

優秀賞 [高校生の部]

NRI学生小論文コンテスト2010
日本から未来を提案しよう!
「世界のなかで日本の魅力を高めるには」

入賞作品



「農村」を通して外国人に日本の魅力を伝えたいという発想と、「農村ホームステイ」や「農村演劇」など具体的なアイデアを掲げた点が評価されました。

ローカルジャパンな農村から リアルジャパンの発信

長野県屋代高等学校2年

藤澤 智徳

ふじさわ ともりの

「リアルジャパン」という言葉がある。10年くらい前から出てきて、はっきりした定義は無いのだが、外国人が日本をどのように認識しているのかを意味する言葉だ。

では、現在のリアルジャパンとは何であるのか。外国人は日本をどのような国と思っているのであろうか。

観光面において考えたときに、それは分かりやすい。外国人に最も人気のあるものがリアルジャパンにあてはまる。例を挙げるならば、東京・京都・寿司・天麩羅・芸者などだ。これらは何十年も前から日本を代表する文化として外国に紹介され、その結果、外国に対して日本を代表するリアルジャパンとなった

ものだ。

しかし、我々日本人の視点からこれらのものを見たときに、正しいリアルジャパンと呼べるだろうか。確かに東京・京都は国民的な場所であり、寿司・天麩羅は国民食である。だが、リアルジャパンとは単に日本を代表する場所・食べ物を指しているのであろうか。更にいうと、果たして東京や寿司は日本の魅力を十分に伝えているものであろうか。

似たような言葉で、「ローカルジャパン」という言葉がある。外国人に対して日本の地方の魅力を発信していこうという意味の言葉だ。また、単に地方の魅力的なもの・こと、という意味でも使われている。

ローカルジャパンな農村からリアルジャパンの発信

入賞作品

私は、真の「リアルジャパン」は「ローカルジャパン」、つまり地方、それも地方の農村にこそあると考えている。農村に外国人を呼ぶことで日本の魅力を高めることができるのである。

ではなぜ地方の、それも農村なのか。

それは、日本の農村が最も「日本」というものを強く表しているからだ。例を挙げると、四季折々の変化に富んだ自然、日本の自然が育てた野菜、全国の気候・地理に合わせて発展してきた郷土料理、温かみのある方言など。挙げればきりが無い程たくさんある。これらは日本人が農業を始めて以来2000年以上もの長い時間をかけて育んできたものであり、そして日本人なら誰もが愛し、誇りとする自然と文化である。農村とは、日本人が真に考える「日本の魅力」の宝庫なのである。

では実際にどのように外国人を農村に呼び農村を体験してもらうか。その方法が問題となってくる。

そこで、私が提案するのが「農村ホームステイ」である。外国人に、農村の民家に1週間程滞在してもらい、その間に農業の手伝いをしたり、地元の郷土料理を地域住民と一緒に作ったりするのである。

この農村ホームステイでは外国人をお客様扱いすることは一切せず、地域住民の一人として、つまり同じ仲間として扱う。今までの観光では外国人は一方的な情報の受信者だ

ったが、この農村ホームステイでは情報の共有者になるのである。それによって日本の魅力は外国人により直接的に伝わる。

また、農村ホームステイの最大の問題は言語であるが、これは外国語を学んでいた、外国人と触れ合いたいという高大生に来てもらい、外国人と一緒に農村体験をしてもらい、その間通訳の代わりを行ってもらうのはどうであろうか。高大生は外国人と触れ合えるだけでなく、日本の魅力を体験できる機会となる。

つき詰めると、果たして村の人が外国人を受け入れてくれるのか、外国人と同じだけの高大生を用意できるのかと色々と問題は出てくるが、外国人に農村の魅力を直に伝える一つの方法として提案する。

さて、農村ホームステイによって外国人に農村＝日本の魅力を伝えられるが、重要なことは魅力を伝えるのと同時に農村の更なる魅力を発掘することである。2000年以上もの年月をかけて育まれた農村の魅力を更に発展させる必要が現代の私達にはある。

