

# 0

# 三浦展と山内マリコ

## いま、あらためて読む ファスト風土論

島原万丈

LIFULL HOME'S 総研 所長



### 山内マリコが描いたファスト風土

取材を終えた車は夕方のバイパスを走る。大河のようにどこまでもつづく幹線道路、行列をなした車は時折ブレーキランプを一斉に赤く光らせ、道の両サイドにはライトアップされたチェーン店の、巨大看板が延々と連なる。

作家山内マリコのデビュー作『ここは退屈迎えに来て』(幻冬舎、2012年)は、物語の舞台となる地方都市の風景を、このように描写した。8人の若い女性を主人公にした8つの短編の連作からなるこの作品で、最初に収録された「私たちがすごかった栄光の話」の冒頭のシーンである。

主人公は30歳独身の「私」。東日本大震災をきっかけに、10年間暮らした東京からUターンして、地元タウン誌でライターの仕事をしている。同じく東京からUターンして来たカメラマンの須賀さんと取材を終えた帰りの車の窓に流れるのは、「見ているだけで気が滅入る、のっぺりと続くおもしろみのない風景」だ。

ブックオフ、ハードオフ、モードオフ、TSUTAYAとワンセットになった書店、東京靴流通センター、洋服の青山、紳士服のはるやま、ユニクロ、しまむら、西松屋、スタジオアリス、ゲオ、ダイソー、ニトリ、コメリ、ココス、ガスト、ビッグボーイ、ドン・キホーテ、マクドナルド、スターバックス、マックスバリュ、パチンコ屋、スーパー銭湯、アピタ、そしてイオン。

こういう景色を“ファスト風土”と呼ぶのだと、須賀さんが教えてくれた。(「私たちがすごかった栄光の話」)

それはいわゆるファスト風土化した風景だ。ファスト風土化とは、郊外に延びる国道沿いに巨大ショッピングセンターやナショナルチェーンの量販店や飲食店が立ち並び、街の風景もそこで営まれる生活の有様も、まさしくファストフードのように便利で安価で気軽だが、地域性が漂白された均質な大量消費社会と化した国土の状況である。全国の地方都市郊外を訪ね歩き、都市社会学的な視点から分析した三浦展が、『ファスト風土化する日本—郊外化とその病理』(洋泉社、2004年)で命名した現象である。

生まれ故郷の景色をファスト風土と「私」に教えてくれた須賀さんは、「私」よりもいくらか年上の男性で、「私」よりも何年か前に地元に戻ってきて、結婚して子どももいる。彼は高校生の頃からアイス・キューブを聴くようなヒップホップ好きでサブカルチャー好きな少年で、地元には話の合う友だちが1人もいなくて孤独だった。居場所を求めて上京した東京では、サブカルの聖地として知られる高円寺に住み、青山のギャラリーで仲間とグループ展を開いたり、友だちとインディーズのCDを出したり、という活動をしていた。須賀さんがどういう理由でUターンしたのかは明かされてはいない。

車を運転しながら須賀さんは、かつての繁栄が見る影もなく寂れゆく中心市街地とその一方でファスト風土化した郊外が広がる故郷にうんざりしながら、地方都市に戻ってきた文化系くずれの肩身

湯元

駅を発車しました





の狭さを「私」に語っている。須賀さんは「俺がこの数年でどんだけEXILEのバラードをカラオケで聴かされたか、お前わかるか?」と、「ヤンキーとファンシーが幅を利かす<sup>[1]</sup>郊外文化」を忌み嫌う。そして口癖のように言う。「俺の魂はいまも高円寺を彷徨っている」と。

Uターンしてそれほど時間の経っていない「私」は、須賀さんのように地元を悪くは言わない。ヒールで街を闊歩するような東京のキラキラした気分は、「もうぜんぶ、嘘が幻みたい」、SNSのタイムラインに流れてくる東京の知人の投稿は、「何もかも、自慢に聞こえてしょうがない」。そして、「いまはこの、ぼんやりトボけた地方のユルさの、なんとも言えない侘しさや切実な寂しさだけが、すごくすごく、本当に思えた」と言う。

それでも、須賀さんには同じ種類の人間としてシンパシーを感じている。「私」が帰郷後に出会った人のなかで、須賀さんは話をして楽しい唯一の人である。

須賀さんに限らず登場人物の多くは、ファスト風土化した地方都市で、やり場のない苛立ちや言葉にならない閉塞感を感じながら“退屈”な毎日を生きている。たとえばこんな具合だ。

LGBTのゆうこ、本名新保健大は、地元の大学を博士課程まで進

みながら、「狭苦しい人間関係に嫌気が差して」研究室に顔を出さなくなり、書きかけの博士論文も中断したままである。それで、毎晩国道沿いのゲームセンターにやって来では、生きづらさを紛らわすようにネットワーク型のクイズゲームで時間を過ごす。博士課程まで進む知性を持ちながら、その能力を発揮できる場所はもうここしかないからだ。

なにも成し遂げていない一日の終りに、やりきれないくさくさした気持ちだ。時間を無駄にして、若さをドブに捨てて、こんなふうにしか過ごせない自分に腹を立てている。(「地方都市のタラ・リピングスキー」)

コンビニのバイトを終えたところに黒いワゴンRで迎えに来る遠藤と落ち合い、ファミレスで食事をしてラブホテルへ直行する「あたし」は、終始不機嫌で投げやりだ。遠藤は恋人でもないし好きでもない。気がつくと遠藤しかいなかったから、セックスを断るのはセックスをする以上に消耗するから、という理由だけで関係を続けている。

遠藤の寝息が聞こえてきたので、ごろりと仰向けになって、天井の鏡に映る自分の姿を眺めた。白いシーツの上に肩と腕を出して寝転がる、

不幸な二十三歳。ああ、あたしは文句なしに不幸だ。二十三なんてもう年寄りだし。（「君がどこにも行けないのは車持っていないから」）

もちろんその一方で、そんな地域で幸せに生きる者もいる。8篇すべてにその名前が登場する椎名一樹だ。8篇の主人公たちは互いに年齢や境遇も異なり、互いにまじり合うことはないが、椎名は「私」やゆうこの同級生で、それぞれの物語の主人公すべてと直接か間接かにかしら関わりを持つ、8つの短編をつなぎとめる仮縫いの糸のような存在である。

高校時代、椎名はスポーツ万能でサッカー部のエースだった。しかも背が高くてハンサムで遊び上手。周りを楽しくさせる才能がありいつも人の輪の中心にいる、学園のカリスマみたいな存在だった。当然モテる。椎名に話しかけられた女子は誰でも嬉しくて舞い上がるのだった。高校卒業後、椎名は実業団チームに参加するものの、不景気でチームが解散したため地元へ戻って、ブー太郎やゲームセンターの店長などを経て教習所の教官に落ち着いている。いまでは高校時代のオーラはすっかり消え失せてしまったけれど、地元の相手と結婚して子どもをもうけ、届託なく幸せに暮らしている。

かつて町一番の美少女で、一時期は東京で女優やモデルとして活動するも大して芽が出ず、25歳を前に芸能界を引退し地元に戻ってきた森繁あかねも、そんな地域に適応して生きる一人だ。スターバックスのパート店員として働き、パート仲間の親友と郊外のファストフードやファミリーレストランで、来る日も来る日も結婚のことばかりおしゃべりする毎日は快適に過ぎていく。やがて彼女は結婚紹介所で紹介された40代の会社経営者と、念願だったパルテノン神殿風の結婚式場で結婚式を挙げ、親友の山下南は、あかねの夫の紹介で椎名一樹と結婚する。（「やがて哀しき女の子」）

椎名一樹や森繁あかねのように、一般的な水準で言えば十分幸せな人生も描きながら、「ここは退屈」と題するように、地方都市に向けられる作者の視線はかなり冷ややかだ。須賀さんには「ヤンキーとファンシーが幅を利かす郊外文化」と言わせるし、椎名の妹の朝子には、みんなの人気者である椎名のことを「タランティーノが誰なのかもわからないほど、文化水準の低い田舎のあんちゃんに成長し

てしまった」と嘲笑させる（「東京、二十歳。」）。地方都市での幸せな人生も、都会の暮らしに馴染んだ作者の目には、怠惰でダサくて退屈なものとして映っている。

この町に暮らす人々はみな善良で、自分の生まれ育った町を心底愛していた。なぜこんなに住みやすい快適な土地を離れて、東京や大阪などのごみごみした都会に若者が流出するのか解せないでいるし、かつて出ていきたいと思ったことがあったとしても、この平和な町でのんびり暮らしているうちに、いつしかその理由をきれいにさっぱり忘れてしまうのだ。この町では若い感性はあっという間に年老いてしまう。野心に溢れた若者も、二十歳を過ぎれば溶接工に落ち着き、運命の恋を夢見ていた若い女は、二十四歳になるころには溶接工と結婚し家庭におさまった。（「やがて哀しき女の子」）

作者の山内マリコは、1980年に富山県富山市に生まれ、地元の高校を卒業して大阪芸術大学に学ぶ。大学卒業後は京都でライターの仕事をした後、25歳で上京し本格的な執筆活動を始めた。同作を書いていたのは30歳前後のころになる。「私たちがすごかった栄光の話」の主人公「私」は執筆当時の自身とほぼ同年代であり、ライターという職業も共通する。「私」は、もしもあの時地元にUターンしていたら、というもう一人の山内自身だろう。本人も中学時代からのサブカル好きで上京後すぐは吉祥寺に住んでいたというだから、須賀さんも山内の分身のようなものだ。そのような作者の等身大のシンパシーが、物語の舞台となる地方都市の風景にリアリティを与えていている。

山内はネットメディアのインタビューで、『ここは退屈迎えに来て』は、ロマンティック・ラブ・イデオロギーを軸にしながら女同士の友情を描きたかったが、その物語の背景を補強するために、地方都市の現状を掘り下げた、という趣旨のことを答えている<sup>[2]</sup>。

大阪、京都、東京と、いろいろな街に住んだ経験から、地元の富山を対化して見ることができるようになったのも、このタイミングだった。（中略）高校時代まではそれなりにキラキラして見えた富山の中心市街地が、

[1] 消しゴム作家・コラムニストの故ナンシー・閔の発言「根本敬だったかな、世の中の9割はヤンキーとファンシーでできてるってどこかで書いてた」（『隣家全焼』文藝春秋、1998年）が元ネタ。根本敬は漫画雑誌「ガロ」で活躍した漫画家でサブカル界のカリスマ。その後「世の中の9割はヤンキーとファンシーでできてる」の部分だけが切り取られ、ナンシー閔の発言として広まった。

[2] 「等身大の自分を書き続けることが、誠実だと思う—— 小説家 山内マリコさん」SUUMO タウン [https://suumo.jp/town/entry/\\_kichijoji-yamauchimariko/](https://suumo.jp/town/entry/_kichijoji-yamauchimariko/)

帰省のたびに店が消えて、さびしくなっていました。調べると、2000年以降の法改正によって、県道沿いに大型店舗が出店できるようになったことで、人の流れが変わったんだとわかり、そこから地方都市の特異性を考えるようになりました。

山内が掘り下げた当時の地方都市の現状がファスト風土化だった。参考文献の先頭に記載していることからも、三浦展の『ファスト風土化する日本』を相当研究したことがうかがえる。

## ファスト風土化した地方都市の実態

地方都市郊外でファスト風土化が一気に進んだのは、1991年の大規模小売店舗法（大店法）の規制緩和以降である。郊外に大型スーパーやファミリーレストランやホームセンター、紳士服店、カー用品店が次々に出店するロードサイド化という現象は、1980年代にはすでに顕在化していたが、それらの売り場面積は500m<sup>2</sup>未満に規制されていた。現在のショッピングセンターだと平均で2万m<sup>2</sup>前後、5万m<sup>2</sup>くらいの規模も珍しくなく、日本最大の売り場面積を誇るイオンレイクタウンmoriでは約18万m<sup>2</sup>にもなる。異次元である。

大店法はもともと、地域の中小小売業者の事業機会を適正に確保するために、言い換えれば地元商店街を保護するために、大型スーパーやデパートの出店に規制をかけていた法律である。それがまず1991年に大幅に規制が緩和され、出店協議のハードルは下がり、店舗面積1000m<sup>2</sup>未満の出店が原則自由化された。さらに2000年には大規模小売店舗法は廃止され、大規模小売店舗立地法（大店立地法）に取って代わられた。大店法が地域の中小小売業者への配慮だったのに対して、大店立地法が配慮するのは周辺の生活環境の保持であるため、地元商店街への影響は考慮する必要がなくなった。

実はこの規制緩和はアメリカからの圧力によるものだった。いまでは信じられないことだが、80年代後半の日本経済は繁栄の極みにあった。巨額の対日赤字に苦しむアメリカは日米構造協議を通して、日本へ内需拡大と公共投資の拡大を強硬に求めてきた。アメリカの要求に屈した日本政府は、総投資額は630兆円にも上る公共事業で道路や空港を建設し、トイザラスなどのアメリカ企業の郊外大型店舗が出店できるよう大店法を規制緩和・廃止し、さらに土地税制を見直し農地の宅地転用を促した。

それまでせいぜい百数十万m<sup>2</sup>だった大型小売店舗の年次新規出店面積は、規制緩和の翌年の1992年から急角度で上昇を始め、1997年には400万m<sup>2</sup>に達し、以降、2000年前後の大店立地法への移行時の駆け込みと反動をならせば、2009年のリーマンショックで大減速するまで平均すれば年間ほぼ400万m<sup>2</sup>で推移した<sup>[3]</sup>。

山内が大学進学で故郷富山を離れた1999年から、『ここは退屈迎えに来て』の2012年までの十数年は、巨大ショッピングセンターが日本全国を席巻していった時代に符合する。富山県は人口あたりの大型小売店舗数が比較的多い県である。帰省するたびに目の当たりにしたファスト風土化していく地元の街の姿が、この作品の原風景としてある。

山内マリコが参照した三浦展の『ファスト風土化する日本』をあらためて読み直してみると、山内が創造した退屈した女性たちが、どのような時代を生きていたのか、客観的な立ち位置から理解できる。

三浦展の問題意識の出発点は、佐世保市の小6女子同級生殺害事件（2004年）、長崎市の中1男子による幼児殺害事件（2003年）、神戸市の酒鬼薔薇聖斗事件（1997年）など、地方都市における理解不能な少年犯罪の増加だった。その他、数々の子ども連れ去り事件も地方都市の郊外で多発していた。それらの事件の発生した地域を訪ね歩いた三浦は、ある事実を発見する。「犯罪現場の近くにはなぜかジャスコがある」。また北関東で発生した青少年がらむ事件の犯人の居住地を調べると、各県の県境付近に驚くほど集中していた。つまり、公共事業で高速道路やバイパスが延伸され、巨大なショッピングセンターやロードサイド店が立地する郊外である。三浦は現場を歩き観察して集めた状況証拠をもとに、スプロールした郊外の流動性や匿名性の高さが人の心を不安定化させ、犯罪の土壤になっているのではないかと指摘する。そして三浦は日本全国をファスト風土化する原動力を用意した国土計画や都市計画を厳しく批判した。

