

地方創生期の農村におけるメディア表現の介入

Intervention by media-creators to rural areas in the period of regional revitalization

中原 淳（一般社団法人よだか総合研究所代表理事）

Atsushi Nakahara (Yodakas Research Institute, Director)

1. はじめに

本稿では、地方創生期の農村におけるメディア表現の介入について考察する。多額の国家予算が、地方創生に投入された。その中で、多くのメディア表現（メディア・アート、インタラクション・デザインなどの諸分野）の専門家が関与した。そこで、地方創生におけるメディア表現の介入の実態を確認し、批判的に評価する。

農村に「位置のある自己」^[1]にとって、その持続可能性は切実な問題だ。よって本稿では、農村の視座から、地方創生とメディア表現の介入について論じる。また地方創生以前の農村への国家政策を概観する。さらに、地方創生と並走する文化運動についても論じる。そして、メディア表現者が農村へ介入する接点となった地方創生の諸制度について紹介する。その上で、いくつかの介入事例の実態を描く。それらを、政策・産業・メディア表現内部・農村の観点から評価する。

結果として、地方創生期の農村とメディア表現の関係は、おそらくそれほど良好ではなかった。メディア表現者の農村への介入において、途上国開発や地域開発で既知の反省は生かされず、一方的な問題解決の介入が横行した。これらのメカニズムを素描する。またそうした失敗と軋轢から、反省を踏まえた新しい活動が生まれつつあるので、その展望を記載する。

本稿におけるメディア表現とは、ようするにメディア・アート、インタラクション・デザインなどの諸分野の総体である。大学で言えば、美術大学の情報デザインと呼ばれる学科や、学際メディア学科とよばれる諸分野を想

像すればよいだろう。2022年の現在において、あるコミュニティを識別するに足る表現だと考える。

また、地方創生は、非常に広範囲の諸政策の総体を指し示すスローガンであるが、本稿では制度変更に関わるような政策を除外する。基礎自治体に交付された予算の使われ方にのみ注目する。

2. 本稿の目的

目的

本稿の目的は、農村を持続可能にすることである。そのために、メディア表現の知見や技法が役に立つと考えている。また、メディア表現者らがコンヴィヴィアルに暮らす農村を実現することも大きな目標である。そのために、現在あまり良くないと思える農村とメディア表現との関係を、発展的に批判し、より良い介入の在り方を目指す。

3. 背景

メディア表現の農村への介入について事例を描く前に、およそ過去70年、どのような介入が農村に行われたのか、代表的な事例をみる。また、現在において、メディア表現の農村への介入と並走する事例を列挙する。

過去の国の農村への介入

衰退する地方や農村を憂いて、向都離村や東京一極集中を改善しようとした政策は、近年の地方創生が初めてではない。ここでは、本稿に関連すると思われる戦後の

代表的な事例を概観する。

占領政策・途上国開発・地域開発の視点から

地方創生は、そのルーツに占領政策・途上国開発・地域開発などの視点をもっている。まずはそれらを列挙する。

生活改善運動

生活改善運動とは、戦争で荒廃した農村の再建と生活水準の向上を図った農林省が1948年に施行した農業改良助長法のうちの生活改善普及事業に端を発している。連合軍総司令部（GHQ）の対日占領政策の一環として農林省が導入した政策である。「農村民主化」を目指した参加型の農村開発政策とされる。農家の生活技術の向上を通じて、「農家の生活をよりよくし、考える農民を育成」することを目的としていた。

水野^[2]は、農村の近代化、戦後復興への寄与としてこの運動を評価している。とりわけ女性を中心とした普及員の活動に注目し、開発に参加する主体形成に成功したと考えている。

この活動の理念や運動は、後述する地方創生の「地域おこし協力隊」の制度にも生かされている^[3]。地方創生の諸政策のある部分は、占領政策や植民地支配、途上国開発、民主化、近代化といった、支配者や上から、西洋からの介入にルーツを持つ。そしてまた、それには近代以降の途上国開発や自民族中心主義の反省が反映されており、住民参加や自治の視点が取り入れられている。

