

水の物語

——非日常の中の日常：1995年西宮（7）——

原田隆司

A Story of Water : Ordinary Lives in Extraordinary Situations in Nishinomiya, 1995 (7)

Takashi Harada

Abstract : This is part of a study on the social situations after the Great Hanshin–Awaji Earthquake in 1995. This paper focuses on the activity of a food company which has a well of mineral water in Kobe.

The “life-lines” in the affected area were devastated. The company immediately distributed large amounts of PET-bottled mineral water for free in the affected area. So for a while the company could not sell the mineral water across Japan. At first the water was for drinking, but after two weeks the staff of the company who entered the area noticed that the suffering people needed a supply of water for other aspects of their daily life : for bathing and washing clothes and so on. So the company packed the water into plastic bottles and supplied some taps for water supply from the well. About 50,000 bottles were supplied and 800 to 1200 people used the equipment daily.

In this period the mineral water was both for sale and supplied free at the same time.

1995年、地震のなかで生じたできごとのひとつとして、水について考えてみたい。大阪に本社のある総合食品会社で、地震直後のことをインタビューさせていただいた。1996年3月、地震がおきてから1年余り後である。

第1部 水、その変容

水という飲みもの

地震のおきた直後は、どのような対応がなされたのであろうか。

ただ、もうその当時は営業よりもね、現地に対する支援とか、あるいは流通さんでも頼るとこいっぱいありますからねえ、いろいろ片付けの手伝いからね、いろんなものを含めてね、それをやっていましたんでね。私も最初に現地に持って行くものは何がいいのか……。普通の流通でモノを売るというのは到底考えられない状況

ですよ。

—それはすぐにそう判断された。

はい。

—何か想定した手続きやマニュアルがあったんですか？

緊急対応時につきましては、緊急連絡網というのがあるんですね、大まかな。で、すぐに対策をやる会議が開かれましてね、どうしようかということで。すぐに決まりましたですね、あれが確か1月の17日でしたね、17日にすぐに決めましてですね、1月20日から27日にすぐに現地に製品をお届けしました。

—それが電話でうかがった11万個出したというものです。

そうです。最初はやはりこんなの初めてですからね、われわれも、それから現地も、何をどこに持って行けばいいのかわからないんですよ。対策本部に電話しましても、まずかからない。何回かなあ、もう何百回とかけましたよ。[神戸市] 東灘区の対策本部ありますよね、芦

屋役所とかね。そこに持って行きますもね、そこからなかなか運べないから、なるべく現地に持って行こうと決めましてね。大型トラックで持って行きますと小回りがきかないから、小型トラックに分散しまして、11万本、11万個を、神戸、芦屋、西宮、宝塚、伊丹の対策本部にですね、20日と21日に分けまして、全部搬入したんですよ。当然これだけのモノを備蓄しているわけじゃないから、ほかのエリアから全部回収しまして、持って行きました。

非常に早い対応である。

—1月20日、21日に出された11万本がハウスさんの最初の物資供給だったんですね。

そうですね。これはもうギリギリでしたからね。もうトラックの手配から書類の手配からね。

—まず水というのは、どういう用途なり必要性をイメージされてたんですか。

やっぱりすぐに食べ、すぐに飲めるもの。火が使えないだろう、それから多分水道は止まるだろう、一番困るのは水じゃないかな、と。

—そのまま飲んでもらおうということですね。

そうですね。加工もせず、安心できるものをお届けしよう。だからその時は水だけでなく飲料とかね、「とんがりコーン」みたいなスナックとかね、それからゼリーみたいな、要するに加工しなくてもいいもの。要するにライフラインが切れてますよね、そうするとすぐにいけるものということをやしまして、途中で変えたんですけどね、この発想。

