

# コロナ禍下のフィールドワーク実習

—2020年度「現代社会演習・実習」レポート作品集—

阿南 透\*・川瀬 由高\*\*

## 要 旨

本稿は、コロナ禍で通常のフィールドワークの実施が不可能であった2020年度に、「現代社会演習・実習」の授業で実施した実習の記録である。

この授業ではこれまで、文化人類学と民俗学の視点からフィールドワークの考え方や技法を学ぶことを目的に、大学近隣で質的調査を行ってきた。しかし、その方法が不可能になったため、2020年度はまず、オンライン（ヴァーチャル）フィールドワークと写真調査法による実習に取り組んだ。そのうち学生は各自でテーマを選び単独調査を実施した。その際には感染予防のため、対面接触を避けるか、家族等に対象を限定するなどの対策を施して実施した。本稿はその中から学生5名の調査レポートを収録するものである。

これらを通じて、コロナ禍でも一定のフィールドワークが可能であることを示した。また、新たなフィールドワークの可能性を示すことができたのではないかと考える。

キーワード：フィールドワーク教育 コロナ禍 オンライン授業 文化人類学 民俗学

## I. はじめに

本稿は、2020年度、筆者らが担当したフィールドワークの演習・実習授業における教育活動について報告するとともに、同授業における研究成果報告書として提出された5名の学生によるレポートを紹介するものである。

筆者らは2019年度からの3年間、現代社会学科「文化人類学・民俗学コース」の教員として、同コースに所属する2年生向けの授業科目「現代社会演習」および「現代社会実習」を共同で担当してきた。この二科目は、木曜日の午後2コマ

連続で実施する通年科目で、文化人類学と民俗学の双方の視点からフィールドワークの考え方や技法を学ぶことを目的とした、フィールドワークの演習・実習授業である<sup>(1)</sup>。受講生は、一年間の授業を通して、調査計画の立案から実施、そして研究成果の口頭発表と報告書の執筆までを体験的に学習することとなる。本稿第III章に掲載するのは、学生それぞれが自ら行った調査研究の成果の一部である。

フィールドワーク教育という領域には、優れた概説書がすでに数多く存在している<sup>(2)</sup>。多くの場合、それら概説書の主な読者として想定されているのはフィールドワークをこれから行う予定の大学生・大学院生であるが、近年では、フィールド教育を行う教員向けのテキストも出版されつつある[e.g. 箕曲ほか編 2021; 増田・権野編 2021]。本稿も、フィールドワーク教育の実践例の報告であると位置づけられるが、本稿の資料的価値の一

2021年11月30日受付

\* 江戸川大学 現代社会学科教授 民俗学・文化人類学

\*\* 江戸川大学 現代社会学科講師 文化人類学・民俗学

つだと考えられるのが、新型コロナウイルス感染症の流行を背景に対面授業が中止され、急遽取り組むことになったオンライン授業において、いかなる教育活動を行ったかの記録となっている点である（第Ⅱ章）。

本稿のもう一つの特徴は、これが学生の「レポート作品集」であるという点である。これまでのフィールドワークの概説書のなかでも、学生が執筆した成果レポートが調査研究の「実例」として紹介・掲載されるケースは存在してきた[e.g. 菅原編 2006；小田 2010]。それらの作品は、著者と年齢が近いこともあり、読者（学生）が自らのフィールドワークを構想する際にも広く参照されてきた。ただし、それら出版物はあくまでも授業の過程での優れた「副産物」である。それに対し、本稿を構想するにあたりより直接的に参照したのが、東京都立大学社会人類学教室におけるフィールドワーク教育の取り組みの一つとして展開されてきた、一連の「学生レポート作品集」である[田沼 2017, 2018, 2019；深山 2018, 2019, 2020, 2021]。これら論文の著者である田沼と深山は、両名が共同で担当しているフィールドワーク実習の授業において、受講生らに対し、同教室が刊行する研究紀要にレポート作品を掲載することを目標とするよう指導をしていた。すなわち、あらかじめ研究成果の公刊を授業プログラムの中に組み込んだうえで、フィールドワーク教育を実践していたのである。この実験的取り組みは、ただ単に単位のためにレポートを書くのではなく、より広い潜在的読者に向けて文章を書くことを学生に要請する点で、文章の修辞法や研究倫理などを意識化する契機となるといった教育効果が見込まれると考え、著者らもこの手法を応用してみることにした。

以下では、まず、筆者らが担当した2020年度のフィールドワーク演習・実習授業の取り組みを紹介し、その上で、学生のレポート作品5つを掲載するに至った経緯について述べる。

## Ⅱ. オンライン授業でのフィールドワーク実習

現代社会演習および現代社会実習では、例年、柏駅や流山おおたかの森駅など、大学の最寄り駅の周辺を主な調査対象地とし、「アートラインかしわ」への参与観察を含めたフィールドワーク実習を行ってきた。ところが2020年度は新型コロナウイルス感染症の流行のため、インタビューなどの対面調査や参与観察によるフィールドワークを実施できず、他の方法での授業実施を余儀なくされた。そこでまず、オンライン（ヴァーチャル）フィールドワークと写真調査法により、フィールドワークの基礎を学んだのち、個別調査に取り組んでもらうプログラムとした。

最初に取り組んだのがオンライン（ヴァーチャル）フィールドワークである。オンラインを通じて地域をじっくりと観察し、興味を持ったものや違和感を感じたものについて考察してもらうことにした。

具体的に取り組んだ課題は以下のとおりである。

### 1. Google ストリートビューを用いた観察

Google ストリートビューとは、Google が無料で提供する地理情報サービスである。Google が撮影した、道路から見える風景を、インターネット上であたかも道を歩いているかのように見ることができる。そこで、Google ストリートビューを使った3つの課題を学生に課し、結果を授業で発表してもらった。

#### ① 大学への通学ルートを見る

Google ストリートビューを使い、通学ルートを詳しく観察してもらう。途中で興味をもったものをスクリーンショットで撮影し、写っている内容と撮影した理由を説明する。

#### ② 思い出の場所を見る

昔住んでいた場所、通っていた学校など、思い出の場所が現在どうなっているか、Google ストリートビューを使い観察する。記憶と違っている

場所があればスクリーンショットで撮影し、気づいたことを説明する。

### ③ 千葉県柏市で「レイ君」を探す

柏市は、Jリーグのプロサッカーチーム、柏レイソルのホームタウンである。このため柏レイソルのマスコット「レイ君」の像や絵、ポスターなどを、市街地のあちこちに見ることができる。そこでGoogleストリートビューを使ってレイ君を少なくとも3つ探し、スクリーンショットで撮影する。この課題は、地域の風景を細かく観察することを通じて、地域に興味を持ってもらうことを目的とした。

## 2. Google Earth を用いた観察

Google Earth も、Google が無料で提供する地理情報サービスであり、世界中を上空から見ることができる。これを用いた3つの課題を学生に課し、結果を授業で発表してもらった。

### ① 国内の気になる場所を見る

日本国内で気になる場所を、Google Earth で上空から見ると。場合によってはGoogleストリートビューを併用して、地上から見ても良い。その場所をスクリーンショットで撮影し、特徴と気づいたこと、撮影した理由を説明してもらった。

### ② 海外の気になる場所を見る

海外を対象に、①と同様の内容を行った。

### ③ 知らない場所を見る

Google Earth には「I'm feeling lucky」という機能がある。これはボタンを押すと、Google が「探検する価値がある」とみなした約2万か所のどこかにランダムに飛んでいくというものである。この機能を用いて、ボタンを数回押し、興味を引かれた場所があればその場所と表示された風景について調べて発表してもらった。

## 3. 博物館のオンライン見学

民俗学と文化人類学に関連がある博物館のうち、館内をオンラインで見学する仕組みが整っている館を2つ指定し、見学して興味を引かれた内容について授業で発表してもらった。

### ① 江戸東京博物館

江戸東京博物館は「パノラマビュー」という名称で、常設展をオンライン見学できる仕組みを整えている。展示ジオラマの内部に入ることができる仕組みもあり、実際の見学では見ることのできない視点も備えている。そこで常設展を見学し、興味を引かれたものをスクリーンショットで撮影し、内容とともに撮影した理由を説明してもらった。

### ② 国立民族学博物館

国立民族学博物館もオンラインによる展示物の見学が可能になっている。また、過去の特別展についても、一部については概要を見ることが出来るようになっている。そこで、常設展示から1つ、特別展から1つ、興味を引かれたものをスクリーンショットで撮影し、内容とともに撮影した理由を説明してもらった。

以上のオンライン（ヴァーチャル）フィールドワークの後、対人接触のない調査として、写真調査法の実習に取り組んだ。実習に先立ち、写真調査法の先行研究として、赤瀬川源平と路上観察学会の「トマソン」[赤瀬川 1985]、写真による日本生活図引 [須藤編 1989]、関根康正の「写真観察法」[関根 2011]、後藤範章の「集散的写真観察法」[後藤 2009]、加藤文俊の写真によるフィールドワーク [加藤 2009] を紹介した。これらの要点を学習した上で、以下の2つの課題について、個人行動によるフィールドワークを課した。

