

被災地における新聞販売店を活用した 地域情報提供モデルの検討

野口武悟*¹ 今井福司*² 植村八潮*³ 千錫烈*⁴ 山田健太*¹

1. はじめに

2011年3月11日に発生した東日本大震災は、周知のように、甚大な被害をもたらした。図書館も、太平洋沿岸部を中心に、職員の死亡や行方不明、施設の倒壊、資料の流失などの被害を受けた（図1：大槌町立図書館）。被害報告のあった図書館（公共図書館、学校図書館、大学図書館）の数は421（被災地域の所在する都道県の図書館全数2081のうちの20.2%に相当）にのぼる¹⁾。もちろん、図書館がこのような状況ということは、図書館の所在した地域のコミュニティそのものが壊滅的な被害を受けたということの意味する（図2：宮古市田老地区（旧田老町）の中心部）。当初は、体育館等の避難所に避難していた被災者の多くは、現在、仮設住宅等に入居して生活をしている（図3：釜石市の仮設住宅団地）。2011年10月17日現在、東北3県（岩手、宮城、福島）だけで888の仮設住宅団地が設けられている²⁾。しかし、仮設住宅団地は、入居者を抽選で割り当てる自治体も少なくなく、入居者相互のコミュニケーションや新たなコミュニティの形成が課題となっている。

* 1 専修大学文学部准教授

* 2 東京大学大学院教育学研究科特任研究員

* 3 専修大学文学部兼任講師

* 4 盛岡大学文学部准教授

図書館が機能停止状態に陥っている地域の被災者に対して、誰が情報サービスを提供するのは切実な問題である。現在までに、各種団体や個人がさまざまな支援を行っている。例えば、図書館等の被災状況を収集し共有する³⁾、避難所等に図書を贈る、仮設住宅団地の一角にミニ図書館を開設する、移動図書館サービスを提供するなどである（図4：南三陸町の仮設住宅団地内に設置された図書館）。これらの取り組みはいずれも貴重な実践であるが、点としての取り組みであり、本当に必要としている地域や人々にサービスが十分に届いているわけではない。また、図書を中心とした従来型のサービスを臨時代行しただけの図書館サービスで被災地の人々のニーズを充たすことが可能なのかという疑問もある。図書以外の情報提供への視点が全般的に弱いのである。被災地の人々に話を伺うと、いま必要としているのは、新鮮な情報、地域に密着した情報であることを強く感じる⁴⁾。こうした情報を被災地、とりわけ、仮設住宅団地に入居する被災者にいかに提供していくのかもまた、課題なのである。

そこで、それぞれに被災地の調査や支援活動に取り組んでいる筆者らは、被災地における地域情報提供モデルの検討を行った。その際に注目したのは、新聞販売店の存在である。なぜ、新聞販売店なのか。それは、東北地方などの地方部においては、首都圏などの都市部と比べて、個人経営の新聞販売店が多く、しかも、地域貢献の活動にも熱心な地域密着型の店が多いからである⁵⁾。また、地域のなかであって、もともと設置されていた公共図書館よりもその数が多い（表）、かつ、店舗数が同規模のコンビニエンスストアや郵便局よりも新聞という情報メディアを専門に取り扱ってきた新聞販売店のほうが地域の情報サービス提供の拠点、ハブとなり得ると考えるからである。



図1 被災した大槌町立図書館 (2011年11月3日 野口撮影)



図2 宮古市田老地区(旧田老町)の中心部 (2011年11月4日 野口撮影)



図3 釜石市の仮設住宅団地 (2011年11月3日 野口撮影)



図4 南三陸町の仮設住宅団地内に設置された図書館(2011年11月26日山田撮影)

