

令和 4 年 5 月 31 日現在

機関番号：15501

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2017～2021

課題番号：17K03271

研究課題名（和文）活性化する贈与経済についての人類学的研究

研究課題名（英文）An anthropological study of the revitalized gift economy

研究代表者

山口 睦（Yamaguchi, Mutsumi）

山口大学・人文学部・准教授

研究者番号：70547702

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 1,900,000円

研究成果の概要（和文）：20世紀前半から現代まで通時的に災害支援としての贈与を検討することにより、日本社会における公的贈与についてより深い理解がもたらされた。主に災害支援を契機とした婦人会や少年赤十字の活動、現代における手作り復興商品など多様なチャンネルを通じて、日本社会において贈与経済が活性化する様相が明らかになった。これらの公的贈与によって築かれる人間関係は、贈与者が匿名かどうかにより個別の人格の関係性に発展するかいなか左右される。災害支援を契機として新たな人間関係が築かれている様子が浮かび上がった。

研究成果の学術的意義や社会的意義

日本国内においては、東日本大震災以降、多くの学問分野において災害研究が盛んになった。災害支援についての研究は多々あるが、文化人類学における贈与論の立場から災害研究を行ったものは欠如してきた。本研究により、文化人類学の贈与論から災害支援を分析する視角が得られた。自発的に無償で行われる公的贈与は、古くは、貧者や社会的弱者への寄付行為、宗教的寄付行為などがあったが、現代に至って国外や国内の不特定多数の人びとに対する慈善行為（献血、臓器提供、寄付、ボランティア）として更に展開している。近代化の中で日本社会において多様な展開を見せる公的贈与の具体的な様相について示したところに本研究の社会的意義がある。

研究成果の概要（英文）：From the first half of the 20th century to the present day, the consideration of gifts as a response to disasters has provided a deeper understanding of the role of public gift-giving in Japanese society. Japan's gift economy has recently been revitalized through various channels, including the activities of women's associations, the Japanese Junior Red Cross, and modern handmade reconstruction products, as a mechanism of disaster relief. Individual personal relationships may develop as a result of these public gifts, depending on whether the donors maintain their anonymity. New human relationships may thus be established as a result of the opportunities offered by disaster relief measures.

研究分野：文化人類学

キーワード：公的贈与 災害支援 東日本大震災 少年赤十字 婦人会

## 1. 研究開始当初の背景

日本社会は地震や津波、台風、火山噴火など様々な自然災害を経験してきた。そうした自然災害が起きたとき、被害を埋め合わせるために、被災地や被災者に向けて膨大な労働力、物資、資金が注ぎ込まれる。災害時の互助行為は公助、共助、自助に分けられる。伝統的な互助組織であるユイモヤイは、災害時に共助として機能し、村落共同体の構成単位であるイエを基本としていた(恩田守雄 2006『互助社会論』世界思想社)。戦中の強制互助組織化、生活の近代化、都市化を経て地域社会を土台とした共助領域は縮小した。その隙間を埋めるように 1990 年代、阪神淡路大震災を契機としてボランティア活動が活発化し、特定非営利活動促進法の制定などを経て、日本社会にボランティア活動、NPO 法人など新たな共助領域が勃興した。

この一方で、平時においては利益至上主義の資本主義経済では解決できない社会問題を解決する活動として、ヨーロッパでは 1970 年代からソーシャル・ビジネス、コミュニティ・ビジネス、社会的企業 (social enterprise) などが盛んになり、制度として整えられてきた(現代公益学会編 2015『東日本大震災後の協同組合と公益の課題』文眞堂)。

文化人類学においては、長年主たる研究対象としてきた非欧米諸国の贈与経済と市場経済を対比的に捉える見方から、両者が併存する二重経済論が論じられるようになった(山口睦 2012『贈答の近代』東北大学出版会)。贈与行為は、個人を中心とする私的な人間関係を維持するための「私的贈与」と国外や国内の不特定多数の人々に対する慈善行為としての「公的贈与」がある(伊藤幹治 2011『贈答の日本文化』筑摩書房)。本研究は、この贈与論の立場から新たな共助領域の分析を試みたものである。

