HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	地域づくりにおける「負の存在」の資源化プロセスの研究 ： 北海道の流氷とエゾシカの「正の資源」転換を事例に
Author(s)	福山, 貴史
Degree Grantor	北海道大学
Degree Name	修士(観光学)
Issue Date	2015-03-25
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/60715
Type	master thesis
File Information	ukuyama2015-1.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

修士論文

地域づくりにおける「負の存在」の資源化プロセスの研究

－北海道の流氷とエゾシカの「正の資源」転換を事例に－

福山　貴史

北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院
観光創造専攻修士課程
88123038

TRANSFORMING "NAGATIVE EXISTENCE" TO POSITIVE RESOURCE IN COMMUNITY DEVELOPMENT: ANALYTICAL CASE STUDY OF DRIFT ICE AND YEZO DEER IN HOKKAIDO

FUKUYAMA, Takafumi

Master Course, Division of Tourism Creation,
Graduate School of International Media, Communication,and Tourism Studies,
Hokkaido University

February, 2015
jack.fukuyama@gmail.com

はじめに

本稿を一言で表せば、それは「見方を変える」プロセスの探究である。日頃から問題として意識していた「マイナスのプラス転換」というテーマについて、地域の負の存在の資源化プロセスの研究を通じ、ここに論述した。マイナスの状況をマイナスと見るかプラスと見るかの違いは大きい。地域の衰退が叫ばれる現代社会において、よく言われる「ポジティブ思考」によるマイナスの状況やマイナスの対象のプラス転換を、論理的かつ実践的に考察することは重要である。そして、本稿で試みた議論が、地域資源活用や地域づくりに携わる関係者や研究者の皆様に、少しでも寄与できれば幸甚である。

2015 年 2 月　福山　貴史（ふくやま　たかふみ）

要旨

地方創生が求められる現代社会において、地域が積極的に、例えば食や観光などの地域資源を活用し、地域振興を図る「地域づくり」が課題となっている。このような中、青森県五所川原市の「地吹雪ツアー」に代表されるように、地域住民の生活環境や地域経済にマイナスの影響を与える「負の存在」を克服しようとする動きが、そのまま地域づくりに繋がった例が見られる。ここで観光利用される猛烈な地吹雪は、以前は住民の生活を脅かす負の存在であったが、地域関係者の発想の転換や克服の取組みなどによって、利用可能な「正の資源」に転換され、連鎖的に地域づくりに発展したと考えられる。そこで本稿では、各地で見られるこのような資源転換の過程には何らかの共通要素を内包すると仮定した上で、北海道の流氷やエゾシカを事例に、地域の負の存在が、地域関係者などの働きかけによって正の資源に転換されるプロセスを解明することを目的とした。結果として、資源化プロセスを構成する共通要素は、文化的と科学的の 2 つにカテゴリー化され、それらは更にブランディングとマーケティングの 2 つのアプローチ別に分類できる。また、これらの 4 つの構成要素を担う地域のアクター同士が連携を図り、資源化を継続的に推進していることも確認された。こうして抽出された各要素の集成を資源化メカニズムとし、その継続的な実践と連携を包括して「負の存在の資源化プロセスモデル」とした上で、その汎用性について多面・多元的な考察を加えた。このようなモデルの一般化の可能性における議論は、他の地域の負の存在の資源化や、潜在資源から顕在資源への転換、そして既存の地域資源の再評価や魅力向上への応用可能性を示唆している。さらに、アクター・ネットワーク理論とポジティブ・アプローチを段階的に援用することで、本モデルは、「組織づくり」に繋がる人材開発の枠組みに対しても、発展的に適用可能である。

目次

序章　　はじめに

第１節　研究の背景・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・1

第２節　研究の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・2

第３節　本稿で用いる用語・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・3

(1)「地域」　／ (2)「地域づくり」　／ (3)「資源」　／ (4)「負の存在」

第４節　研究の方法と調査手段・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・6

第１章　先行研究の整理と先行事例のレビュー

第１節　地域づくりと地域資源活用に関する先行研究・・・・・・・・・・・・・・・9

第２節　資源化プロセスとその分析アプローチに関する先行研究・・・・・・・・・10

第３節　負の存在の資源化に関する先行事例・・・・・・・・・・・・・・・・・・12

(1) 浜辺の「行楽地」化　／ (2) スイスの「観光地」化　／

(3) チェルノブイリ原発事故跡の観光活用

第４節　本研究の方向性と意義・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・16

第２章　北海道オホーツク沿岸域の流氷に関する事例調査

第１節　地域の「白い魔物」と呼称された流氷・・・・・・・・・・・・・・・・・18

第２節　地域の観光資源に転換された流氷・・・・・・・・・・・・・・・・・・・19

第３節　地域における流氷の客観的評価・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・20

(1) 地元メディア「北海民友新聞」による評価の推移

(2)「流氷と市民生活に関する生活実態調査」について

第４節　地域関係者の取組みや関連事象の分析・・・・・・・・・・・・・・・・・23

(1) 資源化の取組みや事象の明確化

(2)「地域文化」と「自然科学」の分野による分類

第３章　北海道東部地域のエゾシカに関する事例調査

第１節　地域の「厄介者」と呼称されるエゾシカ・・・・・・・・・・・・・・・・32

第２節　地域の食や観光資源に転換されるエゾシカ・・・・・・・・・・・・・・・34

第３節　地域におけるエゾシカの客観的評価・・・・・・・・・・・・・・・・・・36

(1) 地元メディア「釧路新聞」による評価の推移

(2)「平成 22 年度道民意識調査」(2010) について

第４節　地域関係者の取組みや関連事象の分析・・・・・・・・・・・・・・・・・39

(1) 資源化の取組みや事象の明確化

(2)「価値づけ」と「価値の伝播」のアプローチによる分類

第 4 章　負の存在の資源化プロセスの解明と考察

第 1 節　資源化のメカニズムとその継続的実践・・・・・・・・・・・・・・・・・・・45

(1) 文化的と科学的な 2 つのカテゴリー化

(2) ブランディングとマーケティングの 2 つのアプローチ別分類

(3) 4 つの構成要素とコミュニケーション

(4) 先行事例に対する資源化プロセスモデルの照合

第 2 節　資源化プロセスにおけるブランディングの多面的考察・・・・・・・・・・・54

(1)「負の烙印」から「正の烙印」へ

(2) 豊かな「文脈」と資源化アプローチの多様性

(3)「アドヴォケート」による「ナラティブ」アプローチ

(4) 負の存在が内包する「特異性」

第 3 節　資源化プロセスにおけるマーケティングの多面的考察・・・・・・・・・・・61

(1)「社会的排除」から「社会的包摂」へ

(2) 資源化への「抵抗」と社会への「インパクト」

(3) 社会との「関係性」の構築による資源化の効果

(4) 小括：価値の伝播の継続的な推進と多様な価値づけの推進

第 4 節　「もの」と「ひと」の資源化プロセスに関する照合的考察・・・・・・・・・70

(1)「アクター」としての流氷とエゾシカ

(2)「ポジティブ・アプローチ」と「デフィシット・ベースド・アプローチ」

(3)「強みと価値」に焦点を当てるアプローチ

(4) 人材開発の枠組みへの応用可能性

終章　　総合考察

第 1 節　結論・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・80

(1) 負の存在の資源化プロセス

(2) 主体の欲求の選択による価値向上と資源化

(3) 人材開発の枠組みへの発展的な適用

(4) 資源化プロセスモデルの一般化の可能性

第 2 節　今後の課題と期待・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・83

おわりに（謝辞）・　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・84

参考文献・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・85

Abstract・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・92

序章　はじめに

第 1 節　研究の背景

今、日本で「地方創生」が求められている。2014 年 9 月、政府は「まち・ひと・しごと創生本部」を設置し、同年 11 月に、「まち・ひと・しごと」創生法が成立した。法案成立の日に地方創生担当大臣が、今後地方創生を推進し、活気ある日本社会を実現するために、国民の意識において、人口急減・超高齢化という「ピンチをチャンスに変える」ことが必要だとコメントしている[1]。

地方創生は、これまで「地域再生」という理念によって推進されてきた。石森（2008）は、地域再生が日本において国家的な課題となっていることを、2003 年の「地域再生本部」の設置と、2005 年の「地域再生法」の制定から指摘し、さらに、少子化の影響による定住人口の減少問題の解決のためには、「交流人口拡大による地域活性化」、つまり観光を基軸とした地域再生事業が必要不可欠であると説明している。

地方の衰退の時代とも言えるこのような状況では、地域が積極的かつ主体的に地域再生を推進することが課題となっている。その中で、特に 2000 年代以降、地域住民が主体となり地域振興を図る「地域づくり」が各地において推進されている（敷田・青木 2013）。こうした推進の動きの中には、例えば、地域に顕在的や潜在的に存在する「文化資源」を評価、又は再評価し、適正に組み合わせることで魅力の創出を図り、地域づくりに繋げる取組みなどが見られる（西山 2012）。また、「馬路村の柚子」や「丘のまち美瑛」などに見られるように、食や観光などの地域資源を基にした新たな地域ブランドを創出するような動きも多く見られ、このような取組みは、外部からの交流人口の誘発などの効果が期待できることから、地域活性化における重要な要素になっている（上野ほか 2008）。このように、地域が積極的に、顕在的や潜在的な地域資源を活用することは、地域づくりにとって有効な手段だと考えられる。

こうした動きを背景に、地元住民の生活環境や地域経済にマイナスの影響を与える「負の存在」を克服しようとする動きが，そのまま地域づくりに繋がった例が見られる。それは例えば、青森県五所川原の「地吹雪ツアー」などである。ここで活用される猛烈な地吹雪は、もともと地元住民の生活を脅かす存在であったが、地域関係者の発想の転換や克服の取組みなどによって、観光振興に利用可能な「正の資源」に転換され、地域づくりに発

[1] 「まち・ひと・しごと創生本部ホームページ」http://www.kantei.go.jp/jp/headline/chihou_sousei/（2014 年 11 月 26 日参照）による。

展したと捉えられる。その結果、発案者である角田氏は「観光カリスマ」に選定され、地吹雪ツアーは累計 12,000 人を集客する国内外に人気のツアーとなった。それは、交流人口の拡大と一定の経済効果を地域にもたらした[2]。

地吹雪ツアーの例の他にも、本稿で扱う流氷やエゾシカは、もともと地域においては負の存在であった。詳細は後述するが、流氷もエゾシカも地域住民や社会経済的に深刻な被害を与え続けていた。しかし、そのような問題を解決しようとする地域関係者の取組みや、次世代にまで渡るその継続的な実践などによって、観光や食の地域資源へと変貌した。

このような資源化の動きは、地域づくりにプラスの効果を与えると考えられる。例えば、北海道紋別市の流氷の観光資源化の地域の取組みは、そのまま「流氷都市」としての市の政策に発展するほどの効果を生み出した。また、北海道東部地域を中心としたエゾシカの資源化においても、「ご当地グルメ」の開発を基軸とした地域振興の動きなどに繋がっており、今もなお資源化の取組みは継続している。これらの事例においては、資源化の推進が、地域づくりに貢献していると考えられる。

第 2 節　研究の目的

以上のような背景から、地域づくりが課題とされる現代社会において、本稿では北海道のオホーツク沿岸地域の流氷と東部地域のエゾシカの資源化を事例に、地域における負の存在が正の資源に転換されるプロセスを解明することを目的とした。その方法として、各事例における資源化プロセスが内包する共通要素を抽出し、それらの要素の集成を負の存在の正の資源転換メカニズムとし、その連携機能と継続的な実践を包括して資源化プロセス[3]モデルとして提示した。その上で、モデルの汎用性について、多面・多元的な考察を加え、一般化の可能性を議論することを目的とした。

他方、資源化プロセスモデルを多面的に考察し、モデルの一般化の可能性を多元的に議論することには、他の地域における負の存在の資源化や、潜在資源から顕在資源への転換などにも適用できる可能性に繋がる。さらに、アクター・ネットワーク理論とポジティブ・アプローチの概念を段階的に援用することで、この資源化プロセスモデルには、人材開発の枠組みへの応用可能性を見出すことが期待できる。特に、地域における「もの」の資源化のアプローチと、組織における「ひと」の能力開発のアプローチには相似性があるとし

---

[2] 「逆転の発想で地吹雪を観光資源に」http://www.projectdesign.jp/201407/pn-aomori/001486.php（2014 年 11 月 27 日参照）。

[3]以降、本稿で扱う資源化の「プロセス」とは、資源化の「メカニズム」を含めるものとする。ここで、メカニズムとは「仕組み」と捉え、プロセスとは「その仕組みの実践と効果創出の過程」と捉える。

た上で、資源化プロセスモデルの人材開発の枠組みへの発展的な適用に対する考察を行い、モデルの一般化の可能性の議論とした。

第 3 節　本稿で用いる用語

本稿で使用する主な用語の説明をする。ここでは特に（4）の「負の存在」の意味やその範囲を共有することに重点を置く。

(1)「地域」

地域の定義は多様に見受けられる。例えば大辞林 第三版によれば、①「区切られたある範囲の土地」や、②「政治・経済・文化の上で、一定の特徴をもった空間の領域。全体社会の一部を構成する。」などと定義されている。また、ブリタニカ国際大百科辞典 小項目辞典は、地域を「他から区別される特性をもった地表の部分」とした上で、「共通の一体性をもつ場合を等質地域、中心で相互に結びついて一体性をもつ場合を機能地域」と定義している。

柳原（2011）は、地域という言葉のあいまいさを指摘しており、「地区」、「コミュニティ」、「地元」などの類似した用語を挙げている。このような中、敷田（2010）は、地域を「一定の地理的広がりを持つ土地や空間とそこに居住・滞在する地域住民間の関係性」と表現しているが、これは本稿の趣旨と符合するため、この用法を採用した。

(2)「地域づくり」

地域づくりから連想される言葉には、例えば前述のような「地方創生」や「地域再生」などが挙げられる。また、「まちづくり」「まちおこし」「地域おこし」「地域振興」「コミュニティデザイン」などのような関連した表現も見られる。こうした表現は、どれも地域の活性化を意図するものと考えられ、本稿の趣旨に沿っている。

また、例えば岡田（2005）は、地域づくりを「地域社会を意識的に再生産する活動」と定義しており、また、北野（2008）は、地域づくりの実践とは、多様な地域関係者や地元住民の「想い・希望・怒り・挫折・喜びが動機となって始まる人間的な行為」と説明している。本稿においては、地域づくりを、これら全ての用語や用法を包括するものとして扱う。特に、本稿が扱う負の存在の正の資源化から繋がる地域づくりにおいては、北野（2008）

が示すように、地域の「想い」や「希望」などが、その実践のきっかけと密接に結びついている。

(3)「資源」

地域の定義同様、資源についてもその意味は多様である。例えば、ブリタニカ国際百科事典 小項目辞典によれば、資源とは最広義に「人間が社会生活を維持向上させる源泉として、働きかけの対象となりうる事物」である。

内堀（2007）は、資源の無定義による一般的な使用や、定義の困難さを指摘した上で、「人間の活動の中で動的であるとともに、人間の生活に動的な力を供給するもの」として資源を捉えている。また、資源論者の Zimmermann（1985）は、資源は事物や物質自体には該当しないとした上で、「事物または物質の果たしうる機能、あるいはそれが貢献しうる働き」という定義を結論づけている。

本稿では、資源化される対象はもともと負の存在であり、その意味で資源の源泉は、ほとんど無限の可能性があり、広く世の中に存在すると考えられる。つまり、主体である人間の見方を変えることで、ほぼ全ての有形・無形の対象が資源となると捉え、本稿で扱う資源とは、ブリタニカ国際百科事典 小項目辞典や内堀（2007）、そして Zimmermann（1985）の定義を包括するものと捉える。

さらに、「地域資源」についても確認する。目瀬（1990）の定義には「地域に固定され、地域開発（広義の開発）に利用可能な資源であり、広義には自然資源、文化的資源、人工施設資源、人的資源等を含む」とある。また、白井ほか（2003）は「地域内に存在する資源であり、地域内の人間活動に利用可能な（あるいは利用されている）、有形、無形のあらゆる要素」とその定義を示している。本稿では、これらの定義を参照しながら、前述した「地域」と「資源」の用法を組み合わせて使用する。

(4)「負の存在」

「負の存在」の定義は、困難である。しかし、負の存在の定義は本稿の重要な出発点であるため、その意味や範囲をここで共有する。先ず、負の存在をイメージしやすいように、地域においてその存在として考えられる主なものを大まかに分類し提示した（表 1）。

そもそも「負」とは人間にとって「マイナス」である状態と解釈する。ここで「マイナス」とは、広辞苑 第六版によると「不利益なこと、悪いこと」という意味が含まれる。本

稿では基本的にこの用法を採用するが、ここで問題が生じる。それは、「不利益や悪いこと」とは、誰の何にとってそうなのか、という問題である。この問題について、その主体は地域社会を構成する、一定数の地域住民であり、不利益や悪いこととは、その地域住民の生活環境や社会経済にとってマイナスの状態を指す。

表１　地域における負の存在と考えられる「主な」もの

分類	負の存在と考えられるもの
自然的なもの	豪雪、極寒、猛暑、地吹雪、流氷、雪崩、台風、地震、土砂崩れ、洪水、外来種、野生動物、花粉、病原菌、有毒生物、悪臭、心霊スポット、など多数
人文的なもの	ゴーストタウン、原発、刑務所、暴走族、迷惑施設、廃墟、スラム街、ドヤ街、怪しい宗教団体、交通渋滞、限界集落、騒音、公害、戦争、産業廃棄物、など多数

出所）筆者作成

表１に示した負の存在と考えられる主なものは、どれもが私たちの生活環境や社会経済にとって不利益や悪いことと捉えられ、それらは私たち人間に何らかの脅威を与える、または与え得ると考えられる。ここで脅威とは「おびやかされ、おどされることで感じるおそれ」（大辞林 第三版）を意味する。

次に「存在」について、大辞林 第三版は「人や事物があること、いること」と定義し、また、「感覚や経験に現れるもの、現象」と説明している。表１に示した、例えば「極寒」や「猛暑」などは、この「現象」に該当すると考えられる。

以上をもって、本稿における負の存在の定義を明確にすれば、それは「私たち人間の生活環境や社会経済に対して何らかの不利益や脅威を与えるか、またはその可能性のある存在であり、一定数の地域住民や特定の社会集団にとって正当化したくない存在」である。本稿のタイトル中の「正の資源」が、一定数の地域住民に利益をもたらす肯定的な存在であるのに対し、負の存在は、一定数の地域住民の間でその存在に対する否定が共有されている状態を示している。

第 4 節　研究方法と調査手段

本稿では、負の存在の正の資源転換のメカニズムの解明や、その継続的な実践としての資源化プロセスモデルの提唱、そしてモデルの一般化の可能性に対する議論のために、下記のような方法で研究を進めた。

・先行研究の整理と先行事例のレビュー
・地域メディア調査（北海民友新聞および釧路新聞の記事）
・文献調査（地域関係者の資料調査、郷土資料、事業記録など）
・現地聞き取り調査（表 2、および表 3）
・調査結果の分析と考察

先ず、地域づくりにおける「負の存在」の「正の資源」転換プロセスへの言及の前提として、地域づくりや地域資源活用、そしてそのプロセスに関する先行研究などの整理をした上で、負の存在が資源化された先行事例のレビューを行った。ここでは、過去の代表的な先行事例を複数レビューすることで、負の存在の正の資源転換プロセスが内包する何らかの共通要素の抽出の可能性を仮定した。

次に、その仮説を検証するために、負の存在とされたオホーツク沿岸地域の流氷と東部地域のエゾシカを事例に、それらの正の資源化への転換プロセスを明らかにし、それぞれのプロセスが有する共通要素を抽出した。そして、抽出された共通要素の集成を資源化プロセスモデルとして提示し、先行事例への照合を試みた。

さらに、諸理論を援用した多面的な議論を行うことで資源化プロセスモデルの汎用性に対する考察を深め、最後に、アクター・ネットワーク理論とポジティブ・アプローチを段階的に援用することで、本モデルの人材開発の枠組みに対する発展的な適用可能性を議論した。

流氷とエゾシカの事例選択の理由は、両事例とも、①北海道特有の地域資源であること、②地域において深刻な社会・経済的被害をもたらす存在であった（ある）こと、③地域関係者による資源化の卓出した取組みや工夫が図られたこと、④各資源化プロセスに、発想の転換などによる価値づけや社会に対する価値の伝播のような顕著な普遍性が包摂されること、などが挙げられる。

なお、調査手段であるそれぞれの現地の聞き取り調査の状況については、下記のように表 2 および表 3 にまとめた。またエゾシカの資源化に関しては、表 3 の内容以外にも、エ

ゾシカの狩猟や資源利用に関し議論が行われた「2013 年度道外狩猟者誘致検討委員会」を傍聴した上で、参加者から意見を聞き、その事業記録を参照した[4]。

表 2　流氷の資源化に関する聞き取り調査状況

日付	聞き取り調査対象	主な聞き取り内容
2013 年 2 月 9 日～ 2 月 10 日	紋別観光協会／オホーツク・ガリンコタワー株式会社／北海道立オホーツク流氷科学センター（GIZA）／ビジネスホテル流氷／紋別市立博物館／紋別セントラルホテル／など	もんべつ流氷まつりの現況、ガリンコ号について、GIZA 元所長の流氷研究、地元の流氷の評価と変容等
2013 年 5 月 11 日～ 5 月 12 日	紋別市／地元の海鮮食堂／GIZA／紋別市立博物館／まちなか芸術会館／㈱喜信堂／など	流氷画家、流氷の 2 次利用、観光資源化の市民への浸透状況、現在の観光概況など
2013 年 5 月 25 日～ 5 月 27 日	紋別市立図書館／歯科医院長（流氷研究者）／北海民友新聞社／／紋別ハローワーク／オホーツク海沿岸海況漁況調査事業推進協議会／流氷あいすらんど共和国／紋別商工会議所など	流氷物語、流氷による失業状況、流氷まつりの開催状況、漁業関係者の評価、文化関係者の立場と連携など
2013 年 7 月 28 日～ 7 月 29 日	厳島神社／紋別市民会館／紋別市立博物館／紋別市立図書館／GIZA／紋別市など	流氷祈願祭、雪の夜の集いについて、北方圏国際シンポジウムなど

出所）調査記録を基に筆者作成

表 3　エゾシカの資源化に関する聞き取り調査状況

日付	聞き取り調査対象	主な聞き取り内容
2013 年 11 月 19 日	富良野市／ジビエふらの／南富良野まちづくり観光協会／地元ハンター	エゾシカの駆除および解体処理状況や、狩猟の魅力など
2013 年 11 月 15 日	（独）北海道立総合研究機構食品加工研究センター／（社）北海道猟友会	エゾシカの食品化の状況や、狩猟状況など

[4] 本事業は、北海道庁が事業主体であり、筆者は 2013 年 12 月 2 日、2014 年 2 月 10 日および 3 月 12 日開催された委員会に参加した。

2013 年 11 月 30 日～ 12 月 1 日	阿寒エゾシカ研究会／エゾシカ食肉事業協同組合／地元ハンター／民芸店	エゾシカの有効活用や、商品開発の経緯、狩猟の状況など
2013 年 12 月 2 日、10 日	女性ハンターの会 TWIN／ （社）エゾシカ協会	会の設立趣旨や活動内容、エゾシカ有効活用の発端など
2013 年 12 月 14 日～ 12 月 15 日	東京農大オホーツクキャンパス／知床エゾシカファーム／知床の民宿	エゾシカの産業化や、養鹿状況、エゾシカ料理など
2014 年 5 月 2 日、9 日	北海道環境生活部エゾシカ対策課／ 釧路市都市経営課	エゾシカの駆除の状況や有効活用など
2014 年 6 月 26 日	阿寒エゾシカ研究会／NPO 法人西興部村猟区管理協会	関係者の連携活動について／ エゾシカエコツアーについて
2014 年 7 月 19 日	北海道庁保健福祉部健康安全局食品衛生課	HACCP 等について

出所）調査記録を基に筆者作成

表 2 および表 3 に示したように、流氷においてもエゾシカにおいても、聞き取り調査の対象は、より広く地域関係者を網羅するように努めた。このような努力は、本研究調査の過程の妥当性や調査結果の真正性に繋がる。

以上のように、本章においては研究の背景や目的、用語の説明、研究の方法、そして調査手段について述べた。これらを前提に、負の存在の正の資源化プロセスを探究する。

第 1 章　先行研究の整理と先行事例のレビュー

第 1 節　地域づくりと地域資源活用に関する先行研究

近年、地域づくりに関する研究や文献は多く見られる[5]。例えば、論文の検索サイトである CiNii で「地域づくり」をキーワードに検索すると、6,633 件が該当した。また、文献数の参考に、Amazon の本のカテゴリーで同じキーワードを検索すれば、3,003 件が該当する。詳細なデータの提示はここでは割愛するが、序章第 3 節で述べた「まちづくり」や「地域再生」、「地域おこし」、その他の地域づくりに関連するキーワードで検索したところ、いずれにおいても多くの先行研究や文献にヒットした。これらのことから、近年における地域づくりへの注目度の高さを推測することが可能である。

最近の研究においては、例えば、森重（2008）は、地域の主体的で新たな観光への取組みが地域関係者同士の関わりやそこから創出される利益を生み出す効果を、地域づくりの特徴である公共性の視点から述べている。また、敷田（2009）は、本来の地域づくりを「地域がよそ者との関係性を維持しながら相互変容するプロセス」とした上で、観光や交流に関連づけて、地域づくりにおけるよそ者の役割ついて論じている。

さらに、地域再生に関しては、例えば条件不利地域における地域活性化策を、内発的発展の観点から読み解くもの（山下ほか 2010）や、地域再生の文脈から地域資源を活用した農山村地域づくりの活動における共同体制の在り方を考察するもの（坂本ほか 2009）など多数みられる。

このように、地域づくりや地域再生などに関する先行研究は数多い。また、関連文献の多さから見ても、地域づくりについては、実践的にも理論的にも広く分析や考察などが進められており、そのノウハウが蓄積されている。

地域資源の活用は地域づくりにおいて重要な役割を担うと前述したが、関連する先行研究をみると、その研究の切り口は多様に存在する。例えば古永（2009）は、中小企業地域資源活用促進法[6]に基づく、中小企業による具体的な地域資源活用を軸にした事業展開の事例調査から、その新たな展開を支える諸条件を検討している。また、田村・多胡（2001）

---

[5] 後述の CiNii や Amazon での検索結果は、いずれも 2014 年 11 月 28 日に参照したものである。

[6] 古永 (2009) は、2007 年 6 月に「中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律」が施行され、これは地域経済の活性化を目的として、中小企業による地域産業資源を活用した事業活動を支援するものであり、これを中小企業地域資源活用促進法と説明している。

は、地域の個性を尊重する地域づくりのために「地域の文脈[7]の継承」が必要とした上で、地域住民の意識調査を通じて、地域資源の評価メカニズムを明らかにしている。

さらに、地域資源の活用による地域づくりに関しては、上野ほか（2008）が、北海道を中心とした全国各地の地域資源の活用事例の研究調査を通じ、その効果や課題の把握などへの言及を通じて、今後の具体的な地域活性化策の可能性を示唆している。また、白井ほか（2003）は、資源の付加価値を高める地域づくりにおいて、特に未利用な地域資源の特性に着目し、その特性には「凡」（ありきたり）、「負」（マイナスのイメージ）、「棄」（見捨てられた）の 3 タイプがあるとした上で、それぞれの活用事例と共に未利用な地域資源の活用法を考察しているが、資源活用の基本的な考え方や手法の紹介がほとんどである。

第 2 節　資源化プロセスとその分析アプローチに関する先行研究

次に、資源活用に至るプロセスについて、例えば森重（2011）は、地域の「要素」の観光資源化が以前より容易になってきているとした上で、観光資源の利用のみに焦点を絞るのではなく、その資源化のプロセスをマネジメントすることを重要と捉え、議論している。また、Zimmermann（1985）は、人間は「中立的事物」をますます多く資源化していると述べており、資源化の過程には、人間による「文化的欲望」や、「科学・技術を含む能力」が含まれていると示唆している。

さらに、資源化プロセスにおいては、佐藤（2008）の提唱する「働きかけのメカニズム」が参照できる。ここで佐藤は、資源を「働きかけの対象となる可能性の束」と定義した上で、資源への変換プロセスには「制度、文化、技術」の 3 つの働きかけが存在すると説明している。本稿が扱う資源化プロセスにおいては、このような佐藤（2008）の解釈や Zimmermann（1985）の理論を援用する。

