

# 地方の時代と文化戦略

——その虚実をめぐって——

芦田 徹郎

## The Age of Local Community and the Cultural Strategy : Reality and Fiction

ASHIDA Tetsuro

**Abstract :** It is said that today's Japan is becoming a gap-widening society (*kakusa-shakai*) marked by disparity between winners (*kachi-gumi*) and losers (*make-gumi*). Perhaps such disparity has expanded earliest and most seriously between Tokyo or the metropolitan area and the other provinces of Japan. But, for some reason or other, for a few decades when the difference or inequality between Tokyo and the other regions has escalated remarkably, many people have been talking about the reevaluation of and the expectation for local community life and its culture. This period has been called *The Age of Local Community* (*chiho no jidai*). Why? In this paper I attempt to review the reality and fiction in the discourses of *The Age of Local Community* especially focusing on the cultural strategy. In this review I show some dilemmas, which many Japanese local communities of today are confronted with, concerning "economy and culture" or "money and soul".

### 1. 東京－地方格差と文化への期待

#### 格差社会化と東京－地方格差

「格差社会」論議がにぎやかである。現在、1991年のいわゆる「バブル経済」崩壊後の「失われた10年」とよばれた長期にわたる低迷を経て、戦後最長の大型景気であった「いざなぎ景気」(57カ月)をも超える好景気が続いているといわれる(2006年10月現在)。しかしその間、「所得格差」と「資産格差」は広がり(あるいは顕在化し)、さらには教育や就職への「機会格差」や「雇用(形態)格差」から、「フリーター」「ニート」の群れが暗示する若者たちの「希望格差」にいたるまで、国民全体の「階層化」ないし「階級化」が進んだといわれる。

その結果、東京・六本木ヒルズに居を構える「ヒルズ族」に象徴される、一握りの「勝ち組」の豪華な生活がスポットライトを浴びる反面、多くの人びとは「負け組」や「下流社会」へと選別・淘汰されること

への「不安」におびやかされているというわけである。もちろん、こうした議論に対しては、客観的なデータにてらして実態はないという反論もあるが、格差社会化の進展ということが、ひとつの「イメージ」として国民のあいだに広がっているという認識では、多くの論者に共通している<sup>1)</sup>。

しかし、現代日本の「格差」問題が浮上したのは、今回が初めてのことではない。1960年代に始まった高度経済成長の恩恵を大多数の国民が享受して「一億総中流」ということがいわれ、まだその言葉が生きていた時代、とりわけ「バブル経済」の前夜からその最盛期にかけて、「東京－地方格差」が重要な国土問題ならびに政策課題として浮上していた。戦後復興期から高度成長期にかけて急速に進んだ農林漁業地域から大都市圏への人口移動は、1960年代半ばから70年代にかけていったん沈静化した後、80年代に入ると東京首都圏を主たる吸引圏にして再び加速し、1987年には東京圏と地方圏との人口流入差はピークを迎えていたのである(野崎英司1994<sup>2)</sup>)。こうした集中は単

に「ヒト」の問題にとどまるものではなく、「モノ」「カネ」「情報」等を加えてトータルな「東京一極集中」現象となって現れていた。

当時進んだ地域間格差は、東京一地方という単純な二極化というよりは、もっと重層的なピラミッド構造化であった。かつて日本の雄都を東京と競った大阪の凋落ぶりは著しかったが、他方では札幌、仙台、広島、福岡といった地域ブロックの中核都市(圏)の拡大が目覚しかった。しかし、それはまた、それぞれの地域ブロック内で、それらの中核都市(圏)と他の県庁所在地などの地方有力都市(圏)とのあいだの「格差」拡大を意味するものでもあった。さらには、地方諸県における県庁所在地(「県都」とよばれることがある)への「一極集中」と他の県域との「格差」の拡大も顕著にみられたのである<sup>3</sup>。こうして、国土の辺縁部に位置する地域では、「最貧県」といった言葉が自嘲的に多用されたり、単なる人口減少にとどまらない、地域モラル全般の衰退を意味する「心の過疎」ということが深刻に語られたりしていた<sup>4</sup>。当時の東京一極集中と地方における閉塞感の広がりとは、今日の全般的格差社会化(感)の先駆けであったといえることができる。

こうした経済を焦点にした地域間格差が地域イメージの格差を伴うものであった点にも留意する必要がある。なかには、むしろ地方的(非東京的)生活の実質的な魅力を称揚する議論もあったし(博報堂生活総合研究所編1989)、現に都会の生活を捨てて「田舎暮らし」に憧れる、少なからぬ人びとの出現が話題になり始めたのもこの頃である<sup>5</sup>。しかし、近現代日本の底流に一貫してわだかまる「東京一極集中のメンタリテイ」(藤本建夫1992)は、「差異化」もしくは「差別化」がひとつのトレンドでもあったこの時代において、まことに微細な地域間差異(差別)意識となって表出されていた。それは、いわば「小東京」である地域ブロックの中核都市や県庁所在地とその他の地方(地方のなかの地方)とのあいだで見られたし、「ださいたま」や「ぐんたまちばらぎ」といった埼玉、群馬、千葉、茨城など、首都圏内の「地方」を揶揄する言葉が生み出されたように、「東京」内部においても東京一地方という位相関係が再生産されていたのである<sup>6</sup>。

私は、こうした地域間格差(地域差別意識)と地方の地域社会の閉塞状況とが「地方の時代」といわれた時代状況を背景にして広がったことに、皮肉なめぐり合わせを感じずにはおれない。また、地方地域がその

苦境を打開しようとする試みのなかで、「(地域)文化」とその「個性」に大きな期待が寄せられたことにも強い関心がある。地域の文化とその個性とは、地域社会のアイデンティティとプライドとの回復のみならず、経済的な地域振興においても、しばしば起死回生の期待が寄せられたように思えるからである。本稿は、「文化」をひとつの戦略高地にした地域振興というアイデアを検証することで、今日の日本の地域社会、ひいては日本社会全体がおかれている時代状況の一端にせまろうとするものである。

### 文化への期待

2003年に河合隼雄・文化庁長官(当時)の提唱によって「関西元気文化圏構想」というものが発足している。これは、河合の言葉を借りれば、「日本中を活性化してゆく手はじめとして、経済の落ちこみが一番ひどいと言われる関西から、文化で元気を！」(「関西元気文化圏」ホームページ<sup>7</sup>)という趣旨で始まったものである。河合は、次のように語っている。

文化庁長官になって感じたことに、人々があまりにも「不況」にこだわって元気をなくしていること、および政治・経済のみではなくあらゆることに、あまりにも東京一極集中傾向が強い、ということがありました。／日本中のあちこちの地域をまわって、日本人は各所に豊かな文化をもち、大きい力を潜在させていることを知りました。そこで、これらの力をもっと盛り立てて「経済力」のみではなく「文化力」によって、日本中を活気づけようと考えました。[……]日本中を活性化してゆく手はじめとして、経済の落ちこみが一番ひどいと言われる関西から、文化で元気を！という運動をはじめようと思いました。これは、関西は有形・無形の文化財も多く、文化的な力を大いに持っている、ということも考慮してのことなのです。不況のときに「文化」のことなど考えられない、というのは間違いで、文化を盛んにすることは、経済の方にも波及効果をもつのではないのでしょうか。(同)<sup>8</sup>