たとえば、東日本大震災後の被災地において女性を中心とした手仕事のスモールビジネスが多く興った。宮城県東松島市には、ソックモンキー「おのくん」を製作、販売する団体がある。全国から靴下や綿が寄付されており、個人の支援者の他に、イオンモール株式会社、靴下メーカー、靴下問屋なども協力している。さらにおのくんを購入することは「里親になる」と表現され、里親(購入者)がおのくんを連れて、東松島市小野駅前の仮設を訪ねることを「里帰り」と表現する。購入は、仮設集会所か FAX を通じた予約販売のみである。この仕組みが、購入者が東松島市を訪れる機会をつくり、地域の経済活性化や震災への理解をもたらし復興ツーリズムを促している。このように復興ビジネスでは、生産プロセスにおいて贈与行為が機能し、購入者と生産者の人格的つながりが導かれ、震災後の地域社会への良い波及効果がみられる。つまり、災害支援を通して現代日本社会では贈与経済が活性化しているのである。

近現代日本社会の災害支援の事例を検討することにより、市場経済社会の中において活性化される贈与経済の在り方、災害後の新たなコミュニティの生成プロセスが明らかになると考える。

## 2. 研究の目的

本研究は、近現代日本社会を中心とする国内外における災害支援、被災地における復興ビジネスを事例として、世界的に活性化される贈与経済の様相と、そこで生まれる新たなコミュニティの生成過程を明らかにしたものである。

本研究は、大きく以下の 3 課題からなる。

### (1) 災害支援と地域間贈与：国内

報告者の関西婦人連合会による災害支援の分析において(山口睦 2016「災害支援と贈与—20 世紀前半の婦人会活動を事例として」岸上伸啓編『贈与論再考』臨川書店)、1923 年の関東大震災時には、関西婦人連合会が主体となり、1934 年の関西風水害(室戸台風)時には、東京婦人連合会が主体となり相互に支援し合う体制が見られた。新聞記事上においても、「11 年前関東大震災当時関西地方の人々からどんなに温い同情と救援を受けたかを想起し報恩の志と同情とを籠めて」(東京朝日新聞 1934.9.28)と表現されるように、災害支援においては、「被災地」がひとつの共同体として現れ、次なる災害においては支援の主体となる事例がみられた。本課題においては、東京婦人連合会、日本キリスト教婦人矯風会による災害支援活動を分析し、20 世紀前半の日本社会における地域間贈与の事例の分析を進めた。

### (2) 災害支援と地域間贈与：国外

NPO 団体 AARJapan (日本難民を救う会) では、1992 年に内戦終了直後のカンボジアの子どもたちへ支援物資を贈る「愛のポシェット運動」を展開した。全国に呼びかけ、布製の巾着に文具屋や日用品を詰めて贈るというもので、これのヒントとなったのは、同会代表が実際に受け取った、戦後アメリカの青少年赤十字から日本の児童に贈られた「ギフトボックス」だったという。日本の慰問袋にも通じるこれらの支援活動は、時間や国境を越えて、善意の呼応性、連続性がみられる。単なる支援金ではなく、人々が手ずから作ったり、用意して詰めるという行為にはどのような意味、機能があるのか。これらの国境を越える支援活動に、人々はどのように関わり、活動していたのか、文献調査、インタビュー調査によって明らかにした。

### (3) 復興ビジネスと新たなコミュニティ

東日本大震災後に、女性への支援や地域社会の復興を目的として、女性を中心とした手仕事のスモールビジネスが多く興った。その多くは、材料や商品デザイン、販路などに外部者による支援が注がれている。震災後 10 年を経て、活動停止する団体から株式会社化する団体まで多様なプロセスを辿っている。これらの復興ビジネスは、どのように興り、継続的な事業へと成長し、地域社会に新たなコミュニティを形成するか。また、生産者 (= 被災者)、消費者 (= 支援者)、流通 (= 仲介・支援団体) などのアクターがどのように機能しているのか分析した。

### 3. 研究の方法

本研究は、20 世紀以降の日本社会を中心とする災害支援や、国境を越えた支援活動の応酬について、歴史的側面の検討と現地調査という人類学的手法により明らかにした。

課題内容に応じて以下の方法をとった。(1) に関しては、婦人団体の広報誌(復刻版)を分析した。また、(2) に関しても少年赤十字の広報誌の分析を行った。いずれも支援や交流に関する記述を抜き出し、図表化し、記述内容を分析した。

