

関西学院大学総合政策学部

2023 年度

研究演習 II-20

卒業論文集

目次

掛水 南帆 今の企業が求める人材像とは	p.1
楠 成実 働きやすさを作る	p.23
谷内 友美 記号化されたコミュニケーションによるプレイヤー間の意思疎通についての考察	p.42
谷原 妙 被雇用者が長期的なキャリアを形成するためには —複線経路等至性アプローチを用いたキャリア分析—	p.66
譚 昕 中国映画市場における映画とファン同士の繋がり	p.85
東原 野案 ネガティブ志向からポジティブ志向へ変えていくには	p.98
福田 卓 ”ギャンブル”から身を引くには	p.113
藤田 晴可 コレクターのグッズ収集の実態と心理—大学生女性に焦点を当てて	p.130
古屋 歩 温泉施設・サウナをより広めるためには	p.149
山下 那南 性的マイノリティに対するマイクロアグレッションを防ぐ —ライフストーリー・インタビューを通して—	p.163
山田 茜 東京ディズニーリゾートの地方顧客の新規獲得やリピートのための施策	p.187
山中 亜美 長続きするアイドルグループとは	p.203
牲川 波都季 コメント	別紙

●目次

1. はじめに
 2. コミュニケーション能力とは
 3. 研究の背景
 4. 先行研究
 - 4.1 人物像
 - 4.2 採用活動の実態
 5. 研究の目的
 6. 調査方法・対象
 - 6.1 概要
 - 6.2 企業の人材募集要項の調査
 - 6.3 インタビュー調査
 7. 考察
- 参考文献

今の企業が求める人材像とは

掛水南帆

1. はじめに

近年、様々な企業が求める人物像として「コミュニケーション能力のある者」がよく挙げられている。多くの場合、採用前の面接やグループディスカッション等で能力の有無を判断されるだろう。同様に、私の周りでもコミュニケーション能力が高い・低いという言葉がしばしば使われており、コミュニケーション能力が高い者が羨まれている。

その能力の有無を判断する際に私は、話す力があるかどうかをみているように思う。話を簡潔にまとめて話すことができる人や話のネタを多く持っている人、自分の意思を伝えることができる人など、話す力がある人と関わった時、私は相手のことをコミュニケーション能力が高いと判断している。一方、私は自分の意見や考えを他者に伝えることが得意ではないため、普段から相手の意見に合わせることや聞き役に回ることが多い。例えば、友人と遊びに行き夜ご飯を決める際、私は自分の意思を伝えず相手に合わせようとする。また、高校生時代の部活動での話し合いの際には、自分の考えを言葉にできないことが多々あった。おそらく、自分の発言や行動に自信がないことが原因ではないかと考えられる。これまで幾度か自分の意見が伝えられず、自分自身が悩むことや周りを悩ませてしまうこともあった。

来年4月より、私は社会人1年目になる。そこで、今、職場で求められるコミュニケーション能力について調査し、求職者に対してどういった能力を求めているのかについて研究していきたい。

2. コミュニケーション能力とは

コミュニケーション能力には、様々な定義があり、その捉え方も多様である。そもそも、コミュニケーションとは何なのか。広辞苑には、「社会生活を営む人間の間に行われる知覚・感情・思考の伝達。言語・文字その他視覚・聴覚に訴える各種のものを媒介とする。」¹⁾と書かれている。つまり、自分の知覚や感情、意思を、言語を使用するのはもちろんのこと、非言語による伝達も含めて相手に伝えることがコミュニケーションであるとされている。上記の点を踏まえ、まず、文部科学省、厚生労働省、経済産業省が公表しているコミュニケーション能力の定義やコミュニケーション能力の位置づけを比較する。

文部科学省の有識者会議²⁾

いろいろな価値観や背景をもつ人々による集団において、相互関係を深め、共感しながら、人間関係やチームワークを形成し、正解のない課題や経験したことのない問題について、対話をして情報を共有し、自ら深く考え、相互に考えを伝え、深め合いつつ、合意形成・課題解決する能力

厚生労働省³⁾

「企業が若者に求める就職基礎力」

コミュニケーション能力（意思疎通、協調性、自己表現力）

職業人意識（責任感、向上心・探究心、職業意識・勤労観）

基礎学力（読み書き、計算・数学的思考、社会人常識）

ビジネスマナー（基本的なマナー）

資格取得（情報処理関係、経理・財務関係、語学関係）

経済産業省⁴⁾

「人生100年時代の社会人基礎力」

3つの能力/12の能力要素

前に踏み出す力（主体性、働きかけ力、実行力）

チームで働く力（発信力、傾聴力、柔軟性、状況把握力、規律性、ストレスコントロール力）

考え抜く力（課題発見力、計画力、想像力）

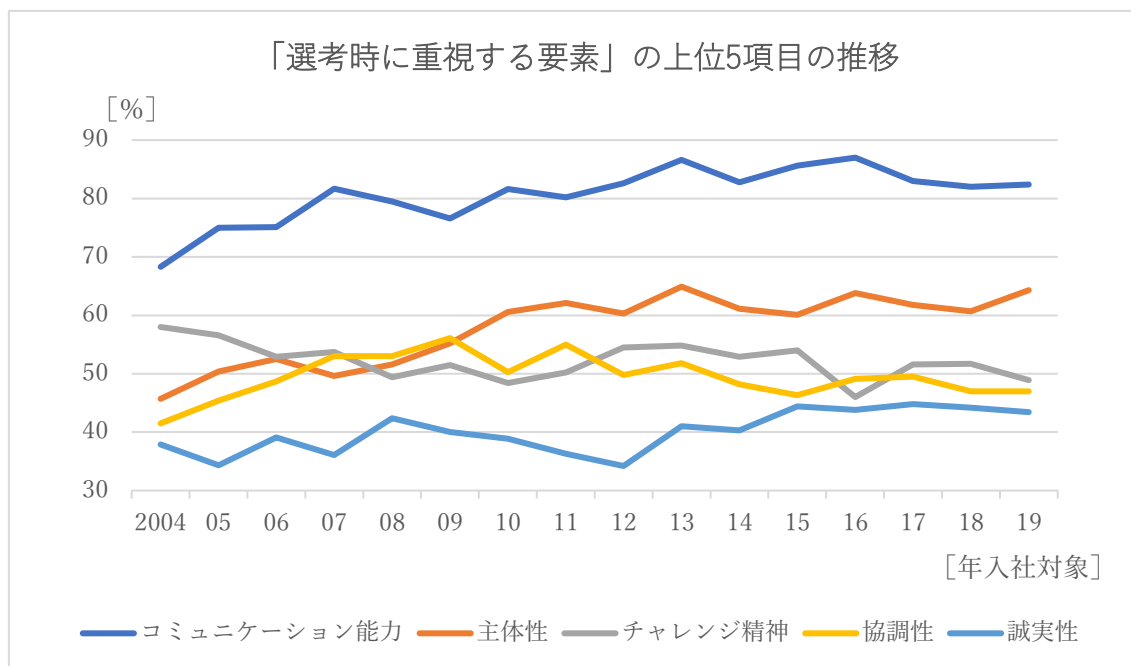
3つの共通点として、コミュニケーションは、相手がいることが前提である。文部科学省の定義では、相互関係、人間関係、チームワーク、厚生労働省では意思疎通や協調性というワードが使われている。また、経済産業省では、コミュニケーション能力という直接的な言葉は使われていないものの、発信力や傾聴力という、人間関係を構築するために重要とされるであろう言葉が使われている。このことから、コミュニケーションは自分本位なものであってはならないことが分かる。相手に伝えることが大切であり、話すことが得意であっても、自己中心的な話し方であった場合、良いコミュニケーションがとれているとはいえないだろう。広辞苑では、伝達という言葉が使われていたため、情報を発信することや意思を伝えることのみがコミュニケーションのように考えられることが予想されるが、経済産業省では、傾聴力も必要な要素として挙げられている。以上のことから、本研究では、「発信力」、「協調性」、「傾聴力」等も含め、コミュニケーション能力として取り上げることとする。

3. 研究の背景

先述したように、近年、求職者はコミュニケーション能力の高さを求められている。日本経済団体連合会が行なった調査では、2019年の大卒等新卒者の採用選考にあたって重視した点として、82.4%の企業がコミュニケーション能力と回答しており、また、コミュニケーション能力が10年以上連続第1位であることが分かる（図1）。

図1. 「選考時に重視する要素」の上位5項目の推移

（2003年度～2018年度の「新卒者採用に関するアンケート調査」⁵⁾より筆者作成）



4. 先行研究

4.1 人物像

「大学新卒者採用における「望ましい人材」像の研究—著名企業による言説の二時点比較をとおして—」

岩脇⁶⁾は、人材像の変化や新卒者に向けられるまなざしの変容を明らかにすることを目的とし、著名企業の採用担当者が新卒者採用時の重視点について述べた言説の構造を1991年と2001年で比較した。東洋経済新報社『会社四季学生就職版』の1991年版と2001年版に掲載された企業別データを用い、「採用担当者からひとこと」という欄で述べられる人材像に関するコメントを見た。主要項目の出現頻度を二時点で比較し順位の変動を確認すると共に、主要項目の中でも特に頻繁に用いられる項目を人材像の骨格となるものとみなし、どのような組み合わせで用いられているのかという点を数量化Ⅲ類の手法を用いて分類した。その結果、選択的要素が身体属性・人柄から能力へ移行したことが明らかになった。これを筆者は、個人の内在的資質から実際に役立つ能力の発揮へ移行したことの表

れとし、また、職場の仲間として相応しいか否かの判断材料となり得る人柄が重視されなくなりつつある点に関して、長期間にわたり共に働くことが前提とされない社会への移行に伴って、職場のコミュニティが重視されていないのではないかと述べている。

仮に企業側も求職者が長期間働くことを前提としていない場合、職場のコミュニティを重視していないためにコミュニケーション能力も必要とされていない可能性がある。ただ、この論文は2004年のものであり、当時の調査から約20年経過しているため、さらなるトレンドの移行も考えられる。

4.2 採用活動の実態

「企業における採用活動の実態と新規学卒者に求める能力に関する実態調査報告」

宮道、三浦、坂入、中山⁷⁾は、東証一部上場企業及び岡山大学に求人依頼のある企業を対象に、(1)採用実績及び方針に関すること、(2)求める人材像に関すること、(3)属性要因(従業員数、株式公開の有無、業種、本社所在地、社名、担当者名)等について質問紙調査を行なった。選考方法について、筆記試験を課している企業が95.9%、個人面接を実施している企業が95.0%、エントリーシートが72.8%の企業で採用されていた。個人面接は複数回、加えてグループ面接やグループディスカッションを行う企業もあった。また、(2)の回答から、企業が求める能力の企業規模による比較、エリア(本社所在地)による比較を行なった。企業が求める能力として最も多かったのは、「基礎学力」であった。企業規模による比較をした時、従業員数300人未満の企業では、1位「素直さ」、次いで「意欲」「基礎学力」「行動力」「協調性」という結果になっている。

本調査では、コミュニケーション能力を「傾聴力」「情報発信力」「表現力」の3つに細分化しており、結果としてその中でも「傾聴力」が重視されていることが分かった。また、私が今回、コミュニケーション能力として扱っている「協調性」は、300人以上の企業では「基礎学力」に次いで2位に位置しているが、300人未満の企業では5位という結果になっている。規模が小さい程、コミュニティが狭くなり、コミュニケーションを重要とする考え方もあるのではないだろうか。本研究ではこの点についても検討していきたい。

5. 研究の目的

私は、来春から教員として働く予定である。教員間、生徒—教員間、保護者—教員間など、様々な年代の人と関わることになり、また価値観や背景の異なる人との関わりがこれまで以上に増えることが考えられる。企業が採用時に重視している能力を踏まえ、今社会が求める人材像を調査し、本当にコミュニケーション能力が求められているかどうかについて研究していきたい。

6. 調査方法・対象

6.1 概要

はじめに、企業の募集要項を分析する。現在どういったコミュニケーション能力が求められているのか、本当に様々な職種で求められているのかについて調査する。その後、兄にインタビュー調査を行なう。実際に社会に出て働く人が職場で感じたことをもとに、コミュニケーション能力をどのように捉えているのかについて対話を行なう。

6.2 企業の人材募集要項の調査

本研究では、大学生の就職活動を取り上げることとする。リクナビ⁸⁾の情報によると、就職活動は主に大学3年生の6月頃から準備が始まる。自分が何に興味があるのか、業界・企業研究や、インターンシップへ参加すると共に、自己分析を進めていく。3月頃には、準備過程で興味を持った企業にプレエントリー¹⁾をし、会社説明会に参加する。そして、大学4年生の6月頃からは、選考が始まり、徐々に内定が出始める。10月に内定式を行なう企業もあるため、9月頃から内定を受ける流れが一般的である。当然、個人差はあるが、多くの学生が以上のような流れで就職活動を進めていく。

私が就職活動を行なった際、コミュニケーション能力に関する人材像を掲載している募集要項がいくつかあり、このことをきっかけに、今の企業が求める人材像について疑問を持ち始めた。以下の表は、私の出身地である高知県が位置する四国の上場企業と募集要項におけるコミュニケーション能力に関する記載の有無を表している。四国には合わせて、45社の上場企業が存在している。この中から高知県と、人口や労働力人口が同程度の徳島県の上場企業の募集要項を読み、様々な職種がコミュニケーション能力のある者を求めているのか、どういったコミュニケーション能力が求められているのかについて調査することにした。

表1 四国の上場企業と募集要項におけるコミュニケーション能力に関する記載
(J-LiC 上場企業サーチ⁹⁾ より筆者作成)

	徳島県	香川県	愛媛県	高知県
食品			ベルグアース株式会社	
建設・資材	株式会社フィット (24 ²⁾ ○ HP ³ ×) ¹⁰⁾	株式会社四電工		
		日本興業株式会社		

¹⁾ 学生が企業側に興味があることを意思表示すること

²⁾ リクナビ或いはマイナビの2024年卒に向けた募集要項 (25は2025卒)

³⁾ HPに記載されている採用担当者や代表取締役等からのメッセージ

		社		
素材・化学	阿波製紙株式会社 (24〇 HP ×) ¹¹⁾	四国化成ホールディングス株式会社	大王製紙株式会社	ニッポン高度紙工業株式会社 (KENJIN ⁴ × HP ×) ¹²⁾
		大倉工業株式会社	株式会社ダイキアクシス	
			ユニ・チャーム株式会社	
医薬品	Delta-Fly Pharma 株式会社 (× ⁵) ¹³⁾	株式会社メドレックス		
機械		株式会社タダノ	三浦工業株式会社	株式会社技研製作所 (25〇) ¹⁴⁾
			井関農機株式会社	兼松エンジニアリング株式会社 (KENJIN ×) ¹⁵⁾
電機・精密		アオイ電子株式会社		
情報通信・サービスその他	株式会社ジャストシステム (HP ×) ¹⁶⁾	セーラー広告株式会社	株式会社マルク	株式会社ミロク製作所 (25〇 HP〇) ¹⁷⁾
	株式会社デントス (×) ¹⁸⁾	株式会社 KG 情報		
	ニホンフラッシュ株式会社 (HP〇 24〇 - 徳島東京エリア総合職のみ記載あり) ¹⁹⁾	南海プライウッド株式会社		
			セキ株式会社	
電力・ガス		四国電力株式会社		

⁴ 高知県の新卒採用情報サイト

⁵ 採用情報なし

商社・卸売			ダイコー通産株式会社	
			株式会社ヨンキユウ	
小売	アクサスホールディングス株式会社 (24×) 20)		株式会社ありがとうサービス	株式会社マナベインテリアハーツ (24×HP×) 21)
			株式会社マルヨシセンター	
			株式会社フジ	
銀行	株式会社阿波銀行 (24○) 22)	株式会社百十四銀行	株式会社愛媛銀行	株式会社四国銀行 (24○) 23)
		トモニホールディングス株式会社	株式会社いよぎんホールディングス	株式会社高知銀行 (24○) 24)
金融（銀行を除く）		株式会社日本総険		
不動産		穴吹興産株式会社		

※○はコミュニケーション能力に関する情報が記載されていたことを指す

×は記載されていなかったことを指す

先述したように、ここでは、徳島県と高知県にある上場企業の新卒者採用に向けた募集要項の内、採用したい人材について何社がコミュニケーション能力に関する内容を記載しているのか調査した。

今回調査した中では、リクナビ・マイナビ等就職ポータルサイトとホームページの採用ページにて、求めている人材の記載があった。求めている人材の条件について、徳島県、高知県それぞれ4社の企業がコミュニケーション能力に関するワードを使用していた。その他の企業は、現在採用募集をしていない、もしくは募集しているがコミュニケーション能力に関するワードが含まれていないといった結果だった。では、コミュニケーション能力を重視している企業は、どのような人材を求めているのか。コミュニケーション能力に関する条件を記載していた8社のうち、3社の採用ページを比較する。ニホンフラッシュ株式会社（以下、ニホンフラッシュ）の採用担当者は、求職者に対し、

私たちが採用活動で重視していることは「コミュニケーション能力」です。面接では、

ノウハウ本にあるような通り一遍の答えを期待しているのではなく、「質問を理解し、自分の考えを、自分の言葉で伝えているか」といったところを見ている。¹⁹⁾

といったメッセージを送っている。ニホンフラッシュでは、コミュニケーション能力というワードを用いており、今回私が調査した企業の中でもここまで明確に記載している企業は珍しかった。担当者のメッセージからは、ニホンフラッシュがコミュニケーション能力の中でも「理解力」や「言語化する力」を重視していることが読み取れる。一方、マイナビ 2024 に掲載されているニホンフラッシュの採用情報では、「こんな学生に会ってみたい」の欄において、徳島・東京エリア総合職のみ「チームワークを重視する人」¹⁹⁾と記載されていた。その他の総合職・エリア総合職ではそのような記載がなかったため、どのような違いがあるのか気になるが、本調査ではここまでとした。

株式会社阿波銀行（以下、阿波銀行）の募集要項には、求める人物像の欄に「明るく元気に対人コミュニケーションを取れる方」²²⁾と書かれていた。対人コミュニケーションとは、自己に関する情報（メッセージ）を相手に伝達すると同時に、相手の情報を入手することによって、相互の理解を深め、より緊密な人間関係を築いていく一連の行為の相互作用過程²⁵⁾を指す。このことから阿波銀行は、対人コミュニケーションを通じて、社内及び社外との人間関係構築を重視していると考えられる。

また、株式会社ミロク製作所の「私たちの求める人材」には、3つの人物像が挙げられており、そのうちの1つが「コミュニケーション能力の高い人」であった。また、そこには以下のことが記されていた。

当社の業務は多くの人と連携して進めていくため、関係者の意図を正しく理解したうえで、自分の考えを相手に分かりやすく伝えることが必要です。会社というのは個人を鍛えてくれる「道場」のようなもの。受け身ではなく強い意志で、自分の能力を磨き発揮する「挑戦の場」として最大限活用してください。取引先には海外の企業も数多くありますので、語学力、人間力などコミュニケーション能力を総合的に高めていくことで、活躍の場が大きく広がります。¹⁷⁾

ミロク製作所についても、前述した2社と同様、相手の考えの意図を正確に理解し自分の考えを発信する力が求められていた。連携して業務を進めていくことが肝心であるため、多くの人と関わる中で良好な人間関係を構築できるよう、新卒者のコミュニケーション能力が求められているのではないだろうか。

本調査によって、コミュニケーション能力を求める企業は一定数存在していることが分かった。ミロク製作所の採用ページに記載されている「受け身ではなく強い意志で」からも読み取れるように、積極的に人と関わることで相手及び自分と向き合い、成長していくことが多くの企業で重要視されているのかもしれない。また、岩脇は、企業が「求める人物

像」を公に公表することについて、「社会的認知が高い著名企業が提示する採用したい人材の条件は、その社会で望ましいとされる人材のイメージに影響を及ぼし、また、企業がどのような人材を求めるかを公に表明することは、新卒者へのメッセージであると共に、社会へコーポレートアイデンティティを示すことでもある。要するに、企業の言説に現れる人材像は、その社会が望ましいとする企業人としてのあり方を反映しているとも言い換えることができる。」⁶⁾と述べている。このことから、コミュニケーション能力の高い人は、企業のみならず社会が求める人材であるといえるだろう。

6.3 インタビュー調査

対象者：兄

現在、大学卒業後に就職した会社に勤めており、今年で7年目となる。兄は、家では自ら自分の話をするタイプではないが、学生時代には友人を家に招いたり、就職後は上司や同僚との飲み会に参加したりと、友好関係が広い方ではないかと思う。兄との対話を通し、コミュニケーション能力の捉え方の変化やコミュニケーション能力の重要性について聞いていきたいと思う。

※事前に質問内容を伝え、下記の質問内容を中心に話を進めていく。

《主な質問》

- ・営業やコミュニケーション能力をどのようなものと捉えて就職活動に臨んでいたか。
- ・就職活動時、募集要項にコミュニケーションに関する内容は記載されていたか。
- ・就職して数年経った今、コミュニケーション能力をどのように捉えているか。
- ・職場にコミュニケーション能力は必要であると思うか。
- ・上司に営業面やコミュニケーション面で指導されたか。
- ・どうすれば長くその仕事を続けることができるか。
- ・どのような後輩に入ってほしいと思うのか。

※以下のインタビュー結果は、特に重要だと思った部分を抜き出している。

○営業やコミュニケーション能力をどのようなものとして捉えて就職活動に臨んでいたか
兄「人と人のつながりとか、仲良くなるため。」

○就職活動時、募集要項にコミュニケーションに関する内容は記載されていたか
兄「いや、なかったと思う。」

→兄が就職活動を行っていたのは、2016年頃である。日本経済団体連合会が2018年に行なったアンケート調査によると、『自社が求める人材イメージの公表方法としては、「企業説明会における説明」(90.6%)が最も多かった。』⁵⁾ そうである。当然、当時も

ホームページやパンフレットへの掲載があったが、兄はあまり気にしていなかったのかもしれない。

○就職して数年経った今、コミュニケーション能力をどのように捉えているか

兄「営業…に限らずまあ、社会に出たら人と人に関わっていくわけやき、ある程度のコミュニケーション能力が必要やと思うし、お兄ちゃん自身も割とコミュニケーション能力には自信があったき、まあそれなりに仕事やっていけるかなっていうような認識で…。まあその就職活動ってだって仕事始まってからじゃなくて就職活動の話ってこと？」

私「えーなんか、その、就職するまでと就職後にギャップがあったかを知りたかったわけね？」

兄「結論から言うとそうやね、就職する前は人と人とのつながりとか関係構築とか仲良くなるためのコミュニケーションツールというか、仲良くなるためのツールがコミュニケーション能力で、で、就職した後は、大前提コミュニケーションありきの関係構築とか人と話す力とか聴く力とかもそうやけどありきというか前提のうえのなんて言うんやろ…その一最近お兄ちゃんもすごい感じるがやけどネゴシエーション、交渉、交渉のためのコミュニケーションみたいな。」

私「うんうん。なるほどなるほど。」

兄「やき関係構築ができてないと交渉もできんし、逆に言うたらコミュニケーション能力が高くて営業として数字が上げれん。まあ仲良くなることはできるけど。で、コミュニケーションっていうのは内も外もそうやけど、外向きにはお客さんとかまあ普通に営業的に言うと顧客とか。内側にもコミュニケーションがあって、結局自分のしたいこととか通したいことを上司に理解してもらおうとか一、なんか自分がやらかした時にカバーしてもらおうために内部でのコミュニケーションもできてないと、結局立場がなくなって会社にもおりづらくなって結局離職とかに繋がっていくと思うき、まあまず外のコミュニケーションと中のコミュニケーションが1番…。外のコミュニケーションは…、中は別にまあ結局全部まあ自分がしたいことを上司に反論されたときに交渉というかある程度その話を通すため…、結局通せたにしろ通せんかったにしろの場の関係性が○○○○（聞き取れていない）には、ある程度一定のコミュニケーション能力が大切やと思う。」

私「うんうん、うんうん。」

兄「コミュニケーションがゴールじゃなくなったみたいな。」

私「え、あ、コミュニケーションがゴールじゃなくなった？」

兄「かなあ。入る…就職する前と後で言うたら。コミュニケーション高かったらそれで営業できるかなあって思いよったけど…そういうわけじゃないし…企業が求めるコミュニケーション能力っていうか一、コミュニケーション能力が大前提で、さっき言うたネゴシエーションって言うがやけど交渉とか折衝というか人とぶつかった時の通していく力？どっちかって言うとお兄ちゃんそっちが弱かったき、今そっちをなんて言うかな。」

仲良くなるって向こうが仲良くなりたかって思う前提やきさ、まあまず向こうが仲良くなりたかって思っっちゃうか思っていないかでこっちの行動も変わってくるし、別にこっちに興味がない、んー××（企業名）で言うなら〇〇県（本社所在地ではない地域）って××って別に全然レベル低いっていうか、その中で××とどう付き合ってもらわかっていうのは向こうからしたら別に××じゃなくても良いわけやけど、こっちからはお願いせないかんやんか。別に仲良くなりましょうって言うても、別に向こうは仲良くならんでも良いわけ。その中で、あのうちの良いところというか、そういうのを伝えるには大前提コミュニケーションやき、コミュニケーションから入ってネゴシエーションに繋がるって感じ。だからゴールじゃなくて過程に変わるみたいなの。」

→兄のコミュニケーションがゴールではなくて過程になったことに対し、学生の私とのギャップを感じた。私はこれまで、コミュニケーション能力を高めるために多様な人との関わりに取り組んでいたと考える。しかし、兄としては、コミュニケーションを取ることができるのは、前提であり、その能力をいかに職場で生かしていくかが重要になると述べていた。また、職場には内側と外側のコミュニケーションが存在しており、どういった目的を持って、コミュニケーションを取るべきなのかという点も重要だと気付いた。

○職場にコミュニケーション能力は必要であると思うか

私「ある情報で300人以下（300人未満）の企業とかちょっと小規模の企業は、なんか、コミュニケーション能力とかを、あまり、とか、協調性とかをあんま重要視してない傾向にあるみたいなのがあって、××は総従業員数700人くらいおったき、それには該当せんけど、お兄ちゃんが実際職場にコミュニケーション力必要やなって思った場面があったやったら教えてほしいなって思っただけ。」

兄「そもそも、会社ってさ、どういう企業かにもよるけどさ、1番下は最下層の俺らみたいな人が、物を作って中間管理職の人にそれを見てもらって支店長とかに決裁もらわかって。やき自分がたぶん公務員とかでも、こういうことをしたいですその税金を使ってこういうことしたいです、まあその中間の40くらいの人が見てまあ間違っていないがやないみたいなの。で最終まあ部長とかそういう人が、やっても良いがやないって決裁をするがやけど、単純に普段の関係性ができてなかったら、まあそれを通しづらくなるわね。お兄ちゃんが××で言ったら10億の融資がしたいってなったときに、もともと人間関係できてたら、なんていうがその決裁権限者って結構規模が大きくなるにつれてどんどん大きくなっていくよ。10億とかなったら頭取って言って社長よね。極端な話、社長とめちゃうちゃ仲良かったらすっ飛ばしてもOKとれるやん。極端な話ね。やし、結局人間が作って人間が見ちゃうわけやきその辺は関係性がないと逆に掛水△△（兄の名前）があげてきちゃうってだけでも、そもそもの信用性がなくなったりするきさ。逆にある程度関係性作っちゃったらさ、掛水君があげてきたやつやったらまあいいやろうっていうその、もともとの印象が変わってくるき、そういう意味で言ったら、ちっちゃいとこで

もいるってかちっちゃいとこの方がいる…。それが結局そのやりづらくなって結局面白くなるやんそれが。自分があげたものが全然通らんかったりしたら。やき大小限らずそういういるというか、仕事をやりやすくするためには必要やと思うけどね。」

→兄は、仕事を続けるためにもコミュニケーションによって関係性を築くことが大切だと考えている。交渉を行ったり、大きな仕事をこなしたりする際には、より一層信頼できる関係が重要となる。自身がその環境で仕事を続けていくためには、企業規模の大小に限らず、コミュニケーションを大切にしなければならないのかもしれない。

○上司に営業面やコミュニケーション面で指導されたか

兄「お兄ちゃん自身も別にコミュニケーションでなんて言うかな、言われたことないし、上司とかに。関係も割と良好で今までなんて言うがやろ、嫌われることはもちろんないけどその、報連相とかもよく言うやん。報告・連絡・相談とか、そういうのの積み重ねがそのコミュニケーション、とかそういうことを積み重ねるためのコミュニケーション能力が大前提っていうイメージ。

まあそういうコミュニケーションについては、就職する前からある程度こう養ってけると思うけど、その交渉とか数字を取ってくるとか契約に結びつけるってなったら、またちょっと違う。元々そういう性格的に向いちゅう人も就職する前からおると思うけど、お兄ちゃんは割と就職してからその壁にぶち当たったっていう感じかな。やき、仲良くしよってもほらお客さんになめられたりもするし、するやん？嫌われようとするためのコミュニケーションじゃなくて、前向きにというか…ソフトなコミュニケーションに繋がれたらそりゃ嫌われもせんし、で向こうがこう来てほしいっていうのをこっちが受け入れよったら別に向こうは嬉しいわけやき。

実際企業とか組織になってくると自分の想いと組織の方向性が違うきさ、自分は別になんか、例えば、2000円で売ってきてほしいっていうのを、上司に言われたとして、あ、ちゃう1000円のを上司に1500円で売ってきてほしいって言われたとして、自分は別に1200円でも良いのになって思って、コミュニケーション能力が高いきって行って、1000円のを1200円で買ってくださいよーっていうのはそこが最低限っていうかそこが1番下やきよ、1500円で売ってなったときにコミュニケーション能力が高かったらそりゃ1500円ですって言えるけど、コミュニケーション能力が高すぎてと言うか相手のことを気にしすぎて申し訳ないとかいう思いになってきたら、その組織の影響としてはだめやんか。逆にコミュニケーションが全然出来てなくて相手に言い負かされてその1000円のを800円で持って帰ってきたらそれはそれで内部でも価値がなくなっていくその存在が。

やきまあ、その、なんていう営業ってそのまあお客さんがおったら相手の立場とその自分の組織の上司との間に挟まれる立場になると思うき、その間をうまくこうコミュニケーションと交渉力でなんていうかな、自分の立ち位置をこう上手くしていくというか、

まあそんな交渉ができなくてもコミュニケーションができよったらその営業が言うがやったらまあそれが例えば 1500 円で売ってこいって言っても 1200 円で売ってきてもまあそのどんだけ言ってもお客さんがうなずいてくれませんでしたって言ったら、あーもうそいつが言うがやったら仕方ないなってなるのもコミュニケーションやと思うし、大前提コミュニケーション力は必須。からの、それをこう生かして交渉ネゴシエーションするみたいな感じかな。イメージで言うたら。」

私「じゃあ、会社に入ってから求められるなって思ったのはすごいネゴシエーションの部分やったってこと？」

兄「そう。最近それを特に感じる。」

→当然、個人個人で差異はあると考えられるが、就職後、特にコミュニケーション能力を教育されることはなさそうである。業務をこなしていく中で、自分に足りない点に気が付き、元々の性格によっては壁にぶつかることもあるのだろう。また、別の会話で内側と外側にコミュニケーションがあると話していたが、この会話の中でも、取引先と上司の間に挟まれる立場になることを述べている。難しい取引が行なわれる中でも、上司と良好な関係を築くことができているならば、1人で抱え込むことはないのかもしれない。

○長く続けるためには？

私「最近結構私の周りとかも、全然一生この仕事をやっていくつもりはないとか？も結構おって。」

兄「あー、まあ離職イコール悪いことじゃないきね。キャリアアップというか。」

私「そうそうそう、って言う話をしよって、お兄ちゃん的には、なんか、あじゃあ、そっか。キャリアアップやき悪いことじゃないっていう考え？なんか仕事を長く続けるためにはどうしたら良いかなって思いよったけど、悪いことばかりではない？っていう感じ？」

兄「あー、別に良いと思う。そのキャリアアップっていう意味で言うとその、嫌でやめるとか前向きにやめるがやったらいいがじゃない？でも前向きにやめるってなったら結局コミュニケーション能力がある人の方が前向きにやめれる気がするけどね。」

私「あー、たしかに。」

兄「上に向かってやめる、上のためというか、良くなるためにやめるって言う人はある程度職場でも、なんていうが感謝というか、こう残ってほしい人材でもあると思うし。まあ、そんだけこう期待されてきた人やとは思うけど、嫌でやめる人はどっちかかっていうところ、やめてもらいたいって思う人やきそういう人が転職することに関しては別に良いと思わんって言うか。別に転職自体は悪くないと思うよ。あの、都市部と地域（地方）の方ではまた違ってくると思うきね。企業数も違うし。やきまあ、そういう意味で言ったら、どんどんこう都市から離れていくにつれてコミュニケーションが必要になってくるがかもしれんけどね。」

→コミュニケーション能力がある人は前向きにやめることができるという考えに共感した。当然、職場環境が悪く、コミュニケーション能力があっても上手く働くことができない場合もあると考えるが、長く続けるにしても転職を考えていたとしても報告・連絡・相談や日頃の関係性は重要である。都市と地方のコミュニケーションの重要性の違いについては、今回のテーマでは考えていなかったが、非常に興味深いと思った。

○どのような後輩に入ってほしいと思うのか

私「ふーん。なるほどなるほど。じゃあお兄ちゃんが今から、あの一、入ってくる新人さんとかにも大前提…人と関わる力とかを持つてるのが大前提でプラスアルファそういう交渉とかできる力をつけてほしいなって思うって感じ？」

兄「そうやね。コミュニケーションとかはそもそも性格とかもある…こうなんて言うかな。それまでの人生である程度養われるもんやん。人見知りやろうが、人見知りやなからうが。ただ話すってことに慣れてないとコミュニケーションって出きんと思うき。ある程度話ができる人じゃないといかんとと思うけど、話そうとしたり意欲的なところがコミュニケーションに繋がっていくがやない？学びたいと思ったら色々聞くとし、知りたかったら色々聞くとし、まあそういうなんていう意欲的なそういう面接的な話になるけど意欲的なところがやっぱり求められると思うし、まあ、そうやね。お兄ちゃん7年くらい経ったけどまだ別に全然できゆうって実感ないき、結局いつまでもなんていうがこう…なんやろ、こう満足ってせんと思うき。」

私「ずっと学ぶ姿勢でおるみたいな感じってこと？」

兄「そうそう、そうそう。それがこう、結局上の人がおるき、自分が1番下やったら色々聞けたりとか、自分が上に立ってきたら下に教えられるような、浅く言ったらそういうコミュニケーション能力がいるがじゃないかな。若い子で言ったらね。その、営業とかってなってくると、交渉とかがいるようになってくるけど、まずはそういう人と話す力とか、話すことに慣れることじゃない？」

→意欲的な姿勢が新社会人のみならず働く上で大切だと話している。それまでの人生である程度養うという話があったが、私自身も発信力にはあまり自信がない。苦手意識があったり、自身のキャラクター上求められていないと感じたり、ということもあり、避けようとしていたのかもしれない。しかし、企業から求められることは基本的に皆同じ内容であるため、苦手意識のある分野を自分でどうカバーしていくのが大切だと分かった。

7. 考察

本研究では、実際コミュニケーション能力は企業から求められているのか、また求められているならばコミュニケーション能力とはどういったものなのかの2点を中心に検討してきた。新卒者募集要項の調査、兄へのインタビューを通して今の企業が求める人材像に

関して一部明らかにすることができた。

調査の結果、高知県と徳島県でそれぞれ約半数の企業がコミュニケーション能力のある者を「求める人材像」として挙げていた。日本経済団体連合会の結果からも分かるように、コミュニケーション能力が重視されていることは間違いないだろう。しかし、私の調査では多くの場合、就職ポータルサイトに掲載される募集要項の求める人材像の選択肢として「チームワークを重視する人」があるだけであって、企業側のそれぞれの想いとしてコミュニケーション能力を求めるメッセージを明記している企業は少なかった。コミュニケーション能力が重要な能力であることに間違いはないが、採用の際の面接やグループワークでは、コミュニケーション能力以上に別の資質や能力に目を向けられているのかもしれない。昨年1月に行なわれた日本経済団体連合会の調査²⁶⁾では、採用の観点から大卒者に特に期待する資質として、1位の「主体性(84.0%)」に次いで「チームワーク・リーダーシップ・協調性(76.9%)」は2位、その後「実行力(48.1%)」「学び続ける力(36.2%)」「柔軟性(18.4%)」と続いた。また、特に期待する能力は、4位に「傾聴力(35.9%)」、5位に「発信力(35.1%)」という結果だった。チームワークや協調性を重視しているものの、傾聴力や発信力の順位が低いことから、採用時には、コミュニケーション能力の有無ではなく、話の内容から人柄や資質を見極めていくのかもしれない。

兄はインタビューの際、コミュニケーションは大前提だと繰り返していた。兄自身は、現在ネゴシエーションという壁に直面している。取引先と上司の間に挟まれる立場となる中で、自身の立ち位置を確立することが重要である。兄はそのためにも職場内のコミュニケーションを重視しており、報告・連絡・相談等日頃から正確にコミュニケーションをとることで、組織が味方となる環境を自分で作り出していく必要があるのかもしれない。ネゴシエーションだけでなく、各々が抱える壁を乗り越えるためにもコミュニケーションが必要であり、人と関わるうえでコミュニケーションを必要としない環境はないのではないかと考える。その一方で、コミュニケーション能力を募集要項に記載しない理由としては、コミュニケーション能力に着目しすぎるがあまり、求職者の本質を見抜くことができないことを避けるために記載しないことを選択しているのかもしれない。また、他の理由としては、コミュニケーション能力を重視することが当たり前になったために、兄の話していたとおり、コミュニケーションがとれることは前提とされているとも考えられる。

今回、私はコミュニケーション能力に着目し研究を進めてきたが、兄とのインタビューを終え、「規模の異なる企業におけるコミュニケーションの影響」に興味を持った。高知県は都市部に比べ、小さな企業も多い。また、教職面で考えたときにも、山間部には小さな学校が多くある。小さなコミュニティで良い関係を築きつつ働くためにはどういったことができるのか気になった。コミュニケーション能力がすべてではないことが結果として明らかになったが、コミュニケーションをとることを引き続き大切にし、実際に現場で働く中でどういった働きかけができるのか考えていきたいと思う。

参考文献

- 1) 「コミュニケーション」.新村出.『広辞苑』第二版補訂版.岩波書店,1980,p.831.
 - 2) 初等中等教育局教育課程課/国際教育課.“言語能力について（整理メモ）”.文部科学省.2016-1,
https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo3/056/siryu/attach/1366049.htm (参照 2023-11-27)
 - 3) 経済産業政策局産業人材課.“社会人基礎力”.経済産業省.2017,
<https://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/index.html> (参照 2023-11-27)
 - 4) 職業能力開発局能力評価課.“「YES-プログラム」の概要”.厚生労働省.2006,
<https://www.mhlw.go.jp/houdou/2006/03/h0310-6a.html> (参照 2023-11-27)
 - 5) 一般社団法人日本経済団体連合会.“2018 年度新卒採用に関するアンケート調査結果”.Keidanren Policy&Action.2018-11,
<https://www.keidanren.or.jp/policy/2018/110.pdf> (参照 2023-12-11)
- 一般社団法人日本経済団体連合会.“2017 年度新卒採用に関するアンケート調査結果”.Keidanren Policy&Action.2017-11,
<https://www.keidanren.or.jp/policy/2017/096.pdf> (参照 2023-12-11)
- 一般社団法人日本経済団体連合会.“2016 年度新卒採用に関するアンケート調査結果の概要”.Keidanren Policy&Action.2016-11,
https://www.keidanren.or.jp/policy/2016/108_gaiyo.pdf (参照 2023-12-11)
- 一般社団法人日本経済団体連合会.“2015 年度新卒採用に関するアンケート調査結果”.Keidanren Policy&Action.2016-2,
https://www.keidanren.or.jp/policy/2016/012_kekka.pdf (参照 2023-12-11)
- 一般社団法人日本経済団体連合会.“新卒採用（2014 年 4 月入社対象）に関するアンケート調査結果”.Keidanren Policy&Action.2014-9,
https://www.keidanren.or.jp/policy/2014/080_kekka.pdf (参照 2023-12-11)
- 一般社団法人日本経済団体連合会.“新卒採用（2013 年 4 月入社対象）に関するアンケート調査結果”.Keidanren Policy&Action.2013-9,
https://www.keidanren.or.jp/policy/2013/070_kekka.pdf (参照 2023-12-11)

ー ト調査結果”.Keidanren Policy&Action.2014-1,
https://www.keidanren.or.jp/policy/2014/001_kekka.pdf (参照 2023-12-11)

一般社団法人日本経済団体連合会.“新卒採用（2012年4月入社対象）に関するアンケート調査結果”.Keidanren Policy&Action.2012-7,
https://www.keidanren.or.jp/policy/2012/058_kekka.pdf (参照 2023-12-11)

一般社団法人日本経済団体連合会.“新卒採用（2011年3月卒業者）に関するアンケート調査結果”.Keidanren Policy&Action.2011-9,
<https://www.keidanren.or.jp/policy/2011/091kekka.pdf> (参照 2023-12-11)

一般社団法人日本経済団体連合会.“新卒採用（2010年3月卒業者）に関するアンケート調査結果”.Keidanren Policy&Action.2010-4,
<https://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2010/030kekka.pdf> (参照 2023-12-11)

一般社団法人日本経済団体連合会.“2008年度・新卒者採用に関するアンケート調査結果”.Keidanren Policy&Action.2009-4,
<https://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2009/034kekka.pdf> (参照 2023-12-11)

一般社団法人日本経済団体連合会.“2007年度の新卒者採用に関するアンケート調査結果”.Keidanren Policy&Action.2008-2,
<https://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2008/003kekka.pdf> (参照 2023-12-11)

一般社団法人日本経済団体連合会.“2006年度・新卒者採用に関するアンケート調査結果”.Keidanren Policy&Action.2007-2,
<https://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2007/008kekka.pdf> (参照 2023-12-11)

一般社団法人日本経済団体連合会.“2005年度・新卒者採用に関するアンケート調査結果”.Keidanren Policy&Action.2006-1,
<https://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2006/002kekka.pdf> (参照 2023-12-11)

一般社団法人日本経済団体連合会.“2004年度・新卒者採用に関するアンケート調査集計結果”.Keidanren Policy&Action.2005-1,
<https://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2005/004kekka.pdf> (参照 2023-12-11)

一般社団法人日本経済団体連合会.“2003年度・新卒者採用に関するアンケート調査集

- 計結果”.Keidanren Policy&Action.2004-1,
<https://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2004/001kekka.pdf> (参照 2023-12-11)
- 6) 岩脇千裕.“大学新卒者採用における「望ましい人材」像の研究－著名企業による言説の二時点比較をとおして－”.教育社会学研究=The Journal of educational sociology/日本教育社会学会編.2004,74,p.309-327.
 - 7) 宮道力,三浦孝仁,坂入信也,中山芳一,岡山大学キャリア開発センター,朝日医療学園.“企業における採用活動の実態と新規学卒者に求める能力に関する実態調査報告”.大学教育研究紀要.2013,(9),p.233-244.
 - 8) リクナビ.“就活準備ガイド”.Recruit.2022-2,
<https://job.rikunabi.com/contents/howto/18542/> (参照 2023-12-7)
 - 9) J-LiC 事務局.“上場企業サーチ”.J-LiC 運営事務局.2023-1,
<https://j-lic.com/companies/> (参照 2023-12-11)
 - 10) 株式会社フィット.“採用情報”.株式会社フィット.2023,
<https://www.fit-group.jp/recruit/> (参照 2023-11-27)
(株)フィット採用チーム.“(株)フィット【東証グロース市場上場】”.マイナビ 24.2023-8,
<https://job.mynavi.jp/24/pc/search/corp96497/employment.html> (参照 2023-11-27)
 - 11) 阿波製紙株式会社.“採用情報”.阿波製紙株式会社.2023,
<https://www.awapaper.co.jp/recruit/> (参照 2023-11-27)
阿波製紙(株)採用担当.“阿波製紙(株)【東証スタンダード上場】”.マイナビ 24.2023-8,
<https://job.mynavi.jp/24/pc/search/corp89205/employment.html> (参照 2023-11-27)
 - 12) 松岡典子.“人事基本理念は“思い思われ、育ち育てる””.ニッポン高度紙工業株式会社.n.d.
<https://www.kodoshi.co.jp/employment/message.html> (参照 2023-11-27)
岡林朝也,渡邊夢乃.“ニッポン高度紙工業(株)”.KENJIN.2023-12,
<https://www.kenjin.ne.jp/gak/2210/2210a.asp?CODE=1123> (参照 2023-11-27)
 - 13) Delta-Fly-Pharma 株式会社.“Delta-Fly-Pharma 株式会社”.Delta-Fly-Pharma 株式会

社.2023-11,

<https://www.bing.com/ck/a?!&&p=29f3605d718d1ff9JmltdHM9MTcwMjI1MjgwMCZpZ3VpZD0zNWM2YWRhOC1lNzljLTYxMGIzMzE4Yy1iZjU5ZTYxNzYwMTYmaW5zaWQ9NTE5Nw&ptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=35c6ada8-e79c-610b-318c-bf59e6176016&psq=delta+fly+pharma%e6%a0%aa%e5%bc%8f%e4%bc%9a%e7%a4%be&u=a1aHR0cHM6Ly93d3cuZGVsdGEtZmx5cGhhcm1hLmNvLmpwLw&ntb=1>

(参照 2023-11-27)

- 14) 株式会社技研製作所.“(株)技研製作所【東証プライム市場上場】”.株式会社技研製作所.2023-11,

<https://job.mynavi.jp/25/pc/search/corp76097/employment.html> (参照 2023-11-27)

- 15) 兼松エンジニアリング人事部.“新卒採用情報”.兼松エンジニアリング株式会社.2023-12,

<https://www.kenjin.ne.jp/gak/2210/2210a.asp?CODE=1083> (参照 2023-11-27)

- 16) 株式会社ジャストシステム.“採用情報”.株式会社ジャストシステム.n.d.

<https://www.justsystems.com/jp/employ/new-graduates/info/guidelines.html> (参照

2023-11-27)

- 17) 株式会社ミロク製作所.“新卒採用”.株式会社ミロク製作所.n.d.

<https://www.miroku-mfg.co.jp/recruit/newgraduates> (参照 2023-11-27)

株式会社ミロク製作所.“(株)ミロク製作所”マイナビ 2024.2023-5,

<https://job.mynavi.jp/24/pc/search/corp224950/employment.html> (参照 2023-11-27)

- 18) 株式会社デンタス.“株式会社デンタス”.株式会社デンタス.2023-11,

<https://www.bing.com/ck/a?!&&p=0ee03a0f161e178dJmltdHM9MTcwMjI1MjgwMC>

<ZpZ3VpZD0zNWM2YWVhOC1lNzljLTYxMGltMzE4Yy1iZjU5ZTYxNzYwMTYmaW>

<5zaWQ9NTIwMA&ptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=35c6ada8-e79c-610b-318c->

<bf59e6176016&psq=%e6%a0%aa%e5%bc%8f%e4%bc%9a%e7%a4%be%e3%83%87>

%e3%83%b3%e3%82%bf%e3%82%b9&u=a1aHR0cDovL3d3dy5kZW50YXMuanAv">%e3%83%b3%e3%82%bf%e3%82%b9&u=a1aHR0cDovL3d3dy5kZW50YXMuanAv

&ntb=1">&ntb=1 (参照 2023-11-27)

- 19) 採用担当.“採用情報”.ニホンフラッシュ株式会社.n.d.

<https://www.nfnf.co.jp/recruit/message.shtml> (参照 2023-11-27)

採用担当.“ニホンフラッシュ(株)【東証プライム市場上場】”.マイナビ 2024.2023-12,

<https://job.mynavi.jp/24/pc/search/corp87360/employment.html> (参照 2023-11-27)

- 20) アクサスホールディングス株式会社.“アクサス株式会社”.リクナビ 2024.2023-1,

<https://job.rikunabi.com/2024/company/r337700046/employ/> (参照 2023-11-27)

- 21) 株式会社マナビインテリアハーツ.“採用情報”.株式会社マナビインテリアハーツ.

<https://www.manacs.com/recruit.php> (参照 2023-11-27)

株式会社マナビインテリアハーツ.“株式会社マナビインテリアハーツ”.リクナビ

2024.2022-5,

<https://job.rikunabi.com/2025/company/r194900094/employ/> (参照 2023-11-27)

22) 株式会社阿波銀行.“(株)阿波銀行”.マイナビ 2024.2023-12,

<https://job.mynavi.jp/25/pc/search/corp870/employment.html> (参照 2023-11-27)

23) 株式会社四国銀行.“(株)四国銀行”.マイナビ 2024.2023-11,

<https://job.mynavi.jp/24/pc/search/corp76119/employment.html> (参照 2023-11-27)

24) 株式会社高知銀行.“(株)高知銀行”.マイナビ 2024.2023-12,

<https://job.mynavi.jp/24/pc/search/corp91827/employment.html> (参照 2023-11-27)

25) 広沢俊宗.“青年期における対人コミュニケーション(1)—自己開示、孤独感、および両者の関係に関する発達的研究—”.社会学部紀要.1990-3,(61),p.149-160.

26) 一般社団法人日本経済団体連合会.“採用と大学改革への期待に関するアンケート結果”.Keidanren Policy&Action.2022-1,

https://www.keidanren.or.jp/policy/2022/004_kekka.pdf (参照 2023-12-11)

働きやすさを作る

総合政策学部 総合政策学科

楠 成実

目次

1. はじめに
2. おもてなし文化の歴史について
3. 私がアルバイト中に経験した迷惑行為
4. 迷惑行為とおもてなしの関係性について
5. 従業員の精神的負担
6. 経営者が作る働きやすい職場
 - 6.1 人的資源管理論
 - 6.2 福利厚生
 - 6.3 評価・昇進制度
 - 6.4 研修制度
 - 6.5 ワークライフバランス
 - 6.6 働きやすい組織づくり
7. そもそもなぜ私たちは働くのか
8. ウェルビーイングを高める5つの要素
 - 8.1 キャリア・ウェルビーイング ～日々していることが好き～
 - 8.2 人間関係ウェルビーイング ～人生を豊かにする友がいる～
 - 8.3 経済的ウェルビーイング ～上手にお金を管理する～
 - 8.4 身体的ウェルビーイング ～やり遂げるエネルギーがある～
 - 8.5 コミュニティ・ウェルビーイング ～住んでいるところが好き～
9. ここからわかったこと
10. 結論

1.はじめに

私が「働きやすさ」に目を向けるきっかけとなったのは、アルバイト経験からだ。私は高校三年生の冬から約4年半、コンビニエンスストアでアルバイトをしている。今日の日本ではお客様は神様であると言われることもあるように私たち従業員の立場はお客様より断然低いと思われる。無人レジの導入によって例外はあるが、商品を購入するために私たち従業員はお客様にとって必要な存在であり、逆に私たち従業員にとっても商品を購入してくれるお客様の存在が必要だ。互いにとって必要としている存在であるにもかかわらず私たちの立場は対等ではない。ましてやお客様から直接的にチップをいただいている訳でも無いのにも関わらず丁寧な接客が求められ、尽くすことが当たり前とされている。もちろん、買い物をしにお店に入った際、「いらっしゃいませ」「おはようございます」と挨拶をされると気分がいい。おもてなし精神があるからこそ、温厚にお店が経営できること、営業利益につながることもあるだろう。しかしながら、このおもてなし文化が日本で浸透されすぎたがため、些細な行動も監視されるようになり、従業員の身なりや態度でさえもお客様が少しでも不快だと感じれば文句をつけられることがある。「お金をもらって働いているのであるから仕方がない」という意見もあると思うが私は正直お金を払っているから、利用しているからと言って従業員に対して高圧的な態度を取ることや迷惑行為をすることは決して許されるべきではないと思う。低賃金でお客様に対し忠実に労働することや、理不尽な要求や脅迫、セクハラ、暴言などの迷惑行為によって従業員がどれだけ負担を感じているかを述べたいと考える。

2.おもてなし文化の歴史について

「おもてなし」とは、心のこもった待遇のことを言う。顧客に対して心を込めて歓待や接待サービスをすることを言う。2013年に、国際オリンピック委員会の第125次IOC総会で、滝川クリステルが「おもてなし」と発言したことから、この言葉が世界中で広まった。しかしながらおもてなしは日本で古くから伝わる茶道の作法と精神が源流と言われている。安土桃山時代の茶人で利休流茶道の祖である千利休は弟子たちに対し「利休七則」と呼ばれる教えを説いた。この七則はお客様のことを思い、考え、準備を行い、心地よいと思っただけの体験を演出することがおもてなしを行う上で大切なのだと書かれている。また、おも

てなしの語源には「表なし」という意味も存在する。これは裏表がないということだ。古くから存在する神仏へのおもてなしが儀式として日本の中で続けられてきたことと深い関係があり、目に見えないものに対しても敬意を払い感謝をする、それが表裏がない心でお客様を迎えるということなのだ。相手のことを考え、人に気づかれなくても目に見えないところまで配慮する、できることを精一杯するという考え方、行動がおもてなしと言える。(以上、Wikipedia「おもてなし」より)

3.私がアルバイト中に経験した迷惑行為

迷惑行為（暴言編）

私がアルバイトを初めて、二週間ほど経った頃初めてお客様からお怒りを受けた。お会計が終わった後にポイントカードを出され、「すみません、ポイントの後付けができないんです」と言うと、「お前、ポイントカードお持ちですかって聞けよ、しっかりせえやあほ」と大きな声で怒られた。アルバイトを始めたばかりであったのでその時は怖くて手の震えが止まらなかったのを今でも覚えている。すみませんと頭を下げて謝ったがボソボソと何か文句を言いながらそのままフラッと去っていった。マニュアルに「ポイントカードはお持ちですか、お作りはどうかございますか」と聞くよう書かれており、そう教えられていたにもかかわらず聞き忘れた私が悪いが、まさかそこまで怒鳴られるとは思ってもしなかった。このお怒りがあったからこそ「ポイントカードお持ちですか」と聞き逃すことはほとんどなくなったが、「ポイントカードお持ちですか」と聞いて、無視をされることや「いらんいらん」と軽くあしらわれることもあり、この「ポイントカードお持ちですか、お作りはどうかございますか」制度は、人によっては感謝されることもあるが、迷惑がられることも多く従業員にとっては、ストレスを感じる人もいる。

迷惑行為（理不尽な要求&脅迫編）

私の働く店舗が駅付近にあり、近くのパーキングを利用するため、札を硬貨に両替をしてほしいと頼まれた。私が働く店舗ではコピー機を使われるお客様へのみ両替作業をすることが許可されている。そのため、「すみません、コピー機を使われるお客様でなければお断りしております」というと、「前はしてくれたわ」と言われた。しかしながら謝罪も入れながら断り続けると、「お前な、謝って済んだら警察もヤクザもいらんねん」と言われた。この方はお店に来る度に従業員にキレたり、文句を言う人であり、昼から夜に入る従業員はこの人の顔を全員が知っていると言うほど目立つ人であった。私自身も過去にキレられたことがあり、この時は我慢できず抵抗した。すると、20分くらいの言い合いになったが、最後は相手が折れて謝って帰ってくれた。ここで私が臨機応変に両替対応をしていればこのように言われることはなかったと思う。しかしながら、もしもここで私が両替をしてしまうと今まで断り続けたお客様もいるため不平等であると思った。このことがあったことをオー

ナーに店長と話したところ、「そういうお客さんにはもう両替していいよ」と、店長には「臨機応変に対応していただいて大丈夫」と言われ、これからは少量の両替であれば受け入れることにしようとなった。しかし言ったもの勝ちなことに少し腹が立った。

迷惑行為（セクハラ編）

酔っ払って店に入ってきた中年男性に頭や肩を触られ、逃げると追いかけて回された。社員の方に伝えると「なんや頭か〜」と言われた。相談したことさえも後悔した。店長にも報告したものの、それからはしばらく夜にアルバイトに入ることがトラウマになり、似たような人が来ると裏に回るようにしていた。

迷惑行為（不気味編）

勤務中に電話がかかってきたため、受けたところ「〇〇店の電話番号教えてくださいか」と私の勤務するコンビニエンスストアから2キロほど離れた店の電話番号を訪ねてきた。『調べたらすぐ出てくるのになんでやろう』と思ったが、調べて番号をお伝えした。すると「ありがとうございます〜あ、それと、このこと僕の家族には言わないでくださいね」と言われた。すごく怖くて鳥肌がたった。「わかりました。失礼致します」と言って切ったが、かかってきた電話番号は080から始まっており個人の携帯からだと思われる。固定電話であれば納得できたが増々不気味であり怖かった。

迷惑行為（暴言編）

お客様にタバコ〇〇番と言われ取りに行き、「こちらでお間違い無いですか」と確認した際、そのタバコは本来欲しいものと異なっており、「これちゃうわ」とタバコを投げられた。

4. おもてなしと迷惑行為の関係性

おもてなし文化が迷惑行為に与える影響について、韓国との比較をすることによって考えてみたいと考える。ここで韓国との比較を選択した理由としては、おもてなし文化があまり浸透していない国であると考えたからだ。私はある時、韓国のコンビニエンスストアで働く店員が勤務中にライブ配信をしているところを見た。私のアルバイト先では携帯電話を勤務中に所持することさえも禁止されており、この事実を目にした時非常に驚いたことを今でも覚えている。そこで、実際に韓国からの留学生 A さんと対話を行い、韓国での接客のあり方、また韓国では迷惑行為やトラブルが起こるのか、そしてあればどのような内容であるのかを聞き出した。その結果、韓国と日本の両方でアルバイトを経験した A さんから見てもやはり日本の接客業は丁寧であると分かった。しかしながら、韓国ではあまり接客が重要視されていないと思い込んでいたが、私が思っていた以上に韓国の接客は丁寧であることも分かった。そして、おもてなしから引き起こると思っていた迷惑行為については、韓国でもよく起こるそうだ。だが、ここで迷惑行為の種類に日本と韓国で相違点があることに気

づいた。日本では、丁寧でなかった、無愛想であった場合に迷惑行為が起こることが多いが、韓国では効率が悪いことで迷惑行為が起こることがあるということだ。韓国では、個性が大切にされる国民性や一人一人が思ったことを発言できる環境が作られていることから文句を言う人も多くなったという。そのため、丁寧とは言わずともきちんと挨拶をすることやきちんと仕事をするのが求められることも多くある。

5.従業員の精神的負担

おもてなしと迷惑行為の関係性から、おもてなし文化が直接的に影響を与えているとは言えないことが分かった。そして、私が思う以上に韓国でも丁寧な接客をすることが多いのだと学んだ。お店によって異なるが、飲食店であれば髪色やネイルといった身だしなみに気を遣うことや、「いらっしゃいませ」、「ありがとうございます」の接客マニュアルがあり、丁寧な接客をすることによってお客様に喜んで欲しいと思う気持ちは日本と同じであると感じた。おもてなしはお店を営業する上で、大切な行為でありお客様の満足度や売上高にも大きく影響を与える。そのため、おもてなしは今後も広く重要視されるであろうと思った。その中で懸念点が従業員に与える精神的負担だ。現に私のアルバイト先でお客様からきつくお怒りを受けたことによって接客業から離れてしまった仲間がいた。何かあれば、親身に話を聞いてくれる店長や仲間、守ってくれるお店や警察の存在が必要であると思う。ここからは従業員の負担をどのようにして軽減できるか、働きやすい環境づくりについて深ぼっていきたいと考える。そのために、「職場のウェルビーイングを高める」という文献を参考にする。

6.経営者が作る働きやすい職場

6.1 人的資源管理論

マネジメントに必要な資源は、ヒト、モノ、カネ、情報である。これらの資源のうち、ヒトについて学ぶのが人的資源管理論である。かつては人事労務管理という用語が用いられたが、最近では働く人に対する見方について異なっており、これまで働く人は与えられた仕事をこなす存在であったのに対し、人間は思った通りには動かしづらいこと、また学習を通じて成長していくことから、主体的にも仕事に取り組む存在であるとみなされるようになった。従業員の納得度を高めて、働きがいを与えていくことが重要となっている。そこから従業員が熱意を持って仕事に打ち込めるよう、以下の工夫がなされている。(以上、よくわかる現代経営第7版 2023、p86～p87)

6.2 福利厚生

1995年から64年にわたり、企業の福利厚生費の動向を把握できる福利厚生調査というのが日本経済団体連合会では行われていた。ここで、主流とされる福利厚生を紹介する。

福利厚生	
法定福利費 (企業が福利厚生のために支払う費用のうち、法律で義務付けられているもの)	社会保険料、労働保険料の負担
法定外福利費 (企業が任意に行う従業員等向けの福祉施策費用)	住宅関連…保有社宅、借上げ社宅、独身寮、家賃補助、持ち家援助(自社融資、提携ローン斡旋、住宅ローン利子補給)
	医療健康…医療・保険衛生施設運営、生活習慣病検診、人間ドック費用補助(扶養者も)、メンタルヘルスケアサポート
	ライフサポート…社員食堂、食券給付、公共交通機関利用補助、託児所、保育所の設置及び利用補助
	慶弔…結婚祝金、出産祝金、この入学祝い金、永年勤続表彰、死亡弔慰金、慶弔休暇
	金融・財産形成…一般貸付、転貸貸付、社内預金、財形貯蓄、従業員持ち株制度
	レクリエーション…社員旅行、レジャー施設費用補助、忘年会新年会などの飲み会
	資格取得援助、評価、勉強会費用補助、留学支援制度
その他	カフェテリアプラン…従業員に対し、費用と連動したポイントを付与し、福利厚生メニューの中から選択させる制度
	通勤手当…交通費負担
	退職金…一次退職金、退職年金

(2019年をもって調査が終了されたため、2019年度福利厚生費調査結果の概要から作成)

第3表 法定外福利費の推移

項目 回、年度	合計 (円)	法定外福利費内訳									
		住宅関連 (円) (%)	医療・健康 (円) (%)	ライフサポート (円) (%)	慶弔関係 (円) (%)	文化・体育・レク (円) (%)	共済会 (円) (%)	福利厚生代行 (円) (%)	その他 (円) (%)		
47回 02	28,203	14,456 52.8	2,700 9.9	5,932 21.6	1,034 3.8	2,337 8.5	312 1.1	242 0.9	1,190 4.3		
48回 03	27,958	14,241 50.5	3,004 10.7	5,781 20.5	1,007 3.6	2,236 7.9	330 1.2	341 1.2	1,018 3.6		
49回 04	28,266	14,249 51.0	2,905 10.4	6,141 22.0	948 3.4	2,263 8.1	278 1.0	369 1.3	1,113 4.0		
50回 05	28,286	13,962 49.4	3,127 11.1	6,088 21.5	891 3.1	2,224 7.9	308 1.1	346 1.2	1,337 4.7		
51回 06	28,350	13,496 47.6	3,296 11.6	6,301 22.2	924 3.3	2,240 7.9	293 1.0	378 1.3	1,427 5.0		
52回 07	27,998	13,473 48.1	2,942 10.5	6,294 22.5	809 2.9	2,223 7.9	287 1.0	355 1.3	1,616 5.8		
53回 08	27,690	13,211 47.7	3,098 11.2	6,504 23.5	790 2.9	2,208 8.0	287 1.0	342 1.2	1,249 4.5		
54回 09	25,960	12,654 48.7	2,989 11.5	5,939 22.9	713 2.7	2,021 7.8	245 0.9	298 1.1	1,100 4.2		
55回 10	25,583	12,443 48.6	2,882 11.3	5,847 22.9	748 2.9	2,103 8.2	245 1.0	294 1.1	1,021 4.0		
56回 11	25,554	12,567 49.2	3,015 11.8	5,897 23.1	811 3.2	2,060 8.1	227 0.9	293 1.1	685 2.7		
57回 12	25,296	12,272 48.5	3,060 12.1	5,893 23.3	723 2.9	2,091 8.3	230 0.9	303 1.2	724 2.9		
58回 13	25,007	12,225 48.9	2,962 11.8	5,799 23.2	704 2.8	2,002 8.0	270 1.1	273 1.1	771 3.1		
59回 14	24,889	12,278 49.3	2,891 11.6	5,860 23.5	611 2.5	1,942 7.8	279 1.1	312 1.3	715 2.9		
60回 15	25,462	12,509 49.1	2,922 11.5	6,139 24.1	632 2.5	1,941 7.6	272 1.1	300 1.2	747 2.9		
61回 16	25,222	12,351 49.0	3,141 12.5	5,964 23.6	616 2.4	1,989 7.9	247 1.0	318 1.3	594 2.4		
62回 17	23,452	11,436 48.8	2,802 11.9	5,606 23.9	595 2.5	1,774 7.6	264 1.1	316 1.3	659 2.8		
63回 18	25,369	12,133 47.8	3,161 12.5	6,103 24.1	585 2.3	2,124 8.4	265 1.0	305 1.2	692 2.7		
64回 19	24,125	11,639 48.3	3,187 13.2	5,505 22.8	514 2.1	2,069 8.6	272 1.1	309 1.3	629 2.6		

