

〈論文〉

場の概念の現代的再検討

—社会変容とイベントのオンライン化に関する考察—

福沢 康弘* 河原 大†

Reconsidering the Concept of “Ba” from an Updated Perspective
— Social Transformation and the Emergence of Online Events —

Yasuhiro FUKUZAWA* Masaru KAWAHARA†

要旨

2020年の新型コロナウイルス感染症拡大（いわゆる「コロナ禍」）によって、我々の社会は大きな変容を迫られることとなった。イベントの開催形態もその1つであり、現在、多くのイベントがオンラインに切り替えての開催を余儀なくされている。イベントは地域活性化の有力な手段の1つであるが、イベントがオンライン化されることによって、地域活性化に果たすイベントの役割も、その性質を変化させていると思われる。本稿では、オンラインイベントが地域活性化のための場となりうるのかを考えるために、場の概念を現代的視座から再検討することを試みる。

Abstract

Today, many events have been canceled or suspended due to COVID-19. Some of those events, however, are alternatively held online.

Because events are recognized as a driver of regional revitalization, the transition from in-person events to online events requires consideration from an updated perspective.

In this paper, we introduce the concept of “ba” with respect to online events and its implications for regional revitalization.

キーワード

場の概念 (concept of “ba”) 地域活性化 (regional revitalization) 社会変容 (social transformation)

* 北海道情報大学経営情報学部先端経営学科教授, Professor, Department of Business and Information Systems, Faculty of Business Administration and Information Science, HIU

† 北海道情報大学情報メディア学部情報メディア学科講師, Lecturer, Department of Information Media, Faculty of Information Media, HIU

1. はじめに

2020年の新型コロナウイルス感染症拡大（いわゆる「コロナ禍」）によって、我々の暮らし方や働き方は大きな変容を迫られることとなった。人と人との接触を避けるために、これまでの行動の見直しが求められ、飲食店や小売店あるいは旅行業界などは、今、それに翻弄されつつ対応に追われている。企業の中には、オフィスそのものを廃止し完全在宅勤務（リモートワーク）に切り替えるところも出てきている。

また、東京オリンピックをはじめ多くのイベントが延期または中止となり、あるいはオンラインに切り替えての開催を余儀なくされている。イベントのオンライン開催は、「新しい日常」が提唱される中における苦肉の策ではあるが、今後も一定程度行われていくものと思われる。

一方、イベントは地域活性化の有力な手段の1つとして広く認知されている。イベントは人々が同じ目的を持って同じ場所に集まる。そしてそこにはにぎわいやエネルギーが生まれる。また、多くの人々がイベントの会場を訪れ、その地域の魅力に触れ、評価することにより、地域の住民が自信や誇りを持つ。つまりイベントは、地域住民が自分たちの地域を見つめなおし、魅力を再発見する舞台ともなるのである。

イベントが地域活性化に果たす役割は肯定してよいと思われるが、ではこのようなイベントの活気やエネルギーがどうして生まれるのだろうか。その要因を解明する手がかりの1つになると思われるのが、伊丹敬之が提唱した「場」の概念である。

伊丹（2005）は「大勢の人間が集う空間には、情報が満ちている」（p.1）とし、場にはヨコの情報的相互作用と心理的相互作用（心理的共振）が同時に起きているとする（前掲書、p.25）。祭りの輪の中で人々が生き生きとする

のはまさにこの心理的共振の例である（前掲書、p.47）。場の概念については後に詳しく見ていくが、伊丹は、場が形成されることによって、そこに何らかの心理的エネルギーが生まれることを主張している。

ここで再び、我々が直面している社会変容に目を向けたい。コロナ禍により、多くのイベントがオンライン開催に切り替わった。それはつまり、物理的空間に人が集まることから、オンラインという仮想空間に人が集まることへと、イベントの性質そのものが変化していることを意味している。物理的あるいは地理的空間を共有していなくても場は生成するのか、そして場は機能するのか。これが本稿の問題意識である。それはすなわち、オンラインイベント（仮想空間）は地域活性化のための場となりうるのかという問いへとつながる。

仮想空間において場が成り立ち、機能するかどうかを明らかにするためには、従来の場の概念を現代的視座から再検討し、新たな理論的基礎づけを得ることが必要となると思われる。本稿の目的は、その理論的基礎づけへの手がかりをつかみ、オンラインイベントが地域活性化のための場となりうるのかを考える端緒とすることにある。

本稿では、オンライン化が進むイベントの典型例としてeスポーツイベントに注目する。eスポーツは年々その市場規模を拡大しており、また近年はeスポーツによる地域活性化の取り組みが各地で活発化しているからである。

そこでまず次章で、eスポーツによる地域活性化の事例を紹介すると同時に、eスポーツイベントがオンラインに切り替わっている国内外の現状を確認する。次いで、地域活性化とはそもそもどのような概念なのかを確認した後、本稿の主題である、場の概念の再検討の作業に入っていくこととする。

2. 社会変容と e スポーツイベントを取り巻く状況

ゲームメディア事業を展開する企業である、(株) KADOKAWA Game Linkage によると、我が国における e スポーツの市場規模は、2018 年の 48.3 億円から 2019 年の 61.2 億円へと、127%の成長を記録した。同社では、次世代モバイル通信の 5G が開始されることで、モバイル端末での e スポーツ利用がさらに拡大すると見込まれることなどから、2020 年から 4 年間の年平均成長率は約 26%となり、2023 年には 153 億円の市場規模になると予測している (KADOKAWA Game Linkage 2020)。

