



# 日本のまちの「強み」とは何か

東京大学大学院工学系研究科教授 西村 幸夫

日本は「沈む国」か

このところ日本の将来を悲観したような論調が各所で見受けられる。

少子化、高齢化、人口減少による日本経済の縮小、隣国中国の追い上げ、製造業の空洞化といった経済の議論から、日本のまちはどこも似たり寄ったりで、そのうえ世界に類のないほど醜悪だという論断。一方でシャッター街化した中心市街地や中山間地の限界集落があり、他方で休日には交通渋滞が発生する郊外の大ショッピングモールがあるという政策の不釣り合い。若者はニート化し、将来に対する意欲を示すより現在を楽しむような利那主義に傾斜しているという社会現象。格差拡大の社会とそれを是正できない政治の無策。かたや財政難にあえぐ地方自治体と世界企業の大活躍という不釣り合い。

どうも日本人は将来を楽観するより悲観した方が知識人的に見られると思うところがあるようだ。悲観的な日本論が好きなのである。

たしかにここに挙げたような現象は事実であり、その意味ではこうした事実から目を背けるのは現

実逃避ということになるだろう。こうした現象に対処するための処方箋を見いだすべく努力しなればならないのは当然である。

しかし、問題は、そうした努力を払うことだけではないのかという点である。

たしかに日本の弱点は補強され、より改善された未来が近づくだろう。しかし、こうした対症療法のみで、日本の国としての強みがさらに増し、日本がより魅力的な国となっていくことになるといえるのだろうか。ここで国というのを、それぞれの都市と置き換えてもいい。都市の問題のとりえ方も同様の課題を背負っているからである。

会社の経営を考えてみると、違いがよくわかる。会社の弱点を補強していくのは重要であるが、それ以上にその会社の強みをさらに磨いていくこと、いわゆるコア・コンピタンスを自覚し、それを経営の基本に据えることが重要であるということがよくいわれる。

もちろん企業と公共団体とを同一視することはできないが、日本という国にとっても、それぞれの都市にとってもみずからの「強み」、コア・コンピタンスは何かということを考えることも、弱

につながるのである。

スローフードはまさしく日本、それも日本の地方都市にこそ、ふさわしい。日本の「強み」なのである。

さらにいうと、日本の食は魚が中心であるため、健康に良いという「強み」もある。日本の食はおいしい上に長生きに良いのである。その上、世界中で日本料理は高級料理のイメージを持たれているということもある。

「食」に光をあてることによって、日本の地域づくりはおおきく展開することが可能となる。そのためには、たとえば香港でやられているような「料理大賞」を都市ごとに実施して、シェフやメニューにスポットライトをあてることなどが考えられる。個々の店を紹介することは行政ではやりにくいとしても、料理人を顕彰することは地域の食文化推進のために、公共性のあることだと思う。

## 長生きの国としての「強み」

日本人の平均寿命は男が七十九才、女が八十六才弱で、周知の通り世界最高水準である。特に女性の寿命は単独の世界一である。夏は蒸し暑く、冬は雪も降るような寒暖の差があり、雨も多く、湿度の高いこの国の気候はお世辞にも世界最高水準とはいえないのに、その国の住民は健康で長生きなのである。これには健康な食文化も一役かっているが、それだけではなく、安全で清潔な環境、礼儀正しく親切な（特に大都市以外の）国民性、地方都市の暮らしやすさがおおきく寄与しているのではないだろうか。

点補強と同様に重要なはずである。しかし、えてしてこうしたアプローチは愛国主義的・郷土主義的な色合いを帯びやすく、安易な自己満足・自己賛美をもたらすことになる。そうした傾向を避け、より冷静にみずからの「強み」を分析し、それを生かしていくことを考えることがこれからの地域づくりに必要なはずである。蔓延する悲観論に無思慮のうちに与するのではなく、新しい角度から国と地方の未来を考える必要がある。