同書の後半では、三浦は統計データの分析も踏まえながら、ファスト風土化によって変貌していく地方都市のライフスタイル分析を展開する。そこで起こっていることは、東京を上回る勢いで急加速する地方の消費社会化である。車で「家族で消費・レジャー施設へ行くだけの生活」が広がり、階層格差が拡大し、ブランド志向が強まる。それを支えているのは公共事業として地方にばらまかれた莫大な補助金だ。そんな場所では子どもがリアルな社会を経験する機会を持てず、地域への愛着を持てず、子どもの向上心や意欲、そ

して生きる力を低下させると三浦は危惧する。

栃木県の小学校教諭永山彦三郎氏の著書から引用した「僕たち地方人はそこそこの安樂さ、そこそこの消費文化、そして徹底的な効率のなかで暮らしている。それはいわばファミリーレストランの中で生活している、と言い換えてもいい」は、ファスト風土化した地方都市での生活の現実だ。椎名一樹や森繁あかねがそうであったように、ファミリーレストラン的な生活に抵抗感がない人なら悪い話はないかもしれない。しかし、他の多くの登場人物たちは、うまく言語化はできなくとも、そのストレスに苛立ちを覚えているのだ。

また皮肉なことに、地域は消費社会化が進んでいるのに、同時並行で中心市街地の衰退は加速していく。大型小売店舗が日本の郊外を埋め尽くす一方で個人店は激減し、中心市街地は「精気を吸い尽くされて骨と皮だけ」になった。ファスト風土化した地方都市では風景も、消費するモノも、それだけでなく食べる物までも均質化し、地域固有の歴史や風土は消滅していく。そのことを三浦は風土の記憶喪失と嘆く。

三浦が舌鋒鋭く批判するこれらの傾向は、都市化・消費社会化がもたらした帰結なので、東京をはじめとする大都市圏で先行した社会変化が全国の地方都市へ広がっただけ、という見方はできるかも知れない。だが、永山の「徹底的な効率のなかで」という言及には、大都市圏ではさほど大きな問題にはならない、地方都市ならではの問題が垣間見える。

三浦が引用した日経新聞の記事（2002年8月15日付）からの孫引きになるが、イオンは「市場の成長力が比較的弱く新規参入の少ない地域を押さえる」出店戦略をとっている。要するにイオンは、既存の中小事業者が衰退している地域に出店し、張り巡らされた道路網でつながる広大な商圈から大量集客することで、広域の市場で独占的な地位を獲得することを狙っているわけだ。郊外のショッピングセンターと中心市街地の関係は、しばしば前者が後者を殺したという単純な図式で語られるのだが、イオンの出店戦略から言えることは、イオンは中心市街地の衰退の原因ではない、ということだ。それはイオンが進出する前から自壊を始めていたのである。かつての繁栄と既得権の上にあぐらをかき、時代の変化に取り残された商店街が自ら壊滅していく流れをイオンが加速した、というのが正確

な記述であろう。だから、地方都市では巨大ショッピングセンターの進出を歓迎する人が多いのだ。

しかし、それが地域にどのような状況を招き入れることになるかは、注意深く考えたほうがいい。広域の商圈でイオンの寡占化が進めば、消費者からすれば選択肢はイオン一択のような状況になるのだ。多様で小規模な事業者が支えていたニッチなニーズは行き場を失い、巨大なチェーンを効率的にマネジメントするマスに照準したマーケティングに回収される。効率的なマスマーケティングは、基本的な原則として、あまり量が売れないので、手間のかかるもの、バラツキのあるものは扱わない。提供されるモノやサービスはPOSデータで予測可能な売れ筋へ照準し、必然的に予定調和的でサプライズのないものになる。それは情報感度の高い人や、個性を求める人や、サブカルなどニッチな趣味を持つ人にとっては、きわめて退屈な消費環境でしかない。

それがいまや、消費や余暇だけでなく文化や芸術なども含め、ファスト風土化した地域のあらゆる生活シーンで起こっているのではないか。だから朝子は「この町には、好奇心を満たしてくれる店ひとつない」と苛立つのだ（「東京、二十歳。」）。

三浦が2004年にいち早くファスト風土化に警鐘を鳴らしてから20年近く経つ。幸いなことに、三浦が恐れていたような地方都市の郊外での凶悪犯罪が増加したという体感値はさほどはない。けれど、巨大な中央資本への依存度を高める形で進展した地方都市の郊外化が、徹底的に効率化された消費社会化を引き寄せたことは間違いないだろう。

効率は無駄を許さない。余白や余剰や過剰は可能な限り取り除かれなければいけない。誤差はできるだけ小さいほうがいい。予測不能なことや想定外のハプニングは起こってはならない。それは美しいまでに機能的で合理的な世界かもしれない。しかし人間にとては、味わいのない、潤いのない、自由のない、息苦しい世界である。

## ファスト風土化と同時並行していた革命

さて、そろそろツッコミが入りそうだ。大事な話が抜けているん

じゃないかと。

三浦展が『ファスト風土化する日本』を発表したのは2004年だが、当時、日本の消費社会には、大店法廃止どころの話ではない革命的な変化が、いままさにというタイミングで起こり始めていた。まず1995年にWindows95が発売されインターネット時代の幕が開き、2000年(正確には19年12月)にはADSLが登場し常時接続が広まり、AMAZONが日本進出を果たす。そして2007年には革命の真打ちスマートフォンが登場し、間髪を入れずTwitterやFacebookのSNSが広まった。私たちの実感値として、情報通信コミュニケーション環境がすっかり様変わりしたと自覚したのは、2010年くらいだったか。時を同じくして、日本の総人口は2008年をピークに減少に転じた。

2004年の三浦のファスト風土論には、時代的にスマホやSNSはもちろんのこと、AMAZONの話も出てこない(当時はほとんど知られていなかったはずだ)。ヴァーチャル化はテレビゲームのことである。2012年の山内の小説も時代設定は90年代後半と思われる所以、PHSやガラケーは出るがスマホは出てこない、mixiは出るがFacebookは出てこない、SMSは出るがLINEは出てこない。

なので、いま現在のファスト風土を正しく理解するためには、ファスト風土化の徹底と同時並行したネットやスマホによる革命の消費社会への影響を加算する必要がある。

『ファスト風土化する日本』の後で、日本の消費社会の転換期を消費社会通史の中で捉えていたのが、三浦展のもうひとつの代表的著作『第四の消費 つながりを生み出す社会へ』(朝日新書、2012年)である。

三浦はまず、大正時代から100年の日本の消費社会の有り様の変遷を、第一の消費社会(1912~1941年)、第二の消費社会(1945年~1974年)、第三の消費社会(1975年~2004年)、第四の消費社会(2005年~2034年)の、4つの時代区分に切斷した。4つの区分をごく簡単に説明すると、第一の消費社会は、大正時代に東京や大阪を中心とする大都市で萌芽した日本の消費社会の初期形態、第二の消費社会は戦後の高度経済成長期に核家族を単位として拡大した大量生産大量消費の時代、第三の消費社会はオイルショック

後からバブル期へ向かう経済回復期に、個人単位まで細分化され私有主義が徹底された超消費社会、そして第四の消費社会は金融危機を契機とした低成長時代で、生産年齢人口のピークアウト、非正規雇用の増加など、これまでの経済の拡大を支えた土台が崩れた時代、となる。

時代を重ね合わせると、巨大ショッピングセンター乱立のファスト風土化は、第三の消費社会の総仕上げの段階と見なすことができる。これが『ファスト風土化する日本』と『ここは退屈迎えに来て』が描いたファスト風土化である。

そしてインターネットは第三の消費社会の末期から第四の消費の初期にかけて浸透し、超ロングテールのニッチな需要にも対応する形で第三の消費社会を徹底化すると同時に、第四の消費社会の可能性も開いていく。これが『ファスト風土化する日本』も『ここは退屈迎えに来て』もタイミング的に押さえることができなかつた、現在進行形のファスト風土の背景である。

第三の消費社会から第四の消費社会への変化の特徴を、三浦は以下の5つに整理している。

1. 個人志向から社会志向へ、利己主義から利他主義へ
2. 私有主義からシェア志向へ
3. ブランド志向からシンプル・カジュアル志向へ
4. 欧米志向、都会志向、自分らしさから日本志向、地方志向へ
5. 「物からサービスへ」の本格化、あるいは人の重視へ

5つの特徴の中でも、シェア志向の台頭は、第四の消費社会のキーワードとして三浦が特に重視する変化である。三浦は『これからの日本のために「シェア」の話をしよう』(NHK出版、2011年)をはじめとして多くの著作で、シェアについて分析したり言及したりしている。

シェア志向に注目が集まるのは、第四の消費社会では、人々の幸福觀が、第三の消費社会時代のモノの私有主義的な豊かさから、つながりやコミュニティに変質するためである。第四の消費社会には第三の消費社会の反省が通奏低音として流れている。飽くことのない大量消費では環境負荷が大きいばかりか心が満たされないこと

[4]『第四の消費 つながりを生み出す社会へ』の続編となる三浦展の最新刊『永続孤独社会 分断か、つながりか?』(朝日新書、2022年)では、シェアやリノベーションは着実に定着しているが、今後の意向はむしろ縮小傾向であり、定常化したものの今後は伸び悩む可能性があることが報告されている。

を、経済の破綻で多くの人が痛感した。また震災の影響などもあり、コミュニティやつながりの喪失感も自覚し、それを回復したいという根源的な欲求が生まれている。そのことによる典型的な消費行動の変化がシェア志向であり、それを助け、あるいは喚起し促進するのがSNSである。確かに2010年以降、シェアのほか、リノベーション、コミュニティなど、第四の消費社会を象徴する新しい価値観が、実践を伴う形で着実に広まってきたのは衆目の一致するところである<sup>[4]</sup>。

そして重要なのは、それら第四の消費社会を象徴する価値観は、第三の消費社会の極点のような郊外の巨大ショッピングセンター的なものとは折り合いが悪い、ということだ。過剰に大量生産されている物があふれかえる空間（＝ショッピングセンター）は、三浦に言わせればヴァーチャル化した空間である。全国どこでも同じように標準化・均質化され、唯一のかけがえのない物というリアルな感覚がないからである。であれば、第三の消費を否定ないし修正を試みる

第四の消費は、リアルに向かうはずだ。

2004年時点での見立てでは根こそぎファスト風土化したように見える地方都市郊外も、その後のIT革命と第四の消費社会への移行を受けて、2つの正反対のベクトルに引き裂かれつつある。

1つには巨大ECサイトやサブスクのストリーミングサービスの浸透によって、第三の消費社会が極限まで拡張されるベクトル。ファスト風土化がヴァーチャル化と言えるなら、これはシン・ヴァーチャル化と言ってもいいかもしれない。もう1つは第三の消費から距離を取る第四の消費社会の価値観によって、暮らしを、ショッピングセンター的なヴァーチャルな空間から、中心市街地的なりアルな空間へ引き戻そうというベクトルである。この2つの正反対のベクトルは、いずれにせよファスト風土化を牽引してきた巨大な商業空間の床需要を少しばかり削り取る圧力になる。



# Intro

画像提供：かかみがはら暮らし委員会



1つ目のベクトル（ECサイトやストリーミング＝シン・ヴァーチャル）が、既に私たちの購買行動に定着していることは説明不要だろう。このベクトルの先にはメタバースが控えていて、それが普及すればまさしくシン・ヴァーチャルな消費空間が出現するかもしれない。

他方、いま全国各地に広がりを見せているリノベーションまちづくりの動きは、第四の消費的な価値観のリアルを志向するベクトルとして認識できる。私も2011年に始まったリノベーションスクールには最初から関わりを持たせてもらった関係で、地方都市でのリノベーションまちづくりの事例は細かく追いかけていたつもりだったけれど、ここ数年はもうとてもではないがフォローしきれないくらい全国で取り組みが増えている。中心市街地の再生として行政が主導するプロジェクトも多いが、民間の若者が自力で始めた動きが広がりを見せている例も多い。空き家、空き店舗、空きビルを、シェアハウスやコワーキングスペース、シェアアトリエやシェア店舗にリノベーションすることは、もはや中心市街地活性化の定番とも言えるアプローチである。とは言え、日本全体を見渡せばこの動きは、まだばらばらに散らばった点に過ぎない。そんな動きは見当たらないよ、みんな郊外のショッピングセンターに行っているよ、という地域も多い

だろう。だが、そのファスト風土化した風景の水面下にも必ずこのベクトルが潜在していて、たった一人の若者がそれを顕在化させることさえあるのだ。

デビュー作ではファスト風土化した地方都市を相当に批判的に描いた山内も、その後、リノベーションまちづくりを題材にした作品を発表している。2017年に上梓された『メガネと放蕩娘』（文藝春秋）である。これは山内の出身地富山をモデルにしたとある地方都市を舞台に、地元の市役所の中心市街地活性課に勤める姉タカちゃんと、シングルマザーの妹ショーコの姉妹が、寂れたシャッター商店街の活性化に奮闘する物語である。

タカちゃんは、地元の大学の研究室のフィールドワークに協力したことをきっかけに、商店街の再生に目覚める。そこへたまたま、10年前に高校を1年で中退して家出していたきりの妹ショーコが、臨月の体で突然実家に戻ってきた。これをきっかけに2人の商店街再生への活動が始まる。後ろ向きな商店主たち、補助金を配ることが仕事と思っている行政マンとそれを当てにする一部の事業者、既得権益からの妨害、活性化を望まない住人からのクレームなどさまざま

ざまな障害。まちづくりの現場で実際に聞くエピソード<sup>[5]</sup>が満載のストーリーが面白いのだけれど、それは本を読んでもうらうとして。

姉妹が取り組むのは、廃業する実家の書店をリノベーションして開く、マンスリーショップ「フリー・ポケット」である。これは、商店街で開業したい人に1カ月単位で貸し出す、カフェ併設のシェア型のチャレンジ・ショップである。リノベーション費用は、自己資金で足りない分をクラウドファンディングで集める。その他には、研究のフィールドワークで商店街に関わる学生を商店街に住まわせる商店街シェアハウス化計画も出てくる。商店街に外の人間を入れ、まちづくりに関わりを持ちたい人たちのコミュニティをつくることを目的に企画されたものだ。

実に第四の消費社会的ではないか。先ほど述べたファスト風土化した風景の水面下に眠っているリアルへの欲求を、姉妹を中心となって顕在化した物語である。それにしてもフィクションとはいえよくできていると思ったら、それもそのはず、「フリー・ポケット」は、富山の商店街の中にかつて実在したお店で、経営は商店街生まれの姉妹だったのだ。それをモチーフに物語を編んだ山内にしても、完全に東京人の視線で地方を批判的に描いた2012年の『ここは退屈迎えに来て』から5年後には、同じ寂れた地方都市を、衰退の現実を受け入れつつも決して諦めない姉妹の物語を通して応援している。この作者自身の変化も、第四の消費社会の地方志向の現れかもしれない。

## ファスト風土は遊びで再生しろ

そろそろ話も手仕舞いにしなければならない。イントロとしては少々長すぎる。最後に、國分功一郎が『暇と退屈の倫理学』(新潮文庫、2021年)で書いていた17世紀フランスの哲学者パスカルの話を紹介したい。「考える葦」で有名なあのパスカルだ。

パスカルは相当な皮肉屋だったらしく、ウサギ狩りに行く人がいたらこうしてみなさい。「ウサギ狩りに行くのかい？ それならこれをやるよ」。そう言って、ウサギを手渡すのだ、という意地悪なことを考えていたらしい。

