

■ コロナ禍後社会を読み解く価値観—Well-Being 良く生きる

社会文化研究家 池永 寛明

アメリカの小児科の風景から

アメリカに転勤した息子の嫁が3歳のこどもを、小児科の検診に連れていった。事前にクリニックから送られてきた問診票はなんと15枚。デジタル最先端のアメリカなのに、アナログで、しかも枚数の多さに驚いた。問診票に事前に記入して、クリニックに行った。医師は日本語を話せる先生で、問診票の質問に答えるこどもと親の2人の表情を観ながら、いろいろな話をしてくれる。身長は、ベッドの上でこどもを寝転がらせて、紙の上にマーキングして計測する。こどもは嫌がらず、医師との時間を楽しむ。

こどもが発熱して小児科に受診したときも、驚いた。受診翌日に、先生から電話がかかってきた。日本のクリニックでは風邪症状で経過を気にして電話をいただくことなどまずないので、驚いた。先生はこどもの経過をじっくりと聴き、自宅でできる治療法を教えてくれた。その方法は、日本の医師の口からは出てこないような治療法だった。

DXが進むアメリカ社会だが、人と人の接点を大事にしている。患部とパソコンの画面だけを見て、患者さんの目を見て話さない日本の医師とは違う。

1. スーパーの風景

その国を知るために、地元の市場やスーパーマーケットに行くことがある。イタリアのシチリアを訪ねたときの話。街の広場や通りに、市が立ち、露店が並ぶ。骨董、美術品、書籍、日常品に、食材や食品が売り買いされる。週末の蚤の市だけではなく、平日にも朝市がたつ。農家

や漁師が市に持ち込む。シチリアの多様多彩な食材だけでなく、オリーブオイル、トマトソース、レモンのマーマレード、チーズや加工食品なども並び、地域の人がある日の食材を買う。食の生産地と食卓が直接つながる。朝市での生産者とお客さまの対話の内容が濃い。シチリアの街は、朝と夜で変わる。夜にも露店が立つ。レストランは通りにテーブルを並べ、屋台も出る。人と人の会話が進み、にぎわいの熱量が高まっていく。

イタリアのスーパーで、日本と違うシーンを観た。レジでは店員さんがお客さまと会話をしている。野菜、精肉、鮮魚コーナーには、店の人が立ち、お客さまに声をかけている。この食材で、こんな料理をしたらどう？—そんな会話が飛び交う。売り場で声をかけている店員はコーナーの食材・加工品を把握しているだけでなく、料理にも詳しい。お客さまは、店の人とのやり取りを楽しむ。スーパーは楽しく活気がある。商品の売り買いの関係をこえた地域の人と人の交流をおこなっている。

一方、日本はどうか？公設市場が消え、シャッター商店街が増え、地域で作ったモノが地域で流通しなくなり、お客さまと地域の店の人が会話する場所が減って、買い物をする楽しさやワクワク感が無くなっている。地域情報が流通しなくなっている。

スーパーやコンビニは、人手不足のため、効率化・経費削減を目的に、セルフレジ化を進め、野菜・精肉・精肉コーナーで店の人を見かけなくなり、店で会う店の人は商品補充ばかり。ロボットが出迎え、入店から退店まで店の誰とも会わない、無人化・無言化した店が未来のスマートな店だというのが、人々は、そんな無人化、無言化した店を求めているのだろうか？誰とも接点のない、誰とも話さない店に行きたいだろうか？

2. 食卓の風景

イタリアのランチは「13時半から」が多い。小・中学校は午前中で授業が終わる。祖父母が子どもを迎えにいき、両親は仕事場から家に帰ってきて、家族みんなでランチを食べる。なぜそんなことをしているのか？とイタ

Hiroaki IKENAGA

社会文化研究家

〔著者紹介〕(略歴)大阪ガス株式会社社理事・エネルギー・文化研究所長・近畿圏部長・日本ガス協会企画部長(現在)日本経済新聞 COMEMO KOL・大阪大学 Society5.0実現化研究拠点支援事業 ライフデザイン・イノベーション研究拠点 創造的データ市場創造PI・関西国際大学客員教授・関西経済連合会「関西2030年ビジョン」検討委員・データビリティコンソーシアム事務局長・Well-Being 部会会長・堺屋太一研究室主席研究員・未来展望研究所長等

リア人に訊ねると、「家族だから、一緒に食事するのはあたり前じゃないか」と怪訝な顔をされた。

だからイタリアのランチは13時半から。イタリアの家族は2世代、3世代の同居・近居が多い。まず家族があり、家族がつながるための「食」があり、家庭の食卓だけでなくレストランやトラットリアやバルにも家族、友人が集まる。ディナーは3時間4時間もつづく。料理が出てくるのが遅いなどとは言わない、シェフが一所懸命つくってくれているのだからと気にしない。みんなが集まって語りあう時空間に「料理」がある。イタリア人がなにを守り、なにを大切にしようとしているのかは明らかである。

