HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	漁業の担い手確保に資する価値観分析の試み ： 価値観の多様性・共感・経済的効用の統合的検討
Author(s)	名畑, 公晴
Description	この博士論文の全文は利用可能日以降に公開されます。利用可能日以前の閲覧方法は https://www.lib.hokudai.ac.jp/dissertations/copy-guides/ をご参照ください。
Degree Grantor	北海道大学
Degree Name	博士(環境科学)
Dissertation Number	甲第16732号
Issue Date	2026-03-25
DOI	https://doi.org/10.14943/doctoral.k16732
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/99577
Type	doctoral thesis
File Information	NAHATA_Kimiharu_summary.pdf, 全文の要約

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

学 位 論 文 内 容 の 要 約/Dissertation Summary

博士（環境科学）　　氏　名/Applicant　名畑　公晴

学 位 論 文 題 名/Title of Dissertation

漁業の担い手確保に資する価値観分析の試み
― 価値観の多様性・共感・経済的効用の統合的検討 ―
(An integrative analysis of value orientations for securing human resources in fisheries: examining diversity, empathy, and economic utility)

本研究は、漁業分野における担い手確保・定着の課題に対し、その解決の糸口を見出すために、個人と組織の価値観の適合(Person-Organization fit: P-O fit)の観点からアプローチしたものである。新規就業者の減少と高齢化が進むなか、従来の施策は制度的支援や研修体制に偏重し、求人組織および求職者の心理的側面への理解が十分でなかった。他方、本邦では漁業に限らず全国的な労働人口の不足とさらなる減少が課題となっている。人材獲得競争が一層激しくなると予想される中で「選ばれる職場」にならなければ漁業の新規就業者の安定的な確保は困難となる。そこで、本研究ではP-O fitの概念に着目した。P-O fitとは、「組織の規範や価値観と個人の価値観の間における調和」として定義されている(Chatman, 1989)。メタ研究により、P-O fitと求職者の応募意欲、また、雇用後の就業満足度との間に正の相関関係があること、離職意向との間には負の相関関係があることが示されている(Kristof-Brown et al., 2005)。漁業は個人操業・個人経営を基本とする漁業形態があるとは言え、漁業を営む上では漁業部会、漁業協同組合や地方自治体といった組織に所属し、各所の調整や共同作業の中で職務を遂行することは不可避である。したがって、漁業組織が自らの価値観を理解し、外部へ発信することは、潜在的な求職者とのP-O fitを促し、求職者の増加や就業後の定着に貢献し得ると考える。

ただし、漁業へのP-O fitの適用可能性やその効果を推定するためには、以下のように複数の観点から価値観に関する分析を行い、それらの結果を統合的に考察する必要があると考える。第一に、P-O fit を漁業分野に応用するには、Personにあたる求職者と、Organizationにあたる漁業組織の価値観を対応的に捉える分析が必要となる。すなわち双方の価値観の間にある共感のタネを見つけられる方法で分析する必要がある。第二に、漁業組織は一律的な価値観モデルを前提とするのではなく、地域や漁業形態ごとに多様性があると想定して分析する必要がある。これは、様々な先行研究により漁業者の価値観や行動が一様ではないとされるためである(Salas & Gaertner, 2004; Sønvisen, 2014; Wijermans et al., 2020)。第三に、漁業組織の価値観の違いや、求職者の価値観との適合がどの程度の経済的効用をもつのかを検討する必要がある。一般的に就業意欲や定着率には、収入やその安定性など経済的要因が作用する。経済的要因とP-O fitの促進の関係性を推定できるこ

とは実践的な施策設計において重要と考える。本研究ではこれらの観点を踏まえ、漁業組織と潜在的な求職者の双方の価値観を分析することで、P-O fit の概念を漁業に応用する可能性を検討した。

