

BOOKS
REVIEW

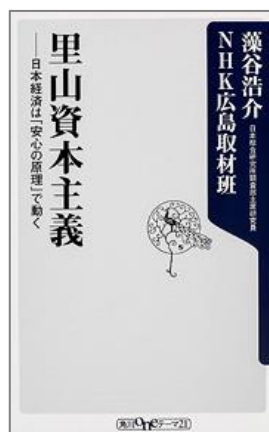
- 『ヤンキー経済 — 消費の主役・新保守層の正体』
 『里山資本主義 — 日本経済は「安心の原理」で動く』
 『コミュニティデザイン — 人がつながるしくみをつくる』



ゼロ年代、特に 2008 年のリーマン・ショック以降、若者が趣味にお金を使わなくなったと言われています。本や CD を買わなくなり、旅行やレジャーにも消極的。クルマ離れが進み、ファッションに対しても昔の若者ほどお金をかけたがらない。気づくと激安居酒屋やファストファッション隆盛の時代です。

そんな中で、博報堂ブランドデザイン若者研究所リーダー・原田曜平氏は、著書『ヤンキー経済 消費の主役・新保守層の正体』(幻冬舎新書)で、前述したような現代の一般的な若者とは異なった消費行動をとる今どきの新しいヤンキー層に注目します。

ヤンキーといっても、ビーバップハイスクールのように、鉄パイプ片手に暴れまわる不良文化は今昔…。今どきのヤンキー層は、生まれ育った土地で強固な人間関係と生活基盤を構築し、とかく現状維持に努め、地元から出たがらない。著者は、そんな彼らを「マイルドヤンキー」と呼び、同世代の若者たちよりも消費意欲が旺盛で優良な消費者、「消費の主役になりつつある新保守層」と定義。地域再生も含め、未来の日本経済は「マイルドヤンキー」が牽引していくと指摘します。



そもそも、モノが売れないのは不景気だから、という常識は本当でしょうか？ 地域エコノミスト・藻谷浩介氏のこの問いに、NHK 広島放送局の取材班は目からウロコが落ちたといいます。氏曰く、「働き盛りの人の数、生産年齢人口が戦後急激に拡大し、それが減少に転じたことで日本ではモノが売れなくなってしまった。景気さえ良くなれば日本経済は回復する、この妄想が日本をダメにした。日本経済が停滞している根本は、景気ではなく“人口の波”にある」。

そんな藻谷氏と NHK 広島取材班の共著『里山資本主義 日本経済は安心の原理で動く』(角川 one テーマ 21)は、お金の循環が全てを決するという前提で構築された全世界的な「マネー資本主義」の経済システムの横に、こっそりとお金に依存しないサブ・システムを構築しておこうと提案する良書。

「震災で痛感した人も多いはずだ。お金と引き換えに遠くから水と食料と燃料を送ってしてくれるシステム、この複雑なシステム自体が麻痺してしまえば、いくら手元にお金があっても何の役にも立たないということ。その思いを忘れないうちに、動かなくてはならない」。

本書を読み進めると、日本各地の里山には、ひとが生きていくために必要な水と食料と燃料を、実はかなりのところまでお金を払わずに手に入れている生活者がたくさんいることに気付かされます。例えば、岡山県真庭市。この典型的な山村地域にバイオマス分野で世界をリードする技術があることを、なぜマスコミはもっと報道しないのか…。そして、地方に根付く『里山資本主義』にこそ少子化を食い止める解決策があるのだと説く藻谷氏の、本書における「最終総括」。なるほど！と膝を打ちます。



前書のいうように、日本では国や中央にできないことを先に地方からやってしまうことこそが、コトを動かす秘訣なのだと。では、少子高齢化が極度に進み、担い手が不足する地方で、このようなダイナミズムを生み出していくにはどうしたらよいのでしょうか。

『コミュニティデザイン 人がつながるしくみをつくる』(学芸出版社)で、著者の山崎亮氏は、「コミュニティの力を高めるためのデザインはどうあるべきか。無理なく人々が協働する機会をどう生み出すべきか。地域の人間関係を観察し、地域資源を見つけ出し、課題の構成を読み取り、何をどう組み合わせれば地域に住む人たち自身が課題を乗り越えるような力を発揮できるのか。…(省略)」について、実体験をもとに平易な言葉で語りかけてくれます。

仕事を通じ、「地域再生」や「地域活性化」といった言葉をよく耳にするのですが、そもそも「活性化」とは何なのでしょう。

地方におけるまちづくり事業の大半は、霞が関が作った施策のローカライズ。地域性を活かしてとは言うものの、突き詰めると、東京と同じことを求められてるようで…。結局、地域にはそれぞれ良さがあり、それを無理なく伸ばしていくのであれば、東京のキャッチアップじゃなくて、何か別のモノサシが必要なんじゃないかと感じます。

大切なのは「当事者になる」こと。すなわち、「まちづくり≡ここに住む≡活性化」という図式こそ本質、と思わされる 3 冊です。

(2014/7/30 コンサルティング部 K.H)