ふるさと創生

上からの地域開発やまちづくりの文脈では、「ふるさと創生事業」が続いた。これは、1988年から1989年にかけて、基礎自治体に地域振興のために1億円を交付した政策である。正式名称は「自ら考え自ら行う地域づくり事業」という。

この事業は、財源に対する使途の自由が大きく地方に委ねられており、自治による意思決定を行いやすい政策であった。効果的な事業が実施される一方、有効とは言えないような施策が散見された。この時期においても、財源の一部は、のちのメディア表現者にあたるような人々の受託事業となり、パブリック・アートや、モニュ

メント、箱ものが量産された。それらは、「悪乗り」と表現され、概ね評判が良くない。

「開発」への反省

前述のような、占領政策・途上国開発・地域開発について、さまざまな形で批判や反省されてきた。^[4] ^[5] ^[6] これらの批判が概ね一致するのは、多くの「開発」は、部分的であれ抑圧者側の都合を被抑圧者に教化する活動を含むということである。

西洋による途上国開発は、どうしても自民族文化中心主義や、オリエンタリズム^[5]に侵食されていく。それに対してパウロ・フレイレのような真っ向からの反論や、コンヴィヴィアリティの提案、中間技術の提案などは理にかなっている。そして、「開発」の発想からくる、過去の日本の国から農村への介入も、国内オリエンタリズムともいえる視点から自由ではない。地方創生期のメディア表現の介入について、この「開発」への反省が意識されていたとは思えない。

平行する事例 地方創生前からあった事例

次に、地方創生やメディア表現とは直接関係しないが、地方創生期の前後に並行して行われていた文化運動や理論について、背景として記載する。

地域アート

地域アートとは、広義には、ある地域を舞台に展開されるアート・プロジェクト全般のことだ。国内では、2000年初頭から、福武財団などによって展開されてきた。福武財団は、アートによる地域振興などの助成事業も行っている。地域アートにおいて、ボランティア、ワークショップの参加者などイベントに関わる多様な人々が「芸術」の担い手と見なされ、人々のつながり、コミュニケーション、プロジェクトのプロセスそのもの、継続的な活動といったものが重視される。また、地域アートは「アートによる町おこし」の側面を持つ。地方創生期において、相互に援用された。

クリエイティブ資本論

クリエイティブ資本論は、2002年からリチャード・フロリダ（Richard L. Florida, 1957～）によって提唱さ

れている理論である。フロリダは、新しい地域発展モデルとしてクリエイティブ・クラスに着目し、その実証的研究と体系化を行っている。日本においても、クリエイティブ資本論を基準とした政策やまちづくりが散見される。

この2つの平行する文化運動以外にも、メディア表現の農村への介入には、コミュニティ・デザインや、シビックテックなども並走している。

農村に関するこれまでの議論

地方創生やメディア表現による介入と無関係に、これまで農村について、主に農学の分野で様々な洞察が行われ、議論が展開されてきた。それらの流れを確認する。

先ず農村内部において、昭和後期から現在まで、集落のエートスや「村の精神」が大きく変容・解体されることが指摘されている。^[7] 秋津は、集落内の自然資源を巡る争いが切実だった「争」のエートスが減少し、普通の農村住民の生活に見られる共同性や慣習を肯定的にとらえるポピュリズムの立場から「楽」のエートスの可能性が開かれていると述べている。

そして、農村の価値が、物質的価値から多面的価値に移るにつれて、農村に向けられる「政策的まなざし」や「消費的まなざし」は変化してきた。秋津らは、農村の生き残り戦略について、都市などの外部からのまなざしにうまく適応し、場合によっては多少積極的に外部のまなざしを操作しながら、圧倒的多数となった都市民の関心を失うことのないように、農村としての自己イメージを更新する主体形成の重要性を指摘している。^[8]

地方創生期のメディア表現の農村への介入に関連付けると、それが可能になったのは、「争」のエートスが弱まったからだと言える。かつて、「争」のエートスの中で、集団は、構成員に強いコミットメントを求めた。しかし地方創生期は、農村でコミットメントが求められない時期（未発達な楽）であった。そして、本稿の批判の要点は、メディア表現者が「楽」のエートスを媒介して、住民を代位できたことである。