もしも実際にそんな話をされたら、「ありがとう。おかげで狩りに行く手間が省けて助かったよ」などと礼を言う人など決していない。パスカルの言いたいことは単純明快で、「ウサギ狩りに行く人はウサギが欲しいのではない」だ。人は獲物が欲しいのではなく、退屈から逃れたいから、気晴らしをしたいから狩りに行くのだ、とパスカルは言うのである。パスカルは、退屈は人間を不幸にすると考えていた。

パスカルのウサギ狩り話を、ファスト風土化された郊外ショッピングセンターに当てはめたら、どのような会話になるだろうか想像してみてほしい。ショッピングセンターのユニクロにTシャツを買いに行くという人には、現代では、意地悪なパスカルの代わりに、ECサイトと宅配業者が「それならどうぞ」とTシャツを運んでくれる。送料はかかるにせよ、ショッピングセンターに行くにはガソリン代もかかる。

休日の昼間に地方都市を訪れると、中心市街地の商店街には人影が疎らなのに、郊外の大型ショッピングセンターへ行けば何千台も停められる駐車場はほとんど埋まっていて、たいした買い物もないでそぞろ歩きをしていたり、フードコートで長い時間を過ごしたりしている家族連れやカップルや友人グループがいる。あれはかつての中心市街地の商店街で見られた光景ではないか。かつての商店街がそうであったように、人は買い物に便利だからという理由だけでショッピングセンターへ行っているのではないということだ。パスカル流に言えば、ショッピングセンターで買い物をするということは、物品の調達というよりも、退屈から逃れるための暇つぶし、気晴らし、余暇・レジャー・娯楽、広く言えば遊びなのである。

中心市街地がショッピングセンターと競い合うべきなのは、無料駐車場や品揃えとか安さといった買い物の機能性ではなく、—そういう価値はシン・ヴァーチャルの独壇場になる—過ごす時間の質だ。退屈の不幸から逃れられる、スローで豊かな遊びの時間が中心市街地には必要なのだ。先ほど第四の消費社会の価値観はリアルへ向かうと述べた。三浦が提唱するところをなぞりながら例をあげると、コミュニティ、コミットメント、顔の見える個人性、唯一のかけがえのない物、唯一かけがえのない空間、歩くこと、風土に根ざした本物のローカルフード。そういったファミリーレストラン的な意味で効率的ではないものが、第四の消費が求める喜びである。

[5] 木下斉氏の本にもよく出てくる話だなと思っていたら、参考文献に木下氏の書籍『稼ぐまちが地方を変える 誰も言わなかつた10の鉄則』(NHK出版新書、2015年)と『地方創生大全』(東洋経済社、2016年)が並んでいた。

PROLOGUE

## 本研究の問題意識と仮説

### 地方創生には“遊び”が必要だ

島原万丈

LIFULL HOME'S 総研 所長

#### 1 地方創生テレワークへの期待

2020年の初頭から続く新型コロナウイルス感染症は、さまざまな深刻な社会的損失をもたらした一方で、地方創生に限ってはポジティブな追い風となるのではないかと期待されている面がある。その期待がよすがとするのは、ウェブ会議アプリの飛躍的な進化を背景に大都市のホワイトカラーの間にテレワークが一気に普及したことだ。テレワークが先導する形で、電子契約など企業のデジタル化もかなり進んだ。

地方創生関係の議論では当初から、東京一極集中を解消する最大の鍵は地方の雇用であるというのが揺るぎないコンセンサスだった。それは、2014年に閣議決定された「第1期まち・ひと・しごと創生総合戦略」で基本戦略の1番目に「地方における安定した雇用を創出する」が掲げられ、2020年の第2期には「稼ぐ地域をつくるとともに、安心して働けるようにする」と雇用の質にも踏み込むなど、地方創生政策では一貫して地方の雇用創出が最重要課題とされてきたことからも分かる。各自治体が作成する地方版総合戦略でも、ほとんどの場合で一丁目一番地の基本戦略として雇用創出が重視されている。

しかしながら、仕事内容的にも給与等の待遇的にも東京で働く者を惹きつけるような魅力的な雇用を、あまねく地方に創出することはそうそう容易なことではない。自治体の取り組みによって一朝一夕にそんなことができるくらいなら、今年で8年目を迎える地方創生政策もそろそろ具体的な成果が出ているはずだ。さらに言えば、仮に地方に魅力的な雇用が生まれたとしても、移住者にしてみればそもそも転職のハードルは低くない。そこに渡りに船ではないが、コロナ禍でテレワークという新しい働き方が出現した。

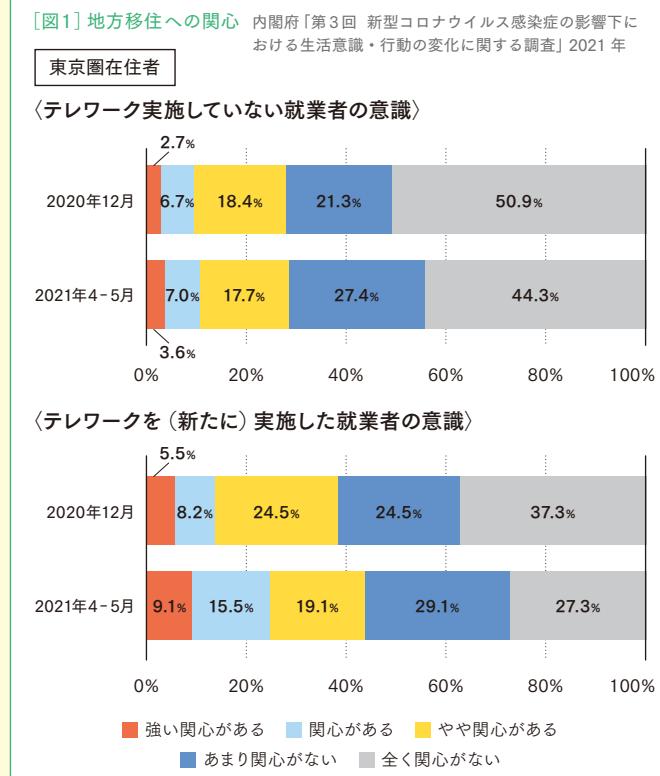
国土交通省が実施した「令和3年度 テレワーク人口実態調査」

(2021年3月)によれば、首都圏の被雇用者のテレワーク経験率は42.1%に達し、勤務先の企業規模が大きくなるほど経験率が高くなる。また、テレワーク経験者のうち約84%は、新型コロナウイルス感染収束後にもテレワークを継続したい意向を持っている。三菱総合研究所の調査によれば、テレワーク経験者の約3割は、コロナ感染収束後の働き方として完全オフィスワークは魅力的ではないとし、そう答えた者の半数(全体の15%にあたる)は、勤務先の会社が完全オフィスワークに戻った場合には離職を検討もしくは実行するとまで回答している<sup>[1]</sup>。

当初は人流抑制・密解消のための手段としてテレワークの導入に踏み切った企業も、こうした従業員の声を無視することはできず、テレワーク導入企業の大半は、感染収束後も一定のテレワークは継続する意向を示している。今ではテレワークは感染対策を超えた働き方改革の一環として、生産性の向上や人材確保のためのHR戦略として位置づけられているのである。

このような状況を好機ととらえ、2020年12月に閣議決定された第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略(2020改訂版)」および「まち・ひと・しごと創生基本方針2021」(2021年6月)には、「都市部に立地する企業などに勤めたまま地方に移住して地方で仕事をする「地方創生テレワーク」(「転職なき移住」)」というアイデアが提出され、具体的な取り組みとして「地方創生テレワーク交付金によるサテライトオフィス等の整備・利用促進」、「企業と自治体を結ぶ情報提供・相談体制等の整備、企業による取組の見える化」、「進出企業と地域企業等が連携して行う事業展開の後押し」などが追加された。

2年以上もテレワークを続けてきたテレワーカーの中に、都心のオフィスへ出勤することなくテレワークで日々の業務が遂行できるならば、なにも生活コストの高い東京で暮らす必要はないかもしれない、という意識が芽生えて来るのも自然なことだろう。その兆候は、内閣府「第3回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意



識・行動の変化に関する調査」(2021年4-5月)でも捕捉されている。東京圏在住のテレワーク経験者で地方移住へ「強い関心がある」と「関心がある」と回答した割合は、テレワーク未絵験者を大きく上回っているだけでなく、半年前の調査の13.7%から24.6%へ増加している(図1)。

「転職なき移住」というアイデアは、地方における魅力的な雇用創出という難易度の高い課題のブレイクスルーになる可能性を秘めていることは間違いない。都内企業のサテライトオフィスが地方に増えるのであれば、就業者にとっても転職の手間やリスクもないため、地方移住のハードルはさらに低くなる。こうしてコロナ禍によって普及したテレワークは、地方創生の期待の星とみなされるようになった。

## 2 テレワークは東京一極集中を緩和するか?

次に、コロナ禍における東京の人口動態を確認しておこう。はたして、前述したようなテレワークの普及を背景にした地方移住の増加は見られるだろうか。

東京都住民基本台帳人口移動報告によれば、2019年に82,982人だった東京都の転入超過(転入数-転出数)は、2020年3月を境に前年比で減少を始め、2020年は31,125人、2021年は5,433人とまさに激減している。特に東京23区では2021年に14,828人の転入超過を記録し、その結果、2021年の東京都の人口は1996年以来26年ぶりに減少に転じた。確かにコロナ禍が東京一極集中に歯止めをかけたかのように見える。日経新聞を筆頭に各報道機関によっていささかセンセーショナルに報じられたこれらのニュースは、地方創生関係者を小躍りさせたことだろう。

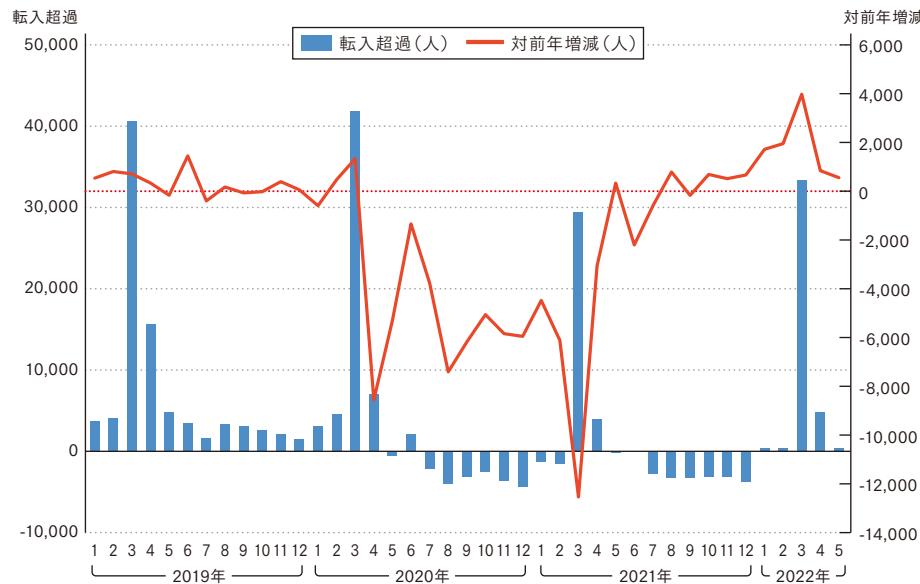
ところが、事態はそう単純で楽観的なものではない。東京都の人口減少の内訳を確認すると、東京都の人口減少は日本人の自然減(死者数-出生数)と外国人の社会減(転出超過)の影響が大きく、日本人だけの統計に限れば、2019年の転入超過86,575人から大きく減少したとはいえ、2021年にも10,815人と依然として社会増の状態を維持している。また、東京都からの日本人の転出者は、2019年の340,732人から2021年の377,482人へ約3万人増加しているものの、転出人口のすべてが地方へ移住した訳ではない。転出者の55%は神奈川県・埼玉県・千葉県への転出であり、東京圏(一都三県)の範囲で見れば転入超過は2019年の148,783人からは減少したとはいえ、2021年にも81,699人の転入超過を保っている。

年次で見ればコロナ以降2020年、2021年と東京の転入超過はコロナ前に比べて激減していることは間違いないが、月次で数字を追いかけてみれば、テレワーク地方創生がうまくスタートダッシュを決めているとは言えない現実が見えてくる(図2)。2020年4月に突然激減した転入超過は、2020年から21年の年明けまでを通して対前年マイナスで推移した後、2021年3月を底にトレンドが反転し、2021年10月から22年5月まで7カ月連続で東京都の転入超過数は前年を上回って推移している。まだまだ弱含みながら、早くも人口は再び東京へ回帰し始めているように見える。

「テレワーク地方創生」のアイデアは2020年12月に提出されたばかりなので、まだその成果を評価する段階ではないとはいえ、テレワークが普及したことで地方移住への関心は高まり、移住のハードルは下がるはずだったのが、これはいったいどういうことだろう。2021年に入りコロナ禍にも慣れ、テレワーク実施率が低下したのだろうか。いや、そうではない。

「令和3年度 テレワーク人口実態調査」で確認すると、首都圏の雇用型テレワーカーの割合は、2020年の34.1%から2021年には42.2%へと伸びている。パーソル総合研究所の調査では、2020年

[図2] 東京都の転入超過(日本人のみ)の推移 総務省「住民基本台帳人口移動報告」より作成



4月から2022年2月の間に行われた5回の調査で、東京都の正社員のテレワーク経験率は46～49%で安定的に推移していることが確認できる。企業対象の調査でも同様な結果<sup>[2]</sup>であり、少なくとも東京圏ではテレワークは半数近くの割合に広がって高止まりしている。にもかかわらず、東京への人口回帰が始まっている可能性が高い。確かに筆者の身近でもテレワークを前提に軽井沢や湘南や八ヶ岳に移住したという例はいくつか聞く。しかしそれらはごく限定的な現象で、少なくとも人口動態で見える規模での地方移住の波は起きる気配はない。

理由は簡単だ。テレワークは広く普及したとはいえ、東京のオフィスワーカーが完全にオフィスから自由になったというわけではないのだ。再度「令和3年度 テレワーク人口実態調査」で確認すると、雇用型テレワーカーのテレワーク頻度は、平均すれば週に2.4日である。週に5日以上のテレワークをする者は19%でしかない。残る8割は週に1回以上はオフィスに出勤をしており、週に1回未満というごくたまにテレワークの時もある程度の割合も22%ある。毎週1、2度はオフィスに出社しなければならないなら、物理的移動のための時間的・経済的負担を考えれば、移住するとしても東京近郊のエリアに限られてしまうだろう。

企業側から眺めても状況は同じで、現在テレワークを実施している企業でも100%の完全テレワーク体制をとっているところは少数派である。東京都が従業員30人以上の都内企業を対象として実施している「テレワーク実施率調査」では、都内企業におけるテレワーク実施率は60%を超えるが、その率は感染拡大状況によって変動し、感染拡大が落ち着いている時期には50%台に落ちる。また実施企

