

日本のメイクと時代背景の関連性

401班 伊瀬知 希星 小西 桜寧 奈良 沙央理

私達の班は、日本の時代背景とメイクの変化の関連性について調べた。はじめに縄文時代から現代までのメイクを調べたが、縄文時代から江戸時代までは主な出来事との関わりが見られなかったため、明治時代から令和までのメイクと主な出来事の関係を探ることにした。明治、昭和において戦争や、恐慌はメイクと関連性があるのではないかと考えられた。また、現在においては、マスメディアの普及によりメイクの流行が、流行りのアイドル、パーソナルカラーなどに大きく影響されるようになってきているため、時代背景との関連が薄くなってきていると考えられる。そのため、社会情勢の変化から、これからのメイクの流行予測することはできるとは言い難い。

序論

(1) 研究の目的

日本のメイクと時代背景の関連性について調べた。この研究で現代は多様化が進んでいて時代背景との関連性はあまりないということがわかった。これからは、化粧の流行がどう広まったのかなどについても調べていきたい。

(2) 調査・研究方法の概略

- ① 縄文時代から現代まで年代ごとにどのような化粧がされていたか調べる
- ② 明治時代から現代までの社会的に大きな出来事を調べ、その時代に流行した化粧との関連を調べる

調査・研究 ①

日本において、縄文時代から現代まで年代ごとにどのような化粧がされていたのかを調べた。縄文時代から江戸時代までは、メイクの変化に関するような主な出来事は見られなかったため、明治時代から現代までを比較の対象として研究をした。原始時代は、現代のようなお洒落のためではなく、主に呪術を目的として化粧がされていた。また、古代では、白粉や、眉など日本らしさを感じる化粧がなされるようになった。

〈原始時代〉縄文～古墳

目や口、体に赤の塗料で模様を書く。男性は黒で入れ墨を入れていた。赤色は当時、パワーの象徴であったため、それらを体に塗ることで悪霊や災いを防ぐ魔除け、呪術目的として化粧をしていた。

〈古代〉平安

顔に白粉をたくさん塗るのが特徴。唐風模倣から日本独自の化粧へと変化し、又なす黒髪に白粉を塗り、眉を抜いて顔の上部に眉を描き、お歯黒(平安時代にはお歯黒は貴族の象徴とされており、17歳頃に成人であることを示す象徴でもあった)をするようになった。

〈近世〉江戸

元禄期(1688～1704年)には経済の発展に伴って商品の流通網が整い、化粧品が広まったことで庶民にも化粧の文化が広まった。

赤・白・黒を基調としたメイク。

【出典(上記内容)】 国立国会図書館、日本化粧品工業会】

調査・研究 ②

明治・大正	細い眉、薄いおちよほ口 → 頼りない印象のメイク だが、日本の伝統的なメイクに非常に似ている	日露戦争、日清戦争
昭和	1940頃～ → 控えめなメイク 1950頃～ → 太い眉、アイラインで 力強い印象のメイク に変化 1970頃～ → シャドーの入ったタレ目、メイクも 強い印象	世界恐慌 関東大震災 第一・二次世界大戦 ベトナム戦争 オイルショック バブル時代
平成	1980年代～ → 濃いメイクで強い印象 1989頃～ → 柔らかな優しい印象 後半 → 目を強調するメイク	東日本大震災
令和	まつげに重点をおいたメイク、平行眉、肌馴染みの良い色のアイシャドーが流行 → 韓国アイドルの影響が大きい メイクに興味を持つ男性の増加	コロナウイルスの流行

この研究から、昔は時代ごとにその時代に合わせてメイクは変化していったが近年はインターネットの普及によりメイクの多様化が広まったとわかった。

結論

近代においては、社会情勢や環境に影響を受けたメイク(眉の太さやアイラインの形、口紅など)が流行しやすかったため、化粧とその時期に起きていた物事との関連性が強かった。しかし、現在の化粧の流行はアイドルの憧れやパーソナルカラーに基づいたもの等が主流になりつつあり、時代背景との関係性が以前と異なっていることがわかった。それ故に、化粧から社会情勢を予測することができるとは言えない。

さらなる発展に向けて

日本において化粧の流行がどのようにして広まったのか、化粧品自体の変化、海外メイク等がどのようにしてブームになったのか、情報媒体の変化を踏まえて調べて、様々な因果関係を調べて予測していきたい。

出典

化粧は時代を映し出す(資生堂; 鈴木節子)
日本女性の化粧の変遷100年(資生堂)
日本の化粧の歴史(京都先端技術大学; 柳真由)
化粧の文化史(日本化粧品工業会)

スタート

日本のメイクと時代背景の関連性

make up=メイク(upが省略された)≒化粧

RQ① 時代別メイクの比較

RQ② 国の歴史によるメイクの比較

色々な国を比較するのは多すぎて大変なのではないか?

古代エジプト:目を強調するためのアイメイクが多く見られた
→目を大きく見せるため・太陽の光を和らげるため(化粧の始まりは宗教に関連している)

古代ギリシャ・ローマ:現代で言うバックのようなものも盛んに行われ、鉛白や白亜が使われていた。

18～20世紀:色白が好まれる時代(第一次大戦後は日焼けした肌が好まれた)

【出典:国立大学法人 北海道教育大学】

RQ 時代背景によって日本のメイクはどのように変化していったのか

仮説 メイクの流行から日本の社会情勢を予想できるのではないか

古代の化粧やツールを調べたりするのは面白いけど科探には向いていないな...(断念)

化粧をする主な目的

1. 本能的目的...性的本能、快楽的本能の表出
2. 実用的目的...保護、隠蔽、カモフラージュetc...
3. 信用的目的...呪術、禁忌、信仰、信仰集団の表示
4. 表示的目的...集団の表示、アイデンティティの表示(樋口清之:化粧文化No.1)より

多様化する化粧

◎化粧をする理由の変化 好きな色、系統→肌合うもの
昔はカラーテレビやメディアなどの化粧についての情報が少なかったことが要因か。

◎化粧をする人 女性→男性もメイクをするようになった
あいてに好印象を与えることを意識する人が増えてきているため、特に男性は清楚に見えるメイクが流行している。また、メイクだけでなく眉毛を整える男性も増えている。

メイクの変化・化粧の始まり

	メイクの特徴	出来事
明治・大正	細い眉、薄いおちよほ口 → 頼りない印象のメイク だが、日本の伝統的なメイクに非常に似ている	日露戦争、日清戦争
昭和	1940頃～ → 控えめなメイク 1950頃～ → 太い眉、アイラインで 力強い印象のメイク に変化 1970頃～ → シャドーの入ったタレ目、メイクも 強い印象	世界恐慌 関東大震災 第一・二次世界大戦 ベトナム戦争 オイルショック バブル時代 バブル経済
平成	1980年代～ → 濃いメイクで強い印象 1989頃～ → 柔らかな優しい印象 後半 → 目を強調するメイク	東日本大震災
令和	まつげに重点をおいたメイク、平行眉、肌馴染みの良い色のアイシャドーが流行 → 韓国アイドルの影響が大きい メイクに興味を持つ男性の増加	コロナウイルスの流行

〈原始時代〉縄文～古墳

目や口、体に赤の塗料で模様を書く。男性は黒で入れ墨を入れていた。赤色は当時、パワーの象徴であったため、それらを体に塗ることで悪霊や災いを防ぐ魔除け、呪術目的として化粧をしていた。

〈古代〉平安

顔に白粉をたくさん塗るのが特徴。唐風模倣から日本独自の化粧へと変化し、又なす黒髪に白粉を塗り、眉を抜いて顔の上部に眉を描き、お歯黒(平安時代にはお歯黒は貴族の象徴とされており、17歳頃に成人であることを示す象徴でもあった)をするようになった。

〈近世〉江戸

元禄期(1688～1704年)には経済の発展に伴って商品の流通網が整い、化粧品が広まったことで庶民にも化粧の文化が広まった。

赤・白・黒を基調としたメイク。

【出典(上記内容)】 国立国会図書館、日本化粧品工業会】



ディズニー映画の実写とアニメの違い

4組・405 新井晴絵 高橋日和

要旨

ディズニー映画の実写とアニメは違いがあることは知っている人は多いと思うが、実際どのくらい変化していて、その変化にどのような関係性があるのか知っている人は少ないと思う。そのため私達はいくつかの映画を取り上げて調べてみることにした。以下の調査はディズニー映画の違いについてまとめたものであり、調べた項目数は多くはないが今まで知らなかった気づけなかった視点から映画を見ることができ、さらにディズニー映画について興味を持てると思う。

序論

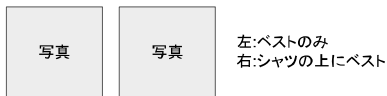
(1)研究の目的
実写化された映画がネット上でアニメと違うと叩かれているのを聞いて、実際にどのくらい変わっているのか調べようと思ったため研究を始めた。

(2)調査・研究方法の概略

- ①ディズニー映画の中からいくつか映画を選ぶ
- ②選んだ映画を観点別に分ける
- ③分析

調査・研究 ②

キャラクターについて
役者の健康を考えた衣装になっていたり、同じキャラクターでもアニメと実写では性格が異なっていたりする。



この調査から、アニメを実写化するにあたってキャラ設定は社会の情勢や環境に合わせているとわかった。

調査・研究 ③

インタビュー
ディズニー映画のアニメと映画の違いを調べるうえで、私たちが実際に物語を考慮することに。
そこで、物語を考慮するときの参考としてインタビューをおこなった。
インタビュー相手: 山本省三さん(絵本・児童文学作家『動物ふしぎ発見』『深く、深く掘りすすめ! <ちきゅう>』など)

インタビューから、
科学系の絵本をかく上で、事実と異なることがないように何度も確認をしたり、読者の世代や、時代に合わせて言葉遣いを変化させるなど、さまざまな工夫がされて一冊の本が作られていることがわかった。

結論

衣装や音楽だけでなくキャラクターの性格、キャラクターの数も変化しているとわかったが、一部の映画しか調べられなかったのでディズニー映画の特徴を捉えきれなかった。

さらなる発展にむけて

調べる映画の数を増やし、どんな特徴があるかを導き出せば良いと思う。また、実際に映画を見比べて異なる競技でも観点で調べられたら良い。

主な参考文献・調査等

- <https://eiqahitotobi.com/>
- <https://sp-magazine.disney.co.jp/p/40846>

調査・研究 ①

・音楽について

アニメ版と実写版で映画の中で流れる曲が少し違うことがわかったので、詳細を調べ、次のようなことがわかった。
映画『アラジン』

He's got slaves, he's got servants and flunkies
⇒He's got 10 thousands, servants and flunkies
slaves(奴隷)という言葉が変更された

And the heat is intense
It's barbaric, but hey, it's home
⇒Where you wander among every culture and tongue
It's chaotic, but hey, It's home
barbaric(野蛮な)という言葉を変更するため、歌詞が大幅に変わった。

『アラジン』ではアニメ版の公開が1992年、実写版の公開が2019年と、27年の差がある。

また、『アラジン』だけでなく、『リトル・マーメイド』などの他の作品でもアニメ版を実写化するにあたって、歌詞の削除や変更がされていることがわかった。

特に、差別的と捉えられる表現はほとんどが削除、へんこうされていた。

以上の調査から、アニメ版が公開されたときと、実写版が公開されたときで、その当時の人々の考え方や風潮が大きく変化しており、それに合わせて映画の中で歌われている歌の歌詞も変更されていることがわかった。

スタート

ディズニー映画の実写とアニメの違い

提言
新キャラ登場

【引用】美女と野獣
実写版ではアニメ版にはいなかったマエストロ・カデンツァというキャラクターが追加されている。
出典: [A&L CONSULTANT](#)

提言
キャラ設定の変化

【引用】美女と野獣
実写のガストンは愛されるキャラクターだがアニメではかなりの性別差をする人になっている。
出典: [A&L CONSULTANT](#)

提言
音楽が変わる、増える

【引用】リトル・マーメイド
「哀れな人々」
原作でのこの歌の歌詞には、女性に対するステレオタイプが含まれている。しかし実写版ではこの部分がカットされた。

【引用】アラジン
ジャスミンの侍女兼親友であるダリア

【引用】アラジン
実写のアラジンは役者の健康を加味してベストの下に1枚シャツを着用しているが、アニメのアラジンは上裸にベストを羽織っただけである。

美女と野獣
「Days in the Sun」
「How Does A Moment Last Forever」
「Evermore」

【引用】アラジン
ジャスミンが歌う「スピーチレス」が追加
「アリ王子のお通り」
アニメ版「奴隷、召使い、人足が彼に仕える」
実写版「何千もの 召使いや 人足が彼に仕える」
「アラビアン・ナイト」
アニメ版「平坦で広大で 暑さがひどい 野蛮な場所、でもそれが故郷」
実写版「多くの文化や言語に 出会える場所 騒然としているが、それが故郷」

11月22日

情報共有会

なぜ実写にするのか？

マイエレメントだと実写化しにくい

- ・モアイ ・トイ・ストーリー
- ・ミラベル ・リメンバー・ミー
- ・モンスターズ・インク など

実写化されていない映画の一つ決めて、自分たちでストーリーを考える。
実写化してみる理由を考える。
もっと色々な観点から違いを見つける。

シンデレラ
の物語
を考える

- ①女王が優しい人だったら
- ②王子がクズだったら
- ③こびとが働いていなかったら

6月13日

インタビュー 山本省三さん

横浜国立大学を卒業後、医薬品メーカーのコピーライターを経て、児童書の創作に入る。文とさし絵の両方を手掛け、『動物ふしぎ発見』シリーズ全五巻で、第34回日本児童文芸家協会賞特別賞、『深く、深く掘りすすめ! <ちきゅう>』で第1回日本子どもの本研究会作品賞を受賞している。
現在、一般社団法人日本児童文芸家協会理事を務められている。

- Q1. もしもシリーズの絵本を書くときに気をつけていること
- Q2. 読んでほしい対象に伝わるように工夫、意識していること
- Q3. ワクワク感じるのに何歳の子供が一番適しているか
- Q4. 時代による本を出版するうえで気をつけることの変化

学びと感想

- ・人がアニメを実写化するにあたり、どの場面がどのように変化しているかを知ることができた。また、時代の変化に合わせて、言葉や衣装が工夫されていた。
- ・自分たちが物語を考えてみて、どの年代にも伝わる表現やアニメのイメージを崩さないように作り上げていくのが難しいと感じた。
- ・アニメが実写化されたとき、「アニメと違う」とショックを受けることがあるが、人間が表現できる範囲は限られているので、二次元なら三次元でもできるという考えをなくし、ディズニー映画を楽しんでみたい。

なぜ「鬼滅の刃 無限列車編」は国内興行収入400億円を突破することができたのか

406班 名前 高橋亜弥 林菜々美

要旨

長年変わることのなかった国内興行収入第一位が映画「鬼滅の刃 無限列車編」によって塗り替えられた。その要因について、心理的な観点と経済的な観点から調査、考察した。心理的な観点ではバンドワゴン効果に基づき、コロナ禍の心理的な不安と映画のヒットの関連性について調査した。経済的な観点ではイノベーター理論に基づき、映画の人気や認知度の高まりとヒットの関連性について調査した。バンドワゴン効果が生じる要因として不安感に関連があると考えられるが、今回の映画のヒットに必ずしも不安感が起因しているとは言いがたい。また、様々なコンテンツを通じ、映画公開前に鬼滅の刃としての人気、知名度の高まりにおいてはイノベーター理論が成り立つと考えられるが、映画のみでも成り立つとは言いがたい。よって、映画のヒットの要因についてはさらなる調査が必要である。