本論文の構成として、ここまでの序論では新規漁業就業者の確保と育成の重要性、その対策と課題の現況を述べたうえで、P-O fitに着目したアプローチによる貢献の可能性を説明した。第2章では、潜在的な求職者の代表として中高生世代の若者に着目し、彼らが漁業職に対し認識している就業先としての魅力度を調べたうえで、どのような属性や認識が関連しているのかを考察した。第3章では、組織側の主体である漁業者を対象として、漁業を営む上での内発的動機を数量化Ⅲ類手法によって分類し、その多様性を明らかにした。第4章では、第3章で分類した漁業者の価値観の多様性に対し、中高生世代の漁業に対する認識を重ね合わせて比較することで共感を生む価値観を推定した。第5章では、内面的な要素がどれほど就業先の選択に影響を与えるのかについて、選択型コンジョイント分析手法により金額ベースで推定した。第6章では、実務的に活用できる提言を考察するために、心理的距離の理論をもとにして、新規就業者の確保促進に関わるステークホルダーの当事者構造を調べた。最後に第7章では、第2章から第6章の結果をもとに、求職者と漁業組織とのP-O fitが新規就業者の確保と定着に及ぼす影響を総合的に考察した。そのうえで、共感を生む情報発信のあり方と、今後の漁業地域における実務的な人材確保施策の方向性について提言を行った。

第2章. 中高生が抱く漁業イメージと職業魅力度との関連

第2章では、潜在的な担い手である中高生の漁業への認識を把握し、その形成に関わる要因を推定することを目的に、主に道南地域の中高生を対象とした質問紙調査を実施した。中高生をはじめとする若い世代は、漁業就業に至る主要な過程となる漁業就業相談会への参加人数が近年増加しており、注目すべき潜在的な求職者層と捉えられる。

2023年から2025年にかけて、計16校より調査協力を得て、1632名分の中高生から質問紙調査への回答を得た。質問紙では、漁業に対する関心の度合いを測る指標として『あなたは、漁業という仕事を就業先として魅力的に感じますか？感じませんか？』という問いに対する5段階評価で表される「職業魅力度」を定義した。職業魅力度と個人の属性・価値観とのクロス集計を作成し、χ^2検定により関連の有無を、CramérのVにより関連の強さを、ブートストラップ法により関連があった場合とくに寄与したセルをそれぞれ求めた。

結果、職業魅力度を高く評価した層は全体の約3割であった。漁業体験の経験や漁業者との接点が魅力度の高評価に関連し、漁獲行為自体の面白さや水中の生物への好奇心などの仕事内容、加えて、水産物の供給や自己成長への期待といった要素も魅力度を高める要因として推定された。社会貢献や自己成長という内容は、2025年の調査から新入社員に重視される内容としてTop 2に挙げられており(株式会社リクルートマネジメントソリューションズ, 2025)、若い年代ほど社会貢献意識や自己目的志向が高いことも示されている(豊田, 2015)ことから、関心の段階を進めるために訴求効果を期待できると考えられる。一方で、自然と関わる、身体を動かすといった要素は8割前後の回答者より漁業の魅力と思われ、職業魅力度との関連もみられた一方で、ブートストラップ法の結果からはこれら要素は職業魅力度が高いこととは関連していると言えず、職業魅力度の低さとのみ関連がみられた。すなわち、これら要素が好まれない場合に漁業という職への魅力が下がるような基盤的要素として機能していた。また、職業を魅力的と認識することと、実際に就業先を選択する際に重視する

考え方とは必ずしも一致せず、関心と行動の間に一定の乖離が存在することが示唆された。

第3章. 現役漁業者の就業動機と認知的価値の多様性

第3章では、道南地域の現役漁業者を対象に質問紙調査を行い、回答データを用いて数量化Ⅲ類分析によって漁業における就業動機の多様性を明らかにした。就業動機の多様性をみるために、本研究では人の内面および外的要因から起動・継続する仕事や職務に対する精神的活力である「ワークモチベーション」の源泉の1つ、「認知的価値」に着目した。認知的価値は、「対象となる活動が、主体にとってどのような意味を持っているかについての、主体による主観的な解釈や評価」と定義される(齊藤, 2012)。認知的価値は、様々な価値の捉え方が存在することを前提としているため、個人差や職業観の多様性を測定することができる。さらに認知的価値は主観的な評価であるため、質問紙による定量的抽出が可能であり、ヒアリングや参与観察と比してより広範なサンプルを対象に分析を行える利点があった。

