆者が取り組んできた移住施策やシェアハウスとの連携が進んでおり、地域内外の大学生や短期移住者らを巻き込んだ運営体制が構築されている。スタッフとしての参加をきっかけに、地域への移住・就職につながった事例も複数見られる。

外部との関係構築については、早くより行政との連携を行っており、交通や警備の仲介や、RENEWと同時開催でのイベント開催など、RENEWを行政が後方から支援する関係が構築されている。またファイナンスにも関連して、2018年度以降、事務局長の報酬は一部、鯖江市の地域おこし協力隊の制度を用いて確保している。

資金面では、2015年から2017年にかけて、デザインや運営など人足稼働に係る費用は、TSUGIら事業者のボランティアでまかなわれてきたが、2017年に規模を拡大して以降は行政資金も獲得できるようになり、現在の子算はおおよそ1,000万程度で推移している。これらの費用のうち約半分が自己負担(参加費や協賛金等)であり、もう半分は補助金や事業委託費をもとに資金を捻出している。

7. 現在の課題

現在のRENEWの課題を三点挙げる。まずRENEWは、特定の事業者にとっては参加が難しい。例として、大企業の製品を扱っており工房を見せられない、漆器の下塗りなど中間業者であり、工房を開放しても売れる製品がないため、参加の動機がないなどのケースが



図5 2015年以降の新規開業施設。左からTSUGI (SAVAISTORE), 和紙屋の杉原商店, Hacoa.

提供 RENEW実行委員会

ある。その結果、少なからずRENEWに向く事業所とそうでない事業所があり、RENEWは全員に広げる・全員で進むというよりは、意志を共有する企業とともに進展しているという側面がある（当然ながら、これには良い点と悪い点とがある）。次に観光との兼ね合いでは、製造業と観光業の間には常に緊張関係があることを指摘しておきたい。産業観光は新たな産業の柱になりうる一方で、ものづくりに誇りを持ち、モノが売れ続けてこそ意味があるとする職人も当然多く、決して誰もが産業観光に全面的に賛成しているわけではない。最後に金銭的な持続可能性として、RENEWはイベント主体であることから、その予算をイベントを通じて完全に回収することは難しい。こうしたなかで一定の割合を、大学生などの不安定な労働に頼っている現状がある。

8. 参加事業者による実践の広がり

2015年のRENEW開催以降、新たな店舗の開設が続き、地域への来訪客も増加したことで、地域の景観は大きく変容してきた（図5）。表2は電話インタビューおよびオンラインでの調査をもとに、これまでRENEWに

関わった事業者が、2015年以降に新たに開設した施設を整理したものである。本節ではRENEWから広がる地域事業者らによる実践の増加と、その変化に対するRENEWの寄与を示す。

先に注意点を二点述べる。まず一点目として、これら施設の開設は、RENEWだけがきっかけではないことに注意する必要がある。例えば、全国的に一般消費者向けの商品開発・販路開拓の必要性が認識され始めた（越前漆器協同組合・鯖江市 2003）ことが影響している可能性もある。また、2015年の北陸新幹線金沢駅開業により産業観光関連の補助金の創設が進むなど⁴、福井においても観光に向けた機運が高まっているという側面もある。

二点目に、施設の「開設」にはグラデーションがあることに注意したい。RENEWの参加事業者には小規模事業者も多いことから、棚を設け商品を並べれば、最低限の店舗を始めることが可能である。また、普段は開放しないが、時間がある際だけ開店・案内しているという場合もある。このように一口に「施設を開設する」といっても、その内実には大きな多様性がある。

