

(2021年2月16日講演)

12. 「日本列島回復論 ～デジタル時代の森林・林業・山村～」

株式会社日本総合研究所 創発戦略センター シニアスペシャリスト 井上岳一氏

本日は、このような貴重な機会に招いてもらい、ありがとうございます。日本列島回復論～デジタル時代の森林・林業・山村～というテーマで話させてもらえればと思っている。

まず、自己紹介をさせていただく。東大の林学を出て林野庁に入り、そこからエール大学に留学し、最初は森林環境学部でしたが、経済学部へ転部して経済学修士を取ってきた。戻ってきてから非常に怒られたのだが退職し、家具屋に行って、そこから現職の日本総研に移った。国のマクロなことから家具屋でミクロなことをやり、それでまたその中間のシンクタンクに来ているような形である。今ここにあるように自動運転や車のことを仕事として主にやっている。IoTやAI、ずっと自分の中で田舎を何とかしたいというのがあったのだが、その切り口がなかなか見つからなかった。そのときにデジタル技術が出てきて、これをうまく使えば地域の生活も成り立つのではないかとということで自動運転等に飛び付いてやっていったら、新しい分野だったものであるからそれなりに何とか専門家っぽく見られるようになってきた。

今 Mobility as a Service (MaaS) というのがあり、後ほど少し話すが、これは共著で書いた本で、これが2冊合わせて5万部以上売れるような形で何となく「MaaSの人」というような形になっているが、モビリティ業界が今非常に動いているわけであり、その中で真ん中のことをテーマに仕事したりしている。

何で森林・林業・山村をやっていた人間がモビリティなのかであるが、地方での生活では移動手段が不可欠で、モビリティのイノベーションが地方持続を可能にするという思いがあったから、この世界をやっているというところがある。ただ、もともとは、日本列島は多くの島から成るわけであるが、この多くの島というのは山の島と書かれるとおりに山々が一つ一つの島のようになっている。この山の谷の一つ一つにいろいろな文化があり、いろいろな暮らしがあったのが日本であるが、この多様な風土と暮らしというようなものを守り育ててつなげていきたいという思いが非常にある。そのときに、技術だけではどうにもならない部分もあるのだが、新しい技術をうまく使いながら、うまくつないでやっていきたいという思いがある。

一昨年末に『日本列島回復論』、少し大仰なタイトルではあるが、日本列島改造論に対抗するものとして回復論を書き、日本の持っている山とか水、もともとの共同体の力、このようなものをもっとうまく、そこに日本の未来があるぞというような内容で書かせてもらったところである。

何で回復なのかという話であるが、これは豊田市の過疎対策をずっとやっていたある部

長と話をしたときに、結局不便解消と企業誘致による雇用創出が過疎対策だったが、条件不利地域である過疎地域を都市に近づけようとすればするほど人が出て行ってしまったと、ストロー効果などと言われるが、彼はそういう自分の現役時代のことを非常に悔いているわけである。それで、彼が今やっているのはNPOをつかって都市と山村をつなぐということで、移住対策等をやっており、今豊田市の山奥、旭とか足助とかそういうところに移住者が非常に増えている。

その移住者たちが求めているのが、結局いろいろ声を聞いてみると都市にはない田舎らしさだということに気付いたと、したがって、田舎を都市に近づけるのではなく、むしろ田舎らしさに磨きをかけることを過疎対策の中心に据えるようになったと、そうすると、そういう人間は必ずしもものすごくマジョリティーではないのかもしれないが、都市にないものを求めている人たちがいて、そういう人たちに来てもらって住んでもらえれば山里も減ることもなく続いていくことに気付いたというようなことを言っていた。

日本列島改造論の中で田中角栄が言っていることは、改造論というのも、国土庁にいた下河辺氏等が中心になって書いたものだと言われているが、ここにある思いというのは、都市と地方の格差を何とか解消していきたい、したがってふるさと、郷里を再建したいという思いから改造論というのはあったわけである。地方に産業を興し、高い所得の機会をつくるとともに、文化水準が高く経済的社会的に十分な都市機能を持った地方都市をつかっていかなければいけない。そのために道路を造ろうということになったわけである。田中角栄がここで言っているのは、最後のところであるが、日本中どこに住んでいても、同じ便益と発展の可能性を見いだす限り、人々の郷土愛は確固たるものとして自らを支え、祖国日本への限りない結び付きが育っていく。そのために山を崩し、海を埋め立て、道路を造り、都市に遜色のないインフラを整備していこう、これが日本列島改造論の骨子である。その後土建国家としてそういうことをやっていくわけである。

ここにあるのは、例えば仮に私が障害者であって、何らかのハンデを抱えているとする。そういうハンデを乗り越えていくということは重要であるが、ハンデを乗り越えて果たして健常者と一緒になることが障害者にとって非常に重要なことなのかというような問いになるわけである。障害者ケアの世界において、回復の考え方が変わってきたという話を障害者の方から聞いたことがある。障害者を一生懸命リハビリして健常者に近づけることが昔のリカバリーの考え方だった。だが、障害は治らないから障害なわけで、健常者になるのはどだい無理な話である。したがって、今はノーマライゼーションの考え方であるが、障害を抱えたままでも自立して生きられるようになる。この自立というのが回復という考え方に今変わってきているということを障害者の方に聞いたとき、今地方に必要なのはこれだと思った。列島改造のときというのは、むしろ障害者を健常者に近づけること、別に地方が障害ではないが、都市に比べてある種のハンデがある。そのハンデを乗り越えて健常者に近づけることが列島改造の考え方だったとしたら、これからは、地方は地方の独自性を持ったまま自立して生きられるようになる、そのようなことが回復なのだろう。したがって、改造で

はなく回復だということで日本列島回復論というテーマを掲げてみたということである。ここに書いたように、田舎を都市に近づけることが改造の思想だとしたら、田舎が田舎のままに自立して生きられるようになることが回復かと思っている。

このときに大事なものは、自立というのは独立不羈ではない。「自立」という言葉を明治の初期に掲げた福沢諭吉などは、かなり「独立不羈」ということを言って自立することの大事さを説いたわけであるが、どうしても私は「自立」と言うと一人で立つような思いがある。だが、熊谷晋一郎氏は障害者の当事者研究で有名な方で、小児まひで手足が利かない方であるが、彼が気付いたことは、自立とは依存先を増やすことだった。依存先を増やすというのはどういうことかということ、自分の母親にしか依存先がないときというのは、それはむしろ母親が死ぬと生きていけなくなってしまうという意味で非常に危険な状態であるが、母親だけではなく自分の友達、あるいは見知らぬ人、そういう人たちにまで頼れる関係性をつくったときに障害者が障害者のままこの社会の中で自立して生きていけることに気付いた。したがって、むしろたくさん依存できる先を持つことが自分を自由にしていくということだと彼は気付いたと言っているわけである。依存できる先、関係できるつながる先を増やしていくことによって地方は自立ができるようになるのではないかというのが、今日話したいことの根幹にある考え方である。

