

# キャッシュレス決済の導入が進むことは、日本の社会問題の解決につながるか？

3学年・2組・お金 瀬宮歩 丸山ひより

## 要旨

私達の生活とお金は密接に関わっており、お金が関与していたり、原因となっていたりする社会問題も多くある。キャッシュレス化が進む中で、キャッシュレスという決済手段を有効活用することで社会問題解決につなげることができるのではないかと考えた。諸外国と比較すると日本は現金への信用度が高くキャッシュレス化が遅れていることがわかった。またキャッシュレス化が進んでいる国でも、キャッシュレスの利用方法やキャッシュレス化の背景は様々であることがわかった。キャッシュレス化の最大の利点はお金の流れが残ることだと考え、この利点を政治資金問題の解決などにつなげていくのではないかと考えた。一方で、キャッシュレスは経済格差などにより、すべての人々が平等に使えるわけではないという問題も抱えていること、社会問題解決の手段としてキャッシュレスを利用することは政府などの協力が必要であり、難しい面もあることがわかった。

## 序論

### (1)研究の目的

私達にも身近なものであるお金は、生きるうえでかわらざるを得ないので、その関わり方に視点を当てた。お金の流れが残るというキャッシュレス決済のメリットに注目して現在日本にある政治資金の裏金問題をはじめとしたお金に関する問題の解決方法を探すため。

### (2)調査・研究方法の概略

- ①現在の日本のキャッシュレス決済の普及率と諸外国の普及率を比較する。外国でキャッシュレス化を進めた結果、以前と比べどのような変化があったか
- ②キャッシュレス決済のメリット・デメリットを調べる
- ③キャッシュレス化による経済格差との関係性を調べる
- ④外国でキャッシュレス化を進めた結果、以前と比べどのような変化があったか

## 調査①諸外国と日本との普及率の差とその理由

「2022年のキャッシュレス決済比率を算出しました」(経済産業省)におけるデータによると日本のキャッシュレス決済比率は年々増加傾向にある。これに基づき今後も国内の決済比率は増加していくと考えられる。



経済産業省データ: キャッシュレス更なる普及促進に向けた方向性

にて世界各国のキャッシュレス普及率と国内のデータを比較したところ、最も普及している国と比べると日本は約三分の一の水準しかない→キャッシュレス化の遅れがあると考えられる。

	先進国	発展途上国
キャッシュレスの道具	デビットカード、クレジットカード	電子マネー
キャッシュレス導入による影響	使うお金の金額増加	使うお金の金額減少 ⇒お金の管理◎

スウェーデン	swish(アプリ)	①決済アプリSWISHの導入 ②銀行支店の6割で現金を扱わない
韓国	クレジットカード	①所得控除政策 ②宝くじの参加権を付与 ③年商240万円以上の店舗にクレジットカード決済の対応を義務化 ④コインレス化の推進
中国	QRコード決済	①銀聯の設立 ②路上や屋台でもQRコード決済を導入

韓国などでは、利用に多くのメリットをもたらす政策がとられていることがわかる。外国の例を見てみるに、キャッシュレス人口を増やすには、まずはつかってみよう、と思わせるような政策が必要なのではないかと感じた。また、日本では現金への信頼が厚いこと、お金を払った実感の薄いキャッシュレス決済で浪費の懸念があるなどを理由として利用しない人が多いようだ。その現状に対してできる取り組みとしては、無駄遣いやセキュリティに関する不安を解消するような仕組みを整えていくことが大切だと考えた。

## 調査② キャッシュレス決済のメリット

### (1)お金の流れが残る

ex)政治資金のやり取りにキャッシュレスの利用を義務化する。  
→お金の流れがデータとして残る→不正資金の抑制につながる。

ex2)虐待防止のため、子育て支援金の使い道を調査を可能にする。  
→食費が極端に少ないなどの異常が見つかる。  
(AIなども活用し早期発見へ)  
※子育て支援金を親がお酒などに使っている事がある。

### (2)コストの減少・環境問題解決につながる。

キャッシュレスにかかる費用<現金製造・現金維持に必要な費用  
紙幣、貨幣の原料となる資源の削減。  
現金運搬によるCO2などの排出抑制。  
ex)フィンランド・オランダ・アイルランド・ベルギーでは  
一部の硬貨が廃止されラウンディングが導入。  
→x 一円が惜しいと思う人は反対する可能性がある

## 調査③ キャッシュレス決済のデメリット

### (1)災害時、決済ができなくなる →解決できる

(ex)北海道での停電  
ATMが使えなかったが、車の電力でクレジットカード使用可能  
⇒災害は備えが大切。備えがあればキャッシュレスも使用可能

### (2)情報監視社会に近づく →解決は難しい

(ex)北欧では、政府がカルテ、処方箋情報などを管理、記録したことで、病院での待ち時間減少した。  
個人情報情報はプライベート情報とプライバシー情報に分けられる。  
個人情報の分類を明確にし、個人情報の取扱いにルールを設けることで、個人情報悪用や情報監視による被害を抑制できる。

### (3)年齢・経済格差の影響を受けやすい

<年齢格差>→解決できる  
スウェーデンでは、国が国民がSwishのアプリを使えるように徹底的に支援。また、世代間格差は時間とともに解決へ向かう。  
<経済格差>→解決は難しい  
アメリカ:デビットカード制を導入し、解決を図っている。日本では手数料や使用場所の少なさから普及していない。

## 結論

キャッシュレス決済を普及させ、うまく活用していくことで、環境問題、政治資金問題、児童虐待などの社会問題の解決につながる。ただ、キャッシュレスは決済の道具に過ぎず、キャッシュレス決済を社会問題解決の手段として活用していくには法律や規則の制定が必要になるため、政府や各企業の協力が必要だと感じた。一方で、政治資金問題などに直接関わる政治家に、キャッシュレスによる規制の導入を進めさせるためには、国民が意見を政府や企業に伝えていくことが不可欠だと考える。

## さらなる発展に向けて

キャッシュレス決済を利用した政策の前例は少なく、海外で有効であった政策が日本でうまく機能するとは限らないため、シミュレーションや様々な人への意見調査などを行い、日本人の意識や考えにあった政策かどうかを考慮していく必要があると感じた。

## 主な参考文献

- ・キャッシュレスがもたらすデジタル社会 川野 祐 司  
国民生活研究第 61 巻第 2 号(2021 年)
- ・日本のキャッシュレス現状と目標  
出典:経済産業省 2023年2月

# オタクが増えたのはなぜか。

202 中澤優利亜 平井那桜

## 要旨

オタクが増えた要因についてSNSとオタク文化の中心とされる若者の2つの観点から調査すると、閉鎖的なSNSから開放的なSNSになったことで自分好みのものを見つけやすくなったこと、Z世代と呼ばれる若者たちが持つ多様性の価値観や膨大な情報から引き起こされる社会不安、コミュニティに属する欲求、オタクに対するイメージの変化が考えられる。

## 序論

### (1)研究の目的

日常生活でオタクが増えたように感じその要因に興味を持ったことから、オタクが増えた理由を通して時代背景やその時代のオタク活動を担う人々の特徴を明らかにすることを目的とする。

### (2)調査・研究方法の概略

オタクが増えたと考える理由として

①オタクそのものの人数が増えた

②オタクであることを表現する人数が増えた

ことの2つが考えられる。よって、それをSNSの発展と若者の傾向と結びつけて研究していく。

## 調査・研究 ①

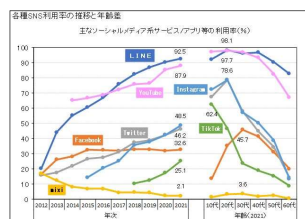
はじめに、SNSの変遷について調査した。

1995年に発売されたOS「Windows 95」がきっかけでインターネットの個人利用が始まり、掲示板サービスの「みゆきネット」や「2ちゃんねる」が開設された。

2000年代には高速のインターネット接続サービス「ADSL」の登場により本格的なSNSの普及が始まった。2004年に招待制のSNS「mixi」が開始し、様々なSNSが誕生した。

2007年AppleがiPhoneを発売したことでパソコン利用が前提だったSNSはアプリ化されたことで「X(旧Twitter)」が普及し、その後「インスタグラム」や「LINE」が普及した。

このようにインターネット環境の整備とともに「mixi」や「2ちゃんねる」のような近寄りたく閉鎖的だったSNSから、「Instagram」や「X(旧Twitter)」のような全世界の情報を受信し気軽に発信できる開放的なSNSへと変化していった。



こういったSNSの変化によって世界中の様々な情報に触れるようになり、SNSによって提示される自分好みの情報から”推し”を見つけやすくなったことでオタクが増えたと考えられる。

また、オタクのイメージの変化(調査・研究②参照)に伴いオタクの定義が変わったことも考えられる。

## 調査・研究 ②

私達若者は、生まれた時からインターネットに触れる環境があり、Z世代と呼ばれる区分に位置する。よって、私達はそれ以前の若者よりも次のような特徴が見られる。

・インターネットを通じて多種多様な国籍や考えを持つ人々とコミュニケーションが可能になった  
⇒多様性や個性を大事にする価値観をもつ

・情報に触れる機会が多い  
⇒社会問題への不安や将来への不安を持ちやすい  
共感や自己肯定感を求める

このことから、多様性や個性が重視される時代になり、趣味を楽しむことがより尊重されるようになったのだとわかる。社会問題の影響で言えば、新型コロナウイルスの蔓延により学校や仕事がオフラインでの活動となり、対面のコミュニケーションが減少した。そこで、インターネットなどの非対面コミュニケーションへと移り変わって、同じものが好きな者同士＝オタクでのコミュニティ形成が進んだ。これらが共感や自己肯定感を求める若者の自己表現を促し、オタクを表現する人数が増えたと考える。

また、若者は「いい子症候群」と呼ばれる目立ちたくない・まわりと同じでいたいといった特徴を持つ。他人との差別化や自己表現＝目立ってしまおうという点ではオタクが増えたことは矛盾しているように思われる。しかし、コミュニティに属さないということが若者にとって不安なので、コミュニティ形成が趣味＝オタクに基づくことが多い現代では、無趣味であること自体も不安であり、個性を持っていることがある意味若者の安心要素になっている。私達若者は、表現したいと思う一方で、目立つのを避けたいという特質を持っているので、個性を尊重する社会の風潮に合わせて、「オタクになる」ことで両方の欲求を満たしている。