さらに(2)(3)については、関係団体へのインタビュー調査を行った。組織の結成状況、組織情報、活動状況について関係者から情報を得た。調査地は、東日本大震災の被災地である宮城県、岩手県、福島県、他に兵庫県、熊本県、海外調査として、台湾において実施した。現地調査においては、具体的な支援の把握、各行為者の動機の把握という 2 つの課題を設定し、フィールドワークを実施した。また、災害支援、東日本大震災、復興ビジネスに関連する新聞資料、雑誌記事、インターネットなどの関連資料の分析も行った。

### 4. 研究成果

課題(1)については、東京婦人連合会の広報誌『連合婦人』(1928-1942)のデータ収集、分析を終えた。東京婦人連合会の災害支援活動については、1923 年の関東大震災から始まり、伊豆地震(1930)、北海道水災(1932)、昭和三陸津波(1933)、函館大火(1934)、関西風水害(1934)、朝鮮風水害(1936)などがあった。主な支援内容は、募金であるが、他に託児所の解説、保母派遣、慰問袋の募集・寄付、衣類の募集・寄付などがあった。日本キリスト教婦人矯風会の広報誌『婦人新法』(1888-1958)については、1888 年から 1924 年までのデータを収集した。今後、未収集の分を閲覧、両者の活動について分析する予定である。

課題(2)については、学会発表 1 回、論文発表 1 本を行った。国際赤十字社は、北イタリアで起こったソルフェリーノの戦いに遭遇したスイス人実業家アンリ・デュナンがその悲惨さに衝撃を受けて、戦争や国家を批判することなく戦うことができなくなった戦傷兵、戦病兵を敵味方の差別なく救護する人道団体を設置しておくことをめざして 1863 年に設立された。日本では、西南戦争を機に 1877 年博愛社が設立された。少年赤十字は欧米における児童・生徒の活動からはじまる。第一次世界大戦時に、カナダ、アメリカ、オーストラリア、イタリアで児童・生徒が戦時中の軍隊慰問や赤十字事業に参加する組織が結成され、その後国際救援の重要さと国際的視野の拡大という教育効果が認められ活動が継続、再組織化された。日本では、1922 年に初の少年赤十字団が滋賀県で結成された。日本青少年赤十字の機関誌である『青少年赤十字』は、1949 年 1 月に創刊され、1971 年 8 月発行の 195 号をもって後継誌に引き継がれる。誌上において確認される贈与機会としては、戦災、自然災害(水害、火事、台風)、外来祝祭(サンクスギビング、ハロウィン)がみられた。贈与形式としては、ギフト・ボックス、スクールチェスト、ギフトバック、慰問袋がある。贈与対象としては、国内、国外の子ども、障害者(盲人)、復員兵、傷病兵である。贈与の主体は、アメリカ、カナダ、日本の青少年赤十字の団体やメンバーとなっている。論文「青少年赤十字の贈与活動にみる支援と国際交流」(2021『文学会志』71:1-31)において、以下が明らかになった。

第一に、第二次世界大戦後の戦災支援としてアメリカの少年赤十字団が世界各地にギフト・ボックス、スクールチェストを贈っていたことが明らかになった。発案、作製、送付においてアメリカ少年赤十字が中心的役割を果たしており、その後、たとえばドイツや日本などの受け取った側の国が贈る側になる事例が確認できた。さらに、アメリカから贈られてきた初発のギフト・ボックスへの日本からの直接の返礼も盛んに行われていたことも確認された。

第二に、戦災支援がひと段落したのちに、各国における自然災害への支援が行われていたことが確認できた。水害、火事、台風被害などの自然災害について国境を越えて情報もたらされ、水や食料、医療支援といった喫緊の支援よりも、少年赤十字として子供を対象とした支援が行われていたという特徴がある。これは、大人が行う支援との違いとして少年赤十字団においてよく意識されていた。子供が主体となった子供らしい支援、また、支援を介してはぐくまれる「友愛」「奉仕」「感謝」などが強調された。