このような議論の中、Zimmermann（1985）は、資源転換のプロセスには、「抵抗」が伴うと説明しており、その抵抗を「直接的障害」と「間接的障害」に分けて提示している。前述のように Zimmermann（1985）の提唱する資源論においては、資源化とは基本的に人間の欲望に基づいた「評価」であると考えられており、その欲望の表出としての資源化の働きかけには、障害や抵抗といった摩擦が生じるとされている。そのため、本稿における負の存在を正の資源に転換させるという行為は、地域資源活用を目的とする人間の欲望に基づいた働きかけと捉えることができる。そして、後述するように、各事例における資源

[7] 田村ほか（2001）は、地域の文脈とは「①コミュニティ、②まちづくり資源、③まちづくり課題・目標、④まちづくり計画情報、及びその集合」で構成されるとしている。

化には、抵抗や反対などの事象が見られ、それらの要因や与える影響などについても言及する。

さらに、資源化プロセスの分析アプローチに関しては、「アクター・ネットワーク理論」がある。これは、本稿の第 4 章において、資源化の対象と地域との関係性、およびその変容過程を分かり易く考察するために、例えば流氷やエゾシカをアクターと位置づけることが可能な理論であり、ここでアクター（またはアクタント）とは、例えば Callon（2006）によれば、「人間であれ非人間であれ、基本的行為に参加するアクティブな実在物の全て」としている。

そしてアクター・ネットワーク理論については、丸山（2005）は「科学と社会の共進化過程を人とモノのネットワークという枠組みから分析」する手法だと定義し、また、周（2013）は「関係の生成変化に注目し、ヒト、モノ等の諸断片的な要素を、諸関係を構成する「対称的」なアクターと見て、それらのアクターが織りなすネットワークの動態のプロセスを把握」するための枠組みであると定義している。さらに、周は、アクターとネットワークは不可分とした上で、「関係の結び様が変われば、実在は性質を変えたり、別の存在になったり、新しい存在に取って変わる」と説明している。こうした理論や定義を適用することで、地域で負の存在化する対象をアクターとして位置づけ、その正の資源転換を「ネットワークという枠組み」や「関係の生成変化」の視点から考察することが可能となる。

さらに、地域づくりにおける資源化プロセスと、組織づくりにおける人材開発過程を照合的に考察するアプローチとして、本稿では「ポジティブ・アプローチ」を採用した。ポジティブ・アプローチとは、ファシリテーションの手法に分類されるが、大住（2013）によれば、それは「組織や人の潜在的価値や強みにフォーカスし、それらの連携により新たな成果を生み出し、ありたい姿を描き共有することを通じて、新たな価値、目標、アクションを導く方法論」である。また、ポジティブ・アプローチ型のファシリテーションは、「組織の課題ではなく将来の「ありたい姿」に着目し、社員や組織が潜在的に持つ力を引き出そうとする」（小林 2008）。

その中でも、「AI」（アプリシエイティブ・インクワイアリー）は、ポジティブ・アプローチの代表的手法とされている。AI[8]とは、人や組織の潜在力や強みにフォーカスし、それらを最大限に活かした人や組織の成長や発展を促すアプローチであり（大住 2013）、用語として「アプリシエーション」と「インクワイアリー」の 2 つに分けられる。Whitney&Trosten（2006）によれば、アプリシエーションには「価値の認識と付加」の意味が含まれ、また、

8 ケース・ウェスタン・リザーブ大学のディビッド・クーパーライダー教授の提唱による（大住 2013）。AI とは「Appreciative Inquiry」の略である。

インクワイアリーとは「探究と発見の行為」であるとしている。さらに、Whitney&Trosten（2006）は、着眼点が対極にある「デフィシット・ベースド・アプローチ」という、問題点や欠点に注目し、その克服にフォーカスする手法と比較することで、AI のポジティブな特徴を明確に示唆している。

以上のように、本稿に関連する先行研究をそれぞれテーマごとに整理した。特に、資源化プロセスの分析アプローチとして、アクター・ネットワーク理論とポジティブ・アプローチを概観したが、これらの理論やアプローチは、本稿で明確化した資源化プロセスの汎用性や一般化の可能性の多元的な議論において援用する。

第 3 節　負の存在の資源化に関する先行事例

ここまで、地域づくりや地域資源活用、そして資源化プロセスやその分析手法に関する主な先行研究を取り上げ整理したが、地域の負の存在の正の資源化について論じたものは、白井ほか（2003）の研究調査報告における、「負」や「棄」といった未利用の地域資源の活用にかかる言及をのぞき存在しない。しかし、それは一般的な活用法の紹介に留まっており、それらの資源化プロセスの詳細な議論まで踏み込んでいない。

こうした状況の中、本節では、負の存在が正の資源に転換された以下の 3 つの先行事例をレビューする。これらの先行事例が示す資源化の様相を検討することで、負の存在の資源転換の過程には何らかの共通要素が存在するのではないかと仮定した。

（1）浜辺の「行楽地」化

海や浜辺は、以前、特に 18 世紀の中ごろまで、人々にとって負の存在であったと考えられている。Corbin は、著書「浜辺の誕生 -海と人間の系譜学-」（1992）において、その状況を説明している。

> 山脈のように立ちあがった大量の水が呼び覚ます圧倒感と雄大なイメージが、さらには、悪魔のように苛酷な海の、その底にじっと身を潜めている怪物たちのイメージが、とり憑いて離れません。そして、航海に擬せられたおのが人生を渡るキリスト教徒にとり、時化て荒れるあの邪悪な海は降りかかる苦難を象徴しています。

浜辺は人々にとって恐怖の対象であったと考えられ、これは本稿が負の存在を定義するように、その恐怖は、人々に対して何らかの脅威を与え得るものだったと思われる。海には「怪物」たちが住み、そして海は「悪魔」のようで、ゆえにその海に接する浜辺には近づきたくない、という状況だったのであろう。ここで浜辺は、ある一定数の地域住民によってその存在が否定されていると考えられる。

しかし、時間の経過と共に、浜辺に対する人々のイメージは変容した。Corbin（1992）は、この変容について「やがて海岸はゆっくりとひとつの光景-見世物に変貌」したとし、さらにこうした変貌は「もろもろの別のプロセスに導かれて再生」したと示唆している。

> 渚をめぐる欲望は魂の医術のなかに組み込まれており、この欲望には身体感覚に耳を澄ませねばという気持ちが表れています。しかも、身体感覚を聴診にかけなくてはならないとする背景には、十八世紀の医学が横隔膜に大きな意味を授けていたという事態がひかえています。海水浴という時好は冷水を利用したショック療法という治療モデルにつながっているのです。ここでいちばん肝腎なのは、ひとこと、身体とのあたらしい関係ということなのです。

このように浜辺は、「憂鬱症やヒステリーから快癒したい」という人間の欲望に応える（Corbin 1992）形で、徐々に「海水浴」を楽しむことができる行楽地へと資源転換されていった。浜辺が、こうして負の存在から正の資源へと変貌を遂げたそのプロセスの一つには、このように、医療の見地からの海水浴という「利用法の発見」による人間の新しい働きかけがあったとすることができる。こうした状況に関し、西田（2011）は自然神学の観点から、神による海の病気の治癒力の理論を唱えたラッセル[9]の例を挙げると共に、「神学と科学の融合が海洋へのポジティブなイメージを醸成」したと説明している。

(2) スイスの観光地化

西田（2011）は、このような海洋への言及のほかに、山岳の風景についても、古典美にとって「嫌悪すべき混沌」であったのが、18 世紀には「崇高なもの」として賞賛される対象となったと説明している。例えば、ヨーロッパの山岳を代表するモンブランは、以前は「モン・モディーエ」（呪われた山）と呼称されていたが、時を経て、その表象は徐々に変

9 イギリスの医師リチャード・ラッセル（生年不詳－1771）のことであり、自然神学の視点から海水療法を理論化した人物である（西田 2011）。

容し、今は「モン・ブラン」（白い山）と命名されている（西田 2011）。

「呪われた山」としての呼称は、例えば小泉（2001）が述べるように、当時のヨーロッパ人にとって「幾何学的図形」や「表面のなめらかな球体」が美しいとされる中、「乱雑な形」である山岳は決して美しいものではなく、むしろ大地に醜く存在する「疣」や「瘤」などと捉えられ、さらにそこに住む人間も知性に乏しい醜悪な存在とされていたことにも繋がる。

このように、人々がその存在を否定していたとも解釈できる山岳であったが、Nicolson（1989）によれば、約 1 世紀の間にそれは変貌を遂げ、これまで人々から「暗い」とされてきた山岳に、「栄光」の光が射した。西田（2011）は、このような変貌について言及している。

> 恐怖・暗黒の山は、科学的探究によって岩と氷の物質の山に変貌し、同時に、
> ロマンチックな自然感情によって崇高・栄光の山へとその表象を大きく変えた。
> ここに美しい山岳の風景が誕生した。

このような「アルプス山脈」があるスイスも、観光地としての歴史は 200 年ほどである。スイスもまた「暗い」とされた山岳と連動し、以前は人々にとって負の存在であったと考えられている。この状況を、例えば河村（2013）は、当時のスイスは「美しいどころか不愉快で恐ろしく、野蛮とすら感じる人までいた」と述べている。

スイスが、観光地として認められるまでには、多様な働きかけがあったと報告されている。その中において、「ピクチャレスク」という概念によるアプローチが先ず挙げられよう。ピクチャレスクとは、大辞林 第三版によれば、「絵のように美しいこと」である。また、ブリタニカ国際大百科辞典 小項目辞典は、「自然風景を再認識しようとする芸術上の流行のなかから形成された美的概念」であり、その概念は「自然界の荒々しく粗野な形態と構成をよしとする」と説明している。

つまりピクチャレスクとは、例えば自然界に醜く存在する「疣」や「瘤」などを美しいとする態度であるとも換言でき、それは以前、不愉快で恐ろしく野蛮とされたスイスの負のイメージを、正のイメージに転換するアプローチに繋がったと理解できる。

スイスの風景は、先ず、このピクチャレスクによって資源化が促進された。大河内（2003）は、このような人間の認知の状態に関して、「廃墟や疲れ果てた馬車馬は形態的な粗さや老朽といった特徴をもつものとして典型的にピクチャレスクなものとされる」と指摘している。つまりこれは、醜い対象を美しい対象として捉える、主体としての人間の見方の転換

の問題であるといえよう。この点について、西田（1999）は、瀬戸内海の風景の変貌を例に「人々自身が変わることによって風景の見方が変わった」と表現しており、「視覚の風景」の背後に存在する「意味の風景」の重要性について示唆を与えている。

スイスの風景は、こうした新しい美意識の発現によって観光立国への道が開かれようとしていた（河村 2013）。また、河村によれば、スイスは「新エロイーズ」に代表される文学や、オペラなどの芸術といった多様な文化においても、美しいものとして謳われるようになったとし、河村（2013）はさらに別な視点から説明を加えている。

> スイスの先進的なホテル産業と表裏一体を成していたのは、じつは「結核療養ビジネス」だった。空気のよいアルプス山中は、単にそこが結核菌にまだ犯されていない「結核処女地」にすぎなかったとしても、当時不治の病であった結核の天地療養に最適な土地と考えられ、ダヴォスやアローザなどといった高山の田舎の村が、結核医とホテル企業家よって結核リゾートへと開発されてゆく。

かつて負の存在とされたスイスの観光地への転換プロセスには、浜辺の資源転換と同様に、こうした医学的な見地からも、人間による療養地としての利用促進を見出すことができる。また、18 世紀の科学技術の進歩により、山岳地は「地形変質、鉱物、植物などの研究フィールド」となり、実験などの適した場所へと変貌した（西田 2011）。このように見れば、スイスの観光地化には、人間の多様な働きかけが寄与していたと捉えられる。

(3) チェルノブイリ原発事故跡の観光活用

1986 年 4 月 26 日、ウクライナ（旧ソ連）北部のチェルノブイリで原発事故が発生した。発電所の 4 号炉が爆発し、大量の放射性物質が放出された。今中ほか（2003）によれば、1986 年のソ連政府報告書は、希ガス 5000 万 Ci[10]、希ガス以外 5000 万 Ci、合計 1 億 Ci の放射能が放出したとし、さらにその被害の状況を説明している。

> 避難・移住を余議なくされた人々の数は、事故直前に 30km 圏から強制避難させられた 11.6 万人を含め、約 35 万人と推定されている。チェルノブイリ原発周

[10] Ci とは放射能の古い単位であり、キュリーと呼ばれる。1 キュリーは、3.7 ベクレルに等しい（ウィキペディア http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%AD%E3%83%A5%E3%83%AA%E3%83%BC 、2014 年 12 月 1 日参照）。

辺無人ゾーンの面積は、3700km²にも達しており、大阪府（1800km²）の 2 倍の面積から地域社会が丸ごと消滅してしまった。

チェルノブイリ原発事故跡が、地域において負の存在であり続けていることは、こうした被害状況をみても容易に推測できる。しかし、時間の経過と共にこの原発事故の跡地が今、観光資源化されている。現地のツアー会社に申込みをすれば、誰でも簡単に原発跡ツアーに参加することが可能となり、廃墟化した町に赴いて、事件発生の現場である 4 号炉で記念写真を撮ることができる（東ほか 2013a）。

こうした動きに係る現地調査において、東ほか（2013a）はさらに、チェルノブイリ原発跡の観光利用に至るまでの過程には、「ストーカー」[11]と呼ばれる人と、その人たちが描いたエッセイの存在、そして、そのストーカーを題材にした PC 用の娯楽ゲームの存在があると述べている。これは、スイスの観光地化と同様、原発事故跡の観光利用においても、人間による多様な働きかけが存在したとみることができる。

こうした観光の動きは、近年、「ダークツーリズム」として注目されている（乙須 2012）。ダークツーリズムとは、「悲しみのツーリズム」とも呼ばれ（親泊 2011）、端的には「戦争や災害の跡などの、人類の悲しみをめぐる旅」のことである（井出 2014）。このようなツーリズムは、「負の遺産」をめぐる観光とされている。ここで負の遺産とは、「人類史上の重要な出来事を伝える遺産のうち、今後こうしたことがあってはならないという戒めの教訓としての意味を持つ遺産」と説明される（稲葉 2011）。

このように考えると、チェルノブイリ原発事故跡は、確かに負の遺産である。よって、原発事故跡の観光地化は、ダークツーリズムの範疇だと考えられる。一方で、原発事故跡は、本稿で扱う負の存在として捉えることが可能である。つまり、原発事故跡も、地域において、人々に不利益や何らかの脅威を与え得る負の存在の範疇にある。

第 4 節　本研究の方向性と意義

このように、近年注目されているダークツーリズムを概観したが、本稿においては、こうした負の遺産をめぐる観光や観光資源化について論ずるものではない。前節において負の遺産は、本稿における負の存在に内包されるものとした。しかし、負の遺産と負の存在では、少し意味が異なる。そしてこの意味の違いは、負の遺産の観光資源化と、負の存在

11 チェルノブイリ立ち入り禁止区域への「案内人」とスリルを希求する「旅人」の両者を指す（東ほか 2003a）。

の観光利用における正の資源化の棲み分けにも繋がる。

その理由として、例えば井出（2014）が示すように、戦時中の日本における原子爆弾の犠牲を、ダークツーリズムの対象としての負の遺産と捉えた時、負の遺産とは「多面的な複雑性をもち、けっして“善と悪”では説明がつかない」ことなどが挙げられる。さらに井出（2014）は、その背景にある、戦争のポジティブな側面の評価を困難にする「さまざまな政治事情」の存在を示唆している。

そもそも、負の遺産の「負」はネガティブな意味を帯びるが、「遺産」はポジティブな意味を内包すると考えられている。例えば、広辞苑 第六版によれば、遺産とは「前代の人が遺した業績」であり、それは遺産という言葉自体に積極的な評価が含まれることを表している。つまり、負の遺産という表現自体が複雑である。

それに対して、本稿における負の存在の正の資源転換は、その資源化の状態を完全にポジティブなものとして捉える。つまり、一定数の人々にとっては完全な“善”の状態であるとも言える。このような解釈においてチェルノブイリ原発事故跡の観光地化を捉えるならば、それは負の遺産をめぐる複雑性を帯びたダークツーリズムの文脈ではなく、原発跡地を、その観光客の興味の対象、または何らかの欲求を満たしてくれることで正の資源と見なすシンプルな解釈「のみ」において、本稿の論旨に沿うと考える。

ところで、第 1 章第 2 節で既に示したように、地域づくりにおける負の存在の正の資源化プロセスに直接関わる先行研究はほとんど見られなかった。また、地方の衰退と言われる時代において、地域の負の存在は、いわばマイナスの状況の中のマイナス要素であり、そのプラス転換の手掛かりが求められる。従って本研究の意義は大きいと考える。他方、先行事例のレビューで見られたように、人間の歴史において、浜辺や山岳などの当時の負の存在が正の資源に転換された具体的な事例は存在する。それぞれの資源化プロセスが有すると考えられる共通要素の抽出や、その集成による資源化プロセスモデルの提示などは、こうしたマイナスの状況のプラス転換への手掛かりに結びつく。

このような本稿の意義の先には、他の地域における負の存在の正の資源転換への応用可能性の期待がある。それは、例えば地域において脅威を与え得る「雪崩」や「廃墟」（表 1 に記載）などに対しても、本稿で解明された資源化プロセスモデルを適用すれば、それらが地域の、例えば観光資源化される可能性が高まる。そしてその可能性の高まりは、地域の負の存在がもたらす脅威や問題を解決または軽減する効果と、資源化した時に享受可能な地域の利益の両方の期待となる。すなわち、本稿で期待される効果は、地方創生担当大臣の唱える「ピンチをチャンスに変える」ことに結びつく。

第 2 章　北海道オホーツク沿岸域の流氷に関する事例調査

第 1 節　地域の「白い魔物」と呼称された流氷

現地調査の主な対象地である北海道紋別市は、東経 143 度 21 分・北緯 44 度 21 分で、オホーツク海沿岸地域のほぼ中央に位置する（図 1）。人口は 23,941 人、世帯数は 12,166 であり（2013 年時点）、就業者総数 12,199 人である（2010 年時点）。その中で第 1 次産業の就業者は、1,082 人（漁業 949 人、農業 489 人、林業 99 人）で構成されている。紋別市の気象は、オホーツク海の影響を受けやすく、気温は、1～2 月に流氷[12]により月の平均気温は－5℃以下となり、真冬日も月に 20 日以上になる。

図 1　北海道紋別市の位置

（Google earth の地図を基に筆者加工）

紋別市は、オホーツク海沿岸の天然の良港であり、貞亨年間（1684 年～1687 年）に松前藩がその直領としていた宗谷場所から斜里場所へ至る寄港地として利用されたのが始まりと言われる。現在では、ホタテやサケ・マスの漁業経営が安定する「水産業のまち」で知られ、漁協の組合員数は約 170 人、漁獲は平均 7 万トンで水上高は約 78 億円である。水産加工場数も約 70 軒あり、その従業者数は約 1,900 人となっている[13]。

12　ここで流氷とは、海氷の意味を含めている。流氷が海上を漂う氷であるのに対し、海氷は海水が凍った氷を指す。本稿の趣旨において、その区別は不必要とした。

13　「紋別市の概況」 http://mombetsu.jp/syoukai/sangyou.html（2014 年 11 月 19 日参照）による。

このような地域に住む住民にとって、流氷はかつて「白い魔物」[14]とされていた（中村 1992）。特に漁業関係者にとっては、漁業活動を阻害し、生活の糧を奪い、地域を極寒の中に閉じ込める負の存在であった。北海道大学低温科学研究所附属流氷研究施設（以下北大流研）で長年流氷研究に携わっていた青田氏は、流氷が負の存在とされていた理由として、①流氷による漁業被害、②流氷による海難事故、③流氷による失業、④流氷による凍（しば）れ[15]の 4 つを挙げている（青田昌秋教授の退官を記念する会・実行委員会 2002）。①や②の例として、千島（1966）は、1956 年に流氷による道内水産業の被害額が 30 億円を上回り、また大小 79 隻の漁船が遭難し 14 名の人命が奪われたと報告しており、さらに、漁業以外の関連した地方産業や地域経済に深刻な影響を与えたと指摘している。この他にも、オホーツク海沿岸のホタテやツブ、コンブなどの養殖漁業への流氷被害（青田 1986）や、冬の陸路遮断に追い討ちをかけるような流氷による航路遮断のための病人の死など（菊地 2004）、流氷が地域に与えた被害の指摘は多く公表されている。

流氷がいかに地域の負の存在であったかを示す他の例に、1965 年に青田氏が流氷研究のために紋別市に赴任した時に遭遇した「祈願祭」がある。この催事は、地元の漁師たちが中心であったが、この祈願祭に掲げられていた横断幕には、「流氷**早期退散**祈願祭」と書かれていた（青田 2009、下線部分は筆者強調）。地域が流氷を敵対視するこうした早期退散祈願祭の始まりは、1887 年の報恩寺での「竜神祭」とされている[16]が、漁業関係者たちは、長年にわたって自らの生活を守るために「神頼み」をするほど真剣だったと考えられる。

このようにみると、かつてオホーツク沿岸地域の流氷は、地元住民の生活環境や地域社会に対して、深刻な被害をもたらす負の存在とされていたことが認められる。特に、前述のような海難事故による人命の喪失や、航路の遮断による病人の死といった被害とその公表は、流氷がもたらす脅威を直接的かつ身近とする地域住民の認識を助長し、流氷は地域の「白い魔物」と呼称されていた。

第 2 節　地域の観光資源に転換された流氷

このように、長年にわたり地域の負の存在であった流氷は、その一方で、現在では北海道を代表する観光資源へと成長した。それは例えば、1996 年の「残したい音風景 100 選」

---

14 広辞苑 第六版では魔物を「魔性のもの、ばけもの、人をまよわすもの」としているが、中村（1992）は、アンケート調査に基づいた紋別市住民の意識において、流氷は過去、暗いイメージの「白い魔物」と捉えられていたと説明している。

15 「しばれる」とは北海道・東北地方で「激しく冷えこむ」ことを意味する（広辞苑 第六版）。

16 紋別百科事典編纂委員会編（2005）『紋別百科事典』を参照した。

の認定や、2001 年の「流氷とガリンコ号」が北海道遺産[17]に認定されたことを見れば理解しやすい。ガリンコ号とは、1987 年に世界で初めて紋別で就航した流氷砕氷船である[18]。こうした動きは、地域が流氷を観光資源として有効利用している例である。例えばガリンコⅡ号の就航がスタートした 1997 年には、その観光者数は既に 19,000 人に達し、2002 年には 50,000 人を越えた[19]。

他方、観光資源化の例として、流氷を地域振興の起爆剤としスタートした「もんべつ流氷まつり」がある。詳細は後述するが、このイベントの初開催は 1963 年であり、流氷を観光利用しようとする、当時においては画期的な趣旨をもっていた。そのため、初開催までには困難を伴ったが、第 1 回もんべつ流氷まつりは 1 万人の集客があった。その後も流氷まつりの集客は増加の傾向を見せ、1986 年には、史上最高の 33 万人を記録した。こうした流氷の観光資源化に伴い、例えば紋別市の観光入込客数は、1978 年の 397,000 人が、2000 年には 690,000 人まで増加している[20]。このような集客数の推移は、流氷の地域資源としての客観的な評価に関連すると考えられる。

こうして、流氷は地域内外において地域の観光資源と評価され、その価値が、以前の負の存在から正の資源へ転換されたと捉えることが可能である。これを裏付けるように、1991 年には「オホーツク流氷祈願祭」が始まり、その祝詞には「流氷の**早期到来**」が祈願されるようになった（青田 2009、下線部分は筆者強調）。

第 3 節　地域における流氷の客観的評価

（1）地元メディア「北海民友新聞」による評価の推移

以上のように、「白い魔物」としての流氷の負の評価と、正の観光資源としての流氷の評価の具体例を挙げたが、こうした評価の変貌にはどのようなプロセスがあったのだろうか。以下、流氷の資源化プロセスを解明していくが、その前提として、ここでは地元メディアによる流氷の評価の推移を概観する。地元メディアによる報道内容などの把握は、地域の流氷に対する客観的な評価を反映していると考える。

---

17 「北海道に関係する自然・文化・産業などの中から、次世代へ継承したものとして選定される有形無形の財産群」のことである（ウィキペディア http://ja.wikipedia.org/wiki/%E5%8C%97%E6%B5%B7%E9%81%93%E9%81%BA%E7%94%A3、2014 年 11 月 20 日参照）。

18 1997 年には、新流氷砕氷船「ガリンコ号Ⅱ」の就航が次いでスタートした。

19 「平成 25 年版紋別市統計書」を参照した。

20 流氷まつりの集客数と共に「新修紋別市」（2007）を参照した。

そのために、本研究では紋別市における発行数 5,200 部の地元メディア「北海民友新聞」の記事数とその内容を分析した。本調査は、2013 年 5 月 26 日および 7 月 28 日に、紋別市立図書館に保管されている当該メディアの流氷に関する記事の閲覧により実施した。この時、資源化プロセスにおいて重要な期間と考えられる、1960 年～1990 年までの 10 年毎に、それぞれの年の 1 月～3 月の流氷に関する記事を機械的に取り上げ、各記事が示す流氷に対する客観的な評価を「負」「中立」「正」の大きく 3 段階に分けた。

先ず、表 4 で示すように、記事総数は 30 年間で顕著に増加している。その中で、正の評価記事数も増加傾向を示した。その主な内容は、主にもんべつ流氷まつりに関する言及や、観光資源としてその魅力を表現するものであった。そして、単に流氷の到来時期や海明け[21]の時期の報告などが主な内容だった中立の評価記事も、増加傾向を示している。

一方で、負の評価記事には減少傾向が見られた。その主な内容は、海難事故や漁業被害、そして遅い海明けなどに関するものであった。

表 4　北海民友新聞における流氷関連の記事の分類と記事数の推移（単位：記事）

	負の評価	中立の評価	正の評価	合計
1960 年	16	4	1	21
1970 年	9	9	35	53
1980 年	7	24	47	78
1990 年	7	25	82	155

出所）北海民友新聞の記事内容を分析して筆者が作成

以上の調査結果において、先ず、総記事数の増加から、地域の流氷に対する関心自体が高まったことが考えられる。その中でも、正の評価記事の主な内容である流氷まつりに関する記事の増加が顕著に見られ、地域がもつ関心の高まりを示している。こうした正の評価記事の増加の傾向は、前述の流氷まつりの集客数の増加の傾向と符号する。

一方、負の評価記事に関しては、1990 年もなお一定数を残しているが、ゆるやかに減少した。このことから、流氷の正の評価が増加しても、地域の漁業活動などに対する被害に

[21]「沿岸から見渡せる海域に占める流氷の割合が 5 割以下となり、かつ船舶の航行が可能になる」ことを宣言するものである（ウィキペディア http://ja.wikipedia.org/wiki/%E6%B5%81%E6%B0%B7、2014 年 11 月 20 日参照）。

よる負の評価は、現実的に残っていると説明できる。このような負の評価記事の減少傾向と、正の評価記事の増加傾向の間に、流氷の資源化プロセスの存在が見出せると考える。

さらに、正の評価記事の内容について、特に 1970 年から増加した正の記事の内容を、流氷まつりに関するものとそれ以外に分類した（表 5）。この分析により、流氷まつり関連の記事が多く見られた中で、それ以外の流氷の価値の可能性と多様性、そしてそれらの推移を把握する事が可能となった。

表 5　もんべつ流氷まつりに関する記事とそれ以外の記事の割合の推移

	正の記事数	まつり記事数	まつり記事割合	**それ以外の割合**
1970 年	35 件	31 件	89%	**11%**
1980 年	47 件	35 件	74%	**26%**
1990 年	82 件	41 件	50%	**50%**

出所）北海民友新聞の正の評価記事の調査結果を基に筆者作成

こうした記事の内容分析から、先ず、正の評価の記事数の顕著な増加に対して、まつりに関連する記事数は、それほどの増加傾向を示していない。このことは、表 5 に認められるように、正の総記事数に占める流氷まつり関連の記事の割合の減少と、流氷まつり以外に流氷の資源価値を評価する記事の割合の増加の両方を同時に示す。ここで、それ以外の記事の内容は、例えば写真の被写体としての流氷や、流氷についての俳句や短歌の催事、流氷結婚式やミス流氷、そして他の流氷観光などに関するものであった。このように、正の記事内容の増加については、流氷まつり以外の多様な内容を示す記事が増加しており、すなわちこれは、地域が流氷を評価する資源としての多様な価値の発現を示している。