年々その市場規模を拡大している e スポーツであるが、我が国では近年、e スポーツを活用した地域活性化の取り組みが各地で行われるようになってきている。代表例は富山県である。2016 年 9 月、富山県高岡市のゲームバー「JOYN」の店主が中心となり、「富山県 e スポーツ協会」が設立された。そして同年 12 月には e スポーツイベント「Toyama Gamers Day」が初開催された。「Toyama Gamers Day」は、酒蔵「若鶴酒造大正蔵」などを会場に開催され、地酒を味わいながらゲームを楽しめるイベントということで県内メディアにも取り上げられた (筧 2019)。その後もイベントの規模を拡大しながら、大会上位入賞者に地元の特産品や職人の手づくりの記念品を贈ることにより、地域製品の PR に一役買っている¹⁾。

また、兵庫県の有馬温泉が中心となり、「温泉地域資源を生かした e スポーツイベント」として「全日本温泉地 e スポーツ湯桶杯」を開催する取り組みも行われている。全国のプレイヤーと地元プレイヤーの交流を行ったり、地域の観光名所やグルメの発信を行ったりし

ながら、各温泉地の閑散期に地域のお祭りとして温泉地対抗戦を企画し、地域活性化につながることを狙いとしている。これまで同イベントは、有馬温泉 (2018 年 11 月)、いわない温泉 (北海道, 2019 年 8 月)、草津温泉 (群馬県, 2020 年 2 月)、有馬温泉 (2020 年 11 月) の 4 回が開催されている (全日本温泉地 e スポーツ湯桶杯 2020)。

愛媛県愛南町は松山大学などと組んで、同町の特産品である養殖マダイを PR することを目的に e スポーツイベントを企画した。2020 年 10 月 24 日、バトルロワイヤルゲーム「荒野行動」の大会「撃鯛杯」を開催し、上位入賞品として養殖マダイを提供した。同町のマダイの養殖はコロナ禍で出荷減に直面しており、同イベントはこのような養殖業の現状を知ってもらうと同時に、同町産のマダイの魅力に触れてもらうことを目的として企画された。コロナ禍のためオンラインでのライブ配信開催となったが、養殖業の現状やコロナ禍を乗り越えるための取り組みをまとめた動画を配信するなど、同町の養殖マダイを全国にアピールする機会となった。ライブ配信は「荒野行動」の運営会社、中国広州市のネットイースが中心となって行った (南海放送 2020)。

2020 年はコロナ禍により、延期や中止を決めたイベントが多いが、e スポーツイベントにおいては愛南町の例のように、オンラインに切り替えて開催された例も多い。

2020 年 3 月 15 日に東京で開催予定だった「レインボーシックスフェスティバル」は、FPS²⁾「レインボーシックスシーズ」の国内王者決定戦やコスプレイベントを無観客で開催し、その模様をライブ配信した (Rainbow Six Siege 2020)。

¹⁾ 筆者らは 2020 年 10 月 24 日に射水市で行われた「Toyama Gamers Day 2020」を訪れ、現地調査を行っている。

²⁾ First Person Shooter の意。一人称視点のシューティングゲーム (戦闘ゲーム) を指す。

従来はイベント会場で開催されていた高校対抗の e スポーツ全国大会「Coca-Cola STAGE : 0 (ゼロ) eSPORTS High-School Championship 2020」は、全ての試合をオンラインでの開催に変更し、2020年9月19日から22日にかけて決勝大会を行った(eSPORTS High-School Championship 2020 実行委員会 2020)。また、予選が2020年11~12月、決勝戦が2021年3月に行われる「第3回全国高校 e スポーツ選手権」も同様に、全ての日程をオンラインでの開催に切り替えている(全国高等学校 e スポーツ連盟 2020)。

国外では、FPS「Call of Duty」の国際大会「Call of Duty League」が、2020年3月に世界各地のイベントを中止し、以後の試合をオンライン形式に変更した(Call of Duty League 2020)。

e スポーツは、プロスポーツの代替イベントとしても活用されている。モータースポーツの F1 では、コロナ禍により中止となったレースの代替イベントとして、レースゲーム「F1 2019」を利用したオンライン大会「バーチャルグランプリ」を開催した(F1 esports 2020)。また、バスケットボールの NBA は2020年3月11日からレギュラーシーズンを中断し、代わりに NBA 公認のバスケットボールゲーム「NBA 2K20」を用いた現役選手16名によるトーナメント大会を4月から開催した(NBA 2020)。国内でも、延期されたプロ野球の開幕戦に代わり「プロ野球“バーチャル”開幕戦 2020」が行われ、現役プロ野球選手が野球ゲーム「eBASEBALL パワフルプロ野球 2020」を用いて、開幕戦と同じカードの対戦を行った(日本野球機構 2020)。同様の試みはテニスやサッカーでも行われ、延期された公式戦に代わり、主にファンへ向けてのオンラインイベントが開催された。

以上、e スポーツイベントを活用した地域活性化の取り組みと、コロナ禍によりオンライン化が進んでいる状況を見てきた。e スポ

ーツ市場は今後も拡大基調にあることを考えると、e スポーツによる地域活性化の取り組みもますます活発になると考えられる。一方、コロナ禍による社会変容は、e スポーツイベントの開催形態にも変容を迫っている。e スポーツイベントによる地域活性化を考える際には、このような社会の状況も念頭に置く必要があるだろう。

3. 地域活性化の概念検討

3-1 活性化とは何か

本節では、本稿で使用する「地域活性化」という語はどのような概念を指し、どのように定義されるのか、その確認をする作業を進めていきたい。つまり、地域が「活性化」されるとはどういう状態を指すのか、あるいはどういう状態になれば地域が「活性化」したといえるのかを明確にする作業を行っていく。その作業を行った後、活性化される対象である「地域」の意味について検討を加え、地域活性化の概念の整理を行うこととする。

学界や行政のみならず、広く一般にも認知されている地域活性化という用語であるが、その意味するところは必ずしも定まっていないことがいくつかの研究で指摘されている。

例えば小川(2013)は、行政における活性化という用語の使われ方を分析し、「活性化という言葉が大いに多義的に使われている」(p.43)ことを確認している。そのうえで文献調査を行い、地域活性化の意味するところは、経済的観点からとらえられている側面と、社会的・住民生活的な視点からとらえられている側面の両方があるとしている。

