2014年

第4回
社会情報学会中部支部研究会
SSICJ2014-2
論文集

主催：社会情報学会中部支部

第4回 社会情報学会中部支部研究会（SSICJ 2014-2）

日時：12 月 20 日（土）10 時 00 分～16 時 50 分
場所：名古屋大学　情報科学研究科棟　第１講義室

【発表プログラム】

☆10：00－10：10
　開会挨拶　　社会情報学会中部支部支部長　安田孝美

■研究紹介（発表 12 分，質疑応答 3 分）

［第 1 部］　座長：浦田真由

１．10：10－10：25
　民官学連携による地域力向上支援サイトの構築とその運用
　○高木和磨(中京大/B3),稲垣行彦(中京大/B3),福安真奈(名大/D2),水野秀哉(瀬戸市),中貴俊(中京大),
　山田雅之(中京大),宮崎慎也(中京大),遠藤守(名大),安田孝美(名大)

２．10：25－10：40
　コミュニティ FM からみるパーソナリティ像 - AM・FM ラジオとの比較および参与観察 -
　○加納慧士(中京大/B4)

３．10：40－10：55
　LIVE 生でみる音楽
　○田中里沙(中京大/B4)

［第 2 部］　座長：井村保

４．11：05－11：20
　現代社会における新たな出版社像――ドワンゴとの統合した KADOKAWA の事例からの考察
　○小原枝里子（龍谷大/B3）

５．11：20－11：35
　若者はなぜ新聞から離れていくのか――ライフスタイルの変化に伴う情報接触経路の変化から考える
　○上田穂菜美（龍谷大/B3）

６．11：35－12：50
　バックキャスティングに基づく課題解決シナリオのオープンデータ化による協働促進
　○白松俊（名工大）,Teemu Tossavainen（名工大/特別研究学生，フィンランド Aalto University/M2）,
　井上良太（名工大/M2）,大囿忠親（名工大学）,新谷虎松（名工大）

☆12：50－13：30　　昼休憩

■一般発表 （発表 15 分，質疑応答 5 分）

［第 1 部］ 座長：後藤昌人

７．13：30－13：50
参加者の個別性に応じたレクチャーデザインについて
○鳥居 玲奈(金城学院大/B4)、神谷響子(金城学院大/B4)、浮田実侑(金城学院大/B4)、安達美桜(金城学院大/B4)、加藤理紗子(金城学院大/B4)、岩崎公弥子(金城学院大)

８．13：50－14：10
ユートピアへのパサージュ
○大澤健司(名大/D1)

９．14：10－14：30
技術的対象と時-空のアート
○霜山博也(名大/D2)

［第 2 部］ 座長：岩崎公弥子

10．14：40－15：00
観光イベント情報のオープンデータ化とその活用
○荻島和真(名大/B4)、加藤福己(名大/M2)、福安真奈(名大/D2)、浦田真由(名大)、遠藤守(名大)、安田孝美(名大)

11．15：00－15：20
地域コミュニティにおける情報発信の運用モデルの構築とその応用
○島かさね(名大/M1)、福安真奈(名大/D2)、浦田真由(名大)、遠藤守(名大)、安田孝美(名大)

12．15：20－15：40
繊維産業再生への挑戦～尾張の繊維加工工場を事例に～
○兼松篤子(名大/研究員)、遠藤守(名大)、安田孝美(名大)

［第 3 部］ 座長：小川明子

13．15：50－16：10
日本女性の韓国ドラマ視聴に関するライフストーリー研究
―「私の名前はキム・サムスン」を事例に(2014)
○金敏智(名大/D3),金相美(名大)

☆16：10－16：20　　表彰式

☆16：20－　　懇親会

目次

[研究紹介]

1　民官学連携による地域力向上支援サイトの構築とその運用　…1
〇高木和磨(中京大/B3),稲垣行彦(中京大/B3),福安真奈(名大/D2),
水野秀哉(瀬戸市),中貴俊(中京大), 山田雅之(中京大),
宮崎慎也(中京大),遠藤守(名大),安田孝美(名大)

2　コミュニティFMからみるパーソナリティ像 - AM・FMラジオとの比較および参与観察　…4
〇加納慧士(中京大/B4)

3　LIVE 生でみる音楽　…8
〇田中里沙(中京大/B4)

4　現代社会における新たな出版社像　…12
――ドワンゴとの統合したKADOKAWAの事例からの考察
〇小原枝里子（龍谷大/B3）

5　若者はなぜ新聞から離れていくのか　…14
――ライフスタイルの変化に伴う情報接触経路の変化から考える
〇上田穂菜美（龍谷大/B3）

6　バックキャスティングに基づく課題解決シナリオのオープンデータ化による協働促進　…16
〇白松俊（名工大）,Teemu Tossavainen（名工大/特別研究学生,
フィンランドAalto University/M2）, 井上良太（名工大/M2）,
大囿忠親（名工大学）,新谷虎松（名工大）

[一般発表]

7　参加者の個別性に応じたレクチャーデザインについて　…20
〇鳥居 玲奈(金城学院大/B4)、神谷響子(金城学院大/B4)、
浮田実侑(金城学院大/B4)、安達美桜(金城学院大/B4)、
加藤理紗子(金城学院大/B4)、岩崎公弥子(金城学院大)

8　ユートピアへのパサージュ　…２４
〇大澤健司（名大/D1）

9　情報と時-空のアート　…２８
〇霜山博也（名大/D2）

10　観光イベント情報のオープンデータ化とその活用　…３２
〇荻島和真（名大/B4）、加藤福己（名大/M2）、福安真奈（名大/D2）、
浦田真由（名大）、遠藤守（名大）、安田孝美（名大）

11　地域コミュニティにおける情報発信の運用モデルの構築とその応用　…３６
〇島かさね（名大/M1）、福安真奈（名大/D2）、浦田真由（名大）、
遠藤守（名大）、安田孝美（名大）

12　繊維産業再生への挑戦～尾張の繊維加工工場を事例に～　…４０
〇兼松篤子（名大/研究員）、遠藤守（名大）、安田孝美（名大）

13　"Walking through a public space doesn't make my body public":　…４４
Women go online against patriarchy structures and male's dominance
〇Eulália Vasconcelos（名大/D2）, Sang-Mi Kim（名大）

14　日本女性の韓国ドラマ視聴に関するライフストーリー研究　…４８
―「私の名前はキム・サムスン」を事例に（2014）
〇金敏智（名大/D3）, 金相美（名大）

民官学連携による
地域力向上支援サイトの構築と
その運用

高木和磨(中京大/B3),稲垣行彦(中京大/B3),福安真奈(名大/D2),
水野秀哉(瀬戸市)中貴俊(中京大),山田雅之(中京大),
宮崎慎也(中京大),遠藤守(中京大),安田孝美(名大)

愛知県瀬戸市について

- 人口約13万人(2014年10月現在)
- 地域を連区という20ブロックに分割
- 地域活性化としての主な活動
  - 災害のハザードマップ作成
  - 防犯パトロール
  - 子育て相談

  ・・・・・・・など

これまでのかかわり(連携)

- 地域活性化の取り組みとICTの活用
  - 地上デジタル放送
    - すごろく
  - 地域内クーポン

本研究の研究背景

- これまでの取り組み
  →行政が主体となって行われてきた

  ↓ **行政**が住民の声に対応しきれない

- 住民が主体となって，地域内の問題解決に積極的に取り組むことが必要
  - **地域力**という考え

地域力について

＜地域力とは＞

- 住民や，その地域に職場を持つ人など，地域を構成する人々が主体となり，地域における様々な問題の解決に取り組む力のこと
- 阪神淡路大震災の発生の際に神戸市在住のまちづくりプランナー宮西悠司により提唱された概念

本研究(瀬戸市との協働)

- 目的:
  - 地域が抱える問題の調査
  - 地域力の育成方法
  - 地域の活動をサポートするシステムの検討
- 瀬戸市との協働活動
  - ICTによるサポート
  - 学生が地域内の議論の場に参加

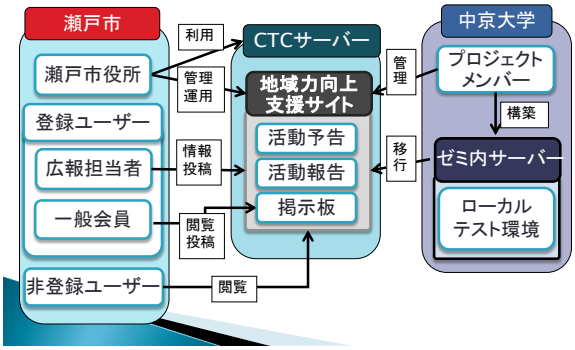
地域力Webサイト

- **目的**
  - 地域の活動を事前に周知したり，活動の報告，活動終了後の交流の場の提供，地域内の課題の共有を促進させる
  - 地域活動の記録と公開
- **機能**
  - 活動紹介
  - 活動報告
  - 地域内外の意見交換
- **運用**
  - オープンソースCMS「Xoops CUBE」
  - 2011年10月～

地域力Webサイト

地域力Webサイト

サイトの管理運用

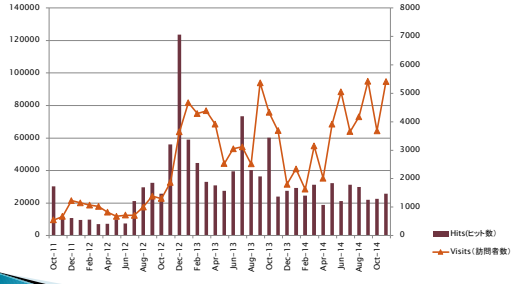


サイト運用に関する
地域住民との連携

対象

- 講習会
  - 広報担当者（投稿者）
- 懇親会
  - 地域力に関する活動をしている方々

アクセス数（ヒット数、訪問者数）



これからの展開

- アーカイブ化、オープンデータとしての活用
- SNS（facebook）との連携
- より簡潔に投稿できるサイトの構築
  - 利用する年代などの問題も

新サイト構想

※2014年12月4日時点

ご清聴ありがとうございました

コミュニティFMからみるパーソナリティ像

AM・FMラジオとの比較および参与観察 －

Radio Personality in Community FM Station

加納　慧士
Satoshi　KANO

中京大学現代社会学部　School of Contemporary Sociology, Chukyo University

要旨･･･ラジオにおける「パーソナリティ」という「語り手」は、テレビ等の他の媒体の「語り手」と比べ番組自体に与える影響が大きい。このパーソナリティの違いや傾向が番組自体にどのような変化を生み出すのかを考える。また、コミュニティFMに焦点を当て、①県域AM放送や県域M放送との比較や、②北海道のコミュニティFMでの参与観察をもとに、コミュニティラジオのパーソナリティ自身が考えるパーソナリティ像を追及する。

キーワード　ラジオ、パーソナリティ、コミュニティ FM、地域、町民

1. はじめに

私は暇さえあればラジオを聴くような人間である。AM ラジオ、FM ラジオ、コミュニティ FM など様々なジャンルの放送を聴取し、多くの番組と出会ってきた。そのなかで、ラジオというメディアはテレビとは違いパーソナリティ一人が番組自体に与える影響が大きいことに気づき、パーソナリティの違いや傾向が番組自体にどのような変化を生み出すのか強い興味を持った。

本研究では、コミュニティＦＭに焦点をあてて考察する。それは、放送局の活動エリアが市区町村であり、リスナーの範囲が限られている特徴から、パーソナリティの考え方や方針の違いが直接放送の違いになっているのではないかと考えるからである。考察に際しては、県域 AM 局、県域 FM 局と比較しつつ、コミュニティ FM の「パーソナリティ」について考察を進めていく。

本研究を進めるにあたり様々な放送を聴いてきた経験が生かされているが、コミュニティ FM 放送は AM･FM 放送局を含む〈ラジオ放送局の縮図〉であると考えた。実際に現場の声や雰囲気を取材して感じ取ることが難しい大きな放送局やパーソナリティ像についても、コミュニティ FM ならば実際に声を聴き、足を踏み入れることでうかがい知れるのではないか。そのように考え、今回は、北海道にあるラジオニセコでの参与観察を援用してパーソナリティについて考察していく。

２．ラジオ放送と伝わり方の違い

ラジオは大きく分けて県域放送局である AM 放送と FM 放送、そして放送局の規模が市町村単位となるコミュニティ FM 放送の三つに分類される。この三放送はそれぞれ総務省より振り分けられる電波が異なり、AM＞FM＞コミュニティ FM の順に広域に配信されている。(総務省「周波数帯ごとの主な用途と電波の特徴」)

この点から、同じラジオという声のメディアであっても対象とするリスナーの範囲の違いが放送内容の違いを生み出すことになる。

(1) ＡＭとＦＭ＝家メディアと個メディア

それでは単純な周波数の違いではなく、ラジオの種類によってパーソナリティや番組内容の違いは生じるのだろうか。そこで、「ＣＢＣラジオ」(ＡＭ)、「ＺＩＰ･ＦＭ」(ＦＭ)、「ラジオラブィート」(ＣＦＭ)のタイムテーブルをもとにパーソナリテ

ィの人数に注目し比較した。(ラジオ番組表 2013 年春号、ラジオラブィートタイムテーブル)

番組表によれば、CBC ラジオ（AM 放送）においてパーソナリティが一人で構成される番組の割合は 64%（7 本/11 本中）あるのに対し、ＺＩＰ-ＦＭ(ＦＭ)では 89%（8 本/9 本中）、ラジオラブィート（コミュニティ）では 88%（7 本/8 本中）と高くなっている。

つまり、ＡＭラジオでは、ＦＭラジオに比べて、一人パーソナリティ番組の比率が少ないことがわかる。

パーソナリティ一人で展開される番組では、パーソナリティが唯一の話し手となりニュースや音楽、趣味の話を展開していく。リスナーはこれを各々が持ち歩くラジオで聴き、メールやハガキで反応をする。この点から現代のラジオは「個のメディア」(小川博司、2009)と呼ぶにふさわしいものである。

しかしその一方の、メインパーソナリティ以外に一人以上のアシスタントを置く放送、また、同等のパーソナリティが複数いる放送では、リスナーは、パーソナリティ間の会話、やり取りや受け答えを聴き、その会話の中に取り込むような内容をメールやハガキで送っているのではないか。その関係か、あたかも拡大された「家族」のような雰囲気を醸し出してきた。

よって、ただ〈個のメディア〉として存在しているのではなく、1950 年代に存在したラジオは〈家メディア〉的側面があるのではないかと推測する。リスナーはただの聴き手ではなく、もともと家族の一員とてして会話に参加していたかのごとく会話に参加していくのではないかと考察する。

またラジオはパーソナリティや内容の違いから対象とする年代（リスナー・セグメンテーション）が違っているといえる。

ＺＩＰ-ＦＭをはじめとするＦＭラジオ局（とりわけ大都市型である第２世代ＦＭ）では若手のパーソナリティの起用が多く、流行りの音楽（演歌ではなくポピュラー音楽）をかけている場合が多い。そのような点からＦＭラジオでは若い世代を対象とした喋りが求められているといえよう。

それに対しＡＭラジオはリスナー・セグメンテーションという喋りの対象を、時間帯ごとに分けるというシステムを導入している。15 年以上続く長寿番組が数多く存在し、対象とするリスナー層を通勤中の社会人、家事、掃除をしている主婦に当て放送を行っている。実際ラジオを聴いていても読まれているメールはほとんどが 30 代 40 代であった。

その一方で、全国放送ともなるが深夜 1 時からの「オールナイトニッポン」ではパーソナリティをＡＫＢ48 が担当し、明らかに対象としているリスナーが 10 代などの若年層であることが分かった。このような点から、ＡＭラジオは広域で聴けるため、広い世代に対する放送、喋りが求められているのではないかと推測される。

（2）コミュニティＦＭは折衷メディア？

最後にコミュニティＦＭである。今回取り上げたラブィート（豊田市）はパーソナリティのほとんどが豊田に縁のある比較的若い世代の人たち（20～30 代）である。放送できる範囲が限られており、地域密着をうたってはいるものの、このコミュニティＦＭのパーソナリティに求められる喋りは若い勤労者やその配偶者を相手にしているという点で県域ＦＭ放送と同じスタイルなのではないかという推測してみた。しかし、実際聴いてみると、喋りやトークの内容でＡＭ，ＦＭのどちらとも取れる点があり単純には分類できない。

しかし、これは規模が超狭域であるために、多様な世代向けのトークに対応する必要があるからといえるのかもしれない、という問いが生まれた。つまり、コミュニティＦＭは〈なぜ折衷型の放送内容たらざるをえないのか〉という問いである。

以降、この問いを解決すべく私が行った「ラジオニセコ」での参与観察をもとに考察を進める。

放送形態	AM	FM	ｺﾐｭﾆﾃｨ
受信範囲	広域	狭域	超狭域
対象世代	広い世代	若い世代	町民ベース
リスナーから求められること	全国の話題	若者の話題	？
メディアとして	家のメディア	個のメディア	折衷

３．ラジオニセコでの参与観察とインタビュー

本研究のために私は、2013 年夏に 3 週間の参与観察（職場体験）及び局長へのインタビューを実施した。また、2014 年 11 月に追加の調査取材を実施した。はじめにラジオニセコを取り巻く環境について述べる。

（1）ニセコという町

北海道虻田郡に位置するニセコ町は、道央の西部、後志管内のほぼ中央に位置し、山岳に囲まれた波状傾斜の多い丘陵盆地を形成している。羊蹄山とニセコアンヌプリに囲まれ、町内を尻別川が流れるのどかな観光地である。そんなニセコの特徴として第一に挙げたいのが「夏と冬で二つの顔を持つ町である」という点である。

夏のニセコは豊かな自然の中でラフティングや乗馬を楽しみ、地元の野菜を使った料理を食べ、様々な種類の温泉を楽しむ…といった観光地である。観光客の多くは道内から電車や車を使ってニセコへ訪れている。宿泊施設は特段多くなく、日帰り旅行客をターゲットにしている側面もあるだろう。

しかし、冬のニセコの様相は一変する。冬期の最深積雪が 200cm にもなるニセコは、スキーやスノーボードが非常に盛んであり、全国からその上質な雪、条件のいいゲレンデを求め観光客が訪れる。私がニセコを訪れる前の印象はこちらであった。また、夏期は営業をしていなかったペンションが営業を始め、多くの人がニセコに宿泊する。その反面飲食店は冬期の間休業するものも多く、夏と冬で姿を大きく変える町であるといえる。

他に特徴として挙げられるのが、人口の推移である。人口自体は約 4800 人(2010 年)と多くはないが、2005 年からの 5 年間で 3.3%増加している。これは北海道で 3 番目の数字であり、多くの外国人がニセコを訪れ、その自然に感動し移住をしたことや、国内のリタイヤ層の獲得に成功したことが原因である。このように、ニセコ町は若い力の集まる活発な町である。

（2）ラジオニセコの特色

ラジオニセコは 3 人の局員によって構成され（2013 年 8 月現在）、地域の情報や、町民の方のリクエスト、観光情報番組をおもに放送していた。

特色①：〈認知度〉と〈親密度〉

その中で印象に残ったのは、ラジオニセコの〈認知度〉と〈親密度〉であった。私が局員の方と行動を共にし、商店を訪れたとき、またお昼ご飯を食べに飲食店に入ったとき、そしてコンビニに入った時でさえ局員の方は町民の人に親しげに声をかけられ、談笑をしていた。

このように、町で会う多くの人が「ラジオニセコ」を知っていて、かつスタッフに親しみを込めて接しているということが驚きであった。

この背景には防災ラジオをラジオニセコが貸し出しており、ラジオの普及率が高いこと、そしてニセコでは他の放送の電波がうまく受信できないため多くの人がラジオニセコを聴いていることが考えられる。この点は、私が並行して調査をしている愛知県豊田市のコミュニティ FM と大きく異なる点である。

特色②：〈ボランティアパーソナリティ〉

またボランティアパーソナリティと呼ばれる、町民や、ニセコ町に縁のある人がテーマを決めて毎週決まった時間に自分の番組を放送する「フライデー、サタデーオープンスタジオ」が軸となっているという点も他の放送局に見られない特徴であった。

ラジオニセコでは原則一人の町民パーソナリティが番組で話をし、音量や BGM などのミキサー操作も他の町民の方であったりする。またその町民パーソナリティ自身が操作をしたりする。つまりそれらの番組は、完全に町民から町民へ向けられた番組であった。

また、町民パーソナリティに宛てたメールやメッセージが届き、一部の町民がカリスマ化しているという点も他にはない特徴であった。

この他にも各番組のコーナー内では、今のニセコにスポットを当て、旬なゲストを招いており本当の地域密着型ラジオが展開されていた。

私は、コミュニティ FM としては異質かもしれないが、ニセコという風土に非常によく定着したコミュニティの放送が「ラジオニセコ」であると

感じた。

次に、ラジオニセコ及び母体であるニセコ町の特色に準拠しつつ、パーソナリティに関する疑問を解明していく。

（3）ラジオニセコからの示唆：放送局という家メディアとパーソナリティ

参与観察で得られたニセコ理解をもとに、ラジオニセコ局長 M 氏にインタビューをし、コミュニティ FM 放送におけるパーソナリティ・放送内容について考察してみた。

※　※　※

Q.話す内容で気にかけている点

・地域コミュニティの放送局としていけば、結果的に地域のどろくさい情報を発信するのが１番

・ニセコのほんと小さな隠れている情報っていうのをどんどん見つけて発信していかなければならない

Q.コミュニティ FM だからできること

・地域に根ざした情報をとにかく発信するのがこのコミュニティであり、また、県域局にはできない、コミュニティだからこそ出来ることだと思って発信している

・地域の色々な人を紹介することによって、地域のコミュニティとして活躍する場を提供できる

Q.ボランティアパーソナリティという存在は？

・参加だけしてもらえればそこに品質や番組の出来を求める気はない

・お金を稼ぐだけじゃない＋αがこのラジオニセコで得られる

Q.パーソナリティであるための資質

・話す前に、町民の人たちがそこに居る。そこにその人たちの顔がある。と思ってそこに問いかけるように、尋ねるように、また、その人たちに伝えるように話せること

・コミュニティ放送っていう以上そのコミュニティのエリアの人たちの近くに感じた放送を１番大事にできること

※　※　※

以上がインタビュー内容から抜粋したものであるが、ほとんどの項目で「地域」という言葉がキーワードとなっていた。

つまり、コミュニティＦＭは、〈家メディア〉でもなく、〈個メディア〉でもなく、その上位の位置に〈地域メディア〉という段階がある。あえて言い切れば、送り手内の関係、送り手と受けての関係の二重の関係によって、放送局自体がひとつの〈家〉のような関係を形成しているともいえる。〈放送局という家メディア〉がコミュニティＦＭなのであり、パーソナリティはその家族の一員である。

パーソナリティも、その「地域」という価値観（あるいは地域というフレーズ・コピー）を共有し、それに沿ってパーソナリティであり続ける。テーマ性の強い趣味の番組であっても、話の端々に地域の話題、地名、人名、なまりが顔をだす。この「地域＝ニセコ」を強く共有することで、あたかもひとつの「家」としての放送局が成立している。その意味では、コミュニティ FM は地域＝家への愛着（地域愛＝地域への）の“写し鏡”である。

4.むすび

コミュニティ FM は県域の放送局と違って、大きな力を持ったカリスマ性のある人間（メジャータレント）がいるわけではなく、「地域愛」を持った人間の集合体である。コミュニティＦＭでは、パーソナリティは地域そのものの化身なのであり、地域こそがカリスマタレントである。個々のパーソナリティにとっては、地域はひとつの縛りであり、共有されたイメージでもある。

コミュニティＦＭは、パーソナリティの〈個のメディア〉として成立していながら多くの人間（町民）を番組に取り込む。そうすることで、番組内で〈家メディア〉が形成されているＡＭとは異なり、いわば〈放送局という家メディア〉が成立する。町民は、ボランティアパーソナリティとして、そして実際に放送に声を乗せることでこのメディア家族に参加しているのである。

参考文献・サイト：

1）総務省. “周波数帯ごとの主な用途と電波の特徴”. http://www.tele.soumu.go.jp/j/adm/freq/search/myuse/summary/(参照 2014-12-01)

2）小川博司(2009)「ラジオは衰退していくメディアなのか」『マス・コミュニケーション研究 No.74』

3）雑誌『ラジオ番組表 2013 年 春号』三才ムック

LIVE - 生でみる音楽 -（2014）
LIVE – Music as Live Experience (2014)

田中　里沙
Risa TANAKA

中京大学現代社会学部　School of Contemporary Sociology, Chukyo University

要旨･･･ライブに足を運ぶ人は「ライブに行きたい」という感情を持つのか。ライブ空間の魅力は何なのかが主題である。ファンは複製メディアからアーティストに幻想を抱き、幻想の確認を行うためにライブハウスに足を運ぶ。また、ライブハウスでの音楽空間はライティングや音響等の効果で「非日常空間」を演出している。受け手と送り手が共振するこの非日常空間がライブの魅力でもあり、リスナー（音楽ファン）はそれを味わうためにライブに行くとも考えられる。

キーワード　音楽，ロック，ライブ，音楽空間，非日常空間

１．はじめに

私は、小さなころから音楽に慣れ親しんでいる。その中でも、ロックバンドに関心を持ち、高校生になってから行き始めたライブに魅力を感じてきた。

そもそもライブとは、アーティストの音楽活動の一環である。そして、アーティストとオーディエンスが生で対面することができる唯一の機会だ。文化消費一般に言えることだが、何事でも興味を持って“ハマる”と、生の現場や本人を見てみたいという欲望が生まれるであろう。ロック音楽の場合はそういった欲望は「ライブに行きたい」「フェスに行きたい」ということになる。

