第6回 武庫川女子大学 研究成果の社会還元促進に関する発表会 報告集

武庫川女子大学 教育研究社会連携推進室

第6回研究成果の社会還元促進に関する発表会開催によせて

本発表会も、今年度で 6 回目を迎えました。一昨年は、鳴尾駅高架下の本学ステーションキャンパスで実施しましたが、昨年は残念ながら新型コロナ感染症蔓延の影響を極力避けるために、皆様にお集まりいただき開催することを取りやめ、Zoom を用いた Web 開催といたしました。一方今年度は、新型コロナ感染症の蔓延状況にもよりますが、出来れば発表者と皆様の交流機会も作りたいと考え、また、遠方の方々にもご参加いただけるようにと、対面と遠隔を併用して実施することにいたしました。発表の後の活発な質疑や、発表者との積極的な交流も期待しており、発表会の機会だけでなく、後日に発表者とコンタクトを取っていただくことにより、研究内容の社会への広がりや一層の深化、あるいは周辺領域への広がりを期待しているところです。

また今年度は、昨年度の発表を更に深化させた発表も複数あり、質の向上が見られます。そこで、発表を実質的に充実させるために、各発表の時間を質疑応答も含めて15分といたしました。遠隔では質疑が行いにくいかもしれませんが、出来るだけ多くの質疑を期待しています。また、アンケートを別途用意していますので、お手数をおかけしますが、それらもよろしくお願いいたします。

多様な分野の発表が行われますが、実社会での諸課題に取り組んでおられる 学外の皆様におかれましては、ご自身が関係する分野に直接関係がない分野の 発表にも、なにがしか関連する事柄が出てくると思われます。この発表会をご 活用頂き、発表される研究に対して率直な疑問や注文を投げかけていただき、 相互により良い成果に結実すること、あるいは更に実社会と結ばれた新たな研 究を生み出す契機となることを期待しています。

また、今回の各発表内容の概要をまとめた本冊子をお分けすることも出来ます。御入用の方は、当部署までご連絡いただければ、お送りいたしますので、ご活用ください。そして、本学における研究成果を広く知っていただき、その社会での御活用をお考えいただく機会として、今般の発表会をご利用いただければ幸いに存じます。

2022 年 2 月 16 日 教育研究社会連携推進室長 大坪 明

目 次



文学と地域を契機とした映像(フィクション)の制作 ——作品の再構築と価値の再発見

<P.1>

日本語日本文学科 講師 工藤 彰

子ども食堂における漢字・食育融合教材の開発と実践 小学生と大学生の交流機会の報告及び、食育漢字ゲームと食育調査の紹介

<P.5>

日本語日本文学科 准教授 設樂 馨

グローバル展開を進める企業の国際化支援のための調査研究 一職場の英語化診断と社員の実践的英語力の育成を目指して一

<P.13>

英語文化学科 教授 辻 和成

産学連携によるサスティナビリティ人材の育成 一武庫川女子大学経営学部「産学教育連携論」を事例に—

<P.19>

経営学科 助教 谷口 浩二

地方創生人材育成のための産官学の取り組み ―経営学部「実践学習」を事例に―

<P.23>

経営学科 助教 谷口 浩二

農村マネジメントにおける地域の実態と課題

<P.27>

経営学科 助教 藤井 善仁

野球聖地の生活質感とこれからの展望

-住環境アンケートの概要(2020年1月~12月甲子園番町街全世帯配布·回収)—

<P.33>

生活美学研究所 所長 森田 雅子

<P.37>

教育研究社会連携推進室 特任教授 大坪 明

文学と地域を契機とした映像(フィクション)の制作 ——作品の再構築と価値の再発見

工藤彰

武庫川女子大学 日本語文化学科

筆者の担当するゼミでは、文学作品を原案とし、現代的な創造的再解釈と映像によるメディア変換を通して作品を制作している。その事例として、本稿では2020年の夏に制作した村上春樹「ねじまき鳥と火曜日の女たち」原案のアダプテーションを取り上げた。作品からは現代に広く普及したSNSをコミュニケーションに用いる場面が多く見られたほか、原案における失業中の人物を内定先の決まっていない就職活動中の大学生に変更するなど、身近なリアリティを作中に取り込むことによって、物語や映像に可能な限り違和感を表出させないようにする工夫があった。また現状の課題として、撮影が大学近辺に限定されがちな点に触れ、甲子園会館や丹波市を舞台に取り入れたいくつかの作品のように、物語の内容を踏まえてよりふさわしいロケーションを学外にも求めることは作品のためだけでなく、地域社会における価値の再発見につながる可能性があることも指摘した。

キーワード:映像制作、メディア表現、文学研究、アダプテーション、ロケーション

1. アダプテーションの制作

武庫川女子大学日本語日本文学科の工藤ゼミは2019年度の発足以来、メディア表現、コンテンツ制作を継続して行っている。本学科は上代から近代までの日本文学、日本語学、日本語教育、書道、情報と幅広い専任教員が所属しており、他大の日本語日本文学科、国文学科などと比較しても規模が大きいことが特色である。三年次からはじまる筆者のゼミにおいては、二年次後期までの日本文学を学んだ背景を踏まえ、既存の文学作品を原案としたフィクションを映像にメディアを移し替えて制作している。

近年の文学研究では主に文学作品を別の媒体に翻案して表現する「アダプテーション」の研究が盛んにみられる。カナダの比較文学研究者リンダ・ハッチオンは従来の原作からの忠実度でアダプテーションを評価する観点ではなく、メディア・ジャンルの記号変換、制作者の再解釈と再創造、鑑賞者の受容といった側面からアダプテーションを捉えることが重要だとしている」。この原作

の忠実度を問題としない分析の視座は、現在のア ダプテーション研究においてはほとんど共通した 認識である。

筆者のゼミでは、アダプテーションを、通常の文学研究のように作品分析を通して行うのではなく、映像という媒体に置き換えた制作実践によって思考する。ハッチオンの理論からはとりわけ「メディア変換」と「創造的再解釈」を重要視している。Adobe Premiere Proなどの動画編集ソフトを教科書に沿って体系的に学んでいくことも一定の効果は当然あるが、作品制作のために必要なものとして手探りで慣れていくことがその習得にはより有効だと筆者は考えている。アダプテーションのように小説から映像へ「メディア変換」をするのは上記のような理由からである。

しかしその一方で、原作に忠実な映像化として しまっては、映像で表現することに特化した作業 になり、文学研究からはいくらか遠ざかってしま うことも確かである(そもそも予算や技術が限ら れた学生の課題制作において原作の再現度の高さ を求めるのは無意味だろう)。現代の日本、女子大 学、大学生という条件でしか制作できないことを 創造的な制約だと肯定的にとらえて小説の「創造 的再解釈」を試みることが、現代にも通じるよう な問題の理解に近づくための、制作実践的なアプ ローチを選択する意味である。

ゼミでは19年度に谷崎潤一郎「秘密」、20年度に村上春樹「ねじまき鳥と火曜日の女たち」、21年度にも引き続き村上春樹の「図書館奇譚」を原案とした作品を制作した。ここからは20年度「ねじまき鳥と火曜日の女たち」のアダプテーションの事例について検討する。

2. 現代の大学生による創造的再解釈

「ねじまき鳥と火曜日の女たち」は1986年に発表された村上春樹の短編小説である。物語は失業中の「僕」のもとに知らない女から電話がかかってくる場面から始まる。その次の電話は「妻」からで「路地」で姿を消した猫を探してほしいと依頼される。家に戻るとまたも謎の女からの電話で、彼女は「僕」のことをなぜか知っている。その後「路地」の空き家の前で猫を待っていると、「娘」に声をかけられ彼女の家の庭で話をする。「僕」が目を覚ましたときには「娘」はすでにいない。「妻」が普段より遅く家に戻ってくるが、「妻」は「僕」が猫を見つけられなかったことを責めて泣き出す。やがて電話が鳴るが二人ともとろうとはしない。以上がこの短編のあらすじである。

制作は9名の工藤ゼミ3年生を1班5名、2班4名に分け、脚本・撮影・編集を19年の7月から9月にかけて行った。1班の作品タイトルは「青い鳥と火曜日の女達」で原案のタイトルに酷似している。「青い鳥」とはテーマにも関わるが「Twitter」のロゴを表したものである。2班のタイトルは「火曜日に鳴く」というもので、「火曜日」は残されたものの「ねじまき鳥」も「女たち」も消されて「に鳴く」が追加されている。原作において「ねじまき鳥」が「鳴く」という描写があるため、原案の内容を踏まえたタイトルである。

原作冒頭で見知らぬ女から家に電話がかかって くる場面は、両作ともSNSのDMに置き換えている。 家の固定電話という二十世紀的な連絡手段を、1 班はTwitterのDM、2班はInstagramのDMとアプリケーションの違いはあれ、現代的なSNSに変更した点は共通している。また1班はDM相手の顔の上部以外を映し出し、女性であることを明示する(図1)。他方、2班の送り主のアカウントは「screw_winding」(「ねじまき鳥」を英語にしている)で、フォロワーとフォロー中の数がともに0であることしかわからず、性別も不明である。



図1 DMを送る謎の女

出演も大学生である班員自身が担当したので、原案の作中人物の年齢や性別、職業などを入れ替える必要があった(「僕」は三十歳で失業中、「妻」はデザインスクールの事務)。両班ともこの設定を就職活動中の女子大生として、主人公を内定が出ていない不安定な状況におき、友人を進路決定済みの人物として登場させる。しかし、両班で大きく異なるのは原案の「ワタナベ・ノボル」という猫の扱いで、1班がTwitterで知り合った友人(実在する人間として映し出される)であるのに対し、2班は原案同様に猫(映像に出てくることはない)である。捜索の対象であることはどちらも原案をなぞっているが、1班はネットにおける人間関係というテーマにここからシフトしていく。

「ワタナベ・ノボル」の捜索において原案同様に 「路地」を登場させたのが1班、「路地」ではなく 「川沿いの道」を描いたのが2班である。この2班 の変更の意図については「路地」の奥の空き家の 「娘」の家で休憩するという設定をそのまま再現 することが現実的に難しいことが一因としてあげ られる。実際、1班の主人公にしても「路地」を抜 けたところで立ち眩みを起こし、介抱してくれた 「娘」と会話をするのは公園のベンチだ。2班の主 人公もやはり「川沿いの道」にあるベンチに座る ことになる。

原案では「路地」の奥で「僕」に声をかけるのは、ショートカットでサングラスをかけた十六歳の「娘」である。年齢はともかく比較的再現しやすい人物造形ではあるが、アダプテーション両作において「娘」は派手な髪の色を持った女性に変更されている。1班はピンク、2班は金に髪を染めており、どちらもショートカットではない。原案の「娘」は、バイクの事故で右脚を引きずっていたり、指が六本ある親戚のことを話したりと、年齢からはやや予想外なエピソードが出てくる人物である。そのような意外性を、女子大学生の演者の年齢に置き換え髪の色で強調していると指摘することもできるが、より重要なのはその派手な髪色の「娘」が作品においていかなる役割を演じているのかである。

1班のピンクの髪の女性は、主人公がネットで出 会った友人宅を探していることを知ると、自分も 昔同じようにネットで出会った友人と会っていた が、突然Twitterでブロックされたことを告白する。 主人公はそんなことはSNSで普通のことだと反論 し、お互いのSNSに対する考えの違いを明らかにす る。2班の金髪の女性は仕事をやめて昼間からビー ルを飲むような人物(図2)であり、主人公もまた あらゆる面倒から逃げる自分の性向を認め、金髪 の女性に同調する。すなわち、1班において女性の SNSへの姿勢に主人公は否定的であり、2班につい ては女性の社会とのかかわり方に主人公は肯定的 である。原案では「僕」が「娘」に共感や違和感 を示すことはなかったが、アダプテーション両作 ではこの女性人物を通して、現代を生きる主人公 =女子大生がどのような人物であるかを描いてい る。

そしてこの物語の目的であった「ワタナベ・ノボル」捜索は、アダプテーション両作品でも同様に失敗に終わる。1班の作品では、友人からの電話で、「ワタナベ・ノボル」が主人公にフォローを外されたことを悩んでいたことが明かされる。友人は主人公が「ワタナベ・ノボル」を見殺しにしたのだと責める。主人公は通話が終了すると「めん



図2 ビールを勧める金髪の女性

どくさ」と呟いて、友人のフォローも解除する。2 班では主人公の部屋に友人がやってきて、「ワタナベ・ノボル」は主人公との思い出だったから、いなくなれば自分たちの関係も終わりそうで怖いと言って泣き出す。間髪入れず「screw_winding」から「人のこと理解しようとしていますか?」などとDMが届くが主人公はそのアカウントをブロックする。原案では泣き出す「妻」を前に「僕」が何らかの行動や決心に移ることはなかったが、アダプテーションの主人公は友人に責められても反省することなく、むしろ拒絶するような振る舞いを見せる。他者(社会)と分かり合うことのできない主人公をより明確に映像では表現している。

以上見てきたとおり、現代日本かつ女子大生という条件=制約で制作したアダプテーションから、創造的再解釈やメディア変換の目的や意味を検討した。物語の展開は比較的原案に忠実になされ、再現の不可能な点を中心に変更が施され、SNSや就職活動といった現代の大学生のリアリティが映像で表現されていたといえる。

3. 映像におけるロケーション

最後に今後の展望も含めて、学生の制作する映像のなかで描かれるロケーションについて検討したい。「ねじまき鳥と火曜日の女たち」のアダプテーション作品では、大学や大学周辺の道、公園、河原は西宮市で撮影された。そのほか、班員の自宅なども作中舞台に使われたが、いずれもアクセス面や撮影許可面で問題が起こりにくいロケーションで、撮影の容易さが優先されたことは間違い

ない。しかし今後、映像としてのクオリティや学外へのアピールなどを考慮すると、大学・大学近辺だけでなく内容によりふさわしい舞台を探し出して、作中に取り入れていくことが重要だと思われる。時間の限られた学生生活の中で編集スキルを上げることや、僅かな予算内で専用の機材を用意することよりも、映像には遥かに即効性が高いだろう。

実際、より良いロケ地を求めてリアリティの高い映像が撮影できたと感じた制作例がある。20年度に昔話の「浦島太郎」を原案として作った作品では須磨海岸を舞台の一部に使った(図3)。これも大学生が主人公のため、撮影も大学がメインではあったが、須磨海岸を背景に取り入れることによって、亀の役割を託した女子が海から上がってきたばかりのような異様さを表現するのに成功していた。



図3 須磨海岸

また21年度の村上春樹「図書館奇譚」原案のアダプテーションでは、甲子園会館での撮影を行った(図4)。甲子園会館は遠藤新が設計したフランク・ロイド・ライト式建築で登録有形文化財に指定されている。映画やテレビドラマでも使用される場所だけあって、内装、照明、庭園など手を加えることなくそのまま撮影に使用することができた。ファンタジー色の強い物語のような異世界を描くには申し分のないロケ地だと言える。

最後に21年度の冬に丹波市協力のもとで行ったフィクション制作をあげておく(図5)。丹波市の魅力を引き出すようなロケーションを学生が事前にリサーチし、二泊三日の合宿を兼ねて丹波市で



図4 甲子園会館



図5 丹波市

撮影した。交通費等の予算も確保していたため、 三日間で多くのロケ地を移動してまわった。撮影 日には偶然ながら積雪もあり、冬の丹波という貴 重な映像をおさめることもできた。

甲子園会館や丹波市は、学生がアダプテーションやフィクションのような映像の背景にすることはあまり多くない例だと思われる。大学生特有の視点でそのロケーションの魅力を引き出し、WEBで公開したり広報活動につなげたりすることができれば、その場所を提供する側にとってもメリットはあるだろう。映像をプロデュースする筆者(教員)の立場からは、学生や作品だけでなく地域や企業に対しても価値を生み出すことのできるような映像作品の企画をしていきたいと考えている。

参考文献

1) リンダ・ハッチオン(片淵悦久、鴨川啓信、武田雅史訳): アダプテーションの理論、晃洋書房、2012.

子ども食堂における漢字・食育融合教材の開発と実践

設樂 馨 武庫川女子大学文学部日本語日本文学科 横路 三有紀 武庫川女子大学短期大学部食生活学科 吉井 美奈子 武庫川女子大学教育学部教育学科

子ども食堂を交流拠点とし、小学生と大学生の食生活向上と漢字学習の機会となるよう、4年計画で、①小学生と大学生の食育プログラム開発、②食育を題材とする漢字教材開発、③子ども食堂の交流拠点機能の検証に取り組む。2021年度は、小学生と大学生の食育調査及び、食育を題材とするカードゲームを試作、大学生と小学生が一緒にゲームを体験した。大学生は専門の異なる3学部の共同作業を通し、多職種交流の観点から、大学生間のピアエデュケーションによる知の循環、相乗的に持続する大学生間の教育も期待している。

一方、子ども食堂は地縁による既存のつながり(自治会や寺の檀家、PTAなど)から誕生したり、子ども食堂の誕生によって地縁が復活したりすることがある。本研究では子ども食堂でのノンフォーマル教育により、交流拠点機能を向上させる。感染症対策のもと弁当配布(2021年7月)を見学し、クリスマス会(同年12月)に参加した大学生は、子どもの社会参加による、持続可能な豊かな食経験と学習機会の創出を体験している。

キーワード:社会連携、地域交流、子ども食堂、食育、漢字教育

1. はじめに

11発表の構成

本発表では、研究の全体像として概要、目的、方法を述べたあと、今年度の成果を述べていく。

1.2. 研究概要

本研究では、SDGsの飢餓や教育として、現代の子どもに直接的に働きかける教育プログラム及び、教材開発のアクションリサーチを目指している。研究期間は4年間で、2021年度は初年度に当たる。子ども食堂は地縁による既存のつながり(自治会や寺の檀家、PTAなど)から誕生したり、子ども食堂の誕生によって地縁が復活したりすることがある。こうした子ども食堂の機能を生かし、従来の保育・福祉・教育に見られるケアや支援でなく、食育と漢字教育のノンフォーマル学習を小学生と大学生とを結びつける活動から試みる。子どもの主体的な社会参加を促し、食と漢字の教育を持続さ

せたい。

一方、大学生は専門の異なる3学部の学生が参画する。各自の専門性に応じた関心度合いは異なる。 多職種交流の観点から、大学生間のピアエデュケーションとして、これまでにない知の循環、相乗的に持続する、大学生間の教育も見込む。

2. 研究目的

本研究では、3名の研究者がそれぞれの分野の知見を融合させることで、複合的な現代社会の課題に対するアクションリサーチに取り組む。それぞれの分野から次の3つの問いを立てた。

2.1. 栄養学:子どもへの食育が子どもの食生活改善に有効か

若い世代の朝食欠食率に照らすと、子どもの頃 に「3食決まった時間に食事を食べていた」かどう

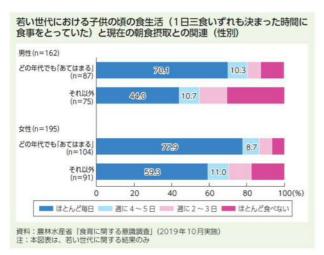


図1 若い世代における子どもの頃の食生活と現在の食生活の関連(令和元年度食育白書より)

かは、成人以降の食生活に影響することがわかってきた(図1)。一方、子どもの食生活は保護者の食、健康に対する意識や価値観に大きく影響を受ける(平成30年度国民健康・栄養調査より)。つまり、子どもに望ましい食生活を営む基盤が形成されないまま成人すれば、不健全な食生活を送り健康阻害リスクを高める負の連鎖(その子どもたちはいずれ保育者となるため、世代を超えて連鎖する)を担わせることが予想される。これを断ち切るには、貧困や保護者の食より強力な、子どもが主体的に自分自身の食生活をより良く営むための、正しい食育の知識とスキルを身に着け、同時に、幸福体験を通したポジティブな食経験が重要である。

2.2. 日本語学: 漢字教育と食育の融合教材は、小 学生の漢字および食に関する興味を相乗的に高め るか

小学校の漢字教育は、デジタル化に伴う教授法に関心が強いものの、部首導入は教育漢字の配当学年とのミスマッチから学習機会が少ない。日本語を母語としない小学生が増える中、部首を学習することは漢字の意味の類推を可能にし、日本語で生活する上で文字による情報量を各段に増加させる。そこで、学年を特定せず、ゲームや物語に背景化させた漢字学習という、ノンフォーマル教育が有効だと予想される。