では、日本のまちの「強み」とは何か——  
「食」から考える

各地域のことを考える前に、まず一般論として、日本のまちにかかわる「強み」をどういうところに見いだすことができるかをいろいろんな事例から考えてみたい。

まず手がかりは最近の話題から。昨年暮れに二〇〇八年版の『ミシュランガイド東京』が刊行され、大きな話題を呼んだことは記憶に新しい。アジア初のこのガイドには、いわゆる三つ星に八軒、二つ星に二十五軒、一つ星に百十七軒が選ばれ、星の数の合計はそれまでの最高であったパリの星の数を上回ったことが大々的に報じられた。朝日新聞の記事によると、ミシュランガイド編集の総責任者が「掲載されたすべての店に星がついたのは世界初。調査をするうちに、東京にはすばらしい店がたくさんあることが分かり、しかるべき結果となった。東京は、世界一的美食の町だった。」と語ったという（朝日新聞二〇〇七年十一月十九日）。

東京が「世界一」の美食の町であるか否かはこ

たとえば、この世界有数の長寿国日本でもっとも長生きの県は沖縄県である。すると沖縄県は世界から見ると驚くべき桃源郷と見えてもおかしくないのである。事実そのような文句で沖縄の生活文化と食文化を紹介して話題となった英語の書物がある。『オキナワ・プログラム』と題したその本の副題には、「世界一の長生きのひとびと」というようにして永遠の健康を達成したか——そしてあなたもどうしたらできるか」とある。

(Bradley J. Willcock他著、二〇〇二年（ペーパーバック版）)

いい季節のもとで、地域社会が助け合い、土着の信仰や家族の絆を通して、ストレスをマネジメントすることが、いかに健康で長生きのできる環境を生み出すことができるのかということ。この本は主張しているのであるが、これはそのまま沖縄の地域づくりのうたい文句になるだろう。また、そしてこうした主張ができるのは沖縄だけではないはずである。

大都会に暮らしているとあまり実感がわかないが、日本のほとんどの地域では、礼儀正しく親切で、ゆとりがあり、優しい言葉遣いの人々が暮らししている。そのことがいかにわれわれのストレスを減らすことに寄与しているのか、そしてその結果として健康で長生きの人生を送ることができることになっっているのかは、おそらく国内の大都市を旅するか海外にも出てみなければ実感できないだろう。しかし、海外からの来訪者はこのことを強く感じているはずである。ここにもわれわれが気づきにくいこの国の「強み」があるのではないだろうか。

ここでは問わないとしても（東京にたしかにグルメ向けの店が多いにしても、東京が食の都だと考える日本人はあまりいない。関東より関西の方が食のレベルは高いというのは日本人一般の常識である。ここでいう「世界一」というのは世界規模の都市で一番ということだろう。だから「世界一」ではあっても「日本一」ではないということも起きることになる。）、日本の食のレベルが高いことは海外の多くの人が認めるところなのである。

ところが日本で生活していると、このことはあまりに当たり前で気づきにくい。海外旅行に行くと食事がまずいという経験をした人は多いはずだが、そうは思っても、そのことがわれわれの食の水準が高いからとはなかなか考えないものである。日本では、カニや鮮魚など地域の旬のものを食べに行く旅行企画がふつうに宣伝されているが、こうしたものも海外では珍しい。つまり、日本には豊かな食のバラエティが存在するだけでなく、それを楽しむためにわざわざ旅までするというグルメの文化が根付いているのである。

地域に目を向けると、それぞれの土地に食の名産やおいしいと評判のレストランや料理屋などが必ずあるものだ。その食文化はじつは世界に誇れるものであるとしたら、ここから一つの地域づくりの可能性がひらけるといえるのである。

さらに言うと、食の問題は単に楽しむためのものであるというだけでなく、食育を通してライフスタイルや教育の問題に通じるのである。スローフードがその好例だ。地域の素材を地域の中で楽しみながら食し、暮らすということが生き甲斐

## 無形文化の多様性という魅力

日本の都市は見た目が良くないというえにそれぞれの個性が感じられないとよくいわれる。たしかにその通りだろう。景観法が制定され、各地で景観条例が機能するようになってきたので、こうした状況は次第に改善されていくと期待しているが、それにしても一朝一夕に前向きの変化が実感できるというものではない。

