

貞包英之著『地方都市を考える－「消費社会」の先端から』花伝社（2015年）… [A]

山崎亮著『ふるさとを元気にする仕事』ちくまプリマー新書（2015年）… [B]

こばやしたけし著『地方は活性化するか否か』学研プラス（2015年）… [C]

いま、国の政策として「地方創生」が掲げられ、地方の活性化をめぐる議論が賑やかだ。地方の衰退を論じたりその対策が打ち上げられるのは、もちろん今にはじまったことではなく、四半世紀以上前から繰り返されてきた（ということはつまり、“失敗” 続きだったわけだが）。今回の議論の盛り上がりは、いわゆる「増田レポート」¹を直接のきっかけとしている。賛否はあるが、現に日本全体で人口減少局面に入っている中で、地方自治体の「消滅」の予測が多くの人に衝撃を与えたことは間違いない。

地方の衰退をめぐるこれまで語られてきた「過疎」や「限界集落」などのキーワードは、主として中山間地や農山漁村にかかわるものだった。増田レポートにいう「消滅可能性都市」²の語は、それらの地域にとどまらず、地方中小都市が消滅の危機にあることを宣するものであり、それだけにインパクトの強いものであった。

[A] は、そうした「地方創生」をめぐる喧噪の中で、主として東北のある中都市（明言はされないが山形市とわかる）を舞台に、性急な問題解決からはいったん距離をとって、その現実をみつめようとする。地方都市では何を幸福として何を目指して生活が営まれているのかを「記述」しようとするのだが、その際、著者は地方都市の現実を、「消費社会」という視点で切り取っていく。

この30年ほどで、地方都市の郊外の風景は一変した。一家に一台から一人一台へと自動車の位置づけが変化し、ロードサイド店と呼ばれる（多くは全国展開の）チェーン店、そしてショッピングモールが次々と作られる一方、地方都市の中心市街地では大型店舗の閉鎖が相次ぎ、商店街は“シャッター通り”と化して、空き地と駐車場が目立つようになった。デパートなどの商業施設の跡地には高層マンションが建てられ人気を集めている。

地方都市で特に深刻の度を増しつつある「空き家問題」は、需給バランスだけでなく、戦後、政策の道具として政府・企業による持ち家優遇策がとられる中で、住宅が消費財となっていったことが背景にある。消費社会の進展とともに住宅をめぐる感覚の変化が起こり、地方都市にも数多く建てられるようになった高層マンションなどと比して“モード”としての魅力を失った中古住宅は、多くが空き家へと押し出されていく。そこには、郡部から地方の中心都市へと吸い寄せられた人たちが形成した世帯が、子ども世代の大都市への流出や高齢化によって空き家を残して解体するという地方都市の現実がある。

地方都市の圏域では、第一次産業に続いて第二次産業もその比重を低下させる中で、ロードサイド店やショッピングモールは貴重な雇用の場ともなっているが、中心市街地を「廃墟」に導いたモール自体もまた、「廃墟」になる可能性をもつ。相次ぐ開設によりモール間での競争が激化し、閉

鎖・撤退するところも出てきているからである。そもそも、ショッピングモール自体、比較的短期間で投資を回収するようなビジネスモデルをとっている。資本の論理とえばそれまでだが、快適さを求める気まぐれな消費者のニーズを満たすためには、変わり身の早さが求められる。

著者は、「記述」にとどまらず、かといって、現状を嘆くのも「消滅」の危機感を煽るでもなく、「消費社会」が浸透した、ある意味ではその先端である地方都市が生き残る可能性を示唆している。通念とは異なり、地方から都市へという人口移動は実は近年沈静化し、「移動の時代」から「定住の時代」に入ったという。進学や就職を機に大都市に出て行く若者は今もいるが、他方で「マイルドヤンキー」に象徴されるように、地元を離れることなく、地方都市とその郊外を舞台とする消費社会の中で、快適な消費と窮屈な労働の間の往還を繰り返す若者も少なくない。地方の人口動態をめぐる問題は、東京など大都市への人口流出増よりむしろ全体として人口移動が減少していることにあるとして、著者は地方―都市間の人口移動の活性化、流動化を促すことを提言する。地方都市における多様性や活力は人口の増減ではなく、移動の活発さにかかっていると考えるからだ。

さらに、雇用先としてサービス業や小売業のウエイトが高まる中、消費社会の浸透は労働者に消費者への従属を求めるが、それに埋没することなく「自己倫理」に従い働くことを誇りとすることを著者は展望する。それは、通常の賃労働以外の諸活動を「仕事」に含めて再評価するといったベクトルを含み込むものである。

