

第5次「郡上村」調査からみる地域社会と コミュニケーション

安藤明之 牛山佳菜代 川又 実
瀧澤文彦 森岡宏行 山崎隆広
上杉真理子 上田 裕 田村紀雄

I. 「郡上村」と電気通信の発達

「郡上村（仮名）」は、岐阜県郡上市の大日ヶ岳に源を発する長良川の支流「郡上川（仮名）」に沿って散在する約100戸の実存の山村集落である。ここで言う「郡上村」とは、調査研究上のコード名で、行政上の村名ではない。今回の調査研究の調査対象地であり、今回においてもこれまでの調査と同様にコード名を使用する。これは、今回の調査が調査対象を村全戸とし、調査対象者1人ひとりにヒアリング調査を行うなど、深層的な調査を実施したことによるもので、村民のプライバシー保護のためである。

長良川は、清流として有名であり、四万十川とともに日本三大清流のひとつと言われ、多くの支流を持つ。この支流の1つである「郡上川」も岐阜県の名水50選に指定され、うなぎの生息地として天然記念物にも指定されている。この村は800年以上の歴史があり、村を流れる川の上流には古くから神社が祭られ、村民は白山信仰に基づく神社の氏子となり、ここではうなぎを食用としない村の決まりがある。まさに自然を奉り、自然と共存している村である。また、林業が盛んであった時代があるが、近年では農業は平地が不足し、林業は日本全体の林業の低迷によって振るわなくなり、近隣にはそれに代わるかのように製造工場が徐々に建ち、稼働している。

このような「郡上村」について本調査は、電話の開通・普及に始まり、パソコン、携帯電話などコミュニケーション手段の変化が農山村生活にもたらす影響について、10年、20年、30年という長い時間尺度で調査、研究を行うことを基本目的とし、自然村として800年以上続いた「郡上村」を対象に、約40年間に及ぶ継続的な悉皆調査を実施してきた。

この半世紀に及ぶ世界的にもまれな継続調査は、東京経済大学の田村紀雄研究室（2005年定年退職現名誉教授）を中心にしたチームが実施してきたものを、今回、同大学の安藤明之研究室がこれまでの調査を引き継ぐ形で中心となり、調査をフォローし、第5回目の調査を実施することになった。

本調査研究が開始され、第1次調査を行った1973年当時の「郡上村」には、2台の電話

しかなかった。そのうちの1台は、1928年に村で初めて電話を引いたF家の電話である。1963年には、有線放送システムが導入され、有線電話による村民間の通話および村全体に対する情報伝達に利用されてきた。有線電話はその後改良が行われたが、通話可能区域が村内に限定され、複数台が同時に通話状態になると、私的な会話が筒抜けになるという短所もっていた。そして、その3年後の1966年に、村に唯一の公衆電話がひかれることになる¹⁾。

1974年には、有線放送の機能を持ったダイヤル自動式による全戸一斉電話加入がようやく実現され、その年に実施した第2次調査、1983年に実施した第3次調査、2001年の第4次調査、さらに今回の第5次調査と約10年ごとに同村を対象に継続的なフィールドワークを実施し、電気通信状況の変化や生活スタイルに及ぼす影響、人間関係などを社会的に検証してきたが、このような継続的な調査研究は希有なことである。

「郡上村」を研究対象としたのは、田村によると、社会とリーダーの関係をあげ、電話通信の普及が「一転集約型のリーダーシップという典型的な“むら”から、現代社会にふさわしい多点分散型のリーダーシップ」へと変化し、「現代社会の人びとの政治的態度を含むいっさいの分野での多様化が、この外界と村を結ぶチャンネルの独占から分散によって促進される可能性がある」という仮説を立てたからである²⁾。また、岐阜県は県南部を除き山村が多く、電話局の数も少なく、共電式からダイヤル自動式への切り替えが広範に行われていること、さらに、対象となる「郡上村」が、調査規模として適当であり、比較的都市や周辺の影響から隔離されていること、そして、コミュニケーションの歴史に何らかの変化が起きようとしていることが、この「郡上村」を調査対象としたと指摘している³⁾。

そのような環境の中、田村はF家の存在が、この村のコミュニケーション発達に欠かすことができないと指摘している⁴⁾。F家は、山林1万ヘクタールをもつ県内有数の大山林地主であるで、豪壮な屋敷内に自家用水力発電所があり、林業によって村の経済発展に貢献し、学校や、橋梁、道路などの公共施設を寄贈するなど、村の発展に欠かすことができない存在である。また、「このF家がコミュニケーションのチャンネルやターミナルを独占するために、常に新式の手段を導入しているという事実⁵⁾」の発見でもあった。第1回目の調査では、幸いにもこのF家の当主が、文書倉庫を公開し、多くのデータを提供した。田村は、F家が「村民にあらゆる面でさきがけて外界とのコミュニケーション・チャンネルを確保する努力が行われてきた。郵便や新聞、雑誌がすぐ取り入れられたことはいうまでもない。先々代の10代目は明治初年自然生木の伐採から、植林をして伐採するという近代林業を広めたが、その思想は自身（田村一筆者）吉野などを歩いて会得したものであった。現在切り倒している杉や檜の山は、F家を富ませていることは間違いがないが、村や県もまた潤っている⁶⁾」と調査を振り返っている。

のどかな田園風景が広がる山村であるが、一方では山に囲まれた閉塞的な自然環境の中で、外部とのパイプとして常に新しいコミュニケーション手段を求め、誰よりも早く導入し、自

分だけでなく、村にもその恩恵を分かち、結果的に「郡上村」全体が潤っていく歴史的背景は、「村」が生きていくためにも大きな影響を与えることとなった。「郡上村」におけるF家のような村のリーダーの存在は、この調査研究においては避けて通ることができない。

F家が村で初めて1台の電話を導入した歴史経緯やその理由について、池宮はF家当主や関係者への詳細なインタビューおよび歴史的資料の収集を行っている⁷⁾。池宮によると、「郡上村」奥には、杉、檜などの山林が広がり、すでに江戸時代には、全国有数の木材山地として知られており、太平洋に注ぐ長良川及びその支流郡上川を利用し、木材輸送を行っていた。そして1928年に、鉄道（現「長良川鉄道」）が郡上川下流に開通し、地元の強い要請で駅を誘致し、利用客の利便および物資運搬拠点の確保に成功する。駅の完成後約1か月後に、長良川沿いの役場や病院、学校、郵便局など主要機関や事業主に15台の電話を引いた他、同時に「郡上村」奥F家自宅、F氏所有の駅前倉庫など、合計18台の電話を引いた。当時電話設置費用は、「平均的な1年分の給料」が目安とされていたが、F家はその数倍に当たる1,040円の負担金を支払っている。これは、「郡上村」奥のF家自宅が「特別加入区域」であり、電線、電柱などの諸設備の設備及び工事費の全てを自己負担しなければならなかったからである。このような高額な投資をしてまで、電話を導入したことについて、池宮は『物流メディアとしての鉄道』と『情報メディアとしての電話』の導入を契機として、近代化途上の日本の地域社会が急速に変貌する転換点を具体的かつ象徴的に示す興味深い事例といえよう」と指摘している⁸⁾。

電話機は、電源を電話局に集中させて利用者が受話器を取るだけで呼び出せるという「共電式」の壁掛電話機（2号共電式壁掛電話機）ができたのが1909年、ダイヤル自動式卓上電話機が登場したのが1933年のことである。当時の自動式卓上電話機は3号式と呼ばれ以後約30年にわたって利用され1962年には600形に代わることになる。600形は、デザイン的にはそれほど進化していなかったが、通話性、経済性の面で完成された電話機だと言われ、1971年からはブラック以外にホワイト、グレー、グリーンのカラージ化が行われた。第2次調査（1974年）が行われたのは丁度このような電話機が導入された時期に当たる。

当時普及し始めたパソコンのWindows 3.1がマイクロソフト社から発売されたのが1993年で、インテル社のペンティアムの発売も同年である。この年に第3次調査（1993年）が行われた。パソコンはまだ普及の途上にあり「郡上村」に大きな影響を与えてはいない。1972年に全国の電話加入数が2000万を超えたが、1989年には5000万を突破していることを考えると、この調査には電話の急速な普及の影響が大きい。

1979年に世界で初めて日本で実用化された携帯電話（移動電話）は、1990年代になると普及が進み、液晶ディスプレイが搭載されるようになり、1990年代半ばには通信方式がアナログからデジタルへと移行した。第4次調査（2001年）はこのように携帯電話やパソコン、コンピュータゲームなどの影響を強く受けたと思われる時期に行われたものである。

第5次「郡上村」調査からみる地域社会とコミュニケーション

1994年頃に日本に登場したインターネットは、パソコンでの利用が急速に普及するとともに、1990年代後半には携帯電話のインターネット網への接続が可能となり、2000年代に入ると第3世代携帯電話が登場し、2007年には携帯電話の加入数が1億台を超え、パソコンや携帯電話の新たな利用によって生活様式の変化がみられるようになった。このような情報化が急速に進むなか、第5次調査が行われることになった。

第5次調査では、調査に至るこの10年間のパソコンや携帯電話など電気通信メディアの飛躍によるIT化、モバイル化が、農山村部の生活スタイルや、高齢者層、主婦の家庭生活にもたらした影響、そして村民のそれらのメディアに対する受け止められ方や意識、生活の変化などについて調査し、研究・考察した。

また、第5次調査では、これまで実施してきた調査と今回の調査との結果を比較し、メディア変化が農山村部にどのような影響を与え、生活スタイルにどう影響を及ぼしたのかなどの追跡調査だけでなく、「限界集落」論に対する疑問も1つのテーマとして設け、ソシオメトリの手法により、「限界集落」ではない村のあり方を展開し得た「リーダー」たちの役割を抽出することも、調査目的に加えている。

近年、日本の農村に対して「限界集落」という用語がよく使われるが、「郡上村」を調査し続けているかぎりにおいて、人口、世帯数とも若干減少しているとはいえ、800年続く「むら」は「生きている」のである。これには、むらが、経済的にサステナビリティを堅持し、外社会に「適応」し、なによりも「身の丈」の交通・通信手段を維持し、技術革新を不断に行っていること、「むらリーダー」を中心とする堅固な社会構造を運営している等のことが、知見し得るからである。

我々が日常使用するメディアの技術進歩によって、様々なメディアの変化も急激に進む現在において、この「郡上村」での電気通信メディアにおける歴史的変化のフィールドワークは、類をみないものである。この「むらは生きている」という知見を世に問うことこそ、われわれ研究者の役目と考えている。

前回の調査から約10年が経過しているが、この10年間、通信メディアにおいては、利用形態が、固定電話から携帯電話へと変化した、パソコンはスタンドアロンとしての利用からインターネット利用へと、大きな変革をもたらされ、「情報」氾濫の時代に突入している。「郡上村」周辺では、東海地域と北陸地域を結ぶ国道156号と並行して東海北陸自動車道路が、2008年7月に全線開通した。第5次調査の予備チームは、この高速自動車道開通1か月後の8月下旬、第5次調査の基本設計などの準備をして、本調査が円滑に行われるようにするため、数日間にわたって実際に現地を訪れた。この予備調査では、実際に村役場に出向いて有権者名簿の閲覧と調査対象者である「郡上村」の女性の名前を抽出したほか、郡上市役所で、日置敏明郡上市長と面会し、調査への協力要請、村役場への調査依頼などを行った。

これらの予備調査をもとに、予備調査報告会や本調査検討会を定期的に関き、1年間かけ



郡上川に沿って散在する山村集落 (2009年8月撮影)

