

4

“遊び”からの地方創生 ——

PROLOGUE

NO PLAY, NO LIFE

島原万丈

LIFULL HOME'S 総研 所長



1 コロナ対策が奪った幸福

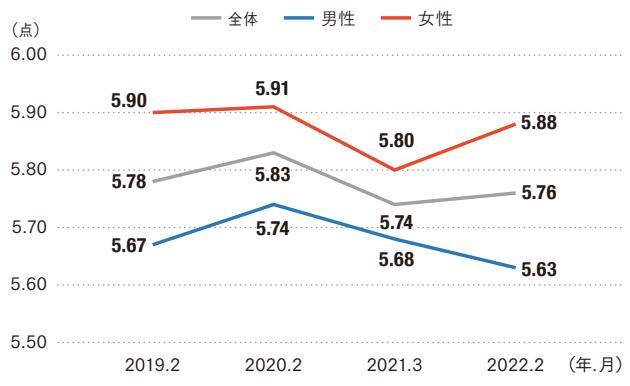
2020年から続くコロナ禍の対策として求められた自粛生活は、それまでの私たちの日常を大きく歪めた。そのことが私たちの幸福感にどのような影響を与えたのか。本稿ではまずコロナ禍という特異な状況を通して浮かび上がる、私たちの幸福感について考えることから始めたい。

日本人の幸福度を統計的な裏付けのある手法で定点観測している調査に、内閣府が2019年から毎年実施している「満足度・生活の質に関する調査」がある。これは、「我が国の経済社会の構造を人々の満足度（Well-being）の観点から多面的に把握し、政策運営に活かしていくことを目的」として、15歳の男女を対象に実施し約10,000人の回答を得ているもので、主観的 Well-being に関する代表的な指標として「生活満足度（Life Satisfaction）」と、13の生活分野の満足度を調査している。

同調査によれば、コロナ禍が本格化する直前の2020年2月の第2回目の調査に比べて、約1年後の2021年3月に実施された第3回目では、10点満点で測定される国民の生活満足度（Well-being）の

平均点は、5.83から5.74へ0.1点近く低下した。調査実施期間の2021年3月3日～3月11日は、感染拡大の第3波と第4波の谷間にあたり感染は完全に下火になっていたにもかかわらず、1月8日に発出された2回目の緊急事態宣言は3月21日まで延長を繰り返され、強い行動制限が求められていた時期である。そして、2022年2月に実施された第4回目の調査では生活満足度は5.76とわずかに持ち直した（図1）。オミクロン株への置き換わりで感染者数は1日に10万人を超すなど過去最大（当時）の波の最中ではあるものの、まる2年

〔図1〕生活満足度の推移 内閣府（2022年）「満足度・生活の質に関する調査」より



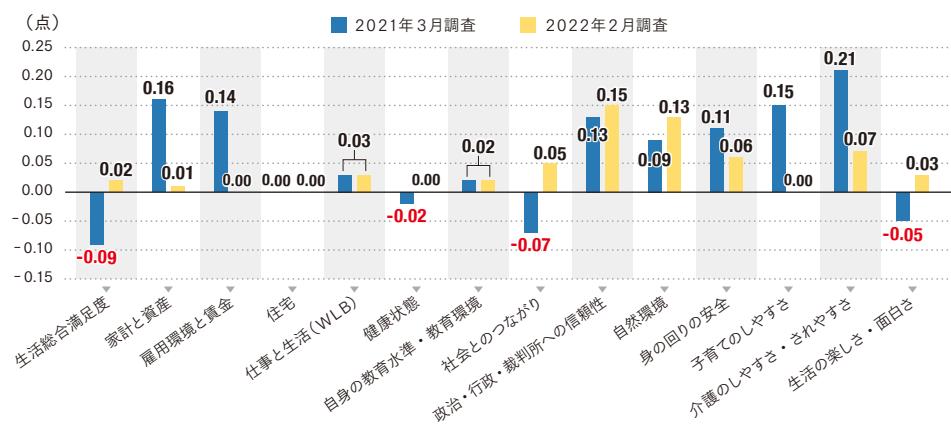
の経験を経てウィズコロナの日常が定着してきた時期の調査である。

同調査では、総合指標にあたる生活満足度以外にも、「家計と資産」「雇用環境と賃金」「住宅」「仕事と生活（ワークライフバランス）」「健康状態」など、13の分野についても10点満点で満足度を調査しているので、2021年はコロナ禍によってどのような分野の満足度が低下したのかが確認できる（図2）。すると意外なことに「家計と資産」と「雇用環境と賃金」については、前年の調査以来2度の緊急事態宣言を挟んで経済に大きなダメージを負っていたにもかかわらず、むしろ満足度は上昇している。特に若年層と高齢者層での上昇が顕著である。この結果について同報告書は「感染症下でも定額給付金等の影響もあり可処分所得額は増加し、自粛生活下の消費支出減・貯蓄増となった。その結果、金融資産残高は上昇している。このような傾向の中、家計にゆとりを感じている可能性が考えられる」と政府支出による支援が功を奏したと分析している。また「子育てのしやすさ」や「介護のしやすさ・されやすさ」についても満足度は上昇している。これはステイホームの効果だろうか。しかし、このように全体を俯瞰すればコロナ禍でも満足度が向上した分野が多いにもかかわらず、生活満足度の総合評価は下がったのである（図2の棒グラフの青を参照）。

2021年3月の調査で生活満足度を押し下げた要因になったのは、「社会とのつながり」と「生活の楽しさ・面白さ」である。特に「生活の楽しさ・面白さ」が総合主観満足度へ与える影響の大きさは、第1回目の「満足度・生活の質に関する調査」（2019年）の第2次報告書の時点から明らかになっていることだ。重回帰分析の結果では、総合的主観満足度（生活の満足度）へ与える影響度合いは、13の分野の中でもっとも大きく全体の22.9%を占める（図3）。同報告書では「生活が楽しい・面白いというポジティブな要素によって、家計・資産などの経済面・金銭面から得られる満足度よりも大きく効いている」とその重要性が強調されている。

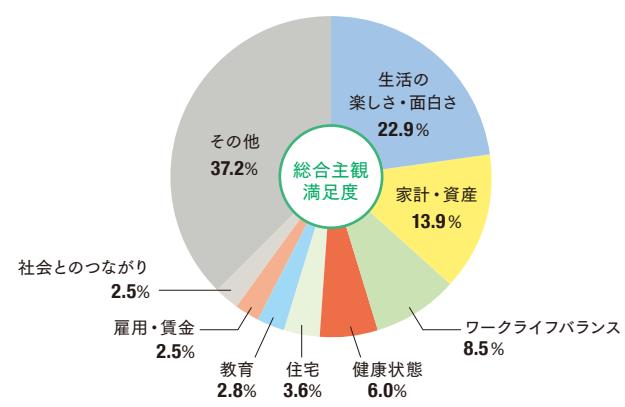
2022年2月に実施された第4回目調査は、それまでの波の感染者数をはるかに上回る第6波の最中であったにもかかわらず、生活満足度の総合評価はわずかながら回復した。前年までとは桁違いの感染

[図2] 生活満足度と分野別満足度の変化幅 内閣府（2021, 2022）「満足度・生活の質に関する調査」より作成



[図3] 生活満足度へ与える分野別の影響

内閣府（2019年）「満足度・生活の質に関する調査」2次報告書より



拡大の中、前回低下した「社会とのつながり」と「生活の楽しさ・面白さ」もプラスに転じ、13分野の満足度すべてが前年と同水準か前年以上となっている。

では、第3回目の調査（2021年3月）と第4回目の調査（2022年2月）の間、私たちの生活はどう変化したのだろうか。あれほど恐れられた感染拡大の中で、「社会とのつながり」や「生活の楽しさ・面白さ」は、どのように回復されたのだろうか。そこでは本調査研究のテーマである“遊び”が無視できない役割を果たしたと考えられる。

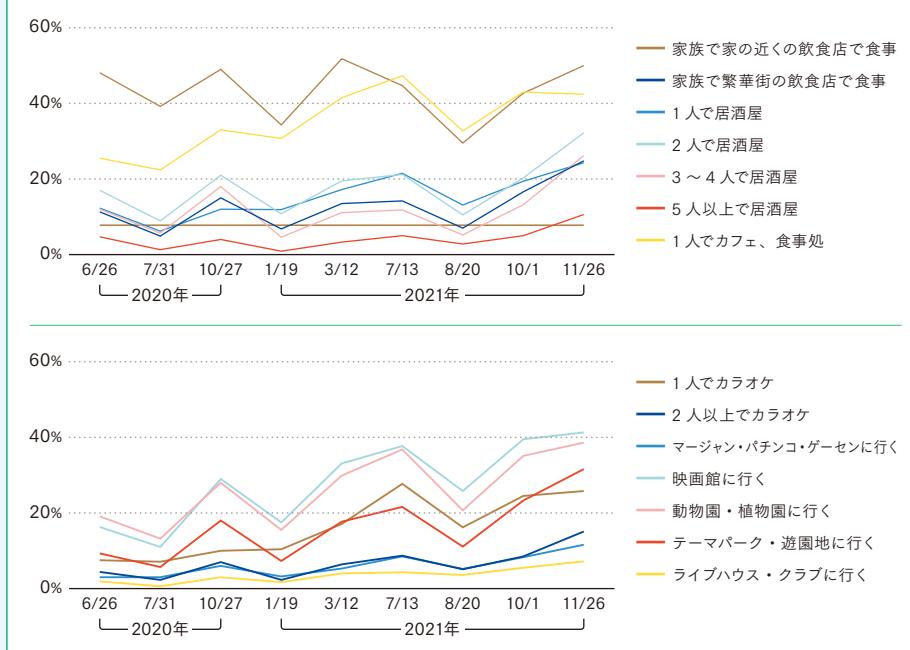
株式会社クロス・マーケティングが全国20歳～69歳の男女を対象に実施したトラッキング調査^[1]によって、コロナ禍の日常生活において外出を伴う余暇・娯楽活動で「してもいい」と思うことの割合を継続的に追跡しているので、人々の余暇・娯楽に対する気分・マインドから確認してみよう（図4）。

提示した21項目の活動を「してもいい」と思う割合は、感染拡大の波と連動して上下していることがまず見て取れる。グラフで推移を追うと、2020年7月（第2波）と2021年1月（第3波）でもっとも

[1] [\[1\] 株式会社クロス・マーケティング「いま『してもいい』と思うことに対する意識調査（2020-2021年）」（2021年12月8日）](https://www.cross-m.co.jp/file/news_release_20211208_1.pdf)

[図4] コロナ禍での日常生活で「してもいいと思うこと」

株式会社クロス・マーケティング「いま『してもいい』と思うことに対する意識調査」(2020-2021年)より作成



少なくなり（このすぐ後に第3回目の調査が実施）、その後の東の間の回復期間を経て、第4波（2021年5月）、第5波（同年8月）で再び大きく落ち込み、10月以降は21項目すべての活動が上向きに回復し最高値に向かっている。第5波の収束後には緊急事態宣言もなく、GoToトラベル事業も実施された。第4回目の調査が実施された2022年2月には、オミクロン株による第6波で36都道府県にまん延防止等重点措置が出されてはいたものの、それまでの経験で人流の増減と感染者数の増減にあまり相関がないことや、オミクロン株の特性として重症化しにくいことが広く知られ、またワクチン接種も進んでいたことから、コロナに対する恐怖感も多少は薄れていたはずである。同社のプレスリリース資料（2021年12月8日）のタイトル「新型コロナに対する『恐れ』から、知識や情報を伴った『慣れ』」のコピーから当時の気分が読み取れる。ちなみに、第3回目調査と第4回目調査の各直前の時期で、東京都が公表している都営地下鉄の利用者数^[2]を比べると、2021年1月は2020年同時期比で▲42.68%、2022年1月は同▲31.52%と、人流も多少回復していたことも確認できる。

次に産業活動の面から、コロナ禍での人々の余暇や娯楽の状況を探ってみたい。図5は経済産業省の「第3次産業活動指数(2021年6月分)^[3]」から、飲食店、飲食サービス業、娯楽業、宿泊業で構成される生活娯楽関連サービスの活動指数（2015年=100、季節調整済指数）を抜粋したものである。

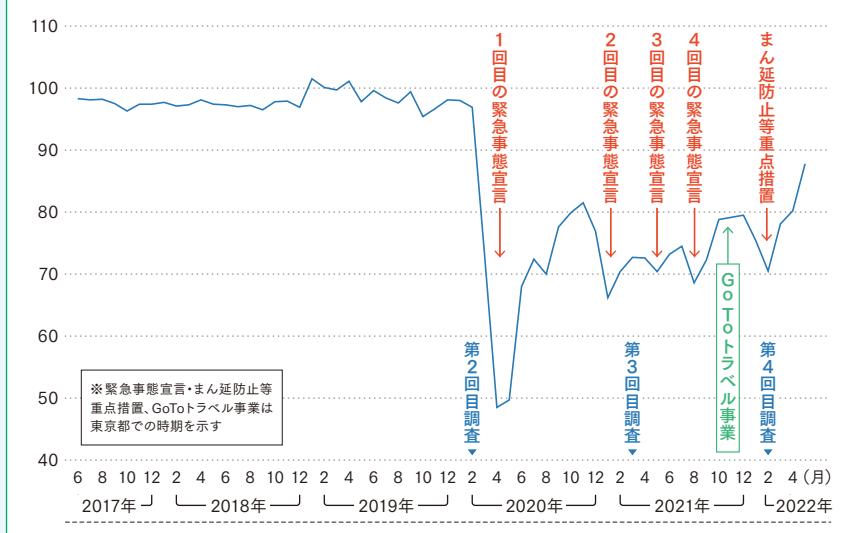
第2回目の調査が実施された2020年2月の

直後に、コロナ禍が広がり4月7日に1回目の緊急事態宣言が出されたことで産業活動が垂直に落下していることが分かる。この時期、遊園地・テーマパーク、映画館、劇場・興行団などの娯楽・レジャー施設はほとんど営業自粛を求められていた。緊急事態宣言が明けた5月25日以降、指数は2015年比で70~80%まで回復。この回復を牽引したのはスポーツ施設提供業やパチンコホール、ネットに対応した公営ギャンブル、デリバリーに活路を見出した飲食店である。遊園地・テーマパーク、映画館、劇場・興行団のようなリアルな空間で提供される娯楽業は回復が遅く低空飛行で推移する中で、第2回目の緊急事態宣言（1月8日～3月21日※期間はいずれも東京都の場合）で再び大きく落ち込むことになる。生活満足度の下落を記録した第3回目の調査は、こうしたまったく娯楽不遇の1年間を経過した後の2021年3月に行われたのである。

その後は、2021年4月25日～6月20日に3回目の緊急事態宣言、7月12日～9月30日に4回目の緊急事態宣言が出されるものの、2020年春ほどの激しい落ち込みは見られない。そして4回目の緊急事態宣言が終わった後にはGoToトラベル事業が始まり、指数は再び80%を回復する。その直後、オミクロン株の流行でまん延防止等重点措置が適用されたタイミングで第4回目の調査が実施された。

このようにみると、第3回目の調査で生活満足度が低下し、第4回目の調査で若干回復した背景として、余暇や娯楽やレジャーなどによる「生活の楽しさ・面白さ」が大きな影響を与えたことが推察

[図5] 生活娯楽関連サービスの活動指数 経済産業省「第3次産業活動指数(2021年6月分)」より作成



される。生活満足度の低下を記録した「第3回 満足度・生活の質に関する調査」報告書でも「この2つの分野(筆者:「社会とのつながり」と「生活の楽しさ・面白さ」)は感染症に伴うさまざまな活動の自粛の影響を受けやすいと考えられ、自粛生活が分野別満足度に影響した可能性が示唆される」とコロナ対策による影響を認めている。

内閣府の「満足度・生活の質に関する調査」で観測された生活満足度(幸福度)の変動と、クロス・マーケティング社のトラッキングデータ、生活娯楽関連サービスの活動指數を突き合わせてみえてくるのは、感染症拡大の規模にかかわらず、“遊び”を制限された人々の幸福度は下がる、遊べば幸福度は上がる、という単純な仮説だ。たとえ感染を免れたからといっても、“遊び”を我慢していたら幸福度は上がらないのである。内閣府も第4回目の調査(2022年2月)の報告書で、13分野の中では「生活的楽しさ・面白さ」が、総合満足度の回復に対してもっとも説明力が高い分野であることを重回帰分析によって明らかにしている。

もちろん「生活的楽しさ・面白さ」が、すべて遊びによってもたらされるとまでは言わないけれど、外食することや、レジャーに出かけることや、映画館のスクリーンで映画を鑑賞することや、ライブハウスやクラブで遊ぶことは、それ自体が楽しみであり人生の喜びであり、人とのつながりを実感する機会であることは間違いない。いくら感染症対策とはいっても、それらの楽しみを長らく抑圧されれば、生活の満足度・幸福度が下がるのは当然である。人はコロナに感染しないことだけを目的に生きているわけではないのだ。これは人間の死生観にもかかわる問題である。

とはいっても、10点満点で測定した幸福度の平均点が0.1点下がったところで誤差のようなものだ、と考える人もいるかもしれない。あるいは「欲しがりません勝つまでは」的に、パンデミックなのだから我慢するのが当然だと反発したい人もいるだろう。しかし、コロナ



禍の自粛生活が日本人の幸福感にどれほど深刻なダメージを与えたのか、自殺者数の統計が何よりも雄弁に教えてくれる。コロナ禍ではコロナによる死者だけでなく、自分で自分の生を終わらせるという、人間の不幸の極めつけの行為が増えているのである。

東京大学の仲田泰祐准教授らの研究グループは、コロナ禍の2020年3月から2022年6月末までの超過自殺が約8,090人に上るという衝撃的な試算を発表した^[4]。超過自殺数とは、過去の統計から推計される自殺者数の予測値と実際に確認された自殺者数の差分から導かれる増加分である。つまり、コロナ禍がなければ8,090人の人が自ら命を終わらせることはなかった、ということである。ちなみに同じ期間のコロナ陽性者の累積死亡者数は3万1,281人(コロナが死因でない人や、コロナに感染しなくても別の持病で亡くなっていた可能性の高い人も含まれた数字)なので、コロナ死者数の26%にあたる超過自殺が発生した計算になる。これはとても無視できない大変な副作用だと言わざるを得ない。

しかも追加的自殺者の多くは若い世代である。20代女性が約1,090人、20代男性が約745人、20歳未満女性が約280人、20歳未満男性が約95人と、20代未満だけで2,210人に達し、子供の自殺も増加していることが明らかにされている^[5]。また超過自殺が若い現役世代に集中したため、コロナ禍での追加的自殺によって失われた余命年数は、基礎疾患のある高齢者(平均年齢は80歳前後)が大多数を占めるコロナ感染によって失われた余命年数と同じくらいになるという。

自殺者の増加の背景には失業率の増加があることはかねてより知られていたが^[6]、今回の試算では8,090人の超過自殺数のうち、失

[2] 東京都新型コロナウイルス感染症対策サイト「都営地下鉄の利用者数の推移」より、2021年1月12日～15日、2022年1月11日～14日のいずれも午前9:30～10:30の人数。比較対象は2020年1月20日～24日。

[3] https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/sanzi/result/pdf/ITA_press_202106.pdf

[4] QUENTIN BATISTA・藤井大輔・仲田泰祐(2022)「コロナ禍における超過自殺」

https://www.bicea.e-u-tokyo.ac.jp/wp-content/uploads/2022/08/BatistaFujiNakata_Suicides_20220808.pdf

