

「まちづくり」から「まちそだて」へ
～富良野の事例から学ぶ～

北海道大学大学院
メディア・コミュニケーション研究院
国際広報メディア・観光学院
筑 和 正 格
2007

目 次

はじめに.....	2
1. 映像教材の意味.....	2
2. 「まちづくり」と「まちそだて」	3
3. 「北の国から」と「まちづくり」と「まちそだて」	7
4. 「新結合」	11
第1部 農と観光の共生.....	14
1. 富良野野菜のブランド化.....	14
2. 「農」と「食」における新しい関係 – 農家とシェフとのコラボレーション	15
3. 生産者と消費者との新しいつながり	17
4. 食のトライアングル – 農業・商業・消費者の新しい結合.....	19
5. 「農作物供給地」から「農作物供給・消費地」への変化のきざし	21
6. 第1部のまとめ	23
第2部 環境創造と観光の可能性.....	24
1. 富良野の景観と観光客	24
2. 景観の損傷	25
3. 景観の回復と保持、新結合	26
(1) 生活ごみのリサイクル.....	26
(2) 排出された石のリユース	28
(3) 休耕地のリデュース	30
4. 景観の創造・自然のリデュース – 「富良野自然塾」の取り組み	31
(1) 富良野自然塾の設立経緯	32
(2) 活動内容 – 自然返還事業と環境教育事業	32
(3) 教育プログラムとしての意義	33
5. 第2部のまとめ	35
6. 「まちそだて」の取り組みのまとめ	36
第3部 夢と観光	37
1. 創造的棟梁と自分探しの弟子	37
2. 演劇人の夢	39
3. 夢を追う人たちとその仲介者	42
4. 第3部のまとめ	45
おわりに.....	47
【付録】来訪者の社会層についての仮説	49

はじめに

1. 映像教材の意味

本教材は、映像教材「“まちづくり”から“まちそだて”へ～富良野の事例から学ぶ～」と一対の関係にある。文字教材だけではなく、映像教材をも用いることの利点はどこにあるのだろうか。それは、いうまでもなく、事例研究のより効果的な遂行という点にある。なぜならば、映像は文字には備わっていない長所をもっているからである。以下にその長所を列挙しよう。

映像を教材として用いる第1の利点は、端的にいえば「百聞は一見にしかず」というところにある。事例研究の第一歩は、事例の特性を分析することであるが、そのためには対象の「個性・具体性・特殊性」を表現するという映像の特性が、高い有効性をもっている。つまり、映像はダイナミックな視覚的効果を通じて、対象を具体的かつ明確に伝達するのである。何を対象とし、対象をいかに映すかという点、つまり撮影者の視線と視界には細心の注意を払う必要があるが、映像はその特性ゆえに事例表現にうってつけのメディアであるといえる。¹

第2の利点は、不要な想像力の排除である。文字情報だけの教材の場合には、受講者はそれぞれの想像力を交えて事例像を思い描くことになる。想像力を働かせること自体に必ずしも問題があるわけではないが、想像力のもつ主観性によって、事例の像に恣意的な、あるいは事例の現実から若干乖離したイメージが付着する場合もありうるだろう。対象を具体的に伝える映像は、主観性のそのような働きを制限することができる。映像は、抽象性を排除して、基本的には「在るもの」だけを映し出すからである。

第3の利点は、映像に音声が加わることで生じてくる。特に、人間の営為を取材対象とする場合、対象となった人物の表情に加えてその人物が発する言葉は重要なメッセージ性をもつ。また、声の質や抑揚もその人物を正確に表現するためには不可欠の要素である。映像に音声が付加されることにより聴覚への刺激が生じ、より訴求効果・臨場感が高まり、その結果、受講者は、より高いコミットメントをもって事例に取り組むことになるだろう。

上記は映像教材がもつ利点であるが、映像作成にあたっては、効果的に議論を呼び起こすための教材という性格を鑑みて、事例についての作成者の判断や評価を映像に盛り込むことは極力避け、映像そのものに事実を語らせることに腐心したことも付言しておく。

¹ 2006年11月～12月に、札幌・東京・大阪で、富良野で取材した映像を教材とした公開講座が行われたが、その際の受講者の反応——「映像はわかりやすい」「リアリティがある」「インパクトがあった」——は、映像のもつ訴求力の高さを証言している。

2. 「まちづくり」と「まちそだて」

「まちづくり」ということばは、すでに人口に膾炙している。この用語が頻繁に使用される以前には、通常「都市計画」という語が用いられていた。ところが、昨今、「まちそだて」という新造語も目につき始めている。これらは、それぞれいかなる性格をもつ用語であり、相互の差異性はどこにあるのだろうか。ここでは、本稿の表題にも登場する「まちそだて」という語のもつ意味と、日本の社会的現状において「まちそだて」を考察する必然性について述べることとする。

「まちづくり」ということばが用いられ始めたのは 1960 年代であるということは、各研究者的一致した見解

のようである²。従来の

「都市計画」は、都市計画法に則り行政主導で行う、どちらかといえば「まち」のハード面の改良に関する事業という印象が強かった。都市に関わる原理として、「居住原理」「経済原理」「統治原理」を挙げる都市計画の研究者西村幸夫は、欧米の都市計画の起源についてこう述べている。「個々の土地利用が経済原理のみで決定され、その結果として都市の空間形成に広域的かつ長期的な視点が欠落するの

を防止するために、資本主義の発達と軌を一にして生成してきたのが近代都市計画による

表1 「まちづくり」と「都市計画」³

まちづくり vs 日本国型都市計画
住民によるガバナンス vs 法によるガバナンス
活動基盤としてのコミュニティ vs 法治の対象としてのアトム化した個々人
性善説に立つ運動 vs 性悪説に立つ管理
アマチュアリズム・ボランティア vs プロフェッショナリズム
ヨコツナギの地域中心主義 vs タテワリの専門領域中心主義
ボトムアップ vs トップダウン
規範と合意 vs 規則と強制
慣習法的 vs 成文法的
漸進的 vs 構造的
創意工夫 vs 前例踏襲
透明で裁量的 vs 公平で平等的
プロセス中心で柔軟 vs アウトプット中心で剛直
開放的 vs 閉鎖的
最高レベルを目指す vs 最低レベルを保障する
固有で個性的、境界があいまい vs 標準的で画一的、境界が明快
統合的アプローチ vs 分析的アプローチ
変化を起こすように機能 vs 変化が起きる時に機能
住民主体 vs 住民参加

² 西村幸夫(2005)「コモンズとしての都市」『岩波講座 都市の再生を考える 7 公共空間としての都市』岩波書店 P.18。井口貢(2007)『まちづくりと共に感、協育としての観光 地域に学ぶ文化政策』水曜社 11 頁。佐和和江(2000)「まちづくり活動の心得」『市民のためのまちづくりガイド』学芸出版社 P.118。

³ 同上 P.20

強制・制裁・支配システムであった。⁴」これは、欧米の都市計画は、経済原理による居住原理の浸食を防ぐために統治原理を導入するというメカニズムをもつという指摘である。⁵

しかし、我が国の都市計画は、それとは異なった様相を呈している。「急速な近代化を実現するために、都市の形態を整えていくための事業を実施するところに主眼がおかれて、居住原理を尊重するような施策は優先順位が低かった」⁶のが、日本の都市計画の起源である。ここでは居住原理の地位は低いのであるが、こうした統治原理優先の状況に対する「無意識的な異議申し立て」⁷が、「まちづくり」なのである。

前頁に掲げた、西村による「まちづくり」と「都市計画」を比較した表では、「都市計画」がやや辛口の評価を下されているようであるが、それはさておき、「まちづくり」は、ハード面を含みつつも、よりソフト面を重視する営みのイメージをもつといえよう。つまり、「まちづくり」という用語の浸透は、道路・公園・住宅等の建設や整備以上に、地域に良好な雰囲気を作り出したり、様々な面での活気を生み出すことを求める社会的な傾向の高まりを反映していると考えられる。

ところが、その「まちづくり」が、近年さらに新しい局面を迎えていよいよある。延藤安弘は、その事情について次のように述べている。

近年、行政・事業主体側が公共事業の固いイメージをやわらげるために、「まちづくり」のことばを使いすぎる傾向がとみに著しくなった。駅前再開発・土地区画整理事業・鉄道高架事業などの拠点的・基幹的整備事業にも生活者・市民のための視点は大切であるが、実態は市民参加とは無縁の基準通りの固いモノづくりであるがために、「まちづくり」はすっかり手垢にまみれてしまい、言葉の本来的意味の輝きをなくしてしまった。⁸

ここで指摘されているのは、「まちづくり」という語の意味内容の変化、あるいは退行である。「まちづくり」という語の響きのまろやかさに行政が注目し、ハード面の改良を旨とする事業にももっぱらこの語を用いた結果、この語がもっていた初期の新鮮さが失われ、その内容も変質している、というのである。確かに、冒頭で指摘したように「まちづくり」という語はすでに一般化し、私たちにはなじみ深いものとなっている。そして、「まちづくり」と銘打った事業においても「経済原理」と「統治原理」が「居住原理」に優先すると

⁴ 西村 (2005) pp.16-17。

⁵ 私見によれば、特に現代都市に関わる原理としては、西村が挙げる3原理に、さらに「交流原理」も加えるべきであろう。確かに「交流」の要素は、「市場」という点で「経済原理」に、また「共生」という点で「居住原理」に含まれると見ることもできようが、都市は、必ずしも「市場」と「居住」に直結しない「交流」の場でもあり、しかもこの「交流原理」は、現代の「まちづくり」において重要な役割を果たしているからである。

⁶ 西村 (2005) p.17。

⁷ 同上 P.18。

⁸ 延藤安弘(2001)『「まち育て」を育む 対話と協働のデザイン』東京大学出版会 P.11。

いう退行現象も実際に観察できるのかもしれない。しかし、ここではその議論内容に深入りせず、ひとまず、現在「まちづくり」そのものが見直される事情が生じているという状況を確認するに留めておきたい。

「まちづくり」の形骸化を指摘する延藤は、この状況を打破するために「まち育て」を提唱する。⁹ 「まち育て」とは、「住民、行政、NPOなどの協働による」¹⁰ものであり、「各主体の積極的なかかわりから、地域資源を発見し、それに活気を与え、資源の有効活用、創造的継承につながり、コミュニティの既存の力を増幅させる方法である。」¹¹と説明されている。延藤の考えで注目しておきたいのは、「まち育て」を「それにかかわる人間の意識・行動も育むプロセス」とも見なしている点である。

人間と人工と自然のやわらかな関係をはぐくみ、そのことにかかわるヒトの意識の育みの過程を「まち育て」とよぼう。

「まち育て」とは、市民・行政・企業の協働により、環境（人工・自然・歴史・文化・産業・制度・情報など）の質を持続的に育み、それにかかわる人間の意識・行動も育まれていくプロセスである。¹²

この「まち育て」の定義は、一見したところ、かつての「まちづくり」のそれと大差がないように思える。「まち育て」の提唱は、要するに「まちづくり」が当初もっていた内容を復活させようという、「まちづくり」の原点回帰への呼びかけに過ぎないのではないのか。

しかし、「つくり」と「育て」の間には、明らかに差異が認められる。延藤によればその相違は、—「つくる」が既にあるものを消去して一方的に「開発」を意味しがちなのに対し、「育てる」は遺伝情報にしたがって成長する生き物を手助けする、持続させる、元気づける（sustain）を意味する¹³—ということになる。この見解では、「つくる」は力業と連結するものと捉えられているが、「つくる」という表現をこれほど問題視する必要性については判断が分かれるであろう。本稿では、両者の相違について、ごくシンプルに考えることにする。つまり、「つくる」は、基本的に無から有を生み出す営みであるのに対して、「育てる」はすでに存在するものを育み、成長させることを意味しているのである。したがって、「まちそだて」は、すでに「まち」が存在していることを前提とする。「まちづくり」は、時系列的に「まちそだて」に先行するものであり、「まちそだて」は「まちづくり」の次の段階の営為なのである。

ひとまずは現状の「まちづくり」自体にも相応の意義を認めよう、というのが本稿で採

⁹ 延藤（2001）P.11。

¹⁰ 延藤安弘（2005）『人と縁をはぐくむまち育て—まちづくりをアートする』萌文社 P.9。

¹¹ 同上。

¹² 延藤（2001）P.12。

¹³ 同上 P.14。

る立場である。それでは、「まちづくり」の次の段階における営為とは何を意味するのであろうか。前述のように、「統治原理」優先の状況に対する「異議申し立て」としての「まちづくり」は、地域に良好な雰囲気を作り出したり、様々な面で地域の生活を活気づけるという効果を生み出した。しかしながら、その効果は必ずしも長期にわたって持続するものではなかった。一度「まちづくり」に成功しても、いつの間にかその成功が色褪せたものとなり、「まち」は再び往時の活気を失ってしまうというケースが日本の各所で発生している。いわば、成功と失敗のサイクルが繰り返し描かれるのである。果たして、このサイクルは超克が可能なものなのであろうか。それが可能であるとすれば、その条件は何か。

本稿は、個々の取り組みの成功と失敗に左右されない、成功と失敗のサイクルを超えた「まちづくり」を「まちそだて」と称し、観光地として屈指の成功をおさめた富良野の事例を対象に、この「まちそだて」実現の可能性を追求するものである。その際、「まちそだて」の成否に関わる鍵として最も重要視するのは、前述した「〈まちそだて〉が、それにかかる人間の意識・行動も育むプロセス」であるという点なのである。

「まちづくり」に関して、私たちはすでに「居住原理」「経済原理」「統治原理」の3要素が（そして私見によれば「交流原理」も）介在していることを見てきた。この中で、「経済原理」と「統治原理」は機械的合理性（あるいは目的合意理性）を追求するものであるのに対して、「居住原理」は、こうした合理性だけでなくそれとは別なもの、場合によっては「合理性」とは見なされないものをも含む原理である。ドイツの社会学者ウルリヒ・ベックにならえば、さしづめそれは「社会的合理性」¹⁴ということになろうが、しばしば「地域の独自性」とか「自律性」あるいは「文化」と呼ばれるこの「社会的合理性」と、通常それと対立関係に陥りがちな「機械的合理性」との兼ね合い、あるいは適切な組み合わせが、「まちそだて」に際しても重要な留意点になるはずである。考察対象となる諸事例において、この組み合わせが注目されることとなるのだが、その組み合わせは「新結合（neue Kombination=innovation）」という概念のもとで把握されるということを、あらかじめ指摘しておく。

