

# ◎「郊外」というライフスタイルとまちづくり

## ① 郊外型ライフスタイルの形成と展望

■三浦展

### 1 郊外の問題

戦後日本の生活の歴史は、アメリカ型の大衆消費社会の実現、言い換えれば「豊かな」中流社会の形成の過程であった。その中で重要な役割を演じたのが「家族」であり、特に横浜市のような郊外に住む核家族の中流家庭であったと言える。しかし、この二十年あまり、離婚の増加や晩婚化、あるいは少年犯罪、いじめ、不登校の増加などに見られるように、その郊外中流家庭の崩壊あるいは変質が大きな問題になっている。

そこでまず、そもそも郊外あるいは郊外中流家庭にはどんな問題があるのか、そしてその問題が現在、どのような段階にあるのか、整理してみよう。

### ① 共同性の欠如

郊外のもっとも本質的な部分だが、お互い見知らぬ同士が集まって住んだ郊外には、共通の伝統文化や生産・労働を基盤とした共同性がない。隣の家が何をしている人が詳しくは知らない。隣近所で一緒に何かをすることも少ない。家族で一緒に何かをするということも娯楽やレジャー以外にはあまりない。

### ② 均質性

急激に人口が増えた大都市で住宅を大量供給しようとするれば、住宅が均質化するのはやむをえないが、同時に住宅だけでなく家族の形態も均質化する。同じ街区であれば、年齢も収入も職業も大体同じである。均質だからこそ、わずかな差異に悩み、さらにはそれが妬みに変わるといふこともある。最近、郊外

の賃貸団地で隣の家がマイホームを買ったことを妬んで、その家の子供を殺すという事件があったが、これなどはまさに均質性ゆえの事件である。

### ③ 平等主義

最近の若者は規範意識がないと言われるが、郊外には伝統的な「世間」がないので他人の目を意識しないで育つという影響が考えられる。年齢も近い人ばかりなので、目上の人だから、年長の人だからという尊敬意識も生まれにくいであろう。

### ④ 職業が見えない 父の不在 母子の固着

郊外では、父親は遠くで働いているし、母親は専業主婦なので、職業、働く姿が見えない。特に職業の多様性が見えない。高層マン

① 郊外型ライフスタイルの形成と展望  
② 郊外住宅地開発の変遷と展望

1 郊外の問題  
2 郊外の家族は一九五五年体制から生まれた  
3 一九七五年以後の社会変動と無策  
4 私有意識からの解放と新たな公共性の構築

シヨンに住んでしまうと、世の中にいるのは母親だけということになる。母子固着も郊外では助長されよう。

### ⑤ 学歴の意味の強調

郊外では学歴が非常に重みを持つてしまふ。大体がサラリーマンの家庭で、特に横浜ともなれば父母ともに学歴が非常に高い。当然子供は最低でも親と同じ学歴をクリアしないといけないが、他の子供もみなそう思つて勉強するからますます競争が激化する。

### ⑥ 主婦の不満

専業主婦は、毎日皿を洗つて洗濯をして退屈だと思つても、昔は夫が頑張つて働いて、給料が上がれば生活水準が向上するので我慢できた。しかし現在は、さらなる生活水準の向上というインセンティブが弱まっているから、単調な生活に対する不満が昔よりも強く意識される。

神奈川県の調査を見ると、結婚に喜びや良さを感じるという人が、男性は四五%、女性が三五%。一〇ポイントも差がある。総理府の全国調査では、同様の質問に対して男性は四一%、女性が三八%であり差がない。特に神奈川県四十代に限ると、男性は四八%で、女性は三三%しかない。つまり結婚について、神奈川の男性は全国よりちょっと幸せ。女性はちょっと不幸。特に四十代は不幸ということがある(図一)。