その後、水やスナックだけでなく、炊き出しの支援もなされた。

炊き出し支援とか、その都度やっぱり連絡あったりしますんでね。そのときにはどんなモノがいいってことで。これも変化しましてね、2月の中旬くらいになりますとね。2月の14日にカレーとかコショウとか七味とか、そんなん持って行ったんですよ。なぜって聞いたらね、最初はね、すぐ食べられるもの、弁当とか冷たいものでいい、と。ところがね1ヶ月近くになりますと、メニューの変化がほしい、というふうなことでね、カレーみたいなものとかね、なんか味付けするようなもの、そういうようなものが大分増えましたね、ボランティアの団体のほうから。ただよくわからないから、必ず行政を通じてやらせてもらおうということ。必ず対策本部の

方を通じてやりました。

さて、ミネラルウォーターの材料である水は、神戸市内で採取される。

我々の採水地は神戸市にあるんですよ。あそこが水源なんですよ。そこで採水したものを、トラックで奈良の工場に運びまして充填して製品化しています。現地では工場を作る余地がないものですからね。神戸で吸い上げたものを、無菌のまま、奈良の大和郡山に持って行かまして、そこで工場でボトルングしまして、全国に運ぶんです。

当時の製品の需要は、どうなっていたのだろうか。

当然こうなりますと、阪神間だけじゃなくてね、急に増えたのが、ほかの都市もですね、震災時における備蓄をしたいから、というのがドーンと跳ね上がりました。

—それはいつから。

すぐです。

—1月中に。

ええ、もう1月から。

—全国で。

全国で。特に東京を中心にしましてね。

—急に注文がドカッと来たんですか？

そうですね。ところがうちは、すぐに全国での供給体制はできないと思いました。震災のど真ん中にありますからね。全国で定番はカットさせてもらいましたね。「水はすみませんが、お売りできません」と。「今ある分だけで売ってください」と。1月いっぱいもう供給できない体制でしたね。そのときはたぶん普通の何倍かの注文があったんですけども、われわれはその期間中モノを売れなかった。会社がですね、灘に水源があるので、まずは現地に何とかしようということですね、今あるもの全部を神戸中心に供給したというのが現状なんですよ。

水源は大丈夫であった。

実は水源は全然異常なかったんですよ、しっかりした採水坑でしたからね。そんなに建物ないわけですよ。もう地下100mだけが非常に重要なポイントで、あとポンプがあるだけで、上には何もありませんからね。チェックしたらポンプもあるし、水質も同じだったんですよ。だから「これ使えるな」と。ところが運べないですよ。だからまあこれはとりあえずは仕方ない。だから

全国の製品をカットしたんですよ。

ミネラルウォーターを日本で最初に発売したのが、この会社である。

われわれは1983年に出したんですよ。家庭用としましては初めてで、10年間くらい、うちしかなかったんですよ。水は買って飲むものだとずっとアピールしてきましたね、それまでは水なんてお金出して買うもんじゃないうと、そんな時代が続きましたね。

やがて、ビジネスチャンスがあるということで、他の会社も製品を発売した。

2、3年前に今度は外国産がパーっと増えて、そのうちに、もうあらゆるところから出ましたよね。

ー売上そのものとしては震災前までずっと伸びてたんですか。

そうですね。90年入ってからまた急にのびまして、2ヶ月の伸びできてましたね。90年、91年、93年くらい。3年ほどまえ冷夏ありましたよね。そのとき前年比100パーセントくらいで、ちょっと騒ぎがあったんですよ。震災で、われわれとしましては1ヶ月近く供給できませんでしたから、その影響はあって落ちたんですけども、夏暑かったからすごく売れましたから、それでまあトントン。震災があっても、他の地域でね、最終的にはやっぱり前年の150%くらいありましたから。それくらいのやはりすごい大きな動きがありましたね。

ーどうしてそんなに売れたんですか。

これはやはりお客さんがね、水っていうものは、ミネラルウォーターは、おいしいものだって分かってきて、自分の生活の中にお水を飲むスタイルが入ってきたんですよ。特に都市部を中心として。ですから売れてるのは東京、大阪、非常に多いんです。