こうした河合の(地域)文化観とまったく同じものを、私は、かつて「むらおこし」「まちづくり」の掛け声<sup>9</sup>が全国各地で賑やかだったころ、当時の任地である熊本でも聞いた記憶がある。後に総理大臣となる細川護熙が1983年に県知事に就任し、かつてNHKの看板アナウンサーであった鈴木健二を1988年に県

立劇場の館長として招聘した熊本県は、「文化」を中核とした地域振興施策によって当時全国的にももっとも注目された自治体のひとつである<sup>10)</sup>。そのうちの鈴木は、熊本に赴任するやただちに県内全域の視察行脚に繰り出すが、その体験を次のように振り返っている。

「天草の大矢野町を皮切りに、熊本県下九十八市町村巡歴の旅を開始した」ところ、「神楽、雨乞いの踊りや太鼓など、神事（かみごと）にまつわる心豊かな芸能が、どこの町や村でも、三つ以上は残されている事実が少しずつ理解できて」「私の心の中には、毎日のように、この精神性に満ち溢れた文化への強烈な吸引力が高まっていった」。ところが「地方の人達は東京のほうばかり見ている、自分の郷土を見ていないのである」。しかし、やがて「突破口はあり余るほどあるという事実」に「確信が持てた」。「その一番底辺をなすのは、私のこの感動である」。「これが全国の日本人に伝わらないはずはない」。(鈴木健二 1992, 59-64 頁)

他方、強力なリーダーシップで熊本県の文化行政を推進した細川知事（当時）は、「これまで文化と云えば、経済的にソロバンに合わないもので、また文化に経済効果を期待すること自体が何か見当違いなことのよう思われてきましたが、それは大変な誤解」だと、認識の転換をせまった。「産業や経済の帳尻も合わせながら、なおかつ、人を惹きつける文化によって地域の活性化を図っていく」。このことが「国でも自治体でも大変重要な視点だ」というわけである（細川護熙他 1991, 113-114 頁）。また彼は、『文化力』こそ最高の『政治力』であり、『経済力』だ（細川護熙 1992, 149 頁）と大見得を切っている。

さきの河合隼雄による「関西元気文化圏構想」の趣旨説明が、かつて熊本の鈴木健二と細川護熙によって語られた、文化による地域振興構想とほぼ完全な相似形をなしていることは明白であろう。それに、今日の大阪ないしは関西が置かれている現状も、かつての熊本や九州など周縁部地域社会が直面していた状況と似通ったところがある。ながらく唯一東京のライバルを誇示してきた大阪ではあるが、すでに 1978 年には大阪市の人口が横浜市に抜かれ、その地盤沈下は明白なものになっていた。それが、2006 年 5 月 1 日現在の人口推計で、大阪府の人口は神奈川県を下回り、それまでの 2 位から 3 位に後退したことが明らかになっ

た。こうした現状を踏まえ、もはや大阪市が「地方都市」の一つにすぎないことを自認した上で、その再生を図ろうとする動きもあるほどである（大阪青年会議所 2005）。まことにある意味で「東京一極集中の影響をもっとも大きく受け続けているのが大阪である」（齊藤慎<sup>11)</sup>）ともいえるのである。

こうした大阪・関西の沈滞状況を背景に浮上した「関西元気文化圏構想」は、東京一極集中とは裏腹に低迷する地方地域において、依然として「文化」への強い期待がかけられていることを推測させる。「文化」への思い入れとその背景についての考察は、地域社会の現代的特性、ひいては全般的な格差化が重要な 이슈になっている、現代社会（現代人）一般の特性の一端を明らかにする手がかりを与えてくれるはずである。そのためにももう一度、「文化の時代」でもあった「地方（地域）の時代」という言説とその実態を振り返っておく必要がある<sup>12)</sup>。

## 2. 文化の時代と地方の時代

### 地域文化戦略の活性化

1980 年代の後半、後に「バブル経済」とよばれることになる日本経済の沸騰期を頂点に、地域づくりの文化戦略が全国的に急浮上した。こうした文化戦略に即して、先端的な設備をそなえた美術館や文化ホール（それも従来型の多目的ホールよりも音楽や演劇の専用ホール）が全国各地に建設され（森啓編 1991）、各種文化イベントの舞台を提供した。さらに、一部にはある種の奇抜さ故に「ディズニールンダイゼーション」（中川理 1996）と呼ばれるような「はしゃぎすぎ」をともないつつも、デザイン性を重視した公共施設や住宅が建設された。

文化への注目は、地域社会の歴史や伝統や伝承の再発見や再評価も促し、昔ながらの古い町並み保存運動も全国的な広がりを見せた（宮澤智士編 1987）。伝統的・民俗的な芸能や工芸の復興・保存の運動が高まり、1992 年には「地域伝統芸能等を活用した行事の実施による観光及び特定地域商工業の振興に関する法律」（通称「おまつり法」）が制定されるまでなる。

まずは行政によって主導されたこうした動きは、各地に住民グループによる「まちづくり」や「むらおこし」の自主的活動を誘発した。さまざまなメディアでさまざまな取り組みが紹介されているが、全国すべての市町村が一度はどこかで取り上げられたと思われるほどで、その事例を数え上げることは、ほとんど不可

能に近いといっても過言でない。

それらの動きはいずれも、機能（効率性、経済性）重視の近代的な生活環境観に「文化」という視点から再考を迫るものであったが、伝来の祭りの復興や再活性化とともに、新たな地域イベントの創造にも力がそそがれた。さらには、1981年に神戸で開かれた博覧会「ポートピア'81」は、180日の開催期間中に1,600万人の入場者を集めて65億円の黒字を出し（神戸ポートアイランド博覧会協会1982）、1980年代の「地方博」ブームの先駆けとなった<sup>13</sup>。また、そうした文化を核にした地域間交流や国際交流も盛んに推進されたものである（地域国際化研究会1995、環瀬戸内圏交流推進会議1996）。

さらに、竹下登首相（当時）の提唱により1988年度から始まった「ふるさと創生」事業は、初年度には全国の市町村に一律1億円を交付するという「奇策」によって話題を呼んだ。基本的に「ソフト」事業として規定され、それ以外の用途は各自治体の自由な裁量にゆだねられたこの施策は、正統派の社会学者（鈴木廣）からさえ、「この奇抜な政策ほど、長い目でみて、地方の時代にふさわしい、有効な機能を果たしたのも珍しい」（鈴木廣他編1997・ii頁）と絶賛の声が上がったほどである<sup>14</sup>。

当時、「文化」はまさしく地方自治体行政の戦略高地のひとつであったわけである。1983年から2期8年間熊本県知事を務め、「田園文化圏」構想のもとで「日本づくり」運動の展開などで全国的な注目を浴び、後に「日本新党」を結成して総理大臣にまで上り詰めることになる細川護熙は、「行政として残せるものは、文化しかない」（細川護熙1992、147頁）という名言を残している。

### 経済から文化へ

1980年前後から澎湃としてわき上がった「文化」への注目の背景として、大型で長期にわたった日本の高度経済成長の終焉を想定することは容易である。これを契機とする、企業、地域、家庭などあらゆる社会場面での日本人の生活や行動への反省と、新たなライフ・スタイルの希求は、国民・住民自身による文化への関心の増大を促すのに十分なものがあったといえるのである。

