

REPORT &

DISCUSSION

3

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 代表取締役

なかがわ・ひろこ／「AllAbout 住みやすい街選び（首都圏）」ガイドほか、テレビ番組出演や住宅関係の著書も多数。40年近く住宅関係の取材・執筆を行い、実際の足で集める街情報は多岐にわたる。『空き家再生でみんなが稼げる地元をつくる「がもよんモデル」の秘密』（和田欣也共著 学芸出版社、2021年）など空き家関係の著書も多い。

地方創生戦略の正式名称は「まち・ひと・しごと創生総合戦略」。

地域産業戦略こそが地方創生戦略という考えが示されているわけだが、

人は仕事のためだけに生きているわけではない。

一般的に仕事とは対極とされる「遊び」を切り口に

地域を変えようとしている自治体、企業、個人の声を聞いた。

「サーフィンと生きる町。」を 掲げて移住者、 関係人口増加中

千葉県一宮町



千葉県一宮町の売りはサーフィン。2015年に策定された「一宮町まち・ひと・しごと創生総合戦略」の施策のトップは「一宮サーフストリート構想」とあり、サーフィンを柱に地域を変えていこうという意図が明確に示されている。

そこまでサーフィンが町にとって重要な存在であることに気づいたのは2014年に日本創成会議が公表した消滅可能性都市がきっかけ。この地域では茂原市を中心に7市町村が長生郡を構成しており、一宮町、茂原市、長生村を除き、他の自治体は消滅可能性都市とされていた。なぜ、一宮町は消滅しないとされたのか。原因を探って分かったのは年間約60万人という、町を訪れるサーファーの存在。何十億円にも及ぶ経済効果があるとされ、それが一宮町を救う可能性があるとされたのだ。

「それまで1年を通して町中にいるサーファーはごく当たり前の風景のひとつ。マナーが悪い一部のサーファーがいたことから、地元には悪印象を抱く人たちもいたようですが、一緒にやっていくことで町

の将来を考えようという方針が打ち出され、総合戦略にも盛り込まれました」(一宮町企画広報課・渡邊高明課長)。

その後、2021年に開催された東京五輪で初めてオリンピックの正式競技として採用されたサーフィン競技の会場に一宮町の釣ヶ崎海岸(通称志田下ポイント)が「釣ヶ崎海岸サーフィンビーチ」として選ばれたことで一気に知名度がアップ。東日本大震災以前の15年前に比べると土日を中心に来町者が急増、サーフィン客以外にも海辺に増えたショップを訪ねてのドライブ客などを集めるようになっている。

平成元年以降で見ると人口は 緩やかに増加

移住者も増加している。2017年の町勢要覧を見ると平成元年以降世帯数は3161世帯から5118世帯に、人口は1万1333人から1万2417人に増加。自然動態では死亡が出産を上回り、自然減が続いているものの、社会動態では年によるものの、社会増が200人以上になるなど、入って来る人たちが増えている。

令和元年からの転入者へのアンケート結果を見ると一人世帯が全体の55%を占めているものの、年代では10・20歳代(35%)、30歳代(28%)、40歳代(22%)、50歳代(10%)と幅広い層が入ってきており、子どものいるファミリーも増加傾向にある。

一宮町に転入することになったきっかけとしては住宅の都合(30%)、仕事の都合(26%)、家庭の都合(18%)などとなっており、このうちの住宅の都合は特急で都心へ1時間という距離ながら、同



一宮町企画広報課・大多和豪副主査(左)とサーファーでもある税務関連部署勤務の五味俊平氏

じ時間圏にある神奈川県に比べると住宅価格が半分以下という安さが魅力になっていると企画広報課の大多和豪副主査。

「外房線だけでなく、車利用にも便利で一宮町を選んだ理由でも14%の人が都心へのアクセスの良さ、13%の人が住居にかかる費用が手頃だからという理由を挙げています」。

だが、それ以上にサーフィンができるから選んだとする人は18%おり、豊かな自然があるからも22%。サーフィンに代表される海辺の暮らししが選ばれる要因になっていることがうかがえる。本人、家族にサーフィンをする人がいるかという設問に対しても45%がいると答えている。ちなみにゴルフができるから選んだと答えた人も2%おり、一宮町は遊びで選ばれている町といえそうである。

そもそもが移住者の多い町、町長も移住者

ところで、ここでひとつ疑問が湧く。それまで一部の人には嫌われていたサーフィンをいきなりまちづくりの柱にすることになり、反対は出なかったのだろうか。そもそも、どうしてそこまで思い切ったことができたのか。

その答えは一宮町がそもそも移住者の多い町であることにあった。「現在では町民の6~7割は外から来た人で、町長自身も町内の山側に残る、地域の古き良き文化に惹かれて10数年前に移住してきた人です」と渡邊氏。

一宮町は海沿いのサーフィンを中心とした新しい文化エリア、山側の歴史ある上総一之宮玉前神社周辺の古い文化エリアに二大別されるが、古くからのエリアでも昔からの古い集落はそれほどではなく、年々オープンになっているとも。土地取引、新店オープンなどが活発に行われ、新しい人たちが入ってくることが地域にメリットをもたらしており、閉鎖的になりにくいという事情もある。

町長の考えも大きいとも感じた。2017年の町勢要覧には冒頭に馬淵昌也町長の挨拶があるのだが、これが町長の考え方を端的に示している。意訳すると従来は行政担当者が見るものとして作られることが多かった町勢要覧を町の現状を知るためのツールとしてより多くの人に見てもらいたい、そのために作ったとある。

実際の要覧を見ると躍動的な祭りの場面とサーフィンが表紙になっており、町の人々が語る海、歴史や産業が生き生きと描かれている。伝えようとしないお役所文書が多い中にあっては異色であり、この考えがベースにあってこそそのサーフィンの町なのだということがよく分かるというものである。

祭りが新旧を繋ぎ始めている

もうひとつ、地元の人たちと新たに入ってきた、サーファーを中心とする人たちとの関係はどうか。

「サーファーの人たちには海を自分たちのものと意識、ごみ拾いなどの活動が積極的に行われていることもあり、完全になくなつたとまでは言えないものの、当初の反対する人もいた頃からするとかなり薄れてきた印象があります。

また、日常的には昔から住んでいる人とサーファーの間に接点はないのですが、幸いなことにこの地域には年に1度、学校が休みになるほどの一大行事があり、それが両者を近づけつつあります」と大多和氏。

その一大イベントが9月に行われる上総一ノ宮玉前神社の無形民俗文化財にもなっている上総十二社祭り。別名上総の裸まつりとも呼ばれる祭りで、九基の神輿を担ぎ、1000人近い裸の男たちが九十九里浜を疾走するという、聞くだけでも勇壮なものだが、この地域でも高齢化は進んでいる。数百kgの神輿を8人で担ぐとなると高齢者には難しい。そこで困って周囲に目をやると若いサーファーがいるのではないか。

想いでもらえないかと打診されたサーファー側も地域に認められたように感じたことだろう。こうして新旧のコラボが始まり、地域の祭りや運動会なども交流の場となり、少しづつ交わりが生まれているというのである。

さらに最近では移住者をはじめ、外から来た人たちが「ここにコレがあったら面白いぞ」と考えてその場にふさわしいものを作ってくれていると大多和氏。海辺の九十九里ビーチラインにはそうやってできたカフェやサーフショップ、ホテルなどが軒を連ねており、15年前と比べると隔世の感。行政がやることには限界があり、特に町中に店を作るなどできない話。だが、一宮町では民間が勝手に町を作ってくれているというのだ。

助成を出さなくても人が動く理由とは？

しかも、面白いのは一宮町は移住、起業に当たって助成を出すなどの施策は行っていないという点。近隣自治体では出しているところもあるが、一宮町がやっているのは「海があるよ、サーフィンの町だよ」と言い続けているだけ。ホームページ制作にはそれなりに費用をかけたそうだが、旗を上げているだけで人が集まってる状態に

なっているのである。不思議なことだが、そこにも理由がある。それを教えてくれたのはサーフィンをやるために移住、一宮町役場に勤めている五味俊平氏だ。

長野県原村出身の五味氏は学生時代に横浜でサーフィンを始めた。卒業後いったん地元に戻り、役場に勤めたものの、やはりサーフィンがやりたいと2019年に一宮町に採用され、現在は税務関連部署に勤務。波のある日は朝から海に入り、忙しくなければ夕方から日暮れまで再び海で過ごす毎日を送っている。

その五味氏が一宮町の魅力として挙げるのは2点ある。ひとつは波と立地だ。

「波で言えば宮崎県も良いですし、知名度では湘南でしょう。でも、湘南は初心者向けの優しい波で、広いでいる日には湖のような穏やかさ。それに比べると外房はコンスタントに波があり、初心者には難しいほど。でも、最初は怖くてもチャレンジしていく楽しさがあります。また一宮町は外房の中央部にあるので他のスポットに移動しやすいのもメリットです」。

サーフカルチャーが人を呼ぶ

それでもうひとつ、波以上の魅力は一宮町にサーフカルチャーがあることだと五味氏。サーファーの生活は波、つまり自然が中心だ。波が良い日は波と戯れ、波がない日に用事を済ませる。だから自然を大事にするし、ごみも拾う。波に乗りたいから早寝、早起きでもある。サーフィンはやらなくてもサーフィンの文化は好きと言う人もおり、「サーフィンはライフスタイルだ」と五味氏。

「外房であれば鴨川でも、南房総でも、館山でも良い波はあります。でも、波はあってもサーフカルチャーはありません。同世代の移住者もいません。だから、そこには住まない。一宮町を選ぶのはそんな理由ではないでしょうか」。

五味氏はそうでもないそうだが、地元のサーフショップを利用している人の間ではそこでコミュニティが生まれており、また、家を建てている人たち、家族のいる人々は集まってサーフカルチャーのひとつであるバーベキューをしたりと交流があるのだとか。そうした人間関係がさらに同じ趣味嗜好、考え方の人を集めると推測すると、町が掲げた旗には大きな意味があることが分かる。

もちろん、町には課題もある。ひとつは仕事が少ないと前述のアンケート調査によると転入後の勤務地は56%が町外。移住希望者に仕事の相談をされてもハローワークを紹介するしかないと大多和氏。逆にいえば、仕事が少なくとも遊びがあれば移住する人はいるともいえる。

また、都心に近く、サーフィンをしに通うこともできるため、移住までは決断しない人も多いという。町全体では海沿いエリアの賑わいに比べて山側エリアの疲弊も気になるところだ。

だが、サーフカルチャーが積みあがっていくことで地域内でのニーズが増え、自営業が成り立つようになれば仕事は生きてくるだろう。リモートワークのさらなる進展も仕事問題の解消には寄与するはず。地域差についても居住者が増えることで変わっていくことが期待できる。千葉県も東京五輪後、サーフィンで地域を盛り上げようと動いているとも聞く。そう考えると、2015年の判断は英断と評されるべきだろう。遊びは集積することで文化となり、地域の魅力となりうるわけである。



©一宮町



九十九里ビーチライン沿いには多くのサーフショップや飲食店、ホテルなどが並ぶようになった。駅のベンチもサーフボードという徹底ぶり

砂浜を美術館に見立てて Tシャツをひらひら、 時代を先取りしてきた町の今

高知県黒潮町

太平洋に面した4kmの砂浜、入野の浜を美術館に見立て、そこに写真や絵画をプリントしたTシャツを洗濯物を干すように並べてひらひらさせる。高知県黒潮町の砂浜美術館は1989年、バブル真っ只中に誕生した。自分の写真をTシャツにプリントして砂浜で風になびかせたいという写真家・北出博基氏のアイデアを高知在住のデザイナー梅原真氏が町役場の職員に持ちかけたことがきっかけだった。

自分たちの地域でいかに楽しむかを熟考

バブル絶頂期の都市化こそ正義とする考えに疑問を抱いていた梅原氏、自分たちの地域でいかに楽しむかを考えていた地元の人たちはTシャツ展を1回限りのイベントにしないためにコンセプトを練った。その結果が砂浜美術館だ。

「Tシャツひらひらは手段であり、伝えたいのは砂浜が、さらには町そのものが美術館であるというモノの見方、考え方。そこを熟慮してのスタートだったこと、さらに手段としてのTシャツひらひらが分かりやすかったことが以降30年以上続く活動になったのだと思います」とNPO砂浜美術館の村上健太郎理事長。

多くの人が都市化に踊らされ、日常の風景を無価値と見なして

NPO砂浜美術館・村上健太郎理事長。
ちなみに館長は沖にいるニクリクジラと
のこと



いた時代に、黒潮町はそこに美を、遊びを見出したのである。

役場職員、商工会、商店主などを中心に30人ほどが実行部隊となり、ボランティアで活動がスタート。最初の年は北出氏の作品をプリントしたTシャツ200枚ほどが翻っただけだが、2回目からは作品を公募、参加料をもらって展示、その後にTシャツを返還するという仕組みに。コロナ前には1000枚のTシャツ、3万人が集まるイベントになった。

当初は一部の人たちがやっている、砂浜に洗濯物を干す活動に公金が使われるなんてと非難めいた声もあったそうだが、10回目の開催を機に辞める話が出た際には町長から「勝手に辞めてもらっては困る」と待ったがかった。来訪者増、町のイメージブランドとしての効果が見えていたのだ。

美術館は雇用を生む存在にも

そこでイベントではなく、人に予算を付けようということになり、活動主体をNPO化。町が業務委託をする形に。現在はTシャツ展、漂流物展、潮風のキルト展など砂浜を生かした事業以外にも隣接した公園、スポーツ施設の指定管理など幅広い業務を行っている。フルタイム、パートタイム合わせて30人くらいが働いているそうで、考え方方は雇用も生んだことになる。

「当初は地域にある資源を面白がったり、楽しみながら新しい価値を生み出すことが中心で、まちづくり、町の活性化をそれほど意識していなかったと聞いていますが、近年はよそから来た人にファンになってもらいたい、地域への波及効果なども考えるようになりました」

写真提供／砂浜美術館



た。実際、Tシャツ展その他海辺でのさまざまな活動が町を知る、移住先を決めるひとつのきっかけにもなっています」。

他にない風景がシビックプライドに繋がる

外向けの効果だけではない。30年以上も続いていることで、砂浜にTシャツひらひらの風景は自慢できる地元になってもいる。よく言われる何もない田舎ではなく、どこにもないオンリーワンの活動がある地元なのである。

特に影響が大きいのは子どもたち。黒潮町では小学校4年生がTシャツを作り、それを海外で行われるTシャツ展に送り出すという独自授業がこの10年ほど行われている。Tシャツ展 자체はロープ、杭、クリップとTシャツがあればどこでもできる。無から美術館を作れるわけで、そのため、現在では国内はおろか、海外でも行われているのだが、そこに子どもたちが作ったTシャツが送り出されているのだ。

「授業は3回構成で、最初はTシャツ展の紹介をし、ゴールデンウイークに行われる2回目ではひらひらする風景を見てTシャツを作り、それを海外に送り出す。3回目はTシャツが戻ってきたタイミングでその国の話をする。子どもたちを海外に送り出す授業は全員に経験してもらうわけにいきませんが、これなら町内8校の50~60人全員に経験してもらえ、国際理解を深められます。

この町には仕事、職種が少なく、大学も高知市まで行かないとありません。そのため、進学、就職で出ていく子どもが多いのですが、こうした経験を通じて自分の中に町がある、自分の町を自分の言葉で語れるようになることがいざれ帰りたいと思う気持ちに繋がってくれればと思います」。

ここに来ることが目的となる スポーツイベント

海辺では他の活動も行われている。スポーツではTシャツ展と同時期に行われる大方シーサイドはだしマラソン全国大会、7月に佐賀港で開催されるいごっそうアクアスロン大会があり、マラソンは2022年で37回、アクアスロンは29回といずれも歴史がある。砂浜美術館同様、山、海、砂浜の魅力が顧みられなかった時期から続いているのである。

「特徴は連続参加をする人が多いこと」と2022年に入職、アクアスロン大会を担当する教育委員会生涯学習係の横山拓哉氏。高知県宿毛市出身の横山氏は社会人1年目に黒潮町佐賀に教員として赴任、そこで自然の豊かさ、人の温かさに触れ、黒潮町役場に入庁した。

アクアスロンはスイムとランの2種類だけで開催される上、黒潮町のコースはビギナーはスイム200m、ラン4kmとハードルが低い。その他のコースもスイム1.5km、ラン10kmで、真剣に競い合うというより、ここに来ることを楽しみに参加するといった設定なのである。そして、来る楽しみの引力となっているのは横山氏を感じたような自然の豊かさ、人の温かさなのだろう。

「アクアスロンは例年200人強の参加で、今年の参加者のうち、新規は3割程度。これまでに一度以上参加したことがある方が多く、皆さん、名物の鰯がふるまわれる前夜祭を楽しみにされています。



いごっそうアクアスロン大会が開催される佐賀港は風光明媚な景観とカツオ船団で知られており、市街地にも近く参加しやすい

マラソンは例年1500名の定員でしたが、今年は1000名に設定し、募集をかけました。アクアスロンも例年は250名ほどの定員で募集をかけていますが、今年は部門・人数ともに規模縮小し、募集をかけました」。

残念ながら2022年のアクアスロンは6月中旬の実行委員会で中止が決定したそうだが、再開される日が待ち遠しいというものだ。

また、入職したばかりではあるが、横山氏は「いずれは新たな事業をやりたい」と意欲的。黒潮町はここまでご紹介した通り、他にない事業を次々にやってきている。役所の仕事はよく前例主義と言われるが、意欲のある職員にとっては前例にとらわれない職場のほうが楽しいはず。そして、その楽しさは役所外にも伝わるのではないか、そんなことを思った。

職員がボランティアで生み出した コミュニティの場

海辺での活動ではもうひとつ、毎月第2日曜日に開催される幡多・マーケット「海辺の日曜市」がある。これは役場主催ではなく、職員がプライベートで事務局を運営する任意の団体の主催だと取材に応じてくださった産業推進室観光係長の福岡和加氏。役場、地域の住民、地域おこし協力隊の人たちがボランティアでスタッフとして関わり、本業に負担がないように月に一度、緩く開催しているという。

きっかけは現在教育長を務める、プロジェクト代表の畠地和也氏が代々木公園の朝市や高知のオーガニックマーケットで見た風景。若い人たちが出店し、買いに来る場を作れないかと考えたのだ。

最初は2009年2月、5月に単発のイベントとして開催。その後、国の補助事業を活用して11月から4カ月の期間限定で開催し、出店者に継続の意思を聞いたところ、やりたいという人が多く、2010年3月以降は補助金無しで出店料のみで運営が行われている。参加

登録枠は50店で、うち半分くらいが定期的に出店している。

開始当初から続けて出店しているのは全体の1割くらい。最初のうちは県外移住者が知り合いを作りたいと参加する例が多くたったようだが、最近は地元の人が増えたとか。出店者は子どもが小学校に上がる前の30

ボランティアとして地域おこし協力隊その他の人たちとともに運営にあたる役場職員の福岡和加氏

地元を中心に周辺の市町からも出店者が集まる海辺の日曜市。数よりも顔の見える関係を重視して開かれてきている



～40代の若い人が中心で、産休・育休で一時抜けてその後に復活される例も。来場者も同年代の女性や家族連れが多い。

「このイベントで機会が生まれたと感じ、出店している人、趣味で作っているものを売りたいと思うようになった人、喫茶店を営業しているけれど日曜定休なので出店できると参加している人、さまざまな人がおり、人を掘り起こす場になっていると感じています。

自分の店舗では無言で淹れるコーヒーを日曜市では会話をしながら淹れることになる、それを楽しみに参加している出店者もいます。スーパー・コンビニにはない会話、コミュニケーションがあるというわけです」。

何千人の集客を目指しているわけではなく、目標を聞かれると300人ほどと答えているという福岡氏。主催者、出店者によるブログやSNSの発信を中心に告知しているが、それでも毎回売り切れになっているとも。確実に緩く繋がるコミュニティが生まれているということだろう。

それ以上に印象的だったのは日曜市は役場の仕事ではなく、ボランティア活動で運営しているということ。

「代表の畠地は役場の職員も地域で活動をと言っており、おかげで私も楽しくプライベートでも地域活動をしています、その結果、地域の人と関係性ができるとそれが本業にも生きます」。

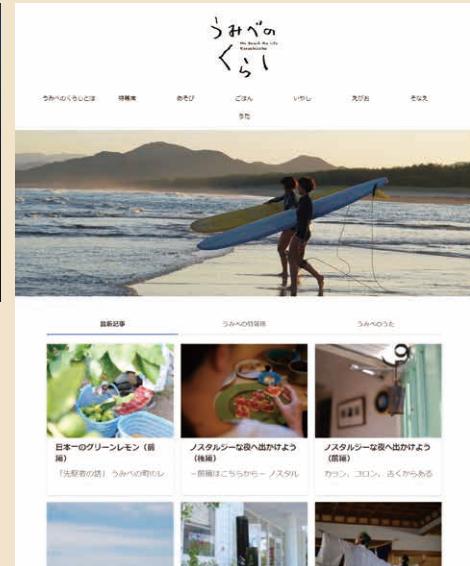
これまでと違う魅力を発信するために Webマガジンが登場

30年余、あるいは10年以上と長く続く活動の一方で黒潮町では





広報担当者で、Web マガジン「うみべのくらし」の編集にもあたる岡本理咲氏



Web マガジン「うみべのくらし」。現在の課題はこうした写真が撮れ、文章が書ける人が地元に少ないと

新しい試みも生まれている。一番新しい取り組みは2022年3月にスタートしたWeb マガジン「うみべのくらし」。役場の媒体とは思えないほど風景の描写に長けた、美しいものである。

担当しているのは企画調整室企画調整係の岡本里咲氏。神奈川県出身で祖母が隣接する四万十町の出身で多少の地縁があった。Tシャツ展に来たこともあって高知に魅力を感じ、地元でしばらく働いた後に職員の募集に応募、黒潮町に移住してきた。小学生の頃から国語の授業が好きで文章を書くことも好き。また、大学の専攻がメディア関係で、以前勤めた会社でフリーペーパーをやっていった経験もあり、現在の仕事にはそうした経験が生きている。

「町ではホームページ、広報紙、Facebook、ツイッター、インスタグラム、YouTube とさまざまな手段で情報発信をしています。特に県内でも早期に始めたインスタには力を入れ、7000人くらいのフォロワーがいたのですが、3月に凍結されてしまいました。インスタは写真中心ですが、Web マガジンは写真と文章が使えます。これまでと違う視点で地域の魅力をお伝えできるのではないかと考えています。」

これまで黒潮町の魅力といえば前述の入野の浜、Tシャツ展や鰐だったが、岡本氏が伝えたいと思っているのはそれではない。30年以上続いてきたこと、それによって場所、考え方が周囲に伝わってきたことはすごいと思うが、時代が変われば伝え方も変わる。次の世代に何を伝えるか、それはもっと日常の暮らしに即したものではな

いかと岡本氏。

「のんびり、ゆっくり、田舎暮らしでは人は動かないと思っていました。田舎ならどこでもいいわけではないからです。それよりも地域にこんな人、モノがあって、考え、アイディアもあって、豊かな暮らしがあるんだということを伝えたいと思っています」。

2018年度からは移住者が増加傾向に

伝えたいものはTシャツ展ではないという岡本氏の言葉は砂浜美術館のコンセプトと重なる。Tシャツひらひらは手段であり、伝えたいのは黒潮町の日常の美しさ、豊かさであると考えた砂浜美術館のコンセプトは確実に受け継がれ、発信されている。

その結果、黒潮町への移住者は増加傾向にある。黒潮町は2006年に大方町、佐賀町が合併して誕生したのだが、2018年度には合併後初めて転入者が転出者を上回り、29人の社会増となった。取材させていただいた職員にも移住者がいることからも分かるように選ばれるようになっているのだ。

高齢化が進んでいることから、人口自体は減少しているが、確実に新しい入たちは入ってきつつある。住宅、仕事が課題というもの、新しい事業にチャレンジする風土が次の一手を見出すことに期待したい。

写真提供／北海道東川町

「写真の町」宣言から
30年余、
文化発信が変えたもの

北海道東川町



写真左：景観にこだわった住宅地グリーンヴィレッジ／右：地域交流センターからの風景。遠くに旭岳を望む。手前の石のようなものは安田侃氏の彫刻



1985年に、当時はもちろん、今でも異色な「写真の町」を宣言した北海道東川町は日本全体で人口減少が続く中で、1994年以降人口増が続く。2022年時点で38年目になる写真という文化を発信するまちづくりが町のさまざまなものを変え、それが人を惹きつけている。写真の町宣言が変えてきたものを見ていく。

美しい住宅地、 絵になる小学校が人を呼びこむ

「写真の町」が変えたものはいくつかあるが、そのうちでももっとも分かりやすい、目に見えて分かるものが景観である。

もともと、東川町は国内最大の山岳公園である大雪山国立公園区域内にあり、北海道最高峰の旭岳を有する美しい景観に恵まれている町。それを財産と考え、写真映りの良い町というからにはいい加減なまちづくりはできない。東川町は2002年に美しい東川の風景を守り育てる条例を制定。2006年には景観行政団体に指定されている。

その2006年に宅地分譲された住宅地、グリーンヴィレッジを見学させていただいた。遠くに雪を抱く山々を望む住宅地は広い道路の両側に三角屋根の、ふんだんに木を使った家が並び、日本ではないようなゆったりした広さが印象的。

特に南北の住宅の間に15mもの緑道を挟む贅沢さは町が分譲

したからそのもの。民間なら収益を気にしてできないだろうが、町としては売却時にそれほど収益が上がらなくても、ずっと選ばれ続ける住宅地を作るほうが長い目で見てメリットになる。

「町では屋根は三角にする、壁は淡い色にする、壁面にはある程度以上木材を使うその他を細かく決めた東川風住宅設計指針を用意しており、それらを遵守した住宅を建築した場合にはカーポート、物置など住戸の前に作る建物に助成が出る仕組みになっています」と税務定住課の吉原敬晴課長。