ー飲むっていうのは、あのまま飲料水として飲むってことですね。

そうです。かつて80年代そんなに急速に伸びなかったのはね、水っていうのはある意味のステータスシンボルみたいな感じでね、ある特殊な人間だけが飲む、普通は水は水道の水でって感じでしょう、だから水を、ミネラルウォーターを、高いやつを飲むってのはね、おいしいお茶を入れるときに飲むとか、赤ちゃんのミルク用にとかね、薬を飲むためにとかね、特に今日はコーヒーを沸かすためとか、そういう入れ方だったんですよ。それだとあんまり飲みませんよね。ところが90年代に入

りましてね、それをそのまま飲むというのが一番多くなったんですよ。コーヒーを沸かすくらいじゃ大して使用量は増えないでしょ。ところが、そのままゴクゴク飲むということになればね。

ーシーズンはあるんですか。

夏場が一番多いです。

ー夏冬でどれくらい違うんですか。

今はね大分差がなくなりましたね。というのは、普通の生活の中で飲むというような習慣をつけば、夏であろうが冬であろうが飲むんですね。やっぱり夏にいっぱい買ってみようかなっていう人は多いです。だから夏に多いんですよ。トライアルユーザーって言います。買って飲んだらうまいじゃないか、と。それからずっと自分の生活の中に水の生活が入ってくるわけです。だから、夏にトライアルユーザーが増えて、そのままずっと伸びていく。秋口からやめる人もいますよね。でも前の年の夏の需要がね、次の冬までつながっていきますよね。夏が非常に冷夏でね、トライアルユーザーが少なければ、冬も少ないです。普通、シチューだと冬とかね、ラーメンだと冬とかね、冷たい氷だと夏とかありますけど、水というものは、水飲んだから夏かと言うとそうじゃなくて。

ー飲むという意味では年中変わらない、あまり季節差がない形になってるわけですね。

そうですね。そのあたりもまた90年を境にして、業務用と家庭用が逆転した年なんですよ。

ー業務用っていうのはお店で？

水割りで飲むための、あるでしょ？

ー昔ボトルに入って飲み屋にありましたね。

それが逆転したんですよ。それまでは昔のバーでウィスキーの水割り用に飲むというのが多かったんですけども、それよりも家庭でペット〔ボトル〕で冷蔵庫に入れて家族の方が飲むというのが多くなったのは90年から。それから急速に伸びたんですよ。

そういう需要の拡大しつつあった時に、地震が生じたのである。

生活用水という水

しかし、地震という非日常的な事態のなかで、ミネラルウォーターの意味は、単に飲むということではなくなっていった。

状況を見ていきましてね、一番やっぱり多かったのは水なんですよ。どんな水かという、製品の水っていう

のは飲むとかでしょ、ところがずっと見ておると、水はけっこうあるな、と。ところが何が困ってるか、というとやっぱり生活用水だったんですよ。

ー現地がどうなってるかは、どういう方法で。

19日に現地に入りました。

ー社員のかたが。

ええ、私も。私も行きました、現地に。7日ぐらい行ったんちゃうかなあ。当時はね、下がゴロゴロでね、まだくすぶってるところもありましてね、だから歩けないでしょ。しょうがないからあの時は、電車で〔西宮〕北口まで行って、そこで自転車借りましてね、自転車で灘まで2時間かけて行きました、みんな、かわりばんこに。

ーそういう役割だったんですか。

これは、ひとつはね、やはり担当者は現場の状況を確認せなあかん、稼働できるか、水を揚げられるかっていうチェックがありましたね。私はやっぱりマスコミ対応とか、どんどんどんどんマスコミ入ってきましたからね、「水はどうなってる」とかね。

ーマスコミは何を聞いてきたんですか？

工場あけても大丈夫か、とかから始まりました。ボランティアの問題、支援の問題ではなくて、会社自体が大丈夫か、から始まりました。それからどんどん変化して、いって、「支援は」とかね。

生活用水としての水ということ。それは、足を運んだ現地での判断であった。

行ってみますとね、まず見ますと、横に川が流れてましてね、そこで洗濯してたんですよ、皆さんね、そこで水をくんで。これ見るとね、結局やっぱり水がないなと分かりましたね。

