

# ⑤ 半熟・感応の全人格的都市へ

荻迫一郎

## 一——はじめに

八〇年代頃から、人はモノを買ったり消費したりするだけではなく、国民や市民の顔になったり、社員や趣味人だったり様々な顔を持つ「一人多面体」という傾向が強くなってきた。つまりふつうの人が何を考えているのか、その多面的な顔と価値観がわからないと対応が難しくなってきたのである。

博報堂生活総合研究所も同様に、日頃の調査や取材、観察などを通して世の中や生活者の表情や価値観の変化を促すものを主な研究課題としている。都市研究が専門という訳ではないが、前半部分では私共の調査結果を紹介しながら、生活者が求める豊かさという価値観の変化の方向を考え、後半部分では二十一世紀につながる都市生活者像から、横浜には限らないが、まちづくりへの視点を考えてみたい。

## 二——豊かさは相対的だ

調査をするとわかるが、豊かさというのは抽象的すぎて、日常生活ではあまり考えることがない。むしろ現代の日本人の日常生活では、豊かさを実感すること自体が、もはや貴重な経験に属するとさえいえるかもしれない。

しかし例えば、市場経済に転換したばかりの東欧圏の雑誌には、「銀行の利用方法」や「クレジットカードの使い方」「株式会社の作り方」といった記事がたくさん紹介されているようだ。彼らにとっての豊かさというのは非常に明快で、暮らしの物質的な充足度を少しでも改善することにあるのだが、そういう段階は日本ではとくに過ぎてしまっている。

つまり豊かさ自体は相対的で、極めて心理的な反応といえる。豊かさをめぐる議論にきりが無いのもこうした理由からだろう。しかし、バブル経済が崩壊して以来、豊かさの見直し風が

- 一——はじめに
- 二——豊かさは相対的だ
- 三——モノ、カネ、消費に反省。幸せさがしへ
- 四——豊かさは多様化、自分基準の時代
- 五——時間的ゆとり、という人生への価値観
- 六——公共の豊かさのソフトが問われる時代
- 七——全人格的「半熟・感応」都市へ

吹き荒れている。バブル期の熱狂から覚めてみれば、モノがいかに充実しても、結局ゆとりある暮らしは実現できていないことに気づいたからだ。あるいは、物質的な豊かさをゆとりと錯覚していた反省かもしれない。生活者が何を豊かさと考え、どう反省しているのだろうか。

生活総研では、「生活者の暮らしの意識行動の変化」を探る定点観測として、八六年以降二年毎に、三百八十項目に及ぶ調査を定期的に実施しているが、その『生活定点』調査の九二年版の結果の概要をご紹介します。なお、最新の調査は、九二年五月に首都四十km圏と阪神三十km圏の成人男女一千九百七十六人（有効回収）を対象に実施したもので、大都市生活者の意識行動調査といえる。

## 三——モノ、カネ、消費に反省。幸せさがしへ

まず、バブル経済崩壊（九〇年）という大きな節目を契機に、「幸福度」や「経済的ゆとり」が低下し、「お金」や「消費」という価値基準に見直し機運が見られることだ。

「幸福度」は、あらゆる事象を含み込んだ総合的な生活感情指標と見なすことができるが、これが八四年（『生活定点』の前身の『生活感情度調査』）以降一貫して維持してきた八〇％台を割り込んでいく（七七・六％）。

さらに、「現在の経済余裕度」では、これまで上昇を続けてきた「余裕のある方」（三〇〇％）という人が九〇年に比べて五・五％低下し、「余裕のない方」（三三・二％）という人の方が上回っている。消費者がサイフのひもを締めているといわれるように、経済的な影響で生活の心理的なゆとりを失った人は多いのだ。

