

口頭発表

【分科会 8】

# 学生と行政・地域をつなぐ

## ー京都ファンネットワークの構築ー

京都産業大学 鈴木ゼミ 京都ファンネットワークチーム

○大塚 小春 (Otsuka Koharu)・大城 秀静 (Oshiro Shusei)・渡辺 加奈 (Watanabe Kana)・高垣 優輝 (Takagaki Masaki)・入川 幹久 (Irikawa Mikihisa)・近藤 悠太 (Kondo Yuta)・馬崎 俊一 (Masaki Syunichi)・松崎 智也 (Matsuzaki Tomoya)・中川 涼 (Nakagawa Ryo)  
(京都産業大学 現代社会学部 現代社会学科)  
キーワード：学生、地域活性化、つながり

### 1. 研究背景

京都市には34校の大学があり、市の人口に占める学生の割合は日本で1位と、10人に1人が大学生である。しかし、就職を機に京都市を離れ、他府県に住むケースが多いのが課題となっている。そこで京都の魅力を知った多くの学生が卒業後も定住し、若者の力で京都を活性化させることが求められている。この現状を踏まえ、学生が京都の魅力を知り、体験できれば、離れるケースが減少すると考える。

### 2. 研究テーマ（事業目的）

本研究テーマは「学生に京都府が行う事業への参画を促すとともに、京都ファンとして継続的に地域を支える仕組み」を学生の視点から考えることである。学生の視点は行政や社会人の考え方とは異なり、当事者の視点から斬新なアイデアを考えることができる。

現在、府内には約16万人の学生がいる。しかし、学生と行政の連携ができていないため学生の街という強みを活かせていない。そのため、行政と学生を直接つなぐ「京都ファンネットワーク」の仕組みが必要と考えた。

事業目的はネットワークを使い、就職活動前の学生を中心に府の事業への参加を誘導し、学生に京都ならではの活躍の場を提供することで成長を促す。また、学生が事業に参加することで、交流人口が増加し、地域活性化へと繋がる。さらに京都府の事業を知り、学生と京都府の連携が拡大・強化される。

本稿では、学生と京都府が協働で仕組み作りに取り組んだ検討内容を述べていく。

### 3. 検討内容

7月29日に第一回目の提案を京都府職員に行った。提案内容は、「京都ファンネットワーク」を作るための独自アプリを作成し、京都府の事業に参加する学生を招致する。事業内容は検索機能で学生が参加したい活動を見つけやすくし、活動に伴う事前準備や口コミなどもアプリに導入する。

また、アプリの宣伝については、学生宣伝、ホームページ、SNS、小冊子等を提案した。この4つはアプリに学生をつなげるための道具である。この提案への京都府職員からの課題は、下表(表1)の通りであった

表1 京都府からの課題と新たな検討内容

| 課題                                                 | 新たな検討内容                                      |
|----------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| ・アプリやホームページは多額の運営費用が掛かる<br>・11月までにアプリを完成、効果検証できるのか | ・トライアルまでの時間が短く、納得のいくアプリを作るのは難しいのでLINEの機能を活用  |
| ・学生はどのような情報があればアプリをダウンロードするか                       | ・事業内容(費用、場所、日程)、就活に役立つ情報、どういう人が何人参加しているかが分かる |
| ・学生宣伝で他大学を巻き込むにはどうすればいいか                           | ・各大学の新入生全員受講型講座と新入生サポートを通して紹介してもらう           |

新たな検討を行う中で、LINEのグループ機能を活用することとした。理由は以下の3点である。

- ・既存のシステムはコストを削減できる。
- ・LINEグループは気軽に参加ができる。
- ・公式LINEと同様に定期的に事業の情報を発信できる

さらにLINEグループの有効性を判断するために、大学生を対象にアンケートを行った。(9/13～9/18、回答数107人)

結果から、まちづくりに興味のある学生は62.6%、まちづくりのコミュニティがあれば参加したいが58.9%と半数以上の学生がまちづくりに関心があると分かった。(図1・2)

「まちづくりのコミュニティにどのようなメリットがあれば参加しますか」の質問に対して、交

友関係が広がる (77.6%)・クーポンなどの特典 (47.7%)、「どの媒体を活用または参加したいですか」の質問に対しては、LINE グループ (57.9%)・web サイト (40.2%)・アプリ (29.9%) の順であった。(図 3・4)

この結果からも、アプリではなく LINE のグループ機能が有効であることが確認できた。

4. まちづくりに興味はありますか？  
107 件の回答

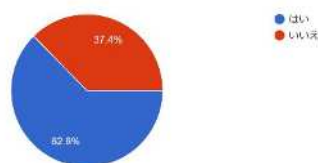


図 1 アンケート結果

5. まちづくりのコミュニティがあれば参加したいですか？  
107 件の回答

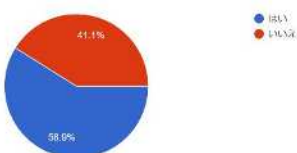


図 2 アンケート結果

6. まちづくりのコミュニティにどのようなメリット、用または参加したいと思いますか？(複数回答可)  
107 件の回答

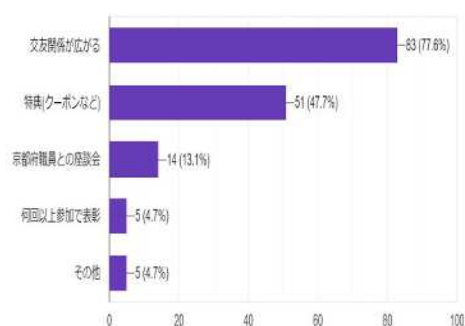


図 3 アンケート結果

8. どの媒体を活用または参加したいですか？(複数回答可)  
107 件の回答

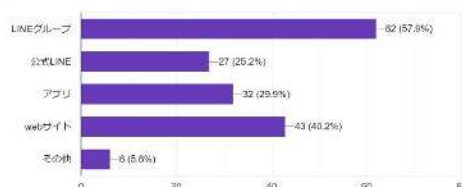


図 4 アンケート結果

以上の検討内容を軸に、9月29日の第二回目の会議では、次の3つ提案を行った。

- ・LINE グループを活用し、将来的にアプリへと移行
- ・Instagram、Twitter による事業紹介、京都産業大学広報部を活用した宣伝

- ・学生が授業で宣伝を行う。地域づくり系の教員ネットワークを活用する仕組み

提案に対して、京都府職員から好意的な感想を頂き、私達の案をもとに、京都府職員が改良を加え、新たな案となった。

新たな案は、京都府公式 LINE の制作と Teams を活用したグルーピングの構築である。その理由として、LINE グループは個人情報の流出の危険があるため、行政は使用できない。そこで LINE 公式アカウントをつくり、事業ごとのグループは Teams を活用し、連絡事項の伝達やミーティングを行う。この仕組みは本年 12 月に試行されることになっている。

#### 4. まとめ

「京都ファンネットワーク」を作るため、学生ならではの視点で検討を行ってきた。アプリの作成から LINE の活用、さらに宣伝方法などの検討内容についてまとめる。

##### 1) アプリ

行政の認可を受けて短期間でアプリを作成することは難しい。学生が興味を持つ内容であること。また、費用がかかる。アプリを活用には、学生へ事業を紹介する必要がある。

##### 2) 宣伝

口コミでの宣伝が効果的だと考えた。しかし、他学部や他大学を巻き込むことが難しいため、新たな仕組みが必要である。

##### 3) LINE

学生の個人情報保護という行政側の目線で考えておらず、LINE 公式アカウントの利用となった。

事業に参加した学生によって作られた「京都ファンネットワーク」を通じて地域の魅力の発信・拡散することで、定住や関係人口の新たな獲得が期待出来る。今後、実際に活動を行い、事業の効果を検証していく必要がある。

また、新型コロナウイルスの影響で学生同士の交流が減少し、人間関係の希薄さに戸惑う学生も多い。そういった悩みを持つ学生同士、学生と行政とを「つなげる」効果もあると考えられる。

# 地域住民を巻き込んだ関係人口の創出

- 与謝野町から学ぶホップ・ステップ・ジャンプの地域づくり -

福知山公立大学杉岡ゼミ

○田中結麻 (TANAKA YUMA)・岩野峻土 (IWANO TAKETO)・上田有希乃 (UEDA YUKINO)・  
深川春輝 (HUKAGAWA HARUKI)・本田湧大 (HONNDA YUUDAI)  
・三宅祐花 (MIYAKE YUUKA)・山中天太 (YAMANAKA TENNTA)  
(福知山公立大学 地域経営学部 地域経営学科)  
キーワード：関係人口、地域資源、地域産業振興

## 1. はじめに

地方から都市圏への人口移動が止まらない中、人口流出にあえぐ地域はただ呆然と立ち尽くしているだけではない。本研究では、まちを活性化させる一つの方法として、地域住民を巻き込んだ関係人口を増やすことに注目する。