## 4. トマソン探し

赤瀬川源平と路上観察学会の「トマソン」に倣い、身の回りで無用と思われるが存在しているものを探すという課題を出題した。学生には感染に注意した上で近所を歩き、トマソンと見做しうるものを見つけて写真に撮るように指示した。その上で写真と撮影理由を発表してもらった。

## 5. 写真で語る地域

特定の地域を選び、その地域を代表する光景や、地域を紹介するためにふさわしい光景を撮影

し、最低3枚の写真で地域を紹介する課題を出題した。学生には感染に注意した上で選んだ地域を歩き、写真を撮影し、題名と解説をつけたセットを作って発表してもらった。

以上の5つの課題と並行して、文化人類学者のフィールドワークを学ぶための文献講読を行った。課題図書として『ダメになる人類学』[岩野ほか編 2020]を選び、章ごとに担当者が内容を要約・紹介したのち議論した。

これらの課題を通じてフィールドワークの基本を学習したのちに取り組んだのが、次章で紹介するフィールドワークである。

### Ⅲ. 成果レポート作品集

2020年度後期の後半には、これまでのフィールドワーク学習の締めくくりとして、学生が各自で地域とテーマを選び、単独調査を行ってもらったことにした。まず最初に図書館等での文献調査と、インターネットでの資料調査を行い、現地調査により写真撮影と、可能であればインタビュー調査を行ってもらった。調査結果は、PowerPointのスライドにまとめて発表してもらい、受講生によるディスカッションを行った。受講生は、ディスカッションを踏まえて内容を修正し、期末レポートとしてまとめて提出した。

この期末レポートの作成要領や提出期限を案内する際には、学生たちに、来年度の本学紀要へのレポート作品集を投稿する予定であることを伝えた。もし紀要への掲載がかなえば、いわゆる「ガクチカ」(就職活動で求められる「学生時代に力をいれたこと」の具体例)として実績にできるであろうことを述べた上で、投稿エントリーの条件は教員による数度にわたる改稿指示に応えることだけであると(逆にいえば何度も文章を推敲する練習の機会となるとメリットを強調しながら)投稿を呼びかけたところ、レポート作品集への投稿を行ってくれることになったのは、期末レポート提出者16名のうち、山本祥司、佐々木佳成、沼崎杏香、板橋真緒、伊藤健太の5名であった。

本章の各節は、著者らの指導の下、学生5名それぞれが期末レポートに改稿を加えたものである。節、項の構成はあえて統一せず、学生それぞれの議論の構成を残すことにしたが、引用表示は、脚注で表示する形に統一した。

#### 1. 船橋市街地に見られる風景の境目 (山本祥司)

##### 1-1.) 研究目的

船橋市は千葉県湾岸部でも東京湾の奥にあり、かつては下総の国に位置し、東京都とは市を一つ隔てたのみの都心部に近い市である。とくに江戸時代ごろにおいては、船橋は複数の街道の交差点であり、宿場としても大いに発展した。また、明治時代には私設の総武鉄道が開通し、その後、埋め立てによる工業用地の造成がなされるなど、潤沢な交通網と港湾都市としての側面を持っている<sup>(3)</sup>。

現在でも船橋駅周辺を中心に商業が展開しており、経済発展を見せる都市に船橋市は成長している。しかし、その周辺には住宅地が広がる地域や畑が広がる地域など、立っている場所によって見える風景が非常に様変わりするという実感を船橋市在住の著者は得ていた。

仮に風景が急激に変化すると感じるならば、その実感の起きる変化点となる「境」とでも呼ぶべきものがあるのではないか。このような着想のもと、筆者は、川が存在などの地理的な事情や湾の埋め立てなど都市開発の事情を調査し、それらをもとに境目において実地調査を行うことで、風景が急激に変化したように感じる「境」について考察する研究課題を立てた。

##### 1-2.) 風景の境

まず、風景の急激な変化とはどういったものかを指しているのかについて説明する。図1-1は、船橋市を上空からとった全景の写真である<sup>(4)</sup>。黒線で囲った範囲が船橋市を指し、上が北とする。この写真の中心や北部にはやや茶色、もしくは緑色など周囲とは様子の異なる部分が存在





図 1-1 船橋市上空写真

(国土交通省国土地理院「地図・空中写真閲覧サービス」をもとに筆者作成)

しているのが見て取れた。

図 1-2 右の写真の南側には、船橋市中央卸売市場があり、さらにその南方には船橋駅が存在している。この周辺を歩いている実感としては、先ほ

どまで広がっていた都市部が、図 1-2 左写真にあるように急に視界に遮るものがない田畑の風景にかわっていることになるのだ。これが、本稿で取り上げる、いつの間にか風景の境を越えた急激な変化である。この他にも、上部の森林が広がっていると思われる箇所や、港湾周辺の建物の大きさの差なども風景の変化要因ではないかと見ることが可能だ。

### 1-3.) 都市計画と境

前項の風景の変化を示した図 1-2 右の空中写真には、住宅地域と田畑の広がる地域が混ざり合いながらも綺麗に分かれている。この境界線と一致するものを調査したところ、私は船橋市の都市計画図を発見した(船橋市役所「船橋市 IKIKI ふれあいマップ」<sup>(5)</sup>)。都市計画図とは一般に次のように定義される。

決定済みの都市計画を示した図のこと。縮尺 2500分の1以上の平面図であらわされることが多く、地域によってさまざまな事情があるため、自治体ごとに作成される。

市街化区域または市街化調整区域、用途地域などが示されたもので、土地の権利者が簡単に判



図 1-2 船橋市風景変化の例



図 1-3 都市計画図と上空写真の比較 (約 1/34000)

断できるものでなければならないものであり、自治体によってさまざまな形で提供されている<sup>(6)</sup>。

つまり、その都市の土地のどの範囲にどのようなものを建てるのかの大まかな決定を示した図のことを指している。船橋市の場合、その範囲をいくつかの色にわけて分類することで示している。

計画図と風景の変化を確認するため、図 1-3 では、船橋市役所「船橋市 IKIKI ふれあいマップ」から、図 1-2 と同じ範囲の都市計画図を抽出した(写真左)。さらに上空写真(写真右)と同一の尺度で配置し、用途地域の指定範囲を双方で重ね合わせた<sup>(7)</sup>。左図の白色の部分には指定がされていない地域である。番号 1, 2, 縦線で指定した範囲は住居種別に分類された住宅地域である。番号 3 で指定した範囲は商業地域と定められており、指定外地域に面する図中央の 3 の範囲には船橋中央卸売市場が、その下にある 3 の範囲は総部、京成船橋駅を中心とした市の商業の中心部である。

左右図を比較すると、番号 1 や 2 などの範囲内にはこまごまとした住居が集中していることや、その範囲外には田畑があることなどが確認でき

る。都市計画によって決定された地域の属性と空中写真から読み取れる風景の情報の変化が一致しているのである。

図 1-4 は、船橋市全体の都市計画図である(船橋市役所「船橋市 IKIKI ふれあいマップ」より引用)。これらの分けられた地域と、船橋市にお



図 1-4 船橋市全域の都市計画用途地域 (1/100,000)



ける地理要素の分布も一致していることが読み取れる。都市計画の指定がされていない白色地域には田畑や森林が集中し、港湾部の区分けされた地域は工業専用地域として指定された地域である。市内全域で見た場合でも、都市計画と風景が変化していると考えられる地域に関連があることは明らかだ。

#### 1-4.) 実地調査詳細

本調査では、都市計画図を風景の境を生み出す要素だと仮定した上で、都市計画図において別の地域として分けられている地点の境界に出向き、都市計画決定情報の差異が風景の差異として表れているのかを目視で確認する調査を行った。調査日は2021年1月10日であり、調査中は単独で徒歩で対象エリアを回った。都市計画図の境界領域においては、風景上どのような差異がみられるのかを確認するため、写真撮影を行った。

今回調査した範囲を図1-5にて示す。これは、船橋市役所「船橋市 IKIKI ふれあいマップ」を原図として作成したものであり、総武線船橋駅を中心とした地図である。JR 船橋駅を示す円を開始地点として、白破線で今回調査を行った経路を示

している。この周辺は都市計画図において区域の分類がとくに細かく密集している地域であったため、風景の変化も多いと想定し、調査地点として最適だと判断した。

#### 1-5.) 調査結果と考察

図1-6は調査結果の一例である。船橋駅付近の以下の都市計画図内黒星の地点から矢印の方向に向けて写真を撮影した。写真左側は都市計画情報では近隣商業地域、写真右側は第一種商業地域となっている。建物の高さの差が如実に表れており、風景の違いを生み出していることが理解できる。

これらの他にも区域の境に沿って目視調査を進めると、住居専用地域から、第二種住居地域に移り変わると飲食店などの商店が急激に表れるなどの風景の変化が見られ、都市計画図の指定範囲に対応した変化を感じるとすることが可能であった。目に入る風景を作ることとなる建造物の土台となる都市計画は、当然風景の変化にも作用を及ぼしていることが判断できたといえるだろう。