序論

(1)研究の目的
映画「鬼滅の刃 無限列車編」は国内興行収入400億円を突破し、2001年から塗り替えられてこなかった「千と千尋の神隠し」の記録を超え、一位を獲得した。しかも本映画公開当時はコロナウイルスの感染拡大により、外出することすら躊躇されていたことや、「映画離れ」と呼ばれる最近の傾向を鑑みると、今回の映画のヒットはかなりの驚異である。
そこで本研究ではこの状況を踏まえて、それでも映画がヒットしたのはなぜか、そして私たちに今後映画をヒットさせるためにできることやヒットする可能性の高い映画の条件を提言したいと考え、研究を行うことにした。

(2)調査・研究方法の概略

- ①コロナ禍の心理的な不安感と映画のヒットの関連性を調査する
- ②イノベーター理論と映画のヒットの関連性を調査する

調査・研究 ①

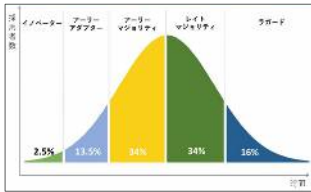
(1)バンドワゴン効果とは
ある選択肢を多数が選択している現象が、その選択肢を選択する者を更に増大させる効果。
(wikipedia 1981~2018)
(2)バンドワゴン効果に関する先行研究
・『消費者間ネットワークと購買行動—スノップ効果とバンドワゴン効果—』(桑島 由美・2008)
・『同 消費者内で発生するバンドワゴン効果とスノップ効果』(中央大学商学部・2012)
・『関係性から見る購買行動—ネットワーク分析を用いて—』(桑島 山天・2007)
<これらの研究からわかっていること>
・財の性質による他者の影響の強さの違い(ex.お茶とブランドバッグ)
・他者とのネットワークにおいて、直接結合ではスノップ効果、構造同値ではバンドワゴン効果が働く
・バンドワゴン効果とスノップ効果は表裏一体であり、いずれも少なくとも他者との関係性や財の性質などの外部の要因に影響を受ける
(3)心理的不安とバンドワゴン効果
<石油危機・コロナ禍におけるトイレトペーパー騒動についての考察>(群馬大学学術研究院(社会心理学研究室) 榎本敏克教授へのインタビューを踏まえて)
「人々にはうわさがあるから買い占めるものではありません。根底にあるのは不安感です。普段とは異なる世間の雰囲気を感じ、テレビなどで行列の様子報道され、店頭で品不足の様子を知ると「自分も買った方がいいかも」という心理が働くのです」(東大新聞オンライン)
→心理的不安により感情的な判断が助長され、周りに合わせておいて安心感を得ようとする、というのが一理ある。しかしトイレトペーパーは生活必需品であり、店頭からなくなる前に早めに手に入れようとするのは合理性があり、必ずしも心理的不安によってバンドワゴン効果が助長された例とは言えない。

(4)心理的不安と映画のヒットの関連性
<映画と他の財との違いについての考察>
「映画」という財は、何人が消費(鑑賞)してもくならない、消費(鑑賞)に一定の時間を要する、公開期間が限定的であるなど、これまで研究が行われてきたブランド品のような商品とは性質が異なり、安易に比較できるものではない。したがって心理的不安と映画のヒットの関連性は、人間の本能的な性質を考えれば一理あるようだが、明確な根拠を見出すことはできなかった。

バンドワゴン効果の観点から、本映画のヒットは心理的不安と関連を持つものとは言いがたい

調査・研究 ②

(1)イノベーター理論とは
イノベーター(革新者)...冒険心にあふれ、新しいものを選んで採用する人。
アーリーアダプター(初期採用層)...流行に敏感で、情報収集を自ら行い、判断する人。他の消費層への影響力が大きく、オピニオンリーダー、インフルエンサーとも呼ばれる
アーリーマジョリティ(前期追随層)...比較的慎重な人。平均より早く新しいものを取り入れる。ブリッジビルとも呼ばれる。
レイトマジョリティ(後期追随層)...比較的懐疑的な人。周囲の大多数が試している場面を見てから同じ選択をする。
ラガード(遅滞層)...最も保守的な人。流行や世の中の動きに関心が薄い。イノベーションが伝統になるまで採用しない。



(2)イノベーター理論と映画のヒットの関連性
鬼滅の刃という作品のブランド自体がすでに有名で人気であったため、映画のみをイノベーター理論に当てはめて考えることは不可能に近いと考えられる。しかし、鬼滅の刃に関わる全てのメディア(コンテンツ)がイノベーター理論におけるアーリーマジョリティまでの人気を獲得したあとに、映画公開に至ったと考えられる。

イノベーション理論が映画のヒットの全てに関係しているとは言いがたい

結論

心理的不安感が感情的な判断を助長させる例として、トイレトペーパー騒動との比較を試みたが、対象となる財の違いから比較するのは適当ではないと判断した。またバンドワゴン効果が生じる要因として不安感に関連があると考えられるが、今回の映画のヒットに必ずしも不安感が起因しているとは言いがたい。また様々なコンテンツを通じ、映画公開前に鬼滅の刃としての人気、知名度の高まりにおいてはイノベーター理論が成り立つと考えられるが、映画のみでも成り立つとは言いがたい。

さらなる発展にむけて

コロナ禍という特殊な状況でのこの映画のヒットについては、コロナ禍に公開された他の映画と比較・検討をすれば、本映画のヒットの特徴が見えてくるかもしれない。

主な参考文献・調査等

- 『消費者間ネットワークと購買行動—スノップ効果とバンドワゴン効果—』(桑島 由美・2008)
- 『同—消費者内で発生するバンドワゴン効果とスノップ効果』(中央大学商学部・2012)
- 『関係性から見る購買行動—ネットワーク分析を用いて—』(桑島 由美・2007)

スタート

なぜ『鬼滅の刃 無限列車編』は国内興行収入400億円を突破することができたのか

何か心理学的な影響が関係しているのではないか

提言①

「バンドワゴン効果」による影響

何か経済学的な戦略が関係しているのではないか

提言②

イノベーター理論による影響

【引用】バンドワゴン効果とは
ある選択肢を多数が選択している現象が、その選択肢を選択する者を更に増大させる効果。
出典：Wikipedia

【対】スノップ効果について
他者の消費が増えるほど需要が減少する現象
【スノップ効果が働く理由】
他者と差別化されたいという、一種の承認欲求が働くから

【バンドワゴン効果が働く理由】
大型の動物も食料として人間は、生き残るために他者と協力する必要があったため、「帰属意識(集団に属していたい気持ち)」が本能的に備わっているから

〈マズローの欲求階層説からのアプローチ〉—分類—

生理的欲求
安全の欲求(安定した生活を望む)
社会的欲求 → バンドワゴン効果
承認欲求
自己実現の欲求 → スノップ効果

〈仮説〉
心理的不安はバンドワゴン効果を促進させる

〈先行研究より〉
・財の性質による他者の影響の強さの違い(ex.お茶とブランドバッグ)
・他者とのネットワークにおいて、直接結合ではスノップ効果、構造同値ではバンドワゴン効果が働く

—推移—
下位の低次の欲求が満たされると、上位の高度の欲求が上がっていく

コロナ禍で「安全の欲求」が脅かされる
→ 上位の欲求は働きにくくなる
→ 相対的にバンドワゴン効果の方が強く働く

トイレトペーパー買い占め騒動
(オイルショック・コロナ流行)
『人々にはうわさがあるから買い占めるものではありません。根底にあるのは不安感です。普段とは異なる世間の雰囲気を感じ、テレビなどで行列の様子報道され、店頭で品不足の様子を知ると自分も買った方がいいかも』という心理が働くのです』
出典：東大新聞オンライン

任意のマスク全員着用？
マスクの着用は合理性があるので、心理的不安によって引き起こされたものではないかもしれないが、マスク着用の有無による差別は当てはまるのかもしれない

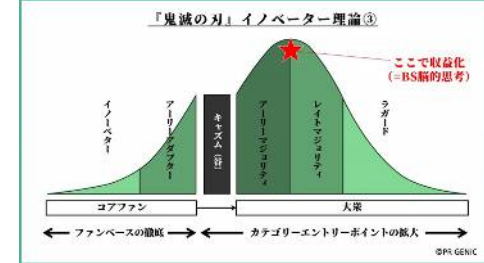
インタビュー実施予定(6/21)
心理的不安が原因における購買行動に与える影響
過去に心理的不安が大きな影響を及ぼした事例

コロナ禍に高まった不安感がヒットを拡大させた
と断言はできないが、不安感が少なくとも集団における消費決定を多数派の方向に導く効果があると言えるのでは？

過去の変遷と仮説
仮説
「類似性の法則・相補性の法則」+「キャラ化」による影響

検討会で「一般的なヒット論」とあまり変わらないの
ではない指摘
→ 一般論や先行研究の調査はちゃんとやったほうがよかった
→ 仮説を立てるときは論点を明確にして自分たちのオリジナルの研究をする
(もはや仮説を聞いただけではよくわからないくらい細かい内容でもいいのでは？)

研究初期の段階で、仮説を立てた仮説があまり関係ないかも思ったり、思い切った次の候補に行く



分類	全体に占める割合
イノベーター(革新者)	2.5%
アーリーアダプター(初期採用者)	13.5%
アーリーマジョリティ(前期追随者)	34%
レイトマジョリティ(後期追随者)	34%
ラガード(遅滞者)	16%

〈仮説〉
イノベーター理論が成功した。

イノベーター...新しいものに飛びつく
アーリーアダプター...ベネフィットに着目。積極的な情報発信。いわゆるインフルエンサー
アーリーマジョリティ...流行に乗り遅れたくないという思いを持ち、アーリーアダプターの影響を受けやすい。
レイトマジョリティ...半数の人が受けたことを確認すると購入するラガード...新しいものは受け入れたくない。それが伝統になってから購入する。

対イノベーター少年ジャンプ連載対アーリーアダプター漫画(単行本)対アーリーマジョリティアニメ
ここまでで過半数

キヤズム理論
アーリーアダプターとアーリーマジョリティの間の溝
→ 鬼滅の刃という作品全体に消費者の注目ができなかった

無限列車編の映画の興行収入は、映画のみの影響ではなく、その前にある、漫画やアニメで高い人気を得ていたことも影響する。その土台も踏まえた上で、映画としても人気を獲得できたからだと考えられる。

カトリックと安楽死合法化の関係

3年・4組・班名409 名前 須藤華奈 山口 紗奈

この研究は、安楽死に関する論争の背景にある人命の価値と尊厳の問題を探求し、特に宗教的価値観が影響を与えているかを検討することを目的とする。聖書に基づけば、一般に安楽死は神の意志に反するとされるが、安楽死を認めるキリスト教国が多いことから、宗教観との関連を調査した。方法として、カトリックにおける安楽死の位置づけや死生観の変化、無神論者の増加について調査する。カトリックでは生命は神がつかさどるもので人間が自分で所有するものではないと考える点で、自殺と安楽死はともに禁忌とされるが、特に安楽死は他者による命の終わらせ方としてタブー視されている。自己決定権の重要性が増す中、安楽死は個人的な問題として捉えられつつある。第二バチカン公会議を経て、キリスト教は包括的対話路線に転換し、自殺者の被埋葬権剥奪の規定も削除された。無神論者の増加やカトリックの死生観の変化が安楽死合法化の一因とされ、今後は他の宗教や倫理的視点からの考察を通じて、安楽死に関する理解を深めることが期待される。

序論

(1)研究の目的

過去から安楽死が大きな論争を引き起こしてきた背景には、人命の価値と尊厳の問題があり、その考え方のベースになるのは**宗教的価値観**であることが知られている。キリスト教では「人間の生は神の貸与などの考え方により安楽死による生命の短縮は神の権威に反する」とされる。しかし、実際に尊厳死、安楽死を認めている国を宗教別に調べてみるとキリスト教を信仰している国に多い傾向があることがわかった。そこで宗教観との関連が本当に強いのか、あるいは別の要因があるのかを明らかにしようと思い、研究に至った。

(2)調査・研究方法の概略

- ①カトリックにおける安楽死の分類(本)
- ②死生観が変化したのか(聖書の内容の変更の原因や歴史的背景)
- ③無神論者の増加

調査・研究 ①

大前提として、自殺はカトリックにおいて大罪とされてきた。しかし、主にカトリックを信仰している国で安楽死が合法化されてきていることに矛盾を感じたので、そもそもカトリックでは安楽死を自殺と捉えていないのではないかと考え、この調査に至った。調べてみるとカトリックにおいて、自殺と安楽死は区別されるものであると、2016年にバチカンで『生命倫理指針』が発表されていたことがわかった。しかし、『生命倫理についての新しい指針』(聖マリア病院 教皇庁、保健医療従事者評議会・2024)によると安楽死は殺人行為であり、容認できないものとされている。

その背景として、カトリックの考え方として患者の命がある限り、誰の手によっても死はあってはならないものであり、人間の意志を超えるものであるとしている。これらのことから、カトリックでは安楽死は自殺と区別されているが、安楽死自体は他者の手によって命を終わらせる行為なので宗教観的にはタブー視されていることがわかった。結局はじめの問題に戻った。しかし、そもそも安楽死は本人とその家族間の問題に帰着されるようである。また自己決定権が重要視されるようになり、安楽死もまた個人的な問題、人生観の問題になりつつある。

タブー視されている要因として安楽死についてのラインが明確に示されていない事が挙げられており、最近の考え方として容認されるべき安楽死もあるとされている。安楽死が定義化されることによっていつか全体外観的にも認められるものになる可能性もあるかもしれない。

調査・研究 ②

1962年から1965年にかけて教会自身の本性とその現代的使命を問い直した第二バチカン公会議が行われた。この会議の最後に公布された現代世界憲章では、現代社会への適応にける強い意気込みが示された。また、現代世界憲章と同時に発表された信教の自由に関する宣言は「今日は、人間が人格の尊厳をますます意識するようになり、また行動するにあたって、強制されることなく、義務感に動かされて、自分の判断と責任ある自由をもち、これを用いることを要求する者の数が増えてきた」と述べている。また1917年に公布された教会法典には、「自殺した者から教会での被埋葬権を剥奪する」との規定があったが、第二バチカン公会議をうけて1983年に公布された新たな教会法典では自殺者の被埋葬権剥奪についての規定が削除されている。

調査・研究 ③

国名	総人口	無宗教人口	無宗教人口の割合
カナダ	28,647,283	1,600,232	5.23
ロシア	52,085,166	3,505,984	6.72
スペイン	47,519,828	10,004,849	21
オランダ	17,650,376	7,820,084	44.2
ベルギー	11,886,140	3,616,372	30.9
ルクセンブルク	654,768	176,284	26.9
ニュージーランド	5,228,100	2,070,023	39.7
ポルトガル	10,247,605	880,344	8.5
計	145,071,795	28,599,952	20.4
世界全体	8,043,901,608	1,224,729,247	15.2

世界全体に比べて、安楽死が合法化されているヨーロッパの国々では総人口に対する無宗教割合に大きいことが示されている

結論

無神論者の増加、カトリックの自殺に対する考え方の変化や現代社会への適応が安楽死合法化の増加の一因となっている

さらなる発展にむけて

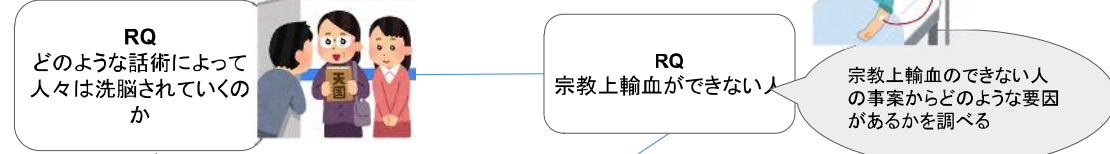
他の宗教と同じキリスト教でもプロテスタントや正教会についての従来の死生観、また現在までの変化などの宗教観の比較や歴史的視点からの考察により更にカトリックの特徴についての考察が深まると考える。