## 結論

オタクが増えたと考えられる原因にはSNSの変化による影響やマーケティング、現在の若者の傾向やその二面性、オタクに対するイメージの変化といった様々な要因が考えられる。

## さらなる発展にむけて

身の回りでオタク文化とのコラボが増えているので、マーケティングとオタク文化の関わりを国際的な観点や今回着目した若者以外の広い世代での観点から考察していきたい。

## 主な参考文献・調査等

映画を早送りで見ると人たち (稲田豊史・光文社・2022)

先生、どうか皆の前でほめないで下さい: いい子症候群の若者たち (金間大介・東洋経済新報社・2022)

# 群馬県とミュージカル

## ～ミュージカルで広がるコミュニティ～

203 3年 安住彩那 小林彩華

### 要旨

群馬県には多くのミュージカルを行う劇団、団体、部活等があり、長きにわたって活動が続けられている。私たちは、そんな群馬県のミュージカル活動は、他県に比べてもかなり盛んであり、群馬県としてのアピールポイントになりうるのではないかと考え、県内のミュージカル活動の魅力を調査し、県内のミュージカルコミュニティをさらに活性化させて行くためのプランを考えた。

### 序論

(1)群馬県はミュージカル活動が盛んであるように思えるが実際どれだけ盛んなのだろうか。そしてそのような活動はどのような影響を与えているのだろうか。

県内の劇団のミュージカルを観に行ったとき、私達はその公演に圧倒され、満員のお客さんとともに感動した。その時私達は群馬県のミュージカルの持つ魅力に気づき、県内のミュージカル活動はどのように発展し、行われているのかを追求したいと思った。

(2)調査・研究方法の概略

- ①現在の群馬県のミュージカル活動に関して情報を調べる
- ②県内の芸術活動やミュージカル劇団に関わっている方々へのインタビューを行う。
- ③インタビューを通しての考察、今後について見解を示す。

### 調査・研究 ①

#### Q1群馬県のミュージカル活動の実態とその影響

群馬県には、Alumnae、A-ileなどをはじめ、幼児から社会人まで、様々な年齢層を主体とする、ミュージカル劇団が多く存在していることが分かった。また、市民ミュージカルを行っている市も前橋、渋川、大田市をはじめ、多い事が分かった。一般的には、主演や助演をプロが務め、市民が脇役に参加する形が多いが、前橋、渋川は主演も市民が務めている。また、いくつかの高校の音楽部ではミュージカルの活動も行われており、ミュージカルに親しみやすい環境であることが分かった。

### 調査・研究 ③

一般にミュージカルを経験するには、本格的な劇団(芸能事務所)などに所属したり、ミュージカル教室などに入ることなどが挙げられるが、群馬県内ではミュージカル劇団、高校の音楽部、市民ミュージカルの活動が盛んであり、幼児から社会人まで幅広い世代が身近に、主体的にミュージカルに関わることができる点に魅力があると考えた。また、一般の観客の存在や、長年のファンの存在があり、そのような人々の存在によって活動が支えられていること、そういった観客との距離が近いという観点から、ミュージカルの公演などを通して、地域の幅広い世代の人との関わりを持てたり、観客側も身近にミュージカルに触れ、若い世代がミュージカルに演じる側として関わるきっかけにもなると考えられる。

群馬県文化振興課様へのインタビュー、ミュージカル劇団 Alumnae A's様へのインタビューから、家族や知人から情報を得ること、ポスターやSNSから情報を得ることが、活動に興味を持ち、様々なイベントやミュージカルの公演に出向くきっかけになることが分かった。したがって、群馬県のミュージカル活動をさらに促進していくためには、群馬県のミュージカルのことをまずは知ってもらうことが大切であると考えられる。例えば、現在も行われているが、地域のイベント活動にミュージカル団体が参加したり、ミュージカルメインのイベントを開催し、幅広い年齢層に向けた宣伝活動をするなどが考えられる。こうした活動で興味を持つ人が増えることでコミュニティが広がり、より県内のミュージカル活動の幅も広がっていくと考えられる。

### 調査・研究 ② インタビューから

#### ①群馬県文化振興課 様

県の文化振興課では前橋市内でのアート作品の展示などをはじめとする様々な文化活動を行っており、身近なものとして芸術やアート作品に接することができるまちづくりが行われていることが分かった。

#### ②ミュージカル劇団Alumnae A's 様

劇団員へのインタビューでは群馬県でミュージカルを行っている理由として、幼いころからミュージカルにふれる機会があったこと、Alumnaeという劇団への強い憧れ、高校時代の部活動での経験からなどが挙げられた。また、県内の劇団の魅力として、観客との距離が近く、交流を持てることなどが挙げられた。また、観客の年齢層や性別は様々で、幅広い世代に支えられて活動していることが分かった。

### 結論

群馬県のミュージカル劇団や活動は、地域と密接に結びつきながら、様々な方面からの協力や支援により支えられ、長期にわたって続いてきたことが分かった。今後もこのような活動が続いていくためには、県内での活動のさらなる活性化、コミュニティの拡大を目指し、県内での認知度がさらに高まることが理想である。また、この活発な県内のミュージカル活動は県としても魅力になり、高校卒業後も、活動のために県内の大学に進学したり、県外へ出て定期的に戻ってくるなど、県と人との結びつきを強めていると言える。今後も県全体へ向けてこれらの活動を広め、そして、群馬県の魅力が広まると同時にさらに多くの人々にミュージカルの魅力が伝わると幸いである。

### さらなる発展にむけて

情報を集めることが難しく、今回は断念してしまったが、他県のミュージカル劇団の実際の数や活動を調べ、表やグラフにまとめると根拠が明確になると思った。

### 主な参考文献・調査等

ミュージカル劇団Alumnae A's様 群馬県文化振興課様

# アニメが地域に与える経済的影響

## ～アニメぐんまちゃんを事例として～

204班 平林 勲 須藤 有咲

### 要旨

地域振興事業としてアニメが活用されることがある。しかし、アニメ作品は地域PRとしては効果があるものの、一過性のものであると言われている。各自治体は、アニメファンを通して地域の魅力を再発見し、イベントやアニメキャラクターを利用した商品販売を通して観光事業を展開している。

### 序論

#### (1) 研究の目的

アニメの舞台に訪れることを聖地巡礼と呼ぶ。地域がアニメで取り上げられると地域の知名度が上がり、地域復興の事業として期待が高まる。アニメの舞台となる地域は、アニメ制作会社からの依頼によるもの、原作者の出身地によるもの、自治体が地域振興のために自らアニメを制作など様々な理由が挙げられる。今回の研究では、アニメの舞台となった地域でのアニメの活用事業の特徴を探し、アニメが地域経済に影響を与える過程を見出すための論文調査をした。また、地元群馬を舞台にしたアニメの活用事業参照し、アニメ活用が自治体にも効果的であるのかを明らかにしたい。

#### (2) 調査・研究方法の概略

アニメが地域経済に与えた事例を先行研究と比較し、アニメぐんまちゃんに注目してインタビューを行った。

- ① アニメと地域経済の相関関係をみる
- ② インタビューから得られたアニメのメリット

### 調査・研究 ①

複数の研究論文で、アニメ作品を利用した観光事業による地域振興が取り上げられている。その中で、地域振興の場におけるアニメ作品の活用事例について考察したものを論じた、小村朋子さんの「地域復興とアニメ」を参考にした。この論文によると、アニメ作品を利用した地域のPR活動により、地域を知ってもらうことができた他、アニメ作品関連のイベントを地元で開催することによって、観光客が増加したと回答している自治体が多いことがわかった。アニメにはアニメキャラクターの存在が欠かせないが、そのアニメキャラクターを商品化して地元で販売する手段もある。また、キャラクターを使用して地元名産品とコラボをすることで、地元の特産品を紹介することにも繋がるため、アニメキャラクターを商品化し、特産物を共に売ることよく行われている。

近年の情報発信はインターネット、特にX(旧Twitter)やFacebookなどのSNSが主流である。地域のホームページやSNSを通じて、アニメキャラクターの商品化やイベントなどの情報を発信したり、新たなファンを獲得したりする。

『アニメによる「聖地巡礼」を目的としたファンと地域との関わり—沼津市を事例として—』(鈴木凱仁・坂上友紀・国島未来・桑原史朗・安本宗春 追手門学院大学地域創造学部紀要 2020)

『地域復興とアニメ: 自治体による地域振興の場におけるアニメ作品の活用例を考察する』(小村朋子 応用社会学研究, 2020)

「地域復興とアニメ—自治体による地域復興の場におけるアニメ作品の活用例を考察する—」(小村朋子 応用社会学研究 2020年)

### 調査・研究 ②

ぐんまちゃんアニメは群馬県の観光名所や名物を、アニメーションでPRしたものである。群馬県のゆるキャラである「ぐんまちゃん」が主人公で、キャラクターの世界観をアニメで説明する意図で作られた。自治体としては初の長いシーズンのあるアニメである。シーズン2からは日本全国に放送地域を拡大し、海外の配信サービスでも公開されている。

地域PRにアニメを利用することのメリットとしては、  
・アニメの話題が作りやすくなり、メディアに取り上げやすくなる  
・幅広い層に認知されやすくなる  
・キャラクターの魅力や世界観を効果的に伝えられる  
があるということを知った。

アニメ放送によって得られたアニメの人気や話題が一時的なものにならないために、現在活発であるSNSや配信サービスを積極的に活用していく必要がある。継続的なアニメ配信により、放映終了後も尚アニメファンの熱が消えていない。アニメ放送中はアニメ関連の情報をSNSで積極的に発信することで、あらゆる世代に情報が届き、多くの人にアニメに興味を持ってもらいやすくなる。また、近年日本のアニメが国内にとどまらず海外でも話題となっている。これに関しても、やはりSNSの活用や配信サービスの影響が大きいと考えられた。