それによれば、地域活性化という言葉は、地域産業の活発化や地域経済の成長など地域経済の向上を意味する場合と、地域住民のコミュニケーションの活発化や生活満足度の向上のような社会生活の向上を意味する場合とがある(前掲書,p.44)。前者の立場を取ると、

地域経済の発展や雇用の拡大、定住人口の増加などの効果を意図して活性化という言葉が使われ、また後者の立場を取れば、住民生活の向上・維持、コミュニティの形成・拡大、文化の形成・継承などの社会的・生活的な効果を意図して活性化という言葉が使われることになる（前掲書, p.50）。

また金子（2014）も同じように、膨大な文献調査を行ったうえで、「地域活性化」という用語が「経済・産業振興」と「地域住民活動の発展（地域住民が地域の行事等に積極的に参加して交流を深めていくこと）」という大きく2つの文脈で使用されていることを確認している（p.61）。金子は地域活性化のための市民活動量の計測を試みているが、上記の理由により、地域経済振興のための活動のみならず、お祭りや運動会などの地域社会の結束を高める活動や、地域福祉向上のための活動といった、地域住民活動の発展のための活動も地域活性化のための活動として定義している。

つまり、地域活性化を定義する試みにおいては、経済的成長に地域活性化を見出そうとする、地域活性化の量的把握を目指す立場と、地域の人々の活動やつながりに地域活性化を見出そうとする、地域活性化の質的把握を目指す立場との2つの立場が存在するのである。

前者の例として橋詰（2003）は、「地域活性化の概念・定義は、対象とする地域範囲や地域で発現している問題の種類、さらにはその問題をどのような視点によって分析するかによって捉え方が異なる」（p.3）としたうえで、農山村の地域活性化の状況を定量的に把握することを目指す立場から、地域活性化の定義を定住人口の維持、地域経済の発展、農業および林業の生産活動の発展の視点からとらえ、経済的観点からの把握を志向している。

一方、後者の例としては高瀬・伊藤（2007）が、「地域活性化に期待が寄せられる背景には、現代の日本社会がなんらかの意味で機能不全に陥っていること、そしてその機能不全の原因が中央集権的な構造あるいは官僚制的非効率にあるという認識がある」（p.134）という立場を取り、地域活性化は地方分権の必要条件としての地域の自律性と、非官僚化としての地域の自発性を含むものであると述べている。そのうえで地域活性化を「地域社会の自律性と自発性を高めることによって地域社会の何らかのパフォーマンスの上昇をめざす活動」（前掲書, p.134）と定義し、社会的・住民生活的観点からの把握を志向している。

このように地域活性化の質的把握を志向するか量的把握を志向するかについては異なる立場が存在する。どちらを取るかは研究者の規範的判断によらざるをえない。これは社会科学の方法論的議論に連なる問題である。

野中（2005）は、社会科学が対象とする人間の世界は客観的事実ではなく、その都度のコンテキストに依存する「解釈」により成立しているとしたうえで、規範的命題を提示することが社会科学の面白さであると述べている（pp.334-335）。

野中が主張するように、社会科学の方法論は規範的にならざるをえない。そこには研究者の価値判断が介在する³⁾。

例えば地域経済学の分野では、宮本（1989）が内発的発展論の議論の中で、量的拡大を主眼とした従来の地域経済政策に疑問を呈し、「暮らしの質」「アメニティ」「健康と福祉」なども広く包含した政策体系の必要性を論じている。

また中村（2004）は地域経済分析への「政治経済学的アプローチ」の必要性を主張し、

³⁾ アインシュタインは量子論を批判して「神はサイコロを振らない」という有名な言葉を残している。彼はまた、あらゆる物理法則は1つの単純な数式で表現できるはずだという信念を持っていたという。このことから、社会科学のみならず物理学のような自然科学の研究においても、研究者の価値判断が介在していることがうかがえる。

経済現象を純粹に市場経済の領域内の問題として扱うのではなく、社会構造や政治、歴史、制度との関係を重視すべきであると述べている。

さらに岡田（2005）は、上または外からの地域の改造である「地域開発」ではなく、自ら主体的に地域をつくり出していく「地域発展」の視点から地域開発政策を検証し、これに批判を加えている。岡田によれば、地域の活性化あるいは発展は、1人ひとりの住民の生活が豊かになって初めて実現できるのである。

これらの一連の研究は、量的側面からだけでは地域経済の実相は正しくとらえられない（したがって量的把握だけに頼るべきではない）という規範的判断のもと、量的側面よりも質的側面に重きを置いて地域経済の実相の把握を目指しているものである。

本稿においても、地域の活性化は質的側面からアプローチすることが重要であるという立場を取る。小川（2013）や金子（2014）が述べているように、地域活性化を質的側面から把握しようとするならば、人々の生きがい、暮らしの質、活気、にぎわいなどに注目することになる。したがって本稿では地域活性化を、金子や高瀬・伊藤の指摘にならいつつ「地域住民が地域の行事等に積極的に参加して交流を深めていくことにより、地域社会ににぎわいや活気生まれ、暮らしの質の向上や住民の生きがい・幸福などがもたらされる状態」ととらえることとする。

3-2 地域とは何か

次に、活性化の対象となる「地域」とはどのような概念なのか、その検討に入りたい。地域とは一般に、「ある空間の一部を何らかの特性に基づいて他の部分と区別して指すときに用いられる」（徳岡 2002, p.4）用語である。我々は自分の住む土地を指して「地域」という場合もあれば、「道南地域」「西胆振地

域」など、自治体の枠を超えた地理的空間を地域ととらえる場合もある。さらには「北東アジア地域」「北太平洋地域」など、国家の枠を超えた地域把握が行われる場合もある。地域とはこのように、抽象的かつ広範な定義がなされる対象なのである。