改めて中身を確認していく。まず2015年

表2 2015年以降、新たにオープンまたはリニューアルした施設（2021年12月7日調査）

	名称	種別	開設年	所在地
1	ataW	店舗	2015	鯖江市河和田**
2	ろくろ舎	店舗・工房	2015	鯖江市河和田
3	COTOBA	レンタルオフィス	2016	鯖江市河和田
4	漆琳堂	店舗・工房	2016	鯖江市河和田
5	越前古窯博物館	ギャラリー（博物館）	2017	越前町
6	長田製紙所	店舗・工房	2017	越前市
7	小柳筆筒	店舗・工房	2017	越前市
8	サンユウ	ギャラリー・工房	2017	鯖江市河和田
9	漆器久太郎	店舗	2017	鯖江市河和田
10	PARK	店舗	2017	鯖江市河和田
11	Hacoa	店舗（改装）・工房	2017	鯖江市河和田
12	BOSTON CLUB	店舗・ギャラリー	2017	鯖江市
13	design labo chica	店舗	2018	越前町
14	刃物の里	ギャラリー（博物館）	2018	越前市
15	プラスジャック	店舗・工房	2018	鯖江市
16	山次製紙所	店舗・工房	2018	越前市
17	和紙屋の杉原商店	店舗	2018	越前市
18	a.cafe / a.department store	店舗	2019	越前市
19	錦古里漆器店	店舗・工房	2019	鯖江市河和田
20	TSUGI (SAVAISTORE)	店舗	2019	鯖江市河和田
21	SUN OPTICAL	店舗・工房	2019	鯖江市
22	JAPAN CRAFT HOUSE	宿	2019	鯖江市河和田
23	山田英夫商店	店舗・工房	2019	越前市
24	龍泉刃物	店舗・工房	2019	越前市
25	柄と繪 (etoe)	店舗・工房	2020	越前市
26	KISSO	店舗・工房	2020	鯖江市
27	鯖江駅眼鏡	店舗	2020	鯖江市
28	土直漆器	店舗・工房	2020	鯖江市河和田
29	山うに屋 ほやっ停	飲食	2020	鯖江市河和田
30	武生ナイフビレッジ	店舗・工房	2021	越前市
31	RYOZO	店舗・工房	2021	越前市

*RENEWの参加事業者よりリストを作成した。掲載の判断基準として、過去にRENEWに参加したことがあるが、現在は参加を取りやめた事業者を含んでいる。工房以外の用途（店舗、飲食、ギャラリー、宿泊など）を持つものであり、かつ予約の要不要を問わず、一般来場者が訪問可能なスペースを掲載した。開設日が不明な施設があるため、開設年ごとに、読みのアイウエオ順でソートした順で掲載した。名称はRENEW（2020年度）の掲載名称を参照した。

**kataWの所在地は越前市であるが、店舗が鯖江市河和田地区に隣接しており、本社が鯖江市河和田地区にある実情を踏まえ、ここでは所在地を鯖江市河和田地区とした。

筆者作成

から2021年にかけてRENEWに関わった事業者のうち、31の事業者が施設を開設している。インタビューの内容を確認すると、

2014年頃より移住者が増加しつつあり、伴うように県外からの来客者、および実際の品物を見たいという問い合わせが増えてきたと

いう（漆器久太郎、漆琳堂へのインタビューによる）。こうした変化とRENEWが折り重なるように、実際の施設開設につながっていったのが2017年頃だと推測できる。

一方で2018年以降、明確にRENEWがきっかけで店舗を開設したという回答を得られるようになる。例えば「RENEWの際には臨時店舗でやりくりできていたが、RENEWをきっかけに通常時にも人が来てくれるようになった（山田英夫商店）」などの声がある。ここでは、RENEWがイベントを超えて日常に染み出すような形で、地域事業者らの新たな実践を下支えしていったことがわかる。特に2017年の「RENEW×大日本市博覧会」の開催におけるRENEWの開催範囲拡大および来場者数の急増がこうした変化に寄与したと推測できる。2020年度以降は新規開設が減少するが、これはコロナウイルスの影響のほかに、店舗開設の意志を持っていた事業者が、一定程度店舗等を開設し終えた可能性が高い。

さて、このような実践の結果、各事業者に起きた変化を確認する。まず回答として多いのが、店舗を始めたことで「説明がうまくなった」という回答である。一般消費者らの反応を直接受け取るようになったことで、販売業者の感覚を理解できるようになり、営業力の向上にも寄与しているという。さらに、店舗を通じて、値付けや在庫管理、商品陳列、広報といったスキルへと繋がった、デザイン面でのリブランディングを行った、あるいはワークショップやイベントを始めるようになったという回答もある。ここでは、店舗の開設が、さらに異なる視点をもたらすという好循環へ繋がっていることを確認できる。ま

