

【論文】

原発事故被災地における新たな観光コンテンツ創出の可能性

—双葉郡未来会議による「マーケティングの論理」の超克—

松本 行真

(東北大学)

要 約

本稿は産官学による事業化された「組織」ではなく、主に双葉郡出身らにより構成された「サロン」的なネットワークである「双葉郡未来会議」の主催する「双葉八町村視察」に焦点をあて、双葉郡未来会議という新たなネットワークが生み出す、「視察」の先にある「マーケティングの論理」に回収されない「新たな観光コンテンツ」の可能性を論じる。

双葉郡未来会議による被災地視察の意義は以下の三つにあるとした。一つ目は行政、民間企業、教育機関主催ではないこと、二つ目は避難者らによるネットワークであり「組織」ではないこと、「100人インタビュー」を通じて、双葉郡外に住む避難者自身が「双葉郡を知る」ことを起点に来街者を取り込もうとしていることにある。

マーケティングの論理になじまない被災の現状や復興プロセスを視察参加者と被災者が分かち合う→共有するという、ネットワークと外に開かれたアクティビティを通じて新しい観光コンテンツとスタイルを創出する可能性を双葉郡未来会議の取組は有すると論じた。

キーワード：マーケティングの論理、観光、ネットワーク

1. 風評被害と風化対策に取り組む福島県

原子力災害による風評被害で苦しんだ福島県（特に浜通り地方）は避難者への帰還をはじめ、県内外観光客を取り込むために多くのPR戦略（都内でアンテナショップの積極展開など）を行っている。具体的には「風評・風化対策強化戦略【第3版】」¹⁾において、平成32年度に向けた目指す姿である「新たな復興のステージに向かう“ふくしま”（ふくしまの新たなイメージの創出、ふくしまブランドの再生・構築）」で「県産品」「観光」「情報発信」「教育旅行」の4つの方向で展開しようとしている。こうした対策強化を「ターゲットを意識→届く、伝わる発信→連携を強化→果敢に挑む→共感・共鳴から共働へ」というプロセスで実現を想定している。

本稿に関連がある項目について、まず2017（平成29）年度の実績をみでみる。「情報発信」では著名クリエイティブディレクターの助言による情報発信「ふくしまプライド。」CMの放映、動画「MIRAI 2061」の発表、公式イメージポスター「来て」「吞んで」等の5連貼り（過去最大10万枚）等の展開や、他には県内スタディツアーを通じた首都圏や関西、海外の大学生等による発信も行っている。「教育旅行」では首都圏等への教育旅行誘致キャラバンや校長会等への訪問PR（12回1,004カ所）、海外の教育旅行関係者招聘（26校47名）、生徒・学生や教員等のモニターツアー開催（285名）等が実施された。「観光」については、JRとの連携による「ふくしま秋・冬観光キャンペーン」、

国家公務員内定者や JICA 研修員等を対象としたホープツーリズム²⁾の PR、首都圏の高校生・大学生を対象としたホープツーリズムモニターツアーの実施、国内外福島空港チャーター便の拡大(海外 69 便、国内 101 便運航)等であった。

こうしたことを背景に、「情報発信」ではこれまでの情報発信により県イメージは回復傾向にありながらも、風化傾向や連携強化を課題ととらえ、企業連携タイアップや全国各地でのプロモーション実施が取組方針としてあげられている。「教育旅行」については誘致キャラバンやモニターツアーなどにより、宿泊者数等が回復基調にありながらも、他地域との差別化や福島でしかできない体験や震災学習等のニーズへの対応が課題として、ニーズや特徴をふまえた効果的な(学校等の)訪問等を方針にしている。そして「観光」では観光客入込数が震災前の 9 割に達しているものの、浜通りでは 7 割に満たず地域間で回復のばらつきがあるとして、【ホープツーリズム】に向けたツアーの造成・販売等受入体制を確立する等としている。

このような福島県やその関係機関の地道かつ着実な取組が、観光客入込数だけでなく県のイメージや農産物価格や売上の回復等にもつながっていることは各種の数字でも明らかである。しかしながら懸念する点も否定できない。今後の「特に強化すべき取組」をみると、それらに通底しているのは例えば「教育旅行の回復」に示されている「マーケティングに基づく効果的な誘致活動に挑む」という、「ターゲットの需要把握とその対応」である。こうした「マーケティングの論理³⁾」を(その批判的摂取を行わないままで)地域政策(とりわけ「復興」)に適応させることの一つの帰結が、生活と消費が乖離されたロードサイド化され、リスクに脆弱な消費空間を生み出した(松本 2015)ように、風評・風化対策強化戦略にマーケティングの論理を徹底させることによる懸念はそこにある。付言すれば、こうした行政機関主導という「上から」の取組は今、再検討を求められている防災と同じ構造—観光インフラ—になっているのではないか⁴⁾。

つまり、被災地復興に向けたとりわけ「観光」(福島県のフレームでは「情報発信」、「教育旅行」も含む)と「マーケティングの論理」/「地域社会におけるガバナンス」の両視点による往還を通じた再検討が、「集中復興期間」と「復興・創生期間」を経て(復興関係予算が大幅に縮小される予定の)2021 年度以降、特に求められるのではないだろうか。

2. 被災地「観光」のとらえかえし

「観光」そのものについて、アーリは、ロマン主義的まなごしから集合的まなごしへの変容とその相互作用の視点から、移動、場所、観光(日常と非日常(Urry1990=1995))の捉え返しにふれ、また巡礼から移手段の発展による精神性の衰弱・喪失、余暇の商品化による観光市場の創出・拡大、観光領域の拡大(受動型から能動型、いわゆる体験型も取り込む)、まなごしの変化/消費される場所→観光の終わりの過程を論じている(Urry1995=2003)。このように日常/非日常などの二面性とその相互作用について、須藤は観光における「観光の論理/生活の論理」の両義性を指摘している(須藤 2012)。被災地観光(ツアー⁵⁾)の文脈に引き寄せれば⁶⁾、被災者側の論理も組み込まれた「観光」が求められると考えられる⁷⁾。

先述したように、福島県は岩手県や宮城県などの被災とは異なり「未曾有な原発事故に遭った地域=原発事故被災地」として、被災地探訪・視察→観光に一定の需要がある。前章の福島県の取組でも言及したように、産官学の各主体により主催される「被災地観光」が生まれ、風評払拭には福島県に対するイメージ調査「福島県観光地実態調査報告書」等から一定の成果が得られているとい

える。

しかしながら、これらの「被災地観光」の限界もある。例えば語り部⁸⁾は戦争や震災といった災禍を行政等による「公式見解」やメディア発信のマス情報ではなく、「一般の人」が語り継ぐところに意義があり、福島県内でも多くが存在している。語り部の有効性を論じる議論は多いものの、語り部の「語り慣れ」による弊害も生まれつつあり⁹⁾、それは被災地観光の参加者が抱く被災地観のステレオタイプ化¹⁰⁾につながっていく可能性も多い¹¹⁾。