人は自立するため、独立不羈の人間になるために金、学歴、経歴、人脈、語学、技術、知識、そういうことを一生懸命身に付けようとしてきた。こういうものをインストールするのが20世紀の教育だったのではないか。今その教育がいろいろなところで弊害が出てきているわけであるが、その原点にあるのは自立という考え方だったのかなど。これまではそれでよかったのだと思うのだが、今社会が大きく変わってきて、これはトヨタ自動車株式会社の章男社長が2018年ぐらいから「100年に一度」の大変革の時代が来ているということを盛んに言っているわけである。

現実に私がモビリティの世界をやっていると思うのは、「世界一の企業」と言われるトヨタ自動車株式会社ですら10年後はどうなるか分からない、それぐらい今製造業というのは非常に難しくなっている。デジタル変革の中で今物事が変わろうとしている。したがって、国や企業が当てにできないときになってきているわけである。今までは国や企業をある程度当てにできる時は先ほどのような考え方で生きていけばよかったのかもしれないが、これからはそうではない。では、そのときに頼りになるものは何かということである。

そのときに私自身がこの『日本列島回復論』の中で説いたのは、山と水と郷・共同体である。この「郷」という字は人と人が向き合って食事をしている風景をかたどったものと言われているが、ある種の自然資源、山水の恵みである。それと人の助け合い、このようなものがあるだろう。これが絶対的な安心の基盤になっていくだろうと思ったわけである。したがって、今AIでベーシックインカム論が言われているが、山水の恵みはある種の天賦のベーシックインカムなのだろう。日本列島はすごく恵まれている。1億の民全員がここで自給自足できるほどの資源はないが、少なくとも江戸時代までは3,000万人がこれで自給自足し

ていた。3,000万人を食わすだけのポテンシャル、ベーシックインカムがあるということである。あと郷の恵みというのは、ある種の共同体互助、これは土着セーフティネットなのだろう。したがって、国や企業を当てにできなくなってきたときに、こういう私たちが今捨てようとしている山・水・郷、「中山間地域」と言っているような地域のことが逆にむしろ輝いて見えてくるというような話から本の内容は始めている。したがって、山・水・郷というのは生きる場としてのポテンシャルが圧倒的に高い。だから縄文時代なども狩猟採取だけで1万年以上暮らしができた。それぐらい日本列島はまず恵まれていることを、もう一回歴史をふかんしながら、これほど恵まれた国はないのだぞということを、現代人にきちんと認識してもらいたかったというのが一つある。

ただ、現実問題、山・水・郷と言っているようなところは、それなりに金がなくても生きていけるような基盤はあるが、都市的な意味での豊かさや祝祭性のようなものは非常に乏しい。したがって、『日本列島改造論』で中角栄が書いたように同じ便益と発展の可能性のようなことを考えたときに都市に比べると見劣りするのでは若者たちは出て行ってしまっただけで、親も「このようなところにも未来がない」と言って背中を押したというのが今までだったかと思っている。

そういう中で結局三大都市圏中心に都市に人が移動してきて、80年代以降というのは三大都市圏への集中ではなく東京一極集中になってきていて、若干最近大阪は上向きであるが、名古屋はついに転出に転じた。東京も「2020年コロナウイルス感染症で転出に転じた」と言われているが、細かく見ていくと地方から東京へ来る人の流れというのは変わってなくて外国人が減っただけである。外国人が減って東京から人が少し減ったように見えているのだが、要は日本の東京がまさに外国人に捨てられるようになっているかと思っている。

80年代・90年代以降ずっと東京一極集中になってくるのだが、ここで大きな政策の転換があったことを皆さんと共有しておきたいと思う。バブルが90年代初頭にはじけて、それから日本はずっと悩んできたのだが、90年代後半からそれまではずっと全総などを型として国土の均衡ある発展というのが日本の政治にとっての大きなテーマだった。それが90年代後半から国土の均衡ある発展という考え方が間違っていたという見直しが入る。これは金融界や不動産業界を中心に、あと規制緩和を唱えるような八田達夫氏のような経済学者たちから、集中・集積の利益が盛んに言われるようになる。結局分散させてきたからよくなかった、それで東京も大阪も地盤沈下して国際都市として乗り遅れた。したがって、これからは集中・集積の利益を追求していいのではないかと。それは結局バブル後に塩漬になっていた不良債権、特に土地であるが、湾岸エリア中心とした土地を何とか流動化させなければいけないということで、森ビルや銀行の方たちがたくさん入って一緒になって経済再生策を90年代後半に考えた。そこで「都心再生」という言葉が出てくるわけである。したがって、それまで例えば日影規制や容積率等の問題があって高いビルが建てられなかったところを97年と2002年に大きく規制緩和をして都市計画法と建築基準法を変えて、タワービルを

東京や大阪、都心で造れるようにしたわけである。このグラフはタワービルの棟数であるが、1990年代後半から一気にタワービルが増えていく。それで、左上のグラフは東京都心3区、千代田区、中央区、港区であるが、それまで減っていた人口が一気に90年代後半からV字回復した。したがって、21世紀の都心回帰というのは、経済を立て直すための、まさにそういう政策だったわけである。経済を膨らますためにある種金融と不動産の論理でなりふり構わず人を東京に集めたというのが実態である。それをやり過ぎたので2014年から地方創生を言い始めたというところはあるが、こういうことである。

だが、このなりふり構わず人を集めてどうなったか。これは東京のGDPのグラフで、名目であるが、2006年～2017年の12年間で国内総生産自体は3.5%伸びているが、東京のGDPは1.5%しか伸びていない。この間東京の人口は8%増えている。日本全体の人口は1%減っている。したがって東京に人を集めてきたのに、東京のGDPはほとんど伸びていない。21世紀の都心再生のやり方が実は間違っていたのではないのか。これだけ人を集めても何にもならなかった、むしろ生産性は下がった、採算性が下がって人はいるのにGDPは上がっていない状態になっているわけである。

このときに、2000年代以降こういうことでなりふり構わず不動産と金融の論理で東京や大阪を造り替えていくのだが、経済の論理が最優先になった東京は結構消費の文化が優勢になってしまって、新しいものが生まれにくくなったということが言われ始める。カルチャーの最先端で生きていた人間が皆「東京はつまらなくなかった」と言い始める。要するに産業があるというだけではなく文化的にも輝いていたから東京が人を集めてきたという部分があるのだが、むしろ文化的な輝きがどんどん今の東京から失われているのではないかという問題がある。