こうした、人口動態に関する通念への批判、労働概念や働き方の見直しへの志向は、[B]の著者、山崎亮にも共通している。

国は方針として、地方から首都圏への人口流入を減らし、首都圏から地方への人口流出を増やして、人口移動を均衡させようとしているが、著者はそれに対して疑問を呈する。補助金で企業の支社なり事業所なりを地方（とりわけ中山間地域）に誘導しても、10年後、20年後、企業業績によって、あるいは定期借地権の期限を機に、そうした雇用の場は簡単になくなってしまう。

また、これまでの働き方そのままに、企業の支社・事業所を誘致しても、働き方が変わらなければ住民登録のあたたま数が増えるだけで、「ふるさと」をつくり活かす活動（「つとめ」）は期待できない。雇われて働くというスタイルそのものに、著者は限界を感じている。1日の時間の使い方には、通常考えられる労働、休息、余暇の他に、コミュニティの一員としての「つとめ」がある。コミュニティが細った大都市ではあまり問題にならないが、地方、ことに中山間地では「つとめ」が大切な要素になる。ワークライフバランスという時の「ライフ」には、休息や子育てなどの狭い意味での再生産のみならず、この「つとめ」（コミュニティの再生産）という要素を含めて考えるべきであろう。

各自治体は地域の活性化をめざして中長期の「計画」を策定しているが、コンサルタント会社（その多くは東京など大都市にある）に委託して作られているものも多い。コミュニティデザイナーはそうしたコンサルタント会社とは一線を画し、「ふるさとの担い手」をエンパワーし、地域住

民自身が主体的にまちをつくり、守っていく、そのプロセスを援助することを旨とする。一定期間地域に深く関わり、一緒に問題を考え、解決を探っていくが、最終的には自分たちが「要らなくなる」ことがゴールである。地域の自立と自治の実現を側面からサポートする仕事である。

著者は日本初の「コミュニティデザイナー」であり、「まちづくり」（その多くは中山間地域）のコーディネーターに携わっている。「ちくまプリマー新書」がヤングアダルトを主たるターゲットにしていることもあり、コミュニティデザイナーという仕事の説明と、それへの“誘惑”という要素が大きい。各種の実例はどれも興味深いものである。たとえば、島から若者が激減しているという現実から出発して対策を考えようとする（フォアキャスティング）と、若者の引き留め策に行きつく。そうではなくて、目指すべき未来から行動を導き出そうとする（バックキャスティング）と、都市部にはない魅力を求めて全国から子どもたちが集まってくる島になることをめざし、そこから「島留学」というプロジェクトが生まれてくる、といったぐあいに。

地域活性化のためのイベントやWebサイトなども、地域計画同様に外部に丸投げで実効性のないものになってしまう例が少なくない。[C]は、そうした実態を描き出している。本書は秋田市在住のマンガ家によるWEB連載の4コマ漫画がもとになっており、反響の大きさから単行本化されたものである。地方中都市に住む女子高生が地域活性化を考え行動していこうとするというストーリーは、とっつきやすさを狙ったものだが、随所にコラムが挿入され、地方都市を巡る現状と変化、地域活性化に関わるありがちな問題点を明らかにしている。現状への批判とともに、行政任せにしたり、商工関係者だけが盛り上がるのではなく、住民一人ひとりが（それこそ高校生も）考え、参加することの大切さを訴えているのが印象深い。

「まちづくり」という言葉が盛んに語られるようになったのはいつ頃からなのだろう。考えてみれば奇妙な言葉である。「町」や「街」は現に存在しているのに、その上につくられるべき「まち」とは何なのか。[A]で貞包が「マンションポエム」（分譲マンションの広告に多くみられる過剰に情緒的なキャッチコピー）になぞらえているように、誰の目にも明らかな衰退を前にしてマッチポンプ的に補助金を使って作られ実行される計画や事業のなかで、「ポエム」は繰り返し再生産され、言葉だけが取り残されていく。そうした現実を前にしたとき、一步引いて現実を見る（[A]）ことも、地域住民にハンドルを渡しつつ道案内する（[B]）ことも、どちらも意味のある営為といえる。そして、もちろん地方に住む一人ひとりに向けて「活性化」への参加を誘うこと（[C]）も。（湯浅 論）

1. 2014年5月に日本創成会議（座長：増田寛也）の人口減少問題検討分科会が発表したレポート。増田は同年8月に『地方消滅』（中央公論新社）を刊行している。
2. 2010年～2040年の間に20～39歳の女性人口が半減する自治体をさす（2010年国勢調査に基づく試算）。