目を奪われたのは住宅地だけではない。写真の町の拠点となる東川町文化ギャラリー、図書館機能を備えた複合交流施設せんとぴゅあII、東川小学校・地域交流センターその他、どこも絵になるのである。特に地域交流センターから見た小学校校庭、その向こうの旭岳を切り取ったような景観は圧倒的で、ここを訪れて移住を決めるファミリー世帯がいるのは当然だろう。

また、東川町では偶然にも写真の町宣言と同じ1985年に町内の廃校に移転してきた北の住まい設計社がきっかけとなり、1995年くらいから家具や木工作品などを制作するクラフト作家たちの移住が目につき始めているのだが、彼らも美意識の高い人たちである。美を共通言語とする人たちが次々に移住してくることで町の景観はより



写真左:セントピュアに飾られている椅子の数々／中央・右:写真の町の拠点となっている東川町文化ギャラリーは建物、立地はもちろん、館内のあらゆるものデザインが素晴らしい

磨かれ、それがさらに人を呼ぶ。好循環が生まれているのである。

来街者をもてなすこと オープンマインドな町に

町民も変わった。東川町を世に知らしめたのは1994年にスタート、映画にもなった全国の高校写真部・サークルを対象とした「全国高等学校写真選手権大会」(愛称:写真甲子園)だが、これには町民を巻き込む仕組みがある。

写真甲子園は高校生が3人一組でチームを編成し、組写真で競い合うという大会で、本戦大会では全国の各ブロックを勝ち抜いた18校の選手たちが東川町に滞在、作品を制作し、発表する(2021年はオンラインで開催)。

開始当初は200校に満たない参加校だったが、年々参加校が増えており、現在は500校近く、2022年は533校と過去最多を更新。となれば役場の担当者だけでは到底手が回らない。そこで通年、役場の写真の町課と連携、事業の企画、運営と一緒に取り組む町民ボランティア、写真の町企画委員(町内27人)が町より委嘱されている。

2007年からは大会参加者は滞在初日に東川町の家庭にホームステイすることになっており、ホストファミリーとの対面式を兼ねた歓迎夕食会では大規模なバーベキューなど町民によるもてなしの場も多数。地元婦人団体による炊き出しをはじめ、地元高校生が大会中の記録写真を撮影したり、子どもたちが開会式に各チームのエスコートを務めたりもしている。

これもオープンマインドな「よそ者」を受け入れる文化が根づいたもののひとつと吉原氏。

「2年前の調査では東川町に住み始めて20年以内の人を移住者として考えると、全人口の54%が移住者という結果が出ました。写真甲子園に参加した人がこの町を好きになってくれ、地域おこし

協力隊や職員として東川町に戻ってきてくれる動きもあります」。

もうひとつ、多くの町を訪れる人たちと接することで町民は町の魅力に目覚めることになった。毎日見ていれば夕陽が地平線に沈むことも、水を張った田んぼに青空が映り込むことも日常だ。だが、建物が地平線を遮る都会から来た人の目には丸い夕陽がそのまま地平線に落ちていく風景は圧巻だし、田んぼの美しさには声が出る。

よく地方に行くと「ここには何もない」という言葉を聞くが、外からの目は地元の人たちには当たり前、でも、実は魅力的な多くのものを見ている。それを知ることで東川町の人たちは自らの町の強みを知り、我が町にプライドを持つようになったのだ。

自ら動く職員が生み出す独自施策

職員も変わった。それまでも自ら動く職員が多かったそうだが、移住支援で移住希望者を空港まで迎えに来てくれるような職員がいるのはおそらく東川町くらいだろう。

契機となったのは写真甲子園が軌道に乗り出した2005年に写真の町を提案し、共に運営してきた企画会社の倒産。写真甲子園は、毎年2月に全国の約5600校に参加を呼びかけ、応募締め切りは5月。企画会社が倒産したのは4月で、すでに告知が終わり、参加作品が集まり始めていた時期。

「すでに止められない、止める選択のできない時期でした。そこで町は自分たちでやろうと決意。先輩たちからはこの年は非常に大変だったと聞いています」と写真の町課の竹田慶介課長。

その大変な時期の経験から東川町の職員は町の営業担当として積極的に動くようになる。お金がないならアイディアで勝負、前例がないならパイオニアになろうと考え、それが移住支援だけでなく、他自治体にない数多くの施策に繋がっている。

たとえば、よく知られた独自施策としては2006年に始まった生後100日の赤ちゃんに地元で作られた手作り、木製の椅子を贈る



写真左：写真甲子園本選大会で東川町で作品作りをする高校生たち／右：東川文化ギャラリーでは写真家を囲んでのイベントが開催される（写真提供／東川町）

「君の椅子」という制度がある。現在では道内外の7町も参加するようになっているが、その年に生まれた子どもだけのためにデザインされた椅子という意味に胸が熱くなるのは親だけではないはずだ。

また、小中学校の学童用机、椅子も町内の事業所で手作りされたものが使われており、中学校は3年間使って名まえ入りの椅子がプレゼントされ、ともに卒業することになっている。

全国でも東川町にしかないのが町立日本語学校。移転した旧東川小学校校舎を利用して作られ、2015年に認可を受けた。1年間の長期コースに100人程度が在籍。また、町内の北工学園旭川福祉専門学校でも200人程度の留学生が学んでおり、東川町の外国人人口が多いのはそのため。役場には国際交流員、スポーツ交流員、学校には外国語指導助手としてさまざまな国の人人が在籍してもおり、小さな町なのに驚くほどインターナショナルである。

このような施策は他にもあり、前例を尊重しがちなお役所の仕事の中では異色といってよい。前例がないから、前例がなくてもやるという進取の気性が次々に町に魅力を付加しているのである。

やりがいを感じながら楽しそうに働く職員を見て、東川町で働きたいという人が増えている。そこで、職員の働き方でさえ人口増に繋がっている。

町内外の人、企業などとの協業が新しい価値を生む

写真の町を通じて得た町内外とのさまざまなつながり、知名度、信頼も町の財産になっている。「写真甲子園やフォトフェスタでは普通に行政職員として働いていたら会わない人に会い、協業します」と竹田氏。その繋がりは写真家に留まらず、アーティストや建築家、さらには企業などへと広がり、町にさまざまな変化をもたらしている。

そのひとつが2022年5月から入居希望者の企業募集が始まった東川町の役場近くのシェアオフィス「KAGUの家」を設計した建築

家・隈研吾氏との縁だ。

東川町は国内三大家具産地のひとつとされる旭川家具の約3割を生産する家具の町であり、2021年に東川町が家具・クラフトの振興を目的に4月14日を椅子の日と制定した際、隈氏とコラボして椅子を製作、コンペを開催した。そこからシェアオフィス建設に至り、隈研吾建築都市設計事務所がサテライトオフィスを設けるという。2023年には町内のキトウシ森林公園内に隈氏外観デザイン監修の保養施設もオープンする予定で、町の中心部にデザインミュージアムの構想もある。

個人的には2020年にオープンした全国でも珍しいという公設民営方式の日本酒醸造施設も取り上げたい。これはプロポーザルに応募して岐阜県中津川市から社員とともに移転してきた酒造会社「三千櫻酒造」が町の建設した酒造施設で醸造をするというもの。

同社は143年の歴史がある老舗酒造会社で、施設の老朽化はあったとしても先祖伝来の土地を離れるには外からはうかがい知れぬ葛藤があったのではないかと推察する。だが、それ以上に東川町が次の100年を託すのにふさわしい土地と判断したと考えると、東川町の引力がうかがえる。

東川町は鉄道、国道に加えて上水道がない自治体だが、その代わりに大雪山からの清冽な地下水を利用している。その水で育つ東川米は北海道有数のブランド米。その2つで日本酒が造られると考えると、期待しかないというものである。

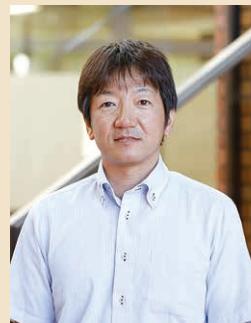
もちろん、直接、写真甲子園に協賛、協力、サポートする30余の企業、大学との繋がりも忘れてはならない。2019年からは東川オフィシャルパートナー制度を創設、企業との連携強化を図っている。

町に共感、移住する人が年々増加

こうしたさまざまな変化がピーク時1950年の1万754人から93年に一時7000人にまで減った人口を94年以降増加に転じさせ、



KAGUの家内部。ここだけでなく、町内の公的な施設では町産の家具が採用されているのが特徴



税務定住課の吉原敬晴課長／写真の町課・竹田慶介課長
(写真提供:東川町)



2021年2月には8445人まで回復させてきた。といっても、他の自治体に見られるような手厚い移住者に対する助成、ファミリーにアピールする子育て支援策は謳っていない。

吉原氏はこうした支援策よりも移住者が町に共感してくれることが大事という。そのため、東川町での助成は移住したことに対してではなく、東川風住宅設計指針に沿った住宅を建てることや水道がなく、地下水で暮らす町らしく、水や景観にこだわったカフェやモノづくりショップ等の起業に対して出されている。町の進むべき方向に合致することに対しての助成が行われているわけで、それによって移住者が共感した東川らしさはさらに磨かれていく。

移住者の内訳は隣接する旭川からが3割程度、次いで札幌などの道内からが3割程度で残りは東京や大阪などといった道外の都市から。職業はテレワーク可能なWeb関係、デザイン関係などの自営業、パン屋、カフェなどの経営者もいれば、東川町内で仕事を探して再就職する人もいるなどさまざま。年代、家族構成としてはここ数年、30代～40代の子育て世代が全体の7割を占めているとか。町では今後、リモートで仕事をする都心からの移住者が増えることも想定している。

隣接する旭川市の中心部から13km、車で20分強と近いことから移住はしても勤務先は旭川市内という人が多いのでは?と思ったが、2015年の国勢調査で見ると東川町は昼間人口のほうが多い。町外に働きに出ている人よりも、東川町に働きに来ている人が多いという計算である。町内には大企業はないものの、飲食店や各種の工房などたくさんの勤め先があるためだろう。

ちなみに町内には約60店のカフェなどを中心にした飲食店があり、ここ10数年で約2倍半ほど増えている。自営で自分のスケジュール、スタイルで働く人が増えているということでもあり、それもまた、そういう暮らしをしたいという人を惹きつける要因になっている。

ぶれずに続けたことが変化を生んだ

38年前、「写真の町」宣言が行われたのは平松守彦大分県知事(当時)が提唱した一村一品運動に代表されるメロンや米などといったその土地のモノで地域を変えようという地域活性化が主流だった時代。今以上に写真という『文化』に基盤を置いた、継続的な町おこし策は意表をついた、というよりも突拍子もないものだったはずだが、それを受け入れ、愚直に、しかも趣旨に忠実に長年、施策を実行してきた結果が今の東川町である。

始めた時には決断した町長はもちろん、役場内にも写真に詳しい人はおらず、素地のないところからのスタートだったが、今では写真が町のアイデンティティになっている。積み重ねることの大さがしみじみ分かるというものである。

社会の変化も追い風になっている。たとえば、38年前にはほとんど使われてもいなかった共感という言葉が今ではビジネスからプライベートまであらゆる人が関係する分野で重要視されるようになっている。損得のように数字で表される言葉と違い、共感は計測しにくい。それを大事にすると言い切るのはすごいことだと思う。

リモートワークの進展、小商いや会社に勤務しないなど、働き方の変化も大きい。どこに住んでも働けるなら、気持ちよく暮らせる場所を選ぼうと思う人も出てくるはずだからだ。

ひとつ、面白いと思うのは、始めた時点では誰もこのような変化、未来を想定していたわけではないということ。東川町に限らず、他の、継続してひとつの旗印の下に事業を重ねてきた自治体、活動を見ていると、時代が追いついてきたと評したくなることがある。もちろん、自然にそうした変化が起きたわけではない。長い目で先を見て考え、行動してきた結果に世の中が追いついてきたということであり、どれだけ長い目でモノを見て考えられるか、行動し続けられるかが、そういう奇跡(に見えるもの、こと)を起こすためには必要なのだろう。

音楽を共通言語に 地域を内側から再生

ヤマハミュージックジャパン事業開発課

音楽のまちづくり

ヤマハと聞くと楽器を売っている会社と思う人もいるかもしれない。だが、同社では音楽をコミュニケーションの言葉と考え、音楽によるまちづくり（以降おとまち）も手がけている。事業としては10年前からというが、実際にはそれ以前から社会の変化を受け、音楽と地域を結ぶ取り組みを続けてきた。

「楽器だけでなく、音響機器なども扱っていることから公共のホールを中心にコンサート企画も手がけてきたのですが、どこのホールでも年々予算が減少。外からアーティストを呼んでくるだけではやっていけない。

そこで地元の合唱団と有名歌手の共演などといった市民参加型の活用が模索されるようになり、その中で出てきたのがホールを拠点にビッグバンドを作るというアイディア。空いているホールを利用、市民活動に繋げようというものです」（ヤマハ事業開発課音楽のまちづくり推進リーダー・増井純子氏）。

ホールを使うだけでなく、音楽休眠層を掘り起こす効果も想定された。日本では就職や転勤を機に音楽を辞めてしまう人が多い。やらなくなる、やれなくなる、どちらとも言えるが、その休眠層を起こすことができればヤマハとしてはうれしいし、音楽を通じて地域に参加、貢献できるのなら参加したいと思う人もいるはずだ。

自走できる音楽コミュニティをつくる

その考え方から生まれた地域密着コミュニティ・ビッグバンドのひとつが西東京市のノーザンシックス・ビッグバンド。旧田無市が多摩北部都市広域行政圏協議会と共に実施した「多摩六都ビッグバンド養成講座」の修了生有志が1999年に創立したもので、この養成講座はおとまちの地域コミュニティ育成講座のひとつ。

同バンドは誕生からすでに22年経っているが、コロナ以前は年に7~8回の公演を行っており、地元での公演は毎回満員御礼の

おとまちに長らく関わってきたヤマハミュージックジャパンの増井純子氏



人気ぶり。投げ銭制度でホール代、ゲストへの謝礼を払って続けられており、メンバーの変遷はあるものの、バンドは楽しそうに自走しており、今ではヤマハが関わることはない。

この、最初の種蒔き、芽生えまでは伴走するが、それ以降は地域、参加者が自走するというやり方はおとまち共通。建物の改裝で地域を変えようとするリノベーションまちづくりが動かすものの大きさ、重さから自走しにくいことを考えると、効果は異なるものの、音楽のほうが自走しやすく、地域に関わりやすいのかもしれない。

同バンド以外にも昭島市のフォレストレディース・スwingオーケストラ（写真上）、水戸市のMITO レディースビッグバンドなどが養成講座の仕組みから誕生、地元に愛されるバンドとなっている。

ビッグバンド参加が生む楽しみ、喜び

「ビッグバンドにはいくつもの利点があります」と増井氏。「何人も同じ楽器担当がいるので行っても行かなくてもOK。責任が重くないので、あれもこれもやりたいという忙しい人にはちょうどいい。会社、子ども絡みとは違うコミュニティに属したいという願望が叶えられますし、活動を通じて地域に貢献もできる。なにより、何もかも忘れて演奏する楽しさ、みんなと一緒にになって演奏する一体感は一人でやる趣味とは違います」。

いずれ地域それぞれにビッグバンドができたら、どこに転勤してもその先で音楽活動が続けられるようになると増井氏は楽しい未来も想像している。

ところで人を繋ぐ力は音楽だけでなく、スポーツもある。だが、スポーツの場合には大人と子どもでは体力、力量の差が大きく、同じ土俵には立ちづらい。ところが音楽であれば年齢差、性別、国籍その他さまざまな違いを乗り越えることができる。日常では会いにくい異なる世代が一緒に演奏することで仲良くなる、理解しあうようになるのだ。

コンテンツに合わせたハード設計を

おとまちの事業はビッグバンド養成講座だけではない。地域の課





写真左:浜松市のジャズキッズオーケストラ Beanzz／中:柏市のドラムサークル活動DCBK／右:岡崎市の内田修ジャズコレクション展示室

題、要望に合わせて取り組みはさまざまだ。たとえば愛知県岡崎市は1992年に地元の医師・内田修氏から世界有数のレコードを中心としたジャズコレクションを寄贈されているのだが、おとまちはそのコレクションを生かすために子どもジャズワークショップを開催、展示室の基本計画策定などに参画している。

「内田氏から相談を受け、ジャズを広く知ってもらうために最初にコレクションが移管されたシビックセンターを拠点にクリニックという子ども向けのジャズワークショップを開始。現在、そこに参加した小中学生によるビッグバンドはBeanzz（ビーンズ）というジャズキッズオーケストラに発展、毎年定例演奏会を開いています」。

その後、2002年にコレクションは図書館交流プラザLibra（リブラ）に移管されるのだが、ヤマハは移管と同時にコレクションについて調査と評価を行い、内田修ジャズコレクション展示室の基本計画策定にも参画している。今でならソフトからスタートしてハードを考えるというやり方もないのが、この時点でのソフトありきのハード計画は画期的な試みだったと思う。

冒頭でも書いたように公共の文化会館、ホールなどといった施設では予算が減り、活動が不活発になっているだけでなく、近年は閉鎖されるところが出てきてもいる。それはソフト面と建物のメンテナンスを軽視した結果と考えられるのだが、最初からコンテンツありきで考えていたらどうだったろう。考えさせられることである。

ドラムサークルで人を繋ぐ、孤立を防ぐ

養成講座としては千葉県柏市で市の社会福祉協議会と協働、2016年から4年間実施されたドラムサークルのファシリテーターを育成する「かしわファシリテーター育成講座」もある。

柏市では急速な高齢化と同時に人の繋がりの希薄化、孤立化が課題となっており、社会福祉協議会は人をつなげ、地域を変える手段を模索していた。

2014年に社会福祉協議会から企画の相談を受けたおとまちチームが提案したのはドラムサークル。参加者が輪になってドラムを叩くドラムサークルは即興で作り上げるアンサンブルで、年齢、音楽経験は不問。身体が動く人なら大半の方が参加でき、一体感、高揚感を味わえる。

試しに学生と高齢者の交流イベントに導入するなどの過程を経て講座を作成、4期に渡ってファシリテーターを育成した結果、67人のファシリテーターが誕生。うち、34人がDrum Circle-Beat@Kashiwa(以下、DCBK)に参加、地域の施設や各種団体でドラムサークルを開いている。2019年には市内116カ所で4045人が参加した。

「一緒にドラムを叩くことで人は繋がりを感じることができ、短時間で仲良くなれます。音楽にはさまざまな境界を軽々と飛び越える力があるのですが、それを活用するためには1回イベントを開くだけではダメ。街中に音楽を増やす必要があり、そのためには人を育てる必要があると講座を開催しています」。

音楽を通じて役割を意識、分担する

2022年7月からは東京都豊島区でもドラムサークルのファシリテーター育成講座、地域音楽コーディネーター養成講座が開かれている。ここではドラムサークルの人を繋ぐ力に加え、それをコミュニティづくり、まちづくりに生かすことが期待されている。

まちづくりでは地域でリーダーとなる人を発掘することが課題とされているが、増井氏は音楽はそこにも寄与できるという。

それはアンサンブルにせよ、ビッグバンドにせよ、複数人で音楽をやると楽器を選ぶ時点で一人ずつの才能、性格が見えてくるため。ある種のあぶり出し作業といつてもよい。

「派手に目立つからトランペットを選ぶという人もいるでしょうが、面白いことに全員がトランペットを選ぶわけではありません。それぞれが自分にあった役割を自然に分担しており、中には自分が演奏するのではなく、裏方に回るという人もいます。そうしたさまざまな人がいることでアンサンブルもオーケストラも成り立っています」。

まちづくりも同じ。全員がリーダーでも困るはずですが、いわゆるまちづくりセミナーではリーダーにばかりに着目します。もちろん、リーダーが見つけられたら収穫ですが、それ以外の人たちも掘り起こしていく必要があり、それには音楽が向いていると思うのです」。

福井県と連携、 県民一人ひとりをプレイヤーに

2021年からは福井県と連携協定を結び、今後3年間にわたって音楽を活用して地域の活性化、交流人口の拡大に取り組むことになっている。これまで社内では事業として成り立つかと疑問視されてきたところもあったそうだが、ようやく楽器ではなく音楽を売る、音楽で社会課題を解決するという手法が認められつつあると増井氏。

福井県では希望する自治体に手を挙げてもらい、楽器を貸し出して体験してもらった上でそこからメンバーを募集してサークルを作るというやり方をしており、すでに4市町で活動が生まれている。詳細は福井県の項で紹介するが、地域によってやり方は本当にさまざまであることがよく分かる。

「車社会か、電車中心か、地域の歴史的な背景、新しい文化への許容度その他でどうしたやり方が向くのかは違いますし、同じ事業でも3年かかる、数年以上かかると進捗状況には差が出ます。最近はなぜか、大阪より西のエリアからの問い合わせが多く、察するに

瀬戸内などアートで人を呼んだから次は音楽でもということなのでしょうか。一口に音楽、文化といっても地域差が大きいのです」。

最後にひとつ、不動産を出自とするHOME'S 総研らしいことを書いておきたい。それは不動産が音楽を止めていないかということ。

たとえば高齢者向けの住宅で楽器が置かれ、みんなで演奏できたらどうだろう。ドラムのようなパーカッションなら叩くだけでリハビリになるし、運動にもなる。一緒に演奏すればそれだけで仲良くもある。だが、実際の高齢者住宅で行われているのは自発的な演奏ではなく、受動的な、誰かの指示で決まった歌を歌うような活動だ。

賃貸住宅など集合住宅ではそもそも楽器の演奏は許可されていないことが多い。もちろん、他の住民に迷惑にならないようにという配慮だが、一緒にドラムを叩く経験があれば、隣の騒音に目くじらを立てる人も少くなりはしないだろうか。

あるいは駅前など人通りの多い地域の不動産が演奏家に開かれたらどうだろう。福井県との連携ではこうした活動も含まれているそうだが、演奏できる場が増え、聴衆が演奏に参加するようになれば、そこに住む楽しさも高まるというもの。不動産はもっと音楽に寛容になってもよいのかもしれない。

写真提供／ヤマハミュージックジャパン

CASE 05 「遊び」の環境を整える

音楽に親しむ風土を醸成。 県民一人ひとりをプレイヤーに

福井県

CASE4でヤマハと福井県の連携を紹介したが、なぜ、福井県で音楽なのか。音楽でまちづくり自体、それほど多い施策ではないが、実は福井県ではそれ以前から音楽に親しみ、参加を促す試みが続けられてきた。

県内の小学5年生全員を 県の音楽ホールに招待

「福井県立音楽堂ハーモニーホールふくいができる25周年になります。オープン当時『せっかくよいホールができたのに、福井の子がオーケストラを聴けないというのは寂しい』との声があがり、県でバスを仕立てて、県内の小学5年生全員をホールに招待するという事

業を行ってきました。それもただ聴くだけではなく参加してもらおうと、児童がリコーダーを持参して一緒に演奏する、国体に向けて改訂した新県民歌をみんなで歌う、コロナ禍で声が出せない時は指揮者が客席に向かってタクトを振って、それに合わせて子どもたちが手拍子で参加するなどさまざまな工夫をしてきました」と福井県交流文化部文化・スポーツ局の猪嶋宏記局長。

ホールを運営する公益財団法人福井県文化振興事業団と連携。演奏家を招聘した際にはプラスアルファの謝礼で公民館など身近な場所で少人数を対象にしたアウトリーチ公演をしてもらう、地元出身者など福井にゆかりのある若手芸術家・越のルビーアーティスト（登録制度がある）に県下17市町村のお寺や喫茶店などで気軽に聞けるミニコンサートをしてもらうなどの活動も行ってきた。

また、永平寺町には青山ハープ、越前町にこおろぎ社（マリン

観光、交通などこれまで担当してきた分野の経験も踏まえて話をしてくださいった福井県交流文化・スポーツ局の猪嶋宏記局長（写真提供：福井県）



バ、シロフォンなど)といった世界有数の楽器メーカーがあり、産業振興の意味もあって海外からの来訪者があると音楽でもてなしをするという習慣もあった。それ以前、1981年の置県100年の際には文化のふるさとづくりを提唱してもいる。

文化のまちづくりで人の姿が見える町を

そうした背景に加え、2010年度調査で県内の芸術文化団体参加者のうち音楽分野が最多だったこと、県内に活動拠点となる文化ホールが多数整備されていることなどから、2020年7月に策定された「福井県長期ビジョン2020年～2040年」でも音楽、アートは大きく取り上げられている。

同ビジョンは直近の2020年から2024年の5年間で目指すべき姿、実現すべきプロジェクトをいくつか挙げているが、そのうちのひとつに「まちと暮らしに音楽・アート」があるのだ。具体的には「1500年の歴史を持つ越前和紙や漆器などの伝統文化から、音楽やアートなど現代文化まで、福井に根差す「文化」を活かし、まちなかや集落にぎわいを創出します」という。

「文化のまちづくりには2つの意味があります」と猪嶋氏。ひとつは住民にとって住みやすい、居場所のある町であり、もうひとつは来てくれた人にも居心地の良い、訪れたくなる場所であるということ。そのためには人の活動、しかも目に見える活動が必要である。車がばんばん通ってもそれは賑わいとは感じられないことを思うと、人の姿が見える、それが集まることが大事である。

「先日、三国祭りに行ったのですが、祭りでは大きな山車がわざわざ狭いところを練り歩く。一定の限られた空間に人を集めることで人がいっぱいいるように見え、賑わいが可視化されます。人が集まっていることを見て人は安心するし、行ってみたいと思うのではないかでしょうか。

三国では祭りの後に山車の蔵の前でギターその他の演奏会が開かれてもおり、音を聞きつけて人が集まってくる風景も。そんな風景がどんどん広がれば地域は元気になるでしょうし、そこに住みたいと思う人も出て来るのではと思っています」。