では、日本はどうか？戦後日本の地方から都市への人口大移動は、標準家族像を3世代・2世代家族から核家族に変えた。家のなかの人が減り、単身者が多い社会となった。戦後の80年は家族のカタチを変えるとともに、食のカタチも変えた（図1）。



図1 家族のカタチの変容

かつて日本も家族みんなで昼食をとっていた。家庭の料理で劇的なことがおこしたのは2000年代で、日本の料理レシピの標準メニューが4人分から2人分が変わった。1950～60年に6人だった標準家族が80年代に5人となり、4人、3人となり、2000年代に夫婦のみか単身世帯が増え、1～2人家族が半数を超えて、レシピメニューが2人分となった。

1人で食べる孤食が増えている。平成29年度食育白書によれば、「週の半分以上、一日のすべての食事を一人で食べている「孤食」の人は約15%になった」という¹⁾²⁾。

韓国では「食事、食べた？」という挨拶があるという。「食口（しっく）」という韓国語は家族を意味する。食事とともにする関係が“家族”，一緒に働く人という意味でもある。韓国でも「食」が家族や仲間をつなぐ役割を果たす。

また英語 company の意味も深い。語源のラテン語 companion は、ともに (com) パン (panis) を食べる (ion) 仲間を意味する。食が会社の人と人をつなぐのが本質である。では日本の会社 = company はどうか？社員の交流の場だった「社員食堂」が会社から減り、昼食は事務所のデスクや会議室や公園のベンチや車のなかで、コンビニ弁当やおむすびやパンでひとりで済ます人が増えている。空腹を満たすために食を摂るための時間になり、昼の休憩時間から社員のつながる場が減っている。

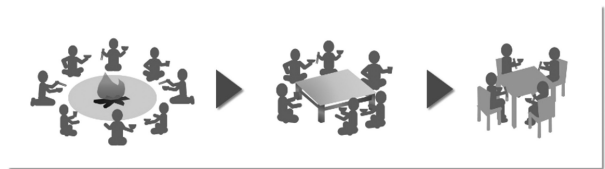


図2 家庭の食卓の変化

日本の家庭の食卓の風景も、戦後、大きく変わった。卓袱台に座り、家族が輪になって食事をしてきたのは、そんなに古くない。卓袱台が普及する前は、囲炉裏端に家族が集まって、火を囲んで輪になって食事をしてきた。家族それぞれが座る場所が決まっていた、その日にあったこと、楽しかったこと、嬉しかったこと、悔しかったこと、困っていることを、食事をしながら、だれかが喋り、みんなが耳を傾けて、話をしあった。食事をしながら、家族みんなの状況を共有していた（図2）。

家のまるい卓袱台から祖父母がいなくなり、四角のテーブルに変わり、そこから父がいなくなり、こどもひとり大人ひとりの食卓となり、食卓すらない家も増え、食卓に並ぶ品目が減り、パン食となって、食器も減った。スマホが増えて、食卓での会話量が減り、つながりがさらに薄れていった。そんな食卓の風景が、コロナ禍を契機に変わりつつある。

3. コロナ禍は明治維新以降の3度目の大断層

(1) コロナ禍前が分からなくなってくる

10年後20年後から振り返ったときに、「あれから変わった」という出来事・災禍・事件がある。2020年に始まったコロナ禍は、明治維新・敗戦につづく、日本にとって3度目の大断層であり、コロナ禍前とコロナ禍後の狭間という時代の岐路に立っている。

明治維新から157年、戦後80年で、機能不全となっていた政治・社会・産業・経済システムが次々とリセットされつつある。コロナ禍を契機とした構造変化に、社会的価値観・意識が変わり、新たな技術開発や知的基盤（歴史・文化）を核に、生活・行動様式を変え、時間と場と機会が転換され、都市や地域、産業・経済を変えていく社会構造変化が進んでいる（図3）。

変化には目に見える変化と見えにくい変化があるが、時間が経てば変化は決定的になる。「コロナ禍が収束すれば元に戻るだろう」と時計を止めた人や企業も、2023年の新型コロナ5類移行でテレワークから出社スタイルに戻したとき、「コロナ禍前はどうかだったのか」が思い出せないくらい環境が変わってしまっていることに気がついた³⁾。