4. メディア表現の介入事例

ここでは、メディア表現者による地方創生への参加、

農村への介入について具体的な事例を列举して、その実態を素描する。その前に、それを描くために必要な、地方創生の代表的な制度と政策概念、政策用語を記載する。

代表的な制度と政策概念

地域おこし協力隊

地域おこし協力隊は、都市地域から過疎地域に異動し、地域ブランドや地場産品の開発・販売・PR等の地域おこし支援や、農林水産業への従事などを行いながら、その地域への定住・定着を図る取組である。

設立の経緯は、「青年海外協力隊」「緑のふるさと協力隊」「集落支援員」の既存政策の検討の結果を基にする。^[3] 主に、途上国開発や地域開発の経験を通して、「開発」の視点から設計された政策である。

かつての開発政策と異なるのは、定住・定着を前提にする点だ。この制度を利用してメディア表現は多く地方創生に参加した。これは、滞在アーティスト制度や、文化施設の運営、地方芸術祭として利用されることもあった。

移住定住PR・シティプロモーション

移住定住・シティプロモーションも、地方創生の諸政策で頻出する政策用語だ。地方創生の目的上、これには積極的に予算が配分された。

農村には、移住定住のPRやシティプロモーションを実施する職業の人々が不足している。したがって、地域おこし協力隊や、関係人口の制度を利用して農村に介入したメディア表現者が、その土地で初めにする仕事で、移住定住PRとなった。

当然、急な予算の投入は軋轢を生み出した。先ず、過去の箱もの公共投資と同様に、需要と雇用創出が逆転した。PRは、地域の必要と需要から実施されたというより、移住者向けの仕事創出であったり、起業支援の文脈で実施されることが多かった。ようするに、仕事のない農村に移住してもらうため、PRという都市型の仕事を捏造した側面もある。

また、移住者が移住者目線で農村を物語ることは、「外の視点も招く」という良さがある。しかし、自家中毒的な現実感のなさが露呈することにもなった。欲望される農村と住民が実感する農村には、そもそもかなりの乖離

がある^[8]。その乖離が、メディア表現者によって広げられた。そして乖離が、地方創生全体のより大きな問題や相互不信につながっていく。

この2つ以外にも、「関係人口創出」や「小さな拠点事業」などが、メディア表現の農村への介入に活用された。美術、地域アートにおける滞在アーティスト制度などは、「関係人口」とみなされ、政策上の予算が配布されたのである。メディア表現者は、制度上の関係人口として農村に介入することもあった。また、小さな拠点事業を通じて、新しいオフィスやギャラリー、ゲストハウスなど、「人が集まる場所」が成立した。

事例

さて、これまでに述べたような制度や政策概念を通して、地方創生期の日本で、多くのメディア表現者の農村への介入が行われた。ここでは調査方法を述べたのち、具体的事例を描く。

調査方法

本考察にあたり、筆者はアクションリサーチ、当事者（メディア表現者、住民）への聞き取り、現地への訪問、資料の収集を行った。紹介する各事例について、調査の深度や粒度には強いばらつきがある。今後はより系統だった深い調査が望まれる。

GIDS

著者の身近な例で、著者らは、農村のクリエイティブ・クラスのためのシェアオフィスのGIDSを企画運営している。GIDSは、岐阜県本巣市根尾地域に所在し、2016年にオープンした。GIDSを拠点に滞在デザイナー制度も運営している。GIDSは、地域おこし協力隊制度や、関係人口創出、小さな拠点などの予算を活用して実現された。10名以上のメディア表現者が参加し、地域産業の活性化や地域芸術の振興、シティプロモーションの企画制作、観光PRの製作などのプロジェクトを実行している。また林業などの地場産業とのコラボレーションを実現した。

BIWAKOビエンナーレ

BIWAKOビエンナーレは、2001年から開催されている地域芸術祭である。2019年に近江八幡市は、ビエンナーレの運営を担う人材を、地域おこし協力隊として募集した。これは、地域アートに地方創生の予算が積極的に活用された事例である。そして、この募集に応募して運営に関わったのはメディア表現者である。