県内4市町が参加、 地域ごとに音楽活動がスタート

そんな場を作るために音楽を手段としようとヤマハと連携をスタート、まずは県内17市町で希望する自治体を募った。初年度に手を挙げたのは越前市、鯖江市、若狭町、美浜町の4市町。自治体それぞれでどんな音楽をやるかを決め、ヤマハが楽器を用意して体験会を実施、そこからメンバーを募ってサークルを作っていくという

2022年3月に鯖江市で行われた音楽サークルのデビューコンサート。半年ほどの練習で舞台に立てるようになるとは！



やり方で年度の終わりには演奏会をするという仕組みだ。

面白いのは各市町で内容が異なる点。越前市はサックスと打楽器を中心にしたラテン音楽で、鯖江市は吹奏楽、若狭町はウクレレ、美浜町は軽音楽なのだという。

「越前市は電子部品メーカーなどの工場が多く、そこで働く日系ブラジル人など外国人が多い地域です。そのため、馴染みやすいのではとラテン音楽を選びました。音楽は年代、性別を問わないと言いますが、言葉の壁もありません。外国人の参加も期待しています。

鯖江市は中高等学校での部活動で吹奏楽が盛んな土地で、一度音楽から離れた人もいるのではということで吹奏楽を選んでいます。それぞれその土地に合わせたものを選んでいるわけで、2年目には永平寺町が手を挙げ、クラシックギターのサークル作りが始まっていました。楽器メーカーがあることからハープやマンドリンも検討しましたが、素人にはハードルが高すぎると親近感を大事に前述の演目となりました」。

スタートの体験会で実際に楽器を使える点が好評で、12台のギターを用意したところ、17人がメンバーになるなど参加者は着実に増えている。楽器店では楽器を見ること、触れることまではできても実際に演奏することはできない。だが、体験会では指導者もいて、簡単な手ほどきをしてくれる。最初の一歩を踏み出せる仕組みになっているのだ。

ちなみにこれに寄与しているのがヤマハの楽器レンタル「音レント」というサービス。自治体としては購入して固定資産にする必要がなく、状況に合わせて台数、楽器を変更できるところもメリット。ヤマハとしても伸びている分野だそうで、個人としても買わずにやったかった楽器をお試しで始められるのは参加しやすい、うれしいポイントだろう。

半年間の練習の後は デビューコンサートを開催

サークルのメンバーになった人々は月に1回など定期的な活動



写真左：サックスと打楽器中心の越前市／中：若狭町のウクレレ／右：軽音楽の美浜町とそれぞれの演奏のために集まった人たち

日に参加、最終的には各サークル合同のコンサートを目指す。初年度のメンバーは2022年3月に鯖江市文化センターでデビューコンサートを開催、100人を超えるメンバーが参加した。

自治体単位ではなく、福井県連合婦人会による音楽を通じた地域での仲間づくり、商工会議所青年部による音楽・文化を生かしたまちづくり活動も行われており、デビューコンサートでは婦人会によるドラムサークルも演奏している。

「参加者に聞いてみるときちんと指導してもらえるのが良かった、皆で演奏することで一体感、達成感を味わえた、演奏会で他の市町村の人と交流できて楽しかったなど前向きな声が大半。互いに教え合うのが良い、多年代でやるのが面白いという声もありました」。

施設を利用する自治体からもポジティブな反応が上がっている。サークル活動で人が集まることで他の市民も集まるようになった、施設が明るくなった、音が聞こえるのが良いなどなど。体験会をやりたいという自治体も増えており、中には音楽で婚活はできないかという問い合わせ(！)もあったそうだ。確かにドラムで互いに親近感を覚えるようになった後なら一気に気持ちが近づくこともありますかもしれない。

スケジュールとしては各地で夏頃までに楽器体験会を行いサークル活動を開始、練習を重ねて1月頃にコンサートで腕前を披露ということになり、活動開始後3年間は同じ流れで活動が続く。そして4年目から自走という計画。現在は5自治体の参加だが、それまでに参加自治体がどこまで増えるか。また、それがどれだけ継続、自走できるか。

「この結果でどこかがウクレレの町と言われるようになったら面白いと思っています。どの自治体も定住人口を増やしたいと思っていますが、人が来ても仲間作りが難しいと言われます。そこに音楽があれば繋がりやすいのかなとも考えています。大人のサークル活動です。音楽にはこうした発展性もある。音楽が地元と『よそ者』など、いろいろな垣根を乗り越える力になってくれればと思います」。

演奏の場を増やす試み、まちなかステージも

演奏する人を増やすと同時に誰もが自由に芸術文化活動を発表できるまちなかステージの設置も進められている。舞台となるのはJR福井駅西口の複合施設ハピリン1階の福井市にぎわい交流施設ハピテラス及びアップルロード、敦賀市内の国道8号歩行空間で、ステージ設置個所は随時拡大する予定。

福井市で事務局となっているまちづくり福井株式会社のまちなかステージのページを見ると木曜日夕方のハピテラス、日曜日のアップルロードには予約が入っており、日によっては20分刻みでびっしりと予約が入っていることも。積極的に使われているようだ。

活動の場という意味では福井中央公園特設会場で行われる野外フェス「ONE PARK FESTIVAL」も2022年に3回目が開催される。2019年に行われた第1回では2日間で約1万人が来場、約6億4000万円の経済波及効果をもたらしたとされている。

「坂井市の芝政ワールドでも2023年5月に野外音楽フェスをやると発表されましたし、こうした『県民も楽しい、福井に来る人も楽しい』活動が広がっていけばと考えています」。

福井県の杉本達治知事はチャレンジしたい人をいかに応援するか、次の世代のために今、何をするかの2点がこれから10年間の県政のキーワードとよく言っているそうで、音楽を通じたまちづくりといえば「やりたいことにチャレンジ、県民一人ひとりがプレイヤーになること」と猪嶋氏。

仲間を作り、それぞれがなにかしらの文化活動をするようになれば、この地での暮らしはより充実した、楽しいものになる。そのためにはまずは音楽に親しむ風土を。これから2年間の取り組み、自走後の福井県の姿に期待したい。

写真提供／ヤマハミュージックジャパン

公民館が地域活動を支援、連携を生み出し始めた

岡山県瀬戸内市

地域にはさまざまな活動をしている人がいる。岡山県瀬戸内市の中央公民館ではその人たちを応援。発表の場を作ったり、やりたいことが実現できるように支援する事業を行っている。

「きっかけは2017年から3年計画で瀬戸内市ゆかりの画家であり、詩人の竹久夢二にちなんだ音楽イベントが開催されたこと。公民館では市民主体の活動も行われており、イベント終了後もそれを残そうということになって文化があふれるまちづくり事業がスタートしました」と瀬戸内市中央公民館主査の木村章人氏。

公民館に登録している団体だけでも90以上

瀬戸内市は2004年に邑久町、牛窓町、長船町が合併して発足したのだが、邑久町は前述の竹久夢二、人形師の竹田喜之助の出身地で備前焼から派生したと言われる虫明焼があり、長船町は刀剣で有名。牛窓は日本のエーゲ海と称する風光明媚な地。いずれも独自の文化があり、ことに邑久町ではかつて人形芝居が盛んに行われていたという。

そうした歴史を背景にこの地域では中央公民館に登録している市民活動団体だけで90ほどあり、長船、牛窓でも30~40の団体が活動しているという。登録していない団体もあると考えると、さまざまな文化活動が行われている場所なのである。

加えて瀬戸内市は岡山県の中では公民館が大きく、設備も充実していると木村氏。中央公民館には600人近くが入れるホールもある。

市民活動に5万円の助成。 文化の種まき応援事業

事業は3つの柱からなっている。ひとつは文化の種まき応援事業というもので、申請のあった市民活動に5万円の助成をするというもの。それほど多額ではないが、厳しい審査が行われるわけではないので利用はしやすく、広く市民のやりたいことを後押ししている。

「この制度の最初の利用者は30代前半の子

育て女性サークルで、市内各町の神社のマップを作り、そのうちの3カ所を回ると駄菓子の賞品が出るというスタンプラリー。主催者自ら地元の駄菓子屋の社長と交渉、協賛をもらって開催にこぎつけ、市内外から親子連れが参加、33人がゴールしま

した。それ以外では地元が生んだ武将・宇喜多家の歴史を辿る街歩きや冊子作製、地域の登山道を整備する事業、箏曲や舞踊の公演など2020年、2021年は7団体が助成を受けて活動をしました。

もうひとつは文化芸術イベント追い風事業で、これは公民館のホールを使って地域の団体にパフォーマンスをもらうというもの。音楽、お笑いにミュージカル、吟剣詩舞など内容はさまざま。この2つの事業参加者は2020年度で2600人超、2021年度には3500人を超えており、人口3万6000人の瀬戸内市で、コロナ禍で中止した事業もあったことを考えると多くの人を集めたと言ってよいのではないか。

最後のひとつは瀬戸内市アーティストリスト「みつカルセとうち」。これは瀬戸内市周辺で文化芸術活動を行っている団体、個人の情報ernet上で集約、紹介するもので、多様な人材がいることを市民が見て楽しむ、こうした人たちに出演依頼をすることで地域に文化芸術の輪が広がることや市のPRになることを意図している。プロ、アマは問わず、海外の人の掲載もあり、現在は40組ほどが紹介されている。

自身で作った人形を手にする木村章人氏



団体間でコラボレーションが生まれ始めた

事業が始まって2022年が3年目だが、面白い動きが始まっている。連携だ。せっかく大きなホールを使って公演をするなら、助成があるなら、他の団体とコラボレーションしてもっと人を集めよう、これまで以上に面白い内容にしていくなどと考える団体が増えて



図書館も併設された瀬戸内市の中央公民館。市役所の近くにある。公民館のホールを利用して、幅広い年代の人たちが舞台に立った(写真提供/瀬戸内市)



いるというのだ。

「日舞、人形劇とアフリカンダンスなどこれまででは考えられないコラボレーションが始まっており、活動が活発になっていることを感じます」。

課題もある。高齢者はもちろん、子どもの利用も多く、多年代に使われているものの、20代、30代の若い層の利用が少ないというのだ。これは瀬戸内市に限らず、どこの公民館も同じだそうで、ドラム体験、ダンス、ヨガやピラティス、お灸の講座など興味を持っても

らえそうな講座を企画するなどあの手この手はこうじているが、なかなか難しいと木村氏。

それを聞いて持ったのは公民館、図書館といった地域の文化活動の拠点になるべく作られているはずの施設がそのように使われていないのではないかという疑問。まちづくりの中では新たに場を作ることがよく行われるが、それは既存の公的な施設の使いにくさから。公民館や図書館が地域のニーズに呼応する、若い人たちにも使いやすいものになったら状況は変わるかもしれない。どうだろう。

CASE 07 「遊び」の仕組みをつくる

3年で100軒が目標。 ブックマンションが広がる理由

ブックマンション 中西功氏

2019年7月、武蔵野市吉祥寺のビルから始まったブックマンションは仕組みを考案した中西功氏が知っているだけでもこの3年で全国に50軒余が誕生している。知らないものも含めると、実際にはもっと広がっていると思われ、オープンから半年でコロナ禍があったことを考えると、そのスピードは非常に早い。地域に書店あるいは図書館のような空間を作る、本を介して人が集まる仕組み=ブックマンションはなぜ、これだけ広がったのか。

最初から続けやすい、楽な仕組みを志向

ブックマンションは会費を払って一箱分のスペースの店主となり、時に店番をやりながら、自分の好きな本をそこで売るというもの。先行する仕組みはあったが、誰でも、どこででもできる、展開しやすい仕組みにしたのはブックマンションが初めてだろう。

誕生時から話題になり、まちづくりに活かしたい人、町に人が集まる場所、賑わいを作りたい人、単純に書店主になりたい人などさまざまな目的を持った人、企業が訪れ、ノウハウを学んだ。訪れずには真似した例が多く、名称はさまざま。

共通するのは各自が本のための一箱分のスペースを所有、その場をシェアするという点だけで、販売せず、図書館のように貸すだけもあれば、会費不要で賑わいに資すことが目的というところもあり、開設主体も企業、個人商店、学生、個人といろいろ。当然、運用はそれぞれ異なる。自分たちが好きなようにアレンジして開設、広げている



この3年で全国に広がったブックマンションのスタート地点に立つ中西功氏

のである。

背景には本という商品の特殊性がある。多くの人にとって本はどこか憧れの、知的満足感を満たす存在であり、本の数だけ考え方があることを誰もが知っている。本の好みの違いが諍いになることはなく、年齢、性別を超えて多様性を認めた会話が成り立つのである。

だが、それ以上に大きいのは中西氏が最初から広まる、使われるることを前提に運用も維持管理もラクで、ローカライズしやすい仕組みを作ろうと考えたという点にある。

「自分自身、面倒な作業はしたくありませんし、地域活性はあくまで副次的なものであり、そのために頑張ろうとも思っていません。世の中には自分が頑張っていることを見せたがる人がいますが、何もしないで成り立つほうが楽だし、続けます。頭がいいとされる人が1日8時間費やして運用するような仕組みは1日ならいいでしょうが、それをずっと続けるには無理がある。いかに頑張らないか、100%を目指さないかだと思います」。

既成概念にこだわらない、完璧を目指さない

中西氏は以前、楽天に勤務していた。頑張らないでも続く、一箱書店の発想はネットで仕事をしていたから生まれたものだという。

「Webの仕事では最初から完全を目指すのではなく、ある一定の段階でとりあえずリリース、それを運用し、バージョンアップして良くしていくこうとします。また、技術の進化があり、前提条件も変わる

ので、一度現場を離れた後、再び現場に戻った際には目の前の現象を見続けていなければ、かつての当たり前はそのまま適用できないことが多いものです。だから、常に自分で新しい情報を取っていかないとダメだし、一回取るだけでなく取得し続けてないとダメ。今までのやり方に固執せず、柔軟に考える必要もあります」。

たとえば、書店のこれまでの常識では家賃・人件費・仕入れ(在庫)が経営にあたってのリスクだとされた。だが、ブックマンションでは書店主となる人たちが場をシェアすることで家賃のリスクは限りなく小さくなり、参加者が店番をすることで人件費は不要になる。仕入れもそれぞれが持ち寄るのでリスクとはならない。このモデルがすべてではないが、柔軟に考えたことで別のやり方もあるという選択肢の提示になっているのである。

また、当初は週に6日を営業日についていたブックマンションだが、それが5日になり、現在は店番がいる日が営業日になった。

「営業日を決めたら店番できる人がいない日は自分が店番をせざるを得なかつたのですが、やる人がいない日は閉めればいいと考えました。ちょうどコロナが取り沙汰され始めた時期で、店番をお願いしにくい状況でもありました。前提条件が変わり、心理的な変化もあったことから、皆さんにはルールの変更をそれぞれの意思を確認しながら丁寧に伝えました。その後は営業日から店番ではなく、店番から営業日という運用に逆転。それまでの一箱一律3850円だった会費に店番をしない5000円というプランを作りました」。

「機会があればやりたい」が多数派

みんながやりやすいようにと言い出したら、誰もやらなくなるので

はないかという懸念も出る。だが、世の中には自分からやりますと言い出す人は少ないが、やるなら手伝いますという、参加したい人は多く、そういう人の方が僕以上に真剣に取り組んでくれると中西氏。

「キッザニアの職業体験で消防士の経験をするとして、それが消防服を着る、水を撒くだけだったらつまらない。装備をチェックする、連絡を受ける、ホースを持って移動するといった途中のこまごました作業があるから楽しい経験になる。ブックマンションやイベントの手伝いも同じではないかと考えています」。

その手伝いもできるだけラクにできる、みんなで分担する仕組みにすることが大事だ。中西氏は最近、吉祥寺パルコの屋上でZINEイベントを開催しており、2500人以上の来客がある。それをボランティア3~4人で回しているそうだが、特に支障はないという。

「昔のやり方、たとえばモールス信号や郵便で100人とやりとりするのは大変でしょうが、同じ人数でもLINEとGoogleスプレッドシートを使えばそれほどの手間ではありません」。

もうひとつ大事なのは経営者である中西氏、棚を借りている店主、本を買う人の関係である。これまで金を出す人が上位あるいは買う人と売る人の二項対立という関係になりがちだったが、ブックマンションに関わる人の関係はフラット。誰が偉いではなく、全員が同列。誰かに頼ってやってもらうという関係ではなく、参加者のうちには自分で勝手に使いやすいほうを買ってきて掃除をする人がいるなど、それぞれが主体的に自立して活動に参加している。誰かのせいにせず、自分でやりたいから参加する。すっきりした話である。

「遊びがなければ作ればよいわけで、ブックマンションは簡単な仕組みです。シンプルに続けられるやり方を既成概念なく考えれば他にもいろいろできるはずだと思います」。

CASE 08 「遊び」で地域を変える

住宅街に生まれた 「みんなでつくる、みんなの場所」

ミナガルテン 谷口千春氏

住宅街は住む人以外には無縁な場所である。散歩で歩く分には良いが留まる場所ではなく、多くの場合、挨拶以上に人と触れ合う場所でもない。遊んだり、和んだりする場として公園が用意されていることもあるが、最近の公園は禁止事項が多く、ろくろく遊ぶことすらできない。



園芸事業跡地を活用したミナガルテン

だが、広島市佐伯区皆賀の住宅街にはそこだけ異色な、誰もに開かれた空間がある。地名の皆賀、日本語のみんな、フィンランド語で私・個人を意味するミナを掛け合わせ、一人ひとりの個性が花咲く豊かな庭となることを祈って名付けられたミナガルテンだ。誕生から2年。1日に200人、年間では5万人もが集まる場所となっている。

人を集めながら少しづつ建物を改修

ミナガルテンがある場所にはかつて園芸卸会社の倉庫や温室があった。経営者だった谷口千春氏の父が体調を崩して2017年に廃業。約20年間広島を離れていた谷口氏が地元に戻り、跡地一帯の3000m²を住宅地とコミュニティの中心となる場にするプロジェクトが水面下で立ち上がったのは廃業からまもなく。公開リリースされたのはそれから3年近くを経た2020年初夏、コロナ禍の中だった。

分譲住宅14戸は同年夏から販売を開始、約1年で完売して2021年秋には完成。すでに全戸入居している。賃貸住宅3戸も同時期に完成した。

コミュニティエリアは住宅地と道を挟んで反対側にあり、中心になっているのは以前は園芸資材倉庫だった鉄骨造3階建ての550m²弱の建物。約50年間使われてきた新耐震基準以前の建物で、内部にはモノが詰まっており、かつ一部には違法な部分もあった。駐車場にも違法な増築が行われており、改修前にはそうした建築上の諸問題をクリアにする必要があった。

「もうひとつ、その時点では私自身、地元に繋がりがなく、テナントも決まっていない状態でした。今後の私の人生を懸けるプロジェクトとして、全体のテーマである人と暮らしのウェルビーイング（幸福）の場を作るという点は決まっていたものの、それ以外の詳細が決まっていたわけではなく、無数の可能性があるという状態。そこで先に箱だけを作るのは怖い話です。また、経営は一緒にやりたい人とやるのが良いだろうと思っていたので、まずは2020年の秋に2階だけを改装、人を集めることから始めました」。

ここで谷口氏が言うウェルビーイング（人間の良い状態＝幸福）は身体、心そして社会的な健康（つながり）の3つがあって初めて成り立つものという。また、私、私たち、世界はひとつつながりであるとも。これがミナガルテンのコンセプトを支える軸になっている。

こうした考えのもと、最初に作ったのは2階のシェアキッチン、シェアサロン。1階は音響の配線だけは施したものの、それ以外は手を入れずにアートイベント、マルシェなどで活用することにした。

シェアサロンは当初レンタルスタジオとして運営、1時間1000円でいろいろな人たちに利用してもらっているうちに続けてもらいたいという人たちが現れた。その結果、2021年8月からは曜日替わりの

シェアサロンというという形態になり、中心となって定期的に利用するメンバーは6人、月に1回使う人なども入れると全員で10人が家賃を払って利用するようになっている。



不動産、建築や伝統芸能その他幅広い仕事をしてきた谷口千春氏（写真提供：ミナガルテン）

毎月5日はマルシェを開催、文化イベントも

2021年1月からは立地する五日市エリアの地名の由来となった毎月5日の市にちなんで5日、15日、25日に「5's マルシェ」（サンクスマルシェ）というミニマルシェを開催するようになった。現在はマルシェ開催前に朝さんぽ＆朝ごはんの会が開催されてもいる。

取材にお邪魔したのはちょうど53回目のマルシェ開催日。朝さんぽから参加したが、散歩もご飯作りも誰かと一緒にやれば面白いもの。この日の朝食は江波巻（えばまき）という広島県の郷土料理。この会では地元にこだわった料理、素材を使うことが多いそうで、楽しく食べて地域を学べる場というわけである。

マルシェは1階、2階や建物入口に野菜や焼き菓子、手作り作品その他が並び、2階のキッチンではカレー店もオープン。毎回、7～10店舗が出店、そのうち常連メンバーは半分ほどで、新規出店・時々出店が半分ほど。あえて常連だけに固定しないのは、顔見知りのいる安心感と同時に新鮮な出会いがある場にするためである。

谷口氏に話を聞きながらマルシェの様子を見ていて気づいたのは長居する人が多いこと。聞くと長い人だと3時間、4時間滞在することもあるのだと。途中でいろいろ買い物をするとはいえ、それだけの時間滞在できる施設は珍しい。居心地が良いことに加え、寛容な場なのである。それだけの時間を過ごせば、周囲とも会話するだろうし、顔見知りにもなる。マルシェは買い物の場というだけでなく、コミュニケーションの場なのである。

長居以外で面白いのはマルシェに客として来た人がいつの間にか店の人になるという現象がしばしば起きていること。立場、役割で人をくくるのではなく、ここはボーダーを超える場になっていると谷口氏。コミュニケーションがそれを後押ししているのだろう。

また、モノを売るだけでなく、マルシェのテーマによってはタンゴや日本舞踊が披露されることもある。読書会などのイベントも開催されており、最近はカフェやベーカリーなど飲食のイメージが強くなっているので、少し文化のほうへ振り戻したいと谷口氏。何にでも使える空間なのである。

共感の輪が広がり、参加者が増える

2021年8月にはメインの建物に隣接する木造2階建ての、かつては会社のオフィスだったスペースにベーカリーCompanion Plants（コンパニオンプランツ／共栄作物）がオープンした。

「パンは毎日食べるものですし、一方でわざわざ遠くからも買いに来る人もいる商品。そこで最初からベーカリーには入ってもらうつもりで、当初は代々木にある365日さんをダメ元で口説いていまし

写真左：朝ごはんの会での作業風景／中・右：マルシェの様子を吹き抜け上部から、1階から見たところ。「今日は少ないほうです」と谷口氏



た。まだ何もない状態の時に広島まで来てもらうなどしていたのですが、タイミングが合わず。ところが1年半後くらいに右腕だった人が独立するという話があり、一度は断られたものの、1ヵ月後にやらせてくださいという連絡があり、来てもらうことになりました」。

翻意した理由はミナガルテンは関わる人が挑戦する場だからというもの。そこに出店することで自分も新たなことに挑戦できるのではないかと考えたのだとか。

この話はミナガルテンを象徴するもののひとつだと思う。水面に落ちた一滴が波紋となって広がるように少しづつ周囲の人を巻き込み、広がる。施設そのものも、関わる人の数もそのようにしてミナガルテンは成長してきた。谷口氏の掲げるこの土地の歴史を踏まえた、これからありたいと思うこの場の姿、チャレンジできる環境に共感、参加したいという人が徐々に増え、広がってきてているのである。

谷口氏は自らの肩書のひとつにモノガタリストという耳慣れない言葉を入れている。それが何かをご本人の文章で説明したのが以下の内容。建築や町は、そこに集う人たちが主役になって紡ぐ「物語」のための「舞台装置」と捉え、空間や時間の演出を手がける。自らはその媒介者（カタリスト）として振る舞い、チームみんなで大きな物語を紡いでいくことを目指す（：モノガタリストの由来）Visionalist（未来を思い描く人）であり、また同時に Practitioner（実行者）である。公園があっても人が遊ばないのはそれを使う物語が紡がれていない、全体像がなく、一部の声の大きな人たちによって支配されているからであると考えると、場だけでは遊びは成立しない。いや、子どもたちなら自由に使える場だけあれば遊びを生むだろうが、しばらく遊びを忘れていた大人たちが新たに遊び＝自分を発揮する活動を始めるにはプラスアルファが必要なのかもしれない。

場所、モノ、人、シェアできるものは シェアし尽くす

ベーカリーの誕生と同時に、日替わり珈琲スタンド watering duty が7人のフリーランスバリスタを迎えてスタート。第一期オープン以来1年間がらんどうだった1階がカフェスペースとして正式オープンした。

2022年6月からは朝の時間を利用、モーニング、ヨガなどがスター

ト。10月にはお惣菜デリの開業を目指しており、複数の女性たちがメニュー開発から携わることになっている。クラウドファンディングを利用、シェア型本棚を作り、宿泊施設を作る予定もある。

2022年には8月からは3階にアンティークの家具店が誕生する予定もあり、それを什器として使ってのアパレル販売会なども想定。家具はその場で自主活動する高校生や大学生を含む若手中心のクリエイティブコミュニティによって販売され、子ども向けのアートスクールも開催される。矢継ぎ早に新たな展開があり、かついずれもシェアを前提としている。場所、人、モノ、シェアできるものはしくすというのが谷口氏のやり方なのである。

「複数人でのスタートは人集めやルール作りなどで最初は大変ですが、軌道に乗り出せば誰かが出店できなくとも誰かが替われますし、それぞれ得意が違うのでお客様はさまざまな味が楽しめて飽きない。やっている人たちにも刺激になりますし、それぞれがファンを連れてきてくれる効果もあります」。

