

平成 30 年 9 月 6 日現在

機関番号：37117

研究種目：挑戦的萌芽研究

研究期間：2015～2017

課題番号：15K13072

研究課題名(和文) 自衛隊広報のエンターテインメント化に関するフィールドワーク研究

研究課題名(英文) Fieldwork Study on entertainmentization of JSDF public relations

研究代表者

須藤 遙子 (SUDO, NORIKO)

筑紫女学園大学・現代社会学部・准教授

研究者番号：60439552

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 1,100,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は、自衛隊広報センターと広報イベントのフィールドワークを通じ、1990年代半ば以降に積極化してきた自衛隊広報戦略の内容と経緯を実証的に考察してきた。海上自衛隊佐世保史料館、航空自衛隊浜松広報館、陸上自衛隊広報センター、海上自衛隊呉史料館などの大型広報施設をはじめ、プラチナチケットともなっている富士総合火力演習や、F15座席の試乗などできる各地の航空祭等、近年の自衛隊体験型イベントの人気は想像以上だった。自衛隊という存在が国民に定着し、好意的に受け入れられていることは、総務省の調査でも判明しているが、本来の目的である自衛官への応募数は減少している。

研究成果の概要(英文)：This study examined the contents and circumstances of the Self-Defense Forces publicity strategy that has been aggressive since the mid-1990s through the Public Relations Center and the field work of public relations events. We can also conduct large-scale public relations facilities such as the Maritime Self-Defense Force Sasebo Historical Museum, the Air Self Defense Force Hamamatsu Publicity Museum, the Ground Self Defense Force Public Relations Center, the Maritime Self-Defense Force Kure Historical Museum, etc. Fuji general fire exercise which is also a platinum ticket, and the F15 seat test drive etc. The popularity of the SDF experiencing event in recent years such as the air festival was more than I imagined. Although the Ministry of Internal Affairs and Communications survey found out that the existence of the SDF has become established and accepted favorably by the people, the number of applications to the SDF, which is the original objective, is decreasing.

研究分野：メディア論 文化政治学 ナショナリズム論

キーワード：自衛隊広報 自衛隊イベント 戦争関連施設 軍事文化

### 1. 研究開始当初の背景

本研究の研究代表者である須藤遙子は、軍事組織・ポピュラー文化・ナショナリズムの関連に注目し、自衛隊が公的に協力した映画を「自衛隊協力映画」と称して研究を続けてきた。

この研究を通じて、多岐に亘る自衛隊の広報活動のなかでも体験搭乗やシミュレーター等大変人気のある広報センターに注目した。具体的には、1997年にオープンした海上自衛隊佐世保史料館(通称セイルタワー) 1999年オープンの航空自衛隊浜松広報館(通称エアパーク) 2002年オープンの陸上自衛隊広報センター(通称りっくんランド) 2007年オープンの海上自衛隊呉史料館(通称てつのくじら館)である。

これらの開館時期は東アジアのナショナリズムの盛り上がりと重なっており、自衛隊の存在感が急激に増してきた時期にもあたる。さらに毎年20倍以上もの抽選倍率でプラチナチケットともなっている富士総合火力演習や、F15座席の試乗などでもできる各地の航空祭等、近年の自衛隊体験型イベントの人気は目を見張るものがあり、その社会的、メディア的意義を考える必要がある。

1990年代後半以降に急激にエンターテインメント化してきた自衛隊広報の実態はどのようなものなのか。1995年の阪神・淡路大震災や2011年の東日本大震災といった国内の災害、また東アジアの緊張や2001年同時多発テロ事件以降の「テロとの戦い」といった世界情勢のなかで、この20年の間に自衛隊に対するイメージは大きく好転し、その存在は「身近」なものとなった。自衛隊の実際の活動と同時代史的背景がどのように自衛隊の広報に影響を与えたかを考察することにより、戦時期でほぼ途絶えているといっような日本の軍事プロパガンダ研究を、現代に再興することが可能となるだろう。

