

# ファスト風土＝持続不可能な風土

三浦 展

## 「ファスト風土化」のどこが問題か

近年、大型店の出店規制が事実上解除されたことにより、日本中の地方のロードサイドに大型商業施設が出店ラッシュとなった。その結果、本来固有の歴史と自然を持っていた地方の風景や風土が、まるでファストフードのように全国一律の均質なものになりつつある。そうした現象を私は「ファスト風土」という言葉で表現した。

では、ファスト風土化のどこが問題なのか。私の考えを整理すると、以下のようになる。

### 1. 世界の均質化による地域固有の文化の喪失

本来風土というものは、その土地土地の自然に制約されている。まず自然が農林漁業のあり方を規定し、それがその土地で生産される食糧、加工品などの産物を規定する。それらはその地方の産業や職業の連関を規定し、それがさらに生活や文化のあり方を規定する。生活や文化は、それ自体が文化的・精神的な風土となって、その土地に生まれた人間を、他の土地の人間とは異なる人間として育てていく。だからこそ、地域ごと異なる多様な風土を持った日本には、異なる地域文化があり、多様な人間性を生み出してきたといえるであろう。

ところが、その風土がファスト風土化するということは、日本の中の、もちろん世界の中の無数の地域の個性が失われ、文化が消滅するということである。経済のグローバリゼーションを推し進める勢力は、世界中の地域、生活、文化が均質な市場になることを望むからである。

もちろん私自身、こうした消費文化の恩恵にある程度浴しつつ、しかし他方で、私は世界の多様な文化が均質な消費文化の中に埋没することを望まない。消費は私たちに豊かな多様性を与えるためにあるべきであり、貧しい均質性をもたらすべきではない、というのが私の基本的な立場だからだ。

もちろん、現代の消費文化は大量生産を基本とする。その意味では、均質性を完全に回避することなど不可能だという反論があるだろう。確かに、現代になって登場した工業製

品であるテレビやパソコンなどの品質に一定の均質性があるのは当然だ。

しかし、近代以前からずっと存在してきた食べ物や住居、そしてそれらを規定する風土までが均質化していいかどうかは、よく考える必要がある。まして、私たちの生き方、考え方までをも均質化するような方向に消費文化が作用することはあまり喜ばしいことではない。

## 2. 環境・エネルギーへの負荷

ファスト風土化の急激な進展をもたらしたのは、いうまでもなくモータリゼーションと郊外化である。

郊外に住んで、郊外で働き、郊外で買い物をするというライフスタイルは、自動車がないとありえない。しかしそのライフスタイルは、石油を大量消費し、 $\text{CO}_2$ を大量に排出し、温暖化を促進し、環境に対して大きな負荷を与える。

アメリカのニューアーバニズムの都市計画家、ピーター・カルソープによれば、サンフランシスコの都心地区在住者が1年間に自動車を走行させる距離は7,437マイルだが、スプロール化した郊外では3万1,291マイルもあるという。一般的に、自動車の走行距離は、都心からの距離の2乗に比例する。半径5kmの範囲で生活できる人と、半径10kmの範囲で生活している人では、移動する地域の面積は2倍ではなく4倍になる。よって走行距離も4倍になるのである。

しかも現在、日本の地方郊外のショッピングセンターは1年365日営業、フロアによっては24時間営業している。早く閉まるフロアでも午後11時までは開業している。その間、6万㎡もある巨大ショッピングセンターの広大な空間を全館冷暖房しているのだ。そこで使われる電気の量たるや想像を絶する。

## 3. 繰り返される破壊による人間関係の破壊と街の使い捨て

このように、ファスト風土化は、環境やエネルギーに対して大きな負荷を与えている。それだけでなく、そもそも日本の各地に本来あった豊かな自然を破壊している。それは同時に、その地域の農村コミュニティも崩壊させている。

また、いうまでもなく、ファスト風土化は、歴史ある中心市街地を破壊し、そこにあった都市コミュニティをも破壊する。

古いコミュニティの破壊は古い因習に満ちた取引関係などを破壊することでもあるので、悪いことばかりだとは言いきれないが、しかし、その地域の人間同士の間に従来あった信頼関係を破壊する面があることは否定できない。

