

1980年代に日本の道の風景が激変した。農村共同体の田園風景はアメリカ的な郊外消費社会になり、道の周辺にはカタカナ名の第三次産業と自動車であふれかえった。彼らは、流入人口を吸収して膨張した校外からやってきた。かつて村だった周辺地域は、お互い何も知らない住民たちが暮らす混住社会となっていた。彼らは、自動車で買い物に出かける消費者であるという点が共通項だった。一方で、町の中心部の商店街はゴーストタウンのようになった。90年代になるとバブル経済が崩壊したが、消費社会の流れは止まらなかった。むしろ、大学生や外国人も住むようになり、混住の度合いは増した。道の風景に変化は、日本の戦後社会の成熟と喪失の縮図だ。私たちは豊かな消費社会を獲得した一方で、農業を基盤としていた風景とそれにまつわる多くのものを喪失した。大切なものを置き去りにしながら、私たちは消費社会の道を邁進しているのではないか。

私たちは今だにアメリカ型の消費社会に浸っている。しかし、80年代と今では質的変化が起きているように私には思える。この点に焦点を当てて「地域」に着目する意義を考えてみたい。

まず、日本ではバブル崩壊や世界金融危機、消費税の増税、最近の中国経済の変調などで景気が低迷し、消費意欲が減退している。自動車の持たない若者や運転免許証を返納したお年寄りも増え、郊外型のビジネスモデルが破綻しつつある。

また、かつてニュータウンと呼ばれた住宅団地は少子高齢化とともにオールドタウンとなり、空き家が目立ち、商店は消え、日常生活を営むこともままならない地域があるほどだ。もはや、かつての郊外拡大の勢いはない。

さらに、価値観が多様化してきた。私たちは家に居ながらにしてインターネットで買い物ができ、情報を入手できる。都会での生活に疲れ、田舎に移住する人が老若男女を問わず増えている。これらは社会を多極化、分散化の方向へ変容する動きだ。

このような状況のもとで見直されるべきものが「地域」という概念だ、と私は考える。確かに、「地域」というと、以前は地縁や血縁を重視する閉鎖的な社会をイメージさせた。しかし、今は異なる。初めは他人だった者同士が「生きるために」結びつこうとしている。日本社会の変質とともに、個人個人が老後や病気、買い物、子育て、町おこしなど日常生活のありとあらゆるテーマで連携せざるをえない状況となってきたのだ。

そして、日常生活を媒介とした結びつきが人間関係の中心となってきたという背景があるからこそ、より身近な「地域」が生き活きと機能することが求められるだろう。道の風景は今まさに変わろうとしているのだと私は考える。