わたしも高校生の時に初めてライブハウスに足を運び、ライブを見に行った。このライブ初体験はそれまで私が経験してきたどんな事とも言いようもない経験で、私は一瞬で生の“みる”ライブの虜になってしまったのだ。

そこで私は、なぜ「ライブに行きたい」「ライブでみて、聴いた曲が忘れられない」といった感情がライブ空間でわいてくるのか。ライブに足を運ぶ人々はどこに魅力を感じているのか。いわばライブという音楽を生で“みる”空間の不思議について考えてみることにした。

また、考察を深めるために、ライブハウスやフェスティバルといった生でみる“場”について、つまり音楽空間についても触れてゆきたい。

２．ライブハウスというハコ

始めに、主にロックミュージシャンがライブを行う場として考えられる、ライブハウスについて少し述べておく。まず、ライブハウスとは、ロックやジャズなどのライブを行う、比較的小型で立ち見中心のコンサートホールのことである。

これを踏まえて、人々に「ライブハウスはどのように認識されているか」を確認するために実施されたアンケートを見てみる。（『ライブハウス文化論』）「ライブハウスからどのような場所を連想するか」という設問に80.5%が「音楽を楽しむ場所」と答え、最も多かった。次いで、8.0%が「危険な場所」、5.7%が「コミュニケーションの場所」と答えている。また、「ライブハウスではどのような音楽ジャンルが演奏されていると連想するか」という設問には、82.4%が「ロック」と答え、次いで11.6%が「ジャズ」と答えている。

この結果、全体の80%以上の人が何らかの形でライブハウスを知っており、ライブハウスの認知度は一般的にも高い事がわかる。そして、ライブハウスはロック音楽が演奏され、それを楽しむ場所として認識されていると考えられるだろう。

では、実際はどうなのか。2004年までのデータベース上に掲載されているライブハウスの全国総数は1114軒であり、ロックを中心にするライブハウスが最も多く850件（76.3%）、以下ジャズが121件（10.9%）、クラブ/ディスコが66件（5.9%）、その他が55件（4.9%）という結果であった。全国のライブハウスを都道府県別にみると、東京都が最も多く237軒で、以下大阪府が74軒、沖縄県が71軒、北海道が64軒、愛知県が57軒である。

これにより国内のライブハウスの分布状況は、首都圏、京阪神、中京が多いことがわかる。三大都市圏以外の沖縄と北海道が上位に位置しているのには理由があり、それはこのデータベースには「民謡酒場」が含まれているからだ。沖縄では観光資源としてこの民謡酒場の音楽空間を利用しており、また北海道は広大な面積にライブハウスが散在していると考えることができるため、この2道県のライブハウスの件数が多くなっている。

こうした沖縄と北海道の例外はあるが、ライブハウスが都市部に集中していることは、人口と需要が呼応することを考えれば当然のことだ。このデータ

を見ると、各都道府県に少なくとも一軒はライブハウスがある。このことから、ライブハウスは一部フリークが通うような特異な場所ではなく、全国の誰もが平等にライブハウスに訪れる機会が与えられている場所だと言える。（宮入，2008年）

３．ロックフェスティバル

ライブハウス以外のライブを生で見る機会と言えば、やはりロックフェスティバル（以下フェス）がすぐに思いつくだろう。日本では“四大ロックフェスティバル”と呼ばれる「フジロックフェスティバル」「サマーソニック」「ロックインジャパンフェスティバル」「ライジングサンロックフェスティバル」というフェスが存在している。

このような大型フェスでは、一つの会場で多くのバンドやアーティストが見られるのはもちろんのこと、音楽以外にも様々のアトラクション（屋台やキャンプ施設等）が用意され、来場者が思い思いの時間を過ごせることで、夏の思い出としてぴったりのイベントの一つになりつつある。このように工夫されたこともあって、楽しみ方を自分で考えるのもフェスの醍醐味だ。

また、近年、フェスはロック好きというわけではない人が足を運ぶことも多いという。女性ファッション誌には、夏フェスに行こう！といったような特集がされ、夏フェスファッションが紹介されていたりする。

理由としては、先ほど述べた通り音楽以外の楽しみが充実していることが挙げられるだろうが、ロック好きな友達に誘われてフェスに行ってみる人もいるそうだ。その人がフェスで見たバンドを好きになって、次の年はまた別のロックに興味のない子も誘ってフェスに参加する。という輪が、近年のフェス来客数の増加に繋がっているのではないかと考える。

４．再メディア化する音楽空間

最近では、メディアを介した音楽空間が広がりをみせている（再メディア化）。代表として挙げられるのが有料放送（WOWOW・スカパー！など）のプログラムの一環として、ライブのLIVE放送や、ライブの放送が増えていることだ。他にも、映画館でのライブビューイングやアーティスト自体の映画化など、家のリビングや映画館にまで音楽空間が作り上げられた。

(1)ライブビューイング

年々、映画館でのライブビューイングは増えつつある。ライブビューイングとは、アーティストやアイドルのコンサートや、演劇、舞台等を映画館の大画面で見ることができるものだ。

それではここでライブ、コンサートなどのライブビューイングを行なったことがあるアーティストを挙げてみよう。Perfume、RADWIMPS、UVER world、嵐、X JAPAN、ONE DIRECTION、GLAYなど、人気でチケットが取りにくいアーティストや、海外などの遠方でライブを行うアーティストが主に行なっている。チケットが取れない、遠くて行けないライブを地元の映画館の大画面で見ることができ、交通費などがほぼかからずその分をグッズ代にあてることができるというオーディエンス側のメリットがある。

また、映画館側にとっても、アーティスト側にとってもメリットが多い。劇場離れが進んでいた映画館にとっては新たな集客を見込める機会となり、会場に足を運んだ観客にしかパフォーマンスをすることができなかったアーティストにとっては新たなファンを獲得する機会になった。そうした様々な要因からライブビューイングは広がっていったのだ。

(2)有料プログラムでのライブ放送

それでは次に、なぜライブの放送やプログラムが増えたのをか考えたい。始めに視聴者の視点からメリットから述べる。一つ目はやはり、現地に居なくてもライブを見ることができる点だろう。チケットが当たらなかった人・都合がつかずライブにいけなかった人にとっては嬉しいはずだ。二つ目は、ライブに行った人にとっても、録画をしておくことでそのライブを反芻できるということだ。

次にデメリットだが、始まりから終わりまで放送されることで、会場にいる人だけに与えられる特別感が少なくなることだと考えた。特に、MCやアンコールなどはアーティストが発売するDVDでもカットされるということもあるので、ファンにとって会場にいたオーディエンスだけが聴ける特別なものという認識が強い。

しかし、編集ができない生放送では、そのMC・アンコールまでテレビの前にいるファンに届くのだ。その点、編集されて後日放送される番組は、見せたい場面と見せたくない場面を選別して放送することができる。全てが放送されるのは、アーティストにとってもデメリットであると考えられる。なぜなら、番組で始めから終わりまで見てしまったから、DVDは買わなくてもいいとファンに考えられる恐れがあるからだ。

もちろん、そうならないような工夫もアーティスト側は考えている。2013年9月21日に緑の島野外特設ステージで行われた、GLAYのSpecial Live 2013 in HAKODATE GLOURIOUS MILLION DOLLAR NIGHT Vol,1は、現地から生放送された。生放送なので、ライブが始まる前の時間からセレモニー、MC、ラストのアンコールまで全てが放送されていた。しかし、DVDは生放送された映像をそのまま使うのではなく、別アングルからの映像など、編集を加えたバージョンでパッケージされるそうだ。

それでは、アーティスト側にはどんなメリットがあると考えられるだろうか。まずは、より多くの人々にライブを“みせる”ことができる点だ。特に有料放送でライブを放送するアーティストで、地上波のテレビ番組には中々出演しないアーティストも多い。氷室京介、BUCK-TICK、電気グルーヴ、東京スカパラダイスオーケストラ、海外バンドのKISSな

ど。フェスのアーティスト特集の番組で放送されるアーティストを挙げれば、その数はもっと多くなる。このようなアーティストが新たなファンを獲得する機会として、有料放送のライブ放送が有効と考えられるのではないだろうか。

以上のことから、メディアを介したライブという〈再メディア化〉が新たなファン獲得の手段として用いられている事が増えていると考えることができる。

５．音楽空間からみるライブの魅力

(1)ライブハウスでの音楽空間

ライブハウスでのパフォーマーとオーディエンスの関係は流動的なものだ。これを踏まえたうえで、ライブ空間（＝メディア空間）とは何なのかを考えたい。ライブ空間は「メディア化された空間、パフォーマー、オーディエンス」がそこに存在しているということで成立する。そのうちのひとつでも欠如してしまったらライブ空間は成立しなくなる。

次に、その中で個々の構成要素の関係について述べる。ライブ空間においての、パフォーマーとオーディエンスの関係について。これは、１対１・１対多・複数対複数のいずれかに該当し、お互いの関係が服従関係であり、対等関係にある。

他にステージと客席の高さの違い、光と闇の差が服従関係を助長することも挙げられる。これはライブ空間がメディア化されることにも一役買う。対等だというのは、お互いに「ライブ空間」というものを作り上げるのに協力しあっていることから成り立つのである。（栗谷，2008年）

(2)複製メディアとライブ＝〈生身への回帰〉

前項で、パフォーマーとオーディエンスの関係性からみた音楽空間につて述べた。ここでは一番の疑問である、「ライブに足を運ぶ人は何を期待し、ライブハウスまたはフェスに行くのだろうか。」ということを考えたい。

始めにオーディエンスの音楽との関わり方の変化を理解するために、複製メディアとライブのつながりについて触れておく。

私たちは、主に音楽を聴くのは複製メディアからである。新作が出れば、それを初めて耳にするのは、ほとんど複製メディアによってのもので、コンサート会場で耳にすることはほとんどない。例外はあるが、ほとんどの音楽が初めて耳にするのは複製メディアを介してである。

このように、リスナー（音楽ファン）は複製メディアを通して初めて音楽を聴く。そこから音楽のイメージを享受し、音楽・ミュージシャンのパーソナリティに対して仮想・幻想を抱くのである。こうしてわれわれは、いわば複製メディアによるオンライン・ミーティングによって得た仮想・幻想を抱きながら日常を生きているのである。しかし、これには限界が出てくる。

私たちはメディアだけでは生きられないのである。なぜならそこにはリアリティが感じられないからである。「生身で感じたい」という〈生身への回帰〉欲望が起こり、オフライン・ミーティングを求めるようになることは、とても自然なことなのである。音楽を聴く人々は、音楽に対する仮想・幻想だけでは物足りない無いのだ。仮想・幻想をその眼で、耳で、躰で感じたいのだ。

つまり、オーディエンスは、仮想・幻想を肉眼で確かめる事を求めるのだ。なぜなら、メディアを媒介して目で見ただけでは自己の中でパフォーマーが存在しているものなのか、していないものなのか明白ではないからである。これは本当に存在している人間なのか、そうじゃないのか。もしかしたら人間ではないかもしれないという不安を、自己で確認する作業なのだ。テレビから聞こえる歌声も、本人が歌っていないかもしれない。という不安感が心のどこかに存在していることから起こる行動が、オフライン・ミーティングである。

これは、不確定なメディアだけでは耐えることができず、普段のテレビ、雑誌、広告を通してリアリティが感じられない。だからコンサートに行く、居る、ということでリアリティを感じようとすることである。それによりオーディエンスは〈生身への回帰〉をとげるのだ。

つまり、私たちオーディエンスは、メディアではパフォーマーは存在しているのかどうかを確認できない。だから、自分の肉眼でその存在を現実のものである、リアリティを確認するためにライブに行くとも考えられる。

(3)〈非日常化の文化装置〉としてのライブ

次にライブ空間から要因を探ってみたい。まず一つの視点として、ある授業で聞いた「音楽ライブの空間は、非日常空間だ。」という言葉をキーワードにして考えを進める。非日常空間とは、「普段の生活とは大きくかけ離れた空間」ということだ。

ライブの空間では、日常にはないセット、ライティング、音響、多くの他人が存在している。つまり、限定性、非日常的な演出が施されているということなのだ。これは、ライブを開催する側での演出である。しかし、パフォーマーがオーディエンスから見て、メディアの創造物だとここでも錯覚させることを故意に行っているかの様にも見えるのである。パフォーマーは光を浴びて自分は闇の中から見ていることしかできないと錯覚し、別世界の人間だと思わざるをえなくなるのである。

しかし、彼らはステージ上からステージ下の私たちに言葉を投げかけ、コミュニケーションを図る。この時、ステージ上がステージ下と同じように明るくなり、パフォーマーとオーディエンスの明るさに差がなくなる。また、ライブでは、歌の複製メディア（CD音源など）のみでは聴けない曲のアレンジや、その会場の地域限定のトークが存在する。それは、自己の日常空間の中でパフォーマーが生きている、私（オーディエンス）とパフォーマーが同じ空間に

属していると実感させてくれるものなのだ。つまりオーディエンスは、ここでパフォーマーが自分たちと同じ場所、同じ空間にいるのだと再認識し、盛り上がる。

なぜそうなるかというと、パフォーマーが自ら脱メディア化をして、私に近づいてくると自覚するからなのである。よってその照明をつけた時だけは、空間が変化しうる。このような、基本的にライブ空間でしか味わえない演出をオーディエンスは見に行くのである。

ブーアスティンは、「どこか違う場所へ行きたいという人間の癒しがたい欲望は、人間の救いがたい楽観と飽くことのない好奇心との証拠である。我々は他所では様子が違うことを必ず期待している。退屈から逃れるために、見慣れたものを避けるために、エキゾチックなものを発見するために旅行する」という。この言葉は、人はなぜ旅行をするのかを考える際に用いられた言葉である。しかし、旅行とは非日常空間である。よってこの考え方は人はなぜライブに行くのかという事を考える際にも使えるだろう。

そこでこの考えからまとめると、人々は退屈な日常では起こり得ない刺激を非日常空間、つまりライブに求め足を運んでいるのではないか。ライブとは、私たちにとっての〈非日常化の文化装置〉なのである。

６．ライブの魅力：〈実在の確認〉による感動

オーディエンスはライブの何に感動するのか。ライブというのは、オーディエンスの目の前で歌われ、演奏される。先述したように、初めてライブに行く人は音楽･パフォーマーのパーソナリティに対して仮想･幻想を抱いている場合が多い。なので、ライブに行けば音楽･パフォーマーのパーソナリティを、身体を通して(肉眼、肺の中の空気の振動、鼓膜･･･ｅｔｃ)〈実在の確認〉ができる。そうすると、今まで仮想･幻想でしかなかったものが、いま、目の前で現実･真実となって表れるのである。ライブには、そのことに対しての感慨感動があるのではないか。だからこそ初めてのライブは鮮烈に記憶に残り、その経験が「またライブに行きたい」と思わせる要因なのではないかと考える。

そして、2回目以降のライブも「やっぱりいいなぁ」と思うのである。ライブが終わって会場を出ると、ファン同士で、「サイコーだった！」と言い合う。そして最後に「やっぱりいいよね」と言うのである。これは、「私たちは、今までずっと抱いていた仮想･幻想を越えて無事〈実在の確認〉をすることができました。やっぱり私たちが抱いていたイメージ通りでした。そして思っていた以上のものを見せてくれて、もっといいイメージを持つことができました。」と宣言しているのと同じことなのだ。この一言にはそういう意味が含まれているのである。

７．まとめ：拡張するライブ

私たち受け手ははじめ、CDという複製メディアから音楽を聴き、リスナー（音楽ファン）となる。ここでの音楽空間は自分の部屋という小さな空間だ。そこからメディアだけでは満足できなかったリスナーが、アーティストに抱いた幻想の確認を自分の目でするためにライブハウスへ足を運び、より積極的なオーディエンスとなる。こうして、オーディエンスはライブハウスという前より広がった音楽空間でリアリティを感じる事ができ、〈生身への回帰〉を遂げるのだ。

このようなプロセスでオーディエンスたちの「ライブへ行きたい！」という欲望が発生することがわかった。しかしこれは、きっかけに過ぎない。この経験をした後、つまり幻想の確認を行なった後のライブに行く理由は拡散する。つまりライブハウスやフェスに足を運ぶ人の数だけあるのだ。

「ライブ以降のため」にライブに行く人、「爆音の中で騒ぎたい」からライブに行く人、「好きな歌を目の前で歌っているヴォーカルを見に」ライブに行く人、「ライブに行かないとアーティストが音楽活動をできなくなるかもしれない」からライブに行く人だっているのだ。そして「盛り上がる曲を少しずつ聴きたい」人や「1日で多くのライブを見たい」人が現れて、ライブハウスからフェスへと音楽空間が広かっていく。

こうして広がった大きな音楽空間であるフェスは、ロックミュージックに興味がない人にまで浸透し、ファッション化していった。これはフェスが一種の消費文化になっている表れである。

また、私は映画館でのパブリックビューイングや有料放送でのライブのライブ放送などのメディアを介した音楽空間の広がりが、つまり〈再メディア化〉も今ライブが伸びている要因であると考える。

パブリックビューイングやライブ放送等のプログラムは「そのライブに行きたかったが、行けなかった人」が利用することが一般的だ。よって、この複製メディアから幻想を抱いた視聴者が、幻想の確認を行うために次に行われるライブハウスやフェスに行こうとする。こうして次々とライブに足を運ぶ人が増えて行く回路が成立するのである。

参考文献：

1) 南田勝也(2001)：『ロックミュージックの社会学』　株式会社青弓社
2) 粟谷佳司(2008)：『音楽空間の社会学』　株式会社青弓社
3) 宮入恭平(2008)：『ライブハウス文化論』　株式会社青弓社
4) 西田浩　(2007)：『ロックフェスティバル』　株式会社新潮社新書
5)Daniel J. Boorstin(1962):THEIMAGE＝（1964）星野・後藤訳『幻影の時代』東京創元社

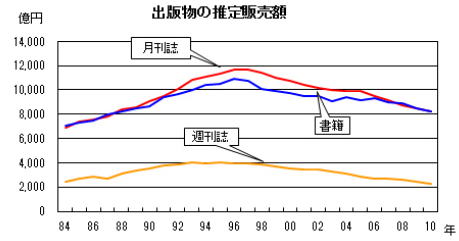
現代社会における新たな出版社像

～ドワンゴと統合したKADOKAWAの事例からの考察～

第4回社会情報学会中部支部研究会
2014年12月20日
於・名古屋大学

龍谷大学社会学部コミュニティマネジメント学科
小原枝里子

構造不況が続く出版業界



出版科学研究所 「2011出版指標年報」より

新たな出版社像への模索

情報の提供に加え、情報交換の場を提供する。
消費者自ら情報を生み出す活動を支援する。

出版社

マスメディア × リアルメディア

近年の先行事例

・日経BP社

リアルメディアである展示会・セミナーを展開している。雑誌やWebサイトなど、それぞれの専門媒体と連携を図りながら、時代を先取りした専門セミナーや主催者企画を実施。

・株式会社インプレス

2013年度上半期業績は、電子出版やイベント・セミナーといった新メディアの売上が伸びた。

BtoB型分野を得意とする出版社はリアルメディアに展開して新たな収益構造を築いてきた。
しかし、BtoC型の文芸系出版社は苦戦。

KADOKAWAとドワンゴの統合

今年2014年10月1日、
株式会社KADOKAWAと株式会社ドワンゴが経営統合
株式会社KADOKAWA・DWANGOに

株式会社KADOKAWA
創業1945年の角川書店を中核とし、映画やゲームなどを展開する文芸・エンタメ系の総合メディア企業。

株式会社ドワンゴ
「ニコニコ動画」をはじめとする動画共有サイトで成長した新興インターネット企業。

大きな問い

＊KADOKAWA・DWANGOにおいて、マスメディア型事業とリアルメディア型事業の融合はどのように進むか？

ドワンゴといえば「ニコニコ超会議」

登録会員数3000万人を超える「ニコニコ動画」を地上に再現するコンセプトで行われるニコニコ最大のイベント。

超会議2では2日間での来場数は10万3561人。

インターネット上で視聴者数は509万4944人。

今後、このノウハウが出版ビジネスにどう活かされていくか？

引用：ニコニコ超会議3 イベント概要

今後の調査計画

- 経営統合を受けて、KADOKAWAのビジネスモデルがどのように変化しているか。
  - 各ビジネスユニットの収益構造、リーダー人材の動き、投資動向
- KADOKAWA・DWANGOのユーザーが同社が提供するサービスをどのように消費しているか。
  - 各種サービスへの「創発的参画」（表現や創造）の様子を質的調査の手法で捉える

考察のための仮説

自分で体感しつつ情報を生み出す
pro-sumer*やsocial fabrication の
担い手の本格的な台頭

（情報の）生産と消費の分離 → 体験を核にした（情報の）生産と消費の融合

角川書店 ⇒ KADOKAWA ⇒ KADOKAWA dwango

*アルビン・トフラー（1980）『第三の波』日本放送出版協会

今後の課題

- 勃興してきたpro-sumerやsocial fabricatorのニーズを引き受ける出版社とはどういう存在なのか。
- そのような出版社はどのようにして生まれてくるのか。

ご清聴ありがとうございました。

現代の若者のニュース接触経路に関する研究

ーポスト新聞世代の情報ライフスタイルー

龍谷大学社会学部コミュニティマネジメント学科　3回生　上田穂菜美

問題意識

若者は新聞を読まなくなったとされるが、
ニュースに触れていないわけではない

↓

ニュースが生活の中で果たす役割が質的に
変化しただけなのではないか

↓

**若者はニュースという情報にどのように
接触し、それを活用するのか**

新しいニュース接触経路の勃興

■表1．モバイルニュースアプリ/モバイルWebニュース利用者数

※年度末時点の利用者数。「2012年度」は2013年3月末時点の利用者数を表す。
※2013年度までは実績値、2014年度以降は予測値。
※「モバイル端末で主にニュースアプリを利用するアクティブユーザー」と「モバイル端末で主にWebニュースを利用するアクティブユーザー」の区分で分類した。
※アクティブユーザーの定義は「月に1回以上利用する」利用者。

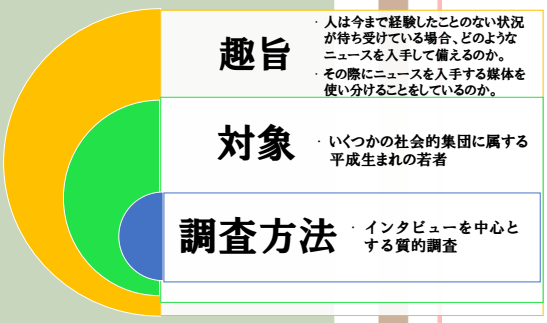
参考：2014年度 モバイルニュースアプリ利用動向調査
http://www.ictr.co.jp/report/20141104000070.html

情報形態としての ニュースの特性（一応の確認）

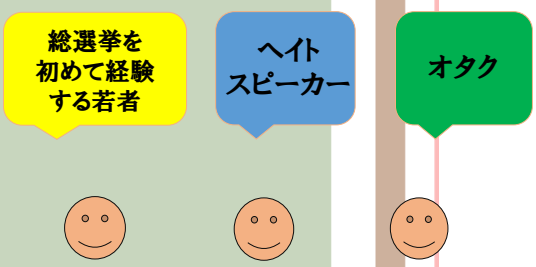
- ニュースは「強い情報伝達」を目的とした情報スタイルの一つ

① 「驚き」を手がかりにして、情報を強く伝達
　✓新奇性、規模の大きさ、意外性・・・
② 「ファクト」（事実）を伝えることを通じて「メッセージ」を伝達する
③ 「倫理性」に基づいて情報を取捨選択

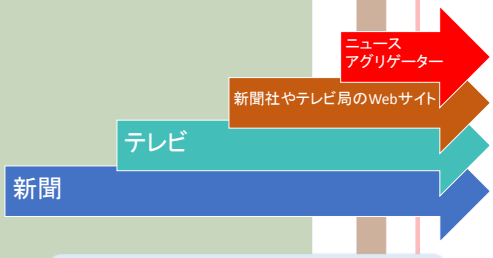
今回の調査概要



調査対象とする主な集団のイメージ（例えば・・・）



ニュースアグリゲーターの台頭



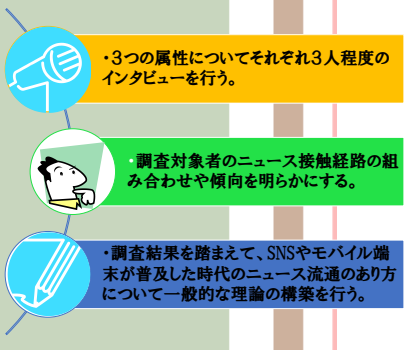
ニュースアグリゲーター
- 多様なプロバイダーのニュースを統合
- Yahooトピックス、Googleニュース、LINEニュース、Gunosy、SmartNews　etc.

