

口頭発表

【分科会 9】

高齢者に対する高額医療と 2025 年問題

福知山公立大学 地域経営学部 医療福祉経営学科 2 年 岡本ゼミ

高橋 美咲 (Takahashi Misaki) ・ ○佐々木 映彰 (Sasaki Teruaki) ・

坂下 杏月 (Sakashita Azuki) ・ 松本 大生 (Matsumoto Daisei)

(福知山公立大学地域経営学部医療福祉経営学科)

キーワード：高齢者医療、医療費

1. 研究意義・目的

今日の日本では、2025 年までに団塊の世代が 75 歳以上の後期高齢者となるタイミングの前後で引き起こされる「2025 年問題」について多くの対策が考えられている。その中でも私たちは医療費、社会保障費の増大について問題視した。

先行研究においても都道府県や市町村ごとに医療費には格差があり、例として後期高齢者の医療費の地域特性について調査した先行研究がある。この調査は熊本県後期高齢者医療広域連合が提供した平成 24 年度 5 月分の診療報酬データ 425, 109 件及び公表された統計に基づき分析を行っており、その地域特性や効果的な医療政策の在り方について考察することを目的としている。これによると、市町村ごとの診療費には明らかに地域差が見られるものの、疾病や生活習慣病など医学的要因だけで説明できない社会経済的要因が存在していることがわかった。また、高齢化率と医療費増加の関係性について、市町村人口の後期高齢者比率と後期高齢者診療費の間に明確な相関は見られず、地域性の発生要因については、社会経済的要因や地理的要因の影響が大きいことが疑われることから上野 (2014) は医療制度の政策分析には、公衆衛生学的なレセプト分析と地域レベルの社会調査の知見を組み合わせることが不可欠であることが分かっている。

そこで本研究では病棟データウェアハウス (病棟 DWH) や地域医療情報システム (JMAP) で統計データを集め、そのデータを分析することで高齢者の医療費の負担の増加について、2025 年問題を交えながら中丹医療圏 (福知山市・綾部市・舞鶴市) に注目して状況を明らかにし、課題、対策を提言していく。

2. 中丹医療圏の医療資源の整理

人口 10 万人当たりの人員数でみると、2020 年の中丹医療圏の病床数は全国平均・京都府と比較しても多くある一方、医師数は全国平均・京都府と比較して大きく下回っていることが分かる。また、病院数は全国平均・京都府と比較して上回っている一方、一般診療所の数が全国平均・京都府と比べて下回っていることが分かる。

(表 1) 人口 10 万人当たり人員数 (2020)

	中丹医療圏	京都府	全国平均
一般病床	879.31	865.06	697.23
医師数	216.01	272.99	244.11
病院数	8.13	6.21	6.47
一般診療所	65.57	82.94	68.94

(出典) 地域医療情報システム (日本医師会：JMAP)

今後の中丹医療圏の医療の需要予想だが、全国平均を下回り続ける予測がされている。以下の式は、対象の範囲の年齢の人口に、2015 年を基準にした今後増えると考えられる割合を掛けたものとしている。

・各年の医療需要量

$$= \sim 14 \text{ 歳} \times 0.6 + 15 \sim 39 \text{ 歳} \times 0.4 + 40 \sim 64 \text{ 歳} \times 1.0 + 65 \sim 74 \text{ 歳} \times 2.3 + 75 \text{ 歳} \sim \times 3.9$$



(図 1) 医療需要予測指数 (2015 年実績 = 100)

(出典) 地域医療情報システム (日本医師会：JMAP)

これらから考えられることは、今後、医療の需要が減る点と、一般病床が全国平均と比べて多い点から、病床数を減らし、訪問医療に力を入れることで後述する「かかりつけ医」のことを踏まえて、医療費の削減につながるのではないのかと考える。

3. 医療費の削減において私たちができること

(1) かかりつけ医の意義

全国の人口 1 人当たりの国民医療費は 343.2 千円に対し、京都府の人口 1 人当たりの国民医療費は 357.9 千円であり、大きく上回っている。医療

費の負担を減らすポイントとして、まず、かかりつけ医を持つことが挙げられる。特定機能病院や、地域医療支援病院に紹介状無しで行く場合、選定療養費として5,000円以上とすることが義務化されている。定額負担の義務化は、原則1〜3割の窓口負担とは別に、初診で5,000円以上、再診で2,500円以上を徴収する。さらに、2020年11月19日、厚生労働省は、患者が紹介状無しで病院を受診する際の定額負担について、初診の場合、現在より2,000円以上増やして7,000円以上とする案を社会保障審議会の医療保険部会に示した。紹介状無しの定額負担に関し、現在は200床以上の「特定機能病院」や「地域医療支援病院」の計666病院で5,000円を徴収している。大病院と地域の診療所の役割分担を進めるため、これ以外の200床以上の一般病床のうち、高額な医療機器を使う機関などにも対象を広げる。そこで、かかりつけ医を持つことで、初診で大きな病院にかかることなく、上記にある選定療養費の負担を削減することができる。さらに、最も身近で頼りになる医師を持つことができるため、医療費の負担の削減にもつながる。

(2) 中丹医療圏の地域医療支援病院

中丹医療圏には、舞鶴市に2軒の地域医療支援病院があり、来年度からは、福知山市の病院も1軒年定認定される予定だ。舞鶴市にある2軒の地域医療支援病院の紹介率を調べる。独立行政法人国立病院機構舞鶴医療センターの紹介は91.4%、逆紹介率は69.6%である。一方、もう一つの地域医療支援病院である舞鶴共済病院の紹介率は67.4%、逆紹介率は66.6%である。これは医師法に定められた紹介率が65%を超え、かつ、逆紹介率が40%を超えるもの基準を満たしているものの、全国平均の紹介率の72%を下回っていることがわかる。舞鶴市には地域医療支援病院を含め、4軒の一般病棟、49軒の診療所がある。

(3) セルフメディケーションの推進

医療費の負担の抑制に関して私たちが出来ることの1つには私たちが健康であることも含まれる。セルフメディケーションとして薬局やドラッグストアなどで買える一般用医薬品を上手く利用し、自己の健康を管理して通院を減らすことが重要である。また、セルフメディケーション推進のためにセルフメディケーション税制が導入されており、健康の維持増進及び疾病の予防への取組として一定の取組を行う個人がスイッチOTC医薬品（要指導医薬品及び一般用医薬品のうち、医療用から転用された医薬品）を購入した際に、その購入費用について所得控除を受けることができることになっている。

4. 考察

地域の診療所と連携してかかりつけ医を持つこ

とを推奨し、紹介率を上げていくことで、地域医療の連携と、患者の医療費負担の削減につながる。これは来年度から地域医療支援病院に認定される可能性の病院がある福知山市にも言えることである。日本医師会の出している、かかりつけ医を持つことを推奨するポスターの掲示や、病院からの呼びかけを積極的に行うことで、かかりつけ医を持つ市民が増えていくと考えられる。

また、日ごろからの体調、健康管理を行うことやセルフメディケーションを行うことで通院を減らすことも医療費負担の削減につながる。セルフメディケーションを推進するために、セルフメディケーション税制を広めることや税制対象商品を示すセルフメディケーション識別マークの普及が必要であると考えられる。

・ 参考文献

- ・ 2025年問題が医療に与える影響と病院に必要となる対策（2019/6/6）
<https://carnas.njc.co.jp/column/crisis-increasing-elderly-population-2025/>
- ・ 2025年問題とは？企業として取り組むべき介護と仕事両立支援
<https://www.reloclub.jp/relotimes/article/18486>
- ・ 地域医療情報システム
https://jmap.jp/cities/detail/medical_area/2602
- ・ 厚生労働省、2021、「セルフメディケーション税制（特定の医薬品購入額の所得控除制度）について」。
- ・ 上野真也、2014、「後期高齢者医療費の地域特性」、『熊本大学政策研究』第5巻、3-21

若年層における特殊詐欺被害への対策

地域金融グループ

○則包 庸介 (Norikane Yosuke) ・ 東 頼我 (Azuma Raiga) ・ 大賀 龍太郎 (Oga Ryutaro) ・ 西 伶晟 (Nishi Reiji)

(京都産業大学経済学部経済学科)

キーワード：特殊詐欺、脆弱性、自信過剰

1. はじめに

2003 年頃から「オレオレ詐欺」をはじめ高齢者の特殊詐欺被害の発生が目立ち始めた(平成 29 年警察白書より)中で、最近若年層(30 歳未満)の特殊詐欺被害のニュースを多く目にするようになってきた。本稿では、若者が受ける特殊詐欺被害を防止する為の対策について考える。

1.1 特殊詐欺とは

京都府警察によれば、特殊詐欺とは「電話をかけるなどして対面することなく信頼させ、指定した預貯金口座への振り込みその他の方法により、不特定多数の者から現金を騙し取る犯罪」のことである。特殊詐欺には様々な種類があるが、図 1 (警察庁より) から分かるように、30 歳未満が被害に遭いやすいのは、融資保証金詐欺・ギャンブル詐欺・架空料金請求詐欺であるため、本稿ではこの 3 つの詐欺に注目する。