出所『第10回 NRC全国キャラクター調査【ご当地キャラクター】Part2:認知率10年間の推移』

アニメ放送告知後から放送にかけて、キャラクター認知度が37%から43%に変化した。

### 結論

アニメのキャラクターを利用したPR事業は自治体の活用によって経済効果がある事がわかった。企業と自治体制作のアニメの特定の地域への経済効果の違いはわからなかった。

### さらなる発展にむけて

自治体のアニメ活用にあたって必要となることはなにか、複数の自治体でインタビューを行い細かく比較すれば、アニメによる経済的な効果がよりはっきりとわかるのではないかと

### 主な参考文献・調査等

都市メディア論⑩「アニメの聖地巡礼」諸事例(2)(水野博介 2014)

全国アニメ聖地巡礼地アンケート調査による巡礼地域への影響・効果の研究 野田哲夫・宋 思佳・倪 卉・章 立(†島根大学法文学部) (†島根大学法文学部山陰研究センター) 2014



なんしいちゃん

205 粕川仁香 塩野綾菜

## 要旨

過疎地域の発展に興味があったため、また身近な群馬に貢献したかったため南牧村を対象に過疎地域について考えていくことにした。

はじめは特産品を利用した発展が見込めないかを考えた(①)が、厳しそうだったので次に発展の定義を変更し他の村との合併策についてデータを集めた(②)。が、高校生の私達が学校の科学的探求の授業の中のみで扱うにはあまりにも規模が大きすぎたため、断念した。よって研究の方向性の再確認も兼ねて南牧村村長長谷川最定様にお話を伺い(③)、数字としての村の発展よりも村の人々の幸福度上昇を優先するという新しい発展に対する見方を得られた。今後はほかの自治体の成功例を調べて参考にするなどし、今回の研究内容をより実現可能なものにしていきたい。

## 序論

### (1)研究のきっかけ・目的

- ・過疎地域に興味を湧いたため、その発展には何が  
必要なか研究しようと思った。
- ・今回の研究を通して、少しでも地元である群馬に  
貢献したい。

### (2)調査・研究方法の概略

- ①南牧村の特徴や特産品を調べ、分析する
- ②発展の定義を転換させ、他の村との合併について  
データを集める
- ③南牧村村長、長谷川最定様へのインタビュー

## 調査・研究 ② <合併策について>

疑問:ただ人を呼び込むだけが発展というわけではないのでは？

↓  
合併をして人が流出した土地も有効活用する

合併先の候補の人口:(各HPより)  
上野村…人口 1023人 (2024.10.1 現在)  
下仁田町…人口 6260人 (2024.1.1 現在)  
神流町…人口 1516人 (2024.10.1 現在)



合併条件:住民発議の場合有権者の50分の1  
以上の署名→合併協議後、県・国へ(三重県HP)

↓  
**合併策は私達が科探の中で講じるにはスケールが大きすぎる!**

## 調査・研究 ③

### <インタビュー 南牧村村長 長谷川最定様>

#### 今までの取り組み

- ・義務教育学校の開校
- ・安価な高齢者施設&通学定期/アパート代の補助
- ・団体競技のサポート/塾代の支援

↓  
費用:税金を上手くやりくり(人件費を抑える)

#### 目指す村

- ・一番の課題は少子化(村の存続)
- ・数字(人口減少/高齢化/消滅可能性都市)よりも**村の幸福度**  
(竹の取り組み)⇒発展につながる

#### 未来の取り組み

- ・SNS発信により、先に雇用拡大(NPO法人など)  
⇒好循環生み出す

## 結論

南牧村は、人口減少といった数字よりも村民の幸福を重視し、様々な政策をとっていることがわかった。また「過疎地域の発展」の定義も多様な観点から捉えられる事がわかったが、どうしたら実際に発展するのかという詳細と、実際にSNSでの情報発信をする際にどのような手段を用いるのかは模索している。

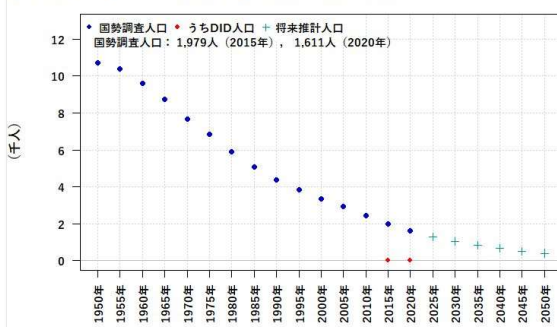
## さらなる発展にむけて

- ・他の自治体の成功例を調べて、参考にする  
⇒より実現可能なものにする
- ・Instagramなどを用いた情報発信、「なんしいちゃん」によるPR活動の促進などを提案していく

## 調査・研究 ① <南牧村の特徴>

- ・人口... 1440人(HPより)
- ・特産品 (HPより)  
ブドウ🍇、りんご🍏、ブルーベリー、乾燥芋🍠、インゲン  
こんにゃく🍍(以前は丘陵地を活かして主要産業として発展  
⇒技術の発達により他地域でも栽培可⇒衰退)
- ・高齢化率...68.37%(HPより)  
(※日本平均...29.3%(総務省))
- ・人口密度...13人 (2023)  
(※全国平均...331人)

群馬県南牧村の国勢調査人口の推移と将来推計人口(5年ごとの10月1日)及び国勢調査人口集中地区(DID)人口(2015年、2020年のみ)



総務省統計局「国勢調査」、同「統計でみる都道府県・市区町村のすがた(データベース)」、統計情報  
研究開発センター・日本統計協会編(2005)『市区町村人口の長期系列』、国立社会保障・人口問題研究所  
『日本の地域別将来推計人口(令和5(2023)年推計)』などを基に作成(大枠)  
注:2020年10月1日現在の場域によっている(漏及は正確でない場合がある)

(総務省統計局「国勢調査」、地域人口統計関連グラフ)

### <分析>

- ・少子高齢化の進行が顕著
- ・特産品も現在村を代表するようなものはない。  
(過去にはあっても現在は衰退、規模も小さい)

↓

**特産品などを用いて町おこしをするのは厳しい!**

## 主な参考文献・調査等

グラフ⇒地域人口統計関連グラフ

[pop-obay.sakura.ne.jp/figures/top/top\\_10383.html](http://pop-obay.sakura.ne.jp/figures/top/top_10383.html)

特産品・人口⇒南牧村HP

<https://nanmoku.ne.jp/>

# 占いの存在意義とは

班名 206 名前 佐俣舞優 高橋真由

## 要旨

占いは非科学的であるにも関わらず、科学が発達した現代においても信じられていたり、占い師という職業が存在したりしている。私達はこれは一体なぜなのだろうかという疑問を持って占いについて調べていくことにした。人々が占いを受容する(活動指針とするだけでなく、エンターテイメントとしても)要因は主に3つあるのではないかと思う。それは、人間の心理的要因、占いそのものが持つ要因、占い師が持つ要因だ。3つの観点から占いについて調べることでなぜ占いが未だに存在しているのかという理由が理解できた。

## 序論

### (1)研究の目的

占い関連の詐欺なども頻繁に起こる中で、非科学的で根拠がないということがわかっているにもかかわらず、今でも占いが存在している理由、占いを信じる人がいる理由を解明するため。

### (2)調査・研究方法の概略

次の3つの観点に注目して調査を進めた。

- ①人間の心理的要因
- ②占いが持つ要因に注目
- ③占い師が果たす役割

## 調査・研究 ②占いが持つ要因

占いを受容する要因は人間のみではなく、占いそのものの特性にも多く存在すると考えた。

### ・エンターテイメント性

「突然ですが占ってもいいですか？」(フジテレビ)などの占い番組では占いというテーマに批判の声もありつつ、世間でよく知られている。有名な芸能人が占いを受け、その結果の真偽は別として、内容がSNSで話題になることも多くある。また、占い本がベストセラーになっているものもある。

今日の運勢(星座、誕生月など)が情報番組などの1コーナーで扱われることも多く、これは娯楽性のみではなく日常的な判断の拠り所としての性質もある。

・他にも、コミュニケーションツールとして、人間関係の促進、行動指針、自己情報収集のための手段、と多岐にわたる特性を持つ

## 調査・研究 ③占い師が果たす役割

～占いカウンセラーの誕生～

コロナ禍の影響もあり、占い師はただ占いをする仕事ではなくなったようである。占い師は最近、何か悩みを抱える人の相談事を聞くカウンセラーとしての役割を果たすようになった。「占いカウンセラー」という職業が誕生したように、カウンセラーとしての占い師は悩んでいる人が占いに依存することなく精神的に自立できるようにサポートすることを仕事としている。

## 調査・研究 ①人間の心理的要因

私達はまず、占いを受容する要因は人間の心理にあると考えた。

### 1 パーナム効果

パーナム効果は自分にだけ当てはまるように感じてしまう心の動きである。

例:「あなた、いま悩んでいることがありますね?」のような曖昧な質問に対して、「ひょっとしてあのことも」と考えてしまい、その占い師にあたかも自分のことを言い当てられたかのような受け止め方をしてしまう

### 2 確証バイアス

自分に都合の良い情報を無意識に集める一方、自分に不都合な情報を無視しようとする心の動きである。

例:「A型は几帳面」など血液型と性格を結びつけた話を聞いて、A型の人と接した時に、その相手が大雑把な人だったとしてもまたま几帳面なシーンを捉えて、相手は几帳面な性格だと決めつけてしまう

### 3 予言の自己成就

占いの結果に当てはまるように日常の出来事や固有の情報を自分自身が解釈する

例:相手を探している時に「あなたを幸せにしてくれる恋人はアウトドアを好むタイプです」と言われると、相談者は条件に合うアウトドア派の相手を探すようになり、結果的にアウトドア派の相手と交際してしまうようになる

## 結論

占いへの信頼性と占い情報を受容することにはっきりとした関係性はなく、多様な要因のために人々に利用されている。その要因は行動指針にしたり、コミュニケーションツールにしたりと多岐にわたっていて、私たちは占いの情報を完全に信じ込み傾倒しないように、適切に活用していくことが重要である。

## さらなる発展にむけて

今まで調べてきたことは、調べ学習で知ったことにすぎず、私達の推測も含まれてしまっているので、日常的に占いを見ていたり、過去に1度でも占いを受けに行ったことがある人にインタビューすることで、より実情を理解できたと思う。