さらに消費に関しては、「計画的な買物をする」など、従来ならば「賢い買物の仕方」とさえいわれた消費行動も含めてほとんどすべての項目で低下している（図一）。

また、「世の中はすべて金で決まることが多い」も低下して、「お金さえあればなんでもあり」という価値観も変化しつつあるようだ。

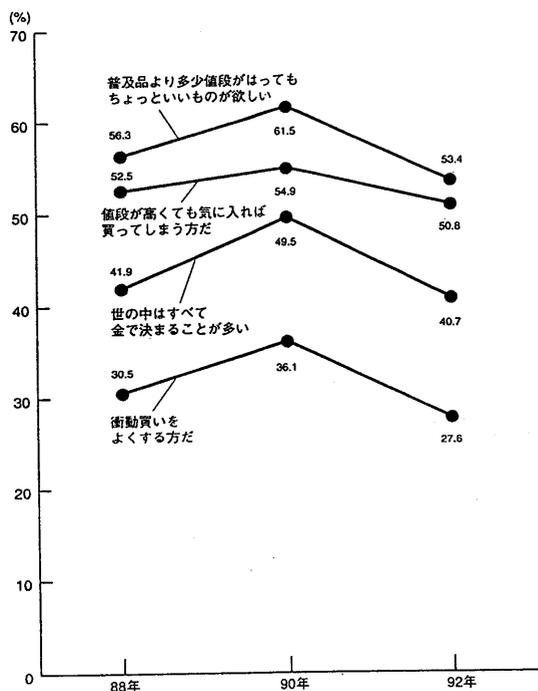
実際にモノが溢れているかどうかを別にする、消費自体は今後とも必要な生活行動なのだから、こうした「消費」意識の過剰ともいえる

変化には、モノやお金への「飽食感」と同時に、消費を基準にした豊かな生活という考え方そのものへの反省を見ることができらるう。

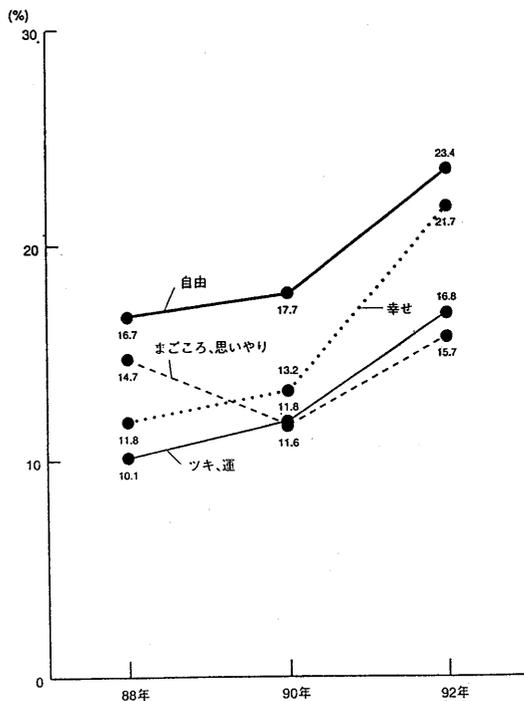
そして、「欲しいもの」という質問では、幸せ願望と自由願望が高まっている（図二）。こんなに豊かなのに幸せじゃない、自由でもないという。おそらく、もっと人間らしい価値観が望まれているのではないだろうか。

八〇年代後半からの「個人的欲望の無限拡大」時期には、人生や暮らしなどすべての価値がお金の価値に置き換えられた。バブル経済には直接関係がなかったほとんどの生活者が持ったのは、あまりに

図一 消費に関する意識と行動



図二 欲しいもの



非人間感覚的な世相への不安と反省であり、そういう状況をもちたらずモノやお金に対する不信感なのだ。

#### 四——豊かさは多様化、自分基準の時代

ただその一方で、本物が持つ良さや独特の味わいなど、豊かさの学習を行ったのも事実だ。実際、調査をしてみると、生活者の生活に対する欲望はさらに高度化、多様化している。パブルがはじけたからといって、生活者の暮らしの質が落ちたわけではなさそうだ。ほどほどのモノを持ったほどほどの豊かさの暮らし。私達は「絶品適量」といっているが、そんな適温生活が語れるほど、生活者が豊かさに関して高学歴者になっていることが見逃せないのである。

