

新しい公の創出とは

21世紀を前に金融不安が一段落し、ITを中心とする技術革新への期待が膨らむにつれて、日本でも前向きの提言、ビジョンなどが散見されるようになった。そのような中、小渕首相の私的諮問機関である「21世紀日本の構想」懇談会（河合隼雄座長）が、1月に「日本のフロンティアは日本の中にある」という報告書をまとめた。しなやかでたくましく自立した個の確立が第一に求められ、彼らが自発的に社会に参画し、成熟した協治（ガバナンス）を築くことで新しい公が創出されると主張する。国の志について議論を起こすためのたたき台としては刺激的であるが、格調が高すぎてわかりにくい。

高尚な議論を建設的なものにするには、抽象論だけでなく、何か具体的な手がかりが必要である。本稿では昨年実施され、種々の理由で厳しく評価された「地域振興券」政策の再検討を通して「新しい公の創出」を考える。なぜなら地域振興券政策は、見方によっては公という概念を発展させる身近な教材になると考えるからである。

昨年実施された地域振興券政策は、6000億円以上の国費を費やして商品券を配布するという、世界でも例を見ない「景気対策」であった。周知の通り、この施策は同額の減税並の効果しかなく、地域経済への貢献も大きくなかったと評価されている。地域振興券政策の経済効果に関しては、政治的な導入経緯も含め、多くの問題点が既に論じられてきたのでここでは繰り返さない。論ずべきなのは広い意味での地域振興である。地域振興には、経済の活性化だけではなく、コミュニティの再生や環境と共生する街づくりなど、様々な取り組みかたがある。街興しもその一つである。

地域振興券政策を機に、各地で様々な努力が試みられた。その中で興味深いのは、街興しの一環として地域振興券を利用した、鳥取県大栄町などの取り組みである。大栄町では地元出身の著名漫画家のヒット作品を振興券のデザインに取り込んだ。それが話題を集め、大栄町が発行した振興券にはプレミアムまでついた。このような形で利用することもできる地域振興券の基本的機能を改めて考えてみよう。それは、地域で発行し、地域内で利用され、財やサービスの循環を仲介し、促進することである。その目的や取引の方法などは独自にデザインできる。そうであれば、街興しに限らず、広い意味での地域振興策への応用が可能である。

例えば環境問題改善に貢献する財・サービスを地元企業が提供し、そのみに地域振興券が使用できることにする。売り手は地域改善に役立つ財・サービスを開発し、提供するという方法で地域振興に参画する。買い

手も単に経済合理性だけでなく、地域振興券発行を機に倫理性や公益性といった概念に啓蒙されて、より地域として望ましい財・サービスを選択し購入する。このような利用方法は、経済振興という観点から考えれば効果は小さいかもしれない。しかし環境問題をテーマにした地域振興だと考えれば大きな意味を持つ。そこでは地域のあり方を真剣に考える個人が、地域社会に積極的に参画してはじめて、地域振興券の有効利用が期待できる。これが従来のような自治体や経済界が主導する地域振興と決定的に異なる点である。

いかに地域振興券を利用するかは、当然地域によって多様であるべきで、各地域は独自の考え方を創りあげるといった営みが必要になる。強調したいのは、この営みこそが「21世紀日本の構想」が主張する新しい公を具体化する作業に他ならないということである。なぜなら、地域は公的な空間の基本単位であり、自立した個人が主体的にそれに参画し、活性化を図ることは、「構想」が言うところの新しい公の創出と多くの一致点を持つからである。

以上、述べたように、地域振興券を発行し、地域振興を図ることを通じて、新しい公の創造という抽象的な概念を具体的な課題にかえることができる。ただし、今回の地域振興券政策には様々な工夫を考えるための時間的な余裕も、制度の運用に対する自由度もなかった。全国一律で国税を原資にすれば、自治体の責任感も、各個人の自覚も期待できない。地域の責任と自覚で地域振興券政策を運営すべきであり、それをもって地域振興、ひいては新しい公の創出を目指す。これが6000億円もの授業料を払って我々が得た最も大きな教訓である。

(16字×112行)