

小田原地域における
「共感と信頼にもとづく経済圏」のコアとなる
「おだわら森里川海ブランド」構築の
枠組みづくりに関する研究（中間報告）

星槎大学 鬼頭秀一・保屋野初子

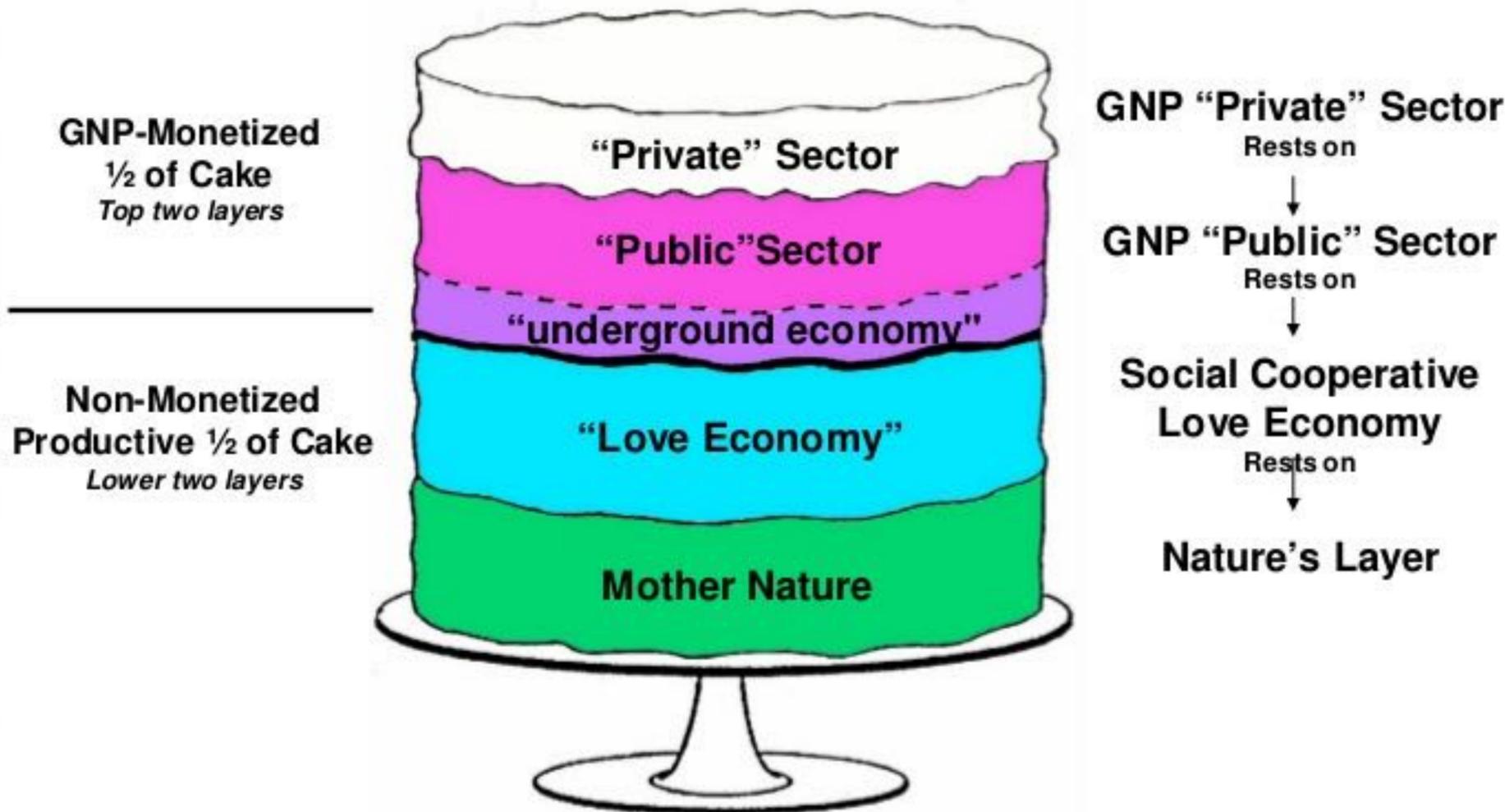
個人や地域の生活・生業を根こそぎ奪っていく

グローバルな市場経済に対抗する非市場的領域への注目



Total Productive System of an Industrial Society

(Layer Cake With Icing)



- **Love Economy(Henderson)**

- **FEC自給圏 (内橋克人)**

- **社会的共通資本 (宇沢弘文)**

- **マイナー・サブシステム
(遊び仕事) (松井健→鬼頭秀一)**

- **相互扶助経済 (Najita Tetsuo)**

- ⇒ 「自給」ということでローカルな市場経済も含んだものもあるが、基本的に、地域社会における、非市場的な経済関係を基軸にした営み

自然・生活（サブシステム）・非市場的領域・市場経済の 重ね合わせ的关系と「環境持続性」

市場経済

非市場的領域

生活・サブシステム

自然資源・母なる自然・森里川海

家業・なりわいの持続性

一〇〇年企業・二〇〇年企業・

自然・生活（サブシステム）・非市場的領域・市場経済での 価値を含んだ新たなマーケットの創出（Ethical Markets）

地方の
中小企業
の家業

共感と信頼を基軸にした
経済圏の創出

市場経済

Creating Shared Value

共有価値の創造

(Michael E. Porter)