¹⁴ Beck, Ulrich(1986) *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne* Suhrkamp
(東廉／伊藤美登里訳(1998)『危険社会 新しい近代への道』法政大学出版局)

3. 「北の国から」と「まちづくり」と「まちそだて」

富良野市は、北緯 43 度、東経 142 度、北海道のほぼ中心にある富良野盆地の中心都市である。2005 年の平均気温は 6.2℃、最高気温は 33.3℃、最低気温は -27.5℃ であり、非常に気温の高低差が激しい気候である。人口は 26,112 名（2000 年国勢調査）である。

富良野が、観光で屈指の成功を収めたのは有名な話であるが、その成功は、言うまでもなく、このまちを舞台とするテレビドラマ「北の国から」に負っている。富良野は、もともとは基幹産業である農業以外はとりたてて何もない、知名度の低いまちであった。富良野高校の京都への修学旅行の際、現地で「ふりょうの高校」と呼ばれたというエピソードは、ここでは定番の笑い話になっているほどである。その富良野を、「北の国から」は、一躍注目されるまちへと引き上げたのである。

言うまでもなく、「北の国から」は、作者の倉本聰と富良野との出会いなしには誕生し得なかつた。東京出身で、麻布中学・高校から東大へと進んだ都会っ子の倉本は、富良野とは縁もゆかりもない、当時の富良野にとってはまったく異質な人物であった。その倉本が、東京を離れ、札幌経由で富良野へやって来て、居住を決意したのである。そこにはおそらく、富良野が何らかの点で彼の抱く価値観と一致したという動因も作用していたことだろう。いずれにしても、この、富良野にとっての「異人」である倉本を受け入れたところに、現在の富良野のスタート地点を見て取ることができる。つまり、富良野の「まちづくり」は、倉本という異人の富良野社会への参入から始まったのである。

倉本が富良野の「何か」に触発されて創作した「北の国から」は、1981 年から 1982 年まで全 24 話が放映され、高い人気を得た。これは、富良野が、24 週に渡って、無料で全国的自己 PR の機会を得た、ということを意味する。また、連続ドラマとしての放映が終了した後も、2002 年に至るまでスペシャル版として続編が断続的に作成・放映され、人々を引き続きこのまちにひきつける原動力となった。

2002 年には観光客の数は 250 万人にまで達した。

「北の国から」は、なぜこれほどの成功を収めたのだろうか。むろん、映像が描き出す富良野の自然像とドラマの内容が、多くの人々の心に訴えかける力を持っていたからである。「北の国から」の世界には、美しく雄大な自然と、押しつぶされそうになりながらその自然と格闘し、互いに支えあって生きる人間たちの隣人愛、とりわけ、



図 1 平成 15 年度富良野地区観光客入込数

都会での結婚生活に破綻して帰郷し、厳しい自然条件・経済条件の中で子供たちをひたすら愛し抜く黒板五郎の、「合理的に」生きることに不器用でながら頑固にその生き方を貫く姿、そして、父親や周囲の人間の愛に見守られながら様々な経験を経て成長していく子供たちの姿がある。そこに表現されたのは、競争原理や経済原理が優先する都市社会への対置物、いわゆるオルタナティブ（alternative）な生活世界であった。この、機械的合理性の対極にある世界、言い換えれば、機械的合理性や経済合理性ではないものに立脚して生きる人々の世界が多くの人々の琴線に触れ、支持を得た。そして、大勢の来訪者に支えられて、徐々に「富良野ブランド」が確立していった。これが、富良野のまちづくりの実情である。

しかし、このまちづくりには1つの弱点があった。それは、このまちづくりが、あまりにも倉本聰というカリスマ的個人の力に頼りきった、他力本願的要素が強い性質のものであったという点である。長く続いたとはいえ、「北の国から」が人々の記憶から消えていけば、富良野を訪れる人々の足が遠のき、まち自体も単なる小さな1地方都市へと逆戻りする可能性がある。下の「観光客入込数」表を見ても、2002年の「北の国から」のブームとその余韻の時期を除けば、入込数は減少傾向にあることがわかる。もし、どこか別のまちで、かつての「北の国から」に匹敵するような現象が起きれば、人々は、富良野ではなく、そのまちへと足を運ぶことになるだろう。

表2 富良野市観光客入込数

年 度	2000	2001	2002	2003	2004
観光客入込数	2,143,135	2,118,511	2,490,084	2,455,118	2,031,158

(平成17年度富良野市統計書より)

2003年9月、富良野青年会議所理事の瀬川謙二郎氏は、秋の例会のテーマに〈「ふらのスタイル」をさがして～北海道・富良野のまちづくりを考える～〉を掲げた。この会は2部構成で、第1部は当時のニセコ町長の逢坂誠二氏による基調講演、第2部は逢坂氏を中心とする参加者の座談会である。逢坂氏に白羽の矢を立てたのは、氏が「新しいまちづくり」を提唱し実現させた人物であるというところにその理由がある。瀬川氏は、呼びかけ文書の中で次のように訴えている。

【狙い】

今回、この例会を通じて私たちは学ぶことがたくさんあるはずです。特に重要なのは、逢坂町長がどのようにして新しいまちづくりの方法を「勝ち取ったか」ということです。

逢坂町長が優れた能力をお持ちであることは疑いのない事実です。自由な創造力を持

ち、そこから生まれたビジョンをわかりやすい言葉で伝える能力を持ち、さらには、それを実現するための計画性、行動力、統率力を持ち、何より、ともに働く人たちに「まちを変えてみたい」と思わせるカリスマ性を備えた方です。

しかし、その優れた能力を知るだけならば講演や意見交換会は必要なく、逢坂町長の著書を熟読すれば事足りてしまいます。

私たちが学びたいのは、「新しいまちづくり」を実践することを前提として、そこにどんな敵が潜んでいて、どんな味方が隠れているのかを知ることです。

ほとんどすべてのことは、変えるより、変えない方が楽なのです。変えようとすれば、そこには多くの衝突が生まれ、莫大なエネルギーが必要になることを、私たちはこれまでの経験で嫌と言うほど知っています。

逢坂氏は35歳にして町長に就任し、さまざまな改革に取り組み、多くの成果を残されています。逢坂町長がどれだけ優れた人であっても、そこで多くの衝突が起き、莫大なエネルギーが消費されていることは間違いないハズです。

逢坂町長の功績を安易に「凄い人だからできた」と納得することは、非常に危険です。

それは、「凄くない私たちにはできない」というエクスキューズを、私たち自身が得ることになりかねないからです。

変えないこと、変えられないことを前提とした、「変えるための行動」はもういりません。多くの衝突が生まれ、エネルギーを費やすリスクを背負ってもなお、変えるという信念を持って「変えるための行動」を起こすことが必要だと思うのです。

私たちが逢坂町長について知っておかなければならぬことは、私たちと同年代の若者が、まちを大きく変えたという事実だけです。その事実から、今後の私たちが進むべき道を模索することが、今回の狙いとなります。

この箇所からは、「北の国から」ブームの余韻が続く中、いまだに200万人を越す観光客の来訪という現実に人々が安住している状況に対する瀬川氏の焦燥感が如実に伝わってくる。彼は、現状に甘んじる姿勢から脱却し、新しいまちづくり、すなわち「まちそだて」に乗り出さなければならないと呼びかける。2003年の「北の国から」ミニバブル状態の中で、彼は、富良野が置かれた状況を大局的観点から把握し、まちそだての必要性と緊急性を認識していたのである。

本稿の冒頭で述べたように、この「まちそだて」は、個別の取り組みの成否に「まち」の存亡を賭けるという次元を超えたもの、成功と失敗のサイクルを超えたものでなければならない。そのためにまず何が必要であろうか。経済基盤の安定はひとまず措くとして、そこに住むことに対して住民が納得し満足する状態の創出がまずは望ましい。そして、その前提として、住民によるまちの認識と住民の自己認識が不可欠なものとなる。つまり、「自分たちのまちはどんなまちなのか」、あるいは「自分たちはどんなまちを求めるのか」

という点で認識が共有化できれば、それはまちの安定に大きく寄与すると考えられるのである。自分たちのまちの個性を知り、住民がそれに納得するならば、まちが向かう方向は自ずと定まってくるであろうし、取り組むべき事項も明確化し、効率性も大幅に高まるはずである。

2003年秋、瀬川氏は、北海道大学大学院国際広報メディア研究科を訪れ、院生に上記の会合への出席を呼びかけた。そこには、同研究科修士課程2年の幸坂浩君が、修士論文の研究対象に富良野を選び、現地で調査を進める過程で瀬川氏と知り合い、この出会いから瀬川氏も研究科に関心を寄せていたという背景があった。瀬川氏と私たち——国際広報メディア研究科の都市文化研究グループ——とのつながりはこうして始まった。

2006年7月、国際広報メディア研究科の都市文化研究グループが、その後の富良野市におけるまちづくりの状況を知るために瀬川氏にヒアリングをお願いしたところ、瀬川氏は富良野のまちづくりに積極的に取り組んでいる8名の方々に呼びかけて、座談会を企画してくれた。延々3時間に渡る熱心な座談会を通じて、私たちは富良野のまちづくりの現状におけるいくつかのキーワードを見つけ出した。それらは、「農業」「食」「環境」「観光」であった。富良野のまちそだては、これらのキーワードに沿って行うのが最も実効性が高いのではないだろうか。しかも、特に強力な第2次産業をもたないという事情と、いまだに観光客が数多く来訪しているという現実を踏まえるならば、やはり「観光」も核になるだろう。それが私たちの認識であった。

そもそも観光とは、ある場所を訪れるという人間の行動をいう。ある場所が魅力的であればあるほど、当然訪問客の数は増加し、その場所が活気づくことになる。場所の魅力が集客力の増大とそれを通じた活性化の土台をなすのである。そして、場所の魅力の向上は、「住民が納得し満足する」良好な住環境の創出という「まちそだて」の精神と基本的なところで通じ合っている。まさに「住んでみたいまちは行ってみたいまち」と俗に言われるとおりである。このように、「まちそだて」と観光との間にはきわめて高い親和性が存在しており、したがってこの両者の結合はごく自然のことなのである。

4. 「新結合」

観光を核とする「まちそだて」を行うにしても、その実効性を高めるためには、当事者が理解し納得するコンセプトに立脚することが必要である。それはどこに求められるのだろうか。

ケインズと並び称される、オーストリアの経済学者ヨーゼフ・シュンペーター（1883-1950）は、その著書『経済発展の理論』（1926）の中で「新結合（neue Kombination）」という概念を提示している。筆者は、この概念が「まちそだて」の格好の指針となりうると考える¹⁵。シュンペーターは、「新結合」を行うことが、経済発展の原動力であると指摘する。¹⁶ 彼は、「生産」を、「われわれの利用しうるいろいろな物や力を結合すること」と捉える。そして「旧結合」から、「連続的に」（=徐々に変化しながら）「新結合」に至るのではなく、「新結合」が「非連続的に」現れる場合にのみ、経済の「発展」がある、と論じている。¹⁷ つまり、彼の説に従えば、それまでになかった新しい「結合」を、人為的に作り出すことが「発展」につながるのである。それに関連してシュンペーターは、5つのケ

表3 「新結合」遂行の5つのケース

- | |
|--|
| ①消費者にまだ知られていない、新しい商品の生産、あるいは商品の新しい品質の開発。 |
| ②当該生産分野では未知の、新しい生産方法の導入。この生産方法は、科学的な新発見に基づく必要はない。また、ある商品の新しい販売方法の工夫からも生まれうる。 |
| ③新しいマーケットの開拓。つまり、当該生産分野がこれまで未参入の市場の開拓。この市場が既存のものか否かは問わない。 |
| ④原料あるいは半製品の新しい調達先の獲得。この調達先が既存のものかどうか——つまり、単にそれに気づいていなかったのか、獲得不可能と見なされていたのかどうか——は問わない。あるいは、これから作り出さなければならぬか否かは問わない。 |
| ⑤新組織（団体）の実現。つまり、独占的地位（たとえばトラスト）の形成。あるいは独占の打破。 |

¹⁵ 20世紀前半のシュンペーターの「新結合」理論は、innovation論として、21世紀の現在でもなお、その有効性を保持している。たとえば、2007年1月には、日本経済新聞紙に、今井賢一（一橋大学名誉教授）による、シュンペーターの理論を「新結合」を中心に解説する連載が掲載された。また同じ時期に、やはり日本経済新聞に掲載された川本裕子（早稲田大学教授）執筆の記事では、「創造的破壊としてのイノベーション」の効用が指摘されている。

¹⁶ シュンペーター、ヨーゼフ（塩野谷・中山・東畑訳）（1977）『経済発展の理論』（上）岩波書店 pp.180-184。

¹⁷ 同上 p.182。

ースを挙げ、これらが「新結合」にともなう諸現象である、と説く。

この説に従うならば、私たちは、「発展」のために、今までになかった新しい結合を作り出さなければならないということになる。それでは、かつて富良野を活気づけた「まちづくり」を振り返って見るとき、そこにはいかなる「新結合」があつたのだろうか。

すでに指摘したように、富良野のまちづくりは、富良野という自然が豊かな場所と倉本聰という都会っ子の脚本家との出会いによって始まった。この、urban と rural という正反対の要素の結合自体、すでに 1 つの「新しい結合」であるが、より細かく観察すると、そこにはさらなる「新結合」を見出すことができる。倉本は富良野という現実の場所と「北の国から」というフィクションを結合させ、それを通じてまちづくりの活気を生み出していった。またその当時、富良野にはすでに、堤義明が経営するプリンスホテルがあった。現実に両者の接触あるいは合意が存在したか否かはさておき、ここから、富良野の大自然を背景とした、マーケット（堤）とアート（倉本）の結合も見て取ることができる。それはまた、「経済合理性」と「合理性では捉えきれないもの」との結合と捉えることもできる。

表4 「アートとマーケット」の結合——倉本聰と富良野

- | |
|---|
| ①新しい商品の生産——「オルタナティブな生活スタイル」を伝える物語 |
| ②新しい生産方法の導入——映像による物語の作成 |
| ③新しい市場の開拓——メディアによって伝えられた「1 つの生き方」が、
日本を担う階層の心に訴える。 |
| ④原料の新しい調達先——富良野という土地 |
| ⑤新組織の実現——全国ネット（フジテレビ）と連携 |

