移住促進パンフレットの言語表現を通してみる現代の生活像

The Image of Lifestyle on the Words in Rural-urban Migration Brochures from Local Government

奥山研究室 14M30308 森岡 歩美 (MORIOKA, Ayumi)

Keywords:生活像、移住、言語表現、移住促進パンフレット Image of lifestyle, Migration, Words, Rural-urban Migration Brochures

1. 序

1-1.研究の背景と目的 近年、生活の価値観が多様化し、様々な目的のもと都市部から地方へと移住する人々が増加している。これに伴い、地方自治体は、移住に関する情報を移住促進パンフレット¹⁾として発信し、地域の資源や支援制度及び実際の移住者の体験談などを提示している。そこには自然豊かなまちでの子育てや憧れの職業に打ち込む姿など、都会暮らしに疑問を抱く人々に好感を与えるような生活が描かれており、これらの内容からは都市居住者が抱くもうひとつの理想の生活像を読み取ることができると考える。そこで本研究では、移住促進パンフレットの言語表現の意味内容を抽出し分析することで、現代の生活像を形成する枠組みの一端を明らかにすることを目的とする。

1-2. 研究の概要 各自治体が発行する移住促進パンフレット

(以下、パンフレット)には、移住者を誘致するため様々な情報がまとめられている(図1)。中でも移住地域の概要を紹介する言語表現(以下、概要紹介文²)や、実際の移住者の生活を紹介する言語表現(以下、体験談)からは、地域の魅力や移住生活における人々の具体的な活動を読みとる事ができる。そこで本研究では、2章で移住者の視点から移住生活の魅力を提示している体験談、3章で俯瞰的な視点から地域の魅力を提示する概要紹介文の内容を分析し、4章でこれらの関係性を検討する。

2. 体験談にみる移住生活の内容

2-1. 体験談における意味単位の内容 体験談には図2の分析例にみられるように、自然豊かな住環境や、地域の活性化につながる仕事に取り組むといった内容が、移住生活の魅力を構成する価値として提示されている。これらの内容のまとまりを意味単位



表 1. エリア別パンフレット数

| 北海道地方 | 45 | 15 (11) | | | |
|---------|-----|----------|--|--|--|
| 東北地方 | 15 | 9 (8) | | | |
| 関東地方 | 10 | 7 (7) | | | |
| 中部地方 | 47 | 26 (24) | | | |
| 近畿地方 | 15 | 8 (6) | | | |
| 中国地方 | 40 | 31 (24) | | | |
| 四国地方 | 13 | 5 (4) | | | |
| 九州・沖縄地方 | 27 | 15 (11) | | | |
| 計 | 212 | 116 (95) | | | |
| 対象資料数 📥 | | | | | |

総数・体験談あり

図 1. パンフレットの構成

| 2章:体験談から意味単位を抽出 | |
|---|---|
| No.68 島根県 飯南町 3 [] 意味単位:移住生活を形成する内容のまとまり | 2-1. 意味単位の内容 |
| [「地域おこし協力隊」として、] 妻とふたりの子どもと一緒に東京からUターンしました。[東京では子どもの 1.移住促進活動に取り組む | 1. [まちを活性化する] (注) |
| 喘息に悩んでいましたが、飯南町に引っ越してすぐに治りました。 (それくらい空気もきれいで自然豊かな飯 2.療養する 3. 空気がきれい | 動3. [自然の中での暮らし] 然4. [まちを活性化する]【やりたい仕事に取り組む】 |
| 南町は 島根県内でもトップクラスの酒米生産地。飯南町産の良質な酒米を使い、日本酒造りに取り組んで 4. 地元の食材を使用する | 5. 【まちを活性化する】 2-2. 意味単位〈活動〉の内容の組合せ |
| います。] 「この素晴らしい環境で作った日本酒を全国に発信したいと日々飛び回っています。] 5. 商品のブランド化を目指す | No.68 島根県 飯南町 C交流 ₂ A 活性化 ₃ J仕事 ₃ →ACJ 型 |

