研究ノート

地域活性化を都市の魅力から考える
―「雑踏」と「部分人格交流」―

大　山　明　男

目次

１．目的
２．都市にある魅力
３．非都市での機能の発現と今後の可能性
４．地域活性化に何を求めるのか―活性化の対象とそれ以外の部分

１．目的

本稿の目的は，地域活性化を考える上で対象地域が備えるべき性質について，都市にある人を引き寄せる機能を分析し，それらを非都市においていかに現出できるかという文脈で考察することである。

地域を活性化するためには対象地域に現に存在する問題を知ることから始める必要がある。一般に，地域活性化の対象地域では人口が流出している。同時にそれは都市への流入を意味する。これは日本では長期にわたる傾向であり，簡単に言えば非都市から都市への人の移動が続いているのであるが，この原因を考えるとき，都市が非都市に対して相対的に人を引き付ける何らかの要素があるからと考えてみる。この都市の魅力を抽出し分析して，それを逆に地域活性化において地域が備える性質として考察してみたい。ただし，都市だからあるものを非都市だからない当の非都市にそのまま顕在化させることは定義からしてできない。また，もし非都市地域が都市化できれば都市のもつ性質が出現するだろうが，それは地域活性化議論にある「都市でない地域に」という少なくとも初発の状況を無視している。よって有効な議論の進め方としては，都市の魅力としての要素・機能を一旦抽出し，その意味を分析し，その上で非都市にそれらを発現できる方法を考えるということになろう。

その議論の進展において背景への認識や意味が変わることで再考すべき，ま

た再考せざるをえない概念や枠組みも出てこよう。そこに至れば，地域活性化という文脈を越えて，いかなるものが魅力的な空間で，それを実現するにはどうすべきかという一般的な思考の枠で議論が捉え直されるかもしれない。それ自体，筆者には非常に興味深いものであるが，あまり一般化・抽象化するのを避け，本稿ではあくまで地域活性化との関係で考察をすすめたい。そのために，都市がその条件を備え，しかもそこにある個人が比較的容易に選び取れる（すなわち当事者にとって価値がある）要素を与える概念として「雑踏」と「部分人格交流」の２つに注目して考察する。

本稿での，「都市」とそれ以外の「非都市」は，単純に人口密度の大小で（のみ）意味を与えている。以下では，「都市の（持つ）機能」とか「要素」と表現することがあるが，分析の方法に従うとその表現は正確でない。というのは，都市のある状況にいる一個人の視点（＝ミクロ）でその状況から何を感じているかという作用を基礎にして考察を進めるからである。それがマクロの作用として相対的に非都市より都市に現れることを，「都市が持つ機能」とか「都市が持つ要素」と単純に表現する。以下，この簡略化を頭において読んで欲しい。

２．都市にある魅力

2.1　都市の人口流入と非都市の人口流出

ある地域において，他の地域からの流入と他の地域への流出を一定期間合算すると純流出数となり，それが人口の増減となる（生死を除く）。都市への非都市からの長期にわたる人口純流入がプラスの事実をみて，都市には人を非都市から引き付ける何らかの性質・機能があるのではないかと考えるのは自然であろう。この総体としての人の移動やその要因を，ミクロ＝一個人の視点に立って考えることから始めよう。

ある場所に生まれた個人がその後そこに居続けるか，あるいは別の場所へ移動するかの理由はいろいろありうるが，それに影響を与える要素として，人口密度により生じるものがあるだろう。人口密度により生じる要素で，都市に現れる機能として本稿では２つ，「雑踏」機能と「部分人格交流」機能に注目する。人が都市へ移動したり，都市から非都市部へ一旦移動した人がまた都市へ戻っていく大きな要因として，これらが都市にあり，非都市にはないためとまず考える。