(注) 1. 四捨五入の関係上、100%あるいは合計数値にならない場合がある。
2. 2019年度から調査対象従業員数を常用従業員数に変更。

上の法定外福利費の推移を見ると、第47回から64回を比較し、会社側がより力を入れているのは医療健康面であることがわかる。その理由として私は、少子高齢化、生産年齢人口の減少による労力不足によるものであると考えた。人口構成の変化により、人手不足や従業員の高齢化が深刻な社会問題となっている。常に従業員の健康状態に気を遣い、従業員の健康状態をより良くすることに力を入れていると考えた。

6.3 評価・昇進制度

評価には主に業績評価、能力評価、情意評価がある。業績評価とは、営業成績など数値化されることが多く、従業員は目標の達成に向けて努力するようになる。しかしながら、個人プレーになりがちという欠点や、仕事内容によっては数字で評価しづらいこともある。能力評価もまた、従業員が能力を有しているかどうかによって評価する評価制度であり、能力というものを客観的に評価することは非常に難しいとされる。また、能力で評価されるのであれば、努力や結果を残す必要がないと思う従業員も増える可能性がある。そこで努力するプロセスを評価する情意評価というものがある。努力をすることが評価されるのであれば、結果を出すことにはそれほど力を注がないかもしれないが、一生懸命に取り組むことができ

と評価される重要な制度である。

日本の昇進の特徴は、3つのステージから成り立つ重曹型キャリアと言われる。第1段階は同期入社して同時に昇進していく一律昇進型である。第二段階は同期の間で昇進に格差が生じてくる昇進競争モデルというが、昇進が遅れても逆転もあり得るのだ。第3段階はトーナメント型競争である。幹部や役員の段階になるとより厳しく選抜され、昇進の競走に勝ち残った人たちだけが次の選抜に進めるというものである。(以上、よくわかる現代経営第7版2023、p92~p93)

6.4 教育制度

OJT と Off-JT

新しい仕事に就くというのは大変であるが、周囲の人からのサポートや研修を受けることで能力やスキルが向上し、仕事の成果を上げるようになる。OJTとは、日々働く中で疑問に思う時、周囲の同僚にやり方を教えて貰いその場で問題が解決する教育訓練の1つをいう。Off-JTとは新入社員や管理職など役職ごとの階層別研修、営業職、経理職などの職種別研修もある。研修のほかに、資格取得や大学等の補助、自己啓発も含まれる。(以上、よくわかる現代経営第7版2023、p90~p91)

6.5 ワークライフバランス

共働き労働者の増加に伴って仕事と育児の両立が問題となってきた。また、高齢化に伴い仕事と介護の問題もクローズアップされている。介護は育児とは異なり、いつまで続くかわからない。また、親が介護対象者となるのは中高年齢層であるため、管理職等の重責であるからと仕事を休みづらいといったこともある。このため仕事と生活の両立を意味するワーク・ライフ・バランスが普及した。ワーク・ライフ・バランスのライフには育児、介護だけでなく趣味、大学院などの勉学、地域活動なども含まれる。また、近年では組織に属しながら別の仕事に従事する副業も注目されている。年功序列、終身雇用が中心的だった日本では、組織内部でのキャリア形成がなされてきたが、組織内での昇進といった客観的キャリアに注目が集まってきたためと考えられる。このようなことから同一組織でのキャリアだけでなく、組織外も含めてどのようなキャリアを歩みたいか考える必要があり、家庭や私生活の面で満足できる人生であるかという主観的キャリアを重視する人が増えている。(以上、よくわかる現代経営第7版、2023、p98~p99)

6.6 働きやすい組織づくり

a. 企業の組織を知る

組織とは、複数の人々が集まり、何らかの共通認識を持ってコミュニケーションをとりながら調整を図り、共通の目的の達成に向けて共同する営みのことを言う。組織には二つの側面があると言える。一つは、「営み」のプロセスのことであり、組織化とも言われる側面であ

る。もう一つは「営み」の結果のことである。組織とはこれら二つの側面の総合だと言うことができる。

そして、組織の意義は個人の能力の限界を克服し、一人の力ではできない大きな目的を成し遂げることである。個人の生命には限界があるため、組織であれば、それを超えて目的を追い続けることもできる。企業などの組織には、価値のある製品やサービスを供給すること、従業員に生活の糧となる報酬を支払うこと、従業員に社会における居場所を与えることなどの大事な役割も持つ。

組織は、複数の人々が集まることで社会や個人にとって大きな意義があり、重要な役割を果たすのであるが、他方で価値観も利害も考え方も異なる人々の協働を可能にするには、組織のマネジメントと呼ばれる取り組みが必要となる。その中核には、分業と調整の仕組みや人々の組織への貢献意欲を高める工夫、人々の相互作用への介入、組織文化の構築がある。中でも、本研究では働きやすさに焦点を当て、人々の組織への貢献意欲を高める工夫、人々の相互作用への介入、組織文化の構築について詳しく見る。

一つ目の人々の組織への貢献意欲を高める工夫について、インセンティブシステムが挙げられる。インセンティブとは従業員のモチベーションを高めるために、組織がメンバーに与えるものをいう。インセンティブとして基本的なものは金銭であるが、それだけではない。地位や名誉、雇用の保障、福利厚生、職場の人間関係、仕事の面白さ、自律性、評価、達成感などもインセンティブとなる。従業員にはインセンティブがこれらの組み合わせとして組織から提供される。モチベーションのプロセス理論は、単にインセンティブを与えれば、モチベーションが高まると言うようには考えない。個人個人の努力に見合うインセンティブを与えることで、その報酬は魅力的になると言うことだ。

二つ目の人々の相互作用への介入について見ていく。組織として目的を達成させるために多くの意思決定の場が存在する。組織のメンバーにとっては、何をすることもその都度代替案を探索、評価、決定するのは手間がかかりすぎると言う問題がある。そこで、繰り返される同様の問題にはどう意思決定をすべきか、あるいはどう対処すべきかの手順をパターン化して設定している。それを組織のルーティンと呼ぶ。それには、習慣として文書化されないものもあるが、明確性や一貫性を確保するために社内規定やマニュアルとして文書化されることもある。ただし、ルーティンは初期のメンバーに受け入れられる必要があり、そのためにはルーティンを示す側の権威、受け入れる側の抱く組織との一体感、双方のコミュニケーション、ルーティンの有効性などが条件となる。また既存のルーティンが問題解決にうまく機能しなくなるとルーティンの見直しや探索が始まる。(以上、よくわかる現代経営第7版、2023、p60～p71)

7. そもそもなぜ私たちは働くのか

この章では働きやすさを追求する前に、そもそもなぜ私たちは仕事をするのかということ

について、「職場のウェルビーイングを高める」という文献を扱いながら言及していきたいと考える。そこで、世論調査の先駆者であるジョージ・ギャラップの調査で分かった最大の発見の一つに、「今世界中の人が求めているのは、良い仕事に就く」と言うことであった。人は自分の才能を毎日発揮できる仕事に、成長を後押ししてくれる上司と共に取り組んで行きたいと思っている。日々のストレスや不安は、「私の仕事」と最も関連している傾向が強い。そして、「私の仕事」と「私のマネージャー（上司）」は充実度に最も強く関連する二大要素である。（以上、職場のウェルビーイングを高める 2021、p15）

a. 「想像しうる最高の生活」とは何か

1. 過去の教訓

1958年と1959年、ギャラップと同僚たちは95歳以上の米国人402人と英国人128人を対象に深層インタビューを行った。ギャラップは彼らを「年配諸氏」と呼び、調査結果は「The Secret of Long Life（長寿の秘訣）」という書籍にまとめられている。

そこには以下のことが書かれていた

- 回答者は体をよく動かす仕事をしていました。男性の90パーセントは勤務中ほとんど立った状態だった。
- 男性の71%、女性の61%が肉体的にきつい労働に従事し、仕事が運動を兼ねていた。
- 62%が野外で仕事をしていました。
- 彼らの時代は、加工食品がほとんどなかった、色にこだわりもなく、質素食事を適量だけ食べる傾向にあった。メニューはほぼ毎日、肉、じゃがいも、白パン、そしてデザートなどでバターも日常的に使っていた。
- 減量しようとしていた人はほとんどいなかった。
- ぐっすり眠り、早起きをしていた。午前6時起床が普通であった。
- クヨクヨすることは減多になかった。
- 多くが、自分のことを「陽気」で。「物事があるがままに受け止める」と話した。
- 彼らの仕事以外の主な関心ごとは家族や友人だった。
- よく笑っていた。
- ほとんどの人は、長生きしようとして意識したわけではなかった。
- 贅沢な生活はしておらず、かといって貧乏でもなく、お金に心配する必要はなかった。
- 回答者の世帯は、大都市、小都市、村や町、あるいは農村部にも幅広く分布していた。
- 半数の男性は現役時代に一度も休暇をとっていなかった。
- 調査対象グループの退職年齢の中央値は男性が80歳、女性が70歳だった。
- 男性の場合、週あたりの労働時間の中央値は60時間、家庭の外で働いている女性の場合、中央値は週64時間。
- 男性の93%、女性の85%が、仕事から「非常に大きな満足感」を得たと回答した。男

性と女性の大多数が、仕事は「非常に楽しい」と回答した。

(以上、2022、p18~p20)

ここから年配諸氏は生き生き暮らしていたことがわかる。葛藤することや、苦しむことなく、快樂に長生きしていた。もちろんたった一つの要因だけで、生き生きとした長寿ライフが送れるわけではない。しかし、いくつかの要因が重なることでそれが可能になるのだ。

ではこの調査結果は、70年後生き生き暮らすために、どうすればいいかと教えてくれるだろうか。先述の項目を現代に生きる私たちが厳密なチェックリストとして使用することはできない、なぜなら、今では肉体労働をする人も大幅に減少しており、あらゆる食事の中から食べたいものが選べる選ぶことができ、70歳、80歳になっても休暇を取らず、週60時間働くことをいとわない人もほとんどいないはずである。現在、世界の労働人口の78%は、仕事にエンゲージしていない。つまり、仕事員は「大きな満足感」も「大きな楽しみ」もないのだ。ギャラップの最新のグローバル調査分析は以下のように結論づけられている。熱意と当事者意識を持って取り組める、つまりエンゲージする「良い仕事」に就くことは生き生きとした暮らしを送るための基盤である。(職場のウェルビーイングを高める、2022、p20)

8. ウェルビーイングを高める5つの要素

このように「私の仕事」は最も重要な要素だが、それ単体では成り立たないのも事実だ。年配諸氏が80歳まで仕事を続けられたのも、生活の他の部分で彼らが大好きなことをすることを支え、足を引っ張らなかったからだ。仕事と生活は互いに影響し合っている。ほとんどの人は、起きている時間の3分の1を仕事に費やしている。ギャラップの分析結果と学術研究によると、仕事と生活の間には相互関係があり、仕事での経験を家に持ち帰り、家での経験を仕事に持ち込む、組織は工作中、従業員が全てのエネルギーを傾けることを求めるが、従業員自身を取り巻く全ての面でうまくいくことが個人にとっても、組織にとっても最善の利益をもたらすという。(職場のウェルビーイングを高める、2023、p39) ではここでは彼らを取り巻くものがどのようなものなのかここではみていきたいと思う。

8.1 キャリア・ウェルビーイング (日々していることが好き)

多くの企業は「ウェルネス」に限定し、従業員に健康的な食事と運動を奨励してきた。しかし、最も焦点を当てるべき要素は、「キャリア・ウェルビーイング」である。とクリフトンは述べた。(職場のウェルビーイングを高める、2022、p46)

a. ひどい仕事による肉体的、精神的な苦しみ

「燃え尽き症候群」は、現在、世界保健機関 (WHO) が正式に認定した職業性の疾患だ。

米国の従業員の 28%が仕事で極めて頻繁に、または常に燃え尽き症候群を経験している。こうした従業員は病欠をとる可能性が 63%、救急病院に行く可能性が 23%高い傾向にある。また、米「Management Science」誌が一般向けに公開しているデータによると、職場に高いストレス要因がある米国企業と、年間 12 万人以上の死亡者と、年間医療費の約 5~8%には大きな関わりがあるかもしれないと言う。実際、仕事にまつわる死亡率は、糖尿病、アルツハイマー病、インフルエンザなどの疾患を上回っているのだ。

また、1日の時間の使い方について詳細な質問をする、ナショナル・タイム・アカウンティングという手法で調査を行った結果、「上司と過ごす時間は、従業員にとって1日の中で最悪の時間である」ということが明らかになった。パワハラ的な上司は従業員の飲酒や薬物問題、不眠症などあらゆる原因になっている。だからと言って、部下に無関心で関与しない上司も問題であり、従業員が感情的に疲弊してしまうこと、非常にエンゲージしなくなることの要因となる。

b.生き生きしたキャリアとは

キャリアのウェルビーイングが生き生きしているとはどのような状態にある時なのか。例えば、エンゲージメントの高い従業員は朝起きるとすぐにその日にすべき仕事のことを考える。これは、仕事は面白く、チャレンジしがいがあると捉えているからだ。加えて、自分には成功できるスキルと才能があることを知っている。そのため、働くことを、給料をもらい報酬を得ることと同じくらい、あるいはそれ以上に楽しんでいる。そして、自分が何かを成し遂げれば、周りの人たちがそれに気づき、感謝してくれることを知っている。世界に変化をもたらすために、自分の得意分野に取り組むことを楽しんでいるのだ。このように、従業員が生き生きと取り組んでいるときは「週末のために生きている」というようなマインドではなく、仕事が私生活にもポジティブな形で波及している。やりがいを持って仕事をするという点において、「自分がしていること」というのはとても重要なのだ。

《会社としてできること》

会社として、キャリア・ウェルビーイングを高めるためにどうすればいいか、以下のことが書いてあった。

<ul style="list-style-type: none">・必ず組織の全員が自分の強みを知っているようにする 強みに基づく戦略を用いて、従業員の能力開発に注力する文化を作る。
<ul style="list-style-type: none">・従業員の心身に悪影響を及ぼすマネージャーを排除する どんな組織でも、働いてくれる人の人生を壊すようなマネージャーを決して容認しない。
<ul style="list-style-type: none">・マネージャーをスキルアップして、ボスからコーチに変貌させる 年単位の時間がかかったとしても、パフォーマンスの高いチームについて学び始める旅路だと捉え、一緒に従業員の目標設定を行い、週一回以上は意味のあるフィードバックを

提供するスキルを磨く。
・ ウェルビーイングをキャリア開発の会話の一部として定着させる 良い信頼関係を築くため、キャリア目標や開発についてだけでなく、人生や全体的な目的、そしてウェルビーイングについても話し合う。

《私ができること》

・ 自身の強みを知る 仕事にやりがいや楽しさを感じられるよう、自分の適正に合う仕事を選ぶ。
・ 健康面だけでなく、精神面にも気を遣う 精神的にしんどくなることでかかる病気もあるため、リラックスできる方法を見つける。
・ 誘いに断る勇気を持つ 苦手な上司がいるときは無理に合わせようとしない。

8.2 人間関係ウェルビーイング（人生を豊かにする友がいる）

自分の未来の幸福を予測するのに、自分の給与額よりも友人や親戚のウェルビーイングの方が有効だという研究結果がある。ギャラップが同一世帯の人を対象に行った調査では、同一世帯の誰かが生き生きしていれば、自分のそうなる可能性が倍増することが分かった。また、家族の病歴よりも友人からの方が、健康に影響を受ける可能性があるという結果が出ている。

その上で、他の人とどれだけの時間交流をするか、どのくらい人間関係を持つのがいいかは重要な点である。クリフトンらの調査によると、最長6時間の間は対面、オンライン、電話などで人と交流することによって1日の気分は向上し続けるという。理想的な時間が人によって異なるが、1日6時間が平均的な時間であるという。人と関わることで収入レベルがどの程度であったとしても社会的な時間は、幸福感、楽しさ、笑顔や笑いを増やし、一方で不安、悲しみ、ストレスを減らすという。そのため、より多くの人間関係を持つほど良いと言えるが、量だけでなく質も非常に重要である。そこでどのくらいの人間関係を持つのが良いかという点、結論から言えば少なくとも親しい間柄を3、4人持つ人はより健康で、よりウェルビーイングが高く、仕事もよりエンゲージしていると言われる。反対に、親しい間柄の人がいないと、孤独感や鬱状態になってしまう場合もある。

a. チームで人間関係が必要なわけ

加えて、人は仲間と一緒に行動すると、ウェルビーイングにつながる行動をより早くとることが分かっている。生き生きとした人間は、やはり生き生きとしたチームメンバーを持つ傾向が20%高くなっている。仲間が大きな影響力を持つのは、自分の奮闘や成功を因って比較できるからだ。

従来のマネジメントでは、職場の社交時間は非生産的とみなされていた。なぜなら、人と交流する時間があるなら仕事をしろという風潮があったからだ。しかし、実際は社交的な時間を適切に積み重ねることで、かけがえのない人的資本が生み出される。その理由は、人は本質的に友人のために力になりたいと思うからだ。何か頼まれれば助け、自分自身も助けを求める。仕事で成功すれば気づいて喜んでくれる、物事がうまくいかない時にはサポートしてくれる、そんな存在が職場にいれば、お互いに信頼し合える人たちと、生き生きとした組織文化を築くことができるだろう。仕事上で最高の友人がいれば、従業員の生産性は格段に上がり、成果も上がる。これは、ギャラップ調査の中で、最も人の心を掴むと同時に、よく議題の的になる結果だ。

《会社としてできること》

会社として、人間関係ウェルビーイングを高めるためにどうすればいいか、以下のことが書いてあった。

<p>・新規人材の定着を図るオンボーディング（定着）施策には、他の人との交流を取り入れる</p> <p>新しく入社した従業員に対するオリエンテーションは、「社交」を重要な部分に位置付けて構成する。自分のパートナーが誰なのか、誰を頼って良いのか、必ずわかるようにし、できるだけ直接会う時間を作る。</p>
<p>・従業員と話して、よく相手を理解する</p> <p>誰と仕事をすると楽しいか、誰が目標を共有しているか、今後のプロジェクトで誰とパートナーを組みたいかなどを質問する。</p>

《私ができること》

<p>・メンター制度をうまく活用する</p> <p>メンター制度とは、先輩社員が後輩社員と一对一のペアになって会社生活を送る上での様々な支援を行う企業の仕組みをいう。わからないことを分からないままにせず、先輩の力を借りる。また、自分が先輩になった時はなんでも聞ける先輩でいたい。</p>
<p>・部署を超えたいろんな人とコミュニケーションをする</p> <p>人付き合いは非常に面倒でできれば避けたいと思っていたが、仕事を楽しむためには必要であると感じる。</p>

8.3 経済的ウェルビーイング ～上手にお金を管理する～

どんなに高い給料を払っていても、組織は不安やストレスを抱えた従業員からは恩恵を受けられない。経済的なウェルビーイングとは、経済的な安定性のことを言う。たくさんのお金を稼ぎながらも、経済的な不安を感じている人はたくさんいる。周りの人に遅れ

まい、または追い越そうと、分不相応な使い方をする人や、クレジットカードの負債を重ねているからだ。逆に稼ぎはあまりなくとも、経済的に安定しておりお金のことを心配しないでやりたいことをたくさんできる人もいる。その感情で経済的ウェルビーイングは変化する。やりたいことをするために十分なお金があると認知していれば、収入と比較して3倍もウェルビーイング全般に影響を与えるとクリフトンは言う。(職場のウェルビーイングを高める、2023、p63)

《会社としてできること》

会社として、経済的ウェルビーイングを高めるためにどうすればいいか、以下のことが書いてあった。

<ul style="list-style-type: none"> ・ファイナンシャルプランニングとその進捗、投資、貯蓄のためのリソースやツールを提供する <p>社内の財務専門家から、従業員がアドバイスを受けられるように制度を整える。専門家のアドバイスにより、従業員の短期的な金銭的ストレスを軽減し、将来への安定性を高めるサポートができる。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・長期的な貯蓄と退職後に向けた投資を奨励 <p>雇用主は、確定拠出金(会社が手数料などを負担して運用する、だが60歳以降でないと受け取ることができない)を設定して、従業員が退職後に向けて準備せざるを得ないようにすることができる。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・チームのインセンティブを利用する <p>個人のインセンティブも有効だが、チームのパフォーマンスを向上することも大切。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・全体的な報酬制度に従業員のウェルビーイング向上を勘案する <p>他社より魅力のある福利厚生を用意することで、従業員のウェルビーイングを高められる。</p>

(職場のウェルビーイングを高める、2023、p66~67)

《私ができること》

<ul style="list-style-type: none"> ・人と比べない <p>給与の格差は必ずあるものだと考え、金銭面で人に合わせることや見栄を張ることはしない。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・家計簿をつける <p>使ったお金をきっちり把握する。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・個人でも投資、貯蓄をする <p>企業確定拠出金意外にも一定額使わないお金を設定し、長期投資をする</p>

8.4 身体的ウェルビーイング ～やり遂げるエネルギーがある～

身体的ウェルビーイングの状態が悪いと、社会や従業員に大きなリスクをもたらすことは想像できるだろう。ここ数十年、健康問題を抱える人が増加している傾向にある。多くの経営者がそれに伴うコストの増加に頭を抱えている。新型コロナウイルスのパンデミックによって大きく分かったことは、慢性的な健康リスク要因がいかに重要であるかということだ。治療をしても、人によって回復力には差があり、慢性疾患があることで重症化や死亡リスクを大幅に高めることが明らかとなった。ここから、経営陣は従業員の回復力を向上させるべく、リスク要因を下げる努力をしなければならないのだ。継続的な身体的ウェルビーイングへの取り組みは、組織全体を健全にするために不可欠な要素である。さらに、身体的ウェルビーイングが「葛藤」や「苦痛」の状態にあると日々のエネルギーやレジリエンス（回復力）も低下する。公衆衛生上の機器や、その他の危機に見舞われても、組織に直ぐにしなやかに立ち直る力があるのか、そのカギを握るのが従業員にどれだけレジリエンスがあるかということなのだ。

《会社としてできること》

会社として、身体的ウェルビーイングを高めるためにどうすればいいか、以下のことが書いてあった。

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">・長期的に見て体のために良い行動を意識的にとる
よく眠ること、健康的に食べること、頻繁に運動することはレジリエンスを育むために日常的にでき、直ぐに恩恵がある。健康的な選択をするよう、後押しする。 |
| <ul style="list-style-type: none">・身体的ウェルビーイングの重要性を部下に伝えることを、マネージャーの期待値に入れる
マネージャーをコーチングし、部下が関心のありそうな会社の健康関連プログラムを共有する。うまくいったら祝うように取り組んでもらう。 |
| <ul style="list-style-type: none">・管理職や従業員が、「事実」を入手できるようにする
最新の科学的文献に詳しい栄養学の専門家に、簡単に実践できる方法をまとめてもらう。信憑性の低い情報が溢れている中で、従業員の必要なのはメタ分析やランダム化比較試験に基づいた事実なのだ。 |

(職場のウェルビーイングを高める。2023、p74～75)

《私ができること》

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">・適度な睡眠をとる
7～9時間が適度な睡眠時間であるが、寝過ぎてしまうことも高血圧や肥満、心血管疾患につながる可能性が高いと知った。睡眠には免疫力をもっとも高める効果があることを頭に入れ、しっかり休息を取る。 |
| <ul style="list-style-type: none">・健康のためのお金や時間を厭わない |

健康な食事を摂ることや運動をすることにはお金や時間がかかる。しかし、病気になってからではさらに多くのお金や時間がかかることを頭に入れ、健康に生きる。

8.5 コミュニティ・ウェルビーイング ～住んでいるところが好き～

a. 地域社会の大切さ

世界をより良くするような意味のある仕事は、従業員のウェルビーイングにとって重要である。そして人々は仕事を超えて、自分の人生に重要な意味があることを実感したい。(職場のウェルビーイングを高める、2023、p77) このような目的意識は、地域レベルになるとより強くなり、社会がどんなにデジタル化されても、人々は実在する場所に住んでおり、そこが社会生活の基盤となる。今や世界中の人々と簡単にコミュニケーションをとることや、旅行ができるようになったが、最も自分自身に影響を与えるのは身近な地域の人々なのだ。地域レベルでの「一票」はとても重みを持ち、時間や資源を費やすことが、誰かの生活を一変させるほどの力を持つ場所だ。また、自然災害が起きた際も、地域社会で人々が困っている人を助けようとして活動する。他人の幸福を気にかけることが、より高いウェルビーイングに繋がるとされており、しかし同様に自己利益も重要であることが明らかとなった。一人の援助者のウェルビーイングが最も高くなるのは利他主義に加えて何らかの個人的な繋がりがあがる場合である。さらに、利他主義は長寿にもつながる。善行はストレスやネガティブな感情を予防することができるのだ。

b. 充実度

コミュニティウェルビーイングが高い従業員は、自分が住んでいる場所が安全だと安心している。また、住んでいる場所が、自分の望むライフスタイルに合っているとも感じ、彼らは自分のコミュニティに矛血を持ち、コミュニティが正しい未来に向かって信じている。さらに彼らは、コミュニティに恩返しをしようとして有意義な時間貢献している。特に貢献度の高い人になると、地域社会への関与が認知されているだろう。そしてそれは気分やエネルギー、そして意欲が高まり、生活の他の分野でも良いことをしようとするのだ。(職場のウェルビーイングを高める、2023、p80)

《会社としてできること》

会社として、身体的ウェルビーイングを高めるためにどうすればいいか、以下のことが書いてあった。

・従業員にとって一番大切なコミュニティの問題は何かを知る

人の都合や目的は時間と共に変化する。子供ができたなら子供に関連したプログラムに興味を持つようになるなど、生活が変われば参加する場も変わってくるのだ。

・従業員には、自分にとって意味のあるコミュニティの活動を選ぶように奨励する

奉仕活動は、チームワークを高める素晴らしい経験になる。さらに、従業員が自分ならで

はこの才能や専門性を活かして貢献できないかを探してみるきっかけにもなる。

・従業員が地域社会で行っている活動について共有する機会を設け、その参加を称える
従業員とそのチームによる地域社会への貢献を、広く公に承認することが大切。従業員が情熱を傾けていることがなんでもあれ、大事なものは何かをすることである

(職場のウェルビーイングを高める。2023、p81)

《私ができること》

・ボランティアや地域のイベントや行事に参加する
達成感を感じられることや、街を好きになるきっかけに自分から足を運ぶ

・近所の人と適度なコミュニケーションをとる
災害時に助け合える関係を築く

・たくさん出かける
外に出ることで住んでいる町を知り、慣れや安心感を得る

9. ここから分かったこと

日々のことに生き生きと取り組むことができれば、それに伴ってより豊かな人間関係やより安定して経済生活、健康、そしてより深いコミュニティへの参加も可能になるということが分かった。5つの要素はそれぞれ別の側面でありながら、相互に保管し合っているのだ。ギャラップが行ったある実験では、100点のポイントを人々に与え、各要素が生活上でどれだけ重要であるかに応じて点数を5つの要素に割り振った。同時に、5つの要素のそれぞれについて実際のウェルビーイングを測定した。その結果、重要度では身体的ウェルビーイングが最も高かったにも関わらず、5つの要素全てに均等に20ポイントを割り振った人が総合的なウェルビーイングが最も高いことが分かった。一方、実際最も低いウェルビーイングとなったのは、5つの要素のポイントが不均衡な人であった。特に、経済的なウェルビーイングに比重を大きく傾けて評価した人にこの傾向は顕著であった。ここから言えることは、1つのウェルビーイング要素だけに取り組もうとしても、うまくはいかないということだ。他の要素も考えながらではウェルビーイングを継続的に改善していくことは難しい。組織がこの5つの要素の補助的な関係をきちんと理解しておけば、従業員の苦しみや葛藤に気づき、生き生きとしたウェルビーイングの高い組織文化に変えていくことができるのだ。

10. 結論

働きやすい環境を作るためには、経営者が福利厚生や労働環境の改善に注力すること、柔軟な働き方やワークライフバランスの実現、キャリアプランのサポートなど、環境を整えることだけでなく、個人自身も率先して努力する必要があると感じた。バランスの取れたライフ

スタイルを築くために、効果的な時間管理やストレス管理の技術を習得し、自分自身を効果的にサポートする方法を見つけるべきである。自分自身の体調やメンタルヘルスにも気を配り、必要な休息やリフレッシュの時間を確保し、ストレスを感じた時には自分自身にご褒美を与えて、自分の機嫌は自分で取ることを徹底していきたいと思う。また、職場環境の人間関係も非常に重要であり、円滑なコミュニケーションや協力関係を築くこと、そして良い上司を持つことは、働きやすさに直結することを大いに感じた。自身を取り巻く環境はプライベートであるように思うが、会社の上司は職場の雰囲気をもっとよく、熱量を高めるために努力することができると知った。経営者と従業員が連携し、共に働きやすさを追求し、作っていく努力が必要である。

《参考文献》

おもてなし

<https://ja.wikipedia.org/wiki/> (2023年12月13日閲覧)

一般社団法人 日本経済団体連合会 (2020)

<https://www.keidanren.or.jp/policy/2020/116.pdf>

ジム・クリフトン+ジム・ハーター著、古谷博子訳 (2023) 「職場のウェルビーイングを高める」、p15～81

よくわかる現代経営編集委員会 (2023) 「よくわかる現代経営」第7版、p60～98

記号化されたコミュニケーションによるプレイヤー間の意思疎通についての考察

関西学院大学 総合政策学部 総合政策学科

谷内友美

- 0 はじめに
- 1 問題意識
- 2 研究目的
- 3 記号化されたコミュニケーションとは
- 4 研究方法
 - 4.1 研究対象
 - 4.2 使用データ
- 5 「第五人格」とは
 - 5.1 基本ルール
 - 5.2 定型文チャットとは
 - 5.2.1 定型文チャットの分類
- 6 データの分析
 - 6.1 意思疎通が図れなかった場面
 - 6.1.1 データ 1
 - 6.1.2 データ 2
 - 6.2 意思疎通が図れた場面
 - 6.2.1 データ 3
 - 6.2.2 データ 4
- 7 分析結果
- 8 結論
- 9 課題
- 参考文献

0 はじめに

進級論文谷内(2023)では、新型コロナウイルスによって形成が助長された新たな形のオンライン上のコミュニティである「ゲーム内コミュニティ」について研究したことで、現代におけるゲームは、人々のコミュニケーションの活性剤にもなる、人とつながれる遊びであることを再認識することができ、これからのゲームが担う役割は、ただの娯楽としての枠には収まらず、様々な垣根を越えて人と人をつなぐ素地を持つものとして、そのコミュニティを拡大させていくのだと結論付けた。そして今回本研究で取り上げるテーマは、ゲームの中でも、「オンラインゲームにおいてプレイヤー間の意思疎通や協働作業はどのように遂行されているのか」に焦点を当てて研究をしたいと思う。進級論文谷内(2023)で大きく言及してはいないが、ゲーム内でのプレイヤー間の意思疎通や関わり方についてはゲームの種類や人によって様々であると述べた。この論文では、ゲーム内特有のプレイヤー同士が個人の使用言語に依存をせず円滑に意思疎通を図ることが出来る記号化されたコミュニケーションに注目し、ゲーム内コミュニケーションの特徴やその可能性を指摘していく。

1 問題意識

私がゲームと関わりを持ち続ける中で、ゲーム内では必要なコミュニケーションは記号や他の情報に置き換えられていることが多く、主に対戦型のオンラインゲームでは、日常生活の中で使うような、面と向かって行う言語コミュニケーションとは別に、簡素化・記号化されたコミュニケーションを多くのプレイヤーが取っていると気付いた。しかし、ゲームの種類にもよるが、こうしたコミュニケーションはそのゲームのプレイヤー全員が理解し、使用できるものとは限らない。記号化されたコミュニケーションが成立するためには、そのゲーム内での共通認識を理解していることは大前提だが、受信者の記号を噛み砕き再変換する能力やその場の状況認識能力も必須である。つまり、プレイヤー間でそのゲームの共通認識に対する理解度やメッセージの再変換をする能力に差があると意思疎通を図ることが出来なくなってしまうのである。そこで、プレイヤー同士が自身の使用言語に依存をせず円滑に意思疎通を図ることが出来る記号化されたコミュニケーションについて生データを収集し研究することで、ゲーム内コミュニケーションの特徴やその可能性を指摘したいと思う。

先に述べたテーマを研究したいと思ったきっかけとなる自身の経験談について以下にまとめたいと思う。きっかけとなったゲームは「第五人格」という中国のポータルサイト「NetEase Games」が開発・運営するゲームである。このゲームは相反する勝利条件を持った2陣営に分かれて遊ぶ、非対称対戦ゲーム¹である。このゲームは1人のハンター陣営と

¹所属する立場や陣営によってプレイヤーの人数、戦力、勝利条件などが異なる対戦ゲームのこと。

4人のサバイバー陣営に分かれてゲームを行う。その中で、サバイバー陣営は勝利のために4人1チームで協力して脱出を図る必要があるため、「定型文チャット」というチャットを用いてサバイバー同士で意思疎通を図る。私が初めてサバイバーとしてゲームに参加した際に、味方から何度も「手を貸して、早く！」という定型文チャットが発信されているのを確認していたが、発信者が自分を含む残りのサバイバー3人のうち、誰に対してどういう意図で何を伝えているのか、何を要求しているのかについて全く理解が出来ず、その場に立ち尽くすことしかできなかつたという経験がある。「第五人格」では、ゲーム終了後に対戦後チャットというゲームに参加した5人のみのチャットルームが用意されるのだが、そこで、定型文チャットを発信していたプレイヤーから「どうして代わりに救助に行ってくれなかつたんですか?」「状況を見たら、あなたに向けて言ってることくらい分かりますよね?」と怒られたことがあった。このゲームを始めて長い時間が経った今であれば、先に述べた状況と同じ状況になった場合、自分に対して送られているチャットであることは容易に理解できる。しかし、このゲームにほとんど参加した経験のない当時の私にとっては、基本ルールは理解していても共通認識の理解度は決して高いとは言えない程度のものであり、場面の状況把握も上手く出来ていないため、「何かを要求している」ということは理解できても、「要求の内容」までは詳細に理解することが出来なかつたのである。こうした経験を経て初めて、オンラインゲームではプレイヤー間のコミュニケーションはある程度記号化されていて、それを読み解く力や場面認識能力を持っていないと、意思疎通が上手く図れないのだと強く感じ、こうした経験は、ゲーム以外で体験したことがないものだったため、この研究テーマに強い関心を持つことになった。

2 記号化されたコミュニケーションとは

この研究の中で扱う「記号化されたコミュニケーション」というのは、プレイヤーからある記号（スタンプやエモート²、何かしらのシグナル、決められた型のチャットなど）が発信されたときに、大方の意味は決まっているものの、その記号や文字面通りの言葉の意味だけではなく、記号を発信したプレイヤーのその時の場の状況に応じて、意味合いやニュアンスが変化するものを用いながら意思疎通を図るというコミュニケーションである。つまり、記号化されたメッセージに対して、真の意味を引き出すために、メッセージが発信された状況に応じてメッセージの再変換をプレイヤー同士で行いコミュニケーションを取るというものである。

- Ex) Aという記号がBという状況下で発信された場合Eという意味合いになる
Aという記号がCという状況下で発信された場合Fという意味合いになる
Aという記号がDという状況下で発信された場合Gという意味合いになる

² ゲームのキャラクターのジェスチャーやそのモーションのこと。

こうした記号化されたコミュニケーションはゲーム以外にもある。例えば、車のハザードランプの点灯やパッシングなども説明の省略された記号であり、感謝や車内の異変を伝えたり、道を譲ることや警告をしたりと、その場の状況に応じて受け手がメッセージの再変換を行い、意思疎通を図る。このように、法律などで公式に定められているわけではない場合でも、メッセージの発信者と受信者に共通認識やその場の状況に応じてメッセージを変換する能力があれば、説明の省略された記号でコミュニケーションを取ることは可能である。

ゲームとあまり関わりがない人にイメージがしやすいように車の例を挙げたが、卒業論文では、「ゲーム内」での記号化されたコミュニケーションについて研究したいと考えている。私がゲーム内の記号化されたコミュニケーションに興味があるのには、プレイヤーの出身国や性別、年齢を問わず記号化されたコミュニケーションで、ある程度意思疎通を図ることが出来ると私自身が実感している点や、先に述べた車の例と比べると、「感謝」や「警告」などの単純なメッセージではなく、メッセージの内容が幅広く複雑であると感じる点にある。

3 研究目的

1 では、記号によるコミュニケーションはそのゲームのプレイヤー全員が理解できるコミュニケーションではないと述べた。特に、そのゲームの初心者であれば、味方から突然記号（スタンプやエモート、何かしらのシグナル、決められた型のチャットなど）が発信されたところで、「A という記号が B という状況下で発信された場合 E という意味合いになる」というような、プレイヤー間の共通認識を理解していなければ、メッセージの再変換をすることができず、記号の意味のまま A という意味合いで受け取ってしまうのだ。個人的に、対戦型のオンラインゲームでは、記号によるコミュニケーションがよく採用されている印象があるが、特定のゲームで自分が記号化されたコミュニケーションが理解できるようになってからも、そのコミュニケーションでプレイヤー間の意思疎通が円滑に実現できていない状況に遭遇したことも実際の経験としてある。そこで、本研究の目的としては、記号化されたコミュニケーションを用いて、プレイヤー同士がわずかな情報でどのように問題解決や協働作業をしているのかについて研究し、ゲーム内コミュニケーションの特徴やその可能性を指摘していきたいと思う。

4 研究方法

4.1 研究対象

本研究で取り上げるゲーム

『IdentityV 第五人格』

主に「定型文チャット」³を用いてサバイバー同士がコミュニケーションを図る。オンラインゲームで記号化されたコミュニケーションが使用されているものは他にも多くあるが、そういった類のゲームの一つとして「第五人格」を取り上げたいと思う。

本研究の対象者

マッチングした野良⁴プレイヤー

4.2 使用データ

生データの分析:実際に自分がゲームを通して得られた生データを使用し、記号化されたコミュニケーションを用いてプレイヤー同士がわずかな情報でどのように問題解決や協働作業をしているのかについて分析する。

5 「第五人格」とは

5.1 基本ルール

『IdentityV 第五人格』(アイデンティティファイブ だいごじんかく)とは、中国のNetEase Gamesが開発・運営する基本プレイ無料⁵の非対称対戦ゲームである。具体的には、1人のハンター陣営と4人のサバイバー陣営に分かれて、1対4で対戦する。

ハンター陣営は逃げるサバイバーたちを捕まえてゲームから脱落させることが目的であり、そのためにサバイバーを攻撃してダウン⁶させ、マップ内に設置されたロケットチェアと呼ばれる椅子に拘束し、脱落させる。脱落人数が3人以上になるとハンター陣営の勝利となる。ハンター陣営のキャラクターの種類は豊富であり、高速移動したりするものや自分の分身を召喚したりするなど、キャラクターによってそれぞれ固有の特殊能力がある。自分の使用するキャラクターの能力の特徴を上手く活かしサバイバーを捕まえていくことが勝利へのポイントとなる。

反対に、サバイバー陣営はハンターの追跡を避けながら、マップ内に点在する暗号解読機を使用し脱出ゲートを開き、そのステージから脱出することが目的となる。脱出人数が

³ 5.2にて詳しく記載

⁴ オンラインで複数人でプレイする際に、面識はないが同じチームにいるプレイヤーのこと。

⁵ ゲームやアプリなどのサービスで、無料で基本的な機能が提供されていることを指し、最後まで基本的に無料でプレイできるもの。しかし、アイテム購入時等に料金が発生する場合がある。

⁶ ハンターに攻撃されて動けなくなった状態のこと。

3人以上になるとサバイバー陣営の勝利となる。脱出ゲートを開放するためには、5台の暗号機を解読する必要がある。また、サバイバー陣営のキャラクターの種類も豊富であり、回復⁷や妨害工作など、それぞれ得意分野を持つキャラクターでハンターからの追跡を避けていく。サバイバーは、チェイスキャラ（牽制型）・解読キャラ（解読型）・サポートキャラ（補助型）・救助キャラ（救援型）の4つのタイプに分類され、サバイバー陣営のプレイヤーらは、以上4種の役割をそれぞれ担うことで、ゲーム勝利を目指す。サバイバーはハンターよりも人数が多いため、1人のサバイバーがハンターとチェイス⁸で時間稼ぎをしている間に他のメンバーは暗号機を解読したり、味方の回復をしたりと、脱出するための作業をすることが出来るため、固有の特殊能力を使いながらチェイス時間を伸ばすことが勝利へのポイントとなる。また、サバイバーにはハンターを倒す手段がなく、立ち向かうメリットがほとんどないため、4人で上手く連携を取りながら脱出ゲートを開放することが最も重要である。

5.2 定型文チャットとは

「第五人格」における定型文チャットは、味方に対して自分が今何をしているのか、どこにいるのか、何をしてほしいのかを伝える意思疎通を図るための機能である。味方が発信したチャットの方角がマップに表示される仕組みとなっており、発信されたチャットの内容や発信された方角などから場面の状況を読み取り意思疎通を図る。クールタイム⁹は7秒であり、現在はこれから述べる31種類の定型文チャットがあるが、実際に試合に持っていけるのは最低8個、最高16個のチャットである。

チャットの設定にはリスト型（図1）と円盤型（図2）の2種類あるが、リスト型を選択すると、試合中に味方に送ることのできる定型文チャットを16個設定することが出来る。円盤型を選択すると、8個設定することが出来る。特に決まりがあるわけではないため、どちらの型を採用するかはプレイヤーの好みによるものである。

⁷ ハンターから受けたダメージを治療すること。

⁸ ハンターに追跡されている状態、追いかけてくしている状況のこと。

⁹ チャットを送信した後、再びチャットを送信することが出来るようになるまでに要する時間のこと。

図1 リスト型



図2 円盤型



「第五人格」では、言語設定で以下の言語（図3）でのプレイが可能となっており、選択した言語によって定型文チャットも表示されるようになっている。自分が日本語に言語設定をしていると、言語設定が日本語以外の言語にしているサバイバーとマッチングしたとしても、自分の画面には味方サバイバーからの定型文チャットは日本語での定型文チャットで受信することができる仕組みとなっている。

図3 言語設定



5.2.1 定型文チャットの分類

現在実装されている定型文チャット一覧 (全31種)

表1

定型文チャット	大まかな意味
★自分の居場所や状況を伝えるチャット	
先に行くよ!	<ul style="list-style-type: none"> →暗号機が上がることを知らせる →最後の暗号機の寸止めができたとき →ゲートが開いて脱出できるとき →ハンター特質 (神出鬼没) 解禁の合図 →ゲーム開始時 (占い師がいるとき) ハンターが「夢の魔女」「写真家」
解読に集中して!	<ul style="list-style-type: none"> →自分のスポーン¹⁰位置を伝える →自分の居場所を教える →自分がチェイス中に通電¹¹してほしい時 →ゲートを開放してと頼む
ハンターが近くにいる!	<ul style="list-style-type: none"> →心音¹²がしているとき →ハンターに追われているとき

¹⁰ ゲーム開始時、自分がいる場所のこと。

¹¹ 5台の暗号機解読が終わり、脱出ゲートが解放できる状態のこと。

¹² ハンターとの距離が近くなるとキャラクターの心音が鳴り始める。

ハンター接近！隠れて！	→心音がしているとき →ハンターに追われているとき
暗号機寸止め中…	→暗号機の寸止めが完了している
暗号機寸止め完了！	→暗号機の寸止めが完了している
行って！私は脱出口に行く！	→脱出口 ¹³ の場所を共有する →脱出口から出たいから、早くゲートを出て行ってほしい
脱出口はこっち！	→脱出口の場所を共有する →脱出口から出たいから、早くゲートを出て行ってほしい
ネット回線の調子が悪い！	→ネット回線の調子が悪い
すみません！	→謝りたいとき
持ち物残数情報	→チェイスや補助でどのくらいアイテムが残っているか伝える
★ターゲットチェンジを伝えるチャット	
早く逃げて！	→ハンターがターゲット変更した時、しそうな時 →ゲーム開始時（占い師がいるとき）ハンターが「白黒無常」
注意！ハンターが目標を変えた！	→ハンターがターゲット変更した時、しそうな時
★味方へ何かを求める・頼むチャット	
手を貸して、早く！	→治療をしてほしい →代わりに救助に行ってもらいたい →占い師にフクロウが欲しいと頼む →祭司にワープがほしいと頼む →粘着 ¹⁴ 入れてほしい →心理学者に遠隔治療してほしいと頼む →肉壁 ¹⁵ してほしい →(総じて)何か要求する時

¹³ マップ内のサバイバーが残り 1 人になると使用できる脱出方法。暗号機を 2 台解読したタイミングでマップ内に 1 か所だけ出現する。

¹⁴ チェイスしているサバイバーの補助に入ったり、ダウンしているサバイバーの近くでハンターにスタンさせたりと味方の脱落を妨害すること。

¹⁵ 負傷したサバイバーを狙った攻撃を健康状態のサバイバーが代わりに受けること。

私から離れて！	→暗号機や自分から離れてほしい
ついて来て！	→粘着・補助する意思を伝える →ワープの存在を伝える →次の救助に行くから近寄ってほしい →ダウン後の粘着してほしい →治療や補助の意味を伝える
解読を終わらせに来て！	→暗号機引継ぎの合図
別の暗号機を解読して！	→（試合終盤時）新規の暗号機をまわしてほしい →味方に別の暗号機を回してほしいとき →解読途中の暗号機があることを味方に伝えたいとき
ここで倒れちゃダメだ！	→煽りチャット →ダウンする位置を考えてほしい時
解読に集中しよう！治療しなくても大丈夫！	→立て直ししなくていい
★救助系チャット	
9割救助！	→9割で救助してほしい
危ない！一緒に助けよう！	→ダブル救助や粘着しよう
動かないで！手伝うよ！	→救助や治療、粘着向かうことを知らせる
解読中止、助けに行く！	→救助や治療、粘着向かうことを知らせる
ゲートを頼む！私が助ける！	→救助や治療、粘着向かうことを知らせる
★治療系チャット	
調子が悪い！治療優先！	→立て直し（治療）がしたい →（占い師）ハンターがアンテッド
自己治療優先！	→立て直ししなくていい
★作戦系チャット	
私を助けなくていい！	→見捨てるの判断をした時 →ゲーム開始時（占い師がいるとき）ハンターが「ボンボン」「ガラテア」
私は助けられないよ！	→煽りチャット →救助や粘着、治療をしなくていい
今はダメだ！せめて、引き分けにしよう！	→煽りチャット →救助や粘着、治療をしなくていい
私のことはいい！	→煽りチャット →救助や粘着、治療をしなくていい

その他のチャット

★進捗チャット

→□□進度○%のように表示されるチャット。

定型文チャットには含まれず、画面に表示されるふき出しマークを押すことで発信できる。

EX)

- ・暗号機解読進捗○%
- ・治療進捗○%
- ・ゲート解読進捗○%
- ・信者排除進捗○%
- ・突刺を抜く進捗○% など…

★自動チャット

→プレイヤーがチャットを選択せずともゲーム側がタイミングを見計らって必要なチャットを発信してくれるもので、プレイヤーが意図的に発信することはできない。

EX)

- ・ありがとう
- ・どういたしまして
- ・引き留めるあり！or 引き留めるなし！
- ・ごめん、失敗した！
- ・大丈夫 or 頑張ろう
- ・地下室はこっち！or 地下室なし！
- ・ファイト！or あと少し頑張れ！
- ・ハンターが○○を使った！
- ・すごい！
- ・それほどでも
- ・持ちこたえろ、諦めるな！ など…

★以前は存在していたが、現在使用できなくなったチャット

→運営の意図通りの使用がされないことがあり、プレイヤーから廃止を求める声上がり廃止となったチャットも存在している。

廃止されたチャット

- ・頑張れ！持ちこたえろ！

→文字通りの励ましチャット

- ・「中治り」がある！

→他人の失敗を煽る人が、自分が失敗したときに使用されることがあった

・ありがとう

→感謝の意味ではなく、失敗した味方へ嫌味や煽りの意を込めて使用されることがあった

・今ちょっと重い！

→回線状況が悪い時

・ゲートが開いた！

→開いているゲートを伝える

廃止されたチャットが存在するのには、一つの表現がたくさんの意味を持つというゲーム内特有のコミュニケーションによって運営側の意図でない意味合いが作られていったからであると分析する。

6 データの分析

6.1 意思疎通が図れなかった場面

6.1.1 データ 1

サバイバープレイヤー

S1：野良プレイヤー（使用キャラ；画家）男性 中国人

S2：野良プレイヤー（使用キャラ；応援団）女性 日本人

S3：野良プレイヤー（使用キャラ；納棺師）女性 台湾人

S4：自分（使用キャラ；踊り子）女性 20代 日本人

ハンタープレイヤー

H1：野良プレイヤー（使用キャラ；黄衣の王）女性

① 図 4



図 5



S1 がハンターからの攻撃を受けて倒れ、椅子に縛られている。

拘束された S1 は制限時間以内に仲間が救助¹⁶に来ない場合脱落となってしまうため、S2, S3, S4 の誰かが救助に向かわなければならない場面である。

図 5 の画像右側付近の赤く光っている場所に S1 は拘束されているが、S1 が拘束されている場所から私 (S4) は最も遠く、私 (S4) の位置から S1 の位置までの移動時間を踏まえると制限時間内の救助に間に合わない可能性があると判断し、私 (S4) よりも S1 に距離が近い S2, S3 に向けて「代わりに救助に行ってほしい」という意味を込めて『手を貸して、早く!』というチャットを打った。

② 図 6



チャットを送ったものの、S2 や S3 は救助に向かってくれる様子が無いので、もう一度 S

¹⁶ ハンターに捕まってロケットチェアに拘束された仲間を開放すること。

2,S3に向けて私(S4)が「救助に行ってほしい」という意味で『手を貸して、早く!』とチャットを送った。

ハンターはサバイバーの脱落が目的であるため、基本的に最後の盤面まで誰か1人はハンターとチェイスをしていることが多い。サバイバー側の勝利条件は3人以上の脱出であるため、3人は確実に脱出できるよう4人生き残った状態で1人がハンターとチェイスをし、味方の脱出のための時間を稼ぐという状態がサバイバーにとって最も望ましい形である。そのため、ファーストチェイス¹⁷を引いたサバイバーのチェイス時間が全く伸びず、即ダウンしてしまったような状況でない限りは味方を見捨てる判断をせずに、救助に行かなければハンター陣営にとって有利な状況になってしまう。データ1は暗号機が既に2台解読済みとなっており、残り3台をS2,S3,S4がそれぞれ4割ずつ回しているというサバイバー有利な状況で、S1を見捨てる判断をする必要が全くないため、救助必須の盤面だった。

③ 図7



私(S4)のチャットを見たS2が『動かないで!手伝うよ!』と私のチャットに対して返事をしてくれたが、救助に向かうのではなく、私の方向へ向かってきた。結果、S1の救助に間に合わず、S1は脱落となった。

対戦後チャットで、S2は私(S4)が打った『手を貸して、早く!』というチャットの意味が何を指しているのかよく分からないが、何かを手伝ってほしいんだろうと思い、「私(S4)の方向へ向かうよ」の意味を込めて『動かないで!手伝うよ!』というチャットを打ち、とりあえず私(S4)の近くにきたと言っていた。S3は私(S4)が何か手伝ってほしいんだろうとは思ったがよく分からなかったため、チャットを無視していたと言っていた。後々S2やS3はこのゲームを少しプレイしたことがある程度のプレイヤーだったことが分かり、

¹⁷ 1番最初にハンターとチェイスをすること。

その時の場の状況と定型文チャットというわずかな情報から、誰が誰に向けてどのような意味を込めてチャットを送っているのか、文字通りの意味でないチャットの内容を判断するためには、ある程度そのゲームを習熟していないと難しいのではないかと感じた。つまり、私（S4）がS2やS3と意思疎通が上手く図れなかったのはお互いのゲームへの習熟度や場面認識能力に差があったためであり、特にS2は私（S4）と同じ日本人で母国語や使用言語は変わらないはずだが、意思疎通が図れなかったため、お互いの母国語や使用言語はゲーム内の記号化されたコミュニケーションにおいて大きな影響はないのだと分析する。

6.1.2 データ2

サバイバープレイヤー

S5：野良プレイヤー（使用キャラ；祭司）女性 日本人

S6：野良プレイヤー（使用キャラ；心理学者）女性 日本人

S7：自分（使用キャラ；空軍）女性 20代 日本人

S8：野良プレイヤー（使用キャラ；カウボーイ）男性 日本人

ハンタープレイヤー

H2：野良プレイヤー（使用キャラ；破輪）女性 日本人

① 図8



私（S7）がハンターとチェイスをしており、暗号機は残り2台という場面。

私（S7）はあと1回ハンターからの攻撃を受けることが出来るがハンターの特殊能力によってこの後直ぐにダウンすることはサバイバー全員が分かっている状況である。暗号機は残り2台で、S5とS6が先に残りの2台を別々に解読していることがチャットによって私（S7）は把握していた。そのため、私（S7）は粘着キャラと言われるカウボーイ（S8）に対してチェイスの補助またはダウン後の粘着を頼みたいと思い、『手を貸して、早く!』とチャットを送った。しかしS8は状況を把握出来ておらず、解読する必要のない6台目の

新しい暗号機を解読していたことが暗号機解読進捗チャットにて分かった。

② 図 9



S8が必要のない作業（6台目の暗号機を解読すること）をしていることに気が付いたS5は「解読はS5とS6が既にしているから、チェイスの補助またはダウン後の粘着に行っていほしい」という意味を込めてS8に向けて『手を貸して、早く!』というチャットを送っている。

③ 図 10



しかし、私 (S7) や S5 からの『手を貸して、早く!』というチャットの意味が S8 に伝わっていなかったようで、S8 はそのまま暗号機進捗チャットを発信している。案の定、ダウンした私 (S7) は今からでも粘着しに来てくれたら椅子に拘束されずに時間を稼げるかもしれないと思い、ダウン後も S8 に対して『手を貸して、早く!』とチャットを送ったが、S8 にその意図が伝わることはなく、私 (S7) は椅子に拘束されてしまった。

対戦後チャットにて、S8は『手を貸して、早く!』というチャットについて、「S6に遠隔治療を頼んでいるのか、S5にワープでチェイス補助してほしいという意味で言ってるのかと思った」と話してくれた。確かに『手を貸して、早く!』というチャットの意味の中に「心理学者(S6)に遠隔治療を頼む」「祭司(S5)にワープの補助を頼む」というような意味合いになる場合もあるが、サバイバーの勝利条件は3人以上脱出することであり、脱出ゲート開放のために暗号機を5台解読することが最優先すべき目標のため、このような場面においては、暗号機が残り2台でS8よりも先に他の2人(S5,S6)が解読をしているという状況であれば、S5やS6は解読を優先させるべきであり、治療やチェイスの補助を頼むような場面ではないため、解読をする必要のない手の余ったサバイバーであるS8がチェイスの補助や粘着に行くべきだとある程度このゲームを遊んでいるプレイヤーであれば状況を読み解き、誰に対してのチャットなのかを判断することが出来る。つまり、S8のようにチャットの大まかな意味を理解していたとしても、場の状況に応じてチャットの意味を咀嚼し再変換する能力に差がある場合や、場面に依りてサバイバーが勝利するためにそれぞれが今すべき行動の優先順位を付け、サバイバー陣営にとって最も有効な行動は何かを理解しているかどうかによって意思疎通が図れるかどうかと分析する。

6.2 意思疎通が図れた場面

6.2.1 データ 3

サバイバープレイヤー

S9：野良プレイヤー（使用キャラ；調香師）女性 日本人

S10：自分（使用キャラ；空軍）女性 20代 日本人

S11：野良プレイヤー（使用キャラ；医師）女性 台湾人

S12：野良プレイヤー（使用キャラ；祭司）女性 日本人

ハンタープレイヤー

H3：野良プレイヤー（使用キャラ；夜の番人）女性 中国人

① 図 1 1



S12 がハンターからの攻撃を受けて倒れ、椅子に縛られようとしている。

拘束されようとしている S12 と位置が近く、サバイバーが装備できる能力「危機一髪」（1 試合中 1 回、救助したサバイバーと救助されたサバイバーが 20 秒間無敵になれる）を私（S10）が装備していたため、この場面においては私（S10）が率先して救助に行く場面であると分かるため、私（S10）が S9,S11,S12 に向けて「私が救助に向かうよ」という意味を込めて『解読中止、助けに行きましょう！』というチャットを送った。

② 図 1 2



私 (S10) が救助に向かう意思表示をしたものの、ハンターの装備できる能力「指名手配」(サバイバーを椅子に座らせている時、ランダムでサバイバー1名の姿をハンター目線の画面にそのシルエットを表示することが出来る)によって私 (S10) の位置と姿がハンターに見つかってしまう。「指名手配」で位置がハンターに知られているサバイバーは画面右の人型アイコンに赤い霧が付く仕様になっているため、サバイバー全員が私 (S10) の位置がハンターに知られていることは画面の情報から認識することが出来る。時と場合にもよるが、位置の知られているサバイバーはどのルートから救助に来ているかがハンターから全部見えてしまっているため、救助途中で攻撃を受けて救助できなくなってしまう可能性がある。その可能性を考え、私 (S10) が S9,S11 に向けて「指名手配を付けられてしまったので、私の代わりに救助に行ってほしい」という意味を込めて『手を貸して、早く!』とチャットを打った。

③ 図 1 3



私 (S10) のチャットに対して S9 は、私 (S10) が指名手配によって場所が知られてしまっていることと、拘束された S12 と 2 番目に距離が近いという状況だったため、「代わりに救助に行くよ」という意味を込めて『動かないで！手伝うよ！』とチャットを送り、S11 は指名手配によって救助に行けなくなった私 (S10) の代わりに S9 が救助に向かっていることを理解し、こうした状況であれば S11 は解読を優先して行うべきと判断し、「救助にはいかず解読している」という意味を込めて『暗号機解読進捗 1%』という進捗チャットを送ってきた。

6.2.2 データ 4¹⁸

① 図 1 4



S12 がハンターから攻撃を受けて倒れ、椅子に拘束されている場面で、5 台目の最後の暗号機が寸止め状態になっている。寸止めとは、最後 1 台の暗号機の解読進捗を 100%の直前まで進めた状態で解読を中断することである。寸止めをする意味は、サバイバーの装備できる能力「中治り」（暗号機を 5 台解読し終わると、即座に一段階治療され 5 秒の間移動速度が 50%上昇する）を最大限に生かせるようなタイミングで発動させることがとても重要だからである。移動速度 50%上昇はハンターも追いつけない加速であることと、ハンターは攻撃後に硬直時間と言って一時的に動けなくなる状態が必ず発生するため、ハンターの攻撃硬直の間に最後の寸止め状態の暗号機の解読を完了させることでサバイバーにとって大きな時間稼ぎにつなげることが出来る。

私 (S10) は最後の暗号機が寸止め状態でその暗号機を最後まで解読するためにその暗号機の前で待機しているため、「中治りを発動させる準備が出来ているよ」という意味を込めて『先に行くよ!』というチャットを送っている。暗号機が 5 台上がるとサバイバーが脱出するゲートが開放されるが、ゲートはマップ内に 2 か所あり、解放のために暗号を入力する

¹⁸ 6.2.1 データ 3 と同じ試合の別の盤面

時間が必要である。そのため、5台の暗号機を解読し終えた瞬間にゲート開放のための暗号入力出来るように「2か所ある内のこっち側のゲート前で待機しているよ」という意味を込めてS9は『先に行くよ!』というチャットを送っていることが理解できる。

② 図15



S9と私(S10)のチャットを見たS11は、S9がゲート前で待機していることと、私(S10)が最後の暗号機を解読完了させる準備が出来ていて、それぞれが自分の持ち場を離れられないことから、S12の救助に向かえるのは自分しかいないと判断し、「救助しに行くよ」という意味を込めて『ゲートを頼む! 私が助ける!』というチャットを送って救助に向かってくれた。

味方に「手を貸して、早く!」という誰かに何かを促すチャットを送らずとも、それぞれが今何をしているのかをチャットで伝えることで、上記のS11のように「場の状況を読み取り、今この場では自分は救助に向かわなくてはいけない」と判断し、その意思を伝えることもできる。また、S11はサバイバー陣営で唯一の台湾人でS9,S10,S12の日本人と母国語と使用言語は異なるはずだが、ある程度このゲームに関して習熟し、普段の生活のような状況ではなく、このゲーム内のような限られた状況で、場面認識をすることができるプレイヤーだったからこそ、意思疎通が図れたのだと分析する。

7 分析結果

「第五人格」のサバイバー陣営のプレイヤーは、4人のプレイヤーが解読・牽制・補助・救助などの自身が選択したキャラクターの役割を果たすだけでなく、定型文チャットで他のプレイヤーと意思疎通を図りながらその都度その場の状況に応じた行動をとらなければならない。「解読をするのかしないのか」「救助に行くのか行かないのか」こうした

判断も自分1人ではなく他プレイヤーと定型文チャットを用いながら判断するため、ゲームに勝利するためにこの場をどのように攻略すべきなのかを考える能力が求められる。高田(2019)は、合理的問題解決には、「問題の明確化」、「根拠・事実の確認」、「原因の分析および解決策の案出」、「実行と評価」の4カテゴリーが包含され、クエスト攻略という目標達成のために、思考を巡らせ、導出された案を実行・評価するという過程が存在することが、対象者の語りから導出されたと述べており、「第五人格」におけるプレイヤーも画面の情報から問題を明確化し、根拠・事実の確認を行い、チャットにてその原因の分析および解決策の案出し、実行と評価を行うという過程を踏まえて集団での協働作業を行うため、合理的問題解決能力もゲームにおいて重要な力であると言える。また、ゲーム内の定型文チャットという限られた情報で他プレイヤーとコミュニケーションを取るため、場面の状況認識能力に加えて集団行動を円滑に遂行させるために、その場の状況に応じてチャットの内容を咀嚼する能力も必要であると分析する。サバイバー陣営のプレイヤーは、「ゲームに勝利する」という同一の目標を持つプレイヤー4人でパーティを編成し、変化する状況に応じて、制限のある中コミュニケーションを取りながらゲームを攻略しその目的を達成するという作業をそれぞれが行なっている。つまり、プレイヤーは毎回同じではないその都度変化する人や環境に順応しゲーム勝利のための行動を自身で見つけ、他プレイヤーと共有することが重要なのである。