[5] なお、コロナ禍の超過自殺数については他の複数の研究グループによる試算があり、それぞれ分析対象の期間が異なり単純比較はできないが、いずれの研究においてもコロナ禍によって例年に比べて自殺が増えたことは間違ひなさそうだ。横浜市立大学と慶應義塾大学医学部の共同研究(2022年3月発表)では、2020年度の人口10万人あたりの自殺件数は、男性で17%、女性で31%増加し、特に20代女性の自殺件数が72%増と確認されている(<https://www.keio.ac.jp/ja/press-releases/files/2022/3/30/220330-1.pdf>)。旭川医科大学と北海道大学の共同研究(2022年6月発表)では、2020年4月から2021年12月までの間の自殺者による過剰死亡数は、男性1,208人、女性で1,825人と推定している(<https://www.asahikawa-med.ac.jp/upload/20220613095134admin.PDF>)。

[6] 教育社会学者の舞田敏彦は1950～2014年の61年間の失業率と自殺者数のデータをもとに、 $Y = 1.983X + 14.406$ (Y=自殺者数、X=失業率)という定式を導き出し、失業率が1%上ると年間の自殺者が2,380人増えると予測する。「失業率とシンクロする自殺率の推移」Newsweek、2019年1月9日

<https://www.newsweekjapan.jp/stories/world/2019/01/post-11515.php>

業率増加で説明できる増加分は約1,260人だという。残る6,830の方は、失業以外の要因で命を絶つことになる。コロナ禍では、失業しないまでも収入が大幅に減少し生活苦に陥った人もいるだろうし、一人暮らしでステイホームした人では孤独感に苛まれた人もいるだろう。家庭内暴力が増えたという報告もある。

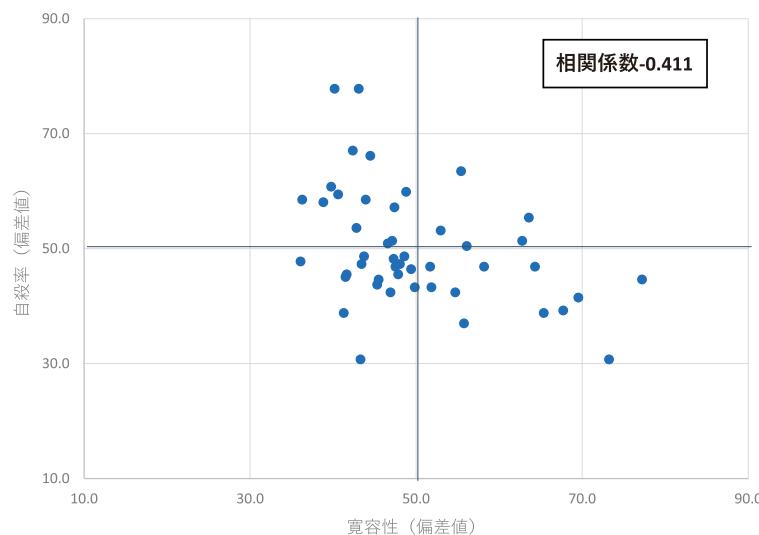
むろん自殺の原因はしばしば複合的で、背景となったことと引き金になったことは違うかも知れないし、因果関係を特定することは難しい。統計的な試算でも超過自殺の要因が明らかになるわけではないけれど、やはり、人と会って遊ぶことの楽しみを不要不急と禁じられたことによる幸福感の低下と自殺の増加がまったく無関係とは考えにくい。

なにもコロナ禍でも行動制限は一切するべきではなかった、などと極端なことを主張するつもりはない。ましてや現役世代の楽しみのためには余命いくばくもない高齢者の命が多少犠牲になってしまふ方ない、などと不謹慎なことを言う気は毛頭ない。そもそも、もし遊びが制限されていなかつたら自殺は増えなかつたというエビデンスもないし、遊びと超過自殺者数の因果関係を証明できるはずもない。個人の感想だと言われたらそれまでだが、しかし遊びがまったく無関係だったとは思えないのだ。

レジャーや娯楽や趣味などを遊ぶことは、仮にそれが刹那的な気晴らしであったとしても、死にたくなるほどの不幸をひとときでもうっちゃる力になったのではないか。音楽ライブやお芝居やスポーツの感動から、生きる勇気をもらえることもある。友だちと会って少し酒でも飲みながら悩みを打ち明けていれば、救われた命だってあるに違いない。大自然の中で広い空を見上げていたら、自分の悩みがちっぽけだったことに気づくことだってあるかもしれない。見知らぬ場所に旅に出て多様な文化や人と出会うことは、自分という存在を肯定するきっかけにもなる。修学旅行や学園祭や運動会などでクラスメートとの絆を深められていれば、苦しい時に支えてくれる友だちもできたかもしれない。などなどなどなど……死に至る絶望のプロセスのどこかで、遊びがなにかしら防波堤になり得たのではないか、と考えてしまう。

たとえコロナに感染しても死亡する可能性などほとんどなかつた^[7]にもかかわらず、超過自殺の数字になってしまった一人一人の絶望に想いをはせれば、感染者数の押さえ込みだけに躍起になり、

〔図6〕都道府県別の寛容度と自殺率（都道府県別）
LIFULL HOME'S 総研（2021年）『地方創生のファクターX』を元に作成
都道府県別の自殺率は警察庁発表資料より2021年のデータ



さしたる合理的なエビデンスもなく行動抑制を求め続け、そのことで外食や観光・レジャー、文化を中心とする幅広い産業の景気をどん底に突き落とし、時には、若者から高齢者に感染が広がるなどとおよそ根拠薄弱な言いがかりで若者を差別的に非難した、ヒステリックな感染対策の罪は大きいと言わざるを得ない。

また、コロナ禍で嫌というほど思い知らされたことは、日本人という集團はゼロリスク志向が強く、真面目で従順で、平等意識が強く、同調圧力が強い、ということだ。余暇は文字通り余った暇でしかなく、遊びと分類されるような活動はしなくても死にはしない不要不急なものであり、わずかでもリスクがあるなら禁じられるべきで、みんなが我慢している時に抜け駆けして楽しんでいる不謹慎なやつは許せない。そうして、職を失ったり収入が減ったり、人と人とのつながりを断ち切られたりしてメンタルを病みそうな人々が、息抜きすることも気晴らしすることも気分転換することも許されない、窒息しそうな空気をつくり出してしまった。8,090人もの超過自殺は、メディアと専門家に恐怖を煽られた日本社会のヒステリックな同調圧力の陰湿さを、もっとも悲劇的な形で可視化させた数字のように思えてならない。

これは昨年の報告書にはあえて掲載しなかったデータだが、『地方創生のファクターX』で測定した都道府県別の寛容性（偏差値）と都道府県別の自殺率（人口10万人あたりの自殺者数）の間の相関係数は-0.411である（図6）。これは、不寛容な地域では自殺率が高くなる傾向があることが十分に認められると言える数字だ。

2 日本人の“遊び”を分析する

2-1. 地方創生における幸福と寛容の理念

地方創生が掲げるべき真の目的・目標は、人口の数合わせではなく、それぞれの地域に住む人々の幸福度（主観的な Well-being）の増大であるべきだ、というのがLIFULL HOME'S 総研の一貫した主張である。その上で言えるのは、何を幸せと思うかの幸福観は人それぞれ多様で、時として異なる幸福観どうしが矛盾し摩擦を起こすことがある。そのため誰もが自分の幸福な人生を追い求めるためには、人は自分とは異なる価値観に対して互いに寛容でなければならぬ。これが『地方創生のファクターX』のサブタイトル「寛容と幸福の地方論」で表明した理念である。

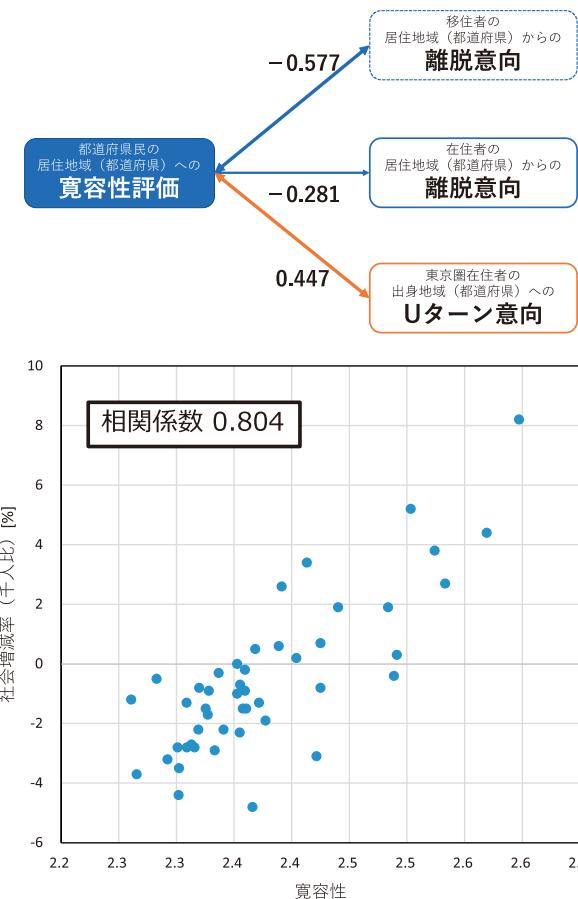
人は自分が幸福に生きられる場所で生きることを望むし、またその権利を有する。自分とは異なる価値観を社会の規範や道徳として押し付けられるような地域では、自分の人生の幸福を追求することができない。このような幸福と寛容の理念的関係性を前提とすれば、地方への人の流れをつくり東京一極集中に歛止めをかけるためにも、地域の寛容性を高めることは重要な政策目標となる。女性の生き方や若者の価値観あるいはマイノリティの存在に対して、封建的で家父長主義的な保守性の高い不寛容な地域からは人口が出ていく一方であることは、都道府県別の寛容性と人口の社会増減率の相関係数が0.8という驚異的な高さであることが証明している（図7）。

“遊び”が幸福度や寛容性と深いかかわりがあるのではないか、というのが本調査研究の仮説である。都道府県別に見た寛容性と文化水準の満足度は、相関係数0.674という非常に密接な関係にあるのだ（『地方創生のファクターX』293p～294p）。また、序章でも問題提議したように、東京一極集中の背景には東京の余暇環境や文化的環境の豊かさがある（17p～23p）。逆に豊かな余暇を楽しむ環境が少ない、往々にしてファスト風土化した地方都市は、若者の目には魅力のない地域として映っている可能性がある。

にもかかわらず、地方創生政策では政府も地方自治体も雇用環境や経済的要因ばかりに注力して、文化的な豊かさにはほとんど関心が払われていない。本研究プロジェクトはそのことに疑問を感じざるを得ない。そこで、これから地方創生における“遊び”的重要性

[図7] 寛容性と人口の社会増減

LIFULL HOME'S 総研（2021年）『地方創生のファクターX』を元に作成



を証明していくと思う。

なお、本報告書のタイトルには、遊びにダブルクオーテーションマークを付けて“遊び”と表記している。その意図は序章でも説明したように、本研究プロジェクトで考える遊びの概念は、労働時間以外の自由な時間に行われる余暇活動に限定されるものではなく、遊びが持つ精神的・心理的な側面、すなわちマインド（遊び心）としての活動や作用まで含めて考えているためである。しかし、アンケート調査で遊びの実態を調べるために、余暇時間の娯楽やレジャー、趣味の活動としての行動を聴取せざるを得ない。そのため、本稿では、非常に広範囲の趣味や娯楽やレジャーなど余暇時間における活動を総じてシンプルに表現する時には「遊び」と表記し、文脈の中で単なる余暇時間における活動以上のニュアンスを表現する意図がある時には、“遊び”と表記することとする。

[7]厚生労働省の資料によれば、2022年7月24日時点での新型コロナ感染者の致死率（累積死者数 / 累積感染者数）は0.3%。年代別の致死率は50代では0.1%、40代以下は0.0%である。なお、コロナの致死率はしばしば季節性インフルエンザ（0.09%）と比較されるが、両者は算出方法が違うので単純比較はできない。コロナ死者数の中には別の病気や怪我で亡くなった検査陽性者、極端な例では交通事故で亡くなった人がたまたま陽性だった、というような数も含まれている。また分母となる感染者数は保健所に報告された陽性者数であり、無症状や軽症で検査を受けず自分で回復した人数は含まれない。そのため、季節性インフルエンザと同じ方法で推計すれば、コロナの致死率はさらに低くなるはずである。
<https://www.mhlw.go.jp/content/10906000/000964690.pdf>

2-2. 「社会生活基本調査」から分かる

「遊び」の地域間格差

まず手始めに、総務省「平成28年社会生活基本調査」(2016年)から、人口規模での都市階級別の「遊び」の実態を概観しておく(図8)(詳細は62p~69pに株式会社ディ・プラスの橋口理文氏と吉永奈央子氏がまとめている)。同調査から「趣味・娯楽」「旅行・行楽」「スポーツ」「学習・自己啓発・訓練」「ボランティア」の5つのジャンルについて余暇活動の行動率を比べると、「趣味・娯楽」「旅行・行楽」「スポーツ」「学習・自己啓発・訓練」の4分野はすべて人口100万人以上の市がもっとも高く、人口規模が小さくなると低くなる傾向で一致している。人口規模ごとのスコアの差分に注目すると、人口5万人を境に落差が大きくなっている。ただし単純に人口規模と相關するかといえばそうではなく、町村と人口5万人未満の市を比べると、4つ分野すべてで町村が人口5万人未満の市を上回る。まちづくりの活動を中心とする「ボランティア」の行動率は、全体的にみれば5つの分野でもっとも行動率が低くなるが、町村が最多で人口規模が大きくなるにつれ行動率が落ち、人口規模が小さな自治体ほど、まちづくりに参加する市民が多いことが表れている。

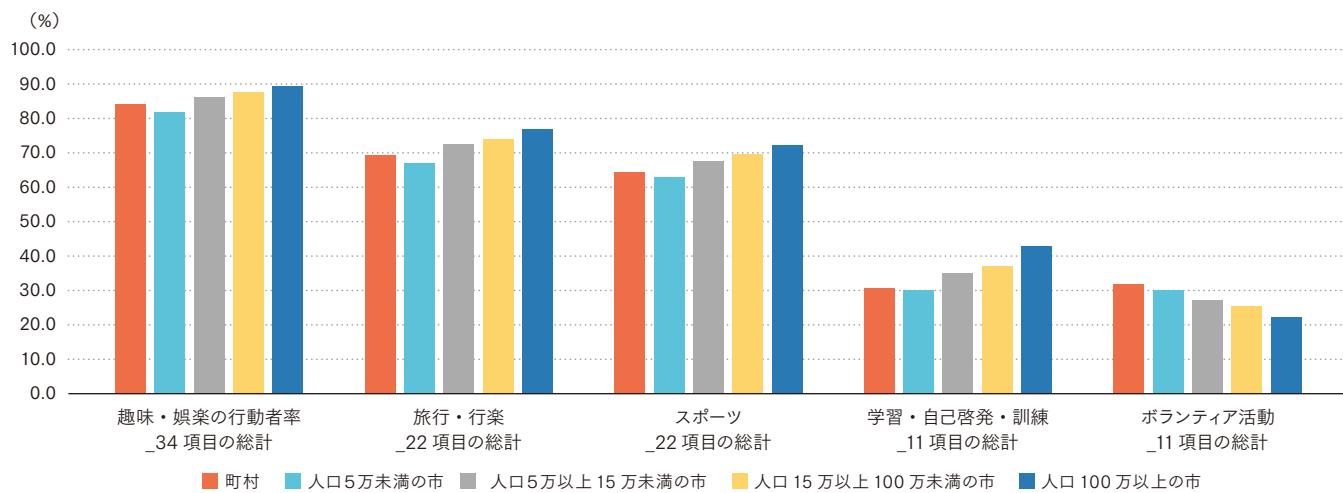
なお、地方自治法では地方公共団体が市として認められるには基本的には人口5万人が必要で、市町村の合併の場合なら3万人以上でもかまわないという特例がある。つまりこの人口5万人未満の市というカテゴリーは、かつては5万人の人口がいたが現在は人口減少で5万人を下回っているか、もしくは人口減少対策のため市町村合併で成立した自治体である。そのような地域では、都市的な趣味・娯楽や・レジャー、スポーツなども、町村的な市民活動もどちらも少ない、言わば「遊び」の谷になっている状況が浮かび上がる。

2-3. 「東京の暮らし気が気に入っている」とは?

『地方創生のファクターX』では、18歳~39歳の男女の東京圏在住の地方出身者に地元へのUターン意向をたずね、Uターン意向を持たない人にその理由を聞いた。するともっとも多かった回答は「東京の暮らし気が気に入っているから」というシンプルな理由だった。Uターンする気のない人の中にはおそらく、Uターンという選択肢を検討はおろか意識もしたことのない人も多いのではないか。意識もしたことがない人を相手に、なぜその行動をしないのかと理由を深く追求しても得られることは少ない。そこで今回のプロジェクトでは、全国の20代~60代の男女を対象にした調査で、現在住んでいる地域の生活環境について分野別に満足度を質問し、東京都と東京都以外の地域(人口規模別に区分)を比べることで、彼らが気に入っていると言う東京の暮らしを支える環境を、地方都市との違いの中であぶり出してみることにした。

調査は株式会社クロス・マーケティングのインターネット・リサーチ・システムを利用して、東京圏(一都三県)、一都三県を除く人口100万人以上の都市、同・人口20万人~100万人未満の都市、同・人口5万人~20万人未満の都市、同・人口5万人未満の都市(町村も含む)で、20歳~69歳までの男女を性・年代別に均等に割り付け、各エリアから2,000サンプル、合計10,000サンプルを回収した。分析にあたっては、東京圏の特徴をより際立たせるために、一極集中の核として東京都を抜き出し、埼玉県、神奈川県、千葉県は自治体の人口規模によって該当するカテゴリーに振り分けた。なお人口100万人以上に含まれるのは、札幌市、仙台市、さいたま市、横浜市、川崎市、名古屋市、京都市、大阪市、神戸市、広島市、福岡市の11都市。また、回収サンプルは学歴に偏りが認められたため、令和2年国勢調査結果に基づきウエイトバックを行い補正した。

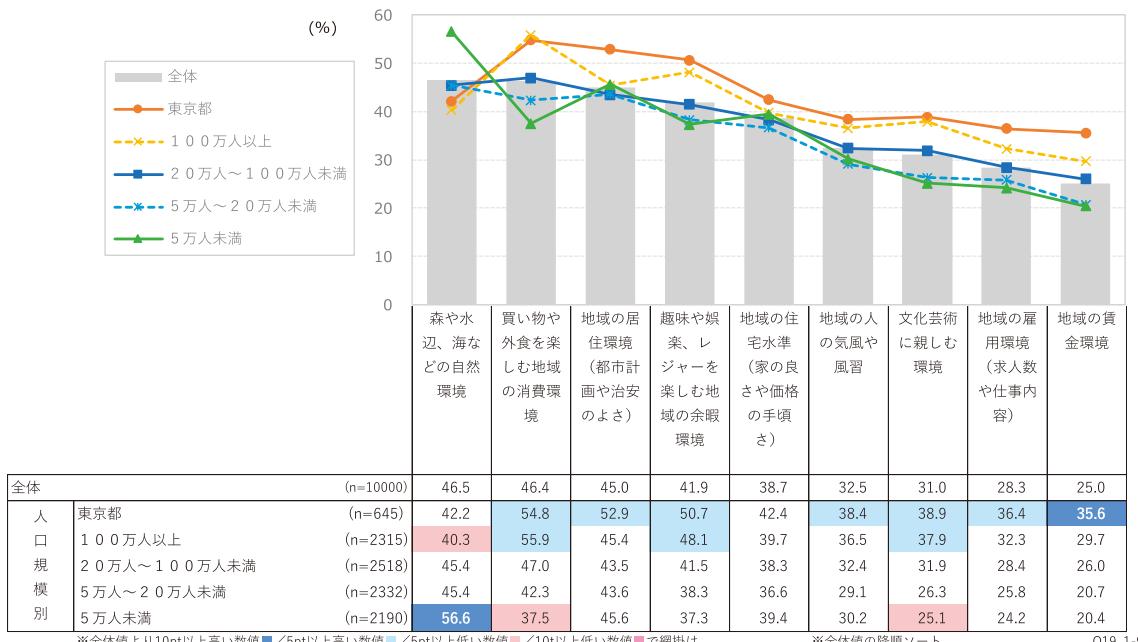
[図8] 都市階級別の余暇活動の行動率 総務省「平成28年社会生活基本調査」より作成