2.3. 教育学:子ども食堂で開発及び実践する教材は、大学生の食育にも有効か

本研究では、栄養学や教育学、日本語学を専攻する学生との共同で、食育を題材とした漢字教材を開発し、子ども食堂に通う小学生を対象に教育実践を行う。複数専攻学科の大学生のピアエデュケーション×ワークショップの構想は、教育を行う側である大学生の食育への関心も高め、食育の教育効果があるのか、経年調査によって検証していく。

3. 研究方法

3つの問い、そして、3人の研究者が分担した研究方法を示す。下記のほか、子ども食堂の交流拠点機能や、大学生の多職種交流の成果について、3名が共同で観察し、検討を重ねることとなる。

3.1. 食育課題調査と栄養教育プログラム(横路)

小学生と大学生へのアンケート形式の食育調査 を実施する。今年度は食育課題を調査し、その後 は食育意識を継続して調査、栄養教育プログラム を考案するとともに、同プログラムの検証を行う。

3.2. 漢字意識調査と漢字教材開発(設樂)

小学生対象の漢字教材開発の準備として、アンケート形式の漢字意識調査を実施する。漢字教材の試作版として、今年度は食育を学べるカードゲームに登場する食材を、漢字で表記し、その漢字について成り立ちや意味の説明を添えた。今後は、漢字学習により有効な教材の開発に取り組む。

3.3 食育・漢字教材の開発、実践、検証(吉井)

教材開発の助言とともに、大学生による小学生への教材を使った学習を指導する。今年度は試作版を大学生同士、子ども食堂で大学生と小学生と一緒に遊び、教材としての改善点を検討した。今後、教材の改良と、実践による検証を繰り返す。

4. 食育調査

2021年度の成果発表の一つとして、食育調査の 結果を述べる。詳しい分析は、対照できる年次の 結果を得たあとになるが、大学生向けの質問票及 び、小学生向けの質問票を作成、2021年度調査の 結果を示す。

大学生23名には活動の前後の変化を見るため、2021年5月と2022年1月に調査を実施した。子ども食堂の利用者7名には2021年1月に実施した。主な調査項目と結果について、被調査対象の別で述べる。

4.1. 大学生対象の食育調査

食育への関心の有無を尋ねた。事前では、「どちらかといえば関心がある」が最も多く(15名)、関心がない学生はいなかった。事後では、積極的な回答「関心がある」が増える一方、「どちらかといえば関心がない」もいた(3名)。

日頃から健全な食生活を実践することを心掛けているか、尋ねた。事前は「心がけている」が最も多く(14名)、次は「あまり心がけていない」であった(6名)。事後でも同様だった。

ふだん朝食を食べるかを尋ねた。事前では、「ほぼ毎日食べる」が最も多く(15名)、「ほとんど食べない」のは1名だった。事後では「ほとんど食べない」が2名に増えていた。

主食・主菜・副菜を3つそろえて食べることが1日に2回以上ある日(週当たり)を尋ねた。事前では、「週に2~3日」(8名)と、「ほぼ毎日」(7名)が多い。事後は、「ほぼ毎日」が減って「週4~5日」が増えた(7名)けれど、「ほとんど食べない」も1名増えた。

「食事時間が楽しい」「食事がおいしく食べられる」「食事の時間が待ち遠しい」「食卓の雰囲気は明るい」「食べたいものを食べている」「日々の食事に満足している」の6項目については、全体的に事前では「当てはまる」に次いで、「どちらかと言えば当てはまる」という回答が目立ったが、事後では「どちらかと言えば当てはまる」が減少して、全ての項目で「当てはまる」が突出した。

小学生の頃の食習慣についても尋ねたが、事前と事後の変化はあまりなかった。質問項目は、小学生対象の調査と重複するのでここでは省く。自由記述にて、小学生のころの最も幸せな食事の思い出を尋ねた。誕生日や記念日の御馳走、親戚が集まる場面での大勢での食事、家族と一緒に作っ

て食べることの喜びなど、全員が一言ずつ、回答している。

4.2. 子ども食堂の利用者対象の食育調査

調査日は、新型コロナウイルス感染症(オミクロン株)による感染症拡大期と重なり、小学校が急遽、休校した日だったため、想定より対象者が少なかった。小学生5名と中学生2名である。性別は男子3名、女子4名である。

食事の意識について「食事時間が楽しい」「食事の時間が待ち遠しい」「おうちの食卓の雰囲気は明るい」「日々の食事に不満はない」の4項目は、ほぼ当てはまる回答者が多く、1名のみ、「どちらともいえない」あるいは「あてはまらない」と否定的な回答だった。この1名は、食にあまり関心を持たず、次に訪ねた食材や調理への感謝には「まったくそう思わない」や「そう思わない」と回答した。

食材や調理への感謝として「毎日の食事が食べられるのは」誰(何)のおかげだと思うか、食材、食材を作る人、食材を運ぶ人、調理する人と細分した項目で尋ねた。調理者への感謝は全員に認められたが、そのほかはまちまちだった。

食べ残しや好き嫌いについて「食事はいつも残さず食べる」「好き嫌いせず、何でも食べる」「茶碗や皿に食べ物が少しも残らないように、きれいに食べる」では、前の項目と関係なく、「まったくそう思わない」や「そう思わない」と回答していた1名が「とてもあてはまる」と回答し、「とてもそう思う」「そう思う」と回答していた子どもたちはばらがの回答となった。

食と健康(健康だと思うか、朝食、食事の手伝い や挨拶、家族との食事や給食の様子)について、高 学年では健康や朝食で否定的な回答が多く、食材 や調理の話は「ほとんどしない」か「いつもしな い」が多く、食材への関心も「まったく知りたいと 思わない」が多数派であった(7人中、5人)。

食と文化(食材の旬、食に関わる漢字を書きたいか)について、「知らない」「関心がない」とする子どもが多かったが、一部、旬として果物を挙げたり、好きな食べ物の漢字に関心を示したりする子どもがいた。漢字全般に関心を示す子どもも1名いた。

今後は継続して調査を続け、食育プログラムの 開発や改良に努めたい。

5. 漢字意識調査

2021年度の成果発表の二つ目として、漢字意識調査の結果を述べる。ただし、2021年度は、小学生に対して質問票を用いた調査が実施できなかった。食育調査に付随して、書いてみたい漢字や書ける漢字を尋ねた結果と、大学生23人の意識調査の結果を報告する。

5.1. 大学生対象の漢字意識調査

漢字のイメージについて、「漢字はいろいろあって面白い」「漢字が読めないと生活に困る」「漢字の学習は楽しくない」「漢字は学校で勉強するものだ」について尋ねた。結果は次のとおり。

「いろいろあって面白い」は事前調査では「当てはまる」(10人) や「どちらかといえば当てはまる」(12人) で、特に事後では「当てはまる」(14人) が増えた。

「漢字が読めないと生活に困る」も、事前調査では「当てはまる」(11人)や「どちらかといえば当てはまる」(12人)を選択し、事後では「当てはまる」(13人)が増えた。

「漢字の学習は楽しくない」は事前調査では「どちらかといえば当てはまらない」(9人) や「どちらともいえない」(7人) を選択していたが、事後では「どちらかといえば当てはまらない」(10人)の次に「当てはまらない」(7人) となった。

「漢字は学校で勉強するものだ」は、事前調査では「どちらともいえない」(13人)や「どちらかといえば当てはまる」(7人)が多く、「当てはまらない」が0人だったが、事後調査では「当てはまらない」が2人、存在する。

記述式で「これまでに読みたい、書きたいと思った漢字があれば教えてください。」という問いには、難読字や画数の多い漢字、地名や人名にしか使わない表外字への関心が認められた。

まとめると、漢字に高い関心を持つ学生が多く、 1年間の活動を通して、楽しく漢字学習ができる ことを実感したものもいた。

5.2. 子ども食堂の利用者対象の漢字意識調査

食育調査に付随して、書いてみたい漢字や書ける漢字として、海老や蟹、桃、苺、竈など食事に関わる表外字を挙げた。男児1名ずつが竈と蟹を挙げ、女児は苺が3名であった。3年生で1字も関心を示さなかった調査者が1名、中学1年生には見ればすべての漢字を書けると回答した調査者が1名いた

子どもたちは全体的に漢字への興味・関心が高くない。特別に関心を示す子どももいるが、ごく一部である。ただし、後述する缶バッジ作り(7章参照)は人気が高く、絵を描く子どもが多かったが、漢字に制限しても書こうと意欲を示すことが予想された。

6. 食育・漢字の融合教材開発

成果の三つ目は、教材開発である。事前の準備 として、異なる専門性を持つ大学生たちすべてが 漢字博物館を訪ねた。また、漢字のゲームとして、 市販されている「京大・東田式 頭がよくなる漢字 ゲーム」で遊んだ。

その結果、大学生にとっても部首は難しいこと、 一方で未習かつ教育漢字ではない魚の漢字が読め たり、身近な道具の熟字訓が読めたりすることは 楽しさを感じることがわかった。



図2 食育・漢字教材としてのカードゲーム

こうした気付きを得て、食材カードを集めて調理して、料理を揃えて献立を作る、カードゲームを考案した。カードに描かれた食材には、栄養素と栄養価、関連するメニューが書いてあり、裏面

は小学校で習わない漢字が書いてある。例えば、「加加阿」はチョコレートの裏面に書いた。「カカオ」と読む。「加」について、漢字の成り立ちが会意文字であること、意味は加えることといった情報も書いてある。食材カードのほか、調理カード、交渉カードを加え、コミュニケーションゲームの要素を盛り込んだ。

教材を使用する子どもたちは、2021年4月23日に発令した緊急事態宣言によって、7月まで子ども食堂の利用が禁止されていた。7月1日、子ども食堂が再開するとはいえ、大学生が小学生と一緒に遊んだり勉強の補助をしたりすることはできなかった。弁当配布の見学は、密を避けるため学生が分散して訪れるように設定し、後半の数名は小学生と会うことができた。学生には、子どもたちの学力を知る機会がなく、昨年度の子ども食堂の状況を知る教員(吉井美奈子)の助言を中心に作成を進めた。

カードゲーム作成後、試しに大学生同士で遊び、 メニュー表や追加すべき食材カードを足し、12月 の子ども食堂でのクリスマス会で子どもと一緒に 遊んだ。子どもは調理の経験に乏しく、メニュー 表があっても使う食材が未知である、献立をイメ ージできないなど、食の課題が大きく、ゲームを するには漢字まで意識が回らないことが分かった。 漢字教育の要素が生かされるよう、融合教材の試 作を重ねていきたい。

7. 子ども食堂の交流拠点機能

前章で触れたとおり、子ども食堂に大学生が訪れたのは計2回、しかも、1回目は緊急事態宣言明けで子どもと直接、交流することは不可能な社会状況があった。2回目は2021年12月16日、クリスマス会にて交流を行った。当時の感染症拡大状況は、ワクチン接種により押さえられていて、その後、猛威をふるうこととなる、新型コロナウイルス感染症(オミクロン株)の感染拡大前であった。約30名の子どもたちと、ゲームや缶バッジ作り、プレゼント交換などをして遊ぶことができた。

缶バッジ作りは、子どもたちに漢字を書いたら バッジにする、と伝えると、喜んで書いてくれた。 低学年は、自分の名前や絵など、漢字に困難があ ったが、各自のデザインが缶バッジになることを 楽しんでくれた。書く力に結びつく缶バッジ作り の模索を続けたい。

感染症拡大以前、子ども食堂では2018年度から本学大学生のボランティアによる学習支援や調理補助が行われていた。その状況を知る学生、知らない学生から見た、コロナ禍の交流を記録しておく。

7.1. 子どもと大学生の交流

クリスマス会に参加した大学生は、子ども食堂にさまざまな学年が集い、みんなで楽しそうに遊んだり、ご飯を食べるために机やいすを準備したり、学年を越えた繋がりに気づいた。初対面の子どもたちが、作った缶バッチを見せに来てくれたり、できる技を見せてくれたりと大勢で来た大学生を自然に受け入れてくれて一緒に楽しんでくれたことにも喜びを感じていた。クリスマス会の時間が終わりに近づいたとき、お菓子交換会を行ったが、今までばらばらに遊んでいた子どもたちが急に一つになってとても楽しそうにお菓子を回したり、中身を交換したりしていたことも印象的だった、と述べている。

カードゲームや缶バッジ作りについて、子ども と交流した学生の記述を引用して、教材や缶バッ ジ作りの可能性を確かめる。

- ・カードゲームを進めるのに大学生が小学生の横 について実施するのは良かった。
- ・チーム戦のため、コミュニケーションが図れる 良いゲームだ。
- ・メニュー表でメニューを考えたり、カードから 栄養素の違いに気づけたり、食育の勉強になっ ていた。
- ・カードに書いてある漢字をなんと読むのか考え、 その食材でできる料理を考える様子があり、漢 字の勉強にもなった。
- ・缶バッジはさらに活用できる。例えば、漢字の 例を書いておけば学べる。

7.2. 大学生のピアエデュケーション

3つの専攻が異なる学生同士の交流についても 記録しておく。 子ども食堂でのクリスマス会の際、プレゼントを持参して、交換会をすることにした。買ってきたものを詰め合わせるため、お菓子を購入し、クリスマスカードとミニリースを作り、一緒にプレゼントすることになった。そこで、2学部の学生が共同作業をした。そのときの学生の感想は次のとおり。

・完成形のイメージを共有しないと材料を集めた り作業を分担したりすることが困難だとわかっ た。完成形を見せてもらえば簡単だとわかった けれど、見たことがないものを口頭で相手に伝 えることの難しさや気遣いを改めて感じた。

発案者は数名でも、子ども食堂に集う人数を考えて50個、準備するとなると、リースやカードなど製作する工程を十数人で共有しなくてはならない。その際の伝達の難しさを述べている。

また、プレゼントの製作と詰め合わせの後、教育学(家庭科)を専攻する学生は、メニュー表を作成している。漢字教育と食育の融合教材となるカードゲームに、メニュー表が未作成であったので、自身の専攻を生かした分担作業を遂行した。

続いて、当日の困難と、それを乗り越えるため の連携について、学生の感想を引用する。

・事前に準備していたことと予想外の出来事が多いなか、ゼミ生みんなで協力しながら作業をするのは楽しかった。缶バッジ作りをした後の子どもたちの笑顔を見たら自分もとても嬉しい気持ちになった。子どもたちと話す中で今の小学生に流行っていることや好きなことが、自分が想像していたものと違いギャップがあったのも面白かった。

前者の記述も、後者の記述前半も、共同作業で必要になる社会性への気づきが認められる。また、後者の後半は、大学生同士の学びだけでなく、小学生との交流が相互行為によるものであること、つまり、大学生が一方的に与える側になるのではなく、小学生から受け取るものがあることに気づきを得ている。

アンケートにおいて、活動の振り返りを尋ねると、「全体的に活動を楽しめた」では「とても当てはまる」(9人)と「まぁ当てはまる」(12人)がほとんどで、「他学部の学生との交流を楽しめた」で

も「まぁ当てはまる」が最多であった (12人)。食、漢字への意識が高まったかについて、どちらも「まぁ当てはまる」が多く、次いで「当てはまる」であった。子ども食堂への意識が高まったかは「とても当てはまる」が最多で、次いで「まぁ当てはまる」だった。同様のアンケートは事前にも行い、もともと関心があり、その関心度が高いまま活動を終えたことがわかった。総合的な活動に対する評価として「熱心に活動するのは面倒か」という問いに、「当てはまる」や「まぁ当てはまる」とする学生は1人もなく、「全く当てはまらない」が最多であった。

アンケートからは、関心の枠が食から漢字へ、漢字から食へと広がっていることが確認できた。

7.3. まとめ

本発表では、子ども食堂での食育調査、漢字の意識調査、食育・漢字融合教材の開発、それらの活動に関わる3学部にまたがる大学生と子どもの交流を概観した。ここから、食と漢字を結びつけることで、子どもと大学生の交流機会が活性化された、と確認できるのではないだろうか。今後の活動を含め、検証を続けたい。

また、大学生同士のピアエデュケーションについて、互いの関心が広がっていくことを確認した。 大学生が述べた率直な感想のなかには、座学で得られない社会的な取り組みを通じ、いわゆる報告連絡相談の必要性、子どもから得られる多様な気づきがあった。これらは、大学生を大学から地域へ連れ出す意義を語っているものだと考えられる。

しかし、漢字意識調査が実施できなかったことやピアエデュケーションの成果を証明する方法などには課題があり、この発表をもって成果とするには客観的な根拠に乏しい面が認められる。大学生が、小学生の社会参加を"発見"し、大学生自身もボランティアとして社会参加をすること自体は、豊かな食経験と学習機会を創出できる可能性があった。次年度以降も改善・改良を重ね、食育プログラムと食育・漢字融合教材の開発を進め、有用性の検証へと進めていきたい。

8. 謝辞

本研究は科研費(21K02343)の助成を受けたものである。1章に述べた研究の大枠のうち、今年度の取り組みについて報告することで、一部ではあるが、研究成果の発表に代える。

また、活動拠点として協力してくださった子ど も食堂・モコモコ倶楽部及び、学生のボランティ ア活動を支援してくださる尼崎市福祉課の御厚情 に深謝しております。

参考文献

- 1) 會退友美, 赤松利恵, 林芙美, 武見ゆかり:成人期における 食に関する主観的QOL (subjective diet-related quality of life (SDQOL)) の信頼性と妥当性の検討、栄養学雑誌、70 巻 3 号 p. 181-187、2012
- 2) 赤松利恵、井土ひろみ:児童を対象とした「食に対する感謝の気持ち」尺度の信頼性と妥当性の検討、日本健康教育学会誌、17巻3号、p.147-159、2009.
- 3) 岡井紀代香,吉井美奈子:子どもの食と栄養、ミネルヴァ書 房、2017.
- 4) 中道厚子, 設樂馨. 大平睦美: 生涯学習論 つなぎ広げる学 びの循環、学芸図書、2015.
- 5) 林芙美,坂口景子,小岩井馨,武見ゆかり:食行動・食態度 および食事中のスマートフォン等の使用と児童の食に関する主 観的QOLとの関連、日本健康教育学会誌,28 巻4 号、p.245-258、 2020.
- 6) 町田大輔,長井祐子,吉田亨:実施者が評価する子ども食堂の効果:自由記述を用いた質的評価、日本健康教育学会誌、26巻3号、p.231-237、2018年.
- 7)独立行政法人日本スポーツ振興センター、学校安全部平成22 年度児童生徒の食事状況等調査報告書【食生活実態調査編】平 成 24 年 5 月発行

グローバル展開を進める企業の国際化支援のための調査研究 一職場の英語化診断と社員の実践的英語力の育成を目指して一

辻 和成

武庫川女子大学 文学部 英語文化学科

本研究事業はグローバル化を進める企業を英語コミュニケーションの面で支援するものである。経済活動のボーダレス化が進む状況下、海外展開を進める企業では、国際経営を下支えできる組織的な英語対応力をプロアクティブに整備する必要性がある。

筆者はものづくり企業における英語化の調査とその対策に携わってきており、今回はこれまでの一連の研究と教育実践で得た成果と知見を発展させ、組織の英語事情を診断することにより英語ニーズを明らかにし、企業における現場密着型の英語教育モデル(教材と学習方法)を協同で開発する。そして、組織英語力の整備充実から協力企業の国際化支援の一助としたい。

キーワード:国際化支援、企業英語研修、英語ビジネスコミュニケーション、ビジネス英語、ESP(English for Specific Purposes)、英語教材開発、自学自習、動機づけ

1. 研究の背景と目的

世界的な経済活動のボーダレス化により様々な ビジネスシーンにおいて海外とのやり取りが増加 しており、企業規模にかかわらず職場における英 語使用の機会が広がっている(辻、2017;橋本、 2013)。また、中小企業が海外展開するにあたり、 アジア諸国を重視している傾向が確認された(中 小企業基盤整備機構、2017)。この様な環境下、コ ロナ禍で海外渡航が制限される現在、テレワーク が増加傾向にあり、専用機器を使ったテレビ会議 あるいはコミュニケーションツールを使ったWeb 会議が急速に普及している(日鉄総研株式会社、 2021)。この様にビジネスを取り巻く環境が激変す る中、海外展開を推進する日本企業は中長期的な 視点に立ち、国際経営を下支えできる組織的な英 語対応力の整備充実をプロアクティブに行う必要 性が高まると考えられる。

