



リーフレット三千部、会場案内千部などです。すべて配布しきりました。会場案内は大幅に不足してしまいました。その他の宣伝として、中日新聞夕刊のプラッツという欄に広告をだしました。効果はあまりなかったと思いますができることは何でもやるということでした。

今回の写真展のデータです。

写真展関連の経費は約四十五万です。主な内訳は、写真パネル製作費十六万五千、会場費七万、佐藤さん交通費、宿泊費六万二千、チラシ等印刷費六万三千、独自パネル製作費五万、新聞広告費一万八千、他は設営等々関連費です。(それぞれ概算です)

写真展用カンパとしていただいたものは二十万六千です。二〇一一年後半のカンパが訳十二万円です。これらに、助成金のうち写真展用部分、支援グッズ売上などで運営できました。重ね重ね感謝しています。

宣伝などで用意したものは、チラシ五千枚、



見るだけで、怒りが湧き上がってくる記事です。

復興予算の流用はこれ以外にも、様々な流用が明らかになっていきます。一方で、本来の復興事業では、資材費の高騰、不足、作業員の不足などで、予算を消化しきれないという事態が起きています。

復興予算の問題では、福島を除染作業員への何重にもわたるピンハネなどの問題もあります。これらは、

民主党政権時代の問題でもあります。現在の安倍政権で増幅されています。「国土強靱化」の名のもとに全国各地を巨大防波堤で囲み、さらに適当な名目で公共事業でのバラマキが予算化されています。消費税アップ、度をこした急激な円安政策や日銀による資金バラマキによるバブル化、インフレ政策等々、復興事業は今まで以上に遅延する以外なくなっています。そのなかで、三陸沿岸は本当の万里の長城以上の巨大防波堤と復興道路と称した高速道路などの建設によってコンクリートで固められた地域になってしまいました。本来、漁業など豊かな海と共生してきた住民は海と切り離され、一層疎疎化が進む以外ありません。

福島県沿岸部は知っての通りです。被災地復興とは、まず海と生活の目途もたずに二年以上ほったらかしにされている人たちの生活再建のために資金も金も注ぎ込むことではないのでしょうか。巨大公共事業では、東京の大手建設がその収益をもっていくのは明らかです。トヨタは小型車の生産拠点として東北を位置付けました。TPPなどで東北の農業、漁業が壊滅したあとに、トヨタが低賃金で労働力を吸収するという構図です。

白河以北一山百文といいながら、日本の近代化のための食料、資源、労働力の基地としてきた歴史を繰り返すのだろうか。