## 主な参考文献・調査等

「占い情報の受容と信用度の関連」  
(福田茉莉・岡山大学・2007)

# 日本人に無宗教・無神論者が多い理由

207 小田川陽香 小園愛凜 狩野理乃

特定の宗教を国全体として信仰せず、無宗教者であるのになぜ日本では神仏習合が成り立つのか。日本では、アフガニスタンのイスラム教のように国教となる宗教がない状態と、国の年中行事として初詣などの神道、仏教が成り立つのはなぜか。研究過程で、地理的視点から、島国という隔離された状況故での独自信仰の確立や他国との戦いがない故の王権神授説を支える宗教の不確立が挙げられたが、他の島国が植民地化されていた状況などから比較が不可能であった。次に、歴史的視点から、近代の神仏習合における、戦時中の国家神道政策の影響から研究を進めた。

## 序論

### (1)研究の目的

一見すると特定の信仰を持たないように見える日本人であるが、その生活様式は仏教、神道、キリスト教、自然信仰、先祖信仰など様々な宗教、信仰に時期ごと、節目ごとに密接に結びついている。それを一つの生活様式として受容している自分たちの普段の暮らしを疑問に思った

### (2)調査・研究方法の概略

- ①宗教に関する文献を読む
- ②インターネットを活用して宗教に関する考え方などの様々な情報を集める
- ③宗教専攻の大学教授にインタビューする

## 調査・研究

・背景として、日本人の生活様式に仏教、キリスト教、神道が結びついていること  
→権力者としての力の正当性  
→自然現象に対する疑問→なにか、人為の及ばぬ存在があるのでは→何か=神とする  
・旧約聖書→神々の労働を肩代わりをさせるために人間をつくった

### 日本人に無宗教、無神論者が多い理由

・海外の脅威に脅かされたことがない  
→ヨーロッパでは国境が陸続きで隣接されており、領土侵略のおそれがある  
・常に身につけているロザリオの存在  
→信仰や神を身近に感じられる  
→お守りは気休めのように、形骸化

### 天皇が現人神として存在したから

・戦時中に行われた国家神道政策  
→天皇を現人神とする信仰は第二次世界大戦中に強制されたものであり、それを当時の人々が妄信的に信仰することは出来ない  
→懐疑的な考えも表明しただけであったのではない

・軍国主義と表裏一体だった明治政府と明治天皇

### 近代日本におけるキリスト教と国家神道

## 調査・研究 ②

上智大学 神学部 神学科 角田佑一 教授  
國學院大學 神道文化学部 柏木亨介 教授  
へのインタビューから学んだこと

- ・日本人の信仰心は人智の及ばぬ存在に対する「畏れ」
- ・政府が神社神道を非宗教論や倫理・社会のルールとして管理したため、あくまで思想であり宗教心とは異なる
- ・国家神道とはあくまで戦争を推進する力の一つだったのではない
- ・「国家神道」という言葉は戦後において初めて使われた言葉であり、当時の日本において国民にその意識は薄かったのではない

## 調査・研究 ③

### ロザリオの存在について

- ・ロザリオは我々と神の取り次ぎである
- ・ロザリオや聖母マリアを通して神に自身の願いや希望を伝える取次のような存在である

### 神の存在を感じる瞬間はどこにあるのか

- ・普段の聖母マリアやロザリオの通じての祈りを通して神への祈りを捧げ、間接的に神のご加護や恩寵を感じている

## 結論

日本には古来から自然信仰が結びついており、人々の生活様式と神道、仏教、その他の自然信仰や祖先崇拝が密接に関わっているために、政府から強制された国家神道政策についても需要はしこすれ、盲目的に信じるということとはなかったと考えられる

## さらなる発展にむけて

宗教紛争が絶えない現状に目を向け、自分事として考え、日本の宗教についての研究で培った知識や視点を活かして広い視野から現状を分析し、より平和な世界をつくるための足がかりをつかめるようにする

## 主な参考文献・調査等

- ・『日本人のアイデンティティと天皇』 林 博史(2005)
- ・『近代日本におけるキリスト教と国家神道』 麻生 将(2020)
- ・『現代日本の宗教における二つの側面』 新矢 昌昭(2018)

# キャラクターの色の多様化について

208班 田村咲季 米倉莉麻

## 要旨

近年メディアで目にする様々なキャラクターが、今までの固定観念を打ち破る斬新な色遣いものが増えてきているように感じたため、具体的にどう変化しているのか調べることにした。その結果、少なくとも一部のコンテンツでは色の多様化が進んでいることが分かった。こういった変化は、性別や年齢などの社会的属性にあった色ではなく、本当に自分の好きな色を選ぶ一助となっているのではないだろうか。

## 序論

### (1)研究の目的

近年SNSやテレビなどを見ていて、主人公はこの色、悪役はこの色...などの典型的な色遣いが減ってきているのではないかと感じ、近年のメディア上のキャラクターの色がどのように多様化しているのかを調査したいと思った。

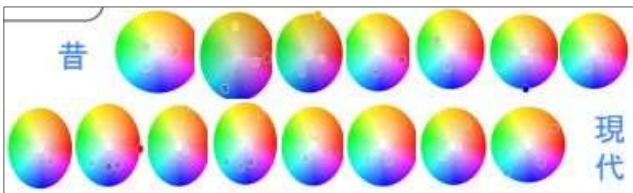
### (2)調査・研究方法の概略

- ①『プリキュア』シリーズの色の多様化を調べる
- ②①より限定して調査し、傾向を深く掘む
- ③専門家へのインタビュー

## 調査・研究 ①カラーホイール

『服装の色によって、着用者の性格は異なったように推定される』  
出典:神戸松蔭女子学院大学『人は他人を服装によって判断しているか?』論文より

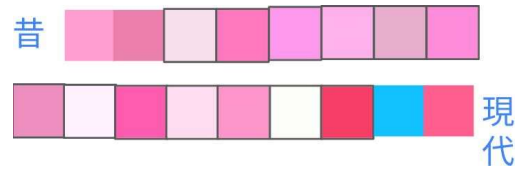
人に大きな影響を与えるのは服装だと考え、プリキュアシリーズの服の色が世代ごとにどう変化しているかを調査した。  
第1世代から第18世代までの全プリキュアの服の一番面積の広い色をスポイトで取り、カラーホイールで表した。  
カラーホイール一個が1世代となっており、その中の小さい円一個がキャラクター1人分の服の色を表している。



この調査の結果、世代別には規則性は見つからなかった。

## 調査・研究 ②

調査①から、より範囲を狭めて調査することにした。  
第1世代のプリキュアから第19世代のプリキュアまでを調査対象とし、各シリーズの主人公のみの服の一番面積が広い色をスポイトして表した。



昔より今のシリーズのほうが主人公の色が幅広いことが分かった。

## 調査・研究 ③インタビュー

前橋女子高校美術教師長岡先生へのインタビューQ.  
作品制作にあたって気をつけていることは?

A. 作品制作にあたって、配色やタッチなどを変えた、様々なパターンの作品を用意する。  
⇒人それぞれ好みは様々。より多くの人の好みにマッチした作品を作るため

より多くの人の好みに合う配色を模索した結果、先入観が打ち壊されキャラクターの色が多様化したのではないかと考え、そして、それが受け入れられやすい社会に最近はなってきているとインタビューを通して考えることができた。

## 結論

色の固定観念にとらわれない配色のキャラクターが存在することが分かったが、それが一部のコンテンツのみの風潮であるのか、社会全体の風潮であるのかは分からない。

## さらなる発展にむけて

さらに色々な作品でキャラクターの色の変遷を調査し、より傾向をつかめるようにしたい。またキャラクターの色の多様化が人に与える影響についても調査したい。

## 主な参考文献・調査等

『人は他人を服装によって判断しているか?』出典:神戸松蔭女子学院大学、坂井信之(2009)  
『子供に愛されるキャラクターの条件』人間文化創成科学論叢 出典:お茶の水大学、堀井 香奈子(2017)



# 文化形成

## 絵はどのようにしてイラストと絵画に分化したのか？

3学年・2組・110班 名前 深町 彩乃 戸谷 榛花

### 要旨

絵を見たときに無意識にそれが「絵画」「イラスト」か判断することができる理由を明らかにするため、「絵画」と「イラスト」の違いを考察した。原画のみに値段的価値をもつものを絵画、コピーやインターネットへの投稿で拡散されることで値段的価値をもつものをイラストと定義した。私たちは今まで見た絵をもとに絵画・イラストの特徴を捉えており、無意識に自分なりの絵画・イラストの定義を作っていると考えられる。

### 序論

#### (1)研究の目的

私たちは、絵を見たとき無意識に「絵画」か「イラスト」か判断することができる。私たちの班は、なぜ無意識に「絵画」と「イラスト」を判断できるのかを明らかにするために、「イラスト」を「絵画」に比べて後発的なものと見なし、いっとうやっ「絵」は「絵画」と「イラスト」に文化したのか調査することにした。

#### (2)調査・研究方法の概略

- ①イラストと絵画の違いを分析し、見つけた違いをもとにイラストと絵画を言葉で定義づけする。
- ②自分たちで定義つけた意味でのイラスト、絵画の起源を調べ、調べたことをもとに、リサーチクエスチョンに答える
- ③自分たちで作った定義で、イラストか絵画か判別が難しいもの(版画など)について考える。

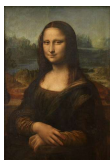
### 調査・研究 ①

絵画にもイラストにも多様な画法がある。両者を外見の違いで定義づけるのは難しいと判断し、本質的な違いを探ることにした。そこで、私たちの班は「絵画」は原画のみに価値をもつ絵であり、「イラスト」はコピーされて初めて価値を持つ絵だと定義づけた。コピーとは、紙に刷られたり、インターネットにアップロードされることで、同一の絵が大量に拡散されることを意味する。下にいくつか根拠となる例を提示する。

画像①はレオナルド・ダ・ヴィンチによって描かれたモナリザであり、絵画なのでこの画像は価値をもたない。画像②は画像①をもとに描かれた絵だが、インターネットにアップされたフリー画像であり、拡散されることを目的としているため、コピーされて初めて価値を持つ点からイラストだと言える。