てじっくりと調査内容の深化を図ってきた。

そして、2009年8月20日から24日までの5日間、大学院生を含む9名が「郡上村」を訪れ、第5次調査を実施した。調査の詳細に関しては、後述に譲ることとして、この調査では、各家庭で快く調査に協力していただいた「郡上村」の方々をはじめ、ライフヒストリー調査に協力していただいたFさん及び「郡上村」の自治会長には多大なる協力をしていただいた。また、継続研究に当たり、BHNテレコム支援協議会理事長の信沢健夫氏、岐阜新聞社元役員の鈴木政洛氏の両氏には、第1次調査から支援いただいている。(安藤明之)

Ⅱ. 第5次調査実施までの経緯・実施概要

本調査は、1973年8月(第1次調査)、1974年(第2次調査)、1993年(第3次調査)、2001年(第4次調査)に続く5回目の調査である。第1次～4次調査で得られた知見をベースにして、「郡上村」における『コミュニケーション』の変化を探ることにその目的を置いている。

調査対象地として「郡上村」が選択された理由は、第1次調査報告(1973年)によれば、

第5次「郡上村」調査からみる地域社会とコミュニケーション

下記の3点に集約される⁹⁾。

- ① 調査チームの力量から見た対象規模の適切性（数十戸で構成）
- ② 比較的都市や周辺の影響から隔離されており、空間的に村を認識しやすい「実験室的」な状態であること
- ③ いままさにコミュニケーションの歴史に何らかの変更がおきようとしていること

特に③に注目すれば、第1次調査が実施された直後、1973年9月に初めて村全戸に電話が開通したため¹⁰⁾、まさに「郡上村」におけるコミュニケーションの歴史に大きな変化が生じたと言えよう。そして、それから約40年が経過した。現在の「郡上村」には、電話だけでなく、CATV、ケータイ、インターネットなど様々な媒体が登場し、2011年には地上デジタル放送の開始も控えている。住民はこれらコミュニケーションツールの変化をどのように受け止めているのだろうか。

第5次調査実施にあたっては、これまでの調査で得られた研究資産を活かし、継続性を担保するため、基本的には前回までの調査設計を踏襲した。しかしながら、前回調査が実施された2001年から約10年が経過し、地域を取り巻く環境やメディア状況が変化したことや調査チーム陣容も大分変化したため、調査設計を見直した部分も多い。そこで、本項においては、第5次調査の実施に至るまでの経緯を辿り、今回の調査全体の枠組みを示す。

1. 第5次調査実施までの経緯

(1) 調査地域への事前訪問（予備調査）

2008年8月24日から26日の3日間、調査地域を訪問し、予備調査を実施した。予備調査で実施した内容は主に下記の2点である。

①調査対象の抽出

郡上市役所において、閲覧手続きに則り当該集落の選挙人名簿を確認し、調査対象を抽出した。前回までの調査対象を一家の「主婦」としていたため（「主婦」とした理由は後述）、継続性の担保のため、本調査においても「主婦」を主対象とした。この時点では、調査対象候補となり得る20歳以上の女性を全て抽出し、調査対象者の氏名、生年月日、住所を記録した。この時点で71世帯が確認され、調査対象候補として20代～90代の110名の女性が抽出された。

②現地情報の収集

前回調査時（2001年）からの「郡上村」の状況変化を把握するため、郡上市長及び当該村を管轄する地域振興事務所を訪問し、現地の情報を得た。

郡上市長に対しては、「郡上村」が平成15年に郡上市に編入されたことを踏まえ、主に町村合併の影響、郡上市全体の現況、市長の「郡上村」に対する認識等の聞き取りを行った。市町村合併の影響としては、自治体における効率化が推進された一方で、市全体が拡大した

図表 2 第5次「郡上村」調査実施経緯

項 目	日 程	詳 細
予備調査	2008年8月24日—26日	・調査対象の抽出・現地情報の収集
研究会	2008年12月	・田村によるレクチャー「社会調査としての『郡上村調査』」
事前打ち合わせ	2009年7月	・現地スケジュールの確認
本調査	2009年8月20日—24日	・アポイント取り・調査票の回収及び聞き取り調査・むらの生活史の把握（自治会長、80代夫人への聞き取り調査）
調査集計・分析		

ために「郡上村」住民においては市の中心が遠く感じられている可能性もあるということや地域交通の一層の整備の必要性に関して言及があった。その他、郡上市全体における雇用、福祉、行政、産業構造、娯楽、観光、CATV、子育て等、地域を取り巻く様々な課題に関する情報を得ることができた。

また、「郡上村」を管轄する地域振興事務所においては、主に村の生活環境の変化に関して聞き取りを行った。その結果、産業構造として、林業関係が減少した一方で、サラリーマン家庭が増え、集落外に仕事に出る人が増加していることや、村ではまだ失業率が大きな問題にはなっていないこと、一方、全体的に高齢化が進んでおり、病院に行くためのバス等の対策が取られているようになったことなどの情報を得ることができた。特に通信面では、有線放送が機械老朽化に伴い廃止になり、現在はCATVが主に使用されていること、インターネットの普及も進んでいることなどが明らかになった。また地域における大きな変化としては、市町村合併、東海北陸自動車道の開通等が挙げられた。

(2) 本調査設計

予備調査で得られた地域情報を踏まえて、調査に関する研究会の開催、メンバーによる打ち合わせを行い、メンバーの認識共有を進めるとともに、本調査における調査票の作成及び現地調査スケジュールの作成を行った。

①調査に関する研究会

NPO 法人地域メディア研究所第30回定例研究会において、第1回から調査企画を担ってきた田村紀雄より、社会調査として「郡上村」調査をどのように捉えるべきか、また調査の実施にあたり必要な事項（メンバー確定、先行研究・関連分野の文献の渉猟、任務分担、関係機関・人物への配慮、調査終了後の資料保存等）について問題提起がなされ、町村合併、高速道路の開通、鉄道の第3セクター化の影響を考慮する必要があること、また、これまで調査対象としてきた主婦の意識やライフスタイルの変化を捉える必要があること、ケータイやパソコンの使用状況の変化を把握するための調査の在り方等に関して議論が交わされた。

図表3 第5回「郡上村」調査質問項目の構成

方法	質問項目	詳細
郵送	電話	使用頻度, 市外通話, 電話帳
	携帯電話	所有状況, 電話会社, 固定電話との比較, 使用機能, 連絡手段
	パソコン・インターネット	台数, 使用者, 使い方, 利用目的, 他メディアとの比較
	新聞・雑誌	購読新聞, 購読雑誌
	地上波デジタル放送	対応状況
	通信販売	利用方法, 利用頻度, 購入内容, 変化
	生活行動	外出状況, 高速道路の影響, 国内・海外旅行
訪問	人間関係	有力者, オピニオンリーダー
	生活行動	生活水準, 仕事, 嫁ぎ元, 最終学歴, 郵便局・コンビニ利用, 防犯・災害対策
	将来	地域の改善点, 満足度, 将来性

②質問項目の確定

上述の研究会の議論を踏まえ、質問項目の設計及びワーディングに関して検討を進めた。基本的には継続性を担保するために、前回までの内容を踏襲することとしたが、村の状況変化を踏まえて、質問項目の大幅な改編を行った。具体的には、電話に関する項目及びパソコン、ケータイ、地上デジタル等に関する質問内容及び項目数の配分に関して見直しを行った。合わせて、訪問調査における質問項目に、防犯・災害・買い物・本集落の将来に関する考え等を追加し、住民の生活意識を多角的に把握できる構成へと改めた。

③調査設計

調査対象は、これまでの調査を踏襲し、岐阜県「郡上村」全家庭とした。被調査者も前回と同様、主婦である。「主婦」の入れ替わりはあるが、過去何回も回答いただいている方もおり、パネル調査としても意味をなすようにした。これまでの調査と異なる点としては、これまでは一家を代表するであろう1名を抽出していたが、メディアの個人利用も進んでいることが考えられ、1家庭1名よりも、女性全員を対象とする方が現状を把握できるのではないかという考えの下、予備調査で記録した選挙人名簿から、20歳以上70歳代までの女性76名を調査対象として確定した。

調査方法は、前回と同様、郵送留置法及び訪問調査の2段階調査を採用した。図表3で質問項目を示しているが、郵送調査において概略を把握し、郵送調査で把握困難な深層意識に関しては、訪問の上インタビューにて詳細に状況を把握することを企図したものである。

2. 現地調査

2009年8月20日から24日までの5日間にかけて現地調査を実施した。訪問前の8月中旬に、調査対象にアンケート及び調査趣旨を事前送付した上で、現地に到着した20日にアポイント取りを行った。訪問調査にあたっては、選挙人名簿の住所から調査地域を分割し、調査メンバーで担当地域を配分した。合わせて、今回初めて本調査に関わるメンバーが殆どであったため、調査初日に、田村より調査の理論的背景に関してレクチャーを行い、調査地域及び調査内容に関する認識を深めた。2・3日目(21日・22日)は、訪問調査及びむらの生活史の把握に努め、4日目は予備日、5日目は移動日とした。各々の調査詳細は下記の通りである。

(1) 訪問調査

すでに調査票を配布済みの家庭に事前アポイントをとった上で、訪問し、アンケート回収及び聞き取り調査を実施した。調査対象とした76名中、61名から調査票を回収し、45世帯に聞き取りを行うことができた¹¹⁾。

(2) むらの生活史の把握

集落に住む80代の婦人からむらの変化に関する詳細な聞き取り、自治会長に近年の変化に関する聞き取りを行った。合わせて、居住者の許可を得て、当該地域の代表的な聞き取りだと考えられる住居内の記録撮影を実施した。

3. 調査票の回収・集計・分析

回収された調査票(郵送、聞き取り)は、その場で調査員が確認し、記入漏れやミスに関しては修正を依頼し、高精度の回答を得るように努めた。また聞き取りにおいては、質問項目以外にも気付いた点に関して逐次メモを取り、分析に活用することとした。集められた調査票に関しては、専門業者(株式会社トリム)に集計作業を委託し、単純集計及びクロス集計を行った。データに関してはメンバー全員で確認し、分析を行った。(牛山佳菜代)

Ⅲ. 調査結果への中間的知見

1. 調査対象者

はじめに、調査対象者の特性を探ってみよう。選挙人名簿から20歳以上の女性を抽出す

図表4 「郡上村」年代別人口比率

年代	20-29	30-39	40-49	50-51	60-69	70-79	80-89	90-	総計
人数	17	5	17	24	13	17	11	6	110人
比率	15%	5%	15%	22%	12%	15%	10%	6%	100%

第5次「郡上村」調査からみる地域社会とコミュニケーション

ると合計110名となった。年代別人口比率をみると、50代がもっとも多く、全体の22%をしめ、続いて20代、40代、70代が同比率、60代、80代と続く。30代が5名と世代間では一番低いが、これは仕事や結婚で村を出て生活していると考えられる。反対に20代が意外にも多かったのは興味深い。

本調査では、調査対象者を30歳以上80歳未満に限定した。これは、20歳代だと独身で親と同居しているケースが多いこと、また80歳以上の高齢者も息子世帯と同居しているケースが多く、主婦層からのデータ収集の目的としている以上、家事など次世代が中心となっていることなどが考えられたからである。そこで、20代、80歳以上を除く76名が調査対象となった。

76名中、約8割の61名から調査票を回収することができた。また、45世帯から聞き取り調査を行うことができた。これは世帯を対象とし、親と子どもとの同居世帯などがあるため

図表5 調査回答者の年齢構成

30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	総計
3	15	18	11	14	61人
4.9	24.6	29.5	18.0	23.0	100%

図表6 家族構成

2人	3人	4人	5人	6人	7人	8人	9人	10人	NA	総計
9	12	11	5	11	6	0	2	1	4	61人
14.8	19.7	18.0	8.2	18.0	9.8	0	3.3	1.6	6.6	100%

