第二回

魅力こそ文化立県の源泉

富国強兵や殖産興業を掛声とした明治時代の主要な目標は国富すなわち経済の発展であった。その努力は結実し、二〇世紀初頭にはイギリスやアメリカの二五%でしかなかった一人あたり国内総生産は、一〇〇年後の二一世紀初頭に先進諸国と互角になり、総額でも一時は世界二位に上昇した。しかし、バブル経済が崩壊して以後、停滞したままである。

このような状況への対処として、今後の日本の進路を提案したのがアメリカの記者ダグラス・マグレイである。二ケ月間、日本国内各地を訪問した結論として、日本はGNPに要約される経済大国ではなく、文化大国こそ目指す目標だと提言し、それをGNCと名付けた。Cはクールで格好いいという意味である。

日本には芸能、建築、料理など各地に存在する伝統文化から、アニメーション、ファッション、ゲームなど若者が発信する現代文化まで、海外の人々を魅了する文化が各地に豊富に存在し、それを今後の国力にするべきだという提言である。

これには背景がある。一九八〇年代、アメリカは工作機械や集積回路など様々な分野で日本に追抜かれ苦境にあった。その対策を官民で検討した結果、追抜かれたのは工業分野の産業であるから、次代の中心産業となる情報分野で巻返そうということになった。情報の本質は魅力である。魅力とは自国に必要なヒト、モノ、カネ、チエを誘引する源泉であり、このアメリカの戦略転換を背景にして、マグレイが日本にGNCを提言したのである。

これは地域の発展にとって格好の理論である。魅力の本質は多様にあるからである。和食がユネスコの無形文化遺産に登録されたからといって、全国どの旅館でも同工異曲の和食では魅力にならない。露天風呂も日本の魅力を代表する施設であるが、その魅力は場所ごとに湯船からの風景が相違するところに存在する。

マグレイはGN（ナショナル）Cすなわち国家の魅力と表現したが、和食という全国一様の食事があるわけではなく、薩摩料理、加賀料理、土佐料理というように、地域ごとに存在する郷土料理の総和が和食である。日本を文化大国にする根源は国家ではなく地域ごとに存在する魅力、GR（リージョナル）Cの総計と理解するべきなのである。

明治以来の国家政策は全国を一様の地域にすることにあった。方言を廃止して東京の言葉を普及させ、地域ごとの独自の教育も全国一律にしてきた。交通手段と通信手段の浸透も全国均質を加速した。それは画一が本質の工業社会の発展には多大の貢献をした反面、地域に存在した独自の文化を衰退させ、結果として魅力を減少させることになった。

鹿児島県は幸運にも日本の端部にあった結果、一様の社会にする中央からの圧力が減衰し、人々の気質も言葉も料理も多様に維持されてきた地域である。日本が文化大国を目指すとき、鹿児島県はGRCの豊富な資産を維持してきたことを自覚し、今後の文化立県の契機とすることこそ、明治維新一五〇年の意味である。

Profile

東京大学名誉教授

月尾 嘉男 氏

1942年愛知県生まれ
1965年東京大学卒業。名古屋大学教授、東京大学教授、総務省総務審議官などを経て、現在は東京大学名誉教授

発行日／平成29年1月4日発行通巻38号　発行者／公益社団法人鹿児島県特産品協会
〒892-0821 鹿児島市名山町9番1号 鹿児島県産業会館内 TEL.099-223-9177 FAX.099-227-0768 http://www.k-p-a.jp