### 2. 研究の目的

本研究は、自衛隊広報センターと広報イベントのフィールドワークを通じ、1990年代半ば以降に積極化してきた自衛隊広報戦略の内容と経緯を実証的に考察するのが目的である。自衛隊の広報戦略の積極化は1990年代半ば以降のナショナリズムの盛り上がりや2003年以降の有事法制の整備化と連動しており、アミューズメント・パークの顔をもつ陸・海・空の各広報施設の開館とも密接に関係している。こうした同時代史との関連、「体験型広報」が展開する基礎となる消費主義と新自由主義の徹底という経済的要素も視野に入れ、ほとんど研究されていない自衛隊広報の実態、エンターテインメント化に至る歴史的経緯、それをもたらした社会的背景を考察し、軍事史、プロパガンダ研究、ポピュラー文化研究を架橋することを目指す。

「自衛隊」という組織があまりにも政治的なために、その広報政策に関して過度に政

治的メッセージを読み取ろうとする傾向があるが、研究代表者による自衛隊協力映画研究によって、むしろその展開には経済的要因が大きいことが判明している。つまりイデオロギー云々よりも、メディア産業による利益の追求と予算を削減したい防衛省の思惑が一致するところに現代の自衛隊広報が展開されていると考えるべきなのである。

戦前・戦中の社会学的研究が充実してきているなかで、米国や東アジア近隣諸国との国際関係や55年体制、あるいは文化全般を含む戦後日本のあり方にとって非常に重要なファクターであるにもかかわらず、自衛隊に関する研究は驚くほど存在しない。よって本研究によって「自衛隊研究」自体が発展することで、戦前・戦中のナショナリズム研究やプロパガンダ研究との接続を可能にし、また戦後日本のポピュラー文化研究、文化政治学や文化経済学、文化政策学などにも新たな視座を提供するものであることは間違いないだろう。

### 3. 研究の方法

自衛隊の広報施設、イベントをフィールドワーク調査する。1年目は陸・海・空の広報センター、2年目・3年目は全国を北海道・東北地方・関東地方・中部地方、近畿地方、中国地方、四国地方、九州地方、沖縄の9つのエリアに分け、その地域ごとの政治的背景、季節の催し、風土を加味しながら時期を決定し、調査を行う。これに加え、陸・海・空の輪番制で毎年行われる観艦式も3年間調査する。

#### 平成27年度スケジュール

4~5月:資料収集と文献調査、ウェブサイトの閲覧等を行う。最新刊から既刊分も含めて、月刊誌『MAMOR』や『自衛隊おでかけぴあ2014』(ぴあMOOK)、『自衛隊イベント観覧ガイド2014~2015』(ブルーガイド・ムック)を中心として、イベントの種類や特徴を調べると同時に、それがどのように「見どころ」として紹介されているかというメディア研究も含めて調査を行う。また、自衛隊広報の総元締めである防衛省大臣官房広報課および防衛研究所への取材を行い、近年の広報センターや広報イベントの傾向を調査する。

6月:広島県にある海上自衛隊呉史料館(通称てつのくじら館)へのフィールドワーク調査を行う。この施設は広報センターのなかで最も新しい2007年オープンのため、特に最新の設備や展示方法に着目して調査する。

7月:首都圏に最も近い埼玉県朝霞市にある陸上自衛隊広報センター(通称りっくんランド)へのフィールドワーク調査を行う。軍用トラックに乗車して駐屯地内の案内をするアトラクションや制服を着てのプリクラ撮影などが行われている。

8月:静岡県御殿場市の東富士演習場で毎年8月に実施される「富士総合火力演習」(通称、そうかえん)を調査する。戦車やヘリコ

プター、様々な火砲などによる実弾射撃を間近に見ることができることから、陸上自衛隊が行うイベントの中で最も人気があり、抽選によって入手する入場券はプラチナチケットとなっている。

9月：長崎県にある海上自衛隊佐世保史料館（通称セイルタワー）へのフィールドワーク調査を行う。広報センターのなかでは最も古く、また海上自衛隊のみが2つの施設をもつため、設立経緯や呉史料館との違いなどを重点的に調査する。

10月：神奈川県横須賀港沖で開催される海上自衛隊観艦式へのフィールドワーク調査を行う。防衛省のホームページによれば、観艦式の目的は「自衛隊の最高指揮官（内閣総理大臣）が艦隊を観閲することにより、部隊（隊員等）の士気を高め、国内外に自衛隊の精強さをアピールすることまた、国際親善や防衛交流を促進することや、国民の皆様へ自衛隊に対する理解を深めていただくこと」である。公募による一般の乗艦も行っている。