募集要項によると、隊員には、芸術祭の運営や観光産業の振興のほか、オンライン・メディア（WEB、SNS等）を活用したPRが期待されている。そして、実際に着任したメディア表現者は、それらの期待に答えつつ、ARやVR、メタバースなど伝統的なメディアアートの手法を駆使してPR活動や観光振興を行った。

ひのはらアート

ひのはらアートは、2021年から東京都奥多摩の桧原村で、一般社団法人クリエイティブクラスターが主催する地域芸術祭である。メディア表現者が多数参加している。桧原村は、地方創生の初期からクリエイティブ資本やクリエイティブ・クラスの集積を目標とするような諸制度を整える地域だ。山間部の農村ではあるが東京都であり、農民とクリエイティブ・クラスの協働を比較的实现しやすい土地といえる。

ヒダクマ

株式会社 飛驒の森でクマは踊る（通称「ヒダクマ」）は2015年に設立された株式会社である。株式会社ロフトワーク、飛驒市、株式会社トビムシが出資して設立した。設立と後の経営において、地方創生の予算や理念が活用された。ロフトワークは、もともとメディア表現者を多数雇用するクリエイティブ企業である。

ヒダクマは、デジタル・ファブリケーションと林業の協働を目標とするFabCafe Hidaを運営している。その運営には、地域おこし協力隊の制度が活用された。また、デジタル・ファブリケーションの運用と活用に多くのメディア表現者が参加した。

ネクストコモンズラボ

ネクストコモンズラボ は、2016年に設立された一般社団法人である。2022年現在は、同じ経営者と名前をもつ株式会社も併存する。全国的な規模で地方創生に関

わる事業を、基礎自治体を通じて受託している。本稿に関連する事業として、地域おこし協力隊の管理運営を基礎自治体から受託し、広範囲に共通の観念を社会実装する事業がある。ネクストコモンズラボが運営する地方の拠点の幾つかに、メディア表現者が参加している。

5. 評価

政策としての評価

内閣府発表の統計^[9]によれば、コロナ禍後の影響を除き、地方創生が目的とした「東京への一極集中」は改善されておらず、人口減少に歯止めがかかっていない。よって政策が成功したとは言い難い。

結局のところ、中央から地方への交付金によるメディア表現の制作（シティブロモーション等）は、地方同士の移住者の奪い合いの様相を呈している部分もある。^[10]

移住を発信するメディアでは人気ランキングが掲載され、ゼロサムゲームの様相になっている。

産業としての評価

大規模な財政出動が行われたので、2019年までは、当然それなりに多くの経済効果があった。統計^[9]によれば、雇用の伸び、地方に仕事が生き渡ったようにみえる。しかし、雇用の伸びと移住は一致しない。その不一致については雇用のミスマッチが指摘されている。^[10]そして、そのミスマッチを埋めるための制度が実施されたが、概ね失敗している。本稿でいえば、メディア表現者が好むような仕事は、おそらく増えていない。

論は飛躍するが、著者は、いわゆる都市型の仕事とは、ほとんどの場合、資本に随伴する仕事だと考えている。たとえば、インタラクティブデザイナーや、データサイエンティストのような専門家を常勤で雇用できるのは、一定以上の資本をもつ専門分化が進んだ大企業だけだ。

要するに、雇用が増えても移住は伸びず、雇用にミスマッチが生じるのは、ただ単に、「資本の」東京への一極集中が緩和されていないからではないだろうか？ 中小企業庁の統計資料^[11]を確認する限り、大企業（大資本）の集中は全く緩和されていない。また、地方版総合戦略においては、多くの自治体で雇用数や求人倍率をKPIに設定する一方で、資本の集積を観測する評価は全くない。^[12]