2.2　ミクロの視点で場所・地域の魅力を考える

都市のもつ２つの機能を，都市と非都市にある個人の立場の比較で考えてみよう。先述の通り本稿では，都市／非都市の区別は，人口密度の大小で(のみ)設定している。したがって行政上の都市／非都市の区分は無視している。その上で，単純に，都市の要素と言ってしまうと，そのように区別された都市から，ある物質が持つように直接何か都市の性質が導かれる印象をもってしまう。すなわち，都市は人口密度が高いからある機能が備わっている，というように。しかし，そうでなく，そこにいるある人間がその立場でそこに認める心的作用から生じると考える。具体的にはたとえば，人が大勢集まる場がありそこに一人の人間がいるとする。その一部を構成するその人間がそれにより生じる現象に遭遇し，そこに認めるものは何かというように考察していくのである。

その上で，ある場所・地域に生じる現象に人間が認める何かを考えていくことから，都市に生じるポジティブなことが非都市になく，それらが非都市から都市へと人を引き付ける効果を与えている，という見方に立って論をすすめる。そうして大きくその影響を与えるものを本稿では，「雑踏」と「部分人格交流」と考えるわけである。

2.3　雑踏―都市の魅力①

一般に，「雑踏」は，互いに誰か判別できない人間が，他者として集まりをなす。その中にいるある人間から見ると，他者から個体として識別されないため多数の他者の中に自己が埋没している状況である。とはいえこれも他者とのある種の交流の形態であり，いわば消極的で没個性的な交流といえる。

この交流には通常いわれる交流，すなわち「全人格的」な交流と違う要素がある。全人格交流とはその人の人格全体を「置いた」交流を意味する。「置いた」とは，特に，自分の行動を包み隠さず，ということである。非都市では，日常空間において互いの個体識別が前提となっていることがほとんどで，人口の過疎性から交流が物理的にこの形の交流に限定される。逆に都市では，その人口の過密さが「雑踏」の出現を可能にする。より正確には，人口の過密さが，そこにいる個人が雑踏に遭遇する可能性を高めるといえる。雑踏が出現する場所は人が多数いる空間であって，それは，文字通りの雑踏を生み出す状況や空間であり，駅前，商店街，書店，ショッピング・モール，カフェなどにいる個

人がその状況・空間に感じる，または見出す性質である。都市の機能，それに関連して地域活性化を考える上で最初に言及すべきは，「駅」とそれが作る「駅前」である。

駅は，別に理由をそれぞれ抱えてそこに向かう人，そこからどこかに向かう人の流れをその周辺にある間隔をもって日常的に作りだす。そして都市の駅はそれを密にし，駅前に雑踏を作り出す。周知の通り，この大勢の流れを条件に人々の個別の欲求や事情に訴えるように駅周辺に，付随してさまざまな商業施設が作られる。それがまた人を引き寄せる効果を作る。

雑踏がそうだとして，雑踏の魅力とは何か。具体的交流はないが孤独ではない，という状況である。それは「人混み」と言い換えられるように，自分以外にも人＝他者がいて，その存在を認識している状況である。そしてこれは同時にそこにいる人に相互的なものである。

これは，互いに誰かに（個体識別して）見られていないと同時に，誰かの存在を見ている状況であるが，しかしただ覗いているというわけではなく，そこにいる一人として人混みの一部を構成している（これは意識する人としない人がいる）。ここにあるのが没個性的交流である。この効用は，まず孤独感を薄めることである。それは，誰か知らないが誰かを見ているという意識と，逆に見られているという意識も生じさせている。

雑踏という，集まる意識を持たないで人が集まる状況が生まれるには，ある程度の密度を持った人口を条件とする。地域活性化との関連では，非都市においてたとえばイベントを立ち上げて人が集まるとしても，この雑踏的機能はつくれない。参加者は主体的で積極的でなければならないからである。それがいかに消極的でも参加のための申込みなどに意思表示が伴い，それは主催者などに知らされた上で，参加が認められての上である。そういう意味ではそこに生じる交流は，雑踏の持つ日常空間における没個性的な消極的交流ではない。