画像①

画像②



### 調査・研究 ②

私たちは、「絵はどのようにしてイラストと絵画に分化したのか？」というリサーチクエスチョンを設定した

#### イラスト誕生までの経緯の予測

- ①「絵」の始まりは、洞窟に描かれた壁画(=絵画)だった。
- ②「絵」は次第に紙やキャンバスに描かれるようになる。
- ③絵を大量に刷れるようになり、「絵」を一度に沢山コピーできるようになる。コピーされて完成する「イラスト」が誕生する。

イラストは自分たちで考えた定義から「コピーされて完成する」ものであるため、コピー技術が生まれるまでは、イラストというものには存在していなかったと考えた。

このことからリサーチクエスチョンに答えると、イラストと絵画は分化した訳ではなく、印刷技術の登場により、あとからイラストの概念が誕生し、元々の絵の概念は「絵画」と呼ばれるようになった。といえる。

### 調査・研究 ③

- ・自分たちで作った定義で、イラストか絵画か判別が難しいもの(版画など)について考える。
- ・落書きは私達で考えた定義で考えるとイラストと絵画どちらに当てはまるのか？

絵画と落書きは、キャンバスに書いてあるか、壁・机に書いてあるかの違いしかない。コピー不可能のため、世界に一つしかない絵画と言える。

- ・版画は私達で考えた定義で考えるとイラストと絵画どちらに当てはまるのか？

版画は、量産されていて、庶民の間で広く流通していた。コピーして完成という観点から見ると「イラスト」と定義することができ、時間を経て歴史的・芸術的意義が高まり、絵画と同等に評価されているといえる。

### 結論

イラストと絵画は分化した訳ではなく、印刷技術の登場により、あとからイラストの概念が誕生し、元々の絵の概念は「絵画」と呼ばれるようになった。また、私たちは今まで見てきた絵をもとにイラスト・絵画の特徴を捉え、無意識に自分なりのイラスト・絵画の定義を作っていると言える。

### さらなる発展にむけて

本物と複製品という観点に目を向けると、本物は値段的価値があるが、複製品には近くで見れたり触ることが出来たりするなど、また別の価値を持っている。その視点をもって絵画・イラストの役割の違いを考え直してみたい。

### 主な参考文献・調査等

研究協力者

東京都美術館アート・コミュニケーション係 峰岸 優香

# 死語の定義

3・2・211 松嶋 花穂 宮田 優多

## 要旨

死語とはなにか、どのような経緯で死語とされるのかについて知りたくなり、主にインターネットを用いて調査した。死語にはどのようなものがあるのか調べてみると知らないものも多くあったので、死語の知名度についてクラス内でアンケートを行った。結果を見ると年代によって分かれているような傾向があったので流行語との関連について調査した。死語とされる言葉は流行語大賞やトレンドに大きく触れていたと言葉が流行るルーツの調査、テキストマイニングを行った。まとめとして、「死語は流行語から発生している可能性があることが分かったが、必ずしも死語になるとは言い切れないので一概に死語の定義を決めることはできない」という結論に至った。

## 序論

### (1)研究の目的

死語になる言葉は前に流行った言葉であるような気がしていた。だから、その発生の原点が知りたくて死語がどのように定義され、できるのかを調べようと思った。

### (2)調査・研究方法の概略

- ①インターネットでどのような死語があるのか調べる
- ②調べた死語の認知度を知るためにアンケートを取る
- ③死語の起源について再びインターネットで調べる
- ④テキストマイニングで雑誌に載っている流行りの言葉を可視化する
- ⑤(インタビュー)

## 調査・研究 ②

死語とは、「かつては使用されていたが、様々な理由から使用されなくなった言葉」で、発生パターンを考える。

流行語の種類はもじり・模倣語・分類語・省略語・文化語・ギャグの6種類がある

<https://www.osaka-kyoiku.ac.jp/~kokugo/nonami/2016soturon/nakamoto.html>

- 1.使われなくなる流行語の種類と傾向を分析する
- 2.なぜ使われなくなるのか、死語になるのか考える

仮説: 死語が生まれるためには、以下の2パターンがある。

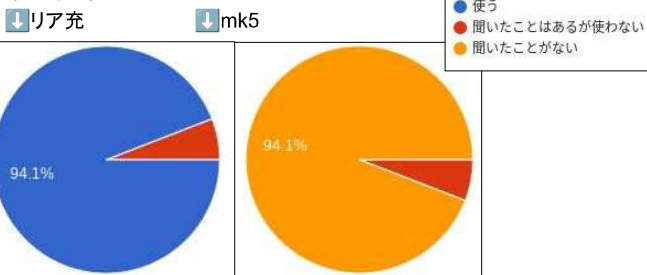
- ①それに代わる役割を持つ新語の発生。(入れ替わり)
- ②その言葉の持つ概念自体の消滅。(消滅)

## 調査・研究 ①

<https://xn--3kq3hlnz13dlw7bzic.jp/obsolete-word/>  
↑上のウェブサイトを用いて死語にはどういったものがあるか調べた

例: シーソー、朝シャン、マジ社、クリソツ、アウトオブ眼中、ky、ワケワカメ、ズツ友、ボタンキュー、バイセン、テヘペロ、今でしょ

クラスメイト40名、担任に向けてグーグルフォームでアンケートを配信。いくつかの死語について、聞いたことはあるか、使ったことはあるかを尋ねた。下の円グラフは最も顕著に結果が分かれた2つの言葉である。



上のグラフを見てみると、世代によって結果が出ているのではと推測できる。そのように考える理由として、リア充という言葉は私達10代は多用するが、教師世代では使わないだろう。逆に言えばmk5という言葉は1990年代後半に流行ったギャル語であるとされていて、我々は使用するどころか知らないという答えになるのだろう。

上のグラフの結果をもとに、私達は死語とは流行語が廃れて使われなくなったものなのではないかと考えた。そのためアンケートで聞いた言葉について流行語との関連を調べた。

- 1,リア充→女子中高生ケータイ流行語大賞2011金賞
- 2,ky→2007年ユーキャン新語、流行語大賞ノミネート
- 3,今でしょ→2013年ユーキャン新語、流行語大賞年間大賞

上記の事を見てみると、実際に現在死語とされている言葉は過去の流行語だったことがうかがえる。なので私達は流行語すなわち言葉が流行るルーツについて調べることにした。

## 調査・研究 ③

### テキストマイニング



雑誌ポップティーン(2009年9,10月号、2023年10,11,12月号)をテキストマイニングして、流行語との関係調べることにした。しかし、ポップティーン関連用語が多く、その時代の流行語についてはあまり載っていなかった。過去の雑誌と今の雑誌を比べてみても、流行語との関連や、その違いについてはよくわからなかった。

## 結論

死語は流行語から発生している可能性があることが分かったが、必ずしも死語になるとは言い切れないので一概に死語の定義を決めることはできない。

## さらなる発展にむけて

更に流行語と死語の関連性に目を向けて、「現代用語の基礎知識」の過去ver.をテキストマイニングして今の死語との関係を明確にする、流行語大賞選定者の方々にインタビューをする、言葉を使用している人たちは状況に応じて言葉を使っているのかについても一度アンケートを実施していく。

## 主な参考文献・調査等

<参考文献書>

「発生方法からみる新語と死語の関連性」by.中本駿平

<ウェブサイト>

死後一覧 <https://xn--3kq3hlnz13dlw7bzic.jp/obsolete-word/>

コラム

<https://kakyomu.jp/works/16816927862872059853/episodes/16817330649269063213>

# ジェンダーとゲームの関係

212 大槻芭夕 尾澤花音 高山莉緒

## 要旨

最近のゲームはジェンダーの多様性に配慮されているものが多い。例えば、『ポケットモンスター スカーレット・バイオレット』は 主人公の性別選択はなく、登場人物も見た目や境遇が様々だ。これは近年のジェンダーレス社会を反映したものであるが、一体ゲームは どこまで現実社会に合わせるべきなのだろうか。誰もが純粋に楽しめるようなゲームが求められている。

## 序論

現状では、ジェンダーに対する配慮は必要だとされているが、具体的な程度や指標はないことで過不足が生じている。ゲーム内に求められるジェンダーに対する配慮を明らかにすることで、より沢山の人が楽しめるゲームを作成できるようにこの研究を行った。

### 調査・研究方法の概略

- ①現在までに発売されているゲームに関してジェンダーに対する配慮の実例を調べる。(ポリコレなど)
- ②インタビューを行い、客観的な意見を得る。

※ポリコレ…political correctnessの略称。社会制度やあらゆる表現を差別・偏見のないものに変え、人種や性別、年齢、障害の有無などによるマイノリティ・社会的弱者を守るための運動。

## 調査・研究 ①

まず、ポリコレへの配慮で話題になったゲーム『ポケットモンスター スカーレット・バイオレット』(2022年11月18日発売)について調べた。主人公に男女の選択はなく、見た目を換えられるようになっていた他、たたく相手も肌の色から顔つき、体格、服装まで様々であった。一方で、その配慮の度合いに対して、批判的な意見も寄せられていた。

『スプラトゥーン3』(2022年9月9日発売)も同じく主人公の性別選択はなく見た目を換える方式だった。プレイヤーが好きなようにキャラクターを作れるので、ゲームをより自由に楽しめる。さらに服装や武器も自分の好きなように選べるようになっている。

しかし、ほとんどのゲームがまだ見た目のことにしか言及できていない。現実社会には、見た目以外で配慮しなければならない点が多い。例としては、家庭内での家事や子育てなどといった男女の役割の差や、身体的障害などといったマイノリティの割合などである。では、ゲームにどこまで現実社会の様子を反映させるべきなのだろうか。この分野を研究されている渋谷教授にインタビューをお願いした。

### 〈質問〉

- ・ゲームにポリコレやジェンダーを極端に反映させるとおもしろみが変わり、企業の儲けに影響してしまうのではないかと
- ・キャラクターの容姿や個性にどこまで配慮するべきかと
- ・ゲームと現実とは切り離すべきかと
- ・露骨な配慮は差別になるのではないかと
- ・ゲームは子供に、ステレオタイプにはまった価値観や差別意識など、どのような影響を与えるのか

