

離島のコミュニティ形成とコミュニケーションの発達

—隠岐中ノ島編—*

金山 智子**

Community and Communication Development in Small Islands: Case Study of Oki Nakanoshima

Tomoko KANAYAMA

本研究は、これまであまり注目されなかった離島を対象に地域コミュニティ形成とコミュニティ・コミュニケーションの発達の関係について探求することを目的としている。2007年に四つの離島(父島, 奄美大島, 小豆島, 奥尻島)で実施した調査結果をもとに、島のアイデンティティの模索と地域コミュニケーションの発達や地域メディアとのかかわりについて考察を行なった***。

多くの島では、過去の歴史にとらわれ、現在も揺さぶられ続けている。同時に、島の将来ビジョンを描けないという葛藤の中にある。島の若者たちは中学・高校卒業と同時に島を離れ、島に戻ることは稀である。島の高齢化とともに産業が衰退し、人口の減少に直面している島が多い。島は、コミュニティ存続のために様々な選択を迫られており、将来に向けた方向性を模索している。例えば、U・Iターン者による移住や新規ビジネスの創造、島外に向けた情報発信による交流人口の増加といった自治体の取組みがそれである。これらの取組みで期待されるのが、「よそ者」と呼ばれる、島外から新しく入ってきた人たちである。2008年夏、隠岐中ノ島、沖永良部島、そしてトカラ列島宝島において「よそ者」と離島コミュニティに研究の視座を置いてフィールド調査を実施した。本稿では、その中から隠岐中ノ島の調査結果をもとに、「よそ者たち」が島のコミュニティにおいてどのような役割を果たしているのかを考察する。

キーワード：コミュニティ、コミュニケーション、よそ者、離島、隠岐中ノ島、メディア

Key words：community, communication, stranger, small island, Oki Nakanoshima, media

1. 背景

1.1 地域活性化と「よそ者」

限界集落という言葉に代表されるように、過疎化、少子化、高齢化に直面している地域が日本全国に急増している。多くの離島にとっても、これは大きな課題である。例えば、長崎五島列島の福江島の戸岐之首集落にはかつて200人以上が暮らしていたが、現在は、わずか13人に

まで減少し、そのうち65歳以上が8名という限界集落となった(大野, 2008)。人口の減少が激しく、島民全員が移住し、無人化する離島も存在する。島が生き残るには、島で人々が暮らすことが大前提であり、そのためには、島の人口流出を止めるか、島外から人を流入するか、二つの選択しかない。

近年、地域の重要課題のひとつとして地域活性化が叫ばれており、これに関連してさまざま

* 本研究は平成20年度駒澤大学の個人研究助成を受けて実施されたものである。

** 駒澤大学グローバル・メディア・スタディーズ学部准教授

*** 拙稿、「離島のコミュニティ形成とコミュニケーションの発達—父島編」『Journal of Global Media Studies』および「離島のコミュニティ形成とコミュニケーションの発達—奄美大島編」『Journal of Global Media Studies』2008。

な地域戦略が打ち出されている。なかでも、「よそ者・若者・ばか者」を積極的に活用している地域が増えている。関満博が「伸びる地域は若者・よそ者・ばか者がいる地域」と指摘したことから注目されるようになった前述の考え方は、地域力に必要な三種の神器とも呼ばれている。固定化された地域の人間関係に異分子が入り込む必要があるという意味を含んでおり、地域活性化の戦略に適用されているのである。これら三者は、既得権益に縛られず、己の信じる価値によって既存の壁を壊す力をもっているともみなされているが、三者それぞれは以下のような特徴があるとされている。

よそ者－地元の気づかない視点でその地域のよさを発見する

若者－若さというエネルギーが大きな活力となる

ばか者－馬鹿になって真剣に打ち込んでくれる

三者の中でも、とりわけ「よそ者」に期待する地域は多い。都会で就学・就職後に移住したIターン者と呼ばれる人たちがその典型である¹⁾。

メディアによって火がつけられた1970年代の離島ブームは、秘境と呼ばれる、手つかずの美しい離島に魅了された人たちの観光ラッシュを起こした。それだけにとどまらず、与論島に代表されるように、多くの移住者も生み出した(環境庁, 1980; 福原, 2006)。当時の離島ブームでは、港湾や交通基盤、観光施設や宿泊施設などの整備が進められ、リゾートアイランド化に踏み切った島も少なくない。これらの島々に移住した「よそ者たち」にとっては、観光ブームに後押しされた観光業や宿泊業などによって生計をたてるのが可能であり、島に定住し、今も活躍している人たちは多い。

この離島ブームはまもなく終焉を迎えたが、2000年沖縄サミットや沖縄・奄美出身の歌手や俳優の活躍を契機に、島唄ブーム、スローライフ志向、島を舞台にしたテレビドラマや映画のヒットと、南の島々をテーマとするトレンドが続き、再び現在の島ブームが起きた。中でも沖縄移住ブームは大きなビジネスにもなったが、その火付け役は『沖縄スタイル』という雑誌であった。文字通り、青く透きとおった海、空と海の境界線がつながった水平線、色とりどりの魚たち、亜熱帯の植物、島の踊りなど、記号化されたイメージが多くの人達を魅了する。「そこに行けば、おそらく何かが起こる。この私を変えてくれる」という、1980年頃の脱都市化時代をも彷彿とさせるメッセージの数々が織り込まれていた。2000年の島ブームが以前のブームと違う点は、「心地よさ」の追求という点にあるかもしれない。20世紀の経済的な豊かさの追求の結果、居場所を失った人たちが自分の居場所を見つけ、他者との心地よいつながりを構築しようとする姿が今世紀の象徴のように映し出される(菅野, 2009)。しかし、その実態は、島ブームが作り出した島に対するポジティブなイメージとオーバーラップしているともいえる。最近の島のイメージに、浅瀬を渡る牛車、おバアの屈託のない笑顔、畑作業する真っ黒に日焼けしたジイたち、島唄に酔う集落の人たちといった、シンボル化された「心地いい関係」が増えているように感じる。1970年代の離島ブームと比較すると、現在の島ブームでは「貨幣ではない幸せ」、いわゆるスローライフ的なイメージが存在するという一点において、島の魅力を感じ、移住してくる人が多いとみられる。その点からすれば、1970年代にみられた近代化されたりゾートといった、右肩あがりの発展に後押しされた既存の価値観の延長線上で島をとらえることへのアンチ・テーゼを島に見出し、そこに憧れを抱いている傾向が強

いともいえよう（久住，2007）。このような理由から，沖縄移住ブームのピークは過ぎても，特別なイメージや思いを抱いて離島を訪れる人は多いのである。

こういった移住ブームは，島外の人たちの流入を促すという意味で歓迎されるものとなる。現在の島ブームをきっかけとして，移住定住者の受入れに積極的に取組む自治体が増えている。既に筆者が調査報告した奄美大島の瀬戸内町役場でもIターン者への住宅探しを行なっている。Iターン者の活躍ぶりを地域メディア（例えば自治体広報誌）で地域コミュニティにおいて可視化させていくのも取り組みの一環として位置づけられる（金山，2007）。