(2) 技術と生活・社会との乖離が広がる

未来を展望するなかで、技術をどう位置づけるかが肝

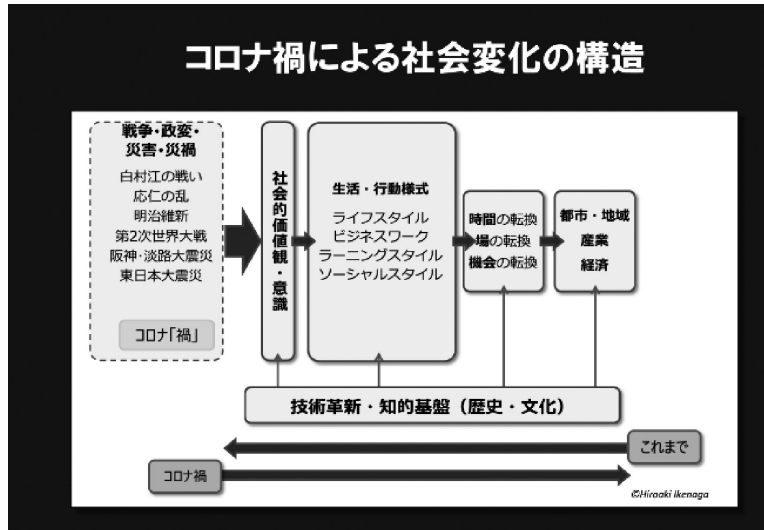


図3 コロナ禍による社会変化の構造

要である。技術は驚くほどのスピードで進み、その変化・影響は広範囲にわたる。技術が、社会を、産業を、経済を変えると面もあるが、生活・社会への実装はそんな単純なものではない。

筆者は大阪大学 Society5.0実現化研究拠点支援事業ライフデザイン・イノベーションプロジェクトにかかわっている。DX・AI・ロボットなど技術を活用したデジタルデータと生活・社会価値創造を生み出す未来社会実装が目的であるが、未来の社会・生活・都市の姿を洞察できないと、技術を用いたデータと社会はつながらない。AIは未来を展望するうえで必要となる技術だが、人間が読み解かないと見えない領域がある。

しかし現在の企業や組織では、生活者の姿・息遣いや動きが見えなくなりつつある。社会・市場の変化・生活者のインサイトがつかめなくなりつつある。社会課題の解決をおこなうことが大切だといっても、課題が見えていない。だから仮説がたてられない。技術と生活・社会が乖離しているから、モノが売れない、サービスが評価されない。

本来、それは個人、企業や組織が持っていた力だったが、事業・組織活動のなかで市場・生活者の姿が想像できなくなっている。見えているモノ・コトしか見なくなり、見えていないモノ・コトを見ようとしなくなっている。現在につながる過去を振り返らなくなり、過去が消えた。企業・組織・個人の知識・知恵・経験の蓄積である「知的基盤」が脆弱となり、未来が読めなくなりつつある。技術は進歩するが、生活・社会との乖離が広がっている。

(3) コロナ禍を契機におこっている真の変化

2020年の新型コロナウイルス感染対策としての「行動

抑制・制限」が強制的にとられた。テレワーク・オンライン化は、ライフスタイル・ビジネススタイルなど行動様式を変化させ、「いつでも・どこでも・だれとでもつながれる」社会に転換させようとしているが、それは目に見える変化であり、真の変化はそれだけではない(図4)。



図4 コロナ禍での会社食堂の風景

真の変化は「価値観」の変化である。たとえば働きがい・生きがいを与えてくれると思っていた会社が、必ずしもそういう場所ではないことに気づいた。テレワークが増え、接待・出張・転勤が減って、家でみんな一緒に生活時間、自分時間が増え、家のなかの親と子・家族・友人・近所の人との関係の意味を再発見した。お洒落をして都心に出て絵を観たりコンサートに行ったりブランドショップでショッピングして三つ星レストランで料理を食べることが夢だったが、家族みんなで料理をつくり普段着で食べるのがなよりの喜び、大切な人とつながる時間が大切だと気づいた人々が増え、それに向けて行動しはじめている。

4. コロナ禍後はどんな社会になるのか？

仕事は会社でおこなうものではなくなりつつあり、会社のカタチが変わりつつある。会社に行きたくなく、会社に行きながら働くことが前提である「会社勤め」という言葉がなくなりつつある。会社勤めというスタイルは約100年前に始まり、戦後に本格化した様式だが、永続的ではなく、変化しつづける。これからの社会がどうなるのかを展望するうえで、現在の社会で起こっている「構造」を読み解き、「現在」につながっている過去を掘り起こし、「現在」に埋め込まれている「未来」を発見しなければならない。