「地域の自立に資するFEC+M自給圏」は
食料・エネルギー・ケアという人間の基本的な営みを支える、
非市場的領域を含んだ相互扶助経済圏

非市場的領域を重視した相互扶助「経済」へ

価値（共感、信頼、ストーリー）

生活・サブシステム

自然資源・母なる自然・森里川海

研究のコンセプト

- 森里川海の劣化を食い止め再生しようとする市民のネットワークと、すでに存在しあるいは潜在する森里川海の資源やなりわい、家業に基づく地域経済を、有機的に結びつけることによって、
「共感と信頼にもとづく経済圏」 を創り出す
- この経済圏創成のコアとなりうるプロジェクトとして
「共有価値創造」の一つの手法としての 「ブランディング」 として
「おだわら森里川海ブランドの構築のための枠組みづくり」 を構想し、
この枠組み（仕組み）づくりの立ち上げ、
および 「駆け出しプロジェクト」 の始動を提案する
- この構想に基づくプロジェクトの過程そのものを共同研究の対象とする

研究の事業内容

- ブランディングの「共有価値」の「価値」の源泉として、
森里川海の維持・再生および自然資源の持続的利用に貢献すること
(一次産品、加工品、活動、サービス、場所、ファンドなど)
(モノ、コト、ヒト、バ、カネなど)
- 「価値」の「認証」については、市民知と専門知の協働による認証過程
- 「おだわら環境志民ネットワーク」内に「ブランド認証委員会」を設置、
専門家、行政とともに認証システムを構築、認証による収入を人材育成へ
- 湘南電力のご当地エネルギー普及における広報ツールおよびCSVのツールとして
活用するなど、ブランド認証品の消費を仲介的に行う
(「おだわら電気を使うと、もれなく里山がついてくる」)
- 平成30年度までに実現可能と目される対象品目候補を複数選抜し、
それらのブランド認証および頒布を「かけだし認証プロジェクト」として実施

東京農工大チームとの連携

- 「地域の自立に資するFEC+M自給圏」はモノの流れに注目した新しい経済圏
「共感と信頼にもとづく経済圏」は、「価値」や「ツナガリ（関係性）」
に注目=この二つの経済圏は、別の側面から見ているだけで基本的に同じ
- 1 ねらい：地域の課題解決のために地域の文化・資源・人材を活かし、
持続的な社会・経済をつくる
- 2 目的：新たな経済創成の研究と試み
=地域の資源を用いて地域内で循環し持続する経済のあり方
- 3 対象とする地域資源：食、エネルギー、ケア、サービス、市民活動、カネ
具体的には=農地（田んぼ、耕作放棄みかん畑）、農産物、再生可能エネルギー（太陽光
発電、小水力遺構）、森里川海の整備・再生に関わる市民活動、交流人口を
増やす学習やイベント、地域の企業の技術・産品・サービス など

東京農工大チームとの連携

- 4 実施のための考え方と手法—新たな経済の原動力となるキーワード：
「共感」「信頼」（＋「交換」） 資源の組み合わせ・掛け合わせ、体験（体感）
- 5 協働する領域
ブランド化事業の試作・実証段階＝おひるねみかんスパークリング酒を
パイロット素材とし「おだわら森里川海ブランド」の第一号を認証し、
認証の仕組みのたたき台をつくる
- 6. プロセス: 環境志民ネットワークを核にブランド認証組織を設置・立ち上げ
→ブランドの説明コピーとロゴデザインの試作→当該製品のストーリー作成
→ブランド認証品にともなうお金の回し方の案検討→新湘南電力などブランド品の
の活用・普及者との提携およびストーリー戦略考案→第一号認証→流通実施
- 7 新しい経済に関する理論的研究と
わかりやすい言葉でのストーリー化（星槎大学担当）

現時点までの進捗状況および成果①

- (1) 主なキーパーソンからの情報収集、構想の説明と協力の要請
- (2) フィールドワーク、ワークショップ等による情報収集、発信
- (3) 星槎大学教員免許状更新講習「つなげよう、支えよう森里川海、関わり、つながりを尊重できる心を育む」の小田原市における実施環境志民ネットワークの方々の森里川海の活動と、小学校、中学校、高等学校等の先生方と結びつける試み。
- (4) 小田原地域における森里川海に生じている問題の整理
- (5) 環境政策課、環境志民ネットワークの担当理事、東京農工大学チームとの意見交換とすり合わせ

「つなげよう、支えよう森里川海、関わり、つながりを尊重できる心を育む」

星槎大学の教員免許状更新講習-小田原(7月26日-28日,UMECO)