質問紙調査では、19の認知的価値(例：稼ぎの良い仕事だから、自分の考えを仕事に反映させられるから等)を設定し、漁業者が現在漁業を続けている動機としてのあてはまり度合いを5段階評価させた。道南地域の4漁協から調査協力を得て、合計743名の漁業者より回答を得た。得られたデータをもとに、数量化Ⅲ類手法を用いて漁業者の認知的価値の志向を分類した。数量化Ⅲ類は、目的変数がない場合に用いられる多変量解析法の1つであり、カテゴリーデータを用いて変数間の関係を調べることにより、いくつかの新しい因子(軸)が発見され、カテゴリーやサンプルの類似性を推定することができる(菅, 1993)。19項目の認知的価値について第5軸までのカテゴリースコアを算出し、各軸を特徴づけた項目の内容から認知的価値の主要な分類がどのようなものであるか解釈した。また、各軸における漁業者の分布(サンプルスコア)の算出結果から、漁業者の属性と認知的価値の志向性との関連性を調べた。

分析の結果、主要な分類軸として「経済的満足―自律・挑戦」、「社会的評価・内発的興味―生活維持」の対比をはじめとする4つの軸が得られた。サンプルスコアの分布をみると、第1軸から第4軸までのいずれにおいても原点を中心として各象限に際立って偏ることなく回答者が分布し、極端な位置を示す回答者は少数派となった。すなわち、本研究において出力された数量化Ⅲ類の結果からは、漁業者の動機は全体を二極構造的に説明できるものではなく、多様な方向性を前提とするものと解釈される。例えば第1軸×第2軸の分布から、第1軸において「経済的満足―自律・挑戦」の対比を特徴づける群は、第2軸において生活維持に動機づけられる群が多い傾向があった。すなわち、経済的な満足には動機づけられていないとし、自律や挑戦に強く動機づけられるとした回答者においても、その根底には生活維持の必要性が強く意識されていることが示唆される。これは、漁業を営む就業動機が、理想とする価値観によってのみ形成されるとは限らず、実情として自らを動機づけるほど経済的な報酬が満足されているか否か、という現実的条件のもとでも形成され得ることを示唆している。一方で、対比される社会的評価・内発的興味に動機づけられた回答者らは相対的に第1軸での回答の偏りが小さかった。すなわち、経済的な報酬による動機づけを比較的重視していない群は、漁業の社会的意義や活動への好奇心によってこそ強く動機づけられる漁業者であった傾向が強いと考えられる。この分布特性については、ノルウェー漁業における先行研究で「漁業をライフスタイルとして捉え、事業の成功≠利益の増大と考える漁業者(Traditionalist)」と「経済的な合理

性を追求する漁業者(Modernist)」が分類されたことに類似している(Sønvisen, 2014)。このようにして、漁協や主に営む漁法の違いによる価値観のばらつきが定量的に示された。自立的な経営や経済的な安定性など、各組織で実態的に漁業者を動機づける要素を求職者へ訴求することで、P-O fit の促進が期待される。また、漁業者の価値観の不均一性が実証されたことで、「漁業者」という職業を一括りにし、ステレオタイプ的なイメージ喚起を行うことは、むしろ各地の漁業組織と求職者のミスマッチを生じさせる恐れがあると考えられた。

第4章. 数量化Ⅲ類により可視化される漁業者と若者の価値観の重なりとズレ

第4章では、中高生と漁業者の双方における漁業に対する認知的価値を、数量化Ⅲ類によって重ね合わせることで、P-O fit を促すための知見を求めた。漁業者と中高生とでは経験や立場が大きく異なるため、単純な意識調査の比較では共通の価値観構造を把握しにくい。その点、漁業者の価値観の指標として第3章で注目した認知的価値は、主観的な評価であるため就業の有無を問わず価値観を測定できる。また、第3章で扱った数量化Ⅲ類は、入力したデータに基づいて算出したカテゴリースコアをもとにして、新規データのサンプルスコアを推定することが可能である。すなわち、認知的価値を測定すれば実際には漁業に従事していない中高生の漁業に対する価値観を解釈でき、数量化Ⅲ類を適用すれば同一軸上で両者の価値観を比較できるようになる。

第2章で質問紙調査の対象とした中高生に対し、19項目の認知的価値について「もし、あなたが漁業という仕事に就くことを考えた場合、これらの要素を個別で見て、それぞれどれくらい仕事の魅力として考えますか？」と問いかけ、5段階評価させた。これにより漁業者の認知的価値と対応するデータを取得し、数量化Ⅲ類を用いて第3章で出力した4つの軸における中高生の推定サンプルスコアを算出した。