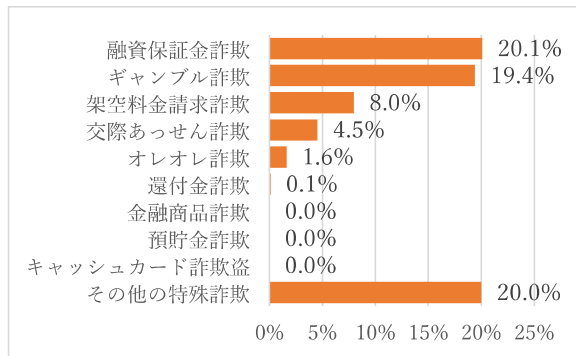


図 1 30 歳未満が被害に遭う特殊詐欺の割合 (令和 2 年)

- ① 融資保証金詐欺…実際には融資しないにも関わらず、融資を申し込んできた者に対し、保証金等の名目で金銭等を騙し取るものをいう。
- ② ギャンブル詐欺…不特定多数の者が購読する雑誌に「パチンコ打ち子募集」等と掲載したり、不特定多数の者に対して同内容のメールを送信したりするなどし、これに応じて会員登録等を申し込んできた被害者に対して、

パチンコ攻略法等の虚偽の情報を提供するなどした上で、金銭等を騙し取るものをいう。

- ③ 架空料金請求詐欺…未払いの料金があるなど架空の事実を口実とし金銭等を騙し取るものをいう。

1.2 特殊詐欺に関する既存の対策

私たちの調査(参考文献の 6.7.8)によると特殊詐欺に対して現在実施されている政策は以下である。

- 京都府警による預金小切手を活用した通報システム「預手プラン」の運用開始(預金プランの説明文に「高齢者の方に対して」と記載)
- 京都信用金庫による一部利用停止政策(平成 29 年度 9 月 11 日記事に「70 歳以上のお客様が対象」と記載)
- 京都府警による YouTube を使った呼びかけ(動画概要欄に「高齢者の方々の特殊詐欺に対する防御力を高めることを目的」と記載)

上記の政策の多くは、主に高齢者が対象となっているが(高齢者しか利用できない政策ではなく、若者が利用することも可能)、「若者」の特殊詐欺被害を防止する為には若者に特化した新たな政策が必要であると私たちは考えた。

2. 先行研究

2.1 自信過剰

若者が特殊詐欺被害に遭うことを防止する為の対策を考える為に、そもそも特殊詐欺が発生する要因に関する先行研究を調査した。福原(2017)では、『消費者は、平常時には、「自分は騙されない」という自信過剰傾向にある。こうした心理状態では、自ら予防策を講ずる必要性を軽視したり、無関心になったりしやすい。』と述べられている。

2.2 脆弱性テスト

また、福原(2017)は『一般的に、自信過剰傾向にあることに自ら気付く事は難しい。この為、第三者が、ミニテストやセミナーなどの機会を提供することで、個々人に詐欺被害に対する対応能

力が十分でないことを自覚させるアプローチがとられることが多い』と述べている。尚、脆弱性テストは消費者庁が18~22歳を想定して行っている。

3. 政策提言

先行研究を読んだ結果、私たちは、若者に脆弱性テストを実施し、自分の脆弱性を認識させることによって、自信過剰を抑制することができ、特殊詐欺発生を防止できるのではないかと考えた。以下では、私たちが作成した脆弱性テストについて説明し、脆弱性テストの実施が、若者の自信過剰を抑制しているか否かを検証する為に実施したアンケートとその結果について説明する。

3.1 脆弱性テストの作成

消費者庁(2010)の作成要領に示されていた30項目を参考に私たちは、3つの特殊詐欺への遭いやすさを識別する為の質問項目を作成した。具体的には、①融資の意識 ②専門家に対する意識 ③節約の意識 ④電話対応 ⑤自身の性格 ⑥自己犠牲 ⑦慎重さ ⑧内向的かどうか ⑨自身の意思 ⑩他人の目を気にするか ⑪好奇心 ⑫夢見がちかどうか ⑬衝動 ⑭自身の信じやすさ ⑮自身の冒険心を問う質問である。これらの質問に対して「はい」と答えた数が多いほど、特殊詐欺に遭いやすい傾向があることもアンケートの中に明記している。本稿では、15問の内「はい」と答えた質問が8個以上である場合、その回答者は「脆弱である」と判断することにした。

3.2 自信過剰か否かを特定する為の質問

脆弱性テストに加えて、私たちはアンケート回答者が自信過剰か否かを特定する為の質問も尋ねている。具体的には、脆弱性テストの前後に「あなたは特殊詐欺に遭う可能性があると思いますか？」と質問をする。脆弱性テストの結果、「特殊詐欺に遭いやすい」と判断されたにも関わらず、脆弱性テストの実施前に「自分は特殊詐欺に遭うとは思わない」と答えた人が「自信過剰」と考えられる。

3.3 アンケートの実施方法

アンケートはGoogle フォームを用いて作成し、SNS (Instagram、LINE) を利用して、友人・知人の若者(30歳未満)に回答及び拡散を依頼した。その結果、216人から回答を得た。

3.4 アンケートの結果

脆弱性テスト15問のうち8問以上について「はい」と答えた人は全体の52%であり、多くの若者が、特殊詐欺の被害に遭いやすいことが分かった。また、特殊詐欺に遭いやすい人々のうち、64%は、「自分は特殊詐欺に遭わない」と思っており、「自信過剰」な人も多く存在する。しかし「自信過剰」

と思われる人のうち、82%は、脆弱性テスト後の質問では「自分は特殊詐欺に遭うかもしれない」と思うようになっており、多くの自信過剰だった若者が脆弱性テストを通じて、自分の脆弱性を認識したことが分かる。

4. まとめと反省

本稿では京都府でも問題になっている、若者が被害に遭いやすい特殊詐欺について実際に私たちが提案した政策が有効なのか検証を行い、具体的な特殊詐欺予防策を検討した。3.4節で述べたように、脆弱性テストを行い、自分の特殊詐欺被害への遭いやすさを認識させることによって、多くの自信過剰だった若者に「自分は特殊詐欺に遭うかもしれない」と思い直させることができた。脆弱性テストの実施は、特殊詐欺予防の有効な手段と言えそうである。しかし本稿には課題もある。実施したアンケートは、友人・知人に依頼して回答・拡散してもらった為、サンプルに偏りがあることは否定できない。例えば、母集団を京都府にいたる20代とした時、男性比率は50%だが、私たちのアンケートに答えてくれた人々の男性比率は65.7%である。また、京都府にいたる20代は279,446人(平成27年)であるが、アンケートに回答してくれた人の数は216人である為、十分なサンプル数とは言い難い。研究の精度や信頼性を上げる為には自治体等に協力を要請し、無作為にサンプルを抽出してアンケートを実施することがより理想と言えるだろう。

参考文献 (全て2021年10月25日に最終閲覧)

- (1)京都府警
<http://www.pref.kyoto.jp/fukei/anzen/furikome/index.html>
- (2)福原敏恭「行動経済学を応用した 消費者詐欺被害の予防に関する一考察」金融広報中央委員会 日本情報サービス局内(2017年)
<https://www.shiruporuto.jp/public/aboutus/container/report6/pdf/ron171213.pdf>
- (3)消費者庁
https://www.caa.go.jp/future/project/project_001/pdf/project_001_180831_0002.pdf
- (4)警察庁
https://www.npa.go.jp/bureau/criminal/souni/tokusyu/sagi/tokushusagi_toukei2020.xlsx
- (5)警察白書(平成29年版)
<https://www.npa.go.jp/hakusyo/h29/gaiyouban/gaiyouban.pdf>
- (6)京都府警察特殊詐欺被害防止替え歌「サギの流行歌」
<https://www.youtube.com/watch?v=fPnpf62bjwg>
- (7)京都信用金庫「特殊詐欺被害防止対策の推進に対し京都府警から感謝状を拝受」<https://www.kyoto-shinkin.co.jp/whatsnew/n17-0310.htm>
- (8)京都府警「特殊詐欺の被害防止対策」
<https://www.pref.kyoto.jp/fukei/bohan/yote/index.html>

結婚を考えやすい環境へ

- 出会いの場の提供を -

京都先端科学大学 経済経営学部 阿部ゼミ チーム K

○豊嶋 ひかり (Hikari Toyoshima) ・石賀 庸哲 (Nobuaki Ishiga) ・

長谷川 彩紀 (Saki Hasegawa) ・清水 義貴 (Yoshiki Shimizu) ・

鈴木 瑠人 (Ruto Suzuki)

(京都先端科学大学経済経営学部経済学科)

キーワード：晩婚化・未婚化、結婚に対する意識、テレワーク

1. 研究目的

近年、日本では急激に少子高齢化が進んでいるとされているが、その要因として問題視されるのが晩婚化・未婚化である。総務省統計局(2015)の国勢調査より、1985年と2015年の女性の未婚率を比較してみると、25歳～29歳では30.6%から61.9%に、30歳～34歳では10.4%から34.6%となり、30年間の間に未婚率が増加している。

晩婚化・未婚化の背景として論じられることが多いのが女性の社会進出、すなわち働く女性の増加である。確かに、30年前より、女性の4年生大学への進学率も高くなり、内閣府男女共同参画白書(2021)によれば、女性の年齢階級別労働力率の状況も、25歳から34歳を底とするM字カーブを描いていた1980年に比べて、2020年では25歳～29歳が85.9%、30歳～34歳が77.8%と上昇している。この女性の社会進出が進んだ理由として1985年に男女雇用機会均等法が出されたことが大きく影響している。厚生労働省の「令和2年版働く女性の実情」(2020)では、1980年から2010年の30年間で25～34歳の就業女性未婚者割合は、20～35%高くなっていることが言われている。