たRENEWをきっかけに始まった実践が、ワークショップや地域内でのスタンプラリーの実施など、地域におけるさらなる内発的な実践へと発展していることも指摘できるだろう。

事業者らの実践に対し、事務局やインターン、あかまる隊など、RENEWの運営側として携わったメンバーから生まれた取り組みにも触れておきたい。2017年に稼働を始めたPARKでは、RENEWで事務局を担っていたメンバーが週末限定のカフェ運営を始めた。また2020年に鯖江市において開催された、それぞれのできることを持ち寄る「ココロミハウス」や、2021年に南越前町の旧たくら保育園を会場に開催された音楽マーケット「音ノ場」では、RENEW事務局のメンバー（過去のメンバーを含む）が主要な役割を担い、イベントの開催へと繋がっている。RENEWは参加事業者以外の人々にも裾野を拡張しながら、地域に内発的な実践が育まれるプラットフォームとして広く機能しているのである。

Ⅲ・RENEWの関与プロセスの考察

1. 可能空間の可視化

第Ⅱ章では、RENEWが地域内外の人々の内発的な実践を後押しするプラットフォームとして機能し、地域の景観が変容してきたことを確認してきた。本章ではEzio Manziniの議論をもとにRENEWの実践を考察し、地域への介入の枠組みの抽出を試みる。以下、地域の人々のなかでも、特にRENEWに参加する地域事業者に焦点をあてて論を進める。本稿では、単一の個人・集団が成功事例

を生み出す方法ではなく、地域の人々による内発的実践を促進するための方法を検討している点を改めて確認し、考察を進めたい。

まず、RENEWが担ったひとつめの役割が、「このまちで描きたい景色を、可能空間として現実化する」ことであった。これが「可能空間の可視化」である。例えば第一回目のRENEW開催前、ある職人は「こんな工房に人なんてくるわけがない」と口にしていた。しかしながら第一回目のRENEWでは、普段は誰も歩いていないまちに人が溢れ、上記の職人の工房にも多くの来場者が訪れた。RENEWはここで、不可能だと思われていた状況を一時的に現実化することで、産業および地域の可能性を明確に示したのである。これはManzini (2015) が示した「可視化」にあたる。その方法としてManziniは、CoDesignに基づいてストーリーテリングやシナリオ構築といった手法を提案したが、今回のRENEWが用いた可視化手法は、「RENEWを実施する」ということそのものである。この方法は可視化の手法のなかでも、負担も大きい一方で、インパクトも最も大きい方法であるといえる。この手法は当然ながら、他の産業観光イベントでも採用されている。しかしRENEWでは産業観光イベントに留まらず、「産地の合説」により地域外の若者が就職するチャンネルを拓いたり、「あかまる隊」により外部の人々に関わる余地を生み出したりと、例年新たな試みが続けられている。すなわち、異なる可能空間の可視化を毎年繰り返すことによって、地域内外の人々が各々の関心をもとに参加・実践できる枠組みを創出し続けている点に、RENEWの実践の特徴があるといえるだろう。

2. 足場の架設と意味構築

RENEWはその実践において、協働実装 (co-realization) プロセスを採用している (主要コンテンツにおいて地域事業所の実践が必須であるため、そうならざるを得なかった)。第一回目のRENEWの実践からもわかるように、RENEWでの可能空間のプロトタイピングは、常に参加事業者とともに行われる。この協働実装は、目指す先を可視化するだけでなく、参加事業者らの内部に「そこに至ることが可能である」という確信をもまた創出する。このような協働実装が、地域の人々による、次の内発的な実践を後押しすることに繋がる。

加えてRENEWでは、工房案内などの知識や実践が共有され、これは参加事業者にとっての足場 (scaffolding) として機能してきた。このような情報共有をもとに、参加事業者らは工房案内や一時的な店舗運営を足がかりにしながら、それぞれの関心とペースに基づいてワークショップやイベントなどを実践することができるのである。

このような関与を、「足場の架設」と呼びたい。「足場」の語はCollinsら (1989) による認知的徒弟制の議論から援用したが、Manziniの議論に照らせばこれは「可能にする解決策 (Enabling Solution)」にあたる。RENEWは地域事業者らと実践をともにし、あるいは実践を共有し容易化することで、それぞれの行動を後押ししてきたのである。この「可能空間の可視化」から「足場の架設」までに至る一連の考え方はまた、タクティカル・アーバニズムの議論からも支持できる。すなわち、実際に実践することによってこそ、