地域に移住者や定住者といった「よそ者」が増えることで地域が活性化されるが，その一方で問題も起きている。例えば，「県外からの人口の流入は地元民とのコミュニケーション不足による相互の誤解を生む結果となり，地域社会の変容も問題視されてきた」という指摘もある（離島ブーム，2008）。先に述べたように，「癒し」や「居場所」を求めて島へ移住した人にとって，住民票を移して税金を払う意識のない人たちもおり，結果として，人口だけ増え，島の財政は苦しくなるといった問題も発生している。

財団法人日本離島センターが発行している季刊誌『しま』でも，二回にわたり離島の移住定住について特集を組み，以下のような問題を提起している。

地域を支える共同体を維持するためには，どうしても人材が必要だ。移住者の受入れは，島の将来像，これまで築き上げてきた地域の存続に関わる大きな問題にも直結している。出身者のUターンを推し進めつつも，さまざまな経験を持つ島の視点も活かし，地域の活性化を図るという積極的な戦略を持つべきときにきているのではないか。

もちろん，思い描いていた島暮らしと島側の考えが一致しないなど，厳しい現実もある。移住を果たすまで，また移住してから地域の方々と歩調を合わせ，豊かに暮らしてゆくためにはどうすればいいのか。（日本離島センター，2007）

人口が減少している離島にとって，移住者や定住者は人口増加だけでなく，地域活性化の点からも歓迎すべき存在であることは間違いない。同時に，移住した島のコミュニティで，こういった「よそ者」がコミュニティのメンバーとして受け入れられるには，移住者と島側の人たちが互いに理解し合うプロセスが不可欠ということも示唆されている。当然，そのプロセスとはよそ者と島民たちのコミュニケーションが発生することであることは言うまでもない。

2008年，内閣官房地域活性化統合事務局が地域活性化戦略として「地方の元気再生事業」を開始した。その中心となるのが，「交流 観光・二地域居住」である。「二地域居住」は2005年の国土交通省の研究会によって提唱されたもので，「季節居住」や「週末居住」などさまざまな形態が可能である。都市で潤いのない日常生活を送っている人，多様な知識や経験をもった団塊の世代の人などたちとの交流から，彼らの力を借りながら地域再生を図ろうという構想が背後にある（大野，2008）。島ブームや移住ブームにかかわらず，島の生き残りにとって今後ますます「よそ者」の力が必要とされてくることが予測される。

1.2 よそ者論

これまで，「よそ者」という言葉の定義を明示せずに使用してきたが，その概念はジンメルの社会学(1908)に遡る。社会の基本的要素を「人と人との間の関係の相互作用」とするジンメルは，その立場から，以下のように定義する。

よそ者は一定の空間領域—ないし空間と似たような形で境界が定められている領域—の内部につなぎとめられている。しかし、彼(女)ははじめからそこに所属していたわけではない。そして、この地で育ったものでもない、育つことのありえないさまざまな性質をこの地に持ちこんでいる。このことが、この領域での彼(女)の地位を本質的に規定している(菅野, 2006, p.4より引用)。

ジンメルは「よそ者という見知らぬ人が近い存在にいる」という問題の核心は、「共同体とのメンバーとよそ者との共存と相互的一体性の形式をどのようにして作り上げるのか」であると論ずる(菅野, 2006)。共同体内部に生活の基盤をおきながらも、何らかの意味で距離をとれる、つまり「自由」かつ「客観的」でいられるというあり方が「よそ者的本質」であるとしている。故に、共同体内部の定住者から敵意や排除の対象となることもある。一方で、よそ者であることは優位的な位置でいられることもある。菅野は、ジンメルのよそ者論が今日どのような意義があるかについて、以下のように論じる。

「集団の成員としてよそ者は、近いと同時に遠い存在である」というジンメルの表現は、この文脈で理解されてはじめて現代的意義を有するものと考えられる。つまり、「よそ者」という本質的な異質性を有する存在でありながら、その異質性を核にして当該集団のメンバーと深く関わっているのが、ジンメルの「よそ者」なのである。

(省略)

現代における私たちのコミュニケーションをとらえなおすときには、<当該社会(集団)の全ての成員が多かれ少なかれ「よそ者」の性格を持つ>といった前提から理解する視座が必要なのではないだろうか。

近年、「よそ者」の視点が、変わりゆく地域社会の再生という文脈で論じられるようになってきた。環境社会学者の鬼頭は、環境運動などを通して、「よそ者」には以下のような4つの概念が含まれていると述べている。(1998, p.46)

- ① 当該地域から地理的に離れたところに暮らしている人
- ② 外から当該地域に移住してきて、その地域の文化や生活をよく理解していない人
- ③ 当該地域やその地域の文化に関わると自認する人たちによって、「よそ者」のステイグマを与えられうるし、また実際に与えられている人
- ④ 利害や理念の点において、当該地域の地域性を超え、普遍性を自認している人

このように、「よそ者」は「地元」から「よそ者」とみなされるが、この烙印を押されないためには、「よそ者」自らが地域の人たちとの関係を結び、同化していこうとすることが必要だと鬼頭は指摘する(1996)。「よそ者」は地域社会の外に立っていることを自覚した上で、同化しようと試み、それによって「よそ者」と「地元」との共同が可能になるとする。この点において、よそ者は同化を拒みながらも相互的一体性をつくると論ずるジンメルとは異なる。

鬼頭のよそ者論を踏まえたくうえで、敷田はより積極的によそ者を分析し、「地域づくりにとって、よそ者との協働が重要である」と提案する。敷田によれば、よそ者が地域に与える効果は以下の5つである(敷田, 2005)。

- ① 地域にない技術や知識の移入(外部アクターが内部に影響を与える)
- ② 地域の創造性の励起(芸術家などの滞在・交流によって刺激を与える)
- ③ 地域知識の表出支援(外部アクターらに

よって支援される)

- ④ 地域変容の促進効果（地域側に「気づき」をもたらし、地域が変容する）
- ⑤ しがらみのない立場からの問題解決（組織と同化していない存在として変革する）

よそ者は、地域コミュニティの維持が不可能、孤立した純粋コミュニティが不可能、または、異質な他者との共存が必要、といった地域によって求められることとなる。一般的には、よそ者の受入れは開放性が高い風土である地域と思われがちである。こういった風土的な特徴や必要性による受入れの議論に対して、「地域や組織がどのようによそ者と協働できるか」という点が、よそ者がその地で受け入れられていく上で重要であると、敷田は指摘する。また、よそ者論ではよそ者が主体となっているが、本来、地域づくりにおいては、地域側が重要であり、「よそ者使いが上手な地域」であることがもっと意識されるべき点であると強調する。

これまでの「よそ者は地域外の人間である」という考えに加え、「異質な他者の視点」を持つ存在であるならば、地域住民であっても構わないと敷田は述べ、このような人たちを「地域内よそ者」と呼ぶ。地域内よそ者は、例えば、Uターン者の中に存在すると考えられる。前回の奄美大島の調査でインタビューしたFMあまみの麓氏はUターン者であったが、島外に一度出た経験があったからこそ、これまで見えなかった島の良さを見ることが出来るようになったと指摘していた。こういった島外での経験が「異質な他者の視点」を育てたともいえる。

