

ライフイベントを軸とした共感の創造に関する考察

—「地域価値共有型まちあるきプログラム」の開発に向けて—

土屋 薫*・須賀 由紀子**

要 約

「追憶型まちあるき」とは、誰でもが持つ個人のライフヒストリーの視点から地域の価値となる資源を見出そうとする手法である。この追憶型マップには、思い出の場所を共有する力と、自分の思い出とは全く重ならないところのない他人の感動によっても自分の感動が呼び覚まされ、共感が生まれる力の2つがある。言語化とマップ化をキーワードとすると、地域は個人の記憶をアーカイブする現場となるだけでなく、「地域の記憶」と呼ぶべき性格を持つことになる。さらに個人のライフヒストリーからの出発だけではなく、ある場所のあるいはある施設の歴史そのものから逆に個人の思い出を照射するベクトルも考えられるが、それにも通時的指向性と共時的指向性の2つの形が考えられる。

本研究では、これら4つの可能性のうち、先行研究で示されている個人の思い（ライフヒストリー）からたどる通時的指向性を除いて、残り3つの可能性について具体的な事例で検討できた。そのことはまた、「知らない場所」や「行ったことのない場所」へ動機づける関係人口構築に向けた方法論の一助となる。

キーワード：関係人口、アーカイブ、SDGs

1. はじめに 一個人の記憶と地域の記憶をリンクさせるということー

2020年から2021年にかけて、新型コロナウイルスの感染拡大状況の影響で、大学ではほとんどの調査やフィールドワークが実施できないままに終わった。筆者らは、大学生を起点とする地域価値共有のしくみづくりに取り組んでおり、フィールドワークが実施できない状況は痛手であったが、ただそれでも、フィールドに関わるチェックとそれをまとめたマップに関しては作成することができた。ここに関係人口の概念を当てはめると、たとえ当該地域に直接関わりのない人間であっても、マップを媒介として現地フィールドに

関わるということが可能なことがわかる。

しかし「知らない場所」や「行ったことのない場所」に関するマップづくりを試みると、実際には出来損ないのガイドブックのようになってしまう。そこで、地域に関わる自分のストーリーを中心にまちのポイントを整理した。こうして出来上がったのが「追憶型まちあるき」と名付けたまちあるき用のマップである。

この「追憶型まちあるき」とは、誰でもが持つ個人のライフヒストリーの視点から地域の価値となる資源を見出そうとする手法である。

この追憶型マップには2つの力があって、そのひとつは思い出の場所を共有するためのマップということになる。ただしマップ化されたことで、またその場所に関わるストーリーが言語化されたことで、個人の記憶が場所とともに結びつき、より確かな共感が生まれるきっかけとなると考えられる。その共感とは自分のライフヒストリーを再現

2021年11月30日受付

* 江戸川大学 現代社会学科教授 レジャー社会学

** 実践女子大学 現代生活学科教授 生活文化論

することを動機として、その場所にひとを誘うという通時的指向性を持つ。

もうひとつの力は、言語化された他人のライフヒストリーの力によって、自分の思い出とは全く重なるところのない他人の感動によっても、自分の感動が呼び覚まされ、共感が生まれるきっかけとなると考えられる点である。この共感 自分の感動の舞台となった場所を共有しようとする共時的指向を持つと言える。

つまり言語化とマップ化をキーワードとすると、地域は個人の記憶をアーカイブする現場となるわけだが、その結果、そのアーカイブ全体は「地域の記憶」と呼ぶべき性格を持つことになる。さらに個人のライフヒストリーからの出発だけではなく、ある場所のあるいはある施設の歴史そのものから逆に個人の思い出を照射するベクトルも考えられる。そしてそれにはやはり、通時的な指向性と共時的な指向性の2つの形が考えられる。

そこで本研究では、この4つの可能性のうち、先行研究で示されている個人の思い／ライフヒストリーからたどる通時的指向性を除いて、残り3つの可能性について具体的に検討することを目的とする。そのことはまた、「知らない場所」や「行ったことのない場所」へ動機づける関係人口構築に向けた方法論的検討を意味する。