11月：静岡県浜松市にある航空自衛隊浜松広報館（通称エアパーク）へのフィールドワーク調査を行う。キャッチコピーは「見て体験して楽しむ航空自衛隊のテーマパーク」でフライト・シミュレーターの設備もある。12月～3月：当初の計画どおり進まなかった場合の調整期間。文献調査。1年のまとめ。

#### 平成 28 年度スケジュール

4月：前年度に引き続き、資料収集と文献調査、ウェブサイトの閲覧等を行い、本年度のイベントの種類や特徴、開催日程等を確認し、本年度のフィールドワーク・スケジュールを再チェックして決定する。

5月：連休を利用して、沖縄のフィールドワーク調査を行う。特に米軍基地との関係、連携などがどうなっているかを重点的に調査する。

6月：週末を利用して、中国地方へのフィールドワーク調査を行う。中国地方は広島地方協力本部の管轄であり、出雲・米子・日本原・海田市・山口市などに駐屯地がある。

7～9月：夏季休暇を利用して、舞鶴を中心とした近畿地方と北海道のフィールドワーク調査を行う。舞鶴は、2013年に公開された人気アニメの劇場版『名探偵コナン 絶海の探偵（プライベート・アイ）』のなかでコナンや自衛隊と某国のスパイが攻防する舞台となった場所で、アニメで描かれたようにイージス艦など主要な艦隊が寄港する防衛の重要拠点である。北海道＝北部方面隊には地域によって4つの師団に分かれており、その中にさらに複数の分屯地がある。例年最もスクランブル発進の多い対ロシアの重要拠点であることがどのように影響しているかに注目する。スケジュールを工夫し、4つの師団全てを巡る方針である。

10月：朝霞駐屯地で開催される陸上自衛隊観艦式へのフィールドワーク調査を行う。

11月：連休や週末を利用して、防衛研究所における文献調査を行う。

12月～3月：当初の計画どおり進まなかった場合の調整期間。文献調査。1年のまとめ。

#### 平成 29 年度スケジュール

4月：昨年度に引き続き、資料収集と文献調査、ウェブサイトの閲覧等を行い、本年度のイベントの種類や特徴、開催日程等を確認し、本年度のフィールドワーク・スケジュールを再チェックして決定する。

5月：連休を利用して、北関東のフィールドワーク調査を行う。特に茨城県は2013年公開の自衛隊協力映画『永遠の0（ゼロ）』、同年放送の自衛隊協力ドラマ『空飛ぶ広報室』や大洗を舞台にした戦車アニメ『ガールズ&パンツァー』など、自衛隊と関係の深いメディア作品の舞台となっているので、特にメディアとの関係、連携などがどうなっているかを重点的に調査する。

6月：週末を利用して、九州地方のフィールドワーク調査を行う。研究代表者の研究拠点が福岡になるとはいえ、九州は大変広いので効率的に複数回に分けて調査する。

7～9月：夏季休暇を利用して、東北地方と中部地方のフィールドワーク調査を行う。東北地方は東日本大震災と原発事故の影響からいまだ立ち直れておらず、復興イベントを兼ねた催しが行われている。愛知県の小松基地では、例年9月に航空祭が開催されており、ブルーインパルスや救難隊による落下傘降下など、多彩な飛行プログラムで人気を博している。

10月：茨城県百里基地で開催される航空自衛隊観艦式へのフィールドワーク調査を行う。本年度で陸・海・空全ての観艦式が完了する。

11月：週末を利用して、四国地方のフィールドワーク調査を行う。四国は地形的に敵対する国から遠いこともあり、駐屯地の数が少ない。そのなかで楽団の存在が大きいので、自衛隊の「歌姫」として近年人気の三宅由佳莉のように女性をフィーチャーしてアイドル化する広報戦略を考察する。