(1) テレワークが生活・社会を変えている

東京と大阪の新幹線による移動時間が「勤務扱い」となる企業があらわれた。出張で新幹線のなかで仕事をするのは、これまでもあった。長時間通勤、新幹線通勤する人も増えていた。新幹線や特急による移動時間が通常の勤務となり、新幹線や特急の車内が仕事場になる。勤務地を選ばない働き方を求める人、転宅を伴う転勤をしたくない人が増え、テレワークが働く人にとって「普通の働き方」として受け入れられつつある。テレワークによって、会社はときどき行く場所になった、仕事をする場所を変えることができるようになりつつある。会社、仕事、通勤の定義が変わろうとしている。

現状のテレワーク運用の課題はある。シンクロニシティ（共時性）が担保されていない会社・組織が多いため、みんなが出社しないと生産性が悪い、みんなが会社に来ないとコミュニケーションがとりづらいから、アイデアが湧かないから、テレワークをやめて出社に戻す会社も多い。しかし本当にそうだろうか？出社しても、組織内外で会話しないことも多い。会社のデスクに座っているだけで、アイデアが湯水のように湧いていたとは思えない。

テレワークから出社に戻すという会社も多いが、実態は

テレワークと出社のハイブリッドである。テレワークと出社をどう組み合わせるかは、各社の文化、職場のマネジメントと個人の仕事の進め方の領域である。テレワークをするのかしないのかの二者択一ではなく、ワーク&ライフのハイブリッド時代になったというのが変化の本質である。

ただし昔の日本のような、みんな一緒の時代ではない。業態・業種によってバラバラ、会社によってバラバラ、部署によってバラバラ、世代によってバラバラ、地域によってバラバラ。テレワークが働き方として定着して、職場・個人ごとに決める自由度が高まっている。テレワークだけではない。それ以外の働き方も、これまでになかったこと、今までならありえないと思っていたことが、いろいろな場所でおこっている。なにが現在おころうとしているのか？

(2) 場と時間の構造が変わろうとしている

テレワークが広がるなか、仕事の間所が変わりつつある。仕事は会社のなかでするものから、「自分が仕事をする場所」が仕事場となろうとしている。仕事の目的によって仕事をする場所を変え、自らが働きやすい場所が仕事場になりつつある。仕事の間所の変化によって、家と会社の関係が変わりつつある。このようにライフとワークの領域がそれぞれ拡張して、融合して、混ざり合いつつある（図5）。

技術が社会を変えてきた。これまで輸送技術の進歩は、ヒト・モノの物理的移動革命をおこして、「時間の構造」を変えてきた。オンライン・テレワークは、ライフスタイルとビジネススタイルを変え、時間・金の使い方を変え、分かれていた都心と郊外と情報空間の関係を融合させつつある。IT・DXの社会実装がすすみ、さらにロボテック、AI、メタバース、5G、生成AIが加速することで、「場と時間の構造」を大きく変えていくことになる（図6）。

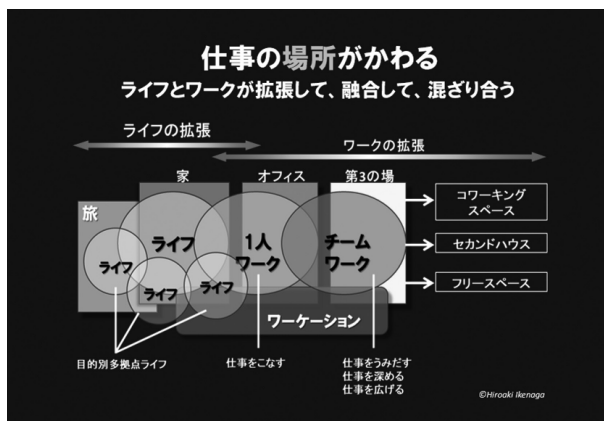


図5 コロナ禍を契機としたライフとワークの場の変化

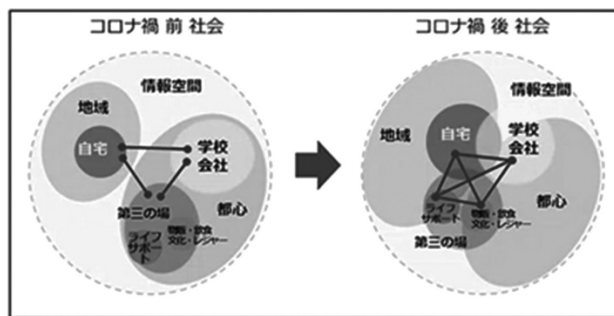


図6 コロナ禍を契機とした都心と地域の構造変化

(3) “コロナ” 時代最大の変化—関係性の変化

2023年5月に新型コロナウイルス感染症は5類に移行したが、コロナ禍は終わったわけではない。令和一桁時代は混沌と浮足立つ空気につつまれ、“コロナ”時代となる。2020年のコロナ感染拡大当初は「コロナ『下』」と言っていたが、「コロナ『禍』」に呼び方が変わり、以来『禍』という漢字が主に使うようになったが、この「禍」という漢字には深い意味がある。「災」という漢字は、元に戻せる、壊れたものは直せる、なくなったものは作り直せるという意味がある。一方、「禍」は元に戻らないという意味があり、コロナが収束しても、元には戻らないことがあるという。