(2)「流氷と市民生活に関する生活実態調査」について

以上のような流氷の正の評価記事の増加に関連して、紋別市における地域住民の流氷に対する意識調査が参照可能である。1989 年、オホーツク流氷研究会[22]は、「オホーツク海沿岸の流氷と人間生活とのかかわりに関する研究」を発表した。この中で、1987 年 6 月 24

[22] 本研究会は、（財）トヨタ財団の「身近な環境を見つめよう」研究コンクールの採用により研究助成金を受け、2 年半の期間で研究調査を実施した（山原ほか 1989）。

日から同年 7 月 12 日までの期間に、紋別市民を対象とした「流氷と市民生活に関する生活実態調査」が実施されている[23]。この調査報告によると、流氷がこれからの紋別市の発展にとってプラスになると答えた人は 60.1%であり、マイナスになると考えている人は、この時点で、7.4%と僅少であった。また、流氷を観光資源や科学的な研究対象として積極的な利用を考える人は、78.9%を占めた。このように、1987 年の時点において、既に紋別市民は流氷の資源価値をプラスと評価し、積極的な流氷の活用に取り組もうと意識している（山原ほか 1989)。本調査結果による住民意識の表出は、最初にもんべつ流氷まつりが開催されてから、24 年後である。

第 4 節　地域関係者の取組みや関連事象の分析

（1）資源化の取組みや事象の明確化

以上のように、地域において負の存在であった流氷と、正の資源に転換された状況を、具体的な事象やその変貌の提示によって概観した。そして、流氷に対する地域の客観的な評価とその推移を、地元メディアの記事から分析した。このような提示や分析から、流氷の資源価値の向上が認められたが、本節ではこうした資源化プロセスにおいて、実際に現地で行われた地域関係者の取組みや事象などを明らかにする。

先ず、「白い魔物」と称された流氷の資源化の発端は、一部の地域住民の「何とか克服しよう」とする想いの結集だったと考えられる。それは例えば 1958 年、紋別市文化連盟[24]の当時の副会長であった小竹信夫氏の提案による「雪の夜の集い」という市民音楽コンサートの初開催への経緯に見られる。小竹氏は、流氷に閉ざされた暗い生活を脱し「春の息吹を迎える愉しい一夜」にふさわしいこの音楽会の企画を起案した（佐藤 2005)。このような地域の想いを結集させた音楽会の実施によって、当時の地域住民の間で流氷を明るくプラスに捉えようとする風土の礎が築かれた。そして、この集いは 50 年以上経過した現在もなお実施され、その意思は受け継がれている。

こうした地域関係者による資源化の取組みや事象を示した（表 6)。なお、この他にも多くの取組みや事象が見られたが、本稿では分析するために必要なものだけを含めた。

---

[23] 本調査は面接によるアンケート調査であり、対象者の 489 名は、紋別市の選挙人名簿から系統抽出法により選出された。なお、回収数は 41.5%である。

[24] 1955 年 3 月創立。紋別市の文化団体やサークル活動を束ねている（紋別百科事典 2005)。

表 6　流氷の資源化に関する主な取組みや関連事象

年	地域関係者による取組みや事象
1949 年	村瀬真治氏が紋別高校に赴任し流氷に出会う。
1951 年	村瀬氏による「日曜絵画教室」の開催
1958 年	紋別市文化連盟主催による「雪の夜の集い」の初開催
1963 年	田中峰雲氏の提唱による「もんべつ流氷まつり」の第 1 回開催
1964 年	田中氏創作のアイヌ風紙芝居「流氷物語」の発表
1964 年	村瀬氏による「オホーツク流氷展」の道外展開
1966 年	青田昌秋氏による「アイス・アルジー」の発見
1969 年	青田氏らがレーダーによる流氷観測を開始
1971 年	紋別市が市の総合計画に「流氷開発」を初導入
1971 年	菊地慶一氏が流氷作家としての活動開始
1973 年	紋別ユースホステル「流氷の宿」の開設
1976 年	青田氏が流氷と海洋の関係の調査を開始
1982 年	「オホーツク海沿岸海況漁況調査事業推進協議会」の発足
1986 年	第 1 回北方圏国際シンポジウムの開催
1987 年	第 1 回こども流氷シンポジウムの開催
1991 年	北海道立オホーツク流氷科学センター設立
2004 年	青田氏の提唱による流氷遠足

出所）事例調査結果を基に筆者作成

表 6 に示したように、1951 年に「日曜絵画教室」を紋別市内で開いた村瀬真治氏は、地元で「流氷画家」と呼ばれていた。それは村瀬氏が生涯において、幻想的かつ神秘的な流氷画を数千点も制作した[25]ことに起因する。村瀬氏はもともと横浜の出身であり、1949 年 2 月、紋別高等学校に美術教師として赴任した。その時、流氷の印象を強く受け感動し、当時「嫌われ者」だった流氷に潜む美しさに魅了され、流氷というモチーフを生涯の「終着駅」だと捉え、それ以降の人生において、村瀬氏は流氷画だけを描き続けた（松田 1979）。

村瀬氏の流氷画の特徴は、その色遣いにある。流氷は白が基調だが、村瀬氏は赤や緑などの多様な色を積極的に使用している（写真 1）。例えば夜明けの流氷画には、ピンクや真

[25] 紋別ロータリークラブ会報第 2359 号（2003）を参照した。

紅の太陽が登場する。そこで流氷が影絵のように緑色に見えたり、光った部分がオレンジ色に見えたり、色々な変化があると村瀬氏は語る（松田 1979)。村瀬氏はこのことを「たえざる流氷との対話」を続けてきた結果としての「真理の発見」と表現しており、流氷が語りかけてくる中で、雪でも雲でも真っ白なものに「自分の色を発見し」描いたと説明している（村瀬 1982)。また、村瀬氏の息子である村瀬千樫氏は、白色を「多様な心理状態を内包した色」とした上で、父・村瀬氏（以下、村瀬氏）は流氷と対峙する中で、「霊気（アウラ)」を見出し表現したかったのではと解釈している[26]。

こうした経緯を踏まえ、村瀬氏は紋別市内の子供たちに絵を教える「日曜絵画教室」を開催し、主に幼稚園児、小、中学生を対象に直接指導を続けた[27]。ここで、地域の子供達は、流氷を明るいイメージで捉える村瀬氏の感性に影響を受けたと考えられる。実際に、例えば紋別市立博物館の職員である小林氏は、子供の頃から村瀬氏の流氷画を目にしており、流氷のイメージはネガティブではなく、幻想的で美しいものと感じていたという[28]。

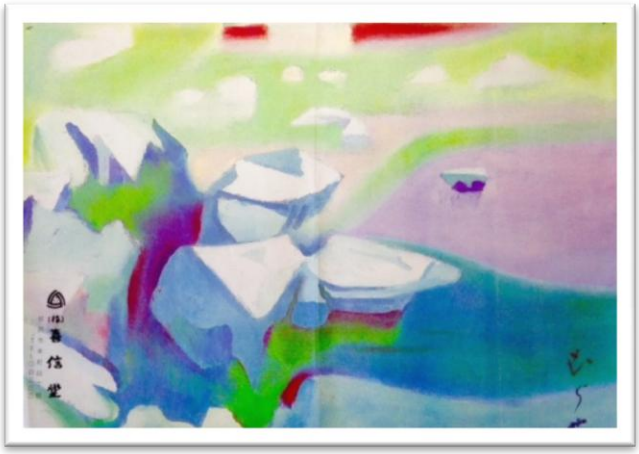


写真 1　村瀬氏による流氷画の例

出所）㈱喜信堂で購入した「流氷パウンドケーキ」の包装紙を筆者撮影

一方で、こうした村瀬氏の流氷画に対する地域の反発があったとされる。それは、「白い魔物」を美しいモチーフとする流氷画に対する地域の否定の意思の表出だと考えられる。現地での聞き取り調査（2013 年 5 月 26 日、紋別市立博物館にて）においては、流氷を描く村瀬氏は住民に殴られたことがあるという話しも出た。

---

[26] 1989 年 11 月 10～16 日開催の「オホーツク流氷賛歌　村瀬真治展」（紋別市文化会館落成記念事業　村瀬真治展実行委員会主催）の資料を参照した。

[27] 紋別百科事典（2005）を参照した。

[28]現地での聞き取り調査（2013 年 5 月 11 日実施）による。

しかし、そのような抵抗があった一方で、村瀬氏による流氷画は、その後より多くの地元住民の目に触れることで地域へと普及していく。例えば 1972 年には、村瀬氏の流氷画が紋別市民会館のどん帳の一面に採用され、さらに、地元紋別信用金庫の毎年のカレンダーにも採用された。1980 年代には、地元でも人気の流氷パウンドケーキを販売している地元の菓子屋㈱貴信堂で、その包装紙にも利用された（写真 1)。こうして地域の負の存在であった流氷は、その芸術的な価値の再評価を体現する流氷画という姿を通じて、市民の目に触れる機会が徐々に拡大していった。

村瀬氏の流氷画の魅力は、地域内のみならず地域外にも発信された。例えば、1964 年の横浜から始まり、1965 年～1966 年には東京で、そして 1968 年には札幌などの各地において、村瀬氏は「オホーツク流氷展」を開き、流氷画の展示を通じて、流氷の価値を外部に啓蒙していった。また 1967 年以降は、ラジオやテレビ番組への出演の機会が増え、流氷画家としての村瀬氏自身の知名度も徐々に向上したと考えられている（松田 1979)。

このような村瀬氏による流氷画を告知ポスターとして採用し、第 1 回もんべつ流氷まつりは 1963 年 3 月に初開催した。「白い魔物」とされたその流氷を背景に、閉ざされた冬季の地域振興を目的としたイベントの幕開きである。予算難や地域の反対といった関係者の心配はあったが、1 万人の集客に成功した[29]。このイベントの提唱者は、当時の紋別時事放声社社長の田中峰雲氏である。田中氏は紋別出身の画家であるが、上京を経験し、洞爺湖畔でアイヌ民族と絵画の研究をした後、紋別市に U ターンした。田中氏は帰郷後、「子供たこあげ大会」や「豆まき大会」など、青少年の健全育成に従事し、当時の子供たちから「人気のあるおじさん」と称され親しまれていた（斎藤 2003)。

それまで誰も発案しなかった流氷まつりの着想に関して、斎藤（2008）は、当時の田中氏の想いを述べている。

> 確かに、流氷の存在は、人々の生活を脅かし嫌われものとなっている。だが、流氷は美しいのである。そして、日本でも希な貴重な観光資源でもある。そして、流氷に閉ざされ、人々の心が沈んでいる時期に、皆が楽しむ催しを開催する事は意義が大きいのである。

斎藤（2008）は、ここで田中氏による現代の人間の欲望に対する考えを述べており、それは、生活に対する人間の「高い要求」が「流氷を嫌う源」だったのではないかと説明し

[29] 1963 年 3 月 6 日付の北海民友新聞は、家族連れや子供たちで賑わいを見せたと報道している。

ている。そして、田中氏は現代人との対比において、アイヌ民族は、流氷を自然のものと捉え、嫌っていなかったと続けている。このように、田中氏は当時アイヌ民族と流氷との関係性に着目していた。また、洞爺湖でアイヌ民族の研究に従事していたこともあり、田中氏の故郷である紋別にまつわるアイヌの伝説がない事に寂しさを感じていた(斎藤 2008)。そこで、流氷とアイヌ民族をテーマに、流氷に閉ざされた地域住民を元気づけようと創作したのが「流氷物語」という紙芝居である。この「流氷物語」は、1964 年の第 2 回もんべつ流氷まつりの開催当日に発表され、さらに当時の NHK 番組でも放映された。40 枚の絵で構成されるこの紙芝居は、今も紋別市立博物館に保管されている。

このように田中氏は、当時嫌われ者であった流氷のイメージのプラス転換に寄与したと考えられる。それは、流氷まつりの提唱や流氷物語の創作によって行われ、田中氏は流氷のもつ魅力や価値を地域に訴え続けた。こうした働きかけは、その後の地域づくりに大きく貢献した。田中氏や前述の村瀬氏の流氷を正の資源と捉える働きかけには、地元住民や地域関係者による反発もあったが、結果的には、両氏ともそれぞれ「紋別文化連盟文化功労賞」を受賞するに至った[30]。

このように、村瀬氏や田中氏による働きかけが流氷の資源化に寄与した経緯を示したが、それとは別に、資源化に関わる青田昌秋氏の存在がある。本章第 1 節で既に示したように、青田氏は北大流研の 3 代目施設長であり、後に「北海道立オホーツク流氷科学センター」所長に就任した。北大流研は、1965 年にオホーツク海の流氷や海洋学などの基礎研究のために紋別に設置された施設である。

表 6 に見られるように、1966 年に青田氏はアイス・アルジーと呼ばれる藻類が氷塊の下に付着しているのを発見した。アイス・アルジーとは植物プランクトンの一種であり、流氷は大量のアイス・アルジーをオホーツク海北部から運んでくる。そして春には、氷塊の底に付着したアイス・アルジーが爆発的に増殖し、それを起点に食物連鎖が始まる（青田 1993)。このように、オホーツク海の水産資源は、流氷のもつ機能の功績によって豊かになるというメカニズムが解明された。

そして 1967 年には、流氷研は、世界初となるレーダーによる流氷観測を紋別市で開始した。この観測状況は、地元の漁業関係者に情報提供され、海難死亡事故の消滅に繋がった[31]。そして、このような科学的なデータに基づく流氷観測の結果は、その後、気候変動の調査にとって重要な意味をもつことになる。青田（1993）によれば、それは「地球温暖化のシグナル」としての流氷の量の観測の必要性であり、北海道オホーツク海沿岸域は、流氷が

30 村瀬氏の当該受賞は 1968 年、田中氏のそれは 1970 年である。

31 北海道新聞夕刊（2008 年 2 月 25 日付け）記事「私のなかの歴史 –海は母 流氷は友⑦-」を参照した。

生成される南限とされるため、このような気候変動の兆候を把握できる良い研究対象となった。

このように、青田氏を中心として流氷の研究は多角的に推進されたが、その他の主な研究成果は、①漁場の醸成効果、②海の磯掃除効果、③塩害防止効果、④自然の防波堤効果などの流氷の役割を証明する形で発表された（青田昌秋教授の退官を記念する会・実行委員会 2002）。

こうした研究成果[32]において、①に関しては前述のアイス・アルジー効果に加えて、流氷による冬の漁の操業が阻止されることで、必然的に資源の乱獲は防止され、結果的に豊かな漁場を醸成することに繋がっている。また②に関しては、流氷は海中の雑草を掃除してくれる。このことは、例えばコンブやワカメといった海藻資源の生産性を向上させる効果が認められた。また③に関しては、波しぶきによる塩分飛散がもたらす農産物への被害を、流氷が海を覆うことで防止する役割を果たす。そして④に関しては、流氷による海の鎮静効果が時化による防波堤の破壊や漂砂による湖口の閉鎖を防止することを解明した。

その後、さらに青田氏は流氷を生み出す海洋の研究にも着手した。青田（1993）は、「凍る海の気象や海洋、海の生物や水産資源などすべてが、海をおおう海氷の量や期間に関係」すると指摘しており、特に、この沿岸地域に深く関わりをもつ「宗谷暖流」のメカニズムと漁況について、人工衛星による水温分布情報などを使用しながら研究を進めた。青田氏らによる研究は、流氷による豊かな漁場の涵養効果の証明に繋がった。

しかしながら、このような流氷の価値の科学的な証明は、地域住民の間に、特に地元の漁民たちにすぐには受け入れられなかった。この状況を、青田（2009）は、流氷が漁場を豊かにする効果を地元漁師に説明しようと試みたが、当時はほとんど相手にされなかったと述べている。

このよう中、「オホーツク海沿岸海況漁況調査事業推進協議会」は発足した。本協議会は、青田氏ら北大流研による調査情報（例えば人工衛星による水温分布図など）の漁業への効果的利用を目的として 1982 年に設立され、その構成員は、網走支庁管内の自治体や漁業協同組合、その他の漁業関連機関を網羅したもの[33]となった（古屋 1989）。当時、事務局長を務めた古屋氏によれば、青田氏は地域の漁業関係者に対して、平易な言葉でこうした研究の成果を説明していた。また、その背景には、1974 年以降の 200 海里問題による漁獲高の減少があり、漁業経営に役立つ情報は地元漁師にとって貴重だった。このように、流氷の

32 以降の概説についても、青田昌秋教授の退官を記念する会・実行委員会（2002）を参照した。

33 本協議会の構成員は、北大流研、網走・紋別・雄武・興部・湧別・佐呂間・常呂・斜里の 2 市 6 町と、各町の 9 つの漁業協同組合等、北海道指導連北見支所、1 連合会、各無線局、各気象台、各水産関係事務所などである。

価値を証明する青田氏らの研究成果と地域を実践的に結ぶ「架け橋」として、本協議会はその機能を果たしたと考えられる。

青田氏らの研究の成果と地域を結びつける役割を果たした他の取組みとして、1986 年に第 1 回が開催された「北方圏国際シンポジウム」が挙げられる。北方圏国際シンポジウム[34]は、紋別と同じような気候・風土・生活環境を持つアメリカ、ロシア、カナダ、北欧など北方圏の国々や国内の科学者が、毎年 2 月、紋別市に集まり、流氷や海氷に関する研究・調査・発表などを行う学術的なシンポジウムである。本シンポジウムは、北大流研の 20 周年を記念して、青田氏らの企画により開幕し、広く市民が参加できるプログラムが用意された。さらに、プログラム内容の企画から各行事の受付や接待、会場づくりなどの準備や運営は、市民ボランティア組織である実行委員会によって進められた。当時の実行委員会の副会長を務めた山原氏は、紋別がこの国際シンポジウムを開催するようになってから、多くの紋別市民が青田教授と交流を深めるようになったと述べている（小野 1996)。

青田氏らの研究成果が広く市民に浸透する装置として機能した北方圏シンポジウムは、その第 2 回目開催から、新たな取組みが追加された。それは「こども流氷シンポジウム」の同時開催である。これには、紋別市内の全小学校の高学年児童が集まり、クイズなどに挑戦し「流氷博士」の称号を競うなど、子供たちの参加のモチベーションを喚起するようなプログラムが用意された。青田氏は、この取組みの狙いと実施について、自分たちの住む故郷の素晴らしさを知ってもらうために開催し続けてきたと述べている[35]。

さらに青田氏は、子供たちに流氷の魅力を体験してもらうための「流氷遠足」を提唱し実施している。また、1991 年には北海道立オホーツク流氷科学センターが設立され、流氷の魅力は、年中、子供たちや市民、観光客などに広く発信されることとなった。

他方、地域振興について 1971 年に紋別市は、「地域の特性と地域住民の意向を反映した個性豊かなまちづくりの計画をたてる」ことを目的とした「流氷開発」を初めて市の総合計画に導入した[36]。このことは、地域関係者のこれまでの資源化の取組みを評価し、流氷を地域資源として活用し地域づくりに繋げる方向性を、市が表明したと理解できる。

そして、1973 年に紋別ユースホステル「流氷の宿」が開設された。これは、観光資源化のプロセスではなく、資源化の取組みの「結果」であるという指摘も予想されるが、このような宿泊施設への命名による観光客誘致の仕掛けには、地元住民の意識を変容させる副次的効果を見出すことができる。この点において、山口ほか（1977）は、「『流氷の宿』に

34 当該シンポジウムの概説については「紋別百科事典」（2005）を参照した。
35 青田昌秋教授の退官を記念する会・実行委員会編（2002）を参照した。
36 「新紋別総合計画」（1979）を参照した。

は、全国各地から旅人が訪れ」、紋別地域に「“観光の地”としての自覚も、市民の中に育ってきた」と述べている。つまり、観光客が押し寄せることで、それまで負の存在と認知していた地元住民に対し、流氷の持つ価値を再評価する意識を植えつける効果を創出したと考えられる。

(2)「地域文化」と「自然科学」の分野による分類

以上のように、主に地域関係者による、流氷の資源価値の向上と再評価のための取組みや関連事象を概説した。こうした地域関係者による多様な取組みなどをそれぞれ分析すると、その領域の違いから、「地域文化」と「自然科学」の大きく２つの分野に分類できる。それは、もんべつ流氷まつりや流氷画に代表される文化的分野と、アイス・アルジーの発見とその機能の解明などに代表される自然科学分野からの取組みの 2 つである（表 7）。

表 7　流氷の資源化の取組みや事象の分野別分類

	地域文化	自然科学
取組みや事象	・村瀬氏による流氷画制作 ・日曜絵画教室開催 ・雪の夜の集いの開幕 ・もんべつ流氷まつりの開催 ・アイヌ風紙芝居「流氷物語」創作 ・村瀬氏によるオホーツク流氷展 ・流氷開発を市の総合計画に導入 ・ユースホステル「流氷の宿」開設 ・菊地氏による流氷の著作活動	・アイス・アルジーの発見 ・レーダーによる流氷観測の開始 ・流氷と海洋の関係の研究調査 ・オホーツク海況漁況調査事業推進協議会 ・北方圏国際シンポジウム開催 ・こども流氷シンポジウム開催 ・オホーツク流氷科学センター設立 ・流氷遠足の実施

出所）事例調査結果の分析を基に筆者作成

ここで「地域文化」とは、簡単に言えばその地域特有の文化を意味する。例えば、重森（1993）は地域文化を「地域の潜在能力（地域における住民、自然、技術、資本、組織、運動等）の実現諸形態」であるとしている。本稿では「地域」の定義について既に言及したが、「文化」について、その定義は多様である。ここでは 2001 年に開催されたユネスコ総会によるそれを参照した。ユネスコによると、文化とは「特定の社会または社会集団に

特有の、精神的、物質的、知的、感情的特徴をあわせたもの」であり、また「芸術・文学だけではなく、生活様式、共生の方法、価値観、伝統及び信仰を含むもの」[37]としている。

このように見ると、村瀬氏の流氷画や、田中氏の流氷まつりや流氷物語の創作を含めた地域づくり、その他の観光利用などは、この文化的分野に含まれる。こうした関係者の取組みは、オホーツク海沿岸地域特有の風土の中で芽生え、流氷に苦しめられてきた生活の中から育まれた想いや価値観の発現と考えられる。また、流氷についての著作家で、その文章表現により流氷の価値向上に寄与する菊地氏の文学活動も、文化的分野に位置づけることができる。

一方で、特に青田氏らの研究成果である、流氷が運ぶアイス・アルジーを食物連鎖の起点とする豊かな漁場の醸成効果の発見などは、原理や法則などが科学的に証明された知見であることから「自然科学」の領域である。ここで自然科学とは、大辞林 第三版によると、「自然現象を対象として取り扱い、そのうちに見いだされる普遍的な法則性を探究する学問」とされ、それは例えば「物理学・科学・生物学・地学」などを指す。

この他にも、レーダー観測による流氷研究の成果や、流氷と海流の関係などの研究の成果、また、こうした研究成果を地域内外に広く発表できるシンポジウムや遠足などの開催、そしてオホーツク流氷科学センターの設立や、海況漁況調査事業推進協議会の発足などを含め、これらの取組みは、流氷という自然現象と、科学的に証明されたその価値を広く社会に啓蒙するという意味において、自然科学の分野に属する。

ここで、こうした流氷の資源化の取組みの分類について、第 1 章第 2 節で前述したように Zimmermann（1985）は、資源化の過程には「文化的な欲望」や「科学・技術的な能力」などが含まれると指摘した。表 7 で分類した流氷の資源化の取組みや事象は、それぞれ、地域文化の領域における有効利用のための積極的な願望と、自然科学の領域における根拠の証明と解釈した上で、Zimmermann（1985）の資源論との符合が可能である。従って、こうした 2 つの分野別の分類には一定の根拠がある。

以上のように、各調査において明らかになった地域関係者の取組みや関連事象は、それぞれ地域文化と自然科学の分野別に 2 分された。かつて「白い魔物」と呼称されるほどの負の存在だった流氷は、地域関係者のこうした分野別の取組みによって正の資源へと転換された。

---

[37] 文部科学省ホームページ「文化的多様性に関する世界宣言」
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/bunka/gijiroku/019/04120201/001/008.htm（2014 年 11 月 21 日参照）による。

第 3 章　北海道東部地域のエゾシカに関する事例調査

第 1 節　地域の「厄介者」と呼称されるエゾシカ

エゾシカの資源化の主な対象地は、流氷の主な調査対象地であった紋別市を含む、北海道の東部地域である（図 2）。この地域は道内でもエゾシカの被害が最も深刻であり、また同時に、エゾシカの有効活用の動きも活発な地域である。

図 2　北海道東部地域の位置

出所）「道外狩猟者誘致検討事業委託業務報告書 2014」より転載[38]の上、筆者が強調

北海道東部地域とは、北海道がエゾシカの保護管理を実施する際、3 区分したうちの 1 つの地域であり、オホーツク、十勝、釧路、根室総合振興局・振興局管内により構成される。この東部地域は、面積 90,481km² の阿寒国立公園や、面積 38,636 km² の知床国立公園を有する。特に、知床半島は、2005 年 7 月に世界自然遺産に登録され、自然保護活動が積極的に行われている地域である。こうした自然環境においては、エゾシカにとっては餌の条件が良く、また、他地域と比べ積雪が少ないため、「獣害」と呼ばれるような、エゾシカによる樹木への食害などが顕著になっている（北海道 2014）。図 3 に示すように、北海道の中でも、東部地域はエゾシカによる農林業被害が特に深刻である。

[38] 2014 年 12 月 24 日、北海道環境生活部環境局に対し、本転載の許可を得ている。

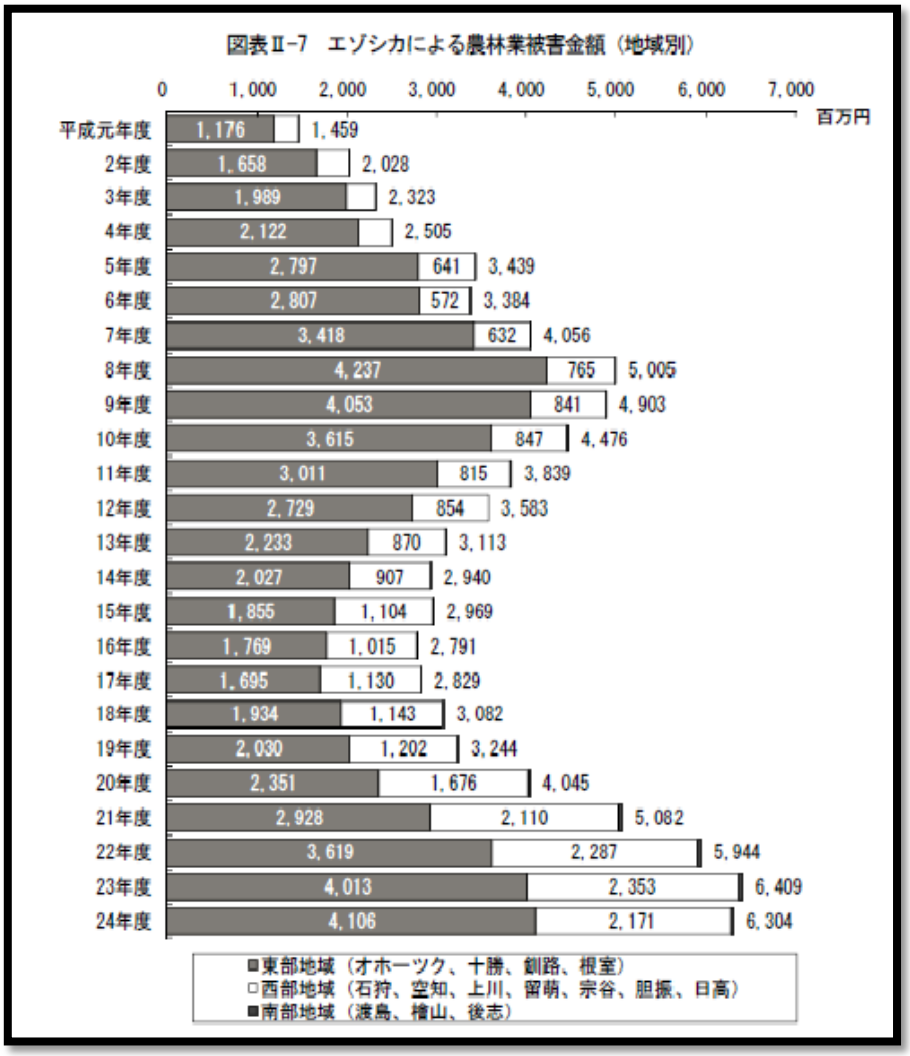


図 3. エゾシカによる道内の農林業被害金額の推移（地域別）

出所）北海道（2014）「道外狩猟者誘致検討事業委託業務報告書」より転載[39]