農村ではないのだが、街の新たな魅力を発掘した例を一つ紹介しよう。

長野県の善光寺の下に「門前町」という地区がある。そこでは現在、門前町住民の増澤珠美さんが中心となって「門前暮らしのすすめ」というプロジェクトが進められている。プロジェクト内容を簡潔に表すと、人口

ローカルジャパンな農村からリアルジャパンの発信

入賞作品

の減少で高齢化が進んできた門前町の活性化活動ということなのだが、実に様々な活動を行っている。門前町にある仕事場の訪問や、空き家めぐりといったワークショップ。門前町内の人や建物、出来事を写した写真集の発刊。信州大学建築科の学生との空き家調査や倉庫の改築などだ。

実際に増澤さん達の活動の成果はできており、少しずつだが門前町に人が入ってくるようになった。その中には額縁職人や作家といったアーティストもいる。増澤さん達が発掘した、古い家での生活や門前町という歴史ある町での暮らしといった魅力が伝わったのだろう。

しかし農村において地域住民達のみで新たな魅力を発掘するのは実際には難しい。技術的な問題もあるが、「農村の住民」という内側の立場では自分達が持っている魅力には気付きにくいのだ。新たな魅力を発掘するには外側からの手助けが必要である。

農村において、外側からの手助けで新たな魅力を発掘した例がある。新潟県十日町市で去年開かれた「大地の芸術祭」がそうだ。これは国内外からアーティストを集め市内の中山間地域でアートを制作・設置したり、劇場を設置して舞台芸術を上演、さらにはかくれんぼやワークショップといった体験型のアートイベントも行われる大規模な芸術祭である。去年は約40の国と地域から353組のアーティストが参加し、来場者数は37万5000

人を記録し、年々規模が拡大している。

注目すべき点は、アーティストが十日町市の農村からアイデア・インスピレーションを得て、地域に根ざした作品を制作することである。作品の中には田んぼのど真ん中に立っているものもあれば、廃校となった小学校の中のものもある。これらの作品は私達に新しい日本の魅力を教えてくれる。

このように、外側からの手助けが入ったことで農村の新たな魅力が発掘された。そしてそれは地域住民の意思を無視して行われたものではなく、むしろスタッフやワークショップに地域住民が参加し、アーティストと協働で作品を作ったことで、地域住民も新たな魅力の発掘者となっている。

私も一つ、農村の新たな魅力を発掘する方法を提案したい。「農村演劇」というものだ。都会の大学の演劇サークルを2〜3組農村に招待し、無料で2週間農村ホームステイをしてもらう。その間に農村で感じたことをもとに30分くらいの短い台本を創作してもらい、地域住民をちょっとした役に入れながら、演劇を一本作るのである。2週間地域住民と共に稽古を重ね、最終日に神社の境内等で各大学に発表してもらう。大地の芸術祭より規模は小さいが、地域住民と共に農村の魅力を発掘できるはずだ。

農村の新たな魅力を発掘する方法は無限にある。大切なのは、地域住民が魅力の発

掘に参加することだ。農村ホームステイにおいて、外国人と実際に接するのは地域住民である。地域住民が農村の新たな魅力をはっきりと知っていなければならない。

世界の中で日本の魅力を高めるには「リアルジャパン」の視点が必要不可欠だ。そしてそれには東京や寿司といった単に外国人に対して知名度の高いものではなく、農村といった日本が昔から育んできた生活文化の方がふさわしい。そしてその農村にはまだ多くの魅力がある。その魅力を日本人が一丸になって発掘し、農村ホームステイなどによって世界に発信していくことで「リアルジャパン」は更に良いものになり、日本の魅力は高まるはずだ。

ウェブリソース

・「リアル・ジャパン・キャンペーン」

<http://rail-j.com/esse/index.php?%A5%EA%A5%A2%A5%EB%A1%A6%A5%B8%A5%E3%A5%D1%A5%F3%A1%A6%A5%AD%A5%E3%A5%F3%A5%DA%A1%BC%A5%F3>

・金沢経済新聞

<http://kanazawa.keizai.biz/column/9/> 参照
2010年6月29日