こうしたことになった原因は何なのか。まず一つに、語り部の「事業化」による商業化—マーケティングの論理に取り込まれること—も要因と考えられる¹²⁾。被災地観光において、利用者側の需要に「被災地を知る・支援すること」等がある一方、被災地側はその対となる「知ってもらう・支援してもらう」の部分に「お金を落としてもらう」こと、換言すれば「地域経済に寄与」があるように、利用者側と被災地側の関係に重なり合う／合わない部分がある。支援の部分に貨幣的なものも含まれている(地域産品を購入することなど)ところがポイントであり、利用者の需要を満たす(その先のお金を得る)ための活動が、純粹に知ってもらう、自分たちの現状をありのままに伝えるということから外れてしまう要因の一つになっている可能性が高い。

さらに踏み込めば、「福島を「語る」難しさ」にあるのではないだろうか。本稿では主題とはならないためこれ以上は言及しないが、福島を語る上で難しいのは、それが単なる被災、復興の問題だけでなく、放射線による健康やエネルギー問題などの複雑な問題を含み、さらに誰が「(ステレオタイプ化されたヴァーチャルな) 真実」ではなく「(そこで住む・通う人たちしか語れない) 現実」を語るのか、という問題が伏在しているからである。その参加者は本来、表局面だけでなく裏局面も求めている(MacCannell 1999=2012)ものの、(彼も指摘しているように)提供側/提供される側の相互作用(その基底にあるマーケティングの論理)により、結局は「ステレオタイプ化」された語りへと回収されてしまう。

このように「公式見解」から逃れるために生まれた「語り部」も、(復興まちづくりの一環として生まれた)「事業化」等による、ある意味での被災地における「マーケティングの論理」に回収される¹³⁾ことで、ふたたび「公式見解」に至ってしまいつつあるのではないか。こうした論理は「事業化」されている震災アーカイブ¹⁴⁾においても、現在は情報の蓄積とその手法開発に留まっているが、今後議論されるであろう情報の活用方法の如何によっては、(脚注4でも言及したが、「上から」の官製という意味で)より強く現れる懸念があるのではないか¹⁵⁾。これが本稿の問題意識の一つでもある。

まとめると、貨幣価値における持続性(事業化:雇用の確保等)が求められるようになった時点で「拘束力」の強い言説が「語り部」等の伝承に求められるようになり、「現地を知ってもらう風評を払拭する」という目的も、結果的には「風評を上積みする」(結果として、復興を阻害する要因となってしまう)ことになっているのではなかろうか。

最初に考えられることとして、こうしたことを回避するために「事業化」と「組織」化を再検討することにある。しかしながら、復興まちづくりを進めていくためにはヒト・モノ・カネの誘導が求められている(従来型「復興パラダイム」の陥穽)ことも事実であり、とりわけ福島県が他県と異なるのは風評・風化対策が上乘せして求められるのである。そこで本稿ではそうした産官学による事業化された「組織」ではなく、主に双葉郡出身らにより構成された「サロン」¹⁶⁾的なネットワークにあえて留まり続ける「双葉郡未来会議」の主催する「双葉八町村視察」に焦点をあて、双葉郡未来会議という新たなネットワークが生み出す、「視察」の先にある「マーケティングの論理」に

回収されない「新たな観光コンテンツ」の可能性を論じる。

3. 双葉郡未来会議とツーリズム

3.1 双葉郡未来会議の概要

双葉郡未来会議は富岡町出身の平山勉氏が中心となり2015年夏に発足した。同氏は富岡町中央区の出身、いわき市内の高校を卒業後、18歳から24年間は東京で過ごしていたが、2009年に富岡町に戻ってきた。その後は家業であるビジネスホテルひさごを手伝いつつ、自身が経営する(有)ノーマディックレコードの運営に従事する一方で、地域の活動として消防団に入団、また父が組合長であった旅館業組合にも入会し、いくつかの活動・行事に参加していた。

震災後、2011年秋にホームページ「富岡インサイド」を立ち上げ、双葉郡をめぐる動きについての「最近の関連ニュース」、とりわけ「更新情報」と称される旧警戒区域、帰還困難区域をドライブレコーダーの動画や画像でアップしており、遠くで避難している人や一般の人が立ち入れないということも含めて貴重な資料を今も提供し続けている。2012年秋にいわき市内にレコード事務所を再開し、主にいわき在住の人たちと月1回の飲み会を開くようになったのが2013年前後¹⁷⁾のことである。双葉郡未来会議は平山氏がいわきの未来会議事務局¹⁸⁾に携わるなかで双葉郡のことを知らない人がいわきに多いことを実感し、双葉郡の状況を説明・認知してもらう、もっといえば「双葉郡ひっくり返して何かやりたい、テレビ・新聞ではない情報を」発信するために、双葉郡の分科会をはじめようと考えたのがはじまりである。その後8町村から一人ずつが参加し、2015年7月7日に「双葉郡未来会議」第1回ミーティングが開催された。このミーティングは現在、中心メンバーとなる5～10名程度が参加している。

双葉郡未来会議のHPによれば、同会議は「①「はなれていてもおとなりさん」、②「おとなりさんは今、どうなの?」、③「そろそろ近所付き合いも」、④「誰がくんだっぺ?」、⑤「語り継ぐ為に」の5つを大きなテーマに設立したのである。敢えて類型化すると、情報発信は「今現在」(上記の②)と「今後・将来世代」(⑤)、ネットワーク形成(①③④)が主眼にあり、活動のコンセプトは「知る」「見る」「繋がる」¹⁹⁾の3つである。

主な活動内容としては「ミーティング」、「双葉郡町村や東京電力福島第一原子力発電所への視察」、一般的にはシンポジウムといえる「双葉郡未来会議 season X²⁰⁾」である。2016年度までの主な活動をまとめたのが次の表である。

平山氏へのヒアリングによれば、「メンバー固定ではなく、できる人でやっていければ」という範囲であることから、参加するのは先のミーティングでは5～10名、イベントで10・20名、フォーラム(「双葉郡未来会議 season X」)数十名とのことである。