2.4　部分人格交流―都市の魅力②

都市の何が人を魅了するのかを考えるとき，「雑踏」機能だけでは弱い。雑踏では，自分が存在することを，誰か知らない他者を鏡として確認するのみだからである。それに対して都市のもつもう一つの重要な要素が「部分人格交流」あるいは「非全人格交流」を可能にする機能である。分析する立場から言うな

ら，「部分人格交流」は，都市の魅力として先の「雑踏」の消極的交流を相補するものと考えられる。この「部分人格交流」を議論するため，まず「サードプレイス third place」という概念を本稿の観点で考察することから始めたい。

「サードプレイス」とは，アメリカの都市社会学者であるレイ・オルデンバーグが著作*The Great Good Place*（1989年）で提唱した言葉である。家や職場・学校とは離れた第３番目の場所で，特に，都市で生活を送る人たちの心の支えになるものとして捉えられており，それに大きな価値が置かれている。具体的には，地域の中心にあるカフェ，喫茶店，書店，バーなどの憩いの場である。これは商業的にも影響を与え，たとえばスターバックスはそれをコンセプトとして使用している。

ここで，本稿の立場で「サードプレイス」概念を分析する。まず，第１の場所である家庭，第２の場所である職場や学校と，第３の場所の対比をすると，前者２つでは特定の組織，固定されたメンバーの中で自己の役割が定まっているのに対し，第３の場所では不特定多数の中，誰かに何か定まった役割が与えられているわけではない。その上で，第３の場所では，その人がどういう人物かを互いに特定しない交流が可能となる。しかし，ただそこにいればいいという消極的交流ではない。その場で自己の関心において必要な限りで積極的交流が行うことが可能である。つまり前者２つの場所が，そこで行われる業務や行為を行うにあたって自己の身分や振る舞いが選択できないのに対して，第３の場所はそれが可能となっている。そのようにサードプレイス概念を解釈できる。サードプレイスの評価を含め，このことから言えることは，ひとは常に全人格的な交流だけを求めているのではなく，ときにむしろ自分の中で他者と交流したい部分を選んだ上での交流を希求しているということである。

それを踏まえ，都市が備えるもう一つの要素，「部分人格交流」機能について言及したい。それは他者との全人格的でない交流の場を許容することである。例えば日本には，「郷に入れば郷に従え」ということわざがある。とはいえ人間は常に全人格的に他者と交流しているわけではない。また，必要だとしてもいつもしたいわけでもない。

サードプレイス概念の考察から得たように，人は一般的に時間と場所において自分の人格的な関わり方を変えている。これについては文脈を広げた上で，もう少し細かく考えてみよう。例えば近年日本では退職した人がそれをきっか

けに生きる場所自体を喪失しているといわれる。そしてその対応策として，元々仕事人間だった生き方を改め，地域に溶け込みそこに場所を見つけるべきということが語られることがある。しかしこれはいずれにしろ，他者との関わり方において全人格的な交流が前提となっている。

そもそも人間は誰に対しても全人格的に接しているということはない。商売であったら客に買わせるためにおべんちゃらを言うこともするだろう。それは友人の前での行為とは異なる。また大学の授業を受ける時そこで問われたことに答えるけれども，頭の片隅にある家に帰って早く聞きたい音楽のことは口に出さない。読書が好き，音楽が好き，客商売が好き，または，政治議論が嫌い，外出が嫌いなど，これらはすべてある人の人格を構成している。しかしそれらすべてを同時に表出することはない。つまり人はその場に応じて自分の中にある様々な側面を出したり出さなかったりしながら生きているのである。逆に言うと彼／彼女の全面を一度に出すということはそもそもないし，それ以前に全部が受け入れられることも必要ないのである。しかし，それがいつでも意のままに許容されるかと問われると，そういう状況は生きる中で常に選び取れるわけではない。よってそれは生活の糧と区別される，いわゆる余暇と呼ばれる時間に自らの意思で実現することになる。特にそれが今では当たり前のようにいわれ，多くの人が受け入れている現実がある。

