口頭発表

【分科会2】

Z世代向けオープンファクトリーの提案

同志社大学政策学部風間ゼミナールC班

○由佐 匠(Yusa Takumi)・入江 奏太(Irie Sota)・東 秀一郎(Higashi Shuichiro) ・秋田 一樹(Akita Kazuki)・田中 来実(Tanaka Kurumi)・松実 唯(Matsumi Yui) (同志社大学政策学部政策学科)

キーワード:キャリア教育、地域連携、オープンファクトリー

1. 問題意識

1999 年、中央教育審議会のもと、「学校教育と職業生活との接続不足」を改善するために「キャリア教育」が開始された。しかし、2018 年に実施された「内閣府意識調査」では、日本の若者が心配していることとして、仕事(70.8%)、就職(67.7%)と回答し、約3分の2の若者がキャリアに関して不安を持っていることがわかった。つまり、20年以上たった今でも、日本の若者は将来のキャリアを明確に描けていない。また、同年の「高等学校学習指導要領」では、「『働くこと』の現実や必要な資質・能力の育成につなげていく指導が軽視されていたりするのではないか」と指摘され、学校におけるキャリア教育の重要性が再確認されている。

さらに、将来の就職先となる企業側も困難に見 舞われている。京都には、歴史や伝統に育まれた 技術を持つ伝統産業から先端産業まで裾野の広い 産業が集積している。しかし、伝統産業や中小企 業において、売り上げの低迷や産業の衰退、後継 者不足などの問題が生じている。「京都市伝統産業 出荷額等調査」によると、2017年には、伝統産業 出荷額が約 1,781 億 1210 万円であるのに対し、 2020年では、約1,259億円1700万円と減少して いることがわかった。また、「中小企業経営動向実 態調査」によると、企業の直近の売上(2022年3・ 4・5 月)が、コロナ前の 2019 年の同月と比較し た場合、7 割強の企業の売上が減少していると回 答していることがわかった。そこで、私たちは、 これからの社会を担うZ世代の子どもたちに「職 を知り、キャリアイメージを醸成する」必要があ るという問題意識のもと、京都企業とのつながり 創出を図るための研究をおこなった。(Z世代とは、 生まれた時からソーシャルメディアや高度な IT 技術に囲まれている、1990年中頃から2010代初 頭生まれの若者を指す。)

2. 現状分析

実際にキャリア教育を効果的に進めていくために行われている先進事例として、厚生労働省が文部科学省、経済産業省と共催でオンライン開催した「令和3年度キャリア教育推進連携シンポジウム」が挙げられる。具体的には、「文部科学大臣表

彰」や「キャリア教育アワード」などを受賞した 団体が事例発表を行う。そこでは、教育関係者と 地域・社会や産業界の関係者が連携・協働し、学 校から社会・職業への円滑な移行を見据えたキャ リア教育の充実が図られている。このように、地 域一体となったキャリア教育の推進モデルに対す るニーズは高まりを見せていることがわかった。

こうした事業者と地域のつながりを創出するツールとして、工場での製造過程を一般市民に公開し、モノづくりやモノづくりのまちをアピールする取り組みである「オープンファクトリー」が挙げられる。たとえば、大田区のおおたファクトリー」が挙しては、参加したことをきっかけにものづくりに興味を持ち、大田区の企業に就職した事例も存在している。また、オープンファクトリーを運営する中で、地域住民との連携も生まれ、地域内でコミュニティ形成の機会創出につながっていることがわかった。さらに、業種や立場、年齢、地区を越えたつながりが生まれ、他の事業推進の際にも協力し合う環境が形成されている。

京都では、「DESIGN WEEK KYOTO」という対面と オンラインを用いたオープンファクトリーが開催 されている。このイベントの目的は、作り手と国 内外の様々な人が交流し、視野を広げることで生 まれるイノベーションにより、京都を創造性溢れ る街にすることである。そこで、私たちは、実際 に活動に参加した「京すだれ川崎」と「将大鍛刀 場」にヒアリング調査を行った。現場調査により、 zoom での作業映像の配信や伝統工芸品の特徴、歴 史の解説など、事業者にとって慣れないオンライ ンでの情報発信は難易度が高く、現時点ではあま り効果を得られていないということがわかった。 しかし、事業者間の交流や新規取引先の関係構築 には、広範囲かつ多様な対象に発信することが必 要不可欠であり、対面とオンラインの双方を用い た発信が重要であると考えた。

そして、キャリア教育の改革には、学校だけではない地域・社会と関わる「社会に開かれた教育課程」を実現することが必要であること、子どもたちヘリアルな学習機会を提供することが求められている。そのため、Z世代の子どもたちに「京都」を活かしたキャリア教育と地域連携を可能にするオープンファクトリーを掛け合わせることに

より、双方に相乗効果が生まれるという結論に至った。

3. 政策提言

以上の現状調査をふまえ、私たちは、中学生によるタイムラプスを活用したオープンファクトリー制度を提案する。その実現のための方策を以下で述べる。

<中学生向けのオープンファクトリーの実施>

現状調査をふまえ、現在のキャリア教育に欠いている「新鮮で鮮明にその職業について知り、自身のキャリアイメージを膨らませる」という部分を、中学生向けのオープンファクトリーを実施することによって構築する。

具体的には、学生に課外学習や授業の一環として、伝統産業の工房や中小企業の工場、料理店などを訪問・取材し、多種多様な職業の人と関わることにより、見識を深めて将来の身近で具体的なキャリア選択の幅を広げることを目的とする。さらに、地元の企業と連携することにより、京都の文化や風土を再認識するきっかけとなり、地域全体のつながりを深めていく。また、企業にとっても、製品のイメージや魅力の広範囲かつ包括的な情報発信が可能になり、地域プロモーションにつながる。そのうえ、後継者不足に悩む伝統産業はもちろん、その他の中小企業にとっても将来の就職希望者の増加が期待できる。

<タイムラプス動画コンテストの開催>

中学生向けオープンファクトリーの実施を前提として、学生には、オープンファクトリーで取材した訪問先にて製造過程をタイムラプスで撮影してもらう。そして、作成した short 動画を取材した企業に見てもらい、掲載の許可が下りれば、京都市のHPに掲載する。これにより、short 動画で取り上げられた企業の宣伝効果が期待できる。市のHPであるため、より多くの人が簡単にその事業者のことを知ることができ、消費者はもちろん、事業者間の連携においても新たな発見や結びつきが生まれ、イノベーションを生み出すきっかけとなる。

また、学生が撮影した short 動画コンテストを開催することにより、学生の意欲を高めることができる。short 動画コンテストの内容は、次のとおりである。学生は、企業を訪問・取材したうえで、製品の作られていくプロセスをタイムラプスで記録し、1~2分の short 動画を作成する。その後、一つの会場に集まり、お互いの動画を鑑賞し合うことにより、様々な職業を知ることができる。そして、審査員が最も素晴らしい short 動画を選び、京都市から動画を作成した中学生と協力企業に対して表彰を行う。

こうして京都市の HP に蓄積された動画は、さらに広い対象でのキャリア教育に活用できる。製

造過程がタイムラプスで鑑賞できることは Z 世代の子どもたちにとって身近であり、見やすいコンテンツである。そのため、学生は飽きずに短い時間でその職業を知ることができる。

なお、この政策における京都市の役割として、オープンソースの HP の開設・運営や参加する学校・協力企業の募集、コンテストの運営を期待する。もっとも、この政策にはほとんど予算がかからないため、財政状況の厳しい京都市にとっても有益な政策となると考えられる。そして、より多くの学校が参加し、規模が大きくなることにより、大きな宣伝効果とこのコンテスト自体の価値の向上が見込まれる。

