

愛媛大学社会共創学部紀要

Journal of the Faculty of Collaborative Regional Innovation,
Ehime University

第3巻 第1号(Vol. 3-1)

2019年3月

 愛媛大学

社会共創学部

Faculty of Collaborative Regional Innovation

目 次

論 説

- 国際マーケティングにおける製品カテゴリーの考察
広垣光紀（産業マネジメント学科）…………… 1
- 平成 30 年 7 月豪雨における学生ボランティアの意識
松村暢彦（環境デザイン学科）
渡邊敬逸（環境デザイン学科）
羽鳥剛史（環境デザイン学科）…………… 9
- 愛媛県上島町生名島における製塩業の記憶
－塩田末期の 20 世紀の状況－
淡野寧彦（地域資源マネジメント学科）
大植好子・阪本晃平
（地域資源マネジメント学科・学部生）…………… 17

論 説

国際マーケティングにおける製品カテゴリーの考察

広 垣 光 紀 (産業マネジメント学科)

A Study of the Concept of Product Category in Global Marketing

Mitsunori HIROGAKI (Industrial Management)

キーワード：国際比較、製品カテゴリー、関与、手がかり、原産国効果、購買意思決定

Keyword：International Comparative Analysis, Product Category, Involvement, Cue, Country of Origin Effect, Consumer Buying Decision

【原稿受付：2018年12月25日 受理・採録決定：2019年1月8日】

要旨

グローバルな競争がさまざまな製品・サービス分野において進展しており、ターゲットとする消費者の特性を適切に把握することは、効率的・効果的なマーケティング戦略の構築に必要な不可欠なものとなっている。本稿では、国際商品の代表例のひとつであるワインを事例に取り上げ、消費者の製品カテゴリーへの認識とそれを構成する諸要因について考察する。ヨーロッパ、アメリカおよびアジアにおける消費者行動の研究からは、各国において共通に見出される購買選択要因がある一方、それらの購買に与える影響力にはばらつきが見られる。さらに、それぞれの国で重要視される独自要因も見出され、多国間で当該製品のセグメンテーションやブランド管理等を行う際には注意が必要となる。

1. はじめに

国際的なモノ・サービスの取引や競争は近年大きな変化を迎えている。EPA (Economic Partnership Agreement, 経済連携協定) や FTA (Free Trade Agreement, 自由貿易協定) の増加による物品の関税の撤廃・削減や知的財産権の保護などによる共通ルールの制定は、世界的なモノ・サービスの取引を活発化させている。

日本においても、これまで21か国・地域と18の経済連携協定(EPA)が発効済あるいは署名済であり、これらの国々が日本の貿易総額に占める割合は51.6%に達する。現在交渉中のEPA相手国を含めればその割合は実に85.8%にまで増加することとなる(外務省、2018)。

これらの一連の動きは従来のマーケティング環境を国際的な規模で大きく変えるものとなっている。協定国相互の製品の関税が撤廃・低減されることは、それらの販売価格は低減し、販売面で有利になりうる。例えば、EUとのEPAにより、当該諸国からの皮革製品、乳製品、アルコール飲料、コンフェクショナリー、アパレル等の輸入品の関税が撤廃あるいは縮小され、これらの輸入品の価格は低減することが予想される。日本からこれらの国々へは、農産品やアルコー

ル飲料等が同様の措置を受けることとなる。さらに、価格面のみならず、制度的な変化ももたらしうる。例えば、日本とEUのEPAの発効により生じた「地理的表示保護制度(Geographical indication, “GI”)」は、地域の特産品や地域ブランドとそのマーケティング諸活動を大きく変えるものとなりうる。これらの動きによって、地域産品や地域ブランドがいかに国内で競争力を維持し、また国外においていかに競争力を高めるかということが大きな課題となっているⁱ。国内の地域産品のなかでも、ワインの生産量や消費量は増加傾向にありⁱⁱ、当該商品のマーケティング活動やブランド構築、また海外市場への展開について注目が集まっているⁱⁱⁱ。

本稿では、国際的なブランド構築、競争が進みつつある商品のうち、ワインをケースとして取り上げ、その製品カテゴリーに関する消費者の認識の特性および購買行動に与える諸要因について考察する。

2. 価格感度に関する研究

ワインの消費に関する初期の研究においては、当該製品の価格に対する消費者の反応といった外的手がかりに対する関心から始まっている。Labys(1974、1976)の一連の研究では、ワインに対する消費者の価

格弾力性および所得弾力性の計測を行い、それらの特性の違いを西側のヨーロッパ諸国およびアメリカにおいて行っている^{iv}。加えて、Miller and Roberts (1972)におけるオーストラリア市場の研究や、さらにLabys(1976)では、ワインの価格弾力性、所得弾力性に影響を及ぼしうる要因として、それぞれの国の特性の違いや、それぞれの国を構成しているソーシャルクラスおよび職業構成(occupational structure)の影響を示唆している。Selvanathan and Selvanathan(2005)では、70年代初頭から1990年代末という長期間を対象に多くの国においてこれらの弾力性について計測を試みている^v。これらの研究では、国全体で見た供給や消費、それに対する価格への反応などからワイン生産者が得られるであろう収益を計測する試みを行っており、主に生産者をはじめとした供給サイドに焦点を当てたものであった。Michael and Mitchell(2008)の指摘によれば、ワイン生産者やそれを取り巻く関係業者にとっては生産主導(Production driven)ともいべき考え方が根強く、特に生産者は、旧世界・新世界の両方とも、マーケットや消費者に対する関心を持つことはまれであった。Michael and Mitchell(2008)は、特にフランスのワイン生産者が長らく自身の市場の把握や適応に失敗してきた要因として、硬直的な法令によるワイン生産者に対する規制を一因とみなしている。

3. 市場主導型アプローチ

事業の持続可能性や発展可能性は、継続的な収益の獲得が重要となる。もしマーケティング資源やマーケティングに対する努力が欠如すれば、その事業主体には十分な収益を得られず、ビジネスの持続可能性が損なわれることとなる。Michael and Mitchell(2008)は、市場主導(Market driven)によるアプローチが、ワイン生産者にとって今後重要であることを強調している。それは、これまでの生産主導でのアプローチを継続するだけでは、多くの生産者が十分な利益を得られないであろうという事実を踏まえたものであった。Winetitles(2006)が提示したデータがその一例である。彼によれば、オーストラリアのワイン生産者は、国内消費および国外への輸出により多くの収益を獲得している。しかしながら、それは総額においてであり、2008年におけるブランド化されたボトルワインのオーストラリア国内・国外の売上の86%はわずか22社によって分配されていたのである。この22社という数字は、2008年の全ワイン製造者の1.1%にすぎなかった。

市場主導型アプローチにおいては、生産者は特定の経験や基準によって高級とみなされるであろうワインの製造を行うのではない。消費者によって規定された

品質をベースとして、製品づくりを行わなければならない(Lockshin and Hall, 2003)。加えて、市場主導型アプローチを採用した場合、考慮あるいは遂行すべきマーケティング領域は極めて広範囲に及びうる。具体的には、伝統的な4Ps(製品、価格設定、プロモーション、流通)を遂行することに加え、それらの活動に付随するブランディング、新製品開発、広報、マーケティング(およびマーケティング担当者への)管理をも行わなければならない。加えて、ワイン・ツーリズムに関する諸活動やサプライチェーンマネジメント、ラベリングおよびパッケージング、さまざまなイベント管理やプロモーション活動、ターゲットとなる市場やチャネルの選択、代理店の選択と管理、知的財産管理、規制に対する対応等と幅広い活動が必要となる(Lockshin and Hall, 2003)。その一方で、Lockshin and Hall(2003)は同時に、これらのマーケティング諸活動を展開するにあたり捉えておくべき消費者の特性・選好に関してはその解明は発展途上であり、さらなる研究の進展が必要であると指摘する。

4. 購買行動に関する実証研究：国際比較

ワインに関する消費者行動や消費者の選好に焦点を当てた研究は、近年その数を増している。なかでも、Hall(2003)は過去に行われた75本にわたる当該製品に関する消費者行動・消費者の選好に関する既存研究をレビューし、消費者がワインを選択する際に影響を与えるであろう要因について、各国に共通する影響要因について調査を行っている。その結果、これまで行われてきた一連の研究において、ほぼ全ての論文においては、購買行動に影響を与える要因として次のものが言及されていることが確認された。すなわち、(1)消費者の購買経験の有無、(2)価格、(3)原産国、(4)ブドウの品種、(5)ブランド名である。また、Goodman(2009)は、ヨーロッパ、中東、オセアニア、アジアおよびアメリカでの12か国の消費者を対象とし、購買行動に与える要因を調査した^{vi}。その結果として、各国で概ね共通する要因と、それぞれの国で独自に見出された要因が発見されている。共通の要因としては、そのワインを過去に飲んだ経験および他の人からの推奨であり、調査対象のほぼすべての国でワインの購買に重要な影響を与えていた^{vii}。加えて、いくつかの国では、次の要因が購買に大きな影響を与えていた。ブランド：中国とブラジル、食事とのマッチング：フランスとイタリア、原産地：フランス、ぶどうの品種：オーストラリア^{viii}。Goodman(2009)は、これらの各国の特徴的な影響要因には、カルチャーの違いや当該国のマーケットの特徴と関連があることを指摘している^{ix}。Balestrini and Gamble(2006)は、中国

の消費者について調査を行っている。上海の長宁区(ChangNing)を対象とした調査によって、次のことが明らかとなった。(1)調査対象者は、内在的手がかり(intrinsic cue)よりも外在的手がかり(extrinsic cue)を重視してワインを選択する傾向があった。(2)外在的手がかりの中では、価格よりも原産地がより重要な手がかりとして使用されていた。加えて、彼らは日常の自家消費で購入するケースと特別な場面で使用するために購入するケースをそれぞれ調べ、その結果、(3)特別な場面のためにワインを購入する場合、原産地効果はさらに高くなり、対象的に自家消費のケースでは原産地効果はあまり高いものではなかった。

5. 購買行動に関する実証研究：日本

日本は、世界各国の一人あたりおよび全体での消費量を比較した場合、ワイン消費量は高いとは言えないものの、市場の潜在性の高さは、多くのワイン生産国の実務家やマーケティング研究者の注目を集めてきた(Bruwer and Buller, 2013)。例えば、2010年の日本国内のワイン生産量と輸入量はそれぞれ85,731キロリットルと181,173キロリットルであり、輸入のワインが67.9%を占める状態である。そして、2012年においてはそれらの輸入ワインのうち、フランス産が33.9%と首位を占め、次にチリの21.1%となっている(富士経済、2015)。

日本の消費者がどのような手がかりをもとにワインを選択するかについて着目したものに、Bruwer and Buller(2012)およびBruwer and Buller(2013)の一連の研究がある。いずれもアンケート調査をもとに、日本の消費者のワイン購入における特徴やその購入に影響を与える要因について抽出を試みている。

まず、Bruwer and Buller(2012)によって行われた調査では*、日本の消費者は(1)おおむね味、バラエティ、価格を最も重要な手がかりとして用いており、また周りの人々の推奨の影響も大きい。(2)内在的手がかりを外在的手がかりよりも優先して用いる傾向があった。さらに彼らは調査票において各回答者のワインに関する知識の程度を測定するテストを加え、それぞれの消費者が保持する知識量がどの程度ワインの選択行動に影響を与えるかについて調査した^{xix}。その結果として、(3)知識量の高い回答者は、内在的な手がかりを使う傾向がより強くなる傾向が見られた。(4)他方、知識量が高くない回答者は、知識量の高い回答者と比べて外在的な手がかりをより用いる傾向が強くなった。とりわけ、原産地を手がかりとする傾向が強くなるという結果が得られた。加えて、原産地の違いに対する選好についても回答者の知識量の程度によって違いが見られた^{xiii}。

Bruwer and Buller(2013)の研究では、消費者の関与(invovement)の程度がワインの好みにどのような影響を与えるのかについて調査がなされた^{xiv}。全体として、ワインに対して、日本の調査対象者が示した関与は、おおむね低レベルから中レベル程度であった。これらの回答から、彼らは回答者を低関与グループ、中程度の関与グループ、高関与グループの3つに分類し、それぞれのグループで、ワインに対する関与の度合いと、デモグラフィックス、ブランドロイヤリティおよび原産地に対する選好との関連を調べた。その結果は次のとおりであった。(1)関与レベルの高さと、年齢および所得には関連が見られた。ワインに対する関与の高さは、20-34歳(ミレニアル世代)および35-45歳(Generation-X世代)の年齢層で顕著に高かった。なかでも、35-45歳の年齢層が関与が最も高かった。興味深いことに、居住地域と関与の関連を見ると、中部地方の回答者の関与がもっとも高い傾向がみられ、居住地域ごとのワインに対する関与の程度には差がみられた^{xv}。(2)関与の高さとワイン消費量の多さやワインに対する支出の程度にも高い関連性が見られた。関与の高い回答者ほど、ワイン消費やワインに対する支出を増やす傾向にあった。(3)原産地の選好については、関与の高い消費者群ほど、フランス産のワインに対する選好が強くなった。さらに、イタリア産のワインに対してもフランスに次いで高い評価を与える傾向がみられた。また、旧世界のワイン産地(ヨーロッパ諸国)を原産地として好む傾向がみられ、その傾向は低関与の消費者と比べると顕著であった。(4)関与の高さはブランドロイヤリティと正の相関がみられた。加えて、知覚リスクの高さとも関連することが確認され、消費者が知覚リスクを低めるためにブランドロイヤリティを利用していることが日本の消費者の特徴として裏付けられた(Johnson and Bruwer, 2004)。全体として、関与の高さがワインに対する選好に大きな影響を与えることが確認され、それは他国での調査結果とも整合するものであった(Charters & Pettigrew, 2006)。なお、ブランドロイヤリティの影響に関しては、Bruwer, et al. (2014)による追加的研究がある。この研究では、ワイン製品に対する日本の回答者の価格に対する感度は、所得が低くなるほど高くなる一方、全体的にはその効果は大きなものではなく、ブランドロイヤリティの影響力の強さが示唆される結果となっている。

6. 決定方略と消費者調査手法

これまで示してきたように、ワインに関する消費者の認識や購買行動、購買行動に与える影響要因については多くの実証研究がなされてきた。

Goodman(2009)が指摘するように、ワインはさまざまな商品特性で構成されている。例えば、これまで調査で取り上げられてきたような、味、原産地、価格、パッケージデザインといったものが挙げられる。したがって、消費者はそれらの複数の要因(場合によっては、他の人からの推奨^{xvi}や店舗・製造業者のプロモーション活動なども考えられる)を検討しながら購買意思決定を行うと考えられる。

消費者が商品・サービスを選択する際、関与の程度が決定方略に影響を与えるとされる。具体的には、関与の高い製品には、消費者は補償型の決定方略(decision strategy)を採用する傾向にあるとされる(竹村 他、2007)。これまでの消費者調査では、ワインに対する消費者関与は比較的高いことがうかがえ、消費者は補償型の決定方略を採用することが予想される。他方で、ワインの価格帯の多様性や使用状況、それぞれの個人のワインに対する関与の程度の違いにはかなりの幅が見られることから、状況によっては低関与型の(非補償型の)決定方略が用いられる場合も考えられる。実際的意思決定場面では両者が決定段階に応じて混合されることが多いし、あるいは非補償の方略で選択肢の除去を行い、選択肢を少数に絞ったあとに、補償型の方略が用いられることが多いとされる(竹村 他、2007)。Hall(2003)は、ワインの購買行動の分析手法としては、実際の買い物場面に近い状況において消費者の行動を観察・記録ができる選択実験あるいは実際の消費者の購入場面での分析が望ましいと指摘しているが、このHall(2003)による指摘は、ワインの関与の程度を考慮する場合、妥当性の高いものであると考えられる。より現実的な状況を想定した消費者調査を行ったものとしては、Sánchez and Gil(1998)による価格、原産地および貯蔵年数をワインの属性として採り入れた研究^{xvii}や、Tempesta, et al.(2010)によるワインの栽培情景とワインの評価との関係性、Puyares, et al.(2010)による、ボトルデザインが高級ワインの商品評価に与える影響などがある。しかしながら、この分野の実証研究はワイン分野においてはまだ発展途上にあり、商品の選択においてより現実の状況を反映した想定のもとでの実証研究が期待される。