1950年代の後半から20年近くにわたって続いた日本の高度経済成長は、1973年の「オイル・ショック」によって決定的終息を迎えるが、時代の空気はもう少し前からこの希有な時代の終焉を予感していた。

1960年代の終わりから70年代の初めにかけて、「大きいことはいいことだ」（チョコレートCM、1968）や「オー！モーレッツ」（ガソリンCM、1969）から、「モーレッツからビューティフルへ」（複写機メーカーのCM、1970）へという、企業コマースのキャッチ・コピーの変遷がまさに時代の転換の予告であったというのは、多くの論者が言及するところである。

「モーレッツからビューティフルへ」のCMをプロデュースした藤岡和賀夫は、だからこそ「高度成長時代の象徴的なイベントであった、あの万国博の開かれた四十五年に、『モーレッツからビューティフルへ』というスローガンがすでに人々の共感を呼んだのではなかったか」と振り返り、「オイル・ショックはただ決定的なカウンター・パンチとなっただけのことである」と断じている（藤岡和賀夫1991、211頁）。

また藤岡たちは、「モーレッツからビューティフルへ」と同じ年、7年の長期にわたって続くことになる旧国鉄の「ディスカバー・ジャパン」キャンペーンを手がけているが、そこには「観光キャンペーンではないんだ、実は、ディスカバー・マイセルフという心のキャンペーンなんだという私たちの主張」が込められていたのだという（同、20頁）。「国鉄からの要望はポスト万博対策としての旅客誘致であったにもかかわらず、私たちの提案は売り上げ促進プロモーションではなく、言ってみれば、『こころ』のプロモーションだった」（同、24頁）。

「カネ」と「モノ」の時代から「ココロ」の時代への移り変わりは、高度経済成長の終焉とともに、さまざまな社会的シーンにおいてはっきりとその姿を現すことになる。1973年に原書が出版され、石油危機を予告した警世の書として話題を呼んだE・F・シュマッハーの『スモール・イズ・ビューティフル』が、1976年には『人間復興の経済』という邦訳で日本でも出版される。

総理府が毎年実施している「国民生活に関する世論調査」でも、オイル・ショック直後の1979年を境に、「物の豊かさ」よりも「心の豊かさ」が重要だとする回答が上回り、以後、長引く不況と低成長の影響のせい、近年はいくらかふらつきがあるものの、ほぼ一貫してその差は広がっている（平成16年6月調査・報告<sup>15</sup>）。また、1978年ごろのいくつかの意識調査は国民のあいだでの宗教回帰的傾向を示しており、こうした動向は、後に第3次とも4次ともいわれた「宗教ブーム」という認識につながっていく。さらには、この宗教回帰と軌を一にして、高度成長期に全般

的に衰退した日本の祭りの顕著な復興現象が全国的に見られたのである（芦田徹郎 2001）。

こうした「こころ志向」が「地方」と「文化」を目ざしたとしても、不思議ではない。日本各地の自然・風土、景色・景観、歴史・伝統、祭礼・芸能や土地々々の暮らしぶり、ひいては人との出会いそのものへの旅を誘う「ディスカバー・ジャパン」キャンペーンが、実は「ディスカバー・マイセルフ」という基本コンセプトに導かれたものであった、という藤岡和賀夫の述懐もそれを証明している。

しかし同時に、「モノ・カネ」志向から「ココロ」志向への路線変更の延長線上にあるはずの「文化」への関心の高まりは、逆に、経済の側からも文化に熱い視線が浴びせられるであろうことを暗示するものであった。「ディスカバー・ジャパン」キャンペーン自体、旧国鉄だけで開催期間中に2,200万人もの入場者を運んだという、大阪万博後の旅客誘致キャンペーンとして企画されたものであった（藤岡和賀夫 1991, 38頁）。

それを藤岡は、その独自の倫理観ないし美意識から、「観光キャンペーンではないんだ、実は、ディスカバー・マイセルフという心のキャンペーンなんだ」「売上げ促進プロモーションではなく、言ってみれば、『こころ』のプロモーションだった」（前出）と振り返っている。企業体の「広告」から「経済」を消去することで「こころ」を救済するという一種の心理的マジックを用いて、自分自身を説き伏せているのである。カネとココロをめぐるアンビバレントな時代状況を示すエピソードである。

こうした時代状況において、おそらくもっとも早く「文化」と「経済」との結びつきの積極的意義を指摘し、相応の反響をよんだのが日下公人の『新・文化産業論』（1978）である（清成忠男他 1980, 6頁）。日下のこの著作は、言及されてはいるものの明言されていないわけではないが、明らかにその理論的枠組みは、A・H・マズローの欲求段階説によっている。日下は、高度成長を経て、いわば「自己実現欲求」段階に達した日本社会に対応して、経済がすぐれて「こころ」（心理学）の問題だという認識（日下公人 1978, 53-55頁）のもと、「文化開発」（同, 9頁）の必要性を説いていた。

日下はこの時代の「基本的欲求」の動向として、「家族主義」のほか、「未来志向ではなく過去志向」「欧米追随ではなく日本帰り」「東京中心ではなくふるさと帰り（Uターン）」「広告に踊らされない実質的

な買物」「スモール・イズ・ビューティフル」「手づくり」「理屈よりも感じ」「科学よりも宗教」「発展よりも安定」等を、思いつくままにあげている（同, 41頁）。そして、「生活する喜びや生きがいの追求に関する経済行為」の重要性に注意を促したのである（同, 49頁）。この予言は、かなりの程度まで当たり、そしてはずれた。

### そして「地方の時代」

さきに1970年に始まる「ディスカバー・ジャパン」キャンペーンを回顧したが、「地方」への関心にしても、「文化」への関心と似たところがある。関川夏央は「一九七五年以降の地方復興への動きは〔……〕実は七〇年から七四年に至る過渡期、すでにその兆候は見えていた」という。それは、「ふれあい」「ぬくもり」「やさしさ」といった言葉でもって「故郷または地方へのあこがれを歌った」フォークソングの流行であり、「方言の〔再〕評価」であり、「コミュニケーション運動」の広がりである。（関川夏央他 1996, 156-158頁）

「一定地域の住民が、その地域の風土的個性を背景に、その地域の共同体に対して一体感を持ち、地域の行政的・経済的自立性と文化的独立性とを追求すること」（玉野井芳郎 1990, 29頁）という「地域主義」に立脚する研究者たちが、「地域主義研究集談会」を発足させたのが1976年のことである（同, 4頁）。また1978年、東京都、埼玉県、神奈川県、横浜市、川崎市の5自治体による「首都圏地方自治研究会」で長洲一二神奈川県知事が提唱した「地方の時代」（『地方の時代』を求めて）、『世界』1978年10月号）は、各方面に大きな反響を呼び、この言葉は来るべき時代の方向性を示すものとして一世を風靡することになる。

1978年に総理大臣となった大平正芳は、就任直後に中長期の政策ビジョンの検討立案を目的に、私的諮問機関である9グループからなる政策研究会を発足させたが、その中には、「文化の時代研究グループ」と「文化の時代の経済運営研究グループ」が含まれていた。また「田園都市構想研究グループ」は「田園都市国家」という構想をまとめ上げたが、これらの作業の前提には、「文化の時代」と「地方の時代」の到来という基本認識があった（自由民主党 1880）。「文化の時代」と「地方の時代」は、まさしく当時の時代認識の双子の兄弟のようなものであった。