その結果、中高生が漁業の中で「魅力と思う」と認識していた要素と、それらを実態的な動機づけとして強く位置づけている漁業組織の属性とを対応させることができた。また、中高生の認知的価値の分布には偏りがみられた。この偏りは職業魅力度を高く評価した者、水産系の背景を強くもつ所属校である者、進路希望先が水産・海洋に関係しているとした者についてより顕著にみられた。この結果は、漁業を魅力に感じる価値観が特定の要素に偏っていることを示しており、漁業に対するステレオタイプ的な価値観の存在が示唆された。一方で、漁業者のサンプルスコアの分布と重ね合わせてみると多くの中高生が認識する魅力と同じ志向性を示した漁業組織、漁法の集団は多くなかった。一般に、求職の過程で十分な事前情報を得られなかった求職者は、その業態に対するステレオタイプ的価値観を想定して応募・参入の判断をする傾向にあり、その場合、就業後の価値観の不一致による早期離職につながるリスクが高まってしまうと考えられている(De Goede et al., 2011)。漁業においてもこれは実態的な課題として挙げられている。就業希望者、とりわけ外部から新しく漁業地域に参入する者にとって漁業組織や地域との相性を確認する実質的な猶予が長期の漁業研修開始前の段階までしかなく、定着を目指す上では不十分であると指摘されている(大谷, 2020)。したがって、本章で重ね合わせを試みたことにより得られた結果は、漁業組織が情報発信をする際に注意すべき結果である以前に、情報発信をしなかった場合にも、求職者が来にくくなり、着業された場合にも早期離職の可能性が高い状態になるという人的リスクを生みやすいことを示唆するものである。

第5章. 「共感」はいくらの価値をもつか ― CBC分析による就業要因の金額換算 ―

第5章では、若年層が漁業就業先の選択においてどのような条件を重視するかを選択型コンジョイント分析(Choice-Based Conjoint Analysis：以降、CBC分析)により推定した。P-O fitのメタ研究の結果(Kristof-Brown et al., 2005)に則れば、より価値観の合う候補先が応募を集めやすい一方で、現実には漁業が高収入であれば他産業と比較しても新規参入者を集めやすいという報告例(林, 2008)がある。担い手確保に向けてP-O fitを促進する施策の必要性を検討するうえでは、価値観の一致が就業選択にどの程度の経済的価値を持つのかを数量的に捉え、価値観理解の重要性を費用対効果の観点からも検討できることが望ましい。

CBC分析は、消費者の購買行動の分析によく用いられる分析手法であり、複数の候補から条件の組み合わせを比較・評価する意思決定過程を再現し金額換算することができる。この分析では、様々な水準が含まれる各属性を組み合わせた複数のプロファイルを回答者に提示し、望ましいプロファイル一つを選択させる工程を繰り返すこと(選択実験)によりデータを収集する。そして、「各属性・水準が変化することにより、その商品・制度が選択される確率がどのように変化するか」をみることで、それぞれの属性の重要度(評価)を統計学的に明らかにする(松井, 2015)。主にマーケティング分野で商品への付加価値を分析する際に用いられる手法であるが、分析対象が商品に限られるということはなく、学生の就職条件の選好が分析された研究例も存在する(Jin et al., 2011)。そこで本研究では、第2章で対象とした中高生に対し選択実験を行った。選択実験では、給与水準のほか、地域の受容性や仕事の自由度など複数の条件を組み合わせた漁業地域のプロファイルを提示し、中高生が選択した希望先のデータから各水準の効用値を推定した。