以上のように、「第五人格」というオンラインゲームにおいては、言語によるコミュニケーションが制限された特殊な環境の中で、変化する場面や問題に対して記号化された定型文によるコミュニケーションを使用しその集団行動を遂行しなければならないのである。だからこそ、他サバイバーからの定型文チャットの意図を正確に解釈する際には、そのままの文面の意味だけではなく、その時の場の状況からそのチャットが発信されるに至った背景を推測し、それをもとに他プレイヤーらはコミュニケーションを図ることが非常に重要である。加えて、自分が発信したチャットに対して他プレイヤーがその意図を推測することが出来るよう、自分の置かれている状況を常に発信しつづける場の状況を他プレイヤーと共有することも重要である。「第五人格」におけるチャット発信のクールタイムは7秒であるため、7秒ごとに自分の状況をチャットにて共有することと味方からのチャットによく目を通して場の状況を理解しておくことで、記号化されたコミュニケーションで円滑に意思疎通を図ることが可能となるのである。

「第五人格」のサバイバー陣営におけるゲームの勝利とは、4人のプレイヤーが記号化されたコミュニケーションを主とした特殊な環境下で協力して複雑な作業を完遂した状況であり、キャラクターの操作やその精度だけが求められるものではない。高田(2019)は、非言語的情報が制限された環境下において、場の状況を正確に把握し、集団活動を円滑に進行するためのチームワーク能力も重要となると述べていることから、プレイヤーはキャラクターを巧みに操作する能力や暗黙のルールと呼ばれるようなゲームの共通認識、様々なからくりの仕組みを理解した上で、その場に応じて4人で対処する思考能力の高さや、

言語によるコミュニケーションが制限された環境下で、「場の状況」を正確に認識する能力が重要であると言えるだろう。だからこそ、6で述べた上手く意思疎通が図れなかった事例と上手く意思疎通が図れた事例の違いは、プレイヤーの出身国や使用言語、性別や年齢などによるものではなく、場面の状況をどこまで認識出来、チャット発信者がその定型文チャットを発信するに至った背景を限られた場の状況から推測し、発信者のチャットの真の意図を汲み取る能力に差があったことからきたと分析する。

8 結論

これまでの内容を通して、オンラインゲーム内の記号化されたコミュニケーションの特徴についてまとめたいと思う。

本研究を通して分かったゲーム内コミュニケーションの特徴の1つ目は、主に対戦型のゲームにおいては、必要なコミュニケーションは記号や他の情報に置き換えられていることが多いということである。オンラインゲームでプレイヤー間のコミュニケーションをいかに言語依存せず円滑に素早く行えるようにするか考えた際に、決められた定型文を様々な国の言葉に変換されたものをゲーム制作側が用意したり、記号化、アクション化したりすることで世界各国のプレイヤー同士の言語の壁を無くし、実際に私たちが日々使用している言語によるコミュニケーションに依存させないというような形の方がリアルタイムで目まぐるしく変化するゲームの場面においては最適なコミュニケーションの形であるためだろう。

2つ目は、ゲームにおけるコミュニケーションとは、不完全な記号のやり取りであるということである。面と向かって言語を使用するコミュニケーションであれば、たとえ相手に伝わりにくい表現を使用したとしても、補足説明を加えたり、ジェスチャーなどの視覚情報によって自分の意図を完全に近い形で相手に伝えたりすることが可能である。しかし、ゲームにおいては、そのゲームで決められた形でしかコミュニケーションを取ることが出来ない特殊な環境下で、意思疎通を図る必要がある。イメージとしては、言語コミュニケーションのように言葉のやり取りでキャッチボールをするという形より、それぞれが一方的に発する情報の中から必要な情報を抜き取り、意思疎通を図るといったようなコミュニケーションの形である。文字記号だけのやり取りでは伝わらない部分が多く悩ましいが、それでも相手に伝えようとすることや相手の発言の真の意図を理解しようと思えば、コミュニケーションは成立するのである。また、高田(2016)は、作業の困難さゆえに、作業を完遂するために「試行錯誤するしかない。全滅して、意見出し合って、対処法決めて、実行して、また全滅する」といった Plan-Do-Check-Act(PDCA)サイクルの循環が行われると述べており、「第五人格」においても、ゲーム勝利という目的達成のために何度も PDCA サイクルを循環させることで味方から発信されたチャットという記号とその場の状況という背景が一致することで、プレイヤーは真のチャットの意味を理解する

ようになるのである。

3つ目は、ゲーム内の記号化されたコミュニケーションでは、プレイヤーの使用言語はコミュニケーションの障壁にはならないということである。通常の言語コミュニケーションであれば、使用言語が違えば円滑にコミュニケーションを取ることが困難になる場合がほとんどだが、記号化されたコミュニケーションにおいては、使用言語ではなく、非言語的要素である「場の状況」を読み解き、発信者とその記号を発信した背景を推測することでコミュニケーションを図る。これはそのゲームの仕様によるものでもあるが、「第五人格」においては、自分の発信したチャットが即座に相手言語へ翻訳され、そのチャットをもとに状況把握し、意思疎通を図るという特殊なコミュニケーションの在り方である。オンラインゲーム内のコミュニケーションは、通常のコミュニケーションで見られるような、出身国や性別、年齢、使用言語などではなく、そのゲームに対してどのくらいのスキル（キャラクターの操作や各ギミックへの理解、場面の状況認識能力や思考力など）を持っているかが成否を決めるという、現実世界と比べると、平等なコミュニケーション空間であると考ええる。

9 課題

今回オンラインゲームで記号化されたコミュニケーションが使用されているゲームの1つとして「第五人格」というゲームを取り上げたが、ゲーム内コミュニケーションに記号化されたコミュニケーションを採用していても、その種類や方法はゲームによってさまざまであるため、この研究を通して明らかにした「記号化されたコミュニケーションによるプレイヤー間の意思疎通」について、全てのゲームに対して同じことが言えるとは限らないということをここで述べておく。

参考文献

- 高田 佳輔. (2016). オンラインゲームコミュニティにおける合理的問題解決能力・チームワーク能力—Final Fantasy XIV の参与観察を通じて—. 社会情報学 第5巻1号. 参照先: ja (jst.go.jp)
- 高田 佳輔. (2019). 大規模多人数同時参加型オンラインロールプレイングゲームのエスノグラフィ 仮想世界において創発的サードプレイスをいかに生み育てるか. 社会学評論/69巻(2018-2019)4号/. 参照先: ja (jst.go.jp)
- 谷内 友美. (2023). ゲーム内コミュニティ～新型コロナウイルスによって形成が助長された新たな形のコミュニティ～.(未公刊)

被雇用者が長期的なキャリアを形成するためには
- 複線経路等至性アプローチを用いたキャリア分析 -

関西学院大学 総合政策学部 総合政策学科
谷原妙

1.はじめに

本論文は、近年の被雇用者のキャリアの多様化を鑑み、働く人たちが自身のキャリアを長期的なものとして形成していくために 2 名の対話を複線経路等至性アプローチを用いて分析し、今後、筆者自身を含めた被雇用者が将来の選択肢を探っていき、キャリア継続のための職業選択と意思決定をしていく一助となることを目指したものである。本論文では、『TEA 実践編 複線経路等至性アプローチを活用する』[安田裕子・滑田明暢・福田茉莉・サトウタツヤ, 2015]にある分析手法に則ってそれぞれ異なる状況にある 2 名の対話を長期的キャリア形成という観点から質的に調査・研究する。

筆者が本論文で指す「長期的なキャリア」とは、働く人のライフステージが変化すると同時に、職種、業種、環境などを変えながらも何かしらの職業に就き、経済性、社会性、個人性などの意義が連続性を持ちながらあり続けることを指す[高橋勝也, 2023]。労働とは、日本国憲法で保障された国民の権利であり、義務でもある。高橋(2023)は、労働は私たちが生活をしていくうえで欠かせないものであるとしたうえで、労働の持つ経済性、社会性、個人性の三つの意義に言及している。まず経済性とは、労働の結果、賃金を手に入れることである。多くの人は労働において特に経済性という意義に注目する。確かに、お金を稼ぐということは私たちの生活を営む上で必要不可欠のものであり、お金がないということはあらゆる行動の制限につながる。しかし、社会的な役割を果たし社会の存続や発展に貢献するという社会性と、自分自身の能力や個性を発揮し自己実現をなす個人性といったものも、労働の持つ、経済性と等しく重要な価値である。5.対話で詳しく言及するが、長く働きつづけたい気持ちを持つ被雇用者にとって、社会性と個人性はキャリア形成に非常に重要な視点であると言える。

当初、本論文は進級論文と関連させた雇用者と被雇用者の両者の視点から見た労働におけるモチベーションの維持について研究する予定であった。しかし、筆者は自身の就職活動を経て、被雇用者本人が長期的なキャリアを望むことはもちろん、雇用側である企業や自治体も被雇用者に長期的なキャリアの形成を求めてきているように感じた。そこで、長期的なキャリアを形成することは、被雇用者の自己実現を達成させ、働くうえでの重要なモチベーションになり得、本論文ではそれについて検討を重ねる。また、令和4年の厚生労働省の報告[厚生労働省, 2022]では「おおむね全ての産業で人手不足感が強まる動きとなっている」とされ、雇用者と被雇用者の両者にとって、被雇用者が長く働き続ける、ないしその展望を持つという動きは今後さらに推奨されていくべきであると考えられる。

2.先行研究

以上のことから、被雇用者の長期的なキャリア形成は今後の社会で大きなニーズがあると考えられる。安田ら（2023）は世界と日本の雇用システムと社会状況が大きく変わったことで、現代は自分の働き方を自己決定し、自ら切り開いていかなければならない時代となったとしたが、一人ひとりのキャリアを構築するにあたり、その方法を一般化することは困難である。人生でライフステージが変わっていくたびに、それ以前と同じスタイルで働き続けるということは難しく、働く人を取り囲む状況は常に変わりつづける。

従来のキャリア形成に関する研究は、自己の主体性に基づくキャリア設計を重要視する傾向にある。厚生労働省（2022）は、主体的なキャリア形成にキャリアコンサルティングの有効性を訴えつつも、その費用や不明確性を課題に挙げている。これは、キャリアという非常に個人的でありパターン化が難しいものに対しての支援の複雑性をうかがうことができるだろう。また、石橋ら（2019）は因子分析によって、やりたいことや好きなことを仕事に結びつける考え方は、仕事や職業選択について好きなことにこだわりたいという考え方と、自己の生活全般や人生において自由に好きなことをしたいという考え方がありという二つの性質をもっていると考察した。その考え方は情報収集、自己理解にプラスの効果をもたらした一方、自己成長主導性と他者からの学びに直接マイナスの効果をもたらしたと述べた [石橋里美, 林, 内藤, 2019]。これは、一時点での個人の状況にとらわれることなく、多面的なキャリア支援の重要性が示唆されていると言える。

また、布施（2019）は複線経路等至性アプローチを用いて日本語教師のキャリアにおける類似性の高い共通経路と異なる展開を示す相違経路を見出し、キャリア形成過程の可視化を試みた [布施悠子, 2019]。しかし、類型化したモデルの検討にまでは至らず、こちらもまたキャリア形成モデルの一般化の困難を表していると言えるだろう。

3.研究目的

以上をふまえ、キャリア形成においては主体性を重要視していながらも、その類型化モデルの提案の困難さがうかがえる。本論文では、2名の対話を複線経路等至性アプローチを用いて分析し、今後長期的なキャリアを形成することを目的とする人の一助となるような解決案を検討し、選択肢の提案をする。

4.研究対象・方法

上述の目的を達成するために、本論文では2名との対話の後、複線経路等至性アプローチ（以下、TEA）を用いて安田ら（2015）の実践的手順に則り分析する。TEAとは、等至性概念と複線経路概念を取り入れ、時間を捨象せずに人生の理解を可能にしようとする文化心理学の新しいアプローチである。本論文では、筆者が設定した「長期的キャリアを形成する」という等至点を設定し、そこに至るまでに人が複数の経路を選択する分岐点にも注目する [安田裕子・滑田明暢・福田茉莉・サトウタツヤ, 2015]。2名それぞれの人生経路

(キャリア経路)を参照し、各々の自律性を見ながら、共通する経験として重なり合うポイント、必須通過点を見つけていく。必須通過点を一般化し、今後、長期的なキャリア形成をしようとしている人たちへのキャリア形成の指針とすることを目的とする。

4-1 TEA の用語説明

本章では TEA で分析をするにあたり、いくつかの用語を説明する。まず、TEA はプロセスを理解するためのアプローチであり、「複線経路等至性モデル (TEM)」、「歴史的構造化ご招待 (HSI)」、「発生の三層モデル (TLMG)」の 3 つを統合したものである。本論文では TEM 図の作成は行わないが、筆者が設定した等至点 (EFP) とその等至点に至る経路の分かれ道が発生する分岐点を設定し、TEM を説明する。等至点とは複数の経路が到達するポイントである。研究者はまず、自分自身が興味を持った現象を等至点として位置づける。これと同時に、等至点に対する論理的な補集合を両極化した等至点 (P-EFP) を設定する。等至点は、この時点では研究者がただ目を付けただけであって、その設定が研究テーマと完全に合致するとは限らない。そこで、セカンド EFP という対象者本人にとって重要な未来展望を切り出す。ここで、研究者は、このセカンド EFP に対する補集合を設定することができるが、それは本人にとって意味のある「両極化した等至点」の探求をする必要があることを意識しなければならない。そして、等至点によって次元を設定することができれば、TEM 的な飽和となり、研究が完成したと言える。この TEM 的な飽和とは、質的調査における質的探究完了のための条件である。特に、TEA においては「両極化した等至点」、「セカンド EFP (当事者にとっての等至点)」、「セカンド EFP にとっての両極化した等至点」の解明が研究の質保証において重要である。

そして、HSI は筆者の選定した対話相手にインタビューを行い調査する。この選定は無為なものではなく、自分の研究テーマに合致した方をお願いをすることが必要である。

また、等至点に至るまでには実現可能な複数の経路が用意されている。そして、それが発生する状態のことを分岐点という。分岐点はその人を等至点へと導くうえで何らかの迷いや複線性が生じる点であり、非可逆的時間の中で現れる。そしてその分岐点では、等至点の方向に行くか、両極化した等至点の方向に行くかの逡巡が繰り返されており、そこには 2 つの相反する力が働いている。それは、等至点から遠ざけようと働く力を社会的方向づけ (SD)、等至点へ至るように働く力を社会的助勢 (SG) の二つである。なお、TEA では、分岐点で生じる個人の内在化した緊張関係を TLMG を用いてより深く探求できる。そして、分岐点では等至点に至る社会的方向付けや社会的助勢のような相反する力の緊張関係だけではなく現状維持にまつわる不安定なゆらぎをも見出すことができる。

さて、TEM における必須通過点という概念がある。これは人生経路や人間の発達過程において必ず通過しなければならないできごとや行動が生じる点とみなすことである。必須通過点には、制度的必須通過点と慣習的必須通過点、結果的必須通過点の三つがある。必須通過点は複数名の人生経路を参照して記述することで各々が自立的であるにもかかわらず

ずそこには共通する経験として重なり合うポイントを見出すことができる。

最後に TLMG とは文化的な記号を取り入れて変容するシステムとしての人間の動的なメカニズムを捉える理論である。この三層は、個人の行動・活動レベルである第一層、行動変容を促進させる記号レベルの第二層、信念・価値観への統合が行われる価値レベルの第三層という異なる三つの層によって記述理解していく。サトウ（2015）は、第二層における記号には支持性・類似性・象徴性があるとしている。特に象徴性の記号の理解は文化の理解と密接に結びついており文化と関連して記号を理解しなければならない。場に特有な文化的な記号を媒介にして、そこでなされる人の行動選択や意思決定への理解を促すことは意志ある試みとなる。そして行動変容を理解するために重要なのが促進的記号である。サトウは、促進的記号を促進的足らしめているものは人の主体性であるとした。

次章では、HSI の手順に従い、筆者が本論文のテーマに合致した経験をされてきた 2 名のインタビューを記述したものである。

4-2 対話

インタビューは 2 名ともオンライン上で行った。2 名とも大学を卒業してから現在まで雇用先企業が変わるなどありながらも働き続けているため、本インタビューに協力していただいた。主に、大学卒業後からの社会人生活を時系列順に振り返って現在に至るまでを語ってもらった。

4-2-1 インタビュー①（A さん）

一回目のインタビューは筆者の親戚である A さんに行った。A さんとのインタビューは、ZOOM を用いて 2023 年 9 月 11 日に約一時間程度行った。A さんは男性で、大学卒業後に国内の総合電機メーカーに技術者として入社したが、その後海外転勤、海外移住、転職などを経てインタビュー当時も働き続けているという点から、長期的なキャリア形成というテーマにふさわしいと考え対話相手に選んだ。以下は A さんとの対話内容を A さんのキャリアの時系列に沿って、その後筆者が追加で質問した答えをまとめたものである。

表 1 時系列 A さんのキャリア

時間	イベント
大学院在学時	研究分野は材料関係（インタビュー当時の仕事は電子部品系）。
新卒時 （1992 年）	バブル景気最後の年。理系職であれば働き口は多くあった印象。材料系は様々な製品を作るための基礎の部分。しかし最終的にどんな製品を作るかに興味があったので、大学院卒業後、国内の総合電機メーカーに入社した。
入社後 （1992 年～）	技術者として仕事をする。当時は終身雇用当たり前の価値観。会社に与えられたチャンスに乗って（断ることなく）、一つの会社の中でキャリアを作っていくという考え方が主流だった。そ

	して部長や主任研究員になってあがり。
2000年頃 (約2年間)	技師(係長クラス)になったタイミングで会社から2年間フィリピンの工場に行ってくれと言われた。当時、海外へ行くことは技術者にはよくあることだった。 プラスになったこと:今の仕事につながるが、英語でコミュニケーションをすることが必要だったため培われた。海外に行くときは、今までの仕事や立場とは別で、物を作るところである現場の大変さという経験が積めた。チームリーダーだったため、マネジメントの経験を積めた。
帰国後	会社が当時Aさんのいた部門を独立させるために外資系企業(I社)と合併化。→アメリカの最先端の技術を持っているエンジニアと一対一でやり取り(英語力が求められた)することになり、それがきっかけで今いる会社(転職後の会社)にいることにもなった。
2011年頃	I社と一緒にになり、さらにその後、外資系エージェントとも一緒になり、いよいよ外資系企業という形になった。 →日本国内で外資系企業に勤めるという形になった。会議の資料は英語で書かれ、本社からの報告はアメリカからなのですべて英語で話されるといった変化が起こる。
2016年	勤務先の工場が閉鎖し、アメリカで同じ業種の人に声を掛けられ、アメリカで働くことを決断。以前からマネジメントの仕事をしてきたことも後押しになった。
2016年頃	アメリカへ移住。第1子は日本の大学に進学予定だったため、妻と第2子を連れて渡米。第2子にはアメリカへ来るかと聞いて、行くと答えたため、妻には子供が来るからついてきてほしいと頼んだ。→先に自分が仕事をどうするかを決めた。家族には選択の余地は残したものの、半強制だったと思う。なんとか家族は協力してくれたのでありがたく思っている。

上記を振り返ってAさんは、フィリピンに行った時と同様に、自らが主体的に望んでキャリアの選択をしたというよりは、会社や周りの環境から与えられたチャンスをほとんど受け入れるような姿勢だったと言う。来た機会はほぼ受け入れてやってきて、そしてその受け入れてきたことが自身のキャリアのメインになった。そして、振り返ってみると、7~8年のスパンでそういった大きなピッチがやってきて乗っかるという感じだったと話す。

また、ここで筆者が仕事の転換期で私生活や家族への影響はあったかと質問したところ、2000年の海外赴任の際には、まさに第2子が生まれる直前だったため、結果的には単身赴任することとなった。日本でAさんの奥さんが第2子を出産し、そのころはまだ第1子も幼かったため、自分だけではなく家族もたいへんだったと思うと振り返った。また、Aさ

んは 2 回目となる海外への赴任は自分の中でかなり考えた、家族にはいろいろと頑張ってもらったと話した。筆者は、1 回目の海外赴任の際に、今後も海外に行く可能性はよぎったか、その時点で転職することは考えたかと質問した。以下はそれに対する A さんの回答である。

エンジニアはいろんな経験をするものなので、海外に行くのも当たり前だろうと思っていた、次もあるだろうな、と。上がりに行くまでのあいだにいろんな経験をするものだと思っていた。これが嫌だから会社を変えようというマイナスな要因というより、こうしたいから変わると考えていたので、自分にとって海外に行くのが嫌だから会社を変えるという考えはあまりなかった。ほかの人はいるだろうけど。実際、断る人もいた。自分だけなぜこんなことを、という考えもなかった。上の人、さらにすごい人がいろんな経験を通じてそれなりの立場にいたり、評価されたりしていたから。

1, 2 年上の先輩と話す、その先輩のレベルに達すると、どんな経験をするのかわかる。それよりさらに上の役職についている人と話す、何年後までにこれをやってというのではなく、とにかくいろんな経験を積む。年数をかけてキャリアを積むのはそういうもの。いまも、まだまだ経験が足りないと思う。

スポーツのアスリートのように体力的な衰えがない限り、まだやらなければいけないことがたくさんあると思う。

ここで、これまでいくつかの大きなターニングポイントがありながら、同じ業種・職種で働き続けてきた理由は何かを質問した。

個人的には好奇心旺盛、技術職は深くてもやっても追いつかない、新しいことがたくさん出てくる。個人的な興味本位や好奇心が今の年齢になっても尽きないから走り続けられてきた。

もう一つには、会社は奥が深い。技術職で入社したが、上に上がるにつれて経理や運営的なことも理解していないといけな。ポジションが上がれば上がるほど漠然的なことを考えることが多くなる。会社の方針や運営など。やり始めると奥が深い。一人の人間が会社の上位レベルのことを考えるようになる。

会社の運営というのは奥が深い。入った当初は新人としてそういうことを考えるのは大変だと思うけど、常に自分のレベルのちょっと上をターゲットに置いていってみる。それを 2, 3 年ピッチで繰り返す。

今の部下との面談でもよくやるが、

- ・今何をやるべきかを設定する
- ・それを 1 年後に達成できているか、成果を評価する
- ・評価時に次のこともインプット
- ・短期の目標と長期のキャリアを考える

これらを無限サイクルのようにやる。それが会社維持というものだと思う。

インタビュー当時の A さんの仕事内容は技術マネジメントと人事のヒューマンリソースマネジメントである。その話題から、日本とアメリカでのキャリア観の違いについての話

題となり、Aさんが思う日本とアメリカのキャリア観の違いを挙げてもらった。

表2 日本とアメリカのキャリア観の違い

アメリカ	<p>自分のキャリアをあげるときには転職する。 給料が上がらないときは転職して給料アップを図る。どんどん転職。 キャリアを挙げる一つの物差しが給料。 違う業種に行くこともキャリアアップ。 履歴書やレジュメ、職務経歴書を作るときに、自分の過去を整理して、自分に何ができるか棚卸して、会社に何が貢献できるか、何がしたいかを考える機会をもてるので、整理ができる。効果的。実際に転職活動をする ことで、漠然とした不満や願望だけではなく、整理できる。転職は当たり前。面接でのプレゼン慣れてる。ただ、入ってみると微妙なこともある。 転職がキャリア形成をあげていく</p>
日本	<p>そもそも労働市場が流動的ではない。 すごく優秀な人をのぞいては、転職を繰り返しているひとに対しては雇う側が二の足を踏む。転職時に不利益を被ることがある。 入ってすぐやめる（アメリカではよくある）のが、問題あるんじゃないかと思われる。 日本は面接やプレゼンが苦手で、すごく優秀でもそれをアピールできない、雇用に繋がらない。</p>

ここで、筆者自身が就職活動をしてきた中で最終面接を受けているときに感じた、面接官側ないし雇う側は、「うちで長く働いてほしい」という雰囲気があったということについて話した。Aさんによる話でアメリカは転職が当たり前であると分かったが、それでもアメリカの企業側も、人材育成や面接などのコストを考えると雇った人間には長く働いてほしいのではないかと尋ねた。Aさんの意見は以下である。

アメリカと日本で違うポイント。アメリカは即戦力を求める。日本は5~10年かけて教育して、その人に投資した分を取り返す。また、日本は新卒一括採用だがアメリカでは一括採用時期というものがない。年がら年中採用をしている。自分は日本の企業に修士卒で入った。日本であればいけるかな、という風潮があるが、アメリカは、技術職に修士卒での就職は難しい。もう三年かけて博士をとる。博士号最後の年でインターンシップをし、履歴書に書く。会社の求めている募集案件とぴったりだと採用となる。アメリカは即戦力を求められるぶん、採用までに時間がかかる。日本は入ったら5年間会社が面倒見てくれるが、アメリカは自分でやってくださいというスタイル。だから、日本の企業は入ってすぐ辞められると困る。そのずれが日本のアメリカにはある。見かけ上は、アメリカでははいつたらすぐやめるのが非常に多い。当たり前で企業もわかっている。文化の違いだろう。

アメリカは優秀な人をお金で引き留める。長く働いてほしいという気持ちはある。一方で、採用する側も慣れているので、足元を見ることもある。雇っている側が、従業員に

やめてくださいと言うこともある。

Aさんは今後、日本国内で働ける企業への転職をするつもりで、インタビュー当時は転職活動を行っていた。そこで、Aさんの転職活動において、何を重要視しているのかを訪ねたところ、以下のような答えであった。

今年の9月で今の会社を辞めて、日本国内で働ける企業に転職活動中（転職は来年以降を予定）。マネジメントにはこだわらない。給料やランクが落ちても構わない。いち技術者として働けたらいいかなと思う。

現在の転職活動の軸となるもの

- ・日本の親が年を取ったことが大きい
- ・親に何かあった時に、今の職場だとすぐに駆けつけられない
- ・日本に帰りたいからという理由が一番大きい
- ・子どもが就職し、親としての経済的役割を終えたから
- ・ワークライフバランスの取れるところに転職したい
- ・いまは仕事一辺倒
- ・知的好奇心、やりがいが見いだせる
- ・給料については優先順位は低め

上記にあるように、Aさんの今回の転職活動の理由には、Aさんの自己実現のためというよりは周りの人たちの変化に合わせた理由であるように筆者は感じた。そこで、筆者はAさんに、仕事に関しては自分のやりたいことや目標は達成した、もしくはやり終えたかという質問をした。以下はその回答である。

やりたいことはあるが、年齢のことも考えると、見つけられない。間口が狭くなる。この製品のこの技術がやりたいと言っても、選べない。今までの経歴を漠然といかして、と言うのはあるが。技術者としては一歩下がって、そういうところで見つける。それで自分が興味あればいいかなというくらい。

このインタビュー後、Aさんは国内での転職が決まり、上記の質問に対しては最終的に以下のように答えている。

自分のこれまでの技術的・会社人としての具体的経験を棚卸・整理したものを企業に的確に伝え、自分のやりたい（やりがいのある）仕事を探す。

こうした答えを受けて、筆者はAさんがこのように思えるのも、Aさんが会社に入ってから、いろんな経験をしてきたからではないかと考える。

また対話後半からは、話題がAさん個人のキャリア観というよりアメリカと日本のキャリア観の違いになった。本論文では、筆者が今後国内で働くこと、日本の労働状況を鑑みて、2国間のキャリア観の違いについては特に言及しない。この後のBさんとの対話で、個人のキャリア観についてさらに深堀していく。

4-2-2 インタビュー②（Bさん）

二人目の対話相手は、筆者の親戚であるBさんである。Bさんとのインタビューは、2023年10月22日にZOOMを用いて約1時間半行った。Bさんは筆者と同じ女性であり、男女雇用機会均等法が施行された直後の女性の社会進出黎明期に大学を卒業、就職し、現在も働き続けているという理由から対話相手に選んだ。また、現在は人事業務に携わっていることも理由である。Aさんの時と同様に、時系列にそって出来事を語ってもらった。以下はその内容をまとめたものである。

表3 Bさんの時系列キャリア (1)

1980年代半ば～後半	誰もが大学に行くという考えが浸透してきた時代。TV番組では女子大生ブームが起こっていた。
大学入学前 (1980年代半ば)	以前から感じていた価値観の違いから、親元を離れることが大学進学及び学校選択の重要要素に。モラトリアム確保も大学進学理由の一つであった。
大学在学時 (1980年代後半)	親元を離れたことで、自身のキャリアや人生に対する考え方が変化。内省化や客観視が進む。大学はのどかな田舎にあり、地元にとって大学生は経済効果をもたらす存在だったこともあり、世の中的にも世間が大学生に優しくしてくれる4年間だった。
就職活動時 (1989年前後)	バブル景気に伴い、民間企業は超売り手市場。親からは教員になるものだと思われており、自身も教員資格を取得したものの、適性を鑑み民間企業に応募。男女雇用機会均等法が施行され、女性総合職の黎明期だった。

Bさんにインタビューを行うにあたって、最初にBさんは自身の進路・キャリアの選択においては時代の影響が大きかったことを強調した。振り返ると、自分からこうしようと決めていったというより周りの人が自分の適性を知ってくれたから適性のある部署に異動させてもらったと話す。また、時代の影響が大きかったことから、時代によっていろいろなことをさせてもらったからその延長線上にめぐりあわせがあったと思うとも答えている。そして、大学に進学する際にも、もともとは大学イコール親元を離れることが目的になっていて、それが自分の意思で動く第一歩だったという。

以下に続く表4は、Bさんが新卒後入社し配属された部門を並べ、詳細を記載したものである。Aさんと比べ、Bさんは部署異動を多く経験しているため、異動した部門をわかりやすくするために番号を振っている。

表4 Bさんの時系列キャリア (2)

新卒時 (1989年)	東京で国内総合電機メーカーのグループ会社に入社。語学系の部門に配属され、自分がその部門で初めての女性総合職だった。
①英会話部門 (1989年)	グループの海外出張・赴任者向けの英語研修部門に配属。総合職の待遇等に不公平感を持つ先輩社員と社会人としての覚悟や謙虚さが足りない自分とのアンマッチで、職場での人間関係の構築に苦戦。3

	<p>カ月で異動。当時は新入社員研修制度が体系化しておらず、特にマインドセットは手薄だった。</p>
<p>②英会話学校 (1989～1996年)</p>	<p>一般の英会話学校部門に異動。閉鎖的組織でいじめ体質が一部あったものの、仲間に恵まれ、また積極的なコミュニケーションに励んだことで、良好な人間関係を構築。1996年に事業終了となり、本社へ異動。</p>
<p>③経営企画部とエルダリーサービス部門を兼務 (1996年頃～)</p>	<p>全社員対象の交流分析をテーマにした社内研修を受講。主催者である社長が新規ビジネスのメンバー選定を目的としていたらしく、その後、新設の経営企画部に配属となる。同時に、家族の高齢化による社員のパフォーマンス低下や離職を防ぐことを目的として新設されたシニア向けビジネス部門・エルダリーサービス部との兼務となる。</p> <p>その後、社長の退任に伴い、社長からの依頼でエルダリーサービス存続のために新社長にプレゼンをするものの却下。事業終了となる。後に新社長から「そんなに大事なプレゼンを若い女性にまかせるなんて」と思われていたことを聞かされる。</p> <p>一方でこれがきっかけとなり、新社長との接点ができる。新社長から、広報部の新設について打診される。就職活動時に広報や広告系も応募していたなど興味があり、一人で立ち上げに挑戦させてもらう。</p>
<p>④広報部</p>	<p>グループ会社の企業広報・販促宣伝部門の責任者にマンツーマンで広報のいろはを教えてもらった。運に恵まれ、大手流通新聞の一面に記事が掲載されるなど、出だしは良かったものの、徐々にネタがなくなり、社内コミュニケーションが仕事の中心になっていった。時間をもてあます状況を社長に伝えたところ、現場に近い方が向いているのかも、となり、子会社の飲食事業会社へ広報担当として出向。</p>
<p>⑤グループ子会社の飲食店の広報に出向 (2004年～2008年)</p>	<p>もともと老舗でブランドバリューのある店だったこともあり、工夫次第で取り上げる題材が非常に多く、やればやるだけ成果があり、非常に楽しかった。しかし、経営は赤字の状態が続いていた。</p>
<p>⑥子会社の広報 (2008年～)</p>	<p>親会社では、業績悪化に伴いノンコア事業をグループから手放すことを決定。出向先企業を含めたグループ会社数社が持株会社を設立し、独立。出向元に戻るか新会社に転籍するかを選択を迫られたが、飲食事業の広報にやりがいを感じていたため、新会社への転籍を決意。新会社からの出向という形で飲食事業の広報を継続。</p>
<p>⑦持株会社のグ</p>	<p>飲食事業の業績悪化に伴い、持株会社本社へ異動。グループコミュ</p>

ループ広報へ (2011年～2021年)	ニケーションの活性化を目的としたグループ広報を担当。 (その後、飲食事業会社は2015年に事業終了)
⑧人事部(2021年頃～)	新型コロナウイルスの流行により、会社も影響を受ける。早期退職か、広報以外への異動かの選択を迫られる。 以前から人事に興味をもっており、関連資格も取得していたため人事への異動希望をだしたが、ポストの空きがないため一度は断られる。その後、人事部に欠員がでたため、異動がかなう。 人事部では、新卒・中途社員の採用、研修、産休育休の取扱などを担当。現在は50代向けのキャリアデザイン研修を設計中。

新卒で入社するときのことをBさんに振り返ってもらいと、就職活動をしていた学生時代は、どんな仕事があるのかを知らないため、知らないということはそこに行きたいとも思わない、と答えた。また、自分が何者かわからない中で、大勢の中で見つけられ、いろんなことに挑戦できるのは大事で、それは環境が変わってもやり続けることが大事だと答えてくれた。また、入社して最初に配属された部署がなくなるときには、「自分たちはこの部署に就職したんだ、英語がしたくて入った」といってやめた人もいた、と振り返り、それから、自分は自身の仕事で選択を迫られたとき、ある程度の経済的な担保は残しつつ、やりたいことを選ぶのが重要だと思うとも振り返った。自分のやりたいことをやれる場所に残ることで、そこでキャリアを積んだ10年の価値は、やりたいことをやれなかったときとは違うとBさんは考えている。この考え方は、Bさんのキャリアを振り返っても共通しており、⑤の飲食店の広報から⑥の飲食事業の広報になったときも、⑤の仕事だけだったら転籍には躊躇しただろうが、⑥の広報の仕事であれば、経済的な安定感と仕事内容の面白さはどちらもあったため選んだと話す。また、④の広報部の仕事は、規模は大きかったものの、自分でなくてもできる仕事だと思い、対して⑤の広報は自分の創意工夫でいろんなことができる可能性を感じたとも話している。Bさんのこれまでのターニングポイントで、どのようなことを意識して選択をしているのか尋ねたところ、そこで働いている自分を好きになれそうだったから、と答えてくれた。

Bさんの、「振り返ると自分から手を挙げてこれがしたいと言ったというよりは、周りの人が自分の適性に気づいてくれて、それに合った異動をさせてくれた」という発言は、Aさんの対話でも似たようなことに触れられていたことが分かる。ここで、筆者は「大学卒業したての若い世代が、長期的なキャリアの形成のためには働き始めの頃にはどのような展望を持つと良いか」という質問をした。以下はBさんのそれに対する回答である。

自分のことを振り返ると、若いとき、入社当初は自分が何者かわからない。大勢の中でそれが明らかになる。自分の好きなものに向いているものは似てると思うが、それを見つけるためにいろんなことにチャレンジする時間が若いときに必要なことだと思う。やっていくうちにだんだんと好きや向いていることが見えてくる。それを環境が変わって
--

も（部署異動など）、ずっと磨き続けることがいつか必ず結びつくと思う。

後日、Bさんは長期的なキャリアを築いていくために大切だと思うことを補足でメールをしてくださった。

後日補足（メールにて、原文ママ）

長くキャリアを築いていくために大切だと思うことで、2つお伝えしましたが、もう一つ大事なことがあったので、3つ目として追加、その他補足させてください。

1.新入社員の時は、与えられた仕事に好奇心旺盛に取り組むこと。

→将来の可能性を広げることにつながる、種まきみたいなもの。

2.自分の好きなことや強みを磨き続けること。

3.それを声に出して言い続けること。（追加）

→結構大事。言うことで、チャンスが回ってくる。みんなが応援してくれる。自分にも良いプレッシャーになる。

チャンスの神様には前髪しかないという言葉がありますが、チャンスは人生で一度だけではなくて、大小種類もさまざまに、やって来ては通り過ぎていきますよね。周りにやりたいことを公言すると、そのチャンスの数も種類も増えるような気がします。自主性やチャレンジ精神旺盛な社員は、会社も応援してくれます。

Bさんとの対話を終えて、Aさんとの対話でも同じように周りから与えられたチャンスを素直に受け取って挑戦していった結果、今のキャリアになっており、本人はこれに対しても良かったと思っていることがうかがえる。また、Aさん、Bさんともに新卒入社当初は世間が入社した会社にずっとい続けるという風潮が強かったものの、二人とも職場環境が変わったり、あるいは転職を経験したりしている。そして、それは時代的背景が影響していると同時に、二人ともその時どきで持っている目的の達成のために行っているようだ。

5.TEAを用いた対話の分析

TEAを用いて2名のキャリアを分析するうえで、まず筆者の等至点（EFP）の設定と歴史的構造化ご招待（HSI）という調査協力者への手続きを明らかにする。まず、筆者が本論文で2名のキャリアで関心がある事項は、環境の変化がありながらも働き続け、長期的なキャリアを形成している点であることから、EFPを〈キャリアの連続性を保ちながら働き続ける〉と設定した。その補集合的経験として、両極化した等至点（P-EFP）を〈仕事をやめ、働かない〉とした。

一方、本論文の調査協力者はHSIの手続きに従い、筆者が関心を持った現象であるEFPに至ったAさんとBさんに依頼をしている。AさんとBさんはどちらもインタビュー時点では今後も働き続けるという意思を持っていた。また、安田ら（2015）によると、TEAでは1/4/9の法則として、対象の数によってとらえられることの特徴が異なるとされており、事例数が1つの場合、個人の生の歴史性をより詳細に描きだすことができ、4±1、つまり3~5事例の場合では、共通性と多様性を捉えることができるとされている〔安田裕

子・滑田明暢・福田茉莉・サトウタツヤ, 2015]。本論文では、事例数は2つのため、個人の歴史性を詳細に描き出すと同時に、共通性と多様性をできるかぎり捉えることを目標とする。2人とも、〈キャリアの連続性を保ちながら働き続ける〉という同じ到達点に至っているが、それぞれが複数の経路の途上で様々な経験をし、その時にどう感じ、どのような選択をしたのかをこの方法論で導き、プロセスを描き出す。

5-1 Aさんのケース

Aさんの分析をするにあたり、表5ではAさんのケースにおけるTEMの用語と概念を定義した。

表5 AさんのケースにおけるTEMの用語と概念

用語	概念
等至点 (EFP)	キャリアの連続性を保ちながら働き続ける
両極化した等至点 (P-EFP)	仕事をやめ、働かない
セカンド等至点 (セカンド EFP)	これまでの技術的・会社人としての具体的経験を棚卸・整理したものを企業に的確に伝え、自分のやりたい（やりがいのある）仕事に就く
両極化したセカンド等至点 (セカンド P-EFP)	今までやってきたこととは関連しない仕事に就く
分岐点 (BFP)	Aさんにとって人生の選択が生じた点
必須通過点 (OPP)	Aさんにとって自ら重要な人生の選択を行った点
社会的助勢 (SG)	Aさんにとって行為の選択を後押しした要因
社会的方向づけ (SD)	Aさんにとって行為の選択の妨げとなった要因

次に、Aさんの事象を捉えて特徴的な経路を見出した。なお、このTEMの用語に概念を当てはめる手法は布施 (2019) を踏襲している [布施悠子, 2019]

表6 Aさんの統合TEMの主要概念

第Ⅰ期	必須通過点 (OPP)	OPP1: 大学を卒業し、就職する
	分岐点 (BFP)	BFP1: フィリピンへの赴任を打診される
	社会的助勢 (SG)	SG1: 周りで活躍している人の姿を見る SG2: いろいろな経験を積む
	社会的方向づけ (SD)	SD1: 家族と離れて暮らす
第Ⅱ期	分岐点 (BFP)	BFP2: 外資系企業との合併
	社会的助勢 (SG)	SG3: 英語力の向上
	社会的方向づけ (SD)	SD2: 職場環境の変化 (英語でのやりとり)
第Ⅲ期	分岐点 (BFP)	BFP3: 工場閉鎖、アメリカの企業に転職
	社会的助勢 (SG)	SG4: アメリカの企業に声をかけられる SG5: 以前からのマネジメントの経験
	社会的方向づけ (SD)	SD3: 家族への負担
第Ⅳ期	分岐点 (BFP)	BFP4: 日本で働くことを考える
	社会的助勢 (SG)	SG6: 今まで培ったスキル
	社会的方向づけ (SD)	SD4: 50代での転職の間口の狭さ

5-1-1 第Ⅰ期 (新卒入社後～フィリピンへの赴任まで) におけるキャリア形成過程

Aさんが新卒で入社した国内の総合電機メーカーでは、当時技術者は一つの会社の中でキャリアを作っていくという考え方が主流であり、Aさん自身も周りの先輩社員や上司を見てそうなるものだと思っていた (SG1)。2000年に、係長級の役職に就いたことで会社からフィリピンへの長期赴任を命じられた際、単身赴任による家族への負担はあった (SD1) もの、マネジメントの経験を積める (SG2) ということもあり、今後のキャリアを見据えて受け入れた。

ここでは、Aさん本人の「いろいろな経験をしたい」という意思はある一方で、周囲の人たち、特に会社の後押しによってAさんのキャリア形成が始まったと言えるだろう。この「技術者として様々な経験を積む」という考えは、この後のAさんのキャリアを考える上で一つの指針となっていることがうかがえる。

第Ⅰ期から第Ⅱ期までのTLMGは、第三層の信念・価値観レベルで「技術者として長期的なキャリアを積む」、第二層である記号レベルの「技術者としていろいろな経験を積む」という意識があると推察できる。

5-1-2 第Ⅱ期 (外資系企業との合併)、第Ⅲ期 (アメリカ企業への転職) におけるキャリア形成過程

帰国後しばらくして、Aさんの会社は外資系企業との合併化がなされ、社内でのやり取

りは英語がメインとなった。これにより A さんは英語力を日常的に使うようになったと言
い (SG3)、その後の転職に役立つこととなる。

その後、当時 A さんが働いていた工場が閉鎖となり、同時にアメリカで同業種の人に声
を掛けられたことにより (SG4)、アメリカで働くことを決断する。このとき、それまで
の経験も後押しとなった (SG5)。一方で、この時も第 I 期と同じく家族への負担を考え
たが (SD3)、最終的には家族の希望を聞き話し合ったうえで、日本国内の大学への進学が
決まっていた長子以外の家族でアメリカへと渡った。

5-1-3 第IV期（日本国内の企業への転職）におけるキャリア形成過程

第IV期では、A さんの親の高齢化をはじめとした理由により、A さんは国内で働ける企
業への転職活動を始めた (BFP4)。この時点で、A さんはマネジメントと技術者としての
経験を積んでいたものの、転職希望者としては高齢なこともあり (SD4)、セカンド EFP
から遠ざかる選択をせざるを得ないと考えていたが、後日、これまでの経験がいきる希望
の職種への転職が決まったという。

5-2 B さんのケース

B さんも A さんと同様に、TEM の用語と概念を定義する。

表7 B さんのケースにおける TEM の用語と概念

用語	概念
等至点 (EFP)	キャリアの連続性を保ちながら働き続ける
両極化した等至点 (P-EFP)	仕事をやめ、働かない
セカンド等至点 (セカンド EFP)	ある程度の経済的担保を残しつつ、自分のやりたい ことを選ぶ
両極化したセカンド等至点 (セカンド P-EFP)	経済的担保がない、自分のやりたいと思えないこと を仕事にする。あるいはそのどちらか一方に当ては まる仕事をする
分岐点 (BFP)	B さんにとって人生の選択が生じた点
必須通過点 (OPP)	B さんにとって自ら重要な人生の選択を行った点
社会的助勢 (SG)	B さんにとって行為の選択を後押しした要因
社会的方向づけ (SD)	B さんにとって行為の選択の妨げとなった要因

表8 Bさんの統合TEMの主要概念

第Ⅰ期	分岐点 (BFP)	BFP1: 進学先の選定
	社会的助勢 (SG)	SG1: 親元を離れる SG2: モラトリアム確保
	社会的方向づけ (SD)	SD1: 親との価値観の違い
第Ⅱ期	必須通過点 (OPP)	OPP1: 親元を離れ、のどかな田舎の大学に進学
	分岐点 (BFP)	BFP2: 自身のキャリアを考える
	社会的助勢 (SG)	SG3: 自身のキャリア観・人生観の変化 SG4: 世間の大学生に対する優しさ
	社会的方向づけ (SD)	SD2: 親の希望もあり、教員免許取得
	分岐点 (BFP)	BFP3: 就職活動
	必須通過点 (OPP)	OPP2: 民間企業に就職するか、教員になるか
	社会的助勢 (SG)	SG5: バブル景気による民間の超売り手市場 SG6: 男女雇用機会均等法 SG7: 女性総合職黎明期
社会的方向づけ (SD)	SD3: 親は教員になるものだと思っていた	
第Ⅲ期	必須通過点 (OPP)	OPP3: 大学を卒業し、就職する
	分岐点 (BFP)	BFP4: 広報部の立ち上げ、エルダリーサービス部門と兼務
	社会的助勢 (SG)	SG8: 就職活動時の広告系企業への応募経験 SG9: 広報のイロハを教えてもらう SG10: 新聞に取り上げられる
	社会的方向づけ (SD)	SD4: 社内コミュニケーションが仕事の中心となる
第Ⅳ期	分岐点 (BFP)	BFP5: 子会社の飲食事業会社の広報に出向
	社会的助勢 (SG)	SG11: ブランドバリューのある店 SG12: 広報の面白さ
	社会的方向づけ (SD)	SD5: 飲食事業会社の業績悪化
第Ⅴ期	分岐点 (BFP)	BFP6: 飲食事業の業績悪化
	社会的助勢 (SG)	SG13: 飲食事業の広報にやりがい
	社会的方向づけ (SD)	SD6: 親会社はノンコア事業を手放す SD7: 出向元へ戻るか新会社への転籍かの選択 SD8: 飲食費業の終了

第VI期	分岐点 (BFP)	BFP7：新型コロナウイルスの流行による異動
	社会的助勢 (SG)	SG14：人事業務への関心 SG15：関連資格の取得 SG16：人事部の欠員
	社会的方向づけ (SD)	SD9：早期退職か広報部以外への異動を迫られる SD10：人事のポストがない

5-2-1 第I期、第II期、第III期（大学受験～民間企業入社まで）におけるキャリア形成過程

本項では、Bさんのキャリアを考察するうえで新卒入社より前にあたる大学受験時期にも注目して、キャリア形成初期での分析を行う。

Bさんが大学受験を考えた時期である第I期では、当初Bさんは親元から離れたところでの進学とモラトリアム確保を大学進学の原因の一つとして挙げていた。第II期では、結果的に親元を離れたことで、自身のキャリア観が変わっていったことを話している (SG3)。また、同時期は女性の社会進出の黎明期であり、Bさんのキャリアの考え方や実際のキャリア遂行にはBさんを取り巻く時代や環境が大きく影響していることがうかがえる。このOPP2へ向かう行動のもとになったBさんの心理的な状態をTLMGから見ると、第二層の記号レベルで「女性でも長期的なキャリアを形成していくのが当たり前」が現れていると推察できる。そして第III期では、実際に民間企業に就職しBさんのキャリアがスタートしていく訳だが、Bさんはここで周囲の人に自分の適性を見出してもらい、部署異動を重ねていくうちに自分のやりたいこと、できることが明らかになっていったと話す。Aさんのケースと同様に、キャリア形成における本人の周りの環境は重要であると考えられる。

5-2-2 第IV期、第V期（複数回の部署移動と会社転籍まで）におけるキャリア形成過程

第IV期、第V期ではBさんの所属する部署及び会社が変わるというイベントが相次いだ。その時どきでBさんは異動や転籍の選択を迫られた (SD5、SD7) が、仕事にやりがいを感じるというSGにより、EFP、セカンドEFPの状態に近づいた。

5-2-3 第VI期（現在）におけるキャリア形成過程

第VI期では新型コロナウイルスにより会社の人員整理が行われ、Bさんも早期退職か広報部以外への異動を迫られ (SD9)、人事部への異動を希望するも空きがないために当初は難しいとされた (SD10)。しかし、関連資格の取得や人事部の欠員 (SG15、SG16) により、人事部異動となり、セカンドEFPへ近づく結果となった。

6. 結論

6-1 キャリア形成における支援

二人のインタビューに共通してポイントとなるものは、「社会人としての経験をどういった形で積むか」が一つ目、「環境、職種、業種を変えることを迫られた際、何を重要視するか」が二つ目にあると推察できる。これは、長期的なキャリアを考える上で非常に重要なポイントであると考えられる。一つ目の社会人としての経験を積むことは、本研究の〈キャリアの連続性を保ちながら働きつづける〉という等至点へ至るように働く社会的助勢（SG）であると考えられる。そして、そのSGが働く分岐点は雇用側から提示されたチャンス、機会を受け入れるかどうかであると言える。インタビューに答えて下さった2名はもともと環境を動いても良い、動いてもキャリアアップ志向も持っていたのではないかともうかがえるが、その志向は自身のスキルや経験に基づくものだとすると、やはり雇用側から提示された機会を受け入れることは重要であると考えられる。二つ目の環境の変化が目目の前にある状態で何を重要視するかを決める際には、自身のキャリアを振り返る棚卸し作業を定期的に行うのが有効ではないかと考えられる。これは、2名のインタビューを終えた後、2名ともこのインタビューをきっかけとしたキャリアの棚卸しが役立ったと発言したことからくる。

これらのことから被雇用者が長期的なキャリアを形成するには、第一に、会社側が提示したチャンスや機会、辞令を被雇用者が自身の意思とは完全に一致しなくても受け入れることだと結論付けることができる。しかし、ここで問題となるのが、その機会が場合によっては本人や家族に大きな負担となる場合である。Aさんのインタビューでもうかがえるように、Aさんの一度目の海外赴任の際には、家族を残して一人で海外に行くこととなった。Aさんのケースでは、家族の同意やAさん本人の前向きな意思によって等至点に近く結果となったが、そうでない人は両極化した等至点、つまり〈仕事を辞め、働かない〉に社会的方向づけ（SD）が働く可能性がある。つまり、この会社から提示される機会と言うものは、等至点に至るまでの分岐点で非常に大きな緊張関係が走っていると言える。

第二に、社会全体が「誰もが長期的なキャリアの形成を可能にする」という考え方を持つことではないかと筆者は考える。Bさんの大学受験時期から就職活動期に「女性が男性と同じ雇用でともに社会を形成していくべき」という社会的風潮が起こったからこそ、Bさんの今のキャリアがつくられたと言える。具体的には、キャリア支援の多様化、それぞれの企業が働き方のバリエーションを増やすことが有効だろう。

6-2 今後の課題

この長期的なキャリア形成のための二つの提案には課題が残る。転勤や部署移動の辞令を被雇用者の生活次第で受け入れられない場合は、不本意でも会社を辞めるなど、キャリアの断絶が起こり得る。本来、雇用者と被雇用者は対等な関係性であるべきだが、被雇用者は雇用者の指示に完全服従するほかないといった現状が続いている。一方で、先述したように今後の日本の労働市場では大規模な人手不足が見込まれており、雇用者は従来のよ

うな労働条件を見直さなければならぬところまで来ていると言える。

政府は賃上げを実現するためにリスキングを推進する案を掲げたが、賃上げだけでなくより良質な雇用の増加も見込める。社会と個人、雇用者と被雇用者という両面からのアプローチが、長期的なキャリア形成と労働市場の硬直化を解消する手立てになるであろう。

謝辞

本稿の執筆にあたり、インタビューにご協力いただいた 2 名とご指導いただいた関西学院大学総合政策学部の牲川波都季准教授に深謝申し上げます。また、私の研究を公私ともにサポート頂いた関係各位にも心よりお礼申し上げます。ありがとうございました。

参考文献

- 安田裕子・滑田明暢・福田茉莉・サトウタツヤ. (2015). TEA 実践編 複線経路等至性アプローチを活用する. 東京都千代田区: 新曜社.
- 厚生労働省. (2022). 令和 4 年版 労働経済の分析 ―労働者の主体的なキャリア形成への支援を通じた労働移動の促進に向けた課題―. 参照先: 厚生労働省: <https://www.mhlw.go.jp/stf/wp/hakusyo/roudou/21/21-1.html>
- 高橋勝也. (2023 年 10 月 16 日). 私たちの職業生活 第 12 回 働くことの意義と職業選択. 参照先: NHK 高校講座: https://www2.nhk.or.jp/kokokoza/watch/?das_id=D0022130012_00000
- 石橋里美, 林潔, 内藤哲雄. (2019). 大学生における「やりたいこと志向」が自己成長主導性及びキャリア探索に及ぼす影響. Japanese Journal of Applied Psychology.
- 布施悠子. (2019). 初任日本語教師キャリア形成過程の可視化の試み―複線経路・等至性アプローチを用いて―. 公益社団法人日本語教育学会.

中国映画市場における 映画とファン同士の繋がり

1. はじめに

映画は世界的な文化メディアであり、エンターテインメントの一形態として、常に大きな影響力を持ってきた。過去数十年間、中国の映画市場の繁盛と急速な発展は、世界のエンターテインメント業界から広く注目を集めてきた。近年の中国映画市場は世界の映画産業における重要なプレーヤーとなっている。映画市場が活況を呈するにつれ、さまざまな題材の映画が登場するようになったが、駄作も同様に増えている。本論文では、中国映画の意味について過去と現時点の機能の相違点から、観客と映画の関係を考察したいと思う。

2. 中国の映画

2.1 映画の歴史概要

中国映画博物館オンライン展覧会から、中国映画歴史の概要をまとめた。

映画とは、光と影を利用した視覚芸術である。中国における映像芸術の始まりは、10世紀から16世紀にかけての宋の「走馬灯」や明の「影絵芝居」まで遡ることができ、当初は民俗芸術の表現と庶民の娯楽を目的として作られた。中国だけでなく、世界各国での光と影の探求は止まることを知らず、1896年、フランス出身リュミエール兄弟は『工場の出口』という映画を作り、チケットを買って観に来た36人の観客を動員した。この映画は世界初の映画でもあった。

中国最初の映画も民俗芸術とは離れない。例えば、1905年に上映された中国初の京劇映画『定軍山』は「三国志演義」からの物語をもとにした無声映画で、映画に関するスチル写真すら残っていない。京劇の映画であるけど、この映画はなんと無声映画であり、非常に驚くべきことである。だが、それは100年前の中国が映画という新しい芸術表現形式を探求していることを示している。

1930年にサウンドフィルムの技術が導入されたが、映写条件は非常に限られており、サイレントサウンドの時代が終わったのは1938年のことだった。

1930年代から1940年代は戦争であったため、左翼映画、反戦映画、進歩的な思想映画が多く、中国の国歌「義勇軍行進曲」は、1935年に公開された『風雲児女』の主題歌から取られた。

1933年には中国映画文化協会が設立された。三大映画製造会社のひとつである明星社は、当時の社会における女性のさまざまなアイデンティティに焦点を当てている。

芸術や美学の追求、革新性が注目されるようになったのは80年代に入ってからで、それ以前はアイデアを伝えることに主眼が置かれていたし、各映画学校（中央戯劇学院・北京電影学院・上海戯劇学院）を卒業した学生たちが徐々に映画に登場するようになったのも80年代以降である。例えば、『山の郵便』（原題：『那山、那人、那狗』直訳：『あの山、あの人、あの犬』）は：父親が引退した後、父親が元々やっていた山間での郵便配達の仕事を受け継いだ息子の話だ。『初恋のきた道』（第50回ベルリン国際映画祭審査員グランプリ・銀熊賞）：父親の訃報を聞き、故郷に戻ったユーシェンが、両親をめぐる過去の恋物語を知る物語である。

2.2 映画の実情について

新型コロナウイルスの影響による映画の公開停止や映画館の経営難に直面した3年後の2023年、中国の映画市場は復活を始め、一月～四月の映画市場全体的な興行収入は158.6億元(約21億米ドル)を記録した。2023年1月の興行収入は、過去10年間で最高の1月になった。映画館の建設に関しては、近年、同様にコロナの影響を受け、中国の映画館建設のペースが全体的に鈍化している。2022年には、映画館の総数が持続的に増加し、新たに805館の映画館が建設され、総数は15285館に達し、映画館の基盤整備は依然として世界一を維持している。2023年には映画館の総数が16692館に達する見込みである。中国の映画館の増加は、最も多いのは三線都市¹(洛陽、揚州、桂林など)で342館、次に二線都市で183館となっている。一線都市(北京、上海、広州、深圳)の映画館の数が飽和状態に近づいていることから、三四五線都市の映画市場に発展の機会をもたらす見込みである。

2.3 観客の実情について

近年、国産映画が徐々に中国映画市場の主流を占めるようになってきている。拓普DATA(トゥーポ・データ)が15～45歳の約2300人の映画観客を対象にして、オンライン調査を行った。その結果によれば、洋画について、特に一線および二線都市の観客が英語のオリジナル版を好む傾向がある。一方、香港映画に関しては、広東語版と標準語版の選択傾向としては、標準語版がより好まれる傾向がある。チケットの購入方法については、現在オンラインでのチケット購入がすべての映画館で完全に利用可能になっており、それに対して「映画館との距離」ことは観客が映画館を選ぶ主要な要因である。そのなかで、IMAXの大型スクリーンが最も人気がある。

2.4 分析対象・方法

かつての中国映画は、監督の思想やその時代の人々を描いたものがほとんどだった。しかし、映画市場が開放され、さまざまな題材の映画が登場するようになったことで、「映画鑑賞」という行為は、単に観客のために物語を見るだけでなく、近年では映画を通じて自分の仲間を見つける観客も増えており、中国の映画館は以前とは異なる機能を担うようになってきている。

近年は映画に関するイベントも多様化しており、公式主催のプレミア上映会や、特定の時期に開催される映画祭(例えば平遥国際映画展、上海国際映画祭など)などがある。最近では、観客がSNSを通じて自発的に映画応援会を開催するなど徐々に一般化している。これまで何十回の映画応援会の主催者経験があるLさんとSNSを通じて私は幸運にも連絡を取れた。Lさんは仲間と共に、今年4月にSNSで映画応援会のやり方をマニュアルの形で公開した。Lさんと連絡を取り、本研究ではまず、この資料を紹介・分析する。この分析を踏まえ、また『THE FIRST SLAM DUNK』という日本アニメ映画の応援会主催者Wさんと5回応援会に参加した参加者Aさんにインタビューを実施・分析する。これらの結果から、現在の中国の映画文化とファン同士との繋がりについて研究したいと思う。

¹ 中国では、中国の経済情報に特化したメディアグループ「第一財經」が定めた指標に沿って、全337都市を一線から五線までの6つ(一線～五線都市+新一線)の階級に区分している。一線は、主に沿岸部に位置している。街自体も大きく発展しており、中国のなかでも商業が盛んなうえ、国際的な都市として発達している。

3. 映画応援会の実態と意義

3.1 映画応援会活動マニュアル

3.1.1 分析対象の概要

『流浪地球2/The Wandering Earth 2』とは中国の現代最も有名なSF小説家の一人である劉慈欣（代表作には『三体』『球状閃電』などがあり、2015年にヒューゴ賞を受賞）の短編小説『流浪地球』をもとに、郭帆が監督した映画である。第1作は2019年に公開され、2019年の興行収入でトップを獲得した（約47億元）。中国映画史上5番目の興行収入を記録している。第2作は2023年に公開され、興行収入は約40億元となっている。映画は太陽の老化により、人類が太陽系を離れる必要があるという背景を描き、世界的な災害と貴重な人間性がテーマである。この映画は、近年の中国で最も優れたSF映画の1つと見なされ、公開後すぐにSNSで議論を呼び起こした。映画公開後、映画公式サイトは製作で起こったいくつかの興味深い出来事について明らかにした。例えば、映画では月と地球の重力が太陽系からの脱出を妨げるという点が考慮されており、中国科学院²の専門家を科学顧問として、「月をどのように爆破するか」について検討した。また、映画の内容にはAIと人間性に関する議論も含まれており、これもオンラインで活発な議論を呼び起こした。Lさんのマニュアルによれば、この映画の映画応援会の開催準備について、映画館の選択、主催チームの構成と劇場との連絡、応援の宣伝方式、チケット販売、現場のデコレーション、無料グッズの準備、活動当日のワークシェアリングなど非常に慎重な計画がなされた。

3.2 実施方法と工夫

3.2.1 映画館の選択について

映画館を選ぶには、地下鉄の駅や商店街への近さなど、交通の便も考慮する必要がある。応援会開場前のチェックインや無料グッズ交換のやりとりがある場合は、それらを収容できる広さの映画館かどうかを確認する必要がある。他会場の観客の邪魔にならないよう、できれば入場経路は別にしたほうがよい。応援会活動の参加費用は映画鑑賞代＋無料グッズ製作代＋他サービス費用である。参加費用は通常の当日チケット料金を超えないのがベストだ。開催地の映画館選択について、SF映画を例にすると、SF映画が普通の映画館より、スクリーンの解像度と音響に対する高い要求があるため、主催者は上海のIMAXレーザー/GTテクノロジーのある映画館を優先にした。最終的に決定した会場は、上海のビジネス地区にある上限301人収容の映画館で、参加者がコミュニケーションを図り、無料グッズで交流する場が設けられ、活動の前後に休憩をとるためのレストランや喫茶店などの店も近くにある。

3.2.2 劇場との連絡と主催者団体の構成

映画館と交渉する必要があるのは、応援会の形式、放映スケジュール、貸し切り費用と映画館が会場のデコレーションを受け入れるかどうかである。個々の映画館によって利用可能な全館貸し切り形式は異なり、一般客・団体客・全体の貸し切り、料金はさまざまだ。映画館はまた、一定の観客上場率を確保するため、事前にデポジットを支払う必要がある場合もある。主催チームメンバーは、コーディネーター（イベント全体のプロモーションと、映画館側との連絡など対人関係の調整を担当）、グラフィックデザイナー（ポスター、Logoなどのデザイン）、財務管理、宣伝（Weibo、REDなどの中国SNS、

² 中華人民共和国におけるハイテク総合研究と自然科学の最高研究機関であり、国務院の直属事業単位である。

とイベントの連絡グループ運営を担当する)、無料グッズデザイナーである。それ以外、現場でのボランティア、写真撮影を担当するチームもある。

3.2.3 応援会の宣伝について

中国国内の映画応援会宣伝の主戦地は微博(ウェイボー)や、小紅書(RED)や、豆瓣(Douban:映画・テレビドラマと関する交流用アプリ)など、中国最大のソーシャルメディア・プラットフォームのいくつかである。宣伝は三つのプロセスがあり、まずは事前に用意したコピーやポスターで参加者を募り、鑑賞場所や時間、チケット料金などの基本情報を告知する。参加者が確定したら、Excelの共有編集や他のソフトウェアなどで人数を数え、人数に応じて応援会の貸し切り方式を調整できるようにする。二回目の宣伝は、グラフィックデザイナーが、すでに確定している観客数、鑑賞時間、チケット購入可能開始時間、配る予定の無料グッズなどの情報をSNSで公開し、これまで使われた金額を計算する。購入可能開始時間は、学生の授業を避けるように、できれば午後5時から8時の間に始めるのがベストだ。3回目の宣伝の必要性は、予想される人数に達したかどうかによる。