新型コロナウイルス感染拡大はまさに「禍」である。コロナ禍前とコロナ禍後に分かれるモノ・コトがある。コロナ禍で変化が進み、コロナ禍前がどうだったのかが分からなくなってきているモノ・コトがある。

コロナ禍で変化しつつあるモノ・コトのなかで最大の変化は、『関係性の変化』ではないだろうか。会社と家庭の関係、会社と家庭と近所の関係、東京と地方の関係、都市と郊外と地方の関係、子ども世代と現役世代とシニア世代の関係を変えつつある。この関係性の変化が、ライフスタイル・ビジネススタイルを変え、価値観を変え、生活・社会を変え、ビジネスを変えようとしている(図7)。

オンライン・リモート・テレワークによる「場所と時間の構造」の変化が、社会的価値観と個人の価値観を変えつつある。価値観の変化はワークスタイルやライフスタイルなどの行動様式を変え、1人1人が願うありたい姿を追い求めて、その実現をめざしていく。

変化はすでにはじまっている。たとえばビジネス。ビジネスの主語が変わろうとしている。「会社が」から「わたしが」が変わろうとしている。会社勤め・企業人・社員

の主語は「会社」だったが、「わたし」が主語に変わろうとしている。そう考える人が多くなることで、会社、生活、家庭は変わりつつある。凄まじい変化がおこりつつある。私たちは、現在、そのような歴史的変革期にいる。

5. Well-Being—これからの社会を読み解く「生き方」

「これからの社会はWell-Beingだ」—それはそのとおりである。コロナ禍に入り、オンライン・テレワーク時代となって、働き・学び・暮らし・遊び方が変わり、生活・社会が大きく変わろうとしている。前述したように生活・社会は、技術革新だけでは変わらない。人々の価値観が変わり、技術とつながり、行動様式が変わらなると、生活・社会は変わらない。その変化の核となる価値観がWell-Beingではないか？

問題はそのWell-Beingである。ある人は健康な状態だといひ、ある人は幸福な状態だといひ。そんな漠然とした概念が、未来展望・未来設計を描きにくくしている。

(1) Well-Beingの「Being」の本質

Well-BeingはWellness(心身の健康維持・増進を図る生活態度・行動)と混同され、Well-Beingを「心身ともに健康」という意味でとらえる人が多い。バイタルデータ等を組合せて指標をつくり、データサイエンスを駆使することでWell-Beingを実現すると考える人もいひ。それらがWell-Beingの本質だろうか？

Well-Beingを分解する。まず後半のBeingとはなにか。BeingのBeはbe動詞である。「Be」といひと、日本人に馴染みのある言葉がある。

- ・Boys, Be ambitious! (札幌農学校クラーク博士)
- ・Let It Be (ビートルズ)

BeingのBeはこのBe。Beは英語。英語「Be」の語源

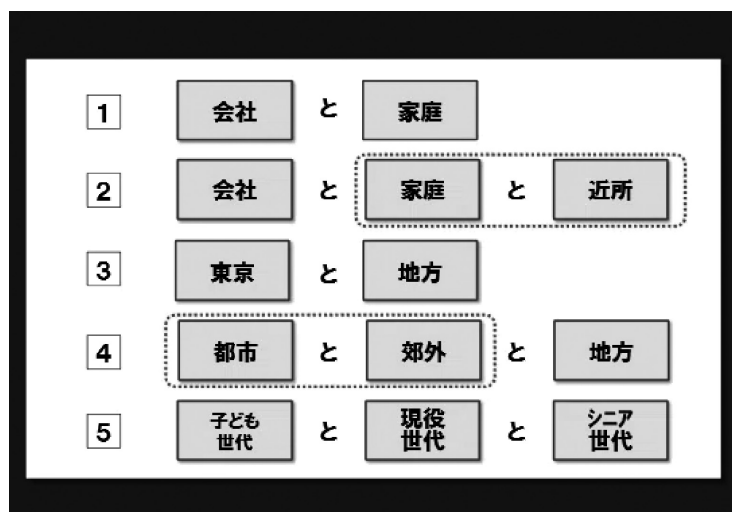


図7 コロナ禍を契機とした関係性の変化

は、ラテン語の「esse」で、キリスト教のスコラ哲学由来で、神からものに付与される「存在性」、あり様、存しているということ。漢字では「有」、日本語では「ある」「いる」。