4. 展望

私たちの提案する政策は、オープンファクトリーの動画が京都市の HP にオープンソースとして蓄積することにより、現場に行かなくても多種多様な職業について動画を視聴することが可能になる。そのため、キャリア教育の効率化が図れるとともに、京都企業と地域住民とのさらなるつながりの構築が期待できる。

また、ウェブ上でオープンソース化した企業活動・工場現場のタイムラプスのコンテンツが世界中に発信され、企業の魅力や技術が海外の人たちに再発見されることにより、京都企業に対する注目度が向上してグローバル化も期待できる。

参考文献

【URL リスト】

- 1. 京都市産業観光局 (2022)「第 143 回京都市中小企業経営動向実態調査の結果概要について」京都市情報館 HP (https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000302/302556/01 kouhou.pdf)。
- 2. 京都市伝統産業活性化推進審議会(2021)「令和3年度 第 1 回京都市伝統産業活性化推進審議会」 (https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000073/73676/02R03shiryo.pdf)。
- 3. 厚生労働省 (2019)「おおたオープンファクトリー」(https://waza.mhlw.go.jp/iimono/sentei/cat431/post_1 4. html)。
- 4. 厚生労働省 (2021) 「『令和3年度キャリア教育推進連携シンポジウム』を1月25日に開催」 (https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_22809.html)。
- 5. 内閣府(2020)「子供・若者の意識に関する調査」 (https://www8.cao.go.jp/youth/kenkyu/ishiki/r01/pd f-index.html)。
- 6. 長澤元子 (2022)「探求の授業に接続する『現代の国語』の単元構想: 進路多様校でのお仕事インタビューの授業を通して自分の未来を考えるキャリア教育をはじめる一歩に つ い て 」 (<u>http://s-ir.sap.hokkyodai.ac.jp/dspace/bitstream/123456789/12620/1/kokugotankyu-1-10.pdf</u>)。
- 7.DESIGN WEEK KYOTO (https://designweek-kyoto.com)。 最終閲覧日: すべて 2022 年 10 月 26 日

ヤングケアラー概念の認知向上のための方策

- 若年世代へのアンケート調査から -

- 現代社会学部 藤野敦子ゼミ(E グループ)

○谷口健斗(Taniguchi Kento)・今西里穂子(Imanishi Rihoko)・渡邉夕凪(Watanabe Yunagi)・宮島明里(Miyajima Akari)・土岐祐菜(Toki Yuna)・萩永拓光(Haginaga Takumi)

(京都産業大学現代社会学部現代社会学科) キーワード:ヤングケアラー、社会的認知、子供の権利

1. 研究目的

日本ケアラー連盟によると「ヤングケアラー」は「日常的に親や祖父母、兄弟等の世話や介護、看護をしている 18 歳未満の子供のこと」と定義されている。ヤングケアラーは、1980 年代頃すでにイギリスでは知られていたが、日本では 2014 年頃、メディアで取り上げられ、認知されるようになってきたと言われている(渋谷 2017)。

とはいえ、日本総研が 2020 年に 20 - 70 代男女 2400 人に実施した一般国民調査では「言葉も内容 も知っている」とする割合は 29.8%、「聞いたことがあるがよく知らない」は 22.3%、「聞いたことがない」は 48.0%であり、まだ社会的認知は低いと思われる。また Save the Children が 2021 年に教員 468 人を対象に実施したアンケートによると子供権利条約にある子供の権利に対して「よく知っている」はわずか 20%程度であった。

日本はまだ子供がどういう権利を有しているのかという共通認識が十分でないと同時に「ヤングケアラーがどういう子供達を指すのか」という概念の認知度が進んでいない状況にあると考えられる。このような状況ではヤングケアラー当事者も自ら声をあげられないし、何よりもそういった子供達の周囲にいる者が気づかないことで、適切な支援が見逃されるどころか逆に差別・偏見が生じたりする可能性も想定でき、深刻だと考えられる。

本研究では日本ケアラー連盟の挙げる具体的なヤングケアラーの事例や子供の権利がどれくらい認知されているのかを若年世代を中心としたアンケート調査によって明らかにする。特にヤングケアラーという言葉や内容を認知している人と全くしていない人の間でその認知度の比較分析をする。また、ヤングケアラーの実情に対する意見を記入してもらった自由記述欄を分析する。その結果から、ヤングケアラーの概念の普及に際し、どのような点を特に強調しなければならないのか、どのような方法が効果的なのかを政策提言する。

2. 研究の方法

本研究では、2022年7月当初から約1か月期間20代(学生、社会人)にターゲットを絞りSNS上でのアンケート調査「現代の子供を取り巻く社会問題に対する意識調査」を実施した。アンケートの有効回答数は469件であった。本調査はネットにアクセスした人に実施するいわゆる「非確率抽出法」でありこの結果をもって直ちに一般化はできないが、量的な事例調査の1つの結果としてみることは可能だと考える。ターゲットを若年世代に絞っているのも多様性を極力少なくするとともに当事者(経験者)と周囲の者の両方に重なる可能性のある世代として考えたためである。

アンケートでは、最初に日本ケアラー連盟が示 すヤングケアラーの定義に当てはまる事例(例:親 が身体に障害を抱えているため子供が家事を担う 等)や子供の権利条約の中にある子供の権利(例: 習い事や進路は子供自身が決めることができる 等)を用いて、子供の行動に関する 11 の間いを作 成し、その子供の行動に対し、回答者がどのよう な気持ちを持つか「賛成」~「反対」の5件法で 聞き取っている。また、家族のケア等をしている 日本の子供の現状に対して自由に意見を記述して もらっている。アンケートではこのような気持ち や意見等をすべて聞き取った後に、最後にヤング ケアラーという言葉の認知・非認知を聞き取って おり、最後までヤングケアラーの調査であるかど うかはわからない構成になっている。さらにヤン グケアラーを知っていた人に対してはいつ、どこ で知ったかも聞いている。それによれば約7割が ここ3年以内に知り、8割近くがメディア、講演 会等のイベントで知ったと回答している。

3. 分析結果

3-1:「子供の行動に対するヤングケアラーの認知者と非認知者の意識の比較」

表1は、カイ二乗検定の結果、認知者、非認知者の間で意識の有意差が認められるものを示し、 差の程度をCramerのVで示している。前述した5 件法で聞き取った子供の行動に対する意識を賛成、 反対、どちらでもないの3分類にまとめ、図1に 記した。アンケートの質問は「同居している家族 の看護、介護は子供がする」等、具体的な文言に なっているが、本図上の項目では、紙面の関係上、 表現を割愛し、簡素化している。

図1、表1の結果、日本ケアラー連盟が事例と して挙げている「家族の看護・介護を子供がする」 や「親の代わりに子供が家事を担うこと」「子供が 兄弟姉妹の面倒を見ること「家のためアルバイト を優先する」の重要な4事例については、ヤング ケアラーの認知者の方が「反対」の意識が強い。 特に「兄弟姉妹の面倒」に関しての2者間の差は 大きかった。また「子供が校則等を決めることが できる」という子供の権利についてもヤングケア ラーの認知者の方が「賛成」の意識が強い。認知、 非認知に関わらず、「反対」の意識が強かったのは 「アルコール等の(依存)を抱える親に対応する」 であり、「賛成」の意識が強かったのは「親の通訳 をする」である。どちらもヤングケアラーの事例 に該当する。前者のアルコール依存の親に対応す る事例はヤングケアラーを認知していなくてもわ かりやすい事例ということが示されている。他方、 後者の「通訳」の事例は、例えヤングケアラーを 認知していても、わかりにくい事例と考えられる。 表 1:認知・非認知で有意差があった質問