図 2. 体験談の分析例

として抽出し、相互に比較、検討することで関係図30を作成した(図 3)。その結果、【里山暮らし】、【自然の中での暮らし】、【まちの 利便性】、【希望の仕事に取り組む】、【子育て重視の暮らし】、【ま ちを活性化する】、【交流のある暮らし】(以下、それぞれを【里山】 のように略記する)の7つのまとまりで整理することができた。【里 山】は、都会から離れた環境で時間にゆとりのある生活を提示す るもので、昔ながらの生活や健康を意識した生活、自給自足など の内容がみられた。【自然】は、自然豊かな環境での生活を提示 するもので、美しい自然景観や新鮮な食材といった自然環境の魅 力を提示する内容の他に、農業やダイビングショップの経営といっ た自然と関わりのある仕事を示すものもみられた。【利便性】は、 移住生活を支える基盤を提示するもので、立地条件の良さや、災 害の少なさ、物価の安さといった住みやすさを示す内容、公共機 関やインターネット環境といった生活インフラが整っていることを 示す内容などがみられた。【仕事】は、移住後の仕事に関する内 容を提示するもので、農業、創作活動、自分の店舗や会社を起業 するといった具体的な職種に関する内容の他に、そうした仕事に

取り組むことをサポートする環境や人々との交流があることを示す 内容もみられた。【子育て】は、移住して子育てすることの良さを 示したものであり、地域住人から手助けを得たり教育環境が良い ことなど、子育てのしやすい環境であることを示す内容がみられ た。【交流】は、地域住人と様々な関わりを持ちながら生活する内 容を提示したもので、住人との具体的な交流の内容や、行事、集会 への参加、地域への溶け込みやすさなどがみられた。【活性化】は、 地域の魅力を伝える活動や住人との交流の場を設けるといった地 域を活性化するための活動を示したものである。

さらに、これらの意味内容について、移住生活のどのような側面に関する価値を提示しているかという観点から検討すると、〈自然と関わる暮らしに関する内容〉、〈住環境の利便性に関する内容〉、〈移住してからの活動に関する内容〉(以下〈自然〉、〈利便性〉、〈活動〉)という3つの大枠にまとめることができた。〈自然〉は生活の様々な場面における自然との関わりに焦点をあてるものであり、都市環境から離れた移住先では、自然のある生活が想定しやすいため、〈自然〉は移住生活の基本的な価値であるといえる。それに

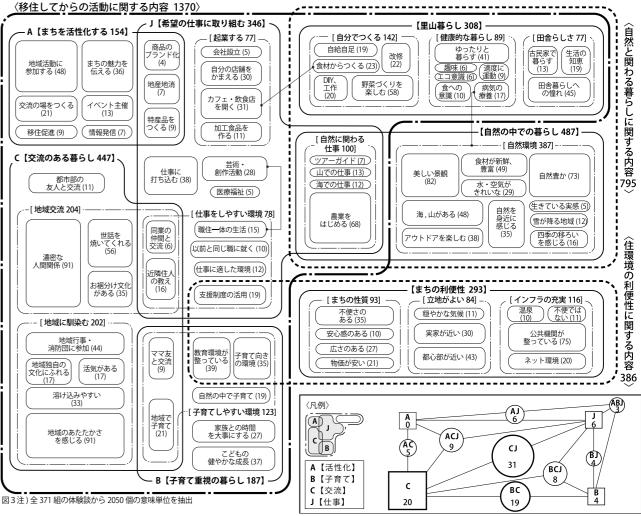


図3.体験談における移住生活の価値を表す意味単位の内容

図 4. 体験談における〈活動〉の意味単位の組合せにみる活動のタイプ

対して〈利便性〉は都市生活のような生活のしやすさを担保する価値が示されており、〈自然〉と対照的な内容をもつものといえる。 〈活動〉は移住者の具体的な活動に焦点をあてるものであり、子育てや仕事に取り組むといった世代や家族形態にとらわれない多様な活動がみられている。

2-2. 活動に関する意味単位の組合せ 前節で整理した意味 内容はひとつの資料に対して複数抽出されることから ⁴ 資料単位 の組合せを検討する。全体の半数以上の割合を占める〈活動〉に 着目し、そのうち【里山】は〈活動〉と〈自然〉の双方に含まれ移住 生活の基本的な価値として捉えられることから、ここでは【交流】 【活性化】【子育て】【仕事】の 4 つの意味内容の組合せを活動のタイプとして検討した(図4)。全ての組合せの中で、【交流】と【仕事】、【交流】のみ、【交流】と【子育て】が多くみられたことから、地域住人との交流が、移住生活における活動の基盤として価値づけられているといえる。