一方で、インターネットが90年代後半以降普及して特に2000年代になってブロードバンドが中心になってから常時接続状態になり、2007年にiPhoneが出てきてからSNSも普及したということで、今まで大手メディアが牛耳ってきた情報流通の世界が双方向になって地方の情報などもかなりリアルで上がってくるようになった。そうすると、今まで皆さんがインターネットを通じて見てこなかった東京中心のメディアが報じてきた情報とは別のものにアクセスできるようになると、地方のほうが意外といろいろなことが面白いということが起きてきたわけである。同時にiPhoneとSNSの登場で皆さんが、それまではカメラマンかカメラ好きオタクしかカメラが撮れなかったのが、誰もが表現者としていろいろなところのすてきな写真を撮ってアップするようになってきたということで、表現のハードルが一気に下がった。このようなことの中で、地方は面白いというような感じになってきたわけである。地方が面白いと若者が着目するときの面白さにも幾つかあるのだが、自活や互助というようなことでいろいろなことをやりくりしているとか、あと地方に生きてきたおじいちゃんやおばあちゃんたちが自分たちで全部やってしまう手業である。仕事と暮らしが非常に近いとか、そういう中でずっと風土とともに受け継がれてきた土着の芸能があるとか、あるいは風景そのものが人の営みと切っても切れない関係にある、このようなものが

東京にはない面白さや独自性として若者に感じられるようになり、そういうことを言うような人たちが増えてきたということがある。

3.11 東日本大震災の少し前からこういう動きが出ていたのだが、明確に 3.11 をきっかけに東京からローカル・地方を目指す若者たちが増えていって、これはふるさと回帰支援センターへの移住相談の数であるが、2011 年ぐらいから少しずつ増え、2014 年ぐらいから一気に増えてくる。それとともに、それまでは定年後の 60 代の方たちが移住していた状態だったが、今はむしろ 30 代 40 代の働き盛りが中心になって移住しているような状態になってきている。

先ほどいろいろなキーワードを掲げたが、大きくはこの 2 つかと思っていて、「つながる世界」に安心と新しさということであるが、つながるとは何かというと、自然とつながる、これは自活である。今猟（ハンティング）のようなことも「狩猟女子」などと言って非常にはやっているが、自然とつながることでいろいろ自活できる、あるいは他人とつながることで助け合っているいろいろなことがやりくりできるような、おすそ分けで金を使わなくてもできるような、他人とつながる、自然とつながる、こういう山水郷と言われる、山と水が豊かで人の暮らしが昔から続いてきた地域にはこのようなものがある。自然とつながる（自活）というのは、今の若者の言葉で言えば DIY で、家をセルフリノベーションするというのがはやっている。他人とつながる（互助）というのはシェアリング、DIY エコノミーやシェアリングエコノミーのようなものが地方には豊かにあり、そのようなものを周回遅れで皆さんや今の若者たちが面白がって発見しているということかと思っている。

21 世紀は都市がだんだんつまらなくなってきたと先ほど言ったが、それだけではなく非常にリスクが目立つようになった時代かと思っていて、2001 年は 9.11 ニューヨーク同時多発テロで幕開けし、まさにテロの恐怖というようなこと、資本主義の象徴である都市がテロの対象になっていくわけである。2003 年には SARS があり、ある種パンデミックというものも少しあったのだが、これは日本ではあまり認識されなかった。2005 年ぐらいからはハリケーン・カトリーナやゲリラ豪雨のようなものがあり、都市のインフラが災害にのまれていくようなことがあった。同時に、2008 年にはリーマンショックがあり金融危機によって経済が破綻すると都市で豊かなはずの都市住民たちが一気にホームレスになる。日比谷公園で年越し派遣村がこの 2008 年から 2009 年にかけて行われ、それが民主党政権下における生活困窮者対策につながっていくのだが、初めて都市の貧困ということが 2008 年から 2009 年にかけて世界中で注目されるようになっていく。2011 年には東日本大震災があり、2015 年パリ同時多発テロ、2019 年には繁栄の象徴だった武蔵小杉のタワーマンションが台風で浸水して何十階まで足で上らなければいけなくて大変というような世界になった。ついに 2020 年コロナウイルス感染症で世界の主要都市がロックダウンしたということがあった。

今コロナ禍で何が起きているかということ、例えばせっかく東京の大学に入った大学生は、授業はリモートで夜飲み会にも行けず、東京を楽しむどころでなくなっている。同時に、都市に集積していた第三次産業、飲食とかそのようなものが今危機的な状況である。簡単に稼

げたはずの東京が結構稼げない場所になりつつある。その一方で、密でないため気にせず生きられる地方や郊外の価値が今見直されている。株式会社パソナは本社を淡路島に移転するようなことがあって話題になった。リモートが当たり前になり、東京との情報格差がなくなり、私も毎週北は北海道から南は佐賀等の九州までの若者たちとつないでオンラインの勉強会をやっているが、セミナーもライブも今まで東京に来ないとできなかったようなことがオンラインで誰でも受けられるようになった。もともとインターネットが普及してかなり情報格差はなくなっていたのだが、Zoomの普及によっていろいろなことがリアルタイムでできるようになったのは非常に大きいことかと思っている。その一方で、いいことばかりではなく、飲食・宿泊・農漁業、林業も一時期少しインパクトを受けたようであるが、地方を支えてきた産業が軒並み不振になっている。観光がある種これからの産業として地方に注目されていたわけであるが、インバウンドに頼ることの危うさも露呈してしまったということで観光戦略も転換せざるを得ない状況になってきているということかと思っている。

田中角栄氏はすごかったなと思っているのは、当時 1972 年に書いた『日本列島改造論』の中で、情報ネットワークがこれから必要だと書いている。当時の技術的な制約もあり具体はあまり書いていないが、情報ネットワークの整備や情報システムの開発、通信コストの合理化、要するに日本全国を一つの情報列島に再編成すれば、わざわざ情報を求めて上京する必要はなくなり、地方にいながらにして商売も勉強もできるようになるということで、田中角栄氏が 1972 年に言っていたことが半世紀たって、このコロナ禍によって一気に実現する。これによって同じ便益と発展の可能性は日本中どこに住んでいても享受できるような世界になってきているということで、田中角栄氏が夢見ていたような世界がコロナ禍で一気に実現しやすいことになってきたかと思っている。

国もコロナウイルス感染症を踏まえて、デジタル化を大きくやっつけようということでデジタル・ニッポンということ掲げて、政調がこれを出して、この構想を書いたのが今の平井卓也氏で、デジタル庁の大臣・デジタル担当大臣になったが、このとき平井氏が持ち出しているのが、大平元総理が 1979 年に掲げた田園都市国家構想である。大平氏も平井氏も同じ香川だということで、この田園都市国家構想に「デジタル」を付けてデジタル田園都市国家構想にすると。大平元総理自身は、日本が地方に分散的に皆生きていて、地方にいながらして豊かに非常に文化的な暮らしができる、そういうものを田園都市と名付けて、そういう中核的な田園都市を全国 300 ぐらいの都市圏に分けて自立分散的な国家をつくってやっつけようというのが田園都市国家構想だったが、それをデジタルの技術を使うことでやっつけようではないかというのが今自民党が言っていることで、これからデジタル対策に金をばらまいていく。その中でスマート林業のようなものも今注目されているわけである。