家族の看護・介護 を子供がする	14.212	***	0.179
子供が親の代わり に家事を担う	15.077	***	0.184
親の代わりに兄弟 の面倒を見る	28.321	***	0.252
子供が校則等を 決められる	8.385	*	0.137
家のためにアルバ イトを優先する	7.292	*	0.128

注 ***: p <0.001、**: p <0.01、*: p <0.05

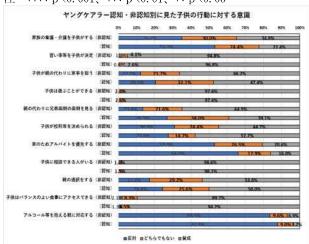


図1:認知・非認知別にみた子供の行動に対する意識 3-2:「自由記述における認知者・非認知者の違い」 自由記述で回収した意見を、「認知者」と「非認知 者」の2つに分け、KH Coder で頻出語や頻出語を どのような文脈で使用されているのか、コンコー ダンスを見て比較をした。

認知者と非認知者の自由記述に共通して頻出していた名詞は、「家事」、「家族」、「子供」、「世話」であった。特に、認知者、非認知者、両方が共通して用いていた「家事」という用語をそれぞれがどのような文脈で使用したのか、コンコーダンスを1つ1つ確認したところ、認知者は子供が家族のために家事をする状況に対し、否定的なコメントをする傾向があることが確認できた。他方で、非認知者は子供が家事をすることに対しお手伝いの一環など、肯定的にとらえるコメントが多く見られた。共通の用語を使用しつつも対照的な認知であることがわかった。

4. 考察と政策提言

分析結果から「認知者」の方がヤングケアラーの概念や子供の権利への理解が浸透していることが示された。ただし元来、意識が高いため、ヤングケアラーへの認知が早かった部分もあると考えられる。しかしたとえ認知者でも、ヤングケアラーの事例として理解が及んでいない項目があることも示された。当事者にしか、その苦労やつらさがわからないような事例は、なかなか社会的認知が進まないことを示している。

以上のことから、「子供の権利やヤングケアラーの概念を普及する活動」と「当事者理解を深める活動」という2つの大きな柱でより広く認知する政策を展開することが重要と考える。

いずれの活動も当事者が自分自身で認知でき、 周囲も早期発見が可能となる「学校」という場で 講演等を実施し、子供のみならず、保護者、教職 員、スクールカウンセラー等できるだけ多くの人 達が参加する形態をとるのが効果的であると考え られる。ただし子供が学校に行きにくい状況もあ ると考えられ、地方自治体が定期的に「子供食堂」 や「地域の児童委員」など福祉、医療などに従事 している地域の人達を対象とした研修を企画し実 施することも重要と考えられる。

講演や研修の内容としては、専門家やヤングケアラー支援をしている NPO 法人等を講師とし一般的な概念の認知を広めることが基本となるが、それ以外にも実際に当事者の悩み、支援の必要性等、具体的な情報提供をし、当事者理解を深める内容であることも重要である。つまりヤングケアラーの相談などに従事している団体等からの情報提供等により、当事者の情報を活用した社会的認知向上を図ることが欠かせないと言えるだろう。

参考文献

澁谷智子(2017) ヤングケアラーを支える法律−イギリス における展開と日本での応用可能性 成蹊大学文学部紀要 第52号

労働者にとって理想的な働き方改革

河野ゼミ (B グループ)

明平紗希(Akehira Saki)·木谷友哉(Kitani Tomoya)·佐々木雄亮(Sasaki Yusuke)

- ・ 畠中悠汰 (Hatakenaka Yuta) ・ 松浦直生 (Matsuura Naoki)
- ・○松本沙也(Matsumoto Saya)・和久井咲希(Wakui Saki)

(京都府立大学公共政策学部公共政策学科)

キーワード:働き方改革、労働時間、コミュニケーション

1. はじめに

2019年4月1日より、働き方改革関連法が順次施行され、労働環境は日々改善されている。しかし、労働者視点で見ると、働き方改革実施によって新たな問題が発生しているのではないだろうか。本稿では、働き方改革に関する実態調査をもとに、労働時間に着目し、労働者にとって理想的な労働環境を実現するために必要な政策について検討を行っていく。

2. 働き方改革の背景と変遷

労働時間に関わる働き方改革に関する法整備が行われた理由は2つ挙げられる。1つ目は、長時間労働が原因の過労による自殺や健康被害が顕著になり、長時間労働に対する批判が高まっていたことである。そのため、政府が働き方改革に関する政策を積極的に提言するようになった。2つ目は、国際競争が激しくなり、日本の労働生産性本部(2019)の調査によると、日本の時間当たりの労働生産性は46.8ドルとなっている。米国は74.7ドル、ドイツは72.9ドルとなっており、諸外国と比較すると日本の労働生産性は低いことが分かる。労働生産性を向上させるため、働き方改革が実施されたのである。

働き方改革関連法は、2018年に成立した。働き 方改革関連法が成立する以前は、割増賃金の設定 や時間外労働の上限規制に取り組まれていたが、 上限規制は行政指導にとどまるものであった。し かし、働き方改革関連法が成立したことで労働基 準法が改正され、時間外労働に罰則付きの上限規 制が設定されることとなった。

3. 働き方改革後の現状

現在、働き方改革が行われ労働環境が改善されているように見える。厚生労働省の調査によると、年間総実労働時間は、2019年から2020年にかけて約48時間減少している。罰則付きの働き方改革関連法が施行された成果だ。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、仕事が減り労働時間の減少に繋がったケースも存在する。そのため、一概に働き方改革の成果とは言えない。次に、

株式会社リクルートマネジメントソリューションズが2019年に行った「『働き方改革』と組織マネジメントに関する実態調査2019」の結果を見ていく。働き方改革を通しての成果を感じている企業は、2017年と比較して増加傾向にあり、中でも総労働時間・長時間労働の減少を実感した企業は62.3%に達した。しかし、従業員の満足度・働きがいの向上を実感した企業はわずか22.6%にとどまっている。

このように、労働時間の短縮に成功している企業は見られるものの、現在の労働環境に満足していない労働者が多数存在する。より多くの労働者にとって働きやすい環境を実現するためには、政府によるさらなる対応策が必要になると考える。

4. 労働者が求める制度

労働者の望む制度は多種多様である。東京都産業労働局の調査によると、今後導入を期待されている制度として、週休3日制、フレックスタイム制、勤務場所の変更等がある。また、継続が希望されている制度として、フレックスタイム制、オンライン会議の実施、時差出勤制度等が挙げられている。他にも、営業日・営業時間の見直し、オフィスレイアウトの変更等が望まれている。制度だけでなく、働いてより多くの賃金を得たい人、介護やすで帰宅して十分な休養をとりたい人、介護や官児と仕事を両立したい人等、労働者の仕事と私生活に費やす時間の理想的なバランスも異なる。

また、労働契約法3条3項において「労働契約は、労働者及び使用者が仕事と生活の調和にも配慮しつつ締結し、又は変更すべきものとする。」と定められている。これは、理念規定ではあるが、こうした考え方に依拠すれば、従来の正社員の働き方を見直すべきである。また、実際に働き方改革に対する不満の声も一定数あり、仕事と生活の調和に十分配慮されていない。仕事と生活の調和に十分配慮されていない。仕事と生活の調和に十分配慮されていく必要がある。そのため、労働者が求める働き方は多様である。そのため、労働者が求める働き方は多様である。そのため、治して一律の制度を設けるだけでは不十分だ。では、どのような方法を行っていくべきだろうか。