7. 結語

本稿では、ワインの購買に焦点を当て、消費者行動に影響を与える要因について先行研究をもとに検討を加えた。購買に影響を与える要因としては、外在的および内在的要因や消費者特性、そして各国間での違いが見られた。

しかしながら、現実的なケースでのトレードオフで

の選択の特徴は明らかにされていない。また、価格の変化によりどのような影響があるかについても研究課題であるが、それらについては今後の課題としたい。

謝辞

本研究は日本学術振興会科学研究費補助金(基盤研究(C)研究課題番号17K03991)による研究成果の一部です。記して謝意を申し上げます。

注釈

ⁱ 例えば、EUとのEPAにおいて関税が撤廃される清酒をいかにEU内でマーケティングするか、多くの取り組みがなされている。清酒の国際マーケティングについての詳細は伊藤 他(2017)を参照。

ⁱⁱ 国税庁(2016)によれば、日本ワインの出荷量は年々増加しており、2013年の14,039キロリットルから2015年には15,065キロリットルと前年比で7.3%増加し、さらに2016年には15,849キロリットルと5.2%の増加となっている。日本ワインの輸出量は2015年から調査項目に加えられており、当該年は45キロリットルであり、2016年は56キロリットルと25.9%の増加となっている。

ⁱⁱⁱ 清酒についても同様である。伊藤 他(2017)によれば、海外、特にヨーロッパ、アメリカ等西洋諸国においては、清酒に関する知識が乏しいため、Japanese wineあるいはRice wineといったネーミングやプロモーション活動により、ワインの製品カテゴリーの一種としてマーケティング活動を行うことが望ましい戦略であると指摘している。

^{iv} Labys(1974)では、アメリカ、オーストラリアおよび西側ヨーロッパ諸国(フランス、イタリア、ポルトガル、スペイン、西ドイツ、ベルギー、オランダ)を調査対象とした。これらの調査対象の中で、アメリカについては、国内品と輸入品に区分してそれぞれの価格・所得弾力性の測定を行っている。

^v 調査対象国は多岐にわたっており、それらは日本、フランス、フィンランド、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド、ノルウェー、スウェーデン、イギリス、アメリカ等を含んでいる。

^{vi} この研究では、分析手法としてBest-Worst Scaling(BWS)法を用いている。回答者に対し、友人と夕食を取ることを想定してワインを小売店で買った場面を思い出ししてもらい、いくつかの購買に与える要因を提示したうえで、それぞれの要因がどの程度そのワインの購入に影響を及ぼしたのかを聞いた。ワインを選んだときの状況としては日常の状況を想定してもらい、贈答品や貯蔵するための商品選びといった特別な状況ではなく、日常的なワインを選ぶ状況を想定してもらった。Best-Worst Scaling(BWS)法とより現実的な状況で回答を求

められるDiscrete Choice Experiments(DCE)法の比較については、Cohen and Markowitz(2002), Finn and Louviere(1992), Marley and Louviere(2005)も参照。

vii Goodman(2009)は同様のデータを用いて分析を行っている。調査項目としては、以下の13項目を用いている。(1)以前飲んだ経験があった(2)他の人からの推奨(3)ブドウの種類(品種)(4)原産地(5)ブランド名(6)その商品がメダル/アワードを獲得しているか(7)以前当該商品について読んだことがあった(7)食事とのマッチング(8)バックラベルの情報(9)販売棚の情報(10)魅力的な前面のラベル(10)ストア内のプロモーションディスプレイ(11)アルコールが13%以下かどうか。

viii オーストラリア(回答者305人)では、1位 以前飲んだ経験があった、2位 食事とのマッチング、3位 他の人からの推奨。オーストリア(回答者182人)では、1位 ブドウの種類(品種)、2位 以前飲んだ経験があった、3位 原産地。ブラジル(293人)では、1位 2位 3位。中国(回答者197人)では、1位 ブランド名、2位 以前飲んだ経験があった、3位 他の人からの推奨。フランスでは(回答者154人)、1位 食事とのマッチング、2位 原産地、3位 ブドウの種類(品種)。ドイツでは(回答者160人)、1位 以前飲んだ経験があった、2位 他の人からの推奨、3位 食事とのマッチング。イスラエル(回答者184人)では、1位 以前飲んだ経験があった、2位 食事とのマッチング、3位 他の人からの推奨およびブランド名。イタリア(回答者314人)では、1位 以前飲んだ経験があった、2位 食事とのマッチング、3位 原産地。ニュージーランド(回答者364人)では、1位 以前飲んだ経験があった、2位 ブドウの種類(品種)、3位 受賞歴。台湾(回答者317人)では、1位 以前飲んだ経験があった、2位 他の人からの推奨、3位 原産地および以前当該商品について読んだことがあった。イギリス(回答者303人)では、1位 以前飲んだ経験があった、2位 他の人からの推奨、3位 魅力的な前面のラベル。アメリカ合衆国(回答者196人)では、1位 以前飲んだ経験があった、2位 他の人からの推奨、3位 ブドウの種類(品種)。

ix Goodman(2009)が行った各国のワイン購買に関する消費者調査は、データ収集の手法が各国間で統一されていないことが特徴の一つとして挙げられる。店頭にて消費者にアンケートを回答してもらう形式や、ウェブを通じた形式など、各国により調査やデータ回収の手法が混在している。したがって、回答の際に生じるバイアスやサンプルの偏りを考慮する必要があるかもしれない。

x 20歳以上の、過去12か月以内にワインを購入した経験を持つ247人の消費者を対象に調査票を送付し、うち180の回答を回収している。それらのうち、173の回答を有効回答として用いた。

xi 消費者のワインに対する知識レベルを測定する質問

項目(10項目)は次のとおりであった。1. シャルドネ(Chardonnay)とは何か?(正解:白ぶどうの一品種、このアンケート調査での正答率は91.8%) 2. 日本のどの県が最もワイナリーの数が多いか?(正解:山梨県、正解率86%) 3. 6リットルのワインはどう呼称されているか?(正解:アンペリアル(Imperiale)、正解率26.7%) 4. アペラシオン・コントロレ(Appellation Controllee)とはどのようなものであるか?(正解:フランスワイン産業の規制制度、正解率74.7%) 5. Yellowtail wineラベルに登場する動物は?(正解:ワラビー(Wallaby)、正解率87.0%) 6. ブショネ(bouchonne)が表しているのは?(正解:コルク臭のするワイン、正解率58.0%) 7. ブルゴーニュ(Burgundy)の著名な赤ブドウの品種は?(ピノ・ノワール(Pinot Noir)、正解率78.6%) 8. ボージュレ・ヌーボー(Beaujolais Nouveau)が日本でリリースされる時期は?(正解:11月の第3木曜日、正解率63.0%) 9. 日本の白ワインで最も利用されているぶどうの品種は?(正解:甲州、正解率58.3%) 10. 牛肉料理に最もマッチしたワインは?(正解:カベルネ・ソーヴィニヨン(Cabernet Sauvignon)、正解率74.7)。なお、全項目の正解率は68.6%であった。ワインの選択における主観的な知識の影響についてはDodd, et al.(2005)およびTaylor, et al.(2008)も参照。

xii Kubota et al.(2017)でも、ワインに対する知識量は購買行動に大きな影響を与えることが確認された。この研究では、知識量の少ない消費者は状況によっては合理的ではない選択を行う可能性が示唆されている。日本の回答者は対象となるワインに酸化防止剤が添加されているか否かについて反応し、その反応の度合いは有機か否かよりも強いものであった。知識量の多い回答者は、無添加ワインを低品質のワインとみなした一方、知識量の少ない消費者は、無添加ワインを高品質であると評価した。

xiii 主観的知識量と原産地の選好の関連は次のとおりであった。低知識群では、1位フランス、2位イタリア、3位オーストラリア、4位スペイン、5位チリ、6位アルゼンチン、7位アメリカ合衆国、8位ドイツであった。中知識群では、1位フランス、2位オーストラリア、3位イタリア、4位アメリカ合衆国、5位チリ、6位スペイン、7位アルゼンチン、8位ドイツであった。高知識群では、1位フランス、2位オーストラリア、3位イタリア、4位スペイン、5位チリ、6位アメリカ合衆国、7位ドイツ、8位アルゼンチンであった。

xiv 下記の項目について、リッカート尺度の7点法により測定した。関心に関連する項目:(1)私はワインに強い関心がある。(2)ワインを飲むことは私のライフスタイルの一部として重要ではない。(3)私はワインの知識をより高めたい。(4)私はしばしばワインに関する雑誌

や印刷物に目を通して。行動に関連する項目：(5) 私は瓶詰めワインよりもカスク(ボックス)ワインをより飲んでいる。(6) 私は食事とワインをしばしばマッチングさせる。(7) 私はワインを専門店で購入する。(8) 私はたいてい1ヶ月以内に購入したワインを消費してしまう。(9) 私はワインを主に特別な機会に飲む。儀式に関連する項目：(10) 私はめったに赤ワインをデキャントしない。(11) 高級ワインをテイスティングする専用のグラスを持つのは良いアイデアだと思う。(12) ワインのコレクション(6本かそれ以上)を将来の消費のためにとっておくことは良いアイデアだと思う。(13) 熟成が可能なワインは将来の消費のために貯蔵すべきであり、すぐに飲むべきではない。楽しみに関連した項目：(14) 私は定期的にワインテイスティングのイベントに参加している。

(15) 私は2,500円以上のワイン(瓶入りワイン)を喜んで支払う。(16) 私は異なった国々のワインを試すことを楽しんでいる。(17) ワインを飲むことは私に喜びをもたらす。(18) 私はワイナリーの訪問を楽しむ。リスクに関連した項目：(19) 私はしばしば自分のワインをレストランやカフェやパブに持ち込む。(20) ワインのビンテージは私にとってさほど重要ではない。(21) 私は慎重に自分のワインを選ぶ。(22) 私は自身のワインの選択能力に自信がない。(23) 私が買うワインは自分にとって重要である。

なお、一般的な関与の尺度についてはZaichkowsky(1985)によるPII(Personal Involvement Inventory), Laurent and Kapferer(1985)のCIP(Consumer Involvement Profile)、小嶋 他(1985)による製品関与尺度など多くの尺度が開発されている。Zaichkowsky(1985)によるPIIによれば、赤ワインの関与の程度は頭痛薬、35mmカメラやカラーテレビ、ジーンズとならんで中程度であり、インスタントコーヒー、朝食用のシリアル等は低関与、自動車、計算機等は高関与であった。

^{xv} 次いで北海道、首都圏を含む関東地域が他地域に比べ関与が高い傾向にあった。

^{xvi} 消費者が商品選択のための情報が不十分であり、購買にリスクを伴う可能性が高い状況では、口コミ情報が商品選択に与える影響は大きくなる(Cox, 1967; Engel et al., 1995)。さらに、商品への関与が高いとき、口コミを利用することに加え、消費者自身もそれらの商品について何らかの情報を発信したりする傾向が高くなるとされる(濱岡, 1994)。

^{xvii} AragonとNavarraの2つのスペイン語圏における調査である。この研究では、購入する場所(小売店のタイプ)によって、どのようなワインの属性を重視するかが異なるという結果が得られた。ワイン店では価格が重視され、スーパーマーケットでは原産地が、生産者の直販

店では、貯蔵年数が購買に大きな影響を与えていた。また、両地域とも原産地は重視される傾向にあったものの、Navarraでは知名度の高い他地域の原産地を好む傾向にあった。対して、農村地域では、地元の低価格ワインが好まれる傾向にあった。

参考文献

- 伊藤秀史, 加峯隆義, 佐藤淳, 中野元, & 都留康.(2017).日本の酒類のグローバル化：事例研究からみた到達点と問題点. Discussion Paper Series A No.657.
- 外務省.(2018).我が国の経済連携の取組
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/files/000282811.pdf>
 (2018年12月5日アクセス)
- 国税庁.(2016).国内製造ワインの概況(平成28年度調査分)
<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/shiori-gaikyo/seizogaikyo/kajitsu/pdf/28wine.pdf>(2018年12月5日アクセス)
- 竹村和久, 大久保重孝, & 諸上詩帆.(2007).消費者心理学の最前線(第1回). *繊維製品消費科学*, 48(8), 506-513.
- 富士経済.(2015).食品マーケティング便覧, 富士経済研究所
- Balestrini, P., & Gamble, P.(2006). Country-of-origin effects on Chinese wine consumers. *British Food Journal*, 108(5), 396-412.
- Bruwer, J., & Buller, C. (2012). Country-of-origin (COO) brand preferences and associated knowledge levels of Japanese wine consumers. *Journal of Product & Brand Management*, 21(5), 307-316.
- Bruwer, J., & Buller, C. (2013). Product involvement, brand loyalty, and country-of-origin brand preferences of Japanese wine consumers. *Journal of wine research*, 24(1), 38-58.
- Bruwer, J., Buller, C., John Saliba, A., & Li, E.(2014). Country-of-origin (COO) brand loyalty and related consumer behaviour in the Japanese wine market. *International Journal of Wine Business Research*, 26(2), 97-119.
- Cohen, S. H., & Markowitz, P. (2002). Renewing market segmentation: Some new tools to correct old problems. In *ESOMAR 2002 Congress Proceedings* (pp. 595-612). ESOMAR Amsterdam, The Netherlands.
- Cox, D. F. (1967). Risk taking and information handling in consumer behavior. Harvard University.
- Dodd, T. H., Laverie, D. A., Wilcox, J. F., & Duhan, D. F.(2005). Differential effects of experience, subjective knowledge, and objective knowledge on sources of information used in consumer wine purchasing. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29(1), 3-19.

- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th eds.). Forth Worth-Tokyo: The Dryden Press.
- Finn, A., & Louviere, J. J. (1992). Determining the appropriate response to evidence of public concern: the case of food safety. *Journal of Public Policy & Marketing*, 11(2), 12-25.
- Gil, J. M., & Sánchez, M. (1997). Consumer preferences for wine attributes: a conjoint approach. *British Food Journal*, 99(1), 3-11.
- Goodman, S. (2009). An international comparison of retail consumer wine choice. *International Journal of Wine Business Research*, 21(1), 41-49.
- Hall, C. M. (2003). Biosecurity and wine tourism: is a vineyard a farm?. *Journal of Wine Research*, 14(2-3), 121-126.
- Johnson, L. W., Ringham, L., & Jurd, K. (1991). Behavioural segmentation in the Australian wine market using conjoint choice analysis. *International Marketing Review*, 8(4).
- Johnson, T., & Bruwer, J. (2004). Generic consumer risk-reduction strategies (RRS) in wine-related lifestyle segments of the Australian wine market. *International Journal of Wine Marketing*, 16(1), 5-35.
- Kubota, S., Sawano, H., & Kono, H. (2017). Japanese consumer preferences for additive-free wine labeling. *Agricultural and Food Economics*, 5(1), 4.
- Labys, W. C. (1974). Preliminary Results of an Econometric Model of the International Wine Market. Graduate Institute of International Studies, Geneva, 1974.
- Labys, W. C. (1976). An international comparison of price and income elasticities for wine consumption. *Australian Journal of Agricultural Economics*, 20(1), 33-36.
- Laurent, G., & Kapferer, J. N. (1985). Measuring consumer involvement profiles. *Journal of marketing research*, 41-53.
- Lockshin, L. S., & Hall, J. (2003). Consumer purchasing behaviour for wine: what we know and where we are going. Cahiers de recherche working papers, no. 57-03.
- Marley, A. A., & Louviere, J. J. (2005). Some probabilistic models of best, worst, and best-worst choices. *Journal of Mathematical Psychology*, 49(6), 464-480.
- Michael, H. C., & Mitchell, R. (2008). *Wine Marketing a practical guide*. Elsevier Ltd.
- Miller, G. L., & Roberts, I. M. (1972). The effect of price change on wine sales in Australia. *Quarterly Review of the Rural Economy*, 25(3), 231.
- Potoglou, D., Burge, P., Flynn, T., Netten, A., Malley, J., Forder, J., & Brazier, J. E. (2011). Best-worst scaling vs. discrete choice experiments: an empirical comparison using social care data. *Social Science & Medicine*, 72(10), 1717-1727.
- Puyares, V., Ares, G., & Carrau, F. (2010). Searching a specific bottle for Tannat wine using a check-all-that apply question and conjoint analysis. *Food quality and preference*, 21(7), 684-691.
- Selvanathan, S. and E.A. Selvanathan 2005, *The Demand for Alcohol, Tobacco and Marijuana: International Evidence*, Ashgate Publishing, Aldershot, England.
- Sánchez, M., & Gil, J. M. (1998). Consumer preferences for wine attributes in different retail stores: a conjoint approach. *International journal of wine marketing*, 10(1), 25-38.
- Taylor, D. C., Dodd, T. H., & Barber, N. (2008). Impact of wine education on developing knowledge and preferences: An exploratory study. *Journal of Wine Research*, 19(3), 193-207.
- Tempesta, T., Giancristofaro, R. A., Corain, L., Salmaso, L., Tomasi, D., & Boatto, V. (2010). The importance of landscape in wine quality perception: An integrated approach using choice-based conjoint analysis and combination-based permutation tests. *Food Quality and Preference*, 21(7), 827-836.
- Winetitles (2006). Australian Wine Industry Statistics. Winebiz Available: <http://www.winebiz.com.au/statistics/wineries.asp> (access: 2018. 12. 10)
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of consumer research*, 12(3), 341-352.