- 7月26日(水) 森里川海のとながりがなぜ大切か 環境省・鳥居敏男さん、
森は海の恋人 畠山重篤さん、ブリのいる相模湾は森里川から
東大・平塚総合海洋実験場・石戸谷博範さん
小田原の森里川海でなりわう 鈴廣・鈴木悌介さん
- 7月27日(木) 数世紀にわたり受け継ぐ里山の役割 辻村山林・辻村百樹さん
里山の新しい恵み、太陽光発電 ほうとくエネルギー・志澤昌彦さん
小田原の森里川海の守人たち・環境志民ネットワーク
(川島範子さん、伊豆川哲也さん、小山田大和さん)
- 7月28日(金) 早川のアユ 星槎大・永井礼正
小田原市の「寄気」プロジェクト (小田原市担当者の方)
授業案作り グループワーク 授業案の研究発表

現時点までの進捗状況および成果②

- (6) 地域ブランドに関する情報収集、他地域の認証制度に関する調査…国際的認証、有機農産物、減農薬米、生き物マーク米、近隣地域の認証制度の比較検討
- (7) ブランド化の考え方・進め方に関する素案の共同研究者間での議論・環境志民ネットワーク担当理事・伊豆川さん、小田原市環境政策課、星槎大学の3者会合・東京農工大チームおよび担当理事を加えた合同会合
- (8) 「駆け出し認証プロジェクト」の対象として「おひるねみかんジュース酒スパークリング」（既存）「冬みず田んぼカモ米」（未実施）等をたたき台に、ブランドの設計に着手

従来のブランディングとの比較検討

- ブランディングとそのための認証評価についての基本的な問題
- 1. 従来の地域認定ブランドにおける、三つの方向性
 - ① 認証評価による質保証による「地域性」という共有価値
「小田原セレクション」（小田原らしさ）等
 - ② ブランドによる事業者のインセンティブを高めることで共有価値を創造する
「小田原ブランド元気プロジェクト」
（小田原どん、小田原の匠、小田原手形等）
 - ③ 「地域性」を客観的な指標で評価し、そのことにより質保証をする
「小田原いちばやさい」（生産履歴）、「コウノトリの舞」
（個性・特長＝地域性、歴史性も含む、安全性の確保、安心感の醸成）