総務省によれば、関係人口とは「移住した「定住人口」でもなく、観光にきた「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々」であり、一言で言えば「よそ者」である。

一方、関係人口を増やすためには、地域外の住民だけでなく、地域住民のまちへの愛着度を向上させることも重要である。というのも地域住民にまちを好きになってもらい、まちのイベントや催しに参加しながら、住民同士の交流や信頼感を強め、強い絆を作ることによって、地域全体の魅力が上がるからである。言うまでもなく、地域住民の暮らしの満足度や魅力なくして、よそ者の満足度や魅力なしである。

そこで本稿では、地域住民を巻き込んだ関係人口の創出にチャレンジする与謝野町の取組みに注目し、その現状分析、先行事例を踏まえ、政策提言を試みる。

## 2. 現状分析

与謝野町は京都府北部に位置し、人口約2万人が暮らす自然豊かな町である。町は、2015年よりホップ栽培を始め、全国のクラフトブルワリー（ビール工場）へ販売できる産地としての取り組みを始めた。そして、わずか5年で、マイクロブルワリーにホップを提供する全国でも3本の指に入る生産地となった。具体的には現在、生産現場では生産者は7人、15か所1.48ヘクタールで栽培を行うに至っている。ただし、生産は2015年春から行われているが、クラフトビールの醸造所は町内に備わっておらず町外に外注している。令和3年度から農林水産省より支援を受けており、予算規模は970万円である。そして、関係人口創出の観点から YOSANO・ホップレンジャー

ー(以下、ホップレンジャー)というファンづくりに努めている。ホップレンジャーとは、年間を通じ与謝野ホップの栽培に関わるサポーターの総称で、一緒にホップの苗つけから収穫、そしてクラフトビール生産に及ぶすべての工程のサポートをして頂く人たちのことである。住所・年齢・性別は一切問わず年中申し込みを受け付けている。ホップ生産は住民である農家が担い、よそ者のホップレンジャーはそれを手伝い観光するという仕掛けであり、ホップやクラフトビール文化に触れ、ホップ栽培の知見を得るという、まさに体験を通じた関係人口の創出と言えよう。

## 3. 課題

それでは、現在の課題はどこにあるのであろうか。2021年10月25日に実施した与謝野初のホップビールを販売した株式会社ローカルフラッグ代表の濱田祐太氏へのヒアリング及び同年10月26日に実施した与謝野町役場農林課へのヒアリングによれば、その課題は大きく三つある。

一つは地元町民のホップについての認知の低さである。現在ホップ関連の産業に取り組んでいるのは、自治体、観光協会、ホップ農家やクラフトビール会社である。彼ら自体も地域住民ではあるが、その他一般の住民が参画する隙がなく、一部を除けば認知や住民理解はまだあまり進んでいないという。二つは、よそ者から関係人口になるまでの時差である。確かにホップレンジャーは良いアイデアではあるが、与謝野町にゆかりがないと参加しようとはならない。すなわち、この関係人口に至るまでの時差をもう少し詰める必要があるということである。三つはホップ自体の高付加価値化と産業構造の高次元化の必要性である。すなわち、現在ホップ自体の収穫であれば第一次産業であるが、そこに与謝野町内の第二次、第三次

産を組み合わせる仕掛けが必要ということである。

#### 4. 先行事例

##### 4.1 岩手県花巻市「クラフトワイン」

それでは、地域内外への十分な発信を行い、地域住民と関係人口を繋げ、かつ産業構造の高次元化に成功している事例はあるのであろうか。ここでは岩手県花巻市の事例を紹介する。花巻市の名物は「クラフトワイン・ぶどうの加工品」であり、ワインにマッチする地域資源が豊富なため、ほろほろ鳥や白金豚などをワインとセット販売をしている。また、「ワイン専門品種 33 園地」から生産されたぶどうを、生産者ごとに特別醸造したワインの飲み比べを生産者とよそ者が語らいながら楽しめるイベントなどを開催しており、地域全体で名物であるワインを盛り上げているという。今後は、ワインづくりの過程に触れ、土地の風土や文化など様々な地域資源を味わっていただき、ワインの価値を最大限まで引き出す「ワインツーリズム」を実施し、ぶどう産地の魅力を五感で味わってもらえる仕組み作りを整えていくことを検討しているとのことである。

##### 4.2 兵庫県丹波篠山市

兵庫県丹波篠山市の事例も示唆深い。元々江戸時代の宿場町として栄えた丹波篠山市には「旅路のブルワリー」という地ビールが存在する。旅路のブルワリーでは築 130 年の古民家を利用した醸造所で製造されており、地域の自然のエネルギーを活用し、循環させるビール作りで地元へ愛されているという。また、製造過程で出る麦芽かすを肥料として地元の農家に提供し、その麦芽かすで育てた有機栽培米をビールの副原料として使用している。加えて、近所のコーヒーロースターにビールの副原料としてアクセントになるコーヒーを特別にセレクトしてもらうなど、地元と力を合わせて醸造するというモデルが出来上がっているという。今後は、醸造所である古民家内にブリュワリーを併設し、作り手の思いやビールづくりに触れながら、よそ者が出来立てのビールを楽しむ空間作りを目指しており、丹波篠山産の食材を生かしたフードメニューを増やし、ビール×食の提案を検討しているとのことである。

#### 5. 政策提言

以上を踏まえ、最後に政策提言を行いたい。それは「YOSANO・ホップの日」の設定である。具体的にはホップ収穫時期である 8 月の然るべき一日を町とホップ生産者組合がホップの日と定め、その日一日は町をあげて、ホップ収穫体験とビアガーデンを行い、地域住民同士、地域住民とよそ者とが会おうというアイディアである。前者は、まず実際にホップがどのように作られているのか、収穫されているのかを知ることができる。後者は与謝野産ホップによるクラフトビールを片手に、与謝野町を中心とした京都北部の食材を使った料理を堪能することができる。こうした機会を作ることで、まず地域住民自身が自分のまちを知るきっかけになるだろう。そして、今まで関わらなかった地域に住民も、ホップの価値や可能性を認知することで、まちが一丸となって与謝野のホップブランドを築き上げていくに繋がるだろう。また、この機会は関係人口たるよそ者も、このイベントを通して与謝野を知り、例えばその後ホップレンジャーとして、関わりたいという気持ちが芽生えるきっかけになるであろう。すなわち、地域住民を巻き込んだ関係人口の創出である。

#### 6. まとめ

これからの人口減少下における人口は「定住人口＋関係人口」で捉えていくことが一つのスタンダードとなると思われる。その際、関係人口をどう把握するのか、というのは今後全国の課題である。その際、本事例のように、まちの代名詞となるフラッグを立て（ホップ）、それが住民を巻き込んだ関係人口の創出（ステップ）および把握につなげ、結果として地域づくり（ジャンプ）につなげる、というのは、一つのモデルになり得るのではないだろうか。

#### 参考資料

- (1) 総務省関係人口ポータルサイト  
(<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/>) (2021 年 10 月 28 日閲覧)
- (2) 旅路のブルワリー  
(<https://team.nipponia.or.jp/blog/724/>) (2021 年 10 月 28 日閲覧)

# 大学の避難所運営における学生ボランティアの育成

京都橘大学高山ゼミチームシェルター

荒川 真菜 (Arakawa Mana)・蔭山 美優 (Kageyama Miyu)・○穴戸 花梨 (Shishido Karin)・内藤 愛理 (Naito Airi)・向井 さくら (Mukai Sakura)

(京都橘大学現代ビジネス学部経営学科)

キーワード：避難所、ボランティア、学生

## 1. 研究の目的

私たちが住む日本では、災害が多い。大きな災害が起きたとき、私たちが通う大学も避難所になりうる。その際に、その大学に通う学生もボランティアとして関わっていくことはできないだろうかと考え、このテーマについて研究していくに至った。

## 2. 分析

ボランティア活動に対して興味を持っている人は多い。文部科学省が行った、『ボランティア活動への意識調査』によると「ボランティアに参加したことがある」が4分の1を占めるにすぎず、「ボランティア活動に興味・関心はあるが、具体的にやったことはない」が過半数を占めていることがわかる。

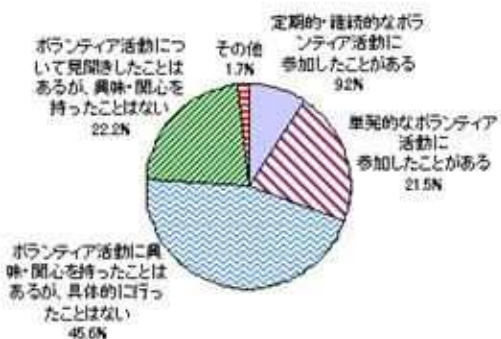


図1 最近5年間のボランティア活動の経験または興味・関心（ボランティア活動に対する国民の意識の概況 文部科学省）

また、日本財団学生ボランティアセンターが、全国の学生1万人に行った「ボランティアに関する意識調査」においては、ボランティアへの興味があると答えた学生は6割を超えた。しかし、実際に活動に参加した割合は3割に満たない。