つまり「esse」とは生活（生きる活動）・暮らすための技術・方法・工夫というよりも、「そこで生きている様」「そこで過ごしている様」「そこで暮らしている様」をあらわしている。よってラテン語 esse を語源とした Being は、「生きている様」と考えるべきである。

(2) Well-Being の「Well」の意味

次に Well-Being の「Well」とはなにか。普通は「よい」と訳され、「良い」という漢字があてられる。この「良い」とは Good。Good には基準があって、それよりいいという「良い」であるが、Well-Being の「Well」は「佳い」という漢字のほうが相応しい。

つまり「良い」と「佳い」は同じ「よい」でも、意味がちがう。「佳」の字源は横から見た人の象形で、縦横を重ねて中心であるとともに均整がとれている人の姿をあらわしている。つまり佳とは美しいこと。Well-Being の Well は、この「佳い」といえる。

「佳い」はさらに深い意味をもっている。ぐずる赤ちゃんに対して、私たちはこう声をかける—「よしよし」。この「よし」は「佳し」で、赤ちゃんやこどもに「よしよし」というのは、「泣くな泣くな、大丈夫。あなたは誰にも否定されないよ。そのままがいいんだ」という意味を込めて、声をかけている。また目下の相手の希望を承知したり、目下の相手をなだめたり力づけたりするとき「よしよし」というが、この「よしよし」にも、「あなたはだれにも否定されないから」という意味が込められている。

では、そのよしよしとは、なにを「佳し」とするのだろうか。人にはそれぞれの考え方がある、あなたは今のままでいい、あなたがそうおもうのなら、そのとおりでいい。

つまり、Well-Being は「佳く生きる」ということ。

(3) Well-Being から、未来展望の見取り図を描く

Well-Being には、もうひとつの誤解がある。「心身ともに良好」という文脈で使われる Wellness と重なり、Well-Being を健常者だけのもののように扱われるが、Well-Being は障がい者にもあてはまる。精神を病んだり傷ついている人にも、同じく Well-Being がある。Wellness に重なり、Well-Being を「健全であれ」という意味で受けとめられがちだが、そういう意味だけではない。もっと広く深く—これでいいのかな？「それでいいんだよ」である。これが Well-Being である。

ともすれば、「これでいいのかな？」「他の人はこんな

ことをしている」「どうしたらいいのだろうか？」「なにかしなければだめじゃないか」と不足に思ったり、不満に怒ったり、迷ったり、悩んだりしてしまいがちだが、一所懸命に生きているあなたは、現在のあなたでいい。それが「佳く生きる」ということ。そんな心境が Well-Being。Well-Being をたんに心身ともに健康・幸福というようなステレオタイプに捉えていたら、大切なことが見えなくなる。Well-Being を「佳く生きる」と捉えたら、これからの生活・社会の見取り図が見えてくる⁴⁾。

6. Well-Being な生活と社会—これからの家政学のために

(1) リアル空間とメタバース空間を同時に生きる時代

私たちは現在どこにいるのだろうか？どこで、だれと、なにをしているのだろうか？どこか落ち着かなく、ふわふわと、不安定な感覚で立っている。それはテレワークが増えていくなか、そう感じるようになっただけではない。1995年に日本のインターネットが誕生して、身体と頭・心が離れだした。現実とフィクションが混ざり合い、リアル空間とメタバース空間のなかを混然と生きている。自分がどこにいるのか分かりにくくなっている。

テレワークが進み、1億人の日本人全員が東京にいるようなメタバース空間ができていく。オンライン会議やオンラインビジネスが普通になって、東京や都心へは毎日行かなくていいという状況になった。現実の「私」は郊外・地方の家にいるが、パソコン・スマホを見る「私」は東京にいるようなメタバース空間を生きる。このように「複数の私」がライフとワークを同時に多拠点に生きている状況になった。

郊外・地方の家	⇔	東京・都心のオフィス
体		頭と心
(リアル空間)		(メタバース空間)