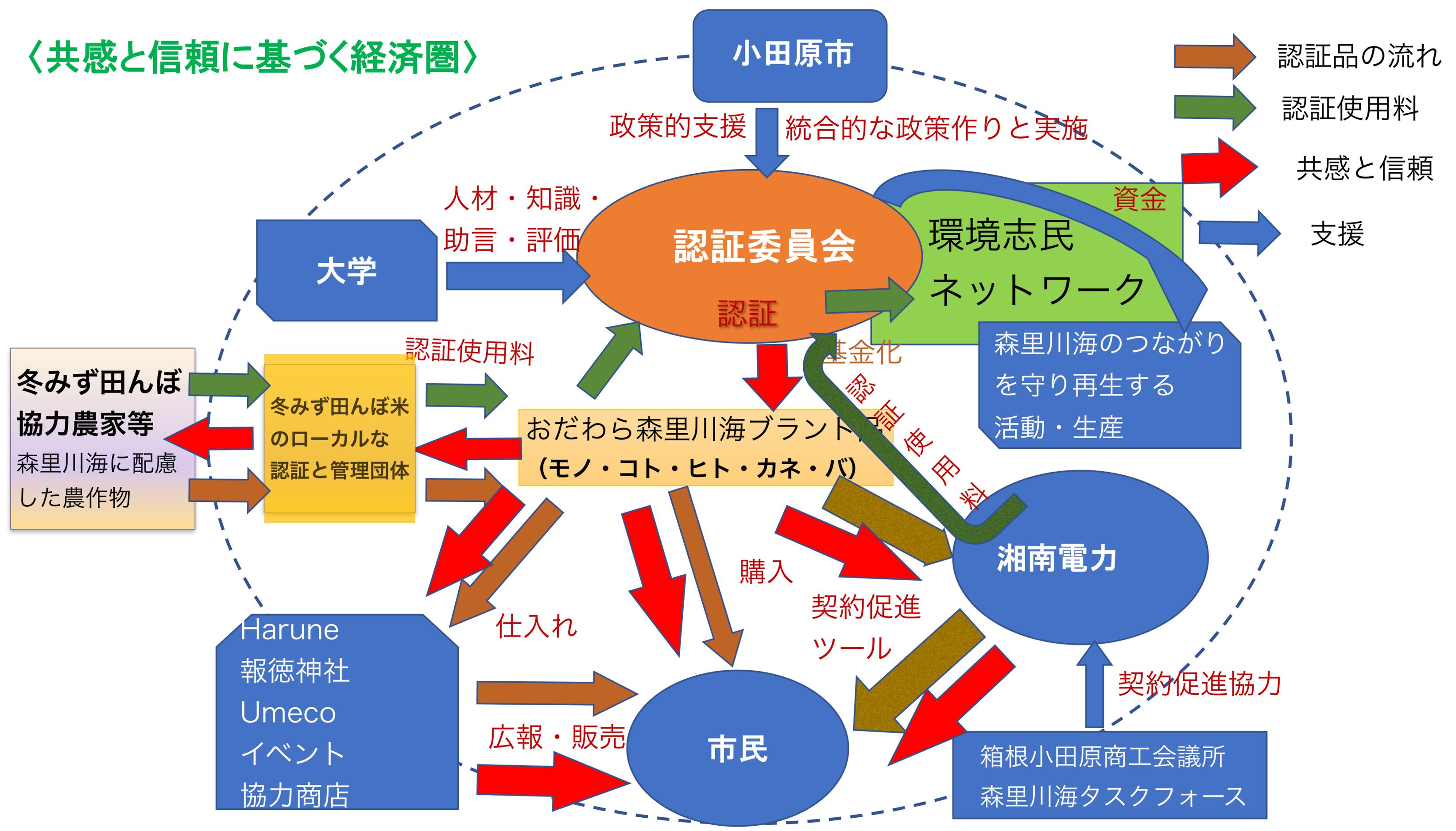
従来のブランディングとの比較検討

- 2. 持続可能性、環境への配慮や健康にかかわる認証ブランド
 - ① 行政による認証制度 有機JAS、ひょうご安心ブランド食品
 - ② NGOや事業者による認証制度
森林認証 (FSC、PEFC、SGEC) 海洋関係 (MSC、ASC)
 - ③ 生きものマーク米
「コウノトリ育むお米」 (「コウノトリの舞」)
- 3. 従来ブランディングの問題点
 - ① 市場経済における付加価値の段階にとどまり、
相互扶助経済を構築するに至らない
お金をどう回すのかという課題と、ブランディングが共有価値創造により
相互扶助を促進する関係性構築を促す様な設計が必要
 - ② 過度な客観的な厳しい認証評価規準は、
事業者の誇りや矜持を高める方向にいかない場合がある

従来のブランディングとの比較検討

- 4. おだわら森里川海ブランドをどう設計するのか
 - ① 安全性、安心感（生産履歴、トレーサビリティ）より価値共有的な評価
 - ② 価値を共有し、共感の連鎖を生むような「ストーリー（物語）」を共有することで「信頼」を醸成することが、認証評価の中心的な基準
 - ③ その「ストーリー（物語）」は、それぞれの保全活動の個別に特異的なものである場合もあるが、それが積極的、他の保全活動につながり、人間の基本的な生活を支える、FoodとEnergy, 健康や福祉（Care）の連関が繋がっていることを実感させるもの。生態学的には、森里川海の連環が実感できること。そのことを基軸として、地域社会の絆が形成され、地域経済の基礎となる信頼がその中で生まれること。
 - ④ ストーリー（物語）として認証することが重要であり、そのためには、生産者と消費者、地域住民、専門家、保全活動の担い手、一般市民、企業、行政が一体となってそのことを共有する作業の中で認証が行われることが望ましい。
専門家や行政が明確なかたちで制度設計をフィックスするのではなく、具体的な事例をもとに、実践的に、市民やステイクホルダーの人たちが作り上げていくというプロセスが大事である

〈共感と信頼に基づく経済圏〉



小田原市

政策的支援 統合的な政策作りと実施

人材・知識・助言・評価

大学

認証委員会

認証

環境志民ネットワーク

資金

認証品の流れ

認証使用料

共感と信頼

支援

冬みず田んぼ協力農家等
森里川海に配慮した農作物

冬みず田んぼ米のローカルな認証と管理団体

認証使用料

おだわら森里川海ブランド
(モノ・コト・ヒト・カネ・バ)

基金化

認証使用料

森里川海をつながり
を守り再生する
活動・生産

湘南電力

購入

契約促進
ツール

仕入れ

市民

広報・販売

契約促進協力

Harune
報徳神社
Umeco
イベント
協力商店

箱根小田原商工会議所
森里川海タスクフォース

共同研究としての「駆け出しプロジェクト」

東京農工大チーム（「地域の自立に資するFEC+M自給圏の創出に関する研究と実践」）と部分的に協働

- ・ 星槎大学＋農工大＋志民ネット理事＋市環境政策課による共同研究
- ・ その過程、モニタリングの結果

ブランディングの評価軸、ストーリー化について、環境志民ネットワークはじめアクターを増やして共同で検討し、

- ・ 「冬みず田んぼ（カモ）米」（未実施）のストーリーを事前に作成、それに沿って実施に動き出す
- ・ 同時に、おひるねみかんジュース酒スパークリングのモニタリングを実施
⇒環境志民ネットワークを主体に据えたブランディング準備チームを立ち上げ、本格的な制度設計へ移行

「駆け出しプロジェクト」 認証評価の試案

- 目標：ブランド産品を通して「共感」と「信頼」を醸成する
- 前提：地域の課題に対する解決志向をもち、その手法が適切
- 評価のキーコンセプト：つながり（連環）
 1. 自然的つながり…森里川海の生態的なつながり
→生態系サービスによる評価
 2. 社会的つながり…人と人、社会への連鎖
→ F E C (Food, Energy, Care) + M (Money) による評価
 3. 精神的つながり…満足感、充実感、分かち合い、価値の共有
→読み解きによる評価