徳岡（2002, pp.5-6）によると、地域概念は大きく3つに分類できる。1つ目は、自然の地理的な地域概念であり、淡路島や伊豆諸島などがこれに当てはまる。2つ目は行政的あるいは統計的な地域概念であり、行政や政治上の目的のために人為的に区分された地域である。自治体や選挙区などがこれに当たり、「形式地域」と呼ばれる。3つ目は、主に地域経済学で用いられるもので、ある経済活動に着目して、その活動の類似性や相互依存関係に基づいて定義されるものである。そしてこのような経済的地域を定義する際には、「同質地域」と「結節地域」という2種類の地域区分が用いられる。同質地域とは、地域を構成する諸要素のうち類似したものに着目する区分方法である。例えば、産業活動の類似性に着目すれば、「農業地域」や「工業地域」という区分ができる。一方、結節地域とは地域を構成する空間の相互依存関係に着目して定義されるもので、例えば交通体系における中心地ターミナルのように、他の地域との結節点として機能している地域のことである。

一方、従来の地域概念を批判的に検討した中村（2008）は、都市や農村といった、人々の生活の場を狭域の「ローカル（local）地域」と呼び、核となる都市を中心とするローカル地域の集合体を広域の「リージョン（region）」と呼び整理している。そしてこれらローカル地域やリージョンのように、人々の生活の場として地理的歴史的に形成されてきた地域共同社会（territory）を地域経済学的分析の対象としている。つまり、生活の場としての共同社会という性格を持つ地域は、「人々が住み、働き、育ち、楽しむ生活圏であり、人間発達

の場」(中村 1987,p.27)としての性格を持ち、「非経済的価値(要素)と経済的価値(要素)が出会い、結びつく場」(中村 2004,p.49)としてとらえられるのである。

本稿においては前述の通り、質的側面、すなわち、人々の生きがい、暮らしの質、活気、にぎわいなどの観点から地域活性化をとらえていく。したがって、本稿における「地域」が指す空間的スケールは、中村のいうローカル地域のそれである。本稿では、中村の定義を受け入れたうえで、地域とは「人々の暮らしの場およびその空間」としてとらえることとする。

以上の議論をふまえたうえで、次にイベントと地域活性化の関係を、質的側面からの把握を念頭に置いて考察していくこととする。

3-3 イベントと地域活性化

人と人が同じ場所に集まることによって、そこに何らかの活気生まれることは直感的にも受け入れられる共通理解としてよいであろう。イベントはその典型例である。イベントにおいて、人々は同じ趣味・関心のもとに同じ目的を持って同じ場所に集まる。そして人がイベントに集まることによって、そこににぎわいやエネルギーが生み出される。札幌市の「さっぽろ雪まつり」や「YOSAKOI ソーラン祭り」のような大規模なものから、農村における祭りやグルメイベントまで、規模の大小を問わず、今日、多くの自治体・地域でさまざまなイベントが行われている。イベントが地域にもたらす効果は広く認知されており、イベントは地域活性化の有力な手段とされている。

イベントが地域活性化に与える効果としては、まず、地域内外から人が集うことにより

もたらされる経済効果⁴⁾が挙げられる。これは地域活性化の量的側面からの把握に対応した視点であり、多くの自治体がイベントを開催する第一義的な理由であるといえる。しかし、イベントが地域活性化に果たす役割はそれにとどまらない。金子(2014)が指摘しているように、祭りなどのイベントによって地域社会の結束が高まるという、質的側面での効果も生まれるのである。地域住民が企画したイベントに地域外から多数の客が訪れ、楽しみ、その地域によい印象を抱いてくれることによって、地域住民が自信や誇りを持つようになるのは先に述べた通りである。ホーソン実験やハーズバーグの理論を見るまでもなく、人は他人から注目されたり、認められたりすると誇りと自信を持ち、モチベーションがアップする。

地域に多くの人々が訪れ、その結果、地域住民が自分たちの地域への愛着や自信・誇りを醸成することは、水郷船めぐりの事例を分析した米田(2015)や、周遊バスツアーの事例を分析した大森(2017)などで言及されている。また、少々文脈はちがうものの、軍艦島ガイドツアーの参与観察を行った木村(2014)では、ガイドたちが「装置」の戦略的利用によって地域への多様な「表象」を行うことにより、ローカルな環境への新たな意味づけを行ったことが示されている。この事例も、地域を訪れた人との交流の中で、地域が持つ意味を再発見(あるいは再構築)した事例であるといえるだろう。

このように、イベントを開催することによって人が集まり、そこに活気やエネルギーが生まれ、さらには地域の魅力の再発見や意味づけが行われるわけだが、そこに我々ほどのような原理を見出すことができるであろうか。

⁴⁾ さっぽろ雪まつりの経済波及効果は2013年で419億円(札幌市観光文化局経済コンベンション部 2014)、YOSAKOI ソーラン祭りの経済波及効果は2016年で248億円(北海道二十一世紀総合研究所調査。YOSAKOI ソーラン祭り実行委員会 2019)と試算されている。

本稿ではその手がかりとして場の概念を紹介し、検討を加えていくことにする。

4. 場の概念の検討

学問史上あるいは思想史上、場およびそれに類する概念は洋の東西を問わず多くの時代に見られるものである。このような場の概念を学問史的に、また学際的に根本から把握することを試みた研究としては、山下（1999）、西口（2000）、河野（2010）などが挙げられる。

例えば河野（2010）によれば、ものの存在の基体として場所的なものを想定する存在論は、すでにギリシャ哲学において見られるという。そして哲学、自然科学、社会科学という広範な学問分野において登場する場の概念は、「扱う目的、視座によってその意味は大きく異なるため、それぞれの文脈で理解されるべきもの」（前掲書、p.40）であるとされる。