図 3 に見られるように、エゾシカによる農林業被害金額の推移を見ると、1996 年度に 42 億円以上とそのピークを迎えた後、被害額は減少傾向に転じたが、2008 年度（平成 20 年度）以降、再び被害が深刻化し、2012 年度（平成 24 年度）は、約 41 億円の被害金額となっている。

エゾシカがもたらす被害は、こうした農林業被害だけではない。エゾシカとの衝突による事故、いわゆる「ロードキル」も深刻化している。例えば釧路新聞はこの状況を、釧路

[39] 2014 年 12 月 19 日、北海道環境生活部環境局に対し、本転載の許可を得ている。

と根室管内におけるエゾシカとの衝突事故の件数が、2011 年に人身事故の件数をはじめて上回り、791 件に上ったと報道した[40]。また、同記事における調査結果によれば、当該管内の 5 人に 1 人が、エゾシカとの事故に遭遇したと回答したことが分かった。また、JR 列車のエゾシカとの接触事故も発生している。その数は年々増加しており、2000 年度の東部地域において 401 件であったその件数は、2012 年度に 1,434 件にまで増えている。

さらに、エゾシカによる被害は、「オヒョウ」や「ミズナラ」の樹皮食いや、固有種「シレトコスミレ」の絶滅の危機、そしてエゾシカが嫌う「ハンゴンソウの繁茂」などに見られるように（大泰司・平田 2011）、生態系のバランスに対してもマイナスの影響を与えている。

こうした被害の報告などにより、エゾシカによる人間社会への被害は深刻であり、特に東部地域に住む人々に与える経済的損失や、生態系に係る問題の表出などにより、エゾシカは地域の「厄介者」[41]と呼ばれるようになった。

しかし、エゾシカは北海道において「厄介者」ではなく、貴重な資源であった。大泰司・平田（2011）は、アイヌ民族は、エゾシカを食材や毛皮などのように、生活を支えるために多様な方法で利用していたと説明している。そして、明治時代を迎えた北海道においても、人はエゾシカから「生活の糧」としての有価物を取り出し、恩恵を受けてきた（増子ほか 2012b）。たとえば北海道開拓においては、地域の資源であるシカ肉を缶詰として加工し、海外に輸出する外貨獲得の動きも見られた。

しかし、エゾシカの過剰な利用による乱獲と、1879 年前後の記録的な豪雪によって絶滅の危機に瀕したエゾシカは、この時期以降、禁猟となった（大泰司・平田 2011）。さらに、エゾシカの天敵とされたエゾオオカミの絶滅や牧草地などの拡大、そして狩猟銃の戦争への提供などによって（増田ほか 2000）、エゾシカの頭数は増加し、結果的に前述のような獣害の発生に繋がった。

第 2 節　地域の食や観光資源に転換されるエゾシカ

こうした経緯で、地域において負の存在化したエゾシカであるが、一方で、近年その様相に変化が見られるようになった。その変化とは、エゾシカを地域の食や観光資源と捉える評価の高まりであり、その動きは北海道東部地域において特に見られる。例えば、「生活

40　2012 年 2 月 29 日付け釧路新聞記事による。

41　広辞苑 第六版によれば「他人に迷惑をかける人」とされるが、例えば北海道（2014）が報告するエゾシカの被被害状況からも、エゾシカは地域の厄介者とされるようになった（例えば、菅原 2013）。

協同組合コープさっぽろ」（生協）では、釧路など道内 6 店舗において、2013 年 10 月 22 日（第 4 火曜日）からエゾシカ肉の通年販売を決定した[42]。生協が野生生物の肉を商品として扱うことは前例がなく、エゾシカ肉が広く消費者にとって受入れ可能と判断したと考えられる[43]。

また 2011 年には、ローソンが全道にある 546 店舗（2011 年 6 月時点）において、エゾシカ肉を利用した商品を期間限定で発売したことも、地域で評価される資源に転換された例として挙げられよう。ローソンでは、これ以降も定期的に、エゾシカ肉を使用した商品の販売を継続実施している[44]。

こうした動きの他にも、2013 年には、道東産のエゾシカが「ISS 国際宇宙ステーション」で宇宙食に採用され、さらに、札幌市内において道内産食材を直販する集合販売店「HUG マート」には、道東の食肉加工施設を中心としたエゾシカ食肉協働事業組合によるエゾシカ肉のアンテナショップが設置された。宇宙食への採用については、エゾシカ肉の「ステータス」が高まる効果があると捉えられ、また、HUG マートには国内外から多くの観光客が訪れることから、北海道の地域資源の一つとしてエゾシカ肉の認知度が高まる可能性を見出せる。

写真 2　エゾシカ肉を利用した宇宙食の例

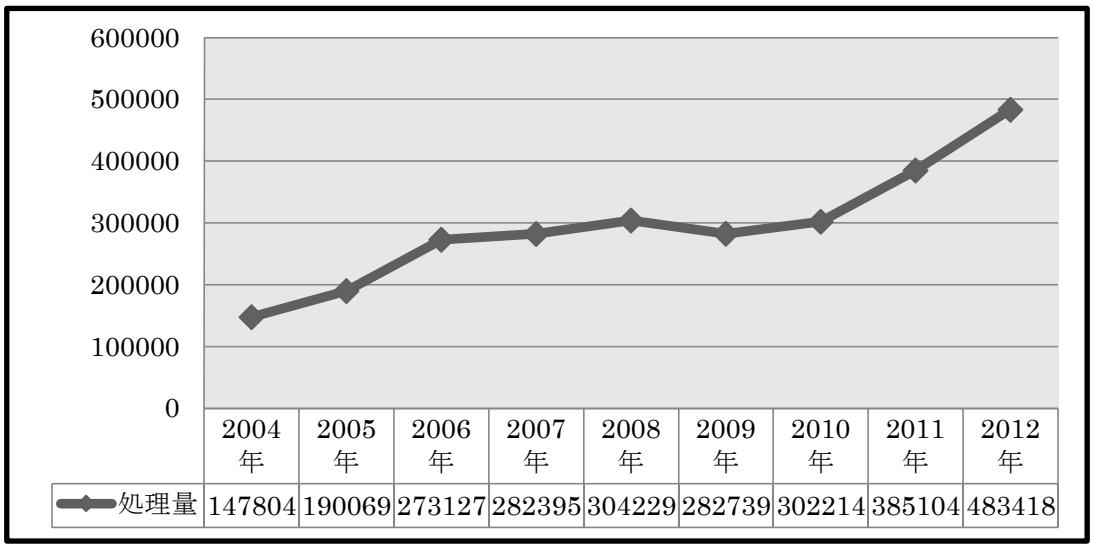
出所）筆者撮影

42　2013 年 10 月 19 日付け釧路新聞の記事による。

43　これに関連してコープさっぽろは、2013 年、北海道と包括連携協定を締結。エゾシカ肉事業協働組合と共に、食の安心安全への取組みとして「エゾシカ肉の消費拡大及び環境関連事業の普及啓発に関する共同事業」を実施することとした（http://www.coop-sapporo.or.jp/info/view/year/2013/id/2377、2014 年 11 月 23 日参照）。

44　ローソンも 2008 年に北海道と包括連携協定を締結し、エゾシカの有効活用を推進している。

このように近年エゾシカは、特に食の地域資源として評価される動きが多く見られるようになった。北海道の調査によるエゾシカ肉の処理量の推移（図 8）を見ても、その量は増加傾向にあり、こうした地域におけるエゾシカの資源利用の動きとの関連性を想定することが可能である。エゾシカは資源化されているプロセスの途上にある。



	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
処理量	147804	190069	273127	282395	304229	282739	302214	385104	483418

図 4　北海道における食肉処理量の推移（単位：kg）

出所）北海道保健福祉部健康安全局食品衛生課資料を基に筆者作成

第 3 節　地域におけるエゾシカの客観的評価

（1）地元メディア「釧路新聞」による評価の推移

以上のように、地域で「厄介者」として扱われるエゾシカは、地域資源としての評価が高まった。こうした変容について、流氷と分析と同様に、エゾシカについてもその資源化プロセスを明確にする前提として地元メディアによる客観的な評価を調査した。

そのために、1946 年に東部地域内の釧路市で創刊した地域密着型のメディア[45]である釧路新聞のエゾシカに関する記事からその評価を明らかにした。記事検索は、北海道図書館に保管されている、1993 年から 2013 年までの 5 年おきに、各 1 年分のエゾシカに関する記事や投稿を機械的に抽出し、流氷同様、その評価を大きく「負」「中立」「正」の 3 つに

[45]釧路市に 93,570 世帯ある中で、約 56,000 部を発行する地元新聞である。なお、釧路市を選定した理由は、東部地域の中でもエゾシカによる獣害とその資源化の動きが顕著なためである。

分類した。

先ず、表 8 に示すように、20 年間で記事の総数は顕著な増減を示していない。そして「負の記事」は、農林業被害やエゾシカによる交通事故報道、生態系への影響の懸念などが主な内容であったが、増加と減少を繰り返している。一方、「正の記事」は増加傾向を示した。その内容は、主にエゾシカ肉の食資源化（食における資源化）に関するものと、エゾシカを被写体として利用した写真投稿記事であった。そして、食資源化に関する正の記事は明らかに増加した一方、写真投稿記事は減少した。また、「中立の記事」は、エゾシカの出現報告やエゾシカに関する調査の概要などの事実報告であり、顕著な増減は認められなかった。なお、特に「負の記事」に関しては、一貫した傾向がみられなかったため、記事数の増減傾向については詳細な分析を避けた。

以上の調査結果から、先ず、エゾシカについての記事は一定数みられた。その中で、負の評価と中立の評価記事が一定の変化の傾向を示していないことに対し、正の評価のうち、エゾシカの美しさを評価していると考えられる写真投稿記事は明らかに減少した。逆に、食としての利用を評価する記事は顕著に増加し、審美的な視点で「観る」対象から、食品として「食べる」対象へとエゾシカの価値が変化したことを示している。

こうした地元メディアによる評価の推移は、釧路市民のエゾシカに対する認識価値の変化を反映していると考えられる。エゾシカはその頭数の増加により、被写体としての稀少性が減少し、食資源として評価する必要性が高まったと捉えることができる。

表 8　釧路新聞におけるエゾシカ関連記事の分類と記事数の推移（単位：記事）

発行年（年）	負の評価記事	中立の評価記事	正の評価記事		合計
			食用化等に関するもの	写真投稿	
1993	17	8	0	5	30
1998	20	4	5	9	38
2003	11	5	4	1	21
2008	12	1	14	1	28
2013	17	6	15	0	38

出所）釧路新聞の記事検索を基に筆者作成

表 8 に示される負の評価記事は、農林業被害や生態系に係る問題などが主な内容であったが、こうした指摘は、特に生態学的な研究による科学的データに基づいている。例えば、常田ほか（2004）や奥田ほか（2009）などに見られるように、生態学的研究によるエゾシカ被害の指摘に関する研究は数多く存在する。このような科学的データに基づく被害の指摘は、生態学分野の研究者に共有され、その研究結果は学会などで報告され、その結果として、エゾシカによる獣害問題は社会に共有されていった。特にメディアなどによる被害の指摘の公表は社会問題化を促進させ、エゾシカは負の存在化していった。このことは、科学的データに基づいた流氷による海難事故や漁業被害の指摘や、その指摘がメディアによって公表された時の影響と同じである。

(2)「平成 22 年度道民意識調査」(2010) について

以上のような、地元メディアの記事による客観的なエゾシカの価値評価の推移から、エゾシカについては、常に一定の負の評価が存在しながらも、徐々に食の資源化に関する正の評価が増加していった。この点について、例えば、平成 22 年度道民意識調査（2010）[46] によるエゾシカ肉の有効活用に関するアンケート調査では、北海道がエゾシカの食肉利用の推奨していることに対する道民の理解度を問う質問に対して、回答者の 84.7%が「理解できる」と答えている。これは、「理解できない」9.8%や「その他」3.2%を大きく上回っている。同調査では、エゾシカ肉の有効活用のために効果的な取組みとして、「イベント等による試食会の実施」(53.1%)、「食の安全・安心を保障する制度の導入」(44.5%)、「レシピ集の配布など家庭向け料理の普及」(43.2%) が上位を占めている。

このような調査結果から、エゾシカの有効活用に関しては、理解できないと答えた人、つまり反対や抵抗を示す立場の人は 1 割程度であり、概ね道民の理解を得ていると考えられる。また、その活用促進の方法として挙げられた上記の 3 つの回答から、エゾシカをより身近なものとして捉える、つまり、物理的にも心理的にも距離を短くする方策がエゾシカの有効活用にとって効果的だと考えられ、資源化へと繋がる。

一方で、エゾシカ肉の食用の有無についての根本的な質問に対しては、「食べたことがある」(50.6%)、「食べたことがない」(49.2%) と、おおよそ半々の結果となっている。本章の前節において、特に東部地域における食資源としてのエゾシカの評価の高まりが見られ

[46] この調査は、2010 年 7 月、北海道庁を事業主体として、道内全域 300 地点の住民で、満 20 歳以上の個人 3,000 人を対象に、層化二段無作為抽出法を使用し、郵送配布・郵送回収によって実施された。有効回収数（率）は 1,455（48.5%）であった。

た一方で、当該調査の回答者 1,455 名のうちの 700 名以上の道民がエゾシカ肉を食べていないという結果を残した。このことから、エゾシカの食の資源価値の認識が道内で完全に浸透していないと考えられ、エゾシカは、いま資源化プロセスの途上にある。

第 4 節　地域関係者の取組みや関連事象の分析

（1）資源化の取組みと事象の明確化

以上のように、エゾシカについては、負の存在化しながらも地域の食の資源として徐々に評価される動きが見られた。このような資源化の背景には、地域関係者の取組みや事象が、以下のように多様に存在していた。

先ず、道内で初めてエゾシカ肉がご当地グルメとして商品化されたのは、2003 年に阿寒町青年部主導により開発された「エゾシカバーガー」である。開発のきっかけは、当時の青年部部長の曽我部氏による町おこしの起爆剤としての考案であったが、結果的に子供や女性にも受け入れられやすいハンバーガーというアイディアに行き着いた。このエゾシカバーガーは、2003 年の釧路スローフェスタに出店され、用意した 200 個はすぐに完売した。

この他にも、ご当地グルメ開発の例として、2009 年に北海道じゃらん[47]と阿寒町の旅館やホテル、飲食店などの地域関係者が共同で開発した「阿寒やきとり丼」が挙げられる。また、2013 年には、釧路 T-1 グランプリ[48]にエントリーしたエゾシカ肉の漬物「釧路もみじのみそ漬け」が優勝した。開発したのは釧路短期大学の「漬物研究会」である。

さらに、同年 2013 年、全国で初めてエゾシカ料理グランプリが南富良野で開催された。これは 2006 年以降ブームを引き起こした B 級ご当地グルメの祭典、B-1 グランプリのエゾシカ料理版とも言えるイベントである。このグランプリでは、「美瑛エゾシカカレーうどん」や「芽室エゾシカコーン炒飯」など、7 地域から 9 種類のエゾシカ肉を活用したご当地グルメが出店された。こうした動きについて、元北海道じゃらん編集長の中田（2006）は、今後エゾシカ肉の消費を増やすための新しい食文化の提案やメニュー開発、そしてブランド構築の必要性を主張している。

このように、地域関係者や地元の大学生らが、新たな食文化創造としてエゾシカを対象化し、ご当地グルメとして現代風の付加価値をつける工夫が図られた。こうした地域関係者によるエゾシカの資源化の取組みや事象を年表にまとめた（表 9）。なお、この他にも多

47 リクルートが発行する北海道観光に関する専門雑誌である。
48 ご当地グルメを通じた町おこしのための祭典 B-1 グランプリの「お漬物版」の釧路大会のことである。

くの取組みや事象が見られたが、流氷の資源化の分析同様、エゾシカにおいても分析に必要なものだけを取り上げた。

表 9　エゾシカの資源化に関する主な取組みや関連事象

年	地域関係者による取組みや事象
2003	阿寒町で「エゾシカバーガー」開発
2004	釧路短大にてエゾシカ肉の栄養特性の発表
2006	釧路市内の学校給食にエゾシカ肉を導入／食育だより発行
2007	東京農大オホーツクキャンパスで「エゾシカ学」開設
2007	札幌市（後に釧路市など）でエゾシカ料理まつり開催
2007	エゾシカ協会によるエゾシカ肉奨励制度開始
2009	北海道じゃらんと地域の関係者による阿寒やきとり丼の共同開発
2009	FM くしろによる「エゾシカゼミナール」開始
2010	道などによる「シカの日」（毎月第 4 火曜日）設定
2011	道内食肉処理事業者の HACCP に基づく衛星評価取得
2011	道東西興部村にてエゾシカエコツアー開始
2012	道内メンバーによる女性ハンターの会 TWIN 発足
2013	南富良野町でエゾシカ料理グランプリ開催
2013	釧路 T-1 グランプリでエゾシカ肉の漬物をエントリーし優勝
2013	阿寒町等道東 3 か所の養鹿場で観光牧場開設

出所）事例調査結果を基に筆者作成

エゾシカバーガーに代表されるご当地グルメとは性質の異なる食文化に、ジビエ[49]文化がある。日本人には馴染みの薄いジビエ文化を普及させる目的で、2007 年にエゾシカ料理まつりはスタートした。このイベントのスタートにより、エゾシカ肉は多様なジャンルにアレンジされた郷土料理として開発され、2011 年以降には、釧路や南富良野でも同時開催され人気を呼んでいる（大泰司・平田 2011）。さらに、国内外から毎年約 200 万人を集客するさっぽろ雪まつりに合わせた時期の開催効果で、地元住民以外の多くの観光客にとって

[49]ジビエとは、狩猟による食材としての野生鳥獣である。

も、エゾシカ料理を食べる機会が増加した。

このようなジビエ文化は、狩猟文化と密接に繋がっている。狩猟文化はエゾシカの個体数管理の一端を担っていると考えられるが、現代における道内の狩猟文化が抱える問題の一つに、北海道（2014）が指摘する狩猟者の高齢化と担い手の減少がある[50]。このような状況の中、2012 年 9 月、女性ハンターの会「TWIN（The Women In Nature）」は設立された。TWIN の設立趣旨は、近年日本人の日常生活において希薄になった野生生物との関わりの再構築である[51]。そのために TWIN は、狩猟文化と食文化の両方の視点から、野生生物の資源的価値を再認識する。狩猟とジビエを楽しみ、その価値を社会に啓蒙する活動を展開している。TWIN の活動の意義は、「駆除」を前提とした野生生物管理の意義とは異なり、彼女らの活動は、エゾシカを中心とした狩猟鳥獣を旬の食材として、つまり食の資源価値として捉え直し、「食」と繋がりが深い女性の立場から、野生生物と人間社会との関わりを取り戻すことを前提としている。また、狩猟鳥獣を家庭の食卓にのせることで、次世代育成をも視野に入れている。このように TWIN は、狩猟文化とジビエ文化の両視点において、女性の立場からエゾシカの資源価値の再評価と文化継承に貢献する重要な役割を担っていると考えられる。

次世代への食育については、表 9 に示した釧路市内の学校給食へのエゾシカ肉の導入も例に挙げられる。2004 年、釧路市阿寒町では、前述のエゾシカバーガーを開発した曽我部氏を会長に多様な地域関係者で構成された「阿寒エゾシカ研究会」が設立された。本研究会の活動の一環としてエゾシカ肉の学校給食への導入が戦略に据えられたが、2006 年にその活動が実り、釧路市内の小中学校の給食にエゾシカ肉を使用した献立が採用された。2014 年の時点では、さらに釧路市内の保育園の弁当にもエゾシカ肉が活用されており、エゾシカに肉は次世代を担う子供達にとって、身近な食文化として認識されている。

こうした動きの他に、エゾシカの資源価値を浸透させる取組みは、観光利用の文脈からも見られた。それは例えば 2011 年の西興部村でスタートした「エゾシカエコツアー」や、2013 年に阿寒町を含む道東地区 3 か所の養鹿場を観光牧場として一般公開した取組みなどである。エゾシカエコツアーにおいては、シカ皮クラフトやシカ肉料理体験を始め、実際のハンティング見学やシカの解体見学などのプログラムが用意されており、参加者にとっては、多様なエゾシカの魅力を体感できるツアーとなっている。また、観光牧場の開設に

[50] 例えば道内の第一種狩猟免状交付件数は 1998 年度に 9,089 件あったが、2012 年度には 6,425 件まで減少している。また、2013 年度における年齢別狩猟免状交付状況を見ると、「60 歳以上」の割合が最も多く、道内全体の約 49%を占めている。

[51]以下、「TWIN 設立趣意書」
http://thewomeninnature.files.wordpress.com/2012/10/e8a8ade7ab8be8b6a3e6848fe69bb8.pdf（2014 年 11 月 9 日参照）による。

おいても、エゾシカの魅力を発信する地域側の工夫がうまく装置化されている。例えば知床の観光牧場では、角や革を使用した土産物の販売を始め、シカ肉のメンチコロッケ等が提供される飲食コーナーも設置された[52]。また、阿寒町の観光牧場には学習館が隣接しており、その展示スペースは、エゾシカと人間との共生の重要性が、子供たちにも分かり易く学べる仕組みになっている。このように見ると、観光利用の文脈からのエゾシカの資源価値の理解の促進は、環境教育や広義の人材開発と密接に繋がっている。このように、エゾシカを対象とする観光の機能は、その資源価値を啓蒙する役割を果たすだけではなく、社会において、人間と野生生物の関わりを再構築させる装置としての役割を果たしている。

表 9 に示すように、2004 年には、釧路短期大学の岡本匡代准教授らによるエゾシカ肉の栄養特性が発表された。ここでエゾシカ肉は、高タンパク質で低脂肪、かつ鉄分の含有量が多いことが証明された。さらに岡本ほか（2004）は、エゾシカ肉は生活習慣病の予防に有益であると説明している。こうしてエゾシカ肉は機能性食品としての認知が広まり、栄養学の見地からもその資源価値が新たに付加された。

このような有益な情報の普及は、前述の釧路市内の学校給食への導入と効果的に連動している。それは「食育だより」[53]の配布によるものである。さらに、2009 年に FM くしろは、食品・栄養学が専門の岡本准教授を番組ナビゲーターとして、「エゾシカゼミナール」の放送を開始した。当番組は、栄養学的な知見のみならず、エゾシカの生態や人間との歴史など、多様な知識を学べる機会を視聴者に提供している。

このように、エゾシカの栄養特性などの知識の伝達は地域社会において推進されたが、エゾシカはあくまで野生動物である。どんなにエゾシカ肉を機能性食品とする科学的根拠を提示しても、消費者側にとって重要視されるのは食の安心と安全であろう。そのためには、野生のエゾシカ肉のイメージの向上を図る必要があると考えられる。この点においては 2012 年に、北海道滝川市の食肉処理の民間業者が、道内初となる道の「HACCP に基づく衛生管理導入評価事業」の評価を取得し、その後道東を中心とした 4 事業者がその評価を受けた。また、こうした取組み以前にも、食の安心と安全に関しては行政や関係機関による支援策が講じられていた。それは例えば、2007 年に開始された（社）エゾシカ協会によるエゾシカ肉奨励制度である。この制度は、前述の北海道庁が策定したエゾシカ衛生マニュアルの遵守とトレーサビリティのチェック機能を併せ持つ。このように、エゾシカ肉は科学技術の向上と衛生的な基準の導入によって品質が担保され、食の安全の保証を得た

[52] 北海道新聞記事（2013 年 12 月 9 日夕刊参照）による。
[53] 例えば北海道教育大学付属釧路小学校の食育だより（2013 年 2 月）を見ると、エゾシカ肉の栄養特性が小学生でも理解できる平易な言葉により説明されている。

上で、流通に乗ることが可能になった（今榮 2010）。

また、2007 年に東京農業大学オホーツクキャンパスで開設された「エゾシカ学」がある。エゾシカ学とは、文部科学省の「現代的教育ニーズ取組み支援プログラム」選定された地域における独自の教育プログラムである[54]。本プログラムでは、エゾシカの生態や養鹿、加工などの自然科学系の知見をベースに、社会科学の知識を融合させた実践的な講義が実施され、同学の学生のみならず多数の地域住民も参加した。さらに、講義の内容はホームページを通じて、広く社会に情報発信された（増子ほか 2012a）。

(2) 「価値づけ」と「価値の伝播」のアプローチによる分類

こうした地域内外の関係者の取組みや関連事象を、流氷の資源化において「地域文化」と「自然科学」の分野別に 2 分類したように、エゾシカの資源化の分析においても分類を試みた。その結果、ご当地グルメ開発や栄養特性の証明などに代表されるエゾシカ肉自体の「価値づけ」のアプローチと、学校給食への導入や環境教育などに代表される、地域社会へのエゾシカ肉の「価値の伝播[55]」のアプローチの違いによって 2 分類できる（表 10）。

表 10　エゾシカの資源化の取組みや事象のアプローチ別分類

	価値づけ	価値の伝播
取組みや事象	・ご当地グルメ開発 ・シカ肉の栄養特性発表 ・ジビエ文化の醸成 ・エゾシカ肉奨励制度開始 ・HACCP に基づく衛生評価取得 ・TWIN の活動	・学校給食へのシカ料理の導入 ・食育だより発行 ・「エゾシカ学」開設 ・「エゾシカゼミナール」放送 ・エゾシカエコツアー実施 ・観光牧場開設

出所）調査結果の分析を基に筆者作成

54 増子（2007）「エゾシカから学ぶ環境共生」http://www.nodai.ac.jp/teacher/100906/2009/1.html,（2014 年 11 月 9 日参照）。

55大辞林 第三版によれば、伝播とは「次々に伝わって広まること」であり、本稿ではその定義を参照しながら、「伝達」や「共有」、「啓蒙」、「普及」などの意味を包括し使用する。

ご当地グルメ開発やジビエ文化の醸成は、エゾシカ肉の消費者である私たちの欲求を誘起するような食べ方を多様に提案することで、エゾシカ肉自体の価値を向上させる効果を創出している。また、シカ肉の栄養特性の証明や衛生評価の取得などは、その品質管理の観点から、効果的な価値づけを推進していると捉えられる。

一方で、エゾシカ学による環境教育や、学校給食へのシカ肉導入による食育などの取組みや、エゾシカゼミナールや食育だよりの発行などは、エゾシカが有する資源価値の社会への伝播というアプローチに分類される。また、エゾシカエコやツアーや観光牧場などの仕組みは、より広い範囲からの観光客のアクセスを誘引することで価値の伝播を図るアプローチだと考えられる。

ここで、TWIN の活動については、狩猟文化やジビエ文化を通じた、エゾシカの資源化価値を向上させる役割として、表 10 に示したように、価値づけのアプローチの要素が見出される。しかし一方で、女性の狩猟活動といった「社会へのインパクト」[56]の観点においては、価値の伝播のアプローチの要素も内包しており、重層的な役割を担っていることを付言する。

以上のように、各調査において明らかになった地域関係者の取組みや関連事象は、その要素の性質から、それぞれ「価値づけ」と「価値の伝播」のアプローチ別に 2 分類できることが認められた。現代において「厄介者」と呼称され、負の存在化するエゾシカは、地域関係者のこうした異なる 2 つのアプローチによって、正の資源の転換への動きが認められた。

[56] 「社会へのインパクト」については、本稿第 4 章の第 3 節で言及する。

第 4 章　負の存在の資源化プロセスの解明と考察

第 1 節　資源化のメカニズムとその継続的実践

以上のように、両事例において資源化の取組みなどの分類を行ったが、さらに分析を進めると、両事例の分類方法はそれぞれ交差し、互いに適用できることが以下のように確認された。