そこで、本稿では、働く女性の晩婚化・未婚化が進んでいる背景を分析し、結婚を考えやすい環境を提供する政策を考えていきたい。

2. なぜ結婚していないのか？

2.1 結婚していない理由

内閣府の結婚・家族形成に関する意識調査報告書(2015)から、男女ともに結婚していない理由を見てみると、「適当な相手にめぐり合わないから」が50%以上となっている。アンケートの項目の中には、「仕事が忙しすぎるから」や「仕事を優先したいから」という項目があるが、そこは男女ともに約10%程度である。雑誌ゼクシーが2020年7月に独自で行った「未婚である人に結婚しない理由」についてのアンケートで、「適当な相手に巡り合わないから」と答えた人が過半数いる。

2.2 コロナ禍の結婚意識の変化

では、結婚はしないつもりの人が多いのであろうか。前述の内閣府の調査(2015)によれば、「いず

れは結婚したい」等結婚したいと思っている人は全体で77.7%である。さらに、現在、コロナ禍において結婚への意識も変化しつつある。「新型コロナウイルスの流行により結婚に対する意識にどう変化が生じたか」についてのアンケート(2020)によれば、「外出自粛やリモートワークによる孤独感」、「コロナ禍の生活に対する不安感」、「大切な人と過ごす時間の重要性を認識」により、「誰かと暮らすこと」を求め、結婚に対して前向きになった人が増加している。

3. 結婚のハードル

3.1 異性をとの出会いの場の変化と結婚活動

異性ととの出会いの場や結婚活動に関する先行研究を見ていく。

赤井(2015)によると、かつて日本では社内において結婚するための出会いができるように配慮し、見合いを通じて男女が出会うことが一般的だったが、近年、この仕事や見合いを通じての出会いが大幅に減り自分で結婚相手を探さないといけなくなったと指摘している。

また、三輪(2010)より、近年では、25歳から40歳は家族の個人化が進んだ世代であり、「適当な相手とめぐりあう」ためには主体的結婚活動を必要とする世代であるものの、結婚活動は低調なことが明らかにされている。一方、結婚活動を授業・サークル・趣味・習い事・街中や旅先という自然状況に近い場面で相手を探す「生活・偶発型」は、どちらかといえば若い世代に多く若い世代は自然に相手とめぐりあう点を意識しているため、結婚活動を積極的にせず、適当な相手とめぐりあえない可能性が高くなっていると指摘している。

実際に、結婚活動について調査分析した永久・寺島(2015)の研究によれば、結婚活動は未経験者が半数以上と全体に低調ではあり、特に結婚という目的が明確な見合い、相談所、婚活パーティーなどは、敬遠され、結婚目的が曖昧な活動の参加率の方が相対的に高いとされた。

また、近年は、婚活マッチングアプリが普及してきているが、MMD研究所のマッチングサービス・アプリ利用実態調査(2020)ではアプリ内でのト

ラブルの報告割合が男女共々約半数いることがあり、マッチングアプリにより、出会いの場が増えたとは一概に言えない状況があるように感じる。

3.2 結婚の先送り

結婚活動の内容だけでなく、積極的に結婚に向けて対応する年齢も遅くなってきている。

前述の内閣府の結婚・家族形成に関する意識調査報告書(2015)によれば、「結婚に向けて積極的な対応を取る年齢」についてのアンケートによると、男女共に 30 歳から 34 歳の間という少し遅めの年齢が最も多くなっている。

永久(2019)によれば、未婚女性は「いずれ結婚するつもり」であるものの、25 歳から 29 歳では「まだ結婚するつもりはない」と結婚を先送りにされている点に着目してインタビュー調査によって分析をしている。そこでは、独身にとどまる理由として、「キャリアアップのための勉強」、「やりたいことを全部やる」、「もう少しやってみてダメなら転職」などがあることから、女性の社会進出が進むため 30 歳前後の時期が個としての生き方の探求や、追求の真最中の時期になるため結婚を先送りにしている傾向にあることを指摘している。

以上の先行研究より、かつては職場で出会い結婚する機会が与えられていたが、近年は職場で出会う機会も減り、自然な出会いを求める傾向にあるため、マッチングアプリや結婚相談所などもあるが、積極的な結婚活動は行われていないだけでなく、女性としてもキャリアアップの踏まえて結婚を先送りにしていることがわかった。

4 政策提言

そこで、私たちは、結婚という目的が明確ではないものの、キャリアアップや人との交流を増やしつつ、自然と異性と出会う場として、社宅を兼ねたシェアハウスを提案する。現在コロナ禍によるテレワークや働き方改革など労働環境を見直す取り組みが進められ、働き方が多様化している。そんな中で注目を集めているのが、シェアハウスやコレクティブハウスである。日本経済新聞によると、テレワークによるコロナ禍での孤立から、交流を求めてコレクティブハウスに移り住む人もいる。実際、シェアハウスシェアハウス自体は、2013 年に 19000 戸であった戸数が 2020 年時点で約 56000 戸にも増えており需要が高まりつつある。同じ趣味の人を募ったり、低価格であるが故の身寄せ、在宅ワーク中のコミュニケーションの場として利用するシェアハウスも増加している。人と共有することでしか得ることができない付加価値を得るために、ライフスタイルや住まいに対するニーズが多様化してきている。そんな中で、キャリアアップも人との交流も図ることができるものとして、私たちは、住む場所にシェアオフィス（テレワークスペースなど）を設ける社宅を提案する。居住スペースを分けプライベートな部屋

を確保しつつ、かつ同じ建物内に「共有スペース」として、シェアオフィスだけでなく、カフェや趣味に合わせ共同スペース・共通キッチンなどを設けることで、時間を無理矢理作らなくとも気軽に複数人と触れ合うことができるだろう。この社宅を兼ねたシェアハウスでは、結婚を目的として入ってもらうわけではないが、同じ住居で相手の普段の様子を見ることができるため、顔や職業年齢詐称をされる可能性が低く、異性と暮らすことへの抵抗が減ることで結婚を意識しやすくなるのではないかと考える。実際、婚活目的でなくともカップルが多く誕生しているシェアハウスの事例も多く見受けられることができる。

働く女性が、仕事もキャリアアップも交流も、そして結婚も自然な出会いを提供しつつ、いろんな生き方も尊重できる、現在の働き方の変化に順応し、出会いの場も確保できるシェアハウスを提案した。

参考文献

- (1) 総務省統計局：「平成 27 年 国勢調査 我が国人口・世界の概観」(2015)
- (2) 内閣府男女共同参画局：「令和 3 年度 内閣府男女共同参画白書」(2021)
- (3) 厚生労働省雇用環境・均等局：「令和 2 年版働く女性の実情」(2020)
- (4) 内閣府：「平成 26 年度『結婚・家族形成に関する意識調査』報告書」(2015)
- (5) セキラゼクシィ：「結婚を決断できない理由と、タイミングを徹底調査」(2020)
- (6) 株式会社ネクストベル：「コロナで恋愛や結婚はどう変化した？コロナ禍の結婚・恋愛に対する意識を調査しました」(2020)
- (7) 赤井そのゑ：「男性にとっての結婚の条件：結婚を阻害する経済以外の要因の検討」大学院紀要 54 巻 pp1-19 (2017)
- (8) 佐藤博樹、永井暁子、三輪哲編著：『結婚の壁』pp. 56 - 64 (勁草書房、2010)
- (9) 永久ひさ子、寺島拓幸：「未婚男女における結婚価値と結婚活動」文京学院大学人間学部研究紀要 16 巻 pp. 63 - 72 (2015)
- (10) MMD 研究所：結婚・家族形成に関する意識調査 報告書「2020 年マッチングサービス・アプリの利用実態」(2020)
- (11) 永久ひさ子：「30 歳前後の未婚女性における未婚の理由について：『自由や気楽さを失いたくない』の意味に着目して」第 83 回日本心理学会大会発表論文集 p. 1023 (2019)
- (12) 日本経済新聞 2021 年 7 月 21 日記事：「交流求めコレクティブハウス-コロナ禍で孤立、暮らし見直し」(最終確認日：2021 年 10 月 29 日)

持続可能な社会の実現に向けたエビデンスに基づく 政策立案(EBPM)の実践

- ランダム化比較試験を活用した難民支援アプローチ開発の事例 -

龍谷大学経済学部神谷祐介ゼミ 栗山一丸

○栗山 大輔 (KURIYAMA DAISUKE)・吉田 奈由 (YOSHIDA NAYU)・

菅野 るい (SUGANO RUI)・三宅 藍子 (MIYAKE AIKO)・

関 勝哉 (SEKI KATSUYA)・山崎 陽平 (YAMASAKI YOHEI)・

佐々木 絢香 (SASAKI AYAKA)・橋本 蓮 (HASHIMOTO REN)

(龍谷大学経済学部国際経済学科)

キーワード：エビデンスに基づく政策立案、身元の分かる被害者効果、難民支援

1. はじめに

国連「持続可能な開発目標：SDGs」は、地球上の「誰一人取り残さない(No one left behind)」ことを誓っている。その一方で、現在の日本では、コロナ禍の影響もあり、社会の分断や孤立の問題が深刻化している。今後、日本国内でSDGsの理念を推進するには、地域社会、企業・団体、また教育現場にて、多様性と包摂性を有する持続可能な社会の実現に向けた取り組みを広げる必要がある。