だが、デジタルの技術、デジタルテクノロジーを使えば地方は良くなるのかということ、それほど簡単なのかという問題もあるわけである。これも皆さんご承知のとおりであるが、今

日本は急速に人口減少局面にあり、明治の最初には 3,300 万人だった人口が一気に 1 億 3,000 万人までほぼ 4 倍になり、これが 2100 年にかけて子供をすごく生んでも 6,500 万人、今よりも少子化が続くと 3,700 万人ということで 4,000 万人以下になる。ほぼ明治維新のころと変わらないことになっていく。今の趨勢で言うと大体 5,000 万人ぐらい、大正時代ぐらいになっていくわけである。したがって 4 倍に増えた人口が一気に 3 分の 1 までこれから 70~80 年で落ちていくという急速な人口減少局面になっている。

このときに何が起きるかという、これは国土交通省が出しているものであるが、2050 年までに今人が住んでいる地域の 6 割で人口が半減すると、そのうち 2 割は人が住まない地域になっていく。人口が減っていくわけであるから、急速にこの列島がスカスカになってくるということである。先ほど言ったように、これから子供を一生懸命生んでも 2100 年には 6,500 万人にしか増えないのだが、6,500 万人とはどういう数字かという、今の三大都市圏、関東圏、東京圏のように周辺の県も含めて人口を計算すると、ちょうど三大都市圏を足すと 6,500 万人である。したがって、2100 年には三大都市圏だけで人口が収容できるようになっていく。ということは、日本がシンガポールのような都市国家を目指したければ、そのようになれるぐらいの人口規模になっていくということなわけである。田舎の存続意義、地方の存在意義がこれから問われる時代になっていく。

そういう中で何が起きているかという、昔は瓶の下のように人口が増えている時代はいろいろなことが稠密になっていたわけである。だが、人口が一気に減ってくると、だんだん瓶の上のほうのようになってきて、スカスカになってくるわけである。したがって、今まで例えば業界的にいろいろなことが縦割りでも人口が増えている間は良かったが、これが縦割りのままだとスカスカになっていくというのが、これからの時代に直面していくことである。デジタルの技術があると、デジタルというのは時空を超える、時間とか空間を超えていくところがある。例えば物理的に離れていても遠隔医療やリモートワークで物理的に離れていることの限界を超えることができるのがデジタルの良さであるし、もう一つ大きいのは、今まで縦割りでやっていたことに横串を通していくのがデジタルのある種本質的な価値としてあるかと思っていて、このデジタルをうまく使って物理的に離れているものをつないでいく、隙間を埋めていくとか、縦割りのままだと隙間ができてしまうことに横串を通していくようなことをこれからやっていける素地ができているということである。それをやっていくことができれば、人口がスカスカになる中でもやっていけるのではないかと思っているわけである。

もう一つ、デジタルの良さというのは、個別多様なものを包摂できるということで、20 世紀は大きな矢印で、ある種皆が同じ方向に向かう世界だったと思う。21 世紀は、物理的にも例えば今通勤・通学のようなものがコロナ禍で非常に下がっている。その地域ごとに皆さんがとどまるようになると、例えば移動を考えてみれば、近場で小さな移動は増えていくが、大きな一方向の郊外から都心へというような移動はある種なくなっていくわけである。したがって、20 世紀が一方向的だった大きな矢印の時代だとしたら、21 世紀というのは非常

に小さな無数の矢印の群れの時代になっていくのだろう。こういうものを AI 等でうまく使うことによって最適化できる、個別のすごく細かなニーズに応じていくことができるというのがデジタルの良さかと思っている。

それを抽象的に言っても分からないが、私が今専門の仕事としてやっている交通の世界で言うと、これは網走で株式会社 NTT ドコモが実験した例であるが、今までの定時・定ルートの路線バスが走っていた。それを左上の 10 人乗りのハイエースに変えて、このたくさん赤や青の点のところに好きなときに呼び出して同じ方向に行く人たちは乗り降りしていく。ちょうど呼び出すという意味ではタクシーに近いのだが、乗り降りという意味ではバスに近い。バスとタクシーの中間のこういうサービスをデマンド交通と言うが、オンデマンドのアプリで呼び出す。このようなことを取り入れることによって路線バスを走らせるよりも経費は下がった。一方で、利用者は自分の自宅のそばまで来てくれるし、好きなときに乗れるので利用者の満足が上がった。デジタルで先ほどの一つの大きな矢印、路線バスの世界から、小さな無数の矢印、このオンデマンドの世界に変えることによって、AI が最適なルート化を瞬時に計算することによって、こういうことが可能になっている。これはまさに縦割りだったものを、バスとかタクシーは道路運送法の世界では明確に縦割りの世界であるが、それをバスとタクシーの中間のような横串を通すようなものをデジタルの力でやっているということである。これが縦割りに横串を通すということであるし、大きな矢印から小さな矢印、無数の矢印を包摂するような世界になってきているということである。

先ほど MaaS (Mobility as a Service) ということを行ったが、MaaS がこれをやろうとしている。北欧から生まれたものであるが、例えば鉄道、バス、タクシー、レンタカー、フェリー、エアラインのようなものがあり、それ以外にカーシェアリングやウーバーのような配車サービス、自転車シェアリング、電動キックボードや車椅子のシェアリングも出てきた。このようなものをアプリで一つにつないであげる。いろいろなユーザーがいて、その人たちはいろいろなところに自分なりの行き方で行きたいわけであるが、そのときに個別ユーザーのニーズに合わせてこれらモビリティサービスをうまくつないであげて、一人一人に個別の最適なパッケージを瞬時に提供してあげる。これが MaaS (Mobility as a Service) と言われているものであるが、デジタルプラットフォームを活用することによって、あとオープンデータ、データのオープン化のようなことを活用することによって、こういうことが今可能になってきていて、これがあればマイカーがなくても皆さんが移動に困らない世界がつかれるということで今非常に話題になっている。国も MaaS が非常に重要だろうと、鉄道会社や自動車会社も皆こぞってこの MaaS をやろうとしている。私は、まさにこの MaaS の可能性と難しさのようなことを日々感じながら仕事をしているわけであるが、MaaS の考え方は、縦割りのものに横串を通して小さなニーズに最適化した答えを出していくという、まさにデジタルの技術の一つの象徴のようなものになってきているかと思っている。

MaaS の意義というのは、個々のユーザーのニーズに即した個別の提供ができるということである。あと縦割りに横串を通して、家から駅まではタクシーに乗って、駅からはほか