(1) 文化的と科学的な 2 つのカテゴリー化

本稿第 2 章において、流氷の資源化の取組みや関連事象は、その分析結果から「地域文化」と「自然科学」の分野によって 2 分類できるとした。これらの分野は、広義にそれぞれ文化的と科学的の 2 つの「カテゴリー」に該当する。さらに分析を進めると、第 3 章で「価値づけ」と「価値の伝播」のアプローチ別に 2 分類できたエゾシカの資源化の取組みなども、「文化的」と「科学的」なカテゴリーに 2 分類できる（表 11）。

先ず、例えばエゾシカを含む野生生物の狩猟は文化に含まれると考えられる。梅棹（1976）は、北海道のアイヌにおいて、彼らの狩猟組織や物質文化などを含め、狩猟民における「高級文化」と表現している。さらに、Cartmill（1995）は、現代の狩猟を「遊戯や宗教的儀式のような象徴的行動としてのみ理解できる」と説明している。このようにみると、女性ハンターの会 TWIN の狩猟活動は、文化的カテゴリーに含まれる。

そして、狩猟文化に直結するジビエも、食文化としての文化である。また、食文化には、エゾシカバーガーなどに代表されるご当地グルメもその領域である。ご当地グルメは同時に、地域振興という地元の「想い」が結集した、精神・物質・感情的特徴を内包する地域特有の文化に含まれると考えられる。また、エゾシカツアーや観光牧場などは、観光利用の点で、文化的カテゴリーの領域である。

表 11　エゾシカの資源化の取組みや事象のカテゴリー別分類

	文化的	科学的
取組みや事象	・ご当地グルメ開発 ・学校給食へのシカ料理の導入 ・ジビエ文化の醸成 ・エゾシカエコツアー実施 ・TWIN の活動 ・観光牧場開設	・エゾシカ肉の栄養特性発表 ・食育だより発行 ・「エゾシカ学」開設 ・「エゾシカゼミナール」放送 ・エゾシカ肉奨励制度開始 ・HACCP に基づく衛生評価取得

出所）事例調査結果の分析を基に筆者作成

一方、科学的カテゴリーに関しては、エゾシカ肉の栄養特性の発表や、食育だよりによる発表内容の共有などが含まれる。さらに、エゾシカ学による自然科学系の知見を基にした教育などもこの範疇である。また、シカ肉の奨励制度や HACCP 等の衛生評価に関しては、科学・技術的な側面からの検査や、データ管理等による品質保証という内容であり、科学的カテゴリーに分類できる。

このように考えると、流氷とエゾシカの 2 つの事例において、それぞれの資源化の取組みや関連事象は、文化的と科学的な 2 つのカテゴリー化が可能である。こうしたカテゴリー化は、負の存在の資源化プロセスにおいて、両事例から抽出可能な 1 つ目の共通要素であることが認められた。

(2) ブランディングとマーケティングの 2 つのアプローチ別分類

本稿第 3 章では、エゾシカの資源化の取組みや事象は、「価値づけ」と「価値の伝播」の 2 つに分類できることを明らかにした。価値づけとは、例えば流氷の価値の向上を推進するアプローチだと捉えられる。また価値の伝播とは、その価値を広く社会に普及するアプローチだと考えられる。こうしたアプローチは、それぞれ「ブランディング」と「マーケティング」の領域に属される。

ブランディングとは、何かを「ブランド化」することである。では、ブランドとは何か。先ず、知恵蔵（2014）によれば、それは「自社製品を他社製品と区別させることを意図し設計された名称、言葉、シンボル、デザイン、もしくはそれらの組み合わせ」である。ま

た Aaker（1994）は、売り手などからの「財またはサービス」を競合する業者のそれから「差別化しようとする特有の名前かつまたはシンボル」とブランドを定義づけている。

次にブランディングについて、ここでは、例えば敷田ほか（2009）が端的に表現するように「企業や製品をブランド化するために企業自体が行動する」ことと捉える。しかし、現代におけるブランディングの意義はその枠を超えて「企業が持つ価値をブランディングによって消費者の判断基準と結びつけていく」ことにある（敷田ほか 2009）。また、内田（2004）は地域ブランドの形成の文脈から、地域ブランドを「「地域の価値」が地域内の消費者、生活者、関連組織といったステークホルダーに理解されてはじめて構築されるもの」と定義づけている。

こうした説明を例として、ブランドと価値は密接に結びついていると考えられている。本稿では、企業を含めた地域関係者らが、商品やサービスとしてのエゾシカの価値を向上させる取組み、いわゆる価値づけのアプローチをブランディングと位置づける。

一方、マーケティングに関しては、そのアプローチの中でも重要とされるプロモーションやコミュニケーション（Kotler2003）をここでは指す。本稿では、商品やサービスとして流氷やエゾシカの価値を広く社会に伝達・普及していくことと解釈した上で、価値の伝播のアプローチをマーケティングと位置づける。

敷田ほか（2009）は、地域において、例えば観光まちづくりを成功させる際に「ブランディングとマーケティングを組み合わせることが、新規の顧客を招き寄せ、新しい関係を築く上では有効」としている。そこで、本稿ではエゾシカの資源化に取組む地域関係者と、それを消費する社会とを結びつける際に、価値づけや価値の伝播をうまく組み合わせることが効果的だと考えられる。

事例分析をさらに進めると、本稿第 2 章において文化的や科学的な分野に 2 分類できた流氷の資源化の取組みついても、ブランディングとマーケティングのアプローチ別に 2 分類できることが明らかになった（表 12）。

表 12　流氷の資源化の取組みや事象のアプローチ別分類

	ブランディングの要素	マーケティングの要素
取組みや事象	・雪の夜の集いの開幕 ・村瀬氏による流氷画制作 ・もんべつ流氷まつりの開催 ・アイヌ風紙芝居「流氷物語」創作 ・アイス・アルジーの発見と研究 ・流氷作家による文献出版 ・レーダーによる流氷観測の開始 ・流氷と海洋の関係の研究調査	・村瀬氏による日曜絵画教室の開催 ・村瀬氏によるオホーツク流氷展 ・流氷開発を市の総合計画に導入 ・ユースホステル「流氷の宿」の開設 ・オホーツク海況漁況調査事業推進協議会 ・北方圏国際シンポジウム開催 ・こども流氷シンポジウム開催 ・オホーツク流氷科学センター設立 ・流氷遠足の実施

出所）事例調査結果の分析を基に筆者作成

村瀬氏の流氷画や田中氏の流氷物語に代表される取組みには、ブランディングの要素を見出すことができる。こうした芸術や物語などの作品は、流氷の価値の向上にプラスの影響を与えている。また、流氷の著作家である菊地氏による文学活動も、同様に流氷の価値づけに寄与している。

雪の夜の集いの開幕やもんべつ流氷まつりの発案と実施は、流氷の価値の向上というより、むしろ流氷のイメージの向上においてブランディングの要素を見出せる。この点においては、例えば阿久津・石田（2002）がブランド・イメージの構造について言及しており、顧客が何かのブランドの情報を知覚した時、根底にもつ顧客の価値観を基準にした評価の表象がブランド・イメージであり、そのブランドに対する態度が形成されると説明している。顧客を地域住民と置き換えた時、地域関係者が既存の負のイメージを払拭して、流氷に対するプラスのイメージを新たに創出し、地域住民にそれを認知してもらうことでブランド価値を向上させている。

また、流氷が運ぶ大量のアイス・アルジーを起点とした食物連鎖による豊かな漁場の醸成効果などの流氷のもつ科学的な有用性の証明においても、流氷に対して価値づけされている。さらに、流氷と関わる海洋研究でも、例えば宗谷暖流のメカニズムとその漁況への影響の研究成果の情報によって、流氷の存在の価値向上を推進している。加えて、レーダーによる流氷の観測は、その生成の南限とされるオホーツク海において、流氷を「地球温

暖化のシグナル」としての調査対象にし、気候変動による流氷の将来の消滅可能性をも示唆するに至った。これは、地域で徐々に評価が高まった流氷の「稀少性」を訴えることによる新たな価値づけである。

一方、村瀬氏によるオホーツク流氷展の開催や青田氏による北方圏国際シンポジウムの開催などから、マーケティングの要素を見出すことができる。村瀬氏は流氷画を用いてその魅力を、青田氏はシンポジウムの開催によって地域住民や各研究者の間で広く共有される研究成果を発信した。

また、オホーツク海沿岸海況漁況調査事業推進協議会の開催によって、青田氏は流氷による豊かな漁場の醸成効果を、地元の漁師たちに直接共有していくことが可能となった。当時の事務局長である古屋氏によれば、青田氏は、協議会発足当初は「若僧」と見られ、漁業関係者との対話には苦労したが、青田氏が平易な表現を使い、継続的に説明を重ねることで、地元の漁師も少しずつ理解を示した[57]。

青田氏の研究成果の普及については、こども流氷シンポジウムや流氷遠足などがさらに効果であったと考えられる。エゾシカの食育などにも見られたが、流氷の資源価値においても、こうした環境教育は次世代への啓蒙に寄与している。その意味においては、村瀬氏の開催した日曜絵画教室もその役割を担っていたと考えられる。こうした取組みは、中長期的展望によるマーケティング・アプローチである。

さらに、ユースホステル「流氷の宿」の開設にみられるような、観光利用の側面からも、資源化の取り組みが見られた。第 2 章第 4 節で述べたように、地域外の人たちの観光行動が、地域内に存在する資源の価値の再評価に繋がる効果があることを示したが、その意味で「流氷の宿」の開設は、地域住民の間で流氷の価値を共有する効果があったと考えられる。

また、「流氷開発」を市の総合計画に導入することが、紋別市民への流氷の価値の伝播を促進し、さらにオホーツク流氷科学センターの設立によって、地域内外の人々に流氷の価値を伝達する機会が増えた。こうした動きにも、広く社会へ流氷の価値を伝播するマーケティングの要素を見出すことができる。

このように見ると、流氷とエゾシカの 2 つの事例において、それぞれの資源化の取組みや関連事象は、ブランディングとマーケティングのアプローチ別に 2 分類できる。そしてこのような分類は、負の存在の資源化プロセスにおいて、両事例から抽出可能な 2 つ目の共通要素であることを示している。

---

[57] 現地聞き取り調査（2013 年 5 月 26 日実施）による。

(3) 4つの構成要素とコミュニケーション

以上述べてきたように、流氷とエゾシカの両事例において、その資源価値の向上に対する取組みや関連事象は、それぞれ文化的と科学的なカテゴリー別に2分類できる。そして、その分類はさらにブランディングとマーケティングのアプローチ別に2分類できることが認められた。

こうした分析結果を、負の存在の正の資源転換プロセスを構成する共通要素としてまとめた（表13)。ここで示すように、流氷とエゾシカの事例から見出された負の存在の資源化のメカニズムは、それぞれ「文化によるブランド構築」、「カルチュラル・マーケティング」、「保証やエビデンスの提示」、「科学技術コミュニケーション」の4つの要素の集成とした。

なお、これらの 4 要素間の比較とそれぞれの要素を担う地域関係者同士の連携の分析を目的として、本稿ではこれらの用語を対比的に、それぞれ「文化的ブランディング」、「文化的マーケティング」、「科学的ブランディング」、「科学的マーケティング」とする。

表 13　流氷とエゾシカの資源化のメカニズム

	ブランディング	マーケティング
文化的	<Cultural Blanding> **【文化の力によるブランド構築】** エゾシカバーガー／ 流氷画／など	<Cultural Marketing> **【カルチュラル・マーケティグ】** シカ肉の学校給食導入／ 日曜絵画教室／など
科学的	<Scientific Blanding> **【保証やエビデンスの提示】** シカ肉の栄養特性／ アイス・アルジー効果／など	<Scientific Marketing> **【科学技術コミュニケーション】** シカ肉の食育だより／ こども流氷シンポジウム／など

出所）分析結果を基に筆者作成

先ず、文化的なカテゴリーにおいて、文化的ブランディングとは、エゾシカバーガーや流氷画などに代表される取組みを「文化の力」を利用したブランド構築とした。ここで文

化の力とは、例えば、文化庁の推進する「文化力プロジェクト」[58]や、青木（2008）の提唱するそれを参照し、文化が持つ「価値を向上させる力」と捉えた。村瀬氏による日曜絵画教室などに代表される文化的マーケティングについては、Kotler（2010）が説明する「マーケティング 3.0」の一部や、岡本（2007）が提唱する「文化志向」のマーケティング・コンセプトを参照した上で、ここでは、文化が持ち得る「社会的な伝播力」によるマーケティングと捉えた。

次に、科学的カテゴリーにおいて、科学的ブランディングとは、シカ肉の栄養特性などに代表されるように、それらは科学的根拠の獲得であり、ここでは保証やエビデンスの提示とした。保証とは「大丈夫だ、確かだとうけあうこと」（広辞苑 第六版）であり、それは人々に安心感を抱かせる。負の存在とは何らかの脅威を与えるものであり、保証にはその脅威を払拭する効果があると考えられ、それは本稿で原理や法則などが証明される知見と前述した科学の「力」によるものである。

一方、科学的マーケティングに関しては、例えば千葉ほか（2007）が「社会の様々な構成者との間を、科学技術に関わる情報を介して結びつける“やりとり”」と、サイエンス・コミュニケーションを定義しており、その考え方を採用した。こども流氷シンポジウムなどは、流氷に関する科学的な研究の成果を分かり易く子供たちに啓蒙するやりとりができる機会として、その役割を果たしていると考えられる。

このように、本稿における 2 つの事例調査から得られた結果を分析の上、整理した。地域で負の存在とされた流氷やエゾシカの資源化のメカニズムは、これらの 4 つの分類要素で構成されることが明らかになった。

さらに、流氷とエゾシカの事例調査において、これらの 4 つの要素を担う地域関係者同士の連携の動きが見られた。例えば流氷について[59]は、文化的カテゴリーの流氷画家、村瀬氏や、もんべつ流氷まつりを提唱した田中氏らは、「紋別聖マリヤ教会」に所属していた。同時に、村瀬氏と田中氏は、雪の夜の集いを初めて開催させた小竹氏が所属する紋別文化連盟に所属しており、流氷に対する克服の想いを共有していたと考えられる。また、田中氏が考案したもんべつ流氷まつりに、村瀬氏の制作した流氷画が告知ポスターに採用されたことからも、こうした繋がりによる連携が背景にあったとみることができる。

加えて、本稿第 2 章で流氷を資源化する動きには抵抗が伴ったと前述した。例えば、村瀬氏は流氷画を描き始めた頃に殴られたと言われていることは既に述べた。また、田中氏

---

58 文化庁ホームページ http://www.bunka.go.jp/bunkaryoku_project/（2014 年 11 月 25 日参照）による。

59 流氷の資源化に係る関係者の連携については、北海民友新聞社社長と同社記者へのヒアリング（2013 年 5 月 26 日実施）や、紋別市立博物館において関係者へ行ったヒアリング（2013 年 5 月 26 日実施）の情報に基づいている。

の発案したもんべつ流氷まつりは、その企画の段階から反発が見られた。このような逆境とも言える状況において、連携の動きは重要だったと考えられ、両氏の想いは、その後科学的カテゴリー代表する青田氏らに受け継がれた。

本稿においては、こうした連携の動きをコミュニケーションと位置づけた。コミュニケーションの定義は多様に存在するが、例えば広辞苑 第六版は「社会生活を営む人間の間に行われる知覚・感情・思考の伝達」と端的に定義している。また池田（2000）は、こうした伝達行為の中でも特に「共有」することを重要視しており、ここで共有とは「コミュニケーションの送り手が受け手との間で、自分の伝えた意味や意見や立場が伝わったと主観的に認識し、かつ実際に相手にもそう受けとめられている」状態を指す。本稿では、流氷の資源化を促進する関係者の間で、流氷をプラスに捉える思考や感情などが共有されていたと捉えることができる。

このようなコミュニケーションは、エゾシカの資源化の構成要素を担う関係者の間でも効果的に機能していた。それは例えば「釧路シカ会」の実施である。釧路シカ会とは、地域関係者らによる会合のことであり、釧路市阿寒町を中心としたシカ会の構成メンバーは、シカ肉販売業者やハンター、料理人などの地域関係者をはじめ、道や市の職員、栄養士、NPO まちづくりのメンバー、北海道新聞社や FM くしろの方、料理人、研究者、学生など多様であり、かつ有機的な繋がりをもっている。例えば、メーリングリストでのやりとりや、月に 1 度の「シカの日」（毎月第 4 火曜日「シ」+「カ」）に会合などを通じて、情報の交換や共有を行っている[60]。

またシカ会以外でも、例えば TWIN の設立メンバーへの釧路短期大学の岡本准教授の所属や、阿寒町エゾシカ研究会会長とエゾシカ学の東京農大の教授によるノウハウの相互の提供、さらに TWIN 代表者のエゾシカ協会の理事への就任など、関係者同士による積極的な連携が推進されている。このように、文化的ブランディング、文化的マーケティング、科学的ブランディング、科学的マーケティングを担う各関係者同士のコミュニケーションは活発である。

このように見ると、関係者同士の相互の連携や積極的なコミュニケーションを通じて情報の共有を図ることは、資源化の推進にとって重要だと考えられる。両事例に見られたように、地域の負の存在を資源化していく過程には、反対や抵抗が存在した。それでも資源化を推進するためには、その反対や抵抗を乗り越えなくてはならないであろう。そこで、各関係者同士が連携やコミュニケーションを積極的に図る必要があったと考えられる。さ

[60] 阿寒エゾシカ研究会会長曽我部氏へのヒアリング（2014 年 6 月 26 日実施）による。

らに、流氷やエゾシカの資源化を推進する各関係者は、コミュニケーションをとるために、何かに所属していたと見ることができる。そうした所属先が、例えば紋別文化連盟や釧路シカ会などである。このように、各関係者は何かに所属することでお互いに連携し、情報や思考や感情などを共有することで関係者同士の結束力を高め、そして地域の抵抗を乗り越え、資源化を推進した。

以上考察したように、負の存在の資源化のメカニズムは、文化的ブランディング、文化的マーケティング、科学的ブランディング、科学的マーケティングの 4 つ分類要素で構成される。そして、それぞれの要素を担う地域関係者同士の連携と、4 つの分類要素の継続的な実践を包括した推進過程を、本稿では、「負の存在の資源化プロセスモデル」として提示する。

(4) 先行事例に対する資源化プロセスモデルの照合

第 1 章第 3 節では、かつて負の存在と考えられていた浜辺や、辺境スイス、そしてチェルノブイリ原発事故跡などの資源転換の様相を示した。ここでは、前項で提示した負の存在の資源化プロセスモデルが、これら 3 つの先行事例に対し該当するかを分析する。

先ず、浜辺の行楽地化であるが、その資源化の過程には、西田（2011）が指摘したように、「神学と科学の融合」による人間の働きかけがあったとされる。ここで先ず明確に示されている科学であるが、これは浜辺のもつ「憂鬱症などの病気からの治癒効果」という医学的な見地からのアプローチと考えられ、資源化プロセスモデルの科学的カテゴリーの要素と符合する。

一方、Corbin（1992）が示した神学とは「宗教的な信」を伴う「感受性」や「評価」であった。人々は、治癒効果を神によって授けられたものと評価し、また、海を含めた様々な風景を神による天地創造とした上で、プラスの評価をもつようになったとされる（Corbin1992）。こうした「信仰」的な思想は、ユネスコの定義を既に参照したように、文化的カテゴリーに含まれる。

次に、スイスの観光地化について、本稿ではピクチャレスクについて前述した。これは、芸術的視点による人間の風景に対する評価の姿勢であることから、文化的カテゴリーと捉えられる。また、スイスの風景は「新エロイーズ」に代表される文学やオペラなどによっても美しく謳われ、多様な文化の力によってその資源化に繋がった。

一方で、スイスにおけるホテル産業の隆盛は、結核療養ビジネスが背景にあった。つまり、澄んだ空気に包まれたスイスは医学的に結核療養に適した場所であることが分かり、

加えて、地形や鉱物、気象や気圧などに関する多様な実験の場とする科学的な見地からも、スイスは資源化が促進された。

このように、浜辺もスイスも、その資源化プロセスにはそれぞれ文化的や科学的な 2 つのカテゴリーに該当する働きかけが存在していたことが認められる。しかしながら、これらの働きかけがさらにブランディングやマーケティングのアプローチ別に分類が可能かどうかは明確ではない。もっと正確に言えば、医学的な見地や芸術的な見地などからの価値づけの要素を見出すことはできるが、地域関係者によるそれらの具体的な取組みは不明瞭であり、また、こうした価値の伝達が、関係者によってどのように推進されたかも明確ではない。

これは、チェルノブイリ原発事故跡の事例に関しても同様である。原発跡の観光地化には、放射線量の測定などの科学的なデータに基づく安全性の証明は当然必要とされ、また前述のように危険区域に立ち入る「ストーカー」によるエッセイや PC ゲームの流行[61]が寄与していた。こうした働きかけが文化的や科学的カテゴリーに分類されることは明確であるが、一方で、価値づけや価値の伝播に係る地域関係者の具体的な取組みに関する情報は少ない。

そこで、次節以降では、資源化プロセスモデルを構成するブランディングやマーケティングの要素の妥当性を検証するために、流氷やエゾシカの事例調査結果を基にして、多面的な考察を行う。

第 2 節　資源化プロセスにおけるブランディングの多面的考察

(1)　「負の烙印」から「正の焼印」へ

かつて流氷やエゾシカは、地域において負の存在とされた。そして負の存在とは、端的には、ある一定数の地域住民の間でその否定が共有されている存在であった。このような負の存在の状態は「スティグマ」の概念を用いると理解しやすい。スティグマとは、大辞泉 第三版によれば「恥辱、汚名、負の印」を指す。スティグマの語源はギリシャ語で「焼きごてでしるしをつける」ことだと言われ、そのしるしは、犯罪者や逃亡奴隷、反逆者などにつけられ、結果的にその人々は「けがれた者」「忌むべき者」「避けるべき者」とされた（西尾 1994）。また Goffman（1993）は、スティグマのある人を、私たちが期待したも

61 PC 用ゲーム「S.T.A.K.E.R.」（ストーカー）は、2007 年 3 月に全世界で発売され 200 万本以上売れた（東ほか 2013a）。

のと異なる「望ましくない特異性」、つまり、「当面の特定の期待から**負の方向**に逸脱」（下線部は筆者強調）したものと捉えている。

このように見ると、流氷やエゾシカは、地域において「白い魔物」や「厄介者」という「負の烙印」を押され、スティグマ化したと考えられる。社会に深刻な被害をもたらした流氷やエゾシカは、「望ましくない特異性」をもち、それは私たちの「特定の期待」、つまりここでは、何らかの欲求や欲望を阻害するものであり、「負の方向に逸脱」している状態である。

一方で、ブランドは「正の焼印」とすることができる。よく言われるように、かつてカウボーイたちは、自分たちの牛や羊を差別化するために「焼印」を押したことがブランディングに繋がっている（敷田ほか 2009）。つまり、地域において流氷やエゾシカに押された負の烙印は、地域関係者の資源化の取組みによって正の焼印へと、その「印」の意味が転換されたと考えられる。

このように、正の焼印を押すことは、ここでは「ブランド・アイデンティティ」の付与とすることが可能であり、その正の焼印から連想される価値が「ブランド・イメージ」とすることができる。ブランド・アイデンティティとは、Aaker（1997）が説明するように、ブランディングを推進する主体が、「ブランドをどのように知覚されたいと思っているか」という期待に集約的に表現される。それに対し、ブランド・イメージとは、「ブランドが現在どのように知覚されているか」という概念に集約される（Aaker1997）。

例えば流氷やエゾシカの資源化においては、地域関係者が、文化や科学の力を用いて、観光や食の資源として社会に知覚されたいブランド・アイデンティティを構築していると捉えられる。その一方で、構築された情報の受け手側は、自らのもつ価値基準によりその情報を評価した上で、それぞれのブランド・イメージが形成される。文化や科学による価値づけに納得できれば、受け手側がもつブランド・イメージは地域関係者が構築したブランド・アイデンティティと一致する。

このように、スティグマ化された流氷やエゾシカは、地域関係者によるブランド・アイデンティティの構築を通じたブランディングの継続的な推進によって、地元住民らのもつ流氷やエゾシカの負のイメージを正のブランド・イメージに転換させたと見ることができる。そして転換された正のブランド・イメージは、ブランド・アイデンティティに限りなく一致した状態である。こうした転換は、象徴的に「負の烙印」から「正の焼印」への変容と捉えることができる。

(2) 豊かな「文脈」と資源化アプローチの多様性

地域関係者が構築したブランド・アイデンティティと地域住民のもつブランド・イメージのギャップを埋める働きかけは、「ブランド・コミュニケーション」と呼ばれる。陶山・梅本（2000）によると、ブランド・コミュニケーションとは、具体的には広告やプロモーションであり、その役割は「ブランド記憶の確立」と「強力で好意的でユニークな連想とブランドを結びつける」ことだと述べている。また、阿久津・石田（2002）は、ブランド・コミュニケーションの役割を「企業と顧客の間でブランド知識やコンテクストを共有すること」であるとし、その目的は「理想のブランド・イメージを顧客のなかに構築し、購買行動を喚起し、安定させること」にあると説明している。

流氷やエゾシカについては、地域住民のもつイメージを、地域関係者の価値づけによって構築されたブランド・アイデンティティに結びつけるために、価値の伝播やプロモーションなどのブランド・コミュニケーションを実行したと考えることができる。そして結果的に、地域住民の意識に流氷やエゾシカのブランド・イメージが植え付けられた。このような文脈が、本稿で議論する正の資源への転換だと考えられる。

加えて、流氷やエゾシカの資源化プロセスに内包される、地域関係者による文化的や科学的な価値づけは、流氷画や流氷まつり、そしてアイス・アルジー効果などに見られるように、多様な取組みであった。またエゾシカについても、ハンバーガーや栄養特性、そして狩猟文化やジビエなどによる多様な価値づけが見出された。また、こうした価値づけは、環境教育や食育などの次世代への啓蒙や、メディアやまつり、観光利用など多様な方法や手段によって、広くその価値が社会に伝達された。

こうした価値づけや価値の伝播の手法の多様性の効果を論ずる際に、「コンテクスト・ブランディング」が参照可能である。コンテクスト・ブランディングとは、阿久津・石田（2002）によると「コンテクストに着目した、ブランドの構築や活用、維持、活性化などを含んだ一連の取り組み」であり、ここで「コンテクスト」とは、「ブランド価値にかかわる文脈」としている。また、原田ほか（2012）は、コンテクストを「提供方法」「システム論」「関係性」などと表現しており、本稿では、地域関係者のブランディングによって構築された流氷やエゾシカと地域住民らとの「関係性」を、価値にかかわるコンテクストと捉える。

前項で述べたブランド・アイデンティティや、ブランド・イメージ、それらを繋ぐブランド・コミュニケーションは、このコンテクスト・ブランディングの枠組みである 3 領域そのものである（阿久津・石田 2002）。つまり、流氷やエゾシカのブランド・アイデンティティを受け手側がもつイメージと結びつけるコミュニケーションの方法やあり方が、コン

テクスト・ブランディングであると見ることができる。そして阿久津・石田（2002）は、ブランド価値を高め、それを効果的に活用していくためには「豊かな」文脈を持たせることが重要だと指摘している。

このように考えると、流氷やエゾシカのブランド価値が向上したそのプロセスには、多様な価値づけと多様な価値の伝達の方法が見出され、その効果は、ブランド・アイデンティティとブランド・イメージの間を埋めるコンテクスト・ブランディングのコンセプトである「豊かなコンテクスト構築」の必要性が支持している。本稿で議論する価値づけや価値の伝播の両アプローチが、流氷やエゾシカと地域住民の関係性を体現するコンテクストの変容に影響を及ぼす。従って、これらの両アプローチの多様性、つまりコンテクストの豊かさの効果の表出が、流氷やエゾシカの資源化である。

(3) 「アドヴォケート」による「ナラティブ」アプローチ

「負の烙印」としてのスティグマを付与された対象が、「正の焼印」としてのブランド・アイデンティティ構築を通じたブランド・イメージを定着[62]させるためのプロセスは、本稿で明らかにした負の存在の資源化プロセスと同一に理解することが可能である。さらに、こうしたプロセスは、スティグマの「払拭」や「克服」と表現することが可能である。スティグマの払拭や克服とは、上野ほか（2005）が提唱するような「脱アイデンティティ」や、一般的なアイデンティティの変容などに形容される。