3. 概要紹介文にみる移住生活の内容

前章で検討した体験談は、移住者の視点から具体的な活動や それに関連した生活環境の価値を示すのに対し、概要紹介文では 俯瞰的に移住地域の特徴や資源を価値として提示している。そこ で本章では、概要紹介文から地域の魅力として提示されている内 容のまとまりを意味単位として抽出し(図5)、前章で捉えた体験 談の意味内容と比較することを前提に整理した(図6)。その結果、 体験談の意味内容と類似した [自然環境] [利便性] [活動] の3 つの枠組で捉えることができた。全体的に体験談と共通した内容 が多くみられたが、〔利便性〕では歴史的価値や観光スポットを 紹介する地域資源が概要紹介文に独自の内容としてみられた。〔活 動〕では里山暮らしの他に交流や活性化などコミュニティに関す る内容で捉えられた。体験談と比較すると【子育て】や【仕事】の ような個人の活動を重視する内容は体験談独自の意味内容であ るといえる。また、体験談と概要紹介文における意味内容の内訳 を比較すると、体験談で〈活動〉が多くみられたのに対し、概要紹 介文では〔自然環境〕や〔利便性〕が多くみられた。

4 パンフレットの言語表現にみる生活像

2章で整理した体験談の意味内容のうち〈自然〉を移住生活に

| | 3章:概要紹介文の内容から意味単位を抽出 | | | |
|---|--|--|--|--|
| | No.68 島根県 飯南町 []意味単位:まちの魅力として提示されている内容のまとまり | | | |
| | 古くから石見銀山に通じる海道をもち、山陰と山陽を結ぶ要所として栄え 1. 〔利便性〕 - 地域資源 | | | |
| てきた飯南町。 (豊かな自然に恵まれる立地ながら、) (広島市、松江 2. 〔自然〕 - 自然環境 | | | | |
| | 市、太田市、出雲市などへのアクセスもよい、 3. 〔利便性〕 - 住みやすさ | | | |

図 5. 概要紹介文の分析例

おける基本的な価値と捉え、〈活動〉と〈利便性〉に着目して割合を示した。同様に概要紹介文の〔活動〕と〔利便性〕の割合を示し各資料の体験談と概要紹介文で提示される意味単位の類似性を検討した(図7)。その結果、体験談と概要紹介文で異なる内容の価値を提示する《補完型》と、体験談と概要紹介文とで類似した内容の価値を提示する《同調型》のふたつに大別できた(図8)。さらに、《補完型》は体験談でどの内容を中心にして具体的に価値を提示するかという観点から活動具体提示と利便性具体提示に分類した。

これらの資料において、2章で検討した体験談における〈活動〉 のタイプの内訳を比較すると

活動具体提示は【仕事】のみ(図8中、J)、【仕事】と【活性化】の組合せ(AJ)が独自の内容として読み取れる。これらの資料は、概要紹介文で地域の公共交通機関などの利便性を示した上で、体験談で多様な働き方を具体的に提示していることから、個人の活動の充実とそれを支える地域の環境といった内容に特化するものであるといえる。これに対し、利便性具体提示は体験談で利便性を中心に内容を提示しており、活動のタイプは【子育て】のみ(B)、【子育て】と【交流】(BC)、【活性化】と【交流】(AC)が独自の内容としてみられた。これらの資料は、体験談で自然環境だけでなく都市的な利便性のある住環境、子育てといった活動内容を示した上で、概要紹介文で地域住人との交流についても提示していることから、家族や共同体、地域など様々な水準から総合的に移住生活の豊かさを表すものといえる。

さらに、《同調型》については体験談、概要紹介文ともに活動に関する内容に特化したものと、利便性に関する内容に特化したものに着目し考察する。前者は【交流】のみ(C)、【交流】と【子育て】(BC)、【交流】と【仕事】(CJ)といった移住生活における活動の基盤として捉えられる交流に関する内容が多くみられた。これらの資料においては、都市生活で希薄化している地域コミュニティの形成が強調して示されているといえる。後者は、【交流】のみがみられず、【交流】と【子育て】の組合せ(BC)が半数を占めており、子育て環境の良さについて具体的に提示した上で、「家族と過ごす時間を増やしたい」といった共同体よりも小さな家族という単