第三にこれらの活動が、国際交流を目指して行われたものであるということが指摘できる。ギフト・ボックス、スクールチェストは、1950 年代に盛んにおこなわれたが『青少年赤十字』が終わる 1971 年までに誌上から消える。その後、現代まで引き続き行われているのは、アルバム、グリーティングカードの交換、いわゆる通信交換である。少年赤十字の設立趣意にある「世界平和の為には各国児童互に親睦の情を表し且相互扶援の友情を以て通信の交換を為すことを目的及事業たらしめん」「各国赤十字社少年団の間に於て文書及作製品の交換を為すことに尽力せんことを望む」といった趣旨を貫徹するための活動内容となっている。

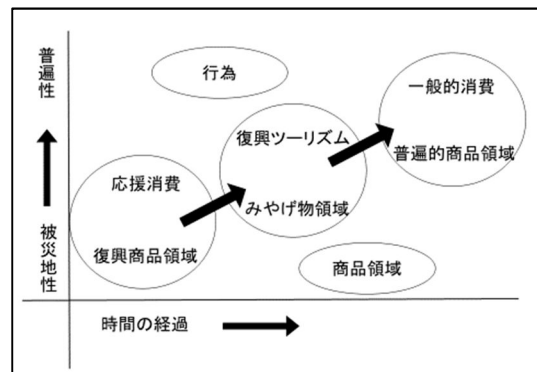
課題(3)については、学会発表1回、論文発表2本、論集発表1本を行った。論文「復興支援と手作り商品の物語」(2019『地域研究』19:1-15)においては、以下が明らかになった。

本論では、東日本大震災後に被災地の女性を中心とした手仕事ビジネスの事業化のプロセスを明らかにし、それらの商品の価値の根源である「被災地性」の在り方や、その中で物語が果たす役割を分析した。本論では、被災地における手仕事ビジネスを彩る物語の事例として、手作り商品を紹介するHP「東北マニファクチュール・ストーリー」、手編みセーター販売会社気仙沼ニッティングを取り上げた。また、前提となる手作り商品を取り巻く状況として、フリーマーケットや手作り市の登場といった場の变化、消費行為の変化としてフェアトレード、倫理的消費について検討した。

これらは震災後に新しく興った手仕事ビジネスであり、産地との結びつきは、製作者が被災者である事実を核として、鹿の角や皮などの原材料の調達や、「漁師町」と手編み文化といった「地域性」の要素によって演出されている。この手作り商品において演出される「地域性」は、みやげ物もっていた地域文化の真正なる表象物という形式に則っている。気仙沼ニッティングにみられるような「被災地限定」販売は、人々を被災地へと旅させる力を持つ。被災地を巡り、被害について学び、防災を意識する復興ツーリズムの中で、「被災者」が作った手作り商品はみやげ物として観光体験に真正性を付与する。商品を手に入れるまでの待ち時間、旅の経験、作り手との交流などの、獲得された物語は、観光経験を意味あるものにする。オーダーメイドのカーディガン、商品に付された作り手の名前、似顔絵、屋号といった情報は、手作り商品をさらに個別化する仕掛けとして働いている。

次に、論文「手作り復興商品にみる被災地性の演出と脱却」(2018『観光学評論』6(2):191-205)においては以下が明らかになった。

本論では1995年の阪神淡路大震災、2011年の東日本大震災、2016年の熊本地震における手作り復興商品の事例を分析した。図は、松井健のネパールみやげの事例をもとに筆者が作成した領域変化の図を土台に、時間軸と商品領域の被災地性・普遍性の軸を設定し、手作り復興商品の動態をあらわしたものである(松井健2012「スーヴニールの交錯とダイナミズム」248頁、松井健・野林厚志・名和克郎編『生業と生産の社会的布置』岩田書院)。各領域の下部では、商品領域(復興商品、みやげ物、普遍的商品)を説明し、上部ではそれぞれの商品領域に対応する行為(応援消費、復興ツーリズム、一般的消費)を説明している。縦軸は商品の被災地性と普遍性を表し、横軸は時間の経過を表す。商品が縦軸を上部に移動するほど、被災地性が失われて、普遍性を増す。