多くの人に手間なく関わってもらうため、グーグルカレンダーを組み込んだホームページ、各種SNSに加え、イベント情報をまとめて見られ、コミュニケーションも取れるスマホアプリ station を導入、今や1000人近いファンが登録している。ツールを駆使すれば、多くの人たちと一緒にコミュニケーションを取ることは可能な時代なのだ。

そうしたあれこれが年間5万人を知らなければ来られない、通りから入った住宅街に呼んでいるのだが、活動はさらに深化している。そこにあるものをどう生かすかを真剣に考え続けてきた結果、自律自走できるコミュニティが生まれ、活動は地域に及び始めているのだ。

「ミナガルテンを起点に広島市を活性化したいと今、20～30代が中心となってバイリンガルのかっこいい郷土史本を作っています。広島は移民が多く、日本に来たことのない三世もいます。その人たちにすぐ上の世代が広島を伝える本です。書籍に盛り込む話をさらにその上の世代に聞くことを考えると世代を繋ぎ、世界の人と関わる本になると思います」。

さらに広島市の広島市中央・こども図書館の移転に対しての発言などミナガルテン、谷口氏の波紋は広がり続け、まだまだこれからも大きくなりそう。それに惹きつけられるようにこの場を訪れる人も増え、何かをやりたい、やろうとする人が増えれば地域はもっと楽しく、うれしい場になるのではないかと思う。

文化と観光、地域を繋ぎ、支え手を増やす

文化庁・丸岡直樹氏

2020年に「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律」(文化観光推進法)が施行された。文化庁ホームページによればこの法律は「文化の振興を、観光の振興と地域の活性化につなげ、これによる経済効果が文化の振興に再投資される好循環を創出することを目的とするものです」という。

文化と観光はどう結びつくのか

この法律、それに基づく施策に関心を持ったのは文化の振興を観光の振興、地域の活性化というこれまで結びついていなかったように見えるものを結びつけている点である。

「この法律が生まれた背景には過去の文化庁の施策が保護に寄りすぎており、活用と保護のバランスがこれまで調整されてこなかつたという反省があると思っています。2019年の文化財保護法の改正でも文化財の保護に加えて活用にも力を入れる姿勢が示されており、それをさらに広く進めたものと考えれば分かりやすいでしょう」と文化観光担当の文化庁参事官付で文化観光推進コーディネーターの丸岡直樹氏。

丸岡氏は古い建物には価値がないと言われていた頃から重要伝統的建造物群保存地区内も含めた歴史的な建造物をレストラン、宿泊施設などに再生してきた民間企業出身。その知見を活かして文化と観光、地域が手を取り合えるように伴走支援を行っている。

文化の担い手が報われる仕組みを

ポイントは文化を理解してもらう努力をする、担い手が継続できるよう金銭的、精神的な収益が還元されるようにするという2点。

「棚田が美しく、観光資源になっているとして、これまでのやり方は観光客がバスで来てそれを眺め、写真を撮っておしまい。苦労して棚田を維持している人にはなんの見返りもありません。

あるいは多くの観光客を集め花火大会でも花火師にはその利益が還元されません。観光客の増大に伴い、警備費用等がかさむようになり、それによって花火師に対する還元が二の次になってしまいがちなのです。そこにこれまでと違う仕組みを入れ、担い手が続けられるようにする、そんな取り組みを行っています。」

花火大会の例でいえば大会の前に花火師が見どころを解説する有料の席を作り、そこで入る収益は花火師に還元するようにした。参加者からするとこれまで漫然と見ていた花火が知った人が作った作品になり、理解とともに感動の質が一段変わる。見られ方が変われば花火師のやりがいも変わるだろう。

会津塗の良さを知ってもらうためには視覚を遮断した完全な暗闇の中で漆器に触れる経験をしてもらった。手触りの良さに加え、口と水と器の境目が分からぬほど滑らかさに参加者は驚き、ファンになった。その後に行われた現地ツアーでは高額な商品ながらもあれこれ買い求める人が続出したという。

佐賀県で嬉野茶を栽培する農家を支援するためには旅館で、茶畑で茶農家が自ら茶を振る舞うイベントを仕掛けた。茶農家はこれまで消費者と直接顔を合わせることはなく、間に入る茶問屋に値下げを要求され続けるなど、明るい将来が見えない状況に置かれていた。当然、跡継ぎがいないために廃業する農家もある。それを変えようというのが顔を合わせて茶をプレゼントするティーツーリズムであり、そこで出会ったお茶を定期的に購入してもらうサブスク制度だ。

文化も遊びも本当はそこにあるはず

ほかにもさまざまな地域の支援があり、1年の事業もあれば5年間支援する仕組みも。興味深いのは単にビジネスプランを考える、收支計算をするだけではなく、コーチングを行い、関わる人たちの視点を変えようとしている点だ。これまでには同じひとつの地域を観光、文化、まちづくりとそれぞれの視点だけで見てきたところを、複数の視点を知ることで新たな糸口が見つかるようにということ。

できるだけ地域の人にも入ってもらい、味方を増やすようにもしているそうで、その点もこれまでの産業振興策とは一味違う。どの事業でもファンを増やすことを主眼に置いて考えると、現在、進められている文化観光施策はいずれも人が基本にあり、理解がベースとなっている。

逆にいえば現在の施策はすべてすでにそこにあるものをどう使うか、価値をどう理解してもらうかというソフト面のものであるとも言える。使うべき財産はすでにあるのだ。

だが、それを一部の人たちだけで担い、あるいはしまい込んできたことで、多くの人はその存在を忘れてしまった。財を守ってきた人が語らなかった責任、周囲の人たちが訊ねなかかった責任、どち

民間企業から出向、全国の現場を駆け回っている丸岡直樹氏（写真提供：丸岡直樹氏）



らもあるだろう。効率を尊重した世の中の縦割り化にも責任があるかもしれない。その結果、文化はわずかな人の手で、細々と伝わるものになり、多くの人に喜びを与えるものではなくなってしまった。

それを社会の広い人たちの手に取り戻して文化の担い手となつてもらおうというのが文化観光。多くの人が触れる分、壊れる可能性もあり、それを防ぎ、文化資源を正しく活用するための試行錯誤

をしているというのが現在の状況だろう。

そう考えると、この話は文化庁が管轄するもの以外にも当てはまるのではないかと思えてきた。文化、遊び、楽しみはどこにでもあつたし、今もあるはず。もし、今、それが見えない状況になっているとしたら、それはなぜなのか。ないと言う前にまずは探してみたほうが良いのかもしれない。

CASE 10 「遊び」を再考する

地方の遊びと余白、 公共との関係とは

コーディネーター 酒井一途氏

文化庁が文化観光を推進するにあたり、全国各地の文化・観光・まちづくりに携わる人たちへのインタビュー及びワークショップを実施した。そこでリサーチチームの一員として企画・コーディネートを行ったのが酒井一途氏。東京に生まれ育ち、2020年から2年間兵庫県豊岡市で平田オリザ氏がディレクターを務める豊岡演劇祭の立ち上げに参画。演劇をはじめ、さまざまな文化、地域に詳しい一方、ナイトクラブでのパーティーをオーガナイズするなど都会の遊びの達人でもある。酒井氏の周辺では今、都心部からはアクセスしづらい地域が面白いという人たちが増えているという。

遊べる余白を求めて地域へ

「都心部からアクセスしづらい、地元の人たちは外から来て見てもうものなど何もないと言う、いわゆる観光地化されていない地域でも好んで訪れ、地域のファンになって何度も足繁く通ってきたり、移住を望むようになる人たちとの関係を作ることはできます。音楽や芸術のような都市に集中しがちな文化や遊びは多くはないかも知れませんが、地域の生活や暮らしに根付いた文化に触ることは都心部からやってきた人間にとてはこれまで体験したことのない遊びです」。

切り口を変えることで見えるものは変わる。その例として酒井氏が挙げてくれたのは奈良県の奥大和で2020年から行われているMIND TRAILというアートイベント。作品を鑑賞するつもりで山中を4～5時間歩いていると作品を見ているのか自然を見ているのかが混然一体としてくる。そのうちこのイベントに出展されている作

品は環境や文化を映し出す“レンズとしての作品”であって、主役は自然や文化そのものにあると思えてくるという。

「ずっとその土地に生まれ育ってきて、日常の視点からそこにあるものを見続けていると、違う切り口をなかなか思いつきづらいものです。ところが、外から来た人にとってはそこにあるものは真新しいモノ。違う切り口を発想しやすいのです。切り口を変えることはいわば遊び。大事なのは周囲に遊び上手の人がいること、あるいは外からそうした人を連れて来られること、そして場所にも心にも遊ぶ余白を作れることでしょうか」。

他人の様子を見て面白さに気づく、余白があるから遊んでみるというところだろうか、都市部では土地も施設も用途が定められており、動かしにくい。空いている空間などない。だから余白があると思って地域に行くわけだが、実際にやってみると場所ごとに決まりごとやしがらみがあって、実際には遊ぶ余地がないこともある。

「外から来た人が地元の人の日常や文化を遊びにする。それによって地元の人もその楽しさや価値に気づくという作用があると面白いのですが、暗黙知のコミュニケーションの取り方が異なっていましたりして、分断が生まれてしまうこともあります」。

そこに介在者がいれば、コミュニケーションは円滑に運ぶ。地元の人にとては厄介な日常の仕事である草刈りや筍掘り、空き家の活用や修復もワークショップとして外から来た人と一緒にやれば、遊びになるかもしれない。これまで外から来た人と地元の人を介在する役割は行政に求められていたが、今はそこまで手が回っていないのが現状。

MIND TRAILは県庁にその役割をする人がいて開催が決まった。そうした公務員がいる、NPOがある地域もあるが、総じて行政が遊びの面白さを伝えるのは難しい。

「遊びは個人的なものと捉えられており、公共が作りだすものと思われていません。観光振興も外から来た人の遊びに税金を投じていると文句を言われることがあるとか。公共にデザインは不要と考える人がいるように、効率以外は不要、遊びは無駄という人もいる



豊岡市を経て現在は九州で暮らすという酒井一途氏（写真提供：酒井一途氏）

のです。

しかし、遊ぶ余白があるから外から人が来て経済が回る。その地の文化や暮らしに触れて、観光を超えた顔の見える関係性を築けたら、関係人口、移住者にもなり得ます。非効率で一見生産的でない遊びに、これから地域の在り方の一つの道があるように思います」。

MIND TRAIL のように地元の山を歩くことそのものや、なにもせずともただそこにある自然に触れることを上手に遊びに転換させて人を惹きつけている例があると考えると、地域が遊びをどう考えるかの違いは今後、大きな違いになっていくのかもしれない。

新しい文化観光の在り方を 模索する豊岡演劇祭

酒井氏が地域の在り方を外から来た人と一緒にバージョンアップしていきそうな例として挙げてくれたのは2020年から始まった豊岡演劇祭。豊岡市は地域ごとに特色のある1市5町が合併してきた自治体で、そのうちには演劇や芸能の文化がある地域があった。出石町には明治期に建設された近畿地方に現存する最古の芝居小屋があり、但東町には農村歌舞伎舞台と神楽の伝統があったのだ。その素地を生かしつつ、演劇を通じたまちづくりを掲げる同市



の施策のひとつが豊岡演劇祭だ。

「2021年の緊急事態宣言における開催中止を経て、京都を拠点に活動する劇団烏丸ストロークロックが但東町の神楽をフィールドワークして、町の小学生たちを出演者として作った子ども神楽の試演会が2022年3月に行われました。かつての町内3地区に丁寧に趣旨を説明、許可を取って始められており、今後も継続するプロジェクトと位置づけ、豊岡演劇祭2022でも上演が予定されています」。

高度経済成長期に工場が来ることで地域が潤ったことを経験している人々は外から何かが来ることに過度な期待を抱いてしまうことがある。何かしてくれる、何か持ってきてくれると思いがちなのである。「そうした期待に応えようとするのではなく、どう地域を巻き込んで一緒に楽しんでいくかが大事です。但東町の例は子どもたちと一緒に舞台を作っていくことで、地域への関わり方を模索してきたのではないかと思います」。

CASE 11 「遊び」の場をつくる

非日常のフェスから 日常の広場へ。 やってみて見えてきたもの

愛知県豊田市・神崎勝氏

愛知県豊田市の駅前に銀行の跡地を利用、3年7ヶ月という期間限定で生まれた芝生の広場、「とよしば」がある。広場には飲食店、工作室、スタジオ、ギャラリーなどからなる仮設の建物が併設されており、その拠点施設・広場運営事業者として運営に当たっているひとりが有限会社ゾープランニングの神崎勝氏。

初めて神崎氏が語るのは東京で開催された水辺のイベント、「ミズベリングフォーラム2019」。「地元に遊び場がない、だったら自分で作ってしまおうと思ってトヨタロックフェスティバルなどのイベントを始めた」とのこと、当初は町を良くするためではな

かったというが、続けているうちに「河川敷も含め、景色が変わったと感じるようになった」という。その時の言葉が印象にあり、遊び場を作り続けてきた神崎氏の話を聞きに行くことにした。



豊田市の駅前の広場「とよしば」の運営にあたる神崎勝氏（写真提供：神崎勝氏）

やれないことをやれるようにするための努力

豊田スタジアムとその周辺の河川敷などの一帯を会場にしたトヨタロックフェスティバル（以降トヨロック）がスタートしたのは2007年のこと。豊田市出身で以前は大阪で飲食業に関わっていた神崎氏はそれ以前から大阪と豊田で各種イベントを開催してきた。豊田市の居酒屋で仲間とロックフェスをやりたいねという話が発展したのがトヨロックで、その背景には地方から来た人たちが多い、豊田市という地元の事情があった。

「当時の豊田にはいろいろなイベントはありましたが、いわゆる月並みなイベントが多くて、老若男女が楽しめる、グッとくる個性的なイベントはありませんでした。また、豊田市は地方から工場に働きに来ている若い人が多いのですが、平日は工場と家の往復、週末は周辺のショッピングモールくらいしか遊びの場がなく、結婚して豊田市に定住することになっても同じ暮らし。地域と繋がることもない。ちょっと大袈裟かもしませんが、ほんと地域と縁がない。だったら地域を楽しめる遊びを作ろうというのが始めた理由です」。

神崎氏はトヨロック自体には共催・企画運営で参画し、最初の3年くらいは集客に苦しんだが、5~6年目から広く話題に上がるようになった。ただ、入場無料のフェスのため、入場者が増えるだけでは収益には繋がらない。そこで物販や飲食にも力を入れ、2011年からはキャンプサイトを運営、駐車場料金などでも稼ぐようにした。そのために使い始めたのが河川敷だ。

今でこそ、水辺の活用は一般的な話題になっているが、その時点での活用は少なく、河川敷を使ってのキャンプはほぼ初めてのこと。10月の開催で出水の時期ではないものの、本当にそこを使う必要があるのか、水が出たらどうするかなど国土交通省や豊田市とは何度も交渉を重ねた。

「やれる範囲内でやるのは当たり前すぎて面白くない。やれないことをやれるようにするために、言い方を変えて、やり方を変えて理解してもらうためにはどうするか、どう前例を作るか、ここまでやったら怒られるんだと失敗を繰り返しながら試行錯誤しました」。

その甲斐あってキャンプサイトを設けて以降トヨロックは年々成長、当初の1万人ほどから2万人、3万人と順調に集客数は増えていった。だが、2017年には台風の直撃を受け、2日の予定が1日しか開催できず、1000万円ちょっとの大赤字を出した。

最終的にはクラウドファンディング、それ以外の募金などで半年ほどで返済できたものの、規模が大きくなればなるほど責任、補償などが大きくなることを実感した。苦情や嫌がらせその他も多く受けた。

トヨロックでの河川敷の利用だけでなく、2017年に全国で初めて公道を封鎖してのフリースタイルモトクロスのデモンストレーション「FMX AIR JACK」を開催した時には自分たちが行政や他の機関と交渉を重ねただけでなく、行政の人たちも必死に警察と協議してくれ、不可能と言われたイベントを実現させた。

2016年からは行政の社会実験に参加

トヨロック以外にも仲間がやっている橋の下世界音楽祭などに民間の立場で関わり、スポンサーへの配慮はあるものの、自由に遊びを作ってきた神崎氏が行政と関わるようになったのは、こうした交渉で関係ができてきたからだろう。自分たちのイベントをやり続けながら

2016年以降3年間、豊田市駅のペデストリアンデッキの賑わいづくりの社会実験に参加するようになった。

その時点で神崎氏の会社はWebデザインやシステム開発、ECサイト構築などを幅広く手がけるようになっており、飲食店の経営も。賑わいづくりで飲食店を出店するのは本業の一環でもあるわけだが、予算が出ない、アウトドアの店舗を限られた期間だけの社会実験の運営は赤字続きで、厳しかった。だが、公募に手を挙げ、2019年からよしばに関わることになった。

大変な思いをしたのになぜ?と思うが、イベントを開催、やっと終わったらゆっくりしようと言ながら、すぐに次のイベントを考えてしまうという神崎氏は困難もまた楽しんしまう人らしい。

「苦労は多いけれど、どんどん仲間が増えて輪が広がっていくのが楽しく、それを楽しんでくれている人がいるのも楽しい。だから、トヨロックが10月に終わって疲れた~と年明けを待たずに次をやらなきゃと考え始める。横の繋がりは財産ですね」。

行政への理解は深まったものの、衝突することも

社会実験に関わり始めた頃は市役所なんて信用しない、コンサルは怪しいと思っていた神崎氏だが、続けて関わっているうちに考えは変わってきた。コンサルにも意味はあるし、役所のいう公共性は考えていなかったと反省もした。政治や環境が変化する中でポリシーを持ってやり続けるのは難しいことや、町で文句を言う人たちの気持ちも理解できるようになった。ビジネスベースの成果も考えようになった。

とはいっても、守りに入る気はなく、自分たちが楽しんでこそ、周囲も楽しむことができるとも考えている。だから、最初のうちは役所と衝突したことあった。

そのひとつが仲間が提案してくれた「橋の下盆踊ラズ2020」。盆踊りの季節だが、コロナ禍で集まれない。だったら、よしばに櫓だけを組んで風情を楽しみ、静かに飲もう。その企画に市役所が猛反発をした。他のイベントは軒並み中止しており、櫓があることで集客しているように見えたから困るというのだ。役所の担当窓口とやり合うこと4時間。人を集めないとルールを守ってやることにどうして反対をするのか、それだったらとよしばも辞めるという神崎氏に役所が折れ、最終的には櫓だけが組まれた。

おそらく、やるべきではないという考え方の奥には他の祭りも辞めている、だから、辞めるべきだという考えがあったのだと思う。だが、それぞれの祭りが中止を決定したのは本来、その団体が決めたことであり、自分たちの決断と他の団体の決断の間には何の関係もない。しかし、残念ながら自らの決定にそこまでの責任を持たない人もいる。自分で決めたのではなく、周囲に忖度したから仕方なくそうし

とよしばの風景。宿題をしている学生がいたり、展示に見入っている大人、ゲームをしている小学生などさまざまな人が思い思いのことをして過ごしていた



たのだという人たちである。その人たちからすれば自分たちがやっていないのに、他がやっているのはずるいと言う。

神崎氏の話を聞いて、「自分は遊べなかったのに遊んでいる人、ずるい」という感覚も遊びを妨げているのではないかと感じた。民間として自分で責任を取って活動してきた神崎氏には理解しにくいことだったのではなかろうかと思う。

日常にサプライズ、ハプニングを

その一方で駅前に自由に使える場があることで面白い使い方もできている。笑ったのは趣味でアルミを使った仁王像を作っている人が告知なく寺の山門に置かれているサイズくらいの仁王像を持ち込み、それが3~4時間、とよしばに飾られていたという話。見た人が驚いて、どういう意味があるのかと問われたそうだが、いや、面白いからいいんじゃないというのが神崎氏の答え。

「海外ではあちこちにストリートアーティストがいて、日常の中に驚きが散りばめられています。でも、日本では首都圏ですらそうしたサプライズ、ハプニングが起こることは少なく、逆に文句を言われることも。

ことにこのエリアでは車を使う人が多く、町を歩くなど余分な行動をしない人が大半です。でも、そういうことができるような自由なまちなか、歩き回って楽しいまちなかができればまちなかの意味も見直されてくるはずです」。

そのためにとよしばのような、他ではできないことができる広場が作られているわけだが、広場ができたからといってすぐ行動が変容するわけではない。若い人们は既成概念がない分、自由に使うし、自分たちなりの使い方を編み出す。だが、日本の大人はゆとりの使い方に慣れていない。それが今後、とよしばを通じてどうなっていくか。

周辺の人たち、自分の役割の変化も意識

とはいえる、確実にこの場を楽しみにしている人は増えている。神崎氏が飲みに行くと「頑張っているな」「応援している」と声をかけ

てくれる人もいれば、週に1度、年金で飲みに来るグループがいたりもある。初めて会った人とフランクに会話ができ、知らない同士が知り合いになる、それぞれが好きな場所で思い思いに過ごせるのは広場という、野外でルールのない場ならではだ。

「ここにいると誰かがいるかもしれない、会えるかもしれないと飲食はしないけれど覗いて、挨拶していくという人がおり、そういう

人たちがまた、次のそういう人たちを引っ張ってきています。結局は人なんだなあと感じます。非日常のフェスもいいけれど、日常のこうした場もいいなと思うようになり、勉強になっています」。

そんな風景を見て思い出すのはよく行っていたまういうどん屋だと神崎氏。パンチパーマのおばさんがやっている汚い店で、店内には猫が歩き、かき揚げは油でぎとぎと。うどんも蕎麦も飛びぬけて美味しいわけではなかったが、いつも人がいた。それはおばちゃんが面白い人で、集まる人が面白かったからだ。人は人を呼ぶのだ。

周囲の変化を感じると同時に神崎氏自身も自分の役割が変化しつつあることを感じている。これまで自分たちが最前線にいたが、これからは他のプレイヤーをサポートしていく立場に移行しつつあるというのだ。

「とよしばでは場に合わせてオリジナルのテントを作り、とよしば以外でのイベントに貸し出しているのですが、それも含め、若い人たちが相談に来るようになりました」。

自分たちが活動を始めようと思った時にやらせてもらえるフィールドがあり、やらせてくれた人たちがいて今がある。だとしたら、誰かもっとやりなさいと言う、やれるフィールドを提供してくれる人がいたら、遊びはもっと広がるかもしれない。遊べない人に遊べというより、遊びたい人が遊べる場を作れるよう、次の世代が遊べるようにするほうが現実的である。

「自分で遊びを作ればよいと分かっていてもできない人もいます。だとしたら、きっかけを与えてあげる場と人は必要。ローカルで見渡せば地域に対して思いのある人はおり、公と民で話し合いながら協力できれば変えて行けるのではないかと思います」。

とよしばは2022年度で終了。その後は2023年から東口まちなか広場の本格的な整備が検討され、2025年には新しい東口まちなか広場供用が開始される予定。残された期間はわずかで、かつ活動期間の多くがコロナ禍で行動は制限されてきた。

だが、取材時に集まってる人たちの顔ぶれ、過ごし方などを観察していると、こうした場を求めている人が広くいること、とよしばがその人たちの1日に良い時間をもたらしていることが笑顔や会話から察せられた。今後の豊田市駅前がどのような空間になるにせよ、豊田市にはとよしば以上のものを作らなければならない責務があるように思った。

取材を終えて



写真提供:一宮町観光協会、砂浜美術館

仕事がなくても人の来る場所がある

今回の取材でいくつか印象的だったことがある。そのひとつは千葉県一宮町、高知県黒潮町のように仕事がなくても人が移住していく場所があるという点。このレポートの取材の後に訪れた岡山県玉野市(『地方創生のファクターX』(2021年)で事例として紹介)でも同じ言葉を聞いており、仕事、家がないから人は地方に行かないというの一部では真実かもしれないが、その場所にそれ以上の魅力があれば人はそこに行くこともあるのだと思った。

仕事がないことに関しては地域それぞれに解決策があった。一宮町は都心から近いため、都心を含めた町外で働くことが容易で、町内に仕がないこと自体がそれほどのハードルになっていない。黒潮町の場合は増加している人数がそれほど多くないので、町の職員、地域おこし協力隊、農業、漁業などさまざまな仕事に分散、吸収できている。

個人的には、東川町のように自分のスケジュールで働ける自営業が増えるというのがどの地域でも理想ではないかと感じた。家賃なども含めた生活費が安く済むのであれば都会でのようにぱりぱり働かなくとも生活は成り立ち、遊びも楽しめる。地域の経済にもプラスになるはずで、考えてみれば仕事を生み出すことも遊びもクリエイティブな作業であることは同じ。地域での遊びはまた、仕事にも繋がる気がする。

GameとPlayの違い

文化庁の丸岡氏、コーディネーターの酒井氏との取材後の雑談の中で出たのが遊びに関わる2つの言葉、GameとPlay（以降カタカナ表記）の違いという話。受け売りだが、遊び、地域を考える上で示唆に富んでいると思うので紹介したい。

まず、ゲームである。これはサッカーやアメリカンフットボールのように決められたグラウンドの中でルールの従って遊ぶもので、そこには明確なルールと勝ち負けがある。そしてゲームは過適用を生みがちである。勝つためにはルールに従う必要があるからで、それが続くとルールは絶対、変えられないという閉塞感を生む。

これを地方に置き換えて考えてみる。酒井氏が指摘していた通り、余白がある、自由にできると思われるがちな地方だが、実際には見えないルールがあることが多い、時としてそのルールにがんじがらめにされ、自由に生きることができなくなってしまうことすらある。

そんな状況下で突然にルールが変わったとしよう。新しいルールに適応できる人は問題ない。だが、適応できない人たちはこれまで

勝っていたものが勝てなくなり、場合によっては出場資格すら失うことになる。

一方のプレイにも試合をするというような意味はあるものの、ゲームに比べると幅は広く、演奏する、演じる、再生する、遊ぶなどさまざまな活動を意味する。ゲームよりはるかに自由な活動をさすものがプレイだとすると、私たちが今、遊びと呼んでいるものは果たしてどちらだろうか。都市で、地方で、自分が、他人が、それぞれ何を遊びと呼んでいるか。考えてみると意味があるようだ。