地域内外のよそ者と地域住民と交錯する機会は極めて重要となる。地域コミュニティの日常の局面は当然だが、むしろ、よそ者がもつさまざまな知識・主張を開放できうるような非日常的な場の存在が大切なのである。敷田はこれを「地域へのゲートウェイ」とよび、よそ者を地

域へ誘う場となると論じている。

地域コミュニティには、さまざまなライフヒストリーを背負ったよそ者が入ってくるが、よそ者と地域住民それぞれが互いを受け入れるといった試行錯誤の過程と、そういったコミュニケーションを交錯させる場が持てるかが大切なのである。このように相互作用を発生させる関係にもとづく地域のさまざまな協働が実践されてはじめて、地域コミュニティの維持・変容・発展がみられるものと考えられる。

2. 調査概要

2.1 海士町の地域再生戦略とよそ者

本論文で報告する隠岐諸島は、島根半島の沖合 60 キロほどの日本海に浮かぶ大小 180 の島からなる。そのうち有人島は、島後島、西ノ島、中ノ島、知夫里島の 4 島である。最大の島後島が島後（どうご）と呼ばれるのに対し、残り 3 島は島前（どうぜん）と呼ばれる。隠岐は壱岐としばしば間違えられることもあるが、後鳥羽上皇が配流された島と言われれば思い出す人は多い。本調査の訪問地である中ノ島は、まさに後鳥羽上皇が遠流され、生涯を送った島である。後鳥羽上皇のほかにも多くの罪人が流されている。また、小泉八雲がこよなく愛し、鏡ヶ浦と名づけた海がある島としても有名である。「よそ者」が多く島に訪れている歴史から、「よそ者」に対するホスピタリティがある島という認識も根強い。

中ノ島は人口 2500 人ほどの半農半漁の小さな島で、島全体が海士町（あまちょう）となるが、現在では中ノ島よりも海士町という名の方が有名かもしれない。財政破綻寸前であった海士町だが、「奇跡の復活」を遂げ、いまやその秘訣を知ろうと全国から視察や取材が殺到するほど、注目を集めている²。

この復活劇の中心にいるのが山内道雄町長である。2002 年に町長に初当選し、大胆な行財

政改革と産業創出策で見事に海士町を再生した町長は、自身が島外の民間企業で長年働いていたUターン者であり、自らを「半よそ者」と呼ぶ。2007年に、『離島発 生き残るための10の戦略』を出版し、海士町の地域再生を描いている（山内、2007）。山内町長が提示した10の戦略のうち、「其の7 人が変われば島が変わる」ではU・Iターン者の受入に対する取組みについて、さらに「其の8 活性化の源は「交流」」では、若者・ばか者・よそ者の活用について指摘されている。これだけみても、海士町の復活劇の中で、島外の人たちや島外の眼をもった人たちの活用を積極的かつ戦略的に行なってきたことがわかる。

今回、時化で出港できず、一日島後で足止めにあい、中ノ島に渡るのが遅れたが、おかげで翌朝フェリーの待合場で偶然山内町長と個人的に面識を持つことができた。それがきっかけで、海士町で開催された会議で中ノ島を訪れていた西ノ島の町長と知夫里島の村長と一緒に、中ノ島の全集落を見る機会を与えられた。起伏の激しい中ノ島の14集落を回っていると、集落には明らかに空き家、あるいは、廃虚となった家が目に付く。「持ち主はなかなか貸さないし、売らない」と案内の行政職員は話すが、今でも仏壇だけ残したまま、年に一回ほど帰島する人もいる。人気が少ない集落が多いが、島外の人間が入っていくと、出会う島民の人たちは少し笑みを浮かべたような表情でこちらを見つめる。

ここでは、集落の家々の多くが老朽化している。そのうち、突如として、明らかに集落の典型的な家とは異なる小奇麗な家並が見えはじめた。「ここはIターンの人たちが住んでいる町営住宅です」という説明に、他の島の首長たちが興味を示していた。後述するが、空き家や売り家を探すことが難しい海士町では、U・Iターン者受入の取組みとして、町営住宅を建設した。

これにより、移住した人たちの多くが同じ集落に住むことになる。集落を見て廻ると、新しい建物や今風にリフォームした建物が散見された。その中には、製塩工場や梅干工場など、「よそ者」たちを中心に新たに始められた事業所もあった。

離島では農地として使用可能な土地が限られている。中ノ島のように起伏が激しい地形の場合、この制限はさらに厳しくなる。島外の人たちが移住し、新たに土地を購入する、あるいは、借りることさえも難しいのである。漁業に従事しようとしても、それぞれ魚場は決まっており、好きなところで勝手に漁をすることは出来ない。半農半漁の中ノ島で、農漁業の後継者として戻ったUターン者を除いて、新たに農業や漁業を行なうことは極めて難しいのである。したがって、島外の人たちを流入させるためには、新たな仕事、つまるところ産業の創出が必要となる。この問題は中ノ島に限定されるものではなく、多くの離島が直面している課題でもある。

先に触れたように、財政破綻の危機に直面していた海士町では、大胆な財政改革だけでなく、外貨獲得（島外からお金を得る）を目的として島のあるもの全てを売り出す「島をまるごとブランド化」戦略に乗り出した。その中心は「地産地消」である。本来の「地産地消」と異なり、地域の産物を島外で消費してもらうことを意味する。その結果、島民が普段食べているサザエカレーや岩牡蠣・白いかなどの販売や、子牛の飼育段階で出荷していた牛を、肥育して隠岐牛という成長牛のブランドとして東京の市場に売り込むといった挑戦も行っている。

島に既にあるものをブランド化するだけでなく、島にあるものを再発見し、産業としていくため、海士町では「よそ者」の力と知恵、そして眼を積極的に活用した。「よそ者・ばか者・若者」の活用に力を入れる山内町長による三者の戦略的活用が具現化されている。「よそ者」は、

U・Iターン者、そして商品開発研修生と呼ばれる人たちからなる。商品開発研修生は、海士町に1年間研修生として滞在し、その間に「島の宝探し」という役割を担う。既に、研修生のアイデアのいくつかが商品化されている。

「若者」は、体験塾やキャンプなどに参加し交流する人たちである。例えば、「AMAワゴン」と呼ばれる事業は、東京の大学生がバスで島を訪れ、海士町の中学生らと交流をするという企画である。そのほか、「海士アグリベンチャーツアー」では若者に第一次産業の体験を、「ニート」と呼ばれる若者らには働く意欲を持つための「若者島体験塾」も行なっている。こういった事業体験者の中から、移住者も出ている。

「ばか者」は海士町のファンや応援団となる人たちで、こういった人たちを増やすために、「全国のプロガーこの島に集まれ!」や「海士クリエイターツアー」を実施し、ブログやメディアで島を発信してもらっている。そのほかにも、海士人（あまんちゅ）と海士の料理を堪能しながら語りあう「AMAカフェ」を開催したり、都内の大学祭で出張講演や出店をして、海士町のPRを行なったりしている。畜産や漁業などで起業したい若者のために、海士町が保証先となり一口50万円で貸出者を募集するという「海士ファンバンク」も創設し、最近、徐々に成果もでてきている。