例えば･･･私自身のニュース接触の流れ

時期	媒体	内容
１１月中旬	テレビ	総選挙が行われるかもしれないと知る。
１１月１８日	テレビ	解散が可決、総選挙の日程が明らかに
１１月下旬	新　聞	各党がどのような動きを取るか
		自分の住む地域の立候補者の確認
１２月３日	新　聞	各党がどのような動きを取るか

・媒体を自然と使い分け、情報を得ている。そこにはこの媒体なら私の欲しい情報を的確に得る事ができる、と確信している部分がある。
・この場合他人の意見に影響されたくないという思いがあるため、インターネットなどの個人的な意見が多く含まれる媒体に接触することを避けた。また詳細な情報を得るために
新聞を選んだが、それにはいくつか理由が含まれる。

今後の計画



ご清聴ありがとうございました。

バックキャスティングに基づく課題解決シナリオのオープンデータ化による協働促進

Facilitating Public Collaboration Using Open Data of Scenarios for Addressing Social Issues Based on Backcasting

白松 俊[1]，Teemu Tossavainen[1,2]，井上 良太[1]，大囿 忠親[1]，新谷 虎松[1]
Shun SHIRAMATSU, Teemu TOSSAVAINEN, Ryota INOUE, Tadachika OZONO and Toramatsu SHINTANI

[1]名古屋工業大学 大学院工学研究科　Graduate School of Engineering, Nagoya Institute of Technology
[2]フィンランド Aalto大学 科学技術学校　School of Science, Aalto University, Finland

要旨･･･本研究では，市民協働による地域課題解決を促進するため，バックキャスティングに基づく課題解決シナリオをLinked Open Data (LOD) として記述し，共有するWebアプリケーションを開発中である．本アプリケーション「ゴオルシェア」は，身近な地域課題やマスメディアが報じる社会課題を地域住民が入力してオープンデータ化する機構と，その課題が解決された理想的な将来像を目標データとしてオープンデータ化する機構を提供する．さらに，その抽象的な大目標を達成するために何をすれば良いかという部分目標を具体化し，目標達成へのシナリオとしての目標階層構造を編集する機構も提供する．本稿では，シビックハッカソンと呼ばれる開発イベントでのゴオルシェアの運用状況を紹介し，そのために今後改良すべき点を検討する．

キーワード　Linked open data, backcasting, 持続可能性, シビックテック, 住民参画, 市民協働

１．はじめに

少子高齢化や人口減少，行財政問題などにより，地域社会の持続可能性を高める技術への社会的要求が高まっている．今後の日本社会では，行政サービスの行き届く範囲が縮小していく可能性が高いため，組織横断的な市民協働によって地域課題に取り組む必要性が増していくと予想される．よって，そのような市民協働を支援する技術や，そのためのコミュニティ形成を促進する技術の重要性が高いと考える．このような社会的要請に対して本研究では，公共圏での組織横断的な市民協働を促進するために，地域課題やその課題解決シナリオを共有できるオープンデータとWebシステムの開発を目指している．

近年，地域課題解決を志向した協働にソーシャルメディアが利用されるようになってきている．しかし，FacebookやTwitterなど多くのソーシャルメディアではリアルタイム性が重視され，古い情報が流れ去ってしまうという問題がある．そのため，これら既存のソーシャルメディアは，社会課題への継続的な取り組みのための課題共有や，解決に向けたシナリオ共有には適していなかった．この問題に対して本研究では，バックキャスティング (backcasting) [1] と呼ばれる手法に基づいて目標およびそのアプローチをオープンデータとして公開・共有可能にすることで対処する．バックキャスティングとは，最初に目標とするビジョンを描き，次にそれを実現する道筋を将来から現在にさかのぼって記述する[2] ことによってシナリオを作成する手法である．これは，現状から将来を予想するフォアキャスティング (forecasting) と対をなす手法である．これら2つの手法は，互いに相補的に用いられる．特に，社会の持続可能性を扱うサステイナビリティ学 (sustainability science) の分野では，バックキャスティングを用いた研究が多い．資源や環境の制約を考慮せずに右肩上がりの成長を前提とした現状から将来像を予測するフォアキャスティングでは，破局を予測してしまうことになり，持続可能性向上のための方向性が定まりにくい[3]．フォアキャスティングでは，そもそも現在の延長線上にあるシナリオを考えるため，そのプロセスからは新しい解決策が生み出されにくい [4]．破局を回避して持続可能性を高めるためには，バックキャスティングにより先に望ましい将来像を設定し，その長期的目標への到達方法を逆算しつつ必要な具体策を講じていく必要がある．

上記の観点から，サステイナビリティ学の分野では，バックキャスティングに基づくシナリオや政策立案の研究が多く存在する．しかし，そのように作られたシナリオをどのようなデータモデルで表現してオープンデータ化すべきか，どのようにWeb上で共有・運用していくべきかという観点での研究は，筆者らが知る限り未だ少ない．我々は，市民協働を促進するための技術として，バックキャスティングにおける理想的な将来像やビジョン，長期的な目標，さらにそれを実現するためのシナリオを共有するWebプラットフォームの実現を目指している．

この目的と親和性の高い技術基盤として，Linked Open Data (LOD) を採用する．データセット中の全ての事物にURIが与えられ，他のデータセットと相互に紐付けられるというLOD の性質により，組織を越えたデータの相互運用性 (interoperability) がもたらされる[5]．この性質により，既に普及しているソーシャルメディアや地理情報データセットを利用しながら地域課題やその解決目標を構造化可能になる．次節では，社会課題とその解決目標をLOD化するWebアプリケーションを紹介する．

２．ゴオルシェア：社会課題と解決シナリオをLOD化するWebアプリケーション

現在我々が開発中のゴオルシェア [6,7,8,9] は，身近な地域課題やマスメディアが報じる社会課題を地域住民が入力してオープンデータ化できる Web インタフェースと，その課題が解決された理想的な将来像を目標データとしてオープンデータ化できる Web インタフェースを提供する．さらに，その抽象的な大目標を達成するために何をすれば良いかという部分目標の具体化していくことで，目標達成へのシナリオとしての目標階層構造を編集する Web インタフェースも提供する．図 1 に，ゴオルシェアのインタフェースを示す．

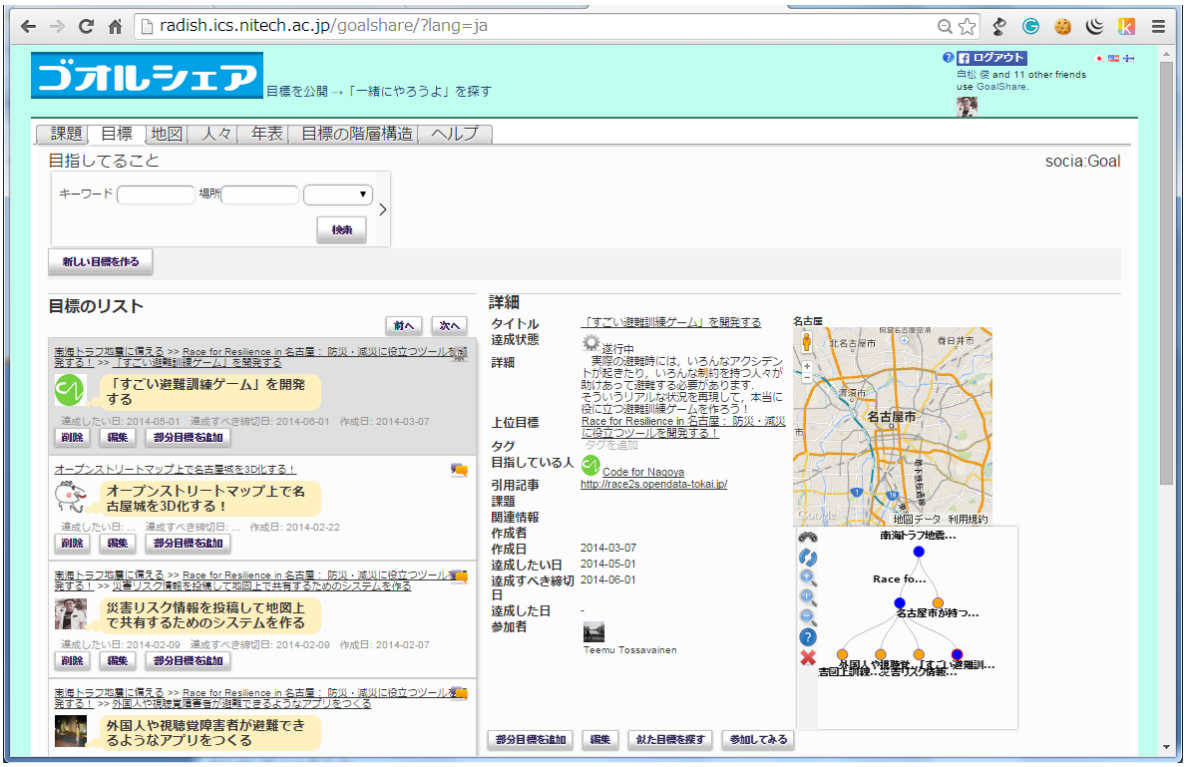


図 1: ゴオルシェアのユーザインタフェース（「目標」）タブ

ゴオルシェアからのデータ入力は「課題」タブと「目標」タブに分かれており，図 1 は「目標」タブのインタフェースである．図 1 上部には目標の検索フィールドがあり，左側には新着の目標リストが表示される．右側には，選択された目標の詳細や各種ボタン，関連地域の地図，目標の階層構造などが表示される．また，「課題」タブの課題データと，「目標」タブの目標データは，解決策を表すリンク（プロパティ）により紐付けられる．図 1 の例では，2014 年 2 月に開催された「世界防災・減災ハッカソン『Race for Resilience』」[10] の名古屋会場で入力された「『すごい避難訓練ゲーム』を開発する」という目標が選択され，その詳細と，紐付けられた地域である名古屋の地図が表示されている．さらに右下には，「『すごい避難訓練ゲーム』を開発する」の上位目標を含む階層構造が表示されており，「南海トラフ地震に備える」という大目標（将来像）に向けた部分目標としての開発であることが見てとれる．目標目標の詳細に付随する各種ボタンには，「部分目標を作る」「似た目標を探す」「参加してみる」等があり，具体的な部分目標の作成，類似目標の推薦，参加者としての紐付けが可能である．

ゴオルシェアにおける目標の階層構造は，サステイナビリティ学の分野でロジックツリー[2] と呼ばれる構造と似た構造になっている．まず，理想的な将来像として最上位の大目標を設定し，その達成に必要となる具体的な部分目標へと細分化していく作業は，バックキャスティングに基づくシナリオ作成作業と見なすことができる．この場合，下位の具体的な部分目標になるほど近い将来像になり，上位の抽象的な大目標になるほど遠い将来像と見なすことができる． ただし，ゴオルシェアにおける目標データは，「誰がその目標を目指しているか」「誰

がその目標達成に協力しているか」等を表すため既存のソーシャルメディア（Facebook と Twitter）のアカウント URI と紐付けられ，また「どの地域に関する課題／目標か」を表すため既存の地理情報 LOD（GeoLOD[11] と GeoNames[12]）の URI と紐付けられている点で，単純なロジックツリーよりも市民協働に特化したデータモデルとなっている．つまり，一般的なロジックツリーに加えて，シナリオに貢献する主体および関連する地域へのリンクを有するのが，ゴオルシェアにおける目標階層構造であると言える．

このシナリオすなわち目標階層構造のデータセットは OpenLink Virtuoso[13] により LOD 化され，外部から SPARQL と呼ばれるクエリ言語で検索・取得できるように SPARQL エンドポイントが公開されている．このエンドポイントの URL は http://collab.open-opinion.org/sparql，グラフ URI は http://collab.open-opinion.org である．さらに将来的には，ゴオルシェア以外のシステムでもシナリオのオープンデータを利用しやすくするために，単純な HTTP GET パラメータにより JSON 形式でシナリオを取得可能な Web API も公開する予定である．

このようにバックキャスティングに基づくシナリオをオープンデータ化することで，我々は，以下のような社会的効果をもたらすことを目論んでいる．

(1) シナリオ中の目標が類似した他主体を本データセット中から検索して推薦する機能により，潜在的な協力者を探索可能にする．
(2) シナリオ中の目標を部分目標へと具体化する機能により，他主体が貢献可能な具体的なタスクを検討可能にする．
(3) マスメディアが報道する断片的なニュース等を情報源として，影響力ある主体の目標やシナリオを第三者がオープンデータ化して共有することにより，近未来の社会像に関する透明性を向上させる．

３．シビックハッカソンにおけるゴオルシェア運用状況

ゴオルシェアは未だ開発途上であり，データモデルに依存したユーザインタフェースを採用しているため，IT リテラシーがそれほど高くないユーザが使えるほど洗練されてはいない．今後は，データモデルを意識せずに使えるユーザインタフェースへと洗練化していく必要がある．ただし，ユーザインタフェースの洗練化のためには，実社会で運用しつつ実際の課題解決シナリオを集めながら，洗練化の方針を検討する必要がある．

そこで本研究では，まずは IT リテラシーが高いユーザとしてシビックハッカソンの参加者を想定し，実際の課題解決シナリオを収集する．ハッカソン (hackathon) とは，週末などに技術者の参加を募り，何らかのプロトタイプを短期間で試作する開発イベントである．また，シビックハッカソン (civic hackathon) とは，技術者だけでなく社会課題を感じている市民の参加も募り，市民協働によって社会課題解決に貢献するシステムを試作するハッカソンである．課題解決型ハッカソン [14] と分類される場合もある．図 2 に，典型的なシビックハッカソンの流れを示す．

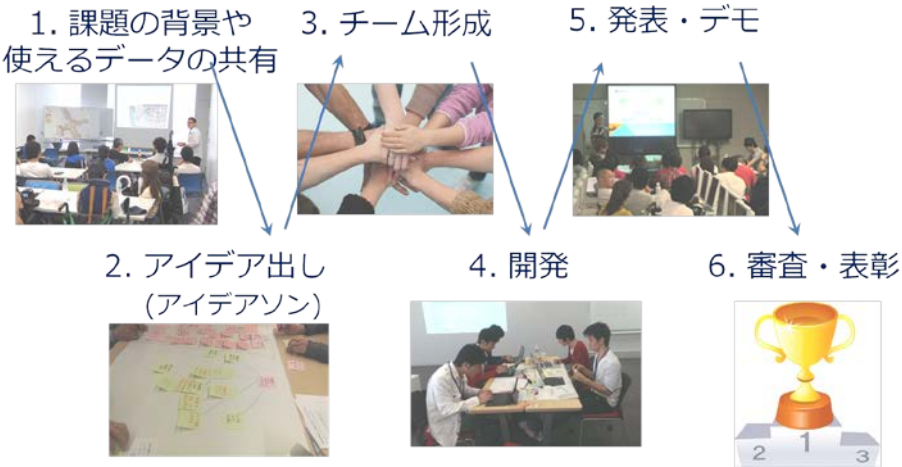


図 2: 典型的なシビックハッカソンの流れ

シビックハッカソンでゴオルシェアを運用するにあたり，まず図 2 のステップ 1 においてゴオルシェアの「課題」タブに表示される課題データを利用し，ステップ 2, 3 のアイデア出しとチーム形成において「目標」タブに表示される過去のハッカソンの目標データを利用する．さらに，ステップ 4 の開発に先立ってシステムの仕様を話し合う際に，チームメンバーが議論しながらバックキャスティングに基づくシナリオを作成し，ゴオルシェアに入力する．ここで入力されたシナリオデータは，以後に開催される別のハッカソンのステップ 1 や 2 で参考にできるだろう．

これまでに本研究では，前述した世界防災・減災ハッカソン「Race for Resilience」[10] の名古屋会場と，2014 年 10 月に開催された「名駅地下街バリアフリーハッカソン」[15] でゴオルシェアの運用を試みている．ただし，ハッカソン参加チームのメンバーが議論しながらシナリオを作成するには，現状のゴオルシェアのユーザインタフェースは充分でない．現状のようなデータモデルに忠実なインタフェースよりも，シナリオすなわち目標階層構造を直感的かつ協調的に操作できるようなインタフェースが望ましい．現在，そのようなシナリオ協調編集のための Web インタフェースを開発中ではあるが未完成である．そこで，名駅地下街バリアフリーハッカソンでは，まず大きな模造紙と付箋を用いて目標階層構造を作り，シナリオが完成してからゴオルシェアに入力するというアプローチをとった．上記の名駅地下街バリアフリーハッカソンでは，参加 4 チームのメンバーが入力した 4 シナリオと，各シナリオに含まれる 29 の目標データを収集した．これらの 4 シナリオは，当該ハッカソンの大目標「車椅子など外出困難な方が思わず地下街に行きたくなるサービスを作る」の部分シナリオとして登録されており，http://bit.ly/bfree-goal という短縮 URL から閲覧可能である．

４．実社会応用に向けた改良点

2015 年の 2 月 21 日に予定されている International Open Data Day (IODD 2015) の名古屋会場でのハッカソンに向け，シナリオを直感的かつ協調的に操作できるようなユーザインタフェースの開発を進める予定である．IODD 2015 名古屋会場では，現在，名古屋市交通局が提供する市バス等のオープンデータを利用したハッカソンが企画されているため [15]，その準備として市バスに関する課題や理想的将来像を収集する計画である．また，文献 [7] でも述べたが，取り組むべき課題の重要性をハッカソン参加者が評価・選定する機構や，目標の階層構造からシナリオの説明文を生成し，それをチームメンバーがわかりやすく編纂する機構も必要であろう．

今後，上記のようなシビックハッカソンでの運用を通じてゴオルシェアの洗練化方針を定め，IT リテラシーが高くないユーザでも利用可能なユーザインタフェースへと改良していく．さらに，文献 [7, 9] で示したように，RDFa に基づく Web アノテーションシステム WFE-a を利用し，ニュース記事等から影響力ある主体（政治家や地域行政など）が目指すシナリオを人手で抽出してオープンデータ化する機構を追加することで，社会の将来像に関する透明性を向上させるプラットフォームへと発展させていく予定である．

参考文献

1) Dreborg, K. H. (1996): Essence of backcasting. *Futures*, Vol. 28, No. 9, pp. 813-828.
2) 和田春菜, 木下裕介, 水野有智, 福重真一, 梅田靖 (2013): 持続可能社会に向けたバックキャスティング型シナリオ作成手法の提案. *日本機械学会論文集(C 編)*, Vol.79, No.799, pp.845-857.
3) 矢口克也 (2010): 「持続可能な発展」理念の実践過程と到達点. *国立国会図書館調査及び立法考査局「持続可能な社会の構築」総合調査報告書 第 2 章*, pp. 15-49, http://www.ndl.go.jp/jp/diet/publication/document/2010/20090401.pdf
4) 古川 柳蔵 (2012): バックキャスティングから見た 2030 年の日本人のライフスタイル, *AD STUDIES*, Vol.39, pp. 24-28
5) 西野文人 (2012): Linked Data ～ つながるデータ, 広がるサービス～. *B-plus: 電子情報通信学会通信ソサイエティマガジン*, Vol. 6, No. 3, pp. 240-244.
6) Shun Shiramatsu, Teemu Tossavainen, Tadachika Ozono, Toramatsu Shintani (2014): A Goal Matching Service for Facilitating Public Collaboration Using Linked Open Data. In *Electronic Participation. Proceedings of the 6th IFIP WG 8.5 International Conference, ePart 2014*, Lecture Note in Computer Science, Vol. 8654, Springer, pp. 114-127.
7) 白松俊, Teemu Tossavainen, 井上良太, 大囿忠親, 新谷虎松 (2014): シビックテックのための社会課題オープンデータの協調的キュレーション基盤の実現に向けて, 2014 年社会情報学会（SSI）学会大会 研究発表論文集, pp. 371-374.
8) Teemu Tossavainen, Shun Shiramatsu, Tadachika Ozono, Toramatsu Shintani: Implementing a System Enabling Open Innovation by Sharing Public Goals Based on Linked Open Data. In *Modern Advances in Applied Intelligence - Proceedings of the 27th International Conference on Industrial Engineering and Other Applications of Applied Intelligent Systems, Part II*, Lecture Note in Artificial Intelligence, Vol. 8482, Springer , pp. 98-108.
9) 白松俊, Teemu Tossavainen, 井上良太, 大囿忠親, 新谷虎松 (2014): 社会課題とその解決目標の LOD 化による公共圏での協働促進サービス. *第 28 回人工知能学会全国大会論文集*, 1G5-OS-19b-5in.
10) レース・フォー・レジリエンス実行委員会 (2014): 世界防災・減災ハッカソン「Race for Resilience」. http://raceforresilience.org/
11) GeoNLP プロジェクト(2013): GeoNLP LOD Server. http://geolod.ex.nii.ac.jp/
12) Marc Wick and Bernard Vatant (2012): The geonames geographical database. http://geonames. org/
13) Orri Erling and Ivan Mikhailov (2009): RDF Support in the Virtuoso DBMS. In *Networked Knowledge - Networked Media*, Studies in Computetional Intelligence, Vol. 221, pp. 7-24.
14) 株式会社 CCL (2014): アイデアソン・ハッカソン運営ガイドブック Ver1.0. http://www.slideshare.net/cc-lab/ver10-30250006
15) NPO 法人 Lisra (2014): 「名駅地下街バリアフリーハッカソン」の開催について. http://lisra.jp/news/entry-53.html
16) Code for Nagoya (2014): Code for Nagoya の明日を考える. http://code4.nagoya/post/104471689024/code-for-nagoya

参加者の個性に応じたレクチャーデザインへの一考察
A Lecture Design based on the Personality of Participants

鳥居　玲奈，神谷　響子，浮田　実侑，安達　美桜，
加藤　理沙子，岩崎　公弥子
Rena TORII, Kyoko KAMIYA, Miyu UKITA, Mio ADACHI
Risako KATO and Kumiko IWAZAKI

金城学院大学 現代文化学部 情報文化学科
Department of Information and Culture, Kinjo Gakuin University

キーワード　ワークショップデザイン，デジタル教材，学習意欲，個別性

１．はじめに

近年、科学館や児童館が子ども向けのワークショップを企画・開催することが増えてきた。これは、昨今の「科学嫌いの子どもたち」への対応と「自ら学び、自ら考える」力の育成が重視されていることに起因する。筆者らも名古屋市科学館や名古屋港水族館の協力を得て数々のワークショップを企画・開催してきた。今まで実施したワークショップ数は約３５回であり、約７００人の子どもたちが参加してきた。

しかし、これらのワークショップの様子を観察してみると、そのワークショップを「楽しんでいる子」と「戸惑っている子」がいることが分かる。それは、そこに集う子どもたちが様々な年齢、興味、知識レベルの違いであることからくると考えられる。

たとえば、2010 年度に実施した「チリメンモンスター」のワークショップでは、事後アンケートにおいて、小学校低学年では、96.3%が、海の生き物に「とても興味をもった」「興味をもった」と回答しているのに対し、理解についての問いは、「とても理解できた」「理解できた」が 85.2%、「どちらでもない」「理解できなかった」「全然理解できなかった」と回答した者は、14.8%もいた。これは、「とても理解できた」「理解できた」と回答した高学年の割合が 91.7%であるのと比較すると低い結果であることが分かる。

そこで、本研究では、様々な年齢、多様な知識レベル、すなわち、「習熟度が異なる参加者」に対しても満足度、理解度が高いワークショップのデザインを考えたい。具体的には、「チリメンモンスターさがし」と「にぼしの解剖教室」のワークショップにおいて実施する。

２．様々な習熟度の参加者に対する工夫

「習熟の程度に応じた学習」の重要性は、数十年前から教育分野で議論されてきている。文部科学省では、平成 14 年に「確かな学力の向上のための 2002 アピール『学びのすすめ』」において、子ども一人一人の個性や能力を最大限に伸ばしていく教育の重要性を掲げており、その具体策として「習熟度別指導」を提案している。現在、多くの学校で学習レベルに応じた集団の編成や教材の提供がなされている。

すなわち、ワークショップにおいても、幼稚園児と小学校高学年が同じ教材を実施するのは教育の観点からみてもあまり効果的ではなく、各々の年齢に応じた教材を提供する必要があるのである。そこで、本研究では、様々な年齢が集うワークショップにおいて、下記のレクチャーデザインを考えた。

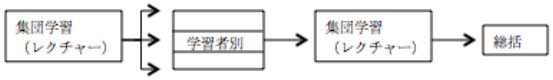


図１:レクチャー内における学習のながれ

図１の学習のながれは、最初に全体的な集団学習を行い、そこで、最低限、ワークショップを実施するにあたり必要な目的、知識、注意点等を説明する。そして、その後、個々の学習者別の教材を活用しながらアクティビティを行い、最後に全体で振り返り、まとめるというものである。

このようなながれにすることで、多様な参加者のニーズに対応することができる。しかし、現実的には、１つのワークショップ内で、幼児用、小学生低学年用、高学年用、といった教材を用意することは、労力的にも難しいと考える。そこで、本研究では、最も基本となるシンプルな教材を準備し、それを全員が共有し、利用する。そして、その教材を理解するうえで必要な補助教材を各種用意するという形で解決したいと考えた。すなわち、下記のものである。

①高学年の子どものための「より詳しく理解する」ための補助教材
②低学年の子どものための「繰り返し学べる」補助教材

さらに、集団学習（教師の一方向によるレクチャー）は、子どもたちの集中時間を考え、短めにし、アクティビティ中心のものにした。それは、自ら能動的に学び、グループで助け合うことで、考える力、発見する力、学びあう力を身につけることができると考えたからである。また、集団学習時間は、小学校低学年が集中できる時間として言われている「１５分間」を目安にする。

③レクチャーは１５分以内。アクティビティ中心のワークショップ

本研究は、これら３つの事項に基づくワークショップを具体的にデザインしていく。

３．２つのワークショップの実践

3-1. チリメンモンスターさがし

3-1-1. 目的

前章で述べたように、 ワークショップには性別・年齢・知識レベルの異なる子どもたちが参加するため、同じ課題を与えて同じ目標を達成させることが難しい。低学年に合わせて難易度を下げてしまうと、高学年の児童には簡単になってしまう。また、高学年にレベルをあげてしまうと低学年の児童は目標に到達することができないという問題が生じる。ワークショップ内では、それぞれの年齢に柔軟に対応できる教材が必要となってくる。

そこで、本ワークショップでは、子どもたちが自由に書き込むことのできるカード創作アクティビティを考案した。個別性に応じて制作できる教材を導入することで、知識レベルや成長段階、発達段階に応じた学習の実現に繋げていきたい。