表が示すように、「北の国から」は、シェンペーターが指摘する 5 つの「遂行ケース」をすべて満たしている。大勢の観光客が富良野を来訪するという現象の原因も、この視点の導入によって説明が可能となるのである。「新結合」というキーワードは、このように、私たちに「発展」のための方策を暗示するものである。

それでは、「まちそだて」が急務となっている現在の富良野では、いかなる「新結合」があるいは「新結合」の萌芽が認められるのであろうか。

本稿は、富良野の「まちそだて」を、その軸をなす「観光」というキーワードのもとで、3 部構成で考察するものである。

第 1 部は「農と観光の共生」と題して、農業と観光振興の「新結合」の可能性について考察する。すでに指摘したように、「観光」とならぶ富良野のもう 1 つの基幹産業は、いうまでもなく「農業」である。そもそも、「北の国から」のブーム以前は、富良野はごく普通の農業地域であった。すでに誰の目にも明らかなこの 2 本柱を「結合」させようという発

想は、意外なことに、これまで必ずしも生まれていなかったようである。とすれば、両者を「新結合」の観点から捉えることは、十分検討する価値があるであろう。

後述するように、富良野は「環境にやさしいまち」として名高い。第2部の「環境創造と観光の可能性」では、第1部における「新結合」概念と考察内容を引き継ぎつつ、富良野における「良好な環境の保持・創造」の取り組みの実態、ならびに「良好な環境の保持・創造」の「まちそだて」に対する寄与・促進の可能性について検討する。

全体の締めくくりとなる第3部では、「夢と観光」という題目のもとで、富良野における人ととの出会いの特性について考察する。—富良野にはどのような人々がやって来るのだろうか。そこで人々はどのような出会いの場をもつたのだろうか。富良野における人ととの出会いは「まちそだて」に対していかなる貢献を行っているのだろうか—これらが考察の中心的なテーマとなる。

第1部 農と観光の共生

1. 富良野野菜のブランド化

今でこそ、豊かな農産物を生み出す農業地帯として名高い富良野であるが、空知川の扇状地にあるこの地域は川の氾濫や土中に無数に埋もれている石に妨害され、開拓を行う先人たちは筆舌に尽くしがたい辛苦を味わった。大正期に入植した農家の2代目である臼田保氏は、こうした歴史を次のように語る。

富良野地域では、寒暖の日較差が大きいということもあり、メロン・スイカ・ぶどう、また、たまねぎやにんじん・ジャガイモなど、大変おいしい農産物が採れます。しかし、大水が出るたびに川が氾濫るので、この一帯ですと、どこでも大なり小なり大水の出た跡があるのです。当然その側には石がたくさん残るということになります。ですから、石の処理や氾濫の後の土地をいかに立派な畑にするかという面で、大変努力しました。

しかし、先人たちの努力によって富良野は農業地帯として成長した。現在、富良野は米・麦のほか野菜や果物など、多種類・他品目の農産物を算出する地域として揺るがぬ地位を築いている。そして富良野の農産物は、その安定した品質の良さが消費者の信用を勝ち得て「ブランド」となり、全国の市場に出荷されるまでに至った。

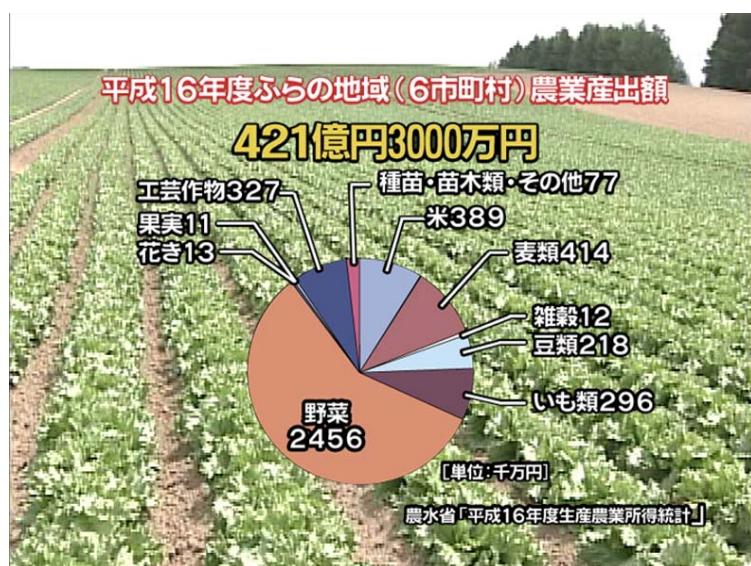


図2 平成16年度富良野地区農業産出額

全国市場における富良野の農産物の流通市場における評価について、北海道農産物の集出荷と販売を行う「株式会社 北印」の社長西本伸顕氏はこう語る。

農産物の栄養価が高いとか食味がいいということは全道的にいえるんですが、その中

でも特に、盆地で夏でも一日の寒暖の差が激しい富良野の野菜の品質は高いんです。それが富良野という土地のブランドイメージを確立させていますから、売りやすいと思います。北海道野菜とひとくくりにするのではなく、富良野というブランドで売れる可能性はまだまだあると思います。デパートとかスーパーは富良野産というのを1つのブランドにして売り込みたいというのはあると思いますね。だから富良野だけで物産展みたいなことができるめずらしい地域です。富良野という土地でいろんな野菜ができるわけですから、それで物産展ができてしまうのです。これができるのは、北海道広しといえども富良野ぐらいしかないのではないかでしょうか。

ここで指摘されているのは2点、すなわち富良野産野菜が「多品種性」と「高品質性」である。富良野地域の農産物がブランド化され、評価が高まるにつれて、農産物は首都圏に大量に送られていくようになった。しかし、富良野地域の農産物がもつ可能性は、首都圏の大市場におけるブランド商品としての地位に留まるわけではない。ブランド化された農産物には、同時に、富良野地域の観光資源としての可能性を見て取ることができるのである。

2. 「農」と「食」における新しい関係 — 農家とシェフとのコラボレーション

「農」の可能性をさらに高めていくためには、「農」を「食」に関連づけて、そこにさらに新しい関係をもたせることが重要なテーマとなる。どんな「農」と「食」の新結合の可能性があるのだろうか。

富良野地域の農産物の品質と味に魅せられて、富良野にやって来たフランス料理シェフ、甲斐宏和氏は、富良野地域の農産物の流通状況について、次のように評価を下す。

農産品を東京に出せば高く売れるというのは、日本の流れで、農家が生きていくためには仕方がないという面もありますが、(農産物が大量に首都圏に流れるというのは)、地元の人たちがこれだけ良い環境の中にいて、その環境を理解していないというのが一番の原因だと思います。富良野の野菜・北海道の野菜がどれだけ良いものか、おいしいものか、ほかのまちに比べて、どれだけ安全なものが作られているかということを理解していないのです。

甲斐氏が語るのは、北海道農業にまつわる一大特徴であり、また富良野産農産物が高品質であるがゆえのジレンマである。評価の高い農産物が大量に首都圏に送り出される結果、その農産物が地元で手に入りにくくなっている。しかもそれには、地元の人々がその「高品質性」に無頓着であるという事情も付随する。甲斐氏の場合のように、「大量に」ではなく、高品質の野菜を比較的少量で求める場合は、その入手がきわめて困難なものとなる。彼の指摘にもあるように、農家は、経営の安定のためには、大量で安定的に購入する相手

を優先せざるをえないからである。経済合理性の観点からは、それは当然のことといえる。しかし、地元で地元産の食材の享受が可能になるということも、生活の「豊かさ」の創造に貢献するものであろう。「地元の安全でおいしい食材を地元で提供する」という意図¹⁸の理解者を求めて、甲斐氏は可能性のありそうな農家に積極的に接触した。

数多くの接触の中で、彼の意図を理解し、協力者となった1人が中富良野で農業を営む天心農場の北川光夫氏である。

北川氏は、学習・研究する農民である。彼は、自分が生産する農作物の特性を知らなければ、安全でおいしい野菜の生産はできないと考え、独学で農業を学び土壤分析の必要を訴えるなど、注目すべき取り組みを行っている。農場経営者である北川氏は、言うまでもなく「経済合理性」を等閑視することはない。しかし、彼にとっては農民としてのアイデンティティがそれをはるかに凌駕するものである。そして学習から得た「知」に基づいて、北川氏は農業のあり方や可能性、そして限界について正確な認識を獲得している。

私たち農家の喜びは、やはり食べてくれる人が「おいしかった」って喜んでくれることで、それが生きがいになるんです。私がいつも言っているのは「農業というのは、空気作って、きれいな水を作って、食べ物を作っている。このうちの2つ（空気と水）がボランティアなんですよ。「おいしい」って喜んでくれるから、それがボランティアでできるんです。地元の人たちは、地元の野菜のおいしさとか安全性について、気づいていない人が多いのですが、地元の安全でおいしい農産物を活用して地元に提供してくれる甲斐さんのような人たちが現れて、その人たちのコミュニティができると、地元のものの良さを地元の人に知ってもらうことはむずかしいですね。

農作物が内包する可能性を開く協働者が存在することによって、農業のもつ意義はさらに高まるのである。こうして、農家とレストランシェフの協働が始まった。シェフが農家に新しい農作物の育成を提案したり、農家がシェフに新作の農産品の食材化を持ちかけたりして、相互の緊密なコミュニケーションが展開されている。

富良野地域の農産品の利用拡大のために、甲斐氏はさらなる工夫も行っている。それは、規格外の農産品を利用するということである。

すじが入ったものとか、虫に食われたものは、全部規格外品になるので、捨てるか食べるしかないのです。うちのようなレストランでそうした外品を使うことによって、生産者のリスクを少しでも軽減できると思うのです。

外品の利用は、農産物廃棄量の減少という面で農家に経済的メリットもたらす一方で、大量出荷のニッチを埋める方法、地産地消の1つの新しい方向性を示唆している。それは

¹⁸ 注意を要するのは、後述するように、食材を提供する対象については「地元民」に限定してはいない、ということである。つまり、来訪者も対象に含んでいるのである。

また、農産物の外見を過剰に重視する消費者の一般的傾向へのささやかなアンチテーゼとなることもできる。さらに、流通市場のルートに乗らない外品を仕入れることは、シェフにとっても、安い仕入値で購入できるという経済的メリットがある。

この、シェフと農家のコラボレーションを、シュンペーターの「5つのケース」に当てはめてみるならば、以下のとおりとなる。

表5 「生産者と調理者」の結合：天心農場とレストラン「ル・シュマン」

- ①新しい商品の生産——新しい素材を使った新しいメニュー
- ②新しい生産方法の導入——廃棄品を素材にする。
- ③新しいマーケットの開拓——生産者が、レストランに直接生産品を売る。
- ④原料の新しい調達先——レストランが、生産者から直接原料を買う。
- ⑤新組織の実現——生産者とレストランとの連携。

3. 生産者と消費者との新しいつながり

富良野市山部地区は、富良野地域の中でも米やメロンなど、生産される産物の量が多い地区である。この地区で、農家の女性有志が集り、自分たちの生産物を自分たちで加工して付加価値をつけ、直接消費者に渡そうというグループ「ゆうふれの里」が結成されている。グループの一員、宍戸真知子氏は、彼女たちの意図についてこう説明する。

私たちは、まじめに農産物を作って、まじめに消費者に渡してきたつもりだったので。けれども、私たちと消費者との間のどこかが間違ったから、私たち思いが伝わっていないんです。だから私たちの思いを直接伝えたいと思って、ゆうふれのおしゃべりおばさんが集って前に出ようということになったんです。

在来の流通システムを経由せずに消費者と直接の接触を求める生産者の志向は、前述の「③新しい販路の開拓」と見なすことができる。つまり「当該産業部門が従来参加していないかった市場の開拓」¹⁹に類するものと考えられるのである。むろん、それを可能にしたのは、生産者と消費者の「新結合」である。この「新結合」の背景には、生産者である彼女たちの創意工夫に対する自信があった。

自分の生産物の良さを自分のことばで相手に伝えるためには、自信がないとダメですね。だから、私たちは自分たちの生産物に付加価値をつけて、「こっちより、うちのほうがおいしいしよ」といえるようになり、それを理解してもらって自信をつけたのです。そうなると、もっと自分のものを提供できるし、「さあどうぞ」と大きな声でいえるのです。こういえるお母さんたちが増えると、JA ももっと大きくなれる

¹⁹ シュンペーター（1977）p.183。

思いますね。

自らの生産物に付加価値をつけるために、ゆうふれの里では、間引したメロンを漬物にしてきた農家の知恵をヒントにして、間引きメロンを利用して福神漬けを作ることを考案した。この福神漬けは、間引きしたメロンに、地元で取れたきゅうりや旬の野菜を使い、宍戸氏オリジナルのたれを使って作られる。これは、シェンペーターが指摘する「②新しい生産方法の導入」に近い。従来、原材料とは見なされなかつたものに材料としての価値を発見したのである。

(宍戸氏) 時代の流れ
が、世間の側から「地産
地消でなければだめだ」
というふうに、農家の方
に目が向いていますよね。
そうしたら絶対、飲食店
も農家のほうに目を向
けるんですよ。皆がこち
らを向いているということ
は、すごくありがたい
ことです。私たちの言
ことを聞いてもらえると
いうことですよね。今が
すごくチャンスだと思
いますね。



図3 間引きされたメロン

ここに、非ステレオタイプ的な農家像の萌芽を見ることができる。JAのいうがままに、ひたすらまじめに農作物を育てることのみに関心を向け、収穫物の行方はJA任せという姿勢からの脱却した姿である。もちろん、ここでの取り組みはきわめて小規模であり、農產品の流通革命という大規模な志向を彼女たちがもっているわけではない。しかし、このグループが意識的に「商品開発」を行っていることと、直接消費者とのコンタクト、コミュニケーションの場を求め、創造し始めていることは注目しなければならない。

この取り組みも以下のようにまとめることができる。

表6 「生産者と消費者」の結合：「ゆうふれの里」と消費者

- ①新しい商品の生産——チーズともちを結合させた「もっちー」²⁰
- ②新しい生産方法の導入——新しい材料から製品を作る。
- ③新しいマーケットの開拓——既存の流通ルートを経ずに、消費者に直接売る。
- ④原料の新しい調達先——廃棄品を素材にする。
- ⑤新組織の実現——農家の主婦の協同