地方創生が、資本の一極集中が改善したとは思えない。

マクロ統計はないが、地方創生の実施主体を概観するだけで、ほとんどの資金が中央から地方をへて、中央に還流していることが感じられる。たとえば、株式会社ネクストコモンズラボの本社（資本の位置）は東京である。ロフトワークの資本の位置も東京である。広告代理店や人材派遣会社を経由して実施された、移住定住・関係人口の事業は沢山ある。地方のソフト事業を、東京の資本が受託する事例は列挙の暇がなく、体系的に調べれば、大部分の地方創生予算は、東京都に一極集中的に還流したのではないだろうか？

つまり、地方の意思決定は、相変わらずほとんどの場合、労働人口（雇用）に偏重しており、資本の集積（起業）に向かっていない。

メディア表現内部での評価

メディア表現のコミュニティ内部で、地方創生はどのように受容されたのだろうか？ 前述の事例を見る限り、多くのメディア表現者が、諸政策の実施に参加したのは間違いないだろう。しかし事例調査にあたり、当事者の話を聞く限り、高評価とは言い難い。農村でのメディア表現の内部評価は、地域アートの内部評価と大差ない。地域アートにおいて「アートの手段化」が批判された^[13]ように、メディア表現でも「メディア表現の手段化」といった批判が生まれている。

農村からの評価

地方創生の諸政策に関して、アクションリサーチ中に、土着の住民に聞き取りした。彼らは、一種の諦めや、不信感を持っている。そして、それは今回が初めてでなく、継続的な不信のようだ。たとえば、著者が居住する農村のタウンミーティングにおいて、ある古老は、戦前の養蚕政策の終わりを例に挙げて、「国のやることはすぐ変わるからあてにならん」と言った。この洞察は、生活改善運動やふるさと創生、今回の地方創生などをみれば、正當かもしれない。

また、SNSやブログ上では^[14]、予算の使われ方や人件費の格差についてよく指摘されている。著者も公正と思えない人件費を提示されたことがある。要するに、東京のコンサルが高い人件費で実行している起業塾やワークショップに、住民は無償ボランティアや薄給で「動員」

される。あるいは移住者に随伴する予算からマージンを取る事業が跋扈し、人材派遣会社が移住ワークショップを仕切ったりしている。それは農村への資本の蓄積にはつながらず、それに気が付いている土着の古老は、都市を敵視するのではないだろうか。

現時点での総評

要するに地方創生は、散々な結果に終わった。人口の集中は止まらず、資本は集積せず、地方と都市の格差が顕在化して不信を助長したように思われる。そこで、本稿における考察と、過去7年間における著者の地方創生への関りから総評する。

メディア表現に、「開発」への反省はない

ここまで見てきたように、地方創生の諸政策や概念には、かなりの部分、途上国開発や地域開発の理念や反省が取り入れられている。途上国開発において、支援者は、現地で「やってはいけない事」をある程度言語化して理解している。

しかし、地方創生において、開発的な立場で介入したメディア表現者は、その反省を実感していたとは思えない。スローガンとして、住民参加や自治を言いながら、一時的に地域に移住したり関係人口になることで、「住民」を代位し、反省のない開発を行った。諸制度に代位や代弁への可能性が開かれていた。たやすく代位する地位を得たため、開発行為における最低限の倫理すら守れなかった。そして、金の切れ目が縁の切れ目とばかりに、「住民」をやめ、東京や次の地域に移動していったように見える。

不平等感と相互不信

住民や関係人口を詐称して、次から次へと地域を渡り歩いたメディア表現者は、結局のところ、地域の人々に不公平感をもたらしたのかもしれない。なぜなら、ほとんどの予算はメディア表現者らを介して東京に還流したからだ。資本は土着しなかった。

もちろん、政策目標通りに新しい人材が還流し、定着して、本当の意味で住民や関係人口になった事例も沢山ある。しかし、それらは地方創生の成果資料^[9]を観察する限り、一次産業に近い、天然資源を活用する移住者

であった。

一方、メディア表現者は、デジタル技術とオンラインを活用して働く土地に縛られない人々である。だから、予算が切れれば別の場所に移るのは当然だった。しかし、残念ながらその予算の獲得の中で多くのメディア表現者は自らを地域住民と自称してしまった。地域社会へのフレイレ的コミットメントを口にしてしまったのである。しかし、彼らはコミットメントを実感する必要も機会も素養もなかった。