図2 ボランティアに関する興味の有無



図3 この1年間のボランティア活動の有無  
(図2図3 『潜在学生ボランティアは全国各地に…?!』 全国学生1万人 ボランティアに関する意識調査 2017)

これらのことから、ボランティア活動に興味はあるが参加できていない学生が多いということがわかる。また、参加したいと思うボランティアの分野では、緊急災害支援が一番多い結果となり、多くの学生が興味を抱いていることが分かる。

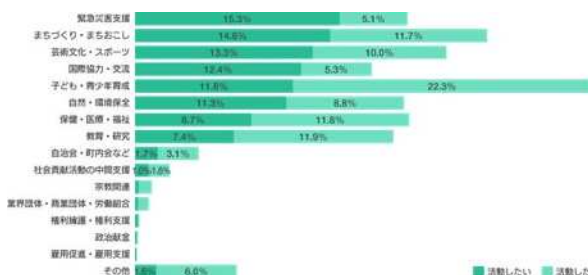


図4 活動した分野と活動したい分野のギャップ（『潜在学生ボランティアは全国各地に…?!』 全国学生1万人 ボランティアに関する意識調査 2017）

「学生のまち」と言われる京都。だからこそ、学生も避難所運営に関わっていける機会を増やすことができれば、勉強以外のことも学ぶことができ、より有意義な学生生活を送ることができるのではないかと、私たちは考えた。

## 3. インタビュー調査

ここで私たちは、大学としての避難所運営の取り組みを調査すべく、身近な京都橘大学の総務課と管財課の職員にインタビューを行った。京都橘大学が策定した、『避難所運営マニュアル』では、基本的な考えとして、大学独自の避難所運営ではなく地域の一部として取り組むこととされている。また避難所開設の基準として、『マニュアル』では、「激甚災害」に該当するとされているものの、「激甚災害」と認定されるには一定期間を要するため、今のところ各々で臨機応変に対応するとのことであった。



京都橘大学の避難所拠点として、中央体育館と第二体育館を中心に使用し、妊産婦の受け入れには違う建物を使用する予定とのことである。また、2015年に京都市と妊産婦の避難所に関する協定を締結している。妊産婦の受け入れには、水、ベッド、オムツなどの厳しい条件を達成しなければならず、それらの備蓄に努力している。

さらに、避難所の運営においては、学外だけでなく、大学内の情報集約が重要になると考えられている。トイレの管理や個人の体調管理など、学内の避難所内での不用意な混乱を避けるためにも、情報統括は重要な鍵になるという。

京都橘大学では、数年前に救急救命学科、看護学部のある学生・教職員と専門的な避難所開設訓練を行った。しかし、避難所運営においては、専門的な活動だけでは全てを賄えない。建物同士の移動の誘導など、特定の知識を持たなくても行うことが出来る活動が多くある。そうした活動をするには、避難所運営における基本的な知識を有する学生や教職員の活用が有益であろう。

#### 4. 政策提言

以上の調査結果を踏まえ、私たちは、京都の大学・短期大学に通う学生を対象とした「避難所運営学生ボランティア認定制度」を作ることを提案したい。この制度の目的は大きく分けて二つある。

一つは、災害時に学生ボランティアが避難所運営に携わることで、避難所の人手不足を解消し、運営を円滑に進められるようにすることである。いま一つは、この制度を通して、学生の防災に対する意識の向上やボランティア活動への参加促進に、繋げることである。

避難所運営学生ボランティア認定制度の具体的な内容については、以下の通りである。まず、大学コンソーシアム京都に加盟する大学・短期大学に通う学生を対象に、各大学・短期大学において、単位認定型のボランティア科目として開講する。そして、当該科目の受講を完了した学生には、単位認定と共に、災害時の避難所運営ボランティアに参加するに当たって必要な基本的な知識を会得したことの証明として、「京都 SHELTER 学生ボランティアチーム」の一員として認定する。講義では、各学校の避難所運営マニュアルや、実際に大学・短期大学を避難所として活用した先行事例等を参考にしながら、ボランティア活動の具体的な内容、そしてその運営方法について議論を行い、最終的には学生たち自身で、各学校にて『学生ボランティア用避難所運営マニュアル』を作り上げることを課題とする。また、講義のうち数回程度は、学生ボランティア同士の交流や連携を図るため、他

校との合同講義も実施する。

実際に災害が起き、大学が避難所となった際の学生ボランティアの具体的かつ現実的な活動内容としては、物資の搬入・管理、食料の配給、駐車場における車の誘導・整理、避難所内の見廻り、トイレ管理、高齢者の介護などが想定される。

学生ボランティアが所属している学部・学科は様々である。そこで、それぞれの所属学科の特徴を活かし、医療系学部の学生は、救護活動への協力や高齢者の介護、その他の学部の学生は、物資関連の手伝いや駐車場誘導に当たるなど、役割を分担しながら、避難所運営をより円滑に進められるよう工夫していくことが可能だと考える。

#### 5. 先行事例

実際、学生ボランティアによって、このような避難所運営活動が行われた事例がある。熊本地震の際、地震発生直後から、熊本県立大学の地元学生達が学生ボランティアグループとして避難所運営を行い、最終的には熊本市の災害ボランティアセンターでの運営協力を行った。この事例では、地震直後に、学生達が自ら学生ボランティアグループを発足している。

このような事例を踏まえると、「避難所運営学生ボランティア認定制度」は、災害が起きた際にボランティア活動をしたい、またはそのような活動に興味・関心があるという学生を事前に支援するという点でも有用であると思われる。

#### 6. まとめ

京都は、多くの大学・短期大学が集まる「大学のまち」「学生のまち」だ。それゆえに、京都市においては、指定避難所として数多くの大学及び大学関連施設が指定されており、その数は、近畿各府県の主要都市と比較しても最も多い。以上のようなことから考えて、「避難所運営学生ボランティア認定制度」を作ることは、「学生のまち」という京都の特性を活かした、京都だからこそできる避難所運営の在り方の確立が期待できるといえよう。

#### 参考文献

(1) ボランティア活動に対する国民の意識の概況  
文部科学省（最終閲覧：2021年10月25日）

[https://www.mext.go.jp/a\\_menu/shougai/houshi/detail/1369080.htm](https://www.mext.go.jp/a_menu/shougai/houshi/detail/1369080.htm)

(2) 『潜在学生ボランティアは全国各地に…!』  
全国学生 1 万人 ボランティアに関する意識調査  
2017（最終閲覧：2021年10月25日）

<https://gakuvu.jp/about/newsrelease/>

(3) 岩崎 貴夏矢、福岡県地方自治研究センター、  
福岡県地方自治研究所 熊本地震における地元学生の活動、地方自治ふくおか、62巻、p. 32-37（2017）

(4) 京都橘大学 総務課・管財課インタビュー  
（2021年10月7日）

# 京都市のベンチャー企業における SDGs 評価 - 企業マップの作成 -

京都産業大学 イケダゼミナール

○豊田達也(Toyoda Tatsuya)・柴田浩希(Shibata Hiroki)・西島雅貴(Nishijima Masaki)・林寛斗(Hayashi Hiroto)・寺岡正勝(Teraoka Masakatsu)・金子秀輝(Kaneko Shuki)・高樋己太郎(Takahi Kotaro)・片岡佑介(Kataoka Yusuke)・長榮瑠伽(Nagae Ruka)

(京都産業大学経済学部経済学科)

キーワード: SDGs、京都市、ベンチャー企業

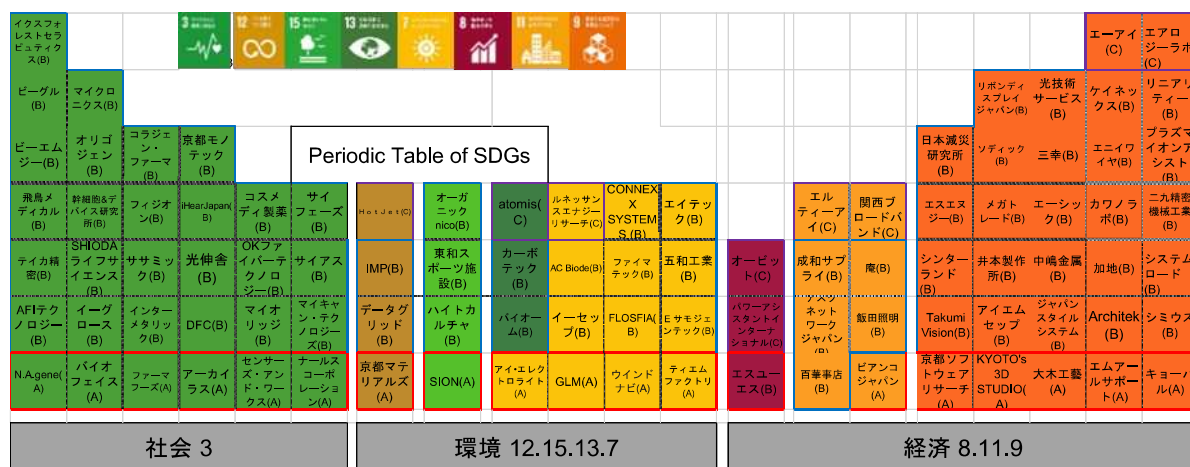


図1: SDGs 企業マップ

## 1 日本における SDGs の現状と課題

近年、日本社会において SDGs の重要性は徐々に認知されつつあり、企業や投資機関を中心に環境や社会に対する問題意識は高まっている。投資機関は利益を重視した短期的な投資よりも長期的な視点で投資先を選定する ESG 投資を積極的に取り入れるようになってきている。2014 年から 2018 年の間に日本における ESG 関連投資による運用額は 3.4%から 18.3%まで増加しており、2018 年の時点において世界の ESG 投資の運用額の 7%を占めるまでに成長している。またそれを受けて企業側も SDGs を考慮した持続可能な経営方針を取るようになりつつある。