ある地域に「共時的」な共感を創造していく手法として、本研究ではSDGs（持続可能な開発目標）の掲げる17の目標に着目した。SDGsは国際社会の共通目標であるが、地域と自分の暮らしに目を向ける共通の指標にもなる。自分の住んでいるまちではなく、「知らない場所」「行ったことのない場所」でも、SDGsという共通指標を以て目を向けることで「共感」を感じて、その土地に関心を持つきっかけとなると考えられる。一方、「通時的」な共感の創造の手法として、先行研究により明らかにした個人の思い出のライフヒストリーからたどる方法とは別に、地域の歴史の物語の中に共感を創出する可能性について検討した。

以下、本論の2.においてSDGsを軸にした「個人の思いからたどる共時的指向性」に関する検討結果を示す。本論の3.において、地域資源として

の地ビールを事例に取り上げて、地域の歴史の物語への共感という通時的指向性と、SDGsの指標に照らした地域価値の解釈という共時的指向性の検討を行い、地域価値共有のまちあるきプログラムへの展開可能性を提示する。

2. 個人の思いからたどる共時的指向性に関する検討

2-1 研究の方法 —エクセルによる「まちプロット」情報収集—

「地域の価値」は、「客観的なものとしてそこにある」というよりも、ある人が、その地点でどういうものやコトに出会ったか、どういう思いをそこに抱いているのか、ということによるのではない。各人にとって、何らかの「思い」の感じられる「思い出の場所」を挙げ、それとSDGsの意味を絡めていくという手法を取ることで、「探索型SDGsマップ」を作ることができ、これを用いたまちあるきをすることで、まちへの共感に基づく、関係人口づくりと、SDGsの理解、SDGsライフスタイルの浸透ができるのではないかと考えた。

具体的には、エクセル表を用いて、本事業に参加した大学生および、日頃から地域活動に参加している実践女子大学現代生活学科須賀ゼミの学生に協力の了解を得て、大学キャンパスのある東京都日野市の中で、思いのある場所の記入をしてもらった。得た情報の分析について、次項において記述する。

2-2 調査の概要

ここでは、大学生が日野市でSDGsを感じるポイントについてマップにプロットすることで見えてきたことについて整理しておきたい。

(1) 調査の目的

SDGsの視点に立つと大学生の目から日野市はどのように見えているかとらえるため

(2) 調査対象

実践女子大学生活科学部現代生活学科3年生および4年生、12名。

項目	質問	回答	コメント
1	【その1】 ・名前、住所を入れてください →後で郵便・郵送に際してし込みプリントします ・「場所の説明」はその場所のHPポイントなどでもOKです ・「出会えたコト・モノ・ヒト」は、その場所に行き出 会ったこと、わかったこと、気づいたことなどを教えてください （具体的な内容でもOKです） ・「自分にとってどんな場所か」は、自分の視点で良いと 思ったもの、自分との関係性などを教えてください		
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			
31			

図1 実際の質問紙（日野市企画経営課鈴木氏作成）

表1 日野市内で印象に残った場所リスト

(3) 調査時期

2021年1月26日～2月2日

(4) 調査方法

留置法による已記入式の質問紙調査

(5) 質問項目：下記の2つの視点から構成

①自分にとって日野市内で印象に残る場所

- ・その場所の住所
- ・その場所の一般的な説明
- ・その場所で出会えたこと、わかったこと、気づいたこと
- ・その場所と自分との関係性（自分にとって印象深い理由）

②その場所がSDGsのどのゴールに関係するか（複数選択可）

2-3 結果と考察

(1) 単純集計

①の「自分にとって日野市内で印象に残る場所」については、12人の大学生がのべ58件31箇所の場所が挙げられた（表4-2-1）。分類について、ショップでも飲食スペースを設けているところがあるが、ここではメインとなる業態の方で分けた。その内訳は、「公共施設・スペース」と「飲食店」が同じく9件で29.0%、「ショップ」が8件で25.8%、「公園・その他」が16.1%となっており、これらの間で特に大きな偏りは見られない。