3-1-2. 概要

「チリメンモンスター」とは、ちりめん（ちりめんじゃこ）の中に入っている様々な生物をさすもので、きしわだ自然資料館が名付けたものである。本ワークショップにおいても、ちりめんの中の「モンスター」を探し、それが何か調べることで、海の生き物について学んでもらいたいと考えた。

本ワークショップのながれは、次の通りである。スライドを使った集団学習形式のレクチャーを前半と後半に１０分ずつ行った（図２）。子どもたちの集中力を損なわせないよう、時折子どもたちに質問を投げかけ、子どもたちがレクチャーについてきているかを確認しながら進めた。その後１時間程度、１人１つずつの紙皿に用意したチリメンモンスターを魚、イカ・タコ・エビ・カニ、その他の４種類のグループに分ける作業を行い、分類したモンスターが何かについて、紙の図鑑で調べ、計４種類のカードを作成した（図３）。また、時間が余った子は、さらに１０種類のモンスターを見つけ、テープで貼っていくすごろく作りに取り組んだ。（図４）

本ワークショップで活用した教材とその特徴は、「子どもたちが自分のレベルで自由に進める」という点にある。モンスターを分類した後に作成するカードには、上部に名前、中央にはモンスターを貼るスペース、下部には図鑑で調べた内容や、気づいたことを書くスペースを設けた。そして、それ以外は何も規定はしないことで、子どもたちが好きなことを書くことができ、年齢に合わせた制作ができると考えた。

本ワークショップは、今年度３回実施した。各々実施後、参加者にアンケートをとった。アンケートの結果に基づき、教材の開発を提案したので、その過程を事項で述べる。

表１:「チリメンモンスターさがし」開催概要

場所	交通児童遊園（瀬戸市）	交通児童遊園（瀬戸市）	しいの木児童センター（豊山町）
日程	８月２４日	１０月２５日	１１月１７日
時間	９０分	５分（合計３時間）	９０分
対象学年	小学生	小学生	小学生
参加人数	１２人	７７人	２０人

図2:レクチャーの様子（8月24日　瀬戸交通児童遊園）

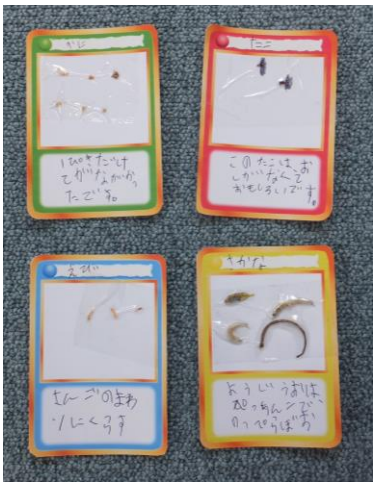


図3:カード創作アクティビティの課題

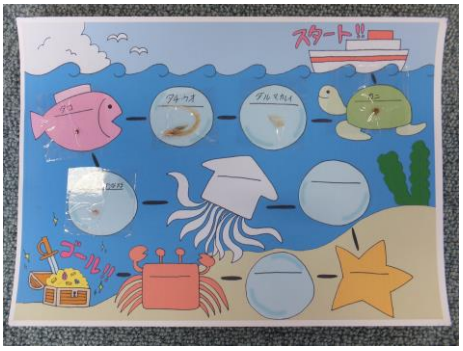


図4：すごろくの課題

3-1-3. 結果

第１回目のワークショップを８月２４日に開催した。事後アンケートでは、「学習はどうだったか？」という質問に対し、「とても楽しかった」という意見が多かった。実践中の様子を観察しても、カードの作成に楽しみながら意欲的に取り組む姿が伺えたのでよかった。

しかし、一方で、「図鑑で見つけられたか？」の質問に対して「とても難しかった」が 33%、「難しかった」が 20%であり、実践中にも何をしたら良いのか理解できていない子どもたちも見られた。そのような子の多くは、見つけたモンスターを図鑑で照らし合わせることはできても、文章を読んで自分でまとめることに苦戦しているようであった。このことから、アクティビティの時間が長いからこそ、図鑑の内容を簡潔にわかりやすくし、カード創作アクティビティの補助ができる教材制作が課題となった。

そこで、私たちは、「チリモン図鑑」のタブレット化に取り組みたいと考える。紙の図鑑ではなくタブレット図鑑にすることで、①タブレット端末がもつエンターテインメント性によって子どもたちの学習意欲を高める、②個々のレベルに応じた学習を進めることができる、③タッチパネルの利便性により紙の図鑑より見やすいという効果が予想されるからである。そこで、その後の２回のワークショップは「チリモン図鑑」の開発を視野に入れてワークショップを行った。

第２回のワークショップは、１０月２５日に開催し、子どもたちに１匹のチリメンモンスターの写真を提示して、制限時間内に探す宝探しゲームを行った。その際、子どもたちがどのようなチリメンモンスターの特徴（色・形・模様・その他）を頼りに探しているかを調査した。「チリメンモンスターをどうやって見つけたか？」という質問に対し、７７人中、「色」が１８人、「形」が２４人、「模様」が２８人、その他が７人という結果となった。このアンケートから、「色・形・模様」の３点を切り口に、子どもたちは生き物を探しているということが分かった。

第３回目のワークショップは、１１月１７日に開催したが、このときは、「チリモン図鑑」の開発が間に合わなかったため「チリモン図鑑」を導入することができなかった。現在開発中の「チリモン図鑑」は次の特徴を持っている（図５）。

１）第２回のワークショップの結果に基づき、「色、形、模様」の３点の切り口から「モンスター」を探せるようになっている。
２）探し方は、「魚のかたちをしていますか？」「魚には模様がありますか？」といった質問をし、子どもたちが選択することでモンスターを検索する形式とした。これは、多くの低学年の子どもたちが自分で図鑑を使って調べることができなかった経験からである。

このようなタブレット教材を導入することで、低学年の子どもたちにとって、学びを深める良い補助教材になることが期待できる。

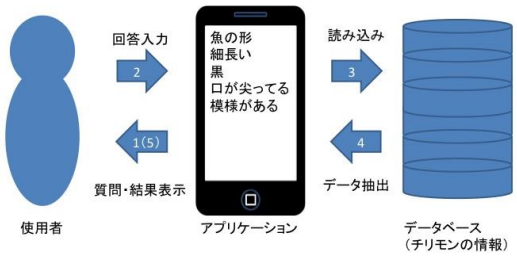


図5：デジタル図鑑のながれ

3-2. にぼしの解剖教室

3-2-1. 目的

魚について体験を通じてわかりやすく学ぶ「にぼしの解剖教室」のワークショップを行った。ワークショップでは魚と人間の違いについての説明を行い、続いて、にぼしの解剖を行った。解剖を円滑に進め、解剖した箇所への理解を深めるためにタブレット教材を活用した。また、ワークショップの最後には取り出した臓器を用紙に貼りつけ、参加者が持ち帰られるよう工夫をした（図６）。

図6：「にぼしの解剖教室」課題

「チリメンモンスターさがし」と同様に、にぼしの解剖の課題に取り組む中で、参加者のレベルに応じた補助教材が必要となってくる。今回は２つのタブレット教材を用いて分析し、個々の能力に合わせた教材がどのようなものかを追及していきたい。

3-2-2. 概要

今回のワークショップでは、知りたいことを深く学べる「にぼしの学習帳」、そして繰り返し学習できる「各部位の解剖動画」の２つのタブレット教材を開発した。

「にぼし学習帳」とは、にぼしの各部位の画像をタップして臓器の基本情報を閲覧できるアプリケーションである（図７）。臓器の拡大写真、詳しい解説が記載されており、子どもたちがにぼしを解剖する際の補助としての役割を果たす。画像で楽しみながら学習することができ、自ら調べることで自発的な学びを身につけられる。また、自分の興味や知識レベルに合わせて深く学ぶこともできる。

図7:「にぼし学習帳」

続いて「各部位の解剖動画」は、にぼしの解剖方法を分かりやすく理解してもらうために、解剖方法の一連の流れを動画で説明したものである（図８）。具体的には、「えら・さいは」「胃」「肝臓」「耳石」「心臓」「水晶体」「腸」「脳」「卵巣・精巣」の各部位の取り出し方を動画にし、タブレット端末で手順を見ながら解剖に取り組んでもらう。

図8:「各部位の解剖動画」

これらの教材を用いたにぼしのワークショップを幾つかの児童館で実施した。

表2:「にぼしの解剖教室」開催概要

場所	かすがい元気っこセンター（春日井市）	しいの木児童センター（豊山町）
開催日	7月19日	10月25日
時間	1時間	1時間
対象学年	小学生	小学生
参加人数	20人	19人

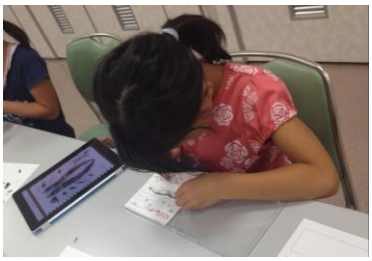


図9:レクチャーの様子（8月6日　しいの木児童センター）

3-2-3. 結果

今回、参加者の能力に応じた教材を提供したが、理解度や興味において、どの年齢でも評価が高いことが明らかになった。すなわち、個々のペースに合わせた学びが可能となり、習熟度の異なる参加者に十分に対応できることが分かった。

しかしながら、耳石が取りにくかったなどの意見がみられ、部位によっては解剖が上手くいかないという課題が残っている。そのため、特に取り出しにくい部位についてはクローズアップしたコンテンツを用意することで、解剖をスムーズに行え、ワークショップのサポートを強化することが期待できる。

４．おわりに

本研究は、様々な年齢や知識レベル、どの参加者に対しても満足度、理解度が高いワークショップのデザインがしたいという思いから始まった。

「チリメンモンスターさがし」では、子どもたちの集中力を考慮したレクチャーデザインをすると共に、個々の年齢に対応できる課題を設定することで、学習に対する理解度を高めることができた。今後更に理解度を向上させるために、タブレット図鑑の開発を進めていきたい。

「にぼしの解剖教室」のワークショップでは、実際にタブレット教材を子どもたちに使用してもらうことで、学習に対する理解度を向上させることができ、ワークショップ型の学習において効果的を発揮することが立証できた。

これからも、アクティビティを中心とすることを前提として、成長段階、発達段階に、臨機応変に対応のできるタブレット端末の補助教材を用いた学習を実現できるよう、研究を続けていきたい。

参考文献

1) きしわだ自然友の会 (2009): 情報と情報過程の層序,『チリモン博物誌』, 幻戯書房
2) 日下部敬之他　『チリメンモンスターをさがせ！』, 偕成社 (2009)
3) 小林眞理子『にぼしの解剖教室』, 仮説社　(2010)

謝辞

本ワークショップで活用した教材の一部は、中京大学中貴俊先生ならびに研究室の皆様の協力によるものです。また、本教材は、名古屋港水族館の協力によるものです。ここに感謝いたします。

社会情報学会（SSI）中部支部・研究発表論文
日時：2014年12月20日／会場：名古屋大学

ユートピアへのパサージュ
Passage to Utopia

大澤　健司[1]
Kenji OSAWA

[1]名古屋大学大学院情報科学研究科社会システム情報学専攻

要旨･･･本論はヴァルター・ベンヤミンの議論を参照しながら、ユートピアの在り方について技術論との関係から考察することを目的とする。空想として片付けられがちなユートピアの積極的な意義を見出しつつ技術それ自体の在り方を問うことにより、両極端なものとも捉えられるユートピアと技術が密接に関係し、現在を動的に変革するという意味で互いに作用しあう構図を描き出す。

キーワード　ヴァルター・ベンヤミン、 ユートピア、技術

１．はじめに

複製技術論の祖とも考えられているヴァルター・ベンヤミン（1892-1940）は、社会と技術の関係に対して次のように述べている。

> 人類も、集団の神経刺激を伝達する試みにおいて、手近にあるような目標に加えて、差し当たりユートピア的である目標にも目を向ける。というのも、社会に対する諸欲求を革命において申し立てるのは、第二の技術だけではもちろんないからである。[1]

「第二の技術」と述べられていることに関しては後述するにしても、ここでユートピアという単語が登場することに注目すべきである。空想的であると捉えられているユートピアと実際的な面に関わる技術の関係はどのようなものなのか。そして、そのような関係において描き出される技術論とは如何なるものなのか。科学・技術的な視点からは一見すると無価値であると思われている空想的なものの価値を再考するとともに、それらの積極的なイメージを描き出すことを本論の目的とする。

２．ユートピアの意義

なぜベンヤミンは、そして我々はユートピアを問題にしなければならないのだろうか。それはつまり、技術において物質的な豊かさが保たれているように思われる現在において、ユートピアの意義は何であるかという問いである。トマス・モアによる造語の意味を素直に受け取ってしまえば、何処にもない場所であるユートピアは一つの空想にすぎない。しかしながら、ユートピアに関してマルクーゼも述べているように[2]、当然とも言うべき積極的な機能がそこにはある。つまり、現実批判であり、現実変革（の構想）である。このような意味で、現実とは無縁であると思われがちなユートピアは現実と関係する。それに加え、徳永恂は次のように述べる。

> こうして生み出されたユートピアは、現実に対抗する対抗イメージとして、それが実践に移される場合には、現実を破壊する力となる。そして何かの形で、場合によっては意図とは別の形で、現実を変革する。このように、ユートピアは、それ自身は非現実的でありながら、（一）現実批判、（二）現実破壊、（三）現実変革という各面で、きわめて強く現実への関わりを持っている。ユートピアが、実現可能性の実証という観点から見られる限り、それは消極的に評価される。こういう捉え方をわれわれは、消極的ユートピア概念と呼ぼう。それに対してユートピアが、現実を批判し破壊し変革するという面で、つまり現実に対する否定的な関わりから、逆に積極的なものとして捉えられるとき、これをユートピアの積極的概

---

[1] GS Ⅶ 360
なお、ベンヤミンのテキストは GS の略号の後、巻数、頁数を示す。
[2]『ユートピアの終焉』参照

念と呼ぶことにする。[3]

以上のように述べられている二種のユートピアを本論では取り上げたい。そしてこのようなユートピアが過去に実現されなかった夢を含みこみ、技術との連関において現実を動かすことにより、ユートピアそのものがアクチュアルになる過程を考察していきたい。

３．ベンヤミンの技術論

ベンヤミンと言えば「複製技術時代における芸術作品」が有名であろう。これは機械的な複製技術とアウラの喪失の問題において主として取り上げられる著作であり、情報技術と社会の関係の議論においてもしばしば目にするものである。しかし本論では、この著作の根底を流れるテーマを技術の問題として捉えなおしてみたい。つまり、技術的な複製（technische Reproduktion）の複製とは一種の模倣であり、その方法としての技術（Technik）を問題とするのだ。

技術の問題に関して言えば、1920 年代半ばのベンヤミンの思考が結実している『一方通行路』に収められているアフォリズムの一つに、「プラネタリウム」と題されたものがある。そこにおいてベンヤミンは、技術と自然（Natur）の関係について次のように述べている。

> 帝国主義者たちが教えたことは、自然を支配することがあらゆる技術の意味である、ということだ。しかし、大人が子供を支配することが教育の意味である、と説明する杖を持った教師を誰が信用したいと思うのだろうか。教育とは何より、世代と世代の間の必要不可欠な秩序であり、それゆえ、支配ということについて語りたいのであれば、それは子供を支配することではなく、世代間の関係を支配することではないのだろうか。そしてまた、技術というのも自然を支配することではないのだ。すなわち、自然と人類とに関する関係を支配することなのである。[4]

つまり、技術は自然と人類との関係に介入する方法であり、我々の側からの自然の支配のみを意味しない。このことを踏まえたうえで、ベンヤミンが述べる「第一の技術」と「第二の技術」について概観したい。

> 「自然支配」ということが第二の技術の目的であると言うには大いに議論の余地がある、ということである。技術の目的をそのように称するのは、第一の技術の立場からである。第一の技術は実際、自然の支配に狙いをつけていた。第二の技術はむしろ、自然と人類との間の共演（Zusammenspiel）を目指すところがはるかに多いのである。今日の芸術がもつ社会的に決定的な機能は、この共演における練習をすることである。[5]

支配ではなく自然との共演を主要な目的とする「第二の技術」は、自然と人類との関係性を変革する。これを写真という複製技術を例に見ていきたい。

ベンヤミンの複製論の数年前に「写真小史」が発表されている。ここでは写真について次のように述べられている。

> 本来カメラは、情緒豊かな風景や魂のこもっている肖像よりも、工学や医学がよく相手にするような構造上の性質や細胞組織といったものに身近なのである。しかし同時に、写真はこのような素材（Material）において、微小なものに住まう素材の表情的な側面（die physiognomischen Aspekte）、形象的世界を開示するのである。それらは解釈可能で、白昼夢に忍び込むほどに秘められたものであった。しかしいまや、それらは拡大され、表現可能なようになった。[6]

---

[3]『ユートピアの論理』、pp.152-153

[4] GS Ⅳ 147

本論で詳しく検討することはできないが、ここで使用されている「自然」とは、我々が単純に思い浮かべる自然環境のような意味での自然のみを指し示さない。それは、歴史の変動の中で固定化されたものを含んだ意味での「自然」なのである。

[5] GS Ⅶ 359

なお、「昔からの芸術の最も重要な課題の一つは、ある需要を、つまりそれが十分に満たされる時が未だ到来していないようなある需要を産み出す事であった」（GS Ⅶ 378）と述べられているように、まさに複製技術時代の芸術作品の役割は、機械的な複製技術が開示する自然と人類の関係の練習である。そして、ベンヤミンは「第一の技術」を原始時代の技術、「第二の技術」を現代の技術と捉えている（GS Ⅶ 359）ので、本論においては「第二の技術」を機械的複製時代の技術として大別しておくのみにとどめる。

[6] GS Ⅱ 371

ここで述べられているように、写真という複製技術は自然の新たな側面を開示する。それは、アウラに包まれていた事物を、アウラを喪失した事物へと変えるということによってである。これまでであればアウラに囚われた上でしか扱えなかった事物を、機械的複製技術によってアウラが消滅したことにより、以前とは違った視点からその事物を扱えるようになる。しかも「素材の表情的な側面」とでも言うべきもの（ベンヤミンに言わせれば、例えばブロースフェルトの植物写真やアジェによる都市の写真など）を開示し、我々による感情移入のような形で構成されていない事物の（もしくは自然の）側面を見せるのである。このように自然の支配というよりは自然との新たな関係性を、写真という技術は開示するのである。

さて、先に複製は模倣であると述べたが、機械によらない複製が太古から行われていたのは周知のことである。それは身体において自然を模倣する踊りや、手によって自然を模倣する絵画であり、また師匠の作品を模倣する弟子という関係性においても行われている。このような事実を確認したところで、模倣という観点から写真と映画に連なる関係性を、少々図式的ではあるが素描してみたい。まず、太古から模倣という欲求が存在する。それに対する技術の変遷があり、時を経て写真へと行き着く。写真において静止状態における平面的な模倣が一応完成したが、それと同時に意図しないアウラの喪失という事態が起こる。そこで自然との新たな関係性が開示され、それと写真をベースに、事物の再構成という要素が入り込んで映画が作成されるようになる。そしておそらくこの先には、情報技術を用いた複製が後に続くだろうが、今回はここまでとしたい。このように現在から過去を振り返るならば、写真という存在は一つの発展史の正当な結果であると言えるかもしれない。しかしながら冒頭でも引用したように、そこにはユートピア的な目標が入り込んでいるのだ。むしろそれは、ベンヤミンであれば「夢の世界」とでも表現するものである。徳永が実現可能性の面から「消極的ユートピア」と表現したもの、それが夢であろう。＜第零の技術＞とでも呼びうる「経験（Erfahrung）」に深く関わるもの、つまり踊りなどによる複製の時代（この場合であれば、むしろ技術は Kunst で表わしたほうが適切であろう）、さらに絵画などによる複製の時代から考えるならば、それらの時代の技術においては夢であったような模倣の「消極的ユートピア」が、写真や映画において結実していると見ることは可能だろう。

しかし問題は、ユートピアは果たして何処に在るのか、ということである。一般的に捉えられているように、このようなユートピアは同時代の別の場所に、歴史を越えた楽園に、もしくは未来に在るのではない。それは時間のうちに、そして過去に目を向けて在るのである。そのことを以下に見よう。

４．ユートピアの向けられる先と技術の役割

ベンヤミンは未来について、「周知のように、未来を探し求めることはユダヤ人には禁じられていた。その代わりに、トーラーと祈りは、ユダヤ人に想起（Eingedenken）について教える」[7]と述べている。これは一つの宗教的な規則に過ぎないかもしれないが、しかし彼の歴史観から見ても、確定的な未来は拒否されることになる。徳永も指摘するように[8]、歴史の単線的な連続性を否定することによって、その延長線上にある未来という思考そのものが破棄されるのである。言い換えれば、技術による人類の連続的な発展という決定論的な見方の拒否でもあるだろう。これはつまり、ユートピアを単純に未来に投影するのではないということだ。それではユートピアは何処に在るのかと問うならば、それは現実を変えたいと思う現在（ベンヤミンの用語を借りれば「現在時（Jetztzeit）」）に在ると答えることになる。しかしそうと言っても、ユートピアは過去を媒介にしながら現在においてアクチュアルになる、という意味で現在に在るのであり、このようなユートピアは歴史的過去の夢に目を向ける＜後ろ向きのユートピア＞とでも表現できよう。例えば、あるものの実現可能性という点から見れば、それはその時代の技術・生産関係・我々の意識などといった布置（Konfiguration）から規定される。ある布置が別の布置へと移行しなければ、言い換えるならば、ある布置によって規定される関係が直線的に続くならば、あるものの実現可能性はただの夢と化し、そのまま夢であり続ける。布置から布置への移行、つまりは逸脱的な移行を含む歴史の在り方にこそ、＜後ろ向きのユートピア＞は関わるのである。

先に二種のユートピア、つまり「消極的／積極的ユートピア」を取り上げた。実現可能性から見られた「消極的ユートピア」は一つの夢に過ぎない。しかしそのような夢を技術の問題（「第二の技術」という視点）から根本的に問い直せば、夢の価値も変化することになる。例えばベンヤミンは、「パサージュ論」のスケッチとして書かれた「パリ――十九世紀の首都」のドイツ語版草稿において、次のように述べる。

> このような生産物の全ては、商品として市場に赴こうとするところである。しかしながら、それらは未だに敷居の上でためらっている。パサージュと室内、博覧会とパノラマはこのような時代の出身である。それらは一つの夢の世界の残滓（Rückstände einer Traumwelt）である。目覚めの際に夢の要素を活用するこ

[7] GS Ⅰ 704
[8] 『ユートピアの論理』、pp.163-164

とは、弁証法的思考の定石である。それゆえ、弁証法的思考は歴史的覚醒の器官なのである。[9]

自然に支配される／自然を支配するという関係に囚われているなら、夢の価値、ユートピア的思考の価値は無価値である。しかし、ベンヤミンが述べるような「第二の技術」という形で技術を捉える場合、それらは利用すべき要素へと変化する。つまり、その時点での布置では実現不可能な夢として捉えられていたものが、技術によって開かれた新たな布置によってアクチュアル化する可能性を持つのだ。ある布置において実現された「夢の世界の残滓」に対して実現不可能だった「夢」は、別の布置において目覚めることができるかもしれない。

ある布置において決定されているように見える発展の過程において、その過程から逸脱しなければ次の布置への移行は困難である。もちろん、逸脱にはその布置における関係性が様々な障害となって現れるのであるが、その過程の未来にユートピアを投げかけても無意味である。そこで、別の布置である過去に目を向ける必要が出てくる。先にも述べたように、＜後ろ向きのユートピア＞は消極的と見なされる過去の夢を引用するのだ。現在の布置とは別の布置から要素を取り入れることにより、現在の過程に逸脱を生成させること（積極的な意味での現実変革）を可能とする。例えばベンヤミンも述べているように、絵画と写真には決定的な違いがあるのだ。つまり写真においては、対象の静止状態での複製という夢がかなり完全な形で実現していることになる。そして、そこで開示されたアウラなき自然という一面において、自然を、人間さえもアウラを持たない一種の静止した「廃墟」のように捉える関係性が浮かび上がってきた。そこから、ある種の物体のように人間を細切れにし運動を複製するという映画が生み出された。ここでは踊りによって模倣していた運動の複製という夢が、一定の形で実現されていると捉えることができるだろう。そして映画において、ダダイストが準備した「気散じ（Ablenkung）」という関係の練習を我々は行う[10]。ベンヤミンは映画における「気散じ」と古来からの建築受容の関連を述べるのだが、おそらくこの関係が、現在の情報社会における関係性を産み出しているのだ。そこには石造りから始まり鉄へと連なるような硬い住居、遊牧民が住むような流動的な住居、一年のほとんどを船上で暮らす船乗りの住居などという建築技術の夢が流れ込み、「気散じ」という関係性においてサイバースペースが構築されていることだろう。

このように過去の夢を引用し、逸脱を生成し、新たな関係性によって夢がアクチュアルになる可能性を技術の役割として見出すことが、ベンヤミンによって提示されている技術論のイメージではなかろうか。そして、そのような技術によって実際に産み出される様々な芸術作品（写真や映画など）は、新たな関係性における共演の為に機能するのである。芸術の主要な役割が、いまだ十分に確立していない需要を作り出して練習をさせることにあるように、技術は芸術を通して夢を形成するのである。このように、一見すると空想的なユートピアも技術との関わりから重要な役割を担うことになる。ゆえに、「第二の技術」というような技術観から我々が何かを産み出していく営みを捉え直すことが、情報技術全盛の時代における芸術の意味、技術の意味などを再考する機縁になるのではないだろうか。