一方で企業が行う SDGs に関連した取り組みについては一般の人々の理解がそこまで進んでいないというのが現状である。(日経リサーチ 2019 年度、SDGs に関する調査(企業の社会とのかかわりに関する調査)によると SDGs に積極的に取り組んでいるイメージのある企業を尋ねた設問では、「思いつく企業はない」との回答が 82%に達した。また認知されている企業は大企業に偏っている。)

このような現状を踏まえて、持続可能な社会実現へ貢献している地元企業の取り組みを地域住

民に周知する。また購買、情報拡散などさまざまな形でこれらの企業へ地域住民が関心を持つきっかけを作る。この 2つの目的のために企業の活動と SDGs の達成目標を結びつけた SDGs 企業マップを作成した。

## 2 企業マップについて

SDGs 企業マップとは企業の行う活動が SDGs のどの開発目標に当てはまるのか視覚的に理解できるようにまとめた表であり、周期表をモデルに作成している。企業マップ作成における企業の選定は京都市ベンチャー企業目利き委員会の定める A ランク認定企業から行った。京都市ベンチャー企業目利き委員会とは京都市が京都経済を牽引する有望なベンチャー企業のビジネスプランに対して審査し、支援する取り組みをする機関である。この機関ではビジネスプランの事業性・技術・経営者などを評価対象としているが SDGs などの持続可能な街づくりへの貢献という視点は含まれていないので、今後これらについても考慮すべきであると考えます。

## 3 表の作成手順

そこで本研究では京都市 A ランク企業を SDGs



の 17 の目標に分類し、さらにその目標に対するインパクトの大きさによって A, B, C の 3 つに分類した表を作成した。

対象となる企業は 1997 年から 2021 年までに A ランク認定企業に認定されている 120 社の企業である。各企業を 17 の目標に分類するにあたり、一つの事業に対し多数の目標が当てはまる場合があったが、認定されている事業内容に最も関わりの深い目標を当てはめることとし、その判断基準は各企業や目利き委員会のホームページを参考にした。120 の企業の内 23 企業は情報が少ないこと、17 の目標に当てはまらない事、当てはめた目標における企業の数が 2 社以下の場合は除外することとし、残った 8 つの目標を採用し図 1 を作成した。各目標は SDGs で定められている色で縦軸(族)に分類されている。さらに、8 つの目標を経済、環境、社会の 3 つの分野に分けた。

横軸(周期)は目標ごとにその目標に対する社会的なインパクトに応じて配置している。インパクトの大きさを A・B・C という 3 つのレベルで整理し、インパクトを評価した。A は「悪影響を回避する、リスクを軽減するなどマイナスをなくす」、B は「目標に対し間接的な好影響」、C は「課題解決に直接貢献する」とインパクトを 3 つに分け、それぞれ該当する事業内容を分類した。この方法は経団連の報告書「SDGs への取り組みの測定・評価に関する現状と課題」を参考に簡易的なインパクトの評価を行った。

#### 4 表の改善点

表の作成にあたっての課題は企業の評価であった。大企業とは違い公開されている情報は少なく、中にはホームページが掲載されていない企業もあった。今後の調査において積極的に情報収集を行い、企業への更なる情報開示を促すことにより精度の高い分析が可能になると考えられる。

また、評価基準においては統一化された指標が存在せず、現在様々な評価モデルが開発されつつある段階である。実際に今回の SDGs の企業マップ作成において企業のそれぞれの目標への貢献度合いを画一的に数値として評価することが困難であり、分野によって貢献度合いや規模などを単純に数値化して表せないものもあった。さらに本研究においては各企業の製品が社会にもたらすプラスの面からのみ評価したが、製品の製造や流通の過程で生じる廃棄物や労働環境に関する副次的なマイナスの影響は考慮していない。今後の調査においては企業に関するより多くのデータを集め、SDGs に対して多方面から評価できる分析モデルを作る必要がある。

#### 5 提言

- ・日本において持続可能な開発への関心は近年高

まりつつあり今後 SDGs の社会的な重要性はより増していくと考えられる。一方で京都市ベンチャー企業目利き委員会では評価項目として SDGs に関する記載はない。このことを踏まえて、審査の際に SDGs に関する評価項目を導入することを提言する。

- ・今回の調査によって京都市ベンチャー企業目利き委員会が認定する多くの A ランク認定企業がそれぞれの事業分野において SDGs の開発目標に貢献していることが明らかになった。一方で京都市ベンチャー企業目利き委員会はこれらの企業の活動に関する情報発信を積極的には行っていない。よってこれらの持続可能な地域社会の実現に向けて貢献する企業をより多くの一般の人々や投資家に周知するために、京都市ベンチャー企業目利き委員会には今回作成した企業マップをホームページに掲載することを提言する。

- ・大企業が SDGs を考慮した持続可能な経営方針を取るようになり、SDGs への取り組みもより積極的になりつつある。一方で、ベンチャー企業においては SDGs と自社を結び付けようとする意識が薄い。多くの企業が SDGs の目標に当てはまったことから、自社の事業と SDGs の目標を関連づけることは難しくない。また、調査したベンチャー企業のホームページの多くは一般の人が理解するには難しい専門用語が多く用いられている傾向が強かった。よってこれらの企業には自社の特徴や SDGs に関連する取り組みを一般の人々に対しても積極的に発信することを推奨する。

#### 6 参考資料

- 1)京都市目利き委員会 HP  
<https://www.venture-mekiki.jp/list/#ctl>
- 2)経団連(2021) 報告書「SDGs への取り組みの測定・評価に関する現状と課題」  
[https://www.keidanren.or.jp/policy/2021/055\\_honbun.pdf](https://www.keidanren.or.jp/policy/2021/055_honbun.pdf)
- 3)外務省 SDGs グローバル指標  
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/statistics/goal12.html>
- 4)日経リサーチ(2019) SDGs に関する調査(企業の社会とのかかわりに関する調査)  
<https://www.nikkei-r.co.jp/column/id=7062>
- 5)GSIA(Global Sustainable Investment Alliance) The Global Sustainable Investment Review (2018)  
[http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2019/06/GSIR\\_Review2018F.pdf](http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2019/06/GSIR_Review2018F.pdf)
- 6)SDGs 未来都市 提案概要(京都市)  
<https://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/cmsfiles/contents/0000284/284783/bessi.pdf>
- 7)PwC (2019)The 2019 Periodic Table of Tech in Canada  
<https://www.pwc.com/ca/en/industries/technology/periodic-table-of-tech-in-canada-2019.html>

# 自治体における同性カップルの権利を保障する 取り組みについて

龍谷大学政策学部政策学科大田ゼミ

井上洸太 (INOUE KOUTA)・今西賢 (IMANISHI KEN)・工藤寛二 (KUDOU KANJI)・堰 侃太  
(SEKI KANTA)・中本圭悟 (NAKAMOTO KEIGO)・藤井圭太 (FUJII KEITA)・宮本大輝  
(MIYAMOTO TAIKI)・中野太陽 (NAKANO TAIYOU)・○北川大輝 (KITAGAWA DAIKI)・  
山田遥平 (YAMADA YOUHEI)

(龍谷大学 政策学部 政策学科)

キーワード：同性カップル、パートナーシップ制度

## 初めに

LGBT 総合研究所が 2019 年に行った「LGBT 意識行動調査 2019」によると LGBT・性的少数者に該当する人は回答者数 347,816 人の約 10% に当たる。LGBT に関する問題のうち、同性カップルが異性婚（法律婚）の場合と同等の法的地位が認められていないということに対して疑問を持ち、同性カップルにも同等の法的利益を認められるパートナーシップ制度の意義と限界を検討した。2019 年に、同性婚を認めないことは違憲であるとして札幌、東京、名古屋、大阪、福岡の全国 5 地方裁判所で訴えが提起された。公的に互いの関係が証明されることを望む同性カップルの人は多い。しかし、国レベルでは国会で議論されたことはあるものの、これを認める法整備は進んでいない。一方で、地方自治体ではパートナーシップ制度を創設して、法律婚ができないことで同性カップルが直面する問題を可能な限り解決しようとする試みが行われている。