つまり、豊かさとは何かということよりも、生活者にとっての豊かさの基準や感じ方が多様化している、ということが重要なのだ。

生活分野別のこだわり意識では、お金やデザイン、モノへのこだわりも低下しているが、こだわり意識を支える情報の価値も大幅に低下している。「情報は多ければ多いほどいい」という人が大幅に減っているのである。八〇年代は、モノに関する情報は、賢い消費者を演出する上でも、他人とは違う個性的な商品を探す上でも、

不可欠だったはずである。外部からのサイクルの早い情報や変化に即した生活には意欲が湧かないという姿が、そこに見えている。

モノのこだわりにも外部情報にも意欲的ではないなら、他人との違い自体も大した問題ではなくなるはずだ。自分が人と違っていても「気にならない」という人は、確かに急増している。

他人基準の「他個性化」から、モノも他人も気にせずに自分らしさにこだわると「自個性化」へ。そんな「自分基準」の時代はまた、「自分の彩さがし」の時代ともいえるだろう。

#### 五——時間的ゆとり、という人生への価値観

さて生活自体は縮小するどころか、むしろ積極的に拡大の方向にあるということを示しているのが

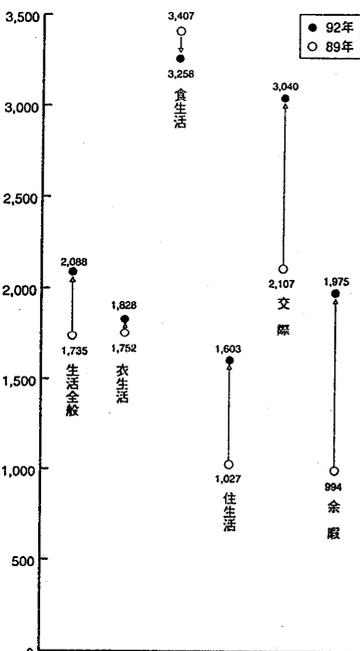
図-3だ。「ライフポリュウム」というのは、生活総研が開発した尺度で、生活の幅の広さと深さの両面で捉えて、その生活量の変化を探るといふ主旨のものだ。従って生活の幅が狭いならば選択の余地はなく、深さが浅いならばこだわりの余

地はないということになる。

「衣」「食」とは対照的に「余暇」「交際」が大幅に伸びているわけだが、これは「時間」を重視する価値観の強まりと見ることができる。衣食住はもうかなり足りた。そのモノを中心にした生活関心からの脱皮。そう考えてみると、衣食住以外の余暇と交際というのは、まさに人生のゆとりを感じる部分そのものなのだ。

もうひとつ大事なことは、趣味という自分の嗜好を大事にすることだ。つまり、自分の世界を通して自分の感覚やセンス、選別の目、コーディネート力の力を磨き、鍛えることであり、自分なりの生き方や人生観に対するこだわりの強さを示すものだ。そしてそれは、また平均的均一的な人生のデザインからの脱却を意味する

図-3 生活分野



※92年-92年度「生活定尺」調査結果：但し、首都圏20-69歳の数値。(N=1,306)  
 89年。「ライフポリュウム」調査(89年)結果：但し、首都圏20-69歳での再計算数値。(N=1,795)  
 「ライフポリュウム指数」：生活の幅×生活の深さの合算値。

のではないだろうか。それは、イニシアティブをとって主体的に判断していく、生活に対する自らの文脈の発見ともいえるだろう。

八〇年代の例えばコンビニエンスストアのような時間の効率化、合理化という考え方は、時の過ごし方、つまり暮らしを均一化させ、また無個性化させた。例えば近代化の象徴のような存在であったスーパーマーケットの無個性化が、今の生活者に魅力的に捉えられているだろうか。時間の価値は、すなわち生きているという価値であり人生の価値でもある。

年間一千万人以上もの日本人が海外旅行をする時代になったが、最近では旅慣れて滞在型の旅行が増えているという。物見遊山や買物にも飽きた時、現地の人々の生活が自然と目に入ってくる。そこには日本のように豊富なお金もモノもないけれど、実にのびのびとゆとりのある暮らしがある。お金にもモノにもない「時間の価値」を、実は海外で実感しつつあるのではないだろうか。ゆとりもまた、非物質的な成熟した豊かさなのだ。