分析の結果、月給の高さが高い効用値を示し、経済的条件の重要性が定量的に裏づけられた。一方で、非金銭的な条件にも高い効用値が確認された。効用値をもとに限界支払い意思額を算出したところ、月給にして数千～数万円レベルの価値があると推定された。とくに、外部参入に受容的な気風の有無については選択実験において重視した回答者の割合が月給の高さに匹敵する結果が得られた。また、選択実験の際にもっとも重要視した項目により回答者を分けて限界支払い意思額を算出したところ、非金銭的な条件それぞれについて月給換算で4万円ほど(選択実験における月給条件の2水準分相当)の価値があることが推定された。このことは、特定の価値観を強く重視する層では非金銭的な要素が経済的条件をある程度妥協させるほど意思決定に影響していることを示唆する。以上より、担い手確保施策を検討する上では、全体として経済的条件の改善が応募母数を広げる基盤であることに変わりはないものの、非金銭的要素を重視する層に対しては、組織文化や就業環境のあり方を積極的に提示することが有効であると考えられる。一方で、経済的条件を最優先とする層に対しては、収入水準の改善がほぼ唯一の効果的な訴求手段となる可能性が高い。求人広告の分野では、給与や待遇といった条件軸のみに基づいて職場を選択する者は、より条件の良い就業先が現れれば容易に離職する傾向があるとされる(関根, 2024)。担い手確保における競争相手は同業の漁業組織だけではなく、より広く、他産業も含む労働市場全体であることを踏まえると、組織の価値観や文化といった軸について求職者の適合を図ることは、短期的な参入者の獲得にとどまらず、早期離職を防ぎ持続的な定着を実現するために不可欠といえる。

第6章. 心理的距離を指標とした担い手不足問題の当事者構造の分析

第6章では、担い手不足の問題に関する当事者構造を、心理的距離(社会的・時間的)の観点から質問紙調査と半構造化インタビューで検討した。担い手不足の問題は、主に自治体や国にとって税収や地域供給力の減少という形で表れる課題であるが、現役漁業者自身が必ずしも直接損害を被るとは限らない、すなわち、漁業者自身が担い手不足の問題を必ずしも「自分ごと」として捉えるとは限らない。例えば、競合相手が減少することで市場での優位性を得て、短期的な収益増につながる場合があることも想定できる。実際のところ、本邦においては、漁業就業者数が減少する中、漁業就業者1人当たりの産出額及び生産漁業所得は概ね増加傾向で推移している(水産庁, 2025)。当事者構造を明らかにするうえで有効なのが、社会心理学における「心理的距離」という概念である。心理的距離(psychological distance)とは、ある対象や出来事が「自分にとってどれほど近い・遠いものとして認識されるか」を示すものであり、距離が近い対象ほど具体的かつ切実に捉えられ、遠い対象ほど抽象的かつ一般的に捉えられるとされる(Trope & Liberman, 2010)。すなわち、担い手不足の問題を「自分にとって切実な損失」と感じている主体は、喫緊の課題として行動にまで至る可能性が高いが、「将来的に他の誰かが困ること」として遠く感じている場合には、当面の課題とみなされず、行動にまで至る可能性は低くなる。本章では、この概念を指標として、漁業者や漁協が担い手不足の問題をどの程度の距離感で捉えているのかを推測し、担い手問題における当事者構造を検討する。

第3章で回答に協力した漁業者を対象として担い手不足の問題によって損をするのは誰か、その問題をいつ実感すると思うかを問う質問紙調査を実施した。『あなたは、所属する地域の漁業担い手が減ることで損をするのは誰だと思いますか？あてはまると思うものすべてに〇をつけて回答してください。』という質問を設定し、『あなた本人』、『漁業者仲間』、『あなたの子ども』、『所属漁協』、『所属地域』、『日本』、『消費者』、『海の環境』の選択肢から該当するものをすべて回答させた。また、『あなたは、所属する地域の漁業担い手が減ることでの問題をいつ実感すると思いますか？もっともあてはまると思うもの1つに〇をつけて回答してください。』という質問を設定し、『すでに問題を実感している』、『5年以内』、『10年以内』、『10年後より先』、『わからない』の選択肢から該当するものを１つ回答させた。また、補足的に、5つの漁協職員に対する半構造化インタビューを実施した。インタビューでは、『漁協として、今後の担い手不足をどのように捉えているか？』、『長期的な視野で課題を考える機会はあるか？』、『これまでに実施した具体的な対策はあるか？』、および、『担い手不足の解消が困難である理由』を問い、漁協視点からみた担い手不足の問題についての見解、および、その解決に向けた課題について回答させた。