ここで「部分人格交流」概念自体についてここまでの議論を整理しておく。サードプレイス概念の文脈では，日々の生活を空間で切り分けて，第３の場所で部分人格交流が可能と捉えられるかもしれない。しかし，そうではない。人は常に部分人格交流をしているのである。ただしそれが自分で選び取れるか否か，またそのどれが選び取れるか，は状況による，というように考える。選び取れる状況では開放感を持ち，そう思えば積極交流が可能である。また，そうでない職場や学校でもどうにかそのような状況に変えていくことができるかもしれない。

生活の中でどのように納得する範囲で自らの人格の部分を選んで他者と交流できるかという問題は置いておくとして，そうしたい欲求は誰にもあると思われる。それらが実現できる場には，公民館サークル，読書会，コーヒーハウス（昔のイギリス），行きつけの喫茶店や飲み屋などが思い浮かぶ。実際，サードプレイスの具体的な場所として例示されるものに多くが重なっている。が，

本稿では，そのような「場所」より，そこで人が求めている精神的作用，すなわち部分人格交流に焦点を置く。それは，自らの複合的な人格からある関心を選び，その範囲で積極的に交流するという行為につながるものである。これには，「好き」という観点だけでなく，「嫌い」という観点も含まれる。たとえば，今の職場が嫌いであるという関心で，あるいは，学校に行くのが嫌であるという心情で交流を求めることなどである。自分の中のある部分を選び取った上での積極的交流である。その発現は，単にそのような思考や意図を持った人間がある場所・空間に集まればできるというものではない。「集まれる」ことに難易があり，これを実現できる前提となる条件は，ある密度を持った人の数である。この条件が都市にある。というより，本稿の定義にしたがうと単純に，それが都市である。

以上のことから，簡単に言えば，都市は「部分人格交流」機能を持つ，ということになる。逆に，人が少なくその密度も低い非都市はそのための条件を備えていない。

３．非都市での機能の発現と今後の可能性

人を引き寄せる都市の魅力として先の２要素があり，それを生み出す状況が，都市の人口の稠密さによるとしたら，それら要素の非都市での現出は直接には難しい。しかし，要素を対象化してその作用を抽出すれば，そうでなくてもその作用を現出させる方法があるかもしれない。ここではそのような方向で検討してみよう。

「部分人格交流」に関しては，その機能を満たす状況を一つ，二つ作ってみる。例えば，既存の公民館や図書館などをその視点で拡張して機能させる。あるいは業者に働きかけてカフェを作る。また同時に，建物を準備するだけでなく，部分人格交流をサポートする工夫をする。

問題は「雑踏」である。駅がないところでは駅前の効果を期待できないため，ショッピング・モールや寺社仏閣の活性化や継続的イベントの実行などが浮かぶ。が，日常空間において自然発生的な雑踏の発現は難しいと思われる。さらに，ショッピング・モールにその機能があるとしても，郊外へのアクセスがクルマ利用を前提としており，対象者が限定されている。これは逆にある人間をその地域から遠ざける効果を生むかもしれない。

また，非都市に仮に２機能が作用するとしても，すでにいる人への効果はあるが，そこにいない人へこれら自体が直接働きかけてそこへ住まわせるような影響はもたない。したがって，人口が流出しているならそれをとどめたり，また他所から呼び寄せることを，そこにいる人に働く機能とは別に考えねばならない。つまり，兎にも角にもまず人をそこに呼び寄せることが必要である。

人を呼び寄せ定住してもらい人口を増やすことを目標とするにしても，しかし初めから定住でなくても良いだろう。はじめはそこへの訪問が入り口で，それをきっかけに一時的滞在，短期滞在，季節滞在，期間滞在などが増えると，平均として定住者が増えたと見ることもできる。つまり，そこに来て体験することから滞在期間が増えるようなきっかけを用意して，より長い期間の滞在を促すというように，「過程」を念頭にそこへの滞在や移動の増加を段階的に考える必要があろう。