表 双葉郡未来会議の活動経緯²¹⁾

| 年 | 月 | 場所 | タイトル | 概要 | 会合 | 行事 | 視察 |
|--------------------|----------------|---|---|---|----|----|----|
| 2015年 | 7月 | いわき市夜明け市場 | 第1回飲み会 | この日初めて双葉8町村のメンバーが揃い、現況や今後に向けて熱く色んな事を話し合った。 | ○ | | |
| | 8月 | 浪江町内 | 浪江町帰還困難区域大堀地区視察 | | | | ○ |
| | | Music bar burrws | 第2回飲み会 | 一気に人数が増え、更なる繋がりができた。12月5日本会議に向けて有意義な話し合いとなった。 | ○ | | |
| | 9月 | 東京電力福島第一原子力発電所 | 第1回イチエフ視察 | 東京電力と交渉し、地元住民にもイチエフの現状を視察する機会を作った。AFWの吉川彰浩氏を招いての勉強会も開催。勉強会も定期的に行っていければと思う。 | | | ○ |
| | | Music bar burrws | 第3回飲み会 | 12月5日本会議にむけて、コアメンバーによるかなり具体的な議論、提案となった。 | ○ | | |
| | 10月 | 大熊町内 | 現地視察/大熊町 | 福島第一原発をかかえ、事故以来全長避難が続く町の現在の姿を視察。大熊町の主要施設をくまなくまわった。定員15名。 | | | ○ |
| | | Music bar burrws | 第4回飲み会 | 12月5日本会議に向けて具体的な話しが煮詰まってきた。当初からかなり変更点が出てきて、より良い方向に向かっている。 | ○ | | |
| | 11月 | Music bar burrws | 第5回飲み会 | 当初の予定よりグッと人増えて、12/5本会の人の動き、モノの動きを確認。 | ○ | | |
| | 12月 | 広野町、楢葉町内 | 広野町、楢葉町視察 | | | | ○ |
| | | 東京電力福島第一原子力発電所 | 第2回イチエフ視察 | | | | ○ |
| | | いわき市産業創造館 | 双葉郡未来会議 season1 ~ 広野・川内・楢葉編 ~ 「解除とは何か」 | 120名以上が参加。広野町・川内村・楢葉町3町村にスポットライトを当て、震災・原発事故後の経過と現状に迫った。 | | | ○ |
| | | いわき市内 | 飲み会 | 12/5の振り返り、今後の改善点など。 | ○ | | |
| 2016年 | 1月 | 富岡町内 | 富岡町全域視察 | | | | ○ |
| | 2月 | Caffe W23(郡山市) | 第7回飲み会 in 郡山 | 3/19企画について、参加者は15名。 | ○ | | |
| | | 浪江町内 | 浪江町全域視察 | | | | ○ |
| | | | ミーティング | 3/19企画について。 | ○ | | |
| | | | ミーティング | 3/19企画について、参加者は11名。 | ○ | | |
| | 3月 | 広野町内 | 現地視察/広野町 | | | | ○ |
| | | | 登壇者ミーティング | ふるさと未来創造会議との関わり確認等。参加者7名。 | ○ | | |
| | | Music bar burrws | 第9回飲み会 in いわき | 3/19企画について、参加者は18名。 | ○ | | |
| | 郡山市民文化センター | 双葉郡未来会議 season2 ~ 葛尾・富岡・浪江編 ~ 「旧警戒区域の夜明け」 | 約150名が参加。避難解除が予定されている葛尾村と富岡町、浪江町の現状報告が今回のメイン。 | | | | ○ |
| | | 東京電力福島第一原子力発電所 | 第3回イチエフ視察 | | | | ○ |
| | 5月 | TATAKIAGE Japan コワーキングスペース | 第11回飲み会 | 6月25日本会議に向けた役割分担などの決定。 | ○ | | |
| | 6月 | | ミーティング | 6月25日本会議の最終調整、視察、Season4など。 | ○ | | |
| | | 東京電力福島第一原子力発電所 | 第4回イチエフ視察 | | | | ○ |
| | | | 双葉郡未来会議 season3 ~ 大熊・双葉編 ~ | 100人超が参加、前回・前々回と比べて若い世代の参加者が多かった。テーマは「半世紀後のバトン」。 | | | ○ |
| | 7月 | | ミーティング | Season3振り返り、Season4以降の活動について。 | ○ | | |
| | 8月 | 葛尾町内 | 現地視察/葛尾村 | 「ふるさと未来創造会議」と合同で開催。 | | | ○ |
| | 9月 | いわき市内 | 双葉郡未来会議 season4 ~ 離れても出来ること ~ | 事務局局内限定で開催。高校・大学生ら含む18名参加。ファシリテーター田坂氏による議論が行われた。 | ○ | | |
| | 10月 | J-VILLAGE内 | 双葉郡未来会議 season5 / 特集! J-VILLAGE | 震災後、イチエフの事故収束の前線基地となったサッカーの聖地J-VILLAGE。その対応はどういうものだったのか?そして現在は?これからは?を知るためのシンポジウム。J-Village内の視察も。当日は地元、および県内外から約60名が参加。 | | | ○ |
| 広野町公民館 | | 双葉郡未来会議 season6 ~ 八町村だヨ!全員集合 ~ 「もしも協働を探ったら」 | 双葉8町村の住民が、新しい繋がりを構築し、共に歩むための寄り合いとしてスタートした双葉郡未来会議の、一区切りとなる集大成。町村の壁を超え、民間でできることを突き詰めて、新しい対話の場を探る。同時に双葉郡女子会、ユース会(中高大学生~当時学生まで)を充足。 | | | ○ | |
| Kik'b 23 (まさっせプラザ) | 双葉郡未来会議ユースの交流会 | 第一回は郡山で開催。対象は双葉郡出身の中高大学生~26歳まで。 | | | | ○ | |
| | ニューチャイナ(郡山市) | 双葉郡未来会議ユース忘年会 | 双葉郡未来会議では双葉郡出身、またはに在住していた、当時大学生までの若者を中心とした会議体。 | ○ | | | |
| 2017年 | 1月 | かどや | 第16回飲み会 | 15名参加。会の名称変更、基本路線の共有。 | ○ | | |
| | 2月 | TATAKIAGE Japan コワーキングスペース | 事務局ミーティング | 富岡スタートアップセミナー、解除後の動きなど。 | ○ | | |
| | | さくらモールとみおが | 福島12市町村スタートアップセミナー ~ 浜魂(ハマコン) in 富岡 ~ | 双葉郡未来会議協力イベント。 | | | ○ |
| 3月 | 浪江町内 | 現地視察/浪江町 | | | | ○ | |

3.2 双葉郡未来会議と被災地視察

双葉郡未来会議の活動内容の詳細や会議体の形成上の性質については別稿²²⁾で述べるとして、以下では「視察」を概説したい。双葉郡未来会議のHPで公表されている視察については次の通りである。以下すべて、HPから筆者の判断で加筆・修正を施している。

(1) 2015.9.10/ 第一回イチエフ視察

東京電力と交渉し、地元住民にもイチエフの現状を視察する機会を作りました。実際に現場に行ってみなければわからない事がたくさんあります。双葉郡の住民なら誰でも参加する事ができるので、今後のスケジュールをご参照下さい。この日はAFWのY氏を招いての勉強会も開催。勉強会も定期的に行っていければと思います。

(2) 2015.10.18/ 現地視察/ 大熊町

双葉郡未来会議主宰の大熊町視察。福島第一原発をかかえ、事故以来全町避難が続く町の現在の姿を視察。大熊町の主要施設をくまなくまわりました。

【大熊町視察 vol.1】告知概要

大野駅、大熊町役場、図書館、オフサイトセンター（原子力災害対策センター）、福島給食センター、大熊町水産振興公社（ヒラメ養殖）、大野病院、双葉病院、大熊中、大熊小（原文ママ）、大野小、双葉翔陽高校、熊川海水浴場、馬の背岬、梨畑など。行きたい場所リクエストも受け付けます。今回は双葉郡の地元の方限定で15名程度の募集となります。関係者の方はお見送り下さい。ご希望の方はメールにて申込下さい。定員になり次第締めきります。

(3) 広野町視察レポート 視察日：2016年2月6日

告知概要：「あなたは同じ双葉郡の広野町の事をどれだけ知っていますか？」10月の大熊町に続いて、双葉郡の南の玄関である広野町を徹底視察。ナビゲーターは双葉郡未来会議 season 1 で広野町プレゼンしてくれたE氏。参加申込はこのイベントページ、またはメール電話にて。申込締切は1月29日（金）定員になり次第閉（原文ママ）め切らせてもらいます。