業の実施頻度も週5日は22%程度にとどまり、約8割の企業では最低でも週に1回以上の出社となっている(図3)。

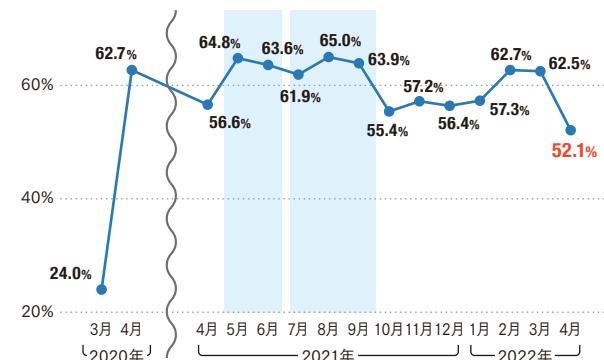
また、ロイターが2021年12月に実施した調査によれば、テレワーク実施中の企業の8割は感染が落ち着いた後もテレワークを継続する意向を示しているものの、その半数は「規模を縮小して継続」と答えている。テレワーク導入企業の多くは、対面のコミュニケーションが減ったことによる長期的な影響で、チームの創発力や組織力の低下による生産性の悪化に課題を感じており、出社とテレワークの適切なバランスのハイブリッド体制や、社員が出社したくなるオフィス空

間のあり方が模索されているところである。

要するに、「転職なき移住」を可能にするような完全テレワーク体制の企業と雇用者は、今のところごく稀にしかいないということである。もちろん補助金などの政府の支援により今後地方にサテライトオフィスを設置する企業は増えるかもしれないし、さらに今後浸透

[図3] 東京都「テレワーク実施率調査」(2022年4月)

#### ▶ テレワークの実施率



#### ▶ テレワークの実施回数



が予想されているメタバースによってリアルと錯覚するようなコミュニケーションが可能になれば、現在のテレワークの課題の多くは解消され、完全テレワーク体制で回る職場も増えるかもしれない。しかしあくまで現時点では、地方創生がテレワークに寄せた期待はやや過大だったと言わざるを得ない。

なお、2020年の東京都の転入超過の急激な落ち込みは、コロナ禍初期の求人数の急激な落ち込みによるものと思われる（図4）。東京都の新規求人数は、クルーズ船のクラスターが発生した2020年1月から明らかな減少を見せ始め、最初の緊急事態宣言が出された4月以降は大幅に落ち込んだ状態が続いた。このことで新たな職を求めて東京へ転入する者が激減したと考えられる。2021年の春以降には求人数が回復に転じ、それに歩調を合わせるように転入超過も増加傾向を見せている。

リクルートワークス研究所が2022年4月に発表した「大卒者求人倍率」も、2019年卒の1.88倍から2022年卒の1.50倍まで落ち込んだが、2023年卒は1.58倍へ、コロナ前までには届かないものの回復の兆しがある（調査期間は2022年1月27日～3月4日）。このことは、毎年の東京への転入超過のおよそ半数を占める3月の数字を、来春にはさらに押し上げる圧力となる。

さて、2022年7月中旬現在、東京都の新型コロナ新規陽性者数が急速に増加し、1日あたり3万人を突破するまで感染が拡大してい

る。しかし、政府も政府分科会も新たな行動制限は必要ないと発表し、水際対策の緩和や2類相当から5類への変更も含めてウィズコロナへのシフトチェンジを匂わせている。物価高による景気失速の恐れはあるが、今後社会経済が通常モードを取り戻すに従い求人はさらに回復し、東京は再び地方から人口を吸収していく可能性が高い。

地方創生はテレワークという新たな武器を手に入れたけれども、期待していたよりもその力は小さく、とうてい地方移住促進の切り札にはなりそうにもない。つまり地方創生は基本に立ち戻り、地道に住む場所として地方の魅力を高めていくほかないのである。

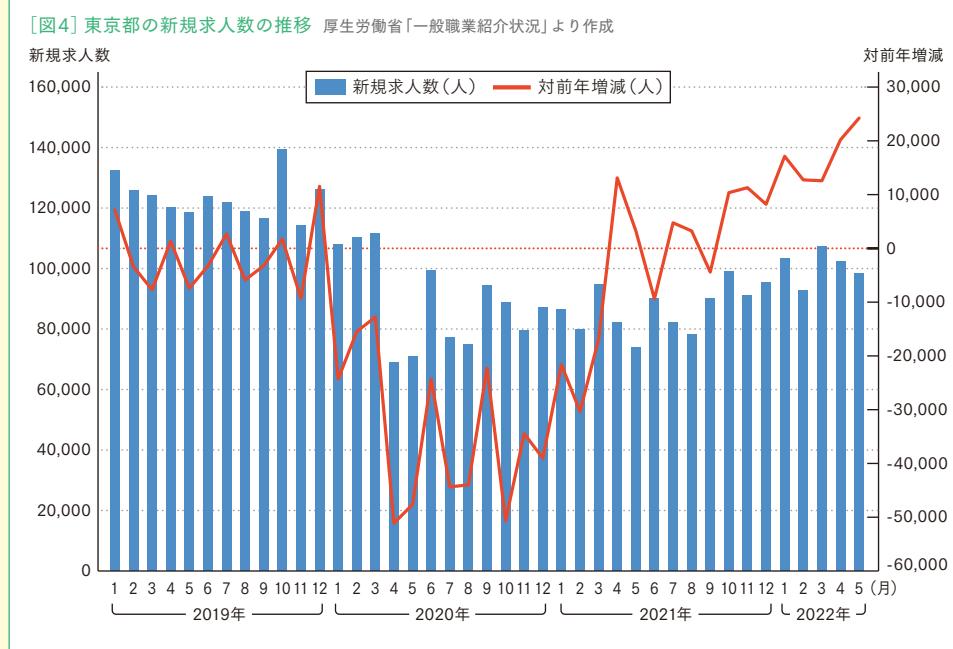
## 3 なぜ若者は東京を離れないのか

昨年LIFULL HOME'S 総研が発表した『地方創生のファクターX 寛容と幸福の地方論』（以下『地方創生のファクターX』と略す）で実施した調査では、地方出身で東京圏に住む18歳～39歳の男女で、出身地へのUターンを希望しない者（全体の48%）が、Uターンを希望しない理由としてもっとも多く選んだのは「東京の暮らしに気が入っているから」（51.0%）で、これは「やりたい仕事が少ないから」

（43.9%）や「収入が下がって生活レベルが下がるから」（27.4%）を大きく上回っている。3番目に多く選ばれた「買い物など生活利便性が低いから」（41.3%）も女性では46.5%と一段と高く、「やりたい仕事が少ないから」（41.5%）よりも強く作用している<sup>[3]</sup>。

では、地方出身者を東京に引き留める東京の暮らしとは、どのような暮らしなのだろうか。それは地方の暮らしとはどこが違うのだろうか。『地方創生のファクターX』での調査では、東京圏に住む地方出身の若者に「あなたにとって東京とはどんな街ですか？」と東京観をたずねているので、こちらも振り返っておく（図5）。

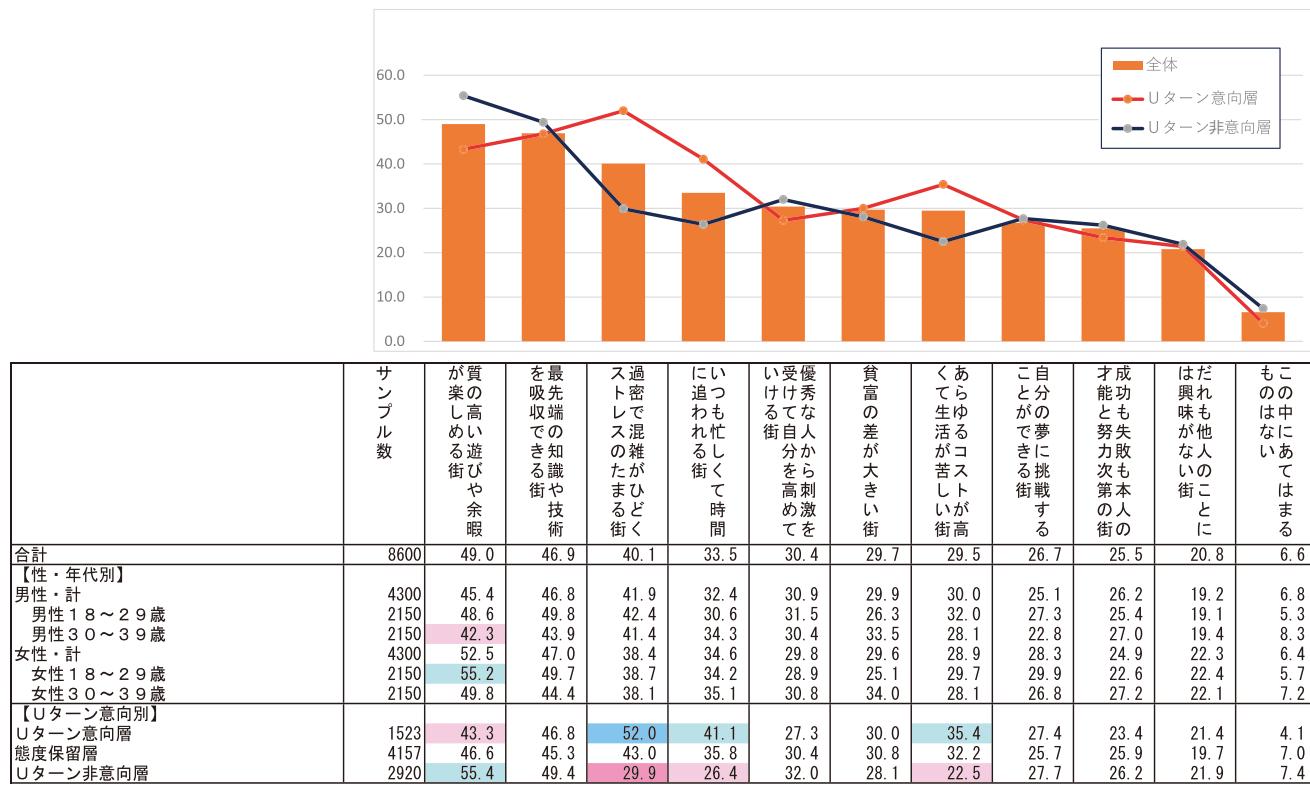
もっとも回答が多かったのは「最先



[2] パーソル総合研究所「第六回・新型コロナウイルス対策によるテレワークへの影響に関する緊急調査」（2022年3月）<https://rc.persol-group.co.jp/thinktank/data/telework-survey6.html>

[3] LIFULL HOME'S 総研『地方創生のファクターX』2021年、58p

【図5】地方出身者の東京観 LIFULL HOME'S 総研『地方創生のファクターX』2021年

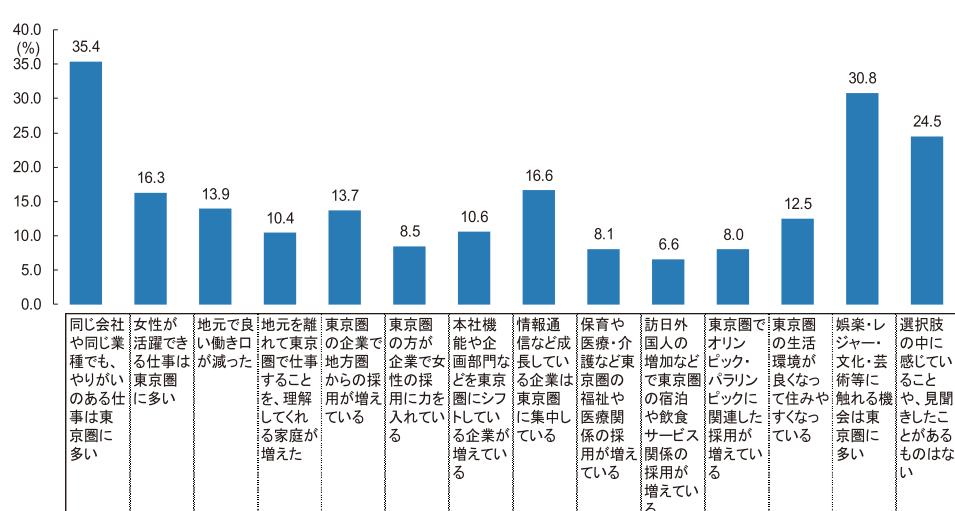


【図6】地方出身者の東京観 内閣府「若年層における東京圏・地方圏移動に関する意識調査」2019年より作成

Q11 次の中で、あなたが感じていることや、見聞きしたことがあれば、全てお答えください。(MA)

### 地方圏→東京圏

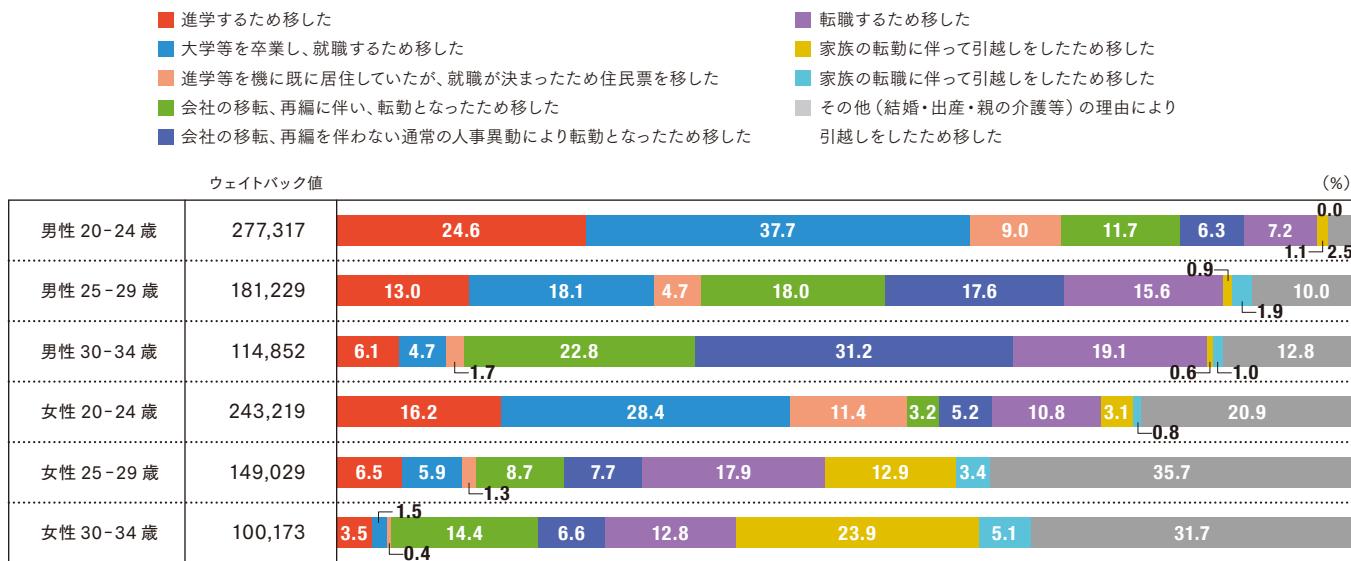
合計：1065820  
(ウェイトバック値)



[図7] 地方圏から東京圏へ移動した理由〈地方圏→東京圏の移動者〉 内閣府「若年層における東京圏・地方圏移動に関する意識調査」2019年

Q. あなたが各年に住民票を移した理由として最もよくあてはまると思う選択肢を1つお答えください。(SA)

性別×移動時の年齢別



端の知識や技術を吸収できる街」(46.9%)ではなかった。僅差だが「質の高い遊びや余暇が楽しめる街」(49.0%)がトップである。特に、18~29歳の若年女性では「質の高い遊びや余暇が楽しめる街」を選んだ割合は55.2%と高く、「最先端の知識や技術を吸収できる街」の49.7%を上回っている。