図表7 1日平均の電話使用回数 (SA)

1回	2-5回	6-9回	10回以上	使用しない	電話なし	わからない	総計
19	25	4	3	6	0	4	61人
31.1	41.0	6.6	4.9	9.8	0	6.6	100%

図表8 市外電話の1日平均回数 (SA)

1回	2-5回	6-9回	10回以上	使用しない	電話なし	わからない	無回答	総計
30	7	1	1	11	0	9	2	61人
49.2	11.5	1.6	1.6	18.0	0	14.8	3.3	100%

図表9 市外電話で通話する地域 (SA)

関東方面	関西方面	名古屋方面	岐阜県内	その他	無回答	総計
2	0	5	43	7	4	61人
3.3	0	8.2	70.5	11.5	6.6	100%

である。

調査回答者 61 名の年齢構成は、図表 5 の通りである。

回答者 61 名中、50 歳代がおおよそ 30% を占め、回答者の平均年齢は 57.41 歳となる。回答者の年齢構成を「郡上村」の年代別人口比率と比較すると、ほぼ同比率での構成になり、調査結果の妥当性が裏付けられた結果になる。

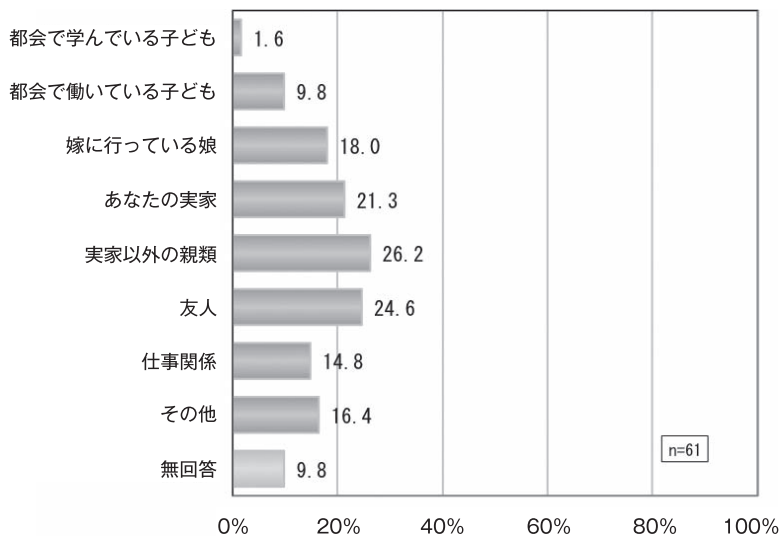
61 名の家族構成は、表 6 の通りである。調査結果から、一家族あたり平均 4.54 人であり、6 人家族以上も 33% 近くいる。各家庭の家族構成については、ヒアリング調査時に聞き取りをおこなったが、6 人以上と答えた家庭では、親や子ども夫婦、また孫世代との同居と 3 世代での構成が多いことが判明した。

2. 電話利用

電話・電話帳の利用状況について、①家族全体の 1 日平均回数、②市外通話の 1 日平均回数、③どの方面へ電話をかけているか、④調査対象者がいちばんかける相手について、⑤かかってくる相手について、以上 5 項目について調査した。

各家庭に設置されている家庭の電話機について、1 日の平均使用頻度は、2~5 回程度の 41.0%、1 回程度が 31.1%、そのうち市外電話は 1 日平均 1 回程度が 49.2%、2~5 回が 11.5% であり、電話が 1 日の生活において活用されている実態がわかる。中には 10 回以上 (4.9%) も使用しており、村の通信インフラとして電話は欠かせない通信手段であると考えられる。一方、市外通話でもっとも利用される地域は、岐阜県内 (70.5%) が主であり、名古屋、関東、関西への利用は少ない。

図表 10 電話をかける相手 (MA)



第5次「郡上村」調査からみる地域社会とコミュニケーション

市外電話のうち通話する相手については、実家以外の親類 32.8%、実家 29.5%、嫁に行っている娘 21.3%、都会で働いている子ども 11.5% と親類縁者への連絡が多い反面、友人への連絡 (23.0%) にも利用されており、その他の回答としては、「近所」や「親戚、姉妹」と回答しているものが多い。かかってくる相手も同様の相手であることから、電話がお互いのコミュニケーションとして利用されている。

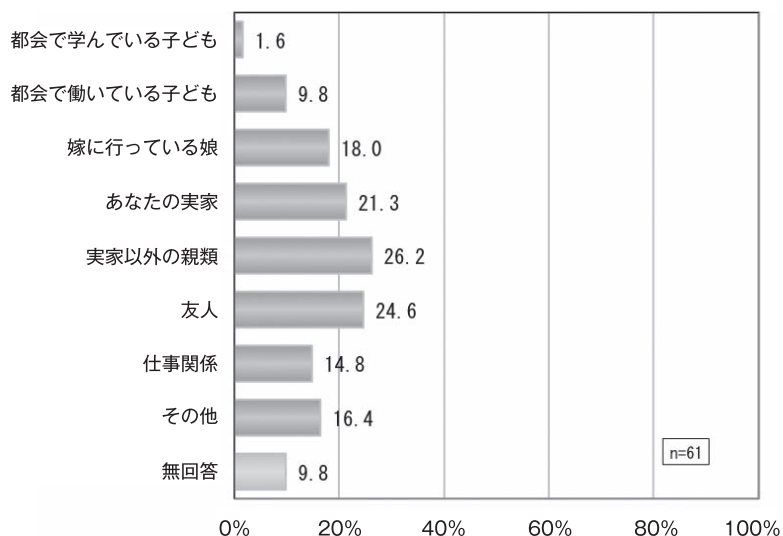
3. 電話帳の利用状況

これまでの調査でも、電話帳について質問している。今回の調査では、携帯電話やインターネットが普及しつつある現在社会において、紙媒体のものだけではなく、インターネット上の職業別電話帳「iタウンページ」の利用についても質問した。また、利用回数及び利用目的についても質問した。

電話帳の利用についてはハローページが 52.5%、タウンページ 34.4% であり、NTT 以外の電話帳も 13.1% と利用されている。一方、インターネット上の iタウンページの利用はない。後述するように、村でもインターネットの利用が増加傾向であるが、電話番号を調べるのには、ネットより紙媒体の電話帳が利用されていることがわかる。また、その他の利用には、商工会が作成した「村専用の電話帳を使用する」と回答した者が 5 名おり、村内においては、専用の電話帳も活用されていることがわかった。

50 音別個人電話帳「ハローページ」の利用頻度について、1ヶ月あたり 1 回程度 53.1%、2-5 回 31.3% となり、その利用目的は電話番号を確かめるため (87.5%) が最も多い回答であった。(川又実)

図表 11 かかってくる相手 (MA)



図表 12 電話帳の種別 (MA)

ハローページ	タウンページ	iタウン	NTT 以外	その他	利用しない	総計
32 52.5	21 34.4	0 0	8 13.1	8 13.1	17 27.9	61 人 100%

図表 13 ハローページの 1 ヶ月あたりの利用回数 (SA)

1 回程度	2-5 回程度	6-9 回程度	10 回以上	わからない	総計
17 53.1	10 31.3	2 6.3	0 0	3 9.4	32 人 100%

図表 14 ハローページ利用目的 (MA)

個人の名前	住所	電話番号	その他	無回答	総計
3 9.4	7 21.9	28 87.5	1 3.1	2 6.3	32 人 100%

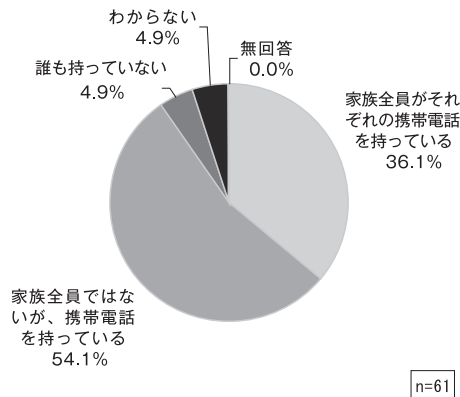
IV. 住民と携帯電話の利用状況

1. 本章での指摘

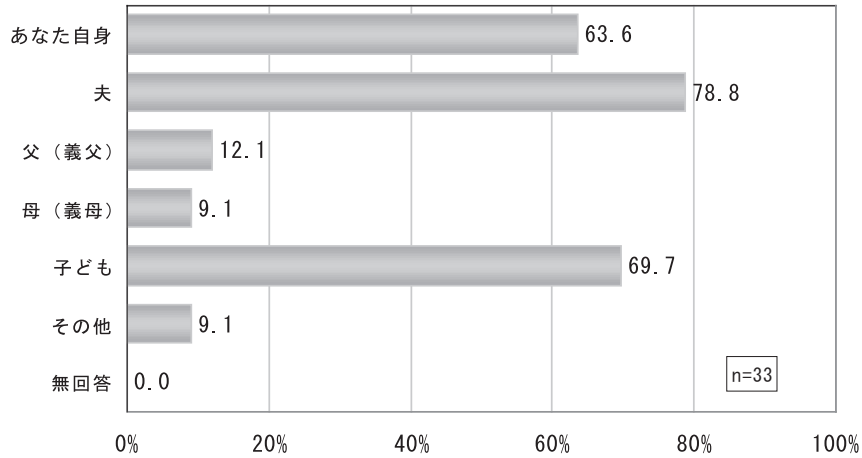
ユビキタス社会となった今日、携帯電話の利用は私達の生活において必要不可欠なものとなった。総務省が発表した、平成 19 年の「通信利用動向調査」の結果では、携帯電話 (PHS も含む) の個人利用率は 73.9%、20~40 代では 9 割を超えており、60 代後半でも約 6 割、世帯保有率では 95.0% となっている。

また、2009 年 8 月の発表では、同年 6 月末時点における、携帯電話および PHS の加入契

図表 15 家族の携帯電話所有状況 (SA)



図表 16 携帯電話の所有者状況 (MA)



約数の状況は、1億1302万5000件であり、前年同期比4.4%の増加となり、人口普及率は88.5%に到達したと報告している。

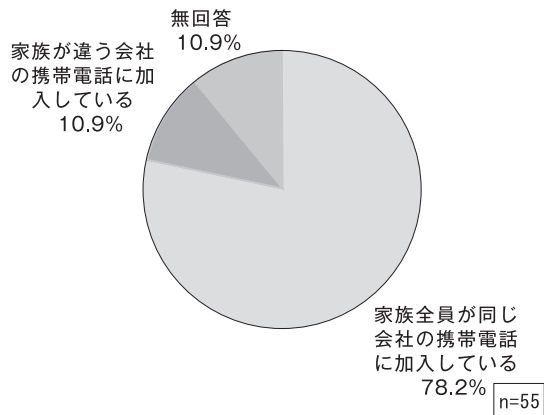
今回、「郡上村」で我々が実施した調査は以下のようなものとなった。

- ①携帯電話の所有者について
- ②携帯電話の利用者について
- ③加入している携帯電話会社について
- ④携帯電話と固定電話の利用頻度について
- ⑤携帯電話の利用方法について

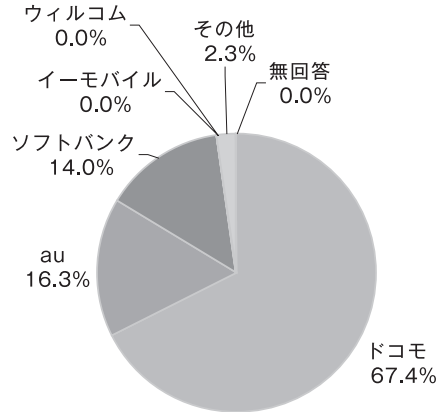
2. 調査結果

今回のアンケート調査結果をまとめたものが以下のものである。

図表 17 家族の携帯電話加入状況 (SA)