3.2.4 無料グッズの準備と現場のデコレーション

各応援会の無料グッズの種類と数量には違いあり、そのポイントは、いかに効率的に生産会社と連絡をとるか、同人作品の印刷使用权を意識するか、ということに尽きる。例えば、今回の上海前灘太古里0415応援会は23種類、合計8000個以上の無料グッズを依頼し、生産会社から配送された後、すべてを梱包、確認、前日には映画館の倉庫に保管する。現場のデコレーションについて、参加者チェックインコーナーの事前整備が必要である。このプロセスでは参加人数が少なくとも100人はいるので、予想外の事が発生する可能性が高く、映画館の運営者の合意が得られれば、前日にセッティングするのが良い。

3.2.5 応援会当日

現場でのイベントには、サイングループ、イベントグループ、撮影グループ、「機動」グループ、ボランティアグループの合計5つのグループの協力が必要だった。会場でのチェックインや、事前主催者が準備した無料グッズの配布などの事があるので、通常の劇場公式サイトでのチケット購入とは異なる。現地でチェックインの順番に座席を選択することは映画応援会の席選択の特徴だ。これは最も時間がかかるものであり、サイングループが担当する部分である。映画鑑賞のほかにも、スタンプ集めや抽選会など、小さな催しがいくつもあった。イベントグループは、これらのイベントを推進するだけでなく、イベントの最後には全員を集め横断幕にサインをしてもらったり、写真を撮ったりする役割も担っている。撮影グループは独立性が高く、リーダーがカメラのセットアップを計画し、撮影のタイミングなどを事前に判断する。「機動」グループとボランティアグループはより柔軟性があり、現場での調整や、交流エリアと非交流エリアの棲み分けなどを担当する。

3.2.6 マニュアルの小括について

マニュアルから、応援活動全体は、前中後の3つの段階に分けられることが分かった。前期は、会場の選択や多くの準備などを考慮することを主とする。中期の重点は宣伝に置かれ、後期の焦点は応援会当日各のイベントの運営である。これは映画監督本人(郭

帆)からの感謝を受け取ったマニュアルであり、他のSF映画ファンの潜在的な主催者たちに役立っており、彼らに初期の企画案を提供する。実際、SF映画ファンだけでなく、このマニュアルは、後に中国で公開された『SLAM DUNK』の映画ファンなど、他の人々にも広く伝わっている。

3.3 映画応援活動の主催者と参加者

3.3.1 分析対象の概要

『THE FIRST SLAM DUNK』山王工業隊応援会の主催者Mさんとのインタビューを行った。日本で上映されてから4ヶ月後に『THE FIRST SLAM DUNK』が中国で上映された。ネット上の友人Aさんにこの映画を薦めたことがきっかけで、主催者のMさんと連絡を取るようになった。Mさんは会社員で浙江省杭州市に住んでいるため、応援会も杭州市で行われた。私がMさんに連絡を取ったとき、Mさんはまだ働いていた。多忙を極めるMさんの仕事スケジュールを考慮し、直接会ってのインタビューではなく、今年八月の時、電話でのインタビューとなった。

3.4 主催者のインタビュー結果

3.4.1 開催のきっかけ

私：このような応援会を開催したきっかけは何ですか。

Mさん：中国国内なら、応援会はアニメファン達によく使用されている応援の形です。そして、アイドルファンの応援とは異なっています。やはりアニメファンより、アイドルファンの方が応援方式は多いですね。自分が好きな作品が映画として公開される場合、その作品を応援する方法は実際には興行収入をサポートすることです。この目的で、応援会を開催することは、やはり作品にとって非常に効果的な方法だと思います。私は『SLAM DUNK』が本当に大好きで、この映画が中国で公開されることになったとき、当然、どんな形でこの映画を応援したいですね。まあ、公式のスラムダンク応援会にも一応行ったことはありますが、例えば、4月1日は流川楓の公式応援会、3日は三井寿の公式応援会ですが、結局公式応援会は湘北5人の応援会しか開かれませんでした、多分、彼らが主役だと考えているのでしょ。私たちが好きなキャラクターの公式応援会がないので、これも私が応援会をやりたいと行えたきっかけです。

私：なるほどね、確かに自分の推しキャラクターの公式応援会がないことは残念なんです。でも、それをきっかけとして自分が主催者になることは偉いと思います。

3.4.2 推進方法について

私：具体的に、活動がどのように推進されているのですか。

Mさん：私の知る限りでは、他の応援会的主催者は少なくとも3人はいますが、私が主催したこれらのイベントは実際に私1人だけでした。応援会は山王のファンに向け予定ですけど、その時、同好者を見つけることが本当に最大の問題でした。多分、皆さんは『SLAM DUNK』のファンですけど、お気に入りのキャラクターが異なるため、また『SLAM DUNK』の映画はこの1本しか中国国内で公開されておらず、ファンたちはやはり自分の好きなチームの特別応援会に行きたいと思っているようです。私の場合、同好者を見つける方法は、各ソーシャルメディアや以前参加した活動のグループで同意を得た場合に

は、宣伝してみました。実際はね、できれば何百人に伝えるということではなく、同じコミュニティ内（例えば、アニメ同好者のグループ内で）のウェブユーザーたちは非常に熱心で、私はいくつかのSNSで宣伝し、数十人が私の呼びかけに応じて自発的に同好を見つけたり友人に伝えたりしてくれました。皆さんのおかげで、すぐに仲間の参加者を見つけることができました。もちろん、応援会は、人が多ければ良いというわけではありませんね。

私：え、それはなぜですか。参加者が多ければ多いほど、いい雰囲気になるんじゃないですか。

Mさん：まあ、座席が固定されているため、実際に参加できる人数には限りがあります。映画館の場合、実際に定員は250人ですが、500人が参加を申し込んだ場合、2回開催するしかありません。無料グッズと開催される方法は同じですが、主催者は実際には2倍の時間を費やしました。また、やはりこれは2つの異なるイベントになると思います、参加者が異なることになるから…当初は、イベントに参加したい人にSNSグループのQRコードをシェアする方法で共有しただけでした。その後、参加者が50人ほどに達したところで、グラフィックデザイナーに正式なポスターのデザインを依頼しました。

私：あ！Aちゃんが私に宣伝ポスターを見せてくれました。無料グッズの紹介もあるので印象的でした。

Mさん：そうそう、そして、上海の応援会の経験も参考にしましたが、やはりこのようなイベントは上海でよく開催されていますね。

3.4.3 無料グッズ制作と入場チケット販売について

私：ちょっと気になりますが、無料グッズの製作費用はどうしますか。主催者自身が費用を負担するわけではないと思いますけど…

Mさん：そうですね、もちろん主催者が全部の費用を負担することは無理ですよ。映画館との交渉で貸し切りは通常の映画チケット購入よりも安くなるため、無料グッズ製作の費用は実際には通常のチケット価格と貸し切りチケット価格の差額となります。これは私たち主催者の「交渉テクニック」によりますが、例えば、ネットで生産会社と連絡して、無料グッズの製作価格と納期など、どうやって安い価格で、速くて無料グッズを手に入れるとか。このような応援イベントを初めて開催した主催者が無料グッズを配布する考えはわかりませんが、私は記念として、みんなが同じ趣味を持って一緒に映画館でこの映画を観ることを考えると、何か物質的なものが残されることを望んでいますので、このような無料グッズ製品を作りました。各主催者の考え方は異なりますよね。選べる応援物品も本当に多岐ですけど。私の場合、無料グッズは2つのグループに分かれています。一つはグラフィックデザイナーによるもので、いくつかの著作権を心配していたため、実際には公式の文字デザインを模倣しているだけです。もう一つは許可を得てから制作された同人イラスト作品です。

私：この許可について聞きたいんですけど、同人作者との連絡は難しかったですか。断われた場合がありますねでしたか。

Mさん：実はあまりないですよ。私たちの活動は利益を伴わないから、作者はあまり…むしろ気楽的に同人グッズ制作に同意しました。別の話なのですが、私たちが同時に、製造工場との物料制作数の計算も進めています。選んだ映画館は上限248席のDolbyシネマです。最初は200枚のチケットを販売するつもりでしたので、グループが200人に達した時点で新しい申請者の承認を一時停止しました。基本的な200人の参加者がチケットを確保できるようにしたかったからです。

私：つまり、万が一新規参加者が多すぎて、最初の人数統計の時に参加した人がチケットを手に入れられないことを防ぐためですよ。

Mさん：その通りです。また、参加者の中には自分で作った無料グッズなどを持参して、映画応援会で他人のグッズと交換するつもり人もいます。私は他の応援会の主催者のやり方を参考し、共有Excelを作り、彼らが作ったグッズの数を事前に数えます。実際、それも宣伝として機能しますね。私が主催者として、彼らをもう一つのグループに招待して、できるだけ来て参加してくれることを願ってのことです。お金や時間をかけた参加者たちは、単にイベントに参加した人たちよりも情熱的だと感じますね。

私：どういう意味ですか？チケットを確実に取れるようにすることで、プライオリティのようなものを作るといえることでしょうか？

Mさん：そうですね、でも本当にただ1分早いので、少し優先的に買ってもらえるんです。

私：このようなやり方は実際にはとても良いと思います。たくさんの無料グッズがあるほど、参加者はより楽しい時間を過ごすことができますし、ある程度主催者の負担も軽減されます。

Mさん：そうですね。無料グッズ製作とチケット価格に関しては、順序を変更することもできます。これは主催者の個人的な考えによるものです。一つの方法は交渉した価格の差額で無料グッズアイテムを製作します。例えば、映画館との交渉で一枚50元（約1020円）のチケットを65元（約1330円）で販売する場合、無料グッズアイテムの製作費は1人当たり15元（300円）とします。もう一つの方法は、物料の製作が完了した後、すべての参加者が費用を均等分担し、最終的なチケット価格を決定することです。私は後者を選びました。すべての配布物を作成してから費用を確定しました。

私：この方が参加者に安心感を与えるような気がします…

Mさん：まあ、「所見即所得³」ですよ。

3.4.4 主催者の全体評価について

私：この応援会の準備について全体をどう評価しますか？

³ 所見即所得：見たものがそのまま得られる

Mさん：全体的に、このイベントは主催者にとって「手間がかかる」というよりも、多くのことを考慮しなければならないことが多く、面倒なものと思いますね。準備において、やはり最も重要なのは宣伝です。その後、参加者全員が一緒のグループで多くのことを議論できますし、準備を通じてファン同士のつながりもより密接になります。皆さんのサポートを感じることができますね。会社員として、業務用語で言えば、ファンとの連絡は「運営管理」のようなものです。無料グッズ制作について会社との連絡については、初めて主催者として主催するので、コミュニケーションスキルがまだ十分ではないと感じましたが、複数の工場に連絡し、安い価格を尋ねることは間違いありません。チケットの販売が終了したら、応援会活動全体のほぼ半分が完了したと思います。最後はボランティアの組織、会場の準備、参加者のチェックイン、無料グッズ配布など活動当日のやりものです。

私：では、主催者として、これほど長い準備期間を経て、さまざまな努力をして得られた結果は、正の相関関係にあると言えるでしょうか。

Mさん：全体的に言えば、正の相関関係になるでしょう。私の友人も杭州で営利型の映画鑑賞イベントに参加したことがあります。そこでも記念のチケットやポスターを手に入れることができましたが、彼らは主に映画のプレミア上映会などを開催しています。「プレミア上映会」という言葉自体、人々を引きつけることができるでしょう。しかし、例えば『SLAM DUNK』のような作品は、率直に言って初めて行った場合、歓声や叫び声が台詞を聞き取りにくくする可能性があります。

私：ああ、それもそうですね。やはり中国語の映画ではありませんからね。

Mさん：おそらく、「プレミア上映会」は私たちが最も望むこの映画応援の形式ではないでしょう。そして、それは単に映画自体が日本語であるためだけではありません。みんなの熱狂はもっと大きいです。たとえば、Dolbyシネマは最高の音響効果を持っていますが、私が開催した応援会の皆の声がDolbyシネマの音を上回ることもあります。逆に、私たちのような非営利型の映画イベントは、他の映画イベントと比較して、プロセスや活動の方が多く、参加者が体験できることも多いですが、実はこのような応援会を開催できる動力は私たちの情熱に支えられています。「愛」に基づいて行動すること自体が、他のモノで測定されるのが難しいものだと思います。みんなからのポジティブなフィードバックを受け取ったなら、私は既に目標と初志が達成されたと思います。

3.4.5 主催者の初志について

私：Mさんの初志とは何ですか。

Mさん：非常に単純で、同じ趣味を持つ人たちと映画館で一緒に楽しむことでした。実際の体験からも、とても楽しかったです。その日の2時間は、酔った状態のように断片的で、翌日は夢を見たような感覚でした。

私：他の主催者との交流はありますか。

Mさん：今回は初めて応援会の主催者を務めました。まだ理解していないことがたくさん

んあります。なので、そこで経験豊富な他の主催者から学びました。みんなの全体的なプロセスと準備の考え方は大体同じですが、テーマによって異なることがあります。例えば、特定のキャラクターの応援と映画全体の応援などは少し違いがあります。

私：どのような形で応援しても、作品に対する愛がすべてですよ。

Mさん：はい。私の知る限りでは、ほとんどの主催者は収支の均衡を取ることができず、自分で一部の費用を負担しています。元々、物資や会場の配置など、計算できないものもあります。まあ、全体的に言うと、まだ大丈夫です。

3.4.6 主催者とのインタビュー結果についての小括

Mさんがこの応援会を主催するきっかけ、初志、また応援会の流れについて、主催者の視点から聞いてみた。結果から見ると、主催者としての経験は忙しいけど充実していることが分かった。Mさんも逆に、私がこのインタビューを行う初めの動機を理解しようとした。作品の応援について、様々な方法があると思う、例えば漫画が好きならその全巻を購入したり、特定のキャラクターが好きなら関連するグッズを購入したりすることがあるが、映画は違うと感じる。映画はチケットを購入し、公開期間中に何度も観ることで、私が好きなIPを支援しているという感覚を得ることができるものである。最終的には、興行収入という具体的なデータとして表現される。まるで漫画がどれだけ発行されたかのようなものである。応援会は、これをさらに進化させ、私たちが作品に対する愛を表現する活動だ。このようなイベントは私にとって特別であり、自分の居場所を見つけることができる。非常に特別であり、そのため、私はそれについてもっと知りたい。卒業して国に帰った後、参加したり、主催者としてイベントを開催したりする機会があるかもしれない。

このようなイベントは実際に中国だけでなく、世界中で行われている。Mさんも私に紹介してくれたが、「SLAM DUNK」が非常に人気の韓国でも、現地の文化は喫茶店での交流に向いているため、韓国の応援イベントは基本的にはカフェ店で開催されている。でも、このような開催方式は中国では適用されない。また、比較すると、映画館で開催される応援会のチケット収入は直接的に映画の興行収入に寄与するため、このような活動を開催したいと考えている主催者にとってはより適しているかもしれない。Mさんはまた、映画と一緒に観ただけでなく、一般的な店では手に入らない無料グッズを安価で購入したことを指摘した。これらの無料グッズへの愛も、その作品への愛にさらにフィードバックされることになる。各都市の主催者同士にも多くの交流があり、時間が許す限りお互いを支援し合う。特に、地理的に非常に近いため、江蘇、浙江、上海の主要な主催者が互いに支援し合うことはよくあることだ。前述の『The Wandering Earth 2』上海応援会活動のマニュアルが、この『THE FIRST SLAM DUNK』山王工業隊応援会だけでなく、他の映画応援会にも良い参考資料として、よく使われているときいて驚いた。

3.5 参加者の参加の仕方

3.5.1 参加のきっかけと初志について

Aさん：最初は単に友人を映画に誘いたかったけど、突然の思いつきで特別な上映会があるか調べてみた。杭州が近くにあるため、杭州での応援上映会があることを知り、すぐに参加した。私の一番のお気に入りとは皆と一緒に映画を観ることだ。これに勝るものはない…無料グッズの交換はただ映画を鑑賞するのとは違い、コミュニケーションが必要

だ。でも、実際には私は映画館の隅でこっそりと皆が幸せそうにしているのを見るのが好きだ。

3.5.2 最も面白い活動と一番お気に入りの応援会について

Aさん：私は5回参加したよね、5月は最初の参加で、他はすべて6月と7月に集中した。後の統計により、この2ヶ月で上海だけでも百回以上の応援会が開催された。参加者は非常に多く、雰囲気も最高だった。皆がさまざまな無料グッズを試して作っていた。何回か参加してみて、とても斬新で特別でありながらも手頃な価格だと感じた。

私：じゃ、一番好んでいた応援会はどれか。理由も共有してくれてもいい？

Aさん：たくさんあるね。どのイベントでも、一部分が気に入っているけど…528浙江『THE FIRST SLAM DUNK』応援会で、映画館は物品交換に制限を設けていなかったため、映画上映前に無料グッズの交換が行われた。また、素敵な雰囲気もあり、自分でもグッズを制作したいという気持ちが芽生えた。応援会終わった後に帰る高鉄（中国の新幹線）の中で無料グッズを整理していたら、本当に涙が止まらなかった。私はボランティアもしていたため、たくさんのもをもらった。ファンの中で作られた素敵な同人イラストのポストカード、シール、アクリルのホルダー、色紙、バッジ、キャラクターの学生証、制服のボタンなど、本当に創造性に富んでいる！整理してみると、本当に素晴らしいもので、すごいなと感じた。その2ヶ月間、『SLAM DUNK』は人々の心の支えとなったと感じた。

3.5.3 不足点について

私：イベントについて何か不足を感じたか。このような映画応援会がもっと良くなることを期待している。

Aさん：不足の点は実はたくさんあり、ほとんどは後期の6月末から7月の後半に行われた応援イベントで感じた。『SLAM DUNK』の映画は国内で何度も上映期間を延長した、そのため、各キャラクターのファンなど、人気が原因で喧嘩が生じた。これにより、後期には自由に他の『SLAM DUNK』のSNSグループで宣伝することができなくなった。また、人が増えるにつれて、私個人の参加感は逆に減少した。最初参加した数回はみんな熱心すぎたため、私もいくつか無料グッズを作ってみましたが、実際にはそれほど簡単ではなかった。後期の応援会には、私が心を込めて作った無料グッズを持ち去る人がいたけど、彼らはそこまで熱心ではなく、私も彼らから積極的なフィードバックを得ることができなかった。

3.5.4 参加者とのインタビュー結果についての小括

Aは私が出会ったことのないネットワーク上の友人で、12年間連絡を取り合ってきた。今回、Aの積極的な行動によって、この「映画応援会」というファンたちのオフラインイベントについて理解する機会を得ることができた。Aが自分で作った無料グッズを交換するために参加すると聞いたとき、私は驚いた。なぜなら、A自身も「映画館の隅でこっそりと皆が幸せそうにしているのを見るのが好きだ」と言ったように、Aは内向的な人だったからだ。理由を知って、ファン同士の情熱と優しさがAに試す勇気を与えたことを感じた。しかし、同時に、Aは後に私たちからの情熱や彼女の努力へのサポートを得られなか

ったため、Aは5回のイベントにしか参加しなかった。Aは、中国の6～8月は生徒の期末試験期間であり、多くのファンがこれらのグッズを作るために多くの時間を費やしたことを尊敬していると私に話した。

4. 映画応援会の実施方法について

主催者と参加者の両方を対象としたインタビューによると、映画応援会は中国で最近人気が出始めた新しいオフラインイベントであり、それにはいくつかの利点と欠点がある。

4.1 利点について

映画応援会の機能が多岐にわたることである。それは映画の興行に貢献している一方で、同じ都市のファンと交流し、友達になることができる。また、主催者も参加者も、自発的にイベントの充実度を高めるために、無料グッズ製品の制作や現場でのイベントの開催などに取り組むことができる。これにより、映画への支持をより一層強化するだけでなく、ファンたちが作品への愛を示すことができる。イベントが終了した後、今日の現場の写真をSNSに投稿することは非常に重要であり、さらに作品の宣伝に役に立つ。したがって、映画応援会は作品自体とファンとの関係を強化するために積極的な手段となっていると思う。主催者Mとのインタビューでは、これらのイベントのビデオについてSNSに載った展示されるだけでなく、当時日本の秋田県観光局の関心も引いたという。この作品では山王工業というチームが秋田県との関係が多く見られるため、秋田県観光局は観光客を引き付けるために主催者と連絡を取った。公式の無料グッズを提供することを交換で、イベント終了後に撮影されたビデオや写真は彼らの宣伝資料としても使用された。おそらく映画応援会は現在がまだ少数の人々の映画鑑賞スタイルの一つであるが、全体としては好評を博し、支持を受けていることが分かった。それに対して、私は主催者や参加者の声から、映画応援会に現時点に存在している課題をまとめた。

4.2 欠点について

4.2.1 前期準備の情報不足

中国の映画応援会の開催はまだ初期段階にあり、多くの主催者は実際には理解しないまま開催を始めている。中国のSNSでは、自身の経験をまとめたマニュアルがすぐに登場し、参考資料として提供されたが、全体として組織モデルはまだ標準化されていない。主催者も私のインタビューで述べたように、映画応援会を開催するには、考慮すべき細かい事柄が多いため、イベント全体の準備は非常に手間がかかる。また、私が知っている限り、一部の主催者は学業が忙しく、映画応援会を開催するための時間を持っていない。そのため、急いで準備を行い、キャラクターの名前を間違えるなどのミスが発生した。改善のためには、主催者の前期準備作業の最適化が必要だと思う。各応援会にはそれぞれ独自のスタイルを持つ微妙な点があるが、すべては主催者の能力に左右される。

したがって、主催者を支援するために、各都市の映画館の設備情報やチケットの価格などをまとめるなどのデータのような支援が必要だと思う。もちろん、主催者は自分の日常生活、学業、仕事を妨げない範囲で自分の趣味に貢献するというを理解しておく必要がある。また、Aが話したことによると、上映期前後に参加した違う映画応援会のチケット価格差は最大で3倍でもあった。実際の状況では、映画上映の後期になって、映画応援会はより多く開催されるようになり、価格は上がるべきではない。私の理解では、開催者たちは準備について詳細に話し合うことなく、情報を共有していなかったの

だ。ただし、映画館側は自発的なこのような活動に反対していないため、映画館側にとっても損失のない活動である。おそらく映画館の方から価格についての範囲制限が必要である。例えば、最高価格と最低価格を設定する必要があるかもしれない。

4.2.2 後期に起こりやすい参加度低下の問題

この課題は、参加者Aへのインタビュー時に私が彼女から聞いたもので、Aの場合は映画の上映期間終了間際に行われた応援会への参加を辞退した理由となった。参加者の関心度は前後で大きく異なることが分かった。Aが語ったように、前期頃は無料グッズ交換イベントで、ほとんどのグッズは参加者自ら手作りものである。Aは同好たちの熱意を感じることができた。それに対して、後期の映画応援会ではほとんどの無料グッズがオリジナルではなかった。多くは、イラストレーターへの同人作品使用の同意や有料依頼などが行われ、提供されたイラストをもとに様々な無料グッズが作成された。後期ではみんながチケットを獲得することに没頭し、ほぼ同じような素敵な同人イラストのグッズを駆使して無料グッズ交換が行われた。これらの要因が重なり、Aは物品交換が本来、ファン同士が自ら心を込めて制作した無料グッズを交換するという意義を失ったと感じたのである。問題点は、前後期の参加者が無料グッズ交換に対するアプローチが異なることである。この違いの原因は、前期とは異なり、後期の応援イベントがあまりにも頻繁に開催されたためである。Aの感じたことは、初期の応援イベントに参加した際、無料グッズ交換の段階から参加者が心を込めて作った物資を受け取ったこと、そしてそれに触発されて自らもグッズを制作したことである。一方、後期は似ている無料グッズが多く、無料グッズ交換が頻繁に行われているため、参加者たちは無料グッズを作る時間も、イベント全体を楽しむ時間もなくなった。これがAの心に大きな前後のギャップをもたらした。

問題の改善に関して、映画応援会の定義が「マイナーなオフラインイベント」であるかどうか、そして参加者にとって参加回数が多いほど良いかどうか、という点に関わっていると考えている。現在の状況では、主催者が自発的に組織しているため、参加者の選択肢が多いため、各映画応援会は同好と映画を観ること以外の参加度を前期のものに到達させるのは難しいと思われる。この課題の解決は一つの映画応援会だけでは改善されない。映画応援会自体が、主催者たちによって自発的に組織され、ある映画のすべての応援会のスケジュールを調整し、すべての参加者の感情やニーズを考慮するためのものが必要かもしれないが、それは主催者たち自身の初心に反するのかもしれない。

5. 結論

最近数年間、中国国内の映画作品は私が見る中で次第に素晴らしい作品を生み出している。私と同じように考える人々との映画応援会を通じて、映画と私たちファンとのつながりが強化されていると感じている。こうした応援会はファンが主導してきた。したがって、主催者側からだけでなく、本研究のようにファン側の考えや行動も含めたさまざまな視点から活動全体を理解することで、ファンが望むものにさらに適した応援会として行くことができよう。具体的には、映画そのものを観るという基本的な要素に加え、ファン間の交流というニーズにあった機会を追加するというものである。しかし、明らかにこのイベントの開催方法には改善すべき点が多く有る。例えば、映画公開前と公開後とで応援会の参加費が違いすぎるという問題である。この問題は、映画館との交渉と価格の不透明さに帰結する。そこで、主催者間の情報交換が強化され、参加費の価格がよりオープンで透明性の高いものになれば、良い解決策になるだろう。また、

映画館側がチケット料金に下限と上限を設けるなど、適切な方針を設定すれば、問題も改善できると思う。もう一つの問題は、映画の上映後期に行われる応援会において、参加者の「無料グッズ交換」という活動への参加が低いことである。この問題は、映画上映の後半に開催される各種映画応援会が過密であることと、参加者が各種映画応援会をほぼ重複的に参加してしまうことに起因している。参加者がチケットを取り合いしており、個人の無料グッズに必要な生産リードタイムも不足である。実は、この問題を解決する鍵は、応援会に参加した回数がやりがいを生むのではなく、映画応援会を通じて、映画そのものを観る喜びや、ファン同士との意見・無料グッズ交換の楽しさを感じられたかどうかだと参加者に認識させることにある。参加者に時間を与えることで、より多くの人が無料グッズ交換という活動の重要性に自ら気づき、無料グッズの質を向上させる努力を自発的に行うようになれば、解決できるかもしれない。

映画応援会にはまだ改善すべき欠点はいくつかあるが、映画と映画ファンの関係を深める有効な手段であることは否定できない。映画ファンもこの活動を通じて仲間を見つけることができ、将来的にはより多くの人がこの応援会を通じて何かを得ることができるよう、より完備な活動になることを期待している。

参考文献

- 中国電影博物館 (n. d.) <http://www.cnfm.org.cn/ybz1/jbcl.shtml> (2023年9月閲覧)
- 訪日ラボ (2021年02月24日) 中国の都市階級とは？1線都市、2線都市の定義・急成長する下沈市場について <https://honichi.com/news/2021/02/24/chinacitygroup/>
- 共研産業咨詢 (2023年07月14日) 2023年中国映影院総数、新建数量及投資空間分析：二、三線城市影院市場潛力相對較大 <https://www.gonyn.com/industry/1523674.html>
- 拓普データ (2022年06月24日) 后疫情時代觀衆影院決策研究報告-影院篇 <https://baogaopai.com/baogao-view-525268.html>
- 上海前灘太古里 0415 応援会主催者団体 (2023年04月22日) 『流浪地球 2/The Wandering Earth 2』上海応援会活動のマニュアル <https://weibo.com/2806603367/4893301981840712>
- 日本秋田県観光局 (2023年06月01日) 5月28日杭州山王工業隊応援会宣伝図 <https://weibo.com/5539694754/4907884531420886>

ネガティブ志向からポジティブ志向へ変えていくには

東原 野案

1. はじめに

1.1 きっかけ

3 回生の春休み中に「私は私のままで生きることにした」という自己啓発本を読み、自己啓発系について少し興味を持ったと同時に、ネガティブな志向がポジティブな志向に少し変わった気がした。その本を読むようになったきっかけとして、就職活動中に自分は何が好きで、何がしたいのか、何ができるのか分からなくなり、自己嫌悪に陥ってしまい、物事をマイナス的に考えてしまった。このような悩みや問題があるとき私はさらにネガティブ志向に陥り、そのことを過度に気にしてしまい、なかなか良い方向（ポジティブ）に考えることができない傾向にあると気付いた。就職活動の悩みだけではなく、自分の性格や将来のことなども含め何かを考えるとプラスよりもマイナスに考えてしまうのだ。

その時、たまたま本屋さんに行きベストセラーの棚にこの「私は私のままで生きるようにした」という本が並んでいて、前からこの本を耳にしたことがあったので気になり手に取ったところこれを読んだことで少し気持ちが楽になり、「まあいいか。なるようになるか。考えすぎると逆効果。」と軽く考えることができるようになり、自分的にポジティブに物事を考えれるようになってきたと感じた。しかし、その本を読んで完全にポジティブ志向になったわけではなく、読んでからすぐはその志向になれるが、時間が経つとふとした時にネガティブな志向が出てくることがある。

これから社会人になり、さらに大人になっていく過程で様々な悩みや問題が出てくると思う。これらのことに対し、自然にポジティブな志向が出てくるようになりたいと考えた。そのため、なぜネガティブ志向になってしまうのか、どのように自分のマインドを動かすことでポジティブ志向になれるのか、そしてそれが私たちにどのような影響を及ぼすのかを研究していきたいと考えている。

1.2 「私は私のままで生きることにした」

著者:キムスヒョン（彼女自身も沢山のことを経験している）

生きにくい現代に寄り添い、悩む人たちに優しく温かい言葉をかけた本が多く、かわいらしいイラスト付きの本が多い

内容

「私は私のままで生きることにした」は、自分の気持ちに正直に生きてほしいという筆者の願いから、タイトル通り自分らしく、生きていくということを改めて考え直すことができるエッセイ本である。また、自分という人間がどういう存在なのかという

ことを考え、ゆっくりでも良いから歩いていこうと思わせてくれる本だ。様々なシチュエーション（就職、仕事、人間関係、家庭のことなど）に合わせて、筆者の助言があり、文章はそこまで多くなく読みやすい。

～目次～

- ① 自分を大切にしながら生きていくための to do list
- ② 自分らしく生きていくための to do list
- ③ 不安にとらわれないための to do list
- ④ 共に生きていくための to do list
- ⑤ よりよい世界にするための to do list
- ⑥ いい人生、そして意味のある人生のための to do list

特に印象に残った場面

⑥ いい人生、そして意味のある人生のための to do list 自分の幸せに関心をもつ
内容：著者は一時期、「不幸手帳」というものをつくっていた。憂鬱で絶望的な気分
のときに、その感情を書き留めておき、気分が良くなったときに読み返す。すると、自分がどれほど非合理的な考えを持ち、極端な見方をしていたのかわかった。ところが、何度も書いてみると、自分があまりにも不幸な人間のような気がしてきた。そこで手帳の使い道を変えて「幸福手帳」をつくり、憂鬱が消えたときと、幸せを感じる時を手帳に記録することにした。そうやって手帳に記録していると、私という人間がいつ幸せを感じるのかがわかり、憂鬱な時間がすぐ過ぎることもわかった。人々は幸せになりたいと言いながら、何が自分を幸せにするのか、知ろうとしない。幸せとは、ある朝、食卓にぼとりと落ちてくるものではない。人生の中で知っておくべき多くのことのうち、心肺蘇生術より、イヤホンのコードがもつれないようにする方法より、年末の所得控除の方法より、もっと重要なのは…。

自分が何に幸せを感じるのか、自分はどうすれば立ち直れるのか、自分はどんなときに生きていると実感するのかという、自分の幸せを扱うノウハウ。

幸せになりたいなら、あなたの幸福に関心をもつことが必要。 (p.270～p.271)

ここを読んで、自分をもっと自分のことに関心を持っていいのだと思えた。また、この本全体を読んで、色々考えすぎず、もっと身軽にいて良いのだと感じた。ポジティブに考えることが人生において非常に重要であり、生きるのが楽になるのをこの本を読み実感した。就活時期にこの本を読んだが、読む前は 1 つの会社でずっと頑張らなければいけないという風に考えていたが、読んでからは、もし合わなければ違う会社に勤めたら良いと、楽観的に考えられるようになった。本を読んでしばらくはこのようにポジテ

ィブに考えることができるが、時間が経つと段々とマイナス的に考えるようになり、この考えを継続的に続けたいと考える。

2. 問題の背景

近年、日本の若者が抱えるネガティブシンキングが社会問題になりつつある。内閣府は、2013年11月から12月にかけて日本、韓国、アメリカ、イギリス、ドイツ、フランス、スウェーデンを対象に13歳から29歳の男女に対して、若者における意識調査を実施した。その結果、最近悲しい事やゆううつな事、一人ぼっちでの寂しさなど、ネガティブな思いを抱いた人の割合は、ほぼ日本が最多回答率を示していることが分かった。<http://www.garbage news.net/archives/2168639.html> この結果からネガティブ志向になりやすいのは、その国の文化なども関係しているのではないかと考える。

文部科学省(2013)によると日本、韓国、アメリカ、イギリス、ドイツ、フランス、スウェーデンの7つの国で各国満13歳～満29歳までの男女に行った自己肯定感のアンケートでは「自分自身に満足している」「自分には長所がある」の質問で「そう思う」という答えたのは7か国の中で日本が一番少なかった。反対にアメリカは半分以上の人が「そう思う」と回答し、7か国の中で一番自己肯定感が高かった。その次にフランス、イギリス、韓国、ドイツ、スウェーデンの順番になった。アメリカがなぜ自己肯定感が高いのか。榎本(2022)によると欧米人は自己肯定するように育てられていることが分かった。アメリカの幼稚園や保育園の先生や園児の保護者は「自信を持つ子」に育てることを重要としている。これに対して日本は「共感や同情、周りの人への心配り」ができる子になることが重要だという。自己主張をしなければ生きていけないという考えを幼少期に植え付けられている米国は自己肯定感が高いと言えるだろう。ここから日本との文化の違いが自己肯定感の差を生んでいることが分かる。

3. 研究目的

ポジティブ志向とは何か。どうすればポジティブ志向でいられるのか。ポジティブ志向やネガティブ志向は国をまたいだ文化間も関係しているのか。この研究を活かして、自分自身これから人生を生きていく中で出てくる悩みや問題をネガティブ志向ではなく自然とポジティブに捉えることで、メンタル面で楽に生きたい。また自分だけではなく、他の人にもポジティブ志向を共有していき、楽に考えてほしい。

4. 先行研究

4.1 代表的研究

ポジティブ志向に関する先行研究は大きく2つある。1つ目の楽観性とポジティブ志向が幸福感に及ぼす影響（橋本京子・子安増生）によると楽観性とポジティブ志向は、幸福感に肯定的な影響を与える傾向がある。橋本・子安（2011）は、大学生337名を対象に、楽観性尺度（LOT-R；Scheier et al., 1994；日本語訳は坂本・田中，2002）、ポジティブ志向尺度（独自に作成）、人生満足感尺度（SWLS；Diener et al., 1985；日本語訳は Uchida et al., 2008）から成る質問紙調査を実施した。「何か困難な出来事が起こったとき、あなたはこの出来事や自分自身について次のようなことをどのくらい考えますか」が質問内容である。因子分析の結果から、楽観性と幸福感はそれぞれ1因子であること、ポジティブ志向は、ポジティブに認知する際の基準をどこに置くかの違いによって、上方志向と平静維持の2因子に分かれることが明らかになった。この結果から上方志向、平静維持のどちらも幸福感と正の関連をもっていて、上方志向、平静維持という2つのポジティブ志向が楽観性と幸福感の間を媒介していることが明らかになった。心理学的な研究によれば、ポジティブな考え方や期待は精神的な健康を向上させ、ストレスへの対処能力を高めることが示されている。楽観的な人は困難に対して柔軟に対応し、ポジティブな視点から問題を捉えることができるため、日常生活での幸福感が増す傾向がある。日本人大学生を対象にした調査では、幸福感は年齢や発達段階によって異なることが指摘されている。橋本・子安(2011)によると、高齢者は若年層よりも人生満足度が高いが、若年層は高齢者よりもポジティブ感情が高いことが分かった。このことから楽観性、ポジティブ志向、幸福感のパターンは年齢によって異なる可能性があることが考えられる。さらに、文化比較的検討も重要とされており、橋本・子安（2011）は楽観性と悲観性を独立した概念として扱った研究において、アジア人アメリカ人は白人系アメリカ人より悲観性が高いが楽観性は両者にあまり差が見られないことがわかり、文化的な関係もあることがわかった。

2つ目は、ストレスフルイベントへの対処と精神的健康にポジティブ志向が果たす役割（橋本,2017）である。ここでは主にポジティブ志向の定義やストレスとポジティブ志向の関係性について述べられており、ここでのストレスフルイベントとして「生涯発達において不可避免的に遭遇するイベント」と「予想しなかったにも関わらず突発的に遭遇するストレスフルイベント」の2種類に分類され、それぞれのイベントにおいて、どのようにネガティブな心理状態（消極的で否定的な心理状態）に対処しながら、精神的健康の維持がなされるのか、その過程でポジティブ志向の果たす役割、ポジティブ志向の他に重要な役割を果たすものについて考察を行っていた。その結果「生涯発達において不可避免的に遭遇するイベント」「予想しなかったにも関わらず突発的に遭遇する ストレスフルイベント」として上方志向、平静維持、現状維持、下方比較（ポジティブ）、下方比較（ネガティブ）の5種類のポジティブ志向の働きが異なることがわかった。どんなに明るく前向きな人生を送

ろうとしても、人間は生きていればさまざまなストレスフルイベントに遭遇する。「苦あれば楽あり」というようなことわざがあるようにポジティブな人生だけというのは存在しない。人はポジティブな出来事に遭遇すれば、ストレスイベントにも遭遇し、そのどちらも経験しながら総合的に見て「これでよい (good enough)」という自己認知を持ち、そのような人生を過ごすことが重要であると筆者は述べている。

4.2 調査・研究におけるポジティブ志向の定義

ポジティブ志向は、困難や課題に対して肯定的で前向きな態度を持ち、良い方向に焦点を当てることを指す。精神的な健康にはポジティブ志向が影響している。現実をポジティブな方向に歪めた認知（ポジティブ幻想）、現実に沿っているのかポジティブに歪めているのか曖昧な認知、現実に沿ったポジティブな認知、ポジティブなことネガティブなこと両方あって、経験して「これでもいい (good enough)」と思えること

4.3 私が思うポジティブ志向

物事が上手くいっていないときや自分自身が追い込まれているときこそ視点を変え、物事を楽観的に捉えること。物事をこなすというより、楽しく乗り切ることや「なるようになる精神」で危機を乗り越えること。

5. 研究対象・方法

〈研究対象〉

自分が読んできた自己啓発本（特に私のままで生きることにした）と自分が思うポジティブだと感じる友人（いつも明るく、前向きな言葉をかけてくれる。自分が悩んでいるとき最もよく相談する相手）

〈研究方法〉

自己啓発本（私のままで生きることにした）、自分がポジティブだと感じる友人（いつも明るく、前向きな言葉をかけてくれる。自分が悩んでいるとき最もよく相談する相手）に対面でインタビュー

6. インタビュー調査

6.1 ～インタビュー概要～

中学校、高校が同じで仲が良かった友人 K（女性）（同級生で 2023 年現在 22 歳）を対象にインタビューを実施した。

友達が多く、相談などよく聞いてもらっていて、私自身から見てポジティブだと感じる自分自身がネガティブになっているとき必ずポジティブな返しをしてくれる。

大学ではダンス部 副キャプテンを務め、彼女も「私は私のままで生きる」を読んだことがある。

インタビューは対面で約2時間（11月19日 17時～19時）実施した。

6.2 ～インタビューの結果と考察～

1. 対話相手（K）が思うポジティブの定義とは、どんな人がポジティブか
2. Kが思うネガティブな人の特徴
3. なぜネガティブ思考になるのか
4. いつからポジティブなのか（幼少期から現在、未来まで）
5. 問題にぶつかった時どのように対処しているのか
6. 普段から意識していることはあるのか
7. ポジティブに考えられない人にどうアドバイスしてあげたいか
8. ポジティブに生きていくには
9. ポジティブ志向の国による違い
10. 「私は私のままで生きる」を読んだ感想

6.2.1 対話相手（K）が思うポジティブの定義とは、どんな人がポジティブか

私）「Kが思うポジティブの定義って何やと思う？どんな人がポジティブとか、、、」

K）「うーん、せやなあ、前向きで自信があって、何かネガティブなことが起こった時にそれをネガティブなことと捉えへん人ちゃうかなあ、、、あと環境に恵まれている人やと思う。」

私）「環境に恵まれてるって例えば？」

K）「家庭環境とか育ってきたって結構大事やと思うねん、結局家族の人に褒められたりして育った人ってポジティブやと思うし、自己肯定感も高いと思うねんな。ポジティブな言葉ばかりかけられて育てられたら自然とポジティブになると思う。反対に家庭環境が悪かったらネガティブな子というか自己肯定感低い子が多いイメージ、、、例えばマイナスなことしか言われへんとか、褒めてくれへんとか、そういう環境で育った人はネガティブで自己肯定感低いイメージかなあ。偏見かもやけど。」

私）「確かに分かるかも。聞いていいかわからんけど、Kの家庭環境はどうやった？言える範囲で大丈夫。」

K）「良かったと思うよ。割と褒められて育ってきたな。」

私）「おお～どんなことした時に褒められることが多かった？」

K）「結構何でも褒めてくれたけど、例えば、テストで良い点数取ったり、人助けした話とかちょっとしたことでも話聞いてくれて褒めてくれたかな、逆に悪い点数取ってもち

よっと言われるけど、それを全面的に否定されて怒られるようなことはなかったな。アドバイスみたいな感じで言われてたな。次同じ失敗しないようにどうしたらいいかとか、どうやったら頑張れるかとか一緒に考えてくれたりとかもしてくれたなあ。なんか自分の長所を更に伸ばしてくれるような育て方をしてくれた気がする。」

- 私) 「ええ素敵やな、その褒めてくれたときって何かご褒美もらえたりとかもあったん？」
K) 「あったあった。欲しいもの買ってもらえたり、結果的にそれがもっと頑張ろうって思えて、自分のモチベーションに繋がったりしてたな。」
私) 「なるほど、良い循環やな。」

考察：ポジティブな人はどのような人かという質問に対して環境に恵まれている人という回答は少し意外だった。しかし、そこについて掘り下げていくと育ってきた環境が重要だという点において非常に共感した。私自身良いことをしたら親は褒めてくれたが、悪いことをしたときは結構怒られた記憶があり、これは間違ったことではないと思うがそれに対し長い時間叱られていた気がする。叱られた後も機嫌が悪いことが多く、機嫌を伺っていた時期もあった。その経験から、褒めるにも、怒るにもメリハリがある方が良いと感じた。何か挑戦をしたいときに失敗するともしかしたら怒られるかもしれないという懸念が挑戦の機会を妨げたことが私自身何回かあった。また、Kのようにテストで悪い点数を取ってしまうと怒られて終わりというような状況であったように感じる。ここで私がいつか結婚し、子供が生まれ親になったら意識しようと思った点は、このようなあまりよくない出来事が起こった際に場合によっては叱らなければいけないと思うが、なぜそうなってしまったのか理由をまず子供に聞こうと思った。その出来事が起こったのには何か理由があるかもしれないため、頭ごなしに叱るのではなく、理由や経緯を冷静に聞こうと思った。

6.2.2 Kが思うネガティブな人の特徴

- 私) 「Kが思うネガティブな人の特徴（性格）ってなんやと思う？」
K) 「繊細な人が多いと思う。あとは挑戦とかあんまりしない保守的な人とか、周りの目気にする人かな。」
私) 「ネガティブな人がポジティブになれると思う？」
K) 「どうやら、、その人がどれくらい生きてきたとか周りの環境とかに寄るかもな、、性格ってそうすぐには変えられへんやん、、」

考察：ネガティブな人の特徴（性格）として繊細な人が多いと対話相手（K）を通してあげられた。ネガティブな人がポジティブになれると思うかという質問に対し、その人がどのくらい生きてきたのか、周りの環境など性格はすぐには変えられないのではないかという意見が挙がった。これに対してはおもしろい考えだと感じた。しかし、自

分自身の成長過程の際に形成された性格や環境をある程度形成されたあとに変えるというのは少し難しいかもしれないと感じた部分もあったが、ポジティブな人が身近にいることで少し変わるのではないかと考える。

6,2,3 なぜネガティブ志向になるのか

私) 「何でネガティブ志向になると思う？」

K) 「どんな人がポジティブかのところで言ったけど、私は家庭環境とか周りの環境が関係してると思うねん。虐待とか怒られたりとか、嫌みばかり言われた人ってネガティブやし自己肯定感低い気がする。いじめられたり、大きい挫折した人とかもネガティブな人が多いイメージ。乗り越えても、また失敗したらどうしよって思っちゃうんやと思う。」

私) 「ネガティブになる時とかないん？」

K) 「うーん。あんまりないけど、しいて言うなら、悪口とか愚痴とか文句ばかり言ってる人と一緒にいるとちょっとネガティブになるな。自分までなんか暗い気持ちになるし、気分も下がるなあ。」

私) 「わかるわ。なんか人のミスとかをずっとグチグチ文句言ってる人とか見たらこっちまでなんか下がるよな。」

K) 「そうやなあ。相手が何したかとかにもよるけど、人間やねんから生きてたら色々あるし、ミスもするし、もっと寛大にゆるくいこうって思うなあ。」

考察：なぜネガティブ志向になると思う？という質問に対し、対話相手（K）は家庭環境とか周りの環境が関係していると主張していた。さらにこれは自分自身の見解だが自分がコンプレックスとしているものを相手に言われたりすることもネガティブ志向になる要因ではないかと感じた。実際に友達に自分がコンプレックスとしている部分（容姿）を指摘され、自己肯定感が下がり、ネガティブな気持ちになり、そのあとも引きずったことを覚えている。だいぶ前の話ではあるが今でも鮮明に覚えているため、やはりネガティブなことを言われて良い気分になる人は少ないように感じる。この経験から、私は相手が気にしているかもしれないことについて触れてはいけないと思っている。その気にしているかどうかというものは難しいラインではあるが、基本的に人の容姿に対してネガティブなことは言うてはいけないと思う。これから社会人になる上でこれはさらに重要なことだと感じるため、より意識していきたいと感じた。

6,2,4 いつからポジティブなのか（幼少期から現在、未来まで）

私) 「小さい頃はどんな性格やった？覚えてる範囲で大丈夫」

K) 「なんか元気で伸び伸びと遊び回ってたなあ〜。」

私) 「小さい頃から割とポジティブやったと思う？」

- K) 「せやなあ〜。今もやけどなんか昔から物とか無くしてもまあ生きてたらこんなこともあるよなあ〜。って思ってたしたりした、すぐ切り替えてた気がする。この考え方が良いか悪いかわからんけど。」
- 私) 「それすごいな。自分やったら結構気にしてまう。」
- K) 「失敗してもその失敗に囚われずに次！次！って感じで消化してたかも。生きてたらそんなこともあるやんって思ってたかな。」
- 私) 「それは具体的にどうゆう場面で思ってたん？」
- K) 「うーん。勉強とか物無くしたりとかもそうやし、割と全部かな。」
- 私) 「今もポジティブにおれてるなって思う？」
- K) 「せやな。今もこんな感じ。良い意味でも悪い意味でもあんま変わってないかも。楽観的やな。自分でも思う。」
- 私) 「これからもその楽観的な性格でおりたいと思う？」
- K) 「思うなあ。この考えの方が生きていくうえで楽やと思う。これから社会人なって働いたりする中でネガティブなったら自分がしんどくなるだけやと思うから。楽観的でおりたいと思う。」

考察： 対話相手 (K) の幼少期から現在、未来までの性格やポジティブさをインタビューしたが、やはりこのインタビューを通して家庭環境や周りの環境だと改めて感じた。**1. 対話相手 (K) が思うポジティブの定義とは、どんな人がポジティブかに繋がるが、彼女が幼い頃から今まで基本的にポジティブでいれたのは彼女の親が彼女に対する接し方や、学校の周りの友達などが関係していることがわかった。対話から彼女のこれから起こるかもしれないストレスイベントにもどっしりと身構えられている気がした。**

6.2.5 問題にぶつかった時どのように対処しているのか

- 私) 「のあは就活する前としてる時結構ネガティブなってるけど、Kはどうやった？」
- K) 「就活なあ。しんどかったし、落ちまくったりしたけど、そんなに苦じゃなくて楽しかったかな。」
- 私) 「どう楽しかった？」
- K) 「なんか色々な企業受ければ受けるほど自分のこと知れた気がしたし、もちろん色々な企業のこと。あと自己分析とか面接とかやっていくうちになんかおもしろくなってたかな。しんどかったけどおもしろいの方が勝ったかも。人生で真剣に就活する機会ってそんなないやろうし、楽しもーって感じのマインドやったな。」
- 私) 「企業落ちた時とかどう考えるようにしてた？」
- K) 「せやなあ。縁がなかったんやな！次！次！って感じやったな。落ちたってことは入社後、会社の人と上手くいかなくなるから神様が先に止めてくれたんかなあ。とか合わんから先に止めてくれたんかなあ。とか考えるようにしてた。」

私) 「ポジティブやな。のあは落ちたら結構メンタルきてたわ、特に1番行きたかったところ落ちた時はへこんだなあ。」

K) 「でもそこに行ったらなんかあって辞めてたかもしれへんで。」

私) 「ポジティブやなあ〜。今まで22年生きてきて色んな問題とか壁にぶつかったりしたこともあると思うねんけど、どうやって乗り越えてきた？言える範囲で大丈夫。」

K) 「壁にぶつかったこと言ったら大学受験の時第一志望に落ちたことかなあ。第一志望やったから落ちてちょっとショックやったけど、まずなんでそうなったかって考えたな。それで同じミスしないようにしよって思った。落ちてショックやったけど割とすぐ立ち直って次の受験の為に切り替えたな。なんか問題あった時になんでそうなったか考えて、同じミスしやんようにするのは今でも心がけてる。それを考えたらもうあとはダラダラ考えへんかな。」

私) 「それ大事やな。もうあとはなるようになるって考えた感じ？」

K) 「そうやな。ほんまになるようになると思うし、結局その後行きたいところ受かって、大学生活で友達にも恵まれて部活もして楽しいこと沢山やったし、結果良ければ全てよしやなって思ってる。ほんまになるようになるなって思う私は。」

私) 「なるほどなあ。大学の部活で副キャプテンやってたやん。困ったこととか辛いこととかなかったん。」

K) 「あったな、副キャプテンやったからキャプテンを支えたりしなあかんし、部員の数も多いから協調性ない子とかもやっぱりいてまとめるのが結構大変やったな。」

私) 「どう乗り越えたん？」

K) 「自分がその問題とかをどう捉えるかやと思うけど、私はしんどいことも自分次第で楽しくなると思ってるから、それが自分の求められてることやと思って積極的に動いて最終的には楽しくやり抜いと思う。」

私) 「部員まとめたりとか大変やな。具体的にどういうアクション起こしたん？」

K) 「協調性ない子とかは、練習平気で休んだり本番前のリハーサル休んだりとか大変やったこともあるけど、その子の性格に合わせて相談聞いたり、逆にそっとしといたり、上手くフォロー入れながら自分なりに考えて行動したら、まとまってきて感謝の言葉言ってもらえたりしてそれが自分の部活へのモチベーションにもなったかな。あとは、友達に話聞いてもらって、アドバイスしてもらったのがすごい励みになったな。人に頼ることって大事やなって感じた。」

考察：問題にぶつかった時どのように対処しているかという質問に対し、対話相手（K）は問題を一人で抱え込まず、ポジティブな対処をしていると感じた。例えば、対話にもあるが就活で希望の会社に落ちた時も縁がなかったんだと感じ、次の会社を頑張ろうとすぐ切り替えていたという。私は第1志望の会社が落ちてしまい、すごく落ち込ん

で就活のモチベーションが下がったのを今でも覚えているが、対話相手 (K) に「そこに入ってたら人間関係あかんかったかもしれへんで。」などと励まされたことは印象に残っている。また、部活内の問題も彼女自身の持ち前のポジティブさで乗り越えたことが対話を通してわかった。しかし、彼女なりに沢山考えた結果ではあるが、問題をネガティブには捉えていないことがわかる。

6.2.6 普段から意識していることはあるのか

私) 「普段から意識してるとかある？」

K) 「意識してることと言うよりかは、心配ごとの何割かは実際に起きないって言葉あるやん。あれほんまにあると思ってて、あれを自分に言い聞かせてるかな。心配することも大事やけど、まあ大丈夫やろ！いけるやろ！って思えた方が怖くないし、そっちの方が色々挑戦できると思うから。その言葉をよく思い出してるかな。」

考察：普段から意識していることとして対話相手 (K) は『心配ごとの何割かは実際に起きない』という言葉大切にしている、逆に私は心配性で、起きるかわからないことに不安になり、それについて思い悩みネガティブな志向になることが多い。しかし、今回このインタビューを通して、この言葉を対話相手 (K) から聞き、すごく励まされた。これ以外にも「人生は思ってるより短いしその中でどれだけ自分の中で楽しく過ごすかが大事で、起きるか分からないことをビクビクして待つか、分からないけどやってみるかどっちがワクワクすると思う？」という言葉もかけられた。この言葉には私自身すごく励まされ、人生は短いからやりたいことは挑戦するしかないという気持ちになることができた。

6.2.7 ポジティブに考えられない人にどうアドバイスしてあげたいか

私) 「ポジティブに考えられない人にアドバイスするとしたら何てアドバイスする？」

K) 「生きてるだけで偉いし、人間っていつか死ぬからその分楽しく生きた方が楽やと思うねん。悩みすぎても結局自分にストレスがかかってるだけやから、抱え込まず信頼できる誰かに相談するのがいいと思う。あと、なるようになる！って思うことが大事やと思う。みんな幸せと不幸の割合は一緒らしいで…」

考察：対話相手 (K) にポジティブに考えられない人にどうアドバイスするかという問いについて、この回答にも非常に励まされた。いつか終わりがあるからこそ、それがいつか誰にもわからないからこそ1日1日を全力に生きることが重要なのだと改めて気づくことができた。

6,2,8 ポジティブに生きていくには

私) 「ポジティブに生きていくにはどうしたらいいと思う？」

K) 「身近な人にポジティブな人がいたら良いと思う。自分の身の回りの環境ってすごい自分に影響があるものやと思うから、周りがポジティブな人が多かったら、自分もいい影響を受けてポジティブになるし、ネガティブな人が多かったらネガティブになってくと思う。主観的にならないことも大事やな。」

私) 「来年の4月からお互い社会人になって、これから生きていくうえでいろんな問題にぶつかると思うねんけど、どういう風に考えて乗り越えていきたいと思う？」

K) 「今の時代は転職とか、仕事していることだけが偉いとは限らないし、留学するとか、自分の好きな趣味を極めるとか、いろんな道があるから、自分の気持ちに正直になって、心に余裕を持ちながら、楽観的に考えて、なるようになる精神で乗り越えていきたいなと思う。」

考察: ポジティブに生きていくには、身近にポジティブな人がいることが重要だと対話相手 (K) は言っていた。ポジティブな人ばかり自分の周りにいると良い循環が起こるとするのは本当だと感じた。逆にネガティブな発言ばかりの人が周りに多いと自分もそうになってしまうし、悪い循環が起きると思った。また、時代による変化から真っ直ぐに頑張ることだけが美德ではなく、逃げることも必要であると感じた。仕事をして頑張ることだけが大事なことはない対話相手 (K) を通じて気づかされた。

6,2,9 ポジティブ志向の国による違い

私) 「ポジティブ志向とかネガティブ志向って国による違いもあると思う？」

K) 「あるやろなあ。アメリカ人とか自己肯定感高いイメージやし、その人のコンプレックスとかも強みに変えてるイメージやわ。文化の違いも絶対あると思う。」

私) 「確かに、アメリカ何回か行ったけど、あなたのファッションいいね！とかあなたのそのズボンかっこいい！とか積極的に言ってくれたん印象的やったわ。」

K) 「やっぱり褒め合う文化って大事やな。自己肯定感あがるし、気分良いよな。」

考察: 実際に私の経験からアメリカに行ったとき、レストランの店員さんや通りすがった知らない人も私のことについて褒めてくれたことがすごく印象的で、自分のことも「私かわいい！」と言っている人もいて、自分のことだけでなく相手のことも褒める文化にとっても魅力を感じた。日本にはこのような文化があまりないため人によるが知らない人に話しかけて褒めている人をあまり見たことがない。このような文化は日本にも必要だと感じる。理由として、このような文化が広がれば日本の自己肯定感率も上がると思う。

6,2,10 「私は私のままで生きる」を読んだ感想

私) 「私は私のままで生きる読んでどう思った？」

K) 「あれはめっちゃ響いたなあ。ほんまに読んだ後気持ちが軽くなった気がしたわ。あんまりネガティブなることないけど、さらにポジティブになれた気がしたわ。」

私) 「そもそも何で読もうと思ったん？」

K) 「思い悩んでたとかじゃなくて、SNS とかで一時期話題なってたから気になっててんな。そこまで長くなかったし、読みやすいなって思って読んだな。」

私) 「ああいう自己啓発系の本ってもっと色んな人が読むべきやと思う？」

K) 「そうやなあ。最初は自分も自己啓発の本って読んでほんまに意味あるのかなあって思ってたけど読んでからは、考え方変わったなあ。自分は別にネガティブじゃないと思ってるけど、ネガティブな人が読むともっと響くと思う。悩んでる人は是非読んでほしいなあと思うな。あの気持ちが軽くなる感じ味わってほしい。みんな生きてるだけで偉い!」

考察: 「私は私のままで生きる」は現代の悩みが多い若者に是非読んで欲しい作品だと感じた。対話相手 (K) とともに話したが、難しい今の時代を懸命に生きる方々に響く作品だと思う。私のように心配性でネガティブな人が読むとすごく肩の荷がおりて、楽になると感じたため、ぜひ読んでほしいと思う。

7. 結論

この卒業研究を通して、ネガティブ志向からポジティブ志向に変えていくには、周りの環境と自分のマインドの持ちようが重要であり、関係していることがわかった。なぜ人はネガティブになってしまうのか。対話相手を通して出た結論は、家庭環境や周りの人の影響が大いにあることがわかった。人が成長していく過程でポジティブな言葉（良いことをしたら褒められたり、親からの愛情をたくさん受けたり、存在に感謝をされたりなど）をかけられたことが多かった人は自己肯定感が高いと感じた。また反対にネガティブな言葉（良いことをしても褒められない、怒られてばかり、存在を否定されるなど）をかけられたことが多かった人は自己肯定感が少し低くネガティブになりやすいと感じた。さらに、家庭環境や周りの環境がポジティブ志向になる上で重要ではあるが、人に頼りっぱなしではなく、自分自身のマインドの持ちようも必要であるとわかった。例えば、悪口や文句しか言わない友達と一緒にいると気分はあまり良くないと思う。むしろ影響されてネガティブ志向になるかもしれない。そのような友達と接するよりも相手を褒めたり、人を楽しい気持ちにさせる発言をするポジティブな友達と接している方が気分が良いし、それが自分に影響されても良い影響だと考える。もし自分がポジティブになりたかったら自分はなぜネガティブなのかを見つめ直し、今いる環境がネガティブ志向の元になっていると気づいたら、そこから逃げ出すのも必要である。つまり周りの環境だけではなく、自らが

動かないとポジティブにはなれないのだ。これは「私は私のままで生きる」という自己啓発エッセイ本にも書かれていることだ。

またポジティブな人を近くに作ることもポジティブ志向になる要因の1つだと対話相手を通して気づいた。何かネガティブなことが起きた時、ポジティブ志向の人に相談すると必ずポジティブな言葉をかけてくれるからだ。実際に自分も対話相手（K）に何度も励まされたため、対話相手（K）が何か悩んでいるときは真っ先に力になりたいと思ったと同時に、このような素敵な友達が周りにいることを日頃から感謝しなければいけないと感じた。先程の続きになるが、周りの影響はかなり大きいことがわかる。このポジティブ志向は私たちに良い影響を与える。精神的にも身体的にも。自分がポジティブになれば仲良くなった人を更にポジティブな気持ちにさせ、良い循環を引き起こす可能性がある。

そして、ポジティブ志向やネガティブ志向は国による文化も関係していることがわかった。問題の背景でも述べた通り、欧米と日本では子供への教育の違いが大きくある。欧米では自分に自信を持つことが重要であると教育されるが、日本では協調性や周りへの配慮ができるかなどが重要とされる。自分に自信を持つことで自分のコンプレックスさえも強みに変えるのが得意な気がするし、実際に私がアメリカで経験したように通りすがりの知らない人が私の容姿について褒めてくれたことは日本では滅多にないことだと感じた。実体験から、ポジティブ志向やネガティブ志向は国をまたいだ文化間も関係していたと感じる。

しかし、人生では予期しているストレスイベントと予期しないストレスイベントがあり、ポジティブなことだけではなく、ネガティブなことももちろん起きてしまう。予期しないストレスイベント、これは不可抗力であり、生きていたら仕方がないことも多々ある。予期しているストレスイベントと予期しないストレスイベントその両方を経験して、「まあいいっか。これも人生」と思えることが重要であると卒論研究と対話相手を通してわかった。

この研究全体を通して私自身が意識しようと思ったことは、自分がポジティブだと思う人、一緒にいて心地よい人（自分がネガティブにならない人）を身近に作り、よく話すことだと感じた。自分の話など積極的に行うことで聞いてもらいポジティブな助言をもらうことで自然とポジティブになってくる気がする。実際に私は対話相手（K）にネガティブなことが起きた時相談をよくする。毎回ポジティブな言葉が返ってきて、相談し終わった後には自分もポジティブ志向になっている気がするため、このような友人を身近にさらに多く作ることで周りの影響からポジティブ志向になってくるのではないかと考えている。そのような友人を作るにはたくさんの人と交流し、見極める必要があると感じる。人を見極めるといって少し聞こえが悪いかもしれないが、それは私自身がネガティブになるような言動をしない人を見極めるといことだと思う。自分が好きな人と一緒にいることで幸福度もあがり、それが結果的に心身ともに健やかになると感じた。また、自己啓発本などを積極的に読むことだと感じた。言葉の力は我々に良くも悪くも影響すると私は考える。

自己啓発本は読んで字のごとく人としてさらに成長するように。自分にとってプラスになることが書かれている。そのような本をさらに読むことで自分自身がさらにポジティブ志向になれるのではないかと感じている。

以上のことを意識してこれから社会人になり、様々な事を経験する上でこの研究で学んだことを十分に活かし、ポジティブ志向により良い人生を歩んでいきたいと考える。また、この卒業研究を通じて、自然と物事をポジティブに捉えることができ、メンタル面で楽に生きられる気がした。

【参考文献・引用文献】

橋本京子・子安増生 京都大学 (2012). 『樂觀性とポジティブ志向が幸福感に及ぼす影響』
https://www.jstage.jst.go.jp/article/sjpr/55/1/55_178/_pdf/-char/ja

文部科学省 (2013). 『「我が国と諸外国の若者の意識に関する調査」における国際比較』
資料 2-2 (最終閲覧日: 2023 年 12 月 6 日)

https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/gijiroku/_icsFiles/afieldfile/2017/06/23/1387211_08_1.pdf