の鉄道に乗って、駅から降りたところで今度貸自転車に乗ってオフィスまで行くようなことを一つのアプリで全部ルートを決めて予約ができて決済までできるというものであるが、そういうことによってドア・ツー・ドアでシームレスな移動が実現する。それだけではなく、使う人が多いからデマンドコントロールしてあげようという事で少し運賃を上げることによって、今非常に込んでいる電車を少しすいているタクシーのほうに誘導するとか、データが蓄積されるとシミュレーションができてそのような需給コントロールができるようになるということで、需給コントロールによるまちの効率化や最適化ができるようになるわけである。それだけではなく、このアプリを通じていろいろな交通と医療機関が連携したり、小売店が連携したり、それ以外の例えばいろいろなエンターテインメントのようなものとの、異業種との連携も可能になっていく。先ほど言ったようにデータがたまっていくので、例えばここは人が非常に移動するから、ここには道路を引こうとか、この道路はむしろ使われていないのでここはやめて緑地に変えていこうとか、そういうまちづくりへの繁栄もできるようになっていくというところで今 MaaS が非常に注目されている。

だが、これをやろうとしたときに非常に問題になるのは、業界の壁である。タクシーと鉄道とバス、全部皆業界の壁がある。あと企業の壁もある。バス会社同士も戦っているし、タクシー会社同士もライバルである。あと、企業の壁の中で自分のところがもうければよいと言ってやっているのも私利の壁もある。このようなものが壁になって、皆でうまく連携し合って最適なものを提供していこうというのは、なかなか簡単に提供できないという状態になっている。

それを実現するためには、未来はこうなっていくという明るいビジョンと、泥臭い粘り強い交渉をすることによって業界や企業、私利私欲の壁を超えて顧客ニーズに即応できるような体制を整えていくというのが重要になってくる。デジタルの世界で一見お絵描きとしてはすてきな世界ができるのだが、それを現実にしていこうとするとアナログな努力が必要になっていくということが、私も MaaS の世界の中で今直面していることである。

したがって、デジタルの本質というのは、ある種いろいろなものの壁がなくなっていくので、例えば iPhone が出てきたことによってもうからなくなってきたのはカメラマンである。今までのようにプロのカメラマンがいろいろなものを撮ってあげることがだんだんなくなってきて、プロのカメラマンがいて、モデルがいてという関係ではなく、素人の人たちがお互いに関係をつくりながら双方向でいろいろなものを作っていきような時代になってきているわけである。したがって、デジタルの本質は双方向の関係構築が重要になる。DX・デジタル変革というのは、新しいつながりをつくって新しい価値を生み出すこと。この新しい価値が生まれるその前提として新しいつながりができる。その前提や新しいつながりをつくるためには双方向のコミュニケーションをきちんとすることが重要になってくるわけである。

ここまでは一般的な話だったが、少し今日のテーマに引き付けて言えば、林業も今デジタル化が注目され、スマート林業というのが言われている。では、スマート林業に対して何が

言えるのかというと、スマート林業というとすぐ私のところにも例えば林道を走るトラックを自動運転にしたいのだがどうしたらいいのだろうかというような相談が林野庁から来たりする。あと高性能林業機械を入れるというようなこと、これは重要である。機械化・IT化・自動化は重要であるが、機械化・IT化・自動化すればDXデジタル変革できるかというそのようなことはなく、先ほど言ったように業界や企業、私利私欲の壁を超えたつながりをつくらなければいけない。そういうつながりの力で新たな価値をつくり出すことがスマート林業の本質だと思っている。

今日は久保山委員がおられるのでオーストリアの林業のことは皆さんご承知だと思うが、私も数年前にオーストリアへ行って学んだことがある。これはWOOD FLOWと言ってオーストリアの木材の流れである。これを2000年代になってオーストリアは可視化する。それまで定量的にきちんと把握できていなかったが、こうやって可視化したことによって、ハブになっている製材業が非常に重要であることに気付いていって、製材業をきちんと産業として確立させることによって、ここから出てくるようないろいろなものをうまく使っていくとカスケード利用ができるようになっていく。したがって、木材の流れをきちんと可視化して、誰がハブになるか、キーになるかをきちんと捉えて、そこに対して適切な施策を打っていく。あとは木材の流れの中で無駄が発生しないように全部うまく利用できるようにしていったというのがオーストリアの林業の重要なポイントである。

左肩に書いている「FHP」というのはForst Holz Papierということで、森林と木材・製材業界と製紙業界であり、ある種利害が相反する方たちである。森林の方たちは木材とか丸太を高く売りたい。だが、製材の方たちは丸太をできるだけ安く仕入れてそれを製紙業界にできるだけ高く売りたいわけである。この利益が相反する方たちを一つにまとめて、一つの団体アソシエーションをつくった。それがFHPである。そこで林業を良くするために何が必要か、この利害相反する方たちが地道に話し合っ一緒にビジョンをつくってきた。オーストリアはそういうことを長い年月をかけてやってきた。長い年月といっても、FHPができたのがたしか1990年代後半か2000年代前半であるから最近の話である。

そのFHPという団体をつくるだけではなく、左下、「walddialog」と言って国民全員で森についての対話をしていこうということで森林週間のようなものをつくり、その期間はいろいろな森林のプロモーションをするとともにwalddialogをやって、市民を巻き込みながらの円卓会議をして、それでWALDSTRATEGIE 2020+を、毎年のdialogを踏まえてローリングしていくということをやっている。したがって、オーストリアを林業先進国にしたのは、スマート化やIT化が進んだとかバイオマスが進んだとかそういうことではなく、その前提として異なる利害関係を持った人たちがきちんと話し合う、かつそれをきちんと国民的な議論の中で合意形成していくという努力をしてきたということである。

川下から川上までの関係づくりをきちんとした上で、そこにIT化やスマート化を導入していく。その結果として効率的で持続可能な供給体制ができ、川上の保続と川下ニーズへの即応ができるようになってきたというのが、オーストリアが教えてくれるところである。

オーストリアへ行くと、とにかく皆よく話す。いろいろな立場の人と、に立場を越えて対等に議論しようという国民性か、ドイツの場合少し冷たさを感じるが、ドイツ語圏の方たち、特にオーストリアの人たちはよく議論をする。非常に熱く議論するが、温かく議論できる。ウィーン会議は「会議は踊る」で有名であるが、そのウィーン会議というのは踊りながらいろいろな合意形成をしていったということで、「会議は踊る」とやゆされるが、実は非常に重要なウィーンのエッセンスである。そのウィーン会議の伝統なのか、そういうことを言うと国民性のような話になるが、ヨーロッパの中央でいろいろな矛盾の中で生きてきたオーストリアならではののだなと思った。