「地域に変化が生まれることを、人は信じられるようになる」(Lydon & Garcia 2021, p.17) ののである。

さて、ここで「可能空間の可視化」と「足場の架設」の結果として、参加事業者に起きる「意味形成 (sense-making)」について述べておきたい。RENEWでは、地域や事業所に来場者が訪れるなかで、「この器、かわいいですね」「すごい工房ですね」といったコミュニケーションを通じて、地域や工房、商品、製造プロセスへの肯定的な評価がフィードバックされている。その結果、参加事業者にとっても実行委員会メンバーにとっても、産業の意味や地域の意味が肯定的にリフレーミングされるという意味形成が起きている。この意味変容には、二つの要点がある。まずひとつは各個人・組織が、地域の意味をポジティブに捉え直すことで、「もっとやれることがあるんじゃないか」という実践へ向かう内発的動機が生まれることにある。もうひとつは、この変容が地域の「文化」へと繋がる点にある。Mooreら(2015)が「スケールディープ」と表現したこのプロセスでは、文化自体が変容することで、ある個人や組織を超え、地域全体として、内発的な実践の文化が醸成されるのである。

3. 実験空間の創出

参加事業者らは、RENEWを「実験のプラットフォーム」として活用し、新しいワークショップや新商品の発表などを行ってきた。また、これまでライブの企画や職人とお酒を酌み交わせる企画など、個々がイニシアチブをもって企画を実施している。このような、

多様な実践を育む「寛容で、失敗できるインフラストラクチャー」を構築するプロセスが「実験空間の創出」である。

Manzini (2015)はこの「インフラストラクチャー」(p.151)をコミュニケーションを支え、実験を促すような場だとし、その要素として「寛容性」「開放性」「学習能力」(p.161)が重要だと説いた。この視点からRENEWを振り返ってみると、RENEWではまず前提として、参加事業者に対して多様な参加・実践を歓迎してきたという寛容性がある。さらにRENEWの来場者は、わざわざ現場を訪れるというイベントの性質から、消費に際してあえて物語の付帯を志向する消費者だと言え、これがRENEWの失敗を許容する環境構築に、大きな役割を果たしていると考えられる。さらにイベント内での実践は、それぞれの事業者によって反芻され、RENEWのコミュニティ(参加事業者らによる出店者会議など)で共有されることで、学習環境の創出へと繋がっている。イベントとしてのRENEWとコミュニティとしてのRENEWは、ここでは一体となってインフラストラクチャーを形成しており、イベント内での試行・フィードバック、およびコミュニティ内での反芻・共有が循環していることがわかる。

この実験空間では、職人らと酒を酌み交わす「Washiらの宴」などのイベントが如実に示すように、経済合理性のみならず、鶴見やManziniが重視してきたような、個々人の関心もまた前景化している点に特徴がある。すなわち実験空間は、各人のライフプロジェクトとRENEWの発展とを重ね合わせることができる空間としても機能しているのである。

4. 参加の促進

最後にRENEWは、どのように実践のコミュニティ外の事業者の参加を促進してきたのだろうか。Manziniは、参加を促す具体的な例として「アクセス、労力減、魅力」を挙げている。この視点では、RENEWはこれまでの実績から一定の来場者数がある程度推測でき、また興味がある事業者はイベントの様子を事前に確認することができるなど、参加のハードルは低い。また参加の労力としては、RENEWは基本的には「工房開放イベント」であるがゆえに、工房を持つ事業所にとっては、制限がない限り参加は容易であり（参加費はかかるが）、また実践の容易さについても既に述べたとおりである。このように、RENEWはManziniが挙げた「アクセス、労力減、魅力」をまさに実装してきたといえる。

さらにここでは、RENEWというコミュニティの「選択の自由と開放性」を指摘したい。Manzini (2015) は、デザインプロジェクトを実装する協働組織では「選択による協働」(p.87) が行われるとし、参加・脱退の自由と、他者や異なる意見などに対する開放性の重要性を説いた。RENEWは異地域・異年齢・異業種の人々が往来する、自由と開放性が担保されたコミュニティであり、こうした環境もまた、RENEWへの柔軟な参加を促進しているといえるだろう。