論 説

平成30年7月豪雨における学生ボランティアの意識

松村 暢彦 (環境デザイン学科)

渡邊 敬逸 (環境デザイン学科) ・羽鳥 剛史 (環境デザイン学科)

Research on Volunteer Students Consciousness to Disaster
Restoration in the Heavy Rain Event of July 2018

Nobuhiko MATSUMURA (Environmental Design)

Hiromasa WATANABE (Environmental Design) ・Tsuyoshi HATORI (Environmental Design)

キーワード：平成30年7月豪雨、学生ボランティア、社会的学習理論、自己効力感、愛大コンピテンシー

Keyword：Heavy Rain Event of July 2018, Student volunteers, Social learning theory, Self-efficacy, Ehime University Competencies Standards for Students

【原稿受付：2018年12月25日 受理・採録決定：2019年1月8日】

要旨

本稿では平成30年7月豪雨で社会共創学部が行ってきた災害ボランティア活動支援の概要を報告するとともに、学生のボランティア活動が学生の成長の契機としてどのような教育的効果をもたらすのかについて明らかにした。社会共創学部では災害ボランティア活動支援として、ガイダンス資料の作成、備品・消耗品の購入等を行い、のべ360名を超える学生・教職員がボランティアに参加した。ボランティアに参加した学生アンケートから災害ボランティア活動に対する重要性認知や自己効力感が高く、それらが今後の災害ボランティアへの参加意向に影響していること、今後の大学での学習の動機づけとして災害ボランティア活動が機能していることが明らかになった。また、災害ボランティア活動での経験を通して得られた学びは、愛大コンピテンシーの各能力に位置づけられることが明らかになった。

1. はじめに

平成30年7月豪雨では、愛媛県下で死者27名、全壊632棟、半壊3212棟、床上浸水360棟、床下浸水2692棟と大きな被害を出した(愛媛県災害対策本部, 2018)。特に宇和島市、大洲市、西予市では大規模な土砂崩れ、河川の氾濫などが発生し、現在でも多くの方々には仮設住宅での暮らしを余儀なくされている。愛媛県では26000名を超える災害ボランティアが災害直後から活動を行い、復旧に向けて被災地の支援を行ってきた(社会福祉法人全国社会福祉協議会, 2018)。愛媛大学においても7月9日に危機対策本部を設置し、災害調査団を結成して被災地の情報収集、現地調査を行うとともに被災市町へ医療支援等の直接的支援やボランティア・サポートセンターの設置を行ってきた。また、学生、教職員が直後から平成30年11月21日までの間で、延べ1351名が災害ボランティア活動を行った(愛媛大学, 2018)。

これまでも大学生がボランティア活動を行うことの教育的効果について様々な実践事例が報告されている。たとえば、新潟県中越地震での活動報告では、学生が有意義なボランティア活動を展開できた背景に状況的関心(論理的な一貫性に基づかずに語られるとこ

ろの関心)の存在を指摘している(諏訪ら, 2005)。また、弘前大学において実施された正課教育である東日本大震災復興論の教育効果を検証した報告(飯ら, 2012)や大規模学生調査を用いてボランティア経験が学修行動へ肯定的な影響をもたらすことを示している(河合, 2011)。これらの研究では、ボランティア活動への参加と学習効果との関連を尋ねているが、教育効果については、学生はボランティア活動においてどのような経験をしてどのような学びを得ているのかについて具体的に明らかにしていくことが求められる。また、学生がどのように動機づけられて災害ボランティアに参加したのか、そして今後も参加しようと思ったのかについて理解していくことも必要とされる。それらを踏まえて本稿では、平成30年7月豪雨で社会共創学部が行ってきた災害ボランティア活動支援の概要を報告するとともに、学生のボランティア活動が学生の成長の契機としてどのような教育的効果をもたらすのかを明らかにする。

本稿では、教育効果について経験学習の枠組みを用いてアンケートの自由記述欄から読み取った具体的経験と学びを愛媛大学として期待される能力、愛大コンピテンシーと対応づけて解釈する。また、人が達成行

動を起こす動機づけの代表的な理論のひとつである社会的学習理論を念頭に置いて災害ボランティアへの参加意向をモデル化することとする。ここで適用する社会的学習理論は、行動の動機づけの重要な要因として、達成されるべき目標の価値、すなわち主観的な重要性和目標の達成可能性があげられる。前者は重要性認知と知られ、達成動機づけ研究の領域において多くの研究の蓄積がある。後者の目標達成可能性は自己効力感に相当する。Banduraは、「ある行動を遂行することができる、と自分の可能性を認識していることを自己効力感と呼び、自己効力感が強いほど実際にその行動を遂行できる傾向にある」と述べている (Bandura, 1977)。この理論では「やる気がない」といった現象を達成動機が低いからといった人格的要因に説明しようとするものではなく、自分の行動によって結果を変えることができるという主観的な統制感が重要な役割を果たすことを強調している。こうした自己効力感については、これまで進路選択や疾病予防、運動スキルの習得などの領域において自己効力感の変動が実際の行動変容に影響があることが示されている。

2. 災害ボランティアの活動概要

社会共創学部では省察的实践、『「現場で実践する専門家」の専門性は現場の実践の中にある「知と省察」にある』(D.ショーン, 2007)をもとに教育カリキュラムを組み、教育活動を行っている。正課教育、準正課教育ともに経験学習理論の枠組みを用いて実践、内省化、概念化、新しい状況への応用のサイクルを回すことができるように1年生から社会共創ポートフォリオ (ecrip) を作成している (山中ら, 2017)。本稿で取りあげている災害ボランティア活動も準正課教育 (一部正課教育も含まれる) として位置付けていることから、事前学習を通してボランティア活動について学ぶとともにボランティア活動をするために学ぶこととした。さらに、ボランティア後のアンケートや振り返り活動を通じてボランティアを通して学ぶように設計した。具体的には、事前学習として、これまでの経験を踏まえてボランティア活動参加ガイドランス資料を作成・講演し、事後学習としては経験学習を踏まえたアンケートとecrip活動を行った。

社会共創学部では平成30年7月豪雨に際し、災害ボランティアとして7月14日 (土) から8月5日 (日) の期間に延べで教職員56名、学生302名 (うち26名は他学部・院生)、その他2名の計360名の派遣を支援した (表-1)。派遣支援先である大洲市、西予市野村町、宇和島市吉田町の3地域に大学のマイクロバス (もしくは民間の借り上げバス) で行き、各市のボラ

表-1 社会共創学部災害ボランティア派遣支援実績

月日	地域	教職員	学生	その他	計
7/14 (土)	大洲	5	14	0	19
7/14 (土)	野村*	4	42	0	46
7/15 (日)	大洲	5	17	0	22
7/15 (日)	野村*	3	42	0	45
7/16 (月)	大洲	5	22	0	27
7/16 (月)	野村*	3	42	0	45
7/19 (木)	野村	4	13(1)	0	17
7/19 (木)	大洲	3	10(7)	0	13
7/20 (金)	野村	7	12	1	20
7/21 (土)	吉田	3	14(1)	0	17
7/22 (日)	吉田	2	9	1	12
7/23 (月)	野村	1	10	0	11
7/24 (火)	野村	2	11	0	13
7/25 (水)	野村	2	22(1)	0	24
7/28 (土)	野村	1	6(5)	0	7
7/31 (火)	大洲	1	6(2)	0	7
8/4 (土)	野村	2	5(5)	0	7
8/5 (日)	野村	3	5(4)	0	8
合計		56	302(26)	2	360(26)

*は正課教育 (フィールド実習) での実施
() 他学部・院生で内数

表-2 災害ボランティア参加ガイドランス資料内容

項目	内容
7月豪雨愛媛県被害状況	愛媛県の被害状況について死者、全壊、半壊、床上浸水等について説明
今回の災害の規模感と必要なボランティア数	平成29年7月九州北部豪雨災害等と比較して必要なボランティア数を試算
災害ボランティアの心構え：前提	災害ボランティアの心構えとして、状況が目まぐるしく変わる中、唯一の正解があるわけではなく、被災地への想像力を喚起しておく必要性
災害ボランティアの心構え：基本	災害ボランティアの目的に照らして、自分の良心と誠意に問いかけ、その場に応じた適切な選択を考え、実行すること等
災害ボランティアの教訓	災害ボランティア保険への加入、休息・休養、相手の話をしっかり聞く、できないことは断る等
ボランティアから帰ってきたら	休養をとる、自分の体験を友達と共有する等
現場での振る舞い	軽々しい言動、写真撮影、SNS等への投稿厳禁等の注意事項
水害ボランティア作業	水害のボランティア作業、装備等
参考文献	参考文献やサイト

ンティアセンターを通じて活動を行った。在籍学生数割合で見ると社会共創学部は7%であるが、災害ボランティアに参加した愛媛大学在籍者のなかで社会共創学部が占める割合は26%を超えており大きな貢献を行ってきたといえる。

社会共創学部では災害ボランティア活動支援として以下のようなことを行った。

- ・ボランティア活動参加ガイドランス資料の作成
渡邊准教授が (公財) 人と防災未来センター等

での経験やこれまで作成されてきたマニュアルを参考に災害ボランティア参加のためのガイダンス資料を作成し、参加学生に対してガイダンスを行った(表-2)。ガイダンス資料の内容は、今回の災害の愛媛県被害状況について死者数、床上浸水等を説明したうえで、近年の豪雨災害の被害状況と比較して必要なボランティア数を試算し、災害復旧、復興が長期間にわたる可能性を伝えた。そのあと、社会的、自然的状況が目まぐるしく変わる中で唯一の正解があるわけではなく、被災地への想像力を喚起しておくことを前提としたうえで、災害ボランティアの心構えについて、被災地の住民と社会に再び平穏を取り戻すという目的に照らして、自分の良心と誠意に問いかけてその場に合った適切な行動を考え、実行することが基本となることを伝えた。これまでの災害ボランティアで蓄積されてきた教訓について、災害ボランティア保険への加入、休息・休養をとること等10項目について説明した。そして、現場での慎むべきふるまいについて、軽々しい行動、写真撮影、SNS等への投稿厳禁などについて注意を与えた。最後に、現地で想定されるボランティア活動や手順、個人で必要となる装備などについて伝えた。

・ボランティア活動の備品、装備の購入

正課教育のための備品として長ぐつやヘルメットなどはあったがそれだけでは不足しているため、学部の経費(一部、全学からの補助含む)により表-3に示す備品、装備を学部事務職員が品薄の中、市内のホームセンターやスーパーマーケットを何度も回りながら状況に応じて必要数を購入した。

・ボランティア活動支援の実施要綱、手順フローの作成と見直し

学部での災害ボランティア支援を行うにあたって、実施要綱と手順フローを作成し、実情に合わせて見直しを行った。フローの作成にあたっては、学部の総務チーム、学務チーム、活動支援をサポートする教員、活動参加教員、活動参加学生の行動を時系列順に整理した。

・教職員の同行

学部では準正課活動として位置付けたため教職員が同行した。

3. 災害ボランティア活動アンケートの概要

災害ボランティア活動の実態と学生の活動意識を把握するためにWebアンケートを災害ボランティア参加学生62名に対して実施した(表-4)。調査項目としては、災害ボランティア活動の場所や日数、内容の

表-3 備品、装備の準備物品

長ぐつ(いくつかのサイズ)、マスク(防塵用、通常用)、軍手、ゴム手袋(耐突刺性、耐油性)、飲料水・スポーツドリンク、ヘルメット、スコップ(角スコ、剣スコ/大・小)、手スコ、雑巾、塩飴、救急袋、ビニール袋(汚れた長ぐつ等を入れる用)

表-4 アンケート調査の概要

項目	内容
調査目的	災害ボランティア活動の安全確保の実態と学生の活動意識の把握
調査対象	社会共創学部災害ボランティア派遣支援に参加した学生
調査方法	Webアンケート
調査期間	2018年7月31日～8月6日
依頼数	62名
回収数(回収率)	31名(50.0%)
調査項目	災害ボランティア活動実態(場所、日数、内容)、安全に関する実態(ケガ、体調)、ボランティアに関する意識(不安感、コミュニケーション機会、学習意欲、重要性認知、自己効力感、自己評価、今後の参加意向)、個人属性(学年、性別)、その他

実態、活動に際してのケガや体調不良に関する安全確保、災害ボランティア活動に対する不安感などの意識、学年、性別等の個人属性を設定した。アンケート調査は7月31日に電子メールでアンケート回答を依頼し、8月6日を締め切りとした。その結果、31名から回答があり、有効回収率は50.0%であった。男性と女性はほぼ半数、学年別では3年生が52%、2年生が32%を占めた。

4. 災害ボランティア活動に関するアンケート結果

(1) 災害ボランティア活動の実態

災害ボランティアの活動場所は西予市野村町をあげた人は90%、大洲市が29%、宇和島市吉田町が23%であった(表-5)。活動日数は1日間が最も多く45%、2日間が29%、4日間以上も23%を占めた。活動内容は、泥出しを81%、床・壁洗浄が52%、床はぎが32%、支援物資仕分けが36%と様々なボランティア活動に従事していたことがわかる。

学生の災害ボランティア活動を支援するにあたってもっとも注意すべき事項としては安全確保があげられる。外傷などケガについては、ケガをした人が0%、ケガをしそうなことはなかった人が90%と今回の水害に際して学部で実施した事前ガイダンスや長ぐつや耐突刺性、耐油性のあるゴム手袋やヘルメットなどの準備物は一定の適切性があつたといえる。ケガをしそうになったと回答した10%は、「床を踏み抜きそうになった」「側溝のふたを置くとときに指を挟みそうになった」「釘がささりそうになった」という経験をあげており、具体的な注意すべき場面をあげてガイダン