不破雷蔵 (2014). 『日本の若者が抱えるネガティブシンキング、各国比較で上位独走!?!』
ガーベージニュース

<http://www.garbagenews.net/archives/2168639.html>

橋本京子 京都学園大学 健康医療学部 言語聴覚学科 (2017). 『ストレスフルイベントへの対処と精神的健康にポジティブ志向が果たす役割 — 生涯発達過程で遭遇するイベントと突発的に遭遇するイベントとの比較 —』

[file:///C:/Users/81808/Downloads/41-50%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/81808/Downloads/41-50%20(1).pdf)

キムスヒョン (2019). 『私は私のままで生きることにした』 (訳者 吉川 南) ワニブックス

榎本博明 (2022). 『自己肯定感が高い欧米人と低い日本人、何が違うのか? | イライラ・モヤモヤ職場の改善法』

<https://diamond.jp/articles/-/296174>

“ギャンブル”から身を引くには

総合政策学部 総合政策学科

福田 卓

目次

1. はじめに
2. 先行研究
 - 2.1 ギャンブル依存症の現状
 - 2.2 ギャンブルにおける自己責任の概念
 - 2.3 多重債務問題について
 - 2.4 政府の取り組みと調査の必要性
 - 2.5 ギャンブルと部分強化との関連性
 - 2.6 オンラインギャンブル
 - 2.7 補足
3. 研究目的
4. 研究対象
5. インタビュー調査
 - 5.1 これまでの自分自身の経験
 - 5.2 Rさん、Kさんのインタビュー結果
6. インタビュー結果の比較、対策、提案
7. 結論
8. おわりに

1. はじめに

私は以前、中毒者とまでは言わないが、大のギャンブル好きであった（現在は完全にやめている）。日常生活の中でギャンブル好きの友人と会う機会が非常に多く、その友人との付き合いもあり、ギャンブルをすることがよくあったのだ。実際、期限付きのアルバイトをしていた私は、無論その期限が過ぎると無職になり、そういった状況の中、私はほぼ毎日のようにギャンブルをしていた。その期間は正直なところ中毒者になりつつあったと自覚している。それに伴い、今まで、ギャンブルによって人間が壊れていく姿を何度も目にしてきた。友人のためでもあったが、私自身これ以上ギャンブルにのめり込めば、中毒者になり得る可能性が十分にあったため、昨年の進級論文では"ギャンブル中毒者はなぜギャンブルをやめられないのか、どうしたらやめられるのか"を主に研究した。しかし、今回の卒業論文では、私自身の経験を絡めてギャンブルをやめられた要因にベクトルを向け、ギャンブル中毒者がギャンブルをやめることはあるのか、個人的なきっかけをもとになぜ自分はギャンブルをやめられたのか（離れられたのか）を追及していき、果たして自身の経験から導き出された結論は、自分より重度の中毒者にも通用するのかを研究していく。

2. 先行研究

2.1 ギャンブル依存症の現状

本論文を進めるにあたって、ギャンブル依存症のみならず、他の依存症(中毒)と比較した上で少し触れておかなければならない。

ギャンブル依存症は、競馬や競輪から始まり、パチンコやパチスロ、そしてカジノなどの多様な形態へと広がっている。これにより、個別の行動や社会問題が引き起こされ、これに対する適切な対策が求められている。かつてはギャンブル依存による借金やその他の社会的な問題が報告され、これに対する対策が不十分であった。また、最近話題になっているカジノの合法化により、ギャンブルに対する「依存」が増加するのではないかという懸念が存在する。また、新たな依存症としてネット、ゲーム依存が浮上しており、これは

インターネットやスマートフォンの普及に伴い増加している。ネット・ゲーム依存も精神疾患として一定の理解が進んでいるが、一般的には依存症と認識されにくいこともある。これらの状況下で、ギャンブル依存症やネット、ゲーム依存に対する予防や治療においては、医療従事者や一般社会が協力し、理解を深めることが必要であるが、本論文では異なった視点からの解決を目指す。また、新たな依存症が出現する可能性も考慮しながら、総合的な対策を検討すべきである。

そもそも、ギャンブルが娯楽の域を逸脱し、一部の人々に社会生活障害をもたらす問題は、国際疾病分類第 11 回改訂版 (ICD-11) において、インターネット使用の広がりとともに一つの病態として認識された。本論文では、この背景に基づき、ギャンブル依存症だけに焦点を当て、まずこれが引き起こす健康問題と社会的影響について検討、考察する。樋口進 (2023 年 9 月 20 日)「行動嗜癖」 p 4 より

2.2 ギャンブルにおける自己責任の概念

これから行うインタビューに伴い、金銭の損失が多く、時には取り返しのつかない結果を招く現象に主に焦点を当て、自己責任と中毒への視点の調和について考察する。価値観の違いによって生じるギャンブル障害に対する視点の多様性を理解し、当事者が持っている価値観をすり合わせることを目的とする。ギャンブルに伴う金銭の損失が高額で、時には深刻な結果を招く一方で、今の私のようにその行為を敬遠するようになる人々も存在する。本論文では、これらの価値観の違いがギャンブル障害に対する解決、緩和にどのような影響を与えるかを考察する。一部の人は、過度のギャンブルが自己責任であり、病気ではなく本人の気持ちの問題であると捉えるであろう。この視点に基づく社会における孤立や苦しみの連鎖に注目し、その結果としてのギャンブル離れの複雑性を明確にする。

当事者はその背後に存在する精神疾患の有無を確認し、気分障害、統合失調症、不安障害、薬物使用障害などの判別を行い、それに見合った治療や方法を見つける必要があり、自己責任論と病気の視点の調和が求められる。

よって、病気としての側面を理解し、自己責任のみに焦点を当てないということが大事になってくる。樋口進 (2023 年 9 月 20 日)「行動嗜癖」 p 34 より

2.3 多重債務問題について

本論文を書き進めるにあたって多重債務問題は避けては通れない問題である。不安定な就労、心身の健康問題、被災、離婚問題などによる多重債務問題は今の日本における社会問題として広く議論されている。家族の借金問題など (これは既婚者の場合)、これに関連する問題は数えたらきりが無いが、その歴史は古く、1977 年にはサラ金業者を含む消費

者金融業者が依存症の問題に直面していた。債務整理の現場では、報道がしばしば、批判的であり、第一次サラ金パニックと呼ばれるほどの騒動が生まれた。これにもかかわらず、多重債務の問題は依然として存在しており、ギャンブル障害やそれに関連する過剰貸付や高金利の問題が解決されない限り、借金問題だけが売上高に直結する状態が続いている。また、2007年からの貸金業法の改正により、ギャンブル障害は法的に過剰貸付されることがあるが、経済的な困窮が完全に解消されたわけではなく、社会生活上での課題や問題は依然として存在している。

例えば、キャバクラでの支出が50万円、趣味に関する購買が50万円、旅行に20万円、パチンコに20万円といった典型的な浪費の例では、極端にのめり込む対象が明確であるため、借金の目的も明快だ。よって、債務整理を通じて生活を立て直し、きちんと反省すれば、浪費が終息することがある場合がある。これはクレジットカードの利用限度枠が残っていたり、新たな借入れが可能だったこと、お金の使い方に対するルーズな癖を改める契機を逸していたことを示している。コントロールできなかったわけではなく、むしろコントロールする動機づけが欠如していただけといえる。一方で、ギャンブル中毒に苦しんでいる場合（後に出てくるポーカー）に借金を重ねている状況では、元々コントロールが難しい状態であり、動機づけがあろうとも、反省があろうとも、ギャンブルに赴くことを抑制することは難しい。樋口進（2023年9月20日）「行動嗜癖」p56より

2.4 政府の取り組みと調査の必要性

ギャンブル等依存症対策基本法（2018年）においては、政府がギャンブル等依存症に関する定期的な調査を行い、その実態を把握することが求められている。この調査は、ギャンブル行動に関連する健康問題や社会的影響に対する理解を深め、対策の実施とその効果の評価に資するものと期待された。しかし、ギャンブルは個人だけでなく家族や地域社会にも悪影響を及ぼす問題であり、多重債務、貧困、虐待、自殺、犯罪などさまざまな被害が報告されている。これらの社会的影響は、単なる娯楽の範疇を超え、深刻な問題として考える必要がある。

では、なぜギャンブル行動が選ばれるのかという問いに焦点を当て、その行動の本質と選好逆転現象について研究する。ギャンブルは主に部分強化された行動であり、その特性が行動の維持を困難にしている。ギャンブルをやめることができた者が再びギャンブルに戻る現象、通称「スリップ」は、選好逆転と呼ばれる心理現象からきている。将来の報酬の価値が目先の報酬を下回るという選好逆転は、ギャンブル行動において頻繁に発生するのだ。遅延報酬割引は、将来の報酬が遅れることによりその価値が低くなる現象であり、ギャンブル中毒者やそれだけでなく、他の薬物依存症患者などにおいて特に高い程度が観察されている。この現象がギャンブル行動において、非常に大事になってくる。

樋口進（2023年9月20日）「行動嗜癖」p12より

2.5 ギャンブルと部分強化との関連性

つぎに、ラットを対象とした実験とギャンブル行動における部分強化効果にベクトルを向けることで、ギャンブル行動の複雑性を明らかにする。行動が刺激と結びついて増加する現象を「強化」とし、その強化が行動ごとに連続的に行われる場合を「連続強化」と、不定期に行われる場合を「部分強化」として定義する。ラットを対象にした実験では、連続強化条件の状況下でレバーを押すと餌が出現し、その後餌が出現しなくなるという条件を設定する。この変化に対して、ラットは徐々にレバーを押さなくなり、最終的には餌が出現する前の頻度でレバーを押すようになった。この過程を「消去」と呼ぶ。学習された行動が消去されると、行動の頻度は低下し、元の水準に戻る。消去は強化子の出現が絶えることによって引き起こされる。また、部分強化された行動は連続強化よりも消去されにくいという性質があり、これを「消去抵抗」と呼び、「部分強化効果」として定義する。この効果により、部分強化された行動は持続的である可能性が高まる。ギャンブル行動では、勝つことが強化子となり、毎回勝つわけではないため部分強化される。このことから、ギャンブル行動は部分強化効果が働き、その消去抵抗が強く、行動の継続が難しい可能性が示唆される。そして、部分強化効果とその消去抵抗の理解は、行動変容や依存症のメカニズムに関する理解を促す。本論文では医学的視点からの解決は求めているが、効果的な介入策や治療法の開発に寄与することが期待される。

樋口進（2023年9月20日）「行動嗜癖」 p30表を参照

2.6 オンラインギャンブル

新型コロナウイルスの世界的な流行に伴い、オンラインギャンブルが急速に広まった。この急激な変化は、従来のギャンブルの枠組みに新たな課題を生み出すものであり、特にオンラインギャンブルの普及とその規制に関する総合的な議論が求められている。

オンラインギャンブルはその多様性において注目を集めている。公営ギャンブル、パチンコ・パチスロ・麻雀のオンライン化、ポーカー、など、さまざまな形態が存在し、これらのギャンブルは手軽に利用でき、クレジットカードや借り入れによる支払いが容易である反面、高額の損失リスクが伴う。

オンラインギャンブルの特徴は、他者とのやり取りがなく、人間関係のストレスを感じずに行える手軽さにある。（これは進級論文における中心的テーマ）この特徴が人気を呼んでいる一方、問題が発覚するまでに時間がかかることが懸念される。また、日本国内で合法でないギャンブルが実際には使用されている実情も見逃されている。

公営ギャンブル以外でも合法的に運営されているオンラインギャンブルが日本で広く利用される中、国内においてカジノが導入されるようとしている現在、オンラインギャンブル

ルの規制に関する議論が激化している。この議論は、オンラインギャンブルがもたらす潜在的なリスクと安全性を検討し、適切な法的フレームワークを整備する必要性を指摘している。オンラインギャンブルの急速な普及は、その利便性と損失リスクの増大という二面性を抱えている。これに対処するためには、現行の法制度を見直し、適切な規制や保護策を整備することが必要だ。国内で合法的に提供されるギャンブルの枠組みを検討し、健全なギャンブル環境の確立に向けた対策が課題となっており、今後は、国際的な協力を含む包括的なアプローチが求められるだろう。樋口進（2023年9月20日）「行動嗜癖」p19より

2.7 補足

伝統的に、ギャンブルとゲームは異なる活動と見なされてきたが、テクノロジーの進歩に伴い、その境界はますます曖昧になっている。ギャンブルは主に金銭的なリスクを伴いながら、偶発的な機会によって提供される報酬を得ることが特徴である。一方で、ゲームは偶発的な機会を積み重ねながら、技術的な操作によって進行する。ギャンブルとゲームの両方で、参加者は偶然の事象によって管理されながら、金銭などの報酬やクレジットを蓄積する。例えば、スロットマシンでは金を賭けてボタンを押し、グラフィックや効果音などの刺激を受けながらボーナスなどの報酬を獲得する。一方で、ゲームに関しては最初は金銭を必要としない場合があるが、無料で遊べるゲームであっても、追加機能や有利なアイテムを入手するためにプレイヤーに課金を促すことが一般的である。このように、ギャンブルには技術的および競技要素が取り入れられたゲーム機能が組み込まれつつあり、逆にゲームにはランダムに決定される結果や報酬、アイテム獲得などギャンブル的な要素が含まれるようになってきている。

その境界はますます曖昧になっており、海外で広まっている「ルートボックス」もゲームでありながら、ギャンブルのような偶然の機会を提供している。ルートボックスはアルゴリズムに基づき、武器やその他のアイテムなどをランダムに手に入れるゲームだ。これらのアイテムはゲーム内でプレイすることで獲得できるが、実際に金を支払っても入手できる。これらのアイテムには、ゲーム内での利用に役立つものや、外観を変更するためのスキン（ゲームの進行においてアドバンテージを提供しないもの）が含まれる。これらは通常、ゲーム内でのみ価値があるが、一部はゲーム外で販売したり、クレジットを獲得してギャンブルしたりできるものもあるという。オンラインゲームには、ギャンブルの要素が追加されており、ソーシャルメディアサイトなどでは、ポーカー、ルーレット、スロットマシンなどのギャンブルを模倣したソーシャルゲームも存在する。

上記の先行研究を踏まえ、2人の友人に協力を仰ぎ、本論文を進めていきたいと思う。

3. 研究目的

現在も、私の周りには多くのギャンブル好き、または中毒者がいる。彼らは毎日ギャンブルに明け暮れながらも、楽しく人生を謳歌している。ここで「ジェンダーの差」という問題が出てくるが、たまたま私の周りには男性の中毒者の例が多いただけであり、世の中には女性の例も多くある。老若男女問わず、彼らと自分との差は一体なんなのかを詳しく分析したいと思い今回の研究に至る。

また、本論文の前提として、今回は医学的にギャンブルを止める方法ではなく、病院などには通わずギャンブル離れを狙うことを最終目的としたい。

4. 研究対象

4.1 Kさん

一人目は昨年まで、同じ大学に通っていた友人Kさんである。

Kさんは現在、大学卒業後アミューズメントカジノで働いている。在学時はよく一緒にギャンブルをして遊んでいた仲である。ギャンブル好きが高じて卒業後もギャンブルに携わることがしたいということから今の仕事をしている。Kさんには、現在の自分をできるだけ客観視してもらい、ギャンブルから抜け出せないのは当たり前だという前提の元、動く金額の規模やハマってきた過程、何がそんなにお金を使わせているのかなどを聞き、私自身の経験と比較しつつ、共通点であったり、原因の元を考察していく。大学在学中もかなりの頻度で会い、社会人となった今でも時々交流がある仲のため、彼には、以前はなかなか聞けなかった深い話を、彼自身から少し距離を置いた視点で話してもらうよう尽力していきたいと考える。

4.2 Rさん

2人目は現在大学休学中の友人Rさんである。

昨年の進級論文でも協力していただいた同じ大学に通う友人である。彼は現在、大学を休学しており、ギャンブルで生計を立てて生活している。進級論文では聞くことができなかったより核心に迫るようなお話を聞きたいと考えている。

5. インタビュー調査

今回は、今現在もギャンブルをしている 2 人の友人に、自分との差は一体なにか、彼らはなぜ止められないのか、自分はなぜ止められたのかを調べるためにインタビューを行った。上記に記載があるように、今回は自分よりもギャンブルに詳しく、中毒者だと思われる K さん、R さんにインタビューする。彼らは今もなおギャンブルにハマっており、私では気づかないこと、ここまでハマるといことは、彼らなりの止めない何かがあるということが必ずあると思ったため、協力していただくには最適だと考え、インタビューは 2023 年 11 月 2 日(木)、それぞれ、午後 1 時～3 時、4 時～6 時頃に対面で行った。

5.1 これまでの自分自身の経験

● ギャンブルにハマったきっかけ

私は、過去にアルバイトをしていない約 2 か月間でパチンコにハマってしまい、明確な頻度などは決まっていなかったものの、時間があればパチンコに行くという習慣を送っていた。今回の研究において協力していただいた対話相手の先輩がハマっているギャンブルとは種類が異なるが、ギャンブルにハマっているという事実には変わりなかった。ただ、現在は一つのアルバイトをしているため生活が困窮しているというわけではない。生活できないまでにギャンブルにハマってしまうと取り返しがつかなくなるという考えが頭の片隅にあったからだ。大学入学後は、周りの友人がほとんどギャンブルをする人間であり、その付き合いで時々やってはいたものの、中毒者にはなっていなかった。おそらくアルバイトがなくなり、自由な時間が増え、お金を稼ぐというよりも遊びの延長線でパチンコに行っていたのだと思う。ゆえに、ギャンブルにハマったこれといった大きなきっかけというものは曖昧である。言ってしまうえば、気がつけばパチンコにハマっていたという言い方が適切なのかもしれない。

● ギャンブルをやめられた要因

自己分析をした結果、ギャンブルをやめられた要因は間違いなくギャンブル以外の他のことに熱中できたからだ自分では考える。パチンコにハマっていた時期というのは、大学 3 年時(夏)であり、ちょうどその頃は就職活動にかなり力を入れていた時期でもある。正直気がつけばパチンコに行こうという気持ちは全くなく、とにかく内定を取りたいがために、必死に就職活動に没頭していた。そして、実際に就職活動が終わった頃には、自分の頭の中にはギャンブルという文字はなかった。進級論文では他の趣味をまずは見つけるという解決策を見出したが、趣味とは言わずともギャンブル以外の何かに熱中できたこと

で実際にギャンブルから離れることができたのである。もちろん個人差はあるものの、私にとってのギャンブル離れはこれらの出来事が大きな要因となった。

- どのように好きだったか

ある物事を好きというのとハマる(依存症)というのにはある意味紙一重だと思う。私がギャンブルにハマっていた時期は正直そのことしか考えられなかった。明日はどこに行こう、どのように稼ごう、一人で行くか、誰かと行くか。要は生活の中心がギャンブルだったのである。これはギャンブルが好きかと問われた場合、もちろん好きではあるが、依存症に近いものだということが分かる。別にそれが悪いと言っているわけではない。何かに熱中することは決して悪いことではなく、他のことが疎かになってしまうまでハマってしまうとさまざまなことに支障をきたすのである。

5.2 Kさんのインタビュー

- ギャンブルにハマったきっかけ

私 Kさんってなんでそもそもそんなギャンブル中毒になったんですか？

K なんでやろなあ？あーでもギャンブルを仕事にしようと思ったのと一緒に、1回の時に友達がアミューズメントでディーラーしてんの見て、自分もやりたいなあって思ったのがきっかけちゃう。それで、だんだんアミューズメントに通い始めてポーカーが好きになっていってどんどんハマっていったって感じやなあ。最初は全然遊びついでに行ってたんやけど、だんだん学んでいくうちにこれで稼げるんちゃうって思い始めたよな。

私 やっぱり今に至るまでに結構勉強したんですか？

K 自分で言うのもアレやけど、かなり勉強はしたなあ。勉強せな負けるっていうのもあるけど、純粹に勉強するのが楽しかったなあ。結局ポーカーが好きなんやろなあ。好きじゃなかったら勉強する気にもならんし、稼ぎたいとも思わんからなあ。でも俺が好きなのはポーカーだけやで知ってると思うけど、俺他のギャンブルやってないやん？まあ1回ハマったら、それをとことん極めたいって言う俺の性格もあると思うけどな。

- ギャンブルをやめられない原因(自己分析)

私 ギャンブルは抜け出せないと考えられている中で、なんでギャンブルをやっているん

ですか？

K これはギャンブルやっているやつは全員共通してると思うで、絶対に自分だけが勝てると思ってるからやな。あと、俺は単純にお金持ちになりたいからやってるっていうのもあるなあ。

私 自分的にギャンブルやめる方法(抜け出す)ってなんだと思います？

K ギャンブルを止める方法？いやー、そんなこと考えたこともないなあ。ギャンブル止める方法を考える暇あったら俺はポーカーするなあ。多分ギャンブルやめる方法を考えたこと。あるやつは、そもそもギャンブル中毒にはなってない気するわ。

私 今の自分を客観的に分析してみてギャンブルしてる自分どう思います？

K めちゃくちゃ輝いてるなあ。(爆笑) こんなこと言ってるから、ギャンブル止められへんねんなあ。普通はギャンブルしてる自分を輝いてるとか言わへんからな。お前はこんなんなったらアカンで。

私 大丈夫す。間違ってもならないす。一日の MAX の勝ち額、負け額教えてください。

K 韓国のカジノでめちゃくちゃ勝ったのは覚えてるわ。でも、その後すぐ 300 万負けたから。結局、その勝ち額も勝ちちゃうなあ。て考えてみると、俺負けすぎちゃうまじで頭おかしいやろ。

私 そもそも何でギャンブルを仕事にしようと思ったんすか。

K それはもう毎日ポーカーできるからやな。大学入って、友達がアミューズメントでディーラーしてんの見ていいなあとは思ってたけど、まさか自分がやるとは思わなかったな、でも、毎日ほんまに楽しいで、

私 でも何がそんなにお金を使わせてるんすか。

K ロマン 1 択やな。さっきも言ったけど、俺にはお金持ちになりたいって言う夢があるから、その夢に向かって毎日好きなことに熱中してる感じかな、まあでもギャンブルで 1 億稼いだら、さすがに俺も辞めると言うなあ。1 億あったら十分やろ！

私 ギャンブルにのめり込んでいく中で、誰か止めなかったんすか。

K こればかりはマジで1回も止められたことないなあ、たくもわかると思うけど、俺らの周りギャン中しかおらんやん、あいつらが止めるわけないやろ、止めるどころかもっと促してくるやつばかりやわ、今考えたらあいつら止めろよ。まああいつらも今は立派に働いてるからなあ。俺も働いてるんやった。

- どのように好きか

私 そもそもなんでそんな好きなんですか？だって好きじゃないとこんな何年もやり続けられないでしょ？

K 何なんやろなあ。でもこれだけは言えるな。たくとか普通の人よりは絶対にギャンブルを愛してるなあ。でもいざこうやってなんで好きかとかどれだけ好きかとか聞かれるとあんまりうまく答えられないなあ。ギャンブルが好きっていうのと同時にお金も好きなんやろなあ、結局さっきも言ったけどお金がいっぱい稼げると思ってやってるから、結局お金が好きにつながるんかなあ、待って俺ってお金好きなん？たくとかと遊んでた大学4年間も結局他の事はやらずにずっとポーカーしてたからなあ。今のところはポーカーより好きなこともないし他の趣味もないしそれだけギャンブルが好きなんちゃう。

5.3 Rさんのインタビュー

- ギャンブルにハマったきっかけ

R 幼い頃からおじいちゃんが毎年年末、好きな番号言いな言われてお金が増える場面を見て、いいなあて思ったのが根幹かもなあ…、

私 じゃあおじいちゃんがきっかけなんですか？

R いやでも元から勝負事が好きで、でもがつつり始めたのは大学1回の頃先輩にポーカーを教えられた時かな。周りもみんなギャンブルをしていたからなあ。

私 これまでの過程教えて欲しいです。

R 1回生の頃はゲームとして楽しかったな。初め負けたけどやっていくうちに上手くな

りたい、勝ちたい向上心が芽生えてきたわ。

私 あーマジわかりますそれ。

R でもそこから勉強するようになったで。

私 なるほど。おれは勉強しよとはならんすわ。

R : まあ勉強し出したらある意味終わりやな(笑)

私 Rさんはもちろん抑制できてないっすよね？おれもほぼそうすけど(笑)

R 結局メンタルコントロールが上手な人とそうでない人やなあ。ポーカーを例に出すと一回勝つと舞い上がり弱い手札でもゲームに入ってしまう、その根底にはやっぱりメンタルコントロール、自分のメンタルをコントロールすることができる人、負けて辞められる人が本物やな！カチッ(ここでなぜかタバコを吸う)

私 他の趣味を見つけることで辞められると思うか？ R: いいや、他の趣味はあるけど、結局ポーカーを超える楽しいものはない、オンラインで常に24時間できるてのがあるから気軽にできる。みんな携帯を手放さず持っているように、切っても切れへん存在やな。

私 Rさんて自分中毒者だと気づいてんすか？

R 気づいてないで

私 ですよね。

R だってポーカーやってない時不安になったり、普通にみんながおるところでもやってまうからなあ、え、これって客観的にみたら中毒者なんかなあ。

● ギャンブルをやめられない原因

私 去年の自分と比較してみて、少なからず感情の変化はあると思うんですけど、改めてなんで自分は止められないと思います？

R さっきKさんの話チラッとだけ聞いたけど、俺はKさんとは少し違って、別にそんなお

金も好きじゃないし、お金に執着心はないねんな。まあ純粋にポーカーが好きってだけで、自分でもなんでやめられないかわからへんねんけど。多分ロマンを追い求めてんねんなあ。あの勝ったときの興奮は、何事にも変えがたい。何かがあんねんなあ。だから今考えてみると、同じギャンブル中毒でもそんなにお金に執着がない人とお金のためにやってる人両方おると思う。もちろん俺もいっぱいお金が入ってきた時は嬉しいけど、それよりもやっぱり勝ったときの気持ちが忘れられないから今でもやり続けてると思う。でもそう考えるとおもしろいよなあ。ギャンブルをやり続けてる理由は違うのにお互いに何故かやめられないよー。やっぱギャンブルっておもしろいよなあ。奥が深いと思うわ。

私 目的は違えどギャンブルをやり続けるってことは何か義務感みたいなものもあるんすか？

R それは俺にはないなあ、ただ単におもしろいからやってるっていうのもあるし、義務感っていうのも違うけど、シンプルに生活するためっていうのもあるで。でも、それは義務感じゃなくて、生活するためだったらバイトしたほうがいいけど、俺はそれをしてないっていう事はポーカーが好きなんやろな。去年からの感情の変化としては、少し自分も社会人として働かなあかんでいう感情はほんの少し芽生えては来てるけど、でもやっぱり今ギャンブルを止めたいかって言われたら絶対にそうではない。好きな事は若いうちしかできないし、自分でもここまでハマったことをこれしかないねんなあ。俺の場合、音楽を聴くことも好きやから、今はいっぱい自分の好きなことをして生活してるつもりやで。

● どのように好きか

私 去年はざっくりとしか聞けなかったんですけど、1年経って感情の変化とか踏まえた上でギャンブルをどのように捉えながらやっていて、どういうところがどう好きなんすかね？

R これは俺の場合ギャンブルって言うよりもポーカーになってまうんやけどいいかな。(考え中)俺が思うに大きく分けて3つやな。

まずポーカーはギャンブルの中でもダントツでギャンブル性が強い方だと思う。俺の周りが多いだけかもわからんけど、大体ギャン中のやつはパチンコとかよりもポーカーにはまってるやつの方が多いなあ。もちろんそれだけ価値額も負け額も大きいし、その場の感情で後先考えないやつが多すぎるっていうのも事実。これはあくまで持論だけけど、パチンコと違ってやっちゃいけないのはわかってるけど、やってるやつが多くて、自分でも制御が効かなくなる場合が多いと思うんだけど、ポーカーの場合は、ほんとにポーカーが好きで、

ある意味ギャンブルとしてじゃなくて、単純にポーカー自体を愛してしまっているっていうのが根底にあると思う。でも裏を返せば、ポーカー以外のギャンブルをやっているやつは、自分をギャンブル中毒って気づく可能性はあると思うけど、ポーカーの場合は、ポーカーをギャンブルとして認識しないままやってもうてるから、自分がギャンブル中毒だって気づかないことの方が多いと自分では思う。去年との違いはそこやな。雀の涙やけど、少しは自分を客観視して見れるようになったかな。俺偉すぎやろ。

私　じゃあ少しは賭け額とかは少なくしていったらいいんすか？

R　いや、それは全くなってへんな！そこは妥協したらあかんやろ。腐っても俺はギャン中やからなあ。ほんで2つ目や。

海外のカジノとかだったら普通に大人の社交場みたいな感じになってんねんな。それが俺好きやねん。なんかポーカーを1つのコミュニティとして認められてる感じがして。まあ、月1で必ず韓国のカジノにポーカーしに行ってるんねんけど、そもそも日本じゃ違法だからそういう場がないっていうのはあるんやけど、そういうところでのコミュニティってすごい面白くて、基本的に日本語は誰にも通じないんやけど、英語とか、韓国語で海外のギャン中と話す会話ってめっちゃおもしろいよな(爆笑)。まさか俺もポーカーを通じて英語とか韓国語がちょっと上手くなると思わなかったわ。これはもちろん日本人じゃないっていうのもあるし、育ってきた環境、性格、その国の文化も絶対に関係してると思うんやけど、ギャンブルにおける価値観も日本人とは全くちゃうなあ。ざっくり言うと海外の人はアグレッシブやな。目先の勝負に全力を注ぐ感じやわ。なんとなく想像はつくと思うんやけど、カジノでも勝った時に海外の人は、喜怒哀楽を全部表に出して表現する反面、日本人てあんまりそういうことせえへんやん。もちろん俺もしないんやけど(笑)。だから、強い弱い関係なく、プレイスタイル自体が全く違うから、なんか一緒にやっててすごいおもしろいよな。あれはやめられへんわあ。普通に喫煙所とかで海外の友達ができたしなあ。こんなポーカーやってへんかったら絶対に経験できてないことだから俺的には良いことだと勝手に思ってるで。

私　月1で留学行ってる感覚じゃないすか(笑)。でもおれはそんなことぶっちゃけ経験できないんでギャンブル通じてそんなことがあるのは結構おもしろいすね。

3つ目は今AIとかが発達してるから、その場の状況に応じて、最適解をAIが導出してくれんねん。その最適化と、自分の感覚を照らし合わせながらポーカーするのが好きやな。今のAIってすごくて勝率とかもビタビタに出してくれるんやけど、かといって、指示通り

に動いたら絶対勝てるってわけじゃないねんな。AI よりも自分の感覚を信じて勝つ時もあるし、負ける時もある。それがまたおもしろいねんなあ。人工知能が絶対じゃないってことをポーカーが証明してくれてるわ(笑)。俺はAI に負けへんで。

私 それはすごいす。AI 信じて負けたら、たまったもんじゃないすけどね(笑)。

R まあ大体こんな感じかな。でも、私情入ってるかも知れんけど、老若男女問わず愛される競技だと思うわ。国とかでも、ぶっちゃけ色んな人居るし、若い人が強くて、老人が弱い、老人が強くて、若い人が弱いてっていうのは全くないねんな。それが不思議なところで、もちろん知識量とか勉強量とかも関わってくると思うんやけど、それだけじゃ強さは測れないからあれだけ片寄りが少ないと思うわ。ポーカーの熱が冷めへん限り、俺はやり続けるし他の国に行って、また違う国の人と戦いたっていう気持ちもある。違う国に行けば、またいろんな国の人とも出会えるし、いろんな話を聞けるし、ポーカーに関しての知識も深まるから、いろんな国に行ってポーカーしたいなあ。

私 なんかそれはそれでポーカーを通じて、何か R さんにとってすごい良いものを探してる感じがしていいすね(笑)。上手く言えないすけど。

6. インタビュー結果の比較、対策、提案

今回、K さん、R さんにそれぞれインタビューを行い、2 人と自分を比較したときに印象に残った点がある。それは、ギャンブルをやり続ける意義、目的は違えど、彼らは「ロマン」を追い求めているということだ。今回の場合、K さんは億万長者になるためという絶対的な目標、R さんは、とにかくポーカーが好きでそれを通じていろいろな出会い、価値観を探しているという異なった理念があったが、2 人に共通しているのは勝った時の幸福感を求めた先のロマンである。そして2 人には、基本的にギャンブルに勝る趣味、熱中できるものがないということだ。(R さんには複数の趣味があるが、ギャンブルが圧倒的存在)

さて、本論文の趣旨でもある、なぜ自分がギャンブルをやめられたのかという問いに対して、インタビューから得た答えは、ハマっている期間が長ければ長いほど抜け出すのは困難であるということである。私は幸いにも、2、3 ヶ月という期間だったからこそすんなり抜け出せかもしれないが、ギャンブルに没頭している期間が長い2 人の話を聞くと、がやめられないというよりは、知らぬ間に、手放すことができない存在になってしまうと感じた。しかし、R さんのインタビューの後半にもある通り、ポーカー(ギャンブル)を通じて新たな出会い、さまざまな発見があったという事実もある。ゆえに一概にギャンブルが悪という決めつけもよくないとは思いますが、働いていない自分について考える時間が増えた

と聞いたときには、友人として正解かはわからないが心配してしまった自分もいる。

主な対策、提案としては、もはやここまでギャンブルにハマっている以上、無理やり制限し、やめる方が逆効果であろう。2人のようなギャンブル中毒者を縛ってしまうと**2.先行研究**でも記した通り「スリップ」が起きてしまうだろう。Kさんに関しては、働いている中で、休日の自分の時間を使ってポーカーを楽しんでいるのであり、自立していないわけではない。対策や提案というよりも、周りの友人に借金をしたり、精神的に参ってしまうことがないように願うことが今私にできる最善の選択である。Rさんに関しては、自分を客観視する時間が増えたということから、去年とは違い、徐々にではあるが自分を見失う危険性は低くなっている傾向がある。無理にギャンブルから離れ、明日から他のことに熱中し、忘れろという方がかえって彼を苦しめることになる。彼が言うように、今は全力で好きなポーカーを楽しみ、いろいろな人と出会い、たくさんの価値観を吸収してほしいと私は思う。もちろん私はギャンブル中毒だからといって2人と友人関係をやめるつもりは一切なく、ギャンブルが原因で2人が病んでしまうなどといったことがないように願っている。

現在、**昨年**の進級論文で取り扱ったオンラインポーカーに関しては、昨年より規制がより厳しくなり、違法とはされていないものの、上記の2人の友人はまったく遊戯していないことを断っておく。

7. 結論

ギャンブルというものは、ハマっている時間が長ければ長いほど抜け出すのに時間を要する。そして、当事者にとってギャンブル以上の何かを見つけられない限り、その恐ろしさに気がつかないのである。私の場合は、人生を大きく左右する最も重要な期間の一つでもある就職活動とギャンブルを天秤にかけた時に、前者の方を優先した結果ギャンブル離れに成功したのである。しかしこれはある一例に過ぎない。中毒者それぞれに見合った離れ方があるのだ。本論文の調査で露呈したのが、ギャンブルから距離を置くのには時間がかかるということ、そして無理に颯爽と離れようとするのはかえって逆効果を生むのではないかということだ。よって、ハマるのも抜け出すのもギャンブル中毒はその複雑性と深刻さ故に、時間のかかるプロセスなのである。また、環境とも関連しており、社会的な要因や対人関係も考慮する必要がある。これらの要因を改善するには、多くの時間が必要である。

8. おわりに

今回、ギャンブルの恐ろしさを改めて実感したと同時に、**5.3 Rさんのインタビュー**の後

半にもある通り、その少しの多様性に似たものを学べた気がする。本論文全体を通して、一つ言えることは、ギャンブルには簡単に人を変えてしまう力があるということ。そして意外にも日常生活において、中毒者になり得るきっかけ、要因はありふれている。人間であれば誰しもがハマってしまう可能性は 0 ではないということだ。早い段階で離れられた自分は幸運だと断言する。今、私が自分のためにすべきことは、「スリップ」を防ぐため、ハマるきっかけを作らないことであり、今ではまったくギャンブルに対して魅力を感じていないが、過去の事例があるため決して安心はできない。春から社会人となり、限られた時間の中でギャンブル以外の自分にとって楽しいと思えることを続けていきたいと考えている。そしてギャンブルが原因で、精神的、身体的に病んでしまう人々が少しでも減るよう願うばかりだ。以上をもって本論文は終わりとする。

【参考文献・引用文献】

樋口進 国立病院機構久里浜医療センター (2023)

「行動嗜癖」 ―ギャンブル障害・ゲーム障害等の実態と対策

「ゲームとギャンブルの融合」(2021)『CAPCOM OG』

<https://www.capcom-og.com/%E3%82%B2%E3%83%BC%E3%83%A0%E3%81%A8%E3%82%AE%E3%83%A3%E3%83%B3%E3%83%96%E3%83%AB%E3%81%AE%E8%9E%8D%E5%90%88/>

コレクターのグッズ収集の実態と心理 ～大学生女性に焦点を当てて～

藤田晴可

1. はじめに

私は中学2年生の頃からポケットモンスター（以下ポケモン）のゲームを始めたのをきっかけに、ポケモンが好きになり、そこから度々ポケモングッズを買うようになった。その趣味は大学4年生になった今でも続いており、身の回りはぬいぐるみやポーチなど、ポケモンのグッズであふれている。大学に入る前からポケモンのグッズは集めていたが、アルバイトを始めて金銭的に余裕が出てきてからグッズ収集が加速し、身の回りのものの多くがポケモングッズになり、初対面の人に「ポケモン好きなの？」と聞かれる機会も多くなった。その流れでポケモンのゲーム、アニメなどの話になることが度々あった。しかし、私はゲームをしていると言っても、対戦やストーリーが好きでとても詳しいというわけではない。また、アニメに関しては幼い頃、兄が観ているのを隣で観ていただけで、本格的にポケモンにハマってからは観たことがない。それまでは漠然と「ポケモンが好き」と感じていたが、私はポケモンの何が好きなんだろう。と考えるようになった。そこで、「私はポケモンのキャラクターや世界観が好きなんだ」、と言う考えに至った。その後もグッズ収集は続けており、最近ではグッズを置く場所に困るようになり始めた。次々にグッズを買うが、古いものを捨てる事はなかなかしないので、当たり前になる問題ではあるが、この現状に対して、私はどう向き合うべきなのか。また、私のようにグッズを集めることは人にどのような影響を与えるのか、どのような思いで収集をするのか、研究を進めて行きたい。

2. 社会的な意義、必要性、思い

コレクターのジャンルは、貨幣、切手、骨董品や美術品から、トレーディングカードまで、無数にあると言える。近年ではアニメ文化の普及から、アニメグッズを集める人の人口が増えたり、新型コロナウイルスの影響で外出する機会が減り、コロナ前と比べて10万円以上の絵画を購入する人が12%増加したという。（アート数奇, 2022）マーケットにとって若者の需要を獲得するのは永遠の課題であり、キャラクターグッズなどは市場に大きく影響を与える存在であると言えるだろう。

3. 研究目的

私と同じようなグッズ収集の趣味を持った人にとってその趣味はどのような存在なのか、

どのように幸福度を感じているのかを調査し、それを通して私は今後、この趣味とどのように向き合っていくべきなのかを知りたい。

4. 先行研究

グッズ収集に関する先行研究は、次の3つである。

一つは倉富(2020)による、マスコットキャラクターに着目し、消費者に選好されるキャラクターの特性や、制作側に対し、当該キャラクターを受容する消費者に形成される態度について検証することで、より低コストで効果的なマスコットキャラクターを制作することへの手がかりについて検証したものである。

その結果、消費者に選好されるマスコットキャラクターの知覚特性(知覚によって感じられる特性のことで、ここで挙げられていたのは「形状」、「カラー」、「表情」、「見た目・モチーフ」、「質感」、「ネーミング」の6項目)と、そこから生成される感情状態の傾向は男女間で相違があり、感情状態は、男性は「癒される」といった感情が大きく、安心感を求めるとされ、女性は「ワクワクする」といった感情が大きく、愉楽を求める傾向にあるという。また、男性は女性よりも好きなマスコットキャラクターに対して「緊張感」や「怖い」という感情の割合が高く、癒しやスリル感等、生起する感情が多様であり、女性は男性よりも、「かっこいい」「ときめく」の割合が高く、比較的高覚醒な感情生起を伴う。と述べられている。

この研究は、著者やインタビュー相手のグッズ収集の特性が実際にこの研究結果に当てはまるのか、または少し変わった特性を持っているのかを比較するための参考にする。

次に、大山、長田(2020)による研究は、16~24歳の女性に対し、現代の若者の心理的特徴の調査から、何かに「ハマる」構造を解明することでマーケティングに示唆を得ることを目的とした研究だ。調査の結果、「若者のヲタ活は、心の豊かさやゆとりを大切にしつつ今を楽しく過ごしたいという現在享樂的な欲求と、関心のある相手や社会から認められたいという承認欲求の表れである」(p. 118)ことが分かった。

最後に、服部(2022)による研究では、有形財に焦点を当て、材の特性とコレクターの特性が収集動機にどのような与えるかを調査しており、収集動機を13項目に分けた結果、「収集物にこだわりたい」という特性が1番多く見られ、次に「達成感を得たい」特性が見られた。

以上の研究はマーケティング視点で、多数の人が求めるグッズの特性や欲求について調査されているが、今回はグッズ収集のターゲットをマスコットキャラクターに絞りたいことに加え、個人のグッズ収集への思いに焦点を当てて、始めたきっかけから今後のグッズ収集との向き合い方などを調査したいため、研究したい内容とは異なる。

5.1 研究対象

特定のマスコットキャラクターを集める趣味がある人

5.2 研究方法

・インタビュー

内容:特定の物を集めるようになったきっかけ、収集へのこだわりや収集方法、またグッズはその人の精神にどのような影響を与えているのか。それらは先行研究にあったどのような特性に当てはまるのか考察してゆく。

6.1

ケース 1. 自分自身

1つの事例として、自分自身の経験をまとめる。

好きになった時期、きっかけ

中学2年生の頃、誰から聞いたのかは忘れたが、「ポケモンの新しいゲームが流行っているらしい」という噂を聞き、久しぶりにゲームをしたいなという動機から、ニンテンドー3DSの「ポケットモンスターX」というゲームソフトを買った。小学生の頃にも兄の影響でポケモンのゲームをしたことはあったが、難しくてそこまで熱中することはなかったので、今の年齢ならその頃とは違った楽しみ方ができるのではないかと軽い気持ちで始めたのである。

すると、私が小学生の頃のゲームよりも格段にグラフィックが綺麗になっており、ポケモン達の動きや表情も細かく動くようになっていて、私は感動すると共に衝撃を受けた。他にも昔のゲームではなかったコンテンツが追加されており、その中でも、ポケモンと遊んだり、ふれあったり、おやつをあげたりできる、「ポケパルレ」という機能があった。それをする事で、ふれあったポケモンとの親密度が上がり、バトルの時の回避率が上がったりするなどのメリットがあるのだ。その中でも感動したのがふれあい機能である。画面の中のポケモンの頭をタッチペンで撫でると、画面の中でポケモンが喜ぶモーションをするものだが、撫でる身体の部位によってもリアクションが変わるのだ。

その機能が気に入って、色々なポケモンでそのふれあい機能を使っていたのだが、イーブイというポケモンでその機能を使った時、私はイーブイの可愛さに魅了された。イーブイの見た目は茶色く、大きな耳があり、毛はモフモフしたウサギのようなキャラクターで、犬や猫のような動きをする。ゲームの楽しさもあるが、そんなイーブイの可愛さに魅了された。そこから、ニンテンドー3DSはすでに持っていたが、より大きい画面で楽しみたくなり、ニンテンドー3DSLLという、他の機能はほとんど変わらないが、3DSよりも画面の大きい商品をお小遣いで買うぐらいに、ポケモンにハマった。

グッズを集めるようになったきっかけ

グッズを買うようになったのは、やはりポケモンを好きになったきっかけがイーブイに魅了された事が大きいのではないかと思う。1番最初に自分で買ったポケモングッズは定かではないが、記憶の中で1番古いものはニンテンドー3DSLLに装着するケースで、ピンク色の背景にイーブイの絵が描いているものである。

そこからどのようにしてグッズを集めるようになったのかもあまり記憶にないが、特に私のグッズ収集を加速させたといえるのは、ポケモンセンターというお店である。ポケモングッズのみを取り扱うお店で、ポケモンセンター限定のグッズも沢山あり、子供用から大人用のデザインまで、店中がポケモン関連のグッズで埋め尽くされているのだ。

しかしポケモンを好きになった当初、大阪にあるポケモンセンターは梅田に1店舗だけで、あまり梅田に行く機会が無かったため、ポケモンセンターに行くこともあまり無かった。また、中学生であったため、リサーチ力も無く、どんなポケモングッズがあるのかも把握していなかった上に、お小遣いにも限りがあった。そして今よりもイーブイ関連のグッズが格段に少なかったのを覚えている。そのため、たまに梅田のポケモンセンターに行くことがあれば1つ2つ好きなものを買うぐらいだった。

そんな中、2019年の9月20日、私が高校3年生の時に心斎橋にポケモンセンターがオープンした。心斎橋は実家から電車で10分強で行ける距離で、高校の帰り道にも寄って帰ることができる。なのでそんな近くにポケモンセンターがオープンすることを知った時、当時とても嬉しかったのを覚えている。丁度受験期ではあったが、オープン初日、母を説得してついて来てもらい、大行列に並んで入店した。そこから、ポケモンセンターの新商品は度々チェックし、欲しいグッズが出るたび、学校帰りや休日に立ち寄るようになった。

このように、グッズを集め易い環境にあることも私の趣味が加速した大きな原因として考えられる。

加えて、私は今年の1月末辺りから“ポケモンカード”を集め始めた。

ポケモンカードというのはポケモンを題材としたトレーディングカードゲームで、もともとはそのカードを使って対戦するといったものだが、今では販売されていないカードがあったり、最近のカードは絵柄や印刷の加工技術が綺麗になったことでコレクターにも人気がある。今年の夏頃にはその人気が急上昇し、レアカードの売値も上昇したことで新しいポケモンカードが発売される日には転売目的の客がカードを求めて販売店の前で喧嘩をしたり、レアカードを取り扱う店が多数盗難被害に遭うなど、話題になった。

小さい頃からポケモンカードの存在は知っていたが、カードにはそこまで興味が無かった。しかし今年に入り友達に勧められ、1パックに5枚ポケモンカードが入っていて、どのようなレア度のカードが当たるか分からない拡張パックというものを買ってみたところ、1番人気のあるカードが当たった。1パック180円で購入できるが、その人気カードの売値は当時5万円だった。売値の高さにも驚いたが、さらに驚いたのは、そのカードはポケモンではなく、ポケモンのゲームに出てくる女性のキャラクターのカードなのだ。ポケモンカード

は海外でも販売されているが、日本では特に女性キャラのカードが人気らしく、私は人間のキャラクターにはそこまで興味はなかったが、今でも大事に家に保管している。そこからくじ引き感覚でポケモンカードを買うのが楽しくなり、拡張パックが売っているのを見つかる度、買っては開封するようになった。私が集めているのは特に、AR (アートレア) という、レア度としては拡張パック 10 パックに 1 枚は入っているカードだ。普通のカードとは違って全面がポケモンのイラストになっている。ポケモンカードは新弾が出る度に複数人のイラストレーターが新しく絵を描き下ろしているので、イラストの特徴も毎回全く違ったものになっているのが魅力の一つである。もし拡張パックで目当てのカードが出なくても、シングル買いという、誰かが中古品としてカード屋で売ったものを単体で買う方法で手に入れることができ、AR はだいたい 1 枚千円以内と、比較的安く買うことができるので、どうしても欲しいイラストが出た時はそのようにして手に入れている。

買ったカードたちは他のグッズとは違い、飾るのではなくファイルに入れて保存している。毎日のようにそのファイルを開いて眺めることはないが、新しく手に入れたカードをファイリングするついでに眺める。

どのように集めているのか

グッズは上記でも述べたとおり、ポケモンセンターで買うことが多い。ポケモンセンターの商品はオンラインで購入することもできるが、気になる新商品が出た時に私はほとんどの場合、実店舗に出向いて商品の実物を見てそのまま買って帰る。ぬいぐるみなどを買う場合、荷物になったりはするが、きちんと実物を見てから買いたいのに加えて、知らないうちに発売されていた新商品をみつけたり、他のグッズを見られることが実店舗まで足を運ぶことの魅力だと感じている。

こだわり

身の回りにあるポケモングッズは、リュックサック、スマホカバー、ポーチ、ハンカチなど、持ち歩く物の中にも沢山あり、自部屋にはぬいぐるみやフィギュアなど、飾る物が多い。主に持ち歩くものと自部屋にあるもので分けると、こだわりとしては、リュックサックなど、ファッションに含まれるものはあくまでイタく見えないように、さりげなくポケモンの絵が描いている物にしている。これは周りの目を気にしているのもあるが、一見普通のファッションに見えるけど実はポケモンが紛れているのが良くてそうしている面もある。ポケモンの絵が描いた服も持っているが、あまり着ないのはあくまで自分のファッションは崩したくないというこだわりがあるのかもしれない。

次に、リュックサックのストラップやポーチ、ハンカチなどの小物は普通にポケモンだと一目でわかるものが多い。そこは身の回りのアクセントとして捉えられるので、ただ可愛いなと思ったものを使っている。

自部屋は下宿先と実家があり、こだわっている点も異なる。実家は小さな時から雰囲気な

変えていないので、母の趣味で飾っている普通のクマのぬいぐるみや写真立てがあったり、他の趣味でアニメのグッズを置いていたりするので、それぞれコーナーを分けて、ポケモンコーナーにはただ可愛いと思って手に入れたぬいぐるみやフィギュアを飾っている。それに比べて下宿先は割とこだわっており、まず部屋の色を白と水色で統一したかったのでぬいぐるみを置くとしても基本的には寒色系のポケモンだけで、買う前にどこに飾るかを決めてから買っている。飾る量は、ずらっと並べるわけではなく、あくまでインテリアとして馴染む程度にしているつもりであるが徐々に数も増やしてしまっているため、他の人から見ると多く感じる量になっているかもしれない。

他に集めているもの

ポケモングッズの他に集めているものとしては上記で少し触れたが、アニメキャラのグッズは集めている。今集めているのは主に呪術廻戦の狗卷棘というキャラクターと HUNTER×HUNTER のキルアというキャラクターだ。これらは主にフィギュアを実家の自部屋に飾っている。このキャラクターが好きなことに加えて、一時期 UFO キャッチャーで景品を獲ることもハマっていたので、せっかくなら好きなキャラのグッズを獲ろうとして結果的に集まったというのもある。

過去に集めていたものは、中学生の頃好きだった Youtuber のグッズだ。これに関しては毎月 Youtuber の雑誌が出ていたので必ず集めていたし、グッズの数も限られていたので欲しいと思ったものはほとんど全て買っていた。

以上を踏まえると、元々収集癖と呼ばれる習慣は持っていると言える。ただ、これらは特定の人物やキャラクターが好きで、一時的に好きで集めることはあるが長く続くものではなく、ポケモンほどの量を集めることもない。

違いとして考えられるのは人間であることが大きいかもしれない。

グッズが与える心理的影響

私にとってのグッズは、かけがえのないものと言うほど重要なもの。というほど重く考えたことはないが、普通の日常の中にポケモンの存在を感じることでちょっとした幸福感や癒しが得られるものである。ポケモンを通して何か楽しい思い出などが連想されるというより、犬や猫を見て癒される感覚に近い。また、自分ではあまり一人暮らしを寂しいと感じたことはなかったが、一人暮らしを始めて、よりグッズ収集をするようになったことから、寂しさを紛らわせるための存在になっているのかもしれない。以上をふまえると、元々私は動物が好きで、いろんな動物を飼ってみたいという願望はあった。そして、ポケモンは動物に似たキャラクターが多いため、無意識のうちに、その願望をポケモンで埋めているのではないかと考えられる。

6.2

ケース2 (Aさん)

22歳小学校教員志望の女性。著者とは中学・高校が一緒の同級生。大学生になってからLEGOが好きになり、LEGOグッズを集めている。

日時 10月9日 19:30~20:30頃

場所 カフェにて対面

・インタビュー内容

LEGOを好きになったきっかけ

- バイト先の人がいい人で、バイトが好きになった。
- 好きになったきっかけの人は特にLEGOを集めたりする人ではなかった。
- 働く前はLEGOに特に興味なかった
- 教育学部で、バイトを探している際に子供と関われるしおもちゃが好きなので良いかもと思って応募した。当初、今働いている店舗とは別の店舗に応募したが縁がなく、悔しくて今の店舗に応募し、働くことになった。

Aさん 「やっぱ運命感じたよな。ずっとバイト落ちてきたから、ここは認めてくれたっていうのがスタート。」

Aさん なつかしさも大きいんちゃうかな、一回ふれてるやん？LEGOも。小さい頃の楽しいとか思ってるのが蘇るんかも。やから今アンパンマン好きになってるかも。アンパンマンミュージアムでバイトしたらレゴみたいに好きになってたかも。

Aさん 幼少期(小6)に家族でハワイに行って飲食店に入った時、外国人と相席で、そこでLEGOを通して話ができてん、当時英語はぜんぜん喋られへんかったけど買ったLEGOを見せたらそれを通してコミュニケーションを取ることができて、LEGOで繋がれるんやってなった。やからLEGOに対して良い印象を持ったきっかけとしてそれもあるのかなとも思う。

考察： Aさんの特性としてはLEGOを好きになったきっかけがLEGOのここに魅了されてグッズ収集を始めた。などといったものではなく、バイト先の人がいい人だったり、嬉しかった思い出に関するものがLEGOだった。つまりそれが他の何かであってもそれを収集するようになっていたのかもしれない。

どのように好きなのか

- Aさん 初めの方は服も LEGO カラーで揃えてた、ってかそこら辺にあるものが LEGO に見えるねん、特に京都タワー。建物とかは特にこれはどのパーツで作れるなとか思っちゃう。
- 私 LEGO で作れないものはないよな。
- Aさん 働いてる人みんなそやと思う、お客さんにこれ作りたいんですけどって聞かれるから。(写真から) 大体想像つく。
- 私 えー、すごい。目があるキャラクターは目が合うから好きになるって言ってたけど、前ゴッホの絵のやつ買ってたやん？あれは LEGO でできてるからかわいいん？
- Aさん おしゃれな上にこれが LEGO でできてるってのがいい。んでこれがついてくるねん。(LEGO の人形のゴッホバージョンをみせながら) これやばいよな。このシリーズは LEGO ファンが考案して、それを商品化するっていうシリーズやねん。2 万したけど一目惚れした。
- 私 その感覚ってさ、
- Aさん 鈍るよな。(笑) LEGO の千円は通常の 100 円やねん。
- 私 わかる、買ってもうたーとはあんまなれへんよな。
- Aさん うん。もはや達成感。罪悪感はない、これとか 16,000 円したけど買った (木製の LEGO 人形)。
- 私 お客さんはどんな人が多い？
- Aさん 大体 LEGO 部屋がある、大きなセットにだけ入ってる 1 種類の部品だけのためとかに買ったりする。
- 私 A さんはその買い方はせん？
- Aさん パーツではせんけどミニフィグ (LEGO の人形) のためとかならする。

考察： 高価なグッズを購入する際に罪悪感などはなく、達成感を感じていると述べていることから、A さんにとっては購入するという行為も重要であることがわかる。

集め方

- Aさん LEGO って買ったら満足するねん、ほんまにハマってた時とかは買って人にあげた。
- 私 買うっていう行為が大事なん？
- Aさん うん、買ったら満足する。
- 私 飾るまでじゃ無く？
- Aさん 最近飾るのもめんどくさくて。
- 私 組み立てる作業があるから？

A さん それもあるし、めんどくさい。一回分解しちゃったりしたやつも。

私 前に代わりに組み立ててもらったって言ってなかった？

A さん うん、めんどくさいもん。

私 ほんまに組み立てることには興味ないんや？

A さん バイトでするから。飽きた。

私 自分の分まで組み立てる余力はないってこと？

A さん うん、たのしいけど別にとってかんじ。

私 じゃあ A さんの買う時の目的はなんなんやろ？これ可愛いな欲しいなっていう時の熱量が MAX なのか、これ可愛いし、ここに飾れるからほしいなあってなるのか。

A さん それは（飾ると可愛いなど）思うよ、組み立へんやつに関しては。組み立てる時間があればやるけど。やから、そういう人結構いて、積み LEGO っていうねん、そういうの、箱のまま積んでおいとくこと。結構おる。

私 それは時間と労力がないからそうなるん？人にあげてもいいってなったり。

A さん それは、人にも好きになってほしいからあげてた、自分ではそこまでいらんくて、買って満足するようなやつはあげてた。

考察： LEGO を組み立てる工程について「飽きた」、「めんどくさい」と述べていることから、LEGO を好きになったきっかけはバイト先が重要だったが、A さんにとって組み立てることとその思い出はリンクしていないのかもしれない。あくまで空間や世界観が重要で、本来のおもちゃとして遊ぶ LEGO への思い入れが少ないと見られるのは、上記で述べたようにきっかけが LEGO そのものではないことが関係するのではないかと考えられる。これは私の、ポケモンのキャラクターが好きでゲームもするけれど、バトルをすることにはそこまで興味がないという特性に似ている。

また、「LEGO って買ったら満足するねん」と述べている点から、上記でも考察したように、購入することが重要な行為となっていることがわかる。

こだわり

私 買う時にはやっぱり飾った時の可愛さとかで決めてる？

A さん いっこ 1 番気にしてるのは、他のキャラクターとコラボしてないやつにしてる。

私 あー、もうあくまで LEGO。？

A さん うん、もう完全に LEGO ブランドじゃないといや。やから部屋自体に他のキャラクターを置きたくないねん。100 均のブロック買って LEGO ブロック買ったとか言われるのはほんまにない（不快）。

私 マリオとかコラボしてるけどそれは置きたくないってこと？
Aさん あれはちょっと欲しいけど、ちゃんと仕舞うな。(笑) よくわからんキャラなら良いけど、完全にミッキーとかはいや。
私 部屋の雰囲気作りとして統一感無くなるからいやってこと？
Aさん それもあるし、あくまでLEGOが好きやから。ディズニーとか好きな人がディズニーランドに別の会社のキャラクターを持ち込むなって言うのと同じ感じかも。世界観ちゃう？

考察: 他のキャラクターとコラボしたグッズは買わないこだわりがあると述べているが、これはLEGOの特性上、キャラクターコラボレーションはし易いが、完全にそのキャラクターがメインになってしまい、LEGOの世界観ではなくなるのは理解ができる。

グッズが与える心理的影響

私 作るの好きなんやっけ？
Aさん 作るの飽きたね。笑
私 作る工程が好きなんじゃないって、、？
Aさん 存在が好き。笑
私 あのプロックでできてる感じがすき？
Aさん いやブロックじゃなくても良い、LEGOのボックスとかも好き。ブロックの触り心地とかも好き。だから疲れたら触る、あ、ブロックやーって笑
私 それは結局、、
Aさん 依存よ？笑
私 それは安心するん？
Aさん 安心する！
私 安心なん？幸せーってなる？
Aさん いや安心する、今日もブロックがいる！って。
私 それはバイト先を思い出せるとかではなく？
Aさん 今はもう別に働くのが毎日楽しいって訳じゃないけど、もうLEGOの存在が好き。無くても良い存在ではあるけど、あったらハッピー。

~~~~~

Aさん 感謝かも。まとめると、LEGOっていう存在に対しての感謝。人に出会えたからもやし、バイト受かったからもやし、存在自体にありがとうって思ってるかも。  
私 自分からしてプラスの感情が最初にあったらそれが大きい？

A さん 大きいな。依存型やからなあ。

**考察:** AさんはLEGOグッズから安心感が得られると述べている。LEGOが好きなのは依存と言っているが、「無くても良い存在ではある」と述べていることから、やめたくてもやめられない、というほどではないため、執着と呼ぶ方が近いだろう。また、LEGOに対する感情を「感謝かも」と述べていることから、やはりLEGOを集め始めたきっかけのアルバイト先の人や思い出が根底にあることが伺える。

### 他に集めていたもの

A さん 1円玉めっちゃ集めてた時期ある。なんかわからんけど、1円玉ってめっちゃ素晴らしいなと思って。中学生ぐらいのときかな？

私 なんで1円玉なん？

A さん なんか、1円でも塵も積もれば山となるみたいなかんじ？（笑）

私 それはただの1円玉貯金なんじゃないん？

A さん いや貯金とかではなくただ1円玉を集めてた。家族とかに財布の中に1円ある？とかって聞いて（笑）。で結局2000円近く集まって、今でもまだある。

私 それは見て楽しむん？

A さん 見て満足する。ちゃんと枚数をぴったり集めないと無理やった。1円玉って1グラムやけどやっぱり大量になるとはかりで測っても誤差が出るやん？

私 え、1枚ずつ数えてたん？

A さん うん。週に1回ぐらい10枚ずつ重ねて数えたり、なんなら製造年も合わせてた。

私 それのきっかけはなんなん？

A さん たぶんおばあちゃん家にお金の箱（貯金箱？）があって、1円ならくれるやろって思ったんやろな、それでもらい初めたらおばあちゃんがこの子は1円を集めたいんやってなって、そっから毎回くれ始めたのが始まりやおもう。

私 そのお金はもう使うことはないん？

A さん うん、置いとくやつやし、めっちゃ暇な時とかは数えてた。最近も。枚数と日付メモして入れてる。

私 まだ貯めてるん？

A さん 貯めてない、置いといてる。

私 枚数変わらんのじゃないん？

A さん 変わらんけど、それまではメモ入れてなかったからその時に書いて入れた。

私 それは安心感なん？

A さん なんやろ、達成感かな、LEGOとは違うな。だって最初が1円ならもらえるかもから始まってるとも。