さらに、より都市から離れた農村部で形成される新郊外は旧郊外をも破壊する。日本の地方都市の旧郊外とは、ほとんどの場合、中心市街地を貫通する旧街道から昇格した国道沿いに、1970年代ごろに形成されている。しかし旧郊外の国道は幅が狭く、近年の増大する自動車交通には次第に適さないものになっている。それより、新しい幹線道路を自動車利用者は好む。そのため新しい幹線道路沿いには新しい郊外が形成され、ファスト風土化が進むのである。

こうして、新しい郊外が形成されることによって、旧郊外は次第に廃れていく。比較的大規模なスーパーマーケットが閉店すると、そのまわりの専門店も次第に閉店していき、立て替えもされず、地域全体が廃墟になっていく。

さらに将来、今できたばかりの新しい郊外も、さらなる地域間競争によって衰退し、廃墟化する可能性もある。すでにアメリカの郊外では、ウォルマートなどの巨大ショッピングモールが出店することによって、より小さな近隣型モールが廃墟になっている。これはまるで「街の使い捨て」「街のスクランプ・アンド・ビルド」ともいうべき状況である。

このようにファスト風土化は、自然、農村、都市、旧郊外を四重に破壊し、かつその破壊を繰り返していくのである。



アメリカ中を席巻しているショッピングモールチェーン、ウォルマート。今も古い町の零細商店を閉店に追い込んでいる。



日本中の幹線道路沿いに巨大商業施設が集積し、ファスト風土的風景が増加してきた。

#### 4. 流動化と匿名化による犯罪の増加

道路網の整備は、行政単位や地形に規定された地域の境界を越えて、人と物の移動を活発にした。そのために、各地域には、そこに住まず、働きもしない人々が、買い物のため、レジャーのため、あるいは仕事のために、大量に行き来するようになった。地方の社会にも、都市的な流動性と匿名性がもたらされたのである。

この流動性と匿名性の増加は犯罪の温床となる。そもそも、なぜ犯罪が都市で多かったかといえば、都市は流動的で匿名的な空間だからである。しかし今や、流動性と匿名性は都市だけの特徴ではない。道路網の整備によって、日本中のどんな田舎でも流動的で匿名的な空間になったのだ。たとえば1995年から2004年にかけての人口1,000人あたりの刑

法犯認知件数増加率を見ると、上位に来るのは香川県、佐賀県、兵庫県、愛知県、三重県、群馬県などである。東京都や大阪府は全国平均以下である。地方でより犯罪率が増えたのだ。

近年、相次いでいる少女の連れ去り事件も、明らかに道路網の整備が助長している。狭い地域社会の顔の見える人間関係の中で暮らしていれば、連れ去り事件は起きにくいはずだ。

ところが今日は、いつでも、どこからでも、誰もが、容易に日本中を移動することができる。見知らぬ土地で少女を連れ去り、また別の見知らぬ土地に連れ去っていくことは簡単だ。

言い換えれば、ファスト風土では悪所が遍在化する。本来、歓楽街などの悪所は都市の中に囲われた一定の場所であった。ところが郊外化が進むと、こうした悪所も郊外のロードサイドに分散してしまう。そのため警察の監視も行き届かなくなる。

さらに問題なのは、「悪所」が「歓楽街」といったような「場所」を持たなくなるということだ。クルマとケータイがあれば、いつでもどこにでも悪所が生まれうるからである。しかも、その悪所は場所に固定せず、消えてしまう。流動的で匿名的な空間の中で、場所性が消滅するファスト風土は、まさに都市以上に犯罪が起きやすい空間であるといえるだろう。

## 5. 大量浪費空間の出現による現実感覚の変容と意欲の低下

東京のような大都市は、江戸時代から、大正・昭和以降、戦後も、今日に至るまでずっと何百年間も巨大な消費都市であり続けた。だから、今さら何ができても、東京に住む人々にとってはたいした驚きではない。

それに比べると、ファスト風土化は、まさにファストだ。急速にしかも大量に消費社会化が進む。

田んぼの真ん中に、非常に短期間に、10万㎡近い巨大なショッピングモールができ、その周辺にも大規模な量販店などが次々と出店すれば、その合計は何10万㎡にもなる。そういう郊外農村部の変容ぶりは、おそろしく激しいものであり、そこに住む人々にとって、非常に大きなショックをもたらすのではないだろうか。少し大げさにいえば、人々の人間観や倫理観までもが影響を受けるのではないだろうかと思えてならない。