表 岩手県沿岸被災地における仮設住宅および新聞販売店・公共図書館の数

	仮設住宅箇所	建設総戸数	高齢者等サポート拠点	談話室	集会所	新聞店	公共図書館数	図書館状況
宮古市	62	2,010	0	19	8	19	4	3館は4/1～開館 1館は10/4～開館
大船渡市	37	1,801	0	10	9	9	2	1館は6/4～開館 1館は津波で全て流失 当分の間休館
久慈市	2	15	0	0	0	8	2	3/16～開館
遠野市	1	40	0	0	1	8	2	4/1～開館
陸前高田市	53	2,168	0	8	3	8	1	津波で流失 再開の目処立たず
釜石市	50	3,164	3	27	1	3	1	5/24～開館
住田町	3	93	0	0	0	1	1	通常通り開館
大槌町	48	2,146	2	17	8	4	1	壊滅状態 再開の目処立たず
山田町	49	1,990	1	23	5	3	1	壊滅状態 再開の目処立たず
岩泉町	3	143	0	1	1	4	1	3/13～開館
洋野町	1	5	0	0	0	4	2	3/13～開館 3/15～開館
田野畑村	3	186	0	0	2	0	0	図書館なし
野田村	5	213	0	2	1	1	1	壊滅状態 再開の目処立たず
合計	317	13,974	6	107	39	72	19	

(※1) 談話室については、市町村の意向により設置

(※2) 集会所については、1団地あたり50戸以上の団地に設置することを基本としている

(市町村の意向により、近隣の公民館等を利用することとし、談話室や集会所を設置しない団地等あり)

典拠：岩手県及び岩手県立図書館のホームページに公開されているデータ（2011年11月1日現在）等にもとづく

2. 提供すべきサービスとその具体的内容・方策

2.1 新鮮、そして地域密着の情報の収集・提供

いま被災地の人々が必要としている新鮮な、そして地域に密着した情報の収集・提供は、残念ながら、従来の図書館では、あまり得意な分野ではなかった。もちろん、地元の新聞や雑誌、行政発行の広報紙を収集・提供し、ウェブ上の情報資源にもアクセスできるようにしてきた図書館がほとんどではある。ただ、この方法では、新鮮という側面を満たすことはできても、地域のきめ細やかな情報をひろい上げ、提供する部分は弱かったのである。昨今では、ツイッター（短文投稿ブログ）などを駆使して、地域のいまを発信する取り組みも増えてはいるが、高齢者が多いという東北地

方の地域特性を考えると、こうした電子メディアのみに依存するだけでは十分な情報提供手段となり得るとは言い難いだろう。

この点、新聞販売店であれば、ハード・ソフトの両面において情報提供の有効なハブとなり得るであろう。具体的には、ハードの面では、チラシ等の編集・印刷の機材がある程度備わっているか、もしくは特定のルートを有しており、これらの転用が可能と考えられる。また、ソフトの面では、チラシ等の制作のノウハウをすでに有しており、当該新聞販売店がカバーしている地域の人々の声をひろい上げ、それをもとにコミュニティ・ペーパー（いわば「かわら版」）を制作して提供（発信）することが可能であると考えられる。

こうして制作された「かわら版」は、被災地の人々に新聞の配達ルートを通して直接頒布することができる。また、新聞を購読していない人々のために仮設住宅団地内の集会所や談話室にも常備しておくようにする。さらには、県立図書館や再開した地域の図書館には、各新聞販売店が発行した「かわら版」を集積するとともに、電子化して図書館のホームページを通して、全国に発信していくこともできよう。同時に、新聞販売店のネットワークを通して新聞社にも集約され、重要と判断された情報は記事にして、全県や全国に配信することも可能である。

「かわら版」の紙面内容は、次のようなものが考えられるだろう。

1つには、ライフライン情報の提供である。いま現在においても、そして残念ながら今後も相当な期間、被災地においてはライフライン情報が不可欠となる。そのなかには、行政発やボランティア団体発のものもあれば、逆に、住民自身が不足と感じているものを発信してもよい。いわゆる回覧板で事足りる面も少なくないが、その印刷と配布が新たに仮設住宅団地に形成されようとしているコミュニティ（新・自治会）にとって大きな負担になっていることも事実であり、その負担軽減の役割をも担えるならばなおのことよいだろう。

2つには、住民相互の情報交換の場の提供である。被災により離れ離れになってしまった元のコミュニティをつなぐ意味でも、仮設住宅団地間での情報交換の場となることが期待される。もちろん、これも回覧板でも担える部分はあるが、いったい自分の住む仮設住宅団地に誰が住んでいるのか、どこの地区から来た人が居るのかさえ、いまだに分からないままに暮らしている人たちが多い。こうしたディスコミュニケーション解消の方策として、そして、元のコミュニティの人々とのつながりを保つ方策としての役割である。

