

あとがきにかえて

ローカルメディアの将来の方向について

人口減少と高齢化が進む日本の各地の自治体では、地元出身者のUターンに限らない移住・定住者の受け入れとともに、関係人口の創出・拡大が大きな課題となっている。各自治体とも移住・定住、関係人口拡大に向けて様々な取り組みをしているが、その多くは十分な成果を挙げているとは言えない状態である。

3大都市圏の人材が3年間、地方で委嘱された仕事に就いて地域協力活動に取り組み、任期終了後はその地方で起業して定住し、可能なら新たな雇用を生み出すことを目的とした地域おこし協力隊は、2009年度(平成21年度)に制度化されて今年で13年目を迎えた。これまで一定の成果を挙げているが、受け入れ先自治体とのミスマッチによる任期途中での離職や任期終了後に任地で就業できずに離れるケースが半分で、そして起業による新たな雇用を創出して地域を活性化するまでなかなか至らないケースが多い。

地方に他所からの移住・定住者がなかなか増えない、また一度、大都市圏に出た地方出身者がUターンしない理由として、雇用確保の問題があるが、コロナ禍でのリモートワークの拡大によって、中長期的にはそれが解決されようとしている。そうした中で今後、大きな問題となるのは、教育環境、社会インフラの維持とともに、地域の情報を地域の内外に発信して地域を活性化する情報メディア環境の維持である。

今日、多くの地域では、第1章で紹介した地方紙や地域紙は、購読部数を減らして宅配網の維持が難しくなり、地方出版社・書店が数多く廃業し、自治体が運営する図書館、博物館の維持も、十分な予算が確保されずに内容更新ができず、運営を廃止するところも出ている。

また、第2章、第3章、第4章で紹介したCATV局、コミュニティFM局も、経済的に厳しい状態に置かれ、地域を盛り上げる役割を果たせていない局も少なくない。さらに、第6章で紹介した地域映像祭も、コロナ禍での開催中止や今後の継続が不透明なところも多い。

現在の状況が続くこうしたローカルメディアが5年先、10年先になくなる地域も多く生じるが、ただ地域を盛り上げるローカルメディアがなくなることは、地域の衰退を加速化させ、移住・定住、関係人口の確保もより困難になる。そして、近い将来に発生することが予想される東南海地震のような大規模災害に際し、地域の情報のハブとなるローカルメディアが存在しないと、被災した人に必要な情報を伝える災害対応の面のマイナスは極めて大きい。また、関係人口をどれだけ確保できているかが、被災地にどれだけ災害ボランティアで関わる人を確保できるかにつながる。

そのため今後、各地域では、移住・定住、関係人口の確保、そして将来的に予想される大規模災害対応のためにも、ローカルメディアが育む情報メディア環境の維持が急務である。

そして、地域のローカルメディアを維持するため、ローカルメディアが地域内に向けて提供するコンテンツを活用しつつ、地域の情報を地域の外に向けて発信することを通して、移住・定住、関係人口の拡大創出につなげるとともに、大規模災害時にはローカルメディアと地域の外を繋ぎ、臨時災害放送局の開局、避難所や仮設住宅でのミニコミの発行等が可能な人材として、第8章で紹介した市民メディアの担い手となる個人が、地域にどれだけいるかが鍵となる。そうした個人が第5章で紹介したようなウェブメディアを立ち上げて地域から情報発信すると

もに、地域でローカルメディアに協力して(必要に応じてその枠を活用して)日常的に情報発信活動を行っていることが重要である。

そんなローカルメディアの支援者として大きな可能性を持つのが、市民メディアを活用した地域情報発信の担い手としての地域おこし協力隊員や移住・定住者、第7章で紹介した自治体メディアを活用したシティプロモーションによる関係人口創出拡大や防災に取り組む自治体関係者だろう。

関係人口の創出拡大には、都会と地方の両方の価値を知る地域おこし協力隊員や他所からの移住・定住者、自治体職員による、ブログ、SNS、YouTube等での発信が重要である。特に、地域おこし協力隊員や移住・定住者は、よそ者としてその地域に定住したというブランド(付加価値)を活用して、地域外への地域の魅力を発信する貴重な担い手になれる可能性を秘めている。

今後、人口減少と高齢化が進む中で、(一部の観光案内のような出版を除いて)もっぱら地域で暮らす人を対象に情報発信していたローカルメディアの市場が縮小する中、ローカルメディアが育む情報メディア環境を地域で維持するため、ローカルメディアのコンテンツを活用した地域外への地域の魅力発信、及びそれとセットでモノやサービス(ふるさと納税の「お礼の品」等)を販売するためのプラットフォームが、今後、地域から発信するウェブメディアの新たな潮流として、各地域で誕生する可能性がある。

またそのようなローカルメディアのコンテンツと連携したプラットフォームを、従来のローカルメディア自身が運営するのか、自治体や市民(NPO/NGO)が運営するのかはともかくとして、地域の市民メディアの担い手が、個人で発信するブログ、SNS、YouTube等とは別に、そうしたプラットフォームに記事や取材映像を提供する現地レポーターや編集者的な役割を担うことも考えられる。

プラットフォームとなるサイトのモデルとしては、地域おこし協力隊員や移住・定住者や自治体関係者が仲介して、地域で暮らす人たちを対象にした地域メディアのコンテンツを、地域の外向けに見せ方を変えるとともに、地域の特産品を紹介・販売し、地域の魅力を伝えて関係人口を増やすようなスタイルのものは、十分に想定されよう。

今回、この本の中では紹介できなかったが、地域おこし協力隊員OBの立ち上げた鹿児島県長島町の長島未来企画合同会社がKDDIと提携して開発した長島町の観光振興を目的としたモバイルコンテンツ「長島大陸クエスト」、小豆島の移住・定住者の7名の女性が小豆島の魅力を伝える「小豆島カメラ」等、地域の魅力を発信するユニークな市民メディアは全国各地に多数あり、今後、既存のローカルメディアとの連携によるさらなる情報発信の拡大や、地域からの情報発信を通して関係人口拡大に向けた地域の応援団となる人の囲い込みが期待される。

今後ともローカルメディアが各地で存続していくため、地域の情報発信者となる市民や自治体関係者との連携による新たな地域外への発信の仕組みづくりに向けて、この本が 3. 11から今日に至るまでの近年のローカルメディアの動向や新たな取り組みについて把握する資料として役に立てば幸いである。

最後にこの本は、多くの取材で貴重なお話をうかがわせていただいたローカルメディア関係者、そして全国各地の個々の市民映像の作り手等を含む多くの市民メディア関係者の協力のもとに成り立っている。そうした多くの方々に、改めて感謝の気持ちをお伝えしたい。

また、辛抱強く本書の原稿を待つて編集していただいた久保則之(久保企画編集室代表、元あけび書房代表)さんに、お礼申し上げたい。

なお本書は、2021年度武蔵大学研究出版助成を受けて出版されました。

2021年6月21日

松本 恭幸