はじめに見学したのは、公設商業施設「ひろのてらす」。わたしたちの視察1か月後にオープン予定のこの施設は、震災・原発事故の影響で食品や日用品が買える商業施設が減少したことが背景となって、新設されることになりました。次に訪れたのは広野駅。2014年6月に同駅と竜田駅間の運行が再開。次に訪れたのは工事真っ最中の堤防。それから「ふたば未来学園高等学校」を訪問。未来学園は旧広野中学校の校舎を利用して、2015年に開校しました。この日は社会起業部に所属する生徒さんがわたしたちを迎えてくださり、学園での生活やまちづくりの取り組みについて報告して頂きました。その後、防災緑地の計画が進められている駅東側の地域に。土木事務所の方に案内して頂きました。

午後に訪れたのは「J ヴィレッジ」。日本サッカーの発展を支えてきたこの施設は、震災以降、福島第一原発事故対応拠点としての役割を担ってきました。そこで「東日本大震災以降のJ ヴィレッジにおける東京電力の取り組みについて」をテーマに、東京電力の社員さんにお話しして頂きました。最後は、東京電力の社員さん案内のもと、広野火力発電所内を視察しました。

視察を終えて、最後は参加者全員で振り返り。視察で印象に残ったことを共有したり、双葉郡未来会議の役割について考える時間となりました。今回の視察で広野町についての理解が深まり、町村を超えた協働が生まれれば嬉しく思います。

(4) 葛尾村視察レポート 視察日：2016年7月30日（土）

今回は「おとなりの町村を見てみよう」ということで、『ふるさと未来創造会議』さんと共に町村視察を開催しました。

視察に伺ったのは双葉郡の秘境・葛尾村。同村は原発事故により全村避難が続いていますが、今年6月12日に、帰還困難区域を除いて避難指示が解除されました。解除されて間もない葛尾村を村の方の案内で歩きます。集合場所は葛尾村役場に併設されている村民会館。午前はこちらで葛尾村役場・Mさんから村の現状について説明していただきました。

はじめに訪問したのは村内で酪農の再開を目指すSさんの牛舎。震災前のご両親と佐久間さんご夫婦、親戚が協力して約130頭の牛を飼っていたとのこと。震災のわずか4年半前に立て替えたばかりの牛舎はいまも綺麗なままです。現在は郡山に生活の拠点を置きながら、会社を興して村内での酪農再開を目指しています。そんなSさん（酪農家/葛尾村議会議員）からは、再開を決意するに至った経緯や現在の暮らし等についてお話ししていただきました。

次に伺ったのは、村内で実証栽培に挑戦するMさんの田畑。Mさんの田んぼがあるのは帰還困難区域の野行地区から1キロほどしか離れていない広谷地地区南部。米作りを生業としてきたMさんは、原発事故後「村内で試験栽培をやりたい人はいないか」との呼びかけに率先して手を挙げ、米作りを続けてきました。平成27年からは実証栽培に取り組んでいます。しかしながら、来年度からは米作りにかかる費用の補助もなくなるため、ここからが本当の正念場だとMさんは話します。

視察の最後は葛尾村社会福祉協議会・Kさんの案内で帰還困難区域の中をバス車内から見学しました。帰還困難区域に指定されている野行地区には33世帯130名が暮らしていましたが、現在は4世帯を残してほとんどの世帯が新しい住まいを再建しているとのこと。Kさんのご自宅も野行地区の中にありましたが、背の高い植物が自宅の周りを囲み、長い間自宅に入れていないとのこと。帰還困難区域を抱えながらも避難指示解除をした村の困難さを目の当たりにしたような気がしました。

視察後には参加者がグループに分かれて感想を共有、それぞれが葛尾村で何ができるかを模索しました。今年は葛尾村で盆踊りが再開、さらには葛尾村がふたばワールドの開催地域になっています！みんなで葛尾村を盛り上げに行きませんか？

(5) 浪江町視察レポート 視察日：2017年3月5日(日)

今回は避難指示解除を前にした浪江町。これまでの、今の、これからの浪江がどうなのか？集合場所は浪江町役場内の大会議室。午前中はここで今回のアテンドをしてくださる浪江町役場・Kさんから町の現状について説明いただきました。そして、診療所とまちなみマルシェを見たあと、バスで一時休憩施設、元老人保健施設の「貴布祢」に移動しました。

はじめに訪問したのは、請戸漁港。津波の影響を受け、地元の方々は南相馬の漁港に拠点を移していましたが、先日2月25日に6年ぶりに漁船が帰港することとなりました。次に請戸小学校。地震発生時80人の児童が学校に残っていましたが、教職員による迅速な避難指示により大平山へたどり着いたため、幸い1人も犠牲者はいませんでした。その後、自衛隊や警察の方々などから励ましの言葉がよせられた黒板は、メッセージが消されたり、関係のない言葉が書かれるなど心無い行為もあったことから、落書きを禁止し、後に保存のためほかの校舎に移しました。校舎も現在保存を検討中だそうです。校舎の損傷が激しいため、敷地外からのみの視察となりましたが、ゆがんだ窓枠などから津波の凄惨さを感じました。共同墓地には、実際に住民の方が避難し、町が飲み込まれる様子を見ていたそうです。以前の慰霊碑は移動し、3月11日に除幕式が行われました。次に浪江駅前とサンブラザを回り、懐かしさで参加者みんなが昔話に花を咲かせました。浪江駅は、3月31日から小高一浪江間の運転再開予定。

次に希望の牧場へ向かいました。希望の牧場を経営するYさんは殺処分を承諾せず、牛飼いとして牛を守り続け、他の牧場の牛も保護してきました。「浪江町は元の姿にはもう絶対戻れない。だがしかし、命をどう扱うのか、牛たちは、この事故を生き抜いてきたある意味貴重な生きた資料だ。その調査をきちんと進めることで、将来に大きな資産を残すこともできる。何事もなかったかのように殺処分してしまっていないのか」とYさんは話してくださいました。牛を生かすことでさらに、エネルギーのことを考えるきっかけにもなり、それは福島だけの問題ではなく、日本全体の、世界の問題でもある。ひとりひとりが考えを持ち行動すること。それらが復興の希望につながるのだと信じて今も活動をしています。

最後に訪れたNPO法人JINでは代表のKさんが福祉と農業での浪江の復興を図るお話を伺いました。震災前は事業所として、障がい者や高齢者のデイサービスやリハビリ等を行っていましたが、震災により休止を余儀なくされました。「ここに生きる我々はどう生きるべきか」と考え、2年間は原発避難者の支援を始めました。まずは、福島県内の避難先に、仮設住宅のサポートセンター3か所、障害者の日中活動の場を2か所、相談支援事業所を1か所新たに開設し、そして、浪江町の復興を担う仕事をしようと思いました。ふるさとの風景は美しくなければならぬ。荒れ果ててはだめだと考えました。今、その復興を担うのは障害者や浪江の町で長い間農業をしてきた高齢者ではないかと考えました。Kさんは今、障害者や高齢者を復興の担い手として花の博覧会に出店している方から技術を学び、良質な花の栽培を行っていて、東京を中心に出荷しています。「NPO法人JIN」で働くことで地域で生活している障がい者、高齢者等の医療、福祉等の増進を図る活動を通して、一人ひとりが誇りを取り戻し、豊かに生活を営めるように活動しています。考えるだけでなく行動を起こすことや、形にすることが大切だとお話いただきました。

視察後には、浪江町役場の大会議室に戻り、参加者がグループに分かれて感想を共有しました。今回、YさんとKさんの両極の形の希望を実際に観て聞く事が出来たととてもよかったと思います。避難指示解除に向けて、少しずつ、しかし着々と進んでいる様子が見られました。