## 現状

日本の一部の自治体で導入されているのがパートナーシップ制度である。パートナーシップ制度とは、双方又はいずれか一方が性的少数者である二人が互いを人生のパートナーとして日常生活において相互に協力し合うことを自治体に宣誓し、自治体が発給証等を交付する仕組みを指している。この制度により、様々な行政・民間サービスや社会的配慮を受けやすくなる。本制度は平

成 27 年度に、渋谷区の「渋谷区男女及び多様性を尊重する社会を推進する条例第 10 条」、世田谷区の「世田谷区パートナーシップの宣誓の取扱いに関する要綱」を根拠として初めて制定された。

この動きに追従し、130 の自治体（都府県、市区町）（人口カバー率 41.2%）が導入している。この制度を利用したカップルは、2021 年 9 月 30 日現在で、2,277 組となっている。

2019 年 1 月、北海道の男性カップル 2 組と女性カップル 1 組が婚姻届を提出したが「不適法」として受理されなかった。そこで、国に一人 100 万円の損害賠償を求める訴訟を札幌地裁に起こされ、札幌地方裁判所は次のように同性婚を認めないことが憲法 14 条違反であるとした。

「異性愛者と同性愛者との間で、婚姻によって生じる法的効果を享受する利益の価値に差異があるとする理由はなく、そのような法的利益は、同性愛者であっても、異性愛者であっても、等しく享有し得るものと解するのが相当である」との見方を示し、「異性愛者に対しては婚姻という制度を利用する機会を提供しているにもかかわらず、同性愛者に対しては、婚姻によって生じる法的効果の一部ですらもこれを享受する法的手段を提供しないとしていることは……その限度で合理的根拠を欠く差別取扱いに当たると解さざるを得ない。」（札幌地判令和 3 年 3 月 17 日 判例時報 2487 号 3 頁）

このような札幌地裁の判決があるが、同性婚を認める法改正には至っておらず、パートナーシップ

制度が運用されている。

## 事例

パートナーシップ制度の事例として京都市を取り上げる。京都市は「京都市パートナーシップの宣誓の取扱いに関する要綱」に基づき、2020年9月1日よりパートナーシップ制度の運用を開始した。この制度の対象となるのは双方又は一方が性的少数者であり、少なくともカップルのどちらかが京都市民である必要がある。京都市のパートナーシップ宣誓制度では、主にパートナーとの関係を説明する際に活用できるほか、具体的には市営住宅や特定優良賃貸住宅・高齢者向け優良賃貸住宅の入居申込み、京都市犯罪被害者等生活資金の給付の申請などに使用できる。また通称名を日常的に使用していることを示し、市長が認めた場合は、宣誓書等に通称名の使用が可能である。このほか、2021年8月1日からは亀岡市・長岡京市との連携協定が発効した。これにより、本来は市外に転居した際パートナーシップ受領証を返還しなければならないが、この3市間の転居であれば簡便な手続きのみでパートナーシップの継続が可能となった。

## 課題

主な課題として二つの問題が挙げられる。

第一に、パートナーシップ制度には法律婚と同等の効力を持たないという点である。パートナーシップ制度は法律上の婚姻ではないため、法律上の婚姻を前提とする民法の婚姻、配偶者の相続に関する規定や、税金の配偶者控除などが受けられない。

第二に、パートナーシップ制度を導入している自治体が少ないという点である。現状でも述べたように現在130の自治体（人口カバー率41.1%）で制度が採用されている。都道府県単位で見ると47都道府県中5府県、市区町村単位で見ると1741市区町村中125団体に留まっている。

## 展望

同性カップルの人たちが最も求めていることは法律婚であるが、今日の日本において同性婚は法制化されていない。しかし、パートナーシップ制度導入地域の拡大はさらなる同性カップルの

権利保障に繋がると言える。また、同性婚の法制化への道筋ともなりうる。地方自治体での制度化が国全体に影響を与え、法律の改正を促すことへ繋がる事例があるためだ。実際に日本では情報公開条例、個人情報保護条例が国に先行して地方自治体で作られ、国の法整備を促すことになった。このように、パートナーシップ制度の普及を足掛かりに、同性カップルの法律婚へ繋げられるだろう。

## 参考文献

新・アジア家族法三国会議：『同性婚や同性パートナーシップ制度の可能性と課題』、p127-128、日本加除出版株式会社(2018)。

中川重徳、棚村政行：『同性パートナーシップ制度 世界の動向・日本の自治体における導入の実際と展望』、p150, p221-224、日本加除出版株式会社(2016)。

「LGBT 意識行動調査 2019」

[https://www.daiko.co.jp/dwp/wp-content/uploads/2019/11/191126\\_Release.pdf](https://www.daiko.co.jp/dwp/wp-content/uploads/2019/11/191126_Release.pdf)

（最終閲覧日 2021年10月29日）

「京都市パートナーシップ宣誓制度について」

<https://www.city.kyoto.lg.jp/bunshi/page/0000272204.html>（最終閲覧日 2021年10月29日）

「京都市パートナーシップ宣誓制度の手引き」

<https://www.city.kyoto.lg.jp/bunshi/cmsfiles/contents/0000272/272204/tebiki.pdf>（最終閲覧日 2021年10月29日）

「京都市パートナーシップの宣誓の取扱いに関する要綱」

<https://www.city.kyoto.lg.jp/bunshi/cmsfiles/contents/0000272/272204/yoko.pdf>（最終閲覧日 2021年10月29日）

「渋谷区・認定NPO法人虹色ダイバーシティ 全国パートナーシップ制度共同調査」

<https://nijibridge.jp/data/>（最終閲覧日 2021年10月29日）

# 「一票の重み」と知識は投票参加を促すのか

- サーベイ実験を通じた実証的検証 -

京都府立大学 2 回生 秦ゼミ

○日高 悠翔 (Yuto Hidaka)・物部 壺成 (Issei Monobe)・

國澤 健介 (Kensuke Kunizawa)・中山 太智 (Taichi Nakayama)

(京都府立大学公共政策学部 公共政策学科・福祉社会学科)

キーワード：サーベイ実験，投票参加，政治的有効性感覚

## 1. はじめに

### 1.1 問題意識

本稿は、政治的有効性感覚（以下、有効性感覚）と政治的知識が、投票参加に対して与える影響について、サーベイ実験を通じて明らかにする。近年、日本の若年層の投票率が低下しており、民主主義の崩壊が危惧されている。こうした状況に対して、有効性感覚と政治的知識が重要だと指摘されている。ただし、こうした有効性感覚や政治的知識が投票参加に、実際にどのような影響を及ぼしているのかは必ずしも明確ではない。理論的に考えれば、有効性感覚や政治的知識量に比例して、投票参加は促進されるはずである。

### 1.2 リサーチクエスチョン

以上を踏まえて本稿では、「有効性感覚と政治的知識は投票参加を促すのか」とのリサーチクエスチョンについて、有効性感覚と政治的知識の情報を有権者に提供することで、投票参加への意欲の変化を検証する。これらの要因が投票参加に与える影響を研究することは、投票率向上に直接的に働きかけるという点で実用的である。また、サーベイ実験を用いることで、より厳密なエビデンスを得ることができる（秦・Song, 2020）。

本稿は以下の意義を有する。それは、投票参加を高める要因を明らかにすることで、有権者の政治的関心を引き上げ、よりよい民主主義につながる。なお、本稿は主に以下の手順で進める。次節では、リサーチクエスチョンに対する先行研究の答えを整理し、その不足点を検討する。次に本稿が主張する有効性感覚・政治的知識と投票参加のメカニズムを説明し、仮説を導出する。その後、本稿の実験デザインについて説明した上で、サーベイ実験の結果を報告して仮説の妥当性を検証する。最後に、分析結果を踏まえて結論を述べる。

## 2. 先行研究

有権者の投票参加のメカニズムについてはこれまで様々な実証研究が進められてきた。まず、有効性感覚については教育水準や政治参加に相関があるとの報告がある（金，2014）。また、政治的知識と政治的関心は相関関係にある（山崎，2012）。

以上の研究は、投票参加と有効性感覚や政治的

知識の因果関係を明らかにしておらず、相関関係を示すにとどまっている。それに対して、本稿では、有効性感覚や政治的知識の付与が投票参加に与える因果効果について明らかにする。

## 3. 仮説

以下では本稿の仮説について検討していく。先に、この2つの概念について説明する。まず有効性感覚とは、市民が政治領域に影響力を行使しているか否かを示す感覚である。民主主義の基盤が市民の意思によって築かれているものだと考えるならば、有効性感覚とは、市民が民主主義を実感しているかに関わる概念だと説明できる。次に政治的知識は、市民の政治分野に関する知識と定義でき、山崎(2012)によれば、政治的知識は政治的関心を規定しているという。すなわち、有効性感覚や政治的知識は民主主義という政治形態における、有権者の政治参加に強く影響を与える概念であると言える。