５．おわりに

では、タイトルとして掲げた＜ユートピアへのパサージュ＞とは何を意味するのか。それは、ある時代の布置において実現されるものと、それに阻まれることによって夢として終わる要素が、別の時代の布置における＜後ろ向きのユートピア＞において捉えられることによって、その布置そのものを変革しようとする通路を意味する。一見すると両極端に置かれるもの、つまり空想的なユートピアと実際的な技術は、極端なもの同士の関係によって現在を動かすことを可能にする。ベンヤミンが「ユダヤ人においては、それぞれの瞬間とは、それを通ってメシアが出現する可能性のある小さな門であった」[11]と述べているように、「現在時」とは＜ユートピアへのパサージュ＞なのＤである。

参考文献

1) Walter Benjamin, *Gesammelte Schriften*, unter Mitwirkung von Theodor W. Adorno und Gershom Scholem, herausgegeben von Rolf Tiedemann und Hermann Schweppenhäuser, Suhrkamp Frankfurt am Main, 1972-1989.
ヴァルター・ベンヤミンの著作からの引用は上記の全集を用いた。また、訳出の際には既訳を参考とした。
2) 徳永恂、『ユートピアの論理　フランクフルト学派研究序説』、河出書房新社、1974
3) ヘルベルト・マルクーゼ、清水多吉訳、『ユートピアの終焉』、合同出版、1981

---

[9] GS Ⅴ 59
なお、ベンヤミンが捉える意味での弁証法は通俗的な弁証法とは異なる。イメージだけを述べるならば、その一面は未来と過去という時間的なものの、静止状態での弁証法として捉えることができるだろう。
[10] GS Ⅶ 379
[11] GS Ⅰ 704

日本社会情報学会（SSI）中部支部・研究発表論文
日時：2014年12月20日／会場：名古屋大学

技術的対象と時-空のアート

Technical Objects and Arts of the Space-time

霜山　博也[1]
Hiroya SHIMOYAMA

[1]名古屋大学大学院情報科学研究科社会システム情報学専攻

要旨･･･本発表においては、ジルベール・シモンドンが提起した技術的対象という概念を問い直すことで、それを現代の技術、情報化社会における主体性や、身体の問題へと拡張する。さらに、価値の問題を再考することで、理想のヒューマン・マシーン・インターフェースを模索する。

キーワード　技術的対象，テクノ感覚学，時-空，ヒューマン・マシーン・インターフェース

1. 微小の可変的な機械

フランスの哲学者、ジルベール・シモンドン(1924-1989）シモンドンは、博士号の副論文として提出した『技術的対象の存在様態について』において、諸技術を「技術的諸対象[objets techniques]」として考える独特の技術論を展開した。シモンドンはサイバネティックスを批判するのだが、それが「技術的対象」をすでに確立されている類[genre]や種[espéce]によって分類してしまうことである。しかしながら、そのような類や種は一時的でしかない社会的、時代的、環境的な条件によって規定されている。以下に続く章で明らかになっていくが、人間の技術の見方を規定するパラダイムは変化していくのであり、それに応じて技術的対象の分類の仕方も変化していく。われわれの技術に対する見方は、そのつどの社会的、時代的、環境的な条件によって規定されており、類や種のフィルターをかけることでしか、技術的対象を思考できないのである。

シモンドンにとって「技術の本質[essence technique[1]]」とは「傾向[tendence[2]]」である。始めから具体的であるような生物とは違い、「技術的対象は凝集化[concrétisation]への傾向を持っている[3]。」その傾向は、どの方向へ行くのかは分からなのであり、いまだ発展のために閉じることなく、つねに開いている。その利点は、空間的にも（全く異なった分野から転用する）時間的にも（過去に遡り技術を再発見する）、部品を入れ替えていくことで、新たな機能を発生させることが可能なことにある。サイバネティックスは、《生物と機械を同一視》したいがために、自動制御という機械のごくわずかな面しか見ていないのだ。したがって、発明とは、関係性のネットワークにおける結節点となり、新たな条件となる組み合わせ方を生みだすことである。これは、レヴィ＝ストロースの「ブリコラージュ[Bricolage]」と同じく、始めに理論や設計図がない。その場で手に入るものを寄せ集めて、それらを部品として何が作れるか試行錯誤しながら、最終的に新しい物を作りだしている。しかしながら、シモンドンの発明が、レヴィ＝ストロースのブリコラージュと異なっているのは、それが現在の身体における生き生きとした経験には依存していないことである。むしろ、シモンドンはそこから逃れることこそが、発明の新たな条件を生みだすと考えている。身体的経験から考えることは、やはり、日常的な認識である類や種のフィルターから技術的対象を思考してしまうことになる。むしろ、機械こそが、人間の身体的経験を脱根拠化する「齟齬[disparité]」を生じさせてくれるのだ。シモンドンは、このような日常的な認識から離れて、新たな条件となる組み合わせ方を生みだすことを「カップリング[couplage]」と呼ぶ。

シモンドンはサイバネティックスの《生物と機械を同一視》を批判している。彼は、技術の進展を生物の進化に例えているが、機械だけの発展には可能性を感じていない。機械も人間と同じように、ある意味では、現在の身体における生き生きとした経験(そのつどの明証性)に依存しているからである。また、機械がいままで不調和だった要素や部品を、日常的な認識を離れることで調和させる、新たなカップリングを生みだすこともあり得ない。それが可能な機械がもし存在するとしたら、世界を絶対的に俯瞰して、諸価値のネットワークと必要な部品の調達を計算できる、人間を凌駕した機械である（外部）。これは、あまりあり得なさそうな話しである。むしろ、機械ははじめから人間によって条件づけられており、それを脱根拠化する「操作」をすることはない。しかしながら、人間もあまり事情は変わらず、機械と同じように程度の差はあれ、現在の身体的な経験によって条件

[1] MEOT,p.50.
[2] Ibid.
[3] MEOT,p.59.

づけられているのだ。むしろ、シモンドンが期待しているのは、機械と人間の条件づけられたもの同士が、《偶然》に相互作用しあうことによって、その条件をそのつど乗り越えていく事態である。そして、それは人間が《外部》から機械を操作するということだけではなく、人間の《内部》、つまり人間そのものに対しても条件の変更を迫る。

檜垣立哉は、「生命とは物質＝質料的なものであり、そうであるかぎりにおいて、われわれは、自己の生命的質料性をさまざまに操作する可能性に充ち溢れている。（中略）生成する生命システムのなかに存在しながら、そこで自己であるということ。そもそも齟齬であることを含む一連の議論が展開されるべきである[4]」、としている。人間とは、《生命》と《技術》のあいだにあり、絶えず社会的、時代的、環境的な条件の変動において、その条件、つまり「人間の条件」を問い、そして改変していく倫理的な存在なのである。

> テクノロジーをもった人間は、生命であることの圧倒的な受動性を、テクノロジーの能動性によって、つまり物質的装置の操作を媒介とした働きかけによって変容させねばならない。しかしそこでテクノロジーは、それが何に対して、どのような働きかけをなしているのかを、絶対に明確にはできないのである。それは自然と生命と環境の無限性に触れてしまうのだから[5]。

技術的対象とは、このような変容を人間と機械のあいだで可能にしてくれる、そのつど相互作用することによって、おたがいに条件づけられ、そして、おたがいに条件が変化していくものである[6]。次章で述べるが、人間とは、《生命》と《技術》のあいだにある以上は、技術的対象というヒューマン・マシーン・インターフェースの外部には存在せず、むしろそこに《内在》している。いかにして、全体と調和しつつ、これまでの《自己の条件》から抜け出て、新たなテクノロジーの価値を表現するのか。問われるべきなのは、新たな主体のありかたである。

２．テクノ感覚学

日常的な認識や、人間の身体における経験を離れることで、人間はこれまで経験できなかった感覚を手にすることができる。シモンドンは、機械と人間のあいだでの条件の変動によって生じる、新たな感覚を思考することを「テクノ感覚学[techno-aesthetics[7]]」と呼ぶ。古代ギリシャ語に由来する aesthèsis[perception、sense]は感覚を意味している。例えば、弓を発明することは、いままで考慮に入れていなかった諸条件を考えることである。それは、石や槍を投げることとは違い、弾性力を用いる弓は特別な筋肉の使い方、新たな運動感覚図式を生じさせるのだ。これまでとはまったく異なる運動感覚図式によって、獲物の移動スピードやその方向、そこまでの距離、風の強さといった条件を考慮に入れなければならない。さらにそこから、弓の引きと自分の筋肉の強さを上手く調和させねばならない。新たな技術によって可能になる運動感覚図式は、人間には共通であり、技術の発明によって用いる人すべてが、新たな諸条件によって自然とかかわる。しかし、もう一方では、この世界に同じ人間はいないので、それらの条件の考慮の入れ方は、それぞれの人によって微妙に異なっている。

さらに、運動感覚図式という自然との《外部》的な関わりだけではなく、人間は《内部》にも自然を含みこんでいる。バイオテクノロジーは、人間の《内部》において、上手く条件を変動させつつも《全体》と調和するかが問題となるからである。テクノ感覚学が問題にするのは、「表現の価値[the value of presentation[8]]」である。技術的対象は、どのようにも変形できて、多型で、さまざまな組成からなり、どのような要求にも一致する。ただし、それは一挙にはできない。新たな技術は新たな感覚を生じさせて、人間と自然との新たな関わりかたを、そのつど少しずつ可能にする。

> あらかじめ固定された方向への歩みとして考案された進展が問題なのではないし、自然の人間化[humanisation de la nature]が問題なのでもない。このプロセスは、人間の自然化[naturalisation de l'homme]としてもまた生じうる。実際、人間と自然の間では、人間の知性によってのみ可能となっている、技術− 地理的環境[milieu techno-géograohique]が創りだされている[9]。

---

[4] 檜垣立哉、『ヴィータ・テクニカ』、pp10~11.

[5] Ibid,p.13.

[6] 「われわれは徹頭徹尾生命機械である。しかしわれわれは生命機械としての自己自身を、テクネーにおいて改変する契機をそなえた機械である。自己とはそうしたテクネーのことである。」ibid,p.15.

[7] Gilbert Simondon, *ON TECHNO-AESTHETICS*, pp1~8.シモンドンの狙いは自然哲学であり、諸技術が上手く環境と適合した時にだけ、それは良いテクノロジーだとしている。いかにして、いままでなかった機能を、環境と調和させることで生じさせるのか。それは、それ自体で良いものを問題にする、美学に通じる。

[8] Ibid,p.4.

[9] MEOT, p. 69.

機械と人間のあいだでの条件の変動によって生じる、新たな自然との関わり方を、シモンドンは「連合環境[milieu associé]」と呼ぶ。「人は、技術的対象の助けを借りてしか、自然の感覚[the aesthetics of nature]を見ることできない[10]。」人間と自然のあいだで、機械の結びつき方が変化していくことで、新たな環境が生じてくる。技術的対象は、人間と自然と機械を結びつけるインターフェース[interface[11]]、すなわちヒューマン・マシーン・インターフェースなのだ。

人間が全体と調和しつつ、これまでの《自己の条件》から抜け出て、新たなテクノロジーの価値を表現したときだけ、人間だけでも機械だけでもあり得なかった新たな条件が技術的対象から生じる。おたがいに条件づけられ、そして、おたがいに条件が変化していくのだ。それは、人間の《内部》においても《外部》においてもである。人間はまるで薄い膜[membrane]のようにして、「内部は外部の襞である[12]」かのようにして、条件の変動によって新たな価値を生じさせる。「技術的対象は存在条件として、それみずからが自身の条件となっている。この「自己- 条件づけ[auto-conditionnement:自動制御]という現象は、それに応じて技術的対象の発展が、進展しすぎたり適応できなくなったりすることなく、可能になっているようなある原理を規定している[13]。」いかにして、さまざまな諸条件に拘束されたローカルな《ここ、いま[hic et nunc]》から抜け出て、グローバルである全体と調和する価値を表現するかが問題となる。それは、決して機械を訳の分からない方向や、これまでの条件とは関係ない方向に発展させたりしないのである。

いままでの条件のみを考えること、あるいは、いままでの条件をまったく無視すること、これらこそが不調和を生じさせる。「そのつどの変様[modification:修正]が自己- 条件づけ(自動制御)されている[14]」のであり、そのつどの価値を生じさせるように働いているのだ。いままでの条件は、新たな条件が創造されることで、少しずつ乗り越えられていく。しかしながら、時として信じられないような、いままでの常識では考えられないような、新たな条件が生じてくることがある。

> 適応- 凝集化[adaptation-concrétisation]は、すでに与えられている環境によって条件づけられる（制御される）代わりに、ある環境の誕生を条件づける（制御する）プロセスである。適応- 凝集化は、その発明以前には潜在的にしか存在していないような環境によって条件づけられて（制御されて）おり、発明があるのは、適応- 凝集化が創造する環境の内側において、適応- 凝集化が確立する関係によって実現され、根拠づけられるようなある跳躍[saut]があるからである[15]。

いままで、あり得なかった条件が跳躍によって生じてくることによって、潜在的にしか存在していなかった価値が実現されるのだ。

自己- 条件づけは、人間の《内部》でも《外部》でもなく、そのあいだ、主観的なものと客観的なもののあいだにおいて生じる。「内部環境（DNA）も外部環境（環境の質料性）も含むかたちで、まさに境界（遺伝子や免疫や脳）として自己生成していく「生物」の「自己」というあり方。（中略）それは生命体が、まさに自己生成的な生物機械としてこそ「自己」であるという側面[16]」を、技術的対象は示している[17]。ある技術はそれだけで存在することはあり得ず、絶えずさまざな技術との関係性のなかでネットワーク化されている。これまでの条件を踏まえた上での、新たな条件の創造は、グローバルと調和しながらもローカルな場において新たな価値を生じさせる。そして、それはグローバルな価値のネットワークを変動させるものである[18]。自己- 条件づけという主体性の変容によって、グローバルな理念も変容していく[19]のであり、それはまるでピエール・レヴィの集合的知性

---

[10] Ibid,p.5.
[11] Ibid,p.1.
[12] ピエール・レヴィ、『ヴァーチャルとは何か？』p.137.
[13] MEOT,p.68.
[14] MEOT,p.69.
[15] MEOT,p.68.
[16]檜垣立哉、『ヴィータ・テクニカ』、pp22.
[17] このような技術的対象の生命機械の側面を表現している分野として、バイオアート[bioart]がある。
[18] これをシモンドンは「価値論的価値[valeur axiologique] MEOT,p.77.」と呼ぶ。価値論的価値とは、そもそも価値とは何かを問うことである。価値とは、それ自体でよいものであるが、これはやはり自然哲学・芸術・美学の問題になる。
[19] 秋庭史典は、美学について「美学が魅力的だったのは、美学が、美のありかを定めることによって、自然科学的世界像と目的論的世界像を共存させ、人々に生きる希望を与えたからであること、また美学の課題とは、自然はどどうなっているのかについての知識に、自然や人は何のためにあるのか、何のために生きるのかという目的を**重ね描きすること**だったことを、確認しました。美学の課題は、**美の定義ではなく**、**美のありかを示すことだった**のです『あたらしい美学をつくる』p.201」としている。技術的対象の問題は、絶えずズレをはらみ、齟齬を起こし、すれ違い変動しているをインターフェースを、どのよ

[Intelligence Collective]のようである。次章では、技術的対象が情報化社会において、どのように機能しているのかを見てみよう。

３.時-空と減速

技術をただ称揚する価値観は、多くの場合において、みずからを絶対的速度だと信じて、他の価値観を支配しようとする。技術による生の潜勢力の爆発を信じた未来派が、ファシズムに行き着いたのが最も良い例であろう。ならば、現代において無限の速度を誇示することはできるのであろうか。技術的対象をインターフェースとする哲学は、そのような生の潜勢力の爆発をもたらすのであろうか。たしかに、インターネットの普及による高度情報化社会は、無限の速度にも感じられる、新たな時間と空間のありかたをもたらした。それは時に、めまいにも似た酩酊感と、絶対的速度を手にした気にさせる高揚感を与えてくれる。

> コミュニケーションの増大と高速輸送の一般化は、社会のヴァーチャル化の同じ運動から、つまり「そこ」から脱出すべきという同じ指向から発している。輸送革命は空間を複雑にし、小さくし、変容させた。しかしこのことはもちろん、伝統的環境の著しい破壊を代償としている[20]。

だが、技術的対象の主体性である自己- 条件づけは、いかに速さを獲得するのかよりも、むしろいかにして減速することでその固有の価値を獲得するのかが問題である。繰り返すが、自己- 条件づけは、これまでの条件を踏まえた上で、新たな条件を創造することで、いかにグローバルと調和しながらもローカルな場において新たな価値を生じさせるのか、それこそが問題なのだ。

自己- 条件づけは、人間の《内部》でも《外部》でもなく、そのあいだ、主観的なものと客観的なもののあいだにおいて生じるのであって、身体はつねに変化している《主体性》である。「こうして身体は自分自身から抜け出し、新たな速度を獲得し、新たな空間を征服する。それは外部へと流れだし、具体的な主体性において技術的外部性や生物学的変異を転倒させる。「身体は複数化するのである。」[21]」身体は絶えず複数化して、その場において固有の価値を獲得する。「技術は行為と器官の諸機能をヴァーチャル化する。ところで、道具、人工物はただただ役に立つ事物であるわけではない。技術的客体は手から手、身体から身体へとバトンのように渡っていく。それらは共同の使用をもたらし、ノウハウの仲介物、集合的記憶の使者、協働の触媒となる[22]。」

われわれは、さまざまなインターフェースを介して、インターネット上の集合的知性に参与していく。そこでの酩酊観や高揚感に浸れば、それを絶対的速度だと信じて他の価値観を無視してしまうことになる。真のヒューマン・マシーン・インターフェースとは、絶えず固有の価値を持つ《ここ、いま》と無数の《そこ、いま》へと振り分けつつ、また新たな条件の創造によって、別の仕方で集合的知性へと参与させるものである。「この意味で、私たちは集合的知性を、至る所に配分され、不断に価値評価され、リアルタイムで相乗効果を起こしている[mise en synergie]知性として、定義できる[23]」。エリー・デューリングが言うように、相対性理論がその中心に置くのは、「有限の限られた速さの理念である[24]。」無限の速度など結局はあり得ず、それぞれの速度は光速度との相対的関係からしか意味を持たない。どの価値観も、優位を誇ることはできないのであり、むしろ、支配的価値観として速度が上がれば上がるほど減速し、技術的対象のヒューマン・マシーン・インターフェースによって、別の《ここ、いま》と無数の《そこ、いま》へと振り分けられてしまう。高度情報化社会において、時間と空間は分離されず、それぞれの速度を持つ空間が固有の価値を持っている。問題なのは、時-空においていかにグローバルと調和しながらもローカルな場において新たな価値を生じさせるのか、減速の問題なのである。こうした理由から、新たな自然哲学、芸術、美学が必要とされるのは間違いない。

参考文献

1) 秋庭史典(2011):『あたらしい美学をつくる』，みすず書房.
2) During, E. (2010): *Faux raccords,* Actes Sud, Villa Arson.
3) 檜垣立哉(2012):『ヴィータ・テクニカ　生命と技術の哲学』，青土社.
4) Levy, P. (1995): *Qu'est-ce que le vituel?,* La Decouverte（『ヴァーチャルとは何か？』米山優監訳，昭和堂，2006.）
5) Simondon,G.(2012): *Du mode d'existence des objets techniques*, Aubier,Paris, Aubier. ＝MEOT

うにして捉えて表現するのか、ということである。いかにして、ローカルな場において、グローバルと調和した価値を生みだすのか。これは、倫理的問題をはらみ、秋庭氏の美に対する考え方と共通するものがある。

[20] ピエール・レヴィ、『ヴァーチャルとは何か？』、p.14

[21] Ibid,p.28.

[22] Ibid,p.176.

[23] Ibid,pp.122~123.

[24] During,p.188.

観光イベント情報のオープンデータ化とその活用
A Model for Open Data of Tourism Event and Evaluation

○荻島 和真[1]，加藤 福己[2]，福安 真奈[2]，浦田 真由[3]，
遠藤 守[1,2]，安田 孝美[1,2]
Kazuma OGISHIMA, Fukumi KATO, Mana FUKUYASU, Mayu URATA,
Mamoru ENDO and Takami YASUDA

[1]名古屋大学 情報文化学部
School of Informatics and Sciences, Nagoya University
[2]名古屋大学大学院 情報科学研究科
Graduate School of Information Science, Nagoya University
[3]名古屋大学大学院 国際開発研究科
Graduate School of International Development, Nagoya University

要旨･･･地域情報化が進み自治体はICTを用いた情報発信を行っている．しかし様々な問題から自治体のみで情報化を進めることには限界がある．そこで筆者は民間主導で情報化を推進できるオープンデータに注目した．本稿では，自治体が保有する観光イベント情報を活用しやすい形に整理する方法を提案する．また実際にオープンデータ化してアプリを試作することで情報整理方法の有用性を検証した．これらを踏まえて今後オープンデータを推進していく際の課題と展望について考察する．

キーワード　オープンデータ，観光イベント，情報整理，地域情報化，地域活性化

１．はじめに

ICTの普及に伴い，我が国では地域情報化が進んでいる．地域には生活に関わる多種多様な情報が存在し，その情報を利用しやすい形にまとめることは地域の課題解決や情報拡散，地域の活性化につながる．地域情報化に主体的に取り組むのは地域情報を掌握する自治体であり，地域内外への拡散を目的に様々な形で情報発信をしている．中でも観光は地域に大きな影響を与え，各自治体が力を入れて情報発信している．特に観光イベントは，従来以上に多くの集客を見込むことができ，観光客による経済効果や地域情報の拡散が期待できる．

近年，地域情報化政策の一環としてオープンデータが注目されている．オープンデータとはそれまで自治体が掌握し利活用していた地域情報を，二次利用可能な形で公開し，民間主導で利活用してもらうための施策である．市民や企業が情報を利活用することによる自治体の業務効率化や地域情報の拡散を目的としており，利活用されるためには適切な形での情報整理が重要となる．

そこで本研究では，観光イベント情報を事例として，自治体がオープンデータを推進するために適切な情報整理方法を提案し，実際にオープンデータ化する．またその情報をもとにコンテンツを試作し，情報整理方法の有用性と自治体のオープンデータ化における課題と展望を考察する．

２．観光情報発信の現状

(1) 自治体による地域情報発信

地域情報化により，自治体はこれまで保有するだけで活用しきれなかった地域情報を様々な形で市民へ発信することができるようになった．しかし近年，自治体は財源の確保が困難になっており，自治体は業務効率化が求められている．また日々蓄積されていく多量な情報を自治体のみで活用することには限界がある．

(2) 地域情報の中の観光情報

自治体は地域情報として防災・福祉・観光等多種多様な情報を保有している．観光はヒト・モノ・情報の交流を通じて，地域と深く係わりをもち，広い経済波及をもたらすことから「地域の総合力」と言われ[1)]，大小問わず多くの自治体が観光に力を入れている．従来より，自治体は観光客の注目を集めるために情報拡散に力を入れ，情報発信を続けてきた．

ａ．従来の観光情報発信

全国的に知名度の高い観光地であれば予算も豊富であり，テレビ放送や有名雑誌など情報拡散力の強い媒体による情報発信が可能であった．一方，知名度の高くない観光地では，限られた予算内で紙面広報物による情報発信しかできなかった[2)]．

ｂ．ICT を用いた観光情報発信

ICT の導入により，限られた予算内でも遠隔地に住む不特定多数の人々に観光情報を発信できるようになった．ICT を用いて情報を整理し，更新するこ

とで，速報性の高い情報を提供することが可能となった．今日，各自治体がウェブサイト上で観光情報の発信を行っている．他にも観光ポータルサイト・SNS・スマートフォンアプリ等様々な手法で情報発信を行っており，ICT を用いた情報発信の有効性が窺える．

しかし，すべての自治体が等しく ICT の恩恵を享受できているわけではない．総務省によると，地域における ICT 利活用の課題として費用面と人材面が挙げられる [3]．予算・人材ともに限られた小規模自治体では，　これらの課題を単独で解決することは困難である．そのため，自治体職員に限らず地域を構成する人材と連携を図ること，さらには同様の課題を抱えている他地域との広域連携・協力することが必要となってくる [4]．

(3) オープンデータを利用した情報発信

オープンデータとは，公共データを二次利用可能な利用ルールかつ機械判読に適したデータ形式で民間へ開放することにより，行政機関自身がサービスを提供しなくても，民間主導でネットワークを通じた多様な公共サービスが創造されることである [5]．これにより，低コストながら多様なニーズに応えるサービスの提供や自治体の業務効率化・経済活性化等が期待されている．国内では，福井県鯖江市等 11 県 55 市町村がオープンデータ推進都市宣言をして，ウェブサイト上でオープンデータを提供している．また LinkData[6]のようなオープンデータのプラットフォーム上で独自にオープンデータを提供している市町村も多数存在する．

しかし，オープンデータ推進に取り組む自治体でも自治体が公開する情報と市民のニーズとの間にギャップがあり，市民による二次利用が進まない地域もある．鯖江市等オープンデータ推進が円滑に行われている地域では市民と自治体をつなぐ役割を担うキーパーソンが活躍しているケースが多い [7]．このような形で自治体や市民を巻き込んでオープンデータを推進することは，キーパーソンのいる限られた地域でしか進めることはできない．

キーパーソンの有無に関わらず自治体が円滑かつ主導的にオープンデータを推進するためには，その公開する情報を市民のニーズに合った適切な形で発信する必要がある．適切な情報整理によるオープンデータ化が民間主導の多様な公共サービス提供につながる．