3.3 双葉郡未来会議の「視察」と「観光」のあいだ

双葉郡内をめぐるこの視察の参加申し込みはFacebookやメールまたは電話で受け付けていて外へ「開いている」ものの、(どのレベルかは不明であるが恐らく部外者という文脈で)関係者お断りという意味では「閉じている」ともいえる。視察レポートをみる限りでは、参加者は役場等の公的機関から一般住民まで幅広く、これらは双葉郡未来会議メンバーのネットワークによるものであ

る。

これらの視察に参加した人たちのコメントも同 HP に掲載されている²³⁾。

ふだん町内に住んでいるが個人では行けない場所があり、見られない場所については伝聞に頼らざるを得なく、情報に確度が求められず語れない。そうした場所に入れたことで町を語る幅が拡がり、地域が抱える課題の構造を理解することに役立った(広野 A)

双葉未来会議の主催でそのコアなメンバーとツアーに参加できたことは貴重な体験だった。FB 上で見ているだけの者の勝手な解釈だが、双葉未来会議というゆるやかなチームには、目先の結果や効率や数値といった固りやすい価値に惑わされずに一匹オオカミ的に日々の暮らしを守るために、大切な人たちの暮らしを守るために、静かに闘っている人たちが、連なっていると感じる(広野 B)

私たちが毎日のように使っている電気の原点。当たり前に使えている物や出来事の背景を知るとというのは勉強になる。原発の方も是非一度行ってみたいと思う。行く事でいろいろ知る事が出来、考える事が出来ると思うので。悔やまれるのはもっと事前に行く所の予習をしておくべきだった。今回いろんな方から直接お話をきけると思っていなかったので、質問もあまりする事が出来ず、もったいなかったなと思ったから(広野 C)

改めて確認できたことが多く、みのり多かった。町民の暮らしと町としての再生の 2 局面の考え方はとてもよい。Y さんと K さんの対照的な考え方も、色んな考え方があってよいかと(浪江 D)

Y さん、K さん、出てくる言葉は真逆だったが、想いや現状認識は同じ、やはり同じ町民だと感じた。また、役場職員としての身分を明かしたうえで Y さんと話げできたのはよかった。まずは個人として関係性を作りたい(浪江 E)

原発事故によって、現実起きたことを伝えていくことは本当に大切だと思う。そういった色々な事実を前提に、自分のアタマで考え、どう自分が(いろんなことを)選んでいくかが大切という意味では、この日のように、真逆とも感じてしまうような色々な話を聴ける視察は、とても貴重だと思う(浪江 F)

公開されているのは広野、葛尾、浪江のみ、かつ公開可能な参加者のみであるために、これらのコメントだけで一般化するのには難しいものの、現段階で論じるならば、双葉郡未来会議による視察に参加することは「双葉郡未来会議というゆるやかなチーム」との関係をつくりながら、被災地における「対照的な考え」を「色々な立場の関係者から」聴くことができることにあるだろうか。こうした視察の形態は、いわゆる利用者需要における“median voter rule”を採用しがちなシェア拡大を志向するマーケティングの論理では難しい、つまり従来型の被災地「観光」の文脈には入らないのではないか。

先述したがこの視察は関係者以外参加自由となっているものの、双葉郡未来会議自体、いわゆるマスメディアによる告知を積極的に行っていないことから、「知る人ぞ知る」存在であるという意味で、これらの参加者は(双葉郡未来会議へのアクセスは原則可能だが)「ある程度、閉じた」性質をもつ関係であるといえないだろうか²⁴⁾。完全に閉じていないが、完全に開いているわけではない。その理由として、マスメディアから一定の距離を置く平山氏のスタンスの基底に、完全に開いてしまうと逆に色々な影響を受け、結果としてマーケティングの論理に巻き込まれてしまうことを懸念しているからではないだろうか。さらに留意すべきは、これらの活動を支える双葉郡未来会議自体、主に双葉郡とその周辺地域の出身者で構成される企業体や NPO による組織ではなく、ゆるやかな「ネットワーク」(その表象としての「サロン」)なのである。

双葉郡未来会議の活動コンセプトである「知る」「見る」「繋がる」を同会議が主催する視察のしかけとして構築されている背景には、このように主催側/参加側双方による一マーケティングの論理をはじめとした様々な論理の外/周縁にあるという意味で一「ゆるやかな」メンバーシップに依拠するところが大きい。こうしたゆるやかなつながりによる活動が従来型の被災地視察を超える一既存の被災地「観光」の文脈をも超える一新たな観光コンテンツを創出するのではなかろうか。

4. むすびにかえて—新たな観光コンテンツ創出は可能か

4.1 双葉郡未来会議の被災地「視察」再考

本稿では従来型の被災地観光（と視察）の意義と限界について、観光（と視察）をめぐるオーセンシティへの葛藤（：予定調和か否か）に従来型の観光は対応できない、最大公約数を満足させるという商品、市場化、マーケティングの論理の視点から論じてきた。

こうした観光の課題として、葛藤や相互作用を組み込めないことにあり、さらにそこで「動員」される語り部も、結局は被災地から切り離されたかたちで「商品化」され「うる」存在になってしまう。商品化されるがゆえの硬直化、消費される「語り」、陳腐化へ至るプロセスが構築されてしまう。要因の一つとして加えられるのは、観光という一つの政策が「地域活性化→経済成長」を目的であり、それらから産出される経済的指標を評価するという経済学的評価・枠組²⁵⁾にあるかもしれない。

本論で取り上げた双葉郡未来会議による被災地視察の意義としては、大きく三つある。一つ目は行政、民間企業、教育機関主催ではないこと、二つ目は避難者らによるネットワークであり「組織」ではないこと。そして3章では取り上げなかったが2017年から開始した「100人インタビュー」を通じて、双葉郡外に住む避難者自身が「双葉郡を知る」ことを起点に来街者を取り込もうとしていることにある。このように産官学ではなく「ネットワーク」（とその表象である「サロン」）発のものであることに、被災地観光における新たなコンテンツのあり方の一つを示唆するのではないか。

ここで今一度、被災地観光はどのレベルで「商品化」されうる／されているかを検討してみよう。マーケティングの論理を貫徹している旅行者（県主導による官製も含む）による従来型「観光」の対極にあるのが「双葉郡未来会議」による「視察」とひとまず考える。まず、商品化されうる／されている、をどうみるか。その補助線に開－閉という視点を設定する。「旅行代金を払える人なら誰でも」という意味で「開」いている旅行者による従来型「観光」、趣旨に賛同するという意味で開いているものの、それ以外は「お断り」という意味で「閉」じている双葉郡未来会議の「視察」といった図式だろうか。

アリーの議論に引き寄せれば、場所のマーケティングの論理による商品化→消費される（「場所を消費する」という問題もある。原発事故の被災地という場所をどう（双葉郡出身者が）考えている／（双葉郡以外の人たちにより）考えられているのか。場所をめぐるイメージ形成のかけひきとそれらの間の相互作用の視点が有用だろう。「福島は悲惨」という視察参加者の（参加前の）想いと（視察で）異なる現実をみせることが双葉郡未来会議の主催する「視察」のねらいでもある。その背景にはそうしたステレオタイプ化された「フクシマ」像を流布するマスメディアに一定の距離を置いている平山氏の考えがある。つまり、現在の「福島」像をみてもらう「視察」は、オーセンシティの葛藤を取り込むことになり、それはマーケティングの論理に則る従来の「観光」からはみ出したものになる。そこに新たな観光コンテンツ創出の萌芽がみられるのではないか。