上記より、有効性感覚と政治的知識が有権者の政治参加に関わるものであることが明らかになった。そこで、これらの情報を有権者に提供することで、政治的関心を高めることができ、結果的に投票参加を促しうる、というのが本稿の仮説である。

## 4. 実験デザイン

### 4.1 実験日時・対象

このサーベイ実験は、2021 年衆議院議員総選挙前の 2021 年 10 月 14 日から 15 日にかけて、調査補助フォーム Qualtrics を利用して、性別の割付を行い、Yahoo!クラウドソーシングサービスに登録していた 1541 名（有効回答）から得たデータを使用した。本研究の目的は、有効性感覚と政治的知識が投票参加に与える影響を、実証することである。回答者を無作為に、統制群（リード文のみ）、知識のみを付与した群（知識付与群）、有効性のみを付与した群（有効性付与群）、知識と有効性を共に付与した群（並行付与群）の 4 つの実験群に割り当てた。

### 4.2 実験方法

回答者には 4 種類の実験群のうち、ランダムに

どれか1問が表示される仕組みになっている。知識付与群では、知識のみを与える文章を、有効性付与群では有効性感覚のみを与える文章を、並行付与群では、知識付与群と有効性付与群の文章を併記して、呈示した。

表 1. 実験群ごとに呈示した内容

|                                                                      |                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>昨年、新型コロナウイルス感染症の世界的流行による経済不況を受けて、経済的支援として、国から国民に10万円が給付されました。</p> |                                                                                                                                                                                     |
| 【知識付与群】                                                              | この政策ができた背景として、立憲民主党をはじめとする野党や、公明党は、当初、自民党が検討していた「お肉券」などの用途を限定した給付に疑問を呈し、より国民生活を直接的に下支えする現行案を提案していました。                                                                               |
| 【有効性付与群】                                                             | この政策ができた背景として、給付の議論が始まった2020年3月頃から、実は、SNS上では、国民への給付を求める政府への声が多く見られました。そうした国民の声を受けて、現行案になりました。                                                                                       |
| 【並行付与群】                                                              | この政策ができた背景として、給付の議論が始まった2020年3月頃から、実は、SNS上では、国民への給付を求める政府への声が多く見られました。また、立憲民主党をはじめとする野党や、公明党は、当初、自民党が検討していた「お肉券」などの用途を限定した給付に疑問を呈し、より国民生活を直接的に下支えする案を提案していました。そのような声を受けて、現行案になりました。 |

被験者に、表1の実験内容を呈示した後、表2のように4点尺度で投票意欲、デモ参加、街頭演説、政治興味のそれぞれについて尋ね、被験者の政治参加への意欲を測定した。ただし、1から4の尺度は逆転させ、“5. 答えたくない”の回答は欠損値として処理した。

表 2. 政治参加に関する質問文

|                                                                                                                  |                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| <p>先ほど見た内容のように、国が行うさまざまな政策は、私たちの生活に大きな影響を与えます。<br/>そこで、以下に示すような政治との向き合い方に関して、あなた自身のお気持ちに最も近い選択肢を1つずつお選びください。</p> |                                |
| 【投票意欲】                                                                                                           | ・今回の選挙で、投票に行こうと思う。             |
| 【デモ参加】                                                                                                           | ・デモや署名などで、国民の声を上げることは重要だと思う。   |
| 【街頭演説】                                                                                                           | ・政治家の街頭演説に耳を傾けようと思う。           |
| 【政治興味】                                                                                                           | ・多くの人は、政治についてもっと興味を持った方が良いと思う。 |
| <p>1. そう思う 2. ややそう思う 3. あまりそうは思わない<br/>4. そうは思わない 5. 答えたくない</p>                                                  |                                |

#### 4.3 実験結果

それぞれの実験群に割り当てられたのは、統制群が386名、知識付与群が384名、有効性付与群が359名、並行付与群が412名の合計1541名であった。実験呈示が、政治参加への意欲に与える因果効果を検証するため、統制群を基準にして、政治参加の手段ごとに単回帰分析を行った。

図1は、単回帰分析の結果を示したものである。図1中の太い線は90%信頼区間を、細い線は95%信頼区間を、中央の点は点推定値を示している。図の見方を説明すると、x軸上の0の点

線を信頼区間が跨いでいなければ、その変数は統計的に有意であることを意味する。

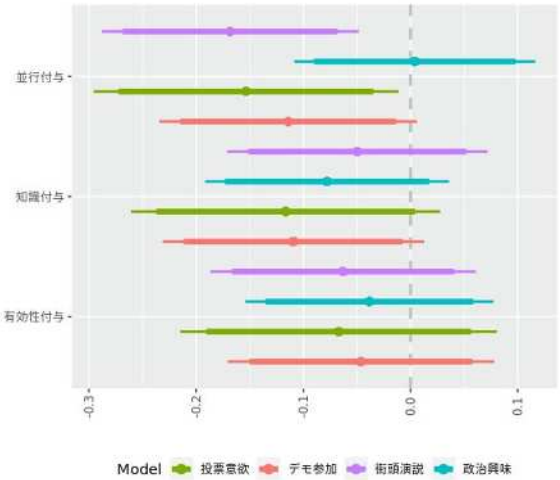


図 1. 単回帰分析の結果

まず、知識付与群では、統制群と比べて、デモ参加について10%水準で負に有意であった( $p = .079$ )。つまり、デモ参加への意欲を減少させる傾向がある。ただし、投票意欲、街頭演説、政治興味では統計的に有意な差は見られなかった。また、有効性付与群でも、全ての処置群で統計的に有意な差は見られなかった。ところが、並行付与群では、異なる傾向が見られた。具体的には、投票意欲、街頭演説について、5%水準で、デモ参加については10%水準( $p = .063$ )で負に統計的に有意であった。ただし、政治興味では統計的に有意な差はなかった。

#### 5. 結論と含意

結果から、有効性感覚と政治的知識のいずれか、または双方を付与しても、投票参加をはじめとした政治参加への意欲は促されないことが明らかになった。むしろ、並行付与群では街頭演説・投票意欲を有意に減少させたことから「逆効果」とまで言え、仮説は棄却された。

以上の知見は、政治的知識を身につけ、一票の重みを強調する主権者教育は、一見正しく見えるが、そうではないことを示している。今回の実験では有効性感覚や政治的知識を強制的に与えた。現在の主権者教育は学生にとって受け身となりがちである。したがって、学生の自発的な学びを促すことこそが重要であると言える。

#### 参考文献

- 秦正樹・Song Jaehyun, 2020, 「オンライン・サーベイ実験の方法:実践編」『理論と方法』, 35(1):110-127.
- 金兌希, 2014, 「日本における政治の有効性感覚指標の再検討:指標の妥当性と政治参加への影響力との観点から」『法学政治学論究』, 100, 121-154.
- 山崎新, 2012, 「政治知識と政治関心の関係」『早稲田政治公法研究』, 100:25-34.



# 政令指定都市におけるオープンデータの推進

同志社大学政策学部真山ゼミ

○青木悟 (Satoru Aoki)・勝部育 (Iku Katsube)・田口莉帆 (Riho Taguchi)・平川晴臣 (Haruomi Hirakawa)・福井優里 (Yuri Fukui)・山越奈美 (Nami Yamagoshi)  
(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード:オープンデータ、政令指定都市、ポータルサイト

## 1. オープンデータの現状

近年、世界的にオープンデータの活用に関する取り組みが盛んに行われており、日本でも取り組みを進めている自治体が増加傾向にある。しかし、世界的に見ると日本より進んでいる国は少なくはない(高木 2013)。

オープンデータとは、林(2014)によると、政府が保有する公共性の高い機械判読可能な公共データで、企業や個人が自由に編集・加工、再配布などができ、かつオープンライセンスで提供されるデータと定義される。また、Open Knowledge Foundation (URL 1)は、あらゆる目的で誰でも自由に使用、変更、共有することができるデータであると定義している。二つの定義は、「誰もが自由に使えるデータ」という点で共通している。

## 2. オープンデータの目的

IT 総合戦略本部が策定した「電子行政オープンデータ戦略」によると、オープンデータの目的は三つである(URL 2)。一つ目は、「透明性の向上」である。公共データが公開されることで、政府と住民との間で情報の非対称性が小さくなり、行政の透明性が向上する。また、政府の活動に対する住民の適切な評価につながる。二つ目は、「官民協働の推進」である。透明性が向上すると、市民が情報を得られ、官民協働の推進が期待できる。近年、人口減少や技術革新などの様々な課題に政府だけで対応することは困難になっており、官民協働の推進が求められている(庄司 2014)。三つ目は、「経済効果」である。オープンデータ推進による生産性向上や新産業の創出による経済効果は官民合わせて 6.4 兆円とされる(田中・高木 2015)。