灘区の救急病院、市役所、などなど避難の人がいっぱい来てはりましたよね。そこで寝てはりましたよね。ペットボトルとかお菓子、弁当はそこそこ持ってはるんですけど、聞くと、生活用水的なものが、どうしても水がいっぱいいるんですよ、量がね。

それで、実は水源でね、すぐに蛇口みたいなのをうちの工場に作ってもらいまして、簡易蛇口を。水源からひっぱりこみましてね、普通は出せませんから。10本くらいの蛇口を作って「どうぞ、くんでいってください」というようなことをずっとやっていましてね。全部には無理ですから、地元の方にね。

ーそれはいつ頃ですか？

これは1月21日から、もう、すぐですよ。20

日、21日に〔モノを〕供給して、要るなというのがもうわかりましたから、21日には「井戸水あります」の表示をしまして、生活用水を提供しました。本当は水はすごくおいしいやつだから、そのまま飲めるんだけども、一応生活用水で使ってください、ということになりました。初期は、1日に800人から1200人、いらっやいましたね。

しかし、これは会社の名前も示さない匿名的な活動であった。

敷地内で、うちの場合ね、あそこ表示をしてないんですよ。これもね、マスコミには一切言ってないんです。というのは、これを言うとある意味ではいい話なんですよ。ところがね、「ハウス食品」とは書いてませんし、ハウス食品が供給してることも言いませんでした。なぜかと言いますと、われわれにしては水源っていうのは非常に重要な場所なんですよ。そこでいたずらとかあると、非常に僕ら困るわけですね。だからそこは、なんかわからないという状況なんですよ。「ここは水源ですよ」なんて書いてませんから。看板もあげてません。

ーデリケートなものでね。

だから極力これはあんまりオープンにしたくなかったんだけど、今回は特別な分ですね、普段はもう全然そんなことしませんからね、今回は緊急事態ですから。誰がやってるのっていうのは「どっかの会社がやってるんちゃう」みたいな感じでね。だからマスコミ来ててもね、出来たらハウス食品は出さないでほしい、ということで全部お願いしましたね。

ーそれは難しい判断ですね。冷静に考えないと。思わず「ここでやってます」ってなりそうなもんじゃないですか、普通に考えれば。

われわれはね、そうしたいところですよ、広報としては。マスコミでアピールしたい。先程の、11万本持って行ったっていうのはこれはいいですよ。「持って行きましたよ」というのを社内外に言ってます。ところが採水地でね、ずーっと1ヶ月以上ありましたからね、供給したっていうのはね、もうこれは言うまい、と。いいじゃないか、と。別に現地の人にね、それでありがたいと思ってもらうね。そういった判断をしまして。20日はね、ちょうど神戸市の水道局の方からお話がありましてね、実は千葉県松戸市の方からウォーターバックと言いましてね、水を、トラックありまして、簡易水道局みたいなのがありましてね、それでこのくらいのね、バックできるような機械を持ってきてましてね、そうするとわ

れわれは生活用水を渡せますし、飲料水はバックされた分ができますよね。20日から共同でやりました。

本当はね、そのままでいいなあっていうぐらいの水だったんです。ところが水道法で、必ず塩素入れないかん、とか何かあるんですよ、水道水にするためにはね。もったいないなあといいながらね、最小限の塩素でやってもろたんですけどね。1パック500ミリリットルなんですよ。それで1日、1万から2万パック、それぐらい出ましたよね、ずっと。

ーハウスさんに話があったというのは、神戸市の方はどこで水が手に入るかっていうのは知っていたんでしょうか。

いや、このあたりのことはよくわからないんですけどね。あの頃は情報があちこち行きましたんでね。僕らもね、いっぱいあちこちに確認しましたよね。対策本部も県も市役所も、それから水道局もね。「何をしよう」とか「どうしたらいいか」とか。ちょうどその前後でね、消防局と水道局、どうなってるんか知りませんがね、消防局の方でもね、水がない、と。防火用水が。これをなんとかしてほしいという案がありました。