図表 18 携帯電話会社の加入状況 (SA)



n=43

(1) 携帯電話の所有状況の調査結果

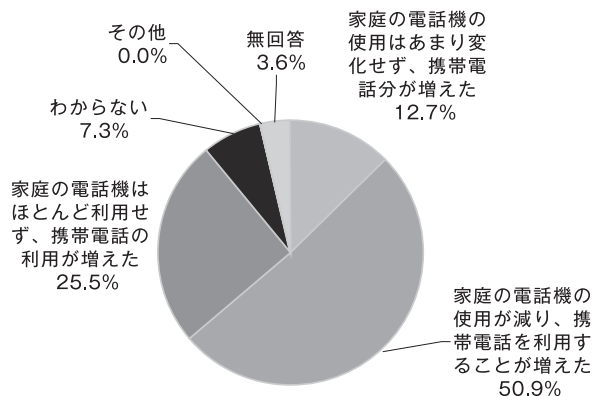
携帯電話の所有率は、「家族全員がそれぞれの携帯電話を持っている」が 36.1%、「家族全員ではないが携帯電話を持っている」が 54.1% となり、合計すると「家族内の誰か一人でも携帯電話を持っている」のは、90.2% となる。

(2) 携帯電話の利用者について

質問 I で「家族全員ではないが、携帯電話を持っている。その中で携帯電話を所有している者」を聞いた質問では、上位 3 位まで、あなた自身（妻）が 63.6%、夫が 78.8%、子どもが 69.7% を占めている。

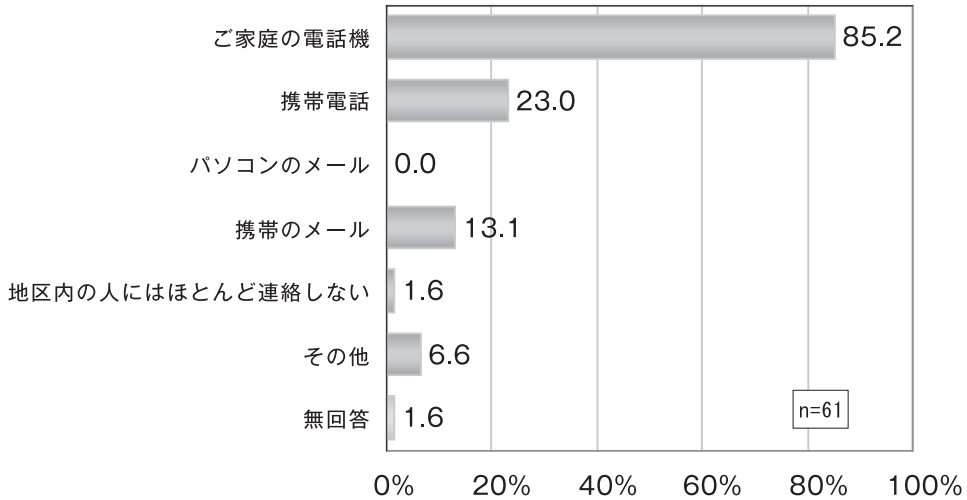
この回答をした世帯では、まだ小さな子どもがいたり、特に携帯電話を使う必要がない者

図表 19 家庭電話機の使用状況の変化 (SA)



n=55

図表 20 村内での連絡手段 (MA)



がいたる家庭であることが推測される。

質問 I と組み合わせて検討すると、携帯電話を所有できる状況にある者は携帯電話を所有しているといえるであろう。

(3) 加入している携帯電話会社について

携帯電話会社の加入状況については、「家族全員が同じ会社の携帯電話会社に加入している」が約 8 割を占め、加入している携帯電話会社は NTT docomo が約 7 割を占め第 1 位、次いで、au by KDDI が 16.3% で 2 位、SoftBank が 14.0% で 3 位と、NTT docomo が圧倒的に多い結果となった。

(4) 携帯電話と固定電話の利用頻度について

携帯電話を持つことにより、携帯電話を使う頻度が増え、逆に家庭の電話の利用頻度は減少傾向にあるようである。「家庭の電話の利用はあまり変化せず、携帯電話の利用が増えた」が 12.7%、「家庭の電話利用が減り、携帯電話の利用が増えた」が 50.9%、「家庭の電話利用はほとんどせず、携帯電話の利用が増えた」は 25.5% であった。

しかし、同地区の住人に連絡を取るときは家庭の電話を使うことが圧倒的に多いという結果が出ている。

(5) 携帯電話の利用方法について

携帯電話の利用方法では、それぞれの世代などの特色が表れている。

「携帯電話の機能で一番使うものはどれか」という質問の結果は以下の通りである。

- ・「あなた自身 (妻)」は電話が 43.6%、メールが 47.3% で、電話とメールがほぼ半数で割れる結果となった。
- ・「夫」は電話が 67.3%、メールが 12.7% で、電話が約 7 割を占める結果となった。

- ・「子ども」は電話が 34.5%，メールが 30.9%，音楽を聴く 14.5%，インターネットにながが 10.9%，GPS 機能が 1.8% と、多くの機能を利用している結果となった。
- ・「父」「母」は大多数（約 85%）が無回答だったが、それぞれ上位を占めていたのが電話で、12.7%，14.5% という結果であった。

3. おわりに

今回の調査では、携帯電話は住民の生活に必要なツールとなっていることが判明した。

訪問聞き取り調査の実施中に、70～80 代のご夫人の家の固定電話が鳴り、その電話は自身の携帯電話に転送されており、携帯電話でその電話を取る、という場面があった。普段は外出時にも、家の固定電話にかかってきている電話を携帯電話で受けているということである。

自身にとっての有効的な使い方を知っているという意味では、携帯電話でインターネットを利用し、自身の求める情報の収集や、ショッピングを楽しむ若者と、なんら変わらないのかもしれない。（瀧澤文彦）

V. インターネットの利用調査

総務省の「情報通信統計データベース」によれば、インターネットの世帯への普及率は 91.1%（平成 20 年末）である。数値を見ると、ほぼ全国に普及をしたといっても良い数値である。インターネットへの接続の方法も多様化し、我々は 1 つの方法にこだわらなくても、インターネットに接続できるようになった。前出の「情報通信統計データベース」によると、パソコンとモバイル端末の両方でインターネットに接続する利用者数 68.2%（平成 20 年末）にまで達している。

これらの調査内容からも、インターネットは我々の生活に密接していることがわかる。特にインターネットの恩恵を最大限享受出来る地域はどこかと考えれば、インターネットの普及が最も早い都会である。都会だけで考えれば、インターネットの普及率は 91% どころではないだろう。都内を歩いていけば、無線 LAN が飛び交い、携帯電話も、キャリアによって繋がらない地域があるというのは、考えられない。

それどころか、つくばエクスプレスでは、トンネルに入っているにもかかわらず携帯電話でのインターネット接続は可能（一部キャリアを除く）であり、ますます繋がらない場所がなくなってきたという実感が湧いてくる。

そのような状況の中にもはやユビキタス社会になったのではないかと錯覚する。しかし、ユビキタス社会を考えるのに必要なのは、都会での接続状況だけでなく、そこから離

第5次「郡上村」調査からみる地域社会とコミュニケーション

れた場所、とりわけ村がどのようなインターネット利用実態であるかも大きな鍵になる。

インターネットの普及状況はもちろんのこと、インフラが整備されていたとしても、それを上手く利用することができていなければ意味がない。ユビキタス社会を考える上で、村によるアクセスを考えることは非常に重要なことであり、「限界集落」を考える上でも、村のインターネットの利用の状況が、それを打破する1つの鍵になるはずである。

今回の「郡上村」での調査で、村のインターネット利用状況について調査しており、このことについて論ずるのは、このような考えのもとである。

インターネットの接続について、最初に挙げられるのがパソコンである。現在、多様な方法でインターネットに接続できるようになったが、個人が自宅で接続する情報通信機器としては、これが有力であることは間違いないだろう。

「郡上村」での調査で、家庭でのパソコンの有無について調査した。図表 21 はその結果を表したものであり、有効回答数 61 に対して、パソコンがあると答えた人は、44 人で全体の 72.1% である。パソコンがないと答えた人は 15 人で、全体の 24.6% である。

総務省による「平成 20 年通信利用動向調査の結果（概要）」によると、平成 20 年末の時点で、パソコンの普及率は 85.9% である。

インターネットに接続する有力な情報通信機器であるパソコンであるが、その普及率は全国レベルで考えると、若干普及が遅れている結果になっている。

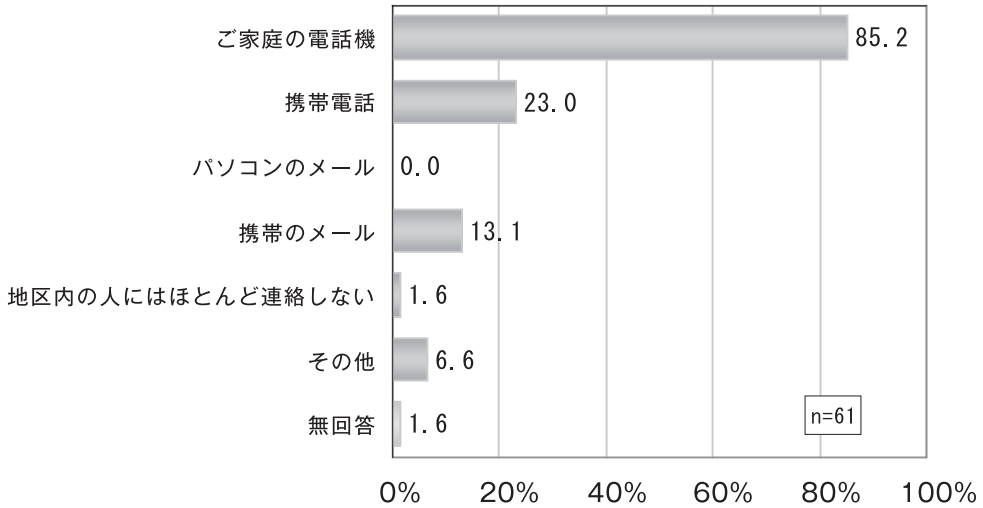
さらに、パソコンの利用方法を調査した結果が図表 22 である。この中で、インターネットに関するもの抜粋すると、インターネット利用の 63.6% と、Eメール利用の 13.6% である。ゲームもインターネットを利用するものも多いが、今回の調査ではどちらなのかまで、調査できなかったので省略する。調査項目の当てはまるどころ全てに○をつけるため、インターネット利用者と Eメール利用者が被っている可能性が高いが、全く被っていないと仮定したとしても、合わせて約 77% である。

前出の「情報通信統計データベース」によると、インターネット利用者の 90.8%（平成 20 年末）がパソコンを使用して、インターネットを利用する。パソコンの利用者の割合が低いだけでなく、そこからさらに、パソコンによるインターネットの利用者の割合が、全国に比べて少ないということが判明した。さらにこの調査では、アンケートに答えたのはその世帯の女性であり、本人の利用動向も調査した。図表 23 のように、「郡上村」の女性のインターネットの利用者は 32.8% しか利用していない。

図表 21 家庭でのパソコンの有無について (SA)