写真1 全国のプロガーを海士町に集めたプロジェクト

さまざまな試行錯誤の取組みの結果、海士町では平成16年から19年のIターン者が167名（定着率80%）となった。少なくともこの数字からは、海士町の定住者促進事業についてある程度成功していることがうかがえる。

2.2 積極的なメディア活用

島のコミュニティの情報は地域メディアを中心に伝達されるが、海士町の新しい取組みやよそ者たちについて知るうえでも、メディアの活用が重要になると考えられる。海士町の地域メディアとしては、『広報海士（海士町役場の広報紙）』、『海士町観光協会新聞（観光協会発行）』、『すくすく通信（海士町保健便り）』といった印刷媒体、そして、「海士町ホームページ（町役場）」、「海士町情報発信サイトAMANA（観光協会）」といったネットによる電子媒体がある。ネット媒体では、Iターン者をターゲットにした情報発信が中心となる。町役場にはIターン向け（写真2）と、島民向けの二つのサイトがあった。特に、Iターン向けのサイトは、町長のアニメなど目を惹く作りになっており、また、Iターンに関心のある人たちが必要とする情報にかなり特化した内容となっていた。2008年秋より、島外向けと島内向けを統合したりリニューアル・サイトとなっている。



写真2 Iターン向け海士町HP（現在はリニューアルされている）

そのほか、「AMANAラジオ（ポッドキャスト）」や「海士テレビ（オンデマンド型ネット放送）」といったインターネットを活用した新しいメディアも立ち上げられている。最近始まった「海士テレビ」は総務省の地域ICT利活用モデル構築事業の一環として実施されたもので、「海士テレビ」に投稿された映像は、首都圏に設置されている大型公衆ディスプレイに投影され、都市と地域の交流を促進し、特産品販売や観光客の増加に繋げるといった地域の活性化を目的としている。後述するが、こういった地域メディアのほかに、島民、とりわけ移住者たちのブログが目につく。戦略的な地域再生の一環としてのメディア活用をすすめる上で、移住者たちは情報発信においても重要な役割を担っているのである。

2.3 研究課題と調査方法

本研究では、よそ者論の視点をもとに、離島コミュニティにおける「よそ者」の在り方について考察を行なう。調査対象の隠岐中ノ島（海士町）は、既に説明したように、多様な移住者受入の取組みと高いIターン定着率から、よそ者の受入れに成功している離島と考えることができる。では、こういった移住者たちは、自分たちがよそ者であることを地域コミュニティの中で、どのように意識しているのだろうか。また、よそ者と地元メンバーの共存において不可欠な両者間のコミュニケーションはどのように行なわれているのか。そして、こういったよそ者たちは、島内外でどのように語られているのかについて主に考察する。

これらの研究課題について、2008年8月に隠岐中ノ島でフィールド調査を実施した。被会见者は15名で海士町町長、町役場職員、地元企業経営者、商店店主、U・Iターン者、地元住民、島に帰省中の若者、旅行者が含まれている。フィールド調査以外に、I・Uターン者が

開設しているブログや雑誌記事の内容分析も行った。

本論文で対象とする「よそ者」については、基本的に移住者と限定する。移住者に関しては明確な定義がないため、国連本部経済社会問題局人口部が奨励する「一年以上の意図を持って居住国を出ること」を国内に適用し、「一年以上の意図を持って居住地域を出て移り住んだもの」とした。

3. よそ者の役割

1998年（平成10年）に始められた商品開発研修生制度以降、さまざまな定住促進事業によって、海士町の移住者は増加している。2004年（平成16年）から2007年（平成19年）の4年間で160名以上が移住しているが、多くは20代から30代という若い年齢層の人たちである。海士町がこういった若者を中心とする島外の人たちの移住・定住促進を目指す大きな理由は、島の将来を見据えた人口の増加と産業の創出を目的としているが、特に第一次産業に付加価値をつけながら、魅力ある産業として継続していくことを目指しているのである。したがって、海士町が積極的に受け入れている移住者たちは、それぞれの思いをもって移住すると同時に、何かしら町の期待（役割）を背負っているとも考えられる。それでは、実際に移住者はどのような役割を担わされているのだろうか。移住者と地元住民のインタビュー、移住した人たちのブログ、そして、雑誌に掲載された移住者のインタビュー記事分析から、本調査では4つの役割が浮かび上がった。以下、順に説明していく。

3.1 島の外の自分

地域活性化におけるよそ者は、「地元の気づかない視点でそのよさを発見できる人」であることが期待されている。よそ者による効果は、

敷田によって5つに分類されているとおりであり、海士町ではこれらの効果が期待されている（4-5頁参照）。

海士町では、既に商品開発研修生をはじめとする移住者が見つけた「島の宝物」が商品化され、市場に出ている。地域にない、よそ者の技術や知識を活用し、埋もれていた地元知識をアイデアにして、外部の人たちと繋がりながら、一つの商品として形にしていく。この商品化の過程と販売の具体的な結果によって、地域が少しずつ変容していく様は、敷田が分類した、よそ者効果が一連の過程となって実現されていく典型とも考えられる。

海士町の移住者の多くは、自分が「島の外の人だから分かる」ことを強く意識しているようにみえる。例えば、観光協会の鈴木桃子氏は「島の人ではないから分かる」という表現を何度か繰り返していた³。同協会のサミーラ・グナワラデナ氏も「自分は若者・よそ者・ばか者だから」というフレーズをととも大切にしていた⁴。「島の外の人」の「人」は、実は「自分」と置き換えられるように思われる。つまり、「島の外の自分だから分かる」と解釈することが可能であろう。この「自分」の裏側には、移住の理由や移住前の混沌とした気持ちの自分、そして、宝物を見つけるまでの「～といった過程を経て、やっと辿り着いた自分」が存在する。例えば、

2005年から商品開発研修生として海士町地産地商課で勤務している後藤隆志氏は、地元で自生するクロモジ（ふくぎの木）でつくった「ふくぎ茶」に着目、海士町の就労継続支援B型事業所「さくらの家」の人たちと一緒に商品化した。後藤氏は自分について次のように話す。

実家のこととか、すごい悩んでいて絶望的な気持ちでここに来たのが始まりでしたから、自分の将来とか考えたときとか、自分の実家でもう一回勝負っていう、当然借金なくちゃいけないですし、いろんな覚悟とか考えたとき、悩んでいたんですけど。これなら俺は失敗したくはないんですけど、絶対失敗しないんですけど、納得いくなという、初めてこの一ヶ月、二ヶ月に、見える機会があって、最近。

海士に来て、東京に行く機会があったり、大阪に行く機会があったり、いろんなところウロウロしながら、いろんな人に会えて、そのつながりで「ふく木」も広がって、その人たちは多分一生続くだろうし。それで自分の生き方が、例えば、帰って実家（旅館）で頑張れば、ふく木が売れるわけじゃないですか。誰の工賃が幾ら上がるまで見えるわけじゃないですか。そんな嬉しいことないじゃないですか。それをやりたいっていうのはすごく