表-5 アンケート集計結果

項目	選択肢	度数	構成比
災害ボランティアの活動場所は？（複数回答）	大洲市	9	29.0
	宇和島市吉田町	7	22.6
	西予市野村町	28	90.3
	その他	1	3.2
何日間、災害ボランティア活動をしましたか？	1日間	14	45.2
	2日間	9	29.0
	3日間	1	3.2
	4日間以上	7	22.6
ボランティアではどのような内容の活動を行いましたか？（複数回答）	泥出し	25	80.6
	家具運搬	7	22.6
	床はぎ	10	32.3
	床・壁洗浄	16	51.6
	ごみ運搬	10	32.3
	支援物資仕分け その他	11 1	35.5 3.2
ケガをしましたか（しそうになりましたか）？	ケガをした	0	0.0
	ケガをしそうになった	3	9.7
	しそうなことはなかった	28	90.3
体調を崩しましたか（崩しそうになりましたか）？	体調を崩した	0	0.0
	崩しそうになった	6	19.4
	崩しそうにならなかった	25	80.6
ボランティアに参加する前は、ボランティア活動に不安を感じていましたか？	不安を感じていなかった	7	22.6
	あまり感じていなかった	8	25.8
	どちらともいえない	4	12.9
	不安を感じていた	6	19.4
	かなり不安を感じていた	6	19.4
普段接することが少ないいろいろな人と話す機会がありましたか？	なかった	0	0.0
	あまりなかった	1	3.2
	少しあった	8	25.8
	あった	11	35.5
	たくさんあった	11	35.5
活動をほかの人にしゃべりましたか？	しゃべっていない	2	6.5
	しゃべった	29	93.5
ボランティア活動に参加することは重要なことだと思いますか？	大いに思う	22	71.0
	思う	6	19.4
	どちらともいえない	2	6.5
	あまり思わない	1	3.0
	思わない	0	0.0
自分も被災地の力になることができると思いますか？	大いに思う	11	35.5
	思う	15	48.4
	どちらともいえない	3	9.7
	あまり思わない	2	6.5
	思わない	0	0.0
ボランティア活動に参加してよかったと思いますか？	大いに思う	25	80.6
	思う	5	16.1
	どちらともいえない	1	3.2
	あまり思わない	0	0.0
	思わない	0	0.0
今後ボランティア活動に参加したいと思いますか？	大いに思う	20	64.5
	思う	7	22.6
	どちらともいえない	4	12.9
	あまり思わない	0	0.0
	思わない	0	0.0
今後の授業や演習、実習により一層、前向きに取り組もうと思いますか？	大いに思う	16	51.6
	思う	11	35.5
	どちらともいえない	4	12.9
	あまり思わない	0	0.0
	思わない	0	0.0
学年	1年生	4	12.9
	2年生	10	32.3
	3年生	16	51.6
	大学院生	1	3.2
性別	男性	15	48.4
	女性	16	51.6

スをすることも必要かもしれない。活動中に体調を崩しそうにならなかったと回答した人が81%とガイダンスや活動中の休憩の取り方などが功を奏したといえる。一方、体調を崩しそうになった人が19%を占めており、連日最高気温が35度を超える中の活動であったため、自分自身での体調管理を徹底することをあらためて強調することが必要であろう。

(2) 災害ボランティア活動に関する意識

災害ボランティア活動に参加する前は「かなり不安を感じていた」「不安を感じていた」と回答した人がそれぞれ19%と不安を抱えながら活動に参加した人が約4割いた。その一方で、「あまり感じていなかった」「不安を感じていなかった」と回答した人を合わせると約半数を占めており、ボランティア参加者の不安感の幅は大きいことが分かった。活動中に地元の住民の方々やボランティア、教員や他学年の学生など普段接することが少ない人と話す機会があったかどうかについては、「たくさんあった」「あった」「少しあった」と回答した人を合わせると97%を占めることから、多くの参加者が活動中にコミュニケーションをとっていることがわかった。自分の活動について94%の参加者が他の人にしゃべっていることから貴重な経験と学びをしていることが推察される。災害ボランティアの活動の重要性についても9割以上が重要であると回答しており、自分も被災地の力になることができるといえる回答が8割以上を占めたことから自己効力感も高い。そうしたこともあって、今回の活動に参加してよかったと回答した人が約97%と極めて満足度が高い結果になり、今後の災害ボランティア活動への参加意向も8割を超える人が参加したいと回答している。今後の授業や演習、実習により一層、前向きに取り組もうとする意識も半数以上が「大いに思う」と回答しており、高い教育効果が得られていることが明らかになった。

(3) 災害ボランティアに関する意識構造

災害ボランティアの活動意向に関係する要因を明らかにするために社会的学習理論の枠組みを適用して検討する。具体的な変数としては、災害ボランティア活動に関する自己効力感と重要性認知と今後の参加意向、今回のボランティア活動での他者とのコミュニケーション機会と満足度と今後の大学での学習意欲を取り上げた。それらの変数間の関係性を共分散構造分析を用いて分析した結果を示す(図-1)。図中の数値は標準化係数で誤差変数と有意水準5%で有意にならなかったパスの表示は省略してある。モデル全体の適合度を示すGFI、AGFIが0.9以上、RMSEAが0.1以下であることから適合度の高いモデルを構築することができたといえる。

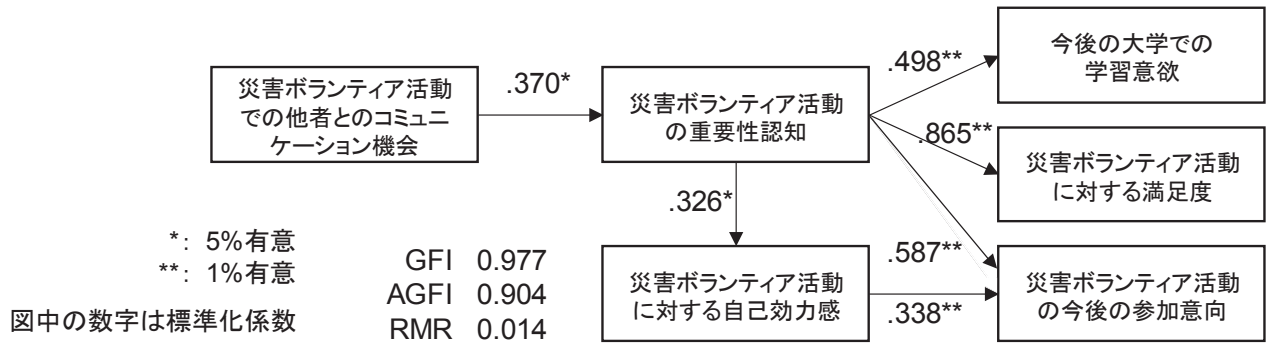


図 - 1 災害ボランティア活動に関する意識構造

表 - 6 災害ボランティア活動の今後の参加意向への効果

変数	直接効果	間接効果	総合効果
他者とのコミュニケーション機会	0.000	0.357	0.357
災害ボランティア活動の重要性認知	0.587	0.216	0.803
災害ボランティア活動に対する自己効力感	0.338	-0.020	0.318

表 - 7 今後の大学での学習意欲への効果

変数	直接効果	間接効果	総合効果
他者とのコミュニケーション機会	0.000	0.148	0.148
災害ボランティア活動の重要性認知	0.568	-0.065	0.503

表 - 8 愛大コンピテンシー

I. 知識や技能を適切に運用する能力
1. 必要な情報を収集・整理できる
2. 個別の知識や技能を相互に関連付けながら習得できる
3. 習得した知識や技能を基に自分の考えを組み立て、適切に表現できる
II. 論理的に思考し判断する能力
4. 広い視野と論理的思考に基づき分析・解釈できる
5. 科学的根拠に基づき判断し、解決策を提示できる
III. 多様な人とコミュニケーションする能力
6. 様々な状況に応じて適切な対話・討論ができる
7. 目的達成のために多様な人と協働できる
IV. 自立した個人として生きていく能力
8. 自らの個性や適性を活かして行動できる
9. 社会的関係の中で自分の行動を調整できる
V. 組織や社会の一員として生きていく能力
10. 他者を理解し、他者のために役立つことができる
11. 集団・組織の一員として自覚と誇りをもって行動できる
12. 地域の課題を、地球規模で考え、解決に向けて貢献できる

災害ボランティアに参加することの重要性を認識している人ほど、また被災地に対して自分が力になれると思っている人、つまり自己効力感が高い人ほど今後の災害ボランティア活動への参加意向が高い。これは社会的学習理論で示されているように自己効力感が行動の源泉となる傾向と一致している。また、活動中に被災者の方々とコミュニケーションをとれた人ほど災害ボランティア活動の重要性を認識する傾向にあり、その場に応じた適切なコミュニケーションをとることが今後の参加意向を高めるためにも重要であることが示された。また、通常の学習理論では強化学習の観点から満足度を高めることの重要性が指摘されることが多いが、災害ボランティア活動の満足度は今後の参加意向には影響を及ぼしていない。この満足度は活動場所や活動内容によっても有意な差はなかった。これは、被害の大きさに比べて自分たちの活動による貢献の小ささなどにより自分が行うことができた災害ボランティア活動に対する満足度は低いものの、被災地で活動しているボランティアが被災地に貢献している姿を観察することによる代理強化の可能性が考えられる。あわせて、今後の参加意向に対して各変数が及ぼす効果を表-6に示す。重要性認知の直接的に及ぼす効果と自己効力感を通じて間接的に及ぼす効果をあわせた総合効果がもっとも高い。自己効力感は重要性認知の約3/8の効果で、他者とのコミュニケーションは重要性認知を経由して自己効力感と同等の効果があることが明らかになった。

次に、今後の大学での講義、演習などへの学習意欲に対しても災害ボランティア活動の重要性認知が高い人ほど意欲が高い傾向があり、他者とのコミュニケーションが重要性認知を経由して高めることが明らかになった。また、大学での学習意欲に対する効果も重要性認知の3割程度あることが分かった(表7)。

(4) ボランティア活動での学びと愛大コンピテンシーの関連性
ボランティア活動で印象に残った経験とその経験が

表-9 災害ボランティアに関する学びの自由記述と愛大コンピテンシーとの対応

経験	学び	愛大コンピテンシー
若者が少なく年配の方々が指揮、作業をしている姿をみた。	・若者が少ない地域が被災するとより深刻な影響がでる。若者の力が必要。	4. 広い視野と論理的の思考に基づき分析・解釈できる
被災者の方がボランティアとコミュニケーションをとることで笑顔になっていた。	・大学生など若者が長期的に活動することでお互いにより経験につながる。 ・被災者と話してリラックスしてもらうこともボランティアのできることの一つ。	6. 様々な状況に応じて適切な対話・討論ができる(多様な属性、立場を超えたコミュニケーションの力)
ボランティアの力はわずかで自分たちの活動が役に立っているのかわからなくなる(側溝の泥かき)。	・少しでもきれいになっていることは確かなので、多くの人の小さな力を集めることが大切。 ・自分から動くことが重要(指示待ちには役に立たない)。	7. 目的達成のために多様な人と協働できる
大きな被害を被った地域の人たちが協力し合っている姿を実際にみた。	・人の底力(どんな状況でも生きていかなければならない)と気力が尽きたときの危うさの実感。 ・困難な状況に直面しても積極的に生きていく態度。	8. 自らの個性や適性を活かして行動できる(新たな状況に立ち向かう力)
何も考えずにボランティア作業に集中した。	・生の実感を得られた。マインドフルネス。 ・知識や体力、精神的な充実を得られる体験をしていこうという心だけを作れた。	8. 自らの個性や適性を活かして行動できる(新たな状況に立ち向かう力)
ボランティアで来た自分たちの体や気持ちを気づかってくれるのがわかった(飲み物、冷やしたタオル、アイス、楽しんでやろうとの掛け声等)。	・ボランティアが被災者を元気づける雰囲気作りができればよい。 ・感謝の気持ちや相手のために行動しようとする気持ちは相手に必ず届く。 ・人の温かさ、人と人とのつながりはどこに行っても存在する。 ・自分たちが被災者になったときの心構えと対応もかくあるべき。	9. 社会的関係の中で自分の行動を調整できる(関係性の中で自分の行動を調整する力) 10. 他者を理解し、他者のために役立つことができる(社会的存在としての人間像の実感)
災害支援物資で大手企業だけではなく個人で郵送したり持ち込む人が多かった(高校生の応援メッセージ)。	・被災者の人たちからたくさんの感謝をいただいて、自分にもできることがあると実感した。	11. 集団・組織の一員として自覚と誇りをもって行動できる(連帯感)
災害によって生活が一変した人、苦しんでいる人がたくさんいることを知った(被災者から直接聞く機会、身障者の方々の被災、自営業の方の再開)。	・多くの人たちが被災地に心を寄せるだけではなく実際に行動していることを実感した。 ・日常の生活を突然奪ってしまう災害の恐ろしさを実感。 ・今、当たり前前に生活できていることに感謝することの大切さ。 ・一つの行動選択で明暗が分かれるため、あらかじめ考えておくことが大切。 ・今後このような被害を低減させるためにどのようなことができるのかは考えていく必要がある。 ・想定外の事象に対して対応していく必要がある。	10. 他者を理解し、他者のために役立つことができる(社会的存在としての人間像の実感) 10. 他者を理解し、他者のために役立つことができる(ともに生きる人たちと共感する力)
住宅がある程度片付いた頃でも公共の施設は手付かずの状態であった。	・住民生活を優先することの重要性。	11. 集団・組織の一員として自覚と誇りをもって行動できる

らどのようなことを学んだかについて自由に記述してもらった。その内容と愛大コンピテンシーの対応を示す(表-8, 9)。愛大コンピテンシーは5つの能力と12の具体的な力によって構成されている。ここでは具体的な力との対応関係を示す。

被災地の現場で年配の方々が指揮、作業している姿をみて、少子高齢化が進展している地域が被災するとより深刻な影響が長引くことを学んでいる。中山間地

域の課題として少子高齢化について講義などで学ぶ機会は多いが、平常時だけではなく災害時にも結び付けてより多面的に地域課題を考察できる機会を得ていると考えられる(愛大コンピテンシー4)。

被災者の方がボランティアとコミュニケーションをとることで笑顔になっている様子を見たり、元気づけられていると感じたりすることで、普段通り話すこと自体がボランティアのできることの一つであると気付

いている。こうした相手の意見を丁寧に関心（傾聴力）のもつ可能性を感じながら、様々な状況に応じて適切な対話ができるようになっていいると考えられる（愛大コンピテンシー6）。

ボランティア活動中は、被害の大きさに比べて日々のボランティア活動の貢献は小さく、被災者の役に立っているのかどうかも分からなくなるという徒労感を感じる一方で、少しずつきれいになっていく様を目にしていく中で多くの人たちの小さな取り組みの重要性を実感している。こうしたことから多くの人たちと互いに協力し合って目的を達成することの重要性を肌感覚でわかっていると考えられる（愛大コンピテンシー7）。

大きな被害を被った地域の人たちが協力し合っている姿を見て困難な状況に直面しても積極的に生きていく態度を学び、社会的存在としての自己実現のために自らが置かれている状況の中で自分の能力を活かそうとする態度を示していると考えられる。また、ボランティア作業に集中してマインドフルネス的な境地に立つことができ、精神的な充実を得られる体験を通して、新たな状況に立ち向かおうとしていると考えられる（愛大コンピテンシー8）。

ボランティアで来た自分たちの体や気持ちを気づかせてくれるのがわかり、ボランティアが被災者を元気づける雰囲気作りをしようとする態度を学び、関係性の中で自分の行動を調整しようとする力を身につけようとしていると考えられる（愛大コンピテンシー9）。

日常生活を突然奪ってしまう災害とそれに苦しむ被災地の方々の姿をみて心を寄せ、当たり前で生活できている自らの生活に感謝することの大切さに気付いている。また、自分たちボランティアが被災者の方々の感謝の気持ちを十二分に感じ取ることができていることから感謝や相手を思いやる気持ちは必ず届くという実感をしている。また、災害支援物資の仕分け作業を行う現場にて高校生の応援メッセージなど遠隔地であっても個人で被災地支援を行っているのを目の当たりにして、多くの方が被災地を思い行動に移している現実と支援物資が実際に被災地に役立っている実感を得ている。これらは、社会的存在として人間像を実感するとともに地域の人と共に、一員として生きていくという実感、共感を生んでいると考えられる（愛大コンピテンシー10）。

ニュースや新聞を通じて被災地のことは知っていたつもりでいても、被災者の方から直接話を聞いたり、自営業の方から再開の難しさを聞いたりして災害によって生活が一変した人や苦しんでいる事実を知ると、これまで講義などで学んできたことを改めて実感

を伴って被害軽減のための対策や避難行動の方法などを改めて捉えなおすことができている。また、ボランティア活動を通して地域の方々から多くの感謝をもらうことで同じ県下に住む個人としてできることを実感することができている。これらは、地域をよりよいものにしていこうとしたときに専門家として、一個人として何ができるのか、何をしなければならないのかという役割を考え直すきっかけになっていると考えられる（愛大コンピテンシー11）。