音楽は盲点だった

取材をしていく中でヤマハミュージックジャパンの音楽のまちづくりという事業を知り、取材をお願いした。これまでまちづくり、地方創生という取材ではどこかに場を作り、そこを拠点に場を繋げていく、地域にしみ出していくというようなやり方が多く、頭の中にはどうしても最初に建築、不動産があった。そこに限定されていたと言つてもいい。

だが、音楽はそれを超えることができる。もちろん、ホールで行われている限りにおいては場に縛られるが、それを街に出したらどうだろう。仙台の街全体で行われている「定禅寺ストリートジャズフェスティバル」や市民が参加、楽しそうな「渋谷ズンチャカ！」のようなイベントを想像すると、場に縛られるイベントよりはるかに広く働きかけられそうである。

また、記事でも書いたが、アンサンブルやオーケストラをやることで人の役割分担が互いに自然にできてくるという不思議さも今回なるほどと思ったことのひとつ。音楽以外にもこうした力のある芸術、遊びはまだまだありそうである。取材する側も凝り固まっていたか、反省したところだ。

さらにその音楽に神崎氏が口にしたサプライズを掛け合わせたらどうだろう。屋外で演奏ができる街でも事前に定められた場所、定められた時間での演奏ということが多く、その自由度は海外に比べるとまだまだ低い。だが、街中を歩いていて突然の演奏やパフォーマンスが楽しめるとしたら、それは都市の魅力のひとつと言えるのではないかろうか。

日本にはそれがないという言い方もできるが、まだない分、これから新しい楽しみとして作ることできるという言い方もできる。今回の取材も無かったものを作ってきた、あったものを発見してきたという事例である。だとすれば、これからも同様にさまざまなものを生み出していくことができるはずではなかろうか。

別府における アートプロジェクトの 取り組み

—夜になっても遊びつづける

中嶋文香

株式会社丹青社

なかじま・あやか／リサーチャー。芸術学修士。専門は戦後日本の展示空間や万国博覧会。国内唯一の文化空間の専門シンクタンク・丹青研究所で、国内外の文化観光に関する先進事例調査、コンサルティング、ワークショップの企画・運営に携わる。2021年から丹青社 CMIセンターに所属し、ミュージアムや最新デジタル演出技術のリサーチ & プランニング、各種執筆を行う。



アートを観光資源にした 文化芸術創造都市 「市民の1%がアーティストの街」を目指して

大分県別府市

美術館のような展示を専門とする施設だけではなく、まちなかや公共空間でも行われ、アーティスト以外にも様々な主体と表現活動等を行う、アートプロジェクト。文化芸術振興基本法の制定（2001年）と一部改正（2017年）、内閣府「地域創生」総合戦略（2015年～）等を受けて、地域活性化、文化資源の活用、観光振興の糸口になるとして関心が高まっている。

代表的なものに、国際的に活躍するアーティストの作品を島や里山に設置する「瀬戸内国際芸術祭」、「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」、「Reborn - Art Festival」、都市部のまちなかに設置する「横浜トリエンナーレ」、「あいちトリエンナーレ（国際芸術祭『あいち』）」、市民を巻き込む「さいたまトリエンナーレ（さいたま国際芸術祭）」、「取手アートプロジェクト」等があり、全国で多種多様な事業が行われている。足を運んだことはなくても、名称くらいは聞いたことある方が多いのではないか。多くは行政や民間が主導しており、その意義や成果については様々な先行研究で検討されている^[1]。

今回取り上げる大分県別府市では、NPO 法人 BEPPU PROJECT が主催する芸術祭等の事業が継続的に行われており、アートを活用したまちづくりに取り組んでいる。上記に挙げたビッグ・プロジェクトに比べると、別府の芸術祭は個人主導のイベントに端を発したもので、事業規模や動員数は小さい。しかしながら、そのインパクトや発信力は驚くほど大きく、別府市や大分県の政策にも影響を与えた。

2008年の地域ブランド調査の市町村順位では、日本一の温泉地であるにも関わらず別府は37位。しかしながら、BEPPU PROJECT の活動が始まってから11年が経った2016年には、日本各地の有名市町村を抑え10位の座を手にした^[2]。その後も「アートの街」として新たな魅力を発掘・発信し続けた成果、中高年の男性団体旅行客が主流だった別府に、若い世代や女性、個人旅行客、アートファン

が増えた。

加えて、別府は面白いチャレンジができる街であるというイメージが定着し、寛容性に惹かれた移住者も増えている。2009年以降120人を超えるアート関係者が移り住み、その数は別府市の人口の0.1%を占めるほどだ。大分県内のほかの地域で活動する団体も生まれた。住むことはできなくても年に何度も足を運ぶ別府ファン等、交流人口・関係人口を含めれば、実数の何倍もの波及効果が起こっている。

この変化はどのようにして生まれたのか。数年にわたる現地取材を通して見えてきた、アートを活用した地域活性化の取り組みと現状、今後の展望をレポートする。

温泉観光地・別府が抱える課題

別府市は人口約11.3万人の地方都市である^[3]。古くから「別府八湯」と呼ばれる8つの温泉地が点在する、日本一の源泉数・湧出量を誇る温泉地だ。源泉数は2,854本、これは全国の10分の1の源泉が別府にあるということで、湧出量毎分10.2万ℓ以上というのは日本人1人に対して毎日1ℓ以上が供給できる量だ。アメリカのイエローストーン国立公園に次ぐ世界第2位の規模である。

まずは別府のまちづくりのルーツを遡ろう。1871年に別府港が開港し、瀬戸内海に航路が開けたことにより、大阪や四国との行き来が盛んとなった。1879年に竹瓦温泉が完成して観光名所として発展し、1900年には日本で5番目となる路面電車が開通した。1911年に別府駅が開通し、後に「別府観光の父」と呼ばれる油屋熊八が亀の井旅館を創業した。1924年4月1日に別府市として市制を施行しており、2024年に市制100周年を迎える。

[1] 熊倉純子監修『アートプロジェクト 芸術と共に創する社会』水曜社、2014年／橋本誠・影山裕樹編著『危機の時代を生き延びるアートプロジェクト』千十一編集室、2021年

[2] 2021年は20位、2020年は17位と順位を落としたものの、それでも全国1,000市町村のうちのトップ20に選ばれている。

[3] 2022年6月30日時点の別府市の人口は113,766人。うち外国人住民は3,956人。男性52,242人、女性61,524人。

<https://www.city.beppu.oita.jp/sisei/sinogaiyou/detail11.html>

戦後、1950年に「別府国際観光温泉文化都市建設法」が公布・施行され、別府観光ブームに拍車をかけた。高度経済成長期には男性を中心とした団体旅行客や修学旅行生、新婚旅行客が押し寄せ、旅館の鉄筋化・高層化が進んだ。当時の別府市街地は、日本初の女性バスガイドに「ここは名高き流川、情けも厚き湯の街の、メインストリートの繁華街、夜は不夜城でございます」と案内されるほどの賑わいを見せたそうだ。

しかし、1976年を頂点に観光客は減少傾向に転じ、戦災を免れた建物の老朽化、シャッター通り・空き家の増加、若者離れ、高齢化等と相まって活気を喪失していく。観光客の減少のピークとなったバブル崩壊後、別府観光の再興を目指し、2000年に「国際交流都市宣言」を行い、立命館アジア太平洋大学(APU)を誘致して留学生の増加を図った。そして2005年、BEPPU PROJECTが立ち上がり、アートによる地域活性化の試みがスタートした。

アートと地域を接続する BEPPU PROJECT

BEPPU PROJECTは、アーティストとして国際的に活動していた大分市出身の山出淳也さんが、2005年4月に発足したNPO法人である。現代アートの紹介や普及、芸術祭の開催や地域性を活かした企画の立案、人材育成、地域情報の発信や商品開発、ハード整備等、様々な事業を通じてアートを活用した魅力ある地域づくりに取り組む。事業規模は約3億円、職員はアルバイトを含め15人程度。

その活動は多岐にわたり、これまでに実現した企画は1,000を超える。現在は、芸術祭の開催および市民文化祭「ベップ・アート・マンス」等の価値創出型の取り組み、学校や福祉施設へのアーティスト派遣、地場企業の課題解決を図る「CREATIVE PLATFORM OITA」等、幅広い事業を手掛ける。彼らの取り組みについて、下記6つのカテゴリーに分けて紹介する。

1. 文化芸術振興事業や学校へのアウトリーチ

2009年から2015年にかけて「混浴温泉世界」を3年に1回開催し、2016年から「in BEPPU」を毎年1回開催。2022年は「東アジア文化都市2022」事業として展覧会を企画。別府市内にとどまらず、2012年に国東市「国東半島芸術祭」、2015年に大分市「おおいたトイレンナーレ」、2018年に大分県「国民文化祭・おおいた」、2021年に山口県「山口ゆめ回廊博覧会」等を手掛けた。



また、毎年秋に別府市内で開催する文化事業を公募・紹介するプラットフォーム事業「ベップ・アート・マンス」を立ち上げた。個人や小規模グループが、商店や共同温泉等の街の一角を利用して文化活動を発表する市民文化祭として定着した。初年度の2010年は43件の企画を実施。その後も、2017年107件、2018年124件、2019年123件、2020年99件（うち34件はオンライン）、2021年136件と毎年多彩なプログラムが展開されている。

大分県内の学校にアーティストを派遣するアウトリーチ事業も行い、年間最大40校の小・中学校に出向く。大分県出身のすべての子どもが幼少期にアーティストと出会うことを目指す。

2. 移住・定住に向けた観光整備事業

アーティストの移住・定住を目的に、昭和時代に多数の人気漫画家を生み出した「トキワ荘」のアート版をイメージした、アーティスト専用の下宿アパート「清島アパート^[4]」を運営している。戦後すぐに建てられた3棟22室からなるアーティスト専用の滞在制作施設（アーティスト・イン・レジデンス）だ。

入居者は創作や作品発表用（1階）と居住用（2階）の2部屋を使用できる。広さは共に約6畳。キッチン、トイレは共同で、風呂は付いていないが徒歩圏内に共同温泉が複数立地する。年間契約だが審査に通れば更新も可能。料金は無線LAN・水道・ガス代等込みで月額1万円。電気代は個別負担。募集対象は、アーティストとして活動をしている20歳以上の個人・団体で、ジャンルや国籍は問わない。これまでに延べ200人以上が入居した。ジャンルは絵画、映像、写真、ダンス、服飾、落語、陶芸等と幅広く、退去後も別府に残って活動を続ける人も多い。

3. 福祉施設へのアウトリーチ・障害者アート

清島アパートの居住者や県内のアーティストとともに高齢者施設や障害者施設に出向き、利用者を対象にワークショップを開催している。

4. 新たな観光需要を掘り起こす情報発信事業

地域の魅力、温泉の入り方、楽しみ方等を紹介する情報発信とし



て、フリーマガジン「旅手帖beppu」の作成・配布、ポータルサイト^[5]の運営を行う。

5. 商品のブランディング・六次化事業

2014年、「国東半島芸術祭」の開催に合わせ、大分県ならではの製品を扱うブランド「Oita Made」^[6]を立ち上げた。衣食住のジャンルを超え、①主原料が大分県産のもの、②大量生産をしない作り手の顔が見えるもの、③環境や地域文化を守る意識を持った作り手によるもの、という3基準でプロダクトを厳選して、統一したパッケージデザインで販売している。

当事業は、2017年に大分銀行を中心に設立された地域商社であるOita Made株式会社に事業を無償譲渡した。2018年、大分市を代表する歴史的建造物、赤レンガ館で旗艦店が開業した。

6. クリエイティブ×企業による産業振興事業

大分県内の中小企業が有する技術やノウハウに、クリエイティブな発想や考え方を取り入れることにより、競争力の高い商品・サービスの開発や、新規マーケットの創出を目指す事業「CREATIVE PLATFORM OITA」を2016年に開始した。

これまでに、県内企業からの相談約140件、県内外のクリエイターとのマッチング56件に対応した。実績として、老舗製菓の新商品開発、老舗文房具メーカーのプロモーション、新規開業するホテルのブランディング、地元プロサッカーチーム運営企業の新事業部立ち上げ、児童養護施設の内装デザイン・インテリア選定等、幅広いジャンルの事例が生まれた^[7]。

以上の6つのカテゴリーは、国の省庁の管轄にあてはめると、文科省、総務省、厚生労働省、観光庁、農水省、経済産業省にあたる。つまり、BEPPU PROJECTは一つの分野を深掘りしていくだけではなく

く、縦割りの物事にアートで横串を刺していくことを目指しているのだ。別府をより豊かな可能性のあふれる街にしていくために、クリエイティブ・エージェンシーとして活動をしているのである。彼らの取り組みをさらに知りたい方は書籍『BEPPU PROJECT 2005-2018』^[8]を参照してほしい。

アーティストがまちに住み、まちを楽しむ

このようにして、個人の活動から始まった別府のアートの取り組みは、いつしか官民一体のムーブメントにまで成長した。前段までの情報については、2020年以前の状況をふまえてとりまとめたものである。今回は、別府の最新の状況を知るべく、街を歩き、地域の方々の声を聴くため、2022年1月と8月に、2年ぶりに別府を訪れた。

まずは、BEPPU PROJECTの創設者であり、2022年4月にYamaide Art Office株式会社を立ち上げた山出淳也さんにお会いし、コロナ禍を経て改めて感じる別府の魅力、今後の展望を伺った。

「別府は一言で言うと『しなやか』な街です。今のような温泉観光地になったのは僅か100年前。この街から温泉を取ったら何がアインティティとなるのかを常に考えて活動しています。

2009年から2015年にかけて、別府の中心市街地活性化を目的に事業を行いました。3回に渡る『混浴温泉世界』を通じて、来場者の滞在時間と消費額の相関性等を可視化しました。2016年から2021年にかけての『in BEPPU』等では、温泉というコンテンツに依存しない別府の魅力を増やす試みをしました。その成果として、『別府でなら何か表現できるんじゃないかな』と思う人が続々と集まって来ているように思います。

今後、その動きを加速させ、アーティストの移住促進プロジェクト

[4]「清島アパート」<https://beppuproject.com/kiyoshima/>

[5]「旅手帖beppu」<https://beppu.asia/>

[6]「Oita Made」<https://oitamade.jp/>

[7] 大分県 経営創造・金融課「今後のクリエイティブ活用の取り組みについて」2021年3月25日 <https://www.pref.oita.jp/soshiki/14040/creativeoita.html>

[8] 山出淳也『BEPPU PROJECT 2005-2018』BEPPU PROJECT、2018年

写真左：Yamaide Art Office 株式会社 代表取締役社長 山出淳也さん／右：大分合同新聞 2015年1月18日朝刊



を始めようとしています。10年後は現在の10倍となる1,200人の移住者を目指しており、そのためのハード・ソフト両面の整備を始めようとしています。2023年春に基本計画が完成予定なのですが、別府市内の古い建物をリノベーションして活用したり、まちなかにマルシェやレジデンスを作ったり、クリエイティブな拠点やイベントスペースを複数整備しようとしています。アーティストが働く保育園を作つて地域の子どもたちと交流できたらとも思っています。

目標として掲げる1,200人という数字は、東京や大都市圏から比べると小さな数字に思われるでしょうが、別府市民の1%という値は、ステークホルダーとしては無視できない数字です。今後もこの街でしか生まれない文化やコンテンツを作り、価値を発信していきたいと思います。そして、『あの街、面白そう』と興味を持つ人が集まって居つくようになればいいですね。そういうアクションを地元の人と一緒に始められるのが創造的な都市ではないでしょうか』

「2018年から2020年まで訪日観光バブルが起り、ラグビーワールドカップ、東京オリンピック・パラリンピック等の大型イベントが目白押しで、今思うと日本全国が浮かれていました。しかしコロナ禍になり、右に上がることしか考えていなかった人たちが急にハシゴを外されて、どうしたらいいのか分からなくなっていました。僕は『in BEPPU』等のアートプロジェクトを企画していましたから、『こんな時にイベントをやっていいのか』と自問自答を繰り返しました。けれども最終的には『文化の火を絶やすな』という周りからの声もあり、『こんな時だからやらなきゃ』と続けることができました。

別府の良さのひとつは『スケール感』です。別府タワーをお地蔵さんにつり、商店街でいきなりダンスが始まったり、公園やまちなかをアートイベントの会場にしたりすることは、東京ではハドルが高いでしょう。私は勝手ながら、街の中の余白を見つけて、様々な提案や活用を行うことで街の寛容度を上げようとしています。そういう意識付けが色んな人の活動を誘発するのだと思います。クリエイティブな活動を行うには整ったスペースがあればいいのではなく、インスピレーションを得る

ためのフックが必要です。それを企画・編集するのが、私やBEPPU PROJECTの役割です」

続いて、BEPPU PROJECTに勤める田島怜子さんにお話を伺った。

「別府を一言で言うと『たくましい』です。別府で活動する人の多くは『この状況をいかに遊びに転化するか?』と常に考えている気がします。逆境の中でも、どうやって自分たちらしい生き方をしていくか、と前向きに挑んでいるように思います。何といっても、熱湯が出ていたエリアを『地獄』とブランディングして名所化した地域ですから。一歩間違えたら大災害になっていたかもしれない場所を観光資源にする、先人たちのたくましさはスゴいと思います。

この数年でツーリズムのあり方が大きく変わりましたが、BEPPU PROJECTが長年取り組んできたことと結果として合致してきたと思っています。今『マイクロツーリズム』と言われているように、少人数の個人旅行が増え、大きなお金で1回限りの旅行に行くよりも近場に何度も通うという意識が強くなっていますよね。

2時間あれば日本中大体どこでも行ける時代ですから、移動のきっかけとして距離は問題ではありません。行きたい場所にいつ行くかが問題なのです。私たちは別府が『行きたい場所』になってほしいし、何度も来てもらって、満足してもらって、ひいては住んでもらいたいと思っています。

私がBEPPU PROJECTで働き始めた2005年頃、別府を歩く若者はほとんどいませんでした。別府駅前の北高架商店街なんて、夜



写真左:NPO 法人 BEPPU PROJECT の事務所／右:北高架商店街(2022年8月撮影)

SELECT BEPPU 松崎聰子さん(左)、八木萌さん(右)



になると真っ暗で怖くて、小走りで走り抜ける場所でした。でも今では、新旧様々な住人たちが個性豊かなお店を開いて、毎日のように楽しそうなイベントが行われています。こうした街のスキマに多様な方が住むことで、土地に根付いた活動が少しずつできればいいと思います」

「都会だと街のスキマを探すのが大変ですが、別府はまだ街にスキマがあります。そして別府の人たちはヨソから来た人が何かするのに寛容ですから、チャレンジしやすいです。

アーティストにとっても、考えようによっては活動しやすいのではないかでしょうか。東京で高いお金を払ってギャラリーで展示しても、毎日多くの展示が各地で開催されていますから、チャンスが多いように見えて意外と限られています。けれど、別府ではイベントごとに都市部から美術評論家やアーティストがやって来ますし、直接交流してプレゼンテーションできる機会も多いので、もしかしたら東京よりも打率が高いかもしれませんね」

実際に移住したアーティストの方にもお話を伺った。東京出身の八木萌さんはアーティストとして広島、沖縄、東京等、各所に移住しながら活動していたが、2020年に別府に居を構えた。現在は、築100年以上の長屋を改装したセレクトショップ「SELECT BEPPU」に勤務しながら作品を制作している。

「温泉に入ると自然と距離が近くなるように、別府では人との関係が密です。東京では他人と深く関わらないことがマナーのようでしたが、別府の人は、みんな良い意味でおせっかいで、『こんなことしたいんだよね』と口にしたら、いつのまにか誰かが縁をつないでくれて実現できます。そして別府ではアートのイベントに行くと必ず知り合いに会います。その距離感や街の規模がちょうどいいんですよ」

アートを軸に、創造の輪が広がる

別府という土地の「湯加減」はアーティストだけではなく、こだわりを持つ個人事業主にも心地いいようだ。注

目すべきは、新たに店をオープンしたい人が試しに店を構えられるチャレンジショップ「PUNTO PRECOG（プント・プリコグ）」だ。飲食や販売、イベント等、クリエイターや起業希望者が自分のビジネスのために利用できるフリースペースであり、ネットワーク作りの交流拠点である。

2012年に誕生して以来、ここから33人の店主が巣立ち、そのうち10組以上が別府で開業して現在も営業を続けている。“古いけど新しい”をコンセプトにした「喫茶ムムム」、地元食材を使って南インド式のカレーを提供する「TANE」、重ね煮カレーを考案し東京からUターンした「Curry&Spice 青い鳥別府」、同じく東京から移住した夫妻による火鍋専門店「火鍋にしだ」、500円から地酒が呑める角打ち「Beppu Sake Stand 巡」等、個性豊かな飲食店が別府に根付いた。

他にも、東日本大震災をきっかけに東京・三軒茶屋から移住したソムリエによるワインバー「Pure Wine Bar Enfer」、別府が地元の渡邊さんと、そのパートナーで世界を旅したツチヤナナミさんの2人が植物・雑貨等を販売しながら喫茶も提供する「渡邊商店」等、魅力的なお店が数多く生まれた。

いずれの店も美味しく、面白く、居心地よく、観光客だけでなく地元住民から愛されている。都心でも人気が高まっているスペイスカラーや、世界に愛好家も多いビオワインに舌鼓を打っていると、ここが東京から遠く離れた別府だということを忘れそうになる。彼らの



写真左：「渡邊商店」渡邊さん(カウンター内左)、ツチヤナナミさん(カウンター内右)

右：「Pure Wine Bar Enfer」榎本司さん

「the HELL」オーナー 深川謙藏さん



店ならばどの街でも通用するのではと思う。では開業するのに別府を選んだ理由は何なのか。「地獄」を冠して2019年に開店したレコードバー「the HELL」の若き店主・深川謙藏さんに伺った。

「別府へ来たのは立命館アジア太平洋大学への入学がきっかけです。学生時代に別府でバーの経営に携わったことで、別府の街との関わりが増えていきました。卒業後も店を続けることも考えましたが、『今ままでは小さな街の小さなバーのお兄さんで人生が終わってしまう。一度外に出て、人としての幅を広げよう』と、東京に出ることに。ただ、いつかまた別府に戻りたいと、当時から思っていましたね。できれば30歳までにと。

東京では、デジタルマーケティングを専門とする企業で、新卒採用に4年間携わりました。仕事は楽しく、プライベートも充実していましたが、今の暮らしを極めた先にある未来と、何をやるかすら分からぬ別府での未来を比べた時に、後者の方がワクワクしたんです。そして、2019年に別府に戻り、今の店を開きました。

別府にはたくさんバーがあるので、普通のことをやっても面白くない。そこで、自分の好きな音楽やレコードを売りにしたバーを始めることにしました。音楽を中心とした飲食店に集うコミュニティの楽しさを東京で体感しましたし、別府にはまだそういう店が少なくて。東京での経験があったからこそ、他の店舗との差別化を図りつつ、自分の好きなことを貫いた店にすることができました。

店のテーマは『遊びの入り口』です。バーや音楽って敷居が高いと感じる方が多いですよね。お酒に詳しくなきゃバーに入りづらいとか、J-POPが好きって人に言いづらいとか、玄人受けが格好良いみたいな。東京だとそういう空気を感じることが多くて、その空気感が苦手だったこともあり、僕は遊びのハードルをなるべく下げたいと思ったんです。誰でも『初めてバーに行く、初めてお酒を飲む、初めてレコードで音楽を聴く』ができるお店です。新参者を排除するのではなく、楽しみ方と一緒に考える場にしたいと思っています。

自分が目指す生活を実現するためには別府が最適でした。東京は、たくさん働いて、たくさんお金を稼いで、たくさん遊ぶ街です。そんな、いわゆる資本主義的な生活は刺激的ですが、同時に何かを手に入れるコストも高い。自然に触れるにもお金が必要で、別府では100

円で入れる温泉も、東京だと1,000円以上が当たり前。自分自身の生活を考えると、東京ではなく、別府での暮らしの方が、豊かに思えたのが最終的な移住の理由です。

昨年から、『大分県の魅力を再発見する』をテーマにしたライブイベントを県内の特徴的な場所で開催しています。老舗旅館や、森の中だったり、次回は美術館です。全身で大分を体験してもらえるよう、大分県産の食材やお酒を楽しみながら、音楽も楽しんでもらえたらと思っています」

取材にあたり何十人の方にお話を伺ったが、地元の方はもちろんのこと、移住者であっても、すべての方が別府の歴史・文化を尊重しながら、自分なりの手法で来客をもてなそうとしていた。何故かと思っていたら、市民憲章においても明文化されていることが分かった。どうやら、新旧問わず別府市民にはこの遺伝子が刻み込まれているようだ。

「別府市民憲章」(1968年1月制定)

1. 美しい町をつくりましょう
2. 温泉を大切にしましょう
3. お客様をあたたかく迎えましょう

まちの百貨店とアートが出会う

新たな魅力が作り出される一方、これまで別府の発展を見守ってきた老舗店は、街の変化をどのようにとらえているのか。1935年10月に創立し、翌年4月に大分市で本店を、1988年10月に別府店を開店した百貨店「トキハ」を訪ねた。

「BEPPU PROJECTがアートの取り組みを始めたおかげで県外から若い人が来るようになり、関係人口が年々増えている実感があります。別府店をアートイベントの会場として使ってくれたり、清島アパートの画家・勝正光さんがトキハ別府店の30周年ポスターを描いてくれたり、様々な形で連携できています。

写真左:株式会社トキハ 執行役員、トキハ別府店 店長 池田明さん／中:トキハ別府店5階を会場とした「闇口光太郎 in BEPPU」(2019年11月撮影)／右:別府の観光案内用に活用するマップ(2019年11月撮影)