ゆうふれの里の主婦たちは、ささやかな楽しみとして彼女たちの営みを続けているよう見える。しかし、彼女たちの視野には入っていないであろうが、彼女たちの活動も、実は富良野への集客効果を高めることに寄与する可能性をもっているのである。²¹

4. 食のトライアングル — 農業・商業・消費者の新しい結合

農産品を土台とする「食」で富良野の活性化を図るために、すでに見てきたように、生産者・加工者・消費者の新しい形での連携が必要である。今、富良野では、オムレツとカレーを結合させた「オムカレー」がブームとなりつつある。これは、文字通り「新結合」による「①新しい製品」の創出である。「カレー」を富良野ブランドに加えようという発想は、ジャガイモ・たまねぎ・にんじんなどカレー用の食材のほとんどが地元で入手可能であるという事実への着目から生まれてきた。農・商・消が形成する「食のトライアングル」は「食」と「まちそだて」の結合を志向し、提唱するグループである。富良野市の職員でグループの事務局長を務めている松野健吾氏は、グループの結成動機と活動内容について次のように語る。

富良野市の農林課が行った調査では、観光客には富良野の野菜というイメージがほとんどないという結果が出ています。現在富良野を訪れる200万人という観光客の数が、現状のままでは今後伸びていくことはないと予想されます。こうした状況の中で、農業と観光を結び付ける最大のキーワードは「食」ではないかと思いました。そこで農業一商業一消費者を結ぶ架け橋になりたいということで研究会を立ち上げたわけです。

研究会は、市の職員や飲食店主、農業従事者で構成されている。しかし「食」の現状については、JA自体も「カレーでまちおこし、地元食材を生かしたカレーでまちおこしといいながら、地元の店は実際にどれだけ地元の食材を使っているのだろうか」と疑問を呈している。それに対して松野氏はこう考えている。

²⁰ この新商品は、筆者たちの取材中は試作中であったが、その後まもなく商品化された。

²¹ 事実、大阪で行われた公開講座において、この主婦たちの取り組みを伝える映像を観た大手旅行会社の北海道地区担当者が、この取り組みにビジネスチャンスを見て取っている。

「カレーのまち富良野」というイメージが、しっかりと浸透していけば、おのずと野菜に対する付加価値、産地間の競争にある意味有利に働く部分もあるかもしれませんと考えれば、地産地消的な運動をしていることに対する評価はしてもらえるのではないかと思います。

地域メニューとしての「オムカレー」には、次のような約束がある。

①オムカレーの中央

に研究会指定の旗
を立てる。

②富良野産の米、野
菜、チーズ（バタ
ー）、ワインを使用
し各店が工夫を凝
らす。

③福神漬（ピクルス）
なども富良野産に
こだわる。

④「ふらの牛乳」を
つける。

⑤料金は税込みで 1,000 円で提供する。



図4 オムカレー

(松野氏) 1 店舗だけでオムカレーを提供するのではなく、7~8 店舗が、一定のルールと提供スタイルを統一して、味は各店それがオリジナリティを出すという形でやっていけば、メディアにも取り上げてもらえるし、1 つのご当地メニューとして売り出していくことができます。富良野オムカレーは3月 20 日にいっせいにメニュー化して、今 8 店舗で提供しているのですが、研究会で管理しているカレーに立てる旗が、半年足らずで 2 万本はけました。つまり 2 万食オムカレーが出ているわけです。売り上げベースでは 2,000 万円、8 店舗で単純に割れば 1 軒あたり 250 万の売り上げになっています。ということは、それだけ使われる地元食材の量も増えていると想定できます。また、近々チーズ工場の展示室のところにオムカレー店を紹介するパネルも作るという話もあるそうです。そうなると相互に PR できるでしょう。オムカレー店でオムカレーを食べ、ふらの牛乳を飲んでチーズ工場へ向かう人もあれば、チーズ工場でパネルを見て「富良野オムカレーがあるんだ」と知って、オムカレーを食べに来る人もいるというように。こうして少しづつ効果が出てきているのではないかという感じがしています。

むろん、この活動にも「新結合」の効果が現れている。

表7 「農・商消」の結合：食のトライアングル

- ①新しい商品の生産——新しいタイプのカレーを作る。
- ②新しい生産方法の導入——2つのもの（オムライスとカレーライス）を結びつける。
- ③新しいマーケットの開拓——新しいタイプのカレーを支持する顧客を掘り起こす
- ④原料の新しい調達先——食材は地元のものとする。
- ⑤新組織の実現——3種類の立場が連携する。

5. 「農作物供給地」から「農作物供給・消費地」への変化のきざし

富良野地域における農業は、今、原料供給地から、農産物に付加価値をつけた新しい形へと変化しようとしている。それはまた、観光地としての富良野地域における豊かな農産品が、まさに観光の資源として大きな可能性を秘めていることを示してもいるのである。本州の大流通市場でブランドを確立した富良野の農産品が、そのブランドを生かしつつ、富良野を訪れる200万人の観光客が形成する地元における市場をさらに充実させ発展させる可能性が視界に入っている。先に、甲斐氏の地元重視の姿勢を紹介したが、それは決して地元客の偏重を意味するものではない。地元客の地域資源再発見とともに、より広い範囲の客からの認知をも志向しているのである。現に、彼のレストラン「ル・シュマン」の客は、圧倒的に富良野以外の住民である。つまり、やや大げさな表現をすれば、彼は200万人の観光客をも念頭に置きながら調理をしているのである。

必ずしも「地元の住民」に固執しない姿勢は、「ゆうふれの里」の宍戸氏にも共通している。

私たちの目の前にいる人が消費者であって、観光客とか地元の人とかの別なく、おいしくて安全なものを私たちはただ提供するよ、というように気負わない姿勢でいるほうがいいと思います。

しかし、人々が地元の農産品の質の高さを認識し、それを味わう喜びを体験するならば、そこには新しい食文化が成立する可能性がある。そして、新しい食文化を通じて生活の質が向上するという効果も視野に入ってくる。生活の質の向上は、「まちそだて」の重要な1構成要素である。とすれば、ここで見てきた取り組みから「まちそだて」至る道も見えてくるのではなかろうか。

もう1点興味深いのは、収入や利潤の追求という「経済合理性」ではなく、「食材の質」

や「料理の味の質」といった「経済合理性以外の要素」を第一義に掲げることが、逆に事業の成功につながるという現実が存在していることである。甲斐シェフは言う。

利益を先に求めると、大量生産の方向に走っていかざるをえなくなります。確かに利益は必要なものでしけれども、それ以前に、自分がしたいことやしなければならないこと、これまでやってきたことを大事にしなければならないと思っています。いいものを作れば、結果は後からついて来るのではないでしょうか。

映像取材はできなかったが、私たちは「ふらの牛乳プリン」で成功を収めた「フラノデリス」のオーナー藤田美知男氏にもインタビューしている。甲斐氏と同様に富良野の食材に魅されてこの地でスイーツの製造販売を始めた彼も、甲斐氏と全く同じ趣旨の発言をしている。

私たちは、いかにしたらおいしいものが作れるか、という発想が絶対ですが、ほとんどの人は、いかにしたら儲けられるか、しか考えていません。「観光」という名のつくものはほとんどそうです。うちでは、プリンを牛乳瓶にいれます、それは瓶に入れることでやわらかく、おいしくできるのではないかという発想からです。しかし、ほとんどの人はこれに入れたら売れるという発想です。売り上げ優先の考え方なんです。私の考えでは、売り上げは後からついてくるもので、良い商品があって、それを買う人が感動して、それが売り上げにつながっていくのです。

これらの発言は、一見、「豊かな社会」²²とか「消費社会」²³と呼ばれる、商品であふれかえった現代社会で主流をなす傾向に対するオルタナティブな姿勢を示すものであるかのように見える。確かに、甲斐氏も藤田氏も「大量生産・大量消費」の現状に迎合して「低コスト・高利潤」の方針をとるつもりは毛頭なく、出発点に「経済合理性」を置かないという意味では、彼らの姿勢をオルタナティブと呼ぶこともできる。しかし、「豊か」になった消費者の間には、すでに「本物志向」という形で一種の審美的差異化を希求する動きが現象しているのである。つまり、消費者へのモノの供給量が満ち足りている状態にあって、より多くの対価を支払ってもより良質なものを求めようという（単純に「経済的」ではない）志向性が社会の中にすでに生じているのである。そして、ここに取り上げた両氏の取り組みは、まさにその流れに乗っている。彼らの事業が、目下順調に展開しているという事実がその証左であろう。もちろん彼らは、職人として「良いもの」、「自分が納得できるもの」を世に出すことにこだわっているのであろう（もちろん、「本物」がヒットする、

²² Galbraith, John K.(1958) *The affluent Society* Mentor (鈴木哲太郎訳(2006)『ゆたかな社会』岩波書店)

²³ ボードリヤール、ジャン(1970)『消費社会の神話と構造』(今村仁司／塚原史訳 紀伊国屋書店 1995)

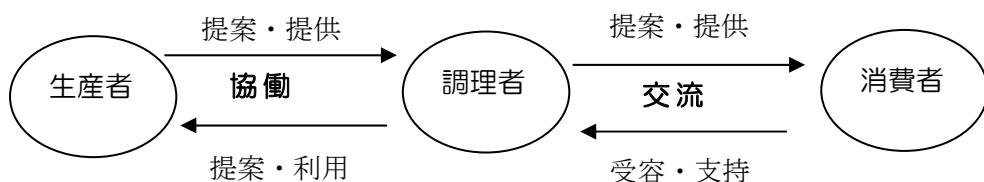
という勘も働いていたかもしれない）。その結果、「新しい市場」が開かれつつあるのである。これは一見逆説的な現象であるが、社会的潮流を考えるならば自然なものと見なすことができよう。

富良野の農産品がもつ観光資源としての可能性を吟味するために、私たちは何人の当事者に会ってきた。その際に私たちの関心を引いたのは、生産者、レストランシェフ、コンフェクショナーといった非流通業界の人々の、「新結合」への志向性の強さであった。農産品を直接生産したり、直接調理・加工することを生業とする人々から、「新しい結合」への強い意欲が感じられたのである。もし、このような人々が市場において確実な成功を収めるならば、それはシエンペーターの理論の正しさを証明することになるし、私たちはそこに社会の「発展」を見ることができるのかもしれない。

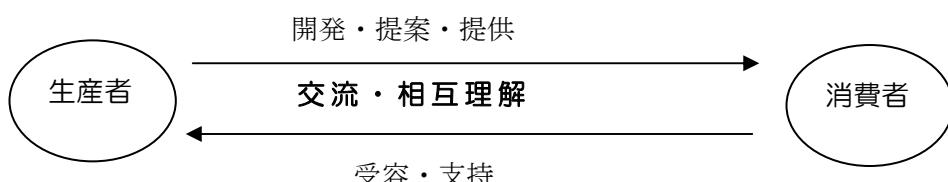
6. 第1部のまとめ

第1部で検討した取り組みにおけるアクターの関係を図式化すれば以下の通りとなる。

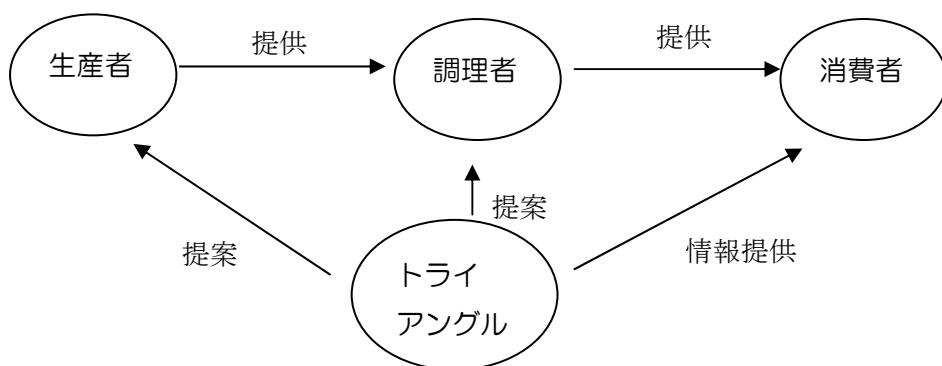
① 農家とレストランシェフの協働



② ゆうふれの里の主婦と消費者



③ 「食のトライアングル」



第2部 環境創造と観光の可能性

1. 富良野の景観と観光客

「北の国から」の舞台となり、年間200万人を越える観光客が訪れる富良野は、豊かな自然に包み込まれている。田園やラベンダー、そして原始林。自然と人間の営みとが相まって作り出す景観は、富良野の貴重な財産である。2006年8月にブランド総合研究所が行った「地域ブランド調査2006市版」で、富良野市は「環境にやさしい」まちという評価を受け、京都市に次いで第6位にランクされた。この評価は、人々が富良野に対して抱くイメージをそのまま反映している。富良野は、恵まれた環境の中にある美しい景観のまちであり、その景観は、来訪者の心情に訴えかけ、共感を呼び起こす力をもっている。



図5 富良野の景観

富良野のまちづくりに積極的に関わる1人である「ふらの演劇工房」理事長の森田武氏はこう語る。

富良野というのは、来て見ると結局何もないところなんです。「北の国から」のロケで残った丸太小屋だとかリサイクルの家だとか石の家だとかそんなものしかない。しかし人は「精神文化」を求めてやってくるのです。そして富良野に触れて自分を刺激して、「自分たちのまちもこんなまちにしたいな」とか、そういう意識をもって帰っていただけるのではないかと思います。観光客は「異空間」を求めてきます。そうなると「北の国から」の家族愛、家族の絆とか、また富良野の自然、環境、広大な景色、それに富良野のおいしい農産物が、それを構成するものということになります。

森田氏の言う「精神文化」とは、第1部でも繰り返し指摘した「経済合理性以外のもの」にほかならない。そして、森田氏のことばが伝えるように、「経済合理性以外のもの」は人々に「癒し」をもたらすのである。逆に言えば、「経済合理性」一辺倒の状態は、人々を疲れさせるということになる。

富良野への来訪者は、何か「精神的なもの」を求めてやって来て、現実の富良野の姿に触れることによって、それを感じ取る。観光客は、富良野の環境・景観を通して自分が探求していたものを発見するのである。シェンペーターの「新結合」の概念を応用するならば、来訪者は、自己が希求するもの（「精神的なもの」）と富良野の環境・景観（現実）を「結合」させるのである。もしその「結合」が、予期していない、全く新しいものであった場合、感動の度合いはますます深まるであろう。