これらのように災害ボランティア活動を通じて学んだことは、愛大コンピテンシーと対応していることが明らかになった。

5. 結果

本稿では平成30年7月豪雨災害における社会共創学部で実施してきた災害ボランティア活動支援に関して報告するとともに参加学生アンケートから教育効果について分析を行った。その結果、以下のことが明らかになった。

- ・社会共創学部では災害ボランティア活動に延べ360名を超える学生・教職員が参加し、学部規模からみても愛媛大学のなかで被災地に大きな貢献を行ってきた。
- ・学部では災害ボランティア支援のためにマニュアル整備、備品・消耗品の購入、実施要綱・手順フローの作成、教職員の同行を行ってきた。その結果、災害ボランティアによってケガや体調を崩した学生はおらず、学生の安全確保に対して一定の効果が得られていると判断できる。
- ・ボランティアに参加した学生アンケートから災害ボランティア活動に対する重要性認知や自己効力感が高く、それらが今後の災害ボランティアへの参加意向に影響していることが明らかになった。また、普段接することの少ない様々な人と話す機会をもった学生が7割以上を占め、それがボランティア活動の重要性認知を通じて今後の参加意向に影響することが示された。
- ・今後の大学の授業や演習、実習への取り組みについても約9割が前向きな姿勢をとっており、今後の大学での学習の動機づけとして機能していることが明らかになった。
- ・災害ボランティア活動での経験を通して得られた学びは、愛媛大学学生として期待される能力、愛大コンピテンシーの論理的に思考し判断する能力、多様な人とコミュニケーションする能力、自立した個人として生きていく能力、組織や社会の一員として生きていく能力に位置付けられることが明らかになった。

今回の災害ボランティア活動支援を通じての課題を以下にあげておく。

- ・学生の災害ボランティア活動を支援するために被災地での活動の安全性を確保していくことが必要なため、災害直後から活動してきた災害調査団、防災リーダーズクラブ等の学内の関係者、県内市町村、社会福祉協議会ボランティアセンター、災害NPO等の学外関係者との情報共有と連携のための仕組みづくりを進めていく必要がある。
- ・学生がボランティア活動に参加することによるメンタル上の問題（無力感など）を抱えた学生には学生相談窓口など特別なケアを行う用意があることを周知する必要がある。
- ・災害ボランティアは突発的に必要とされることから、発災時の主管組織、募集や派遣のフロー、後方支援などの仕組みづくりを常時から行っておく必要がある。
- ・災害ボランティアは長期間にわたり必要とされることから、被災地に学生ボランティアのベースと活動のための財政的支援を行っていく必要がある。そのことが結果的に大学の社会的信頼の向上に結び付くと考えられる。

参考文献

- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change, *Psychological Review*, 84, 191-215.
- 愛媛大学(2018). 「平成30年7月豪雨」への愛媛大学の対応について. <https://www.ehime-u.ac.jp/wp-content/uploads/2018/07/1121gouuA.pdf> (2018年12月21日現在)
- 愛媛県災害対策本部(2018). 平成30年7月豪雨による被害状況等について(第100報). <https://www.pref.ehime.jp/h12200/documents/higai100.pdf> (2018年12月21日現在)
- 飯考行・李永俊・作道信介・山口恵子・平野潔・日比野愛子(2012). 大学教育としての災害ボランティア – 「東日本大震災復興論」の開講, 21世紀フォーラム, No. 7, 11-27.
- 河合享(2011). ボランティア活動への参加によって学生の学習がどう異なるのか – 全国大学生調査の分析から, ボランティア学研究, No. 12, 91-102.
- ドナルド・A・ショーン(2007). 『省察的实践とは何か』. 鳳書房.
- 諏訪晃一・渥美公秀・関嘉寛(2005). 学生による災害時のボランティア活動と状況的関心 – 新潟県中越地震における fromHUS の活動から, ボランティア学研究, No. 6, 71-95.
- 山中亮・淡野寧彦・松村暢彦・砂田寛雅(2017). 社会共創学部における「学び」の教育カリキュラムデザインの構築, 愛媛大学社会共創学部紀要, Vol.1, No.1, 73-82.
- 社会福祉法人全国社会福祉協議会(2018). 全社協被災地支援・災害ボランティア情報. <https://www.saigaivc.com/20181102/> (2018年12月21日現在)

論 説

愛媛県上島町生名島における製塩業の記憶
－塩田末期の20世紀の状況－

淡野 寧彦 (地域資源マネジメント学科)

大植 好子・阪本 晃平 (地域資源マネジメント学科・学部生)

Regional Characteristics of Salt production in Ikina Island Kamijima Town
Ehime Prefecture in the 20th century

Yasuhiko TANNO (Regional Resource Management)

Yoshiko OOUE, Kohei SAKAMOTO (Undergraduate Student, Regional Resource Management)

キーワード：製塩業、塩田、地域資源、愛媛県上島町生名島

Keyword : salt production, salt pan, regional resource, Ikina Island Kamijima Town Ehime Prefecture

【原稿受付：2018年12月25日 受理・採録決定：2019年1月8日】

要旨

愛媛県上島町においては、古墳時代頃には製塩が行われていたと考えられる遺物が発掘され、以降、現代にいたるまで製塩が継続されてきた。一方で、1970年代初頭の塩田廃止にともない、上島町内の製塩業も終焉を迎えたことから、今日、上島町における製塩業の歴史を意識することは容易ではない。上島町における製塩業の歴史やそれに関わる習俗・記憶などを、地域が歩んできた足跡や今後の地域振興のための資源として保全・活用することを目指すために、本稿では上島町生名島の製塩業を対象に、主に塩田末期の20世紀の特色について分析した。生名島において入浜式塩田が造成されたのは19世紀になってからと近隣地域と比較して遅かったものの、明治期には島の主要産業の1つとみなされるまでに発展した。塩田経営は、島内の庄屋や村長を務めた中心的人物(家)によってなされたが、実際の塩田業務は小作人が行う例も多く、生名島内のみならず、近隣の島々からも塩田業務に従事する者が移り住んだ。実際に浜子として塩田業務に従事した経験者からの聞き取りでは、当時の作業体系や業務にかかる多大な労力の実態に関する情報を得ることができた。これらの成果を、冒頭で取り上げた上島町内での発掘調査等の成果と連携させることにより、上島町における製塩業の歴史を一連の流れとして整理・明示し、地域の資源として保全・活用できるよう、引き続き調査・研究を進めたい。

1. はじめに

塩は人間の生命維持に欠かすことのできないものであるが、岩塩を採取できない日本においては、海水から塩を取り出す製塩業が長らく続けられた。瀬戸内海沿岸地域は歴史的に製塩業の盛んな地域であり、後述するとおり海に面した塩田と呼ばれる場所で塩づくりが行われたことから、江戸期にはこうした地域は「十州塩田」と総称された。さらに鎌倉期にさかのぼると、愛媛県上島町の弓削島においては塩の荘園である「弓削島荘」の存在を『東寺百合文書』に見ることができる(山内、1985)。また同じく上島町の佐島においては愛媛大学法文学部考古学教室による製塩遺跡(宮ノ浦(みやんな)遺跡)の発掘が2011年より展開され、「古墳時代の製塩炉や多量の製塩土器、中世の揚浜式塩田の浜床」などと考えられる様々な遺物が発見されている(愛媛県越智郡上島町教育委員会、2018)。上島町においては、塩の荘園の歴史を背景とした取り組みが展開されており、海水温浴施設「潮湯」の開設や、

NPO法人弓削の荘による製塩、石川県能登地方で継承されてきた揚浜式塩田の技術を用いた製塩体験などが展開されている。これらは上島町におけるまちづくりやコミュニティ形成、経済的活動にも一定の効果を上げている(井口ほか、2013;堀内ほか、2014)。また1997年の塩の専売制度廃止以降、特色ある食用塩の生産・販売が全国的に拡大している(塩事業センター、2004)。このほか、製塩業の歴史をもとに地域の特色や地場産業の成り立ちなどについて理解を促す教育モデルの提案も見られる(福井、2009;山下、2014)。上島町における製塩業の歴史やそれに関わる習俗・記憶などを、地域が歩んできた足跡や今後の地域振興のための資源として保全・活用することには、一定の意義を見出せるものと考えられる。

一方で、上島町において製塩業が展開されたのは1971年までと、現在からおよそ半世紀の空白期間があり、最後まで塩田が存在したのも生名島と岩城島の2島に限られる。今日、実際に塩田業務に従事したり、

塩田が存在していた頃の記録や記憶を有したりする人物は高齢化ないし逝去しており、製塩業の歴史を地域の資源として保全・活用するためには、当時の様子を適切に記録することが急務となっている。過去の製塩業に関する記録として、旧日本専売公社が作成した『日本塩業大系』をはじめ、とくに瀬戸内海沿岸地域における製塩業については渡辺(1960)や重見(1984; 1993)、『瀬戸田町史』(瀬戸田町教育委員会、1997; 1998; 2004)などが存在するが、上島町における製塩業について詳述したものは少ない。生名島における過去の塩田経営については、明治末期～大正初期における個別の塩田経営者の収支状況など取り上げた喜田(2000; 2002)が存在し、塩田作業に従事する労働者の役割や賃金についても紹介されている。ただし、塩田経営者や労働者の生活状況や労働の具体的な内容に関する言及は少ない。また、本稿で取り上げるのは喜田が紹介した塩田経営者とは別の経営者に関するものも含まれており、時期についても1930～50年代についての内容が中心であるため、本稿は新たな資料的価値を有するものと位置付けられる。以上より本稿では、愛媛県上島町生名島における製塩業を対象に、主に塩田末期の20世紀の特色について分析することを目的とする。

論文の構成とともに研究方法について記すと、2章では日本における製塩業の歴史と塩づくりの場となる塩田の形態の変化について、簡単に紹介する。続いて、とくに瀬戸内海沿岸地域における製塩業の展開について、既存研究で詳しく記された地域を中心に整理する。3章ではまず、上島町およびその近辺の島々における製塩業を取りまとめる組織であった瀬戸田塩業組合の役割について、同組合の記念誌である太田(1975)や『瀬戸田町史』などにより提示する。そのうえで、生名島における塩田の所在やその所有ないし利用形態などについて、『生名村誌』(生名村誌編集委員会、2004)などの文献のほか、現地調査によって入手した主に1950年代の製塩業の動向について記された史料も用いて検討する。この史料は後述する村上D家に所蔵されていた未公開のものであり、村上D家の前世帯主に嫁いだ妻(以下、D家妻)からの聞き取り結果とともに、分析材料とする。4章では、生名島における第二次世界大戦後の製塩業の特色について、先述の村上D家の史料などを用いて検討するとともに、入浜式塩田が終焉を迎える1950年代に塩田での作業に従事していた生名島の住民2名に対する聞き取りから、当時の塩田での労働状況について分析する。ただし、入浜式塩田の業務や設備などの詳細については、『日本塩業大系』をはじめ、生名島近隣では『瀬戸田町史 民俗編』などにおいても詳述されている(瀬戸田町

教育委員会編、1998、34-94)ため、本稿では生名島における塩田業務の特徴やその経験談を記述することに主眼を置く。以上をふまえて5章で総括を行うとともに、生名島における製塩業の歴史を、上島町における地域資源ないし文化資源として保全・活用するための若干の考察を行う。

本稿の作成に関わる現地調査は、2018年8月に実施した。

2. 日本における製塩業の変遷

1) 製塩技術の変遷

ここでは公益財団法人塩事業センターのウェブページに掲載された情報を中心に、製塩技術の変遷について概述する。なお製塩技術やその変化に際しては、地域によって必ずしもその順を経ているわけではないことをあらかじめ記しておく。

先述のとおり、岩塩を採取することができない日本においては、海水から塩を取り出すことで製塩作業がなされた。製塩作業は採かん(採鹹)工程と煎ごう(煎熬)工程に大別でき、前者は海水を濃縮して塩分を多く含んだかん水(鹹水)を作る作業、後者はかん水を煮詰めて塩の結晶を取り出す作業を指す。まず採かん工程についてみると、地域によっても異なるが、かつては海藻に海水を振りかけて乾燥させ、これを焼いてその灰に海水をかけることでより濃い塩水を作るという「藻塩焼き」の手法が用いられた。鎌倉末期頃の14世紀に入ると、海岸部の陸地を平坦にならして粘土地盤で固めた塩田が各地にみられるようになった。塩田には砂が撒かれ(以下、撒砂)、ここに海水をかけた後、太陽光や風によって水分を蒸発させて撒砂に塩分を付着させる。水分の蒸発を促進させるためには、人力によって撒砂をかき起こす作業も必要であった。この砂を沼井(ぬい)と呼ばれる井戸状の装置に投入し、海水を投入することで塩分濃度の濃いかん水が製造される仕組みである。当初は人力で海水を汲み上げる「揚浜(あげはま)式塩田」が主であったが、やがて潮の干満差を利用して塩田に海水を引き込む「入浜(いりはま)式塩田」の手法が開発された。この手法では、海水が砂地の塩田に浸み込み、毛細管現象によって塩田上の撒砂に塩が付着する仕組みであるため、海水を人力で汲み上げる作業が簡略化された。入浜式塩田は江戸初期から造成され始めたとされ、1950年代半ば頃までの300年超、日本における製塩業の採かん工程の主たる技術として継続した。揚浜式塩田、入浜式塩田のいずれも、塩田上での水分蒸発が重要となるため、晴天の日が多く雨量が少ない地域が製塩業の好適地となった。

1950年代半ばからは、「流下式塩田」が新たに採用

され始めた。この中ではまず、わずかに傾斜の付いた地面に海水を流して水分を蒸発させ、次にこの海水をポンプで汲み上げて竹の枝で作った枝条架(しじょうか)にかけて滴り落とす手法がとられる。枝条架を滴り落ちる際に風によって水分が蒸発するため、気象条件による制約は減り、周年作業が可能となったほか、塩を撒砂に付着させる工程が不要になったため、労働力は大幅に削減された。そして流下式塩田の普及とともに、入浜式塩田は消滅した。しかし1970年代初頭になると、塩が水中でナトリウムイオンと塩化物イオンに分かれて存在することに着目し、イオン膜を用いてかん水を得る「イオン交換膜法」が採用され、塩田は姿を消すこととなった。

一方、煎ごう工程においては、土や石、鉄を原材料とする釜が用いられた。江戸期から明治・大正期にかけては、鉄を用い、釜の底が広く平坦な「平釜」が一般的であったが、昭和期に入ると釜を密閉式とし、かん水を煮詰める際に発生した蒸気も熱源として利用する「蒸気利用式釜」や、釜の内部の気圧を下げることで沸点温度が低くなることを利用した「真空式煎ごう缶」が導入された。こうした技術革新により、煎ごう工程における製塩量の増加や燃料コストの削減も進んだ。

とくに第二次世界大戦後、製塩技術が大きく変化する中で、煎ごう工程が大規模合同経営方式によって集約・近代化されたのに対して、採かん工程は小規模分散経営が続いていたことから、入浜式塩田から流下式塩田への転換が製塩業の工業的発展に結び付くことが期待された(渡辺・加茂、1960)。また重見(1972)によれば、入浜式から流下式への転換に際して主に課題とされたことは、大部分の塩田労働者の失業に対する補償、多額の設備投資、地主・小作関係の解消の3点であった。

また政策的な背景として、日本においては1905(明治38)年に塩の専売制度が導入され、塩の安定的な供給や価格の規制が国策的に実施されるとともに、生産性の低い塩田の廃止が4回にわたって行われた。すなわち、1910～11(明治43～44)年の第一次塩業整理、1929～30(昭和4～5)年の第二次塩業整理、1959～60(昭和34～35)年の第三次塩業整理、1971(昭和46)年の第四次塩業整理である。イオン交換膜法による製塩業へと転換された1971年以降は、7社のみが国内で海水を用いた塩を生産することとなった。一方で、1997年に塩の専売制度が廃止された後は、独自のこだわりなどをアピールした塩の生産や販売が、全国各地で数多くみられるようになっている。

