

# 愛媛大学社会共創学部紀要

Journal of the Faculty of Collaborative Regional Innovation,  
Ehime University

第7巻 第1号(Vol. 7-1)

2023年3月

 愛媛大学

社会共創学部

Faculty of Collaborative Regional Innovation

# 目 次

## 論 説

経営シミュレータの利用による学習効果の一考察 – 愛媛大学社会共創学部の実例をもとに – 尾花 忠夫 (産業マネジメント学科) 岡本 丈彦 (高松大学経営学部) .....	1
新型コロナウイルス感染症による大学生活への影響： 大学生は Before コロナに戻ることができるのか？ 折戸 洋子 (産業マネジメント学科) 崔 英靖 (産業マネジメント学科) 岡本 隆 (産業マネジメント学科) 岡本 直之 (産業マネジメント学科) 曾我 亘由 (産業マネジメント学科) 橋 恵昭 (産業マネジメント学科) .....	11
SDGs への支払意思額に基づく理系学部生の社会貢献意欲の検討 崔 英靖 (産業マネジメント学科) 折戸 洋子 (産業マネジメント学科) 岡本 隆 (産業マネジメント学科) 岡本 直之 (産業マネジメント学科) 曾我 亘由 (産業マネジメント学科) 橋 恵昭 (産業マネジメント学科) .....	30
就業環境、出産後の就業継続に関する大学生の意識 園田 雅江 (産業マネジメント学科) 曾我 亘由 (産業マネジメント学科) 折戸 洋子 (産業マネジメント学科) .....	41
愛媛県の畜産業における 6 次産業化とマーケティング – 株式会社ゆうぼく、有限会社熊野養鶏を事例として – 谷本 貴之 (産業マネジメント学科) .....	59
双方向ラーニング・ワーケーションにおける実証的研究 (第一弾) – 中島における新たなワーケーションの在り方 – 西村 勝志 (産業マネジメント学科) .....	72
日本における「隠れ過疎地域」の特定に関する探索的研究 渡邊 敬逸 (環境デザイン学科) .....	92
愛媛県西予市における農産物直売所どんぶり館青空市場の運営形態と出荷者の意識 淡野 寧彦 (地域資源マネジメント学科) 佐藤 真愛 (岡山県農業共済協同組合) .....	107

## フィールドワーク・インターンシップ実践報告

コロナ禍におけるフィールドワークの実践と活動成果 – プロジェクト演習における愛媛県伊方町のサダワン動画分析の例 – 淡野 寧彦 (地域資源マネジメント学科) 石水菜々香 (地域資源マネジメント学科・学部生) 大橋 樹季 (地域資源マネジメント学科・学部生) 岸本 直美 (地域資源マネジメント学科・学部生) 渡部 結斗 (地域資源マネジメント学科・学部生) 井上 雛菜 (地域資源マネジメント学科・学部生) 河内 裕里 (地域資源マネジメント学科・学部生) 秋丸 國廣 (社会連携推進機構) 牛山真貴子 (地域資源マネジメント学科) .....	119
---	-----

論 説

## 経営シミュレータの利用による学習効果の一考察 －愛媛大学社会共創学部の事例をもとに－

尾 花 忠 夫 (産業マネジメント学科)  
岡 本 丈 彦 (高松大学経営学部)

A study of the learning effectiveness using a management simulator

Tadao OBANA (Industry Management)

Takehiko OKAMOTO (Takamatsu University Faculty of Business Administration)

キーワード：経営教育、ビジネスゲーム、経営シミュレータ、学習効果、共起ネットワーク

Keywords: Management Education, Business Game, Business Simulator, Learning Effect, Co-occurrence network

【原稿受付：2023年1月31日 受理・採録決定：2023年2月10日】

### 要旨

経営教育においてビジネスゲームのような経営シミュレータを用いた教育の実施例は数多く報告されている。こうした教育は、経営に関連する様々な意思決定を疑似体験することによって、学生が座学以上の学びや気づきを得られることが期待される。しかし、少人数を対象としたビジネスゲームの実施であれば、一定以上の学習効果が見込まれるが、大人数を対象とする場合、得られる学習効果には疑問が生じる。そこで、本研究では、筆者らが作成した「コロナ禍における飲食店の営業意思決定を体験するシミュレータ」を利用し、49名の学生を対象に、プレイヤーとプレイヤーの意思決定を観察するオーディエンスとに分け、それぞれの立場でどのような学習効果が見込まれるのかを考察する。

### はじめに

我が国において新型コロナウイルス (Covid-19) が、2020年1月に初の感染者が確認されて以降、現在においてもその猛威をふるい続けている。こうしたパンデミックに対処すべく政府は、2021年10月までに感染症対策として、4度にわたる緊急事態宣言の発令やまん延防止等重点措置という施策を講じてきた。このような施策に基づく自粛要請は、個人に対する不要不急の外出自粛を求めただけでなく、公私の経営体・事業体に対して活動の休業やテレワークの促進を求めている。

しかしながら、政府が休業要請を発令しているにも関わらず、2020年4月には要請を無視した大阪府のパチンコ店が公表され、メディアやSNSで取り上げ

られる事態となった<sup>1</sup>。こうした問題への対策として、政府は休業した経営体・事業体に対し、休業支援金・給付金といった救済措置を講じたものの、その効果は限定的であった。

政府が企図した全体最適に経営体・事業体が貢献しようとするのであれば、給付金を受け取り休業するという選択肢があるにも関わらず、自粛要請を無視した営業あるいは支援金を受け取ることなく営業を続けるという行動は、一見すると利益極大化を目的としたものに見えてしまう。しかしながら、この利己的ともとれる行動の背景には、利益極大化のためではなく、営業を余儀なくされた事情があった可能性も考えられる。こうした意思決定の背後にある論理やその意思決定に至るプロセスに対し、学生が思考を巡らせる機会

を提供できないだろうかという問題意識のもと、本シミュレータの開発を行った（尾花ら、2021；武藤ら、2022）。

ビジネスゲームに代表される経営シミュレータの導入・実践事例は多くの論文でも取り上げられ、その効果を検証したものがある（大原ら、2006；田中・藤野、2015；市川、2018）。しかし、そうした論文の多くは、プレイヤー数と学習効果の関わりについてはそれほど言及されていない。ビジネスゲームやシミュレータを少人数でプレイする場合にはファシリテータの管理可能性という観点からも一定以上の学習効果は見込まれるが、大人数を対象とした試行では、期待される学習効果が得られないのではないかという懸念もある。

そこで本研究の目的は、上記のシミュレータを利用し、大人数を対象とした場合にどのような学習効果の違いが存するのかを考察することにある。考察にあたり、愛媛大学社会共創学部開講の「ビジネスエコンミクス」の受講者49名を対象とした。シミュレーションでは、実際にプレイする側（プレイヤー）とそのプレイ内容を観察する側（オーディエンス）という異なる立場を設定し、それぞれが得られる学習効果について分析を行い、どのような違いが生じるのかを考察する。

## 1. 経営シミュレータの概要

### 1.1 シミュレータ開発の背景

2020年以降の新型コロナウイルス（Covid-19）によるパンデミックにおいて、我が国では感染症対策として、2021年10月に至るまで、政府によって4度にわたる緊急事態宣言が発令され、まん延防止等重点措置という新たな区分も生み出された。このような施策に基づく自粛要請は、個人に対して不要不急の外出の自粛を求めただけではなく、公私の経営体・事業体に対しては活動の自粛要請やテレワークを促進することを求めている。

しかしながら、自粛要請を無視して営業を行う飲食店や娯楽施設がメディアで取り沙汰され、自治体によって店名が公表される事態にまで発展した。こうした問題への対策として、政府は休業した企業に対して一時支援金を給付するといった救済措置を講じたものの、その効果は限定的であった。

こうした自粛を無視した営業を行う店舗は、一見すると利益極大化を目的とした利己的な行動のようにも見える。しかし、休業要請や営業時間短縮要請を無視して営業を行った店舗には、営業せざるを得ない理由があった可能性も十分に考えられる。実際に問題となった例を挙げれば、自治体による休業支援金の不足や支給の遅延などが挙げられる<sup>23</sup>。こうした余儀なく

営業を行った店舗に対して、学生に「緊急事態宣言下において営業を行った店舗に対してどのように思いますか?」といった質問を投げかけても、学生の回答として個人の感情論に基づいた善悪の回答が得られることが非常に多い一方で、実際に経営体・事業体を経営する側の目線に立った意見はほとんど見られなかった<sup>4</sup>。

そこで、こうした言語化された質問だけでは想像することが困難な状況について、学生に疑似体験を通して、当事者（経営に携わる側の視点）の思考に触れる機会を提供することでより多様な考え方を身につける一助となるのではないかという発想のもと、「コロナ禍における飲食店の営業意思決定を体験するシミュレータ：HC-19（J）」（以下、シミュレータ）の開発を行った。当該シミュレータは、緊急事態宣言中に営業を余儀なくされた飲食店の営業意思決定の疑似体験を通し、なぜ営業せざるを得なかったのか、その背景にはどのような理由があったのかを考察・検討するための教育ツールとして運用するものである。

### 1.2 シミュレータの基本設計とシミュレーションの進行

本研究で利用するシミュレータは、PHPを使用した経営シミュレータである<sup>5</sup>。当該シミュレータは「仮想の街」を想定しており、コロナ禍における飲食店の営業意思決定および緊急事態宣言や給付金といった現実世界での国の政策を可能な限り再現している。

プレイヤーはシミュレータ上に用意された8つの店舗のうち、7つの店舗がランダムに振り分けられる。8つの店舗は、それぞれ店舗規模、前年売上高、固定費等のパラメータがすべて異なっている。プレイヤーに振り分けない1店舗は経営意思決定に関わらず、運転資金が枯渇しないダミー店舗である。これはプレイヤーに意思決定をしてもらうのではなく、政策としての一律の支援金や給付金の不平等さを考えるきっかけになることを企図している。これは、シミュレータの目的に、コロナ禍における飲食店の営業意思決定の複雑さ・困難さをプレイヤーに体験させるだけではなく、異なる状況に置かれた店舗における意思決定の理由をも考えさせることを企図しているためである（尾花ら、2021；武藤ら、2022）。

シミュレーションでは、ラウンド（以下、R）毎に感染状況や緊急事態宣言の発令といった様々なシチュエーションの説明が行われる。それらを踏まえ、プレイヤーは、R1から最大R10までの営業か休業かの意思決定を行う。ファシリテータは、プレイヤーに対してR1で持っている運転資金を維持しつつ、R2以降登場するコロナゲージが一定の値を超えないように、

表1 プレイ前アンケートの結果

	プレイヤー	%	オーディエンス	%	合計	%
非常に利己的	0	0.00%	1	5.26%	1	2.50%
利己的	4	19.05%	5	26.32%	9	22.50%
営業せざるを得ない	15	71.43%	11	57.89%	26	65.00%
特に何も感じなかった	2	9.52%	2	10.53%	4	10.00%
営業していることを知らなかった	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
その他	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
合計	21	100.00%	19	100.00%	40	100.00%

意思決定を行うように指示する。このコロナゲージが一定値を超えると街がロックダウンされるという設定になっており、実質上のゲームオーバーとなる<sup>6</sup>。

各Rではプレイヤーが「営業」または「休業」の意思決定を行い、ファシリテータはそれを手持ちの端末で入力し、「意思決定終了」のボタンを押すことで、次のRに移行し、各プレイヤーは「運転資金」、「来客者数」、「売上」、「費用」、そして「損益」を確認できる。シミュレーションでは、プレイヤーの意思決定にもよるが平均してR6あるいはR7で終了するものの、シミュレーションの開始時には、「いつ終わるのか」についての説明は行っていない。

## 2. シミュレータ試行の概要

本試行は、愛媛大学社会共創学部で開講されている「ビジネスエコノミクス」受講の1年生から4年生を含む49人の学生を対象に第12回の授業にて実施した。当該科目はビジネスにおける様々な意思決定を経済学の視点から分析することを目的とした講義である。科目内にて本シミュレータを利用する目的は、シミュレーションを通して、パレート最適とは何か、またその達成がなぜ困難であるのかを学んでもらう機会を提供することである。また、シミュレーションの実施前後に学生へアンケートを実施している。アンケートは、愛媛大学の教育支援システム moodle を通じて回答を可能とした<sup>7</sup>。

シミュレーションの実施にあたり、1グループあたり学生4名の7チーム、計28名がプレイヤーとなり、7つの店舗の営業意思決定を行う。残りの21名は、店舗の意思決定を観察するオーディエンス、いわば世論として、プレイヤーの営業意思決定を観察する立場で、シミュレーションに参加してもらった。以下では、プレイヤーとオーディエンスという異なる視点から、店舗の営業意思決定を体験または観察することを通して、学生がどのような学びや気付きを得たのかを考察する。

### 2.1 シミュレーション実施前の学生の反応

シミュレーションの実施前に、プレイヤーとオーディエンスに共通のアンケートを実施した。先述したように参加者は49名であるが、回答の不備を除外した、40件の回答結果を対象として以下、考察を行う。

プレイ前のアンケートでは、「緊急事態宣言中に営業していた店舗に対してどのような印象を抱きましたか?」という質問を行い、「非常に利己的であると感じた」、「利己的であると感じた」、「営業せざるを得ない理由があったのだからと感じた」、「特に何も感じなかった」、「営業していることを知らなかった」<sup>8</sup>、「その他(自由記述)」という回答から選択してもらった。この質問に対する回答結果を集計したものが表1である。

表1より、プレイヤー、オーディエンスともに「営業せざるを得ない理由があったのだからと感じた」と回答する学生が全体の65%を占めており、多くの学生が、店舗が営業を行うことを容認していたよううかがえる。また、「非常に利己的」あるいは「利己的」という回答が全体の25%を占める結果であった。この結果は、2021年に実施した試行とはその回答割合<sup>9</sup>が大きく異なっている(尾花ら、2021)。この背景には、2021年の試行以降もメディア等を通じて、緊急事態宣言下における営業店舗の支援金や給付金に関連する報道が取り沙汰され、学生がそうした報道を目にする機会が多かったことが影響したものと考えられる。

### 2.2 シミュレーション実施後の学生の反応

シミュレーションの実施後にプレイヤーとオーディエンスに対して、「プレイ前と比べて、緊急事態宣言中に自粛要請を無視した店舗に対する印象は変わりましたか?」という質問を行い、「非常に利己的であると感じた」、「利己的であると感じた」、「営業せざるを得ない理由があったのだからと感じた」、「仕方ないことだと感じた」、「その他(自由記述)」という回答から選択してもらった。その結果が表2である。

表2 プレイ後アンケートの結果

	プレイヤー	%	オーディエンス	%	合計	%
非常に利己的	2	9.52%	0	0.00%	2	5.00%
利己的	4	19.05%	8	42.11%	12	30.00%
営業せざるを得ない	14	66.67%	5	26.32%	19	47.50%
仕方ない	1	4.76%	5	26.32%	6	15.00%
その他	0	0.00%	1	5.26%	1	2.50%
総計	21	100.00%	19	100.00%	40	100.00%

プレイヤーとして参加した学生の7割近くが「営業せざるを得ない理由があった」と回答していることに対し、オーディエンスの回答は、「利己的」とする回答が約42%、「営業せざるを得ない理由があった」と「仕方ない」と回答した割合がそれぞれ約26%であった。店舗の営業意思決定を世論として観察している立場のオーディエンスの方が「利己的」と回答する割合が多かったことが分かる。

プレイヤーとオーディエンスの回答結果に違いが存するののかについて分析するために、表2の結果を用いて、カイ二乗検定を実施した。実施に当たり、クロス集計表で期待値5未満が全体の20%以上あったため、Fisherの正確確率検定を用いた両側検定を行った。その結果、 $p = .0234$ と5%有意水準で有意差が見られた。このことから、実際にシミュレーションを体験した学生とそれを観察するだけの学生とでは、実際の店舗の意思決定に対する感じ方・考え方に違いが生じ

る可能性が高いと考えられる。具体的にどのような点に違いが観察されたのかについては、4.にて詳述する。

### 3. シミュレーション実施前後の学生の回答の変化

シミュレーション実施前後の学生の回答結果から、プレイヤーとオーディエンスの立場の違いによって、営業店舗に対する反応が異なることが明らかとなった。それでは、プレイ前後で店舗に対する印象はどのように変化したのであるか。表3は、プレイ前とプレイ後の緊急事態宣言中に営業を行った店舗に対して回答に変化があったのかを集計したものである。

表3より、プレイヤーはプレイ後に回答が変化した学生と変化しなかった学生が同数程度いたことに対し、オーディエンスの回答が変化した割合は80%を超えており、大きな差異が見られた。こうした回答の変化がなぜ生じたのかをプレイヤーとオーディエンスのコメントを参考に考察する。

表3 プレイ後の回答の変化

	回答が 変わった	%	回答が 変わらなかった	%	合計	%
プレイヤー	11	52.38%	10	46.46%	21	100.00%
オーディエンス	16	84.21%	3	15.12%	19	100.00%

#### 3.1 プレイヤー視点の回答の変化

プレイヤーのプレイ前後の回答を示したものが表4である。表の対角線成分はプレイ前とプレイ後に回答の変化がなかった学生を、対角成分を除いた数値が回答に変化のあった学生を示している。回答に変化のなかった10名の学生のうち、9名が「営業せざるを得ない」と回答しており、残り1名が「利己的」と回答している。ただし、「意見が変わらなかった」と回答した学生であっても、「プレイ前よりも実際の（シミュレータ上の）店舗の営業を体験したこと

で、自店の存続のためには、営業せざるを得なかったことが分かった」といったようにプレイ前よりもその印象がより強くなったとするコメントが見られた。「利己的」と回答した学生も、「（実際にプレイをした結果）存続という自分の利益を考えた選択なので、利己的である」と回答しており、プレイ前の印象がより強くなったととれるコメントが見られた。

回答に変化のあった学生のうち、プレイ前に「営業せざるを得ない」と回答していた学生5名が「非常に利己的」あるいは「利己的」と感じるという意見に変

表4 プレイ前後のプレイヤーの回答の変化

プレイ後 プレイ前	非常に利己的	利己的	営業せざるを得ない	仕方ない	その他	合計
非常に利己的	0	0	0	0	0	0
利己的	0	1	3	0	0	4
営業せざるを得ない	1	4	9	1	0	15
仕方ない	0	0	2	0	0	2
その他	0	0	0	0	0	0
合計	1	5	14	1	0	21

表5 非常に利己的・利己的と回答したプレイヤーのコメント（一部抜粋原文ママ）

プレイヤー	大規模なチェーン店の経営だったため、少ない利益でも経営した方が休業するよりは利益が多かったから。
	店舗側は利益をだして店を存続させたいと思うのが普通であり、実際その立場にたつと街の人の動向に沿って営業した店舗は利己的であると考えたため。
	自身の班は今後の経営を考え、ロックダウンを防ぐため新型コロナウイルスの広がりを抑えようと休業の意向を示したが、他の班で店の経営上の売り上げのみを考え経営を続けた結果、ロックダウンにつながってしまったという点が利己的だと感じた。
	自粛要請を無視して営業をするということは、新型コロナウイルスの感染拡大を考えず、自分の店の利益を優先しているということだから。

化している。この結果についても、2021年の試行結果とは大きく異なるものである（尾花ら、2021）。プレイ前に「営業せざるを得ない」と回答しており、プレイ後に「利己的」と回答した学生のコメントを一部抜粋したものが表5である。

いずれの回答も新型コロナウイルスの感染リスクを高めてまで、自店の存続を優先するという意思決定を利己的であると感じた学生が多かったことがうかがえる。また、プレイ前に「利己的」や「仕方ない」と回答し、プレイ後に「営業せざるを得ない」という回答に変化したすべての学生が、「体験を通して営業せざるを得ない状況であった」という、意思決定を行う主体として見た場合には、営業せざるを得なかったことに対して共感するようなコメントが見られた。

先述したように、当該シミュレータの開発の企図は、営業を行った店舗に対して学生に善悪の明確な判断を下してもらいたいのではなく、緊急事態宣言下においてなぜ、そのような営業意思決定が行われたのか、その背景について熟考してもらうことである。このことについては、表5からも企図した目的が一部達成されたことを示すものと考えられる。

### 3.2 オーディエンス視点の回答の変化

オーディエンスのプレイ観察前後の回答を集計したものが表6である。回答に変化がなかった3名の学生の内訳は、1名が「利己的」、残り2名が「営業せざるを得ない」である。「営業せざるを得ない」と回答した2名の学生の回答理由は、プレイヤーの回答理由

表6 プレイ前後のオーディエンスの回答の変化

プレイ後 プレイ前	非常に利己的	利己的	営業せざるを得ない	仕方ない	その他	合計
非常に利己的	0	0	0	1	0	1
利己的	0	1	2	2	0	5
営業せざるを得ない	0	6	2	2	1	11
仕方ない	0	1	1	0	0	2
その他	0	0	0	0	0	0
合計	0	8	5	5	1	19

表7 プレイ後利己的と回答したオーディエンスの選択理由（一部抜粋原文ママ）

オーディエンス	各店舗は自店舗の利益だけを考慮して営業をするという判断をしているため。
	ゲームでは政策で補助金があると知ってその上営業しても必ず利益が増えるではなく減ることもあって、そう考えると営業をする必要があるかどうか。営業した店舗は自分のためだけ行動したじゃないかなと考えます。
	休業をすれば給付金を貰えるのにコロナ感染のリスクを無視して営業をし続けるのは少し利己的かなと思った。しかし、営業状態が悪くなる場合に営業するとは仕方ないことだと思った。
	政府が緊急事態宣言をしていて周りも営業してない中、営業するのはある種のルール違反だと感じだから。

と同様であり、「利己的」と回答した学生も、「感染者の拡大を防ぐために休業している店舗があるにも関わらず、営業を実施した店舗はやはり利己的であると感じた」というプレイ観察前の印象がより強くなったと取れるコメントが見られた。

一方で、回答に変化のあった学生は、その印象が非常に分散するという結果であった。最も回答に変化のあった項目は、プレイ前に「営業せざるを得ない」と回答し、プレイ後に「利己的」と回答した学生であった。その回答理由を示したものが表7である。

表7から自粛要請を無視すること自体が利己的であるとするコメントが見られた。この点については、プレイヤーとの立場の違いが顕著に表れたものと推測される。シミュレーションは、同じ教室内でかつ営業店舗の経営数値をオーディエンスも確認できる状況にあったが、オーディエンスはシミュレーションの中で実際に営業意思決定を下していないという点で、各店舗の営業成績を客観的な目線でしか捉えられなかったためであると考えられる。

一方で、オーディエンスの意見の変化として次に多かったのは、「仕方ない」と回答した学生であった。仕方ないと回答した学生の多くが、「店舗を守るためには仕方ないと感じた」、「支援金や補助金の支払いが遅延していたことを見ても営業するという意思決定は仕方がなかった」とするコメントが見られた。また、当該アンケートにおいて唯一「その他」という回答があったのがこのオーディエンスの回答である。「その他」を選択した理由としては、「自粛している店舗より経営状況が悪化している店舗が多かった」というものであった。このことについては、当該シミュレターの中に営業自粛を行うだけで利益が得られるという休業支援金の不備を表現したダミー店舗を用意したため、その店舗に対して疑義を持ったものであると考えられる。

### 3.3 小括

本試行では、シミュレーションの中でオーディエンスを演じるという役割ではなく、単にプレイヤーを観

察する第三者としての立場としてオーディエンスを取り入れている。このオーディエンス導入の意図は、大人数を対象としたシミュレーションによる教育効果の有無の確認とシミュレーションを通じて営業意思決定を疑似体験することによる影響の差異を検証することであった。

この結果については、表2、4、6のプレイヤーとオーディエンスの回答の変化からもその違いがあったことが観察された。ただし、サンプル数が限定的である点には注意が必要である。また、プレイヤーとオーディエンスのシミュレーション後の反応については、表2からも明らかなように、プレイヤーは、「営業せざるを得ない」と回答する傾向が高くなる一方、オーディエンスは、「利己的である」と回答する傾向が高かった。プレイヤーがこうした傾向を示した要因として、疑似体験ではあるものの実際に意思決定を行い、自店の経営状況が悪化する中、営業せざるを得なかったと感じたことが影響したものと考えられる。一方で、オーディエンスが「利己的」と回答する傾向が高かった理由としては、例え、各店舗の経営状況が見えるような状況であったとしても、意思決定に携わらないという点で、プレイヤーよりも「利己的」と回答する傾向に偏ったものと考えられる。

ただし、この結果は筆者らの予想に反するものであった。筆者らは事前に、意思決定を行わないオーディエンスは、現実社会で見られたように緊急事態宣言中に営業を行った店舗を叩くといったように、利己的であるとする回答に大きく偏るものと考えていた。そのため、オーディエンスとして参加した学生がSNSやメディア等で報じられる内容を汲んでのことなのか、各店舗の経営状況が見えるようにしたこと起因するのかは不明であるが、単に営業店舗を叩くという思考には至らなかったものと考えられる。このことをもって今回のシミュレーションによる気付きや考え方の変化があったと判断することはできないが、オーディエンスに対しても何らかの効果があった可能性がある。そこで最後にプレイヤーとオーディエンスがシミュレーションを通じて、どのような学びや気づ

きを得たのかを自由記述で回答してもらった文章を分析することによって、上記との関係を考察する。

#### 4. 共起ネットワークを用いた学習効果の分析

最後に、プレイヤーおよびオーディエンスがシミュレーションを通じて、どのような気づきや学びを得たのかを分析する。この分析にあたり、先に取り上げたプレイ後の営業店舗に対する印象の回答に加え、なぜその回答を選択したのかを自由記述にて回答をもらっている。この自由記述の回答をもとにKH Coder (ver. 3. Beta. 06d) を用いたテキストマイニングを実施した(末吉, 2019; 樋口, 2020)。テキストマイニングにあたり、プレイヤーとオーディエンスの違いを明らかにするためにそれぞれの記述について分析を

施した。

プレイヤーについては、22件の自由記述の回答をもとにKH Coderを用いて前処理を実行し、文章の単純集計を行った結果、22段落、53の文が確認された<sup>10</sup>。総抽出語数は1,107語、異なり語数は232語であった。同様にオーディエンスは、19件の自由記述の回答をもとに文章の単純集計を行った結果、20段落、44の文が確認された。総抽出語数は940語、異なり語数は228語が抽出された。上記の抽出語数には、語の取捨選択にて「固定費」、「ロックダウン」、「緊急事態宣言」といった用語に関しては強制して抽出を行っている。表8と表9は、それぞれプレイヤーとオーディエンスの回答で出現回数が3回以上の語句を対象に抽出したものである。

表8 プレイヤーによる抽出用語

順位	抽出語	出現回数	順位	抽出語	出現回数	順位	抽出語	出現回数
1	営業	30	10	補助	6	18	緊急事態宣言	3
2	店	13	12	感じる	5	18	高い	3
3	店舗	11	12	自粛	5	18	少ない	3
4	考える	10	12	自分	5	18	状況	3
5	休業	8	12	得る	5	18	損失	3
5	固定費	8	12	班	5	18	多い	3
5	思う	8	17	実際	4	18	変わる	3
5	利益	8	17	要請	4	18	利己	3
9	出す	7	18	ゲーム	3			
10	経営	6	18	ロックダウン	3			

表9 オーディエンスによる抽出用語

順位	抽出語	出現回数	順位	抽出語	出現回数	順位	抽出語	出現回数
1	営業	22	9	考える	5	16	人	3
2	店舗	12	12	ゲーム	4	16	生活	3
3	店	10	12	仕方	4			
4	休業	9	12	政府	4			
5	経営	7	12	理由	4			
6	思う	6	16	プレイ	3			
6	得る	6	16	感染	3			
6	利益	6	16	緊急事態宣言	3			
9	コロナ	5	16	自分	3			
9	感じる	5	16	状況	3			

上記の表8、9から、プレイヤー側の頻出用語には、経営意思決定を行う上で重要な要素となる会計用語が比較的多く用いられていることが分かる一方で、オーディエンスは意思決定に直接影響するような用語がそれほど見られず、一般論としての言葉が散見される。この結果の要因としては、シミュレーションに対する

没入感による違いであると考えられる。つまり、オーディエンスはシミュレーションを観察するだけでは、営業を実施する店舗(経営者)目線での学びや気づきをほぼ得られなかった可能性がある。これらの結果をもとにKH Coderの「共起ネットワーク」のコマンドを用いて用語の関連の強さを表したものが図1および



図2である。

図1、図2において特に着目したいのは、「営業」という用語周辺の単語である。図1のプレイヤー側の営業という用語周辺には、「固定費」、「家賃」、「補助」といった自店の存続に関わる用語が近い位置にある一方、図2のオーディエンス側の「営業」周辺には、営業に関連する用語がほとんど見られなかった。さらに、プレイヤー側の記述では、自粛という用語の周辺に損失や損益といった店舗の営業意思決定を下す立場であるからこそ注意を引く用語が見られる。一方で、オーディエンス側では、そうした営業に直結するような用語がほとんど見られない結果となった。

このことから、実際にシミュレーションを通じて得られる学びや気づきに大きな差異が生じていることが明らかとなった。このことは、3.1 および 3.2 で取り上げた緊急事態宣言下において休業要請を無視した店舗に対する意見の違いにも影響しているものと考えられる。さらに言えば、オーディエンスが 3.3 で述べた「利己的」という回答に極端に偏らなかった要因として、各店舗の経営状況を確認した上で、「利己的」に偏らなかったというよりも、SNS やメディア等から事前知識として営業を行う店舗に対して、「利己的」ではないと考える学生が多数いたのではないかと推測される。

以上のことから、本研究では、シミュレータを利用した学習効果は、プレイヤーとオーディエンスによる学びや気づきという点で違いが生じることが確認された。一方で、筆者らは、シミュレータによるプレイを観察する立場、すなわちオーディエンスであっても学習効果が期待されるシミュレータの作成を企図してきた。この観点からいえば、オーディエンスに対しては、それほど大きな気付きを与えるものではなかったことが示唆された。この点については、オーディエンスに対して、実際に意思決定を行うプレイヤーと同様の没入感を与えることができれば、プレイヤーに近似した学びや気づきを提供できるのではないかと考えられる。

## 5. おわりに

本研究の目的は、大人数を対象としたシミュレーションを実施することで学習効果に差異が生じるのかを検討することであった。この学習効果の観察にあたり、シミュレーションを実際に体験するプレイヤーとそれを第三者として観察するオーディエンスという異なる立場でどのような学びや気づきが得られるのか分析を行った。

分析の結果として、プレイヤーとオーディエンスの間で、緊急事態宣言中に営業を実施した店舗に対する印象の変化という点で大きな差異が見られた。ただし、

サンプル数の関係上、非常に限定的な結果であることは注意が必要である。一方で、シミュレーションを通して得た学びや気づきという点では、オーディエンスに対して、それほど大きな効果をもたらすものではなかったことが示唆された。この要因として、シミュレーションで実際に意思決定を行うプレイヤーの没入感とオーディエンスの観察を行うという立場での没入感の程度の違いが大きく作用したものと推測される。また、今回の分析に当たり、シミュレーション後の学生の記述結果を対象として考察を行ったため、実際には学びを得ていたという学生がいたことも否定できない。

これらのことを踏まえ、今後の課題として、オーディエンスに対してもプレイヤーと同様の没入感を提供できるような仕組みを用意する必要がある。この点を改善することで、プレイヤーとオーディエンスの両者に対して、同様の学びや気づきを提供できる可能性がある。また、学生がシミュレーション前にどの程度の事前知識を有しているのかを確認する必要もある。この事前知識とシミュレーション後の記述回答を比較することで、学生がどのような点で新たに学びや気づきを得たのかを詳細に分析することが可能になると考えられる。そのため今後実施する際には、シミュレーション前にも自由記述による回答を実施する必要がある。

## 注

- 1 大阪府、パチンコ6店公表休業要請応じず全国初。日本経済新聞、2020年4月24日、<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO58445240U0A420C2AC1000/>（閲覧日2023年1月11日）。
- 2 都の協力金支給遅れ、飲食店悲鳴…「倒産してから振り込まれても仕方ない」。読売新聞オンライン、2021年5月29日、<https://www.yomiuri.co.jp/national/20210528-OYT1T50279/>（閲覧日2023年1月11日）
- 3 「ふざけるな」怒る飲食店 備えなき政府、遅れる支援金。朝日新聞DIGITAL、2021年7月31日、<https://www.asahi.com/articles/ASP7Z5K79P79ULFA035.html>（閲覧日2023年1月11日）
- 4 尾花・岡本・武藤（2021）による試行の際に、同様の質問に対する回答として経営者目線の意見はほとんど観察されず、営業を実施することに対する善悪の判断による回答が多くを占めていた。

- 5 HC-19 (J) の事前段階で制作した HC-19 もあるが詳細については、武藤・岡本・尾花 (2022) を参照されたい。
- 6 我が国では「ロックダウン」は法律上実施することを認められなかったが、プレイヤーがイメージを持ちやすいように「ロックダウン」という言葉を用いた。日本を想定する場合には、病床数の逼迫度合と読み替えられる。
- 7 なお、プレイヤーとオーディエンスの学生には、回答結果やコメントを研究目的で利用する旨を周知し、同意を得ている。
- 8 「(緊急事態宣言中に店舗が) 営業していることを知らなかった」という項目については、2020年に本シミュレータをテストプレイした際に学生から出た回答の中にあつたため、本試行においてもアンケートの中に組み込んだものであるが、当時の実験から2年が経過する中で、学生としても知らなかった学生はいなかったという結果であつた。
- 9 尾花ら (2021) の研究では、「非常に利己的」あるいは「利己的」と回答した学生は6割以上を占める結果であつた。
- 10 プレイ前後のアンケートについては、回答の不備により21件を対象に実施したが、テキストマイニングの分析に当たり、上記アンケートに不備があつたものも分析の対象としている。

見る学習効果の模索と課題—」日本生産管理学会論文誌 vol.29 (2), pp.43-48.

## 参考・引用文献

- 市川新 (2018) 「社会システムとしてのビジネス・ゲームの導入」横浜経営研究 38 (2), pp.117-129.
- 大原昌明・野口昌良・鈴木克典・今野喜文・横尾陽道 (2006) 「経営教育におけるビジネス・ゲーム導入に関する基礎調査」北星学園大学経済学部北星論集, 45巻 (2), pp.109-132.
- 尾花忠夫・岡本丈彦・武藤虎羽輝 (2021) 「コロナ禍における飲食店の営業意思決定を体験するシミュレーションを用いた学習効果に関する考察」日本シミュレーション &ゲーミング学会全国大会論文報告集 2021 年秋号, pp.20-23.
- 末吉美喜 (2019) 『テキストマイニング入門: Excel と KH Coder でわかるデータ分析』オーム社.
- 田中敬幸・藤野信也 (2015) 「経営学におけるアクティブ・ラーニング—ビジネスゲームの教育効果の検証—」麗澤経済研究, 22巻, pp.15-27.
- 樋口耕一 (2020) 『社会調査のための計量テキスト分析 (第2版)』ナカニシヤ出版.
- 武藤虎羽輝・岡本丈彦・尾花忠夫 (2022) 「経営シミュレータを活用した経営教育の意義—アンケート調査に

論 説

## 新型コロナウイルス感染症による大学生活への影響： 大学生は Before コロナに戻ることができるのか？

折 戸 洋 子 (産業マネジメント学科)  
崔 英 靖 (産業マネジメント学科)  
岡 本 隆 (産業マネジメント学科)  
岡 本 直 之 (産業マネジメント学科)  
曾 我 亘 由 (産業マネジメント学科)  
橋 惠 昭 (産業マネジメント学科)

A questionnaire survey on the impact of COVID-19 on university students:  
Can university students return to life before COVID-19?

Yohko ORITO (Industrial Management)  
Hidenobu SAI (Industrial Management)  
Takashi OKAMOTO (Industrial Management)  
Tadayuki OKAMOTO (Industrial Management)  
Nobuyuki SOGA (Industrial Management)  
Yoshiaki TACHIBANA (Industrial Management)

キーワード：新型コロナウイルス、大学生、アンケート調査  
Keywords: Covid-19, University students, Questionnaire survey

【原稿受付：2023年1月31日 受理・採録決定：2023年2月10日】

### 要旨

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、遠隔授業が行われてきた2020年度から約2年以上が過ぎ、2022年度現在では大学での講義は原則対面で実施されることになった。現在においても新型コロナウイルスの影響を受けてはいるものの、原則対面での講義が行われるようになったことによって、学生の学修状況や生活、課外活動、メンタルヘルスにはどのような変化がもたらされ、学生はそれをどのように受けとめているのであろうか。また、原則対面となったことが「Before コロナ」に戻ったといえるのであろうか。本研究では、2022年11月に愛媛大学社会共創学部所属する学生に対して、原則対面授業を行うこととなった2022年度前期での学修や生活状況に関するアンケート調査を実施し、その集計結果や自由記述の回答内容に基づいて、学生の受講姿勢や生活面等の変化について検討する。

### Abstract

Approximately over two years have passed since 2020, when the spread of the COVID-19 pandemic began, and now lectures at universities in Japan have gone back to being predominantly face-to-face. The purpose of this study is to examine how the shift from remote learning to face-to-face university lectures has affected the attitudes of the students of the Faculty of Collaborative Regional Innovation at Ehime University, towards their education, lives, and mental health. A questionnaire survey was conducted in November 2022 with the

students of the faculty, regarding their learning and living conditions in the first semester of 2022. The recent changes in the students' attitudes towards both, lectures and their lives, have been subsequently analysed based on the results of the survey.

## 1. はじめに

2020年以降、新型コロナウイルス感染症が流行し、大学においても主に2020年度から新型コロナウイルスの感染防止を図るために変化を迫られ、遠隔授業やオンライン会議などが実施されることとなった。各大学では、学生、教員、職員などの関係者が多かれ少なかれ新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、幾度も活動内容の調整を重ねてきている。このような影響は2022年度現在においても及んでいるものの、新型コロナウイルス感染症の拡大が報じられた初期(折戸・村田ら、2021)とは異なり、WITHコロナを前提とした活動へと方向性を変えつつある。2022年の4月からは国立大学を含む多くの大学において原則対面での講義が行われており、表面的にはBeforeコロナでの大学と同様の活動が行われつつあると考えられているかもしれない。しかしながら、いわゆる「コロナ禍」において様々な形態の遠隔授業を受講した経験を有する学生たちの意識や学修態度が変化してきた可能性もあり、原則対面となったことが「Beforeコロナ」に戻ったということ単純に意味するわけではないであろう。加えて、新型コロナウイルス感染者数の増減には2022年の4月以降にも波があり、常に感染状況や感染防止策を意識しながら、学生生活を送らざるを得ない状況は続いている。

その中で、そもそも「コロナ禍」における遠隔授業を高校あるいは大学生活の中で経験してきた学生たちは、原則対面となった大学でどのように学びと向き合い、学生生活を送っているのであろうか。本研究では、原則対面になったことによって学生の学修状況や生活に関する意識はどのような影響を受け、変化したのかについて、筆者らの属する愛媛大学社会共創学部の学生を対象に検討する。そのために、原則対面授業を行うこととなった2022年度前期の状況に関して、同学部に所属する学生に対するアンケート調査を実施した。本研究では、上記のアンケート調査結果全体の集計結果を示すとともに、原則対面となった2022年4月に入学した1回生とそれ以上の学年(大学院生を含む)との回答を比較し、それらに対する考察を加えていくこととする。

## 2. 学生を対象としたアンケート調査

### 2.1 先行研究と調査の概要

新型コロナウイルス感染症による大学生への影響については、これまでも調査研究が行われ(e.g. 飯田ら、2021; 梶谷・土本、2021; 澤田ら、2021; 細川、2021; 山根ら、2021)、学修状況、生活環境、インターンシップを含む就職活動などについて愛媛大学の学生を対象としたアンケート調査も実施されている(e.g. 赤間、2022; 岡本ら、2022; 除村ら、2022; Murata and Orito, 2022; 折戸・石丸ら、2021)。その中でも、2020年度から愛媛大学の法文学部学生を対象とした新型コロナウイルスの影響に関するアンケート調査が継続的に実施され(青木ら、2021; 青木ら、2022; 青木ら、2023)、学修面(授業形態、成績に対する主観的評価、遠隔授業の利点と困難さ、障害)、サポート面(遠隔授業に対する大学からの支援内容への評価、大学、自治体などからの緊急時支援の必要性とその内容など)、生活への影響(経済的影響、就職活動、メンタルヘルスなど)から、その状況が報告されている。

本研究では、愛媛大学における新型コロナウイルス感染症への対応状況<sup>1</sup>や社会動向をふまえ、また、上記の愛媛大学法文学部学生を対象とした調査(青木ら、2021; 青木ら、2022)における調査項目および結果を参照しながら、愛媛大学法文学部の研究プロジェクト組織との共同で2022年度前期に対応する質問票を設計し、アンケート調査を実施した<sup>2</sup>。アンケートは、Google formを用いたオンライン形式で2022年11月に愛媛大学社会共創学部の学生を対象に実施され、回答は任意でかつ原則匿名で回答可能とした。その結果、326件の有効回答を得ており、その属性は以下の表1に示される。

表1 回答者属性<sup>3</sup> (n=326 内2名留学生)

性別	男性	140	42.9%
	女性	181	55.5%
	その他	5	1.5%
学年	学部1回生	191	58.6%
	学部2回生	75	23.0%
	学部3回生	31	9.5%
	学部4回生以上	27	8.3%
	大学院	2	0.6%
居住形態	1人暮らし	198	60.7%
	実家暮らし、または家族と同居	118	36.2%
	学生寮	6	1.8%
	その他	4	1.2%
主な通学手段	自転車	245	75.2%
	バイク	34	10.4%
	徒歩	28	8.6%
	公共交通機関(電車・バスなど)	15	4.6%
	その他	4	1.2%
通学時間 (片道)	10分未満	184	56.4%
	10分以上30分未満	94	28.8%
	30分以上～1時間未満	39	12.0%
	1時間以上	9	2.8%

表2 社会共創学部専門科目での開講数およびその授業形態(2022年度前期)

	対面	遠隔	計
第1Q	128	2	130
第2Q	126	1	127
前期	170	3	173

表3 対面での授業科目数(全体) n=326

	1回生	割合	2回生	割合	3回生	割合	4回生以上	割合	全体計	割合
1科目	0	0.0%	0	0.0%	1	3.2%	15	51.7%	16	4.9%
2～5科目	116	60.7%	34	45.3%	22	71.0%	10	34.5%	182	55.8%
6科目以上	75	39.3%	41	54.7%	8	25.8%	2	6.9%	126	38.7%
なし	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	6.9%	2	0.6%
計	191		75		31		29		326	

表4 ZOOM等の同期型授業科目数 n=326

	1回生	割合	2回生	割合	3回生	割合	4回生以上	割合	全体計	割合
1科目	30	15.7%	13	17.3%	1	3.2%	5	17.2%	49	15.0%
2～5科目	55	28.8%	11	14.7%	7	22.6%	3	10.3%	76	23.3%
6科目以上	5	2.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	1.5%
なし	101	52.9%	51	68.0%	23	74.2%	21	72.4%	196	60.1%
計	191		75		31		29		326	

表5 Moodleを利用した動画配信型授業科目数 n=326

	1回生	割合	2回生	割合	3回生	割合	4回生以上	割合	全体計	割合
1科目	5	2.6%	9	12.0%	6	19.4%	1	3.4%	21	6.4%
2～5科目	156	81.7%	59	78.7%	7	22.6%	2	6.9%	224	68.7%
6科目以上	28	14.7%	4	5.3%	0	0.0%	0	0.0%	32	9.8%
なし	2	1.0%	3	4.0%	18	58.1%	26	89.7%	49	15.0%
計	191		75		31		29		326	

## 2.2 アンケート調査結果

### 2.2.1 学修面(履修状況、成績)

本アンケート調査では、まず学修面に関して2022年度前期に受講した講義の授業形態について確認した。2022年度(令和4年度)前期における愛媛大学社会共創学部の専門科目での授業形態は表2にまとめられ<sup>4</sup>、ほぼ対面形式での授業が行われている。なお、愛媛大学では共通教育科目と呼ばれる一般教養科目については、2022年度も一部遠隔授業を行うこととしているため、対面での授業は主に学部の専門科目で行われている。そのため、特に共通教育科目を履修する可能性の高い1回生から2回生は、遠隔授業を一定数受講している場合が多い。反対に、3回生や4回生はゼミナール(演習科目)や卒業研究を含む専門科目を中心に履修しており、遠隔授業を履修していない場合もある。以下の表3から表6は、アンケートの回答者に「対面での授業」、「ZOOM等の同期型授業」、「Moodle<sup>5</sup>を利用した動画配信型授業」、「Moodleを利用した資料のみの非同期型授業」をそれぞれどの程度履修したかを聞いた結果を示している。

表6 Moodle を利用した資料のみの非同期型授業科目数 n=326

	1回生	割合	2回生	割合	3回生	割合	4回生以上	割合	全体計	割合
1科目	34	17.8%	18	24.0%	3	9.7%	0	0.0%	55	16.9%
2～5科目	122	63.9%	37	49.3%	6	19.4%	2	6.9%	167	51.2%
6科目以上	8	4.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	8	2.5%
なし	27	14.1%	20	26.7%	22	71.0%	27	93.1%	96	29.4%
計	191		75		31		29		326	

次に、2022年度前期よりも遠隔授業が多数実施されていたと思われる2021年度（昨年度）と比較した成績についての自己評価を、「昨年までと比較して、前期の成績（単位取得数、評価）はいかがでしたか。」

として尋ねた結果が表7に示される。2回生以上でも「成績は変わらない」が最も多く、「昨年と比べて成績が下がった」と「昨年と比べて成績は良かった」とする回答者の比率にはほとんど差がない結果となった。

表7 昨年と比較した前期の成績 n=326

	1回生	割合	2回生	割合	3回生	割合	4回生以上	割合	全体計	割合
1回生なので昨年と比べられない	189	99.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	189	58.0%
昨年と比べて成績は変わらない	0	0.0%	32	42.7%	16	51.6%	16	55.2%	64	19.6%
昨年と比べて成績は下がった	0	0.0%	23	30.7%	5	16.1%	2	6.9%	30	9.2%
昨年と比べて成績は良かった	1	0.5%	20	26.7%	7	22.6%	1	3.4%	29	8.9%
昨年と比べて履修した科目が少なくて比較できない	1	0.5%	0	0.0%	3	9.7%	8	27.6%	12	3.7%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	6.9%	2	0.6%
計	191		75		31		29		326	

## 2.2.2 学修面（対面授業と遠隔授業）

2回生以上の学生にとって、2022年度の前期から原則対面授業となったことで、それ以前の大学生活とはある程度異なる学修、生活環境となったことが予想される。また、1回生にとっても、教養科目（愛媛大学での共通教育科目、2.2.1参照）において一部遠隔授業が行われており、実質的には大学で対面と遠隔授業の両方を経験していることになる。その中で、学生は2022年4月から原則対面授業になったことをどのように評価しているのであろうか。本アンケート調査では、「原則、対面授業を受けるようになって良かったことを教えてください。」という問いを設定し、その良かった点を選択してもらった（複数回答可）。

図1に示されるその結果において、全回答者から最も評価された点は「友人と一緒に授業を受けられ、授業や大学生活に関する情報を共有しやすくなった」（215件、66.0%）という学生同士のコミュニケーションや情報共有が円滑になったことであり、6割以上の回答者から選択されている。二番目が「生活にメリハリがつき、大学生活にやる気が出た」（155件、47.5%）であり、対面での活動によって生活のリズムや活気が生まれたことがあげられている。三番目も「教員や他の学生への質問、意見交換、グループディスカッションがしやすい」（125件、38.3%）と続き、教員も含めてのコミュニケーションがとりやすい点が評価されている。

図1 原則対面授業になって良かったこと（複数回答可） n=326

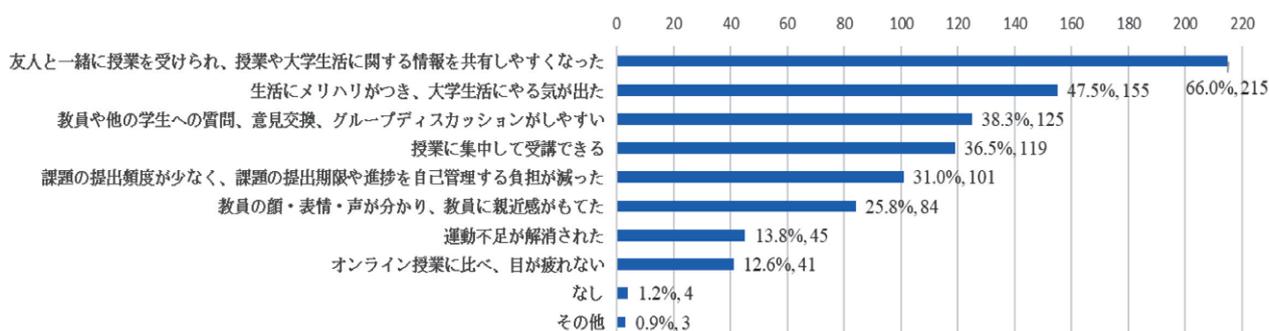


表 8 原則対面授業になって良かったこと・学年（複数回答可） n=326

	1回生 (191)	割合	2回生以上 (135)	割合	
友人と一緒に授業を受けられ、授業や大学生活に関する情報を共有しやすくなった	127	66.5%	88	65.2%	
生活にメリハリがつき、大学生活にやる気が出た	96	50.3%	59	43.7%	
教員や他の学生への質問、意見交換、グループディスカッションがしやすい	67	35.1%	58	43.0%	
授業に集中して受講できる	73	38.2%	46	34.1%	
<b>課題の提出頻度が少なく、課題の提出期限や進捗を自己管理する負担が減った</b>	<b>48</b>	<b>25.1%</b>	<b>53</b>	<b>39.3%</b>	**
<b>教員の顔・表情・声が分かり、教員に親近感をもてた</b>	<b>38</b>	<b>19.9%</b>	<b>46</b>	<b>34.1%</b>	**
運動不足が解消された	21	11.0%	24	17.8%	
オンライン授業に比べ、目が疲れない	21	11.0%	20	14.8%	
なし	1	0.5%	3	2.2%	
その他	2	1.0%	1	0.7%	

原則対面となった環境から大学生活をスタートさせている1回生と、2回生以上の回答結果を集計し、検定した結果<sup>6</sup>（表8）、「課題の提出頻度が少なく、課題の提出期限や進捗を自己管理する負担が減った」（ $p=0.0066$ ）、「教員の顔・表情・声が分かり、教員に親近感をもてた」（ $p=0.0039$ ）において1%水準での有意差がみられ、いずれも2回生以上に多く回答されていた。

逆に、2020年度から大学や高校においても遠隔授業が部分的にでも行われていた中で、学生はすでに遠隔授業の受講に慣れてきていることも考えられ、2022年度から対面授業に変わったことによって何らかの戸惑いや不便さを感じていることはあるのか、あるとすればそれはどのような点なのかについて調査した。この点については、「原則、対面授業を受けるようになったことで困ったことを教えてください。」として、回答してもらった（複数回答可）。

この結果（図2）、全体で半数を超える学生が「空コマや移動時間があるため、生活時間の融通が利かなくなった」（172件、52.8%）を最も選択しており、三番目、四番目に挙げられている「移動に時間がか

かり、面倒に感じる」（125件、38.3%）、「1日にオンラインと対面の講義が混在するため、受講環境やスケジュールの調整が難しくなった」（105件、32.2%）とも類似した感覚を示している。二番目に「対面での授業が長く感じる」（156件、47.9%）が、五番目には「毎日、通学することが体力的にしんどい」（97件、29.8%）が選択され、対面の授業に出席した際の時間感覚の変化や通学そのものの身体的負担が感じられている。

「原則対面授業になって困ったこと」についても、1回生と2回生以上の回答結果を比較したところ（表9）、「1日にオンラインと対面の講義が混在するため、受講環境やスケジュールの調整が難しくなった」（ $p=0.0012$ ）、「大学にあまり友人、知人が多くないため、孤独を感じる」（ $p=0.0020$ ）において1%水準で、「移動に時間がかかり、面倒に感じる」（ $p=0.0179$ ）、「毎日、通学することが体力的にしんどい。」（ $p=0.0445$ ）、「資料や動画を繰り返し見ることができなくなり、勉強や復習がしにくくなった」（ $p=0.0358$ ）において5%水準で有意差が見られた。

図 2 原則対面授業になって困ったこと（複数回答可） n=326

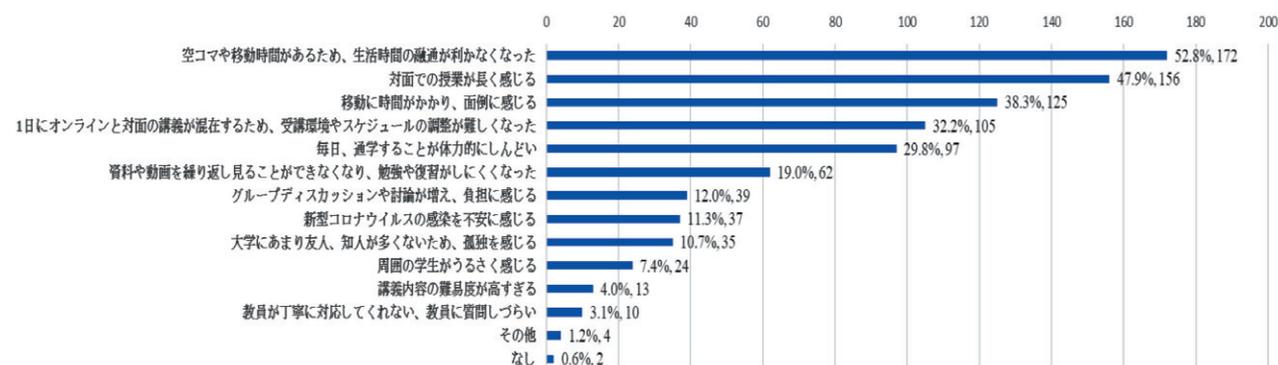


表9 原則対面授業になって困ったこと・学年（複数回答可） n=326

	1回生 (191)	割合	2回生以上 (135)	割合	
空コマや移動時間があるため、生活時間の融通が利かなくなった	101	52.9%	71	52.6%	
対面での授業が長く感じる	99	51.8%	57	42.2%	
移動に時間がかかり、面倒に感じる	63	33.0%	62	45.9%	*
1日にオンラインと対面の講義が混在するため、受講環境やスケジュールの調整が難しくなった	75	39.3%	30	22.2%	**
毎日、通学することが体力的にしんどい	65	34.0%	32	23.7%	*
資料や動画を繰り返し見ることができなくなり、勉強や復習がしにくくなった	29	15.2%	33	24.4%	*
グループディスカッションや討論が増え、負担に感じる	22	11.5%	17	12.6%	
新型コロナウイルスの感染を不安に感じる	27	14.1%	10	7.4%	
大学にあまり友人、知人が多くないため、孤独を感じる	12	6.3%	23	17.0%	**
周囲の学生がうるさく感じる	10	5.2%	14	10.4%	
講義内容の難易度が高すぎる	9	4.7%	4	3.0%	
教員が丁寧に対応してくれない、教員に質問しづらい	5	2.6%	5	3.7%	
その他	2	1.0%	2	1.5%	
なし	1	0.5%	1	0.7%	

次に、2022年度前期においても一定数が受講した遠隔授業について、「遠隔授業を受ける上で、困ったことを教えてください。」として回答してもらった（複数回答可）。「遠隔授業がなかった」とする19件を除いた集計結果は図3に示され、困ったことについては「対面授業で良かったこと」に比べて回答にややばらつきがある。その中でも、全体で最も多い回答は「課題やレポート提出の回数が多い」（127件、41.4%）であり、4割以上の学生から回答されている。二番目に、「非同期の講義はいつでも受講できるため後回しになり、やる気が起きなかった

ため後回しになり、やる気が起きなかった」（94件、30.6%）、「複数の科目の課題やレポート提出日が重なる」（91件、29.6%）が3割ほど選択されている。他方で、遠隔授業では教員の指示や連絡、課題の作成方法などについてわかりにくいと感じたケースも一割程度存在している。また、「遠隔授業になって困ったこと」について、学年別での検定を行ったところ（表10）、「大学や担当教員からのメール連絡が頻繁であった」についてのみ5%水準で有意差がみられた（ $p = .0384$ ）。

図3 遠隔授業になって困ったこと（複数回答可） n=307

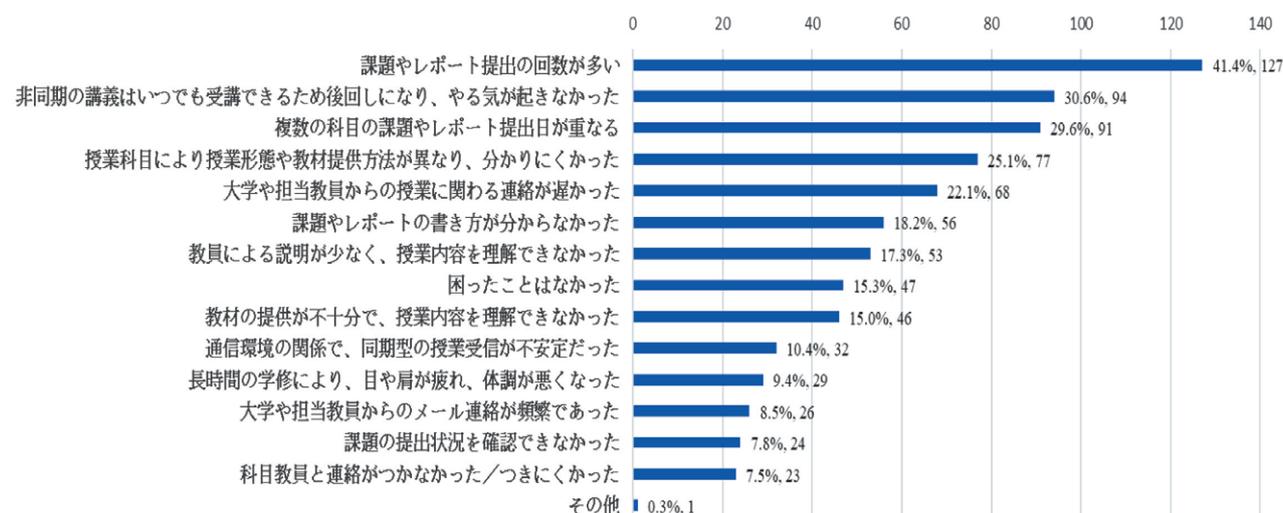


表 10 遠隔授業になって困ったこと・学年（複数回答可） n=307

	1回生 (188)	割合	2回生以上 (119)	割合	
課題やレポート提出の回数が多い	70	37.2%	57	47.9%	
非同期の講義はいつでも受講できるため後回しになり、やる気が起きなかった	53	28.2%	41	34.5%	
複数の科目の課題やレポート提出日が重なる	51	27.1%	40	33.6%	
授業科目により授業形態や教材提供方法が異なり、分かりにくかった	47	25.0%	30	25.2%	
大学や担当教員からの授業に関わる連絡が遅かった	39	20.7%	29	24.4%	
課題やレポートの書き方が分からなかった	40	21.3%	16	13.4%	
教員による説明が少なく、授業内容を理解できなかった	38	20.2%	15	12.6%	
困ったことはなかった	30	16.0%	17	14.3%	
教材の提供が不十分で、授業内容を理解できなかった	33	17.6%	13	10.9%	
通信環境の関係で、同期型の授業受信が不安定だった	17	9.0%	15	12.6%	
長時間の学修により、目や肩が疲れ、体調が悪くなった	16	8.5%	13	10.9%	
<b>大学や担当教員からのメール連絡が頻繁であった</b>	<b>11</b>	<b>5.9%</b>	<b>15</b>	<b>12.6%</b>	*
課題の提出状況を確認できなかった	18	9.6%	6	5.0%	
科目教員と連絡がつかなかった/つきにくかった	14	7.4%	9	7.6%	
その他	1	0.5%	0	0.0%	

遠隔授業においては、利用するコンピュータ機器やネットワーク回線などの技術的、環境的問題が発生する場合も考えられ、「遠隔授業を受ける上で障害になっていたことはどのようなことですか?」という問いを設定している（複数回答可）。「遠隔授業がなかった」（20件）を除いて集計した結果（図4）、7割以上の回答者が「特になし」と回答しており、技術的なあるいは受講環境に関する問題については概ね解消され

ている場合が多いことがわかる一方、2022年度においても通信環境やコンピュータの性能、受講環境に関する問題を抱える学生は少数ながら存在していることがうかがえる。1回生と2回生以上での回答では（表11）、ほぼ同様の傾向が見られたものの、検定の結果、「Moodleなどの操作方法がわからなかった」において5%水準での有意差がみられた（ $p=0.0484$ ）。

図 4 遠隔授業での障害（複数回答可） n=306

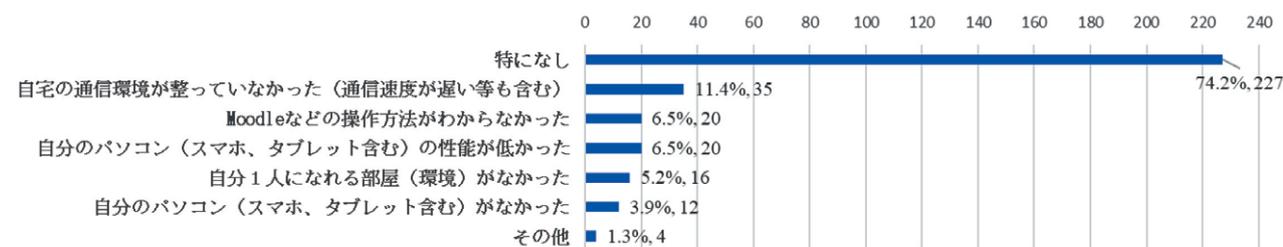


表 11 遠隔授業での障害・学年（複数回答可） n=306

	1回生 (189)	割合	2回生以上 (117)	割合	
特になし	137	72.5%	90	76.9%	
自宅の通信環境が整っていなかった（通信速度が遅い等も含む）	19	10.1%	16	13.7%	
<b>Moodleなどの操作方法がわからなかった</b>	<b>17</b>	<b>9.0%</b>	<b>3</b>	<b>2.6%</b>	*
自分のパソコン（スマホ、タブレット含む）の性能が低かった	12	6.3%	8	6.8%	
自分1人になれる部屋（環境）がなかった	9	4.8%	7	6.0%	
自分のパソコン（スマホ、タブレット含む）がなかった	10	5.3%	2	1.7%	
その他	3	1.6%	1	0.9%	

他方、対面授業と同様に、遠隔授業のメリットが認識されていることもある。図5は、「遠隔授業を受ける上で、良かったことがあれば教えてください。」という問いに対する回答結果を表している（複数回答可、「遠隔授業はなかった」とする20件を除く）。この結果、「自分の好きな時間や場所で受講できた」(258件、84.3%)が最も多く、8割を上回る回答者から選択され、「通学時間がなかった」(189件、61.8%)、「動画配信型の教材を繰り返し視聴できた」(149件、

48.7%)と続いている。遠隔授業のメリットとして、非同期型授業のオンデマンド性や通学のための移動負担がないことが評価されており、前述の「原則対面授業になって困ったこと」に対する回答結果とおおよそ矛盾しない結果となった。なお、「遠隔授業で良かったこと」に関する学年別集計の検定結果(表12)では、「動画配信型の教材を繰り返し視聴できた」において5%水準で有意差がみられた( $p=0.0183$ )。

図5 遠隔授業で良かったこと（複数回答可） n=306

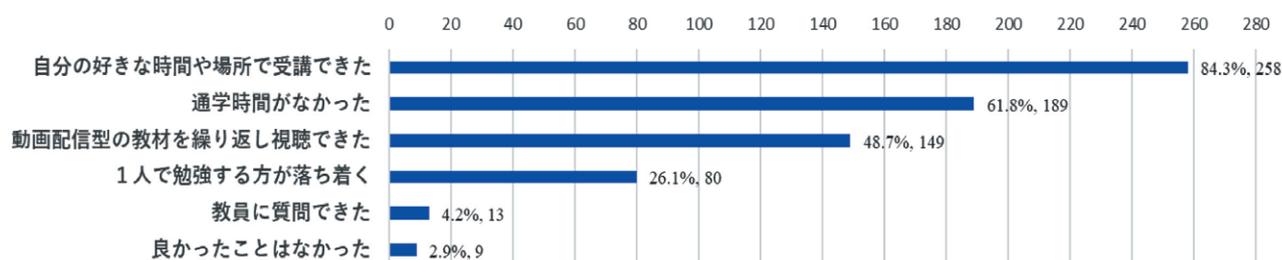


表12 遠隔授業で良かったこと・学年（複数回答可） n=306

	1回生 (189)	割合	2回生以上 (117)	割合	
自分の好きな時間や場所で受講できた	158	83.6%	100	85.5%	
通学時間がなかった	111	58.7%	78	66.7%	
<b>動画配信型の教材を繰り返し視聴できた</b>	<b>82</b>	<b>43.4%</b>	<b>67</b>	<b>57.3%</b>	*
1人で勉強する方が落ち着く	52	27.5%	28	23.9%	
教員に質問できた	9	4.8%	4	3.4%	
良かったことはなかった	7	3.7%	2	1.7%	

さらに、「対面授業や遠隔授業について、あなたの考えに近いものを教えてください。」として、遠隔授業と対面授業を受講した上で問題なく受けられたか、つらかったかについて、自分の感覚に最も近いものを選んでもらった。その結果(図6)を見ると(「遠隔授業はなかった」(13件)を除く)、6割以上の学生が「遠隔も対面も問題なく受けられた」(209件、66.8%)としている一方で、「遠隔で授業を受けるのは良く、対面が良かった」(31件、9.9%)を上回る結果となった。また、全体のうち4.8%の学生は「遠隔も対面も両方つらかった」と回答しており、授業形態以外の要因が関係している可能性もある。なお、「授業形態についての考え」への回答では1回生と2回生以上の回答に有意差はみられなかった(表13)。