では、当初の疑問であった、風景が急激に変化したと感じる理由はなんなのであろうか。これ

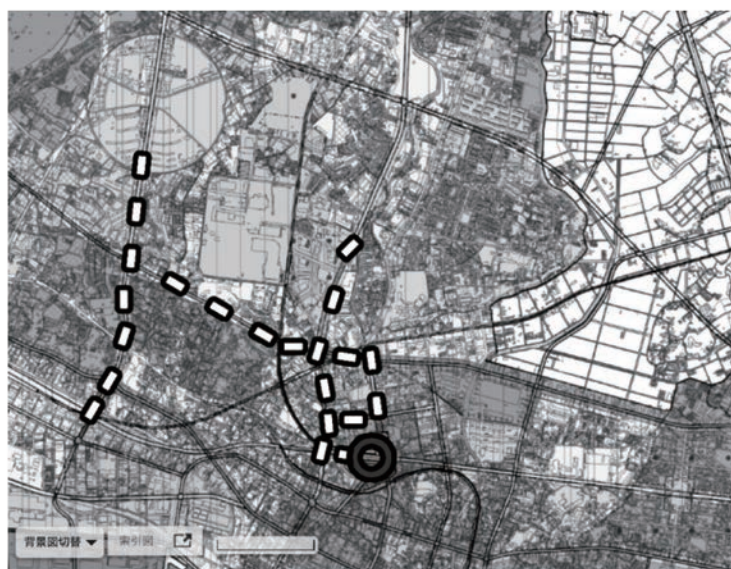


図1-5 今回の調査経路（船橋市 IKIKI ふれあいマップより作成）



図 1-6 千葉県船橋市海神町 2 丁目 12 付近 (2021 年 1 月 10 日筆者撮影)



図 1-7 (上段左) 都市計画図, (上段右) 船橋市海神 3 丁目 23 海神蛇沼公園近く, (下段左) 船橋市海神 3 丁目 23 海神山緑地入口, (下段右) 海神山緑地内, 高台北方向から見える景色 (2021 年 1 月 10 日筆者撮影)

は、目に映る風景の高低差が主な要因であると私は考察する。二階建て住宅の並ぶ地域と、団地などの高層住宅が並ぶ地域。家の形が様々であったとしてもその地域内において高さは概ね一定である。これは、遮るものがない田畑が広がる地域でも同様だろう。高低差があると、視界における余白に差が生み出されることになる。余白の差が発生するとそれは変化として感じ取れるだろう。

高い建物のある商業地域や中高層住居専用

地域、あるいは低層住居専用地域と第二種住居地域などがとなりあっている箇所は、都市計画図で定められた境に一致する。駅を中心に区画された都市計画が、そこに住む者に急な風景の変化を感じさせる理由の一つとなっていたのではないだろうか。

#### 1-7.) まとめ

目に入る風景は、その風景を作っている市の都



市計画が生み出している側面が多分に存在している。住居や住まう場所を決めるのはそこに住まう市民次第だが、その住居に住むことが可能な市民が、市内のどんな場所に住むのかは市の都市計画がある程度コントロール可能なものだからだ。

ただし、それらの都市計画は完全に人為的なものだという訳ではない。都市計画それ自体に、そこにある環境やそこではぐくまれてきた文化が影響を及ぼしていると言えるからだ。船橋市の場合、かつては港湾都市であったが、後に沿岸を埋立て、工業地域を拡張させたという歴史的痕跡や、駅周辺の道はかつて街道であり、宿場町としてにぎわいを見せ、開発が行われていき現在では市の中心地となっているといった背景などがあげられる。

市街地などの都市の風景は、行政が市をいかなる土地にしたいかを考える都市計画と、その地域の地形、そしてそこで育まれてきた文化の相互作用の中で形作られるものである。これらの要素は地域ごとの特色をもたらす。そこを歩く人間が感じ取る風景の落差とは、近代的都市計画の結果であるとともに、歴史文化的な都市の趨勢の痕跡でもあると言えるだろう。

## 2. 町の自販機数えてみた(佐々木佳成)

### 2-1.) 概要と目的

あなたはこれまでの人生で「自動販売機を知っていますか?」と聞かれたことはあるだろうか。自動販売機(以下、自販機とする)とは、貨幣や電子マネーなどを投入口に入れると自動的に物品が排出される装置の事であるが、現代日本で「自販機」と呼ばれるものについて知らない人はほとんどいないだろう。

今日では飲料以外にも生活雑貨や菓子類、果ては高額な物品や貴重品を販売しているものまで多岐にわたる自販機は、私たちが普段何気なく使っているものだが、そのものについて深く考えることは殆どないと言えるだろう。今回私は、今まで考えたこともなかった「当たり前」を真剣に考えてみることで新しい発見が無いだろうかという問題意識と、近年になって台頭し始めた飲料以外の

変わり種自販機への興味もあり、これを調査対象にすることにした。まずは自販機についての基本的な歴史や革新について事前調査を行い、その上で、実際に足を運ぶことによって何か別の側面からの見方が出来ないかと、住居地域周辺の自販機について調べてみることにした。

### 2-2.) 調査の概要

今回の実地調査は、千葉県の船橋市「西船橋駅」の周辺を対象地域として行った。駅前のような交通の要所として、特に人通りが多い区画では、どれほどの数の自販機が設置されているのか。また、飲料会社の自販機の設置台数から見た占有率や、自販機の管理会社のシェア等はどういう企業が多いのか。これらの疑問を、実際に自販機を一つ一つ見ていくことで確認していった。

調査は2021年1月10日に、単独で実施した。調査の過程では、実際に西船橋周辺を歩き、目視調査により自販機の場所を地図上に記録していくと共に、その自販機の管理会社を自販機付属のラベルで確認した。これにより、自販機の台数・販売企業・管理会社の三点についての数量データを得ることができた。

### 2-3.) 調査結果と分析

今回の調査で発見された西船橋周辺の自販機の数は図2-1に示した58台である。この図は西船橋周辺に存在する自販機の位置と種類を簡易的に記したものであり、企業ごとに異なる記号を使って表示している。

#### 2-3-1.) 飲料販売会社について

まず、表2-1と表2-2に目を通してほしい。表2-1は「飲料販売会社」の台数であり、アサヒやコカ・コーラなどの有名企業の自販機であるため知っている人がほとんどだろう。一位の企業は3社が同率であり、58台中30台であるため半数以上の自販機がこれらの企業のものということになる。

この結果を日本全体の自販機設置台数(図2-2)と比較して考察すると、1位から3位までの設置台数は概ね同じであるのだが、全国のランキ



図 2-1 西船橋駅周辺の自販機分布 (google マップ<sup>(8)</sup>を参考に筆者作成)

表 2-1 飲料販売会社ランキング (筆者作成)

順位	飲料販売会社	58 台中
1 位	アサヒ飲料	10 台
1 位	SUNTORY	10 台
1 位	コカ・コーラ	10 台
4 位	伊藤園	5 台
4 位	ポッカサッポロ	5 台
6 位	キリンビバレッジ	3 台
7 位	ダイドードリンコ	1 台
番外	販売会社複合	7 台
番外	飲料会社不明	7 台

表 2-2 飲料管理会社ランキング (委託限定)  
(筆者作成)

順位	管理会社(自社管理除く)	台数
1 位	HACHIYOH	10 台
2 位	有限会社ユージーベンディング商会	6 台
3 位	株式会社ジャパンビバレッジ東京	4 台
4 位	株式会社ユカ	3 台
5 位	株式会社ナガハマ商会	2 台
5 位	有限会社東洋サービス	2 台

ングではコカ・コーラが飛びぬけて多いのが分かり、西船橋は上位 3 社の占有率のバランスが非常に拮抗していると言えるだろう。他には図 2-2 では第 4 位のシェアを持つダイドーが西船橋周辺には 1 台しか存在しておらず、逆にダイドーよりも設置台数が低い伊藤園、ポッカサッポロの自販機は 5 台ずつ存在しているなどの相違点があった。

### 2-3-2.) 自販機管理会社について

次に表 2-2 に示す「管理会社」であるが、自販機の自社管理を行っているのはコカ・コーラ、伊藤園、ダイドーの 3 社であり、それぞれ企業の子会社、支店を設置することによって管理を行っている。今回ランキング化したのはそれ以外(委

託) によるものであり、前述の 3 社を除く 4 社の委託企業を表したものである。中でも 1 位の「HACHIYOH (株式会社八洋)」は、アサヒ・ポッカ・キリン・サントリーの 4 社全てから委託を受けていたことを、設置自販機に表示されている管理会社のラベルを調査していく中で確認することが出来た。なぜここまでのシェアを獲得しているのか。同社のホームページの情報によると、八洋は 1977 年開業、売上高 424 億円(グループ会社含む)の大企業であり<sup>(10)</sup>、清涼飲料・食品の販売、自動販売機の管理及び設置・メンテナンスを一手に引き受けていることが大きいと思われる。