順位をつけると、1位は10ポイントで「カワセ

地点番号	名称	分類
1	増島商店	ショップ
2	多摩平の森ふれあい館	公共施設・スペース
3	カワセミハウス	公共施設・スペース
4	日野市中央公民館	公共施設・スペース
5	サンカントサンク	飲食店
6	Cafe Crispy	飲食店
7	Patisserie Poo a Poo	ショップ
8	オーガニックカフェ&レストラン レテラ	飲食店
9	かなざわ助産院	公共施設・スペース
10	パティスリールパン	ショップ
11	リバーサイド	飲食店
12	みのり処	ショップ
13	備前	飲食店
14	わこちゃんち	飲食店
15	ビアスタンドトヨタ	飲食店
16	東宮下地区センター	公共施設・スペース
17	黒川清流公園	公園・その他
18	唐揚げとおばんざい だんらん	飲食店
19	実践女子大学	公共施設・スペース
20	Plant	公共施設・スペース
21	コニカミノルタの道	公園・その他
22	多摩平の森	公園・その他
23	おちかわ屋	ショップ
24	日野中央公園	公園・その他
25	パーゼル豊田店	飲食店
26	イオンモール多摩平の森	ショップ
27	石窯パン工房アイグラン泉城店	ショップ
28	若宮神社	公園・その他
29	浅川リバーハウス	公共施設・スペース
30	日野多摩平六郵便局	公共施設・スペース
31	多摩平の森紀伊国屋	ショップ

（順不同）

ミハウス」(日野市東豊田 3-26-1), 2 位は 5 ポイントで「黒川清流公園」(日野市東豊田 3-26-2), 3 位は同率 4 ポイントで「オーガニックカフェ & レストラン レテラ」(日野市豊田 4-22-11) と「石窯パン工房 アイグラン 泉塚店」(日野市多摩平 4-11-3) となっている。

1 位の「カワセミハウス」は, 「ゼミでたくさん利用しながら地域の方々とのコミュニティの輪が広がった」という意見に代表されるように, 自身の体験の核となるだけでなく, 「出会い」の場となる場所は誰にとってもポイントが高いことを示唆していると思われる。2 位の「黒川清流公園」については, 「自然に触れ合いながら, 多世代で交流することができる豊かな場所。涼しくて落ち着く」というコメントに代表されるように, 自然の魅力と向き合える場所のポイントが高いようだ。3 位の「オーガニックカフェ & レストラン レテラ」と「石窯パン工房 アイグラン 泉塚店」に関しては, 健康的な食事と食の楽しみという点でポイントが高かったと思われる。

(2) SDGs による集計

こうして抽出した場所が SDGs の 17 の達成目標のうちどれと関連するかについて集計したところ, 次のような結果となった (図 4-2-2)。

すなわち, のべ 59 箇所のうちほとんどを占める 53 箇所が SDGs11「住み続けられるまちづくりを」に関連する場所として認識されていた。逆に SDGs9「産業と技術革新の基礎をつくろう」に関

連すると思われる場所は 1 つも無かった。これは日野自動車や富士電機の「企業城下町」としての側面を持つ日野市としては意外だが, 当該大学生たちの専攻分野との影響であると考えられる。

そこで次に, 残りの達成目標の比率がよくわかるように, SDGs11 を除いて作成したのが図 4-2-3 である。

このグラフからわかることは, 上記の SDGs9「産業と技術革新の基礎をつくろう」のほかに, SDGs1「貧困をなくそう」, SDGs5「ジェンダー平等を実現しよう」, SDGs6「安全な水とトイレを世界中に」, SDGs14「海の豊かさを守ろう」との関連をあまり強く感じていない, という点である。このことは逆に言えば, これらの達成目標に不足を感じていない(意識しない程度には満足している)ことの裏返しだと思われる。

これとは逆にポイントの高くなっている, SDGs3「すべての人に健康と福祉を」と SDGs17「パートナーシップで目標を達成しよう」に関しては, やはり学んでいる専門領域による意識の高さが伺える。

(3) 地図へのプロット

次に調査で抽出できたポイントを地図上にプロットしたのが図 4-2-4 である。

この図からわかることは, 選ばれたポイントが JR 中央線に沿って日野駅から豊田駅にかけて点在していることだ。また「二中地区」と呼ばれる JR 中央線北側の周辺にもポイントが集中してい