図6 授業形態についての考え（全体）n=313

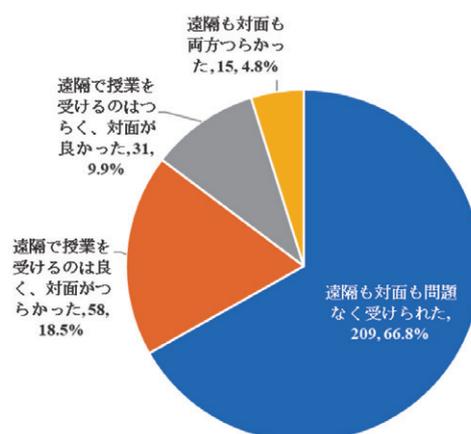


表 13 授業形態についての考え・学年 n=313

	1回生 (189)	割合	2回生以上 (124)	割合
遠隔も対面も問題なく受けられた	130	68.8%	79	63.7%
遠隔で授業を受けるのは良く、対面がなかった	37	19.6%	21	16.9%
遠隔で授業を受けるのはつらく、対面が良かった	16	8.5%	15	12.1%
遠隔も対面も両方なかった	6	3.2%	9	7.3%
計	189		124	

図 6、表 13 に示される授業形態に対する考えは、受講環境の利便性だけに偏った回答となってしまう可能性があるため、授業の理解度という要素を付与し、「全体的に授業の理解度に関して、遠隔と対面のどちらのほうが良かったですか。」と聞いた結果が図 7 に示される。これを見ると「対面」(148 件、45.4%)

が 4 割近くと最も多いものの、「どちらも変わらない」(90 件、27.6%)、「遠隔」(88 件、27.0%) を選択する学生も 3 割弱存在している。1 回生と 2 回生以上での集計結果 (表 14) への検定の結果では、対面については 1% 水準 ( $p=0.0082$ )、遠隔については 5% 水準での有意差がみられた ( $p=0.0325$ )。

図 7 全体的な授業の理解度 n=326

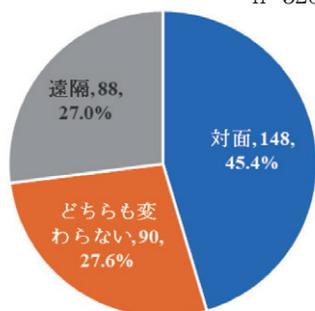


表 14 全体的な授業の理解度・学年 n=326

	1回生 (191)	割合	2回生以上 (135)	割合	
対面	75	39.3%	73	54.1%	**
どちらも変わらない	56	29.3%	34	25.2%	
遠隔	60	31.4%	28	20.7%	*
計	191		135		

なお、任意の自由記述回答として、「原則として対面授業になった状況で、大学や教員に希望することがあれば、自由にお書き下さい。」と聞いた項目については 13 件の回答が寄せられ、授業形態に関するものが 5 件、授業内容に関するものが 3 件、新型コロナウイルス感染症対策に関するものが 3 件、その他 2 件の意見があった。ここでは、授業形態としてハイブリット型の講義を望む声が多くみられた。

### 2.2.3 課外活動、生活面 (経済的影響、就職活動)

大学での学修に限らず、課外活動や生活面においても、原則対面となった 2022 年前期においてなんらかの変化や影響は生じたのであろうか。これについて、「フィールドワークや部活・サークル活動において、どのような影響がありましたか。」として、複数回答可で回答を求めた結果は図 8 に示される。全体の 6 割以上の回答者が「学内 (外) で知人・友人が増えた」(209 件、64.1%)、4 割以上の回答者は「身体を動かしたり、仲間と活動することができ、生活が楽しくなった」(137 件、42.0%) を選択しており、「学業

以外で打ち込むことが見つかった」(82 件、25.2%) とする回答者も 4 分の 1 程度となった。原則対面となり、リアルな空間での活動を通じてコミュニケーションが増え、その喜びや充実感があることや、新たな興味の対象を見出した回答者が多いことがわかる。しかしその一方で、「人間関係の煩わしさが増えた」(33 件、10.1%) とする回答者も 1 割ほど存在する。なお、1 回生と 2 回生以上の回答結果 (表 15) では、「学内 (外) で知人・友人が増えた」( $p=0.0252$ )、および「フィールドワークを行わなかった、または、部活・サークルに所属していない」( $p=0.0491$ ) において 5% 水準での有意差がみられた。

図8 課外活動での影響（複数回答可） n=326

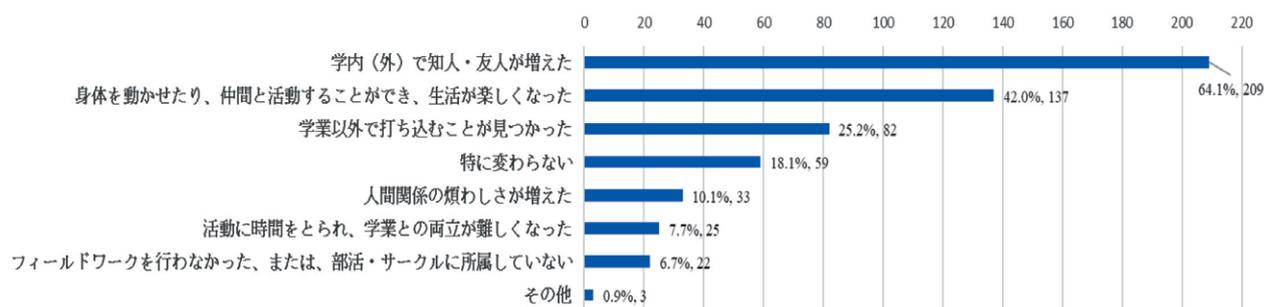


表15 課外活動での影響・学年（複数回答可） n=326

	1回生 (191)	割合	2回生以上 (135)	割合	
学内(外)で知人・友人が増えた	132	69.1%	77	57.0%	*
身体を動かしたり、仲間と活動することができ、生活が楽しくなった	84	44.0%	53	39.3%	
学業以外で打ち込むことが見つかった	45	23.6%	37	27.4%	
特に変わらない	33	17.3%	26	19.3%	
人間関係の煩わしさが増えた	20	10.5%	13	9.6%	
活動に時間をとられ、学業との両立が難しくなった	17	8.9%	8	5.9%	
フィールドワークを行わなかった、または、部活・サークルに所属していない	8	4.2%	14	10.4%	*
その他	1	0.5%	2	1.5%	

次に、経済的な影響について「2022年4月以降も感染拡大の波がある中で、どのような経済的な影響がありましたか。」と聞いた結果（複数回答可）が次の図9である。アルバイトに関して最も多く選択されたのは「アルバイトに入る回数や時間に変化はなかった」（118件、36.2%）であり、次いで「新たにアルバイトを始めた」（100件、30.7%）であった。「アルバイトに入る回数や時間が増えた」（54件、16.6%）が「アルバイトに入る回数や時間が減った」（40件、12.3%）よりも若干多く、「アルバイト先が休業したり、雇止めにあった」（14件、4.3%）という回答も

少数ながら存在する。仕送りに関しては「保護者からの仕送りに変化はなかった」（82件、25.2%）が最も多く選択された。1回生と2回生以上で集計し、検定を行った結果（表16）、「アルバイトに入る回数や時間が減った」（ $p=0.0012$ ）について1%水準で、「新たにアルバイトを始めた」（ $p=0.0218$ ）について5%水準で有意差が見られた。

図9 経済的影響（複数回答可） n=326

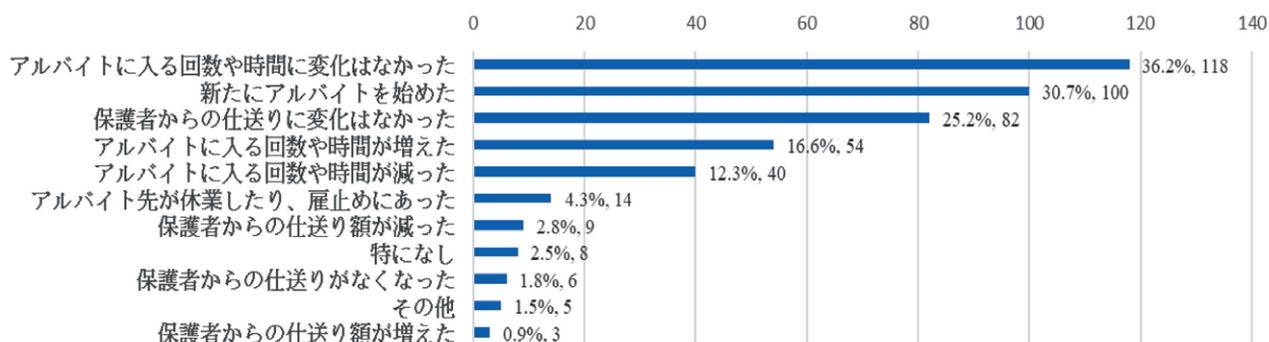


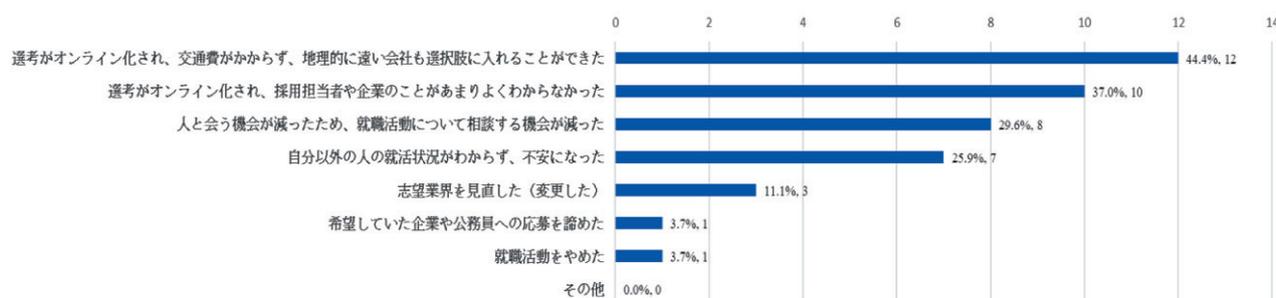
表 16 経済的影響・学年（複数回答可） n=326

	1 回生 (191)	割合	2 回生以上 (135)	割合	
アルバイトに入る回数や時間に変化はなかった	67	35.1%	51	37.8%	
<b>新たにアルバイトを始めた</b>	<b>68</b>	<b>35.6%</b>	<b>32</b>	<b>23.7%</b>	*
保護者からの仕送りに変化はなかった	50	26.2%	32	23.7%	
アルバイトに入る回数や時間が増えた	29	15.2%	25	18.5%	
<b>アルバイトに入る回数や時間が減った</b>	<b>14</b>	<b>7.3%</b>	<b>26</b>	<b>19.3%</b>	**
アルバイト先が休業したり、雇止めにあった	7	3.7%	7	5.2%	
保護者からの仕送り額が減った	5	2.6%	4	3.0%	
特になし	4	2.1%	4	3.0%	
保護者からの仕送りがなくなった	2	1.0%	4	3.0%	
その他	3	1.6%	2	1.5%	
保護者からの仕送り額が増えた	1	0.5%	2	1.5%	

卒業後の進路に関わる、就職活動への影響について、「就職活動（インターンシップは除く）にどのような影響がありましたか。」という問いを設定し、複数回答可で回答を求めた結果、回答者に3回生以下が多かったため、「4回生以上ではない、または就職活動はしていない」が8割以上となった。学部4回生（27件）のみを対象とした集計結果（図10）では「選考がオンライン化され、交通費がかからず、地理的に遠い会社も選択肢に入れることができた」というポ

ジティブな影響があったとする回答が12件（44.4%）であった。これに対して、「選考がオンライン化され、採用担当者や企業のことがあまりよくわからなかった」（10件、37.0%）、「人と会う機会が減ったため、就職活動について相談する機会が減った」（8件、29.6%）、「自分以外の人々の就活状況がわからず、不安になった」（7件、25.9%）とする回答も4回生全体で2割以上みられ、ネガティブな影響も同程度に感じられていることがわかる<sup>7</sup>。

図 10 就職活動への影響・4回生（複数回答可） n=27



## 2.2.4 生活面（メンタルヘルス）

生活面の中でもメンタルヘルスに関して、「原則、対面授業になって、メンタルヘルスにどのような変化がありましたか。」という問いを設定し、複数回答可で回答を求めた結果（図11）、6割以上の回答者は「通常と変わらず、安定的に過ごした」（203件、62.3%）としている。中でも、ポジティブな変化として「コミュニケーションが活発になり、楽しくなった」（92件、28.2%）が二番目に多く、「体を動かすことによって体調が良くなった、健康になった」との回答も8.3%みられた。他方、「疲れた感じがした、または気力がなかった」（52件、16.0%）が三番目に多

く、それ以外にも一割以下の回答者から気分の落ち込みや睡眠、食事などに関する問題が選択されている。1回生と2回生以上の集計結果に対して検定を行った結果（表17）、「通常と変わらず、安定的に過ごした」（ $p=0.0196$ ）、「疲れた感じがした、または気力がなかった」（ $p=0.0471$ ）において5%水準での有意差がみられた。

図 11 メンタルヘルスへの変化（複数回答可） n=326

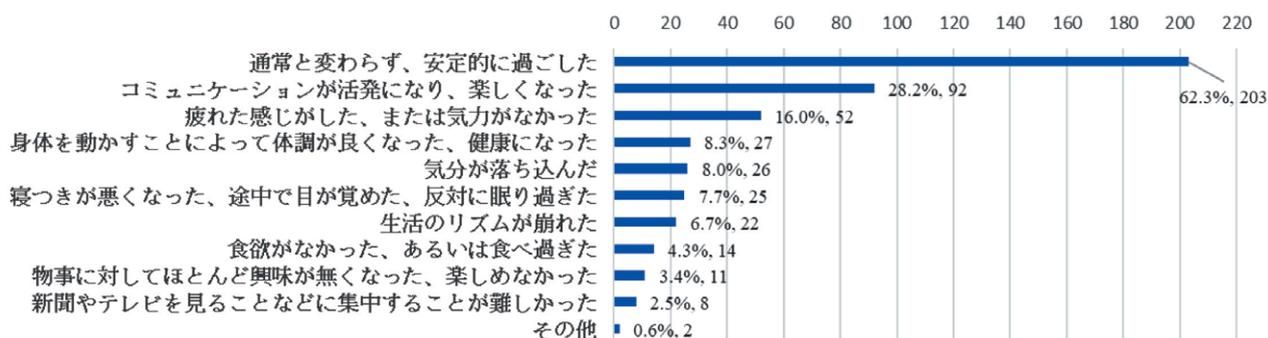


表 17 メンタルヘルスへの変化・学年（複数回答可） n=326

	1回生 (191)	割合	2回生以上 (135)	割合	
通常と変わらず、安定的に過ごした	129	67.5%	74	54.8%	*
コミュニケーションが活発になり、楽しくなった	51	26.7%	41	30.4%	
疲れた感じがした、または気力がなかった	24	12.6%	28	20.7%	*
身体を動かすことによって体調が良くなった、健康になった	18	9.4%	9	6.7%	
気分が落ち込んだ	12	6.3%	14	10.4%	
寝つきが悪くなった、途中で目が覚めた、反対に眠り過ぎた	14	7.3%	11	8.1%	
生活のリズムが崩れた	17	8.9%	5	3.7%	
食欲がなかった、あるいは食べ過ぎた	11	5.8%	3	2.2%	
物事に対してほとんど興味が無くなった、楽しめなかった	6	3.1%	5	3.7%	
新聞やテレビを見ることなどに集中することが難しかった	4	2.1%	4	3.0%	
その他	0	0.0%	2	1.5%	

また、無回答を可として、「長期化するコロナ禍で、2022年4月以降、メンタル不調により医療機関やカウンセリングに行きましたか。」として、実際の医療機関やカウンセリングの受診状況を聞いた結果は、図12に示される。9割近くの回答者は受診していないとするものの、「迷ったが受診しなかった」（16件、4.9%）と「受診した」（13件、4.0%）を合わせると1割近くの回答者が何らかの精神的、心理的な問題を自覚していたことがわかる。また、「その他」と「未回答」を除いた上で学年別でみると（表18）、「迷ったが受診しなかった」（ $p=0.0458$ ）、「受診した」（ $p=0.0246$ ）においても5%水準での有意差がみられた。

図 12 メンタルの不調による医療機関やカウンセリングの受診 n=326

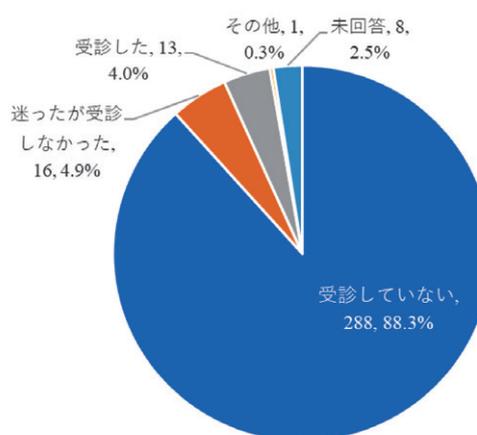


表 18 メンタルの不調による医療機関やカウンセリングの受診・学年 n=317

	1回生 (185)	割合	2回生以上 (132)	割合	
受診していない	168	90.8%	120	90.9%	
迷ったが受診しなかった	5	2.7%	11	8.3%	*
受診した	12	6.5%	1	0.8%	*
計	185		132		

新型コロナウイルス感染症による大学生活への影響：大学生はBeforeコロナに戻ることができるのか？

2.2.5 自由記述回答（対面授業、感染者増加、夏季休業期間）

定性データからも状況を把握するために、アンケート調査の最後に、任意の自由記述の項目を3問設定した。一つ目は、「2022年4月以降、原則対面授業になり、あなたの生活に、どのような影響がありましたか。自由にお書きください。」という問いであり、原則対面授業になったことによる影響を聞いている。その結果

（表19）、具体的な回答が72件得られ、最も多い回答内容は、「生活のリズム」に関するものであり（33件）、次に「交友関係」（11件）、両方に関わる友人との関わりが生活のリズムをもたらすとの指摘も3件みられ、「原則対面授業になって良かったこと」（図1、表8）と同様の記述が多く見られた。続いて、「生活時間やスケジュール管理」についての回答は10件、「通学」に関する回答は7件あり、ここでは前述の「原則

表19 原則対面授業になったことによる影響（任意、自由記述、すべて原文ママ）

	学部1回生 (27/72 37.5%)	学部2回生以上 (45/72 62.5%)
生活のリズム (33件)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 今まで以上に規則正しい時間で生活するようになった</li> <li>2. <b>朝起きるのが辛かった</b>が、早く寝ようとする気持ちは芽生えた。</li> <li>3. 授業のために起床を心がけるようになったが<b>逆に起床時間が気にならずに寝れない日</b>ができた。</li> <li>4. パイト以外で外に出るようになり、前よりも健康状態が良くなったと思う。</li> <li>5. 生活リズムが整った</li> <li>6. 生活リズムは規則正しくなると感じる。</li> <li>7. 生活リズムが整った。</li> <li>8. 生活リズムが整った</li> <li>9. 生活リズムが整えられたが<b>1限授業の時パイトやサークルの疲れから寝不足を感じる</b>ことがあった。</li> <li>10. 生活習慣が整った</li> <li>11. 朝起きるようになった。</li> <li>12. 生活リズムを直すことができた</li> <li>13. メリハリのある生活が送れた</li> <li>14. 朝起きるので規則正しい生活が送れるようになった。</li> <li>15. 朝起きることが多くなり、生活リズムを整えることができた。</li> <li>16. <b>体力面ではしんどい時もあった</b>がメリハリが付き大学生を実感できた。</li> <li>17. メリハリが付き、オンラインの授業も対面の授業もあって無理なく取り組めていて楽しいです。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 生活リズムを整えることにした。遠隔授業の際は、多少眠くても家で体を崩せるため講義に集中できたが、対面だとそれが難しかった。<b>夜あまり寝れずに授業に臨んでしまい、広義に集中できないことも多かった。</b>そのため、前日には夜更かしせず早寝早起きを心がけるようになった。</li> <li>2. 早寝早起きが当たり前になった</li> <li>3. <b>対面授業以外外に出なくなった。</b></li> <li>4. <b>生活リズムが崩れており、あまり睡眠をとれずに学校に行くことが何度かあった。</b></li> <li>5. 外に出る機会が増えた。</li> <li>6. <b>一限が多く朝起きるのが辛かった。</b></li> <li>7. 午前中に起きられるようになった</li> <li>8. 朝早く起きたりと、割と規則正しい生活が送れるようになった。でも、遠隔の方が楽だと感じてしまう。</li> <li>9. 生活リズムが整った。</li> <li>10. 早起きをするようになった。学食に頻繁に行くようになった。</li> <li>11. 授業がない日でも1限の時間までには起きて活動できる状態を作れるように心がけるようになった。</li> <li>12. 生活にメリハリができた。</li> <li>13. 寝つきが良くなった</li> <li>14. 生活習慣が変化した。</li> <li>15. 早起きをするようになった。</li> <li>16. 通学に時間がかかるため、1度登校すると最終授業が終わるまで帰れない。生活にメリハリがつく。</li> </ol>
交友関係 (11件)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 友達と話す機会が多くなったので、楽しさが増した。</li> <li>2. 先生や他の生徒と話せる機会が増えて、孤独感が減った。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 授業がほとんどないため、人と話す機会があって、学校行くのが楽しくなった</li> <li>2. 学校で友達に会えてうれしい。</li> <li>3. 人と会うことで気が楽になった。</li> <li>4. 交友関係がふえた</li> <li>5. 友達と会う機会が増え、ラーコモなどで友達と課題をしたり、一緒にご飯を食べたり、未完商店での活動も増えた</li> <li>6. 友人関係が活発化した</li> <li>7. 友達と一緒に授業を受けられるのでモチベーションが上がる。また、昼飯を一緒に食べたり授業後しゃべれるので楽しい</li> <li>8. 友人に会う機会が増えた</li> <li>9. 毎日外に出ることが続き、生活にメリハリができたが、<b>体力面で負担が大きく、しんどく感じることは増えた。</b>しかし、授業では、同級生とのコミュニケーションが取れたり、集中して授業を受けられるようになった。</li> </ol>
生活と交友関係 (3件)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 友人との関わりが増え、生活リズムが良くなった。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 友達とかかわる時間が増え、規則正しい生活ができるようになった。</li> <li>2. 去年と比べて人とコミュニケーションをとる機会がかなり増え、とても体調が良くなった。</li> </ol>
生活時間・スケジュール管理 (10件)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>自宅が大学から遠く、自由な時間が減少しました。</b></li> <li>2. <b>移動時間が必要になり、利用できる時間が減少した。</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>空きコマの使い方が定まらない。</b></li> <li>2. <b>学校に行く機会が増えたが、授業が少ないため部活までの時間の使い方に戸惑った</b></li> <li>3. <b>他のことにかかけられる時間が減った</b></li> <li>4. <b>わずかな授業数のために大学にいかなければいけないようになった。</b></li> <li>5. <b>対面授業でよくも悪くも時間が拘束された。</b></li> <li>6. <b>時間に制約がわかるようになった。</b></li> <li>7. 大学中心の生活になり、楽しめるようになったが、時間の使い方など見直すべき部分もあり、慣れるのに時間を要した。</li> <li>8. 外にでて活動する時間が増えた</li> </ol>
通学 (7件)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>通学するのが面倒くさい</b></li> <li>2. <b>通学時間が増え苦痛に感じている</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 通学に伴って運動量が増えた</li> <li>2. <b>通学時間が長い</b>ため、<b>時間的な自由が減った</b></li> <li>3. <b>自転車をこぐのがしんどい</b></li> <li>4. <b>通学がしんどいので疲れるようになった。</b></li> <li>5. <b>通学が不便</b></li> </ol>
精神面 (6件)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 活発な日々を過ごすことができ、幸福感が上がった。</li> <li>2. <b>大学に通う日が増えて少ししんどい。</b></li> <li>3. <b>過去2年間、対面で授業を受けられずいたことが悔しく感じ、悲しい気持ちになる。</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>人と会うことが増え、精神的につらいなど感じる</b>ことが増えた。</li> <li>2. <b>これまでずっとオンラインだったためか、学生生活の変化に思っていたよりも身体や精神が追いつかなかった。</b></li> <li>3. <b>疲れた</b></li> </ol>
コロナ対策 (1件)		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>対面授業ではコロナウイルス感染の恐れもあるため、感染予防に毎日神経を張り詰めていた結果、精神的に追い詰められた。</b>咳をしている人や熱があるにも関わらず、出席日数のため無理をしてでできている人などへの対策をしっかりしてほしい。</li> </ol>
授業 (1件)		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>教授の講義が無駄に長く感じる</b></li> </ol>

対面になって困ったこと」での回答と同様に、空きコマの使い方への戸惑いや自由に使える時間が減少したこと、講義時間が長く感じる、通学が身体的にしんどいという感覚が述べられている。なお、この回答への自由記述の回答率では1回生よりも2回生以上が上回り、太字に示されるネガティブな内容も多い。

表19からもみられるように、全体的に2回生以上の学生による自由記述によりネガティブな影響が述べられている場合が多い。この点について、テキストマイニングツール (User local <https://textmining.userlocal.jp/>) を使用) によって自由記述回答の感情傾向を可視化したところ、1回生ではポジティブが7.4%、中立が55.6%、ネガティブが37.0%、2回生以上はポジティブが3.7%、中立が51.9%、ネガティ

ブが44.0%となり、2回生上の回答内容のほうがよりネガティブな感情が見られる結果となった。

二つ目の任意・自由記述での質問項目として、「原則対面授業が続く中、行動制限はないものの、新型コロナウイルス感染者数が増加した時期もありました。このことによって、あなたの生活に、どのような影響がありましたか。自由にお書きください。」という質問を設定した。この結果、93件の回答があり、そのうちのおおよそ3割以上にあたる34件は「影響がない・特にない」ことを示すものであった。それ以外の主な回答結果(59件)は表20に示され、外出自粛や行動を制限していたことが最も多く、次いで感染に対する不安も多く述べられている。

表20 新型コロナウイルス感染症者数が増加したことによる影響(任意、自由記述、すべて原文ママ)

	学部1回生 (28/59 47.5%)	学部2回生以上 (31/59 52.5%)
外出・行動の自粛 (30件)	<ol style="list-style-type: none"> <li>サークルがなかなか活動再開されず、参加したいが出来なかった。</li> <li>自由が少なかった</li> <li>旅行計画などが台無しになった。</li> <li>家から出ることがなくなった。</li> <li>外出する機会が減った</li> <li>自由な活動ができにくくなった。</li> <li>旅行などは減った</li> <li>安易に外出できなくなり、遊ぶ人や外食に行く人を選ぶようになった。友人とのコミュニケーションが減った。</li> <li>家に引きこもることが多くなった。</li> <li>サークルの活動が制限されたり、文化祭で飲食やゲストを呼ぶなど制限がかった。</li> <li>なんとなく行動範囲が狭まり、外出が減ったため辛い時期もあった。</li> <li>行動に制限がかかり、思うように行動できないことが多かった。</li> <li>自粛する時間が長くなった</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>友人とご飯にいくのにためらったりした</li> <li>周りに濃厚接触者があられ、移動が制限された。</li> <li>感染者数が増加すると、外出するのが少し嫌になった。</li> <li>旅行に行けなかった</li> <li>ボランティア活動が中止になりできなくなった。</li> <li>帰省がしづらい状況になった。また都会に行きづらくなった。</li> <li>県外への外出が難しく、帰省の時期も考慮する必要があった。</li> <li>人と会うことに対して抵抗感を持つようになったり、外出することが躊躇われるようになった</li> <li>去年と変わらずほとんどを家の中で過ごすように心がけている。対面授業のための外出は仕方ないので、それ以外では極力人との接触を避けた行動を意識して、食事なども必ず自宅で取るようにしている。</li> <li>イベントへの参加や友人との会食など外出を控えることとなり、新たな刺激を得られるチャンスが減った。</li> <li>愛媛県外に出れなくなった。</li> <li>外出の自粛</li> <li>感染しないように気を遣うように行動した。</li> <li>日常生活においては基本的には変わりはなかったが、休日に友人と出かけたりする際に、人との接触を避ける必要があったり、県外に出ることをあきらめるなどのことはあった。</li> <li>濃厚接触者になった時、外出できないため、対面の授業を受けることが出来なかった。</li> <li>実家暮らしで姉弟が受験生なこともあり、濃厚接触すらしていてもやや隔離に近い生活になっている</li> <li>行動制限自体はないが、風潮として動きづらいつ部分が多くあった。</li> </ol>
精神面での影響・不安 (15件)	<ol style="list-style-type: none"> <li>学校としては特に何の変化もなかった故に不安を感じながら登校し続けたことは記憶に残っている。</li> <li>対面授業で新型コロナウイルスに感染してしまうかもしれないことが少し怖かった。</li> <li>ほとんど変わりはないが感染不安が少し増えた。</li> <li>対面授業で学生同士の距離を十分に取れない講義室内での受講に少し恐怖があった</li> <li>外に出ることに不安を覚えた。</li> <li>大学に行くのがこわかった</li> <li>少し、感染に対して不安を感じる。</li> <li>面倒さがあった</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>部活動の活動停止が継続的に繰り返され、モチベーションやクオリティの維持が困難であった。</li> <li>行動制限は無くなって行動が変わるわけではない。増加しても三津浜花火大会などちゃんと原因も分かっているの、いちいち生活を変えるのが馬鹿らしく思うようになった。</li> <li>コロナの感染者ばかりに気をとられて、その影でメンタル不調になっている人を置き去りにしているという非常に良くない状況が浮き彫りにされてきたのではないかと感じるようになりました。</li> <li>幾度となく部活動が止められたことは非常に精神的にダメージが大きかった。</li> <li>昨日同じ教室で授業を受けた人が感染した時は不安だった</li> <li>不安が増大した</li> <li>授業は対面で実施するのに、他の活動に制限かけるのはおかしい。ストレス。</li> </ol>
感染症対策 (4件)	<ol style="list-style-type: none"> <li>より手洗いうがいを意識するようになった。また、一人暮らしの中ワクチンを打ってしんどい思いもした。</li> <li>通学で利用する公共機関や屋外での活動時により消毒を心がけた</li> <li>より感染対策を行った</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>よく感染対策を徹底するようになった。</li> </ol>
アルバイト (4件)	<ol style="list-style-type: none"> <li>バイト先が臨時休業することがあり、シフトが減ることがあった。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>アルバイト先が暇になり、働く時間が少なくなった。短期バイトをすることで収入的には変わらないが安定したバイト代ではなくなったので、少し不安な気持ちもある。</li> <li>アルバイトの忙しさとそれに伴うストレスの変動。</li> <li>バイトに入らなかった。外出するのに親の目を気にしなければならなかった。</li> </ol>
マスクの着用 (3件)	<ol style="list-style-type: none"> <li>マスクの着用の義務がづらい</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>マスクは嫌だかけないといけない、授業中についたら眠くなりやすいけど仕方がない</li> <li>マスク着用を常時していたことが、煩わしく感じた</li> </ol>
その他 (3件)	<ol style="list-style-type: none"> <li>特にないが自分自身がコロナになってしまった</li> <li>外に買い物に行くことが減ったので、お金がたまった。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>行動制限がなくなったため、昨年度よりはコロナを意識する機会は減った。</li> </ol>

新型コロナウイルス感染症による大学生活への影響：大学生はBeforeコロナに戻る事ができるのか？

最後に、「2022年の夏休みは、行動制限はありませんでしたが、このことによって、あなたの夏季休業期間での生活においてどのような影響がありましたか。自由にお書きください。」として夏季休業期間での影響について尋ねた。この結果、100件の回答があり、そのうちの3割以上に当たる36件は「影響がない・特にない」ことを示すものであり、前述の感染者増による影響とほぼ同じであった。それ以外の主な回答(64件)は表21に示される。任意での自由回答とはいえ、行動制限がないことによって外出の機会が増えたことや行動範囲が広がったことを述べる回答が最も多く、休業期間での楽しみや自由な時間が過ごせたこ

とに関する回答と合わせると100件中、46件に上る。その一方で、外出自粛や行動制限についての回答やその中でのストレスを感じている回答も2割弱程度寄せられている。なお、この設問の自由記述の回答数(「影響がない・特にない」を除く)でも、2回生以上の回答が1回生よりも多い。

### 3. 考察

#### 3.1 学修面

図6(授業形態についての考え)に示された通り、6割以上の学生が「遠隔も対面も問題なく受けられた」としており、半数以上の学生にとって2022年前期か

表21 夏季休業期間での生活における影響 (任意、自由記述、すべて原文ママ)

	学部1回生 (29/64 45.3%)	学部2回生以上 (35/64 54.7%)
外出・行動範囲の拡大 (35件)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 周囲の目を気にせずに旅行に行くことができるようになった</li> <li>2. 友人と県外県内を問わず、たくさん出かけることができた</li> <li>3. 県外に行っていた幼馴染と外出できた。</li> <li>4. 旅行に行った</li> <li>5. 旅行に行けた</li> <li>6. 自動車学校に行くことができた</li> <li>7. 旅行に行く等時間の有効活用ができた。</li> <li>8. マスクを着用したままの生活は変わらないが、県外旅行なども行け、自由に過ごせた。</li> <li>9. 県外に行くことができた</li> <li>10. 自分のしたいことをする時間が増えた。(お出かけ等)</li> <li>11. 自由に外出することができた</li> <li>12. 旅行に行けた</li> <li>13. いろんな場所を旅して、いろんな人たちに出会えた</li> <li>14. 部活動がオフの時期はできるだけ今のうちにと遊ぶようにした。</li> <li>15. 県外に心置きなく出かけることができるようになった</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 2020年以降の長期休みで県外に遊びに行くことがなかったので、いろんな場所に行けた</li> <li>2. たくさん旅行に行けた。</li> <li>3. 少し遠出したり、外出がしやすくなった。外に出て自分の目でいろいろな商品や景色を見ることで自分の価値観、考え方が広がったように感じる。</li> <li>4. 多くの友達と旅行に行ったり、遊んだりできた。</li> <li>5. 祖母と祖父には会いに行きました。</li> <li>6. 四国外へ旅行をした</li> <li>7. 夏休みは自由に行動していた。</li> <li>8. 帰省中家族と出掛けることが昨年よりも増えた。</li> <li>9. これまで感染対策のため、おこなえなかった帰省や平日に長時間友人と遊ぶなど大学生だからこそできる取り組みを行えました。</li> <li>10. 研修にたくさん行けた。</li> <li>11. 帰省できた</li> <li>12. 前年よりも旅行や帰省などをしやすかった</li> <li>13. 昨年より、行動範囲が広がりゼミでの演習や個人旅行をすることができた</li> <li>14. 外出できた</li> <li>15. 高校時代の友人に会うことができた。</li> <li>16. 学校のゼミ活動などで県外に出る機会もでき、活発的に活動できるようになった。</li> <li>17. 行動範囲が増えて日々の体調が良くなりました。</li> <li>18. 成人したので友達と気軽に飲めるようになった。</li> <li>19. ゼミ活動が活発に行えたほか、県外に住んでいる親戚に会いに行くことができ、2021年の夏休みとは格段に多くの経験をすることができ、学業にも良い影響があったと考える。</li> <li>20. 昨年の夏休みよりも人に会うことが多かった。そのため電車で移動する人が多いという印象があった。</li> </ol>
外出・行動の自粛や制限 (13件)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 以前の夏休みよりも外にでる回数減った。</li> <li>2. 感染予防に気を付けながら活動を自粛した。</li> <li>3. 帰省や県外への移動をためらった</li> <li>4. 部活動によって制限があったため、思うような行動ができなかった。</li> <li>5. ほぼ家こいた</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 夏休み中田舎外まで出なかった</li> <li>2. 昨年と変わらず、あまり外出をしなかった。</li> <li>3. それでも親は行動制限をかけてくるので予定していた旅行には行けなかった。</li> <li>4. 夏休み中に予定されていた東京のライブに行けなかった、ライブが中止になった。楽しみが減った。</li> <li>5. 外出の自粛</li> <li>6. 親に遊びに行くことを止められた。</li> <li>7. 行動自体は制限されていなかったが、サークル活動など、活動したくてもできない時期があった</li> <li>8. 夏休みの期間は実家へ帰省したが、今年は対面授業があったため2週間ほど現在の下宿先で待機した後、公共交通機関の利用を避けて帰省した。</li> </ol>
楽しみ・充実感・ストレスの低下 (9件)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. これまで以上に充実した夏休みを過ごすことができた。</li> <li>2. たのしかった</li> <li>3. 自由に楽しめたと思う</li> <li>4. 有意義に時間を過ごすことができた。</li> <li>5. 夏季休業期間を楽しむことができた。</li> <li>6. 今まで制限があったために、外で何かをすることに罪悪感を感じていたがそのような罪悪感も減り、ストレスも減った。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 県外に行くのは部活動の関係で憚られたが、昨年よりはそれなりに楽しむことができた。</li> <li>2. 昨年より楽しめた</li> <li>3. 友人と会ったり帰省をし、去年よりもずっと楽しく過ごせた。</li> </ol>
自由な時間 (2件)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 比較的自由な時間を過ごせた。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. やりたいことが自由にできた。</li> </ol>
感染症対策 (3件)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 集中講義の話し合いをする際に感染対策を気をつけたり、抗原検査をしなければならなかったりするのが大変だった。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 行動制限はなくても、常に感染予防をおこなっていた</li> <li>2. 比較的自由な時間を過ごすことができた一方、濃厚接触者になったときの自己責任も大きく、精神的に厳しかったといえる。</li> </ol>
その他 (2件)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. わからない</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 今まで制限かけといて、その生活が急に変わるわけがない。変わったとしても、それは行動制限解除ではなく、学年が上がったことによる影響でしかない。</li> </ol>

らの原則対面となった前学期での受講に著しい問題はなかったものと考えられる。原則対面授業になったことによって、受講生同士や教員とのコミュニケーションが増え、生活のリズムやメリハリが生まれたことが認識される場合が多く、ある程度本来の学生生活に近い環境が戻ってきたことも想像される。その一方で、自宅から遠隔授業を受けていた場合には発生しなかった通学のための移動負担や1日に遠隔と対面授業が混在することによってスケジュール調整が複雑になったことも多くの学生から認識されている。遠隔授業であれば、自宅で家事やプライベートな活動を授業の前後に行っていたとしてもすぐに講義にシフトできる環境であり、特に同期型の遠隔授業もない場合には終日別の予定を入れることを想定したスケジュールも可能であったため、そのような利便性がすでにコロナ禍の中で認識され、それに合わせた生活スタイルが確立されていたのかもしれない。

また、対面授業でも遠隔授業でも問題なく受講できたという回答者がマジョリティであるものの、興味深い点として、全体として「遠隔で授業を受けるのは良く、対面がつかった」が18.5%、授業の理解度についても27.0%の回答者が遠隔のほうが良いと回答しており、コロナ禍以前とは異なる意識をもつ回答者がいることも観察される。遠隔授業の何が評価されているのかについては、「遠隔授業になって良かったこと」にあげられるオンデマンド性や通学のための移動負担がないことがその主な理由と考えられる<sup>8</sup>。これらの点は、「原則対面授業になって困ったこと」として挙げられた「資料や動画を繰り返し見ることができなくなり、勉強や復習がしにくくなった」という回答が3割以上の回答者から選択されたこととも矛盾せず、動画や資料による遠隔授業のオンデマンド性のメリットが学生にある程度理解されていることの裏返しであるともいえる。1回生であっても非同期型授業科目を同時期に履修していれば、自分のペースで動画の再生や資料の閲覧状況等を自由に調整できる非同期型のメリットが評価され、すでにその受講形態に慣れてきているとも考えられる。そのために、非同期型に比して対面での授業は講義時間を長く感じてしまい、このような意味においては、原則対面となった現在においても、「Before コロナ」に戻れない状態に意識や受講姿勢が変容しているとも捉えられる。

しかしその一方で、遠隔でかつ非同期型授業の特徴であるオンデマンド性が、「いつでも受講できるのであれば、すぐにやらなければいけないわけではない」という怠惰な気持ちを誘発する要因と表裏一体であることも推察される。「遠隔授業になって困ったこと」の回答として二番目に挙げられていた「非同期の

講義はいつでも受講できるため後回しになり、やる気が起きなかった」という選択肢も3割以上の回答者から選択されており、受講生によっては非同期型授業のオンデマンド性がモチベーションを低下させたり、非同期型授業を受講したり、課題に取り組むスケジュールの管理をルーズにさせたりする要因となっている可能性がある。また、同期型授業であっても、物理的な空間を共有しないことから授業に集中することが困難となっていること、あるいはあえてそれを選んでいるケースがあることも想像される。図6、図7が示すように、上記のような遠隔授業の特徴によって、一定数の学生が対面よりも遠隔の授業を好みながらも、「必ずしも理解度が高まるとは思っていない」という感覚を有している場合もあろう。これらのことは、今後、ハイブリッド型の授業形態のメリットを生かしていく上でも留意が必要な点であると思われる。

### 3.2 課外活動、生活面での変化

課外活動については、原則対面となったことによる行動範囲が広がり、人と会う機会が増えたことによる楽しみが広がったことを述べる回答が多く、経済的な影響についてもあまり変化がないという回答者がマジョリティであった。表19～21に示される自由記述の回答においても、行動制限がなくなったことによるポジティブな影響が多く回答され、夏季休業期間中に帰省や旅行、友人との交流などそれぞれの楽しみを見つけて過ごしたという回答が多い。しかしながら、原則対面となり、行動制限がなくなったとしても、2022年夏頃には第7波と呼ばれる新型コロナウイルス感染者数の増加がみられ、この時期についての自由記述では新型コロナウイルス感染症に対する不安を抱え、外出を自粛したという回答がほとんどである(表20)。

このように、2022年前期以降において、生活面に關しても学生にとってのポジティブな影響や変化がみられるものの、引き続き行動を制限し、感染症対策に気を引き締めて過ごしている学生も多く、特に対人関係については、交流の機会が増えたとしてもむしろそれを煩わしいものと捉えている回答者もみられる。

加えて、メンタルヘルスに関しても、8割以上の回答者は専門機関に相談するほどの問題を感じずに過ごしていると思われる一方で、実際に受診した、あるいは受診を考えた回答者も1割程度存在し、この状況が新型コロナウイルス感染症が流行する以前とどの程度異なるのかについても検討が必要であろう。

### 3.3 学年による差異

1回生の回答率が有意に高かったものには、学修面

においては「原則対面授業になって困ったこと」の「1日にオンラインと対面の講義が混在するため、受講環境やスケジュールの調整が難しくなった」、「毎日、通学することが体力的にしんどい」、「遠隔授業での障害」における「Moodleなどの操作方法がわからなかった」があげられる。これらの背景としては、入学から間もなく、大学生活に慣れていないために、その問題がより強く認識されているものとも考えられる。また、興味深い点として、全体的な授業の理解度（表14）において「遠隔」が良いとした比率は1回生がより高く、その背景についても検討が必要であろう。学修面以外では、「学内（外）で知人・友人が増えた」、「新たにアルバイトを始めた」とする回答比率も有意に高く、入学後に大学での新しい生活や人間関係が生まれていることが予想される。

他方、2回生以上について、「原則対面授業になって良かったこと」では「課題の提出頻度が少なく、課題の提出期限や進捗を自己管理する負担が減った」、「教員の顔・表情・声が分かり、教員に親近感ももてた」が、「原則対面授業になって困ったこと」では「移動に時間がかかり、面倒に感じる」、「資料や動画を繰り返しみることができなくなり、勉強や復習がしにくくなった」において1回生よりも有意に高い結果となった。また、遠隔よりも対面授業での理解度が高いと回答する傾向が示されている（表14）。これらの点について、2回生以上の学生は大学で遠隔授業を受けた期間が長いために、上記の点がより強く感じられており、非同期型授業のオンデマンド性のメリットも2回生以上の学生により認識されている可能性がある。

しかしながら、「メンタルヘルスへの変化」での「疲れた感じがした、または気力がなかった」、「原則対面授業になって困ったこと」での「大学にあまり友人、知人が多くないため、孤独を感じる」において有意差がみられ、2回生以上の回答者がそれをより選択する傾向にあることが示された。加えて、自由記述（表19）においても2回生以上の回答者にネガティブな回答がやや多くみられる。新型コロナウイルス感染症の流行が始まった2020年度から新入生となった3回生の回答者や、ゼミナールやフィールドワークなどの活動が盛んに行われるはずの学年においてそれが遠隔授業に置き換わった経験をもつ回答者にとって、原則対面となったとしてもコロナ禍によって失われた機会や活動を控えてきた時間の経過による影響は今も続いているようにも思われる。このようなコロナ禍における対人コミュニケーション機会の喪失による影響という意味においても、Beforeコロナと同様とは言えないのかもしれない。

#### 4. おわりに

本研究では、2022年11月に愛媛大学社会共創学部  
の学生を対象に実施したアンケート調査結果に基づき、原則対面授業となった2022年前期での学修状況や生活、メンタルヘルスなどに関する意識について検討してきた。本調査の対象となった回答件数は326件と学部学生の4割程度のみに限られており、1回生の回答が多いために偏りも大きく、社会共創学部全体の学生の状況を完全に描写しているわけではない。しかしながら、本調査結果から、実際の大学での学修状況や生活の変化がどのような傾向にあるのかをうかがい知ることができ、考察で述べた点は、今後の大学教育やハイブリッド型の授業形態を検討する上でも有用であると思われる。

今後の研究課題として、本調査結果と同時期に実施された法文学部での調査結果（青木ら、2023）と定量・定性的に比較・分析することによって、愛媛大学の文系・文理融合学部全体での傾向や各学部での特徴を把握することがあげられる。その際には、性別や通学時間といった属性による差異や、対面よりも遠隔を好む学生の志向性、特徴といった観点からの分析によって明らかになることがあるかもしれない。また、特に地域をフィールドとする社会共創学部のように、実習や演習を重視する学部においては、コロナ禍の中で現場での体験やフィールドワークの活動が制限された可能性が高く、そこでの対応状況や学生の意識変化などについても定性データを含めて深く分析する必要がある。

#### 謝辞

本研究は、令和4年度愛媛大学社会共創学部学部長裁量プロジェクト「社会共創学部における教育・研究に対する新型コロナウイルスの影響」（代表：崔英靖）における研究活動の一環として実施されました。

また、本アンケート調査にご回答くださったすべての皆様に心から御礼申し上げます。特に、アンケート票の作成あるいは回答依頼にご協力くださった下記の皆様には大変お世話になりました。本当にありがとうございました。

愛媛大学 社会共創学部 園田雅江先生、尾花忠夫先生をはじめとする産業マネジメント学科の先生方、産業イノベーション学科 福垣内暁先生、環境デザイン学科 渡邊敬逸先生、社会共創学部学務チームの皆様、法文学部 鈴木静先生、青木理奈様、鈴木榛夏様、人文社会科学研究科 吉見花奈様

## 注

- 1 愛媛大学における新型コロナウイルス感染症への対応状況は青木ら（2022）p.20.にまとめられている。
- 2 同時期に、愛媛大学法文学部でも同様のアンケート調査が行われており、その結果は青木ら（2023）を参照されたい。なお、本アンケート調査項目は、青木ら（2021；2022）と一部同様の質問項目を設定している。
- 3 社会共創学部の学部学生の在籍学生数は、2022年5月の時点で768名であり（愛媛大学、2022）、本アンケートの学部学生回答者324名は全体の42.2%である。
- 4 表2のデータは、愛媛大学教育支援課社会共創学部チームによる提供資料に基づき、同一科目は統合して集計している。基本的に対面授業を行うことが前提とされる一方、履修者数が多く、教室定員の関係からソーシャルディスタンスを十分に確保できない場合や対面授業が実施困難な非常勤講師担当科目についてのみ、遠隔授業の実施が認められている。
- 5 Moodleとは、愛媛大学で利用されるラーニングマネジメントシステムであり、資料や動画のアップロード、課題の提出などを行うことができる。
- 6 以下同様に、カイ二乗検定を行い、度数が少ない場合にはイエーツの補正を加えており、表中の\*\*は1%水準、\*は5%水準での有意差があったことを示している。
- 7 就職活動への影響については対象となる学年が限られるため、学年別の分析は行っていない。
- 8 これらの点は、青木ら（2021；2022）、Murata and Orito（2022）における調査結果とも同様である。

## 参考文献

- 青木理奈、鈴木静、福井秀樹、小佐井良太、石坂晋哉（2021）「コロナ禍における法文学部の被災記録の収集と保存Ⅰ—学生を対象としたアンケート調査の単純集計結果」愛媛大学法文学部論集社会科学編（50）pp.37-68.
- 青木理奈、鈴木静、福井秀樹、小佐井良太、石坂晋哉、池貞姫、十河宏行、中川未来（2022）「学生を対象としたアンケート調査の単純集計結果コロナ禍における法文学部の被災記録の収集と保存Ⅳ—2021年度学生を対象としたアンケート調査の単純集計結果—」愛媛大学法文学部論集社会科学編（52）pp.19-54.
- 青木理奈、鈴木静、福井秀樹、小佐井良太、石坂晋哉、太田響子、池貞姫、十河宏行、中川未来（2023）「コロナ禍における法文学部の被災記録の収集と保存Ⅶ—2022年度学生を対象としたアンケート調査の単純集計結果—」愛媛大学法文学部論集社会科学編（54）pp.97-134.
- 赤間道夫（2022）「コロナ禍が大学生の就職に及ぼす影響について—愛媛大学の就職状況の分析を通して—」愛媛経済論集, vol.41, no.2-3, pp.1-16.
- 飯田昭人、水野君平、入江智也、川崎直樹、斉藤美香、西村貴之（2021）「新型コロナウイルス感染拡大状況における遠隔授業環境や経済的負担感と大学生の精神的健康の関連」心理学研究 92（5）pp.367-373.
- 愛媛大学（2022）「愛媛大学について 統計情報」<https://www.ehime-u.ac.jp/about/statistics/>（2022年11月21日アクセス）
- 岡本隆、園田雅江、曾我亘由、深堀秀史、福垣内暁、埜康介（2022）「コロナ禍のインターンシップが社会人基礎力自己評価に及ぼす影響」経営情報学会 全国研究発表大会要旨集 2021年11月 pp.397-400.
- 折戸洋子、村田潔、石丸聡一郎、大原千晶、小野新、川端美裕、岸諄、木村元紀、庄司遼太郎、角直輝、鶴田尚、鳴尾空海、西岡太一、山口英里（2021）「COVID-19はどのように報じられたのか?：2020年1月から5月における新聞記事調査」Journal of Ehime Management Society Vol.4 pp.59-68.
- 折戸洋子、石丸聡一郎、小野新、岸諄、角直輝、西岡太一、山口英里（2021）「COVID-19は学生の健康意識をどのように変えたのか?：学生に対するアンケート調査および大学教員に対するインタビュー調査」Journal of Ehime Management Society vol.4 pp.45-57.
- 梶谷康介、土本利架子（2021）「新型コロナウイルス感染症（COVID-19）パンデミックが大学生のメンタルヘルスに及ぼす影響：文献および臨床経験からの考察」健康科学 43 pp.1-13. <https://doi.org/10.15017/4372005>
- 澤田忠幸、新村知子、高橋千秋、坂上千種（2021）「学生健康調査から見る学生のメンタルヘルス—コロナ禍での学生サポートの一助として—」石川県立大学研究紀要 4 pp.83-90.
- 除村健俊、小林真也、飯尾淳、井上雅裕（2022）「オンライン授業の現状と将来—大学教員から見たCOVID-19による授業の変化と学生への影響—」プロジェクトマネジメント研究報告 2（1）pp.16-23.
- 細川裕子（2021）「女子短期大学生における新型コロナウイルス感染症（COVID-19）に対する意識と自粛期間中の生活スタイルの変化」目白大学短期大学部研究紀要（57）pp.31-39.
- 山根真紀、大宮ともこ、石井智也、住田健（2021）「新型コロナウイルス感染症（COVID-19）感染拡大における学生の健康及び生活に関する調査報告」日本福祉大学スポーツ科学論集 4 pp.65-73.
- Murata, K, and Orito, Y. (2022) Student experiences during the COVID-19 pandemic: the case of Japanese higher education, In Ana María Lara Palma and Rafael

新型コロナウイルス感染症による大学生活への影響：大学生はBeforeコロナに戻ることができるのか？

Brotóns Cano (eds.), *International Education Narratives: Transdisciplinary Educative Innovation Experiences Based on Bilingual Teaching*, Universidad de Burgos, pp.142-156, <https://doi.org/10.36443/9788418465345>

論 説

## SDGs への支払意思額に基づく理系学部生の社会貢献意欲の検討

崔 英 靖 (産業マネジメント学科)  
折 戸 洋 子 (産業マネジメント学科)  
岡 本 隆 (産業マネジメント学科)  
岡 本 直 之 (産業マネジメント学科)  
曾 我 亘 由 (産業マネジメント学科)  
橋 惠 昭 (産業マネジメント学科)

Science Undergraduates' Willingness to Contribute to Society Based on WTP of SDGs

Hidenobu SAI (Industrial Management)

Yohko ORITO (Industrial Management)

Takashi OKAMOTO (Industrial Management)

Tadayuki OKAMOTO (Industrial Management)

Nobuyuki SOGA (Industrial Management)

Yoshiaki TACHIBANA (Industrial Management)

キーワード：SDGs、大学生、仮想評価法、支払意思額

Keywords: SDGs (Sustainable Development Goals), University Students, Contingent Valuation Method (CVM), Willingness to Pay (WTP)

【原稿受付：2023年1月31日 受理・採録決定：2023年2月10日】

### 要旨

Z世代の特徴として「社会貢献意欲の高さ」が挙げられることが多く、社会貢献の一種でもある社会課題解決との関連ではSDGs (Sustainable Development Goals) も注目されている。これらに関する調査・研究も実施されているが、社会貢献意欲の高さは本人の内的状態であり、客観的に比較可能な形で提示することは困難である。本研究では、社会貢献とSDGsに関わる既存調査に基づく調査を地方大学の理系学部生に実施することで、既存調査結果との比較を行うことができた。環境評価手法の一種である仮想評価法 (Contingent Valuation Method) を用いて社会課題解決のためのSDGsに対する支払意思額を明らかにすることで、調査対象者間の比較も行った結果、社会貢献活動の主体的な実践の有無によって支払意思額の違いがあることが明らかになった。

### Abstract

Generation Z is often described as having a “high level of willingness to contribute to society,” and the Sustainable Development Goals (SDGs) are also attracting attention in relation to solving social issues. Although related surveys have been conducted, presenting the level of willingness to contribute to society in an objective and comparable manner is difficult. This study conducted a questionnaire survey based on existing surveys related to social contribution and the SDGs conducted by other researchers. The sample included undergraduate students majoring in natural sciences at a regional university and the results were compared. Additionally, a survey of willingness to pay (WTP) for SDGs was conducted using the contingent valuation method (CVM) and differences in WTP based on the presence or absence of proactive social contribution practices were observed.

## 1. はじめに

現在、日本の大学に大学生（学部生）として在籍している者のほとんどは2000年以降に生まれており、社会的には「Z世代」に属していることになる。Z世代の定義には様々なものがあるが、おおよそ1990年代後半から2000年代に生まれた者がZ世代とされており、その前の世代であるミレニアル世代と同様、スマートフォンやSNSが普及している世代であるため、デジタル・ネイティブの世代であるともされている。世界人口に占めるミレニアル世代以降の割合は2020年時点で既に6割を超えており、少子高齢化が進む日本においても2035年には全体の過半を超えると予測されている<sup>1</sup>。

これらのことから、Z世代に対しての社会的注目は高まり、様々な調査・研究が実施されている。Z世代の特徴として「他の世代よりも社会貢献意欲が高い」ということがよく挙げられる<sup>2</sup>。日経MJが2021年11月にZ世代（16～26歳）とミレニアル世代（27～38歳）のそれぞれ約5000人を対象に実施したアンケート調査（以下、日経MJ調査）は、自らの消費活動を通じて社会課題の解決に貢献したいという回答と貢献しなくていいという回答の差がZ世代では11.7%であったのに対してミレニアル世代では0.7%の差しかなく、Z世代の方が社会貢献意欲が高いとしている<sup>3</sup>。社会課題の解決に繋がるような消費活動は「エシカル消費」と呼ばれ、電通による2022年実施の調査ではエシカル消費への関心を「とても関心がある」から「まったく関心がない」までの5択で質問しており、何らかの形で関心があると回答した割合は全体平均が15.3%であったのに対して16～24歳の男性で20.9%、女性で22.7%と平均を大きく上回っている<sup>4</sup>。

近年、社会課題の解決はSDGs（Sustainable Development Goals）との関連で述べられることも多く、オズマピーアールと早稲田大学商学部は自身の提供講座の受講生を対象にSDGsで重視する目標や社会貢献に関する実施についてのアンケート調査（以下、早稲田大学調査）を2021年4月に実施している<sup>5</sup>。その調査では、回答者の86%が社会貢献意欲があるとしており、社会に貢献できるビジネスに関わりたかという質問にも70%に関わりたかと回答している。また、SDGsの17目標で関心のある目標について回答させたところ（複数回答可）、「質の高い教育をみんなに」「ジェンダー平等を実現しよう」「貧困をなくそう」が上位3位となっている。

このようにZ世代の社会貢献意欲に関する調査は様々な実施されているが、その多くは回答者が社会貢献を重視するかどうか、あるいはどのような社会貢献

を重視するかについて質問されており、それらをどの程度重視するかについては十分に検討されていないことが多い。そこで本研究ではこの点に注目して、Z世代に属する地方大学生を対象に実施したSDGsに代表される社会課題解決の意向に関するアンケート調査の分析を通じて、Z世代の社会貢献意欲の程度について検証することを目的とする<sup>6</sup>。

## 2. 社会貢献意欲の評価方法

社会貢献意欲の有無やその程度は一種の心理（内的）状態であり、その状態を直接・客観的に測定・観測することは困難である。最終的には、その状態についての評価は本人の主観に寄るものにならざるを得ず、何らかの指標が事前または事後的に設定される。このような直接・客観的に測定・観測できないものを評価する調査手法には様々なものがあるが、その一つとして環境評価手法がある。これは価格の存在しない対象としての「環境」（環境財）の価値を貨幣単位で評価する手法であり、顕示選好法と表明選好法の二つに大別できる<sup>7</sup>。

顕示選好法は対象に関する人々の実際の経済活動から得られる各種のコストなどの情報に基づく間接的な評価手法であり、レクリエーション先までの旅行費用に基づくトラベルコスト法、対象となる環境財を代替する別の市場財の費用に基づく代替法などがある。顕示選好法は実際の経済活動に基づいているため、より現実に近い評価が可能である一方、実際の経済活動が未実施であったり、代替可能な市場財が想定できない場合は顕示選好法による評価を実施することは困難である。社会貢献活動への適用に関しては、内閣府による「市民の社会貢献に関する実態調査」では社会貢献活動への実際の寄付金額を質問しており<sup>8</sup>、このような寄附金額に基づいて社会貢献意欲の程度を顕示選好法によって評価することも可能であるが、調査目的に該当する実際の活動がなければ評価が困難であるという限界がある。

これに対して、表明選好法は評価対象の価値をそのまま尋ねることに基づく評価方法であり、特定の状況を設定した上で、その状況に対する評価を様々な形で尋ねることになる。表明選好法の一つである仮想評価法（Contingent Valuation Method; CVM）では、実際に行われていない対象についての仮想的な市場を設定し、その状況に対する回答者の支払意思額（Willingness To Pay; WTP）を質問することで、回答者の対象に対する価値を直接評価する。コンジョイント分析も表明選好法の一つであり、複数の要素（属性）を組み合わせた選択肢を設定した上で、それを回答者に評価させるものである。実際の経済活動に基づ

く顕示選好法と異なり、表明選好法は状況や選択肢を架空の設定で実施できるため、より幅広い範囲での実施が可能である。しかし、その評価や選択は実際のものではないため、その結果には各種のバイアスが存在する可能性がある。

日本総合研究所（2020）では全国の中・高・大学生を対象に環境問題や社会問題に取り組む企業の商品に支払える金額が調査されている。これは表明選好法の一種である仮想評価法であり、半数以上の若者が環境問題や社会問題に取り組む企業の商品に対して、普通よりも高い値段を支払っても良いと考えているとしている。ただし、支払っても良い金額の平均が食べ物では普通の5倍以上、電子機器では28倍弱という、通常の消費活動では考えにくい金額になっており<sup>9</sup>、仮想バイアスが影響している可能性がある。

河越（2021）は社会的課題に対する企業の取り組みを消費者がどのように評価しているかについてのコンジョイント分析を用いた調査であり、5分野について調査した結果、社会貢献が支払意思額に及ぼす影響は分野によって異なるとしている<sup>10</sup>。河越・小島（2022）では先の調査の個票のうち学生64人の就職先の選択についての更なる分析が行われている。ワークライフバランス、環境配慮、社会貢献、月額賃金という4つの属性の組み合わせによる調査では、学生全体では環境に対して、女子学生に限定してはワークライフバランスに対して、有意にプラスの評価をしているが、総じて高いものではなかったとしている<sup>11</sup>。

### 3. 地方大学生への調査と既存調査の比較

これらの既存調査を参考に、筆者らは新たな質問票を作成し、愛媛大学にて2022年5月末から6月上旬にかけてMicrosoft Formsを利用して調査を行った（以下、本調査）。質問票は「あなたの属性」「社会貢献に関する意向と実践」「SDGsの17目標について」の3部構成で全15問（うち必須回答14問）である。調査対象は筆者の一人が担当した理系学部対象の共通教育科目の履修者145名であり、回答数は119名であった。具体的な質問文については末尾の質問票を参照されたい<sup>12</sup>。

回答者属性について、早稲田大学調査と比較するために性別を二択で質問しており、この質問のみが必須回答ではないが、有効回答に占める割合は男性：女性は77.3%：22.7%であった。これまでの教育で重要だと思ふ科目の割合は理系科目：文系科目で81.5%：18.5%であった。学年（年齢）は質問していないが、調査対象となった科目の履修者割合では1年生が51.0%、3年生が45.5%、4年生が3.4%であった。

SDGsに関する情報（報道、投稿）の接触頻度は「5

日に1回程度」が47.1%で最多であり、「2日に1回程度」が32.8%、「毎日1回以上接触する」は10.1%程度であった。これに対して、報道に関連する検索・投稿を行ったり、投稿へのコメントやRT（リツイート）などを行う反応頻度は、「反応することはない」が52.1%で最多であり<sup>13</sup>、「1週間に1回あるかどうか」が27.7%、「毎日1回くらい」は1.7%であった。総じて、SDGsに関する情報に接する頻度はそれなりにあっても、それに対して主体的に反応する頻度はそれほど高くないと言えよう。

質問項目「社会貢献に関する意向と実践」は早稲田大学調査と日経MJ調査を参考にして質問を設計している。まず社会貢献に関する意向として、社会に貢献したいという意識についての質問（4択）では「とてもある」と「どちらかと言えばある」の合計で91.6%であり、これは早稲田大学調査よりも約5%高い結果であるが、社会に貢献できるビジネスに関わりたいかという質問（2択）では「関わりたい」が61.3%であり、早稲田大学調査よりも8%程度低いという結果になった。価格が高くなったり、不自由になったりしても自らの消費活動を通じて社会貢献に貢献したいかという質問に対しては、「貢献したい」と「どちらかといえば貢献したい」の合計が54.6%で、その逆との差は28.5%であり、日経MJ調査におけるZ世代における差が11.7%であったことと比較すると、消費を通じての社会貢献意欲が高いと考えられる。

社会貢献の実践については、早稲田大学調査における実施経験についての質問（「その他」を含む11項目、複数回答可）を修正して、「その他」を含む7項目（複数回答可）と「該当なし」（こちらの場合は単一回答）という形式で質問した。早稲田大学調査では「授業、ゼミなどで学んでいる」が120名で最多であり、「ゴミ拾い・清掃活動に参加した」（91名）「困窮する人に物資を提供した、募金を行った」（51名）「地域のコミュニティ活動に参加した」（50名）と続いているが（有効回答数は不明）、本調査では「授業などで学んだ」（85.7%）、「地域のコミュニティ活動などに参加した」（34.5%）、「フェアトレードの商品を購入した」（20.2%）、「各種の社会貢献活動に物資を提供したり、募金を行った」（16.8%）の順であった（有効回答数は119名）。両調査とも授業などの教育に関する実践経験が1位であるが、これは各自の自発的な活動ではない可能性があるため、非自発的要素の強い活動（「授業」「該当なし」（6.7%）「その他」（3.4%））のみの回答者を「受動的」回答者群とし、それ以外の活動の一つでも実施している回答者を「主体的」回答者群として新たな属性を追加したところ、それぞれの割合は「受動的」が42.9%（68名）、「主体的」が

57.1% (51名) となった。

質問項目「SDGsの17目標について」は、早稲田大学調査では関心のあるSDGs目標を複数回答可で質問し、回答数順で順位を付けている。本調査ではSDGsの17目標の全てに順位を付けることは回答者の負担が大きいと、その重要度の大小に応じて3つのカテゴリーに分類するよう質問し、各カテゴリーに重みを付けた上で合計することで順位を付けた。早稲田大学調査では「質の高い教育をみんなに」「ジェンダー平等を実現しよう」「貧困を無くそう」が上位3位であったのに対して、本調査では「飢餓をゼロに」「すべての人に健康と平和を」「平和と公正をすべての人に」が上位3位であった。この違いは回答者の属性の違いもあろうが、早稲田大学調査が2021年4月実施であるのに対して、本調査が2022年2月のウクライナ侵攻以後に実施されていることに影響されている可能性がある。

#### 4. SDGs 目標への支払い意思額の分析

「SDGsの17目標について」では、重要度に応じて3つのカテゴリーに分けたSDGs目標のうち、最も重要だと考えるもの（最重要SDG）と重要度がちょうど真ん中くらいと考えるもの（中位SDG）を選ばせた上で、それぞれについてWTPを選択形式で回答させた。WTPについては、購入価格の増加という形と収入金額の減少という形では同じ金額ベースでも価値が異なる可能性を考慮して、両方の条件について回答させているため、1名につき最重要SDGのWTP2種類と中位SDGのWTP2種類の計4種類のWTPを質問する形になっている。また、WTP自体は各SDGへの貢献度の高低以外は同じ条件で貢献度の高い方を選ぶ場合の差額という形でWTPを選択させている。

購入価格の増加については、SDGへの貢献度の高低以外はほぼ同じ企業（店舗）が2つある場合に貢献度が高い方を選ぶ平日の昼食先（外食またはテイクアウト）のランチ代の差という形で、「同程度なら」か