## 調査・研究 ②

### 【インタビュー】

渋谷 明子 様

- 企業の儲けとポリコレ配慮のバランス  
企業は儲けの為に多様性に配慮する。男女だけでなく、多様な性向けのゲームも作るべき。
- ゲームキャラクターの容姿  
キャラクターの魅力に焦点をあて、属性に関係なく多様なデザインにする。様々な国や民族の服装なども含めると多様性が高まる。
- ゲームに含むべき現実性  
多様性に関して消費者層別に適切な表現を用いる。その際、脇役キャラなど些細なところに反映すると良い。
- 配慮の程度  
一作品に一人程度、多様性を感じるキャラを作る。多様性は性別以外にも人種や民族、地球外生命体もある。多様性を含む比率が「配慮」を感じさせる点で大切。
- 子どもへのゲームの影響(ジェンダーに対する固定観念)  
ゲームのみが及ぼすジェンダー意識への影響を調べることは難しい。成長とともに固定観念は柔軟になっていくことが多い。

## 結論

企業はさまざまな消費者層に受け入れもらうために、ゲーム内でも多様性に配慮すべきである。そしてそれは、ジェンダーだけでなく民族や人種などにも着目し、キャラクターそのものの魅力を一番に考え、モブキャラなど些細なキャラクターに取り入れることで、自然と多様性を感じるゲームになると考えられる。

## さらなる発展にむけて

ゲームが子どもに与える影響について

→(渋谷さんの研究より)子どもに対するゲームの影響はあるとわかったが、その他の影響するものと比べてどのくらいの影響があるのかはわからない。

## 主な参考文献・調査等

インタビュー:渋谷 明子 様

2021年4月より成蹊大学文芸学部教授

参考文献:「デジタルゲームからみたジェンダーバイアス」(周之楹)

# 日本と世界の筆記用具の位置づけの違いはなにか

213班 名前 土屋 中津川 田鍋

## 日本と海外とのシャープペンの使われ方、販売方法の違いについて

なぜ日本には文房具にこだわりを持つ人が多いのか、海外の文化や歴史と結びつけながらシャープペンを中心に調べる。また、ペーパーレス化を受けて今後文房具の位置づけがどのように変化していくのかを明らかにする。

### 序論

#### (1)研究の目的

地域ごとに昔筆記用具として用いられていたものの違いが現在の文字の多様さに繋がっているとわかった。しかしそこで行き詰ってしまったため、テーマを文房具の位置づけに変えることにした。前回のテーマや各国の文化とも結びつけながら、これからの研究で日本と海外の筆記用具の違いがどのようにして生まれたのかを明らかにする。

#### (2)調査・研究方法の概略

- ①日本語の文字と文房具の関係
- ②外国の筆記用具の使われ方・販売方法
- ③ハイノートの店員さんにインタビュー
- ④海外と比較した日本の筆記用具の特徴・利点のまとめ
- ⑤筆記用具のこれまでの発展の歴史と、ペーパーレス化の進む現代におけるの筆記用具の意義の考察

### 調査・研究 ①

#### ①に関する研究の詳細を書く

文房具で日本と関わりの有りそうな国の文房具について、歴史、日本との関係、ペーパーレス化を受けての動きなどを調べ、表にまとめた。

調べた結果、アメリカは文房具が教室で共用だったり、事務用品として一括で購入されていたりと、文具が私物でイメージが強いのが特徴的だった。そのためペーパーレス化がスムーズに進んだと考えられる。

またドイツでは、今も続く歴史の長い企業が多いことが分かった。これは製図用筆記用具の歴史が長いことが理由だと考えられる。

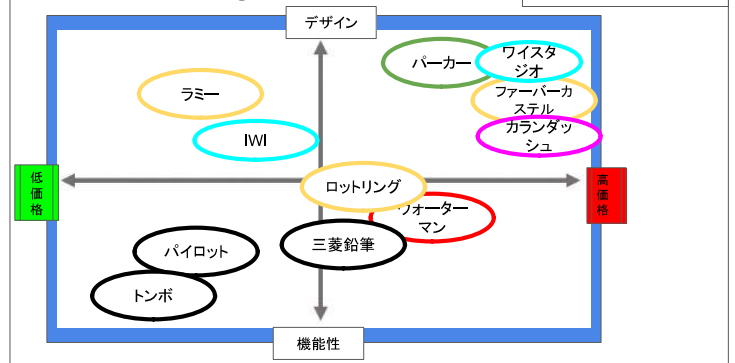
最近、日本で韓国の製品が人気なので調べると、雑貨の他に万年筆やインクが多く輸入されているとわかった。

台湾からはとくにシャープペンの輸入が多い。

アメリカ	ドイツ	韓国	イギリス
・ペーパーレス ・日本 ・シャープペンはあまり普及していない	・製図用筆記用具の歴史が長い ・歴史の長い企業 (例) ロットリング ラミー ファーバーカステル	・万年筆、インク、雑貨	・パーカー 王室御用達ボールペン
		フランス アメリカからウォーターマンを引き継いだ	台湾 シャープペン 日本への輸出も多い

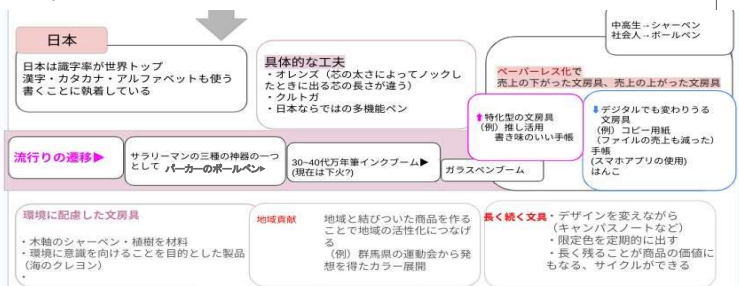
このことから、筆記用具の歴史が長い国に有名な文房具メーカーが多くあることがわかった。また、日本以外のアジア圏からも多くの文房具が輸入されているとわかった。

### 調査・研究 ②



### 調査・研究 ③

日本についてもう少し調べることにした。ペーパーレス化の影響を調査したかったが最近の商品については調査や文献が見つからなかったためインタビューをおこなうことにした。



### 結論

はじめはどの国も書く手段としての価値しかなかったが、日本の高い識字率によって筆記用具が普及し競争が激化した。その結果筆記用具にデザインや機能性といった書く手段として以上の価値が生まれ、日本の文房具の水準が高くなったのではないかと考える。また、ペーパーレス化となった現在でも、様々な工夫によってその価値は毎年変化し続けている(限定品を作り希少性を高めたもの、用途を絞りそれに特化したものなど)。

### さらなる発展にむけて

他の国ではペーパーレス化を受けて文房具に変化があったか、どのように変わったのかを調べてみたいと思った。また、今回シャープペンを中心に調べたが、他の文房具についても調べるにはさらに多くの視点が必要だと思った。

### 主な参考文献・調査等

ハイノート 店員さんへのインタビュー

# 若者と情報通信媒体との関係や今後の動向について

3学年 214 名前 中曾根美麒 小松湊望

## 要旨

女子高校生は1990年代頃から情報通信媒体の牽引者としての役割を果たし、その流行を作り出してきたが近年では男女年齢関係なく情報通信媒体を手にする者が増えたため、情報媒体の牽引者は女子高校生に限る話ではなくなった。1インタビュー例によると、メディアの視聴層や流行はコンテンツによって大きく異なり、内容によっては若者視聴率が低いものもある。けれども、依然として若者の情報媒体利用率、発信率は高く、SNS利用中心は今後も10-20代の若者が担っていくと考えられる。

## 序論

### (1)研究の目的

コロナウイルス影響によりSNS利用率が上がり、その中でも10代を中心とする若者の利用率が高い事がわかった。また、「ケータイの始まりは『女子高校生』」であるといった記事を見つけ、実際に「女子高校生」としての立場で女子高校生とSNSの関係、関わり方について調べることで、私達とは不可分の関係にあるSNSの今後の動向や社会全体のSNSの役割をより理解できるのではないかと考えた。また、新たなSNSの活用方法も発見できるのではないかと考えた。

### (2)調査・研究方法の概略

- 情報媒体の歴史や情報媒体と女子高校生の関わり方について様々な文献を読む
- SNSの利用率、利用割合について調べる
- 群馬県の情報を発信している「メディアプロモーション課」にインタビューし、発信者目線のSNSの利用率や利用割合の具体的な話などを聞く

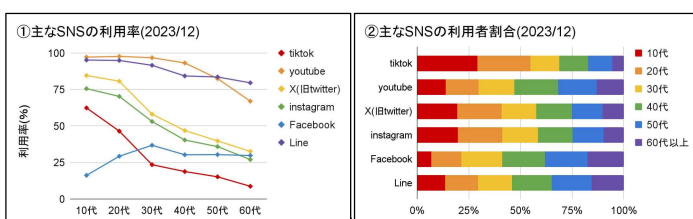
## 調査・研究 ①

### 女子高校生と情報媒体の関係について

①のグラフはSNSごとの年代別の利用率を表したもので、Facebookを除くSNSで利用率が最も高い年代が10代であるとわかる。Facebookは6つの中で一番古く2004年からサービス開始していることから、利用率は10代よりも30代40代のほうが多い。また、6つの中で一番新しいTikTokは2017年にサービス開始していることから、30代以降の利用率が極端に低くなっている。

②のグラフはSNSごとの利用者の割合を表したものである。FacebookとTikTokは①のグラフと同じような傾向が見られる。しかしそれ以外のSNSは年代による特徴がなく、どの年代も同じくらいの割合であった。

これらのことから、SNSの利用率の高い10代が情報の発信や拡散を主に担っていると考えられる。また、新しい情報媒体を積極的に利用している10代がSNSでの主流を作り出していると考えられる。



(<https://gaiax-socialmedialab.jp/socialmedia/435>)

## 調査・研究 ②

現在は男女関係なく情報媒体を利用して、情報を牽引しているのは若者である事がわかった。

- 若者はこれからも情報を牽引していくのか  
若者のSNSの利用率や情報の広がりやすさから、若者が中心となって情報を拡散し、主な利用者となっていく。将来的に、新たな若者世代が登場した際に新たな若者文化が作られ、それが繰り返されていくと考えられる。