5. 政策提言

(1) 職場懇談会を通じた働き方改革

価値観の多様化に伴い、労働者が求める働き方も多様化している。多様な働き方の実現は、ワーク・ライフ・バランスの観点から見ても大切だと考える。この多様な働き方を実現するためには、労働者の声を聞く必要がある。そのためには、労使間でのコミュニケーションを自発的に取ることができる機会が必要である。この機会を確保するためには、職場単位で労働者と使用者が業務運営・職場環境などについて話し合い、労使の利益調整ができる場、職場懇談会が良いと考える。職場懇談会によって成果を得た企業が多く存在するからである。

厚生労働省が2018年に行った調査によると、職 場懇談会の導入率は52.7%となっている。さらに、 企業規模による導入率を見ると、規模が小さくな るほど導入率が低くなっていることがわかった。 実際に、職場懇談会が開催された企業の回答は、 「成果があった」79.0%、「どちらともいえない」 20.2%、「成果がなかった」0.6%、「不明」0.2%とな っている。全ての企業が効果を実感した訳ではな いが、効果を得た企業が比較的多いことが分かる。 だが、現在話し合われている内容は、日常業務に 関する内容や安全衛生に関することが大きな割合 を占めている。賃金や労働時間等労働条件に関す る事項についても話し合えるようになれば、より 理想的な労働環境の実現に繋がるのではないだろ うか。これらのことから、職場懇談会の実施を促 すため、後述する企業認証制度に職場懇談会開催 を基準として取り入れることを提案する。

(2) 職場懇談会開催促進に向けて

企業認証制度とは、それぞれの制度で定められた基準をクリアした、特定の分野に対して優良な企業を認証するための制度である。実施する機関が複数あり、認証の対象となる分野も多様である。様々な認証制度のほかに登録制度、認定制度、表彰制度もあり、これらは企業の自主的な取り組みを促す制度となっている。

ここでは、京都府が中小企業を対象に行う「京都モデル」ワーク・ライフ・バランス推進企業認証制度を取り上げる。認証されるためには、企業内でのワーク・ライフ・バランスを実現するための制度を整備し、認証基準を達成する必要がある。認証基準リストの認証基準のひとつである「健康で豊かな時間の確保や多様な働き方ができる取組」の

項目に職場懇談会の実施を加えることを提案する。 認証制度の利点は、労働者が働きやすくなること だけではない。認証マークの交付、府のホームペ ージでの認証企業としての積極的な公表によって、 企業が就職者や取引先などへのアピールに活用で きることである。また、ワーク・ライフ・バランス は世間的に関心が高まっており、社会的にも良い 印象を与え、社会貢献にも繋がる。このように企 業にもプラスの効果があることを周知すれば、企 業が積極的に職場懇談会を開くようになるのでは ないだろうか。

6. まとめ

働き方改革関連法が実施により労働時間が大幅に減少し、労働時間は改善傾向にある。一方、労働時間制限に伴う残業の禁止による新たな問題が発生していることが分かった。労働者は多種多様な制度を望んでおり、一律の制度では労働者が望む働き方を実現させることは難しい。よって、一人一人が望む労働環境を実現するためには、労働者の声を聞く場、職場懇談会の実施を促す必要がある。促す方法として、既存の制度である企業認定制度を活用し、職場懇談会の導入を一つの基準として追加することを提案する。

参考文献

- (1) 佐藤博樹・松浦民恵・高見具広『働き方改革の基本』, 中央経済社, 2020 年
- (2) 鶴光太郎・樋口美雄・水町勇一郎『労働時間改革』, 日本評論社, 2010 年
- (3) 厚生労働省,「厚生労働省労働条件分科会第 177 回 (2022 年 8 月 30 日)資料 労働時間制度の現状等について,最終閲覧日 2022/9/22,

https://www.mhlw.go.jp/content/11201250/0009819

(4) 株式会社リクルートマネジメントソリューションズ, 「『働き方改革』と組織マネジメントに関する実態調査 2019」, 最終閲覧日 2022/10/19,

https://www.recruit-

ms.co.jp/research/inquiry/0000000833/

(5) 東京都産業労働局,「働き方改革に関する実態調査 (概要版)」, 最終閲覧日 2022/9/4,

https://www.sangyo-

rodo. metro. tokyo. lg. jp/toukei/koyou/docs/gaiyou _hatarakikatakaikaku. pdf

- (6) 厚生労働省、「働きやすい職場づくりのためのさまざ まな認定・表彰・その他の制度」、最終閲覧日 2022/10/22、
 - https://shokuba.mhlw.go.jp/published/special_04.htm
- (7) 京都府ワーク・ライフ・バランス推進サイト,「中小企業の取組の推進」, 最終閲覧日 2022/10/24, https://www.pref.kyoto.jp/wlbsuisin/smb.html
- (8) 厚生労働省,「令和元年労使コミュニケーション調査 4職場懇談会に関する事項」,最終閲覧日 2022/10/24.

https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/dl/18-r01gaiyou02-4.pdf

宇治茶と空き家を融合させた宇治市の魅力発信

佛教大学社会学部大谷ゼミ宇治茶班

○加藤一真(Kazuma Kato)・渋谷颯(Hayate Shibutani) 臼谷匡貴(Masaki Usuya)・上山未早希(Misaki Ueyama) 四谷彩音(Ayane Yotsutani)・向川菜(Nazu Mukaigawa)

(佛教大学社会学部現代社会学科) キーワード: 宇治茶、宇治市、空き家

1. はじめに

(1)研究目的

京都府宇治市は、伝統農産物のひとつである、「宇治 茶」の産地である。宇治茶の起源は鎌倉時代前期まで 遡り、現在では日本三大茶の一つに数えられるほどで ある。生産、流通、販売、飲食などの面で宇治市には お茶を活用した企業が多く存在し、宇治市は観光地と しても知られている。

少しずつ新型コロナウィルスや観光に対する規制 が緩和されつつある現在、私たちは宇治茶を活用する ことにより、コロナ禍以前の観光客で賑わっていた宇 治市を取り戻せないかと考えた。

そこで宇治茶の魅力や歴史を研究し、宇治市の観光 をあらためて盛り上げるための政策を提言することが 本論の目的である。

(2)先行研究

初めに宇治茶が抱える課題について述べる。

森久美によれば、海外でも評価されるようになった 宇治茶だが、知名度に比べて、京都府の茶生産量が多 くないこと、栽培面積の拡大が進んでいないこと、担 い手不足などの課題がある。

また、宇治茶と観光の繋がりについても、宇治茶を 目的とした観光が少ないことや、宇治茶の魅力を知る 体験の取り組みが少ないことが挙げられている(森 2021)。

このような課題がある一方で、斎藤貴江子によるとお茶に含まれるカテキンは新たな健康維持に有効な働きや詳細な作用機序が解明されることによって、今後さらに茶の主要成分として重要な役割を担うことが期待されているという(斎藤 2018)。

2. 対象

(1)地域について

宇治市は京都府南部に位置し、人口 18 万 2,814 人である(宇治市 2022a)。市内には平等院をはじめ、 寺社や寺院などの歴史的建造物が多くある。

(2)字治市の観光に対する取り組みについて

観光が平等院に集中してしまうことが問題視され、 観光コンテンツとしての宇治茶の魅力などの情報発信 不足等が宇治市の課題とされている。

そこで宇治市観光振興課では観光都市としての宇治 のブランド力を高めることを目標に、宇治茶メインの 観光の推進やおもてなし力の向上、外国人観光客対策 の強化などの戦略を練っている (宇治市 202b)。