### ⑦ 少年犯罪

最近少年犯罪の起きている町は多くが新興

住宅地である。全国的に見てもそうだ。神奈川県は文部省の統計によると児童生徒千人あたりの暴力行為発生件数が六・三件で、全国で三位である。

## 2 郊外の家族は一九五五年体制から生まれた

このように郊外の家族には、様々な問題が発生している。では郊外の家族はいつどのようになつて生まれたのか。それは戦後の郊外家族の本質を解明しなければならぬ。

ひとことではいへば、それは、高度経済成長期、一九五五年体制が生み出した家族形態であり、特に七〇年代に大量の団塊世代が家族形成期に突入したことによって完成した、極めて特殊歴史的な家族形態であると言える。

五五年体制というのは、自由党と民主党という二つの保守政党が合併して自由民主党となり、細川政権までの約四十年間、自民党の一党支配体制が続いた。その最初の年が五五年だったという事で、五五年体制というわけである。この五五年体制が、高度経済成長を推進し、アメリカ型の大衆消費社会を目指すという政策を進めていったのである。

一九五五年当時、アメリカの大衆消費社会は、絶頂期にあつた。工場労働者でも郊外に庭付一戸建の家が簡単に買え、自動車を二台保有することも珍しくなかつた。家の中には、テレビ、冷蔵庫などの家電が揃い、様々な食品が溢れんばかりに詰め込まれていた。その輝くばかりの生活は、当時の日本人にとって新しい目標となり、日本人は、アメリカ的ラ

イフスタイルを追いかけることになつた。

郊外と家族も、こうした文脈の中で位置づけられたものと言える。その特徴とは、第一に核家族化(標準世帯化)。第二に職住分離。第三にジェンダーの問題。第四に高学歴化。第五に消費共同体としての性格である。

### ① 核家族化(標準世帯化)

核家族とは、通例、両親と子供が二人といった家族を指す。こういう家族を標準世帯とも言うが、この標準世帯が五五年の七百五十万世帯から七五年は千四百三十万世帯にほぼ倍増した(図一)。

ただし、両親と子供からなる世帯というものは戦前にも相当ある。簡単に言えば、本家は三世同居でも、分家は核家族だ。しかし戦後の核家族は、まず世帯人員数が少なく、かつその家族が地域共同体から分離しているということが特徴である。

また合計特殊出生率が二・〇から二・二の間を行ったり来たりするのがちょうど五五年から七五年の二十年である。それ以前は四五、現在は一・三四だから、五五年体制の中でのみ、子供数が二人で安定していたのである(図一)。なぜ二人で安定したかは不明だが、住宅の形態と面積が四人家族を前提にしていたからとも言われる。いずれにしろ標準世帯⇨四人家族というイメージが強かつたのであろう。

### ② 職住分離

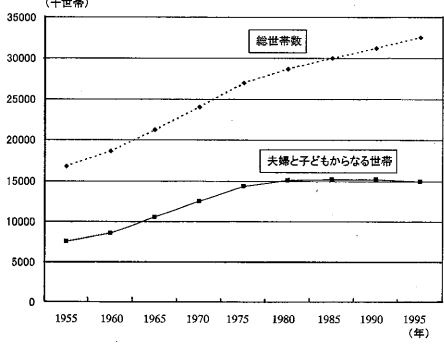
このように核家族は地域共同体から分離した家族だと言えるが、もうひとつ分離が起き

図一 結婚に喜びや良さを感じるか〔性別〕

性別	n	感じる			感じない		
		感じる	感じない	無回答	感じる	感じない	無回答
全	8,582	38.4	40.3	16.5	3.0	78.7	4.2
男	3,085	44.7	38.9	12.8	2.0	83.6	3.1
女	5,497	34.8	41.1	18.6	3.6	76.0	4.8

資料：神奈川県「少子化に関する県民意識二一〇〇調査」(平成12年)

図二 世帯数の推移



た。職住分離である。高度成長期までは、手の手の中産階級を除けば、下町の商工業者も農村の人々も職住一致で暮らしていた。それが次第に職住分離をするようになる。サラリーマンは当然だが、商工業の人々も、店や工場の横で寝食するのではうるさくて落ち着かない、環境も悪いということで、ちよつとお金があれば、世田谷あるいは横浜のほうに家を買う。商店や工場に住み込みで働いていた人たちも、結婚すれば家を郊外に買う。こうして職住分離が進んでいった。