節を終える前に、RENEWにおける、参加事業者以外の参加を促進する枠組みについて述べておきたい。RENEWは事務局スタッフやインターンという形で地域内外からの参加を受け入れており、また、2020年度からは産地とRENEWのサポーターチーム「あかま

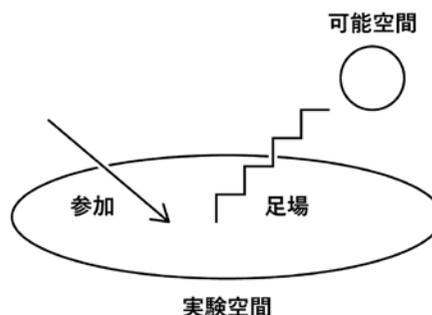


図6 内発的実践のエンパワメントモデル
筆者作成

る隊」を立ち上げてきた。すなわちRENEWは、RENEWや地域に興味を持つ人々がそれぞれの熱意や頻度で、グラデーションを持って関われる参加の枠組みを創出してきたのである。事務局などとして参加したメンバーもまた事業者らと、ここまで述べてきた可能空間、足場、実験空間のプロセスをともに辿ることで、それぞれの実践を花開かせている。

5. 要素の整理

図6は、デザイン介入としてのRENEWが、自律的な地域変容を後押しするために取り組んできた要素を図示したものである。このモデルでは、地域の人々に対して可能な状況が可視化され、足場の架設を通じ、それぞれの参加者が、その状況に至る実践は可能であると確信できるようになっている。さらに実験空間が多様な挑戦や失敗を許容しており、そこに多様な参加者を巻き込みながら、プロセスが継続的に進展する。このような四つの要素からなるモデルを「内発的実践のエンパワメントモデル」と呼ぼう。これら四つの要素

が担保されることで、地域の人々による内発的な実践が起きる可能性を高めることができる。その実践が地域に広く染み出すことによって、本稿で示したような、新たな施設の開設といった現象へと繋がり、自律的な地域変容を後押しすることができるのである。

四つの要素を改めてまとめる。可能空間の可視化は、認識されていなかった・不可能だと思われていた可能空間を一時的に創出することで、目指す状況を認識・共有・理解可能にするプロセスである。RENEWのケースでは、異なる可能空間を創出し続けることで、多様な個人・集団の関心に沿う実践を後押しする点に特徴があった。足場の架設は、可視化された可能空間へ至る道筋に足場をかけ、「実践は可能である」という確信を届けるプロセスである。特にRENEWでは、協働実装や情報共有が重要であった。また、可能空間の可視化と足場の架設を経て、参加事業者と実行委員会メンバーのなかに、地域や産業の「意味」の変容が生じていた。実験空間の創出は、寛容で失敗を許容できるプラットフォームを創出し、実践を促進するプロセスである。これら可能空間・足場・実験空間が実装されることで、参加する個人・集団によるそれぞれの実践が後押しされる。最後に参加の促進は、空間の魅力とアクセシビリティを高め、参加や実践に必要な労力を削減することで参加を促進するプロセスである。ここではまた、参加のグラデーションや空間の開放性を保つことが重要であった。

このような四つのデザイン介入を実現することによって、個人・集団を超えて多くの人々を巻き込みながら、地域における、多様な内発的な実践が起きる可能性を高めることができ

る。このプロセスにおいては、人々の「個人的な関心」に基づくライフプロジェクトは地域の発展と紐付けることが可能であり、その意味で個人個人の潜在能力（ケイパビリティ）の発現を後押しすることができる。さらに、育まれた実践が地域へと染み出すことで、自律的な地域変容へと繋がっていくのである。