ー水道局も消防局も水源を探してた。

でしょうね。だから灘区の消防署に防火用水の供給とかね、それから被災地の六甲小学校、2800人分の生活用水、プールのね、供給とか、それから大阪ガスの駐車場、琵琶町というところですかね、そこもやっぱり被災地がありまして、そこもあの生活用水の供給、まあこういうことをやってたんです。だいたい1月20日以降ですね。

結局このタイプですってやっていったのはね、そういうふうな飲料水、生活用水、防火用水、それから銭湯用水ですね、これは1月27日くらいから長田区、中央区、兵庫区、いろんなお風呂屋さんに要請ありましてね、「みんな、お風呂に入りたいよ」と。

だから20日前後はね、やっぱり水かな、と。それから生活用水かな、と。1週間くらいしますとね、今度はお風呂入らないと、やっぱり汚れてるし、と。どんどん変化しましたね、水にしても、使い方が。

水源での水の提供はどうだったのだろうか。

1月20日に初めてやったときは15人でした。いらっしまったのはね。それが21日には200人。22日からは1000人くらいになりましたね。

ー口コミで広がって。

ええ。25日くらいには1200人くらいになってまし

たね。2月の7日ぐらいまではね、800人から1200人くらいはすーっとコンスタントに来ましたよね。飲料水のバックも、やはり1万から2万バック、毎日作っておりまして、周辺の避難所にも松戸市なんかが運搬しました。2月の8日くらいからですかね、ずっと減っていききました。1日500、600になりました。避難所への運搬もね、2月の7日くらいからかな、70パーセントくらいになりましたね。だんだん水道が接続されてきたんだと思います。3月にはいると1日に10人になりましたんで、で、それ以降ね、悪いかなということなんだけれども、一応、横の方に1本だけ水はいつでも使えるようにして。うちの方もやっぱりだんだん仕事がね、もう2月になりますとね、動くようになりましたから。当然。

ー生活用水の蛇口も3月くらいまでは続けられたわけですか？

そうですね。

ー水のバックはいつまで続けられたんですか？

これはね、確か2月の末かな、それくらいまでだと思います。

匿名の活動であったために、直接の反応はなかった。

ー何か反応とかありましたか、すごく喜んでくれたとか。

われわれは、このあたりはあんまりオープンにしなかったもんでね。われわれの役割としては、水をご提供して、あとは業者さん、あるいはお風呂屋さんのジャンルですから、別に住民の方の喜びの声というのは聞かずにね。ただ新聞に載ってますから。

商品としての水

この会社にとって、本来、水というのは時間をかけて市場を築いていったひとつの商品である。それを支援に使うということは、どのような事態を生み出すのであろうか。

マスコミに言わなかったのは、完全に社内にとめておいたのは、全国にすぐにも水ほしいというお得意さんが来ますよね。お茶も出せませんと言いつつもね、その出せない水をね、銭湯の水なんてと、それを言いますと地元ではいいんだけど、じゃ、広島とか大阪とか東京ではね、「銭湯の水にするくらいなら、おたくの棚が空くの、なんで商品送れんのか」と、当然お得意さん言いますよね。だからアピールはしたいけどもできない

し、お得意様の変な疑問を出しても意味ありませんからね、だからこれはもう秘めておこうということでやりました。

—実際にはそういうお得意さんの問い合わせはあったんですか。

それはもういっぱいありましたよ。「とにかく今は工場はあるんだけど、物流問題でモノが運べないから、しばらく待ってほしい」と言いました。被災地優先と言うと、被災地の人はそれでいいんだけど、しかし売る方としてはね、たとえば広島から要望ありますとね、広島に売りたい。でも売れるものがない。で、被災地優先っていうのは気持ち的にわかるけども……