| 自然環境 | 白然理培 | 活動 87 | | | 利便性 159 | |
|---|-------------|---------------------------------|-----------|-----------------------------|---|---|
| 日然垛块 224 | 里山暮らし 47 | 交流 17 | 活性化 23 | 住みやすさ 92 | 地域資源 67 | |
| 海・山のあるまち 63 島暮らし 3 自然豊か 80 食材が新鮮, 豊か 18 産業 46 美しい景観 14 | | 田舎らしさ 24 独自の文化 13 自給自足 10 | | 地域活 性化 7 まちの 取組 16 | インフラ機能が 充実してる 58 気候 24 安全性 5 不便である 1 温泉がある 4 | 観光資源 26 歴史的価値 31 レジャー, 娯楽施設 10 |

図 6. 概要紹介文の意味単位の内容

位でのコミュニティの充実が示されていると考えられる。

5. 結

以上、パンフレットの言語表現の意味内容とその提示形式から 現代の生活像の枠組みの一端を検討した。その結果、体験談と概 要紹介文それぞれで提示される移住者の活動と移住地域の利便 性に関する内容の類似性から、異なる内容を補完して生活の様々 な側面の魅力を提示する《補完型》と、部分的な内容に特化して 提示することで移住生活の一側面を特徴付けて描く《同調型》と いう移住生活の価値の提示形式を大きく2つから捉えることがで きた。内容をみると、都市生活に近い利便性のある住環境を提示 した上で仕事という側面から個人の生活の充実を示すものと、家 族や地域住人との交流といったコミュニティの中での生活の充実 を示すものがみられた。このように、移住生活においては都市的 な利便性を担保しつつも、都市生活において失われつつある個人 で取り組む仕事や、家族の生活の充実、コミュニティの形成などを 価値として提示するといった特徴を捉えることができた。

注

- 1)移住促進パンフレットとは、各地方自治体が移住に関する内容に特化した情報をまとめた小 冊子のことをさし、移住定住促進パンフレット、UJIターンガイド等と提示される。本研究では 市町村が発行するもののうち、移住ポータルサイト「JOIN ニッポン移住・交流ナビ」を介して 取り寄せが可能なものを中心とし、2015年12月現在212の資料を確認できた。
- 2) ここでは、概要を紹介するページのキャッチコピーやそれに付随する言語表現を対象とし、本 研究では概要紹介文を掲載する96/116の資料から意味単位を抽出している。
- 3)ここでは、KJ法をもとに移住生活の魅力を構成する価値として提示される言語表現の意味内容を分類、整理している。川喜多二郎『発想法』中央公論社
- 4)115/116の資料から複数の意味単位を抽出し、その全てが〈活動〉の内容を含むことから115 の活動のタイプを見出した。組合せに関しては、4つの意味内容のうち20%以上の割合の数をもつ意味単位からタイプを検討した。

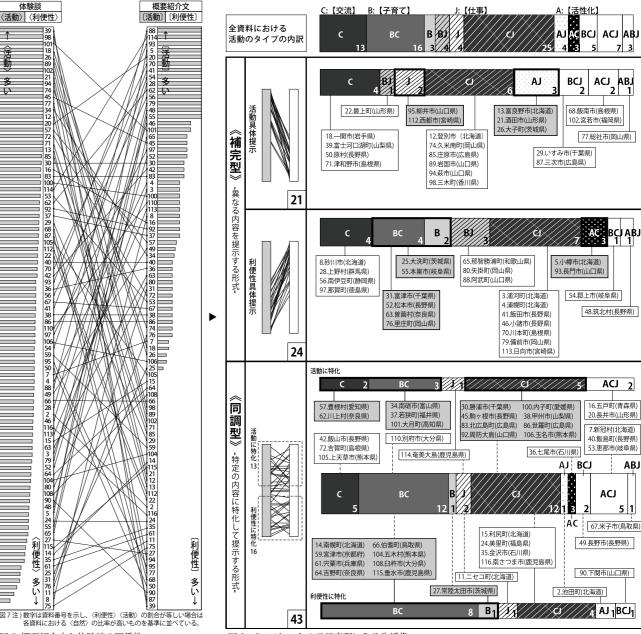


図 7. 概要紹介文と体験談の関係性

図 8. パンフレットの言語表現にみる生活像