IV. 結論

本稿では、「地域の人々が自律的に地域を変容させる状況を後押しするために、私たちはどのようなデザイン介入ができるか」という問いを起点に、内発的発展論をCoDesignにおける「Design by Ourselves」と軌を一にするものとして位置付け、Ezio Manziniの理論をもとに産業観光イベント「RENEW」を分析することで、地域事業者の内発的な実践を後押しするプロセスを明らかにした。分析の結果、「内発的実践のエンパワメント」のモデルを提示し、「可能空間の可視化」、「足場の架設」、「実験空間の創出」および「参加の促進」の四つのプロセスを担保することによって、ある関与が、より広く地域の人々を巻き込みながら内発的な実践を後押しすることを明らかにした。またそれが地域へと広がることによって、自律的な地域変容へと繋がることが示した。本稿は、CoDesignおよびEzio Manziniの議論を紹介して国内の事例に適用した事例として、また外部からの関与による、より多くのアクターへと広がる内発的発展の具体的な事例および方法論を示すものとして、一定の意義を持つものとする。

最後に、本稿の限界と可能性を四点記す。一点目として、本稿では内発的な実践を後押し

するプロセスを提示したが、本モデルでは、可能空間・足場・実験空間の構築の過程はデザイナー（関与者）に独占されたままであった。Manziniが指摘する通り、真に自律的な地域変容と個人の可能性の発現を後押しするためには、こうしたプロセスまでも含めた「by Ourselves」への移行が必要であり、その視点を含めたさらなる研究が必要である。ただしRENEWでは2021年より、参加事業者らが主体となって創設・活動する「部活動」が始まっており、新たな可能空間の可視化をも参加事業者に開放するものとして、これからの展開に期待したい。

二点目として、同様にRENEWの事例的限界から、他地域・他領域へのスケールアウトや、政策形成に影響を与えるスケールアップの議論に踏み込むことができなかった。より大きな規模の社会変容を具体化するにあたり、こうした拡大プロセスに関しても研究が求められる。

続いて本稿では、主にCoDesignの流れからEzio Manziniの議論を中心に整理する形で論を展開したが、Design for Social Innovationは他にもSocial Innovation, Social Design, Design Activismなど多様な領域を背景に持つ。より議論を精緻化するためには、これら全体の議論を整理・深掘りしていく必要がある。

最後に、本稿は一貫して、RENEWを内発的發展を地域に拡張するための介入プロセスとして捉えてきた。しかしながら、RENEWはそれ自体が内発的發展の事例であり、移住者と地域住民の多様な相互作用・相互依存によって成立している点や、実践を産業観光のみならず、採用支援や商品開発支援につなげ

ている点など、多様な切り口での分析が可能である。RENEWおよび開催地域の地場産業のさらなる研究と発展が深まることを願い、結びの言葉に代える。

【参考文献】

- 泉山壘威ほか編著(2021)『タクティカル・アーバニズム:小さなアクションから都市を大きく変える』学芸出版社。
- 越前漆器協同組合・鯖江市(2003)『越前漆器産業ビジョン2003』
- 小田切徳美(2013)「地域づくりと地域サポート人材」『農村計画学会誌』Vol32, No3, 384-387。
- 上平崇仁(2020)『コ・デザイン:デザインすることをみんなの手に』NTT出版。
- 佐野淳也(2021)「小規模自治体における内発的地域イノベーション・エコシステム」『同志社政策科学研究』22(2), 125-142。
- 杉山友城(2021)「OBAMA ガラスと日本のガラス工芸にみる文化創造に関する一考察」『ふくい地域経済研究』Vol.32。
- 田中元子(2017)『マイパブリックとグランドレベル:今日からはじめるまちづくり』晶文社。
- 竹内裕二(2017)「まちづくりの系譜から“次のまちづくり”を考察する」『筑波学院大学紀要』第12集, 65-79。
- 鶴見和子(1989)「内発的發展論の系譜」『内発的發展論』東京大学出版会, 43-64。
- 中田英樹(2001)「開発理論としての《活性化》言説の構造分析試論」『村落社会研究』7(2), 1-12。
- 原岡知宏(2018)『地域サプライチェーンと小規模事業者の関係～工芸業界の場合～』