主な参考文献・調査等

『生命倫理についての新しい指針』(聖マリア病院 教皇庁、保健医療従事者評議会・2024)
インタビュー協力 仙台白百合女子大学 カトリック研究所所長 宮崎正美様

スタート

宗教



複数の宗教の勧誘方法を調べ、共通点を探す

- ・調査する宗教の決定(「セクトの構成要件10ヶ条」を満たす宗教)
- ・宗教勧誘についての文献調査
- 文献が不足

安楽死、尊厳死が認められている国々との異なる点を見つける

RQ 尊厳死、安楽死を日本でもできるようにするには

- ・人口⇒日本に比べて、かなり少ない国が多い
- ・GDP⇒ばらつきがあり相関性が認められない
- ・幸福度⇒日本よりも高い
- ・自殺率⇒ばらつきがある
- ・主に信仰されている宗教
- ⇒キリスト教(カトリック、プロテスタント)

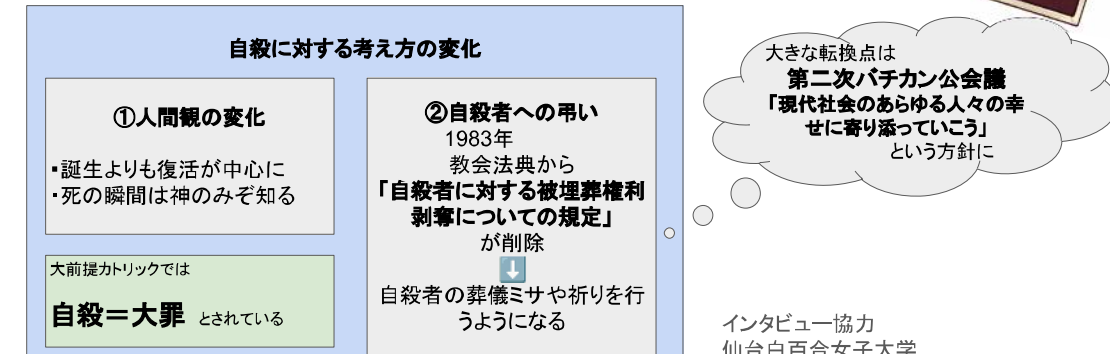
RQ カトリックと安楽死合法化の関係

仮説 無神論者の増加 カトリック死生観の変化

カトリックにおける自殺と安楽死

- ・自殺と安楽死は区別される(生命倫理についての新しい指針)
- ・安楽死は殺人行為であり容認できない
- ・人格も命も尊重されるべき
- ・容認されるべき安楽死もある

無神論者の増加 特に西ヨーロッパでは無神論者が増えている(医学の進歩などに伴い、人間の命が神聖なものだと考えなくなった人も多いのではないか)



インタビュー協力 仙台白百合女子大学 カトリック研究所所長 宮崎正美様

群馬県内の上毛三山神社の分布とつながり

410班 名前 浦野彩花 川田優理 小竹美聡

要旨

群馬県内にある上毛三山(赤城山、榛名山、妙義山)は運動会の団名に使われており、私達にとっても身近な存在である。そんな三山の神社である赤城神社、榛名山神社、妙義神社について調べることで、私達の住む群馬県への興味や知識を高めたいと思った。赤城、榛名、妙義、それぞれの名を冠する神社の分布を調べ、その関連性や関わりのある事柄について考察した。それぞれの神社に特徴があり、分布の重なりは見られず、また群馬県の土地利用も関わっていると考えられる。

序論

(1)研究の目的

県内でも有名な上毛三山の神社である赤城神社、榛名山神社、妙義神社について知ることで私達の住む群馬県についてより知識を深め地元への興味関心を引き立てるため。また 分布に関わる様々な要素を私達なりの視点で考察し、新たな発見につなげるため。

(2)調査・研究方法の概略

- それぞれの神社の分布を地図上に表す
 - 神社庁サイトより住所を調べる。
 - それに沿って群馬県の白地図上にシールを貼る
- それぞれの神社の歴史や御祭神、ご利益などを調べる
 - ホームページ、本
- 調査から見えてきたことをまとめる
- 関連のありそうな事柄についてより深掘りするために 専門家の方にインタビューを行う
- 考察、結論

上毛三山についての調査

赤城

- 設立年: 806年
- 御祭神: 赤城姫命
- ご利益: 良縁成就、安産、夫婦円満
- 「分布について」

比較的平野側に分布しており、上毛三山神社の中で最も県内の分布数が多い。赤城姫命の神話が関わっていると考えることもできるが、本山を中心に広がっているわけではないため分布との関係性は不明。

榛名

- 設立年: 585年
- 御祭神: 火産靈神、埴山売神
- ご利益: 鎮火、開運、五穀豊穡、商売繁盛
- 「分布について」

主に高崎市に分布しており、赤城神社とはほとんど分布が重ならない。また分布数も赤城神社と比べると少ない。榛名山神社は岩を祀っているとも言われている。

妙義

- 設立年: 537年
- 御祭神: 日本武尊、豊受大神、菅原道公、権大納言長親卿
- ご利益: 勝負運、立身出世、学問成就
- 「分布について」

県内には一つだけ存立しており、富岡市にある。赤城、榛名山神社と比べて圧倒的に数が少ない。

* 3つの神社の分布から分かったこと・考えたこと・生まれた疑問

- 3つの神社の分布は重なっておらず、赤城神社が一番多い
- 3つの神社の神様のパワーバランスの影響を考えてみたが、それぞれ 設立年が異なるため可能性は低い
- 赤城と榛名は927年の延喜式神名帳に、赤城神社は名神大社、榛名山神社は上野国十二社として記載されている
- 赤城神社が一番分布数が多いのはなぜなのか
- そもそも分霊とはどんな方法で行い、何のためにするのか
- なぜ妙義神社は一つしか県内に存在しないのか

筑波大学教授 松井圭介さんへのインタビュー

私たちの調べた結果から、それぞれの神社の分布は重なっておらず、神社数も大きく異なっていることがわかった。関わりのある事柄について、松井教授へのインタビューを行った。

- そもそも山が信仰の対象になるのはなぜか**
祖霊信仰が存在しており、山は先祖が帰ってきて住む場と考えられていたから。また、山は人間が生活する上で必要不可欠な水をもたらしてくれる場であったため、与える影響が多かったから。
- 赤城神社が平野側に広がっているのはなぜか**
もともと土地が豊かで生産性が高かったため、豊富な食物のお陰で強い武士団が育った。その後武士たちの間で戦いの神様として伝わっていったのではないかと。
- 赤城神社の数が多いいのはなぜか**
神社の社家が経済活動の一環として信徒の人々や周辺地域に御礼を配りまわり、ご祈神をした。人気も高く広い範囲に信仰を広めることができたのではないかと。
- 妙義神社が一つしかないのはなぜか**
修行の場であり、一般向けの営業はしていなかったのではないかと。また、幕府の保護を受けていたため金銭面では困らなかったのではないかと。

赤城神社 宮司 塩原さんへのインタビュー

松井さんへのインタビューに続き、より考察を深めるために、赤城神社についての質問を中心にインタビューを行った。

- 赤城神社の分布が平野側に広がっているのはなぜか**
神社は日当たりの良い南向きに建てること、利根川が北から南に流れ、農地が南に広がっていることが原因となって平野側に分社が増えていった。
- 榛名山神社、妙義神社よりも赤城神社の数が多いいのはなぜか**
赤城神社には五穀豊穡のご利益があるから。一般の参拝客が多いから。

考察

赤城神社は五穀豊穡のご利益があることで、農地が広がり人が居住する南東の方角へ分社が多く分布しているのではないかと。また赤城神社は800年代に設立したにも関わらず、927年の延喜式神名帳に名神大社として記載されているため、榛名山神社に比べて勢力が大きかったのではないかと。妙義神社は、江戸時代に歴代将軍や加賀の大名から崇敬されていたので、金銭に困らず、あまり布教活動をする必要がなかったのではないかと。

結論

上毛三山の神社はそれぞれの分布が重ならず、群馬の豊かな土地利用と大きく関係があると考えられる。

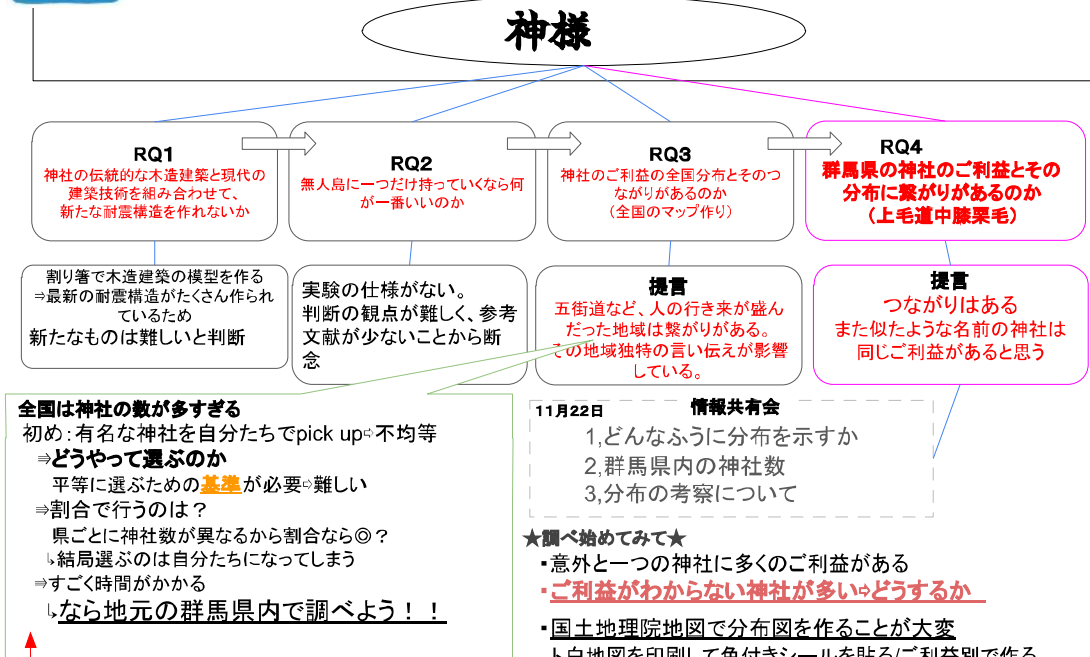
さらなる発展にむけて

群馬県の昔の土地利用や地域ごとの人口、また暦などを調べてみる。近隣の都道府県の神社の分布傾向と比較して見ると、よりつながりが明らかになるかもしれない。

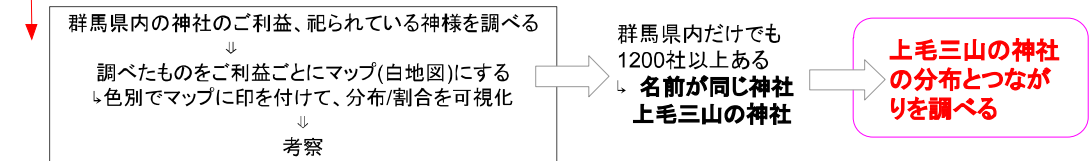
主な参考文献・調査等

神社庁、赤城神社ホームページ、妙義神社ホームページ、Google map

スタート



公開検討会



○**赤城神社** (52)

祭神 : 赤城姫命
ご利益: 良縁成就、安産、夫婦円満
設立年: 806年(?)
信仰対象: 湖

○**榛名山神社** (15)

祭神 : 火産靈神、埴山売神
ご利益: 鎮火、開運、五穀豊穡、商売繁盛
設立年: 927年(?)
信仰対象: 岩(巨石信仰)

○**妙義神社** (1)

祭神 : 日本武尊、豊受大神、菅原道真公、権大納言長親卿
ご利益: 勝負運、立身出世、学問成就
設立年: 537年(?)
信仰対象: 山

▷**調べてわかったこと**

- 比較的平野側に広がっている
- 三山神社のなかで一番分布している数が多い
- 上野神話の赤城姫命が関わってそう

▷**調べてわかったこと**

- 大体は高崎市に分布している中、沼田市と東吾妻町に飛び地のようにつづつ分布している

▷**調べてわかったこと**

- 上毛三山の神社の中で妙義神社のみ一社しかない
- 妙義神社の位置と赤城神社の分布が被っている

3つの神社から

- パワーバランスが関わっている? ⇒それぞれ年代がバラバラで、分布している地域もほぼ被っていないことからお互いに力を及ぼしているわけではなさそう
- 分量の地域や数は進行している人数の影響を受けている?

インタビュー後に考察

血液型がO型から派生していった要因について

～気候・感染症～

班名414 丸山美音 小暮菜々美

要旨
現在の世界の血液型の分布を調査し、得られた様々な情報を照合して、自分たちで表を作った。その表から気温分布との関連性を見出した。また、この研究内容に精通している方へのインタビューを通して、感染症と関連している可能性があるという手がかりを得た。それを踏まえて、気温と同様に、血液型の分布と感染症の発生及び流行地域との関連性を見出した。

序論

(1)研究の目的
血液型の違いによる病気の発症リスクを調べた結果、O型が最も免疫能力が高いと分かったため、全人類がO型であった方が生物学的には理にかなっていると考察した。しかし、実際にはO型だけではなく、何らかの規則性に基づいて血液型が分布しているということが分かった。そこで、血液型の分布に何が影響を及ぼすのかを明らかにしたいと思う。

(2)調査・研究方法の概略
①血液型による違いを調べ、世界の血液型の分布をまとめて図1を作成した。
②気温に注目した地域分布と血液型の相関関係を調べる。
③感染症が発生、流行した背景や地域を調べ、それが血液型の分布に与えた影響を調べる。

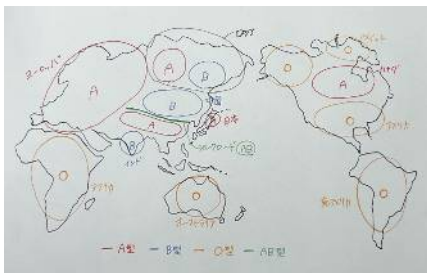
調査・研究 ①

○血液型による違い

	A型	B型	AB型	O型
赤血球型				
抗体(血清)	抗B抗体	抗A抗体	抗体なし	抗A・抗B抗体
抗原(赤血球)	A抗原	B抗原	A・B抗原	抗原なし

存在しないに反応するに対して攻撃を来さず来たすに存在する

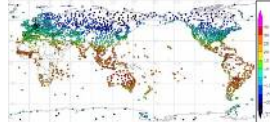
○世界の血液型分布(図1)



その国や地域で最も多い血液型をデータをもとに上の図を作成した。人類が発生した地域も最初に血液型が発生した地域もアフリカであることや、イヌイトなどの民族ごとに多いとされる血液型が存在することから、血液型の分布や派生に歴史や民族の影響があると考えられる。『血液型の国際比較』(社会実情データ図録・2013)

調査・研究 ②

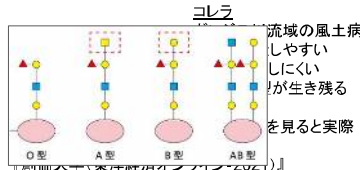
図1と右の図(2024年1月のデータ)より血液型の分布は気温分布と関連していると考えたため、共通点を見出し以下に示す。



A型⇒5~13℃
B型⇒気温に基づく共通点を見出せず提示不可
O型⇒24~30℃
AB型⇒データ数の不足より提示不可
この調査からA型は冷涼な地域、O型は温暖な地域といった分布が読み取れるため、血液型と気温には正の相関関係があると考えた。『World Köppen Map』(Peel, M. C., Finlayson, B. L., McMahon, T. A.・2007)