また、地元へのUターンを希望する層と希望しない層で東京のイメージを比べると、「最先端の知識や技術を吸収できる街」については、Uターン意向者で46.8%、非意向者で49.4%と差は僅かであるのに対して、「質の高い遊びや余暇が楽しめる街」は、Uターン意向者43.3%に対して非意向者は55.4%と10ポイント以上の差が開く。東京へ出てきた地方出身の若者がUターンをしたくないのは、雇用の問題だけではなく、地方に余暇や消費の楽しみが少ないことも大きな要因としてあると推察できる。

このような知見は、内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局が実施した調査でも確認することができる。「若年層における東京圏・地方圏移動に関する意識調査」(2019年4~5月)では、20~34歳の間に地方圏から東京圏へ移住した人に、東京についての印象をたずねている。その結果は、「同じ会社や同じ業種でも、やりがいのある仕事は東京圏に多い」が35.4%で最多であるものの、「娯楽・レジャー・文化・芸術等に触れる機会は東京圏に多い」も30.8%で続いている。広い意味での余暇環境が、雇用環境に負けず劣らず東

京の大きなアドバンテージであることが分かる(図6)。

## 4 雇用か余暇か

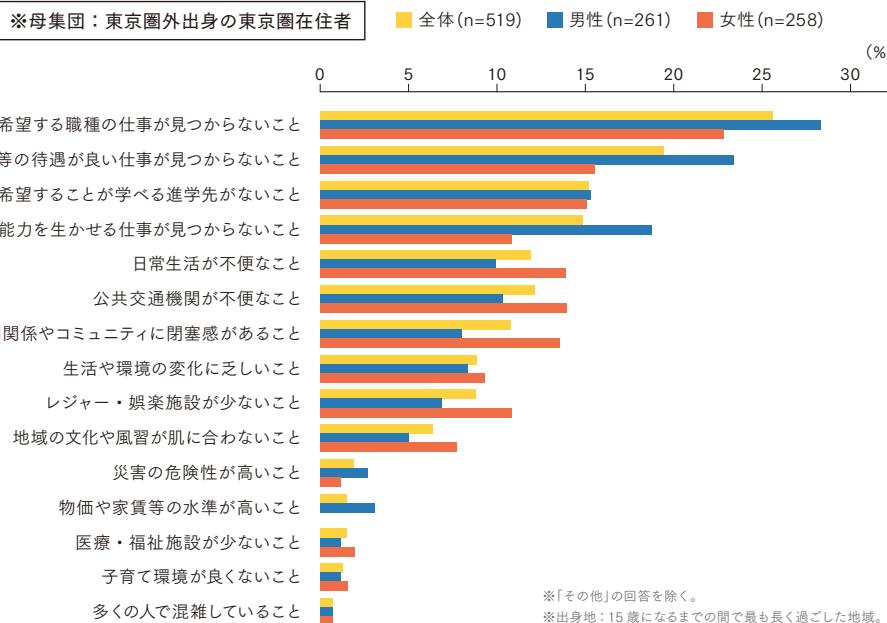
どうやら若者の東京一極集中は、これまでの地方創生議論で中心的な関心だった雇用環境の違いだけではなく、余暇環境の違いによっても引き起こされている可能性が高い。地方創生における雇用と余暇。ここは大事なところなので、両者の関係をもう少し丁寧にみておく必要がある。

前述の「若年層における東京圏・地方圏移動に関する意識調査」で確認すると、東京への流入人口の中心を占める20~24歳で、地方圏から東京圏へ移住した理由は、「進学」と「就職」が7割前後を占めている。25歳以上での東京圏移住になれば、男性なら「転勤」が、女性なら「家族の転勤」や「その他(結婚・出産等)」が大きくなる(図7)。同調査の選択肢はほとんどが本人または家族の仕事関係の理由で占められ、それを单一回答でたずねているので、移住の主な理由を聞けば仕事関係が最大の要因となるのは当然かもしれないが、この他に、国土交通省の国土政策局が実施した「企業等の東京一極集中に係る基本調査(市民向け国際アンケート)」(2020年)では、

[図8] 東京圏流入者が移住することを選択した背景となった地元の事情(男女別)

国土交通省「企業等の東京一極集中に係る基本調査(市民向け国際アンケート)」2020年

Q. あなたが地元に残らずに移住することを選択した背景となった事情として、あなたの地元にあてはまるものを全てお選びください。



地方圏から東京圏への移住者に移住の背景となった地元の事情を複数回答でたずねているので確認しておく(図8)。

ここでも最多の回答は「希望する職種の仕事が見つからないこと」、次いで「賃金等の待遇が良い仕事が見つからないこと」、「希望することが学べる進学先がないこと」、「自分の能力を生かせる仕事が見つからないこと」となっており、やはり仕事と進学が若年人口の地方から東京へ流れる大きな要因となっていることが裏付けられる。同調査には余暇環境についても「レジャー・娯楽施設が少ないこと」という選択肢があるが、回答は10%に満たず(女性では10%を超える)、東京圏への移住の要因として進学・就職ほどには大きな影響はないようである。

以上のような意識調査の結果に加えて、東京都への転入超過はその大半が毎年3月に集中しているという事実と突き合わせて考えれば、進学と就職・転勤が、地方から東京圏への人口移動の最大かつ決定的な要因であることは間違いないだろう。

まとめると、地方創生における雇用と余暇の関係は次のように整理できそうだ。

地方の若者は確かに、地元に魅力的な進学先や就職先がないため、高校・大学の卒業時に東京圏への移住を選択する。いわゆる有名大学や大企業の大半が東京に立地していることは紛れもない事実であるので致し方のないところである。そしてしばらく東京での暮らしを経験すると、東京の「娯楽・レジャー・文化・芸術等」に

触れ、地方ではそのような暮らしができなさそうなことが、Uターン等の地方移住をしない理由として大きくなる。東京の余暇環境の楽しさは、上京して来た地方の若者を東京に引き留めるダム機能として働いているのだ。このような余暇環境がUターンしたくない理由となる傾向は、特に女性で顕著である。

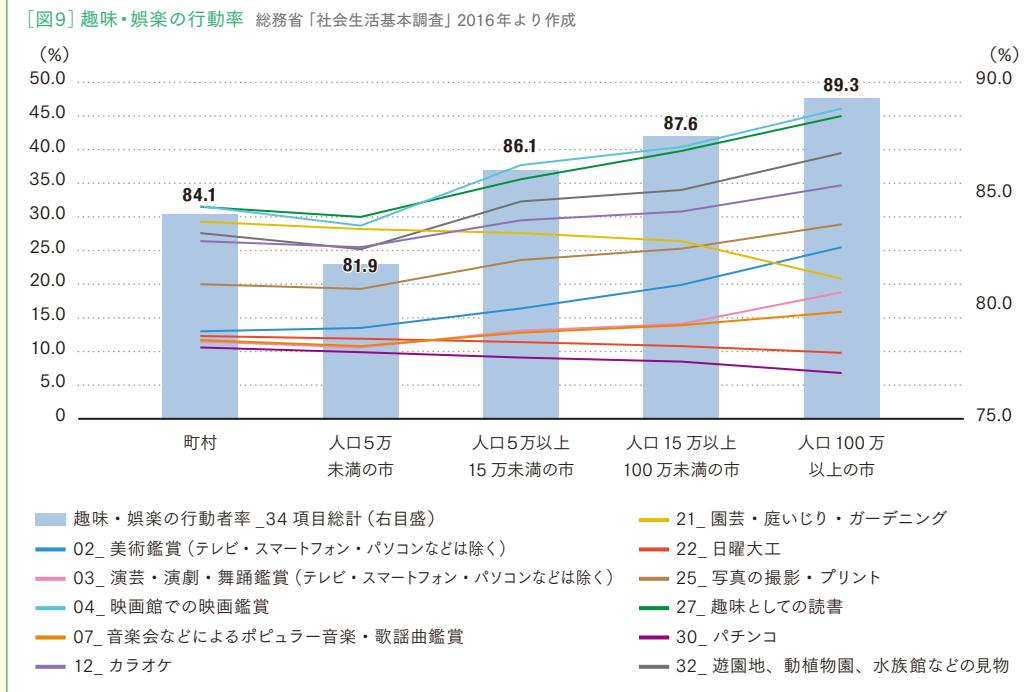
つまり、地方創生が何よりも重視してきた雇用の創出には、若者を地元に留める効果はある程度は期待できる。もちろん若者が働きたい魅力的な仕事を地方に増やせば、の話であるが。しかし一度東京圏での生活を経験した若者にUターンなりIターンなり地方移住を選択してもらうためには、地方に雇用があること

だけでは不十分で、地方の娯楽・レジャー・文化・芸術等に触れる余暇環境の充実が必要である、という仮説が成り立つのである。

この往路と復路で移動のドライバーが異なる可能性は、これまであまり詳しく議論されていないはずだが、案外重要な仮説の提議になるとを考えている。地方から東京への往路では雇用や進学が決定的な要因となるが、東京から地方への復路(Uターン)においては雇用環境単独での人口引き戻し力はあまり期待できない。その可能性を指摘しておこう。

『地方創生のファクターX』で、地方出身で東京圏(一都三県)在住の39歳以下の男女のUターン意向を出身道府県別にみると、Uターン意向がもっとも高かったのは沖縄県出身者だった。また、国立社会保障・人口問題研究所の「第8回人口移動調査」(2016年)では、一度出身都道府県から県外へ移住した者(全年齢)がUターンしてくる割合を47都道府県で比較しているが、ここでも沖縄県のUターン率は圧倒的だ。全国平均43.7%のところ、沖縄県のUターン率は70.9%と群を抜いており、2位の富山県の55.3%にも大差をつけている。ところが一方で、広く知られているように、沖縄県の1人あたり県民所得、有効求人倍率、完全失業率は47都道府県の中でワーストである。雇用や所得の指標でみる限りでは、沖縄県はUターンには厳しい環境であるはずなのだ。

Uターン移住には雇用環境が決定的要因にはならないということ



は、沖縄県の事例だけでも十分指摘できるが、念のため東京圏以外の43道府県別の出身者のUターン意向と雇用や所得の統計との相関係数を算出してみた。すると、平均求人倍率とUターン意向の相関係数は-0.179、完全失業率とUターン意向は0.273、1人あたり県民所得とUターン意向は-0.056、つまり両者の間にはほとんど相関関係はないという結果であった<sup>[4]</sup>。

とはいえ、地方移住を具体的に検討する個別個人においては、仕事と収入の確保は移住計画を実行するための必要条件になるだろう。だが、地方から東京へ出てきた若者全体としてみれば、出身地に仕事があること／ないことは、彼らのUターンしたい／したくない気持ちをなんら喚起するものではない。雇用環境はUターンの検討に先立たないのである。アンケートでUターンをしたくない理由を選択肢として提示すれば「仕事がないから」は選ばれるが、あえて理由を探せばそうなるだけで、実際にはそもそもUターンなど考えていないのである。

## 5 ここは退屈迎えに来て

そこで、先に見た「東京の暮らしが気に入っているから」というUターンを希望しない理由と、「質の高い遊びや余暇が楽しめる街」

という東京観について、その意味するところをもう一度考えてみたい。

参照するのは総務省が5年ごとに実施する「社会生活基本調査」。これは実際に興味深い調査で、約8万8000世帯の10歳以上の世帯員約20万人を対象に、国民の生活時間の配分や余暇時間における主な活動の状況を詳細に調査するものだ。総務省のサイトには「学習・自己啓発・訓練」、「ボランティア活動」、「スポーツ」、「趣味や娯楽」、「旅行・行楽」の各領域の詳細の行動率と行動時間を、地域別を軸にし

た切り口で集計した結果を公開しているので、都道府県別や都市階級別にどのような余暇活動がどの程度行われているのかが分かる。2016年の調査結果から都市の人口規模別に「趣味や娯楽」分野の行動率が比較できるのでさっそく確認してみよう。

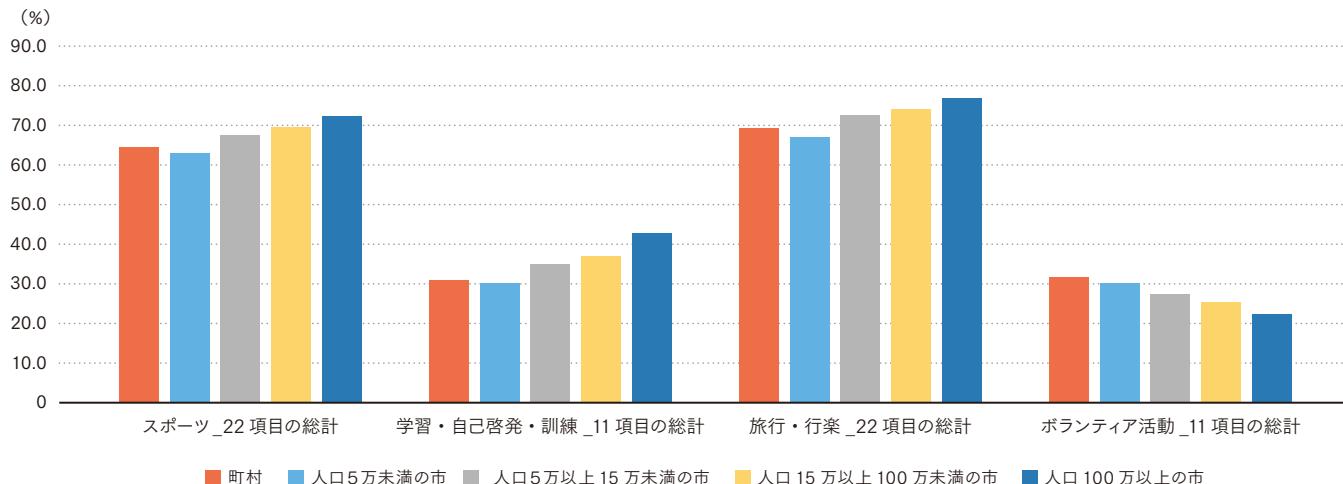
「趣味や娯楽」分野では、競技場でのスポーツ観戦や劇場での映画鑑賞から、カラオケやボウリング、曜大工や裁縫、詩・和歌・俳句・小説などの創作、パチンコまで34項目の趣味・娯楽の行動率が調べられている。図9の棒グラフが34項目の総計の行動率（どれか1つでもしたことがある割合）で、折れ線グラフは34項目の中から全国的にある程度の行動率が確認できるものを抜粋している。

結果は一目瞭然で、人口5万人未満の市から100万人以上の市へ、都市の人口規模が大きくなるにつれて趣味や娯楽の行動率が高くなっていることが分かる。特に人口が5万人未満と人口5万人以上15万人未満の市との間でやや落差がある。ところが町村レベルまで人口規模が小さくなると反転し、人口5万人の市よりも行動率が高くなり、「趣味や娯楽」の行動率のグラフは開いたJの字のようなカープを描く。

趣味・娯楽の具体的な種類をみると、「美術鑑賞」「演劇鑑賞」「映画鑑賞」（いずれもパソコンやスマートフォンではなく劇場で鑑賞した割合）のほか、「趣味としての読書」や「写真の撮影・プリント」のような文化系の趣味は人口規模と明らかな相関がみられる。「カラオケ」や「遊園地・動植物園・水族館の見物」のようなレジャー消費