同一の瞬間にひとつのモノが、ある場所では支援物資で、別の場所では商品であるという事態が発生したのである。

店頭でいったん商品をカットするっていうのがどんなことかと言いますとね、その商品を Gondra に扱ってもらうためにはやはり相当に努力しますよね。商品がいいし、お客さんも買いに来るっていうことをつくっておくんですけどね。それをはずすんですよ、われわれの方がね。はずすということはね、当然空けるわけにはいかなから他のがいっぱい入るんですよ。それでまた復帰でしょ、もうあります、他の商品が。「そこにまた元のように入れてください」これは大変ですよ。「前の私のとこのやから入れてください」「でももう入ってます」。当然そのためにいっぱい発注してますからね、

—代わりのものを。

うん、だからなかなか最初入りにくいですよ。うちが勝手にカットして、「復帰できましたから」言うてね。でもそりゃ「やっと復帰したか。よしよし、わかった」と言うてくれる店はたくさんありましたけども、それも全国なりますとね、すごい量ですから。日本中の棚から全部やめてね、これも大変ですよ。そして、また戻すっていうのは、これはもうとんでもない話ですよ。

—類似の商品があるわけですし。

そのときチャンスということで、パーっといっぱい入りましたからね。で、たくさん買うでしょ。当然、震災の需要というのとね、流通なんかも、普通より多めに買いますよね。バックヤードにいっぱい余ってますよね。そこでうちが復帰したから入れる言うてもなかなかそりゃ入りにくいですよ。そんな状況で大分苦労しました。しかし、仕方ないな、と。頑張っただけ、2月3月4月5月6月と頑張っただけと少しずつ復帰して行って、正常に戻

して行ってですね。その年の夏は暑かったですからね、だからまた火がついてね。6月あたりからまた売れるようになった。

—じゃあその分だけ考えても、夏くらいまではものすごく特殊な状況だったわけですか。大げさに言えば、ミネラルウォーターが販売、発売されて初めての。

そうですね。うちはこの家庭用としては第一人者ですし、ある意味ではわれわれが作りあげたような市場ですからね。そこをあえて自分から撤退せないかんということとはね、つらかったんですけども、仕方ないですわね、これはね。酒造会社さんが酒を作りたくたつてできないのと同じわけです。うちは特に「六甲のおいしい水」ですから、あそこの水じゃないとだめなんですよ。

—水以外にはその、そういう形の変化っていうのはありませんでしたか。

それはないような気がしますね。阪神間以外はごく普通の生活してますから。だから備蓄でね、なんかちょっとこれをとっていうのはあったかもわかりませんが、他の地域は「大変だなあ」と言いながらもね、普通の生活してますから。

第2部 水をとおしてみた現地

こうした非日常的な企業活動のなかでも、現地で活動をするということが、さまざまな意味をもたらしたようである。たとえば、ボランティア活動。

会社自体は、ボランティアだから行けとかそういうことは言えませんがね、ただ僕ら広報ですからリサーチしまして、社員で行ってますね。実は社内報もやりますけども、一部社内報の中にね、Good People っていうコーナーがあるんですよ。そんなコーナーを設けましてね、そこで現地でやってる本人を紹介したりしましたね。聞くとね、それまで自分らは全然ボランティアなんて関心もなかった。そりゃそうですよね。ところがやっぱり身近にそういうようなことがあるとね、大変だな、ということで私も行ってみようということで、日曜日ね。だからその人間なんか日曜のたびに行っていましたね。今日で6回目とか言って。現地に行くから衣類を、と言うたら、うちの社員もね、「これ持って行ってくれ」とか言ってね。