３．本研究の目的

(1) 本研究の目的

本研究では，オープンデータを利用した地域情報化を推進することによる地域活性化を目的とする．そのために自治体がオープンデータを推進するための適切な情報整理方法を提案し，実際にオープンデータ化する．特に「地域の総合力」と言われる観光情報を扱い，観光イベントを事例として取り上げる．またその情報をもとにコンテンツを開発し，情報整理方法の有用性を検証するとともに実際にオープンデータの提供者に対しヒアリングを行うことでオープンデータ推進における課題と展望を考察する．

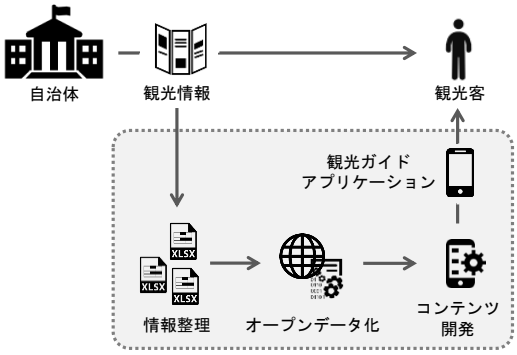


図1．研究概念図

(2) 対象フィールド

ａ．概要

愛知県名古屋市東区には，貴重な歴史遺産が残る文化のみちエリアが存在する．ここでは，毎年 11 月 3 日文化の日に来場者数 2 万人を誇るまち歩きイベント『歩こう！文化のみち』が開催される．文化のみちを有する自治体の名古屋市東区が主体となり，名古屋市や地域観光従事者，市民団体を交えて実行委員会を結成し，企画・運営している．

ｂ．情報発信の現状

イベントに関する情報は，実行委員会によってリーフレットと Facebook で発信されている．リーフレットは参加者向けの情報としてイベント当日に提供され，各スポットで行われるイベント一覧やエリア地図が掲載されている．Facebook は実行委員会の活動の様子が主に報告されている．一方，市民団体「ひがしネット [8]」の協力によって『歩こう！文化のみち』公式ウェブサイト [9]が作成・運営され，イベント開催前より情報発信が行われている．

４．観光イベント情報整理と試作

(1) 情報整理方法の提案

観光地では，期間を限定して観光イベントが行われることがある．イベント会場は観光スポットや公共施設である場合が多く，イベント期間外でも多くの利用が見込まれる．そのため施設情報とイベント情報を分別して整理する必要がある．

(2) 情報の種類

施設情報は，汎用性をもった情報として観光客が施設を訪問する際に役立つ情報が必要である．一方観光イベント情報は，イベント内容の情報とタイムテーブル情報を分ける必要がある．観光イベントでは施設を会場としてステージや特別販売等のイベントが行われるがステージでは時間毎に内容や出演者が替わることが多い．そのためイベント内容の情報とタイムテーブル情報を分ける必要がある．

上述の内容を踏まえ，本研究ではホームページ同様，実行委員会が提供するリーフレットの画像ファイルをもとに，エリア内における施設情報として「スポット情報」「協賛店情報」，イベント情報と

表 1. 『歩こう！ガイド』機能一覧

機能	内容	データ
周辺検索	周辺にあるスポットやバス停・駅の表示・各地までの経路案内	スポット情報・交通局オープンデータ
スポット検索	文化のみちエリア内のスポット情報の表示・各スポットまでの経路案内	スポット情報
イベント検索	各スポットで行われるイベントの表示，開催中・直近開催のイベント検索	イベント情報・スポット情報
バス系統検索	バス系統ごとに行けるスポットの表示	スポット情報
駅検索	文化のみちエリア内にある駅までの経路案内	

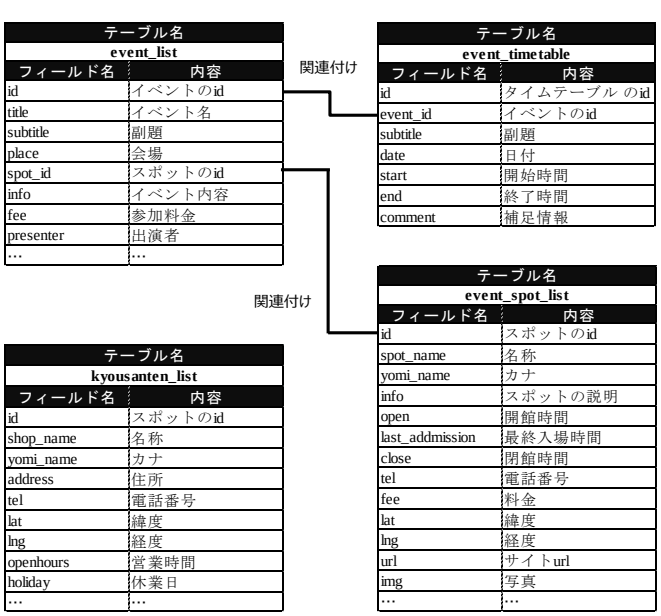


図 2. テーブルデータの内容

図 3. アプリ画面の表示例

表 2. 実験評価（機能面）

質問	平均
(1) 周辺の会場が表示される機能は役立ったか	4.05
(2) 会場を調べる機能は役立ったか	3.71
(3) バスを調べる機能は役立ったか	3.86
(4) イベントを調べる機能は役立ったか	3.85

して『歩こう！文化のみち』の各会場で行われる「イベント情報」を観光イベント情報と選定し，図 2 のように整理した．

(3) オープンデータ化

前章で紹介した LinkData を活用してオープンデータ化を行った．LinkData は，自治体だけではなく様々な主体が利用できるオープンデータプラットフォームである．誰もが容易にオープンデータ化できるように，ここではサイト上にてオープンデータ化を支援するための Excel ファイルのフォーマットを提供している．このフォーマットに沿って観光イベント情報を整理した．整理した観光イベント情報はデータセット「歩こう！文化のみち 2014」にまとめた．

(4) アプリケーションの試作

LinkData 上でオープンデータ化した情報を利用して，本研究では観光客のエリア周遊を促すガイドアプリケーション『歩こう！ガイド』を試作した．LinkData には姉妹サービスがいくつか存在し，その一つ LinkData App[10]を利用することで LinkData 上のデータセットを用いて容易にコンテンツ開発が可能となる．

本アプリでは，観光客のエリア周遊を促すためには表 1 にある 5 種類の機能が有効だと考えた．なお本アプリでは，前節でオープンデータ化した情報に加え，名古屋市交通局が提供するバス停情報のオープンデータ[11]も利用した．

５．評価と考察

(1) 試作アプリケーション実験

ａ． 実験概要

ガイドアプリの使いやすさを調査することで，アプリが参照する情報の整理方法が有効であるかを検証した．イベント検索に関しては各スポットで行われるイベントが一覧できるリーフレットと比較することで従来の情報整理方法との比較を行った．

日時：2014 年 11 月 03 日 10:00-15:00
対象イベント：第 15 回 歩こう！文化のみち
場所：文化のみちエリア
調査人数：22 名

ｂ． 評価

本研究でオープンデータ化した情報を参照している機能に関する評価を表 2 に示す．「とてもそう思う」を 5「全くそう思わない」を 1 として調査し，平均値を算出した．

各機能ともに概ね高評価を得ることができた．参加者からは「バスに乗ってどこのスポットに行けるのかが一覧出来てよかった」「イベントの中で何が行われているのかがわかりやすかった」等の好意的な意見が挙がった．

また，リーフレットと比較したイベント検索に関する評価を図 4 に示す．「アプリの方が役立った」

を 5「リーフレットの方が役立った」を 1 として調査した．

(5)(6)(7)に関してはリーフレットよりアプリの方が高評価を得ることができた．(8)に関してはリーフレットとアプリで評価が二分した．参加者の意見より，携帯端末の小さな画面に比べて，拡げて閲覧できるリーフレットの地図が利用しやすかったことが理由だと考えられる．

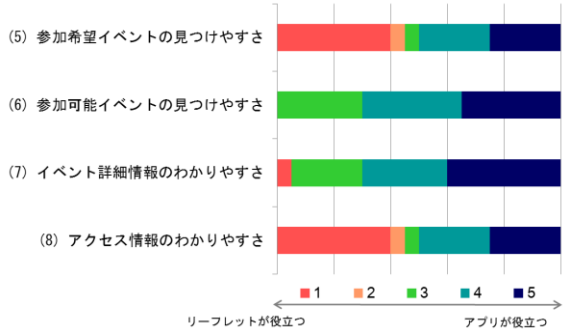


図 4．アプリ（イベント検索）とリーフレットの比較

c．考察

実験を通じて，試作アプリケーションがもつ機能の評価が高いことが窺えた．適切な情報整理とオープンデータ化により民間主導の有用なコンテンツ開発を支援し，観光客のニーズに合った情報発信ができた．しかし，電子媒体だけで観光客のニーズを全て満たすことができるわけではない．紙媒体と電子媒体の利点を考慮しながら，補完し合う形で共存することが重要である．

(2) オープンデータの取り組みに関する評価

文化のみちエリアに関する地域情報を発信する市民団体と自治体に対しオープンデータの取り組みに関するヒアリングを行った．

a．ヒアリング

市民団体「ひがしネット」の構成員にヒアリングを行った．対象者はオープンデータに関心はあるが，オープンデータに携わった経験はなかった．しかし，本実験におけるオープンデータ化の取り組みに関して高評価を得ることができた．「きっかけがあればオープンデータに携わってみたい」という意見も挙がった．

また，名古屋市交通局の職員に対してもヒアリングを行った．試作アプリでも利用したように名古屋市交通局はオープンデータ推進を行っている．しかし機関内で足並みを揃える形でオープンデータ化しただけであり，形式や情報の内容や整理方法は十分に考慮されていない．「部局内には情報技術に詳しい人物がいないため市民の協力が必要」「費用対効果が懸念材料であり，活用事例が増えるとオープンデータを推進しやすくなる」との声が挙がった．

b．考察

オープンデータに対する関心があっても，その労力や費用に対する効果が期待できないと円滑な推進が行われないことが分かった．また市民の協力を仰ぐためには，市民が積極的にオープンデータに携わることができる「きっかけ」づくりが重要となる．

今後オープンデータを推進していくためには，自治体と市民の協働が必要不可欠である．形式も含め，情報を適切な形で整理し発信することで，市民によるオープンデータの二次利用を誘発することができる．またそこから生まれた市民のニーズを拾い上げ自治体が改善していくことで地域情報化が進み地域活性化に貢献できるだろう．

６．おわりに

本研究では，自治体が発信する観光イベント情報を整理した後オープンデータ化し，観光客向けのガイドアプリケーションを試作した．実験とヒアリングを通じて情報整理の有用性を確認し，オープンデータ推進の課題と展望について考察した．今後は他種情報にも応用できる情報整理方法を再検討すること，試作アプリの評価を踏まえオープンデータのより創作的な活用方法を検討すること，市民に対してオープンデータに携わる「きっかけ」となる場を提供することを行っていく．市民が積極的にオープンデータ推進に携わることができる環境を整備することで地域情報化の振興，地域活性化を期待したい．

謝辞

本研究を進めるにあたりご協力頂きました「ひがしネット」の皆様，『歩こう！文化のみち』実行委員会の皆様，「名古屋市交通局」の皆様に心から感謝致します．なお，本研究の一部は JSPS 科研費 24800030，25280131 の助成を受けたものです．

参考文献

1) 観光地域経営フォーラム (2013): いま求められる日本の「観光力」 -観光政策部会報告-
2) 権俸基 (2011): 歴史文化遺産の再評価と地域観光の振興，『社会情報学研究』Vol.17，pp.35-49
3) 総務省 (2011): ICT 利活用を通じた地域活性化，『平成 23 年度版情報通信白書』pp.127-153
4) 脇谷直子，野田哲夫 (2012): 山陰地域における基礎自治体の ICT 利活用の現状と課題，『山陰研究』Vol.5，pp.53-71
5) 総務省 (2014): オープンデータ活用の推進，『平成 26 年度版情報通信白書』pp.138-153
6) LinkData.org: http://linkdata.org/ (2014.11.22 取得)
7) 小池優希，福安真奈，浦田真由，遠藤守，中貴俊，山田雅之，宮崎慎也，安田孝美 (2014): オープンデータ推進のための地域情報化の取り組みと今後の展望，『社会情報学会中部支部研究会論文集』 SSICJ2014-1，pp.33-36
8) ひがしネット: http://higashinet.net/nagoya/ (2014.11.27 取得)
9) 歩こう！文化のみち 2014: http://arukou.higashinet.net/ (2014.11.27 取得)
10) LinkData App: http://app.linkdata.org/ (2014.11.22 取得)
11) 名古屋市交通局オープンデータ: http://www.kotsu.city.nagoya.jp/about/opendata/index.html (2014.11.27 取得)

地域コミュニティによる地域情報発信における継続的な運用モデルの構築とその応用

A Continus Operation Model for Local Commnity Information and its Application

○島　かさね[1]，福安　真奈[1]，浦田　真由[2]，遠藤　守[1]，安田　孝美[1]
Kasane SHIMA, Mana FUKUYASU, Mayu URATA, Mamoru ENDO and Takami YASUDA

[1]名古屋大学大学院情報科学研究科 Graduate School of Information Science, Nagoya University
[2]名古屋大学大学院国際開発研究科 Graduate School of International Development, Nagoya University

要旨･･･昨今，総務省はICTを地域活性化の着目点として，地域情報化を推進している．その流れを受け様々な地域で取り組みが見られているが，スキル面での不安や役員の負担の増加などから消極的なコミュニティも存在する．本研究では，地域が自立して継続的に情報発信が行われることを目的とした運用モデルの構築を，業務のIT化，情報発信サイトの構築，そして自立化のための担い手育成に着目し設計を行った．現在，愛知県名古屋市瑞穂区にてモデルの運用を行なっており，地域の担い手によって業務のIT化のための講習会や，情報発信サイトの管理が行われている．さらに本稿では，情報発信サイトの二次活用としてタブレット端末を用いた情報拡散の提案を行う．

キーワード　地域コミュニティ，情報発信，継続運用，ウェブサイト，情報の二次活用

１．はじめに

ICT が普及し，ICTを活用した地域活性化の例が多く，総務省もICTが地域社会における人と人との絆を再生させるツールであり，地域活性化に貢献すると期待を寄せている．しかしながら，実際に見られる地域情報化の取り組みは，行政や企業による一時的な支援によって支えられているものも少なくない．それでは支援が終了した際には，技術的または金銭的に地域の中だけで継続することが困難となり，中止してしまう例も多くみられる．

地域コミュニティでは，役員の兼任などから役員ひとりひとりの負担がとても大きい．新しい取り組みを行うことについて，自身の業務の負担の増加と捉えて消極的になるコミュニティも存在する．

そこで本研究では，地域が自立して継続的に地域情報を発信できるようになることを目的にし，大学や外部の人が関与しなくても自立的に運営できるような体制を実現するため，ITスキルの向上，情報発信サイトの構築，担い手の育成の3つの要素を核としたモデルを提案し，実際に実証実験を行うことでその評価を行う．

また，さらなる発展として地域住民全てに対して，地域情報を発信できるように発信された情報の二次活用について検討する．操作性や，ハードの大きさという優位性から，高齢者に対するタブレット端末を用いたサービス提供には現在大きな関心が寄せられている．本論文では，展望としてその構想を検討する．

２．地域情報発信の現状とその課題

2-1.地域コミュニティの現状

生活の多様化や，核家族化が進み地域社会では住民同士のコミュニケーション不足から地域力の低下や町内会への関心低下による入会率の低下などをはじめとして，地域社会についてその希薄化が問題視されている．実際に内閣府が行った，平成19年度国民生活白書では，町内会など地域の希薄化が数字として顕著に表れている．

その一方で，同白書で理想的な地域での付き合い方は，「困った時に助け合う」との回答が最も大きい割合を占めている．さらに，平成23年3月11日に発生した東日本大震災をきっかけとして地域というものに対する関心が高まっている．実際の調査の中には，近所や地域内での付合い・活動に対する意識は「女性20代」または「単身世帯」層で特に高まっている[1]という調査もある．これらの数字から，地域への貢献度が高まっていることが示されており，地域への意識は存在しているということが感じられる．

ライフスタイルや価値観そのものが多様化している現代社会の中で従来の形で地域社会に参加することは，本人の意思とは関係なく難しいことである．ICTは距離や時間を超えて情報のリアルタイムでの受信，発信や共有を容易にすることができる．ICTを利活用して地域社会における問題を解決することは有用であると考えられる．

2-2.地域コミュニティのICT利活用

地域におけるICT利活用の取り組みの中でも特に地

域情報発信には，その可能性に期待が寄せられ，様々な取り組みがなされている．

このような取り組みは，行政主体のものと住民主体のものがある．ここではそれらを1つずつ紹介する．

a)災害情報共有システム(Lアラート)

これは総務省が推進しているICTを活用して，災害時の避難勧告・指示等の安心安全に関する公的情報を迅速かつ的確に地域住民に必要な情報伝達を行えることを目的とした事業である．現在，東京都や大阪府など21都道府県に導入がされており，運用がされている．

b)岡山市電子町内会

これは，町内会への参加促進や住民同士の意見交換や住民と市役所間の情報共有の効率化を図ることを目的として平成14年から始められた取り組みである．市がサーバーとテンプレートを提供し，Webサイトの運営と更新は地域住民で行われいてる．現在岡山市内の80の町内会，約7000人が会員として参加している．実際に地域住民間でのコミュニケーションを促進し，地域問題の解決も図られている．

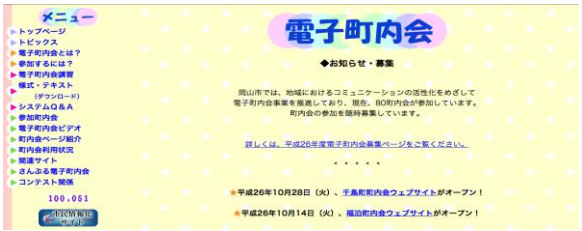


図 1　電子町内会サイト

このような例は確かにあるが，スキル不足で取り組みが行き詰まる場合もあり地域コミュニティの運営を行う役員らも自らの技術力に不安を持っており，地域情報の発信を行いたいが，踏み出せない地域コミュニティも多くある．

地域コミュニティがICTで地域を活性化させるための活動を行う際に中心となって推進する「担い手」というものが必要だと考えられる．総務省や牛山氏は外部の力に頼りきりにならない「担い手」側の人材育成を行い，自立化を図っていくことが重要であると述べている．さらに数年単位で役員が変動することを考慮すると地域のなかで講習会ができたり，教え合える環境があったりとその地域の中の人々が自立的に取り組みを行えることが非常に重要である．

３．情報発信運用モデルの提案

本研究では，地域コミュニティの運営における役員の業務の負担軽減や効率の良い業務体制づくりの支援を目的としたICT利活用の取り組みの提案とその自立した運営体制の支援を目的とした「担い手」の育成の提案をする．

3-1.情報発信モデル

地域情報を情報発信するにあたり，その継続的な運営体制を確立させるための過程をにまとめた(図2)．

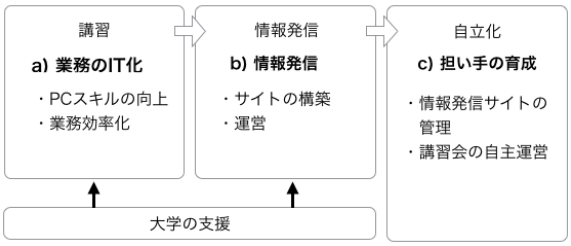


図 2　運用モデル

以下a)～c)において，モデルの各要素について概要，ならびにその意義を述べる．

a)業務のIT化

町内会で行う業務に用いる書類や資料はパソコンを使用して作成する町内会が増えてきた．町内会長も高齢化しており，時間や労力の短縮を図る目的でパソコンを使用し書類や資料の作成を行っているはずが，不慣れなパソコンによって多くの時間と労力をかけて作成している現状がある．

そこで，役員がパソコンを利用して業務に用いる書類の作成にかかる負担を軽減するために，役員のパソコンスキルを向上することで書類作成スキルの向上を図る．

b)情報発信

住民主体による地域情報の発信は，企業や大学，行政等の外部組織の支援を受けて取り組みをこなっていることが多い．しかし，外部組織がサイト管理を行っている場合，情報の更新に時間や費用がかかる場合がある．今後地域住民が主体的に情報を発信していく上で，更新の際のコストはできる限り少なすくべきである．

そこで本研究では，外部組織に頼りきりとならない，自立した運営体制の支援を行う．

c)「担い手」の育成

前述した通り，コミュニティ内で継続したICTの利活用を行なっていくためには，地域の中で中心となる「担い手」を見つけ育成する必要がある．

3-2.対象フィールド

本研究においては，愛知県名古屋市瑞穂区の御劔学区にて前述したモデルの運用を行った．

御劔学区は，名古屋市瑞穂区の北西に位置し，北は昭和区と，西は新堀川を境に熱田区と接しており，平成26年11月1日現在，3117戸6703人の人が住んでいる．また学区連絡協議会のメンバーが定期的に御劔コミュニティセンターに集まり，紙新聞の「御劔だより」を作成するなど活発な活動が行われている．本研究室は平成22年度より，御劔学区に関わり情報発信の支援を行なっている．

４．地域コミュニティにおける情報発信とその運用

この節では，３章で述べたモデルにもとに，御劔学区において行った実際の取り組みについて紹介する．

4-1.業務のIT化

御剱学区では，パソコンを活用しての町内会業務をこなすことが増えてきた．これは，引き継ぎの容易さや，毎年同じ行事を繰り返すことも多い町内会にとって昨年度の資料を活用できるなどメリットも多い．

4-2.情報発信サイトの構築

御剱学区は，平成19年度に，名古屋市支援事業の「学区のホームページ開設」事業に堀田学区，中根学区とともに参加し，堀田学区以外はサイト開設されなかった．上記3学区の取り組みを続けるために，瑞穂区役所が平成20年度と21年度に「つながるひろがつネットコミュニティ事業」として講習会を開催し，平成21年度に御剱学区のサイト「御剱学区にようこそ」が開設された．サイト開設後も，瑞穂区役所によって運営に対するフォローアップが行われたが，十分に情報発信がされなかった．これは，FTPを用いたファイルのアップロードなどの技術的な部分での理解が困難であったことや，体制として情報を発信をホームページ担当者に依頼する形になっていたため，発信までに時間がかかっていたことや担当者の負担になってしまっていたなど運営体制に問題があったと考えられる．

平成22年度，区役所職員の異動をきっかけに現状の用体制を導入することになり，活発な地域活動をサイトに反映させるためにWordPressによるサイトの再構築を行った．

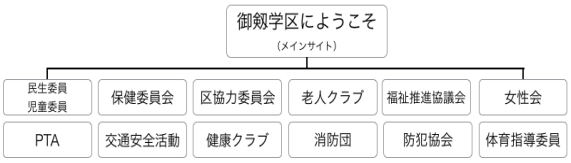


図 3　サイト構成

地域活動の体制とサイトの構成をリンクさせ，各委員会ごとに個別サイトを開設した(図4)．メインサイトには，各サイトの新着記事をウィジェットとして配置している．ここに各委員が発信した新着情報のリンクを表示することで委員のモチベーションに繋げた．また，標準テーマを使用し，独自のカスタマイズをしないことで，システムとしての継続性の維持を図った．平成22年度に学区のサイトとして正式に公開された．これらの要件から，今後別の学区に広げて行く際にも同様の手法で構築ができると考える．

図４　現在の御剱学区情報発信サイト

サイト立ち上げをきっかけにして，サイト運営に携わる一部の町内会長から職務に役立つパソコン活用法を習得したいと要望がでた．またサイト運営には関わっていない町内会長からも同様の要望が寄せられた．また御剱学区連絡協議会の委員長から「学区連絡協議会のメンバーがパソコンのことを知らないでは活性化しない．今，運営している人間との引き継ぎが終われば運営・継続もしていけなくなる．パソコンのいいところを利用して町内会の運営を楽にしていきたい」という要望もあり，サイトの継続性を図るためにも，町内会運営業務の情報化支援も平成25年度より行われるようになった．

4-3.担い手の育成

継続したICTの利活用を行うためには，中心となって取り組みを推進する「担い手」となる人材が必要であると考える．業務のIT化を進める中で地域の中からITスキルの高い人や習熟度の早い人，モチベーションの高い人など人材の選定を行った．担い手によって，前述の業務のIT化の講習会を開催し，4-2.情報発信サイトについても，新しい投稿者のアカウント管理などサイト自体の管理も行っている．

業務のIT化講習会について，地域の担い手，町内会長の希望者向けにWordとExcelの講習会を3回ずつ行った．有用性を実証するためにすべての講習会終了後に担い手と実際に講習会を受講した町内会長を対象にアンケート調査を行った．カリキュラム内容は，講師をする担い手と事前に打ち合わせを行い決定し，筆者が資料を作成し，実際の講習会を行った．

５．考察

5-1.評価

情報発信については現在は滞ることなく，「担い手」を中心として地域の人たちによる情報発信が行われている．

また業務のIT化については，実際に担い手によって役員への講習会が行われた．講習会を行うにあたり，担い手の一人である御剱学区連絡協議会の委員長を講師に，自治会業務を行っている町内会長，副会長，会計，委員会役員を対象に受講者を募り，2014年6月から御剱コミュニティーセンタにて計6回講習会を実施した．受講生は担い手を含め毎回10人程度であった．講習に使用したパソコンは，受講者持参のノートパソコンと本研究室のパソコンを利用した．

図 5　講習会の様子

実際の講習会では，地域の人たちによってそのサポートも行われた．最後の講習後，担い手として講習会

を行った講師とサポーターにアンケートを実施した．

そこでは，「専門用語がわからない」「パソコンのOSやソフトのバージョンによる差で困った」と言った意見が目立った．その一方で，事前事後のフォローアップの必要性など前向きな意見も多くみられた．今後としては，地域の人たちだけで資料作成を含めた準備・講習会・フォローアップまで行えるように考え，講習会の内容を再検討とする予定である．

5-2.さらなる利活用の提案

御剱学区において，ウェブサイトを活用した情報発信を支援してきた．サイトでの情報発信は，スマートフォンやタブレットなど様々な媒介やシチュエーションでの情報取得を可能にする．

総務省の平成24年度の情報通信白書には，高齢者のタブレット端末利用の可能性とあり，タブレットの活用には注目が集まっている．タブレット端末は，コンピュータに比べてほとんどの動作をタッチで行うことができるという操作性や，スマートフォンに比べて大きく扱いやすいという特長がある．このことから，高齢者も多い御剱学区において，今後の取り組みとして，サイト情報の二次活用をタブレット端末を用いて行いたいと考えている．具体的には，株式会社DENSOのLifeVisionというプラットホームを活用してサイト情報の二次活用をしていく．

視覚的にわかりやすくて，簡易なインターフェイスを持ち，発信側からの通知機能がある．実際に地方自治体で活用されている例もある．発信側も管理用のCMS内で，情報を送るターゲットを絞ることができるなど，多様な世代がいる地域での情報発信に適応していると考えられる．インターネットからの情報収集をこれまで行ってきていない人も簡単にサイトの情報を活用できる(図6)．またpush配信が可能となるため，災害時など非常時での活用にも展開できると考えられる．

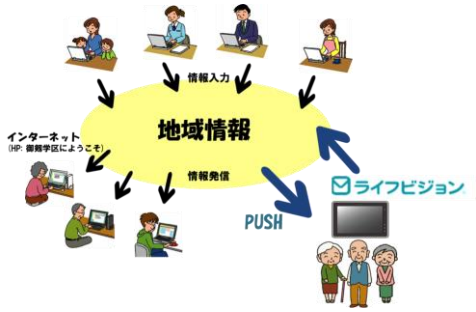


図 6　情報の二次活用

６．おわりに

本研究では，地域の情報発信について，情報発信サイトの構築，町内会業務効率化のためのICT利活用と運用体制についての運用モデルを提案し，実際に名古屋市瑞穂区御剱学区にて実証を行った．現在，御剱学区にて自立的に情報発信を行えるモデルができつつある．今後は，発信される地域の情報をさらに多くの人に伝えることができるように情報の二次活用に取り組んでいきたいと考えている．

謝辞

本研究を進めるにあたりご協力いただきました，御剱学区連絡協議会の皆さまにこの場を借りて 厚く御礼申し上げます. また, 多くのご助言をいただきました, ひがしネット斉藤豊一氏，タブレット貸与等ご協力いただきました株式会社DENSOにも，この場を借りて厚く御礼申し上げます． なお，本研究の一部は，JSPS科研費24800030， 25280131の助成を受けたものです.