エビデンスに基づく政策立案 (Evidence-Based Policy Making: EBPM) とは、「我が国の経済社会構造が急速に変化する中、限られた資源を有効に活用し、国民により信頼される行政を展開することを目指すための取組」である (総務省(2018))。我々は、このEBPMの手法を応用することで、現代のコロナ禍の日本における生活困窮者、外国人・難民、LGBT、子ども、高齢者、障がい者などに寄り添い、多様性・包摂性を有する持続可能な社会の実現に貢献できるのではないかと考えた。

2. 現状分析

我々は、多様性・包摂性を有する持続可能な社会の実現に向け、EBPMの手法を難民問題に応用したいと考えた。きっかけとしては、2021年6月に日本で行われたサッカー・ワールドカップ予選にて、ミャンマー代表として来日したピエ・リヤン・アウン選手が帰国を拒み、日本に難民申請した出来事が挙げられる。その後、申請は認められ、9月には横浜のフットサルチームに入団した。

普段、我々大学生には、世界の難民問題に目を向ける機会ほとんどない。一方で、世界では難民の増加が問題視されている。このため、我々は国連難民高等弁務官事務所 (UNHCR) 日本事務所をオンラインで数回訪問し、質疑応答・ディスカッション・参加型ワークショップなどを重ねることで、難民問題に関する理解を深めた。

2020年末時点で、世界で強制移動により故郷を追われた人の数は8,240万人と推計される。これ

らの人々のうち約7割は近隣国に逃れて生活しているが、生活するにあたり必要な物資、医療、労働の機会などが不足している。

国連UNHCR協会の2020年寄付金収入 (約58億円) の内訳を見ると、企業・団体・学校が全体の12%であったのに対して、個人寄付は88%をも占めた。なお、寄付金全額の85%はUNHCR本部に送金され、難民支援に使用される。このように、難民支援拡大のためには、個人寄付が今後も重要となる一方、企業・団体・学校に対する難民問題への理解向上が必須である。しかしながら、日本では、世界の難民問題への認知度・理解・支援のいずれもが十分でない。そこで我々は、専門である経済学を基としたEBPMの手法を応用することで、この事態を改善できるのではと考えた。

3. 研究目的

EBPM手法の代表格であるランダム化比較試験 (Randomized Controlled Trial: RCT) を活用することで、効果的な難民支援アプローチを開発するべく、以下2つの研究設問 (RQ) を立案・検証した。

- RQ1: 日本人の若者の中で、どのような属性の人が、より多く難民支援に対する寄付の支払い意思額 (WTP) を持っているか?
- RQ2: 難民支援の拡大には、どのようなマーケティング・アプローチが効果的か?

RQ2を検証するにあたって、我々は「身元の分かる被害者効果 (Identifiable victim effect)」に着目した。これは、支援を募る際に、その対象者を、特定可能な個人のストーリーとして示す場合と、そうでない場合 (特定不可能な大多数の統計データを示す) を比べて、人は前者に対してより共感し、ポジティブな反応を見せるという効果である (Small et al. 2007)。

4. 研究方法

研究設問の検証のため、2021年10月にネット・

アンケート調査を行い、133 名より有効回答を得た。RQ2 の検証には、回答者を 2 群にランダム（誕生日を利用）に割り付け、介入群にはミャンマーのロヒンギャ難民のシェハナという一人の少女のストーリーを表す既存の YouTube 動画（58 秒）を視聴させた。一方、統制群は、特定不可能な大多数の難民の統計データを示した。その後、以下の質問を行い、難民支援のための寄付金額について、支払い意思額（WTP）として尋ねた。

「あなたは、天からのお年玉として、幸運にも 5,000 円を受け取りました。あなたは、この金額のうち、自由な金額を難民支援団体に寄付することができます。このとき、あなたが寄付してもよいと思う金額を 500 円単位で選んでください」



図 1 RCT の介入群の画面

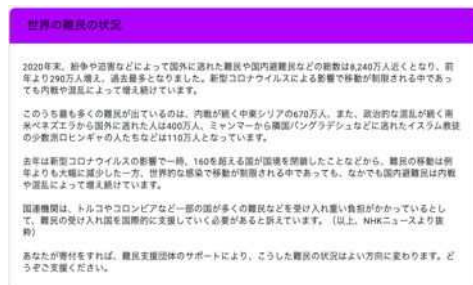


図 2 RCT の統制群の画面

5. 結果と考察

アンケート調査の記述統計を表 1、研究設問を検証した回帰分析の結果を表 2 に示す。RQ1 の結果として、難民支援のための寄付金額は、京都府出身の人は少ない、利他的な人は多い、難民への興味度が高いほど多いことが統計的に有意に明らかとなった。一方で、性別・学年・中学までの海外渡航経験は寄付金額との有意な関係はなかった。RQ2 については、難民支援への寄付金額は、介入群は統制群よりも 702 円（平均寄付額 3,402 円の 21%）多いことが統計的に有意に確認された。

RQ2 の検証結果より、「身元の分かる被害者効果」は難民支援への寄付額の向上に効果的であることと証明された。動画を用いた一人のストーリー

を観せるアプローチは、大多数の統計データを示すよりも、支援対象者への共感や寄付金額を増やすことを示唆する。

表 1 記述統計

変数	全体	介入群	統制群	差
難民支援への寄付金額	¥3,402	¥3,589	¥3,130	¥459
女性	62%	61%	63%	-2%
出身地				
大阪府	36%	32%	43%	-11%
京都府	11%	13%	7%	5%
香川県	12%	14%	9%	5%
それ以外	41%	42%	41%	1%
学年				
中学生	14%	19%	6%	13% **
大学1-2年生	30%	28%	33%	-5%
大学3-4年生	47%	44%	52%	-8%
社会人・大学院生・フリーター	9%	9%	9%	0%
中学卒業時までの海外渡航経験	28%	24%	33%	-9%
ソーシャル・キャピタル				
信頼	3.2	3.1	3.4	-0.3 **
互惠性	4.2	4.2	4.2	0.0
利他心	4.1	4.0	4.2	-0.2
利他的（他人への支援金額）	¥1,782	¥1,703	¥1,898	¥196
難民への興味				
全く興味がない・興味がない	12%	13%	11%	2%
どちらでもない	30%	30%	30%	1%
興味がある・とても興味がある	58%	57%	59%	-2%

**p<0.05

表 2 回帰分析の推計結果

変数	係数	標準誤差	p値
介入群ダミー	702.4	278.6	0.013 **
コントロール変数			
女性	-30.7	271.8	0.910
出身地			
それ以外†			
大阪府	-81.1	327.6	0.805
京都府	-892.7	470.2	0.060 *
香川県	175.4	444.2	0.694
学年			
中学生†			
大学1-2年生	-218.2	470.0	0.643
大学3-4年生	-236.6	464.7	0.612
社会人・大学院生・フリーター	74.3	597.3	0.901
中学卒業時までの海外渡航経験	209.5	302.2	0.489
ソーシャル・キャピタル			
信頼	31.5	148.2	0.832
互惠性	52.4	208.6	0.802
利他心	510.0	182.4	0.006 ***
利他的（他人への支援金額）	0.5	0.1	0.000 ***
難民への興味			
全く興味がない・興味がない†			
どちらでもない	1285.1	458.2	0.006 ***
興味がある・とても興味がある	1289.7	465.9	0.007 ***

†ダミー変数の参照値、*p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

6. 結論

本研究では、EBPM の手法を難民支援アプローチの開発に応用したが、今後、持続可能な社会の実現に向けて、他の社会課題や身近な問題の解決にも応用可能であると考えられる。特に、今回用いた YouTube 動画の活用やネットアンケートでの RCT の実施などは、限界費用がほぼゼロであり、費用対効果が極めて高いため、地方自治体・企業・大学における通常業務にも活用を促していきたい。

参考文献

- (1) Small, Loewenstein, & Slovic. Sympathy and callousness: The impact of deliberative thought on donations to identifiable and statistical victim. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*:102(2) 2007
- (2) 国連 UNHCR 協会 (2021) 『活動報告 2020』
- (3) 国連 UNHCR 協会 (2021) 「数字で見る難民情勢」
- (4) 総務省 (2018) 「EBPM (エビデンスに基づく政策立案) に関する有識者との意見交換会報告」

日常使いとしての着物

- 着物会議習慣による着物産業復興への手がかかり -

同志社大学政策学部 野田ゼミ A 班

○齋藤 名生 (SAITO NAO)・蒔田 美鈴 (MAKITA MISUZU)・矢野 実咲 (YANO MISAKI)・松田 善弘 (MATSUDA YOSHIHIRO)・宮元 翼 (MIYAMOTO TSUBASA)・北村 玲華 (KITAMURA REIKA)・西村 圭乃 (NISHIMURA YOSHINO)・秦 慶真 (HATA KEISHIN)
(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：着物会議習慣、着物産業復興、日常使い

1. 問題関心と研究の目的

京都府は、着物の出荷額が全国一位であり、とりわけ西陣等の京都市の着物は、全国的に広く認知されてきた。しかし近年の着物産業の衰退は深刻さを増している。京都府繊維生産動態統計調査(2021)によると、西陣織の出荷額は、2016年度の約150億円から2020年には100億円へと3割以上も減少している。こうした状況を打開しようと京都市や関連団体が様々な対策に取り組んできた。京都和装産業復興財団では着物で観光名所を巡る「着物パスポート」、京都織物卸商業組合ではきものの日に合わせた「キモノマスクコンクール」、上京区は着物を着た婚活「上京 de 婚活」を開催してきた。しかしながら、これらの取り組みの多くは、お祭り等の非日常場面での着物着用に焦点を当てるため着用頻度が少なくなり、需要喚起にあまりつながらないという課題があった。