ある	ない	わからない	無回答	総計
44	15	1	1	61
72.1	24.6	1.6	1.6	100%

図表 22 世帯におけるパソコンの利用方法について



図表 23 インターネット利用の有無

利用している	使用していない	わからない	無回答	総計
20	35	0	6	61人
32.8	57.4	0	9.8	100%

図表 24 年代別によるインターネット利用の有無

	サンプル数	利用している	利用していない	わからない	無回答
30代	3	3	0	0	0
40代	15	9	5	0	1
50代	18	8	9	0	1
60代	11	0	10	0	1
70代	14	0	11	0	3

このように、インターネットの利用者は全国と比べて少なくなっている。この理由は、村の高齢化が挙げられる。図表 23 の質問項目を年代別にクロス集計を行った結果である図表 24 を見ると、30代では、インターネットの利用者は 100% で、40代では 60%、50代では 44%、60代以降は 0% になっている。

また、利用者が 100% である 30代のサンプル数が 3人であるのに対して、全く利用しない 60代以降のサンプル数は 25人にも上っている。この結果を見てもわかるとおり、世代が上がれば上がるほどインターネットを利用しない傾向が顕著に現れている。高齢者にとってパソコンやインターネットは利用することの難しいものである傾向があるが、この村でもそ

第5次「郡上村」調査からみる地域社会とコミュニケーション

の影響が大きく出ていると言える。

ユビキタス社会を考える上で、どこからでもアクセスが出来るという状況は非常に大事である。しかし、インターネットを利用できる環境にあっても、インターネットが活用されないのでは、ユビキタス社会とは言えないだろう。また、どこからでもアクセスできる状況であっても、そこに人がいなければ意味がない。高齢化が進めば進むほど、集落は小さくならざるを得ないことを考えれば、この状況はユビキタス社会にとっても良いとはいえないものがある。

しかし、インタビュー調査も行った際に、30代の女性から話を聞くと、村の中にもインターネットがあることによって、人と繋がっているという話を聞くことが出来た。村の中にも村の外の友人と、インターネットを介して、データのやり取りなどを行っているそうである。

このように、インターネットを利用して、友人とコミュニケーションを取っているこの女性は、現在の村の状況を悲観的に考えてはいなかったし、大きな不満を感じていなかった。

高齢化の問題が、村の中でのインターネットの利用者の少なさに影響しているが、その中でも若い世代はインターネットを活用しながら、村の生活を送っている。そこで、コミュニティを村の中だけでなく、村の外にも持つことによって、高齢化している村での生活を肯定的に捉えられている。インターネットの普及により、村での若者の生き方というものが変わるかもしれない。そのためには、インターネットの普及はもとより、その利用方法などの教育も、村では特に求められるだろう。（森岡宏行）

VI. 住民のマスメディア接触・利用

1. マスメディア／ニューメディア

本章では、おもに「郡上村」住民とマスメディアの関係性について論及する。

IT化、デジタル化の進展にともなって、新聞やテレビなど既存のマスメディアの地位が世界的にも揺らいでいることは改めて申し立てるまでもないが、テレビや新聞が伝える文字・映像情報を携帯電話やインターネットを通じて享受したり、逆にインターネット発の情報を新聞やテレビなどがなぞるように伝えたりすることが当たり前となっている現在、マスメディアとニューメディア（便宜上、ここでは携帯電話やインターネットなどの新しいメディアをこう呼んでおく）との間に明確な境界線を引くことは事実上不可能となりつつある。そして、それは「限界集落」といわれるこの地域にも、例外なくあてはまる状況なのだろうか。それとも、従来型のマスメディアは、いまだこの地域においては「社会の窓」たる役割を果たし続けているのだろうか。

2001年の第4次調査時にはまだ全国的な普及以前の段階であったニューメディアの利用

との関わりなどについても触れながら、調査結果を分析していきたい。

2. ニューメディアの流入状況

まず、情報環境においてマスメディアの地位を直接的間接的に脅かしているといわれる携帯電話の利用状況を見てみよう。質問7の結果によると、家族全員または家族の誰かが携帯電話を持っていると回答した人の率は合計90.2パーセントである。うち今回の調査対象である20代以上の女性に限ってみても、所有率は63.6パーセントにのぼっている。これは内閣府「消費動向調査」による二人世帯以上の携帯電話所有率90.2パーセント（2009年3月時点）という数字にぴたりと符合する。携帯電話のようなごく近年のニューメディアの普及のスピードについては、「郡上村」のような地域においても全国的な動向とほぼ肩を並べていると見てよいわけだ。

しかしその一方で、携帯電話において使う機能といえば、調査対象者においては電話、メールの利用が合計で90.9パーセントを占め、ワンセグやインターネットニュースなど既存のマスメディアの機能を代替するような使い方をしている傾向はほとんど見られないことにも注意が必要である。これは、住民たちが携帯電話にまだ固定電話同様の「通話」「通信」機能を主として求めていることを示唆している。

また、パソコンの普及についても興味深い調査結果が見られる。世帯にパソコンがあるとの回答が全体の72.1パーセント、うち2台以上の所有が36.4パーセントもあり、これも前述の内閣府調査のデータによる全国普及率73.2パーセントという結果と照らし合わせてほとんどずれのない数字となっている。ただし、パソコンを使ったインターネットについては57.4パーセントがまだ利用していないと答えており、情報収集の手段としてネットが一般的になっているとまでは言えないようである。

ニューメディアの普及については全国的なスピードと歩調をあわせつつも、それをマスメディアに代わるものとして使いこなすには至らない。そんな「郡上村」の状況を明確に表しているのが質問10-2の回答結果である。インターネットの利用によりこれまでより利用が減少したメディアはあるかという問いに対して、「利用が減少したメディアはない」という回答が60パーセントと最も多い。それに続いてラジオ、雑誌を利用しなくなったが20パーセント、次いで書籍を読まなくなったが15パーセントとなっており、テレビ、新聞にいたってはそれぞれ0パーセント、5パーセントと、いまだに世帯内におけるメディアとしては支配的な位置を保っていることが読み取れる。広告費ベースではインターネット経由の売上が雑誌や新聞を追い越したと報じられる現在の時勢ではあるが、情報の入手経路については従来通りテレビ、新聞からというスタイルを保っている回答者たちの姿が浮かんでくる。

3. 購読されている新聞とケーブルテレビの普及率

ここまでのところで、全国的なペースに引けを取らず急速に普及するニューメディアの存在と、一方でまだその地位を脅かされるまでには至らないマスメディアの存在という、「郡上村」世帯内の媒体の格付けが臍げに見えてきた。では、「郡上村」の住民たちは、そういったメディアを通じて日々どのような情報に触れているのだろうか。

ひとつ示唆的な結果は、住民たちが購読する新聞の内訳である。回答結果のなかでは、岐阜新聞の購読率が65.6パーセント、中日新聞が31.1パーセントと群を抜き（複数回答可）、続く聖教新聞、その他の4.9パーセント、日本経済新聞の3.3パーセントを大きく引き離している。全国紙である読売、朝日、毎日にはまったく0パーセント。各紙販売店ネットワークの普及度という要因にも大きく左右されるだろうが、非常に極端な数字である。この結果からは、地元志向が強く、地域情報により強い関心を持つ「郡上村」住民たちの傾向が伺い知れよう。

その一方で、地上波デジタル放送についての質問に対する回答は、ニューメディアの普及のスピードにおいては全国的にも引けをとらないという前述の推論を再び裏付けるものである。地デジ対応についての世帯調査では、「地デジをすでに見ている（アンテナ・ケーブルテレビなどで）」が52.5パーセント、「地デジのためにテレビまたはチューナーを買い換えた」が16.4パーセントにもものほり（複数回答可）、「地デジに関する情報を収集しているが、まだ何もしていない」の31.1パーセントを大きく上回っている。総務省発表の2009年9月時点の地デジ世帯普及率69.5パーセントという数字と比べても、大差のない結果と言える。「郡上村」の人々は、もはや地上波の民放放送だけではなく、豊富なコンテンツの波に接しているのである。

4. 「郡上村」の消費動向

さて、ここまで「郡上村」の住民たちがマスメディアを通じて社会といかに接触しているかという点について、ニューメディアとの比較もまじえて考察してきたが、ここで少し視点を変えて、住民の消費行動の傾向から「外部」とのつながりを考察してみよう。

「郡上村」への訪問調査を行った際に回答者の女性たちが口をそろえて発していたのは、この地域に総合病院がないこととならんで、食料品や日用品を買うスーパーマーケットが存在しないことに対する不安や不満だった。彼女たちのほとんどが、毎週あるいは2週間に1回程度、近隣の郡上八幡や美濃市、岐阜市などに自動車で購入しにいったら、必要な商品を購入溜めてくると話していた。スーパーマーケットのみならずコンビニエンスストアも自動車があれば容易にアクセスできない環境ゆえ、彼女たちの買い物全般に対するフラストレーションは察するにあまりあるが、そういったリアル店舗での買い物の補足的な意味も持つであろう「通信販売」について、「これまでに通信販売を利用したことがあるか」という

質問に対して、紙媒体のカタログ通販を利用したことがあるという人が60.7パーセント、次いでアマゾンや楽天などインターネット通販を利用したことがあるという人が16.4パーセントにのぼる（複数回答可）。逆にまったく利用したことがないと答えた人は19.7パーセント存在したが、少なくとも5人に4人は通販ショッピングの経験者であるということである。

さらに利用頻度の内訳を見ていくと、過去一年以内に利用したことがあるという人が全体のうちの54.1パーセント、年平均にすると4.97回も利用しており、何を買ったかという質問に対しては衣料品が50.8パーセントと最も多く、次いで食べ物が24.6パーセント、家電製品が13.1パーセントと続いている。食料などの生活必需品のみならず、衣料ほかのおそらくは嗜好品なども多く購入されているところに、村内の供給状況には必ずしも満足しきれない女性たちの心理的な消費動向を見るのが可能だろう。これは、質問15-4におけるこの5年間における通販の利用度に対する問いについて、以前より多くなった（23.0パーセント）、変わらない（27.9パーセント）、少なくなった（23.0パーセント）と回答が拮抗していることから、時代が進んでメディア環境が変わっても、女性たちの消費に対する欲望は変わらない形で保たれ続けているということが見て取れよう。

5. 「郡上村」の人々を突き動かすもの

ここまでの議論をまとめよう。「郡上村」という一見すると人里離れた「閉域」でも、携帯電話やケーブルテレビなどのニューメディアの普及は、全国平均と比べてもほぼ変わらない速度で進行している。だが、その反動でテレビや新聞などの従来型のマスメディアの利用が減ったかというとなんともなく、その影響力は隠然と残っているということが出来るだろう。

ただ、そういったマスメディアに求める情報は読売、朝日、毎日のような全国紙が掲載するようなものではなく、地方紙のようにしっかりと地元で根付いた媒体からの情報であることが、購読紙の傾向からも推論することが出来た。ニューメディアの普及に過度に左右されない住民たちの確固たるライフスタイルに対する姿勢が見て取れる。

また、今回の調査結果には出てきていないが、筆者が実地の訪問聞き取り調査を行った際、回答者たちの多くが既に「郡上村」外の出身者であることも非常に印象的であった。彼女たちの多くは、中部地区の都心部の職場や学校で現在の夫と出会い、夫の家に嫁ぐ形で「郡上村」に住み始めた。「郡上村」内ではそれほど仕事の供給がないため、トヨタなどの自動車関連産業が集中する近隣の都心部まで夫ともども自動車で通勤しているという例が少なくなかった。つい見落とされがちな点かもしれないが、バスなどの公共機関がほとんど発達していない同地区においては、クルマの存在が「社会への開かれ」という面において、死活的に重要なのである。