山下（1999）は、20世紀の社会科学の歴史は、その方法基準の採用をめぐる方法論的な揺らぎのプロセスとして振り返ることができるという立場から、特に19世紀末以降の方法論をめぐる思想史を跡づけることによって、場の概念の把握を試みている。それによると、この時期、物理学では電磁場や重力場などの場の理論が発見され、それまでのニュートン物理学的な世界観が否定されることになった。相対性理論や量子論に代表される20世紀の物理学が発見したことは、世界（物理現象）はそれ自体が客観的に独立して存在するのではないという認識論的事実であった。「どのような観察も、観察者と独立に存在できず、あらゆる現象は観察者との関係をそれ自体に含んでいる」（前掲書、p.150）というのが場の理論が示した方法論的立場であった。つまり、人間の存在からは独立した極めて客観的な物

理現象の記述に際しても、観察者の立場や志向性をまったく無視できるものではないということが発見されたのである。このことにより、方法論的には、物理現象も精神の作用を通して記述される、認識論的対象であるということが認められるようになった。

一方この時期、哲学の分野ではフッサールの現象学が登場し、人間の認識はある特定の現象に向かう志向性を持った意識作用によって可能になることを主張した（前掲書、p.143）。このような現象学をはじめ、存在論や論理実証主義のような新しい哲学が設立されたことにより、場の認識論的な位置づけについての哲学的な基礎に対する考察が進んだ（前掲書、p.138）。そして20世紀の社会科学は、これら物理学における場の発見に大きな影響を受けると同時に、哲学の方法論からも多くを吸収して場の概念を発展させることになる。

本稿では紙幅の制約から、社会科学における場の概念の展開を網羅的に検討することに立ち入ることはせず、本稿の問題意識に直接関連する経営学分野における場の概念に限って記述することとする。経営学以外の各学問史における場の概念の検討に関しては、山下（1999）が哲学・思想、社会学などにおいて、西口（2000）が物理学、生物学、複雑系工学において、また河野（2010）が物理学、ギリシャ哲学、西田哲学、生命科学、日本人論などにおいて、それぞれ詳細な検討を行っているので、そちらを参照願いたい。

さて、経営学分野において場の概念の原理的な検討を行っている研究としては、Nonaka and Konno（1998）、野中・紺野（2000）による一連の研究（以下「野中ら」）および伊丹（1992, 1999, 2000, 2005）による一連の研究の2つの潮流が認められる⁵⁾。

野中らは、主に企業における知識創造プロ

⁵⁾ 厳密にはこれらの研究は「組織論」に分類されると思われるが、本稿では学問史における場の概念という視点から、便宜上「経営学」と広く解釈することとする。

セスに焦点を当て、組織において知識創造がどのような条件のもとで可能となるのか、そして知識創造をマネージすることは可能なのかという問題意識から、その問いに答える手がかりとして場の概念を導入している。野中らによると、知識創造は個人の力によるものではなく、個人と個人の関係、および個人と環境の関係から生まれてくるものである。場とはこのような関係が生まれる共通空間であり、知識創造のプラットフォームとして機能するものなのである。

そのうえで、暗黙知と形式知を変換する発展的円環運動 (spiralizing process) として理論化した SECI モデルに場の概念を導入し、4つの知識変換モードそれぞれに応じたコンテキストとしての場を提唱した。野中らは、それぞれの知識変換モードに対応した性格の異なる場があることによって、SECI モデルにおける知識創造プロセスが促進される (Nonaka and Konno 1999, p.47) とし、それらの場の共有を通じて SECI モデルの一連のプロセスが具体化することを主張している。

一方、伊丹も主に企業組織を念頭に置いて場の概念を論じているが、伊丹の場合は、組織において場が生成するメカニズムとそれをマネージメントしていく方法 (場のマネージメント) に焦点を当てている。伊丹は場を、参加者間の情報的相互作用が継続的に生まれる状況的枠組みとしてとらえ、そこにはアジェンダ、解釈コード、情報のキャリアー、連帯欲求という4つの基本要素が共有されていなければならないとしている。伊丹によれば、これら4つの要素がそろった時、場の中で情報秩序が形成され、情報的相互作用が活発化する。そしてその結果、人々の間の共通理解が生まれ、また心理的エネルギー (心理的共振) が生み出される。これが場の基本的な機能で

ある。

伊丹はこのように場の概念を規定したうえで、組織において場が生成するプロセスとそのための経営の役割について考察し、場のマネジメント論を展開していく。場は自発的・自律的に組織内で生み出される場合 (現場による創発) と、経営による「設定」によって生み出される場合があるが、必要な経営の関与の度合いはそれぞれの場合において異なるため、場をマネジメントする際には、適切な関与の仕方をそれぞれの場合に応じて選択しなければならないとしている。

以上、野中らと伊丹による場の概念の原理的研究を見てきた。場は、ある種の空間として規定されるが、両者に共通しているのは、必ずしもその空間は物理的な空間のみを指すものではないということが主張されている点である。野中らは、場とは物理的空間 (オフィスなど)、仮想空間、人間関係、メンタルスペース (共通経験など) のいずれでもありうると述べ (野中・紺野 2000, p.56)、また伊丹も、仮想的な非対面型の場が成立する可能性に言及している (伊丹 2005, p.87)。伊丹は、実際に人と人が接触する物理的な空間を「接触の場」と呼び、それに対し直接には接触しない人々の間に成立する場を「想像の場」と呼んでいる。そして「物理的接触が場の共有のすべてであったなら、人間はきわめて狭い世界しか共有あるいは理解できない」(前掲書, p.177) と述べ、物理的な空間以外でも場が成立しうることを主張している。つまり、仮想空間、意味空間⁶⁾ など、物理的な空間以外も場として規定しうるところに、場の概念の空間的特徴があるのである。