では、日本の都市にはまったく魅力がないというのだろうか。先に紹介した食文化以外にも、日本の各地には多様でかつ数多くの無形の文化が残されているのである。

たとえば、祭りである。おきなお祭りを挙げただけでもカレンダーが出来上がるほどに、日本には祭りが多い。各都市、各集落に産土の神社があり、その神様を祀る儀式がある。そして興味深いことに、日本の祭りは担ぎヤマあり、曳きヤマあり、提灯祭りあり、裸祭りあり、踊りあり、神楽あり、そしてそれぞれに流儀があり、じつに多様なのである。建物の表情が全国でそれほど変わらないのに、祭りの表情は驚くほど多彩なのだ。そしてこのほとんどが無形の技として親世代から子世代へと伝承され続けている。祭りのしきたりやおはやし、神楽の舞にマニュアルや楽譜があるわけではない。口伝えに、あるいは手取り足取りして、文化が受け継がれているのである。これは地域社会の原点でもある。

ヨーロッパにはすばらしい建築文化があるが、このような多層で奥深い民俗文化は存在しない。

かつてはあったのだろうか、キリスト教がこれらを根絶やしにしたからである。

他方日本では、おおかたみすばらしい町並みしか受け継がれてはいないものの、その内側には地域社会に育まれた、豊かな民俗文化が息づいている。そして、それは歴史のある大都市だけではなく、農村の小さな集落にまであてはまるのだ。このハイテクの国にこれだけの民俗文化が共生しているのは、われわれにとつては当たり前のことではあるが、海外の人にとっては驚きだろう。ここにも日本の「強み」がある。

その上、こうした伝統の民俗に、地元の伝承や故事を伝える比較的新しい祭りが付け加わり、最近では札幌のYOSAKOIソーラン祭りに端を発して、各地で元気のいい新しい祭りが生まれている。和太鼓などのグループも数多く結成され、その全国大会も実施されている。神楽にもスーパー神楽と銘打った創作神楽を公演するグループも生まれている。

このエネルギーを見る限り、若い世代に夢がないとか覇気がないとかいうことはできない。夢や覇気を起こさせる仕掛けがこれまであまりになかっただけなのだ。いや、各地の伝統的な祭りは今も若い世代に支持されている。われわれの若い人たちに對する見方の方が硬直化しているのではないだろうか。

さらにいうと、サッカーのJリーグのように地元チームを熱狂的に応援するような新しい形でのリーグジョナリズムも生まれてきているのである。ただし、地元を誇り、応援するような仕組みを

自然発生に任せてはいけないということは留意しておきたい。これまでこうした感性は、いわば当たり前の郷土愛としてその後押しの方を考えるとまでもなかったといえる。しかし、これだけ情報があふれかえり、自己の帰属意識をどのような形で演出できるようになった時代において（その代表的な例がNSNと呼ばれるウェブ状のネットワークだろう）、新しい形での地域主義を台頭させるためには、これまで各地で脈々と受け継がれてきた無形文化の伝承のあり方に力を借りて、そこにひとひねり加えることによって新しい「強み」が生まれてくるのではないだろうか。

## 田舎と自然の豊かさ

日本のもう一つの「強み」は自然が豊かであるということだ。これもあまりに当然すぎて、日本の特色だと気づかれていないことが多いが、世界の先進国の中で日本の自然の豊かさは特筆に値する。これはこの国が湿潤な温帯を中心に亜寒帯から亜熱帯にかけて位置しているからに他ならないが、そのことがこの国の山林の豊かさを形作ってきた。国土の三分の二までが緑したたる森林であるという先進国はないのである。

したがってこの山林の緑は日本の個性として大切にしなければならぬ。いや、これまでそのようにして持続可能な森林経営が行われてきたから、この国の山林が今日まで保たれたのである。これは世界の環境問題にも一石を投じる意味を持つ。この重要な伝統をわれわれの世代で消滅させてしまつてはならない。

逆に、森を中心に日本の国土を戦略的に見直す発想があつてもいいのではないだろうか。

これまで国土の連携という、国土の連携軸のように大都市を数珠繋ぎにするような開発のネットワークを考えるのが通例だった。これを発想を変えてわれわれを生かしてくれる貴重な資源としての自然を中心に考えてみるとうだろうか。