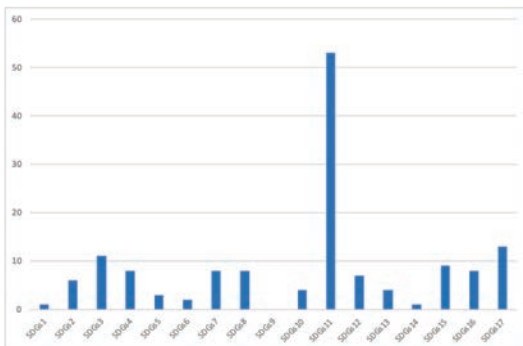


図 2 関連すると思われる SDGs

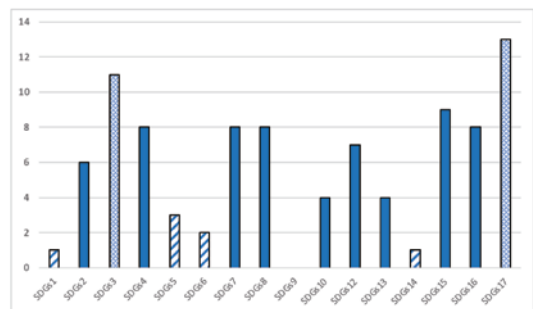


図 3 関連すると思われる SDGs (SDGs11 を除く)

ライフイベントを軸とした共感の創造に関する考察

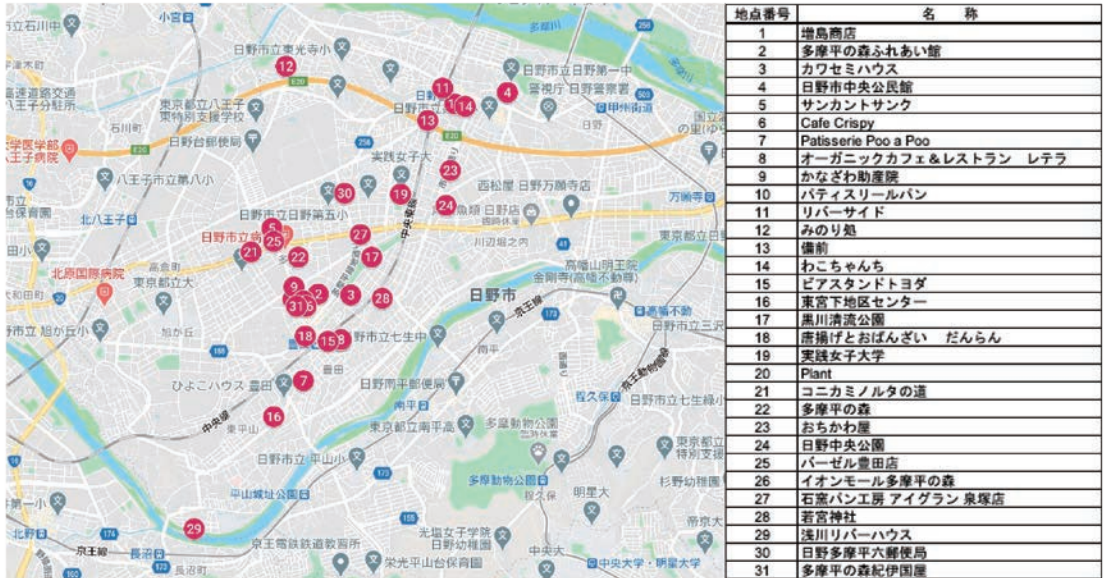


図4 大学生の印象に残っている場所（日野市）



図5 SDGs3「すべての人に健康と福祉を」が意識されているところ

る。このことは、大学生の生活圈ないし授業も含めた活動圏が現れた構造になっていると言っても良いだろう。そのことは、ポイントの分類が「公共施設・スペース」「飲食店」「ショップ」や「公園・その他」で特に大きな偏りが見られないことからわかる。ただ「ショップ」に関して言う

と、「増島商店」「Patisserie Poo a Poo」「パティスリールパン」「みのり処」「おちかわ屋」「イオンモール多摩平の森」「石窯パン工房 アイグラン 泉塚店」「多摩平の森紀伊国屋」という店舗が選ばれており、サブカルチャーや文化発信型の店舗が選ばれていない。そうした系列のショップの



図6 SDGs17「パートナーシップで目標を達成しよう」が意識されているところ

絶対数が少ないのか、大学生たちがそれらの「文化消費」に関わる場所としてほかの街を選んでいるのかは定かではない。

さらにこのSDGs3「すべての人に健康と福祉を」とSDGs17「パートナーシップで目標を達成しよう」に関して、地図上にプロットしてみた結果が図4-2-5と図4-2-6である。