企業のグローバル化が進む中、小池他 (2010) は ビジネスパーソンに求められる英語力は商談や交 渉ができるレベルであることを示し、寺内他 (2015) は日本の産業界のニーズを反映したビジネス英語 教育の必要性を唱えている。特に近年のアジア諸 国の発展によりアジアと日本との経済的なつながりが強まる中、村田(2019)はアジアの多言語文化を踏まえた英語教育の必要性を指摘している。

この様な状況下、筆者はこれまでの調査研究結果と教育実践から得た成果と知見を発展させ、現行の2件の研究事業では、企業の英語事情の診断を通して社内英語教育モデル(教材と学習方法)の開発を目指している。1件目の調査研究ではプロジェクト会議を対象に、2件目では英語力強化を要する優先ジャンルを対象にテクスト分析を行い、それぞれの領域での独自英語教材を企業と協同で開発する。そして、英語自己学習の方法と環境の整備と同英語教材を使った教育実践を通して組織英語力を強化することにより、協力企業の国際化推進の一助としたい。

企業活動のボーダレス化が進む現在、これらの 研究事業から得た成果と知見を、ビジネスパーソ ン、そして、英語化が進む職場環境で働くことに なる大学生を対象とした実践的な英語教材の開発 に活かしたいと考えている。

2. 研究の方法

2.1. 先行の調査研究

筆者は基盤研究C(課題番号23520779)において、電子・電気、機械、自動車、科学、医療品、食品などの業種で海外に生産拠点があり、従業員数が1,000人以上の製造業で働く1,000人に、企業の英語化に関する調査としてウェブアンケートを実施した。同調査は、製造会社を構成する主要部門(経営企画、開発、購買、生産、品質、物流、財務・会計、営業、情報システム、研究など)で働くビジネスパーソンを対象とし、全社の機能(部門)を網羅した組織的な英語使用の実態と課題を明らかにした(計、2014)。

次いで海外に生産拠点を持ち従業員数が1,000 人以上の製造会社で社員英語教育あるいは英語化 プロジェクトに携わる100人にウェブアンケート を実施し、製造会社で働くビジネスパーソンに対 する英語教育の実状について調査した(辻、 2014)。

また、基盤研究C (課題番号26370647) の定性調査では、大手の製造会社10社を対象に、10年以上勤務し組織横断的な国際プロジェクトに参加した経験があるビジネスパーソン10人に対して、国際プロジェクトでの英語使用についてインタビューを実施した(辻、2017)。

さらに、企業を対象に英語研修を設計・提供している教育機関3社で働く幹部、それぞれ2人、5人、1人にインタビューを実施した。同調査では、法人を対象とした英語教育機関による英語研修の実態と傾向を確認した(辻、2016)。

2.2. 現行の調査研究

筆者が現在進めている基盤研究C(課題番号 21K00722)では、グローバル展開を念頭にした製品の開発プロセスに焦点を当て、その企画・運営を担う社内プロジェクト会議で必要な英語力を育成するための調査研究を行っている。2021年9月から12月の間に兵庫県に本社を構える製造会社2社の製品開発プロセスとプロジェクト会議についてのアンケートを実施し、同2社の幹部3名と2名それぞれにインタビューを行った。現在、プロジェクト会議で有用な英語力の育成を目指した英

語教育モデル(教材と学習方法)の開発を目指した調査研究を進めている。

さらに、関西圏にある地元企業の国際化支援の ため、組織英語力の整備充実を目指し、調査研究 を2022年度に別途立ち上げる計画である。具体的 には、グローバル展開を進める企業の英語事情を 診断し、英語を必要とするジャンルの相対的優先 順位を確立する。そして、協力企業と協同で独自 のビジネス英語教材を開発し、英語自己学習の方 法と環境の整備を目指す計画である。

本研究事業は、企業の国際化を英語化対応の面で支えるものであり、その成果は中小企業全般における社員英語教育の活性化に活用もできると考えている。

3. 企業の英語事情

3.1. 英語使用に影響を与える要因

2.1.で言及したウェブアンケート(グローバル 化を進める製造業で働く1,000人を対象)の結果 では、英語ニーズに影響を与えている要因は、図 1が示すように「海外事業所の設立」、「外国企業 との協業」、「海外生産拠点の設立」、「商品・サー ビスの海外での販売」などの企業のグローバル展 開に関連した要因が上位を占めた。そして、「eメ ール」や「テレビ会議」などの技術革新・ICT環 境に関連した要因が続いた。また、相対的に低い 割合ではあるが、「外国人社員の採用」、「合併・ 買収」や「会社の方針」など組織のグローバル化 に関連した要因もあった。

また、それぞれの要因が英語ニーズに与える影響の度合いは、部門により異なることもわかった。例えば、「海外事業所の設立」要因で影響を受ける部門は、上位から「海外営業」、「経営企画」、「購買」、「開発」であった。「テレビ会議の増加」要因では、「海外営業」、「開発」、「経営企画」、「研究」と続いた。部門別の各要因による影響度合では、「経営企画」と「海外営業」ではすべての要因、「開発」ではほぼすべての要因の影響の度合いが相対的に高い。一方で、「生産」、

「国内営業」や「情報システム」では各要因の影響の度合いが相対的に低いことがわかった。

図1職場での英語ニーズに影響を与えている要因 (%)

N=1000	大きく	影響	影響が
	影響し	して	ある
	ている	いる	(計)
海外事業所の設立	26.2	19.8	46.0
外国企業との協業	23.5	22.0	45.5
海外生産拠点の設立	25.9	19.4	45.3
商品・サービスの海外販売	25.1	18.7	43.8
英語eメールの増加	19.5	23.5	43.0
国際購買業務の促進	20.7	21.4	42.1
外国人社員の採用 (海外)	19.2	18.7	37.9
海外とのテレビ会議の増加	17.4	20.3	37.7
外国企業と合弁会社設立	18.4	14.7	33.1
外国人社員の採用(国内)	11.1	18.0	29.1
外国企業の合併・買収	13.4	12.8	26.2
会社方針(社内英語公用語	9.2	16.0	25.2
化など)			
外国人役員の赴任	11.2	10.6	21.8
外国企業による合併・買収	9.5	8.0	17.5

出所 辻、2012

企業は、英語使用に影響を与える本要因調査結果とそれぞれの事情(海外展開、技術革新・ICT環境、組織のグローバル化)を照らし合わせることにより各職場の英語ニーズを把握あるいは予測することができ、社員英語教育計画を合理的に策定するための参考にできる。

3.2. 職場での英語使用

同調査では、「職場における英語使用の重要 度」をジャンル別にみることも試みた。結果、ス ピーキング&リスニングでは上位から「海外出 張」、「電話」、「ディスカッション」、「テレビ会 議」、「会議への出席」、「プレゼンテーション」で あった。ライティング&リーディンでは「電子メ ール」、「インターネット(調査)」、「マニュア ル」、「報告書」、「企画書・提案書」、「議事録」の 順となった。

また、重要度からみた英語使用ジャンルについては、職場(部門)によってばらつきがあることもわかった。例えば、「研究」ではすべての英語

ジャンルの重要度が高い。対して、「物流」と 「財務・会計」ではすべての英語使用ジャンルに おける重要度が相対的に低かった。

重要度からみた全体の英語使用ジャンルは、スピーキング&リスニングの「ディスカッション」と「プレゼンテーション」、ライティング&リーディンの「報告書」と「企画書」など、会議を構成するジャンルが多く含まれており、会議に関連した総合的な英語力強化が重要であることがわかった。合わせて、部門(機能)により異なる英語使用ジャンルのニーズを踏まえた社員英語教育の企画・運営が必要であると考えられる。

また、「英語使用ジャンルの重要度」と「英語力(自己評価)」の相関をみると、「電子メール」、「インターネット(調査)」、「海外出張」、「報告書」は、重要度と英語力ともに高いことがわかった。一方で、「電話」、「ディスカッション」、「プレゼンテーション」、「会議」の重要度は高いが英語力は低いという結果であり、これらのジャンルの英語力強化を図る必要があると考えられる。

4. 企業での英語研修

4.1. 英語研修の目的

2.1.で示した2つ目のウェブアンケート調査 (社員英語教育あるいは英語化プロジェクトに携わる100人を対象)では以下のことが明らかになった。調査対象者100人が所属する部署は、多い順から「経営企画」、「開発」、「国内営業」、「情報システム」、「人事・人材開発」、「研究」であった。英語研修など人材育成は従来、人事部や人材開発部が携わっているが、他の部署が英語研修を企画し自ら英語教育機関へ委託していることがわかった。

本ウェブアンケートの「英語研修策定時に考慮する項目」では、図2が示すように、「TOEICスコア」がトップであり、企業が同テストのスコアを重要視していることがわかる。「海外赴任・海外出張」も上位に位置しており、業務で海外渡航する社員のための英語研修も重要視されている。また、「昇進・昇格」が含まれていることから、英語力を

人事考課に含める企業があることがわかる。さらに、英語を必要とする部署が英語教育機関へ英語研修を自ら依頼しているケースが多いという先の結果と照合すると、「部門での英語ニーズ」が相対的に上位に位置していることが理解できる。

また、辻(2015)が実施した定性調査(国際プロジェクトに携わる10人へのインタビュー)では、「TOEICスコアは高いにこしたことはないが、現場・会議において英語でコミュニケーションや交渉ができるかが大切である」との意見も確認されている。

英語研修を企画する企業の窓口が、図2に挙げる項目と3.2.で述べた英語4技能の優先ジャンルの相関を検証することは、職場のニーズを反映した英語研修を体系化するために重要だと考えられる。

図2 英語研修案策定時に考慮する項目

(%)

N=100	考慮している
(1) TOEICスコア	90
(2) 英語 4 技能	87
(3) 海外赴任・海外出張	83
(4) 部門での英語ニーズ	77
(5) 目的別の英語使用ニーズ (プレゼ	75
ンテーション、ディスカッショ	
ン、eメール、電話など)	
(6) プロジェクトでの英語ニーズ	69
(7) 専門語彙力	61
(8) 経営に関連した専門科目(マーケ	59
ティング、財務・会計など)	
(9) 昇進・昇格	59
(10) 英文法	57

出所 辻、2017

4.2. 英語研修の内容

同調査(社員英語教育あるいは英語化プロジェクトに携わる100人へのウェブアンケート)により、企業で実施されている英語研修の内容について確認できた。なお、上述のように本調査対象は人事部や人材開発部だけではなく、経営企画、開発などに所属する。2.1.で言及した4つ目の定性調査(外国語教育機関3社へのインタビュー)の結果

からも、最近は人事部や人材開発部以外に英語ニーズがある部署が英語教育機関へ英語研修の依頼を直接出すケースが増えていることが再確認できた(辻、2017)。

図3が示すように、英語研修内容は多い順から「ビジネス英語」、「英会話」、「海外赴任前英語研修」、「リスニング」、「新入社員英語研修」であった。社員の実践的英語力を合理的に育成するためには、図3記載の英語研修の中身が研修対象であるビジネス現場あるいはビジネスパーソンの固有ニーズをどの程度反映されているかの検証も重要となるだろう。

図3 実施している英語研修内容

(%)

N=100	実施している
(1) ビジネス英語	99
(2) 英会話 (日常社交英語)	86
(3) 海外赴任前英語研修	77
(4) リスニング	70
(5) 新人社員英語研修	70
(6) 英語プレゼンテーション	69
(7) 海外出張のための英語	69
(8) 英語ディスカッション	68
(9) リーディング	66
(10)TOEIC対策	63

出所 辻、2014

5. 結論

日本の産業界のグローバル化を牽引する製造業に着目した筆者の一連の調査研究結果から、組織における英語使用は職場により異なりそのニーズは画一的でないことがわかった。そのため、社員の実践的英語力を育成するための英語研修を設計・実施するためには、企業の英語事情や人材育成方針を踏まえ、職場や学習者の英語使用を診断することにより固有のニーズを把握し、英語使用ジャンルの優先度を反映した実用的な内容にする必要性があることが確認できた。

英語は世界の共通言語としても地位を確立して おり、業界全般の国際ビジネスにおいて、英語の 母語話者と非母語話者よりも非母語話者同士でよ り広く運用されている(本名、2012)。日本企業の場合、近年、アジア諸国との関係を強めており、英語は日本のビジネスパーソンとアジアのビジネスパーソンを結ぶ共通語でもある。コロナ禍において、Web会議が急速に普及するなどビジネスを取り巻く環境が変わるなかでも企業活動のボーダレス化は進展しており、日本企業は海外展開を下支えできる組織的な英語対応力の整備充実を進める必要がある。

6. おわりに

企業、特に大企業と比べ海外経験やリソースが 乏しい中小企業が成功裏に国際化を進めるには組 織英語力の合理的な強化が重要な役割を担う。そ のための基本的な対応策として、現場のニーズを 反映した実践的な英語教材の開発と学習方法や動 機づけを含む学習者にやさしい学習環境をプロア クティブに整備充実することが肝心だと考えられ る。

筆者の研究チームは、関西圏のものづくり企業を中心に現在2件の研究事業を進めている。どちらの研究事業も社員の英語力開発にニーズを持つ企業を対象としており、独自の英語教育モデル (教材と学習方法)を協同で開発・実践しようとする試みである。

1件は、研究期間が2021~2024年の基盤研究C (課題番号21K00722)であり、製造会社の商品 開発に着眼し、その企画・運営を担う社内会議資 料から会議英語教材(含学習方法)を試作し教 育実践するものであり、現在、西宮市に本社を構 える製造会社2社と本研究事業を進めている。

もう1件は、企業における英語事情の診断から 英語ジャンルに優先順位を付け、その優先度と企 業方針に基づいて研修内容を絞り込み、独自の英 語教材を協同で開発する新たな試みである。社員 の英語学習成果を担保するための学習環境(含 学習方法、動機づけ)の整備充実も進め、現場密 着型の英語教育モデルの構築を目指す。本研究事 業を通して、協力企業の組織英語力の強化を支援 する計画である。

これら2件の調査研究事業から得た成果と知見

は、一般のビジネスパーソン、そして、大学生の ための実践的ビジネス英語教材開発へとつなげる 計画である。

謝辞

本研究はJSPS科研費 JP23520779,JP26<u>370647,</u> JP21K00722の助成を受けたものです。

参考文献

- 1) 小池生夫(監修)・寺内一(編集)・高田智子・松井順子:企業 が求める英語力、財団法人国際ビジネスコミュニケーション協 会、朝日出版、2010.
- 2) 辻 和成:企業での英語コミュニケーション最適化における英語教育の調査研究、科学研究費助成金事業 (2011-2013)「研究成果報告書」、2014.

https://kaken.nii.ac.jp/ja/file/KAKENHI-PROJECT-23520779/23520779seika.pdf

3) 辻 和成:企業の経済活動を基軸としたオーセンティックな体系 的ビジネス英語教育の基盤研究、科学研究費助成金事業 (2021-2024)

https://kaken.nii.ac.jp/grant/KAKENHI-PROJECT-21K00722/

- 4) 辻和成:経営のグローバル化と英語教育-企業英語研修の実態調査からの考察-、応用言語学の最前線-言語教育の現在と未来-野口ジュディー先生退職・古稀記念論文集編集委員会(編)、金星堂、295-312、2017.
- 5) 辻 和成:大学と企業における実践的 EBP 教育の展開と接合、科学研究費助成金事業 (2014-2016) 「研究成果報告書」、2017. https://kaken.nii.ac.jp/ja/file/KAKENHI-PROJECT-26370647/26370647seika.pdf
- 6)辻 勢都:企業内英語教育とグローバル人材の育成、本 名信行他(編著)企業・大学はグローバル人材をどう育てる か、アスク出版、34-45、2012.
- 7) 寺内(監),藤田・内藤(編)・一般社団法人大学英語教育学会 EBP調査研究特別委員会・一般社団法人 国際ビジネスコミュニ ケーション協会: ビジネスミーティング英語力、朝日出版、2015.
- 8) 独立行政法人 中小企業基盤整備機構: 中小企業海外事業活動実 態調査報告書(平成29年度).

https://www.smrj.go.jp/doc/research_case/jittaichousa_houkokusho_gaiyou_H28.pdf (2021年12月25日閲覧)

- 9) 日鉄総研株式会社: 令和 2 年度産業経済研究委託事業、2021. https://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2020FY/000468.pd f_(2021年12月25日閲覧)
- 10) 橋本健広:中小製造業における英語および外国語の使用状況、関東学院大学経済経営研究所年、35、97-103、2013.

- 11) 本名信行:英語が国際言語であるとはどういうことか、本名信行他(編著)企業・大学はグローバル人材をどう育てるか、アスク出版、20-29、2012.
- 12)村田久美子他:EMI参加に伴う学生のELFへの意識変化とELF 使用へのビジネスピープルの意識差の調査と英語教育への示 唆、早稲田教育評論、33巻1号、19-38、2019.

産学連携によるサステナビリティ人材の育成 一武庫川女子大学経営学部「産学教育連携論」を事例に一

谷口 浩二

武庫川女子大学 経営学部

近年、生活者の多様化に伴い、企業では、新しい分野を取り入れる必要性も増加するなか、 産学連携の重要性も注目されている。特に、大学・企業が緊密な連携を図りながら様々な社 会課題を解決し、産学連携を推進する動きが見られる。そこで本研究では、産学連携の新た な切り口として「CSR」に注視し、企業と大学が一体となって産学連携に取り組み、成果を 上げている事例に対して調査を行い、その取り組みを明らかにするとともに、産学連携の具 体的な展望と政策的なインプリケーションを示すことにより、企業との産学連携の有用性に ついて、教育現場に活用できるモデル開発を検証する。

キーワード:産学連携、CSR、CSV、PBL

1. はじめに

1.1. 研究背景

産業界(企業)と大学等の教育機関との間の連携、 すなわち産学連携ではそれら双方に少なからずメ リットが見出される。企業側では新しい「モノと コトレを含む商品の開発につながる知的財産の獲 得、大学側では理論の実証の場あるいは研究費の 獲得はその典型例である。また、学生のインター ンシップあるいは産学連携を題材とした講義・実 習などでは就職活動の一環としても双方の思惑の 一致が期待される。特に、地域内での企業と大学 が緊密な連携を図りながら様々な地元の社会課題 を解決し、産学連携を推進する意義は大きい。し かし、その一方で旧来型のインターンシップなど では、社会との大社接続という観点からは企業が 産学連携教育に価値を見出しているものと考えら れるものの学生の学びの質という観点からはその 担保は必ずしも十分なものとはなってはいないこ とも垣間見られる。

1.2. 研究の目的と遂行の基本指針

本研究の目的は、産学連携教育を社会課題解決のための一手法として捉えた上で、今後の地域内産学連携教育の在り方、望ましい実施方法あるいはその方向性を示すことである。授業戦略の枠組みとしては、課題解決型学習(PBL: Project-Based

Learning)を採用する。分析・検証に当たっては、 企業の社会的責任(Corporate Social Responsibility: CSR) [Carroll1991] あるいは共 有価値の創造(Creating Shared Value : CSV) [Porter2011]という概念に着目し、PBLによる産学 連携教育を受ける学生への教育効果測定の指標と して利用する。なお、CSR が企業の社会の構成員と しての責任を果たすことを主目的としているのに 対して、CSV が企業の持つ利益追求という目的と 社会の一員としての目的を同時に満たす行動解を 目指す、という点において異なる概念である。な お、現時点において CSV の理念を持つ企業は限定 的であるが今後の増加が期待される。企業側は CSR/CSV の観点から、そして大学側は学生の主体 的な学び及び大社接続の観点から PBL 型授業とし て企画、産学連携教育を展開する。そしてその過 程を参与観察することによって、産学連携教育の 今後の具体的な展望と政策的なインプリケーショ ンを示し、企業との産学連携の有用性について、 教育現場に活用できるモデルを考察する。

1.3. 関連する既往研究と本研究の独創性

産学連携に関する総合的分析研究の意欲的な取組みとして元橋による一連の研究がある。その一例として元橋は、技術移転のライセンシーとなる企業側の数値を用いて、いかにしてファクターが企業に対し産学連携の実施に繋げていくのかとい