## 調査・研究 ③ インタビュー

メディアにインタビューし、情報を発信する側としての取り組みや視聴率の獲得方法を聞くことで視聴者層の特徴や流行の傾向を知ることが出来た。

【群馬県庁 メディアプロモーション課 tsulunos室】

- メディア活動を通じて成功したこと
    - ・研修医を取り上げた動画によって群馬県の研修医が増加
  - 話を通じてわかったこと
    - ・メディアによって視聴者層が大きく異なる (TikTok:若年層が多い Youtube:男性視聴者が多い チャンネル登録者45-60歳男性が多い 女性増加傾向)
    - ・流行の特徴は大きく、音源に影響が出る
    - ・メディアによって流行が異なる
- TikTok→圧倒的に若者人気であるが、YouTubeはそれほど若者視聴率も高くないため、必ずしもすべてのコンテンツにおいて若者中心というわけではない 需要による

## 結論

SNSの利用率から、若者と情報媒体の関わりは深く、SNSにおける牽引者となっている事がわかった。また、若者が新しい情報媒体を積極的に利用していることから若者がSNSを牽引していくと考えられる。

## さらなる発展に向けて

調べたいことやそれに関わる調査に齟齬が生じ、研究に行き詰まったり方針が定まらないことがあったので情報通信関係で更に範囲を限定し、観点を一つに絞って更に考察を深められるようにしたい。例えばメディアをYouTubeやLINEのいずれかと絞り、その変遷と利用率の年齢層などを調べ関係やその変化を考察する。また、若者が牽引していくことによって生じる問題を考察する。

## 主な参考文献・調査等

- 【小論文テーマ】SNSと小論文  
(<https://rix-realiser-rink.com/syo-ron-trend3/>)

# 衰退した商店街の利用者を増やす取り組みについて

215 猪野寧音 狩野咲歩 前田優果

## 要旨

テーマ決めの際に身近な課題を考えたいと思い、考え始めました。昔に比べて大型ショッピングモールができたことで商店街を利用する人が減少したのではないかと考え、実際に商店街の現状を調べたり、関係者へのインタビューを行いました。インタビューを経て、町宿を作ることによって前橋の良さを伝えたとともに、地域の方との交流を促すことによって大型ショッピングモールとは違った魅力を引き出せるのではないかと考えました。

## 序論

### (1)研究の目的

地域活性化の課題の一つとして身近で課題を感じていた商店街の利用者を増やすことに目を向け、他の地域に関しての問題についても応用できるような取り組みについて考えた。

### (2)調査・研究方法の概略

- ①商店街の現状についての調査し利用者を増やすには何が必要か調べる
- ②現状や他の地域の活性化事例をもとに具体的な取り組みについて考える
- ③考えた案をより実践的にするためのインタビューの実施

## 調査・研究 ③

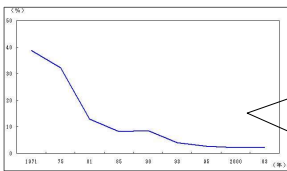
この探求を通して現実的に実現が不可能であったり、抽象的な策しか思い浮かばなかったのが実際にまちづくりに関わっている方にインタビューをしました。

### インタビューで得た内容

- ・町宿(商店街全体で一つの宿のように見立てる)→また来たいと思ってもらう
- ・まちやどでは、宿のスタッフが街のコンシェルジュとして街の魅力を伝えとともに、住民との連携を取りながら運営しているため、街の人のコミュニケーションを図れます。夕食は街中で取ることで、街を知ってもらうことができる
- ・イベントの目的(イベントで訪れた人がついでに前橋の街を歩きたくなるような取り組み)
- ・街スタント(店を開きたい人と現時点で店を所有している人の仲介、開業する人と街の人を繋げる)

## 調査・研究 ①商店街の現状について

グラフ「繁栄している」商店街の割合(内閣府)



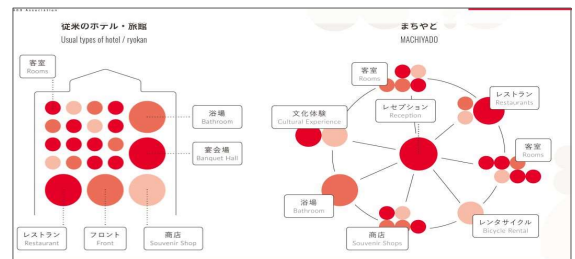
### 衰退した原因(考察)

- ・住民の高齢化
- ・跡継ぎ不足(チェーン店ではなく個人経営の店が多い)
- ・店の老朽化
- ・アクセスが悪い
- ・若い人向けの店がないため若い年代層が来ない

### 何を通して活性化に繋がられるか

- ・食(地産地消、料理教室、お弁当の配達)
- ・イベント(スタンプラリー、謎解き)
- ・自転車のレンタル
- ・広報(SNS、県の広報部)
- ・店の系統
- ・学校を通じた職業体験(学校に体験の場を提供する)
- ・ポイントカード

すぐには実現不可能で、実際イベントなどを行ったとしても利用者が増えるという保証がないものだった。



## 結論

町宿やイベントなどを通して人と人との交流の場を作り、地域特有の文化を継承しつつ、利用者の数を増やすという取り組みは商店街を活性化させるという目的において有効な策であるということが分かったが、それらを実行するのに伴う権利や財政の問題については分らなかった

## 調査・研究 ②

①大阪:布施商店街→「SEKAI HOTEL」(会社)が空き店舗をリノベーションして宿泊施設に。「食べ歩きチケット」を利用して商店街のお店の商品と交換。商店街の方々とのコミュニケーションが生まれ、地域活性化につながった。

②大学と連携して、学生にしかない商店街活性化のための視点や考えを共有し合い、幅広い世代の利用者を獲得しようとした。

## さらなる発展にむけて

政策に伴う権利や財政などの問題や商店街以外にも解決すべき各地域の課題に目を向け、実際に地方に足を運んでみたり、政治や経済の知識を持つことで、より実現しやすい案を考えられる

## 主な参考文献・調査等

「主な」ですので、すべてを記載する必要はありません。

<https://machiyo.jp/> <https://www.sekaihotel.jp/area/fuse/>  
[https://www.meti.go.jp/policy/sme\\_chiiki/town\\_planning/machigenki/casestudies/43\\_hint.pdf](https://www.meti.go.jp/policy/sme_chiiki/town_planning/machigenki/casestudies/43_hint.pdf)

# ロゴや商品の色が人に与える影響について

216 名前 剣持ゆうか 三森愛果

## 要旨

「色」というテーマから「ロゴや商品の色が人に与える影響について」調べることを決め、初めに色が持つイメージについて研究を始めた。その過程ですべての人にしやすいものがよいという観点から色弱について調べ始めた。インタビューを経て、多くの人が色弱について理解し、ロゴや商品の色は見づらいという人にも配慮することで、多くの人に受け入れられるという結論に至った。

## 序論

### (1) 研究の目的

色について調べている過程で、色の持つイメージがあること、それがロゴマークなどで企業の表したいイメージにも利用されていることを知った。そこで、ロゴの色が私たちにどんな影響を与えているのか調べようと思った。色が与える影響がどんな問題点があるのかを知り、どう改善していくべきなのか考えたいと思ったから。

### (2) 調査・研究方法の概略

最初に色の持つイメージや、活用されている場所を調べ、そこから得た疑問などをもとにRQを作成した。2つの視点に分けて調べていった。文献やインターネット、参考にした記事の担当者にインタビューをして調査を進めていった。

## 調査・研究 ①

### 色の持つイメージ

#### 例

黄色：見る人の心を弾ませる効果。視覚に強く訴える効果  
青：興奮を抑える鎮静効果があり、冷静にさせる効果。爽やかさや知性を表現  
色は印象を左右し、行動に影響を与え、ときには気持ちを高揚させたり、沈静したりと心理にも訴えかける役割を果たす  
⇒色は私たちの気分になんか影響を与えるのではないかな。  
そのため、企業のロゴも企業のイメージに沿った配色で作成していると思う。  
⇒失敗：心理的影響について調べきれなかった。CUDはどちらからという色の見やすさについてだった。

#### 色盲

緑や赤を識別することができない病気。遺伝による先天色覚異常と視覚系の障害によって生じた眼疾患に伴う後天色覚異常がある。形や明るさ、色の面積など周囲の状況によって見える色が変わる。

#### ・問題点

信号の色が見にくい  
地図が見にくい



本来の見え方

色弱者の見え方

#### 〈新たなテーマ〉

- ・カラーユニバーサルデザインは身近なところで実現しているのか
- ・見えづらい色がある人がいることをもっと多くの人が知ってもらう必要がある

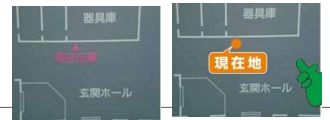
## 調査・研究 ② 取り組み

### 施設の改善事例

①トイレの案内表示を、彩度の「高い色」と「低い色」を組み合わせ、明度は「明るい色」と「暗い色」を組み合わせる



②案内図が、背景色と文字の色がよ※弱者問題研究会作成(男女用)い読みづらくなることもある。現在地の文字の色が赤から橙色や白抜き文字を使用



## 調査・研究 ③ インタビュー

色弱について調べていくと鳥取県人権・同和対策課で色弱に配慮した活動を行っていることがわかりこれからの研究の進歩のためにインタビューを行った。

Qカラーユニバーサルデザインへの配慮を県として始めたきっかけ

・色弱ということで進学や就職に支障が出るなど社会問題となり、10年前くらいに人権問題として注目し始めた。

・当初は認知度が低かった

Q 企業や学校への働きかけを行っているのか

・数年前まで、依頼を受けた企業や学校に向けてカラーユニバーサルデザインを含めたユニバーサルデザインの出前授業を行った。カラーユニバーサルデザインだけに注目することはできていない。

・最近では認知度も広がってきたため、出前授業を行うのも年10回程度に落ち着いている

## 結論

ロゴや商品の色が人に与える影響はある。色によっては見づらいと感じる人がいる。そのため、色の組み合わせや明るさに配慮する必要があり、それは色弱者だけでなく、全ての人の暮らしやすさに繋がると思う。このような配慮をより広げ、また、もの見え方は様々であることを多くの人が知るべきだと思う。