[図9] 生活環境満足度

■生活環境満足度：『満足・計』一覧（全体／各単一回答）

以下にあげることについて、あなたはどの程度満足していますか。



なお、これ以降の議論で使用するデータは、特に断りがない限り、この「『遊び』と幸福・寛容に関する調査」(以降、本調査)からのものである。調査の詳しい概要および結果は73p～145pに掲載している。

さて、結果は図9の通り、「森や水辺、海などの自然環境(以下「自然環境」と略)」以外のほとんどすべての分野で、東京都の生活環境の満足度は地方都市のそれを上回ることが確認された。全国平均(全体値)一ほとんどの中核市と県庁所在市が含まれる人口20万人～100万人未満の都市のスコアとほぼ同水準一を基準として東京都のスコアが5ポイント以上高いのは、「買い物や外食を楽しむ地域の消費環境(以下「消費環境」)」、「地域の居住環境(都市計画や治安のよさ)(以下「居住環境」)」、「趣味や娯楽、レジャーを楽しむ地域の余暇環境(以下「余暇環境」)」、「地域の人の気風や風習(以下「地域の気風」)」、「文化芸術に親しむ環境(以下「文化芸術環境」)」、「地域の雇用環境(求人件数や仕事内容)(以下「雇用環境」)」、「地域の賃金環境(以下「賃金環境」)」である。やはり、仕事から「遊び」まで幅広い分野で東京にアドバンテージがあることが再確認される結果となった。

東京都在住者の満足度がもっとも高い生活環境は「消費環境」の54.8%で、僅差で「居住環境」(52.9%)、「余暇環境」(50.7%)と続き、消費や余暇のための環境の豊かさや各種インフラが整った居住環境が、東京の暮らしやすさの土台となっていることが浮き彫りになる。とはいえ人口100万人以上の地域であれば、「消費環境」「余暇環境」「文化芸術環境」は東京都に比べてほとんど遜色がなく、「消

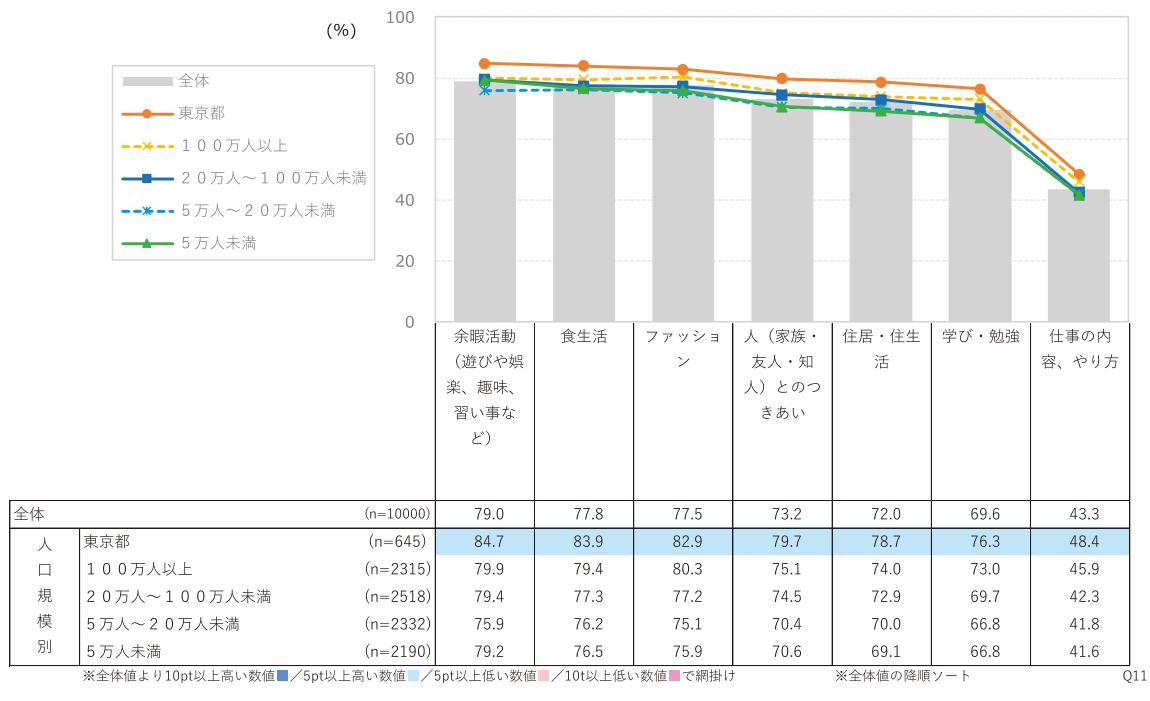
費環境」ではわずかながら東京都を上回る満足度が得られている。その一方で「居住環境」と「雇用環境」「賃金環境」では東京都とは差があり、さらに「自然環境」では東京都を下回る結果となっている。雇用・賃金の環境改善とともに、市民が自然に触れられる環境整備も含めた都市計画は、政令市の課題と考えられる。

一方、人口が20万人より少ない地域では、「消費環境」「余暇環境」「文化芸術環境」の満足度において全国平均からの落差があり、東京都や政令市との格差が特に大きくなる分野である。地方の強みと考えられている「自然環境」は、5万人未満になれば全国平均を大きく上回るもの、5万人～20万人未満では全国平均とまったく同じであり、生活環境の豊かさとして特別に認識されていないことが分かる。

次に、衣・食・住と遊・学・働に人づきあいを加えた7つの分野の活動について、毎日を「自由に楽しくやっている」という回答の割合を比較してみる(図10)。全体的に見て人口規模別による差は小さいものの、おおむね人口規模が大きいほどスコアが高くなる傾向があり、やはり東京都はすべての分野で全国平均を5ポイント以上は上回ってくる。特に「余暇活動(遊びや娯楽、趣味、習い事など)」では、100万人以上の都市(79.9%)との間にも約5ポイントの差をつけている。他にはやや意外なことに、「住居・住生活」についても、一般的には不利だと思われる東京都のスコアがもっとも高く、コストや面積の面でもっとも有利な環境にあると思われる5万人未満のスコアがもっとも低い。広い家に安いコストで住めるからといって単純に満足度が高くなるわけではない、ということである。

[図10] 自由に楽しくやれている度合い

以下の活動について、あなたはどの程度「自由に楽しくやれている」と思いますか。



すべての活動において「自由に楽しくやれている」割合は、東京都をトップにして人口規模が小さくなるほどスコアが低下していき、5万人～20万人未満で下げ止まる。「余暇活動」については、5万人～20万人未満の地域(75.9%)よりも5万人未満(79.2%)のほうが「自由に楽しくやれている」割合が高くなり、5万人～20万人未満のゾーンが谷のように落ち込む現象がみられる。先述の「社会生活基本調査」では、5万人未満の市に余暇行動率の谷間が見られたが、本調査においては5万人～20万人未満のゾーンが谷になっている。ほとんどの町村が含まれる5万人未満のカテゴリーのほうが、人口規模が少し大きい市よりも「自由に楽しく」生きられている人が多いようだ。この傾向については、後述する別の箇所でも同じような傾向がみられ、人口5万人～20万人未満の地域の余暇活動の不活性さが気になるところである。

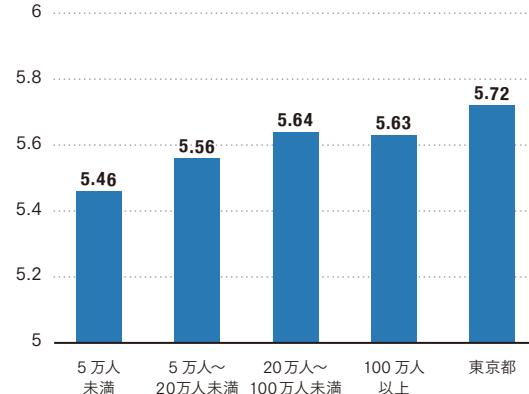
最後に、東京と地方の幸福度について、国連持続可能な開発ソリューション・ネットワーク(SDSN)が、毎年発表する世界幸福度ランクイング(『World Happiness Report』)と同じ質問形式(キャントリル・ラダー：以下ラダーと略)で測定した10点満点の人生評価の平均値をみて、地方から集めた人口のUターンを堰き止めることで一極集中の背景となっている「東京の暮らし」のまとめとしたい。

図11を見ればあまり詳しい解説は必要ないだろう。東京都の幸福度はそれ以外の地域よりも高く、東京都以外の地域では人口20万人を下回ると平均点が下がっていく。

ところが、これは少々奇妙なところがある結果である。『地方創生のファクターX』では同じ質問形式(ラダー)でたずねた東京都の

[図11] 人口規模別的人生評価(ラダー)

(点)



幸福度は、47都道府県の中で28位と決して上位ではない。たとえば1位沖縄県、2位滋賀県、3位奈良県など、都道府県別にみれば東京都よりも幸福度の高い地域はいくらもある。しかし今回、東京都以外の地域を基礎自治体の人口規模別に区分してみた場合は、人口20万人以上の地域(中核市や政令市)のほうが20万人未満の地域よりも幸福度は高く、中核市や政令市クラスよりも東京都のほうが幸福度は高いという結果になった。これはしかし、都市規模の違いによる平均所得(所得が個人の幸福度(ラダー)にプラスに作用することは幸福度研究の一般的な了解である)や雇用や消費などの生活環境の違いを考えれば、さほど無理のない解釈が可能である。むしろ都道府県別のランキングで幸福度の高さ低さを説明しようとするほうが、複雑な議論を必要とする。データが示すところを素直に読めば、人口規模の大きい地域に暮らすことは相対的に人の幸福

度を高めていて、その頂点に人口1400万人の東京都が存在している、というのが現実である。幸福度と人口増減の間の因果関係は分析されているわけではないものの、人口規模が小さい自治体ほど人口減少率が高い、という一般的な傾向があることは留意しておいてもいいかもしれない。

ところで、東京都の5.72と5万人未満の5.46の差は、ごくわずかではないかと思う人もいるかもしれない。参考までに、国連の幸福度ランキング2022年版にあててみれば、東京都の5.72は69位のドミニカ共和国(5.737)あたり、5万人未満の5.46は80位のロシア(5.459)あたりに相当し、世界ランキングで10ランクほどの差になる^[8]。その差を大きいとみると小さいとみると、もちろん人それぞれではあるが。

東京一極集中には、地方が衰退することだけでなく、巨大災害への脆弱性など国全体への重大な弊害はある。しかしながら、東京一極集中は人々の自由な選択の結果であり、地方で生きるよりも東京(や大都市)で生きるほうが幸福になれると考えている人が多いから起こっている現象である。地方創生はその点を直視しなければならない。地方創生の議論では、しばしば「なにもわざわざ東京で暮らさなくても、本当は地方都市のほうが暮らしやすいのに」といったニュアンスが言外に語られることがある。しかし、ここまで見てきたデータは、「地方こそ幸せだ」的な暗黙の前提は、地方創生に取り組む関係者ならではのバイアスがかかったものではないのか、と呟いているように思える。

たとえば、国土交通省が主催した「企業等の東京一極集中に関する懇談会」(2019年～2021年)に国土政策局が提出した資料では、東京都の平均可処分所得は全国47都道府県の中で3位と高いけれど、中央値で見れば12位で、住宅コストや食費など基礎支出と費用換算した通勤時間を差し引けば、東京都の中間層の経済的な豊かさは全国で最下位であることが示されている。これを受けたとりまとめ資料には、一極集中を緩和させる可能性として「『豊かさ=賃金の高さ』からの意識転換」を掲げ、取組の方向性のひとつとして「『真の豊かさ』の実現に向け、判断の材料となるさまざまな情報の提供」が示された。東京は思われているほど経済的に豊かではない。むしろ地方に移住したほうが経済的にゆとりのある生活ができる。実質を知れば地方移住者は増えるはず、と提案したいのもしない。

けれどこのデータはむしろ、人は実質可処分所得の多寡で住む場所を選んでいるわけではない、という動かぬ事実を示しているだけ

ではないのか。同資料によれば東京都に次いで実質可処分所得が低いのは、46位沖縄県、45位大阪府、44位千葉県、43位神奈川県となっている。言うまでもなくいずれも転入超過のエリアだ。沖縄県にいたってはUターンが全国平均に比べて群を抜いて高く、最新の統計(2022年1月1日時点の住民基本台帳)でも47都道府県の中で2021年にも人口が増えた唯一の県である。

東京や沖縄に人が集まっているのは、皆が判断の材料を持たないため合理的な選択ができていないせいなのか。実現すべき「真の豊かさ」とはどのような実態を持ったものなのか、とりまとめ資料ではひと言も触れられてはないが、それは実質可処分所得で買えるものなのだろうか。人々が考える「真の豊かさ」= 幸福観を、実質可処分所得という狭苦しいフレームに閉じ込めてしまっているのではないか。

何度も繰り返すが、地方創生政策はもういい加減、人々の幸福(Well-being)に真正面から取り組むべきだ。地域の人々の幸福度を高める「人生の楽しさ・面白さ」と、多様な幸福を実現するための寛容性について真剣に取り組まなければ、雇用創出などにつき込んでいる投資の効果も半減してしまうようと思える。

2-4. LIFULL HOME'S 総研オリジナル 「遊び」と幸福・寛容に関する調査

では、いよいよ本調査の主テーマである“遊び”についてみていくことにする。

今回の調査研究プロジェクトで実施した調査は、外食やショッピング、娯楽やレジャー、観光・レジャーのような消費活動的なものから、テレビやネット・SNSなど暇つぶしの性格が強いもの、芸術や文化にかかるもの、自己啓発的な勉強や習い事、ボランティアまで、非常に広範囲の趣味や娯楽、レジャーなどに関する「遊び」活動を対象とする。プロジェクトチームではまず、99項目の余暇・娯楽の活動実態について予備調査を実施し、その結果を因子分析にかけて、回答パターンの共通性(因子)に基づく以下の13のジャンルにグルーピングした。そして本調査では、具体的な項目事例を併せて13ジャンルの「遊び」を提示したうえで(図12)、普段の生活での行動率を「よくしている」「時々している」「ごくたまにすることがある」「まったくしない」の4段階でたずねた。なお予備調査からのジャンル分けの手続きについては82p～83pに掲載している。

調査時期は2022年6月。足下では第5波も落ち着き、行動制限の要請などは出ていなかったとはいえ、2年以上続くコロナ禍を通じ

[8] なお、2022年版の『World Happiness Report』では、日本は6.039点で54位に位置づけられているので、本プロジェクトの調査(5.58)はかなり低めのスコアが出たようである。調査対象者の年齢別の構成比が異なる(本調査の対象は18歳～69歳、各年代は均等に割付け、『World Happiness Report』は15歳以上の1000名が対象)ためと思われる。
<https://worldhappiness.report/>

[図12] 今回の調査で提示した「遊び」の13ジャンル

① 街歩き・グルメ

- 評判のよい飲食店、話題のスイーツ店やパン屋を回る
- 街歩き・ウィンドウショッピング
- こだわりのカフェや本格的なバーを楽しむ、地元の飲み屋やバー、スナックで酒を飲む
- 食フェスやビアフェスで食べ歩き ●フリマや、朝市、マルシェで買い物 など

② アウトドアレジャー

- キャンプ・グランピング、アウトドアサウナ ●海水浴、川・湖遊び、釣り
- サーフィン、ボディボード、水上バイク、ヨット、クルーザー、ダイビングなどマリンレジャー
- SUP やカヤックなどウォーターレジャー ●スキー、スノーボード、アイススケート
- 登山、森林浴、ハイキング、トレッキング など

③ テレビ・ネット・SNS

- テレビやネット（ストリーミング）でドラマや映画、スポーツ、音楽を鑑賞
- YouTube 等の動画サイトで動画を視聴
- Twitter、Instagram、FacebookなどのSNSを見る、自ら投稿する など

④ 観劇・コンサート

- 劇場で演劇やミュージカル、クラシック、オペラ、バレエを鑑賞・観劇
- ポップス、ロック、ヒップホップのライブやコンサートに出かける
- クラブやライブハウス、野外フェスに出かける ●劇場で映画を鑑賞
- 劇場で漫才やお笑いライブ、芸能ショーなどを楽しむ など

⑤ 近場レジャー

- バーベキュー、ピクニック
- ドライブ、ツーリング、クルマ、バイク、自転車のメンテナンス、手入れ
- 散歩、公園、児童公園で遊ぶ・くつろぐ
- DIY、日曜大工、ガーデニング、家庭菜園、盆栽、庭いじり
- 花見、梅狩り、果物狩り、野菜狩り、きのこ狩り など

⑥ 教養・勉強・モノ作り

- アートギャラリーや美術館、芸術祭でアート鑑賞 ●図書館や資料館、博物館
- 学術系、ビジネス系の専門書、趣味、自己啓発関連本の読書
- 資格取得や仕事のための勉強、語学の勉強
- 絵画やグラフィックデザイン、彫刻の制作、陶芸、手芸、木工、模型などものづくり
- バンド活動 など

⑦ ボランティア・地元のつきあい

- ボランティアやチャリティ活動に参加する ●お祭りや地域イベントに参加する
- 友人を招いてホームパーティや宅飲み ●銭湯、共同浴場
- 町内会・自治会、PTA 等の地域の活動 など

⑧ 習い事・古典

- 楽器演奏、合唱、声楽、ヴォーカルレッスンを習う
- 日本舞踊、神楽、民謡、詩吟、能など伝統芸能を習う
- ジャズダンス、創作ダンス、ヒップホップダンス、ソシアルダンス、フラダンスなどを習う
- 着物の着付け、華道、茶道、習字、和歌、俳句、川柳を習う
- 劇場で歌舞伎や能、文楽、落語などの伝統芸能を鑑賞
- 古典文学を読書、昔の名作映画を鑑賞 など

⑨ スポーツ

- 競技場でサッカーや野球などスポーツを観戦
- 筋トレ、フィットネス、スイミング、ジョギング、ランニング、ヨガ・ピラティス
- 草野球やサッカー・フットサル、バレーボールなどチームスポーツ
- テニス、ゴルフ、ボルダリングなど個人スポーツ
- 武道、武術、格闘技、ボクシングなどの格闘技
- サイクリング、マウンテンバイク、スケートボード、BMX など

⑩ ショッピングモール・ファミレス（ロードサイド系）

- ショッピングモール、アウトレットモールでショッピング
- 遊園地、テーマパーク、動物園、水族館、サービスエリアで遊ぶ
- ファーストフードやファミリーレストラン、フードコートで食事 など

⑪ アニメ・ゲーム・アイドル

- マンガ・アニメを鑑賞する ●家庭用・携帯用ゲーム
- アイドルのコンサートやイベント、ドラマや映画・アニメの聖地巡り
- フィギュア、プラモデルなどのコレクション ●コスプレ、コミケイベント など

⑫ 遊興・娯楽施設

- 健康ランド、スーパー銭湯 ●カラオケ ●麻雀、囲碁、将棋
- キャバレー、キャバクラ、ホストクラブ、スナック
- パチンコ・スロット、競輪・競馬・競艇などのギャンブル
- ボーリング、バッティングセンター、ダーツバー、ゲームセンターなどの遊戯施設 など