これらの分布が大学生の活動の特質によるのか、日野市自体の持っているポテンシャルなのか、限られた情報だけからで判断するのは難しい。ただ母集団やサンプリングがきちんとされたとしても、日々の生活や人の変化・成長に合わせて出てくる結果は変わってくるだろう。それは調査の結果が曖昧なのではなく、そもそも人が暮らしている場がそのように刻々と変化していくものだからである。

このことは「まちあるき」と同じで、ゴールや正解は1つだけではなく、あえて言えば、歩く人の数だけ、そのまちに暮らす、あるいは関わる人

の数だけ答えがある、ということの意味する。ゴールを探しながら、自分の関わるいろいろな「コト・ヒト・モノ」に思いを馳せ、その都度ゴールを新たに設定しながらまちを整えていくことこそが、そのまちに生きていくということであろうし、定住人口と関係人口が交わる地平なのだろう。

3. 地域資源による共感の創造 —地ビールを例にして—

(1) トヨダビールについて

—地域資源としての価値—

ある土地に「行ってみたい」「関わってみたい」という関係人口づくりのしかけとして、「その土地らしさ」を象徴する地域資源を活用するという方法が考えられる。ここでは、日野市の地域資源の一つであるトヨダビールに着目をした。

トヨダビールは、「多摩地域最古のビール」で

ある。西洋の文明が流入した明治初期に製造されていたことが、当時の新聞広告により知られていたが、事業撤退されて以降実物はなくなり、消えていた幻のビールであった。その存在が、近年の発掘調査の折に、当時の瓶の破片やラベル、コルク蓋などが大量発見され、復刻・販売されたものである。

トヨタビール製造の由来を辿ると、1886（明治19）年、江戸時代から、現在の日野市域豊田村の名主を務めていた山口家の山口平太夫が、多摩地域で初となる、ビールの醸造を始めたことがルーツである。

明治維新後の近代産業化の中、日野でも養蚕や日野煉瓦など新しい産業が生まれたが、ビールも最先端の事業の一つとして手がけられた。山口は、「日本ビール産業の祖」と言われるウィリアム・コーブランドに、ビール造りを教わったと言われている。

1887（明治20）年には、「天狗」のマークを商標登録し、生産体制も整えられた。

しかしながら、当時のビールは高額であり、一般の家庭での普及は難しかった。また、まだ舗装されていない道路を簡易的な包装で運んだため、途中でビール瓶が割れたり、栓が抜けてしまうトラブルがあったという。やがて事業の存続が困難になり、1894（明治27）年に山口家はビール事業から撤退した。

山口家はビールからの撤退後、八王子煉瓦製造株式会社に力を入れ、また、甲武鉄道（現在のJR中央線）の停車場の誘致に力を注ぎ、明治34年に豊田停車場が開業した。そのことに、資金面でも寄与したのである。

時は流れて2013（平成25）年、土地区画整理事業の一環で行われた、文化財調査により、ビール貯蔵庫跡が発見され、周辺から大量の明治時代の煉瓦の破片や当時のラベル、ワイン瓶の破片、コルク栓などが出土した。

それまで一部の文献の中でのみ存在が示されていたトヨタビールの実物の痕跡が発見されたという話は、庁内でも地域でも話題となった。そして、トヨタビール復刻プロジェクトが開始され

た。

当初は庁内だけのプロジェクトだったが、地域の人たちも巻き込んだ方がより良いものができると考え、有志が集まって「TOYODA BEER 実行委員会」が誕生した。そして、実際に復刻ビールの製造元として、かつての山口麦酒と縁戚関係にある石川酒造の協力を得て、復刻作業が進められた。「独逸醸造法」という手がかりだけを頼りに、当時の時代背景から推測して、再現し、できあがった数種類の候補から TOYODA BEER 実行委員会で検討し、現在の復刻版トヨタビールが誕生した。そして初回ロットとして9000本を生産し、日野市内の飲食店、コンビニ、スーパーなどで販売されるようになった。

それから3年後の2018（平成30）年7月29日には、地元農家の協力により生産に成功した日野産大麦を100%使用した「PREMIUM TOYODA BEER」の販売が開始された。日野産大麦の栽培は簡単ではなく、収穫量が足りなかったり、ビール造りの基準を満たせなかったりと一筋縄ではいかなかった。そして4年の月日をかけてようやくビール造りに適した大麦の収穫が成功した。農家の負担が大きくなならないよう、「ダメだったら出来た分だけでもいい」という気持ちで、トヨタビールのため的大麦栽培にこだわったという。こうしてトヨタビールは、地域の人達の熱い思いの中で復刻したのである。