写真3 さくらの家



写真4 福来茶（ふくぎ茶）

見えたし。俺は頑張れる。

グナワラデナ氏も、スリランカの代表的なハーブ（脳細胞の活発の効用があるとされる）である「ゴトゥコラ」が海士町に自生しているのを見つけ、商品化し、販売を開始している。スリランカ人のグナワラデナ氏でなければ、恐らく誰も気づかなかったこのハーブの商品化は、彼の語り口からも、「よそ者という自分とその土地の運命的な出会い」と表現できるほどのエキサイティングなものであるように感じられる。

「よそ者である自分」という意識は、島における自分の存在意義と言い換えることも可能であろう。見つけたものが、塩やお茶といった可視的なモノであろうと、人の温かさや生きる強さといった不可視的なコトであろうと、それは全て「よそ者の自分だから分かるもの」と自分も他者も納得させると同時に、その出会いを素直に感動し、島のヒト・モノ・コトに感謝することにつながっていく。

3.2 つながる交流者

本調査でインタビューした多くの移住者は移住して一年から数年であることもあり、自分たちを移住者、Iターン、あるいは、研修生と呼び、自らを定住者と言ったものはいなかった。むしろ、「帰っても構わない」と前置きされて受け入れられていることが、移住者としての覚悟のような気持ちを軽くさせているようでもある。どのくらい島に住み続けるか分からない中で、いずれ島を離れ、自分の故郷に帰ると考えている人も少なくない。一方で、研修終了後、島で自立していくことを目指し、さまざまな経験を積んでいる移住者もいる。

海士町の移住者事業は、現実には地元の人たちの受入によって成立しており、地元の協力なくして実現できないものである。地産地商課や

産業創出課と異なる町役場の部署がさまざまな企画を実施しても、この企画を受けて実現しようとする集落は同じであり、実現の主体が常に同じになれば、次々にうちだされる企画の実現のため、組織的な疲弊が発生することも危惧される。ある商品開発研修生は以下のように思いを述べている。

1年間の生活のなかで、豊富な食文化・魅力的な行事・そして多くの人との出会い・交流 etc. 沢山の宝物を見つけた。(省略)今の自分に出来ることから優先順位をつけていき、何か一つでも成功させたい。そう感じ始めている。多くの人が海士町へやって来て喜び、感動しかえって行く。でも、ふと気になる。そこで、もてなす島の人。疲れていないか？

混乱していないか？海士へ来てくれたお客様が喜んで帰ること。それも大事。だけど、一番大事なのはそこでもてなした人、まちの人が喜び、達成感を味わえたかどうかだと思う。その瞬間を味わえかねれば、こうした交流は継続できない。(『二年目の夏』, 2006, p.1)

自分たちが交流者として、どのように地元住民の人たちの役に立てるのが、これからの大切な課題だと後藤氏は話す。

その課題はあるかと、実際に現場に行って反応をきいているとある。むしろ、コーディネートの方を調整していかないといけないっていうことは感じています。「交流イコール悪」ではないんで、その辺は神経を使う。単発的じゃなくて、やっぱり双方向のメリットみたいなものが明確にならないと(交流は)うつべきじゃないかなと。それを共有できないと厳しいんじゃないかなというのがすごくある。

交流には、未来を見据えた人材育成の色も濃いですが、地元集落にとっても移住者を受け入れるメリットは当然考慮されるべきであろう⁵。確かに移住者には、技術やスキルを持ち、それで島のために貢献している人もいますが、それとは別に、島の人たちに世話になっていることを心から感謝し、いつか何かで恩を返したいと考えている人も多い。その点において、現地以外の交流活動を望むものが多いのも当然と言えよう。例えば、研修終了後、海士町を離れた後も交流者としての絆を維持することは可能である。むしろ、海士ファンという存在として継続的な交流を望む海士町としては、これは歓迎されるものだろう。下記は、研修を終えた商品開発研修生の言葉である。

一年間、本当にお世話になりありがとうございました。海士町のさらなる発展とご活躍をお祈り申し上げます。そして海士ファンの私はきっとまたこの地に訪れることを約束致します。その時までどうぞみな様お元気で。（『海士に来てよかった』、2006、p.4）。

後藤氏はいずれ実家で家業を継いでも、海士町との間で目に見えるつながりをつくることを今から考えている。

大分に帰って実家で宿やったり、カフェやったりする中で、ふくぎ茶を持って行きたい。大分でふくぎ茶を売っていいと思うんですよ。地産地商っていうけど、モノと人との繋がって出ていくものがあるって、うちのお店でいいものっていうか好きなものを、海士のものを売れたらいいなって。例えば、カボスと混ぜたら美味しいのかなとか、大分のモノと混ぜたらいいなど。これだけお世話になっている海士町と、年賀状のやり取りだけじゃ寂しいなって。

3.3 ストーリー・テラー

海士町をネットで検索すると、個人のブログが多く存在していることに気づく。中でも、移住者たちのブログは徐々に増えている。筆者が滞在した民宿但馬屋で修行中の宮崎雅也氏もブログを開設している一人である。海士町の移住者の中で最も有名と言えるであろう宮崎氏は、一橋大学在学中に、海士町との交流イベントで来島し、そこで但馬屋の主人、宇野茂美氏と知り合った。「七職八貧乏」という生き方をしてきた宇野さんに惚れ込み、2006年4月より但馬屋に住み込みで修行している。また、宇野さんの干しなまこに倣い、干しなまこ加工事業を立上げた。筆者が但馬屋を訪れたとき、干しなまこ事業に関係する島の人たちとの会合の真っ最中で、声を掛けても誰も出てこなかった。滞在中は、宮崎氏が釣った魚を自ら捌いたものが卓にのほり、夜は、若おかみと宮崎氏の三味線を伴奏に、ばっちゃんと孫娘たちが踊りを披露してくれた。宮崎氏のブログ⁶には、日々の発見、季節の移り変わり、素直な喜びなどが写真と一緒に掲載されている。

半世紀に近い人生を過ごしてから海士町に移住し、役場の職員として働くY氏もブログを開設している⁷。インタビューの時はシャイな印象が強く、カラオケでは楽しそうに歌う姿から実は人が好きな人という気がした。しかし、プロ



写真5 宮崎氏の三味線で踊るおかみさん

グでは自分の思いをセルフポートレイト的な写真と合わせて素直に表現し、お会いしたときには感じられなかったY氏の熱い思いと決意をみる事ができた。以下はブログに掲載されているY氏のプロフィールの抜粋である。

50歳にもなりますと、今さら地位や名誉がほしいとか一発当てたいとかよりも、誰かに喜んでもらえることがしたいと、そんなことを考えるようになってきました。これはきっと人のためというよりは、あいつは役に立つと思われることで、はっきりとした自分の居場所をつくりたいという焦りがあるからなのでしょうね。そのことに最近ようやく気が付きました。