### ③—ジェンダー

もうひとつ分離がある。ジェンダーである。男女の役割分担はそれ以前の社会にもあったが、五五年体制の役割分離は、父親はサラリーマン、雇用者、母親は専業主婦というものであった(図-4)。女性は働かずに家事と育児に専念し、男性の会社人間化を助けた。言い換えれば、夫婦ともども会社という新しい共同体に所属し、その共同体のために働くことが求められたのである。しかも都心から遠く離れた郊外は、女性の就業と男性の家事・育児・地域への参加を困難にしたため、いっそうその分離は明確になった。つまり、「男性―仕事―都心」対「女性―家庭―郊外」という対立が生まれたのである。

### ④—高学歴化

子供は昔は家の手伝いをするのが当たり前だったが、戦後はそんな暇があったら勉強をしていい大学に行ってくれ、ということになった(図-5)。男子に関しては、五五年か

ら七五年に高校進学率、大学進学率ともにほぼピークに達した。(女子については、やはり五五年から七五年まで高校進学率が上昇、大学進学率は七五年以降も増え続けている。) こうしてみると、五五年体制の家族は、父母、子供が分業体制になったと言える。分業という点、工場のベルトコンベアの前での作業が思い浮かぶが、それだけではなく、家族の一人一人の役割も分業したということになる。そしてそれは家族を工場にしたとも言える。中流家族を再生産する工場である。

### ⑤—「消費共同体」としての家族

こうした五五年体制の家族というのは、consumer unit(消費の単位)であったと言える(これはアメリカの歴史家サスマンの言葉で、二十世紀のアメリカの家族について言った言葉である)。あるいは、これは私の造語だが「消費共同体」としての家族であったとも言える。つまり消費し、私有財産を増やすことで共同性を味わう家族である。

それまでは、農村とか下町の商工業者のように、生産や労働を基盤とする共同体があった。国民の九割は、農業なり、商業なり、工業なり、なりわいを持って、地域として生産共同体をつくって生きていた。ただ彼らには私有財産がなかった。家も家電もクルマもないし、風呂も銭湯だった。それが戦後、地域に根づいた生産共同体から離れて、核家族になって、家電を買う、テレビを買う、そして最後には郊外に家を買って、車を買う。買い続けることによって家族がまとまっていく、というように、私有を原理とする消費共同体

が生まれたと言える。

父親にも母親にも子供にもいろいろ不満がある。仕事はつらい、家事も面倒くさい、勉強も大変だけれども、とにかく頑張ればテレビが買える、テストで百点を取れば、よしラジカセを買ってやろう、といって暮らしてきた。まさに消費を通じて家族が達成感、よろこびを味わったわけである。

また物を買うことによって、父親は存在感を示した。社員のときはパブリカ、課長になったらカローラ、部長になったからコロナ、いつか取締役になったらクラウン、というマーケティング戦略も、まさに消費の達成感が労働の対価であり、家族をまとめあげる接着力、あるいはシンボルになっていたということを実に示している。

しかも、父親は会社共同体という戦中の軍隊にも匹敵する強力な共同体集団にも属していたわけで、この会社共同体と家族という消費共同体がセットになって高度経済成長を押し進めたのだと言える。

## 3—一九七五年以後の社会変動と無策

### ①—七五年で終わった五五年体制

このように、五五年体制の中で、それまでとはまったく異なる新しい家族像が生まれたわけだが、私の考えでは、もうすでに高度成長の終わった一九七五年の時点で、そういう家族がうまく機能する時代も終わってしまった。そしてそれから現在までの二十五年間というの、次なる時代に向けて、新しい価値と古い価値の転換期にあったと思う。