高度成長は日本国民全体の生活水準を飛躍的に押し上げた。しかし、それは同時に、東京を頂点とし地方

を底辺とする、日本全土的な地域間格差を促進するものでもあった。(地方)行政による「文化戦略」には、中央(東京)との生活格差を埋めるものとして「地域文化」に期待が集まったという側面がある。そこには、経済が先か文化が先かは別にして、文化振興が地域振興の中核施策になり得るはずだという認識があったことは疑い得ない。これが結果的には、経済格差以上に大きい中央(東京)―地方間の「文化格差」を思い知らされることになるにしてもである。

### 3. 地域社会の文化戦略

#### 文化行政と行政の文化化

いま、あらためて「地域文化」を考えるためには、ほぼ30年にわたって「文化の時代」をリードしてきた地方自治体の取り組みを振り返っておくのがよい。1970年代初頭から関西の府県に始まり全国に広がった「文化行政」は、やがて行政じたいの文化的革新を意味する「行政の文化化」という新たなコンセプトを獲得してくる。この流れは、それまで教育(委員会)行政の管轄であった「文化」が一般行政の中核的課題のひとつになってくる過程であった(文化に行政を! 行政に文化を!)。それとともに、各レベルの自治体首長部局に文化担当のセクションが増加し、「文化のための1%システム」(公共建築物のデザインへの建築費1%の充当)や「文化アセスメント」(公共事業への文化的評価)といった概念も導入されていった<sup>16)</sup>。

当時の行政による「文化」への注目は、文化が現実の生活から遊離した贅沢や装飾ではなく、人びとの日常の地域生活に不可欠なものだという認識が高まってきたことを示している。ここで「文化」は、あくまでも「地域」と「生活」に結びつけて考えられているのである。神奈川県職員であり、「行政の文化化」推進の論客であった森啓は、「文化行政とは『人びとがいつまでも住みつけていたいと希い、そこに住んでいることが誇りに思える、そのような文化の根づいた地域社会をつくるための行政のさまざまな営みである』と定義」している(森編啓1988, 243頁)。

従来、「文化」や「文化的」といえば、何ほどか高尚ないし高級なものを含意する傾向が強かった。宗教・道徳・芸術・学問など、人間の高度な精神活動とその所産としてとらえるか、自動車・飛行機・コンピュータ・電気・水道などの普遍的な技術に基礎をおく、安全・便利・快適な生活様式としての「文明」と同義

に用いられるにしてもである。ところが、文化行政や地域文化が云々される際の文化は、少なくとも表向きはその高低・優劣を競うよりも、それぞれの土地に住む人たちの暮らし振りや生き方の固有性や独自性を強調して語られる傾向が強い。これは、ある社会集団によって獲得されかつ世代的に伝達される生活様式ないしは行動パターンという、文化人類学や社会学で用いられる「文化」の概念に近いものであるが、あるがままの地域の暮らしかた・生きかたを指示する「認識」概念や「記述」概念にとどまるものでもない。

梅棹忠夫は、文化人類学などでの学問的定義は別にして、一般には「文化とは何かというような定義論は、おおむね不毛の議論に陥りやすい」として「深入り」に警告したうえで、「文化行政というときの文化と申しますのは、要するに国民の日常生活における『心のゆとり』の問題だと」している。「つまり、職業や経済活動から離れた心の遊び」、すなわち「財産の獲得、つまり、金儲けそのほかの実利的な目的から離れた生活活動のすべて」が「文化」だとするのである(上田篤編1983, 53頁)。

同様の例をあげれば、樺山紘一は「文化とは端的に言って、生活の質にかかわる事項である」(森啓編1988, 28頁)とし、細川護熙は「文化とは[……]自然環境、経済的な生活の快適さに加えて、そこで生活することにより精神が満たされるものでなければなりません」(細川護熙他1991, 151頁)と述べている。これらは要するに、文化というものを、経済的・金銭的価値に還元されつくせない、「生活の質のよさ」ないしは「暮しやすさ」としてとらえているのである。

こうした「文化」は、必ずしも今あるがままのライフ・スタイルや生活環境のことではなく、むしろ今後獲得ないしは回復されるべき何かである。それは、あるがままの地域社会の暮らしかた・生きかたを指示する「認識」概念や「記述」概念ではなく、また住民の目標や手本として達成されるべき出来合いの「規範」概念や「模範」概念でさえない。むしろ、われわれがそれを日々の生活実践をとおしてつくり上げ、つくり直していくという意味で、「生活」概念であり「運動」概念なのである。

日々の地域生活のなかで営まれる「暮らしかた・生きかた」の探求は、おのずから「暮らしやすさ・生きやすさ」の追求に結びつくであろう。「暮らしやすさ・生きやすさ」とは、一言でいえば「アメニティ」と言い換えることができよう。宮本憲一の言葉を借りれば、「市民文化運動」とは「アメニティを求める運動

の一つである」(森啓編 1988, 9頁)。この場合、(地域)文化は「アメニティ」とほぼ同義語である。宮本によれば、「アメニティとは、居住環境の価値と関連している」のであり、「住居、建築様式、住居内の施設、暖かさ、光、きれいな空気、自然環境、歴史的文化財、街なみ、風景、コミュニティの連帯、人情、地域の公共サービス(教育、・医療・福祉・犯罪防止)、交通の便利さのようなものがふくまれているのである」(同, 17頁)。

### 文化戦略のアンビバレンス

ただし同時に、こうした(地域)文化への注目が、文化自体の内在的発展や自己主張によってというよりも、むしろ外的な要請によってもたらされたことに留意しておかなければならない。樺山紘一がいうように、「変化はむしろ『文化』の内側からよりは、外側から起こった」のであり、「経済の高度成長の過程でようやく、これら生活資材における質の問題が提起されるようになった」(森啓編 1988, 27頁)側面を否定できないからである。

こうした留意を含め、もう一度地域の文化戦略の意義と課題を考える必要がある。そのためには、やはりその時代的背景の原点に立ち戻って考察するのが適切であろう。行政マンたちから「文化」に熱い視線がそそがれ、「行政の文化化」といった耳なれない言葉が使われ始めるようになる 1970 年代の中ごろといえ、高度成長がようやく決定的な終焉を迎えたとはいえ、その成果として、多くの国民が経済的余裕を獲得し、ひいては、「文化」(経済活動とその直接的成果以上のもの)への欲求とそれを享受するゆとりが生まれた時期にあたる。当時、梅棹忠夫は、次のような見解を披露していた。

国民の文化活動の拡大あるいは増大は、一体何によってもたらされたものでしょうか。近ごろの文化行政を語る人たちのあいだでは、それを低成長時代のせいだという方がいらっやいます。経済活動が衰えたから文化が出てきたのだという考え方でございます。つまり文化をもって経済の代替物と考えるというわけです。／しかし、本当はそうではないはずです。私はこう考えているのです。今日の国民の文化的欲求の増大は、経済的繁栄のかわりではない。むしろ経済的繁栄の結果であるということです。つまり、物質生活におけるゆとりが心のゆとりを生んできたのだということです。(上田編 1983, 52

頁。傍点芦田)