う問題について言及している[元橋 2003]。また、 産学連携による学生募集における効果[吉野 2019]、 伝統工芸産業における後継者不足解消への解決策 の可能性について[岡本 2006]等において産学連携 が着目されてきた。

産学連携を CSR の視点から論じた研究として、本文筆者による、環境問題を題材とした産学連携の PBL 型授業と人材創出の展望と課題について論じた報告[谷口 2019]がある。しかしながら、それ以外の報告は単一のケーススタディであり、総合的に論考した研究論文は国内では見当たらない。また、産学連携を CSV の視点から論じた研究、産学連携の大学教育における学びの質問へのフィードバックについて論じた研究は国内では見当たらない。

なお、CSR の構造と効果について論じた [Carroll1991]、Porter et al.によるCSV概念の 提唱[Porter2011]は企業の行動理念を誘導すると いう点で古典的文献として重要である。

1.4. 研究成果の意義と期待される効果

地域に密着した特に中小企業にとっても CSR/CSV が企業価値の一つとして捉え産業価値形 成において大きな役割を果たすものである。それ と同時に、産学連携の基本概念が新規分野への参 入等の新しい挑戦に対し、外部の経営資源からの 取込みを行うことであることから、企業として有 用な手段の一つとして考えることができる。一方 で、大学にとってはこれまで企業との連携による 成果に基づいて知的インフラと競争力の醸成につ なげることができるが、更に発展させて現代社会 の高等教育における大きな問題点となっている大 社接続における大学生のスムーズな移行と学生の 学びの質の双方に注目するという意味においても、 産学連携教育を PBL 型授業として取り入れ、そこ で学生の主体的な学びを促進することには大きな 意義があるものと考えられる。

そのため、本研究によって企業における CSR/CSV の一形態としての産学連携教育の展開方法を模索 すると同時に、学生の主体的な学びの教育効果を 測定することによって今後の高等教育における産 学連携教育の方法論を学術的な視点から深化させることが期待される。

1.5. 研究手法

本研究においては、研究過程を3段階のフェーズに区分して展開することを想定している。第一には、「1:従来型の産学連携教育の分析」である。これまでの産学連携教育の在り方を分析し、その成果及び課題を企業のCSR/CSVとしての側面、

および学生の学習効果としての側面から明らかにする。各事例の調査においては、大学における産学連携教育の中から企業の CSR/CSV としての側面を持っていると考えられる調査対象を選定し、関係者へのアンケート調査を実施する。このアンケート調査については標本数を 50 程度とし、構造型質問紙調査を実施した上で定量的および定性的に分析する。定量的分析に際しては重回帰分析を用いる予定である。

第二には、「2:PBL型教育方法の設計と実践」である。実際に武庫川女子大学における PBL型授業として授業設計を行う。企業の選定については、CSR/CSVとしての側面を大きく持った企業でかつ学生の大社接続としての役割を担うなど、総合的な観点から選定する。また対象となる学生については、事前に CSR/CSV に関連する講義を受講させ、PBL型授業に熱心に取り組む姿勢がある、就職活動等を控えた学部三年生を対象として夏期もしくは冬期の集中講義(実践活動)として実施する。

第三には、「3:教育効果の測定」である。これは 学習者である大学生、そして CSR/CSV としての提 供者である企業担当者への構造化質問紙調査ある いは半構造化面接調査を実施して定性的評価と定 量的評価の両面から分析する。また可能であれば 事後の追跡調査も想定し、この経験が大学生の就 職活動に与えた意義についても分析する。

2. 社会連携授業 実践活動概要

2.1. 社会連携授業実施状況

企業との連携による課題解決型演習授業(プロジ ェクト型学習)は、21世紀を担うサステナビリテ ィ人材の育成と環境社会への対応をテーマとして、 企業が直面する事業課題について、事業の現状分 析に基づいた対応計画を学生が研究・立案・発表 するものである。企業のサステナビリティ推進部 署、CSR部署と事前に協議し、授業内容を作成し、 企業側からの講義、学生による研究・発表、企業か らの評価という形で実施する。これまでは、大学 にて経営学を学ぶ学生から、環境や社会課題につ いて学ぶことが社会の中でどのように役立つのか、 説明を受ければ納得はするものの、実感できるま でにはならないとの意見が多かった。しかし、実 際に企業のサステナビリティ活動の最前線で活躍 されている方々とばを共有することで、経営学と いう社会科学の知見が、製品やサービスの提供、

あるいは企業の組織経営、企業が置かれる社会とのつながりの中で、重要な意味を持つことが実感され、学習の意味付けが深まると共に、より多面的に関心が広がり、協働学習に親しむなど、高い教育効果が得られた。教育課程上の要件から、学習プログラムとしては、(1) 1回の企業講義にレポート提出で応じるもの、(2) 4-5回の連続講義と最終発表・評価とするもの、(3) 企業講義を受ける前後2週間で、調査・研究分析・立案・事業計画書を作成するものなど短・長期のものを設けた。(2) (3)はグループ学習を含むが、実施経験からは4-5人構成の場合が良い成果に結びつく傾向にある。

表 1

サステナビリティ人材養成に関する授業			
授業名	産学教育連携論	CSR	
実施期間	9月~1月	9月~1月	
授業の特	国連ユースプロ	教員によるCSR	
徴	グラムによる世	の理論、歴史、	
	界の社会課題理	事例紹介後、大	
	解と大企業サス	企業2社のCSR	
	テナビリティ推	担当者から実際	
	進部社員7名に	のCSRの取り組	
	よる社会課題解	みに関する講義	
	決手法事例講	を受講し、CSRの	
	義。産学連携に	より深い理解に	
	よるオムニバス	繋げる	
	授業		
授業目的	産学連携による	CSRリテラシー	
	サステナビリテ	の向上と企業	
	ィ人材の育成	CSR活動の理解	
育成する	ソーシャル・イ	企業CSR関連部	
人材像	ノベーション推	署にて活躍する	
	進人材	人材	
講師内訳	9名、うち民間	4名、うち民間	
	企業講師8名、	企業講師3名、	
	大学教員1名	大学教員1名	
授業時間	90分15回	90分15回	
実施場所	オンライン	オンライン	
対象者	経営学部2年生	経営学部2年生	
受講者数	80名	103名	

2.2. アンケート結果

産学教育連携論アンケートにおいて、受講者80 名に対し、70名からのアンケート調査を得られた

質問1:「社会課題に関する知識は深まりましたか」(表2)に関しては、70名中69名(98.5%)の学生が「大変深まった」と回答した。質問2:「講義企業に関するイメージは変わりましたか」(表3)に関しては、70名中70名(100%)の学生が「大変変わった」と回答している。

表2 「産学教育連携論授業アンケート①」

	社会課題に関する知識は	
質問1	深まりましたか	
大変深まった	69	
変わらない	1	

表3 「産学教育連携論授業アンケート②」

	講義企業に対するイメージは
質問 2	変わりましたか
大変変わった	70
変わらない	0

3. 参考文献

- 1) [Carroll1991] A. B. Carroll: "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders", Business Horizons, Vol. 34, No. 4, pp. 39-48 (July 1991)
- 2) [Porter2011] M. E. Porter and M. R. Kramer: "Creating Shared Value", Harvard Business Review, Issue January-February2011, pp. 62-77 (Jan. 2011)
- 3) [岡本 2006] 岡本信司: "伝統工芸産業からの産学官連携による地域イノベーション創出に関する課題と提言: 京都地域及び石川地域における事例研究",研究・技術学会年次大会公演論旨集 21 (2006-1)
- 4) [谷口 2019] 谷口浩二: "産学連携 CSR 教育の展望と課題: PBL 手法を用いた産学連携教育による環境人材創出", プール学 院短期大学研究紀要, No. 60, pp. 1-13 (2019)
- 5) [元橋 2005] 元橋一之: "産学連携の実態と効果に関する計量分析:日本のイノベーションシステム改革に対するインプリケーション", RIETI ディスカッションペーパー, 03-J-015, 経済産業研究所 (2003-11)
- 6) [吉野 2019]吉野純一:"産学連携による学生募集活動の一事例",公益社団法人日本工学教育協会工学教育研究講演会論文集,pp174-175 (2016)

地方創生人材育成のための産官学の取り組み ―経営学部「実践学習」を事例に一

谷口 浩二

武庫川女子大学 経営学部

TLO (技術移転機関) は、大学の研究成果を特許出願、取得することによる企業へのライセンシングにより、企業の事業化、製品化に寄与し、ロイヤリティを算出し、そのロイヤリティは大学 (研究者) へと還元され、「知的創造サイクル」を形成してきた。一般的に、TLO (技術移転機関) は、「技術」という観点から理系学部を有する大学のものであると考えられてきた。しかし、東京大学などが産学連携による共同研究や研究成果の製品化に繋げる取り組みを行なっており、TLO (技術移転) という形態に限らず、大学・企業が緊密な連携を図りながら様々な社会課題を解決し、産学連携を推進する動きも見られる。そこで本研究では、企業と大学等とのTLO を媒介した産学連携の取り組みの分析を通して、その成果の社会還元の在り方の一つの方向性を提示する。その目的のために、TLO (技術移転機関)を含む産学連携の実態を明らかにし、成功要因や課題について分析・検証する。分析・検証に当たっては、地方創生に着目し、産学連携の効果測定の指標として利用する。

キーワード:産学連携、地方創生、TLO(技術移転機関)

1 はじめに

1.1.社会的背景

産業界では、高度経済成長期から平成バブル期にかけて、いわゆる重厚長大から軽薄短小とも表現されるように経済の価値観が変容してきた。その中で、特に1992年頃の平成バブル崩壊以後の「失われた10年」を中心とした経済低迷期においても消費者の生活様式は多様化してきており、産業側も生き残りを賭けて他社あるいは国外との差別化、自社のアイデンティティを支えうる知的財産保護された新技術開発が切望されていた。さらには特に社内での技術開発のためのリソースに不十分な中小企業にあっては、外部からの経営資源の取込みは、企業として有用手段の一つとして考えることができた。

一方、明治期の旧制大学あるいは戦後の新制大学 設立以後の大学では、知の創造の府として純粋に 学術を探求してきた。従前、大学での学術研究の 成果は特に査読論文として発表することを最終形態としてきており、その成果は特許などの知的財 産保護の対象とされることは少なく、いわば無償

で社会に還元されていたのが実情であった。 すなわち、産業側での外部からの基礎技術移転 のニーズと製品化インフラのシーズ、大学側での 基礎技術シーズと研究費ニーズ、という対応構造 により双方の連携・協働の可能性が出てきたとと もに、そのような産学連携による成果の実現が知 的インフラと国際競争力を醸成するものと考えら れる。このような産学双方の考え方を背景としな がら、これまでの企業側では、産学連携へのアプ ローチには数多くの障害と困難を認識しつつも、 企業の産学連携の意義、性格と課題改善に大きな 期待を持ってきた。そうした状況下、大学側、特 に教員個人が所有する特許をはじめとした知的財 産を企業にライセンスする上で、仲介という仕組 みの導入はいわば自明の帰結であったとも考えら れる。そのような仲介の役割を担う目的で設置さ れた技術移転機関(Technology Licensing Organization: TLO)が、産学双方を結ぶ大きな役 割を担っている。1998年には、国立の大学・高 専などを対象として、「大学等における技術に関 する研究成果の民間事業者への移転の促進に関す る法律」(略称: TLO法)が制定され、TLOに法的

基盤が与えられた。さらには、2004年の国立大学等の法人化に伴う、研究費の削減、教員の兼業規制の緩和、産学連携の垣根の緩和が後押しとなり、競争力強化を目的として公私立大学へも大きく影響した。知的財産権の教員個人帰属から大学帰属への変化も伴い、いわば、大学も「儲ける」時代に突入し、知の創造と利益享受という二重構造へと変容してきている。また、大学の知的財産の、中国・韓国を始めとした国外企業への流出(ただ乗り)という問題の歯止めも経緯としてあった

TLO という形態に限らず、大学・企業が緊密な連 携を図りながら様々な社会課題を解決し、産学連 携を推進する動きも見られる。中小企業研究セン ターの産学連携に関する報告によれば、企業にお ける産学連携に対する意義は大きい[中小企研セ 2006]にも関わらず、実際の産学連携の動向を調べ ると、それほど拡大していない。文部科学省の調 査報告[文科省 2012]によれば、2011 年度の民間企 業と大学等の間の共同研究件数は、2006年度と比 較して 1.4 倍の 16,450 件にまで増加しているが、 企業では、1.2倍の4,644件に留まっている。これ までの数値では、企業による産学連携は、さほど 進展していないようにみえるが、昨今では、産学 連携に対する取り組みに変化が生じている。すな わち、これまでは、特に仲介機関が大学と企業を 結ぶ役割を担っていたが、地域の行政をはじめ、 企業自身が積極的に産学連携を推進する傾向があ り、その取り組みにおいて具体的な成果を上げて いる事例も出てきている。

1.2. 研究の目的と基本指針

本研究の目的は、企業と大学等との TLO を媒介し た産学連携の取り組みの分析を通してその成果の 社会還元の在り方の一つの方向性を提示すること である。その目的のために、TLOを含む産学連携の 実態を明らかにし、成功要因や課題について分析・ 検証する。分析・検証に当たっては、企業の社会的 責任 (Corporate Social Responsibility: CSR) [Carroll1991] あるいは共有価値の創造 (Creating Shared Value: CSV) [Porter2011]とい う概念に着目し、産学連携の効果測定の指標とし て利用する。成果の社会還元方法としては TLO を 中心とした産学連携によって創出された新技術の 商品化に限らず、産学連携でのインターンシップ あるいは産学連携に関する教育方法として生きた 事例による講義・演習などの教育現場へのフィー ドバックも想定する。

1.3. 関連する既往研究と本研究の独創性

本研究において、TLO に関する経済分析は極めて 限定的である。その理由としては、本邦の TLO を 含む産学連携の歴史が欧米に比較して短いこと、 TLO 単位で公開している統計的情報が不十分であ ることから、同様の実証分析を実施することには 限界が生じているものと考えられる。その中でも、 意欲的な取組みとして元橋による一連の研究があ る。その一例として元橋は、ライセンシーとなる 企業側の数値を用いて、いかにしてファクターが 企業に対し産学連携の実施に繋げていくのかとい う問題について言及している「元橋 2003」。一方、 国外における代表的研究として、Macho-Stadler et al.は、TLOの成功要因について以下のような、 情報の対称性と持続可能性に注目した理論分析を 展開している[Macho-Stadler2007]。ここでのTLO の事例は、比較的に大規模な事業継続を行う特徴 があり、繰り返しモデルにより、自身の評判を向 上させるインセンティブが働くことが多いと指摘 している。このことから、情報の非対称が発生す る場合でも、プールする特許価値は一定以上に保 持するインセンティブが作用し、持続的な収益拡 大が可能である、と分析している。すなわち、大規 模な TLO は持続しながら収益を広げることは可能 であるが、小規模な TLO は、情報の非対称による 特性から、持続しながら収益を広げていくことは 困難であり、それが事実上不可能であることを示 唆している。

産学連携を CSR の視点から論じた研究として、本 文筆者による、環境問題を題材とした産学連携の 問題解決型学習と人材創出の展望と課題について 論じた報告[谷口 2019]がある。しかしながら、そ れ以外の報告は単一のケーススタディであり、総 合的に論考した研究論文は国内では見当たらない。 また、産学連携を CSV の視点から論じた研究報告 は国内では見当たらない。 さらには、産学連携の 大学教育へのフィードバックについて論じた研究 論文は国内では見当たらない。なお、CSR の構造と 効果について論じた[Carroll1991]、Porter et al. による CSV 概念の提唱[Porter2011]は古典的文献 として重要である。

そこで本研究では、大学等の TLO における規模の 経済(scale merit)を分析しつつ、大学教育へのフィードバックを事例とした CSR/CSV の可能性に関する研究を展開する。

1.4. 研究の遂行方法

TLO が社会的余剰を拡大させる上で、1 大学において TLO が複数存在する際には、その中で競争状態が誘発されることが重要である。しかしながら、現状では1大学1TLO という形態に対して、大学内における規模の経済が生じていることが考えられる。

本研究では、大学等の一研究機関における TLO の数を説明変数として、規模の経済が存在するのか、という問題を扱う。特に、これまで定着してきたと想定される 1 大学 1 TLO の形態が最適であるのか、あるいは 1 大学複数 TLO の利点、さらには大学の規模と最適 TLO 数の関係の解明、を中心的に扱う。

以下は研究遂行のより具体的な内容である。

[1. TL0 における費用構造と規模の経済]

TLO が行う大学と企業の技術移転の仲介業務において、主に業務費用は、大学による知的財産の内容の把握および最適な移転先企業の調査であり、これらを踏まえて企業へ営業を実施、契約を締結することであるが、これらの費用はどのように捻出され管理されているのかという問題を検証する。[2. TLO において規模の経済が認められる環境の状態]

TLO に規模の経済が認められる環境において供給を展開するのは、どのような状況であるのかという問題について検証する。検証は、①)固定費用に関して需要が極端に小規模な時に生じる規模の経済、②)限界費用に関して逓減することにより生じる規模の経済、から考察する。

[3. 大学および TLO の関係において規模の経済が認められない場合]

大学と TLO の相関性から、大学における利潤の最大化や最適化について、ひとつの大学あたりの TLO の組織数を説明変数として比較検証する。このとき、学生数、学部・研究科数などの大学の規模は結果に大きく影響することが想定される。

[4. 大学および TLO の関係において規模の経済が認められる場合]

TLO が供給を行う環境において規模の経済が存在し、それらの費用が自然独占の場合のように逓減を継続する際について検証する。ひとつの大学に対して、TLO の最適な形態を考察するとともに、極度に大きな規模の経済が認められる際、多数の発明が確保可能となる中で、TLO の技術移転にかかる費用を分析する。

2 社会連携授業 実践活動概要

2.1. 社会連携授業 * 実践活動実施状況

武庫川女子大学経営学部において、大学と社会の垣根を越え、学生が積極的に外部との関わりを作る「実践活動」を行なっている。40時間で1単位が認められるもので、学部講義において理論を学び、実践活動においては実学を学ぶという良いサイクルができ、学生の成長も著しいものがある。

その実践活動のプログラムとして、「パソナ× 武庫女:地方創生インターンシップ」を2021年8 月と9月に2回実施した(表1)。また、同年10月 には、HIS社の協力の元、「HIS×武庫女:和歌山 観光立案プロジェクト」を実施した。2つのプロ ジェクト共に、大学と大企業による産学連携によ り実施され、企業による実践的講義(地方創生事 業立案・観光ツアー企画)の後、学生はグループ にて調査・研究し、最終的に企業に提案をする形 式をとった。どのグループの発表も質の高く、企 業側からの評価も非常に高いものであった。

2.2.今後の取り組みについて

パソナグループより指導頂き地方創生事業構築 手法を身に付け、HIS社より指導頂き観光ツアー 立案手法を理解した学生が、両社の支援を受け、 三重県多気町における「地方創生プロジェクト」 を2022年3月より始動する。具体的には、

- (1) 丹生地区を中心とした農泊推進協議会の取り組みサポート: まめや等の体験メニュー構築など(2) 立梅用水通水200年記念事業と関連イベント企画立案実施:メダカ池及び周辺の田を活用した農体験など
- (3) 途絶えてしまった和菓子屋(弘喜堂)の復活
- (4) ポモナファームでの農業研修
- (5) 大師湯(県最古の銭湯)の復活
- (6) 薬草の里のブランディング:ココロとカラダの健康増進の取り組み、江戸時代の本草学者野呂元丈にちなんだ元丈の館の再生
- (7) ふるさと村動物ふれあいパークの再生:生物 多様性を学べ、持続可能な動物園の在り方検討、 集客促進

- (8) 町発祥前川次郎のキズ柿の利活用
- (9) 相鹿瀬地区
- : 女鬼峠の集客促進、大神宮寺の復元事業
- (10) 獣害の有効活用、ジビエ、ハンター育成
- (11) 空き家の利活用:公が所有するアセットマネジメントの検討立案、実施

表 1

<u> </u>	
授業・	2021年度の実績
実践学習名	及び2022年度予定
1. 「パソナ地方	2021年8月~9月に2回、経営
創生インターン	学部1、2年生20名が参加
シップ」	し、淡路島におけるパソナ社
	地方創生事業を視察・体験
	し、パソナ社へ地方創生に関
	する事業提案をした。2022年
	度も3月と8月の2回実施予
	定。
2.「HIS和歌山観	2021年10月~12月に実施。経
光立案プロジェ	営学部1、2年生57名が参
クト」	加し、和歌山県有田市などを
	視察し、HIS観光企画部の
	方々の指導の元、観光ツアー
	を立案し、発表した。2022年
	度は三重県多気町での活動
	を予定している。
3. 「地域産業論」	2022年4月より開講予定の経
	営学部前期科目。産学連携に
	よる地方創生人材育成を目
	的とした講義で、地方創生に
	関する理論と成功事例を学
	<i>ప</i> .