4.2 新たな観光コンテンツ創出に向けて

従来の組織主導による被災地「観光」はその組織の持続可能性を確保するためにマーケティングの論理に陥りやすい、結果としてステレオタイプ化された被災地イメージの拡大再生産に寄与する懸念がある。それに対して、双葉郡未来会議による「視察」はそうした制約条件から「ゆるやかに」逃れているがゆえに、かえって視察参加者の満足度も高くなる可能性がある。本節ではこれらを可能にしている論理について、主に社会学の視座から経済学・経営学そして本稿の具体的射程である

観光学を架橋する理論構築に向けた準備的な考察を試みる。

まず強調すべきは双葉郡未来会議の「視察」が新たな視点を提供することにある。具体的には、「ゆるやかなメンバーシップ」が主催する被災地「視察」は、「メンバーになる→会議とツアーの趣旨をある程度理解した上で参加する」人たちによるものであり、(完全に閉じてはいないが、開いてもない点でも)それはマーケティングの論理に巻き込まれるようなものではなく「連帯経済」²⁶⁾への萌芽ともいえなくはないか。これまで消費者型の「体験」²⁷⁾だけではなく、こうした被災地を体験する延長線上に「共感」、その先の「共創」(ここにアーリのいう「創発」(Urry2000=2006)の地平が拓かれる)があるのではないか。

つまり、アーリが展開するモビリティ・スタディーズを敷衍すると、移動-観光/体験-共感という平面に開-閉という第三の軸が生まれると、「観光×共感×閉」の象限に「マーケティングの論理」に回収されない、主催/参加者の共創が生まれるという、あらたな観光コンテンツとしてのサロン主体の被災地ツアーが位置されるのではないだろうか。ただ、ここでいう「閉」とは他者性(須藤2012:114)の文脈では(相対的に)「開いている」と考えることが出来る。というのも、ここで「閉じている」というのは他者との関係性があつた上で「閉じている」のであり、つまり他者との関係性が(相対的に弱い/ない)という「開きっぱなし」の状態ではないからである。観光が消費されずに、虚構が表象するリアリティを持ち続けることが出来るかは、ひとえにこの他者性(同:114) = 閉が持続するかどうかにかかると²⁸⁾。

このように観光と場所の捉え返しを行ったとき、観光と復興の経済学が展開する合理性をどう再構築するか、訪問者/被災地の関係とその変容を社会的にどう捉えるか、などといった諸問題が具体的な平面へ射影される。例えば、双葉郡未来会議のような活動は、被災地イメージがステレオタイプ化されて拡大再生産されるという、ある種の「囚人のジレンマ」による「コモンの悲劇」が生じる状況に対する抵抗のようにもみて取れる。先の諸分野との関係でみれば、社会学からは例えば「所有をはじめとした私有/共有そのもの、公-共-私への問い」へ、経済学では効率性の視点から排除性と非競争性の性質を持つ「クラブ財」としてツアーとそのコンテンツの財サービスをめぐる需給関係の問題へ、とそれぞれ考えることが出来よう。より広く社会経済システムの視点でいえば、非貨幣的な活動が復興まちづくりに寄与するプロセスと構造は「脱成長下」の「連帯経済」という社会システム構築に向けた萌芽かもしれない。

最後に新たなコンテンツ創出の可能性について論じたい。双葉郡未来会議による双葉八町村ツアーは山下晋司が震災後提唱している「新しい観光スタイル」の一つのかたちとなるのだろうか。震災後の新しい観光のスタイル(復興ツーリズム)として、「ボランティア」や「絆」と並んで、「まなび」が重要なキーワードの一つである(山下2015)。さらに山下は「この種の(原発事故被災地)ツアーはなかなかコマースリズムに乗りにくい。旅行会社の一般のパフレットでは福島他の地域が取り上げられることがあっても、原発事故被災地域が取り上げられることはほとんどない。そこでHSF(「人間の安全保障」フォーラム)のようなNPOなどが企画するというかたちでツアーが実施されることが多い。福島県ではふくしま観光復興支援センターなどが中心になってこの種のツアーをコーディネートしている」(山下2016)²⁹⁾。ここでいうコマースリズムをマーケティングの論理に置換すると、これまでの議論と平仄があう。こうしたツアーがNPO等の組織が担っているものの、これらのツアーも組織の持続可能性という制約条件から、結果としてマーケティングの論理に回収される懸念があることを本論では繰り返し論じてきた。双葉郡未来会議の「知る」「見る」「繋がる」が山下のいう「ボランティア」「絆」「まなび」と相同するが、いわゆる「新しい」³⁰⁾観光コンテン

ツを実現かつ持続的なものとして成立するためには、NPO 等の組織ではなくゆるやかな「ネットワーク」が一つの要件といえるではないか。

双葉郡未来会議はこのようなネットワークと外に開かれたアクティビティを通じて、マーケティングの論理になじまない—商業的に求められるコンテンツからはみ出した部分での—被災の現状や復興プロセスを(被災地以外の)視察参加者と被災者(である例えば双葉郡未来会議のメンバーたち)が分かち合う→共有するという、観光における新しいコンテンツとそれにより生み出されるスタイル³¹⁾を創出する可能性を大いに持つと考えるのである。

脚 注

- 1) 福島県「福島県風評・風化対策強化戦略について」
<https://www.pref.fukushima.lg.jp/sec/01010d/senryaku-sakutei.html>
 2018(平成30)年4月23日第81回新生ふくしま復興推進本部会議にて策定。
- 2) 「復興に正面から向き合う「人」との出会いや「福島のありのままの姿」を実際に見て、聴いて、学んで、そして希望を感じてもらおうツアー」(福島県観光復興推進委員会 HP)。
http://www.tif.ne.jp/jp/topics/topics_disp.php?id=1632&keyword=&start=0
- 3) いわゆる金銭的な交換に基づく交換をめぐる論理体系を資本の論理として、その一つ的手段としてマーケティングの論理が包摂される。本稿では資本そのものへの議論には立ち入らず、被災地観光を実現させるための手段としてのマーケティングの論理の次元で検討する。
- 4) 福島県「福島県風評・風化対策強化戦略について」における「平成30年度 風評・風化対策関連事業一覧」(総事業予算114億6,032万円)をみるとその懸念が増幅される。「②観光誘客の促進」では、AR、DMO、ヘルスツーリズム等、いわゆる時流をあらわす項目が事業として組み込まれており、とりわけ「ふくしまDMO推進プロジェクト事業」(観光交流課、事業経費5,320万円)では「マーケティング理論に基づいた「観光による地域づくり」を实践」との記述がある。他に関連するものとして、「③教育旅行の回復」で展開される「教育旅行復興事業」(観光交流課、同2億5,929万円)は誘致キャラバン、情報収集・発信、県外学校の旅費補助等となっている。「④国内外への正確な情報発信」はメディアを用いた情報発信のほか、交流事業等のイベント開催、さらには県内の子どもを対象とした「ジャーナリストスクール開催事業」(生涯学習課、同461万円)等と多種多様である。また、震災の記録を保存・伝承する「アーカイブ拠点施設設置推進関連事業」(生涯学習課、7,212万円)においては「震災資料の収集や分類を進める。…拠点施設の整備に関する機運の醸成を図り、県民の参加を促していく」という表現に象徴されるように、依然として「動員型」の思想が「遺」されていることにも注目すべきである。
- 5) 本稿では観光とツアーを同義で用いる。
- 6) 被災地を探訪・滞在することが被災地支援の一つになる先進事例になったのが、2004年のスマトラ沖地震による津波被災地であるタイ・プーケットである(例えば、柄谷2010)。さらに「闇」のイメージを強めたものとして「ダークツーリズム」にも言及する必要があるだろう。1986年のチェルノブイリ原発事故により観光地化したのと同様に福島への可能性を論じたのが「福島第一原発観光地化計画」(東2013)である。因みに遠藤はダークツーリズムを「死