日本でも同じである。林野庁にいた永井氏が小田原に行って、小田原の川上・川中・川下をつなぐということを一生涯やって成果を出すのだが、永井氏が行ったのも、最初川上・川中・川下の業界団体の人たちを呼んで協議会をつくる。協議会の場で話しても、皆腹を割った話など全然しないわけである。皆さん自分たちの業界の利益を代表しているので当然である。したがって、そこに来ていた若者たち、二代目の子息たちの組織というか、その人たちを誘って毎週飲むわけである。子息たちと飲んで半年たったときによくこのままでは駄目だと、小田原の製材業界の人たちは「箱根の木は材質が悪い」と言ってひかなかった。秦野の市場から木を買ってきたりしていたのだが、地元の木をひこうということで川上と川中がつながり、そこにデザイナーなども入れていろいろな川下の商品開発もしていくということを一生涯やるようになっていく。その前提にあるのは、毎週の飲み会で人間関係をつくる半年の泥臭い努力である。それをやって小田原が必ずしも今非常にうまくいっているわけではないが、川上・川中・川下がつながる前提にはそれぐらいの努力があったということで、関係づくりから始めているということである。

したがって、スマート化と言ったときに、自動車の世界では **CASE** ということが言われていて、**Connected** と **Autonomous** と **Shared/Service** と **Electric**、インターネットとつながって自動運転になってシェアリングとかサービス化になって電動化になっていくというのが自動車業界が直面している問題であり先端技術の進展なのであるが、事林業界に関して言うと、この中でも **Autonomous** にはまだまだ時間がかかるので自動車業界の発展を待っていればよいと思う。**Electric** も地産地消の再エネ活用をやっていく部分としてはあるが、何しろ林業機械の電動化にはなかなか時間がかかるかとも思っている。今すぐできることで重要なのは、この自動車業界に倣って言えば **CASE** の **Connected** のところと **Shared/Service** のところである。例えばシェアのところから言えば、高性能林業機械のシェアは既に始まっていると思うが、こういうものを **IT** なども入れながら効率的にやっていくとか、**MaaS** に倣って言えば運材トラックなども今非常に無駄があるので、こういうものを地域でシェアするようなことを地域の資源として共有できるということはある。その他いろいろな遊休資産のようなものがたくさんあるはずで、そういうものをシェアリングしていくことで効率化することは必ずできるはずである。したがって、**Shared/Service** は今ある技術でもどんどんできるということである。

重要なのは **Connected** のところだと思っていて、森をネットにつなげていくということで、オーストリアやドイツなどでは対象地のサンプルを取り、そこにセンサーを置きながら常に森林の状態をモニタリング、全土・全森林についてそういうサンプル値を持ってやっているが、そういう森をネットとつなげていくようなことを日本においてもやっていかなければいけないし、潜在的なユーザーも含めてユーザーとネットでつながっていくことをしなければいけない。川上・川中・川下が情報を共有し、手続きや取引を **IT** 化により効率化・迅速化・低コスト化していくようなこともやっていかなければいけないということで、ネットにつながることによって森と業界とユーザーとが一つの生態系になっていくようなネットワークをつくっていかなければいけない。ここは釈迦に説法というか皆さん専門の方たちはそういう世界を思い描いていると思うが、情報技術も進展してきたので、それをやらなければいけない時代になってきているなと思っている。

世田谷区の伊佐ホームズ株式会社という住宅メーカーは、川上・川中・川下をつないで立木価格を2倍にすることを実現している。これもまず川上・川中・川下の人たちが関係をつくって、その中で単純に関係をつくって産直をやるだけでは林業家もうからないので続かないのだが、ここが偉かったのは、中間流通をうまく省くことによってきちんと山元に立木価格が上がるようなお返しをしていくことで持続可能なシステムをつくっている。そういうときにきちんと **QR** コードを使って追いかけるように、トレーサビリティなどでもできるようにして流通の効率化を図っている。こういうところに **IT** をうまく使っているということである。

注目されている西栗倉なども、もう少し包括的にスマートフォレストシティデータプラットフォームなどをつくろうとしていて、コード・フォー・ジャパンのセクションなどを **CIO** に迎えながら、エネルギー、モビリティ、健康、フォレスト、インフラのような、こういう非常に総括的な全体をよくマネージできるようになるためのデジタル基盤をつくっている。それだけ言うと何のことかという感じであるが、例えば具体的なところで言えば西栗倉は今林木の1本1本まで全部デジタルデータ化されているそうである。林木の1本1本まで全部デジタルデータ化すると、あそこにはクリの木があるとか、ここには実はこういう実がなる木があるとか、そういうことも分かるので、そういう中で、今までの林業的な使い方だけではなく、森で食べようというようなことで、森の中で採れる物で楽しむとか、そういうエンターテインメント的なことで森を新しく位置付けるような挑戦も始めようとしているそうである。したがって、これもデータ化できたことからこういうことが始まっていき、いろいろな業界とつながっていくようなことができるような世界になっていくかと思っている。

Connected の世界であるが、デジタル化と言われる前から、1995年に **Windows95** が出てからインターネットが始まり、ここにおられる方たちは皆さんインターネットを当たり前に使っていると思うので、インターネットと言うと古いと思っているかもしれないが、日

本が本当にインターネットを使いこなしているかという点と全然そのようなことはなく、特に今回のオリンピック組織委員会の森前会長の発言なども、今までだったら、インターネットが普及して SNS が普及する前であれば、森氏がああいうことを言っても特に問題なかったと思うが、今回は森氏の発言は何？というようなことで、日本はダサいということで世界中から攻撃されたわけである。この時代に重要なことは、ああいういろいろな立場の人たちのことをおもんばかりながらそういう発言ができるのか、双方向時代の発言のマナーが日本人は全くなっていなかったことに気付いたわけであるが、インターネットを使っていろいろな発信をして、SNS も駆使して双方向コミュニケーションの輪を内外に広げていくようなことが、日本人はまだ全然できていない。したがって、これをこれからやっていくだけでも地方はどんどん変わっていくと思っている。

例えばこれは KUMIKI PROJECT で、私の友人がやっているのだが、家の床張りとか壁塗りとかいろいろ DIY でリノベーションできるような技術を教えてあげて、そのときに床材等の部材を彼らが手配してあげるということで成り立っているビジネスであるが、この方たちが DIY するときには木は最高の素材だと言うわけである。加工しやすいので、木を使った DIY が良いということで木に着目して木を使おうとするのだが、例えば秋田はスギが有名だからアキタスギをどこかで買えないかと思ってネットで検索しても全然情報が出てこない。秋田県のホームページで製材業者の一覧が出てくるのでそこに一軒一軒電話するしかなかった。だが、電話しても一見さんだと「何だおまえ」と言われるような世界で、木が余っていると言われているのに、こういうベンチャー企業のようなものが木を使って何かしようというときに、木が産地から買えない状態がある。そもそもどこで木を売っているかという情報すら秋田の産地にはない、能代の産地にもなかったというようなところで、彼は取引ができるようになるまで非常に苦勞するわけである。日本の木材業界の現状はそういう状態である。そういうところをきちんとインターネットで誰でもが自由にいろいろな物をオーダーして買えるようになるだけでも、木を求めている人たちが一方にいるわけで、状況が変わるのだが、そこも全然ネット化されていない。だから高性能林業機械などを買う金があったら、もっとこのようなところをきちんとやろうみたいなことがあるわけであるが、ここができていないわけである。