引 用

[1]NTT コムリサーチ
http://research.nttcoms.com/database/data/001321/
（最終閲覧：2014/12/7）

参考文献

1) 牛山佳菜代，「地域メディアエコロジー論」(芙蓉書房出版)，2013 年 6 月刊行
2) 浦田真由，安田孝美「地域コミュニティ運営を支援するための ICT 利活用」，2012 年社会情報学会大会発表論文集(pp.175-180)
3) 若田弥里，浦田真由ほか「地域コミュニティにおける ICT 利活用と継続的な運営に関する研究」，2013 年社会情報学会学会大会発表論文集(pp.133-136)
4) 平成 23 年度版 ICT 利活用システムの普及促進に係る調査研究 http://www.soumu.go.jp/main_content/000133049.pdf (最終閲覧：2014/12/7)
5) 岡山市電子町内会 http://townweb.e-okayamacity.jp/d-chounai/ (最終閲覧：2014/12/7)
6) 株式会社 DENSO　LifeVisionHP http://www.lifevision.net/ (最終閲覧：2014/12/7)
7) 総務省　平成 24 度情報通信白書 http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h24/html/nc122330.html (最終閲覧：2014/12/7)
8) 内閣府 平成 19 年度版国民生活白書 http://www5.cao.go.jp/seikatsu/whitepaper/h19/01_honpen/html/07sh020101.html (最終閲覧：2014/12/7)
9) NTT コムリサーチ http://research.nttcoms.com/database/data/001321/ (最終閲覧：2014/12/7)

モノづくりとICTを絡めた事業モデルの設計と提案
～尾張の繊維加工工場を事例に～
Design and proposal of business models by manufacturing and ICT
~In case the fiber processing plant of Owari~

兼松　篤子[1]，遠藤　守[1]，安田　孝美[1]

Atsuko KANEMATSU，Mamoru ENDO，Takami YASUDA

[1]名古屋大学 情報科学研究科　Graduate School of Information Science, Nagoya University

要旨･･･愛知県尾張西部地域は，世界でも有数の高級毛織物をはじめとする繊維業で栄えたまちである．そのまちで現在，繊維加工工場の有志による尾張繊維産業再生を目指した新たな取り組みが行われている．本稿では，これまでの尾張西部地域における繊維産業の沿革と現在の繊維加工工場の取り組みについて事例をあげながら述べる．そして更なる発展のために，モノづくりとICTを絡めた事業モデルの設計と提案を行う．最後に尾張繊維産業再生の可能性について考察する．

キーワード　尾張繊維産業，地域ブランド再生，モノづくり，ICT，イノベーション

１．はじめに

近年，衰退した地域やその地域の企業を再生させるための取り組みが全国各地で行われている．記憶に新しいのは，県知事による地域特産品のアピールや，ゆるキャラによる地域活性のための話題づくりである．最近では，日本ブランド今治タオルが有名クリエイティブ・ディレクターによって復活した秘話が話題となった．

身近なところに目を向けると，愛知県尾張西部地域において繊維加工工場の有志による，尾張繊維産業を再生させようという新たな取り組みが始まっている．この地域はかつて繊維産業が栄え，世界有数の高級毛織物，尾州織物をはじめとする織物産業を支えたまちである．しかし，時代の流れとともに経営が困難になり衰退の傾向にあるのが現状である．

本稿は，尾張西部地域の繊維加工工場による尾張繊維産業再生へ向けた取り組みに着目し，更なる発展を目指すためにモノづくりとICTを絡めた事業モデルについて設計と提案を行う．そして，その可能性について考察する．またこれらの成果として，今後の地域産業再生のあり方についての可能性を示唆するものになると考える．

２．尾張西部地域における繊維産業の沿革

尾張西部地域は，古くから繊維産業が栄えた地域である．その歴史は弥生時代にまでさかのぼる．弥生式遺跡から発見された土器底面や布片，古瓦に残る痕跡からは，当時，麻織物が存在し，中国から伝わった原始的な織機を使って織られていたことがわかっている．また同時期に同じく中国から絹の輸入と養蚕技術の導入が始まり，美濃平野（現在の岐阜県羽島市あたり）から尾張西部起町，木曽川町付近一帯にかけて桑の葉が栽培され，絹織物も盛んであった[1)]．

江戸時代になると幕府は奢侈禁止令を出し，身分によって絹を服の生地として使うことを禁じたが，尾張藩が振興したため衰えることなく，絹織物は後の明治以降まで続いた．この頃，絹に代わる素材として綿織物が朝鮮半島から伝わり，尾張西部地域は土壌が綿花の栽培に適していたこともあって，江戸時代半ばには全国有数の綿花の産地となり，綿織物が発達した．しかし，明治24年(1891年)の濃尾大地震により濃尾平野の地層が大きくかわったことで，これまで順調に育っていた綿花が不作となる事態が起きた．またその頃，海外から安い綿が無税で輸入されるようになり，これまで尾張西部地域の産業として誇っていた綿織物は次第に影を潜めていった[2)]．

そして，綿織物に代わるものとして登場したのが羊毛を使った毛織物である．特に綿毛布業と交織物業については高い関心が持たれ，何人もの繊維業関係者による試行錯誤の末，現在の尾張繊維産業の誕生へとつながっていく．この毛織物は日本での着物文化から洋服文化への移行に伴って大きく発展し，尾張西部地域が国内だけでなく，世界でも有数の繊維の産地と知れ渡っていくきっかけとなった．しかし，その繊維産業も時代の流れとともに，繊維工場の海外移転や海外ブランドブーム，とりわけ近年にみられるような価格の安いファストファッションブームに押され，尾張西部地域の繊維産業は衰退の危機を迎えている．

３．尾張西部地域での新たな取り組み

現在，繊維加工工場の有志，シバタテクノテキス株式会社，堀江織物株式会社，吉田染色株式会社，舜山商事（以下愛知・木曽川商工会４社）は，尾張繊維産業再生へ向けた新しいブランドの可能性を探るための商品開発やイベントへの参加，自社工場の見学ツアーなど，一般の人々に興味を持ってもらうための活動を積極的に行っている．

(1)カップホルダーの開発

愛知・木曽川商工会４社は，共同で地場産業の尾州毛織物の技術を応用した商品開発に取り組んでいる．このカップホルダーはそれぞれの会社の得意とする技術を集結し作成した第１弾の商品である．

カップホルダーは，無地のデニム系の４色と柄物の合皮系５色の全９色用意した．製造過程の分担内容としては，シバタテクノテキス株式会社が外側のデニム系素材を担当，堀江織物はプリントメーカーとしての技術を活かし合皮系素材の印刷を担当，吉田染色株式会社は断熱用のウレタン素材と表皮の融着を担当，舜山商事は販売を担当した．

2014年2月に行われた地域のイベントで試験的にコーヒー代込み300円で販売したところ，デニムの風合いや色とりどりのプリント柄が好評だった[3]．

図１．愛知・木曽川商工会４社の開発による商品化第１弾のカップホルダー[3]

(2)チューペットホルダーの開発

愛知・木曽川商工会４社は，商品開発第２弾として夏祭りでの販売を想定し，チューペットホルダーを開発した．チューペットを食べる際に，手が凍ったチューペットと接触しないようにと商品化されたものである．更に食べ終わった後は，ハトメで開けられた穴に紐を通すと，首から掛けられる簡易ペンホルダーにもなる．特定の場面での使用だけでなく，日常での用途も想定し工夫されている．

製造過程の分担内容はカップホルダーと同じく，それぞれの会社で分担し，得意とする技術が活かされている．2014年8月に行われた三重県多気町の夏のイベントで販売された．

図２．愛知・木曽川商工会４社の開発による商品化第２弾のチューペットホルダー

(3)Ogaki Mini Maker Faire 2014での展示

愛知・木曽川商工会４社のうち，シバタテクノテキス株式会社，堀江織物株式会社，吉田染色株式会社はスマートテキスタイル研究所[4]として，2014年8月に行われたOgaki Mini Maker Faire 2014でブースでの展示を行った．このユニットは，布にまつわる様々な可能性を追求しており，シバタテクノテキス株式会社は，導電糸を編んで作ったタッチセンサーやスピーカーの展示，堀江織物株式会社と吉田染色株式会社は，デジタルインクジェットとウレタン加工を組み合わせたプロトタイプの展示をそれぞれ行った．

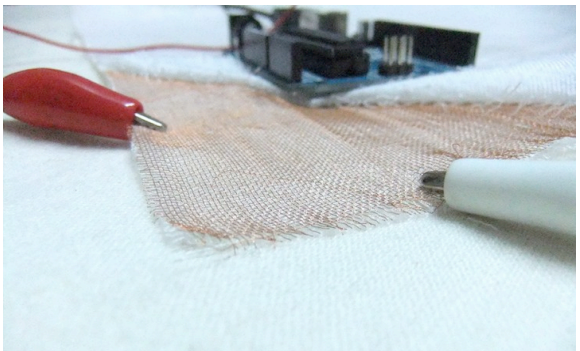


図３．シバタテクノテキス株式会社による，織物工場発の導電糸を使ったタッチセンサーの展示[5]

(4)Open Factory！秋の工場見学ツアー

2014年秋には，初の試みとしてスマートテキスタイル研究所による工場見学ツアーが開催された．シバタテクノテキス株式会社では織物ができる過程の見学と導電糸を使った開発製品の説明，堀江織物株式会社ではポリエステルへの染色によるのぼりや横断幕などデジタル印刷の過程，吉田染色株式会社では接着剤を使わずウレタンを貼るフレームラミネート加工の過程を見学した．

初回ということもあり内覧会に近い形であったが，Make:系関係者やレーザーカッター，3Dプリンターを置いている工房関係者をはじめ，繊維加工工場に興味をもつ様々な職種の人が全国から集まり，尾張西部地域の繊維加工業について理解を深めた．

４．モノづくりとICT

愛知・木曽川商工会４社の取り組みを，今後更に発展させ，より良いものにするために，モノづくりとICTを絡めた事業モデルとして，図４を設計した．

(1)モノづくりの現状と取り組み

図４の中で黒く囲った箇所は，これまでの繊維加工工場の有志による取り組みを示し，本来の仕事はメーカーを対象としたB2B（Business-to-Business）である．しかしビジネスとは別に，尾張繊維産業を再生させることを目的とした異分野融合のオープンイノベーショングループが結成された．それが，今回の愛知・木曽川商工会４社にあたる．ここで開発された商品は，イベントなどでB2C（Business-to-Consumer）として個人向けの商品として提供される．

オープンイノベーション[6)]とは自社の技術だけでなく，他社や大学などが持つ技術やアイディアを組み合わせ，革新的なビジネスモデルや革新的な研究成果，製品開発につなげる方法のことをいう．現在は，有志の会社すべての参加になっているが，オープンイノベーションによる取り組みに興味を示す企業が増えると，テーマごとに集まる企業や組織が変わり，それによって既存の概念に囚われることのない新しいアイディアと可能性が生まれることが期待される．それぞれ異なる組織の者が集まって活動する時の注意点としては，そこで生まれたアイディアに対するクリエイティブ・コモンズの問題をどのように取り扱うのかについて，しっかりと議論しておく必要がある．

(2)事業モデルの設計と提案

これまでのモノづくりと愛知・木曽川商工会４社による取り組みを踏まえ，更に発展させより良いものにするために従来の事業モデルに青く囲った箇所を加えた．

オープンイノベーショングループが仕掛け役となり，尾張繊維産業を再生させるためにどうしたら良いのかを社会に対してテーマとして投げかけ，そのテーマに興味を示した市民とともに，ハッカソンなどのイベントやICTを活用しながらアイディアなど情報を共有する仕組みである．ここでは，既にあるICTの活用を想定しており，情報の共有では，SNSやオンラインストレージサービスの利用，プロトタイプを製作する際はFablabや市民工房など，3Dプリンターやレーザーカッターなど揃えている施設を利用すると良いのではないかと考える．

そして黄色く囲った箇所は，今後ICTをより発展させるために必要と思われる技術である．生地を現状に近い状態でよりリアルに見せるための技術，具体的には生地を立体的にあらゆる角度から見ることができたり，タブレットの画面上で繊維の手触りを再現し確認できる技術などが必要になってくるのではないかと思われる．

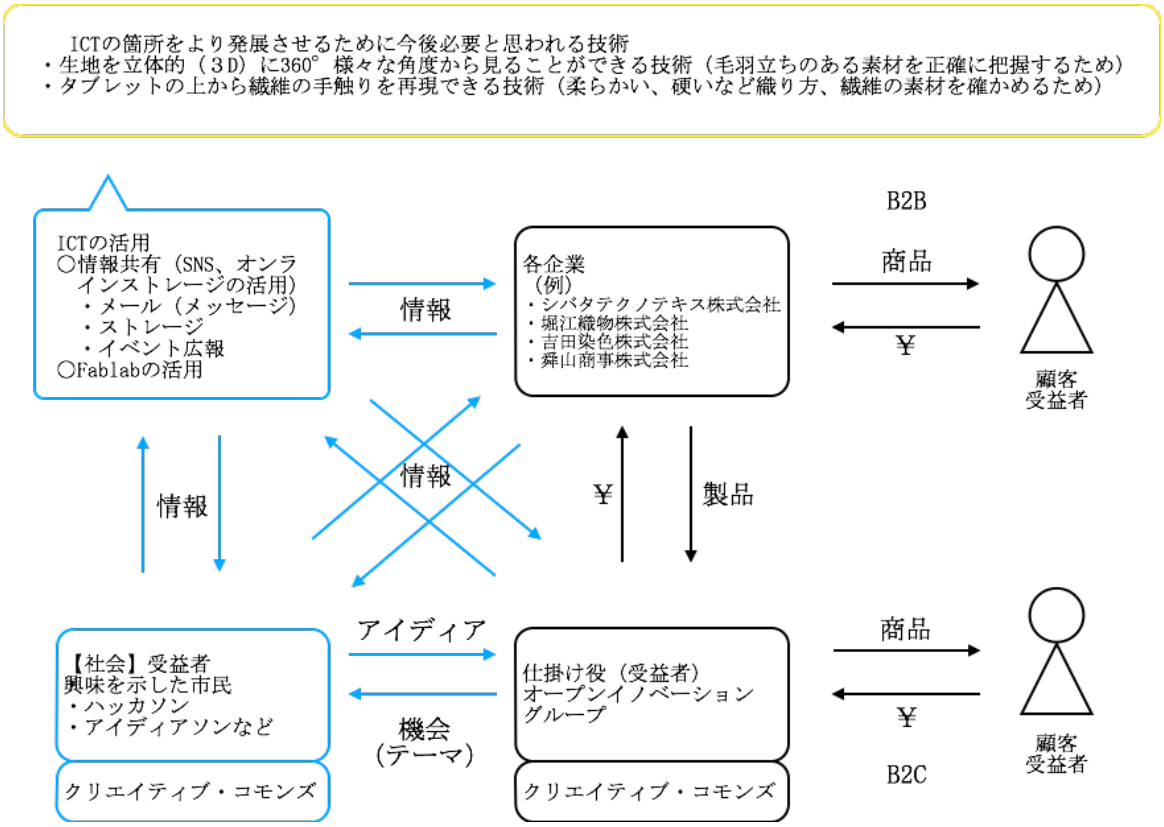


図４．愛知・木曽川商工会４社の取り組みを更に発展させるためのモノづくりと ICT を絡めた事業モデル

５．評価と考察

企業が老舗として残っていくための原則について，経営学者のドラッカーは代表的な著書『マネジメント』の中で，次のように述べている．

「マネジメントには基本とすべきもの，原則とすべきものがあり，それらの基本と原則は状況に応じて適用していかなければいけない[7]．企業の目的は顧客の創造であり，企業は２つの基本的な機能をもつ．それがマーケティングとイノベーションである[8]．マーケティングだけでは企業の成功はなく，イノベーションすなわち新しい満足を生み出すことでより経済的な財とサービスを供給しなければならない．企業そのものは大きくなる必要はないが，常によりよくならなければならない[9]．」

まさに，ドラッカーの原則，マーケティングに留まることのない常なるイノベーションは，愛知・木曽川商工会４社の姿勢にピタリと当てはまる．

特に，スマートテキスタイル研究所の３社は，ドラッカーがあげる老舗として生き残っていくのに欠かせない２つの要素を持っている．

１つ目は，製品の販売をするだけでなく，カップホルダーやチューペットホルダーのように新しい使用用途の提案をしたり，工場見学ツアーを企画するなど，マーケティングの新しい可能性の追求をしている．

２つ目は会社名（屋号）と現在の仕事内容が異なっている点である．堀江織物株式会社は会社名に「織物」と入っているが，織物業は廃止し，現在はテキスタイル印刷を仕事としている．吉田染色株式会社は会社名に「染色」と入っているが，染色業は廃止し，現在はウレタンのフレームラミネート加工を行っている．また，シバタテクノテキスは，織物工場の傍ら，従来の織物の概念を覆す導電糸など新しい糸の開発に積極的に取り組んでいる．時代の波に乗った常なる革新の姿である．代々受け継がれてきた経営手法は守りながらも，マーケティングだけにとらわれることなく，新しい満足を生み出すために可能性を探っている．

これら企業の常なるイノベーションの勢いは衰えることなく，尾張繊維産業再生に向けて更に加速していくものと思われる．そしてそのためにも，従来の取り組みに加えて，オープンイノベーショングループの中だけに地域の問題を留めることなく，このグループが仕掛け役となって，広く社会に対して問題を共有する機会を設けることが必要である．また，それに興味を示した市民とのアイディアをICTの技術をうまく活用しながら，共に問題解決の糸口を探していくことが重要になってくる．今後のICTの技術の発展についても，生地をより実物に近い状態で再現することのできる技術が実現することで，繊維産業再生に向けた更なる発展につながっていくものと思われる．

昔と変わることのない，世界を代表する尾張の繊維産業としていつまでも揺るぎない存在であり続けることを期待したい．

６．おわりに

本稿では，愛知・木曽川商工会４社における尾張繊維産業再生へ向けた新たな取り組みについて述べた．そして更なる発展のためにモノづくりとICTを絡めた事業モデルの設計と提案，可能性について評価と考察を行った．本稿によって，尾張西部地域における尾張繊維産業再生のための取り組みの正当性が明らかになった．今後は本研究の更なる追跡を行う予定である．

謝辞

本稿の執筆にあたり，シバタテクノテキス株式会社様ならびに，堀江織物株式会社様，吉田染色株式会社様には工場見学の貴重な機会とご意見を賜りました．ここに感謝の意を表します．なお，本研究の一部は JSPS 科研費 25280131 による．

参考文献

１）　尾西毛織工業共同組合：http://www.bishu.jp/bisaikk/kk-reki1.html（2014.11.30 閲覧）
２）　公益財団法人一宮地場産業ファッションデザインセンター「尾張繊維産業産地を中心とした繊維関連年表」：http://www.fdc138.com/summary/nenpyo1%20until%20showa-shoki.html（2014.11.30 閲覧）
３）　日刊工業新聞「愛知・木曽川商工会の４社，尾州織物再生へ新ブランド探る」：http://www.nikkan.co.jp/news/nkx1420140509hlai.htm（2014.11.30 閲覧）
４）　愛知・木曽川商工会４社のうち，シバタテクノテキス株式会社，堀江織物株式会社，吉田染色株式会社のユニット名
５）　Ogaki Mini Maker Faire：http://ommf.iamas.ac.jp/makers（2014.11.30 閲覧）
６）　Wikipedia：http://ja.wikipedia.org/（2014.11.30 閲覧）
７）　P・F・ドラッカー(2001)：『マネジメント 基本と原則』ダイヤモンド社，pp. i - ii
８）　同上，p.16
９）　同上，pp.17-18

"Walking through a public space doesn't make my body public": Women go online against patriarchy structures and male's dominance

Eulalia VASCONCELOS and Sang-Mi KIM
Graduate school of Languages and Culture, Nagoya University

1. Introduction

Patriarchy structures are so inserted in the world that it is hard to identify it everyday life. Otherwise, as Millet (1970) discusses at "*Sexual Politics"*, male dominance is a part of modern and contemporary society in all levels and realms. From the moment women go to public space they unintentionally dispute the public space with men, then immediately they attract reactions from male groups. 'Catcall' is a social convention that represents the men's reaction toward women but has constantly addressed as innocent compliment. Actually, Gardner (1995) asserts that 'catcall' is simply a form of intimidation and shows and expresses the relational power within gender. The attitude is harassment not a positive behavior, she asserts. This is a social result of patriarchy structure that regards women as a object who are likely to accept their role in the society. The contestation of this inferior position or perhaps, the fact that women question the social convention is not approved and possible in the society. Owing to this women go online and found in the cyberspace the opportunity to speak out against male's dominance through the discussion of 'catcall'.

Cyberspace has become a public arena for oppressed and marginalized groups. Through the online communications, women are able to express their feelings and share their stories. According to scholars from sociology and anthropology fields (Castells,2012;Piela,2012; Tobin, 2014) the internet enables representative minorities groups to assume the protagonism in their cause, they are active to question norms that are implemented by dominant discourse. In this case, women can express their dissatisfaction concerning 'catcall' which is a part of patriarchal structures through cyberspace.

2. Literature Review and Research Question

The patriarchal rules cover aspects that are novice to women's participation in the society and lead to what Castaneda (1999) defines 'invisible sexism'. The normalized and naturalized behaviors that oppress women everyday are not clear, actually are understood in a sense of care and protection. However, because of patriarchy, all of society are not able to identify this oppression manifested by symbolic violence (Bourdieu, 1989). Bourdieu and Freire (1970) maintain a dialogue concerning the role of oppressor and oppressed or dominant and dominated in social relations, and gender relations. The oppressor imposes his/her rules to legitimize his/her supremacy and power over oppressed.

This research will focus on three aspects of women's activity online: the exposing a hidden issue, self-express to lead to activism, and social change. Moreover, two concepts are chosen to discuss 'catcall' as violence against women in a sense of symbolic violence (Bourdieu, 1989) and oppressed relations and dehumanization of women (Freire, 1970).

The active use of these online activities offers women the possibility to discuss a behavior that objectifies them and provokes their responsibility in being harassed. 'Catcall' is harmful to

women when they analyze what they made to be harassed their clothes, their manners, and then their guilty. In addition, ‘catcall’ limits women’s movement and participation in society, as a result of this ‘symbolic violence’ and dehumanization. Women go online firstly to speak out, however the encounter of others who are involved in similar and routine situations make them start to think about their environment. This study intends to (1) identify women’s cyberactivism on webpage that discuss ‘catcall’ and (2) analyzes the role of women’s cyberactivism to promote women’s empowerment.

I selected three webpages in order to analyze these three steps, self-expression, identification of the social problem, and cyberactivism, that women follow to promote empowerment and social change. After selection of these webpages and Facebook fan pages, “Stop Catcall”, “Street Catcall” and “Today I wanna go back alone”. I conducted interview with founders and managers of these pages by Skype, Facebook Messenger, e-mail and Hangout, in Portuguese. I translated it to English, mainly in four different periods, 2014 July, August, September and November, and interview with women users of these webpages conducted on December by Facebook messenger, who do not have their identity revealed.