メディア表現者の作品主義

これらの不信の原因をメディア表現の内部にだけ求めるのはフェアとは言えない。おそらく前述したとおり、地方創生や地域おこし協力隊の目標自体に無理があったのだ。

途上国開発や支援、ケアの文脈において、協力者・支援者・ケアラーの評価を成果に基づいて行うことは避けられている。その評価は、当事者がどのように感じたか? どのように変化したのか? という、当事者自身の視点に寄り添い、比較や競争の対象とならないことが多い。

ところが、メディア表現者は、そのような評価をされてこなかった。いまだに作品主義であり、競争原理に投げ込まれることを当たり前を受容している。メディア表現者は、当事者（農村の住民）がどうあれ、作品にまとめるしかない。

「結局、作品にならないと、食べていけないしさ」というわけだ。

より根源的な問い

地方創生の失敗の原因の原因について、もう少し立ち入ろう。新しい人材の還流の中で、1次産業に定着した人々と比較して、メディア表現者の評判は悪かった。果たして、メディア表現者らは、「農村」「地方」などというものに、そもそも興味があったのだろうか? また、地方創生の結果として陥った自治体間のゼロサム・ゲームについても反省したい。

移動できる人、移動できない人

この問いへの入口として、「移動できる人」「移動できない人」の論点をあげる。この論点は、One Tree

Academy^[15]において、岐阜県池田町の土川商店の土川が述べたものだ。土川は、「みなさんは、移動できる人として地域を楽しんでいる。それは良いことだと思うけれども、私は移動できない人として何とかやってきた」という趣旨の発言をした。

著者は、土着の文化活動が続ける土川の視点が、地方創生を評価するうえで重要だと考える。ようするに、「東京への一極集中」を改善しようとする人々には、2種類の人間がいる。1つは「移動できる人」、もう1つは「移動できない人」である。これは、マイケル・サンデルの言う「負荷なき自己」「位置ある自己」に類似する関係である。^[1]

負荷なき自己の人々は、無知のヴェールの外側から地方の治療を画策する。彼らは「移住定住」「関係人口」の概念を通じて、地方を欲望し、選択できる移動先として農村に介入する。一方、位置ある自己は、生まれついた環境に倫理的な基盤を置き、そこから離れることができない。この2つはあまりにも異なるため、相互理解が難しい。

ようするに、東京から地方に受託仕事で現れるメディア表現者やコンサルは、負荷なき自己であり、それを迎える住民は位置ある自己だ。負荷なき自己にとって、ある地域は選択肢にすぎず、序列化して「選ぶ（移動する）」ことが可能な対象である。一方、位置ある自己にとって地域は、自己と概ね不可分で序列化や選択などの操作をする対象とはなりえない。

これまで地方創生的な取り組みが失敗しつづける原因は、この2つの倫理が対話する方法を想定しなかったからではないだろうか？

底辺への競争

次に、内閣府の議論^[10]にもあるように、地方創生の諸政策が、PR合戦のような競争的な状況に陥り、地域が疲弊したのはいったいなぜだろう？ これは要するに、国内における「底辺への競争」なのだ。資本が自由に国境を超えるグローバリズムの世界では、移動できる資本のみが勝利し、各国間の協調がなければ多国籍資本にたいして課税できない。つまり「負荷なき自己」の人々や資本にたいして、地域間の協調がなく競争する事は、どの地域も最終的に得しない。これは広告規制がない環

境では、製品に占める広告費割合が高まり、独占か不健全な状態になることに類似する。あるいは、軍拡競争の不毛さにも似ている。ある農村に位置をもち平和に生きる人々にとって、地方創生のPR費は全く無意味に見えるのは当然だ。

「開発」への反省 非西洋のメディア表現起源

さらに根源的には、地方創生の「開発」の前提やメディア表現者の作品主義的な行動、問題解決主義的な活動は正しいのだろうか？ 果たして「問題」や「責任」を認定するのは誰なのだろうか？

