

第1段落の読解

読解のポイント①

具体例を通じて、内容を正確に読み取ろう。

地域創生ビジネスでは、地域外の人々に向けて、地域の特性を繰り返しアピールする。観光産業であれば、世界遺産や国の重要文化財に登録されている文化施設、歴史的な街並み、その土地でしか口にできない食べ物などが、その地域ならではの魅力として、わかりやすくPRされる。地域には、誰もが思い浮かべる奈良のシカ、広島のもみじ饅頭などの定番のイメージがあり、こうした著名な地域イメージを実際に見たり聞いたりすることが、その地を訪れる目的となることもあるだろう。

地域外の人々に地域の特性をアピール

何を？

文化施設、街並み、食べ物など

(たとえば) 奈良のシカ、広島のもみじ饅頭などの定番のイメージ

こうしたイメージを実際に見たり聞いたりすることが、地域を訪れる目的となる

第1段落をまとめると

地域には、定番のイメージがあり、地域外の人々が訪れる目的となる。

第2段落の読解

読解のポイント②

文と文、語と語をつなぐ表現（接続詞など）に着目し、論の流れをていねいにおさえていこう。

こうした事実に先立つ固定観念はステレオタイプと呼ばれる。国内外からの観光客が地域に足を運びきっかけとなるなど、ステレオタイプは、多くの人に地域に関心をもってもらう点では重要となる。しかし、ステレオタイプには問題がある。強固になればなるほど、先入観から外れた出来事や物、事実に目が向かなくなり、根拠のない偏見や差別に結びつくこともある。さらに問題なのは、訪問者のみならず、地域に住む人々にも内面化され、認識のパターンを定着させることである。たとえば、地域の定番以外の魅力を見落とし、歴史や文化を掘り起こしていくような想像力が欠如してしまう。では私たちは、どのようにステレオタイプに陥らずに身の回りの地域の特性を表し、伝えていくことができるのだろうか。

事実

多くの人に関心をもってもらう点では重要

しかし

先入観から外れた事実に目が向かなくなり、偏見や差別に結びつく

さらに

地域に住む人々にも認識のパターンを定着させる

たとえば

定番以外の魅力を見落とし、歴史や文化を掘り起こす想像力が欠如する

では

どのように地域の特性を表し、伝えられるのか

第2段落をまとめると

ステレオタイプは地域に関心をもつきっかけにはなるが、埋もれたものへの想像力を欠如させる。