以上の事から、自販機の管理会社は大きく「飲料会社が自社で管理している物」と「管理会社に委託している物」の二種類に分かれていることが分かった。

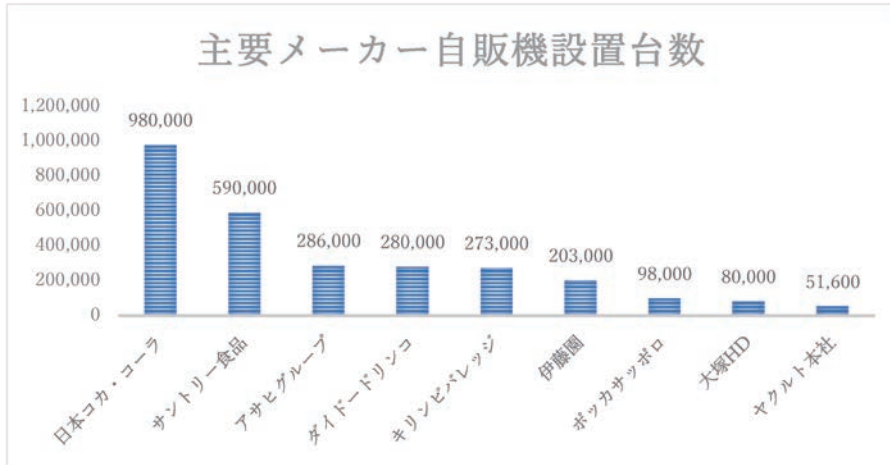


図 2-2 主要メーカー自販機設置台数 (2016年)<sup>(9)</sup>を参照の上で筆者作成

### 2-3-3.) 電子マネーの普及について

最後に、電子マネーの普及に関して述べておきたい。自販機が電子マネーに対応するようになったのは2002年に携帯電話の赤外線技術を活用したキャッシュレス自動販売機が普及し始めたことに起因している<sup>(11)</sup>。しかし、2021年1月現在、西船橋周辺の自販機58台の調査の中で電子マネーに対応している自販機は7台のみであり、そのほとんどはコカ・コーラのものであった。残りは伊藤園が一台、各飲料会社の製品を扱っている複合自販機のものが一台存在しており、特に駅の傍にしか分布していないということもなかった。このことから、駅構内や屋内にある自販機は電子マネーに対応している場合がほとんどであるが、屋外の自販機は駅前近辺でも対応していないことが多いという情報が得られた。

推測であるが、これらの差異の理由としては、駅構内では通勤、通学等の理由で利用者の時間が限られるということが考えられる。そのために駅構内では電子マネー対応の、操作が楽で素早く商品を手取できる自販機が増えているが、特に急ぎの人が集中するわけではない街中では未だに通常の自販機が過半数を占めているのだろう。

### 2-4.) まとめ

本稿では、西船橋駅周辺の自販機の台数、販売

企業、管理会社の三点を実地調査とインターネットを用いることで全国的な状況と比較し、同エリアにおける自販機の設置状況について考察してきた。自販機に関してあまり多くのことを知らなかった私にとっては、特に自販機の管理会社は自社の直接管理か他社に委託かの二種類に分かれているといった情報は興味深いものであった。

幼いころ、自販機の中はどのようなになっているのか、もしかしたら人が入っているのではないだろうかと本気で考えた人もいるだろう。身近であるからこそ深く考えないことは多いが、今回の自販機の分布と販売会社の傾向性といった話題以外にも、技術革新や海外との比較など、さらに深く調査できることは山のように存在する。今回、自販機を探すために様々な道を歩いて回ったが、自身が直接赴いて調査することによって得られる情報は有用なものであることを再確認できたことが一番の収穫だった。

## 3. 「おすそわけ」の文化について (沼崎杏香)

### 3-1.) はじめに

本稿は、冬季休暇中に行った調査をもとに「おすそわけ」の文化についての研究をまとめたものである。また、本研究では基本的な考え方としてモースの『贈与論』と、吉野晃が『ダメになる人類学』のなかで指摘した、贈与に伴う「負い目」



と「縁」の考え方を参考にした<sup>(12)</sup>。

### 3-2.) 事前調査の結果

#### ——おすそわけと贈与交換

事前調査として、自分の想定している「おすそわけ」という概念を、辞書などを使って整理した。本稿では、「おすそわけ」を以下の7点をその特徴として持つものと捉え、分析対象とした。

- ①よそからもらった物や利益などの（ごく）一部を、知り合いに分けてあげること。
- ②裾分けを丁寧という語。「裾」は着物の末端を指し、転じて「つまらないもの」を意味する。
- ③お福分けという言い方もある。
- ④「おすそわけ」されるものは、観光地のお土産だったり、自分の家で作った野菜や果物だったりする（基本的に食べ物であることが多い）。
- ⑤返礼の際に、金銭を渡すことはない。場合によっては返礼もしなくていい。
- ⑥「つまらないものですが〜」という決まり文句がある。
- ⑦不定期に行われる。

これらの特徴から、「おすそわけ」は「贈与交換」の一種であると言うことができる。

贈与交換とは、モースによれば「1）慣習に沿ってものを贈る義務と、2）それを受ける義務、そして、3）返礼をする義務」からなるものである。

また、その際に交換される「贈り物」は独特の性質をもっており、単純に「もの」が渡っているわけではなく、そのものには送り主の「気持ち」が込められている。そして、贈与交換においては、「与えた者は貰った者に対して優位に立ち、もらった者は負い目を負う。その負い目がお返しの原因となる」という特徴がみられる<sup>(13)</sup>。この性質によって、贈与交換をすることは、「関係」を作ったり、維持したりするということにつながる。

### 3-3.) 研究目的と調査方法

本研究の目的は、以前の授業で興味を持った「贈与交換」の話を自分の身近な事例である「おすそわけ」にあてはめて考えることである。

調査方法としては、以下に列挙する2つを実施した。

① Google フォームを使ったアンケート調査を実施する。（2020/12/29～2021/1/5 まで）

② 「おすそわけ」を実際に体験し話を聞くとともに、参与観察を行い「おすそわけ」されたものと、その人（またはその家）との間柄をメモする。（2020/12/20～12/31 まで）

### 3-4.) 調査結果

#### 3-4-1.) Google フォームによるアンケート調査の結果

本調査では、阿南・川瀬クラスのメンバー（回答者12名）に Google フォームを使ったアンケートの回答を行ってもらった。以下では、アンケート中の8つの質問項目から得られた結果を比較し、そこからわかる事実と解釈をA～Dの項目に分けて述べていくこととする。

#### (A) 「おすそわけ」の経験（12件の回答）

まず、「おすそわけ」の経験の有無について確認するために2つの質問項目（「あなた（もしくはあなたの家族）は誰かに「おすそわけ」をしたことはありますか？」）（「あなた（もしくはあなたの家族）は、誰かから「おすそわけ」をされたことはありますか？」）を用意し回答してもらった。

その結果として、「おすそわけ」をしたことがあると回答した人が8割、したことがないと答えた人が2割弱いるということがわかった。また、回答者全員、「おすそわけ」されたことがあると回答していた。

この結果から、回答者は「おすそわけ」をするのが多数派、しないのが少数派であることが言える。そして「おすそわけ」をされて「受け取らない」という人はいないということがわかる。ここには、モースの贈与論でいう所の「受領の義務」が確認できたということもできる。

**(B)「おすそわけ」をしない理由(2件の回答)**

次に「おすそわけ」をしないという人に理由を記述形式で回答してもらった。

「おすそわけ」をしない理由を一人の回答者は「食べ物は家族で消費する量しか買わず、近所との交流がほぼ無い」と答えた。そしてもう一人の回答者は「近隣の住民などに配るほど親密な関係ではなく、配るもの(「おすそわけ」するもの)があるほど量が多くない」からだという回答をしてくれた。

この結果からは、関係を持ちたいもしくは維持したいという「気持ち」と「もの」が揃わないと「おすそわけ」をすることができないということが確認できる。

**(C)「おすそわけ」した／されたものとその間柄について ※複数回答可**

次に、実際に「おすそわけ」した／されたものと回答者との間柄について複数回答可で回答してもらった。

結果として、「おすそわけ」するもの／されたもので一番多かったのは「観光地のお土産」、次いで「野菜・果物」であった。一方、「おすそわけ」の相手との関係性はする側／される側も「親戚」が一番多いが、他の「友人」や「隣人」とさほど差はなかった。

この結果からは、回答者の多くが、手作りのものより市販のものを買って「おすそわけ」していると考えられる。そして、「観光地のお土産」は他のものに比してより「おすそわけ」をしやすいのではないかと考えられる。

また、「親戚」は関係が良くも悪くも深くなり、それ故に「おすそわけ」をして関係を維持しているのだと考えられる。一方で、回答者とその友人間での「おすそわけ」が想定していたよりも多かったことから、今回の回答者である大学生などの若年層であっても「おすそわけ」による関係性の維持を図っているのではないかと考えられる。

**(D)「おすそわけ」についてどう感じているか(12件の回答)**

最後に「おすそわけ」について今回の回答者がどのように感じているのかを選択形式で回答してもらった。

その結果、「されたらうれしい」が58.3%、「するものされるのもうれしい」が33.3%、「何のためにやっているか正直わからない」が8.3%だった(図3-1)。

この結果から、「されたらうれしい」が5割以上であるという事実から、「おすそわけ」は「もらえたらラッキーだな」程度のものなのではないかと考えられる。

また、「するものされるのもうれしい」と答えている人と合わせると、「おすそわけ」というものが「自分にとってうれしい」ものだと考えている人が9割であり、圧倒的多数派であることから、「おすそわけ」に込められる気持ちは好意的なものなのではないかと考えられる。