第5次「郡上村」調査からみる地域社会とコミュニケーション

そして、そもそもが「郡上村」の「外部」の文化に触れて生まれ育った回答者たちのほとんどは、「郡上村」に住み始めた後も定期的かつ積極的にクルマで外部と行き来することを厭わない。実際に、近年開通した近隣の高速道路のサービスエリアなどでの働き口は多いらしく、そこでの仕事が忙しいという声を複数の回答者から耳にした。まさに経済的にも精神的にも、文字通りの「交通」がこの地域を支えているということができよう。

病院やバス、スーパーマーケットなどの公共的社会インフラの発達は必ずしも進んではいなくとも、適度なクルマでの移動によってそういった不便さを補い、さらなる嗜好品の購入については通販などを利用する。また近年の急速なニューメディアの普及にも過剰反応はせず、それまでの生活を乱してしまうことはない。川の水が澄み、山の緑も眩しいほどに風光明媚なこの土地に住む回答者たちのほとんどが、決して周囲の声を気にするがためではなく、自分たちの土地に対する愛着を自信をもって口にしてやまないのは、外部との「交通」の回路が、精神と物質と二重の意味でしっかりと安定して保持されているがゆえと言えるのではないだろうか。（山崎隆広）

Ⅶ. むらの生活史

1. 本章での視点

筆者が本調査に参加し、「郡上村」の第一印象は、どこにでもある長閑な農村であった。山に囲まれた細長い村には、澄んだ川にウナギが息し、上流には村を守る神社がある。伝承と信仰の残る小さな集落である。

このような「郡上村」の生活について満足度を聞くと、80点以上と答える人が多かった。下記の表を見ても、自身の生活水準を中の中と答える人が62.2%もいたのは興味深い。

集団離村、限界集落などとは、山村のイメージからは程遠い「郡上村」の高い満足度は、どこからくるのだろうか。むらに一步足を踏み込むと、第一印象とは違う別の顔が見えて来た。

この章では、「郡上村」に住む89歳のYさんとその長男Iさんの話を中心に、村での訪問調査で得た人々の暮らしについて報告したい。

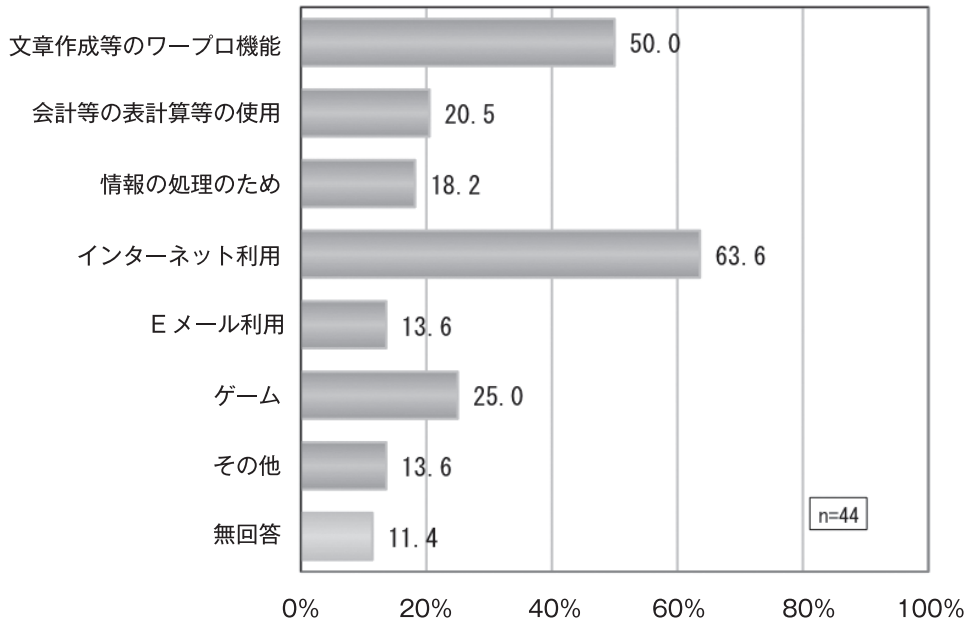
2. 山とともに生きるむら

(1) 林業¹²⁾

Yさんは、昭和19年に隣の村から26歳の時に嫁いで来た。見合い結婚である。実家は農業を営んでいたが、嫁ぎ先は7-80平米の山を持つ林家であった。Yさんは、山仕事を手伝いながら6人の子供を育てた。

「私は女だけど、男のようだった。若い時から山ばかり。山のことに詳しくなった。食

図表 22 世帯におけるパソコンの利用方法について



事を作るより詳しい。」

当時は、蚕を飼い、炭を焼いて生計を立てていた。戦時中ということもあり、女性も男性と同じように働いたと言う。

戦後、国を復興させるべく建築用木材の需要が高まり、国をあげ官も民も一斉に植林を始めた。

「戦後は、材木が中心だった。毎日出て行った。針葉樹は根がいいから（成長が早いから）重宝された。」

同じ頃、エネルギー源も薪や炭から石炭、石油へと変わっていった。炭を焼いて生計を立てていた人たちは、拡大造林へとその労働力を移していった。そのいっぽうで、Yさんは山に住む動物の生態系が変わったことにも気づいていた。

「動物にとっては、針葉樹は良くなかった。食べ物がなくなったから。それで、村に出てくるようになった。昔は広葉樹があって、ドングリやヤマブドウが実り食べてたが、今は全く無くなってしまった。山菜も広葉樹でなくては、根がつかない。広葉樹は、葉が落ちて肥やしにもなるし、日光も入る。でも、広葉樹は売れないからね。炭だけでしょ。炭は手がかかる。だから手っ取り早い銭儲けへと流れた。」

林業の経済的価値は高まっていった。「郡上村」でも山林所有者による植林が盛んに行われ、現在、村の人工造林は、山林面積の56%に達している。しかし、輸入材との競争に押され価格が低迷、林業は衰退の一途をたどっている。

第5次「郡上村」調査からみる地域社会とコミュニケーション

「今は、一番悪い。悲しいくらい。山のものは何も売れなくなった。」

林業生産活動の停滞、従事者の高齢化、後継者不足と多くの問題を抱える林家にとって、その活性化への対応が重要課題となっている。さらに、サルが里へ下りてくる被害が続出し、問題となっている。

(2) ウナギ信仰¹³⁾

「郡上村」は、ウナギを食べない土地として有名である。それは平安時代の伝説に由来する。Iさんによると、「ここには、“藤原高光の鬼退治”という伝承がある。この先にある瓢ヶ岳に妖鬼が出て困り果てた村民が、朝廷に嘆願して鬼を退治してもらった。そのとき派遣されたのが藤原高光で、この辺りに来た時に道に迷ったが、この谷に住むウナギの教えで鬼退治をすることができた。」

妖鬼（妖怪さるとらへび）を退治するため村人は、高賀山麓に高賀山大本神宮大行事神社（現高賀神社）を再建し、さらに六ヶ所に神社を建立。その高賀六社の一つとして「郡上村」に神社が創建された。この一件により、村人たちはウナギを手厚く保護し、大正13年には天然記念物に指定され、「郡上川」は清流としても評価された。

年に一回ウナギ供養祭も行われるという、このような信仰が今でも続く理由をIさんは、「明治時代に、ここと向こうの村とで（「郡上村」になる前の嵩田と下川）血判状のようなものを交わした。それを破ると冠婚葬祭の付き合いを断つという約束手形がH神社にある。血判のついたものが。そういうことで絶対に約束を破らなかった。それは今でもそうだ。」さらにYさんが続ける。「私が嫁に来たときに罰が当たるから絶対に食べるなど言われた。戦時中でね、いつも“死”という言葉がついて回った。だから、験を担ぐとか願掛けとかいうものが重要だった。昔は誰も文句を言わなかったよ」。

3. 「てまがえ」「ゆい」のむら

(1) 「組」による助け合い

「郡上村」には、Yさんのように山仕事に従事した女性もおり、何人かで組んで山に入り神に供える榊や芝刈りをしていたという。作業を共にした仲間とは絆が強く、今でも声をかけて買い物や旅行へ行くと話してくれた70代の女性がいた。林業は衰退しても、まだ村の人の心には助け合う精神が宿っているようだ。「郡上村」には、“手間替え”“結”という言葉が残っているという。

Yさんは、嫁いで来た頃の家屋を思い返し「当時は茅葺き屋根だった。茅が足りなくて、4分の一ずつ葺き替えるから全部終わるのに4年かかった。一軒ではできないから、4~5人で茅を葺いた」。

Iさんは、子供のころの家屋の思い出を「ここいらは昭和30年頃まで、茅葺き屋根だった。私ら近所7軒が“組”で、“てまがえ”して“ゆい”して、それぞれを回ったものだ」。

図表 26 嫁ぐ前の出身先

村内	郡上市内	岐阜県内	その他	無回答	総計
11	9	15	6	4	45人
24.4	20.0	33.3	13.3	8.9	100%

“手間替え”とは、農村等で、労力を貸し合うことや、助け合うことである。逆は“手間返し”と言う。“結”とは、小さな集落や自治単位における共同作業のことを言う。「郡上村」では、まだこれらの言葉が残っているそうである。ということは、その精神も残ると言えるのではないか。また、冠婚葬祭においては、現在でも“組”が中心になって式を仕切るようである。

(2) 通婚の態様— 一例としての冠婚葬祭

通婚圏は、日常的なネットワークを知る手がかりとなる。図表 26 は約 66% の人が、村外出身者であることを示している。私が伺った家では、娘が結婚後同居するなど、婿養子を迎えている家が 3 軒もあり、村の吸引力を感じた。

隣の市から嫁いで 3 年になる R さんは、最初は「郡上村」の習慣に戸惑ったと言う。「結婚式は、家でやった。新郎新婦の両脇には、酒樽が積み上げられ、回り縁には祝儀がずらりと貼られた。打ち掛けを着たまま、集落の家へ挨拶に回ったことも思い出深い経験だった。その後、義父が他界した時は近所の人が役割を決めて、葬式の準備からすべてを仕切ってくれた。これには、戸惑った」。

「村史」によると、現在は専門の結婚式場で行うのが普通で、個人の家庭で行うことは全く無く式場での挙式が恒常化しているらしい¹⁴⁾。しかし、ここで注目したいのは、その後の記述である。

「結婚式は新しい家庭関係の成立を祝って、親類縁者にその成立を披露する目的もあって行う儀式であるが、中には本人同士が外国の教会などで式を挙げ、それで終了などという簡単なものもあるが、親戚縁者への今後の厚誼交流はどう考えるのかの視点が欠けており余り賛成できない。家庭での結婚式は多く仏前結婚で、先祖の霊前での一族の契りを誓うものであったが、現在では専門の式場で行われるので、先祖や家庭の宗教には関係なく「神前」やまた「教会」であったり、宗教には全く関係ない無神経な行事化しているがいかがなものだろう。」

村の通過儀礼を記したパートであるが、他の儀式は客観的に書かれているのだが、結婚式だけは筆者の感情が入っており、この地域の結婚観が伺える。

葬儀については、同資料によると、「組」が中心となって葬儀の準備を始める。「組長」「飛脚」「お斎係」それぞれが段取りを付け、死者を見送るそうである。「組」内は、一家二人出役が普通なので、仕事を休んでの大作業となる。そのため現在では葬儀屋に全面委託する傾

向が多くなっている。

「郡上村」では、平成21年（2009）に初めて葬儀屋に全面委託した家が出た。それまでは「組」が、すべてを取り仕切っていたのだが、「組」の負担が大きいため、踏み切ったと言う。