3. 参考文献

- 1) [Carroll1991] A. B. Carroll: "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders", Business Horizons, Vol. 34, No. 4, pp. 39-48 (July 1991)
- 2) [Macho-Stadler2007] I. Macho-Stadler, D. Perez-Castrillo and R. Veugelers: "Licensing of University inventions: The role of a technology transfer office", International Journal of Industrial Organization, Vol. 25, No. 3, pp. 483-510 (jun. 2005)
- 3) [Porter2011] M. E. Porter and M. R. Kramer: "Creating Shared Value", Harvard Business Review, Issue January-February2011, pp. 62-77 (Jan. 2011) 4) [谷口 2019] 谷口浩二: "産学連携 CSR 教育の展望と課題: PBL
- 4) [谷口 2019] 谷口浩二: "産学連携 CSR 教育の展望と課題: PBL 手法を用いた産学連携教育による環境人材創出", プール学院短 期大学研究紀要, No. 60, pp. 1-13 (2019)
- 5) [中小企研セ 2006] "中小企業の産学連携とその課題 社団法人 中小企業研究センター調査研究報告 No. 119 (2006)
- 6) [元橋 2005] 元橋一之: "産学連携の実態と効果に関する計量分析:日本のイノベーションシステム改革に対するインプリケーション", RIETI ディスカッションペーパー, 03-J-015, 経済産業研究所 (2003-11)
- 7) [文科省 2012] 産業連携・地域支援課大学技術移転推進室: "平成 23 年度 大学等における産学連携等実施状況について(機関別実績追加版",文部科学省科学技術・学術政策局(2012-10)

農村マネジメントにおける地域の実態と課題

藤井 善仁

武庫川女子大学 経営学部 経営学科

近年,地方圏への移住関心が高まっている.とりわけ農山村への移住,定住を中心にした先行研究により,田園回帰ともいうべきトレンドを背景に若者層を中心に都市から農村への人口移動が進んでいることを確認し,京都府綾部市を事例として紹介する.京都府北部の5市2町(綾部市,福知山市,舞鶴市,京丹後市,宮津市,与謝野町,伊根町)における相対的位置づけとして,綾部市が移住先進自治体であることを分析した上で,具体的に綾部市の移住,定住関連施策における政策手法の特色を整理した.また,2008年から10年間における綾部市の定住サポート総合窓口による定住実績を整理し,定住者数累計において,0歳から9歳と30歳から39歳の子育て層が全移住者に占める移住者数の割合でみると,約半数を占める点を確認した.その結果,子育て世代層には政策の有効性が認められないことがわかった.その上で現に移住してきた移住者に,なぜ移住してきたのかという要因を検証すると,人とのつながり,個人的な関係を基礎とする信頼できる情報提供者の存在が重要であるという結論を得た.

キーワード:都市農村交流,政策評価,移住・定住,地域づくり

1. はじめに

我が国における総人口が減少に転じる中,「東京一極集中」が社会構造における重大な問題と再認識されるに至っている。人口減少社会を迎え,現状のまま都市部への人口集中の加速と地方の急速な人口減少を緩和できなければ,地方,とりわけ農山村では人口減少により地域社会の基礎的生活基盤の維持に支障をきたすことが危惧されるであろう。そのため,「少子化」,「高齢化」の問題は,地方における過疎化の問題と東京一極集中の問題を表裏一体の問題として捉えて取り組まれている現状がある。

東京一極集中による「地方消滅」等の悲観的な 論調が叫ばれる一方で、総務省地域力創造グループ 過疎対策室による調査研究報告書¹⁾ によると、 近年、「若い世代を中心に都市部から過疎地域等の 農山漁村へ移住しようとする「田園回帰」の潮流 が高まっている」ことが指摘されている。移住、 定住人口の維持、促進と地域活性化は、地方創生 時代の地方自治体とって、重要な政策と位置づけ られている。不確実性の下、人口減少社会におけ る望ましい地域の将来像を的確に予想することは 至難の業であろうが、移住者、定住者を含む「人 口動態」は有効な情報となり得ると考える.した がって、人口動態の分析や地方創生で実際にとら れている政策手法の分析、及び移住者へのインタ ビュー、アンケート調査等により、過疎地域への 移住の実態やその要因について、政策的要因と非 政策的要因に区分し、地方創生に必要な政策手法 がどのように実施され、さらにその効果測定を実 証的に行うことで地域住民一人一人が希望をもち、 豊かな生活を安心して営むための地域づくりの担 い手、人材育成の実現が重要であると考える.

2. 公共政策学の通説

窪田(2016)²⁾では政策評価の機能に関し、公 共政策学の通説として、公共政策が所期のねらい 通りに機能するように活用する必要性が述べられ ているが、その意味で現在、農山村地域への移住、 定住に関する政策評価が十分になされているとは 言い難い状況である.地方自治体が展開する移住, 定住政策に関し,内閣官房の調査や各関係自治体 の評価,地方創生での評価は存在するものの,窪 田(2005)³)が指摘するような政策評価の内在的 な特性を踏まえ,国,地方自治体を問わず,政策 評価が適切な目的として使用され,政策形成過程 の改善に貢献しているかというと,不十分な状況 であろう.政策評価をするにあたり移住,定住政 策は地域活性化の観点より重要な施策であること, またこうした評価は公共政策学や政策評価論にと って地域社会を正確に理解するために重要な研究 上の課題である.

したがって本稿では、近隣自治体と比較しても、 特色ある政策を実施している綾部市の中山間地域 に移住してきた複数家族の方、及びその関係者を 含め多くの方のご協力を得て、インタビュー調査 を実施した貴重な情報の結果を考察対象とし、田 園回帰的な移住政策がどの程度、きっかけとして 有効性をもつものであるかを検討した.

3. 地方創生と移住・定住施策

地方創生とは字句の通りに解釈すれば「地方を 再生する」ことであるが、とりわけ地域社会を担 う個性豊かで多様な人材の確保という観点から、 「移住・定住施策」を重視することは、まちづく りの原点に立ち返ることを意味すると考える. 地 域が真に活性化するには、その地域に住む住民が、 この地に居住しようという強い意思をもつのみな らず、そのために自分たちに何ができるか主体的 に考え、実践することが不可欠である.

また、地域の担い手になる意欲的な移住者として、若年世代の移住者の存在が重要になると考える。そうした人材は、それまで住んでいた住民とは異なる考え方や発想、スキルをもつ新たな人材になる可能性があるという意味において、筒井・佐久間・嵩(2015)⁴⁾で述べられている通り、「多世代型コミュニティへの転換」という質的な意義も見出せるであろう。

なお,本稿では移住と定住の定義を全国水源の 里連絡協議会における地方創生「首長勉強会」

(2015)⁵⁾ で明治大学教授の小田切徳美が定義しているように、移住を3年程度、定住を3年から10年程度として、議論することとする.

4. 人口移動,農山村移住の先行研究

小田切(2016)⁶⁾ は,この50年間で,農村地域の過疎化と東京一極集中が進展した一方で,若者を中心とした都市から農村への移住への関心の高まりを大きなトレンドとして,「田園回帰」と呼び,その動向を今後の半世紀における社会創造に関する重要な示唆となる点を指摘している.こうした動向を藤山(2014)⁷⁾ は,先駆的に明らかにしている.藤山(2014)によると,対象となっている島根県内の中山間地域において,2008年から2013年の5年間に4歳以下の子供の数が増加しているという解析結果を得ている.4歳以下の子供数の増加はいうまでもなく,その親世代の増加に強く依存するものであり,したがって,若者を中心とした田園回帰志向を確認することができるという意味で重要な調査結果であると考える.

また、筒井・佐久間・嵩(2015) (2015) (2017) においても、「都市から農山村への移住が重要な政策的トピックとなっている」ことに触れた上で、「移住希望者の年齢層もこれまで多かった60歳代以上のシニア層だけではなく、特に30歳代を中心とする現役世代が大きく増加してきている」と結論づけており、若年層を中心に都市から地方への人口移動が進んでいることが伺える。平岡・江成(2017) (2017) では、島根県海士町と奈良県奥大和地域を事例として、地方創生政策における人口社会増対策の「強制」を移住政策の問題点と捉え、「よい移住政策」としての「戦略的移住政策」は内発的な地域ビジョン・戦略に寄与する移住者の獲得を目指すことの重要性が指摘されている。

なお,筒井・佐久間・嵩(2015)⁴⁾で指摘されているように、移住の実態を「実数」として統計的に把握することは難しく、先行研究も僅少である。その中でも、NHK、毎日新聞、明治大学農学部地域ガバナンス論研究室の共同調査結果である小田切・中島・阿部(2016)⁹⁾は実数を把握したものとして、貴重な研究成果である。

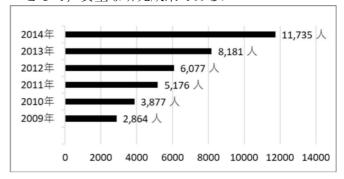


図1 移住者数の推移(全国)

(出所) 小田切・中島・阿部(2016)「移住者総数, 5年間で約4倍に一移住者数の全国動向(第2回全国 調査結果より)」p. 104 表1より筆者作成 図1の小田切・中島・阿部 (2016) の調査結果は、田園回帰志向が話題となっている中、その実態を数字という客観的な実証データが存在していなかったため、非常に興味深いデータとなっている. 調査対象として、東京都と大阪府、市町村の情報を県が把握していない17県を除いた28道府県という大規模な全国移住者調査となっている. 2009年に2,864人であった移住者数が5年後の2014年には11,735人と約4倍の移住者増となっていることを客観的に示すデータとして、注目に値するであろう.

5. 事例研究

5.1. 京都府綾部市の定住促進事業

綾部市は、京都府の北部地域に位置する地方都市で、由良川や里山風景に彩られた田園都市である。国勢調査の総人口を基に推計された人口は2020年7月1日時点で31,725人¹⁰⁾ 足らずで、全国的にみても下位に位置する人口順位となっているが、グンゼ(株)発祥の地であり、ネジの世界的メーカーである日東精工(株)という東証一部上場企業の工場ではなく、本社そのものを置くなど、モノづくりも盛んで潜在的な地域資源に恵まれた地方自治体である。

通常、政策の効果を検証するには、社会増減を 中心に検討する必要がある。社会増減は、自然増減とは異なり様々なまちづくりや政策形成の中で 人口減少を緩和抑制ができるものである。

表1 綾部市における定住促進事業の歩み

スニ		
綾部市:定住促進事業の歩み		
2006年12月	綾部市水源の里条例制定(2007年4月施行) ※ 2011年度までの時限条例	
2007年11月	「全国水源の里連絡協議会」の設立	
2008年5月	「あやべ定住サポート総合案内」の開設	
2009年1月	水源の里に定住促進住宅を建設	
	第5次綾部市総合計画スタート	
	「定住交流部」の設置 ※ 2017年に「定住・地域政策課」へ課名を変更	
2012年4月	第2期水源の里条例施行(5年間延長)	
2014年4月	綾部市住みたくなるまち定住促進条例の施行	
2017年4月	第3期水源の里条例施行(10年間の時限条例)	
(ctree) the legal of the Market Co. D.		

(出所) 綾部市提供資料より筆者作成

表1は、綾部市における定住促進事業の歩みをま とめたものであるが、全国に先駆けて2006年には それまでポジティブには捉えられていなかった限 界集落という概念を水源の里に置換した条例を制 定するなど、独自色のある自治体として知られている.

また、綾部市は人口緩和施策の一環として、定 住を専門的に扱う部である「定住交流部」を他の 地方自治体に先駆けて2011年度に設置している. 2014年度に中央政府が人口減少問題を国策として 取り上げ、東京一極集中を是正する具体的な立法 として, まち・ひと・しごと創生法が制定され, 以後、全国各地で移住や定住促進に向けた取り組 みが活発化しているという状況において、綾部市 は国に先駆けて定住促進を一丁目一番地の政策と して掲げて取り組んでいる。とりわけ2006年に制 定された「水源の里条例」は綾部市の中でも限界 集落として位置づけられている象徴的な5つ(市茅 野、大唐内、栃、古屋、市志)の集落を「水源の 里」とし、集落の課題や可能性を整理し、限界集 落の支援や再生に先駆的に行う独自色ある取り組 みと考える.

5.2. 一般会計予算(京都府北部5市2町)の比較

表2は,京都府北部5市2町の2020年度予算からみた移住・定住関係施策における綾部市の相対的位置づけを示したものである.

表 2 京都府北部 5 市 2 町における一般会計当初予 算,及び移住・定住関係費

<u> </u>			
	2020年度予算(単位:千円)		
	一般会計総額	移住・定住関係費	
綾部市	16, 647, 394	48, 553	
福知山市	40, 020, 000	34, 897	
舞鶴市	34, 878, 580	28, 646	
京丹後市	32, 319, 000	55, 013	
宮津市	11, 252, 292	21, 245	
与謝野町	11, 416, 000	28, 280	
伊根町	3, 032, 000	1, 596	

(出所) 2020年度当初予算より,筆者作成

また、図2は表2をもとに京都府北部5市2町の一般会計総額に占める移住・定住関係の構成割合を図示したものである。2020年度の京都府北部5市2町における一般会計当初予算でいうと、綾部市は166億4,739万4千円と福知山市(400億2,000万円),舞鶴市(348億7,858万円),京丹後市(323億1,900万円)に次ぐ第4番目の規模になる。

しかし,当初予算における移住・定住関係費は, 4,855万3千円と京丹後市(5,501万3千円)に次ぐ2 番目の金額になっており,さらに一般会計当初予

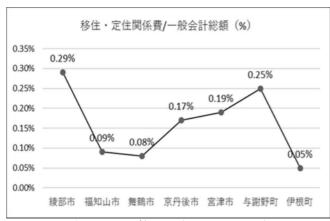


図 2 一般会計当初予算額に占める移住・定住関係 費の割合

(出所) 2020 年度当初予算より, 筆者作成

算額に占める移住・定住関係費の割合をみると, 綾部市は0.29%と京都府北部5市2町において,最も 高い財源比率を構成していることが確認できる. 綾部市が定住人口の増加と地域活性化を積極的に 推進していることが予算規模からも確認できる. このように綾部市は小規模な地方自治体ではある が,地方創生の観点からみると,先進的で注目す べき取り組みがいくつも認められる地方自治体と いえるであろう.

5.3. 綾部市定住サポート総合窓口による定住実績

綾部市の定住交流施策として、2008 年度から綾部定住サポート総合窓口の設置,2011 年度から空き家媒介事業者紹介制度,2016 年度からは住みたくなる綾部留学プロジェクト事業など,各種積極的かつ先進的に取り組んでいる。定住サポート総合窓口設置以来10年以上が経過したが,2008年度に定住サポート総合窓口を設置してから2018年度までの定住者数累計は,222世帯,543人となっている。



図3 定住者実績と定住者の年齢層 (出所)綾部市提供資料より筆者作成

特筆すべきは、図3から明確に把握できるように0歳から9歳の18%と30歳から39歳の子育て層の29%で移住者合計の約半数の割合を占める点である。

6. まとめ

本稿での重要な問いとして、子育て支援政策の 特殊性が認められない綾部市において、あるいは 全国的にもなぜ子育て層が移住をしているのかと いう問題意識があるが、それに対する一つの考察 として、「人とのつながり」を考慮するという要 因が強く作用していると考えられる. なぜならば、 子育て層は子どもを通じた保護者間や地域の人と のネットワークが自ずと構築できるからである.

移住してからの人づきあいに関し、田舎特有の しきたり等が障壁になることもあるが、子育て層 に関しては、子どものつながりで同世代の保護者 や保育士、子どもの存在を特別と考える地域の暖 かさというネットワークが構築されやすいという ことと関連性があると考える. もちろん, 田舎は 大家族世帯が多いこともあり, 核家族が移住する と、生活習慣の違いがあることも事実であり、子 育てをしていると自治会活動ができないというジ レンマをもつこともあるだろうが、都会では保育 園に入園できず,同世代や子供同士の交流がもち づらかった問題が、田舎では解消されるという側 面があると解釈可能である. 移住して良かった点 に関し, 「移住前と比べ, むしろ人づき合いの回 数が増えたことで、安心して地域コミュニティに 溶け込める点」や「移住者を積極的に受け入れて くれる地域性があり、子どもの世話も地域ぐるみ で積極的にみてくれること」,「地域の人が良い 意味でのお節介を焼いてくれることで, 地域に溶 け込めたこと」, 「皆が授業や地域に参加して, 密なコミュニケーションにより、先生や地域の人 からも見守ってもらいやすい」など田舎特有のネ ガティブな内容は皆無で、むしろ適度な距離感に よる人を通じた心地よさが移住、定住には有効で あり, 既存の政策に地域コミュニティの重要性が 反映されるポリシーミックスとして移住, 定住政 策を検討することが望ましいと考える.

7. おわりに

現在,地域活性化を政策目標とする地方自治体が実施している様々な移住・定住関連政策が存在するが,その政策の純効果を検証した先行研究はなく,それを明らかとするためにインタビュー調査を実証的に行った結果,地方自治体が提供する

政策目当てで移住してきている住民は、存外いない,つまり、政策の効果が移住者に与える影響は認められないという結果を得た.しかしながら、今回、インタビューにご協力いただいた家族が代表的かつ一般的な移住者として、認められるかどうかという外的妥当性の観点でいうと、まだまだ仮説形成段階である.政策評価を行うにあたり移住、定住政策は広範囲に及ぶ政策という性質より、一気にすべてを評価することは不可能なため、今回は限定された家族に関して評価した.

中山間地域への移住, 定住という人口移動は政 策として重要視されるべきものであり、冒頭で述 べたように近時の世相に呼応する地方圏への移住 関心の高まりがあるように、公共政策学として注 目すべきテーマである. したがって, 今後も効果 測定を実施する必要があると考える. 今回の調査 結果で明らかとなったが、事前的には政策を検討 していないものの、「どのような政策があれば助 かるか」という政策の必要性を聞いた質問に関し ては、それぞれ政策形成に必要な情報が淡々と述 べられていた. したがって、転出する人がいると いう前提の下, 定着ということで政策効果の検証 を確かめていく必要があると考える. 移住してき た後、その地域に定着する上で、移住者が政策を 意識していたということが一つの発見になると考 える所以である.