トヨタビールは品質面でも高い評価がある歴史を持つ「インターナショナルビアカップ」というビールの世界的な審査会で、2018（平成30）年、ビエナラガー部門とボトル部門で金賞を受賞した。さらに、2020（令和2）年には生ビールであるケグ部門で銀賞を受賞した。この年は同部門・同スタイルでの金賞がいなかったため、実質、最高評価である。他にもイギリス主催のワールドビアアワードにおいて、2017（平成29）年にアンバーラガー部門でカントリーウィナーを受賞し、翌年には同部門でさらに高評価のワールドベストに選出された。このようにトヨタビールは味も世界レベルである。

(2) トヨダビールの持つ通時的価値

上記を見てもわかる通り、トヨダビールは、強力な「日野市の地域資源」と言ってよいことは明らかであろう。さらに、このトヨダビールからは、以下のような土地の歴史も紐解いていくことができる（日野市ふるさと文化財課からの聞き取りによる2021.7.7, 7.14, 8.3）。

日野市は、「新選組のふるさと」と呼ばれる（日野市は「新選組のふるさと」を商標登録している）。幕末の京都の護衛にあたった新選組の中心人物、土方歳三、井上源三郎など新選組幹部の出身地であり、浪士たちを育てた天然理心流の道場があった。新選組に関する資料も多く残されていて、それを子孫が守り伝えていることも、「新選組のふるさと」であるゆえんである。新選組隊士は、京都護衛において無給であり、資金難に苦しむが、日野の名主であった佐藤彦五郎という人物が、様々な形で資金援助をし、彼らを最後まで支えたのである。

こうして、幕府の側に立って新選組を支援した日野名主であったが、やがて、時代がめぐり、それから20年後の明治期においては新しい産業を起こして地域に貢献をする。

その象徴の一つは1887（明治20）年に設立された「日野煉瓦工場」である。翌年には、甲武鉄道（現在の中央線）の建設が始まり、「立川―八王子」間が開通する。この際、多摩川と浅川を渡る橋の橋脚に使う煉瓦をこの工場で生産をすることと、その代替として、八王子までの途中駅として、日野停車場を誘致することに成功した。

この後、新政府側の殖産興業振興政策に従って、養蚕の振興と米作が地域の産業の主力となったが、昭和大恐慌において、繭と米価が大暴落をした。この際に、まちの有力者たちは、豊かな水資源があることを背景として、その後の日本経済を支える工場を誘致したのである。（昭和の初期に進出した主な工場：東洋時計株式会社、六桜社→現在のコニカミノルタ、日本篩絹株式会社→現在NBC、東京自動車工業→現在日野自動車、富士電機豊田工場、神戸製鋼東京研究所→神鋼電機〈その後日野から撤退〉など）。その結果、日本の

産業の発展を支える「工業都市」へと歴史のコマをすすめることになる。

つまり、時代の変化に対する柔軟性と先進性が、この土地の地域らしさと捉えることができる。その背景には、土地の有力者層・豪農層の存在があった。肥沃な水田で稲作を行い、その資金をもとに事業を行い、社会の発展、文化の創造、地域の未来を拓いていったのである。こうした地域文脈と軌を一にするのが、「多摩地域で最初に生まれたトヨダビール」なのである。

こういう人たちが生まれた背景には、豊富な「水資源」がある。日野市は、今日でも、日野用水・豊田用水が市内に残されているが、そのルーツを遡っていくと、中世の時代に「用水路堀削」が行われ、多摩川と浅川からの見事な取水のシステムを築き、広く田んぼに必要な水を取り入れるという営みがあった。安定的な水田への水の確保は、安定的な米作を可能にし、潤沢で豊かな経済を可能にすることができた。それを地域発展に活かすという精神性が生まれたのである。

こうしたルーツまでさかのぼると、そもそも、麦酒製造の背景には醸造に適した豊富な水資源があるということでもあり、水と文化創造という視点も奥深く、興味深いテーマとなる。

(3) トヨダビールと共時的価値

トヨダビールの楽しみに共時的に関わる方法として、トヨダビールに関連する地点を探索しながら、SDGsを話題にまちあるきをするという方法がある。

トヨダビールとSDGsの関わり方について、次のような点が考えられる。

～トヨダビールに読み解くSDGs精神～

■SDGs9 イノベーション

～産業と技術革新の基盤をつくろう～

(GOAL 9: INDUSTRY, INNOVATION, AND INFRASTRUCTURE)