例えば、著者の居住する岐阜県本巣市根尾地域の近世・近代初期の歴史を見ると、概ね生活レベルでの自治と自給は達成されていた。それが大きく崩れるのは、租税の現金納付が始まったからなのかもしれない。また、近代初期において、根尾村には2つの電力施設があり、集落によって自治されていたようだ。^[16]それが接収されたのは国家政策による。中央集権化して利権を奪って以来、今日において、自治を求め、競争的な資金配分をおこない、競争に敗れた地域を自己責任化するとは、いったいどのような倫理なのだろうか？

「開発」の視点には、サイドやフレイレの指摘する通り、一定以上の自国文化中心主義があり、認知的バイアスがある。それは同じ国の中でも大差ない。地方創生において、農村に介入したメディア表現者やコンサルは、特定の神話を信じている。それは要するに「農村には、主体がなく、自治がなく、シビックプライドがない」という理解であるかもしれない。その神話が無ければ「シビックプライドを取りもどそう」などという、失礼なスローガンが掲げられることはありえない。

しかし、いうまでもなく、この神話は誤りだ。（プライドのない地域などない）

この神話は、要するにグレーバーが言う「民主主義の回収プロセス」^[6]なのだ。

おそらく、農村の困窮した具体的な生活の自治において、おのずから民主的な実践が行われている。そして、その実践が「無い」と考えてしまうメディア表現者たちは、各地を移動しながら、農村の生活に関与せず、常に「開発する側」の視点に立っている。

資本論 果たして市場的に均衡しうるのか？

さらに推し進めて論考する。著者は、アクションリサーチとして岐阜県本巣市根尾地域において、地方創生の事業に参加した。その中で、資本の再生産の力がいかに抗いがたいか、よく理解した。

資本がまるでない場所に、新しい仕事生まれ、人々が集まってくるなどと考えるのは、まったく現実的ではない。この非現実的な夢物語に、メディア表現的手法を使ったことを、著者は恥じる。

たしかに、上手にシティブロモーションをすれば、同じ規模の資本をもつ隣の市町を出し抜けるかもしれない。しかし、その部分的成功に一体どんな意味があるのだ？ 圧倒的な資本が、圧倒的な規模で再生産しており、新しい仕事に絶え間ない投資が行われている。人々はそこに集まるのだ。

そもそも、等価交換を前提とした自由市場の中で、地域間の貿易収支が均衡する事は、ありうるのだろうか？ ケインズは、80年ほど前からその不可能性に気が付いており、国家間の貿易収支を定期的に調整する自動黒字再循環装置のメカニズムを提案している。^[17] また、モース^[18] やグレーバーの贈与経済の分析によれば、市場の等価交換を前提としない社会において、定期的に富と負債を破壊する習慣が存在する。おそらく、日本でも地域間の取引が、等価交換によって均衡することは、歴史的に皆無だったのだろう。にもかかわらず、各地方に、市場の均衡への自助努力を強いる政策は、端から無理筋だったと言える。

もし、メディア表現と農村に望ましい関係があるとするれば、それは資本のメカニズムを隠蔽する方向ではなく、それを可視化する方向に向かうべきだったのかもしれない。

6. 結論

地方創生期の農村におけるメディア表現の介入について

文献

- [1] Sandel, M. (2005) Public philosophy : essays on morality in politics. Harvard University Press. (サンデル, M. 鬼澤 忍 (訳) (2011). 公共哲学 政治における道徳を考える 筑摩書房)
- [2] 水野 正己 (2002). 日本の生活改善運動と普及制度 国際開発研究, 11, 39-51. https://doi.org/10.32204/jids.11.2_39

て考察した。地方創生は成功したとは言い難い。交付された予算は、農村に蓄積されず、地方創生のソフト事業の投資・受注により、農村を経由して東京一極集中に戻っていった。そもそも基礎自治体は、雇用数などの指標は見ているが、資本の集積を確認していない。