## 3. 調査の概要

上述のオープンデータ活用の三つの効果を生み出すために、自治体には「市民に活用され、便利で有益なオープンデータサイト」を整備することが求められる。具体的には、アクセスしやすく、必要なデータが効率的に入手できるなど、様々な要素を考える必要がある。ただし、今回の調査では、アクセス数を中心に調査した。そもそも、サイトを見られることがなければ市民に活用される

ことがなく、便利で有益であることも測ることができないからである。

そこで、アクセス数が多いオープンデータサイトにはどのような特徴があるのかを探るため、独自で作成した評価基準やランキングなどを用いて調査した。

## 4. 方法

2021 年 8 月中旬から 9 月中旬の間で、全国 20 の政令指定都市のオープンデータサイトについて調査した。調査項目は以下の四つである。

### (1) クリック数

使いやすさを客観的な数値に置き換える手段として、6 人を被調査者とし、Google にて「〇〇市オープンデータ」と検索しての結果から、それぞれの自治体の「2020 年 4 月の推計人口」が確認できるまでの平均クリック数を調査した。なお、「2020 年 4 月の推計人口」がオープンデータサイトに確認できず、市の HP 上等に確認できた自治体が 5 つあった。

### (2) データ数

オープンデータとして公開されているデータの数を調査した。「データセット」として数を確認することができた自治体は 12、できなかった自治体は 7、不明であった自治体は 1 であった。

### (3) 推奨データセット数

「推奨データセット」数とは、「オープンデータの公開とその利活用を促進することを目的とし、政府として公開を推奨するデータと、公開するデータの作成にあたり準拠すべきルールやフォーマット等を取りまとめたもの」として内閣官房情報通信技術(IT)総合戦略室がまとめたものである(URL 3)。この数は「地方公共団体へのオープンデータの取組に関するアンケート結果」(URL 4)を参照した。

### (4) アクセス数

全政令指定都市にメールおよび電話にて問い合わせ、2020 年 4 月から 2021 年 7 月にかけてのオープンデータのトップページのページビュー数を調査した。なお、返答が得られなかった自治体は 4 つあり、サイトの改修等の事情で旧データの



クセス数を含む自治体が2つあった。アクセス数は16ヶ月分の平均である。

## 5. 結果

クリック数、データ数、アクセス数で比較可能だったのは20都市のうち7都市であった(表1)。

表1 調査結果

|     | クリック数   | データ数    | 推奨データ   | 得点      | アクセス数 |
|-----|---------|---------|---------|---------|-------|
| 札幌  | 6.50    | 227     | 12      | 16      | 4541  |
| 京都  | 13.33   | 542     | 0       | 10      | 2351  |
| 大阪  | 15.00   | 240     | 15      | 14      | 1328  |
| 神戸  | 5.50    | 100     | 2       | 13      | 1269  |
| 岡山  | 21.33   | 82      | 12      | 9       | 192   |
| 北九州 | 6.67    | 605     | 1       | 14      | 2770  |
| 熊本  | 10.00   | 26      | 5       | 9       | 389   |
| 相関  | -0.5628 | 0.53445 | 0.61908 | 0.76011 |       |

これらの都市でそれぞれの項目ごとに順位付けをして、1位から順番に7~1点を与えていった。例えば、神戸市はデータ数が5番目に多いので3点となる。表1のように、アクセス数と得点の相関を調べると相関係数は0.76011であり強い相関がある。このことから、オープンデータサイトのアクセス数を大きくするには、クリック数を少なくし、データ数、推奨データセット数を大きくすればよいことがわかった<sup>1</sup>。なお、推奨データセット数は厳格な基準があり、類似している内容のデータでもカウントされないことがある。その類似しているデータで相関を見たところ、0.772982と少し高くなる。

さらに、調査をする過程で三つの発見があった。一つ目は、ポータルサイトを設置した方が良いということである。ポータルサイトは操作がしやすく、閲覧ランキングや活用事例など様々な情報が掲載されており、年齢や能力を超えて様々な人が親しみやすいものである。二つ目は、古いデータが公開されていることである。例えば、静岡市は人口のデータを2017年11月から更新していなかった。三つ目は、データの量だけでなく、データの種類の重要ということである。京都市では「石の道しるべ」を地図上に表示する「いしぶみアプリ」が開発された。これは「いしぶみリスト」という京都市特有なオープンデータをもとに作成されている。これは多様な種類のデータがオープンデータの創造的な活用につながることを示唆している。

## 6. 政策提言

今回の調査は、自治体におけるオープンデータ活用への取り組みを検討するための予備的調査という性格があり、不十分な点があることは否めない。とはいえ、以上の調査から「市民に活用され、

便利で有益なオープンデータサイト」をつくるために少なくとも三点が指摘できる。一点目は、まず初めにポータルサイトを準備することである。二点目は、ポータルサイト内のデータを充実させることである。具体的にはデータ数・推奨データ数・データの種類を増やしていくことである。三点目は、サイトの整備をすることである。例えば、クリック数を減らすためにはポータルサイト内の検索機能を強化することなどが考えられる。こうした取り組みに加え、データの更新をし続けることは大前提となるのは言うまでもない。

### 〈参考文献〉

- ・ 庄司昌彦(2014)「オープンデータの定義・目的・最新の課題」『智場』(119) pp. 4-15
- ・ 高木聡一郎(2013)「欧州におけるオープンデータ政策の最新動向」『情報管理』Vol. 55, No. 10, pp. 746-753
- ・ 田中秀幸・高木聡一郎(2015)「インフラとしてのオープンデーター政府・自治体保有データのオープン化が日本経済に及ぼす影響ー」『フィナンシャル・レビュー』平成27年第4号(通巻124号)
- ・ 林雅之(2014)「オープンデータを理解するための10のポイント」『智場』(119) pp. 125-134

### 〈参考URL: いずれも最終閲覧日2021年10月10日〉

1. Open Knowledge Foundation「The Open Definition」  
<http://opendefinition.org>
2. IT総合戦略本部(2012)「電子行政オープンデータ戦略」  
[http://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/pdf/120704\\_siryoku2.pdf](http://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/pdf/120704_siryoku2.pdf)
3. 政府CIOポータル(2021)「推奨データセットについて」  
<https://cio.go.jp/policy-opendata>
4. 政府CIOポータル(2021)「地方公共団体へのオープンデータ取り組みに関する回答一覧」  
<https://cio.go.jp/policy-opendata>
5. 全国20政令指定都市ポータルサイト・HP

<sup>1</sup> それぞれの項目とアクセス数を重回帰分析した結果、重相関Rは0.871605と相関が認められた。一方で、有意Fは0.18488と基準となる0.05より高い数字となった。これはサンプル数が7と少ないことが原因と考えられる。より多くのサンプルを比較することが今後の課題となる。

# 「親ガチャ」意識がなくなる社会の実現に向けて

- 親の子への進路期待の要因分析から -

藤野ゼミ B チーム

○辻村 万智 (Tsujimura Machi)・叶 子青 (You Shisei)

・田中 遼哉 (Tanaka Ryoya)・谷口 健斗 (Taniguchi Kento)

・石井 航斗 (Ishii Koto)・上田 航也 (Ueda Koya)

(京都産業大学 現代社会学部 現代社会学科)

キーワード：教育格差、教育期待、ジェンダバイアス

## 1. 研究目的

SNS 上で「親ガチャ」という言葉が流行りはじめた。どんな親の元に生まれるかで子の人生が決まってしまうことを、カプセル入り玩具が出る「ガチャガチャ」になぞらえた言葉である。どんな親の元に生まれてきたかで、子の受験、通塾などの習い事、留学等の選択が変わってしまうということである。子は「親の教育期待(親の考えや思い)」を内面化しながら育つ。そこで、親の期待を自分の目標にしたり、かなわないものと感じ取ったりするだろう。その結果、ロバート・マートンの述べた「自己成就的予言」のように親の期待がそのまま実現される可能性が高い。もちろん子が親の期待と異なる意識を持つ場合もあるが、日本では子の意思決定は親の期待が決定要因であるとされている(宮寺 2006)。中澤(2015)では、1割の普通科の進路多様校での母子の進学希望の不一致が高いが一般的に母子間での一致は高いとする。

つまり、子の能力、個性等に関わらず、親の期待が子の進路選択等に影響を与えるということであり、社会全体でみた場合、教育格差の固定化にもつながる可能性がある。

本研究では、特に親の学歴や居住地等に注目しながら、親の子への期待はどのような要因によって形成されるのかを調査することで、いわゆる「親ガチャ」の影響力を考察する。そこから、どのようにすれば、親ガチャ問題を我々が回避することができるのか、政策的思案を述べる。