⑬ 観光・旅行

- 温泉旅行、国内旅行 ●海外旅行
- 史跡や名建築、景勝地、神社仏閣など各所訪問 ●グルメ旅行、ワイン旅行 など

て、私たちの日常生活では外食やレジャー・観光などの「遊び」がすっかり不活性化してしまい、「遊び」の行動を調査するには最悪のタイミングだと考えられた。そこで質問文には「※コロナ禍で最近の行動が減った方も、過去5年間くらいのコロナ以前の生活を総合してお答えください」との注釈を入れたものの、コロナ前の2016年に実施された総務省「社会生活基本調査」と比べて行動率は低めに出ているようである。

2-5. 個人属性による「遊び」の実態

常識的に考えて、「遊び」の内容や活動量は性・年代や収入によって大きな影響を受ける。なので、まず基本的な傾向として属性別の「遊び」の実態から確認しておく（図13）。

性・年代別と世帯年収別に、各ジャンルの遊びを「よくしている」から「ごくたまにすることがある」の合計値を図13に表している。全体の回答では、「テレビ・ネット・SNS」（83.7%）の実施率が最も高く、「ショッピングモール・ファミレス」（76.7%）、「観光・旅行」（67.4%）、「街歩き・グルメ」（65.9%）が続いている。

男女別にみると、女性では「ショッピングモール・ファミレス」「街歩き・グルメ」「観劇・コンサート」など都市的な環境で行われる娯楽が男性よりも高い。男性が女性よりも多いのは「アニメ・ゲーム・アイドル」「遊興・娯楽施設」「スポーツ」である。それに年代別をかけ合わせると、男性では「アニメ・ゲーム・アイドル」「遊興・娯楽施設」「スポーツ」を除いて、20～30代で全体的にスコアが低めで、「観光・旅行」「近場レジャー」「アウトドアレジャー」「ボランティア・地元のつきあい」など年齢層が高くなるほど実施率が高くなっている。女性は「テレビ・ネット・SNS」「アニメ・ゲーム・アイドル」「遊興・娯楽施設」「アウトドアレジャー」は、20～30代でもっとも高くなるが、それ以外は年齢層が高いほうが実施率は高い。

「遊び」の実施率は、性・年代別よりも世帯年収別のほうが劇的な違いが表れる。「テレビ・ネット・SNS」、「アニメ・ゲーム・アイドル」以外はすべて、世帯年収が高いほど実施率が高くなり、世帯年収800万円以上を境に、全体平均との差が10ポイント以上になる項目が目立つ。特に「観光・旅行」「街歩き・グルメ」「スポーツ」「アウトドアレジャー」では収入による差が大きく、世帯年収200万円未満と1500万円以上では実施率に30ポイント以上の差がついている。

次に13ジャンルでの提示とは別に「遊び」を78項目に細分化したメニューとして提示し、余暇や休日に「しているもの」を複数回答で選んでもらった。詳細な結果は86p～92pに掲載している通りだが、ここでは1人あたり何個の選択肢が選ばれたのか、「遊び」の個数に注目する（図14）。「遊び」にどれくらいの広がりがあるかを確認するためだ。

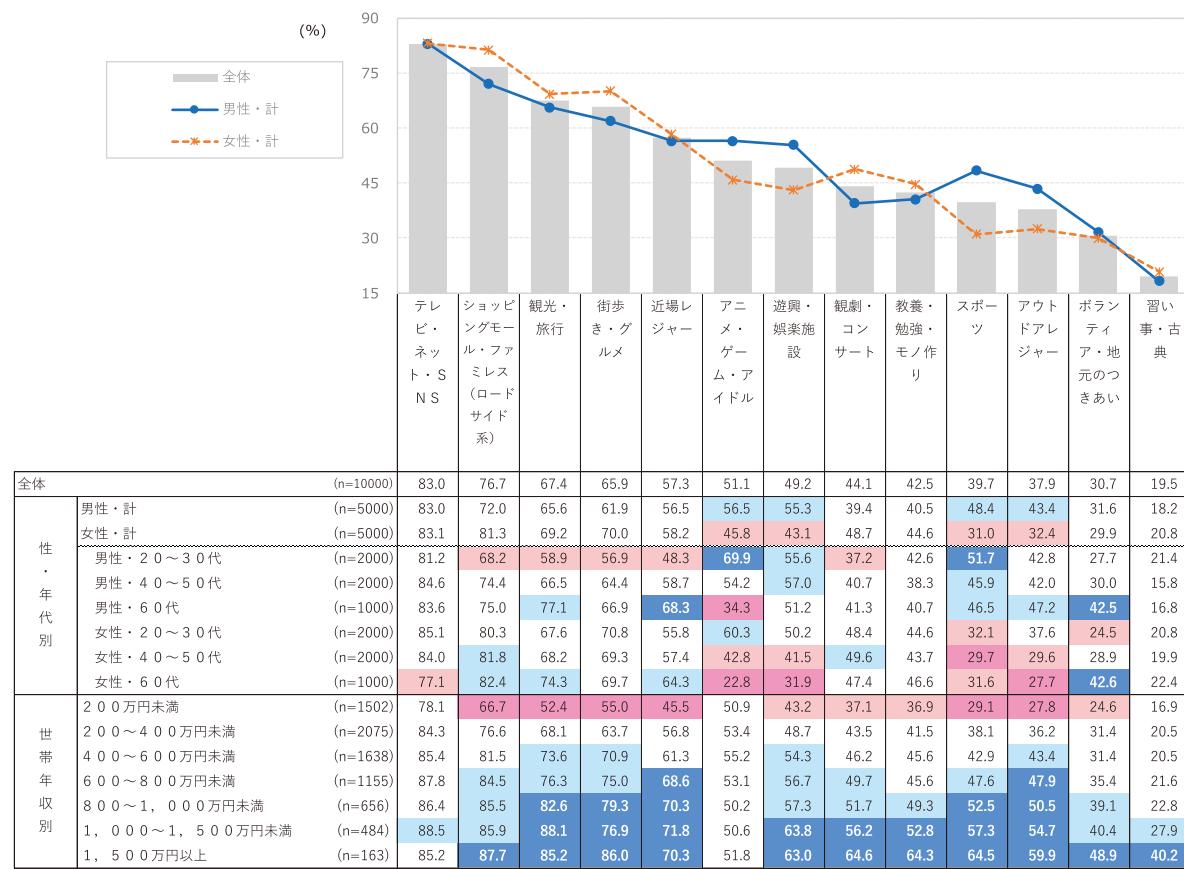
やはりここでも世帯年収の影響は大きく、年収200万円未満と

[図13] 属性別「遊び」の実施率

■ジャンル別遊びの実態：『している・計』一覧（全体／各单一回答）

あなたの趣味や娯楽、好きな余暇の過ごし方をお聞きします。あなたが普段、仕事や家事、学校以外の時間が出来た余暇や休日に、以下のようないく活動をどの程度していますか。

※コロナ禍で最近の行動が減った方も、過去5年くらいのコロナ以前の生活を総合してお答えください。



※全体値より10pt以上高い数値 ■ / 5pt以上高い数値 ■ / 5pt以上低い数値 ■ / 10t以上低い数値 ■ 署掛け

※全体値の降順ソート

Q2-1

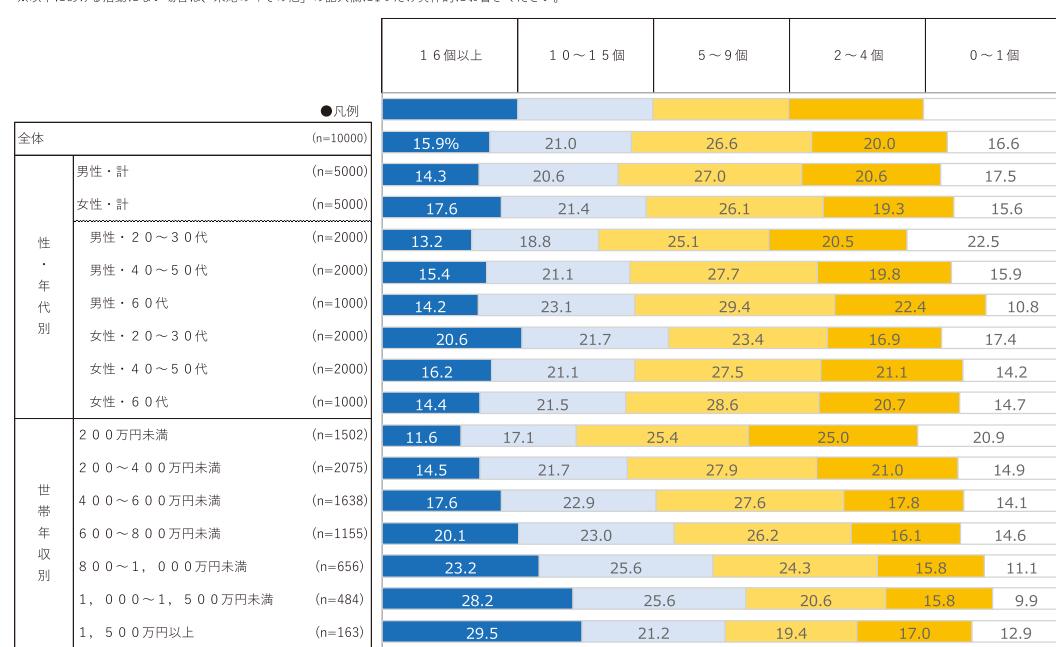
[図14] 属性別「遊び」の実施個数

■遊び【詳細】の個数分布（全体）

この5年くらいの間に、あなたが余暇や休日に「していること」について、具体的にしていることをお答えください。

※コロナ禍で最近の行動が減った方も、コロナ以前の生活を総合してお答えください。

※以下にあげる活動にない場合は、末尾の「その他」の記入欄に1つだけ具体的にお書きください。



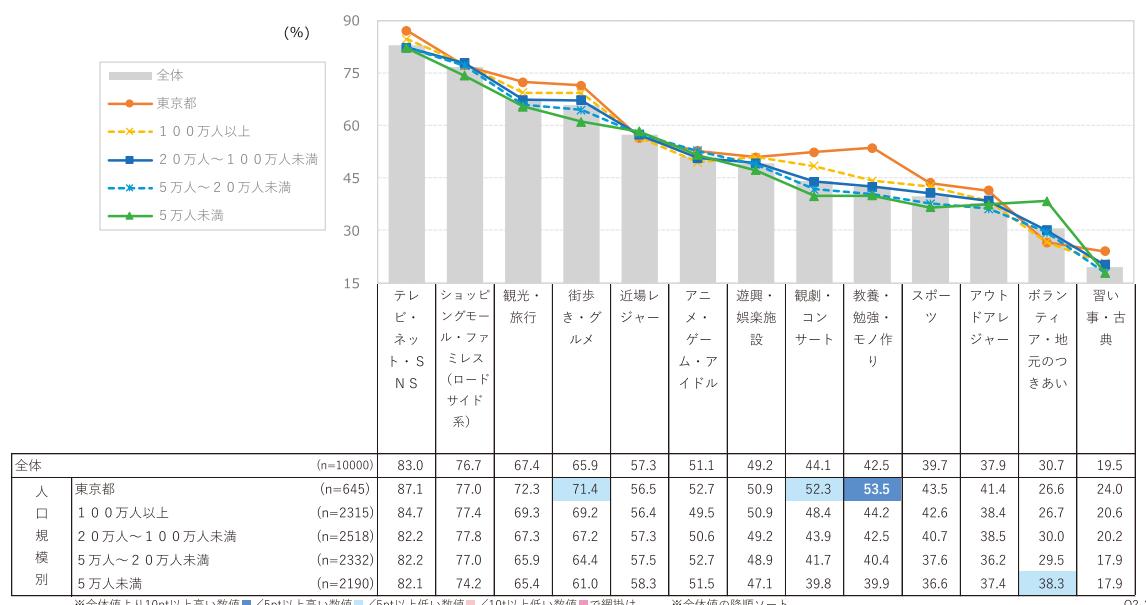
Q3-1

〔図15〕都市規模別の「遊び」実施率

■ジャンル別遊びの実態：『している・計』一覧（全体／各単一回答）

あなたの趣味や娯楽、好きな余暇の過ごし方をお聞きします。あなたが普段、仕事や家事、学校以外の時間が出来た余暇や休日に、以下のような活動をどの程度していますか。

※コロナ禍で最近の行動が減った方も、過去5年間くらいのコロナ以前の生活を総合してお答えください。

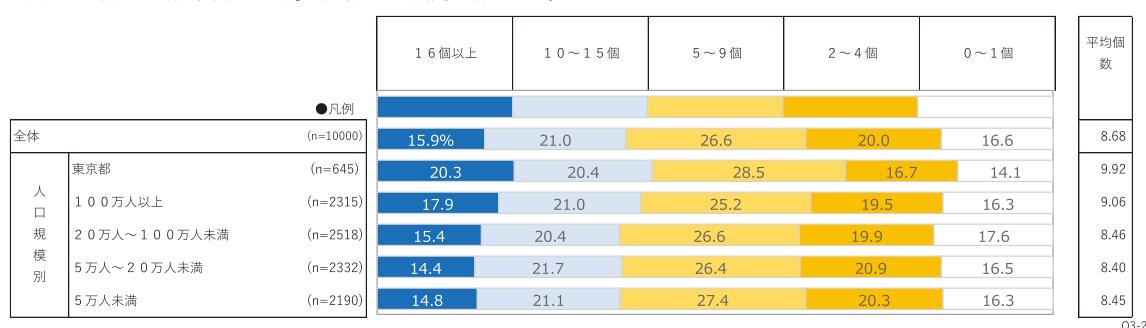


〔図16〕都市規模別「遊び」の実施個数

■遊び【詳細】の個数分布（全体）

この5年くらいの間に、あなたが余暇や休日に「していること」について、具体的にしていることをお答えください。※コロナ禍で最近の行動が減った方も、コロナ以前の生活を総合してお答えください。

※以下にあげる活動がない場合は、末尾の「その他」の記入欄に1つだけ具体的にお書きください。



1500万円以上では、「16個以上」の割合が11.6%から29.5%と2倍以上の開きがあり、平均個数も7.16から11.83と増える。性・年代別にみると、男性では20～30代の平均個数がもっと少なく、女性では逆に20～30代がもっと多く、年代が上がると個数が減っていく。男性の20～30代はもっとも「0～1個」の割合が多く、「遊び」の平均個数も少ない。

以上で確認できたことは、現状では「遊び」の活動量(頻度×種類)は収入の多寡に大きく依存しているという実態である。「遊び」のほとんどが市場経済の商品・サービスとして提供され、その消費は各世帯・個人に委ねられている以上、当たり前といえば当たり前の結果ではある。しかし、「遊び」は文化の大きな部分を占める、というやや乱暴な —とはいえ、ホイジンガの遊び理論^[9]に即した— 仮定が成立するとすれば、日本人の文化的水準はほとんど市場経済に委ねられている、ということでもある。

どんな「遊び」は高尚/低俗、どんな「遊び」は文化的/文化的でない、あるいは、好ましい/好ましくない、という手の議論をするつもりはないけれど、たとえば映画館で映画を鑑賞すること、劇場で演劇や音楽(ポピュラー・ミュージックも含めて)を鑑賞すること、図書館や博物館を利用すること、美術館や芸術祭でアートを鑑賞すること、アウトドアで自然と触れ合うこと、スポーツを楽しむことなど、国民の文化的教養を涵養する活動も、学校教育以外の世界ではほとんどすべて市場経済任せになっているのである。収入に関係なく広く国民が享受している「遊び」は、テレビのほかは、YouTube等の動画サイト、ネットのストリーミングサービス、SNSなど、海外の巨大IT企業が提供するプラットフォームの上で流通するものばかりである。地方創生政策で「地域独自の文化を磨いて」のように語られるお題目が、たいへん心許なく感じられる現実ではないだろうか。

2-6. 東京と地方での「遊び」の実態

ここでは、東京一極集中の背景として“遊び”があるのではないか、という仮説に基づき、東京都と人口規模別に分けた東京都以外の地域の違いをみていく。ただし、先に確認したように「遊び」の活動は、個人の属性とりわけ収入によって大きな影響を受けているという事実を前提としたうえでみる必要がある。

13ジャンルでたずねた「遊び」の実施率は図15の通り、人口規模による格差は、先にみた世帯年収による格差ほど決定的なものではない。

ただそうは言っても、詳しく見ていくと「テレビ・ネット・SNS」「観光・旅行」「街歩き・グルメ」「観劇・コンサート」「教養・勉強・モノ作り」「スポーツ」「習い事・古典」など、多くのジャンルの「遊び」は人口規模が大きくなるほど実施率が高くなる傾向があり、東京都がトップになる。逆に「近場レジャー」と「ボランティア・地元のつきあい」は人口規模が小さいほど実施率が高く、5万人未満で最多となる。

東京都の実施率が全国平均に対して5ポイント以上高くなっているのは、「街歩き・グルメ」と「観劇・コンサート」と「教養・勉強・モノ作り」で、特に「教養・勉強・モノ作り」は100万人以上の大都市に対しても10ポイント近い差をつけている。この3つのジャンルを詳細にたずねた項目で確認すると、「街歩き・ウインドウショッピング」、「評判のよい飲食店や話題のスイーツ店・パン屋を回る」、「こだわりのカフェや本格的なバーを楽しむ」、「劇場で映画を鑑賞」、「劇場で演劇やミュージカル、クラシックなどを鑑賞」、「図書館や資料館、博物館」などが全国平均に比べて高く、こうした余暇シーンが東京の暮らしの魅力とも言えそうだ。あと興味深いのは、「アウトドアレジャー」のジャンルでも東京都がもっとも実施率が高いことである。地方の人から見れば少々滑稽な光景かもしれないけれど、環境としては不利なはずの東京の人たちが、自然が身近にある地方の人よりもむしろ積極的に海や山に出かけて遊んでいる姿がうかがえる。

詳細な項目で選択してもらった「遊び」の平均個数は、東京都9.92、100万人以

上9.06、20万人～100万人未満8.46、5万人～20万人未満8.40、5万人未満8.45と、おおむね人口規模が小さくなるほど少なくなる(図16)。ただし、5万人未満のほうが5万人～20万人未満よりも若干多くなっていて、前にもみたように5万人～20万人未満の地域は「遊び」の幅においても谷になっている。

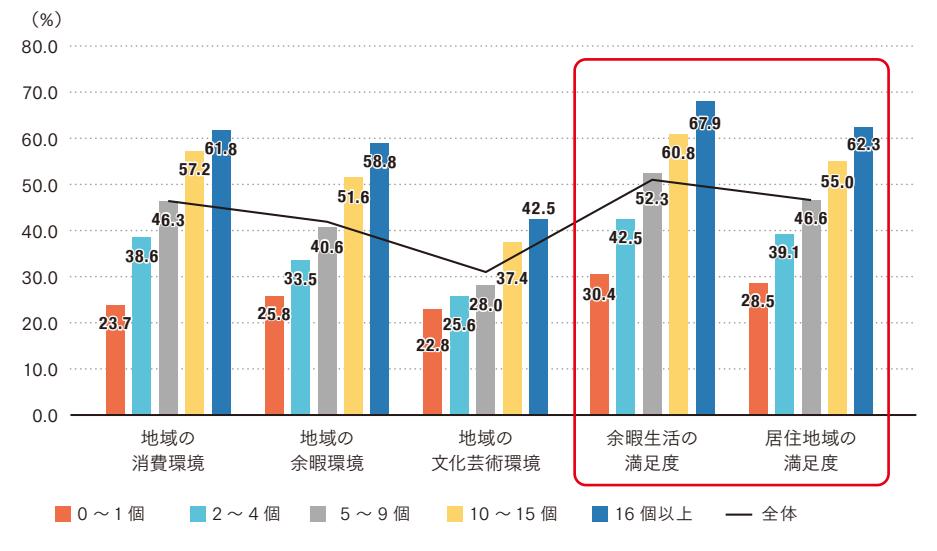
東京都は「遊び」の数が「16個以上」の割合でも平均個数でも、100万人以上の都市も含めて地方を上回っていることは確かであるとはいえ、「遊び」の活動量で比べる限り、年齢層や収入別でみられたような大きな格差が地域間であるとは言えない。それでもなお、図10で見られたように、東京都の余暇環境に対する満足度や余暇を「自由に楽しくやれている」満足度は、地方都市を明確に上回っている。このことからは、東京都と地方都市の間には「遊び」の活動量だけではなく、アンケート調査ではすくい取ることが難しい「遊び」の質的な違いも小さくないのかもしれない。