... 島に移住してから、いろんな人が野菜をくれたり魚をくれたりしました。私は野菜を育てたこともなく、魚釣りも苦手です。でも、何か自分でつくったものと取ったものでお返しをしたいと、ずっとそう思っていました。

(省略)

私は小さいときから創作することが好きでした。プロのクリエイターになろうなどは今まで考えたこともなく生きてきましたが、野菜の代わりに自分が創作したものをあげて誰かに喜んでもらえたら、こんなにステキなことは他にはないんじゃないかと思いました。

(省略)

決して芸術的価値があるわけでも、作品のクオリティが高くオリジナリティにあふれているわけでもなく、センスのないところはいろんなソフトを使って補います。本当のクリエイターは顔をしかめるかもしれません。しかし私は『B級クリエイター』として生きることを決めました。

ここにあげた以外にも、移住者のブログは存

在する⁸。そこでは、Y氏同様、移住前の人生、海士でみつけた人生、出会い、悩み、驚き、発見、失敗と成功、そして、頑張れる自分といった姿が語られる。こういったブログは移住者の物語のようであり、彼らはさしずめ移住者の語り部（ストーリーテラー）と呼べるであろう。

移住者のブログは、「よそ者の自分」と「よそ者でない自分」が交差する空間とも言える。ネットは、移住先の海士で発見した自分の人間関係や自分の居場所、そこで頑張っている自分、未来を夢みる自分、とさまざまな自分を自由に伝えられる空間を提供する。

海士町の定住推進事業が本格化する以前にも移住者は存在した。しかし、ネットが存在しなかった時代には、「よそ者でない自分」でいる空間を自由に持つことは難しかった。こういった移住者たちが、何を感じ、どのように思っているのかについて、以前は知ることすら難しかったが、ネットが発達した現代のメディア社会では、移住者のブログを通じて、さまざまな顔を垣間見ることができる。移住者のストーリーは、海士町の潜在的移住者にとっても、移住実行に踏み切らせるきっかけを提供する、「面白い物語」に違いないだろう。ネット時代の移住者たちは、「ドリーム・テラー」という役目も担っていると言えるだろう。

3.4 異質な人

島で暮らす多くの子供たちは、高校卒業と同時に（島外の高校に行く子供は中学卒業後）島を出て行く。本土の大学や専門学校に就学する者、島外の企業に就職する者などがほとんどで、島に残る若者は極めて少ない。これは今に始まったことではないが、本土での進学希望者が増え、島での就職口が減少し、Uターン就職が難しい状況が続く中、この傾向はますます強まっている。実際、島の親たちの多くが自分の子供には島の外を見せ、いろいろな勉強や経験

をして欲しいという思いから、島外の大学や短大に子供を進学させている。観光協会の青山氏やグナワラデナ氏も「島の人からすると、Iターンの若者は不思議。何で来たのとよく言われる」と口を揃えて語っていた。このように、島の子供にとっても、大人にとっても、18歳くらいになったら島を出ていくことが、当たり前なのである。

海士町のさまざまな交流事業を通じて、都会の大学生たち、フランスやタイなどからの外国人留学生、映像や音楽のクリエイターなど、これまで島を訪れたことがないような人たちがどんどん来るようになった。これについて、島の若者たちの中には、「よい」と思っている人が半分程度、「関係ない」と感じている人が半分だと産業創出課の大江和彦氏は話す。夏休みで島に帰省中の短大生は、「Iターンの人たちはワケありみたいでこわい。だから近寄らない」と言いながらも、その一方で「自分は別だけど、Iターンの人がいい人で言えば結婚してもいい。外から若い人が来るのはいい。結婚して住みついてくれれば」とIターン者に対して相反する思いを語ってくれた。後述するが、島の若者と若い移住者たちが、もっと積極的に交わることで、島の人たちにとっては、異質な移住者に対する不安が少しずつ払拭されることになると思われる。

島の若者に比べ、実際によそ者たちと交流している島の子供たちは、よそ者に対してポジティブな意識をもっている。こういった交流経験は、子供たちの島に対する意識にも影響を与えていると、産業創出課の大江和彦氏は期待を込めて以下のように話している。

段々、島の子で「島はいい」と言う子が増えてきた。「海士はいろんな人がいて面白い」と。「高校はこっちに行く」「仮に高校で出ても必ず戻る」と言ってくれて。こういった

交流を始める前と後ではすごい数字が変わってきて、殆ど80%が大学なり就職なりして、必ず戻ってくると言っている。今の子供たちはUターン者になる確率が高い。

島の親たちは、「小さいときから、農漁業は大変と見て知っているからやりたがらない」と話す人が多い。それは島で「第一次産業をやりたがらないのは当然のことだ」と言っているようにも受け取れる。海士町で第一次産業を持続可能なかたちで継承していこうという思いと、島民の思いにズレがあるともいえる。第一次産業に従事する移住者は素人である場合が多いが、農業や漁業が子供たちの憧れの職業になるように頑張るといった思いの人が結構いる。親たちの感覚からすれば、島の人たちが大変そうに農業や漁業をやっているのが本当の姿であり、よそ者が楽しそうにやっている姿こそ、異質だと捉えてきたのである。しかし、この異質な姿は、島の子供たちに「農業もいいなあ」「漁業やってみたい」と思わせる可能性を、実は客観的に見せている。

よそ者たちの交流を通し、また、日常風景の中で彼らの異質性を観察することで、同一性を核とした島のコミュニティに所属する人たちとは異なる人たちに対する思いが生まれる。つまり、島の人たちがよそ者に興味や関心をもち始めることで、異質性をもつよそ者と相互関係を持つようとする人材が育成されてくるのである。これは、島の将来に重要な意味をもつことが明らかであり、その点において、よそ者が異質な人であることの意義が、島の発展に大きく関係してくるといえるだろう。

4. 共存と相互コミュニケーション

よそ者と地元の人たちが一つのコミュニティで共存するためには、当然、両者間のコミュニケーションが必要となる。調査を通じて、以下

で示した三つのコミュニケーションの形態が観察された。

4.1 居住コミュニティのコミュニケーション

よそ者とはいえ、必ず移住者はどこかの地区(集落)に居住する。海士町には14の集落があるが、それぞれ異なるルールや行事をもっている。それぞれの地区では住民に地区のルールを守り、行事に参加することが期待される。これに参加しないことは、そのコミュニティにおいて、「よそ者」の烙印を押されることを意味する。産業創出課の大江氏は以下のように話す。

「朝7時から地元の道路の掃除です。みなさん集まってください。草刈もって、鍬持って、手鎌持ってって」と言ったら、やっぱり行かない子が何人かいる。それは独身者のIターンが多い。夫婦者で来たIターンの子は、お母さんお父さんどちらかがきちっと時間にはでていく。そうすると地元の人が、「よそから来たらしいな、頑張れよ」って声かけられる。「有難う御座います」ってそこで会話が来ると、作業終わると自分の畑からキャベツとってきて、「まあこれ食べや」とコミュニケーションできる。夫婦もの、家族ものは結構溶け込むんだけど、若者の独身ものは夜中2時3時まで夜更かして、朝7時に起きられないと、何だ、あそこの長屋住宅の連中はとか、何か全然地区の仕事に出てこないって。