前述のとおりトヨダビールは、1886（明治19）年に豊田で誕生し、1895（明治28）年まで製造さ

れていた「山口麦酒」がそのルーツで、「多摩地域最古のビール」である。日本酒の寒造りと同様、冬季に仕込み貯蔵するドイツ式のラガータイプで、「天狗」マークを商標とした。瓶はワイン瓶などを転用し、ラベルには美しい石版印刷（リトグラフ）が使われている。明治の近代産業化の中で、一般人には馴染みのない麦酒に目を向け、新しい時代や社会を作っていこうとするチャレンジ精神、イノベーションの心は、SDGs9に連なる精神を読み解くことができるのではないかな。

■ SDGs11 持続可能な都市

～住み続けられるまちづくりを～

(GOAL 11: SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES)

トヨタビール取扱い店に行くと、必ずといってよいほど、日野産野菜や果物を取り入れたメニューや商品など、お店の地域を大切に思うたくさんの「こだわり」に触れることができる。日野産大麦を栽培してトヨタビールの特別醸造を作り出そうとする農家の営みも、自然と地域を愛するがゆえと捉えられる。トヨタビールを探索すると、革新的かつ柔軟性あるたくさんの日野人に出会うことができる。そんな人や自然の恵みとの出会いが、地域を愛し、SDGs11 持続可能なまちやコミュニティを生んでいくと考えられる。

■ SDGs12 持続可能な生産と消費

～つくる責任 つかう責任～

(GOAL 12: RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION)

現在のトヨタビールを製造している酒造メーカーでは、環境に良い取り組みをいろいろ行っている。たとえば、麦芽を使って手ぬぐいなどの染料にする、しぼりかすを農家の肥料として提供する、酒瓶は洗ビンセンターにてリサイクルやリユースする、玄米の糠を染め物ののり、加工食品として利用する、酒粕は販売したり、漬物や甘酒、肥料として利用する、農芸高校にも肥料として提供する、などである。このように、トヨタビールを通じて、SDGs12についても考えることができ

る。

■ SDGs17 パートナリシップ（協働）

～パートナーシップで目標を達成しよう～

(GOAL 17: PARTNERSHIPS)

トヨタビールは、2015（平成27）年、現代に復刻された。その際、様々な立場の方で「TOYODA BEER 実行委員会」が組織され、地域で育てていくツールとして、いろいろな工夫がなされてきた。トヨタビールの復刻自身、明治時代のビール造り・酒造りで共助関係にあった、山口家と石川家（現在の酒造メーカー）から実を結んでいる。

地域の人々がパートナーシップを結び、地域のよいものを育てて、社会の幸せを作っていこうとする精神は、SDGs17の精神そのものといえるであろう。

(4) 考察

以上、日野市の地域資源の一つであるトヨタビールを取り上げて、通時的な共感と共時的な共感の視点について検討を行ってきた。

トヨタビールという地域資源から通時的価値を検討した結果、時代の変化に対する柔軟性と先進性、それを可能にした水資源の豊かさという視点が抽出された。トヨタビールに関連して示されたこれらの視点は、この地域（日野市）に住む人、あるいは関わりをそもそも持つ人にとっては、地域への関与を深め、地域をよくしたいという思いを持つきっかけになるであろう。しかしながら、これらの視点は日野市に特別なものではないともいえることができる。たとえば、トヨタビールと関連する歴史的背景として示した「煉瓦」に着目をしてみると、明治開国以来の西洋化の中で建設された美しいレンガ造りの建物やまちなみを、地域の誇りや観光資源としている場所は日本全国に数多くある。その地域に住んでいる人はもとより、観光で訪れてそこで過ごした何らかの個人の思い出が絡む時、日野市のトヨタビールと煉瓦の物語は、自身に関係のない話ではなく、たとえ「知らないまち」のことであっても、共感を感じるものとなる。水資源も同じであり、日本全国に水に関

