

カンファレンス 2019 リサーチプロジェクト・セッション
場所と地域のブランディング研究報告会レポート

テーマ：ローカルフォト・ムーブメントーセンス・オブ・プレイスの理論と実践ー

報告1：「センス・オブ・プレイスの多様性」

長尾 雅信 氏（新潟大学 准教授）

報告2：「ローカルフォト・ムーブメント」

MOTOKO 氏（写真家/一般社団法人ローカルフォトラボラトリー代表）

日 程：2019年10月20日（日）9：00-10：30

場 所：法政大学

【報告会レポート】

報告会では前回に引き続き2018年に刊行された『プレイス・ブランディング』（有斐閣）を下敷きにし、とくに「センス・オブ・プレイス」に焦点をあて、理論的背景と事例について報告を行いました。



第一の報告では従来のビジネス・ブランディングと地域空間ブランディングの比較を通じて、地域における主体はあいまいで多数の主体（ステークホルダー）が存在することが指摘されました。その上で多数の主体を一方向的にマネジメントするのではなく、個々の主体がもつ「センス・オブ・プレイス」を把握することの重要性が示されました。センス・オブ・プレイスとは、それぞれの人にとっての場所で体験したできごとを感じ取り意味づけしていくことを指します。こうした地域における主体にとってのセンス・オブ・プレイスについて、外部の支援者に注目した研究の紹介や新潟・群馬・長野の広域にまたがる「雪国観光圏」

の事例が報告されました。とくに雪国観光圏については、雪国観光圏推進協議会を中心としながら学芸員、編集者、デザイナーといった様々な主体が民俗学・人類学的手法を用いながらセンス・オブ・プレイスを深耕・探索プロセスを共有し、観光圏のプラットフォームを築き上げていく様子が紹介されました。



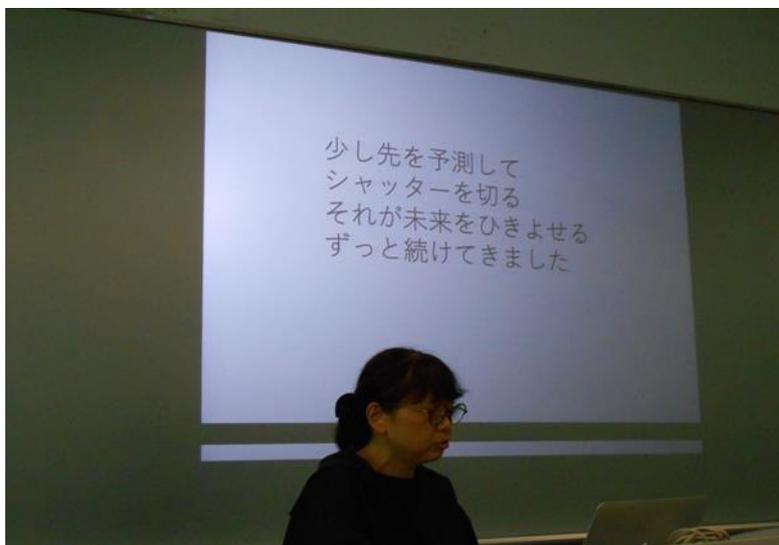
第二の「ローカルフォト・ムーブメント」の報告では、音楽・広告・ファッションなどの分野で活躍されてきた写真家の MOTOKO 氏による「ローカルフォト・ムーブメント」の取り組みが報告されました。氏による「ローカルフォト・ムーブメント」とは、写真を軸として商業とアートの間を位置づける取り組みとされています。表現手段である写真を、単なる広告（public）でもなく個（private）の表現でもない、その間（common）の写真として位置づけながら地域に住まう人々に発信してもらいたいという意味がこめられています。その事例として小豆島に暮らす女性達による写真グループ「小豆島カメラ」が紹介されました。



事例の中では地域に積極的に関わる主体が孤立しない工夫としてのチームビルディングも踏まえた、実践的な地域発信の仕掛けが紹介されました。また氏によればかつてのローカルカルチャーは裏原宿や下北沢といった都内の有名どころが発信地域と見なされていました。これに対し現在は地方における独自の地域資産を活かしたローカルカルチャーが重要とされています。その事例として氏による地域の農家の青年を「カッコよく」することからスタートし、農業そのものを魅せる活動へと大きく展開していった滋賀県湖北エリアの若手農家による活動「konefa（= kohoku new farmers）」が紹介されました。



MOTOKO 氏によれば地域の姿は、かつての大きな主体と小さな主体の縦軸の非対称の関係性から、多様な主体による「なめらかな横のつながり」に変化しており、ここに注目することがますます重要になっているとしています。この他にも氏による多彩なエピソードが紹介され、会場はセンス・オブ・プレイスの概念と実践を共有していくことが可能となりました。



両報告をうけて改めてセンス・オブ・プレイスの概念は個々人の生活や生き方を含むものであり、今後の地方社会における個々人も含めた多様なあり方や可能性に重要な示唆があることを実感できる集まりとなりました。



本研究会は、引き続き学際的に、実務者を交えてプレイス・ブランディングに関心を持つ人たちのつながりを作り、新しい概念を共有する場としていきたいと思えます。ご自身の取り組みや研究を報告したい、実践での悩みを共有する機会としたい、ブランディングの手法を磨きたいなど、プレイス・ブランディングにかかわるさまざまなニーズをお寄せください。