8. 引用文献

- 1)総務省地域力創造グループ過疎対策室、「田園回帰」に関する調査研究報告書、2018.
- 2) 窪田好男, 政策評価と民意, 公共政策研究, 46-58, 2016.
- 3) 窪田好男, 日本型政策評価としての事務事業評価, 日本評論社, 34, 2005.
- 4) 筒井一伸・佐久間康富・嵩和雄,都市から農山村への移住と地域再生-移住者の起業・継業の視点から-,農村計画学会誌, Vol. 34. No. 1, 45-50, 2015.
- 5) 全国水源の里連絡協議会,水の源,地方創生「首長勉強会」, 30号,14,2015.
- 6) 小田切徳美,「田園回帰」の実相,KEIO SFC JOURNAL,Vol. 16 No. 2,10-22,2016.
- 7) 藤山浩, 田園回帰時代が始まった—「規模の経済」を超える定住促進の道筋—,季刊地域,19,92-99,2014.
- 8) 平岡和久・江成穣,農山漁村における戦略的移住政策の可能性 -島根県海士町と奈良県奥大和地域の事例を素材として-,政 策科学,24/3,395-418,2017.
- 9) 小田切徳美・中島聡・阿部亮介,移住者総数,5年間で約4倍 に一移住者数の全国動向(第2回全国調査結果より),ガバナ ンス2016年3月号,103-105,2016.
- 10) 綾部市企画総務部総務課,推計人口(令和2年7月1日現在)

https://www.city.ayabe.lg.jp/somu/shise/toke/jinko/r2-7.html, (最終閲覧日, 2020-08-06)

31

野球聖地の生活質感とこれからの展望

一住環境アンケートの概要(2020年1月~12月甲子園番町街全世帯配布・回収)一

森田 雅子

武庫川女子大学 生活美学研究所

さまざまな理由や経緯で人々は住まう地域を選ぶ。阪神甲子園球場というランドマークを中心とした野球聖地に住む甲子園地域の人々は、地域に対してどういう想いを抱き、どうあって欲しい、どのように関わりたいと願うのか。その意識を探った。まず、調査同意者に生活質感の評価をたずねるアンケート調査を行った。アンケートは関心度・景観・参加の項目に関する20の設問により構成した。さらにこのアンケート結果を7つの設問で得た基本属性のデータでクロス集計した。その上で設問後半では心理的評価や生活行動についても問いかけた。この設問後半部分は鋭意結果を精査検討中である。

その結果、野球聖地の生活質感を高めるため、当面の提案としてはまずランドマークの 共有度を高めることが必要であると結論づける。さらに、共有度を高めるためには地域内 での有機的関係性と回遊性を高める4つの手立てが必要であると判断する。今後の展望と して象徴性再生産、つまり聖地ナラティヴの強化に対する賛否について意見交換を目指す。

キーワード:聖地研究、住環境評価、地域、意識、生活行動、生活質感

1. 概要

本報告は科学研究費 (19K12597 2019年度基盤研究(C)) 「聖地研究甲子園―聖地の生成と象徴性再生産プロセスに対する住民評価の研究」の助成を受けたものである。

2. 目的 方法

まず、地域住民にアンケートを配布し、調査同意者に生活質感の評価をたずねた。関心度・景観・参加の項目に関する20の設問によりアンケート調査を構成した。さらにこのアンケート結果を7つの設問で得た基本属性のデータでクロス集計し、その報告をさせていただく。

3. 結果

3.1 報告書の説明

調査概要、つまり調査対象地域、回答者のプロフィール、調査票、設問の解説から始める。設問回答の基本属性によるクロス集計結果を以下に示す。設問については次のとおりである。設問1~19は野球・景観・住環境について、設問20~27は

基本属性(職業、性別、年齢等)についてであった。設問28では心理的評価、29~30生活行動を簡単に示してもらった。

アンケート集計結果を順次説明する。内容は以下のとおりである。

3.1.1甲子園球場の利用頻度

問1「観戦も含めて、甲子園球場を年にどの頻度でご利用になりますか」の回答をみると、全体で最も多かったのは「利用しない」の39.8%で、次いで多かったのが「1~2回」の36.0%であった。 性別では男性の方がより観戦している割合が多い。番町ごとに見てみると甲子園球場や阪神甲子園駅に近い五番町、六番町、七番町の住民がよく利用している。

3.1.2メディアでの観戦頻度

問2「甲子園球場で行われる試合を、テレビ、動画サイト、ラジオ等でメディア観戦されますか」の回答をみると、全体では「時々する」を選択した比率が38.4%と高く、「とてもよくする」は22.9%、「よくする」は19.7%、「しない」は19.0%であった。問1と同様に性別では男性の方が頻度が高い結果となった。年代別では70代、80代以上が他の

年代に比べてメディア観戦をする比率が高く、若い年代になるほど「しない」の回答率が高い。居住歴別では、居住している年数が多いほどメディア観戦頻度が高い結果となった。

3.1.3. メディア報道の利用頻度

問3「甲子園球場に関する報道(ネット、テレビ、ラジオ、雑誌、新聞等)は積極的にご覧になりますか」の回答では、「時々見る」が35.9%で最も比率が高い。また、「よく見る」が27.2%、「とてもよ く見る」が20.3%であり、半数近くの住民が積極的に球場に関するメディアの報道を見ている。問 2と同様に、性別では男性の方が比率が高い。居住歴でも居住歴が長くなるほど報道をよく見ていることがわかった。年代別も70代、80代以上が他の年代に比べて見る比率が高い。

3.1.4. 球場近隣住民であることは自慢できるか

問4「甲子園球場の近隣地域の住人であることは自慢できますか」の回答をみると、「自慢できる」が42.6%、「どちらかというと自慢できる」が37.4%であり、この2つの回答が8割を占めいている。 どの属性でも「自慢できる」「どちらかというと自慢できる」が7~8割程選択しており、「どちらかと いうと自慢できない」「自慢できない」の回答は1割にも満たない。

3.1.5. 高校野球への関心度

問5「高校野球に関心がありますか」の回答をみると、全体では「関心がある」もしくは「どちらかというと関心がある」を選択した比率が77.1%と高く、多くの住民が高校野球に関心を寄せていることがわかる。男女別では、男性の方が関心がある比率が高い。年代別では70代、80代以上が他の年代に比べて明らかに関心がある比率が高い。居住歴別では、居住している年数が多いほど関心があるという結果となった。

3.1.6. 甲子園会館への訪問経験の有無

問6「旧甲子園ホテル(武庫川女子大学上甲子園キャンパス)を訪れたことはありますか」の回答をみると、「ある」が39.7%、「ない」が60.3%となり、4割が甲子園会館を訪れた事があると回答している。(以下省略)

3.1.7. 居住地域で困っている点の有無 問10略

3.1.8. 景観問題への関心度

問14「景観の美しさは、住民の居心地、街の賑わ

い、観光資源としての価値、地価に影響するとされます。景観問題に関心ありますか」の回答をみると、「ある」が48.0%、「どちらかというとある」が36.3%となり、8割以上の住民が「ある」もしくは「どちらかというとある」と回答していた。年代別にみると、年代がが高くなるほど関心があるという結果となった。関心が「ある」と回答した住民を居住年数別に見ると、甲子園地域に20年以上住んでいる住民が最も回答率が高い。職業別には、自営業・自由業が最も関心がある比率が高い。

3.1.9. 甲子園球場の景観への寄与

問15「甲子園球場は景観に寄与していますか」の回答をみると、「している」が53.1%、「どちらかというとしている」が32.3%となり、8割以上の住民が「している」もしくは「どちらかというとしている」と回答している。(以下省略)

3.1.10. 甲子園会館の景観への寄与

問16「旧甲子園ホテルは景観に寄与していますか」の回答をみると「寄与している」が38.3%、次いで「どちらともいえない」が30.3%、「どちらかというと寄与している」が22.1%であった。問15の甲子園球場の景観への寄与に関する質問に比べて「寄与している」と考える住民は少なく、「どちらともいえない」の回答率が高い。それは、甲子園会館付近の一番町・二番町・三番町以外の住民や、若年層、短い居住歴であると、甲子園会館の存在自体を把握していない割合も多かったことが主な原因となっている。(以下省略)

3.1.11. 地域資源、郷土史への興味 問17 略 3.1.12. 地名のふさわしさ

問19「甲子園という地名はことばの響きや連想するものなど、地域にふさわしいと思いますか」の回答をみると、全体では「思う」が70.2%、「どちらかというと思う」が21.3%、「どちらともいえない」が7.4%、「どちらかというと思わない」が0.4%、「思わない」が0.6%であった。「思う」「どちらかというと思う」の回答率を合わせると9割に及び、ふさわしくないと考える住民はほとんどいない結果となった。

3.1.13. 今後の引っ越し予定 問26 略

3.1.14. 居住地域の魅力

問8「お住まいの地域の魅力は何だと思いますか」 (複数回答)の回答をみると全体で「大阪や神戸 などへの交通アクセスが良い」は93.4%、「徒歩や 自転車で日常生活を送ることができる」は87.4% が選択しており、日常での移動が便利であると感 じていることがわかる。年代別で見てみると、30 代は「全国レベルの聖地(甲子園球場など)が身近 にある」を選択した比率が最も低い。(以下省略)

3.1.15. 参加している地域活動

問9「あなたは、地域のどのような活動に参加していますか」(複数回答)の回答をみると、全体では「スポーツ(観戦含む)」の32.8%が最も多く、「参加していない」の31.5%が次に多い結果となった。居住歴別でみると、「趣味・教養」「地域の防災・防犯」「福祉活動・高齢者支援」「自然保護や環境保全」の項目では居住歴が長いほど比率が高い。

3.1.16. 日常生活の主な移動手段 問11 略

3.1.17. 日常に利用する駅やバス停

問12「日常生活の移動によく利用する駅やバス停をお答えください」(複数回答)の回答をみると、全体では「阪神甲子園駅」が85.1%で圧倒的に多く、次いで「JR甲子園口駅」の31.9%であった。(以下省略)

3.1.18. 日常生活でよく利用する道筋

問13「日常生活での移動にどの道筋をよく利用されますか」(複数回答)の回答をみると、全体では「甲子園筋」が86.9%で圧倒的に多い。問14の景観問題への関心度別に結果を見てみると、景観問題に関心が「ない」住民は「甲子園筋」「旧国道」「臨港線」「小曾根線」「鳴尾御影線」「中津浜線」を日常生活で利用していない比率が高い。また、「43号線」と「2号線」の利用者では、どの景観問題への関心度でも大きな差はみられなかった。

3.1.19. 地域を活性化するための取り組み

問18「甲子園球場・旧甲子園ホテルを中心として地域の誇りを高め、地域の活動を活性化するためにはどのような取り組みが望ましいでしょうか」(複数回答)の回答をみると、全体では「街路樹整備」が50.4%と圧倒的に多い結果となった。居住地別にみてみると、甲子園二番町の住民が「街路樹整備」と回答した割合が64.8%で最も高い。次に五番町の56.5%、四番町の53.0%、三番町の50.6%の順で街路樹整備を望んでいることがわかった。

3.2. 考察

基本的属性、居住地域(わかりやすく言うと球場からの物理的距離)から読み取れる特色について集計結果より考察した。地域性、個体的特性とランドマーク施設との利害一致の結びつき・関係性の認識がさまざまであり、その点が住民意識において重要であるということが示唆された。また聖地(球場)からの心理的距離、あるいは聖地に対する関心度は地名の受容度、共有度にも反映されており、そこには高校野球の神話的ナラティヴとマスコミの絶大な役割を見て取った。

3.3. 緑と水の回廊:甲子園筋の回生

森林・街路樹の有用性について米国農務省 David J. Nowak ら(2014))の試算は、アラスカとハワイを除く 全米で、有害成分(SO₂,NO₂,O₃,PM 等)の葉孔吸着 は 1740 万トン、医療経費節減 68 億ドル、850 人救 命、重度呼吸器系疾患より670,000人救済と算定し た。特に都市圏の街路樹の貢献は顕著であった。 集計結果により野球聖地の住環境評価をまとめると、 知名度に満足しているが、生活質感では『郊外生活』 で謳歌した白砂青松の喪失を悲しみ、ランドマーク に対し疎外感を持つ。従って景観や地勢に親和性の ある暮らしや生活と行政の有機的役割分担・連携の 実感を高めることが必要である。それには景観美と街 路整備・交通網(ネットワーク)によりランドマーク(聖地) 周囲の和やかな回遊性を再生することが必要である。 西宮市の山手から西宮北口―甲子園口―甲子園― 浜手にかけての交通要衝が里山、文化商業、健康、 行政の各区をさらに強く結びつけるであろう。欧米の 文教都市ではボストン・フィラデルフィアの事例がある。 甲子園球場と旧甲子園ホテルを結ぶ甲子園筋を緑と 水の回廊のシンボルロードとして再生し、心に刻んだ 白砂青松よ再び!の野球聖地地元の願いを感じとつ た。

4. 野球聖地の歴史的ナラティブ存続と強化

4.1 野球聖地生成の歴史的経緯と現在の課題

ある地域に固有のシンボルとしての価値を高める、つまり象徴性を再生産するためには、マスコミを捉える勢いのある言説が育ち、それが適確に増殖・強化・持続さえすれば確保できるのか。まず野球という米国競技の日本における定着についてである。佐山和夫(1998/2005, 2015/2018)によると初期の野球指導者はアメリカ人でキリスト者であるか、日本人であればキリスト教に入信

したものが多かった。なんらかの形での武士道と

キリスト者的、つまり欧米の先進的と捉えられた

世界観との特有の日本的フュージョンが生成し、

競技は東京のエリート、大学前身の旧制高等学校からトップダウンで波及したという。また詳細立証は歴史的研究に譲るが、高校野球の大きな魅力を形作る勝ち抜きトーナメントの仕組み等の成立は、明治維新以降の国体、それに伴う行政や教育組織の整備に平行している。例えば Peter Cave (2004) は野球部等のクラブ活動が近世からの郷中・若者組等の機能も受け継いだと指摘する。

清水論 (1991, 1999) は甲子園球児にまつわる「神話作用」ナラティブが強化、深化されていった過程を明治以来のプリントメディアを駆使し、甲子園出場校でのフィールドワークを行い、丹念に裏付けている。一方では阪神タイガースとファンの関係性について井上章ー(2008)は微妙な愛憎関係の存在を指摘する。本アンケート調査の自由記述より明らかになったのは、地元住民が球場来場者ファンを異質な部外者と捉える傾向がある事だ。

4.2 聖地やランドマーク共有について

Robert M. Hayden (2016)らは紛争地域での文化社会学的フィールドワークの結果、各宗派の聖地やランドマークの継承・破壊・転用は政治的優位を争う集団間のせめぎあいに起因するとする。宗教上の聖地についての考察ではあるが、野球聖地にあてはめて考えると、地域のランドマークの存続繁栄はそのランドマークとアイデンティファイし、愛着を感じる諸集団の存在が安泰の背景要因であると考える。まず第一義的に地元に存在する諸集団の意識の涵養が肝要であろう。

4.3 地域資源としてのランドマーク: 当面の提案 と今後の展望

1月4日西宮市長にヒアリングする機会があり、

集計結果を報告し、提案をした。それも含めて紹

介する。景観問題・回遊性について合意形成を目 指す難しさ、討論型世論調査が話題になった。 アンケート集計結果をみると、球場ステイクホル ダーと地元利益は概ね一致するという合意の存在 は示唆される。完全にそっぽを向いている人は少 数のようだ。但し球場イベント参加に冷淡な人が 大多数である。冷淡派でも許容する関わり度を高 めるためには、収容施設を増やすというよりは① 景観の美化、緑と水の回廊により**地域の連帯を深** める、②路面店の招致やライトレール敷設により 道筋に対する愛着を深め、回遊性を高める、③関 係性マーケティングにより関心度を高め、心理的 距離を縮める、④ランドマーク運営に地元参加の 仕組みを拡充し、運営を見える化し、ランドマー **クの共有度を高める、**の 4 点が有効であると考え る。この件についても研究と意見交換を続ける。

謝辞

甲子園地域 住民評価アンケート調査ならびに報 告書作成は(JSPS 19K12597) 基盤研究(C)に 採択された研究課題「聖地研究 甲子園―聖地の生 成と象徴性 再生産プロセスに対する住民評価の 研究」の一環として行った。あらためて西宮市鳴 尾連合自治会会長 長畑純雄氏はじめ甲子園地域 の皆様、西 宮市 市民局 市民総括室 鳴尾支所 地 域担当チーム、阪神電気鉄道株式会社経 営企画室 辻井浩二室長のご支援と調査協力に心より御礼申 し上げる。また、武 庫川女子大学 教育研究社会 連携推進室 大坪明室長および当該研究分担研究 者 全員の活発なディスカッションと惜しみない 協働に感謝する。特にアンケート実施に際しては 大井佐和乃氏・加登遼氏(大阪市立大学)にご尽力 をいただい た。報告書の実務は大井佐和乃氏(関 西学院大学)が主導している。編集に際し、 当該 研究分担者である黒田智子教授、松山聖央助手両 氏のきめ細かなアドバイ スを反映した。同様に大 谷光一助手にも謝意を表したい。

参考文献抜粋

- 1) 佐山和夫: ベースボール と 日本 野球 打ち勝つ 思考、 守り抜く 精神、中央公論新社、電子出版、1998/2005.
- 2) 佐山和夫: 1935年のサムライ野球団「裏 ワールド・シリーズ に挑んだニッポニーズ・オールスターズの謎、角川ebook、電子出版、2015/2018.
- 4) 伊丹康二:郊外駅の現状と未来像、鉄道と郊外一駅と沿線から の郊外再生、鹿島出版、137-172、2021.
- 5) 水野優子:多様化を続けた鉄道会社の事業と郊外、鉄道と郊外 ー駅と沿線からの郊外再生、鹿島出版、173-234、2021.
- 6) 清水諭:甲子園野球の神話作用に関する研究、筑波大学、332 頁、 1991.
- 7) 清水諭: 甲子園野球のアルケオロジー: スポーツの「物語」・ メディア・身体文化、東京:新評論、290 頁、1999.
- 7) 井上章一: 阪神タイガースの正体、 筑摩書房、406 頁、2008.8) 石井登志郎:古典に学ぶ民主主義の処方箋、游学社、215 頁、2016.
- 9) Hayden, Robert M. et al.: Antagonistic Tolerance、Competitive sharing of religious sites and spaces、Routledge、Taylor and Francis. Kindle 版、2016.
- 10)Cave,Peter:Bukatsudo: The Educational Role of Japanese School Clubs, The Journal of Japanese Studies 30(2), pp.383-415, 2004.
- 11) 森田雅子、大井佐和乃: 甲子園地域アンケート報告書、37 頁、武庫川女子大学生活美学研究所、2021.https://www.mukogawa-u.ac.jp/~seibiken/publication/pdf/20220104.pdf
- 12) Nowak,David J. et al.: Tree and forest effects on air quality and health in the United States. USDA Forest Service/UNL Faculty Publications、284、U.S. Department of Agriculture: Forest Service National Agroforestry Center、Environmental Pollution、193、119·129 頁、2014.