ら「10%以上高くても」までの1%刻みの選択式（11択）でWTPを回答させた（以下、ランチ代WTP）。その際、ランチ代としては750円を想定するように依頼している。もう一方の収入の減少については、新卒時の就職先としてSDGへの貢献度の高低以外はほぼ同じ企業が2つある場合に貢献度が高い方を選ぶ月額賃金の差という形で、「同程度なら」から「10000円以上安くても」までの2000円刻みの選択式（7択）でWTPを回答させた（以下、賃金WTP）。その際の想定として大卒の初任給は月給の額面で20万円を提示しており、こちらも選択肢間の差はランチ代と同じ1%となっている。

これらの結果、最重要SDGの賃金WTP（図1a：横軸の値は各選択肢の階級値を記載。以下の賃金WTPの図も同様）では、WTPが0の「同程度なら」が21.0%で2位であり、「2000から4000円安い程度なら」が24.4%で1位であった。最下位は負担の最も大きい「10000円以上安くても」の4.2%であり、基本的に負担が減るにつれて回答割合が大きくなっている。最重要SDGのランチ代WTP（図1b：横軸の値は高くても支払うランチ代の差のパーセントを記載。以下のランチ代WTPの図も同様）については、WTPが0の「同程度なら」が26.1%で1位であり、2位が「5%高い程度なら」で24.4%であった。これらを除けば、3位「3%高い程度なら」（16.0%）、4位「2%高い程度なら」（10.9%）、5位「1%高い程度なら」（6.7%）と回答割合は徐々に減少している。それ以外の選択肢はいずれも5%以下であった。中位SDGの賃金WTP（図2a）は、WTPが0の「同程度なら」が36.1%で1位であり、「2000から4000円安い程度なら」が29.4%で2位、その中間の「2000円安い程度なら」が21.8%で3位であり、それらより負担の大きい回答割合はいずれも5%以下であった。中位SDGのランチ代WTP（図2b）についてはWTPが0の「同程度なら」が37.0%で1位であり、「1%高い程度なら」が17.6%で2位、「5%高い程度なら」

図1a: 最重要・賃金WTP

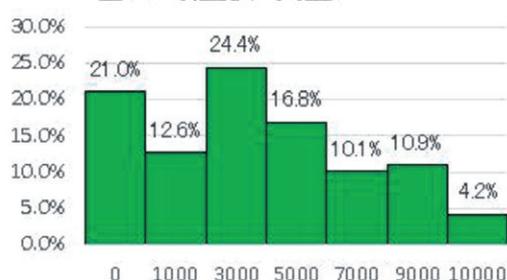


図2a: 中位・賃金WTP

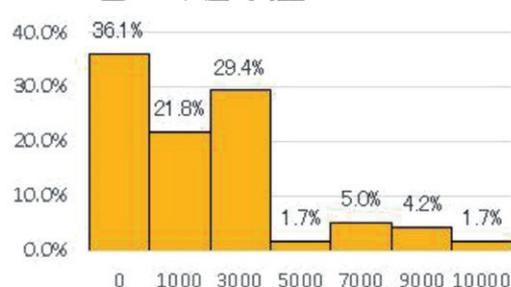


図1b: 最重要・ランチ代WTP

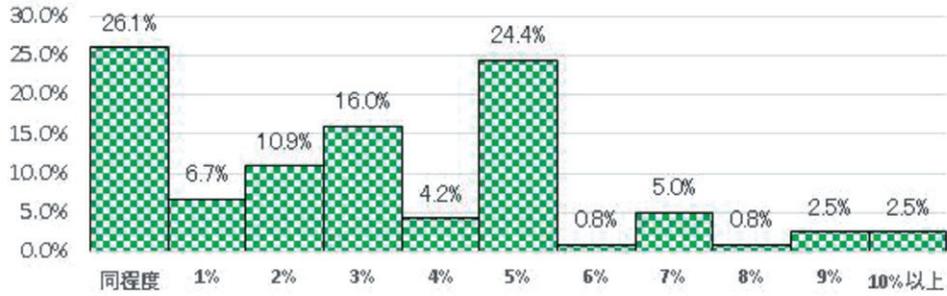


図2b: 中位・ランチ代WTP

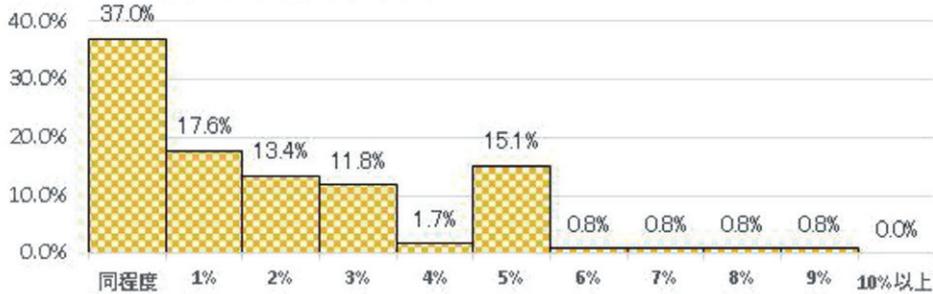


図3a: 回答者群別 最重要・賃金WTP

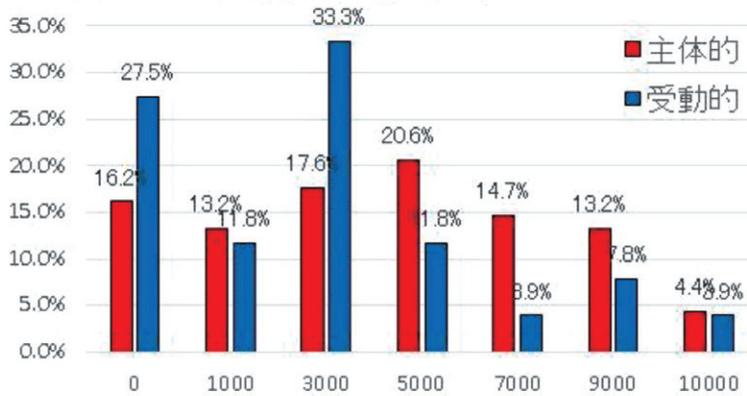
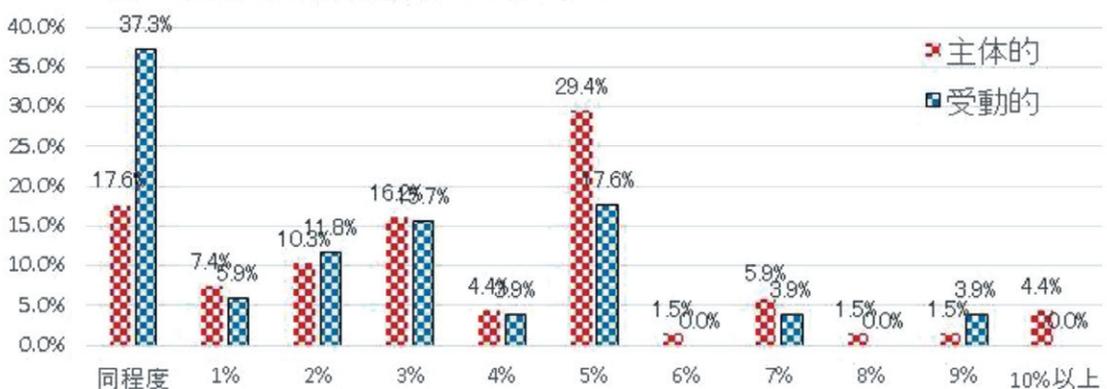


図3b: 回答者群別 最重要・ランチ代WTP



が15.1%で3位であるが、負担がそれ以上となる回答割合についてはいずれも1%以下であった。

この4種類のWTPについて、最重要SDGと中位SDGで比較すると、賃金WTP(7択)ではWTPの高い回答上位3つの回答率合計は最重要SDGの25.2%に対して中位SDGでは10.9%であり、ランチ代WTP(11択)ではWTPの高い回答上位5つの回答率合計は最重要SDGで11.8%、中位SDGで3.4%であった。最重要SDGと中位SDGのWTPの違いをより明確にするため、各選択肢の階級値からWTPの平均値を計算すると、最重要SDGの賃金WTPの平均値は3804円となり、中位SDGの賃金WTPの平均値は2084円となった。ランチ代WTPについても平均値を算出したが、賃金WTPが月額負担額そのものであるのに対してランチ代は1回(日額)あたりのランチ代の差のパーセントであるため、想定するランチ代を30倍した上で負担するパーセントを掛けて月額換算にしたところ、最重要SDGでは598円、中位SDGでは422円となり、やはり最重要SDGの方が中位SDGよりも高くなっている。これらの回答が想定するSDGは回答者ごとに違っても各回答内では同じSDGであるため、月額換算したWTPの平均値も同じになるはずであるが、実際にはかなり違いがある。これは収入の減少と支出の増加という負担形態の違いに由来するものか、あるいは回答時の想定に由来するものかは不明である。

これらのWTPは回答者全体では傾向が掴みにくいため、社会貢献の実践の回答内容に応じて分類した「主体的」回答者群と「受動的」回答者群に分割して分析した。ウィルコクソンの順位和検定を用いて、回答者群間で最重要SDGと中位SDGの賃金WTPに差があるかを検証した<sup>14</sup>。その結果、最重要SDGの賃金WTP(図3a)では回答者群間で5%水準で有意差が認められた( $Z=2.2441$ ,  $p=0.02453$ )。一方の中位SDGの賃金WTPでは有意差はなかった( $Z=1.4077$ ,  $p=0.16$ )。なお、有意差のある最重要SDGの賃金WTPの平均は「主体的」回答者群の4353円に対して「受動的」回答者群では3078円であり、やはり「主体的」回答者群の方が高負担の意味があるとの結果となった。ランチ代WTPについても同様の分析を行ったところ、こちらも中位SDGでは有意差はなかった( $Z=1.895$ ,  $p=0.05809$ )が、回答者群別の最重要SDG(図3b)では5%の有意差( $Z=2.5266$ ,  $p=0.01122$ )があり、「主体的」回答者群の平均は811円、「受動的」回答者群の平均は547円と、賃金WTPと同じ傾向を示している。

## 5. 考察と今後の課題

本研究ではZ世代の社会貢献意欲の程度を検証するため、Z世代に属する地方大学生を対象に実施したSDGsに代表される社会課題解決の意向に関するアンケート調査の分析と考察を行った。社会貢献に関する意向については早稲田大学調査の86%に対して本調査は91.6%であり、どちらも高い数値を示している。一方、ビジネスへの関与意欲については早稲田大学調査の70%に対して本調査は61.3%であり、対象を限定しない社会貢献意欲に比べるとどちらも低い結果であった。消費を通じて社会貢献を行うエシカル消費の意向では、電通調査の結果に比べて本調査はかなり高い結果だが、こちらも対象を限定しない(ある意味で抽象的な)社会貢献意欲に比べて低い結果であった。

社会貢献に関する実践についても早稲田大学調査を参考に作成した質問を行ったところ、本調査では何らかの形で実践経験があるという回答が全体の93.3%であった。両調査とも実践経験が最も多いのは教育に関する活動であるが、教育については自発的に選択していない可能性があるため、非自発的要素の強い活動のみを選択した回答者群を「受動的」回答者群、それ以外を「主体的」回答者群として分割したところ、全体の42.9%は「受動的」回答者群となった。先の調査結果と合わせて考えると、社会貢献全般に対する貢献意向はあるものの、具体的な活動の実践との間で乖離が存在する可能性がある。

社会貢献全般ではなく、より対象を限定した上で貢献意欲の程度を客観的に分析するため、SDGsの17目標から最重要SDGと中位SDGを選択させ、それぞれのWTPを仮想評価法を用いて質問した。購入価格の増加と収入金額の減少という異なる2つの形で質問したが、どちらも最重要SDGの方が中位SDGよりも平均WTPは大きくなっており、重要だと考える社会貢献に対してより大きな負担をすることが確認できた。しかし、同じ重要度のSDGに対して購入価格の増加と収入金額の減少では月単位のWTPが大きく違うという結果になった。これは収入減少と支出増加で金額に対する価値判断が異なることに由来しているのかもしれないが、質問時の想定条件に左右されている可能性も高い。前者に由来する場合、対象を限定した比較的現実的な社会貢献意欲の方が低いことと合わせて考えると、大卒時の月額賃金という回答者の現状から比較的離れた想定よりも日々のランチ代という現実に近い想定のために意欲が低下し、付随してWTPも低くなっているのかもしれない。

社会貢献活動の実践によって回答者群を分けた上でWTPを比べたところ、最重要SDGでは「主体的」回答者群の平均WTPがどちらも高く(5%有意)、

中位SDGでも購入価格の増加では5%有意差があった。これらから判断すると、主体的活動者の方が受動的活動者よりも社会貢献意欲が高いといえる。しかし、今回の調査ではこれらの因果関係、つまり「主体的活動の実施が社会貢献意欲の上昇をもたらす」のか、「社会貢献意欲が高い者が主体的活動を実施している」のかを解明できなかった。

上記のように、本研究では既存調査との比較や貢献意欲の比較可能な形での把握については一定の成果があった。しかし、本調査の対象は地方大学の一部学生に限定されており、本研究の結論を単純に一般化することはできない。また、WTPと社会貢献活動実践の間に関係が認められたが、その因果関係は不明のままであり、どのようにすれば社会貢献意欲を高めることができるのか、あるいは社会貢献活動の実践につなげることができるのかは不明なままである。これらについては今後の研究の課題としたい。

## 注

- 1 経済産業省（2021）、p.134.
- 2 経済産業省（2021）、pp.137-138.
- 3 日経MJ（2022）、p.1.
- 4 電通（2022）、図2.
- 5 オズマピーアール（2021）
- 6 本稿は崔ら（2022）に大幅な加筆修正および考察を加えたものであり、これらの研究は愛媛大学 社会共創学部 令和4年度 学部長裁量経費等によるプロジェクトの支援を受けて実施されたものである。
- 7 表明選好法については柘植・栗山（2011）第1章、顕示選好法については柘植・栗山（2011）第4章を参照している。
- 8 内閣府（2020）、pp.15-17.
- 9 日本総合研究所（2020）、p.19.
- 10 河越（2021）、pp.7-8.
- 11 河越・小島（2022）、pp.5-8.
- 12 掲載にあたり体裁は変更したが、構成や文言（句読点を含む）には変更を加えていない。
- 13 実際の質問票では「反応することはない」となっていたが、前後関係から「反応することはない」として回答していると見なした上で分析している。
- 14 検証にはR4.2.2、coin1.4-2、wilcox\_test、distribution = "exact"を用いた。

## 参考文献

- オズマピーアール（2021）、「Z世代の早大生、約9割が社会貢献意欲持つ ～コロナ禍で半数以上が新たなチャレンジ、窮する周辺商店街への貢献も～」<<https://prt-times.jp/main/html/rd/p/000000029.000043449.html>>、2021年7月（2023年1月4日最終閲覧）。
- 河越正明（2021）、「消費者は社会的課題の解決のためにいくら払う用意があるのだろうか？：『意思決定に社会課題が及ぼす影響に関する意識調査』の実施について」<[https://iess.or.jp/pdf/rep\\_analysis/20211121kwg.pdf](https://iess.or.jp/pdf/rep_analysis/20211121kwg.pdf)>、社会経済システム研究所、IESS分析レポートNo.3、pp.1-18、2021年11月（2023年1月4日最終閲覧）。
- 河越正明・小島明子（2022）、「企業の社会的課題への取組みは労働市場でどのように評価されるのか」<[https://iess.or.jp/pdf/rep\\_analysis/20220401kwg\\_koj.pdf](https://iess.or.jp/pdf/rep_analysis/20220401kwg_koj.pdf)>、社会経済システム研究所、IESS分析レポートNo.4、pp.1-12、2022年4月（2023年1月4日最終閲覧）。
- 経済産業省（2021）、「『通商白書2021』」<[https://www.meti.go.jp/report/tsuhaku2021/pdf/2021\\_zentai.pdf](https://www.meti.go.jp/report/tsuhaku2021/pdf/2021_zentai.pdf)>、2021年6月（2023年1月4日最終閲覧）。
- 崔英靖・折戸洋子・岡本隆・岡本直之・曾我亘由・橘恵昭（2022）、「SDGsのWTPに基づくZ世代の社会貢献意欲についての検討」『経営情報学会2022年全国研究発表大会要旨集』。
- 柘植隆宏・栗山浩一（2011）、「『環境評価の最新テクニク』、勁草書房、2011年11月。
- 電通（2022）、「電通、「エシカル消費 意識調査2022」を実施」<<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/0620-010527.html>>、2022年6月（2023年1月4日最終閲覧）。
- 内閣府（2020）、「令和元年度 市民の社会貢献に関する実態調査 報告書」<[https://www.npo-homepage.go.jp/uploads/r-1\\_houkokusyo.pdf](https://www.npo-homepage.go.jp/uploads/r-1_houkokusyo.pdf)>、2020年6月（2023年1月4日最終閲覧）。
- 日経MJ（2022）、「Zが消費を変えていく、日経MJ5000人アンケート、「世のため」意識、声高は嫌。」、2022年1月1日、p.1.
- 日本総合研究所（2020）、「若者の意識調査（報告）— ESGおよびSDGs、キャリア等に対する意識—」<<https://www.jri.co.jp/MediaLibrary/file/column/opinion/detail/200813report.pdf>>、日本総合研究所、pp.1-58、2020年8月（2023年1月4日最終閲覧）。

## 質問票

### あなたの属性

社会課題解決に関する意向と利用者属性の関係について検討するための、回答者(あなた)の属性についてお聞きします。

回答結果を教育・研究のために利用する際には、匿名化した上で個人と連動しない形での利用となりますので御協力ください。

問1. あなたの性別は？

他の調査結果との比較のためにお聞きしますが、違和感がある方は回答しなくてもOKです。

男性／女性

問2. これまであなたが受けてきた教育で重要だと思うのはどちらの科目ですか？

理系科目／文系科目

問3. SDGsに関する情報(報道, 投稿)に接する頻度はどのくらいですか？

ここでいう「接する」とは、メディアからの情報を見たり聞いたりすることです。

毎日10回以上／毎日5～9回／毎日5回未満／2日に1回程度  
／5日に1回程度／接することはない

問4. SDGsに関する情報(報道, 投稿)に反応する頻度はどのくらいですか？

ここでいう「反応する」とは、投稿へのコメント・いいね・RTなどを行うことや、報道に関連する検索・投稿を自分で行うことです。

毎日複数回／毎日1回くらい／2日に1回程度／5日に1回程度  
／1週間に1回あるかどうか／反応することはない

### 社会貢献に関する意向と実践

問5. 身の周りの環境や人々を含め、社会に貢献したいという意識はありますか？

とてもある／どちらかと言えばある／どちらかと言えばない／全くない

問6. 社会に貢献できるビジネスに関わりたいと思いますか？

関わりたい／関わりたくない／特に意識していない

問 7. 価格が高くなったり, 不自由になったりしても, 自らの消費行動を通じて社会の課題解決に貢献したいと思いますか?

貢献したい / どちらかといえば貢献したい / どちらかといえば貢献しなくていい / 貢献しなくていい / 何とも言えない

問 8. 社会貢献に関する下記の事柄について, 実施している (したことがある) ものがあれば全て選んでください. (複数回答可)

どれも実施したことがない場合は「該当なし」のみを選んでください.

授業などで学んだ / 社会貢献に関する情報を SNS など で発信した  
 / 地域のコミュニティ活動やボランティア活動などに参加した  
 / 各種の社会貢献活動に物資を提供したり, 募金を行った  
 / リユース・リサイクルを促す活動に関わった  
 / フェアトレードの商品を購入した / その他 / 該当なし

### SDGs の 17 目標について

問 9. SDGs の 17 の目標をその重要度の大小で 3 つに分類してください.

重要度の各カテゴリーに 6 個程度が属するように意識してください.

貧困をなくそう	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
飢餓をゼロに	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
すべての人に健康と福祉を	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
質の高い教育をみんなに	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
ジェンダー平等を実現しよう	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
安全な水とトイレを世界中に	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
エネルギーをみんなに。そしてクリーンに	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
働きがいも経済成長も	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
産業と技術革新の基盤を作ろう	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
人や国の不平等をなくそう	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
住み続けられるまちづくりを	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
つくる責任、つかう責任	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
気候変動に具体的な対策を	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
海の豊かさを守ろう	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
陸の豊かさも守ろう	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)
平和と公正をすべての人に	重要度大 (1~6 位) / 重要度中 (7~12 位) / 重要度小 (13~17 位)

パートナーシップで目標を達成しよう 重要度大 (1~6位) /重要度中 (7~12位) /重要度小 (13~17位)

問 10. SDGs の 17 の目標の中で**最も重要だと考えるもの (最重要 SDG)** を選んでください。

貧困をなくそう / 飢餓をゼロに / すべての人に健康と福祉を  
／質の高い教育をみんなに / ジェンダー平等を実現しよう  
／安全な水とトイレを世界中に / エネルギーをみんなに。そしてクリーンに  
／働きがいも経済成長も / 産業と技術革新の基盤を作ろう  
／人や国の不平等をなくそう / 住み続けられるまちづくりを  
／つくる責任、つかう責任 / 気候変動に具体的な対策を / 海の豊かさを守ろう  
／陸の豊かさも守ろう / 平和と公正をすべての人に  
／パートナーシップで目標を達成しよう

問 11. 新卒時の就職先として上記の「**最重要 SDG** への貢献度の高低以外はほぼ同じ企業」が 2 社ある場合、**月額賃金の差がどれくらいまでなら最重要 SDG への貢献度の高い企業** を選びますか？

大卒の初任給は月給の額面で **20 万円と想定**してください。

同程度なら / 2000 円安い程度なら / 2000~4000 円安い程度なら  
／4000~6000 円安い程度なら / 6000~8000 円安い程度なら  
／8000~10000 円安い程度なら / 10000 円以上安くても

問 12. 平日の昼食先 (外食またはテイクアウト) として上記の「**最重要 SDG** への貢献度の高低以外はほぼ同じ企業 (店舗)」が 2 つある場合、**ランチ代の差がどれくらいまでなら最重要 SDG への貢献度の高い企業 (店舗)** を選びますか？

3 大都市圏の有職者対象の調査だと自炊を除くランチ代は 400~1200 円と幅があるのですが、**ここでは 750 円と想定**してください。

同程度なら / 1%高い程度なら / 2%高い程度なら / 3%高い程度なら  
／4%高い程度なら / 5%高い程度なら / 6%高い程度なら / 7%高い程度なら  
／8%高い程度なら / 9%高い程度なら / 10%以上高くても

問 13. SDGs の 17 の目標の中で**重要度がちょうど真ん中くらいだと考えるもの (中位 SDG)** を選んでください。

貧困をなくそう / 飢餓をゼロに / すべての人に健康と福祉を  
／質の高い教育をみんなに / ジェンダー平等を実現しよう  
／安全な水とトイレを世界中に / エネルギーをみんなに。そしてクリーンに

／働きがいも経済成長も／産業と技術革新の基盤を作ろう  
／人や国の不平等をなくそう／住み続けられるまちづくりを  
／つくる責任、つかう責任／気候変動に具体的な対策を／海の豊かさを守ろう  
／陸の豊かさも守ろう／平和と公正をすべての人に  
／パートナーシップで目標を達成しよう

問 14. 新卒時の就職先として上記の「**中位 SDG** への貢献度の高低以外はほぼ同じ企業」が 2 社ある場合、**月額賃金の差がどれくらいまでなら中位 SDG への貢献度の高い企業**を選びますか？

大卒の初任給は月給の額面で **20 万円と想定**してください。

同程度なら／2000 円安い程度なら／2000～4000 円安い程度なら  
／4000～6000 円安い程度なら／6000～8000 円安い程度なら  
／8000～10000 円安い程度なら／10000 円以上安くても

問 15. 平日の昼食先（外食またはテイクアウト）として上記の「**中位 SDG** への貢献度の高低以外はほぼ同じ企業（店舗）」が 2 つある場合、**ランチ代の差がどれくらいまでなら中位 SDG への貢献度の高い企業（店舗）**を選びますか？

3 大都市圏の有職者対象の調査だと自炊を除くランチ代は 400～1200 円と幅があるのですが、**ここでは 750 円と想定**してください。

同程度なら／1%高い程度なら／2%高い程度なら／3%高い程度なら  
／4%高い程度なら／5%高い程度なら／6%高い程度なら／7%高い程度なら  
／8%高い程度なら／9%高い程度なら／10%以上高くても

論 説

## 就業環境、出産後の就業継続に関する大学生の意識

園 田 雅 江 (産業マネジメント学科)

曾 我 亘 由 (産業マネジメント学科)

折 戸 洋 子 (産業マネジメント学科)

University students' awareness on the working environment and  
continuing to work after childbirth

Masae SONODA (Industrial Management)

Nobuyuki SOGA (Industrial Management)

Yohko ORITO (Industrial Management)

キーワード：就業環境、出産後の就業継続、大学生

Keywords: Working environment, Work after childbirth, University students

【原稿受付：2023年1月31日 受理・採録決定：2023年2月10日】

### 要旨

本研究では、筆者らが2021年11月から2022年6月にかけて都市部と地方の大学生を対象に実施したアンケート調査結果から、大学生がどのような働き方や就業環境を望むのか、さらにどのような育児休業に関する知識や結婚・出産を視野に入れた就業観、キャリア観を有しているのかについて、性別、居住地別（都市部と地方）での差異が見られた点を中心に検討する。また、アンケート調査結果において属性による差異が顕著であった内容については2022年11月にフォローアップインタビュー調査を実施し、その背景や詳細を確認した上で、各対象者の就業観やキャリア観に影響を及ぼしている要因、キャリアやジェンダー平等、男女共同参画に関わる教育とそれに対する要望等についても調査した。これらの調査結果をふまえて、理想とする就業環境や自身やパートナーの結婚・出産後の就業継続に関する大学生の意識を考察する。

### 1. はじめに

内閣府男女共同参画局が2018年に公表した資料によれば、第1子の出産前後で女性が就業を継続する割合は53.1%、また、就業を継続する女性の73.8%は育児休業制度を利用しており、これらの値はともに上昇傾向にある。就業を継続する女性が増加する一方、第1子の出産を機に離職を選択する女性の割合は46.9%であり、依然として高い状況にある（内閣府男女共同参画局、2018）。このような現状を受け、2022年4月、改正育児・介護休業法（「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律及び雇用保険法」の一部を改正）が施行され（厚生労働省、n.d.）、企業には制度の周知や意向確認が求められることとなった。

その一方で、就業前の大学生に目を向けると、大学生は生活の中でジェンダー役割を意識させられる場面に遭遇することは少なく、さほどジェンダーを意識することなく大学生活を送っているようにも見受けられる。しかしながら、卒業後のキャリアパスを描く際には、大学生においてもジェンダーによる差があることが感じられる。これに対して、大学生の就業意識や育児休業に対する意識調査や先行研究が存在するが、女子大学生のみを対象とした調査が多く、性別による詳細な就業意識の差異や居住地（都市部と地方）による相違、社会人と学生の比較については研究が少なく、一般的な帰結が得られていない。特に、就業前の大学生のキャリア意識における男女差や、居住地の環境による影響の有無については十分に検討されていない現

状がある。

以上の背景をふまえ、本研究では、理想とする働き方や働く上で重視すること、結婚・出産後の就業継続の希望や働き方、育児休業に関する知識、希望日数、取得方法等に関するアンケート調査を、都市部と地方の大学生を対象に実施し、その結果について考察する。さらに、アンケート調査結果において、男女別および居住地別（都市部と地方）による差異が顕著な項目についてはフォローアップインタビュー調査を実施し、差異が生じる要因や影響を与えた背景、環境について詳細を探索し、キャリアやジェンダーに関わる教育の現状とそれに対する要望等についても調査した。本研究では、これらのアンケートおよびフォローアップインタビュー調査結果をふまえて、結婚や出産を視野に入れた大学生の就業観・キャリア観の実態について検討を試みる<sup>1</sup>。

## 2. 大学生を対象としたアンケート調査

### 2.1 調査の概要

筆者らは2021年11月～2022年6月に、都市部及び地方の大学生を対象に、結婚・出産後の就業継続についてインターネット上でのアンケート調査を実施した。学部、学年、性別に制限を設けず回答を収集したところ、755件の有効回答を得た。回答者の属性は表1に示され、都市部は青山学院大学、明治大学、東京女子大学、東京理科大学、神奈川大学、和光大学、大阪経済大学、大阪公立大学、大阪国際大学、京都大学、地方は愛媛大学、富山大学の学生から回答を得ている。このアンケート調査では、性別や大学名などの属性に関する質問の後、①理想の働き方（働く上で重視すること、職場環境で重視すること）、②結婚後の就業継続（就業継続の希望、その理由）、③出産後の就業継続（就業継続の希望（男性はパートナーの出産後の自身の就業継続）、その理由、女性の出産後の職場復帰の妨げになりそうな要因）、④育児について（育児への関わり方、育児休業希望日数、パートナーの育児休業取得への意向、パートナーの育児休業希望日数、育児休業取得の際の問題点、育児休業取得率向上に重要なこと、育児休業関連施策の知識）を問う項目を設定した。

表1 アンケート調査回答者の属性（大学生）

居住地 性別	都市部	割合	地方	割合	不明	割合	合計	割合
男性	281	56.0%	119	47.8%	2	50.0%	402	53.2%
女性	212	42.2%	128	51.4%	2	50.0%	342	45.3%
その他	9	1.8%	2	0.8%	0	0.0%	11	1.5%
合計	502		249		4		755	

### 2.2 アンケート調査結果

以下では、アンケート調査の回答において性別及び居住地（都市部と地方）での意識の差異が顕著な項目を中心に、その結果について述べる<sup>2</sup>。

#### 2.2.1 理想の働き方

図1は「働く上で重視すること」という質問への回答（2つまで選択可）結果を性別ごとに示した図であり、男性では「収入が高い」（44.8%）、女性では「良好な人間関係」（43.6%）が最も選択されている。有意差が見られた項目として、「ワークライフバランス」では女性が25.7%、男性が15.4%であり（ $\chi^2(1)=12.20, p<.01$ ）、「良好な人間関係」を重視する割合についても、女性が43.6%、男性が26.4%と女性の方が有意に重視する結果となった（ $\chi^2(1)=24.27, p<.01$ ）。その一方で、女性よりも男性の方が重視する項目については、「昇進できる」は男性8.5%、女性3.5%（ $\chi^2(1)=7.80, p<.01$ ）、「社会に貢献できる」は男性11.4%、女性5.8%（ $\chi^2(1)=7.16, p<.01$ ）、「自分のペースで働ける」が男性20.6%、女性10.8%（ $\chi^2(1)=13.20, p<.01$ ）であった。

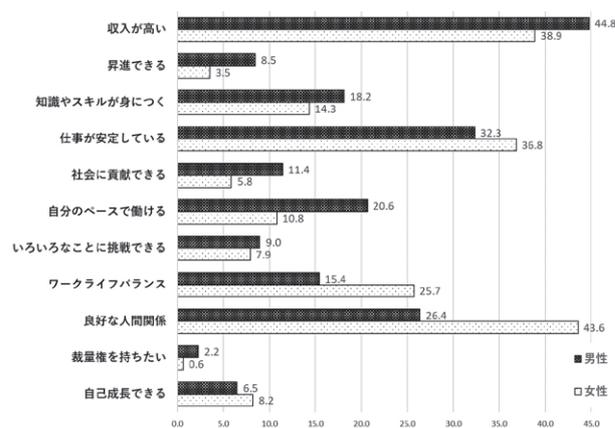


図1：働く上で重視すること（性別）

地方大学生と都市部の大学生で、働く上で重視する項目（図2）を比較すると、いずれも「収入が高い」が最も選択されているものの、「仕事安定している」を重視する割合は、地方大学生が39.4%、都市部の大学生が31.7%であった（ $\chi^2(1)=4.37, p<.05$ ）。「ワークライフバランス」を重視する割合も、地方大学生が26.9%、都市部の大学生が16.7%であり（ $\chi^2(1)=10.73, p<.01$ ）、有意差がみられる。

「良好な人間関係」を重視する割合は、地方大学生が37.8%、都市部の大学生が32.5%であったが、統計的に有意な差は得られなかった。都市部の大学生が重視する項目として、「昇進できる」が都市部7.6%、

## 就業環境、出産後の就業継続に関する大学生の意識

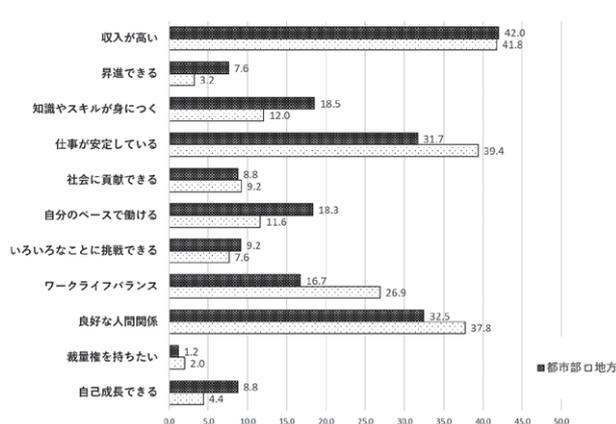


図2：働く上で重視すること（都市部と地方）

地方 3.2% ( $\chi^2(1)=5.50, p<.05$ )、「知識やスキルが身につく」は都市部 18.5%、地方 12.0% ( $\chi^2(1)=5.10, p<.05$ )、「自己成長できる」は都市部 8.8%、地方 4.4% ( $\chi^2(1)=4.64, p<.05$ )、「自分のペースで働ける」は都市部 18.3%、地方 11.6%であった ( $\chi^2(1)=5.50, p<.05$ )。

これらの結果に基づけば、女性より男性の方が、また地方より都市部の方が昇進を重視しており、一方で女性は男性に比べると人間関係が良い環境でバランスよく安定した状態で働くことを望んでいることがわかる。

次に、「職場環境で重視すること」（3つまで選択可）について、大学生全体では男女ともに「福利厚生充実」が最も選択され、男女で比較した結果（図3）では、女性の 59.9% が「福利厚生充実」を ( $\chi^2(1)=5.98, p<.05$ )、37.1% が「産休育休が取りやすい」環境を重視し ( $\chi^2(1)=95.64, p<.01$ )、いずれも統計的に有意な結果となった。

一方、男性が女性よりも重視する職場環境は、「実

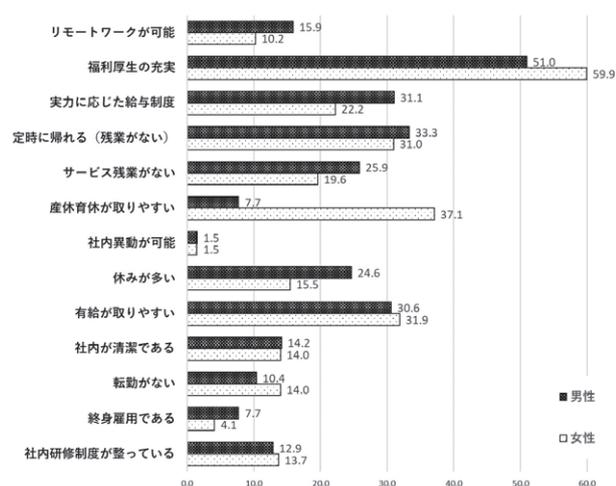


図3：職場環境で重視すること（性別）

力に応じた給与制度」が 31.1% ( $\chi^2(1)=7.38, p<.01$ )、「サービス残業がない」が 25.9% ( $\chi^2(1)=4.12, p<.05$ )、「休みが多い」が 24.6% ( $\chi^2(1)=9.48, p<.01$ )、「リモートワークが可能」が 15.9% ( $\chi^2(1)=5.18, p<.05$ )、「終身雇用である」が 7.7% ( $\chi^2(1)=4.26, p<.05$ ) という結果であった。

地方と都市部の比較について（図4）、統計的な有意差があった項目は「社内で清潔である」であり、都市部の 16.7% に対して地方は 9.6% であった ( $\chi^2(1)=6.80, p<.01$ )。「福利厚生充実」を重視する割合は、都市部で 52.4%、地方で 59.8% と地方大学生の方が高いが、統計的に有意な結果は得られなかった ( $\chi^2(1)=3.73, p=.053$ )。

これらの結果で特に興味深いのは、「終身雇用である」ことを男性の方が女性より重視している点である。これは、後述する質問項目の回答結果でも明らかになるように、女性は、安定した働き方を希望しながらも、自分自身が結婚や出産等のライフイベントによりキャリアへの影響を受けるであろう（終身雇用を貫くことは困難である）ということ、働く以前の学生の時から予想しているものと考えられる。

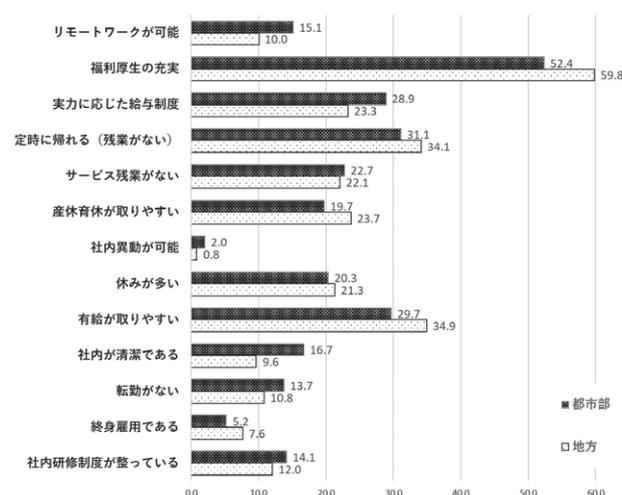


図4：職場環境で重視すること（都市部と地方）

### 2.2.2 出産後の就業継続

男女差が顕著な項目としては、「出産後の就業継続」がある。全体でも出産後の就業継続について「そのまま就業を継続する」が最も選択されているものの、データを男女で比較した結果（図5）では、男性の 80.8% は「そのまま就業を継続する」と回答しており、女性がそのように回答した割合は 39.8% という結果であった ( $\chi^2(1)=119.83, p<.01$ )。一方、それ以外の項目については女性の割合が高く、29.4% が「時短勤務に切り替える」を選択し ( $\chi^2(1)=32.39, p<.01$ )、

「同じ会社でパートタイムに切り替える」を選択する割合は9.7% ( $\chi^2(1)=26.26, p<.01$ )、「仕事をやめる」が6.1% ( $\chi^2(1)=20.30, p<.01$ )となった。また、「わからない」を選択する割合も12.3%という結果となった ( $\chi^2(1)=9.24, p<.01$ )。なお、地方と都市部と比較したところ、統計的な差異はほぼみられなかった。

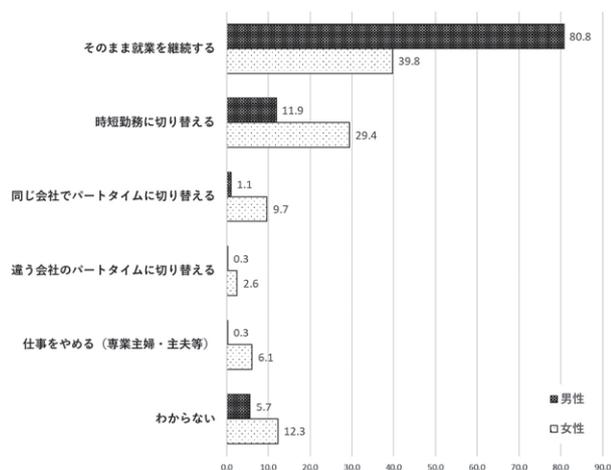


図5：出産後の就業継続理由 (性別)

出産後の就業を継続する理由 (図6、複数選択可) については、男女ともに「経済面で家庭を支えたい」が最も多く選択されているものの、女性は「社会とのつながりを持ちたい」が38.1% ( $\chi^2(1)=26.92, p<.01$ )、「経済的に自立していきたい」が43.7% ( $\chi^2(1)=31.31, p<.01$ )であり、いずれも男性よりも有意に高い結果となった。一方、男性は「経済面で家庭を支えたい」を選択する割合が最も高く、86.5% ( $\chi^2(1)=71.49, p<.01$ )であった。また、「育児を分担できる・任せられる」は28.5%となり、この項目についても女性よりも有意に高い結果となった ( $\chi^2(1)$

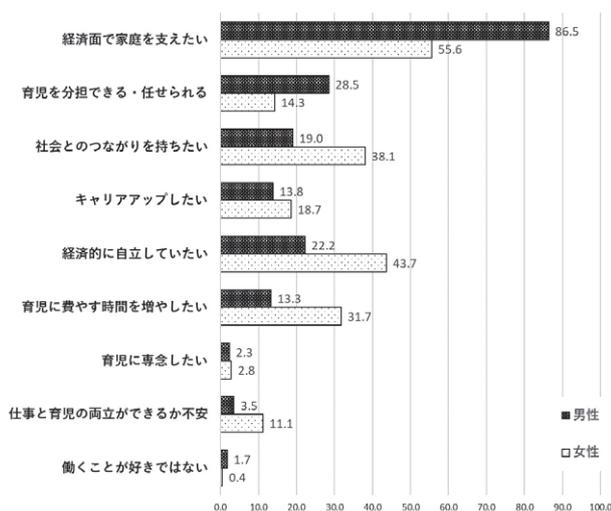


図6：出産後の就業継続理由 (性別)

=16.97,  $p<.01$ )。時短やパートに切り替えて就業を継続すると回答した女性については、「育児に費やす時間を増やしたい」、「仕事と育児の両立ができるか不安」といった項目を回答する割合が高い結果となった。

これらの結果から、就業前及び出産前の大学生においても、男性役割、女性役割が意識下に存在し、かつ、女性は仕事を通して社会とつながり、自立したいと希望している傾向が確認でき、女性の方が出産によって社会とのつながりを絶たれる、経済的に夫に依存することになるのではないかと危機感を抱いているように見える。

### 2.2.3 育児休業の取得希望日数

自身もしくはパートナーの出産を考えている人の育児休業取得希望日数をみると、自分自身の取得希望日数として、男性は1週間程度から半年程度までを希望

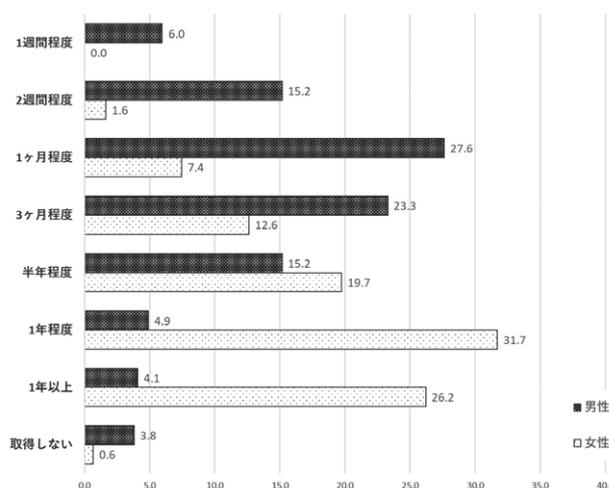


図7：自身の育児休業の取得希望日数 (出産予定者・性別)

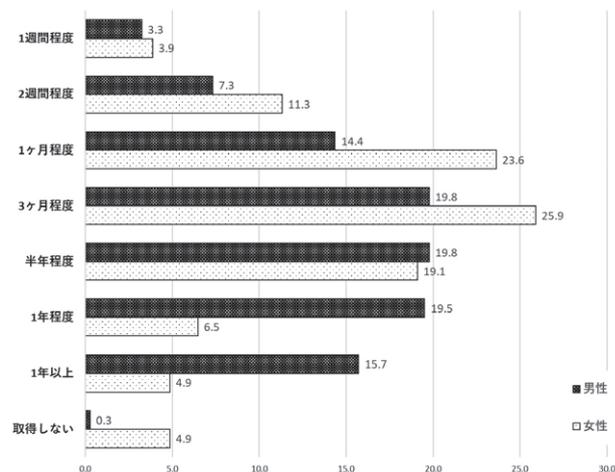


図8：パートナーの育児休業の取得希望日数 (出産予定者・性別)

し、女性は1年または1年以上の希望が多いことが確認できる(図7)。一方で、それぞれのパートナーに取得して欲しい育児休業の日数は、女性は夫に1週間から半年程度までを希望している人が多く、男性自身の希望日数と合致しているが、男性がパートナーに希望する日数にはバラつきがみられる(図8)。大学生の男性は出産や育児の現状の理解が疎く、必要日数が理解できていないのかもしれない。

次に、パートナーの育児休業取得に対する考え方を問う項目(図9)においては、男女ともに、「一緒に育児をしたいので取得してほしい」と回答する割合が高いが、その割合は男性の方が有意に高く( $\chi^2(1)=14.80, p<.01$ )、「自分は働き、相手に育児休業を取得してもらいたい」についても男性が有意に高い結果となった( $\chi^2(1)=60.20, p<.01$ )。

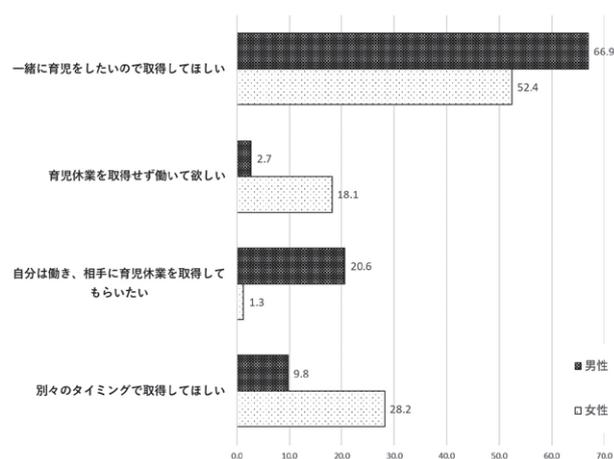


図9：パートナーの育児休業取得に対する考え(出産予定者・性別)

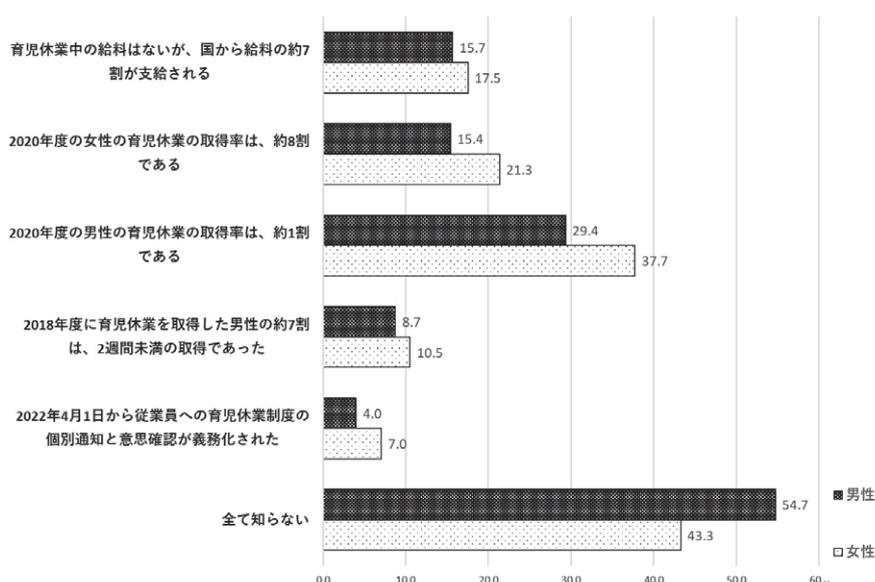


図10：日本の育児休業の取り組みについて知っていること(性別)

一方、女性の18.1%は「育児休業を取得せず働いて欲しい」と回答しており( $\chi^2(1)=45.67, p<.01$ )、育児休業を取得するのであれば「別々のタイミングで取得して欲しい」と回答する割合も28.2%と男性よりも有意に高い結果となった( $\chi^2(1)=38.34, p<.01$ )。

このように、本調査結果でも、学生がジェンダー別の役割認識を保有し、育児は女性、家計を支えるのは男性と考える傾向があることがわかる。また、育児休業の取得についても、夫婦で育児をするための休業を考えている人が男女ともに多いが、女性では自分が仕事に復帰した後等に分担して欲しいと考えている人が男性より多く、自分自身のキャリアと関連して育児を考えがちであることが推測される。

上記までの回答内容については、育児休業に関する施策についての知識が影響している可能性があるため、「日本の育児休業の取り組みについて、『知っている』項目を選んでください。(複数回答可)」と聞いている。その結果(図10)、「全て知らない」とした回答が男女ともに最も多く、「知っている」とされた選択肢の中では「2020年度の男性の育児休業の取得率は、約1割である」が最も多かった。育児休業中の所得に関係する、「育児休業中の給料はないが、国から給料の約7割が支給される」については男女ともに2割以下の認知にとどまっている。

### 3. 大学生に対するフォローアップインタビュー調査

#### 3.1 調査の概要

2節で述べたアンケート調査結果では、複数の点において性別および居住地での有意差が見られ、それぞれの傾向が見られた。このような回答結果の背景を探るために、都市部3名(男性2名、女性1名)および地方4名(男性2名、女性2名)に対するフォローアップインタビュー調査を2022年11月に実施している。このインタビュー調査の対象者の属性は以下の表2に示され、具体的な質問内容は資料1を参照されたい。以下、このフォローアップインタビュー調査の回答結果を、それぞれのIDによって示していく<sup>3</sup>。

表2 フォローアップインタビュー調査対象者の属性  
(大学生)

ID	性別	居住地	学年	将来の希望進路
A	男性	都市部	3	民間企業
B	女性	都市部	3	民間企業
C	男性	都市部	3	民間企業
D	女性	地方	2	民間企業
E	女性	地方	2	民間企業
F	男性	地方	3	民間企業
G	男性	地方	4	民間企業 (就職先決定)

\* D 及び E は、同時にインタビューを実施

### 3.2 フォローアップインタビュー調査結果

#### 3.2.1 理想の働き方、職場環境で重視すること

アンケート調査結果では、「福利厚生充実」「収入が高い」「良好な人間関係」を重視する回答が全体的に多くみられ、また女性より男性の方が、また地方より都市部の方が昇進を重視しており、一方で女性は男性に比べると人間関係が良い環境でバランスよく安定した状態で働くことを望んでいる結果となっていた。この結果をふまえ、インタビュー調査の対象者に対して、職場の人間関係や職場環境への希望、「福利厚生充実」と「満足できる給与」のどちらを優先するかについて聞き、その理由や背景にあるものを聞いたところ、収入への拘りは都市部男性に顕著で、彼らも福利厚生充実や良好な人間関係を望んでいない訳ではないが、自分のキャリアプランの中では高い収入を得ることで私生活の充実や自身の満足感も得られると考えている意見がみられた。

A (男性・都市部) : 「若いうちは、バリバリ働きたい。将来のために、家庭を持った時に、十分な収入があるために若い時間を犠牲にしたいというのはあるので。そういう意味だと、答えとしては、短期的に見ると、やっぱり満足できる給与にはなりますけど、中長期的に見ていくと、福利厚生充実も、年を取った時には必要なのかなというのは思います。」

C (男性・都市部) : 「同僚はたくさんいる会社がいいかなと思っていて、チームも仲がいいほうが仕事をする上でもいいと思っています。ただ、仕事仲間って、結局仕事仲間ではないという風に思っている。一方で、福利厚生って基本的にはお金で買える。買えないものももちろんあると思うのですが、買えるものもあって、そこでお金を対価に時間を捻出することができれば、それは

汎用性の高い給与のほうがいいかな。」

また、回答者 D (女性・地方) は、前述の都市部の男性と同様に収入への拘りをみせていた。高い収入を得ることで快適な職場環境が得られると考えている旨の回答があったが、これは後述 (3.2.3 節) の都市部で働く叔母をロールモデルとして自身のキャリアを重けているからかもしれない。

D (女性・地方) : 「休む時もお金払って休むとかがあるじゃないですか。そういうふうには休みはつくろうと思えばつくれるかなと思うけど、福利厚生重視にすると給料が低くなるので、その分生活は楽かもしれないけど、お金を払わないとできないことができなくなるかなと。」

一方で、他の女性 (都市部・地方) と地方の男性は、収入より良好な人間関係や福利厚生を重視すると回答している。

B (女性・都市部) : 「ガツガツしてない職場が希望。人間関係や環境が穏やかな職場が好ましい。皆が『前へ、前へ』という職場環境や雰囲気より、成果主義になり過ぎない職場を希望する。また、基本的に安定した生活を送れるくらいの給料はあってほしいように思うけれど、そこまでいっぱいお金が欲しいという感じではなくて、どちらかといえば働きやすい職場に就ければ一番良いと考えています。できれば東京勤務がよくて、実家から通える距離がいいと考えている。」

E (女性・地方) : 「相談事とか、1人で抱え込み過ぎないように、同期でも、年上の人でも年下でも、取りあえず相談とか、一緒に取り組めるみたいな何かそういう環境があったらいいなって思います。お金目的で体を壊したら意味ないと思ったりするので、やはり休みたい時にしっかり休めるような制度があるほうが安心して働けるかな。」

F (男性・地方) : 「まず、給料はそんなに高くなくていいので、とりあえず人間関係がいい所で、どこか思いやりのあるような、そういう言動がある人たちが集まる会社がいいなと思います。福利厚生が充実していて、ちゃんと働いた分はもらったり、適切な休みは欲しい、もらえるような会社がいいですね。また、詰め込み過ぎて駄目になるくらいだったら、最初から無理だと思っただけで言えるような、そういう環境に身を置きた

い。]

G (男性・地方) : 「人事とか互いの人間関係に関する、上へのフィードバックが、積極的に定期的にあるようなところを意識し、職場の雰囲気や人当たりを重視している。福利厚生に関しては、どんどん勉強していきたくて思っているから、資格の取得補助とかが充実したところであれば、それ以外は特に拘りはなくて、一般的な福利厚生があればいいかな。僕は、(業務上) 土日とかは仕事のほうを優先すると思うし、その頑張りの対価として給与が上がったらいいなとは思っています。」

これらの回答からは、高い収入への拘りがあるグループの方が仕事や自身の役割に対して積極的な印象があり、一方で、良好な人間関係や福利厚生の充実を望むグループは、やや受け身な印象が感じられる。しかしながら、受け身に感じられるグループにおいても、適正な評価とそれに見合う給与を求める姿勢は強く、一定レベルの生活が維持できる程度の収入が保証されていることが前提での選択と捉えられる。

高い収入を得るためには責任ある立場に昇進することが求められるという前提を説明したうえで、昇進への拘りとその理由について問うと、収入への拘りのある回答者は、

A (男性・都市部) : 「充実した給料を得る、収入を得るためには、やっぱりある程度の昇進も結果として必要となってくると思う。ある程度リスクを取らないとリターンが返ってこない。経済的な基盤は自分がやりたいことや夢を実現するためには必要だと考えている。」

C (男性・都市部) : 「昇進には拘りがある。理由は、職位によってやる仕事ってだいぶ変わってくると思うんです。僕が行こうと思っている IT、システム開発業界では、入社当初のアソシエイトでは、開発とか、お客さんと打ち合わせするとか、そういうとこだと思うんですけど、職位が上がるに連れて、チームマネジメント的なこととか、あと役員ぐらいになれば経営とかに携われるじゃないですか。そういう面で、どっちかっていうとそっちの仕事がしたいので、拘ると思います。」

と回答しており、昇進による責任や権限の拡大を自覚したうえでの拘りを見せていた。

他方、D (女性・地方) は、ライフイベントを見据え、休業期間なども考慮した回答をしていた。

D (女性・地方) : 「結婚とか出産した時にどうしても休む時期ができるって、やっぱりそこから上がるのは難しいなと思うので、それだったら結婚とか、そういうふうになって昇進できる前にできるだけ上の立場に就いたりして、その立場でしか経験できないことを経験してみたいなっていうのがある。」

また、高い収入より福利厚生の充実や良好な人間関係を望むとした回答者の昇進に対する意向は、以下の通りである。

B (女性・都市部) : 「今のところ特に昇進への拘りはあまりなくて。実際働いてみたらたぶん、後々拘りというのは出てくるかなと思うんですけど、今の段階では特に強くは考えてはない感じですね。」

環境というかワークライフバランスが保てる方が重要だと考える。しかし、それはほどほどの給与が出るという条件付き。」

E (女性・地方) : 「仕事は続けたいが、特に拘りもないですし、取りあえず社会と関わっていたっていうのが一番あって、その中で自分の成長とかにつなげていけたらいいので。昇進にはそんな拘りはない。」

F (男性・地方) : 「リーダー等になりたいという強い気持ちはないんですけど、ならざるを得ないんだろうなと思うので、お話が来たら多分受けると思います。」

G (男性・地方) : 「すごく昇進したいっていうよりは、自分の持っている経験とか知識がちゃんと釣り合っているっていう役職に就きたいです。僕の職場では、資格取得が昇進の1つの条件なので、そういった面では安心かなと思っています。」

これらの回答者では、昇進に対する拘りにおいても、理想の働き方への回答と同様に、やや受け身で積極的ではない印象がある。自分が競争を勝ち抜いて手に入れるというよりは、評価されてオファーがあれば拒否はしない、その背景には自分の活動が評価されたことへの満足と立場を与えられれば達成できるという自信が垣間見える。本調査の対象者は、いわゆる Z 世代<sup>4</sup>であり、日本能率協会マネジメントセンターが例年実施している調査(2021年6月)において報告された、Z世代の働く価値観として「自分のことを認めてくれ

る環境で、無理なく、無駄なく成長したい」という特徴とも合致している（日本能率マネジメントセンター、2022）。

以上の回答に見られるように、昇進を重視する回答者は都市部2名、地方の女性1名であった。その理由を見ると、昇進を重視する回答者は、経済的な基盤を整えることや昇進によって権限の範囲が広がること、福利厚生で保証されることは金銭によって置き換えることができるといった点を挙げている。一方で昇進を重視すると回答した地方の女性は、結婚・出産等のライフイベントによって昇進重視の働き方を保持できなくなることを予想したうえでその前にある程度昇進しておきたいといった回答であった。「昇進への拘り」がある回答者でも、男性と女性ではその理由が異なっているのは、女性の方がより現実的に自分の将来のキャリアとライフイベントについて当事者意識をもって予測して備えようとしていることを示唆している。

インタビュー調査は、人数が少ないため各回答者の個人的な背景や個性があることを配慮しなくてはならないが、対象者においては、男性より女性の方が、より現実的に将来のライフイベントと自分のキャリア志向を重ねて考えており、都市部より地方の学生の方がやや保守的な傾向がみられた。

### 3.2.2 自分とパートナーの出産後の就業継続

自分とパートナーの出産後の就業継続に関して、インタビューの回答者は、男女ともに将来のライフイベントによる自身の環境変化を予測して回答していた。しかし、そのなかでも自分またはパートナーの出産によるキャリアへの影響や関わり方について聞くと、出産当事者となる女性とパートナーの出産という間接的に影響を受ける男性では回答に違いがみられ、さらに、都市部と地方の差異が顕著な結果となった。また、男女ともにパートナーの意向や働き方を尊重するという回答が多く、この点では都市部と地方の差異はみられなかった。具体的には以下のような回答となっている。

A（男性・都市部）：「育児とか家事とか炊事、そういう部分に対して、別にネガティブな考えはない。お互いに分担してやっていけばいいなと考えている。一番尊重したいのは、そのパートナーの意見や考えで、パートナーが、職場復帰したいと思うなら、その意見を尊重したい。もう専業主婦でやるって言うんだったら、それも尊重する。自分の体よりも子どもを優先したいなって思うので、できる限りのことをしたいなというふうに

思う。パートナーが自分よりも高収入であれば、パートナーには働いてもらい、休暇を自分がとることもかまわない。女性だけが育児を行うという考えはない。それは古くてダサい考えだと思う。」

B（女性・都市部）：「パートナーがフレックス勤務が可能な職場等であれば、家事も育児も出来る限り平等に分担したい。育児休業は自分もパートナーも1年程度とれると良いが、一緒に育児する時期と別々に休暇をとってリレーすることも考えたい。」

C（男性・都市部）：「育児休業は6ヶ月から1年くらい取得したい、取得はパートナーと交替する形で、どちらかが社会との接点を持ち続けるようにしたい。2人のキャリア形成のためもあるし経済的な理由もある。」

D（女性・地方）：「育児休業を取得後、同じ職場で時短やパートとして復帰し、育児が落ち着いたらフルタイムに戻りたい。パートナーには、育児は（フルで仕事していると関われない部分もあると思うので、）休みの日ぐらいでいいんですけど、家事は半分ぐらいの割合で分担して欲しい。」

E（女性・地方）：「育休後はパートタイムで復帰し、その後は同じ会社でも別の会社でもフルタイムで働ければと思う。社会との接点を持ち続けるために働き続けたいと考えている。社会とのつながりは維持したいので、結婚・出産後は同じ職場でなくてもよいが働き続けたい。」

パートナーには育児のほうをやってほしくて、家事は自分が多くてもいいですけど、やっぱり育児は一緒にやりたいっていう思いが強いので、そちらにちょっと仕事で関われない分、もう家事はしなくていいから、子どものほうとちゃんと関わってあげてほしいです。」

F（男性・地方）：「自分が家事を担当するのが良い。子育ては、休みで家にいる間はもうずっと見てあげようかなとは思っています。」

二人で育児休業を取得し一緒に育児をしたい（一人で育児を担当するのは自信がない）が、所得が減るなら、自分は1か月くらいが良い。」

G（男性・地方）：「自分が育児休業とりたくないわけではないが、人付き合いが大切な仕事なので、長期間休むことで支障が出る懸念があり、仕事が

優先にならざるをえないのではないかと考えている。今後の仕事に影響があるなら、育休を取るというよりも、早めに仕事を切り上げて帰るという形で手助けするほうが現実的ではないかと思っています。パートナーの意向は尊重するが、経済的な面で子供を産み育てる余裕がないのではなかと心配する。」

このように、出産後の就業継続についての質問への回答では都市部と地方の差が顕著にみられた。地方の学生は男女ともに、育児は女性が主に担うものという前提で回答していた。そのうえで、男性はできる範囲でサポートする、もしくは育児以外の家事を分担して女性を助けるといった考え方のように見受けられた。性別役割認識を疑うことなく自覚し、それにしたがって、パートナーとの育児等の分担をしようと考えている様子がうかがえる。家事や育児の分担について男性が後ろ向きな訳でもないが、あくまでもサポートとしての役割を当然と考えており、女性もまたパートナーに求めるのはサポートといった考えがある。

一方で、都市部の学生は、Aの回答に見られるように女性のみが育児をするといった考え方を持っておらず、相手のキャリア形成や社会との接点、さらには家計の経済的な安定などを考慮したうえで、二人でより良い方法を考えようとしている。

また、アンケート調査結果(図10)と同様に、多くの回答者が、育児休業期間には企業から給与が支払われず、社会保険からの育児手当が休業前給与の7割程度になることを知らず、経済的なダメージがあるならば2人揃っての長期間の休業は難しいと感じている様子がうかがえた。

### 3.2.3 キャリア形成に影響を受けた要因

アンケート結果および上記のフォローアップインタビューでの回答の背景には、各回答者のキャリアや就業に対する考え方を形成する上で影響を受けた人物や出来事が関係していると思われる。そこで、各回答者に自らのキャリア観や働き方についての自己の認識に影響を与えていると思われる人物やそれに関連する出来事などを聞いたところ、全員が両親や兄弟、叔母などの家族あるいは親族を挙げており、具体的には次のような回答であった。

#### 家族・親族

A (男性・都市部):「父と兄。父や兄が文武両道を実践して、実際に結果も出しており、家族から受けている影響が大きい。中学生ぐらいの時に父

の職業を調べたことがあり、父が競技をしていたスポーツをやめた後にちゃんと勉強したということがわかり、中学生ながらすごいと感じた。大学生になってからも、父と同じ分野の勉強をしてある試験に合格したが、それ以上に難関の資格試験を父がパスしており、『並みの努力じゃ無理だ』というのを感じた。

母からは、常に選択肢を広げて準備するように幼い頃から言われてきた。中学生、高校生ぐらいの時から、両親に『どうするか考えておきなさいよ』ということや『スポーツをやりたいんだったら勉強しなさい。スポーツが強いところでやりたいんだったら、受験をしなきゃいけないから、受験勉強の必要な塾に行かなきゃいけないんだよ。そしたら、何かを犠牲にしなきゃ駄目だよ。遊ぶ時間を削る? ゲームする時間を削る?』という風に自ずと考える癖がずっとついてきた。兄や両親の友達などを紹介される時も、『こういう生き方もあるんだよ』『こういう人もいるんだからね』と示してもらった。そういう選択肢を広げてくれたのは、やっぱり両親。」

B (女性・都市部):「6歳年上の兄がおり、兄の働き方を見て影響を受けたところが大きい。兄は、私が望むような、割と穏やかな職場で働いており、兄の働き方が理想的なモデルになっている。今までの自分の進学やアルバイトなども、兄と同じ道をたどってきている。母からは、基本実家から通える距離でいい就職先が見つければ、ということと言われる。

最近では女性の社会進出のことはよく言われており、将来自分も働ける環境になるのかなという期待を少し持っている。でも、影響を受けているとなったら、結構身近な人からが多い。」

C (男性・都市部):「父は普通に何回か転職をしてキャリアアップするというタイプの人間で、それが普通だと思ってここまで生きてきた。インターンシップで参加した会社に行ってもそういう人ばかりで、こういう世界が普通であると自分でも思っていた。けれど、ある先輩と話した時に、その先輩は就職先に定年まで働くつもりと言って、それを聞いた時に『そんな人がいるんだ』と衝撃を受けた。(父が)職を変えながら、その中でいろいろと遅くフレキシブルに生きていく様子を横で見ていると、そういうことが当たり前という風にやはり自分も小さい時から思っていた

のがベースにあるかもしれない。』

D (女性・地方) : 「母は子どもが好きで幼稚園の先生の資格を持っており、自分が働いていても、母に子どもを預けてくれていいと言ってくれている。その母から、出産後も女性が経済力を持つためにも働き続けた方が良く、何があるか分からないから、保険としてでも働いとくほうが良いとアドバイスを貰っている。

子どもを産んでも働きたいと思ったのは、叔母の影響。叔母が都市部の大企業に勤務しており、子どもを産んで育児休業も取得した上で働き続けている姿をみて、自分もそのように出来たらと思った。叔母は独身の時は仕事が忙しそうだったけれど、その分楽しそうでもあった。企業で育休を取って育児もちゃんとでき、その後も働くことができる、自分もそういう環境だったらうれしいなと思い、叔母の働き方は強い影響を与えてくれた。』