トキハ別府店は、豊の国・ふるさと大分の百貨店として34年前に開業しました。2019年に大規模投資をして、滞在型・体験型百貨店としてリモデルしました。時代や環境の変化に対応するため、私たちも新しいことにチャレンジしていきたいと考えています。実は今後、別府観光の夜の部を引き受けたいと思っていて、星野リゾートOMOが実施している『ご近所専隊OMO レンジャー^[9]』のように、立命館アジア太平洋大学の学生さんを雇って街歩きをガイドする観光案内所機能も持たせられたらと考えています。1階の総合受付そばに設置した壁面マップを使い、地元ならではのディープな情報をたくさん提供して、『ここに来たら何でも分かる』とお客様に頼ってもらえたなら嬉しいです。別府を盛り上げるために、これからも様々な方と共に創していくべきだと思います」

最後にもうひとり、2012年の「混浴温泉世界」で清島アパートを訪ねたことをきっかけにアートに出会い、トキハで様々なアート関連事業を実施した利光さんにお話を伺った。

「別府の人たちのハートに火をつけたのは山出さんです。アート

に出会い私の人生は変わりました。2012年の『混浴温泉世界』時、ショッピングモール・トキハわさだタウンの店長でした。アーティストたちに声をかけて店内のワークショップやイベント等に多く関わってもらいました。トキハ本部の営業部長をしている時には、80周年記念のショッパーや新聞広告等のデザインもアーティストに依頼しました^[10]。

アートを介して友達がたくさんできました。アーティストたちは私の肩書なんて興味なくて、個人として見てくれます。彼らと付き合って世界が変わりました。それまで当たり前だと思い込んでいたことが必ずしもそうでないことに気づきましたし、多様性を体感しました。

トキハは小売業ですが、モノを売るだけでは人を集めのって難しくて、楽しくないと人は集まらないんです。非日常の世界で楽しめるから財布のヒモも緩むわけで、遊園地で500円のジュースを高いと感じないのと同じです。やっぱり遊びがないと。そういう意味でもアートから学ぶところが多いです。

大分は、東京と比べると賃金が低いですが、東京で働いている友人たちは私より随分給料が高いのに、可処分所得と自由に使える時間は私の方が多かったりする。都会ではたくさん稼いでも出費も多いですからね。豊かさって何だろうと考えさせられます。都会の方にこそ別府に遊びに来てほしいです。食材を持ち寄ってアーティストたちとバーベキューするのは楽しいですよ」

夜になっても別府は遊びつづける

東京や首都圏、大都市圏の方は驚くだろうが、実は、コロナ禍においても大分県および別府市の飲食店では一度も酒類提供が禁じられていない。正確には、大分県の感染防止策「安心はおいしいプラス」認証を受けた店は、酒類を提供する午後9時までの営業か、



株式会社トキハキャリアクリエーション 代表取締役社長 利光伸一朗さん

[9]OMO レンジャーとは、街の平和を愛し、旅人のテンションを上げる事を使命としたヒーロー。街のディープな名所を案内するツアーを毎日実施する。

[10]アーティストとともに制作した広告は「第1回大分合同新聞広告賞」金賞を受賞した。大分合同新聞「第1回大分合同新聞広告賞 贈賞式」2016年11月5日

<https://www.oita-press.co.jp/movie/news/2016/11/20161105>

酒類提供なしの午後8時までの営業を選択できた。酒類提供の一
律停止を何度も求めた大都市圏との違いは明らかだ。

理由は様々あるだろうが、温泉観光地という特性上、観光や経済、
人流を完全にストップさせることを是としなかったのだろう。何人
かの別府市民に意見を尋ねても「第二次世界大戦中も観光を止め
なかった街だから」と当たり前のように受け止めていた。

本稿の締めくくりで当件に触れたのは、この判断の是非を問いた
いのではなく、いかにも別府らしいエピソードだと思ったからだ。危
機的状況においてもしなやかに、たくましく適応して生き延びる。
これこそレジリエンスだ。

パンデミック時の対応と地域の課題解決。次元はまったく違うも
のの、答えない間に向き合い、多様な立場やシチュエーションに
対して想像力を働かせて、周囲と協力し合い、腹を括ってアクショ
ンを起こし、都度軌道修正を繰り返すしかないというただ一点にお
いて似通う部分がある。別府が持つ元々のポテンシャルもあるだろ
うが、地域のレジリエンスをさらに育んだのは、市民の寛容度を高め
社会関係資本を醸成した、アートやクリエイティブの力、そして遊び
の力ではないだろうか。

レポートの序章でLIFULL HOME'S 総研 島原万丈所長が示した
ように、動詞としての「play」は「遊ぶ」という行為以外に、楽器演
奏、スポーツ、演劇、映像再生等、多種多様な活動の幅を予感させる。
そしてまた、名詞としての「player」は、演奏者、競技者、演者、遊び
人等を指す。ビジネスの場においては「現場の最前線に立ち、成果



地元の方が日常的に利用する共同湯「末広温泉」の壁
画を、2014年清島アパートに入居した日本画家・大平
由香理さんが制作。末広温泉は後継者不足で約1年間
休業していたが、街の有志や画家・勝正光さんらが新し
い温泉組合を立ち上げ、2021年に営業再開。



BEPPU PROJECTは2014年～2015年にかけて、別府
市の公共施設や商店、民家の壁面、屋上駐車場等をキヤ
ンバスとして見立て、アーティスト等による壁画を制作
する事業を実施した。まち歩きが楽しくなる作品が今
も点在している。



2021年12月、地域活性化型リゾートホテル「アマネク別
府ゆらり」と、ビジネスホテルを改修した「アマネクイン
別府」が開業。周囲の飲食店と連携し、客室カードキー
で決済ができる「ヘヤヅケ」システム等、まちを楽しむ起
点となるホテルを目指している。

を出す役割を担う者」としても用いられる。

別府は、街の余白で様々な「play」を実験的に繰り返すことによ
て、地域の魅力を再発見し、寛容度を高めてきた。それにより新た
な「player」を地域外から集め、彼らが土地のインスピレーションを
受けてさらなる「play」が誘発されるという創造的循環が起こった。

私たちが文化的、そして社会的な意味での「人として生きる」と
いうことは、生物学的に生命を維持しているということ以外のこと
も含む。ただ生き延びることだけが必要ならば、アートも演劇もダ
ンスも、居酒屋もバーもスナックもカラオケも、百貨店もアミューズ
メント施設も、お洒落も買い物も贅沢も恋愛も、美食も美酒も旅行
も冠婚葬祭も、すべて不要であり、不急であり、無駄だということに
なる。しかし、コロナ禍でそうした行為や場が不要不急と判断され
て失われた期間、日常があまりにも精彩を欠いた空虚なものになっ
てしまつたことを、私たちは身をもって体感している。

本稿の副題でもある「夜になんでも遊びづけろ」は、小説家・文
芸評論家の金井美恵子さんがエッセイで用いた強烈なアジテーシ
ョンから引用している。この「夜」は時間としての夜そのものだけで
なく、「皆が寝静まって活動を停止している、灯りのない真っ暗闇の
世界」としてもとらえたい。もしかしたら、今この瞬間も夜の真ん中
に佇む方がいるかもしれない。

夜は寝るもの？ 寝るだけの時間？ 否。夜になんでも遊びづけ
ることはできる。夜が明けるまで遊びづけた者にしか辿り着けな
い景色もある。私たちには遊びが必要だ。



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

カルチャースタディーズ研究所主宰

みうら・あつし／1958年新潟県生まれ。社会デザイン研究者。消費社会、家族、若者、階層、都市などの研究を踏まえ、新しい時代を予測し、社会デザインを提案している。ベストセラー『下流社会』(光文社新書)をはじめ『第四の消費』(朝日新書)『東京は郊外から消えていく!』『首都圏大予測 これから伸びるのはクリエイティブ・サーブだ!』(光文社新書)など多数。近著に『永続孤独社会 分断か、つながりか?』(朝日新書)、『昭和の東京郊外 住宅開発秘史』(光文社新書)。

娯楽は命の次に大切である

娯楽欲とは、睡眠欲、食欲に次いで、あるいはそれらと同じくらい人間に於て最も重要な欲望であると私は考える。人間は腹が減っても娯楽を求めるし、寝ずに娯楽を求める事すらあるからだ。着の身着のままでも娯楽を求める。住まいなんか雨漏りをしていても娯楽を求める。それくらい娯楽は人間に於て大事なものなのだ。不要不急どころではない。絶対必要で、場合によっては急いで必要なものである。

敗戦直後の日本を思い浮かべればよい。食うや食わず、夜露をしのぐ家もなかったのに、人々は劇場や芝居小屋に押しかけ、ラジオを聴き、流行歌を聴き、映画を見、街頭テレビに熱狂し、カストリ雑誌を読んで、笑ったり、泣いたり、興奮したりしていた。そしてカタルシスを得て、明日の活力を得たのだ。それくらい娯楽は大事なのだ。

戦争中は「贅沢は敵だ」と言われ、娯楽は「この非常時に不謹慎だ」と言われた。つまり娯楽は當時には慎むどころか必ずあるべきものであり、贅沢も娯楽の一現象形態だとすれば平和な時代には敵ではなくて味方なのである。

仕事欲というものが強い人もいて、寝食を忘れて働く。仕事にずっと熱中して、さあ夕飯でも喰うかと言ったのが朝の4時だったなんていう人もいたそうだ。それは仕事が好きでたまらないのであって、

半分娯楽になっているとも言える。

先日国立近代美術館で鎌木清方の展覧会を見たが、清方本人のインタビュー映像が会場で流れていって、彼が言ったことが非常に面白かった。空襲が来れば来るほど彼は美人画を描いたというのである。美人画なんてものは描くのも見るものも贅沢であり娯楽である。それを空襲の時ほど意地になって描いた。それが江戸っ子画家・清方の心意気であった。それくらい娯楽は大事なのだ。必須なのだ。心の栄養なのだ。

江戸時代の町人は朝早くから働いて、昼飯を食べた後は働かなかつたらしい。午後も働いていると、あいつあ、借金でもこさえたいやねえのかと心配されたそうだ。普通は午後は遊びに行った。つまり吉原に繰り出すことも多かったのである。金がなければ昼寝でもするか、将棋でも指していたのだろう。

そのように考えると、人間の生活時間を労働時間と、食べたり寝たり休んだりする生命維持のための時間（生物時間）とそれ以外に分けるとすると、そのどちらでもない娯楽の時間こそが最も人間的な時間なのではないかと思える。だからこそ人間は労働をできれば娯楽のように楽しくしたいと思うし、食べることも着ることも住むことも風呂に入ることも娯楽にしたがる。娯楽がなければ生活に彩りがないからだ。楽しみがないからだ。生活の単調さや辛さから逃れられないからだ。

娯楽は共同的な祝祭

娯楽の「娯」という字は巫女が神のためにお祝いの盃を持って踊りを舞う姿だという。神へのお祝いであるから、おそらくは収穫時の祭りでの踊りであろう。

つまりみんなが労働の後、集団として労働の成果を祝い、神に感謝する祭りである。だから労働と娯楽はセットであって、どちらかひとつだけで成り立つというものではないのである。今日もみんな頑張った、明日もみんなで頑張ろうというときに娯楽は必須なのである。

そして巫女が神のための祝祭で踊るのであるから、きわめて美的な要素や官能的な要素を含んでいたと想像される。神様のためとはいえ、神様は見えないので、実際は共同体の人々が酒を飲んで歌いながら巫女殿の踊りをやんややんやと見たのだろう。

そこでは、目的合理的価値観の支配する生産労働に対して、美と官能を核とする娯楽によって精神が解放されたのだ。

また娯楽が祝祭であるということは、娯楽の中には共同性があつたということである。一人で娯楽を楽しむのではなく、みんなで楽しむ。それが娯楽だった。これは地域の中の娯楽を考える上でも示唆に富む。

本来、勤労感謝の日とか文化の日は祝祭日 holiday である。もともとは皇室関連の誕生日なのであるが、さらにさかのばれば新嘗祭などの農耕文化の中での祭りが起源だ。つまり地域共同体が集団労働の成果を共に祝う祭りの日である。「聖と俗」でいえば「聖」に属していた。

ところが現代では祝祭日 holiday は単なる休日 vacation になり、「俗」となった。再創造 recreation のための日は単なる余暇 leisure になってしまったと言える（奥井智之『宗教社会学』）。それは地域共同体の祝祭が個人（せいぜい核家族）のための休暇になったということである。これは個人化の時代においては抗いがたい傾向である。なにも私は、地域や郷土や国家の力を復活して祝福しようと言いたいのではないが、それでもなお一方で、地域性・共同性のない娯楽をいくら導入しても本当の地方創生はできないだろうと私は思うのである。巨大モールのシネコンで映画を見ても、それは個人の暇つぶしであり、地域共同体としての娯楽ではない。

だから、ここ30年ほどの間にサッカーや野球などの地方フランチャイズのチームができて、地元の人々がファンになり、集団でチームを応援することに大きな喜びを見いだすようになっているが、娯楽の持つ集団的な祝祭性を今維持しているのはこうした地元チームへのリアルなスポーツ観戦くらいであろう。

またコロナにより娯楽が極めて制限され、飲食も黙って食べるとか、4人以下で食べるといった制約が課され、共同的体験あるいは娯

楽としての食事ができなくなった。美味しいものを食べるという美的な要素と、一緒に食べるという共同性の要素がともに否定されたのである。そして娯楽は不要不急と言われ、命よりはまったく大事ではないと言われたのだ。

逆に言えばコロナは、人間が一緒にいること、つながること、一緒に食べること、一緒にライブを体験することなどなどが、いかに人間にあって楽しく、うれしいかをあらためて見直す機会になったのである。これはコロナがもたらした意図せざる大きな意味である。

だからこそ私はあえて言う。娯楽はまったく不要なものではないと。命の次に大事であると。個人の命にあっても、地域の命にあっても娯楽はとても大事であると。娯楽がなければ人間はただ生物として生きているだけであり、人間として生きていない、地域も生き生きとしないと。娯楽がなければ人間は地域における共同性を喪失して、孤独になるだけだと。

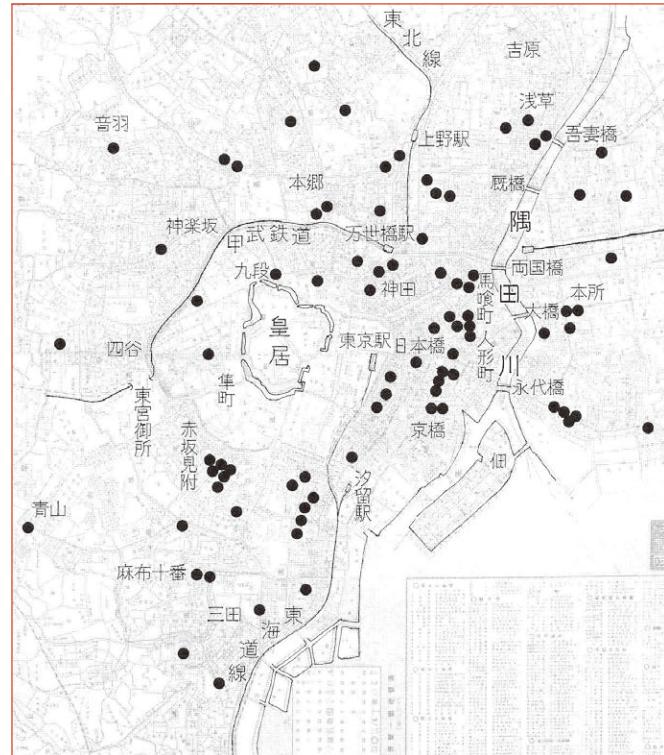
他方で現代の娯楽はどんどん個人化しているのも事実である。ビデオゲームが登場して以来一人遊びが主流となり、集団で娯楽を楽しむ機会が減っている。ネットでゲームの対戦を行うこともあるが、それが集団的祝祭性を持つとは言えないだろう。コロナによる巣ごもりがそれを助長した面もある。放っておくと、人々はそうした「永続孤独社会」の流れに押し流されていく危険性もある。われわれはそうした流れに従うのか、あるいはそうではない選択肢を用意するべきなのか考えるべきであるし、そのことを地方創生の中でそう位置づけるについても考えるべきなのだ。

娯楽はリ・クリエイティブ

レストランの語源は回復（restoration リストレーション）である。疲労からの回復、元気の回復、健康の回復が食事である。だからまずい食事を出す店はレストランとは言えない。食べると元気になる、明日の活力が湧いてくる、そういう食事を供するのがレストランの原則である。そしてもちろん一人で食べるより複数で食べるほうが楽しく回復できる。

以前、マンションのバルコニーに柿を置いたら、メジロがやってきて皮だけ残してきれいに食べた。その柿は有機農法の柿だったので、鳥にやるのはもったいないと思い、100円ショップで買った柿を置いてみた。するとまたメジロがやってきたが、だいぶ食べ残しがあった。鳥も元気になるためにおいしいものを選んで食べたいのである。動物だからこそ、そうなのである。人間みたいに空腹を満たすだけのために食べないのである。元気がなければ空を飛べないし、海を泳げない、陸を走れないからである。だからこそおいしくて元気になれるものを選んで食べる所以である。

[図1] 大正4年の旧東京市における寄席の分布



文藝協会編『藝人名簿付；劇場観物場及寄席案内』(田中淳「東京の寄席にみる都市社会史」)より
三浦展作成

娯楽も一種の回復であろう。最近は余り使わない言葉だが、今なら余暇、レジャー、あるいはリフレッシュというときに昔はリクリエーションrecreationという言葉をよく使った。生活でも勉強でも仕事でもなく一休み、息抜き、気晴らし、気分転換という意味である。それは生命を、心を再創造recreateする目的だった。食がレストランで、娯楽がリクリエーションなのだ。両方とも心身の回復を意味すると言ってよい。

服を着るもの、ただ着ているだけなら特に意味はないが、ショッピングに行って気に入った服を見つけて、ときめいて、うきうきしてそれを買って着るなら一種のリクリエーションであろう。ただの衣服とファッショントとの違いである。

住まいも、ただ適当な家に住んでいるだけではなく、自分の好きなように設計したり、リノベーションしたり、壁紙を変えたり、壁にペンキを塗ったりすれば、あるいは花を生けたり、絵を掛けたりすれば、それも一種のリクリエーションであろう。そういうとき、ファッションも住まいも一種の娯楽になるのだ。家自体が心身の回復作用を持つとも言える。

だからこそ、まちづくりや地方創生においても娯楽は重要であると私は考える。地方創生は、かつて隆盛を誇ったのに今は衰退しつづける地方都市の再生が目的であるから、まさに地方のリ・クリエーション、再創造である。だからこそ、地方創生には娯楽が核となるのではないか。言葉の遊びめくが、リチャード・フローリダのクリエティブ・シティ（創造的都市）にならっていえば、これからの方針はリ・クリエイティブ・シティ（娯楽都市）を目指すべきだ。それは人々がつねに心身を回復し、リフレッシュし、創造的な活動を促進しつづける、しかもそれが個人的ではなく共同的な活動として存在する、そういう都市である。

労働も、衣食住も、単なるルーティンではなく、また単なる営利活動でもなく、むしろ楽しい活動であり、クリエティブな（創造的な）活動であり、リノベーティブな（革新的な）活動であり、こうした活動が絶えず繰り返されていく、それがリ・クリエイティブな都市である。そういう都市には必ず娯楽が大きな役割を果たしたのではないか。

実際これまでの人類の歴史を見ても都市づくりにおいて娯楽は非常に重視された。古代ローマ帝国の政治のスローガンはパンとサーカスである。食べ物と娯楽である。ラスヴェガスはニューディール政策の一環として行われたフーバー・ダムの建設のために集まった労働者のためにつくられた一大娯楽都市である。吉原は江戸の建設のために集まった労働者のために整備された。ラスヴェガスや吉原は時節柄あまり事例としてふさわしくないが、なにしろ娯楽がテーマなのでご寛恕頂くとして、それ以外にもディズニーランドなどのテー

マパーク、遊園地、ゲームセンターなどは都市に不可欠なものである。昔はデパートの屋上にもミニ遊園地があることが普通であった。戦前の東京には至るところに寄席や芝居小屋があった。もちろん公園やスポーツ施設もリクリエーションの場である。

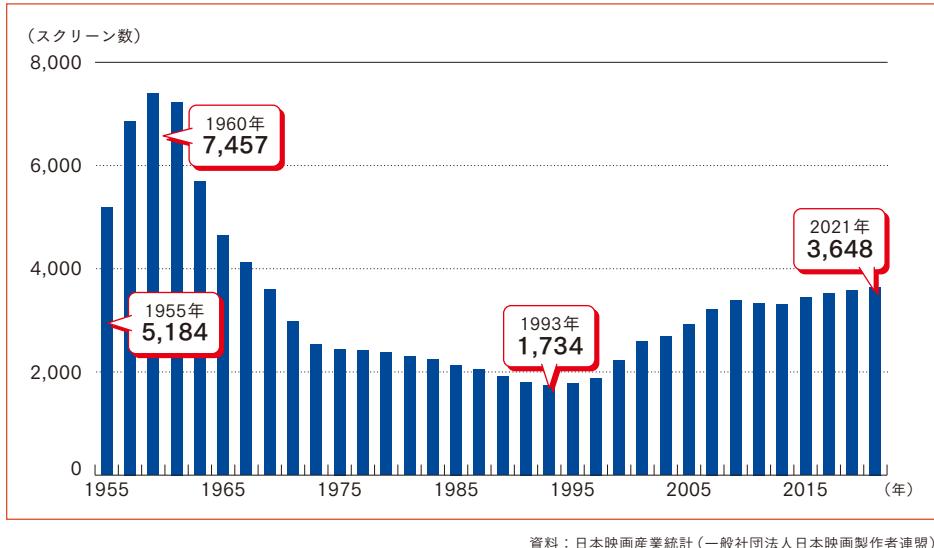
娯楽は心を再創造する

映画全盛期の昭和30年代には東京には多くの町に3つか4つの映画館があり、全国の年間総入場者数は10億人を超えた。つまり赤ん坊まで含めた国民が月に1度近くは映画を見ていたのである。浅草は映画と寄席と演劇の街として、今から見るとあり得ないくらいたくさんの人々を集めた。冒頭の浅草の写真を見て欲しい。この雑踏、この活気、この生き生きとした都市の力。丸の内のオフィス街や田園調布の住宅地を見ても、こんな活力、都市らしさというものを感じられないであろう。娯楽の街だからこそ人間の生命が溢れ出る、踊り狂うのだ。そしてその生命力が仕事にもつながり、明日への活力を生み出していったのである。

ところがテレビの普及で映画館が減り、バブル崩壊後の1990年代になるとかなり減少した（図2参照）。ついでにレコード店の分布図を見ると、DJブームのあった1997年頃には、渋谷などを中心に東京中にたくさんのレコード店があったことがわかるが、今はほとんどなくなっただろう。

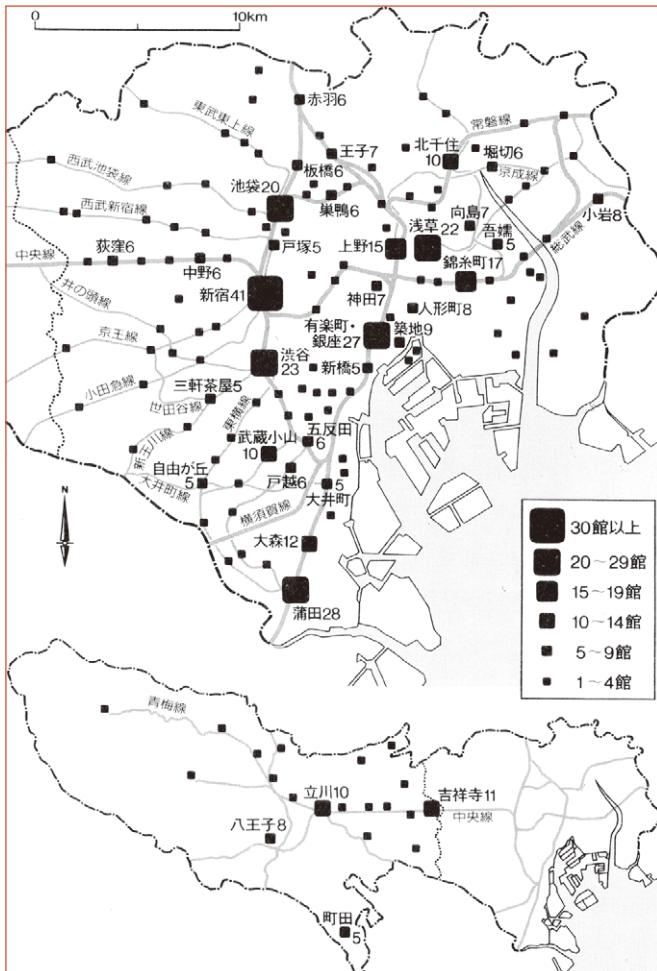
ビデオゲームが普及して、街で娯楽を楽しむことが減ったことも

[図2] 映画館スクリーン数の推移



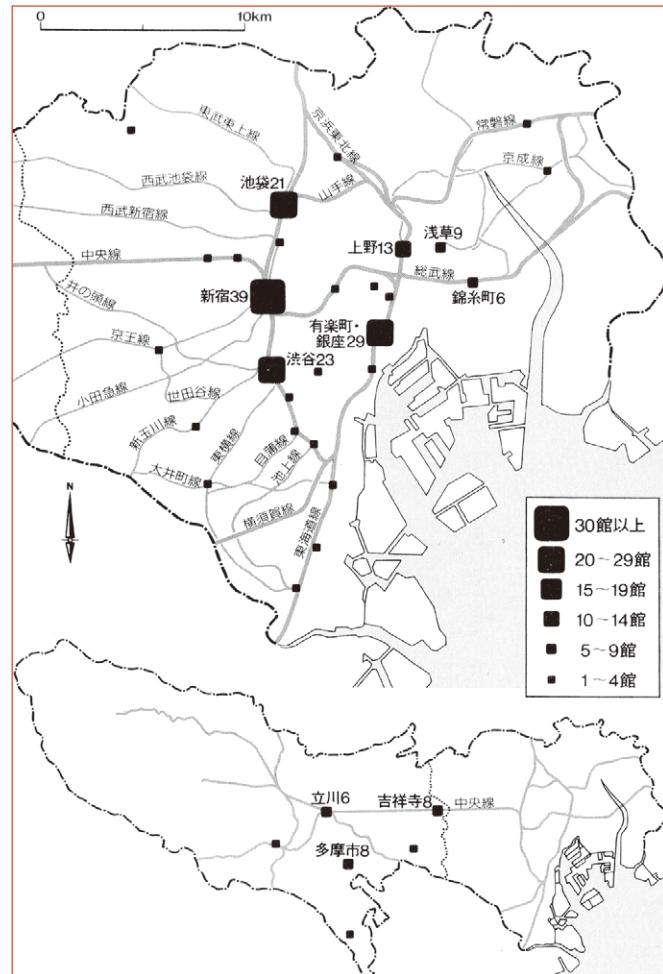
影響している。近年はスマホの普及で映像も音楽もスマホの中で見られるようになり、娯楽が個人化し内閉化し、街に出る人が減り、都市の中の娯楽というものが次第に衰退の方向にある。スマホで座