ブランディングの評価コンセプト

つながり（連環）力

前提：
地域の課題に対する解決志向をもち
そのための手法が適切であること



おひるねみかん酒スパークリング（既存）認証評価の一案

1. 対象製品の基礎調査（データ収集、ヒアリング）

【おひるねみかん酒スパークリングの基礎情報】

（おひるねみかんジュース × 地元酒蔵の日本酒）

製造者：大井町の井上酒造

原材料：下曾我の耕作放棄地で市民が栽培し絞ったみかん果汁（旧「かなごてファーム」、現「NPO法人おひるねみかんファーム & エナジー」）

大井町の水で仕込んだ発泡日本酒（井上酒造）

販売：下曾我駅前ヤマザキショップ内山酒店

発売：2017年8月より

価格：360ml／本＝1080円

前提：課題に対する解決志向と手法の確認

⑩おひるねみかんジュース酒スパークリング

課題意識と解決志向、解決手法：

- ・ 地域における耕作放棄地増加に対する問題意識
 - ・ 衰退した小田原地域のみかん文化を再興をめざし、賛同者を募って自らの力で成功事例を創り出し、他の地域や課題への波及をめざす
 - ・ 良質な水資源を活用した酒づくり業の減少に対し、革新力をもつ伝統的酒蔵とのコラボによる新商品を開発する
- ⇒ 商品を通じて地域住民に課題を伝え、解決に向けた参加機会を提供

2. 評価とストーリー化のための分析

(1) 原材料情報のストーリー化

① おひるねみかんジュース

かつて「黄色と緑の色で埋め尽くされていた」という曾我山のみかん畑を復活させるため、「耕作放棄＝おひるね」していた約3000坪の畑を復活させ、地元と都市の有志が集まり無農薬で栽培したみかん（「おひるねみかん」）果汁を絞り、びん詰めした100%地元みかんジュース製品

② スパークリング日本酒

大井町の創業228年の老舗酒造・井上酒造が酒匂川の伏流水と原料米を使って製造した発泡日本酒（みかん果汁発泡日本酒は神奈川県西地域で初めての製品）

(2) 対象産品の情報のストーリー化

- 「おひるねみかんジュース」のサクセスストーリーをもとに「おひるねみかん」の商品展開への新たな挑戦
- 商品を生活に取り入れてもらい耕作放棄地問題に関心を持ってほしい、という願いを込めて新商品を世に出したい
- 富士・箱根山系や丹沢山系からの豊富な地下水源を活用した日本酒の生産を続ける4軒のうちの1軒の老舗酒造と、おひるねみかんがコラボレーションし、新たな価値を創出する
- 井上酒造、内山商店、さがみ女子大、東京農工大、おひるねみかんプロジェクト、かなごてファーム、レディーフォーなどが協働し、クラウドファンディングで100万の支援を得て販売にこぎつけた

⇒コラボレーションとしてのストーリー

3. 「つながり」 コンセプトによる評価

(1) 自然とのつながり (連環) : 生態系サービスによる評価

原材料ごとの評価をもとに^⑩おひるねみかん酒スパークリング :

- 基盤サービス : …下曽我、酒匂川流域の土・水・空気など環境の改善と関心
- 供給サービス : 地域の土地・気候・水・日照など活用した食料生産、酒生産
- 調整サービス : 地域の水循環健全化、防災 (下曽我)、気候安定化
- 文化的サービス : 地域の食文化・水の文化・景観の復興、新たなコラボ文化創成

* 場合によってはトレードオフの可能性のチェック

3. 「つながり」コンセプトによる評価

(2) 社会的つながり（連環）:FEC+Mによる評価

- F…伝統的な食料生産の継承、食文化の復興と創造
- E…（直接的）太陽光の活用、労働による省資源
（間接的）ソーラーシェアリング農業との連携
- C…人と人とのつながり強化創出、生産者～消費者までの「顔の見える」関係構築、社会的弱者参加の可能性広げる
- M（金）…農産物の付加価値、仕事創出、地域資源による生産～消費による地域内経済循環

3. 「つながり」 コンセプトによる評価

(3) 精神的つながり（連環）：読み込みによる評価

- 有志生産者どうしの協力、労働や達成感、楽しみの共有、連帯感の醸成・強化
- 地域民と都市民の有志間の交流、地域への理解の深まり
- それらから派生する新たなネットワーク展開の充実感
- 他の共同事業者との関係性構築による新しい価値や知の創造の歓びの共有
- 消費者、地域社会へのメッセージの発信、分かち合いの満足感
- 地域社会への貢献感 など

4. 産品（活動）の課題の指摘と対応策の確認

- ⑩ おひるねみかんジュース酒スパークリングの課題の指摘
 - 無報酬のボランティア活動による事業の継続性、持続性
 - 生産量増加要求に対する土地や人手、資金の対応力
 - 必要な資金の調達方法