ここで、アイデンティティについて触れたい。アイデンティティとは、端的には「主体性」や「自己同一性」とされる（大辞泉）。また、堀内ほか（2010）によれば、「自分が何者であるか」という一貫性や「自分は他でもなく自分である」という「統合された感覚」とした上で、アイデンティティには「社会とのつながり」と「内的なまとまり」という二重の意味をもつとしている。

このように見れば、スティグマの払拭や克服は、アイデンティティ変容の一形態と捉えることができる。特に堀内ほか（2010）が述べる「社会とのつながり」におけるアイデンティティは、そのつながりが負の関係性を帯びれば、それはスティグマに結びつく。反対にスティグマは、正の関係性の形成によってブランド・アイデンティティへのプラス転換が可能である。

---

62 本稿では以降において、ブランド・イメージがブランド・アイデンティティと一致したものとして、便宜上、ブランド・アイデンティティの表記に統一する。つまり、以降のブランド・アイデンティティとは、社会や消費者などがもつブランド・イメージと同義に扱う。

この点について、原田（1997）は、差別の対象とされた水俣病患者家族のスティグマの乗り越えについて論じている。原田はここで、「奇病の子」というスティグマを自ら公に語ることによって自分のスティグマに向き合い、奇病の子という属性を他者との合意形成に結びつけたり、水俣病患者被害者の運動を展開する上でプラスの存在と象徴化されたりするプロセスを、「真のスティグマの乗り越え」と解釈した。

また、重度の自閉症患者の一人に、東田直樹氏[63]がいる。東田氏は普通に会話をすることはできないが、唯一、パソコンの打ち込みや「文字盤ポインティング」によって、自分の考えを文章化して表出させることができる。その効果によって、東田氏は 18 冊の著作物を執筆し、世界 20 カ国以上で翻訳、出版され、さらに講演活動も行っている。東田氏は TV インタビューにおいて、自閉症患者は自分の考えをもってはいるが、その表現の仕方が分からないだけだと、その一般的な症状を説明している[64]。東田氏の活動は、社会における自閉症患者のアイデンティティの変容に効果的に繋がっていると考えられる。

このように見ると、スティグマの払拭や克服のための重要なアプローチの一つに、「ナラティブ（語り）」が挙げられる。ナラティブには多様な解釈が存在するが、例えば、Bonita&Johnna（2011）は、「現在の自己認識を反映し説明し正当化するためにつなぎあわされた有意味なできごとの、選択的な語り直しである」と説明している。水俣病患者家族や自閉症患者などがナラティブを実践し社会に発信することで、自己のアイデンティティをプラスに変容させた効果が見受けられる。

Bonita&Johnna（2011）は、ここで、スティグマの変容プロセスにおけるナラティブ効果が顕著に現れるのが、アルコホリクス・アノニマス（AA）[65]の集まりだとし、参加者に対する「個人的なストーリーを話す機会」と、「リカバリー[66]に関する集合的なナラティブの結果」が提供されると述べている。つまり、アイデンティティのプラス変容を伴うスティグマの乗り越えは、「AA や薬物依存症者」から「より大きな善に仕える奉仕者」、つまり具体的には「他の AA などに対する支援者」への変容を意味するとしている。

このような正当化のための「選択的な語り直し」としてのナラティブ効果は、「白い魔物」

---

63 東田氏の活動についての概説は「東田直樹オフィシャルサイト　自閉症の僕が飛び跳ねる理由」http://naoki-higashida.jp/index.html（2014 年 12 月 23 日参照）を参考にした。

64 NHK テレビ「君が僕の息子について教えてくれたこと」（2014 年 11 月 24 日再放送）を参照した。

65 AA（Alcoholics Anonymous）とは、「飲酒問題を解決したいと願う相互援助の集まり」であり、直訳すると「無名のアルコール依存者たち」の意味である（ウィキペディア http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%A2%E3%83%AB%E3%82%B3%E3%83%9B%E3%83%BC%E3%83%AA%E3%82%AF%E3%82%B9%E3%83%BB%E3%82%A2%E3%83%8E%E3%83%8B%E3%83%9E%E3%82%B9、2014 年 12 月 3 日参照）。

66 津富ほか（2011）は、犯罪者を、スティグマを貼られた者とした上で、彼らの立ち直りをスティグマの乗り越え、つまりリカバリーであると説明している。

や「厄介者」と呼ばれた流氷やエゾシカが内包する価値に焦点を当て、プラスの側面を社会に語りかけることを通じて、地域の評価が向上する変容過程を説明し得るものである。流氷やエゾシカがもつスティグマとしてのアイデンティティは、AA のそれがプラスに変容するように、ナラティブ効果によってプラス転換されたと解釈できる。

しかし、流氷やエゾシカは、AA や自閉症患者と違って直接語ることはできない。従って、「アドヴォケート」[67]、つまり代弁者が、流氷やエゾシカ代わってナラティブを実施したと考えられる。ここでアドヴォケートとは資源化に取り組む地域関係者であり、アドヴォケートによるナラティブが、前述のブランド・コミュニケーションであり、このような行動自体が、コンテクスト・ブランディングであると解釈できよう。

こうして見れば、アドヴォケートによるナラティブ効果には、「負の烙印」とするスティグマを「正の焼印」とするブランド・アイデンティティへと転換させる効果、つまりブランディングの要素を見出すことができる。

（4）負の存在が内包する「特異性」

Aaker（1994）が、ブランドを、売り手の財やサービスを競争業者のそれから「差別化しようとする特有の名前かつまたはシンボル」と定義していることは既に述べた。ここで重要なのは、「差別化」することである。差別化されたものは人々の心に刻まれやすい。例えば、どこでも獲れるようなアジやサバと比較して、大分県で獲れる「関アジ」や「関サバ」は差別化されている。原田・三浦（2011）は、「そこ」において水揚げされるものや、そこで見られる顕著に美しい景観などが、全国の人々に対して「地域の名称によって強くアピールできるコンテンツである」ことを意味すると説明しており、これらは地域の特徴や強みを活かした「地域ブランド」であるとしている。このように、差別化はブランディングにおいて重要である。

一方、負の存在も差別化された存在と言えるのではないか。例えば前節では、スティグマとは「望ましくない特異性」をもつとされた。つまり、「負の烙印」を押されることで、平凡な存在から差別化されていると考えられる。負の存在には、このように異質性や独自性などの特徴を有する特異性が備わっていると捉えられる。負の存在は、それがブランディング・アプローチを受ける前の段階で、既に差別化された存在であったと考えられる。

このような関係性を示したのが図 5 である。ここでは、社会的な評価による負の存在、

[67]アドヴォケートーはアドヴォカシーする人であり、アドヴォカシーとは「権利擁護の主張」である（大辞林 第三版）。つまりここでは流氷やエゾシカの権利を擁護する代弁者と捉えている。

中立の存在、正の存在を、特異性と凡庸性、並びに数字によってその関係性を表現した。

図 5　負、中立、正の存在の性質に係る関係図

出所）筆者作成

図 5 において、中立の存在とは、何処でも獲れるアジやサバに代表されるような「可もなく不可もない」存在を示す。こうした地域ブランド化されていないアジやサバも立派な水産資源であるとの指摘も予想されるが、ここでは例えば水産資源に恵まれる現代の日本社会において、人々がほとんど意識することがなく当たり前のように存在するアジやサバと捉え、こうした人々の特別な興味関心の対象外の存在を中立とする。こうした存在は、その凡庸性から、人々の心に刻まれにくいと考えられる。ここでは凡庸な性質を便宜上、数字で＜0＞と表現する。

一方で、負の存在は中立の存在と比較して、本来備える特異性という性質から、正の存在との共通点が見出される。つまりスティグマにもブランド・アイデンティティにも特異性があり、それらは中立の存在から差別化されている。ここで、数字の＜1＞とは、数値による特異性の便宜上の大きさを表し、それがマイナス＜－＞かプラス＜＋＞の違いで、その存在が負であったり正であったりすることを示している。

この点については、自然の驚異を崇高と捉え、その美学を論じた「崇高と美の起源」（Burke1973）を参照できる。Burke（1973）は、崇高は「苦」に起因し、美は「快」に起因するとした。このことは、マイナス＜－＞とプラス＜＋＞の違いをもつ特異性と相似的に理解することができる。

このように、ブランディングで重要とされる差別化と、負の存在が本来備える特異性には親和性がある。そしてこのような特異性は、負の存在においても正の存在においても、人々の心に刻まれやすいとみることができる。

第 3 節　本資源化プロセスにおけるマーケティングの多面的考察

(1)　「社会的排除」から「社会的包摂」へ

流氷やエゾシカの資源化推進には、地域関係者による価値の伝播の取組みが必要であった。かつて地域の「白い魔物」であった流氷と、「厄介者」であったエゾシカは、社会に対するマーケティングによって地域内外から評価される地域資源となったと考えられる。流氷やエゾシカは、社会との関係性において正当化したくない否定すべき存在から、徐々にその価値が社会に伝播していくことで、人々に受容される存在へと転換した。

伝播とは、例えば文化のそれに代表されるように、送り手の伝達や受け手の受容を含む。本稿では、価値の伝播、つまりマーケティングによって社会との関係性がプラスの方向に構築されたと考えられる。

これは、犯罪者の処遇における「社会的排除」から「社会的包摂」への変容に例えることができる。津富（2011）は、「本人がそもそももっている善き側面（長所・資源）を手がかりに立ち直りへの道筋をつける」モデルを、犯罪者処遇における「長所基盤モデル」とし、その中で「象徴的社会的包摂モデル」を提唱している。ここで津富は、象徴的社会的包摂モデルのキーコンセプトを「自分が社会の一員だというアイデンティティ」とした上で、社会的排除はその「アイデンティティの喪失」として、また社会的包摂はその「アイデンティティの形成」であると説明している。

前述のように、アイデンティティは二重の意味をもつ（堀内ほか 2010）とされ、その一つは「社会とのつながり」における自己同一性であった。このことからも、津富（2011）が社会的包摂を説明する「アイデンティティの形成」が社会との関係性の構築と結びついている。

犯罪者が「負の存在」であると考えれば、犯罪者のプラスの変容とは、社会的に負の存在が「排除」される状態から、資源化プロセスを経て、社会的に「包摂」される状態へ変容することと捉えられる。つまり負の存在も正の資源も、社会との関係性を構築できるか否かでその処遇が規定される。資源化の過程には、こうした正の関係性の形成、または関係性のプラス転換が必要不可欠であると考えられる。

そもそも本稿で扱うマーケティングとは、前述のようにプロモーションやコミュニケーション（Kotler2003）である。そしてコミュニケーションとは、資源化プロセスを代表する関係者同士の連携において定義したように、情報や思考、感情などが送り手と受け手の間で共有されること（池田 2000）である。さらにブランド・コミュニケーションは、その

定義からもマーケティングと解釈することが可能であり、その役割は送り手と受け手の間で「ブランド知識やコンテクストを共有すること」（阿久津・石田 2002）とされ、ここでコンテクストとは、原田（2012）によれば、関係性と捉えられた。

このように見れば、負の存在がゆえに社会から排除されていた流氷やエゾシカは、地域関係者によるブランド・コミュニケーションによって、それぞれの価値の共有を促進し、その効果として社会との関係性が構築され、結果的に流氷やエゾシカが社会に包摂されたと説明できる。

(2)　資源化への「抵抗」と社会への「インパクト」

流氷の資源化の取組みには抵抗を伴った。それは、村瀬氏による流氷画の制作や、田中氏の提唱した流氷まつりの開催への地元の反対であった。また、エゾシカについても、例えば阿寒町で最初にエゾシカバーガーを開発して販売した時､その記事は｢YAHOO!JAPAN｣のトップニュースに掲載され、それは多くの抗議の電話の引き金となった。その理由として、日本各地の動物愛護団体の思想に反するニュースであったことが考えられる[68]。

このように流氷もエゾシカも、その資源化プロセスにおいて抵抗勢力が存在した。佐藤（2008）は、こうした抵抗について､「地形や立地の悪さといった物理的な困難から、病気や災害など開発の「しっぺ返し」として生じた予期せぬ困難、そして開発利益の分配をめぐる紛争」など、多様かつ多くの「反作用」が資源化プロセスに伴うと述べている。

また、第 1 章第 2 節で示したように、Zimmermann（1985）も、こうした抵抗には「直接的障害」や「間接的障害」が存在するとした上で、前者には例えば「先見の明の欠如」「複雑性や多元相関性に対する無理解」「無知」「愚か」などが挙げられ、後者には「過去の圧迫感」「既得権」「手段的資産を非生産的経路に流用させる有力な隣人からの脅威」などが存在するとしている。

地域の負の存在を正の資源化することに対する抵抗とは、直接的には「先見の明」[69]に対する無理解やその欠如などである。また、間接的には「圧迫感」や「既得権」の侵害に対する反発が該当する。流氷は、その負の影響が地域住民を長年抑圧し、「白い魔物」というポジションが既に確立されていた。既得権とも言えるようなその確立を崩し、流氷を正の資源化させる画期的な取組みに対し、地域住民は抵抗を示したと捉えられる。また、エゾ

---

68 エゾシカバーガー発売への抗議の状況については、阿寒エゾシカ研究会会長曽我部氏へのヒアリング（2014 年 11 月 30 日実施）に基づいている。

69 大辞林 第三版によれば「将来どうなるかを前もって見抜く見識」のことである。

シカについても、中長期的な地域づくりに繋がる地場産業化の展望に対する無理解や、エゾシカを殺生した上で食用化することが、個体数増加によるエゾシカ自体の「餌不足」を解消するという、広い視野の欠如などから抵抗勢力が生まれたと考えられる。

こうした資源化に対する抵抗は、地域や社会に対して「インパクト」を与えたと捉えられる。そのインパクトとは、人々に「注目」される効果や、「良くも悪くも」社会に共有される効果である。

抵抗とインパクトの関係については、たとえば「2014 年香港反政府デモ」[70]を見れば理解しやすい。こうした抵抗勢力は人々の興味関心を誘起し、社会にインパクトを与えることで広く情報共有が推進される。共有の観点は前述のコミュニケーションの定義にも見られ、こうした抵抗勢力はデモ活動という情報発信を通じて、社会とコミュニケーションしているという理解もできる。もちろん TV や新聞などのメディアによる公表がこうした共有を加速しているが、このメディアの公表効果も含めて、抵抗は社会に対してインパクトを与えると考えられる。

流氷やエゾシカの事例においても、負の存在の資源化には抵抗が伴い、その抵抗が注目を集め、社会に対してインパクトを与えている。このような社会に対するインパクトの関係を、図 6 に示した。なお、図 6 に示す負、中立、正の存在とは、図 5 のように、社会的な評価の発現としてのそれぞれの存在である。

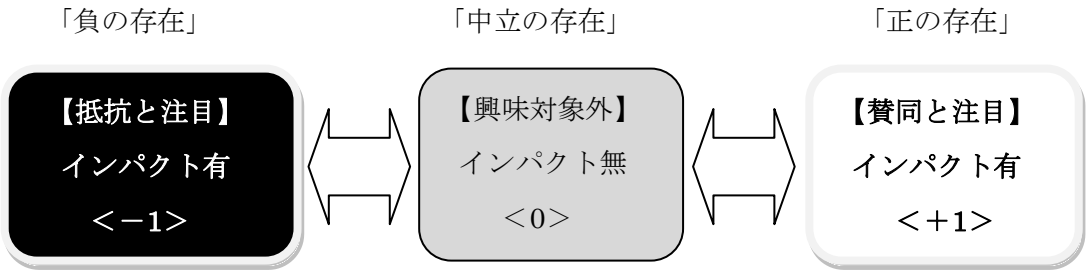


図 6　負、中立、正の存在の「資源化に対する」インパクトに係る関係図

出所）筆者作成

[70] 2014 年 9 月 27 日から香港で行われた中華人民共和国に対し抵抗を示す「デモ活動」である（ウィキペディア http://ja.wikipedia.org/wiki/2014%E5%B9%B4%E9%A6%99%E6%B8%AF%E5%8F%8D%E6%94%BF%E5%BA%9C%E3%83%87%E3%83%A2、2014 年 12 月 24 日参照）。

負の存在と正の存在については、図 6 に示すように、その資源化の取組みへの「抵抗」や「賛同」を通じて、それぞれ社会にインパクトを与えると捉えられる。賛同については、前述のように、正の存在は中立の存在と比べて差別化されており、さらにその存在が資源化されることには、一定の社会的賛同が得られ、それはメディアにとっても注目の対象となる可能性が高い[71]。

ここで創出されたインパクトは、便宜上、その大きさを数字の＜1＞で表し、そのインパクトが社会における賛同というプラスの性質を帯びる注目によれば、その＜1＞はプラス＜＋＞となり、また、抵抗というマイナスの性質を帯びる注目によれば、それは、マイナス＜－＞となる。なお、ここで抵抗をマイナスとしたのは、プラスのベクトルを持つ資源化に対して、反対を向いているからである。

他方、中立の存在については、社会において興味関心の対象外であるため、その資源化に対する注目度は低くインパクトは薄い、または無いと考えるのが妥当である。ここではその状態を、便宜上、数字で＜0＞と表した。

このように、抵抗が生み出す社会へのインパクトを＜－1＞とした。この点については、人種差別などの是正を目的とし、アメリカ合衆国で実施された「Affirmative Action」（アファーマティブ・アクション）の例を参照できる。かつてアメリカ社会でスティグマ化され差別の対象とされた弱者集団を、社会に積極的に包摂するために 1960 年代以降に取られたこの是正措置は、社会的な強者とされた白人たちが逆差別と主張する抵抗を生み、それはメディアにも取り上げられ、社会に対して強いインパクトを与えた[72]。こうした社会的包摂とは、本稿の資源化プロセスの一要素であり、その働きかけに対する抵抗は資源化にとってマイナスである。

このように、負の存在化した流氷やエゾシカの資源化に対しても抵抗が生じ、その抵抗はメディアの効力も加担して社会の注目を集めた。そして、結果的に社会に対するインパクトへと繋がった。

(3) 社会との「関係性」の構築による資源化の効果

以上のように、負の存在の資源化に見られた抵抗による社会へのインパクトについて概説した。前項の「香港デモ」についても述べたように、抵抗とは何らかの情報を発信する

71 例えば、生物多様性を維持する正の存在としての北海道知床の自然が、世界自然遺産に登録されることなどである。

72 福山（1996）『Discrimination, Prejudice, and I』，岩手大学 人文社会科学部 学士論文を参照した。

行為であり、抵抗が社会に対してインパクトを与えることで何らかの情報共有を推進していると考えられる。そして共有の観点から、それは社会とのコミュニケーションと捉えられる。

このように考えると、社会へのインパクトとは、社会との関係性の形成とすることができる。そしてその関係性とは、マイナスにもプラスにも変容が可能であり、その両方の性質において、関係性は形成される。つまり、それがマイナスのインパクトであっても、社会との関係性は「少なくとも」構築される。

関係性については、本章第 2 節で述べたように、コンテクスト・ブランディングにおけるコンテクストの解釈の 1 つ（原田ほか 2012）として捉えた。また、サービス科学において、関係性は「リレーションシップ・マーケティング」（関係性マーケティング）に見られるようにマーケティングと親和性がある。

久保田（2012）は、「関係」とは一般的に「物事の間における何らかの「かかわり」」とした上で、リレーションシップ・マーケティングを「顧客との間に存在する関係に着目することで優れたマーケティング成果を達成しようとするもの」と定義している。このように、マーケティングにおいては、関係性の構築は重要だと考えられる。

こうして見れば、コミュニケーションによる共有の促進とは、共有という「かかわり」の形成であり、それは関係性の構築のことである。つまり、社会へのインパクトは、このような経緯を踏まえ、社会との関係性の構築に寄与している。こうした社会との関係性の構築を中心とした資源化の効果について、その関係性を示した（図 7）。

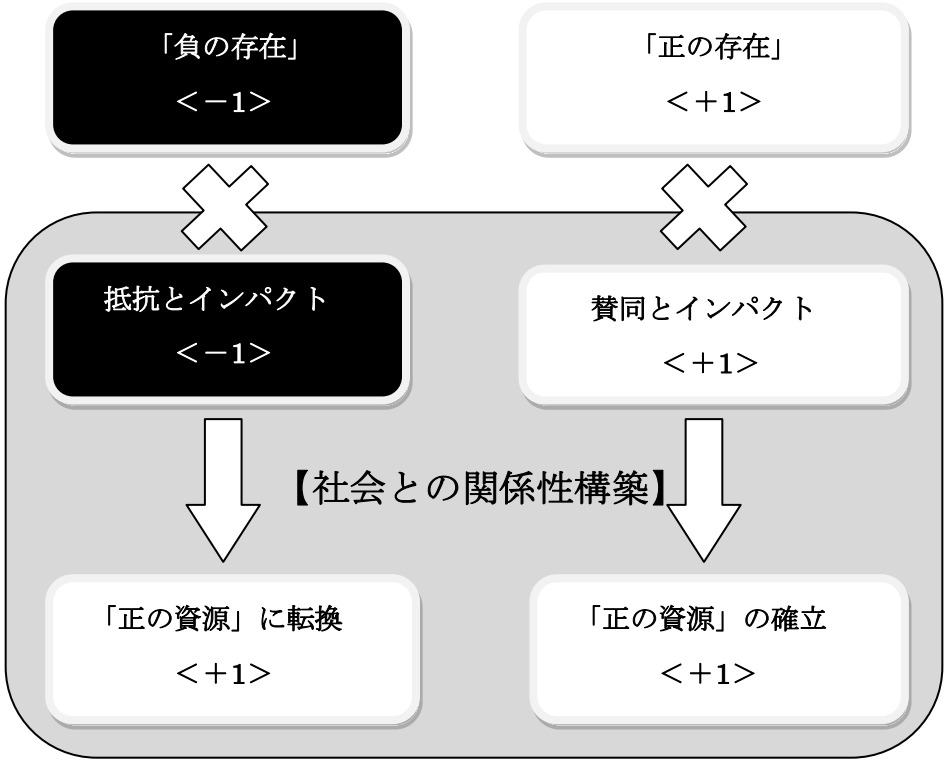


図 7　社会との関係性構築による資源化の効果

出所）筆者が作成

図 7 に示した、負と正の存在と、抵抗と賛同のインパクトのそれぞれの間の 2 つの「×」の記号は、どちらも「資源化アプローチ」を表している。負と正の両存在に対し資源化を働きかけることで、それぞれ「抵抗」や「賛同」が生じて、それは社会へのインパクトを創出する。社会へのインパクトは、「良くも悪くも」社会との関係性を構築する効果を生む。図 7 の灰色に塗られた枠内は、関係性構築の領域を示しており、それは資源化アプローチの後のタイミングから始まっている。

そして、「抵抗とインパクト」や「賛同とインパクト」と、「正の資源に転換」や「正の資源の確立」との間の 2 つの「↓」の記号は、どちらも資源化アプローチの「継続的実践」を表している。ここでは特に、負の存在の抵抗とインパクトの後の「↓」が重要である。抵抗によるインパクト自体は＜－1＞であり、それは社会に対して、負の存在の潜在的な価値を共有するには至らず、単に「印象に残っている」だけの関係性の構築段階である。そこで、「↓」に示した、価値づけや更なる価値の伝播による資源化アプローチを継続させることが、正の資源転換に繋がる重要な要因となっている。

以上をまとめると、地域の負の存在＜－1＞は、地域関係者による資源化アプローチ「×」によって生じた抵抗＜－1＞によるインパクトを社会に与えることで、少なくとも社会との

関係性を構築し、その後の地域関係者による資源化の継続的な実践「↓」によって、正の資源＜＋1＞に転換された。

なお、図 7 において、中立の存在＜0＞の資源化に関してはその提示を割愛した。その理由は、中立の存在の資源化過程において、与えるインパクトの弱さから社会との関係性の構築が困難だと考えたからである。

（4）小括：価値の伝播の継続的な推進と多様な価値づけの推進

以上、本章においては、マーケティングの要素とした価値の伝播や、抵抗によるインパクト、そしてインパクトによる共有と社会との関係性構築などについて述べてきた。ここでは、流氷やエゾシカの資源化プロセスへの抵抗によるインパクトが、何らかの情報の共有という観点で社会との関係性を構築することを社会的包摂とした上で、価値づけと価値の伝播を 2 軸とした資源化の推進過程を図にまとめた（図 8）。

図 8 で示す資源化の推進は、本稿において解明された資源化プロセスモデルを中心に据え、左下部分の負の存在を出発点として、それぞれ価値の伝播と価値づけのアプローチによって右上部分の正の資源へと転換されるその推進過程を表している。価値の伝播の横軸の両端には、社会的排除と社会的包摂、そして価値づけの縦軸の両端にはスティグマとブランド・アイデンティティを置いた。この 2 軸により、対象の資源化の推進状態を 4 分割した。

さらに、価値の伝播の横軸は、継続的な推進を表す時間軸とし、価値づけの縦軸は、その多様性と質の向上を同時に表す軸とした。負の存在は、価値の伝播のアプローチを継続するほど社会に包摂され、また、その価値づけには多様性と質の向上を実践すれば、負の存在は期待されるブランド・アイデンティティに近づく。

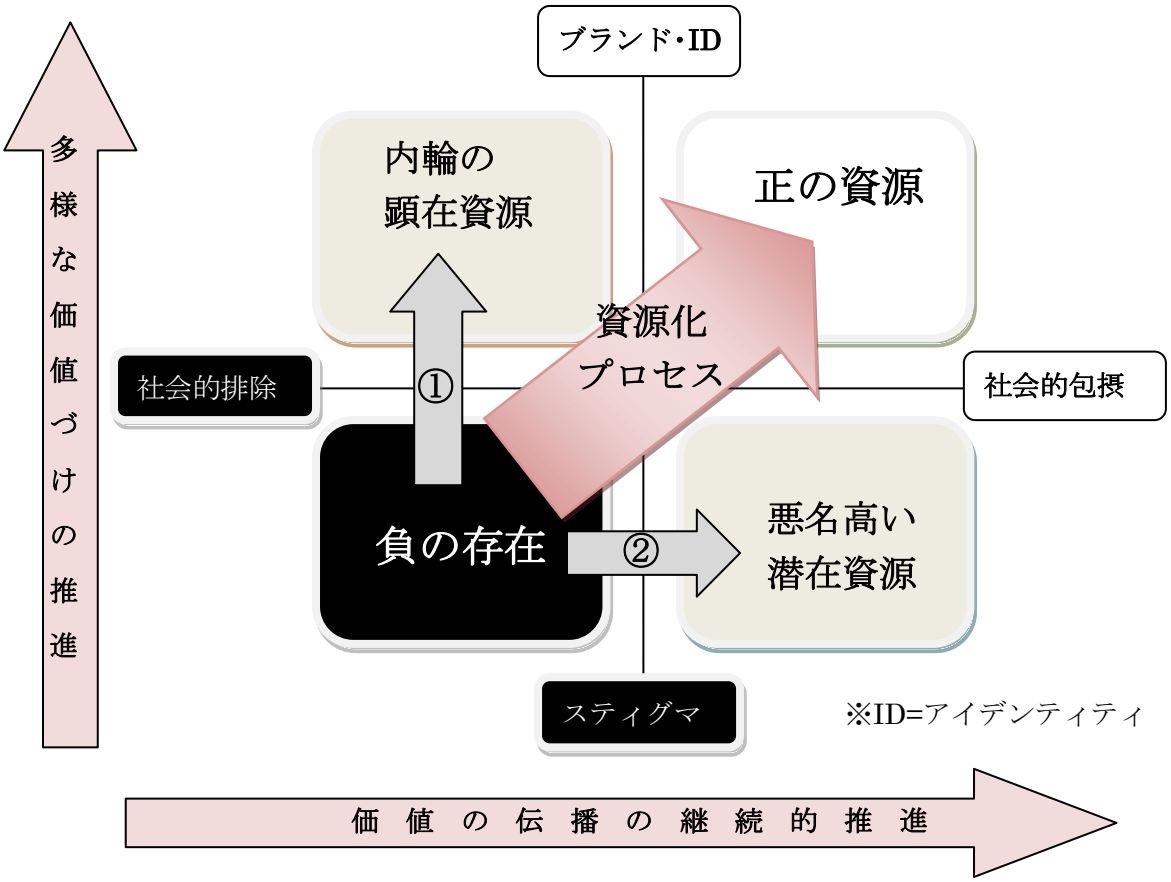


図 8　価値づけと価値の伝播を 2 軸とした負の存在の資源化の推進

出所）筆者作成

図 8 の左下部分の負の存在を出発点として、右上部分の正の資源まで直接繋がる真中の太い矢印は、理想の資源化プロセスだと言える。文化的カテゴリーや科学的カテゴリーにおけるブランディングとマーケティングのアプローチが効果的に実践され、各アプローチの時期もそれほど離れることなく資源化が推進されている状態である。流氷については、およそ 30 年（エゾシカについては約 10 年の間）に、資源化プロセスがほぼバランスよく推進された（またはされている）と考えられる。