これら2つの原理的研究は、その後さまざま実証研究に取り入れられ、場の概念に関する研究はさまざまに展開してきた。次にそ

⁶⁾ 宮崎 (2013) によれば、意味空間とは「意味が生成する空間」を指す。また、場の持つ現象学的特質に着目する山下 (1999) は、生活世界の意味的構成の仕方によって形づくられるものを意味空間と呼んでいる。

の主なものを紹介していこう。

まず、野中らによる場の概念の実証研究への取り込みとしては、羽田・渡邊（2015）が挙げられる。羽田・渡邊は、「知識創造のプラットフォーム」という野中らの場の定義を受け入れたうえで、場の概念を農商工連携における自律・分散・協調のネットワークモデル構築に応用することを試みている。実際の農商工連携の事例分析を通じ、場における暗黙知の共有によって「知識の束」が蓄積され、その中から複数の自律した連携プロジェクトが生み出され、ターゲット市場に向けた売れる製品の開発が意識的に展開されていることを実証している。そしてこの事例から、農商工連携における自律・分散・協調のネットワークモデル構築にあたっては、場の生成が必要かつ有効であると結論づけている。

一方、伊丹による場の概念を受容した実証研究としては、山下（1993, 2000）、額田（2000）、Sasaki, Komatsu et al.（2006）、山下（2020）が挙げられる。

山下（1993, 2000）は、市場を情報的相互作用の場ととらえ、情報の流れとその構造に着目したうえで、市場における価格形成メカニズムの分析を行っている。秋葉原における家電業界を例に取り、消費者の商品探索行動や店との価格交渉などが繰り返される結果、それが情報の相互作用を通して統合的なマクロ情報へと収斂するメカニズムが解明されている。

額田（2000）は、産業集積の分析に場の概念を取り入れている。産業集積では、企業の境界を越えて人々がさまざまな場を共有しているとしたうえで、多様な企業が集まり、多種多様に変化する需要に柔軟に対応することが得意な地域（東京都大田区やイタリア・ボローニャなど）において、柔軟な分業調整（「柔軟な連結」）が可能になる情報的相互作用プロセスの解明が行われている。そしてそこでは「場の情報」が重要な役割を果たすことが示

されている。

Sasaki, Komatsu et al.（2006）は、農協における組合員教育のあり方に関して、場の概念を通じた接近を試みている。神奈川県「JAはだの」における組合員教育活動を題材に、その問題点を整理したうえで、組合員の学習意欲を喚起し、自律的な人材を養成するためには、組合員同士の情報的相互作用を促進し、自律性を涵養するような支援体制を構築すること（場のマネジメント）が不可欠であると主張している。

山下（2020）は地域小規模事業者が形成する場を、小規模事業者の存立可能性の観点から分析している。神戸市中央区を事例に、地域の小規模事業者が街の魅力を伝えるイベントを開催することを通じて場を形成し、それが地域の歴史や文化の保持・継承・発展に寄与するとともに、自社の存立基盤強化にもつながっていることを実証している。それによれば、イベントを通じて自社の専門性が活かされたり、新たな取引や連携が生まれやすくなることにより、地域小規模事業者の存立基盤が強化されることにつながるのである。

これらの実証研究は、場の原理的研究が対象にしていた企業組織にとどまらず、市場、産業集積（地域）、教育、地域振興活動へとその分析対象が拡張されている。場の概念は、研究の応用範囲がきわめて広い概念であることが分かる。ただしこれらの実証研究はいずれも（あえて俗な表現を用いれば）「リアルな」空間、または人と人との「リアルな」つながりやコミュニケーションに着目したものである。前述のように野中らも伊丹も、仮想空間における場の生成の可能性について言及しているが、仮想空間における場についての実証研究はこれまでのところ見当たらない。我々の関心は、オンラインイベントという仮想空間において、場はどのような性格を持つのか、そしてそのような場がどのように機能しうるのかということにある。

5. 実証研究へ向けた予備的考察

オンラインイベントという仮想空間を考えると、場が持つ空間性は従来の認識とは異なったものになる。伊丹によれば、場とはその中で情報的相互作用が起こるような一種の容れものであり、その情報的相互作用が継続的かつ濃密に起きるためには、何らかの焦点が必要である。つまり、境界が区切られて初めて継続的かつ濃密な相互作用が起きるのである（伊丹 2005, pp.44-45）。その境界は地理的なものであってもいいし、主体間のつながりの及ぶ範囲（プロジェクトチームなど）でもよいが、この容れものの中で、場に特有な心理的共振が起こるのである。山下（1993）も、場の境界はアジェンダ、メンバーシップ、空間的配置の組み合わせによって決まるとし、場の境界が定まることによって相互作用の枠組みが与えられるとしている（p.76）。この意味で、場の境界をいかに定めるかが、場の性質を理解する重要なカギとなる。

我々は、物理的イベントではなくオンラインによる仮想空間でのイベントでも、心理的共振による活性化につなげることができるのか、そして物理的イベントと同じような活性化効果が生じるのかを問題にしている。つまり、オンラインイベントは活性化の場として機能しうるのかということ問う。さらに、オンラインイベントが心理的共振をもたらす場として機能しうるならば、その条件はどのようなものになるのかも論点となる。

このことを考えるうえで我々がさしあたり着目するのは、物理的な空間が共有され、あるいは人と人とのリアルなコミュニケーションが維持された状態で、共通のアジェンダとメンバーシップによって成立する従来の場と、仮想空間においてアジェンダとメンバーシップが重層的に存在しているオンラインイベントにおける場とでは、場の性質や様態がちがうのではないかということである。

アジェンダとは、その場は何のための情報交換の場かを規定するものであり、場を構成する要素の1つである。アジェンダによってその場に集まる人々の顔ぶれが決定される。つまり、アジェンダが定まることによってメンバーシップの範囲が定まるのである。アジェンダとメンバーシップが定まることによって場の境界が決まることを考えれば、アジェンダは場を構成する第1の要件であるといえる。例えば会議のような場合は、アジェンダが明確に定まっており、したがってメンバーもそのアジェンダに適した者が選ばれ参加することになる。