3 遊びは地域に何をもたらすのか

3-1. 「遊び」と地域の魅力

いろいろな趣味を広く楽しむことと、数は少なくとも質の高い趣味を深めていくこと。どちらが豊かな余暇生活なのかについては人

〔図17〕「遊び」の個数別生活環境満足度



[9] ホイジンガ『ホモ・ルーデンス』については、序章26p～27p、および渡會智子氏の論考34p～47pを参照

によって意見が分かれるところではある。本調査では「遊び」の質についてデータを取れていないので、普段の生活でしている「遊び」の個数を活動量の変数として、地域の生活環境に対する満足度を比べてみる。

図17を見れば相関係数を算出するまでもなく、「消費環境」「余暇環境」「文化芸術環境」の満足度はやはり「遊び」の個数と強く相関していることが分かる。「遊び」の個数が増えていくに従い環境への満足度は直線的に上昇し、「0～1個」の層と「16個以上」の層では、満足度のスコアは2倍ほどの開きになる。

ただし「文化芸術環境」の満足度は、「消費環境」や「余暇環境」と比べると満足度のスコア自体が低く、また「遊び」の個数による違いがさほど大きくなない。「0～1個」から「5～9個」までは満足度の差は5ポイント程度の範囲で、また「16個以上」の層でも満足度の水準は42.5%に留まり、6割前後のスコアになる「消費環境」や「余暇環境」の満足度よりも低い。この結果からだけで断言することはできないものの、「文化芸術環境」については、「遊び」の活動量だけで説明することができない部分、つまりコンテンツの深みや質といった定性的な要因の影響が大きいのではないかと推察される。

「余暇生活の満足度」と総合的な「居住地域の満足度」についても確認すると、やはりどちらも「遊び」の個数が多いほど満足度は高くなっている。少なくとも多様な「遊び」を実施している人ほど、自分の余暇生活や居住地域を高く評価している、ということは確実である。

3-2. 「遊び」と移住意向

地方創生の人口ビジョンの文脈でみると、余暇生活の満足度はどのような意味を持つだろうか。先のデータで、「遊び」の活動量と居住地域に対する総合的な評価とは強い相関があることは確認されているので、ここではより直接的に、地域からの人口流出を意味する離脱意向との関係を見ておく。どの程度「いまお住まいの地域から出たい（移住したい）」と思うかを、「ぜひ出たい（移住したい）」から「全然出たい（移住したい）とは思わない」の7段階でたずね、「ぜひ出たい（移住したい）」「出たい（移住したい）」「どちらかと言えば出たい（移住したい）」の3つを離脱意向として計算した結果を、領域別の生活環境についてそれぞれ「不満」と回答した層で比べてみる（図18）。

全体での離脱意向24.8%を基準にして見れば、各領域の生活環境を不満に思っている層がいま住んでいる地域を出たいという意向は一様に高く、何か個別の領域が特別に離脱意向を押し上げているというわけではなさそうである。そのような中でもっとも離脱意向が高いのは「地域の気風や気質」につ

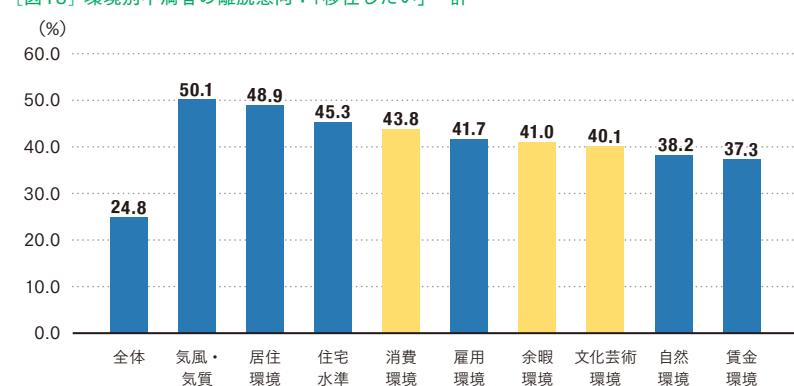
いて不満を感じている層の50.1%である。これは『地方創生のファクターX』で地域の寛容性の低さは離脱意向と相関関係があるという結果を追認するものであろう。続いて「居住環境」不満層（48.9%）と「住宅水準」不満層（45.3%）での離脱意向が高い。これは、たとえば子育て環境や通勤利便性が悪いことや、家が手狭・家賃が高い・古いなどの不満は住み替えの動機につながるので、地域をまたいだ引っ越し意向として理解可能である。

その次に離脱意向につながる不満は「消費環境」の43.8%である。もともと提示した選択肢の原文は「買い物や外食を楽しむ地域の消費環境」なので、日々の買い物が不便だというような不満ではなく、娯楽としての消費環境へのニュアンスが強い。さらに「余暇環境」不満層も41.0%、「文化芸術環境」不満層も40.1%となっており、これらを広く地域の「遊び」環境と捉えれば、それに不満を感じている層の離脱意向は、地域の「雇用環境」の不満層（41.7%）とほぼ同程度であり、地域の「賃金環境」に不満を持つ層の離脱意向（37.3%）よりも高くなっている。

これに関連する興味深いデータを、社会デザイン研究家の三浦展氏の寄稿「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」（210p～224p）の中に見つけることができる。三菱総合研究所の3万人調査「生活者市場予測システム」のデータを使って三浦氏が分析したところによると、地方から東京都へ移住を希望する中高年男性（40代～60代）で、移住理由として「移住先で自分の趣味を楽しむため」や「移住先に文化的な魅力があるから」をあげる割合が、若年層よりも高いのである。女性でも40代を中心と同じような傾向が見られる（218p）。

若い層の地方から東京への移住は、進学や就職というライフステージの変化が主要な理由であり、まだ20歳前後であれば「遊び」の経験も少ない。なので、東京への移住の理由として「遊び」はあまり強く意識されないだろう。ところが、ある程度年齢が上がり収入や資産とともに「遊び」の経験値も増えれば、地元の余暇や文化

[図18] 環境別不満者の離脱意向：「移住したい」・計



の環境に対する不満を自覚し、東京の「遊び」環境に対する志向性が生まれてくる、ということだろうか。三浦氏も、東京へ移住したいと言っている同級生のエピソードを紹介しているが、東京のタワーマンションを購入して、定期的に上京して、お芝居だ・コンサートだ・ゴルフだ・ショッピングだ・グルメだと東京で遊んでいる地方の富裕層は多い^[10]。地元には彼らを満足させられるコンテンツがなく、また地元で派手に遊んでいると後ろ指をさされるからだ。

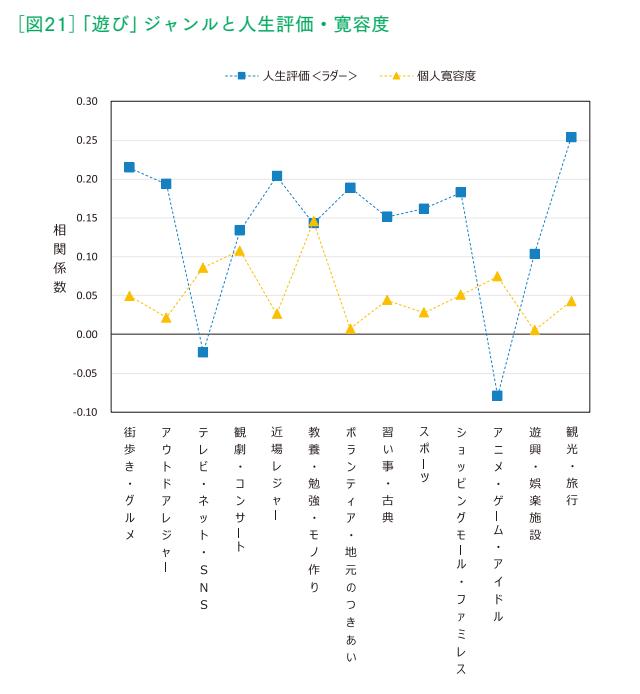
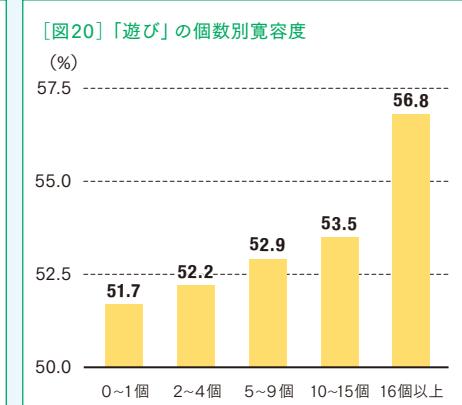
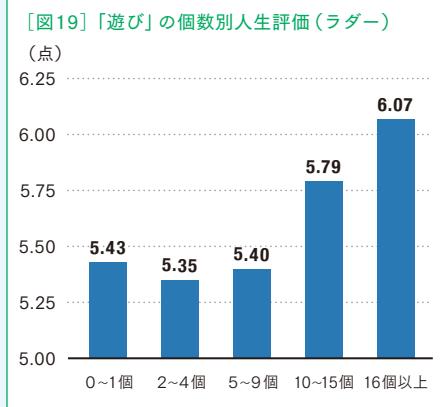
もう一つ、三浦氏も「極めて興味深い」と論じているのは、移住希望の理由として「場所を選ばずに働けるようになったから」を選んだ割合が、移住希望者全体よりも地方から東京への移住希望者のほうが高いというデータだ。特に男性40代と女性20代・30代で高い。ICTの発達やテレワークの浸透は、東京から地方への移住のハードルを下げるだけではなく、地方から東京への移住のハードルも下げる。あたかも高速道路や新幹線を整備すれば都会からの観光客が増えると思ったら、日帰り客が増えただけでなく、地元の消費が都会に吸い上げられたストロー効果のような笑えない事態もあり得るということだ。岸田政権のデジタル田園都市構想の意義や重要性を否定するつもりはないが、デジタル化の恩恵は東京から地方への一方通行ではないし、そもそもデジタルは打ち出の小槌ではない、ということは認識しておくべきだろう。

3-3. 「遊び」と幸福、「遊び」と寛容

よく遊んでいる人は幸福なのか、寛容なのか。それは本調査の根幹となる問い合わせであり、ひいては『“遊び”からの地方創生』の提案の妥当性を決定する。「遊び」と幸福度と寛容度の関係を「遊び」の個数別に確認してみることから検証を進めたい。

まず幸福度から。ここでみる幸福度は、国連の幸福度ランキングと同じ質問形式（ラダー）で聞いた人生評価である。「0～1個」から「5～9個」までは人生評価は5.4点前後でスコアにほとんど差はない、「遊び」と幸福の運動は認められない。しかし「10～15個」になると5.79へ跳ね上がり、さらに「16個以上」では6.07点に達する。「遊び」の活動量がある閾値を超えたたら、人生評価を大きく押し上げる力が発生するのかもしれない。

寛容度は本調査において重要な指標なので、少し詳しく説明して



おく。

今回の調査では、『地方創生のファクターX』で測定した「女性の生き方」「家族のあり方」「若者の信頼」「少数派の包摂」「個人主義」「変化の受容」の6つ分野から2項目ずつ抜粋する形でコンパクトに指標を設定した。また『地方創生のファクターX』では、地域社会や自分の周囲の人たちがどういう状況であるか（周囲寛容度）を測定したのに対して、今回は自分の考え方としてどう思うかという自己認識（個人寛容度）を測定している。たとえば「女性の生き方」では、「女性は家庭や子育てを最優先した方がいい」と「管理職になる女性がもっと増えるべきだ」のように、封建的な性役割分担を支持する保守的な意見と、社会におけるジェンダーフリーを支持する自由主義的な意見を提示して、自分自身の考え方として当てはまる度合いをそれぞれ4段階で回答させた。その上で、前者の項目は「全然当てはまらない」「あまり当てはまらない」の合計を、後者の項目は「とても

[10] たとえば、櫻井幸雄のコラム「知られざる数億ションの世界（2）夜、照明がつかない住戸には大型金庫がある」などを参照。

<https://news.yahoo.co.jp/byline/sakuraiyukio/20220624-00296901>

当てはまる」「ある程度当てはまる」の合計を寛容度のスコアとして使用した。

結果は図20の通り、個人の寛容度は「遊び」の数との相関関係が強く、特に「16個以上」では一段と寛容度が高くなる。

大枠としては、よく遊んでいる人ほど幸福度が高く、また自由や平等を重んじるリベラルな価値観を持つ傾向が強いと言えそうである。それを踏まえて、ここから後は「遊び」と幸福度、寛容度の関係についてもう少し詳細な分析に踏み込むことにしよう。なお、ここからの重回帰分析を使った分析の詳細は、九州大学大学院の有馬雄祐助教が本調査のデータを使って分析した146p～170pを参照いただきたい。

3-4. 「遊び」は人を幸福にするか？

「遊び」の幅として単純にカウントした実施している「遊び」の個数ではなく、どのような「遊び」が幸福度や寛容度と関係が深いのか、13のジャンルでたずねた「遊び」の実施率（頻度）との相関係数を算出してみた。結果は図21に示す通り、ほとんどのジャンルの「遊び」は幸福度および寛容度と正の相関関係にあることがまずは分かる。ところが、「テレビ・ネット・SNS」と「アニメ・ゲーム・アイドル」だけは、相関係数がマイナスとなっている。ただしこれはあくまで相関関係なので、「テレビ・ネット・SNS」や「アニメ・ゲーム・アイドル」が人を不幸にするという因果関係を示しているわけではない。

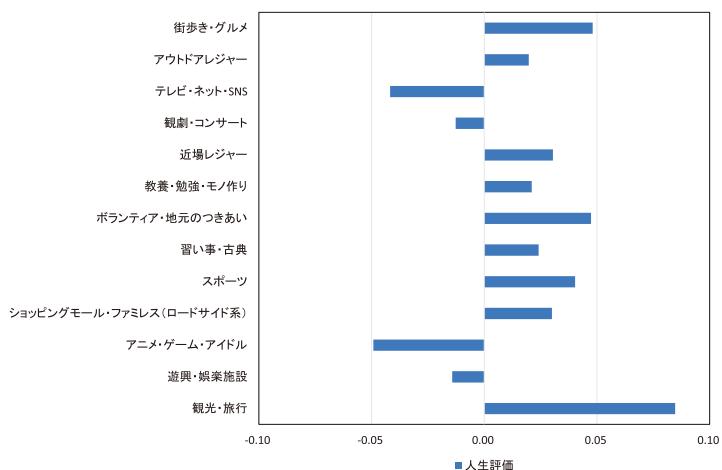
もとより、幸福度（ラダー）は個人の属性による影響度が大きい指標である。一般的には、女性であること、既婚であること、子どもがいること、そして何より収入が多いことは、そうでない人に比べて幸福度を押し上げる効果があると知られている。また属性別の分析で確認したように、「遊び」の活動量もまた性・年代や世帯収入の影響を受け、特に収入の高さは「遊び」の活動量に非常に大きな影響力がある。

そこで重回帰分析という手法を使い、これら個人属性による影響を統制する形で「遊び」のジャンルが幸福度へ与える効果を検証してみる。次のような結果が得られた（図22）。

まず言えることは、多くのジャンルの「遊び」に幸福度を押し上げる効果が認められるということだ。この結果は、基本的な構造として本調査研究プロジェクトの仮説を支持するものである。特に「観光・旅行」、「街歩き・グルメ」、「ボランティア・地元のつきあい」は幸福度を上げることに対して強い効果（標準化偏回帰係数）がある。「スポーツ」「習い事・古典」「ショッピングモール・ファミレス」も、影響度は少し弱いながらも、幸福度に対してポジティブに作用する。

「テレビ・ネット・SNS」と「アニメ・ゲーム・アイドル」は、個人の属性による影響を統制してもなお、幸福度に対して強いネガティブな効果が観測された。ただし、この結果の解釈には十分注意を払う必要がある。「テレビ・ネット・SNS」や「アニメ・ゲーム・アイドル」

[図22] 「遊び」ジャンルの人生評価に対する影響度（標準化偏回帰係数）



が人を不幸にする、という単純な構図で理解することは避けたいところだ。なぜなら、「テレビ・ネット・SNS」の実施率は回答者全体で83.0%と、幸福度の高い人も低い人もほとんどの人がやっている余暇活動である。「アニメ・ゲーム・アイドル」も実施率は51.1%に達する。やれば不幸になる「遊び」をそれだけ多くの人が日常的に楽しんでいる、というのは常識的に考えて合理的な理由が見つからない。おそらくは、個人属性では統制されなかった何か別の要因で幸福度が低い人が、「テレビ・ネット・SNS」や「アニメ・ゲーム・アイドル」をより頻繁に長時間する傾向がある、という状況が推定される。

「テレビ・ネット・SNS」と「アニメ・ゲーム・アイドル」に共通するのは、他のジャンルの「遊び」よりも「家で、一人で」という性格が強いという点だ。一方、幸福研究では、社会とのつながりは幸福度にとって極めて重要な要素であることは、長年の研究成果が共有する一般的なコンセンサスである。なので、たとえばLIFULL HOME'S総研が『住宅幸福論 Episode3 ひとり暮らしの時代』（2020年）で分析したような、独身の一人暮らしで人づきあいが苦手な、すなわち孤独感を感じがちな人（幸福度が低い）が、幸福度が高い人よりも「テレビ・ネット・SNS」や「アニメ・ゲーム・アイドル」で多くの時間を過ごしているとすれば、たとえネットやゲームが幸福度の低い人にとってはささやかな喜びだったとしても、統計的に幸福度に対する負の効果として観測されるはずである。もちろん、これはまったくの推測的な仮説に過ぎない。けれど、テレビやネットやSNS、マンガやゲームのように事実上生活インフラのように万人に広く普及浸透したメディアの接触行動を、「遊び」と幸福度との関係というシンプルなフレームの中で素朴に扱うことは難しそうである。

3-5. 「遊び」は人を寛容にするか？

寛容度についても同様に、重回帰分析で個人の属性を統制してジャンル別の「遊び」の効果を検証した。個人の寛容度に対しては、

女性であること、20代～30代の若い世代であること、高学歴であること、などの個人属性は寛容度に対して正の効果を持っている。「遊び」については、13のジャンルの中から個人の寛容度に対してポジティブな効果を持つ「遊び」が、くっきりと浮かび上がる結果となった（図23）。

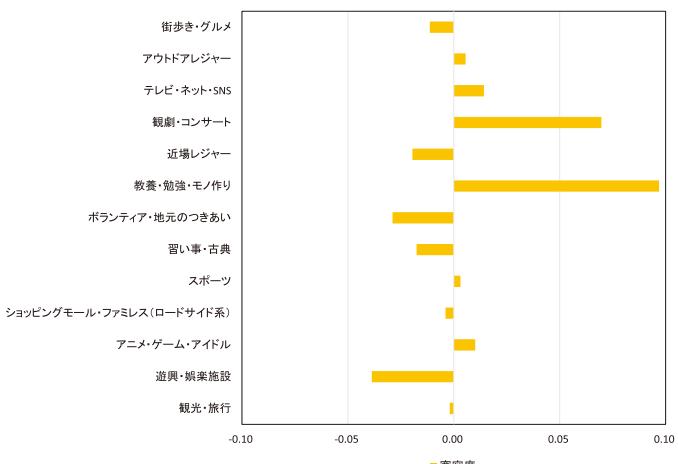
「観劇・コンサート」と「教養・勉強・モノ作り」は、寛容性を高めることに対して特に強い効果を発揮する。このジャンルに該当する具体的な「遊び」は、劇場での演劇やミュージカルやクラシックのコンサートなどの鑑賞、ポピュラーミュージックやお笑いのライブ、クラブや野外フェス、劇場での映画鑑賞、美術館や芸術祭でのアート鑑賞、図書館や博物館、絵画や彫刻、グラフィックデザイン、陶芸・手芸・工芸などのモノ作り、バンド活動など、いわゆる文化芸術系の趣味・娯楽である。