3. Research Methods

Three webpages (Facebook fan pages and weblogs) were selected to be the sample of this study. They were selected based on the number of ‘like’ that they have in their pages and also because of the quantity of stories shared everyday. “Stop Catcall” is part of weblog “Think Olga”, created and managed by journalist Juliana de Faria, 30 years old. It has more than 25,000 ‘like’ on Facebook but its weblog counts with 1,398 reports written by women anonymously, firstly in the “Think Olga” space for testimonies and then in the “Stop Catcall” map, which represents, in average, 3.32 stories a day since the weblog decided to discuss ‘catcall’ 2013 September. Juliana de Faria launched an online questionnaire to understand ‘catcall’ in Brazil and got 7,762 answers in two weeks that showed 99% of women said they were victims of this behavior and 84% of then said they do not like this kind of approach. “Street Catcall” has almost 18,000 ‘like’ and also receives a huge number of stories from women, an average, 2.30 stories per day, since 2012 November when Asa Heuser, 57 years old, founder and manager, decided to create this page. The third page, called “Today I wanna go back alone” is newly-created by two undergraduate students, Bruna Leandro, 19 years old, and Sofia Belo, 21 years old, 2014 November and has 25,000 ‘like’ and received 24 stories in 19 days.

I conducted interviews since 2014 June with Juliana de Faria, “Stop Catcall”, and Asa Heuser, “Street Catcall”, through Facebook messenger, Hangout, Skype and e-mail, in Portuguese, and translated to English. Bruna Leandro and Sofia Belo, “Today I wanna go back alone” were interviewed three times, by Facebook messenger and e-mail, on November 13th, 19th and 22nd. The interviews were focused on founder’s purpose, evaluation, and cyberactivism. Questions were centered in three main key-questions: “Why internet?”, “Online and Offline relation”, and “Marginalized groups and Empowerment”.

Women users were interviewed by Facebook messenger 2014, December. This paper includes two interviews with women users of selected webpages who are anonymous and each interview took one hour approximately based on 15 (fifteen) question concerning their webpage usage and perspective of ‘catcall’.

4. Findings and Discussion

The first reason that women go online is their need to speak out and be heard. After this, they perceive that they are not alone, they pass through similar situation and the discussion leads them not only to understand the situation they are involved but also to share their life story. They are fundamental to change current scenario. They do not go online thinking about activism, social change or even empowerment, these aspects are consequences of their online involvement. When they first access and decide to participate is a result of necessity to be heard and meet peers. Otherwise, women understand the moment they engage on social networking sites would allow them to speak out, they become feminists, but they do not understand themselves as activists properly.

"After this page, my life has more feminism. This page and others that I like are related to feminism, and feminism as movement, do you know what I mean? I am a feminist, but maybe not activist as I would like to be, but activist. I conducted some researches in my university concerning gender issues." (J. 20 years old)

"I find myself as feminist, for sure. But not activist. Because I am not involved in any actual movement. I always try to post concerning this issue and take knowledge to people around me to show that we are not objects, we deserve to be respected. And the freedom to walk around wherever we want and how we want without fear show that we do not like what men say to be a 'compliment' and the page exposes exactly this." (C. 34 years old)

4.1 "I am not alone"

Questioning a social habit is not possible to oppressed people. In a patriarchy structure, women are not able to speak out against normalized behaviors. 'Catcall' is a men's attitude that maintains women in a position that show them what kinds of role they should play in the society. Feeling of fear and guilty are elements that patriarchal society employ to keep women in a lower position. However, the use of cyberspace shows them, women in similar situations involved in similar feelings.

"When I published my story, I ended up feeling relieved. After reading so many contributions, I realized that numerous women already suffered worse things than me. A mix of relieve and tension." (J. 20 years old)

"This page gives us courage to act and see that it ('catcall') happens a lot and it is not our fault." (C. 34 years old)

"Women who felt isolated and alone, had the opportunity to share their experiences and read so many testimonies of any other women." (Asa Heuser, founder and manager of 'Street Catcall')

"I think two things about their (women) behavior, as I mentioned before: everybody felt that something was wrong but it was difficult to verbalize it. Plus, the connection with others women make them to be engaged, involved." (Juliana de Faria, founder and manager 'Stop Catcall')

Cyberspace enables women to understand that some social conventions are part of patriarchal structures that are covered to them.

4.2 Symbolic Violence and Anonymity

In everyday life from micro to macro aspects of society are embedded by elements that support domination of some groups over others. ‘Catcall’ is part of Brazilian society and hard to be questioned. Women are accountable for male attitudes though unconscious but symbolic violence, that means based on internalized and embodied social rules that legitimize domination and social order. Otherwise, from the moment women go online, they identify these social rules and question them.

“This kind of page helps to diffuse what happens and preserves who wants to be anonymous.(…) Brazil is very sexist. I already changed my clothes to go to some place. I do not wear shorts and skirts because of fear of harassment. I was harassed even wearing sweater.” (C. 34 years old)

“Only my boyfriend knows about harassment that I suffered. It is so hard to share this story with someone. (…) I found this page (‘Stop Catcall’) by chance, I was reading some feminist pages and I found this one. When I decided to follow this page I had no intention to write and share my personal story. This need appeared suddenly, I was reading some stories and I decided to share my own because I was sure I had the possibility to be anonymous.” (J. 20 years old)

“Women feel safer because they can express in an anonymous way. This anonymity is essential for them to have the courage to tell their stories. In offline life, many of these women report that they did not feel understood and/or supported by family and friends.” (Asa Heuser, founder and manager ‘Street Catcall’)

5. Conclusion

This study is part of my research regarding the use of cyberspace by women against patriarchal structures. In this excerpt a discussion is raised based on possible women’s cyberactivism to empower them. Cyberspace enables women to question symbolic violence and change their role as oppressed in the male dominant society.

Women need of the anonymity because they do not feel safe while they question everyday sexism. Actually, involved in symbolic violence, women question themselves from the moment they go against social habits, as ‘catcall’. The use of cyberspace is able to contributes to give the protagonism to oppressed because as Freire (1970) argues people find their freedom together and by themselves. Nobody is responsible to change nobody’s reality, changing comes from group’s articulation and internet is likely to promote social change and women’s empowerment.

6. References

Bourdieu, Pierre. (1989) *O poder simbolico*. Editora Bertrand Brasil S.A. Rio de Janeiro, Brazil.

Castells, Manuel. (2012) *Networks of outrage and hope: social movements in the internet age.* Polity Press, UK.

Freire, Paulo. (1970) *Pedagogia do oprimido*. Editora Paz e Terra, Rio de Janeiro, Brazil.

Gardner, Carol Brooks**.** (1995) *Passing By: Gender and Public Harassment.* University of California Press, London, England.

Piela, Anna. (2012) *Muslim Women Online: Faith and Identity in virtual space.* Routledge Islamic Studies Series, Routledge, New York, USA.

Tobin, Sarah A. (2014) *My Life is More Important than Family Honor: Offline protests, Counter-Cyberactivism, and Article 308.* CyberOrient, Vol. 8, Iss. 1.

日本女性の韓国ドラマ視聴に関するライフストーリー研究 －『私の名前はキム・サムスン』を事例に（2014）

Research of Japanese Women's Korean Drama Viewing and Life Story － the case of "My lovely Sam-soon" (2014)

金　ミンジ◎[1]，　金　相美[2]
Minji KIM　and　Sangmi KIM

[1]名古屋大学大学院国際言語文化研究科　The Graduate School of Languages and Cultures, the Nagoya University
[2]名古屋大学大学院国際言語文化研究科　The Graduate School of Languages and Cultures, the Nagoya University

要旨･･･本研究は、日本女性が韓国ドラマ『私の名前はキム・サムスン』を見て、いかなる意味解釈を行い、それが自己アイデンティティの再構築とどう関わるのかを明らかにするため、日本女性二人のライフストーリーを用いて考察を行ったものである。その結果、彼女たちは社会で一生懸命に働くキム・サムスンに強く共感し、その一生懸命さを自らの日常生活に活かし、今後の「自分らしい生き方」を再構築していくことが示された。

キーワード　韓国ドラマ、私の名前はキム・サムスン、日本女性、自己アイデンティティ、ライフストーリー

１．はじめに

本研究は、日本女性の韓国ドラマ『私の名前はキム・サムスン、(以下、『キム・サムスン』)』の視聴経験による日常生活への変化に注目する。ドラマ『キム・サムスン』を見て語る彼女たちのライフストーリーを「社会的構築物」と見なし、それによって『キム・サムスン』の視聴経験と自己アイデンティティの再構築との関係性を明らかにすることを目的とする。

『キム・サムスン』は、ださい名前・ポッチャリした外見にコンプレックスを持っているが、専門パテシエとして正々堂々と生きる 30 代未婚女性、キム・サムスンの仕事と愛に対する一生懸命さを愉快に描いたドラマである。このドラマは、ジャンルや人物設定、ストーリー構成などにおいてこれまでのドラマとは異なる性格を持ち [1]、日本と韓国において共に高い視聴率を示している [2]。

・日本女性の社会的布置

本研究では『キム・サムスン』の主なオーディエンスとして日本女性を中心に、そのライフストーリーを取り上げる。

1985 年から男女雇用機会均等法が施行されたが、男女差別において重要な位置を占める募集・採用・配置・昇進に関する均等待遇原則はあくまで努力義務に留まることになった(山田, 2011)。平成 24 年厚生労働省の調査によれば、労働力率において男性の場合、84.3%であることに比べ、女性は 63.4%に過ぎない [3]。雇用形態における男女差は明らかで、正規職の場合、男性は 2267 万人(非正規職 610 万人)、女性は 1027 万人(非正規職 1296 万人)[4] と、女性の方が不安定かつ、制約的な立場にある。

日本女性は、自分のキャリアを向上させられない制度や日本の経済的状況、非正規職という雇用形態で悩み、結婚や子育てへの不安など、様々な悩みを抱える人が多い [5]。未婚女性は既婚女性よりも老後の不安をより強く感じる傾向にあり [6]、キャリア志向の既婚女性は家事と育児、仕事に負担がかかったあげくキャリアを諦める場合も多い [7]。

本研究は、日本女性は『キム・サムスン』の視聴経験を自分自身の人生にどのように投影しているか、そして、それぞれの女性自身の日常生活とどのように接合させているかに注目する。

・海外ドラマのオーディエンス研究に関する再考察

海外ドラマのオーディエンス研究における代表的な研究者 Ang (1985)は、アメリカのドラマ『ダラス(Dallas)』を楽しむ女性の視聴行動に注目し、オランダの視聴者の投稿を用いて、ドラマの構造と女性の日常生活での経験との関係について分析をした。Ang(1985)は、オーディエンスがドラマを楽しむ理由として二つのリアリズムがあると主張する。一つ目は、「経験的リアリズム(experience realism)」と言い、オーディエンスが日常生活での経験とドラマの登場人物の経験が重なる時、ドラマコンテクストからリアリティが生まれるという。二つ目に、「情緒的リアリズム(emotional realism)」と言い、展開される人物間の葛藤などの悲劇的な情緒構造が誇張されるものであっても、オーディエンスの情緒(emotion)に訴えられる時、虚構世界がリアルに感じられるという。本研究では、Ang が主張したリアリズムが『キム・サムスン』では、日本女性のどの

ような意味解釈によって生まれるのかを考察する。

また、日本人の有職オーディエンスがアメリカのドラマ『Sex and the City』を視聴した際の作用を分析した研究によれば、オーディエンスはドラマの登場人物の生き方を見て自身の生活に「生き方のバイブル」や「泣きネタ」、「自分へのご褒美」など重要な資源として参照しているという (河津, 2008)。本研究では、日本女性は自身の日常生活に『キム・サムスン』を見て、どのような資源として参照しているのか、それは日常生活にどのような実践として現れたのか。これらの問いを『キム・サムスン』を見て語る彼女たちのライフストーリーから抽出する。

2. 研究方法と実施

メディア利用がいかに人々の日常生活に浸透しているのかを理解する適合した方法として、自らを語るライフストーリーを分析する研究がある。本研究ではライフストーリーは、社会で構築された産物であるという前提に立つ。日本女性を対象にライフストーリー・インタビューを用い、『キム・サムスン』の視聴経験とその日常生活における自己アイデンティティとの関係性を考察することが本研究の目的である。調査は、2014 年 11 月中に行ったもので、『キム・サムスン』を見た女性を対象にインタビューを行った。本研究では、「対話的構造主義」アプローチによるインタビューを行う。対話的構築主義アプローチとは、「何を語ったのか」という「語りの内容」だけではなく、「いかに語ったのか」という「語りの様式にも注意を払うアプローチ」である(桜井 2002:61)ため、調査対象者の数に縛られず、語りの文脈を重視しつつ考察していく。さらに、ライフストーリー・インタビューは、過去の出来事や経験が何であるかを述べる以上に「いま、ここ」をインタビュイーとインタビュアーの双方の主体が生きることである(桜井、2002:31)。ここでは、その相互作用によって形成される『キム・サムスン』の視聴当時のライフストーリーの構造を重視し、分析を行う。

3. 分析結果

日本女性の『キム・サムスン』の視聴経験は、自己アイデンティの再構築に影響を与えるのだろうか。そうであるなら、オーディエンスのどのようなデコーディンングによるのか。以下では、日本人女性二人の『キム・サムスン』の「視聴経験」から「自己アイディティの再構築」までのプロセスにおける関係性を彼女たちのライフストーリーを通して示した。

(1) 私の『キム・サムスン』の視聴経験 ～はまる・集中する・繰り返し見る

インタビュー対象者であった二人は、共通してドラマ『キム・サムスン』を繰り返し視聴し、集中して見ていたことを強調している。新たなメディア環境においてテレビのながら視聴が多くなっていることがよく指摘されているが(金, 2004)、韓国ドラマ視聴者は「集中視聴」の形態をよく取る。また家族団らんのリビングルームでの視聴でなく、一人視聴の形をとる場合が多く、このことがドラマにはまる背景にある。「はまる」視聴が続くと、ドラマ内容に対する自分なりの「意味付け」が始まる。

＊キム・サムスンを見たきっかけは何ですか？
A テレビでやってたから。たまたま(テレビを)つけて見たら面白かったから見ました。・・・それは、テレビだったんで、その時は 1 回(見ました)。また違うチャンネルでサムスンがやってたので、また見て、というのをたぶん 3 回ぐらい(して見ました)。

A さんは、以前から面白そうな韓国ドラマはテレビで見たり、DVD で借りて見ていたが、『キム・サムスン』はたまたま仕事がなかった時期にテレビで見たドラマであり、録画をして見るのではなくその放送時間帯に必ず見るように心がけていた。

＊平日や休みにはどういうふうに見ていますか？
B 旦那と休みが一緒ならば見る時間がないけど、休みが違えばずっと一日見る時もあるし、私寝ないでずっと見ちゃう、もう、本当止まらない時もあるんです。
＊それ、家で、一人で見ますか？
B 家で、一人で。旦那といると、うん、集中できないから。（笑）
＊それはどういう面で集中できないですか？
B いっぱい違う何かを喋ってきたりとか、こうのめり込んで見れないから。
＊のめり込んで見る方なんですね。
B うん、もう、そうなの。だからご飯を作るのを忘れてみる時もあるぐらいずっと見るときもある。

繰り返し視聴が定着する理由に「集中視聴」が背景にあった。彼女たちは一人で集中して『キム・サムスン』を見ることで、より『キム・サムスン』にはまり繰り返して見ていた。

(2) 生まれるリアリティ

ドラマ『キム・サムスン』の魅力を伝える彼女たちの語りにおける共通点は「同じ立場のキム・サムスン」である。『キム・サムスン』を見て、印象に残っているシーンを尋ねると A さんは以下のように語った。

＊なぜそういう場面が印象に残っているんですか？
A　家族構成が似ているわけではないですけど、(キム・サムスンの)口の悪いところとか、お母さんがきつかったりとか、そういうところも自分とちょっと似てたかな～って・・・後は、仕事？！　最初彼女も無職から始まったと思うんですけど、そこが当時の私と一緒だったので、そこは、どうなるんだろう、仕事をすぐ見つかると良いな～とか。（笑）やっぱり手に職を持っ

た方が良いんだろうなというふうに思いながら見ていました。

・・・

A　私もその当時(仕事を)一生懸命探してはいたんですけど、あ、いいのないな～と諦めてたりとか、でも彼女は結構どん欲に探していたと思うので、自分も働くためにはああだこうだ言ったらだめだし、もっと一生懸命に探さないとだめだな～と思いました。
B キム・サムスンだって、あの、料理を留学して習って、それでまあ、免許があるから働けたというのもあるし、で、私も(歯科衛生士の)免許持っているんで、うん。それで、やっぱり免許持ってない人とは違うことが出来るからそれをやっぱり一所懸命しようとは思いました。

当時仕事がなく多くの時間を家で過ごしていたため『キム・サムスン』を見るようになった A さんは、無職で職探しに一生懸命だったキム・サムスンに同一化している。また、個人歯科に勤めている B さんは、歯科衛生士の資格を持っている自分とパテシエの資格を持っているキム・サムスンに同一化しながら、当時のライフストーリーを語る。二人とも『キム・サムスン』の就職活動の過程と似た経験から「経験的リアリズム」が生まれ、それが日常生活における社会経済活動へのモチベーションの向上へとつながっている。しかし、彼女たちがデコーディングする上で必然的に「私と異なる」キム・サムスン、あるいは周辺人物との対立が現れる。

＊どういうところが(励ましや癒しになりましたか)？
A 見ているとスカットしました。
＊スカットしました？どういう(ところが)？
A やっぱり、彼女ははっきりものを言うので、それ見てると、自分はあまり言えないので、
＊自分の中の気持ちとかも？
A そうですね。変わりに言ってもらってるような、たぶん自分だったらそういうふうに言えないだろうなというのも彼女は言ってたんで。
＊自分の生活だったら誰にですか？
A 誰かな、その当時だったら面接官。

インタビュアーと話すなかで、A さんは『キム・サムスン』の視聴経験と面接に行っていた当時を思い出しながら「いま、ここ」で新たなストーリーを構築する。普段の自分なら言えないことを、キム・サムスンに自分を投影することで代理満足し、リアリズムが生まれている。キム・サムスンが勤め先の社長であるジノンに、言いたいことをはっきり言う諧謔的な描写に共感した A さんのこの語りから『キム・サムスン』においては Ang が主張した「情緒的リアリズム」は、悲劇のみならず、喜劇でも見られることが示された。

一方で、Ang が述べた情緒的リアリズムはハッピーエンドで終わる『キム・サムスン』の構造からも見られた。

＊『キム・サムスン』の何がよかったから見たんだと思いますか？
B やっぱり、あの、年の若くない女の人が、一生懸命、仕事も恋愛もして、で、結果、うん．．ボーイフレンドも出来て、仕事もうまく行って、というハッピーエンドに終わる所が、好きです。

Ｂさんは、キム・サムスンが若い世代に負けないほど希望を持って、何にでも一生懸命である姿や最終的には彼女が仕事も恋人も全て手に入れる、この誇張された描写に距離感を感じている。しかし、その距離感は自分にないものを持っているキム・サムスンへの憧れである。その憧れは、虚構の世界がハッピーエンドに終わるという情緒的リアリズムの構造において共感をより極めることになったであろう。

(3) 日常生活での実践へ ～自己アイデンティティの再構築

以下では、彼女たちは自分たちを重ね合える部分とそうできない部分から得られるリアリティを最終的に融合し、それぞれの価値観や信念と接合することで、新たな「自分らしい生き方」を構築していた。

A あの時も結構はっきり言ってましたよね。(それを見て私は)‘そんなふうには言えない’と思ってたけど、でもね、（それを見て）結局言ってもそういう価値を見出してくれる方もいるんだな～と思いました。
B (キム・サムスンを見て)うん、でも、私も言うようになりました。そう、最初働き始めた時は、あの、免許持っているのに、免許持ってない人と同じことしかさせてもらえなくて、で、ちょっとは我慢したけど、やっぱり、何のために持っているのかって考えたら、やっぱりさせてもらわないとだめだから、自分で言いに行きました。(勤め先の歯科の)先生に行って、‘仕事をちゃんと、資格を持っているので、資格を行かす仕事をさせて下さい’と。そしたら、その言った次の日からさせてもらえて、そう、あ、だから、言えばいいのか！と思って、言わないでいたら、うん、そのままだったかなと、思います。

二人とも日常生活において社会的領域では決定権のない弱い立場の女性である。その領域において彼女たちは「言えない私」あるいは「言わない私」から「言える私」または「言う私」への自己アイデンティティの変化を想定している。B さんの場合、それが想定に留まらず、日常生活の新たな実践として現れている。

＊これまで仕事をしていた時の自分を考えると

どのように過ごしていたと思いますか？
A (仕事をしていた時は)朝起きて、仕事に行って、残業して、帰って来て、ご飯食べて寝るみたいな。まあ、たまには遊びに行ったり、飲みに行ったりもしてたんですけど、で、それが当たり前なんで、仕事、例えばこう変わる(派遣の継続するか否かの)時も、1 ヶ月とか以内には決まってたので、長期でその時は 1 年も仕事がなかったので、どうしようと思ったし、手に職があればいいなと思ったのは、サムスンを見てからですね。パテシエの。

１年間無職だった A さんは、ドラマのなかの無職だったキム・サムスンが有職女性になり、パテシエとして頑張る姿から職を持っていた時の自分を思い出しながら、「あるべき自分」という自己アイデンティティを再構築している。

＊『キム・サムスン』を見る前の平日の一日のライフスタイルはどうでしたか？
B 今考えると本当に普通の一日を送っていた。見た後は、こう一所懸命やれば、何か自分の願いが叶うというか、そういうのがあのドラマを見てすごく伝わったからまあ、仕事も一生懸命しよう、そしたら何か、良いことがあるかもと思って、今までそれを見るまで考えてなかったことが、それを見たことによって、考えるようになりました。

平凡な毎日の中で、働く女性としてのキム・サムスンの「一生懸命」に取り組む姿は、二人のインタビュイーにおいて社会で働く女性として「私のあるべき姿」を再構築させ、今後のライフストーリーにおける新たな実践を促しているのであろう。

4. 結論と今後の課題

本研究では、日本女性の『キム・サムスン』の視聴経験を取り上げ、女性のドラマ視聴と自己アイデンティティ再構築との関係性を提起した。『キム・サムスン』のオーディエンスがドラマをデコーディングしていく中で、最も重要なファクターは、主人公であるキム・サムスンへの共感であり、その中心人物を通して経験するリアリティの中で、働く女性としてのアイデンティティを再構築していくことが明らかになった。

今後、働く日本女性が社会経済活動をする上で経験する様々な事例を取り上げてドラマ『キム・サムスン』の視聴経験との関係をより深く分析することで、日本女性の社会に進出することの社会的意義及びドラマ視聴と女性のエンパワーメント(empowerment)の実現を試みることを目指す。

補注

1）これまで日本で人気のあった韓国ドラマはメロドラマが多く、素敵な男女が結ばれない運命に負けず強烈な恋をする場面が多かった。日本女性は、メロドラマのシンデレラストーリーの中で女性主人公に共感するより、格好よくて愛を込めた感情表現をする男性主人公に熱い思いを持って憧れていた。
2）このドラマは、日本においても多くの女性に共感を得たように見える。『キム・サムスン』は TSUTAYA の 2009 年発表された 2006～2008 年の間、最も多くレンタルされた韓流ドラマの 1 位に選ばれた。さらに、衛星放送 LaLaTV の 2009 年ワンクリックアンケートで好きな韓国女優第 1 位になったのは、『キム・サムスン』で主人公のキム・サムスンを演じたキム・ソナだった。その後、2010 年『キム・サムスン』は日本地上波(フジテレビ系)の「韓流α」で放送され、5%台の高視聴率を記録する。
3）厚生労働省　平成 24 年『働く女性実情』から引用
ここでは生産年齢 15～64 歳までの性別労働人口率を示す。
4）平成 25 年総務省統計局の労働力調査から引用
5）オフィスで働く女性のための情報誌『city living』2014.06.04 掲載分から引用
6）2010 年マクロミルの「独身女性(40～50 代)を中心とした女性老後設計ニーズに関する調査」から引用
7）2010 年厚生労働省の「第 14 回出生動向基本調査」によると第 1 子出産後に仕事を辞めている人の割合は約 6 割で、この数字は 20 年間ほとんど変化ない。
8）インタビュイーA は、派遣社員であるが、42 歳当時無職で独身、一人暮らしをしている愛知県名古屋市在住の女性である。一方、インタビュイーB は、43 歳で歯科衛生士の資格を持って個人歯科で働いており、既婚、子供なしの夫婦暮らしをしている三重県在住の女性である。

5. 参考文献

1) 片桐 雅隆(2000).『自己と「語り」の社会学―構築主義的展開』、世界思想社.
2)河津 孝宏(2008). 「私」を語るテレビ視聴- 海外ドラマ『*Sex and the City*』の生活史的実践 マス・コミュニケーション研究 (72), 59-77.
3) 金相美(2004). 日本における『冬のソナタ』視聴と効用- 韓国に対するイメージ・関心・評価向上を中心に」2003年12月4日ソウル大学言論情報研究所主催ソウル大学・東京大学合同シンポジウム・プレゼンテーション.
4) 桜井厚(2002). 『インタビューの社会学ーライフストーリーの聞き方』せりか書房.
5) 桜井厚・小林寿子(2005). 『ライフストーリー・インタビュー － 質的研究入門』せりか書房.
6) 山田省三(2011). 四半世紀を迎えた男女雇用機会均等法、日本労働研―究雑誌、日本労働政策・研修機構 615 号 pp4-11.
7) Ang, Ien (1985). *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Menthuen.