一方で「何のためにやっているかわからない」という人もいることから、「おすそわけ」はあってもなくても困らないものなのかもしれないと考えられる。

**3-4-2.) 沼崎家における「おすそわけ」の参与観察の結果**

**【事例1】祖父とジュンコさんの事例**

これは、私の行った調査の中で最も多かった「おすそわけ」の典型例と言える「モノ」を介した「おすそわけ」の事例である。

本調査において最も活発に「おすそわけ」を行ったのは祖父の同級生のジュンコさんである。ジュンコさんは調査期間中に2回「おすそわけ」をしに私の家に訪問しており、いずれもアポなしで夕飯前の午後5時~6時の間に来ていた。1回目のお寿司(スシローのもの)は母が受け取り、2回目の手作りキムチと市販のアサリは私が受け取った。ジュンコさん訪問時の受け答えは、ジュンコさんがまず「おすそわけ」したものの素性を説明し、それを聞きながら受け取った私や母が「いつもありがとうございます」と感謝を述べるくらいの簡単なものだったが、決まって「祖父による

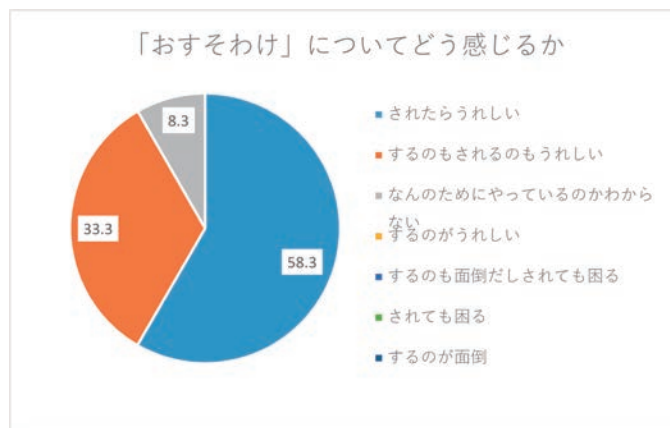


図 3-1 アンケート結果

しく伝えておいてね」と言って帰った。

二回目のジュンコさんの「おすそわけ」から2～3日後、祖父がジュンコさんの家へ「おすそわけ」の返礼をしに行くというので私も着いていくことにした。祖父もジュンコさんと同じく事前に電話でアポをとることはしなかった。ジュンコさんの家に着き、祖父が返礼品のかきもちせんべいをジュンコさんに手渡し、「おすそわけ」の返礼が完了したかに思えたが、これで終わりではなかった。二人は「最近元気か」とか「コロナ大変だよな」という世間話に花を咲かせ、家には上がらず玄関先でかれこれ30分くらい話をしていた。私はというと、別れ際に「キムチ美味しかったです」くらいしか言えなかった。だが、ジュンコさんは「ほんと？また作っちゃおうかな」と言っていた。

返礼の帰り道、祖父に「随分時間かかったね」と言うと、祖父は「あいつは話好きだし、うちのばあさんとの付き合いもあったからなあ」と呟いた。後日母に聞いたことだが、かきもちせんべいはジュンコさんの大好物であり、以前までは祖母が作ってそれを「おすそわけ」していたらしいが、祖母が逝去してからは市販のものを祖父が持っていくようになったのだそうだ。

#### 【事例2】母とアサヒナさんの事例

これは、本調査期間中に受領者（母）が「モ

ノ」を返礼しなかったものの、「おすそわけ」を口実に使った「関係の維持」の一端が見えた事例である。

午後4時頃にインターホンが鳴ったので出てみると、そこにはじねんじょを持ったアサヒナさんがいた。アサヒナさんは「イクちゃん（母のあだ名）いる？」と聞き、私が出かけていて今はないと伝えると「イクちゃんによろしく言っておいてくれるかな」とじねんじょを手渡してきたので、その場でお礼を言うと、アサヒナさんはそのまま帰った（車で来ていたようだった）。

その後しばらくして、帰宅した母にアサヒナさんにじねんじょをもらったことを伝えると「ちょっとはやく言ってよ～」と言いながら少し慌てた様子でアサヒナさんに電話をかけていた。電話の内容は最初こそ「おすそわけ」に対する感謝だったのだろうが、だんだんと違う話になっていったようだった。電話を終えた母に「電話長いね」と聞くと、「まあ、口実よ。ホントは喋りたいだけ」と、「おすそわけ」のお礼の電話という口実をつくって長電話をしたのだと語った。

#### 3-5.) まとめ

以上の調査結果から「おすそわけ」について3つの気づきを得ることができた。

まず1つ目に挙げられるのは、「おすそわけ」はモノとモノの贈与交換であるが故に良くも悪く



も「関係」を生み出し、その関係を維持する性質があるということである。

2つ目に挙げられるのは、どこまでを「裾」と捉えて「おすそわけ」するかはその家または個人の価値基準に準じ、両者がどのような関係性なのかによっても変わるということである。そして、振袖の裾にどれだけ気を使うかでその着物が長持ちするかが決まるように、「おすそわけ」も相手にどれだけ気を使うかによって「両者の関係性」が持続するかどうかが決まると言えるだろう。

3つ目に挙げられるのは、インタビューと参与観察の結果から「おすそわけ」の返礼は必ずしも「モノ」でなくてもいいということである。母とアサヒナさんの事例からも「おすそわけ」はおしゃべりの口実になりえるというようなことが言える。

これら3つの気づきを考慮し、まとめとして「おすそわけ」を再定義するとともに、混同して使いがちな「お土産」との違いについて述べようと思う。

「おすそわけ」には、「ソト→ウチ」、「ウチ→ソト」という2つのパターンが存在すると考えられる。その一方、「お土産」とは上記2つのパターンに加え「ウチ→ウチ」というパターンが存在すると考えられる（ここで言うところの「ウチ」とは、自分が現在所属する社会集団の最小単位である「今一緒に住んでいる家族」のことであり、「ソト」とはそれ以外の友人、親戚、近所さんなどとする）。

つまり、「お土産」という枠の中に「おすそわけ」があるということになる。そして、一度「ソトのモノ（観光地で買ったものや、市販のもの）」をウチの中へ持ってくる（買う）と、「ウチのモノ」となるのである。「ウチのモノ」になればソトへの「おすそわけ」や「お土産」になることが可能になるのではないかと考えられる。

このことから「おすそわけ」と呼ぶか、「お土産」と呼ぶかは、贈与／返礼する「モノ」を贈与者／返礼者が「つまらないもの（自分にとってたいしたものではない）」と考えるか「立派なもの・大層なもの（自分にとって大切または大それたも

のである）」と考えるかによって決まるということが言えるのである。

#### 4. フクロウのペット化について（板橋真緒）

##### 4-1.) はじめに

私がフクロウのペット化について考えたいと思った理由のひとつに、フクロウの魅力があった。私自身がフクロウの事を好きで一時フクロウを飼おうと考えた事もあったぐらいたが、ネコを飼っているので断念するしかなかった。そこで私はフクロウをペットにする人が如何にして世話をしているのか、またフクロウをペットにする事の苦勞や得られることなど、近年のフクロウの「ペット化」の背景について調べてみることにした。

調査の過程では、フクロウとミミズクの飼育情報などについてインターネットと書籍から情報を収集した。現地調査も計画したが、コロナ禍のために実施できなかった。なお、フクロウカフェの関係者の方にお話を伺う機会もあったが、プライバシー保護のため、その内容については本稿では割愛する。

##### 4-2.) フクロウとは何か

生息地や種類によって異なるが、フクロウは主にネズミを食べ、魚も食べることが出来る。夜行性であり聴覚が優れており、飛行する際に羽音を出さない仕組みを持っている<sup>(14)</sup>。フクロウが怪我などで昼間に姿を現わすと、小さい鳥などに集団で一方的に襲われる対象になってしまうことが昔から判明している<sup>(15)</sup>。古代のギリシアでは知恵の女神アテナと関連しているため良い生物の扱いを受けていたが、その後のヨーロッパではあまり良い印象を持たれていない<sup>(16)</sup>。

##### 4-3.) 「メンフクロウ」から見るフクロウ

フクロウにも多くの種類がいるが、その中で人気の種類は何だろうか。インターネット上のさまざまなWEBサイトを見ていくと、現在もっとも人気のある種類はメンフクロウであるということが確認できた<sup>(17)</sup>。メンフクロウは他のフクロウと一線を画す存在ともいえ、顔と体が白いことが

特徴だが、同じように白さで有名なシロフクロウと違いそこまで大きい種類ではない。メンフクロウの見た目やその抜群の存在感はあらゆる場所で発揮されている。

メンフクロウが人気になった正確な時期は不明だが、海外の小説に『ガフルの勇者たち』というフクロウが主人公である小説が存在している。その主役を担っているのがメンフクロウである。原作は2003年～2008年にかけてアメリカで出版され、日本でも2006年に第1巻が出版されている。15巻にわたりシリーズが続き、その後も3冊の外伝が刊行されていることから、海外を含め児童たちに数々のフクロウに触れるきっかけをもたらしたと考えられる。また『ガフルの勇者たち』を元にした『ガフルの伝説』というアニメ映画も存在していることから、その人気のほどがうかがえる。

現在はインターネットの情報拡散などでメンフクロウの存在はより多くの人に認知されているともいえる。私は実際に本物を見たことがあるが、意外に小さくとても可愛らしい。白い顔とくりくりした目や、ふわふわとした羽毛の手触りの良さは、人々を虜にしている。ペットのかわいらしさを表現する「もふもふ」という形容詞は、メンフクロウにふさわしい言葉だと言えるだろう。