- (2021年12月10日)
<https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/shingikai/syoukibokihon/2018/download/181012syokiboKihon04.pdf>
- 藤山一郎 (2014) 「外部者の役割をめぐる「コミュニティデザイン」と「参加型開発」の比較研究」『立命館国際地域研究』第40号, 91-107.
- 松原明美 (2019) 「内発的イノベーションによる地域づくり論序説」『同志社政策科学研究』21 (1), 107-120.
- 松本貴文 (2017) 「内発的発展論の再検討: 鶴見和子と宮本憲一の議論の比較から」『下関市立大学論集』61 (2), 1-12.
- 水野大二郎 (2017) 「「意地悪な問題」から「複雑な社会・技術的問題」へ: 移行するデザイン学の研究, 教育動向に関する考察」『Keio SFC journal』17 (1), 6-28.
- 山崎亮 (2011) 『コミュニティデザイン: 人がつながるしくみをつくる』学芸出版社.
- 若原幸範 (2007) 「内発的発展論の現実化に向けて」『社会教育研究』(25), 39-49.
- Collins, A., Brown, J.S. & Newman, S.E. (1989). Cognitive apprenticeship: Teaching the craft of reading, writing, and mathematics. In L.B. Resnick, eds, *Knowing, Learning, and Instruction: Essays in Honor of Robert Glaser, Vol. 5, pp. 453-494. Hillsdale, NJ: Erlbaum.*
- Hopkins, R. & Thomas M. (2016) *Essential guide to doing Transition*. Transition Town Network.
- Illich, I. (1973). *Tools for Conviviality*. Harper & Row. (= 2015, 渡辺京二・渡辺梨佐訳『コンヴィヴィアリティのための道具』筑摩書房.)
- Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. Random House. New York.
- Lydon, M. & Garcia, A. 田村康一郎訳・編 (2021) 「タクティカル・アーバニズムとは」『タクティカル・アーバニズム: 小さなアクションから都市を大きく変える』学芸出版社. 11-44
- Manzini, E. (2015) *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*. MIT Press.
- Manzini, E. (2018) *Regenerating democracy*. The scenario of a project-centred democracy. (2021年12月10日)
<https://current.ecuad.ca/regenerating-democracy-the-scenario-of-a-project-centred-democracy>
- Manzini, E. (2019a) *Politics of the Everyday*. Bloomsbury Visual Arts. (= 2020, 安西洋之・八重樫文訳『日々の政治: ソーシャルイノベーションをもたらすデザイン文化』ピー・エヌ・エヌ新社.)
- Manzini, E. (2019b) Social Innovation and Design: Enabling, Replicating and Synergizing. *THE SOCIAL DESIGN READER*, 403-416.
- Moore, M.L., Riddell, D. & Vocisano, D. (2015) Scaling Out, Scaling Up, Scaling Deep Strategies of Non-profits in Advancing Systemic Social Innovation. *The Journal of Corporate Citizenship Issue*, 2015 (58), 67-84.
- Sanders, E. B. N. & Stappers, P. J. (2008) Co-creation and the new landscapes of

design. *CoDesign*, 4 (1), 5-18.

Sen, A. (1992) *Inequality Reexamined*.

Harvard University Press. (= 2018, 池本幸生・野上裕生・佐藤仁訳『不平等の再検討：潜在能力と自由』岩波書店.)

Transition Town Totnes. 2010. *So, What Does Transition Town Totnes Actually Do?: The Story So far... 2006 - 2010*.

注)

- 1 本論は、2015年から2020年にかけてのRENEWでの実践および分析結果に基づいて執筆された。地域事業者の皆様、RENEW実行委員会の皆様（谷口氏、内田氏、瀧氏、新山氏および村上氏）、行政関係者の皆様、RENEWに訪れていただいた皆様、全ての関係者の皆様に、心より御礼申し上げます。また、表2に示したインタビュー調査は、RENEW事務局の西山ほゆ氏の協力による。個別に感謝申し上げます。
- 2 localは「局地的な、自分の身の回りの」という意味も内包しており、必ずしも「ある地域の」という意味のみを示すわけではない。
- 3 鯖江市河和田地区（旧河和田町）は9つの区で形成されるが、これら各区の区長によって構成されるのが「区長会」であり、その長が区長会長である。
- 4 補助金（助成金を含む）の使用有無が明確にわかった調査対象事業者20社のうち、16社が補助金を使用していた。数社が「補助金があったので踏みきれた」と述べており、補助金が最後のひと押しを担っている可能性がある。