12月～3月：3年間の調査まとめ。単著として翌年以内の出版を目標とする。

#### 4. 研究成果

5つの大型広報施設をはじめ、防衛省や防衛大学校ツアー、富士総合火力演習、全国各地の自衛隊イベント、さらにはアメリカにおける戦争博物館など、全部で40以上の調査をすることができた。戦車、戦闘車両、ヘリコプター等の搭乗体験も行い、エンターテインメントとしてどのように人々を魅了しているかを体験した。基地・駐屯地のある地元と自衛隊との関係性などは、研究開始当初は見えていなかったものであり、新しい視座を得ることができた。

現在、自衛隊のイメージがかつてないほどアップしている。平成27年の内閣府による

「自衛隊・防衛問題に関する世論調査」では、自衛隊に対して「良い印象を持っている」とする割合が92.2%にものぼっている。一方で、2003年の小泉政権時代に相次いで成立した有事関連法案、2015年に安倍政権によって強行採決された安保法制などにより、自衛隊員のリスクは確実に高まってきたことで志願者は激減している。防衛省の発表によれば、戦闘での直接の被害は無かったものの、イラク派遣での死亡者は35名にのぼり、さらに28名がその後自殺している。こうした重い事実が、志願者の減少に影響しているのは間違いない。広報の大きな目的は自衛官の募集にあるはずだが、広報施設や広報イベントの人气がそのまま志望者の増加に反映されていないのが事実である。

民主党政権下での行政刷新会議が行った業務仕分けを受け、りっくんランド、セイルタワー、エアーパークの3つで「自衛隊の大規模広報施設に係る入場料の徴収に関する実験」が2009年11月から翌年1月末までの3ヶ月間にわたって行われた。つまり、それまで無料で公開されていた自衛隊の広報施設が「税金の無駄遣い」と判断されて、りっくんランドとセイルタワーでは大人500円、エアーパークでは大人400円、小人とされる小中高生は各施設で200円という入場料金が試験的に徴収されたのである。この実験による入場者数への影響は甚大で、前年度の同時期に比べてりっくんランド約6.2割減、セイルタワー約3.6割減、エアーパーク約5.5割減という結果となり、実験期間終了直後から再度無料となって現在に至っている。国税局が発表した「平成27年分 民間給与実態統計調査」によると、日本人の平均給与は420万円である19。アベノミクスの恩恵をなかなか実感できないなかで、無料のエンターテインメントとしての自衛隊広報施設に人気が集まるのは当然ともいえる。

現在得られた知見としては、自衛隊広報のエンターテインメント化・ソフト化は自衛隊の社会的イメージの向上には大いに貢献しているものの、自衛官募集にはほとんど影響していないといえる。

#### 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計 2 件)

1. 須藤遙子「エンターテインメント化する自衛隊広報～大規模広報施設フィールドワークからの考察」(筑紫女学園大学『人間文化研究所年報』第28号、pp.199-211)

2. 須藤遙子「ポスト3.11 自衛隊協力映画」としての『シン・ゴジラ』～「市民」と「地方」の捨象によるナショナリズム～(『唯物論研究年誌』第22号、pp.214-219、2017年)

〔学会発表〕(計 2 件)

1. 須藤遙子「Military-Industrial Complex in 'Moe' Animation': AAS-in-ASIA 2017 'Beyond Borders and Boundaries' (2017年6月24-26日@高麗大学校、韓国), パネルNo.135 'Politicizing Popular Culture: Analyzing the Cultural Politics in Contemporary East Asia'

2. 須藤遙子「消費ナショナリズム論序説 自衛隊広報の受容から」(唯物論研究会第40回総会・研究大会@神戸大学、2017年11月10-12日)

〔図書〕(計 0 件)

ただし、下記メールマガジンの結果を加筆修正後に大月書店より刊行予定。

〔産業財産権〕

出願状況(計 0 件)

取得状況(計 0 件)

〔その他〕

エッセイ『愛妹通信--自衛隊広報レポート』(大月書店メールマガジン:H26.4-H29.3)

#### 6. 研究組織

(1) 研究代表者

須藤 遙子 (SUDO, NORIKO)

筑紫女学園大学・現代社会学部・准教授

研究者番号: 60439552

(2) 研究分担者

なし

(3) 連携研究者

なし

(4) 研究協力者

なし