調査・研究 ③

インタビューで感染症も血液型の分布に関係している可能性があることが分かり、調べた結果、血液型によって細胞の形が異なるため、ウイルスとの親和性が変わる。このことから、血液型の違いによって感染率に差が生じているのではないかと考えた。



結論

血液型がO型から派生していった理由として気温の違いや感染率の違いが挙げられる。気温の違いにおいては、A型は冷涼な地域、O型は温暖な地域に多く分布していると分かった。また、感染率の違いにおいては細胞とウイルスの結合のしやすさが関連していると分かった。

さらなる発展にむけて

気候を気温を中心に捉えていたが、湿度や降水量、年較差の有無などの点にも注目して研究することで、新たな関連要素などの気づきを得て、より信憑性を高めることができると考えた。特に、B型については降水量と関連している可能性について調査し、今後の研究につなげたい。

主な参考文献・調査等

『ABO記』(市川千枝子・2011)『生態学からみた自然』(河出書房新社・1979)『血液型について』(日本輸血・細胞治療学会)

スタート

	A型	B型	AB型	O型
赤血球型				
抗体(血清)	抗B抗体	抗A抗体	抗体なし	抗A・抗B抗体
抗原(赤血球)	A抗原	B抗原	A・B抗原	抗原なし

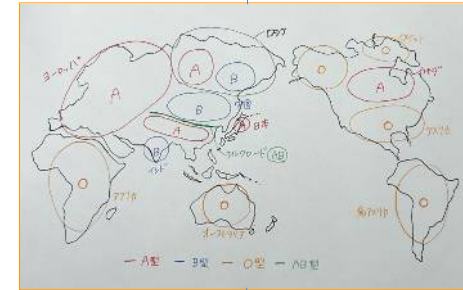
【引用】

血液型は、血液内の赤血球表面にある抗原(免疫反応を引き起こす物質)の種類によってA・B・O・ABに分類されている
*同じ抗体を持つ血液を攻撃することはない

血液型

RQ
血液型がO型から派生していったのはなぜか

血液型による病気の発症リスクについて調べていたが、専門性が高かったため、断念。



気候

A型
ヨーロッパ、カナダ
ロシアの西側、日本

B型
中国、インド
ロシアの東側

O型
アフリカ大陸、南アメリカ大陸、オーストラリア大陸、アメリカ、イヌイト

A型
寒い地域

B型
草原地帯、高原地帯

O型
温暖な地域

寒い地域だけではなく
→他の影響がある?



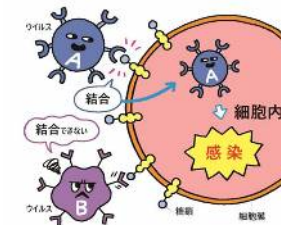
血液型によって病気の発症率が異なるため、感染症が血液型の分布に関係しているのではないかと
by インタビュー

ベスト菌を媒介するノミがクマネズミから人間に移り、伝染させることで発症するベストの大流行がヨーロッパで見られた。

ベスト
B型・O型 感染しやすい
A型 感染しにくい
→A型が生き残る

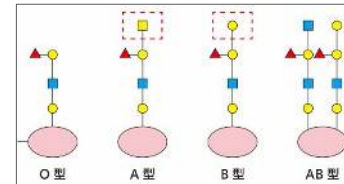
感染症

ある感染症が流行った地域では、その病気に感染しにくい血液型の人々が生き残る



コレラはガンジス川流域の風土病であり、後に世界中に広がっていった。

コレラ
O型 感染しやすい
B型 感染しにくい
→B型が生き残る



お菓子の内容量・価格の変動の原因と予測

3年4組 415班 星 ゆきの 田中心結

要旨

近年、食料品などの「値上げ」や「ステルス値上げ」がよく起こっているが、それが起こる原因とその変化はどういうものなのか、将来はどのようになるのか疑問を持ったため、調べることにした。対象はスナック菓子とし、2000年から現在までの価格と内容量をインターネットから調べ、また、日本円の為替価格との関係を回帰分析を用いて調べた。結果として、価格は少しずつ上昇し、内容量は減少していること、また、円安になればなるほど菓子の価格が上昇することがわかった。内容量と日本円の為替価格との相関はわからなかった。

序論

(1)研究の目的
ここ数年、食料品の「値上げ」や、価格を変えずに内容量を減らす「ステルス値上げ」などの報道をよく聞くようになった。そこで、将来の価格はどうなるのか、また、値上げなどの原因は何なのか疑問に思い、調べることにした。

(2)調査・研究方法の概略
研究を進めるにあたり、次のような方法をとった。
①スナック菓子の内容量の変化を調べ、その特徴を考える。
②内容量・価格と日本円の価値の変動との関係を探る。
③インタビューを元に内容量・価格変動の原因を考える。
同様のテーマを扱っている先行研究は見つからなかったため、グラフを作成し、変化していくデータの傾向や特徴を分析するのが良いと考え、それが本研究の活動の主となった。

図5より、米ドル/円が高くなる、つまり円安になるほど、お菓子の価格が上昇することが見て取れる。図2と合わせると、2000年から2024年までの価格の上昇は、円安が進むことによって起こったとわかった。また、米ドル/円と内容量との関係はあるとは言えないため、内容量の変化の要因は日本円の価値以外のものが強いと考えられる。具体的には、お菓子の内容量は、お菓子の製造コストやお菓子会社の予算、消費者の購買力、ライバル商品の売上などと関係してそうだったと思うが、それらの関係を調べるところまでは力が及ばなかった。

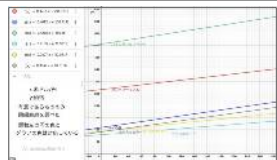


図5 米ドル/円と価格の回帰直線

③インタビューから考察する

インタビューを行わせていただいた会社は、原材料を国外から輸入して製品に加工し、国内に販売する事業が主のため、円高で原材料が安く買える円高のほうが利益が出やすいそうだ。現在は円安が進んでいるため、売上は増加したが利益は減少しているとのことだ(2023年度)。

商品の内容量を減らす理由は、会社が消費者の購入量を維持しつつも利益を出したいと考えているためであるそうだ。値上げをすると購入量が減ってしまうらしく、利益減少の対策としては、値上げよりも内容量を減らすことのほうが優先度が高いと考えられる。このことは①で考察したことも一致する。

他にも、原材料が大幅に安くない限り恒常的な値下げは行うことが難しいが、消費者に還元する意味で期間限定の増量品の販売などを行っているそうだ。この場合、②で考えたように、内容量の変化は消費者の購買力も関わっていることがわかった。

これらのことから、お菓子会社は、消費者の購買力が減少しないように内容量のみを変え、価格改定は奥の手であると考えた。また、現在の為替相場は円安傾向となっており、原材料を輸入し国内販売する企業にとって原材料の実質的な値上げが続いているため、製品の値下げに踏み切るには困難な状況であると考察する。

結論

データより、円安が進むほどお菓子の価格が上昇すると言える。お菓子の内容量は日本円の価値と関係があるとは言えず、他の、消費者の購買力などと関係していると思われる。

お菓子会社側から考えると、価格の上昇は、会社が利益を出すため、生産コスト等を踏まえて経営を安定させるために起こる。内容量の減少が起こるのは、企業が消費者の商品購入量を維持するためであり、それは価格改定よりも優先される。

また、現在の状況を鑑みると、円安により輸入原材料の実質的な値上げが進んでいるため、お菓子の恒常的な値下げが行われるのは難しい状況である考えられる。

さらなる発展にむけて

お菓子の内容量と価格の予測を行うことができなかった。価格の予測は日本円の為替を予測する必要があるが方法がわからず、内容量はその変化の大きな要因が何であるかがわからなかったためである。日本円の為替相場の予測は、過去の景気の変化や経済の出来事調べることでもわかるかもしれないと思った。

また、今回の調査では考慮しなかったのだが、お菓子会社によって原材料や商品の輸出入の割合が異なると思うので、似たような傾向の会社をグループに分けて比較することで、結論をさらに深めることができるかもしれないと考えた。

主な参考文献・調査等

- 各お菓子会社ホームページ
- いつの間にか容量が減っている商品wiki
- 値上げ備忘録
- 世界経済のネタ帳
- かつこデータサイエンスぶろぐ
- CrossKnowledge

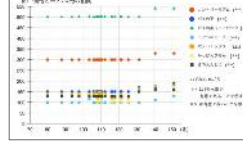


図4 米ドル/円と価格の散布図

①価格、内容量の変化

調査対象をスナック菓子(以下お菓子)など7つにし、各お菓子会社ホームページ、いつの間にか中身が減っている商品wiki、値上げ備忘録をもとに、商品の2024年現在までの内容量と希望小売価格(オープンプライスを含む。以下価格と表す)を調べた。発売開始年次がそれぞれ異なるため2000年から統一し、それぞれをグラフにまとめた。

図1から、内容量が全体的に減少していることがわかる。商品によって減少量に差があるが、2000年の内容量が多いほど減少が大きい傾向にあると考えた。



図1 内容量の推移

図2からは、価格が一定の値をとりながら少しずつ上昇していることがわかる。上昇が見られる年はリーマン・ショックが起った2007、8年と、最近の2021年以降である。そのため、価格の変動は為替レートの変化によって起こっていると考えられる。

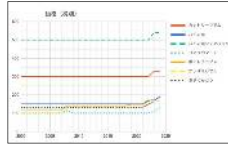


図2 価格の推移

また、2000年を100%とした2024年のお菓子の内容量の割合を示したのが図3である。これにより、2000年から内容量が30%減少したものが多くことが分かる。

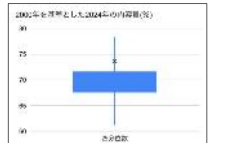


図3 2000年を100%とした2024年の内容量の割合

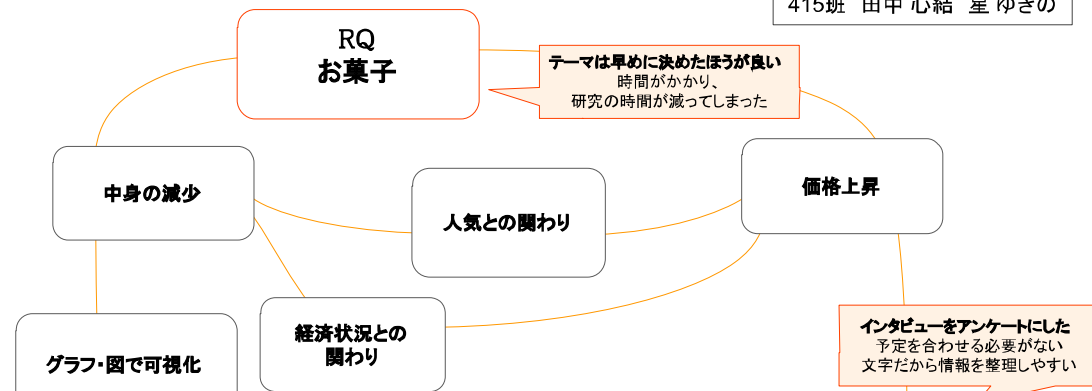
②日本円の価値の変動との関係

図2より、価格の増加は日本円の価値に影響されているのではないかと考え、米ドル/円とお菓子の価格の関係を回帰分析を用いて調べた。図4に示すように、価格との相関は1%水準で有意であるものがあつた。また、内容量との関係もしらべたが、いずれも有意でなかった。

図4から、米ドル/円と価格は弱い正の相関があるとわかる。これららの有意であるものはPythonとStatsmodelsを使用して回帰直線を求め、横軸を米ドル/円、縦軸を価格としてグラフに表した。(図5)

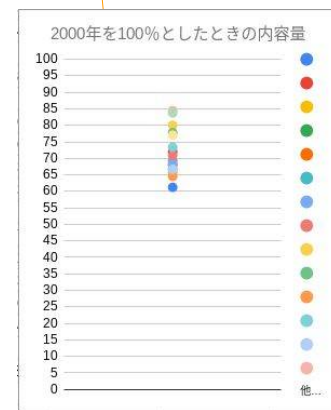
お菓子の内容量・価格の変動と予測

415班 田中心結 星 ゆきの



お菓子会社へのインタビュー内容

- 国外から原材料を輸入し製品に加工し、国内で販売することが主であるため、円高のときのほうが原材料を国外から安く輸入できて利益が出やすい
- 原材料があまりにも高騰した場合は値上げを行う
- 値上げをした場合に買い控えが出たり、買いにくくなると判断した場合は内容量を減らす



散布図にしてみると、2000年と比べて大体35%程度減少していることが分かる

提言

お菓子の内容量が減少しているのは、円安で利益が出にくい場合でも値段を維持して消費者が買い求めやすくするため



過去5年間の経済状況を見ると、時折円高になることはあっても全体としては円安傾向が続いている
→日本向けに商品を製造している国内企業にとっては大きな打撃となっている

先生等他の人に意見を聞くほうがよい
考えの偏りや視野の狭さに
気付くことができる

【参考資料】

- いつの間にか容量が減っている商品Wiki <https://shrinkflation.info/>
- Wayback Machine <https://wayback-api.archive.org/>
- 各お菓子会社ホームページ

カカオ豆ブランド化計画

501班 菊池朝風 佐藤麻衣

要旨

チョコレートと関わりのある国際的な問題について、先進国による労働力に見合わない対価によって貧しい生活を送っている発展途上国の人々が挙げられる。この問題を解決するために我々が提言するのが「カカオ豆のブランド化」である。世界中の各地域のカカオ豆をブランド化することにより他地域のカカオ豆との差別化を図ることができ、価格競争に巻き込まれなくてむといた利点が生まれる。この提言を実現させるためにチョコレートを生産する企業からカカオ豆の生産国との関わり方を学んだり、実現された際に商品が多くの人に手にとってもらえるようなパッケージ制作を行った。一方で企業から学ぶだけでなく私達の提言に対するフィードバックをもらい途上国の人々の収入を上げる方法を更に調査する必要がある。

序論

(1)研究の目的
チョコレートのカカオ豆は多くの発展途上国の人々の収入源となっていること、現在発展途上国の経済に関して問題になっているのは先進国による労働力に見合わない対価であることが分かった。このことからカカオ豆の特徴に重点をおくことで問題を解決する筋道を立ててみようと考えた。

(2)調査・研究方法の概略

図書館やインターネットでカカオ豆に関する情報を入手し、カカオ豆を育てている発展途上国の人々の収入を上げる方法を見出す
チョコレートを製造する工場と連絡を取り、カカオ豆を生産している地域のの人々との関わり方を学んだり、私達の考え方に関する意見を頂いてより良い提言を行う。

調査・研究 ①

カカオ豆に関する調査

カカオの樹は、赤道を挟んで北緯20度から南緯20度の高温多湿の熱帯でしか生育しないのに加えて、高度30~300m、年間平均気温が約27℃で気温差が小さい、年間降雨量は最低1000mm以上であることが必要となってくるため、栽培環境が非常に限定されている。

カカオ豆の味に関する調査

インドネシアカカオ 草や木を採したようなスモーキーで力強い香りが特徴的
マダガスカルカカオ シトラスや赤熱のペリーを思わせる果実感と、爽やかな酸味が特徴的
エクアドルカカオ ジャスミンを思わせる芳醇な花の香りと、軽い酸味が特徴

チョコレートはカカオ豆の産地や気候によって酸味、苦み、食感が変化するのにも関わらず一般に浸透していない。

お米やコーヒーのように味や風味に着目して加工したチョコレートではなく、カカオ豆自体の価値をアピールすれば生産国の収入が上がるのではないかと考えブランド化の案が浮かんだ。