~~~~~

A さん やっぱりそういう（ものを集める）素質はあるんやと思う。アンパンマン図鑑をキャラクター全部覚えるまでボロボロになるまで読んだりとか。

私 それも達成感？

A さん アンパンマンは依存。1 円玉は達成感。LEGO は依存。

~~~~~

私 なめこ図鑑のキャラも好きじゃなかったっけ？いつから好きじゃなくなったん？

A さん たぶん他に何か好きなものができたんやと思う、それこそポケモンとかかも、一緒になってあつめてた時期あるやん？やから 1 個しかむりやねんたぶん。ひとつのことに集中型。

**考察：** A さんは LEGO にハマる前から、特定のものを収集する癖があったという。収集することで得られる感情はそれぞれで違うと述べているが、得られるものは違っても、A さんにとって特定のものを収集したり、ハマるという行動は、一つのものに集中することで精神を安定させるという、心の拠り所になっているのではないかと考えられる。

#### 今後について

私 今 LEGO で働いてるけど、来年からバイトはやめるやん？そうなったらどうなると思う？

A さん え、めっちゃ心配。なんかもう無理かもって。

私 好きな気持ちが続かんかもって？

A さん LEGO が無くなることを考えられへん、だって今何を見ても（その辺にあるものが）LEGO に見えるんやもん。

私 じゃあやっぱり LEGO とバイトの関わりは大きいん？重要？

A さん うん、バイト先が大事かな。今は LEGO 好きになったきっかけの人もおらんし、、、ちょっとずつ冷めるかも、LEGO に対して。

私 じゃあもう働いてるってことが大きいんや。

A さん んー、可愛いと思うし、ヤマダ電機に LEGO 売ってるのとかも見に行くけど、、、

私 それとかはもう全部働いてるっていうのがあつての愛なんや。

A さん たぶん。

**考察：** 「アルバイトを辞めたら好きな気持ちが冷めるかもしれない」と、気持ちが冷める

可能性を述べている。今は好きになるきっかけになった人はいなくても、LEGO 自体に感謝の念があり、働いているという繋がりがあってのLEGO愛であることが考察できる。

## ケース2のまとめ

AさんにとってLEGOは今の心の拠り所になっていると考えられる。数回アルバイトに応募しても落とされていたところ、自分を採用してくれて優しい人に出会えた場所への想いを、LEGOグッズによって呼び起こすことで安心感を得ているのではないだろうか。倉富(2020)の研究において、グッズから得られる感情で女性に多く見られた高覚醒な感情生起よりも、Aさんの場合は男性に多く見られた安心感の方に当てはまる。

## 6.3

### ケース3 (Bさん)

21歳 教育学部の女性。著者とは中学・高校が一緒の同級生。幼少期からディズニーが好きで、私がBさんと一緒に学生生活を送っていた時もBさんはディズニーグッズを集めていたので、Bさんのディズニー好きは私もよく知っている。

日時 11月7日 14:00~15:00

場所 カフェにて対面

### ・インタビュー内容

#### きっかけ

私 ディズニーを好きになったのは？

Bさん 小さい頃から連れて行ってもらったからやと思う。年に2、3回車で。毎回連れて行ってもらって、ほぼ覚えてないけど。その時は連れて行かれるがままやったけど。3、4歳の時ミニーちゃんが好きで、お母さんに聞いた話ではパレード観に行ったらミニーちゃんが手振ってくれなくて泣いてたってぐらい。でもその時はグッズとかいう概念はなかった。そっからお年玉とかもらって自分のお金持ち始めたぐらいで自分でこれ買ってみよかなとかで買うようになった。ダッフィーが出てきたのも大きかったかも。そっから使い出したかな。自分のお金で自分のもの買うのってワクワクするやん？そっからちょっとずつかな。

**考察：**ケース1、2とは違い、Bさんの場合は物心がついた頃からディズニーの存在が近くにあり、ディズニーランドという場所が年に数回訪れる楽しくてワクワクする場

所であったことがわかる。

### お兄ちゃんはグーフィー、マックスが好き

Bさん お兄ちゃんのがやばい、パンパンに集める。毎回絶対ランドでなんか買った。ストア（ディズニーランドではなく大阪にもあるディズニーストア）でもぜんぜん買ってたし、買ってあげたこともある。やからお兄ちゃんの影響もあるかな、負けたくない！って。グーフィーとマックスってマイナーやん？自分はミニーちゃん好きな時期があったりドナルド好きな時期あったり、今はミッキーミニーに落ち着いたけどみんなを好きやから、グーフィーマックス一筋のお兄ちゃんには勝たれへんってなって張り合うのをやめた。

私 やっぱりじゃあそういう人が近くにおるのは大きい？

Bさん そうやねん、影響受けてた。

**考察：** お兄さんの方が収集することへの熱量が強く、張り合おうとたくさんグッズを沢山買おうとした時期もあったが続かなかつたのは、自らグッズを買いだす欲求が強くあったわけではなかったからだろう。しかし、身近にグッズを集めることで幸福感を得ている存在がいたことは、Bさんの中でグッズ収集がディズニー愛を表す主な行動として認識する大きな要因となったのかもしれない。

### こだわり

私 ディズニーストアで買うんじゃなくてディズニーに行って買いたい？

Bさん うん、ディズニーストアも見るのは見るけどぜんぜん買えへん。非公式ってイメージになっちゃう。ディズニーが好きってのもあるけどリゾートが好きで、作品ももちろん好きやけどどっちかというところだとパークが好きやからパークの思い出をものとして残そうってかんじだったり。めっちゃめっちゃなんでもかんでも買うタイプでもない。ぬいぐるみバッジでもランドに行ってあんまりやなって思ったら買うってかんじ。

私 集めてるから買わなあかんっていう使命感はなく、ちゃんとこれが可愛いって思ったら買うってかんじ？

Bさん そう、だからバラバラやねん。可愛いって思ったら買うから、同じシーズンものでもバッジ買う時もあればストラップ買う時もあるし。

**考察：** 同じディズニーのグッズでも、ディズニーストアのグッズは非公式のような印象を持っていると述べていることから、Bさんの中でディズニーグッズは、幼い頃から

の思い出の場所であるディズニーランドで買うことが重要であることがわかる。

## 集め方

Bさん ちっちゃい時から物欲は無い方で、どっちかという人を使う方が好きで。自分には1万も2万も使われへんのに、誕生日が近い友達が2人おるんやけど、誕生日と就職祝い兼ねて1人1万とか使えちゃう。それで喜んでもらえるのが嬉しくて。自分はいい物に出会えたら買おうかなぐらいで、常にあれが欲しいとかいう欲はそこまでない。そこがお兄ちゃんとは逆かな。自分は、自分にこれ買うぐらいやったらお兄ちゃんにこれ買ってあげようかなってなる。それで喜んでくれるの見たら幸せ2倍？みたいな。尽くしたいねん。やから謎にお兄ちゃんにばっか買ってあげてたりした。コレクションのお手伝いみたいな。

でもほんまに欲しい時ははっきりしてて。この前バイト先(コンビニ)でラプンツェルメインの一番くじ(くじを購入して、出た景品が貰えるもの)が出てて、品出しで出してる時分から可愛いなって思ってた、次の日もシフト入ってて、見たらあと10個やってんけどまだ1番当たりのラプンツェルのフィギュアが2個残ってて、、全部買って抱えて帰った。(笑)

私 ぜんぜんそういうのは買うんや。

Bさん うん、けどほんまにほしくて大事で買った物は開けられへんのよな、あんま飾るタイプでもない。集める割に。

私 それは決まった保管場所があるん？

Bさん うん、いつか自分の家ができた時のために置いとこうみたいな。

私 今飾ってる物は？あるん？

Bさん ラプンツェルのでっかいパズルとかある。飾ってるものはちょこまかしてて、本棚の端にミキミニ(ミッキーとミニー)おったり、卓にジェラトーニとステラルー並んでたり。

私 ほんまにインテリアとして見れるぐらい？

Bさん うん、どこ置こー、ぼん。みたいな？(笑)

私 買う頻度的にはディズニー行ったらってかんじ？

Bさん そんなかんじかな、だいたいそう。ピン！て来たら買うー！ってなる(笑)グッズの情報流してくれるTwitterとかフォローして結構チェックしてて、グッズは頻繁に出るけどほとんどへー、って見てることが多い。

私 値段的にはピンと来たら高くても買うん？

Bさん 買うかな、欲しい！ってなったら買う。でも変わって来たな、昔やったら「ぬいぐるみ可愛いほしい」ってなってたけど、いまは買ってもしないすんのってなってやめる、ぬいぐるみは買わなくなったかも。

~~~~~

私 ディズニーのパークが好きやからって部屋をいろんなディズニーキャラ全部で埋めたいわけじゃないん？

Bさん うん、ミキミニが多いと思う。割合的には。やけどあくまでミキミニの実物（着ぐるみ）が好きやねん。だから顔のデザインが変わる前はよく、実物の写真があるんやけどそれに食いついてた。

私 Bさんの中でミッキーミニーっていうのはあの着ぐるみなんや。

Bさん そう。着ぐるみが好き。

私 実写ミッキーが1番好きってことは、やっぱり小さい時にパークで見て、会ったミッキーたちやから好きなん？

Bさん そうそう、アイドルやねん。そんな感じやと思う。でもやっぱり実物は手に入らんからマスコットを買うってかんじ。

私 それもそれでまた可愛いから？

Bさん うん、可愛い、持って帰れる実写、持って帰れるアイドルみたいな。

~~~~~

Bさん ショー見て、めっちゃ良かった、このショーのミッキー可愛かったってなってから買うやつ。それ見たらこのショー好きやったなってなる。

私 だいぶ思い出要素強いんや。

Bさん めっちゃ強いと思う。

~~~~~

Bさん パーク繋がりじゃないのやったらほんまに作品が好きでっていうのがラプンツェルやねん。ミッキー好きと言えど蒸気船ウィリーのファンなわけでもないしミッキーの作品全部見てたわけでもないし、パーク好きになってからミッキーミニー好きになって。作品好きで言ったら何個かある。逆にラプンツェルやったらなんでも買うわけでもない。

考察： グッズはあまり部屋に飾るタイプではないと述べており、ショーを見たりした思い出として買うことも多いと述べていることから、Bさんのディズニーグッズを買う行為は、収集するためというより、思い出を形として持ち帰るためのものであるのではないかと考察できる。

他に集めていたもの

- 私 ディズニー以外でグッズ集めてたとしたら何がある？嵐のイメージはあるけど、、
- Bさん 嵐はもう、アホやで、ファンやからなー、好きなものあんまりの時とめっちゃ好きな時の波があって、丁度ふーた（筆者）と毎日一緒にいた時（中学3年生の頃）は超絶好きやった時で、お互い推しがおってもう、推すことに燃えてたやん？あの時に出てたCDとかは全部集めてた。新曲が出て、CDに入ってる曲の内容が一緒でも3パターンぐらいのジャケット（パッケージの写真）があったからそれも全部買ってた。そうやって新しく出たCDとかDVD集めてたら、自分が持ってない過去のも欲しくなってそれも集めてた。たぶんほぼ全部ある。
- 私 それはディズニーの記念グッズとは違ってもう全部集めてたんや？
- Bさん なんかもうクリアしたくなってた。1番最初のやつは高すぎて買われへんかったけど、中古でいいから全部集めたくて。だからズラーってある。見たわけでもないし開けたこともないやつもある。あるっていうことが嬉しくて。それはもうお金かけてたなあ。でもなんか嵐は売られへんな。
- 私 嫌いになったわけではないもんな。
- Bさん そうそう、それも思い出って思っちゃう。あの時めっちゃ好きやってんなー、こんな集めてたんやなー。って

考察： ディズニーグッズと比べると、嵐グッズは収集することのほうが重要であったことが伺える。しかし、収集スタイルが違って最終的に今は集めなくなったグッズも思い出だと述べていることから、Bさんは思い出を形として残す事にこだわりがあることが分かる。

グッズが与える心理的影響

- 私 買ったものたちがあることで自分に何か影響は与える？
- Bさん 自己満やと思う正直。やねんけど、ディズニーは5年ごとに記念グッズがあって、記憶にある中では25周年からはっきり覚えてて、5年ごとにイベントもあるんやけど、名前とか入れれるしっかりしたチャームとかは毎回宝箱に入れてコレクションとして集めてる。めっちゃ思い出やな、思い出要素が大きい。

考察： 上記でも述べたように、Bさんにとってグッズを収集するのは、グッズを集めて飾る目的というより、その時の思い出を形として残すことに価値を感じていると考えられる。

今後について

私 ディズニーは一生好き？パークがある限り？

Bさん うん、パークがある限り一生好き。でも、変わらずあって欲しいけどちょっとずつ変わって、グッズとか関係なくなってくるんやけど、悲しくてさ。ミッキーの顔変わんのもやし、お客さんが飽きひんようにショーが変わるやん、昔からあった、いつ行ってもやってるお馴染みのショーが終わって新しいのに変わってきてて、、それがめっちゃ悲しい。しかもそれが終わるからってまたグッズにしはるねん。そんなん買うやん？でもなんやかんや行ったら行ったで好きってなる。悲しいけど。

考察: Bさんは、ディズニーのパークがある限り一生好き。と述べている。AさんのLEGOの例と比べると、きっかけとなった場所が無くなる可能性は非常に少ないと言えるからだろう。

ケース3のまとめ

Bさんは、ディズニーグッズを収集するようになったきっかけが、ディズニーランドであることが重要だと述べていた。そのため、グッズを買うのも基本的にはディズニーランドに行った際に記念として買うことが多く、部屋がディズニーグッズでいっぱいになっている訳ではない。このことから、量よりも、一つ一つのグッズへの思い入れを大切にするタイプであるのではないかと考えられる。また、倉富（2020）の研究の例で考えると、Bさんのグッズによって与えられる感情は、女性に多く見られたワクワクなどの高覚醒な感情生起が多いように見受けられた。

結論

今回の研究を通して、私はポケモンの見た目の可愛さに魅了されたので、身の周りにも可愛いポケモングッズを置くことで癒しを得ている。Aさんは自分を認めてくれるアルバイト先と従業員さんに出会い、LEGOグッズを通して心の拠り所となっているそれらを思い起こして安心感を得ている。そしてBさんは、幼少期からの思い出の場所であるディズニーランドで、毎回異なる記憶を思い返せるような記念としてディズニーグッズを集め、パークを訪れた際のワクワク感を思い返している。ということが分かったように、コレクターのグッズ収集スタイルは一人一人のこだわりによって違う上に、収集するようになったきっかけによっても大きく変わることが分かった。そして、ひとことでコレクターと言っても、集める物が違うのはもちろん、沢山集めるのか、綺麗に飾って満足するのか、価値のある物を手に

入れた時点で満足するのか、目指す地点や、そこから得られる心理的影響は十人十色と言えるだろう。

また、特に今回調査した人たちは、グッズ収集が趣味だという自覚はあまりなく、気付いたら集めている、集まっていたというイメージで、趣味は何かと聞かれたらすぐに出てくるのはグッズ収集ではないだろう。

そして、以上のように収集スタイルは十人十色で、グッズ収集が好き！という自覚がそれほど無かったとしても、グッズによって安心感やワクワク感などの幸福感を得ており、日常生活を豊かにしてくれるものであることは共通するのではないだろうか。

以上をふまえて私自身は、今後も今までと同じように自分の好きなようにグッズ収集をし、豊かな日常生活を送ること理想なのではないかと考える。

参考文献

倉富光成(2020),『企業・自治体等のマスコットキャラクターにおける消費者の態度形成に関する一考 : 同一化概念を手がかりに』, 嘉悦大学研究論集, <<https://kaetsu.repo.nii.ac.jp/records/944>>, 参照日 2023年10月25日

大山翔平、長田麻衣(2020),『「ヲタ活」に見る若者の消費行動と心理』, Japan MarketingAcademy, <https://www.j-mac.or.jp/oral/fdwn.php?os_id=256>, 参照日 2023年10月25日

早稲田大学:服部真也斗、東京大学:川中孝章、早稲田大学:高田真也、松野思迪、枝川義邦、大野高裕(2022),『有形財におけるコレクターの収集意思決定モデルの構築』, 日本経営工学会 秋季大会 予稿集, <https://www.ohno.mgmt.waseda.ac.jp/wordpress/wp-content/uploads/2022/10/服部真也斗_予稿集原稿-1.pdf>, 参照日 2023年10月25日

よしてる(2021),『【2021 年度版】データでみるアート・美術作品マーケット (数値で見るアート市場を解説)』, アート数奇, <<https://yoshiteru-blog.com/art-report2021/>>, 参照日 2023年10月25日

温泉施設・サウナをより広めるためには

総合政策学部 総合政策学科

古屋歩

0.はじめに

日本では、観光地の形成・発展は、温泉資源の有無と、その利用の仕方に関係してきたといっても過言ではない。それは、古くから温泉の効能が重視され、温泉地は湯治場として成立するとともに、日本人が温泉入浴を好み、温泉地に宿泊する観光行動をとるからであり、温泉地に旅館が集中して観光産業を発展させてきたのだ。温泉の資源価値は観光経営にとっても最も重要であり、多額の費用をかけて1,000mを越える大深度掘削を行い、温泉を得ることが各地で行われてきた。特に、政府が1988年に全国の市町村に一律に1億円を交付して自由に使わせた、「ふるさと創生事業」では、温泉のなかった地域で温泉開発が急増した。しかし、貴重な温泉を有効に利用しているところもあれば、温泉の温度が低かったり、湯量が少なく、また施設建設に障害があったりして、その利用が中止されたところもあった。このような歴史があったことから日本の温泉への関心が深まったとされている。

日本の温泉地は、一般的に療養温泉地(湯治場)から保養温泉地へ、そして観光温泉地へと変質し、経済的には顕著な発展をとげてきた。療養温泉地は病気治療や病後の保養を第1の目的とした温泉地であり、長期の滞在が必要となる。保養温泉地は病気予防・健康保持を目的とし、いわゆるのんびりと保養・休養する温泉地とされる。観光地の機能は多岐にわたるが、観光活動における1泊の宿泊地としての役割を強め、現在では療養・保養温泉と比較して温泉の質や効能などの意義は2次的なものとなりつつある。(日本の温泉の現状 2010)

私は、親の影響もあり、小さい頃から温泉へ行く機会が多くあった。サウナは温泉に行けば必ずと言っても良いほどあるのが日本の温泉の現状である。しかし、私がサウナを好きになったのは、つい最近のことである。元々暑いところが嫌いだったため、サウナに入ることを避けてきた。しかし、サウナブームが到来し友達にお勧めされたため、初めてサウナに入ったのだ。それをきっかけにサウナの虜になってしまった。

サウナに入る大きな理由は人それぞれ異なるが、多くの人は、「整う」と言うことを目的にサウナを利用している。私もその一人である。私が一番サウナに行きたくなる時は疲れている時だ。体や精神的に疲れていることがあれば、息抜きにサウナへ行こうと思う。サウナを利用することで疲れが取れるような感じがするため定期的にサウナへ通っている。サウナに入り水風呂に入ることで体がリラックスするような感覚を得ることができる。

新型コロナウイルスが流行するとともに、サウナで「整う」ということがとても流行した。サウナで整うにはいくつかの手順があり、サウナに8-10分入り、その後水風呂に30秒-1分ほど入り、外気浴を行い、この段階を踏んで行くことで「整う」を体感することができるのだ。サウナと水風呂の温冷刺激によって脳内で分泌されるのが、「B-エンドルフィン」

「オキシトシン」「セロトニン」の3つの物質である。「B-エンドルフィン」とは、モルヒネと同じような作用をする物質で、鎮痛効果や気分の高揚や幸福感を得ることができる脳内麻薬である。「オキシトシン」はストレス緩和、「セロトニン」は鬱症状の改善、精神安定の効果があると言われている。これらの物質が放出されることがサウナで「整う」の正体である。私自身の体感では、極限にリラックスをすることができ、その後自分と向き合うことができ、ポジティブになることができる。また、「整う」と言う目的だけではなく、発汗により、体内の老廃物がデトックスされ、美肌効果につながる。そして血行が良くなるため、冷え性や肩こりなどの改善にもつながっていく。ストレス緩和、興奮状態の緩和、自律神経が整う為、コロナ禍でストレスが溜まっている人々にとっても人気がある。このようにサウナには多くのメリットがある。(Dig-it 入浴道 2023.4.23)

しかしメリットだけでなく、デメリットも知っておかなければならない。基礎疾患がある方、体調が悪い方のサウナは危険性が高いため注意が必要である。実際にサウナの中で倒れてしまう方もいたり、サウナ施設前に救急車がいることを目撃したこともある。普段から健康な方は無理をしなければ、危険性は非常に低いので安心して良いと思う。また、発汗により脱水を引き起こしてしまうことがある。サウナ室に入る前には水分をしっかり摂取しておくことが重要だ。また、頭皮や頭髮に負担がかかるとされている。対策方法としては温度が低めなサウナを選択するかサウナハットを使用することで対策することができる。

サウナの人气が日本中で高まる今、サウナが与える経済効果はどのようなものか。厚生労働省が発表している「衛生行政報告例」によると、2019年には、公衆浴場といわれるサウナや銭湯などを含む温浴施設数は、全国で2万4531あるといわれている。この数から推計すると、温浴施設の市場規模は約1兆1000億円と試算されている。また、サウナの研究を行っている日本サウナ総研が2020年に行った調査によると、年に1回以上サウナに入る人は推計2583万人。中でも月に4回以上サウナに入る人は、推計339万人いるといわれている。(日本サウナ総研 2020) サウナが日本全国に大きな経済効果をもたらしていると言うことは確実である。ここまで大きな経済効果を生み出しているサウナだからこそサウナについて多くの人に興味を持ってもらいたいと考えている。本稿では、サウナの歴史や効果、メリットやデメリットについて触れながらサウナに興味を持ってない人々にサウナの魅力を伝えていきたい。

1.日本国内の温泉施設とサウナ市場の現状 (全国町村会 2023/1/09)

日本は別府や熱海、伊東など欧州のような温泉都市は数少ないものの、温泉街といわれるまちや集落は比較的的地方部、しかも自然豊かな地域に多く立地するのが別府や熱海、伊東の特徴である。秘湯といわれるような人里から遠く離れた温泉地にも人々が訪れ、地域の活性化に寄与していることは周知のとおりである。

日本人の旅の歴史を見ていくと、江戸時代の旅は、関所(出入国審査)と手形(パスポート)が大きな問題となって自由な旅は難しかったが、例外扱いだったのがお伊勢参りや大山

詣でなどの社寺参詣と農閑期や病氣療養のための温泉湯治であった。農民は湯治に出掛け、疲れた身体を癒やし、日頃のストレスを発散していたのである。

戦後の高度成長期、日本人の旅行は団体旅行が隆盛となり、温泉旅館はこぞって大規模化を指向した。しかし、90年代初頭のバブル経済崩壊後は、急速な個人旅行への志向変化によって団体旅行が激減、多くの大規模旅館は経営破綻し、宿泊施設の形態は大きく変化した。

一方、日本人の旅行志向で不動の第1位は「温泉旅行」である。これはいつの時代でも老若男女を問わずである。このように温泉に対する根強いニーズがありながら、実は温泉地はこの30年間ほど急速に宿泊客を減らし、イノベーションできない既存観光地の代表としてみられてきた。廃墟と化したホテルや旅館が建ち並ぶ温泉地がみられる一方で、近年、若年層に訴求し、元気を取り戻しつつある温泉地も増えてきた。

ここ数年はコロナ禍で訪日外国人は少なかったが、彼らの温泉志向にも根強いものがある。世界中に「温泉」は存在するが、男女別々に、水着をつけず、岩や檜など工夫を凝らした独特な風呂で、比較的高温の温泉に首までゆったりと浸る入浴スタイル、しかも多種多様な泉質が楽しめるという日本の温泉・温泉文化は、これから日本の宝として世界的に認識、評価されると考える。

現在の日本ではサウナ(温冷浴)の知名度が上がっており、サウナに対する注目度が上がっていると言えるだろう。

2017年以降の調査では「温冷浴のことを知らない」人は50%以上であったが、2020年の調査では初めて50%を切り、サウナがより広まったことがわかる。日本には月に一回以上サウナへ通う「ミドルサウナー」は累計678万、月に四回以上サウナへ通う「ヘビーサウナー」は335万人との結果が出ている。年に1回以上サウナ浴をするライトサウナーと併せて、約2761万人が(昨年2714万)年に1回以上サウナを利用することが伺え、人数としては昨年より若干の上昇傾向がみられる。サウナが好きと答えた人は約32% (推計2549万人) (昨年31%推計2531万) となり、好きと答えた人は昨年から微増した。

サウナを利用すると回答した者のうち、水風呂を常用している割合は依然として少なく全体の34%に留まる。月4回以上サウナに入るヘビーサウナーでは53%、月1回以上サウナに入るミドルサウナーは47%が水風呂に浸かっているが、それでも約半数だった。温冷浴の認知度が上昇してきたものの、日本国内におけるサウナーの水風呂利用率は依然として低い。

2.研究目的

研究を行う上での最終目的は日本が世界に誇る温泉施設・サウナを世界に広めることである。そのためには国内の利用者数をさらに増やすべきだと考えている。

日本に住んでいる人々に対して、温泉施設・サウナ利用を推進するには、メリット、デメリット

リットを明確化しどのターゲット層に進める事が重要かも明確化する必要がある。

友人と対話をする事で新たに気づくことができた部分も多くあった。温泉施設内におけるサウナがもたらす効果はすべての人に共通しているが、ひとによって感じ方やサウナへ行くタイミングが全く異なっていることがわかった。人によってサウナに求めることが違うからこそ多くの人にサウナを好きになってもらうチャンスがあると思う。これまでサウナがもたらすメリットにばかり焦点を当てていたが、デメリットも理解し伝えていくことも大切なことだと思った。私自身あまり考えずに温泉施設へ通っていたが、振り返ることでのタイミングで行くか、どんな時にいきたくなるのかを再認識することができた。

予備調査では一番伝えるべきターゲット層を明確化することができた。本調査ではよりターゲットを明確化するために時間をかけて調査を行っていく。

3.研究対象・方法

・サウナがついた温泉施設を対象として研究を行っていく。実際に足を運び、人数・性別・年齢 単独かグループか家族が何人かなど細かく調査をしていく。また温泉以外の岩盤浴、飲食スペースなどの利用者も調査していく。

・よくサウナに行く友人にインタビューを行う。

4.調査 1-インタビュー調査

4.1 調査協力者と調査概要

大学入学当初から仲の良い Y さんにインタビューの時間を作ってもらった。Y さんは週に一度はサウナに通うほどのとてもサウナ愛が強い人である。調査日は 2022 年 11 月 3 日の夕方に 1 時間ほど行った。

4.2 インタビューの結果

普段一緒にサウナへ行く友達といつものようにサウナに行った際、対話を行った。私は、友人に「なぜここまでサウナに通い続けているのか」という質問をした。友人は「サウナに通うことで気持ちを落ち着かせることができている。例えば、悩み事がある時にサウナへいくことで整っている時間に頭の中で気持ちの整理をすることができている。また、新たなアイデアが浮かんでくることがある。普段自分と向き合う時間があまりない中で、サウナに行くことで自分と向き合うことができる時間ができているのだと思う。あとは気持ちの面だけじゃなくて体もリラックスできていると思う。疲れている時に行くサウナがたまらなく良い。こうやっていろいろ考えたい時とか疲れている時は一人でサウナに行っている。でも、友達とサウナに行くことで普段深くまで話さないことまで話せるから仲が深まる気がしている。友達といくサウナはまた違った楽しみがある」という回答をいただいた。

次に「どのくらいのペースで行っているのか」を聞いた。友人は「平均すると週に2回くらいは通っていると思う。でも行く回数を決めているんじゃなくて自分が行きたくなるときに行っている。さっきも言ったけど気持ちを整理したい時とか体が疲れているときに行っている。」という返答をもらった。次に「サウナに入った後どのようなメリットがあるのか」を聞いた。友人は「気持ちを切り替えてリフレッシュすることでその後やらなくてはいけなことが捗る。あとは夜だとめっちゃぐちゃぐちゃぐっすり寝れる。ベッドに入ってから寝るまでの時間がいつもより心地よく感じる。」という返答をいただいた。

次に「どのような温泉が好きなのか、どういう温泉によくいくのか」について聞いた。友人は「人数があまり多くないところがいい。最近はサウナが流行ってきて若い人も多いからざわざわしているとあまりリラックスできない。だから雰囲気がよくてあまり混雑していない温泉が好き。あと水風呂の温度がちょうど良い温度なところがいい。そうでないとあまり整わない。あとはよくいく温泉はだいたい近場の温泉に行く。あまり遠いと温泉を上がった後帰るまで2時間がかかるからその時間が結構きつい。だからよく通うのは三田市内の温泉に行っている。たまに気分転換したい時は少し離れた普段行かない温泉に行くのもよい。」

次に「これまで温泉（サウナ）に何度も通ってきてると思うけど、デメリットって感じたことはある？」と尋ねた。友人は「温泉とサウナは俺の趣味だからデメリットとかをあまり考えたことはないよ。でも一つデメリットを挙げるとしたらお金が結構掛かることかな。一回700円から900円くらいお金が掛かってるし。あと飲み物買ったり、岩盤浴も行ったしたらそれ以上に掛かってるし。俺の場合は週に2-3回いくこともあるから月に結構お金使ってるんだよね。もう少し値段を抑えてくれれば毎日温泉に行きたいくらい大好きなんだけどな」と言っていた。

4.3 考察

普段聞くことがなかった質問をすることで新たに分かったことが多くあった。対話をしている中でサウナへなぜ通っているのかについて詳しく聞いたことから、サウナがもたらす効果はとても多いと思った。また、人によってサウナに行く理由も異なるのだと感じた。サウナに行く前にどのような出来事があったからサウナへ行きたくなるのか、サウナに入った後のメリットを聞くことができた。また友人なりのデメリットも対話の中で聞くことができた。実際に私も週に2回ほどサウナに通っているが、友人が対話の中で言っていた通り「通えば通うだけお金が掛かってしまう」というデメリットがあると感じている。自分が好きなことだからお金がかかってもしょうがないという意見もあると思うが、一つの課題として重要なことなのかもしれないと感じた。

5.調査2-フィールド調査

5.1 予備調査（ターゲットの明確化）

予備調査として一つの温泉施設のフィールドワークを行った。今回は兵庫県神戸市にある温泉施設を訪れることにした。フィールドワークは10月14日（土曜日）の18時から19時の1時間行なった。調査をした内容はこの温泉施設を訪れる人の性別、年齢層の二つである。この二点を調べた理由はターゲットを明確化するためである。調査結果では男性の利用者数合計は26人、女性の利用者数合計は16人となった。女性の利用者数が男性に比べ4割も低いという結果となった。次に、年齢層は大きく三つに分け、0～10代・20代・30代以降の三層に振り分けをして調査を行った。男性は（6人・12人・8人）女性は（3人・4人・9人）という結果となった。男女共に共通しているのは一番若い10代までの層の人数が少ないことである。また男性は20代が一番多く、女性は30代以降が一番多くなっている。この結果からより私が温泉施設・サウナ利用を勧めるターゲット層は男女共通して10代までの若者、男性の20代の利用率より圧倒的に低い女性の20代の二つの層をターゲットとする。実際に私自身よくサウナに通っており、男性20歳くらいの大学生くらいの層が圧倒的に多いと感じており、サウナによく通う女性の友人も若い人はあまりいないと語っていたことから1時間という短い調査ではあるが、ある程度全国的な温泉施設利用者の割合と合っているのではないかと。

5.2 本調査(利用実態)

5.2.1 調査対象施設の概要

兵庫県神戸市に施設を構えている。

施設は充実しており、温泉・サウナ・岩盤浴・マッサージ・飲食スペース・休憩スペース・ちょっとしたゲームコーナーが存在している。

規模的には、温泉だけに限る銭湯より施設が充実しており、はるかに広い規模感である。

温泉施設までのアクセス

電車の場合

神戸電鉄 道場南口下車後、南へ徒歩約8分

バスの場合

神姫バス 三田・淡河線 中村橋バス停下車後、徒歩約5分

車の場合

有馬街道を北上し、藤原台を超えて、県道82号線の交差点を左折し、吉尾ICを超えて県道38合織に突き当たる。その交差点を右折し、約3分。

5.2.2 調査結果

(1)調査の概要

調査は長時間をかけて行った。10/21日(土曜日)・10/23日(月曜日)の二日間を調査日の対象とした。時間はどちらも11:00、18:00、22:00の3パターンに分け調査を行った。(それぞれ1時間で調査を行う)

温泉以外の施設利用者数なども記録し、温泉施設をいろいろな視点から調査した。

(2)利用者

10/21日(土曜日)の利用者

11:00-12:00	18:00-19:00	22:00-23:00
男(~10代) 2	4	2
男(20代) 5	7	5
男(30代以降) 8	13	10
女(~10代) 2	3	4
女(20代) 0	4	5
女(30代以降) 7	9	7

10/23(月曜日)の利用者

11:00-12:00	18:00-19:00	22:00-23:00
男(~10代) 2	2	2
男(20代) 4	4	3
男(30代以降) 6	8	5
女(~10代) 1	4	5
女(20代) 2	2	3
女(30代以降) 4	5	3

(3)合計人数

10/21日(土曜日)の男性合計人数は56人となった。また女性は41人となった。

10/23日(月曜日)の男性合計人数は33人となった。また女性は29人となった。

二日間の男性合計来場者数は89人となり、女性合計来場者数は70人という結果がでた。

この結果から年齢層を考えず、男女比だけで考えると女性合計来場者数は男性合計来場者数に比べ約2割低いということになる。

私が調べた時間だけで判断するのは安易な考えかもしれないが、私が行なった予備調査でも圧倒的に男性の利用者が多かったことから男女の利用者数の割合では男性が多いということが明確になった。

(4)性別・年齢

性別は合計人数で説明した通り、男性が合計 89 人
女性は合計 70 人という結果が出た。(二日間合計)

年齢層は上の表に書いてある通り三段階に分けて調査を実施した。
その結果 1 日目は男性 8・17・31 となり女性 9・9・23 となった。
二日目は男性 6・11・19 となり女性 10・7・12 となった。

(5)グループ構成

二日間の調査を通して特に多かったグループ構成は2~3人ペアの同性同年代のペアが多かった。ペアのほとんどが同性ペアであり、異性同士で一緒に来るペアはあまり見かけることがなかった。次に多かったのが小さい子を連れのお父さんお母さんである。

男子大学生の間で最近サウナが流行っているからなのか大学生くらいのペアもよく見かけた。逆に若い女性のグループがあまりいないように感じた。

グループ構成としては結論同性同士少人数で訪れる人が多いということになった。

男性の個人利用者は多く見かけたが、女性が一人で利用する場面をあまり見ることがなかった。

(6)温泉以外の施設利用者

この温泉施設では、温泉・サウナ・岩盤浴・マッサージ・飲食スペース・休憩スペース・ちょっとしたゲームコーナーが設置されている。

当たり前だが、温泉（サウナ）を利用する人はほぼ 100%と言っても良いだろう。二番目に多いのは岩盤浴の利用者であった。約 2 割の人が岩盤浴を利用しているイメージだった。二番目に多い施設利用者が 2 割は私の感覚的にはとても低いと感じた。三番目は飲食スペースの利用者だ。割合的には約 1 割程度であった。お昼時の時間帯、夕方から夜にかけての夜ご飯の時間帯にちらほら見かけた。ご飯を食べるタイミングは温泉に入る前、後とバラバラであった。休憩スペース利用者も約 1 割いる状況であった。

全体的に温泉（サウナ）施設以外の利用者が少ない結果となった。私自身いろいろな温泉に直接足を運んでいる中で、温泉施設以外にもう少し力をいれている場所をいくつか見たことがある。そのような場所ではこの結果とはまた違った結果が出てくるのではないかと考えている。

(7)楽しみ方

温泉施設の楽しみ方は様々であるが、一人で来ている人、複数人のグループできている人が一定数存在している。このことから、一人で考え事をしたり、リラックスをする時間として温泉施設を利用している方から複数人で会話をしながら温泉施設を楽しむという二つの楽

しみ方があるのだということがわかった。また、利用者の数はあまり多くはなかったが、温泉施設の利用と並行してマッサージ、岩盤浴、飲食なども楽しんでいる方も見かけた。現在もこれからの温泉施設も温泉にただ入るだけではなく、いろいろな施設を併せて利用することでより楽しい空間となると思う。

5.2.3 温泉施設の楽しみ方の例-私の場合

私は温泉施設のフィールドワークを行うために朝から夕方まで長時間温泉施設に滞在した。元々はフィールドワークをするという目的だけで、自分が温泉に入ろうとは考えていなかった。しかし、お昼ご飯を食べ、ふとした時に私も温泉に入りたいと思った。そして、急遽温泉に入ることを決めた。私はリフレッシュのために温泉に行っている。私のように週に何度も温泉施設を訪れている人のほとんどは温泉（サウナ）の良さを知っているからこそ、何度も足を運ぶのだ。これまで温泉施設に行ったことがない方、あまり行ったことがない方は「急に温泉に行きたくなる」ことはないと思うが、温泉の良さを知れば、私みたいに温泉に行きたくなる機会が増えるだろう。

今回はそこでの一連の流れを軽く説明していく。いつも通り家から車で15分ほど車を走らせ、この温泉に到着した。普段は夕方以降の遅い時間に温泉施設を訪れることが多いが、今回はお昼を過ぎた時間帯だったため、いつもと少し違う雰囲気を楽しむことができた。この時間帯では普段（私がよく行く時間帯の夕方以降）より人の数が少ない気がした。まず大きな温泉の看板を潜り抜ける。いつもとは違う雰囲気、松の木やきれいに舗装されている砂利道、一昔前の雰囲気を醸し出している。この時点で私の頭の中は温泉でいっぱいになる。言葉で言い表すことは難しいが、何度来てもこの感覚は忘れられない。温泉施設によって入り口の雰囲気は違うが、それぞれ違った良さがある。

次に入り口に入ってすぐ靴箱が現れる。温泉施設のほとんどが入り口に入ってすぐ靴箱がある。ここに靴を預け、鍵を持ちフロントに行く段階で再度温泉に来たことを実感する。靴箱の鍵は自分で持っているかフロントに預けるかのどちらかであり、これは施設によって異なる。鍵を預ける場合は入浴料を支払う段階でスタッフに預ける。温泉に行く準備を全くしないで来た人たちも安心して利用ができるよう、髭剃り・化粧水・タオルなど、アメニティは基本有料であるが、十分に整っている。そのため準備なしで温泉に来た人たちも安心して利用をすることができる。

入浴料を支払う段階で入浴とセットで岩盤浴を利用するかしないかを決めることができる。もちろん温泉に入った後、気が変わってその後岩盤浴を利用することも可能である。いつもは入浴だけに限ることが多いが、今回は岩盤浴も一緒に利用してみた。温泉に入る前にまず岩盤浴を利用した。岩盤浴はサウナに近いが、少し異なる。日本のサウナは服を全て脱いで入るのが一般的だが、岩盤浴は男女で入ることができるため、施設で借りた服を来て入らなければいけない。温泉は男女で分かれており、男女で温泉に来るメリットを感じていない人も多くいると思うが、岩盤浴を利用することで異性、カップルと一緒に温泉施設に来

でも十分に楽しめるだろう。私はこの時一人だったが、二組ほどのカップルが岩盤浴に入っており、少し羨ましかった。

サウナに比べて温度が低いため、サウナに比べて長時間入ることができる。このメリットを利用し、私は岩盤浴に入りながら、施設に置いてあるマンガを夢中で読んだ。漫画を読んでいるだけで流れ出てくる汗。とても気持ちが良い。しばらくの間岩盤浴を満喫した後、アイスを食べるのが私の楽しみの一つだ。私はマンゴーアイスをチョイスした。長時間暑い場所にいた体に染み渡るこの冷たさがとても癖になる。

この最高のひとときを味わった後、メインの温泉へと足を運ぶ。ロッカーは靴箱とは違う鍵を使用する。鍵をフロントに預けていない人は2つ鍵を持つことになるため無くさないように注意が必要だ。服を脱いでロッカーに入れ、フェイスタオルを持ったら準備完了。まずは掛け湯で体を流す。これは温泉に入る前のマナーだ。最初に体をシャワーで洗う人もいるが、私は掛け湯で流してから外風呂に入るのがルーティーンだ。冬になると外が寒いので最初に室内の温泉に入ってから外風呂に行く人が多いが、温まる前に極寒を味わい、その後温泉に入るのがたまらない。

温泉は全部で5種類ある。室内には2種類。外には3種類。温泉に入り体を十分に温めた後、サウナへ直行する。温度計は91度を指している。とても良い温度だ。サウナは一度に6-10分くらい入るのが一般的であり、私は9分ほど入った。サウナに入っている間は正面にテレビがあり、テレビを視聴するか、目を瞑って瞑想するかのも二択だ。私は瞑想をするのがとても好きだ。この時持っているフェイスタオルを頭に巻くことは欠かせない。これは頭が体より先に暑くなるのを防ぐためだ。頭が熱くなってしまうと、体が暖まる前に限界を迎えてしまう。その後サウナを出たら目の前にある水風呂へ直行。灼熱から一気に極寒へ。これがたまらなく気持ちいい。限界まで暑さを我慢しているため、とても気持ちが良いのだ。水の温度は16度。この温度もまたちょうど良い。

そして次の段階は外で「整う」ことだ。これがサウナの醍醐味である。リクライニングチェアが横一列に並んでおり、そこに寝そべり整うのだ。寝そべる前に持っているフェイスタオルで全身を拭き、水気をしっかり取ることが重要だ。体が濡れている状態だと外気で体がすぐに冷えてしまう。だからこそしっかりとタオルで体を拭くことが重要だ。体を横に倒し無心になる。この時に流れているBGMがとてもよく心を落ち着かせてくれる。この作業(サウナに入り整うまで)を3回ほど繰り返す。その後、体をシャワーでしっかりと洗い、終了だ。体を拭くために持っているフェイスタオルをきれいに洗い、それを使用し体を拭く。フェイスタオル一枚だけで洗濯が済むため、とてもおすすめの方法だ。それが気になる人は別でもう一枚タオルを持ってくると良い。温泉を上った後は無糖の強炭酸を一気に飲むのが私のルーティーンだ。これで私の温泉の楽しみ方は全て完了する。

6.考察と提案

本調査の結果

①結果的にどの層にサウナを広めていきたいのか。②温泉施設以外の利用者が少なかったという点も問題点である。③フィールドワークのなかで外国人観光客が圧倒的に少ないという三点の課題が浮かび上がった。この三点を中心に考察と提案を行っていこうと思う。

温泉施設について長期にわたって調べ、自分自身で温泉施設を調査した結果、三点の問題を見つけることができた。一点目は、「結果的にどの層をターゲットに温泉施設を広めていきたいのか」という点である。調査の中で、女性の利用者数が圧倒的に低く、また男女あわせて比較的若年層の利用者割合が低いという結果がでた。また女性は一人で温泉を利用する方がほとんどいなかった。この結果をもとに利用者の少ない層に焦点を当て深く考えていくことでより温泉施設・サウナを広めていくことができると考えている。そこで、女性利用者（一人利用も含める）の多い温泉施設、若年層利用者が多い施設と比較してヒントを得ようと思う。一昔前はスーパー銭湯（温泉施設）というあまり若い女性が行くイメージはあまりなかった。しかしお洒落でデートなどにも使えたり、女性一人でも気軽に温泉施設に行けるように配慮されている施設は年々増えている。特に都内の温泉施設では女性客が一人でも気軽に足を運ぶことができるようにいろいろな工夫がされている。入浴ができるだけでなく、リラクゼーションも美容も読書もグルメなど様々な楽しみ方ができる温泉施設が増えてきている。また都会となると朝まで営業や24時間営業の温泉施設も多く存在しており、ホテル代りに温泉施設を利用する人もいることから多くの層を取り込むことが可能となっている。私がフィールドワークを行なった神戸市の温泉施設にも温泉施設以外の施設は存在していたが、圧倒的に利用者が少なかった。もう一つ温泉施設を例に挙げると、私が住んでいる三田市にあるとある温泉は神戸市の温泉に比べ、温泉施設以外の施設の規模が圧倒的に大きいのが特徴である。私は週に一度この温泉へ行く中で、岩盤浴、フィットネス、飲食を利用しているお客さんの数が非常に多いと感じている。このことから温泉施設をより広めるための一つ目の方法として温泉施設以外の施設にさらに力を入れていくこと、ホテルのような役割を果たすことでこれまで温泉に興味を示してこなかった層に温泉の魅力伝えることが可能となり、より温泉施設が広まっていくと考える。

次にフィールドワークの中で課題となった若年層の利用者が少ないという問題を考えていく。ここで重要となるのがこの論文で多く触れてきた「サウナ」である。かつて温泉施設は年配層が多く、若年層が少なくなった。私の調査上は現在でも若者の利用者の方が少ないという結果となったが、若者の間で広がりを見せているサウナブーム。サウナが目ざれ始めたのは、2011年に『サ道』という書籍が発売された頃。その頃から考えると、すでに10年以上サウナブームは続いていることになる。このことから今後も温泉よりサウナ人気はさらに高まっているという予想をしている。より温泉施設を広めていくためにサウナは大きなキーワードとなっている。現在でも多く存在する温泉施設だが、サウナを新設しリニューアルすることによって、イメージを変えることができるのはもちろんのこと新たな客層を呼び込み、満足度アップ、収益アップにつなげることが期待できる。何度も繰り返すが、

温泉施設の需要を今後も伸ばし続けるためには、サウナを強化し、プラスアルファとしてコワーキングスペース、フィットネス、ジムなどの設備を整えていくことが、これからの時代選ばれ生き残っていくための鍵となるだろう。

人々が癒しを求め集い、裸で会話を楽しみ、汗を流す温泉施設は、私たち日本人の暮らしになくてはならない存在だ。だからこそ、今後もその幸せを届け続けるためにも経営形態の改善は状況に応じて必要となる。

そこで都内にある男性専用の温泉施設（サウナ施設に全力を注いでいる）を紹介する。ここでは、サウナの本場であるフィンランドの薪サウナや、焼けた石に水をかけ発生した水蒸気を楽しむことができる岩サウナなど、様々なサウナを楽しむことができる。特に日を燃やして使用する薪サウナは、都会で許可をとるのは難しいと言われる中で実現できたことで施設の目玉となっている。「薪サウナを体験したい」というサウナ好きの方々にとっては期待の高まる施設である。都会では許可が取りづらいが、都会以外の場所では積極的に取り入れることで新規顧客を取り入れることができるだろう。もちろん、流行りのサウナだけでなく、サウナから出た後にしっかりと体を冷やすことができる水風呂も充実。サウナでしっかりと汗を流した後は、食事処で冷えたビールと美味しい食事を楽しみ、静かなカプセルの中でゆっくり睡眠。心身ともにリフレッシュすることができるであって、男性の心をグッとつかんでいるそうだ。ただそれだけではなく、動画や漫画が見放題のリクライナースペースや、コンセントも完備し仕事や作業に集中できるコワーキングスペースなど、温浴設備以外にも足を運んでくださるお客様が楽しく過ごせるようなスペースが充実している。温泉施設だけでなく、プラスアルファの価値を提供できることで、サウナ好きの方だけでなく、1人でリラックスしたい人、集中して作業をしたい人、漫画を楽しみたい人など様々なニーズを持つ人々を呼び集める事ができる。このように温泉施設以外にも注力していくことがどれだけ大切であるのかが分かるだろう。（shuken.jp 2021/06/15）

もう少しサウナの重要性、これからサウナを新設していくメリットを紹介していく。私が考えるメリットは主に三つある。一つ目は、何度も書いているが「サウナブーム」の存在である。温泉も根強い人気があるが、有名な温泉や良い泉質でないと継続して足を運んでもらうことは不可能だと考える。これだけ多くの温泉施設が日本国内に存在しているからこそ、他の温泉施設との差別化をしっかりと図っていくことが重要だと考える。約10年前まではそれほどサウナが流行っていなかったことから、温泉だけで顧客は満足していたが、近年では温泉よりもサウナが併設されている場所の方が好まれる傾向にあるだろう。だからこそ、長期的に顧客に利用してもらうためには「サウナ施設は欠かせないもの」ということを伝えたい。二つ目は「あまり予算をかけずにサウナ施設を投入することができる点」だ。新たにサウナを取り入れようとしている温泉施設は浴場を増設したりするより低投資でサウナを作ることができる。サウナは少ないスペースで新設することができるため複数の設置も可能である。顧客が集まらず、十分な資金を調達できていない施設でも新たに挑戦することができるのが魅力的である。三つ目は「若年層を取り込むことができる点」だ。この三つ

目は私が行ったフィールドワークで出た結果と関連しており、私が最も重要だと考える点だ。これまでの歴史を遡っても温泉施設利用者の年齢が高くなってしまふのは仕方がないことではある。しかし「サウナがあるから温泉に行こう」という理由から複数人グループで訪れる顧客と一人でも楽しみに来る顧客を獲得することができる。数ある施設の中でたった一つを取り入れ、強化していくことで課題となっている若者を効率的に取り込んでいくことが可能となる。温泉施設・サウナがこれだけ多く存在していることから今更サウナを取り入れるのはリスクが大きすぎるのではないかと考える人もいるかもしれないが、その心配はないだろう。サウナと言っても、全く同じサウナは一つもなく、温泉の成分などが同じように、それぞれが好むサウナや水風呂の温度、雰囲気などによって異なるため「その施設の個性を出す」ことでまだまだ需要は高まっていくと考える。

現代の若者は「テレビ離れ」が深刻化しており、テレビよりも SNS を通じて情報を入手している。例えば若者のテレビと言っても過言ではない Youtube ではサウナの魅力を発信しているインフルエンサーは多数存在している。若者にとっての人気インフルエンサーがこれからも積極的に温泉（サウナ）の魅力を発信していくことで、さらに若者に温泉施設が広まっていくと考えている。新型コロナウイルスの影響で若者の大好きな飲み会などを開催することができなかつた時期もあった中で、私は「サウナで整う」という新たな楽しみを見つけることができた。温泉・サウナは健康にも良いとあらゆる研究で証明されている。もちろん飲み会も楽しいが、健康面を考えればサウナはとても魅力的だ。友人と行くことで十分にコミュニケーションを取ることでも可能であり、より仲が深まるきっかけともなるだろう。だからこそ若者は積極的に温泉施設に行くべきだ。若者の利用者が増えていくことで今後、温泉施設・サウナを世界に広めるきっかけになっていくと思う。

最後の課題として世界に温泉施設をさらに広めていくためには外国人にもっと魅力を知ってもらうことが大切だ。そこでまず海外の温泉との違いを考えていく。日本と世界では、温泉に対するイメージが少し異なり、利用の仕方にも違いがある。日本では基本的に温泉は水着などを着用せず裸で温泉に入るのが一般的だが、海外では逆に水着を着用するのが一般的だ。もともと海外の人は他人と裸でお風呂や温泉に入るという習慣・文化がないため、このような日本の風習に戸惑う外国の方は多い。（世界に誇る日本文化 2020/7/31）もう一つの違いは刺青への価値観の違いである。近年日本はこれまでの数十年に比べ、刺青に対して見違えるほど寛容な社会になりつつある。外国人観光客の増加もこの要因だと考える。それでも、日本の温泉・銭湯などでは刺青が入っているお客さんを断る場所が多い。刺青を「悪いもの」として直接的に結びつけて考える日本の風習は消えたとは言えない。せっかく日本を訪れたのに刺青を入れていて温泉に入ることができない外国人観光客は多くいる。日本の刺青への偏見をなくすのはとても難しいことだが、温泉施設自体が寛容になることで、より世界に日本の温泉を広めていくことができる。

これまでに触れてきた「どの層にサウナを広めるのか・温泉施設以外の施設の利用者・外国人利用者」三つの問題を重点的に解決していくことで私が求めている温泉施設・サウナを

より世界に広めていくことができると考える。

【参考文献・引用文献】

第一章「日本の温泉の現状」(2010)

<http://www.murasugi.com/contents/document04-002/4>

日テレ News NNN (日本サウナ総研 2020)

<https://news.ntv.co.jp/category/economy/1005017>

Dig-it 入浴道 (2023/4/23)

<https://dig-it.media/lightning/article/789639/>

全国町村会(2023/1/09)

<http://www.zck.or.jp/site/column-article/24973.html>

SHUKEN サウナーが集う浴場施設とは？(2021/06/15)

<https://www.shuken.jp/column/onyoku20210615/>

にほんご日和 世界に誇る日本文化(2020/7/31)

<https://haa.athuman.com/media/japanese/culture/2343/>

性的マイノリティに対するマイクロアグレッションを防ぐ

ーライフストーリー・インタビューを通してー

総合政策学部 総合政策学科

山下那南

目次

1. はじめに
2. 研究背景
3. 先行研究
 - 3.1. 性的マイノリティ研究の現状
 - 3.2. 性的マイノリティ当事者に対するインタビュー調査の現状
4. 研究目的
 - 4.1. 研究方法
 - 4.2. 研究対象
5. インタビュー結果
 - 5.1. インタビューの日時と形式
 - 5.2. インタビュー内容
 - 5.2.1. 現在の生活
 - 5.2.2. これまでの人生とこれからの人生
 - 5.2.3. 社会的制度の利用と難点
 - 5.2.4. マイクロアグレッション
6. インタビューを終えて
 - 6.1. 小括
 - 6.2. 本研究を通じた A さんの感想
7. 結論

1. はじめに

私の知人女性 A さん（以後 A さん）から、3 年前にバイセクシュアル¹であり、7 歳上の女性とお付き合いしているというカミングアウトを受けた。私にカミングアウトした際、A さんは「どうせ、気持ち悪いって思っとるんやろ」と否定されることを恐れていたように思えた。私はこの発言から A さんがこれまで如何に悩み、苦しんだのか想像することができた。それから、A さんがパートナーの話をする際も、女性同士でお付き合いすることに関しては決して否定しなかった。性別のことには触れず、喧嘩した話や楽しかった思い出等の話を数々聞いた。私自身は否定することもなく過度な干渉もしていない、良い付き合い方ができていると感じていた。

しかしながら、今年の夏にまだ A さんのことが完全に理解できていないことに気付いた。再び性的マイノリティ関連の話をしていて、私が「差別してないって言いすぎる人の方が、差別していると思う」と言うと「それ那南（筆者）にもあてはまるで」と言われた。正直、私は困惑した。A さんの両親がバイセクシャルに否定的なため、私は両親の分まで A さんに寄り添うことができたなら良いと思っていた。しかしながら、これはただの自己満足にしか過ぎず、私も A さんを傷つけていたのだと知った。この出来事から、A さんとどのように接したらいいのか、私の何気ない発言がまた A さんを傷つけてしまうのではないかと考えれば考えるほど分からなくなった。

このような、意図的かどうかにかかわらず、発言や行動等で受け取る側を傷つけることをマイクロアグレッションという。以下は、マイクロアグレッションを更に詳細に定義したものだ。

マイクロアグレッションとは、日々のありふれた言葉、行動、または環境の面での侮蔑的な行為で、意図的かどうかにかかわらず、有色人種に向けて彼ら・彼女らを軽視し侮辱するような敵対的、中傷的、否定的なメッセージを送る。マイクロアグレッションの犯人はたいていの場合、人種的/民族的マイノリティとの対話のなかでそうしたメッセージを伝えていることに気づかない。(Sue et al. 2007: 271)

これは有色人種と白人の間に限った話ではない。あらゆるマイノリティの間で起こり得る事象だ。本研究では、特に性的マイノリティに対するマイクロアグレッションに焦点を絞る。これ以上、A さんが無意識に差別したくないためだ。本研究でこの問題を取り上げるほど意識している段階で、無意識な差別に含まれる可能性もある。また、性的マイノリティと一纏めにした単語で表現しているが、実際には数えきれないほどの性の在り方がある。今回は、バイセクシュアルで現在女性とお付き合いしている A さんを一つの事例として研

¹バイセクシャルとは LGBTQ の B にあたり、男性と女性の双方に性愛感情が向く人々のことをいう。

究していく。

2. 研究背景

差別に対して近年は特にセンシティブな問題となり、今までは許されていたことが許されない時代になったように感じる。1. で述べたように、日頃から差別はしていないと自負していても、受け取る側からすれば差別と感ずることがある。つまり、差別は一方的な「良心」だけで解決するものではない。では、私たちが差別の加害者にならないためには何が必要か、受け取る側は何を求めているのか。双方の視点から見たマイクロアグレッションを防ぐ解決策が、この論文で明らかになるのではないだろうか。

また、この卒業論文を通して得た知見を世の中の営業職に提唱する論文にしたい。私は、卒業後営業職として働く予定だ。自覚なく顧客を傷つける発言をするマイクロアグレッションは、時に信頼を失う大きな問題につながる。今回は性的マイノリティに対するマイクロアグレッションに着目するが、その他のマイノリティにも同じようなマイクロアグレッションを行ってしまう可能性がある。私自身が就職後に活かすことはもちろん、日頃、他者と話す機会が多く、マイクロアグレッションをしてしまう恐れのある全ての営業職にも関係する内容となっている。

3. 先行研究

3.1. 性的マイノリティ研究の現状

◆ 森山至貴(2017).「LGBTを読みとく—クィア・スタディーズ入門—」

〈要約〉暴力や差別は「良心」や「道徳」で防ぐものだというイメージがある。しかし、マジョリティ側が「良心的」なだけでは防げない、反対に「良心的」であるが故に起こる差別がある。「普通」という暴力に対するアプローチには学問が扱う知識が必要だ。この本では、準備編、基本編、応用編に分けられている。歴史的経緯や性の在り方から日本におけるセクシュアルマイノリティをめぐる議論まで、クィア・スタディーズ²の視座から述べられている。

私が本研究で明らかにしたい「何を知れば他者を傷つけないか」という問いは、何が偏見か分からない不安から抜け出す重要な一歩だとこの著書には書かれていた。同性パートナーシップ、アウトティング等の内容に特に関心があったため、ライフストーリー・インタビューの際も聴きだしていきたい。

² クィア・スタディーズとは、森山(2017)の書籍内で「セクシュアルマイノリティを、あるいは少なくとも性に関する何等かの現象を、差異に基づく連帯・否定的な価値の転倒・アイデンティティへの疑義といった視座に基づいて分析・考察する学問」と定義づけられている。

◆ 神谷悠一(2022).「差別は思いやりでは解決しないージェンダーやLGBTQから考えるー」

〈要約〉差別への対応策として「思いやり」が魔法の言葉と化しており、そうっておけば大抵のことは対応できるという認識が表れているのではないだろうか。「思いやり」だけではなく、制度「も」不可欠である。しかし、LGBTQの課題はマニュアル化にすら至っていないところにある。

森山(2017)は思いやりのほかに「知識」が必要だと述べていたが、神谷(2022)は思いやりのほかに「制度」が必要だと述べていた。制度については、自治体や法整備といった対組織や対社会を中心にこの著書では書かれていた。しかし、本研究は対個人間のマイクロアグレッションを防ぐことが目的となっている。そのため、制度の部分には着目せず、性的マイノリティの心情や被害について後ほど引用する。

3. 2. 性的マイノリティ当事者に対するインタビュー調査の現状

◆ 枝川京子・辻河昌登(2011).「LGBT当事者の自己形成における心理的支援に関する研究ーナラティブ・アプローチの視点からー」

〈要約〉ナラティブ・アプローチは、聞き手に伝える語りによって対象者自身の自己理解が深まるとともに、聞き手はLGBTの経験の重さや意味の深さを考察できる。LGBT当事者であるレズビアン女性1名にインタビュー調査をした。調査内容については以下の内容と順序でまとめられていた。

1. 語りからの「現実の年表」 — 家族構成や年齢に伴った出来事をまとめていた
2. レズビアンへの気づき — 幼児期・中学時代・高校時代と分割してインタビューすることで、レズビアンに対する疑いから確信するまでの流れが分かりやすく書かれていた。
3. コミュニティへ — 「自分はおかしいのでは」と悲観的になっていた時代から大学生になり他の性的マイノリティの方々と交流するようになった心境の変化が表れていた
4. 自分らしく生きる — 現在の想いについて聴いていた。結婚できない、旦那の扶養になることもできない。レズビアンを自分の使命として、自立しながら生きていく覚悟が見えた。
5. LGBTが生きやすい社会のためには、やはり教育 — 心理的支援であったらよかったものを聞いていた。異性を好きになるのが当たり前だと教え込まれた学校での内容だった。
6. 語ることについて — 今回の調査を通して、対象者の考えが整理されていた。

1対1で性について深く話すことで、将来についての考えが明確になっていた。

この論文で挙げられている「ナラティブ・アプローチ」は「ライフストーリー・インタビュー」の構成概念となるものだ。中尾(2021)はライフストーリー研究の構成概念として「人生の物語」と「ナラティブ・アプローチ」の2つを挙げている。「ナラティブ・アプローチ」とは臨床心理学から生まれた問題解決手法だ。当事者が主観的に物語(narrative)を語り、問題を外在化して考えるとともに、問題の捉え方を変えることができるようアプローチする。一方、「ライフストーリー・インタビュー」は、対象者のアイデンティティや社会を理解するための質的調査法の1つとされている。「ナラティブ・アプローチ」を基盤とした上で、過去から未来の時系列に沿って物語を聞き出す点や、問題を理解する対象が異なっている。

しかし、性的マイノリティの当事者が語るライフストーリー・インタビューは、上記以外に参考となるものが見つけられなかった。そのため、本研究で一例を出していく。

4. 研究目的

性的マイノリティであるAさんに対して、マイクロアグレッションを防ぐためには「良心」以外に何が必要か。一方的な視点からでは見えなかった、受け取る側の想いを明らかにしたい。そして、現在私に不足している性的マイノリティに対する関わり方を知る機会にしたい。

4.1. 研究方法

幼少期から現在までの心境の変化を知るため、ライフストーリー・インタビューを行う。ライフストーリー・インタビューとは、「人生や過去の経験をインタビューすることによって、対象者のアイデンティティや社会を理解するための質的調査法(中川,2009)」である。幼少期から現在、更には未来の展望まで聞き出すことで、聞き手側は体験することのできなかつた性的マイノリティの辛さや悩みを知ることができる。そして、話し手側もこれまでなかつた性について深く話すことで、考えが整理される。この研究方法でAさんとの認識の違いを理解し、マイクロアグレッションを防ぐための糸口を見つけていく。以下は、ライフストーリー・インタビューの方法論として参考にしたものだ。

◆ 大久保孝治(2009).「ライフストーリー分析—質的調査入門」

第1章「ライフストーリーとは何か」では、「語り」について書かれている。「語り」は、「現在という時点からの過去および未来への意味付与」とされ、「聞き手の『問いかけ』に対する反応として展開されると同様に、聞き手もまた語り手に影響される」と書かれている。第2章「ライフストーリー・インタビューの実践(1)データの収集」では、ま

ず対象者の「現在の生活」について質問するよう指定されている。これは、ライフストーリーに込められた希望や不安等は、現在の語り手の意識や心理の投影が含まれているためだ。次に、これまでの人生について遠い過去から現在に近づくように聞く。最後に、転機となった出来事やこれからの人生について聞く。以上の順序が、ライフストーリー・インタビューの方法論とされている。

4. 2. 研究対象

バイセクシュアルであり、現在女性とお付き合いをしている A さん

A さんとは長年の付き合いであり、関係性も深い。昨年までパートナーシップ制度を結んでいたが、引っ越しに伴い現在は解消した。

5. インタビュー結果

5. 1. インタビューの日時と形式

2 度に分けて、インタビューを行った。1 度目のインタビューで不足していた部分を 2 度目のインタビューで聞き出した。また、2 度目には本稿を読んでもらい、本研究を通して A さん自身に心境の変化はあったか、伝えたいことは伝わっていたかを尋ねた。後者は、6.2. に記述している。

【1 回目】

インタビュー日時：10 月 29 日（日）19 時 45 分～22 時

所要時間：2 時間 15 分

インタビュー場所：筆者の自宅

対話形態：対面

【2 回目】

インタビュー日時：12 月 10 日（日）22 時～22 時半

所要時間：30 分

対話形態：Zoom を用いてカメラをオンにした状態で対話した

5. 2. インタビュー内容

先行研究である大久保孝治(2009)「ライフストーリー分析—質的調査入門」のインタビュー方法をベースとして行った。それに加え、LGBTQ の位置づけやマイクロアグレッションについて、社会と個人の 2 つの視点から聞いた。

特に印象に残った会話を分類ごとにそのまま引用した。部分的に A さんの心情を分析し、をまとめていく。「現在の生活」「これまでの人生とこれからの人生」「社会的制度の利用と難点」「マイクロアグレッション」の 4 部構成となっている。会話内では、インタビュ

イーである A さんを“A”、インタビュアーである筆者を“I”と表記している。

5. 2. 1. 現在の生活

表 1. A さんの人生年表（ライフコース整理表）

西暦	学校・職業経歴、その他の出来事、居住経歴、社会的・歴史的出来事等
1997	関西地方に生まれる
2013	公立高校に入学
2016	私立女子大学に入学
2020	就職。現在のパートナーに出会う。
2021	Y 市がパートナーシップ・ファミリーシップ制度を開始。そこでパートナーシップ関係を結ぶ。
2022	転職（1 回目）
2023	Z 市で一戸建てを購入。パートナーシップ関係を解消。
2023	転職（2 回目）

【家族について】

2023 年の春から、一戸建てを購入した。パートナーと犬 2 匹と生活している。パートナーは月木休み。

【仕事について】

転職活動を終え、11 月から新しい職場に移る。現在は準備中のため仕事もアルバイトもしていない。

表 2. A さんの平均的な 1 日（1 度目のインタビュー調査をした 10 月 29 日時点）

10:00	起床, 犬の世話
12:00	家事, 犬の散歩
14:00	ドラマ・漫画を観る
17:00	犬の散歩
18:00	パートナーが帰ってくる
19:00	夕食, 入浴, 運動
20:00	犬の散歩
21:00	パートナーとそれぞれ違う時間を過ごす
24:00	パートナーと共に就寝