3つには、そしてこれを特に期待したいわけであるが、今後のコミュニティづくり（復旧・復興計画づくりを含む）のための住民自身の意見発信の場の提供である。復旧・復興計画は、どうしても国、県、市町村が作り、上位下達になりやすい。もちろん、今回の場合は、住民アンケートを繰り返し、実際の住民の意向を丁寧にフォローしているかに見えるが、それでも、まだまだ意見を表明する機会が少ないと感じている住民は少なくないように思われる⁶⁾。実際、マスメディアに掲載される意見は全体のごくわずかであるし、量的にはどうしても＜中央＞の意見に偏りがちである。被災地＝＜地元＞の住民のための住民による復旧・復興のためには、こうした住民自身による意見発信の場が必要であろう。

そして、こうして発行された「かわら版」が、各新聞販売店や図書館でアーカイブされることもまた重要である。「かわら版」は、新鮮な、そして地域に密着した情報をいまの人々に提供するだけでなく、被災地のいまを後世の人々の伝えるための貴重な記録ともなり得るからである。

では、いつまで「かわら版」を発行すべきなのか。これについては、具体的に何年とは一概にはいえないだろう。復旧・復興するまでの期間は、地域によって異なってくると思われるからである。もちろん、復旧・復興後にもコミュニティの情報ツールとして継続発行されることがあってもよい。

2.2 「情報コーディネータ」の配置，雇用の創出

では、この「かわら版」は誰が取材し、編集し、制作（印刷）し、発行するのであろうか。新聞販売店の現在の従業員だけでは不可能である。そこで、この任に当たる「情報コーディネータ」を新規に雇用、配置することを提案したい。「情報コーディネータ」は、「かわら版」の制作だけでなく、地域の人々の傾聴やコミュニケーションの相手（後述）、そのなかからひろいあげた情報を必要に応じて図書館や行政機関の窓口で橋渡しする仲介者としての役割なども期待される。地域における情報全般を取り扱うコーディネータなのである。生活と福祉全般を取り扱う民生委員の「情報」版をイメージすれば分かりやすいであろうか。

また、「情報コーディネータ」の新規雇用は、被災地における新たな雇用の創出という側面もある。したがって、原則として、被災者のなかから採用されるべきである。被災に伴って失業状態にある人々は多数にのぼるが、長期の失業状態が続くことは避けなければならない。阪神・淡路大震災時に長期の失業状態が労働意欲の低下を招き、その後の再就職の際の障害となったことはよく知られている。また、「東日本大震災の被災地では人口減少と高齢化が進んでいることなどから判断すると、事態は（引用者注：阪神・淡路大震災のときよりも）より深刻化する懸念がある。これ以上の人口流出を加速させないためにも、被災地では地元での雇用を確保することが非常に重要である」⁷⁾との指摘もある。

「情報コーディネータ」の雇用形態については、新聞販売店に直接雇用されるのか、それとも自治体の職員として雇用され新聞販売店を拠点に活動する形になるのか、などさまざまな形態が考えられるだろう。筆者らとしては、主に前者を想定しているが、地域によっては、NGOが業として引き受けることも含め、後者の形態があってもやむをえない⁸⁾。また、常勤と非常勤（パート・アルバイト）についても選択の余地があるだろうが、可能な限り正規雇用が望ましいことは言うまでもない。いずれにしても、

ボランティアではなく、職業として雇用するからには、その財源が問題となる。

財源については、新聞販売店の自主財源ではもちろん無理である。むしろ、補正予算など国家予算をどのような費目で支出できるかが問われることになる。すでに内閣府予算で、壁新聞の作成を補助したとされており、参考になる。2011年11月21日に成立した2011年度第3次補正予算では、IT関連企業等が被災地で新規採用することを前提に、情報のアーカイブ化が始まろうとしている⁹⁾。こうした関連予算の動向からも、本モデルの実現可能性は高いと推察される。