E (女性・地方) : 「自分は、パートナーと一緒に育児をしたいと思う。それは母の経験を聞いたことが大きく影響している。私の母は、私を育てる時にかなりワンオペ（育児）状態であり、大変だったように感じる。今は、母と一緒にドラマなどを見ているときに、一人で育児をして鬱（うつ）になるお母さんが出てくると、母は『よく、私は（そう）ならなかったな。』と思うぐらいだそう。なので、自分はパートナーと一緒に育児をしたいと思うようになった。父親からは特にこうしなさいと言われたことはない。』

F (男性・地方) : 「父親。無口で、父はああしろ、こうしろは言わずに、『やりたいんやったら、やれ』という感じであまり怒られたこともなく、うるさく言われたことはない。父が夜勤だったので、家族といる時間がどうしても少なく、自分は（働くなら）夜勤は避けたいなと思ったが、父は休日と一緒に遊んでくれて、ちゃんと接してくれようとしていたと思う。（父の姿を見て）仕事の愚痴はこぼさないようにしたいとも思った。父はあんまり拘りがなくて、親同士の喧嘩もなく、仲が良い。自分の身近な人もそういう働き方で生きてきている様子を見て、そういうのがやっぱりいいなと感じる。自分は職場の人間関係が良いということを重視しており、やっぱり衝突や競争よりは、そういう人間関係のほうが自分にも合っていると思う。』

G (男性・地方) : 「一番大きかったのは家族。父は地元で働いて、とても楽しそうにしていたので、自分もそういう働き方をしたいと考えるようになった。自分も、第一条件が地元で働きたいということ、家族の助けになるようなことをしたいということを考え、そういう働き方が理想かと。父は個人事業者で、父親の仕事を手伝っていたこともあり、具体的な働くイメージは、自分の中では父の仕事が一番大きい。父がお客様の話をする時の顔が好きで、こういう風に働いたら面白いんじゃないかと。自分は何かを作りたいとかはなく、人付き合いの中で自分の存在価値を示せたらいいな、それでお給料をもらえたら一番いいかと思っただ。』

家族・親族以外の影響としては、アルバイト、インターンシップ先が多く、それ以外に友人の両親、学生時代のクラスメイト、教員の影響が挙げられている。特にアルバイトやインターンシップ先では自分がどのような働き方をしたいのかを考えさせられる経験があったことが複数の回答者から語られている。

アルバイト

B (女性・都市部) : 「アルバイト先の先輩。現在はそのアルバイト先に就職していて、どちらかといえば穏やかで、あまりガツガツしてない印象だったけれど、裏では頑張っていて、その先輩の姿はそれが理想的に思えた。』

D (女性・地方) 「以前、アルバイトで働いていた職場がブラックな職場のようであった。正社員は休みの時も会議に必ず出席していて、残業代も出ない、給料はそんなに上がらないとか、とても疲弊しているように見えた。それを見て、自分はそういう仕事は選ばないようにしようと思った。』

E (女性・地方) 「現在、アルバイト先のチーフスタッフさんが、学生で年上の先輩であり、その影響を受けた。その先輩は社員にも頼られており、他の人からもあの人はすごいと言われていて、カッコいいと思う。でも、自分は結構忙しいとしんどいなと思うことも多いので、（その先輩は）カッコいいけれど、自分は忙し過ぎると自分の体調的にも精神的にも結構しんどいと思う。自分はそこまではできないかも？と考えてしまう。もう少しワークライフバランスを重視したいと思う。』

F (男性・地方) : 「現在のアルバイト先の管理職

の方を見ていると、ずっとお店にいて、かなり長時間労働になるのであれば、僕だったらもしかしたら転職を考えるかもしれないと思った。」

#### インターンシップ

C (男性・都市部) : 「ある外資のメーカー企業で、半年ほどインターンをして、その中でいろんなインターン生と関わり、基本的に外国人とか帰国子女が多かった。その中で、自分や自分の周囲の学生と、そのインターン先の学生を比較した時に、『絶対負ける』と思った。今は、日本というある程度恵まれた環境でみんな普通に大学に行き、育ってきて、ある意味周りの世界を知らずに、自分も含めてここまで来てしまっている。けれど、外資の企業に行くと、本当に世界が違い、普通に日本語と英語とプラスもう一つくらい違う言語を話す外国人の学生もいる。これから日本のマーケットが狭まって、いよいよ本当にグローバル化しなくてはいけない時に、日本人の価値が大暴落しそうであると思った。なので、そういった世界でも自分は生き残れるように、グローバル性と専門性を重視して、企業を選んだ。」

G (男性・地方) : 「インターンシップ先の影響が大きい。そこで、どうやってお客さんと話すか、話す内容、どうやったらお客さんを喜ばせることができるか、学ぶことが多かった。最初は自分も慣れなくて苦戦したけれど、話し方のノウハウなどを教えてもらった。それまで接客業にはあまり自信がなかったが、そこで自信がちょっとついて、今の就職先の業界でも行けるのではないかと思えた。また、その企業が事業を拡大しようとしている時期でとても楽しそうだったので、何かを一緒に盛り上げていく、それに一生懸命になるという働き方は面白そうだとは思った。でも、それと同時に大変そうで、社員の人たちは忙しくずっと働いていた。それを見て、自分に実力がついてほしいが、自分には多分無理かなと思った。」

#### クラスメイト、友人

A (男性・都市部) : 「中学校が公立中学校で、クラスの中でも学力にかなり差があった。中学校時代に自分よりも優秀な人も含めて色々な人を見て、目先のことだけを考えて生きているようにはなりたくないと思った。中学時代に、スポーツでプロを目指して海外に行くレベルの子もいたので、その子からポジティブな影響をもらった。この人がこんなに頑張っているんだったら、自分も

まだ頑張れるなど。遊ぶことが全てではないというのは、中2、中3ぐらいで悟ってた部分はあるかもしれない。」

F (男性・地方) : 「友達の親が自営業でお店をやっている、家とお店が一緒になっている所で、そこに泊まらせてもらったり、遊ばせてもらったりした。そこで働いている友達やそのご両親が基本家において、お客さんが来たらお店に立って、そういう様子を見ることができた。仕事モードと、家で過ごす時との切り替えをどうなってるのかなと思ったが、それがうまくいっていて、とても楽しそうにやっているように見えた。」

#### 教員

F (男性・地方) : 「自分の指導をしてくれている先生が職場に家族を連れてこられていて、そこで大学の施設を使ったり、食堂で食事されていた。自分は職場と家庭を分けたい派であるが、いい意味で家と職場との境目が無いのもいいなと思った。」

本インタビュー調査結果では、性別や居住地に関わりなく、身近な家族の影響が全員から認められ、また学生として関わりうるアルバイト、インターンシップ先での影響を受けて、キャリア観が形成されているとする回答が多かった。この点についてCの以下の意見はその感覚を如実に表現している。

C (男性・都市部) : 「大学生では、そもそもあまり(社会人と)関わる機会もない。大学生になっても、それこそインターンシップに参加しなければ、社会人と関わる機会はないと思う。社会人と関わる機会がなければ、自分が見ている社会人は基本的に自分の親だけで、僕はそれこそ去年まではそういう感じで育った。」

他方、政府や行政機関の取り組みとして記憶に残っていることをあげた回答者は1名のみであり、次のような先進的な取り組みを行っているケースがあることが認識されていた。

D (女性・地方) : 「兵庫県明石市の市長さんがすごい取り組みをされている。だから、どこ(地域で)もあのようになってくれたらいいなとは思った。」

また、就業継続に関する意向やキャリア観には、社

会に出てからのジェンダーによる差異や出産後の就業継続に関して受けた教育内容がその価値観の形成や認識に影響していることが考えられる。そのため、これらについて教育を受けた経験を聞いた結果、以下のよう  
に教育機関での学習機会はあったとする回答者はいるものの、印象深いという回答はほとんどみられなかった。

A (男性・都市部) : 「あまりそういった記憶はない。育児休業の取り方やそれらとキャリアとの関係性についての授業は受けたことがない。自分の感覚では、知る機会が意外と少ないのかもというのが。そういった授業も自分から取らなければ得られない。もちろん情報というのはそういうもので、自分から取りに行かないといけないというのは分かるけれど、どちらかといえば、意外と身近なものでもないように感じている。」

B (女性・都市部) : 「実際、自分が中学、高校でどのような教育を受けたかという、あまり覚えていない。おそらくそういう授業がなかった、あるいは教えてもらえる環境ではなかった。大学生になってからも、そのような授業はないと思う。」

C (男性・都市部) : 「中学時代の公民の授業や大学で履修したジェンダー関連の授業を受講し、男女共同参画に関する法律や制度の歴史に関する知識等を得て、法律名や制度のことは覚えている。講義を受けて試験にもできるので法律名や制度のこととかは何となくは覚えている。ただ、それに則って、さらにその先の話を考えるような教育があったというのは記憶してない。」

D (女性・地方) : 「男女平等について、社会科で勉強したのは覚えているが、道徳とかの授業ではどちらかという、差別そのものを取り扱っていて、男女平等には重きを置いてなかったと思う。なので、あまり学校で勉強した記憶はない。」

E (女性・地方) : 「男女平等とか男女共同参画とかでは思い出すものはない。LGBTQとか、そういった話は、道徳とか高校の総合の授業などで話し合いの場が設けられたりした。その授業では、偏見を持たないようにしようとしても、そもそもイメージだけで無意識に先入観があることを気づかせてもらい、その授業は印象に残っている。」

F (男性・地方) : 「高校の現代社会の授業で、男

女共同参画の取組みがあることを聞いた記憶もあるが、あまり印象に残っていない。大学でもそのような授業はとっていない。」

G (男性・地方) : 「男女の意識について、印象に残っていることや授業を受けた記憶は特にはない。多分、常識程度には知識はあると思うが、深い部分はわからない。」

このように、男女、都市部・地方ともに、ほとんどの回答者から、男女共同参画や育児休業の取得等についての教育を受けた経験が豊富ではないことが述べられている。他方、ニュースやマス/ソーシャルメディアあるいは実際に目にしたことを通じて、ジェンダー平等や女性の社会参画を促す社会的風潮をそれとなく感じている場合はあり、次のような回答がみられた。

ニュース、メディア

B (女性・都市部) : 「ジェンダーの話は割と話題に上っており、ニュース等で感じ取っている。」

C (男性・都市部) : 「女性の就業に関する報道とか政府の施策などは知っているが、そのような報道による影響はそこまで大きくないかと思う。」

D (女性・地方) : 「ニュースや、多分ドラマの内容でも、夫婦になったら共働きのケースが多いし、あとはSNSで男女平等とかLGBTに関する内容が流れてくるので、社会的にそういう流れなのかと感じる。」

E (女性・地方) : 「ニュースとかで、実際に企業がこんなことやってますというような、そういうテレビで取り扱われるのが何か多くなったという印象が強い。」

F (男性・地方) : 「男女の平等意識についてはテレビ、ネット、SNSでそういう事例とかを見て、『そうか、それぞれで役割が変わってもいいんだな』というように思ったことはあり、幾つか記憶には残っている。自分が見たのはニュースで、そういう家庭を取り上げたドキュメンタリーのような内容であった。ニュースや、会社がそのような取り組みをやっているというのは聞くが、それ以上の深い情報は、自分が聞いてないのか、聞いてもすぐ忘れるだけなのか、あまり印象にはない。

TwitterとかYouTubeで、ジェンダー平等について過激な発言をする人たちの言動を見たり、

それに対する反応を見たりすることもある。ただ、意見の違う人を卑下し過ぎたり、自分たちの性を誇張し過ぎだったりしている様子も見ると、特殊な一部の人達の極端な活動なのではと感じる。」

G (男性・地方) : 「例えば、LGBTQ に関する報道があった時には、自分にとってはまだよく分からないけど、デリケートな問題であると思うので、あまり深く考えられない。役割意識についても、受け入れる、受け入れないじゃなく、ただそこにあるみたいなの、そんな感じ。あえて触れないけれど、別に否定をするわけではない。それが、多分一番いい接し方ではないかと自分の中で思っている。」

#### 出身高校での変化

B (女性・都市部) : 「特に教えられたことはないけれど、今、自分が通ってた高校の学生を見ると、女子もズボンを選択できるように制服が変わったり、校則も変わったりして、何か実際に言われたわけではないが、『多様性を重視する世の中に結構近づけているのかな』という印象はある。」

これらの回答を見る限り、学校教育での影響よりもむしろ、メディアや実際の社会変化を通じてゆるやかに認知されている場合が多いように思われる。しかし、その影響も強く認識されている場合は少なく、また、次の D の回答に見られるように、そのような情報に触れたとしても、大学生であれば、あまり当事者意識を持ってないことも不自然ではない。

D (女性・地方) : 「男性も育休が取れるようになっていくという情報は知っているが、男性の育休については、やっぱり結婚してからでないと（自分にはあまり）関係しないと思う。自分は結婚してからも、（子どもや育休について）どちらでもいいという感覚なので、余計にあまり気にならない。」

#### 3.2.4 キャリア・ジェンダーに関する教育内容への要望

大学生にとって、どのようなキャリア教育やジェンダー平等、自らやパートナーの出産後の就業継続に関する情報提供や教育内容が望ましく、必要であると考えられるであろうか。この点については、以下のような意見が寄せられており、自分や将来のパートナーが社会人となって生活し、働いていく中で、産休や育休の取得が所得やキャリア形成にどう関係するか、それらがその後のライフスタイルにどのように影響してく

るのか、パートナーと自分にどのような選択肢があるのかといったことをイメージできるような教育内容、情報があげられている。

A (男性・都市部) : 「自分自身はまだ家庭をもったことがないのでわからないし、実感がわからないものの、実際に同年代の友人には結婚したり、子供を産む予定があったりする人も出てきている。自分がそういったこと（育児休業の実態や補助金のことなど）を知っていて、そのような友人にいいアドバイスをしあげられたらいいと思う。育児休業中の所得が、それ以前のおおよそ何パーセントになるとか、実際に何日くらい育児休業を取得するとこういうことができるのか、リアルな数を教えてもらったほうが、高校生とかだったらより刺さると思う。育児休業を取っても（所得での）マイナスがそんなに大きくないのかとか、そういうことを考えていく上で、当事者の話を聞くというのはとてもイメージが湧きやすい、想像しやすくなるのかとは思っている。」

B (女性・都市部) : 「インターンシップとか会社説明会とかで、企業は育児に関することについては全然触れないが、それこそ大事だと思う。厚生とかの話はあるけれど、育児、その後の就業の話などは特に出ない。『子どもはほらない』という人もインターンを受ける人にとってはいるだろうし、他とは違う企業の情報を与えたほうがいいと考えていると思うけれど、私からしたら、やはり育児は大事なところではあるので、説明が欲しいと思う。」

D (女性・地方) : 「自分が子どもを産んで結婚してからのキャリアの考え方は分かるけれど、パートナーとどういう風にうまく組み合わせ、もっと楽にするのかという方法が分からないし、周りにパートナーも自分も育休を取っている人がいない。旦那さんも、多分、良い方法などが分からないだろうし、そのままではあまりうまくいけないので、パートナーとともにうまくできている事例とか、（育児休業制度を）うまく活用する方法が知りたい。男性の育休の使い方がわからない。もう少し使い方が分かれば、自分の将来像も変わってくるかなという風に思う。」

E (女性・地方) : 「（育児休業について）『そうなんだ』で終わっているところが多く、やっぱり経験談は聞きたい。性別での身体的な差に関して高

校時代に女性特有の症状にとっても悩んでいた子がいて、女性の休暇についても男女ともに経験談や講義を聞いたりするのが大事であると思う。ただ、自分に『実際にどう?』とか聞かれるのはあんまりいい気がしない。』

F (男性・地方) : 「自分が通っていた学校の先生が、職場結婚されて、お子さんを育てている時期だったことがある。その時はあまり聞かなかったが、結婚や育児に関する実体験を、情報や知識としてではなく、先生の体験談から聞きたい。』

G (男性・地方) : 「就職活動では、自分の知識だけでは全然考えが及ばないようなことがたくさんあったので、そういった意味でも、就職以外の働き方、生き方なども教えてくれたらいろんな選択肢が増えたのではないかな。』

自分は就職活動の時に(育児休業や出産後の働き方など)あまり重視してこなかった。もし転職して、自分のパートナーの働き方に合わせた働き方にするとしたら、やっぱり育児休業というよりも、有給の取り方、休暇の消化率とかが目につくかと思う。あとは、例えば介護などでどれぐらいの間休むことができるのか、融通がきくのかを聞きたい。』

さらに、教育方法としてグループディスカッションやアクティブラーニングの有効性と課題を指摘する意見が次のように述べられている。

C (男性・都市部) : 「やっぱり理解する、覚えるためには、自分で考えて、声を出して、他の人と話しながらじゃないと進まないで、何かそういうものがあつたらよかったかと思う。知識はついても、自分の立場に置き換えられてないので、自分の立場で将来のことを、ジェンダー、ダイバーシティを考えたのも今回の調査が自分は初めてなので、そういった機会が一切ないと、やっぱり理解は進まないと思う。一方で、大学の授業では講義室に知らない人が周りに多くいるので、ディスカッションの授業でセンシティブなことを話し合うのも難しいのかもしれない。』

教育の時期・タイミングについては、大学時代が5名、高校生以下が良いという意見が2名であり、以下のようにその根拠が述べられている。

大学

B (女性・都市部) : 「実際、自分がまだ働いてないので分からない部分は多いけれど、就職して働くとなると、結構男の人が中心、男性が前に出ているという印象がまだある。女性でもプロジェクトの中心で仕事をするとか、長く続けることができる、そういうお話は今のうちに聞きたい。就職活動するに当たって人生設計もしなきゃいけないので、今の段階でそういうお話を聞ける場があればなと思う。』

C (男性・都市部) : 「高校生までは視野が狭く、自分の高校の周りの友達、その高校の友達しかいなかったの、何かそんなことを言われても、別に適当に終わらせていたと思うが、大学生になるとやっぱりいろんなことができて、そこでいろんな考えが深まったりすることもある。その中でいろんな意見が出せると思うので、そういう授業をやるなら、大学が一番良い期間ではないか。就職活動の最中は、10年後、20年後のことを考える余裕はなくなるので、1-2年生のときにあると良いのではないかな。』

D (女性・地方) : 「ジェンダーやそれを踏まえたキャリア教育については、自分は早ければ早いほどうれしそう思うけれど、やっぱり1年生だと大学に慣れていなくて忙しいので、聞いても流してしまうのではないかな。時期的には2年生の、ちょうど就活前に、そういうセミナーがあつたらいいかなと思う。』

E (女性・地方) : 「キャリア教育については、私は取りあえず大学生活が始まる時点で、1回は聞いておきたいと思う。その時点で知っていたら、例えば、アルバイトをする時も考えたりするかもしれないし、早くから知っておくと、ふとした時にでも考えることも増えるかなと思う。あとは、就活のタイミングでもう一度でも良い。』

F (男性・地方) : 「タイミングとしては、高校でそういう話を聞いたとしても、当時は、多分のほんとは聞いているだけだったので、より具体的に自分のこととして考えられる大学入学後が良いのではないかな。大学卒業した後のことを考え、大学卒業後のイメージがわくような内容がよい。就活前に聞くと具体的な将来像が描きやすい。』

高校以下

A (男性・都市部) : 「小学校、中学校の時から、価値観形成されていく中でもっと頻繁に、ジェンダーだったり、ダイバーシティの話だったり、バリアフリーなどもっと若いうちにやっておけば、より柔軟に対応できたかもしれない。大学生では、個々の価値観が形成されているので遅い気がする。」

G (男性・地方) : 「育児休業やジェンダー、キャリアなどの教育を受けるタイミングは、高卒で働く方もいるので高校生がいいのではないか。」

これらの回答にみられるように、学年や年齢に応じて、より当事者として考えやすい教育内容や教育方法が有用となる可能性が述べられた。

## 4. 考察

### 4.1 属性による差異と世代としての特徴

本アンケート調査結果に基づけば、理想の就業環境や出産後の働き方に関して、性別や居住地での差が見られる結果となった。性別で見れば、全体として女性は就業環境に関して、人間関係が良いことや、ワークライフバランスを重視し、自分自身が結婚や出産などのライフイベントによる影響を受けることを予想している傾向にあったのに対して、男性は昇進や終身雇用を志向し、ライフイベントによる影響を受けることをあまり想定していない傾向にあった。また、自身あるいはパートナーの出産後の働き方についての質問項目では、共に育児に関わることが最も多く選択されたものの、育児休業の取得日数の希望や就業継続の理由については性別によって回答傾向が異なり、ジェンダー別の役割意識や女性が家庭での役割を主に負うことが全体的に意識されていることが観察される。このように、それ以前の世代ほどジェンダーによる役割意識する機会が少ないと思われる世代においても、大学生が実際に就職する以前から既に自分自身とパートナーの働き方やキャリア形成について、ジェンダーによる役割意識が存在していることがある程度推察される<sup>5</sup>。また、居住地別で見ても、昇進への意欲は都市部においてより強く、地方の学生はより安定的な仕事やワークライフバランス、人間関係<sup>6</sup>を重視し、他者との競争を志向しない傾向があることが特徴的であった。これらのことはフォローアップインタビュー調査の回答においても確認された。

これらの回答傾向の背景の一つには、回答者である学生個人のキャリア観や就業観の形成に影響を与える社会的背景や世代ごとの社会環境が関係しているもの

と思われる。世代という観点からみれば、本調査の回答者群は、前述のようにいわゆるZ世代と呼ばれる層であり、ライフキャリアとワークキャリアについても、その前の世代とは少し異なる価値観を有していると考えられる。前述の日本能率協会マネジメントセンター(2022)による調査結果において、Z世代である回答者が「仕事に求めている条件」は、「1位 自分らしい生活を送る」「2位 仕事環境の心地よさ」「3位 お金を多く稼ぎよい生活を送る」であり、特に「仕事環境の心地よさ」はそれ以前の世代の過去調査結果と比べて大きな違いがあり、仕事環境に心地よさを求めていることがわかる。アンケート調査の回答者のキャリア観や就業観については、Z世代の特徴と同様の傾向を示しており、フォローアップインタビュー調査の対象者においても、昇進等による高い給与がよりよい生活に繋がることは認識しているながらも、金銭的な満足より良好な人間関係を重視すると回答者がみられたように、Z世代の特徴が見受けられる。

### 4.2 キャリア観、就業観に影響を与える身近な社会人

フォローアップインタビュー調査の結果では、回答者のキャリア観、就業観に強く影響を与えた人物として、最も身近な存在である家族が、性別や居住地に関わらず、共通してあげられており、キャリア女性を対象とした調査結果とも同様の結果であった(折戸・園田, 2018)。また、アルバイトやインターンシップ先での経験が大学卒業後の就職業界や企業を考える上でも強く印象に残る場合も多い。先行研究においても、例えば廣森(2018)による福祉系大学の学生を対象としたインタビュー調査でもキャリア選択における経験的学びとしてアルバイト先での経験が回答されたことが報告されている<sup>7</sup>。このように、本人の認識の鮮明度には違いはあるものの、自分の家族や身近な社会人の働き方や仕事の取組み方、就業姿勢、それに伴うライフスタイル等を目の当たりにすることを通じて、多かれ少なかれ、理想の働き方やキャリア形成、家庭での役割等についての認識を形成していることがうかがえる。

学生たちを取り囲む周囲の社会人においても、それぞれの属する社会や地域、就業する組織やその属する産業・業界における規範や慣習、就業やジェンダーに基づく役割意識などの影響を必然的に受けていると考えることが自然であり、それゆえに学生たちは周囲の社会人を通じて、間接的にその属する社会や地域の中での慣習や規範、考え方、価値観などを学んでいることが予想される。その中で、大学生が身近な社会人をモデルとしながら、あるいは反面教師としながら、その就業観やキャリア意識を形成し、そのことが定量調

査における全体的な居住地の差として反映されている可能性があり、その地域での規範意識や身近な大人の価値観が、回答者自身の認識はなくとも埋め込まれているとも捉えられる。

特に地方では、そもそも産業や企業の数や種類が少ないために、身近な人間関係や、アルバイトやインターンシップなどの学生時代に選択可能な就業経験を通じて知りうる選択肢や理想像が相対的に狭く想定されていたり、(健全な)競争の中で昇進や高給を得ていくことがあまり実感できなかつたりするのかもしれない。このことは、地方の大学生が必ずしも身近にあるとは限らない多様な働き方を想定することを困難にしたり、本調査結果に見られるように、自分の知りうる範囲での理想像に照らし合わせて望ましいと思われる安定した穏やかな働き方を好む傾向を生み出したりする背景となっている可能性もある。これらの点については、より詳細な地域別の調査や考察が求められるであろう。

#### 4.3 ジェンダー、男女共同参画を含めたキャリア教育の課題

育児休業に関する知識に関しても、本アンケート調査結果に基づけば全体的に豊富とはいえず(図10)、インタビュー調査結果においても学校教育や政府による広報活動を通じて、男女共同参画や育児休業の取得に関する情報を得ているという実感がある回答者はほぼいなかった。この結果をふまえれば、政府による取組みや施策等が若年世代に広く理解されていないことが推測され、実際の学生のキャリア観の形成や育児休業を取得することを想定した働き方への認識を高める、あるいはそのような選択肢を検討する上であまり功を奏していない可能性が高い。少なくとも、現時点では、多くの大学生が当事者意識をもって育児休業の取得や女性が出産後も働き続けるための道筋を具体的に考えようとする段階には至っていないと捉えられるであろう。

では、若者世代が本人やパートナーのキャリアや働き方を考えていく上で、どのような情報や教育内容が有用となるのであろうか。この点について、フォローアップインタビュー調査では、具体的な育児休業制度による収入面への影響や、それらをどのように活用することが自分の望む働き方につながりうるのかについて、自分の将来設計への予想やその希望と関係させながら理解することが可能となる内容であることが複数の回答者から指摘された。大学生の立場であれば、長期的な将来のキャリア形成や自分あるいはパートナーの出産予定の有無などを厳密に予測することは困難であるものの、自分の将来像についてある程度具体的な

希望や期待を抱きつつ、そのために自分が選択、利用可能なオプションを知ることは有意義であり、教育機会を得ることは有用であることが理解されやすいかもしれない。そのことをより理解できうる男女共同参画やキャリア教育として、どのようなカリキュラムや教育内容が適切なのか、どのようなタイミングでの教育や情報提供が実質的にリーチするのかについて、より広範囲に調査を実施し、具体的な教育内容を検討することが必要である。

#### 5. おわりに

本研究では、大学生を対象に、就職後の就業意識や育児休業の取得等に対する考え方などについて、定量および定性調査の両面から検討してきた。本調査は特定の都市部および地域での回答者を対象としており、フォローアップインタビュー調査においても7名の回答者のみを考察対象としているため、回答者の個性や個人的な状況による影響を排除できず、その考察は限定的なものである。しかしながら、大学生である回答者自身が実際に社会での就業を経験したり、育児・産休についての実感を有したりしているわけではないにもかかわらず、男女差や地域差が見られた項目もあり、男女共同参画や男女平等を教育されたと思われる世代においても実際のキャリア形成においてはジェンダー別の役割意識や女性が家庭での役割を主に負うことが意識される傾向にあることが観察された。フォローアップインタビュー調査においても、その背景となる要因がある程度共通してみられており、大学生の就業観やキャリア形成に影響する要因や居住地での差の有無、その背景を把握する上で一定の有用性があると思われる。

また、2022年6月に同じ設問による社会人向け調査も実施し、愛媛県で200件、都市部で500件の有効回答を得ており、今後は、社会人と本研究の対象とした大学生の回答結果を比較することによって、性別や居住地に限らず、年代や就業経験の有無による差異の検討や詳細な分析を行うことを今後の課題としたい。

## 謝辞

本研究は、科研費（19K12528）の助成を受けて実施されました。また、本アンケート調査およびフォローアップインタビュー調査にご回答くださったすべての皆様に心から御礼申し上げます。特に、アンケートやインタビューの回答依頼にご協力くださった下記の皆様には大変お世話になりました。本当にありがとうございます。

青山学院大学 松永エリック・匡史先生、中邨良樹先生、南部和香先生、大阪国際大学 田窪美葉先生、大阪公立大学 二宮麻里先生、神奈川大学 田中則仁先生、京都大学 森口由香先生、電気通信大学 松木利憲先生、東京理科大学 深見嘉明先生、富山大学 柳原佐智子先生、山崎竜弥先生、明治大学 福田康典先生、村田潔先生、和光大学 永石尚子先生

## 注

- 1 本稿は、園田ら（2022）に大幅に加筆修正および考察を加えたものである。
- 2 性別や居住地が不明な場合はそのデータを除いて集計している。
- 3 表2および本文中においてもインタビュー対象者のプライバシーにかかわる内容や対象者の個人識別性を有する内容については記載していない、あるいは表現を抽象化した。なお、回答者の該当部分およびインタビュー回答の記述についてはすべて回答者からの確認および許可を経て掲載している。
- 4 Z世代とは、「《Generation Zの訳語》欧米諸国や日本などで、1990年代中盤から2000年代までに生まれた世代をいう。Y世代に続く世代。」とされる（デジタル大辞泉）。
- 5 大橋・後藤（2019）が2019年に実施した、10代1051名を対象としたアンケート調査においても、進路選択において、文系理系の枠組みを性別による枠組みとして捉える傾向が強いことが報告されている。
- 6 鄭ら（2008）による青森県の学生を対象とした調査においても、キャリア・生活指向として「人とのつながり」が重視された結果が得られている。
- 7 廣森（2018）の実施した福祉系大学の学生を対象としたインタビュー調査でも、キャリア選択における経験的学びとしてアルバイト先での経験が回答されたことが報告されており、次のように記述されている。「アルバイトによる経験的な学びは、『アルバイトしてたおかげでいろんな人と話すとか、いろんな世界を知るとか、視野を広げるみたいなことにはできた』という語りのように、『世間を知る』という面で就職先選択とかかかわっていると考えられる。」（p.48）。

## 参考文献

- 大橋淳史、後藤潤子（2019）「10代の進路選択におけるジェンダー比較：インターネット調査による要因比較」愛媛大学教育学部紀要 66, pp.31-39.
- 折戸洋子、園田雅江（2018）「女性のキャリア形成と人的・組織的環境要因：愛媛県・東京都におけるインタビュー調査に基づく探索的考察」Journal of Ehime Management Society 1, pp.13-25.
- 株式会社日本能率協会マネジメントセンター（2022）「イマドキ新入社員の仕事に対する意識調査」  
[https://www.jmam.co.jp/brochure/1277762\\_2381.html?column\\_0062-imadoki2021](https://www.jmam.co.jp/brochure/1277762_2381.html?column_0062-imadoki2021)（2022/12/30 アクセス）
- 厚生労働省（n.d.）「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律」（令和3年法律第58号、令和3年6月9日公布）<https://www.mhlw.go.jp/content/11900000/000806832.pdf>（2022/12/31 アクセス）
- 園田雅江、曾我亘由、折戸洋子（2022）「大学生及び社会人の出産後の就業継続についての意識差に関する調査」日本キャリアデザイン学会 第18回研究大会・総会（2022年度大会）資料集 pp.126-129.
- 鄭佳紅、小林昭子、小山内豊彦、角濱春美、村上眞須美、廣森直子、前田美樹（2018）「地方の医療福祉関連大学で学ぶ学生のキャリア・生活指向と就職先選択の関係—青森県調査—」日本ヒューマンケア学会誌 11（1），pp.28-36.
- 内閣府男女共同参画局（2018）「男女共同参画白書平成29年版」  
[https://www.gender.go.jp/about\\_danjo/whitepaper/h29/gaiyou/html/honpen/b1\\_s03.html](https://www.gender.go.jp/about_danjo/whitepaper/h29/gaiyou/html/honpen/b1_s03.html)（2022/5/15 アクセス）
- 廣森直子（2018）「地方の若者の地域移動・定着とキャリア選択に関する探索的研究—福祉系大学生へのインタビューからみる就業地の選択」青森県立保健大学雑誌 18, pp.43-51.

### 資料1：フォローアップインタビュー調査質問票

1. ご自身についてお聞きします。
  - 1-1 アンケートで回答いただいた、性別、学年について、確認させていただきます
  - 1-2 現時点で、希望する進路はどのようなものですか？（民間、公務員、進学、志望業界など）
2. 理想の働き方について
  - 2-1 職場の人間関係や職場環境については、どのような希望がありますか？
  - 2-2 昇進への拘りはありますか？その理由とともに教えてください。
  - 2-3 「福利厚生充実」と「満足できる給与」では、どちらを優先しますか？その理由とともに教えてください。
3. 出産後の就業継続について
  - 3-1 出産後も復帰して、同じ会社で同じ仕事を継続する場合、どのような課題があると思いますか？もしくは、出産後に就労形態を変更（時短勤務、パートへの切替、退職）する場合、にはどのような課題があると思いますか？（男性はパートナーが出産した後のご自身の就業継続についてお答えください。）
  - 3-2 育児の役割分担は、どのような分担が理想ですか？その理由とともに教えてください。
  - 3-3 育児休業の取得期間や自分とパートナーの休業の仕方に関する理想的なものについて教えてください。
4. 自身の卒業後の働き方やライフイベントと就業の関係を考えるときに影響を受けた人（参考にした人）がいれば、教えてください。また、報道や政府の施策などを参考にした場合は、それも教えてください。
5. 男女別役割意識について
  - 5-1 ジェンダーやダイバーシティに関する教育や、指導について、希望があれば教えてください。
  - 5-2 これまでどのような教育や指導を受けてきましたか？
  - 5-3 これまでの教育内容で、特に印象に残っていることがあれば教えてください。

論 説

## 愛媛県の畜産業における6次産業化とマーケティング －株式会社ゆうぼく、有限会社熊野養鶏を事例として－

谷 本 貴 之 (産業マネジメント学科)

Sixth Sector Industrialization and Marketing of Livestock Businesses in Ehime  
Prefecture: Case Studies on Yuboku Co.,Ltd. and Kumanoyoukei Co.,Ltd.

Takayuki TANIMOTO (Industrial Management)

キーワード：6次産業化、畜産業、マーケティング、ブランド

Keywords: Sixth Sector Industrialization, Livestock Business, Marketing, Brand

【原稿受付：2023年1月31日 受理・採録決定：2023年2月10日】

### 要旨

本稿は、愛媛県において6次産業化に取り組む2つの畜産事業者、株式会社ゆうぼく（肉用牛の肥育と精肉の販売など）と有限会社熊野養鶏（採卵鶏の飼養と鶏卵の販売など）の事例を検討することで、6次産業化の実現に向けた取り組みの特徴や課題について、マーケティングやブランド構築の視点から考察することを目的としている。

両事例から、①自社で価格決定権を持つことを重要課題ととらえたうえで、②家畜の品種あるいは安心安全にこだわる飼養を通じて、品質向上や差別的優位性を追求するとともに、③独自のブランド名の下、飼養方法へのこだわりなどを伝えるコミュニケーションを展開することで、消費者に機能的便益のほか、情緒的便益や自己表現的便益を提供しようとしている点、④また小売店や飲食店では、食材を熟知した従業員によるメニューの考案・調理や、豊富な知識に基づく接客によって顧客の体験価値や満足度を高めたり、各種のイベントなどを通じて地域の消費者とのコンタクトポイントを増やす工夫がなされている点、⑤さらに家畜の飼料として、農家や業者から調達した地域資源を積極的に活用するとともに、家畜の糞から作られる堆肥を地元農家に使用してもらうことで、地域において資源循環型農業を実践している点、といった諸特徴が確認された。

### 1. はじめに

本稿は、愛媛県の畜産事業者による6次産業化の取り組みについて、そのマーケティングとブランド構築に着目しながら考察することをテーマとしている。

周知のように、6次産業化とは農業経済学者の今村が1992年、第2次産業的な農産物加工や食品加工、第3次産業的な農産物の流通や販売、あるいは農業・農村にかかわる情報やサービス、観光などを、食品製造企業や流通業者などから農業や農村の分野に取り戻そうとする意図で3つの産業の足し算として提唱し、その後彼自身が農業部門や農村地域の所得増大の重要性を強調するために掛け算に改めたものである（日本水土総合研究所ウェブサイト；農業協同組合新聞ウェブ

サイト）。

かかる6次産業化は、国の推進もあって、農業や水産業など多くの第1次産業分野で取り込まれている。とはいえその取り組み主体となる第1次産業の事業者は、家族経営や、株式会社や有限会社などの企業形態をとっていても小規模零細で家族経営の延長であるようなケースも多い。そのため一般的な企業に比べて、ヒト・モノ・カネ・情報といった経営資源が相対的に限定されていることもあり、6次産業化の実践、つまり第2次産業分野や第3次産業分野への展開についても萌芽的な段階にとどまるケースも多い。

そうしたなかで畜産業は、第1次産業に属するほかの産業と比べて、6次産業化の取り組みへの先進性

を指摘されることがある。例えば斎藤（2014）は、「6次産業化のビジネスモデルは、畜産経営から始まる」（p.25）と述べ、また清野（2015）は「畜産をベースとする6次産業化は、その先駆的な取り組みによるものが多いことが、他の経営体（稲作・麦作、野菜、果樹などをベースとした経営）とは大きく異なる点である」（p.19）と指摘している。

このように、6次産業化の実践に関して一定の経験を有する事業者が存在するという意味では、第1次産業の6次産業化とそのマーケティングのありようを検討するうえで、畜産を取り上げることにそれなりの意味があるといえよう。愛媛県の畜産は、「担い手の減少に加え、経営規模が零細であること、競争力のあるブランド畜産物の生産が十分ではないことなどが課題となっている」（愛媛県畜産課2021、p.1）とされるが、こうしたなかであって6次産業化に比較的早い段階から取り組み、地域において一定のブランド力を築いている企業も存在する。

本稿は、そうした企業として愛媛県の2つの畜産事業者、具体的には肉用牛の肥育と精肉の販売などを行う株式会社ゆうぼくと、採卵鶏の飼養と鶏卵の販売などを行う有限会社熊野養鶏の事例を検討することで、6次産業化の実現に向けた取り組みの特徴や課題について、マーケティングやブランド構築の視点から考察することを目的としている。

## 2. 株式会社ゆうぼくの事例

### 1) ゆうぼくの歴史と概要<sup>1</sup>

株式会社ゆうぼくは、愛媛県の南部、西予市の自社牧場において牛や豚を肥育するとともに、自社ブランド「はなが牛」や「はなが豚」として精肉・加工し、これらを販売する小売店やレストランを運営している。

同社の事業は1980年、現代表取締役社長を務める岡崎晋也氏の父、岡崎哲氏が個人事業として牛の育成牧場の経営を開始したことに由来する。それまで北海道で不動産業や住宅販売業に従事していた哲氏であるが、故郷の愛媛県宇和町（現西予市）に戻り何か事業をしようと思いつき、農業が盛んな町であったことから野菜作り始める。自身の体質のこともあり無農薬の野菜作りを志すものの軌道に乗らず、結局、狭い土地でもできる農業として畜産に着目し、生まれたての子牛を購入して6～8か月程度まで育てる育成牧場の経営に乗り出す。当初は子牛に一般的な餌を与えていたが、コストを抑える目的で自家配合の餌に変え、同時に抗生物質（モネンシン）を使わないようにした。

事業もある程度安定してきた1985年、規模拡大に伴って現在の歯長峠に牧場を移転する。そのタイミングで育成だけでなく、2年程度牛を育てる肥育まで行

うようになる。当時の飼養頭数は約300頭であった。

そして1990年、「自分たちで値段を決めて売る仕組みを作る」（ヒアリング）ために、有限会社ファームフーズを設立する。その背景には、1991年に控えていた牛肉の輸入自由化があり、自由化で肉の価格が暴落すれば自分たちの生活がままならなくなるのではないかという不安があった。また、抗生物質などを使わずに育てていた牛が生協の理事に評価され、自信になったということもあった。かくして、牧場で育てた牛の精肉と無添加の加工品の販売を開始する。

哲氏には、飲食事業まで展開しようやく食という最終地点まで到達できるという目標があり、1996年、ログハウス型の店舗「ゆうぼくの里」を育成牧場跡地に自ら建設し、レストラン「ゆうぼく民」を開店する（現西予本店）。

2013年、有限会社ゆうぼくに社名変更する。同年、大手化学メーカーでシステムエンジニアとして勤務していた晋也氏が入社し、3年後の2016年には代表取締役役に就任する。2017年、松山市中心部に飲食店「ゆうぼく NOMADIC」を開店する。2019年、養豚事業を開始するとともに、「3/4和牛」の自社繁殖を開始する。また株式会社化し、(株)ゆうぼくに社名変更する。2021年には、小売店の「YUBOKU 西条いとまち店」と「YUBOKU 松山三越 TCM 店」を開店し、これらにより東予・中予・南予という県内の全3エリアへの出店を果たす。

現在、売上高は4億2,000万円（2022年5月）である。農林水産省の2019年度「6次産業化アワード」で奨励賞を受賞したり、若者の雇用管理の状況などが優良な中小企業を厚生労働大臣が認定する「ユースエール認定制度」において2020年に認定されるなど、受賞・認定歴も多い。従業員は正社員が23名、パートも含めると45名である。平均年齢は約29歳で、若い世代が多いのが特徴である（ヒアリング）。

飼養頭数は牛が約600頭、豚は約50頭である。牛の内訳は、乳用種としてホルスタインが218頭、ジャージーが29頭、交雑種としてF1がジャージーF1も含めて332頭、F1クロスが4頭である（2022年9月21日現在）<sup>2</sup>。現在F1がもっとも多くなっているが、同社で直接販売まで手掛けるのはホルスタインが基本である。より高級なF1については主に市場出荷し、JA全農えひめのブランド「伊予牛『絹の味』」として流通する（ヒアリング）。

### 2) 肉用牛の飼養とその特徴

ゆうぼくでは牧場開始以来、「食べるものには不自然なことはしたくないから、安全なものを届けたい」（ゆうぼくウェブサイト）という思いの下、抗生物質

や成長促進剤を使っていない自社配合飼料を牛に与えている。一般的な牧場の牛の餌は飼料メーカーが配合しているが、そこには抗生物質などが含まれていることが多い。不安が拭えなかった同社では、餌の自社配合に取り組んだのである。

なお牛の飼料は、牧草など草主体で繊維質が多く含まれる粗飼料と、でん粉やたんぱく質を多く含む栄養価が高い穀物主体の濃厚飼料に大別されるが（農畜産業振興機構ウェブサイト）、同社では地域の農家から稲わらを引き取って粗飼料にすることに早くから取り組んでおり、現在では麦わらや、さらに濃厚飼料として飼料米も地元のものをできる限り使用している（ヒアリング）。

同社ではこのように、飼料づくりにおいて地元西予市で収穫できる資源を積極的に活用する一方で、牛の堆肥を地元農家に使用してもらう地域循環型農法に取り組んでいる（ゆうほくウェブサイト）。

さらにゆうほくでは、牛に過度なビタミンコントロールは行わず自然な状態で肥育する。ビタミンコントロールとは、脂肪交雑（サシ）を増やす目的でビタミンAの摂取量を人為的に欠乏させる技術を指すが、「ビタミンAが欠乏した場合には、食欲不振、視覚障害、水腫等が生じることとなる」（畜産技術協会2011、p.7）。同社でも多少ビタミンAを減らしはするものの、あえて給与しないということはない。これは同社が目指す牛肉が霜降り肉ではなく赤身肉であるため、元来その必要性が薄いことと、アニマルウェルフェア<sup>3</sup>を意識しているためである（ヒアリング）。

ところで、前述のように肥育において抗生物質を使用しない場合、牛が消化不良を起こしやすくなり、それによって思うように増体しなかったり突然死のリスクが生じるなど、収益的には不利になる面がある（ヒアリング）。それに関しては、食の安全を重視する市場とやりとりするうえである程度はやむを得ないものと考えているようであるが、そうしたリスクを少しでも減らすため、肥育管理にICTを積極的に導入している。

具体的には「生産・加工・販売の各段階において、サイボウズ社のクラウドサービスを活用し、1頭1頭の肥育状況や出荷状況、加工品の販売状況などをいつでも確認できる体制を構築」（農林水産省ウェブサイト）している。これによって、個体ごとの出生情報や肥育情報（治療歴など）、販売情報などを部門間で共有することができるようになってきている。また「肥育状況のデータを分析し、自社開発飼料の配合を変えるなど、ITを活用したPDCAマネジメントを実践している」（農林水産省ウェブサイト）。さらに、牛舎の各要所にカメラセンサーを付けて、牛の分娩時のリスクを

抑えたり、異常をきたした牛を検知しようとする試みを行っている（ヒアリング）。こうした新たなICTの導入に積極的なのは、システムエンジニアとしての経験がある岡崎氏ならではのといえよう。

### 3) 精肉・加工品のブランド化

ゆうほくが提供する精肉「はなが牛」は、次のような特徴を有する。①約1か月寝かせた熟成肉である。②赤身のヘルシー肉である。③肉の臭みがなく、肉そのものに味（旨み）がある。④1頭仕入のため、様々な希少部位を楽しめる。⑤肥育期間中の餌に成長促進剤・抗生物質を使わない。⑥地元で収穫できる餌を積極的に給餌する（ゆうほくウェブサイト）。

上記のうち赤身肉という点は、ゆうほくが販売する牛が和牛ではなく、ホルスタインが中心であることに由来するが<sup>4</sup>、日本で比較的市場価値の低いこれらの肉に<sup>5</sup>、熟成というひと手間をかけて旨みを増大させ、精肉そのものの差別化ポイントとしている点は興味深い。

なおこの熟成は同社において、偶然発見されたものである。先代の哲氏が精肉販売を始めた当初は思うように売れず、廃棄前の売れ残りの肉を食べてみるとおいしかったというのが、今日でいう熟成との出会いである。それから、意図的に数週間置いて販売するようになったのである（ヒアリング）。熟成肉が日本で知られるようになったのは、2012～2013年以降とみられるから<sup>6</sup>、偶然とはいえきわめて早い段階から熟成に取り組んでいることになる<sup>7</sup>。

こうして生産される精肉は1990年代後半に、社員アンケートによって牧場のある歯長峠から「はなが牛」と命名され、2018年には商標登録されている。「はなが牛」はヘルシーな赤身肉であるため、その購入層は30～40歳代以上の安心安全を重視する女性が多いという（ヒアリング）。

またゆうほくでは、牛肉の部位を細分化し、様々な希少部位として提供しているが、そうした点も専門店として優位性を発揮できる場所である。岡崎氏によれば、同社が肉を希少部位として提供する意図は、顧客が同店に来店する理由付けにすることにある。従来ゆうほくでは、精肉販売ではモモやバラ、ロースなど、レストランではサーロインやヒレなど、一般的な名称の部位として提供していた。ただしそれらはどこでも食べられるもので、わざわざほかの街から食べに来る理由にはなりえなかった。そこで、牧場直営のレストランの魅力として、消費者が何を求め、何を期待するのかについて逆接的に考えた結果、ありきたりな肉を食べてもらうのではなく、肉を選ぶ楽しみを提供することが重要なテーマとなることに気づいたので

ある。そこでモモではなく、イチボやランボソ、マルシンなど、より細分化された部位を専門性の高い名称で提供するとともに、POPで希少部位であることを謳いその説明を加えるなどした。つまり「顧客はただ肉を買いに来たのではなく、おもしろい店に来て、5つのうち1つだけ自分が選んだものが、実際においしかったら、それは大きな経験になって記憶になる」。そうした消費体験を意図的に作り出すために、希少部位ブームが全国的にも盛んになってきた時期と前後して、上述の販売方法を展開してきたのである（ヒアリング）。

希少部位の展開は、より高価格での販売にもつながっている。例えば、従来のモモの販売価格が100gあたり400円であったとしても、イチボとして提供すれば、100gあたり600円で販売できる。つまりイチボであれば聞いたことないので試してみようという消費者の経験の付加価値として200円上乗せができるのである。結果として実際に様々な肉を選んで楽しむ顧客が増え、肉といえはうほくといった位置付けが確立されるとともに、売り上げの拡大にもつながっていった（ヒアリング）。

うほくではまた、1990年に牛の精肉販売を始めた際に、加工品の販売もあわせて開始した。現在「YUBOKU Natural Products」というブランドで展開されるソーセージやハム、ベーコン、ハンバーグなどである。これらの加工品づくりも、アレルギー体質の我が子でも食べられるものを求めて始まっており、添加物を使用せず自社工場加工されている。とはいえ、無添加での加工品製造は当初困難を伴った。とりわけソーセージは、結着剤などの添加物を使わずに製造することが難しかったが、創業メンバーのスタッフを群馬県の食肉学校に派遣して技術を学ばせるなど、試行錯誤の未完成させる（ヒアリング）。

なおソーセージやハムなどは従来、外部から調達した豚肉を原料としていたが、都市部の展示会で「はなが牛」と一緒に紹介すると、自社生産の豚を使用していると思われることが多く、それを否定しなくてもすむように2019年に豚の肥育にも乗り出した（ヒアリング）。

#### 4) 販売チャネルとレストランの運営

うほくの西予本店では、小売店「うほくの里」の精肉などの年間売上が約8,000万円、同じ敷地内のレストラン「うほく民」が2,000～3,000万円、業者向けが約9,000万円、自社オンラインショップが600～700万円、合計約2億円の売上がある。また松山市の「うほく NOMADIC」と「YUBOKU 松山三越 TCM 店」、西条市の「YUBOKU 西条いとまち店」

の売上合計が約8,000万円、以上すべてあわせたうほくの直販の合計額は、約2億8,000万に達する。また現時点での利用状況は低いが、2022年4月には「肉の定期便」を開始するなど、新たな販売方法も模索している（ヒアリング）。

取引のある飲食店は20～30店舗あり、そのエリアは県内を中心に、東京や大阪など都市部にも広がっている。飲食店では「『はなが牛』で作った○○」など、メニューの差別化要因となっているケースもあるという（ヒアリング）。

これらの販路は、同社の熱心な営業活動によって開拓してきたというよりも、顧客の側からの引き合いによって取引につながっているケースが多い。それゆえ岡崎氏には、食品製造業や飲食業であれば行うべき本来の努力が損なわれているのではないかとという危惧もあり、商品開発や営業といったマーケティング戦略を体系的に進めていく必要性も感じているという。また、これまで地元への施策を重視してきた結果、愛媛県内での取引店舗数は増えてきたが、今後は東京や大阪など都市部に向けた販売と、そのためのブランディングやマーケティングを考えていきたいという。実際すでに横浜の百貨店の催事に出展するなど、地道にノウハウを蓄積しようとしていた矢先、コロナ禍で中断することになった。最近ようやく再開し始め、大阪の百貨店の催事に出展して利益とともに広告効果も得るなど、手ごたえを感じている（ヒアリング）。

他方、レストラン「うほく民」において顧客は、うほくの牧場で育った牛や豚の肉を使ったステーキやハンバーグ、ビーフシチューなどを堪能できる。ログハウス型の店舗は緑に囲まれ、「自分たち自身が心から『行きたい』『この場所で過ごしたい』」と思うような大好きな場所として（うほくウェブサイト）作られている。また空間だけでなく、うほくの店舗スタッフは、基本的に正社員であればジョブローテーションによって牧場や店舗などを幅広く経験するため、牛や肉に関して豊富な知識を持つ者も多い（ヒアリング）。このことは希少部位の提供とあいまって、顧客の体験価値を高めることにつながるだろう。

「うほく民」には平日50名程度、土日になると100名以上が来店する。その商圏は広く、西予市内のみならず、松山市や宇和島市、さらに県外からも大勢訪れる。「うほく民」が幅広い地域から来店するのに対して、精肉などを販売する小売店「うほくの里」は商圏が狭く、地元顧客が中心である。つまり同じ敷地内とはいえ、レストランと小売店とは客層が異なるのである（ヒアリング）。

またレストランについては、2017年に松山市中心部に「うほく NOMADIC」を開店している。コロ

ナ禍の影響もあり、レストランから弁当のテイクアウトに事業転換することで利益が出せる体質となり、周辺地域の企業の需要に応えるなど一定のポジションを築いている（ヒアリング）。

### 5) 広告・情報発信と顧客との交流

ゆうぼくの情報発信において大きな位置を占めるのは、メディアによる放映・記事掲載である。同社にはしばしば県内のテレビ局のニュースや情報番組、雑誌などからの取材依頼があり、それに岡崎氏が率先して対応する過程で、地域での露出が増え県内での認知度が高まってきたものと思われる。ときには全国放送のテレビ番組などで紹介されることもあり、一層の認知拡大につながっている。いずれにせよこれらは広告費をかけずに取り上げてもらえるため、その意味では恵まれているが、それは自社で牧場と精肉小売店、レストランを展開する県内でも差別化された存在ゆえであろう。

それ以外の情報発信としては、公式ウェブサイトにおいて、同社の歴史やビジョン、牛の飼養についてのこだわり、無添加での加工品開発の苦労や工夫といったエピソード、同社の商品のおいしい食べ方などが詳しく説明されているほか、FacebookやInstagramにおいて店舗の営業日程や、新商品やイベントなどの情報が随時発信されている。

また、西予本店の店舗敷地内にある庭を活用して、地域の消費者を対象としたイベントも定期的に行っている（ヒアリング）。例えば2022年10月には、南予地方の農園やパン屋やイタリア料理店、カレー店などを招き、「YUBOKU Garden Marche」を開催した。そこでゆうぼくは、出来たて直火焼きソーセージなどを販売するとともに、「お肉博士による熟成肉講座」を開催するなどしている。前述のように、東京など都市部の市場を目指すゆうぼくであるが、「地元顧客のロイヤルティという地盤を固める」（ヒアリング）ことは一貫して重視しており、そうした意味からも地域の顧客との交流イベントが継続されているのだろう。

### 6) 今後の課題

ゆうぼくでは事業の成長に伴って、2017年から新卒採用を開始している。牛の生産から加工、販売、飲食という6次産業の一連の流れを体験できるインターンシップも実施しており（マイナビ2024ウェブサイト）、2020年にはマイナビ社の「インターンシップアワード」を受賞したことで、さらに応募者が増えている。

結果として、社員に占める大学卒業者も増えつつあり、そうしたなかで岡崎氏は、肉体労働から企画系の

価値を生み出せる組織に変えていく必要性を感じている。具体的には、加工品などの商品開発に関してプロジェクトチームのようなマネジメント体制の整備や、顧客に企画提案できるような営業体制の構築を目指しており、そのためにまず経営企画チームを立ち上げて組織体制などをあらためて整理していこうと考えている（ヒアリング）。

## 3. 有限会社熊野養鶏の事例

### 1) 熊野養鶏の歴史と概要<sup>8</sup>

有限会社熊野養鶏は、愛媛県の東端、四国中央市において養鶏事業を営んでおり、そこで生産された鶏卵や鶏肉、それらの加工品を主に自社販売店で販売したり、食堂メニューとして提供するなどしている。

同社は1955年、現代表取締役の熊野憲之氏の父、熊野敏彦氏が養鶏経営を開始したことに始まる。農家の次男であった敏彦氏がその独立に際して着目したのが、戦後の食糧難の解消に寄与しようと期待した養鶏であった。敏彦氏は愛農会<sup>9</sup>で情報交換し餌を工夫するなどして、事業を軌道に乗せていく。

1975年に飼養羽数20,000羽に達し、1981年には、現住所への移転に伴って四国初の全自動養鶏舎を完成させる。1983年には法人化するとともに、20,000羽増羽し40,000羽となる。

1994年、鶏卵自動販売機による直販店（1号店）を出店する。翌1995年には、香川県の企業で工作機械の営業に携わっていた憲之氏がUターンし、経営に参画するようになる。

1996年、同社の主力商品「美豊卵（びほうらん）」の商標登録を申請し、1998年に登録される。また同年、1号店の販売機を増設するとともに、2号店（現本店）を出店する。1999年には3号店（新居浜）、2000年には、4号店（「イオンタウン川之江」近く。現在は立ち退きにより閉鎖）を出店する。

2001年に憲之氏が代表取締役に就任する。2002年、鶏卵鶏肉加工場を新築し、塩味のついたゆで卵や温泉卵などの加工品を発売する。2003年、5号店（川之江山田井）を出店する。2007年には、鶏卵以外の商品を販売でき、たまごかけご飯などを提供できる初の有人店舗として、「たまご専門店 熊福」を開店する。

熊野養鶏の2021年度（2021年7月～2022年6月）の売上高は約1億3,500万円、そのうち直販の売上は約1億2,800万円と約95%を占める（熊野養鶏提供資料；ヒアリング）。愛媛県鶏卵品質改善共励会における最優秀賞や優秀賞など、2008年度の全国優良畜産経営管理技術発表会（中央畜産会主催）における最優秀賞兼農林水産大臣賞、2009年度の畜産大賞（中央畜産会主催）の経営部門における特別賞、2011年

度の農山漁村男女共同参画優良活動表彰における農林水産大臣賞（憲之氏の妻で、「熊福」店長の智子氏の受賞）の受賞など、顕彰実績は数多い（熊野養鶏ウェブサイト；『愛媛新聞』2008年11月25日、p.9；『愛媛新聞』2011年12月1日、p.14）。

熊野養鶏では現在、採卵鶏1万7,000羽を飼養する。また2014年に、肉用として地鶏の「媛っこ地鶏」を飼い始め、現在、年間600～800羽出荷している（ヒアリング）。

## 2) 採卵鶏の飼養とその特徴

卵の流通は、全農の鶏卵センターや大手の鶏卵問屋など、鶏卵荷受機関を経由する物流が主流である。卵価は、肉や魚、野菜などのようにセリで価格が決められる仕組みではなく、札幌、東京、大阪などの大手荷受け場所の、そのときどきの需給関係に基づく取引価格で決まる（中央畜産会・畜産ZOO鑑ウェブサイト）。そのため、生産者である養鶏家は自由に価格を決められない（白石2020、p.35）。

卵価はかつてエッグサイクルと呼ばれる5～6年を周期とした大波の変動があり（中央畜産会・畜産ZOO鑑ウェブサイト）、熊野氏が就農した頃には儲かる時期もあったが、現在ではそうではなくなっているという。彼によれば「四国の卵の半分以上が大阪に出荷されているが、そこまでの輸送費の負担などもあり、問屋に出す商売そのものが、大量生産を行わない場合には儲からない仕組みになっている」。そこで熊野養鶏では、自社で直接販売できる規模を目安に、計画的に生産量を抑えてきたのである（ヒアリング）。

一般に、規模の経済性を前提とするコスト優位性に基づいた戦略を志向しない場合、何らかの面で差別化するか、特定の買い手グループや地域市場などへ資源を集中するという戦略があるが（Porter1980、pp.35-41 [邦訳 pp.56-64]）、熊野養鶏は、四国中央市を中心とする地域市場において、差別化を行う差別化集中戦略を志向しているといえよう。

同社では採卵鶏の品種とその飼養方法に特色を持たせることで、差別化を実現している（横溝2013、p.135）。まず品種に関しては、国内の卵用鶏では数%しかない純国産鶏「もみじ」を飼養している（熊野養鶏ウェブサイト）。過去には他の鶏種も飼養していたが、同社が愛媛県鶏卵品質改善共励会において最優秀賞をとり、直販も展開し始めていた1998年頃に、「もみじ」への一本化を進めた。熊野氏によれば、「産卵成績は外国産の鶏に若干劣る一方で、餌の消費は多いなど、経済的な効率性は良好とはいえないが、国産・メイドインジャパンにこだわったかった」（ヒアリング）。

飼養方法については、まず飼養スペースに関して、「通常の採卵鶏の飼養が、ケージに採卵鶏2羽を入れて飼養するのに対して」（横溝2013、p.137）、熊野養鶏では現在1.5羽と比較的ゆとりを持たせている。なお以前は1羽のみであったが、鶏舎の老朽化もあり全体で必要となる生産量を確保する関係で、2羽のケージと1羽のケージが存在する（ヒアリング）。

また鶏卵のおいしさは給与する餌でほぼ決まるため（ヒアリング）、同社では飼料にもこだわりをみせる。具体的には、NON-GMO（遺伝子組み替えをしていない）・PHF（収穫後農薬を使用しない）コーン専用飼料を採用し、そこに独自に厳選した原料を添加して、鶏の健康と卵の品質に反映させている（熊野養鶏ウェブサイト；ヒアリング）。その際にエコフィード<sup>10</sup>を活用しており、地元業者からおからやみりんかす、しょうゆかすを調達し、また卵の取引先からパン屑、米ぬかをもらっている。さらに自社の直営食堂から出るご飯も発酵処理して飼料化している（熊野2016、p.49）。これらは循環型農業の取組みとして、直営店の「熊福」が「愛媛県認定優良エコショップ」として認定された実績もある（愛媛県県民環境部循環型社会推進課ウェブサイト）。

このように生産される熊野養鶏の鶏卵は、美味しい卵で豊かな食卓をとという意味を込めて、「美豊卵（びほうらん）」という名称が考案され、1998年には商標登録されている。

他方、同社では2014年から地鶏の飼養にも乗り出した。これは熊野氏が食堂のメニューに親子丼を加えようとしたことに端を発する。当初彼はその材料として採卵用の親鶏を柔らかくして使おうとしたが、調理の手間とコストを考えると採算が合わないことがわかった。そこで鶏舎を改造して、地鶏50羽を飼養し始めたのである（熊野2016、p.51）。品種は特徴を打ち出すために、「媛っこ地鶏」を採用している。媛っこ地鶏とは、愛媛県養鶏試験場が2002年に開発した地鶏である。「早く大きく成長し、肉質もよい新しい鶏」として、2006年にえひめ愛フード推進機構の「『愛』あるブランド産品」に認定されている（えひめ愛フード推進機構ウェブサイト）<sup>11</sup>。熊野養鶏ではそれまで培った養鶏のノウハウを活かして、餌や飼育環境、水にこだわって飼養し、「熊ヤン媛っこ地鶏」として飲食店などへの精肉販売を行っている。

## 3) 鶏卵と地鶏の加工品開発

熊野養鶏では、鶏卵と媛っこ地鶏の加工品の製造・販売も行っている。まず、鶏卵鶏肉加工場を新築した2002年、塩味のついたゆで卵の「塩味ちゃん」、温泉卵の「泉ちゃん」、燻製卵の「薫ちゃん」を発売した。

これらは「美豊卵」に若干手を加えただけの素材そのものを活かした製品である。また「うこまるぷりん」も特徴的な製品で、養鶏家らしく朝とれたての「美豊卵」をふんだんに使った濃厚なプリンである。同様に「白い黄味のたまごのぷりん」はクズ米や破米といった規格外品の米を給与してできた、黄身が白い卵を原料に作られている。これらは既存のレシピを基本に、熊野氏を中心に従業員全員で味見しつつトライアンドエラーの繰り返しをなかで開発された（ヒアリング）。ほかにも「美豊卵」を使ったフィナンシェやシフォンケーキなど、手作りお菓子が限定販売されることもある（熊野養鶏ウェブサイト）。

また媛っこ地鶏を使った加工品として、レトルトカレー「熊ヤンカレー」と「熊ヤン生ソーセージ」がある。元来食堂の親子丼の食材にするために飼養し始めた媛っこ地鶏であるが、熊野氏の関心の高まりもあり、飲食店にも提供できるまでになった。とはいえその精肉は、部位ごとに需要に大きな偏りがあり、モモ肉はよく売れる一方で、手羽先や手羽元は焼き鳥店を除く一般的な飲食店ではメニューにしにくく売れ残って在庫となっていた。またムネ肉もあまり人気のある部位ではなかった。そこで、これらを活用した加工品開発を自社で行うことになったのである（ヒアリング）。

こうした経緯から誕生した製品が、手羽先と手羽元がまるごと入ったレトルトの「熊ヤンカレー」である。鶏卵加工品に比べると加工度が上がるため、製造は松山市のOEM食品製造などを手掛ける業者に外注し、野菜の大きさやスパイスの細かさなど細かい調整を重ねて開発された（ヒアリング）。

同様に、ムネ肉を使用した無添加の「熊ヤン生ソーセージ」も商品化された。この製品は熊野氏の知人で、県内で「ピッツェリアマルブン」など複数の飲食店を手掛ける企業の社長のアドバイスを受けつつ開発された。同製品の製造も外注しており、その加工費分を含めると高価格に設定せざるを得ないためか、売れ行きは伸び悩んでいる。しかし2022年度中に自社で充填機やミンチ機、ミキサーといった機械を導入して内製化するため、その分価格を下げられると見込んでいる（ヒアリング）。

なお鶏卵や加工品のパッケージなどについては、過去にはまとまりのないものであったが、熊野氏自身あるときからデザイン面での統一感をもたせることの重要性に気づき、それからは前述の飲食店社長から紹介されたデザイナーが一貫してかかわるようになっていく（ヒアリング）。

#### 4) 販売チャンネルと直営店「熊福」の運営

熊野養鶏の売上高の大部分を占める直販の売上約1

億2,800万円（2021年度）のうち、自動販売機での販売がもっとも多く約3,600万円、次いで直営の有人店舗「熊福」の物販と食堂が計約3,000万円、飲食店向けの販売が2,400万円、残りが通信販売1,100万円、「ゆうき生協（愛媛有機農産生活協同組合）」<sup>12</sup>や産直市などである。なお、原卵出荷と呼ばれる卸売業者に出荷する一般的なチャンネルは約700万円と、全体の売上高の約5%にすぎない（熊野養鶏提供資料；ヒアリング）。

このように熊野養鶏の鶏卵は、地元を中心とする消費者に直接販売するチャンネルが大きい。新鮮で品質のよい鶏卵を日常的に購入してもらえるような場所や価格で販売することが、マーケティング戦略上重要課題となる。そこで販売チャンネルとして、自社店舗を地元四国中央市や新居浜市に4店出店している。これらは、後述の食堂も兼ねた有人店舗を除き、複数の自動販売機が設置されている無人店舗であり、毎朝配達スタッフが鶏卵を補充して回っている（ヒアリング）。

また「美豊卵」はいたずらに高価格を追求したものではない。例えば自動販売機では「美豊卵」Mサイズ8個入が200円と、スーパーマーケットで販売される一般的な白い殻の卵よりは高いものの、茶色い殻の卵に比べると若干割安な程度に設定されている（ヒアリング）<sup>13</sup>。このように、地元住民が繰り返し購入できるような仕組みを作ることが、売り上げにつながっているものとみられる。