居住地の郊外・地方というリアル空間とは別に、仮想空間に「東京」という巨大な街を生きる。コロナ禍以降、都市から郊外へのシフト、地域分散が確実に進みだしている。しかしこの地域分散は、これまでの地域分散の概念とは異なる。これまでの、「巨大都市東京」の機能を分散させる地域分散という概念ではなく、「巨大都市東京」の機能を東京から離れた郊外・地域で使う、学ぶ、楽しむ、体験する地域分散という概念に変わりつつある。自分の体は郊外の家にあつて、頭・心は都心のオフィスやコンサート会場や美術館で楽しむ。

多拠点を同時に生きる時代となっていくなか、解決しないとイケない課題がある。時間と場の構造変化、新たな時空間・ライフ・ワークスタイル、生成AI時代におい

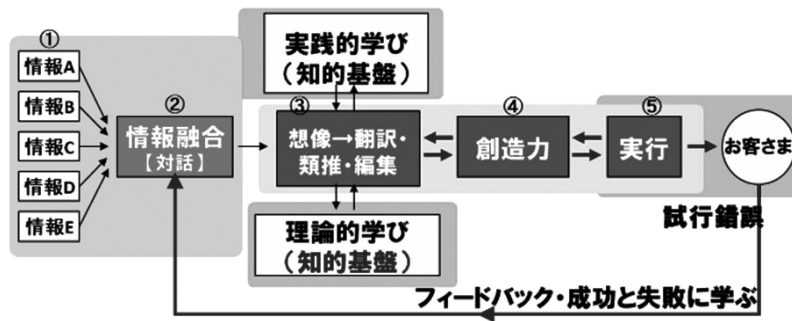


図8 生成 AI 時代の思考・創造プロセス



図9 THE 20 MINUTE NEIGHBOURHOOD (出典：オーストラリア・メルボルン市「プラン・メルボルン」)

ては、これまでの思考・創造プロセスは機能しなくなる。しかし生成 AI のことを多くの人は誤解している。生成 AI は情報収集・編集作業を飛躍的に効率的にするが、一級の実践者には勝てない。では、どうする。これから情報収集・情報融合・想像・翻訳・類推・編集・創造という情報編集・思考・創造プロセスに、生成 AI と知的基盤を組み込んだ新たな価値創造プロセスを再構築していく必要がある⁵⁾⁶⁾ (図8)。

(2) リアルの時空間を再構築する

コロナ時代でのリモートワークの進展に伴う、都心から郊外への移動、時間と空間の構造変化は、ライフとワークに関する価値観を変え、1人1人がWell-Being(住く生きる)を求める行動様式が転換することで、リアルの時空間が変わろうとしている。その先行事例がある。

世界の都市がベンチマークする英国エコノミスト誌の「世界でいちばん住みたいまち」ランキングで例年トップテンに入るメルボルンは、世界的建築家であるデンマークのヤンゲール氏の指導のもと、「人のためのまち」をめ

ざし、長い年月をかけてまちづくりをおこない、世界に注目される「世界でいちばん住みたいまち」となった。家を中心に徒歩や自転車やトラムを使って、健康で文化的な暮らしに必要な場所(買い物・教育・ビジネスサービス・コミュニティ施設・娯楽・スポーツ施設)に20分でたどりつける「20分生活圏」プランを策定して、人が主役のまちに変えていった(図9)。

このメルボルンの動きが、コロナ禍を契機に、世界に拡がりつつある。1人1人が主人公のナラティブを綴りつづけるWell-Beingなまちづくりに、世界は変わろうとしている。パリは徒歩15分でワークとライフに必要な場所にたどりつけるまちづくり、アメリカは2050年までに徒歩10分で公園や緑地にたどりつけるまちをめざしている。

(3) Well-Beingなまちづくりに動き出す日本

人を中心としたまちに変革しようとする世界に対して、日本はどうか?日本は江戸時代まで城を核にまちを形成してきたが、明治時代からバブル経済期の人口成長期まで、駅を中心としたまちに転換した。そして人口減少に