しかし、国民のあいだでの文化への期待の増大は、「生活におけるゆとり」「心のゆとり」という経済的繁栄の「結果」(＝成果)であるとともに、おそらくそのオルタナティブ(代替物)でもある。前者に注目すれば文化にもう一つの経済の活路を探る「産業のフロンティア」論の領域に入るであろうし、後者に着目すれば経済中心とは別な「もう一つの生き方」の探求に進むであろう。清成忠男は「この二つの軸を交錯させながら議論をして」いく必要を訴えていた(清成忠男他 1980, 10-11頁)。しかし私には、この二つの軸の「交錯」の前に、むしろ両者が十分に「弁別」されなかったことが、その後の「地域文化戦略」の混乱と低迷を招いたのではないかという疑念が残る。

しかも事態はさらに複雑である。というのは、文化への注目が「もう一つの生き方」の探求だというとき、そこにも多分に二重の意味が含まれているからである。すなわち、ひとつは経済的繁栄がもたらしたプラス効果の「報償」としての側面と、マイナス効果の「代償」としての側面とが背中合わせになっているからである。高度成長が生み出した経済的ならびに精神的なゆとりは、人びとのあいだに経済的目標を一応達成した自信と、1ランク上の「上質」な生活とそれを保障するより高度な経済への期待を高めるであろう。他方で、公害や自然破壊、地域社会の崩壊と人間関係の希薄化やモラルの低下などは、経済発展のマイナス効果への反省と、当面の目標の喪失とアイデンティティの動揺とによる不安のなかで、従来の経済中心とは別の「異質」な生活の探求へと誘うであろう。

高度経済成長とその終焉に対する人びとのアンビバレントな心理状況の広がりなかで打ち出された「地域の文化戦略」は、それ自身が当初よりアンビバレントな性格を帯びていたといえる。端信行は「地域づくりの文化戦略ということでは、明らかに農山村地域のほうが先駆的役割を果たしてきた」ことに注目し、「これには明白な理由がある」という。すなわち、「高度成長期の地域づくりは、いうまでもなく経済が課題であった」が、「こうした経済主導の地域づくりができない地方は、そのことを前提に地域づくりをスタートさせねばならなかった」のであり、「経済ははじめからなかったのである」(橋本徹編 1991, 72-73頁。傍点芦田)。

そして端は、そのことが「結果的に、文化が地域づくりをリードすることになった」という。音楽祭や映

画祭が町づくりを主導していった大分県の湯布院町(現・湯布市)にしても、演劇村で知られる富山県利賀村(現・南砺市)にしても、三州足助屋敷で知られる愛知県足助町(現・豊田市)にしても、「いずれも文化が地域づくりを主導してきた」とはいえ、それらはいずれも「文化にめぐまれた地域から地域の文化戦略が育ったのではない」(同73頁)。経済と同じく、文化もまた「なかった」のである。地域の文化戦略とは、いわば「無からの出発」であった。

#### 4. 文化戦略の虚実

##### 地域文化の個性ということ

経済の遅滞が文化による地域づくりを導いたという端信行の指摘は、当初から「文化」が「経済」に回収される宿命を予感させるものである。文化経済学の立場から「文化を経済の手段にしてはならない」と再三警告する声もあるが(井口貢1998, iii・8・48頁)、裏返せば、容易に文化が経済の手段に陥りがちな現実に対する危惧の表明であろう。こうした事情は「文化戦略」のキーワードの一つである「個性」ということを検討することでも明らかになろう。

いわば、「アメニティ」(住みやすさ)が住民に向けての「内向け」の合い言葉であったとすれば、「個性」は顧客に向けての「外向け」のスローガンであった。「一村一品」運動で脚光を浴びた大分県の平松守彦知事がいう、大分県にしかない「しかない文化」の創造(平松守彦1990, 189頁)も、「日本一づくり」運動で注目を集めた熊本県の細川護熙知事が唱導した「ナンバーワンを目指すと同時にオンリーワンを目指す」(細川護熙他1991, 117頁)という目標も、地域の「個性戦略」の表明である。

地域文化というとき、決まり文句のように「個性豊か」ということが強調されてきた。地域社会や地域文化の振興を提言する数多くの文書で「個性(化)」を掲げていないものは皆無といってよいほどである<sup>17)</sup>。しかし、なぜいま個性なのか、そしてなぜ個性的でなければならないのか、はたまた個性はいかにして可能なのか、さらにはそもそも個性とは何かといった根本的な問題が、十分に認識されているとも吟味されているとも思えない。私には、ここに地域文化論のひとつの落とし穴が隠されているようにさえ感じられるのである<sup>18)</sup>。

山崎正和は、1981年の全国文化行政シンポジウムの基調講演で、「いささか皮肉なことではありますけ

れども、われわれがいま、あらためて地域の特性、そしてその特性に根ざした多様な文化というものを考えられるようになったのは、まさに日本の生活基盤が全国的に画一化し、均質化してきたからこそなのであります」(上田篤編1983, 93頁)と釘を刺している。その上で、「十分注意していただきたいことは、われわれは画一的な文化をようやく手に入れたからこそ、先に一歩出られるのであって、画一的な文化というものを持っている反面の欠点に目を奪われるあまり、後ろ向きの議論をしてはならないということでもあります」(同, 95頁)と警告していた。

山崎が「事実経過」に即して文化の均質化と画一化の積極的意義への注意を促したのに対し、梅棹忠夫は、それよりも早く(1979年)、同じシリーズのシンポジウムでの基調講演において、それこそが地方文化行政が目指すべき「目標」だとさえ忠告していた。「ちょっと逆説的な言い方になりますが、地方自治のレベルにおける文化行政の目標は、実は中央と同じようになること」なのであり、「東京に住んでも、地方都市に住んでも、日本国内にいるかぎり、同じくらいの文化生活を享受できるくらいに文化を供給する」(同, 56頁)ことが肝要だというわけである。

したがって、「最近の地方公共団体における文化行政の盛上がりはまことに結構なこと」であり、「どの府県、どの市町村におきましても、しばしば、個性豊かな地域文化の創造ということを目にする」し、「個性が豊かであるということは大変結構なこと」だけれども、「目標は個性なんかではないはず」で、むしろ「目標は一定の水準を達成することである」ということになる(同, 59頁)。こうした梅棹の基本視点からすれば、個性化を目指す地方文化行政は次のように皮肉られることになる。

観光客にとりましては、各地方都市がそれぞれに個性豊かであるということは、大変楽しいことです。しかし、それぞれの都市の住民にとっては、観光客を喜ばせるために個性を開発することよりも、よそには負けないものをつくる。中央とほぼ同一の文化生活を、その地にしながら享受できるようにすることの方が、はるかに大切であると思うのです。その点、個性豊かな文化という考え方は、これはちょっと言葉は悪いですが、文化行政がいつの間にか観光行政と野合したものと、謂うと言い過ぎになりましようか。(同, 60頁)



文化行政が本格的に始動してまだ間もないこの時期での、文化と経済（観光）のアイロニーをついた梅棹の指摘はさすがに鋭い。しかし実は、地方・地域の個性化の試みの本音は、（ありもしない？）地域の個性を観光（経済）資源として外部に向けて演出することでお金を稼ぎ、その所得でもって中央＝東京なみの生活水準を達成することなのであり、住民たちにとってのアメニティはその後にやってくる（はず）というところにあったのではないか。