それは具体的にいえば、「人間も大量生産された物であるという感覚」である。郊外の商業集積地域で万引きが頻発しているのは周知の事実だ。ロードサイドの書店で盗んだ本を、そのままロードサイドの古本屋に持っていくという手口が多いこともよく知られている。

これが、昔ながらの顔なじみの商店街で、夫婦が二人でやっているような店だったら、物を盗むのは難しい。彼らの生活が見えるからだ。

しかしショッピングセンターにうずたかく積み上げられたおびただしい数の物を見たとき、ここから1つくらい盗んでも誰も困らないだろう、と思ったとしても不思議ではない。そこにある物には顔が見えないからである。誰がつくった物かわからない。つくった人を知らない。そういう物を盗むには良心の呵責がなくてすむ。人だけでなく、物自体もまた匿名だからだ。その匿名性の感覚が肥大化して、ショッピングセンターにいる女の子の1人くらい連れ去ってもいいだろうと思ったとしても不思議ではない。

また、大量消費空間の出現は、また他方で、地方における青少年の意欲の低下をもたらすものと思われる。

地方のショッピングモールに行けばわかるが、そこには世界中に店舗展開しているCD店がある。20年前までは東京や大阪のような大都市にしかなかったような店である。それが今は日本中の田んぼの中のショッピングセンターにある。

地方の若者にとっては、このような拠点が地元にできることはうれしいに違いない。しかし見方を変えれば、それは、働いて収入を得ようとか、そのために東京に行こうといった意欲を持つ必然性がなくなるのだ。

しかし東京のような都市の魅力というのは、物の豊かさだけではない。いろいろな人がいて、多様な生き方があり、本当のプロがいる。そこでいろいろな人と出会い、より広い視野を持ったり、個人の多様な可能性を感じたり、自分でもその可能性を試そうという気持ちになったりするという点が東京のような都市の魅力であり、存在理由であると私は考える。

だから、地方にいながらにしたいの物が簡単に手に入るから東京に行かなくてもよいという状況は、一見幸せそうに見えて、実は若者から可能性を奪っているのではないかと思えるのである。

新しい文化は、同質な人間のなれあいからは生まれない。異質な人間同士のぶつかりあいから生まれるからだ。異質な人間を出会わせ、ぶつからせ、競わせるために都市はあるのだ。

## 6. 地域文化の空洞化によるアイデンティティ危機から生まれる 浮ついたナショナリズム

地域社会の伝統や歴史的風土性が喪失したファスト風土の中で、人は何にアイデンティティを感じるだろうか。

前近代社会においては、近代的な意味での「個人」は存在しなかったので、アイデンティ

ティは個人が形成するものではなく、地域社会の中で伝統的なやり方で決定された。

戦後の日本では、アイデンティファイする対象は会社、組織に求められたが、今日では、会社、組織にアイデンティティを求めたくないとする者が多い。もちろん地域社会は弱体化し、空洞化しているので、アイデンティファイさせる力を持っていない。したがって現代においては、個人が自らのアイデンティティを確立しようとするとき、アイデンティファイする対象を自分で見つけなければならない。

しかし、すべての人が自らのアイデンティティを見つけられるわけではない。いつまでもそれが見つけられずに人生をさまよう人間が増える。

また、すべての人が自らのアイデンティティを見つけないわけでもない。特別に個性的なアイデンティティではなく、他者との一体感を味わえるアイデンティティを見つけないという者も少なくない。しかし現在の社会では、そういう一体感を味わえる場は、身近な地域社会や家族や友人関係や会社組織などにはない。するとやはり人生をさまよう人間が増える。

人生をさまよう人間はそれでどうなるか？ そのとき人は一気に国家にすぎる可能性があるとは私は考える。国家という、本来最も個人から遠いものが、故郷もコミュニティも持たぬ砂のような個人に唯一確かなアイデンティティを与えるように感じさせる可能性は少なくない。それはとても浮ついた危険なナショナリズムではないかと私には思える。

