

一村一品運動・むら興しが、全国規模で合唱のように叫ばれている。一億一千九百万人の人口の実に七六多が都市に暮らしている。

ついで、三十年前まで日本各地には開拓という入植地があり、自然と混然となった形で苦しくも楽しい人間らしい生活があったように思える。それが急速な近代化、合理化の影響をまともに受けて滅亡していった。そして今、過疎白書なるものが作成されるに至った。そもそも、どのようにして過疎化していったのであるのか。

最大の要素といえるものがある。それは、車の普及と道路の整備、舗装ではないだろうか。どんなに小さな農山村の集落にも立派な道路ができ、都市生活者も農村生活者も同じ価格の高級車(車両価格が年収の一年分以上)に乗り、二十一世紀

の先取りにシニエツト機のコックピットのようなICの満載されたワンルーム(運転席)で、「自由で物豊かな生活」を享受している。その車もたらず行動範囲たるも数百キロに及び、県内はおろか全国津々浦々を射程距離内におさめてしまっ

た。しかし、その行動の意味するものは点と点の交流であり、自身の足による、より多くの人々との触れ合いの伴った面的交流とはなっていないようである。道路はストローの役目をい

かんなく発揮し、働ける若者と大人たちを都市へと吸い上げてしまった。そして残された者たちの背中に、ふるさと再興は重くのしかかっている。しかし、冒頭の一村一品

### 私の主張 提言



## 再考、むら興し

佐々木 正光

運動・むら興しは外部向けの観光目的、もしくは経済的利益追求優先にあるとすれば、田舎・ふるさと文化のますますの解体と喪失を招くことにはかならないのではないだろうか。

観光開発だけに利用される村々の歴史と文化に熱意を傾注していることは好ましい状況ではあるが、外部の観光客誘致以上に、田舎・ふるさとに魅力ある姿を与えなければならぬのではないか。それが、市町村の顔となり声となるはずである。それはいかにイベントを増やし、アイ

は、究極的に金銭のもてる魔力ゆえに、すなわち消費社会の先兵を担う商品化の域を脱しきれないのではないだろうか。ふるさと運動は真にふるさとの風土、文化の共有にはかならないのである。

全国数千の市町村が形を変えて、むら興し

りはしないだろうか。田舎・ふるさとの良さは去った者が覚えるのではなく、あくまでも田舎・ふるさとに住み続け、死する者たちにとつて最良の地ではなければならないことを忘れてはいけないと思ふ。

一つ一つの小さな事柄の積み重ねこそが、より強固で温かい相互扶助の共同体たる「むら」づくりなのである。今、私たちを取り巻く環境のすべてに対しての認識を持ち、自分とその子、その家族、そして地域の人々とともに田舎・ふるさとの土、水、空気に縁にじかに触れ、それぞ

のむら興しは、真にそこに居住する者たちの手によって、居住する者のために最善の努力がなされなければならないのである。むらの再興にはむら・田舎の開拓、そして形成に要した三十一五十年、あるいはそれ以上の時間が必要とされるかもしれないが、かといって現在の食文化のようないずれも、即席仕立てのものであれは、もはや「むら」は永遠に帰らぬものとなるのではないだろうか。

野・自営業・34歳) (仙北郡西仙北町刈和