—じゃあ全体としごくうまく、水を中心にして、結果的にはすごくいい活動ができたっていうことなんでしょうね。

結果はね。ただやはり売上とかいうことはね、当然落ちますからね。こりゃもうしょうがないですよ。こりゃもう全然別の問題ですからね。

—それはもう会社の責任とは全然違う次元の問題になってるわけでしょう。

そうそうそう、これはね、もうどうしようもない。天災の分だね。だからその状況下で自分たちは何ができるか。こういうような水源っていうのもね、完全に閉鎖してね、まったくクローズするというのも、ひとつの手段としてありますよね。そうするとね、毎日ね、人間が行かんかって済む……、楽になるんですよ。僕らも週に一遍いきましたけど、朝から晩までね、おつてね、「いらっしゃい、どうぞ、こちらですよ」言うてね、これもうけっこう大変でねえ、寒いしね、現地まで足がないから最初は西宮から自転車で行って、その次青木〔阪神青木駅〕まで行きましたね、今度は青木から歩いて、その次ね住吉まで行って、だんだん、こう来たんですよ。それでも最終住吉までからね、でも青木からでも歩くとやっぱり1時間半、毎日皆行くんですよ、何人かはね。やっぱりこれを1ヶ月近くやるとね、肉体的にも精神的にもね、コストもかかっているわけですから。もしもこれをオープンしないということになればね、そんなことはもう何もなくてよかったんだけど、でも自分たちの今のできる中では何ができるかな、ということを考えると、こういうことね、まあ発想として上がったんですよ。

しかし、現地に行くという行動は、もっと積極的な意味をもたらす。

そうそう、実はね、ずっとやっていきましたね、そうすると当然水源っていうのはね、人間が張り付かないけませんよね。で、けっこう朝5時半くらいから皆、われわれ奈良に住んでますから、奈良からずーっと行くんですよ、朝の5時半に起きてね。最初ウワーっていったんだけどね、これやってるうちにね、皆がね、仕事、生産性のある仕事じゃないけどもね、やっぱりボランティアやるとすごく人間としていいことをやってる、だから朝5時に起きてもね、全然しんどくない。だからね、こういったことはすごくいいんですわ、人間としてね。〔俺はすごくいいことをやってる〕。

—そこに行く方はどういう形で決まったんですか？

あ、もうこれはもう、その水の担当の、工場の担当ですから。

—毎日毎日もう、クタクタになるまでってところまでは行かなかったんですか？

だから交代制で、2日行ってから、その日は夜泊まって。夜もやっぱり誰かおらないとね、危ないですから。だから夜泊まって、2日交代くらいですっとローテーション組んでね、ずっとやってみましたけども。

—行った人たちにとってはものすごくいい経験になったんでしょね。

うんうん。だからこんなチャンスはやっぱりないですから。

—まあない方がいいですよ。

そりゃねえないほうがいいです。ボランティアとかは何かのきっかけなんですよ、多分。大阪におけるメンバーもね、なんかのきっかけで行ったらね、それなりの感激はするんやと思うんですよ。チャンスがなかったら、きっかけがないとね、なかなか行きにくいもんですよ。

そして、現地で経験するということ。

やっぱり行くとね、なんとかせなあかんってな気持ちになりますよ。そりゃ皆さんね、市役所でもね、トイレの横にずーっと寝てはる、地べたに。「寒いやろなあ」と思いますよね。テントもまだ川沿いにはいっぱいあったし。1月の中旬に川で皆さん洗濯してはる状況見たりするとね。水はどうするか言うたら、トイレは全然流さないから言うて、「あー大変だなあ」って、そりゃ感じますよね。

—それはやっぱりマニュアルではわからない、行ってみないとわからないことですよ。

そうですね。行ってね、で、どうしようかな言うてね。そんなのここで出来ませんもんねえ。今の世の中、まさか川で洗濯なんかしてるなんて、想像できませんもん。けっこう大変ですよ、たくさんの洗濯物を持って、ずーっと下まで下りてってね、下でザーっと洗って、サーっと持ってって。それ見るとね、生活用水を供給せなあかんなあと思いますよね。

マスコミの判断は、常に画一的である。

—マスコミの取材っていうのは、すぐは水が大丈夫だったかどうかで話で、その後はどんな取材が来たんですか、あるいはあんまり来なかったんですか。

うん、あんまり多くないですね。うちは倒壊してどうってというのはありませんからね。だからマスコミもそういうもんがないとあまりとりあげないでしょ。「いや、普通です」言うたら、普通はあまり取材しませんから。