[図3] 1960年映画館の分布



資料：『1960年版映画年鑑 別冊映画便覧』より三浦展作成

[図4] 1996年の映画館の分布



資料：『ぴあ』より三浦展作成

席を予約していく映画館というのも私には集団的鑑賞メディアとしての映画を個人化させてしまっていると思う。ところがまたコロナで集団的鑑賞というものがダメージを受けた。このままでは都市の中に娯楽が不要になりそうである。

だが、であるにもかかわらず、むしろそれだからこそ、本当のリアルな娛樂の魅力を求める人も増えるだろうと私は予測する。スマホで音楽をストリーミングで聴ける時代だからこそ、

アナログのLPの魅力に目覚める人も増えている。それと同じようにスマホの中でYouTubeなどで何でも見られる時代だからこそ、リアルなものを見たい、みんなと一緒に見たいという人も増えると思

うのだ。

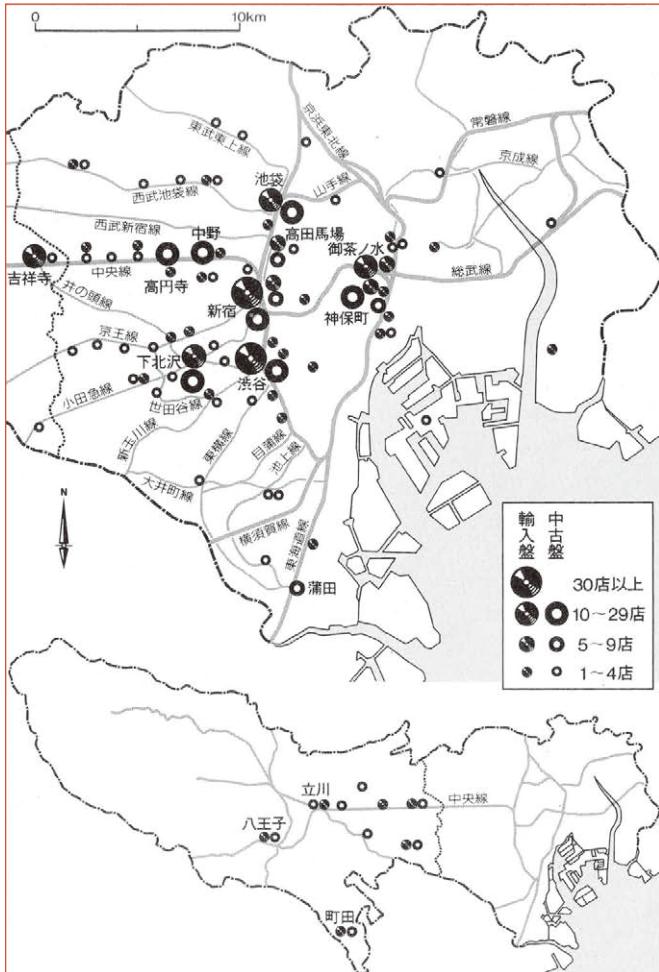
衣食住遊と言うとき、衣食住はそれぞれが異なる分野であるが、遊は衣食住と同次元の分野ではない。「遊」とは単なる遊びではなく、楽しさ、ゆとり、あるいは美的な要素を意味するものである。

だから衣にも遊があり、食にも遊があり、住にも遊がある。衣食住に楽しさや美的な要素、心のゆとりなどが重なり合っていることが今の時代には求められているし、今後はますますそうなるだろう。

それは地域の中に、衣料品店、食料品店・飲食店、インテリア店の次にゲームセンターや遊園地が必要になるということではなく、衣料品店、食料品店・飲食店、インテリア店などにそれぞれ遊的な要素が必要になっているということである。それはすでにテーマパークなどで見られる現象でもある。

現実の都市をテーマパークにしろという意図は私にはまったくないが、テーマパークに学ぶものはある。衣食住にも娯楽、楽しさ、リクリエーション性が提案されねばならないという意味においてであ

[図5] 輸入盤・中古盤レコード店の分布



資料:『レコードマップ'97』学陽書房より三浦展作成

る。あるいは学校にも保育園にも子ども食堂にもリクリエーション性、娯楽性は必要なのだ。

古い例だが、ヴィレッジヴァンガードという書店が本と雑貨をごちゃごちゃに混ぜて置いて人気を博したのも、そういう流れの中にはあった。蔦屋書店も大きな意味では同じ流れの中にある。本という知識の商品を並べるだけでなく、そこに遊の要素をかぶせて、今まで気づかなかかった視点を提供したり、発想を生み出す仕掛けをつくりたり、頭をリフレッシュさせたりする。そういうまさにリクリエーション、リ・クリエイティブな店づくりが求められているのである。

夜の商店街～集団的娯楽性

都市計画における娯楽の重要性を指摘したのは都市計画学会初代副会長・石川栄耀（いしかわひであき）であった。彼は街には夜の娯楽が必要であると言った。

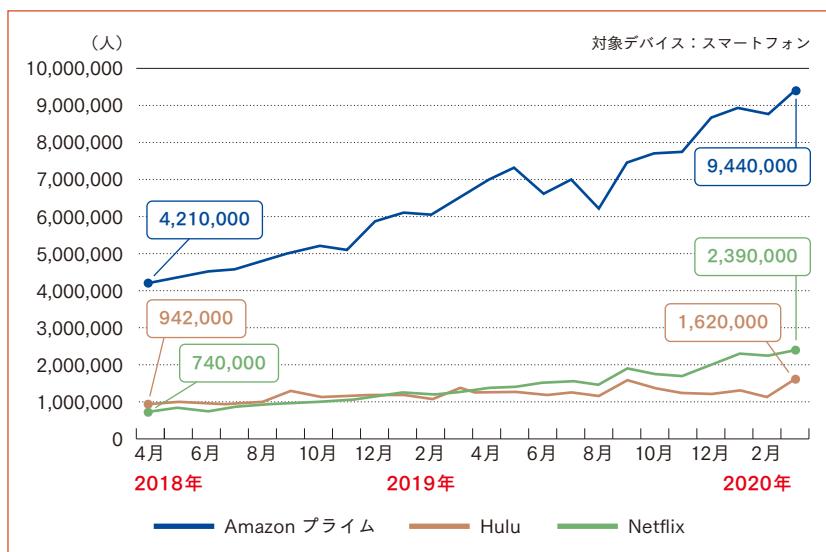
1923年、30歳で洋行した石川栄耀は、レッチワース、ハムステッドガーデンサーブなどの田園都市を設計したレイモンド・アンヴィンを訪ね、みずから名古屋の都市計画図を見せた。それを見たアンヴィンは顔をゆがめ酷評した。「あなた方の計画は人生を欠いています。」「この計画は産業を主体に置いている。いや、主体どころではない、産業そのものだ。」（漢字表記や句読点は読みやすいように若干改めた。以下同）。

工業中心の日本の都市計画ではない、「生命重視」の思想に触れた石川は、2年後、ある都市計画雑誌に連載を始めた。そこには「夜の都市計画」「都市の味」といった新しい概念、とってもセンシャスな要素が提示されていた。

「我々はいつこの頃からか知らないが、日曜祭日、夜という語を完全に余暇という語の同意語にしてしまっている」。だが「本当の人生計画からいえば産業時間であるところの月火水木金土のしかも昼間が余暇で」あり「それ以外の時間こそ正味である。都市計画はすべからくこの人生の本態である正味の計画から始め、その余地で産業計画をせよ」と石川は書いた。実は、人生の空いた時間に産業労働をして働くのであり、正味は、今現在は余暇とか休息とかと呼んでいる時間である夜にこそあるというのだ。

「夜」は「昼間とてても得られぬ親しい人間味のある安静のときだ。トゲトゲしい屋の持つ、一切の仲たがいと競争と、過度の忙しさと、人間紡績機の乾燥さに静かに幕をおろし、本来の人なつこい心に帰る時である」。「近代文明は土地と土地の距離を短くしたが、その代わりに人の心と心を遠くした、とある社会学者が言った。」「この、人と人との間に失われつつある、愛の回復のために夜の親和計画」を考えようと石川は言うのである。

[図6] Amazon プライム、Hulu、Netflix アプリの過去2年ユーザー数推移(2018年4月～2020年3月)



資料：株式会社ヴァリューズ調査

そして「昼の都市計画、ことに経済計画において建築物の美的価値等はほとんど問題にならない」が「夜の都市計画では」「美とか魅力とかいうものが」「堂々と問題の正座に君臨する」のだと言う。都市の本質は産業ではない。日本の都市計画に足りない都市の「人生」とは、「人が遊楽施設につつまれ、その気分の中にあって集団的気分に酔うこと」であり、「実用価値を離れ、生を楽しむ気分」であり、「賑やかさ」こそが都市の本質的価値であり、都市の「人生」の要諦であると石川は認識するに至った。

ここで石川が「実用価値」を離れて「美的価値」「遊楽施設」「集団的気分」を重視し、それこそが「人生」であり「都市」であると言っていることに大いに注目したい。まさに集団的・共同的娯楽というものが都市に必要だと石川は言っていたのだ。

こうして石川は、商店街や盛り場の重要性に気づく。「世間のお偉方の都市美」の物差しは「大礼服」のように形式張っており、「浴衣や開襟シャツの軽快さが邪道視されやすい。それは実に世の中の『味わい』をなくすのみならず、泣かんでよい人を泣かす。實に下らない。それに抗議したいのです」と述べた。

しかし当時の近代都市計画は盛り場を通俗的なものとみなしおらず、石川以外に盛り場を重視する者は少なかったという。いや、今もまだそうであろう。建築においても、官庁、ホールなどの公共建築が一流とされ、商業建築は二流とされた（拙著『商業空間は何の夢を見たか』参照）。だが、きわめて魅惑的なキャバレーや百貨店やホテルを設計した村野藤吾のような建築家がいなければ、われわれの都市生活はどれほど貧しかったであろうか。ちなみに石川と村野はほぼ同年齢であり、上述した石川の論考が連載されたのも、村野の初期の作品、心斎橋そごう、キャバレー赤玉、大阪パンションなども同じ昭和初期である。その意味で、せっかく育ってきた、肩の力の抜けた都市計画と建築は軍国主義によって大きく中断されたと言える。

しかし戦後、石川は1951年早大落語研究会顧問に就任し、講義もべらんめえ調の早口であり、他学部の学生も押し寄せるほどの人気であった。また同年には自宅のあった豊島区目白で、目白在住の知識人を集めて「目白文化協会」を設立、「文化寄席」を開いた。こうした文化活動を「建設されざる都市計画」と呼んだ。

ここで言いたいことは、盛り場のある都心などよりも、健全な家庭生活偏重でつくられてきた郊外や、中心市街地が衰退した地方都市こそが、今後「夜の都市計画」の重要性を認識すべきではないかとい

うことである。そういう意味では今後の地方や郊外のまちづくりも、くそまじめな計画家よりも石川や村野のような娯楽好きの柔らかな人のほうが望ましい。

ヴァーチャル化するファスト風土

ところが今日、娯楽はますます都市や地域との関連を弱めているように思える。ディズニーランドは今も人気だが、都市の中や郊外の遊園地はどんどん減るばかりであり、遊園地的な娯楽性やスポーツなどはビデオゲームで済ませる人が増えている。特にコロナ後はそうであろう。VR ゲームやメタバース（metaverse）が発展すればなおさらだ。映画館入場者数はコロナ前は少し盛り返していたとはいえ最盛期から見ればわずかであり、コロナ感染拡大後はインターネットで映画を見る人が増えたであろう。それは単に娯楽がリアルからヴァーチャルになっただけでなく、集団的なものから個人的なものに変わったということであり、さらにいえば地域性や祝祭性を失ったということであろう。ファスト風土（注）がヴァーチャル化したとも言える。（注：ファスト風土は三浦の造語。ファストフードチェーンのように風土、景観全体が全国均一、無個性になることを意味する）

ファスト風土は巨大なモールなどとして否応もなく目に見えるから問題意識も持ちやすいが、ヴァーチャル化したファスト風土はヴァーチャルワールドに入り込んだ人の頭の中にしかないから、他人の目には見えない。だからどこまでヴァーチャルワールド、メタバースが広がっているのかわからない。知らないうちに無数の人間の巨大な経済活動になり、巨大な精神空間になっているかもしれないのだ。だがその事実の進行を察知しにくい。だからこそ問題である。しかもリアルな楽しみが多いようで少ない地方のほうが、ヴァーチャル化したファスト風土に侵食される危険が高い。

余暇生活や食生活に不満な人ほど
地域の文化・芸術を通じた
生活の豊かさを感じていない

ヴァーチャルファスト風土には 地域の食で対抗すべき

このように今、娯楽は知らぬ間に地域性を弱めている。言い換えれば集団性や共同性を弱めて、インターネットやゲーム、メタヴァースという個人化したヴァーチャルな脳内世界へと移行している。それじゃあ娯楽を地方創生に使えないじゃないかと言われそうだが、むしろこうした状況だからこそ、もつとリアルでセンシュアスな娯楽の魅力を再評価して、娯楽を個人的な暇つぶしではなく、集団的な祝祭としてとらえ直し、地域、まちづくり、都市政策の中に位置づけたほうがいいのだ。繰り返すが、生活や仕事がヴァーチャル化すればするほど、人々は都市の中にリアルなもの、センシュアスなものを求めると思われるからだ。

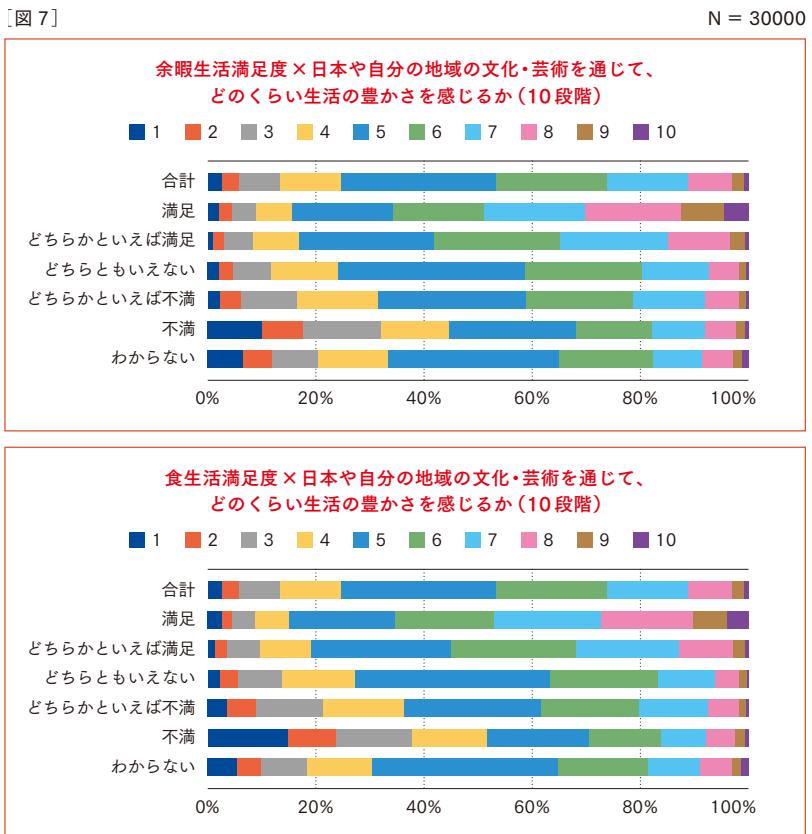
地元に根付いた文化としての娯楽がより重要になるはずだ。どこにでもある全国チェーンのボウリング場とか、全国封切りの映画しか上映しないシネコンとかも必要であろうが、それだけではだめである。それらはファストフード店とかコンビニばかりで、地元の产品を使った料理屋がないとの同じである。地域性を消して日本中を均質化するものに過ぎない。

先日私は実家のある上越市高田に帰省し、知人が勧めてくれた居酒屋に入ったが、どの料理も地元の食材を使ったおいしい料理ばかりで誠に満足した。季節季節のおいしい食材を使って、一工夫して料理をしているのだから、ソウルフード的な懐かしさもあいまって、実に満足できる料理だった。一緒に行った高田とはまったく違う地方出身の方も多いに満足されていた。

均質なものは先述したようにインターネットで代替されやすい。ボウリングもビデオゲームになり、オンラインで対戦ができるようになる。映画はもちろんネット配信で済む。全国均一、あるいは世界中均一の娯楽はますますネットになり、いわゆるGAFAなど巨大企業が世界の市場を独占する。そういう時代に、地方は、ネット配信される娯楽文化の消費者になるだけでなく、地域固有の娯楽文化を発信する主体となるべきである。

特に食を地域に根ざした娯楽として位置づけることはとても重要である。なぜなら食は絶対にヴァーチャル化できないからである。徹底してリアルなものだからである。

[図7]



資料：三菱総合研究所「生活者市場予測システム」2021

地域文化、食文化と 生活満足度の相関は高い

三菱総合研究所の3万人調査「生活者市場予測システム」によると「余暇・趣味、レジャーの過ごし方への満足度」と「日本や自分の地域の文化・芸術を通じて、どのくらい生活の豊かさを感じるか(10段階)」との相関は高い。世界中同じではない、日本らしい、その地域らしい文化・芸術を通じて豊かさを感じることは、余暇生活全体の満足度を上げるのである。

さらに「食事への満足度」と「日本や自分の地域の文化・芸術を通じて、どのくらい生活の豊かさを感じるか(10段階)」との相関はもっと高い。

地域別では三大都市圏である関東、近畿、中部以外の地方では「日本や自分の地域の文化・芸術を通じて、生活の豊かさを感じる」人が少ない傾向がある。一般的な「地方」において、地域固有の文化・芸術の掘り起こし、それに対するシビックプライドの醸成がうまくいっていないことが想像される。

誰でも自分の住んでいる地域に誇りや愛着を持てるなら持てたほうがうれしいはずだ。だが放っておくと、もしかして、そんなことはどうでもいいと考える人が増えていきそうだ。そうなったら地方は完全におしまいである。

そして現状ではまだ東京集中的な心理が強く、地域への誇りや愛着が地方では持ちにくいのもまた事実である。だとしたら、中

[図8] 東京移住希望者と移住希望者全体との移住理由の比較(男女年齢別)

	人 数	息 苦 し い か ら 地 方 の 閉 鎖 性 が	魅 力 が あ る か ら 移 住 先 に 文 化 的 な	移 住 先 で 自 分 の 趣 味 を 樂 し む た め	移 住 先 で 自 分 の 趣 味 を 樂 し む た め	場 所 を 選 ば ず に 働 か れ る よ う に な っ た か ら	自 然 環 境 が あ る か ら 移 住 先 に 豊 か な
移住希望者全体	7,728	6.3%	10.1%	15.0%	6.0%	15.7%	
男性 20代	1,046	5.0%	8.6%	12.7%	7.4%	10.1%	
男性 30代	904	7.0%	10.8%	15.3%	8.2%	13.4%	
男性 40代	897	7.8%	11.3%	17.6%	8.4%	19.2%	
男性 50代	771	5.8%	11.5%	20.9%	4.9%	24.1%	
男性 60代	490	4.7%	13.3%	21.0%	2.9%	27.6%	
女性 20代	918	4.8%	6.6%	11.1%	5.1%	8.5%	
女性 30代	759	7.5%	9.7%	11.5%	6.6%	12.8%	
女性 40代	781	6.1%	9.6%	14.0%	5.5%	15.0%	
女性 50代	726	7.0%	11.2%	14.2%	4.3%	16.3%	
女性 60代	436	8.3%	10.1%	14.4%	3.0%	18.3%	
移住希望先東京都	583	11.8%	13.9%	19.2%	9.6%	4.8%	
男性 20代	108	7.4%	10.2%	19.4%	9.3%	5.6%	
男性 30代	69	11.6%	13.0%	15.9%	10.1%	5.8%	
男性 40代	71	18.3%	16.9%	23.9%	16.9%	0.0%	
男性 50代	33	21.2%	15.2%	27.3%	6.1%	9.1%	
男性 60代	36	13.9%	30.6%	27.8%	5.6%	8.3%	
女性 20代	96	6.3%	4.2%	15.6%	11.5%	4.2%	
女性 30代	51	21.6%	13.7%	11.8%	13.7%	5.9%	
女性 40代	49	14.3%	18.4%	26.5%	4.1%	2.0%	
女性 50代	37	2.7%	13.5%	18.9%	5.4%	10.8%	
女性 60代	33	9.1%	24.2%	9.1%	3.0%	0.0%	

資料：三菱総合研究所「生活者市場予測システム」2021

央から地方には移動しないし、地方から中央への人の移動は止まらないだろう。

中年ほど地方を捨てたい

また、今後の移住希望先別に移住の理由を集計し、全移住希望者の傾向と東京都への移住希望者の傾向を比較すると、東京移住希望者で多いのは「地方の閉鎖性が息苦しいから」「移住先に文化的な魅力があるから」「移住先で自分の趣味を楽しむため」「場所を選ばずに働けるようになったから」である。逆に東京移住希望者で明らかに少ないのは「移住先に豊かな自然環境があるから」だけである。

きわめて興味深いのは「場所を選ばずに働けるようになったから」が東京移住希望者で多いことである。インターネットやリモートワークの普及で「場所を選ばずに働けるようになったから」、過密な東京に住むよりも、地方でゆったり暮らしたいという人が増えるという予

想が常識的だからだ。

ところがこのアンケートが教えるのは、「場所を選ばずに働けるようになったから」こそ、「閉鎖性が息苦しい」地方よりも、自由な東京に住んで仕事をすればよいという人がいるということである。それほど「地方の閉鎖性」「息苦しさ」は問題である。閉鎖的で息苦しい地方はつまりもう発展可能性がないと見なされているということでもある。

男女年齢別に見ると、東京移住希望者で「地方の閉鎖性が息苦しいから」という移住理由が多いのは、男性の40～60代、特に50代である。女性の30～40代も多い。これもちょっと意外で、若い人ほど地方の閉鎖性・息苦しさを感じていそうなものである。だが実態は、中年層のほうがそう感じているのだ。

地方では政治経済などの重要な意思決定において発言権が得られるのは60代になってからだと言われる。60代でも若手なのである。長老支配が激しいからである。50代ではまだ小僧扱いである。40代では全然相手にされない。そして60歳や65歳で会社を定年すると町内会長にさせされるのである。それくらいなら、東京に引っ越して、趣味の世界を楽しみたいと思うだろう。

私の同級生も小売業をずっとしていたが、すでに実務は後継者に任せており、仕事は人事管理くらいだ。親の介護が終わったら東京に来たいと言っている。地元に将来性がないということが第一の理由らしい。彼の店の隣の店の90歳の女性は今でも町内会の役員だという。ずっとこのまま地元にいたら自分の人生は町内会活動で終わるのかと思ったら、東京に来て消費や文化を楽しもうと思うのは当然であろう。

女性の30～40代で不満が多いのは、地方では子育て期でありながら、家事もして、外でも働くことが当然、いわゆる「ワンオペ」が当然だからであろう。ある地方の女性に聞いた話では、家事と育児をするのは当然の義務であって、そのうえ外で「働かせてもらえる」「働くのを許してもらえる」、つまり自由を与えてもらえるのはありがたいことだと思え、というのが地方の女性の立場らしい。好きで働くのを許してやっているのだから、ますます女性は家事と育児をおろそかにしてはならないという価値観なのである。それでは結婚せずに

[図9] 余暇活動参加率

	コンサート、 ライブ	美術館	観劇
全国男性 60代	11.0%	15.6%	5.2%
東京男性 60代	15.4%	19.6%	8.4%
全国女性 60代	13.5%	18.2%	10.1%
東京女性 60代	18.9%	24.7%	17.8%

資料：三菱総合研究所「生活者市場予測システム」2021

東京に行くという選択をする女性が増えるのも仕方がない。

小さな文化拠点がたくさんあることが魅力

では東京に引っ越したらどんな余暇を楽しむのか。実際に引っ越すとしたら定年後だろうから、現在東京に住んでいる60代の余暇活動を見てみる。やはり何と言っても他県との差が大きいのは「コンサート、ライブ」「美術館」「観劇」である。「映画館での映画鑑賞」もやや東京で多いが、ディズニーアニメなどの娯楽作品なら地方でも見られるし、ネットでも見られる。東京の魅力はミニシアターの豊富さにある。たとえば中央線に住めば東中野と阿佐ヶ谷と吉祥寺にミニシアターがある。新宿には封切館がたくさんあり、ミニシアターもある。そして新宿から吉祥寺までにはライブハウスも沢山ある。高円寺や吉祥寺には劇場がある。