引越してきても地区長に挨拶に行かない人もおり、地区の中で誰だか分からないといった話も聞かれる。本来ならば、居住コミュニティへの参加は、日本全国どこのコミュニティでも当たり前のように行なわれていたものである。都市化とともに、コミュニティの慣習やルールが崩れてしまったところが多く、都会育ちの若者

たちは、コミュニティのルールを知らず、行事に参加したことがないものが少なくない。ゆえに、その意味を理解できなくても仕方がないのかもしれない。

居住コミュニティに参加してもしなくても、「よそ者」が「よそ者」と言われることには変わりはないが、「よそ者なのに、えらい」と言われるのと、「やっぱり、よそ者」とあきらめられるのではその後の付き合い方に大きな違いが生じる。前者のようなコミュニケーションは、よそ者がよそ者であり続け、他者と共存していく上で必要といえる。夫婦や家族のある人たちは、生きていくうえで他者とのいい関係を築くようなコミュニケーションをとることの大切さを経験から学んでいる。これは、離島のコミュニティだけでなく、どの地域コミュニティでよそ者として暮らしても同じである。その点において、コミュニティのコミュニケーションの経験が少なく、自分のことで精一杯の若者独身者たちにとっては、「地域で共存するために」自分がどうあるべきか、そのためには、地域の人々とどのようにコミュニケーションをとるべきかについて、最初に理解する必要がある。

4.2 アドバイザーによるコミュニケーション

前述したような地域コミュニティへの不参加やルール破りなどが大きなトラブルになることも多い。Iターンを受け入れている他の離島でも、コミュニティを無視した移住者の行為が大きな問題となっているところも少なくない。誰かがアドバイザー役を買って出ることによって、相互のコミュニケーションを円滑にさせ、少なくとも大きな問題が発生することを事前に避けることができる。海士町の場合、大江氏のような職員がこういった橋渡しのアドバイザーの役割を担うことが多いという。

Iターン村の中でも、いろんな奉仕作業に

それぞれ皆さん声掛けてね、出る人も出ない人もいるんでね。そういう中で、大きなトラブルにはならないけど、いつ呼びかけても出てこんなど。それを大きなことにするのか、それとも誰か行って、「あのな、奉仕の前の日くらい、酒飲むのをちょっと止めて奉仕作業でた方がいいぞい」とアドバイスしたかしらないかで、そこの村のコミュニケーションが全く変わってくる。

これは小さな問題のように思えるが、場合によっては利権問題にも絡む。例えば、Iターンしたものが、住民になったから、あるいは、漁協の組合員になったからということを前提に、漁業権利や海面利用を主張することがある。こういった自己主張は、島民にとって勝手な行為と映り、当然のことながら喧嘩や摩擦を引き起こしてしまう。海士町では、平成ひと桁年代に移住してきた「元祖Iターン」たちが窓口となり、新しいIターン者を対象とした指導・相談やトラブルの調整などにあたっている。

現在の海士町のIターンは基本的に、「役場が就職先から住むところまで全部が手取り足取り、ハイどうぞって感じだけでも、過去のインターンは努力してきた」と大江氏は語る。自分だけでなく地元の人にも利益が落ちる仕組みを考え、地元の若い連中と長老との間に信頼関係を築きながら、コミュニティの中にしっかりと根を下ろしていった昔の移住者たちに対して、尊敬の念を抱いている人たちも多くみられる。その点において、移住者としての権利を主張するだけで、コミュニティに対する義務を果たすことさえ知らない現代の移住者には、地元住民との関係づくりがいかにあるべきか、どのようなコミュニケーションスタイルをとるべきかを教え、論してくれる、コミュニケーションの潤滑的存在の人が必要だと言える。

4.3 メディアによるコミュニケーション

Iターン者がこれだけ増えても、島の人たちとのコミュニケーションは決して多くならない。では、地元住民は次から次へとやってくるIターン者をどのようにして知るのだろうか。海士町では、よそ者が紹介されるメディア・チャンネルがしっかりと確立している。町の広報紙では、Iターン者については殆ど取り上げない。むしろ、隠岐諸島全体をカバーしている『月刊隠岐諸島通信』や、(財)日本離島センターの季刊『しま』などが、海士町のIターンたちの活躍について誌面の多くを割いている。例えば、『月刊隠岐諸島通信』では2005年から2008年8月の間、25回にわたり海士町の移住者たちを取り上げている。

また、海士町の地域再生の成功により、離島や過疎地域への定住促進事業をはじめとする、さまざまな取り組みが全国のマスメディアで取り上げられている。こういった島外メディアへの露出は、地元住民にIターン者たちのことを知ってもらう大切な機会となっている。もちろん、移住者との直接的なコミュニケーションによって感じるものと、メディア機関によって編集された内容から受けとるイメージとの間にズ



写真6 月刊隠岐諸島通信

レはあるが、島内の人々にIターン者のことを知らせ、その存在を認知してもらえるとという点でメディアの力はとても大きい。

どの離島もそうであるように、海士町も政治的には、「賛成・反対」を軸に、大きく二分されるという点において例外ではない。当然、今の離島振興に関する行政施策への反対意見も存在する。しかしながら、メディア・チャンネルの存在が、こういった反対派の人たちに対し、賛成派の説得コミュニケーションとして有効に機能することがある。

新聞、雑誌、テレビ、相当露出が高いし、県内ずば抜けて露出が高いし、交流人口も多いし、日本全国から視察者なんか入ると相当来てるでしょう。やっぱり住民が何だかんだ言って「海士町やっているな」というのは、少なからず、反対派のちょっと一歩ひいた方もそれは認めている。口にだして、「いやーすごいな」とまでは言わないけれども、文句が出ないということは、結構やっているということは意識してくれていると思うんです。(産業創出課 大江氏)

実際にはさまざまな事業の中で、移住者と地元の人たちは協働しているが、メディアの中で両者が一緒に取り上げられることは少ない。むしろ、地元住民の活躍は地元住民だけ、Iターン者の活躍はIターンだけ、と両者を分けて語ることの方が多い。それだけに、他者を知る上で、メディアがお互いを知るための大切な役割を果たしているのである。言い換えれば、そういったメディアによるコミュニケーションを通じて、それぞれが自分の頭の中で、よそ者の存在と彼らの考え方についてイメージを持つことができ、それに基づいて異なる人と共存することを可能にしているのである。

まとめ

離島が生き残っていくために、島外の人、いわゆる「よそ者」の力を借りていく必要があります。強まる中、本論文では「よそ者」の在り方について、隠岐中ノ島の調査をもとに考察した。離島の地域再生という目的で「よそ者」を受け入れていく上で、「よそ者」とは「チャンス・活躍の場を求めている人たち」と定義し、それに合うような受入体制、つまり「ステージ」を用意する自治体や地元企業のあり方も念頭に置いて考察を行った。