ブランド化による効果を調べると他地域との差別化とそれによって価格競争に巻き込まれなくてすむこと、地域内人材の発掘による現地収入の増加が挙げられることが分かった。

参考文献
CHOCOLATE チョコレートの歴史、カカオ豆の種類、味わい方とそのレシピ
著 ドム・ラムジー

調査・研究 ②

金銭的な問題などから自分たちでブランド化を行うのはまだ難しい。したがって、直接的な支援ではなく間接的に関わろうと考え株式会社明治様より参考資料の提供を頂いた。

<https://www.meiji.com/sustainability/cocoa/>
<https://www.meiji.co.jp/products/brand/the-chocolate/>

調査・研究 ③

パッケージ化 (より多くの人の興味を惹きつけるため)

中間発表を通して、各地域のカカオ豆を多くの人の手にとってもらうためにはチョコレートの味だけでなくパッケージデザインも市販のものとは大きく異なるものにするべきだと考えた。
普段は様々な地域チョコレートを食べ比べることのない私達にとって特別感のあるパッケージを目指してイメージデザインを制作した 例 →



結論

調査の過程でカカオ豆によるチョコレートの味の違いに一定の需要があることに気付いた。そこでカカオ豆のブランド化を掲げ他地域のカカオ豆と差別化を図ることができるという結論に至った。また、差別化という点においてパッケージ作成を行うことができた。

さらなる発展にむけて

発展途上国の人々を支援する団体やチョコレートをつくる企業からブランド化に関する意見を頂いて各地域のカカオ豆から地元の人々が利益を得られる方法を見出し吟味する。

参考資料

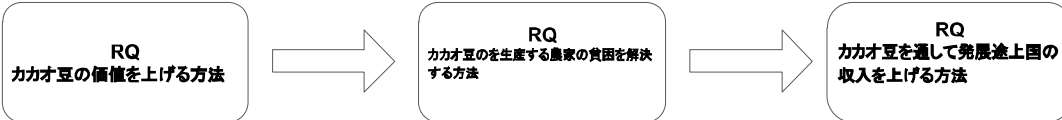
http://svoku-brand.com/pdf/h23_svoku-brand_guideline.pdf

<https://www.meiji.co.jp/products/brand/agroforestry/about/>



班501 氏名 菊池朝風 佐藤麻衣

カカオ豆ブランド化計画

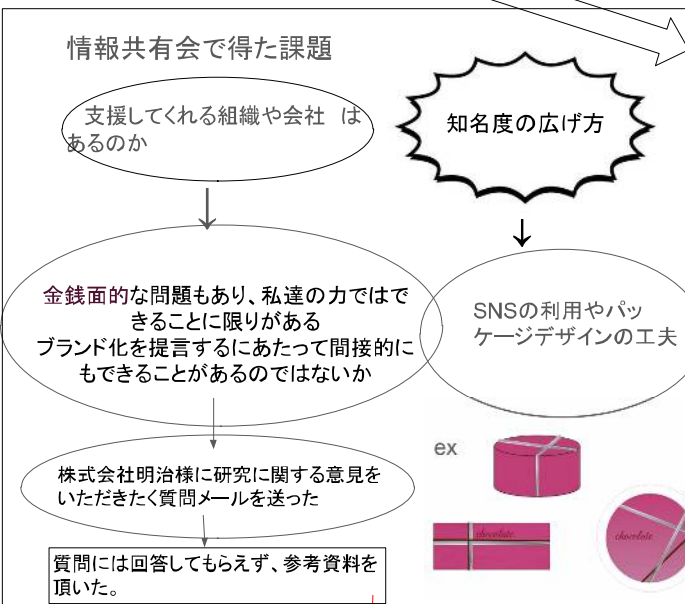


普段チョコレートやコーヒーを買うとき、何を決め手に選ぶ？

☕ → コーヒー豆のブランド ⇄ 🍫 → チョコレート生産会
カカオ含有

地域によるチョコレートの味の違いをアピールする会社が少ない 生産国は低収入のまま

⇒ブランド化しよう!!



地域ブランド化による効果

- ・地域や地域住民との関連性を持つことができる。
- ・価値の確立が行える。
- ・差別化を図ることで価格競争に巻き込まれなくてすむ。
- ・市民や行政からの支援を得て地域全体の活性化を行うことができる。
- ・事業者間連携を促進することができる → 地域内人材の発掘につながる

研究から得た学び

今回の研究において、はじめは「カカオ豆ブランド化」にむけて自分たちだけで行動しようとしたがあまり、知識や経営という現実的な面での問題点を捉えることができなかった。情報共有会で年齢層の異なる人や様々な考えをもつ人から率直な意見をいただくことで自分達が想像し得なかった問題点や改善点に気づく事ができ、研究の方針をより客観的に転換することができた。
大手企業へのインタビューでは質問の返信として答えていただけることが少ないのでどうしても提案をしたかったことがあったら企業への「要望」としてメールを送ると良いと思う。

宇宙戦争 for our piece

502班 井上蒔 笠原菜生 山田未央

要旨

現在、宇宙開発が進んでいる。宇宙ビジネスの可能性に興味を持ち、調査を始めた。その中で、宇宙開発の発展の勢いに対して、人々の関心は依然薄いままであることに危機感を抱いた。これから進んでいく時代についていくためにも宇宙に対する人々の関心を向上させることが必要であると考えた。それでは、どのような方法が考えられるだろうか。これからを担う子どもたちに向けて情報発信する、宇宙と私達の生活が密接に結びついていることを伝える、難しい宇宙の知識をよりわかりやすくおもしろいものにして伝える、etc...さまざまな方法が考えられるが、この中で私達は「宇宙戦争」というインパクトのある言葉を使い、宇宙と日常を結びつけることに挑戦した。

序論

(1)研究の目的
宇宙開発が進む中、人々の宇宙に対する関心が低いということが問題だと考えた。宇宙について興味を持ってもらい、宇宙開発の認知度を上げるために、研究を行った。

(2)調査・研究方法の概略

- ①宇宙というサーチュクエスチョンから実験をするのは難しいと考え、初めに宇宙についての情報を集めた
- ②集めた情報の中から発展が急速に進んでいる宇宙ビジネスについてさらに詳しく調べた
- ③②で調べる中で宇宙が軍事的に使われることの危険性を感じたため、宇宙の軍事的な重要性を調べた。主に論文を読んで調査を進めた。読んだ論文の中で鈴木一人さんの論文に興味を持ったため、鈴木さんにインタビューを行い、より深い知識を得た。

調査・研究 ①宇宙ビジネス

- 1.観光 2.機械 3.農業に分けて宇宙ビジネスの現状、現在進行中の研究などについて調べ、今後宇宙ビジネスがどれほど発展していくかについて考えた。
- 1.観光 宇宙ホテルが2027年開業予定
<https://www.cnn.co.jp/fringe/35167426.html>
- 2.人工衛星リモートセンシングによって地球のあらゆる情報が観測されている
<https://www.restec.or.jp/knowledge/sensing/sensing-1.html>
- 3.月面農場の計画が進められている
<https://www3.nhk.or.jp/news/html/2022/11/04/k10013879041000.html>

調査・研究 ②宇宙の認知度をあげるには

興味のない人の意見・現実味がなく信じられない、専門性が高く理解が難しい、昔の人は宇宙を身近に感じていたが、科学が発展して宇宙の広さがわかったことで今の人は宇宙を遠くに感じている。

- 1. 宇宙について知ってもらう機会を設ける
→宇宙開発の悪影響を受けるのは未来の世代が中心。子どもたちに向けた発信が重要だと考えた。宇宙が身近になることが重要。

- 2. 方法
→SNSで発信、講演会を行う、小さい頃に博物館などに行く、遊びながら体験して学べるような場を提供する。親子で来れるようなイベント、プラネタリウム。

※現在の認知度アンケート。
https://www.nitdata-strategy.com/assets/pdf/newsrelease/201219/survey_results.pdf
https://www.nao.ac.jp/contents/nao-j-news/data/nao_news_0137.pdf

調査・研究 ③宇宙の軍事的な重要性

- 宇宙戦争が起こる理由
- ・宇宙空間で他国の衛星を攻撃する手段があるから。
- ・対宇宙攻撃能力...ASAT、RPO、ジャミング、スプーフィング、ダズリング
- ・ウクライナとロシアの戦争では、宇宙技術がすでに使われており、軍事的に使えることが証明されているから。
- ・宇宙資源の獲得競争が起こっているから。
- ・地上の争いの延長線上に宇宙空間があるから。
- ・宇宙システムは必要不可欠なものでありながら弱い存在という性質があり、効果的に相手にダメージを与えるという点で(良くない意味で)優れているから。

- 宇宙戦争が起こらない理由
- ・拒否的抑止がはたらくから。
- ・他国の衛星を攻撃、破壊することはその国への戦争行為だと思われるおそれがあるから。
- ・宇宙空間でも自衛権が発動できると考えているから。
- ・国際的な非難を受け、経済制裁の対象となるから。
- ・衛星を攻撃すると大量のデブリが発生して、それは軌道上での衝突事故が起こる可能性を高めることを意味するから。

結論

非物理的攻撃は戦争の手段となる。
物理攻撃はまだ戦争の手段となりづらいが、技術が進歩し攻撃の正確性が向上したら、戦争で利用されるようになる可能性が高まるので、国際的なルール作りといった制度の作成に取り組む必要がある。

さらなる発展にむけて

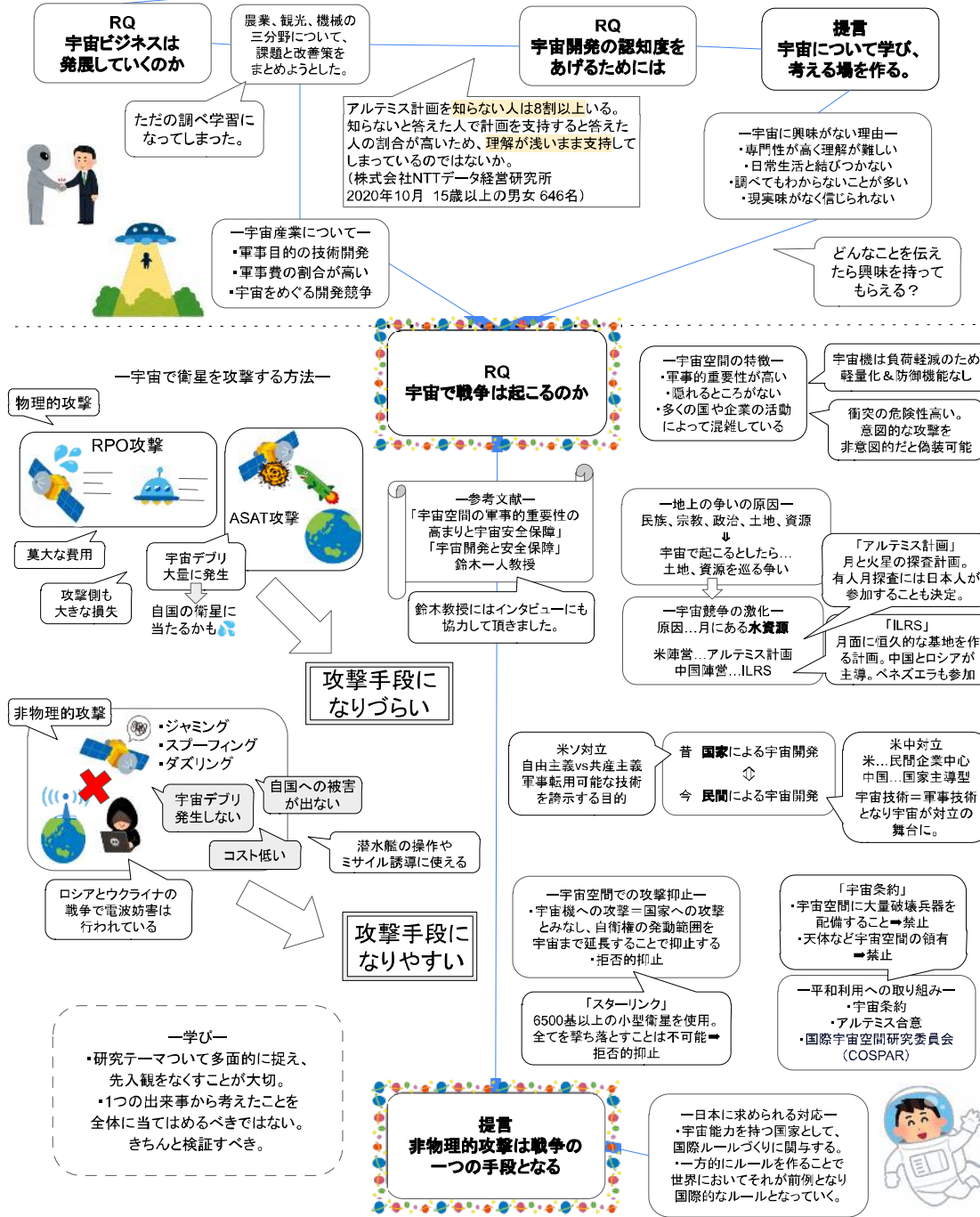
宇宙での開発競争が戦争へと発展しないように、どのような取り組みが行われているのかを調査する。
また、どのような取り組みが効果的か評価する。

主な参考文献・調査等

「宇宙空間の軍事的な重要性の高まりと宇宙安全保障」(鈴木一人・2013年6月)
「宇宙開発と安全保障」(鈴木一人・2024年)

スタート

宇宙



今後若年層に求められる音楽番組のかたちとは

503 名前 小林万佑子 石原恭佳 佐藤杏

要旨

近年、若者のテレビ離れ、主力音楽番組の視聴率の低下が話題にあがるようになってきている。音楽を届ける手段が多様化する中で、テレビでの音楽番組を続ける必要があるのか、また続けるためにはどういった要素が必要となってくるのか、私達は今後若年層に求められる音楽番組はどのようなかたちであるのかということに焦点を当て研究を進めた。かつて、音楽を届けるメインメディアはテレビであったが、サブスクやSNSの普及に伴い、音楽を発信する媒体としてのテレビの優先度が低下した。視聴者のニーズのみならずアーティストの要望をふまえた、ライブ感のある演出が音楽番組存続のキを握るのではないかと考える。

序論

(1) 研究の目的

現在、音楽番組が減少していることと、特に若者世代でテレビ離れしているという現状がある。その中で、これからもテレビで音楽番組を放送する意義、そして若者世代にも見られるような音楽番組とはどんな形かを考える。

(2) 調査・研究方法の概略

- ①昔と今のテレビの需要の変化から、今後のテレビの需要があるのかについて考える(文献使用)
- ②インタビュー
- ③①での調査とインタビューを踏まえて若者世代が見たくなるような音楽番組の形式を考える(今回は結論で代用)

調査・研究 ①

音楽番組に関連する文献をもとに、過去の音楽番組と現状を比較して、今後の音楽番組のあり方を探る。

★かつての音楽番組

【引用】
テレビが音楽を運ぶメインメディアとなると、どんな音楽が人気を集めるのか。当然ながら「視覚と聴覚を同時に満たすことができる音楽」である。Jポップとは何か―巨大化する音楽産業―

【引用】
日本のポピュラー音楽産業が爆発的に成長したもうひとつの要因はテレビである。

出典: Jポップとは何か―巨大化する音楽産業―(鳥賀陽弘道)
=テレビが音楽を伝達する手段として最適だったので、テレビの音楽番組が栄えることはある意味当然のことだった

【引用】

ビデオクリップにはその番組でしか見られない、という秀色があります。1988年ごろからビデオでもビデオクリップが多くなってライブ感がなくなり、だんだんマンネリ化していったんです

出典: Jポップとは何か―巨大化する音楽産業―(鳥賀陽弘道)
サブスクなどの他の伝達媒体の登場(若者にとってはテレビよりも身近な存在になっている)→音楽を伝達する媒体としてのテレビの必要性が薄った