本研究は、こうした課題をふまえ、京都市の着物産業の復興を目指し、非日常ではなく、着物の日常使いに着目し、着物を着用して行う会議(以下「着物会議」)の可能性を検証するものである。

2. ターゲットとしての着物会議とその効果

2.1 ターゲットとしての着物会議

本研究で注目する着物の日常使いを確実に実施する方法は、日常的な習慣として着物を着る機会を設けることであり、特に有効であるのが着物会議である。経済産業省が実施したアンケート(2015)によると、現状では、着物着用意向として最も多い意見は「冠婚葬祭・儀式」となっている一方、「仕事着」は低く、現状の着物着用機会は娯楽用途がほとんどである。逆にいえば、日常的な仕事という場面で、着物を仕事着として着るという需要を新たに掘り起こすことができれば、着物着用の機会が増え、着物産業の復興に繋がる。着物は肉体労働には適さない衣服であるものの、どの業種の企業でも必ず実施している会議に着目すれば、着物の日常使いと需要喚起が視野に入る。

2.2 米沢市議会へのヒアリング調査

米沢市では、地場産業である米沢織のPRのため、年に一度、議員全員が米沢織を着用する議会を開催していることで有名である。本研究では、まず、米沢市議会で議長を務める相田克平氏に「会議で着物を着る」有用性についてヒアリング調査を実施した。

この結果、会議という公的な場で着物を着ると「昂揚感を得られ楽しい」「気持ちが引き締まり集中できる」「一体感のある雰囲気生まれ話しやすい」といった意見を伺うことができた。着物を着ることでそれまでと異なる何らかの効果が得られ、会議での集中力や生産性が向上する連関を示唆する内容である。本研究では、こうした意見をふまえ、着物会議の効果が具体的に得られる見通しを検討するために、事前調査を行った。

2.3 事前調査(着物会議想定アンケート)
着物会議の効果についてある程度の見込みを得るため、10代後半～60代の男女200人を対象に、アンケートを実施した。米沢市議会へのインタビューで得た意見をふまえ、着物会議に参加することを想定してもらい、「フレンドリーな雰囲気」「楽しさ」「やる気」「集中力」「生産性」「今後の参加意向」について高低の5段階評価のアンケートを実施した。

2.3 事前調査(着物会議想定アンケート)

結果、いずれも一定の高い効果がみられた。特にフレンドリーな雰囲気(3.8)や楽しさ(3.6)は高かった。次いで、やる気や集中力、生産性という結果であった。一定の効果が認められたこれらの変数間の関係をふまえ、環境変化としての「フレンドリーな雰囲気」、心理的変化としての「楽しさ」や「やる気」、「集中力」、アウトカムの変化としての「生産性」の相互関係を検討した。

3. 着物会議の有効性に関する実証実験

3.1 実験①

政策学部の学生幹部会議に参加する8名に、洋服を着用しての会議(以下「洋服会議」)の後、着物会議を開催し、それぞれの会議の直後に、事前調査の効果項目(「感覚過敏」を追加)について把握した。これらのデータから、着物会議後の効果と洋服会議後の効果の差を求め、対応のある

2 標本の差の検定を行った。「対応のある」とは、同じ被験者が洋服会議と着物会議の2度のアンケートに回答しているため同一人の回答をもとにした比較となり、より適切な分析である。

分析の結果は図1のとおりである。結果をみると、いずれの効果項目においても着物会議の方が洋服会議より高いようすがわかる。図中の*印は統計的に差が認められた項目である。特に、フレンドリーな雰囲気や集中力などにおいて差が大きい点が明らかになっている。このことから着物会議は明らかによい雰囲気を醸し出し、集中力を向上させるなど有効な効果が認められるといえる。

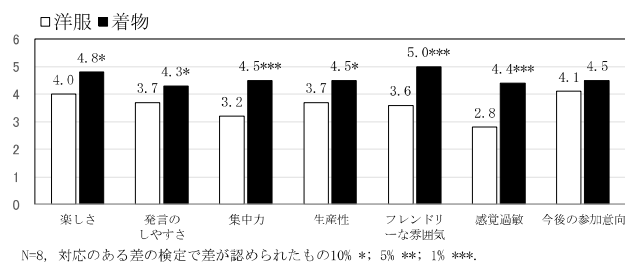


図1 着物会議と洋服会議の効果の相違

3.2 実験②

二つ目の実験は、サンプルをさらに増やして着物会議を実際に企業等で行った効果計測である。具体的には、京都に立地する(株)京三運輸にご協力いただき、従業員が参加する実際の会議を着物着用で開催のうえ参加社員に対するアンケートで効果を把握した。並行して同志社大学政策学部の学生幹部会議やプロジェクト科目会議でも着物着用で開催していただきアンケートでその効果を計測した。会議は9月初旬から10月中旬までに5回開催された。いずれの会議においても洋服会議を実施し、その後、着物会議を行った。会議後にアンケート調査を実施し、事前調査の効果項目(および「感覚過敏」)について把握し、着物着用について、洋服会議と比べた効果を把握した。

得られたデータをもとに、会議での集中力や生産性への影響要因を明らかにするために、各変数間の関係を検討したうえで、共分散構造分析を繰り返し、もっとも適合度の高いものを特定した。結果は図1のとおりである(*印が有意な変数)。

これをみるとわかるように、フレンドリーな雰囲気がよくなると楽しさとやる気を向上させ、また感覚過敏も適度な緊張感としてやる気に影響を与え、やる気は集中力を高めるように心理的变化を及ぼす。そして、参加者個人の集中力は、会議全体の生産性というアウトカムを上昇させるのである。環境変化が心理的变化を生み、心理的变化のうちやる気が集中力を大いに高め、集中力向上が会議の生産性を増強するように着物会議の効果が明らかに抽出できた。

なお、事前調査と実験②のアンケート両方に

において「今後の参加意向」が高かったことから、着物会議による効果の継続性も期待ができる。

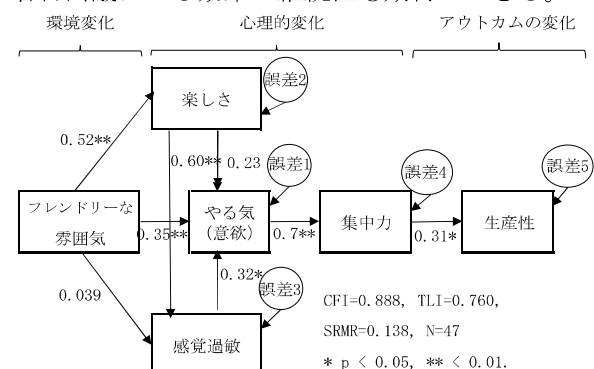


図2 着物会議による生産性の決定要因 (パス図)

4. 政策提言「着物会議習慣」

京都市の着物産業の復興を念頭におき、個々の企業では会議の集中力や生産性を高める着物会議を推進するものとして、着物会議習慣を提案する。

政策では、まず、着物会議に賛同する会社を募集し、市から補助金を供給のうえ着物会議を推進する。補助金は、着物1着5000円を1社当たり100名分(50万円)まで供給し、計10社で実施してもらう(合計500万円)。1着5000円では安価な着物となるが、着物会議を契機とし、着物に興味をもった人が日常使いで高価な着物を購入するという波及効果も考えられる。継続的に着物会議を行う企業には市から「着物会議認証企業」として位置づけ、それらの企業の広報を市が積極的に行ったり、他の融資制度の優遇枠を付与したりする。これら募集、補助金、認証の一連の取り組みにより、日常的な着物着用を習慣づけようとするのが政策「着物会議習慣」である。

政策の懸念点として、着物を日常的に会議で着ると慣れてしまい、特別感や緊張感がなくなる可能性がある。同様に、話しやすさに関しても日常的に着物会議に参加すると、見慣れてしまい、特別感や緊張感がなくなる可能性がある。こうした「慣れ」に関する問題については、実は少しの工夫で解消できる。着物は洋服とは異なり、帯1つを変えることで、印象や雰囲気を大きく変え、おしゃれを楽しむことができる。このように、着物のコーディネートを楽しむことができると、着物の着用頻度が上がる(吉田2014)。したがって「慣れ」に係る問題は解消できるといえる。

以上、着物会議習慣は日常使いとしての着物を実現し、新たな需要喚起を図る従来なかった政策として京都の着物産業復興に貢献するものである。

参考文献

- ・京都府政策企画部(2021)『京都府織布生産動態統計調査西陣織物の出荷状況』
- ・経済産業省(2015)『和装振興研究会報告書』
- ・吉田満梨(2014)「着物関連市場における新たなセグメントとその特性の分析」『未来の京都創造研究事業研究成果報告書』

生理の貧困から考える日本のジェンダー平等推進

藤野ゼミ C グループ

○山本彩加 (yamamoto ayaka)・岡田純寧 (okada ayane)・勝又幸奈 (katsumata yukina)・中多恵 (nakata kei)・佐々木郁美 (sasaki ikumi)・高田侑希 (takata yuki)

(京都産業大学現代社会学部現代社会学科)