先の２機能について，インターネットなどの通信技術が人を，場所に縛られることから開放したことで，実際にある場所に集わなくても，いくらか代替的な交流機能が出現する光景が見られ始めた。たとえば，YouTubeなどを利用した，配信者と視聴者が参加するライブ中継は，消極的交流に加え，人によっては積極交流が可能な場，つまり２機能が融合された空間を創出している。参加者によって，雑踏的な位置付け，部分人格交流の位置付け，あるいは両方を可能にしている。これを利用すれば，都市／非都市の場所・空間の違いから独立して，人の間に２機能が生じうるので，住居費が安いなどの非都市の別の部分での利点が住居選びなどの面から非都市への流入に有効にはたらくかもしれない。しかし，主な経済的側面での重要項目はやはり所得の手段＝働き口である。これも，仕事がインターネットに関連する人には非都市への引力として働きうる。この点での流入は今後増えてくることが予想される。

このように通信技術の発達により，都市の人口やその密度に規定された交流に関する機能が場所・空間から独立して出現する可能性が出てきた。それは地域活性化にとっても有効な材料を与えると思われる。

４．地域活性化に何を求めるのか―活性化の対象とそれ以外の部分

都市の魅力から２機能を取り出し，それを中心に考察してきたが，おわりにあたってここでは，視点を広げ，地域活性化の観点にこれまでの議論を位置付

けたい。地域活性化とか「まちおこし」という言葉はよく耳にするが，それが何を意味するのかはそれを使う場所で違っている。ここでは，それらからある程度共通の内容を取り出して，それ自体の考察と，それを可能にする条件を考えよう。

部分人格交流は本来の意味での地域の活性化を創発する可能性がある。というのは，地域にとけ込むというような全人格交流を意図した策は具体的には，「郷に入っては郷に従え」と作用するので，既存のコードを壊さないような人間関係における交流となりがちで，何か新しいことが起きる可能性をむしろ塞ぐ。全人格交流のみ許容することはすなわち，活性化を希求するこの状況を再生産する。この点であらためて考えざるをえないのが，「地域活性化」という言葉にそもそも何を求めているかである。ただ変わりがない中で住民（人口）だけを増やすというなら，従業者やその家族による住民増を狙っての企業誘致をやる等で可能である。そのような政策もあろうが，議論が何か「地域活性化」についてのものなら，それで目指すものをまず明確にしてからである。

例えば，農村の農業労働者の不足を補うという文脈において地域活性化という言葉が使われることがある。18世紀のイギリスにおける産業革命では労働力を機械に置き換えることが進行した。それには費用削減という動機も企業にあった。ある産業の労働力不足は新しい方法や発明のきっかけともなる。たとえば，農業においては省力農業や労働集約化，IT技術導入による機械化のように。すなわち農業労働力不足は地域活性化という漠然とした言葉の下で考える必要がなく，その状況自体を見ることで改善を考えるべきである。これは他の地域活性化論においても言えることである。

地域活性化は対象地域の性質を念頭に目的を明確にすべきと述べたが，他方，活性化という方法を取らない方がよい地域もあろう。田舎をそのまま残したい，すなわち先の，これまでと同じ状況に人を呼び寄せる，いわゆる「田舎」に住んでもらうプランは，暮らすというより田舎をある事業としてやるほうがいい。それは観光地として拡大させ，それに伴う関係者によって住民を増やすということにつながる。これは地域活性化というより，この地の観光業の発展を目指すという限定されたプランでよい。

地域活性化とか「まちおこし」とかがそもそもそうであるが，何かを真剣に考えるなら「何かで盛り上げよう」というような印象を離れ，何をなしたいの

かを具体的に掲げることが初めの一歩として重要である。具体的に地域活性化を実現したいなら，その言葉を離れることから始めなければならない。

参考文献

・Oldenburg, Ray.［1989］, *The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons and Other Hangouts at the Heart of a Community*, Da Capo Press（忠平美幸訳『サードプレイス―コミュニティの核になる「とびきり居心地よい場所」』みすず書房，2013）.
・安部公房『箱男』新潮文庫，1982.