漁業者への質問紙調査の結果、『あなた本人』が損をする主体とみなす漁業者は約2割にとどまり、多くは漁協や地域などの共同体を当事者と捉えていた。若年層ほど自己を当事者とし、高齢層ほど共同体を当事者とする傾向がみられ、問題を実感する時期については『すでに問題を実感している』との回答が過半数を占め、喫緊性は高かった。漁協へのインタビューからは、制度的な制約や人手不足、過去の新規参入施策の失敗経験に基づく諦観が行動を阻害していることが明らかになった。総じて、担い手不足の問題に対して自ら行動を起こす主体の不足が示唆されたことから、内部の動機づけに加え、第三者の協力を視野に入れた施策設計の必要性が示された。

第7章. 総合考察

第7章では、本研究の成果を統合的に整理し、漁業における担い手確保と定着において、P-O fitの促進が重要な役割を果たすことを考察した。第2章の調査では、漁業就業に高い関心をもつ層は少数であり、進路希望に影響を与えるほど関心が高い層はさらに限定的であることが示された。このことから、関心の高い層のみに訴求する戦略は、小さなパイの中で人材を奪い合う構図を生みやすく、人口減少下においては関心段階全体を底上げし、裾野を広げる視点が不可欠であると考えられる。一方、第4章の数量化Ⅲ類分析からは、多くの中高生が抱く漁業のステレオタイプ的イメージを魅力的に感じる層ほど、漁業への関心が高い傾向にあることが示された。しかし、漁業者側の認知的価値は多様であり、その分布は中高生のイメージと必ずしも一致していなかった(第3章・第4章)。このように相互理解が不十分な状況では、ステレオタイプに基づいて参入した新規就業者が、P-O fitの不一致により早期離職に至る可能性が高まることが示唆される。その背景には、求職者と雇用側の間に存在する情報の非対称性がある。漁協職員へのヒアリングでは、「十分に理解した上で来てほしい」という言説が多くみられた一方、就業検討の初期段階では漁業の多様な実態に触れる機会が限られている可能性が示された(第6章；大谷, 2020)。その結果、求職者は限定的な情報やステレオタイプに基づいて判断せざるを得ず、これがP-O fitを阻害する要因と考えられる。

求人分野の研究では、求職者を動機づけるメッセージは、外的動機(収入・安定)、内的動機(仕事の面白さ・成長)、社会的動機(社会貢献)の３類型に整理される。本研究では、外的動機に関連する経済的魅力は職業魅力度との関連は弱い一方で、就業条件としては多くの中高生に重視されていることが示された(第2・5章)。しかし、多くの地域では経済的条件のみでの訴求には限界があり、内的動機や社会的動機の重要性が高まる。漁業の活動内容への興味、自己成長、社会貢献といった非金銭的価値は、職業魅力度や定着と関連しており、担い手確保において中核的な情報として発信を強化すべきである(第2章・第4章・第5章)。さらに、CBC分析の結果、外部からの参入者に受容的な気風をもつ漁業地域ほど中高生に選好される傾向がみられた(第5章)。外部者受け入れに慎重な姿勢は、過去の失敗事例や共同体維持の歴史的文脈に根ざしているといえるが(有路, 2000; 敷田, 2001)、外部からの参入者が成功体験を築いた地域では、地域の空気が変化し、次の参入者を呼び込む好循環が生まれることも報告されている（中川, 2020; 水産庁, 2016)。すなわち「1人目のP-O fit」の実現が地域変容の起点となり得る。最初の適合者を呼び込む主体としては、漁業者個人よりも漁協や自治体の役割が重要であることが示唆された(第6章)。ただし、行政的組織による情報発信は抽象化しやすく、P-O fitの判断材料を与えにくいという課題がある(Fredriksson & Pallas, 2018; Wæraas, 2020)。第2章から第5章の結果を総合すると、地域やコミュニティごとに発信内容を細分化し、具体的な情報を発信する方がP-O fitの促進に有効である。現場の負担を踏まえ、外部専門機関の活用と、それに対する行政支援が有効な方策となる。以上より、P-O fitの促進とは単なるマッチング技術ではなく、地域社会が学習し、価値観を更新していくプロセスであり、発信の質を高め最初の成功体験を積み上げることが、持続的な担い手確保と漁業地域の変容につながると結論づけられる。