3. 研究方法

今回、宇治市最大の観光スポットである平等院等でフィールドワーク (2022 年 6 月 23 日) と宇治市茶生産組合へのインタビュー (2022 年 8 月)、京都府茶業会議所へのインタビュー (2022 年 9 月)を行った。

4. 調査結果

お茶農家の方たちの団体である宇治市茶生産組合の 代表者である藤井武雄氏へのインタビュー調査から先 行研究通り、摘み子の高齢化や、後継者がなかなか育 てられない現状があることが分かった。

また、お茶を摘むという技術は難しく、慣れるまでに時間がかかることや歩合制で技術がないとあまり収入が増えないことなどが高齢化・後継者問題の主な原因であるという。

宇治茶の普及啓発などに対する支援を行っている京都府茶業会議所参事の原田和也氏へのインタビュー調査では、主に宇治茶を活用したイベントやその効果などを伺った。原田氏によれば、イベントについての具体的な効果は分かりにくく、必ずしも継続的な需要の拡大に繋がっているとは思われない。また国外への輸出・PR活動を行ってきたが、海外でお茶を飲むという文化を創ることや、食文化の異なる海外へのお茶の普及は容易ではなく、息の長い継続的な活動が必要であるという。

藤井氏と原田氏の御二方も SNS を使った活動についてはあまり活発に行なってはいないとのことであった。 若者に焦点を絞ったイベントを開催することが、宇治茶を盛り上げていくには重要であると仰っていた。

以上のことから、観光の目的に宇治茶が1番に挙げられない理由は宇治茶の良さを伝える機会や媒体があまり十分なものではないということが分かった。

5. 政策提言

以上の先行研究と調査結果を踏まえ、本論では宇治 茶を用いた課題解決のための政策提言をする。

まず、宇治市の空き家に宇治茶を専門とした施設「宇治茶の森」を創設することである。この施設には大きく分けて2つの役割が存在する。

一つ目は、宇治茶または茶葉を使用した飲み物や料理、スイーツを提供することである。さらに、自身が飲用する宇治茶は本人自らがお茶の淹れ方や作法を実践することで宇治茶の魅力を知る体験が可能となる。

また、古本屋や図書館から安い本や廃棄される漫画、 他にも宇治市や宇治茶に関する本などを集めてカフェ ×読書も可能にする。

二つ目は、簡易な足湯を設置することである。宇治 茶の成分が入った足湯を作り、宇治茶の持つリラック ス効果をその身を以て体験できる。さらにカフェで購 入した飲み物や古本などの持ち込みを可能とすること で、よりくつろげる空間となるだろう。

施設内には宇治茶をさらに知ってもらうため、お茶 農家さん達の宇治茶に対する想いなどを文字起こしし たパネルを展示する。

以上のように、カフェ・読書・足湯・お茶淹れ体験・ 展示会など、他のカフェでは体験できない充実した建 物になるだろう。 さらに宇治駅に看板やチラシを置き、平等院だけでなく、「宇治茶の森」にも訪れてもらえるようにする。 宇治茶の森では宇治市のおすすめスポットを表記した 紙を配り、観光の一極集中の課題を解消することをめ ざす。

以上の提言の実現にかかる費用を賄うために、宇治 市が募集している「宇治市空き家活用促進まちづくり 支援補助金」を活用したり、ガクセイ協賛などのサー ビスを用いて活動資金を集める。

これらの活動により、宇治茶と宇治市への関心が若 者中心に高まることや、宇治茶が観光の目的となるこ とが期待され、宇治茶と宇治市の観光が抱える課題の 解決の糸口となるだろう。

以上を本論における政策提言とする

参考文献

- ・斎藤貴江子 2018 「茶カテキンの特性とその有用性」『農業 および園芸』 93 巻 2 号
- ・森久美 2021 「文化としての「宇治茶」と観光」(片山明久 編『旅行者と地域が創造する「ものがたり観光」―宇治・伏見観光のいまとこれから―』ミネルヴァ書房)
- ・宇治市 2022a 「宇治市の統計 推計人口」 https://www.city.uji.kyoto.jp/site/toukei/7095.html 2022 年 10 月 6 日最終閲覧
- ・宇治市 2022b 「第一期宇治市観光振興課計画後期アクションプラン」

https://www.city.uji.kyoto.jp/uploaded/attachment/4962.p

2022年10月6日最終閲覧

·宇治市 2022c 「宇治市観光入込客数」

https://www.city.uji.kyoto.jp/uploaded/attachment/29326.pdf

2022年10月月6日最終閲覧

京都府茶業会議所ホームページ 2022u ji cha, or. jp

2022 年 10 月 6 日最終閲覧

「食育推進」をテーマとした世代間交流の促進

- 空き町家で京のお番菜継承 -

同志社大学政策学部武蔵ゼミ

○松島 尚輝 (Naoki MATSUSHIMA)・尾上 はるか (Haruka ONOUE)・高橋 尚太郎 (Shotaro TAKAHASHI)

(同志社大政策学部政策学科)

キーワード:地域共生社会、京の食文化継承、観光振興

1. はじめに

厚生労働省は、地域住民や地域の多様な主体が 積極的に参画し、人と人、人と資源が世代や分野 を超えて繋がることで、住民一人一人の暮らしと 生きがい、地域を共に作っていく社会を「地域共 生社会」と定義付け、その実現のために「ニッポ ン一億総活躍プラン」や「地域共生社会の実現に 向けて」に基づく具体的な改革を進めている。当 改革以前から、地域のコミュニティにおいて世代 間交流に取り組む事例は数多く見られ、そういっ た活動においては世代双方が何かを得る「互恵性」 が生じる(間野, 2010)ことが明らかにされてき た。また、高齢者と子供の世代間交流を調査した 研究は、交流により双方にもたらされる具体的な メリットとして、相互理解、世代継承性の増加、 社会的スキル向上、自己効力感向上、人間関係の 広がり、地域共生意識の向上を挙げている(亀井, 2012)。これらを踏まえれば、世代間交流の一層の 促進が求められており、またその意義があると言 える。そこで、本研究では、大学生の世代間交流 の現状と課題について考察し、それを基に、世代 間交流を促進するための効果的な政策を検討する。

2. 現状と課題についての考察

2.1 大学生の世代間交流に関する調査

我々は、大学生の世代間交流に対する意識とそ の実態を探るため、大学生 100 名を対象にアンケ ート調査を実施した。その結果、8割以上が他世 代より同世代との交流を望んでおり、同世代より 他世代との交流を望むと回答した者の割合は2割 に満たなかった。また、特にミドル世代とシニア 世代に対して苦手意識を持つ者が多く見られた。 更に、大学生77名を対象にアンケートを実施し、 普段関わる機会が少ない世代について調査した結 果、大学生とシニア世代との交流が少ない事実が 浮き彫りになった。多くの大学生がミドル世代と シニア世代に対して苦手意識を抱え、大学生とシ ニア世代の交流が少ない事実から、彼らがシニア 世代との交流の場に参加するには、何かしらのイ ンセンティブが必要であると言える。そこで我々 は、大学生が役立つ、必要であると感じる「学び」 を得ることに主眼を置いた世代間交流活動を増や す必要があると考える。



図1(大学生が苦手意識を持つ世代)