現地での経験ということを経返せば、現地とその周辺だけの経験だということである。

その期間は当然商売になりませんし、物流が、まずお店に持って行けない。それから当時は購買ということよりもですね、支援の方が先でしたでしょ、ですからモノを買うというようなそういう状況じゃなかったですからね。当然その期間中、あるいはそれ以降につきましては、阪神間の売上というのはやっぱり全部落ちてますね。

—売上自体が。

ええ、何がということじゃなくて。

—8月にほぼ通常の状況で店頭に並ぶようになって、その時以降、現在までの売れ方なんていうのは、阪神間でもそう変化はないんですか。

阪神間はあります、もちろん。売上が落ちてます。阪神間は水だけじゃなくて、すべてのモノが落ちてます。

—今でもそうですか？

今でも。

—それはどうして。

特に最初、今はちょっとわかりませんがね、やっぱり震災終わってから半年間くらいはね、まず現地において、こういうものについてはもう過剰でしょう、買わなくなつて。それから流通さんもやってますけども、小売り店では、買いやすい価格で提供してはるし。われわれはもう早く元に戻りたいということでやりました。機能がけっこうズタズタになってるところもありましてね、そこをなるべく早く復帰して、ということで、われわれも問屋さんに正常のものを流していきたいと思いましたが、だから売上は言いましたように全体的には落ちてますけども、でもあととはもう通常の営業活動ですから。

阪神間というような限定じゃないですからね。こちらにある問屋さんっていうのは阪神間だけじゃなくて、京都も大阪も奈良も姫路も全部含めた問屋さんですからね。阪神だけやってると、そんな小さいところありませんから。震災っていうのは阪神間の、ある一部でしょ。だからその分とね、それ以外の近畿と含めたらね、それ以外のやつを全部足した方がずっと大きいんですから。

—つまり、阪神以外のところは、震災以降、ハウスの商品の出て行き方からして、何も変わっていない。

震災は影響ないと思います。結局ね、売上は非常に厳しくなりました。この数年ね。去年、一昨年。これは震災だけじゃなくて、いろんな社会的な不安要素、これは震災もありますよ、震災とかサリンとかね、そんな社会的な不安要素と、それから景気が冷え込んで不景気だね、自分たちの生活の守りの姿勢というか、それから給料がそんなに増えないかもわからないという不安とかね、そんなもんずーっとこの2、3年間にありましたよね。それによる財布のヒモの閉め方がきつくなったために、売上が非常に厳しくなった。そっちの方がずっと大きいですね。そのうちに、一部、阪神大震災の、ああいふうな不安感もあると思います。

—全体から見ればやっぱり、ものすごく局地的な一時的な出来事やったんですか、全国からすると。

全国からするとね。売上からみるとね。だから僕らも現地でおったし、わぁこりゃもう大変なことだね、もう戦争が起こって大空襲のあとみたいでしょ。こらえらいたった一って感じになりますけども、一歩神崎川を越した大阪の人はもう普通ですもん、ごく普通で。僕ら大阪帰る時は重装備で行きますよね、ところが梅田を歩くとね、すごく違和感ありますよね、現地に入りますとね、マスクくらいしないともう目にゴミが入るような、全然世界違うんですよ。あの川を境に全然違うよなって感じでした。それが多分他の地域には伝わらないでしょうね。最初の頃は「わーすげーすごいなあ大変だなあ」というのがあったと思いますけども、阪神間から遠くなればなるほど感覚は、わからないかもわからないね。

水というものを通して、あの地震について考えた時、その局地性というものが露見する。

(2001. 12. 22 未完)

付記

「非日常の中の日常：1995年西宮」と題する一連の文章は、これまで次の6点を『甲南女子大学 人間科学年報』に発表している。

「ボランティアの多重性」(第21号, 1996年)

「経験と表現」(第22号, 1997年)

「空間と生活」(第23号, 1998年)

「経験を語るということ」(第24号, 1999年)

「避難所の終わり始まり」(第25号, 2000年)

「学校が避難所になる」(第26号, 2001年)