以下では、観光資源としての富良野の環境・景観に焦点を合わせて、「新結合」の可能性を探りつつ、良好な環境の創造と観光の関係について検討していくこととする。

2. 景観の損傷

開拓に従事した先人たちの営みが歳月を経て作り上げた、来訪者を魅了する富良野の環境・景観は、しかし、決して常に良好な状態に保持されてきたわけではない。むしろ、この20年来、マイナスの要素に脅かされてきている。そのマイナス要因の主なものとして、次の3つが挙げられる。

①生活ごみの処分場

「通常、行政はごみを処理することばかり念頭にあって、なかなかごみが環境に結びつきません。富良野も昭和58年以前は、ごみを分別することなくごみ捨て場に捨てていました。ところが、そこへカラスや狐がやってくる、ごみは飛散するという状態となり、それが環境問題へと発展していきました。というのも、ごみ捨て場の周囲は農家で、この状態が農作業や農作物に悪影響を与えたからです」

（富良野市市民部環境リサイクル課、関根嘉津幸氏）

②開発行為による自然環境の破壊

「山からの碎石や川からの砂利採取には、問題があります。山の形を変えるということは景観上問題がありますし、川からの砂利採取は、川の流れにも影響を与え、人間の生活にも影響をあたえるのです」（上述の森田氏）

③離農による休耕田の増加

「北海道の場合は、特にこの富良野の場合はですね、高齢化が進んで後継者がいな

いとか、土地条件が悪くて耕作を放棄しているところが 700 ha くらいあります。農業が衰退し畠が荒廃するということは、景観上好ましくありません。それに、遊休地は放っておくとだめな土地になってしまいます」（森田氏）

人間の日常生活、ならびに経済行為に端を発する原因により、富良野の環境、そして景観は深刻な影響をこうむっているのである。良好な景観を保持するためには、これらの原因を取り除かなければならない。そこで、富良野の人々は、環境・景観を悪化させる原因を除去する方策を考案し、実行に移してきた。そして注目したいのは、その際に新しい発想に基づく「新結合」も創成されているということである。

3. 景観の回復と保持、新結合

（1）生活ごみのリサイクル

ここで紹介するのは、日常生活で生じたゴミの問題を「合理的」かつ「エコロジカル」に解決した事例である。

1983 年当時、富良野市では、生活ごみの処理が切実な問題となっていた。上で紹介したように、ごみは富良野の基幹産業である農業に深刻な影響を及ぼし始めていたのである。農業への悪影響は、とりもなおさず環境への悪影響であり、周知のように、環境破壊は、他の様々な方面へ負の効果を波及させる元凶なのである。それゆえ、ごみの適切な処理は、緊急に解決すべき課題であった。

ごみ処理の方法としては、焼却や埋め立てという方法もあるが、富良野市ではリサイクルという方法を採用し、この「ごみのリサイクル方式」で全国のさきがけとなった。なぜ、焼却や埋め立てではなくリサイクルを選択したのだろうか。当初からごみのリサイクルに携わった富良野市市民部環境リサイクル課の関根嘉津幸氏は、その経緯について、こう説明する。

富良野は、農業がいわば基幹産業ですから、農業に悪影響を与えることはできません。そこで考えたのが、——通常はごみを燃やすという発想にいたるのに対して—— 一番悪影響を与えていたごみは何かということでした。それは生ごみだったのです。それで、何とか生ごみを分けて処理することはできないか、さらに、生ごみを再利用できないかと考えました。農家は、生ごみをもともと土に戻して堆肥にしています。それは当たり前のことです。富良野市は、昭和 58 年から 61 年にかけて、当時ちょうどブームであったコンポストの事業を始めました。そのときから富良野は、ごみを資源として見るようになってきたわけです。当時生まれたのが「混ぜればごみ、分ければ資源」という標語です。資源として考えた場合、混ざり合った状態ではまずいということになるわけですが、生ごみを分けた後のごみのをどうするかという問題が生じま

した。通常は、生ごみを分別した残りのごみは、焼却するケースが多いです。富良野は、生ごみを抜いたごみの中で主流を占める紙ごみとプラスチックごみを組み合わせれば燃料が作れるのではないかと考え、固体燃料化の事業に取り組みました。生ごみを堆肥にすることで、地域から出たものは地域に還元するということになりますが、固体燃料も熱エネルギーとして地域に還元しました。地域の小学校や温泉施設で利用してもらったのです。これは当時、富良野方式といわれました。これが富良野のリサイクルの基本です。リサイクルに様々なヒントを与えてくれたのは、農家なのです。

② 収集方法

区分	排出方法	収集頻度	
		家庭系	
		市街	農村
①生ごみ	指定袋(薄緑)	週2回	(冬季)週2回 (夏季)自己処理
②枝草類	枝 紐結束	ステーション	直接搬入か又は許可業者に委託
	草 透明袋		自己処理
③固体燃料ごみ	指定袋(黄)		週1回
④ペットボトル	指定袋(橙)		月2回
⑤プラスチック類	指定袋(紫)		週1回
⑥空き缶・金属類	空き缶 指定袋(青)		月2回
	ガラス・金属類 透明袋		
⑦空き瓶・陶器・ガラス	透明	空きびんボスト	直接搬入か又は許可業者に委託
	茶色		
	その他		
⑧乾電池類	陶器・ガラス	専用回収コンテナ	
	乾電池 回収ボックス	随时収集	随时収集
	電球・蛍光管 回收店		随時
⑨新聞・雑誌類	新聞 紐結束	ステーション	直接搬入か又は許可業者に委託
	雑誌 紐結束		
	ダンボール 紐結束		
	紙パック 紐結束		
⑩大型ごみ・電気製品	大型ごみ 有料個別収集	月2回	月1回
	電気製品 有料個別収集		
⑪衛生用品ベット糞等	指定袋(黄)	ステーション	週1回
⑫灰	透明袋		月1回
⑬動物死体	随时自己搬入		
⑭処理困難物	基本的に販売店で引取り		

図6 ごみリサイクル一覧

(富良野市市民部『平成18年度廃棄物の処理及びリサイクル事業概要』より)

関根氏がいみじくも指摘しているように、ごみのリサイクルという発想は農業に従事する住民が多い富良野ならではのものであった。(富良野のごみリサイクルについて、厚生省[当時]の係官が「そんな面倒なことをする必要はないでしょう、北海道は土地が広いんだから、捨てるところはいくらでもあるでしょう」と呆れ顔で言った、というエピソードもある。) ごみを、処理の対象として見るのではなく、様々なものを生かす資源として捉える

のである。この、エコロジカル・シンキングに立脚した逆転の発想は、「処理」と「生成」という、通常は正反対の価値範疇に属するものを結びつけたと解釈することもできよう。

表8 「廃棄物と資源」の結合：生活ごみのリサイクル

- ①新しい商品の生産——廃棄物を原料とする新しい肥料
- ②新しい生産方法の導入——廃棄物から肥料と燃料を作る。
- ③新しいマーケットの開拓——環境に関心のある消費者にアピールする。
- ④原料の新しい調達先の獲得——廃棄物を原料にする。
- ⑤新組織の実現——自治体の部分的広域連合

前頁の表が示すように、現在、家庭ではごみを14種類に分別している。

14分別はかなり数が多いと思うでしょうが、家の生活状況によっては出ないごみもあります。庭をもっている人とそうでない人、まきストーブを使う人と使わない人、といったように。現実には、頻繁に出るごみは5種類程度です。それに、ひと月に1回出るものとか2週間に1回出るものとかが加わる、といった状態です」（関根氏）

現在、ごみのリサイクル率は93%を、生活ごみのリサイクル率は70%を越えているが、この、ごみのリサイクルは、畑作土壤の汚染防止の役割を果たすことで、富良野の農業の発展を基礎的な部分で支えているのである。そのことは、もちろん、富良野の良好な景観の保持にも貢献している。ごみのリサイクルは、環境保全という効用を経由して景観の回復・維持に結びついている。リサイクルと景観とが「新結合」を生み出しているのである。

自分のしたことは、自分できちんと始末する、後に残さないように。それが基本なんだろうと思います。そうするとまちも当然汚れませんし、そとの皆さん気が持ちよく富良野のきれいな自然を見に来てくださるということになると思います。（関根氏）

また、日本国内はもとより、世界各地から年間約2,000～3,000人が、富良野のごみ処理施設の見学に訪れている。観光客で、富良野のごみのリサイクルに関心を示して、処理場の見学を申し込む人々が現れ始めているという情報もある。もし、ごみのリサイクルの様子が視覚的観察の対象となるのであれば、そこにも「新結合」が成立することになろう。ごみのリサイクルの観光振興への寄与を云々する段階には至ってはいないものの、興味深い現象である。

（2）排出された石のリユーズ

以下の事例は、経済合理性と景観保全（エコロジー）が結びついている点に特徴がある。碎石で地肌が露出した山の姿が景観を著しく損ねていることや、川での砂利採取が環境

の悪化につながっている、と森田氏は指摘した。農業土木業を本業とする森田氏は、そうした状況に、独自の技術を駆使して立ち向かってきた。今、彼は、畠から掘り出した石を細かく砕き、そうやって生成した砂利を資源として活用している。

除礫も再利用につながるんです。畠から掘り出した邪魔な石を、ひとまず畠の隅に積み上げるのですが、この石をどうするかが問題です。しかしこの石は、火山性の石なので、材質的には硬くてよい石です。こうした石を活用すれば、山からの碎石よりも自然にやさしいのではないかと思います。邪魔ものの石をこうした形で利用することによって、実際の役にも立つばかりでなく、山を崩さないことで景観の保護にも寄与することができます。



図6 畠から出た石

邪魔な石を資源として捉えるということも、むろん発想の逆転である。現在広く行われている山での碎石は、景観を損ねるばかりか、近隣住民の健康状態に悪影響を及ぼす場合もある。それに対して、畠から出た良質の火山岩を再利用するならば、景観に負荷をかけることなく原材料の供給ができる。効果的なリユースの方法である。

改めて指摘するまでもなく、畠から排出された石の再利用も、新しい観点が生み出した「資源」と「生産方法」である。特に、「除礫」と「再利用」を結びつける発想は他に例がないと言って差し支えないだろう。"neue Kombination"、"innovation"の名にふさわしい「結合」と評価できる。

表9 「邪魔者ものと原料」の結合：排出された石のリユース

- | |
|-------------------------------|
| ①新しい商品の生産——廃棄物から作られた良質の砂利 |
| ②新しい生産方法の導入——邪魔な石を資源として用いる。 |
| ③新しいマーケットの開拓——環境への関心の高い事業者 |
| ④原料の新しい調達先の獲得——廃棄物を原料にする。 |
| ⑤新組織の実現——「環境」を媒介にした提供者と利用者の連携 |

(3) 休耕地のリデュース

次の事例は、付加価値をともなった休耕地の再生計画である。まず、富良野市における就農者数と農地面積の推移を見ることがある。

表 10 専業・兼業農家数及び割合 各年 2月 1日現在(単位:戸)

年 次	総 数	専 業	兼 業		割合(%)		
			第 1 種	第 2 種	専業	兼業	
						第 1 種	第 2 種
平成 8 年	1,180	524	527	129	44.4	44.7	10.9
平成 9 年	1,144	503	514	127	44.0	44.9	11.1
平成 10 年	1,099	483	513	103	43.9	46.7	9.4
平成 11 年	1,067	463	479	125	43.4	44.9	11.7
平成 12 年	1,032	446	488	80	43.2	47.3	7.8

注:平成 12 年の専業、兼業には自給的農家は含まない。

表 11 農家地面積 各年 2月 1日現在(単位:ha)

年 次	農用 地面積						
	合計 (a)+(b)	耕 地 面 積				採草・放牧地 (b)	
		計(a)	田	畠 うち牧草専用地	樹園地		
平成 8 年	9,866.63	9,866.63	2,808.76	7,020.87	445.16	37.00	—
平成 9 年	9,735.45	9,735.45	2,768.66	6,928.24	460.85	38.55	—
平成 10 年	9,658.61	9,656.01	2,818.35	6,795.76	613.78	41.90	2.60
平成 11 年	9,611.90	9,611.90	2,721.98	6,849.35	617.95	40.57	—
平成 12 年	9,499.18	9,499.18	2,551.19	6,911.37	345.28	36.62	—

注:農家以外の農業事業体分を除く。

資料:農業基本調査

(『富良野市統計書』より)

この 2 つの表が伝えているのは、上記 5 年間で、富良野市の農業従事者数も、耕地面積も減少しているということである。つまり富良野では、離農者が増加し、休耕地もそれに伴って増えているのである。離農者の増加自体深刻な問題であるが、ここではそれに深入りせず、休耕地の問題に限定して考えてみたい。森田氏が指摘するように、休耕地の増加は、景観の衰退を加速させるものである。そして、景観の変化・悪化が、富良野を訪れる観光客の印象にもマイナスの影響を及ぼすことは言をまたない。

この状況に対しては、どんな対応策が考えられているのだろうか。森田氏は言う。

今、空いている畠を観光資源として使うことを考えています。休耕地を有効利用して、菜種やひまわりを植えるのです。菜種だとかひまわりは、緑肥作物といって黄色い花で非常に色どりが鮮やかなんですよ。私は「見せる農業」「魅せる農業」と言っていますが、農業と景観ということを結びつけた形で、作物を作りたいと思います。実の部分からは油をとり、残りは土の中に漉き込みます。毎年作っても連作障害がないのです。それが地力回復に役立つ。遊休の土地がなくなっていて、疲弊した土地が改良されて、なおかつ観光資源として活用される。この計画に、今取り掛かっています。

農地の地力を回復させつつ、同時に景観を新たな姿で再創造しようという発想である。この試みは、緒についたばかりではあるが、その効果のほどが期待されるところである。森田氏が提唱する「魅せる農業」は、従来ひたすら「食」に貢献するものとのみ捉えられてきた農業に、それ以外の属性を付与するものである。つまり、「農業」と「視覚的鑑賞」との「新しい結合」が、そこには生まれるのである。観光は「視覚的消費」とも言えるので、農地そのものがまさしく観光資源となりうるのである。