2) 瀬戸内海沿岸地域における製塩業の展開

瀬戸内海沿岸地域は温暖で降水量も比較的少ないため、塩田による製塩業の好適地であった。また瀬戸内海は交通の要衝でもあり、生産された塩は海運によって大都市部へと供給された。江戸初期に開発された入浜式塩田の手法は、17世紀中に瀬戸内海沿岸の各地に広まったとされる。なかでも瀬戸内海沿岸の旧10カ国の播磨、備前、備中、備後、安芸、周防、長門、阿波、讃岐、伊予における製塩業の発達は目覚ましく、「十州塩田」と称された。生名島の近隣で、3章で述べる瀬戸田塩業組合の立地した生口島(現、広島県尾道市)の場合、1670～72(寛文10～12)年に入浜式塩田が開発され、江戸中期までには約25haもの塩田が整備された。これにより、1825(文政8)年の広島藩領における塩生産高80万俵のうち、竹原塩田(現、広島県竹原市)の20万俵に次ぐ17万俵が生口島において生産されていた。一方で、急速な塩田開発による塩の生産過剰も江戸期には問題となり、冬季を中心に製塩を休止する「休浜法」と呼ばれる方法も18世紀後半にはみられた。このほか、19世紀初頭には煎ごう工程の燃料に石炭が導入され始め、経営コストの削減が図られた(瀬戸田町教育委員会編、1997、47)。

これらのように、とくに江戸期における瀬戸内海沿岸地域の経済活動のなかで、製塩業は重要な一角を担っていたことがうかがえる。明治期以降も瀬戸内海沿岸地域は日本国内における主たる製塩地域の地位を維持したが、前節で述べたとおり、技術の革新や生産性の低い塩田の廃止などによって、塩田自体の数は次第に減少した。1888(明治21)年時点で、瀬戸内海沿岸地域において、愛媛県の島嶼部で主だった塩田が存在したのは、上島町の弓削島、生名島、岩城島、今治市の伯方島、大三島、大島であり(瀬戸田町教育委員会、2004、349)、主要な有人島の多くで製塩業が展開されていた。

3. 上島町とその周辺部における製塩業の発展

1) 瀬戸田塩業組合の設立による製塩業の工業的発展

瀬戸田塩業組合は、1910(明治43)年2月に、「有限責任瀬戸田塩業購買組合」として設立が認可された。設立当時の所属地区は生口島内の旧3町村であり、塩田面積は約60haであった。1912(明治45)年には所属地区が増加し、上島町内の生名島や岩城島もこれに加わり、これ以降、生名島と岩城島は組合解散まで所属地区に含まれている¹⁾。1936(昭和11)年には合同製塩設立準備委員会が発足し、煎ごう工程の集約化が進められた結果、1942(昭和17)年に蒸気利用式釜の設置が許可された²⁾ほか、第二次世界大戦後の1948年には真空式製塩工場が完成し、年間16,900 tの生産規模と

なった。また1954年からは入浜式塩田の流下式塩田への転換工事を組合が中心となって進め、1958年までに所属する全ての地区の塩田において流下式塩田への転換が完了した。この結果、1964年における組合の年間塩生産量は38,592 tと過去最高を記録した。一方で、1950年代後半からはイオン交換膜製塩法に関する研究も組合内で進められたが、最終的には瀬戸田塩業組合においてこの方法による製塩が実現されることはなく、1971年に流下式塩田による製塩が終焉を迎えたのと同時に、組合は解散した。廃止当時の所属地区は広島県瀬戸田町、因島市(現、尾道市)、三原市、大崎町(現、大崎上島町)と愛媛県生名村、岩城村(現、上島町)、上浦町(現、今治市)であり、組合員数は71名であった(太田、1975)。

先述のとおり、第二次世界大戦前後に煎ごう工程の集約化が組合主導で進んだことから、これ以降、瀬戸田塩業組合の所属地区の塩田では採かん工程に特化した製塩業が展開されることとなった。また第二次世界大戦後に組合における生産能力が拡大する中で、1945～54年には、生名島の塩田経営者の一人である村上知祥が組合長ないし理事長となり、製塩業の発展に寄与した。

2) 生名島における塩田の所在とその所有・利用形態

生名島において入浜式塩田が造成されたのは19世紀のこととされ、村上次郎左衛門や村上喜惣兵衛らによって、現在の恵生地区において1.4haほどの塩田造成が1821(文政4)年に開始された(図1)。その後、この塩田は拡張されて南浜と称された。1831(天保2)年頃からは南浜の北側でも塩田造成が始まり、1845(弘化元)年頃までに拡張され、北浜と呼ばれた。さらに同じ1845年頃には、南浜と北浜の中間に中浜も造成された。また、1842(天保13)年からは、村上柳平(助九郎)らが中心となって深浦地区での入浜式塩田の開発も進められ、1番浜と2番浜が整備された。以上の結果、「明治十七年甲申年諸取調進達控」の「興産起業功労者取調書」において村上柳平について記した内容の一部に、「塩田三町九反四畝三歩之地より産出する食塩、額は平年四千石余を製造し得て、該村にては著名の物産也。」(生名村誌編纂委員会編、2004、158-159)との記載がみられる。一方、同じ1884(明治17)年には大規模な台風災害が発生し、島内の塩田も海岸堤の決壊など大きな被害を受けたため、その後最長10年に渡って免税を求めた記録も残されている(生名村誌編纂委員会編、2004、238-247)。このように、明治期において製塩業は島の経済を支える重要な産業であり、塩田の一部が村営化されたほか、最終的には実現されなかったものの、伯方島内の塩田を買収する計画

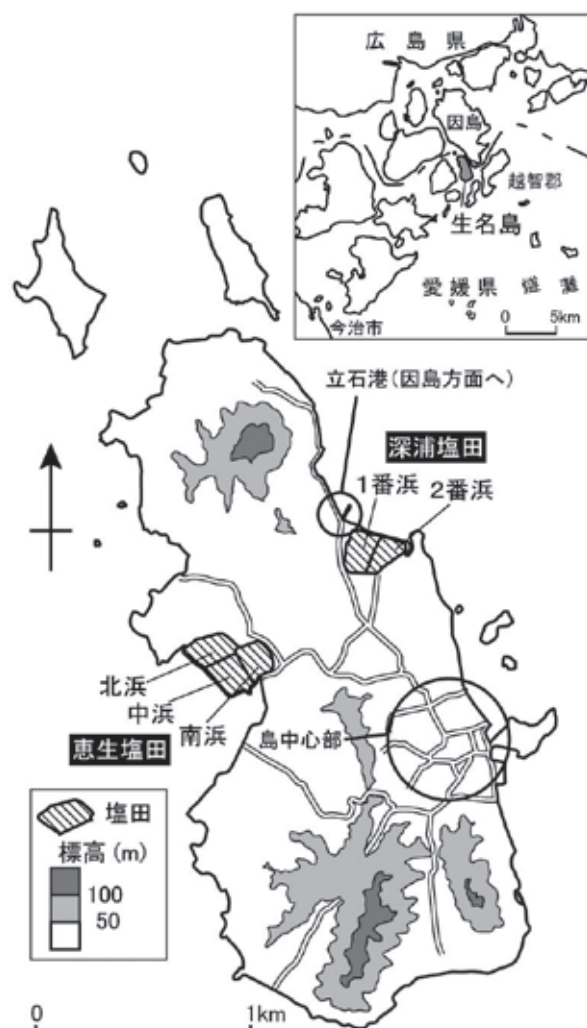


図1 生名島における塩田の分布(1950年代)
(太田(1975)および聞き取り調査により作成)

が村議会で検討されたこともあった。

ただし、島内に複数の塩田が存在したとはいえ、島内の製塩業に必要な就労者数はごくわずかであり、労働人口世代となった島民の大部分は、職を求めて都市部へ移住するか、対岸の因島に立地する造船企業に就職する場合がほとんどであった。明治・大正期頃においては、生名島出身者らが大阪へ渡り、河川の底に堆積した砂利をすくい上げて販売する「砂舟」と呼ばれる就労形態もみられた(生名村誌編纂委員会編、2004、676-679)。

生名島における製塩業は、計5カ所の入浜式塩田に集約されて展開した。すなわち、深浦地区の1番浜および2番浜と、恵生地区の北浜、南浜、中浜である。1971年の塩田整理時点におけるこれらの所有者は、いずれも村上姓のA～D家の4軒(以下、村上A家、のように記述)であり、入浜式塩田の造成に深く関与した家であった。各塩田の所有者のうち、村上A家は村上

柳平らが庄屋を務めた本家筋であり、村上B家はその分家である。また村上C家は村上B家出身者が養子などのかたちで跡を継いだとみられる。村上D家については庄屋であった村上A家の組頭を務めた家の分家筋にあたり、恵生地区での塩田造成の際に当時の当主の名前がみられる。村上A・B・C・D家からはそれぞれ、生名村の村長となる人物が輩出され、地域の中核的な立場を担うほか、瀬戸田塩業組合の組合長を務めた人物も存在した(図2)。

島内の塩田のうち、深浦塩田の1番浜の面積は1町7反4畝23歩(1.73ha)、2番浜の面積は2町3反0畝1歩(2.28ha)であり、経営者はいずれも村上B家と村上C家の2軒であった。また恵生塩田については、北浜が2町8反0畝7歩(2.77ha)で経営者は村上D家、南浜は2町0反6畝7歩(2.04ha)で経営者は村上B家、そして中浜は2町0反6畝24歩(2.05ha)で経営者は村上C家などであった(太田、1975)。瀬戸田塩業組合によって作成された『昭和28年度責任量』(D家史料)では、生名島における5つの塩田における年間奨励金として1,071~1,307円が設定されており、5つの塩田の生産規模にはさほど大きな差異がなかったことがうかがえる。なお、明治期を中心に、塩田の所有には一定の変遷を見ることができるといえる。例えば深浦塩田の1番浜は、明治初期には村上A家が所有していたが、岩城島と広島県加茂郡三津村(現、東広島市)に居住する二者に所有が移った。さらに明治20年代中頃には後者が権利を手放し、半分は前出の岩城島居住者が有

し、残り半分は生名村基本財産となった。その後さらに村上C家が前出の岩城島居住者と共有するようになり、1898(明治31)年からは村上C家の所有となった。他の塩田についても村上A~D家のいずれかがつねに所有していた例は少なく、ある家が所有する塩田を一度売り渡した数年後に再び買い戻すなど、塩田経営をめぐる何らかの経済的・社会的背景が存在したものと推測できる³⁾。

また1953年頃から、流下式塩田の導入を検討した文書が瀬戸田塩業組合より多数発行された様子がうかがえる。この頃に作成された『流下式改良工事実行案』(D家史料)では、製塩業の継続のためには流下式へ転換せざるをえないとの認識が明記されているほか、その先駆けとして1954年3月16日付の『流下式塩田への転換目論見書(元締塩田)』(D家史料)が作成された。さらに1955年には『昭和30年度塩田等改良事業計画概要書』(D家史料)において、転換対象となる塩田とその予算の記載などがみられる。このほか、流下式への転換によって失業を余儀なくされる塩田作業従事者に対する特別退職金などの検討事項や協定案に関する文書も存在した(『退職規定案』(D家史料)、『打切退職金協定案』(D家史料)、『別表 打切退職金支給額』(D家史料))。

なお、1971年の塩田消滅後、恵生地区の北浜の敷地は1981年にエビの養殖場に転換され、現在にいたっている。また中浜の跡地の一部には1975年に特別養護老人ホーム海光園が建設された。同施設は2011年に島東

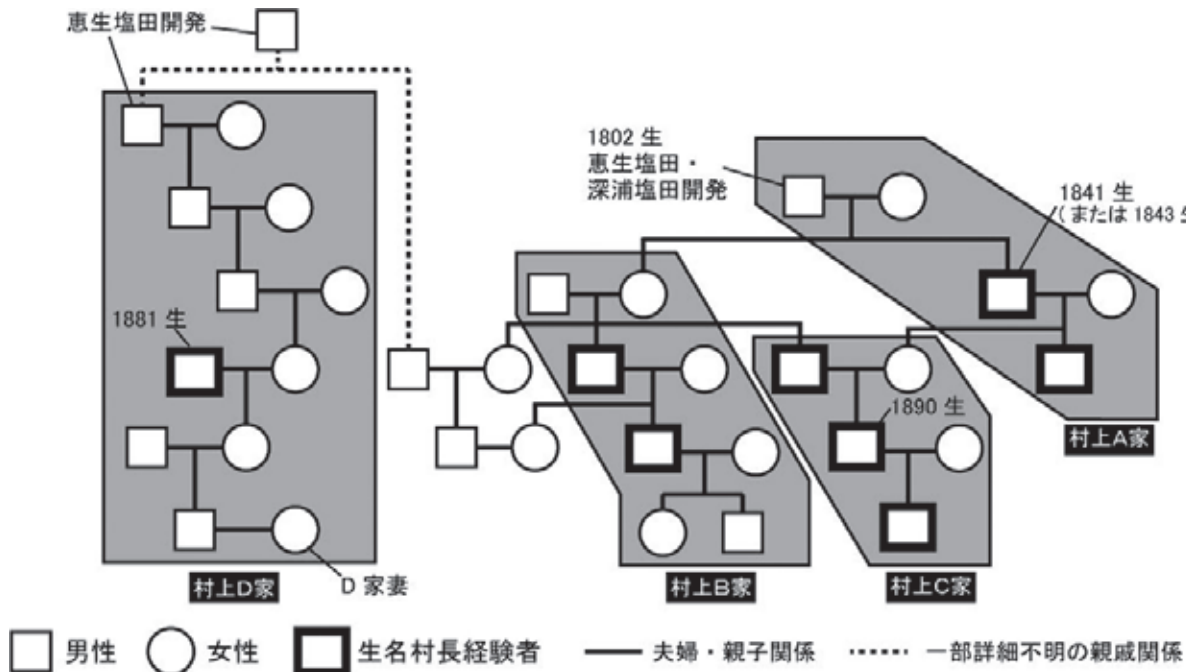


図2 生名島における主な塩田経営者の関係図
(上島町教育委員会提供資料および聞き取り調査により作成)

部に移転開設されたが、旧施設の建物は中浜の跡地に残存している。南浜の跡地は、畑や物置場として利用されている。また深浦地区の1番浜は1977年にグラウンドや駐車場に転用された。2番浜については敷地内に盛り土が置かれているほか、目立った利用はみられない。

3) 塩田経営の事例－村上D家の例－

北浜と称された恵生地区の塩田を所有した村上D家に所蔵されていた史料として、1907(明治40)年に作成された『塩田預受契約證』(D家史料)⁴⁾を入手した。これによれば、北浜は恵生甲2815番地に存在し、貸し出された面積は約2ha(1町9反4畝50歩)である。1907年からの5年間、年730円の小作料によって貸し出される内容となっていた。さらに1932(昭和7)年9月2日付で、12月25日からの10年間、北浜を岩城島出身のM氏に小作人として貸し出す『塩田預受契約證』(D家史料)も確認できた(図3)。この冒頭を転記すると、下記のとおりである。

<p>塩田預受契約證</p> <p>越智郡生名村字恵生甲貳千八百貳拾五番地塩田 (通稱北濱事)</p> <p>一、 塩田反別壹町九反四畝貳拾貳歩</p> <p>一、 建物場所反別壹反參畝拾五歩 但シ附属沼井台、建物及器具、器械共別紙附録書ノ通り</p> <p>一、 此小作料壹ヶ年金壹千五百円也</p> <p>一、 小作年限昭和七年旧拾貳月貳拾五日午後ヨリ昭和拾七年旧拾貳月貳拾五日午前マデ滿拾ヶ年間トス (後略)</p>

(注：原文は縦書き。漢字表記および改行部分は原文どおり)

上記のほか、現金300円を保証金として預かることや、塩田の修繕に関わる費用負担について貸主および借主のそれぞれがどう対応するのかなどに関する詳述がみられた。なお小作料に関しては1937(昭和12)年1月30日付で、年間1,050円に低減することを示した『証明書(小作料申告書ニ添付セシモノ)』(D家史料)も別途存在した。また、上記の契約が終了した1942(昭和17)年12月25日にはただちに、さらに5年間の小作契約が結ばれており、小作料は年間1,300円とされた(『塩田小作契約證』(D家史料))。