2. あなたが普段、関わる機会が最も少ない年齢層の人を教えてください。 77 件の原落 ● 18~2.5 歳 ● 2.6 歳~3.5 歳 ● 3.6 歳~4.5 歳 ● 6.6 歳~5.5 歳 ● 6.0 歳以上

図2(大学生が関わる機会が少ない世代)

2.2 京都市の世代間交流活動の現状

我々は、京都市で実施されている世代間交流活 動についての情報を得るため、京都市生涯学習情 報検索システム京学びネット、京都市民活動情報 共有ポータルサイト、各市民活動施設 HP の3つ を活用し、情報収集を行った。その結果、京都市 の人口に占める大学生とシニア世代の高い割合に も関わらず、大学生とシニア世代の2世代を対象 とし、2 世代の世代間交流を図ろうと意図した活 動は少ないことが分かった。またそのような活動 の多くは、大学生がシニア世代に何かを教えると いう側面が強く、大学生があるテーマについてシ ニア世代から学びを得ることに主眼を置いた活動 はさらに少なかった。従って、京都市では、シニ ア世代から大学生が学ぶことに主眼を置いた活動 を増やすことで、大学生の世代間交流活動への参 加を促す余地があると言える。

2.3 高齢者の世代間交流に関する調査

世代間交流の実現には、大学生の側だけで無く、シニア世代の側についても考慮する必要がある。 そこで我々は、NPO 法人「老いの工学研究所」が 65歳以上(高齢者)の男女301名に実施した調査

を基にして、シニア世代の世代間交流に関する意 識について考察した。調査によれば、高齢者は 9 割以上が他世代よりも同年代との交流を望んでお り、大学生と同様の傾向にあった。しかしながら、 65 歳~74 歳の 142 名では 7 割以上が 10 代~30 代と の交流も望むと回答していたため、特に前期高齢 者は、若者との交流も望む傾向にあることが分か った。令和3年度の京都市の高齢者人口の内訳(京 都市総合企画局情報化推進室統計解析担当)から 算出すると、京都市における前期高齢者の高齢者 人口に占める割合は46.7%であるため、京都市で は若者との交流を望んでいる高齢者が比較的多い と考えられる。また、どのような交流を望むかと いう質問に対しては、趣味の交流を望むという回 答が9割を超えていたことから、大学生とシニア 世代の世代間交流のテーマには、シニア世代が日 頃取り組んでいることやシニア世代の趣味に関す るものが相応しいということも分かった。

3. テーマとしての「食育推進」の選択

以上を踏まえ、シニア世代と大学生の世代間交 流活動のテーマとして、食育推進を検討する。な ぜなら、シニア世代は自炊率が高いというデータ が散見され、一般的に大学生と比べて料理技術を 有していると言えるため、シニア世代から学生が 学ぶという形式の交流が実現しやすいと考えられ るためである。また、検討にあたって、大学生の ニーズを探るため、下宿している学生 50 名を対 象に食に関するアンケートを実施した。結果とし て、6割以上が週に1度以上は料理をする機会を 得ており、週3回以上料理をしている学生も4割 以上存在していた。さらに、実家暮らし・下宿を 問わず、大学生 100 名にアンケートを実施したと ころ、8割以上が料理スキルを向上させたいと回 答していた。加えて、食生活について心がけてい ない大学生は4割を超えている現状も分かった。 以上のことから、食について学び、料理技術を向 上させる場は、大学生に一定のニーズがあり、ま た、健康的な食生活の普及と生活必需面からもそ のような場を設ける意義があると言える。

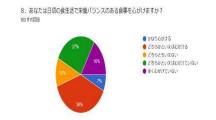


図3(大学生はバランスの良い食事を心掛けるか)

4. 政策提言

以上の調査と考察を踏まえ、京都市において、 シニア世代に大学生が調理技術を教えて貰う場 として、お番菜教室「京町屋のおばんざい」を創 出することを提案する。大学生は、そこで、市の 無形文化遺産である京のお番菜を調理する体験を 通じて、シニア世代から調理に関する知識や技術 も学ぶものとする。お番菜に着目したのは、食文 化継承は勿論、調理の手間削減(出汁や常備菜を 学ぶことによる)、フードロス、食費の節約に繋が るため、特に一人暮らしの大学生にとって実用性 の高い学びであること、そして、大学生の健康的 な食生活の普及にも寄与し得るからである。「京町 屋のおばんざい」の活動は、調理施設が併設され ている既存の市民活動施設では無く、コロナウイ ルスの影響で廃業または経営困難となった町屋の ゲストハウスや民泊、および空き町屋を利活用し て行う。京都らしさ漂う町屋で料理体験をするか らこその、お番菜の味やイメージの向上、大学生 の参加率向上を意図している。また「京町屋のお ばんざい」では、大学生の低い京野菜に対する低 い認知度(アンケート)を考慮して、ブランド京 野菜や、お番菜の文化や歴史についてもシニア世 代が伝達する。「京町家のおばんざい」は地域の料 理サークルや生涯学習センターなどの日頃の学び をシニア世代が生かす場としても役割を担うのだ。 さらに、料理技術を持つシニア世代が町屋でブラ ンド京野菜を用いたお番菜体験を行えば、体験型 観光が人気である昨今において、外国人や国内の 観光客をターゲットにしていくことも出来るので、 京都市内にとどまらず、他の地域にもお番菜の魅 力を伝えることができる。それを通じて、世代間 交流の促進、京の食文化の継承、ブランド京野菜 の知名度向上、町屋の消失問題解決の4つの目標 達成を目指す事業型の政策を提言する。

参考資料

- (1) 京都市生涯学習情報検索システム"京まなびネット" (miyakomanabi. jp)
- (2) 市民活動情報共有ポータルサイト by 京都市市民 活動総合センター(しみセン) (shimisen-kyoto. org) 活動に利用出来る施設 - みんなでつくる京都 (tsukurukyoto. net) (各施設 HP)
- (3) <u>調査結果 NPO 法人 老いの工学研究所【高齢期の暮らしのシンクタンク・理事長:川口雅裕】</u> (oikohken. or. jp)
- (4) 間野百子 (2010)「世代間交流学の創造 無縁社会から多世代交流社会実現のために」あけび書房 p1-244
- (5) 亀井智子 (2012)「地域における高齢者と子供の世代間交流プログラムに関する効果的な介入と効果」日本地域看護学会誌 p40-41
- (6) 京都市総合企画局情報化推進室統計解析担当

就労継続支援B型事業所における ディーセント・ワークの現状と課題

- 工業と福祉の融合による可能性 -

深尾ゼミナール工福連携プロジェクト

○山中ちひろ(Chihiro Yamanaka)・梅原初音(Hatsune Umehara) ・栢村翔太(Shota Kayamura)・川並栞(Shiori Kawanami) (龍谷大学政策学部政策学科)

キーワード:ディーセント・ワーク、障碍者雇用、工賃向上

1. はじめに

SDGs では「包摂的かつ持続可能な経済成長及び生産的な完全雇用とディーセント・ワークをすべての人に推進する」ことを目指している。ディーセント・ワークとは、働きがいのある、人間らしい仕事という意味であり、この概念は、1999年の第87回 ILO 総会に提出された事務局長報告において初めて用いられた。ILO は各国の実情に応じた事業を推進し、各国におけるディーセント・ワークの実現を支援している。

日本政府は、ディーセント・ワーク概念の普及に努めるとともに、最低賃金の引き上げをはじめとした様々な政策を推進することで、ディーセント・ワークの実現を目指している。一方で、現実的には先述のような既存の政策から取りこぼされ、満足に生活することができる賃金を貰うことすらできない人々も存在している。