だから、定年後に東京に、可能なら中央線沿線に引っ越して、マイナーな映画を見たり、ライブハウスに行ったり、美術館に行ったり、芝居を見たり、という生活ができれば最高だ、今までずっと地方において、東京に進学、就職した同級生をうらやましがって生きてきたのに、ついに東京生活が謳歌できる、万歳！！と考える人がいても全然おかしくない。先ほどの私の同級生も中央線に住みたいらしい。

地方から東京に行って家が買えるのかと思うだろうが、中央線の23区内や吉祥寺は無理でも、東小金井なら可能かもしれないし（先ほどの同級生は事業で成功したから買えるだろう）、多摩ニュータウンならかなり多くの人が可能である。夫婦二人で住むくらいなら中古マンションを1000万円ちょっとで買える。緑の豊かさは田舎以上だし、都心まで40分ほどである。大地震のときも多摩ニュータウンは比較的安全だ。

こうして現在の40～50代が10～20年後に東京にどんどん引っ越すようになると、地方は進学・就職前の18歳以下と、75歳以上の後期高齢者ばかりで、65～74歳の前期高齢者が激減ということになるかもしれない。

私も地方出身者であり、田舎の実家は空き家で残っている。空き家とはいまだ古くなく、丈夫につくってあるので、東京に大地震が来たときのために維持している。完全にUターンしてもいいが、そのとき一番のネックはやはり東京の文化資源の豊富さが田舎では享受できないということである。美術館も上野や六本木の大美術館だ

けでなく、弥生美術館、世田谷文学館など、小規模だが現代的でセンスの良い企画をするミュージアムが多い。こういうところに、天気が良いからふと気が向いてすぐに出かけられるというのがまさに東京に住む魅力である。音楽やその他の娯楽でも、そうした小粒でセンスの良い企画や先端的な企画はやはり東京でないと楽しめないであろう。

それから東京には400年の歴史があり、ただ散歩するだけでもいろいろな文化史を感じ取ることができる。鶴岡も漱石も荷風も太宰もゆかりの地がそこらじゅうにある。暇つぶしにはもってこいの都市が東京である。

リアルな魅力が求められる

だが近いうちに、世界の美術館の美術鑑賞も世界的なコンサートも4Kとか8Kの高解像度の映像で配信されるようになり、混雑を気にせずに鑑賞できるようになるだろう。美術館でじかに見るよりよほど快適に、好きなところを拡大しながら見られるようになるだろう。美術館もリアルな展示の他にヴァーチャル展示空間をつくり、世界に発信するようになるだろう。だとしたら東京などの大都市に住む意味はなくなるのか。

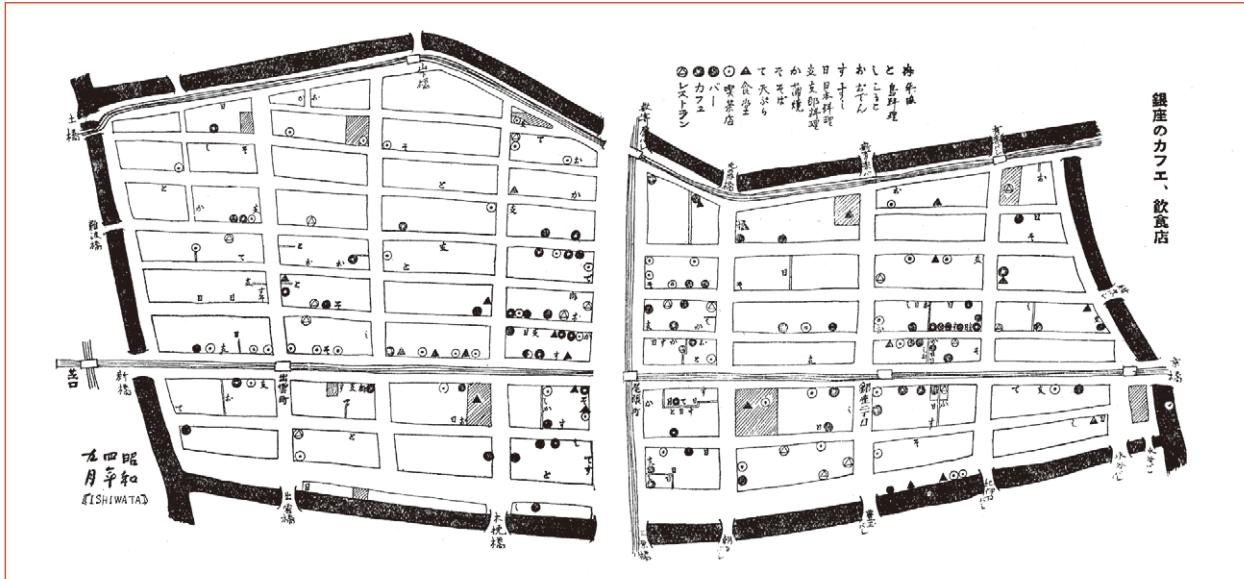
コンサートや観劇も高解像度配信が発達するだろうが、それでも現場の感覚というものは完全にはメディアで伝えきれない。リアルな魅力が最後まで残る分野であろう。それは集団でライブを見るという集団性、共同性がメディアでは伝わりにくいからである。

実は、私個人としては、コンサートや観劇はそれほど好きではない。名作ライブの記録を見たほうが、生で見るより感動できることが多いからである。ただしそれは有名なアーチストの場合である。小さなライブハウスで活動している、まだ無名のバンドを追っかける人たちにとってはやはり無数のライブハウスのある東京は魅力だろう。

このように考えると、有名なアーチストのライブや作品が見られるということよりも、無名のアーチストを含めた小さな活動を小さなライブハウスや小さなミュージアムやギャラリーで見られるということのほうが東京の（都市の）文化の魅力なのだとえてくる。有名なアーチストのライブや展覧会なら、東京より遅れてかもしれないが、地方に巡回することもある。もちろんすぐに見たいなら地方から東京に見に行けばよい。だが小さなアーチストの活動は地方に巡回しない。小さな展覧会は地方では開催されない。そういう無数の小さな活動のうごめきこそが、そのうごめきをいつでも肌で感じられることこそが大都市の、東京の魅力なのであろう。

だから地方は、たまにやってくるジャニーズや外タレのために大きなホールをつくるよりも、地元のアーチストなどが日常的に活動でき

[図10] 昭和4年(1929年)の銀座の飲食店



出所：今和次郎編『新版大東京案内』

る場所を整備するべきではないのか。国立美術館の展示は絶対巡回してこないのだから、むしろ地元の美術家や文学者の展覧会などが、街のそこここでいつも行われるように予算を使うべきではないのか。

お店もそうで、東京の三越、高島屋、伊勢丹のような一流百貨店はないが、地方にも老舗百貨店が残っているケースもあるし、なんといっても巨大なモールがある。物質的にはそれでほぼ事は足りる。だが足りないのは小さな個人店である。銀座でも、売り上げはともかく店舗面積という意味では小さな規模の個人店がまだあるから楽しいのである。昔はもっと多かった。1920年代の銀座の地図を見ると、小さな店が無数にあり、喫茶店だけでもとても多く、この町を毎日歩いて暇を潰しても潰しきれないほどだったろうと思わせる。

都市は動的均衡であるべきだ

ところが今は銀座も世界的高級ブランドの旗艦店が増え、他方ではニトリすらあって地方のロードサイドみたいになってしまった。町としてとてもちぐはぐである。もっと小さな個人店がたくさんないといけないが、地価が天文学的に高いので、そもそもいかない。儲けの少ない喫茶店は経営が困難であり、喫茶店数は100年前と比べたらずっと少ない。

新宿でも渋谷でも同じことで、町が一番面白かった時期は小さな個人店が無数にあって、古い店も新しい店も混在していた。渋谷の1980年代はまさにそうだったし、吉祥寺も20～30年前まではそうだった。

ところが町がテレビなどで話題になると、町の外から資本が大量注入されて大型店が増えていく。大型店でも伊勢丹本店とかバーニーズとかセレクトショップ系とか、個性があればいいが、だんだん

無個性な大型店、郊外ロードサイド型の店が増えていく。そうして町がつまらなくなる。感性の鋭敏なトレンドセッター層は町を離れていく。そして新宿、渋谷から吉祥寺へ、下北沢へ、あるいは吉祥寺から西荻窪へ、井の頭へと、つねに周縁へ、周縁へと面白い店が追い出されていく。

それも都市の活力といえば活力である。だが資本の力に押し流されているだけのようにも思える。ある程度成長や拡大を抑制して、町の発展や性格をコントロールすることも必要である。あくまで個性的な個人店が経営できる程度の家賃で抑えて、それらの無数の店が時代に合わせて細胞のように新陳代謝していくのが望ましい。人間の細胞は非常に短期間に入れ替わるそうで、皮膚は1ヶ月、肝臓・腎臓は細胞更新速度が速い細胞なら1ヶ月、血液が4ヶ月、一番長いのは骨の細胞で2年で入れ替わる。脳ですら速い細胞は1ヶ月で入れ替わるというのだから驚きだ。それでも同じ人間が維持される。それを「動的均衡」という。

都市も動的均衡であるべきだ。小さな無数の細胞が入れ替わりつつ、個性を維持し、同時に時代にも適応していく。そういう都市が望ましい。現状の都市開発は動的不均衡というか、整形大手術を繰り返すようなものになっている。

そういう整形大手術を都市の発展だと勘違いした地方では、中央官庁がそういうところに大きな予算を付けるからいけないのだが、大きな箱をつくって大きな活動を誘致しようとする。行政、特に県庁の予算の立て方が箱物主義だからである。100万円で救える文化活動がたくさんあるのに、そういう配分をするような予算を立てない。100億円で道路をつくる、橋をつくる、多目的ホールをつくる、いつでもジャニーズ系のコンサートや海外タレントのライブを開けるように準備しておく、といったことばかりに金が使われがちなのである。

だから文化に対して鋭敏な若者は東京に出ていって帰ってこない。鋭敏でなかった若者も東京に出ると鋭敏になってしまい田舎に買ってこない。東京に出ても彼らに100万円をくれる自治体はないかもしないが、100万円に相当する、あるいはそれ以上のチャンスがあると感じられるからだ。

そして、ずっと田舎にいた人も情報社会の現代では情報によって鋭敏な感性を刺激されて定年後は東京に出て行く。その意味では情報空間の中に大都市があって、その中でわれわれは生きていて、だからどこに住んでいても、知識や感覚がしらずしらずのうちに都市的なものに洗練されていくということもあるのだろう。こうした人々は地方の現状にますます不満を抱くようになる。他方、なぜかそういう情報に触れない人たちは地方の現状に特に不満を持たずに生きることになる。両者の間には深いギャップが生まれる。

求められる風土性、テリトリアの視点

私の出身地上越市の市議会議員連盟が私に講演を依頼してきた。ちょうどこの原稿の内容が講演にふさわしいと思い、議員のひとりとメールを交換した。消滅都市上越市をどうするかと聞かれても妙案はない。都会の子育て世代を呼んで空き家にただで住まわせて、米を一年分無料あげて、スキーフィールドもただにしてはどうかと言ったら、今時米は食わないし、スキーもしないと言われた。なるほど、雪国・米どころ新潟では県民は米を食わず、スキーもしないのか！

たしかに実家の近くのセブン-イレブンに行くと米を売ってない！東京と同じ物しか売っていない！それじゃあ新潟県に引っ越す意味があるのか？私は新潟出身ですといえば、東京の人は必ず、お酒と食べ物がおいしいですねえとうらやましがるのだがなあ。地元では米を食わずコンビニのパンを食べ、キーをせずにゲームをしているのであろう。

ああ、情けない。それで地域振興だ、消滅都市から脱却だといつても無理である。国内観光客すら呼べないだろう。日本中同じファスト風土になって、ファストフードを食べて、頭の中もファスト脳みそになって、簡単な解決策だけ求めたって、うまくいくはずがない。地元の文化、地元の農林水産物、つまりスローな文化、スローなフード、スローな風土をアピールしなければ、どうして人が呼べるのだろう。

1986年、スローフード運動をいち早く始めたイタリアでは、地元のスローな風土と文化を重視する考え方の中心に「テリトリア」という概念があり、それがまちづくりや都市計画では非常に重要な概念になっている。イタリアの都市研究の大家である陣内秀信によればテリトリアとは「土地や土壤、景観、歴史、文化、伝統、地域共同体、等々のさまざまな側面が併せ持つ一体のもの」である。「土地

の持つ自然条件、あるいは大地の特質を活かしながら、そこを舞台に人間の多様な営みが展開してきた。農業、牧畜、林業、諸々の産業が営まれ、町や村の居住地ができ、田園には農場、修道院が点在し、これらを結ぶ道のネットワークもできる、そこに歴史や伝統が蓄積され、固有の景観が生まれてきた。こうした社会経済的、文化的なアイデンティティを共有する空間の広がりとしての地域あるいは領域が『テリトリア』なのである。』（『イタリアのテリトリア戦略』）

どうしてテリトリアか？イタリアでは70年代に入ってから、近代化時代の経済性偏重の都心偏重の都市政策の結果、都市の過密と農村の過疎が顕著となり、それへの反省から歴史、文化、環境等の非経済的な価値を重視する地域政策への転換がおこった。そのさいキーワードとなったのがテリトリアなのだ。

このように見ると、テリトリアは日本語では「風土」がいちばん近いのではないかと私は思う。まさにファスト風土の対極。その地域固有の自然、水、土地、それらに規定された都市、農業、工業、そして生活、習俗、社会の総体である。こうしたテリトリア、風土という視点がなければこれからのまちづくり、ほんとうの地方創生はありえない。そして娯楽も、風土性のないビデオゲームや世界共通のハリウッド映画をシネコンで見るということではない、風土性に根ざした娯楽が求められるだろう。

日本の地方は中央政府に命令されたままに動くことで予算を確保し、道をつくれと言わればつくり、橋を架けろと言われば架け、ビルを建てると言われば建て、アーケードをつくれといわれればつくってきた。まるで主体性がない。その地域に根ざしたまちづくり思想がないのである。日本中同じようにすることがいいと思って、というか思うことすらなく、ただ中央に従ってまちをつくってきた（壊してきた）のである。

だが雪が降って、水が冷たくてきれいで、だから米が美味しいで、酒が美味しいで、野菜も美味しいのではないか。そういうテリトリア性、風土性を無視して次の時代のまちづくりはできない。娯楽もまたそうした風土性を感じさせるもののほうがよい。

大雪こそが娯楽である

そういえば2021年1月に上越市に大雪が降った直後、私は東京から友人と一緒に高田に来た。まず日本最古の映画館・高田世界館で映画を見て、夜は地酒の沢山ある焼き鳥屋に行った。私の実家のまわりは150センチくらい雪が積もり、雪の壁の間をタクシーがようやく通れるほどだった。翌朝彼は凍った雪の上をかんじきを履いて歩いて、大よろび。彼を見て私は思い出した。子どもの頃はこうして染み渡りをしながら学校に通ったなあ、大雪でも冷たい朝でも、



写真上段：高田（新潟県上越市）での大雪と友人の様子
下段：雪に埋もれたスタバというものもなかなか味わい深い風土性を感じさせる



そういう過酷な自然を子どもは遊びにしていたなあと。つまりそこに娯楽の本質がある。辛いことで楽しめに変えてしまう。衣食住が不足しても娯楽を見つけるとする人間の本質がそこにある。

染み渡りのあとは、

彼と私は高田城趾脇のスターバックスで朝食をとり（私はスタバの味は好きではないが、なにしろこのスタバは眺めが良いので喜ばれる）、お濠の白鳥を眺め、公園の中の博物館と小林古径邸と美術館を見て、百年料亭・宇喜世で美味しい食事をとり、彼は高田駅から長野までローカル列車に乗り、白銀の山と田んぼの美しい景色を眺めながら東京に帰った。

彼は多摩ニュータウンに住んでいるのだ。高田の冬のこんな面白さとは無縁の世界の人なのだ。スキー場に行ったことはあっても、日常生活の中での雪景色は見たことがない。一年中快適で便利なニュータウン。高田の、冬は大雪、夏は蒸し暑い、快適とは言いたい、便利とは言いがたい環境。でもだからこそ、それが魅力なのではないか。

地方の歓楽街を女性も子どもも楽しめる娯楽地区として再生しよう

具体的な方策としては、まず地方都市の中の歓楽街を新しいかたちで娯楽地区として蘇えらせることが最重要だと私は考える。歓楽街という昔は男性が楽しみ、女性が樂しませる場所だったが、もちろんこれから歓楽街は、男女が楽しみ、子連れでも楽しむ場所であるべきだ。バンドの入ったキャバレーなどをぜひ復活して、夜の匂いは少し和らげたりしつつ、誰でも演奏やダンスを楽しめる場所にしたらどうだろうか。

歓楽街といっても単に飲んで騒ぐだけの店では女性も若い男性も寄りつかない。昼でも朝でも、地元の食材を使ったおいしい料理を提供する。そして伝統的な家庭料理はもちろん、新しい要素を取り入れた、いわば「ヌーベル地元料理」を開発して、それらの料理を気軽に楽しめる飲食店をたくさんつくるべきだ。働く女性が増えるので、季節感もあり栄養バランスも考慮した朝食専門店とかカフェなどは人気が出るだろうし、気軽なランチも需要があるだろう。もちろん夜は本格的な料理を出す。チェーン店ではない地元の食文化を発信する店をつくらないといけない。そもそもファスト風土的環境でファストフードばかり食べて育った世代には、地元の食材を活かした料理など知らない人が多いだろう。それで外から来た人たちに地域の魅力を伝えようとしても無理である。昔のようにそれぞれの家庭で地元料理をつくれる女性がいた時代ではないとしても、地域としてはそれを守り伝承する必要があるだろう。そのような「食育」的な観点からも娯楽を核としたまちづくりは有意義であろう。

私はかつて「街育」（まちいく）というコンセプトを提案したことがある。親が、家庭が、学校が子どもを育てるだけでなく、街が子どもを育てる、一人前の人間にしていく、という意味である。街の店で子どもがひとりで買い物をする。コンビニとちがって昔ながらの文房具や駄菓子屋で店主と会話しながら物を買う。店主は子どもの様子を見守る役割も果たす。こういう人間関係こそが地域をつくり、次世代の子どもを育ててきたのである。

ところがモータリゼーションと郊外化の進展は、中心市街地や街中の個人商店を壊滅させ、子どもが消しゴム1つ買うのにも、親が車に乗せて巨大なモールに行かねばならないようなファスト風土的環境をつくってしまった。それは、かつてあった「街育」の破壊だったのだ。今後の地方のまちづくりは、こうしたファスト風土的環境ではなく、街育のできる環境を取り戻す、新たに創り出すものでなければならない。

たとえば福井の浜町（はままち）の芸妓でありクラブや置屋も経営する百子さんは、コロナ後、自分のクラブを大改装した。女性も楽しめるバーにしたのである。大手企業の福井支社の管理職でも、最近は女性が目立つようになった。だが彼女たちが夜気晴らしをする場所がないからである。女性も男性の楽しめるバーがつくりたいと思ったのだ。

バーと言っても百子さんの店は舞台があり、そこでかなり先端的



写真左：今村 百子氏は福井・浜町芸妓組合の理事長である

写真中・右：百子氏のリアルと映像が融合したステージ

なショーをする。コロナ前は小唄、端唄、三味線と太鼓と笛、踊りというショーをしていた。ところが今は、本格的な映像と百子さんの歌、笛、三味線、あるいは別のアーチストの和太鼓などをミックスした現代的なパフォーマンスを演じている。たとえばリアルな百子さんと映像に映し出された百子さんが三味線のデュオをする。まあ、ちょっと大げさに言えばPerfumeみたいなステージなのである。三味線や和太鼓の音は目の前で聴くと、ものすごい迫力である。こういうステージなら、昔ながらの芸妓の歌と踊りではない、つまり女性が男性を喜ばせるというだけではない、アーティスティックなショーとして、キャリア女性も楽しめる。実に素晴らしい試みであると感心した。

かつ同じ浜町で百子さんの店のすぐ近くの料亭・開花亭は福井の特産品を使った世界的なレベルでの美食を提供する店として知られている。またホテルのリバージュも福井のおいしい地元料理をたくさん朝食で提供することでも評判である。

また驚くべきことに、福井のコンビニのおにぎりの中の梅干しは和歌山産ではなく福井産である。2021年度の梅の出荷量は和歌山が最も多く6万5200トン、福井は3位だが1480トンしかない。だからコンビニのおにぎりの梅も一年中福井産ではないらしいが、福井としてコンビニの本部に売り込んだ結果だという。地元の食文化を重視する好例である。

このように地元の食文化、娯楽文化が核となり、かつ働く女性への対応などの新しい社会動向への適応もしていく。まさにリ・クリエイティブのかつてリトーリオ的なまちづくりの好例ではないだろうか。

地方ではないが、地方同様に今後は超高齢・人口減少による衰退が懸念される郊外でも、似たような動きが出てきた。

22年4月に東京・国立市、JR南武線の谷保駅近くに「スナック水

中」が開店したのだ。なんと一橋大学社会学部を卒業したばかりの坂根千里さんがいきなりスナックのママ（経営者）になって始めた店だ。

もともと「せっこ」という昭和のスナックだったが、そこでチーママとしてバイトをしていた坂根さんが、スナックをもっと若い人、特に若い女性で仕事の疲れを癒やせる場所がつくりたいと考えて、自分でその店を継承することにしたのだ。

半地下に降りて重いドアをあける店だったので、壁をぶち抜いてガラス張りのドアに変えた。これにより常連でなくとも入りやすい雰囲気にできた。

行ってみるとたしかに20代の男女がメインの客であり、他方で「せっこ」時代の常連客もいる。店員さんも若い男女がいる。若い客の中にはなんと私の著書、まさに『ファスト風土化する日本』を資料に修士論文を書いているという女子学生までいてびっくりした。

私はこの5年、郊外には夜の娯楽の場所としてスナックが必要であるという認識から、「郊外スナックネットワーク」なるものをつくりていきたいと提唱してきたが、まさにネットワークの核となる可能性を「水中」には感じた。女性による女性のためのスナック、女性が男性にサービスする従来のスナックではなく、若い男女が集まる場所である。お酒をサーブする人も男女両方いる。知的なサロンとしての可能性もある。おそらくは子育て中の人たちも集まる場所になっていくと確信した。

坂根さんが目指すスナックは「地域に愛される昔ながらの社交場を引き継ぎながら、若者や初心者でもドキドキしながら中に入れる新しい形」のスナックだという。そう考えたのは同学年の女子学生の就活だ。まわりの女の子たちがどんどん自滅していった。表向きはすごく頑張っている子が家でひとり悶々としていた。坂根さんは

写真左：ママの坂根千里さん



そういう女性が立ち寄れる場所をつくりたいと思った。

坂根さん自身がスナックで何度も救われてきたからだった。ママや常連さんがいて、くだらない話をしながら悩みを笑い飛ばすことができた。若い女性に限らず、家で閑々としている人すべてにとって社会とつながれる場所をつくりたいと、坂根さんは考えたという。

そしてスナック実現を考えている過程で坂根さんがnoteに書いた文章が面白い。

——スマホ上のAIを駆使したと言われるさまざまなヘルスケア、メンタルケアなどのアプリを試したら、最初は「そうこれよ、、、これなのよ!!」と大歓喜し、色々と試した。自分の下降傾向を分析してくれ、上昇をサポートしてくれる手札が増えたと思っていた。自分の傾向に合わせてパーソナライズしてくれるサプリメント、瞑想を伴走してくれるアプリ、日記を記録して、1ヶ月の気分の動向・傾向を分析してくれるアプリ、私との会話を記憶して「私にとって気持ちいい」話し相手にどんどん最適化されるAIの会話アプリ……。

だがしばらくして「こんなサービスも、アプリも、一方的なメディアも、本当に墜落しそうな夜に何の役に立つのだい……」と思った。1ヶ月後、私はどのサービスも使っていなかった。

アプリの中ではサービス提供者の手中で自分が正しくカテゴリー分けされ、分類に準じて正しくサービスが提供される構図がどこまで行っても見えてしまう。

自分の情報を入力したデータを元にして、サービス提供者から「これが欲しかったんだろう?」の押し付け感も察知してしまう。

もっと思ったことは、「こんなにマメに入力して、いろんな技術を利用して、自分に"最適な"何かを見つけること」は、結局何になるのか。いや、最適ってなんだ。

私も欲しかったものはもっともっとシンプルだ。

最適で気の利いた返しなんかはしてくれない人であり、場所だ。

それを諦めて、テクノロジーが解決するなんて幻想だ。

その片鱗を私はスナックで見た。

【参考文献】

三浦展『ファスト風土化する日本』洋泉社新書

三浦展編著『脱ファスト風土宣言』洋泉社新書

三浦展『人間の居る場所』而立書房

三浦展『昭和「娯楽の殿堂」の時代』柏書房

三浦展『娯楽する郊外』柏書房

三浦展他著『商業空間は何の夢を見たか?』平凡社

三浦展『永続孤独社会』朝日新書

全国や全世界で普及するアプリではなく、カウンター席が10ほどしかない小さなスナックだからこそ生み出せる価値があると坂根さんは強く思った。

まさに私の言う「永続孤独社会」である現代において、デジタルなテクノロジーではない、きわめてアナログで人間くさい、ただ人が数人集まって酒を飲んで話して、悩みを笑い飛ばす、そういう場所、まさに地域に根ざした無数の小さな娯楽の場所がこれからますます必要とされるのだろう。

まとめ

- ・娯楽は命の次に大事である
- ・ヴァーチャル化する社会では逆にリアルな娯楽が求められる
- ・夜の娯楽を再生せよ！
- ・女性が娯楽できる街にせよ！
- ・個人化する娯楽に対して集団的娯楽を街に導入せよ！
- ・街の中の小さな娯楽活動を支援せよ！
- ・娯楽に風土性、テリトリアの観点を持て！