2.3 顔が見えるコミュニケーションの糸口

被災により、これまで暮らしてきたコミュニティが失われ、また新たに入居した仮設住宅団地でのコミュニティ形成もいまだ不十分な現在にあって、被災者の多くが、近隣の人々とのコミュニケーションの糸口さえつかめずにいるのではないだろうか。「かわら版」と「情報コーディネータ」の存在が、コミュニケーションのひとつの糸口になり得るものと考えている。

実際、仮設住宅団地では、隣に暮らしている人が誰なの分からないという状況が生まれている。まるで、都市部のマンションやアパートのような状況である。これまで近隣の人々とのコミュニケーションが日常の姿であったこの地域の人々にとっては、ストレスの多い環境といわねばならない。都市部のマンションやアパートと同じように、阪神・淡路大震災や新潟県中越地震に伴い設けられた仮設住宅団地では「孤独死」が相次いだことが知られている（すでに、東日本大震災に伴い設けられた仮設住宅団地でも「孤独死」が発生していることが報道されている）。その背景には、近隣の人々同士のコミュニケーションの不足があったともいわれている。コミュニケーションの糸口づくりが急務である。

現代社会にあつて、コミュニケーションは、アナログかつ顔の見える方法から、デジタルかつ顔の见えない方法へとシフトしている。また、それこそが情報化社会のあるべき姿であるかのような風潮さえある。しかし、被災地の人々の求めているコミュニケーションは、後者ばかりではないのである。とりわけ、高齢者の多い状況にあつては、前者のようなアナログで、しかも、人の顔が見えるコミュニケーション手段を欲していると被災地をめぐっていて実感する。

にもかかわらず、仮設住宅団地の集会所などでも煮会や茶話会などを開いても集まる人々は少なく、限られた顔触れになってしまうという意見が聞かれる。どんな人々が住んでいるのかも分からない状況のなかで、いきなり集会や催し物に参加するというのは勇気のいるものである。こうした集会や催し物を開催する前にコミュニケーションを取りやすくするためのワンクッションを設けることが有効ではないかと思われる。このワンクッションの役割をも果たし得るのが「かわら版」と「情報コーディネータ」の存在である。

3. 本モデルの意義と課題

3.1 意義

従来から地域に根付いてきた新聞販売店を地域情報提供（「かわら版」の発行）と人々のコミュニケーションの拠点にしようというのが本モデルの骨格である。そのための新たな雇用の創出（「情報コーディネータ」の配置）も提案している。新たなインフラを整備して新たなサービスを始めるよりも、既存のインフラをうまく活用することで、迅速にかつ効率的にサービスを提供することができる。

また、従来、情報メディアをめぐる流通・提供プロセスは、（1）新聞

社・出版社（ジャーナリズム・パブリッシング）→（２）新聞販売店・取次会社・書店（ディストリビューション）→（３）図書館・文書館（ライブラリー・アーカイブズ）という流れが一般的であり、かつそれぞれの領域が独立してきた。しかし、被災地の小さなコミュニティ単位における情報提供モデルを考える場合、この３者、すなわち、ジャーナリズム・パブリッシング、ディストリビューション、ライブラリー・アーカイブズの融合が必要であり、かつ有効ではないかと考えている。本モデルは、その立場から構想されたものである。

なお、このモデルは、３領域の既存の企業や施設と敵対するものではない。むしろ、互いに連携・協力していくことで、より機能を高めることができる。今回は、「はじめに」において述べた理由から新聞販売店に注目したが、既存の書店や図書館が本モデルに示した取り組みを行ってもよいのである。

3.2 課題

では、本モデルの実現に立ちはだかる課題は何であろうか。主には、（１）新聞販売店同士の温度差、（２）「かわら版」発行及び「情報コーディネータ」雇用の財源、（３）「情報コーディネータ」の基礎資格や経験、（４）「情報コーディネータ」の研修の４点であろう。

（１）新聞販売店同士の温度差であるが、仕組みを作り上げることで、解消可能であると考えている。そのためにも、以下の課題の解決は不可欠である。

（２）「かわら版」発行及び「情報コーディネータ」雇用の財源については、先にも述べた2011年度第3次補正予算からの捻出を想定している。具体的には、総額約10億円の「コンテンツ緊急電子化事業」からの捻出である。この「コンテンツ緊急電子化事業」は、被災者の知のアクセスの向上及び被災地における新規事業の創出と雇用を創造し、さらには黎明期にあ