現在、北海道でも、てん菜からバイオ・エタノールを作り出取り組みが動き出しているが、森田氏は、菜種からバイオ・ディーゼルを作ることを提唱し、目下関係各所に働きかけている最中でもある。のことと、観光との直接的関連は見えにくいが²⁴、このアイデアからも「新結合」が看取できることは確かである。

表 12 「農地と視覚消費」の結合：休耕地のリデュース（還元）

- ①新しい商品の生産——農地を観光資源とする。
- ②新しい生産方法の導入——食用作物を観賞用にも用いる。
- ③新しいマーケットの開拓——環境への関心の高い観光客。
- ④原料の新しい調達先——菜種からバイオ・ディーゼルへ。
- ⑤新組織の実現——景観を通じてのゲストとホストの連携

4. 景観の創造・自然のリデュース —「富良野自然塾」の取り組み

2005年、富良野の環境・景観の維持・保全を目指す1つの新しい事業が誕生した。環境の保持・再生の重要性についての認識を深めることを目的に掲げた、倉本聰塾長の「富良野自然塾」の取り組みがそれである。

²⁴ しかし、ごみ処理施設への見学希望者が現れはじめているということとも関連するが、「産業観光」という観点の下では、このアイデアも観光資源となるかもしれない。

（1）富良野自然塾の設立経緯

CCC (Creative Conservation Club 自然・文化創造会議、議長：倉本聰)においては、日本の青少年の環境意識の低さに対して深い憂慮が表明されていた。そして、その現状を改善するために、環境教育実践が始まった。その一環として、倉本が、演劇研修所「富良野塾」の卒業生たちと創設したのが「富良野自然塾」である。塾は、自然返還事業と環境教育事業の2つを柱として活動を進めている。

（2）活動内容 — 自然返還事業と環境教育事業

2006年、前年春に閉鎖された富良野プリンスホテルゴルフコースの6ホール（約35ヘクタール）に、15万本の苗木を植樹するプロジェクトが実施された。跡地利用の相談を受けた倉本が、森の再生を提案し、跡地を利用して植樹と環境教育を行うことにしたのである。この間の事情について、「NPO 法人富良野自然塾」専務理事の林原博光氏はこう説明する。

まずこのゴルフ場をプリンスさんから借り受けてスタートするときの話ですが、元会長の堤さんから倉本聰に、「ゴルフ場を閉鎖するんだけど、どうすればいいか何かうまいアイディアはないか」という相談がありました。「だったらお前たち木を切ってゴルフ場を作ったんだから、それを森に戻すことが筋だし、それが一番いいんじゃないかな」と倉本が言ったら、堤さんが即答されまして、「それはいいね、じゃあやろう」ということになって、その元に戻す作業を、倉本が「私たちがやるから」という形で話が決まったのです。

「環境教育は机上の知識・情報の伝達ではとても無理です。五感を使った体験からの吸収。そこにこそ唯一の道があると考える」（富良野自然塾 HP より）というのが倉本からのメッセージであるが、自然返還事業と環境教育事業は不離の関係にある。自然返還事業は、参加者が、環境問題への関心を十分に高めた後、身体を駆使し、五感を研ぎ澄ませて植樹を行うというところに、意義を見出しているようである。

環境教育事業のねらいは、「フィールド内に創った実践的環境教育施設で、人間が本来持っている力〈五感〉を使い、様々なワークショップを行う中で昂めていく」（自然塾 HP より）というところにある。参加者に「裸足の道、石の地球、地球の道」を体験させ、環境への感覚を研ぎ澄ましてもらうことを目指すものである。特に「地球の道」は、地球の誕生から現在までの約46億年を460メートルの道として表現し、その道を歩くことで地球の歴史を体感する、という環境教育上の工夫を行っている。たとえば、46億年という地球の歴史からすればたかだか500万年前に誕生した人類が、自分たちの歴史よりもはるかに長い時間をかけて蓄積してきた資源を、（地球史という観点から見れば）あっという間に消耗しようとしていることが、実感できるようになっているのである。

富良野自然塾の理由は明快でありまして、ちゃんとした環境の問題の原点とか、もつと言ってしまえば、人間の生き方の原点みたいなものが全部含まれていて、ここで勉強してもらいたいのは、自然とは何か、自然と人間はどんな関係にあるのか、じゃあ環境問題は何なの、ということです。この辺の一番根っここの部分をここで体験してもらって、で、その後に木を植えるプログラムが待っていますので、いらした方がいたく納得して木を植えて、ああいいことしたな、何かしたなという実感をもって帰っていただいているんです。(林原氏)

(3) 教育プログラムとしての意義

環境保護・景観保全の思想が、ここでは1つの教育プログラムへと結実している。自然環境に触れることによって環境への関心を呼び覚まし、環境保全の重要性を認識し、その後に植林という返還(リデュース)作業を行う、という一連のプロセスが構築されているのである。

何かをもって帰っていただければと思っています。で、木を植えるというのは労働じゃないですか。そういう、よく考えてみると富良野まで行って、穴掘って木を植えて帰ってきちゃった、重労働だったという、観光としては変なんですけど——観光というのは、美しいものを見て、おいしいものを食べてという——ちょっとここでは違うんですけど。ただ、別の何か、新しい何かを、おみやげを持って帰ってもらっているなあというのは、今年の実感としてあります。(林原氏)

自然環境についての認識と体験を通じて、来訪者は人間の生活や人間社会の現状に目を向ける。それは、自分たちのライフスタイルを振り返ることに通じ、その反省から、環境との共生を意識した新しい生活様式の模索が始まる。それは、とりもなおさず新しい文化の創造に直結している。富良野自然塾の教育プログラムは、こうした効果を生み出す可能性を秘めている。

ここでは、視覚の対象によって消費されるものとしての自然と、創造されるものとしての自然が並存している。「自然の消費」と「自然の創造」が関連しているのである。さらに、「環境」と「教育プログラム」の関連もある。つとに指摘されているように、日本ではいまだに、プログラム化された「環境教育」は存在していない。こうした状況下で、この富良野自然塾の取り組みは注目に値するものである。

表 13 「視覚消費と再生」の結合：自然のリデュース〈富良野自然塾〉

①新しい商品の生産——環境教育
②新しい生産方法の導入——五感を通しての自然体験
③新しいマーケットの開拓——オルタナティブなライフスタイルに関心をもつ 社会層に訴えかける。
④原料の新しい調達先——自然・環境を素材とする。
⑤新組織の実現——三井住友銀行の協賛

この環境教育プログラムはまた、「ふらの演劇工房」の活動と連携することで、より高い体系化と実効性の獲得を目指している。

演劇工場の方でも「地球光りなさい」というお芝居をやっております。これは環境をテーマにしたお芝居なんですよ。自然塾の中で植林だとか地球の歴史だとかを知ってもらって、夜は演劇工場でお芝居を見てもらうというんです。実は、環境教育に関しては、文科省にもまだきちんとした教育プログラムがないんですよね。だから僕らも1つのモデルとして、たとえば修学旅行生に見てもらおうとしているところです。修学旅行生に、富良野で環境に関する体験をしてもらって、彼らが大人になったときにまたリピーターとして来ていただければいいかなと思っているんですね。そういうためにも、修学旅行の良い思い出はきちんと作ってあげたいなと思います。だから、環境教育のプログラムを1つのモデルとして、何とか形にしていきたいなと僕らは考えているんです。(森田氏)

富良野市のごみのリサイクル業務を担当している関根氏は、自然返還事業と環境教育事業を体験して、こう語っている。

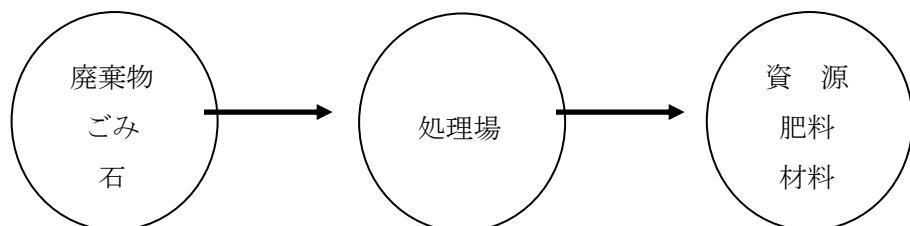
何とも不思議な体験でした。子どもと一緒に参加したのですが、今まで経験したことのない、ちょっと口では言い表せない感動を体験しました。

観光という観点に立って展望した場合、単なる「自然体験」の領域を超えた環境創造行為を通じてえる感動は、間違いなく再訪(リピート)へのモチベーションとなるであろう。富良野自然塾の、自然返還・環境創造の取り組みは、在来の大衆観光とは異なったタイプである「学習観光」を振興させる可能性を示唆しているのではなかろうか。

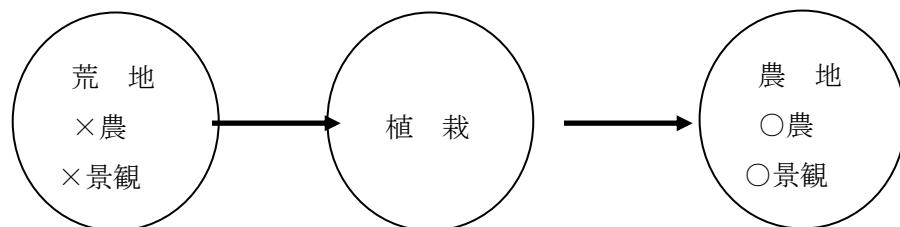
5. 第2部のまとめ

第2部で検討した取り組みの内容を図式化すれば以下の通りとなる。

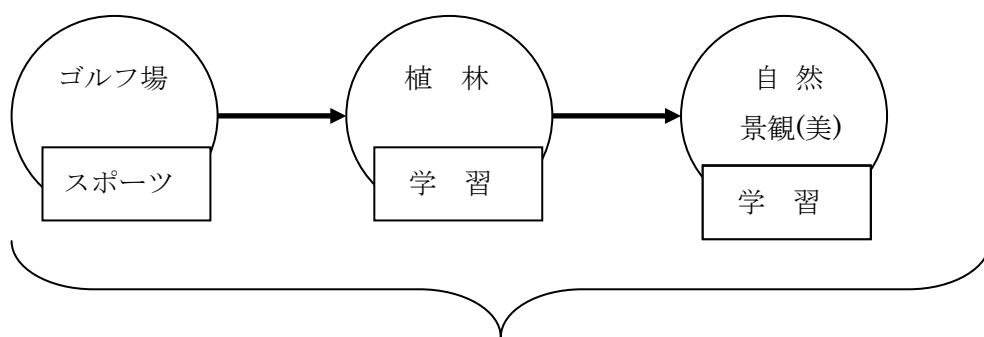
- ① 「ごみのリサイクル」と「石のリユース」



- ② 休耕地のリデュース



- ③ ゴルフ場のリデュース



6. 「まちそだて」の取り組みのまとめ

第1部と第2部では、「農」と「環境創造」に関連させて「新結合」とその効果を検討してきた。これまでに紹介した個々の事例とその可能性についての一覧表を以下に提示する。

表 14 事例の特徴と可能性

	①新商品	②新生産方式	③新市場	④新調達先	⑤新組織
「北の国から」	○	○	○	○	○
農家とレストラン	○	○	○	○	△
ゆうふれの里	○	○	○ ²⁵	○	○
食のトライアングル	○	○	△	○	△
ごみの再生利用	○	○	△	○	○
石の再利用	○	○	△	○	○
休耕地の還元	○	○	○	○	○
自然の還元	○	○	○	○	○

上の表で見るかぎりでは、富良野の取り組みは、やはり「素材中心」であるという印象を受ける。「生産」と「調達」の効果は現れているものの、「市場」と「組織」の点では、いまだ十分な効果を発揮していないように見受けられる。特に組織的な面では、単発的でボトムアップ型の取り組みがほとんどである。個々の取り組みの当事者自身はさておいても、これらの営為を「まちそだて」の観点から統括する仕組みがあれば、高い効果が創出されるのではないか。さらに、富良野自然塾の取り組みが、つまり倉本聰が関与する活動が、またしても各項目を満たしていることも注目に値する。これは、この取り組みが大資本、つまり「西武・国土」と「三井住友」という大資本をバックにしていることと無縁ではないように思われる。

²⁵ 注7で指摘しているように、「ゆうふれ」の主婦たち自身は、必ずしも市場での成功による販路の拡大を目指しているわけではないが、大手旅行会社はその可能性に注目しているのである。

第3部 夢と観光

富良野には、観光客として一時的に来訪する人々だけでなく、この地にやってきてそのまま住み着く人々も相当数存在する。それは、いかなる素性・来歴をもつ人々なのだろうか。彼らは何のために、何を求めて富良野にやって来るのだろうか。富良野というまちは、その来訪者にどんな形で接しているのか。第3部では、こうした人々の姿を追い、その声を聞くとともに、彼らと向き合う富良野の人々のことばにも耳を傾けることにする。

1. 創造的棟梁と自分探しの弟子

富良野には、もっぱら廃材を用いて家を建てる大工の棟梁がいる。本州から富良野にやって来て住みついた柿本又一氏である。廃材をただ捨ててしまうのはもったいないし、昔の建材は頑丈で良質のものが多いから、というのが廃材利用建築の理由である。柿本氏はまた、建てる家の価格を建築者側が決め、建て主がそれに合わせて建築資金を調達するという一般的な家屋建築の慣習をそのまま踏襲することもしない。彼は、施工主の予算に合わせて家屋建築を行うことをモットーにしている。詳細な設計図を描くことをせず、図板（ずいた）と呼ばれる板の上に大まかな設計

図を描き、それに従って、個々の箇所では自由な発想を展開させながら家を築き上げていくのが、彼の手法である。この彼の姿勢も単純な経済合理性とは一線を画すものであることは明らかだ。

柿本氏は、横溝慶行氏という若者と一緒に仕事をしている。この横溝氏は、大阪からふらりと富良野にやって来て住みつき、いつの間にか見よう見まねで柿本氏の大工仕事の手伝いをするようになった。柿本氏によれば、富良野でこうした若者に出会うことは珍しくないとのことである。



図7 柿本氏

富良野に若い人がたくさん来ているというのは事実ですね。北の峰のスキーリゾートに住んでいる人とか農業ヘルパーの方たち。そういう人たちはほとんど皆、夢をもっているんですよね。結構疲れた子だとか、また漠然と来ている子もいるんですけどね。彼らと付き合っていくうちに、こういうとおこがましいんですが、何かしてあげたいとか何かできるんじゃないかなあと思うようになったんです。