## さらなる発展にむけて

ロゴの色について、会社の意味の込められたロゴは様々な人に意味が伝わっているのか調査すれば、RQと今回調べたカラーユニバーサルデザインとの関わりが持てるようになる。

## 主な参考文献・調査等

[https://www.dic-color.com/knowledge/business/color\\_image.html](https://www.dic-color.com/knowledge/business/color_image.html)

<https://www.pref.tottori.lg.jp/secure/1100584/cudjireisyuu.pdf>

# ヒットした漫画の表紙について

3年2組217班 名前 大木愛結 松本明純

## 要旨

ヒットした漫画(ここで、ヒットした漫画とは、一巻あたりの発行部数が150万部以上の作品のこととする)の表紙に何らかの関係性があるのではないかと思い、研究を開始した。各作品の表紙の特徴をまとめたサイトはあったものの、その関係性について研究された例はなかった。本研究では、まずそれぞれの表紙の特徴を書き出していき、その後年代ごとに振り分けた。漫画の表紙は1990年代以前はシンプルな表紙が多く、以後多様化していることがわかった。この理由として、描く方法がアナログからデジタルへ変化したことや、流行に左右されていることなどが考えられる。ジャンルや掲載誌などの観点から分類し調査していけば、更に詳細に関係性が見えてくるだろう。

## 序論

### (1)研究の目的

表紙は読者と書籍の初めの接点であり、購入する際に重要な判断要素となるものである。その表紙においてヒットするために必要な要素はあるのだろうか。それを調べるために人気作品の表紙に注目し、共通点を研究してみることにした。

### (2)調査・研究方法の概略

- ①ヒット作の表紙の共通点を調べるために、それぞれの特徴を書き出す
- ②年代ごとに分類する
- ③表紙と売上の関係についてインタビューを行う

## 調査・研究 ②

作品を十年ごとに分類し、それぞれ調べた

～80年 シンプル

80年～ シンプル

90年～ 多様

00年～ 多様

10年～ 多様

**80年代から00年代にかけて大きく変化(絵柄、構図など)**

〈考察〉

- ・アナログからデジタルへの変化
- ・表紙へのこだわりが強くなっている
- ・単純にマンガの量が増えた→多様に
- ・競争が激しくなった→個性を出して埋もれないように  
→絵力で勝負 構図で勝負 などの多様性
- ・流行にも左右されている(例)エモいが流行る→取り入れる
- ・作者や関わる人の好み

## 調査・研究 ①

一巻あたりの発行部数が150万部の作品をヒット作であるとし、25作品を研究の対象とし表紙の特徴を調べた。

例

作品名	特徴、感想
ドラゴンボール	背景は白、背表紙がつながる、シンプル
ワンピース	カラフル、細かい、迫力がある
鉄腕アトム	必ず主人公が中心にいる
ナルト	背景は白
進撃の巨人	伏線が入っている、迫力がある
幽遊白書	背景は黒、シンプル
鋼の錬金術師	背景は黒、アニメのワンシーンのよう
デスノート	中心にその単行本のメインとなる人物がいる、厨二病感がある
名探偵コナン	主人公+背景など、という構図、10巻ごとに金色の単行本になる
ドラえもん	表紙いっぱいメインキャラクターがいる、シンプル
るろうに剣心	必ず主人公がいる

共通点は見いだせなかった

## 調査・研究 ③

表紙と売上の関係について書店の方にインタビューを行った。その結果、漫画の表紙は売上に大きな影響を与えている(特に女性向け作品)ということがわかった。また、その辺りを意識して人気タイトルの模倣をするような作品もある。

## 結論

表紙は売上に大きく関わることがわかった。ヒット作の表紙全体を通しての共通点は見いだせなかったが、年代ごとに分類してみると、共通する特徴が見られた。

## さらなる発展にむけて

今回は年代別に分けて考えたが、ジャンルごとや掲載誌など別の分け方で表紙の特徴を調べてみたらさらに研究を深めることができるかもしれない。

## 主な参考文献・調査等

私の彼氏棚ページ

<https://tsutaya.tsite.jp/article/book-comic/2367.html>



# 介護問題の現状とこれから

218班 名前 樺澤菜月 神沢有珈 長翁春菜

## 要旨

現在の介護現場では人手不足、資金不足、過重労働、職場での人間関係など深刻な問題があり、それらの問題は、介護従事者や被介護者に多大なストレスを与えるだけでなく虐待事件などを引き起こす要因にもなる。2024年には介護現場で働く人の処遇や介護事業所の営業状況を踏まえ介護報酬が改定されたが、金銭的な問題の解決のみでは虐待減少に直接結びつかないのではないかと考えた。そこで、介護従事者の教育方法、雇用形態、仕事内容の3つの観点から、介護問題の解決案を考え、群馬県庁の方々から意見を頂いた。どの案も介護問題の解決には有効であるが、時間不足、財源不足のため実施することが難しい案が多かった。また、県庁の方から、外国人労働者、職業紹介、介護現場でおきた事故の報道について問いかけを頂いたが、介護問題自体、繊細な部分があり、私達だけでははっきりとした結論を出すことはできなかった。

## 序論

### (1)研究の目的

発達障がいについて調査している中で相模原障がい者殺傷事件の背景には介護現場の環境に問題があることを知った。障がい者介護と高齢者介護の現場は共通の課題を抱えているため2つを結びつけて、虐待防止のための解決案を考える。

### (2)調査・研究方法の概略

- ①介護問題の現状を知り、解決案を考える
- ②インタビュー
- ③インタビューのまとめ

## ①現状を知り、解決案を考える



養介護施設従事者等による高齢者虐待の相談・通報件数と虐待判断件数はともに増加傾向にあることが分かった。

表7 虐待の発生要因（複数回答）

内容	件数	割合 (%)
教育・知識・介護技術等に関する問題	480件	56.1
職員のストレスや感情コントロールの問題	197件	23.0
虐待を助長する組織風土や職員間の関係の悪さ、管理体制等	193件	22.5
倫理観や理念の欠如	153件	17.9
人員不足や人員配置の問題及び関連する多忙さ	99件	11.6
虐待を行った職員の性格や資質の問題	85件	9.9
その他	30件	3.5

(注) 都道府県が直接把握した事例を含む856件に対するもの。

虐待の発生要因の調査結果を参考に、主に3つの観点から労働環境の解決案を考察した。

### 解決案Ⅰ.教育方法の見直し

指導者を各施設に派遣し、普段の作業の中で学べる環境を整える。  
高齢者虐待の要因のうち介護従事者の教育不足が全体の50%を占めている。  
→仕事量が多く、講習会や研修の時間の確保が難しいのではないかな。

### 解決案Ⅱ.雇用形態の見直し

パートや、派遣を受け入れを促すための補助金制度を整える。  
派遣職員を自治体で一括管理し、入居者の要介護度や人数に応じて各施設に派遣する仕組みを作る。  
仕事の多忙さ、職員のストレスが虐待原因の全体の約3割を占める。  
→介護従事者を増やすことで虐待の原因を減らすことができるのではないかな。

### 解決案Ⅲ.仕事内容の見直し

介護施設で行われる仕事を分類し、事務作業など介護資格等を持っていないでもできる仕事を専門の職員や機械にまわす。  
介護職員が行う優先順位の低い作業を省くことで、利用者に関わる時間が増え、互いのストレスを減らすことができるのではないかな。

## ②インタビュー

どの案も労働問題改善の効果は期待できるが、費用面、人材不足の現状で実施することが難しい案が多いとのことだった。また、パートや派遣の雇用の促進について、即戦力にはなるが介護は利用者との長期的なコミュニケーションが大切であり、短期的な雇用を増やすことは利用者にとって好ましくないのではないかなという意見が出た。しかし、機械の導入に関しては現状、大きな問題の報告はなく今後取り組むべき課題となっている。大きな機械でなく、防犯カメラや情報共有用のパソコンでも介護従事者の仕事削減につながるため、各事業所の資金に合わせて導入を進めれば介護問題の改善に結びつのではないかなと考えた。

## ③インタビューまとめ

ネット検索や本での調べ学習には限界がある他、書かれている情報は信憑性に欠けるとしてそのままRQに当てはめることはできないため、実際に県庁介護福祉高齢課の方にインタビューをした。以上のインタビューより、実現可能な案・既に実施されている政策・実現が難しい案に分けられた。また、外国人労働者や職業紹介といった新たな視点でのRQ解決案を考えられた。別視点ではあるが、日頃、高齢者施設で起こった事故を報道で目にする機会が多くなった今、それらを見た若者は介護従事者になりたいと思うか、という問いかけをしていただいた。

## 結論

私達の提案に対してその案が現実的であるか否かはインタビューを通して知ることはできたが、それらが実際に適応されるかどうかは財源の問題など様々な問題が絡み断定することはできなかった。そのため、虐待防止に直接的に関与できたという結果を残すことは難しいが、介護における虐待という深刻な社会問題に対し、真摯に向き合ったことには意義があると考える。

## さらなる発展にむけて

厚生労働省によると、令和6年8月介護技能評価試験・介護日本語評価試験試験では、介護技能評価試験の合格率は70~80%の国籍が多い一方、介護日本語評価試験では30~40%の合格率である国籍が多く、言語の壁があることがわかる。県庁の方によると、介護ロボットやICT機器等の普及は進んでいるので、介護従事者のメンタルケアの必要性も考えると、実際介護に使う機械だけでなく翻訳機や介護従事者のケアを行う人工知能など介護従事者のサポートを行う機械の導入について検討する価値がありそうだ。

## 主な参考文献・調査等

「令和6年度介護報酬改定の主な事項について」  
(<https://www.mhlw.go.jp/content/12300000/001195261.pdf>)(厚生労働省、2024年)、群馬県県庁介護高齢課の方々、「高齢者虐待の防止、高齢者の養護者に対する支援等に関する法律に対する調査」(<https://www.mhlw.go.jp/content/12304250/000708459.pdf>)(<https://www.mhlw.go.jp/content/12304250/001224158.pdf>)(厚生労働省、2019年)、「介護技能評価試験・介護日本語評価試験試験結果」(<https://www.mhlw.go.jp/content/001306883.pdf>)(厚生労働省、2024年9月)