第二次世界大戦後の塩田経営の状況について、村上D家から愛媛労働基準局に提出された『昭和27年度労働者災害補償保険 確定保険料報告書』(D家史料)に

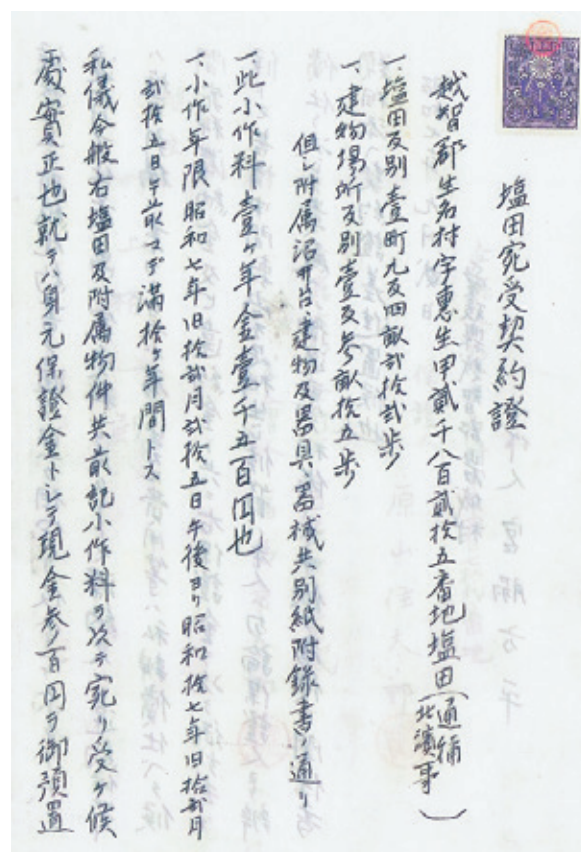


図3 村上D家が所有した北浜塩田の預受契約證(1932年)
(『塩田預受契約證』(D家史料)を部分転載)

よれば、1952年4月1日からの1年間で、常時雇用されていた労働者は10人とされ、業務内容は採かんのみであった。労働に従事したのべ人数は2,560人(1日平均7.0名)で、その賃金総額は656,923円、1人1日あたりの賃金平均額は257円であった。なお、翌年の同報告書では、常時雇用の労働者は10人のままであったが、作業ののべ人数は2,500人と微減する一方、1人1日あたりの賃金平均額は271円と微増している。また、詳細な時期は不明であるが、村上D家の家計の収入状況を記載したメモ書きとして、北浜で得られたかん水の代金から必要経費を差し引いた所得が209,804円であったのに対して、農業で得られた所得は39,800円と5分の1程度にすぎず、塩業からの収入が大きな比重を持っていたことがうかがわれた。

村上D家が経営する北浜の当時の状況については、1953年に瀬戸田塩業組合に対して提出された『塩田増産対策内訳書』(D家史料)に詳細がみられる(図4)。塩田内には5本の水路が設けられ、かん水を貯蔵するタンクが沿岸部に設置されていた。また大工小屋や浜子小屋といった塩田作業従事者の住居も整備されていた。また、入浜式塩田での製塩量拡大に向けた対策として、排水設備の強化のための排水ポンプや

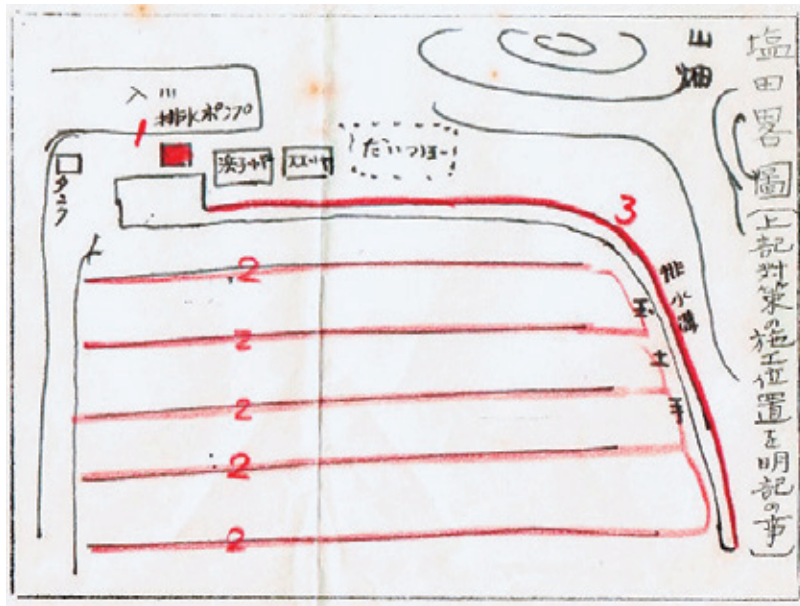


図4 村上D家が所有した北浜塩田の状況(1953年)
(『塩田増産対策内訳書』(D家史料)を部分転載)

モーターおよびモーター小屋の設置のほか、水路の石垣の改築による海水浸透作用の増大などが計画されていた。

1950年代後半から、瀬戸田塩業組合が流下式塩田への転換を進めるのにあわせて、村上D家も新たな設備投資を行った。1958年に所有する北浜の流下式塩田への転換が完了したが、D家妻によれば、このためにおよそ1,000万円の経費を要し、このうち300万円は親族からの借金を当てたという。1971年の塩田廃止後、北浜の土地は村上D家が所有し続けたが、生名島の養殖業者がこの土地を借り、1981年よりエビの養殖場に転換されて現在にいたっている。

ところで、今回聞き取りにご協力いただいたD家妻は、1945年生まれ、今治市出身者であり、大学卒業後の1967年より魚島中学校において英語の教員として勤務した。その際、中学校の当時の校長であった村上D家当主より、瀬戸田塩業組合で勤務していたD家当主の息子との結婚を勧められ、1969年に結婚した。当時の学校教員の月給は2万円程度であったとD家妻は記憶していたが、同時期に村上D家では瀬戸田塩業組合から年間80万円ほどの塩代を得ていたという。しかし結婚後まもなく、生名島における製塩業は終焉を迎えた。現在、D家妻の夫はすでに亡くなり、子ども3名はいずれも他出して島外に住んでいる。他の塩田経営者であった村上A・B・C家の子孫も全て、現在は島外で暮らしていることから、塩田に主に関係する人物のうち、現在も生名島で居住しているのはD家妻のみとなっている。

4. 生名島における塩田作業従事者の労働状況

1) 第二次世界大戦後の入浜式塩田における作業体系
2章でも述べたとおり、入浜式塩田を用いた製塩業では、海水から効率的に水分を蒸発させ、塩分濃度の高いかん水を得ることが重要となる。水分の蒸発が促進されるのは、気温の高い時期や空気の乾燥する時期であるため、夏季はもとより冬季でも製塩作業は実施された。そのため雨天時以外、塩田での作業に決まった休日はほとんど設定されていなかったという。詳細年は不明であるが、瀬戸田塩業組合による大三島を対象とした『塩田年間休日規定(案)(有給休暇)』(D家史料)では、休日の合計は盆や正月、地元の祭り実施日などの計7日分と、採かん作業日を除く毎月2日、といった内容が記されている。また同組合が1951年8月に設定した『塩田従業員賃金表』(D家史料)によれば、賃金の額は役職別かつ時期別に設定されていた(図5)。とくに時期別でみると、11月～翌年2月の賃金は基本給・採かん手当とも最も低く、3～5月と10月は採かん手当のみやや上昇、そして夏場の6～9月には基本給・採かん手当ともに大幅に引き上げられている。時期による採かん量に応じて賃金が設定されていたとみなすことができる。

塩田で用いられる作業器具は塩田の所有者が用意した。塩田で用いる万鋏(まんが)などの器具は、くわを取り扱う店舗から購入された(図6)。1953年当時、万鋏の別称である手引は486円と、浜子が用いる器具の中では高価であった。作業器具を取り扱う業者らは塩用くわ屋組合を設立しており、瀬戸田塩業組合と器具

価格の協定を結んでいたことがわかる。1954年4月の『くわ製品値上げの件』(D家史料)にみられるように、塩用くわ屋組合から瀬戸田塩業組合側に製品の値上げの申し入れを行っていた様子もみられた。

生名島における第二次世界大戦後の入浜式塩田の作業では、煎ごう工程が瀬戸田塩業組合によって集約されたことから、採かん工程のみが5カ所の塩田で実施された。塩田業務に従事する労働者は、浜子と寄せ子の2種類に大別できる。浜子は業務の中心的存在であり、男性に従事する。塩田上の撒砂を、万鋏を用いてかくことで水分蒸発を促進させたり、塩の付着した砂を沼井に入れ、海水を加えることで濃いかん水を作り出す作業を担う。塩田そのものの管理や修繕作業も浜子の仕事である。一方、寄せ子は主に塩田近隣に居住する女性であり、塩分の付着した撒砂を沼井近辺に集める作業などを行う。これらの作業によって得られたかん水は、塩田に隣接したタンクに貯蔵され、定期的に瀬戸田塩業組合の船が集荷に訪れた。1954年に瀬戸田塩業組合が示した『かん水価格表』(D家史料)では、塩分濃度が10~24度のかん水に関する取引価格が詳細に設定されていた。

2) 作業従事者の事例

(1) I氏の例

I氏は1938年生まれで、生名島北西部の大江地区の出身であり、現在までほぼずっと同じ場所に居住している。生名中学校を卒業後、造船関係の職種をめざしたがかなわず⁵⁾、I氏の姉が塩田の寄せ子業務に従事していた縁から、生名島の恵生塩田南浜で塩田業務に従事することとなった。従事してから3年半ほどたった1956年頃に、南浜が流下式塩田に転換されたことを機に深浦塩田の2番浜へ移り、さらに1年半ほど塩田業務に従事した。流下式塩田への転換が完了すると同時に、I氏は塩田業務を辞め、尾道-今治間の客船業務に2年ほど従事した。その後は独学でタグボートの資格を取り、定年となる60歳まで因島の造船工場勤務した。25歳のときに因島出身の女性と結婚した。

I氏の在職当時、南浜の塩田の作業従事者のうち浜子は計5名で、いずれも生名島出身であるが、全員が浜子小屋に住み込みで働いていた。大工さんと呼ばれた棟梁は30歳代半ばで、I氏以外の浜子はI氏より1歳上、3歳上、12歳上の3名であった。夏季の繁忙期になると、40~50歳代の臨時雇用者も従事し、なかに

塩田従業員賃金表

26. 8. 1

期 別	一 期		二 期		三 期	
月 別	11. 12	1 2	3. 4.	5. 10	6. 7.	8. 9
区 分	基本給	採砂手当	基本給	採砂手当	基本給	採砂手当
主 任	265	50	265	70	315	100
副 主 任	235	50	235	70	285	100
三 人 目	210	50	210	70	260	100
四 人 目	190	50	190	70	235	100
五 人 目	170	50	170	70	210	100
上 炊 夫	155	50	155	70	200	100
炊 夫	145	50	145	70	190	100
助 手	150	—	150	—	165	—
補 助 夫	65	—	75	—	90	—

備 考

1. 日雇賃は副主給以下とす
2. 夏入賃は副主給以下とす
3. 欠員手当は副主任の基本給を支給す
4. 二分持は基本給/日分追加支給す
5. 家族手当扶養家族1人に付/ヶ月150系
6. 主任手当/ヶ月500系

図5 塩田業務従事者の主な役割と賃金(1951年)
(『塩田従業員賃金表』(D家史料)を部分転載)

a) 全形：縦横ともに1 m以上の長さがある



b) 塩田面に接触する刃先部分：写真左側が塩田面に接触する部分であり、撒砂をかきやすいよう、金属の刃先が平べったく加工されている



図6 塩田業務で用いられた万鋏
(広島県尾道市の瀬戸田町歴史民俗資料館所蔵のものを筆者撮影(2018年8月))

は岩城島在住者もいた。また、寄せ子は通常4名で、いずれも塩田近辺に住む中年の女性であった。繁忙期には棟梁の家族も寄せ子として従事した。一方、2番浜の作業従事者はほぼ全員が家族で、生名島出身者であった。

I氏が浜子となってから半年程度は、手に複数の血豆ができ、やがて角質化してこぶ状になるため、それをカッターで切り落としていたという。I氏は当時について、「半年くらいは手が痛うて、トロトロすると意地の悪い先輩がコツンと(殴ってくる)」と、当時の

苦労を語った。桶で海水を汲み上げるのも重労働であり、従事した当初は肩からも出血したという。塩田業務に際して、浜子に支給された器具は主に次の4点であった。すなわち、撒砂をかく万鋏のほか、沼井から撒砂を掘り起こすためと撒砂を塩田に撒くための鋤簾(じょれん)が各1点、そして水桶である。

南浜での塩田業務は明け方の人影がようやくわかるくらいの頃から始まり、万鋏で撒砂をかく作業が8時頃まで続いた。朝食後は14時頃まで休憩する。その後、寄せ子が来る前に撒砂に筋を入れ、沼井ごとに集めやすいように目印とする。寄せ子が集めた撒砂を、鋤簾を用いて浜子が沼井の中に入れた後、寄せ子が沼井の中に入って撒砂を水平にならす。この間に浜子は、次に用いる撒砂を塩田に撒いておく。沼井に入れる海水の量は棟梁が判断するが、沼井から出てきたかん水の塩分濃度を計測したうえで、投入される海水量が決定される。この際には、水桶の数で「今日は5つ入れよか」といった発言をI氏は聞いていた。その後、繁忙期には夜の20時頃まで万鋏を用いた作業が続いた。

塩田で用いる撒砂は、おおむね3等分にして利用された。すなわち、①塩分が付着した状態で沼井の中に投入される砂、②かん水製造後に沼井から取り出され、沼井近辺に山積み状に仮置きされる砂、③採かんのために塩田上にまかれる砂の3パターンであり、作業とともにこれらがローテーションされた。使用するうちに撒砂は徐々に減少したため、年2回ほどの頻度で新居浜方面で採取された川砂が供給された。この砂の色は青黒く、塩田の地盤が少し青いものの白っぽい色であったために、容易に判別できたという。

塩田業務で用いる器具の修繕は、業務のない雨天時に主に行われた。例えば万鋏は、砂を効率的にかくために刃先が平べったく加工されているが、塩田との摩擦によって次第に削れてとがってしまう。そのため、刃先を万鋏から取り外し、先端を金づちなどで叩いて平たくするとともに、複数の刃が水平に整っているようにも調整する。I氏はこの作業を、塩田業務5年の中で3回程度経験した。一方で、万鋏以外の器具については使い捨てにすることが多く、新しいものが支給された。なお、雨天時にはほかに、浜子小屋の中で花札などに興じたり、因島の土生地区を訪れて映画鑑賞したりもした。雨天後に業務を再開する際の塩田は、撒砂が地面にべったりと張り付いているため、万鋏でかき起こす作業に非常に大きな労力が必要であったとI氏は回想する。

塩田自体の修繕については、損傷した地盤部分に壁土に芝を混ぜたものを入れて木づちで叩きしめるなどの方法がとられた。また海水を引き込む水路に砂が

入ってしまうため、定期的な掃除が必要であった。一方、沼井はコンクリート製であったため、とくに修繕されることはなかった。かん水を貯蔵するタンクは1台存在し、その高さは2m超、縦横は各10mほどであった。タンクの下部にバルブがあり、かん水はここから取り出されて集荷用の船に移された。またタンク上部には人が通り抜けることのできる大きさの出入口が存在し、1年に一度タンク内部に入り、破損部分に粘土を敷き詰める補修作業が行われた。

浜子の業務は重労働であったが給料は高く、I氏と同年代で造船所勤務していた者の倍ほどはあったとI氏は記憶している。当時は造船業が不況であったため、造船所勤務を辞めて浜子になる者もいたという。ただしI氏は、家計を支えるために給料のほぼ全額を実家の生活費に充てていたため、当時の暮らしぶりが豊かであるとの実感はなかった。