人は人とのつながりがないとうまく行かないですし、どこに行ってもこれは一番大事

なこと、基本だと思います。結果が出る出ない、答えが出る出ないじゃなくて、考える時間とか考える自分というものがもてるようになります。これは、ほかにはない土地だと思いますね。(柿本氏)

夢をもった若者が富良野にやって来る。富良野はどうやら、そうした若者をもひきつけるところをもったまちであるらしい。柿本氏のことばは「人と人とのつながり」「考える時間、考える自分」というヒントを伝えている。また彼には、何かを求めてたどり着く若者を受け入れる包容力が備わっているようである。彼の「弟子」である横溝氏の事情を聞こう。

富良野の環境的なこと、四季がはっきりしているとか、そういうこともいいんですが、やはりその中に生きている人ですね。人間ということを無視したら何もかもむちゃくちゃになってしまう。ここで僕は原点を見つめてきたというのがありますね、富良野で。僕は出身は大阪なんですけど、それが何かさえもわからないままに何かを押し付けられたりしていたんですね。大阪から押し出されたというか、そういうものから自分を解放するために旅をしているということもあるから、ここで得たことは、富良野はここに来ている人たちがよかったですというか、わかっている人が多いということですね。



図8 柿本氏と横溝氏

彼は大阪から「押し出され」るようにして富良野にやって来た。都会では自分が何者なのか、自分の求めるものが何かのか分からずに入いた。そして、そうした彼の状態を理解し、同感する人の出会いもなかった。ところが富良野に来て、彼は「わかっている人」と出会うことができたのである。私たちが、柿本氏と横溝氏に会ったのは美瑛町から山中に入り込んだ建築現場であった。すでに初冬の

季節を迎えており、彼らは体に浸み込むような寒さの中にだるまストーブ1つを置いて仕事をしていた。私たちにはきついこの寒さを、彼らは意に介していない様子であった。都会の人間関係に耐えられない横溝氏が、厳しい自然には平気で耐えているという、興味深い様子がそこにはある。美しくもあり厳しくもある豊かな自然に包まれて、人は考える時間を取り戻し、良好なコミュニケーション環境を獲得するのかもしれない。

この環境が一部の人々の間に留まらず、富良野のまち全体に広がる可能性を柿本氏は指摘する。

地域性も大事だけれども、人ととのつながりというのが一番基本じゃないですか。だから、長く付き合っていけるし。富良野はまた、ものづくりの人たちも結構多く集まっていますしね。それに、富良野はこれから本当に自立していくかもしれませんね、富良野のまちというのが。今まででは観光地という部分のほうが強くて農業としつくり行かないところ、ずれている部分があったのですが、若い人たちが危機意識をもったりとか、内地から来ている人たちが何かやっていこうというのが、やつとうまくつながりだして、若い人たちがつながりだしましたから。いろんなことを、とにかく自分たちでやっていこうということがあるし、このままじゃいけないというのがあるし、いい意味で富良野というところに本当に誇りをもつようになるんじゃないでしょうか。

柿本氏は「農」と「観光」のつながりが誕生しつつある現象を看破している。第1部で、「まちそだて」の前提条件としての「住民の自己認識」を挙げ、富良野の2本柱である「農業」と「観光」の「新結合」の可能性を指摘したが、ここでの柿本氏のことばを、富良野の若者の間に「農と観光のまち富良野」という自己認識が生まれていると解釈できるならば、富良野ではまさに「まちそだて」が始まりつつあるということができる。しかも、彼らがまちに「誇り」をもてるのであれば、まちそだての取り組みの基盤はさらに安定することは明らかである。

富良野で自分を発見した横溝氏は、今度は九州へ行くつもりであるという。おそらく彼は、今度は自分を生かして地域社会に何らかの形で貢献する人物という立場に立つことであろう。

2. 演劇人の夢

1984年、倉本聰は、脚本家と俳優を養成する「富良野塾」を立ち上げた。この塾の特徴は、授業料が無料であるということ、期間は2年で毎年20入塾し、40名で集団生活をするということ、塾生は農家の手伝いをしながら生活費をまかなうということである。現在、演出家・俳優として活躍中の久保隆徳氏は、この富良野塾の卒業生である。彼は「夢」に導かれて富良野にやって来た。彼にとって、夢（＝自己実現）をかなえるべき場所は都会ではなかったのである。

東京で5年間やって、志半ばで挫折して一度は福岡に戻ったんですけど、やっぱり普通に仕事して人生を終わるというよりも、もうひとつ夢をもって生きていきたいなということがあったんですね。でも、またそれで東京に戻るということは考えられなくて、昔小説で北海道を舞台にしたものがあったんですね、それにすごく影響されて、じゃあちょっと、誰も知らない自分の知人もいない北海道に行ってみようかっていうのが、まずきっかけだったですね。

倉本聰率いる富良野塾で薰陶を受け、塾を支える柱の一人として今では後進の指導にもあたっている久保氏は、自分たちが志向する演劇についてこう説明する。

僕たちのやるお芝居というのは、ファンタジーであったり、歌劇であったりミュージカルであったりとか、そういう大きなものをテーマにしているわけではなくて、ものすごく身近なもので、普通に働いている方たちが共感できるような作品作りをしていきたいと思っています。

富良野で行う演劇活動の特質は、演劇と日常生活との距離の近さにある。農業活動を体験しながら演劇修業に取り組むことで、現代という時代・社会のあり方、特に人間と環境の関係に開眼し、獲得した洞察を表現する能力の養成を目指しているのである。いうまでもなく、この姿勢はすでに見た富良野自然塾とその精神を共有している。

こうした場所とそこにおける人間の活動から「本当の個性」が生まれてくる、と久保氏は語る。

中央中心というか、東京であったり札幌中心であったりという世の中で、お芝居というのもそうだと思うんですよね。で、そうではない、本当に、僕らの世界ではよく個性とか言われるんですが、個性といわれるものが逆に地方にあるんじゃないかなって。やっぱり中央に集まっているものは、地方からの個性の集まりだけであって、本当の個性というものは地方にあるのではないかと。

そもそも「個性」とは「独自性」のことを指す。「独自性」は「特殊性」と言い換えることができるが、その場合そこには「普遍 VS 特殊」の二項対立図式が浮かび上がってくる。久保氏が、それを意識しているとは考えがたいが、概念的・原理的な観点で捉えるならば、「中央=普遍 VS 地方=特殊」という図式が浮上する。「中央」は、求心力と放射力をもち、多様な「地方」を束ねコントロールするがゆえに「中央」なのであり、そのためのマネジメント機能を備えている。多様性のマネジメントには、当然そこに1つの共通性、すなわち普遍性を置く必要がある。「中央」にとっては、「普遍性=共通性=没個性」が重要なのである²⁶。したがって、この観点からは「個性は地方にある」という久保氏の指摘は正解である。いずれにしても、久保氏の意図するところは、おそらく、「中央」特有の急速なテンポと圧倒的な情報量が、「個性」の涵養には向きであるということではないだろうか。

また、久保氏の言う「地方」は非都市的な性格をもっていることを推測させる。彼は、必ずしも都市的合理性を否定はしないだろうが、しかしそれではないものを特に重視している。この態度は、「自然」に密着することによってより効果的に養成されるであろう。前

²⁶ 公開講座においては「地域の自律性（＝個性）の確立」がテーマの1つであった。札幌と大阪ではこのコンセプトが好感をもって受け止められたのに対して、東京（＝中央）ではこの語に対して複雑な反応があった。「普遍性と個性」に鑑みて、興味深い事実である。

述したように、これが富良野塾（ならびに富良野自然塾）の基本思想である。本稿で繰り返し述べてきた「オルタナティブ」な要素がそこに反映していると判断することも可能である。

「大工の弟子」横溝氏は、ひとまず自分を見つけ出し、最初の修業を終えて富良野から飛び立つようであるが、久保氏は塾の卒業後も富良野に残った。人生の岐路におけるこの選択についての説明を聞こう。

富良野塾に入って卒業して、進路として東京に行ったり地元に戻ったりということが大体なんですけれども、僕はそのまま富良野に残りました。まずもう一度倉本先生の教えをもう少し勉強したいということと、やはりそれを支援してくれている、富良野塾であったり富良野に残っているOBであったり、そういう人たちがすごく暖かかったから。それで、僕ら夢をもって進む人間としては、自分だけの力ではどうしても成し遂げられないというか、どうしても挫折してしまうんですよね。そういったときに、支援してくれる人たちの声とか、ことばとか、好意とかがものすごく励みになるんですね。そういったことでいえば、富良野というところは、ものすごくあたたかかったですね。富良野は、僕にとっては第二のふるさとであり、切っても切れない体の一部になっている場所ですね。

富良野塾で演劇を学び、それを通じて文字通り自分を豊かにして巣立つ際、彼はそのまま富良野に残ったが、それはこのまちが彼にとって「切っても切れない体の一部」になっているからであった。富良野と久保氏との不可分一体性は、ひとえに富良野の「人」ゆえであった。まちの人々の援助を受けて育てられた彼は、このまちの一員であることにアイデンティティを見つけたのである。彼の現在の活動が、まちの芸術文化の質を高めることに貢献しているのはいうまでもない。「育てられた」彼が、今「育てる」立場に立っているのである。

大阪から押し出されて富良野に来た若者にとって、柿本氏が援助者であり、教師であるように、久保氏も富良野で倉本聰という教師と、彼の夢の実現を支援する援助者に出会うことができたのである。この2つの事例から明らかになるのは、富良野というまちが奇しくも教育の場となっているということである。大自然と人々の優しさ、そして悠々と流れる時間、これらが相まって形成するコミュニケーション空間が、人を癒し、自分を発見させ、個性の形成に寄与するのである。

3. 夢を追う人たちとその仲介者

富良野市内で飲食店「くまげら」を経営する森本毅氏は、本事例集に登場する人物としては珍しく富良野出身の人物である。生家は富良野駅で駅弁を売っており、彼も学校時代からそれを手伝わされたとのことである。幼少の頃から、外部からの訪問者と接し遇する環境にいたのである。森田氏は、富良野を個性を發揮するまちに育てることを考えていた。それゆえ、まちづくりに画一性を持ち込むことに反対する。

普通、日本中がそうだったので、役所的な考え方で、東京で成功した事例を地方へ持ってこようとしています。私は、極力、東京にあるものは絶対まねしちゃだめといい続けました。極力まねに反対したのです。ですから役所の方とはずいぶん衝突しましたよ。

彼が「くまげら」を作ろうと思い立った背景には、幼少時から培ったホスピタリティの精神がある。富良野を訪れた人に喜びと満足感を抱いてもらうことが、彼の目指すところであり、したがって彼も良好なコミュニケーション環境の創出に配慮するのである。



図9 「くまげら」の「石亭」

昔の富良野はまだ観光地ではなかったので、観光客がお出でになったときに接待できる店がないとまずいなということで、「くまげら」に富良野を作ろうというテーマで、うちの店を作り上げました。「北の国から」をご覧になっている方というのは、うちの店もその映像の中に出でておりますので、ロケ地を探訪するみたいな形でうちにお出でになるので、私はできるだけロケの裏話をしてさしあげるのですが、そして、喜んで帰っていただけでまたリピーターになっていただきたい、来れない方は次の人へ発信していただきたいという願いです。そうやって年月を重ねていくうちに、いらっしゃる方がどんどん増えていきましたね。（森本氏）

先に紹介した柿本氏が若者の教師役を果たしているとすれば、森本氏は外部者と地元の人の仲介役を務めている。その際に、ホスピタリティを發揮しつつも当事者の世界に踏み込みすぎないことを心がけているという。これは、彼が長年の接客経験から得たことのようであるが、こうした、文字通りの仲介者としての姿勢も、まちのコミュニティのアメニティ度を高めることに貢献している。

富良野に入ってこられた方というのは、それぞれ考え方方が違うんですね。ですから、相手の考え方でできるだけ合わせるようにしてやっています。就農される方は人里離れたところに住みついたりしますので、長く住んでいると、当然寂しさというのはでできますよね。そういうときに、そこへ行ってパーティをやったり、こちらにお出でになったときはできるだけ話し相手になったりしています。そして、私はよそから来た方と地元の方とをドッキングさせることをやっているんです。ですから、よそから来た方は、複数の方でもできるだけカウンターに座っていただくようにしているんです。そして、当然カウンターには地元の人が何人かいますから、この方とこの方を会わせると面白いなと思ったときは紹介するわけです。最初のきっかけは私であったりするんですけども、知り合えば、あとは仲間作りの底辺がどんどん広がっていきます。仲間作りの中で自分たちの生き方をどんどん求めていきますので、そこからは私はもうついて行かれないとというのが現実です。

森本氏が仲介者となって富良野社会の一員となった人の一人が、富良野市の郊外で「ふらのガラス屋さん」を営む山口一城氏である。大阪で照明器具の製造会社を経営していた山口氏は、50歳を期に会社の経営を弟の手に委ねて、車での日本一周の旅に出た。新しい自分の可能性を探す旅、自分探しの旅に出たのである。その途上富良野を訪れた山口氏は、偶然に森本氏と出会った。山口氏はこう語る。

富良野に住み始めたのはなぜかはわからないんですが、多分自分の感覚でしょうね、ここだったらしゃべれるのかなあという。人としゃべるのが大好きなんです。それで、カウンターで一人寂しく50(歳)のおっさんが食事をしたら、寂しそうだなあと思って話しかけてくれたんじゃないでしょうか。

この出会いをきっかけに富良野に住み始めた山口氏は、新富良野プリンスホテル内のショップなどを起点として広く活発に活動を展開している。山口氏は富良野をどう見ているのであろうか。

いい人と出会うことができて、土地の人が支えてくれるから、僕は富良野にいるんです。出会いですね。いい人と出会ったから、多分今日があるんですね。そこには人間の勘しかないと思います。僕らみたいな人間がここで生活ができるというのは、やは



図10 山口氏と森本氏

り勘と、後はどん欲なウォッチングですよね。こういうお話をさせてもらうことも、自分が「いやだ」といったら終わりですが、話することによってまた新しい世界が広がっていくわけですから。私は、全部プラス思考です。マイナス思考はありません。大阪で会社やっていたときは、今日は何時から会議ですということで、それが終わったら終わりです。ところがここだったら、エンドレス（いつまでも人と話を続けていられる）なんです。そういう要素がここにあったんですね。