転職するまでの休みの期間ということもあり、比較的ゆったりした生活をしている。こ

のことから、インタビュー当時は精神的余裕もあることが予想される。

表3. Aさんの平均的な1週間（平均的な1日につけ加える特記事項）

（1度目のインタビュー調査をした10月29日時点）

月	パートナーが休みのため2人で出かける
火	
水	
木	パートナーが休みのため2人と犬2匹とドックランへ行く
金	祖母に会いに行く
土	
日	

パートナーの仕事がない日には毎週2人で出掛けていることから、関係も良好だということが読み取れる。

5. 2. 2. これまでの人生とこれからの人生

【就学前】

I : 男の子の方が好きやったとか、女の子の方が好きやったとかある？

A : 好きって言う感情がない、そもそも。

I : みんな友達みたいな？

A : うん。

【小学校時代】

I : 小学校の時は？

A : 小学校1年生の時は隣の家のB君（男の子）が好きやったで。

~~~~~

I : こっち（引っ越した後の市）来てからは？

A : こっち（引っ越した後の市）来て（小学2年生）から、6年生まで記憶にない。

I : C君（Aさんと同級生の男の子）とか好きじゃなかった？

A : それ6年やで。小学校6年生の時はC君がめっちゃ好きやってん。C君一途！みたいな。

~~~~~

A : 小学6年の話まだある。V小学校（隣の小学校）で良い人居らへん？みたいな、その時はとにかく恋愛みたいな、自分が一番恋愛に夢中になってたときやって。その時は女の子とか目もなく、普通にもう男やってんけど。とにかく付き合いたいみたいな、別に好きとかどうでもいいから付き合いたいみたいな。

【中学校時代】

- I : 中学生の時は？
A : 中学はバスケットに夢中やったで終わった。
I : 好きな人とかおらへんかったん？
A : うん、あんまりおらへんかった。
I : 付き合ったりとかは？
A : なかった。
I : そこも別に、男の子とか女の子とかなんも関係なかったん？
A : うん、とにかく部活って感じやった。

【高校時代】

- I : 高校の時は？
A : 高校は男女の学校やけど女子クラス、3年間一緒。
~~~~~  
A : 自分もW科（男子クラス）の子を好きになったわけや、その子は男の子。ミサンガあげたり、クッキーあげたりしとった。それでサッと振られたんよ、ちゃんと。  
I : 何年の時？  
A : 2年ぐらい？それで部活にシフトを切り替えたんよ。で！そこで！転機！Dちゃん（バスケット部キャプテンの女の子）がめっちゃうまいのバスケットが。一番うまいわけ。それで自分が下手くそやってん。だから、教えてもらっててん、足の重心の付け方とか。そしたら、その時にめっちゃかっこいいと思うようになってんDちゃんのこと。同じクラスじゃないけどずっと見てて。  
I : X科（Aさんと同じ女子クラス）じゃないの？  
A : X科じゃない。同じクラスじゃない。だから授業とか全然被らへんし、むしろ部活でしか会うことないみたいな。毎日一緒やんか、部活って。めっちゃかっこいいから、次第に好きになっていった。それが今となっては「ああ、好きやったな」って思うけど、その時は別に好きがどうかも分からんかったん。好きという感情がさ、持ったらあかんって思ってたから。そんな感情はないと思ってた、女の子に。  
I : まだわかってなかったんやな。  
A : そうそうそう。でも、部活してない休みの日にも会いたいってなったんよ。  
I : 友達としてじゃなくってってこと？  
A : うん、普通に。で、LINEしちやったんよ。「会いたい」って。自分がDちゃんに。LINEするときも、異様に意識してまうみたいな。あと、インスタとか高校の時あったやんか。Dちゃんのインスタフォローしてて、インスタに他の子が一緒に写ったりしたらめっちゃ嫌な気持ちになるとか、なんか嫉妬みたいな感情があったわけ。自分

も行きたい、自分もそこに写りたいみたいな。で、会いたいなと思って「会いたい」って送ったら、Dちゃんはそこで何か感じたんやろうな。そこからちょっと気まづくなっただんよ。自分とDちゃんが。それを、「会いたい」って送ったやつをバスケット部のみんなに結構言われてたんよ。

I : Dちゃんが他の人に言ったん？

A : そうそうそう。「自分(Aさん)から会いたって送られてきたんやけど。」みたいな。なんか、ちょっと気まづくなって。これやったら友達の方が良かったやんって。別に、好きって伝えたつもりはないよ。言葉にしてないし。高校の時はバスケの練習が男女同じやってん。だから男子にも必然的に回ってて、きつかったよな〜。

I : それはきついな。

A : それでハミゴみたいになって、ちょっと嫌やなって。一旦バスケットに集中しようってなってる、ほんまに。それで結構関わらんようにしてた。でも、時間が経つにつれて普通に接してくれるようになって、みんなも忘れてみたいな。もうだから、そっから出したあかんねやみたいな。でも自分はこの気持ちが好きかも分かってないけど、こういう気持ちは出したあかんみたいな。

I : 会いたって言ったあとなんて返ってきたん？

A : 忘れたけど、結局会ってない。多分既読ブッチやったかな、忘れた。それで次の日、みんなから無視みたいな。キツイよな。

### 〈考察〉

小学校時代の「その時は女の子とか目もなく、普通にもう男やってんけど」という言葉から、女性は男性を好きになるものだと認識している。中学校時代も、部活動に集中していたため、特に認識の変化はなかったと考えられる。

高校時代、「好きという感情がさ、持ったらあかんって思ってたから。そんな感情はないと思ってた、女の子に。」という言葉からも分かるように、Aさん自身が恋愛感情を自覚しているわけではない。それにもかかわらず、バスケット部キャプテンの女性と他の人が同じ写真に写ることに対する嫉妬が生まれた。そして、「会いたい」と連絡するという行動を初めて起こした。しかし、その後の部活内で広められ、仲間外れにされた経験が一種のトラウマとなっている。この経験がきっかけとなり、同様の気持ちが芽生えても表に出してはいけないと決心する。

### 【大学時代】

I : 大学生時代は？

A : 大学生入ってマッチングアプリ初めた。自分ボーイッシュな女の子が好きなんよ。高校までボーイッシュな子ってあんまおらんかったからさ。女子大に行って、女子大の中でも体育科みたいなんあって、体育科の人は結構スポーツやってたからみんな。レ



ズ当たり前みたいな。結構、こことこ女の子同士で繋がってるでとか、手繋いで歩いてるとかあって。でもまだ気づいてない、女子が好きってことに。変な気持ちやなっているのはあるけど、まだ気づいてなくて。E（同じゼミの女の子）っていう子がおるねんけど、この子ボーイッシュでめっちゃ性格好きかもみたいになって、ずっと一緒におるようになった。Eがよく部活の昼休憩とかでシューティングしに行ったりとかしとったわけ。で、自分も中学高校バスケ部やったからさ、バスケはできるやん。だからさ、一緒にシューティングとかしたりして、その時に「うわ、好きかも」って思ったんよ。ずっと一緒におりたいこの子とみたいな。でもまだ、気づいてない好きって。恋愛としての好きってまだ気づいてなくて。

I : 友達としてのってこと？

A : 友達としてめっちゃ好きみたいな。でも、この友達としてめっちゃ好きは自分の中の恋愛でもいけるっていう好きやったんやってことに社会人になってから気づいた。でも振り返ってみればあの時もあの時もそうやったんや、これと同じ感情やったわって思い出した。でも部活忙しいからみたいな感じで離れていったかな。その時から自分が大学嫌になって。あんまり行かへんようになった。最低限の単位みたいな。

I : 学校が嫌になったんはその子 (E) 関係ある？

A : 関係あるで。その子居らんくなったから、1人になる時間が増えてみたいな。

~~~~~

A : 20歳の時にF（男性）と出会った。

I : 懐かしい、何繋がり？

A : マッチングアプリ。付き合ったことないし、まだ誰とも。だから、嫌になったら振ればいいし、別に結婚するわけじゃないから1つの経験として付き合ってみるのありちゃうかと思って自分で。で、いいやって思って付き合った。

〈考察〉

女子大学に入学したこともあり、今まで見たことのない恋愛の形が身近にあることに気付いた。同性愛の存在を知った後も「でもまだ気づいてない、女子が好きってことに。変な気持ちやなっているのはあるけど、まだ気づいてなくて。」と語っていた。新たに好きな女性 (E) ができた際も、「この友達としてめっちゃ好きは自分の中での恋愛でもいけるっていう好きやったんやってことに社会人になってから気づいた。」と語っている。そして、好きになった女性と疎遠になった後は、大学が嫌になり最低限の単位で済ますようになった。自覚も生まれておらず、高校時代のように直接想いを伝える行動には移さなかったものの、好きになった女性と離れたことで大学に行く気力がなくなるほど特別な想いを抱いていたことが確認できる。

【社会人時代（現在のパートナーとの出会い・告白）】

A : そのタイミングで同棲しようってなって (F と)、同棲したけど価値観あんまり合わへんくて。と同時に新入社員になって、めっちゃ好きな子ができた。それが P (現在のパートナー)。

I : 1 年目で出会ったん？

A : うん、初めての配属先におった先輩。仕事を教えてもらって、そこで一気に距離縮めて、仲良くなってみたいな。もう 1 人の先輩と 3 人で休日遊んだりとか、出勤前にアウトレットいったり、出勤終わってご飯食べて朝までぶっ通してみたいな。めっちゃ楽しかった。P のギャップが好きやなって思って、仕事めっちゃできるけど、優しいみたいなの。そんで、「好きです」って言ってん、電話で。「会いたいです」みたいなの。

I : その時は、気づいとるん？

A : その時に気づいた！なんでこう思ったんやろうみたいなの。P が月曜日仕事休みで、同期も同じタイミングで休みやったから、必然的に同期が出勤する日は P も出勤するねん。それで、自分の同期があの人 (P) と一緒にできるのいいなって思って、いいなずるいみたいに思って、嫉妬するようになってん。月曜日 P が休みやねんけど、月曜日働いてたら「ああ、今日 P おらへんねや」みたいなの、「おもんな」みたいに思っもて。その先輩がおることによって仕事が楽しいみたいになったわけ。「会いたい」って言ったら、「それってどういうこと？」って P に聞かれた。「好きです」って言ったら、「じゃあ、うち (P) ともそういうことできるってこと？」って聞かれてことって言われて「できます」って言った。「分かった、うち (P) の中で整理してみる」って切った。ずっと好き好き言っとったら好きになってくれた。P は別に男とか女とか関係ない、偏見も全くないし、自分が当事者になってもなんも思わへん人やったから、すんなり受け入れてくれた。

I : P ちゃんも A さんが初めて女性と付き合った相手ってこと？

A : そうそうそう。P は好きになった人が好きみたいなの。女性が女性を好きになるのが LGBT じゃなくて、好きになった人が好き、女やったら誰でもいいわけじゃなくて、性別に囚われてなくて別に。

I : たまたま女の人やったってことやんな？

A : そうそうそう。好きになった人がたまたま女の人やったっていう、それだけ。

~~~~~

## <12月10日(日)に行った追加のインタビュー内容>

I : 高校の時の経験で結構「もう誰にも言わへん」みたいな感じで塞ぎ込んだのに、なんで告白しようと思ったん？

A : P に？

I : うん。

A : なんでやろ。結構 (P が) 大人やからさ、いけるかなって思った。

I : 受け入れてくれるかなって思ったってこと？

A : そうそう。優しかったからな。

I : P も A さんのこと好きやなってわかった状態で告白したわけではないってことやんな？

A : それはちゃう。全然ちゃう。でもお酒の勢いもあったかもしれん。夜中に喋っとったし、その時。だから、勢い。

### 〈考察〉

現在のパートナーと出会い、差別の判断基準が形成されていると考えられる。現在のパートナーは、A さんに告白された際、「分かった、うち（現在のパートナー）の中で整理してみる」と発言した。この時、女性であることを理由に即座に拒絶していれば、A さんは更に同性に対する恋愛感情に戒めを感じていただろう。付き合うか否かという問題ではなく、一度受け止めてくれた事実が A さんにとって重要であった。今まで整理できていなかった感情も、「好きになった人がたまたま女の人やったっていう、それだけ」と言語化できるようになった。

### 【パートナーシップ<sup>3</sup>関係を結ぶ】

I : それで、お付き合いした後は？

A : 付き合い始めた初めから同棲しとるみたいな、ずっと泊まったりしとって。結婚したいって思ってたん自分がすぐに。浮気とかそういう嫌やし、別れる別れへんとか嫌やから、取られるんが嫌やったし「パートナー組も」って言ってんすぐ。

I : 付き合いってどれぐらいで？

A : パートナーが Y 市（以前住んでいた市）に出来たのが、自分らが付き合い始めて 1 年ぐらい経った時やってん。だからそのできたタイミングやったけど、結婚を前提にしよみたいな、結婚しよってなったんは半年経ってから。

### 【転機について】

I : 今の自分（A さん）ができる大きなきっかけとなった経験とか転機ってある？

A : 社会人になって、P と出会って世界が変わった。こんなに囚われんでいいんやって思った。形とか、同性やからとか女性やからとかマジでどうでもいいって思った。ポジティブになれた。

<sup>3</sup> パートナーシップ制度とは、各自治体が同性同士のカップルを婚姻に相当する関係と認め、証明書を発行する制度である。法律上の婚姻とは異なるため、届出をしても法律に基づく権利・義務は発生しない。

### 【これまでの人生を振り返って】

I : これまでの人生全体を振り返ってどういう感想持つ？

A : なんか、ネガティブやったなって。

I : いつまで？

A : 1 番大学 2 年生がネガティブやった。固定概念というものに縛られていたなって。学生やったから見える世界、目の前の世界もめっちゃ狭かったし、やから社会人になったら世界は広いから空を見てほしい。高校とか小学校とか同じ区域に住んでる人でさ、合わさってるやん中学校とかさ。彼氏とかを求めてさ、もっといっぱいおるよっていうのが分かったかな。

### 【これからの人生について】

I : これからの人生について、どうしていききたいとかある？

A : やっぱり女性同士やから、収入面が 1 番問題よね。今男性やから女性やからってないと思うけど、女性同士で収入が低いからこそ、生活どうやって切り盛りしていくかとか。あと子供？うちの場合はどっちも子供いらんっていう結果やけど、どっちかが子供ほしいってなったら、子供の今体外受精とかも結構あるから、情報は少ないけどそういうのも調べてみないといけない。これからの人生は、2 人でほのぼの縛られず、生活にゆとりをもって、変に形を変えずに過ごしていきたいな。

### 【性的マイノリティの位置づけ】

I : 性的マイノリティに対してどう位置づけしとる？例えば、A さん自身からしたら、マイノリティっていう感覚もなくってほんまに男女の区別と同じぐらいの軽いものかもしれないやん。

A : 性的マイノリティってなんなんやろな。

I : LGBTQ に収まらん人もいっぱいおるけど。

A : LGBTQ っていう分類に対してそこに収まってない人もおるわけやん。だから、もう個性やと思ってます。だからさ、障がいも個性っていうやん？そういう感じ。

### 〈考察〉

「形とか、同性やからとか女性やからとかマジでどうでもいいって思った」「学生やったから見える世界、目の前の世界もめっちゃ狭かったし、やから社会人になったら世界は広いから空を見てほしい」と語っているように、現在のパートナーとの出会いが転機となり、視野が広がっている。同時に、性格も明るく、活気が溢れるようになった。

性的マイノリティの位置づけでは、A さん自身は特別なものという認識はなく、自分の個性の 1 つとして捉えていた。

### 5. 2. 3. 社会的制度の利用と難点

#### 【一戸建てを購入に伴い、パートナーシップ関係を解消】

A : でも、今は（パートナーシップ関係を）解消した。市によってできるできひんってあるねん。引っ越した時に市が変わったんよ。Y市はできたけど、Z市（現在住んでいる市）はできひんねん。だからそのタイミングで解消した。でも、家のローンが組めたのはY市のパートナーシップ制度があったから組めた。

I : どれぐらいの年月、パートナーシップ制度を結んどったん？

A : 2年？とかちゃう、多分な。

I : パートナーシップ制度結んで良かったこととかある？

A : （パートナーシップ制度を組むと発行される証明書は）あんま使わなかったけど、自分への安心感はめっちゃあったのと、周りにも堂々と結婚してますよって言うのは言えた。ほんまにパートナーシップ組んどって、家買えて良かったなって言うのはあった。

I : 解消してなんか嫌なことは？

A : 家買うまで来たらさ、もう不安とかないからさ、お互いに。嫌なことないけど、今後なんかあった時に他人やから、またZ市にできたら入る。

I : 8月喋った時にさ、Pちゃんの養子に入るのがどうか言っとったやん？それについて教えてほしい。

A : 苗字と一緒にじゃないのが嫌なわけ。苗字一緒にする方法として、どんな方法があるかなって思って、年上の養子になるっていうのを戸籍上ですれば、子供になれるから同じ苗字にはなれるけど、自分の家族の戸籍から抜けますよってなる。<sup>4</sup>だから、自分だけの判断じゃ無理やなって思って、これは。お母さんが住民票の戸籍取ったときに、子供が1人減ったらちょっとまずいと思って。別にそれでお母さんとの関係性変わるわけじゃないけどさ、戸籍が変わっちゃうじゃん。それがまずいと思って、やらなかった。それはちゃうよなって話してなって。将来絶対生きとるうちに来るって信じて、同性婚ができる日が来るって信じて、そこまで待とうみたいな、って言ってます。

I : 引っ越したのはなんでなん？

A : 犬が2匹欲しかったから。ペット禁止の所に犬が1匹もう既におったんやけど、毎日気遣うのも嫌やし。それは自分らが悪いんやけど。あと、多頭飼いたいなってずっと言ってる、賃貸で条件に合うところ探したけど全然なくて、もう一軒家買う方がいいなってなって。

<sup>4</sup> 同性カップルが適用されるのは特別養子縁組（実親との親子関係を断つ）ではなく、普通養子縁組（実親との親子関係を存続した状態で結ぶもの）である。そのため、インタビュー内でのAさんの発言は誤りである。しかし、普通養子縁組を解消した後に同性婚することはできないため、普通養子縁組を結べばAさんの同性婚をしたい強い願望は叶わない。

I : Y市の中で探す選択肢はなかったん？

A : あったよ、もちろん。でも、Y市の家賃ってめっちゃ高い。でもY市の隣のZ市に行けば、一瞬で低くなんねん。Y市っていう価値が、高いねん。だから、いいやってみた。

I : 安さを優先したんや？

A : うん、優先した。でもほんまは妥協したくなかった。

### 【同性婚】

I : 同性婚認めへんっていうのもそうやしさ、社会で不愉快なものとかある？テレビの報道の仕方とか、制度とか。

A : 男女って結婚して家族って認められるのに、なんで女性同士はあかんのって思う。政府が少子化をこれ以上生み出さないためっていうのはあるとは思うけど、女性同士でも子供ほしいっていう人はいっぱいおるから。女性同士が増えていって少子化になるんやったら、そうならへんためにもっと体外受精とかのやつを拡げて言ったらいいと思うし。なんかちょっと偏りすぎかな。男女にフォーカスしすぎかなって思う。

~~~~~

A : ニュースで出てくるけど、同性婚するために訴えるやつ。それでいっつも政府が検討中みたいなの。

〈考察〉

パートナーシップ制度を結んでいたことによって、家の購入に役立っていた。また、家を購入するまでは特パートナーと繋がっている安心感もあった。「将来絶対生きとるうちに来るって信じて、同性婚ができる日が来るって信じて、そこまで待とう」と語っているように、パートナーシップ関係やパートナーの養子になるという選択肢ではなく、最終的には同性婚をすることが一番の願望だと考えられる。同性婚はパートナーシップ関係では認められない法律に基づく権利や義務も発生する。例として、相続権が発生するため、パートナーが亡くなると財産を相続できることが挙げられる。Aさんは、政府の取り組むべき方向性の違いに苛立ちを覚えていた。政府は少子化対策として、生物学的に子供が産むことができる男性と女性にフォーカスしている。しかし、同性愛であっても子供がほしい人はいる。そのため、同性愛を認めないことで子供を増やすのではなく、同性愛でも体外受精という手段を普及させることで子供を増やすことが望ましいという考えをもっていた。

【マスメディアへの違和感】

A : 最近めっちゃ思うのがドラマ。今回も3作ぐらいあるんやけど、普通の恋人同士の内容なのに三角関係でLGBT出てきたりとか、女性が女性を好きになるみたいな。なん

かそれを入れれば良いと思っているドラマの風潮があるよねってPと言ってた。それ採り入れたら社会の話題に着いていけるみたいな風潮、あれなんなんやろな。

I : おっさんずラブとかは？

A : あれはもう完全にBLやん。

I : 完全やったらいいってこと？ちょっとした設定に入れるのが嫌ってこと？

A : そう。なんかそこを主にやっていくのはいいけど、そのシーンで別にLGBT使わんでも話通るのに、そこでわざわざLGBT感出してくる中途半端なドラマはなんなんやろなって思う。おっさんずラブとかは本気のやつ。

I : それ1本やったらいいってこと？

A : そう。

~~~~~

#### <12月10日(日)に行った追加のインタビュー内容>

A : 質問されたときはこう答えたけど、今これ(上記のドラマに関するインタビュー内容)見たら、簡単に上げんといほしいみたいな感情今は別になくてさ。取り上げるまでメディアが追い付いてるのに、そこまで広がってるのになんで政府は上げへんのって思った。

I : じゃあ別にドラマのちょっとした設定に出てくるのは嫌じゃないの？

A : いや、採り上げたらいって感じになってるなどは思うけど、こんなに取り上げてるんやったら政府もそれに対してもうちょっと動きがあったらいいのになって思う。でも何作も何作も出てくるのは、あんま理解もないのに、なんか入れたらいいだけになっとんちゃうかなって思う。

~~~~~

A : Pも見たんよこれ(本稿)。Pが言っとったのは、最近再放送でき、10何年前のドラマがやってるわけ。その時もさ、LGBTQ系のさ、ゲイ系の発言がでてきとったけど、その時は「めっちゃキモイ」みたいに言っとったんよ。そういうドラマが流れてた時から10何年経って変わってんねん、もうこんな採り上げるまでに。ってことは自分らが20年ぐらい経ったらもう入れられるようになってんちゃうかなって思う。

I : 籍がってこと？

A : そうそう。今が籍入れへんのは政府の年齢も60~70とかやん。お母さんで今あんな頭硬いのにさ、そんな人らが認めようってなるわけないよなって。だから、上の立場の人らの年齢がもうちょい下がってきたら変わっていくんじゃないかなってPが言ってたで。

<考察>

2度目のインタビューでは怒りは収まっていたが、1度目のインタビューでは最近のドラマで多い、設定の詳細に性的マイノリティを組み込むことに嫌悪感を示していた。「そ

れを入れればいいと思っているドラマの風潮があるよね」と語っているように、メディアに社会課題を取り上げるためのアクセサリーとして使ってほしくない怒りが強かった。Aさんは性的マイノリティは個性と表現するほど、特別な存在とはしていない。そのため、ドラマの詳細な設定の1つとして取り込むことは、Aさんの希望に叶っているのではないかと筆者は考えていた。しかし、ドラマ内の描写では、性的マイノリティのことを深く理解していない、雑な扱いを受けているとAさんは感じたのだろうか。

そして、Aさんのパートナーも過去のドラマと現在のドラマを比較することで、社会的マイノリティに対する関わり方が変化していることに気付いていた。この時代の変化を、ドラマに留まらず、政府の対応にも求めていた。

5. 2. 4. マイクロアグレッション

【個人間のマイクロアグレッション】

I : 夏休みの時にさ、言ったやんか。「I(筆者)にも当てはまることある」みたいな。それについて教えてほしい。

A : Iのことじゃないけど、LGBT 私は理解してます、受け入れてます、変なことじゃないよ。でも当事者になったら私はないけどなっていう人がめっちゃ多い。なんか理解はしてくれるけど、自分がいざそうなった時考えてみてって言ったなら「いや、それはないわ」ってなる人がめっちゃ多い。それはさ、一緒じゃない？ってなる。それやったら受け入れてるとは言わん。

I : 自分はないってどういうこと？自分が女の人好きになることはってこと？

A : 自分が女の人から好きって言われたときに、その人のことを見てちゃんとOKとかNOって言えるかどうか。ただ女性やからNOって言ってしまうんじゃないかなって思う。

I : 他なんかマイクロアグレッションみたいな、相手は全然無意識に言っとるんやろうけど、当事者からしたら、嫌な思いするなみたいな言葉とか行動とかある？

A : 指輪してるから、「結婚されてるんですね」って言われることがある。その時に「ご主人どんな人なんですか？」って結構言われるねんな。初めに出てくる言葉って「ご主人」か「旦那さん」やねんな。じゃなくて、「パートナー」にしてほしいなって自分は思う、めっちゃ。

A : あと、LGBT に対して分かってない友達に「なんで籍入れへんの？」って言われる。同性同士で付き合っていることは知ってるのに、同性同士で結婚できひんってことを知らんねん。めっちゃ鈍感過ぎひん？って思う。

I : 無知ゆえにな。

A : うん。


~~~~~  
I : わざわざ「自分差別とかそういう気にしないんで大丈夫ですよ」って言う人自体はどうなん？そんなんわざわざ言わんでいいかと思うん？

A : 大半言うけど、それほんまかよって思う。でも、その言葉を求めてないし、別に言わんでいいよなとは思う。

~~~~~  
A : P は職場に女性同士で付き合っとは言ってないねん。言わへん P に対して、辱めがあるから言わへんのかなとは思部分はある。でも、P は説明するのがめんどくさいからとか、「顔写真見せてくださいよ」とかは結構あるからそれもめんどくさい。理解してもらえるか分からへんし、上手く自分が説明できるかも分からへん。それ聞いたら分からんでもないなって。

【筆者のマイクロアグレッション】

I : I については？

A : 仲良い友達とか彼氏に言ってるやん？別に言うのは全然いい、嫌なことじゃないと思うし、いいよ。でもその友達とか彼氏はどう思うのかな。だから、闇雲に言うのは違うかなって思う。聞かれたら言ってるいいと思う。だって、実際彼氏はさ I と付き合ってるわけやん。女性と付き合っているわけ。ていうことはさ、多少なりともないって思ってるねんって。そういう人が現れてないだけかもしれへんけどな。

~~~~~  
I : わざわざ卒論の内容に採り上げて申し訳ないなっていう気持ちもあるし、どういう感じで大変なん？って聞かれること自体も嫌かもしれへんわけやん。それどう思う？

A : 嫌じゃない、全然。むしろ楽しみやなって思う、出来上がるのが。これを取り上げるのは興味があるってことやん。それで拡げたいって思ってくれてるんかなって思っ  
て、ちょっとは。知ってもらいたいみたいな。めっちゃ良いことやなって思う。嬉しいなって思う。

I : 良かった。

A : 1 人の卒論でどうこうなる問題じゃないけど、向き合ってくれてるのは嬉しいなって思う。

### 〈考察〉

「自分が女の人から好きって言われたときに、その人のことを見てちゃんと OK とか NO って言えるかどうか。ただ女性やから NO って言ってしまうんじゃないかなって思う」と語っているように、差別しているか否かの判断は、現在のパートナーが A さんにした行動が基準となっていた。

「友達に『なんで籍入れへんの?』って言われる」「めっちゃ鈍感過ぎひん?って思う」と語っており、先行研究として取り上げた森山(2017)の書籍にある、良心的なだけでは解決できないマイクロアグレッションをAさんも経験していた。

「Pは説明するのがめんどくさいからとか、『顔写真見せてくださいよ』とかは結構あるからそれもめんどくさい。理解してもらえるか分からへんし、上手く自分が説明できるかも分からへん。それ聞いたら分からんでもないなって」や「でもその友達とか彼氏はどう思うのかな」とあるように、他者に女性と付き合っている事実を言うことで、他者から見たAさんやパートナーの印象において、バイセクシュアルの部分だけが強調される可能性に恐怖を感じている。Iのマイクロアグレッションについても、Iが理解を示したとして、他者は同じように理解するとは限らないかもしれないと不信感を抱いている。どのように自分自身(Aさん)が語られるのか常に敏感に気にしている可能性がある。

わざわざ「自分差別とかそういうの気にしないんで大丈夫ですよ」って言う人に対しては「その言葉を求めてないし、別に言わんでいいよなとは思う」と語っていた。性的マイノリティの位置づけを個性と捉えているように、過度な配慮は求めていないのかもしれない。これは、ドラマの詳細な設定に性的マイノリティを取り上げることに嫌悪感を示した理由とも関係がありそうだ。

ただ、性的マイノリティの話題を本研究に取り上げることに對しては肯定的な意見を示した。性的マイノリティの話題を中心としているドラマに嫌悪感を抱かなかつたように、真正面から当事者に向き合う姿勢を見せる相手には好感をもつことが考えられる。

## 6. インタビューを終えて

### 6.1. 小括

ライフストーリー・インタビューをすることによって、Aさんが感じた心情の変化や苦悩をAさんが感じた順序とできる限り近い形で知ることができた。正直、インタビュー調査を通して、私が初めて知った内容が多く、Aさんに対して寄り添っていたと自負していた過去が恥ずかしくなった。「性的マイノリティはおかしいことではない」という過度な意識が、当事者にとっては反対に不快感を与えることもある。Aさんは、性的マイノリティであることを特別扱いしてほしいわけではなく、1つの個性として扱ってほしい、1人の人間として受け止めてほしいという想いが強く感じられた。

もちろん、今回の事例1つで性的マイノリティの考えを一般化することはできない。また、今回ライフストーリー・インタビューを行ったAさんでさえも、筆者が想像できる経験や苦悩には限界があると同時にそれらは不完全である。そして、Aさんに限らず、今後関わる全ての価値観を受け入れることは不可能だ。このような状況下で、マイクロアグレッションを防ぐために最も重要なことは、相手の経験や価値観を全て理解することは不可能であると心に留めておくことだと考える。そして、同時に相手を知ろうとする意欲を持ち続けることが大切だ。

思いやりや良心だけで、マイクロアグレッションを防ぐことはできない。反対に、その表面的な理解から生まれる言動が当事者からすれば傷つく要因になる。筆者も性的マイノリティはおかしいことではない、性的マイノリティがもっと認められる社会にしたいという意識から、Aさんの了解を得ずに性的指向を第三者に言ってしまった。しかし、Aさんからすれば、第三者にどのような印象を持たれるか分からない不信感があった。このように、相手の立場に立って物事を考えることは、簡単にできる生温い話ではないと再確認した。よって、自分自身の想像する相手の経験や苦悩には限界があると心に留めることが、身勝手な言動を慎むことに繋がる。それと同時に、相手について知ることによって身に付く「知識」が、マイクロアグレッションを防ぐことに繋がるのではないだろうか。これらは決して終わりがある作業ではなく、人と関わる上で続けていかなければならない。

## 6. 2. 本研究を通したAさんの感想

<全て12月10日(日)に行った追加のインタビュー内容>

### 【本研究を通して何を感じたか】

I : なかなかこんな人に自分の過去話すことないやん? 話すことによってAさんの中で気持ち整理できたとかさ、心境の変化とかあった? なんか変わった?

A : なんかもっちゃ気持ち「あ、こういう流れでこうなったんや自分は」ってなった。時系列で書いてあるし。Pがこれ(本稿)を見て、初めて自分(Aさん)がPのことをこう思ってたんやって思ったことはなかったらしい。だから、Pには全部話せてるらしい。

I : そうなんや。過去の話も?

A : 話せとるらしい。すごくないそれって。

~~~~~

【本研究を通して伝えたいことは筆者に伝わっていたか】

I : 伝えたいことってちゃんと伝わった?

A : えっ、伝わってた! なんかちゃんと文章化できててすごい。すごいなって思った。これを通して、すごい自分とLGBTQについてちゃんと向き合ってくれてんねんなって思った。