#### 4-4.) フクロウはペットになれるのか、 その苦勞とは何か

フクロウはこれまでは動物園で飼育されている動物であったが、近年では実際にペットとして飼う傾向が見られる。このことには、インターネット等によって比較的簡単に飼育情報を得られるようになったという社会状況の変化と、動物に対する意識の変化も関係していると思われる。

実際に、フクロウのことが書かれているWEBサイトを探してみると、家庭での飼育の注意点などを知ることができる。まず、フクロウを飼育するうえで重要なものとして餌や飼育の環境などがあげられ、またフクロウが家から逃げてしまうことにも注意が必要である<sup>(18)</sup>。また、フクロウは犬などと違い愛玩動物ではないため、扱い方が異

なることへの注意喚起も見られる<sup>(19)</sup>。

またサイトによってはフクロウの種類によって飼育方法の違いが書かれており、種類ごとの違いについても理解しなければならないことがわかる。たとえば、コキンメフクロウの場合だと、性格が頑固かつ神経質な部分があり警戒心も強い。育てるにはヒナから育てた方がよく、また声が小さいものの広範囲に響くといった苦勞がある<sup>(20)</sup>。またフクロウで注意しなければならないのが、徹底した環境の設備である。フクロウは夜行性の種類が多く、尚且つ種類によっては声の大きさも違うため、近隣の人に迷惑をかけないような飼育方法が求められる。そして問題点として顕著なのが、「餌問題」だという。フクロウの餌はネズミやヒヨコの肉が殆どで、その肉を処理して与えなければならない。加工される前の生肉を与えることや、動物の遺体を見るようなものであり、犬や猫と違い完全に作られたペットフードがあまり存在していないため、手間がかかることを嫌がったか飼い主がフクロウを飼育放棄されることが多いという<sup>(21)</sup>。またフクロウの水浴びや糞の後始末も重要である<sup>(22)</sup>。

このようにフクロウを飼育するには必要なことに加えて避けなければならないことも多く、簡単に飼育できるとは言い難い。フクロウの飼育は苦勞の塊といえ、イヌやネコを飼育するのとでは大差があるが、しかしそのペットを飼う基本的なことは変わらない。動物とはいえ雑に扱ってはならず、それはフクロウも同じである。お世話できないのなら飼わないという判断も重要になるだろう。

フクロウは簡単に飼育できないが、簡単にフクロウと触れ合える場所ではどうだろうか。

#### 4-5.) フクロウと触れ合えるカフェについて

近年では動物との触れ合いを楽しめるカフェが登場している。猫カフェが最も認知度のたかいものであるが、ここ数年で増加傾向にあるのが、フクロウカフェである。

今回の調査期間中にフクロウカフェを訪問することは叶わなかったが、私は以前、東京都のある

施設で、フクロウに直に触れあう体験をしたことがある。2020年2月2日に訪問したその場所は、いわゆるフクロウカフェではなく、フクロウを含めいろいろな動物との触れ合い体験サービスを提供しているお店で、その店内は明るく賑やかな印象があった。フクロウと他の動物と部屋を区別しているが、10羽以上いるフクロウは適度な距離を保ちながら止まり木の上におり、触ることができると出来ないとを分かりやすく表示していた。触りたければ店員さんに声をかけて腕に乗せることも可能で、大きさや種類が同じ同士でまとめられていた。希望すれば餌やり体験も可能で、料金は時間によるが1000円を少し超える程度だった。

このように、身近にフクロウの魅力に触れることができる場所が存在しているわけであるが、触れられる場所の代表格ともいえるフクロウカフェに関しては、一部のお店ではあるようだが様々な問題が指摘されているようだ。アニマルライツセンター「内部告発-フクロウカフェ」では、フクロウカフェ内で起こっていた悲惨な事実が告発されており、例えフクロウの体調が悪化していても、お店を優先して病院に連れて行かない。死んだフクロウの死因を突き止めようとしないうえ、オーナーお気に入りのフクロウははく製にする。また長時間同じ場所に拘束される、身勝手な考え方から糞尿を減らす為に水分を取らせないようにしていたという<sup>(23)</sup>。

フクロウカフェは人気になりつつあるがその反面、暗い面も存在している。生物を扱ううえで重要であるものであたり前のことであるが、かれらも生物であり物ではないという事を忘れてはならない。今回の調査のなかで、フクロウカフェの存在が批判されていることを初めて知って驚いたが、フクロウを雑に扱う人が存在する限りはこれからも問題になるだろうと思われる。フクロウの飼育を通して幸せを貰う人間だが、フクロウの気持ちはおろそかにされがちであったということもできるだろう。フクロウカフェについては少し複雑な気持ちを抱いたと同時に、フクロウが拘束され続けることには、良い感情は持てなかった。フ

クロウカフェなどの存在については賛否両論があるものの、自宅であっても、フクロウカフェであっても、育てるうえで必要なのは他の生物へのマナーと配慮である。

#### 4-6.) おわりに

フクロウがペット化しているかといえば、「ペット化」しているともいえる。ただし、世間一般的にはそう見えているだけであり、実際には人間が扱うのには難しい生き物であるということも今回の調査をとおして理解できた。飼うとしたら相当の覚悟が無ければ難しい。筆者自身は、フクロウをペットにすることはあまりにも難しく、他のコンパニオンアニマルと同じようにペットとして接しても良いのかどうかと疑問を抱く結果となった。また、改めて動物と人間との望ましい関係性とは何かを考えさせられた。フクロウの魅力を感じたならば、いわば当事者目線にたつて、安易なペット化が彼らに無理をさせることにならないか、何が彼らの為になるのかを考えることが重要になるだろう。

### 5. 流山市の正月料理について(伊藤健太)

#### 5-1.) 調査の主旨

本稿は、現代のおせち料理の在り方について調べるために、一般家庭で振る舞われる正月料理とスーパーマーケットで予約販売されているおせち料理について論じたものである。また、調査地域を千葉県流山市(以下、流山市)に限定することで、同じ地域で正月料理にどのような差異が生じるかに注目する。

#### 5-2.) 調査方法

本調査では、まず、流山市周辺のスーパーマーケットへ赴き、予約販売されているおせち料理のパフレットなどを入手した。この店頭調査は、令和2年12月11日に行ったものである。

次に、令和3年1月1日から令和3年1月3日までの3日間、流山市に在住する5つの家庭に食事内容と写真を提供してもらうことで、三が日に何を食べているか調査した。また、5つの家庭は



全て同世代の家族構成であるため、同じ地域、似ている家族構成でも正月に食べているものに差異が発生するか注目する。以下では、聞き込み調査に協力してもらった5つの家庭を家庭A、家庭B、家庭C、家庭D、家庭Eとそれぞれ表記する。

### 5-3.) 調査結果

#### 5-3-1.) スーパーマーケットの正月料理

スーパーマーケットでの調査にあたって、流山市周辺のスーパーベルクス南柏店（以下、ベルクス）とカスミフードスクエア柏中新宿（以下、カスミ）の2店舗で調査を実行した。

初めに調査したベルクスでは、3種類のおせち料理を販売していた。また、おせちの広報は商品購入後に荷詰めを行うサッカー台前のガラス窓にポスターが数枚貼ってあるのみだった。

1つ目のおせちは、「味遊心 親子三代おせち（¥13,500）」である。「親子三代」おせちには、海老、黒豆、伊達巻などおせち定番の具材がある一方で、マカロン、ローストビーフ、ゴマ団子など奇抜な具材も共存していた。

2つ目のおせちは、「味遊心 和洋四段重（¥18,000）」である。「和洋四段重」には、「親子三代おせち」と同様に定番おせちと洋風の具材が共存していた。ただし、大半の食材は写真から判別することはできなかった。

3つ目のおせちは、「とんでん とんでんおせち（¥25,000）」である。「とんでんおせち」は、前述の2つのおせちとは異なり、北海道を全面にアピールしている。そのため、海老、蟹、イクラ、数の子などの海産物が多くを占めていた。また、洋風の具材は見当たらず、純和風のおせちとなっていた。

次に調査したカスミでは、38種類のおせちを販売していた。また、おせちの広報はポスターだけではなく、パンフレットが無料配布されていた。そして、定番、和風、洋風、和洋中、少人数用、料亭・旅館・ホテル監修、低アレルギー、ペット用など幅広いジャンルのおせちが販売されていた。その中で、特に存在感を放っていたと私が感じた4種類のおせちを取り上げる。

1つ目におせちは、「カスミオリジナル 彩美選 和洋三段重『華三昧』（¥9,500）」である。「華三昧」には、海老、黒豆、伊達巻、栗きんとんなどの定番おせちがある一方で、ゴマ団子、胡桃など中華の要素も見られた。また、赤、橙、黄など暖色系の彩りを強く意識していると感じさせる盛り付けである。

2つ目のおせちは、「京・料亭わらびの里 和洋料亭おせち四段重（¥37,000）」である。「和洋料亭おせち四段重」の最大の特徴は高額な価格だろう。この強気な価格に負けない鮑、ズワイガニ、タラバガニ、金箔入りのイクラなど高級な海産物がふんだんに盛り付けられていた。このように、海産物は甘煮や酢漬けなど和風になっていたが、肉料理はローストビーフ、ロースハム、チキンマリネなど洋風になっていた。