ここで重要なのは、価値の伝播の推進と価値づけの推進を両方実践することが資源化を促進するという点である。そのどちらかが欠けても正の資源化は促進されない。

例えば、図 8 に示した、負の存在を起点とする上方向の「矢印①」は、価値づけの推進のみが実践された場合を表している。地域関係者が負の存在に対して多様な価値づけを実践したり、その価値の質の向上を試みたりしても、その価値を社会に対して普及しなけれ

ば、負の存在は正の資源化されない。本稿ではこうした状態を、図 8 の左上部分に示す「内輪[73]の顕在資源」とした。これは働きかけの主体となる地域関係者のみに、その価値が共有された状態を表している。

一方で、地域関係者が、負の存在に対する価値づけを実践することなく、負の評価のまま社会に伝達すれば、社会の認知度は向上しても正の資源化には結びつかない。ここでは、こうした状態を、図 8 の右下部分に示す「悪名高い潜在資源」とした。この状態において社会に広く認知されていることを利用すれば、その価値づけアプローチによっては、正の資源へと昇華する。

このように考えると、負の存在の正の資源転換へのアプローチには、価値づけと価値の伝播の両方の取組みが必要だということが理解できる。このように、本稿が提示する資源化プロセスにおいては、価値に対する両方のアプローチの必要性とその効果の妥当性を確認することができる。これは、本章第 1 節において敷田ほか（2009）が指摘したブランディングとマーケティングの組み合わせによる顧客獲得と関係性構築の効果に符合する。

以上の議論から、流氷やエゾシカの資源化には、価値を高めることと、その価値を広めることが深く関わっている。ここで議論する価値について、本稿ではこれまで、社会通念的な意味として扱ってきた。それは、例えばものの「値打ち」（大辞林 第三版）としての価値である。しかし、価値という言葉のもつ意味は深い。そこで、価値について別の定義を参照したい。例えば世界大百科辞典 第 2 版はこう定義している。

> 価値とは、＜主体の欲求をみたす、客体の性能＞である。すなわち価値とは、第 1 に、人々の欲求に最終的な基礎をおくものであって、なんらかの神秘的なもの、超経験的なもののうちに基礎をもつものではない。ただし＜欲求＞とは、道徳的、芸術的、宗教的、社会的欲求をふくむあらゆる分野において、あるものを“のぞましい”とする傾向のすべてである。第 2 に価値とは、このように主体の欲求の相関概念であって、対象自体に内在しているものではない。

こうして見ると、価値とは流氷やエゾシカ自体が内包しているものではなく、例えば地域関係者が、流氷やエゾシカを地域住民や地域づくりにとって「のぞましい」状態に設定した上で、有効利用しようとする関係者自身の欲求をみたす性能だと解釈することができる。このように考えれば、これまで議論した価値づけや価値の伝播についても考察の深度

[73] ここでは「外部には知られていない内部の事情」（大辞林 第三版）の定義を採用した。

を高める必要があるのではないか。この点を踏まえた上で、次節以降においては、人材開発の枠組みに対する資源化プロセスモデルの応用可能性を照合的に議論し、価値づけや価値の伝播についてさらに検討する。

第 4 節　「もの」と「ひと」の資源化プロセスに関する照合的考察

本章で重ねてきた議論を見れば、本節で行う人材開発の枠組みに対する資源化プロセスモデルの応用可能性の検討のために、第 1 章第 2 節で紹介したアクター・ネットワーク理論の援用が求められる。前述のように、地域の負の存在であった流氷やエゾシカの資源化に対して、スティグマや犯罪者処遇における社会的包摂などの概念を用いた。こうした概念は本来「もの」ではなく「ひと」に対して用いるのが適切である。そこで本節では、「もの」である流氷やエゾシカを、「ひと」である地域関係者や地域住民などのアクターと同等なアクターとして扱うことで、以降の議論をより明確にする。

また、本節においては、アクター・ネットワーク理論を援用する議論を、関係性の形成や変容の視点からアクターの資源化を捉えるマクロ的な考察とする。次に、ポジティブ・アプローチの概念を援用したアクターの資源化の議論を、それらの対象が持つ価値の探究を軸としたミクロ的な視点による考察とした上で、2 段階の援用を試み、資源化プロセスモデルの人材開発の枠組みに対する応用可能性を議論する。

(1)「アクター」としての流氷とエゾシカ

第 1 章第 2 節において、アクターとは「人間であれ非人間であれ、基本的行為に参加するアクティブな実在物の全て」であった（Callon2006）。つまり、流氷やエゾシカを負の存在としていたオホーツク海沿岸地域や東部地域の地域住民や、それらの資源化に取り組んだ地域関係者は、重要なアクターである。そして流氷やエゾシカ自体も、本稿では、重要なアクターと見なされる。

アクター・ネットワーク理論を再確認すれば、周（2013）は「関係の生成変化に注目し、ヒト、モノ等の諸断片的な要素を、諸関係を構成する「対称的」なアクターと見て、それらのアクターが織りなすネットワークの動態のプロセスを把握」するための枠組みであると定義し、アクターとネットワークは不可分とした上で、「関係の結び様が変われば、実在は性質を変えたり、別の存在になったり、新しい存在に取って変わる」とした。

こうした考えによれば、流氷やエゾシカが、地域関係者や地域住民との間を結ぶ関係性

やネットワークの生成や変容、または転換などによって、正の資源化（または負の存在化）される動的なプロセスを把握できる。つまり、資源化（または負の存在化）プロセスの把握においては、これら全てのアクターと、それぞれを結ぶネットワークを切り離して考えることはできない。

さらに、アクター・ネットワーク理論には、アクター同士の関係性の形成やその状態を体現する概念としての「翻訳」がある。翻訳とは、例えば大塚（2006）によれば、「特定のアクターが他のアクターの特性や意図を自分の都合の良い様に読み替えて、それらを動員すること」である。大塚が述べる翻訳の概念を本稿に援用すれば、地域関係者（特定のアクター）は、流氷やエゾシカ（他のアクター）から、地域づくりや資源化を目的とするのに都合のよい特性を見出すことによって、その価値を向上させる翻訳が存在したと理解できる。

一方で、地域住民（特定のアクター）にとっては、自分達の生活を守るという都合から、「白い魔物」や「厄介者」と呼ばれた流氷やエゾシカ（他のアクター）は、その都合を阻害する、またはその期待から負の方向に逸脱し得る特性を持つとし、負の存在と捉える翻訳が存在したと解釈できる。他方、地域関係者の都合において地域住民は、流氷やエゾシカの価値を伝播させたい対象として存在し、この 2 つのアクターの間にはこうした主体の都合を示す翻訳が成立していたと理解できる。

つまり、アクター・ネットワーク理論を援用すれば、流氷やエゾシカ（アクター）が負の存在化するのも正の資源化するのも、関係性をもつアクターたちとの間の翻訳のあり方次第とみることができる。そして、その翻訳のあり方は、流氷やエゾシカ（アクター）を客体として、主体である地域関係者（アクター）や地域住民（アクター）のそれぞれの都合によって、規定される。地域関係者による地域住民への価値の伝播が効果的であれば、地域住民と流氷やエゾシカの間の翻訳は、地域住民の「価値の理解と受容」という主体の都合によって改善される。このことは、地域住民と流氷やエゾシカとの間を繋ぐ、新たな正の関係性の形成であり、それは同時に既存の負の関係性のプラス変容とも捉えられる。

こうした考えに基づき、第 4 章第 3 節で述べた価値の定義と、ここでいう翻訳の定義や用法には共通する要素が見られる。これらの比較において、抽出可能な共通要素をまとめた（表 14）。

表 14　価値と翻訳の共通要素の抽出

項目	価値	翻訳
端的な定義や用法	主体の欲求をみたす、客体の性能のこと。対象のもつそれは、主体の欲求の相関概念である。	あるアクターが他のアクターの特性や意図を、自分にとって良い都合に読み替えること。
共通要素①	主体の欲求や都合が評価基準である。	
共通要素②	客体の性能や特性は、主体によって負にも正にも変化する。	

出所）分析結果を基に筆者作成

ここで翻訳とは、表 14 に示すように、主体の都合によって左右されるものであり、その主体の都合は、客体の特性を規定する。こうした翻訳の定義や用法と価値の定義との比較において、共通要素①と②が見出された。つまり、価値も翻訳も、主体の欲求や都合に応えていれば、客体は主体にとって価値があり、その間を繋ぐ翻訳は、正の関係性として存在する。しかし一方で、客体が主体の欲求や都合に応えていない、または阻害するものであれば、その客体は主体にとって負の存在となり、その間の翻訳も負の関係性となり得る。

このように、アクター・ネットワーク理論の援用によって、本稿が扱うそれぞれのアクター同士の関係性に言及するマクロ視点から分析した。こうした関係性を体現する翻訳のあり方次第で、流氷やエゾシカは負の存在となり、または正の資源となった。そしてその翻訳は、価値の概念と同様に、主体の都合によって変容する。

(2)「ポジティブ・アプローチ」と「デフィシット・ベースド・アプローチ」

次に、前項でアクターと捉えた流氷やエゾシカの負の存在化や正の資源化プロセスについて、人材開発の枠組みとの照合的な議論を行う。そのため、ここでは「ひと」の持ち得る価値を探究することを基軸としたポジティブ・アプローチを援用する。マクロ視点で議論したアクター・ネットワーク理論に続き、ここでは段階的にミクロ視点で、価値の探究などによる資源化プロセスについて議論する。

第 1 章第 2 節で前述したように、ポジティブ・アプローチとはファシリテーションの手法に分類され、大住（2013）によれば、この手法は「組織や人の潜在的価値や強みにフォ

ーカスし、それらの連携により新たな成果を生み出し、ありたい姿を描き共有することを通じて、新たな価値、目標、アクションを導く方法論」であった。そして、ポジティブ・アプローチの中でも代表的な「AI」（アプリシエイティブ・インクワイアリー）とは、ポジティブ・アプローチの概念どおり[74]、価値や強みに焦点を当てることで人や組織の成長や発展を促すアプローチ（大住 2013）である。

また、Whitney&Trosten（2006）によれば、AI には「価値の認識や付加」とするアプリシエーションと、「探究や発見の行為」とするインクワイアリーの意味が含まれた。これらの定義を参照すれば、AI は、人材開発の枠組みにおいて「ひと」がもち得る「潜在価値の発見」や「付加価値の探究」などを基軸としたアプローチだと考えられる。

さらに、Whitney&Trosten（2006）は AI の特徴を、アプローチのベクトルが正反対である「デフィシット・ベースド・アプローチ」と比較することで明確にしている。「デフィシット」（deficit）とは、例えば「欠損、欠陥、欠乏、不足」[75]などを意味するが、このアプローチは、何らかの問題点や欠点に注目し、それらをいかに克服するかに焦点を当てている。つまり「デフィシット・ベースド・アプローチ」は、AI とは対照的に、「ひと」の持ち得る「顕在的な弱みや欠点」への「注目と克服」を基軸としたアプローチだと捉えられる。

このように見れば、デフィシット・ベースド・アプローチが基軸とする弱みや欠点への注目は、流氷やエゾシカの負の存在化と関連すると考えられる。前述のように、流氷やエゾシカについて、メディアの公表などによる社会経済的な被害などの指摘が、流氷やエゾシカのもつマイナスの評価価値を広く社会に顕在化させたと理解できる。つまり、欠点とも言えるマイナスの特徴への社会的な注目が、流氷やエゾシカの負の存在化に繋がった。

確かに、これまで組織活性化や人材開発では、問題点を明確化した上で課題を設定し、いかにその課題を克服するかに重点が置かれてきた。例えば、私たち日本人が小学校や中学校のテスト勉強において、苦手な教科の克服に重点を置いてきたことを考えれば理解しやすい。この点について大住（2011）は、問題点を特定化した上でその原因と解決方法を分析、検討する「ギャップ・アプローチ」[76]を、ポジティブ・アプローチとの対比において紹介した上で、その手法の実践の困難さを指摘している。

さらに、前述のように何かがスティグマ化した状態やその過程から、デフィシット・ベ

---

[74]本稿では、AI 以外のポジティブ・アプローチについては言及しないため、これ以降、ポジティブ・アプローチと AI は同義に使用する。

[75] ライフサイエンス辞書（http://ejje.weblio.jp/content/deficit、2014 年 12 月 26 日参照）による定義を採用した。

[76] 本稿が扱うデフィシット・ベースド・アプローチと同様な手法のことである。

ースド・アプローチによる欠点の注目や、その効果によるマイナスの評価価値の周囲への顕在化や共有を説明できる。つまり、人材開発の枠組みにおいても、このような弱みや欠点に注目するアプローチは、その「ひと」の組織における負の存在化を助長するリスクを内包する。

そもそも人材開発とは「人材を開発する行為で、訓練や教育における教え方の手法の一つ」である[77]。そして広辞苑 第 6 版によれば、人材とは「才知ある人物や役に立つ人物」であり、開発とは、例えば資源などを生活に対して「役立つようにすること」である。つまり、広義に人材開発とは、「ひと」を、組織のために何か役に立つように働きかけることだと考えられる。

前述したような、「ひと」の弱みや欠点への注目と克服の焦点を当てたアプローチでは、その「ひと」が組織の活動において役に立つまでに時間がかかるか、または何らかの障壁が想定される。大住（2011）はこのような障壁を、「ひと」が「ダメな現実」に直面した上で、強烈な「やらされ感」にその「ひと」の心が支配された状態に陥ることと説明している。また、緩利（2014）は、組織における「ひと」の欠点への注目は、問題点の認知ばかりが促進され、たとえその問題が解決されたとしても「より望ましい状態が生み出されるわけではない」と指摘している。

一方で、「ひと」の強みや価値に注目するポジティブ・アプローチは、「組織」自体がその「ひと」の潜在的価値を探究する働きかけなので、そこで発見された価値がその組織の役に立つことは容易に想定できる。いや、むしろ組織は、始めからその「ひと」が組織の役に立つ**ための**価値を探究するとした方が、ポジティブ・アプローチの概念と符合する。そして、その「ひと」の付加価値の組織における共有と連携は、目標に向かって成果を創出する（大住 2013）。

ポジティブ・アプローチは、特に欧米の組織変革において、その成果を上げており（Whitney&Trosten 2006）、小林（2008）が指摘する日本企業によるポジティブ・アプローチの導入の始まりによって、日本でも人材開発におけるデフィシット・ベースド・アプローチからの脱却を図る企業が今後増加すると考えられる。綾利（2014）によれば、ポジティブ・アプローチは、近年、組織開発論や組織変革論の分野において支持を得ている。

---

77 ウィキペディア（http://ja.wikipedia.org/wiki/%E4%BA%BA%E6%9D%90%E9%96%8B%E7%99%BA、2015 年 1 月 2 日参照）による。

(3)「強みと価値」に焦点を当てるアプローチ

以上のように、ポジティブ・アプローチは、「ひと」の強みや価値に焦点を当てる手法であり、それは端的に「潜在価値の発見」や「付加価値の探究」を基軸とする。そして本稿において価値とは、主体の欲求をみたす客体の性能のことであり、主体の欲求や都合による、そして客体の可変的な性能という点で、アクター・ネットワーク理論の翻訳との間には２つの共通要素が見られた。

このように見れば、流氷やエゾシカの資源化における「資源」がもつ意味にも、価値の定義との比較において共通要素を見出すことができる。序章第 3 節において、資源とは「事物または物質の果たしうる機能、あるいはそれが貢献しうる働き」（Zimmermann1985）であった。また、第 1 章第 2 節においては、佐藤（2008）による資源の定義を「働きかけによる可能性の束」と紹介した。さらに、Zimmermann（1985）は、資源化の過程には、人間による「文化的欲望」や「科学・技術的を含む能力」が含まれるとした。

以上のような資源を説明する定義や用法について、価値のそれとの比較から見出される共通要素をまとめた（表 15）。

表 15　資源と価値の共通要素の抽出

項目	資源	価値
端的な定義や用法	人間による欲望などに対し、事物または物質の果たしうる機能や働き、またはその可能性。	主体の欲求をみたす、客体の性能のこと。対象のもつそれは、主体の欲求の相関概念である。
共通要素①	主体（人間）の欲望や欲求が評価基準である。	
共通要素②	客体の機能や性能は、主体によって負にも正にも変化する。	

出所）分析結果を基に筆者作成

資源も価値も、表 15 に示したように、その評価は、主体である人間の欲望や欲求をみたすかどうかに左右される。客体の機能や性能が、主体の欲望や欲求に応えることができれば、その客体は主体にとって価値があり、正の資源となり得る。一方で、その反対の状態

では、主体にとって客体は主体の期待に応えない、または阻害していることで、マイナスの評価を受け、客体は主体にとって負の存在化し得る。つまり、表 15 に示す共通要素①と②が抽出できる。

このように考えれば、資源と価値、そして図 14 における翻訳も含めて、これら 3 つの定義や用法には、主体と客体の関係性を示す共通要素①と②の抽出が可能である。つまり、資源にも価値にも翻訳にも、主体が向ける何らかの欲求に従属する客体の性質の可変性が認められる。

先ず、客体である流氷やエゾシカの負の存在からの正の資源転換とは、主体である地域関係者による文化・科学的なカテゴリーにおける価値づけ（ブランディング）や価値の伝播（マーケティング）の取組みの継続的な実践の成果であった。つまり、資源の定義から見れば、流氷やエゾシカ（客体）は、地域関係者（主体）が向ける文化・科学的な欲望などに応える機能を果たすことによって、正の資源となった。

次に、本稿で価値づけとは価値の探究と同義に捉えられる。つまり、客体である流氷やエゾシカは、主体である地域関係者による文化・科学的な欲求をみたす性能の探究と発見によって、プラスに評価され、価値づけされた。

さらに、価値の伝播は翻訳の用法と結びついている。先ず、主体である地域関係者は文化・科学的な分野で主体の都合の良いように、客体である流氷やエゾシカの特性を読み替えてプラスの関係性を形成した。次に、別の主体である地域住民は、地域関係者によって情報が共有された流氷やエゾシカの価値の受容によって既存の都合が転換され、マイナスの関係性はプラスに読み替えられた。

このような考えに基づき、資源化プロセスを人材開発の枠組みに対して応用できるかをより明確に検討するために、AI の「8 つの原理」[78]を代表する原理を参照できる。AI の 8 つの原理の中には、価値づけや価値の探究に関連する原理が複数見られるが、その代表的なものは「選択自由の原理」である。Whitney&Trosten（2006）は、選択自由の原理について「人が貢献の性質と範囲を自由に選択できるようになると、人と組織は繁栄する」と述べている。これは、「ひと」が自分自身の強みや価値を活かして組織に貢献する方法を自由に選択できるという見方と、「ひと」（例えば上司）が「他のひと」（例えば部下）の強みや価値を活かせるようなミッション[79]を、自由な選択肢の中から選んで与えることで組織に

[78]8 つの原理とは、1 構成主義の原理、2 同時性の原理、3 詩的隠喩の原理、4 予期成就の原理、5 ポジティブ性の原理、6 全体性の原理、7 体現の原理、8 選択自由の原理であり、これらは人づくりに関する本質的な価値観を示している（Whitney ほか 2006）。

[79]ミッションとは「任務や使命」（大辞林 第三版）だが、ここでは「組織づくり」という目標に向けた、例えば上司の欲求を表出させた形としての任務や使命と捉えた。

貢献するという見方ができる。この 2 つの見方は、いずれも組織づくりへの貢献に繋がり、本稿が扱う価値づけや価値の探究については、後者の見方と一致する。

一方で、8 つの原理の中には、価値の伝播や共有に関連する原理もある。その代表的なものは「全体性の原理」である。全体性の原理とは「全体性[80]を経験することが、人々、人間関係、コミュニティ、組織の、最善のものを引き出す」ものである（Whitney&Trosten 2006）。

こうした考えは、多様な「ひと」が持つ多様な価値を組織全体に包摂することで、「ひと」や組織が活性化されることを説明し得るものである。「ひと」や「価値」の多様性とは、マイナス評価を受けていた「ひと」にプラスの付加価値が見出され、その「ひと」やその価値が組織全体に包摂される状態を含んでいる。このことは、例えば本章第 3 節で前述した、スティグマ化した「ひと」の長所に注目した上で社会に包摂し、立ち直りへの道筋を見出す「長所基盤モデル」（津富 2011）に対しても相似性を見出すことができる。さらに、流氷やエゾシカの、既存とは異なる付加価値の社会への伝播と共有によって、資源化や地域づくりが推進されることにも繋がる。

なお、文化的・科学的なカテゴリーに関しては、資源化する主体の欲求の表出の分野として捉えることができる。つまり、それは主体の欲求をみたす分野であり、客体の性能や機能が活きる分野である。性能や機能が活きる分野の選択とは、人材開発の枠組みにおいては「ひと」の強みや価値が活きる分野として解釈できる。すなわち、これは「ひと」の長所を含めた得意分野であると捉えられる。こうした分野は、そのどれもが主体の自由な選択の一部である。

（4）人材開発の枠組みへの応用可能性

以上述べてきたように、資源化プロセスモデルが内包する 4 つの分類要素は、ポジティブ・アプローチによる人材開発の枠組みにおいても共通して見られた。流氷やエゾシカの資源化に見られた価値づけや価値の伝播の取組みとその効果には、ポジティブ・アプローチによる価値の探究や組織による全体性の経験とその成果との相似性が認められた。このような相似性を、資源化プロセスモデルの人材開発への発展的な適用とした上で、表にまとめた（表 16）。

[80] 全体性とは全体のストーリーを理解する体験であり、「人々が、お互いの異なった見方、考え方、共有された出来事に関する解釈に耳を傾け、経験し、理解できる」ときに現れる（Whitney ほか 2006）。

表 16　資源化プロセスモデルの人材開発への発展的な適用

	客体の 性能の分類	価値の探究 価値づけ	価値の伝播 全体の共有
主体の自由な欲求の選択肢	苦手分野 「ひと」	弱みや欠点の 明確化	マイナス評価の 組織内共有
	苦手分野 「もの」	「負の烙印」の付与	社会に対する 負のインパクト
	得意分野 「もの」	文化的 ブランディング	文化的 マーケティング
	得意分野 「もの」	科学的 ブランディング	科学的 マーケティング
	得意分野 「ひと」	強みや長所の 探究	プラス評価の 組織内共有

出所）分析結果を基に筆者作成

表 16 において、先ず資源化プロセスモデルの 4 枠を太線で囲い、表中に据えた。そして、「客体の性能の分類」の縦列は、苦手分野と得意分野に分類した上で、それぞれ「もの」と「ひと」に分けた。「もの」は流氷やエゾシカなどを示し、「ひと」は、開発される人材を示す。

「価値の探究、価値づけ」の縦列は、ブランディングの領域である。その列の中にある「ひと」の該当枠については、苦手分野か得意分野で、それぞれ「弱みや欠点」、または「強みや長所」の明確化や探究を示した。一方、「価値の伝播、全体の共有」の縦列は、マーケティングの領域である。その列の中にある「ひと」の該当枠については、主体による客体のマイナス評価やプラス評価の組織内の共有をそれぞれ示した。

マイナスの評価については、「ひと」と「もの」の両方において、灰色で着色された苦手分野の横の 2 行の領域で示し、それはどちらも負の存在化の可能性を含んでいる。特に、「もの」の苦手分野を示す横の行においては、客体は「負の烙印」を付与され、それは社会に対し「負のインパクト」を与えることで負の存在化する状態を示している。一方、プラスの評価については、灰色以外の白色の横の 3 行の領域で示し、「もの」や「ひと」の両方において、正の資源化の可能性を表している。

ここで最も重要なことは、一番左に示した「主体の自由な欲求の選択肢」である。この選択肢は、「客体の性能の分類」の縦列にある苦手分野の 2 枠と得意分野の 3 枠の全てに行き届いている。すなわち、これは資源化する対象の得意分野を見るのも、苦手分野を見るのも、主体の自由であることを示している。価値とは、「主体の欲求をみたす客体の性能」であることから、価値づけや価値の探究とは、表 16 に示したように、主体が客体の性能が活かされる得意分野の行に、欲求の選択を合わせることだと説明できる。その状態では、主体の欲求を客体がみたしており、主体にとって客体は正の資源化する。

しかし一方で、主体が、欲求の選択を客体の苦手分野の行に合わせれば、客体は主体の欲求をみたすことができず、その客体はマイナス評価を受けることになり、そのマイナス評価が社会や組織に共有されれば、客体は負の存在化する。それは、客体が「もの」であっても「ひと」であっても同じことである。

流氷やエゾシカについては、主体である地域関係者が、自由の選択肢の中から、それぞれの欲求を、文化的、または科学的なカテゴリーに合わせた。つまり、エゾシカや流氷にとって、それは性能を活かすことができる得意分野の行であった。そして、それぞれの横の行の領域において、ブランディングやマーケティングを実践することで、正の資源化された。

流氷やエゾシカの事例から見出された資源化プロセスモデルは、価値づけや価値の探究、そして価値の伝播や全体の共有に関するこのような融合的な考察に基づき、人材開発の枠組みに対しても発展的な適用可能性があると考えられる。対象が「もの」であっても「ひと」であっても、その価値を見出すことができるのは、つまり、主体の選択にかかっている。

終章　総合考察

第 1 節　結論

(1) 負の存在の資源化プロセス

本稿では、以上のように、負の存在の資源化プロセスについて議論してきた。先ず流氷とエゾシカの事例調査を通じて、負の存在を正の資源へと転換させたオホーツク沿岸地域や東部地域の地域関係者の取組みや関連事象をそれぞれ明確にした。そして、それらの取組みなどから抽出された共通要素の集成を資源化のメカニズムとし、それぞれの継続的な実践や、各要素を担うアクター同士の連携やコミュニケーションを包括して、「負の存在の資源化プロセスモデル」として提示した。

資源化プロセスモデルを構成する要素は、「文化的」や「科学的」な 2 つのカテゴリー化と、「価値づけ」や「価値の伝播」の 2 つのアプローチの違いによって、それぞれ「文化の力によるブランド構築」とした文化的ブランディングや、「カルチュラル・マーケティング」とした文化的マーケティング、そして「保証やエビデンスの提示」とした科学的ブランディングや「科学技術コミュニケーション」とした科学的マーケティングの 4 つに明確に分類された。

そして、モデルとした 4 つの分類要素を担う地域関係者は、紋別文化連盟やシカ会などに見られた集まりや団体に所属するなどの連携が見られ、コミュニケーションを図っていたことが確認された。このような連携は、負の存在を資源化させる上で重要であったと考えられる。それは、流氷もエゾシカもその資源化に対する抵抗が生じ、地域関係者は資源化を推進するために、その抵抗を乗り越える必要があった。

こうした抵抗は資源化に対してマイナスのベクトルを向いていたが、抵抗による注目は、そのまま社会へのインパクトに繋がった。そのインパクトは結果的に社会との関係性を構築するものであり、地域関係者による継続的な価値づけや価値の伝播の両アプローチにより、流氷やエゾシカは、社会との関係性のプラス変容とともに、正の資源に転換された。

(2) 主体の欲求の選択による価値向上と資源化

価値づけや価値の伝播のアプローチに関して議論した「価値」の定義や「資源」の定義（例えば 79p 参照）に見られたように、客体の性能や機能としての価値や資源とは、主体

の欲求や欲望によって規定されるものであった。つまり、客体の価値が評価されたり、客体が資源化されたりすることは、その客体が、主体の欲求や欲望をみたしている状態になることである。

