

戦争体験継承の考察（その3）

自衛隊広報施設を中心に

村上登司文（京都教育大学）

1. はじめに

日本の平和教育の特徴である戦争体験継承に着目し、それを社会的に考察して、1994年の日本教育学会第46回大会で「戦争体験継承の考察（その1）体験継承の過程と仕組み」、1995年の第47回大会で「戦争体験継承の考察（その2）平和記念館の役割」として発表した。

1990年代前半に、平和博物館（平和記念館・資料館）が日本国内で多く開設され、平和博物館開設ブームといわれた。一方、自衛隊広報施設の存在は、平和博物館に比べて人々にあまり知られてこなかったが、平和博物館の設置数以上に国内に多数設置されている。自衛隊広報施設は、その半数以上が1960年代後半に集中して開設されたが、その開設経緯とその後の展開は今までに充分明らかにされているとはいえない。

自衛隊による広報活動は、防衛政策の一環として防衛庁が組織的に行っており、政策として重視されてきた。自衛隊の広報活動には、幅広い内容が含まれ、印刷物による広報、広報ビデオやテレビ番組作成の視聴覚広報、部隊見学や部隊公開や艦艇見学等の行事広報等が行われている。

自衛隊広報施設は、広報のための展示施設であるが、開設経緯や展示内容においても、また展示面積や入館数などの規模において多様である。本研究の研究課題として以下のものを設定した。

- ①自衛隊広報施設の社会的機能を明らかにする。
- ②自衛隊広報施設が過去の戦争をどのように継承しているかを示す。
- ③自衛隊広報施設と、国内および国外の軍事

博物館（military museum）との相違点を明らかにする。

課題を明らかにする一つの方法として、2001年2月に、『平成12年度版防衛白書』掲載の全自衛隊広報施設などに対して、「自衛隊による広報活動についての調査研究」として郵送により調査を依頼した。その調査項目は、①開設年、②自衛隊の広報施設の開設経緯、③展示内容、④訪問者数（1999年度の訪問者数）、⑤開設されてから1999年度まで（～2000.3）の訪問者数、⑥広報施設の概要を示す資料や入館者用のパンフの返送、等の6点である。回収結果によると、海上自衛隊の回答割合が91%と最も高く、航空自衛隊の回答割合が60%と低い。

2. 自衛隊による広報活動

1970年代に広報活動の一つの転換があった。親近感を抱かせ「愛される」自衛隊から、国防の意義を伝えて「信頼される自衛隊」であろうとする方向へである。

1973年に防衛庁は「国民の理解と信頼を得るための施策推進要綱」（略称：国民施策）（1973.12.10）を出す。そこでは、広報・民政協力活動重視の方針を示している。具体的な主要施策とそのねらいの一つに、「(1)駐屯地の施策」がある。それによれば、駐屯地防衛館（資料館）の内容を再編成し、「従来の古いものの収集、展示から一歩前進させ、先人（郷土出身部隊、将兵）の愛国的活躍の跡、遺訓などを通し、また、写真・模型などを利用して自衛隊の活動状況（災害派遣、民政支援、部外工事等）を示すと共に、現在の国際情勢、特にアジア情勢、諸外国の国防努力、自衛隊と各国軍との比較等により、見学者に自衛隊の必要性和国防の重要性を認識さ

せるようにする」また「努めて多くの見学者を誘致するために防衛館付近を公園化し、また観光バスのルートに指定」とある（松尾高志 1979「自衛隊のイデオロギー活動」『歴史評論』353）。

自衛隊の主要な行事活動として、音楽隊演奏、映画上映、体験搭乗、艦艇見学、体験航海、部隊見学、体験入隊、演習見学、部隊公開等がある。音楽隊演奏は自衛隊活動の直接的紹介とはいえないので、自衛隊活動状況の紹介という点では、人数的には各基地での「部隊公開」が、大きな役割を果たしているといえよう。

2000年に入っても、「防衛力の継続的な整備の必要性を含めわが国の防衛政策や自衛隊の現状について、広く国民一般に対し積極的な広報活動が続けていく必要がある」とされている（『防衛年鑑 2000』）。

3. 自衛隊広報施設の展開

1955年ごろから各地の自衛隊基地に、広報施設が開設され始めた。特に、1964年から1969年にかけて開設の時期が集中している。開設時期が確認できた自衛隊広報施設90館の内、半数以上に当たる47館がこの期間に開設されている。その後1970年代後半から、1990年代前半にかけては開設数が少なくなっている。1990年代後半に入って、1997年に海上自衛隊佐世保史料館（セールタワー）が、1999年に航空自衛隊浜松広報館（エアー・パーク）が開設され、二つの大規模な自衛隊広報施設が設置された。さらに、陸上自衛隊広報センター（仮称）（埼玉県朝霞市）が、2001年度に公開予定である。

130にもものぼる自衛隊広報施設などには多様な名称が付けられている。それを整理してみると次のような結果が得られた。まず、最もシンプルな名称として「資料館」が8館、「史料館」が19館あり、合計で27館（20.7%）ある。「広報〇〇」の名称を持つもの（例えば、広報館、広報史料館、広報資料館、広報資料室、広報展示館、広報展示室、広報展示

資料室、広報センター）を数えれば33館（25.3%）ある。その他に多様な名称があり、『防衛白書』には「自衛隊広報施設など」という題目でその一覧を掲載しているが、その名称は多様性に富んでいることがわかる。名称の違いは、その実態の違い、また果たす機能の違いをいくらか示していることが予想される。

今回の調査へ回答があった自衛隊広報施設の入館者数の年間の合計は（1999年度または2000年度）、90万人弱であった。自衛隊広報活動への参加者数全体に比べると、広報施設訪問者数は多いとはいえない。1990年代末に新しく開館したセールタワーとエアー・パークはいずれも他の広報施設と比較して、訪問者数がずば抜けて多くなっている。両館の入館者数の合計で、回答があった入館者数全体（86館）の半数を超えている（51%）。

自衛隊の広報施設は、設置目的と展示内容から、旧軍隊継承型、旧軍と自衛隊折衷型、自衛隊中心型の三つのタイプに分けられる。開設経緯と開設年代などによりタイプが異なる。1960年代の開設当初は、旧軍隊継承型が多かったようである。1973年の防衛庁通達により、旧軍隊継承型から旧軍と自衛隊折衷型が増えたようである。1999年開設のエアー・パークは、自衛隊中心型といえよう。

自衛隊広報施設は、時期的にも内容的にも全国一律に開設されたものとはいえない。だが、自衛隊広報施設の名称には一致したものが多く、開設時期も1960年代後半に集中していることから、開設を促す一定の要因があったものと思われる。1990年代前半の平和博物館開設ブームに対抗するかのように、1990年代後半以降に自衛隊の大規模広報施設が、三つの地域に各自衛隊から一つずつ設置された。これらの大規模広報施設により広報活動を進めていこうとする防衛庁の施策がうかがえる。