## 六——公共の豊かさのソフトが問われる時代

では二十一世紀の都市生活者像から、まちづくりの視点を探ってみよう。

まず人生の価値。それを考えると、企画演出された「ハレ」の時間、空間よりも、普段の暮らしと交わる「近場」のゆとり、公共の豊かさが大事になっていくのではないだろうか。

例えば、環境やボランティアなどの社会性意識が高まっているが、生活者にとっては自分の身の回りを再考する意識でもある。人や社会に役立つ自分の人生という充実感。自分だけのためではなく、誰かのために自分が意味のある存在だと思いたいということは、つまりコミュニティを支える考え方そのものであり、街づくりの精神を表すものではないだろうか。

そしてなごめる時空間。すなわち居心地だ。多少景気なんかが悪くても、それを眺め、空間に浸っているだけで時間を忘れ、自分の人生の時間を過ごして、心がなごむ。それが時間的ゆとりの時代の公共空間の豊かさではないか。

生活者は、いろいろな不満はあっても結局好きだから都市に住むのだ。匿名の自由とか墮落する自由というのもまた、都市ならではの空間の魅力であり、刺激でもある。都市の魅力とは結局、いいにつけ悪いにつけそうした刺激であり、これをプラスに考え取り込んでいくことが大切だろう。しかし、現実には刺激や得られるものという、都市の無形の価値ソフトへの議論があまりなされていないのではないだろうか。

## 七——全人格的「半熟・感応」都市へ

まず、人間の主体性と存在感への対応である。会社での生活は毎日同じことの繰り返しかもしれないが、暮らしや人生は二度と同じものはない、極めて人間らしい創造的なものだ。そして自分がいるべき場所という、地域との愛着や一体感が大切になるだろう。この街と人とのアイデンティティを知るために、住民個々のライフスタイルへの想像力を高める努力が必要である。そして自分が誰かのために意味のある存在だ、という生きる自信。時間の価値とは、人生を受けし包み込む、場と気配や雰囲気を作ること、つまり「全人格的都市」といえないだろうか。

それは成熟した人間と成熟した生活にふさわしい、人の精神的な世界をなぞらえ、相互に磨きあえる関係だ。機能主義は、人という極めて曖昧でいかがわしいものを拒否する。雰囲気、空気、気配そして場。そんな、なんとなくピンとくるものを大事にしたい。五感という人間の最も繊細で微妙な感覚と「感応」することができるまちは、人の呼吸に添えてくれているまちはないだろうか。逆に、意図されすぎた周遊性や界限性は、それが身近なものだけに、余計に敏感に差異を感じとられるだろう。

そして「半熟」卵としての都市装置。半熟と

は、時間の流れの中で成熟し自然につけ加わっていくもので、時空間が一体化した、融和融合の装置でもある。そこでは変化と成熟という長期的な視点に立ったシナリオが必要になるだろう。対象が都市であっても、未完の魅力と、人間的な曖昧さの余地は必要である。結果としてそれが、住民だけでなく、街にかかわる人々が作り上げていく街の文化といえなくもないのだ。

自治体自らの、「モノビジネス」も必要かもしれない。それはモノの確かさとサービスの柔軟性の融合である。他人が気にならない人が増え、

都市住民の心理的なシングル化はますます進む。他人を認めはするが、介入しないしされたくもないという「サイレントピープル」の増加もある。高機能や複合機能ではなく、むしろそれを否定する、よりシンプルな「不可価値観」という新しい価値観も今後のゆとり社会には不可欠なものになって来よう。こうして、都市住民同士のアクセスはより高度化していきそうだ。そのため人と人をつなげるコネクション・プロデューサーとしての役割も、暮らしを考える

と、より求められそうである。

最後に脱・東京的生活「オイコット(OYK OT:東京を逆さまに読む)ライフ」である。全人格的都市は政治経済的な関係ではなく、住民との人間的基準と人間感覚的なつながり、交流がポイントだ。東京を百として考えるような、偏差値的発想や経済効率や質量の発想は、ふさわしくない。あくまで横浜らしい生活価値観をクリアにし、軸にすべきではないだろうか。

△株式会社博報堂生活総合研究所主任研究員▽