先ほど SNS の発信のような話をしたが、小豆島カメラという取り組みがあり、7人の女性たちがプロのカメラマンに写真の撮り方を教えてもらい、それで毎日小豆島の写真を、特に小豆島の人々の写真をアップしている。人の写真を撮るときに、この方たちが地元の人に声を掛けて写真を撮らせてもらって、それを SNS にアップする。撮れた写真は撮らせてもらった人にプレゼントする。そうすると、非常にいい感じで撮れている写真をもらえるから自分もうれしいし、それがまたインスタグラムとかフェイスブック等の SNS で発信されて、それに「いいね」が付く。だから自分たちが第三者の目でどんどん評価されていくが、こういうことを7年続けている。これだけで人口2万8,000人の小豆島に毎年平均で450人の人が移住してきている。この10年で4,000人以上が移住してきているわけである。カメラ

にはそのぐらいの力がある。したがって、そういう双方向のコミュニケーションをして地域のいい面を切り取ってどんどんアップするだけで「何かこの島は魅力あるよね」と言って来て、「何か気に入ったからここに住もう」というようなことで、このようなことで地域が変わっていく。インターネットは、使いようによってこれぐらい大きく地域を変えるインパクトがあるということである。ここにあるのは双方向の、一方的なメディアが切り取ってここに来てほしいというものではなく、そこに住んでいる人たちが地域の目線で切り取った風景というものを上手な形で発信していくことでいろいろなつながりが生まれて、この7人の女性たちを頼って皆外から遊びに来て、その人たちが地域を案内してあげることによって地域が好きになっていくと、このような関係が生まれている。

私は今神奈川に住んでいるのだが、真鶴町が最近の成功事例である。人口7,000人だったか、真鶴町は神奈川県で唯一の過疎指定された町であるが、この真鶴はことし転入超過に転じた。ずっと転出超過で、今もご高齢の方がなくなっているのが自然減で人口は減少しているのだが、移住者が増えて、ここ3年ぐらいで世帯数にして50世帯以上が移住してきている。そのきっかけになったのは「小さな泊まれる出版社」と言っている真鶴出版で、この真鶴出版の人たちはまちのいろいろな情報を発信する。出版社は出版機能があるので、情報を紙にしたり、冊子にしたり、カレンダーにしたり、後はウェブサイトでいろいろ発信する。興味を持ってきてくれた人はゲストハウスに泊めてあげて、泊まった人たちは今度「町歩き」と言って町を案内してあげる。それで町の人たちと来訪者をつなげてあげるということをしていくと、皆「真鶴は最高の町だね」という感じになって、「私も住みたいわ」ということになってやってくる。このような関係性が今できているわけである。これもネットをうまく使った双方向のコミュニケーションのようなどころからなっているわけである。こうすることで、真鶴も、5年前までは「このような町はもうどうしようもない」と言われていた町が、それをポジティブに見る人たちが入ってきて、その人たちがポジティブな情報発信をするだけで、こうやってどんどん内外が変わっていくというようなことがある。

今日のテーマは日本列島回復である。障害者ケアという話を最初にしたが、障害者ケアの世界では回復リカバリーのためのキーワードが「CHIME」と言われている。CHIMEというのは **C** oundedness の **C** と、**H** ope and **O** ptimism の **H** と、**I** dentity の **I** と **M** eaning of **L** ife の **M** と **E** mpowerment の **E** である。要はいろいろな人とつながって希望と楽天的な明るいものを見て、障害を抱えていることも一つの自らの **I** dentity にしながら、障害と共に生きることの人生の意味を見いだして主体的能動的に自主的に生きていくという、自分の人生を引き受けて生きていくというようなことであるが、このようなことが回復のために必要だと言われている。この **CHIME** はそのまま地域のために重要なことだと思っていて、地域が自立して回復していくために必要なことというのは、**C** で言えば人だけではなくいろいろな新しい技術、新しいつながりをつくっていくということだと思いうし、**H** に関してはとにかく明るく楽しくわくわくしなければいけない。わくわくしている人たちがいるところには人が寄ってくるので、まちづくりも、まちづくりと言うと非常に苦しい取り組み

になるのだが、まち遊びというか、何か楽しいから続けていけているというような、皆でわくわくしながらやって、Identity、地域への愛とか自信とか誇りをそういう中で皆さんが、自分たちが、住んでいる人たちが取り戻して行って、地域に生きる意味をきちんと言語化できる。それは自分たちの地域の物語を持つということだと思うが、物語化していく。自分でもできるという自己効力感があり、自発や内発、自分でもどんどんやっていこうという学びとか、そのようなことで生きていく。このようなことを地域が取り戻していけば、駄目に見えている地域もどんどん回復していく、その地域なりの発展ということになっていくのではないかと思っている。

「CHIME」という言葉の共通前提としては、すべてが双方向でなければいけない。誰が上とか、誰のどの立場がどうのとか、今までの上意下達の日本のコミュニケーションではなく、縦割りの世界ではなく、まず前提として双方向で対話的であるということが重要になってくる。そうでないと、違う業界の壁、企業の私利私欲の壁を乗り越えられない、ということの結果として人がつながらない。

私自身の例で言えば、震災後、ずっと南相馬市に入っておばちゃんたちと話し合うということをやってきたのだが、「芋こじ会」と名付けていた。それも話し合っただけで、対話してただけでみんな元気になって行って、その中から、では、こういうことをやりたいというようなことがどんどん起きていく。そういうダイナミックなプロセスを私自身経験してきたのだが、震災から10年たって今年のコロナ禍でも、先ほど言ったようにいろいろ東北から九州までの若者たちと毎週議論している。それを「山水郷友の会」と言っているが、対話してただけで若者たちが学んでどんどん伸びていく。私自身もいろいろな学びがあり、今自分自身もどんどん変わらなければということに非常に思わされているというのが、この対話の力である。したがって、一瞬のワークショップで対話するのではなく、継続的に対話していくことを地域に埋め込んでいくことによって地域が変わっていく。これは親子でもそうであるし、家族でもそうなのだと思う。

これからの問いというのは、これから私らが向き合わなければいけないことは、コロナウイルス感染症で地域にとって今まで一つの産業だった量的観光の時代は終わる。製造業も、製造業自体はこれからも生き残っていくのかもしれないが、今製造業の最先端の工場へ行くとなりの影などない。ほとんど自動化されているので、製造業の工場を誘致したところで雇用は生まない。倉庫もそうで、雇用は生まない。第一次産業を支えてきた世代はいよいよ逝く。そして観光も先細る。結局どう稼いでいけばいいのかというのは、コロナ禍でデジタル化なども進んで良くなっているのだが、一方で、現実的にはこういう経済の問題に直面していくということである

そういう中でどうしていけばいいのかということであるが、そこでまだ答えはなかなかなく、幾つかヒントになるような動きを紹介する。これは京都の京北で私の知り合いがやっているプロジェクトで、株式会社 Roots という団体であるが、この方たちは里山の智慧を世界につなげるということで、もともとオムロン株式会社ですべてデザインをやっていた