丹波市でのハッピーバース応援ギフト事業の評価等に係る調査

-8ヶ月間実施での中間報告-木製玩具等の贈呈を受けた人のアンケート回答の分析を通じて

大坪 明

武庫川女子大学 教育研究社会連携推進室 特任教授

丹波市は、令和3年度から開始した子育て応援施策の「ハッピーバース応援ギフト」事業で、新生児が居る家庭に市の特産品や木製玩具を贈呈している。その木製玩具等を受け取った家庭のアンケート回答からは、同ギフトへの一様な謝意と、かなりの割合で木製品を利用したい意向や木製品製造による街の活性化への期待があることが判った。しかし、木製品の普及には価格の廉価化の方策を考える必要があることも見えたので、そのための方策も併せて考察した。

キーワード: 丹波市、子育て応援、木育、街の活性化

1. 研究の背景と方法・目的

農山村地域の一つで、人口減少及び少子化によ り、特に0~39歳、50~59歳の減少が著しい(図1、 図2参照) 丹波市では、かつて盛んであった林業も 衰退してきている(表1参照)。その様な状況に対 して、少子化を多少なりとも食い止めるための出 産・子育てを応援する施策として、新生児が生ま れた家庭に対してハッピーバース応援ギフト事業 が令和3年度から開始され、その一環として、幼少 期から木や森に親しみを持ってもらうための木製 玩具等のプレゼントが行われている。就労と育児 との両立や教育費その他に起因する子育てに対す る抵抗感もあり、本プレゼント事業により出産意 欲がどの程度刺激されるかは未知数だが、木に親 しむことは、ひいては森を大切にし、国土を守る 意識の涵養に通じることも期待されている。同ギ フトは2021年12月までに126家庭に贈呈された。 本研究は、それらの家庭から回収できた、丹波市 の協力も得て作成した木製品に係るアンケートの 回答から、木製品の製品選択理由や同製品対する 評価や感想とともに、子どもに幼い時から木製品 を与えることについての親の意識や、今後に木製 品を与える積極性、更には同市において木製品づ くりが盛んになる場合の街の活性化との関係の捉 え方、木製品普及のための方策等を抽出し、今後 の同ギフト及び産業振興の方向性を探ることを目 的とする。

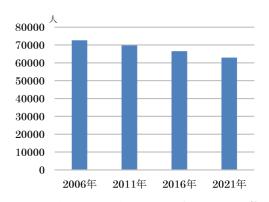


図1 2006年から2021年までの丹波市の人口の推移

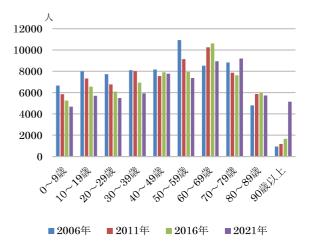


図2 2006年~2021年の年令階層別人口の推移

表-1 保有山林のある林業経営体数

年(各年2月1日時点)	H12	H17	H21	H27
経営体数	1,705	384	246	146

出典:https://www.city.tamba.lg.jp/soshiki/kikaku/toukeisihyou1.html

2. 本事業と本学の関り

本学は、丹波市の産業経済部農林整備課から、 学生による玩具のアイデア提供を求められ、昨年 度は学年歴上で無理があったので、地元の木工業 者の作成する製品に対して、教員が意見を述べる とともに、生活環境学科の学生が贈呈製品のカタ ログ作成を行った。今年度は、生活環境学科の学 生が「まちづくりコース」の演習として、単に玩 具にとどまらず、玩具や木材の利用を高める方策 のアイデアの一部が次年度に向けて採用になる様で、 新鮮なアイデアが提案できたが、学生にとっても 実社会との応答は良いトレーニングになっている。

3. アンケートの内容

アンケートでは、以下の内容に関する設問を設けた。(参考資料として調査票を末尾に添付する)

- 1. 親の年齢層
- 2. 丹波での居住年数
- 3. 選択した製品
- 4. 選択理由
- 5. 木製スプーンに関する感想
- 6. 「記念プレート」の活用予定
- 7. 幼い時から「木製の玩具や生活用品」に触れることに関する考え
- 8. 今後も木製品を積極的に子どもに与えるかどうか
- 9. 木製品としてあれば良いと思う品
- 10. 丹波市で木製品づくりが盛んになるコトをどのようにとらえるか
- 11. 生活の中の木製品の位置づけ
- 12. 今後木製品を増やす方策
- 13. その他意見
- 1・2.は回答者属性、3.~6.は製品に関して、7.~ 12.は木製品に対する意識と今後の木製品製造で の地域活性化の可能性等に関する設問とした。

4. アンケート結果

ところで、今年度は昨年に木工業者が提案した 製品を新生児が生まれた家庭に贈呈しており、4 月から11月一杯までの8ヶ月程で126軒の家庭に、 カタログの中から各家庭が選んだ製品を、上記の アンケートと共に送っている。回答は12月末まで に51票が回収され、回収率は40.5%である。

4.1 親の年齢層

今回、このギフトが第何子に送られたのか不明で、第二子以上の出産の可能性もあるが、親の年齢は30歳代前半が43%を占め、20歳代後半23%、30歳代後半が12%である(図3参照)。20歳代後半から30歳代前半で7割弱が出産しているのは極めて健全だと言える。また、20歳代が16名、30歳代が28名、40歳代が5名である。年齢層による以下の回答には、若干の特徴が見られる。

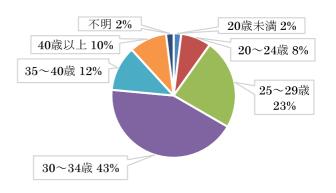


図3 親の年齢階層別割合

4.2 親の丹波での居住年数

居住年数の割合は図4による、20年以上が49%、10~20年が10%で10年以上の人が6割と、長い人が比較的多い。このことは、地元丹波市に慣れ親しみ、愛着を持って生活している人々が多いと推察される。居住年数別の回答では、年数による特徴が若干見られる。これを年齢別で見たのが表2で、35~40歳未満を除き、どの年齢層でも居住年数が20年以上の人が半分以上を占める。

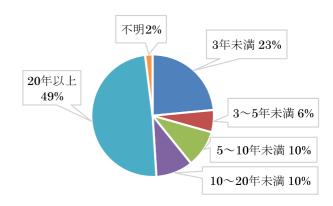


図4 親の居住年数別割合

表2 年齡別居住年数

	3年 未満	3~5 年未満	5~10 年未満	10~20 年未満	20 年 以上	不明	計
20歳未満	•	-	-	1	-	•	1
20~24歳	1	-	-	1	2	•	4
25~29歳	2	2	-	-	8	-	12
30~34歳	6	1	3	1	11	•	22
35~39歳	2	-	1	2	1	-	6
40歳以上	1	-	1	1	2	-	5
不明	-	-	-	-	-	1	1
計	12	3	5	6	24	1	51

居住年数別にこれの年齢構成を見てみると、居住年数が20年以上の人に20歳代後半から30歳代前半の人が多いのは、元々地元で生まれ育った人たちと推察されるが、3年未満の人たちに特に30歳代前半の人が多いのが一つの特徴である(図5参照)。

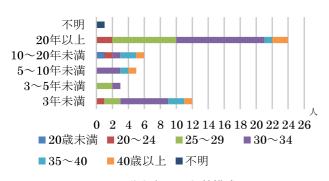


図5 居住年数別の年齢構成

4.3. 選択されたギフト製品

製品は、A社がスマイリーBoxチェア(図6)、B 社が丹波の森の積み木(図7)、C社が象セット(図 7左)、ペンギンセット(図8左の象がペンギンに替 わったもの)、桧のヒノッコ(図8右)を制作した。 C社は3製品とアイテムが多いので選択数が多く なり合計で全体の4割を占め、A社は1/4強となって いる(図9参照)。A社のBoxチェアは箱の蓋が低い 腰掛になり、箱に蓋を付けると椅子やおもちゃ箱、 又は踏み台にもなる多用途が売りである。また、 C社の桧のヒノッコも上下を反転させると座面高 さが変わり、更に背もたれを上にすると低い机や 踏み台にもなり、成長に合わせた多様な使用が可 能である。そして象やペンギンはフォトフレーム として成長する写真を飾ることが出来る。また、 積み木は、普通の積み木のセットにある様な、正 六面体やその倍の長さの直方体、斜め半分の三角 形や円筒とは一味異なる形状のピースがあり、面 白い組み立てが出来る。全て、木の素材の特徴を 一層引き出すように、素地仕上げである。



図6 スマイリーBox チェア



図7 丹波の森の積み木(左は箱に詰めた状態)



図8 左:象セット、右:桧のヒノッコ

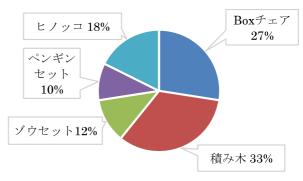


図9 選択された製品の割合

4.4. 製品の選択理由

製品の選択理由の割合を図10に、製品ごとの選択理由を表3に示すが、製品と選択理由の間には強い相関が現れている。

先ず、Boxチェアとヒノッコの椅子系製品の選択理由の回答の全て及び「積み木」の41%が「長く使えそう」であり、また積み木の選択理由の41%、象セットの67%及びペンギンセットの40%が「子

どもが興味を示しそう」である。確かに椅子系は 成長に合わせて高さが変更できる、あるいは多様 な使い方が可能で、正に長く使える点が如実に反 映されている。一方、象セットやペンギンセット は、動物の形をしたフォトフレームと車や機関車 の組み合わせであり、積み木及び車や機関車は玩 具として、家庭によっては兄弟に選択させた事例 もあるが、「子どもが好みそうだ」として主に親が 判断した製品である。

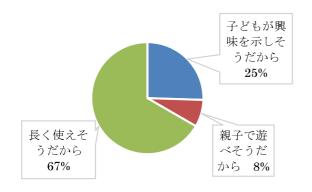


図10 製品選択理由の割合

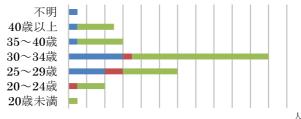
表3 各製品の選択理由

	Box チェア	積み木	象セット	ペンギン セット	ヒノッコ
子どもが興味を示しそう		7	4	2	-
親子で遊べる	-	3	1	-	
長く使える	14	7	1	3	9

図11は親の年齢層別の製品選択理由で、30歳代前半以上の層での、「長持ちしそうだから」という理由が多いことは、生活の知恵として理解できる。一方、20歳代前半の層でも3/4が「長持ちしそうだから」を選択の理由としている点は、人数が少ないので一概には言えないが、若者世代の節約志向の現れとも推察され、大きな特徴との見方もできそうである。

また、表4に個々の製品に対する意見・感想を示す。総じてプラス評価の意見で、木の「香り」や「温かみ」あるいは「触り心地」などが評価されており、木の良さがしっかり認識されている点は、木育の観点からも評価できる。

また、Box チェアに関して「仕上がりの悪い部分で子どもが怪我をしそう」という意見が当初にあったが、その後は指摘が無いので改善された様である。



- $0 \quad 2 \quad 4 \quad 6 \quad 8 \quad 10 \quad 12 \quad 14 \quad 16 \quad 18 \quad 20 \quad 22 \quad 24$
- ■子どもが興味を示しそうだから
- ■親子で遊べそうだから
- ■長く使えそうだから

図11 年齢層別製品選択理由

表4 製品への意見・感想

衣4 製品への	思九 " 您 您
Boxチェア	思っていたより丈夫、選んで良かった
	・仕上がりの悪い箇所で子どもが怪我しそう
	・全てに丸み、温かみがあり、とても可愛い
	・丈夫で長期間使えそう、かわいい
	・小学生の兄が宿題の際に使い、家族で利用
	・思いのほか大きく丈夫。香りがよい。高さが
	2 段あり嬉しい
	・上の子(5歳)が座るのにいいサイズ。座面
	は外して洗えるのも良い。
	・とてもかわいい。木なのでしっかりしている。
	・実際に見たことがあり可愛いと思っていた。
	・丈夫で安心
	・生まれた娘より2歳のお兄が喜んで座ってい
	る。かわいいイス。
積み木	・イスにもなるし、おもちゃ入れにもなり良い。
傾め小	・知育に役立ちそう。思っていたより素敵 ・変わった形のピースが面白そう。枠が重い
	・ダわった形のピースが面白です。件が重い ・クオリティの高い製品。子供が使わなくなっ
	-・クオッティの高い製品。 丁供が使わなくなう - ても捨てられないくらいすごくいい。
	くも情くられないくらいりこくいい。 ・想像以上に立派な積み木で驚いた。木の香り
	・心塚の工に立体な傾かがく無いた。木の音り が素敵。
	^~~~~~~~ ・良い香りがする。親子で遊びながら長く大切
	に使いたい。おもちゃも高価なのでとてもあ
	りがたい。
	・想像以上に自然素材で驚いた。木の匂い、相
	の美しさ、手触りが良い。角が削ってあり良
	かった。+と□の積み木が組み合いそうで、
	合わなかった。組み合えば遊び方が増えそう。
象セット	・香りが良く、とても満足
	・上の子に選んでもらったら③だった
ペンギンセット	・デザインが良かった
	・丸みがあって可愛い
	・車のおもちゃ可愛い。良い香り
	・実用性がありそう。
ヒノッコ	・座面調整の説明書を同封してほしい。
	・様々な用途で活用できそう。
	・きれいで温かいイスでした。上の子も喜んで
	NS.
	・触り心地がすごく良い。安心して子供に使える。
	・いろいろな使い方ができると思った。
	・成長に応じた座面を変更は兄弟共有できてう
	れしい。

4.5 木のスプーンについての意見・感想

木のスプーンには、生まれてきた子どもの名前が刻印されている。そのスプーンに関する意見・ 感想を表5に示す。「名前入り」という点が、自前 では用意できないこととして、大いに評価されて

(1)

いる。また、「シンプル」、「可愛い」、「持ちやすい」、「子どもでも持てるサイズで良い」、「記念になる」、「文字のフォントがおしゃれ」等の面も概ね好評価である。使い方としては「離乳食を食べるときに使う」というのが多いが、「使うのが勿体ない」や、「クリスマスツリーに飾る」との意見や、逆の心配事として「無塗装なので水や汚れに対する心配」、「彫ったところに水分が溜まって腐食していきそう」という声もあるので、水に対する対策を考える必要がありそうである。また、フォークや皿とのセットやケースを求める声もあった。

表5 木製スプーンに関する感想・意見

- ・名前入りでシンプルなデザインが気に入った
- 大事に飾っておく
- ・頂いて嬉しい。名前の刻印が素敵
- 使うのが勿体ない。クリスマスツリーに飾る
- ・離乳食が始まれば使いたい
- ・離乳食で使いたいが、無塗装だと水や汚れに弱いか?
- ・離乳食に使いたい。名前入りで良いと思う
- ・可愛いスプーンで、フォークもあると嬉しい名前入りでとても 素敵。離乳側に使いたい
- ・可愛いスプーンで、フォークもあると嬉しい
- ・手触りが良く持ちやすくて良い。1歳の姉が使いたいと気に入っている
- ・名前入りで、自然素材でとても素敵
- ・小さくてかわいい。子どもが使う時が楽しみ
- ・離乳食の時に使う
- ・スプーンだけでなく、フルセットの方が使いやすい
- ・お手入れが少し大変そう。名前入りで特別感があり、サイズも 良い
- ・コンパクトで可愛い。持ち運びケースもつけてほしい。
- ・子供でも持てるサイズで良い。
- ・名前入りで良い記念になった。
- ・離乳食の開始前に届き、丁度使えそうなサイズ。上の子も木の スプーンを使っているので大活躍しそう。
- ・かわいくて離乳食が始まったら早速使いたい。名前入りでうれ しい。
- ・木製なのでトゲやザラツキを心配していたが、いらぬ心配だっ た。
- ・可愛いスプーンで早く使いたい。
- ・可愛い、子供が自立したら渡す。
- ・手触りがとてもなめらかで安心。使うのが楽しみ。
- 可愛かった
- ・可愛くて使うのがもったいない。つるつるで使いやすそう
- ・スプーンだけでなく、フォークや皿も欲しい
- ・小さくて離乳食時に役に立ちそう。
- ・名前入りのスプーンは他に持っていないのでとてもかわいく大 切に使いたい
- ・子供が大きくなった時の記念になりそうである。使うのがもったいない。
- ・名前入りで木の温かみがあり、持ちやすくとてもよかった。
- ・すばらしい、気に入った。
- ・名前入りがうれしい。記念になる。
- ・名入りの木のスプーンはなかなか自分では用意できないので、 とてもよかった。
- 可愛かった。
- ・文字のフォントがおしゃれで良かった。彫ったところに水分が 溜まって腐食していきそう。
- ・うれしい

4.6 記念プレートの活用方法

記念プレートは、木の板に子どもの名前と出生年月日を記したもので、その使い方の割合については図12に示す。「部屋に飾る」、「記念に保管する」の双方とも5割弱あるが、どちらの場合も時間の経過とともにどこかに仕舞い込まれて、やがて忘れ去られるパターンの可能性が危惧される点である。また、年齢層による使い方の違いはほとんどない。

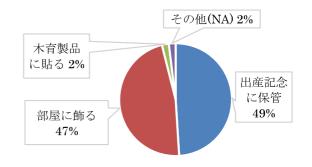


図12 記念プレートの活用方法

5. 木育について

木育とは、1.で述べた様に、幼い時から木に親しむことで、木々のことやそれが生えている森、ひいては国の2/3が森である我が国の国土の大切さの理解に繋がることを期待するものである。安価で安易、かつ、場合によっては化学成分が溶け出す様な危険なプラスチック製品があふれる世の中で、自然が育んだ木を大切にしながら、安全な木製品の使用を習慣づけることは、子どもの育成にとっても重要であり、その手始めとして、幼い時に木製玩具を与えることは有意義である。それはひいては森=国土を守る事にもつながる。

5.1 幼い時から木製品に触れさせる親の意識

幼い時から木製品に触れさせる事には上記の様な意義があるのだが、その点を親がどの様に意識しているかを調べたところを図13に示すが、全体では53%が「大いに意義あり」としている。これを年齢別でみてみると、図14に見る様に、30歳以上の親で明らかに「大いに意義がある」が増える傾向が見られ、親の年齢が上がるほど幼い時から木に触れさせる意識が高い。また木製品に触れさせる意識別の居住年数では図15に見る様に、「大いに意義がある」としたのは、居住年数3年未満と20年以上の人たちが多い。

この居住年数3年未満の人が、木製品に幼い時から触れさせることに「大いに意義あり」と認めている点は、丹波に来るに当たって、地元の特徴を受け入れる覚悟を持って、ないしは地元の特徴を求めて来たことが推察される。

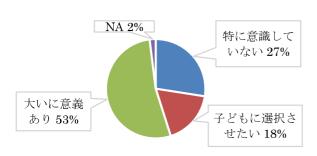


図13 幼い時から木製品に触れさせる親の意識

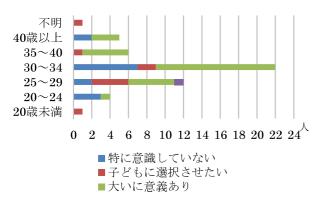


図14 年齢層別幼い時から木製品に触れさせる親の意識

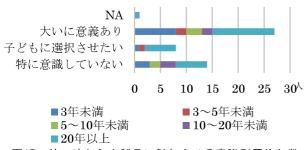


図15 幼い時から木製品に触れさせる意識別居住年数

5.2 木製品を与える意識

子どもに木製品を与える意識に関しては、図16による。総じて「木製品は高価だ」という認識を持っている様である。意識を年齢別に見ると、20~24歳で3/4が、答者数が多い30~34歳ではその55%が「価格による」と答えている(図17参照)。この原因としては、やはり木製品がプラスチック製などに比べて高価で、かつ、20~24歳の若い層と複数の子どもを抱えていると推察される30~34歳の年齢層が、経済的に苦しい時期であり、価

格に敏感なのが一因であるとも推察できる。一方、居住年数別(図18参照)でみると、「極力与えたい」は全居住年数で一定割合が居るが、居住年数が3年未満の人での割合が高い点は、地元に対する意識と木製品を与える意識とに関係があると推察される。その他意見では、「安全性による」、「手入れに時間を要するものは、子どもの幼少期は時間的・気持ち的に余裕なし」との記述があるが、手入れは漆器以外では余り要しないと思われる。

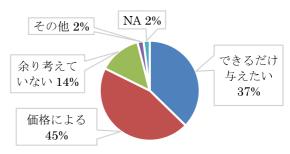


図16 木製品を与える考え別の割合

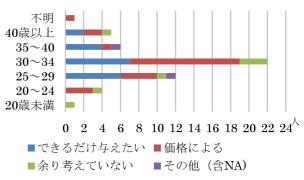


図17 年齢層別の木製品を与える意識の構成



図18 居住年数別の木製品を与える意識

表6 幼くして木製品に触れさせる意識別の木製品を与える意識

	出来るだけ 与えたい	価格によ る	余り考え ていない	
特に意識をしていな	1	7	6	-
子供に選択させる	2	4	1	2
大いに意義がある	16	12	-	-
NA	-	-	-	1

表6は5.1の「幼い時から木製品に触れさせる意識」と「木製品を与える意識」の関係を示す。幼くして木製品に触れることに「大いに意義あり」とする人たちが、木製品を「出来るだけ与えたい」人が多いのは当然だが、「価格による」人も相当数居るのは、価格への抵抗感の現れとも推察される。

5.3 木育製品として有ると良いもの

「木育製品として有ると良いもの」に関する回 答を表7に示す。当設問は、玩具に限らず希望する 木育に資する製品に関する問なのだが、回答がほ ぼ玩具に集中しているのは、設問の仕方に関する 反省点である。24件の記述の中で「ままごとセッ ト」への言及が9件もある点は、女児向け玩具を希 望する声が大きいと捉えることができる。本ハッ ピーバース応援ギフトでは、玩具も木製品を幼児 期に与えることが大事だということが考えられて いるのだが、別途挙げられている「木の器」や食 器類なども含めて、日常的に必ず使うものに木製 品を取り入れることは、成長過程での木育には大 事な手段で、良い提案だと考えられる。また、ピ タゴラスイッチの様な、装置上をボール等が動く ものは既にB社により作られているが、家庭で使 える様な小ぶりな装置が求められる。