さらに熊野養鶏は2007年、当時四国で唯一であった養鶏場直営店「たまご専門店 熊福」を開店する。「卵屋らしい卵屋にしかできないお店をコンセプトに、卵だけでなく、お米やみそ、しょうゆまで地元産にこだわり、ここでしか食べられないこと、愛媛感、養鶏農家感を出すこと」（熊野2016、p.50）を重視した小売店と食堂を兼ねた店舗であり、店長は妻の智子氏が務める。食堂ではたまごかけご飯定食やオムレツ定食、たまご丼、たまご焼き、たまごステーキなど養鶏農家ならではのメニューが並び、どのメニューもご飯はたまごかけにすることができる（熊野養鶏ウェブサイト）。また焼き鳥丼など媛っこ地鶏を使ったメニューもあり、「お米も卵も鶏肉もすべて自前で県産品」で、「食器も愛媛の特産品『砥部焼（とべやき）』の特注品を用意した」（熊野2016、p.51）。「熊福」への来店客数は、平日40人程度、土日祝80人程度である（ヒアリング）。

他方、鶏卵は飲食店にも販売しており、取引先は105社に上る。そのうち3分の1が四国中央市の業者、残りは新居浜市や西条市、松山市などの県内の業者で、大阪や東京などの業者もある。近年では新規に取引する飲食店から、メニューに『美豊卵 使用』と表記

したいという要望も増え、飲食店がそのメニューの差別化ポイントとして「美豊卵」を評価してくれていることを実感しているという（ヒアリング）。

その他、「ゆうき生協」や産直市など（熊野養鶏提供資料）、食や健康に比較的こだわりをもつ消費者層が購入するようなチャネルを選択しているのも興味深い点である。

## 5) 広告・情報発信と顧客との交流

熊野養鶏では積極的な広告宣伝は行っていない。基本的には口コミや、県内のテレビ局の情報番組などで紹介されたりすることで、認知度を高めてきたものと考えられる。鶏卵の品質面での受賞は数多い同社であるが、とくに2008年度、中央畜産会などが開催している全国優良畜産経営管理技術発表会において最優秀賞兼農林水産大臣賞を獲得したことは、愛媛県初のことでニュース価値が高く、その前年の「熊福」の開店と相まって、県内のテレビや新聞で報道され、同社の認知度を高めた（ヒアリング；『愛媛新聞』2008年11月25日、p.9）。

主体的には、FacebookやInstagramでの情報発信を行っており、例えば「熊福」の営業日程や商品情報のほか、「養鶏家の日常」（ヒアリング）として、熊野氏自身の養鶏場での作業の様子などが発信されている。また智子氏を作る各種の卵料理が定期的に掲載されており、「美豊卵」のPRとなっているかもしれない。

過去には、卵の賞味期限のラベルに「卵券」を付け、顧客はそれを専用の台紙に貼付していき、いっぱいになると商品と交換できるという特典があった。台紙には氏名や住所の記入欄があり、その情報はDM（ダイレクトメール）の送付に活用された（ヒアリング；横溝2013、p.141）。卵券は2014年に廃止され、代わりに現在では、店舗への来店客がPayPayで支払った場合にポイントが付与されて還元されるという試みを取り入れている（ヒアリング）。

DMの発送は現在も継続されており、一定期間中、地方発送などを利用した顧客に、お中元やお歳暮のセールといった案内を送付している。DMには過去の送付履歴に基づいて住所が印字されており、顧客は商品を選び、ファックスなどで返送するだけでよい（ヒアリング）。

それ以外にも顧客との交流イベントとして、卵を使った料理教室を前掲のマルブンの協力を得て開催したり、顧客への還元セールとして、年賀状で案内を出し（現在はSNSで告知）、正月に卵を安く買える「周年祭」なども実施してきた（ヒアリング）。現在ではコロナ禍のため実施していないものもあるが、地域の顧客との接触ポイントを確保するうえで、これ

らは有意義な取組みといえよう。

## 6) 今後の課題

熊野養鶏では、自社で無理なく販売できるところまで減羽しているため、現状、鶏卵の生産力と販売力とが均衡しているものと思われる。したがって、鶏卵の生産量や市場の拡大は現時点では目指しておらず、熊野氏は「県外の既存の取引先は大事にしつつ、四国中央市や愛媛県といった小さいコミュニティで完結させたい」（ヒアリング）と考えている。その背景には、かつては四国中央市にも多くの養鶏農家がいたが、高齢化や後継者不足など様々な理由から廃業するところが増え、現在では数軒程度に減少していることがある。廃業する農家のなかには地域で直販を行っていたところもあり、熊野養鶏が今後そうした需要の受け皿になる可能性もある（ヒアリング）。要するに、地域密着で地道に直販を続けることが当面の基本課題である。

他方で、同社にとってメイン事業ではないものの、媛っこ地鶏の精肉の販路拡大は多少なりとも念頭にある。前述のように同社では、ムネ肉を使ったソーセージを内製化するために、2022年度中に充填機などの機械を導入するが、それは汎用性がありミンチやそぼろなど多様な加工ができる。したがって手羽先などを使用できるカレーも含め、もっばらモモ肉が売れる状況になったとしても、形を変えて販売できる準備が整っているわけである（ヒアリング）。

## 4. 2つの事例の考察

ゆうほくと熊野養鶏の2つの事例は、同じ畜産業とはいえ、飼養する家畜や最終的に販売される主力製品が異なり、それゆえ6次産業化やそのマーケティングの具体的取り組みも異なるが、そこに共通する大きな特徴を見出そうとすれば、次のような点を指摘することができる。

### 1) 自社で価格決定権を持つことの重要性

畜産経営における6次産業化の動機の1つは、「通常の生産・販売では、自分で価格を決めることができない」（横溝2013、p.134）ということである。肉用牛にせよ鶏卵にせよ一般的な流通では相場に左右されるため、そこに何らかの差別化を施したとしても、その分のコストを吸収する値付けをすることは難しい。このことは経営・マーケティング面での大きな制約であり、自身で自由な価格決定を行い事業体としての収益確保を目指すことは、6次産業化の基本的な目的となる<sup>14</sup>。そこで、両社ともに自ら精肉小売店やレストラン、鶏卵自販機や食堂兼有人販売店舗といった販路

を構築するとともに、その価値を直接消費者に訴求していくことによって、自社で値付けできる体制を構築してきたのである。

また、家畜飼養頭羽数の規模拡大や維持による収益の確保が難しいことも、6次産業化の動機の1つとなる(横溝 2013, p.134)。熊野養鶏の飼養羽数は約1万7,000羽とその規模は小さく<sup>15</sup>、規模の経済性をベースにコスト優位性を追求するような基本戦略をとることは難しいため、生産コストを賄うだけの販売価格を自社で決定できることが重要となるのだろう。またゆうほくは、飼養頭数約600頭と比較的大規模ではあるが、家畜の品種が比較的市場価値の低いホルスタインや交雑種(F1)が中心であるため、そこに後述の差別化を施して、自社で値付けし販売する経営を志向するようになったと考えられる。

## 2) 品質向上と差別的優位性の追求

次項のブランド化にも関連するが、自ら販売する前提として、一定以上の製品品質と差別的優位性の存在は不可欠となるだろう。この点について横溝(2013)は、自分の製品(畜産物や加工品)をオリジナルなものとして販売する場合、他の製品との差別化を図ることが肝要であり、とくに加工品の場合は大手メーカーとは異なるものを目指す必要があるとする。そのためには、第1に家畜の品種、第2に家畜の飼養にこだわるということが重要であると指摘する(p.135)。

家畜の品種に関して、まずゆうほくは前述のとおり、特段付加価値や希少性が高いものではない。しかしその飼養において、抗生物質や成長促進剤を使用せず、地元で収穫できる資源を活用した自社配合飼料を用いるとともに、過度なビタミンコントロールを行っていないことや、その肉を一定期間熟成させて旨みを引き出している点が大きな差別化要因になっている。ソーセージなど加工品に関しても、無添加にこだわりアレルギーにも配慮した安心安全なものを提供している。

一方で熊野養鶏は、純国産鶏「もみじ」を飼養することで品種的な差別化を試み、さらに通常の採卵鶏がケージに2羽入れて飼養されるのに対して(横溝 2013, p.137)、1.5羽と比較的ゆとりを持たせたり、NON-GMO・PHF コーン専用飼料を採用するとともに、地域資源を活用したエコフィードを含め独自に厳選した原料を添加して、鶏の健康と卵の品質に反映させるなど、飼養方法にもこだわりがみられる。またプリンなどの加工品や食堂のメニューに関しても、鶏卵のおいしさを直に味わえるという生産者ならではのこだわりが意識されている。

## 3) ブランド化の取り組み

自社での直接販売に起因して、ブランド化が求められる。牛肉のなかでもとくにホルスタインは、和牛に比べてブランド化されているものは必ずしも多くなく<sup>16</sup>、たんに「国産牛」として比較的安価に流通しているものが多い。また「卵は物価の優等生」(畜産ZOO 鑑ウェブページ)ともいわれるように、鶏卵はスーパーマーケットなどで安価なノーブランド品が購入されることが多い。

そうした状況において、自ら消費者に販売するためには、一定以上の品質で差別的優位性を有する製品を生産するとともに、独自性のあるブランド名の下、ブランドの提案する価値を伝えるコミュニケーションを積極的に展開する必要がある。それによって地域の消費者を中心に、認知度を高めたり好意的なイメージを形成したりすることが求められる。

両事例でも、そうしたブランド化の取り組みが見受けられた。例えばゆうほくの精肉は、牧場の立地から「はなが牛」という名称が付与されて、社長自身の口を通して、あるいはウェブサイトなどで、抗生物質などを使わずに地域資源を活用した自社配合飼料で牛を肥育し、過度なビタミンコントロールも行わないことや、無添加で加工品を開発する苦労や工夫といったエピソードが子細に語られてきた。熊野養鶏では、早い段階で「美豊卵」という名称が商標登録され、ゆとりあるケージでNON-GMO・PHF コーン専用飼料に厳選した原料を添加するなど、こだわりの飼養を行っていることが数々の受賞に結びつき、さらにその事実が報道されることが、地域の消費者に「美豊卵」の価値を伝えることにつながったのではないだろうか。

Aaker(1996)によれば、ブランドを構築するうえでの顧客への価値提案は、機能的便益、情緒的便益、自己表現的便益という3つの観点で検討できるが(pp.95-101 [邦訳 pp.120-128])、機能的便益は「しばしば差別化できず、模倣されやすい」ため、情緒的便益と自己表現便益が重要となる(Aaker1996, p.96 [邦訳 pp.121-122])<sup>17</sup>。

両事例の文脈でいえば<sup>18</sup>、機能的便益とは、精肉や鶏卵の食味や栄養といった実質的な品質である。一方、情緒的便益とは例えば農薬や添加物が不使用であることに由来する安心感や、地域の資源を活用して飼養されたり、アニマルウェルフェアに配慮しているといったことへの共感などであり、これらは「ブランドの所有や、使用という経験に対して豊かさと深みを加える」(Aaker1996, p.97 [邦訳 pp.122-125])。そして消費者はそうした製品を消費することで、豊かで自分らしい食生活を送れることへの満足感といった自己表現便益も享受できるかもしれない。このように、ゆうほく、

熊野養鶏とともに機能的便益のみならず、情緒的便益や自己表現的便益もある程度提供しているものと思われる。

なお両事例いずれも、牧場や養鶏場から、精肉や鶏卵などを消費者に直接提供する小売店や飲食店を一貫して手掛ける県内でも差別化された存在であるため、メディアに取り上げられる機会が多いというパブリシティ効果を楽しんでおり、そのことがブランド認知を高めている。もちろんその効果は、機会を有効に活かして地道にPRに努めてきたからこそ得られたものであるが、やはり一次製品の生産だけを行っていた場合には得難いものであっただろう。

#### 4) 顧客・地域の消費者と接触ポイントを持つ効果

第4に、顧客や消費者との接触ポイントを本来持たない生産者が、それを持つことから得られる効果である。6次産業化の基本的な特長として、「顧客との接点を有することにより自ら把握した顧客ニーズに即応した供給が可能となる」(小林2015, p.33)という点はしばしば指摘される。例えば、熊野養鶏では初期のころ、消費者の卵の味に対するフィードバックがあり、その情報を採卵鶏に与える飼料のレシピの確立に生かしたり(横溝2013, pp.141-142)、岡崎氏もまた「直接お客様からの声が入るので、それを元に商品開発に繋げたり、それをさらに掘り下げて生産の部分、牛を育てる段階まで還元できるのは大きな強みである」(ヒアリング)と述べるなど、両事例ともにその効果を楽しんでいるものと思われる。以下ではこうした顧客ニーズへの対応以外の2つの側面について考えてみよう。

1つは、小売店や飲食店といった店舗の展開によって、顧客の体験価値や満足度を高めることができる点である。とくに飲食店では、「はなが牛」や「美豊卵」のおいしさを熟知している従業員たちが考案・調理したメニューを提供するとともに、その飼養方法など食材に関する知識を豊富に有する者も多いことから、接客時に顧客に熱く語ることもできる。横溝(2013)が「消費者の満足感、当該製品のおいしさに依存するだけではありません。当該製品の持つストーリー、当該製品を提供する経営者やスタッフの対応にも大きく依存する」(p.142)と指摘するように、接触ポイントにおける上述のような対応によって、一般的な飲食店におけるそれよりも顧客の体験価値や満足度は高まり、結果としてその経験はリアルあるいはネット上のクチコミという形で拡散される可能性も期待できるだろう。

また直接的な販売のみならず、両事例ともに様々な

イベントを実施することで、自社の小売店や飲食店の主要顧客となりうる、地域の消費者との接触ポイントを増やしている。例えば、ゆうぼくでは店舗敷地内の庭を活用して、地域の消費者を対象としたイベントを定期的に開催したり、また熊野養鶏では「美豊卵」を使った料理教室や周年祭を実施するなどの取り組みがみられた。両事例ともに、その小売店や飲食店は市外や県外からの集客もある程度実現しているとはいえ、やはり地域のリピーターやロイヤルカスタマーの存在は安定した経営基盤となる。それゆえたんに商品の販売のみならず、地域の消費者との接触ポイントとコミュニケーションの機会を意識的に作り、良好な関係性を構築することが重要になるものと考えられる。

#### 5) 地域資源の活用と循環型農業の実践

第5に、6次産業化と直接かかわるものではないが、両事例ともに家畜の飼料として、地域資源を積極的に活用している。ゆうぼくでは、牛の飼料に地域の農家から引き取った稲わらや麦わら、飼料米をできる限り使用し、また熊野養鶏では地元業者からおからやみりんかす、しょうゆかす、また取引先からパン屑や米ぬかを調達して鶏の餌に活用している。他方、両事例とも家畜の糞から作られる堆肥を地元農家に使用してもらい、地域において資源循環型農業<sup>19</sup>を実践している点は興味深い。

このような地域資源の活用と循環型農業の実践は、たんにそれが地域や地域の農業の持続可能性に役立つというだけでなく、そうしたプロセスで作られた製品の情緒的便益などを高めることにもつながるだろう。小林(2019)は、政府が作成した「6次産業化の取組事例集」を用いた定量的分析から、とりわけ「地域へのこだわり」や「地域貢献」といった地域への関与が高い6次産業化の方が、成果(年平均売上増加率)が高まることを示唆し、その具体例として、地域を基盤とした事業展開、地産地消の取組、地元農産物へのこだわり、地域活性化への貢献、地域農業の支援、地域小学校の収穫体験や調理体験の講師といった例を示している(pp.55-57)。地域やその資源を重視した事業展開は、6次産業化におけるマーケティングやブランド構築における重要なポイントになると思われる。

#### 5. おわりに

以上本稿では、愛媛県の畜産事業者として、株式会社ゆうぼくと有限会社熊野養鶏における、一次製品の生産、加工、販売や飲食店の運営など6次産業化の取り組みの特徴について、マーケティングやブランド構築の視点に着目しつつ考察してきた。

両事例に共通する特徴として、①まず自社で価格決定権を持つことを重要課題ととらえたうえで、②家畜の品種あるいは安心安全にこだわる飼養を通じて、品質向上や差別的優位性を追求するとともに、③独自のブランド名を付与して、飼養方法へのこだわりなどを伝えるコミュニケーションを展開することで、消費者に機能的便益のほか、情緒的便益や自己表現的便益を提供しようとしていること、④また小売店や飲食店では、食材を熟知した従業員によるメニューの考案・調理や、豊富な知識に基づく接客によって、顧客の体験価値や満足度を高めたり、各種のイベントなどを通じて地域の消費者とのコンタクトポイントを増やす工夫がなされていること、⑤さらに家畜の飼料として、農家から引き取った稲わらや、業者から調達したおからやパン屑といった地域資源を積極的に活用する一方で、家畜の糞から作られる堆肥を地元農家に使用してもらうことで、地域において資源循環型農業を実践していることなどが確認された。

もちろんこれらの論点は、愛媛県の畜産事業者2社のみの考察であるという点で、必ずしも単純に一般化できるものではない。また2社の事例は、肉用牛の肥育と精肉の販売など、採卵鶏の飼養と鶏卵の販売などという、同じ畜産事業者とはいえ異なる事業内容の考察から得られた知見であり、各々の製品特性を踏まえて個別の事例をさらに深く掘り下げれば、また異なる論点が出てくるだろう。したがって、6次産業化におけるマーケティングやブランド化の特徴や課題についてより明確化していくためには、さらに継続して多様な先進事例の研究を蓄積していくことが必要である。

本稿作成にあたっては、株式会社ゆうぼく代表取締役社長・岡崎晋也氏（2022年9月）と、有限会社熊野養鶏代表取締役・熊野憲之氏（2022年8月）に、長時間のヒアリング調査や資料提供などの面で多大なご協力を賜りました。この場を借りて厚くお礼申し上げます。もちろん本稿におけるありうる誤謬は、すべて著者の責に帰するものです。

## 注

- 1 ヒアリング、ゆうぼくウェブサイト、マイナビ2024ウェブサイトに基づいて記述。
- 2 肉用牛は肉専用種、乳用種、交雑種（F1）の3種に区分される。肉専用種は牛肉を生産する目的で改良された牛で、黒毛和種などの和牛が主に該当する。乳用種は酪農経営の副産物である雄牛で、牛肉生産向けに

肥育されている牛である。交雑種は乳用種の雌牛と肉専用種の雄牛を交配して生産される牛で、乳用種よりも脂肪交雑（サシ）が入りやすい（農林水産省ウェブサイト）。ゆうぼくでは、ジャージー牛の雄の食肉用肥育や、通常の交雑種（F1）の雌に、和牛の雄を掛け合わせたF1クロス（「3/4和牛」も同じ）の繁殖・肥育を行っている。F1クロスは通常のF1よりも和牛に近い肉質を備えるとともに、早期の成長や出荷が期待できるという（『日本経済新聞（地方経済面 四国）』2020年9月19日、p.12）。

- 3 アニマルウェルフェア（Animal Welfare）について、例えば畜産技術協会（2011）は、「快適性に配慮した家畜の飼養管理」と定義している（p.1）。
- 4 なおホルスタインは「はなが牛（スタンダード）」、交雑種（F1とF1クロス）は「はなが黒牛」と、区分されて販売される。
- 5 例えば農畜産業振興機構によると、2021年度の牛肉（国産品）の全国の小売価格として、「かたろース」で比べてみると、ホルスタインが該当する「その他」は100gあたり558円、交雑種は756円、和牛は1,034円である（農畜産業振興機構ウェブサイト）。
- 6 「日経テレコン」において「熟成肉」というキーワードで検索すると、この時期から熟成肉を取り上げた記事が急増していることがわかる。
- 7 なお同社の熟成は、ウェットエイジングという比較的簡便な手法を採用しているが、近年、研究熱心なスタッフがより難易度の高いドライエイジングによる熟成にも取り組んでおり、ワインとのペアリングなども提案している（ヒアリング）。
- 8 ヒアリング、熊野養鶏ウェブサイトに基づいて記述。
- 9 愛農会とは、農業を農民自らが主体的に担い守っていくことを目的に、1945年にその活動が開始され、現在に至るまで、農業・農村の担い手養成をメインとして、持続的で平和な農村・社会を実現しようと国内外で多様な活動を続けている（全国愛農会ウェブサイト）。
- 10 農林水産省によると、エコフィードとは「食品残さ等を利用して製造された飼料」であり、その利用は「食品リサイクルによる資源の有効利用のみならず、飼料自給率の向上等を図る上で重要な取組」（農林水産省ウェブサイト）であるとされる。ただ熊野氏によれば、「エコフィードを意識して取り入れたのではなく、そうした廃棄するようなものが、たまたま卵の品質向上に大きな効果があった」（ヒアリング）という。
- 11 媛っこ地鶏の6次産業化の事例については、谷本（2021）において取り上げている。
- 12 ゆうき生協とは、「1979年、『自然と命を大切に』をモットーに、愛媛で有機農業を営む生産者と、食の安

- 心安全を求める消費者が、ともに立ち上げた小さな地域生協」(ゆうき生協ウェブサイト)である。
- 13 日本卵業協会によれば、卵の殻の色の差は鶏の種類に由来し、一般的には羽毛の色が褐色あるいは黒っぽい色の鶏は赤玉を産み、羽毛の色が白い鶏は白玉を産む。一般に赤玉のほうが白玉に比べ値段が高い傾向があるが、両者に栄養の差はなく、赤玉の産卵個数が少ないことが原因であるという(日本卵業協会ウェブサイト)。
- 14 例えば日本政策金融公庫(2011)は、6次産業化に取り組む農業者(主に同公庫融資先の農業法人・個人事業者)を対象に行った面談調査から、「直接販売に伴い価格決定も主導的に行えることで利益率が向上したとの声が多く、市場流通の需給関係に左右されずに済む点をメリットに感じている」(日本政策金融公庫ウェブサイト)ということを示している。
- 15 「畜産統計(2022年2月1日現在)」によると、採卵鶏の1戸あたり成鶏めす飼養羽数は7万5,900羽、肉用牛の1戸あたり飼養頭数は64.7頭である(農林水産省ウェブサイト)。
- 16 例えば参考までに、食肉通信社が発行している『銘柄牛肉ハンドブック2021』に掲載されている銘柄牛肉377銘柄の品種を筆者が数えたところ、もっとも多いのが黒毛和種に代表される和牛で約280銘柄、次いで交雑種が約100銘柄、ホルスタインは35銘柄(「乳用種」と表記の3銘柄もあわせると38銘柄)であった。
- 17 機能的便益や情緒的便益などの議論については、Aaker(1996)を参照のこと(pp.95-101[邦訳pp.120-128])。これらについては谷本(2008)において、地域ブランド構築との関連において検討している(pp.75-76)。
- 18 畜産製品の文脈における類似的議論として、消費者の機能的ベネフィットと心理的ベネフィットという観点から整理した横溝(2012)がある。
- 19 農畜産業振興機構は、資源循環型農業について次のように説明している。「米や野菜などの農産物を収穫した後のわらや収穫くずが家畜のえさとなり、その家畜のふんから堆肥が作られ、その堆肥で農産物が育つ。このように、有機資源を循環させながら農産物を生産する営みは、地力を維持し、持続性が高い理想的な農業体系といえます」(農畜産業振興機構ウェブサイト)。
- 参考文献
- 今村奈良臣「農業の6次産業化の理論と実践の課題」日本水土総合研究所ウェブサイト。  
[http://www.jiid.or.jp/ardec/ardec47/ard47\\_opinion.html](http://www.jiid.or.jp/ardec/ardec47/ard47_opinion.html)
  - 今村奈良臣「第6回 農業の6次産業化(2017年3月19日)」農業協同組合新聞ウェブサイト。  
<https://www.jacom.or.jp/noukyo/rensai/2017/03/170319-32281.php>
  - 清野誠喜「畜産経営における6次産業化—その特徴と課題—」『畜産コンサルタント』中央畜産会、51(4)、2015年4月、pp.18-21。
  - 熊野憲之「地域資源をフル活用した養鶏農家による6次産業化の取り組み」『畜産コンサルタント』中央畜産会、52(6)、2016年6月、pp.49-51。
  - 小林茂典「第4章 6次産業化の理論的整理」農林水産政策研究所『6次産業化の論理と展開方向—バリューチェーンの構築とイノベーションの促進—(6次産業化研究 研究資料 第2号)』、2015年1月、pp.31-49。  
[https://www.maff.go.jp/primaff/kanko/project/attach/pdf/150120\\_26rokuzi2\\_04.pdf](https://www.maff.go.jp/primaff/kanko/project/attach/pdf/150120_26rokuzi2_04.pdf)
  - 小林哲「2次データを用いた6次産業化の成果規定因に関する探索的考察」『マーケティングジャーナル』日本マーケティング学会、39(1)、2019年6月、pp.43-60。
  - 斎藤修「第1章 6次産業化・農工商連携とフードチェーン—論理と検証—」斎藤修・佐藤和憲編『フードチェーンと地域再生(フードシステム学叢書 第4巻)』農林統計出版、2014年、pp.15-69。
  - 白石秀壽「鶏卵のマーケティング戦略」『養鶏の友』日本畜産振興会、(699)、2020年5月、pp.34-38。
  - 谷本貴之「地域ブランドとそのマネジメントに関する一考察」『愛媛経済論集』愛媛大学経済学会、27(2/3)、2008年12月、pp.57-82。
  - 谷本貴之「愛媛県における6次産業化とそのマーケティング—南予地域の3事業者を事例として—」『愛媛大学社会共創学部紀要』愛媛大学社会共創学部、5(1)、2021年3月、pp.1-12。
  - 畜産技術協会『アニマルウェルフェアの考え方に対応した肉用牛の飼養管理指針』2011年3月。  
[https://www.maff.go.jp/j/chikusan/sinko/pdf/beef\\_cattle.pdf](https://www.maff.go.jp/j/chikusan/sinko/pdf/beef_cattle.pdf)
  - 日本政策金融公庫ニュースリリース(2011年12月2日)、日本政策金融公庫ウェブサイト。  
[https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/topics\\_111202\\_1.pdf](https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/topics_111202_1.pdf)
  - 横溝功「畜産経営の6次産業化への挑戦—ブランド化やマーケティングを中心に—」『岡山畜産便り』岡山県畜産協会、63(2)、2012年2月。  
<http://okayama.lin.gr.jp/tikusandayori/1202/02.pdf>
  - 横溝功「第13章 先進的な畜産経営による六次産業化の実践」高橋信正編著『「農」の付加価値を高める 六次産業化の実践』筑波書房、2013年、pp.134-143。
  - Aaker, David. A., *Building Strong Brand*, The Free

- Press, 1996. (陶山計介・梅本春夫・小林哲・石垣智徳訳『ブランド優位の戦略—顧客を創造するBIの開発と実践—』ダイヤモンド社、1997年)
- Porter, Michael E., *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, The Free Press, 1980. (土岐坤・中辻萬治・服部照夫訳『競争の戦略』ダイヤモンド社、1982年)
  - 熊野養鶏提供資料。
  - 『銘柄牛肉ハンドブック 2021』食肉通信社、2021年。
  - 『愛媛新聞』2008年11月25日、p.9。
  - 『愛媛新聞』2011年12月1日、p.14。
  - 『日本経済新聞 (地方経済面 四国)』2020年9月19日、p.12。
  - えひめ愛フード推進機構ウェブサイト  
<https://www.aifood.jp/jidori/himekko/kaihatu.html>
  - 愛媛県県民環境部循環型社会推進課ウェブサイト  
[https://www.pref.ehime.jp/h15700/4731/kigyou/k\\_2305.html](https://www.pref.ehime.jp/h15700/4731/kigyou/k_2305.html)
  - 愛媛県農林水産研究所畜産研究センターウェブサイト  
<https://www.pref.ehime.jp/chikusan/>
  - 熊野養鶏ウェブサイト <https://www.kumafuku.jp/>
  - 熊福 (熊野養鶏) facebook  
<https://ja-jp.facebook.com/bihouran/>
  - 全国愛農会ウェブサイト  
<http://ainou.or.jp/main/about/>
  - 中央畜産会・畜産ZOO鑑ウェブサイト  
[http://zookan.lin.gr.jp/kototen/tori/t423\\_2.htm#:~:text=%E5%8D%B5%E4%BE%A1%EF%BC%88%E3%82%89%E3%82%93%E3%81%8B%EF%BC%89](http://zookan.lin.gr.jp/kototen/tori/t423_2.htm#:~:text=%E5%8D%B5%E4%BE%A1%EF%BC%88%E3%82%89%E3%82%93%E3%81%8B%EF%BC%89)  
<http://zookan.lin.gr.jp/kototen/tori/t423.htm>
  - 日本養鶏協会ウェブサイト  
<http://www.jpa.or.jp/index.html>
  - 日本卵業協会ウェブサイト  
<http://www.nichirankyo.or.jp/qa/iro.htm>
  - 農畜産業振興機構ウェブサイト  
[https://www.alic.go.jp/koho/kikaku03\\_001231.html](https://www.alic.go.jp/koho/kikaku03_001231.html)  
[https://www.alic.go.jp/joho-c/joho05\\_000073.html](https://www.alic.go.jp/joho-c/joho05_000073.html)  
[https://www.alic.go.jp/koho/mng01\\_000044.html](https://www.alic.go.jp/koho/mng01_000044.html)
  - 農林水産省ウェブサイト  
[https://www.maff.go.jp/j/chikusan/kikaku/tikusan\\_sogo/attach/pdf/nikugyu-1.pdf](https://www.maff.go.jp/j/chikusan/kikaku/tikusan_sogo/attach/pdf/nikugyu-1.pdf)  
<https://www.maff.go.jp/j/nousin/inobe/6jika/attach/pdf/yuryo-19.pdf>  
[https://www.maff.go.jp/j/chikusan/sinko/lin/1\\_siryo/ecofeed.html#:~:text=%E3%82%A8%E3%82%B3%E3%83%95%E3%82%A3%E3%83%BC%E3%83%89%EF%BC%88eco%2Dfeed%EF%BC%89,%E3%81%A7%E9%87%8D%E8%A6%81%E3%81%AA%E5%8F%96](https://www.maff.go.jp/j/chikusan/sinko/lin/1_siryo/ecofeed.html#:~:text=%E3%82%A8%E3%82%B3%E3%83%95%E3%82%A3%E3%83%BC%E3%83%89%EF%BC%88eco%2Dfeed%EF%BC%89,%E3%81%A7%E9%87%8D%E8%A6%81%E3%81%AA%E5%8F%96)  
[https://www.maff.go.jp/j/tokei/kekka\\_gaiyou/tiku\\_toukei/r4/](https://www.maff.go.jp/j/tokei/kekka_gaiyou/tiku_toukei/r4/)
  - マイナビ 2024 ウェブサイト  
<https://job.mynavi.jp/24/pc/search/corp227788/outline.html>
  - ゆうき生協(愛媛有機農産生活協同組合)ウェブサイト  
<https://yuuki-seikyo.jp/>
  - ゆうぼくウェブサイト  
<https://yuboku.jp/>
  - ゆうぼく facebook  
<https://ja-jp.facebook.com/yuboku.jp/>
- ※ウェブサイトの最終確認はいずれも、2023年1月6日。

論 説

## 双方向ラーニング・ワーケーションにおける実証的研究（第一弾） －中島における新たなワーケーションの在り方－

西 村 勝 志（産業マネジメント学科）

An Empirical Study on Interactive Learning Workation (1st)  
－ Towards a New Way of Workation in Nakajima －

Katsushi NISHIMURA (Industry Management)

キーワード：ワーケーション・テレワーク・連携協働・中島・持続可能な地域社会  
Keywords: Workation, Telework, Collaboration, Nakajima, Sustainable Local Society

【原稿受付：2023年1月31日 受理・採録決定：2023年2月10日】

### 目 次

はじめに
第1章 中島における双方向ラーニング・ワーケーション実証的研究の全体像
第1節 双方向ラーニング・ワーケーション実証的研究の概要
第2節 ワーケーション滞在先としての中島の適正性
第2章 テレワークとワーケーションの関係
第1節 テレワークの意義と動向
第2節 ワーケーションの意義と新たな動き
第3節 社会課題の解決に向けたワーケーションの新たな役割
第3章 ワーケーションの導入に向けた課題の克服
第1節 ワーケーションの導入に向けて
第2節 事前・事後アンケート比較による中島ワーケーションの印象変化
第3節 ワーケーション導入における各種不安とその解消策
結びに代えて－今後における中島ワーケーションの方向性－

### 要旨

近年、新型コロナの感染拡大によってテレワークが浸透してきたが、その中の一つにワーケーションが挙げられる。本論文は、双方向ラーニング・ワーケーションの実証的研究における第一弾として、参加企業・自治体における課題解決（労働生産性の向上やワーク・ライフ・バランスなど）に向けたワーケーションの新たな活用方法を試みるものである。ワーケーション自体は、滞在先から新たな刺激を受けることで労働生産性を向上させるとともに、従業員の休暇を利用してリフレッシュするものと考えられてきた。このワーケーションに焦点を当て、実証的研究を試みるとともに、ワーケーション先を松山市の中島とすることで近隣滞在先としての可能性を探る狙いもある。すなわち、近隣エリアで容易に移動しやすく、休暇に最適な滞在地として中島を取り上げ、地元企業や自治体を巻き込んで実証的研究を行ったものである。そこでは、参加企業・自治体におけるワーケーションに関する個別問題を共有しながら議論を尽くして解決へと導くワークショップを行うことで、その成果の一部を新たなワーケーションの在り方としてまとめたものである。

## はじめに

2022(令和4)年度の科研費基盤研究Bに、香川大学経済学部の原直行教授を研究代表者とした四国4国立大学の共同研究「双方向ラーニング・ワーケーションによる地域活性化の実証的研究」が採択された。この共同研究は、一言でいえば、双方向ラーニング・ワーケーションによる地域活性化の意義とその方法を実証的に明らかにする研究である。ここで取り上げるワーケーション自体は、新型コロナウイルスの感染拡大以降、急速に注目されるようになってきている。しかし、現在、「地域活性化に有効なワーケーションとは何か」を各地域で模索しながら取り組んできている段階であって、研究面でも蓄積がほとんどないのが現状である。そうした中、愛媛大学における本研究分担では、ワーケーションを切り口として、参加企業・自治体相互間および受入地域との双方向のラーニングが、それぞれ個別課題の解決手法をもたらすとともに、究極的には新たなビジネスの創出等を通じて社会課題の解決手法をもたらすことで、地域活性化に極めて大きな意義があることを実証し、同時に今後のワーケーション手法を究明することにある。

その際、以下の3つが本研究の特色である。すなわち、①バケーションを重視した単純なワーケーションから、企業・自治体と受入地域との協働を前提とした合宿タイプの新たな課題解決型ワーケーションへとシフトを行うこと、②研究フィールドで社会実装を伴うアクションリサーチ<sup>1)</sup>を行うこと、③四国での共同研究による実証研究の蓄積を行うことである。

そこで筆者は、3年間の双方向ラーニング・ワーケーションにおける実証的研究の第一弾として、中島における新たなワーケーションの在り方を模索すべく、ワーケーション滞在先として、近隣にあって容易に移動しやすく、職務に従事できる環境が整っている宿泊施設も多数あるとともに、観光資源も豊富で休暇にも最適なエリアである愛媛県中島に実証的研究の拠点を置くこととした。

本研究のアプローチとしては、まずは、中島における双方向ラーニング・ワーケーションの実証的研究の意義ないし目的をより明確にした上で、ワーケーション滞在先である中島の適正性を明らかにする。次に、ワーケーションの特質を究明するために、それに類似するテレワークの意義や動向を取り上げ、環境省によるワーケーションの定義からテレワークとの相違点や関係性を明らかにする。さらに、わが国のワーケーションの実態とその背景を通して、その必要性を探ることとする。加えて、2022(令和4)年9月に実施した中島ワーケーションの実証的研究からワーケーションの新たな在り方を模索し、ワーケーションを実施す

る上での弊害となるワーケーション導入に向けた各種不安の解消策を提案したい。

## 第1章 中島における双方向ラーニング・ワーケーション実証的研究の全体像

### 第1節 双方向ラーニング・ワーケーション実証的研究の概要

#### 第1項 本研究の目的について

中島における3年間の双方向ラーニング・ワーケーション実証的研究では、第一の目的は、中島で参加企業・自治体が体験・体感することで、双方向ラーニング・ワーケーションの意義とその可能性を実証的に明らかにすることである。第二の目的は、双方向ラーニング・ワーケーションを通して個々の課題であるそれぞれの働き方改革を推進することで、労働生産性の向上を目指すものである。第三の目的は、参加企業・自治体が双方向ラーニング・ワーケーションを通して、社会課題であるカーボンニュートラル事業(新ビジネス)<sup>2)</sup>を創出することにある。これら三つの目的を果たすことで、双方向ラーニング・ワーケーションによる地域活性化の意義とその方法を実証的に究明するものである。

さて、第一弾である2022(令和4)年9月の中島ワーケーションの実証的研究に参加した自治体は、2021(令和3)年にSDGs未来都市に選定された松山市役所であり、また企業からは地元で情報通信の環境整備を担うNTT西日本株式会社四国支店・サイボウズ株式会社松山オフィス、そしてワーケーションの環境整備を担う帝人株式会社東京本社であった。地元中島からはそこに住んでいる地域おこし協力隊の参加もあった。また、ワーケーション滞在先は、愛媛県の中心部に位置する松山市の島嶼部である中島とした。滞在先が中島でなければならない必然性というのは、中島の魅力に隠されている。その詳細は、本章第2節で詳述するとして、中島にはロケーションを含め、まだ知られていない歴史や自然の魅力やポテンシャルがあると考えられるからである。これらの魅力を活用することで、松山市中心部およびその近郊での地元企業の自社課題を解決すると同時に、社会課題の解決の手段としても、ワーケーションを活用することが不可欠と解されるからである。そして、その延長線上で中島における問題(人口減少・観光振興に基づく活性化)の解決へとつなげられるのではないかと思われるからである。中島に近い松山市街中心部の企業や、その近郊地域での地元企業などでは、とくに人口減少に伴う労働力不足が生じつつある。そこで、労働力不足を補うために必要とされるのが働き方改革となろう。その働き方改革の中でも、テレワークのみならずワーケーショ

ンなどを活用することで、企業における労働生産性を向上させるとともに、従業員のワーク・ライフ・バランスを保つことが期待できないだろうか。コロナ禍にあっては、なおさら期待感が高まるものと思われる。また、働き方改革では、単に労働生産性アップだけでなく、労務管理の面で休暇取得の促進・従業員の健康維持・従業員の満足度向上・企業のイメージアップなど企業サイドからの期待が高まるのではないかとと思われる。

また、近年における企業を取り巻く社会環境の変化では、情報化（デジタル化・DX化）・AI化が進展していることから、それらを活用することで、単純業務負担の軽減を図り、いっそうの労働生産性の向上が期待できるところまできている。したがって、テレワーク、とりわけワーケーションを実施しやすい環境が整いつつあるともいえる。さらに、中島でのワーケーションの在り方を地元および異業種間連携合宿型とすることで、双方向ラーニングを推奨し、地域・自治体・企業・従業員が抱える課題をそれぞれ単独で考えるのではなく、他社および受入地域らと共に学び合い、協力し合うことが可能となるのではないか。その上、このつながりをさらに深めることで、社会課題の解決につなげ、新たなビジネスにつなげることも可能ではないか、と筆者は考えている。

一方で、中島は柑橘の栽培が盛んで、国内の離島にあって有数の産地であったが、人口減少による過疎化が進み、かつて15,000人もいた人口が2022（令和4）年9月現在では、2,910人と約19%となっており<sup>3)</sup>、それとともに耕作放棄地も増え続けている。そうした中において、中島を全国的に有名にしているイベントが、毎年8月に姫ヶ浜ビーチを中心に開催されるトライアスロン大会であり、競技参加者・関係者や観光客が1,000人ほど訪れている。残念ながら、コロナ禍で競技や観光の需要が失われ、大きなダメージを受けているのが現状である。中島には実績としてのキャパシティが十分に見込まれることから、中島でのワーケーションによって、島嶼部の交流人口や関係人口の増加を図り、観光産業の振興や移住定住を通して中島の活性化にも貢献できるもの、と筆者は考えている。

## 第2項 本研究の手法と課題設定

### (1) 本研究の手法

ワーケーションを行う自治体や異業種企業（ないし従業員）と受入地域（地域おこし協力隊）との双方向ラーニングが、新たな視点の獲得や自社課題のみならず、社会課題の解決をもたらすビジネスの創出等を通じて地域活性化につながるかどうかについて、本研究手法として中島という研究フィールドに

におけるアクションリサーチによって明らかにする。アクションリサーチでは、実際にPDCAサイクルを回しながら行うものとする。3年目に研究全体の成果をまとめて、双方向ラーニング・ワーケーションによる地域活性化の意義と実現手法を明らかにする。

また、本研究では、ビジネスマッチングを行う地域の企業・自治体に対して、事前と事後にアンケート調査を行うものとする。そこでは、事前と事後の合間で実証実験による検証を行う。ポイントは、オープン・イノベーション<sup>4)</sup>により、地域ビジネス創出につながるためには、何が必要かという視点である。

### (2) 講演およびワークショップにおける各段階と課題設定

参加企業・自治体では、組織などの立場や参加目的の違いがあることから、課題の捉え方も異なる部分もある。そこで、9月の中島ワーケーションでは、目的を共有しながら仲間意識を高めるために、丁寧に段階を踏まえつつ実施した。具体的には、段階別課題をそれぞれ以下のように捉えることとした。

段階別目的と課題

		(参加者の初顔合わせ)	
第一段階	①	参加者間で中島視察等によるワーケーション滞在先としての魅力確認	
	課題	実際に島内視察を行い、地元の地域おこし協力隊から中島の歴史・文化・自然・人物などを学びながら、中島の魅力をどう確認できるか	
	②	自己紹介および交流会を通じた参加者の相互理解の推進	
課題	交流会で地元の地域おこし協力隊から中島の魅力を伝え聞き、どう理解を深められるか、また、初対面の参加者同士でどう意思疎通を図れるか		
		(講演)	
第二段階	①	ワーケーションに関する基本的な理解の推進	
	課題	ワーケーションとは何かについて、参加者間でどう共有できるか	
	②	ワーケーションに関する現状の把握	
課題	現状からどうワーケーションの課題を抽出できるか		
		(ワークショップの前半)	
第三段階	①	ワークショップを通じた各参加者間における連携協力の体感	
	課題	各社の代表としての自分の立場からどういった人離れられるか	
	②	連携協力による自社課題の解決への意識改革の推進	
課題	他社の参加者は異なる企業の問題点をどう自分事として捉えられるか		

第四段階	(ワークショップの後半)	
	①	自社におけるワーケーション導入に関する是非の見極め
	課題	ワーケーションを十分に理解した上で、自社導入の是非を適切に判断できるか
	②	ワーケーションの新たな在り方についての究明
課題	自社導入におけるデメリットをどう克服できるか	

## 第2節 ワケーション滞在先としての中島の適正性

本研究におけるワーケーション滞在先は、中島に限定した上で、年2回に分けてそれぞれ数日程度ワーケーションを実施するスケジュールとしている。中島というエリアは、忽那諸島の中で最大の規模を誇っており、柑橘の花香る島として、全国的にも有数の柑橘産地として知られている。瀬戸内特有の温暖寡雨な気候により、「この島で作れない柑橘はない」といわれるほどであり、温州みかんをはじめ伊予柑・カラマンダリン・紅まどんな・セトカといった様々な品種が栽培されている。燦々と降り注ぐ太陽と瀬戸を吹き抜ける風、島の斜面地を活かした栽培は、甘くて濃厚な柑橘を育て、時期には島全体がミカン色に染まるほどである。

さて、この中島を筆者が選定した理由には、良好なアクセス・豊富な観光資源・最適な宿泊施設が挙げられるが、魅力あふれる中島は、観光地としても、またワーケーションの滞在先としても打って付けであるといえる。その根拠については、「ワーケーションの聖地」と呼ばれている和歌山県の南紀白浜を参照しながら、中島の適正性を考察する。すなわち、第一に観光エリアとしての良好なアクセス、第二に豊富な観光資源、第三に宿泊施設としての本来の付帯設備、第四にWi-Fiスポット数・仕事ができる環境整備、そして第五にAIやIoT活用による気軽な旅行（顔認証サービス）である<sup>5)</sup>。そこで、第一と第二は次項で、第三・第四および第五については第2項で取り上げるものとする。

### 第1項 観光エリアとしての中島の特色

ここでは、観光エリアとしての中島の特色である良好なアクセスと豊富な観光資源を取り上げるものとする。

#### (1) 良好なアクセス

中島は、移動に便利なロケーションがよい点が挙げられる。地域が選ばれるためには、ロケーションは絶対条件の一つであり、空港がある松山市中心に比較的近く、フェリー便数など交通の便が良く、移

動しやすい点が挙げられる。具体的には、愛媛県松山市の高浜港から高速船で約30分、三津浜港・高浜港・松山観光港からフェリーで約1時間弱の距離にあり、東線（大浦港）と西線（神浦港・西中港）と利便性が高い。

また、島内は、東中島・西中島の2つに大きく分けられ、島の中心集落は東部にある大浦になり、松山市役所中島支所、学校（松山市立中島小学校・松山市立中島中学校・愛媛県立松山北高等学校中島分校）、小規模な商店街および病院などがある。また大浦港を拠点に、島一周する路線とトンネル経由で島を横断する路線のバスが運行しているので、買い物や交通の便が悪いとはいえない。

## (2) 豊富な観光資源

### ①中島の歴史

一つ目の観光資源には、中島の歴史が挙げられる。「瀬戸内・松山 里島めぐり」<sup>6)</sup>によれば、中島の歴史は古く、島内から縄文時代の土器片が出土するなど先史時代まで遡ることができる。また、奈良時代には法隆寺の寺領となっていたようである。中島の松山市役所中島支所駐車場の傍に鎧掛松があった。鎧掛けのいわれは、源平合戦の時代に、源義経が屋島の戦いで平家をやぶり、さらに平家を追尾していた。その途中、水師を集めるため中島・長師に寄って、傍らの黒松に脱いだ鎧をかけて休んでいたことによっている。この松は、義経の威光を感じ取り、それ以降上に伸びず横へ横へと枝を張出し、傘のような美しい形になったといわれている。また、中島や忽那水軍の歴史を味わえる桑名神社・忽那義範公表忠碑・懐古館・4年毎に開帳される忽那義範ゆかりの西方山毘沙門堂などがある。加えて、毎年10月初旬にある「やっこ振り」は、九州に配流される際に宇和間に立ち寄った菅原道真を村人が慰めるために行ったのが始まりといわれている。また、中島の西側には、干潮時のみ歩いて渡ることができる『城』と呼ばれる巨大な岩がある。詳しいことなどの史料はほとんどないとされるが、『忽那嶋開発記』に能磯城があったという記述は残っており、かつて忽那水軍が『城』として利用されたともいわれている<sup>7)</sup>。

忽那水軍や黒岩城跡については、11世紀の頃に藤原道長の後裔親賢が島流しされたのが、忽那水軍の始まりとされている<sup>8)</sup>。藤原親賢は開発領主となり、「忽那氏」と称して鎌倉幕府の御家人や忽那島地頭職を任されて勢力を伸ばし、本山城をはじめとして泰ノ山城や黒岩城を忽那水軍の拠点とした。その後、皇統が南朝と北朝で争った分裂抗争では、忽

那氏も二つに分裂して戦った。最終的には、北朝の後小松天皇に譲位して合一が行われた。それ以降、忽那氏は河野氏の配下となるも、室町時代に河野氏が衰退したことで、1585（天正15）年に豊臣秀吉の四国平定の際に小早川隆景により滅ぼされている。

忽那諸島で最も大きく忽那氏が采配を振るったとされる黒岩城跡に、地元のボランティア活動による登山道が整備され、2014（平成26）年から登れるようになったことから、そこから見える風景は、忽那氏の歴史を慮りながら、大浦・陸月島・釣島・興居島などを眼下に見張らせる絶景のスポットとなった。

地域が地域によって選ばれるためには、このような地域になじみ深い歴史的遺産の存在が必要ではないか。というも、由緒ある歴史的遺産は、地域に知られることで身近に感じさせるだけでなく、地域愛を涵養し、シビックプライドをもたらしからである。

## ②中島の自然

二つ目の観光資源には、中島の自然が挙げられる。中島の自然では、中島町栗井のカヤのご神木が有名である<sup>9)</sup>。これは、桑名神社社叢の裾にあり、境内の荒神社の神木として信仰の対象となっており、根元には小さな祠があって、かつては荒神祭の際に飲用する甘酒を、この木のウロを利用して醸成していたといわれている。このカヤは、胸高幹周5.1mで、樹高は推定30mとされ、1795（寛政7）年の神社改帳に樹齢500年と記されている。この神社改帳によれば、現在の樹齢は700年以上と推定される。このカヤの神木は、愛媛県下で最大のカヤの木とされており、見た目にも樹勢旺盛で荘重な枝張りを示している。天然記念物として、また神木に相応しい珍重な樹である。

## ③中島のレジャー

三つ目の観光資源には、中島のレジャーが挙げられる。中島には夏のレジャーに最適な場所や、様々な年中行事も行われている。中島の南側にある長師港近くにある姫ヶ浜海水浴場は、約500mの白い砂浜が広がり、透き通るきれいな青い海と多島美の雄大な風景が楽しめるとともに、トライアスロン中島大会のスイム会場にもなっている。これは、毎年8月下旬に2日間開催しており、島人と参加者だけでなく、関わりのある人など全ての人で作り上げる島ならではの最大イベントで、全国的にも人気の高い大会になっている。1986（昭和61）年からスタートしている、このトライアスロン大会に毎年参加者500人で関係者を合わせると1,000人程度の観光客が訪れているので、中島の魅力はしっかりと情報発

信できているのではないかとと思われる。また、受入宿泊施設もそれなりに整っているともいえよう。その意味では、ワーケーションとしてのキャパシティは十分にあるといえるのではないかとと思われる。また、神輿を担いだ舁き手が神社を一周したのちに海岸の一面で厳粛な神事と優雅な巫女舞・餅まきを行う忽那島八幡宮秋まつりがある。季節ごとのフィッシングも家族連れなどでは最適であるといえる。

また、レジャーといえば、筆者の趣味にもなるが、周囲が海で囲まれている中島の海釣りが挙げられよう。中島は、初心者でも釣りやすい安全な釣り場が数多くあり、サビキ釣りなど様々な釣り方もあるが、経験者にとっては、アジングと呼ばれるアジのルアーフィッシングが人気である。中島では、1月から春先では、船釣りや防波堤でメバルが好調である。5月からキス釣りのシーズンに入り、姫ヶ浜海水浴場や宮野の小波止で入れ食いとなる。6月までは、中島全島でキスが狙える。8月の大浦港の波止ではチヌが狙え、平均40cm前後である。9月・10月はアオリイカがエギングというエビに似せた疑似餌でよく釣れる。

これ以外にも、自然の神秘として、満月の夜に赤手ガニの大打進がみられる。赤手ガニとは、岩ガニ科のなかまで、甲羅は約3センチ、形は四角形で、色は暗青緑色となっている。その名の通り、ハサミ脚が赤い。産卵するために、中島の山から海に向かって一斉に大打進する。赤手ガニは、夜行性で小ぶりのカニである。



（出所：<https://the-bonds.jp/?p=4616>）

## ④エコツーリズム

中島は、松山市SDGs推進協議会におけるスマートアイランドモデルとなっていることが挙げられる。中島では、人口減少・高齢化・エネルギーの脆弱性など多様な地域課題を解決するため、グリーンスローモビリティ<sup>10)</sup>や太陽光発電、ソーラー充電スタンドなどを導入し、自然豊かな島の魅力を高めながら情報発信することで、エコツーリズムとして

の経済循環を促す仕組みをつくり上げている。



(出所: <https://www.city.matsuyama.ehime.jp/kurashi/kurashi/seikatsu/kankyo/gurisuro.html>)

## 第2項 ワークーションとしての宿泊施設など

ここでは、第三の宿泊施設としての本来の付帯設備、第四のWi-Fiスポット数・仕事ができる環境整備、そして第五のAIやIoT活用による気軽な旅行(顔認証サービス)について、取り上げる。

本研究における具体的な場所は、中島観光拠点「ほしふるテラス姫ヶ浜」である。ほしふるテラス姫ヶ浜は、冷暖房完備の宿泊施設であり、ゆったりと利用できる浴場もある。ほしふる海水浴場からの帰りでは、外部にシャワーも完備しており、Eバイク(電動アシスト自転車)のレンタルも可能であるとともに、キャンプやバーベキューなどの必要な道具も揃っている。本研究の宿泊施設とする根拠には、以下の付帯設備を有する点が挙げられる。



(出所: <https://www.himegahamasou.com/>)

また、この施設には、以下のような大小の研修室もあり、合宿型ワークーションにおけるワークショップを行うにあたり、最適である。



研修室1



研修室2

(出所: <https://www.himegahamasou.com/guide/>)

さらに、帝人のモバイルユニットも2棟あり、多様な使い方が可能である。ワークーションを実施する環境が整っている。モバイルユニットの内観は、以下のとおりである。3名が使用でき、かつ右側には一人用の個室も用意されており、オンライン会議では誰にも邪魔されることもなく、会議を開催できる。以下が、外観と内装である。



(出所: <https://mobakyo.or.jp/archives/2989>)

中島は南紀白浜ほどよく知られた観光スポットではないため、まだまだ近年の情報化社会に十分には対応できていないために、南紀白浜の特色であるAIやIoTを活用した最先端の旅行スタイルの提供、すなわち顔認証でテーマパークの入園、飲食店などでの手ぶら決済、宿泊施設でのキーレスドア解錠など体験できるまでは至っていない。しかし、総合的にみた場合、4つのポイントをクリアしている点で、ワークーション滞在先としてはまずまず適正性を有しているといえるのではないかとと思われる。中島ワークーションの参

加者による事後アンケート調査では、帝人のモバイルユニットについては、利用者は普段通り業務に集中してきたとして、好意的な意見が多かったが、宿泊施設であるほしふるテラス姫ヶ浜では、Wi-Fi環境での回線が若干脆弱性を感じる意見もあり、また同研修室では昼であったこともあり、長時間の研修に適していないのではないかという意見もあった。したがって、ワーキング・スペースにおける設備など環境を整えることの重要性を感じた次第である。

## 第2章 テレワークとワーケーションの関係

ワーケーションに類似するものにテレワークが挙げられるが、どちらも職場から離れて業務を遂行する点で違いはない。そこで、本章では、ワーケーションの意義ないしその必要性を明らかにすべく、このテレワークとワーケーションの相違点を中心に取り上げ、それぞれの特質を究明することとする。そこでまず、テレワークについて整理しておこう。

### 第1節 テレワークの意義と動向

#### 第1項 テレワークの定義と種類

##### (1) テレワークの定義

テレワークとは、Tel（離れて）と Work（業務）を組み合わせた造語であり、一般に、情報通信技術（ICT）を活用することによって、場所にとらわれることなく、時間を有効に活用でき、多様な人々にとっての柔軟な働き方のことを指している。

ここで見受けられるテレワークの3つの特色のうち、1つ目の「場所にとらわれることがなく」とは、出勤して働く場所としての会社に縛られずに、ICTが活用できる場所であれば、どこでも可能であることを指している。したがって、勤務場所にこだわる必要はない。二つ目の「時間を有効に活用でき」とは、通勤時間や帰宅時間が不要となる分だけ時間を有効に活用できることだけでなく、通勤による疲労が当日の勤務に悪影響を及ぼし、帰宅による疲労が回復しなければ翌日の勤務にも悪影響を及ぼすことがないことを指している。すなわち、ただ単に空いた時間の有効活用だけでなく、勤務における質の高い業務が得られることを意味している。3つ目の「多様な人々にとっての柔軟な働き方」とは、テレワークの実施対象者が会社による人選で一部の特定化した誰かに偏ったものではなく、テレワークが適用可能な部署・業務であって、ICTを活用することで実施可能であれば誰でも実施できることを意味している。さらに、多様な人々の存在を前提とすることで、そうした人々の様々な生活や状況の変化に応じて容認される多様な働き方を指している。そも

そも、柔軟とは、従来の固定化された考え方に基かないで、状況に応じて対応する姿勢を指している用語なのである。

したがって、テレワークの特色から抽出されるメリットは、まずは場所にとらわれないことで、通勤時間をカットできるだけでなく、通勤における疲労も回避することができ、その分だけ労働生産性を高めることができる点が挙げられる（労働生産性の向上）。また、これまで、従業員の出産や育児によって離職するしかなかった人々が少なからずいるだけでなく、さらに、高齢化社会における介護によっても離職せざるを得ない人々もいることから、柔軟な働き方改革によって離職率を低下させるとともに、そうした人材を維持・確保できる点も挙げられる（離職率の防止／人材の維持確保）。加えて、遠隔地の優秀な人材さえも確保することで、地方の雇用促進につながられる可能性も秘めている（地域の雇用促進）。

このように、テレワークを活用した新たな働き方は、多様な人材の雇用を促進することで、企業における組織的生産性の向上につながるとともに、従業員個人におけるワーク・ライフ・バランス<sup>11)</sup>を実現することにもつながるであろう。付け加えて、ICTの活用によることで、近年における自然災害の多発で事業の継続困難な状況を回避しやすくなることも挙げられよう。この延長線上には、地域の活性化をもたらすことが可能との見方もできるのではないと思われる。

##### (2) テレワークの種類

テレワークには、就業形態によって雇用型テレワークと自営型テレワークにも分けられている。前者（雇用型テレワーク）は、事業主と雇用契約を締結している被雇用者が情報通信機器を活用して就労することである。また、後者（自営型テレワーク）は、委託受託関係を前提とし、受託者が委託者からの委託を受け、情報通信機器を活用して成果物の作成および役務の提供を行う就労であり、個人事業主が中心となっている。いわゆる組織の中での従業員の働き方か、個人事業主の働き方かである。

しかし、テレワークは、一般には、法契約の違いというよりはむしろ働く場の違いから区別されている。厚生労働省によると、自宅で働く在宅勤務、移動中や出先あるいは滞在先で働くモバイル勤務、勤務先以外の施設で働くサテライト・オフィス勤務の三つに区分されている。また、一般社団法人日本テレワーク協会<sup>12)</sup>によれば、さらに、働く場所をより詳細にすることで、自宅利用型テレワーク（在宅

勤務)、移動中や移動の合間に行うモバイルワーク(モバイル勤務)、サテライト・オフィスやコワーキング・スペースといった施設利用型テレワーク(サテライト勤務)のほか、休暇取得によるリゾートで行うワーケーションも含めてテレワークと総称している<sup>13)</sup>とされている。

#### ①在宅勤務

これは、勤務先から離れて自宅を就業場所とする働き方である。最近では、一日のうちそのすべてだけでなく、一部を在宅勤務に充てるケースも出てきている。いわゆる、部分在宅の導入である。たとえば、こどもの学校行事参加や親の病院付き添いなど、半日休暇や時間休暇との組み合わせによる従業員の様々なニーズに対応した勤務である。

#### ②モバイル勤務

これは、移動中の交通機関の中や得意先などの出先、喫茶店やホテルのロビーあるいは空港のラウンジなどを就業場所とする働き方である。営業職など頻繁に外出する場合、待ち時間など空いた時間に効率よく業務を行うことができる。また、用途先への直行や自宅への直帰をすれば、わざわざ勤務先に戻る必要がなく、ワーク・ライフ・バランス向上にもつながる。

#### ③サテライト・オフィス勤務

これは、勤務先から離れた所に設置されたサテライト・オフィスで働く施設利用型の働き方である。このサテライト・オフィスには、専用型と共用型とがある。専用型とは、自社や自社グループ専用で利用するサテライト・オフィスであり、たとえば、外回りの活動中や出張の際に立ち寄っての利用や、在宅勤務の代わりに自宅近くのサテライト・オフィスで勤務するなどの働き方である。共用型とは、社内専用ではなく、複数の企業や個人事業主が共用するオフィスで、シェア・オフィスまたはコワーキング・スペースと呼ばれている。

#### ④ワーケーション

これは、もともと、より優雅に娯楽ないし休暇を優先するもので、リゾートなどバケーションも楽しめる地域でテレワークを行うものである。ビジネスの前後に出張先などで休暇を楽しむブレジャーも含まれる。

第2項 コロナ禍以前におけるテレワークの状況  
働く場所の違いから4つに分類されるとしても、

新型コロナウイルスが爆発的感染拡大してなかった2020(令和2)年以前の従来では、あまり普及していたとはいいがたい面がある。その背景には、大まかに以下の4つが指摘できよう。

#### ①わが国の雇用基盤とハンコ文化

わが国では、欧米諸国と比較し、テレワークが普及しにくい雇用の基盤(ないし背景)があった。まず、欧米諸国では「仕事に人をつける」ジョブ型の雇用制度を実施している会社が多いことに比べて、わが国では「人に仕事をつける」メンバーシップ型の雇用制度を実施している会社が多く、雇用の安定やスキルアップなどで会社に対する従業員の帰属意識が欧米諸国に比べて強い点が挙げられる。ジョブ型雇用が職務を明確にした上で最適な人材を配置することに対して、メンバーシップ型雇用は職務を限定せず広く人材を採用し、OJTやOFFJTで教育研修を行い、職務に必要な知識と経験を積ませていく。つまり、ある特定の職務が担当できる人を採用するのではなく、採用した後に職場内の多様な職務を担当させる。入社と同時に組織のメンバーとして扱われ、担当していた業務がなくなっても配置転換され、定年まで雇用が保証される。一方で、転勤や配置転換などの業務命令に拒否しにくいケースも数多くある。また、業務を一人で担当せず、チームなどのグループで担当することで、メンバー同士の頻繁なコミュニケーションを必要とする。一方で、単独で業務を行うジョブ型では、人事評価面(時間ではなく)成果に基づきながら業務を遂行していければ場所や時間で厳しく管理する必要もなくなる。ジョブ型雇用の導入と成果評価制度の設計ができれば、よりテレワークないしワーケーションしやすい環境になるといえる。

また、欧米諸国ではハンコなど書類上に印鑑を押印する慣習がないが、わが国では書類上に印鑑などを押す文化がある。そのために、コロナ禍にあっても、わざわざFAXや紙の契約書類などに押印をするために出社する従業員や管理者がいたことは容易に推測できる。緊急事態宣言以降、不要不急の外出自主規制が要求され、多くの企業がテレワークを実施していたにも関わらず、自宅のパソコンで作業をしても最終的には紙に印刷し、上司のハンコをもらい、契約先などに送付しないと業務が完結しないので、わざわざ出社するケースが窺えた。また、郵送物が取引先などから送られてくるなど、その確認のために、出社せざるをえないケースも見受けられた。特に、大企業に比べて業務の電子化作業が遅れている中小企業の場合では、紙書類に押印をして決

済をすることが多かった。

### ②家庭環境の整備不足

テレワークが普及しにくかった点には、家庭環境の整備不足が挙げられる。また、テレワークを実施するための設備や機器が不足していることも挙げられる。政府が緊急事態宣言を発令して以降、多くの企業が一斉にテレワークを実施または拡大しようとした結果、供給が需要の伸びに追いつかず、いわゆるボトルネックが発生していた。需要が急増することにより、通信を暗号化して情報の漏洩を防止するVPN（仮想専用線）の増設作業が間に合っていなかった。その主な理由としては、テレワークで使用する専用機器の供給が需要に追いついておらず、またネットワーク技術者が不足し、コンピュータの需要が供給を大きく上回っていることなどが挙げられる。

### ③情報セキュリティに対する不安

テレワークが普及しにくい点には、情報セキュリティに対する不安が挙げられる。テレワーク制度を実施するためには、まずは情報セキュリティ・システムを構築しなければならず、また、そのための装備導入に伴うコストが増加することが挙げられる。交通費は若干抑制できるとしても、中小企業では装備導入に伴うコスト負担は大きな問題となる。いい換えれば、テレワークでは、会社以外に従業員の自宅やサテライト・オフィスなどで業務を行うため、情報セキュリティ対策が不可欠である。しかしながら、情報セキュリティを強化するためには、従来のシステムを補完・補強しなければならない。さらに、オフィス以外の場所での勤務を可能にするためには、デバイスやポケットWiFiを提供することや、サテライト・オフィスやシェア・オフィスを用意しなければならない。そのためには、企業の財政的な負担が増加することになる。

### ④業種・職種による不適合さ

テレワークが普及しにくい点には、業種・職種による不適合さも挙げられる。すなわち、テレワークに適していない業務や職種が存在していることである。テレワークは、多様な人々（女性・高齢者・障がい者、そして介護者など）の継続雇用を可能にするとともに、生産性の向上、企業のイメージ向上、オフィス関連支出の削減、ワーク・ライフ・バランスの実現、感染症リスクの回避、環境負荷の軽減など、多くのメリットを有する。しかし、すべての業務や職種に適しているわけではない。業種としては、

設備および機械を必要とする製造業や、現場での作業が必要とされる建設業、高齢者介護施設や医療施設、運送業、サービス業などの場合は、現場での直接的な作業や対面でのコミュニケーションが必要とされることから場所にとらわれてしまうので、テレワークを実施することがなかなか困難である。また、職種としては、医療職は患者に直接携わる職種であり、医療器具による医療行為が求められることからリモートワークしにくい。しかし、処方箋だけなら、夜間のオンライン診断（処方箋の提供）も見受けられるようになってきている。介護職では要介護者に直接介護サービスを提供するため、不適合といえる。接客業のフロントでは、AIロボットが案内係を行うなど対面サービスを提供してきており、徐々に変わりつつあるとはいえる。

## 第3項 コロナ禍以降におけるテレワークの推進と新たな課題

2020（令和2）年以前ではあまり普及していなかったが、ここ最近、改めてテレワークが注目を集めてきている。テレワークは、働き方改革の推進とともに、同年2月頃から新型コロナウイルスの感染拡大の中、出社しないことで通勤での公共交通機関における密を避けられるとともに、新たな雇用対象者の確保につながるとされた。特に、緊急事態宣言の下では、テレワークの実施に踏み切った企業も数多く現れた。また、新たな労働力確保としては、従来では勤務先出社を原則とするために雇用対象としにくかった子育て者・介護者・身障者（車椅子使用者など）・地方在住者・海外在住者なども、採用枠に取り込めることも期待された。そのために、テレワークにおける通信機器を整備する必要があるだけでなく、情報漏洩などのセキュリティソフトを導入するとともに、ITリテラシー教育を推進する必要性が生じてきた。これらの条件をクリアできれば、時間と場所に縛られず、通勤時間やオフィスへの移動から解放され、会議室の予約が不要となり、物理的な会議室自体も不要となる。また、通勤しないことによるCO2排出抑制となることで、環境負荷への軽減となる。従来の従業員の就業時間であるコアタイムも不要化することで、総労働時間を遵守することが重要となる。その結果、フレックスタイム制度が導入化していく可能性がある。