る電子書籍事業を活性化することを意図するものである。「かわら版」は紙での制作と配布、蓄積が基本であるが、電子化して図書館等のホームページを通して全国に発信していくことも想定している。また、「情報コーディネータ」の雇用を前提としているため、この事業の趣旨に十二分に沿うものであると考える。この事業の補助対象事業者は公募で決定されるため、新聞販売店と連動した迅速な着手が必要である。なお、財源については、新聞社等に働きかけて費用の一部を寄附してもらう方法も考えられる。

(3)「情報コーディネータ」には誰を雇うのか、また、基礎資格は必要なのかであるが、強い意欲があり、コミュニケーション能力に長けているものであれば、基礎資格や経験は特に要しないと考えている。もちろん、司書資格を有しているとか、新聞記者をしていた経験があるなどの点は採用時に判断材料とするにしても、それがすべてではない。なぜなら、ジャーナリズム・パブリッシング、ディストリビューション、ライブラリー・アーカイブズの3領域全般にわたる基礎的な知識とスキルが求められるからである。これらの知識とスキルについては、採用前後に研修を実施して習得できるようにする必要がある。

(4)「情報コーディネータ」の研修については、ジャーナリズム・パブリッシング、ディストリビューション、ライブラリー・アーカイブズの3領域全般にわたる内容で構成することが必要である。具体的には、コミュニケーション、取材、記事の執筆、編集、流通、図書館などに関する基礎的な内容である。新聞社や図書館とも協力をして被災地各地で研修講座を開催することが考えられるだろう。

4. おわりに

被災地の復旧・復興は、まだ始まったばかりである。情報とコミュニケー

ションは、復旧・復興に欠かせない原動力である。筆者らは、微力ながら、本稿で提示したモデルの実現に向けて、活動を進めていきたい。

付記

本稿は、2011年11月10日にパシフィコ横浜にて開催された「第13回図書館総合展」(図書館総合展運営委員会主催)の企画「L-1 グランプリ2011」(テーマ:「東日本大震災に向き合うとき」)で行ったプレゼンテーションの内容をもとに執筆したものである。会場において、参加者等から貴重なご意見を頂戴した。ここに記して感謝申し上げる。

注

- 1) 博物館・美術館、図書館、文書館、公民館の被災・救援情報をまとめた saveMLAK (<http://savemlak.jp>) の2011年11月21日現在のデータによる。
- 2) 国土交通省住宅局「応急仮設住宅着工・完成状況」(2011年10月17日現在)による。
- 3) 注1で引用した saveMLAK (<http://savemlak.jp>) の活動など。
- 4) 筆者のうち野口、山田は、本学の網野房子、川上隆志、藤森研とともに、2011年11月2日～5日まで被災地のメディアの状況について現地調査を実施した(専修大学社会科学研究所特別研究助成(2011年度～13年度)「ポスト3・11の情報流通とメディアの役割」(研究代表:山田健太)による)。この調査の成果については、改めて、別の機会に報告したい。
- 5) 日本新聞協会は、毎年、新聞販売店による地域貢献活動を表彰しているが、被表彰者は圧倒的に地方部の新聞販売店が多い。詳しくは、日本新聞協会のホームページ(<http://www.pressnet.or.jp>)を参照。
- 6) 例えば、筆者のうち野口、山田が宮古市田老地区(旧田老町)で出会った80歳代の女性は、復興計画について言いたいことがあるのに、それを誰に言えばよいのかわからないとして、切々と自分のアイデアを訴えた。
- 7) 三菱UFJリサーチ&コンサルティング『調査レポート 東日本大震災が雇用に及ぼす影響:阪神・淡路大震災から得た教訓を基に』(http://www.murc.co.jp/report_pdf/20110926_175605_0466081.pdf), 2011年9月。
- 8) いわば、釜石市で行政の支援のもと発行されている『復興釜石新聞』の情報コーディネート版である。『復興釜石新聞』の記者は、震災を機に発行を停止した地元新聞社の元記者が担っている。
- 9) 具体的には、経済産業省関連として、「コンテンツ緊急電子化事業」に約10億円が予算化されている。