3つ目のおせちは、「祇園『や満文』和洋一段重『寿』（¥5,700）」である。「寿」は、商品名が一段重となっているように、少人数のニーズに応えたおせちとなっている。また、海老、帆立、数の子などの海産物が主体となって盛り付けられている。肉料理も少量ではあるが鴨肉が主体となっていた。

4つ目のおせちは、「ビストロオードブル（¥19,000）」である。「ビストロオードブル」には、和風の具材は一切見られない。商品名も具材も全てカタカナで表記されており、既存のおせちのイメージを完全に覆す逸品と言えるだろう。

#### 5-3-2.) 家庭の正月料理

家庭の正月料理は元旦の朝食から差異が見られた。家庭Aと家庭Bの朝食はともにおせちを一人前に盛り付けていることは共通していたが、具材が完全に異なっていた。

家庭C、家庭D、家庭Eは朝昼兼用であった。さらに、料理を大皿から個別に取り分けるかたちとなっている。また、重箱におせちを盛り付ける家庭C、出来合いの寿司まで家庭ごとの個性が見られた。

元旦の夕食は、日常の夕食、おせち、すき焼きの3種類に分類された。まず、家庭Aのみ普段と変わらない普通の夕食だった。次に、家庭Bと家

家庭Cはともにおせちだった。そして、家庭Dと家庭Eはすき焼きだった。ただし、家庭Cと家庭Dからは写真の提供がなく、写真調査の雲行きが怪しくなってきた。

2日の朝食は、家庭A、家庭Cがおせちを食べていた。次に、家庭Eは日常の朝食に戻ってきているようだが、蒲鉾や栗きんとんなどおせちの面影が見られる。そして、家庭B、家庭Dからは情報提供を求めても音沙汰無しであった。また、家庭Bからの情報提供は以降完全に途絶えてしまったため、以後の家庭Bの記述は省略する。

2日の昼食は、家庭Aは朝昼兼用のため省略、家庭Cはおせち、家庭Eは中華料理店へ外食だった。家庭B、家庭Cから情報提供はなかった。そして、2日の昼食にしてついに全家庭から写真提供がなくなってしまった。

2日の夕食は、家庭Aは元旦と同じく通常の夕食だった。家庭Cでは母親の誕生日であったためローストビーフやクルマエビなど比較的豪勢な食事が振る舞われた。家庭Eは帆立のソテー、海鮮丼でこちらも比較的豪勢であった。そして、家庭Cからの情報提供はなかった。また、家庭Dからの情報提供が以降完全に途絶えてしまったため、以後の家庭Dの記述は省略する。2日の夕食は元旦の夕食と異なり、おせちを食べている家庭はいなかった。

3日の朝食は、本調査最大の危機を迎えた。なぜなら、全家庭から写真提供がないことに加え、何を食べたかさ連絡が来なくなってしまったからだ。したがって、朝食を食べなかった家庭A、いつも通りの朝食を食べた家庭E以外の家庭は何を食べたかすら不明である。

3日の昼食も家庭Aを除いて写真提供がなかった。ただし、家庭Cはおせちの残りを食べ、家庭Eはいつも通りの昼食だったという報告はあった。

3日の夕食は、3つの家庭から情報提供を得ることができた。まず、家庭Aは祖母宅へ新年の挨拶へ行き、大皿にある寿司やローストビーフなどを個別に取り分けて食べていた。そして、家庭Cは水炊き、家庭Eはラーメンを食べていた。

表5-1 1月1日の食事

	朝食	昼食	夕食
家庭A	おせち	普段通り	普段通り
家庭B	おせち	不明	おせち
家庭C	なし（朝昼兼用）	おせち	おせち
家庭D	なし（朝昼兼用）	おせち	すき焼き
家庭E	なし（朝昼兼用）	寿司	すき焼き

表5-2 1月2日の食事

	朝食	昼食	夕食
家庭A	なし（朝昼兼用）	おせち	普段通り
家庭B	不明	不明	不明
家庭C	おせち	不明	洋食（ローストビーフなど）
家庭D	不明	不明	ラーメン
家庭E	おせち	外食（中華料理）	帆立のソテー、冷奴

表5-3 1月3日の食事

	朝食	昼食	夕食
家庭A	なし（朝昼兼用）	普段通り	寿司
家庭B	不明	不明	不明
家庭C	不明	おせち	水炊き
家庭D	不明	不明	不明
家庭E	普段通り	普段通り	ラーメン

#### 5-4.) 考察

##### 5-4-1.) スーパーマーケットの正月料理

今回調査したベルクス及びカスミともに共通していることが複数存在した。まず、全商品が重箱に盛り付けられていることだ。ただし、商品によって色や質感は大きくことなっている。次に、おせちの具材は、赤・黄色が大部分を占めていた。特に目玉商品であろう海老、イクラ、蟹など高級な海産物は赤の傾向が強く見られた。そして、純和風のおせちが非常に少ないことも共通している。具体的に、ベルクスのおせちに純和風は存在せず、カスミは3種類のみだった。このように、

食文化の欧米化に伴いおせちもその姿を変えていることがわかった。今日のおせちは和食、フレンチ、中華など異文化が共生している点で日本の食習慣の多様性を象徴しているものになっていると言えるだろう。

#### 5-4-2.) 家庭の正月料理

同じ地域、同世代であっても正月に食べているものは家庭によって異なることが本調査でわかった。しかし、共通している点も多く見られた。まず、5家庭のうち、4家庭がおせちを食べていたことである。ただし、3日間おせちを食べ続けた家庭は1家庭しか存在せず、3日間の3食をおせちのみで過ごす家庭は存在しなかった。以上のことから、おせちは日本の正月において重要な存在となっているものの、おせちの在り方は我々が想像するステレオタイプなおせちと差異が生じていることがわかった。

次に、全ての家庭で元旦に普段は食べない特別な料理が振る舞われることがわかった。しかし、2日以降は日常の食事に戻り始める家庭が散見され、3日の夜までに日常の食事に戻っていた。以上のことから、元旦は特別視されているが、3が日全体はあまり重要視されていないことが推測できる。

続いて、全ての家庭で3が日の間に必ず一度は鍋や大皿などで分け合う家族団欒の機会が存在していた。このように、正月に家族イベントを実施することで、個人化が進む現代の家族において家族イベントを演出してくれる重要な機会になっているのだ。

最後に、本調査は食事回数を重ねるごとに情報提供が滞ってしまったことが最大の問題であった。この原因は、写真映えしない食事だと他者に見せにくいと感じるからではないだろうか。なぜなら、早々に情報提供が止まった家庭Bはおせちのみ、家庭Dは寿司のみと普段は食べないであろう食事だからだ。また、継続的に情報提供してくれた家庭も写真を送ってくれない際に、「普段通りだった」と回答されることが非常に多かったのだ。したがって、他者の食事と差別化できている、他者に見せても恥ずかしくない食事でないとい

公表したくない心理が働くと考えられる。

#### 5-5.) まとめ

本調査から、同じ地域であっても正月の食事は一致しないことがわかった。そして、市販のおせちも他の商品と差別化を狙うためか、定番のおせち以外は一致しないことがわかった。以上のことから、おせちと一言で言っても誰もが思い浮かべる王道のおせちの具材以外は家庭、商品ごとの個性に左右されることがわかった。

今後の課題として、伊達巻や黒豆など定番のおせちとして認知されているものと、そうではないローカルなおせちなどの差異はどのようにして発生するのか調べたい。

## IV. おわりに

以上が、学生5名によるレポート作品である。それぞれが各々の関心から研究テーマを設定し、それに応じた調査手法を選択してはいるものの、共通点として、コロナ禍下での調査としての工夫が伺えるものとなっている。風景の境界を扱った山本祥司と、自動販売機の分布状況を調べた佐々木佳成は、都市景観を研究対象とし、他者との対面接触を一切避けた形での調査を行った。両者の調査は、「歩く」というフィールドワークの手法をうまく活用した研究例だということができる。また、フクロウカフェを扱った板橋真緒は、今回の現地調査を断念しており、かつて訪れた「動物との触れ合い体験ができるお店」での記憶を頼りに、インターネット資料の検討へと研究方法をシフトさせていた。オンラインで入手できる資料の活用は山本と佐々木にも共通する手法であり、それぞれ、都市計画図や自動販売機の設置台数などの資料を引用していた。これは、もしかするとオンライン・フィールドワークの教授内容を学生達が応用したものかもしれないが、より実践的には、現地調査の制約がある中でフィールドの具体的事象に関わる研究資料の入手では、ウェブサイトの有効活用がより重要性を増すことを示してい



とも言えるかもしれない。

一方、お裾分けについて考察した沼崎杏香は、調査対象を自分の家族および身近な人物に限定していた。この制約は、かえって調査を狭く・深くすることを可能にしたと言え、非常に優れた参与観察の記録を残すことになった。また、おせち料理を扱った伊藤健太が行ったのは、いわば「調査の委託」という大胆な手法である。友人らに正月料理の写真を送ってもらうというアイデアは、論文中にある通り早々に「失敗」に終わったが、その失敗の経験自体を考察対象に据えた点は高く評価できるものである。調査の失敗の経過を報告した口頭発表では、他の受講生からの笑いを誘っていた点も印象的であった。沼崎と伊藤の調査手法は、他者との関わりの中で展開するフィールドワークの面白さを伝えてくれている。