そうだとすれば、「個性」を強調する地域（文化）戦略の狙いも、それに警告を発する山崎正和や梅棹忠夫の「皮肉」で「逆説」的なアドバイスも、その結論は同じことなのだ。つまり、いわゆる地域の「個性化」とは、その実、地域が際限もなく部分として「特化」してゆくことで、均質的な貨幣価値の全体的システムの中に参入して（組み込まれて）いく過程のことなのではないか。したがって、地方がいわゆる「個性化」を進めることと「均質化」（中央＝東京並み化）を目指すことのあいだには矛盾はない。地方（文化）の個性化とは、実は偽装された均質化のことなのではないか。

#### （逆）鏡像としての地方らしさ

「地方（地域）の時代」と「文化の時代」と「個性の時代」とがあたりをさえて歩み始めてからほぼ30年後、三浦展は、均質的、画一的、無個人的に広がる日本の地方風景を目の当たりにして、公共事業による際限もない道路網の拡張と車社会化の進展により、「街も自然もスクラップされる地方」のグロテスクな姿を「ファスト風土化」として生々しく描写している（三浦展監修 2005, 82 頁）。しかも重要なのは、そうした地方のコミュニティや田園風景や自然の破壊が「みな『所得倍増』や『富国強兵』の名においてではなく、『ふるさと』や『田園』や『地方の時代』の名において進められてきた結果」（同）だという指摘である。「ふるさと」「田園」「地方の時代」に「文化（の時代）」や「個性（化）」をつけ加えたとしても、あながち論者の意図を損なうものではないであろう。

地方の文化戦略＝個性化とは、地方にあってはその固有性を解体・放擲・喪失し、中央に向かっては（中央及び他の地方との）差異性を剽窃・捏造・演出することで、中央＝東京からの「おこぼれ」をかき集め、地方どうしのサバイバル・ゲームに生き残ろうとするものではなかったのか。地域文化を経済資源として売り出そうとするために、紋切型の地域（文化）イメー

ジに留まったり、むりやり地域の個性をでっち上げたりすることもまれではない<sup>19)</sup>。文化を熊本県の地域戦略の中核に位置づけた細川護熙でさえ、「地方も文化にこだわるあまり、なにか土俗的なイベントに傾くきらいがあるのではないか。それで、青年たちは本当に感動しているだろうか。実は喜んでいるのは東京の間ばかりではないのか」（西日本新聞 1992・1・1）と疑問を呈したほどである。そして、じつはその細川にして、地域戦略のプレーンを盛んに東京に求め、熊本県が中央省庁から受け入れた派遣職員も、全国の都道府県のなかでも最多の部類に属していたのである<sup>20)</sup>。

地方の文化戦略が東京－地方の権力／権威構造（力関係）のなかで半ば強制されるという構図は、東京のプレーンたちも心得ているふしがある。ある人物は、「なぜ地元の『まちづくり・村おこし』にわざわざ東京からコンサルタントを呼ぶんだ」という疑問に対して、自分たちは「漂泊者」なのであり「その意味は非日常的な舞台をつくりだせることにある」という（陸井眞一他編 1992, 314 頁）。「だから、自信を持ってその場に乗り込むとか、ある場合には偉そうに振舞うとか」が「重要」であり、「それに、まだ東京と地方という権威的な面でのヒエラルキーというか、文化格差」があるので「それを利用しているという面もあります」（同）とホンネを告白している。臆面もない「まれびと」気取りである。現代の「まれびと」は、「周辺」からではなく「中心」（中央＝東京）からやってくる<sup>21)</sup>。

そうであれば、地域文化＝地方らしさとは、実は中央（東京）から眺められた地方らしさ（地域文化）のことであり、裏返しになった中央（東京）らしさでしかないことを強く示唆する。橋本満はこうした地方の姿を、東京／都市の「（逆）鏡像」としてとらえている（『地方の創造』、間場寿一 1998）。つまり、地方らしさ（地域文化）とは、要するに、中央（東京）には（もはや）ないものことなのである。そして、「個性化」のかけ声の中で、いまや地方は、最後に残された「中央（東京）にはないもの」をさえもほとんど喪失し、今や「どこにもないもの」が地方らしさ（地域文化）として売り出されているようにさえ見えるほどである。

岩崎駿介は、バブル経済の進行という時代背景のもとで、「現代日本の地域構造は、『東京を頭脳に、地方を手足の機能へ』と急速に再編成されつつある」という。こうした基本視点に立って、『『国際化』と『東京集中』と『一村一品運動』は同じ事象の異なる断面で

あると主張」していた。それは、「日本全体が一つの精巧な機械のようにシステム化され、東京を頭脳として日本全体がいかに国際社会に切り込み、経済的利益を得ることができるかが、日本国民の最大の関心事で」あったからである。さらにその背景には、「恐らく、人間的つきあいや、われわれの生活そのものを支える地球環境を大切にしてくというより、『もの』の交流を通しての物質的価値がもっとも優先されている」(森啓編 1988, 208 頁) ような時代があった。

「もの」の交流を通しての物質的価値が優先されるこの時代と社会において、経済の東京一極集中が際限もなく進むのは、間違いなくこの国の中央集権(情報と意志決定権限の東京集中)システムを前提にしている。こうした経済の東京集中と政治の中央集権と両者の強固な結びつきという実態を前提にすれば、「地域の個性」を誇示する地方の文化戦略が、結局は一極集中システムを補完し補強する方向で展開されるのも、当然のことであろう。

1970年代中頃からの地域文化への注目の背景に、高度経済成長の終息をふまえて、量から質へ、モノ(の豊かさ)からココロ(の豊かさ)へ、経済から文化へという、時代意識の何ほどかのシフトがあったことはまず疑いない。しかし、質とは何か、ココロとは何か、文化とは何かをあらためて問うた途端、一義的・普遍的な解答が容易には得られないことへの戸惑いといらだちに襲われることになる。それゆえ、再び、質を量に、ココロをモノに、文化を経済に還元(換算)して、やっと納得することができるというパラドクスがみられるように思えるのである。

#### 可能性はあるか？

1980年代後半から90年代初頭にかけての東京一極集中の急進展下で高揚した、地方・地域の文化戦略は、その実、文化の衣をまとしてバブル経済への参入を目論む経済戦略であったということができる。中央＝東京とのあいだでの剝奪感を募らせていた多くの地方・地域から、「文化」に起死回生の最後の切り札的な期待が寄せられたのも無理はない。しかし、そうした戦略じたいが中央＝東京に依存する(規定される)という皮肉な光景が全国的にみられたのである。こうして、地方・地域の文化戦略は、経済格差や政治格差と同様に、むしろそれ以上に大きい東京と地方との文化格差を思い知らされることになる。経済では東京に太刀打ちできなくても文化なら対等だというような考えは、あまりにも安易すぎよう。

近年の格差社会化の進展のなかで、東京一地方格差も一層加速度を高めているように思える。「いざなぎ越え」の好景気で東京や一部の都市圏では「ミニ・バブル」現象さえ云々されるなかで、地方の現状は厳しい。商店街の「シャッター通り」化は、日本の地方都市のごくありふれた光景となった。地域医療の崩壊現象も広がりを見せている。「資産格差」「所得格差」「機会格差」「希望格差」の底辺は、まず何よりも「地方」なのである。