テレビの存在意義

- ・老若男女が楽しめる→同じものを家族で共有できる機会を提供
- ・コンテンツ制作力が高い→大勢の人の労力とお金を費やすことができる
- ・社会に対する影響力が強い
- ・他のものもついでに見るといった連鎖が生まれる
- ・公共性が高いため比較的信頼できる

②インタビュー

実際の音楽番組の現状を知る必要があると思い、インタビューを行うことにした。

以下、音楽番組プロデューサーとしての経歴を持つ方へのインタビューより要約

テレビ離れにつれて音楽番組業界も番組数も減少している。またSNSの発達も伴ったことで、番組の形式も変わった。例えば、以前の流行りの音楽は、音楽番組から生まれていたが、現在はSNSで流行った曲をテレビで披露する、という形式がほとんどである。つまり、今まで過去にテレビが担っていた役割をSNSが担うようになっているということである。テレビに出なくても売れるアーティストも増え、テレビサイズでの披露や照明等への不満をもつようになるなど、アーティストと番組制作側の立場が過去と現在とは逆転していると言える。

しかし、音楽番組に出演した次の日にはサブスクでの再生が急増するし、(私達はサブスクの普及が音楽番組にマイナスな影響を与えたと推測していたが、必ずしもそうではないのかもしれない。)テレビに出たいアーティストももちろんいる。ワンカメや生放送、一発撮りといった、1曲1曲最後まで聴きたくなる、観たくなる工夫もある。視聴者が求めるものとアーティストがその番組に出たくなるものだったら、アーティストを尊重したい。アーティストの音楽を一つの作品として大切にすること、アーティストと信頼関係を築くことを優先するべきだ。

結論

音楽を届ける手段の多様化やテレビの利用時間の減少より、音楽番組のありかたを柔軟に変化させていく必要があると言えるだろう。私達の推測に過ぎないが、若年層のニーズやアーティスト側の要望等をふまえ、SNSの利用とライブ感を重視した演出で、視聴者とアーティストの距離が近く感じられる番組が求められると考えられる。

さらなる発展にむけて

プロデューサーの方の視点だけでなく、SNS上での視聴者側の反応に関するデータも集めれば音楽番組とSNSの関連性が明確になる

主な参考文献・調査等

- Jポップとは何か―巨大化する音楽産業―(鳥賀陽弘道)
<https://minno.online/article/youtube.html>
https://music-planet.jp/media/nbrw_267/

スタート

音楽

RQ
今後求められる音楽番組のかたちとは

RQ
今後若年層に求められる音楽番組の形とは

ターゲットを絞った!

自分たちで考えた音楽番組の現状

youtube、サブスクの台頭によりテレビ離れしてる?

今の人々の音楽を聞くスタイルにあっている

テレ側の工夫

普段見れないコラボや演出
→テレビ番組ならではの特別感

ランキング形式
→賛否両論
フル尺で歌ってほしい、など視聴者のニーズは様々

いかに視聴者のニーズに応えられるかが大事

どのような音楽番組ならもっといろんな人にテレビで見てもらえるのだろうか?

失敗

失敗

参考文献の内容が昔の音楽番組にフォーカスしたのみだったため、時代の変化を考慮できなかった

答えの出ないことがなんとなくみえているのにぐるぐる考え続けてしまった

デジタルネイティブな若年層が音楽番組をみる目的は?

そもそもテレビ離れしているのか

interview!

三浦津さん
テレビ朝日イベント運営
前職: フジテレビプロデューサー
FNS歌謡祭・Love music
MUSIC FAIR

【テレビ離れ】は実際に感じる

- 流行りの音楽を知る媒体
テレビ→SNS
- ネットで流行ったものをテレビで紹介(立場の逆転)
結果的に皆が知っているヒット曲を放送
- テレビにでなくても売れるアーティストもいる
- テレビでの面白系トークなどが苦手で出たがらないアーティストもいる

○照明やテレビサイズカットなど、テレビでの魅せ方に不満をもつアーティストも
→テレビに出たくない
○テレビが強かった時代から、アーティストと制作側との立場が逆転

【アーティスト側】

○「トークが苦手で出たくない」
→初めて行ったライブ、初めて買ったCDなど、アーティストだからこそその音楽の話題だと話が弾むことも
○視聴者が求めるものとアーティストがその番組に出たくなるものだったら、アーティストを優先したい
→**アーティストに寄り添う**

【ライブ感】

- ライブイベントでしか伝えられない魅力もある
- ワンカメ、生放送、TFT
→1曲1曲最後まで観たくなる工夫

Butテレビの影響力は今でも大きい

- 披露した楽曲のサブスク再生数が急激に増えることがほとんど
- テレビに出たいアーティストも ちらんいる

★アーティストセルフプロデュース
→アーティスト自身が出演する意識を感じられる番組

★アーティストリレー
→アーティスト視点から別のアーティストについてトーク
&カバーパフォーマンス

★ライブ風のアレンジや演出
→サブスクだけでは味わえない雰囲気
→若者世代のライブ体験

★リアルタイムで視聴者にアンケート企画
→録画や見逃し放送ではなくリアルタイムをする人が増加
→SNSも盛り上がる

★視聴者(ファン)からSNSを通じてセットリストを募集
→視聴者の視点を知れる

今現在音楽番組制作に関わっている立場の方の語らなければより研究が深まった?

提言
SNSの利用とライブ感を重視した演出で、視聴者とアーティストの距離が近く感じられる番組が求められる

嵐が有名になり始めた時期と要因について

509 名前 安達梓

要旨
 アイドルグループ嵐が有名になった要因は何かを考察した。まず最初に嵐が有名になり始めた時期をCD・アルバムの売上から推定した。その結果、2000年代後半から有名になったことがわかった。テレビなどファン以外の人も見る機会があるものを調べることが、全世代において有名になった要因を考察するために必要だと考え、2000年代後半のテレビの影響力とテレビ番組とテレビ番組と出演ドラマが評価された時期が重なったことが嵐が有名になった要因の一つということがわかった。テレビ番組が評価された要因を調べれば、幅広い世代から支持を得るために必要なことがわかり、芸能界などにおける経済活性化に繋がると考えられる。

主な参考文献・調査等
 『日本ゴールドディスク大賞』(一般社団法人日本レコード協会)
 『国民生活時間調査』(NHK放送文化研究所) 調査②を参照

序論
 (1)研究の目的
 嵐が有名になった理由としては、ドラマ「花より男子」のヒットがよく挙げられる。しかし一つのドラマがすべての世代に認知されているとは考えにくい。そのため、この研究では嵐が幅広い世代で有名になった要因を複数のデータから明らかにしたい。また有名になった要因がわかれば、現在の社会においてどうすれば多くの世代から支持されるアイドルや芸能人になることができるのかを考える上でヒントが得られる。多くの世代から支持を得る有名人がいることで、その分野の経済は活性化すると考えられる。

(2)調査・研究方法の概略
 ①嵐のファンが増加した(知名度が上がった)時期を推定する
 ②①で推定した時期におけるテレビの影響力を調べる
 ③嵐が出演したテレビ番組を調べる
 ④テレビ番組が評価された理由を心理学などの観点から考察する(時間がなくなってしまったため未実施)

調査・研究 ①
 CD、アルバムなどの売上から嵐のファンが増加した時期を推定する。
 利用したデータ
 『日本ゴールドディスク大賞』(一般社団法人日本レコード協会)
 音楽の聞き方の変化によって多少選考基準が変わった年もあるが、正味売上実績(総出荷数から返品数を差し引いたもの)を主に選定基準としている。
 アーティスト賞は期間中に発売された作品・楽曲の正味売上金額合計が最も多いアーティスト1組に与えられる。
 ビデオ、アルバム、シングル部門は期間中に発売された作品・楽曲の正味売上金額上位の作品に与えられる。
 日本ゴールドディスク大賞は1987年から行われている。
 以下のグラフは嵐の受賞歴をまとめたものである。



1999年にデビューしたが、2007年に初めて受賞した。
 2009年に受賞数が急増した。
 2011年以降はおおよそ安定してビデオ、アルバム部門で受賞している。
 以上のことから2000年代後半に嵐のファンが増加したと考えられる。⇒多くの人が見ていたであろうテレビの影響が大きいのではないか?

調査・研究 ②
 2000年代後半、テレビの影響は大きかったのかを確かめる。
 出典・NHK放送文化研究所「国民生活時間調査」
 趣味・娯楽・教養のインターネット(平日)の行為者率とテレビ(平日)の行為者率のデータをグラフにした。
 (対象者の年代:国民全体 調査実施年:2005年、2020年)



2000年代後半は現在よりテレビの影響が大きかったと考えられる。

調査・研究 ③
 嵐が出演した2000年代後半のテレビ番組(バラエティ、ドラマ)について調べる。(デビューから2000年代前半には出演したドラマ、視聴率の高いドラマは少なかった)

花より男子 (松本潤)	花より男子2 (松本潤)	拝啓、父上様 (二宮和也)	パンピーマン (松本潤)	山田太郎ものがたり (二宮和也)	マノン (二宮和也)	魔王 (大野智)
2005年 10月~12月	2007年 1~3月	2007年 1~3月	2007年 4~6月	2007年 7~9月	2007年 9月20日	2008年 7~9月
19.8%	21.6%	13.2%	14.2%	15.3%	15.2%	14.4%
恋愛	恋愛	人情ドラマ	料理・グルメ	ハード・フルコメディ・青春	感動	サスペンス

流星の絆 (二宮和也)	歌のおにいさん (大野智)	DOOR TO DOOR~僕は欧米まひのトップセールスマン~(二宮和也)	スマイル (松本潤)	天国で君に逢えたら(二宮和也)	マイガール (相葉雅紀)
2008年 10~12月	2009年 1~3月	2009年 3月29日	2009年 4~6月	2009年 9月24日	2009年 10~12月
16.6%	10.76%	9.3%	12.1%	10.2%	8.82%
ミステリー・感動	成長・コメディ	感動	サイコサスペンス	ヒューマンラブストーリー	ホームドラマ

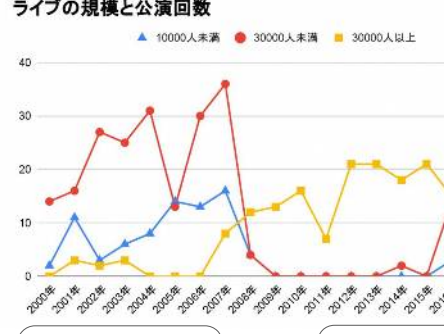
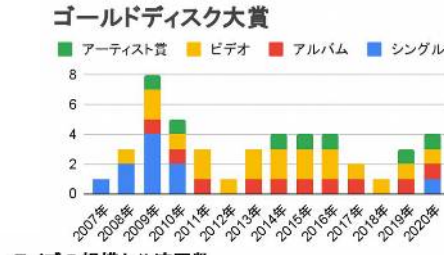
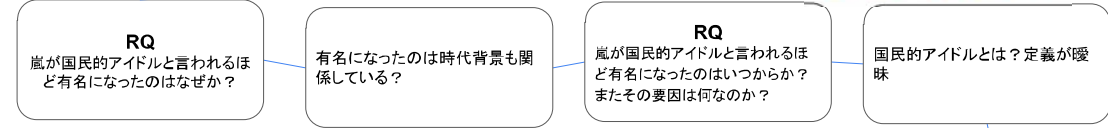
(※数字は平均視聴率(関東地区・ビデオリサーチ社調べ) 赤字の作品は嵐が主演などを務めたもの
 恋愛ドラマだけでなく、様々なジャンルのドラマが評価されている。
 2002年~2009年 フジテレビで昼の時間帯にレギュラー番組 (2009年以降はゴールデンタイムに移動)
 2001年~2010年 日本テレビで深夜の時間帯にレギュラー番組 (2010年以降は21時、22時台に移動)
 2006年~2009年 日本テレビで不定期にゴールデン特番を放送(全7回)
 ⇒ドラマとバラエティ番組が評価された時期が重なっている。
 ⇒また調査①からこの時期にファンが増加したと考えられる。
 よって、嵐が有名になった大きな要因の一つとしてテレビでの評価が考えられる。

結論
 嵐が有名になった要因の一つは、テレビが主流の時代にバラエティ番組・ドラマなど様々な時間帯のテレビ番組に出演し、それらが評価された時期が2000年代後半に集中したと考えられる。
 テレビ離れが進み、多くの人が自分の興味のあるものだけをスマホで調べるようになった今、国民的アイドルになることは難しい。

さらなる発展にむけて
 テレビ番組が評価された要因として、5人の関係性と個性が関わっているのではないか。
 ・5人の関係性が人々の理想に近く、視聴者に安心感を与える(関係性が悪い人を見ると不快感を感じる)
 ・メンバーそれぞれが個性を活かして活躍の場を広げている
 メンバーの行動や発言から嵐の関係性や個性について心理学の知識などを用いながら考察すれば、結論を深めることができる。

スタート

嵐



提言(仮)
 2008年~2009年頃から有名になった
 当時影響が大きかったであろうテレビに注目

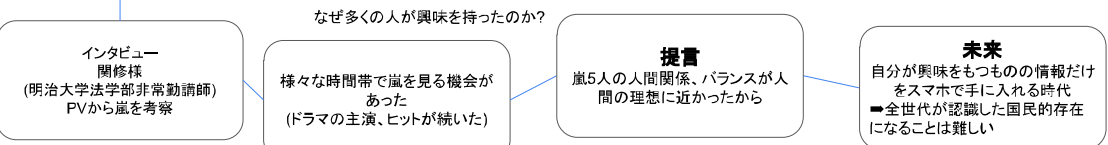
学んだこと
 研究対象を絞ること
 決めたらそれを貫くこと
 (どうしても無理だったときに変える)



バカ好奇心をテーマにした深夜番組
 嵐の5人がバジャマで遊ぶコーナー
 視聴者参加型バラエティ
 若い世代を中心とした視聴者増
 2006.9.26 11.3%
 2007.3.23 15.8%
 2007.10.11 11.5%
 2008.4.6 16.8%
 2008.12.28 19.4%
 2009.11.1 23.5%

お昼の時間帯の番組 (2002年~2009年)
 スマホが普及していないゆとり教育
 ゴールドタイムの実験番組
 嵐5人のやりとり
 高齢者も含め幅広い世代が認知する機会

花より男子 (松本潤)	花より男子2 (松本潤)	拝啓、父上様 (二宮和也)	パンピーマン (松本潤)	山田太郎ものがたり (二宮和也・横井翔)	マノン (二宮和也)	魔王 (大野智)	流星の絆 (二宮和也)	歌のおにいさん (大野智)	DOOR TO DOOR~僕は欧米まひのトップセールスマン~(二宮和也)	ザ・クイズ・ショウ (横井翔)	スマイル (松本潤)	天国で君に逢えたら(二宮和也)	マイガール (相葉雅紀)
2005年 10~12月	2007年 1~3月	2007年 1~3月	2007年 4~6月	2007年 7~9月	2007年 9月20日	2008年 7~9月	2008年 10~12月	2009年 1~3月	2009年 3月29日	2009年 4~6月	2009年 4~6月	2009年 9月24日	2009年 10~12月
1位 19.8%	2位 21.6%	6位 13.2%	2位 14.2%	2位 15.3%	15.2%	9位 11.4%	2位 16.6%	9位 10.76%	9.3%	7位 12.1%	13位 10.2%	9.3%	13位 7.2%
恋愛	恋愛	人情ドラマ	料理・グルメ	ハード・フルコメディ・青春	感動	サスペンス	ミステリー・感動	成長・コメディ	感動	サイコサスペンス	ヒューマンラブストーリー	感動	ホームドラマ