一方で、テレワークを推進するためには、新たな課題も挙げられる。テレワークは、働く場所が勤務先ではなく、自宅やカフェ喫茶やコワーキング・スペース、出張先などであることから、直接に上司が従業員の業務を管理することが難しい点（勤怠管理問題）が挙げられる。また、こうしたテレワークを推進するた

めには、従業員自らが自己管理できなければならない。そばに上司や同僚がいないことで、従業員自らがモチベーションを維持しなければならないが、自主性に任されることで、モチベーションの維持や積極性・主体性を欠落しやすい点（自己業務管理問題）が挙げられる。また、運動不足に陥りやすく、体力が失われやすい点（健康管理問題）も挙げられる。さらに、テレワークが長期化すれば、結果的に労働生産性が低下する可能性も生じ、自宅では、ペットや子供、近隣住民や宅配業者など邪魔が入ることで、集中力を欠きやすくなる点（業務不能率問題）も挙げられる。

以上のように、克服すべき課題もある中、新型コロナウイルスの感染拡大化をきっかけにしたことで、密を避けるべく、テレワークによる在宅勤務自体が盛んに行われるようになった。出社するのは、対面による創造性や効率性の向上や直接の意思疎通が必要な場合に限定して、フレックス勤務のコアタイムを廃止することで、柔軟な働き方も推進するようになってきた。通常の勤務では、通勤電車・オフィス・エレベーターに加えて、昼食や懇親会など人の密集する場が多く、感染リスクが高いといわれている。したがって、テレワークによる在宅勤務が可能であるなら、勤務先から離れた場所に生活基盤を移したいとの考えから、そのきっかけとして長期の休暇を想定しているワーケーションも注目され出している。そこで次に、ワーケーションの意義や新たな動向について取り上げることにする。

## 第2節 ワケーションの意義と新たな動き

ワーケーションは、働き方改革の手段の一つであって、働き方改革＝ワーケーションというわけではない。したがって、ワーケーションは、ニューノーマル時代における働き方の一つの選択肢にすぎないとされるが、本節では、ワーケーションの意義のみならず、新たな動きに注目したい。

### 第1項 観光庁によるワーケーションの定義

観光庁は、本章第1節第1項で示したワーケーションよりも広義に捉えている<sup>14)</sup>。すなわち、広義のワーケーションには、休暇型と業務型があり、休暇型は有給休暇を利用してリゾートや観光地等でテレワークを行うもので、主目的は業務というよりは休暇としている点で福利厚生型といえる。主目的を休暇ではなく業務に置く業務型には、さらに地域関係者との交流を通じて地域課題の解決策をとともに考え、自社のビジネスにつなげる地域課題解決型、場所を変えて自社のメンバーと議論を交わす合宿型、そしてサテライト・オフィスやコワーキング・スペースでの通勤時間を短縮

して通勤疲労を回避するとともに移動コストも軽減し、気分転換も図るサテライト・オフィス型がある。また、ワーケーションとは区別されるものに、プレジャーがある。これは、業務を主目的としながらも、出張先等での滞在を延長するなどして休暇を楽しむものである。

それでは、ワーケーションが普及すると仮定した場合、滞在先として地域が都市部から選ばれることもあれば、地域が他の地域から選ばれることもある。科研費基盤研究Bに採択された共同研究「双方向ラーニング・ワーケーションによる地域活性化の実証的研究」では、たとえば、香川大学は、ワーケーションの滞在先として都市部から地域が選ばれるための、ワーケーションの姿を求めている。そのため、愛媛大学に籍を置く筆者としては、滞在先として地域が他の地域から選ばれるために、地域に何が必要か、選ぶ側もワーケーション制度を導入するにあたって何が必要であるか、これらに焦点をあてつつ、将来の地域活性化につなげられるように展開したいと考えている。

そこで、観光庁の分類における休暇型と業務型の「良いとこ取り」ができないかという視点から、新たなワーケーションを模索するところを根底に置きたい。いい換えれば、単なる休暇型だとワーケーションを重視となるので、従業員の休息・リフレッシュ効果は期待できるが、本当の意味で労働生産性の向上に大きな期待はしにくい。つまり、個々人の一時的な生産性アップにとどまり、企業が率先して実践するものでなければ、企業全体での労働生産性のアップにつながるとはいえないのではないかと考えている。一方、業務型であれば、企業にとってなんらかの業務成果が期待できるが、その場合には、より大きな成果を期待するためには、単独ではなく、数名の同僚とのワーケーションであるだけでなく、将来のビジネスにつなげるためには、膝を突き合わせて腹を割った話ができる合宿型が望ましいと考えられる。9月における事後アンケートの結果でも、参加者からは、他社との交流で従来と異なる視点を持つことができたこととして、新たな視点や捉え方を得る機会となったことを一番の収穫としている意見もあり、他社との交流を密にする最も効果的な方法は、集団宿泊の形が良いと実感したとの意見もあった。

したがって、そのような合宿型ワーケーションを切り口として自治体および参加企業が互いに連帯感や共鳴感さらには仲間意識を共有することで、第一段階として、それぞれが抱える自社課題である働き方改革を他社からのアドバイスなどと自己の気づきなどで相互に学び合い・助け合って見直すことができるのではないかと考えている。その上で、第二段階として、この

ワーケーションを切り口として参加企業・自治体の連携の下、社会課題であるカーボンニュートラルに向けた新たなビジネスを共同展開することを期待したい。そして、その延長線上の将来において、つまり第三段階として、継続的な地域活性化がもたらされると期待するものである。

## 第2項 近年におけるワーケーションの動向

ワーケーションは、そもそも米国の概念であって、テレワークを活用し、仕事をしながら休暇を取ることである。このワーケーションでは、職場で目の前にある業務のことばかりを考えるのではなく、職場から少し離れた所で業務を集中して考えることができ、滞在先での体験や滞在先のステークホルダーとの交流などから新たな発想や新たなビジネスのヒントが浮かんだりすることができる。

わが国におけるワーケーションの動向については、それを導入しようとする立場や目的の違いによってその動きは異なる。そこで、政府や観光庁・環境省の立場や地方自治体の立場、そして企業の立場からその動向を取り上げることとする。

### (1) わが国における政府・官庁の動きについて

政府は、2020（令和2）年7月27日に、首相官邸で観光戦略実行推進会議<sup>15)</sup>（議長・菅義偉〔当時の官房長官〕）を開き、リゾート地などで休暇を楽しみながら業務も遂行するワーケーションを新たな旅行スタイルとして、その普及に取り組む方針を確認した上で、新型コロナウイルスの感染拡大で需要が低迷している観光業界を支援するとともに、働き方の多様化を促進することも狙いとされた。また、観光庁の『旅行消費の増加および休暇分散に向けた取組について』<sup>16)</sup>によれば、観光庁におけるワーケーションの動きについては、ワーケーション推進のために、企業への働きかけに加え、ワーケーション需要に対応したいホテルへのアドバイザー派遣、ワーケーション実施のためのWi-Fi環境整備、ワーケーション・スペースへの対応などを支援し出した。さらに、環境省の『国立公園における最近の取組状況（ワーケーションおよび上質なサービスを求める旅行者の誘客に向けた取り組み）』<sup>17)</sup>によれば、環境省におけるワーケーションの動きについては、国立公園や国民保養温泉地の旅館やホテルなどに対して、ワーケーションツアーの企画・実施や家族旅行と合わせた子供向けプログラムの企画・実施を行う方向性を示し出した。

### (2) 地方自治体の動きについて

行政におけるワーケーションの動きについては、ワーケーションの受け皿となる地域（滞在先）や地方自治体で、「ワーケーション滞在先として人々を誘致しようと、通信環境の整ったサテライト・オフィスを設け、観光や自然等の資源を活かしたワーケーション事業を推進してきている。いずれは人口減少する地方にとって、移住者が増えることを期待し、力を入れて取り組んでいる自治体もある。すなわち、和歌山県や長野県、北海道が先進県となっている。

ワーケーションに対する地方の具体的な動きでは、真っ先に和歌山県が挙げられる。というのも、和歌山県では2017（平成29）年からワーケーションを推進している先駆的な存在であるからである。県内には観光地としても名高い白浜町があり、南紀白浜空港から10分で白良浜に到着するという自然に囲まれた立地が魅力の一つである。現在では、白浜町にワーケーション・IT企業の誘致のためのビジネス拠点施設を整備し、オフィスエリアにはオフィス7室とシェア・スペース、一般エリアには個室・打ち合わせスペース、会議室などが設けられており<sup>18)</sup>、ワーケーションを行う企業の誘致に積極的である。また、和歌山県独自に「関係人口創出拡大事業」や「親子ワーケーション」などの事業を行うことで、ワーケーションを地域の価値創造ツールとして位置付けている。

次に挙げられるのが、長野県である。同県では、「リゾートテレワーク」と称して、軽井沢町、信濃町、白馬村など県内に多くのテレワーク拠点を有しており、リゾートテレワークの環境整備を行う事業について、県から助成金を出す仕組みづくりも行っている。ワーケーションのメリットのひとつに「移住」が挙げられる。長野県では13年連続で移住したい県1位の実績だが、「テレワークデイズ2019」<sup>19)</sup>によれば、長野県からの転出が進んでいるのが現状である。そのため、ワーケーションを活用して長野県への移住を促進したい狙いがある。今後も県を挙げてワーケーションを推進していくであろう。

ほかにも、北海道が挙げられよう。道と道内17市町が連携して「北海道型ワーケーション」を行っている。「北海道型ワーケーション」とは、東京一極集中からの本社機能分散化などを提言し、首都圏企業の従業員やその家族などを対象に、北海道ならではの広域周遊型ワーケーションである。ワーケーションを一カ所に滞在して行うのではなく、まさしく道内を巡りながら行うものである。また、道内114カ所に「公設の体験移住用住宅」が用意され、

その住宅に家具や家電が備え付けられているので、低コストで滞在することも可能となる。北海道という広大な土地を活かした施策を行っているといえる。

しかし、これらはいずれも、観光事業に直接つなげる形での地域活性化である。誘致させる対象を拡大させるものではない点で、パイの奪い合いにとどまる欠点がある。地域に訪れる対象となる企業や人々をどう拡大させるかの視点が必要不可欠である。

### (3) 民間企業の動きについて

民間企業におけるワーケーションの動きとしては、近年、新型コロナウイルスの大流行をきっかけに、多くの企業がテレワークによる在宅勤務が盛んに行うようになった。ここでは、いち早くワーケーションへの動きを示した株式会社セールスフォース・ドットコム、日本航空株式会社（JAL）、株式会社三菱UFJ銀行および株式会社JTB四社を挙げておく。

株式会社セールスフォース・ドットコム<sup>20)</sup>は、2015（平成27）年秋に、和歌山県白浜町にサテライト・オフィスを開設した。総務省が推進した「ふるさとテレワーク推進のための地域実証事業」に参画し、白浜町と手を組んで進めてきた。現在では常時10人程が滞在しており、強制ではなく個人のキャリアプランに応じて自主的に行っている。白浜町を選んだ理由として、「東京からのアクセスの良さ、Wi-Fiが提供されている、自治体の熱意」が挙げられる。通勤時間の短縮と通勤そのものにおけるストレスが生じないことから、生産性のアップや残業時間の削減など成果を上げている。白浜オフィスは東京オフィスと比較して、生産性が20%高いという結果が出ており、生産性アップには通勤時間が関係していると考えられている。

JALは、2017（平成29）年から働き方改革の一環で有給休暇の取得率向上を目的としたワーケーションを導入しており、デスクワークなどの管理部門従業員が長期休暇を取得後の業務不安やストレス解消、さらには長期休暇に対する抵抗感を軽減することで、有給休暇取得率を向上させている<sup>21)</sup>。これにより、帰省先などでの休暇中であっても予め決めた日の業務を行うことが可能となっている。JALのワーケーションでは、制度の目的を説明するワークショップや、はじめの一步を踏み出すためのモニターツアーなどの施策を実施した結果、現在では対象従業員の25%以上が取得するまでに浸透した<sup>22)</sup>。

株式会社三菱UFJ銀行では、2019（平成31）年度からワーケーションを導入しており、軽井沢を筆頭に全国6カ所にサテライト・オフィスを設置し、

職場以外での柔軟な働き方を広げている<sup>23)</sup>。

株式会社JTBでは、ニューノーマル時代に備え、テレワークの浸透による働く場所をリゾートホテルなど自宅以外への拡大を予測し、多様で柔軟な働き方が広がるとして、新たなライフスタイルとしてワーケーションをJTBの本業に結び付けようとしている。そのためにも、自らがワーケーションに対する積極的な導入を試みている。すなわち、2019（平成31）年4月から「ワーケーション・ハワイ」の制度を導入している<sup>24)</sup>。高橋広行代表取締役社長自らがハワイでのワーケーションを体験しており、組織として積極的な姿勢が見受けられる。また、従業員が休日や休暇を利用してハワイに滞在する従業員が、ハワイの現地法人・JTB Hawaii Travel LC内に設置した専用スペースで仕事をするのでテレワークと認めている。原則としてテレワークは1日単位であるが、半日や時間単位の申請にも対応可能であり、わが国でも初の海外での制度である。

## 第3節 社会課題の解決に向けたワーケーションの新たな役割

働き方や休み方の多様化が求められている今日、新型コロナウイルスの影響で、企業においては多様な働き方の導入で業務の効率化や新たなビジネスモデルの開発が急務となった。地域においては、観光客の低迷による観光消費額の伸び悩みを課題としている。さらに、従来型の旅行スタイルでは時期や場所が集中することで、混雑や密が生じやすく、不安が高まっている。そのため、休暇取得を分散化する上で滞在型の新たな旅行スタイルや新たな帰省スタイルを提供することや、旅行機会を平準化することが望ましいと考えられる。そこで、観光地やリゾート地でテレワークによって働きながら休暇を取る過ごし方、あるいは出張に休暇をつなげて現地で観光や旅行をするプレジャーが提案されてきている。ただし、それだけでは従業員の休暇取得はできても、社会課題の解決はおろか、自社の課題を解決することも難しいといえる。そもそも、ワーケーション制度を導入している企業も少ないのが現状である。

したがって、本研究の究極的目的については、ワーケーションの拡充ないし質的転換を求め、休暇を重視した従業員個人レベルから自社課題の解決、そして社会課題の解決につなげるものとして活用すべきとの見解を有している。

結論からいえば、2022（令和4）年9月に実施した中島ワーケーションは、初期段階におけるワーケーションとして、一企業における従業員のリフレッシュを推進するためのワーケーションを出発点としながら

も、中島を舞台に企業同士あるいは自治体ないし地域おこし協力隊と企業とのつながりを構築し、絆を太くすることを通して自社課題解決に目を向けたワーケーション（自社課題解決型ワーケーション）に転換する可能性を試みたものである。その意味で、通常の単なる休暇型のワーケーションではなく、変容的ワーケーションと言っても過言ではない。いい換えると、中島ワーケーションは、形式的には休暇活用型を出発点としながらも、プロジェクト合宿としての会議型を含み、一方で学びの研修型の様式を整えている。また同時に、自社課題の解決を図りながら、今後実施予定の継続的活動によって、社会課題の解決も目指すことで、新たな価値創造をもたらすイノベーション型である。このことから統括型ワーケーションといえよう。社会課題の解決という場合、まずは労働生産性の向上とワーク・ライフ・バランスといった従業員の働き方改革であるが、地球的規模から捉えると、最重要課題はカーボンニュートラルを想定することになる。

### 第3章 ワーケーションの導入に向けた課題の克服

#### 第1節 ワーケーションの導入に向けて

わが国において、以前ではさほど見慣れた働き方というわけではなかったワーケーションも、人口減少による労働力不足や情報化社会の進展、さらにコロナ禍など企業を取り巻く環境変化が著しい中で注目されだしており、各企業において働き方改革の新たな制度設計を試みる必要があるとの認識が広がりつつある。

##### 第1項 ワーケーション導入の必要性

ワーケーションは、有給休暇の取得率低下を背景としており、テレワークの活用によって、業務を遂行しながらも休暇を取りやすくすることであった。ワーケーションはそもそもテレワークの一種であることから、その必要性はテレワークのそれと重複している。テレワークは、コロナ禍以前では働き方改革の実現手段として普及の推進が図られていたが、コロナ禍では、通勤電車・オフィス・エレベーター・昼食や懇親会など出勤する際の様々な場所での三密を避ける意味で、在宅で可能な業務については在宅で行うべきとして、感染リスクの回避やBCPの確保も重点課題に加わってきた。したがって、社会的観点に立てば、労働力人口の確保や環境負荷の軽減など持続可能な社会づくりが求められることで、また企業においては、労働生産性の向上や優秀な人材の確保・離職の抑止・コスト削減に加え、BCPの確保など状況変化に応じた企業の成長性が求められるとともに、従業員個人では、ワーク・ライフ・バランスの維持・多様な働き方の確保・通勤時間の削減に加え、感染回避など心身ともに健康

で豊かな暮らしや人生設計の実現が求められてきている。したがって、社会・企業・従業員個人の持続可能性を追求するための手段の一つとしてクローズアップされるようになってきており、ワーケーションもまた、同様のことがいえる。

ワーケーションはまた、目の前にある業務のことばかりを考えるのではなく、勤務地から少し離れた場所で集中して考えることができ、滞在先での出会いや体験等を通して、新たなアイデアなどを創出することが可能となりやすい。さらに、ワーケーションによる地方の魅力発掘で、移住定住による地方創生・地域活性化といった持続可能な地域づくりの実現を図ることもできる。そのため、ワーケーションの受け皿となる地域や地方自治体では、ワーケーション滞在先として都市部や他の地域にいる人々を積極的に誘致するために、ICTが整備されたモバイルユニットを設置するなど、観光や自然等の資源を活かしたワーケーション事業を計画・実施してきている。人口減少する地方にとって、地方創生・地域活性化を目指して、自治体も積極的に力を入れて取り組もうとしている。

##### 第2項 ワーケーションを導入するための準備事項

各企業・自治体などでワーケーションを導入するためには、組織における制度設計面と実施にあたっての管理面から、以下の4点について事前に準備しておく必要がある。

##### (1) 組織における制度設計面から

###### ① ワーケーションの適用範囲・適用時期について

まず一つ目が、参加企業・自治体におけるワーケーションの適用範囲・適用時期を決めることである。ワーケーションはどの部署でもどの従業員・職員でも適用可能というわけではなく、また繁忙期・閑散期など時期によっても異なるであろう。したがって、ワーケーションの対象業務や部署、役職などを決めるとともに、取得が可能な時期についても設定する必要が生じる。ワーケーションに適した業務は、テレワークでも行えるデスクワークであり、初期の段階では、チャットやWEB会議ツールを使って、リモートでもスムーズにコミュニケーションがとれる業務や部署が望ましいと考えられる。

###### ② 社内ルールの変更について

二つ目が、就業規則など社内ルールを変更することである。すなわち、ワーケーションで行える業務の範囲や、1日・半日・時間といった取得の単位、それ以外にもワーケーション中の禁止行為などの基本ルールの整備は不可欠である。また、ワーケー

ションを申請許可制度とする場合には申請方法や決済方法も必要であり、ワーケーション中の申請・承認フロー、発生した経費の負担についても事前に決定しておかなければならない。

## (2) 実施にあたっての管理面から

### ①労働時間管理体制の確立について

三つ目が、労働時間管理体制を確立することである。テレワークでも同様のことがいえるが、管理者側の立場からもワーケーションを利用する従業員に対して実労働時間の維持といった意識付けや、利用していない従業員との間における公平性を保つ観点からも、ワーケーション中の実労働時間の正確な把握が不可欠である。滞在先であっても、1日業務を遂行した場合は出勤となるが、1日のうち一部の時間を業務にあてた場合は、時間単位での有給休暇として計算する必要が生じる。したがって、ワーケーション中であっても、タイムカードやパソコンのログ、もしくは出退勤の報告ルールを順守させ、正確に労働時間を記録できる体制確立が必要となる。

### ②情報セキュリティの強化について

これは、テレワークにも当てはまるが、ワーケーションを行う中では、特にランサムウェアなどサイバー攻撃などで被害を受けないように、情報セキュリティ対策の強化が求められる。2021（令和3）年中に警察庁に報告された国内のランサムウェアによる被害件数は146件とされている<sup>25)</sup>。また、会社のモバイル端末の遠方への持出しには、紛失や盗難・破損などのリスクもある。ワーケーション中の端末や利用可能なネットワーク、また資料の持出しについて一定のルールを整備するほか、万が一の事態に備えたセキュリティソフトのインストール等の対策を行う必要があるとともに、そのコスト負担も生じる。加えて、リスクが生じた場合の改善策の立て方も検討しておく必要がある。

## 第2節 事前・事後アンケート比較による中島ワーケーションの印象変化

ワーケーションについては、参加企業・自治体における働き方改革の新たな制度設計を試みる必要があるとして、各社に中島での実証的研究への参加をお願いし、その印象の変化を確認すべく、事前と事後に分けてアンケートを実施した。

### 第1項 実施前における中島ワーケーションの印象

中島ワーケーションを実施する前に行ったアンケート結果については、全体としては、筆者の想定どおり

の結果であった<sup>26)</sup>。すなわち、Withコロナの時代、ICTが進展する時代においては働き方改革が求められることもあって、テレワークも含め、ワーケーション自体が時代に合致しているとの見方もされており、そうした中、従来と異なる新鮮な環境からの刺激によって、新たなアイデアの創出や業務への集中力向上、またワーク・ライフ・バランスの充実やストレス発散などによって、労働生産性が向上するとの期待に溢れていた。加えて、ワーケーションの活用の仕方によっては、社会的にみれば、地域交流の促進、地域課題の解決、その延長線上で地域活性化につながるとの期待感も見られた。個人レベルで見れば、異業種間連携におけるワーケーション自体の経験が、自社の業務にも好循環をもたらすとの期待も窺えた。

こうした期待がある一方で、ワーケーションの適用対象者には個人事業主やフリーランスなどに限定され、一般従業員には不適合ではないかとの見方もあった。また、ワーケーションを実施する従業員側としての意見では、観光地などの滞在先でOnとOffの切替えが上手にできるのか、管理者側としての意見は従業員の労務管理が可能であるのか、といった疑問も生じていた。

地方においては、テレワークはまだしも、ワーケーション自体がまだまだ導入されていないとの見方もある一方で、テレワークの進展によって働く場所に対する制限がなくなりつつあるとして、一般従業員でも希望すれば実現できる環境が整ってきているとの意見もあった。そのため、すでにテレワークを導入してきた都市圏企業から地方企業へと、順次、テレワークからワーケーションへのステップアップが図られていくのではないかとの見方もある。さらに、その必要性から、以下のような積極的に推進する見解までもあがっていた。すなわち、導入に向けた積極的意見として、ワーケーション導入にあたっては、労働生産の向上やワーク・ライフ・バランスの充実を図るためには、事前にリモートワークにおける従業員のスキルアップが求められるのではないか、今後中島が選ばれるようになるためには、魅力的な点を複数つくる必要があるのではないかとの意見もあった。

### 第2項 実施後における中島ワーケーションの印象変化

ワーケーションの実施後に行ったアンケート結果については、全体としては事前の想定とは異なる結果となった<sup>27)</sup>。すなわち、ワーケーションのメリットである「ワーク・ライフ・バランス向上」・「従業員満足度向上」・「新たな企業価値の創造」につながる点が確認でき、業務へもしっかり集中できたとの回答を得る

ことができた。しかし、管理者の立場からの意見として、「マネジメントがしづらい」・「労務管理が難しい」に対する不安は拭えなかった。ただ、オンとオフの切替えについては、ヒトによって見解が分かれているように見えるが、快適な環境があれば、オンとオフの切替えが可能である点では同様の見解とみることができる、また、単独ではなく異業種間連携に基づくワーケーションであることに、大きな意義があったように思われる。

以上のことから、ワーケーションを実施してみると、想定以上にその効果が期待できることが窺えた。また、初めてだからかもしれないが、新鮮でリフレッシュできており、仲間意識も高まったようである。しかし、やはり、のびのびと業務を遂行するためには、通信リスクを回避できるネットワーク環境の整備が不可欠であった。

### 第3節 ワーケーション導入における各種不安とその解消策

ワーケーションに関して、各企業における働き方改革の新たな制度設計を試みるためには、様々な不安材料が浮き彫りとなった。それらを解消しなければ、新たなワーケーションによる社会課題の解決へと導くことはできないことから、本節では各種の不安材料に対する解消策を展開する。

#### (1) 人事評価・労務管理の在り方について

Web会議システムやチャットツール、勤怠管理システムなどを導入し、円滑なコミュニケーションを促し、業務の進捗を管理・把握する必要があるが、勤務時間管理としては、テレワークも同様であるが、PC利用状況を見える化することで、業務遂行の状況を見ることができるといえる。具体的には、キーボード打刻状況・ソフトウェア利用状況アプリ利用時間状況などを把握することで、労働時間の明確化を図るものである。一方で、むしろ時間管理をしないで成果をもって評価する、といった従来とは異なる評価方法が課題を解決することもある。業務達成度評価（何をどこまで実施したか）あるいは業務目標達成度評価（当初の目標をどの程度到達したか）を用いる人事評価制度の導入が必要であろう。

#### (2) 組織内におけるワーケーションのルール作りについて

ワーケーションの導入にあたっては、企業側には制度やルール作りが求められるが、それ以外にも、社内でワーケーション導入に必要な環境を整備するとともに、従業員に対しては実施する後ろめたさを

排除するためにも十分な理解・浸透させることが重要である。業務日や業務内容に関する明確な制度やルールを策定して、従業員に周知させることで、彼らが安心してワーケーションを利用できる環境を作る必要がある。また、業務時間外では連絡を取らないようにするなどの工夫が必要である。制度やルールが整備されていなければ、ワーケーションの効果が期待できず、逆に労働生産性が低下する可能性もある。具体的なルールの見直しでは、ワーケーションで行える業務の範囲や、1日・半日・時間といった取得の単位、ワーケーション中の禁止行為などの基本ルールの整備は不可欠である。また、ワーケーションを許可制にする場合の申請・承認および決済方法や、ワーケーション中の承認フロー、発生した経費の負担についてもあらかじめ決めておく必要があるだろう。

#### (3) 業務と休暇の区別について

企業は、従業員に対してワーケーションを肯定的に捉える雰囲気づくりが求められる。仕組みや制度だけを作っても「絵に描いた餅」に終わらないようにしなければならない。管理職が積極的にワーケーション制度を活用すれば、従業員も活用しやすくなる。また、多くの従業員に実際にワーケーションを体験してもらうために、部署単位でのワーケーションを推進することも有効であろう。単独であった場合でも、同じ職場の同僚等とのコミュニケーションについても、必要に応じてWeb会議を開催するなど臨機応変に対応すればよい。

#### (4) 情報セキュリティについて

ウイルス対策ソフトのインストールといったデバイスへの対策はもちろん、安全な通信環境の用意やVPN<sup>28)</sup>利用による暗号化通信、パスワード管理ツールの利用など、環境整備を行う必要がある。また、完全に防ぐことが困難な人為的ミス想定し、デバイス紛失時に備えたMDM（Mobile Device Management、モバイル端末管理）サービスの利用のほか、紛失対応を予めマニュアル化しておく。さらに、従業員に対するセキュリティ教育を徹底するなど、教育面での対策も事前に実施しておく。

テレワーク環境におけるセキュリティ対策の指針としては、IPA（独立行政法人情報処理推進機構）の「テレワークを行う際のセキュリティ上の注意事項」や「日常における情報セキュリティ対策」を参考にして、自社に合致したガイドラインを策定することである。

#### (5) 長期休暇による生産性低下について

Web 会議システムやチャットツール、電話などを積極的に利用した細かなコミュニケーションは有効性を有することが期待される。しかし、これらのツールを利用したからと言って必ずしも労働生産性の低下を防ぐわけではない。まずは、テレワークから始めて段階的にリモートで働く環境に慣れさせていくなど、進め方の工夫が必要である。モチベーションを高める上で、人事評価を結びつけることも重要である。

#### (6) 従業員自らの体調管理について

従業員は、在宅勤務と同様であるが、通勤せずにデスクにつき、座りっぱなしであることから、運動不足になりやすい傾向にある。また、肩こりや腰痛、さらには生活リズムの乱れにつながる懸念もある。もちろん、企業側には、医師による定期的な健康診断やストレスチェックなど労務状況を集約的に管理する必要はあるが、従業員自らが日々の体調管理をしていく上で、血圧を測定するなどの健康チェックから1日をスタートさせることも大切である。ヨガ・柔軟体操などストレッチをし、有酸素運動の実践や業務前の散歩などといった運動負荷によって、業務スタート時のストレスを低減させるとともに、場合によっては認知機能を高めることも期待できよう。適度な運動は、身体的なリフレッシュをもたらすだけでなく、生活習慣病予防的効果も期待できる。それ以外にも、滞在先においては、通信環境の整備だけでなく、体に負担をかけにくい椅子や机の用意が必要かもしれない。

#### (7) ワークेशन導入における個人ネット環境コストについて

近年では、どの家庭でもインターネット環境は整ってきているので、それほど大きな問題とはならないと思われる。したがって、ワークेशन導入コストは、かなり抑えられてきているであろう。もちろん、受入先（滞在先）におけるネット環境は、今日においては不可欠といえるが、受入先もネット環境はほぼ整えてきているので、問題がないであろう。

#### (8) ワークेशनによる来島者の受け皿について

中島には空き家による受け皿が十分でなくても、様々な民宿や宿泊施設がある。従来開催されてきた中島トライアスロンでは、出場選手や関係者など来島者が1,000人を超えており、中島の人口が2,910人であることを考えれば、量的には十分な受け皿と

いえる。しかし、これに関してもネットワーク環境が不可欠であり、整備されていなければならないので、島内全体のICT化を推進する企業の進出が待たれる。

#### (9) 地域おこし協力隊との連携強化について

中島支所（旧中島町役場）との連携はもとより、地域おこし協力隊との連携をどう強化すべきかについては、地域の人々が実際に活動している現場に介入できる自治体職員のみならず、中島支所と地域住民との間に立つ地域おこし協力隊がどれだけ活動しているかどうかで決まるといってもよい。自治体職員と地域おこし協力隊が上手にタッグを組まないと、地域おこし協力隊の導入が地域において失敗するケースが多々みられる。地域おこし協力隊はよそ者であるがゆえに、人間関係でなかなか難しい面もあるが、彼らは俯瞰的に捉えることができることから地域の課題も抽出できるとともに、そもそも地域おこし協力隊に志願している点で、積極的に地域に溶け込もうとする行動力もあるといえよう。一方で、自らが地元で定住するための土台作りをしなければならぬので、思った以上に多忙となりやすく、並外れた行動力やコミュニケーション力がなければ務まらない。今回、協力してもらった中島在住の地域おこし協力隊は、自ら進んで積極的に行動でき、自治体の雑用係を担うというよりは、自治体の明確な目的を共有し連携協力できる人物であった。また、地域住民としっかりコミュニケーションをとりながら、自ら進んで地域の共同作業も行うことで、地域の生活に溶け込んでいた。したがって、中島を独自の視点から捉えることができ、中島の実情に詳しい地域おこし協力隊からワークेशन導入にあたってのアドバイスなどを提供してもらえるように地域おこし協力隊との連携構築・強化をしていくことが重要であると考えられる。

#### (10) 帰宅等の困難性について

近年では、強い勢力で大型の台風による土砂災害、震源地が浅く、規模の大きな地震による建物やトンネルの崩壊・火災・液化化現象など様々な自然災害が多発するようになっている。例えば、2011（平成23）年の東日本大震災では、津波による東北での大惨事のみならず、都市部では鉄道など公共交通機関の運行がマヒし、道路では大規模な渋滞が発生する結果となっていた。そのため、多くの帰宅困難者が発生したものである。ここまでとは言わないが、出張やバケーションで遠出をした場合でも、台風など自然災害で飛行機・フェリーなどが欠航し、予定

どおり帰宅できない、帰社できない可能性はいくらでもありうる。台風など予想しうる自然災害の場合には、予め週間天気予報などを参考にしながら、ワーケーションを実施するタイミングを慎重に検討しておく必要がある。

#### （11）来島者による治安の不安定化について

観光地では、観光客が訪れるのは当たり前であり、彼らは観光における地域のルールを順守する必要がある。夜中の花火、深夜の大声、ゴミのまき散らしなど守るべきモラルの範囲内であるとはいえ、治安に対する地元の不安が増すばかりである。観光する場合には、地元の人々の生活環境を脅かさず、双方の距離や関係を維持するのは当然であり、社会ルールの維持は徹底しなければならない。それと同時に、地元では、地域起こし協力隊や青年会議所などで見回り隊を結成して、巡回パトロールをすることも求められよう。

## 結びに代えて

### —今後における中島ワーケーションの方向性—

2022（令和4）年9月に実施した中島ワーケーションの参加企業は、愛媛大学（筆者）・松山市役所（伊藤智祥氏・栗塚由子氏・山崎泰平氏・堀川七恵氏）以外には、西日本電信電話株式会社四国支店（福地義一氏・佐藤遼氏・弘島煬大氏）・サイボウズ株式会社松山オフィス（久保正明氏）・地域おこし協力隊（藤本周一氏・斎藤恵子氏）である。なお、オンラインでの参加としては、帝人株式会社東京本社（西川敏彦氏・稲垣玲奈氏）および株式会社日本政策投資銀行（加藤翔氏）であった。

3年間にわたる一連の中島ワーケーションでは、参加する地域の異業種企業らが中島でワーケーションを活用することで、交流会を通して互いに関係構築を図りつつ、ワークショップなどを通して関係強化をすることで、ビジネスマッチングの可能性を高めるとともに、新たなビジネス創出に基づく社会課題の解決につなげようとする実証実験を行うものである。

今回は、第一弾として、松山市役所の協力の下、中島という地でワーケーションを実施することからスタートし、互いに手探り状態から始まった。

まず一日目に、対等の立場で相互にワーケーションに対する学び合いを行うことで、ワーケーションに対する共通理解を深めた。次に、ワーケーションの実施を通して、各組織・団体が混合グループになることで組織の枠を超えて、ワーケーションの導入に関する問題を洗い出し、解決策を互いに検討した。目的を共有し、対等の立場で相互に学び合うことで、仲間意識が

生まれ、時の経過とともに、年齢や職位にとらわれず、仲間意識が高められてきた。その日の夜に、さらなる異業種間交流を促進させるべく、交流会でバーベキューを行った。食事を共にする中で、各組織・団体での置かれている状況や悩みなども互いに話し合う間柄となり、交流の深みが増した。二日目には、ワーケーションと深く関わる働き方改革をテーマにワークショップを実施し、互いに学び合った。働き方改革は、一見すると組織・団体に働く従業員のためのものであるかのように思われやすいが、背景であるとか、推進の目的など理解を深めることで、従業員のみならず、組織・団体や社会全体における意義も明らかとなった。三日目には、ワーケーションや働き方改革における諸問題に対する解決策をテーマとしてワークショップを実施し、グループごとにその成果を発表した。

ただし、働き方改革とワーケーションを同義的に捉えられやすいが、働き方改革＝ワーケーションではない。ワーケーションと働き方改革の関係については、次稿で詳述する予定であるが、ワーケーションは働き方改革の一手段でしかない。しかし、中島ワーケーションのように、活用いかんによっては、地域ビジネスの創出や社会課題の解決にも役立つとの見解を得ることができた。したがって、新たなビジネスの創出、あるいはその結果としての社会課題の解決が実現した場合には、全国の先進事例として社会実装面でのインパクトが大きいと思われる。

そうしたことから、中島ワーケーションは、一企業における従業員の視点からの働き方改革を推進するためのワーケーション（自社課題解決型ワーケーション）を出発点としながらも、中島を舞台として企業同士の連携構築を通して、地域社会の課題解決を図るビジネスに軸足を置いたワーケーション（社会課題解決型ワーケーション）に転換するものであると期待できる。その意味で、通常のワーケーションからプレジャーへの転換につながる変容的プレジャーへの変容的ワーケーションと言っても過言ではない。むしろ、プレジャー的色彩が濃いと見える。したがって、引き続き、実施していく中島ワーケーションは、社会課題として最重要課題と考えられるカーボンニュートラルをテーマに取り上げ、異業種間連携によるビジネスマッチングを果たしながら、新たなビジネスの創出といったロールモデルを立ち上げ、社会課題の解決を推進することで、各都道府県で実施可能となることを大いに期待したい。

## 謝辞

松山市役所・サイボウズ株式会社松山オフィス・西日本電信電話株式会社四国支店・帝人株式会社東京本社・中島在住の地域おこし協力隊の皆様には、本実証研究にご参加いただき、貴重なご意見等を賜り、感謝申し上げます。

## 注

- (1) ここでのアクションリサーチとは、社会心理学者 K. レビンが提唱したもので、集団力学の理論を社会生活に応用し、具体的な事態の改善を試みることを意図する研究である。ここでは行政や企業など組織集団活動の過程を、実際の展開場面において実験的に刺激を加え、それによって生じた変化の過程として観察・記録していくものである。
- (2) カーボンニュートラル事業を重視する理由には、近年の地球温暖化の影響が背景にあり、著しい熱波や乾燥、集中豪雨や大型台風など多様な自然災害が勃発し、地球環境問題がますます激化・深刻化している。一方で、世界各地で勃発している戦争や紛争で、原油高による物価上昇など世界経済も困窮状態となってきた。その結果、化石燃料の活用が止まらず、地球温暖化の歯止めがかからない状況になってきている。今だからこそ、グローバルな視点で化石燃料を再生可能エネルギーに代えることで、地球温暖化を抑制するためのカーボンニュートラルを推進していく機会と捉えるべきと考えるからである。
- (3) 松山市役所「地区別推計人口」2022（令和4）年12月1日現在  
<https://www.city.matsuyama.ehime.jp/shisei/tokei/toukei2.html>（最終閲覧日 2023年3月19日）
- (4) オープン・イノベーションとは、製品開発や技術改革、研究開発や組織改革などにおいて、自社以外の組織や機関などが持つ知識や技術を取り込んで自前主義からの脱却を図ることである。
- (5) ネイティブ・メディア  
<https://nativ.media/22112/>（最終閲覧日 2023年3月19日）
- (6) <https://www.ritoumeguri.com/experience/34163.php>（最終閲覧日 2023年3月19日）
- (7) <https://www.ritoumeguri.com/experience/35030.php>（最終閲覧日：2023年3月19日）
- (8) <https://www.ritoumeguri.com/experience/26428.php>（最終閲覧日：2023年3月19日）
- (9) <https://www.city.matsuyama.ehime.jp/kanko/kankoguide/rekishibunka/bunkazai/shi/kuwanajinja-kaya.html>（最終閲覧日：2023年3月19日）
- (10) グリーンスローモビリティは、松山市が調達し、三井住友海上火災保険株式会社がリスクアセスメント調査を行い、社会福祉法人島寿会が実証運行するなど、官民連携で実証事業を開始している。また、2021年7月からはほしふるテラス姫ヶ浜の宿泊者への実証貸出も開始している。
- (11) ここでいうワーク・ライフ・バランスとは、2007年に内閣府が定めた「仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）憲章」によるもので、「国民一人ひとりがやりがいや充実感を感じながら働き、仕事上の責任を果たすとともに、家庭や地域生活などにおいても、子育て期、中高年期といった人生の各段階に応じて多様な生き方が選択・実現できる」ことを指している。  
[https://www.cao.go.jp/wlb/government/20barrier\\_20html/charter.html](https://www.cao.go.jp/wlb/government/20barrier_20html/charter.html)  
（最終閲覧日：2023年3月19日）
- (12) この一般社団法人日本テレワーク協会は、理念として、ICT（情報通信技術）を活用した場所や時間にとらわれない柔軟な働き方であるテレワークを、広く社会に普及・啓発することにより個人に活力とゆとりをもたらし、企業・地域が活性化できる調和のとれた日本社会の持続的な発展に寄与するものである。
- (13) [https://japan-telework.or.jp/tw\\_about/](https://japan-telework.or.jp/tw_about/)（最終閲覧日 2023年3月19日）
- (14) 国土交通省観光庁『「新たな旅のスタイル」ワーケーション&プレジャー』  
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/workation-bleisure/>（最終閲覧日 2023年3月19日）
- (15) 政府は、「明日の日本を支える観光ビジョン」の実現に向け、課題や施策を検討するために、2018年9月に観光施策の推進に関して閣僚・省庁で構成する会議体を再編し、全閣僚で構成する「観光戦略実行推進会議」と、省庁の局長級を中心に構成する「観光戦略実行推進会議ワーキンググループ」を設置した。前者の観光戦略実行推進会議は、内閣官房長官が議長、地方創生担当相と国土交通相副議長が副議長を務め、後者の観光戦略実行推進会議ワーキンググループは、内閣官房副長官補が議長、観光庁長官が副議長を務める。
- (16) 国土交通省観光庁「旅行商品の増加および休暇分散に向けた取組について」資料1  
[https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko\\_vision/kanko\\_kaigi\\_dai38/siryou1.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko_vision/kanko_kaigi_dai38/siryou1.pdf)（最終閲覧日：2023年3月19日）
- (17) 環境省「国立公園における最近の取組状況（ワーケーションおよび上質なサービスを求める旅行者の誘客に向けた取り組み）」[https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko\\_vision/kanko\\_kaigi\\_dai38/siryou2.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko_vision/kanko_kaigi_dai38/siryou2.pdf)（最終閲覧日：2023年3月19日）

- (18) 観光産業ニュース『トラベルボイス』「南紀白浜空港、ワーケーション・IT企業の誘致のためのビジネス拠点施設を整備」<https://www.travelvoice.jp/workation/20211105-4266/>（最終閲覧日：2023年3月19日）
- (19) テレワークデイズ2019とは、総務省・厚生労働省・経済産業省・国土交通省・内閣官房・内閣府が、東京都および関係団体と連携し、2017年より、2020年東京オリンピックの開会式にあたる7月24日を「テレワーク・デイ」と位置づけた上で、働き方改革の国民運動を展開しているものである。具体的には、様々なテレワーク（モバイル、サテライト・オフィス、地域でのテレワーク等）の実施・時差出勤・フレックスタイム・ワーケーション等を組み合わせた実施など、多様な働き方を奨励している。
- (20) 株式会社セールスフォース・ドットコムは、業務をクラウド型顧客管理サービス（クラウドアプリケーションおよびクラウドプラットフォーム）の提供として2000年に創業した会社で、本社所在地は東京都千代田区である。
- (21) 国土交通省観光庁『「新たな旅のスタイル」ワーケーション&プレジャー』（日本航空株式会社）<https://www.mlit.go.jp/kankocho/workation-bleisure/corporate/case/jal/>（最終閲覧日：2023年3月19日）
- (22) 東原 祥匡（日本航空 人財戦略部）「取得率は25%を達成 先駆者JALに聞くワーケーションの勘所」プロジェクトデザイン-月刊『事業構想』オンライン2022年3月号  
<https://www.projectdesign.jp/articles/d70527f0-9840-4d41-8cb7-1ad9eb27f769>（最終閲覧日：2023年3月19日）
- (23) 日本経済新聞「三菱UFJ銀、軽井沢に『ワーケーション』施設」2019年7月25日付  
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO47774530V20C19A7EE9000/>（最終閲覧日：2023年3月19日）
- (24) トラベルボイス 観光産業ニュース  
<https://www.travelvoice.jp/20190319-127906>（最終閲覧日：2023年3月19日）
- (25) 警察庁広報資料2022（令和4）年4月7日「令和3年におけるサイバー空間をめぐる脅威の情勢等について」  
[https://www.npa.go.jp/publications/statistics/cybersecurity/data/R03\\_cyber\\_jousei.pdf](https://www.npa.go.jp/publications/statistics/cybersecurity/data/R03_cyber_jousei.pdf)（最終閲覧日2023年3月19日）  
上記別添資料P.1より、「テレワーク等による外部から内部ネットワークへの接続が急増し、セキュリティ対策の一環としてVPN機器を導入する企業等が増加しているが、そのVPN機器のせい弱性等から組織内部のネットワークに侵入し、ランサムウェアに感染させる手口が被害の多くを占めている。」
- (26) 参加予定者に実施した事前アンケートにおけるワーケーションの印象に対する回答を分類整理すると、以下のとおりであった。
- ①ワーケーションに対する期待
- ・ワーケーションでは、働く環境を変えることで、新たなアイデアが湧きやすく、業務に集中できるのではないかと
  - ・非日常の空間で業務を行うことで、ワーク・ライフ・バランスの充実や心身のストレス反応の低減が生産性の向上にもつながるのではないかと
  - ・ワーケーションは、リモートワークが進む今の時代に合っているのではないかと
  - ・実施場所/施設整備によっては、生産性の向上につながるのではないかと
  - ・地域課題解決型ワーケーションでは、地域交流を通じて地域課題の解決策を考えることができ、地域の活性化に貢献するのではないかと。そして、個々人の課題解決に向かう経験が、本業でも役立ち好循環を生み出していくのではないかと
  - ・ワーケーションを実施すること自体は、その企業における働き方改革を推進することや、地域振興につながるのではないかと
- ②ワーケーションに対する不安
- ・個人事業主/フリーランサーなど仕事の裁量の幅が大きい方が対象で、一般的な従業員が実施するにはハードルが高いのではないかと
  - ・業務と休暇の線引きが曖昧で、労務管理など難しい部分もあり、ハードルが高いのではないかと
  - ・せっかく日頃の生活環境から離れて観光地などを訪れているのであれば、あまり仕事はしたくないと感じてしまいそうで、気持ちの切替えが難しくそう
- ③現状についての印象
- ・テレワークは、業種によっては積極的に取り組まれているものの、ワーケーションについては、まだまだ取り組んでいる企業が少なく感じている
  - ・近年は、テレワークの浸透により働く場所の制限がなくなりつつあり、一般的な従業員でも希望すれば実現できるようになってきているのではないかと
  - ・ワーケーションは、比較的都市圏の企業に導入されている印象が強く、テレワークが浸透した企業等が次なるステップとして位置づけられるのではないかと
- ④導入に向けた積極的意見
- ・ワーケーション導入にあたっては、労働生産の向上やワーク・ライフ・バランスの充実を図るためには、事前に従業員のテレワークにおけるスキルアップが求

められるのではないか

- ・今後中島が選ばれるようになるためには、魅力的な点を複数つくる必要があるのではないか

⑤その他（バケーションを重視した見方）

- ・ワーケーションは、楽しそうな印象がある
- ・仕事と休暇を組み合わせた働き方ではあるが、どちらかといえば休暇を楽しみながら仕事をするといった印象がある

(27) 参加予定者に実施した事後アンケートにおけるワーケーションの印象に対する回答を分類整理すると、以下のとおりであった。

①ワーケーションに対する期待通りの点

- ・イメージ通りだった部分については、プラスの面では、「ワーク・ライフ・バランス向上」・「従業員満足度向上」・「新たな企業価値の創造」につながると感じた

②ワーケーションに対する不安の解消点

- ・想定より業務に集中しやすかった
- ・もっと仕事を進めることが難しいかと思っていたが、集中できる環境でよかった
- ・ワーケーションは、休暇を取りながら仕事に取り組むことを前提としていたが、休暇を取らずとも、皆で食べる食事や業務前後の散歩など普段と違う環境があるだけで、リフレッシュにつながると感じた。
- ・想定よりオンとオフの切替えに苦慮しなかった

③不安が解消できなかった点

- ・「マネジメントがしづらい」・「労務管理が難しさ」については再認識できた
- ・想像以上にオンとオフの切替えが難しく、Wi-Fiの設備や仕事ができるデスクや椅子が完備されている快適なワーキングスペースなど働く場所の確保は、必要不可欠であると感じた

④導入に向けた積極的意見

- ・ルール化が難しいかなと感じていたが、実際にワーケーションを行ってみて、仕組によっては、企業でのルール化は容易なのかなという認識が変わった

⑤その他

- ・業務成果以外の効果が得られることを実感した

(28) VPNとは、「Virtual Private Network」の略で、日本語では「仮想専用ネットワーク」と訳されており、インターネット上に仮想の専用線を設定して、特定の人のみが利用できる専用ネットワークである。接続したい拠点（たとえば、各支社など）に専用のルーターを設置し、相互通信を行うことができる。

論 説

## 日本における「隠れ過疎地域」の特定に関する探索的研究

渡 邊 敬 逸 (環境デザイン学科)

Exploratory Research on identification of hidden depopulated area in Japan

Hiromasa WATANABE (Environmental Design)

キーワード：過疎、隠れ過疎地域、旧市町村

Keywords: depopulation, hidden depopulated area, former municipalities

【原稿受付：2023年1月31日 受理・採録決定：2023年2月10日】

### 要旨

日本の過疎法は一貫して昭和の大合併以後の新市町村を地域要件としているため、50年前の立法当時から合併以前の旧市町村で急激な人口減少が発生していても、これを含む新市町村が非過疎地域である限りは抜本的対策が講じられず、旧市町村の潜在的な過疎が進行する懸念を指摘されていた。現在、こうした懸念が現実となりつつあり、一部の先覚者や地方行政からその対策が強調されているものの、学術的にも政策的にもこの問題は等閑視されたままである。そこで本研究ではこうした旧市町村を掘り上げる試論として、これらを「隠れ過疎地域」として位置付け、その存在を旧市町村別の人口分析から探索的に特定すること目的とする。

### 1. はじめに

#### 1-1. 背景

日本の過疎法は1970年の「過疎地域対策緊急措置法」に始まり、2021年の「過疎地域の持続的発展の支援に関する特別措置法」に至るまでの半世紀にわたり、幾度の立法と改正を経ながら日本の条件不利地域対策の中核を担ってきた。しかし、これまでの過疎法における「過疎地域の地域要件」は下記の点で課題を含むと考える。

過疎地域の指定には人口要件、財政力要件、地域要件があり、前二者は過疎法の立法や改正のたびに調整されているものの、地域要件については一貫して1953年の町村合併促進法に始まる昭和の大合併以降の市町村（以下、新市町村）を単位としており、昭和の大合併以前の市町村（以下、旧市町村）を単位としていない。そのため、新市町村を構成する一部の旧市町村で人口要件に足る人口減少率に達していても、新市町村全体で人口減少率が平準化され非過疎地域となった場合は、特段の対策が講じられないまま旧市町村の過疎化が潜在的に進行することになり、結果として地域に不可逆的な損失が発生しうる懸念が立法当時

から指摘されていた（第61回国会 衆議院地方行政委員会議録 1969年7月23日）。そして、こうした懸念が現実として立ち現れていることを指摘したのが、地理学者の篠原重則である。

篠原（1997）は愛媛県の山村調査から過疎地域以上の苛烈な人口減少を示す非過疎地域の旧市町村を「忘れられた過疎地域」として見出し、同地域が地域条件の異なる旧市町村同士の合併により生じたことと、新市町村で適切な過疎対策が行われなかったことにより壊滅的な人口減少が発生したことを示唆した。その後の平成の大合併と同時期に立法された2001年の過疎地域自立促進特別措置法以降では、過疎市町村を含んだ合併市町村に対する一部過疎等の特例措置が講じられており、新たな「忘れられた過疎地域」が生じる懸念は回避されているものの、篠原が指摘した旧市町村をめぐる「忘れられた過疎地域」の課題は政策的に掘り上げられることはなく、潜在的な問題とされたまま、現在に至っている。

一方、篠原が愛媛県から見出した「忘れられた過疎地域」は特殊な存在ではなく、普遍的な存在である可能性が極めて高い。図1は旧市町村を単位とする



図1：旧市町村別にみた非過疎地域の人口減少率  
(1950 - 2015年)

(各年国勢調査より筆者作成)  
注：日本復帰前の沖縄県等除く

2015年時点の非過疎地域における1950年から2015年までの人口減少率を俯瞰したものである。これによれば、2015年時点で非過疎地域でありながら平均人口減少率において人口減少団体全体(47.0%)および過疎地域全体(56.6%)を上回る970の旧市町村が見いだされる。これらの旧市町村は過疎地域と非過疎地域の境界付近に断続的に分布する傾向にあることから、その地域条件は過疎地域に類しているながら、昭和の大合併により要件を満たすことができず現在に至っているものと推察される。この事実は「忘れられた過

疎地域」が普遍的な存在であることを強く暗示するとともに、小田切(2021)が指摘する「まち・むら格差」や「むら・むら格差」などの従来の過疎をめぐる地域格差とはまた異なる地域格差の存在を示唆する。

他方「忘れられた過疎地域」は「地域」を設定する際のスケールや指標に関わるすぐれて地理学的な課題でありながら、篠原が投げかけた問いへの地理学からの応答はない。「過疎地域」は地理学には複数指標による「等質地域」に相当するが、現実的にこうした「地域」が境界を挟んで完全に不連続であることはあり得ず、その意味で「地域」は実体ではなく操作的概念である(手塚1991)。しかしながら、操作的概念であるからこそ、これを様々な手法や指標の開発を通じて実体に近づけたり、新たな「地域」を見出したり、時には既存の「地域」に対して異議申し立てをしたりすることが可能となる。この努力は「地域」が学問としてのアイデンティティに関わる概念である地理学者の営為であり、この「地域」が「過疎地域」のような人々の暮らしを決定づけるような政策に関わるものであれば責務であろう。その意味で「忘れられた過疎地域」の存在は「過疎地域」を疑うことのない実体として自明視し、これを検証する努力を怠ってきた我々農山村に関わる地理学者を逆照射するものと言える。以上の省察に基づき、本研究は篠原の問題意識を引き受け「忘れられた過疎地域」のありようを検討するものである。

## 1-2. 目的

上記した背景に基づき、本研究では見えない存在として地域に埋没している状況を強調する観点から篠原の指摘した「忘れられた過疎地域」を「隠れ過疎地域」と定義し、その存在を日本の旧市町村を地域単位とした人口分析から探索的に特定することを目的とする。

まず、旧市町村単位の過疎地域指定については、全国知事会(2020)が2021年の「過疎地域の持続的発展の支援に関する特別措置法」に先立ち「旧市町村単位の過疎地域指定」を提言しているように、地方自治体側の地域要件変更への要望は極めて高い。しかし、過疎法に関わる国の有識者会議である過疎問題懇談会は、旧市町村別の人口分析が「技術的に困難」であり、仮に分析が可能であっても「労多くて実り少ない」として(過疎問題懇談会2020年第7回議事録)、旧市町村を単位とする過疎地域指定の可能性を精査していない<sup>1</sup>。「隠れ過疎地域」を顕在化させ、これを考究しようとする本研究の目的は、地方から希求されている旧市町村単位での過疎地域指定の可能性を検討することと同義でもあり、社会的に重要な意義が認められる。

次に、1990年代の農山村研究に関わる地理学的研

究では岡橋（1997）による周辺地域論や宮口（1998）による多自然居住地域論などの学術的にも政策的にも重要な地域論が提起されてきたが、近年に至っては現在の農山村研究をリードする農政学者である小田切徳美をして「地理学が農山村研究および政策において大きな役割を果たしてきたと言いきれない」と指摘されている（宮口・中川 2016）。この点については、近年の地理学の農山村研究をレビューした中條（2018）の「地理学特有のローカルな事象をマクロな事象との相互関係において考察する地域論」すなわち1990年代に見られたような「農山村を現代の国土空間に位置づけていく地域論」が不活発という指摘と対応するものであり、1-1に示した地理学における「地域を問う」視点の弱体化を如実に表すものであろう。その点で本研究の目的は「隠れ過疎地域」をめぐる地理学的な地域論を志向しており、隣接諸科学と比較した場合の地理学の学術的独自性を堅持するものといえる。

### 1-3. 先行研究

本研究の着想は筆者が従来から取り組んでいる四国地方を対象とする無住化集落に関する研究から得られたものである（渡邊 2019, 2021）。同研究では四国地方の中山間地域に多くの無住化集落が存在するとともに、非過疎地域も含めた旧市町村単位で無住化またはその危惧が認められることを見出し、結果として1-1に示した篠原（1997）と同様の問題意識に至ったものである。一方、篠原が事例研究による「隠れ過疎地域」の示唆にとどまるのに対し、本研究はその存在を具体的に特定し、日本の過疎地域に位置づける地域論を志向している。

また、本件に関する先行研究では、篠原のほかに石塚（2020）による都市計画学に基づく先鋭的な論が存在する。同論では過疎地域外において過疎地域と同様の条件にある地域を「地域内過疎」と位置づけ、事例調査を通じて戦略的に地域の縮小を多様な側面から検討する「尊厳ある縮退」を可能とするための政策的枠組みを検討している。「隠れ過疎地域」のような地域が「縮退」の対象となるべきなのかはまた別の議論を必要とするものの、いずれにしても「隠れ過疎地域」に関わる課題は、地理学だけではなく隣接諸科学でもほぼ手つかずの課題といえよう。

本研究において注目する地域スケールは旧市町村となるが、近年の条件不利地域対策では具体的な取組が旧市町村単位に移行していることから、地理学内においても作野（2017）や今里（2020）のように旧市町村を活動範囲とする地域運営組織の取組に注目した論考が表れている。しかし、こうした研究は中條（2018）が指摘するところの、近年の大勢を占める「農山村

『で』研究する事例研究」であり、「農山村『を』研究する地域論」を志向する本研究とは趣を異にする。また、本研究の手法の一つとなる旧市町村単位の人口分析に関わる地理学的研究については、概ね平成の大合併を問題意識として「国勢調査小地域集計」が利用可能な1995年以降の分析にとどまることに加えて、国勢調査の旧市町村への再編手法はいまだ試行錯誤の段階にある（小本ほか 2020）。図1に示したように、本研究は旧市町村単位の1995年以前を起点とする人口分析を企図していることから、先行研究に比して人口分析の長期性を指摘できるとともに、現行統計の旧市町村への再編手法が未確立であることを考えれば、本研究での試行はその試金石の一つとなろう。

## 2. 方法

本研究では「隠れ過疎地域」の存在自体が精査されていないという現状を踏まえて、その特定を中心に実施する。既述したとおり本研究では「隠れ過疎地域」を特定する手法として旧市町村単位の人口分析を実施するが、過疎問題懇談会がこれを困難と指摘していることもまた既述したとおりである。まず、この指摘について詳解すると、過疎問題懇談会の指摘は、①「旧市町村単位」で、②「過疎地域の人口要件」に基づいて、③「国勢調査と同精度の人口分析」を実施する、という3条件を同時に満たすことの困難性を指しているものと察せられる。そして、このうち最も大きな課題は②「過疎地域の人口要件」にあると考えられる。すなわち「国勢調査小地域集計」を用いれば、小地域を①「旧市町村単位」に再編成することで、③「国勢調査と同精度の人口分析」を実施することは不可能ではないと考えられるが、「国勢調査小地域集計」は1995年以降に利用可能であるのに対し、②過疎地域の人口要件の算出基準年は1995年以前となっているため（表1）、過疎地域の指定に「国勢調査小地域集計」を用いた人口分析を適用することはほぼ不可能である。

一方、③「国勢調査と『同精度』の人口分析」の条件を完全に満たすには至らないものの、その実施可能性を期待できる統計資料および地理空間データとして「国勢調査地域メッシュ統計」があげられる。特に現行過疎法の人口要件については、その算出基準年が1975年以降となっているところであるが（表1）、「国勢調査地域メッシュ統計」もまた1975年より利用可能となっている。そのため、「国勢調査地域メッシュ統計」を用いたGIS<sup>2</sup>による空間解析を通じて、①「旧市町村単位」で、②「過疎地域の人口要件」に基づいて、③「国勢調査と同精度の人口分析」を実施する、という上記3条件について、前二者を満たし、後者を

表1：過疎法における人口要件（2000年・2021年）

## 1) 旧過疎法の指定要件（2000年）

要件	指標	基準値	基準年
A 人口要件（長期1）※	人口減少率	30%以上	1960-1995
	人口減少率	25%以上	1960-1995
B 人口要件（長期2）※	高齢者比率	24%以上	1995
	若年者比率	15%以下	1995
C 人口要件（中期）	人口減少率	19%以上	1990-2015
D 財政力要件	財政力指数	0.42以下	1996-1998

※：AとBともに1970-1995年の人口増加率10%以上の団体を除く

※：Bは高齢者比率および若年者比率のいずれかの基準に該当すること

## 2) 現行過疎法の指定要件（2021年）

要件	指標	基準値	基準年
A 人口要件（長期1）※	人口減少率	28%以上	1975-2015
	人口減少率	23%以上	1975-2015
B 人口要件（長期2）※	高齢者比率	35%以上	2015
	若年者比率	11%以下	2015
C 人口要件（中期）	人口減少率	21%以上	1990-2015
D 財政力要件	財政力指数	0.51以下	2018-2020

※：AとBともに1990-2015年の人口増加率10%以上の団体を除く

※：Bは高齢者比率または若年者比率のいずれかの基準に該当すること

（過疎対策研究会編（2022）より筆者作成）

その近似値の算出をもって本研究の目的を達成することが可能であると考えられる。

上記の認識に基づき、本研究は図2の手順で実施した。まず、本研究では、旧市町村境域データとして「国土数値情報昭和25年行政区域」<sup>3</sup>、人口データとして1950年の「国勢調査」、1975年・1990年・1995年の「国勢調査地域メッシュ統計（基準地域メッシュ）」そして2015年の「国勢調査小地域集計」をそれぞれ用いた（図2①②）。なお、2015年の人口データについては、データ形式の連続性を担保するために地域メッシュ統計を使うべきところではあるものの、オープンデータとして公開されている2015年の「国勢調査地域メッシュ統計」では現行過疎法の人口要件の算出に必要な若年者比率を算出することが不可能であることから、この算出が可能な同年の「国勢調査小地域集計」を用いた。

本研究で使用した人口データの具体的な項目は1950年・1975年・1990年・1995年・2015年の「人口総数」および2015年の年齢別人口「総数15～19歳」「総数20～24歳」「総数25～29歳」「総数65歳以上」である。このうち1990年以降の年齢別人口については、結果数値の著しく小さい地域では秘匿処理が施されているため、同データに格納されている秘匿処理コードおよび秘匿処理が行われた場合の合算地域コードを利用して合算処理を行った。なお、過疎地域の指定には人口要件のほかには財政力要件（財政力指数）が

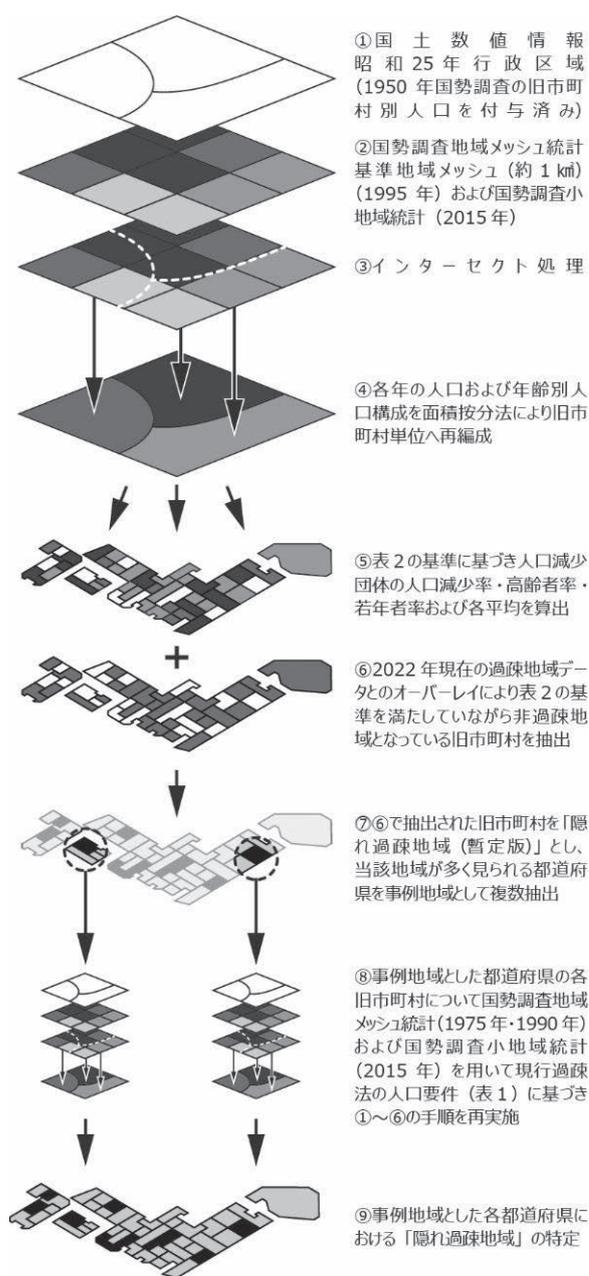


図2：本研究の手順  
（筆者作成）

存在するが、その旧市町村別の算出は困難であることと、財政が豊かな地域でも顕著な人口減少が生じうることから、本研究では過疎地域指定の要件として人口要件のみを取り上げた。

次に、上記したデータを組み合わせて旧市町村別に人口および年齢別人口構成を再編成した。本研究ではその再編成手法としてGIS上での旧市町村境域データと地域メッシュおよび小地域とのインターセクト処理による面積按分法を用いた（図2③④）<sup>4</sup>。面積按分法は変数が面積比率のみであることから、空間解析としては初歩的かつ単純な手法ではあるものの、複雑な

処理を用いずに均質な数値が得られるところに特徴があり、本研究のような全国スケールでの分析には適切な手法といえよう。

ただし、本研究での面積按分法の適用については、以下の点で注意を必要とする。まず、同手法は複数の旧市町村をまたいで稠密な人口分布が連担するような地域では、その境界部の推定結果に無視できない誤差が生じる可能性を持つ。一方、本研究で特定しようとする「隠れ過疎地域」については、図1に示唆されるように中山間地域などの人口分布が疎らであり、かつその境界も稜線などの元来の無人地域であると想定されることから、その推定結果に大きな誤差は発生しないものと考えられる。次に、本研究では1950年時点の旧市町村境界データを利用しているため、1950年以降に水面の埋立てにより造成された住宅地や工業用地等の面積および人口は面積按分法の算出に用いられていない。これについても、水面での用地造成が行われる地域は臨海都市部に集中していると予想されることと、図1から「隠れ過疎地域」が内陸部または都市化の進んでいない臨海部に存在するものと考えられることから、本研究の結果に大きな影響を及ぼさないものと考えられる。