そうしたなか、2006年6月、北海道夕張市が財政再建団体に転落することが確実になったというニュースは、多くの地方自治体に「明日はわが身」という大きな衝撃をもたらした。夕張は基幹産業であった「石炭」の衰退が決定的になって以来、早くから名声を得ていた「夕張メロン」に加え、「炭鉱から観光へ」を合い言葉に、ソフト・イメージの産業開発を推進してきた。テーマパーク「石炭の歴史村」や、「ふるさと創生事業」として始められた「夕張国際ファンタスティック映画祭」などの「文化」事業については、多くの観光客や視察団が訪れたり、「まちづくり」に関する数々の賞を受賞するなど、高い評価を得てきたのである。それにもかかわらず、地域社会の衰退を止めることができなかった。それだけでなく、むしろこうした事業展開自体が市の財政逼迫の大きな要因になった可能性が高い(橋本行史 2006)。まことに「文化」の扱いはやっかいである。

緻密なフィールドワークをとおして「グリーン・ツーリズムやふるさと文化観光」の可能性を探っている松田素二と古川彰は、それらが「たしかに都市の論理で組織されたもの」であり、「観光客を受け入れる周縁社会と、彼らを送り出す中心社会とは、あらゆる面において非対称であり構造的な優劣関係が存在する」ことを認める(古川彰他編 2003, 229 頁)。そのうえで「関係性のなかで、客体であった周縁社会が、さまざまな状況において主導権を握り、創造的観光文化の主体として立ち現れているという主張」(同, 230 頁)に賛意を表明している。たしかに、「都市の論理」(あるいは「中央＝東京の論理」)を「逆転」し「流用」(同, 212 頁)して自家薬籠中の物とする、したたかな「周縁社会」の存在と活動は、十分注目に値する。それにしても、「マクロな構造」と「小さな共同体」との「冷徹な力関係」(同, 231 頁)を直視するなら、そうした「地域のイニシアティブ」(同, 212 頁)というものも、いかにも頼りなげという感慨を禁じ得ない。

しかしながら、だからといって、地方・地域文化とその活性化の意義がもはや否定されたと考えるのは、見当違いであろう。むしろ、生活の質や心や文化の問題は、性急に安直な解答を求めるのではなく、常にそれらを問い続けること、関わり続けること、参与し続けることこそが大事なのではないか。本稿では取り上げることができなかったが、瞪目すべき「まちづくり」「むらおこし」の事例も多数あるはずである。地域の「生活」に根差した絶えざる「運動」概念としての「地域文化」の意義を考えてみる余地は残されている。その可能性については、また稿を改めて論じたい。

## 注

- 1) 朝日新聞 2006, 玄田有史他 2004, 橋本俊詔 2006, 橋本健二 2006, 文藝春秋 2006, 毎日新聞社 2006, 三浦展 2005, 山田昌弘 2004 などを参照のこと。
- 2) 「80年代における東京への人口集中—情報の視点からの分析—」<http://www.japanpost.jp/pri/research/monthly/m-research/finance/1994/no67/monthly-013.html> (2006・10・31 現在)
- 3) こうした現象については、九州における「福岡一極集中」と熊本県における「熊本市一極集中」に関連して少し論じたことがある(芦田徹郎 2001, 138-145 頁)。
- 4) 私がこうした言葉に初めて出会ったのは、元 NHK 記者の橋本大二郎が 1991 年 12 月、地縁も血縁もない高知県の知事に就任してから間もなく、地元関係者への聞き取り調査に出かけたときである。地元県紙である高知新聞は、1989 年 2 月から 1990 年 9 月にかけてルポルタージュ企画「心の過疎」シリーズを組んでいる(高知新聞社編集局編 1991)。

また「最貧県」については、同紙面に類出して驚いた記憶があるが、1997 年 3 月 18 日の参議院地方行政委員会においても、同県選出の田村公平参議院議員がこの表現を用いている。<http://kokkai.ndl.go.jp/SEN-TAKU/sangiin/140/1050/14003181050006a.html> (2006・10・31 現在)

- 5) 現在も「田舎暮らし」のもっとも有力なガイドブックのひとつとして刊行されている雑誌『田舎暮らしの本』(宝島社)の創刊は、1992 年 6 月のことであった。
- 6) 当時の「東京—地方」の差別意識構造を位相関係的に示すエピソード的な文章を 2 つ紹介しておく。

「東京で暮らすギャルたちは、自分たちがギャルでなくなることを極度に恐れる。それは刺激がなく、退屈で、時代遅れになることである。地方で暮らすことは、世界から取り残されることを予感させる。それは、ギャルの生活原理とは正反対の生き方である。〔……〕千葉県や埼玉県に住むのでは、ギャルではない。できれば山手線の内側に住居を持ちたい。具体的に言えば、港区を頂点とした都心住宅地である。六本木のような都市性を持

ちながら、同時に麻布や白金のような高級住宅地を抱えている港区は、ギャルの憧れの土地の象徴である。」(山根一眞 1991, 82-83 頁)

「車のナンバープレートがおしゃれ度に結びつくという。本来は登録番号標として表示するものだが、ナンバーの地域名に優越感にひたったり、はずしてしまったり〔……〕鳥国にひしめく日本人の『差別感』の表れという見方もある。人気ナンバーのベスト 3 は『横浜、品川、神戸』ワースト 3 は『なにわ、大宮、袖ヶ浦』(順に大阪、埼玉、千葉)という。〔……〕福岡市出身で横浜市に住む会社員(二六)によると、福岡市の中心部でからかわれるのは『鹿、熊、鳥』の動物。鹿児島、熊本、鳥取ナンバーを『遠くから来た車、と』(毎日新聞西部本社版 1991・12・6)

- 7) <http://bunka-ryoku.goo.ne.jp/column/column1.asp> (2005・9・26 現在)。
- 8) 引用文中の〔……〕は引用者による省略、／は原文での改行を示す。以下同じ。
- 9) 「〇〇おこし」と称する地域振興運動は、おそらく 1972 年の「本土復帰」後、沖縄で高まった「シマおこし」がその発祥であろう。また、ひらがなを用いた「まちづくり」という言い方は、1960 年代の横浜市の飛鳥田一雄市長のもとでの都市計画のなかで登場したものだという。「むらおこし」にしても「まちづくり」にしても、「内発的地域振興」を強く意識した言葉である。
- 10) 詳しくは、拙稿「地域文化の発掘と創出 ふたりの『まれびと』を中心に」(芦田徹郎 2001 所収)を参照されたい。
- 11) 「暮らしやすさと『人口減少』」(大阪日日新聞 2006・06・27) [https://www.nnn.co.jp/dainichi/rensai/miotukusi/2006/06/miotukusi\\_060627.html](https://www.nnn.co.jp/dainichi/rensai/miotukusi/2006/06/miotukusi_060627.html) (2006・10・31 現在)。
- 12) 「地方の時代」とは、もともとは神奈川県知事であった長洲一二が 1978 年に提唱して一躍流行語になった後、地方自治体関係者にとっての一種の「聖句」として定着したものである。「地方」という言葉に差別的ないし自虐的なニュアンスがあるとして「地域の時代」という表現を好む論者もいるが、辻村明は「私は『地方』を『地域』に置き換えることは一種の逃げであって、本当の姿を見つめる眼を曇らせるものだと思っています。『地方』には劣等感がつきまとうにしても、劣等であるということも一つの個性であり、『地域』のような無個人的(無機的)なものよりも遥かに言葉として優れていると考えています」(辻村明 1990, 16 頁)と述べている。私は、辻村の所論とは考えを異にするところが少なくないが、この点についてはほぼ全面的に賛成である。ただし本稿では、両者を特に意識して使い分けてはいない。
- 13) 当時の「地方博」状況の一端については、若干の紹介と分析を試みたことがある(芦田徹郎 1990)。
- 14) もっとも、それほどの賞賛に値する成果が上がったかどうかは、かなり疑問である。信頼に足る追跡調査は承知していないが、相当の「迷案」「珍案」も出たようである(外山操とグループ 21 1993)。