移住者たちは、移住する前から必要な情報を得て、その情報をもとに、その島が自分にとって魅力あるステージになると感じる。そのことが移住というアクションを起こすきっかけとなるのである。移住した後は、「ステージ」でのパフォーマンスを期待され、彼らのニーズを満たすためのヒト・モノ・コトが地元自治体から提供される。Iターン者、移住者、商品開発研修生らなど、呼び名の違いに関わらず、移住した島で「よそ者」としてのパフォーマンスを期待され、それに応えていくことが求められる。

地元自治体によって用意されているものはあくまでも舞台と道具だけで、それを使ってどのようなパフォーマンスを行なうのか、誰とパフォーマンスを行なうのか、どのようにパフォーマンスしやすい環境を整備するのか、パフォーマンスをどのような形でみてもらうのか、誰に評価してもらうのか、誰がパフォーマンスを継承してくれるのか、創造性と企画力が求められる。つまり、移住者の力量に、さまざまな問題を抱え、解決の方策を見出すことのできなかつた島の自治体関係者や島民が期待することになるのである。

このように考えると、敷田が指摘したように、主体となるのはパフォーマー、つまり、よそ者に帰するという構図が説得性を帯びてくる。地

域コミュニティにおける、よそ者の活用が織り成す物語においては、その地域が舞台を提供し、主役の座をよそ者に託し、それを地元住民が脇役という形でサポートするのがお決まりのパターンとなっていると考えられるだろう。そうであるならば、その物語が、どこにおいても同じ話の顛末を迎えるという、いわゆる画一的なパターンに陥らないための変化について考える必要も出てくるだろう。

「よそ者」たちは、離島が生き残っていくためにますます必要な存在となっていくだろう。よそ者に対して、移住した地域と同化することを求めるのは、異なるものを同一性によって封じ込めてしまうことになる。同化というよりも、むしろジンメルが強調したように、他者であることを前提として、互いに歩み寄りながら、相互作用しあう関係を作ることが重要となる。こういった社会的相互作用の関係が、結果として島に、独自の新しい文化を創造していく土台を与えてくれる。その中で、両者間のコミュニケーションを維持・発展させることが、大変重要となる。多様なコミュニケーション形態によって、そのコミュニティにしかない独自の文化圏、対話の場、いわゆるフォーラムを作り出すための実践が行われることが望まれる。

2009年4月より、海士町では第四次海士町総合振興計画にもとづいたまちづくりが行なわれる。第三次海士町総合振興計画は島のブランド化や移住推進、あらたな起業などで大きな成功を収めた。同時に、あまりにも行政主導のまちづくりに島民たちから「協働」の声があがっていた。第4次計画では、島民（U・Iターン者を含む）が議論の中心的な役割を果たし、住民、企業、行政が何度も何度も集まり、意見を交換し、議論を重ね、計画の策定にいたった。まさに、顔の見えるコミュニケーションが協働作業の土台となっている。そこには、よそ者と地元住民という境界線はなく、海士町をよくし

たいと思う人たちの集まりであった。これからの10年、「島の幸福論～海士らしい笑顔の追及」と名づけられた計画のもと、海士町のまちづくりが行なわれる。

ジンメルの時代と異なり、メディアが高度に発達した現代社会では、直接的なコミュニケーションよりも、メディアによるコミュニケーションを身の回りの情報取得手段とする傾向が強い。それは効果的で、一見、有効な手段と思われるに違いないが、コミュニティを形成する人々との相互作用に基づく、創造的な関係性を築く上では、やはり直接的なコミュニケーションの場をもっと創出することが必要となる。「よそ者」が主役の地域振興というスタイルから、「よそ者+地元住民」主役の地域振興、そして地域文化の創出へと発展させていくことが必要なのであり、メディアを通じたコミュニケーションにおいても両者が直接交差する場づくりが、島のコミュニティを維持発展させることに貢献することを本調査は示唆しているのである。

注

- 1 Iターンは「都会で生まれ育ち、就職・転職後に地方へ移住して働くこと」。Uターンは「地方で生まれ育った人が、都会で就学・就職した後、再び故郷へ戻って就職すること」。Jターンは「地方で生まれ育った人が都会で就学・就職した後、故郷には戻らずに他の地方へ移住すること」。
- 2 平成19年度には地域づくり総務大臣表彰大賞を受賞している。日経ビジネス（2007年9月24日号 p.140-151「離島から始まる日本再生」）など、テレビや新聞など多くのメディアでも取り上げられている。
- 3 鈴木桃子氏は2007年8月より移住。
- 4 2006年9月より移住したサミーラ・グナワラデナ氏は第49回外国人による日本語弁論大会で「若者・馬鹿者・よそ者」というタイトルで海士町での体験を語り、外務大臣賞を受賞している。
- 5 一見、当たり前のように思えるが、地域が交流者を受け入れる際、どうしても交流者のほうに重きが置かれてしまうのは、筆者自身が小さな集落での交流プロジェクトの経験からも感じることである。

- 6 たじまや 365 日 <http://plaza.rakuten.co.jp/tajimaya/>
- 7 ブログ //B 級クリエイター宣言。50 歳からの半農半 X <http://amanian.blog85.fc2.com/>
- 8 多くのブログを掲載している週刊 AMANA <http://oki-ama.org/weeklyamana/top.html>

参考文献

- 大野 晃『限界集落と地域再生』（高知新聞社、2008）
- 金山智子「離島のコミュニティ形成とコミュニケーションの発達～父島編」『Journal of Global Media Studies』第 3 号（2008）
- 金山智子「離島のコミュニティ形成とコミュニケーションの発達～奄美大島編」『Journal of Global Media Studies』第 4 号（2008）
- 菅野仁「現代社会におけるコミュニケーション問題への基礎視角－ジメメル「よそ者」論のコミュニケーション論的位置づけ－」『Kyushu Communication Studies』第 4 号（2006）
- 鬼頭秀一「環境運動、環境利権研究における「よそ者」論の射程－諫早湾と奄美大島の「自然権利」訴訟の事例を中心に－」『環境学研究』第 4 号（1998）
- 久住健二（2007）「沖縄県の離島における課題とその対策」 www.sangiin.go.jp/japanese/annai/chousa/.../20070202107.pdf
- 財団法人に本離島センター「移住定住の諸相」『しま』第 209 号（2007）
- J-CAST ニュース「離島ブームは「南高北低」型「高齢化」などで衰退する島も」（2008, 9） <http://www.j-cast.com/2008/09/26027623.html>
- 敷田麻美「よそ者と協働する地域づくりの可能性に関する研究」『江渟の久爾』第 50 号（2005） <http://hd1.handle.net/2115/38342>
- 環境庁、1980『昭和 55 年度環境白書』 <http://www.env.go.jp/policy/hakusyo/honbun.php?kid=155&bflg=1&serial=3321>
- 隠岐諸島通信 2006.07『海士に来てよかった～私が見つけた宝物（商品開発研修生シリーズその 1）』
- 隠岐諸島通信 2006.08『二年目の夏（商品開発研修生シリーズその 8）』
- 福原 裕介、2006『与論島観光におけるブーム後の展開に関する研究』 http://www.soc.titech.ac.jp/publication/Theses2006/graduate/02_20776.pdf
- 山内道雄『離島発 生き残るための 10 の戦略』（NHK 出版、2007）