キーワード：生理、貧困、ジェンダー平等

1. 研究の目的

本研究は、「生理の貧困」が話題になったことをきっかけに大学における女子学生の生理の実態を調査し、大学教育におけるジェンダー平等のための具体的な施策を考案することを目的とする。

生理の貧困は 2017 年 3 月に BBC 放送で「貧困のために生理用品が買えず、学校を休んで教育が受けられない生徒がイギリスでは 10 人に 1 人に上る」と報道されたことをきっかけに、多くの国で問題視され始めた。日本でもコロナ危機により、その実態が浮き彫りになった。これまでは、多くの社会で女性の生理現象(月経)はタブー視され、女性個人が解決すべきことと考えられてきたため、社会問題化されてきたことは大きな転換ととらえられる。

本研究ではまず、Twitter で近年話題になった生理の貧困に関するコメントを分析することで、日本ではどのようにこの話題が認識されているのかを探る。次に本学の女子学生にアンケート調査をすることで、生理の実態や大学内での生理用品の設置などに対する意見等を明らかにする。これら 2 つの分析をもとに施策提言を行う。

2. 研究方法

2.1 Twitter 分析

2020 年 1 月～2021 年 6 月のツイートを対象に、「生理」「貧困」「ナプキン」「ピル」といった生理の貧困に関連するワードを、テキストマイニングフリーソフト KHCoder を使用して検索した。

2.2 大学でのアンケート調査

8 月 26 日から 9 月 17 日まで本学学生向けの Web サイトで、Microsoft Forms によって女子学生を対象にアンケートを実施した。本学に在籍する全女子学生数は 2021 年 5 月現在で 4982 人である。この母集団に対し、無作為抽出によって調査を実施することが現実的には困難であるため、分析上の課題はあるものの Web サイトにアクセスした女性からの回答を得ることにした。その結果有効回答数は 288 件（有効回答率 5.7%）であった。アンケートの内容は、生理時の経験や学内での生理用ナプキンの提供についてである。

3. 分析結果

3.1 Twitter 分析の結果

計 160 のツイートを KHCoder で分析した結果、生理の貧困の話題に関して大きく 2 つに分類することができた。一つ目は他国で実施されている政策と日本の現状を比較考察した意見であり 33 件あった。二つ目は女性の生理に対する「周囲の理解がない」という意見で 22 件であった。

より具体的にみると、一つ目は、欧米各国では生理の貧困への政策を推進しており、日本でも「学校での生理用品の無料配布や無料設置」「非課税、減税処置」を推進すべきだという意見に集約された。多くが、女性個人が負う問題ではなく、社会全体で担っていくべきという主張であった。

二つ目に関しては、男性だけでなく、親や同性からも生理に関する理解が得られにくいという意見だった。父子家庭、ネグレクトの場合が特に深刻だが、母親や同性ですら自分の経験と異なる場合には理解されないとの意見が見られた。

これらから、今我々が話題にしている「生理の貧困」に対する問題意識は、必ずしも金銭的な意味だけではないことが明らかとなった。女性の性・生理等に関する教育の欠如や社会の女性の身体理解の欠如など、貧困の持つ意味は広い。また金銭的な意味での貧困の背景も複雑であり、決して経済的な面だけに矮小化されてはいけな。社会でもすでにそういうことが共有されている。以上を踏まえてアンケート調査を実施した。

3.2 アンケート調査の結果

3.2.1 主たる結果

①生理痛の頻度とそれに対する対応(図 1、2、3)

回答者 288 人中 279 人は生理痛があると回答し、高い割合であることがわかる。その中でも生理痛が毎回ある、よくある、時々あると回答した人それぞれの市販薬の服用、低用量ピルの服用、病院に行った経験、大学の授業を休んだ経験の割合をまとめたものが図 1、2、3 である。いずれの割合も「毎回ある」が最も高くなっている。特に「毎回ある」場合、28% (47 人) の人が授業の欠席の経験がある。また、毎回生理痛があるのに、その多くが市販薬で対処しており、ピルの使用は少な

いことがわかる。

②授業の欠席の教員への伝達

生理痛が原因で授業を休んだことがあると回答した学生 61 人は全体のおよそ 20%であるが、教職員にその理由を伝えたことがあると回答したのはわずか 6 人であり全体の 2%であった。自由記述欄には、大学の授業を生理痛で欠席した際に男性の教授にその旨を連絡したところ「言い訳に過ぎない」と言われたと記載している者がいた。

③本学での生理用品の提供に関する意見 (図 4)

本学で生理用品を提供する機会や場を設けることには、どの意見にも 70%以上の人が賛成している。特に、「無料」提供の希望が多く、90%を超える。中でもトイレ設置への要望が最も多い。

④生理があることによって活動に制限がかかると感じる理由

自由記述で記入してもらい、KHCoder で頻出キーワードを分析した。「授業」が 27 件、「運動」が 20 件、「集中」が 18 件、「予定」が 14 件であった。「授業」のキーワードと一緒に用いられていた語は欠席や集中できないなどが多く見られた。運動に対する制限や「予定」がくるうなど、生理により教育機会が喪失されている様子が見受けられた。

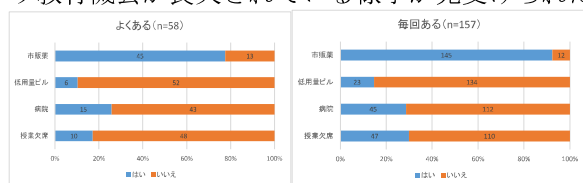


図 1(左) 生理痛が毎回ある人の対応

図 2(右) 生理痛がよくある人の対応

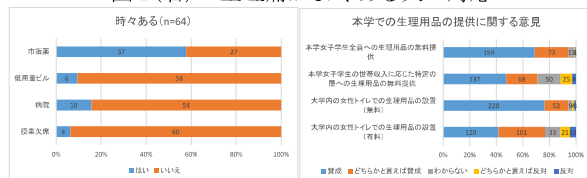


図 3(左) 生理痛が時々ある人の対応

図 4(右) 本学での生理用品の提供に関する意見

3.2.2 考察

3つの重要な知見が得られた。

①生理による授業の欠席について

生理痛のある人は一定数、授業を欠席している。出席していても集中できないなど問題を抱えている。勇気をもって言える人は少数派である。

②生理痛への対応

多くの人が生理痛を抱えているが、対処療法として鎮痛剤を使用しており、ピルの使用は少ない。日本ではピルの普及が先進諸国に比べ遅れているが、大学生においても認知度が低いと考えられる。

③本学での生理用品の提供に関する意見

無料配布、特にトイレにおける設置が多数派である。経済的貧困というよりは、女性皆が抱えていることであり平等にすべきという意識が現れて

いる可能性がある。

4. 施策提言

これらの研究を踏まえて二つの観点から大学に対し、次の施策提言をする。一つは、女性個人の問題ではなく社会問題として解決するという観点からである。もう一つは、女性の身体に対し、女性自身も周囲も理解をし、女性であることで機会を喪失したり不利を被ったりしないという観点からである。

①学内トイレに生理用品無料配布サービス「OiTr」の設置や、鎮痛剤の無料配布

女性個人にかかっている偏った負担を軽減し、トイレットペーパー同様に社会（大学）で当然担うコストとしてみなされるように学内トイレに生理用品を無料設置することを提案する。具体的には、現在ショッピングモール等のトイレで普及しつつある OiTr の設置である。これはスマートフォンのアプリの使用でナプキンが無料で出てくるサービスである。また、生理痛の鎮痛剤も大学内の健康管理センター等で、無料で受け取るシステムも提案する。これにより社会でコストを担うということに加え、女子学生が授業に欠席したり、授業に集中できないことを減らすことにつながる。

②教員や学生向けのセミナーや講習会の開催

女子学生が教育や活動の機会を失わないように、生理痛等をコントロールしていくことができるエンパワーメントの機会を作る。特に自分自身の体を知ったり、ピルなどの知識を得たりするための実践的なセミナーや講習会を開催する。また、同時に周囲も女性の身体についての知識を深め、生理という理由で不利に扱われないように、すべての人を対象とした啓発のセミナーや講習会を開催する。

①の施策については経済的困窮世帯等に限定せず、まずはすべての女性を対象にする。今まで女性にのみ負わされていた部分を社会が担うことで、女性理解が進むとともに女性の様々な機会拡大にもつながり、日本のジェンダー平等推進につながっていくと考えられる。その上で、女性自身がエンパワーメントすることや、全員で女性の身体を理解を深めることで効果が強固になると考えられる。経済的困窮世帯には、さらに手厚い施策も考えられる。大学が生理の貧困に積極的に取り組むことはジェンダー平等の施策であると認識することも重要である。

参考文献

- (1) 先見創意の会「生理の貧困」(2021.01.05)
- (2) オイテル株式会社 HP「OiTr」

脱京菓子離れ

- 若者へ向けた PR から文化継承へ -

佛教大学社会学部大谷ゼミ 京菓子班

○山本佳祐(Keisuke Yamamoto)・仲谷舞唯(Mai Nakatani)・服部竜也(Tatsuya Hattori)・松村一志(Kazushi Matsumura)・山下由乃(Yukino Yamashita)・山田気恵(Kie Yamada)

(佛教大学社会学部現代社会学科)