## 7. 生活空間の閉鎖化による社会化の阻害と持続可能性の衰退

ファスト風土は、閉じた空間である。そこでは人は、マイホームのマイルームから、必要ときだけマイカーに乗って、ショッピングモールに行き帰ってくる。それは距離的にはかなりの移動をしているが、心理的には閉じた空間の中を行き来しているだけではないだろうか。

いつもはエアコンの効いたマイホームのマイルームにいて、必要ときだけ家の中から直接ガレージに入り、クルマに乗って、エンジンをかける。やはり車内はエアコンが効いている。シャッターをリモコンで開閉し、ショッピングモールへ。駐車場からエレベーターで店内へ。もちろん店内は24時間365日全館冷暖房だ。

極端な言い方だが、そういう生活をしている人間は一度も外気に触れない。自然に触れず、四季の変化も感じにくい。それだけではない。社会に触れない。他者に出会わないのである。家族以外の人間と会話を交わすこともあまりないだろう。

ショッピングモールが一見都市に似て、都市と違うのは、この没社会性にある。ショッピングモールにおいて人間は、ただ個人としてのみ存在する。しかも消費するだけの個人としてのみ存在するのである。

もちろん、都市においてもまた人は消費する。しかし、都市において人は働き、相互につながりあう。つながりあうということは、仲よくするという意味ではない。人々は都市において、お互いに自己を主張し合い、言い争い、競い合う。それは人生そのものだ。それに対して、ファスト風土は、都市でもなければ農村でもない、郊外の住宅地とも言えず、何とも言えぬ不思議なものであり、ただ確かに言えることは、それが単なる消費空間だということだ。

しかもそこには人間同士の本当のコミュニケーションが欠落している。あるのは、マクドナルドやGAPの店員のようなマニュアル化された記号のような言葉だけだ。だから、商店街のような街がなくなって、ファスト風土化が進むということは、人間同士の本当のコミュニケーションが減るということなのだ。

確かにコミュニケーションはわずらわしい。時間もかかる。非効率である。だが、その非効率で無駄の多いコミュニケーションこそが人間社会の基本である。コミュニケーションをせずに、ただ金を出して物を買うだけでは、自分のためだけに消費するだけの自閉的な人間を増やすだけであろう。

近年の青少年に社会性の欠落や他者とのコミュニケーション力の不足を指摘する人が多い。なぜ青少年はそうなったのか。もちろん理由は複雑だが、ひとつの背景として、彼らの育った生活環境がすでにファスト風土化した郊外だったからという可能性は否定できない。

しかし、ファスト風土化が進む現在から振り返ってみると、ファスト風土化以前の街や村には子どもを社会化する（大人にする）という機能があったことを我々は認めざるを得ないだろう。その社会化の機能は潜在的な機能であり、顕在的ではないので、これまで我々はその重要性を見過ごしてきたように思う。

社会というのは抽象的な概念だ。だから、社会を見せてみろといわれても、見せることはできない。テレビでニュース映像を見ていても社会を見たことにはならない。ではどうしたら社会が目に見えるか。それが街である。

街には、複雑な人間関係が内包されている。街の中で人と人がどう具体的に関係し合っているかを見ていれば、おのずと社会のからくりがわかる。社会とは、人と人の無数の行為の連関だから。街は、その諸行為の連関を具体的に見せてくれる場なのだ。だから、街を通じて自然に子どもは社会を学び大人になる。逆に、街がなくなるとということは、そうした連関が見えなくなるということである。それは社会が見えなくなるということである。街の消えたファスト風土で子どもが育つということは、子どもが社会の存在に気づく機会が失われるということであり、最終的には、子どもの社会化が阻害されるということになるだろう。

また、私が、街の機能として子どもの社会化を重視するのは、子どもが自然に社会化する社会こそが持続可能な社会であると思うからである。持続可能性というと、環境やエネ

ルギー資源への負荷が少ないという意味で使われることが多い。しかし、真に持続可能な社会とは、単に環境がよいだけではなく、子どもが自然に社会化して大人になり、また子どもを産み育てようと自然に思う社会であると私は考える。環境やエネルギーに負荷が少なかったとしても、肝心の人間が将来にわたって社会を持続させたいと思わないとすれば、何の意味もないであろう。