



「アイデンティティで問い直すOTARU PRIDE」

国立大学法人 小樽商科大学ビジネススクール 准教授 内田 純 一

小樽市民であることにプライドを感じていますか？
唐突に感じられたかもしれませんが、この質問は平成27年10月に小樽市が発表した5カ年計画「小樽市総合戦略～OTARU PRIDE～」にちなんだものです。

地域戦略としての小樽プライドを再検討すること、それが今回のテーマです。

1 小樽市総合戦略～OTARU PRIDE～

小樽市総合戦略は将来的な都市像として「訪れる人を魅了し、暮らす人には優しい、市民幸福度の高いまち」を掲げていますが、この方針は観光庁が発足と同時に掲げた観光立国ビジョン「住んでよし、訪れてよし」と適合します。また、総合戦略による施策の実行前後には幸福度を測定しますが、これは内閣府による「幸福度に関する研究会」が示した指針に基づいています。

総合戦略の重点プロジェクトの一つには「小樽っ子プライド育成プロジェクト」があります。「小樽で生まれ・暮らし・教育を受けることで地元定着を実現する」ための事業と施策を通じて、子どもたちが地元へのプライドを高め、小樽で就職・定住することを促すという計画です。

国策に沿った計画に「プライド」という言葉を冠したところに小樽のオリジナリティがあると言えます。

2 プライドは競争に根ざす

プライドとは他者との比較によって得られる優越心です。絶えず競争上の相対評価を必要としますが、小樽が全国の自治体を相手に、市民幸福感をベースにした競争に挑むのであれば、プライドにこだわるのは理にかなっていません。

しかし、プライドを意識し過ぎると、それが傷つけられたときが心配です。地域は老いもすれば衰えもします。小樽がどんな位置づけにあってもプライドを保てるでしょうか。

また、樽っ子プライド育成を文教施策として見るならば、子どもたちが良い教育を受けた結果として個人的なプライドは持てるかもしれませんが、それでは地元への定住には結びつかないかもしれません。

3 プライドよりアイデンティティ

提案したいのは、プライドではなくアイデンティティに自覚的になるということです。アイデンティ

ティは自己同一性と訳されます。青年期に特有の自我の芽生え、他人から承認あるいは誤認されることによって形成される自他の境界意識などが、アイデンティティのもととなります。

プライドとの違いは、自己や自らが所属する集団を誇りに思うかどうかでなく、自らの自我や自他を分かち境界を、良いことも悪いことも含めて「自分が自分である」ために意識する点です。自らの出自（民族、出身地、信仰など）への優越感も、その逆の劣等感もアイデンティティに包含されます。

アイデンティティには正・負の心情が入り交じっている点で、誇りたいものだけを外に示そうとするプライドとはスタンスが異なるわけです。

4 アイデンティティの発想で負の要素も活用する

正・負を包含する形で自らのアイデンティティに自覚的になろうとする態度は、観光振興の実践には重要です。地域には歴史や事件に裏付けられた背景を持つ史跡や建造物があり、隠された文化やストーリーも眠っています。もちろん、その中には地域の人にとって決して誇らしくないものもあるはずですが、自らの価値観で地域資源を取捨選択してしまうと、将来的に成長が見込める観光資源の芽を自ら積んでしまうことにつながりかねません。

いわゆる「負の遺産」と言われるもののなかには、後に世界遺産やジオパークに認定されるようなものも含まれています。そのような人類にとって普遍的な価値を示す段階には至らない地域資源であっても、地域のアイデンティティの観点から見れば、かけがえのない価値を有する場合もあり得るはずです。

小樽が小樽であるということを自覚することは、地域の経済にとっても大変重要です。「アイデンティティは金になる」と言うのと、どこかえげつない印象を持たれるかもしれませんが、ビジネスやクリエイティブの源になる要素が地元にあるとき、若者は自然とそこに定住します。そして、その要素には正の側面も負の側面も含まれるということなのです。

<住んでよし、訪れてよし>の小樽を目指し、小樽アイデンティティについての考えを深めてみませんか。