図-4 20代後半の女性の労働力率の推移

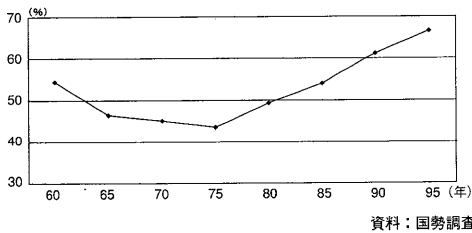
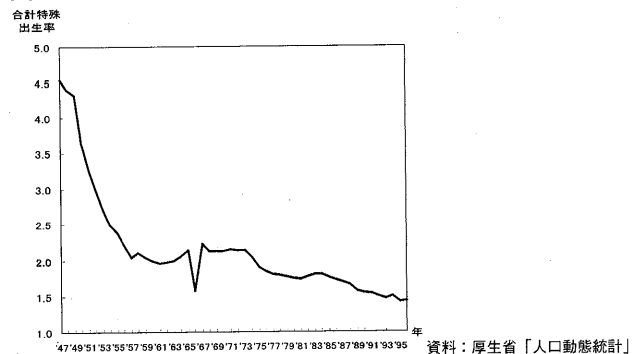


図-3 戦後の合計特殊出生率の推移



一部の人は、それまでの価値観が今までどおりうまくいかないという事に気づいていた。しかし、次の新しい価値というものをなかなか示せなかった。未だにできない。これが新しい家族だとか、これが新しい住み方だとか、新しい価値だとか、そのようなことは誰にもよくわからず、示されないままだった。明快なビジョンを示されないまま二十五年過ぎてしまったということが言えるのではないか。

## ② 失われた二十五年

村上龍がNHKで「失われた十年」という番組を放送していたが、実際は失われたのは十年、つまり、バブル崩壊後の十年間の話ではなくて、一九七五年からの二十五年間なのだという結論であった。すなわち、この十年ですべてが狂ったのではなくて、二十五年間ずっと、五五年体制とは違う社会のシステムをつくらなければいけないのを放っておいた。そのつけが今回っているんだという結論に村上龍は達したわけだが、私も全くそれに同感である。

その二十五年間放っておかれた社会システムの中のある局面が郊外であり、家族ということである。離婚、いじめ、不登校、すべて七五年以降急激に増えた。そして、晩婚化、少子化。要するに、それまでのように、結婚し、子供を産み、家族をつくり、暮らすというスタイルが、この二十五年間、どんどん通用しなくなってきたのである。

## ③ 消費共同体の意味喪失

郊外家族の消費共同体としての意味も、この七五年を境目としてどんどん低下していったと思われる。

七〇年代後半は、総理府の調査で中流意識が九割と言われた時代だ。中流意識は、常に一九六〇年頃からずっと大体九割だが、問題なのは「中の中」で、一九五八年は三七%だったのが七三年には六一%になり、その後大体六〇%前後になる。当時はまさに団塊世代に子供ができて、郊外への移住が始まり、ニューファミリーをつくる時代でもあった。その意味で七〇年代後半は五五年体制の完成の時代であったということになる。

しかし、そうすると「中流家族」という目標に代わる次の目標が要る。物を買って私有財産を増やし、それで家族をまとめて行こうという旗頭では、通用しなくなっていく時代になった。消費共同体としてのインセンティブがなくなったのである。

こういう中で、これまでは夢であり、目標であった郊外中流家族というものの「あら」が、逆にどんどん見えてくるようになった。今まではより良い生活の実現のために我慢していたものが我慢できなくなる。それまでは家族が相互に我慢し合い、助け合っていると思えたのが、しだいに家族が相互に犠牲になっていると感じられるようになってきた。夫が働くことよって、妻は家事をすることによって、子供は勉強することよって、それぞれ犠牲になっていると感じ始めた。それが現在の家族の置かれている状況ではないだろうか。

## 4 私有意識からの解放と新たな公共性の構築

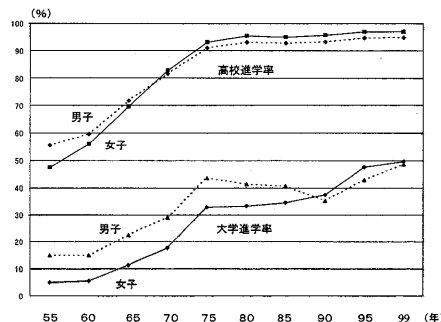
### ① 私有という問題

さて、では、どうしたらいいのか？と多くの方が思われるであろう。特効薬とか処方箋といったマスコミ的な発想を私は好まないが、一応、長期的な課題解決のための参考として以下のようなことを考えている。