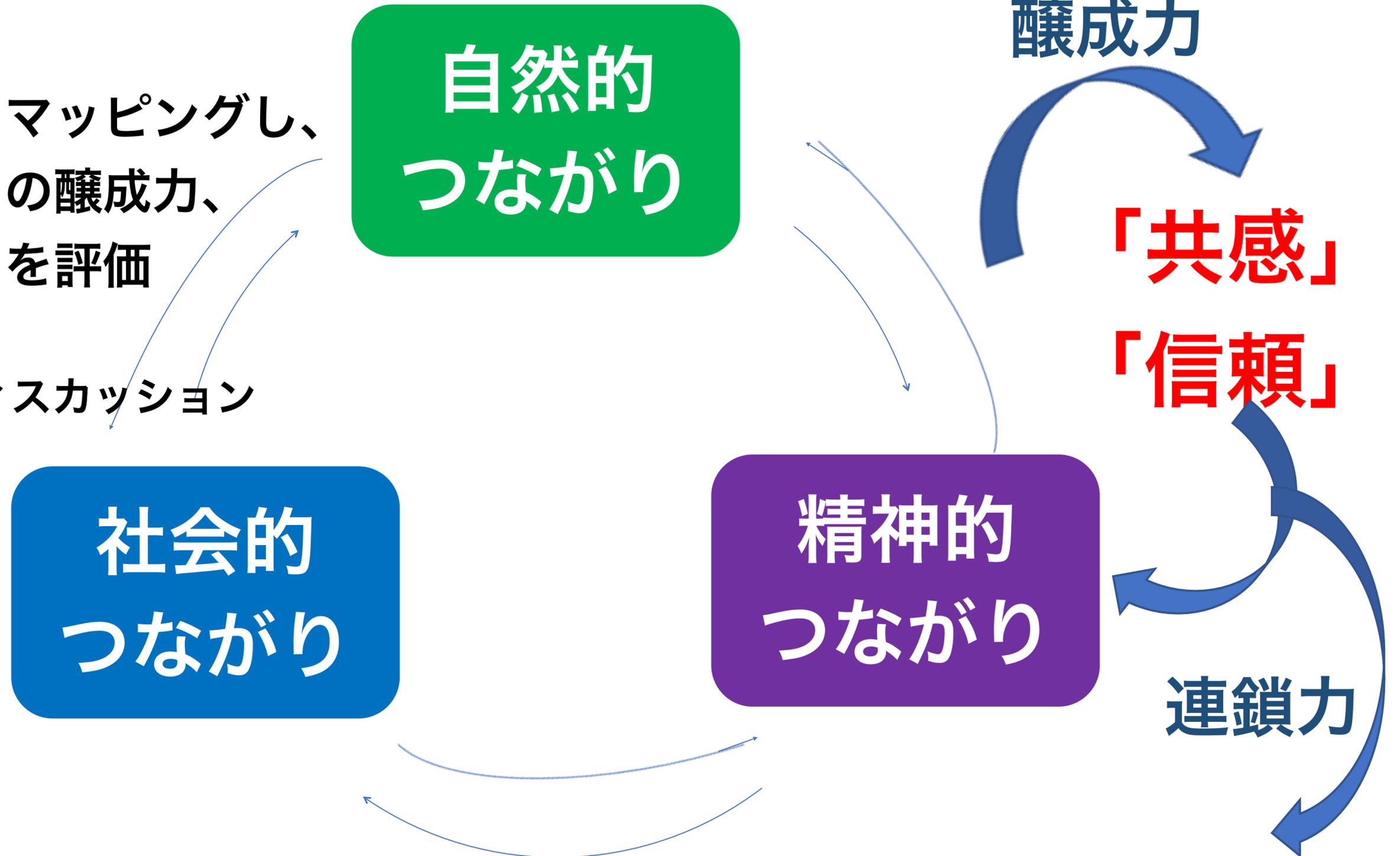
関係者へのヒアリング、質問書等により対応策の確認

つながり（連環）カマップの作成作業

上記の各「評価」をマッピングし、
「共感」と「信頼」の醸成力、
地域社会への連鎖力を評価

方法：

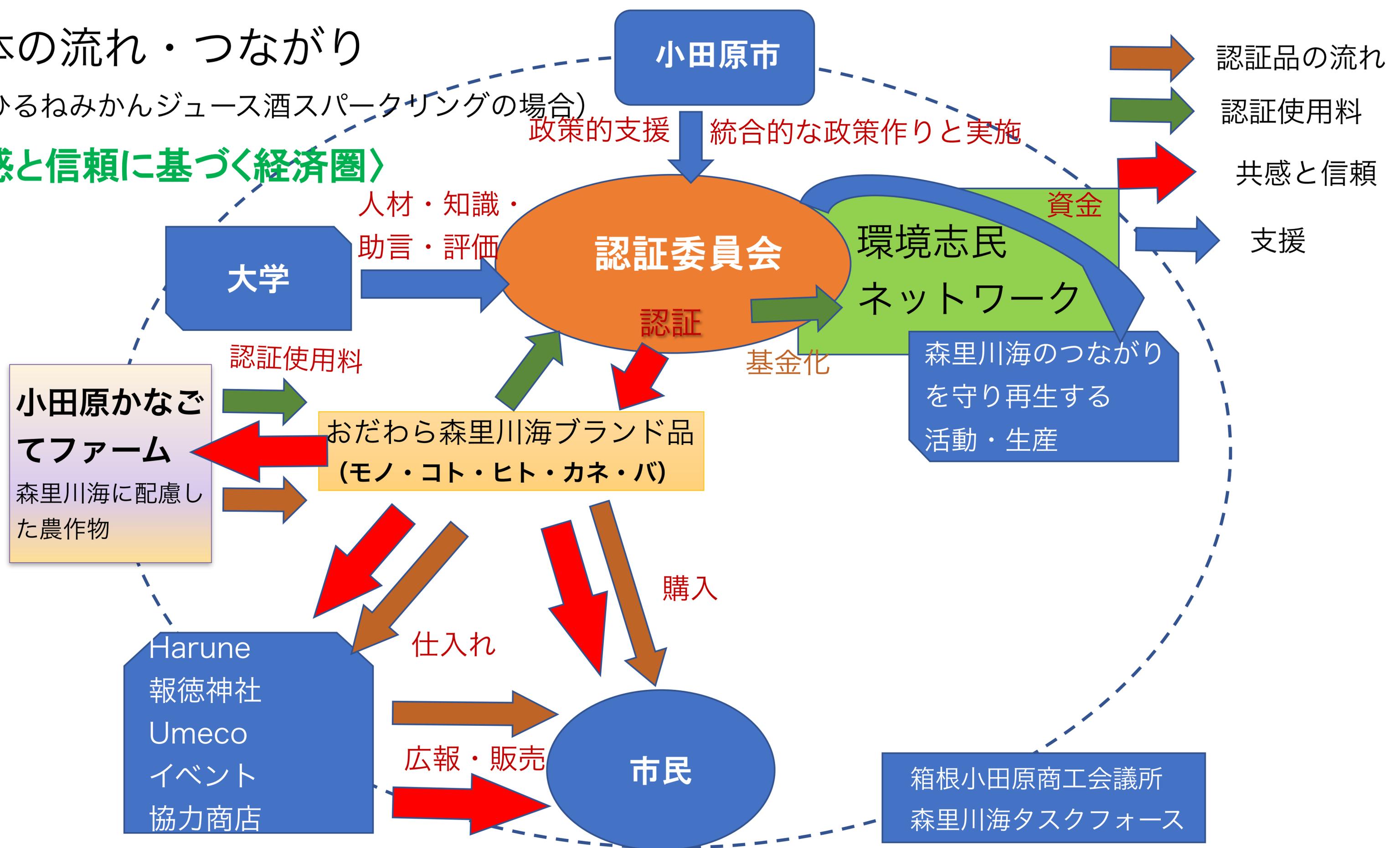
- 評価者が持ち合いディスカッション
- ワークショップ
- 最後に統合評価



全体の流れ・つながり

(おひるねみかんジュース酒スパークリングの場合)

〈共感と信頼に基づく経済圏〉



小田原市

政策的支援 統合的な政策作りと実施

大学

人材・知識・助言・評価

認証委員会

認証

環境志民ネットワーク

資金

基金化

森里川海のつながりを守り再生する活動・生産

小田原かなごてファーム
森里川海に配慮した農作物

おだわら森里川海ブランド品
(モノ・コト・ヒト・カネ・バ)