本研究の手順は大きく2つに分かれる。1990年以前の「国勢調査地域メッシュ統計」はそのデータを別途購入する必要があるため、本研究の規模では全国スケールでの現行過疎法の人口要件を基準にした「隠れ過疎地域」の特定は困難である。そこで本研究では下記の通り全国を対象とする予備調査と事例地域による本調査との2段階で「隠れ過疎地域」を抽出した。

まず予備調査として、オープンデータとして提供さ

表2：本研究における暫定的人口要件

人口要件	指標	基準	基準年
長期要件1※	人口減少率	人口減少団体 平均値以上	1950-2015
	人口減少率	人口減少団体 平均値-5%以上	1950-2015
長期要件2※	高齢者比率	人口減少団体 平均値以上	2015
	若年者比率	人口減少団体 平均値以下	2015
中期要件	人口減少率	人口減少団体 平均値以上	1995-2015

※：長期要件は1995-2015年の人口増加率10%以上の団体を除く

※：長期要件2は人口減少率の基準値を満たし、かつ、高齢者比率または若年者比率のいずれかの基準を満たすこと

(筆者作成)

れている1995年・2015年の人口データと旧市町村境界データを利用して全国の旧市町村別に人口および年齢別人口構成を面積按分法にて再編成したうえで、現行過疎法の人口要件を参考にした暫定的基準(表2)を設け<sup>5</sup>、これを参考にして「隠れ過疎地域」を暫定的に抽出した(図2⑤⑥)。次に本調査として、暫定版「隠れ過疎地域」が多くみられた複数の都道府県を事例地域として抽出し、改めて現行過疎法の人口要件の算出に必要な1975年・1990年・2015年の人口データを用いて、予備調査と同様の手法で事例地域となる各都道府県における旧市町村別の人口および年齢別人口構成を算出し、表1に示した現行過疎法の人口要件<sup>6</sup>に基づいて、事例都道府県ごとに「隠れ過疎地域」を特定した(図2⑦⑧⑨)。

なお、予備調査と本調査のいずれにおいても、「隠れ過疎地域」を抽出するために、「国土数値情報昭和25年行政区域」と「過疎地域」とのレイヤのオーバーレイによる「過疎/非過疎」のスクリーニングを実施しているが(図2⑥)、スクリーニングに用いた過疎地域のレイヤは現行過疎法に基づく2022年4月時点の過疎地域データである。これに関する本研究の留意点を指摘しておく。まず、昭和の大合併以降の市町村合併、特に旧市町村の分割または分立により、旧市町村内で過疎地域と非過疎地域とに分かれるケースが少なからず存在する。本研究では多くの「隠れ過疎地域」を掘り上げる観点から、こうした旧市町村を非過疎地域として取り扱った。次に、現行過疎法では旧過疎法からの経過措置として、旧過疎法では過疎地域とされながらも、現行過疎法では指定要件を満たさない市町村が「特定市町村」と指定され、過疎地域に準じた措置が期間限定で講じられることになっている。本研究では「特定市町村」の法制上の位置づけは過疎地域と同等の地域であるものの、現行過疎法の指定要件を満たさないことと、将来的に「非過疎地域」とされる観点から「特定市町村」も非過疎地域として取り扱った。

### 3. 結果

#### 3-1. 予備調査の結果

前章に示した研究手順(図2)に従って予備調査を進めた。表3に予備調査の要約結果を示す。まず、長期要件1は指標を人口減少率、基準を人口減少団体の平均値以上、基準年を1950年から2015年の65年間とする要件であるが、予備調査の結果、その基準値は47%と算出された。その旧市町村別の内訳をみると、2022年時点の過疎地域のうち、本要件に該当するものが全体の26.5%を占める2,783であり、本要件に該当しないものが全体の15.8%を占める1,660であった。一方、非過疎地域のうち、本要件に該当するもの

表3：予備調査結果の要約

人口要件	指標	基準	基準年	基準値	旧市町村数 上段：実数 下段：%			
					過疎地域		非過疎地域	
					要件該当	要件非該当	要件該当	要件非該当
長期要件1	人口減少率	人口減少団体 平均値以上	1950- 2015	47%	2,783 (26.5)	1,660 (15.8)	829 (7.9)	5,223 (49.8)
	人口減少率	人口減少団体 平均値-5%以上	1950- 2015	42%	—	—	—	—
長期要件2	高齢者比率	人口減少団体 平均値以上	2015	38%	2,151 (20.5)	2,292 (21.8)	552 (5.3)	5,500 (52.4)
	若年者比率	人口減少団体 平均値以下	2015	10%	2,323 (22.1)	2,120 (20.2)	491 (4.7)	5,561 (53)
中期要件	人口減少率	人口減少団体 平均値以上	1995-2015	24%	2,607 (24.8)	1,836 (17.5)	1,244 (11.9)	4,808 (45.8)
旧市町村別過疎地域・隠れ過疎地域・非過疎地域の内訳					過疎地域：4,443 (42.3%) 隠れ過疎地域：1,487 (14.1%) 非過疎地域：4,565 (43.4%)			

(各年国勢調査より筆者作成)

が全体の7.9%を占める829であり、本要件に該当しないものが全体の49.8%を占める5,223であった。

次に、長期要件2は人口減少率、高齢者比率、若年者比率の複数の指標からなる要件である。人口減少率の基準値は長期要件1の基準値から5%を控除した値であり、高齢者比率と若年者比率はいずれも2015年を基準年としているが、基準については前者が人口減少団体平均値以上、後者が同平均値以下となっている。そして、本要件に該当するには、人口減少率の基準値を満たし、かつ、高齢者比率または若年者比率の基準値のいずれかを満たす必要がある。予備調査の結果、本要件における人口減少率の基準値は42%、同高齢者比率は38%、同若年者比率は10%と算出された。その旧市町村別の内訳については、過疎地域のうち高齢者比率の基準値に該当するものが全体の20.5%にあたる2,151、非該当のものが全体の21.8%を占める2,292となった。同非過疎地域については、要件に該当する旧市町村が全体の5.3%を占める552、非該当の市町村が全体の5割強を占める5,500となった。同様に、過疎地域のうち若年者比率の基準値に該当する旧市町村数は全体の22.1%を占める2,323、非該当は全体の20.2%にあたる2,120となり、非過疎地域では全体の4.7%を占める491の旧市町村が本要件に該当し、全体の53.0%にいたる5,561の旧市町村では本要件に非該当という結果となった。

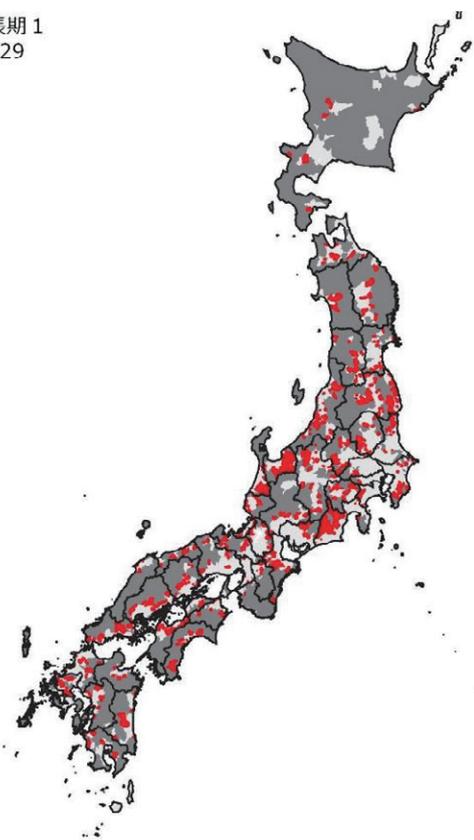
最後に中期要件は長期要件1と指標と基準は変わらないものの、その基準年を65年間から直近の20年間に短縮したものであり、より近年の人口動向を反映する要件である。予備調査の結果、本要件の人口減少団体における人口減少率の平均値は24%と算出された。過疎地域のうち本要件に該当する旧市町村数は2,607であり、全体の24.8%を占める。同非該当の旧市町村数は全体の17.5%を占める1,836であった。一方、非過疎地域については、全体の約1割強を占める1,244の旧市町村が本要件に該当しており、他の要件に比較してその旧市町村数が多い結果となった。非該当の旧市町村は全体の45.8%を占める4,808であった。

上記したもののうち「隠れ過疎地域」に相当するのは非過疎地域でありながら各要件に該当するカテゴリに属する旧市町村であるが、予備調査の結果、全10,495の旧市町村のうち、隠れ過疎地域が全体の14.1%を占める1,487、過疎地域が全体の42.3%を占める4,443、非過疎地域が全体の43.4%を占める4,565となった(表3)。本結果はあくまで暫定的な結果ではあるものの、篠原が指摘した非過疎地域でありながら過疎地域と同等またはそれ以上の人口減少および年齢別人口構成の変化を経験している「隠れ過疎地域」が日本国内に少なからず存在することを示唆しているといえよう。

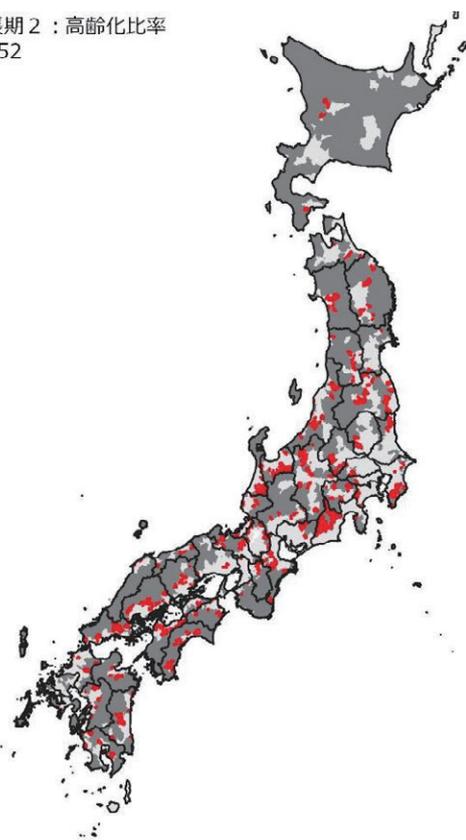
なお、「隠れ過疎地域」の旧市町村数が1,487であ

日本における「隠れ過疎地域」の特定に関する探索的研究

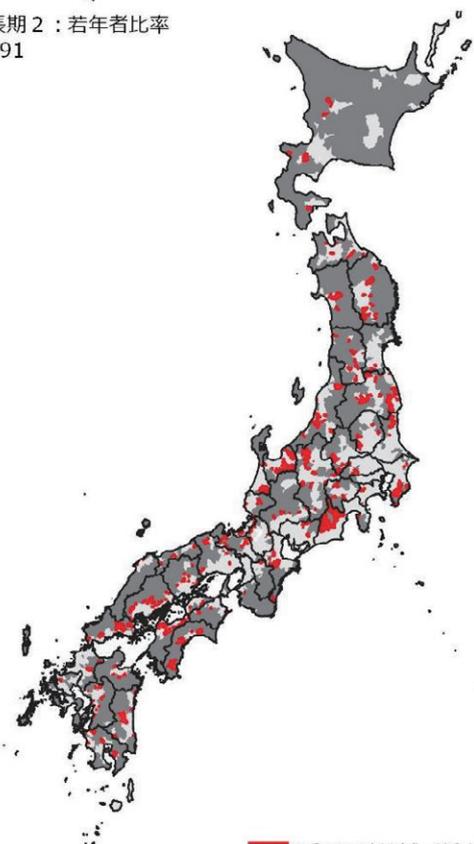
1) 長期1  
n : 829



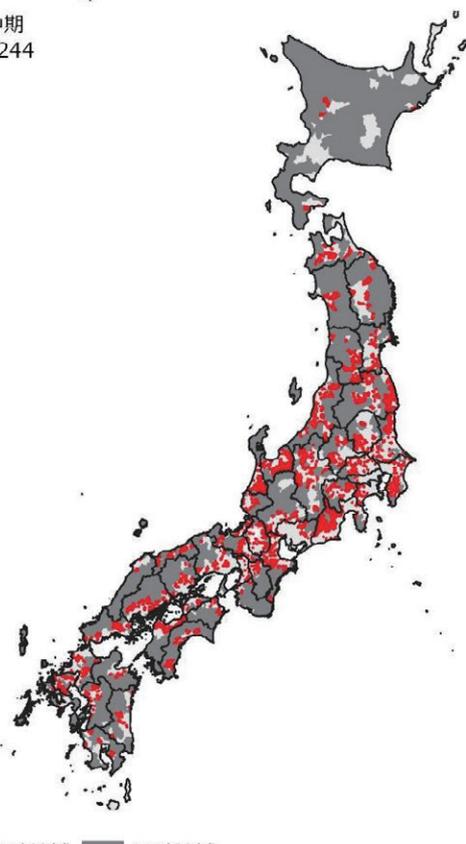
2) 長期2 : 高齢化比率  
n : 552



3) 長期2 : 若年者比率  
n : 491



4) 中期  
n : 1244



■ 隠れ過疎地域 (暫定)   ■ 非過疎地域   ■ 過疎地域

図3：予備調査における要件該当別「隠れ過疎地域」の地理的分布  
(筆者作成)

表4：予備調査における地域別要件該当数

要件該当数	隠れ過疎地域	過疎地域	計
0	0	1,177	1,177
1	721	519	1,240
2	239	502	741
3	191	639	830
4	336	1,606	1,942
計	1,487	4,443	5,930

(筆者作成)

るところ、表3中の「隠れ過疎地域」に該当する各要件の旧市町村数の総計は3,116となっており、このことは多くの「隠れ過疎地域」が複数の要件に該当していることを示している。その内訳を表4に示す。これによれば、「隠れ過疎地域」の約半数に相当する754が複数の要件を満たしており、中でも「隠れ過疎地域」全体の22.6%にあたる336の旧市町村は4要件すべてを満たしている状況にある。こうした地域の各種条件は過疎地域に極めて近いものと推察される。そして、もう約半数の721については1要件のみに該当しているが、その約8割に相当する589が中期要件のみの該当となる旧市町村であった。中期要件が近年の人口減少をとらえる指標であることを考えると、これには近年における人口減少が顕著となっている都市部も含まれるものと考えられ、複数要件を満たす「隠れ過疎地域」とはまた異なる地域条件下にあることが察せられる。一方、表4には対照として過疎地域の要件該当数も掲載しているが、これによれば過疎地域に指定される旧市町村4,443のうち、約26%にあたる1,177の旧市町村が4要件すべてに非該当でありながら過疎地域に指定されている状況にある。こうした要件非該当の過疎地域の意味については、本調査において詳述する。

各要件別の暫定的な「隠れ過疎地域」の地理的分布を図3に示す。この分布パターンは図1と同様の傾向にある。つまり、「隠れ過疎地域」は概ね過疎地域と非過疎地域との境界付近に断続的に分布する傾向にあり、特に東北地方南部から東海地方や北陸地方にかけての地域では、過疎地域と非過疎地域との境界付近に「隠れ過疎地域」の稠密な分布が見られる。一方、中期要件の分布パターンは上記とやや異なる構造を呈している。中期要件の分布もまた過疎地域と非過疎地域との境界付近に断続的に分布する傾向にあることは同様であるが、その分布域がより広範にわたっており、先述した中期要件の暫定結果でも示唆されたように、都市部近辺にもその存在が確認される。例えば関東地方、近畿地方、東海地方においては、都市部が連担する平野部では長期要件1および長期要件2に該当する「隠れ過疎地域」の分布はそれほど多くはないものの、

中期要件に該当する「隠れ過疎地域」の稠密な分布が確認される。中期要件が近年の人口減少を示す指標であること考えると、これらに該当する旧市町村は、近年の人口減少が課題となっている地方都市の旧市街地や高度経済成長期に大都市近郊に造成された住宅団地等を含むものと考えられる。

最後に「隠れ過疎地域」の各要件を総合した予備調査結果を図4に示すとともに、その都道府県別の「隠れ過疎地域」の数と割合とを表5に示す。次項以降の

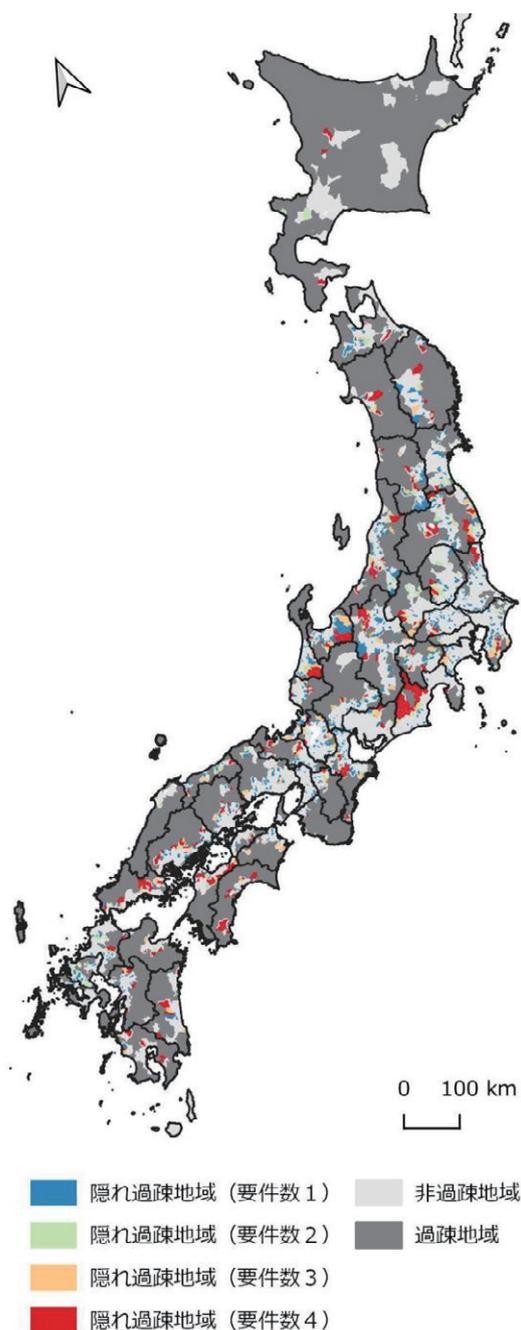
図4：予備調査結果  
(筆者作成)

表5：予備調査における都道府県別「隠れ過疎地域」の分布

地方	都道府県	隠れ過疎地域 (旧市町村数)	隠れ過疎地域 (%)	過疎地域	非過疎地域	計
東北	北海道	7	2.5	223	53	283
東北	青森県	21	12.8	90	53	164
東北	岩手県	22	9.7	153	52	227
東北	宮城県	29	14.9	97	69	195
東北	秋田県	9	4.0	205	13	227
東北	<b>山形県</b>	<b>39</b>	<b>17.5</b>	<b>123</b>	<b>61</b>	<b>223</b>
東北	<b>福島県</b>	<b>81</b>	<b>21.2</b>	<b>167</b>	<b>134</b>	<b>382</b>
関東	茨城県	54	14.7	81	233	368
関東	栃木県	32	18.6	30	110	172
関東	群馬県	25	12.7	40	132	197
関東	埼玉県	47	14.6	23	252	322
関東	<b>千葉県</b>	<b>70</b>	<b>22.6</b>	<b>63</b>	<b>177</b>	<b>310</b>
関東	東京都	4	3.7	23	82	109
関東	<b>神奈川県</b>	<b>29</b>	<b>23.0</b>	<b>2</b>	<b>95</b>	<b>126</b>
北陸	<b>新潟県</b>	<b>66</b>	<b>17.1</b>	<b>184</b>	<b>137</b>	<b>387</b>
北陸	<b>富山県</b>	<b>53</b>	<b>24.9</b>	<b>55</b>	<b>105</b>	<b>213</b>
北陸	石川県	22	12.3	94	63	179
北陸	福井県	38	23.0	41	86	165
中部	山梨県	30	15.0	77	93	200
中部	<b>長野県</b>	<b>68</b>	<b>17.9</b>	<b>108</b>	<b>204</b>	<b>380</b>
中部	岐阜県	35	11.9	99	160	294
中部	<b>静岡県</b>	<b>54</b>	<b>18.4</b>	<b>34</b>	<b>206</b>	<b>294</b>
中部	愛知県	22	9.6	19	189	230
中部	<b>三重県</b>	<b>64</b>	<b>22.4</b>	<b>86</b>	<b>136</b>	<b>286</b>
近畿	<b>滋賀県</b>	<b>36</b>	<b>21.6</b>	<b>16</b>	<b>115</b>	<b>167</b>
近畿	京都府	35	18.0	107	52	194
近畿	大阪府	17	9.8	12	144	173
近畿	<b>兵庫県</b>	<b>39</b>	<b>10.8</b>	<b>149</b>	<b>172</b>	<b>360</b>
近畿	奈良県	19	13.5	58	64	141
近畿	和歌山県	12	5.9	135	57	204
中国	鳥取県	26	15.3	89	55	170
中国	島根県	10	4.1	194	40	244
中国	岡山県	48	13.1	191	128	367
中国	<b>広島県</b>	<b>55</b>	<b>15.9</b>	<b>171</b>	<b>121</b>	<b>347</b>
中国	<b>山口県</b>	<b>27</b>	<b>15.6</b>	<b>102</b>	<b>44</b>	<b>173</b>
四国	徳島県	15	11.5	64	52	131
四国	香川県	28	16.9	53	85	166
四国	<b>愛媛県</b>	<b>33</b>	<b>13.8</b>	<b>140</b>	<b>67</b>	<b>240</b>
四国	<b>高知県</b>	<b>28</b>	<b>16.5</b>	<b>104</b>	<b>38</b>	<b>170</b>
九州	福岡県	37	13.0	94	154	285
九州	<b>佐賀県</b>	<b>31</b>	<b>25.4</b>	<b>33</b>	<b>58</b>	<b>122</b>
九州	長崎県	5	3.1	124	31	160
九州	<b>熊本県</b>	<b>37</b>	<b>11.4</b>	<b>183</b>	<b>105</b>	<b>325</b>
九州	大分県	8	3.7	180	29	217
九州	宮崎県	11	12.8	43	32	86
九州	鹿児島県	9	7.5	84	27	120
計		1,487	14	4,443	4,565	10,495

※太字は本調査対象都道府県

(筆者作成)

本調査の対象は、表5中に太字表記されている17県とした。この抽出基準は、国内を8地方に分割し、各地方別に予備調査において「隠れ過疎地域」の分布に高い割合を示した都道府県とした。ただし、多くの隠

れ過疎地域を掘り上げる観点から、「隠れ過疎地域」の割合よりも数を優先している地方も存在する。

### 3-2. 本調査の結果

予備調査の結果から、山形県、福島県、千葉県、神奈川県、新潟県、富山県、長野県、静岡県、三重県、滋賀県、兵庫県、広島県、山口県、愛媛県、高知県、佐賀県、熊本県の17県を事例対象地域として抽出し、前章に示した研究手順(図2)に従って本調査を進めた。なお、本調査の対象とした17県の旧市町村総数は4,505であり、この数は日本全体の旧市町村数の4割強に相当する。

現行過疎法の人口要件(表1の2))に従って事例対象地域における旧市町村を分類した結果を表6に示す。まず、長期要件1の旧市町村別の内訳については、過疎地域のうち本要件に該当する旧市町村は全体の25.3%に相当する1,144であり、非該当が全体の12.7%にあたる576であった。一方、非過疎地域において本要件に該当する旧市町村数は全体の13.0%にあたる589であり、非該当の旧市町村数は全体の48.7%を占める2,196であった。

次に、長期要件2の高齢者比率を基準とする要件についてみると、過疎地域のうち本要件に該当する市町村数は1,124、非該当の市町村数は596であり、その割合は前者が24.9%、後者が13.2%であった。同要件の非過疎地域における内訳については、要件に該当するものが510、非該当のものが2,275であり、それぞれの割合は11.3%、50.4%という結果となった。また、長期要件2の若年者比率については、過疎地域のうち要件に該当するものが全体の23.9%を占める1,081、非該当のものが全体の14.1%にあたる639であった。同要件の非過疎地域については、要件該当が421、要件非該当が2,364であり、それぞれ全体の9.3%、52.4%を占める結果となった。

最後に中期要件については、予備調査と同様に他の要件とやや異なる構造を見せている。すなわち、非過疎地域において本要件に該当する旧市町村数が全体の18%に相当する812となっており、他の要件との比較において高い値を示している。予備調査において指摘したように、他の要件がその基準年を40年間としているのに対し、本要件は25年間となっていることから、長期要件とは性格の異なる旧市町村が該当する傾向にあるものと考えられる。

予備調査と同様に、上記したもののうち「隠れ過疎地域」に該当するのは非過疎地域にあって各要件に該当するカテゴリに属する旧市町村となるが、本調査の結果として「隠れ過疎地域」に該当する旧市町村は881であり、この数は事例対象地域における全旧市町

表6：本調査結果の要約

人口要件	指標	基準	基準年	基準値	旧市町村数 上段：実数 下段：%			
					過疎地域		非過疎地域	
					要件該当	要件非該当	要件該当	要件非該当
長期要件1	人口減少率	人口減少団体 平均値以上	1975- 2015	28%	1,144 (25.3)	576 (12.7)	589 (13.0)	2,196 (48.7)
	人口減少率	人口減少団体 平均値-5%以上	1975- 2015	23%	—	—	—	—
長期要件2	高齢者比率	人口減少団体 平均値以上	2015	35%	1,124 (24.9)	596 (13.2)	510 (11.3)	2,275 (50.4)
	若年者比率	人口減少団体 平均値以下	2015	11%	1,081 (23.9)	639 (14.1)	421 (9.3)	2,364 (52.4)
中期要件	人口減少率	人口減少団体 平均値以上	1990-2015	21%	1,252 (27.7)	468 (10.3)	812 (18.0)	1,973 (43.7)
旧市町村別過疎地域・隠れ過疎地域・非過疎地域の内訳					過疎地域：1,720 (38.1%) 隠れ過疎地域：881 (19.5%) 非過疎地域：1,904 (42.2%)			

(各年国勢調査より筆者作成)

村数の19.5%に相当する。この結果は予備調査と比較してやや高い値を示しているものの、これは本調査では事例対象地域として「隠れ過疎地域」の多い都道府県を抽出したことによるものと考えられる。ただし、その多寡は別にしても、本調査を通じて篠原が愛媛県から見出した「隠れ過疎地域」は局所的な存在ではなく、日本各地に普遍的にみられる存在であることが明らかになったといえよう。

また、これも予備調査と同様に事例対象地域における「隠れ過疎地域」が881であるところ、表6中の隠れ過疎地域に該当する各要件の旧市町村数の総計は2,332となっており、このことは多くの「隠れ過疎地域」が複数の要件に該当するきわめて厳しい環境下にあることを暗に示している。その内訳を表7に示す。これによれば「隠れ過疎地域」全体の7割強が複数の要件を満たしており、中でも全体の4割弱にあたる325の旧市町村は4要件すべてを満たしている状況にあり、こうした複数の要件を満たす「隠れ過疎地域」は既存の過疎地域に近い地域条件にあるものと察せられる。一方、1ないし2要件のみ該当する「隠れ過疎地域」については、前者はその8割強が中期要件のみに、後者もその8割強が中期要件との組み合わせとなっており、予備調査からも指摘されたように、中期要件が近年の人口減少が顕著であることを鑑みると、これらの旧市町村は上述した典型的な過疎地域とはま

た異なる条件下で発生しているものと推察される。

一方、予備調査でも指摘されたように、過疎地域でありながら要件非該当の旧市町村が少なからず存在する(表7)。政策上の過疎法の総合性とその地域要件が新市町村以降の市町村単位となっていることを考えれば、こうした地域が過疎地域に含まれることは当然の帰結といえ、これらの地域が生じる機構は「隠れ過疎地域」が生じる機構と表裏一体の存在といえる。ただし、旧市町村という同様の地域スケールで見て、一方は過疎地域の要件に該当していながら非過疎地域とされ、もう一方は過疎地域の要件に該当していないにも関わらず過疎地域とされる状況は、公平性の観点から望ましい状況ではない。まして過疎地域と同様の条件にあり、各種要件を満たしているにもかかわらず、非過疎地域とされる地域が存在するという状況は、過

表7：本調査における地域別要件該当数

要件該当数	隠れ過疎地域	過疎地域	計
0	0	377	377
1	247	114	361
2	142	103	245
3	167	223	390
4	325	903	1,228
計	881	1,720	2,601

(筆者作成)

疎法の地域要件における「手落ち」を明確に示すものであり、過疎法の地域要件は半世紀にわたりこうした構造的課題を内包し続けてきたといえよう。おそらく本調査で特定された「隠れ過疎地域」の多くは「特定農山村地域」や「辺地」のような旧市町村以下の地域スケールを対象とする条件不利地域対策<sup>7</sup>の傘の下に入っているものと思われるが、やはり過疎法の総合的性格を考えれば、こうした「隠れ過疎地域」をフォローする仕組みが必要であると考えられる。

「隠れ過疎地域」の各要件を総合した地理的分布の結果を図5に示す。まず「隠れ過疎地域」の分布は予備調査と同様の「過疎地域と非過疎地域との境界付近における断続的分布」のパターンを示す。特にほぼ過疎地域と同様の条件下にあると考えられる要件数3または4に該当する「隠れ過疎地域」については、福島県東部、千葉県南部、富山県東部から長野県北部、静岡県北部、愛媛県東部のように特定の地域への凝集が見られる傾向にある。要件数3または4に該当する「隠れ過疎地域」については「過疎地域と非過疎地域との境界付近」という分布パターンから見ても、こうした状況が生まれた背景として、昭和の大合併の影響を指摘できる。すなわち、「隠れ過疎地域」は人口減少の著しい中山間地域等の既存の過疎地域と近い地域条件下にあるものの、昭和の大合併時に地域条件の異なる都市部等との合併を選択したことにより、各要件が新市町村内で平準化された結果として、新市町村としては非過疎地域となり、現在に至っているものと推察される。昭和の大合併については、その直後

から新市町村の範囲に関して、その設定に関する科学的根拠の薄弱さ（西川 1969）や住民生活に関する生活圈や経済圏などの各種圏域の未考慮（柴田・宮本 1963）などが指摘されており、こうした昭和の大合併をめぐる問題が「隠れ過疎地域」を生じさせる要因の一つとなっていることが状況的に示唆される。

一方、要件数1ないし2の「隠れ過疎地域」については、中期要件の特性から上記した「過疎地域と非過疎地域との境界付近における断続的分布」とは異なる分布パターンを示す可能性を指摘していたところであるが、やはり予備調査と同様にその分布域がより広範に散在する傾向にある。具体的に言えば「過疎地域と非過疎地域との境界付近」を縁辺部とすれば、より中心に近い地域にこれらの「隠れ過疎地域」が散在するパターンを示しており、このことは平地部や都市部周辺でも「隠れ過疎地域」が発生していることを示している。これらの旧市町村は予備調査で指摘されたような地方都市の旧市街地、高度経済成長期に都市近郊に造成された住宅団地、そして比較的近年まで安定した人口変動を保っていた都市近郊の農村地域も含むものであると推察されるが、こうした地域の人口減少の要因は、一般的に想起される過疎地域のような自然条件や社会条件の厳しさに起因する要因とはまた異なるものと考えられ、この点は「隠れ過疎地域」だけではなく既存の過疎地域においても同様であり、過疎現象が中山間地域等の条件不利地域だけの問題ではなくなっていることを示唆する<sup>8</sup>。

最後に、表8に事例対象地域となった県別の「隠れ

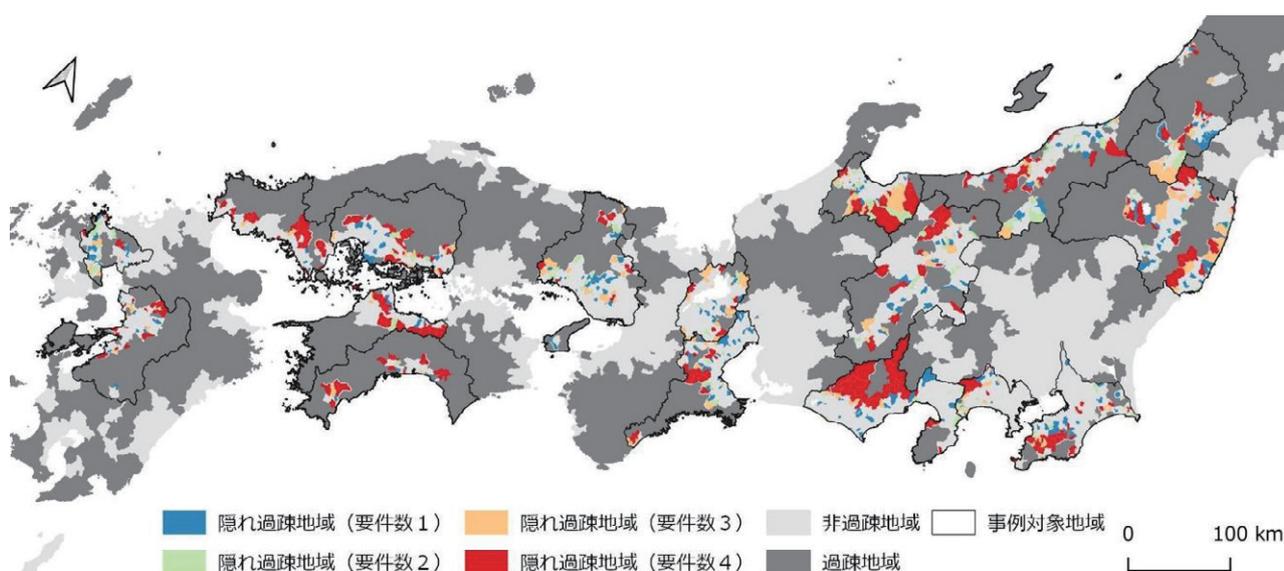


図5：本調査結果  
(筆者作成)

表8：事例地域別「隠れ過疎地域」の分布

地方	都道府県	予備調査結果（再掲）		本調査結果				計
		隠れ過疎地域 （旧市町村数）	隠れ過疎地域 （%）	隠れ過疎地域 （旧市町村数）	隠れ過疎地域 （%）	過疎地域	非過疎地域	
東北	山形県	39	17.5	38	17.0	123	62	223
東北	福島県	81	21.2	90	23.6	167	125	382
関東	千葉県	70	22.6	68	21.9	63	179	310
関東	神奈川県	29	23.0	30	23.8	2	94	126
北陸	新潟県	66	17.1	75	19.4	184	128	387
北陸	富山県	53	24.9	60	28.2	55	98	213
中部	長野県	68	17.9	75	19.7	108	197	380
中部	静岡県	54	18.4	66	22.4	34	194	294
中部	三重県	64	22.4	69	24.1	86	131	286
近畿	滋賀県	36	21.6	34	20.4	16	117	167
近畿	兵庫県	39	10.8	58	16.1	149	153	360
中国	広島県	55	15.9	58	16.7	171	118	347
中国	山口県	27	15.6	28	16.2	102	43	173
四国	愛媛県	33	13.8	36	15.0	140	64	240
四国	高知県	28	16.5	30	17.6	104	36	170
九州	佐賀県	31	25.4	29	23.8	33	60	122
九州	熊本県	37	11.4	37	11.4	183	105	325
	計	810	14.2	881	19.5	1720	1904	4505

(筆者作成)

過疎地域」の分布を予備調査の結果とともに示す。本調査の「隠れ過疎地域」数が予備調査よりも多い結果となったのは既述した通りであるが、予備調査から「隠れ過疎地域」の減少が見られたのは4県に過ぎず、その差もごくわずかである。一方、他の13県では予備調査と比較して「隠れ過疎地域」が同数ないしは増加しており、兵庫県のように予備調査から5割近く増加しているものもみられることから、予備調査の結果は「隠れ過疎地域」の分布とその数を低く見積もっている可能性がある。「隠れ過疎地域」の存在をより明確にするのであれば、本調査のように事例地域の抽出ではなく、全国を対象とし、かつ、現行過疎法を厳密に踏襲した「隠れ過疎地域」の特定が求められよう。

#### 4. 結論

日本の過疎法は一貫して昭和の大合併以後の新市町村を地域要件としているため、50年前の立法当時から合併以前の旧市町村で急激な人口減少が発生していても、これを含む新市町村が非過疎地域である限りは抜本的対策が講じられず、旧市町村の潜在的な過疎が進行する懸念を指摘されていた。現在、こうした懸念が現実となりつつあり、一部の先覚者や地方行政からその対策が強調されているものの、学術的にも政策的にもこの問題は等閑視されたままである。特に地理学では本課題がすぐれて「地域」の本質に関わるものでありながら、マルチスケールな地域論的枠組みに基づ

く研究が不活発であることから、地理学独自の視点を提供しえない状況にある。そこで本研究ではこうした地域を「隠れ過疎地域」と定義し、これを含めた過疎地域論を検討するための試論として、日本の旧市町村を地域単位とする人口分析からその存在を探索的に検討した。本研究の結論は以下の2点である。

まず、本研究では予備調査と本調査を通じて881の「隠れ過疎地域」を特定し、篠原が愛媛県の山村調査からその存在を示唆していた「隠れ過疎地域」は確実に日本国内に存在することが明らかになった。この数は事例地域の旧市町村のうちの19.5%、日本全体でも8.4%に相当するが、本研究は事例調査であることから、全国に存在する「隠れ過疎地域」の一端を顕在化させたに過ぎないを考える。また、本研究の人口分析手法は空間解析としては単純な部類となる面積按分法によることに加えて、用いたデータ上の各種制約が存在するものの、おそらく国勢調査レベルの精緻な人口推定が可能であったとしても、無視できない数の「隠れ過疎地域」が抽出されるものと考えられる。一方、「隠れ過疎地域」の特定過程で要件に該当しないにもかかわらず過疎地域となっている旧市町村も特定されたが、これが生成される機構は後述する昭和の大合併と新市町村を地域要件とする過疎法によるものであり、こうした地域と「隠れ過疎地域」とはその生成要因において表裏一体の存在であるといえる。しかしながら、旧市町村という同様の地域スケールで見、

一方は過疎地域の要件に該当していながら非過疎地域とされ、もう一方は過疎地域の要件に該当していないにも関わらず過疎地域とされる状況は望ましくなく、地域運営組織や小さな拠点など、日本の具体的な条件不利地域対策が旧市町村以下のレベルを対象にしつつある現状を考えれば、「隠れ過疎地域」のような地域も含めた条件不利地域対策や過疎地域論が必要となる。

次に、本研究では分析的な検討には至らなかったものの、「隠れ過疎地域」が「過疎地域と非過疎地域との境界付近」に分布するというパターンから「隠れ過疎地域」が生成される要因の一つとして昭和の大合併における合併のありようが示唆された。すなわち、これも篠原が示唆していたように、「隠れ過疎地域」の多くは人口減少の著しい中山間地域等の既存の過疎地域と近い地域条件下にあるものの、昭和の大合併時に地域条件の異なる都市部等との合併を選択したことにより、各要件が新市町村内で平準化された結果として、新市町村としては非過疎地域となり、現在に至っているものと推察される。昭和の大合併による新市町村の編成が必ずしも科学的にも地域条件的にも一貫性がなかったことを踏まえると、半世紀以上前の政治的選択が少なからず現在の住民生活に負の影響を与えているのであれば、それは望ましい状況とは言えない<sup>9</sup>。過疎法の地域要件が新市町村以降の地域単位に固執する限り「隠れ過疎地域」は常に生成され続けるものと考えられ、本研究で明らかになった「隠れ過疎地域」の存在を問題視するのであれば、地方から希求されている旧市町村単位での過疎地域指定などの「隠れ過疎地域」を掬い上げるような施策を検討すべきであろう。一方、中期要件のみに該当する「隠れ過疎地域」については、その生成要因の一つが上述したような昭和の大合併にあるとしても、その地域条件や人口減少の要因は典型的な過疎地域とは異なる状況にあるものと察せられる。このことは「隠れ過疎地域」や「過疎地域」に限らず、過疎現象が平地の農村部や地方都市内外に広がっていること顕著に示すものといえよう。

最後に、過疎問題懇談会が旧市町村別の人口分析が「技術的に困難」であり「労多くて実り少ない」として、旧市町村を単位とする過疎地域指定の可能性を精査していないことは既述のとおりであるが、本研究の精度については批判を甘受するところであるとしても、この結果から、旧市町村別の人口分析そして旧市町村別の過疎地域指定の可能性を検討することは決して「技術的に困難」ではなく、決して「労多くて実り少ない」ものではないと考える。何より、現行過疎法施行前に独自に旧市町村別の人口変動の把握を行い、これに基づき旧市町村単位の過疎指定の必要性を指摘

している山口県過疎地域対策研究会（2020）のような提言は、旧市町村別の人口分析が工夫を凝らせば「技術的に可能」であること、そして、その人口分析がこれまでの過疎地域の対象から外れている地域を浮かび上がらせている点で「労多くて実りも多い」ことを示しているとともに、「隠れ過疎地域」が確実に地域的課題として存在していることを如実に示すものであろう。本研究では少なくとも全国に1割弱の「隠れ過疎地域」が存在することを示した。その多寡は別にしても、この存在を問題ととらえるのであれば、その具体的な対策への議論が求められると考える。

## 謝辞

本研究は第21回国土地理協会学術研究助成（日本における「隠れ過疎地域」の特定とその生成要因に関する研究）および日本学術振興会科学研究費（20K01143）の成果である。

## 注

1) 過疎問題懇談会の地域要件をめぐる議論は本研究の背景に大きく関わるため、同会における旧市町村を地域要件とする可能性に関する意見を下記に抜粋する（過疎問題懇談会 2019, 2020）。このうち本研究で取り上げた意見は第7回における意見4である。第1回意見3と第7回意見3のように旧市町村単位での過疎地域指定の可能性を検討すべきとする意見も提出されているものの、新市町村を単位とする意見が大勢を占めていることから、旧市町村を単位とする特段の精査に至らなかったものと考えられる。

### 令和元年度第1回過疎問題懇談会議事概要

意見1「地域の統計を扱ってきた経験からすると、明治の合併後の旧市町村を対象地域の単位として位置づけるのは難しいのではないかと。市町村単位というのはやむを得ないのではないかと。」

意見2「自治の主体は市町村であり、責任を持てるところが総合的に政策を推進すべきという観点から、市町村単位が適切ではないかと。」

意見3「今後の過疎対策について、過疎地域の個性化を目指すということにするのであれば、対象地域は明治の合併後の旧市町村としてその個性を考えていくべきではないかと。統計調査の課題については解決するための方法を検討して欲しい。」

意見4「大都市の一部過疎地域については、財政基盤を

強化して総合的に政策を講じていくために合併をしたという観点から、そこで一定責任を持ってやっていくという姿勢も必要なのではないか。」

意見5「これまでの過疎対策は人口減少率という動的な指標で対象地域を捉えてきたが、これからは静態的な指標を捉える意味が大きいのではないか。」

意見6「過疎地域の指定要件については、地方交付税制度のあり方を含めて考える必要があるのではないか。」

#### 令和元年度第7回過疎問題懇談会議事概要

意見1「過疎の単位については、合併も踏まえてこの単位で基礎的な自治体としてやっていこうと決めたものであり、首長もその単位で選ばれていることから、市町村単位としたらいいのではないか。」

意見2「首長が責任を持ち、職員が政策を立案するという動きが大切であることから、過疎地域の単位は市町村単位がいいのではないか。」

意見3「政策を実行する単位はより小さな単位がいいため、過疎地域の単位は昭和の旧村単位とすることはできないか。」

意見4「昭和の旧村単位で人口データを把握することは研究したが、技術的に困難と考えている。また、仮に何らかの形でやろうとしても非常に膨大な作業が生じることとなり、労多くて実り少ないと考えられる。」

意見5「市町村単位で過疎指定は行うことになっているが、循環型社会を実現するため、昭和の旧村単位を政策の基本単位＝循環自治区とし、その単位で持続可能性への貢献を評価し、支援を行うことで都市とのパートナー関係を築いていくべきではないか。」

意見6「きめ細かな地域の単位で地域診断を行い、地域の現状と未来を見える化し、エビデンスに基づく地域政策の形成をすることで、地域同士の学び合いを促すべきではないか。」

意見7「過疎地域の単位は基礎自治体である市町村にしたとしても、周辺地域が廃れないよう、施策の単位は細かく考える必要があるのではないか。」

意見8「市町村全域で政策を打つことで全体を底上げするとともに、小さな単位で生活密着型の政策を目標を持ってやっていくことが重要ではないか。」

意見9「集落がそれぞれ、人口や政策の目標を持ち、それを積み重ねることで自治体のビジョンができるため、地域別戦略は重要ではないか。」

2) 本研究における空間解析および図化には ArcGISPRO を使用した。

3) 市町村の総数は10,495である。なお、1950年当時の

沖縄県等は米軍統治下にあったため、本データには沖縄県は含まれていない。よって、本研究でもこれらの地域を対象外としている。

4) 1950年の「国勢調査」については、その統計単位地域と「国土数値情報昭和25年行政区域」の行政区域とが一致するため、単純なテーブル結合により人口データを付与した。

5) 現行過疎法の人口要件における指標値・基準年・基準値の解釈については、過疎対策研究会編(2022)を参考にした。なお、暫定的基準における高齢者比率は人口減少団体の人口を母数とする65歳以上の人口比率であり、若年者比率は同15歳～29歳の人口比率である。これは現行過疎法(表1)でも同様である。

6) 2022年4月に令和2年国勢調査が公表されたことにより、過疎地域指定における人口要件の基準年および基準値の追加公示がなされているが、本調査における人口要件の基準は現行過疎法制定当初の2021年3月時点のものとした。

7) 「特定農山村地域」は「特定農山村地域における農林業等の活性化のための基盤整備の促進に関する法律」、「辺地」は「辺地に係る公共的施設の総合整備のための財政上の特別措置等に関する法律」をそれぞれ根拠法とする。

8) こうした現象を小田切(2009)は「空洞化の里下り現象」と指摘しており、本研究でも旧市町村単位の広島県呉市、兵庫県神戸市長田区、千葉県銚子市、静岡県熱海市、福島県若松市などが「隠れ過疎地域」として特定されている。

9) 「過疎地域への指定」が地域に正の影響を与えるのか、負の影響を与えるのか、についてはまた別途の議論が必要であると考えられるが、ここでは同条件にあると思われる旧市町村が「過疎地域」と「非過疎地域」とに分かれる要因の一つに昭和の大合併があり、その選択に現在の「隠れ過疎地域」の多くの住民が関わる機会を得ることができなかったという観点から、現在においても「隠れ過疎地域」が「過疎地域に指定されない」状況もしくは「隠れ過疎地域」が等閑視され「何かしらの対策が行われない」状況を「望ましくない」と考えている。

#### 参考文献

石塚裕子 2020. 地域内過疎地から考える「尊厳ある縮退」：兵庫県上郡町赤松地区を事例に. 災害と共生 4: 33-48. DOI: <https://doi.org/10.18910/77176>

今里悟之 2020. 地域運営組織に関する覚書：農村地理学の立場から. 史淵 157: 121-144. DOI: <https://doi.org/10.15017/2559039>

岡橋秀典 1997. 『周辺地域の存立構造』大明堂.

- 小田切徳美 2021. 田園回帰と地域づくり—持続可能な都市農村共生社会を目指して—. 一般社団法人平和政策研究所政策オピニオン 185 : 1-7. [https://ippijapan.org/pdf/Opinion185\\_TOdagiri.pdf](https://ippijapan.org/pdf/Opinion185_TOdagiri.pdf) (最終閲覧日: 2022年9月30日)
- 小田切徳美 2009. 『農山村再生—「限界集落」問題を超えて—』岩波書店.
- 過疎対策研究会編 2022. 『逐条解説 過疎地域の持続的発展の支援に関する特別措置法』ぎょうせい.
- 過疎問題懇談会 2019. 令和元年度第1回過疎問題懇談会 議事概要. [https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000634699.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000634699.pdf) (最終閲覧日: 2022年9月30日)
- 過疎問題懇談会 2020. 令和元年度第7回過疎問題懇談会 議事概要. [https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000675777.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000675777.pdf) (最終閲覧日: 2022年9月30日)
- 小本修司・熊谷美香・水内俊雄 2020. 小地域統計を利用した明治行政村単位での再集計の提案—和歌山県の国勢調査を事例に—. 2020年度日本地理学会春季学術大会発表要旨集. DOI: [https://doi.org/10.14866/ajg.2020s.0\\_354](https://doi.org/10.14866/ajg.2020s.0_354)
- 作野広和 2017. 住民主体の「地域運営組織」と自治体の役割. 島根地理学会誌 50 : 49-62.
- 篠原重則 1997. 『愛媛県の山村』愛媛文化双書刊行会.
- 柴田徳衛・宮本憲一 1963. 『地方財政—現代資本主義と住民の生活』有斐閣.
- 全国知事会 2021. 新たな過疎対策法の制定に関する提言. <https://www.nga.gr.jp/ikkrwebBrowse/material/files/group/2/aratanakasotaisakuhounoseiteinikansuruteigen.pdf> (最終閲覧日: 2022年9月30日)
- 手塚 章 1991. 地域的観点と地域構造. 中村和郎・手塚 章・石井英也著『地理学講座4 地域と景観』107-184. 古今書院.
- 中條暁仁 2018. 2. 農山村をめぐる地域論的視座. 経済地理学年報 64 (5) : 60-67. DOI: [https://doi.org/10.20592/jaeg.64.5\\_60](https://doi.org/10.20592/jaeg.64.5_60)
- 西川 治 1969. 地域区分法の応用. 朝倉地理学講座編集委員会編『応用地理学』38-80.
- 宮口侗廸 1998. 『地域を生かす—過疎から多自然居住へ』大明堂.
- 宮口侗廸・中川秀一 1996. 2016年春季学術大会シンポジウム報告 いまあらためて農山村の価値を考える. E-journal GEO 11 : 316-319. DOI: <https://doi.org/10.4157/ejgeo.11.316>
- 山口県過疎地域対策等研究会 2020. 過疎地域自立促進特別措置法失効後の地域振興対策—持続可能で自立した地域社会の実現—. <https://www.pref.yamaguchi.lg.jp/uploaded/attachment/108767.pdf> (最終閲覧日: 2022年9月30日)
- 渡邊敬逸 2021. 地理学的研究における電信電話総合地図の応用可能性に関する研究. 社会共創学部紀要 5 (1) : 51-68. <https://opac1.lib.ehime-u.ac.jp/iyokan/TD30335330>
- 渡邊敬逸 2019. 四国地方における無住化集落の分布と空間的特徴. 社会共創学部紀要 3 (2) : 15-24. <https://opac1.lib.ehime-u.ac.jp/iyokan/TD30299665>

論 説

## 愛媛県西予市における農産物直売所どんぶり館青空市場の 運営形態と出荷者の意識

淡 野 寧 彦 (地域資源マネジメント学科)  
佐 藤 真 愛 (岡山県農業共済協同組合)

Farmers' minds and operations of a farmers' market  
"Domburikan Aozora-ichiba" in Seiyu City, Ehime Prefecture

Yasuhiko TANNO (Regional Resource Management)  
Mai Sato (Nosai-Okayama)

キーワード：農産物直売所、地域振興、どんぶり館、愛媛県西予市

Keywords: farmers' market, Regional development, Domburikan, Seiyu City, Ehime Prefecture

【原稿受付：2023年1月31日 受理・採録決定：2023年2月10日】

### 要旨

本稿では、愛媛県西予市のどんぶり館青空市場を対象に、その運営形態の特徴や出荷者の意識を明らかにすることで、青空市場の存在が出荷者の農業活動や営農意識にどのような影響をもたらしているのかについて検討した。どんぶり館の中でも青空市場はその売上の約6割を担う主要施設であり、西予市居住者により西予市内でのみ生産された商品を取り扱うという特色を有した農産物直売所として、20数年間運営されてきた。西予市内の旧5町全てから、地域の環境条件に即した多様な農産物が豊富に出荷され、このことが青空市場の魅力向上や来訪者数・売上の維持に結びついていた。また、青空市場の出荷者においても、自身の農業経営に即したかたちで商品を出荷できる場として、さらには出荷者同士の交流の場としても、青空市場を高く評価する傾向にあった。今後は出荷者数や出荷品目の維持を図りながら、地域の産業・交流拠点としての地位を確立していくことが求められる。この際には、西予市という一つの市ではあるものの、広域かつ地理的環境が大きく異なる場所を包含するという地域の特色を、効果的に活用した施策が重要となることが考えられる。

### 1. はじめに

第二次世界大戦後の日本では、1961年に制定された農業基本法のもとで、農業の選択的拡大を主軸に農業経営の規模拡大が目指され、生産基盤の整備や大型機械の導入による労働力の削減が進んだ。この一方で、農外就業の拡大や農業就業人口の減少および高齢化も次第に顕著となった。1999年の食料・農業・農村基本法制定以降においても、こうした問題は容易には打開し難く、農業の生産規模拡大や効率化は十分に進展していない。

農業の生産規模拡大が容易でない背景の一つとして、農産物の販路の問題も挙げられる。1980年代まで農産物の出荷先は農協が中心であったが、産地間競

争などにより国内農産物の価格が低下し、既存の流通のみでは十分ではなくなり、新たな販路が模索された(大石、2019)。このような情勢において、1990年代以降から農産物直売所が増加し、先述の食料・農業・農村基本法に基づく地産地消の推進などともあいまって、農産物直売所には農業振興や地域振興方策としての役割が期待され、地方に限らず全国において多様なかたちで拡大した(小柴、2007; 内藤ほか、2005)。農水省による2020年度の6次産業化総合調査によれば、農産物直売所の事業体数は23,600存在し、年間販売金額の総額は1兆533億円に上る。

全国的に拡大した農産物直売所を対象とした先行研究も、様々な研究分野で多数みられる。まず農産物直

売所の運営形態の変化について、櫻井（1995）によれば、1980年代以降、都市部を中心に古くから存在する農産物の路上での直売や都市農家による庭先販売といった伝統的かつ個性的な流通形態に代わり、集落組織や農協婦人部などを母体とした農家組織による農産物直売所が全国に拡大した。農協や自治体、第三セクターなどが設立主体となる農産物直売所では、専従の職員が運営を行う方式が一般的となるほか、2000年代に入るとレストランや物産館といった地域活性化施設を有する農産物直売所が増加した。こうして食料品スーパーに匹敵する大規模直売所が出現する一方で、中山間地域などの直売所には運営に苦慮するものもみられるようになった（香月ほか、2009）。このような変化の結果、農産物直売所は、設置数や1施設あたりの利用者数には地域差が存在すること、直売所の存在する集落の多くは都市部から1時間未満の場所に位置すること、そして農産物直売所の開業・閉鎖が頻繁に起こっていることといった特徴を有するようになった（桜井、2009）。

里村ほか（2014）は農産物直売所を、営業活動に積極的でない原始型、品揃えなどで差別化を図るスーパー型、生産者と消費者の交流を重視するイベント型などに分類し、とくに大規模直売所ではイベントの実施が販売額にも影響することを示した。地域振興を図るうえでの農産物直売所の位置づけとして、佐藤ほか（2013）は、自治体・農協・商工会などの連携や機能分担などの重要性を指摘した。藤澤（2015）も同様に、特色ある飲食サービスの展開などに加えて、生産者と消費者との交流や高齢者の活躍などによる地域コミュニティの再生の可能性にも言及している。

一方、農産物直売所の存在が、そこに出荷する農家の意識に与える影響に注目した研究として、服部ほか（2000）は経済的な影響、人間関係の変化、農業経営への取り組みの変化を挙げ、消費者との交流によりやりがいをもたらされることで農業経営に積極的に取り組むようになることを指摘した。飯田ほか（2004）は、直売活動を通じて地元農家同士の結びつきが強くなったことが営農意欲向上の強い要因となっていることを指摘した。また嘉藤・加賀（2013）は、後継者の有無や農産物販売金額よりも農産物直売所への出荷行動自体が営農意欲向上の効果があることを明らかにした。さらに西野（2016）では、農産物直売所の設置を契機とした野菜栽培や漬物などの農産物加工品の生産が、養蚕の衰退による経済的基盤を失った農家の新たな農業存続の好手段となり、土地利用変化にも反映されるなど、農家が意欲的・能動的に農業に取り組む動機となったことが明らかにされた。また唐崎・山本（2007）は、農産物直売所は都市農村交流や環境保全

事業との親和性が高い場所であり、地域の環境保全や食育、交流活動といった新たな活動への展開が期待できると指摘した。

以上のように、農産物直売所の全国的拡大はもとより、その存在が地域農業の維持や変化、また農業従事者への好影響にも結び付いていることがうかがえる。そこで本稿では、次章でも述べるように全国上位の販売金額を有する愛媛県の農産物直売所に注目し、西予市に存在するどんぶり館青空市場を対象に、その運営形態を分析する。さらにその出荷者の意識を分析することで、どんぶり館青空市場の存在が出荷者の農業活動や営農意識にどのような影響をもたらしているのかを明らかにすることを目的とする。

本稿の構成とともに研究方法を示す。まず2章にて愛媛県に立地する農産物直売所の動向を整理し、どんぶり館青空市場の特徴を位置づける。3章では、どんぶり館のこれまでの沿革や青空市場の運営形態について、店舗責任者への聞き取りや提供資料をもとに分析する。次に4章では、本施設に出荷される農産物の出荷品目について現地調査をもとに分析する。また5章では、どんぶり館青空市場に農産物などを出荷する生産者への聞き取り調査をもとに、出荷者の属性や出荷品目・出荷量の決定に関する意思決定の特徴について検討する。これらのうえで6章において、どんぶり館青空市場の存在が、そこに出荷する生産者の農業活動や営農意識にどのような影響をもたらしているのかについて考察し、7章で全体を総括する。

なお本稿に関する調査は、2021年9～11月に実施した。

## 2. 愛媛県における農産物直売所の立地と拡大

2020年度の6次産業化総合調査によれば、都道府県別の農産物直売所販売金額において、愛媛県は約470億円で全国第3位である。一方で県内の事業体数は640で同第25位に過ぎないため、1事業体あたりの販売金額は約7400万円となり、同第5位と高水準である。県内には全国的にも大規模な農産物直売所が存在し、これらに注目した先行研究も多い。

淡野・野島（2015）によれば、2010年時点で年間販売金額が5億円超の農協系直売所として、今治市の「さいさいきて屋」、西条市の「周ちゃん広場」、伊予市の「いよっくら」、大洲市の「愛たい菜」、宇和島市の「みなみくん」の存在が示される。まず、今治市のさいさいきて屋について橋田・胡（2009）は、本施設がカフェや食堂を併設した複合型施設として店舗全体の魅力や利便性を高めたほか、消費者への農業に対する理解を促す取り組みも行うなど、消費者ニーズへの的確な対応について言及した。山藤ほか（2018）

も、愛媛県漁連と連携した鮮魚コーナーの運営や、多目的農園やクッキングスタジオの展開といった多角的取り組みが、本施設の魅力向上や地域への波及効果につながっていることを指摘した。次に西条市の周ちゃん広場について、宮崎ほか（2011）は主だった商品の販売状況を明らかにした。さらに先述の淡野・野島（2015）では、本施設の来訪者および出荷者双方へのアンケート調査から、本施設への満足度はいずれの立場においても高く、この背景には店舗の運営や設計面での利用のしやすさや、出荷者の工夫と来訪者の要望の双方が合致している点を明らかにした。上記2施設よりは小規模ではあるものの、篠原（2006）は、西条市の農産物直売所「水都市（すいといち）」が、市内の本店業務に加えて、近隣市域のスーパー等でのインショップ型出店によって売上や知名度の拡大を図ったことを指摘した。

農協以外の組織が運営主体となる農産物直売所の代表例としては、第三セクターが運営する、内子町の「内子フレッシュパークからり」がある。篠原（2005）は、内子町の歴史的町並みなどを訪れる観光客が休憩地点として本施設に立ち寄ることを示した。藤目（2004）も内子町が進める活発なまちづくりが、本施設に対する来訪者イメージの向上や、農産物のお荷者である住民が地域への愛着を強化したことを明らかにした。また東温市観光物産協会が運営する、東温市さくらの湯観光物産センター内の農産物直売所を対象として、その出荷者の特徴を分析した淡野ほか（2013）は、本施設の規模は小さいものの、高齢の出荷者相互の交流の場として機能していることを明らかにした。一方、山本・石々川（2006）は、愛媛県西予市に立地する農産物直売所の来訪者を対象に購買行動の解明を行い、地域住民において農産物直売所が通常の買い物をする場所として定着していること、遠方から来訪する場合は農産物直売所での買い物のみを目的とせず他に立ち寄りながら、トイレ・休憩を兼ねて来店するものと推察した。

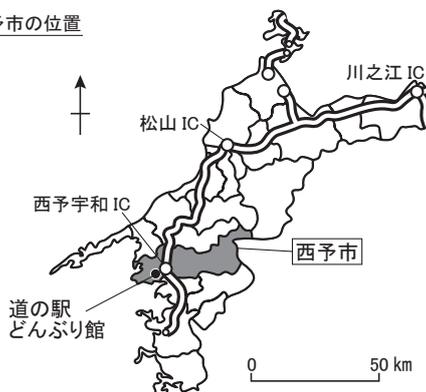
以上のように、愛媛県においても農産物直売所は各地に存在し、農業関連拠点としての地位を築いている。しかし、本稿が対象とするどんぶり館青空市場は、次章でも述べるように開設20年以上の実績を有し、年間売上も約3億8000万円と県内平均を大きく上回る規模であるにもかかわらず、既存の研究ではほとんど取り上げられていない。愛媛県内の農産物直売所の動向を検討するうえで、本施設に関する事例が加わることや、本施設と他の直売所との共通点や相違点が示されることには、学術的意義が存在するものと思われる。

### 3. 愛媛県西予市におけるどんぶり館青空市場の特徴と運営形態

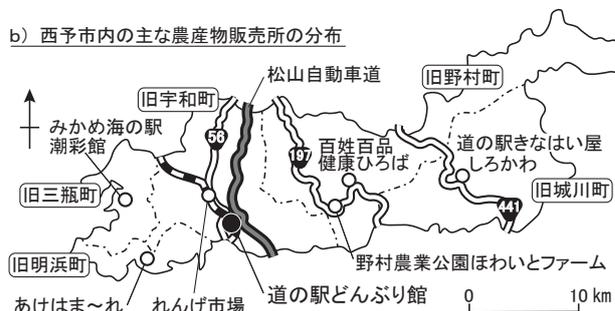
#### 1) どんぶり館の沿革

どんぶり館が立地する愛媛県西予市は、2004年の平成の大合併により東宇和郡明浜町・宇和町・城川町・野村町と西宇和郡三瓶町が合併して誕生し、その面積は514.34km<sup>2</sup>、人口は35,957（2021年11月）である。市内には松山自動車道と国道56号線がほぼ平行に南北に伸び、国道56号線によって南は宇和島市、北は大洲市と結びつくほか、国道378号線は海岸沿いに八

a) 西予市の位置



b) 西予市内の主な農産物販売所の分布



c) 道の駅 どんぶり館の施設配置

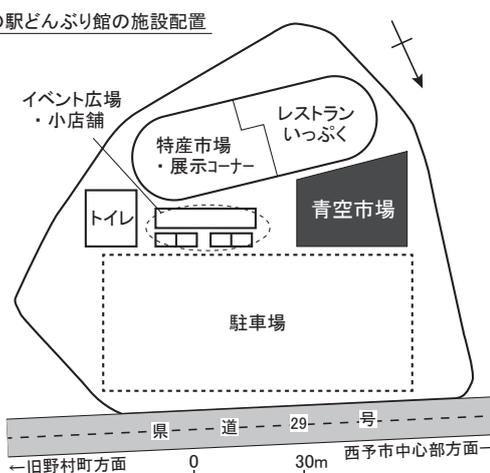


図1 どんぶり館の位置と施設配置（2021年）  
（どんぶり館ウェブサイトおよび現地調査により作成）

c) で示される近辺に、関連する施設として第2・第3駐車場と防災用ヘリポート兼用駐車場、ジオ・キッチンも存在する。

幡浜市へ続いている。どんぶり館が位置する旧宇和町は西予市役所が存在する市中心部であり、JR 四国予讃線卯之町駅や松山自動車道西予宇和インターチェンジが存在する。どんぶり館は西予宇和インターチェンジに近接した場所に存在し、市内の他の主だった農産物直売所と比較しても、交通利便性の高い立地となっている（図1）。

どんぶり館の運営主体は、西予市、JA ひがしうわ、西予市商工会、西予市森林組合、明浜漁協の出資により設立された第三セクターの「株式会社どんぶり館」であり、地域内で生産される農水産物を提供することで農林水産業者の所得向上、地元雇用の創設による若者の定住、来訪者相互の交流による地域全体の振興などを図ることを目的として設立された。宇和町誌編纂委員会編（2001）によれば、1990年4月にどんぶり館の前身となる東宇和物産会館の建設構想が東宇和郡町村長会に初めて諮られ、この時点では合意に至らなかったものの、4年後の1994年5月には宇和町長の提案により郡町村会で建設に向けての合意がまとめられた。同年12月に基本計画案が示され、1997年3月には基本構想がまとめられた。基本構想には十分な駐車場の確保と観光拠点としてのシンボル性、物産館と

特産品市場のほか、実演販売コーナーやレストラン、観光情報センター、イベント広場の設置などが盛り込まれ、当初の構想からおよそ10年を経た2000年4月にどんぶり館が開設された。

どんぶり館の2021年の年間売上額は約6億5000万円であり、このうち青空市場の売上のみでおよそ3億8000万円と6割近くを占める。また同年の青空市場出荷者登録数は502人であり、このうち8割程度が実際に商品を出荷している。近年の青空市場出荷者登録数には大きな変化はなく、500人前後で推移している。

## 2) 青空市場の運営形態

2021年現在、どんぶり館では正職員18人を含む28人が勤務しており、青空市場は常時3人程度の職員で運営されている。このほか、青空市場に関係する組織として、出荷者で構成された青空市場出荷者協議会がある。

青空市場における商品の品目は、青果（野菜・果物など）、精肉、鮮魚、加工品、惣菜などであり、大部分の面積を青果が占める。青果と加工品はみかん・ぶどう・いちごを除き出荷者が自由に陳列できるようになっており、鮮魚売場には加工場が併設する（図2）。