私たちは、すべての人にとってのディーセント・ワークを実現する一助となる制度として「就労継続支援B型」に着目した。就労継続支援B型事業所(以下、B型事業所)の実態を踏まえながら、ディーセント・ワークの実現を図るための課題と方策を検討する。

2. 現状

日本では、障碍者の雇用を促す法定雇用率制度の拡充が行われており、令和3年の民間企業の法定雇用率は2.3%となっている。しかし、達成割合は47.0%となっているうえ、法定雇用率の引き上げを行うだけでは、一般企業への雇用や、雇用契約に基づく就労が困難な重度障碍者の雇用を促すことにならない。

そういった重度障碍者にとって必要不可欠な制度が、障害者総合支援法で定められた、就労系障害福祉サービスのひとつである「就労継続支援 B型」である。これは、障碍や重病を持つ人のうち、体力や年齢などの理由により一般企業で雇用契約を結んで働くことが困難な人が、自分の体調や、体力に合わせて働くための場を提供するための制度である。就労継続支援 B 型を利用している人は

約26.9万人にのぼり、就労系障害福祉サービスの中で最も利用者数が多い。

しかし、令和2年度の就労継続支援B型の全国 月額平均工賃は、15,776円で、時給に換算すると 222円であり、現在の最低賃金の全国平均である 961円を大きく下回っている。

3. 低工賃を生む構造

このような低工賃になっている最大の理由として、就労継続支援B型の利用者は、他の就労系障害福祉サービスの利用者に比べて、生産性が低いと見なされており、単純作業ばかりを請け負わされていることが挙げられる。単純作業は低単価で、高工賃の実現が難しいだけでなく、ディーセント・ワーク、つまり「働きがい」という観点からも課題が残る。また、「B型事業所の利用者は生産性が低い」という固定観念が、仕事を発注する側に強く根付いているため、高単価の仕事の受注はほとんどない。

加えて、多くのB型事業所では、高い品質の製品やより大きな利益を生み出そうとはしていない。さらに、利用者へサービスを提供し続けるために、機械化することも可能な単純作業を、無理やり利用者の作業として切り出しているという側面もある。これらも、高工賃実現を妨げる要因である。

4. ヒアリング調査

B 型事業所を取り巻く福祉の実態を調査し、高工賃実現の手がかりを得るため、いくつかのヒアリング調査を行った。

4-1. 障碍者支援施設 A

京都府城陽市に位置するB型事業所「障碍者支援施設A」への調査では、B型事業所に潜む更なる問題点が明らかになった。仕事を発注する企業と、B型事業所の職員が、対等な立場にないということである。B型事業所職員は、企業からなんとか仕事を譲り受けようと頼み込む形になっており、精神的負担を抱えているということが判った。B型事業所職員の負担を軽減させ、障碍者のみなら

ず、B 型事業所職員にとっても持続可能な仕事の 創出を促す仕組みを構築しなければ、すべての人 にとってのディーセント・ワークを実現すること にはならない。

4-2. 株式会社 B

事業所で使われている機械を生産している「株式会社 B」への調査では、最低賃金や法定雇用率の引き上げにより、A 型事業所や企業における高付加価値製品の製造の需要が年々高まっているという実情が明らかになった。また、「ロボットを導入したいが全自動はお金が掛かりすぎるので、半自動にし、ある程度は人の手が欲しい」といった企業のニーズがあることも判明した。

しかし「障碍者は単価の低い単純作業しか担えない」という固定観念が、障碍者を雇用する事業所職員や企業に強く根付いていることが現場の声として確認できた。

4-3. C 事業所

全国就業支援ネットワークによる「就労継続支援 A 型・B 型の賃金・工賃の向上に関するモデル事例収集と成功要因の分析に係る調査研究」に基づき、調査を行った。株式会社によって運営される C 事業所では、開設されてから僅か 2 年で72,194 円という高い月額平均工賃を実現している。C 事業所の事業について調査を行い、高工賃実現の要因について考察した。C 事業所の高工賃実現の要因は主に2つあると考える。

1 つ目は、従来の事業所とは異なった設計である。C 事業所は飲食店の形態をとっているが、店舗のバリアフリー化やテラス席の設置を行い、高齢者やペット連れなど、より幅広い客層からの集客を期待している。また、オープンキッチンの設置や、利用者への接客業務の積極的な割り振りも行い、開放的で明るい雰囲気が醸成されていた。

2 つ目は、専門外のノウハウを積極的に取り入れることである。職員のうち、C 事業所に就業する以前に、福祉分野の知識や経験を有していた者はごく僅かであり、そのほとんどが元飲食業従事者であった。飲食業のノウハウを取り入れ、高いレベルで商品開発を行うことで、顧客数および利益の増大を図っている。実際に、商品のレベルが高いことで、数々のメディアで取り上げられた実績がある。加えて、SNS 運用など、対外的な広報活動を通して更なる集客を目指している。

5. 提案「工福連携モデル」

ヒアリング調査の結果を受けて、工福連携モデルの提案を行う。工福連携モデルとは、「工業」という専門外のノウハウを福祉と連携させることによって、高付加価値製品の創造を行い、高工賃の実現を図るというモデルである。具体的には、B型

事業所にロボットの導入を行い、ロボットの作業 スペースを設ける。利用者の作業とロボットの作業 を組み合わせることによって、高付加価値製品 の製造が可能になる。企業にとっても、ロボット の導入と人材の確保を同時に行うことが出来ると いう利点がある。

このモデルの実践に際して、ロボットと利用者がそれぞれ得意な作業の書き出しを行う。それらの作業をカードとして細分化することで、工業分野の企業とB型事業所職員を対等につなぐコミュニケーションツールとなる。利用者の作業が可視化されることによって、具体的にどのような高付加価値製品を製造できるか、企業がイメージすることが容易になり、新たな仕事の依頼の獲得や、創造につながる。この工程を行うことによって、既述した「B型事業所の利用者は生産性が低い」という固定観念が取り除かれる契機となる。

6. おわりに

本研究では、ヒアリング調査をもとにB型事業所の問題点を分析し、「工福連携モデル」の提案を行った。「工福連携モデル」を実践的に検証し、広く浸透させていくことで、すべての人にとってのディーセント・ワークが実現可能であると考える。

参考文献

・厚生労働省「ディーセント・ワーク(働きがいのある人間 らしい仕事)について」

https://www.mhlw.go.jp/seisakunitsuite/bunya/hokabunya/kokusai/ilo/decent_work.html (最終閱覧日2022.10.27)

- ・厚生労働省「令和 3 年 障害者雇用状況の集計結果」 https://www.mhlw.go.jp/content/11704000/000871748.p df (最終閲覧日 2022.10.27)
- ・厚生労働省「障害者の就労支援対策の状況」 https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/hu kushi_kaigo/shougaishahukushi/service/shurou.html (最終閲覧日 2022.10.27)
- ・厚生労働省「平成 29 年度 障害者総合福祉推進事業 就 労 継続支援 A 型・B 型の賃金・工賃の向上に関するモデル 事例収集と成功要因の分析に係る調査研究」

https://www.mhlw.go.jp/content/12200000/000527149.pdf (最終閲覧日 2022.10.27)

サスティナブルツーリズム

- アフターコロナに向けて -

イケダマリアゼミ サスティナブルツーリズム

- ・沖田 遊星 (OKITA YUSEI)・熊野 周大 (KUMANO SHUTA)・
- ・古谷野 巧真 (KOYANO TAKUMA)・竹山 晴 (TAKEYAMA SEI)・
 - ○藤岡 雄大 (FUJIOKA YUDAI)