女性が、京北に移り住んだことをきっかけに、地域のおじいちゃん、おばあちゃんの持っている手業はすごいと気付いて、それを何か学びに使えないかと。例えば香港、この間はスタンフォード大学の子たちも来たと言っていたが、この地域に来て、この地域のことを、「Local Wisdom」と言っているが、里山の智慧を持っているおじいちゃん、おばあちゃん、おにいちゃんたちと合わせて最先端のグローバルエリートたちに Local Wisdom を教える、同時にこの地域が抱えている課題などを皆で一緒になって解決する手法を考えるという、学びのツアーをやっている。いろいろな大学の人たちを招きながら、こういう学びのツアーをやって地域に金を落とすことに成功している。これが今、京北からいろいろな地域に広がっている。彼らは京北のプログラムのやり方のようなものをいろいろな地域に根付かせるコンサルティングのようなことを今始めている。今日本の里山地域、私の言葉で言う山水郷が持っている Local Wisdom のようなものは、最先端の教育コンテンツになっていくのだろうなど。特にコロナで私たちが感じたのは、世界は閉じているということである。世界は閉じた一つの系で、世界には出口はなく、いよいよ閉じた世界の中で生きていかなければいけないことを私らは認識したのだと思うが、閉じた世界で生きていくためには地域で持続可能な仕方をつくっていかねばいけない。そのときにかつての里山での自給自足の暮らし、いろいろな交易がありながらも、地域で持続可能な暮らしをつくってきたそういう智慧、デジタル技術だけではなく、古来の技術をうまく受け継いでいくことで世界の人たちにとって役立つものになるのだろうなという部分。したがって、例えば縄文時代、江戸時代のようにかなり持続可能に長い間続いていた時代の中に日本人がこの列島の中で培ってきた古来の技術のようなものを、これから未来のデジタル技術などもうまく使って接合していくことで、世界にとって生きていくものになる。そういうローカルの智慧のようなものを世界につなげることで価値化しているわけである。こういうことがこれから一つのやり方として出てくるだろうと思っている。

このときに、こういう観光のスタイルだと、量的な観光ではない。ここで関係をつくっていく。本物を求めている人々とつながることによって、結局今までの観光はグルメや景色というものを観光コンテンツにしているのでもう旬しか人が来ない。実際こういう関係がきちんとしてくれば、別に四季折々いつ来てもいいわけで、そういう本物を求める人々とつながって通年で来てもらえる関係がつくれれば、今ある時期に大量に人が来るという中で、そういうスタイルの観光はこれから持続可能ではないが、通年で平準化されて大量ではない人が少しずつ来てくれる。結果として1年間ではそれなりの人の数が来ているというような形になっていけば、観光も持続可能になっていこうと思っている。したがって、観光が駄目になるのではなく、そういう新しい関係的な観光にこれから移り変わっていけばいいだろうと思っているわけである。

もう一つのマネタイズの手段。これはグルジア(ジョージア)に住んでいる男性であるが、彼は日本語がペラペラで、日本の文化が大好きである。コロナ禍で日本へ行けないから豆腐を大豆で作ってみたとか、日本酒という文化は非常に面白くて、このようにとっくりがあり、

こうやっておちょこで飲むのだと言っているが、彼が今やっているのは日本の文化である。日本人が今まで輸出と言うときに失敗してきたのは、例えば日本酒を輸出してきたが、文化としては売らなかったから、とっくりも杯も輸出しなかったわけである。だから結果としてヨーロッパで日本酒がはやっている、皆ワイングラスで飲んでいるわけである。それはマネタイズを逸しているわけである。我々はワインというものを文化として輸入しているから、チーズからグラスから何からいろいろな物をフランスから輸入している。結果としてワイン産業というのはワインを中軸にしながら大きな経済規模になっているのだが、例えば日本酒も木材も文化として売っていくということをするれば、その周りのものも一緒に売れるだろう。だからきちんと双方向コミュニケーションで関係をつくって、ものから文化を売っていくということをしていけば、結構新しいものが売れるようになる。だから産物ではなく、文化を売ること稼ぐ。先ほどの Local Wisdom もそうで産物ではない。だから産物を売るといふ物売り発想をやめて文化を売るといふ発想にこれからなっていかなければいけないだろうと思っているわけである。

最後に、これは半藤一利氏が『昭和史』という本の中で書いているのだが、日本は 40 年サイクルであると言っている。40 年とか 70 年とか 80 年、いろいろな言い方があるが、40 年サイクルで見ると結構面白く、例えば条約勅許、開国の約束をしてから日露戦争で勝つまでちょうど 40 年である。40 年で侍たちは一気に軍事大国になったわけである。だが、日露戦争がピークで、そこからずるずる落ちていって、今度びったり 40 年後に敗戦があった。そこからびったり 40 年で今度はプラザ合意をせざるを得ないぐらい経済大国にのし上がる。このプラザ合意が一つのピークになってまた日本の経済はずるずる下がって行って、バブルが崩壊して今その下降局面にいる。そういう 40 年サイクルで見ると、次の 1985 年から 40 年たった 2025 年、大阪万博がある年というのが谷底で、そこから新しい局面が始まる時代になっていく。この 40 年サイクルのようなことを言うと、スピリチュアルとか、怪しいとか、とんでもと言われるのだが、これは結構面白いと私は思っている。したがって、ここで言うのは、台湾がこの間戒厳令を解かれたのが 30 年前であるが、それが今台湾はデジタル最先端になって、今回コロナウイルス感染症を抑え込んで世界から非常に注目されているが、あれだけ閉鎖的な国だった台湾が 30 年でこれだけ民主的でオープンな国になっていることを考えると、一つの国が何かこういう国になろうと目指して形をつくっていくとき、30~40 年でつくれるということだと思ふ。したがって、軍事大国、経済大国という目標があったときに、日本人はそうやって 40 年をつくってきた。これからはある種の生活大国とかそういうことだと思ふ。生命大国でも文化大国でもいいが、生活や文化、生命、万博で言うところのそういうものをうまく取り入れながら新しい国をつくっていこうと思えば、40 年で、「大国」という言葉がいいのかどうか分からないが、それなりの国になれるだろう。そう考えると、今私たちはそういう新しいフェーズに入る局面にちょうどいるので、将来を見据えながら、今の日本は最悪のことがたくさん起きていて、現状を見ると希望がなくなる部分もあるのだが、今が谷間であり、これから上がっていくぞと考へて、未来を見な

がら新しい国をつくっていくチャンスなのだろうと思っている。そういうときに、デジタル技術が進展しているので、こういうものをうまく取り入れながら森林、林業、山村をつくっていくことによって新しい森林大国がつかれるのではないかと思っている。

以上で私の話は終わろうと思う。ありがとうございました。