芸術・アートや芸能と言われる創作活動には、一義的には技術・技巧よりもアーティスト独自の個性が求められる。もし作品が他の誰かの完全コピーならば、それは単なる技術であって芸術とは見なされない。私の目には世界がどのように見えているのか、どのように感じられるのか、そしてそれをどう解釈し、そこから生まれるメッセージをどのように表現するのか。そのようなアーティスト個人のフィルターを通して生み出された創作物に触れる経験は、鑑賞者の常識に揺さぶりをかけ、認知を書き換え、世界の見え方を多層にする。このような経験は、学術的な専門知識や外国語を習得する時にも同様に得られるだろう。

いま私がこの目で見ている事象は、見えている通りのものではないのかもしれない。そのような自らの内側に向けられる疑いの視線は、私の頭の中に、そうではないかもしれない可能性が存在する余地をつくり出す。その余地すなわち“遊び”的隙間に寛容性が育つのである。都道府県別の寛容度と文化水準満足度が密接な関係にあることは『地方創生のファクターX』で明らかになっていたことであるが^[11]、今回は、個人レベルでの文化芸術と寛容度の関係を明らかにできたことで、文化芸術環境が地域の寛容性を高める機構（メカニズム）を解き明かした。

一方、「ボランティア・地元のつきあい」と「遊興・娯楽施設」は、年齢や性別、学歴や収入などの影響を統制してもなお、さほど強くはないものの寛容度に対するマイナス効果が統計的に有意に検出された。「ボランティア・地元のつきあい」が寛容度にネガティブに働くのは、伝統や歴史、人間関係の濃密さを重んじる地域コミュニティの凝集性の高さが、地域の寛容性とは負の相関関係にあることを指摘した『地方創生のファクターX』での分析^[12]と関連するものであ

〔図23〕「遊び」ジャンルの寛容度に対する影響度（標準化偏回帰係数）



ろう。本プロジェクトとしては、地域コミュニティにおける「ボランティア・地元のつきあい」を否定する考えは毛頭ないものの、活動のあり方やメンバーの振る舞いには注意すべき点が多々あることは指摘しておきたい。注目すべきなのは、「ボランティア・地元のつきあい」は、幸福度に対してはポジティブな影響力がある反面、寛容度に対してはネガティブな力になっているという、相反する特性だ。

コミュニティ・共同体というものは、概念的な定義からして、外と内を区別し、内側のネットワークを外側に対してある程度閉じることによって立ち現れる。そして、典型的なムラ社会やナショナリズムがそうであるように、外側を強大な脅威とみなすほど内側の結束力は強まる。歴史や伝統に根ざした価値観をコミュニティの成員が守るべき規範として、それを梃子に求心力を高めようとすれば、異質な価値観の多様性は脅威として排除される危険性を孕む。だから一途で熱心な地域コミュニティ活動は、内側の幸福度を高める一方で、外側に対しては悪気なく不寛容に振る舞ってしまうことがあるのだ。この基本的原理は常に意識しておきたい。

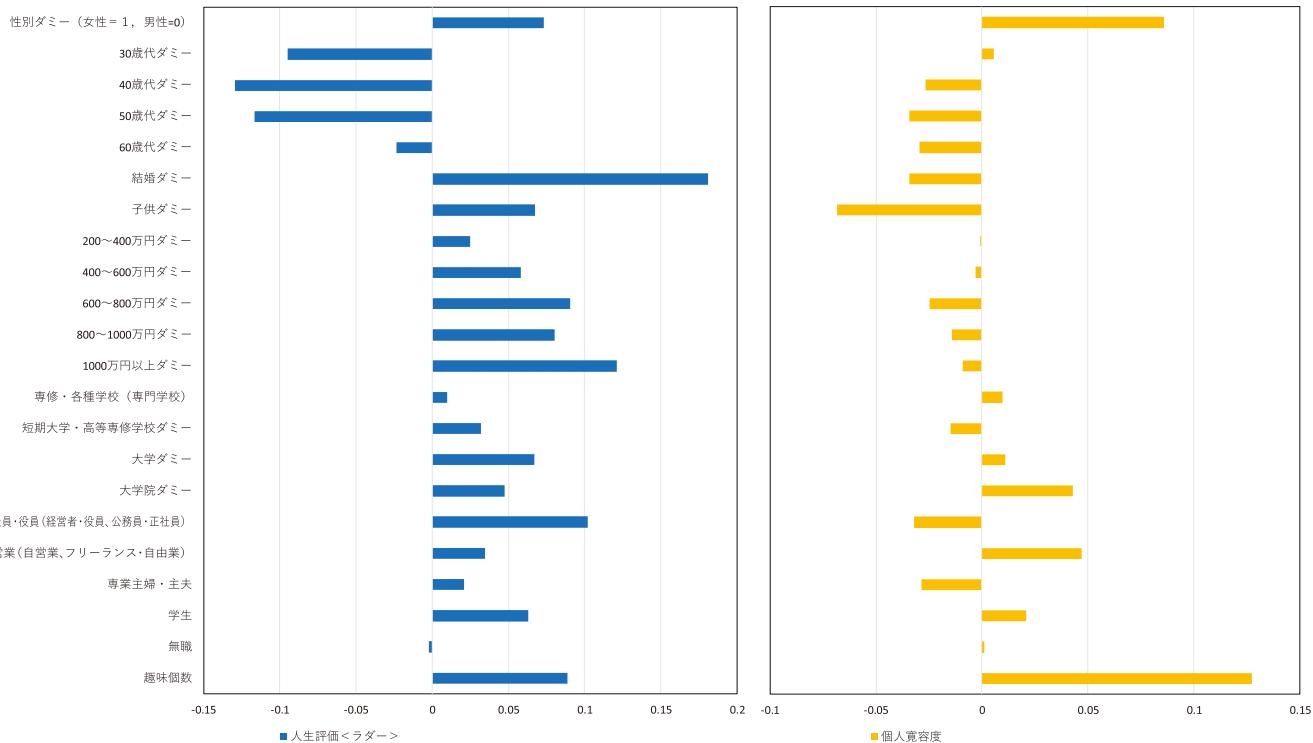
必要なのは、ハンドルの遊びに例えられるような緩さである。一般に伝統と呼ばれる価値観や風習や文化は、それが生まれたはるか昔から長く大切に守られてきた、変えてはならぬものと考えられがちである。しかしそれは致命的な誤解である。大相撲でも歌舞伎でも、宗教でも家族制度でも、究極的には天皇制ですら、おおよそ伝統と呼ばれるもので、その起源からカタチを変えていないものなど一つもない。伝統は、時代の変化に妥協しながら柔軟に変わり続けたからこそ、いまでも伝統として生き残っているのだ。その変化の契機になるのが、仕方なしにでも異質なものを受け入れる寛容性、言い換えれば“遊び”的持つ緩さである。

カラオケ、ボーリング・バッティングセンター、スーパー銭湯、麻雀・パチンコ・公営ギャンブルなどで構成される「遊興・娯楽施設」が、性

[11] LIFULL HOME'S 総研(2020)『地方創生のファクターX 寛容と幸福の地方論』112p. 293p~296p

[12] LIFULL HOME'S 総研(2020)同、113p~115p. 292p~293p

[図24]「遊び」の個数の人生評価・寛容度への影響度(標準化偏回帰係数)



別や年齢、年収などの個人属性を統制した上でもなぜ寛容度に対してネガティブに働くのか、筋の通った解釈は難しい。

3-6. 「遊び」の環境の重要性

「遊び」の数が幸福度と寛容度にどの程度ポジティブな効果を持つのかを確認する。個人の「遊び」の活動量は、個人の経済力に裏打ちされたアクティビティだけではなく、さまざま多様な「遊び」に容易にアクセスできる地域の余暇環境の豊かさにも制約を受ける。そこで、ここまで分析と同様に、個人属性の影響を統制する形で重回帰分析をすることで、環境面の効果を明らかにすることを試みた。ただし、先ほど見たように「テレビ・ネット・SNS」と「マンガ・アニメ・アイドル」は、今回の調査フレームで扱っていない別の要因の影響が強いこと、また「家で、一人で」という行動特性が強いことから、今回の分析からは除外している。

結果は図24の通り、「遊び」の数の多さも、女性であることや高収入であること、正社員であることと同程度の幸福度に対する効果が確認できる。たくさんの遊びをしている人ほど幸福度が高い傾向にあるわけだ。多くのジャンルの「遊び」が幸福度に対して正の効果を持つ、という先の分析結果(図22)と整合性のある結果である。

個人の寛容度に関しては、「遊び」のジャンルによってはネガティブな働きをする(図23)ことから、注意をしなければならない。果たして、「遊び」の数は、統制した他の個人属性の影響力よりも個人の寛容度に対して強いポジティブな効果があることが明らかになった。

日常的に、多くの「遊び」を幅広く経験することは、寛容度に対してもポジティブな影響を与えていているのである。

ここまで長々と見てきた分析結果を総括すれば、もう、このように言い切っても問題はないはずだ。

「遊び」は人を幸福にし、人を寛容にする。

地方創生が真の目標とすべきなのは人の幸福であり、日本のどの地域に住もうとも幸福に生きられる社会をつくることである、という我々の主張に同意していただけるならば、「遊び」が幸福と寛容に果たす役割は大きいという証明は、まちづくりの指針になり得るのではないか。「遊び」は、それだけで人の幸福度を高める効果を持っている。そして「遊び」は人々の寛容度を高める力を持っている。ならばそれはすなわち、互いに異なる価値観による多様な幸福観が、無用な軋轢や摩擦を起こすことを緩和し、違いによって互いに排除し合うことを調停し、一つの地域で平和に共存するための、社会の“遊び”をつくり出すのである。

3-7. 人は「遊び」に何を求めているのか?

なぜ「遊び」はそのような力を持っているのか。ここでは人々が「遊び」に期待している心理的なペネフィットをみていく。調査では「遊び」に期待することとして22項目を設定し、複数回答で選んでもらった。22項目を個別に見ていくのは煩雑なので、得られた回答を

因子分析で集約し、「遊び」に求める心理的な効用を4つの因子にまとめた。因子は期待効用の束であるので、「遊び」の価値観と言い換えてもいいだろう。4つの因子は、それぞれ次のような特徴を持つ。

- 「安息没頭」因子：リフレッシュ、暇潰し、没頭、
しがらみからの解放というニュアンス
- 「自己学習」因子：コツコツ、自己決定、創意工夫、
教養が身につくというニュアンス
- 「対等交流」因子：仲間、交流、対等、人の役に立てる・
喜ばせるというニュアンス
- 「ゲーム性」因子：スリル、勝負、偶然というニュアンス

ストレス解消・リフレッシュできること
暇つぶし・気晴らしになること
日常の立場やしがらみから離れて自由になれること
見聞が広がること、教養が身につくこと
できなかつたことがやれるようになること
コツコツ積み上げていけること
自分の創意工夫が発揮できること
時間を忘れるほど没頭できること
自分だけの時間が持てること
ものごとを自分で決定できること
他人を喜ばせることができること
友達・仲間から一目置かれること
勝敗や成績、腕前を競い合えること
スリルを感じられること
仲間と交流できる・知り合いが増えること
地域や社会の役に立てること
思いがけない出会い・発見があること
偶然に任せられる部分が大きくて結果が分からぬこと
失敗やうまくいかないこともまた楽しめること
仲間との上下関係なく対等に付き合えること
世間の流行や話題についていけるようになること
仕事の役に立つアイデアや経験を得られること

個別の選択肢が選ばれた割合を確認すると、全体としては「ストレス解消・リフレッシュできること」(46.1%)が最多で、次いで「自分だけの時間が持てること」(32.5%)、「暇つぶし、気晴らしになること」(31.5%)、「時間を忘れるほど没頭できること」(23.2%)、「日常の立場やしがらみから離れて自由になれること」(19.4%)など、「安息没頭」因子に分類される項目が上位を占めている。全体的に個人の属性や収入、人口規模による違いは小さいものの、女性は男性よりも「ストレス解消・リフレッシュできること」を多く選択する。また世帯年収1500万円以上の層では「暇つぶし、気晴らしになる」を選ぶ割合が低く、「できなかつたことがやれるようになること」「思いがけない出会い、発見があること」「勝敗や成績、腕前を競い合え

【図25】「遊び」ジャンルと価値観因子の相関関係（相関係数）



ること」を選ぶ割合がやや高い(106p 参照)。

このような「遊び」の価値観は、どのような「遊び」と結びついているのか、4因子と13ジャンルの「遊び」の相関係数を算出したものを図25に示した。

「遊び」の目的としてもっとも選ばれる「安息没頭」因子と相関が強いのは、「テレビ・ネット・SNS」、「アニメ・ゲーム・アイドル」が筆頭で、「ショッピングモール・ファミレス」も他の因子よりも相対的に「安息没頭」との相関が強い。

「自己学習」因子が「教養・勉強・モノ作り」や「習い事・古典」に対応するのは極めて妥当の結果である。この因子は「視野が広がること、教養が身につくこと」「できなかつたことがやれるようになること」「コツコツ積み上げていけること」「自分の創意工夫が発揮できること」のような価値観である。やや興味深いのは、「テレビ・ネット・SNS」も「安息没頭」因子が飛び抜けて相関が強いものの、その次に相関係数が高いのは「自己学習」因子である。ネットやSNSも、ただ暇つぶしにするだけでなく、学習や情報発信で使うケースもあることを考えれば納得できる結果である。

「対等交流」因子は、「ボランティア・地元のつきあい」の他にも、「街歩き・グルメ」「近場レジャー」「教養・勉強・モノ作り」「観光・旅行」と相関が強い。また「アウトドアレジャー」「スポーツ」「ショッピングモール・ファミレス」「遊興・娯楽施設」でも、他の因子に比べると相対的には「対等交流」因子との関係が強く、幅広いジャンルの「遊び」が「対等交流」因子と正の相関関係にある。この因子は、「思いがけない出会い、発見があること」「仲間と交流できる・知り合いが

増えること」「仲間と上下関係なく対等に付き合えること」「他人を喜ばせることができること」「地域や社会の役に立てる」とを中心に構成されており、多くの「遊び」はジャンルにかかわらず、他者との交流や社会とのつながりを志向していることが分かる。

3-8. “遊び”の価値観と Well-being

“遊び”的価値観が、幸福度や寛容度にどのように関係しているのかを確認しておく。ここでは「遊び」の効用を詳しくみるために、幸福度をこれまで見てきた人生評価（ラダー）のほかに、感情、エウダイモニアも加えた3つの側面から検証する。

感情とは、「幸せな気持ち」「明るく、楽しい気持ち」「愉快にはしゃぐ気持ち」「くつろいだ、リラックスした気持ち」「ワクワク夢中になる」の5つのポジティブな感情と、「退屈な気分」「心配や不安な気持ち」「悲しい、辛い気持ち」「イライラ、怒り」「孤独や孤立感」の5つのネガティブな感情の「なさ」で測定される。要するにいつも機嫌よく過ごしているかを測る指標である。

エウダイモニアは日本語では生きがいという言葉で理解してもらえばいい。「日々、人として成長している実感がある」「自分の能力を最大限に発揮して生きている」「自分という人間の価値や人生の意義を感じている」「これまでの私は、自分の行動は周囲に流されず自分自身で決めてきた」の当てはまり度で測定した。

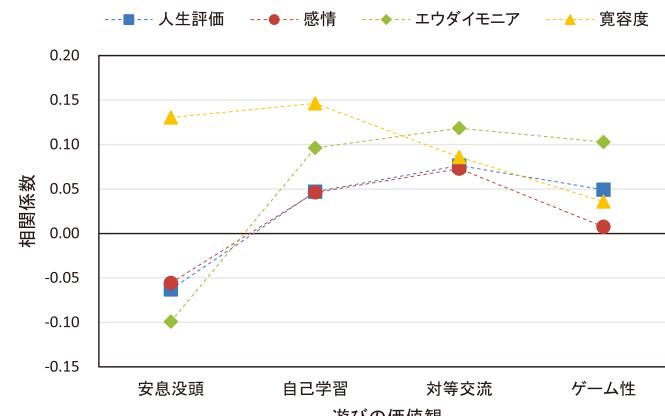
なお、人生評価（ラダー）、感情、エウダイモニアは、OECDが推奨するように Well-being 研究では広く使われる3指標である。

さて、図26を確認すると、「安息没頭」因子以外の「自己学習」因子、「対等交流」因子、「ゲーム性」因子はすべて Well-being の3指標と正の相関関係にあり、中でもエウダイモニアとの相関が高いことが分かる。ただしこのデータは「遊び」が直接的にエウダイモニアを高めているということを示すものではなく、正確に記述するなら「自己学習」や「対等交流」や「ゲーム性」を志向する“遊び”をよくしている人は、人生に生きがいを感じている人が多い、ということである。

「安息没頭」因子は、人生評価、感情、エウダイモニアのすべてがマイナスになっている。けれどこれも「安息没頭」な“遊び”が人を不幸にする、ということではない。先にみたように、たとえば孤独など幸福度の低い人ほど安息没頭を求めて遊ぶ（代表格が「テレビ・ネット・SNS」）傾向があるとすれば、統計上は Well-being に対してネガティブな関係として観測されるということだ。

Well-being の3指標の中では、人生評価と感情は非常に似た動きになっているが、「ゲーム性」因子との相関ではやや差が開き、ご機嫌な感情と「ゲーム性」の間には相関関係はほとんどない。感情は、楽しいポジティブな感情とネガティブな感情の緩和によって測られるので、勝敗や競争を志向する「ゲーム性」の強い「遊び」は、浮き

[図26]「遊び」の価値観因子と Well-being、寛容度の相関関係（相関係数）



沈みによってポジティブ感情ともネガティブ感情とも結びつきやすい。それで相関関係を相殺してしまうのかもしれない。

寛容度に関しては、すべての“遊び”的価値観と正の相関にある。特に「自己学習」因子では寛容度との相関は高く、Well-being では負の相関関係になった「安息没頭」因子でも寛容度との相関は高い。先に「遊び」のジャンルの寛容度への影響で見たように（図23）、寛容度を押し下げる効果のある「ボランティア・地元のつきあい」や「遊興・娯楽施設」と関連する価値観である「対等交流」や「ゲーム性」は、寛容度との相関係数は相対的に低くなったようだ。

4 仕事にも“遊び”が必要だ

調査では、「遊び」だけでなく仕事に対する期待についての設問も用意して、仕事にどんな価値観が求められているのかを調べている。本プロジェクトとしては、単に趣味や娯楽、レジャーなどの余暇活動のメニューとしての「遊び」が地方創生にとって重要だと主張したいのではなく、「遊び」に伴うマインドとしての“遊び”が重要だと考えているからである。こうした視座は当然、仕事にも“遊び”が必要なのではないか、という発想につながる。

先ほど見た「遊び」の価値観と同じ質問形式で、仕事に期待することとして22項目を設定し複数回答で選んでもらった。さらにその回答を因子分析にかけ、以下の5つの価値観因子を抽出した。