ところがイベントの場合、参加者たちがそのイベントに参加する誘因であるアジェンダは、複数あることが考えられる。つまり、アジェンダはそれぞれの参加者によって異なる可能性があるのである。本稿において注目しているeスポーツイベントを例にとると、ある人はゲームをプレイする目的で参加するだろう。またある人は、競技観戦を楽しむことを目的に参加するだろうし、あるいは一流のプレーヤーの技を見て学ぼうとするかもしれない。さらには、同じ趣味を持った人との情報交換や交流を楽しむために参加する人もいるだろう。

このように、アジェンダは1つのイベントの中に複数存在し、かつそれが重層的に同時に存在する場合があります。それでも物理的イベントの場合は、場を構成する空間はそのイベントが開催されている場所なので、参加者は1つの空間を共有していることになる。しかしそのイベントがオンラインになった時、もはや物理的な空間は意味をなさなくなる。そこにあるのはただ、意味空間でしかない。つまり、アジェンダが重層的に存在し、かつ異なる意味空間が一体となって1つの場を形成しているのがオンラインイベントの特徴であるといえるのである。そのようなイベントが場として参加者の心理的共振を

生み出すためには、そこを貫く何らかの結節要素が必要であると思われる。それを解明することが我々の目下の関心である。

この解明のためには、具体的なオンラインイベントを対象にした実証研究が必要となる。本稿の目的は、仮想空間において場が成り立ち、機能するためには何が必要なのかという問いに答えるために、従来の場の概念を再検討し、新たな理論的基礎づけへの手がかりをつかむことであった。この点についてはひとまずの方向性が得られたと考える。今後は実証研究を通して理論的考察を深めるとともに、場の現代的再定義に向けた理論の精緻化に取り組んでいきたい。

6. 終わりに

本稿では、コロナ禍によりイベントのオンライン化が進んでいる現状を、特にeスポーツイベントを中心に概観し、次いで地域活性化の概念の確認を行った。今日、eスポーツによる地域活性化の試みが各地で進められているが、オンライン化により、その性質は大きく変容しているといえる。そのような現状をふまえ、本稿ではオンラインイベントにおける場の性質や様態が従来とはちがうのではないかという洞察のもと、場の概念を再検討したうえで、新たな理論的基礎づけへの手がかりをつかむことを試みた。

イベントが地域活性化に果たす役割は広く認知されているが、イベントのあり方が変わるということは、その地域活性化に果たす役割も変わるということである。場の概念の文脈に即して述べるならば、従来、イベントは地域を活性化するための場として機能してきたと考えられるが、オンラインイベントの興隆は現在、その場の性質が変容していることを意味している。野中らや伊丹が場の概念の原理的研究を発表してからすでに20年以上が経過した。オンラインイベントの隆盛を見

る時、その意味あるいは意義を考えるためにも、場の概念の現代的再定義が求められているといえる。そしてそれは、オンラインによるeスポーツイベントはいかにして地域活性化に貢献しえるかという問いに答えることにもなる。

社会の変容、価値観の変化によって、我々には根源的な方法論的問いが投げかけられているといえるのである。

謝辞

本稿は2020年度北海道情報大学学内共同研究「eスポーツによる地域活性化に関する研究」の成果の一部である。ご協力いただいた関係各位に感謝申し上げます。

参考文献

- Call of Duty League (2020) “Call of Duty League Shifting Currently Scheduled Live Events to Online Competition.” <https://callofdutyleague.com/en-us/news/call-of-duty-league-shifting-currently-scheduled-live-events-to-online-competition> (2020年11月14日アクセス)。
- eSPORTS High-School Championship 2020 実行委員会 (2020) 「日本一の高校生チームが決定！ライブ配信の総視聴者数は747万人を記録！」 <https://stage0.jp/news/> (2020年11月14日アクセス)。
- F1 esports (2020) “Formula 1 to Host Virtual Grand Prix Series to Replace Postponed Races.” <https://f1esports.com/news/virtual/> (2020年11月14日アクセス)。
- 羽田裕・渡邊明 (2015) 「自律・分散・協調型ネットワークによる農商工連携モデルの促進」『日本経営診断学会論集』Vol.15, pp.41-46。
- 橋詰登 (2003) 「農山村地域の活性化状況と市町村の活力診断—地域活性化指標による