日本の歴史と夢の概念

511班 近藤里音 阿部百咲

日本の歴史と夢の概念

日本での夢に対する考え方の変化は、歴史の流れとどのような関係があるのか

2年5組11班 名前 近藤里音 阿部百咲

仏教が伝わる以前、「夢」「神」「仏」といったものの概念はなかった。

→仏教が日本に伝わって以降、日本に土着にあった**自然宗教(神道)**と**仏教**が習合し、その概念がはっきりした。「夢」は神のお告げとされるなど、現実のことも結びつけ、重要なものとなった。

(夢＝現実 区別がない)

→神仏分離が行われた明治以降で、科学が発展した現代でもある宗教の修行の中では夢＝現実として行われているものがある

→「**夢の概念が信仰された宗教から影響を受けているのではなく、宗教が夢の影響を受けてきた。**」

序論

(1) 研究の目的

平安時代の和歌について授業で習ったときに、当時と現代で夢に対する考え方が違うことを知り、興味を持った。

そこで、日本での夢に対する考え方の変化と、その要因について調べようと思い立った。

提言として、科学の進歩や宗教的な関連があると考えた。

(2) 調査・研究方法

1. 研究に関する疑問を考え、その答えをネットで調べる
2. 昔の文献から読み解く
3. インタビュー(島田裕巳先生)

調査① Q&A方式

研究のキーとなりそうな質問を自分たちで考え、その答えをネットで調べてまとめる。

Q「夢」という概念が生まれたのはいつか

→弥生時代？ 卑弥呼は夢の中でお告げを受けていた？
 →白鳳時代につくられた観音菩薩立像で悪い夢を吉夢にかえるという伝説がある(悪夢をもう見ないためのお祈り)
 →この頃には夢の概念は確実にあったが夢が現実と結びついているとは考えられていなかった？(あくまで悪い夢を良い夢に変えるためのお祈り)

Q夢が現実と結びつくように考えられたのはいつから？

→平安時代？ 和歌や当時の日記に夢を現実と結びつけて考えている記載がある(伊勢物語、更級日記等)

Q平安時代の夢＝お告げの考えが広まったきっかけは

加持祈祷など(密教)が平安時代に輸入され、信仰者が増加
 →夢は面妖で仏様のお告げと考えるようになった？

調査② 文献から読み解く

古事記 日本書紀 摂津風土記 日本霊異記 の共通点
 夢で神仏からのお告げを見るという内容
 夢と現実が同じ次元にある内容

↓
 昔の『夢』は思想的で、神仏が出てくる
 →当時の宗教信仰が影響しているのではないかと
 当時文献がつけられた頃は、仏教が盛んであったとされているが、仏教の教えでは夢は妄想の延長とされているため、他の宗教や要因があるのではないかと

神仏習合(神道と仏教が融合調和されること)
 →「仏教」「神道」といった固定化された宗教だけではなく、それぞれの宗教の考え方を融合して夢のあり方や概念を考える。

調査③ インタビュー (島田裕巳先生)

仏教的には夢は妄想の延長に過ぎないと記載された資料があった。しかし日本霊異記には夢で神仏からのお告げを受けている話がある。
 →当時の日本で信仰されていた宗教と現代における仏教のあいだに考え方の差があるのではないかと。
 →「夢」の概念は昔と今で違う。神や仏の存在は、夢の中では本物で夢と現実と区別はなく、その存在は広く信じられていた。
 「神仏習合」近代になって神仏分離したが、そうなった理由と神道と仏教の関係性の変化について。
 (※神仏習合...土着に日本で信仰されていた神道と大陸から伝わった仏教が調和して融合→一体化された信仰のこと。)
 →日本土着の信仰は神道
 ↑仏教が中国から伝来
 文明的で優れているため価値があるとされ取り入れられた

結論

- 平安以前では夢と現実の間の区別はないことが一般的であり、現代でも未だ区別がなされていないところがある
- 宗教的な観点からみると古代も近代も大きな概念の違いはない

さらなる発展にむけて

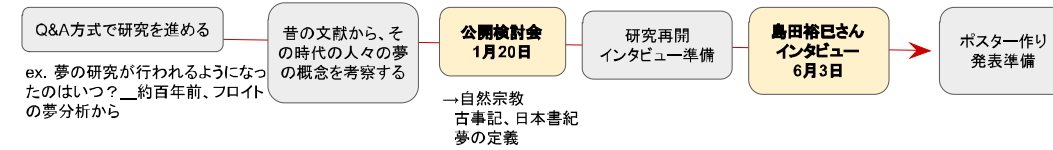
「夢」の概念が信仰された宗教から影響を受けているのではなく、宗教が夢の影響を受けてきた、という結論の裏付けをするため、宗教の誕生や形成についての文献を調べる。

主な参考文献・調査等

「夢買い長者」「だんぶり長者」「古事記」「日本書紀」「日本霊異記」「源氏物語」「蜻蛉日記」「更級日記」
 「栄花物語」「大鏡」「宇治拾遺物語」「今昔物語」
 「無宗教こそ日本人の宗教である(島田裕巳)」

研究の流れ

RQ 日本での夢に対する考え方の変化は、歴史の流れとどのような関係があるのか
提言 信仰された宗教や、科学の進歩によって変化した



奈良時代

仏教が盛んなイメージ⇒仏教の視点で考察する

↓
 仏教に神はいないとされている⇒文献では神のお告げなどが多い
 ↓矛盾 (日本書紀、摂津風土記など)

↓
 今と昔で宗教の考え方が違うのではないかと

文献内容

昔話 だんぶり長者
 夢で見たことが現実にも起こった。

摂津風土記
 夢が現実になる話

日本書紀
 見た夢の内容から後継者としての役職を決めた

日本霊異記 中13
 夢の内容と現実がリンク
 中15、下38
 夢で神仏からのお告げを受ける

大鏡 第三卷十三
 夢占い

源氏物語
 須磨、明名、若菜上
 夢で父からの忠告

古事記
 上巻:黄泉国
 中巻:垂仁天皇

まとめ

紀元前の頃から死者を吊ったり占いをしたりと、目に見えないものの存在は認識していたが、「夢」「神」「仏」といったものの概念はなかった。

↓
 仏教が日本に伝わって以降、日本に土着にあった自然宗教(神道)と仏教が習合し、その概念がはっきりした。「夢」は神のお告げとされるなど、現実のことも結びつけ、重要なものとなった。

(夢＝現実 区別がない)

↓
 神仏分離が行われた明治以降で、科学が発展した現代でもある宗教の修行の中では夢＝現実として行われているものがある

↓
 「**夢の概念が信仰された宗教から影響を受けているのではなく、宗教が夢の影響を受けてきた。**」

インタビュー内容

•仏教的には夢は妄想の延長に過ぎないと記載された資料があった。しかし日本霊異記には夢で神仏からのお告げを受けている話がある。
 ⇒当時の日本で信仰されていた宗教と現代における仏教のあいだに考え方の差があるのではないかと。
 →「夢」の概念は昔と今で違う。神や仏の存在は、夢の中では本物で夢と現実と区別はなく、その存在は広く信じられていた。
 例)比叡山で最澄は今も生きていとされており、掃除をし、食事は今も供えている。しかしそれをするには修行をして仏を見るようにしなければならなかった。(夢で仏を見たらok実際に仏を見れることはない。もしくは夢と現実と区別はなかったため。)

•「神仏習合」(※)近代になって神仏分離したが、そうなった理由と神道と仏教の関係性の変化について。
 (※神仏習合...土着に日本で信仰されていた神道と大陸から伝わった仏教が調和して融合→一体化された信仰のこと。)
 →日本土着の信仰は神道
 ↑仏教が中国から伝来
 文明的で優れているため価値があるとされ取り入れられた
 奈良の大仏 国の安定 この時代に神仏一体化
 神主が寺を管理、神を仏教のやり方で信仰する
 明治時代...神道中心に！外来の仏教はダメ 廃仏毀釈
 寺分制度(寺が役所の役割)→一般人反発
 →寺院破壊(ex.)鶴岡八幡宮にもお寺があったが壊された



地域で長く続いていける企業のあり方

3学年 7組 518班名 名前 木下 春香

要旨

地域で長く続いていける企業のあり方を見つけるために、労働者協同組合のモンドラゴンや、自然エネルギーを利用した発電などを行っている会津電力株式会社などを調べた。そこから、会社が地域に利益を還元できる存在であることや、地域に必要とされることを行うのが大切ではないかと推察した。そして、インタビューを行い実際に活動を行う際に意識していることなど、数字や本だけではなく、活動を行っている人の視点を伺った。その結果、「地域で長く続いていける企業のあり方」とは、利己的にならず、地域や住人にメリットになることをするのが大切だということなどが分かった。

序論

(1) 研究の目的

先行研究では各地にあるレジャー施設の成功例と失敗例を調べることで、自分たちの活動を応援してくれるような出資会社を後援にもつこと、むやみに他の成功事例などを真似するのではなくその企業だからできるオリジナルのことを行う方が良くわかった。このことは、企業全体にも当てはまるのではないかと考え、「成功すること」＝「長く企業が長くこと」とし地方の社会の衰退が進む今の日本で地方で長く続いていける企業のあり方とはどのようなものかを見つけようとした。

(2) 調査・研究方法の概略

- ① 具体的な事例から地域で経営を続けるためには何が必要か考える
- ② ①を踏まえて自分が考えた成功に関わる要素を持っている企業にインタビューをする
- ③ ①と②を踏まえて自分が決めたテーマの結論を考える

資料での調査 ①

モンドラゴン 協同組合企業 (バスク地方)
 1956～ 経営体制 労働者協同組合
 会社の数 256 出典「The Rise Of Shared Ownership And The Fall Of Business As Usual」(Jeffrey Hallender Fast Company 2011)
 雇用者数 10万人
 売上 148億ユーロ
 活動領域:金融、工業、小売、ナレッジ
 『このような企業モデルが、地域に多く存在することによる地元経済でのプラスは大きく2つあります。一つは、労働者協同組合では労働者と経営者との間の賃金格差などを細かく規定しており、法外な収入を経営者が得ることがありません。・・・もう一つは、モンドラゴンなどの協同組合は消費生活協同組合とのハイブリッド型で、ショッピングモールやコンビニのようなナリを展開することを支えています。つまり、結果として地元消費によって生まれる利益もまた、地元の人たちにもどっていくのです。日本ではどうでしょうか。地元外の大手ショッピングモールや東京資本のチェーンストアでばかり買い物していませんか。労働者も、これら企業の経営者とは比較にならないほど低いパート給しか出ず、地元の消費によって売れたりえきは東京本社に還流して終わることばかりです。』
 著者:木下齊「まちづくり幻想」2021年3月15日初版発行
 この調査から企業が長く続いていくには地域の経済を安定させ、企業の利益が地元に戻元されるような活動をしていくことが必要なのではないか考えた。
 会津電力株式会社 2013～
 事業内容:自然エネルギー(水力など)を利用した発電事業及び電気・熱エネルギー供給、販売事業 など
 『地域の貴重な資源とみなされているからこそ、資金や用地が集まる。』『地域に希望あり』大江 正章 2015年第一刷発行
 このことから、会社が地域に必要とされることが必要だと考えた。

インタビュー (ゆうきの里東和ふるさとづくり協議会)

資料での調査から地域から必要とされることは分かったが実際に必要とされる仕事を行っている組織はどのような意識で活動を行っているかが気になり、ゆうきの里東和ふるさとづくり協議会にインタビューをお願いした。インタビューからは、「地域コミュニティの再生、農地の作成、山林の再生を活動の中心としている」「地域のイベント行の際には裏方として積極的に参加し、移住してきた人に地域との関わり方を教え移住者が地域に馴染むのを手助けしている」ということを伺うことができた。この調査から、企画などを運営する人たちの中で活動を行う目的がしっかりと一致していることの重要性を知ることができた。

インタビュー (会津電力株式会社)

調査1により地域の経済を安定させることが必要で、そのために実際に地域の中で自立した循環を作り出すにはどのような意識で活動をしているのかについてインタビューを行った。インタビューでは、「約束を守ること、自分の言ったことを実行することを活動を行う上で大切にしている」「人のためになるかどうかをかんがえて仕事することが大切」ということを伺う事ができた。この調査から、利己的にならず人や地域のためにすることという一貫した姿勢が地域に必要とされることを的確に行え、周りの人も引き込むきっかけになっていると分かった。

結論

- 活動を地道にでも続けていくことが大切ということはわかったが活動を続ける中でどのようなことを基準にして活動の方向性を決めるのかは分らなかった。(→自分のやりたいこと)
- 利己的な活動を行うのではなく、その地域や住人にメリットになることを行う。
- 地域に何が必要かやどのようにしたら人のためになるかを考え活動する。

さらなる発展に向けて

- 「地域で長く続いていける企業のあり方」というテーマで研究を行ったにも関わらず資料研究をあまりせずに長く続いていくための要因などを自分の推察で決めてしまったために、結論も地域で長く続けるためには何が必要かという目録点から入ってしまったものになってしまったのでそこを正せることより良くなると思う。
- 企業のあり方として地域の経済に貢献できるような事業のあり方にするのが良いと仮定したのにインタビューの際にそのことについて聞けなかったのもっと具体的に伺えれば良かったと思う。

主な参考文献・調査等

「まちづくり幻想」木下齊 SB新書
 「好循環のまちづくり」枝廣淳子 など
 インタビュー
 ゆうきの里東和ふるさとづくり協議会
 会津電力株式会社

スタート 道

RQ 郊外にレジャー施設を開発して成功する要因は？

RQ 地域で長く続いていける企業のあり方

参考文献「まちづくり幻想」
 木下齊 SB新書
 「好循環のまちづくり」枝廣淳子 岩波新書
 「地域に希望あり」大江正章 岩波新書

学び
 良かった点:自分が何が知りたいのかをしっかりと把握し質問の内容を吟味することでイメージが伝わりやすい質問などは具体例をあげて伝えることができ、自分の知りたいことを正確に相手に伝えられた

地域で長く続けるためには何が必要か

地域から必要とされる
 ことが必要ではないか
 スペインバスク地方の「労働者協同組合」

地域の経済を安定させる
 ことが必要ではないか
 (地域の中で良い経済循環
 を作れるような活動をしていること)

以下の観点から4つの施設について調べてみた(成功例と失敗例)
 1)どのような独自のイベントを行っているか
 2)投資をしてきている後援はどのような会社か
 3)周辺の施設の特徴(入場料と入場者数)
 (4)閉店した理由)

インタビューの質問事項
 1.活動を行う上で意識してきたこと大切にできたこと
 2.活動をしていく中で社員の反応の変化や、地域の人の変化
 3.実際の活動を行う上で困難にぶつかった場合それをどうやって乗り越えたか
 4.会社が存続するためにこれは絶対やる心がけていたこと



インタビュー
 ゆうきの里東和ふるさとづくり協会
 1.3つを意識
 i 地域コミュニティの再生 ii 農地の作成 iii 山林の再生
 2文化の継承などが腐ってしまうという危機感から地元の人が積極的に参加、地域外からの参加も増えている
 3県外からの移住者(20~30代)が増えたこと+Q活動をしたい人に関わり方で大切にしていること地域のイベントを行う際に裏方として積極的に参加する。移住して来た人に地域との関わり方を教える(消防団に参加するなど)
 +十これから行おうとしていること
 ・お試し住宅の棟数を増やすこと
 ・大豆を使った商品の開発

インタビュー
 会津電力株式会社
 1これからも住み続けられるように地域を大切にしておくこと
 地元にある様々な資源を活用することが地域経済にとってもよく無駄なエネルギーをばらまきにくく
 2エネルギーの大きさを知り、地域のために必要な仕事をやりたしと転職してくれる人も増えた
 3納得し、やってみせ、納得させる
 4約束を守ること、自分の言ったことを実行すること+Q仲間(同じ会社の人)との関係を築くうえで大切にしていたこと
 ・お金をきちんと稼ぐ
 ・人のためになるかどうかということを考えて仕事をする