や苦しみと結びついた場所を旅する行為」として、①「人為的にもたらされた“死や苦しみ”と結びついた場所へのツアー」、②「自然によってもたらされた“死や苦しみ”と結びついた場所へのツアー」、③「人為的な者と自然の複合的な組み合わせによってもたらされた“死や苦しみ”と結びついた場所へのツアー」に分類されるとして、福島は③にあたるとした。さらに現象と概念に分け、後者の「概念としてのダークツーリズム」が「ローカリティ（地域性）の政治性」と結びつくことにより、ステレオタイプ化されない新しい観光資源に変えていく機制が生まれるとした（遠藤 2016）。こうした概念整理から社会システムと観光文化の関係にまで視野を広げたのは須藤の論考である。「影」領域への観光は日常に新たな視点と連帯をもたらす一方で、観光を政策の前面に押し出す行政・コンサルタント・観光業者に先回りされることより、単なる「虚構」消費の一つまたは政治的プロパガンダへと回収されるとした（須藤 2017）。

- 7) ただ、こうした問題をさらに複層化させる ICT の発展による、ヴァーチャル観光（例えばグーグルストリートビュー）や動画サイトの出現と発展で、遠方での体験が可能になったことも留意すべきであるが、ここでは立ち入らない。
- 8) 語り部について、とりわけ阪神・淡路大震災の伝承活動をまとめたものが高野・渥美 2007 がある。「人と防災未来センター」をフィールドに論じており、語り部の語りの内容を「自分や自分の周囲の人の被災体験話」「自分の救援体験話」「地震のメカニズム、地震予知、地形」に大別している。そして公的施設内での私的なボランティアによる語り部による伝承と聞き手の応答に着目し、語り手と聞き手の規範同士のせめぎ合いが起こる＜専有＞、語り手の包まれる規範と聞き手の包まれる規範が同じであるような＜習得＞的な状態があったとした。東日本大震災後に多く展開されている被災地訪問のスタディツアーにおける語り部の重要性については例えば、馬 2015 を参照のこと。
- 9) その弊害にまで立ち入った論考は確認できないが、そのヒントに「オーセンシティ」の文脈は有用である。例えば勝間田はアラスカ・トランギットの観光において、ホストとゲストの二つの視点から「オーセンシティ＝ホンモノ」の捉え方の違いを論じている。具体的には、ホストは「伝統的」な面のみである一方、ゲストは「伝統的」と「文明的」な面で捉えている。その要因として、ホストは経営や雇用等の経済的要因、伝統教育の場をつくるという教育的要因、いわゆる既得権という政治的要因があったとした。またゲスト側は非日常性を帯びる観光世界の「伝統的」なイメージだけでなく、日常的な「文明的」なイメージを求めるとした（勝間田 2000）。ホスト／ゲスト両者が考える「ホンモノ」の共通／差異性のなかに、後者の差異をホストが埋めようとするのが語り部の「弊害」といえるのではないだろうか。
- 10) 「福島探訪→危険が多い→不安を抱えて生活をしている→悲惨→フクシマ・イメージの強化」という風評拡散のプロセスである。その一方で富岡 M 氏の次の発言をどうとらえればよいか。
原発が来る前に戻っただけだ。資源が少ないなかでこれから前向きにやるしかない。
 これはいわゆる「マーケティングの論理」に則ったという意味で予定調和的な「語り」ではない。「語られる」側が期待する「福島＝かわいそう」という一種の「オリエンタリズム」（サイード）（被災地外（「未災地」という言及のされ方もある）から被災地へのまなざし）を打ち壊す言説であるのではないか。
- 11) もう一つは脚注 6 の須藤 2017 も言及したように、上からの「先回り」により物語（語られる内容）が消費されることである。

- 12) 「事業化」による弊害は支援組織も同じような経緯である。つまり、支援を「目的」として設立したものの、雇用や事務所の維持のために各助成金・補助金を得るための手段として支援を行っている団体・組織が震災の復旧から復興段階において各地で散見されるようになった。
- 13) お金をもらっているから、ツアー参加者が「望む」語りが必要だとまさに語り部側がいわば「付度」することになるのではないか。本来、草の根レベルの「語り」だったのだが、いわゆる「カタリ」として商業化されてしまう。
- 14) 東日本大震災以降のアーカイブ全般、そして「みちのく震録伝」についてまとめたのが今村・柴山・佐藤 2014 である。
- 15) 地域コミュニティにおけるアーカイブ活動・課題・展望を事例研究から検討しているのが坂田 2014 であり、そこでは「何のため、誰のためのアーカイブか？」という疑問も提起し、今後の利活用にはアーカイブ活動ができる人材育成のための中間支援組織やその拠点、権利処理問題や公開ポリシーの設定等が課題になると論じている。
- 16) 例えばオルデンバーグのいう「サードプレイス」のようなものである (Oldenburg 1989=2013)。
- 17) これと相前後して「2011.3.11 東日本大震災、原発事故により、避難を余儀なくされた相双地区の住民の為に、地元の間人自らが立ち上がって活動し、人と人を繋いでいく任意団体」(以下の説明は相双ボランティア HP (<http://sosovolunteer.com/>) より)としての相双ボランティアを立ち上げた。活動領域は「双葉郡を中心とする再編となった旧警戒区域」であるが「避難先」も同様に扱っている。活動内容は「引っ越し、掃除、片付け、ゴミだし、修繕、草刈り、樹木伐採、ガレキ処理、ネズミとり、線量測定、一時期宅の送迎、相談、情報収集と拡散等」である。
- 18) 2013 年 1 月に発足。詳細は「未来会議」HP (<http://miraikaigi.org/>) を参照。
- 19) 2016 年『双葉郡未来会議 season6』配布資料より。
- 20) 開催回数を表している。2016 年度まで 6 回開催された。
- 21) 「双葉郡未来会議」提供資料より筆者が一部加筆を加えている。以下では、2017 年 3 月 3 日時点で提供された資料、未来会議 HP、Facebook、Twitter から得られた情報をもとに記述していることを予めお断りしたい。空欄は現時点での資料であることから「不明」の部分である。
- 22) 前者については松本 2017、後者は加井・松本・Binh 2018 を参照のこと。
- 23) 以下の発言も筆者の判断で文意が変わらない範囲で加筆修正をしている。
- 24) こうした人の集まりの形態をブランド論の文脈にひきよせれば、特定のブランドをめぐる形成される「ブランド・コミュニティ」といえるだろうか。「同類意識」「儀式と伝統」「道徳責任の感覚」によって構成員間の結束がより強まり、ブランド・コミュニティを形成・維持していくとされる (Muniz and Thomas 2001)。
- 25) 観光経済学での取組は、例えば麻生 2014 (「わが国の観光経済学研究の動向」) で解説されている。
- 26) 例えば似田貝・吉原 2015。
- 27) 例として、被災地におけるボランティアとその受け入れ側の問題が一つに挙げられる。ボランティアを受け入れるために被災地の住民 (とその組織) がボランティアの仕事を「創る」