たとえば従来だと三重県は中部圏、和歌山県は近畿圏の中で位置づけられることになるが、これを紀伊半島を核に考えると、三重・和歌山・奈良の三県がそれとから取り巻く形になる。こうして考えると地域交流や観光の問題など、今後重要になってくる政策課題への取組み方向が別の形で見えてくるといえる。むしろ山林という自然を持続可能に生かすことを中心課題に据えることによつて、地域戦略の方向が見えてくるのではないだろうか。

同様に、十和田八幡平を核に青森・秋田・岩手の三県を見ると、北東北の新しい政策展開の力点の置き場所が見えてくるだろう。

こうした核としての自然と大都市との接点として農村地帯があるとすると、田舎がいかに重要な位置を占めるかが理解できる。そしてこの田舎こそ、さきあげた民俗文化のふるさとなのである。その意味からも田舎の重要性が見えてくる。田舎の「強み」をいち早く見いだした地域が二十一世紀に生き残るといってもいいだろう。

## 現代テクノロジーの豊かさ

新幹線は世界の鉄道史の中では革命的なもので

あるということをご存じだろうか。日本人にとつて新幹線はあまりに日常のなかに入り込んでいるので、それがいかに画期的であるのか理解しにくくなっている。しかしたとえば、世界遺産記念物会議（イコモス）が一九九九年に刊行した『世界遺産としての鉄道』という研究レポートには、リパブル・マンチェスター間の鉄道やモスクワの地下鉄などと並んで日本の新幹線が八つの代表的な鉄道の一つとして選ばれているのである。

同レポートによると、新幹線の新規性は、まったく新しい鉄道路線を新幹線を走らせるという目的だけのために敷設し、大都市だけを結ぶ新しい形式の鉄道路網を完成し、経済的にも成功させたことにあるという。新幹線が日本の地域構造を規定するほどの影響力を持つに至っているのである。

新幹線が直接の引き金となってフランスのTGV、ドイツのICE、英仏間のユーロスターが生まれた。超高速鉄道による移動というこれまでの鉄道旅行の概念を全く変えてしまうものだったのである。飛行機におけるジェット機の発明に比肩するものだと評価されている。

そして同時に新幹線は戦後日本の経済成長の象徴として海外に発信され、また、新幹線に乗ることが日本への来訪者の楽しみの一つとなったのである。まさに日本の「強み」そのものであり、あと数十年経過すると、世界遺産に推薦する人も現れてくるかもしれないほどの発明なのである。

振り返ってみると日本の近代化は非西欧世界では初のものであり、それも西欧世界のどこよりも急速なスピードで成し遂げられたものである。そ

れを物語る近代化産業遺産はその生き証人であり、まさに日本の「強み」の体現者なのである。技術更新や産業の空洞化の中で忘れ去られようとしているこうした産業遺産にも世界に発信できる物語が隠されているのだ。旧産炭地や工業コンビナートに新しい光をあてることも可能だろう。これを現代の最先端産業まで拡げて、産業観光を推進することも十分考えられる。

## 文化情報発信と観光

ここまで、日本のまじにかかわる「強み」を見てきて思うのは、これらの「強み」がすべて、日本の文化情報を見直し、これを正當に発信することから始まるということである。そしてそうした戦略こそが日本の都市を生かす新しい道なのだと思ふ。いずれの方向にせよ、最高の文化を追い求めることのなかに生きていく道は見いだせるのである。そのための手がかりは、その気になって身の回りを見直せば数多くころがっている。当たり前すぎて見えないだけである。

この当たり前を払拭するためには外からの視線が大切である。つまり、観光が重要なセクターとなるのだ。ちょうどわれわれが観光客としてよそを訪れたときの印象から我が身を省みたように、他者の目にさらされることによつて、地域は強く、より魅力的になっていくのである。

こうした日本の「強み」を意識しながら、欠点を是正していくことをすすめることによつて、フランスのとれた今後の地域展開が望めることになるだろう。