(京都産業大学経済学部経済学科)

キーワード:観光客分散化、アフターコロナ、オーバーツーリズム

1. はじめに

サスティナブルツーリズムとは、「持続可能な観光」という意味があり、地域の自然環境を守りながら、観光業を活性化させ、住民の暮らしを良体していくことを目指すというものである。具体には、環境汚染や自然破壊などに繋がる商業化と避け、地域の自然や文化を活かした観光地観光地を目標としている。コーナ禍の京都は観光を目標としてが、オーバーツーリズムとと客で賑わってが、オーバーツーリズムとと客が出た今、京都が再び観光地として人気が出る際にとのようにした。そしてオーバーツーリズムになる際にとてまるかが問題になってくく観光業を発展できるかが問題になってくる観光業を発展できるかにある。また、これを機にように変革できるかということが重要である。

2. 理想

京都には観光地として伏見稲荷大社や清水寺などが有名であるが、知名度が低いが京都の良さを伝えることのできる場所が他にもたくさんある。それを観光客の方にたくさん知ってもらう必要があるのではないだろうか。認知度があまり高くない観光地の魅力を伝えることで人や交通の分散化も図られ、またそれらの観光地の収益を増やすこともできる。コロナ禍によって観光業の衰退が進み倒産の危機を迎えている企業なども分散化によってまた発展することができる。観光客の分散化、これが京都の理想の観光だと考える。

3. 現状・問題

新型コロナウイルス流行前、京都には多くの外国人をはじめ日本中の人々が観光客として訪れた。その結果、観光地に向かうバスや電車といった交通機関は混雑し地元住民が乗車出来ないことや、観光地ではマナーやルールを理解不十分によって地元住民に迷惑をかけ環境破壊に繋がる行動が問題視されてきた。

観光地の偏りだけでなく、季節によっての偏り も見られる。例えば、秋の紅葉の季節になると嵐 山の渡月橋や清水寺に観光客が一気に集まってし まうなど一定の季節に観光客が集中してしまうのである。

そして、このようなオーバーツーリズムが問題 視されているのは京都だけではない。私たちは海 外ではどのような問題が起こっているのかという ことに興味を持ち、特にベネチアに着目した。図 1は日本の主要観光地である京都と鎌倉とベネチ アの観光地の交流人口を現したグラフである。べ ネチアが抱える深刻なオーバーツーリズムの問題 も歴史的中心都市に集中しているのである。ベネ チアのカフォスカリ大学の調べによると、1949年 から2015年までで取られた統計では、歴史的中心 地区に宿泊した数が680万泊、旅行者向け乗船券 は 760 万枚、国際旅行者は 86%を占め、多くの国 から旅行者が訪れている。では、何が旅行者をべ ネチアに行きたいという気持ちにさせているのか。 旅行者はとても似たような経験を望む傾向にある ので、サンマルコ広場やリアルト大橋といった主 要な観光資源にしか訪れないという観光客が多い のである。これらが原因となりオーバーツーリズ ムが起こる。



図1 観光地の交流人口

引用:京都のオーバーツーリズムの現状と観光地のマーケティング

日本人観光客数は図2のように五大都市の中で京都が一番多いにも関わらずリピート率が一位ではないのでリピート率を上げたい。リピート率を上げることによって有名観光地だけでなく多くの観光地に訪れてもらえるので分散化にも繋がる。実際に日本人客の訪問解答率が10%未満のエリアを周辺エリアと定義した場合、図3のように宿泊客に限っては京都訪問経験が多くなるほど周辺エ

リアの訪問率が高くなるという結果が出ているのである。京都観光の経験が豊富な人が増えれば増えるほど、人気観光地以外の場所を訪れる人が増えるため、リピーターが増えることによって分散化に繋がるのではないかということが考えられる。

図 2

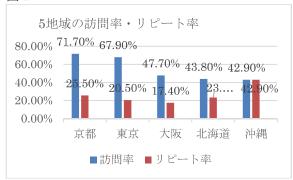


図2 日本観光地訪問率とリピート率 引用:令和元年度京都市訪問意向調査

宿泊



図3 観光客リピーターの分析

引用:日本人リピーター実態分析〜京都ファンは混雑を避けてスマートに観光〜

4. 政策提言

現状、問題でベネチアの事例を上げたが、この問題を解決した様々な体験型の活動プログラムを人気のない観光地で導入し、また現在行われているものを広報していくべきだと考えた。実際の例で言うとベネチアでは体験型により、サプライチェーンを多様化してきた。それを踏まえて京都では体験型の観光地を増やし、観光地の多様化を目指す。これによって人気のない観光地にも魅力を感じ、観光客が分散されるだろう。京都府観光ずイトの京都府観光ガイドによると京都市内の魅力だけでなく市外の良さがアピールされ市内の魅力だけでなく東鶴市などの海の京都、亀岡市などの森の京都、宇治市などのお茶の京都といっ

たそれぞれの良さがアピールされているのである。

そこでそれに習い私たちは、京都市北区西陣周辺をターゲットとした「文化の京都」というものを提案したい。京都市北区西陣周辺にある藤森寮では、ガラスや金属を使ったアクセサリー製作や北野天満宮付近ではろくろ体験ができる。また付近に神社、寺が多数あり、今宮神社の5月今宮祭り、10月ネクタイ感謝焼納祭、大徳寺 座禅体験高桐院春、利休 黄梅院(期間限定、建勲神社6月夏越大祓式 10月船岡大祭など観光客が歴史や文化を体験することのできるプログラムがある。これらのプログラムを SNS やパンフレットなどでPRし、観光客に京都の歴史、文化を楽しんでもらうことを提案する。

さらに観光客を分散化させるため観光地の分散 化だけでなく宿泊施設の分散化もするために京都 市内の宿泊施設の増加を必要最低限にし、京都市 周辺にもっと宿泊施設を創り、京都市以外の観光 地にも訪れやすくする。

5. まとめ

現在はコロナの影響が減り徐々に京都にくる外 国人観光客がコロナ禍比べ増えつつあるが、コロナ禍前並みに観光客が増加した時に、以前問題となっていたオーバーツーリズムにならないようにすることが重要である。そこで上記で示している政策提言などを実行することによって観光客も人が多すぎることによって観光しづらいということも起きにくくなるに加え、地元住民の私生活にも支障をきたしにくくなることに繋がるのではないだろうか。

また観光を通して、自然と触れ合い観光を楽しんでもらうことで環境に対しての意識が変わる。 そして、祭りなどのイベントごとで楽しんでもらうのも良いが、森林や滝などの大自然も観光に取り入れることで、人混みを避けて心身のリフレッシュができるなどアピールしていく。

参考文献

(1) 東洋大学大学院国際観光学研究課(2019) シンポジウム報告書「オーバーツーリズムへの取り組みと持続可能な観光の実現に向けて一ベネチアの現状と観光地のモニ

タリング方法一」<u>https://www.toyo.ac.jp/-</u>

/media/Images/Toyo/academics/gs/gitm/tip/20191030(2 0191021).ashx?la=ja-

JP&hash=AE1309CCDD766C55B053D27B6ED83A50D8CEDF1D

(2) 京都府観光連盟公式サイト

https://www.kyoto-kankou.or.jp/

(3) 奈良美和子、前川佳一 (2019): 京都のオーバーツー リズムの現状と観光地のデ・マーケティング 京都大学経 営管理大学院 KAFM-WJ014

https://www.gsm.kyoto-u.ac.jp/wp-content/uploads/KAFM-WJ014_nara_2019.pdf