一方で、客体がマイナスの評価を受けたり、負の存在化したりする時は、その客体は、主体の欲求や欲望をみたしていない、または阻害している状態と捉えられる。第 1 章第 3 節で定義した負の存在とは、一定数の地域住民の生活環境や地域経済に対し、何らかの脅威や不利益を与える存在であった。流氷やエゾシカは、農林漁業被害などに見られたように、地域の人々にとって不利益や脅威を与える負の存在であった。客体としての流氷やエゾシカは、主体である地域住民の「生活設計」という欲求を阻害しており、客体はマイナス評価を受ける。

本稿で議論してきた価値づけとは、主体による客体の付加価値の探究や発見である。そして、それは同時に、主体の欲求の自由な選択、つまり客体の潜在的価値自体が活かされるような欲求を向けることでもある。主体が自由な選択によって、客体の性能が活かされる欲求を向ける時、客体は当然その欲求をみたしており、その状態において客体の価値はプラスに発現する。この主体の行為こそが、客体の潜在的価値の探究であり、それは価値づけに繋がる。

流氷やエゾシカについては、文化的や科学的な分野において、主体である地域関係者によって多様な価値づけが実践され、結果的に客体の価値が向上した。これはつまり、流氷やエゾシカが文化的や科学的な分野において、それらの性能がプラスに発揮される「視点」に、地域関係者が欲求を合致させたと見ることができる。これが主体による価値の探究であり、価値づけの取組みである。これは「見方を変える」ことだと解釈できる。

このように、主体によって付加された価値は、社会への伝播によって広く共有される。価値の共有は、客体と社会を繋ぐプラスの関係性の構築に繋がり、結果的に客体は資源化される。流氷やエゾシカは、こうして負の存在から正の資源へと転換された。

(3) 人材開発の枠組みへの発展的な適用

こうした価値づけや価値の伝播による資源化プロセスは、「ひと」の資源化、つまり人材開発の枠組みに対しても発展的に適用が可能である。それは、第 4 章第 4 節で述べたポジティブ・アプローチの概念を援用することで明らかになった。ポジティブ・アプローチとは、前述のように「ひと」の強みや価値に焦点を当てる人材開発の手法の一つである。そして、ポジティブ・アプローチは「ひと」が持ち得る価値の探究や、共有による全体性を

重要視する。こうした考えは、「もの」の資源化プロセスの価値づけや価値の伝播に該当する。従って、ポジティブ・アプローチによる人材開発の枠組みから、ブランディングやマーケティングの要素を見出せる。

本稿の表 16（82p）に示したように、資源化プロセスにおける文化的・科学的なカテゴリーとは、人材開発の枠組みにおいて焦点を当てるべき得意分野に該当する。流氷やエゾシカについては、文化や科学の分野において、主体である地域関係者の欲求をみたす性能が発揮された。これは、主体が客体である「もの」の得意分野に欲求の選択を合わせた状態であり、すなわち、それは「もの」の潜在価値が顕在化された状態である。

一方、「ひと」についても、主体が客体の得意分野に欲求の選択を合わせることで、客体の性能が発揮される。これは「ひと」がプラスに評価されている状態であり、「もの」と同じ原理が働いている。しかし、主体が客体の苦手分野に欲求の焦点を合わせれば、その客体は主体にとってマイナスの評価を受け、負の存在化するリスクを伴う。こうしたリスクは「もの」にも「ひと」にも同様に発生する。

潜在価値が顕在化した状態において、客体である「もの」や「ひと」の強みや価値が、社会や組織に広く共有されることで、その客体は正の資源化する。それは資源化プロセスや人材開発の枠組みから見出された共通要素である。このような「もの」の資源化や「ひと」の能力開発は、地域づくりや組織づくりにそれぞれ効果的に繋がる。このように、本稿で提示した資源化プロセスは、ポジティブ・アプローチの概念を通じて、人材開発の枠組みに対し発展的に適用することができる。

（4）資源化プロセスモデルの一般化の可能性

最後に、資源化プロセスモデル一般化の可能性について言及する。本モデルが内包する文化的・科学的なカテゴリー化については、流氷やエゾシカの事例分析からその有効性を明らかにした上で、先行事例である浜辺やスイス、そしてチェルノブイリ原発事故跡の資源化との符号が確認された。

一方で、資源化プロセスのブランディングやマーケティングに関する地域関係者の取組みについては、流氷とエゾシカの両事例からは共通要素として抽出されたが、3 つの先行事例においては、抽出できなかった。そこで、第 4 章の第 2 節と第 3 節において、ブランディングとマーケティングの有効性の議論を重ね、多面的に考察した。そして最後にアクター・ネットワーク理論とポジティブ・アプローチの概念を段階的に援用することで、人材開発の枠組みに対する資源化プロセスの適用可能性を議論した。

このような多面・多元的な議論から、ブランディングやマーケティングにかかる価値づけや価値の伝播のアプローチの妥当性を見出すことができた。例えば、本稿の図 8（72p）に小括として提示したように、負の存在が正の資源化されるプロセスには、ブランド・アイデンティティの確立や社会的包摂を目指した価値づけと価値の伝播の両アプローチの必要性が認められた。このように、本稿で扱った諸理論や複数の概念との照合的な考察を通じて、ブランディングやマーケティングが資源化に結びつく要素であることが明確になった。

こうした議論や検証から、文化的ブランディングや文化的マーケティング、そして科学的ブランディングや科学的マーケティングの 4 要素による資源化プロセスモデルが、浜辺やスイス、チェルノブイリ原発事故跡の資源化についても該当する可能性が高まった。

以上のような議論をもって、本稿で提示した「負の存在の資源化プロセスモデル」には、一般化の可能性がある、と考える。序章第 3 節の表 1 において、負の存在と考えられる主なものを提示したが、例えば「雪崩」や「廃墟」などの存在も、資源化プロセスモデルを応用すれば、地域の観光資源などに転換される可能性が高まる。また、将来において、例えば福島第一原発事故跡についても、本モデルの適用により、正の資源化が期待される。

第 2 節　今後の課題と期待

本稿では、負の存在の資源化プロセスについて議論し、そのモデルを提示した。今後においては、資源化プロセスモデルの汎用性の更なる検証や議論が求められる。それは例えば、資源化プロセスの 4 要素を担う地域関係者同士の連携とコミュニケーションについてなどである。本稿では 3 つの先行事例に対する検証が不足しており、今後の課題となった。こうした連携やコミュニケーションについては、人材開発の枠組みに対しても議論の蓄積が求められる。

さらに、モデルの一般化には、それぞれの資源化における、時間・空間的な考察が求められるだろう。例えばそれは、資源化プロセスが見られるその土地の地域性や、時代背景などとの関連性の議論である。このような見方を変えた議論を展開できれば、負の存在の資源化プロセスモデルの汎用性や真正性はより高まる。

モデルの真正性の高まりは、他の地域の負の存在の資源化への応用可能性の広がりに繋がる。そして、このような可能性の広がりが、地域の「ピンチをチャンスに変える」ことに実践的に繋がると期待する。

おわりに（謝辞）

本稿の完成にあたって、先ず、流氷やエゾシカの事例の各関係者の皆様に感謝いたします。北海道の紋別市や釧路市を中心とした多くの関係者の皆様のご協力をいただき有難うございました。

流氷の事例調査では、特に紋別市立博物館の小林健一さんと、北海道立オホーツク流氷科学センターの皆様や古屋邦夫さんに、多くの詳細な情報をご提供いただきました。心より御礼申し上げます。

そしてエゾシカの事例調査では、特に阿寒エゾシカ研究会会長の曽我部元親さんと、東京農業大学オホーツクキャンパスの増子孝義先生、そして TWIN 代表の松浦友紀子さんにお忙しい中何度もヒアリングにお応えいただき、大変感謝しております。

また、日頃より研究生活を共にしている、北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院の皆様、有難うございます。そして、素晴らしい研究環境を与えてくださる北海道大学観光学高等研究センターの西山センター長をはじめ、各先生方に厚く御礼申し上げます。

本稿の執筆に際して、いつも適切なアドバイスをしていただいた副指導教員の内田純一先生に感謝申し上げます。そして、校正していただいた観光創造専攻の宮下健太郎さん、有難うございました。

最後に、私の拙い執筆に対して、丁寧かつ忍耐強く、継続してご指導いただきました、指導教員の敷田麻実先生に、心より感謝申し上げます。本当に有難うございました。

参考文献

序章

・石森秀三編著（2008）「観光立国における観光創造」,『大交流時代における観光創造』, 北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究員, 札幌, pp.1-20.

・敷田麻実・青木孝（2013）「観光地域による地域再生の評価に関する研究 –ドミニカ共和国プエルトプラタ県の事例-」,『日本地域政策研究』, (11), pp.1-10.

・西山徳明（2012）「文化資源からはじまる歴史文化まちづくり」,『季刊まちづくり』, (35), 1207, 学芸出版社, 京都市, pp.4-16.

・上野晃ほか（2008）『地域資源を活かした地域活性化策に関する調査研究報告書』, (財) 北海道市町村振興協会, 札幌, 176p.

・柳原邦光（2011）「第 1 章　いまなぜ地域を考えるのか」, 柳原邦光ほか編著,『地域学入門 -〈つながり〉をとりもどす-』, ミネルヴァ書房, 京都市, 328p.

・敷田麻実（2010）「地域づくりにおける専門家にかんする研究「ゆるやかな専門性」と「有限責任の専門家」の提案」,『国際広報メディア・観光学ジャーナル』, (11), pp.35-60.

・岡田知弘（2005）「地域づくりの経済学入門 -地域内再投資力論-」, 自治体研究社, 東京都, 280p.

・北野収（2008）編著「共生時代の地域づくり論 -人間・学び・関係性からのアプローチ-」, 農林統計出版, 東京都, 321p.

・内堀基光（2007）編著『資源と人間』, 弘文堂, 東京都, 380p.

・Zimmermann, Erich W（1985）石光亨訳「資源サイエンス　-人間・自然・文化の複合-」, Hunker, Henry L 編, 三嶺書房, 東京, 324p.

・目瀬守男（1990）『地域資源管理学』, 明文書房, 東京都, 282p.

・白井信雄ほか（2003）『いちから見直そう！地域資源 -資源の付加価値を高める地域づくり』, ㈱ぎょうせい, 東京都, 178p.

第 1 章

・森重昌之（2008）「地域づくりの基盤となる自立的観光とその公共性」,『日本計画行政学会第 31 回全国大会研究報告論文集』, pp.149-152.

・敷田麻実（2009）「よそ者と地域づくりにおけるその役割にかんする研究」,『国際広報メディア・観光学ジャーナル』, (9), pp.79-100.

・山下良平・星野敏・九鬼康彰（2010）「条件不利地域における内発的発展の要因と推進体制に関する研究 -京都府舞鶴市杉山集落を事例として-」,『農村計画学会誌 28 巻論文特集号』, pp.375-380.

・坂本達俊ほか（2009）「地域資源を活用した農山村地域づくりにおける外来者と地域住民の共同に関する研究 –新潟県上越市 NPO 法人かみえちご里山ファン倶楽部を事例として-」,『農村計画学会誌 27 巻論文特集号』, pp.299-304.
・古永義尚（2009）「「地域資源を活かした新たな事業展開」を支える諸条件 -地域資源活用に取り組む中小企業の実例に基づく検討-」,『日本政策金融公庫論集』,（4）, pp.47-69.
・田村博美・多胡進（2001）「地域資源の評価に関する研究 -地域の文脈を継承したまちづくり計画のための基礎的研究-」,『日本建築学会計画系論文集』,（541）, pp.153-159.
・上野晃ほか（2008）『地域資源を活かした地域活性化策に関する調査研究報告書』,（財）北海道市町村振興協会, 札幌, 176p.
・白井信雄ほか（2003）『いちから見直そう！地域資源 -資源の付加価値を高める地域づくり』,㈱ぎょうせい, 東京都, 178p.
・森重昌之（2011）「観光資源の分類の意義と資源化プロセスのマネジメントの重要性」,『阪南論文集　人文・自然科学編（前田弘教授追悼）』, 47（2）, pp.113-124.
・Zimmermann, Erich W（1985）石光亨訳「資源サイエンス　-人間・自然・文化の複合-」, Hunker, Henry L 編, 三嶺書房, 東京, 324p.
・佐藤仁（2008）「資源を見る眼 -現場からの分配論-」, 東信堂, 東京都, 228p.
・Callon, M（2006）川床靖子訳「参加型デザインにおけるハイブリッドな共同体と社会・技術的アレンジメントの役割」,『科学技術実践のフィールドワーク -ハイブリットのデザイン-』, 上野直樹・土橋臣吾編, せりか書房, 東京都, pp.38-54.
・丸山康司（2005）「環境創造における社会のダイナミズム -風力発電事業へのアクター・ネットワーク理論の適用-」,『環境社会学研究』,（11）, pp.131-144.
・周菲菲（2013）「観光研究へのアクター・ネットワーク論的アプローチ -北海道における中国人観光者の実践を事例として-」,『北海道大学大学院文学研究科　研究論集』,（13）, pp.111-135.
・大住荘四郎（2013）「ポジティブ・アプローチの「構図」に関する一考察」,『関東学院大学経済経営研究所年報』,（35）, pp.151-162.
・小林暢子（2008）「ポジティブ・アプローチ -ファシリテーションに新潮流 ビジョン共有しやる気引き出す-」,『日経情報ストラテジー』, 17（7）, pp.173-177.
・Whitney, Diana Kaplin・Trosten-Bloom Amanda（2006）ヒューマンバリュー訳『ポジティブ・チェンジ -主体性と組織力を高める AI-』, ヒューマンバリュー, 東京都, 268p.
・Corbin, Alain（1992）福井和美訳『浜辺の誕生 -海と人間の系譜学-』, 藤原書店, 東京都, 752p.
・西田正憲（2011）『自然の風景論　–自然をめぐるまなざしと表象-』, 清水弘文堂書房, 葉山町, 391p.
・小泉武栄（2001）『登山の誕生』, 中央公論新社, 東京都, 224p.

・Nicolson, Marjorie Hope（1989）小黒和子訳『暗い山と栄光の山 -無限性の美学の展開-』，国書刊行会，東京都，534p.
・河村英和（2013）『観光大国スイスの誕生 -「辺境」から「崇高なる美の国」へ-』，平凡社，東京都，223p.
・大河内昌（2003）「崇高とピクチャレスク」，『つくられた自然 -岩波講座文学 7-』，小森陽一ほか編，岩波書店，東京都，pp.175-194.
・西田正憲（1999）『瀬戸内海の発見 -意味の風景から視覚の風景へ-』，中央公論新社，東京都，263p.
・今中哲二ほか（2003）「ベラルーシ、ウクライナ、ロシアにおけるチェルノブイリ原発事故研究の現状調査報告」，『京都大学原子炉実験所学術講演会報文集』，（京都大学原子炉実験所），pp.150-155.
・東浩紀ほか（2013a）『チェルノブイリ・ダークツーリズム・ガイド –思想地図βvol.4-1-』，東浩紀編，ゲンロン，東京都，159p.
・乙須翼（2012）「「人間の苦痛」の鑑賞と展示 -教育学的考察の試み-」，『長崎国際大学論叢』，（12），pp.1-13.
・親泊素子（2011）「Dark Tourism 試論 -負の遺産は観光資源になり得るか？-」，『情報と社会：江戸川大学紀要』，（22），pp.139-148.
・井出明（2014）「第 11 章 ダークツーリズム」，大橋昭一ほか編著，『観光学ガイドブック -新しい知的領野への旅立ち-』，ナカニシヤ出版，京都市，303p.
・稲葉信子（2011）「「負の世界遺産」という言葉から考えること」，『世界遺産年報』，（16），pp.15-18.

第 2 章

・中村圭三（1992）『流氷の来る街』，古今書院，東京都，151p.
・青田昌秋教授の退官を記念する会・実行委員会編（2002）『海は母、流氷は友』，青田昌秋監修，北海民有新聞社，紋別市，101p.
・千島昭司（1966）「網走管内の流氷災害について」，『雪氷』，28（4），pp.100-105.
・青田昌秋（1986）「オホーツク海と流氷」，『海洋科学』，188（2），pp66-74.
・菊地慶一（2004）『流氷 -白いオホーツクからの伝言-』，響文社，札幌市，301p.
・紋別百科事典編纂委員会編（2005）『紋別百科事典』，紋別百科事典編纂委員会，紋別市，316p.
・紋別市史編さん委員会編（2007）『新修紋別市史』，紋別，紋別市，1154p.
・青田昌秋（2009）「流氷祈願祭今昔」，『雪氷研究の系譜 -北海道の雪氷から世界の雪氷圏まで-』，（社）日本雪氷学会北海道支部設立 50 周年記念誌編集委員会編，（社）日本雪氷学会北海道支部，札幌市，279p.
・山原良一ほか（1989）『オホーツク海の流氷と人間生活とのかかわりに関する研究』，オホーツク流氷研究会編，オホーツク流氷研究会，紋別市，122p.
・佐藤章（2005）「雪の夜のつどい四十八年の歩み」，『紋別市文化連盟 50 周年記念誌』，本多文治ほか編，紋別市文化連盟，47p.

・松田貞夫（1979)『氷霊を求める・村瀬真治道程 -オホーツク新書 2-』, オホーツク新書刊行会, 紋別市, 204p.
・村瀬真治（1982)「流氷賛歌 -美しきオホーツクの岸辺にて-」, 松田貞夫編, オホーツク新書刊行会, 紋別市, 27p.
・斎藤望（2003)「人気のあるおじさんー「流氷まつり」発案者・田中峰雲氏ー」,『紋別ロータリークラブ会報』, (2364)
・斎藤望（2008)『「流氷物語」～ある画家の詩～』, オホーツク新聞（2008 年 8 月 19 日付）
・青田昌秋（1993)『白い海、凍る海 -オホーツク海のふしぎ-』, 東海大学出版会, 東京都, 62p.
・古屋邦夫（1989)「衛星情報の漁業利用について」,『オホーツク海と流氷』, 青田昌秋編, 北方圏国際シンポジウム「オホーツク海と流氷」実行委員会, 紋別市, pp.254-257.
・小野哲編（1996)『流氷原に科学者の夢が走る』, 北海道大学低温科学研究所付属流氷研究施設開設 30 周年を祝う会実行委員会, 36p.
・紋別市（1979)『新紋別総合計画』, 紋別市総務部企画調整, 160p.
・山口福司・小野哲・松田貞夫（1977)『流氷のくる街 -オホーツク・紋別-No3』, 紋別郷土史研究会, 紋別市, 148p.
・重森暁（1993)「内発的発展と地域文化」, 池上淳・山田浩之編,『文化経済学を学ぶ人のために』, 世界思想社, 京都市, pp.76-85.

第 3 章

・北海道（2014)「道外狩猟者誘致検討事業委託業務報告書」, 170p.
・大泰司紀之・平田剛士（2011)『エゾシカは森の幸ー人・森・シカの共生』, 近藤誠司監修, 北海道新聞社, 札幌市, 176p.
・菅原優（2013)「オホーツク学と地域産業振興」,『京都産業学研究 特別号』, pp.27-35.
・増子孝義ほか（2012b)「捕獲したエゾシカ（Cervus Nippon yesoensis）から創出される地域資源の活用策の現状と提案」,『日本草地学会誌』, 58(3), pp.200-211.
・増田泰ほか (2000)「エゾシカと人」,『知床のほ乳類Ⅰ』, 斜里町立知床博物館編, 北海道新聞社, 札幌市, 230p.
・常田邦彦ほか（2004)「知床を対象とした生態系管理としてのシカ管理の試み」,『保全生態学研究』, 9, pp.193-202.
・奥田郁夫ほか（2009)「野生生物と農林業の共存 ー北海道のエゾシカ被害を事例としてー」,『農林業問題研究』, 175 , pp.224-230.
・中田博人（2006)「エゾシカの可能性・提言」,『2006 エゾシカフォーラム報告書』,㈳エゾシカ協会,

http://www.yezodeer.com/shirou/forums/2006forum/2006forumreport.pdf,（2014 年 11 月 9 日参照）.
・岡本匡代ほか（2004）「野生エゾシカ肉の栄養特性について」,『日本栄養・食糧学会誌』,57(3), pp.147-152.
・今榮博司（2010）「地域社会を基礎にしたエゾシカ保護管理のあり方」， 北海道大学大学院農学院環境資源学専攻博士論文， 80p.
・増子孝義ほか（2012a）「現代的教育ニーズ取組支援プログラム（現代 GP）「エゾシカ学」の取り組み」，『日本鹿研究』, 3,pp.15-16.

第 4 章

・梅棹忠夫（1976）『狩猟と遊牧の世界』， 講談社， 東京都， 174p.
・Cartmill,Matt（1993）内田亮子訳『人はなぜ殺すか』， 新曜社， 東京都，384p.
・知恵蔵（2014）
https://kotobank.jp/word/%E3%83%96%E3%83%A9%E3%83%B3%E3%83%89-22368#E3.83.87.E3.82.B8.E3.82.BF.E3.83.AB.E5.A4.A7.E8.BE.9E.E6.B3.89（2015 年 1 月 5 日参照）
・Aaker, David A（1994）陶山計介ほか訳『ブランド・エクイティ戦略 -競争優位をつくりだす名前、シンボル、スローガン-』，ダイヤモンド社，東京都，404p.
・敷田麻実ほか（2009）『観光の地域ブランディング -交流によるまちづくりのしくみ-』，敷田麻実・内田純一・森重昌之編著，学芸出版社，京都市，190p.
・内田純一（2004）「地域ブランドの形成と展開をどう考えるか -観光マーケティングの視点を中心に-」，『大学院国際広報メディア研究科・言語文化部紀要』，（47），pp.27-45.
・Kotler, Philip（2003）恩藏直人監訳，大川修二訳『コトラーのマーケティング・コンセプト』，東洋経済新報社，東京都，254p.
・阿久津聡・石田茂（2002）『ブランド戦略シナリオ -コンテクスト・ブランディング-』，ダイヤモンド社，東京都 286p.
・青木貞茂（2008）『文化の力－カルチュラル・マーケティングの方法－』，NTT 出版，東京都，334p.
・Kotler, Philip・Kartajaya, Hermawan・Setiawan, Iwan（2010）藤井清美訳『コトラーのマーケティング 3.0-ソーシャル・メディア時代の新法則』，朝日新聞出版，東京都，286p.
・岡本慶一（2007）「＜文化志向＞のマーケティング・コンセプトについて」,『FUJI BUSINESS REVIEW』, 28(17)，pp.31-52.
・千葉和義・仲矢史雄・真島秀行編著（2007）『サイエンスコミュニケーション -科学を伝える 5 つの技法-』，日本評論社，東京都，237p.
・池田謙一（2000）『コミュニケーション -社会科学の理論とモデル 5-』，東京大学出版会，東京都，244p.
・西田正憲（2011）『自然の風景論 –自然をめぐるまなざしと表象-』，清水弘文堂書房，葉山町，391p.

・Corbin, Alain（1992）福井和美訳『浜辺の誕生 -海と人間の系譜学-』，藤原書店，東京都，752p.
・東浩紀ほか（2013a）『チェルノブイリ・ダークツーリズム・ガイド –思想地図βvol.4-1-』，東浩紀編，ゲンロン，東京都，159p.
・西尾祐吾（1994）『貧困・スティグマ・公的扶助』，相川書房，東京都，182p.
・Goffman, Erving（1993）石黒毅訳『スティグマの社会学 -烙印を押されたアイデンティティ-』，せりか書房，東京都，293p.
・Aaker, David A（1997）陶山計介ほか訳『ブランド優位の戦略 -顧客を創造する BI の開発と実践-』，ダイヤモンド社，東京都，489p.
・陶山計介・梅本春夫（2000）『日本型ブランド優位戦略 -神話からアイデンティティへ-』，ダイヤモンド社，東京都，258p.
・原田保・三浦俊彦・高井透編著（2012）『コンテクストデザイン戦略 -価値発現のための理論と実践-』，戦略研究学会編，芙蓉書出版，東京都，402p.
・上野千鶴子ほか（2005）『脱アイデンティティ』，上野千鶴子編，勁草書房，東京都，324p.
・堀内進之介ほか（2010）『フシギなくらい見えてくる！本当にわかる社会学』，現代位相研究所編，日本実業出版社，東京都，229p.
・原田利恵（1997）「水俣病患者第二世代のアイデンティティ -水俣病を語り始めた「奇病の子」の生活史より-」，環境社会学研究，(3)，pp.213-228.
・Bonita M. Veysey・Johnna Christian（2011）「第 1 章　変容の瞬間 –リカバリーとアイデンティティ変容のナラティブ-」，『犯罪者の立ち直りと犯罪者処遇のパラダイムシフト』，日本犯罪社会学編（責任編集津富宏），現代人文社，東京都，pp.11-40.
・原田保・三浦俊彦編著（2011）『地域ブランドのコンテクストデザイン』，地域ブランド・戦略研究推進協議会監修，同文舘出版，東京都，265p.
・Burke, Edmund（1973）鍋島能正訳『崇高と美の起源』，理想社，東京都，256p.
・津富宏（2011）「第 3 章　犯罪者処遇のパラダイムシフト -長所基盤モデルに向けて-」，『犯罪者の立ち直りと犯罪者処遇のパラダイムシフト』，日本犯罪社会学編（責任編集津富宏），現代人文社，東京都，pp.62-77.
・佐藤仁（2008）「資源を見る眼 -現場からの分配論-」，東信堂，東京都，228p.
・Zimmermann, Erich W（1985）石光亨訳「資源サイエンス　-人間・自然・文化の複合-」，Hunker, Henry L 編，三嶺書房，東京，324p.
・久保田進彦（2012）『リレーションシップ・マーケティング -コミットメント・アプローチによる把握-』，有斐閣，東京都，276p.
・Callon, M（2006）川床靖子訳「参加型デザインにおけるハイブリッドな共同体と社会・技術的アレンジ

メントの役割」,『科学技術実践のフィールドワーク -ハイブリットのデザイン-』, 上野直樹・土橋臣吾編, せりか書房, 東京都, pp.38-54.
・周菲菲（2013）「観光研究へのアクター・ネットワーク論的アプローチ -北海道における中国人観光者の実践を事例として-」,『北海道大学大学院文学研究科　研究論集』,（13）, pp.111-135.
・大塚善樹（2006）「ハイブリッドの社会学」,『科学技術実践のフィールドワーク -ハイブリットのデザイン-』, 上野直樹・土橋臣吾編, せりか書房, 東京都, pp.22-37.
・大住荘四郎（2013）「ポジティブ・アプローチの「構図」に関する一考察」,『関東学院大学経済経営研究所年報』,（35）, pp.151-162.
・Whitney, Diana Kaplin・Trosten-Bloom Amanda（2006）ヒューマンバリュー訳『ポジティブ・チェンジ -主体性と組織力を高める AI-』, ヒューマンバリュー, 東京都, 268p.
・大住荘四郎（2011）「ポジティブアプローチによるプロセスデザイン」,『関東学院大学『経済系』』,（249）, pp.56-69.
・綾利誠（2014）「カリキュラム開発におけるポジティブ・アプローチの展望と課題 -ギャップ・アプローチとの対比を中心に-」, 浜松学院大学教職センター紀要,（3）, pp.71-93.
・小林暢子（2008）「ポジティブ・アプローチ -ファシリテーションに新潮流 ビジョン共有しやる気引き出す-」,『日経情報ストラテジー』, 17（7）, pp.173-177.

Abstract

In modern society, it is important to promote “community development” by utilizing local resources such as food or tourism under the circumstances that require vitalizing local economy. In such situation, there are several cases in which local actors’ overcoming “negative existence,” that has been giving negative influences against local economy, could lead to community development. For example, the furious blizzard in Aomori, Japan has been “negative existence” by threatening local residents for long time, however, it has converted to usable resource, “blizzard tour” by local actors who performed “changing in thinking” and “creating new ideas.”

This study examines the process of transforming “negative existence” to positive resource by local actors” performances through the case study of “Drift Ice” and “Yezo Deer” in Hokkaido based on the hypotheses of the existence of common factors in those cases. The analysis shows that the process of the cases involves four classified components such as, “cultural branding,” “cultural marketing,” “scientific branding,” and “scientific marketing.”

In addition, each local actors who represent those four classified components cooperates each other to promote utilizing local resource continuously. After showing the process model of transforming “negative existence” to positive resource as the combination of those four classified components, this study gives more multidimensional considerations for its practical use. Such considerations and discussions implicate the possibility of application for other cases of utilizing resource in other regions. Furthermore, the model can possibly be applied to the framework for human resource development by referencing “Actor-network theory” and the concept of positive approach.