現地の手触りが重要性を持つという点も、本作品を通して改めて確認できた点である。板橋がフクロウとの触れ合いを体験したお店の雰囲気の記事は目を引くものであったし、山本と佐々木の作品の迫力も、彼ら自身が実際に目にした光景を描いた点にあると言えるだろう。沼崎が描いたアサヒナさんとジュンコさんとの会話の様子はその白眉である。調査者の身体知を伴った記述こそが、読者にそのフィールドの面白さを伝えるものとなる。

それぞれの作品は、時間的制約もあって、十分に先行研究との対話がなされたとは言いがたい側面もある。だが、著者らは教員として、学生たちが授業を追うごとに成長していくさまを目の当たりにして、非常に頼もしく感じていた。オンライン授業の実施初年度ということもあり、暗中模索のままで行った授業ではあったが、これまでの現代社会演習・実習の良質の部分は、一定程度、伝えることができたのではないかという実感もある。

今後、ウィズコロナ／ポストコロナの時代にあつて、フィールドワークのあり方にも変更が生まれてくるかもしれない。本稿の授業と学生の成長の記録が、一つの参考資料となれば幸いである。

#### 《注》

- (1) 現代社会学科のカリキュラム再編により、2021年度以降、文化人類学・民俗学コースは廃止され、文化人類学ゼミナールと民俗学ゼミナールがそれぞれ設置されることとなった。そして、コース制廃止に伴い、2022年度以降は、現代社会演習・実習も合同授業ではなく、それぞれのゼミナールの担当教員が別個に授業を行う方針となった。
- (2) たとえば、『人類学者は異文化をどう体験したか』の編者である桑山敬己は、「文化人類学を良く知るための文献」として、フィールドワークを主題とする概説書を33冊挙げている〔桑山編 2021：327 - 329〕。
- (3) 船橋市「船橋の歴史」船橋市公式ホームページ、<https://www.city.funabashi.lg.jp/kurashi/gakushu/0005/p008836.html#mukashimukashinofunabashi>、(2021年10月19日最終閲覧)
- (4) 国土交通省国土地理院「地図・空中写真閲覧サービス」<https://mapps.gsi.go.jp/maplibSearch.do#1> (2021年1月29日最終閲覧)
- (5) 船橋市役所「船橋市 IKIKI ふれあいマップ」<https://webgis.alandis.jp/funabashi2/portal/> (2021年1月14日最終閲覧)
- (6) 住宅情報サイト ライフルホームズ「都市計画図とは？用途地域を調べるための方法とポイント」[https://www.homes.co.jp/cont/buy\\_kodate/buy\\_kodate\\_00615/](https://www.homes.co.jp/cont/buy_kodate/buy_kodate_00615/) (2021年9月30日最終閲覧)
- (7) 次のホームページを利用した。沼津高専ウェブ地図「過去の空中写真の重ね合わせ」<https://user.numazu-ct.ac.jp/~tsato/webmap/past/overlap/> (2021年1月29日最終閲覧)
- (8) google マップ <https://www.google.co.jp/maps/@35.698366,139.9673578,16z?hl=ja> (2021年1月10日最終閲覧)
- (9) 主要メーカ自販機設置台数 (2016年) <https://www.itmedia.co.jp/business/articles/1706/16/news113.html> (2021年1月10日最終閲覧)
- (10) 「HACHIYOH 会社概要」<http://www.hachiyoh.co.jp/profile/outline.html> (2021年1月23日最終閲覧)
- (11) コカ・コーラ社「自動販売機の歴史」<https://www.cocacola.co.jp/vending-machine/history-vm> (2021年1月10日最終閲覧)
- (12) 吉野晃 2020「婚資を分割払いしてはダメですか？——一括払いは水くさい」吉野晃監修、岩野邦康・田所聖志・稲澤努・小林宏至編『ダメになる人類学』北樹出版 pp.46-49.
- (13) 山本真鳥 2010a「贈りものと経済」綾部恒雄・桑山敬己編『よくわかる文化人類学 第二版』ミネルヴァ書房 pp.48-49.  
山本真鳥 2010b「互酬性・再分配・市場交換」綾部恒雄・桑山敬己編『よくわかる文化人類学 第二版』ミネルヴァ書房 pp.50-51.
- (14) デズモンド、モリス 2019『フクロウ——その歴史・文化・生態 [新装版]』伊達淳訳 白水社 .pp. 153-162.
- (15) 前掲書 pp. 176-184.
- (16) 前掲書 pp. 21-23.
- (17) たとえば、フクロウ愛好家による次のウェブサイトでは、メンフクロウが「中型種では一番メジャー」と紹介されている。「ペットフクロウの種類は？人気ふ

- くろうの値段や特徴まとめ』『くるるの野望』 [https://kururu-owl.com/owl\\_kind/](https://kururu-owl.com/owl_kind/) (2020年4月11日最終閲覧)
- (18) pepy 「フクロウをペットにしたい! 飼育は大変? 放し飼いで、費用、寿命、餌は?」 <https://pepy.xsrv.jp/921> (2021年5月26日最終閲覧)
- (19) Pet Pedia 「フクロウを飼いたい方へ。人気のフクロウの種類・値段・価格を解説」 [https://petpedia.net/article/718/price\\_of\\_owl](https://petpedia.net/article/718/price_of_owl) (2021年11月2日最終閲覧)
- (20) TravelBook ママ部監修 「【ペット】フクロウの飼い方: 種類・寿命・値段まとめ」 <https://www.travelbook.co.jp/topic/15513#headline-index-4> (2021年11月2日最終閲覧)
- (21) ただし、予め下処理がされている餌も販売されているようだ。Pet Pedia 「フクロウを飼いたい方へ。人気のフクロウの種類・値段・価格を解説」 [https://petpedia.net/article/718/price\\_of\\_owl](https://petpedia.net/article/718/price_of_owl) (2021年11月2日最終閲覧)
- (22) ぼん 「フクロウを飼うには? 餌、寿命、お世話などペットの飼育方法を知ろう」 <https://www.homes.co.jp/life/cl-kurashi/cm-pet/17327/> (2021年11月2日最終閲覧)
- (23) NPO 法人アニマルライツセンター 「内部告発- フクロカフェ」 <https://arcj.org/issues/entertainment/animal-cafe/zoo1011/> (2021年9月30日最終閲覧)
- 参考文献**
- 赤瀬川源平 1985 『超芸術トマソン』 白夜書房.
- 小田博志 2010 『エスノグラフィー入門——〈現場〉を質的研究する』 春秋社.
- 加藤文俊 2009 『キャンプ論——あたらしいフィールドワーク』 慶應義塾大学出版会.
- 桑山敬己編 2021 『人類学者は異文化をどう体験したか——16のフィールドから』 ミネルヴァ書房.
- 後藤範章 2009 「ビジュアル・メソッドと社会学的想像力——「見る」ことと「調べる」ことと「物語る」こと』 『社会学評論』 60 (1): 40-56.
- 菅原和孝編 2006 『フィールドワークへの挑戦——〈実践〉人類学入門』 世界思想社.
- 須藤功編 1989 『写真でみる日本生活図引』 全9巻 弘文堂.
- 関根康正 2011 「フィールドワークへの招待」 日本文化人類学会監修、鏡味治也・関根康正・橋本和也・森山工編 『フィールドワーカーズ・ハンドブック』 世界思想社 pp.13-36.
- 田沼幸子 2017 「社会人類学演習 II 前期——初の試みとしてのインタビュー作品集」 『人文学報 社会人類学分野』 513 (2): 39-62.
- 2018 「本当はよく知らない「重要な他者」——社会人類学演習 II インタビュー作品 2017年」 『人文学報 社会人類学分野』 514 (2): 35-63.
- 2019 「友だち幻想を超えて——2018年度「社会人類学演習 II」インタビュー作品」 『人文学報 社会人類学分野』 515 (2): 23-47.
- 深山直子 2018 「初めての参与観察——2017年度「社会人類学演習 II」の学生レポート集」 『人文学報 社会人類学分野』 514 (2): 99-138.
- 2019 「初めての参与観察——2018年度「社会人類学演習 II」の学生レポート集」 『人文学報 社会人類学分野』 515 (2): 49-92.
- 2020 「自分というやっかいなもの——2019年度「社会人類学演習 II」のインタビュー作品」 『人文学報 社会人類学分野』 516 (2): 51-89.
- 2021 「身近な言葉をきく——2020年度「社会人類学演習 II」のインタビュー作品」 『人文学報 社会人類学分野』 517 (2): 51-76.
- 増田研・椎野若菜編 2021 『FENICS 100万人のフィールドワーカー4 現場で育むフィールドワーク教育』 古今書院.
- 箕曲在弘・二文字屋筋・小西公大編 2021 『人類学者たちのフィールド教育——自己変容に向けた学びのデザイン』 ナカニシヤ出版.
- 吉野晃監修、岩野邦康・田所聖志・稲澤努・小林宏至編 2020 『ダメになる人類学』 北樹出版.