[4] LIFULL HOME'S 総研『地方創生のファクターX』2021年、93p

〔図10〕分野別の余暇活動の行動率 総務省「社会生活基本調査」2016年より作成



的な行動も都市規模が大きくなるほど行動率が高くなる。一方、大都市よりも人口が小さい地域で高くなるのは、「園芸・庭いじり・ガーデニング」、「日曜大工」、「パチンコ」である。

「趣味や娯楽」以外の分野についても確認してみたが、「スポーツ(22項目)」、「学習・自己啓発・訓練(11項目)」、「旅行・行楽(22項目)」のいずれも都市の人口規模が大きくなるほど行動率が高くなり、5万人未満の市から町村で起こる小さな逆転現象によるJ字カーブが再現される。

一方、子どもや高齢者を対象とした活動のほか、スポーツ・文化・芸術・学術に関する活動、まちづくり、自然保護活動などからなる「ボランティア活動(11項目)」だけは、人口規模が小さい地域ほど行動率が高くなる(図10)。

これらのデータは、作家の山内マリコがデビュー作『ここは退屈迎えに来て』(幻冬舎、2012年)で、地方都市に生きる若い女性の物語の背景として描いた、地方都市の“退屈”的実態を客観的な数字で示すものではないだろうか。作中どことは特定されていない、故にどこにでもある、地方都市郊外に生きる登場人物たちが余暇を過ごす場所はもっぱら、ファストフードかファミリーレストランかゲームセンターかラブホテルである。

8篇の短編の登場人物の中で唯一東京を夢見る高校生の朝子は、東京への進学を反対する家族に「ここはわたしの居場所じゃないの」と泣きながら訴える。朝子の東京への憧れは、地元の大学生である家庭教師のまなみ先生から受けた影響が大きい。まなみ先生もかつて東京進学を希望していたが、父親の猛反対で地元の大学へ進学することになった一人だ。

まなみ先生が一人暮らしをするシンプルに整った居心地の良い部

屋で、朝子は「olive」や「ROCKIN'ON JAPAN」や「ロードショー」に興味を持ち、フランス映画のビデオや岡崎京子の漫画やフリップバーズ・ギターのCDを貸してもらい、東京への想いを募らせていく。休日には親に車を出してもらってTSUTAYAへ行きレンタルビデオやCDを漁るが、雑誌で読んだ映画やインディーズのCDが入荷しないことに、「この町には、好奇心を満たしてくれる店ひとつない」と苛立っている<sup>[5]</sup>。

朝子の物語の時代設定は1990年代後半と推測されるが、当時と今では地方都市の暮らしも大きく変化している。今では映画や音楽はアプリで全世界一律に配信され、地方都市で暮らしていくが、人生何回生まれ変わっても視聴しきれない膨大な作品のデータベースにアクセスできる。書籍や雑誌ならAMAZONを使えばどんな大型書店よりも品揃えが豊富で、クリックひとつで翌日配送もしてくれる。朝子の時代と比べると文化情報コンテンツの消費環境の地域格差はほとんど解消されているはずである。ファッショナブルや雑貨、インテリアなどモノの消費も、インターネットのECサイトを彷彿とすれば、どんな老舗デパートや巨大ショッピングセンターよりも幅広い選択肢から選べる。地元には同じ趣味やセンスを共有できる友達がないなくても、SNSのオンラインコミュニティでつながることも可能だ。インターネットの登場とスマートフォンの普及によって、東京に住もうが地方に住もうが、モノや情報を入手する(または発信する)環境には格差は全くと言っていいほどなくなった。

しかしそれでもなお、ミニシアターで作家性の高い映画を鑑賞する時の、見知らぬ観客たちとの得も言わぬ連帯感は、パソコンやスマホで観るNetflixでは味わえない。小さな劇場で演劇を鑑賞する感覚も同様だ。メジャーなアーティストやアイドルは全国ツアーや

に来てくれるけれど、お気に入りのインディーズバンドを応援するなら、YouTubeよりもライブハウスのほうが気分は上がる。美術館やギャラリーで意味不明の現代アートを鑑賞した時の三半規管が揺さぶられるような感覚も手のひら大のディスプレイでは難しいだろう。また、スマートフォンの画面をスワイプしながら、新作の洋服から古着まで超高速で品定めしている時と、冷やかし半分で派手目な服を試着して友だちと笑い合うような買い物行動では、同じ消費行動とは思えないほど時間の感じ方はまったく違う。

飲食はさらに決定的だ。美味しいくてインスタ映えもするスイーツが人気のポップなカフェ、スーパーのパン売り場とは別の商売かのように思える小粋なブーランジェリ、ハンサムなバリスタが淹れるコーヒーの香り、古いビルをリノベーションしたクールな内装のレストラン、洗練の極みのような所作のバーテンダーがつくり出すオーセンティックバーの空気、尖りまくったオーナーのセンスが隅々まで全開のセレクトショップ。そういう身体で経験する空間や時間の質は、インターネットで代替することは不可能だ。

確かにモノや情報を入手することに関しては、人口規模による地域間格差はなくなった。けれども逆にその分だけ、センシュアスなりアル空間への欲求が高まっているのではないか。LIFULL HOME'S 総研が2015年に発表した『Sensuous City [官能都市]』<sup>[5]</sup>は、発表から7年も経過しているというのに、いまだに講演依頼などの引き合いが続いている。人口規模の小さい地方都市からも、である。五感で感じる時間と空間の質の違いは、街の空気感としてむしろ自覚されるようになっているのではないか。スマホの画面には情報が溢れかえっているのに、歩いていける場所には見当たらない。コト消費とか時間消費が重要になっていることを考えれば、大規模小売店舗法(大店法)の出店規制が緩和された1992年以降、ファスト風土化が徹底されてしまった地方都市と東京との格差は、むしろ広がっている部分すらあるかもしれない。

## 6 “遊び”から地方創生を考えてみる

東京の魅力は仕事(だけ)ではなく、“遊び”なのではないか。裏を返せば、地方の弱みは仕事(だけ)ではなく、“遊び”なのではないか。昨年発表した『地方創生のファクターX』の続編として位置づける本研究では、地方創生における“遊び”について考えることにする。



これまで述べてきた各種のデータを元にした考察から、“遊び”が第二のファクターXなのではないか、という仮説にもとづくものである。

ここでいう“遊び”とは、レジャー、レクリエーション、娯楽、趣味、芸術・創作活動、あるいはボランティア活動なども包含した幅広い余暇活動にあたる活動で、自発的で自由な意思によって行われる、それ自体の楽しみを目的とする活動の概念を指す。なぜ「余暇」ではなく、ダブルクオーテーションマーク付きの“遊び”という言葉を使うのかについては後ほど詳しく述べる。またファクターX(Factor X)とは、コロナ禍初期にノーベル賞科学者山中伸弥教授が提唱したことで広まった、これまで知られていない隠れた要因という意味である。

これまで、地方創生の文脈の中で“遊び”はどのように取り扱われていたのか。典型的な事例で振り返っておこう。

第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」(2020改訂版)では、「若年層における東京圏・地方圏移動に関する意識調査」の結果を引用して、「若者は生活環境に関しても東京圏に対して良いイメージを抱いており、これも(東京一極集中の)要因の1つと考えられる」と明記している。つまり、娯楽・レジャー・文化・芸術等に触れる機会が、東京の強み/地方の弱みであるという認識はされていることは確認できる。

しかし、それにもかかわらず、基本戦略や具体的な取り組みにおいて、娯楽・レジャー・文化・芸術等に触れる機会の創出にはあまり関心が寄せられているとは言い難い。最新の改訂版「まち・ひと・しごと創生基本方針2021」では、総合戦略の基本目標4「ひとが集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる」の中で「文化に

[5] 山内マリコ「東京、二十歳。」『ここは退屈迎えに来て』幻冬舎、2012年

[6] センシュアスの概念については、LIFULL HOME'S 総研(2015)を参照 <https://www.homes.co.jp/souken/report/201509/>

「よりまちづくり」の方針が掲げられてはいるものの、10の施策のうち1つとして、具体的には以下の3点が挙げられるのみで、「まち・ひと・しごと総合戦略」全体の中では見落としてしまいそうなほど、文化の位置づけは軽い。

- ・文化資源の高付加価値化をはじめとする文化観光の推進、「日本博」及びその成果等を踏まえた文化プログラムの全国各地での展開等により、文化による国家ブランディングの強化や地方への誘客を図る。
- ・法改正も視野に入れ、博物館等関連施策の見直しに向けた検討を行い、地域活性化の核となる地域の文化施設の機能強化を推進する。
- ・文化財保護法（昭和25年法律第214号）の改正を契機とした無形の文化財等の登録の加速をはじめ、地域の文化遺産の継承や活用に向けた取組を進める。

内閣府「まち・ひと・しごと創生基本方針2021」より

文化財や美術館・博物館等の箱物に力点があることでも分かるように、「まち・ひと・しごと創生基本方針2021」が考える文化は、観光資源としての性格が強く、地域住民が日常的に感じる文化的豊かさや、趣味・娯楽などを楽しむ余暇生活の豊かさへの視線を感じ取ることは難しい。少々うがった見方をすれば、要するに地方創生における「文化によるまちづくり」とは、文字通りの意味ではなく、地域の観光産業を振興し雇用をつくる戦略の一環としての性格が強いのである。

「文化によるまちづくり」のすぐ後に続いて、「スポーツ・健康まちづくり」も掲げられている。スポーツも余暇に関わるものと言えるが、しかし具体的な施策を見ればやはり、スポーツ・ツーリズムのコンテンツ整備、プロスポーツチームによる地域経済活性化、健康増進による疾病予防が、施策の中心を占めている。地方創生においては、文化芸術と同様にスポーツもまた、ただ余暇を楽しむための“遊び”として存在することは許されていない。

なぜこういうことになるのか。「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が要求している業績評価の指標KPIの設定に原因があるのではないかだろうか。地方創生では、各自治体が地方版人口ビジョンとして自治体の将来人口の目標値を設定したうえで、それを達成するための諸施策の束として地方版総合戦略が策定される。なのですべてのKPIは、理論的には最終的に人口ビジョンの達成へツリー状に統合される形で構成される。すると、文化芸術やスポーツもただ「楽しい」というだけでは許されず、人口政策に寄与する何らかのアウトカムを求められることになる。

もちろん文化芸術やスポーツには人間の精神的または身体的な状態に対してポジティブな作用があるだけでなく、それらが活発に行われることが地域経済に貢献することは間違いない。しかしながら文

化芸術やスポーツは本来、人間の原始的な遊びから生まれ、歴史の中である種の形式として発展してきた活動である。人は将来何かの役に立つから遊ぶのではなく、ただ遊びたいから遊ぶのだ。それをすることが楽しいから、誰かに頼まれたり強制されたりしなくとも、つい遊んでしまうのだ。平安時代に「遊びをせんとや生れけむ、戯れせんとや生れけん、遊ぶ子どもの声きけば、我が身さえこそ動がるれ」（『梁塵秘抄』）と歌われたように、自然と体が動き出すのが遊びである。

なにが言いたいかというと、文化芸術やスポーツも含めた余暇＝“遊び”は、それ自体が持つ楽しさがまずは尊重されるべきだ、ということである。その“遊び”は基本的に人々の人生を豊かなものにして幸福の実感に寄与する。日々の暮らしに幸福を感じている人が多ければ、その地域は幸福な地域・魅力的な地域と呼べるはずだ。地方創生に対するLIFULL HOME'S 総研の基本的なスタンスは、地方創生の目的は、単に人口の頭数を追いかけるための人口政策ではなく、地域の幸福（= Well-being）の増大を目標にするべきだという考え方である。地域の人口は、自然増・社会増も合わせて地域が選ばれた結果でしかないのだから、大上段に真正面から幸福度の増大を目標にすべきなのである。

とはいっても、“遊び”がただ楽しいねと消費されて、社会経済的になんらのアウトカムも残さず、陽炎のように跡形もなく消え去るものだと考へてはいない。“遊び”は大抵の場合、なんらかの産業を通して地域経済にお金を落とす。不動産なのか、サービスなのか、道具なのか、材料なのか、それは活動の種類によって違ったとしても、なんらかの経済的出費を伴う場合が多いだろう。また、前段で分析したように、都会から若者を呼び戻す移住政策においても、“遊び”が地方都市の弱点になっている可能性が高い。

ここからは希望的推測の交じる仮説の域だが、“遊び”は人々の寛容性を育み、創造性を刺激する。地域の寛容性は多様性を受け入れ、創造的なアイデアが芽生える土壤となる。それこそがまさに今地方が必要としていることではないか。停滞した地方経済を活性化するためには、これまでの常識を疑い、地元の既成概念を打ち破って、眠ったまま埋もれている地域の資源を新しい価値へ再構成する、クリエイティブな人材の力が必要だからである。

## 7

### 人間にとって“遊び”とはなにか

本報告書ではなぜ余暇ではなく、ダブルクオーテーションマーク付きの“遊び”としているか。それは「遊び」という言葉が、非常に多義的で深い意味を含蓄するからである。本調査研究の思想的な下

敷きになる部分なので、少し遠回りになるが、遊びとはなにかという問題を考えてみる。

「遊び」というと、言葉のイメージとしてまっさきに思い浮かぶのは、子どもの遊びではないだろうか。子どもは4~5歳くらいになると、誰に教えられるわけでもなく、ままごとやヒーローごっこなど、いわゆるごっこ遊びをし始める。最近では公園でもベンチに座ってゲームをしている子を見かけるばかりであるが、携帯ゲーム機登場以前は鬼ごっこやかくれんぼ、秘密基地遊びをする姿もよく見かけたものだ。子どもたちは、その場の空間や手近なモノを想像上の世界の舞台や小道具に見立て、自分たちで役回りやお約束を決め、時間を忘れてその世界に没頭する。

そういえば小学校の中学生の頃だったか。よく遊んでいた児童公園の裏の小山で小さな洞窟を見つけ、そこに悪人が隠れ住んでいるから探検隊を結成して見つけに行こうという物語を編み出した友だちがいた。彼は、危ないからと隊を2つに分けて、念のため武器を持てとそこらに落ちていた小枝を刀に見立てて配った。その後しばらく彼は仲間内で放課後のリーダーとして君臨したことは言うまでもない。想像力で皆をとびきりワクワクする世界に連れて行ってくれることへの、子どもたちなりのリスペクトだったのだろう。

大人になると「遊び」は、「今度の休みはディズニーランドに遊びに行こう」とか「海や森で遊ぶのが好き」とか「趣味はロールプレイングゲームで遊ぶこと」とか「金曜の夜は友だちと朝まで渋谷で遊んでいた」と、レジャー・趣味・娯楽の行動に変わる。

日常生活で使う「遊び」という言葉からイメージするのは、だいたいここまで範囲のことを指すことが多いと思う。だが実際には、私たちは普段もっと幅広い意味で「遊び」という言葉を使っている。

「通勤電車の中ではだいたいスマートフォンのゲームで遊んでる」と言う人は、娯楽や趣味というよりも暇つぶしだろう。「ぱーっと遊んで忘れてしまえ」と言われたら、気晴らしして来いという意味だ。「前の会社を辞めた後はしばらくぶらぶら遊んでいた」と聞けば、おそらく無為な時間を気ままに過ごしていたのだろうと羨ましがる。「一年休学して世界を遊んで来る」と変則的な表現をすれば、堪能し知り尽くす、学ぶというニュアンスになる。「あの人は遊び人だ」という評判からは、情報感度が高くおしゃれで社交的な道楽者を想像する。遊郭で遊女と「遊ぶ」のは直接的に性行為を意味する。「よせん遊びですから」と言い訳する人は、別に結果はどうでもいいという余裕を表明している。「遊び半分でやってんじゃねーぞ」と怒られたら、いい加減だ、不真面目だ、懸命さが足りないと非難されたと理解する。この場合、「遊び」は眞面目の反対語として理解される。