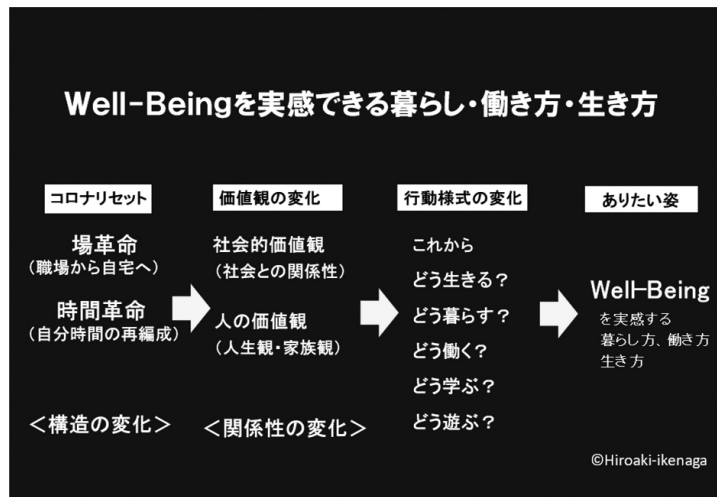


図10 Well-Being を追求する暮らし・働き方・生き方への変化

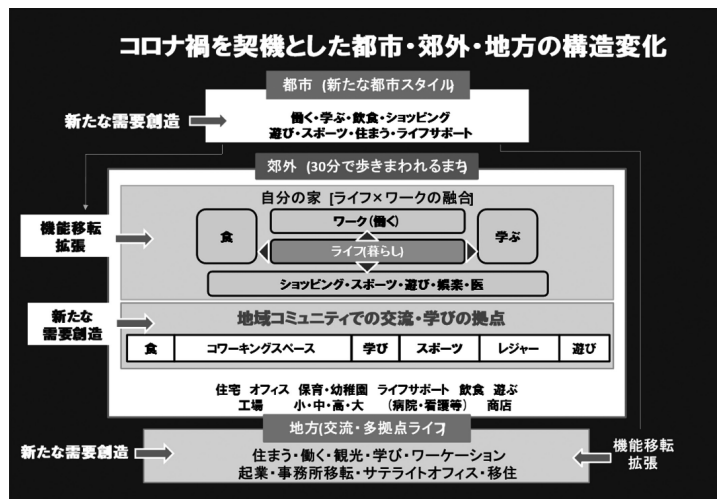


図11 人を中心とした Well-Being な30分圏社会

転じてから、都市機能の集約を目的とした「コンパクトシティ」「スーパーシティ」をまちづくりの政策の中心にするなか、コロナ禍に突入した。

街は固定したものではない、常に変わりつづける。「場と時間の構造」変化という“コロナ”リセットが、社会的価値観（人との関係性）、人の価値観（人生観・家族観）を変え、「どう生きる？ どう暮らす？ どう働く？ どう学ぶ？ どう遊ぶ？」という行動様式を見直し、自らのありたい姿、Well-Being（佳く生きる）を追求する暮らし方・働き方・生き方をめざそうとする動きが増えていくなか、都心から郊外への人の移動、人を中心とした Well-Being なまちづくりが動きだしている（図10）。

このように家、会社、まちが変わりはじめている。寝るだけのまちから、働きつつ暮らせるまちに、家を中心に歩いてまわられるまち、自らが主人公の物語、ナラティブを綴りつづけられる Well-Being なまちに住みたい・働きたいと考える人々がまちを変えつつある。

1億人の日本人が東京や都心にいるようなオンライン・5G・DX・メタバースなどがつくりだす「情報空間社会」と、1人1人が Well-Being をめざすリアル「人を中心とした30分圏社会」という2つの社会を同時に生き、Well-Being を実現するためには、4つの創造が必要である。

- オンライン・AIなど技術を活用した新たな価値の創造
- 地域の人と人・多世代との交流・学びの時空間の創造
- リアルとバーチャルを融合したライフとワークスタイルの創造
- Well-Being を実現する社会システムの創造

この4つの創造を核に、家を中心とした「リアル30分圏社会」を磨きつづけるとともに、1人1人が綴る Well-Being なライフとワークスタイルが、未来社会を創造することになる。すでに、そんな未来に向けた変化はおりつつある⁶⁾（図11）。

最後に、皆さまにお訊ねします、「あなたの Well-Being とは、どのような生き方でしょうか？」—日本の家政学は、そんな多様な生き方に対して、どのような Well-Being な価値を創造しつづけられるのでしょうか？

文 献

- 1) 農林水産省. “平成29年度 食育白書”. https://www.maff.go.jp/j/syokuiku/wpaper/h29_wpaper.html (閲覧 2018.5.29).
- 2) 総務省. “2021年社会生活基本調査”. <https://www.stat.go.jp/data/shakai/2021/pdf/gaiyoub.pdf> (閲覧 2022.12.14).
- 3) 池永寛明, 中野順哉. 日本再起動. 関西学院大学出版会, 2021.
- 4) 池永寛明. “誤解される Well-Being”. <https://comemo.nikkei.com/n/nc2bace41a10f> (閲覧 2022.4.27).
- 5) 池永寛明, 松岡正剛. 耕—文化を問い直す. 情報誌 CEL. 2018, 118, 4-11.
- 6) 池永寛明. “Well-Being なナラティブが混ざりあう30分圏社会へ—未来社会はどのような (下)”. <https://comemo.nikkei.com/n/nbdcf94069f7> (閲覧 2024.6.12).