商品が縦軸を上部に移動するほど、被災地性が失われて、普遍性を増す。

本図において、たとえば復興商品として成立したひとつの手作り復興商品が、時間の経過とともに右の領域に移る事象が説明できる。ただし、初期の段階でどの領域において商品として成立させるかは、各商品によって異なる。気仙沼ニッティングや熊本の事例のように初めから普遍的商品領域を目指す場合もある。その一方で、神戸の事業のように、利益事業となることを目指さず、復興商品領域にとどまることを選択する場合もある。

いずれにせよ、地震発生から時間が経過するにつれて、復興商品、みやげ物領域の規模が縮小することは確かである。事業として生き残りを目指すなら、各商品は被災地性を脱し、みやげ物領域、普遍的商品領域への移行を促されるだろう。

編著論集『震災後の地域文化と被災者の民俗誌』(2018新泉社)「被災地にみる手仕事ビジネスと新たな社会関係—宮城県を事例として」では、宮城県で東日本大震災後に興った手仕事ビジネスを取り上げ、数量的な把握を試み、東松島市と気仙沼市の二つの事例について事業発足の経緯、発展のプロセス、外部者との関わり、被災前の地域の社会資本がどのように機能しているか、従来のコミュニティへの影響、事業におけるリーダーシップ、震災後6年間の活動の変遷などを比較検討した。中でも、被災地と外部者との関係性に注目して分析を進めた。結論として、以下3点が明らかになった。

震災を契機として発生した新しい手仕事ビジネスは、多様な外部者との関わりの中で生まれてきたことが明らかになった。活動始めのアイデア、技能、原材料、事業運営、IT、流通や販売の補助、代行など多様な外部アクターの「支援」が常に注ぎ込まれていて成り立つ活動であり、外部からの支援は「復興支援」として無償で行われた。コミュニティへの影響としては、各団体において数名から数十名程度の女性の雇用創出、明確な数字は難しいがメディアの注目、訪問者の増加など事業があることによる地域の活性化があげられる。

これらの手仕事ビジネスで売られているモノには、メッセージや名前といった作り手である被災者の情報が付与され、購入者はそれを含めて支援として買うという特徴が指摘できる。本論でみてきたような手仕事ビジネスに関わるアクターは、通常の市場経済における一回限りの貨

幣と商品の交換といった非人格的な交換行為ではなく、生産者と購入者の間に手紙のやりとりや支援品の贈与といった継続的な人格的關係性を築いているといえるのである。その意味で、復興 CB としての手仕事ビジネスは、被災地内のみならず全国や時に世界ともつながる新たな社会關係を築きつつあるといえる。

## 5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計4件（うち査読付論文 4件 / うち国際共著 0件 / うちオープンアクセス 1件）

1. 著者名 山口睦	4. 巻 71
2. 論文標題 青少年赤十字の贈与活動にみる支援と国際交流 戦後の広報誌の分析から	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 文学会志	6. 最初と最後の頁 1-31
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 山口睦	4. 巻 19
2. 論文標題 復興支援と手作り商品の物語 東日本大震災被災地を事例として	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 地域研究	6. 最初と最後の頁 1-15
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 山口睦	4. 巻 6(2)
2. 論文標題 手作り復興商品にみる被災地性の演出と脱却 東日本大震災後を中心とした考察	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 観光学評論	6. 最初と最後の頁 191-205
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 山口睦	4. 巻 15
2. 論文標題 災害支援としての慰問袋：20世紀前半の新聞記事を資料として	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 やまぐち地域社会研究	6. 最初と最後の頁 45-64
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計2件（うち招待講演 1件 / うち国際学会 0件）

1. 発表者名 山口睦
2. 発表標題 日本社会における「贈り物型支援」についての検討――青少年赤十字を事例として
3. 学会等名 日本文化人類学会第54回研究大会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 山口睦
2. 発表標題 おみやげにみる被災地性の演出と脱却―東日本大震災後の宮城県を事例として
3. 学会等名 観光学術学会第5回研究集会（招待講演）
4. 発表年 2018年

〔図書〕 計1件

1. 著者名 高倉 浩樹、山口 睦	4. 発行年 2018年
2. 出版社 新泉社	5. 総ページ数 288
3. 書名 震災後の地域文化と被災者の民俗誌	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
---------------------------	-----------------------	----

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8 . 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------