「遊び」は英語では「play」だが、「play」には文字通り「遊ぶ」という行為以外に、楽器を演奏することも、チェスや将棋やトランプゲームをすることも、音楽ソフトや映像ソフトを再生することも、野球や

サッカーの競技をすることも、芝居で役を演じることも、そこから転じて……のふりをすることも、ポーカーやルーレットなどのギャンブルをすることも、すべて「play」と表現する。ハンドルの遊びも「play」という。

こうして改めて列挙してみれば、日本語の「遊ぶ」も英語の「play」も、ひとつの単語が適用される活動の種類と想起されるイメージがなんと幅広いことかと驚かされる。

これほど広がりを持った言葉の使い方から抽出できる「遊び」に共通する性質は、まず基本的に絶対的な原則として「遊び」は楽しいということだ。くたくのない愉快、ドキドキワクワクの興奮、息を飲む緊張、知的興奮や探究心、エネルギーの発散、心地よい親密さ、非日常感、解放感、肉体的快楽などなど、私たちが「遊ぶ」という言葉を使うさまざまな活動やシーンが私たちにもたらす情動をひと言に集約するなら、楽しいである。スポーツや楽器の練習のように苦しいことがあっても続けられるのは、上手くなればもっと楽しめるからであり、上達のプロセスも含めてメタなレベルでの楽しさがあるのだ。また、暇つぶしで始めたゲームを惰性で長時間続けることは疲れるあまり楽しそうには思えないかもしれないが、何もしないでいる退屈に比べたら楽しいのである。

そして、「遊び」は義務ではないことも必須である。したいからするのであり、誰かに強制されなければいけないからするのではない。たとえば、子どもが親に強制されていやいや習っているピアノは、子どもにとって「遊び」ではない。なぜなら第一の原則に反するからだ（もちろん最初はいやいやでも上達するうちに楽しくなることはある。楽しくなって自分の意思で続けるならばそれは「遊び」になる）。つまり自発的な意思によって自由に行われるものが「遊び」である。

次に、「遊び」は何かの生産的な活動ではないということだ。人は「遊び」によって富を増やしたり、成果や報酬を期待したりしているのではない。ごっこ遊びは将来大人になった時のシミュレーションだと言う人もいるが、自分の記憶からしても子どもたちにはそんな意図は1ミリもなく、ただそれが楽しいから遊んでいるのだ。子どもにとって「遊び」は、根本的に素朴な楽しみなのである。仮に「遊び」から何か学ぶものがあったとしても、それは後からついてくるおまけで、おまけを目的に遊んでいるのではない。ギャンブルでは稀に大金を儲けようと深刻な破滅をする人もいるが、常識的な人なら財布が許す範囲の掛け金で身の丈のスリルを味わうことを楽しむ。「遊び」である限りは勝っても負けてもギャンブルは楽しいものだ。つまり「遊び」は生産的ではないからこそ、それ自体の楽しみの他に目的を持たない自己充足的な行為である。

社会学の分野では、自己充足的なものであることをコンサマトリーという。アメリカの社会学者タルコット・パーソンズの造語である。



コンサマトリーの対義語はインストゥルメンタル（道具的）で、その行為が何かを目的としたものである状態を指す。本来「遊び」は徹底的にコンサマトリーであるにもかかわらず、地方創生政策は「遊び」をインストゥルメンタルな活動として扱うので、違和感が大きいのだろう。市民が文化芸術やスポーツに親しむことには、本来それが楽しく人間性にとって必要なことであるから以上の大義は必要ないのだ。<sup>[7]</sup>

そして最後に、「遊び」にはどこかしらちょっとした緩さがあり、予測不能な偶然性や運も楽しみ、ハプニングはむしろ歓迎される。旅の思い出を話す時は、道中経験したちょっとしたトラブルのエピソードがいちばん記憶が鮮明で、話題としても面白い。そして失敗も笑って受け入れられるのは、しょせん遊びだから。だから真剣勝負で勝ち負けを競うスポーツの競技でも、ノーサイドのホイッスルが鳴れば勝っても負けても対戦相手と健闘を称え合う。「遊び」は時に真剣で真面目なもののだが、思い詰めた一途さや、不退転の決意や、絶対の必勝や、妥協のない厳密さを追い求め過ぎると、逆に「遊び」は遠ざかっていく。

箇条書きで整理すると以下になる。ある活動が「遊び」であるかどうかは、濃淡はあるども、以下の4つの心理的な特徴を備えているかどうかにかかっている。

- ① 楽しい：楽しくなければ遊びでない、苦しさも楽しさのうち、退屈よりはマシ
- ② 自発的で自由：やりたいからやる、やりたくないからやらない
- ③ 自己充足的（コンサマトリー）：それ自体の楽しみの他に目的を持たない
- ④ 緩い：運や偶然に委ねられ、ハプニングは楽しい、失敗も許せる

ここまででは、言葉のイメージを手がかりに「遊び」の特性を考えたが、やはり重要な学術的知見はきちんと補足しておかなければならぬだろう。

基本のキとして共有しておきたいのは、歴史家ヨハン・ホイジンガ

による『ホモ・ルーデンス』<sup>[8]</sup>の理論である。『ホモ・ルーデンス』は1938年に発表された、学術的な遊び研究の嚆矢にして文化論の古典である。現代でもこの分野の研究はほぼ100%、ホイジンガを出発点とする。なお、「ホモ・ルーデンス」とは、ラテン語で「遊ぶ人」の意味である。

ホイジンガは、文化人類学や言語学など横断的な知識を動員し、古今東西の文化の成立を幅広く分析した知見を、「遊びこそが人間活動の本質で、古今東西人類が育んだあらゆる文化は遊びから成立した」という有名な命題に凝縮した。通常、私たちは「遊び」というものは文化に根ざして生まれ、文化の中で継承され発展してきたとものと考えがちである。ところがホイジンガはそうではなく、「人間の文化は遊びにおいて、遊びとして、成立し、発展した」と、遊びが文化に先立つと主張をしたのである。この発見がホイジンガの最大の功績と言っても過言ではない。

遊びの成立はある文化段階やある世界観の形式に結びつけられるものでは決してない。ホモ・サピエンスなら誰でも、たとえその人の使う言葉に遊びの一般概念の持ち合わせがなくても、現実の遊びや遊ぶ行為をすぐさま自明で独自のある姿として思い浮かべることができる。

ホイジンガは遊びの形式的特徴を次の5つにまとめた。①自由な行為（命令された遊びは遊びではない）、②仮構の世界（ありきたりの生活の場外）、③場所的時間的限定性をもつ（定められた時間と場所の範囲内で行われ、終わるもの）、④秩序を創造する（規則が犯されると同時に崩壊する）、⑤秘密をもつ（小さな秘密をつくることで魅力を高める）。さらにそこに機能的特徴として「戦い（闘技）」と「演技」を加え、「遊び」を定義した。

ホイジンガのこの定義は、ロジェ・カイヨワが『遊びと人間』<sup>[9]</sup>で批判的に受け継ぎつつ発展させ、その後も無数の研究者たちがこれを基準地として理論の修正や追記、書き換えを試みてきた。それでもなお、80年以上前にホイジンガが固めた地盤が崩れ去ったわけではない。改めてみると、先ほどの探検隊遊びのような子どものごっこ

遊びの特徴も、すべて網羅されていていることが分かる。書きながら追加で思い出したのだが、帰宅を促す地域無線を聴いた探検隊は「このことは絶対誰にも言ってはいけない」と約束をして解散したものだ。

さて、本研究にとってもうひとつ興味深いのは、ホイジンガが「遊び」と「美」との結びつきを強調している点である。ホイジンガによれば、「遊び」はそれ自身が秩序立った形式を創造しようとする衝動の中で、自ら美しくなるとする傾向を秘めているのだそうだ。原始社会の人間が、体を揺らし、手を打ち足を踏み鳴らし、飛び跳ねたりして何かの感情を表現していた遊びが、次第に舞踏や音楽という芸術形式に発展した、と考えれば合点がいく。ホイジンガはこの美的なものへの指向性を「遊び」の特徴に追記するべきだったのではないかとすら思う。

文化は「遊び」から形成されるという命題を置いた上で、文化は物質的必要性や功利的な関心よりも、美的憧れによって生み出される、というホイジンガの主張は、地方創生におけるまちづくりに、たいへん重要な示唆を与えていると思われる。

美しいという属性は本来遊びには備わっていないが、しかし、遊びはあるゆる美的要素を自分に結びつける傾向を持っている。遊びのより原始的な形式にははじめから楽しさともいえぬ魅力がまとわりついている。動いている人間の肢体の美しさは遊びの中にその最高の表現を見いだす。より高度に発達した形式においては、遊びは人間に授けられた美的真実探求能力の最高の贈り物ともいべき、リズムと調和をもって飾り立てられ仕上げられている。遊びと美のきずなは堅く重層的だ。

なお余談になるが、ホイジンガは日本語における「遊び」についても軽い分析をしている。本論とは直接関係はないが興味深いので紹介しておこう。

ホイジンガは日本語の遊ばせ言葉の中に「遊び」の日本の理念を見出し、「日本の生活理想のたぐいまれな真面目さは、実は、いっさいが遊びにすぎないという仮構を裏返した仮面の姿である」と述べている。

遊ばせ言葉とは、一番耳に馴染みがあるのは「ごめん遊ばせ」だと思うが、皇族や外国元首に限定で使われていた最高敬語の中に「陛下は～遊ばされた」という表現があるように、位が高い人に対して使う敬語だ。日本では、身分の高い人はただ自発的な楽しみによってのみ行動するほどの崇高に生きていると思われていたためだと、ホ

イジンガは言う。興味深い見方であるものの、それがなぜどうやって裏返ったのかについては残念ながら書かれていない。

## 8 遊びと余暇の違い

ところで、日常会話としては「遊び」は特に意識されることもなく余暇活動とも呼ばれる。そのため一般的には「遊び」と「余暇」の違いは曖昧だ。ところが、先ほどみた「遊び」の含蓄する意味的な広がりを考慮すれば、両者が似て非なるものであることは理解されよう。

「余暇」は英語で「leisure」であり、「play」とは異なる語源を持つ。「play」が、軽く素早く体を動かすことや体を動かして楽しむことを意味する古英語「plegan」あるいは「plegian」に由来するのに対して、「leisure」は許可されるという意のラテン語「licere」に由来し、なんらかの権威によって認可された行動というニュアンスがある。なので、労働から解放された(許可された)暇な時間を、趣味や娯楽、社交に費やして生きる階級の人々は「leisure class (有閑階級)」と呼ばれる。つまり「余暇」とは、労働や家事(家庭内労働)とは区別され対立する概念としてあるのである。

フランスの社会学者で余暇学の権威デュマズディエは、『余暇文明へ向かって』<sup>[10]</sup>の冒頭で、1960年代当時の研究者の多くが想定しているところとして、余暇とは「報酬とは無関係に自由に追求されるところの直接的満足度をもたらすような活動」であると紹介している。ここまでなら、「遊び」と「余暇」の境目は限りなく曖昧なままだ。

しかしデュマズディエは余暇を軽々に定義することに慎重で、その代わりにまず余暇の概念と明らかに対立する活動のリストとして以下の6つを列挙する。①職業上の仕事、②付帯的もしくは補助的業務、③家庭での仕事(家事、家畜の世話、内職、庭仕事)、④生身の人間としての活動(食事、入浴、身支度、睡眠)、⑤家庭における社交あるいは宗教関係の活動すなわち冠婚葬祭、その他義務的行動(訪問、記念日、政治集会、協会奉仕)、⑥必要な勉強(学習会、学校あるいは職業上の試験のため)。

さらにデュマズディエは、余暇の機能を「休息」「気晴らし」「自己開発」の3つに分類した上で、最終的に余暇をこのように定義した。「余暇とは、個人が職場や家庭、社会から課せられた義務から解放

[7] もちろんその施策の採算性を度外視して赤字を垂れ流してもいいという話ではない。

[8] ヨハン・ホイジンガ・里見元一郎訳『ホモ・ルーデンス 文化のもつ遊びの要素についての定義づけの試み』講談社、2001年

[9] ロジェ・カイヨワ・多田道太郎・塙崎幹夫訳『遊びと人間』講談社、2022年

[10] デュマズディエ、中島巖訳『余暇文明へ向かって』東京創元社、1972年、14～19p

されたときに、休息のため、気晴らしのため、あるいは利得とは無関係な知識や能力の要請、自発的な社会的参加、自由な創造力の發揮のために、まったく随意に行う行動の総体である。

余暇の目的や余暇が行為者にもたらす精神的作用は、「遊び」とも十分に共有可能なものであるが、余暇ではないものとして排除されたリストからは、「余暇」とは労働や家事（家庭内労働）のような義務的な活動以外の領域にしか成立しないことが、改めて確認される。

そもそも「余暇」という概念が一般の庶民の生活に広がったのは、20世紀になってからである。1926年にアメリカの自動車会社フォードは、世界に先駆けて1日8時間・週5日勤務制を導入し、全米の産業界に大きな衝撃を与えた。当時のアメリカでは1日10時間・週6日勤務が一般的だったので、実に30%以上の労働時間の削減にあたる。産業界に大きな議論がまきおこったが、ヘンリー・フォードはこう言い放ったと伝えられる。「労働者がお金を稼ぎ、余暇の時間を持つことが消費を喚起し、経済の発展につながる」と。だがそこにはフォードのしたたかさもあり、労働時間を減らすことで労働者の生産性が上がる、ということも長年の実験と分析によって確信していたのである。

資本にとっては、労働者がより優秀な労働者であると同時により旺盛な消費者であってもらうためには、労働者を働かせ過ぎてはいけないのだ。身も蓋もない言い方をすれば、「余暇」は生産性を高め消費を増やすことを目的として、資本から労働者へ提供されたのである。このため、「余暇」は生まれた時から労働とは対立しなければならない宿命を背負っているのだ<sup>[11]</sup>。

他方、「遊び」の概念は必ずしも労働と対立するものではない。

労働はなんらかの成果・報酬を目的にした生産的な活動で、インストゥルメンタル（道具的）であることは間違いない。有閑階級以外では義務的でもあり、予測や計画を重視し、真面目さが求められ、失敗はできるだけ避けなければいけない。「遊び」とは対立する部分が多いのは確かだ。

しかし、プロのアスリートやミュージシャンやアーティストたちにとっては、自分の競技なり音楽なり創作を、単なる仕事だときっぱりと割り切れるものではない。メジャーリーガー大谷翔平選手は、お金のためだけに時速100マイルの剛速球を投げているわけではない。彼が野球を心底愛して「play」していることを野球ファンは誰も疑わない。大谷選手にとっては、大好きでやりたくてやっている野球が、才能と努力と少しばかりの幸運によって大金を稼げる職業になっただけである。大谷選手にとって野球は決して「余暇」ではないけれど、プロになった今でもなお「遊び」ではあり続けているのだ。