(2) H氏の例

H氏は1939年生まれで、生名島北東部の深浦地区の出身である。生名中学校を卒業する1954年に、当時、同校の教員であった村上D家当主より、同家が経営する恵生塩田北浜で働くよう勧誘を受け、浜子として塩田業務に従事した。1958年に北浜が流下式塩田に転換されたために退職し、その後は親戚の建設会社の従業員などとして働いた。22歳で結婚し、現在は子が3名、孫が4名いる。

塩田の作業従事者は住み込みで働き、ほぼ毎日、早朝4時から日暮れまで塩田での作業に従事した。H氏が従事した北浜での作業スケジュールは、起床後まもなく2～3時間程度塩田業務に従事し、休憩を兼ねた食事の時間を1時間程度挟んだ後、再び2時間程度の作業が行われた。このため、作業終了後の夕食も含めると、1日4回の食事がとられた。H氏は従事者の中で最も作業経験の少ない新入りであったため、塩田での作業が終わった後も、風呂呂焚きや水汲み、食事当番にも従事した。毎日の業務は肉体的に極めてハードであったが、作業を続けるうちに首周りの筋肉は大きく発達した。またH氏の月収は、当時の造船所の班長クラスが支給されていたという13,800円と同程度に達したほか、夏季には能力給がつくこともあった。

H氏が従事した当時、北浜では他に5名の浜子があった。作業を管理する棟梁は大工さんと呼ばれ、伯方島から家族連れで赴任していた先述のM氏であった。他の浜子はいずれも男性で、40～50歳の者が多かった。このうち2名が生名島の出身者であった。寄せ子は昼過ぎから業務に従事し、繁忙期には10名ほどが従事した。

撒砂を塩田上に撒く際のコツとして、幅20cm、長

さ30cmの刃の付いた鋤簾で撒砂をすくい上げ、大腿部をテコにしながら手首を返して均等に撒く方法をH氏は記憶している。すなわち「(砂を撒くときには)ぶっと、(手首を)こう回さな。だから腕の力が相当いるわけよ。こうやって、どっと(鋤簾を)砂に食い込ませて、それをさっと撒く」とH氏は語った。これにより、撒砂が塩田上に固まることなく撒かれ、その後の万鋤による作業を効率的に行うことができた。

5. おわりに

本稿では、愛媛県上島町における製塩業の歴史やそれに関わる習俗・記憶などを、地域が歩んできた足跡や今後の地域振興のための資源と位置づけ、町内で最後まで塩田が存在した生名島を対象として、主に20世紀の塩田経営・業務の特色について分析した。

生名島において入浜式塩田が造成された時期は19世紀に入ってからと、瀬戸内海沿岸地域のなかでは後発であったが、造成後は島の経済や雇用を支える重要な役割を果たした。塩田の造成や経営には、島内の庄屋や村長を担う立場にある、島の中心的人物(家)が携わったが、実際の塩田業務には塩田経営者は従事せず、契約による小作人が業務の主体となる場合もあった。塩田業務には、生名島の住民のみならず、近隣の島々の出身者が生名島に移り住んで従事するほど、製塩業は重要な産業とみなされていた。製塩業を通じて、生名島に限らず、近隣の島々も含めた人の往来や、かん水などの製品の輸送が展開されていた。すなわち、島内での産業基盤が弱い中、従事者数自体は少数ではあるものの、製塩業は生名島の経済や生活を成立させ、雇用機会を創出する役割を長らく果たしてきたといえる。

また、塩田跡地は現在、全く別の用途に転用されているが、敷地自体は細分化されておらず、塩田当時の広がりを見ることが出来る。こうした場所で実際に浜子として塩田業務に従事した住民からの聞き取りを通じて、当時の塩田の様子や塩田業務に関わる人々の生活に関する詳細な情報を得ることができた。現在および今後の製塩業において、塩田を用いた塩づくりが再び一般的な形態となることは考えにくいことから、当時の様子を伝える生の声を記録できた点でも、本稿には一定の資料的価値が存在するものと考えられる。

一方で、上島町内では岩城島においても生名島と同じく1971年まで塩田が存在していたことから、本稿と同様に今後調査を進める必要がある。また、製塩業に関わる上島町内での今日のような取り組みの中で、本稿による調査成果を活用するための手法についても考察が必要である。こうした検討のほか、冒頭で取り上げた上島町内での発掘調査等との連携を通じて、上

島町における製塩業の歴史を一連の流れとして整理・明示し、地域の資源として保全・活用できるよう、引き続き調査・研究を進めたい。

謝辞

本稿を作成するにあたり、ご協力賜りました方々に厚く御礼申し上げます。とくに愛媛県越智郡上島町教育委員会の有馬啓介様、曾根大地様には、現地での調査活動に際して、関係各位のご紹介や調査に同行してのご助言などを賜りました。また元生名村誌執筆担当者の村上寛仁様には、原稿内容に関する有益なご示唆を賜りました。記して御礼申し上げます。

注

- 1) 岩城島の岩城新浜については1954年の加入とされる。
- 2) ただし、これ以前の1939(昭和14)年に、生口島の南生口と生名島、岩城島の塩業経営者が加盟していた生口製塩工業組合が蒸気利用式製塩釜を導入し、17戸の合同煎ごうを始めたとの記録もある(瀬戸田町教育委員会編1998, 114)。
- 3) 塩田所有の変遷に関する内容は、上島町教育委員会への聞き取りで得た情報をもとに整理した。
- 4) 実際の当該史料においては、本文中で「預」と記した部分について「『うかんむり』の下に『死』」と見られる文字が記されているが、こうした文字は存在しない。史料中の文言を判断材料として検討した場合、塩田の小作人となる人物が塩田経営者より塩田を預かり受けるとの解釈が妥当であると考えられるため、本稿では該当部分の文字を「預」と記載することとした。史料中の記述については図3を参照。
- 5) 当時、I氏や後述のH氏と同年代の者はおおむね造船所に勤務することが多く、浜子となる者自体が少なかったという。

参考文献

- 生名村誌編纂委員会編(2004)：『生名村誌』生名村。
井口琢人・石原幹也・木佐貫由佳・白川莉子・高須絵名・野島芽衣・堀内祐介・山田更加・寺谷亮司(2013)：愛媛県上島町弓削地区におけるまちづくりと飲食文化・産業。地域創成研究年報, 8, 53-68。
愛媛県越智郡上島町教育委員会編(2018)：『愛媛県越智郡上島町宮ノ浦遺跡Ⅲ - 第6次・第7次発掘調査報告 -』。
太田 保編(1975)：『瀬戸田塩業の足跡』瀬戸田塩業組合。
喜田栄次郎(2000)：(生名村)東村上家の塩田経営 - 明治

39年から明治42年までの深浦壺番濱について(瀬戸内海および周辺地域における流通と交通の発達 生名・生口・岩城島等の芸予諸島を中心として)。岡山商大社会総合研究所報, 21, 39-46。

喜田栄次郎(2002)：生名村の塩田経営の実態(美登屋村上家の事例) - 明治45年から大正4年までの深浦壺番濱について(瀬戸内島嶼部の独自性と周辺地域との交流について)。岡山商大社会総合研究所報, 23, 46-53。

塩事業センター(2004)：『市販食用塩データブック』。

重見之雄(1972)：流下式塩田への転換と塩業者の対応。人文地理, 24, 620-642。

重見之雄(1984)：『瀬戸内塩田の経済地理学的研究』大明堂。

重見之雄(1993)：『瀬戸内塩田の所有形態』大明堂。

瀬戸田町教育委員会編(1997)：『瀬戸田町史 資料編』。

瀬戸田町教育委員会編(1998)：『瀬戸田町史 民俗編』。

瀬戸田町教育委員会編(2004)：『瀬戸田町史 通史編』。

福井喜彦(2009)：瀬戸内海地域の伝統産業を生かした日本史学習のモデル開発 - 「瀬戸内十州塩田」から観る日本社会の製塩業 -。愛媛大学教育学部紀要, 56, 141-156。

堀内祐介・野島芽衣・亀井さやか・黒田義久・白岩優愛・武智賢太郎・内藤有紀・山下奈美・淡野寧彦・寺谷亮司(2014)：愛媛県上島町弓削島における第一次産業と食文化。地域創成研究年報, 9, 111-134。

山内 譲(1985)：『弓削島荘の歴史』弓削町。

山下 恭(2014)：日本史教育の研究：日本塩業史の研究 成果と教材化への視点。甲南大学教職教育センター年報・研究報告書, 2013年度, 29-39。

渡辺則文(1960)：『広島県塩業史』広島県塩業組合連合会。

渡辺則文・加茂 詮(1960)：瀬戸内鹽業の發展(「日本資本主義成立期の諸問題」：四國地方を中心として)。社会経済史学, 25, 516-536。

塩事業センターウェブページ(日本の塩づくりの歴史)：
<http://www.shiojigyo.com/siohyakka/made/history.html> (最終閲覧日：2018年11月18日)

本稿で用いた村上D家提供史料

- 『塩田預受契約證』(1907年)
『塩田預受契約證』(1932年)
『証明書(小作料申告書ニ添付セシモノ)』(1937年)
『塩田小作契約證』(1942年)
『塩田従業員賃金表』(1951年)
『昭和28年度責任量』(1953年)

- 『塩田増産対策内訳書』(1953年)
『昭和27年度労働者災害補償保険 確定保険料報告書』
(1953年)
『昭和28年度労働者災害補償保険 確定保険料報告書』
(1954年)
『流下式改良工事実行案』(1954年)
『くわ製品値上げの件』(1954年)
『流下式塩田への転換目論見書(元締塩田)』(1954年)
『退職規定案』(1954年)
『打切退職金協定案』(1954年)
『別表 打切退職金支給額』(1954年)
『かん水価格表』(1954年)
『昭和30年度塩田等改良事業計画概要書』(1955年)
『塩田年間休日規定(案)(有給休暇)』(作成時期不詳)

愛媛大学社会共創学部紀要編集委員会に関する内規

[平成28年9月1日制定]

(設置)

第1条 愛媛大学社会共創学部(以下、学部)に、紀要編集委員会(以下、委員会)を置く。

(審議事項)

第2条 委員会は、紀要の編集・発行に関して必要な事項を審議し、実施する。

(組織)

第3条 委員会は、学部の各学科より選出された教員各1名をもって組織する。

2 前項の委員の任期は1年とし、再任を妨げない。ただし、委員に欠員が生じた場合の後任者の任期は、前任者の残任期間とする。

3 委員会が特に必要と認めるときは、委員会が指名する者を委員として加えることができる。この委員の任期は委員会が定める。

(委員長)

第4条 委員会には委員長を置き、委員の互選により選出する。

2 委員長は、委員会を招集し、その議長となる。

3 委員長に事故あるときは、委員長があらかじめ指名する委員がその職務を代行する。

(議事)

第5条 委員会は、委員の3分の2以上の出席がなければ議事を開くことができない。

2 議事は、出席した委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、委員長の決するところによる。

(代理者)

第6条 第3条第1項の委員が委員会に出席できないときは、委員長に申し出て代理者を委員会に出席させることができる。この場合において、代理者は同項の委員とみなす。

(委員以外の者の出席)

第7条 学部長は、委員会に出席することができる。ただし議決には加わらない。

2 委員長が必要と認めるときは、委員以外の教職員を委員会に出席させることができる。ただし、議決には加えない。

(報告)

第8条 委員長は、委員会で審議した事項について、その結果を学部長及び企画運営委員会に報告しなければならない。

(書記)

第9条 委員会に書記を置き、委員の互選によって選出する。

2 書記は、委員会の議事録を作成し、委員長の確認を経た上で、議事録を保管する。

(雑則)

第10条 この内規に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員会が定める。

附則

この規程は、平成28年9月1日から施行する。

愛媛大学社会共創学部紀要投稿規定

[平成28年9月1日制定]

愛媛大学社会共創学部紀要(以下、紀要)を、愛媛大学社会共創学部(以下、本学部)の教員などの研究成果等を発表するために発行する。紀要の編集・発行等の業務は、愛媛大学社会共創学部紀要編集委員会(以下、編集委員会)がこれを行う。

1. 投稿の資格

投稿者は本学部教員に限る。共著者については、本学部教員以外の愛媛大学所属者を含んでもよい。また、特段の事情によって愛媛大学に所属しない共著者を含める場合は、事前に編集委員会の了承を得るものとする。

2. 原稿の作成

1) 執筆の方法

原稿は、別途定める執筆要領に基づき、執筆するものとする。

2) 使用言語

原稿は、和文または英文とする。特段の事情によって他の言語を用いる場合は、事前に編集委員会の了承を得るものとする。

3) 論文の種別

(1)論説

学術的に価値ある研究成果をまとめたものとし、未発表のものに限る。

(2)フィールドワーク・インターンシップ実践報告

社会共創学部における教育活動ないし地域貢献などを目的に実施したフィールドワークやインターンシップの実践例をまとめたものとする。

(3)資料・学部記事

上記種別の他、学術・教育上、あるいは地域貢献などに関わる内容で、本学部の運営に寄与すると編集委員会が認めたものとする。

4) ページの上限

「論説」は完成原稿でA4版12ページ、「フィールドワーク・インターンシップ実践報告」「資料・学部記事」は同5ページを上限とする。特段の事情によってこれを超過する場合は、編集委員会の了承を得るものとし、超過分の経費は著者負担とする。

5) 論文の審査

「論説」原稿の採否は、編集委員会が選出する査読者による審査を経た後、紀要編集委員会が決定する。

6) 校正

校正は、原則として著者自身が行うものとする。

3. 発行

1) 論文の公開

論文は全て電子ファイル化したものを完成原稿とし、このファイルを本学部ホームページ上に公開した時点をもって紀要の発行とする。紀要全体の印刷媒体は発行しない。また、紀要の発行は、原則として年2回とし、第1巻1号、第1巻2号のように表記する。

2) 著作権など

著作権は、掲載受理された段階で愛媛大学社会共創学部に帰属するものとする。

附則

この規定は、平成28年9月1日から施行する。

愛媛大学社会共創学部紀要執筆要領

[平成28年9月1日制定]

[平成29年4月20日一部改定]

1. 使用言語は、原則として日本語あるいは英語とする。

2. 記載順序

原稿は、題目(和文及び英文の両方)、著者名(フルネーム、日本語及び英語の両方)、著者の所属(社会共創学部教員は学科名、それ以外の者は正式な所属機関名とし、日本語および英語の両方の名称を記入する)、要旨(和文は400字程度、英文は150語程度)、キーワード3～5語(日本語及び英語の両方)、本文、引用文献の順に記入する。謝辞などを記入する場合は、引用文献の前に入れる。

3. 体裁

句読点の種類は「、」と「。」とする。章節項などの構成、図表の体裁、注釈の付け方、引用文献の記載方法などは、著者が所属する学会等が定める形式に従うものとする。なお、刷上り原稿は、A4サイズ2段組のレイアウトとなる(題目、要旨などを除く)。

4. 図および表

本文の内容に沿った図および表を原稿に含めることができる。写真については、原則として図に含める。

5. 原稿の提出方法

第2～4条に沿った打出し原稿1部を、紀要編集委員会が定める期日までに提出する。なお、著者自身が完成原稿の体裁に整える必要はない。原稿が受理された後、原稿の電子データ等一式を紀要編集委員会に提出する。

6. 投稿規定第2条第4項に定めるとおり、刷上り時のページ上限を上回る際の超過分の経費は著者負担とし、その額は必要な経費に応じて紀要編集委員会がそのつど決定する。

紀要編集委員

委員長	准教授	羽鳥 剛史 (環境デザイン学科)
委員	教授	八木 秀次 (産業イノベーション学科)
委員	准教授	淡野 寧彦 (地域資源マネジメント学科)
委員	准教授	広垣 光紀 (産業マネジメント学科)

愛媛大学社会共創学部紀要

Journal of the Faculty of Collaborative Regional Innovation,
Ehime University

第3巻第1号 (Vol. 3-1)

2019年3月

発行

愛媛大学社会共創学部

〒790-8577 愛媛県松山市文京町3番

電話 089-927-8927