- ことは筆者が関わっている福島県いわき市の沿岸部でもよくあることである。これはボランティア団体側にも問題があることはいうまでもないが、ボランティア参加者は被災地が「留意」した仕事（ゴミ拾いなど）を行う「のみ」という意味で、ボランティアという本来「生産」的な行為が「消費」へと転化されているのである。詳細は別の機会で論じたいが、仁平が行ったボランティアをめぐる「贈与」／「交換」の経時的変容に関する考察（仁平 2011）から、そのヒントが得られるかもしれない。
- 28) さらに須藤 2017 ではこう述べている。「本来、ボトムアップ型であるべきポストモダンの観光は、行政や商業利用に「先回り」され、トップダウン型のモデルの（啓蒙や教育）観光へ逆戻りするだろう。開かれた観光形態であるべきポストモダン型観光が、政治化され牢固な工学的制作に裏打ちされた「閉じられた」観光へと回収される」（須藤 2017：33）。
- 29) 括弧内は前後の文脈から筆者が補足している。
- 30) 震災後、各論者から多く提示された「新しい…」という表現には筆者は「やや」違和感を覚える。というのも、被災者／被災地にとってのこれから→復興とはこれまでの人的・物的資源の再構築の上に「新た」に上乘せされるというのが、これまで福島県内で様々な調査に携わった筆者の印象だからである。
- 31) その一つとして、ボランティアツアーがその萌芽ともいえるだろう。筆者自身も所属組織にある団体の顧問を務めており、(学部生を中心とした) 学生らによる取組とその意義は認める。しかしながら、ここで筆者の主張する「視察参加者と被災者が分かち合う→共有する」まで至っているかという問いには「途上である」としかいえないのが現実である。ちなみにボランティアツーリズムの動向などについては依田 2011 や同 2013 を参照のこと。

参考文献

- Urry, J. 1990, *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Sage. (加太宏邦訳『観光のまなざし——現代社会におけるレジャーと旅行』法政大学出版局、1995)
- 1995, *Consuming Places*, Routledge, (吉原直樹・大澤善信監訳『場所を消費する』法政大学出版局、2003)
- 2000, *Sociology beyond Societies: Mobilities for the Twenty-First Century*, Routledge. (吉原直樹監訳『社会を越える社会学——移動・環境・シチズンシップ』法政大学出版局、2006)
- 麻生憲一 2014 「わが国の観光経済学研究の動向」『立教大学観光学部紀要』第 16 号、115-124
- 東浩紀編 2013 『福島第一原発観光地化計画』ゲンロン
- 今村文彦・柴山明寛・佐藤翔輔 2014 「東日本大震災記録のアーカイブの現状と課題」『情報の科学と技術』64 巻 9 号、338-342
- 遠藤英樹 2016 「ダークツーリズム試論—「ダークネス」へのまなざし」『立命館大学人文科学研究所紀要』(110)、3-22
- Oldenburg, R., *The great good place*, New York: Marlowe & Company., 1989 (忠平美幸訳『サードプレイス』みすず書房、2013)
- 加井佑佳・松本行真・Nghiêm-Phú Bình 2018 「原発事故被災地の復興に向けたボランティア・ネットワークの取組と課題—双葉郡未来会議を事例に—」『2018 年度日本都市学会福岡大会概要集』(近刊)

- 勝間田美奈子 2000「<研究ノート> オーセンシティティをめぐるホストとゲストの比較—アラスカ・トリンギットの観光から」『昭和女子大学文化史研究』4、58-69
- 柄谷友香 2010「タイ南部における被災観光地での復興過程とその課題」林勲男編『自然災害と復興支援』明石書店、127-154
- 鷹咲子 2015「東日本大震災被災地のスタディツアーにおける語り部の重要性」『跡見学園女子大学マネジメント学部紀要』19号、148-156
- 坂田邦子 2014「地域コミュニティにおける震災アーカイブ」『情報の科学と技術』64巻9号、347-351
- 須藤廣 2017「現代観光の潮流のなかにダークツーリズムを位置づける」『立命館大学人文科学研究所紀要』(111)、5-36
- 高野尚子・渥美公秀 2007「語りによる阪神・淡路大震災の伝承に関する一考察—語り部と聞き手の協働想起に着目して—」『ボランティア学研究』Vol.8、97-119
- 仁平典宏 2011『「ボランティア」の誕生と終焉<贈与のパラドックス>の知識社会学』名古屋大学出版会
- 似田貝香門・吉原直樹 2015『震災と市民1 連帯経済とコミュニティ再生』東京大学出版会
- MacCannell, D. 1999, *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, University of California Press (安村克己・須藤廣・高橋雄一郎・裾野正人・遠藤英樹・寺岡伸吾訳)『ザ・ツーリスト—高度近代社会の構造分析—』学文社、2012)
- 松本行真 2015「都市と相互作用の世界」『開かれた都市空間』(吉原直樹・大澤善信編著)法政大学出版局、263-290
- 2017「復興に向けた次世代の集うサロンの可能性—「双葉郡未来会議」フェーズ1を事例に—」『(2016年度科学研究費補助金(挑戦的萌芽研究)研究成果報告書)』、19-44
- Muniz, Albert M. Jr. and Thomas C. O' Guinn. 2001, "Brand Community", *Journal of Consumer Research*, Vol.27, No.4, pp.412-432
- 依田真美 2011、「ボランティアツーリズム研究の動向および今後の課題」『国際広報メディア・観光学ジャーナル』12、3-19
- 2013、「短期ボランティアツーリズムの地域課題への積極的参加手段としての可能性—東日本大震災支援ツアーを事例として」『家計経済研究』99、24-33
- 山下晋司 2015、「復興ツーリズム—震災後の新しい観光スタイル」清水展・木村周平編『新しい人間、新しい社会—復興の物語を再創造する』pp.327-356, 京都大学学術出版会
- 2016「まなび旅・福島」『日本文化人類学会研究大会発表要旨集』A11

まつもと みちまさ

ABSTRACT

Potential for creation of new tourism contents in areas affected by the nuclear power plant accident
Overcoming "logic of marketing" by Futaba Future Meeting

MATSUMOTO Michimasa

The purpose of this paper is that we discuss possibilities of "new contents of tourism" that are not subsumed in "logic of marketing", focusing on "Futaba County Tour" sponsored by "Futaba Future Meeting (FFM)" as a new type of network consisting mainly of evacuees from Futaba county.

The significance of the tour of the afflicted area by FFM is in the following three. The first is that FFM is not organized by administrative, private companies, educational institutions. Secondly, it is not an "organization" but a "network" formed by evacuees. Third point, the evacuees themselves are trying to attract visitors starting from "knowing current states of Futaba County", through "100 people interview".

We showed that activities of FFM's brought the possibilities of creating new tourism, not adapting to the context in logic of marketing, contents and styles which are included in sharing the current situation of disaster and reconstruction process between visiting participants and afflicted people.

Key words: logic of marketing, tourism, network