「創造」因子：創意工夫、適性、能力発揮、裁量、

没頭というニュアンス

「貢献」因子：社会貢献、社会参加、人脈、仲間、

顧客満足というニュアンス

「挑戦」因子：柔軟、責任、挑戦、成果、

ワクワクドキドキというニュアンス

「着実」因子：コツコツ、マニュアル、安定というニュアンス

「承認」因子：報酬、一目置かれるというニュアンス

ストレス解消・リフレッシュできること
暇つぶし・気晴らしになること
日常の立場やしがらみから離れて自由になれること
見聞が広がること、教養が身につくこと
できなかったことがやれるようになること
コツコツ積み上げていけること
自分の創意工夫が発揮できること
時間を忘れるほど没頭できること
自分だけの時間が持てること
ものごとを自分で決定できること
他人を喜ばせることができること
友達・仲間から一目置かれること
勝敗や成績、腕前を競え合えること
スリルを感じられること
仲間と交流できる・知り合いが増えること
地域や社会の役に立てること
思いがけない出会い・発見があること
偶然に任せる部分が大きくて結果が分からぬこと
失敗やうまくいかないこともまた楽しめること
仲間との上下関係なく対等に付き合えること
世間の流行や話題についていけるようになること
仕事の役に立つアイデアや経験を得られること

もちろん「遊び」と仕事なので、用意した選択肢も重ならないものも多いし、因子も同じ結果が得られたわけではない。それでも選択肢ベースで見れば、「創意」因子には「自己学習」因子が、「貢献」因子には「対等交流」因子が、「挑戦」因子には「ゲーム性」因子が、それぞれ対応しているように見える。

このグルーピングを下敷きにして、仕事に求めることを人口規模別に比較してみると、東京都では「自分の能力や適性が活かせること」「知識や技術を身に着けて成長できること」「自分の裁量で決定できる部分が大きいこと」など「創意」因子の回答が地方都市よりも高い。しかし、それ以外の因子では東京と地方で地域差と言えるほど明確な差はない。ところが女性に限ってみると、東京と地方ではスコアが大きく違うところが散見される。ここでは、地方創生がもっとも注視する若年層に限定して、同じ若い女性でも東京都と地方では仕事に求めるものがどう違うのかを比較する(図27)。

注目なのは、東京都の20～30代女性は地方の同年代女性と比べて、「創意」「貢献」「挑戦」の因子の価値観が強いということだ。たとえば、「自分の能力や適性を活かせること」「知識や技術を身に着けて成長できること」「時間を忘れて没頭できること」「仲間と和気あいあい一体感を持って働くこと」「仕事を通して思いがけない出

会い・発見があること」、「ワクワク、ドキドキできること」は、いずれも人口100万人以上と比べても目立って高く、東京で働く若い女性は仕事にも「遊び」と同じような遊び心を求めている人が多いということが分かる。とはいっても、同時に「コツコツと着実に仕事を片付けていくこと」(「遊び」では「自己学習」因子に分類される)や「安定した仕事や収入が得られること」「できるだけ高い報酬が得られること」も東京の女性で際立って高い。

興味深いことに、そのような項目も東京都以外の地域では人口100万人以上から5万人未満で多少の不規則な上下はあるものの全体的に大差ではなく、人口規模別に相関するグラデーションが出るわけではない。東京都の若い女性だけでスコアが高くなるのである。

遊び心が強い仕事か、報酬のための労働的な仕事かの違いはあっても、東京の20～30代の女性が仕事に求めるものは、地方都市の同年代の女性よりもはるかに大きいことは確かである。仕事に対して意欲的な女性が東京に集まっている、と同時に、仕事は報酬を得るために手段として割り切って働いている人も多い。もちろん「創意」と「挑戦」と「承認(報酬)」をすべて求めるという価値観もまったく不自然なことではない。いずれにせよ東京の20～30代女性と地方の同年代女性の差は、男性ではそこまで見られないほど大きい。

しかしながら、同じ選択肢でたずねた仕事の実感と重ね合わせてみると、東京の若い女性たちが仕事に期待することは、現実の仕事の実感としては必ずしも満たされているわけではない。地方創生が東京で働く若い女性の移住者を引きつけたいのなら、「地方に魅力的な仕事をつくる」という総合戦略の基本目標では、その地域で得られる魅力的な仕事とはどのような価値観の仕事なのかを明確にメッセージすることが効果的だと思われる。

5 “遊び”からの地方創生

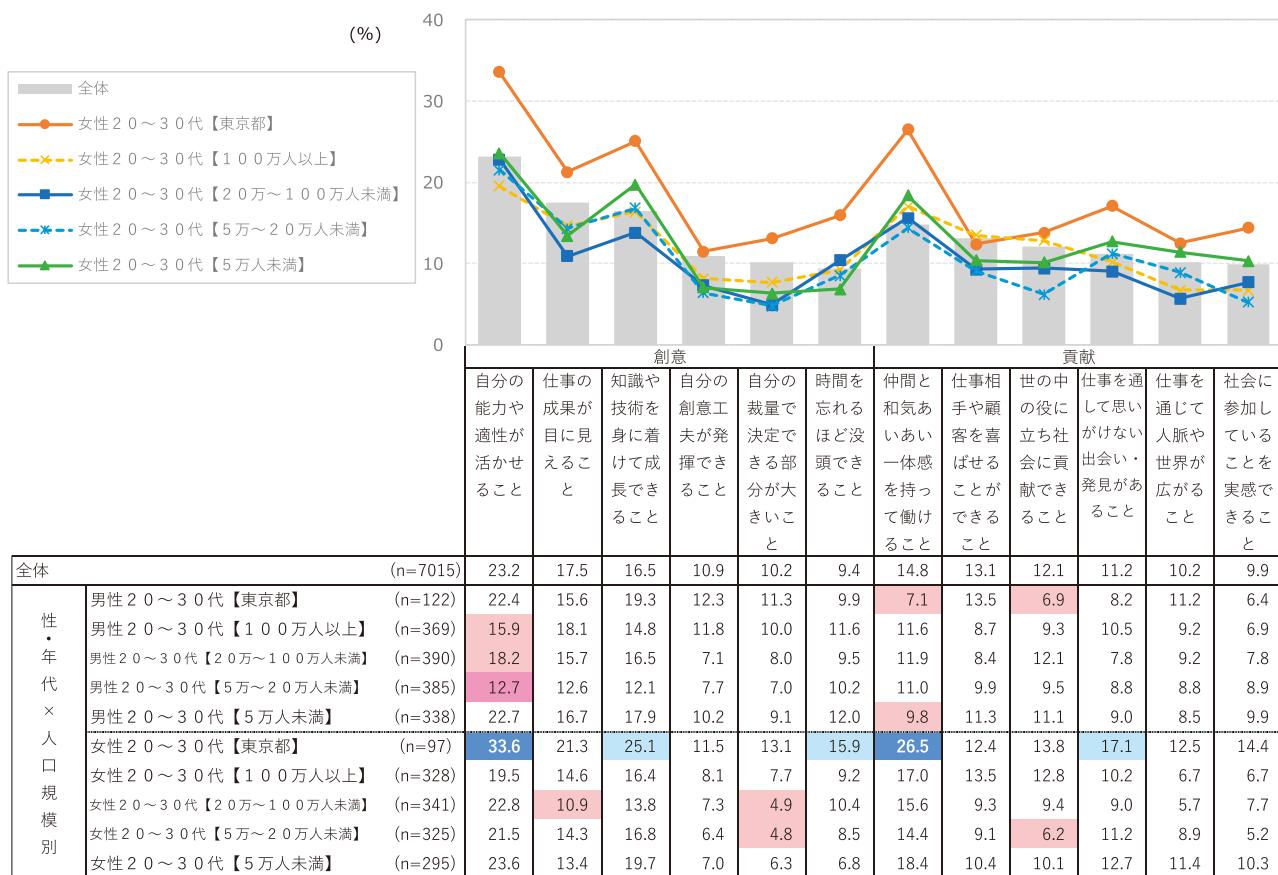
5-1. 地方創生はなぜ「遊び」を軽視するのか？

地方創生政策において「遊び」の軽視は明らかである。各種の先行調査によって、娯楽やレジャー、文化にかかる余暇環境の豊かさは東京一極集中の一因でもある、という認識は共有されているはずである。それにもかかわらず、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」でその問題に取り組む方針は打ち出されていないか、打ち出されていたとしても見落としてしまうほどウエイトは軽い。「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」という基本目標はあっても、文化やスポーツはほとんど観光資源としての扱いしか受けられておらず、地域住民のレジャー・趣味や娯楽、文化・芸術など、

【図27】仕事に期待すること(2つのグラフを合わせて)

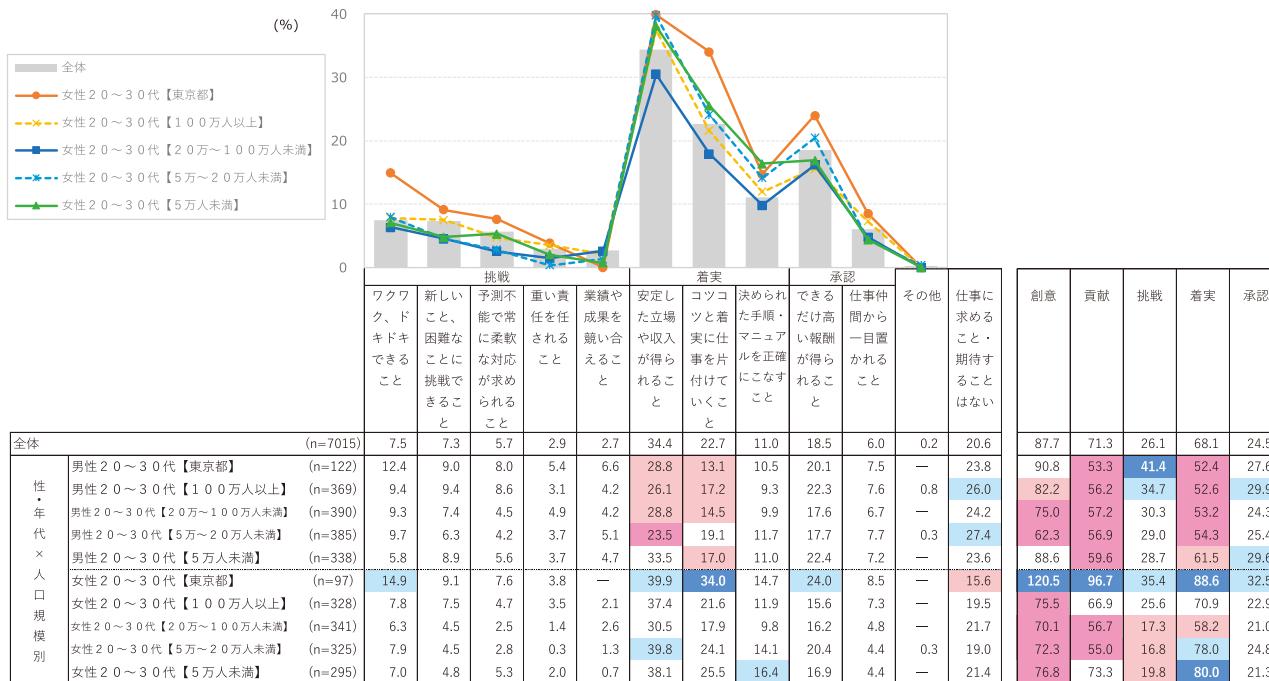
■仕事への期待(有職者／複数回答)

あなたは仕事にどのようなことを求めたいですか。または、あなたはどのような仕事にやりがいを感じますか。



■仕事への期待(有職者／複数回答)

あなたは仕事にどのようなことを求めたいですか。または、あなたはどのような仕事にやりがいを感じますか。



いわゆる余暇生活の充実は政策の関心事としては大きくないうようだ。

なぜ地方創生では、まちづくりにかかわる基本目標（「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」）においては、娯楽や文化は重視されないのか。大人の事情は憶測するほかないが、基本的には人間にとっての「遊び」の意味を軽く考えているのであろう。コロナ禍での政府や首長は不要不急のものとして躊躇なく「遊び」を退けた。観光業や飲食業といった企業の心配はしたけれど、長く「遊び」を制限された市民の精神的健康を心配する首長はいなかつた。

あるいは、地域の経済が活性化すれば、その後から自然に「遊び」が立ち上がる、と考えているのだろうか。だとすれば少々認識を改める必要がある。

地理学者で都市史研究家である立命館大学の加藤政洋教授は、花街は都市のインキュベーターだと言う。どういうことか。一般的には、人が集まり都市が形成されたその後で、都市生活者が必要とする娯楽施設がつくられると考えるのが普通だろう。ところが、日本の都市開発の歴史ではそういう順番にはなっていない、と加藤は分析する。都市が都市としてできあがってくる瞬間には、都市のインフラや住宅がままならないような状況のうちから、盛り場のような人が集まる場所が現れるというのだ。特に明治以降は、生鮮食品などを売る市場的要素、歓楽街などの花街的要素、劇場や映画館などの娯楽的要素の3つが集積した場所が、人が集まる核となってでき上がる^[13]。政府は土地の発展策として花街を許可し建設させていたのだ。なぜなら、新地の開発には若く元気な労働力を必要とする。しかし、いくらお上がり出しだ稼げる仕事があったとしても、娯楽がなければ人は集まらない。明治政府はそのことを知っていたのである。

加藤は花街研究の成果をまとめた著書『花街 異空間の都市史』（朝日新聞社、2005年）で、『今里新地十年史』からの一文「花街は常に土地発展のお乳母役を勤ること歴史の徹するところで、都市政策の理想とされている」を2度引用して、都市における花街のインキュベーション機能を強調している。そこに「遊びが文化に先立つ」というホイジンガの主張も重ねてやれば、「遊び」がまちを育てる」のだと主張しても過言ではないかも知れない。

5-2. 行政が主導する“遊び”からの地方創生

全国を見渡せば、今回LIFULL HOME'S 総研が提案する「“遊び”からの地方創生」に既に取り組んでいる地域を見つけることが

できる。中川寛子氏が各地を取材してまとめている（172p～199p）。その中から、自治体の取り組みとして注目すべき事例について、筆者の視点も交えて簡単に紹介する。

千葉県一宮町は、房総半島九十九里海岸の最南端に位置する人口1.24万人ほどの小さな町である。東京都心までは60～70kmの距離があるが、通勤快速で80分、特急なら60分で着くので、ぎりぎり通勤圏内とは言える。一宮町はもともとサーフィンのメッカとして首都圏のサーファーには古くから人気のサーフスポットだったが、2021年東京五輪のサーフィン競技の会場に選ばれたことで一躍その名が全国に広まった。

地方創生の文脈で一宮町が非常にユニークなのは、「サーフィンと生きる町」というスローガンを掲げ、総合戦略の柱としてサーフィンを位置づけている点だ。2015年に策定した第1期の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、総合戦略の5つの柱の1番目に「サーフストリート構想」を掲げている。そこではサーフストリート構想はこのように書かれている。

海岸から県道30号線に沿ったエリアをサーフストリートとして位置付けます。このエリアに住民とサーファーやその同行者、保養所等の宿泊客、観光客が共に出会い、交流を育むための拠点となるサーフィンセンターを設置します。この拠点を核として、サーフストリートをプランディングし、サーファーやその同行者がより町を楽しめるようにします。また、官民連携による良好な住宅環境を整え、サーファーが住み、暮らし、集まる拠点エリアに育てます。

年間60万人のサーファー客がもたらす観光経済効果だけをあてにするのではなく、「サーファーが住み、暮らし、集まる拠点エリア」にすると言っているのだ。筆者も湘南に住んだことがあるので想像がつくが、サーファーや最近だとスケートボーダーなどストリート系カルチャーを愛好する若者は、往々にして地元の旧住民には評判が悪い。一宮でもそういう部分はあったようで、旧住民からの反発は予想されたはずだ。しかし一宮町はそこを乗り越え、サーファーと一緒にまちづくりをしていくことを地方創生の真ん中に据えた。総合戦略が発表されたのは、オリンピックの開催が決定される1年以上も前のことである。このように大胆な意思決定ができる自治体はあまりないだろう。町民の寛容性への信頼があってこそ可能になる判断である。

サーフストリート構想に続く2つ目の柱は「都市軸」の整備となっ

[13] 加藤政洋・島原万丈【対談】五感でまちを捉え直す』『情報誌CEL』2017年7月3日、エネルギー・文化研究所 https://www.og-cel.jp/search/1262786_16068.html

[図28] SEE YOU IN THE WATER! 一宮町「サーフィンと生きる町」PR動画より https://www.youtube.com/watch?v=54Dd3_U5i1o



[図29] 東川町ホームページ <https://higashikawa-town.jp/>



ているが、こちらもサーフストリートを念頭に置いたものである。さらに5つ目の柱「シティプロモーション」で、もっとも力が入れられたのが「サーフィンと生きる町」の特別サイトとPR動画だろう（図28）。このサイトや動画には驚いた。市にも満たない小さな自治体が作成した公式ページだとは信じられないほどのクオリティなのだ。かなり予算もかかっているようだ。サーフィンを中心に置いたこれらの戦略は、サーフォノミクスというコンセプトで統合されている。

自身もサーファーである町役場の五味氏が、中川氏の取材に答えた話が印象的である。五味氏は、他のサーフエリアに対する一宮の強みは、波以上にサーフカルチャーだという。サーファーの生活は波（自然）を中心に回る。波の様子を見ながら生活スケジュールが組み立てられ、海を愛し自主的にビーチの環境を守り、コミュニティを楽しむ。そういうライフスタイルがサーファーの共感を呼び、移住を引きつけているのである。

文化史の古典『ホモ・ルーデンス』で遊び研究の基礎を築いたハイジンガは、「文化は遊びから成立した」と、人間の本質が遊びだと主張した。ここ一宮で起こっていることは、まさにサーフィンという遊びが一宮の文化をつくり出している、という現在進行系の「ホモ・ルーデンス」的文化形成過程ではないか。

一宮町の人口は自然減（出生数<死亡数）は続いているものの、社会増（転入超過）のおかげで総人口は増加している。町では移住者支援としての補助金は支給していない。オリンピックによる知名

度アップという追い風があるとはいえ、サーフィンを軸にしたまちづくりとシティプロモーションで、成果をあげているのである。第2期の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」は第1期のサーフォノミクスを継承し、農業を中心に他の産業へオリンピックレガシーを拡大していく方向性が示されている。

中川氏のレポートからもうひとつ、北海道の東川町も紹介しておく。Googleに北海道東川町と打ち込んで町のホームページを探すと、先頭に「写真の町 東川町」と表示が表れる。クリックしてホームページを開くと出てくるのが、図29である。こちらも小さな田舎町のものとは思えない、洗練されたデザインのウェブサイトである。公式PR動画のクオリティも高い。地域のブランディングにおいて美的センスがいかに重要であるか、よく理解している証拠である。

旭川空港からほど近い人口8,437人のこの町は、1994年以来人口増を続けている全国的にも稀有な自治体だ。その原動力になっているのは、写真の町と掲げる“遊び”的文化である。2015年の第1期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、当時既に実績を積んできた「写真の町」ブランドを踏まえ、基本目標の1番目に「人々が集う写真文化首都の創造」が置かれた。通常そこは経済と雇用の指定席である。2020年の第2期では基本目標の上位概念として、めざすべき姿「多くの人が集い、誰もが生き生きと暮らす文化あふれる写真文化首都の創造」が掲げられ、写真文化による地方創生の戦略を踏襲し、そのコンセプトを強化している。

写真の町の取り組みは多くの交流とネットワークを生み出した。風土と人の営みにより生まれる「文化」は、新しいモノやコトを生み出す力に溢れ、多くの人をひきつける。このことから、美しい自然や地下水での生活を背景に、芸術に限らず東川町で生まれる全ての「コト」や「モノ」を文化として広範にとらえ、写真や家具・デザイン、大雪山、スポーツなど本町に蓄積された特徴的で魅力ある文化を多様な交流に結びつけ、ヒトとモノ、文化同士が交わる「田園ハブ機能」を作り出すことにより「人口減少と地域経済の縮小の克服」、「まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立」を図り、誰もが豊かに暮らせる写真文化首都東川町の創造を目指す。