スタートアップ企業の創業メンバーだって、IPOで大金を手にすることだけを考え、昼夜間わざ働いているわけではないだろう。自分

たちのアイデアに熱狂し没頭し、志を共にする仲間と働くことが楽しくてしょうがないのだ。小さな可能性にすべてを賭ける彼らにとつて、不確実性はむしろ喜びであり、失敗への不安はギャンブラーのそれと似たようなところがある。私のような平凡なサラリーマンですら、仕事そのものが楽しくて熱中して時間を忘れて働くことはある。仕事のための資料として読み始めた本が面白くて、知的興奮のため夜を徹してしまうことも珍しくない。私たち一般人の仕事も大谷選手の野球と同じように、決して「余暇」ではないけれど、「遊び」ではありうるのである。

他には、「ハンドルの遊び」という言葉を考えてみよう。機械工学で言う「遊び」は、部品と部品の結合部に意図的に設計された隙間のことである。熱や湿気で膨張した素材が、他の部品と衝突して歪みやズレが発生したり破損することを防いだり、振動を機構全体にダイレクトに伝えないよう吸収するために設けられる。その遊びは機械が適切に仕事（ワーク）をするために必要な緩さである。

機械だけでなく仕事や組織や制度や計画にも「ハンドルの遊び」のようなゆとりが必要なことを、私たちは経験的に知っている。それはある種の余白とも言えるもので、白でも黒でもない曖昧に残された当事者の裁量による運用可能な領域を意味する。時にルーズにもなる危険性はあるものの、機械の遊びと同様、システムが適切に機能（ワーク）するために必要なゆとりでもある。「遊びがない」状態とは、解釈の余地がなく、自由な裁量が認められず、融通が利かないため柔軟性に欠ける状態である。遊びのない組織や制度、あるいは仕事のやり方は、不測の事態に対して脆さを、環境変化に対して硬直性を露呈する。

このように、「遊び」は大方のところで「余暇」と重複するものの、「余暇」とは違って労働と混ざり合わないわけではない。仕事の中にも「遊び」の精神をいくらか持ち込むことは可能であり、職種によっては不可分なところさえある。もちろん労働とはお金を稼ぐための手段でしかなく、やらないですむなら本当はやりたくない苦役だと考える人もいることは否定しない。だが、そうは考えない人も多いし、現実問題としては、仕事を楽しんでいる人のほうがおおむね稼ぎもいいのではないか。稼ぎがいいというのは、つまり生産装置としてうまく機能（ワーク）しているということだ。

またデュマズディエが余暇の定義から排除した食事、入浴、身支度などの必需行動の中にも、社交の中にも、勉強の中にも、「遊び」が滑り込む余地は相当大きいことは、いちいち例を挙げるまでもなく容易に理解できよう。

「遊び」は、余暇時間のレジャー・趣味や娯楽、文化芸術活動など、「余暇」と同じように義務的・必需的な領域の外側での活動を基盤にしつつも、その精神性において「余暇」が排除する領域にも侵食し

うる。

要するに仕事にも遊びの要素はあり、また遊ぶように働くことも可能ということだ。さらに言えば、生活のほぼすべてのシーンを遊ぶことも決して不可能なことではない。枝葉を落として単純化すれば、「余暇」とは時間のこと、「遊び」はマインド（遊び心）のことである。なので、本報告書のタイトルで“遊び”と表現しているのは、単なる余暇時間における活動にとどまらず、そこにまつわるマインドまでを表現する意図のためである。

## 9 本報告書の内容

本報告書はLIFULL HOME'S 総研が、昨年発表した『地方創生のファクターX 寛容と幸福の地方論』の続編として、引き続き地方創生について考えるものである。ファクターXを名乗るように、今年も、これまでの地方創生政策が見落としていた重要な論点について探索する。

前作は、地域社会の寛容性が、地方の人口の社会増減に対する隠れた原因であることを、大規模なアンケート調査で得られたデータをもとに明らかにした。女性や若者やLGBTなどに象徴される多様な価値観や生き方に対する地域の寛容性は、地方圏から東京圏へ移り住んだ若者のUターン意向、居住している都道府県からの離脱意向（流出）、他の都道府県からの移住者の定着意向のすべてと相関関係が強く、寛容性の低い地域ほど人口の社会減がしやすいという事実を発見した。47都道府県別の寛容性と人口の社会増減率の相関係数は、実に+0.8を超える驚くべき高さである。このような結果は、地方創生関係者や地方メディアにも驚きと納得感をもって受け入れられた。

前作ではまた、地方創生が目指すべき最上位のゴールは、人口の争奪戦を意味する人口ビジョンの達成ではなく、都道府県民の幸福度であるべきだと提案し、昨今では国策も注目しているWell-beingの指標を使って都道府県別の現状を報告した。

続編として位置づける本作では、ここまで述べてきた通り、“遊び”が、これまでの地方創生議論が見落してきたもうひとつのファクターXであることを明らかにしたいと考えている。今回、LIFULL HOME'S 総研が本調査研究レポートで目指すのは、地方創生議論

の中で、“遊び”が正当に評価され、地方に娯楽・レジャー・文化・芸術等に触れる機会を創出することの重要性が、官民間わず地方創生に携わっている関係者に共有されることである。

本研究プロジェクトの議論は基本的に、①仕事だけでなく、“遊び”も東京一極集中の大きな要因であること、②現状では東京を中心とする大都市圏と人口規模の小さい地方都市圏で、“遊び”的格差が大きく、総じて言えば地方には“遊び”が足りないこと、③地域住民の寛容性や幸福度（Well-being）の増進には“遊び”が大きな鍵を握っていること、の大きな3つの仮説で支えられている。このアイデアは、前作で地方創生のファクターXとして分析した地域の寛容性が、地域の文化水準の満足度と強い相関関係（相関係数+0.674）にあったことから着想した。

本報告書では独自のアンケート調査結果に基づく分析にもっとも多くの紙面を割くものの、学術的な理論を踏まえ、さらにさまざまな現場の実践例の取材調査によって全体の議論を構成する。以下、この序章以降に続く本報告書の議論について、大まかにその内容と位置づけを紹介する。

### ▶ 学術的論考：

#### 「遊びの自由 — 距離化の運動と管理社会批判」

渡會知子（横浜市立大学都市社会文化研究科准教授）

ヨハン・ホイジンガとロジェ・カイヨワは、遊び論の開祖にして二大巨頭である。渡會氏は、その2人の古典が遊びの本懐とした「自由」について、ホイジンガとカイヨワ自身の限界点を検証し、そこから遊びの自由について議論を深めていく。そして、自由には古典が認めたり○する自由という対象へ向かうベクトルとは別に、○○からの自由という対象から離れるベクトルがあり、後者こそが古典理論が捉えられていなかった遊びの自由の本質ではないかと結論する。遊びの自由を表す「距離化の運動」は、私たちの幸福や寛容へ働きかけ、そして自由への可能性を開く。平易な文章でテンポよく展開する渡會氏の議論は、本報告書を貫く思想の裏付け、もしくはセーフティネットである。

### ▶ 学術的論考：

#### 「幸せの場所と時間」

清水千弘（一橋大学ソーシャル・データサイエンス教育研究推進センター教授）

経済学者の清水千弘氏は、効用最大化条件を考える消費者行

[11] とはいって、20世紀以前の庶民が余暇を楽しむ余裕がないほど長時間労働を強いられていたわけではない。過酷な長時間労働が問題になったのは、産業革命以降、庶民が工場労働者として働くようになってからである。たとえば、江戸の大工の1日の労働時間はせいぜい4時間半だった（石川英輔『大江戸生活事情』講談社、1997年）。江戸の庶民は月のうち半分も働けば十分家族を養えたし、真夏のもっとも暑い1ヶ月は冬の布団を貯入れした金で夏休みを取る者も多かったそうである（杉浦日向子『一日江戸人』新潮社、2002年）。

動理論から遊びを考える。経済学における効用とは、平たく言えば幸福と同義であり、それは消費を通して得られるとされる。効用(=消費=幸福)を最大化するために、人は自分が持つ有限の時間をどう配分するかが解くべき問題になる。持っている時間は労働と余暇(遊び)=消費に分けられるので、限られた余暇時間で効用(消費=幸福)を最大化するためには、家事労働や通勤などの必要時間の節約可能性と、地域における消費環境の多様性とアクセシビリティが重要な変数になる。

このモデルを居住する都市の環境の違いで整理すれば、人口が集積する大都市と人口が少ない地方都市それぞれにおける、効用を高めるための戦略の基本的な考え方方が導かれる。清水氏の結論をざっくり言えばこうだ。余暇時間の創出に優位性がある地方都市では、遊ぶ時間を増加させるための都市のコンパクト化(大規模商業施設の誘致ではなく)、自然環境へのアクセス性をいかしたアウトドアレジャーの消費機会の増加、アメニティの消費機会の増加などが最適解となる。アンケート調査の分析を中心に議論を進めたチームとはまったく異なるルートをたどりながら、ほぼ同じゴールに着地した。

#### ▶ 外部統計レポート：

##### 「『社会生活基本調査』にみる遊びの実態」

橋口理文・吉永奈央子(株式会社ディ・プラス)

オリジナル調査の分析に先立って、株式会社ディ・プラスの橋口理文氏と吉永奈央子氏が総務省「平成28年社会生活基本調査」のデータから、国民の余暇行動にどの程度の地域間格差があるのか、基礎資料として整理する。

同調査は約8万8000世帯の10歳以上の世帯員約20万人を対象に、国民の生活時間の配分や余暇時間における主な活動の状況を詳細に調査したものだ。この調査結果によって、スポーツ、趣味や娯楽、学習、旅行などの余暇活動のほとんどの領域で、人口規模が大きい自治体ほど余暇の行動率が高いことが明らかになり、東京を頂点とする大都市圏と地方圏では余暇生活に小さくない格差があることが確認することができる。

#### ▶ アンケート調査分析：

##### 「『遊び』と幸福・寛容に関する調査」

橋口理文(株式会社ディ・プラス)

有馬雄祐(九州大学大学院人間環境学研究院都市・建築学部門助教)

本報告書での議論の中心を占めるデータは、全国の18歳~69歳の男女を対象にした大規模なインターネット・アンケート調査で収集した。サンプルは、全国の自治体を、一都三県、人口100万人以上、20万人以上100万未満、5万人以上20万人未満、5万人未満の5つに区分にして、各区分で性・年代を均等に割り付けた2,000サンプ

ルずつ、全国合計で10,000サンプルを集めた。分析時には東京都を別枠として切り出し、一都三県の東京都以外の自治体は、該当する人口規模別の区分に振り分けた集計を使う。

得られた膨大な調査データは、株式会社ディ・プラスの橋口理文氏と九州大学大学院人間環境学研究院の有馬助教が手分けをして分析した。橋口氏はクロス集計を中心して調査全体を通して「遊び」の実態を分析し、有馬氏の「『遊び』から見るその人の幸せと寛容さ」は重回帰分析で、遊びと幸福度・寛容度の関係性にフォーカスした。

#### ▶ ケーススタディ：

##### 「自治体、企業、個人が語る“楽しい遊び方”

##### 「遊び」は地域を変えるか

中川寛子(株式会社東京情報堂)

まちづくりに関する取材経験が豊富な中川寛子氏は、「遊び」で地域活性に取り組む団体や個人の事例を報告する。中川氏自身、遊びを切り口にまちづくりを取材するのは初めてだったが、とても面白かったと語っていた。確かにいざれも興味深い。面白い取材ができる時は、だいたいテーマ設定が成功している証拠だ。

とりわけ行政関係者は、千葉県一宮町と北海道東川町の事例には驚くのではないか。両町は移住者への金銭的支援は行っていないにもかかわらず、移住者を呼び込み人口増を維持しているのだ。その秘密は本報告書がテーマとする遊びを真ん中に置いた戦略である。

#### ▶ ケーススタディ：

##### 「別府におけるアートプロジェクトの取り組み

##### ——夜になっても遊びづけろ」

中嶋文香(株式会社丹青社)

LIFULL HOME'S 総研のプロジェクトに初参加の中嶋文香氏は、丹青研究所で国内外の文化観光先進事例に関する調査やコンサルティングに携わった経験を持つ。今回は自身も何度も足を運んで関係性を持つ大分県別府市でのアートプロジェクトからのまちづくりについて、多くの関係者への取材をもとに報告する。

中嶋氏が紹介してくれるアートプロジェクトは、瀬戸内や妻有のような大掛かりなものではなく、また行政主導でもなく、2005年にひとりのアーティストが市内でNPOを立ち上げたところからスタートした民間発の活動である。ところが、これがとんでもない広がりと変化を別府のまちにもたらしている。

それは何の予備知識を持たずにまちを歩いただけで、感じられるレベルである。かつての別府のまちを知っている人なら、驚きはさらに大きいだろう。立派な美術館に飾ってあるような高尚な芸術作品ではなく、ストリートに身を置くアートがいかにまちづくりと親和性が高いのか。当事者の声をつないで、まちとコラボするアートの力

を浮き彫りにしていく。

#### ▶ 論考：

「娯楽は命の次に大事なものである

～反・ヴァーチャルファスト風土論序説」

三浦展（株式会社カルチャースタディーズ研究所）

三浦氏は2004年に、巨大ショッピングセンターを中心とする郊外スプロール化で中心市街地が衰退し、均質な超消費社会と化した地方都市や郊外に対する危機感を『ファスト風土化する日本 郊外化とその病理』（洋泉社）にまとめ、地方に対していち早く警鐘を鳴らしていた。同書から18年、残念ながらファスト風土化はさらに徹底され、いまや日本全国総ファスト風土といった様相である。そしてそのことが地方の衰退・東京一極集中の一因になっているのではないかと本研究プロジェクトは考えている。

三浦氏はまた、『昭和「娯楽の殿堂」の時代』（柏書房、2015年）や『娯楽する郊外』（柏書房、2019年）などの著作では、娯楽を切り口とした都市分析も展開してきた。

今回三浦氏は、娯楽都市論をファスト風土化の問題意識にかけ合わせた分析で、ファスト風土化した地方都市および郊外を娯楽の力でスロー風土化すべきであると主張し、その処方箋も提案している。

#### ▶ 終章：

「NO PLAY, NO LIFE」

島原万丈（LIFULL HOME'S 総研）

終章として、オリジナル調査の分析の振り返りを主旋律としつつ、本報告書での議論を総括したうえで、LIFULL HOME'S 総研からの提案をまとめる。

地方創生政策の指針、「まち・ひと・しごと総合戦略」は5年毎の見直しが予定されているので、次の改定は2023年（令和5年）になる。関係者に本報告書の提案が広く共有されることを期待したい。また、遊びが持つ可能性や重要性に気がつき、あるいは生活者の本能として、ないしはただ楽しいから、すでに“遊び”からの地方創生やまちづくりに取り組んでいる関係者の背中を押して応援することができれば、本研究プロジェクトとしてこれ以上の幸せはない。

#### Profile

島原万丈（しまはら・まんじょう）

株式会社LIFULL／LIFULL HOME'S 総研所長。1989年（株）リクルート入社。2005年より リクルート住宅総研。2013年同社を退社後、同年（株）ネクストでHOME'S 総研所長に就任。一般社団法人リノベーション住宅推進協議会設立発起人、国交省「中古住宅・リフォームトータルプラン」検討委員、リノベーション・オブ・ザ・イヤー審査委員長のほか、2022年に内閣府地方創生推進アドバイザーにも就任。