表7 木育製品として有ると良いもの

- ・ままごとセット
- ・成長に伴いお話などにリメイクできる製品
- ・木製三輪車
- 木の器、ままごとセット
- ・実用的なモノが良い。棚や本立てや篭など。
- ・おままごとセット
- ・離乳食や普段使える食器セット
- ランタン、コップやお皿
- ・お皿、1歳以上対象のおもちゃ
- ・ハイチェア
- ・テレビで見た安全はさみ(NHK イッピン?)
- ・遊具
- ピタゴラスイッチのような動くもの
- ・ピタゴラスイッチのようなおもちゃ
- ガラガラなど音の出るものやおままごとセット
- おままごと用おもちゃ
- ・ままごとセット、大工セット、お医者さんセットなどのシリーズ。 集めたくなるし、みんなに自慢したくなる。
- ・おままごとのキッチン
- ・おままごとセット、お絵かきに使用できる机やイス
- ・歯の生え始めのムズムズするときに、かみかみできるもの
- ・おままごとセット
- ・木製の物に触れると、自然に触れているようで素晴らしい。
- ・木製の物は、やはり高い値段のイメージなので、お手頃で買えるようになるとうれしい。
- ・パズルにも積み木にもなるおもちゃ (今回選んだ商品がパズル になればいいな)

5.4 丹波市の木製品づくりに対する意見

この項目は、年齢や居住年数に関係なく、7割弱 の人が「街の活性化に寄与する」、即ち、地域経済 に寄与するとしている。年齢層別でみても、20歳 未満を除き、各年齢層で6割以上が「街の活性化に 寄与する」としている。これらから、「木製品づく り」に対する期待感が窺われる。「特に考えなし」 は20歳未満、20歳代代前半、20歳代後半が各1名、 30歳代が8名と年齢不明1名で25%である(図19・ 20)。「他に伸ばす産業」として「子育て応援事業」 という回答がある。子育てを間接的に応援する、 例えば知育玩具や子育て期に使う栄養価の高い離 乳食などの製造は、移輸出できるので地域経済を 潤す産業となるが、主として域内需要に応える保 育事業等は、域内でお金を廻すので地域の経済を 大きく潤すことにはならない。但し、その保育事 業により確保できる人手が、移輸出できる産業で 働くことにより、域外でも売れる製品を二次的に 増やす可能性はある。また、「子育てしている人と アイデアを共有し発信する!」は、業務として必 要なことは理解できるが、個人的な活動でも達成 出来るレベルであり、大きな雇用を生み出し、地 域を潤す様な産業にはなりにくい問題点がある。

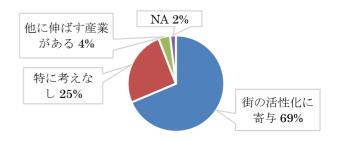


図19 丹波市の木製品づくりに関する意見

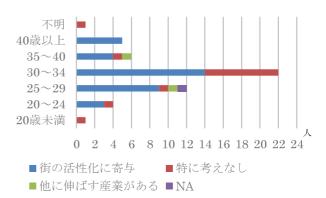


図20 年齢層別丹波市の木製品づくりに対する考え

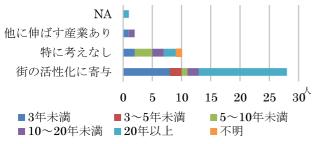


図21 木製品づくりに対する意見別の居住年数構成

丹波市の木製品づくりに対する意見別に居住年数の構成を見たのが図21である。「活性化に寄与」と答えた人の5割強が20年以上の居住者であるのは、地元事情を理解しているからと推察されるが、3年未満の人が3割程も「活性化に寄与する」と答えたことは、丹波での居住に際しての覚悟なり期待なりがあると推察される。

5.5 生活の中での木製品の位置づけ

生活の中で木製品をどの様に位置付けているか の意識を、本調査では重要項目として着目してい る。図22では、1/4強が「特に意識をしていない」 ということだが、「安価なら積極的に利用したい」 が41%、「多少高くても良ければ長く使う」が31% である。5.1で、「幼い時から木製品に触れさせる」 のを53%が「大いに意義あり」としたことと違い があるが、子どもの育成の意識と普段の生活意識 の違いだと推察される。これを年齢層で見てみる と、「多少高くても良ければ長く使う」あるいは「安 価なら積極的に利用したい」も含めて木製品の利 用を何がしか意識している人が、20代から40代ま でで半分を超えている(図23参照)。また、図24 で生活の中での木製品の位置づけと、子どもに木 製品を与える意識の関係を見る。「できるだけ与え たい」と「多少高くても良ければ長く使う」、「価 格による」と「安価なら積極活用したい」、「余り 考えていない」と「特に意識していない」とはそ れぞれ正の相関関係にありそうだが、必ずしもそ うではない。「できるだけ与えたい」では「多少高 くても良ければ長く使う」と「安価なら積極活用 する」の双方が40%を超え、「価格による」では「で きるだけ与えたい」が50%で「安価なら積極活用 したい」が45%である。また「余り考えていない」 でも夫々28%が「安価なら積極活用」と「多少高 くても良ければ長く使う」と答えている。このこ

とからは、普段の生活の中での木製品の扱いは、 やはり出来れば使いたいと考えているのではない かと推察される。

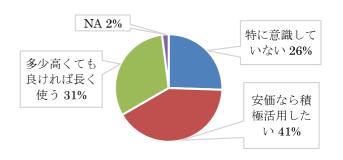


図22 生活の中での木製品の位置づけの割合

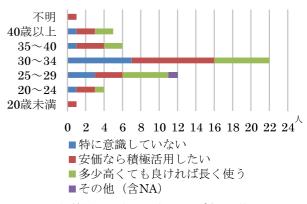
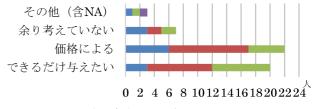


図23 年齢層別の生活の中での木製品の位置づけ



- ■特に意識していない
- ■安価なら積極活用したい
- ■多少高くても良ければ長く使う
- その他 (含NA)

図24 木製品を子どもに積極的に与える考え別の生活の中での木製品の位置づけの割合

5.6 木製品の利用を増やす方策

木製品の利用を増やす方策としては、様々な年齢層の66%が「多様な用途の品を世に出す」と答え、26%が「木製品の価格を下げる」と答えている(図25参照)。木製品に対する期待感とともに、製品の種類が少ないこと、価格が高いことが原因だと感じている人が多いことが判る。逆に「利用を増やす必要なし」と考える人は、ごく僅かだと言うことも判った。

一方、生活の中での木製品の位置づけ別でみると、多少高くても良ければ長く使う層の8割強が「様々な用途の製品を世に出す」と回答しており(図26参照)、他の層と比べて木製品利用に積極的な姿勢が見受けられる。

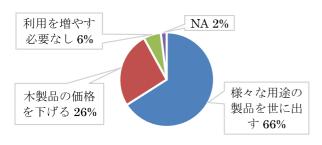


図25 木製品の利用を増やす方策



- ■様々な用途の製品を世に出す
- ■木製品の価格を下げる
- ■利用を増やす必要なし
- ■その他 (含NA)

図26 生活の中での木製品の位置づけ別の木製品の利用 を増やす方策

6. 今回の木製品のギフトに対するその他の意見

概ね、贈呈に対しての感謝があり、特に「市か ら木のおもちゃや他のハッピーバースギフトを頂 くのは、子育て世代を応援して頂いている気持ち が伝わりとても嬉しいです。周りのまだ子供が生 まれていない友人たちにギフトの内容を伝えると、 とても楽しみにしているようでした。」という記述 は、正に出産・育児を応援している市の姿勢が伝 わっていることを証明している。また、兄弟や家 族での使い方を記しているものもある。嬉しさの 余りか、 $\lceil 3 \cdot 4$ 歳になった時にまた別な玩具を」と いう厚顔な希望も出ているが、それにはやはり親 の自助努力が必要であろう。更に、木製品の利用 を増やす方法として、「手に触れる機会を増やす」 等の提案もある。アンケートでの記述の一覧を表8 に示す。また、長く使うための傷補修や修理等の メンテナンスに関する悩みも出ており、その対策 を検討することも必要である。

一方、「 CO_2 削減のために草木を燃やすのを止めさせてほしい」という意見は、もし「燃やす煙が迷惑だ」ということを婉曲に述べているのでないとすれば、草木は成長過程で CO_2 を吸収しているので、燃やしても CO_2 はプラスマイナス0ということになっており、また燃やした灰は有機肥料になることを知らせる必要があるだろう。

表8 その他意見

- ・この事業に感謝。今後も続けて欲しい。
- ・箱の詰め物の鉋屑を、誕生時のハンドカバーに詰め、おもちゃ にしたり、風呂に浮かべ木の香を楽しんでいる。
- ・記念プレートなど木製品で良いなと思った。記念になるのでも らえてよかった。今後も続けてほしい。
- ・心温まる贈呈に感謝。桧の香りに癒された。大事に使う。
- ・下の子の玩具だが、上の子が気に入ってさっそく遊んでいる。 いつまでも大切にしたい。ありがとうございました。
- ・素敵なギフトに感謝。大切に使う。
- ・木製品の利用増の方策に関して、実際に触れる機会が少ない。スーパーや西松屋に実物やチラシがあれば手に取るかなと思う。
- ・頼んだ商品にも名前を入れてほしい。
- ・出産祝いとしてこういった事業があるとうれしい。
- ・丹波市で様々な木製品が作られていることを、ギフトを通して知った。木の玩具は安心して子供に与えられるので、とてもうれしい。
- ・子供のおもちゃは、成長とともに興味がなくなるスピードが早いため、長く使える(大人でも)おもちゃがあったらうれしい。また、傷や修理したい時にどうすればよいか悩む。
- ・すてきな良い物をありがとう。販売されているなら購入したい。 特に名前のプレート!キレイ、カワイイ、つくりが丁寧でとて もいい。積み木もきれいにヤスリかけされていて安心。
- 手入れの仕方、長く使えるアドバイスを教えてもらってより大切にしたいと思った。いろいろな用途があるので今後使うのが楽しみ。
- こんなにも立派なものをいただけるとは思っておらず驚いた。 子供と大切に使っていきたい。
- ・手作りでいいと思った。大切に使います。
- 素敵なプレゼントをありがとう。
- ・地球温暖化の原因であるCO₂削減のために、一般市民が外で草や木を燃やすのをやめさせて欲しい。実際に禁止している市町村もある。
- ・素敵なプレゼントをあいがとう。何もない時に出産した時より もとても嬉しくなりました。
- ・市から木のおもちゃや他のハッピーバースギフトを頂くのは、 子育て世代を応援して頂いている気持ちが伝わりとても嬉しい です。周りのまだ子供が生まれていない友人たちにギフトの内 容を伝えると、とても楽しみにしているようでした。
- ・丁寧に作っていただいた木製品をありがとう。
- ・素敵なプレゼントをありがとう。とてもしっかりとしたイスでなかなか自分では買うという選択ができないものだと思う。いただいてすぐに座ってみたり踏み台にしてみたり、あちこちに運んでは使っています。(上の子ですが、、、)
- ・とても素敵なプレゼントをありがとう。お兄ちゃんの時からあればよかったのに!と思うほど魅力的なものであった。大好きな木の物がもらえて本当にうれしかった。
- ・記念になるとても素敵な品をいただけてうれしかった。大切に 使わせていただきます。
- ・おもちゃを複数の中から選択できる点が良かった。(既に持っているおもちゃと重複しないため)次年度以降も本事業を継続し、 丹波市産材で木育を推進していくことを望む。また、3歳・4歳になった時に違うおもちゃがもらえたら嬉しい。
- ・今回出産した子は3人目の子供になりますが、製品が届いた日から上2人の子達が日々取り合いをしながら使わせていただいています。箱を開けたときは、1番上の子が「いい匂い~」と言っていました。素敵なプレゼントをいただき、ありがとうございました。これから兄弟みんなで大切に使わせていただきます。

7 考察

回収できたアンケートの票数が51票と余り多く ないので、傾向を掴む程度のことしか出来ないが、 ギフトの贈呈を受けたことに関しては、一様な謝 意が見て取れる。製品の選択に関してみると、玩 具より実用性があり、長期にわたる使用に耐える ものという、非常に現実的な選択をする人が、今 の時点では7割近くあり多いと言える。木のスプー ンは、使うのがもったいないという意見もあるが、 離乳食を食べさせるのに使うという用途が多い。 一方で、水や汚れに対して心配をする意見や、ス プーンだけでなくフォークや皿も共に欲しいとい いう意見もある。ギフト1件当たりの予算が決まっ ている中で、アイテムを増やすのは困難なので、 出産祝いの銀のスプーンではないが、記念プレー トの代わりに名前入りのスプーンとフォーク、及 び名前と誕生日の日付を刻印したそのケースのセ ットを考えるのも良いかもしれない(杉や檜が必 ずしもスプーンやフォークに向いているとは思は ないが)。記念プレートの様に用途の無いものは、 そのうちに仕舞い込まれて、どこに行ったか判ら なくなる可能性も高いと考えられる。

幼い時から木製品に触れさせる意義は、半数以 上が大いに認めており、特に30歳代以上の年齢層 においては、約64%の割合となっている。木製品 を子どもに与える意識に関しては、「極力与えたい」 と「価格による」を合わせて、「与えたいという意 識を持っている」人は92%に上る。木製品の価格 を下げる技術開発が必要であるが、一方で、目先 の安さより、良い品を長く使うことへの消費者の 意識転換も必要である。生活の中での木製品の位 置づけとして、「多少高くても良ければ長く使う」 が31%あるのは、その面で期待が出来る。木製品 として有ると良いものとして、女児向けの玩具と ともに、「木の器」が挙げられている。特に、木が 熱を伝えにくい性質を利用して、生活の中で汁物 の椀や箸を木製品にするといった配慮を親や教育 現場に期待したい。学校給食の器などは、取り入 れた場合に効果が期待できそうである。洗浄・乾 燥などの取り扱いが面倒だが、その簡便化に向け た技術開発も必要である。また、丹波市での木製 品づくりは、街の活性化に寄与すると考えている 人が7割近くも居るので、その可能性を探ることも

必要である。例えば「飛騨の家具」の様に、「丹波の○○」と付く木製品の製造が活発になり、地域 経済が活性化することを期待したい。

木製品の利用を増やす方法として価格を下げる件は、主に個々の製品が切削により成形される木製品が、射出成型で大量・安価に製造されるプラスチック製品に対して価格競争力を持ち得るかと言う点からすると、かなり困難だと言わざるを得ない。従って、高級で長持ちする木製品を主にせざるを得ないが、一方で薄板をプレス等により加工する技術もあり、プライウッドを盆や皿に簡単に加工できる様になってきているので、その利用を期待したい。また、3次元加工もできるCNC木工旋盤などもあり、複雑な形状もコンピュータ制御で加工が可能になっているので、省力化=低廉化に寄与すると考えられる。

8. 結論

当アンケート調査から見えてきたのは、一様に本ギフトへの謝意が示されているので、本ギフトの主旨である「出産・育児の応援」という役割は十分に果たしていることが判った。それととともに木育面では、木製品をできれば子どもに与えたいという意識を持つ親が、かなりの割合で居ると言うことから、本事業が木育の入り口の役割も果たしていることが判る。特に「次年度以降も本事業を継続し、丹波市産材で木育を推進していくことを望む。」という声からは、木育の理解が進んだことと、本事業に対する期待を感じることが出来る。更に、丹波市におけるそのような木製品づくりは、この出産祝いのギフトを贈呈された多くの人から、街の活性化に寄与するだろうという期待をされていることも判った。

その一方で、木製玩具等の木製品に関して、それらを長く使うためのメンテナンスや修理を求める声があることも、当アンケートから判った。また、木製品の普及には、多様な製品への展開と価格の低廉化も期待されている。そのための方策を考える必要がある。

一方、居住歴が3年未満の人たちが、地元の特徴を意識して転居してきていることが推察され、これらの人々の間に地元愛を醸成することが期待できることも判った。

9 将来への提言

木製玩具等の長期使用に向けては、家庭で修理やメンテナンスが出来る様にするために、木工事業者によるワークショップが開催されるのが望ましい。修理方法だけでなく、親子で玩具を作るところまで、ワークショップで指導できると、「木」に対する親しみが一層強くなると推察される。「県立丹波年輪の里」では木工教室やサークル活動も行われているし、他の民間の木工教室なども開催されている様なのだが、もう少しPRに努める必要がある。従って、例えばギフトにチラシを同封するといったことを考えても良いだろう。

またその一段階上の措置として、生徒を募集して指導料と材料代や加工器具の損料まで含めて月謝を徴収する木工教室や木工学校が定期的に開催され、デザインの指導も含めて食器や家具・什器づくりを指導することが出来る様な仕組みが、民間と協力して丹波市に出来ると、「木工の丹波」という認識が広まる素地になると思われる。

更に、低廉化と熟練技術の不足をカバーするための技術や装置の開発は進んでいるが、個々の事業者がこれらの装置の導入に踏み切るには、かなりハードルが高い。官・民共同で、小物の加工だけでなく、例えば大規模木造建築用の集成材やCLT等の製造・加工にも、事業者が共同で利用できるような木工加工センターを設けると言った施策へと繋げられれば、丹波市の木材産業の活性化が期待できると考えられる。

謝辞

本調査のアンケート調査票の作成や配布・回収・集計等のご協力を頂いた丹波市産業経済部農林整備課の方々に、厚く御礼申し上げます。

ハッピーバース応援ギフトに関するアンケート

丹波市では、以前盛んであった林業に少しでも関心をお持ち頂きたく、地元の木を使った製品を誕生祝としてお贈りしています。今後の参考とするために、今回選ばれた製品や、木育製品に関するご意見をお伺いしたいと思います。下記の設間にお答えください。なお、「木育」とは、カタログにも記載しました様に、幼児期から"木"に触れ、そのぬくもりを肌で感じることで豊かなくらしづくり、森づくりに貢献する意識づくりを目指すものです。(選択肢を選ぶ問では、お一つだけお選び下さい。)

丹波市産業経済部 農林整備課

- 1. お母様の年齢はおいくつくらいでしょうか
- ①20 歲未滿 ②20~24 歲 ③25~29 歲 ④30~34 歲 ⑤35~40 歲 ⑥40 歲以上
- 2. どの程度丹波市にお住まいですか
- ①3 年末満 ②3~5 年末満 ③6~10 年末満 ④11~20 年末満 ⑤30 年以上
- 3.どの製品を選ばれましたか。
- ①スマイリーBOXチェア
- ②丹波の森の木の積み木
- ③プウセット ④ペンギンセット ⑤恰の「ヒノッコ」
- 4.それを選ばれた最大の理由は何ですか。また、ご意見やご感想があればお聞かせください。 ①子どもが興味を示しそうだから ②親子で遊べそうだから ③良く使えそうだから 意見・感想
- 5.「木のスプーン」について、ご意見やご感想等があればお聞かせください。
- 6. 「記念ブレート」について、どのように活用されるご予定かお関かせください。
- ①出産記念と保管 ②部屋に飾る ③木育製品に貼り付ける
- 倒その他

- 幼い時から子どもが「木製の玩具や生活用品」に触れることについて、どの様にお考えでしょうか
- ① 特に意識していない ②子どもに選択させたい ③大いに意義があると考えている
- 8.今後も木製品を積極的に子どもに与えようとお考えですか。
- ① できるだけ与えたい ②価格による ③余り考えてはいない
- ④ その他 (具体的に)
- 9.木育製品で、「こんな製品があれば良いな」と思っておられるものがあればお教えください。
- 10.丹波市で「木製品作り」が盛んになるとしたら、どの様にお考えになりますか。

① 街の活性化に寄与すると思うので積極的に応援したい ② 特に考えはない

- ③ もっと他に伸ばす産業がある (具体的に)
- 11.木製品はプラスチック製品等にくらべ、大切に使えば長持ちするものです。生活の中で、木製品をどの様に位置付けておられますか。
- ①特に意識していない ②安価であれば積極的に活用したい
- ①多少高価でも良いものであれば長く使いたい
- ②その他
- 13.今後、木製品の利用を増やすには、どの様にすればよいとお考えでしょうか。
 - ① 様々な用途の木製品を世に出す ②木製品の価格を下げる
- ③利用を特に増やす必要は無い ④その他

14.その他にご意見やご感想がありましたら、お書きください。

アンケートにご協力いただきありがとうございました。

MEMO ______

MEMO ______

第6回 武庫川女子大学 「研究成果の社会還元促進に関する発表会」

発行日 2022 年 2 月 16 日

発行武庫川女子大学 教育研究社会連携推進室連絡先〒663-8558 兵庫県西宮市池開町 6-46

TEL 0798-45-9854 (直通)

FAX 0798-45-3684

E-mail shakai@mukogawa-u.ac.jp