4. 「絆」「つながり」のあるむら

(1) 基礎社会

結婚後、親と2世帯で住む娘に、その理由を尋ねると「暮らしやすいから」という返事が返って来た。確かに子育てをするには、実家で母親に手伝ってもらった方が経済的にも精神的にも楽である。学校はスクールバスで送り迎えをしてくれるので、空いている時間にパートも可能である。自然に囲まれた環境は、子供の情操教育にも良い。母親も孫の面倒を見ることで、生活に張りができる。また老後の心配が無いからだろう、心にゆとりがある。車を運転できない近所の人には声をかけ、週に一度、隣町まで買い物に出掛ける。みな笑顔である。

基本的に「郡上村」の家々は大きく三つの姓に分けることができる。F, K1, K2である。みな、古くからこの地に住んでいる家なのだ。このような血縁関係、親戚関係の家々を作る「基礎社会」が、「郡上村」には残っている。このことから、「郡上村」には、今盛んに言われている“絆”や“つながり”が存在していると言えるのではないだろうか。それは、わたしたち人間が求める普遍的なものである。

(2) 共属感情

普遍的な人間関係である“絆”や“つながり”は、血縁、親戚関係だけでも壊れることがある。そこには、もう一つ“強固な何か”が必要である。「郡上村」には、先に述べた伝承と信仰がある。

Iさんによると、有力者F氏は、16代目である。K1氏は、22代までは記録が残っており遡れるが、おそらく26代目くらいだろうと言われているそうだ。というのもK1という姓は、“藤原高光の鬼退治”でやって来た藤原氏の兄弟がこの地に残り、名乗ったとされるからである。K2は、郡上藩だった頃、両替商を手広くやっていた商人の末裔である。

このように、自分たちの先祖が歴史や伝承に残る出来事に関係していた事実を互いに持つことで、「共属感情」が芽生えるのではないだろうか。そのことで、少し窮屈な思いをすることもあるだろうが、安心も得られる。「郡上村」が80点以上のいつまでも変わらないむらである条件は、ここにあるのではないか。

5. おわりに

「郡上川」のウナギは人間の与える餌を食べるという非常に興味深い習性を持っているそうである。また、H神社の別当寺である「郡上寺」は、円空ゆかりの寺であること。白山信

図表 27 第4次と第5次のデータ比較

調査項目	第4次：2001年	第5次：2009年
調査項目数	66問	43問
調査対象世帯数	72世帯	76世帯
回収数	59本	61本
回収率	81.9%	80.3%
調査対象者平均年齢	56.4歳	57.1歳
有職者率	49.1%	45.9%
専業主婦	32.7%	36.1%
村の外で働く	34.5%	24.4%
世帯内でのパソコン所有	39.0%	72.1%
パソコン使用目的でのインターネット利用	16.7%	32.8%
対象者の携帯所有	18.6%	70.5%
生活水準：中の中	58.2%	62.2%
海外旅行経験有	32.2%	49.2%
岐阜新聞を購読	61.0%	65.6%
中日新聞を購読	39.0%	31.1%

仰に大きな影響を受けていることや木地師の存在など、「郡上村」は魅力のある土地であることは間違いない。このあたりは、機会を見て掘り下げたいと考えている。

(上杉真理子)

VIII. 「郡上村」10年の変化—第4次調査時との比較—

「村は生きていた」いや「村は活きている」というのが今回の調査に参加し、現場の村のたたずまいに触れたときにまず感じたことであった。私は、1993年の第3次と2001年の第4次、そして今回の2009年の第5次と計三度の調査に参加させていただいた。時とともに時代の変化とその要請に応じて、社会にとってまた村にとって電話の持つ意味も変わらざるをえなかったようである。質問項目も基本的な軸を変えることなく質問内容および数の調整を行った。ここでは第4次と今回の第5次における村の変化について主に調査データをもとに、注目した点をいくつか述べていきたい。

2004年3月1日には、郡上郡「郡上村」は郡上市に合併され、村を取り巻く環境としての社会全体の大きな動きの影響を受けていた。

一つ目は高速道路の開通である。東海北陸自動車道が、第3次調査が終わった3年後の

第5次「郡上村」調査からみる地域社会とコミュニケーション

1996年4月に美並IC～郡上八幡IC間が開通し、2008年7月には飛騨清見IC～白川郷IC間が開通したことで、全線の通行が可能になった。さらに、第5次調査が行われる直前の平成21年7月に瓢ヶ岳PA～白鳥IC間での4車線化工事が完了した。村を抜けて県外に出ることができる高速道路ができあがったことで村から外へと生活空間の拡大が可能になった訳だが、調査対象の主婦、特に36.1%を占める専業主婦にとっては、彼女たちのライフスタイルに大きな変化は与えなかったようである。

「高速道路が開通してから、他地域への外出状況は変わりましたか」という質問に対して、「かわらない」が52.5%、「わからない」が11.5%、「無回答」が3.3%を合計すると、70.3%の人たちが、ほとんど影響を受けていないといえる。

高速道路で生活が便利になったわけだが、生活の場の不便さの拡大が二つ目である。2007年10月に始まった郵政民営化と2008年11月の「トヨタショック」による経済的不況による生活の場の縮小である。2008年末に村の近くにあったコンビニが閉店し、その不便さを訴える声があり、私たちも不便さを感じた。また郵便局についても調査面接時において利用の減少や不便さについての同様の声を聞いている。

これに対して、第4次の調査時に比べて、さほど変化が無い面もある。三つ目は村の規模である。村の世帯数は第4次時点で72世帯が第5次調査時点では76世帯と多少の増加はみられるとしても、移動はほとんど無いとみていいだろう。村内の世帯数の固定化にともない調査対象者の平均年齢が、第4次の56.4歳から第5次の57.1歳へと若干の高齢化が進んでいる。高齢化が進めば在宅率も上がり、専業主婦が増えることになる。専業主婦は、第4次では32.7%だったのが、第5次では36.1%と少し増えている。

四つ目は村の高齢化・少子化である。高齢化の影響として村の外に働きに出る人の減少がある。村の外の周辺には「大同メタル」、「青山製作所」、「ミノグループ」などの工場があり、これらの工場では村の人たちは働いているわけだが、調査対象者で村の外で働く人は、第4次の34.5%から第5次の24.4%へと10%ほど減少している。この減少は高齢化に伴う離職と関連していると思われる。

また高齢化は村の権力構造にも影響を与えているようだ。村の有力者は誰だと思いませんか、という質問に対して、第4次では82.6%の人がF氏の名前をあげていたのに対して、第5次ではわずか18%にまで減少している。

五つ目は生活水準である。村の中での生活水準で「中の中」と応えた人が、第4次では58.2%だったのが、第5次では62.2%となり少し増やしたが、社会全体の経済的豊かさの上昇を考慮するとほとんど差が無いと考えられる。調査時に訪れた住居のたたずまいや家具調度品など生活ぶりをみると、この村は豊かなのだと思った。これは1993年の第3次調査の時に訪れたときにも感じたことである。

六つ目は地元志向が強いことである。購読新聞をみると、全国紙はほとんど読まれておら

ず、第4次では岐阜新聞が61.0%、中日新聞が39.0%であり、第5次では岐阜新聞が65.6%、中日新聞が31.1%となり、地元の岐阜新聞が購読者を増やしている。

このように地元に対する愛着心・郷土愛を育む土台になっているのが、伝統的文化とそれにとまなう祭り等の行事の催行である。神社の祭礼や「うなぎ」信仰があり、伝統文化と信仰が村人の地元愛への精神的支えになっていることが七つ目である。

最も注目したい点は、携帯電話とパソコンおよびインターネット利用の拡大による非対面的接触の増加・拡大である。

日本全体の携帯電話・PHSの加入数は、第4次調査の平成13(2001)年度が約6900万台で普及率が54.3%だったが、平成20(2008)年度では1億750万台で普及率が84.1%と約1.6倍に増加した(総務省情報通信統計データベース「携帯電話・PHSの加入契約数の推移」)。この村でも電話の普及は、調査対象者の携帯電話の所有率が、第4次調査時では18.6%だったのが第5次調査時では63.6%と、約3.4倍も増加していたことから、急速に進んだといえる。しかし岐阜県内での平成20年度での普及率82.2%と比べると多いほうではない(総務省東海総合通信局「移動体通信(携帯電話・PHS)の年度別人口普及率と契約数の推移」)。携帯電話は生活においてかなりの移動が伴う人には有効な通信メディアだが、この村の主婦のように家庭が生活の拠点になっていて、その家族も移動が伴わない場合には、携帯電話はそれほど必要とはしないものかもしれない。

同様にパソコンとインターネット利用についても急速に普及したことがうかがえる。世帯内でのパソコン所有が第4次の39.0%から第5次の72.1%へと約1.8倍へと増加し、調査対象者のネット利用についても、第4次の16.7%から32.8%へと約2倍に増えている。ネット利用者のうち情報収集が目的で利用する人が95.0%であった。しかし調査対象者でパソコンを利用していない人のほうが57.4%とはるかに多い。

固定電話は、「家」と「家」をつなぐ「家庭のメディア」であり、「家」と「家」のつながりを大事にする村内のコミュニケーションには85.2%の人が利用していることからそのようにいえるだろう。携帯電話が「個」と「個」をつなぐ「モバイル・メディア」であり、パソコンも「個」と不特定の「ソト」とをつなぐ「個のメディア」であり、携帯・パソコンの所有・利用に関しては世代間格差が大きいメディアだといえよう。携帯電話の利用者は、調査対象者が63.6%で夫が78.8%、そして子どもが69.7%、父(義父)・母(義母)が12.1%・9.1%となり、3世代において差がある結果となっている。パソコン利用についても、調査対象者が40.9%で夫が56.8%、子どもが70.5%、父(義父)・母(義母)が4.5%・0%となり、同様のことがいえる。高齢化するにつれて減少している。世代によって求めるネットワークの対象が異なるためにこのような結果になっているともいえよう。

調査対象者やその家族から、「息子や娘たちが県外で仕事をして暮らしているが、定年になったら村に帰って来て一緒に暮らす」、という声をよく聞いた。村で、家族が食べること

第5次「郡上村」調査からみる地域社会とコミュニケーション

ができる米などの農作物をつくり、年金生活をして暮らしていきたいということだ。職や物的資源が村にある訳でもなく、職住を県外に求めても、再び村に帰って暮らそうとするほどの魅力が村にはあるということだ。

では先に述べたような「個のメディア」による間接的なネットワーキングをする世代が村の大多数を占めるようになるとき、主婦を中心とする村のライフスタイルはどのようなあり方をしていくのだろうか。村は就職や結婚によって一時的に出では行くけれども、「うなぎ信仰」などの伝統文化とそれに伴う村人同士の交流¹⁾がある限りは、絶えず帰還する生活の場として村は存続し「生き続ける」と思われる。この「郡上村」は、パットナムのいう「社会関係資本 social capital」(パットナム, ロバート・D, 2006年, Putnam, Robert, D., 2000.)が豊富なかもしれない。私たちのこれまで5回の調査に対しても好意的に協力してくださったことを考えても、この村の社会関係資本の豊かさを感じ取ることができる。ではこの村はどのような社会関係資本が豊かなのか、そしてどのような互酬的ネットワークを作り上げているのだろうか。そのとき個を軸とした間接的なネットワークを作り上げる携帯電話やパソコンなどが、この村の社会関係資本に対してどのような働きをしているのだろうか。こういった問題についてはさらに調査を深めながら今後の課題として追究していきたい。その検証のためにも10年後も若き研究者の調査の継続を願いたい。(上田裕)

IX. まとめ

1. 第5次調査の仮説「限界集落」論への疑問

過去4回の調査と同様の調査を実施したが、今回の調査のひとつの仮説が「限界集落」論への疑問であった。この「郡上村」で、5回調査が可能だったこと自体、この村が現に存在していることの動かぬ証左であった。