キーワード：京菓子、和菓子離れ、若者

1. はじめに

(1) 研究目的

「だが、値段が張る」、「だが、馴染みが無い」。これは、研究前に我々が思い浮かべた京菓子に対するイメージである。

京菓子とは、京都における歴史ある伝統和菓子であり、京菓子協同組合は、京菓子を「これほど優美な容姿と、気品あふれる風味、そして詩情ただよう嗜好品は世界に類を見ない（京菓子協同組合 HP 2021）」と表す。

京菓子は、行事や季節との結びつきが強いことから、京都の伝統文化として長く京都の人々の生活に寄り添い、愛されてきた。「だが」、近年、洋菓子の普及などを背景に、和菓子離れが懸念されている。2000 年と 2019 年の種類別菓子の年間平均購入額を比較すると、羊羹は 19 年間で 1126 円から 674 円へと減少、饅頭も 2064 円から 1092 円に減少、他の和生菓子も 9504 円から 8897 円に減少しており（総務省統計局 2021）、和菓子全体として消費量が減少傾向にあることがわかる。さらに、新型コロナウイルスによって、観光地を中心に京菓子業界も打撃を受けている。

そこで我々は、京菓子業界の現状、特に若者の京菓子離れに着目して研究を行い、この伝統産業を継承していく為の政策を提言する。

(2) 先行研究

京菓子離れの背景にある人々の洋菓子への移行は、特に若者の間で進んでいる。

和菓子の嗜好性について、高齢者の間では、好きなお菓子の上位に和菓子があり、その理由として、美味しさのほかに、脂肪分の量が少ないなどといった健康面からも支持されている（大西・内田・加藤 2015）。

一方、若者における和菓子の嗜好性を中学生、高校生、大学生に分けて見ていくと、中学生は、和菓子のイメージ自体は好印象なのに対し、喫食機会は和菓子と比較的少なくなっている。背景として、和菓子はスナック菓子、洋菓子に比べて高価であることや、中学生は行動範囲に限りがあることなどが挙げられる（村上 2014）

次に、高校生を見ると、こちらも和菓子の味は魅力的だとする意見が多く（村上 2018）、中学

生と比較すると喫食機会も多いのに対し、季節や年中行事と関連して食べられることが少ないと指摘されている（村上 2019）。また、値段が重視される傾向にあることも、和菓子の喫食機会の減少に繋がっていると考えられる（大西・内田・加藤 2015）。

最後に、大学生を見ても、和菓子は見た目の美しさやカロリーの低さが好まれる一方で、喫食機会の欠如から、和菓子への関心は薄まっているとされる（村上 2009）。

これらの若者における和菓子の嗜好性から、和菓子のイメージ自体は若者から好意的な印象を受けているにもかかわらず、洋菓子に比べ値段が高いことや喫食機会の欠如が和菓子離れの要因になっていると考えられる。そのため、村上氏は、幼少期から、和菓子に触れる機会を増やすことが大事だと考える（村上 2009）。

2. 対象

(1) インタビュー先について

① 京菓子協同組合

今西善也氏は、京菓子協同組合で専務理事を務めながら、江戸時代の享保年間創業の老舗京菓子店、鍵善良房の店主も務める。鍵善良房は東山区祇園商店街に本店を構える。

② 京菓子司寿菓舗

京都市北区に店を構える。店主は狩野雅春氏。同氏が 3 代目を務め、幾年もの歴史を積み重ねる京菓子業界においては比較的新しい京菓子店といえる。

(2) 京菓子について

京菓子は、京都では「上菓子」と呼ばれていたが、江戸時代に、江戸や他の地方でこれを「京菓子」と呼び、京菓子の名は定着した（林 1983）。京菓子の定義は店ごとに様々であるが、今西氏によると「京菓子」と名乗ることができるのは京菓子協同組合と京都府生菓子協同組合の会員のみにある。

3. 研究方法

我々は京菓子を対象に、①京菓子協同組合専務理事今西善也氏へのインタビュー（2021 年 8 月 7

日)、②京菓子司寿菓舗店主狩野雅春氏へのインタビュー(同年10月26日)を行った。

4. 調査結果

今西氏へのインタビュー調査から、京菓子全体の売り上げが減っていることが分かった。今西氏が営む鍵善良房で、コロナ禍で売り上げが減少した一方、水無月の売り上げが伸びたことに対し、同氏は「(イベント中止などで)行事ごとに対する関心が高まっているのではないかと推測した。また、近年は大量購入する客の減少と同時に、少数を購入し家で楽しむといった買われ方が増えていることも伺った。

このことから、行事に関連した商品の販売に注力することや、個人や家族で楽しめる商品の販売が有効であると考えられる。また、鍵善良房の客層は若者より高齢者や40歳以上が多く、子供の時に親に連れられた方が、今度は親となって子供を連れてくるといったサイクルも生まれていると伺った。最後に、京菓子の魅力をもっと広く知ってもらいたいというのが今西氏の考えである。

狩野氏へのインタビュー調査から、同氏が営む寿菓舗でも今西氏同様「年々売り上げは減少している」と伺った。近年の売り上げの傾向としては、「昔は手土産などで1人最低10個は買われていたが、近年では自分が食べる分しか買わない」と言及し、ここからも今西氏のお話と同様、大量購入から少数購入へと傾向が変わってきていることがわかった。

また、伝統的な京菓子が若者から人気といえない現状に対し、狩野氏は「食わず嫌い」を指摘した。寿菓舗でアルバイトとして働く学生を例に挙げ、食べたことがないことを理由に、嫌いと認識し、いざ食べると美味しかったという事例を紹介していただき、まずは京菓子に触れる機会が大事であることがわかった。京菓子離れへの対策として、組合全体でポスター作成や創作和菓子の募集などを行ってきたが、なかなか結果には繋がっていない現状を知り、最後に「文化を守ることも大事だが、攻めていかなければいけない、新しいお客さんを開拓していかなければいけない」と伺った。

5. 政策提言

以上の先行研究と調査結果を踏まえ、若者を中心とした京菓子離れの問題解決に向けた政策として、京都の大学生を対象に各大学の茶道部員や有志を募り、京菓子協同組合と京都市内の和菓子店に協力を仰ぎ「京菓子の会」を立ち上げることを提言する。以下がその活動内容である。

まず1つ目は、京都の各大学に、京菓子の会のブースを設け、京菓子店の京菓子を販売することである。これは、大学生の目に触れるところで気軽に京菓子を購入できるようにし、京菓子離れの大きな要因と考えられた、京菓子の喫食機会の欠如を補う狙いがある。

2つ目の活動は、京菓子を題材としたアプリの開発である。ここでは、行事と京菓子を結び付けた京菓子カレンダーの作成や京菓子にまつわるクイズに答えながらポイントを貯め、大学で販売する京菓子の割引券を獲得するといったアプリ利用者参加型の企画を通して、京菓子を知ってもらい、身近に感じてもらう。また、個人消費が増加傾向にあることから、アプリ利用者のその時々気分に応じたおすすめ京菓子がわかるといった、個人で楽しめる機能を備える。さらに、京菓子店で京菓子を購入した人同士が感想を共有できる口コミ機能や、価格などがわかる検索機能を備えることで、お店選びの手助けを行うなど、京菓子についてあまり詳しくない人にも、京菓子を購入しやすい環境を提供し、新しい消費者の獲得を期待する。

3つ目の活動は、京菓子新聞の発行である。行事と京菓子の結びつきや京菓子クイズを掲載し、小・中・高校などに配ることで、スマホを持たない子供や行動範囲、お金に限りがある10代にも京菓子を身近に感じられる機会を生む。

「京菓子の会」による上記の3つの活動から、若者の京菓子に触れる機会を生み出し、「京菓子を食べてみたい」「また食べたい」「他の京菓子も食べてみたい」という声を増やし、長期的な需要が広がることを期待し、以上を本論における政策提言とする。

参考文献

- ・大西梨沙・内田あや・加藤恵子 2015 「高齢者と高校生を対象とした菓子に関する意識調査」『名古屋文理大学紀要』15号
- ・林淳一 1983 「京菓子」『調理科学』第16巻1号
- ・村上陽子 2009 「大学生における和菓子の食嗜好性について」『静岡大学教育学部附属教育実践総合センター紀要』17号
- ・村上陽子 2014 「中学生における和菓子の食嗜好性と食行動」『日本食育学会誌』8巻4号
- ・村上陽子 2018 「高校生における和菓子の嗜好性と食行動：食文化継承のための教材開発を目指して」『静岡大学教育学部研究報告・人文・社会・自然科学篇』69号
- ・村上陽子 2019 「高校生における和菓子の認知：製法の異なる和菓子に着目して」『静岡大学教育実践総合センター紀要』29号
- ・京菓子協同組合 2021 公式ホームページ
<http://www.kyogashi.or.jp/> (2021年10月7日最終閲覧)
- ・総務省統計局 2021 「家計調査(二人以上の世帯)品目別都道府県庁所在市及び政令指定都市ランキング」(2018年(平成30年)～2020年(令和2年)平均)
<http://www.stat.go.jp/date/kakei/5.html> (2021年10月29日最終閲覧)

主権者教育における デジタルコンテンツの有用性と可能性

- より早く、楽しく、効果的な学びに向けて -

京都府立大学 公共政策学部 2 回生窪田ゼミ

○藤武 優太 (Yuta Fujitake)・青島 大樹 (Daiki Aoshima)・石飛 優奈 (Yuna Ishitobi)・小泉 直也 (Naoya Koizumi)・立入 潤一 (Junichi Tachiiri)
・宮内 裕大 (Yudai Miyauchi)