農村からメディア表現者への評価は、地域アートの批判を継続し、芳しくなかった。非対称な関係は解消されず、予算だけ取られ、やりがい搾取されたという意見も少なくない。途上国開発で既知の反省は生かされず、一方的な問題解決的介入が横行した。制度によって容易く当事者を代位できてしまった。コミットメントの持ち方には、メディア表現者と土着の人の間に大きなズレがあった。そのズレの原因として、メディア表現者の作品主義や、問題解決主義、評価のされ方などが類推できる。さらに根源的な原因の原因として、負荷なき自己と位置ある自己の違いや、底辺への競争がある。また、そもそも「物々交換の神話」のもとで、農村が持続可能になるなどありえないという疑問や批判もある。

7. 展望

とはいえ、本稿の批判に対して真摯な反省も意識化されつつある。例えば、障がい者に関するデザインを実施する時に、当事者との緊張関係を強調したり、当事者文化の剽窃を批判する声も生まれている。^[19] あるいは、介入の前に共創 (co-creation) を宣言するプロジェクトなどもある。^[20] これらの反省は徐々に、メディア表現者の骨肉になるのかもしれない。

著者は、地方創生期に本稿で論じたような失敗や無理解を自分自身で繰り返してきた。その後反省し、ケアの視点を持つ中で、やはり、メディア表現が培ってきた知見や技法、感性は、有意義で貴重なものだと考える。メディア表現が本稿で述べた批判を超えて、農村と良い関係を築くことを期待している。

- [3] 池田 憲治 (2017). 地域おこし協力隊の展開 自治論文集：地方自治法施行七十周年記念
- [4] Freire, P. (1968). *Pedagogia de autonomia*. Editora Paz e Terra. (フレイレ, P. 三砂 ちづる (訳) (2018). 被抑圧者の教育学—50周年記念版 亜紀書房)
- [5] Said, E.W. (1985). *Orientalism*. Stone & Wylie Ltd. (サイド, E.M. 今沢 紀子 (訳) (1993). オリエンタリズム 平凡社)
- [6] Graeber, D. (2018). *La démocratie aux marges. Champs essais*. (グレーバー, D. 片岡 大右 (訳) (2020). 民主主義の非西洋起源について：「あいだ」の空間の民主主義 似文社)
- [7] 日本村落研究学会 (監) 秋津 元輝 (編) (2009). 集落再生—農山村・離島の実情と対策 (年報 村落社会研究) 農山漁村文化協会
- [8] 秋津 元輝 (2007). カルチュラル・ターンする田舎-今どき農村社会研究ガイド- 生物資源問題と世界, 147-177.
- [9] 内閣府 (2020改訂版). 第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」
- [10] 内閣府 (2014). わくわく地方生活実現会議 第2回議事要旨
- [11] 中小企業庁 (2014 2016). 都道府県・大都市別企業数, 常用雇用者数, 従業者数 中小企業庁
- [12] 本巢市 (2021). 本巢市第二次総合計画 本巢市
- [13] 吉澤 弥生 (2019). アートはなぜ地域に向かうのか—『社会化する芸術』の現場から— フォーラム現代社会学, 18, 122-137.
https://doi.org/10.20791/ksr.18.0_122
- [14] Kumiko Kojima, (2019). 地域活性ワークショップごっこを辞めよう https://note.com/kumiko_cwkspace/n/ndda05740c0ec
- [15] 土川 修平 (2015, May 22-28). One Tree Academy 岐阜県池田町
- [16] 根尾村 (編) (1980). 根尾村村史 根尾村.
- [17] Varoufakis, Y. (2011). *The Global Minotaur : America, the true origins of the financial crisis and the future of the world economy*. Zed books. (バルファキス, Y. 早川 健治 (訳) (2021). 世界牛魔人—グローバル・ミノタウロス: 米国, 欧州, そして世界経済のゆくえ 那須里山舎)
- [18] Mauss, M.(1925). *Essai sur le don: forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, *L'Année Sociologique*. (モー, M. 森山 工 (訳) (2014). 贈与論：他二篇 岩波文庫)
- [19] Pullin, G. (2011). *Design Meets Disability*. The MIT Press. (プリン, G. 小林 茂 (監) 水原文 (訳) (2022). デザインと障害が会うとき オライリー・ジャパン)
- [20] 根尾コ・クリエイション (2016). *Neo Co-Creation — Field Work* 越波・黒津・上大須 IAMAS