I : 良かった。ありがとう。

A : こうやって広がっていけばいいよね。

~~~~~

### 【マイクロアグレッションを防ぐことに対する筆者の迷い】

I : 小括でインタビュー調査を通しての自分の考えを書いたんやけどさ、今後全く理解できひん価値観の人も出てくるわけやんか。

A : これを読んでってこと?

- I : まあ、これもそうやし、自分（筆者）からしたら全然 A さんの考えは分かる意見やけど、全くわからんそれこそ同性婚全く認めへん人とか、真逆の人もおるわけやんか。そういった人には知ろうと思っても、知りたくないこともあったりするかもしれへんし。なんか、みんながみんなにできる対応じゃないなって思うんやけど。
- A : 何が？どの対応？
- I : 知り続けようとするのが。だからさ、絶対分からへん価値観の人にマイクロアグレッションを防ぐってなったら、逆に無駄に関わらへん方がいいんじゃないかなとか思って。マイクロアグレッションを防ぐっていうことだけに集中したら。
- A : 確かに。だから、めっちゃ無知な人はなんも言ってこんとってほしいな。なんか言うてくることに対してさ、（マイクロアグレッションに）なっちゃう可能性もあるやん。だから、触れへんのがいいんじゃない？
- I : その触れへんっていう選択肢があってもいいと思う？
- A : 思う、全然。むしろ、中途半端に知ってて中途半端に触れてくるぐらいやったら、別に触れんといほしいって思う。
- I : 触れへんことに対しては、別に差別的やとかはならへん？
- A : それはならん。それは個人の考えやから。（A さんの）職場の人にもおんねん。自分たちのこと言っとるから、多分聞き耳は持つと思うねん。会話に入ってこんけど、多分聞こえてると思うねん。けど、なんも言ってこんな。だから、多分そういう人たちは触れることについて、なんか言ってもたらまづいなって思ってるから触れへんと思う。だから、それはそれで全然良い。むしろ、中途半端に触れんといほしいって思う。
- I : だから、それを小括に書こうと思ってんけどさ、当事者とか相手側の人からしたら知ってほしいって思ったりするんかなって思って。
- A : 別に一般人にはそんな知ってほしいとは思わん。ただ、上の法律とかの立場にたつとる人に関しては触れる義務あるんじゃないかなとは思う。

## 7. 結論

A さんに 2 度目のインタビューを終えた後、小括で考えた解決策に付け足す内容ができた。6.1. でも触れたとおり、マイクロアグレッションを防ぐために最も重要なことは、相手の経験や価値観を全て理解することは不可能であると心に留めておくことだと考える。そして、可能な範囲で相手について尋ね、知ること、またそれらの意欲を持ち続けることが大切だ。

しかし、今後関わる人や価値観全てを受け入れることはできない。なかには、知り続ける意欲を持つことができないものもあるだろう。理解できない人や価値観に無理して関わり続けると、「思いやり」だけに留まる可能性が高くなり、マイクロアグレッションに繋がる。「思いやり」だけに留まる理由として、神谷(2022)は「思いやり以上に何をすれば

よいかということが必ずしも明らかでなく、そのモヤモヤした謎解きまでに突入したくないので、『思いやり』と述べるにとどまるのかもしれませんが」と述べている。

そして、Aさん自身も「中途半端に触れてくるぐらいやったら、別に触れんといてほしいって思う」と発言していた。「話題に触れない＝差別」となってしまうのではないかという筆者の迷いも、Aさんは個人の考えであり差別とは認識していなかった。ただ、法律や制度の視点からは、話題に触れてほしい思いが強かった。マイクロアグレッションを防ぐことに着目し、どうしても受け入れられない価値観がある場合には、「関わらない」という選択肢も新たに付け足された。ただ、これは仕事上の顧客や付き合いでは難しい話になる。

筆者がAさんにしたマイクロアグレッションの一つに、アウトティングがある。これは、Aさんからカミングアウトされた際の正義感が要因にあると考えられる。神谷(2022)はカミングアウトの主な理由やきっかけを、「自分らしくいるため」「接しやすくするため」「アウトティングが起こった時の保険」とまとめている。そして、「カミングアウトをされる＝何かを解決しなきゃ」と先走ると「施策や環境を変える権限のある人に、本人の同意を得ずにセクシュアリティを伝える、『善意のアウティング』につながってしまうこともあります」と述べていた。たしかに、筆者は両親も性的マイノリティに否定的なAさんの心の支えになろう、Aさんがこれ以上傷つかない社会にしたいとカミングアウトされた後は意気込んでいた。だが、「性的マイノリティを少しでも認める社会になればよい」というこの正義感こそが善意のアウティングに繋がっていた。

ここまで、マイクロアグレッションを防ぐ解決策を模索してきた。森山(2017)は、「セクシュアルマイノリティを傷つけないと心から考えている人がよく口にするのは、『何が偏見なのか自分はわかっていないかもしれない』という不安です」という。「性的マイノリティに対する偏見を持っていない」自負は危険であり、「自分は分かっていない」認識が大切だという考えは本研究の結論と同様であった。そして、森山(2017)はマイクロアグレッションを防ぐために必要なものを、「良心（だけ）でなく知識」と表現していた。この「知識」という言葉を、著書の中では学問的なアプローチとしていた。だが、本研究では相手の経験や苦悩を知ることを「知識」と捉えている。

これらの結論は、性的マイノリティであるAさん以外の他者にも共通して意識すべき関わり方だ。このように、他者と接する姿勢を変えることで、マイクロアグレッションは最小限に抑えることができるのではないだろうか。

## 謝辞

本論文の作成にあたり、快くインタビュー調査にご協力いただいたAさんと、数多くの助言を頂いた牲川ゼミの皆様には厚く御礼申し上げます。

### 【参考文献・引用文献】

- Sue, D. W., Capodilupo, C. M., Torino, G. C., Bucceri, J. M., Holder, A. M. B., Nadal, K. L., & Esquilin, M. E., 2007, "Racial Microaggressions in Everyday Life: Implications for Clinical Practice," *American Psychologist*, 62: 271-86.
- 森山至貴(2017).「LGBTを読みとくークィア・スタディーズ入門ー」.ちくま新書.
- 神谷悠一(2022).「差別は思いやりでは解決しないージェンダーや LGBTQ から考えるー」.集英社新書.
- 枝川京子・辻河昌登(2011).「LGBT 当事者の自己形成における心理的支援に関する研究ーナラティブ・アプローチの視点からー」『学校教育学研究』23 巻, p.53-61.
- 中川恵里子(2009).「ライフストーリー・インタビューの世代間学習としての可能性」『生涯学習基盤経営研究』34 号, p.99-112.
- 中尾元(2021).「ライフストーリー研究の方法論ー認識論(epistemology)としての人文×社会科学の交差点ー」『人文×社会』1 巻 1 号, p.125-137.
- 大久保孝治(2009).「ライフストーリー分析ー質的調査入門ー」.学文社.

## 1. はじめに

進級論文では「日本のアイドルが世界的に売れるために」をテーマに研究を行った。私が幼少期から日本のアイドルファンであり大学入学後に韓国アイドルに出会ったことをきっかけに、日本のアイドルの売り出し方に危機感を感じ研究テーマに設定した。結論としてはパフォーマンススキルの向上や SNS の活性化等を効果的な施策とした。このテーマに関しては個人的に解決したと感じているため卒業論文でのテーマを模索したところ、自身がアイドル以外に好きなテーマパークについて研究を進めていく。

私は大学入学後からテーマパークに行くことが好きになった。特に東京ディズニーリゾートに行くことが好きである。私は幼少期から東京ディズニーリゾートにはキラキラとワクワクの空間という非日常の時間を存分に味わうことができるイメージがあり東京ディズニーリゾートに対して強い関心はあったが、当時は自由に使える金銭が少なく必然的に家族と共に行くことでしか東京ディズニーリゾートには行けなかった。しかし私の家族は人混みを嫌い東京ディズニーリゾートに行きたがらず、大学生前までは人生で2, 3回ほどしか行く機会はなかった。しかし大学生になりアルバイトを始め自身で好きなように使える金銭的自由を手にしたため、2021年頃からは複数回友人と東京ディズニーリゾートに訪れるようになった。

私が東京ディズニーリゾートを好きな理由としてアトラクションといったテーマパーク要素もあるが、一番は旅行要素であると考えている。私は現在実家暮らしであるため東京ディズニーリゾートに行くためには実家がある関西から向かうことになり、東京ディズニーリゾートに行くためには宿泊など旅行要素も含む。どのホテルに宿泊するか、東京ディズニーリゾートの最新のアトラクションやグルメ、イベントは何かなど事前の下調べの時間も非常にワクワクする有意義な時間であると感じている。つまり私にとって東京ディズニーリゾートに行くことは「東京ディズニーリゾート旅行」なのである。

また地元に近いユニバーサル・スタジオ・ジャパンと異なることとして東京ディズニーリゾートはコンセプトを重要視していると感じる。ユニバーサル・スタジオ・ジャパンをはじめ多くのテーマパークは人気キャラクターとのコラボを定期的に行っているが、東京ディズニーリゾートは基本的にディズニーキャラクターのみでイベント等を行う。(ここではスターウォーズなどディズニー社が買収した会社のキャラクターもディズニーキャラクターとする。)ディズニーキャラクターを大切にしておりそれを存分に活用し東京ディズニーリゾートのみで味わえる付加価値の創出を行っている点にも非常に魅力的に感じる。

さらに東京ディズニーリゾートからは周辺の建物が見えない構造になっている。東京デ

イズニーリゾートの世界観に存分に浸ることができ、ディズニーキャラクターを中心としたショーやシーズンパレードなど東京ディズニーリゾートに訪れることで味わえるイベントや世界観も私が東京ディズニーリゾートを愛する理由である。

このように私にとって東京ディズニーリゾートは「テーマパークに遊びに行く+旅行」という一石二鳥の楽しみがあり、東京ディズニーリゾートでのみ体験できる付加価値があることから東京ディズニーリゾートに行くことが好きになったと感じている。よって今回は東京ディズニーリゾートに焦点を当てて研究を進めたい。

## 2. 問題の背景

なぜ「地方顧客」に焦点を当ててるのか。私が就職活動期に東京ディズニーリゾートの経営を行っているオリエンタルランドに興味を持ち調べる機会があった。その際にオリエンタルランドが東京ディズニーリゾートの来場者データ（年齢や性別、居住地などを調べたデータ）を公開していることを知った。日本のレジャー産業に欠かせない存在となっている東京ディズニーリゾートであるが地域別入場者数のデータを拝見すると関東からの顧客が大半を占めており2019年までは約60%、2020年以降は約80%である。（オリエンタルランド）私は初めてこのデータを知った際に、地方顧客の割合が非常に少ないという事実には衝撃を受けた。実際に高校時の卒業旅行として多くの友人が東京ディズニーリゾートに行きたいと話しており、また修学旅行で東京ディズニーリゾートに行ったという友人も多くいる。さらに旅行会社のツアーパックなどで東京ディズニーリゾートのツアーが販売されている広告などもよく目にする。よって今まで地方顧客がここまで少ないとは考えていなかった。また私自身が地方出身で現在も地方に在住しているため、地方顧客に焦点をあてて論文を執筆しようと考えたのである。

東京ディズニーリゾートの年間入場者数はコロナ以前までは上昇傾向にある。2013年から19年までは年間約3000万人の来場者数を誇り日本一の入場者数のテーマパークとなっている。（オリエンタルランド）このように東京ディズニーリゾートは日本一の来場者数を誇るテーマパークであり、レジャー業界には欠かせない存在となっている。しかし2020年は新型コロナウイルスによる影響で入場者数は約700万人、2021年は約1200万人とパンデミックによる影響を受けている。（オリエンタルランド）現在は水際対策緩和等により来場者数は回復傾向にあるとみられる。

## 3. 先行研究

### 3.1 概要

これまで東京ディズニーリゾートやテーマパークに関する研究はされている。具体的には東京ディズニーリゾートの構造（周囲の建物が見えない構造）や各国の料理を扱う多種多様なレストラン、さらに東京ディズニーリゾートの従業員（キャスト）の徹底したマニュアルから東京ディズニーリゾートが生み出すホスピタリティの研究がされている。（服部勝



人,2014) また来場者が東京ディズニーリゾートを「非日常的な空間」と認識するポイント  
は一体どこにあるのかアンケートからひも解く研究も行われている。(近藤,土肥,柴田,1998)  
しかし今回の私の論文テーマである「地方顧客の新規獲得方法」など地方顧客についての研  
究はされていない。

今回の論文テーマである「地方顧客の新規獲得方法やリピート率上昇に向けての施策」に  
関連する先行研究は大きく3つある。まずテーマパークのこれからの経営方法についての  
研究である。藤井(2014)は東京ディズニーリゾート、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン、  
ハーモニーランドの3つのテーマパークを取り上げ、それぞれのパークの立地やグッズな  
ど各テーマパークの特性と各事業の収益率を比較し、今後各テーマパーク経営の展望につ  
いて研究を行った。次に東京ディズニーリゾートのイメージを関東圏と地方の大学生を対  
象に比較調査を行い、そのイメージの違いについての研究である。野村、吉田(2009)は被験  
者に所在地の異なる大学(横浜国大,首都大学東京、名古屋産業大学、徳島大学)の1年生  
が多い授業内で東京ディズニーリゾートのイメージ(退屈かワクワクするかなど)調査を行  
った。最後に観光産業に関してアメリカのホテルの経営方法について着目し、アメリカの観  
光産業の強さの研究である。岩田(2003)はアメリカのホテルや航空会社のサービスに焦点  
をあて、アメリカのホスピタリティの特徴と日本のホスピタリティの比較について研究を  
行った。地方顧客にとって交通費や宿泊費などの旅行費は東京ディズニーリゾートを訪れ  
る上でネックとなる大きな要素であると考えられる。よって今回の先行研究の選定対象に  
観光や旅行関連の研究も含まれている。

### 3.2 テーマパーク関連の先行研究

サービス産業のイノベーションと価値 テーマパーク産業におけるバリューマネジメント (藤井誠一)

サービス産業の有形にあたるグッズと無形にあたるサービスとの相乗効果を研究してい  
る。筆者の先行研究で使用しているサービスモデルを改良し、サービスを中心として考える  
新たなサービスモデルを使用して東京ディズニーリゾート・ユニバーサルスタジオジャパ  
ン・ハーモニーランドの3つのテーマパークを調査対象にそれぞれのサービスやグッズを  
モデルに当てはめて比較を行った。特にそれぞれのテーマパークを運営する企業の売上内  
訳に関して、東京ディズニーリゾートやユニバーサル・スタジオ・ジャパンはテーマパーク  
の売上が会社全体の約80%以上であり、テーマパーク経営である。よってテーマパーク経  
営は新たなアトラクションや施設を作るなど顧客に対して常に飽きさせないサービスの提  
供が必須であり、その収益の中心となるのは入園料でありグッズはあくまで入園料を補完  
するものであるとしている。

東京ディズニーリゾートはテーマパーク事業が収益の大多数を占めているため、テーマ  
パーク事業の更なる発展のために新施設増設など顧客を常に満足させる取り組みが必要で  
あることを改めて実感できた。またグッズ以上に入園料が収益と大きく関係しているため、

グッズの充実さより入園者数増加に向けた取り組みなど入園料に関わる取り組みの方が重要であることも実感できた。しかしあくまで本論文ではサービスとグッズとの関係について論じてあるため、具体的に入園料収益増加に向けてどのような取り組みを行うべきか、つまり入園者数増加に向けての具体的な行動については明記されていない。

### 3.3 東京ディズニーリゾート関連の先行研究

東京ディズニーランドのイメージ構成要素とその形成要素（野村幸加、吉田圭一郎）  
東京ディズニーリゾートに対するイメージを居住地が異なる大学生を対象に調査を行い、東京ディズニーリゾートと被験者との物理的な距離（東京ディズニーリゾートから被験者の居住地の距離）に着目して調査した。その結果以下のことが判明した。まず東京ディズニーリゾートのイメージとしてテーマパークの要素と「ディズニー」の映画やアニメ、キャラクターの印象が強いと考えられる。次に実際に東京ディズニーリゾートから近い距離に住んでいる人ほど東京ディズニーリゾートに対して「退屈する」といったマイナスイメージが強く、東京ディズニーリゾートから遠い距離に住んでいるほど「ワクワクする」といったプラスイメージが強いことが判明した。これは物理的に遠い距離に住んでいることによる、費用や時間の制限が東京ディズニーリゾートに行くことの「禁止要素」となっており、この禁止要素が「行きたい」という欲求を高め、東京ディズニーリゾートに対してプラスイメージを感じやすいことと考えられる。

東京ディズニーリゾートのイメージとしてテーマパークと「ディズニー」のキャラクターといったイメージが強いことは実際にインタビューの中で明らかになっており、これらに対して興味がない人々にとって基本的に東京ディズニーリゾートに行こうとはならないのではないかと改めて実感した。また東京ディズニーリゾートと物理的に距離が遠くなるほど東京ディズニーリゾートに対してプラスイメージを持ちやすいことは私にとって新たな発見であった。実際に私も東京ディズニーリゾートと自身の居住地とは距離があり東京ディズニーリゾートが好きな理由の1つとして旅行要素を挙げている。しかし物理的に距離感がある人の方が東京ディズニーリゾートに対してプラスイメージを持ちやすいことは理解できるが、東京ディズニーリゾートから距離がある人々は東京ディズニーリゾートに対してプラスイメージを持ちやすい傾向にあるのにも関わらず実際になぜ地方からの顧客が少ないのか、また地方からの顧客増加のための施策などは書かれていない。

### 3.4 観光業関連の先行研究

アメリカの観光産業はなぜ強いのか コア・サービス理論の視点からの一研究（岩田隆一）

アメリカのホテルサービスで重要な収入源となるのはコア・サービスにあたる「安全で清潔な宿泊用の部屋の提供」であり、サブ・サービスにあたるレストランやバーなどはその次に当たる。つまりコア・サービスに特化したエコノミー・ホテルの存在がアメリカの旅行産業を支えている。よってホテル広告などではホテルの料金の安さを強調するものが多く、連

泊すると宿泊料金の割引や朝食無料特典があるなど「安価で泊まれるホテル」が重要視されている。

日本のホテルでも比較的安価で宿泊できるホテルブランドはある。しかしディズニーオフィシャルホテル（ディズニーホテル、ホテルミラコスタなど）など東京ディズニーリゾートのホームページに掲載されているホテルは比較的高価なホテルが多い。（安価で泊まれるホテルもあるが、東京ディズニーリゾートから遠いなどデメリットも多い。）インタビューの中で東京ディズニーリゾートに行かない理由の1つとして交通費や宿泊費など必要経費が多くかかることが挙げられている。特に学生はホスピタリティより価格の安さを意識する傾向があるため、東京ディズニーリゾートのホームページで「価格の安さを目玉とするホテル」があると宿泊費を抑えることが可能になるだろう。また連泊割引を行うことにより連泊する宿泊者の増加が見込め、ホテルの宿泊者がディズニーランドとシーの両方のパークに訪れるきっかけにもなるだろう。アメリカのホテルサービスを少しでも取り入れることの重要性を改めて実感した。ただしこの論文はあくまでアメリカの観光産業が強い理由を中心に執筆されているため、アメリカの観光産業の要素を日本にも適用することによりどのような影響や効果があるのかまでは書かれていない。

ただしこれらの論文は具体的に地方顧客の増加のための施策やアメリカの観光産業要素を日本に適用した際の効果などは書かれておらず、実践的要素がないことが分かる。よって今回の論文では実際に更なる地方顧客の獲得やリピート率上昇に向けて今後東京ディズニーリゾートはどのような行動を取るべきかについて述べていきたい。

#### 4. 研究目的（問い）

本論文で先述した通り（2. 問題の背景）東京ディズニーリゾートの来場者内訳は関東からの顧客が大半を占めており地方顧客は非常に少ない。現在は年間来場者数が日本一を誇るテーマパークであり先行きに不安はないかもしれない。しかし少子高齢化が進む中関東からのリピーターのみで頼るのではなく地方や海外からの顧客増加に向けた施策も打ち出す必要があると考える。今回は私自身が地方から東京ディズニーリゾートを訪れていることや地方顧客が少ないことに衝撃を感じたことから、地方からの新規顧客やリピーター獲得のため（一度訪れて終わりではなく、また行きたいと思わせるため）の施策について検討していきたいと考える。

#### 5. 研究対象・方法

##### 5.1 研究対象

東京ディズニーリゾートに行かない人や行けない人（家族や友人、ゼミ生などから行う）  
例：東京ディズニーリゾートは好きだが行けない人

東京ディズニーリゾートよりユニバーサル・スタジオ・ジャパンの方が好きな人  
そもそもテーマパーク自体が好きではない人

⇒東京ディズニーリゾートに行かない（行けない）人にも様々な理由があると考え、行かない（行けない）理由を聞きアプローチ方法を考察する。

※インタビューを行う対象者選定方法として、東京ディズニーリゾートに行かない（行けない）理由別に行う必要があるため、それぞれの東京ディズニーリゾートに行かない理由別にインタビューを行う。また今回インタビュー対象者の年齢に関して今回は東京ディズニーリゾートに行かない理由に着目してインタビューを行うため、年齢は私と近い人を対象者に選定する。さらに本論文のテーマが「東京ディズニーリゾートの地方顧客獲得」であるため、インタビュー対象者も地方出身者であり現在も地方在住者である人を行う。

## 5.2 研究方法

- ①インタビュー（東京ディズニーリゾートに行かない人のリアルな声を中心に考えたいため、インタビューを中心に行う）
- ②先行研究からの考察（アプローチ方法を先行研究から探す）

## 6. 調査結果

4の研究目的でも述べたように本論文では「東京ディズニーリゾートの地方顧客獲得やリピート率上昇のための施策」について考える。研究方法としては主に私の家族や友人の中から東京ディズニーリゾートに行かないという人を何名かピックアップし、インタビューを行う。（複数名にインタビューを行う理由として、東京ディズニーリゾートに行かない人にも様々な理由があり、それぞれの理由に対し適したアプローチを行うことで顧客獲得やリピート率上昇につながると考えたためである。）以下にはインタビュー内容とインタビューを通して考えた私の考えを述べていく。

インタビューは計3名に対して実施した。

### 6.1 インタビュー①

インタビュー実施日時：2023年9月19日(火) 20:00~21:00

インタビュー実施場所：自宅

対象者：私の弟（個人情報保護のため本論文ではHとする。）高校3年生（2023年時点）

対象者の選定理由：東京ディズニーリゾートをはじめテーマパークに対して苦手意識を感じているため東京ディズニーリゾートには行かないと聞き、テーマパークに苦手意識をもつ理由とアプローチ方法について考えられるため。

・休日の過ごし方

YouTubeを観る、スマホゲームをする、電車に乗って各地を観光する

・最後に東京ディズニーリゾートに行ったのはいつか  
小学校2年生（10年前）

・最後にユニバーサル・スタジオ・ジャパンに行ったのはいつか  
小学校4年生（7年前）

・人混みに関して  
非常に苦手、非常に嫌い、なるべく避ける方法をとる

東京ディズニーリゾートとユニバーサル・スタジオ・ジャパンのどちらが好きか  
ユニバーサル・スタジオ・ジャパン

・電車旅行にハマったきっかけ  
以前は日帰りでしかできなかった。しかし高校生になってから宿泊付きでできるようになってから（両親から宿泊ありでの旅行が許可されるようになった）より広いエリアに行けるようになり、今まで見たことのないエリアまで行けるようになってより楽しみが広がったから。

・電車旅行が好きな理由  
電車旅行は非日常を感じられるから。電車ではいつも見ていない景色を見ることができ  
る。いつもと違う景色を楽しみたいと思うから。  
→彼は幼少期から電車に乗るといつも外の景色を食いつくように見ていた。景色を楽しむ  
ことが今でも非常に好きであり彼にとって癒しになっていることを実感した

・休日の過ごし方である YouTube に関して、具体的にどのような YouTube を観るのか  
旅行系とゲーム系チャンネル。好きな YouTuber はスーツさん（旅行系 YouTuber の人で  
実際に本人が旅行してそのホテルのリポートや背景などを説明した動画を投稿している。  
観光地や景色の説明もした動画も投稿している。）  
→単に YouTube を観ることが好きなのではなく、H が好きなゲームと旅行関連の  
YouTube が好きなのではと考える。

・テーマパークのイメージについて  
人が多いという印象は強い、陽キャの人がよく行くイメージがある。自身の興味対象のも  
のがないため楽しそうには見えない。  
→H がテーマパークに行っている印象が全くなかったため、H が思うテーマパークに対す

るマイナスイメージが強いことを改めて認識した。しかし興味対象のものがないため楽しくないという発言には意外性を感じた。(=逆を言うとテーマパークに興味対象のものが存在すれば興味が湧くのかとも感じた)

・興味対象のものとは具体的に何か

電車やスターウォーズ、ハリーポッターや MARVEL などもある (ただしスターウォーズやハリーポッターなどは映画を観たいという気持ちのみであり、自身はその世界観を体験したいとは思わない)

→電車以外に列挙したものは実際にテーマパークにある。テーマパークに関してのインタビューであったため、意識してこれらを列挙したのではと感じた。

・友達からユニバーサル・スタジオ・ジャパンに行こうと誘われないのか

誘われたことはあるが行かない。チケット代など諸々費用がかかるため。

→H が高校生でありそもそもテーマパークに魅力を感じていないため、友人から誘われたとしても行く気にならないことは理解できる。

・ディズニーのイメージとは

異世界、夢の空間を実現させようとしている感じ。

・ユニバーサル・スタジオ・ジャパンと比較すると東京ディズニーリゾートはどうか  
東京ディズニーリゾートは易しめのアトラクションが多いため子供向けのものが多い印象、自身は絶叫系などが得意ではないためアトラクションのみで考えると東京ディズニーリゾートの方が乗れるものが多いと思う。

→アトラクションのみで考えるとHにとっていいはずであるがなぜユニバーサル・スタジオ・ジャパンの方が好きなのか疑問に感じた。

・なぜユニバーサル・スタジオ・ジャパンの方が好きなのか

東京ディズニーリゾートはディズニーのキャラクターしかいない、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンはマリオなど様々な種類のキャラクターがいるから興味は持ちやすい。

→確かにキャラクターの種類はユニバーサル・スタジオ・ジャパンの方が多く大人向けのキャラクターも多いため、キャラクター面で考えるとユニバーサル・スタジオ・ジャパンの方が豊富であると感じた。

・もしHが好きなスターウォーズのメインエリアができた場合、東京ディズニーリゾートにも行きたいと思うか。

そう思う。

→Hの興味対象のものを少しでも多く取り扱うことが非常に重要であると感じた。

・以前にHがスーツさんの東京ディズニーリゾートに関する動画を観て少し興味が持てたと言っていたが、その動画の内容について

H：スーツさんは鉄道マニアでもあり鉄道マニアが実際に東京ディズニーリゾートに行くところと東京ディズニーリゾートのどういうところを見るかという動画。アトラクションやショーを紹介するものではなくエリアの凝っている部分やそのエリアの歴史的背景などを説明した動画。

・東京ディズニーリゾートがアトラクションとかショー以外にもさらにエリアの歴史的背景などを宣伝すると行きたいと思うのか、それともスーツさんが紹介してたから行きたいと思うのか

スーツさん関係なくどちらでも行きたいと思う。

→私自身スーツさんの影響が非常に強くスーツさんは関係ないという回答には非常に驚きを感じ、やはり興味対象のものの有無によって行きたいという思いが高まる可能性があるのではと考える。

・東京ディズニーリゾートが宣伝方法の幅をさらに広げたら新規顧客獲得できると思うか爆発的に増えるとは思わないが今までと異なる層の顧客の獲得にはつながると思う。

・他に東京ディズニーリゾートがどのような取り組みを行えば、行く気になるか関西から行くと交通費が高いから交通費とチケット代の割引キャンペーンなどをさらに積極的に行くと魅力を感じるかもしれない。あとアトラクションやショーのみではなくエリアの歴史的背景など細かい部分をまとめたガイドブックがあってもいいと思う。

→やはり地方顧客にとって費用面の負担の大きさは否めない。この負担の大きさを少しでも減少させることが重要である。

〈インタビュー①を行ってからの感想・考察・総評〉

まずHのように人混みに対して苦手意識を感じる人々にとってテーマパークに対して「人混み」というイメージが非常に強いということを感じた。また東京ディズニーリゾートに対してディズニーブランドが強く、ディズニーキャラクターが好きな人のみが楽しめるというイメージが強いのではと感じた。しかし実際に私はディズニーキャラクターが非常に好きということではなく純粋に東京ディズニーリゾートという空間を楽しんでいる。Hはもともと歴史にも興味があり今回Hが好きな歴史という観点からYouTubeを通して東京ディズニーリゾートを自分なりに楽しめるポイントがあることを発見した。

このように東京ディズニーリゾート＝ディズニーキャラクター・アトラクション・パレ

ードというワードのみでなく、エリアの歴史や建物の造りなど東京ディズニーリゾートにも他の楽しみ方があることを発信することで、新しい層の顧客獲得にもなるのではと考える。

また東京ディズニーリゾートは年中大混雑な場所ではない。東京ディズニーリゾートには混雑日と閑散日が存在し、チケットの価格を混雑日は高くし閑散日は安くすることをやっている。よってこの閑散日は人混みのピークを避けて楽しむことができる。また東京ディズニーリゾートの閑散日期間はホテル価格もチケット代に比例して安くなっているホテルが多い。このように東京ディズニーリゾートを訪れる日程を調整することで費用が抑えられる情報を発信することで地方からの顧客も費用に悩まされずに行くことができるのではないだろうか。これらの情報をより多くの人々に発信していくことで、新規顧客の獲得やリピート率上昇につながるのではないだろうか。

ただし東京ディズニーリゾートや東京ディズニーリゾート専門 YouTuber など東京ディズニーリゾートサイドが発信するのみでは、東京ディズニーリゾート好きや東京ディズニーリゾートに興味のある人々にのみ情報が発信され異なる層には届かないだろう。よって東京ディズニーリゾートサイドのみでなく H が好きなスーツさんなど一見東京ディズニーリゾートとは無関係な旅行系 YouTuber や歴史 YouTuber などに情報を発信してもらうことで、異なる層に東京ディズニーリゾートの新たな情報が届く。異なるジャンルのインフルエンサーやメディアなど利用して東京ディズニーリゾートの情報を発信することが新規顧客獲得やリピート率上昇に必要不可欠なのではないかと考える。

## 6.2 インタビュー②

インタビュー実施日時：2023年10月13日(金) 20:00~21:00

インタビュー実施場所：オンライン (Zoom)

対象者：友人 K 私と中学高校が同じであり現在も NPO の活動を共にしているため現在も交流が続いている友人である。よって関西出身であり現在も関西圏の大学に通う大学4年生である(2023年時点)。

対象者の選定理由：以前 K との会話の中で K が「東京ディズニーリゾートよりユニバーサル・スタジオ・ジャパンの方が好きである。」という発言をしておりユニバーサル・スタジオ・ジャパンの方が好きな人の視点を知ることができると考えたためである。またこのような人をどのように東京ディズニーリゾートに関心を持たせるかという施策を、インタビューを通して考えることができる。

・休日の過ごし方

アルバイト、友人と遊びに行く(=ご飯を食べに行く)、旅行(大型連休のみ)

・最後に東京ディズニーリゾートに行ったのはいつか



小学校2年生（14年前）

・最後にユニバーサル・スタジオ・ジャパンに行ったのはいつか  
今年の6月

・人混みに関して  
非常に苦手、非常に嫌い  
→Kが「人混みが苦手」という印象は今まで全くなかったため非常に驚いた。

・東京ディズニーリゾートとユニバーサル・スタジオ・ジャパンのどちらが好きか  
ユニバーサル・スタジオ・ジャパン

・なぜ旅行は大型連休のみなのか  
友人など予定が合わせやすい、普通の土日はアルバイトをしたい、切り替えの意味も込めて大型連休に旅行する  
→私は「旅行はなるべく価格も安い平日に行きたい、普通の土日関係なく行けるならいつでも行きたい」という考えであったため、Kのこの考えが非常に新鮮であった。

・ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの方が好きな理由  
アトラクションは絶叫系が多く大人でも楽しめるため。ユニバーサル・スタジオ・ジャパンでは爆音で洋楽などテンションが上がる音楽が流れており、このパーティーのような雰囲気が好きのため。（昔にあったナイトパーティーも非常に楽しめた）  
→私のKに対する印象が「洋楽好きでパーティーやクラブのような雰囲気が好きな陽キャ」であったため、Kのような人はユニバーサル・スタジオ・ジャパンの方が魅力的に感じるのではと考える。

・東京ディズニーリゾートのイメージについて  
家族連れが多い、子供向けのものが多い、夢の国、子供が楽しめるイメージ  
→確かに私も東京ディズニーリゾートの方が子供の割合は多いと感じている。しかし子供のみが楽しめるというイメージはない。Kが東京ディズニーリゾートに対して「子供が楽しめる」というイメージが強いことはキャラクターやアトラクションのレベルなどが関わっているのではと考える。

・費用などは負担に感じるか  
非常に負担に感じる。そもそもテーマパークの入場料が許容範囲外である。（Kのテーマパークに対する許容範囲は1500円以内である）またテーマパークに行くために非常にエネ

ルギーを使う（＝重い腰を上げる）自宅からの距離や体力面、人混みなど全てにエネルギーを使うが、いざ行くと楽しめる部分もある。

→私は過去にKのインスタグラムで、Kがユニバーサル・スタジオ・ジャパンのナイトパーティーなどを楽しんでいる様子を見たことがあるため、Kがテーマパークに行くのに非常にエネルギーを使う（＝なかなか行く気になれない）ことに非常に驚きを感じた。

・もし東京ディズニーリゾートがユニバーサル・スタジオ・ジャパンと同じようにナイトパーティーを開催するなどを行えば行ってみたいと思うか？

思わない。そもそも既にユニバーサル・スタジオ・ジャパンでナイトパーティーなど自身が楽しめる雰囲気があるため、わざわざ行こうとは思わない。

→私は同じようなことを東京ディズニーリゾートでもイベントとして行えば興味が生まれると考えていたため、Kのこの回答に非常に驚きを感じ納得させられた。（そもそもユニバーサル・スタジオ・ジャパンに既にあるからわざわざ遠い東京ディズニーリゾートまで行こうとはならないという意見に納得させられた）

#### 〈インタビュー②を行ってからの感想・考察・総評〉

まずユニバーサル・スタジオ・ジャパンと同じようなことを行ったところでわざわざ行こうとはならないことを気づかされた。特に関西圏在住の人にとっては身近にユニバーサル・スタジオ・ジャパンがあるため、わざわざ東京ディズニーリゾートに行こうとはならないだろう。また東京ディズニーリゾートはディズニーキャラクターを中心に使ったアトラクションやショーなどを重視している。ディズニーキャラクター自体少しメルヘンのようなイメージがあるため、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンのような洋楽を用いたパーティーやクラブの雰囲気を使ったイベントの開催は非常に厳しいだろう。よってユニバーサル・スタジオ・ジャパンの雰囲気が好きな人にとって東京ディズニーリゾートは魅力的には感じないことを改めて実感した。

しかし単に絶叫系アトラクションが好きな人に対してのアプローチは行えるのではと考える。東京ディズニーリゾートにもフリーフォールのアトラクション（タワーオブテラー）やジェットコースター（スペースマウンテン、レイジングスピリッツなど）は存在する。（特にディズニーシーには絶叫系アトラクションは多く存在する）絶叫系が好きな人は「東京ディズニーリゾート＝絶叫系が少ない」というイメージが強いため、このイメージの変革を行うことは重要ではないかと感じた。またこのイメージの変革を行うことで「東京ディズニーリゾートは子供だけでなく大人でも楽しめる場所」というイメージを普及させることができるのではないだろうか。このイメージの変革を行うためにSNSでの発信などが肝心になってくるのではないかと考える。

### 6.3 インタビュー③

インタビュー実施日時：2023年10月16日（月）20:00~21:00

インタビュー実施場所：オンライン(テレビ電話)

対象者：友人M 私と同じ大学に通う大学4年生。また私は過去にMと東京ディズニーリゾートに行った経験がある。

対象者の選定理由：Mの出身地は愛知県であり、私と同じ地方出身であると同時に関西圏以外の視点からの意見を聞くことができると考えたためである。

・休日の過ごし方について

彼氏と電話、卒論の執筆、買い物（1人でも友人とでも）

・最後に東京ディズニーリゾートに行ったのはいつか

大学3年生（1年前）

→Mは私と行った1年前の東京ディズニーリゾートが最後である。

・最後にユニバーサル・スタジオ・ジャパンに行ったのはいつか

今年の2月

・人混みに関して

非常に苦手、非常に嫌い

・東京ディズニーリゾートとユニバーサル・スタジオ・ジャパンのどちらが好きか

東京ディズニーリゾート

・なぜ東京ディズニーリゾートの方が好きなのか（行きたいと感じるのか）

正直好き嫌いは特にないが、今行きたいと感じるのは東京ディズニーリゾート。

ただし最近ユニバーサル・スタジオ・ジャパンに行ったため今現在は東京ディズニーリゾートの方が行きたいと感じるのかもしれない。特に待ち時間に関して、昨年東京ディズニーリゾートに行った際に待ち時間が短く感じたため。体感としてユニバーサル・スタジオ・ジャパンの方が待ち時間が長かった。

→おそらくMがユニバーサル・スタジオ・ジャパンに行った日が2月の3連休という混雑日であったために待ち時間が非常に長く感じたのではないかと考える。（最後に東京ディズニーリゾートに行った日は私と一緒にいき、私がなるべく閑散日を選んでいたので待ち時間が短く感じたのではないかと考える）

・なぜ東京ディズニーリゾートの方が待ち時間が短く感じるのか

そもそも東京ディズニーリゾートはユニバーサル・スタジオ・ジャパンよりアトラクショ

ン数が多くテーマパークもランドとシーと2つあるため、人が分散しやすいのではない  
か、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンは来場者数のわりに面積が狭いと感じる。

→確かにアトラクション数は多く、特に東京ディズニーランドの方は子供連れが多いため  
大人向けアトラクションも比較的乗りやすいのではないだろうか。

・絶叫系が好きであるが、なぜ東京ディズニーリゾートの方が好きなのか

絶叫系も好きであるがとにかく待ち時間や人混み関係が最優先、絶叫系はその次に大切な  
要素である（多少の人混みは我慢できるが最小限に収めたい）

→私は絶叫系の方は大抵ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの方が豊富な絶叫系アトラク  
ションがあるため好きであると回答すると考えていたため、Mにとって絶叫系よりも待ち  
時間が重要であることは驚きであった。

・費用関係に関してはどう思うのか（高いから行きにくいのか）

高いと感じるが相応に楽しめるから仕方ない、ただし交通費や宿泊費は負担に感じるが、  
安いホテルを探せばいいだけの話（ディズニーホテルやミラコスタなどの高級ホテルに関  
してはわざわざ泊まろうとは思わない）

・費用が少しでも安く抑えられると行く人が増えると思うか

そう思う。特にお金のない学生にとって宿泊費などは非常に負担だと思う。

→やはり地方顧客にとって宿泊費や交通費などは非常に重い。

・他に東京ディズニーリゾートに行くことの障害になっているものはあるか

人の多さ（特に土日やハロウィン、クリスマスなどのイベント中）

人が多いと分かっている中でわざわざ行きたいとは思わない

→私も休日やイベントの時期には行きたいとは思わない。

・比較的大学生は閑散期に行きやすいためそこに合わせて行けば楽しめるのではないか

大学の授業がほぼない自分はそれができるが、共に行く人が皆そうとは限らない。

→授業が多い大学1,2年生は合わせていくことはできないため、大学生皆閑散期に行けな  
いことを気づかされた。（授業が多くなかなか行けないことを考慮できていなかった）

とにかく優先順位として

1. 待ち時間や人混み具合
2. アトラクションを楽しみたい（世界観ありきのアトラクション）
3. 世界観を楽しみたい
4. コスト

これらを総合的に多く満たしているのが東京ディズニーリゾートであるため、魅力的に感じる

〈インタビュー③を行ってからの感想・考察・総評〉

Mが感じた待ち時間の短さに関して東京ディズニーリゾートはファストパス（無料の整理券のようなもの、現在は名称を変更しプライオリティパスとなっており、アプリから取得可能となっている）を取り入れることによって、来場者はより時間を有効的に使うことができる。しかしこのファストパスの取得には時間帯に合わせて取るべきアトラクションが異なるなど、より多くのアトラクションに待ち時間を少なくして乗るためにはコツが必要である。特に行き慣れていない地方顧客がファストパスを使いこなすのには至難の業である。東京ディズニーリゾートがファストパス初心者でも容易にファストパスを使えるように発信を積極的に行うことで、来場者は貴重な時間を有効的にかつパークを楽しむことができる。これがリピート率上昇の1つの策になるのではないかと考える。

またインタビュー①の考察でも述べたように地方顧客にとって宿泊費や交通費の負担は非常に大きい。よってホテルや交通関係は連泊割や往復割などの割引を取り入れることで費用の軽減になり、地方顧客もより東京ディズニーリゾートに行きやすい環境を創ることができるのではないだろうか考える。

## 7. 結論

今回3名にインタビューを行った結果、東京ディズニーリゾートが地方顧客獲得のために解決すべき問題が大きく2つ挙げられる。

まず費用である。地方顧客にとってチケット代以外にも交通費や宿泊費は確実に必要となる費用となる。先行研究でもあった連泊割（3.4 観光業関連の先行研究）を活用するなど費用を抑える施策を行うべきであると考え。また紹介割制度も有効ではないかと考える。具体的には既に一定数以上東京ディズニーリゾートを訪れている人に、東京ディズニーリゾートに全くもしくはほぼ訪れていない知人などと共にパークを訪れることによって両者にチケットの割引が適用される制度である。要するにスポーツクラブや英会話教室などにある「お友達紹介キャンペーン」を東京ディズニーリゾートにも取り入れることである。この制度を適用することにより、費用を抑えることはもちろん今まで訪れたことのない顧客層を取り入れることができると考える。

次にイメージの変革である。東京ディズニーリゾートのイメージとして、「人混み」や「子供向け」などのイメージが強く、このイメージが先行し魅力的に感じていないことが判明した。よってこのイメージを少しでも変化させることが重要である。そのために東京ディズニーリゾートとは一見無関係な YouTuber やインフルエンサーなどから情報発信を行い、東京ディズニーリゾートを「さらに多くの人が各々で様々な楽しみ方ができる場所」という印象付けを行うべきであると考え。

以上のようにまず東京ディズニーリゾートに対するイメージの変革を行い今まで関心のなかった顧客層関心を抱かせ、さらに地方からも訪れやすい充実した割引制度を設けることによってより多くの地方顧客層の獲得とリピート率上昇につながるのではないだろうか。

## 8. 引用文献

岩田隆一(2003)「アメリカの観光産業はなぜ強いのか コア・サービス理論の視点からの一研究」、日本観光学会誌 42 巻、pp46-49

[https://www.jstage.jst.go.jp/article/nihonkanko/42/0/42\\_46/\\_pdf/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/nihonkanko/42/0/42_46/_pdf/-char/ja)

オリエンタルランド、「入園者数」

<https://www.olc.co.jp/ja/ir/olc/group05.html> (2023 年 11 月 15 日閲覧)

オリエンタルランド、「ゲストプロフィール」

<https://www.olc.co.jp/ja/ir/olc/group05/group05-2.html> (2023 年 11 月 15 日閲覧)

近藤龍司、土肥真人、柴田久(1998)「東京ディズニーランドにみる日常から非日常への心理的变化と環境の相互関係の研究」、公益社団法人日本造園学会 ランドスケープ研究 62 巻 5 号

[https://www.jstage.jst.go.jp/article/jila1994/62/5/62\\_5\\_669/\\_pdf/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/jila1994/62/5/62_5_669/_pdf/-char/ja)

野村幸加、吉田圭一郎(2009)「東京ディズニーランドのイメージ構成要素とその形成要因」、季刊地理学 61 巻 4 号、pp226-232

[https://www.jstage.jst.go.jp/article/tga/61/4/61\\_4\\_225/\\_pdf/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/tga/61/4/61_4_225/_pdf/-char/ja)

服部勝人(2014)「観光事業におけるホスピタリティ・マネジメント」、日本観光学会研究報告 27 巻

[https://www.jstage.jst.go.jp/article/kankokenhou/27/0/27\\_41/\\_pdf/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/kankokenhou/27/0/27_41/_pdf/-char/ja)

藤井誠一(2014)「サービス産業のイノベーションと価値評価」、国際 P 2 M 学会研究発表大会予稿集、pp30-40

[https://www.jstage.jst.go.jp/article/iappmproc/2014.Autumn/0/2014.Autumn\\_24/\\_pdf/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/iappmproc/2014.Autumn/0/2014.Autumn_24/_pdf/-char/ja)

# 長続きするアイドルグループとは

総合政策学部 総合政策学科  
山中亜美

## 1.はじめに

私は NCT127 という韓国のアイドルグループが好きだ。NCT127 とは、NCT（エヌシーティー、韓: 엔시티）という SM エンタテインメント所属の 2016 年に結成した韓国の男性アイドルグループの派生ユニットであり、テイル、ジャニー、テヨン、ユウタ、ドヨン、ジェヒョン、ジョンウ、マーク、ヘチャンという韓国、日本、アメリカ、カナダ出身の 9 人の多国籍メンバーで構成されている（Wikipedia）。2016 年にデビューした彼らは、今年でデビュー 7 年目を迎える。

私は、韓国のアイドルグループを応援するようになってから、K-POP アイドルグループが抱える様々な問題を知り、グループを長く継続させることの難しさを身に染みて感じるようになった。

例えば、デビューから 7 年ごとに事務所との契約更新を行う再契約システム、グループの入れ替えが激しい激戦業界であること、男性アイドルが抱える兵役問題、私生活やプライベート空間まで追いかける過激なファンが存在すること、多国籍なメンバーを含んだグループが多い、などといった、グループ継続の際に立ちはだかる壁である。私が応援している NCT127 も、今年で契約更新の年を迎え、また、今年から兵役に行くメンバーも出始めるため、いちファンとして、これからも続いていけるのかという不安がある。

そこで、これらの様々な壁がありながらも、それらを乗り越え、長く続いていけるグループはどのような要素を含んだグループなのか、個人の葛藤もある中で、それでも“ずっとこのメンバー、このグループでやっていきたい”と思える、理由は何で、何がそうさせているのだろうかと考えたことが、この研究テーマを選んだきっかけである。

本論文は、長続きするアイドルグループの作り方について研究することが目的であり、グループの継続要因を分析していきたい。本論文では継続的グループを、「長く愛され続け、グループとして長く進化していけるグループ」と定義する。

## 2. 先行研究

### (1) 最強チームをつくる方法 (ダニエル・コエル,2018)

チーム力を醸成する文化は、①安全な環境、②弱さの開示③共通の目標の3つに集約される。

①の「安全な環境」から説明する。チームのパフォーマンスを決めるのは、「ここは安全な場所だ。そして私たちはつながっている」というメッセージを伝えるしぐさや態度である。攻撃的な言葉遣い、怠惰な言動、愚痴と文句は安全な空気を阻害し、チームのパフォーマンスを低下させる。言葉以外の方法で「帰属のシグナル」(物理的な距離の近さ、アイコンタクト、エネルギー、相手と同じ動作をする、順番に話す、相手を気にかける、ボディランゲージ、声の高さ、価値観がぶれない、全てのメンバーの間で会話があるなど)を送り続けることで、「安心できる関係(このグループに所属していいんだ、ここは自分らしくいられる場所だ、この場所の未来をつくる過程に貢献できるという感情)」を構築することができる(pp.32-167)。

「帰属のシグナル」がチームをくっつける「接着剤」だとしたら、②の「弱さの開示」は信頼関係や協力関係をつくり出す「筋肉」である。「弱さを見せる」とは、「自分には弱点があり、助けが必要だ」という明確なメッセージであり、弱さのメッセージを送り合う(受け取った側も、同じように弱さを開示することが大切)ことで、つながりが深まり、信頼感も深まる。誰もが、「このチームでは強がらなくてもいいんだ」と安心するため、思いやりや助け合いの精神が生まれるようになる。まずはリーダーが弱さを見せることが大切であり、弱さを見せた上でフィードバックを求めることで、他のメンバーも安心してフィードバックを求められるようになる。また、最初の「弱さの瞬間」で起こることがその後のチームの雰囲気を決めるため、受け取った側は、相手の話を吸収し、理解を示すが、自分からも積極的に反応し、相手がさらに高く跳びあがれるように、エネルギーを与えることが大切(pp.170-285)。

「安全」と「弱さ」のシグナルを送り続けることで、人々が結びつき、一つのチームとして活動するようになる。しかし、成功しているチームに共通していることは、どのチームも共通の価値観や目的がはっきりしているということだ。③の「共通の目的」は、メンバーのモチベーションを高める。優秀なチームは、全ての機会が学習の機会だと考えており、チームワークの重要性や、チーム全体のスキルを伸ばすことの重要性をチーム全体が理解している。また、失敗したチームと成功しているチームの違いは、失敗を生かして自分たちの目標や価値観をより明確にしていることである。チームが協力して問題を解決する過程で、目的意識を何度も掘り起こすことで、チームは進化し、めまぐるしく変化する世界が投げつける問題も解決できるようになる。チームの価値観や目的を定期的に確認するためには、普段から価値や目標について会話を重ね、「われわれは何



者か」「どこに向かっているのか」という大きな質問ができる環境をつくる必要がある (pp.288-355)。

強固なチームは、安全な環境と、信頼関係、共通の目的が揃うことによって出来上がると分かった。しかしながら、会社の経営者や、スポーツチームのコーチからの目線で書かれている研究であったため、アイドルグループにも同じことが言えるのかどうかは不明である。

(2) K-pop の現状と将来の発展性についての研究—日本、中国の K-pop の成功事例からみるアメリカ、ヨーロッパ市場の K-pop 進出戦略— (チョ・ギュヒョン,2016)

K-POP が中国、日本において成功した戦略を掘り出し、今後 K-POP がアメリカ、ヨーロッパへの進出で成功するために必要な効果的戦略を分析している。

K-POP が中国音楽市場での成功を果たした要因は、①SNS の積極的な活用 (Weibo、Youku、Baidu などのメディアと提携を結んだ) ②徹底した現地化戦略 (中国人メンバーを活用) である。また、日本における K-POP の成功要因は、①限りにアイドル市場に現状と韓国型アイドルシステムの特徴 (世代交代が必要な日本アイドル市場において、高い実力を備えた韓国アイドルがその隙間に入り込めた)、②日本企画会社の進出戦略 (avex などの契約) である。

よって、K-POP が今後アメリカやヨーロッパに進出し、成功を収めるためには、中国や日本で成功したように、体言化された現地化戦略を策定し、SNS を活用することで人々がより K-POP に接しやすくする環境をつくる必要がある。また、音楽性やパフォーマンスを磨きながら自分たちだけのスタイルや個性を強化していく必要がある。

K-POP グループが新たな場所に進出し、成功を収めるためには、外国人メンバーの活用や SNS の積極的な活用、楽曲やパフォーマンスの強化が必要であると分かった。しかしながら、K-POP の海外進出において成功するために必要な要因について分析した研究であったため、一つ一つのグループに必要な要因や、長続きの部分については述べられていなかった。

これらの研究では、結束力の強いチームの作り方や、K-POP グループの進出戦略について述べられていたが、継続的アイドルグループの作り方について述べられている論文は発見できなかった。よって、長続きするアイドルグループに必要な要因について研究していきたい。

### 3.研究背景

#### 3.1. K-POP とは

K-POPとは、韓国のエンタテインメント会社との契約によって、あるいは個人のレーベルによるインディーアーティストとして活動する、韓国の音楽アーティストを指す俗称である。一般的に韓国のアイドルは、事務所のオーディションへの参加やスカウトを通じて事務所に入所し、練習生として数ヶ月間から数年間に渡り他の練習生達と寮で生活しながら、それぞれ歌唱力、ダンス、韓国語などのレッスンを受けた後にデビューすることとなる(Wikipedia)。ハイレベルな歌とダンス、高いルックス、キャッチーな振り付け、真似しなくなるような衣装やメイクなどから、世界中から注目を集めている(bombshell,2022)。

#### 3.2. 長続きが難しい理由

長続きするアイドルグループの作り方を分析するにあたって、K-POP アイドルに着目する理由は、先述したように K-POP アイドルはグループを継続させるために乗り越えなければならない壁が多いからである。乗り越えなければならない壁が多ければ多いほど、長く続くためにはより結束力の強いグループであることが求められる。では具体的にどういった壁があるのだろうか。

##### ① 契約更新制度

韓国では、事務所と所属歌手が結ぶ契約期間が長いことで『奴隷契約だ』という声が上がったことにより、2009年に「大衆文化芸術人標準専属契約書」が制定され、多くのK-POPグループの契約年数が、デビューから7年と決められている。よって、7年経つと契約更新に向けて個人と所属事務所で交渉を行うのだ(ましよきブログ.,2021)。

しかしながら、個人の都合などで当然契約を更新しないメンバーも存在し、7年を経目としてグループ全体が活動休止や解散に陥ってしまうことが多い。このようなことから、K-POP界には、「7年目のジンクス」といったものが存在する。実際に、MOMOLAND(モモランド)、4 minute(フォーミニッツ)、Secret(シークレット)、(SISTER シスター)、Miss A(ミスエイ)、RAINBOW(レインボー)、GFRIEND(ジーフレンド)、LOVELYZ(ラブリーズ)、2NE1(トゥエニーワン)などの多くのグループが7年目に活動休止、解散をしている(Danmee,2021)。

2021年に13人の全てのメンバーが事務所との契約更新を行ったSEVENTEEN(セブンティーン)のメンバーであるホシは、「再契約をするときにすごく感じたことは、僕たち嘘なく仲が良くて、正直僕たち全員再契約するという確信があった。でもグループ生活をしてみるといくら仲良くても再契約は難しい。価値観も、状況も、立場ごとに違う

から正解はない。これからやっていけるだろうかと沢山考えたりもした。言葉にはしなかったけれど、本当にあきらめたくなる瞬間も多かった」と言及した。(YouTube チャンネル「차린건 귀찮도 없지만 (用意したものは何もないけど)」14:15~)

再契約するかどうかは各メンバーの意志次第であるため、個々人で意見の差が出やすい。若ければまだまだ挑戦できることが多いため、グループではなくソロ活動に力をいれたいメンバーや、歌手以外の仕事をしたいというメンバーがでてくるのも当然である。また、メンバーが多国籍であれば尚更、母国に戻って自分の国で活動したいというメンバーも出てくるだろう。実際に、中国は韓国よりも市場が大きいため、中国人のメンバーは母国でモデル業や俳優業、歌手業をソロで行った方が大幅に儲かるといわれている(Ameba 沢畑此音,2021)。そのため、全員に“自分よりもチームを優先する心”が無ければ、チームとして全員揃って再契約をすることは難しい。

## ② 兵役問題

韓国では「兵役法」で、韓国で生まれ、3年以上韓国国内に滞在したすべての成人男子(韓国では満19歳で成人)に兵役の義務が課せられている。進学や芸能活動などのやむを得ない理由で入隊を延期することもできるが、満30歳までには入隊しなければならない。所属によって兵役期間が異なり、陸軍と海兵隊が21カ月、海軍が23カ月、空軍が24カ月とされている。K-POP アイドルであっても、大韓民国国民である限り兵役は免除できないため、韓国国籍の男性 K-POP アイドルは30歳になるまでに入隊しなければならない。また、兵役中に活動を行うことはできないため、兵役に行ったメンバーは兵役期間中、活動休止をすることになる(NoaDanceSchool)。

メンバーが兵役に行き始めれば、数年の間グループの完全体が見れないため、グループの勢いも落ちてしまう。激戦の K-POP 業界の中で、離れていってしまうファンも多く、人気を維持させるのは非常に難しい。そのため、兵役に行っているメンバーが不在の間、残っているメンバーのソロ活動を充実させることで人気を維持させたり、また、不在のメンバーの役割を残りのメンバーが務めることで、数人欠けた状態でグループ活動を行ったりする。どちらにしても、兵役に行っていないメンバーが何らかの形で兵役中のメンバーの穴埋めをしなければ、グループはどんどん衰退していってしまう。グループを継続させるためには、ファンが離れていってしまわないように、そして全員の兵役期間を終えてまた完全に復活を果たせるように、一人一人が努力しなければならないのだ。

## ③ 激戦の K-POP 業界

継続的なグループであるためには、まずはグループが人気である必要がある。

近年 K-POP は世界中で注目を集めており、K-POP アイドルになることを目指す人も多い。K-POP アイドルになることを目指す人が増えれば増えるほど、実力が高い人も集まり、いろんな事務所が実力の高い人たちを集めたグループをつくるため、K-POP に求め

られる水準もどんどん高くなっていき、新しいコンセプトが目を引きハイクオリティな新人アイドルが次から次へと出てくるようになった(marie claire,2022)。このような激戦区の中で、人々の目を引くようなグループでなければ、人気を獲得することは難しい。また、いくら人気が出たとしても、次々に出てくる新人グループにファンは目移りし、すぐに別のアイドルのファンに移り変わる人が多いのだ。人気がなくなれば、グループを長く継続させることも難しくなってくる。そのため、新しいファンを獲得するために、そして今いるファンが離れてしまわないように、常にチームとして発展し続ける必要があるのである。

#### 4. 研究の目的・方法・対象

では、これらのグループの継続を阻む様々な問題がありながらも、一つ一つ乗り越えて、長く継続していているグループは、何が大きな力になって続けていているのだろうか。どんな壁に直面しても乗り越え、再び前進していけるグループに必要な要素は何なのだろうか。

本論文では、継続的なアイドルグループの作り方の提案を目的として、K-POP アイドルグループを対象にチームの継続要因を分析する。

分析方法：K-POP アイドルにとって“7年”という年数が大きな区切りになっているため、7年以上続いているアイドルグループを対象に分析を行う。

長く続けていている理由や、チームの結束力やチームワークの秘訣を、雑誌やドキュメンタリー番組でのメンバーの発言をもとに分析していく。

#### 5. 事例分析

##### 【事例1】

○グループ名：SUPER JUNIOR（スーパージュニア）

2005年にデビューし、SM エンタテインメント傘下の SUPER JUNIOR 専門レーベルの Label SJ に所属している男性アイドルグループ (Wikipedia)。歌手、タレント、モデル等各ジャンルで活躍中のアジア No.1 マルチエンタテインメントグループであり、グループとしての活動だけでなく、ユニット活動を含め、個人活動においても絶大な人気を誇っている (SUPER JUNIOR JAPAN OFFICIAL WEBSITE)。12人というメンバーで始まったグループだが、メンバーの入れ替わりや脱退を経験し、現在は9人で活動を行っている。

### ○理由

10年近くもの間メンバーの入隊・除隊を繰り返した兵役期間、メンバーの入れ替わりや脱退、メンバーの交通事故など、様々なグループ継続の危機を経験しながらも、計3回メンバー全員での再契約を果たし、18年続いているため。また、現在は3人が事務所を移籍したが、グループ活動は続けており、ソロ歌手や俳優、バラエティー、MC、ミュージカルなどの個々の活動を充実させながらもグループ活動を行っている。デビューから18年経った現在でも、2022年に9人全員で11枚目のフルアルバムをリリースし、また2023年にはワールドツアーを行っており、長くグループ活動を行いながらファンからも長く愛されているため。

### ○分析

≪メンバーと活動を続ける理由（ドキュメンタリー番組『SUPER JUNIOR THE LAST MAN STATION』, 2022）≫

イトウク「練習生の頃からずっと一緒にやってきたメンバーなので、ずっとこの先もこのメンバーと一緒にいたいという気持ちが大きい」

≪Q.「長寿の秘訣は」（YouTube『アイキのThumbsUp』,2022）≫

シンドン「正直に言うと本当に分からない。なんでこんなに長くできているんだろう？理由があるのかな？理由を考えるのが凄く難しいんです」

ウニョク「そうだよ。理由がない。ただ耐えたんだよ。みんなよく頑張っているし」

≪Q.「SUPER JUNIOR といえば18年を超える長寿アイドルですが、長く活動できた秘訣は何だと思いますか？」（KPOP monster, 2023）≫

イトウク「こういう質問を受けると、望まれるような明快な答えを出すことができないのですが…僕たちはただやってきたんです。当然やらなければならないと思っていたから。そうしていくうちに1年1年積もって行って、気づいたら長い間共にしていました。そしてこれからも一緒にやっていくつもりです。僕たちは数字という概念がそれほどピンとこないみたいです。なんせ若い頃から一緒にいたのです。これからもその数字が増えていきますが、僕はただその数字が積もっていただけだと思っています」

≪ヒチョル bubble（ファンとのコミュニティアプリ）再契約後の発言（2023）≫

「今まで多くの試練を体験してきたからか、『果たしていつまで SUPER JUNIOR として活動できるか』という話をよくする。メンバー内での結論は、『互いに信じ合えば老いて死ぬ時までやれる』だ。事実、メンバー同士信じきれず、事務所にも不信感を持って壊れるグループは沢山いる。どんな状況でも一緒に楽しく、永らく仕事をするのが目標だ。幼い頃から常にあらゆることをメンバーと一緒にしてきた。誰よりも僕の姿を一番よく解っているメンバーたちと別れるなんて想像もしたくない」

➤物理的距離や一緒にいる時間の長さが関係している。練習生時代からずっと一緒に生活し、活動を共にしてきたメンバーたちだからこそ、一緒にいるのが当たり前になり、離れることを考えずただひたすら頑張ってきた結果長続きできている。

≪メンバーの入隊や脱退、事故を経験して（ドキュメンタリー番組『SUPER JUNIOR THE LAST MAN STATION』, 2022）≫

ドンへ「兵役でメンバーが入隊し、一人ずついなくなるたびに不安になったが、メンバー同士で出した結論は『僕たちがチームを守ろう』『僕たちが頑張ればいい、もっと精力的に活動しよう』メンバーの脱退を経験したからこそ、『僕がもっと頑張る』『僕が2倍やるよ』という風にお互いがお互いを守ろうと団結力が強くなっていった」

シウォン「僕たちをこれまで1つに束ね、そして今後も1つであり続ける1番大きな原動力は、『お互いの尊重と配慮、理解と信頼』だと思います。『どんなことがあっても、今残っているメンバーは絶対にどこにも行かない、SUPER JUNIOR だ。どんな形になろうと SUPER JUNIOR だ』その思いがあったから頃までやってこられたし、問題があっても乗り越えて、より固い絆で結ばれ前進することができた」

≪Q.SUPER JUNIOR の公演が全席完売される秘訣は？（記者懇談会,2019）≫

ウニョク「軍隊に行ってもメンバーが管理を劣らず熱心にして、ファンの方々に新しい姿をお見せしようと努力していると伝えたいです。そして、いつも絶えず僕たちが挑戦しているのでファンの方々がずっと応援して下さると思います」

➤グループの危機が訪れる度に団結して問題を一緒に乗り越えてきたことが信頼関係や結束力の強さにつながっている。

≪15周年のファンミーティング（ドキュメンタリー番組『SUPER JUNIOR THE LAST MAN STATION』, 2022）≫

ヒチョル「歌を歌っているとき、『僕はステージに立つのが好きなんだ』と思った。これがないと生きられない気がすると思えるものが、舞台上で歌を歌うことなんだと思った。歌のジャンルに関係なく、ステージにいられて幸せだと思った」

➤自分の仕事と、一緒に仕事をするメンバーを好きでいることが長年経っても変わらないことが大切。

≪Q.今後 SUPER JUNIOR がどんなグループになってほしいか（ドキュメンタリー番組『SUPER JUNIOR THE LAST MAN STATION』, 2022）≫

キュヒョン「20周年のときにもアルバムが出せたらいいなと思う」

リュウク「一緒にいると相乗効果ができる。だからメンバーとずっと一緒にいたい」

ヒチョル「このまま20周年までいけると思う」

ドンヘ「メンバーと可能な限り一緒に長く活動したい」

イエソン「おじいさんになっても SUPERJUNIOR でいたい」

シウォン「今までよくやってきたし、これからももっとうまくやれるから心配するなとメンバーに言ってあげたい」

ウニョク「今後の僕たちはより僕たちらしくなると思います」

シンドン「これからどうやってこのグループを守っていくかが重要だとおもいます。永遠に生き残るグループになるための挑戦がしたいです」

イトウク「イライラやゴタゴタがあっても僕たちは大丈夫です。今後あと15年頑張ります」

➤「このグループで長く活動していきたい」という思いが全員に一致していることが長く続いていくための大きな力になっている。

## 【事例2】

○グループ名：TWICE（トゥワイス）

JYP エンタテインメントに所属している9人組多国籍ガールズグループであり、2015年に

Mnet のサバイバルオーディション番組『SIXTEEN』にて選抜された韓国人 5 人、日本人 3 人、台湾人 1 人で構成されている。デビューからわずか 1 カ月半後の 12 月 2 日には「Mnet Asian Music Award」の女性新人賞を受賞。以降、立て続けに音楽賞を総なめにし、2019 年にはリリースの 8th ミニアルバム『Feel Special』がリリース初週で販売枚数約 15 万 4000 枚を達成し、ガールズグループ史上歴代最高の販売枚数を記録した (Wikipedia)。

#### ○理由

女性アイドルグループは寿命が短いと言われており、また 9 人という大人数かつ多国籍グループである中で、9 人全員で再契約を行うことに成功したため。また、仲がいいことやチームワークがいいことで有名であり、2023 年から 2024 年にかけて開催される 5 度目のワールドツアー「TWICE 5TH WORLD TOUR 'READY TO BE」では、全世界 25 都市 42 回の公演という大規模なワールドツアーを展開することが決定しており、世界中から人気を集める勢いのあるグループであるため (Yahoo!ニュース,2023)。

#### ○分析

《再契約発表後のジョンヨンの bubble (ファンとのコミュニティアプリ) での発言 (2023)》

「再契約は正式な手続きとして行わなければならなかったけど、メンバーたちが私にとって本当に大切な存在だし、私はみんなと離れる考えはありません。時には、家族よりも大切な存在で、失いたくないんです」

《ジヒョ、再契約を決断した理由 (TWICE ソウルコンサート 2 日目コメント, 2023)》

「沢山悩んで、未来に対する考えも沢山しました。私はどんな人間になりたいのか、自分の夢は何なのか、そんなことを本当に沢山考えました。ですが、私はこの光景を忘れられなかったです。私が見たかったのはまさにこの光景でした。アンコールステージに出てくると、once (ファン) が喜んでくれて、私たちは歌を歌って、once はキャンディボン (ファンライト) を振っている光景が最高なんです。あの光景を見れず、私は他に何を楽しみながら生きていけるのか。私の人生でこれがどれほど貴重な経験か。そして、愛するメンバーたちもいるから。またこうやってやっていきたいと思いました。そんな思いで私は決断しました」

➤家族のようなメンバーの関係性、ファンとの関係性が続ける大きな力になっている。

《Q.チームワークを感じる瞬間は？ (雑誌 MORE インタビュー, 2021)》

チェヨン「チームワークを感じる瞬間は、振り付けの練習で、ひとつの動線をめぐってメ



ンバー同士で意見を交わしていた時、『こっちがいいんじゃない?』『それじゃだめだよ!』など意見が対立しても、お互いのことをよく知っていて関係が濃いからこそ、遠慮なく言い合えるんです。」

《Q.固いチームワークの秘訣は? (ラジオ SBS パワーFM,2019)》

ナヨン「メンバーたちは特に素直です。さみしかったこと、感謝したことなどについてよく表現します。言いたいことは全部言う方です」

サナ「メンバーたちとたくさん話すのが秘訣だと思います」

ジヒョ「正直に、グループとして長く活動すれば一番敏感な性格まで全部見えてしまいます。ですが、メンバーたちが全部理解してくれる方で、長く維持できたんだと思います」

➤**素直になんでも言い合うことがチームワークや強固な関係性につながっている。**

《Q.TWICE の仲がいい秘訣は何ですか? (TWICE 7<sup>TH</sup> ANNIVERSARY SECRET BOX with ONCE,2022)》

ナヨン「私は、メンバーたちといるときが一番楽しいし、メンバーたちがよく理解してくれて、配慮も沢山あって、そしてすごく信頼しています。一人一人が違うじゃないですか。お互いが違うからあるときは私が傷つけたり傷ついたりするときもあるはずですが、それすら愛からでる言葉と行動だと思えるくらいメンバーに対しての信頼があります」

《雑誌 VOGUE JAPAN インタビュー (2023,01,26)》

ミナ「私はメンバーにとっても恵まれています。みんな配慮があって、お互いに気遣いができる。でも一緒にいて心地いい。そういった仲の良さやチーム力はけっこうすぐ分かってちゃうんですよ。ステージのパフォーマンスで必ず出る。そういった意味で、私たちはとてもいいチームだと思います」

《ナヨンソロ活動について (YouTube コンテンツ『Zyo's Zone.Zip ep.05』,2023)》

ナヨンは、グループ初のソロデビューだったため、他のメンバーがどう思うだろうか、他にアルバムを出したい子もいるかもしれないし、私のこの活動をきっかけに他のメンバーの個人活動に対する悩みが増えるかもしれないという中で、自分がすごく大変な素振りや楽しい素振りを大っぴらに表現するべきではないと考え、見せないようにしていたという。

➤**素直になんでも言い合うことも大切だが、配慮、気遣い、思いやりを忘れないことが長続きする関係性に必要である。**

### 【事例3】

○グループ名：SHINee（シャイニー）

2008年にデビューしたSMエンタテインメント所属の5人組男性アイドルグループ。2017年12月18日にメインボーカルのジョンヒョンが在籍中に急逝し、以降4人で活動を行っている。2018年12月にリーダーのオンユ、2019年3月にキー、4月にミンホが大韓民国の徴兵制度により現役入隊し、テミンはその間ソロ活動を継続させた。2020年にオンユ、キー、ミンホの兵役が終了し、本格的に4人での活動を再開した。2021年5月に入隊したテミンが、2023年に除隊したことにより、メンバー全員が兵役を終え、6月に8枚目のフルアルバム「HARD」をリリースした（Wikipedia）。

○理由

再契約問題、兵役期間を乗り越え、15年続いているグループであるため。SHINeeが生み出す楽曲は毎度クオリティーが高く、歌唱力やパフォーマンス力も並外れたものを持っており、2023年にリリースした8thフルアルバム「HARD」では、iTunesのトップアルバムチャートで世界40地域の1位を総なめにするなど、15年目の現在でも世界中から熱い反応を得ているため（Yahoo!ニュース,2023）。また、メンバー各自がソロでも活躍しており、メンバー一人一人の個の力も強いポテンシャルの高いグループであるため。

○分析

≪NAVER記事(2019)≫

SMエンターテインメントの関係者は、SHINeeが長続きしている理由を「SHINeeは活動範囲が広いからだろう。グループ活動もしながらそれぞれが個人の活動もするのが活発だから、生命力が伸びた要因になった。また、メンバーたちの努力と周りのひとの努力が合わさって良い相乗効果が出るんだと思う。チームワークもいい。実際相性が悪いとこんなに長続きできない」と明かした。

≪Q.あなたのソロ作品について、メンバーひとりひとりが教えてくれたことは？(NMEインタビュー, 2022)≫

ミンホ「どのメンバーがどのような面で私に影響を与えたのか正確に特定することは難しいですが、僕たちのグループははいい意味での競争心がグループ内にあり、アーティストとして懸命に努力し、進化するためにお互いがお互いを奮い立たせているんです」

➤個人活動でもグループ活動でもメンバー全員が真面目に努力することでグループの存続

可能性を高めることができる。お互いに刺激し合える関係であることで、グループとして長く進化していける。

《Q. SHINee のロングランの秘訣は？（『ごはんおじさん セユンさん』26話, 2022）》  
キー「僕たちはお互いに、余計な事は考えません。他の所に行こうと思わないんです。それぞれ SHINee が必要です」

《Q. SNINee らしさとは何か？（marie claire 2021年8月号）》  
テミン「僕が望む SHINee らしさは真生性のある音楽をするチームだ。このために会社に僕たちがやりたい音楽の方向性を正確に言う。ずっとこうやって SHINee らしさをつくっていききたい」

《Q. 長年活動を共にし、仲がいい秘訣は？（CNN ENTERTAINMENT インタビュー, 2017）》

オニュ「お互いを尊重し、相手の考えや意見に対して思いやりを持つこと」  
ミンホ「特別な秘訣などありません。時間がたつにつれ、お互いをより理解できるようになりました。そして理解し合えたことによって一緒に学んで成長できたようです。お互いのことをよく知っているので、5人でステージの上でパフォーマンスをすることが楽しくて、それもいい関係性を保てる理由です。ただ、関係性を維持するだけではなく、グループとして進化して、より良い姿で続けていききたいです」  
テミン「グループとして山も谷も経験し、時には大きな課題とも直面しましたが、乗り越えられたことが結束力を強くしました。お互いを思い合う気持ちが大きかったと思います」  
ジョンヒョン「具体的にはわかりませんが、グループで活動するとき、メンバー5人とも思いやりを持って接することができるからだと思います」  
キー「こんなに長く一緒にいられるのは、一人ひとりが良いアーティストとして必要な美德を理解し、学んだことだと思います」

➤思いやりや尊重が関係性に必要。一緒に壁を乗り越えてきたことが結束力を強くしている。また、普段の関係性だけでなく、ステージの上の自分たちにも価値を置いており、アーティストやグループとしての欲があることが、長年進化し続ける要因になっている。

《Q. 演出家として、SHINee はどんなグループですか？（演出家&振付師 キム・ジェウオン インタビュー, 2019）》

「SHINee はチームワークが強いグループです。しっかりとしたチームワークの中にお互

いを配慮する気持ちも大きいです。その配慮は『親切さ』ではありません。お互いに投げかけては受け止める。意見が合わなければ言い合います。僕は SHINee のそんな姿が好きです。お互いのミスに対してダイレクトに指摘しますし、10 年近く共にしてきた者同士の意思疎通する方法をうまく見つけたと思います。お互いに正直に話すことで関係が深くなるということでしょう」

≪Q.デビューから今まで変わらない面があるとすれば、どんな点ですか？（演出家&振付師 キム・ジェウォン インタビュー,2019）≫

「練習するときの真剣さと他人を思いやる気持ち。SHINee の振り付けは高難易度のものが多くて沢山の練習が必要になります。ですが、「もう一度」という言葉に一度も不平を言いません。前の日に全体練習に抜けたメンバーは翌日の朝一番に来て他のメンバーの練習に遅れが出ないように前もって練習します。そして SHINee は毎回コンサートをする度に「ありがたい」と涙を流すんですよ。SHINee の涙からはステージに対する感謝と真心が感じられます」

➤お互いに正直に話すこと、ファンへの感謝やステージをよくするための努力を長年経っても忘れない謙虚さが大切。

#### 【事例4】

○グループ名：SEVENTEEN（セブンティーン）

2015年にデビューした PLEDIS エンタテインメント所属の13人組の男性アイドルグループ。ボーカルチーム、ヒップホップチーム、パフォーマンスチームの3チームで構成され、楽曲制作から振付、コンサートのセットリストに至るまで、メンバー自らが担当し、「自主制作ドル」の異名を持つ（Wikipedia）。

○理由

大人数グループだがメンバー同士の仲が良いと有名であり、ダンスの揃い具合が凄いことやパフォーマンスのレベルの高さから、チームワークがいいと考えるため。大人数であり、多国籍なメンバーがいるグループは誰一人欠けることなく再契約をするのは非常に難しいと言われていたが、13人全員で2021年に事務所と早期再契約を行ったため。今年で七年目であるが、2023年10月にリリースした11th Mini Album「SEVENTEENTH HEAVEN」の初動売上（発売後1週間のアルバム販売量）でK-POP史上初の500万枚超えという快挙を成し遂げるなど、デビューから8年経った今でも世界中から絶大な支持を受けている勢いのあるグループであるため（Yahoo!ニュース,2023）。

## ○分析

### 《UNESCO スピーチ (2023)》

ウジ「SEVENTEEN はデビュー9 年目にも関わらず、ファンが増え続け成長しているグループです。しかし、こうした成功を最初から期待されていた訳ではありませんでした。むしろ『あの子たちは失敗するだろう』という厳しい視線が多かったです。『ボーイズグループで13人のメンバーは多すぎる』という指摘もありました。少なくとも間違った指摘ではありませんでした。重要なことは、このような状況を僕たちが一緒に克服することができるか、という問題だけでした。僕たちは挫折しませんでした。挫折するには僕たちは若すぎたのです。夢に対する情熱も少しも冷めませんでした。そのうえ、僕たちには教えを与えてくれる先生であり、暖かい心を持った仲間、お互いに頼れる大切なメンバーがいたのです。成功が早くに近づいてくることはありませんでしたが、13 人のメンバー達と一緒に情熱を燃やす時間はいつも楽しかったです。メンバー達はいつも愉快で、どんな状況の中でも笑いを失くしませんでした。僕たちの練習室にはいつも「ファイティン」「もう少しだけ頑張ろう」というポジティブな言葉が溢れていました。否定的な外部の言葉よりも、メンバー達の陽気な声に集中しながら“この子たちの一緒なら、上手くいくだろう”という信頼は確信に固まっていきました。ボーカル、パフォーマンス、ヒップホップなど、お互いに違う才能と強みを持っていたメンバー達がお互いに学び、調和し合いながら“TEAM SEVENTEEN”の色が出始めました。愉快に、お互いに教え合いながら学んでいく SEVENTEEN だけの教育法が、まさに SEVENTEEN だけの成長法でした。SEVENTEEN はアルバムの作業をするとき、メンバー全員の話を込めます。定期的に開かれる団体会議で一人でも共感する事ができなければ、曲は完成しません。僕たち全員が共感できない音楽は聴いている方達も同じだと考えるからです。ご覧の通りメンバーの人数がとても多く、意見をまとめることが簡単ではないですが、むしろその過程が僕たちを一つにしていく過程でした」

### 《Q.メンバーが13人もいてこんなにいいチームワークを維持している秘訣は？(CELUV TV,2018)》

ホシ「本当に幼い頃からメンバーたちとずっと一緒にやってきたので、自然と家族のように親しくなったんだと思います」

ジョンハン「僕たちは一回ずつ何かトラブルがあってもみんなで集まってすぐ対話で解決するんですが、それが僕たちの団結力とチームワーク維持の秘訣だと思います。でも、対話で解決することは当たり前のことなんです、これが実は大人数だと難しくもあるんです。だから、それをうまく利用して沢山やってきたから、うまく行って僕たちだけの方法になったんだと思います」

➤「定期的に話し合う」「トラブルがあると全員で話し合う」といったように、話し合いの場があることが問題を乗り越え再び前に進んでいける要因になっている。ポジティブな言葉で溢れていることが、チームワークのよさに関わっている。

≪UNESCO スピーチ (2023) ≫

ジュン「2012年に僕たちが出会った日から今までの日々の中で、一つ確信していることがあります。それは『メンバーと一緒にいると失敗が怖くない』『一人では難しいことも13人が一緒なら困難はない』ということです。後で知ったのですが、僕のこの気持ちは、実はメンバー全員が思っていることでした。僕たちはお互いが師匠であり、一緒に練習し、一緒に作り上げていくことでより良い姿に変化してきました。僕たち1人1人は完璧ではないかもしれませんが、一緒にいると僕たちは最高のチーム、SEVENTEENになります。僕たちが今この場にいるのは、困難に直面したときも13人が互いに支え合って、一歩ずつここまで来ることを決して諦めなかったからです。僕たち13人はお互いを支えながら一歩ずつここまで来ました。それはこれからも続いていきます。多くの困難があり、未来が不確実だとしても、僕たちが一緒にいる限り必ず乗り越えられると信じています」

➤問題にぶつかってもお互いに支え合いながらチームで団結し、必ず乗り越えることを諦めないことが長続きするためには必要。

≪ミンギュ SEVENTEEN:HIT THE ROAD EP.05 発言 (2021) ≫

「僕はどこにいても SEVENTEEN のメンバーたちの仲はどう？と聞かれると、「家族みたいです」と答えます。本当にもう家族のようです。気が合わないこともありますよ。母や母とも気が合わないことがあるのに。でも、合わないのは合わないし、僕の家族は僕の家族という感じです。僕が60歳になって、100歳になって、本当におじいさんになった時までもあの人たちは一生僕の隣にいそうな気がするし、そうであってほしいと思います」

≪Q.団結力の秘訣は？ (V LIVE,2018) ≫

ディノ「表現を沢山するからだと思います。不満があればすぐに正直に言いますし、そして僕たちは練習生の頃からずっと一緒に住んでいるですよ。なので、本当にたちはお互いに知らないことがないんです。なので、本当に家族なんですよ」

➤お互いにすべてを知り尽くしている家族のような関係性だからこそ、これから先もずっと一緒にいて欲しいし、ずっといるはずだと思うことができる。

《13人をまとめるリーダーエスクプスの苦勞 (VLIVE,2018)》

リーダーエスクプスは初めリーダーという役割に負担を感じ、大変だった時期があったという。

エスクプス「大変でした。正直言うと。とても大変で諦めようかと思いました。でも当時一番よかったのは、僕が手放そうと思ったとき、ホシとウジと話し合いをする機会をつくったんですね。『僕はこういう部分で大変だ、僕も諦めたくて大変だ』と正直に話しました。そのときに『僕たちが助けます』と言ってくれたんです。そうやって僕はメンバーたちに頼るようになったんだと思います。それで僕も少し楽になりました」

Q.リーダーとしてメンバーを代表して会社と話し合いをするときに大変だったことはありますか

エスクプス「会社と喧嘩したことも多かったです。会社のことは理解してます、でも、こういうことを言ってもいいのかな？僕は会社よりもメンバーを優先します。メンバーの方が大切だから。重要だから」

➤メンバー同士で弱さの開示をすることで、信頼関係や協力関係をつくりだし、今のよう  
な強固な関係性に結びついている。

## 6.考察

これらの事例から、私は継続的グループに必要な要素を、3つにグループ分けした。

### ① メンバーとの関係性（仲の良さ、信頼関係）

4つのグループを分析した結果、長く続けていけている理由について「家族のようなメンバーであるため、離れたくない」という意見が多かった。練習生の頃からずっと一緒に生活や活動を共にし、グループとして様々な壁を一緒に乗り越えてきたメンバーであるからこそ、お互いに愛着が湧き、これからもずっと一緒にいたいと思えるのだろう。

仲の良さや信頼関係といったメンバー間の固い関係性を築くためには、お互いにとって心地よい距離感や、思いやり、尊重、気遣い、物理的距離や、一緒にいる時間の長さが必要であると分かった。また、先行研究で述べられていた「弱さの開示」をすることで、お互いがお互いを頼るようになり、信頼関係や協力関係をうみだすことができると分かった。

## ② チームワークの良さ、団結力

しかしながら、メンバーの仲がいいだけではグループは長く続かない。グループを長く存続させていくためには、メンバーの関係性以外に、チームワークや団結力が必要である。

なぜなら、良いチームワークが質の高いパフォーマンスや音楽を生み出すのであり、チームワークが良いことでグループを成功に導いたり、進化し続ける生命力の高いグループになれたりする。また、団結力があることで問題が起きてもメンバー全員で乗り越えることができるのだ。

良いチームワークを築くためには、目標や目指している方向がメンバー全員に一致していることが大切であり、問題が起きてもメンバー全員で会議や話し合いを重ねることで、目標を再認識することが重要である。また、チーム内のポジティブな言葉や、不平が少ないことはチームワークの良さにつながると分かった。

## ③ 個人の性格

メンバー同士の関係性や、チームワークが良さも重要であるが、メンバーひとりひとりの人間性もグループの存続に影響していると考えられる。具体的に言うと、仕事への意欲や、仕事を好きかどうか、真面目に努力できるかどうかといった面である。

ひとりひとりが努力できるメンバーであれば、お互いに刺激し合いながらさらなる発展に向かってグループとして向上していくことができるだろう。また、個人活動においても、グループでの活動においても、各自が熱心に活動することで、グループの存続可能性を高めることができると思う。

これらの3つの要素は、一見全く違う要素のように見えて、強く結びついている。

なぜなら、良好な人間関係があつてこそ、チームワークが発揮されていくのであり、チームワークが良くなれば、自然と信頼関係が生まれ、固い関係性ができるだろう。また、個々人が真面目に取り組むことができるメンバーだからこそ、良いチームワークを築くことができるのである。すべての要素が繋がり、一つの強固なチームができあがるのである。

よって、この3つの要素のうち、1つでも欠ければ、長期的継続は難しいと考える。

## 7.結論

4つのグループを分析した結果、継続的グループに必要な要素は、①メンバーの固い関係性、②良いチームワーク、③各自の人間性 であることが分かった。よって、この3つの要素を高めていくことによって、グループの長期的継続が可能になると考える。

もちろん、グループを長続きさせるためには、今までに分析したグループの要素以外に、所属している会社の大きさや、事務所の対応の良さ、会社との関係性など、様々な要因が



関わってくるであろう。会社が小さければ、知名度を上げることも難しく、人気を獲得することも難しい。

しかしながら、実際に【事例4】で紹介した SEVENTEEN や、世界的人気を誇る BTS (防弾少年団) は、中小事務所からデビューしたグループであり、自分たちの力で今の場所まで駆け上がってきたのだ。また、SUPER JUNIOR のように、メンバーの所属事務所がバラバラになってもグループ活動を継続できているグループもある。

そのため、①メンバーの固い関係性②良いチームワーク③各自の人間性 が揃った結束力の強いグループであれば、会社の大きさや会社との関係性に関係なくグループの存続可能性を大いに高めることができると考える。

また、メンバーの関係性や、チームワーク、個人の人間性は、グループのメンバーと一緒に生活や活動を共にし、様々な困難を一緒に乗り越え、お互いに高め合っていくことで自然と培われていくものだと考える。そのため、グループとしてどんな問題に直面しても、チーム全員で乗り越えること、そして、グループを“続ける”ことを全員が諦めないことが第一に重要であると考ええる。

## 8.参考文献

Wikipedia(ウィキペディア)：フリー百科事典「NCT (音楽グループ)」

[https://ja.wikipedia.org/wiki/NCT\\_\(%E9%9F%B3%E6%A5%BD%E3%82%B0%E3%83%AB%E3%83%BC%E3%83%97\)](https://ja.wikipedia.org/wiki/NCT_(%E9%9F%B3%E6%A5%BD%E3%82%B0%E3%83%AB%E3%83%BC%E3%83%97))

ダニエル・コイル (2018) 楠木健監訳 桜田直美訳「最強チームをつくる方法」

チョ・ギュヒョン(2016)「K-pop の現状と将来の発展性についての研究—日本、中国の K-pop の成功事例からみるアメリカ、ヨーロッパ市場の K-pop 進出戦略」

<https://www.noadance.jp/k-pop/knowledge/41232.html>

Wikipedia(ウィキペディア)：フリー百科事典「韓国アイドル」

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E9%9F%93%E5%9B%BD%E3%81%AE%E3%82%A2%E3%82%A4%E3%83%89%E3%83%AB>

bombshell (2022)「【ハマる人続出】K-POP の魅力とは？J-POP の違いも解説！」

<https://www.bombshell.jp/bm/what-is-the-appeal-of-kpop/>

Danmee (2021)「魔の7年’ジinxスを破れなかった K-POP ガールズグループ 6 組」

<https://danmee.jp/knews/k-pop/kpopidol-topic-40/>

沢畑此音(2021)「なぜ中国人は K-POP アイドルを辞めるのか」 Ameba.

<https://ameblo.jp/kaorichkomeko0213/entry-12692731305.html>

드렁큰 호랑이 🐯 어서오세요 ZOO 정병이의 나라로 🇰🇷 [차린건 쥐뿔도 없지만] EP.03(14:15~)

<https://www.youtube.com/watch?v=EirL-L68JBk>

NoaDanceSchool 「EXO や SHINee など K-POP 男性アーティストに訪れる兵役とは」

<https://www.noadance.jp/k-pop/knowledge/41232.html>

marie claire 「BTS が「ソロ活動専念」に至った深い訳。なぜ K-POP アイドルのキャリア形成は難しいのか」 (2022) <https://marieclairejapon.com/culture/76378/>

Wikipedia(ウィキペディア)：フリー百科事典「SUPER JUNIOR」

[https://ja.wikipedia.org/wiki/SUPER\\_JUNIOR](https://ja.wikipedia.org/wiki/SUPER_JUNIOR)

SUPER JUNIOR(スーパージュニア)JAPAN OFFICIAL WEBSITE(参照 PROFILE)

<https://superjunior-jp.net/>

チェ・ジュンギョン監督「SUPER JUNIOR THE LAST MAN STATION」(2022)：出演 SUPERJUNIOR, Disney+

「アイキの ThumbsUp」(2022) ,YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=1xQmNcNPwVc>

KPOP monster (2023)「SUPER JUNIOR イトウクにインタビュー！新曲「シャッター閉めろ」の制作秘話、MC を務める『let me Know K-POP!』でのエピソード、SUPER JUNIOR の長寿の秘訣、日本のファンへの想い・・・感動と爆笑のトークが炸裂」

<https://www.kpopmonster.jp/?p=150599>

ヒチョル bubble ウユ訳 (2022) ,X

[https://twitter.com/hee\\_uyu/status/1679703920699125760](https://twitter.com/hee_uyu/status/1679703920699125760)

Korepo KOREA ENTAME SITE (2019)「ユニョク、"SUPER JUNIOR ロングランの秘訣は、メンバーが等しくイケメン"」 <https://korepo.com/archives/664502>

Wikipedia(ウィキペディア)：フリー百科事典「TWICE」

[https://ja.wikipedia.org/wiki/TWICE\\_\(%E9%9F%93%E5%9B%BD%E3%81%AE%E9%9F%B3%E6%A5%BD%E3%82%B0%E3%83%AB%E3%83%BC%E3%83%97\)](https://ja.wikipedia.org/wiki/TWICE_(%E9%9F%93%E5%9B%BD%E3%81%AE%E9%9F%B3%E6%A5%BD%E3%82%B0%E3%83%AB%E3%83%BC%E3%83%97))

Yahoo! JAPAN ニュース (2023)「TWICE、インドネシアからメキシコまで！ワールドツアーの追加公演を発表」

<https://news.yahoo.co.jp/articles/b65ae6000c496f206de1ec92e50e5d94da32634d>

KPOP monster (2023)「感動の裏話を告白！TWICE ジヒョ、再契約を決断した理由とは？「あの光景が忘れられなかった・・・」コンサート中に明かした本音にファン感激」

<https://www.kpopmonster.jp/?p=141113>

MORE (2021)「【TWICE スペシャルインタビュー】 ミナ・ダヒョン・チェヨンが、「チームワーク」を感じる瞬間」 <https://more.hpplus.jp/entame/people/63075/>

Kstyle (2019) TWICE、固いチームワークの秘訣を語る「言いたいことは全部言う率直な性格のおかげ」 [https://news.kstyle.com/article.ksn?articleNo=2127233#google\\_vignette](https://news.kstyle.com/article.ksn?articleNo=2127233#google_vignette)

「TWICE 7<sup>TH</sup> ANNIVERSARY SECRET BOX with ONCE」(2022) ,YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=1Ac7VbZETvE>

VOGUE JAPAN (2023) 「今までお見せしなかった新しい面を ONCE のみなさんにたくさんお届けしたいです」 —TWICE の MOMO、SANA、MINA のインタビュー」

<https://www.vogue.co.jp/celebrity/article/twice-momo-sana-mina-interview>

「Zyo's Zone.Zip ep.05」 (2023) ,YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=AOH5yjLjZLE>

Wikipedia(ウィキペディア)：フリー百科事典「SHINee」

<https://ja.wikipedia.org/wiki/SHINee>

Yahoo!JAPAN ニュース「SHINee、8th フルアルバム「HARD」が世界 40 地域の iTunes チャートで 1 位に」 (2023)

<https://news.yahoo.co.jp/articles/139cf835c34fe050de62956cc301bc8df275973c>

「[기획; 아이돌 '마의 7 년'③] 신화부터 샤이니까지 10 년 넘은 장수 아이돌의 '비결」

(2019) ,NAVER <https://n.news.naver.com/entertain/article/016/0001547852>

NME (2022) 「Minho: "There is a mutual desire among SHINee to constantly be better than ourselves" 」 <https://www.nme.com/features/music-interviews/minho-shinee-solo-debut-chase-the-fabulous-interview-3367186>

Danmee (2022) 「SHINee 롱그란의 秘訣とは? 「それぞれ必要」 キーの発言が再注目」

<https://danmee.jp/knews/k-pop/topstar-shinee-29/>

marie claire 8 月号アップルパイ訳 (2021) ,X

[https://twitter.com/taem\\_baby718/status/1417004966800019457](https://twitter.com/taem_baby718/status/1417004966800019457)

CNN entertainment (2017) 「Q&A with SHINee: The Princes of K-pop」

<https://edition.cnn.com/2017/05/17/entertainment/shinee-kpop-interview/index.html>

「초록글 스태프들이 가장 좋아한다는 아이돌그룹.SM」 (2016) ,인스티즈

<https://www.instiz.net/pt/3740244>

Wikipedia(ウィキペディア)：フリー百科事典「SEVENTEEN」

[https://ja.wikipedia.org/wiki/SEVENTEEN\\_\(%E9%9F%B3%E6%A5%BD%E3%82%B0%E3%83%AB%E3%83%BC%E3%83%97\)](https://ja.wikipedia.org/wiki/SEVENTEEN_(%E9%9F%B3%E6%A5%BD%E3%82%B0%E3%83%AB%E3%83%BC%E3%83%97))

Yahoo!ニュース「SEVENTEEN、K-POP 新記録達成 “史上初”初動 500 万枚超の快挙」 (2023)<https://news.yahoo.co.jp/articles/1905e5ac819d52f68b0258b8b776dc846c5a0b58>

ELLE (2023) 「【詳細レポート】 SEVENTEEN、ユネスコの特別セッションでスピーチを披露 」 <https://www.elle.com/jp/culture/celebgossip/g45842989/unesco-special-session-seventeen-speech-report-231115/>

「[Celuv.TV-I'm celuv] Clap together with "Clap" Seventeen, 다함께 "박수" 세븐틴과 함께 CLAP~!」 (2018) ,X <https://www.youtube.com/watch?v=L1ew0TrfxKQ>

「EP. 05 未知の道に出くわしても | SEVENTEEN : HIT THE ROAD」 (2021) ,YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=DwzNPNeoF7M>

SEVENTEEN VLIVE JSJH 訳 (2018) ,X

[https://twitter.com/\\_JS\\_YS\\_/status/1060499679538888704](https://twitter.com/_JS_YS_/status/1060499679538888704)

SEVENTEEN VLIVE (2018) ,YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=HgXEAibqTdQ>

\*\*\*\*\*

関西学院大学総合政策学部

2023 年度 研究演習 II-20 卒業論文集

発行日 2023 年 1 月 11 日

発行 関西学院大学総合政策学部 牲川波都季

669-1330 兵庫県三田市学園上ヶ原 1 番

編著者 関西学院大学総合政策学部

研究演習 II-20 (2023 年度) 履修生

問合わせ先 牲川 波都季 [segawa@kwansei.ac.jp](mailto:segawa@kwansei.ac.jp)

\*\*\*\*\*