私は一九九九年末に上梓した『家族』と『幸福』の戦後史——郊外の夢と現実』の巻末で、郊外を私有空間と捉え、郊外は私有空間であるがゆえに幸福を感じさせたのだが、しかしそうであるがゆえにまた息苦しい閉鎖的な空間にもなっていると述べ、そして、その価値観から脱却すべく「脱私有」という概念を提示した。自分でもまだよくわからないまま出した概念なのだが、最近『所有のエチカ』（注）という本を読んで、私の言いたいことが整理されているように思った。

その本で、大庭健は、現代人の中に「所有領域」の中ではミニ専制、無所有領域では放縦」という傾向があると言っている。つまり、マイホームのマイホームの中で「ここは私の部屋だから何をしてもいい」という意識が強まり、また誰か他の「私」の所有物には触れないようにするが、他方、誰も私有しない「公」にはまったく無関心で、ここでは何をしてもいいと考える（たとえば街中で座り込む若者、電車内で飲食する若者など）。そういう社会は「没公的な私有社会」であると大庭はいう。そして家庭内ですら、家族の成員が「私的城塞」としての個室の中でミニ専制君主化

図-5 高校・大学進学率



※大学進学率は短大を含む  
※高校進学率は通制を除く

資料：文部省「学校基本調査」

し、居間や食卓のような公共空間が縮小する。さらに、子どもまでもが親の私有の対象になり、他の子どもとの差異化が強調される。

私もまったく同感である。特に「郊外」持ち家「個室」という私的所有の領域が連鎖した空間ではますますそういう意識が強まりやすいのではないか。「マイホーム」「マイカー」「マイルーム」「マイタウン」という言葉が象徴しているように、戦後の大衆消費社会では国民が「私」の領域を増やすことが大きな喜びであった。「私」が所有する空間では、誰に気兼ねすることもなく、自分の自由に振る舞うことができたからである。

## ② 失われた公共性と個人の自由

しかし、すべての人が「私」を拡大したことで、失われたものはないか。それがまさに市民としての、あるいは家族としての「公共性」であり、また人間や家族のつながりであり、さらに本来の意味での個人の自由ではなかったかと思われる。

大庭の言うように、私有の差異化を求める人は、人間にも、身近な家族にも私有財産としての差異化を求める。ブランド好きな妻は夫により高い学歴、勤め先、収入、地位を求める。夫をブランド商品のように考えているわけだ。もちろん夫も妻を私有物のように考え、相応の学歴、美貌、家事労働等を求める。そして親は子どもに有名な学校への進学と、良い成績を求めるであろう。それらはすべて、人間が私有財産化し、差異化のための手段と化していることの証拠だ。「私の夫」「私の妻」「私の子ども」という言葉遣いが、いつのま

にか、マイホームやマイカーと同様の響きを持ってきてしまった、そしてそのことが現在のさまざまな家族問題を引き起こしているように思える。家族の成員が相互に私有しあうことで、相互に犠牲になり、自由を奪い合い、傷つけあい、そして結果として家族がバラバラになったように見える。

高度成長期には、家族が相互に我慢しい、助け合いながら豊かさを実現するという目標に邁進できたが、もはや物質的に高度に豊かな現代では、「豊かさ」は家族をまとめる接着剤にはならない。しかし「豊かさ」に代わる価値が見つからなかつたので、「豊かさ」の「質」を向上させるといふ大義名分によって、ブランド志向や学歴志向、偏差値主義が強まったのだとも言える。そしてそのことが、家族同士を相互扶助ではなく、相互犠牲の空間として意識させることになつたと思うのである。