(京都府立大学公共政策学部公共政策学科)

キーワード：主権者教育、デジタルゲーム、アナログゲーム

1. はじめに

主権者教育は小中高の授業の中で座学として行われることが一般的であるが、一層の充実が期待されている。筆者らの研究室が過去に行った研究では、高等学校の主権者教育の授業にアナログゲーム（ボードゲームやカードゲーム）を使ったプログラムを導入することにより、座学よりも短時間で、楽しく、主権者教育が行える可能性が明らかにされている。また、アナログゲームを用いたプログラムが受講者に与える効果は1年後にも一定程度持続していることも明らかにされている。本研究では、新たに、政策系学部とデジタルコンテンツを扱う中学校の部活が協働することで作成した動画やデジタルゲームを含むHPを用い、授業外においても、楽しみながら、何回も、主権者教育に相当する学びを自主的に行うことができることを明らかにしたい。さらに、主権者教育について、座学とアナログゲームを用いたプログラムと動画やデジタルゲームを含むHPを使った自主的な学びのそれぞれの効果の比較や相乗効果があるかといったことを明らかにしたい。

2. 本研究の背景

主権者教育とは、総務省により「国や社会の問題を自分の問題として捉え、自ら考え、自ら判断し、行動していく主権者を教育していくこと」とされる(総務省, 2017)。また、文部科学省によると、主権者教育は「単に政治の仕組みについて必要な知識の習得のみならず、主権者として社会の中で自立し、他者との連携・協働しながら、社会を生き抜く力や地域の課題解決を社会の構成員の一員として主体的に担う力を育む」ものだとする(文部科学省, 2016)。現状として、2016年から18歳選挙権が導入されたものの、依然として若者の投票率の低さが問題視されており、解決すべき課題として考えられている。

文部科学省の「主権者教育(政治的教養の教育)に関する実施状況調査の結果」によると、全国の国公私立の高等学校・中等教育学校高等部の約

90%で主権者教育が実施されている。主な主権者教育の実施科目は公民科であり、その多くで2~4時間の指導時間数が設けられている。このように、現状として主権者教育は、座学を中心とした授業の一環として決められた時間で行われることが多い。代表的な主権者教育の例を見ても、選挙の歴史や制度を学ぶ講義形式のものが主流である。そのような中、先行研究では主権者教育の手段にアナログゲームを用いた。以下、ゲームを教育で用いる利点を2つ挙げる。1つは、モチベーションの喚起と維持である。次に、重要な学習項目を強調した学習体験が出来ることである(杉浦, 2008)。また、私たちの研究室でも2018年度からゲームや模擬投票を用いた主権者教育を実施しており、小学生や高校生に対する有効性の高さが示されていることから、アクティブラーニングや対話を取り入れた体験型学習は重要かつ有効であると考えられる。しかし、一度切りで終わるイベントへの疑問もあり、主権者教育が短時間で終わって終わる持続性や効果に疑問も示された。そこで、筆者らはこうした課題の解決策として、本研究でデジタルコンテンツを主権者教育に取り込むことを提案する。以下、デジタルコンテンツ特にデジタルゲームを教育で用いる利点を2つ述べる。1つは「学習者の行為や意思決定に対して即時にフィードバックを返せるというデジタルゲームの特徴を活かして、学習サイクルを早め、学習の密度を高めることで、効果的に学習改善を進めることができる」ことだ。2つ目は「安全な学習環境を比較的低コストで提供できる」(藤本, 2011)ことだ。学習指導要領の規定で授業として十分な学習時間が設けられない中で、いつでもどこでも誰でも短時間で何度でも負担なくという手軽さに魅力がある。さらに、コロナ禍におけるデジタル教育の需要の高まりと推進から、主権者教育分野のデジタル化にも需要が見込める。オンライン化の対応が可能な点にデジタルの可能性が感じられる。持続可能な都市づくりを進める中で、都市とデジタルは親和性が高く、良き都市をつくるための良き有権者の育

成においてデジタルは有用であろう。

以上を踏まえ、筆者らの政策提案は、デジタルコンテンツを使った授業外の学びを導入し、座学による従来型の主権者教育やアナログゲームを使った特別授業と相乗効果を実現することである。主権者教育の新たな手段として、デジタル要素を取り入れるという点に、筆者ら研究の独自性があると考ええる。また、現在、社会で注目を集める衆議院議員選挙の最中に主権者教育に焦点を当てた研究活動を行うことに社会的意義もあるであろう。

3. 調査のデザイン

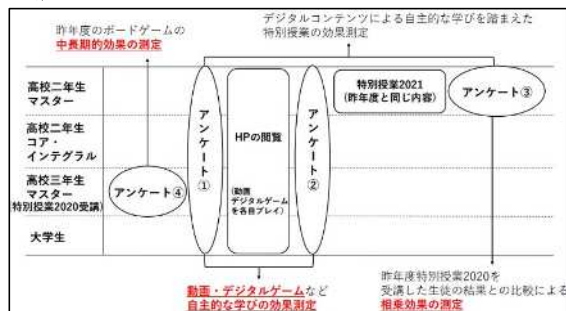


図1 プロジェクトと調査の流れ 出所：筆者ら作成

以上の政策提案のもと、筆者らは、日々の部活動でデジタルコンテンツを扱う大谷中学校マルチメディア部と協働し、有権者が自身の選択に自信を持って投票に行けるようになるために、早く、楽しく、より効果的に政策比較を体験し、学ぶことが出来るデジタルゲーム・動画・ポスターを作成し、それらを掲載するHP(<https://kpu-kubotazemi-1.jimdosite.com/>)を開設した。そして、昨年に引き続き大谷高等学校2年生のマスタークラスの約100名の生徒を対象に、私たちの研究室が昨年製作した主権者教育ボードゲーム『公共政策人生ゲーム』とHPを用いた特別授業である「おでかけオープンゼミ政策チャレンジ2021」を行う。

初めに、大谷高等学校2年生のマスタークラスの生徒にHPにアクセスしてもらう。HP内で主権者教育に必要な知識を5分で学べる動画の視聴、政策比較体験が出来るゲーム、実際の政策比較を順にしてもらう。その後、特別授業当日に筆者らによるミニ講義を受講してもらい、班に分かれて『公共政策人生ゲーム』、模擬投票を体験してもらい、全体で振り返りと『公共政策人生ゲーム』の表彰と模擬投票の結果発表を行うという流れである。筆者らによるミニ講義では、『公共政策人生ゲーム』を行う前に、デジタルコンテンツを踏まえた政策比較の重要性を伝えることを講義の目的として行う。『公共政策人生ゲーム』では、事前のHP閲覧で得た知識とミニ講義による学びのもと、アナログゲームを通じて政策比較体験をしてもらう。模擬投票では、『公共政策人生ゲーム』を踏まえ、実際の投票箱を用いた候補者の投票を行う。そこ

で、候補者を選んだ理由とゲームの感想について生徒間で共有する。その後、全体での振り返りにおいて、各班での学びに差異が出ぬよう学びを共有する。『公共政策人生ゲーム』の表彰では、ゲームの重要な要素である楽しさを感じてもらえるように、筆者らがゲームの結果上位者を発表し景品を渡す。その場で、模擬投票の結果発表を同時に行う。

検証方法としては、複数回のアンケートを用いる。実施するアンケートは、①HP閲覧の事前アンケート、②HP閲覧の事後アンケート、③「おでかけオープンゼミ政策チャレンジ2021」事後アンケート、④特別授業後の1年後アンケートの計4つである。①、②については、大谷高等学校2年生マスタークラス・コアクラス・インテグラルコース、3年生マスタークラス、大学生を対象とする。対象者がHPを閲覧する前と後に行い、結果を比較することでHPを使った自主的な学びの効果の測定を目的とする。③については、高校2年生マスタークラスを対象とする。特別授業の受講後、その場で回答してもらい、昨年の特別授業受講者のアンケート結果と比較することで、座学とアナログゲームを用いたプログラムと、動画やデジタルゲームを含むHPを使った自主的な学びの相乗効果の測定を目的とする。④については、大谷高等学校の昨年度の「おでかけオープンゼミ政策チャレンジ2020」を受講した高校3年生マスタークラスを対象とする。対象者がHPを閲覧する前に、昨年度のボードゲームの中期的効果の測定を目的とする。

4. 取組みの現状と今後のスケジュール

現在は、11月13日に大谷高等学校で行う「おでかけオープンゼミ政策チャレンジ2021」開催準備を行っている。また、今後も有権者に広く閲覧してもらえるようにHPの内容を随時更新し、より充実させていく予定である。京都から発信する政策研究交流大会までにアンケート結果を集計し、分析を行いたい。

主な参考文献

- (1) 京都府立大学公共政策学部窪田好男研究室：「楽しく自然と獲得できる若者の政治的有効性感覚」(2020)
- (2) 杉浦真理：『主権者を育てる模擬投票』、きょういくネット(2008)
- (3) 総務省：「主権者教育の推進に関する有識者会議とりまとめ」(2017)
- (4) 藤本徹：「効果的なデジタルゲーム利用教育のための考え方」、特集「ゲームは教育を変えるか?」、31巻P10-15、(2011)
- (5) 文部科学省：「主権者教育の推進プロジェクト」(2016)
- (6) 文部科学省：「主権者教育(政治的教養の教育)実施状況調査について」(2020)