## 2. 研究方法

東京大学社会科学研究所附属社会調査・データアーカイブ研究センターSSJ データアーカイブから提供を受けたベネッセ総合研究所 2012 年の「学校教育に対する保護者の意識調査 2012」のデータを分析する。この研究は小学校及び中学校の保護者を対象とした、学校教育に関する意識調査である。調査対象者の中でも中学 2 年生を持つ保護者に注目し、全国 6831 名のデータを用いて、同じ説明変数を用いた 3 つのモデルを推計する。

1 つ目は、親の子への進路期待の要因分析である。親が希望する子どもの進学先を中・高卒まで、専門・短大、大学・大学院の 3 つに分類する。順

序尺度のため順序回帰分析を行う。

2 つ目は親の子への留学期待の要因分析である。親の留学希望に関しては、希望する、希望しないの 2 択であるため、これはロジスティック回帰分析を行う。

3 つ目は親の子への通塾(進学塾)選択の要因分析である。通塾させているか否かは 2 択であるため、ロジスティック回帰分析となる。

## 3. 研究結果

### 3-1. 親の子に対する進路期待の要因分析

表 1 から、関東地域に住んでいる親が子に高い進学先を希望しており、性別では、男子を持つ親の方が高い希望を持っている。さらに父親、母親のいずれかが高学歴である場合、子に高い進学先を希望する傾向がある。「子の学校での成績」も親の期待値を上昇させる要因のように思えるが、すでに親の期待が反映された変数である可能性がある。つまり子の成績が良いから親の期待が上がったのではなく、すでに期待されているから、成績が良い可能性もあり、解釈に注意が必要である。

表 1 地域・親が希望する進学先に与える影響(順序回帰分析)

| 説明変数                        | 係数      | 説明変数               | 係数       |
|-----------------------------|---------|--------------------|----------|
| 子どもの性別(基準=女)                | 0.641** | 出生順位               | -1.82    |
| 地域(基準=中国、九州、沖縄)             |         | 学校での成績             | 0.736**  |
| 北海道・東北                      | 0.093   | 父親年齢               | 0.007    |
| 関東                          | 0.778** | 母親年齢               | 0.051*   |
| 東海・関西                       | 0.339   | 同居人数               | -0.162** |
| 父親高学歴(基準=父親低学歴)             | 1.239** | 母親正社員(基準=正社員)      | 0.149    |
| 母親高学歴(基準=母親低学歴)             | 0.939** |                    | 0.352    |
| 父親高学歴×母親高学歴(基準=父親低学歴×母親低学歴) | -0.23   | 修正済みR <sup>2</sup> | 0.412    |
|                             |         |                    | 0.225    |

\*: p<0.05, \*\*: p<0.01, \*\*\*: p<0.001

### 3-2. 親の子への留学期待の要因分析

表 2 から、関東地域に居住していることや母が正社員、母が高学歴であれば子への留学期待があることがわかる。また子供の成績がよければ留学を期待するが、これは同様に親がすでに期待していることが関連している可能性がある。また出生順位が高く、兄弟姉妹数が多いと期待が薄くなる。

表2 親が子どもの留学希望（二項ロジスティクス分析）

| 説明変数            | B      | 有意確率 | オッズ比  |
|-----------------|--------|------|-------|
| 子どもの性別（基準＝女）    | 0.181  |      | 1.199 |
| 地域（基準＝中国、九州、沖縄） |        |      |       |
| 北海道・東北          | -0.561 |      | 0.57  |
| 関東              | -0.423 | **   | 1.526 |
| 東海・関西           | -0.15  |      | 0.861 |
| 父親高学歴（基準＝父親低学歴） | 0.345  |      | 1.412 |
| 母親高学歴（基準＝母親低学歴） | 0.325  | *    | 1.384 |
| 父親高学歴×母親高学歴     | 0.059  |      | 1.06  |
| 出生順位            | -0.255 | **   | 0.775 |
| 学校での成績          | 0.118  | **   | 1.125 |
| 父親年齢            | 0.018  |      | 1.018 |
| 母親年齢            | -0.002 |      | 0.998 |
| 母親正社員（基準＝正社員）   | 0.318  | **   | 1.375 |
| 同居人数            | -0.082 |      | 0.922 |
| 定数              | -1.907 | **   | 0.149 |

\*: p&lt;0.05, \*\*: p&lt;0.01, \*\*\*: p&lt;0.001

## 3-3. 親の子への通塾選択の要因分析

表3から、進学先と同様に関東地域に居住していれば、親の子への通塾の確率が高くなる。親の学歴は関連せず、子の学校での成績が良いことが通塾選択の重要な要素である。さらに兄弟姉妹数が多いと通塾への投資の確率が低くなる。さらに女子より男子の方が通塾選択されており、性別により、親の教育投資に差異がある。

表3 子どもが通塾している（二項ロジスティクス分析）

| 説明変数                            | B      | 有意確率 | オッズ比  |
|---------------------------------|--------|------|-------|
| 子どもの性別（基準＝女）                    | 0.243  | *    | 1.275 |
| 地域（基準＝中国、九州、沖縄）                 |        |      |       |
| 北海道・東北                          | -0.176 |      | 0.839 |
| 関東                              | 0.412  | **   | 1.51  |
| 東海・関西                           | 0.092  |      | 1.096 |
| 父親高学歴（基準＝父親低学歴）                 | 0.118  |      | 1.125 |
| 母親高学歴（基準＝母親低学歴）                 | 0.048  |      | 1.049 |
| 父親高学歴×母親高学歴<br>（基準＝父親低学歴×母親低学歴） | 0.094  |      | 1.098 |
| 出生順位                            | -0.196 | **   | 0.822 |
| 学校での成績                          | 0.302  | ***  | 1.352 |
| 父親年齢                            | -0.002 |      | 0.998 |
| 母親年齢                            | 0.021  |      | 1.021 |
| 母親正社員（基準＝正社員）                   | -0.089 |      | 0.915 |
| 同居人数                            | -0.122 | *    | 0.885 |
| 定数                              | -1.899 | **   | 0.15  |

\*: p&lt;0.05, \*\*: p&lt;0.01, \*\*\*: p&lt;0.001

## 4. 考察

これら分析結果から次の点がわかった。

①親の子の進学期待は、子の学力も関係するようであるが、親の学歴、居住地域が影響している。親が、高学歴であれば、経済力が高くなるとともに、自分自身の経験から自分と同様の進学ルートを歩ませたいとするため期待が強くなると思われる。関東など大学の多い地域に居住している場合には、教育に関連するサービス、情報が集積しており、親の子の進学への希望が高まると考えられる。

## ②親の子の留学期待

関東地域に居住していることは子への留学期待を高める重要な要因であるとともに母親が高学歴、正社員キャリアを持っていることが留学期待を高める。また兄弟姉妹数が多ければ期待が薄くなる。家庭の経済的なものに関係していると考えられる。

## ③通塾選択

学力が重要な要因のようであるが、関東地域であることや男子であること、兄弟数が少ないことが通塾選択を高める。

## 5. 政策提言

以上のことから、とりわけ親の期待を受けなかった子が、親ガチャによるものとあきらめてしまったり、自分の人生を悔やんだりしないために3つの政策を提案する。

1 つ目は、子自身が、自らの人生を自己決定できるような環境を作ることである。

具体的には親の進学期待に関わらず平等に「大学」など高等教育等の情報にアクセスできる機会を設けることである。

そのために例えば、どんな地域においても義務教育の小・中学生の頃から大学や留学の情報にアクセス出来る機会を設けることが考えられる。大学授業体験を校外学習の中で行ったり、大学生に勉強を教えてもらったりする場を創設するなども考えられる。

2 つ目は、親の期待を変更しうる環境を作ることである。具体的には大学進学する利点を認知するために子が中学校に所属している段階で高校入学から就職先までのビジョンを掴むために進学相談教室を設置する。

また、親の期待を変える地域の取り組みとして企業や大学などと容易に交流する場を作り、今後の社会が必要とする人材像などの情報に親がアクセスする機会を作ることである。また高校等では、経済的な支援のきめ細かな情報を提供することである。

3 つ目は、社会全体が親の期待とは異なる選択や親が期待を変更した場合、子の進学や留学、通塾のかなう環境を作ることである。文部科学省の平成30年のデータによると、現在の日本では学費が国立243万、私立400万で47.5%の学生が奨学金を受給しているが給付型奨学金が受け取れている学生は少数である。そのため、私たちは学費を安くする、給付型奨学金の受給要件を低くする必要があると考え。経済的な問題で進学できない世帯を支援するために、学費を減免することを最終目的だが、まずは給付型奨学金を貰える条件を低くするなど社会が子自身の自己決定による希望を受け入れる体制をつくる必要がある。

## 参考文献

- (1) 中澤渉「進学希望意識はどこで育まれるのか」中澤渉・藤原翔編『格差社会の中の高校生』勁草書房, p. 99－114 (2015)
- (2) 宮寺晃夫『教育の分配論——公正な能力開発とは何か』勁草書房 (2006)