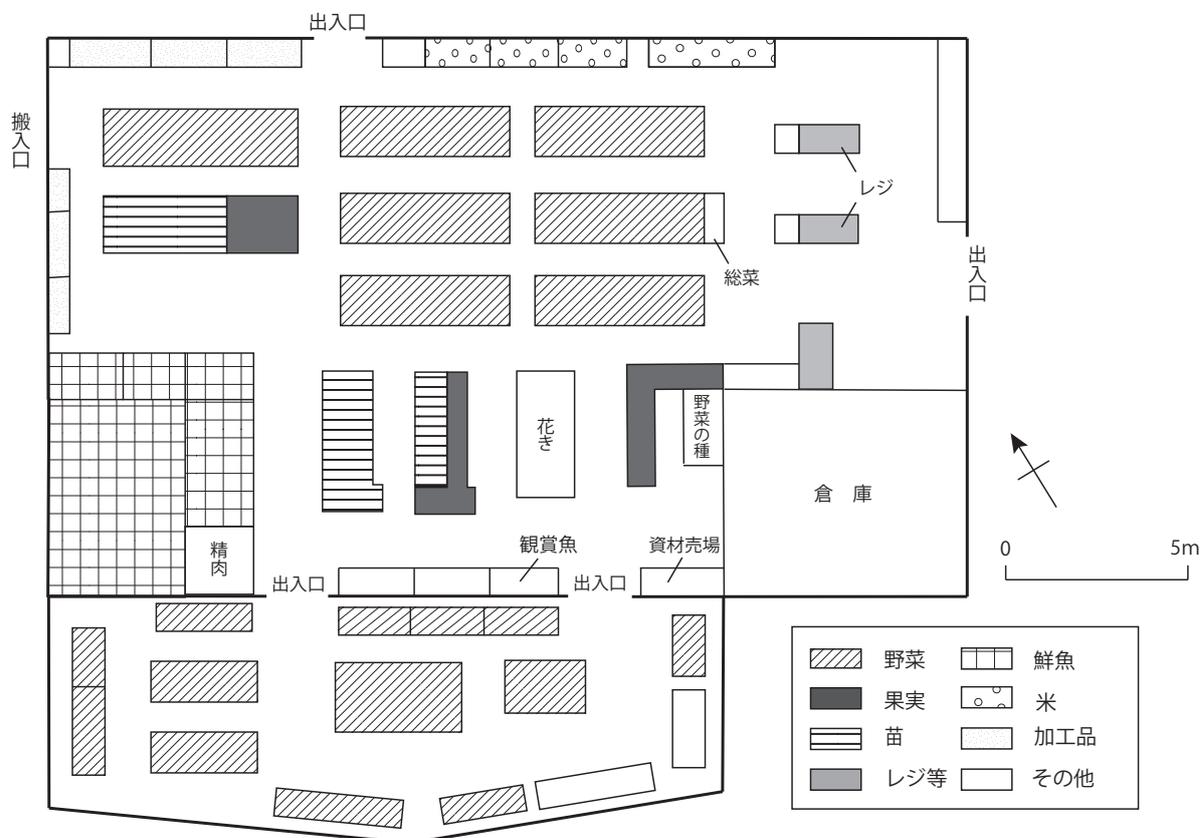


図2 どんぶり館青空市場の店内配置（2021年）  
（現地調査により作成）

青空市場へ出荷するためには、最初に入会金 3000 円を支払って青空市場出荷者協議会に入会する必要がある。また出荷の条件として、出荷者が西予市在住であり、かつ出荷品が西予市内で生産されたものであることが挙げられる。これは、市内で生産される農水産物を提供することで地域振興を図るといふ、どんぶり館が開設された当初の目的を果たすための制度であり、青空市場の主たる特徴の一つである。また出荷者はどんぶり館に対して農産物販売価格の 10% の販売手数料を支払う。愛媛県内の他の農産物直売所の販売手数料が 15 ~ 20 % 程度（淡野・野島、2015；中安、1998；橋田・胡、2009）であることと比較すると、やはり設立目的の一つである出荷者の所得向上を意識した低めの設定となっていることがわかる。

農産物や商品の出荷、陳列、値札シール作成と貼付、包装などの作業は、出荷者自身が行う。値札シールは館内にあるバーコード室で発券され、商品名や出荷者名、価格などが記載される。出荷可能時刻は 5 時から閉店時刻の 18 時までであり、10 時からは追加出荷が可能である。一部の商品を除いてどこに商品を陳列するかは出荷者の自由であるため、出荷可能時刻と同時に陳列を始めたり、来訪者から比較的目的につきやすいコーナー部分に陳列したりする出荷者もある。営業中はどんぶり館職員が売場の管理を行い、売れ行きに応じて商品の入ったコンテナをレジ前などの来訪者の目につきやすい場所に移動させている。現地調査を行った 10 ~ 11 月には、16 時過ぎから商品を引き取りに来る出荷者がみられ、日没の時間が早くなるほど引き取りに来る時間も早まる傾向にある。出荷や引き取りに来た際には、出荷者同士や出荷者と職員とが会話する様子もみられた。また、出荷者は自身の商品の売上状況をメールで確認することができる。陳列される商

品全体の品質を落とさないよう、葉物野菜など傷みやすい農産物やみかん・ぶどう・いちごは毎日、出荷者が引き取りに来ることが原則となっており、引き取られなかった商品は、閉店時刻間近になると職員によって売場外の棚に移され、翌日、出荷者が引き取る（図 3）。日持ちする農産物や加工品などは数日間陳列が可能であるが、他の出荷者が同様の商品を新たに出荷できるよう、職員によって一度目につきにくい区画へ移され、翌日以降に出荷者自身が再陳列する仕組みとなっている。また、旧野村町や旧城川町などの遠方の出荷者に対しても、翌日以降の引き取りや再陳列が認められている。

#### 4. 青空市場に出荷される商品および出荷者の特徴

##### 1) 出荷品の特徴

本章では、青空市場に出荷される商品の品目、出荷数、出荷者名、出荷者の居住地・性別、価格などに関する現地調査をもとに、出荷品の特徴について分析する。なお、出荷者の旧町別居住地は商品に記載されないため、店舗責任者に対する聞き取りで補足した。調査は 2021 年 10 月 26 日（火）および 11 月 13 日（土）の 2 日間、青空市場の開店時刻（8 時）に開始した。

商品の品目と出荷点数<sup>1)</sup>をみると、10 月調査で確認できた総出荷点数は 1535 点であり、このうちぎんなんが 125 点で全体の 8.1%、次いでみかんが 116 点で 7.6% と上位になったほか、さつまいもが 76 点（5.0%）、しょうがとにんにくが各 59 点（3.8%）、だいこんが 58 点（3.8%）などとなった（表 1）。11 月調査では、より多くの来訪者数が見込まれる土曜日であったことも影響してか、総出荷点数は大幅に増加して 3368 点となった。この中でも多いのは、さつまいもが 256 点（7.6%）、みかんが 216 点（6.4%）、だい

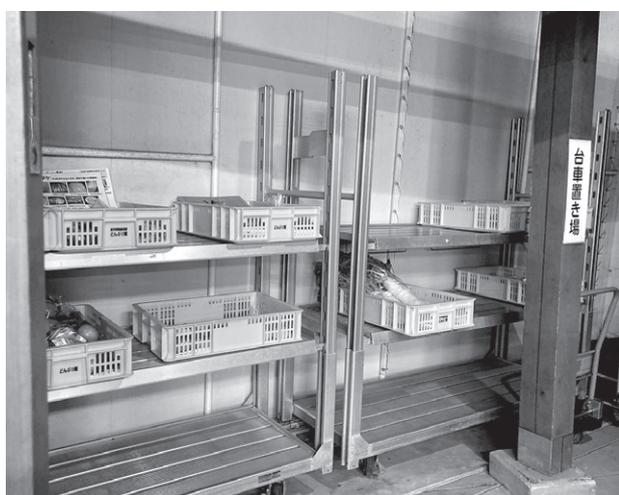


図 3 青空市場における引き取り時間終了後の商品置き場  
(2021 年 10 月、筆者撮影)

表 1 どんぶり館青空市場における主な出荷品  
(2021 年 10 月 26 日・11 月 13 日)

2021年10月26日(火)			2021年11月13日(土)		
品目	出荷点数 (点)	割合 (%)	品目	出荷点数 (点)	割合 (%)
ぎんなん	125	8.1	さつまいも	256	7.6
みかん	116	7.6	みかん	216	6.4
さつまいも	76	5.0	だいこん	205	6.1
しょうが	59	3.8	生しいたけ	156	4.6
にんにく	59	3.8	ぎんなん	144	4.3
だいこん	58	3.8	ねぎ	126	3.7
餅	51	3.3	さといも	120	3.6
さといも	49	3.2	餅	113	3.4
米	48	3.1	ほうれんそう	92	2.7
かき	39	2.5	きゃべつ	85	2.5
総出荷点数	1535	100.0	総出荷点数	3368	100.0

(現地調査により作成)

こんが205点(6.1%)、生しいたけが156点(4.6%)、ぎんなんが144点(4.3%)などであった。また10月調査の際にはほとんどみられなかった一方で、11月調査では多くの陳列のあった商品として、葉物・結球野菜が特徴的である。すなわち10月・11月比で、ほうれんそうが1点から92点、しゅんぎくが6点から80点、きゃべつが13点から85点、はくさいが5点から77点に、それぞれ増加した。とくに葉物野菜は、鮮度の劣化が比較的早いいため、先述のように多くの来訪者数が見込まれる週末を意識して出荷が増えたことが推測される。まただいこんの出荷点数も58点から205点に増加していることも含めると、気温の低下による鍋物需要の増加も意識された可能性がある。これらのほか、ゆずも0点から78点に増加しており、特定の時期に旬の農産物の出荷が増加するという、農産物直売所の一般的な傾向とも合致している。

主な出荷品の販売価格帯は、1包装当たりの容量によって異なるものの、さつまいもが50～320円(傷ありなどの訳あり品を含む、以下同じ)、さといもが80～350円、だいこんが50～200円、ねぎが80～170円、きゃべつが80～230円、ほうれんそうが100～250円、みかんが120～350円、生しいたけが120～450円、ぎんなんが70～550円などであった。

また、主だった出荷品の生産地を旧町別にみると、後述する出荷者数の属性とも関係して旧宇和町が大半を占め、10月調査の上位品目ではさつまいも、しょうが、だいこんは全て、旧宇和町産であった。一方でみかんについては116点中、旧明浜町の79点と旧三瓶町の37点に限られた。なお旧三瓶町産ではほかに、レモンが30点、乾燥ひじきが17点など、他の柑橘や海産物の出荷もみられた。他の旧町については、旧野村町産はぎんなんが33点と最多で、以下はかぼちゃが17点、乾燥しいたけが13点など、中山間部での産品が主力であった。旧城川町産については、乾燥しいたけ8点や茶葉6点など計20点の出荷に過ぎなかった。

11月調査の出荷品目においてもその多くを旧宇和町産が占め、さといも、きゃべつ、しゅんぎくは全て旧宇和町産であったが、さつまいも、だいこん、ねぎ、ほうれんそうの一部には旧野村町産や旧城川町産のものもみられた。一方で生しいたけについては、156点中、旧野村町産が80点と半数を占め、旧宇和町産が39点、旧城川町産が37点となった。さらに計43点の出荷がみられた乾燥しいたけでは、42点が旧城川町産であった。またかぼちゃでは71点中42点を旧野村町産が占め、旧宇和町産の29点を上回った。一方で柑橘については10月同様に旧明浜町産と旧三瓶町産の2地域に限られ、みかんの場合、前者が137点、後者が79点、またレモンの場合は前者が13点、後者

が64点であった。

## 2) 居住地別にみた出荷者の特徴

何らかの商品を青空市場に陳列した出荷者数は、10月26日は101人、11月14日は117人であり、その大多数が旧宇和町居住であった(表2)。それぞれの日の総出荷点数と出荷者数から単純換算すると、出荷者1人あたりの出荷点数は10月調査で15.2点、11月調査で28.8点とほぼ倍増しており、個々の出荷者が出荷点数を大幅に増やす傾向にあることが推測できる。農産物の出荷品目ごとに、居住地別に出荷者数を示したものが図4である。

出荷品目数や点数の傾向について、旧宇和町居住の出荷者の例を挙げると、ある男性出荷者は10月調査にはさといも2点のみの出荷であったが、11月調査ではこまつなとほうれんそうが各7点、さといも、かぶ、レタス、ゆずが各6点など、計12品目60点の出荷がみられた。別の女性出荷者の場合、10月調査ではさつまいも10点をはじめとする3品目12点を出荷していたが、11月調査ではピーマン13点、きゅうりとみずなが各11点など、計7品目50点に増加している。またこの出荷者が11月調査時に出荷したさつまいもは4点に減少しており、売れ筋に注力した出荷が意識されていることも考えられる。このほか、ぎんなんのみを出荷する男性出荷者においても、10月調査の8点から11月調査では18点と倍増していた。

旧宇和町に次いで出荷者数の多い旧野村町の場合、

表2 どんぶり館青空市場の旧町別実出荷者数  
(2021年10月26日・11月13日)

a)2021年10月26日(火)				
	男性	女性	不明	合計
旧宇和町	40	34	3	77
旧野村町	4	2	0	6
旧城川町	1	1	0	2
旧明浜町	0	2	0	2
旧三瓶町	5	1	0	6
b)2021年11月13日(土)				
	男性	女性	不明	合計
旧宇和町	46	45	2	93
旧野村町	4	5	0	9
旧城川町	2	4	0	6
旧明浜町	1	2	1	4
旧三瓶町	4	1	0	5

(現地調査により作成)

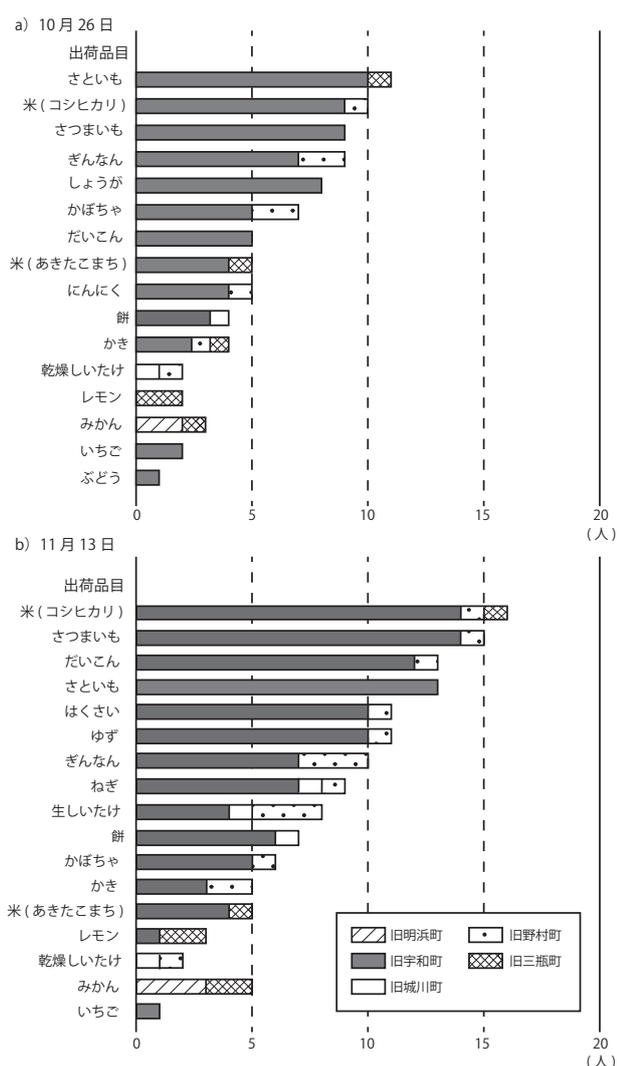


図4 どんぶり館青空市場における出荷品目別・居住地別の出荷者数  
(2021年10月26日・2021年11月13日)  
(現地調査により作成)

複数品目を取り扱う出荷者については、最多出荷点数となる品目でカウントした。

10月調査では計6人からの出荷がみられたが、このうち男性出荷者1人がぎんなんやごぼう各15点をはじめに計10品目70点と旧野村町産の大部分を出荷していた。この出荷者は11月調査時にもごぼうや米など計19品目100点を出荷するなど、精力的な活動がみられたが、11月調査ではほかにも、特定品目の出荷点数増加や複数品目の出荷を行う出荷者が複数みられた。10月調査時には陳列されていなかった生しいたけの場合、10月にはみられなかった男性出荷者より45点、10月調査時にはかきのみの出荷であった女性出荷者から23点、それぞれ出荷があり、限られた出荷者によって商品が供給されている様子が見えた。別の男性出荷者の場合、10月調査時にはかぼ

ちゃのみ15点を出荷していたが、11月調査時にはかぼちゃの出荷を42点に増やすとともにねぎやはくさいも出荷していた。さらに別の女性出荷者の場合、10月調査時の出荷はなかったが、11月調査時にはほうれんそう18点とピーマン16点を出荷していた。一方、出荷品目の大半を柑橘が占める旧明浜町と旧三瓶町の場合、10月調査時のみかんまたはレモンの出荷者は5人、11月調査時には8人であり、いずれの時期も出荷していた1人を除く全員が柑橘類のみの出荷にほぼ特化していた。

## 5. 青空市場における出荷者の意識

### 1) 回答者の属性

本章では、青空市場の出荷者への聞き取り調査をもとに、青空市場に対する意識について分析する。この調査は2021年10月24日(日)から26日(火)と11月11日(木)から14日(日)の計7日間、青空市場内で出荷品の引き取り時間(15時から18時まで)に実施し、57人(男性31人、女性25人、無回答1人)から回答を得た(表3)<sup>2)</sup>。回答者の年齢の平均と標準偏差は69.2 ± 10.9歳であった。出荷者の居住地をみると、旧宇和町が53人、旧野村町が4人であり、残る旧3町居住者からの回答はなかった。年齢では、30歳代1人、40歳代3人、50歳代4人、60歳代17人、70歳代21人、80歳代8人、90歳代1人であり、最年少は32歳、最年長は91歳であった。

農業経営については、64歳以下の出荷者では専業農家が4人、第1種兼業農家が1人、第2種兼業農家が8人、無回答が1人、65歳以上の出荷者では専業農家が4人、第1種兼業農家が3人、第2種兼業農家が29人、無回答が7人であった。経営耕地面積は、田は平均59.8aで最小0a、最大1500a、畑は平均33.6aで最小0a、最大500aであった。主な農業従事者(複数回答可)は、出荷者本人が最も多く53人、次いで配偶者が31人、父が3人、母が5人、子が2人、その他5人であった。主な出荷者(複数回答可)は、農業従事者と同じく出荷者本人が最も多く52人、次いで配偶者が22人、父と母がそれぞれ1人となった。青空市場への出荷開始年は、どんぶり館の開設年である2000年が最多の15人であり、出荷者となってからの年数平均と標準偏差は13.4 ± 7.0年であった。回答者の大部分が旧宇和町居住者であったためか、出荷のきっかけとしては、自宅から近いことや親の代から出荷していたことが主な理由として挙げられた。

青空市場への出荷物(複数回答可)では、野菜が44人(77.2%)を占め、果物は19人(33.3%)であった。青空市場における出荷者の1ヵ月あたりの売上では1万円未満が8人、1~4万円が20人、5~9万円

表3 どんぶり館青空市場における調査回答出荷者の特性 (2021年10・11月)

経営形態	農家番号	年齢構成 (●:旧宇和町、▲:旧野村町)										経営耕地面積 (a)		出荷開始年 (年)	主な出荷品目 (複数回答可)
		30~39		40~49		50~64		65~79		80~		田	畑		
		男	女	男	女	男	女	男	女	男	女				
専業農家	1							●				260	35	2000	いちご、桃
	2										●	100	0	2000	米
	3					●						0	15	2000	いちご
	4							●				0	40	2001	露地野菜、ハウス野菜
	5	●										1500	500	2006	加工品
	6				●							130	20	2014	露地野菜
	7					●						150	60	2019	果物その他
	8								●			0	4	2020	露地野菜
第1種兼業農家	9					●					150	40	2000	露地野菜、米	
	10									●	140	30	2000	露地野菜	
	11								●		—	—	2000	露地野菜、花き	
	12							●			0	45	2011	ハウス野菜、露地野菜	
第2種兼業農家	13							●			0	20	2000	露地野菜、加工品	
	14				●					●	0	10	2000	ぶどう、米	
	15							●			0	10	2000	露地野菜、果物その他	
	16					▲					0	5	2000	その他	
	17									●	0	5	2000	露地野菜、果物その他	
	18								●		0	4	2000	花き、加工品	
	19						●				—	—	2000	露地野菜	
	20										●	0	35	2001	加工品
	21					●						0	20	2001	露地野菜
	22					●						0	10	2001	露地野菜
	23									●		0	10	2001	露地野菜
	24							●				100	40	2002	露地野菜
	25								●			0	90	2003	露地野菜
	26										●	0	40	2003	花き、果物その他
	27								●			0	15	2004	露地野菜、加工品
	28								●			0	10	2004	露地野菜
	29										●	20	40	2006	露地野菜、ぶどう
	30								●			0	1.65	2006	花き
	31								●			0	15	2010	露地野菜、ぶどう
	32								●			10	20	2011	露地野菜、果物その他
	33								●			0	20	2011	ぶどう、露地野菜
	34								●			0	20	2011	露地野菜、果物その他
	35								●			0	20	2011	露地野菜、果物その他
	36								●			0	0.25	2011	露地野菜、加工品
	37								●			0	40	2013	露地野菜、果物その他
	38								●			0	10	2013	露地野菜、果物その他
	39									●		0	3	2013	露地野菜
	40								●			0	40	2016	その他
	41								●			0	10	2016	露地野菜
	42								●			0	10	2016	露地野菜
	43									●		0	10	2016	露地野菜
	44										▲	0	0.22	2016	花き
45							●				—	—	2016	露地野菜	
46											0	10	2018	その他	
47					●	●	※夫婦に聞き取り				0	20	2020	露地野菜	
48								●			—	—	2021	露地野菜	
49								●			0	10	—	露地野菜	
—	50									●	350	50	2000	露地野菜	
	51								●		0	45	2000	露地野菜、果物その他	
	52							●			0	60	2006	露地野菜、ハウス野菜	
	53					●					0	100	2008	柑橘	
	54							●			—	—	2011	果物その他	
	55							▲			140	20	2013	その他	
	56							●			—	—	2017	その他	
	57								●		0	25	—	花き	

(聞き取り調査により作成)  
 表中の「—」は無回答を示す。

が9人、10～19万円が8人、20～29万円が2人、30～39万円が2人、40～49万円が0人、50万円以上が2人、無回答が6人であった。1ヵ月あたりの農業収入に占める青空市場からの売上の割合は、1～9%が1人、10～19%が5人、20～29%が7人、30～39%が2人、40～49%が2人、50～59%が1人、60～69%が0人、70～79%が2人、80～89%が1人、90～99%が2人、100%が最多の32人、無回答が2人であった。

## 2) 青空市場に対する出荷者の意識・評価

ここではまず、回答者の年齢別に75歳以上(18人)、65～74歳(25人)、64歳以下(14人)の3群に分けて、青空市場に対する出荷者の意識について分析する。

出荷頻度については、いずれの群でもおおむね8割が週2～3回以上であった。ただし、主に出荷する時期として、「特定の時期に集中」とした回答者が65～74歳群で20.0%、64歳以下群で28.6%存在し、これらには果物や花きを出荷する者が複数含まれた。調査時はぶどうの出荷がほぼ終わり、柑橘類の出荷が始まって間もない時期であったため、こうした出荷形態をとる出荷者が一定数存在することが推測される。また農業収入に占める青空市場販売額の割合をみると、75歳以上群では15人(83.3%)が100%と回答したのに対し、65～74歳群では10人(40.0%)、64歳以下群では7人(50.0%)にとどまった。なお、青空市場以外から農業収入を得ている出荷者では、13人が農協への出荷、5人が他の直売所を挙げ、後者については旧野村町の百姓百品健康ひろばや旧三瓶町のみかめ海の駅潮彩館などが示された。

出荷者が青空市場に出荷する主な理由(複数回答可)としては、「少量でも出荷できるから」が17人、「自宅が近いから」が10人、「農業収入を上げるため」が8人、「自分で価格を決定できるから」が7人の順に回答が多かった。最多の「少量でも出荷できるから」を75歳以上群の27.8%、65～74歳群の36.0%が選択していることから、高齢の出荷者においては家庭で消費するために栽培した農産物の余剰分を出荷する傾向にあることが推測される。

「青空市場に出荷するようになって良かったこと」(複数回答可)としては、「農業が楽しくなった・生きがいにつながった」が14人と最多で、75歳以上群の27.8%、65～74歳群の28.0%が選択した一方、64歳以下群では14.3%と低かった。また65～74歳群での回答はごく少数であったものの、「他の出荷者との交流が増えた」が75歳以上群で33.3%、64歳以下群でも28.6%と比較的高くなったほか、「消費者との交流が増えた」についてもこれら2群では15%前後の

回答があった。「青空市場に出荷するようになってからの農業の変化」(複数回答可)では32人が「変わらない」と回答し、75歳以上群では83.3%に上った。ただし64歳以下群においては、独自の意見として「新規作物を導入しようと試作中」や「良いものを作るため出荷者の先輩に話を聞いた」、「包装をきれいにしようになった」、「需要を見て人気の種類を多めに出荷する」などの意見が計7人から示され、積極的な営農・販売意識がうかがわれた。

販売時の工夫(複数回答可)に注目すると、「他の出荷者やスーパーなどの価格を参考にする」が14人、「自分の商品を目立つようにする(シールやポップなど)」が12人、「新鮮なうちに出荷する」が11人、「質の良い商品のみ出荷する」が9人などの回答が多かった。これらのうち上位2つの回答については、75歳以上群ではいずれも11.1%に過ぎなかったが、他の2群では21.4～32.0%の回答があり、販売意欲の高さがみられた。

次に、青空市場における月平均売上を指標に5万円未満の29人と10万円以上の14人の2群で比較する。年齢でみると、前者は70.9±9.0歳、後者は64.4±14.7歳であった。まず出荷頻度をみると、5万円未満群では「ほぼ毎日」が44.8%、「週2～3回」が24.1%であったのに対し、10万円以上群ではそれぞれ71.4%と28.6%で、高い頻度となった。また1年を通して出荷する者は10万円以上群で85.7%に達した。青空市場に出荷する理由(複数回答可)においては、5万円未満群では「少量出荷できるから」が37.9%と最多であったが、10万円以上群では7.1%に過ぎなかった。一方で10万円以上群では、「農業収入を上げるため」と「自分で価格設定できるから」がいずれも21.4%と高かった。青空市場に出荷するようになって良かったこと(複数回答可)においても、10万円以上群の57.1%が「収入が増えた」を選択したが、5万円未満群では17.2%にとどまった。また販売時の工夫(複数回答可)においては、5万円未満群では「新鮮なうちに出荷する」や「質の良い商品のみ出荷する」といった、出荷品に対する自身の判断を重視した回答が多かったのに対して、10万円以上群では「自分の商品を目立つようにする(シールやポップなど)」が35.7%、「他の出荷者やスーパーなどの価格を参考にする」が28.6%と、出荷品の売れ行きを重視する回答が目立った。

今後、青空市場に求めることとして、5万円未満群から10人、10万円以上群から6人の意見が出された。10万円以上群の意見として、「もっと集客してほしい」、「集客のため総菜の出荷を増やしてほしい(若い世代の出荷も増やせるのでは)」、「役員でない出荷者

の意見を聞き入れて改善してほしい。今後出荷者が高齢化していくので若い人の視点から具体策が必要」のように、来店客数の増加や出荷体制の改善など今後の施設運営に関する指摘がみられた。また「値下げ競争が激しくなる」といった危機感もみられた。一方で5万円未満群においても、「さらに集客できるように対策してほしい」や「出荷品目が少ないため、出荷者が増加してほしい」、「コロナで出荷点数が減少したのもっと集客したり売上を伸ばす工夫が必要」といった、来店客数に関する意見が複数存在した。また、「出荷のついでに商品を買いたいので、レジを早く開けてほしい」や「引取りのために18時より早く商品をまとめられてしまうので、18時まで待ってほしい」といった、施設を利用するうえでの利便性に関する意見も存在した。

## 6. 考察—青空市場の機能と出荷者への影響—

青空市場では、出荷品を西予市居住者による西予市内産品に限定することにより、取り扱う商品の地域色を打ち出すとともに、地域住民の収入向上策が長らくとられてきた。近年の出荷者登録数が500人程度で安定的に推移していることから、出荷者にとっても、青空市場は利用しやすくなじみのある農産物直売所として認識されているものと思われる。

青空市場では毎日1000点以上の商品が陳列され、その種類も野菜や果物を中心に多岐に渡る。こうした品目の多さは、市域の東西距離が約40km、この間の標高差が0～1400mという西予市の特徴からも大きな影響を受けていることが考えられる。西予市の地理的環境条件は大きく3つに分けられ、沿岸部農業地帯である旧明浜町・旧三瓶町は海に近接し温暖な地域で、急傾斜の段々畑を活用した柑橘栽培が盛んである。旧宇和町は平地農業地帯に分類され、歴史的にみても南予地方の重要な穀倉地であり、平地では水稻、麦、大豆などの土地利用型農業が行われる一方、山際には樹園地も多くぶどうやいちごなどの栽培に取り組む農家もいる。このため、近隣地域と比較して平坦な土地の多い環境条件を利用した多様な農業を展開することが可能である。また農山村農業地帯とされる旧野村町や旧城川町は、中山間地域特有の地理的条件から平坦部が少なく高低差も大きいため耕作条件は全般的に悪い地帯であるが、なすやかぼちゃといった多品目野菜の生産やきゅうりや高原トマトなどの集約型農業を行う農家も存在している（西予市市誌編纂委員会編、2015）。これらの環境条件の違いが、青空市場の出荷品目にも現れているものと考えられる。

また、出荷品に関する2回の調査のみに基づく結果ではあるものの、平日よりも土曜の出荷点数が大幅に

増加し、さらに出荷品目についても季節の料理を意識した野菜類などの割合が高くなったことから、出荷者と来訪者の間での需要・供給傾向が一致していることがうかがえる。聞き取り調査によれば、出荷者となつてからの年数の平均が約13年におよぶことから、出荷者はどの時期にどのような商品の売れ行きが良いのかを経験的に把握し、出荷はもとより普通の農業においても、来訪者を念頭に置いた営農意識を有していることが考えられる。来訪者が求める商品が豊富に売場に陳列されることは、農産物直売所としての青空市場の評価向上にもつながる。青空市場に行けば必要な商品を購入することができるという認識が広まることは、定期的な来訪者の獲得にも結び付き、青空市場の売上の増加や安定に資するものとなろう。

青空市場の出荷者への聞き取りからも、青空市場に対するおおむね肯定的な見解が示された。高齢あるいは小規模な出荷者においては、少量でも出荷可能な場として、また他の出荷者と交流できる場としても、青空市場は評価されていた。また比較的若年層ないし販売金額の高い出荷者においても、青空市場は農業収入の増加が期待できる場とみなされ、来訪者を意識した商品販売がなされていた。

一方で、今後の課題としては出荷者数や出荷点数、来訪者数の維持が挙げられる。西予市内の旧5町すべてからの出荷があるとはいえ、その中心は旧宇和町からのものであり、実際の出荷者も旧宇和町居住者が多数を占める。青空市場ほどの規模ではないものの、旧宇和町以外の旧4町にもそれぞれ主だった直売所が存在することや、これらと比較すると居住地によっては青空市場に出荷するためには相応の時間を要することなどから、青空市場への出荷に至らないケースも考えられる。ただし今後、旧宇和町産品の比率のみが高まると、出荷品目の減少や同品目間での価格競争、また売場全体としての魅力減退やそれによる来訪者からの評価低減といった課題が生じる可能性がある。実際に出荷者からの意見においても、集客力の強化や出荷者数の増加に向けた働きかけが指摘されている。農業、また地方部での人口減少や高齢化といった状況が今後も継続することを前提にするならば、多様な出荷者の確保が重要である。西予市全体としての農業を主軸とした地域振興策として農産物直売所を位置付けていくならば、市内の他の直売所と連携した動きも検討されるべきと思われる。個々の出荷者による営農意欲の向上とともに、農産物直売所がより主体的に地域の産業・交流拠点の場として機能することが、とくに地方部における地域振興を後押しする原動力となることを期待したい。

## 7. おわりに

本稿では、愛媛県西予市のどんぶり館青空市場を対象に、その運営形態の特徴や出荷者の意識を明らかにすることで、青空市場の存在が出荷者の農業活動や営農意識にどのような影響をもたらしているのかについて検討した。

どんぶり館は西予宇和インターチェンジ間近の交通便利性の良い場所に立地し、なかでも青空市場はその売上の約6割を担う主要施設であり、西予市居住者により西予市内でのみ生産された商品を取り扱うという特色を有した農産物直売所として、20数年間運営されてきた。西予市内の旧5町全てから、地域の環境条件に即した多様な農産物が豊富に出荷され、このことが青空市場の魅力向上や来訪者数・売上の維持に結びついていた。また、青空市場の出荷者においても、自身の農業経営に即したかたちで商品を出荷できる場として、さらには出荷者同士の交流の場としても、青空市場を高く評価する傾向にあった。

今後は出荷者数や出荷品目の維持を図りながら、地域の産業・交流拠点としての地位を確立していくことが求められる。この際には、西予市という一つの市ではあるものの、広域かつ地理的環境が大きく異なる場所を包含するという地域の特色を、効果的に活用した施策が重要となることが考えられる。

## 付記

本稿の執筆に際して、株式会社どんぶり館の小笠原洋務様をはじめとするどんぶり館関係者の皆様や出荷者の皆様より調査へのご協力を賜りました。記して厚く御礼申し上げます。

本稿は、執筆者のうち佐藤が2022年1月に愛媛大学社会共創学部へ提出した卒業論文をベースとし、指導教員であった淡野が加筆修正したものである。なお、主たる調査は共同で実施した。

## 注

- 1) 出荷点数については、出荷者によって個々の包装の容量や個数が異なることから、1包装を1点とカウントした。
- 2) この聞き取り調査と4章で記した出荷品に関する調査は、いずれもほぼ同時期に青空市場内で実施したものはあるが、異なる形式で実施したものであるため、双方の情報が直結するものではない。

## 参考文献

- 飯田耕久・高橋 強・林 直樹 (2004)：農産物直売施設による営農意欲向上と地域の活性化効果. 農村計画学会誌, 23, 211-216.
- 宇和町誌編纂委員会編 (2001)：『宇和町誌Ⅱ』愛媛県東宇和郡宇和町.
- 大石貴之 (2019)：岡山県の中山間地域における農業の存続可能性—真庭市川上地区における農産物直売所を事例として—. 地学雑誌, 128, 323-335.
- 嘉藤隆一郎・加賀有津子 (2013)：農産物直売所における営農意欲の変化に関する研究. 日本都市計画学会関西支部研究発表会講演概要集, 11, 57-60.
- 香月敏孝・小林茂典・佐藤孝一・大橋めぐみ (2009)：農産物直売所の経済分析. 農林水産政策研究, 16, 21-63.
- 唐崎卓也・山本徳司 (2007)：農産物直売所の整備事例からみた事業展開プロセスの分析, 農工研技報, 206, 129-139.
- 小柴有理江 (2007)：農産物直売所の展開の特徴と生産者—小規模直売所を中心として—. 農林業問題研究, 43 (1), 136-140.
- 櫻井清一 (1995)：農産物直売所の組織再編過程と新たな課題. 農村生活研究, 39 (3), 13-20.
- 櫻井清一 (2009)：統計資料に基づいた農産物直売所の分布状況分析—センサスデータを中心に—. 農業経営研究, 47, 106-110.
- 佐藤和憲・唐崎卓也・中嶋晋作・大浦裕二 (2013)：農産物直売所を中心とした地産池消型農商工連携の形成要因と阻害要因. 農業市場研究, 21 (4), 45-50.
- 里村睦弓・木村 務・森高正博・福田 晋 (2014)：農産物直売所におけるマーケティング活動の効果に関する考察. 九州大学大学院農学研究院学芸雑誌, 69 (1), 9-18.
- 篠原重則 (2005)：地域資源の活用と農産物の直売による山村の活性化—愛媛県内子町の事例—. 松山大学論集, 17 (5), 147-179.
- 篠原重則 (2006)：農産物直売店の域外進出による農村の活性化—愛媛県西条市水都市の事例—. 松山大学論集, 17 (6), 213-241.
- 西予市市誌編纂委員会編 (2015)：『西予市誌』西予市. 淡野寧彦・斉藤 功・今井 統・岩田康平・宇都宮秀和・久米達彦・古閑丈裕・千葉井紀人・三島修治・谷川 武 (2013)：農産物直売所への出荷活動を通じた地域高齢者の生活と健康の実態. 四国公衆衛生学会雑誌, 58, 202-206.
- 淡野寧彦・野島芽衣 (2015)：愛媛県西条市の農産物直売所「周ちゃん広場」の存続要因, 人文学論叢, 17, 53-73.
- 内藤重之・藤田武弘・梶浦紀徒 (2005)：地方自治体にお

- ける「地産地消」推進施策の展開と役割. 農業市場研究, 14 (1), 28-37.
- 中安 章 (1998) : 都市・農村交流による農産物流通の展開方向. 農林業問題研究, 34 (3), 133-141.
- 西野寿章 (2016) : 農産物直売所の展開による地域農業の持続可能性—群馬県高崎市吉井地区を事例として—. E-journal GEO, 11 (2), 448-459.
- 服部俊宏・堤 聰・嶋 栄吉・今井敏行 (2000) : 直売所における農産物販売が農家に与える影響. 農村計画学会誌, 19, 301-306.
- 橋田あゆみ・胡 柏 (2009) : 直売施設「さいさいきて屋」の運営実態分析. 愛媛大学農学部紀要, 54, 1-9.
- 藤澤研二 (2015) : 6次産業化を目指し新しいカタチを模索する農産物直売所—地域の「食」を守り, 育てる中核施設としての役割が期待される—. 江戸川大学紀要, 25, 363-375.
- 藤目節夫 (2004) : 愛媛県内子町のまちづくりと農産物直売所「からり」. 愛媛大学法文学部論集人文学科編, 17, 1-39.
- 宮崎幹朗・徳橋春花・新原 瞳・野間菜津子・藤本早記・山根雄一郎・湯山佳奈・植野志保・越智康佑・近藤えり・宮崎将史・森貞 彩・米森 萌 (2011) : 都市農村交流を通じた地域活性化の取り組み: グリーン・ツーリズム, 農山村移住, 産直市, 自立を目指す地域への取り組みから. 地域創成研究年報, 6, 1-60.
- 森岡亜紀 (2018) : 全国農林水産物直売所・実態調査から見える直売所の今と野菜販売. 野菜情報, 172, 48-58.
- 山藤 篤・香月敏孝・山本和博 (2018) : 大規模農産物直売所の運営と効果. 愛媛大学社会共創学部紀要, 2 (1), 9-14.
- 山本和博・石々川英樹 (2006) : 農産物直売所における購買行動の解明と販売戦略. 愛媛県農業試験場研究報告, 40, 21-25.
- 道の駅どんぶり館ウェブページ  
<https://www.donburikan.com/>  
(最終閲覧日: 2022年1月30日)

フィールドワーク・インターンシップ実践報告

コロナ禍におけるフィールドワークの実践と活動成果  
- プロジェクト演習における愛媛県伊方町のサダワン動画分析の例 -

淡野 寧彦 (地域資源マネジメント学科)  
石水 菜々香 (地域資源マネジメント学科・学部生)  
大橋 樹季 (地域資源マネジメント学科・学部生)  
岸本 直美 (地域資源マネジメント学科・学部生)  
渡部 結斗 (地域資源マネジメント学科・学部生)  
井上 雛菜 (地域資源マネジメント学科・学部生)  
河内 裕里 (地域資源マネジメント学科・学部生)  
秋丸 國廣 (社会連携推進機構)  
牛山 眞貴子 (地域資源マネジメント学科)

A practice and outcomes through fieldwork activities in Covid-19 catastrophe  
- A case study of video analytics on "Sadamisaki wonder view competition" in Ikata Town, Ehime Prefecture

Yasuhiko TANNO (Regional Resource Management)  
Nanaka ISHIMIZU (Undergraduate Student, Regional Resource Management)  
Itsuki OHASHI (Undergraduate Student, Regional Resource Management)  
Naomi KISHIMOTO (Undergraduate Student, Regional Resource Management)  
Yuito WATANABE (Undergraduate Student, Regional Resource Management)  
Hiina INOUE (Undergraduate Student, Regional Resource Management)  
Yuri KOCHI (Undergraduate Student, Regional Resource Management)  
Kunihiro AKIMARU (Institute for Collaborative Relation)  
Makiko USHIYAMA (Regional Resource Management)

キーワード：コロナ禍 (COVID-19)、フィールドワーク、動画分析、愛媛県伊方町

Keywords: COVID-19, Fieldwork, Video analytics, Ikata Town, Ehime Prefecture

【原稿受付：2023年1月31日 受理・採録決定：2023年2月10日】

## 要旨

本稿では、コロナ禍により現地を訪問しての活動が大きく制約される中、学生教育としてのフィールドワークを展開する手法や、フィールドワークの実施が困難であっても対象地域への理解や関係性構築を進める手法、またこれらの活動による成果について、愛媛県伊方町における淡野研究室での活動を対象として報告する。活動内容として、伊方町観光商工課が実施する佐田岬ワンダービュー動画の分析と現地での数回のフィールドワークを行った。この結果、伊方町では国道197号線沿いの施設などを中心に、地域の認知や関心がみられる一方、長らくの歴史や地域の文化を有する地域住民の生活の場への注目度合は低いことが明らかとなった。こうした見過ごされがちな地域資源に焦点を当て、地域住民らとともにその価値を拾い上げていくことも、今後の重要なテーマと位置づけられる。なお本報告での活動は、次年度(2022年度)の現地での詳細な聞き取り調査の実施を行う基礎的資料とすることができた。

## 1. はじめに

社会共創学部地域資源マネジメント学科の淡野研究室では、2021年2月の伊方町観光商工課との検討を経て、同町の地域振興に関わる連携活動を実施することとなった。この取り組みは、筆者の一人である牛山が代表となってすでに展開されている地域調査研究等事業支援補助金の枠組みの中で実施され、牛山・秋丸(2021)で示されるヘルスプロモーションや地域活性化イベントの動きと並行するかたちで進行することとなった。

一方でこの時期は、新型コロナウイルス(COVID-19)の感染拡大が繰り返し発生し、感染防止対策のための試行錯誤が続く中、様々な活動が制約を余儀なくされていた。政府の対応はもとより、大学が求める対策にもしばしば変更が生じ、フィールドワークの実施はもとより、その計画段階から見通しを立てづらい状況が続いた。筆者のうち淡野は、フィールドワークを通じた学びや地域分析などの有効性を重視する観点から(淡野、2016;2017)、コロナ禍以前には、淡野研究室で3泊4日の現地調査を主とするフィールドワークを学部正課教育の「プロジェクト演習」<sup>1)</sup>において展開していたが、同様の形式での実施は困難と判断された。また、初年度の活動として伊方町内の複数箇所を訪れる上では、自動車による移動が必要となるが、やはり感染防止対策の観点から、1台につき乗車定員数の2分の1未満とするなどの制約も生じていた。以上の状況から、従来通りのフィールドワークの実施はできないものの、当該地域と関わりを有しつつ、学生教育にも資するフィールドワークの在り方を模索することとなった。

ここで注目されたのが、伊方町観光商工課が2018年より実施する「佐田岬ワンダービューコンペティション」(以下、サダワン)である。この事業は、伊方町が主に位置する佐田岬半島を対象に、地域内外の応募者が魅力的な場所や事物を撮影した動画を作成・投稿するものである。こうした動画はすなわち、伊方町のどのような場所や事物が注目されているのか、逆に見過ごされているのかを、端的に表したものとも解釈できる。そしてこうした情報を把握・分析することにより、伊方町を実際に訪問できない状態であっても、地域の理解や課題抽出に関する教育を展開することができると考えられる。以上をふまえ、2021年度のプロジェクト演習のテーマを「愛媛県伊方町におけるサダワン動画の分析を通じた地域認識の可視化と地域資源の活用」と設定した。

本稿は、上記テーマに関する教育・活動方法と分析に基づく成果について報告するものである。

## 2. 活動内容

本活動は大きく、大学内での作業と現地でのフィールドワークで構成される。

大学内での主な作業はサダワン動画の分析であり、2020年に応募された作品98本<sup>2)</sup>がこの対象である。分析方法として、すべての動画を1秒単位で確認し、その際の動画内に映し出された場所とテーマを抽出した。これとともに、伊方町全図をベースとして、観光マップやパンフレットなどを活用しながら、町内の主だった観光スポット等や国道197号線を目印的に記入した(図1)。なおこのプロセスには、作業を通じて学生が伊方町への理解を深める目的も存在する。そして、先述の動画分析で抽出した情報を地図上に落とし込んだ。筆者らのみでは場所の特定が困難な場合は、該当箇所を取りまとめたうえで、後述する現地訪問による視察や伊方町観光商工課への聞き取りによって、情報収集に努めた。

こうした作業と並行して、伊方町でのフィールドワークも実施した。サダワン動画で頻繁に取り上げられていた場所や事物、また町内の特色ある場所等をあ



図1 大学内での分析作業  
(2021年10月、淡野撮影)



図2 伊方町でのフィールドワークの様子  
(2021年12月、淡野撮影)

らかじめピックアップし、観光商工課職員の同行のもと、日帰りです計3回、現地を訪問した(図2)。2021年7月の調査では、せと風の丘パーク、瀬戸頂上線沿いの風車群、佐田岬はなはな、番匠鼻、須賀公園を訪れた。12月には2度現地を訪れ、1度目は名取地区、佐田岬ツーリズム協会、大佐田地区のオリコの里において、2度目は伊方町役場と町見郷土館において、それぞれ聞き取り調査を実施した。

これらの内容を取りまとめ、2021年12月21日に実施された、地域資源マネジメント学科文化資源マネジメントコース内でのプロジェクト演習成果報告会において、学生が発表を行った。

### 3. サダワン動画の分析結果

対象とした98本の動画のうち、120秒以内のジャンルで作成されたものは83本、同30秒以内のものは15本であった。1本あたりの時間は83.0 ± 35.7秒(平均 ± 標準偏差)であり、分析によって場所を特定できたのは1本あたり51.3 ± 34.9秒であった。図3はその分析過程の一例である。s2054動画<sup>3)</sup>の場合、4～10秒目までの計7秒間に川之浜海水浴場で過ごす男女が、また18～23秒目の計6秒間に二見くるりん風の丘パークが、それぞれ映されていた。

この分析結果を、一度、紙ベースの地図に落とし込んで情報を整理した後(図4)、各撮影場所における総撮影時間および動画本数の集計と、マップ作成を行った。2020年のサダワン動画において、総撮影時

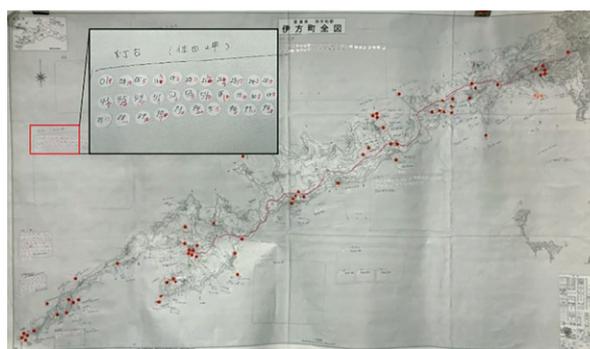


図4 地図への落とし込み作業  
(サダワン動画の分析をもとに筆者作成)

表1 サダワン動画における主な撮影対象場所(2020年応募作品)

撮影対象場所	総撮影時間(秒)	動画本数(本)
はなはな・三崎港	764	42
佐田岬灯台	742	53
海(沖合)	692	47
せと風の丘パーク	549	28
風車(群)	442	44
御籠島展望所	216	29
名取地区	196	7
アコウ樹	121	8
番匠鼻	107	5
二名津地区	105	1
椿山展望台	83	12
大久展望台	81	9
ムーンビーチ井野浦	80	6
漁業風景	69	3
三崎精練所跡	67	2
亀ヶ池温泉	53	5
室鼻公園	47	2
瀬戸アグリトピア	45	3
女子岬	41	3
梶谷鼻	41	2
ピクニックハウス	40	1
精練所近辺	37	1
大久地区	35	1
井野浦地区	34	4
二見地区	34	1
民宿大岩	32	3
メロディーライン	26	4
きらら館	25	6
三崎八幡神社	24	2
権現山	23	4
野坂神社	21	2
雀簗	21	1
三机港	21	1
佐田岬漁港	20	1

(サダワン動画の分析をもとに筆者作成)  
総撮影時間が20秒以上の場所のみを記載した。

番号	s2054		
秒	場所	テーマ	備考
1	不明	男性と女性	詳細不明
2	—	タイトル	
3	—	タイトル	
4	川之浜海水浴場	男性と女性	7s
5	川之浜海水浴場	男性と女性	
6	川之浜海水浴場	男性と女性	
7	川之浜海水浴場	男性と女性	
8	川之浜海水浴場	男性と女性	
9	川之浜海水浴場	男性と女性	
10	川之浜海水浴場	男性と女性	
11	—	「待ってる?そう、待ってる。」の文字	
12	—	「待ってる?そう、待ってる。」の文字	
13	—	「待ってる?そう、待ってる。」の文字	
14	—	「待ってる?そう、待ってる。」の文字	
15	トンネル	重中	
16	トンネル	重中	
17	トンネル	トンネル出口	
18	二見くるりん風の丘パーク	石碑	6s
19	二見くるりん風の丘パーク	石碑	
20	二見くるりん風の丘パーク	男性と女性	
21	二見くるりん風の丘パーク	男性と女性	
22	二見くるりん風の丘パーク	佐田岬風車	
23	二見くるりん風の丘パーク	佐田岬風車	
24	不明	石碑	
25	不明	木々	

図3 サダワン動画の分析過程の例  
(サダワン動画の分析をもとに筆者作成)

間が最も長かったのは佐田岬はなはなおよび隣接する三崎港であり、42本の動画で計764秒に達した(表1)。次いで長いのは佐田岬灯台であり、53本の動画で計742秒であった。三番目に長いのはせと風の丘パークであり、28本の動画で計549秒であった。また、明確には場所を特定できないものの、伊方町の特徴的な風景として撮影された内容として、佐田岬半島や夕日を背景に海を撮影したパートが47本の動画で計692秒、単体もしくは複数の風力発電用風車を撮影したパートが44本の動画で計442秒存在した。これらのほか、5本以上の動画で取り上げられた場所は、佐田岬灯台の近隣に位置する御籠島展望所と椿山展望台、また大久展望台、アコウ樹、名取地区、ムーンビーチ井野浦、きらら館、番匠鼻、亀ヶ池温泉であった。

主な撮影対象場所を空間的に把握するために作成したマップが図5である。総撮影時間の長さを円の大きさで表すとともに、動画本数については色で区分した。なお、総撮影時間が20秒未満のものは、場所を示すのみとしている。あらためて撮影時間や本数の長い場所からみると、まず佐田岬はなはなは2020年にリニューアルオープンし、レストランや土産物店、レンタサイクル施設など、伊方町の主たる観光拠点として整備されたほか、テレビCMが放映されている。また三崎港は国道九四フェリーによって大分県の佐賀関港と70分で結ばれる交通の要衝である。

次に佐田岬灯台は四国最西端に位置し、灯台からは九州を望むことができる。さらにその周辺にある御籠島展望所や椿山展望台の2か所も含めた動画が複数存在し、こうした場所自体や、そこから見える佐田岬灯台を映したものも存在した。せと風の丘パークは、国道197号線北側の瀬戸頂上線沿いに存在し、駐車場も整備されているため、アクセスが容易である。現地では半島に吹き込む風を活用した風力発電用の風車を多く見ることができ、ほかにもみさき風の丘パークや、先述の二見くるりん風の丘パークが半島内に整備されている。これらのほか、撮影時間・本数の比較的多い大久展望台、アコウ樹、きらら館などは国道197号線沿いに存在する。

以上のように、伊方町では、国道197号線沿いの施設などを中心に、地域の認知や関心がみられることが明らかとなった。一方でこうした認知等は偏在的であり、国道から離れた、従来の地域住民の生活空間への注目は低いことがうかがえた。投稿された動画自体が、限られた時間内でインパクトのある内容を目指したものが主であることから、おのずと主要な観光施設・スポット等が取り上げられがちであることが推測される。これとともに、各集落へのアクセスの利便性の悪さも、注目度合の低さの一因と考えられる。すなわち、佐田岬半島の地形的な特徴から考えると、東西方向の距離は約40kmと長いものの、国道197号線の存在

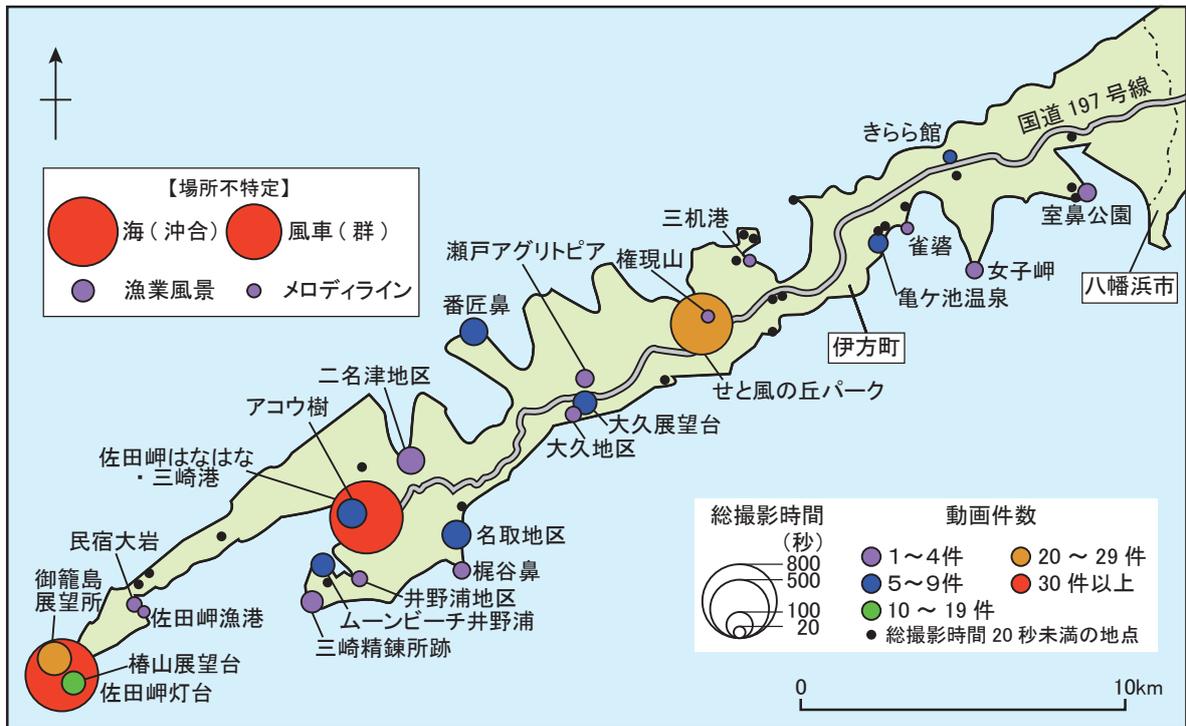


図5 サダワン動画における伊方町の主な注目地点・事物(2020年動画)  
(サダワン動画の分析をもとに筆者作成)

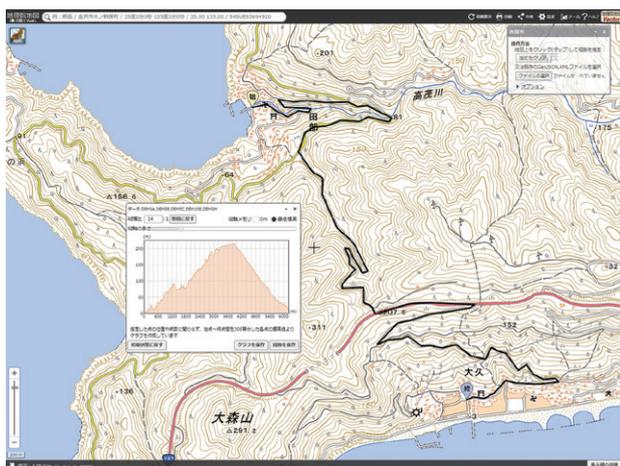


図6 田部地区－大久地区間の移動経路と起伏  
(地理院地図により筆者作成)

により、移動面での利便性は高い。一方で、半島内での南北方向の距離は数 km と短いものの、起伏の激しさや道路状態により、訪問者の意識や行動には制約がかかることが推測される。例えば半島中部の田部（たぶ）地区から大久（おおく）地区間を移動すると仮定すると、直線距離は 2 km に過ぎないものの、この間の起伏は 220 m もあることから実際の走行距離は 6 km に及ぶ（図 6）。北側の田部地区から国道まですれ違いが困難な道路を通りながら険しい上り道を進み、さらに国道から大久地区へ、再び狭い生活道路を通りながら下り道を移動しなければならない。こうした交通条件が、来訪者が国道から逸れた各地区に関心を持ったり、訪れたりすることを妨げる一因になっているものと考えられる。

#### 4. おわりに

本稿では、コロナ禍により現地を訪問しての活動が大きく制約される中、学生教育としてのフィールドワークを展開する手法や、フィールドワークの実施が困難であっても対象地域への理解や地域との関係性構築を進める手法、また活動による成果について、愛媛県伊方町における淡野研究室での活動を対象として述べた。

サダワン動画の分析を通して、伊方町では、国道 197 号線沿いの施設などを中心に、地域の認知や関心がみられる一方、長らくの歴史や地域の文化を有する地域住民の生活の場への注目度合は低いことが明らかとなった。こうした見過ごされがちな地域資源に焦点を当て、地域住民らとともにその価値を拾い上げていくことも、今後の重要なテーマと位置づけられる。

こうした観点から、本活動を通じて得られた知見をもとに、2022 年度のプロジェクト演習では、名取地

区を対象とした現地調査に結びつけることができた。同地区は特徴的な石垣景観や中晩柑栽培による柑橘農業など、多様な地域資源を有しており、地域の歴史や文化の活用や再評価にむけた活動を展開しうると考えられる。この内容については、稿をあらためて詳述し、地域への還元も進めることとしたい。

#### 付記

本研究には、伊方町の地域調査研究等事業支援補助金「地域活性化プロジェクト『伊方ワールド・オブ・ダンス』」を推進する高大連携活動と佐田岬半島の地域資源の活用に関する調査研究－その 1」（代表：牛山眞貴子）の一部を使用した。現地調査に際して、伊方町観光商工課の梶谷泰治氏と林里花子氏（いずれも所属は当時）よりご助力を得た。記して御礼申し上げます。

#### 注

- 1) 厳密には、2 回生向けの「プロジェクト基礎演習」、3 回生向けの「プロジェクト応用演習」が、それぞれ単位評価を行う授業であるが、2・3 回生合同での活動でもあることから、本稿ではこれらを総称して「プロジェクト演習」と表記する。
- 2) サダワンのウェブページ上で一般公開されているのは受賞作品など 11 本のみであるが、観光商工課の許諾のもと、すべての作品を閲覧し、分析対象とした。
- 3) 各動画には独自のタイトルが存在するが、非公開作品も含まれるため、筆者らが独自にナンバリングした名称（s2001～s2098）を記載している。

#### 参考文献

- 牛山眞貴子・秋丸國廣（2021）：伊方町の地域活性化を目的とした高大官連携フィールドワークプロジェクトのニューノーマルにおける実践と課題。愛媛大学社会創学部紀要，5（1），69-74.
- 淡野寧彦（2016）：大学初年次生に対する入門的フィールドワーク実践の成果と課題。大学教育実践ジャーナル，14，29-34.
- 淡野寧彦（2017）：大学初年次生に対する移動・観察型フィールドワークの実践。大学教育実践ジャーナル，15，45-51.

# 愛媛大学社会共創学部紀要編集委員会内規

[平成28年7月26日制定]

(設置)

第1条 社会共創学部（以下「本学部」という。）に、紀要編集委員会（以下「委員会」という。）を置く。

(審議事項)

第2条 委員会は、紀要の編集・発行に関して必要な事項を審議し、実施する。

(組織)

第3条 委員会は、本学部の各学科より選出された教員各1名をもって組織する。

2 前項の委員の任期は1年とし、再任を妨げない。ただし、委員に欠員が生じた場合の後任者の任期は、前任者の残任期間とする。

3 委員会が特に必要と認めるときは、委員会が指名する者を委員として加えることができる。この委員の任期は委員会が定める。

(委員長)

第4条 委員会には委員長を置き、委員の互選により選出する。

2 委員長は、委員会を招集し、その議長となる。

3 委員長に事故あるときは、委員長があらかじめ指名する委員が、その職務を代行する。

(議事)

第5条 委員会は、委員の3分の2以上の出席がなければ議事を開くことができない。

2 議事は、出席した委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(代理者)

第6条 第3条第1項の委員が委員会に出席できないときは、委員長に申し出て代理者を委員会に出席させることができる。この場合において、代理者は同項の委員とみなす。

(委員以外の者の出席)

第7条 学部長は、委員会に出席することができる。ただし、議決には加わらない。

2 委員長が必要と認めるときは、委員以外の者を委員会に出席させ、説明又は意見を聴くことができる。

(報告)

第8条 委員長は、委員会で審議した事項について、その結果を学部長及び企画運営委員会に報告しなければならない。

(書記)

第9条 委員会に書記を置き、委員の互選によって選出する。

2 書記は、委員会の議事録を作成し、委員長の確認を経た上で、議事録を保管する。

(雑則)

第10条 この内規に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員会が定める。

附則

この内規は、平成28年7月26日から施行する。

附則

この内規は、令和4年9月30日から施行する。

# 愛媛大学社会共創学部紀要投稿規程

[平成28年7月26日制定]

愛媛大学社会共創学部紀要（以下「紀要」という。）を、愛媛大学社会共創学部（以下「本学部」という。）の教員などの研究成果等を発表するために発行する。紀要の編集・発行等の業務は、愛媛大学社会共創学部紀要編集委員会（以下「編集委員会」という。）が行う。

## 1. 投稿の資格

投稿者は本学部教員に限る。共著者については、本学部教員以外の愛媛大学所属者を含んでもよい。また、特段の事情によって愛媛大学に所属しない共著者を含める場合は、事前に編集委員会の了承を得るものとする。

## 2. 原稿の作成

### 1) 執筆の方法

原稿は、別途定める執筆要領に基づき、執筆するものとする。

### 2) 使用言語

原稿は、和文または英文とする。特段の事情によって他の言語を用いる場合は、事前に編集委員会の了承を得るものとする。

### 3) 論文の種別

#### (1) 論説

学術的に価値ある研究成果をまとめたものとし、未発表のものに限る。

#### (2) フィールドワーク・インターンシップ実践報告

本学部における教育活動ないし地域貢献などを目的に実施したフィールドワークやインターンシップの実践例をまとめたものとする。

#### (3) 資料・学部記事

上記種別の他、学術・教育上、あるいは地域貢献などに関わる内容で、本学部の運営に寄与すると編集委員会が認めたものとする。

### 4) ページの上限

「論説」は完成原稿でA4版12ページ、「フィールドワーク・インターンシップ実践報告」「資料・学部記事」は同5ページを上限とする。特段の事情によってこれを超過する場合は、編集委員会の了承を得るものとし、超過分の経費は著者負担とする。

### 5) 論文の審査

「論説」原稿の採否は、編集委員会が選出する査読者による審査を経た後、編集委員会が決定する。

### 6) 校正

校正は、原則として著者自身が行うものとする。

## 3. 発行

### 1) 論文の公開

論文は全て電子ファイル化したものを完成原稿とし、このファイルを本学部ホームページ上に公開した時点をもって紀要の発行とする。紀要全体の印刷媒体は発行しない。また、紀要の発行は、原則として年2回とし、第1巻1号、第1巻2号のように表記する。

### 2) 著作権など

著作権は、掲載受理された段階で本学部へ帰属するものとする。

## 附則

この規程は、平成28年7月26日から施行する。

## 附則

この規程は、令和4年9月30日から施行する。

# 愛媛大学社会共創学部紀要執筆要領

[平成28年7月26日制定]

1. 使用言語は、原則として日本語あるいは英語とする。

## 2. 記載順序

原稿は、題目（和文及び英文）、著者名（フルネーム、日本語及び英語の両方）、著者の所属（社会共創学部教員は学科名、それ以外の者は正式な所属機関名とし、日本語および英語の両方の名称を記入する）、要旨（和文は400字程度、英文は150語程度）、キーワード3～5語（日本語及び英語の両方）、本文、引用文献の順に記入する。謝辞などを記入する場合は、引用文献の前に入れる。

## 3. 体裁

句読点の種類は「、」と「。」とする。章節項などの構成、図表の体裁、注釈の付け方、引用文献の記載方法などは、著者が所属する学会等が定める形式に従うものとする。なお、刷上り原稿は、A4サイズ2段組のレイアウトとなる（題目、要旨などを除く）。

## 4. 図および表

本文の内容に沿った図および表を原稿に含めることができる。写真については、原則として図に含める。

## 5. 原稿の提出方法

第2～4条に沿った打出し原稿1部を、紀要編集委員会が定める期日までに提出する。なお、著者自身が完成原稿の体裁を整える必要はない。原稿が受理された後、原稿の電子データ等一式を紀要編集委員会に提出する。

6. 投稿規程第2条第4項に定めるとおり、刷上り時のページ上限を上回る際の超過分の経費は著者負担とし、その額は必要な経費に応じて紀要編集委員会がそのつど決定する。

## 附則

この要領は、平成28年7月26日から施行する。

## 附則

この要領は、令和4年9月30日から施行する。

紀要編集委員

委員長	准教授	羽鳥 剛史 (環境デザイン学科)
委員	助教	尾花 忠夫 (産業マネジメント学科)
委員	講師	秀野 晃大 (産業イノベーション学科)
委員	助教	佐藤 大規 (地域資源マネジメント学科)

愛媛大学社会共創学部紀要

Journal of the Faculty of Collaborative Regional Innovation,  
Ehime University

第7巻第1号 (Vol. 7-1)

2023年3月

発行

愛媛大学社会共創学部

〒790-8577 愛媛県松山市文京町3番

電話 089-927-8927