- 市町村活性化度の比較—『農村経済活性化プロジェクト研究資料』Vol.4, 農林水産政策研究所, pp1-34。
- 伊丹敬之 (1992) 「場のマネジメント序説」『組織科学』Vol.26, No.1, 日本組織学会, pp.78-88。
- 伊丹敬之 (1999) 『場のマネジメント——経営の新パラダイム』NTT 出版。
- 伊丹敬之 (2000) 「場のマネジメント：概説」伊丹敬之・西口俊宏・野中郁次郎 (編著) 『場のダイナミズムと企業』東洋経済新報社, pp.13-43。
- 伊丹敬之 (2005) 『場の論理とマネジメント』東洋経済新報社。
- KADOKAWA Game Linkage (2020) 「KADOKAWA Game Linkage, 日本国内 e スポーツ市場動向を発表。2019 年日本 e スポーツ市場規模は 60 億円を突破。2022 年には倍増, 2023 年には 150 億円超に拡大と予測」<https://kadokawagamelinkage.jp/news/pdf/news200213.pdf> (2020 年 11 月 14 日アクセス)。
- 筧誠一郎 (2019) 『e スポーツ地方創生 ～日本における発展のかたち～』白夜書房。
- 金子優子 (2014) 「地域活性化のための市民活動量の計測とその寄与についての予備的考察」『山形大学紀要 (社会科学)』Vol.45, No.1, pp.59-77。
- 木村至聖 (2014) 『産業遺産の記憶と表象——「軍艦島」をめぐるポリティクス』京都大学学術出版会。
- 河野秀樹 (2010) 「〈場〉とはなにか——主要な理論と関連する概念についての学際的考察」『目白大学人文学研究』Vol.6, pp.39-60。
- 宮本憲一 (1989) 『環境経済学』岩波書店。
- 宮崎隆志 (2013) 『「意味空間」としての場の発展論理』『社会教育研究』Vol.31, 北海道大学大学院教育学研究院社会教育研究室, pp.1-9。
- 中村剛治郎 (1987) 「地域経済論覚書」『エコノミア』Vol.95, 横浜国立大学, pp.26-37。
- 中村剛治郎 (2004) 『地域政治経済学』有斐閣。
- 中村剛治郎 (2008) 「現代地域経済学の基礎と課題」中村剛治郎 (編) 『基本ケースで学ぶ地域経済学』有斐閣, pp.1-55。
- 南海放送 (2020) 「スマホで鯛を釣る e スポーツ大会」<https://blog.rnb.co.jp/commentary/?p=8203> (2020 年 11 月 14 日アクセス)。
- NBA (2020) “NBA Players Go Head-to-head in 1st “NBA 2K Players Tournament.””<https://www.nba.com/news/nba-2k-players-tournament-official-release> (2020 年 11 月 14 日アクセス)。
- 日本野球機構 (2020) 「『プロ野球 “バーチャル”開幕戦 2020 powered by eBASEBALL 開催』のお知らせ」https://npb.jp/news/detail/20200324_01.html (2020 年 11 月 14 日アクセス)。
- 西口俊宏 (2000) 「場への学際的接近」伊丹敬之・西口俊宏・野中郁次郎 (編著) 『場のダイナミズムと企業』東洋経済新報社, pp.65-95。
- 野中郁次郎 (2005) 「戦略の本質とは何か——10 の命題」野中郁次郎・戸部良一・鎌田伸一・寺本義也・杉之尾宜生・村井友秀 『戦略の本質——戦史に学ぶ逆転のリーダーシップ』日本経済新聞社, pp.333-365。
- Nonaka, Ikujiro and Noboru Konno (1998) “The Concept of ‘Ba’: Building a Foundation for Knowledge Creation,” *California Management Review*, Vol.40, No.3, pp.40-54.
- 野中郁次郎・紺野登 (2000) 「場の動態と知識創造：ダイナミックな組織知に向けて」伊丹敬之・西口俊宏・野中郁次郎 (編著) 『場のダイナミズムと企業』東洋経済新報社, pp.45-64。

- 額田春華 (2000) 「産業集積と場：豊かな『場の情報』が生み出す柔軟な連結」伊丹敬之・西口俊宏・野中郁次郎 (編著) 『場のダイナミズムと企業』東洋経済新報社, pp.157-188。
- 小川長 (2013) 「地域活性化とは何か—地域活性化の二面性—」『地方自治研究：日本地方自治研究学会誌』Vol.28, No.1, pp.42-53。
- 岡田知弘 (2005) 『地域づくりの経済学入門』自治体研究社。
- 大森洋子 (2017) 「地域活性化を目指した着地型観光の取組に関する研究—福岡県八女市における事例報告—」『久留米工業大学研究報告』 Vol.39, pp.27-34。
- Rainbow Six Siege (2020) 「レインボーシックス フェスティバル 無観客でのイベント開催のお知らせ」
<https://rainbow6.jp/pc/news/436> (2020年11月14日アクセス)。
- 札幌市観光文化局観光コンベンション部 (2014) 『観光イベントの経済効果調査報告書』。
- Sasaki, Seigo, Yasunobu Komatsu and Isao Yokomizo (2006) “Management of “Ba” through the Educational Activities for the Union Members in JA,” Scientific Reports of the Faculty of Agriculture, Vol.95, Okayama University, pp.75-81。
- 高瀬武典・伊藤理 (2007) 「地域活性化の共通課題：英国小売商業地区活性化政策を事例として」関西活性化研究班『社会変動と関西活性化』関西大学経済・政治研究所研究双書 Vol.144, pp.133-147。
- 徳岡一幸 (2002) 「地域経済学の課題」山田浩之・徳岡一幸 (編) 『地域経済学入門 [新版]』有斐閣, pp.1-14。
- 山下紗矢佳 (2020) 「地域中小企業による場の形成と地域振興に関する考察—神戸の地域小規模事業者を中心に—」『日本中小企業学会論集』 Vol.39, 同文館, pp.115-127。
- 山下裕子 (1993) 「市場における場の機能—秋葉原の価格形成プロセス—」『組織科学』 Vol.27, No.1, 日本組織学会, pp.75-86。
- 山下裕子 (1999) 「場についての試論」『一橋大学研究年報 商学研究』 Vol.40, pp.137-214。
- 山下裕子 (2000) 「市場における場の機能：秋葉原の価格形成プロセス」伊丹敬之・西口俊宏・野中郁次郎 (編著) 『場のダイナミズムと企業』東洋経済新報社, pp.125-155。
- 米田真理 (2015) 「取り戻せ、地域の誇り—桑名『水郷船めぐり』を追って—」畦地真太郎・米田真理・中垣勝臣 (編著) 『地域アイデンティティを鍛える—観光・物流・防災—』成文堂, pp.88-122。
- YOSAKOI ソーラン祭り実行委員会 (2019) 「第28回 YOSAKOI ソーラン祭り開催概要」https://app.yosakoi-soran.jp/files/news/file01/banzai_boshu2019.pdf (2020年11月14日アクセス)。
- 全国高等学校 e スポーツ連盟 (2020) 「『第3回全国高校 e スポーツ選手権』開催概要を発表」
<https://www.jhsef.or.jp/topics/200728.html> (2020年11月14日アクセス)。
- 全日本温泉地 e スポーツ湯桶杯 (2020) <http://alimali.jp/ucup/> (2020年11月14日アクセス)。