コミュニケーションを通じての自己表現と自己陶冶を可能にするまち、山口氏は富良野をそう評価している。彼はさらに富良野を「アメリカ」に見立てるが、歴史の新しさを共通項とする両者はコミュニケーションのスタイルも共有している、というのが彼の意見である。

なんでこんな人と話ができるのかなあという人と出会うんです。富良野はそういうまちなんです。僕は、だから富良野のことを「アメリカ」ってよく呼ぶんです。僕がガラスをやり始めたときにアメリカに行ってワークショップに参加したら、英語が喋れなかつたので誰も相手にしてくれませんでした。それで翌年行くときに、ECCに三ヶ月くらい習いに行って、それからミーティングに出たんですが、へたくそでも英語を喋つたら、いろいろパーティとかに誘いがかかったり、ポートランドへ行くと言ったら、「自分のところへ寄れ」と言われたりでした。富良野もそれと一緒にします。僕は今ガラスを作り、「(ふらののガラス屋さん)っていうんですよ」と言うと、皆何か反応してくれます。黙っていたら誰も相手にしてくれません。ここは開拓された土地でアメリカと変わりません。僕はここに来て10年だけど、できるだけ人と接触するようにして自分を拡げていこうとしています。

ここで指摘は、何かを求めてやってくる人間に対して富良野は関心を示し、そして寛容だということである。フロンティア・スピリットに対して「開放性」を示すがゆえに、山口氏は富良野にアメリカを重ね合わせるのである。彼が会社社長を辞めた後ガラス細工の道を歩むようになったのは、あるところですばらしいステンドグラスに出会ったことがきっかけだったという。彼はそのみごとなステンドグラスを購入したいと思ったが、あまりにも高価で手が出なかった。その時彼はこう考えたそうだ、買えないのならば自分で作ろう、と。その時点から、彼の胸中には1つの夢が芽生えたのだが、その夢を彼は富良野という場所において実現させた。その背景には、富良野に住む魅力的で刺激的な人々との出会いと彼らの支持がある。彼のフロンティア・スピリットが支持されたのである。こうして山口氏も富良野で自己のアイデンティティを確立した。

富良野における取材で、私たちは「富良野がもつ開放性」を繰り返し耳にしてきたが、森本氏もその特性を自認している。

もともと富良野の人間というのは、外部から来れる人が大歓迎なんですね。非常に暖かいといふかお人よしの人がたくさんいるんです。農家の人がなんか特にそうなんですけれども、観光客の方が道に迷って、働いている農家の方に「すみません、麓郷はどちらですか」ってきいたら、麓郷まで車で送って行っちゃったという話があるくらい、お人よしがたくさんいるんです。ですから、景色と人間、そして食べるものの、この3要素がそろっていて、外部から来たときに、アト・ホーム的な雰囲気にはだされて住みつくというのが結構多いみたいですね。

森本氏が「お人よし」と呼ぶこのメンタリティは、どこに由来するものなのであろうか。確かに北海道の人間は一般的に開放的であると見なされるが、それにしても、富良野では来訪して住み着いた外部者の成功事例が、特に目につく。いわゆる「よそ者」が活躍する土壤があると見なしてよいのである。これに関して、富良野には、入植開始（1896年）後ほどなく（1899年）東大演習林が設立されたことに、その遠因を求める見方もある。つまり、富良野はその誕生当初から、東大演習林関係者から有益な知識と助言を受け取っており、このことが「外部者の援助の効用」という観念を生起させ、よそ者を暖かく受け入れる伝統を生み出したのではないかという推測である。²⁷ 今ここでその結論を出す段階はないが、これまで検討してきたように、外来者が富良野の活性化に不可欠な役割を果たしていることは、紛れもない事実である。

4. 第3部のまとめ

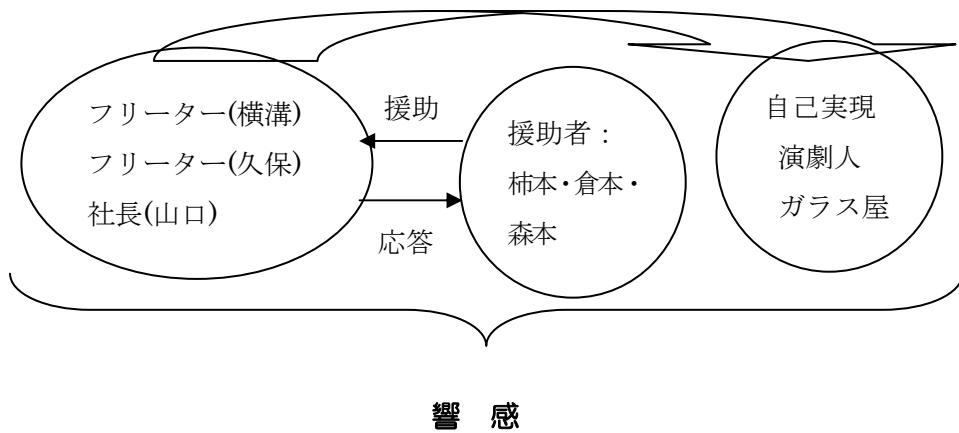
第3部に登場した、「夢=ロマン」を追い求める人々とその援助者の関連について、以下のような表にまとめることができるだろう。彼らの行為の根底には、「響感」という共通の価値理念が存在するように思われる。そしてこの価値理念は、実は、著しく分化した現代社会を癒し、再統合する可能性を内包しているのではないだろうか。そうであるならば、この人たちの姿は、「まちそだて」の1つのスタイルを示すと同時に、現代人と現代社会のあり方に1つの貴重なヒントを与えることになるだろう。

表15 ロマンの富良野の登場人物

登場人物	なぜ富良野に来たのか？	援助者／仲介者	理念
大工棟梁の弟子	都会から押し出されて、たどり着く。自分探しの夢。	大工棟梁	響感
演劇人	夢をもって生きるためにやつて来る。「個性」獲得のため。	富良野塾（とOB）	
ガラス屋さん	第2の人生を送る場所を探し求める旅の途中立ち寄る。	「くまげら」主人	

²⁷ 元「ファーム富田」の支配人で、現在ふらの観光協会に勤務している浦田吉氏の推測。

また、この人々の関係を図式化すれば以下の通りとなる。



「“魂”の精錬過程」

さらに、第3部で紹介した人々が生きる社会空間の属性を検討するならば、興味深い事実が浮かび上がってくる。つまり、この社会空間は以下の特徴を備えている。

1	開放性	誰でも出入り自由である。「来るものは拒まず、去る者は追わず」
2	平等性	職業上の位階性はない。師弟関係がある場合でも、各人の人格・存在は尊重される。
3	対話性	各人がそれぞれ自己表現することが求められ、それに対する応答がある。

「開放性」「平等性」「対話性」という3要素は、言うまでもなくハーバマスが指定する「公共圏」が備える要素そのものである。ということは、富良野は公共圏を内包しているのであろうか。「まちそだて」は公共圏をも創出する営為なのだろうか。

——これらの問いは非常に興味深く、かつ見方によっては重要性をもっている。しかし、それであるがゆえに、この問いには慎重に問わらなければならない。したがって、「公共性」なるものへの十分な考察を踏まえることが必要なこの問題には、ここではこれ以上立ち入ることはせず、上記3要素は参考対象にとどめておくこととする。

おわりに

本稿の冒頭部分で、「まちそだて」はそれにかかわる人間の意識・行動も育むプロセスであることを強調した。私たちがこれまで検討してきた事例は、果たして富良野の人々の意識と行動が育まれていることを伝えているのだろうか。

それに対する解答を最も直截に示しているのが、第3部で紹介した大工棟梁・柿本氏の証言の中の、「若い人たちが危機意識をもつたり」「自分たちでやっていこう」「このままじゃいけない」という箇所である。この指摘は、まさに意識・行動が育まれている様子を証言している。したがって、ここに富良野における「まちそだて」の萌芽を見て取ることが可能である。しかも、「まちそだて」の萌芽は、ここでのみ見いだされるのではない。確かに、柿本氏の視野におさめられた「若い人たち」は、自分たちを「まち」担い手であると意識している。しかし、ごみのリサイクルに関わっている関根氏や石のリユースを行い、農村景観の復活を考える森田氏、さらにオムカレーによる活性化を目指す松野氏は言うに及ばず、ゆうふれの里の女性たちも、シェフの甲斐氏、天心牧場の北川氏、そして富良野自然塾の林原氏も、それを意識する度合いの高低にかかわらず、実は皆、「意識・行動を育む」という観点だけから見ても、「まちそだて」の当事者となっているのだ。つまり、人は自らが意識しない場合でも「まちそだて」に参加できるということを、この人々の行為は体現しているのである。

柿本氏の証言でさらに重要な点は、これまで観光と農業が「しっくりいかないところ」をもっていたのが、「やつとうまくつながりだし」た、という指摘である。本稿の冒頭でも述べたように、私たち外部者の視点からも、富良野は農業と観光を柱にして「まちそだて」を志向すべきであろうと思われた。ここにおいて、外部者が描く像と内部の人々が描く像とが一致したのである。農業と観光を二本柱とするという発想は、行政にも生まれている。富良野市は、農業振興を目指して、すでに北海道大学農学部と包括連携協定を締結し、「学」の力の導入を図っている。2006年12月に、富良野市は、それに加えて、北海道大学観光学高等研究センター・大学院国際広報メディア研究科に対して包括連携協定締結の希望を表明したのである。言うまでもなく、農業と観光を重視する姿勢の表れである。この現実が伝えるのは、「共通の自己認識の獲得」と「共通の価値の誕生」である。大局的観点から見て、富良野の住民は、自分たちのまちが「農業と観光のまち」であるという「共通の自己認識」を獲得したのである。この認識は「共通の価値」(=農業と観光の重視)の承認と連動している。この「共通の価値」が内面化されたとき、すなわち、住民の1人1人がこの価値を自明のものとして無意識レベルにまで浸透させたとき、富良野の社会は安定した社会となることであろう。

ある価値を住民が共有し、内面化したとき、住民の間に1つのライフスタイルが生まれるだろう。このライフスタイルが、まちの文化を生み出すのである。「まちそだて」は、人

の「意識・行動を育む」という意味で、「ひとそだて」であり、「価値を共有する」という意味で「文化創造」である。これまで検討してきた個々の事例から、富良野はこの「まちそだて」の途についてのように見受けられる。

さて、現実にはどうなるであろうか。個々の取り組みの成否に左右されない「まちそだて」は、はたして可能になるのだろうか。

【付録】来訪者の社会層についての仮説

ここでは、富良野を訪れる 200 万人の社会層を特定することを試みたい。

2007 年 3 月に『富良野市観光経済調査報告書』が刊行されたので、適宜そのデータを援用することにする。

①年齢層

表 15 によれば、富良野来訪者の 82% が 40 代以下である。これは、たとえば四国をまわる「お遍路さん」の 75% が 50 代以上であるという事実と際だった対照をなしている。「お遍路さん」となるのは、言うまでもなく、基本的に伝統的・宗教的関心・衝動に突き動かされた人々であろう。それに対して、富良野の来訪者は、純日本的なものへの関心というよりも、いわゆるエコロジカルな関心をもつ比較的若い人々であると想定できよう。もちろん、彼らがドラマ「北の国から」の影響を受けていることは十分に考えられる。特に「純」役を演じた吉岡秀隆は 2007 年時点で 37 歳、「螢」を演じた中島朋子は 36 歳であることを考え合わせれば、30 代の来訪者が最多数を占めることもうなづけるのではないだろうか。

表 15 来訪者の年齢別割合

10 代	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代	70 超	無回答	合計
14.5%	20%	28%	19.6%	10.7%	4.7%	1.6%	0.9%	100%

第 3 部では、「教育の場」富良野にやって来て自分を発見した若者の例を、単発的に見たが、実は、富良野を訪れる若者の例は少数で単発なものに終始しているわけではない。森本氏は、次のようなケースを紹介する。

富良野の人口は 2 万 5 千人くらいですよね。ところが、ほかのまちとちょっと違うなと思うのは、2 万 5 千プラス幽霊人口というのがいるんです。この幽霊人口というのは結構若い人、若者が多いんです。ですから、うちなんかも毎年、7 月・8 月の一番忙しいときなんかは 10 人以上雇うんですけど、富良野に籍をもたないで、自分の好きな月だけ働いて、また戻るという人が結構多いんです。この幽霊人口の比率がすごく高いんですね。ですから、そのおかげで富良野は若者がたくさんいる活気のあるまちになっています。

富良野は想像以上に若者に人気のあるまちなのである。

②性別

観光地によっては、来訪者の性別が明確に分かれる場所もあるが、富良野についていえば、男女の比率はほぼ同数に近いものと推測される。

③所得

来訪者の所得は、旅行者としての来訪者と、富良野で一定期間働くことを意図する来訪者との間には差があるだろう。少なくとも旅行者の所得水準は、中以上であると推測される。具体的な所得額を確認することは困難だが、そもそも旅行ができるということは、ある程度の経済的余裕を前提としている。

④職業

観光が非日常的体験という要素を内包していることを考えれば、「北の国から」に類似した生活を送っている人々は旅行者として想定しがたい。したがって、旅行で来訪する人々は、都市の競争社会に生きるホワイトカラー層を中心であると推測できる。もちろん、富良野で働くという若者は定職を持たない人々が中心である。

⑤意識・志向

来訪者は、当然オルタナティブな生き方に理解をもつ人々である。もちろん、それは必ずしも彼らの日常生活を規定する信条である必要はない。しかし、少なくとも自分たちが置かれている競争社会に対する認識は獲得している。富良野を訪れる観光客の大多数は、富良野体験によって身も心も洗われて、リフレッシュした状態で元の生活に戻っていくのではないだろうか。

また、富良野を訪れる人々は、前述の「お遍路さん」体験を望む人々や東北の田舎に向かう人々とも異なった志向性をもっているだろう。つまり、完全に伝統的日本的なものを求めているのではなく、いわゆる純日本的ではない要素を希求しているのではないだろうか。北海道の自然には日本離れした雰囲気があり、また「北の国から」の世界も伝統的な日本の「むら」の世界とは趣を異にしているということが、この推測を可能にしている。また、東京の都会生活では無能であった黒板五郎が、富良野では大自然と格闘しながら日常生活の場を作り上げていくその姿に、往時の「フロンティアスピリット」を重ねて見る人もいるのかもしれない。