地方版「まち・ひと・しごと創生総合戦略」で、一宮町や東川町のように“遊び”が中心に置かれることは、実はとても珍しいことだ。だいたいどういう具合かと言えば、目指すべき方向性は「安心して暮らせる持続可能で魅力的なまち」など当たり障りのないもので、その直下に来る基本目標の1番目は「地域特性を活かした産業・経済の活性化による雇用の創出」的なものが大方の相場である。一宮町や東川町では、よくある役所の中での部署間の力関係も軽く飛び越えている。

それにそもそも自治体がうちの町のコンセプトはサーフィンだ、写真だ、などと言うと、サーフィンや写真に興味のない市民からの苦情も考えられる。なので、国が用意してくれたお手本にしたがって、誰からも反対意見が出ない無難で総花的な総合戦略がつくられている、というのが少なくない自治体の現実ではないだろうか。

さて、東川町が「写真の町」宣言をしたのは1985年。そこから40年近く、国際写真フェスティバル（1985年～）や写真甲子園（1994年～）など着実に情報発信を続けてきた結果、すっかり写真の町としてのブランドイメージが定着している。さぞ練りに練られた戦略があったのかと思いつきや、ところが町が1985年に「写真の町」宣言をする時には、さほどきちんとした戦略や見通しがあったわけではなさそうなのだ。なにしろ、当時は意思決定をした町長以下、役場内に写真に詳しい者は誰もいなかった、というのだから。それでも手探りながら愚直に事業を進めていく間に、町に思いもよらない変化が起きる。こういう緩さや偶然に開かれた即興の可能性も“遊び”ならではだ。

一つの大きな変化は、写真映りの良い町と外にアピールしているうちに、役場の中で町の景観に対する意識が高まったことだ。それで、2002年には景観条例を定め、町による分譲住宅地やさまざまな公共施設・公共空間の美観が整えられていった。もうひとつ現在につながる幸運があった。「写真の町」宣言をした同じ年にたまたま町

内の廃校に移転して来た北の住まい設計社がきっかけになり、家具作家や木工などのクラフト作家の移住が増えていたのだ。そのような流れが重なり、町内にはカフェ（町内に60店もある！）、ショップ、パン屋さんなどおしゃれな商業空間が増え、とても日本の田舎町とは思えないような洗練された風景ができ上がっていったのである（下写真）。

ホイジンガは、遊びと美の結びつきをかなり強調していて、「遊びは自ら美しくなるとする傾向を秘めている」そして「文化は美的憧れによって生み出される」と述べている。東川町で起こっていることは、まさにその通りのことではないか。たとえこのような面倒な話をしなくとも、“遊び”を前面に出したまちづくりを進めてきた一宮町と東川町の公式ホームページやPR動画、町勢要覧、東川町のランドスケープなどに、町の美意識があることは誰の目にも明らかだろう。「遊び」を真ん中に掲げる政策には、どこかしら思想や理念に“遊び”があるものだ。分かりやすく言い換えれば遊び心だ。美という数値化ができない価値を評価し、そこにお金をかけられるのも、そういう遊び心の為せる技だろう。

東川町は手厚い子育て支援策でも知られているが、一宮町と同様に移住者に対する金銭的な支援策は行っていない。前述の通り、それでも移住者は増え続けている。税務定住課の吉原氏は「こうした支援策よりも移住者が町に共感してくれる事が大事」と言う。ここでも“遊び”がつくり出した文化が、町民のライフスタイルを形づくり、それに共感する人の移住を呼び込む流れになっていることに気づくだろう。“遊び”が地域に与える力は、決して小さくない。

5 - 3. アートが導く“遊び”からの地方創生

今回LIFULL HOME'S 総研のプロジェクトに初参加した、丹青社の中嶋文香氏がレポートする、別府市におけるアートを起点にし



①②農協の倉庫をカフェ「Wednesday cafe&bake」に。ブロックの頑丈な造りはそのままに、店内は木を多用してリノベーション。③学習塾だったテナントを活用したクラフトチョコレート＆カフェ「liko to go」。④クラフト作家の滝本宣博・のり子夫妻が営む陶芸ギャラリー「理創夢工房」。

写真提供／ひがしかわ観光協会

たまちづくりは、自治体による「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が主導するものではない（200p～208p）。今までこそ自治体の文化事業を巻き込み官民連携で進められているとはいえ、もともとは1人のアーティストの活動から始まったムーブメントだった。

大分市出身のアーティストである山出淳也氏がNPO法人BEPPU PROJECTを立ち上げたのは2005年。以来BEPPU PROJECTの活動は、「混浴温泉世界」「in BEPPU」といった芸術祭・展覧会をはじめとして、空き家を活用したアーティスト・イン・レジデンス、観光メディア事業、地産品のブランディング、クリエイターと県内中小企業とのマッチングなど、これまでに実現させた企画は1,000を超えるというのだから、驚くばかりである。

BEPPU PROJECTの活動は単なる文化事業を越えて、○○○×アートで広範囲な領域でのイノベーションを誘発している。その波及効果は、そうとは知らずに別府のまちを歩いただけでも体感することができるだろう。まちではアーティストかクリエイターのような風情の個性的な若者をよく見かけるし、2000年に誘致した立命館アジア太平洋大学（APU）の外国人留学生は数が多いだけでなく人種国籍もさまざまだ。そういう創造性の高い若者たちが、まちなかで遊び、活動をしているのだ。面白いことが起こらないはずがない。別府のまちはそんな予感に満ち溢れている。

高架下の商店街や狭い路地には古い商店や元遊郭をリノベーションした飲食店やショップが点在し、赤レンガの歴史的異建造物の中にはおしゃれにデザインされたローカル商品が並ぶ。そして夜になれば、歴史的な共同浴場の周辺の歓楽街で古くから営業しているお店に混ざり込むかたちで、若い店主の小さなバーやスナックが明かりを灯す。お気づきと思うが、まさにセンシュアス・シティなのだ。昔の団体温泉旅行の時代からその後の個人旅行の時代に寂れた別府を知っている人ほど、まちの変化に驚かされるだろう。三浦展氏が反・ヴァーチャルファスト風土として提案する、まちの中に小



さな文化・娯楽拠点が散りばめられた、スローでリアルな魅力のある風土にもっともイメージが近い都市サンプルは、別府かもしれない。

BEPPU PROJECTの山出氏が言う「街の中の余白」、同じくBEPPU PROJECTで働く田島令子氏が言う「街のスキマ」という言葉が、アートが開拓した現在の別府の魅力の源泉を言い当てていると思う。それは、小さな空き家・空き店舗など物理的な空間としてのスキマでもあるし、同時に市場経済のスキマでもあるし、まちづくり計画や都市計画といった行政計画の中に忍び込むスキマでもあり、なにより人の居場所という意味でのスキマもある。余白やスキマは決してPDCAやKPI^[14]の中には存在しない。

アートがなぜどのように地方創生に役に立つか。横浜市立大学の渡會知子准教授が、遊び研究の二大巨頭であるホイジンガとカイヨワの古典に対する批判的検討から展開した「遊びの自由」（34p～47p）の議論は、それを解き明かすヒントになる。

渡會氏の論をみる前にまず、大ベストセラーのアート入門書『「自分だけの答え」が見つかる 13歳からのアート思考』から、アートの思考方法について簡単に共有しておく。美術教師でアーティストである著者の末永幸歩は、よく「アート思考」と言われる方法とは何かを、アーティストが作品を生み出すまでの3つのステップとして極めて分かりやすく解説している。

- ① 「自分だけのものの見方」で世界を見つめ、
- ② 「自分なりの答え」を生み出し、
- ③ それによって「新たな問い」を生み出す

「自分だけの」や「自分なりの」が強調されるように、アート思考が求めるのは「ただ一つの正解を見つける」力ではなく、「自分なりの答えをつくる」力あるいは「問い合わせを生み出す」力である。なぜアーティストは「自分だけのものの見方」ができるのだろう。それは、ホイジンガが論じたように、アート（造形芸術）が祭儀的使命を帯びた職人の技倆の競い合いの中で発展し、形式として高度に洗練された活動だからである。芸術の創作活動には常に、人とは違うことを競う特性が埋め込まれているのだ。

渡會氏は、ホイジンガとカイヨワの古典的な遊び論には「自由」に対する不徹底があると考え、遊びの自由について考察する。そして、自由には、○○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本懐ではないかと考え、遊びの自由とは「距離化の運動」であると結論する。

距離化すなわち○○からの自由とは、ある程度距

離を取って対象と向き合うことである。対象を完全に手放しているわけではない。逆に人間関係でも仕事でもなんでも対象に距離ゼロで向き合う状態では、普段呼吸している酸素の存在を意識することがないのと同じように、私たちは自らが置かれている環境を客観的に認識することはできない。だから「距離化の運動」は、一定の距離を取ることで対象を別なふうに眺める想像力を喚起する。アート、特に現代アートが街にもたらす効果は、この遊びの自由の「距離化の運動」が競争的に、すなわち人とは違った形で試行されることによってもたらされる部分が、おそらく大きい。山出氏が別府の街に次々と余白を見つけて提案していけるのは、常に他の人とは違った距離のとり方で別府の街を眺め、そこに自分なりの答えを見つけているからなのだろう。

渡會氏のテンポ良い議論は、「距離化の運動」であるところの遊びの自由は管理や秩序からの「離脱」を志向する、と管理社会批判(解毒剤)として“遊び”的可能性を広げる。ひょっとするこの点が、管理や秩序維持を目的とする官僚的仕事の思想が、遊びを受け入れないゆえんかも知れない。しかし渡會氏が期待を寄せるのは、「距離化の運動」が既存の秩序を疑い、新しい秩序を打ち立てるルールメイキングへ参加する自由を開くという、極めて穩当でポジティブな“遊び”的可能性だ。“遊び”には、ルールの中で行われるという根源的な大原則があるので、“遊び”は決してアナーキーな無秩序をもたらすわけではない。



世物興行のことである。これが属州も含めて広大な帝国の各地で、無料で頻繁に提供された。他にも公衆浴場(テルマエ)はローマ人に欠かすことができない娯楽だった。テルマエは、広々とした空間に温水と冷水など複数の風呂を備える一大レジャー施設である。風呂の前に汗を流すためのジムや観客席付きの運動場があり、垢すりマッサージが受けられ、散歩や談笑ができる庭があり、図書館や講堂があり、多数の絵画や彫刻などの美術品が鑑賞でき、飲食も、場合によっては売春も提供される。テルマエは市民のみならず奴隸でも格安で使用することができた。ローマ市民は午前中は仕事をして、昼食後は働く見世物やテルマエを楽しんだ。祝祭日等の休日は年間130日もあった。

このような古代ローマの「パンとサーカス」は、しばしば愚民政策として批判的に語られてきた。そうした批判の起源は、1~2世紀のローマの詩人ユウェナリスが記した一文「かつては政治と軍事のすべてにおいて権威の源泉だった民衆は、いまでは一心不乱に、専ら2つのものだけを熱心に求めるようになっている。すなわち、パンとサーカスを」にある^[15]。無料で提供される食糧と娯楽で市民は政治的に堕落した、とユウェナリスはローマの衰退を暗示したのである。

ところが、当時ローマは大繁栄の最中にあり、ユウェナリスの時代からでもその後約360年間、ローマは存続したのである。「パンとサーカス」を批判的な文脈で使う人もあり知らないのは、ユウェナリスという詩人は風刺作家で、「パンとサーカス」は風刺作家らしい一種の芸である、ということだ。大著『ローマ人の物語』の著者塩野七生は「そのような誇張を鵜呑みにしたのでは、歴史上の真実に迫ることができなくなる」と、「パンとサーカス」の評価を反転させる^[16]。

6 パンとサーカス

歴史上、娯楽を重要政策として位置づけたことで有名なのは、古代ローマ帝国の「パンとサーカス」である。パンは食糧、サーカスは娯楽を意味する。中川良隆『娯楽と癒やしからみた古代ローマ繁栄史　パンとサーカスの時代』(鹿島出版会、2012年)から、ローマ人の娯楽の様子を少し覗いてみよう。

古代ローマでサーカスと言われた娯楽は、もともと古代ギリシャから受け継いだ戦車競走から始まり、やがてコロッセオでの剣闘士闘技や人工池での模擬海戦、ローマ喜劇の演劇などへ演目を広げた見

[14] PDCA (Plan → Do → Check → Action) の体制と、KPI (key performance indicators: 重要業績評価指標) の設定は、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の政策5原則の「結果重視」によって必ず求められる。

[15] 「パンとサーカス」に関する記述は、中川良隆『娯楽と癒やしからみた古代ローマ繁栄史　パンとサーカスの時代』(鹿島出版会、2012年)に基づく

[16] 塩野七生『ローマ人の物語VIII 危機と克服』(新潮社、1999年)、228p、240pなど

塩野が計算したところによれば、配給される小麦は一家5人で1日約4000キロカロリーで、決して働くことも食べていけるわけではなく、あくまで「飢え死にさせない」程度であった。ローマ市民であれば貧乏人だけでなく金持ちにも配給されたそうなので、現代でいえば生活保護ではなくベーシックインカムである。

ところで、ローマはなぜ「パンとサーカス」を重視したのか。膨大な費用がかかるはずである。中川は、ローマ市民の生活の満足度を高めることで、反乱や謀反を防ぎ、軍事費用を抑制することに「パンとサーカス」の意義があったとみる。増大する余暇をどう過ごすかという問題も案外大きかったようだ。なにしろローマの軍事予算是国家歳出の70%以上だったらしいので、「パンとサーカス」で戦が減らせるならば安上がりだったのだ。要するに、軍事費の増大を抑えるために、不満の捌け口として気晴らしや暇つぶしの娯楽が必要だったということである。一方、塩野の見方は中川とは少し違った視点を与えてくれる。皇帝ネロが考えた人工湖を備えた広大な自然公園の計画が市民に不評で、それを潰して建てたコロッセオが歓迎されたという史実から、塩野は、ローマ市民の考え方として都市に人が集まって何かに参加することが重要だった、と娯楽の意義を分析する。塩野は、ローマ人の都市に対する価値観をこう代弁する。「個人的に愉しむのと集団で愉しむのでは、ちがうのである。都心部は、多くの人を集めるだけでなく、集まった人が何か一つのことに参加してこそ、完全に活用されたと言えるのである」。現代のサッカースタジアムに匹敵する5万人という収容人数も「皇帝と庶民が顔を突き合わせるには、格好の広さであったのだ」。

3-8で分析した「遊び」の価値観（246p、図26）に照らせば、中川の見立てでは「安息没頭」因子が強調され、塩野の見立てでは「対等交流」因子が強調される。これは、中川と塩野のどちらかの見立てが正しいかというような問題ではなく、ローマのサーカスは、「安息没頭」でもあっただろうし「対等交流」でもあっただろう。ただ、今回の我々の調査の結果をみる限りでは、「対等交流」因子のほうが幸福度、特に生きがいを意味するエウダイモニアとの相関は強い。

いずれにしても、「パンとサーカス」が始まってから560年もの間、古代ローマは地中海地方に君臨し、長きに渡って平和と繁栄を維持し、先進的なインフラを備えた美しい都市をつくり、2000年の後にも世界中の人々が訪れたくなる文化と遺跡を子孫に遺したのだ。古代ローマが重視した娯楽政策の功績は正しく評価されるべきだろう。中川良隆は「『パンとサーカス、そして浴場文化が古代ローマの繁栄を創った』というのは過言ではない」と総括している。

7 おわりに

さて、紙面も尽きてきたので、そろそろ結論としなければならない。大規模なアンケート調査、学術的な論考、そして先進地域での事例を通じて、“遊び”について以下のような知見が導かれた。おそらく多くの地方創生関係者が、言語化はできていなかったとしても、うすうす気がついていたことではないだろうか。本報告書はその直感にエビデンスを提出したつもりである。

1. “遊び”は、人々の幸福度を高める
2. “遊び”は（特に文化芸術系の遊びは）、人々の寛容度を高める
3. この2つの力で“遊び”は、地域に多様な価値観の幸福を共存させる
4. “遊び”は地域の生活文化を美しく育み、その文化に共感する人を引きつける
5. “遊び”は地域のスキマに隠れた資源を発掘し、地域産業にイノベーションを促す

これを踏まえての本調査研究プロジェクトからのメッセージは、いたってシンプルだ。「地方創生は“遊び”的に注目し、戦略として重視すべきだ」である。昨年の『地方創生のファクターX』で提案した寛容性に続き、“遊び”も、もうひとつの地方創生のファクターXだ。ファスト風土化されて固有な文化を漂白された地方都市を、住みたくなる魅力的な地域に再生していくには、稼げる仕事があるだけでは不十分で、同時に“遊び”が不可欠である。

“遊び”から的地方創生は、地域住民の娯楽やレジャー、文化・芸術にかかわるアクティビティがいかに豊かになるかに照準しなければならない。地域によってはレジャー施設や文化施設のようなハコの整備も必要かもしれないけれど、それよりも人々がテレビやパソコンの画面を離れて、外へ出て、人に会って、遊びたくなるような楽しい機会を作り出すことがなにより重要である。中川氏が取材をした福井県の音楽によるまちづくりや瀬戸市の市民団体への助成など、市民の“遊び”を直接支援するような取り組みは、地方創生の文脈で大いに注目されるべきである。そして、“遊び”をいかに地域独自の生活文化に育て上げるかの戦略がなくてはいけない。それには、一宮町や東川町、また黒潮町のように洗練された情報発信による地域

のプランディングに注力することが必要だろう。こうした“遊び”からの地方創生にかかる仕事は、それを考えること自体が楽しくワクワクするような遊び心に満ちたものになるはずだ。だから、地方創生にかかる者ほど率先して地域で遊ばなくてはならない。地域の生活を楽しんでいない者が、地域の幸福を考えることなどできないだろう。

来年、2023年（令和5年）、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」は改定のタイミングを迎える。改定の検討の際、関係者にぜひ参考してもらいたいのが、文化芸術基本法に基づいて各自治体が作成している「文化振興基本方針」と、都市計画法に基づき作成している「都市計画マスタープラン」とそれに基づく「まちづくり基本計画」である。可能ならば「まち・ひと・しごと創生総合戦略」のまちづくりに関する基本目標は、これらを統合して一体化したほうがいいのではないかとすら考えている。

「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が“遊び”を軽視していることや、そこでプレゼンテーションされる地域の未来にワクワクするような面白さや楽しさが感じられないということは、繰り返し批判をしてきた。あくまで私が知る限りではあるが、多少なりとも地域の“遊び”が意識されている行政の計画は、「文化振興基本方針」と「都市計画マスタープラン」「まちづくり基本計画」くらいである。

「文化振興基本方針」については、法的にも伝統や正統などいわゆる上等な領域に偏るきらいはあるし、「都市計画マスタープラン」はハード整備に偏るきらいはある。しかし、どちらも地域に住む人々の日々の生活が対象となっているという点では、人口ビジョンの達成が最終目標とされる「まち・ひと・しごと創生総合戦略」よりも、いま現在そこに暮らしている生活者にとって共感できるものではないだろうか。たとえば、文化や伝統や芸術は、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」では観光資源として扱われがちなのに対して、「文化振興基本方針」では市民の心の豊かさやコミュニティの問題として扱われる。この違いは大きい。

人は誰でも自分が幸せになれると思う場所で暮らしたいと願うし、それを実現する自由と権利を有する。地域にとって人口は、あくまで選択された結果でしかない。この動かぬ真理を受け入れるならば、東京一極集中の緩和を目標とする地方創生が第一義的に考えるべきなのは、地方の幸福度と寛容度を向上させることである。そして、本稿で長々と述べてきた通り、幸福と寛容には“遊び”が必要なのだ。