- 15) <http://www8.cao.go.jp/survey/h16/h16-life/images/z30.gif> (2006・10・31現在)。
- 16) 森啓によれば、トータルな「文化行政」という考え方は、1970年代の初め、大阪、兵庫、滋賀といった関西府県を中心に始めて提起された(松下圭一他編1981, 334-335頁)。また同じく森によれば、「行政の文化化」というコンセプトは、兵庫県文化局が1975年に発行したパンフレットにある「行政の文化的展開」という言葉に始まるという(上田篤編1983, 233頁)。
- 17) 北海道市町村振興協会が北海道内の市町村を対象に、1996年7月にまとめた「地域CI事例集」によると、地域のイメージアップの必要性について、道内市町村の99%までが「非常に重要である」もしくは「重要である」と回答しており、80%が実際に「取り組んでいる」としている。また、地域の「個性」づくりについても、「特に力を入れている」と「配慮している」が併せて90%を超えている。<http://www.niccon.co.jp/chiken/chiken/cihome/03-01.html> (2006・10・31現在)。
- 18) 1988年に自治省(当時)から編集出版された報告書『地方自治の動向』(第一法規)には「個性豊かな地域づくりのために」という副題が付いている。ただし、全739頁に及ぶ大部な同書を通観しても、「個性豊かな地域」というものがどういうものであるのか、具体的なイメージを描くことはむずかしい。このことは、この時点ですでに「個性」という言葉が、ほとんど無内容な、しかし掲げずにはすまされないスローガンになっていたことを暗示する。「個性を煽られる」(土井孝義2004)のは、「子どもたち」だけではないようである。
- 19) それでもまだそれだけの志があればいい方で、日下公人が「本当は地方経済自立のための手段なのだが、いつしかそれは忘れられて、単に地方の伝統や田園生活を礼讃して、一夜を楽しく過ごすだけのイベントに墮している」(関川他1996, 16頁)と揶揄するようなケースも多かったはずである。
- 20) この点についても、拙稿「地域文化の発掘と創出ふたりの『まれびと』を中心に」(芦田徹郎2001所収)を参照されたい。
- 21) 現代の「まれびと」は「中心」からやってくるという仮説については、すでに学会で口頭報告をしたことがある(芦田徹郎1992「方法としての『まれびと』現代都鄙感覚の社会学のために」第50回西日本社会学大会)。
- 参考文献(引用もしくは言及したものに限り)
- 間場寿一編 1998『地方文化の社会学』世界思想社  
朝日新聞 2006『不安大国ニッポン 格差社会の現場から』朝日文庫  
芦田徹郎 1990「祭りと現代社会・序説」『熊本大学教養部紀要 人文・社会科学編』第25号  
芦田徹郎 2001『祭りと宗教の現代社会学』世界思想社  
井口 貢 1998『文化経済学の視座と地域再創造の諸相』学文社  
上田篤編 1983『行政の文化化』学陽書房  
大阪青年会議所 2005『もうあきまへん浪速独立宣言 志民が創る日本一の地方都市』ぎょうせい  
環瀬戸内圏交流推進会議編 1996『地域間交流・連携事例集』環瀬戸内圏交流推進会議  
清成忠男他(森戸 哲・猪爪範子・齊藤 睦) 1980『地域の文化を考える』日本経済評論社  
陸井眞一他(池田志朗)編 1992『地域術 38の町と村づくり』晶文社  
日下公人 1978『新・文化産業論』東洋経済新報社  
玄田有史他(曲沼美恵) 2004『ニート フリーターでもなく失業者でもなく』幻冬社  
高知新聞社編集局編 1991『心の過疎』フットワーク出版社  
神戸ポートアイランド博覧会協会 1982『神戸ポートアイランド博覧会公式記録』  
自治省編 1988『地方自治の動向 個性豊かな地域づくりのために』第一法規  
自由民主党編 1980『大平総理の政策研究会報告書』自由民主党広報委員会出版局  
シュマッハー, E. F.(斎藤志郎訳) 1976『人間復興の経済』佑学社  
鈴木健二 1992『われに生きる山河あり いま地方は発信する』実業之日本社  
鈴木廣他(木下謙治・三浦典子・豊田謙二)編 1997『まちを設計する 実践と思想』九州大学出版会  
関川夏央他(日下公人・奥本大三郎・森まゆみ・津野梅太郎) 1996『品格なくして地域なし』晶文社  
橋本俊詔 2006『格差社会 何が問題なのか』岩波新書  
玉野井芳郎 1990『地域主義からの出発』(著作集3)学陽書房  
地域国際化研究会編 1995『自治体の国際交流・国際協力施策』ぎょうせい  
辻村 明 1990『地方の復権 その航路を示すもの』ぎょうせい  
土井孝義 2004『個性を煽られる子どもたち 親密圏の変容』岩波ブックレット  
外山 操とグループ21 1993『おらが村の一億円は何に化けたか 笑撃の“ふるさと創生”使いみち白書』雄鶏社  
中川 理 1996『偽装するニッポン』彰国社  
博報堂生活総合研究所編 1989『オイコット・ライフ 「非東京的」生活の魅力』日刊工業新聞社  
橋本健二 2006『階級社会 現代日本の格差を問う』講談社  
橋本行史 2006『自治体破たん・「夕張ショック」の本質 財政論・組織論から見た破たん回避策』公人の友社  
橋本徹編 1991『地域を創る知恵』学陽書房  
平松守彦 1990『地方からの発想』岩波新書  
藤岡和賀夫 1991『ディスカバー・ジャパン』電通  
藤本建夫 1992『東京一極集中のメンタリティー』ミネルヴァ書房  
古川彰他(松田素二)編 2003『観光と環境の社会学』新曜社  
文藝春秋 2006『論争 格差社会』文春新書

- 細川護熙 1992『権不十年』日本放送出版協会  
 細川護熙他（岩國哲人） 1991『鄙の論理』光文社  
 毎日新聞社 2006『縦並び社会 貧富はこうして作られる』毎日新聞社  
 松下圭一他（森啓）編 1981『文化行政』学陽書房  
 三浦 展 2005『下流社会 新たな階層集団の出現』光文社新書  
 三浦展監修 2005『検証 地方がヘンだ!』洋泉社  
 宮澤智士編 1987『町並み保存のネットワーク』第一法規
- 森 啓編 1988『市民文化と文化行政』学陽書房  
 森 啓編 1991『文化ホールがまちをつくる』学陽書房  
 山田昌弘 2004『希望格差社会「負け組」の絶望感が日本を引き裂く』筑摩書房  
 山根一真 1991『「ギャル」の構造 情遊化社会と女性パワー』世界文化社