Harune
報徳神社
Umeco
イベント
協力商店

市民

箱根小田原商工会議所
森里川海タスクフォース

- 認証品の流れ
- 認証使用料
- 共感と信頼
- 支援

仕入れ

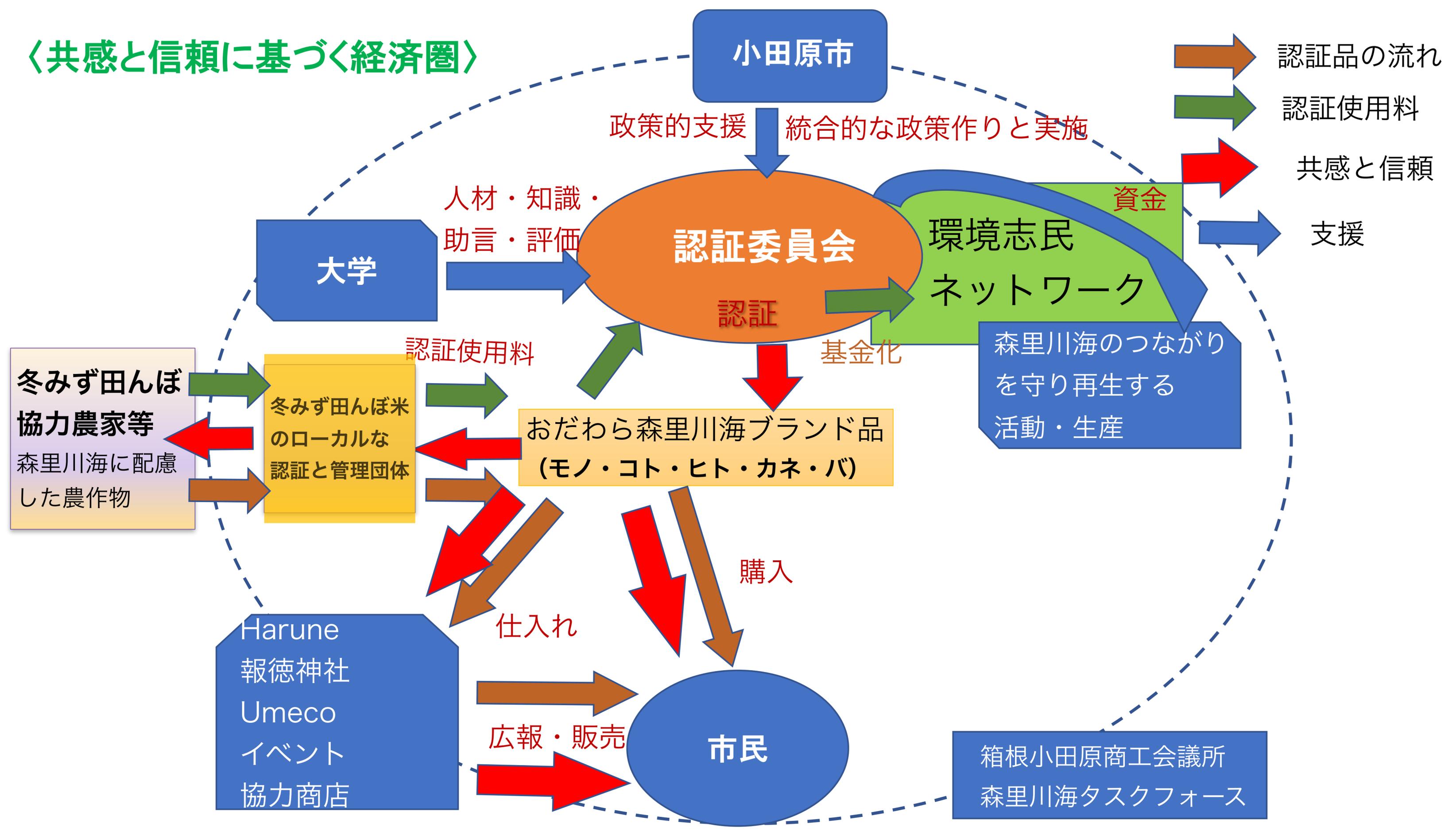
購入

広報・販売

認証使用料

共感と信頼

〈共感と信頼に基づく経済圏〉



ストーリーの統合（共有価値）

⑩おひるねみかんジュース酒スパークリング

おひるねみかんジュース酒スパークリングは、耕作放棄地で無農薬栽培され手摘み、手絞りの「おひるねみかんジュース」と、酒匂川の伏流水で仕込まれた日本酒が絶妙にコラボレーションした、小田原ならではのスパークリング酒です。

曾我山はかつて「黄色と緑で埋め尽くされて」いましたが、輸入果物に圧され価格が低下、斜面での農作業の大変さからもみかん栽培が減り、小田原周辺の里山には放棄されたみかん畑が目立ちます。「小田原のみかん文化を再生したい」という思いの有志が集い、耕作放棄地を借りて手入れしなおした畑で、無農薬栽培して育てたみかんを手摘み、手絞りでびん詰めしたのが「おひるねみかんジュース」です。発売当初から小田原の人たちに支持される商品となりました。

スパークリング酒は、もっといろいろなみかん加工品を地域の人たちに食べてもらい、地域の課題、地域再生活動を分かち合えたらという、おひるねみかん生産者と大井町の老舗酒蔵の思いが出会い、地元酒店、地元大学の学生、そして賛同した人たちのファンディングによる資金提供によって、誕生しました。

このたび、おひるねみかんジュース酒スパークリングは、おだわら森里川海ブランド第一号に認証されました。これは、小田原の自然環境のなかにある資源を賢く活用して、森－里－川－海をつながりを保ち再生し、地域の人々の暮らしや気持ち、経済を豊かにすることで、「共感」と「信頼」に基づいた地域づくりに貢献する商品を認定するものです。

小田原の森里川海のゆたかさ、美しさに思いを馳せながら、じっくり味わっていただければ幸いです。

おひるねみかんジュース酒スパークリングのストーリー化／評価をたたき台に

ブランディングの評価軸、ストーリー化について、環境志
民ネットワークはじめアクターを増やして共同で検討し、

- ・ 「冬みず田んぼ（カモ）米」（未実施）のストーリーを
事前に作成、それに沿って実施に動き出す

- ・ 同時に、おひるねみかんジュース酒スパークリングのモ
ニタリングを実施し、制度設計にフィードバックする