## ③ 脱私有的価値観の芽生え

私は、若者の行動や価値観を調べるのが仕事のひとつだが、最近の若者の動向の中には、これまでの私有主義の価値観に代わって「脱私有」的な価値観の芽生えが感じられる。たとえば、フリーターの増加、フリマ(フリーマーケット)や古着の人気、地域で言えば高円寺、下北沢、あるいはアジアの人気などがその例である。

日本労働研究機構の調査によると、一九八二年に五十万人だったフリーターは九七年には百五十一万人と、なんと三倍に増えている。不況の影響もあるだろうが、しかしバブルの

時もフリーターは増加したのだから、不況のせいばかりではない。バブルの時は、アルバイトがいくらでもあるから定職に就かないと言われたのだ。バブルでも不況でもフリーターは増えたのだから、一貫しているのは「自分らしく働きたい」という若者の意識の拡大であると考ええる方が論理的であろう。

彼らに取材してみると、彼らが求めているのは「私有」によって呪縛された生活よりも、「自分らしさ」だということがよくわかる。若者はブランド志向だと言われるが、それはかなりマスコミがつくった情報である。たしかにブランド漁りが好きな若者も多いが、手作りをしたり、古着を自分でリフォームしたり、中古バイク、中古車、中古家具などを改造したりすることも非常に好まれている。そして最後は、自分の気に入ったものを置いたお店を開きたいという人が非常に多い。サラリーマンや専業主婦として生きる五五年体制型のライフスタイルが魅力を持たなくなりつつあるのだ。

## ④ 求められる新たな行動原理と横浜市への期待

かつて私は『東京』の侵略』という本を発行した(一九八七年)。そこでは、東京の拡大によってベッドタウン化、郊外化を余儀なくされた横浜が描かれた。言い換えれば、横浜は、高度経済成長期のパラダイムの中で、「東京都心―企業―生産―男性」に従属する「郊外―家族―消費―女性」の街の代表であったということであり、ドラマ「金曜日の妻たちへ」に象徴されるような、私有財産Ⅱマ

イホームの中で、実は「自分らしさ」の抑圧と閉塞感にさいなまれる人々の街であったともいえる。

しかし、これからあるべき家族とは、私有財産を増やすことで幸福を得るようなものではなく、また、お互いを所有しあい、思い通りにしようとすることで、お互いがお互いの犠牲になり、「自分らしさ」を疎外されると感じてしまうような家族でもないだろう。

むしろ、家族の成員それぞれが、他の成員

や社会、会社などからの押しつけではない、「個人」としての自己実現の目標を持ち、その目標の達成を家族同士が支援し合う、そういう行動原理が家族の中心にあるべきではないかと思う。

郊外という空間にも正しい意味での公共性がなくてはならない。それは単に公園をつくるということではない。「私」の世界の閉じこもり、「私」の財産を増やすことだけに一喜一憂する時代は終わったのだ。複数の「私」が、家族の中でも外でも、相互につながりあ

いながら、新たな公共性を再構築していくべき時代が来ている。そして、こうした新たな公共性を軸とした新しい市民生活、家族生活、あるいは教育のモデルを産み出すことが、まさにいち早く成熟した郊外都市となるこれからの横浜市に期待されているのではないだろうか。

△消費・都市・文化研究シンクタンク「カルチャースタディーズ」主宰／都留文科大非常勤講師／homepage: [www.culturesudies.com](http://www.culturesudies.com)

(注) 大庭健・鷲田清一編『所有のエチカ』ナカニシヤ出版、二〇〇〇

(参考文献)

三浦 展『家族』と『幸福』の戦後史―

郊外の夢と現実』講談社現代新書、一九九九

三浦 展『クレヨンしんちゃん』は家族を救う?』(『ブシコ』二〇〇〇年八月号、冬樹社)

三浦 展『郊外が生む家族の闇』(『朝日新聞』二〇〇〇年五月二十七日)

三浦 展『自分らしさ』と若者文化』(『児童心理』二〇〇〇年七月号、金子書房)

アクロス編集室『東京』の侵略』パルコ出版、一九八七