わる文化は数多くあり、水と人の暮らし、文化創造は多くの地域の人々にとって、共感を持ちうるものになるであろう。

一方、SDGsによる解釈から得た、イノベーションの精神や持続可能なまちづくりへの視点、持続可能な生産と消費、環境、社会、経済への配慮を協働しておこなうパートナーシップという視点は、トヨダビールという地域資源が、単なる飲み物であることを超えて、よきまちづくり、暮らしと自分、企業と社会のあり方などについてのコミュニケーションを生む可能性を示すものである。そして、このようなトヨダビールの見方は、自身のまちの地域資源へも同様のまなざしを向けていくきっかけをもたらすものと考えられる。

本研究で試みた地域の価値づけの方法は、従来の観光として魅力的な景勝地や歴史的に有名な場所などを巡って、その由来などを尋ねて歩くまちあるきとは違い、無名の誰かの思いや思い出、知らない土地の歴史の物語への「共感」を重ねていくことで、地域に興味を持つ人を増やす可能性が示唆されるものである。「取り立てて特徴がない」と思われるまちでも、人の営みがそこにある限り、必ず人の暮らしの物語がある。そこに目を向け、その価値を抽出し、自身の思いと重ね合わせてみることであれば、「行ったことがない」「知らない場所」が意味ある場所に変化する。しかし、何かきっかけがなければ、知らない土地の探索は始まらない。そこで考えられるのが、本稿で検討してきた通時的・共時的指向性から発想するマップである。

その土地ならではの有力な地域資源から通時的・共時的に関われることを読み解き、それに触れることのできる地点をマップ化し、そこに孕まれている物語を言語化する。そうして表されていくまちあるきのイベントマップは、知らない土地のことを自分事化するきっかけとなる。さらに、このマップを用いた実際のまちあるきとそこで生まれるコミュニケーションは、人と人の思い、地域と地域の物語を思わぬ形でつなぎ、ある地域へ関わり始める人を増やす、地域価値共有の有効な手立てとなるのではないだろうか。

4. 今後の課題

今回検討されたイベントマップの作成手法は、「追憶型」のポイントマップについてもSDGs視点を関わせていくことができるため、SDGs視点から地域のタッチポイントを示す地域資源のプラットフォームとなる可能性がある。そして、マップづくりの中で得られていく情報をデータ化することで、ICTを使ったバーチャルなまちあるきやハイブリッド型まちあるきへの展開も期待される。こうした取り組みを地域内で継続的に続けていくしくみ、また、他の地域からの関わりも引き寄せるようなプラットフォームづくりが望まれる。

そもそも、単なる散歩ではなく「まちあるき」という言葉を使うのは、そのまちを歩くことで、自分にとっての意味が発見されていくことにある。自分の知らない場所に立ち寄り、自分の知っている世界に組み込むことができたときに感じる「発見」や「出会い」が重層的に広がっていくようなプラットフォームをどうデザインするか。まちの探索が、自分の暮らしや地域の豊かさにつながっていくようなマップづくりとまちあるきの方法論を、さらに探求していきたいと考える。

参考文献

- 後藤晴彦 (2017), 無形学へ, 水曜社
- 日野市 (2010), 日野市立新選組のふるさと歴史館叢書第六 常設展示解説図録
- 日野市史編さん委員会 (1992), 日野市史通史編二 (下) 近世編 (二)
- 日野市史編さん委員会 (1987), 日野市史通史編三 近代 (一)
- 法政大学エコ地域デザイン研究所編 (2010), 水の郷日野, 鹿島出版会
- 片山明久編著 (2021), 旅行者と地域が創造する「ものごとく観光」, ミネルヴァ書房
- 松山恵 (2019), 都市空間の明治維新, 筑摩書房
- 歴史的建物研究会 (2018), 日本の最も美しい赤レンガの名建築, エクスナレッジ
- 田中輝美 (2021), 関係人口の社会学, 大阪大学出版会
- 土屋薫・須賀由紀子 (2018), 若者による地域の「見どころ」把握に関する基礎的研究, 江戸川大学紀要, 第28号, 327-335
- 土屋薫・須賀由紀子 (2019), 地域を支える社会関係資本形成の仕組みの構築, 江戸川大学紀要, 第29号,

305-313
土屋薫・須賀由紀子 (2020), 社会関係資本形成に向けた
ワークショップ形成に関する研究, 江戸川大学紀要,
第 30 号, 365-374

土屋薫・須賀由紀子 (2021), 地域の価値共有プログラムの
開発に関する考察, 江戸川大学紀要, 第 31 号, 87-
96