戦後の社会全体の巨大な変化のうねりのなかで、「農村調査」運動の時期をべつにすると、過渡期の農村研究は、一部の農村社会学者を除くと、2000年代、やや沈滞しているようにみうけられる。そのこと自体が研究の課題であるが、この研究は、コミュニケーション学という視点から新しい地平を目指した世代と学問の専門領域をまたぐ研究である。

このむらには、全生活の「変化」と「非変化」、村民生活の「適応」と「非適応」、そのなかで、「限界集落」論をはねかえした筋肉質の村民がある。その点では「限界集落」論への批判である。この調査をスタートさせた時、「限界集落」という用語はなかった。しかし、考えてみると、「限界」という論を敷衍すれば、農山村だけでなく、団地も、商店街も、日本も「限界社会」である。少子化、高齢化、核家族化、産業構造の変化、大衆社会化、大量消費化などは、農山村だけでなく、日本全体の現象である。

都市の地域コミュニティのなかでも、高齢化や較差社会化が進展し、老人一人暮らしの家

庭、核家族化、欠損家族化が広がり、行政の支援なくしてはなりたない団地、住宅地、「スラム」地区、ホームレス地域が出現している。これこそ都市的な「限界集落」である。農山村でも、現在の日本の人口構成を反映して老人一人暮らし、高齢者夫婦家庭が存在するのは当然だが、これをもって「限界集落」と即断するのは問題がある。地域コミュニティのなかで、支えられていることが多いからである。

もちろん、「郡上村」も高齢化はすすんでいるのは自然である。風光明媚で、静かな山村であるだけに、また工業・工場が少ないだけに、若年労働力が流出して、高齢化そのものは、全国平均より10%前後たかい。だが、コミュニティとしての機能は都市以上に保たれていて、「限界集落」を示す特徴とはいえない。

この半世紀といわず、百年、あるいは数百年、むらをとりまく世界は変化しつづけてきたが、多くのむらの機能は微動だにしていない。国家やその政治権力が変化しても、江戸幕府、郡上藩主、明治政府、戦後国家体制と政治制度は変化しても、むらにとって頭上を通過した体制であった。むらの生活の根幹は強固に地面に張り付いてきた。

2. 調査の全体像

岐阜県下の「郡上村」において、ほぼ半世紀、約10年おきに5回、全戸を対象にした社会調査を実施してきたが、その全体の研究報告である。この半世紀は、日本全体が高度成長、バブルに翻弄され、ついでバブル崩壊、深刻な経済不況にみまわれ、村もそれに直面した。

この「郡上村」は、調査の運営・遂行のためのコード名であり、「郡上村」というのは実在しない。長期の調査を設計するにあたりこのコード名にした。村はこの間、町村合併を繰り返し、郡上郡M村、ついで平成の大合併で現在は、郡上八幡町と合併して郡上市字Kとなっている。

戸数約100戸、美濃川の支流「郡上川」沿いに散在している。7—800年の歴史のあるむら（集落）といい、山あいの最奥部に、伝説の神社と、多数の円空仏を祭る。もともとは、山林業、炭焼き、木地師のむらで、製品を美濃川の筏で名古屋、伊勢湾へ送っていた。現在もダムがなく、ラフティングの適地である。筏流しもむらの催事として続いている。第1回調査から約半世紀を経過したが、むらの調査対象はほぼ100戸で維持されてきている。もちろん、相続がなく家屋だけ残された家も存在するようであるし、全員都市そのたの地区に転居した家庭もあるが、転入もあった。これ自体、むらがいきている証拠である。むらは外社会にたいして閉じている関係でなく、新陳代謝をして生命力を保持している。

この調査研究では、むらの社会構造の変化に影響をもたらすであろう外的要因としてコミュニケーション・メディアを採用した。田村をはじめ調査研究に参画したメンバーがコミュニケーション学者であったこともある。

むらの戸数は、100戸弱であるが、今回の調査で面接により、調査票を回収しえたのは、

61票である。その年代別の分布をみると、30歳代の3人を除き各年代（10歳刻み）、とも10人余、40歳代だけは18人とある。30歳代のサンプルが少ない理由は、まだ「主婦」の地位をえていないか、家を離れて都市で労働に従事しているかである。

また、家族構成をみても、家族数が2名という核家族も9人、3人というちいさな家族もあるが、4〜7人という3世代、あるいはそれ以上の家族が非常に多く、理想的な家庭が8割にもなる。これこそ、家庭崩壊も、家族解体もない非「限界集落」といえる。

3. 外界と離れたむらの個人的通信機器

村民のもっともパーソナルなコミュニケーションツールである「携帯電話」の所有ならびに利用状況を検討すると興味深い。

じつは、前回の第4回調査では、携帯電話にかんする質問は副次的なものであった。その理由は、「携帯電話」の普及はまだこの時点では都市や若者層に定着したばかりで、農山村社会では、まだ緒に着いたばかりだろうという我々の大いなる誤解があった。しかし、第4回調査（2001年）を実施してみると、携帯電話の世帯利用率は、84.7%と極めて高かった。とくに、子供の利用率は、64.4%であった。これは、通学が山あいの小道や谷間をとおる危険で長距離であったため、その安全とリスク回避のために、一家の夫（42.4%）、主婦本人の18.6%を大きく上回る利用となった。今回の調査では、主婦の携帯電話の所有は36.1%とほぼ倍増した。

ニューメディアの普及というコミュニケーションの技術革新の普及が都市→農村、または、技術革新者→フォロワーというロジャーズの理論がメディアに関するかぎり修正されるものでないにしても、ごく短期間に爆発的な普及をとげたという背景、事情は特筆に値する。都市では、生徒・児童に携帯電話を持たせることへの問題提起がなされているが、自然災害、交通事故、急病などのリスク対策上も、別個に検討すべき課題といえる。

パソコンにも言及にたる特質がある。これも、第4回調査時には、「農山村での普及の時期ではない」と軽視した感じがある。自省しなければならない研究態度であった。これも、携帯電話同様に、都市と農山村を仕切る壁はほとんどない。すでに電話が全戸に開通しており、本調査の出発点であった電話の普及と利用、そのエクステンション活用がメインテーマであったわけだから、携帯電話もパソコンも、通信回線を引くよりもはるかに簡単なはずであった。

パソコンの普及は時間を必要としなかった。全体の3分の2の家庭にパソコンが普及していた。企業ではないので、利用のソフトでは、インターネットが圧倒的にたかい。その中身も、情報蒐集、買い物、ゲーム、娯楽の順で使われている。情報蒐集の利用、さすが60歳代、70歳代の主婦は行っていないが、40歳代、30歳代では100%、50歳代では87.5%とたかい。情報蒐集の先ははっきりしないが、主婦の生活に付随した料理レシピ、交通時刻、病院案内、

行政機関のウェブサイトと多彩なものが想像できる。

4. むらに浸透したメディア

「郡上村」は、1974年まで、外界と結ぶものは、新聞のような活字媒体を除くと、不安定なテレビ視聴とラジオであった。テレビも難視地帯のため、1970年に日本初のCATV局が郡上八幡町に設立されたほどで、これも「郡上村」には届かなかった。翌1971年、村営の有線放送システムが開設し、村役場からの情報提供は始まった。

新聞は、宅配制度に支えられて、日本では、それほど家庭の新聞離れの現象はまだみられない。ことに、新聞離れの著しい都市住民、ことに若年層ほどの新聞離れはみられない。購読新聞であるが、さすが、県域新聞である『岐阜新聞』が圧倒的で、65.6%、『日本経済新聞』が3.3%、その他である。近年、名古屋発行の『中日新聞』の拡大がみられないわけではない。

これに関連して、インターネットの利用拡大にともない利用が減少したメディアを尋ねている。ラジオ、雑誌、書籍などである。もともと、山間だけに、ラジオの聴取は低い。書店はないから、他の生活用品とともに、車で30分ほど離れた、郡上の市外にゆかねばならないが、日本全体が紙離れしての結果であることも忘れてはならない。

かわって、通信販売の拡大に注目しなければならない。

第4回調査時でも、通信販売は一定の大きさをしめていた。各種の通信販売の利用は相当に高かった。今回と対比してみると、雑誌広告による、利用は22.2%から8.2%に低落している反面、インターネット利用は、5.6%から、16.4%にはねあがっている。ほとんどの家庭が楽天などを利用して日用品を購入していることが分かる。購入商品の質問にも、衣料品、食品、家電商品、書籍など広範囲にわたっている。

5. むらは生きもの

むらという地域コミュニティは、それ自体、経済、政治、文化、また村民の人間としての生産・再生産で独自の完成した体系・自治をもっているが、外の環境（社会）に対して閉じた系ではない。もの、情報、生命の新陳代謝がおこなわれている。呼吸をしているのである。これを、本調査では、情報の新陳代謝としてメディアをツールとした各種のコミュニケーション、通学圏、通信圏、購買圏、通婚圏、という概念で「社会的呼吸」を掘り下げてみた。その「呼吸」によって、たしかに経済環境、文化環境、社会や行政の一部になっている。このいずれかに、瑕疵が生じたとき、「限界集落」の烙印をおされることになる。それは、農山村に限らない。都内の千代田区のビル陰の所帯や、新宿区内の古いアパートにだって起こりうる。

むらが、「限界集落」にならないためには、情報の確保、医療の保障、娯楽の提供、教育の権利、日用品の購入機会、と広範な分野での機会な可能性があることが必要であるが、「郡

第5次「郡上村」調査からみる地域社会とコミュニケーション

上村」ではこれを可能にしている。また、災害に対する安全確保、都市へのアクセスの装置、むらのリーダーシップやガバナンスの適格性、いずれも保持されてきている。今回はメディアを中心とする分析であるが、さらにむらの政治的、社会的、経済的、地誌的、文化的な安定性を掘り下げてゆきたい。

この「郡上村」調査はほぼ10年ごとの5回にわたる暦年研究であり、ちかく1冊の研究書として世に問うものにしたいと準備している。（田村紀雄）

この調査は、平成20年度（財）電気通信普及財団「研究助成費」により実施した。また、本稿は2009年度東京経済大学個人研究助成費（PR09-33）による研究成果の一部である。

注

- 1) 郡上村の電話導入の経緯については、東京経済大学、コミュニケーション科学第16号『「郡上村」のコミュニケーション生活—「電話化」から30年 第4次調査報告—』、東京経済大学、学術研究センター年報第2号「フォーラム「郡上村」電話化の30年間」参照。
- 2) 田村紀雄『コミュニティキャンペーン』サイマル出版会、1977年、pp.95-121
- 3) 前掲書 pp.101-102
- 4) 前掲書 pp.104-105
- 5) 前掲書 p.105
- 6) 前掲書 p.110
- 7) 東京経済大学、学術研究センター年報第2号「フォーラム「郡上村」電話化の30年間」池宮正才「報告1：郡上村における第1号電話（昭和3年）設置経緯とその背景」参照。
- 8) 池宮前掲書、p.169
- 9) 出所：第1次コミュニケーション調査報告（1973年）より一部抜粋
- 10) 昭和48年当時、本村の加入電話273台、132台が単独電話（普及率約11%）、134台が共同電話（世帯数は1,166戸） 村史完結編
- 11) 聞き取りは世帯別に行ったため、世帯数でカウントしている。
- 12) 郡上村史教育委員会編『郡上村史』「表1—2 産業別就業者数」,「表3 主要産業の村内純生産所得の推移」,「表1 土地利用比率」,「表2 所有形態別森林面積」,「表3 民有林林種別面積」,「表6 林業従事日数別世帯員数」参照。
- 13) 国立科学博物館 HP／天然記念物の魚たち
http://research.kahaku.go.jp/zoology/uodas/fish?_in_focus/tennen/unagi.html 参照。
- 14) 『郡上村史』参照