提言(仮)
 事業を立ち上げるには自分たちの活動を応援してくれるような会社を後援に持つこと、来場者からの収益などが地元に戻元されるサイクルの中で経営を行うこと、その企業だからできるオリジナルのことを行う。全国の地方が行うようなことは行わない。
 以上のことが重要であると考えた。

レジャー施設以外でもこのようなことは当てはまるのではないかと。

成功するという定義が曖昧であった

レジャー施設→会社
成功する→長く会社が続く

学び
 反省:会社を運営するとはどのようなことなのかをもっと調べておくべきだった
 →思いつきで比べる項目を上げてしまったので「経営資源の四大要素」などを調べればたより効果的な比較ができた

良かった点:資料を調べる際にその時の新聞や経営者のインタビュー記事なども調べておくことにより、来場者数や売上などの数字だけではなく、経営危機を乗り越えた会社の活動などをそこで働いていた人の目線から読むことができたので良かった。

感想
 ・このまま里山の歴史文化を絶やしては行けないという思いが皆一致しており、それが活動をする中で好循環を作る糧となっていると感じた。(例 ワン作りを始めるときなどには農家の人たちがそれぞれで勉強しながら始めた。)

感想
 ・まずは自分ひとりからでも始めるという姿勢が周りの人を巻き込むきっかけとなり、同じ思いで一つの活動を行う糧になっていると感じた。
 ・決して利己的な態度でどれだけ儲けられるかということに焦点を当てたのではなく、よりの為になることをするという志を持って仕事をしているということや、質問への返答を伺い、このような姿勢で取り組んでいるからこそ地域に必要な仕事が行えているのだと感じた。

まとめ
 ・活動を行う上で皆のビジョンが一つになっている。また、地域の人々もその考えに賛成している。
 ・地元を盛り上げていくという気持ちがある。
 ・地域に何が必要かやどのようにしたら人のためになるかを常に考え活動している。

学び
 反省:提言を出す過程でまちづくりや地域の経済など広い視点からしか研究をしていなかったため長く続く特徴、家制など店単位での細かい視点からも研究を行えたらより具体的な提案につながったと思った。

提言
 ・活動や収益が地元に戻元され、経済面と地域 社会が良いサイクルを作れるような活動を行う。
 ・利己的な活動を行うのではなく、地域や人にメリットになることをを行い、常に活動のベクトルを地域などに向けて考える。
 ・自分たちの活動を地道にでも続けることで周りの人にその活動の可能性に気づいてもらう。

生活に根ざした問題を解決する方法

地方議会の女性議員を増やすには

602 桑子珠紀 寺内葵俐

要旨

国語のある評論文をきっかけに、日本で生活に根ざした問題を解決する方法について研究を始めた。研究を進めていくと、生活に根ざした問題には地方議会が対応していることを知った。そのため、地方議会に焦点を当てて調べた結果、様々な課題が見つかった。その中から私たちは地方議会において女性議員の数が少ないという課題について研究をすることにした。現在、女性議員の数が少ない原因は、産休・育休を取ることが難しかったり、出馬する際にかかる費用の負担が大きかったり、他の議員や有権者からハラスメントの被害を受けたりなどが分かった。これらの点を踏まえて、私たちは群馬県議会議員の鈴木あつこさんにインタビューを行った。

序論

(1) 研究の目的

国語の評論文集で「THIS IS JAPAN」(ブレイディみかこ著)を読んで、日本では生活に根ざした問題にあまり焦点が当てられていないことを知り、どうしたらそのような問題がより解決されるようになるのかに気がなったため、研究に至った。生活に根ざした問題に向き合っているのは地方議会であることから、地方議会の場に原因があり、その中でも特に、地方議会において女性議員の数が少ないことで、子育てや介護などの生活に密着した政策課題が捉えきれないということが先行研究からわかった。そこで、地方議会の女性議員を増やす方法を調べ、考察することが、生活に根ざした問題の解決につながると考えた。

(2) 調査・研究方法の概略

地方議会の女性議員が少ない理由について、事実的な情報などについてはwebの新聞記事や選挙に関するホームページなどを参考にし、考察した。また、文献やインターネットではわからない部分について、群馬県議会議員である鈴木あつこさんにインタビューを行った。

調査・研究 ①

現在の日本の女性議員の割合は男性議員の割合と比べて著しく低い理由として考えられるものが次の表から読み取れた。

1	専門性や経験の不足	59%
2	地元で生活するうえで、プライバシーが確保されない	37%
3	性別による差別やセクシャルハラスメントを受けことがある	35%
3	人脈・ネットワークを使って課題を解決する力量の不足	35%
5	議員活動と家庭生活(家事、育児、介護等)との両立が難しい	34%

※この表は日本財団ジャーナルのwebサイトを参考に作成した。

専門性や経験の不足、プライバシーに関する具体的なことは他の調査や文献から得ることができなかった。以下、調べていくなかでより詳しく情報が得られたものについて述べる。

(1) 産休・育休制度について

2021年頃から地方議員の産休制度が「産前6週、産後8週」と明記されるようになり、それまでは9割以上の地方議会で期間が明記されておらず、議決に参加するために出産直後の負担がかかる時期に無理をする議員がいた。また育休制度についてもその後明記され始めたことから、つい最近まで議員の出産や育児は軽視されていたことがわかる。このことから、産休や育休を取るのが難しかったことが女性議員が少ない理由の一つであると考えられる。参考: 毎日新聞デジタル、朝日新聞デジタル

(2) 費用について

地方選挙に出馬する際にかかる費用は必要な当選票数によっても異なるが、目安は、初挑戦の場合200~300万円といわれている。

参考: スマート選挙ブログ

※この後の鈴木さんへのインタビューから、地域によって差があるが、県議会議員の場合、数百万~数千万円かかることもあるのだということがわかった。高額な費用も大きな原因だと考えられる。

調査・研究 ①

(3) 議員に対するハラスメントについて
女性議員でハラスメントを経験したことのある人の割合は98%という調査結果となっている。一般企業(38%)と比べると非常に高い数値である。女性は特に同じ議会に所属する同僚議員からハラスメント被害に遭いやすいことがわかった。また、有権者からはモラル・ハラスメント、同僚議員からはセクシャル・ハラスメントやマタニティ・ハラスメントを受けやすいことがわかった。
(4) 考察①
近年になってからの産休・育休制度の導入などの制度的な面での遅れや高額な費用、ハラスメントなどはこれからの改善によって、議員になりたい人が様々なデメリットのために断念している女性に影響を与えうると考えられる。

調査・研究 ③

(1) 子育てとの両立に関して、また、専門性や経験に関して、地方議会議員の仕事の内容や負担に原因があると考え、実際に群馬県議会議員の鈴木あつこさんにインタビューを行い、以下のことがわかった。
当選後の議員としての活動ももちろん大変だが、それよりも、立候補する前の段階において人脈を広げ、知名度を上げていくために、飲み会をはじめとした夜の時間帯の活動が必要となる点が育児をする女性にとって不利になりやすい。
(2) インタビューを踏まえてさらに調べると、多様な人材が活動できるようにするためには選挙活動中も休みの期間を設ける、議会をオンラインで活動できるようにするなどが負担を減らす解決策としてわかったが、議員になるまでの過程の改善については、現時点の調査では現実的な解決策が得られなかった。

結論

地方議員の仕事のあり方の改革をさらに行っていく、また、議員になるための過程を改善することが女性が地方議員になることへのハードルを下げるきっかけとなると言える。

さらなる発展にむけて

地方議員になるための過程の改善策を見つけ、また地方議会において女性議員を増やす方法について、いくつか焦点を絞って考えてきたが、今回考えなかった面から考えることでより良い改善方法が浮かび上がると思われる。

主な参考文献・調査等

情報労連 働く人たちのための情報労連リポート

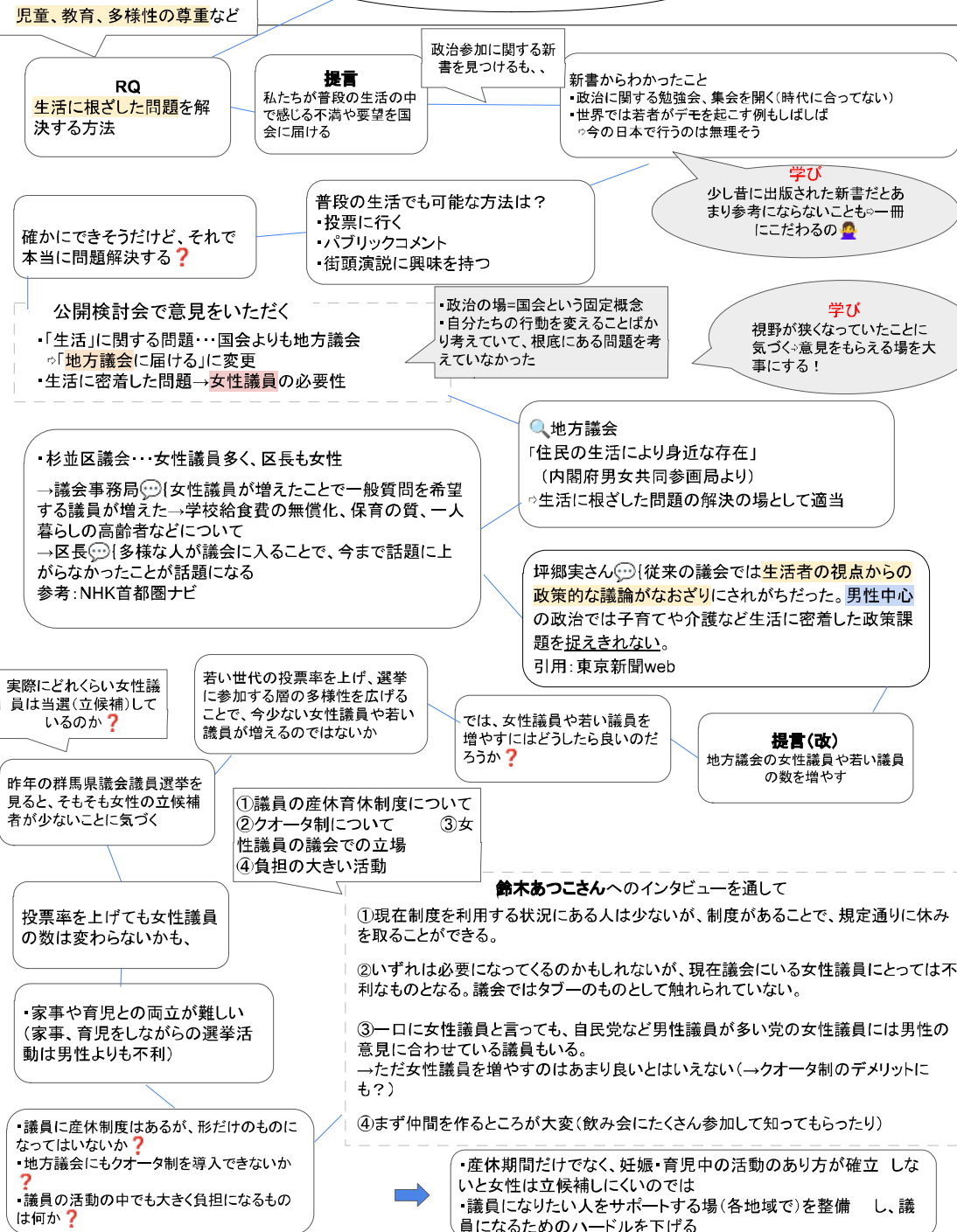
<http://csl-report.jp/or.jp/2303/sp06.html>

日本財団ジャーナル

<https://www.nippon-foundation.or.jp/journal/2023/90358/gender>

スタート

民主政治



炎上

605班 西山智子 吉野芹香

要旨

SNS上で頻繁に起こる炎上について、当事者を含む様々な立場の人の視点に立ち、炎上をもたらす影響について考察した。炎上には、知名度の獲得や炎上商法による経済の活性化のようなプラスの側面もあれば、一方で基本的人権を脅かす誹謗中傷のような負の側面もあることが分かった。私たちがSNSやマスメディアの提供する情報を扱う際には、見えないバイアスがかかっていることを意識して、信頼を置きすぎないことも大切であると分かった。

序論

(1)研究の目的

炎上にはマイナスなイメージがあると考えられているが、どのようなことが原因で悪いイメージがついているのか、炎上によって生じる社会や当事者へのプラスの影響はないのかどうか疑問に思ったため。多数派と少数派の考えを比較しながら、多面的にネットの情報リテラシーを考察する。

(2)調査・研究方法の概略

- ①炎上によって事業が成功した事例、失敗した事例を調べ、その要因から様々な炎上を引き起こすプロセスについて考察する。
- ②炎上商法のメリットとデメリットを考える。計画的炎上商法を具現し、成功を目指すために理解すべきことはなにか。
- ③炎上について研究している方(大学の研究機関)にインタビューをした内容から、炎上商法やネットの匿名性についての意見を聞く。経済的側面を除いた、炎上の効果とはなにか。なぜ炎上は耐えないのか。

調査・研究 ①

炎上商法の成功・失敗例から考察する

事例1 成功例

2010年 ルーマニアチョコレート会社ROM 事案:パッケージのルーマニアの国旗をアメリカ国旗に変える旨のジョークを公言。ルーマニア国民の愛国心に触れ反感を買い、翌日に企業がルーマニア国旗に戻した後、注目度の高まったROMの売上は急増した。

<成功の理由>

- ・炎上後の対応の速さ
- ・単純接触効果
- ・国民性の理解と先を見据えた戦略
- ・安価なお菓子を対象としたため購買のハードルが低かった

事例2 失敗例

意図的な炎上商法による失敗例は多数見受けられる。一部のファン獲得を達成するが、持続性に欠ける例が多い。

<失敗の理由>

- ・確証バイアス
- ・情報発信の対象とする集団を誤る
- ・love more than hateの原則※が崩れる
- ※一定のアンチ層にそれまでの無関心層が加わると支持者を上回る。ファンビジネスとしては成り立つ一方で、世間の持続的な支持は得られない原因となる

→炎上商法の成功、失敗の分かれ目にはメディアの報道による世論操作も影響しているのではないかと

<炎上の成功と失敗を分ける要素>

- ・最初の意見に影響を受けて、拡散される
- ・マスメディアの報道、著名人の発言
- ・企業が炎上発生後にとった対応
- 炎上発生時に今後の動向を予測することはほぼ不可能
- 意図的な炎上を狙うことは容易ではない。

調査・研究 ②

炎上商法とは

- <利点>
- 簡単に知名度を上げることができる
- 炎上商法は、中小企業や知名度が低い人にとってはある程度効果的・知名度の獲得は狙える・経済的合理性はある
- ・一部から熱狂的な支援を得られるので、(炎上によって得られたファン)イメージ回復する必要はない
- <欠点>
- (既に知名度のある大企業は、イメージダウンにも繋がるのですべきではない)
- ・社会的責任を考へてはいない
- ・意図的に反感を買いという行為で成立するため、大多数からの信頼を得るのは難しい

調査・研究 ③

- <匿名性をもたらすものとは>インタビューより
- ・利点
- 個人特定されない前提なので正直な思いを吐き、匿名性がネット利用者のアイデンティティーを守っているという側面がある。「ネット利用者の多くが極端な意見を持つものである」というデータからも、大多数の中庸な意見に紛れやすい声を拾い上げることができるかと考察する。
- ・懸念
- 各々が意見を表明することに重点を置いているため、建設的な議論を形成することは難しく、視点によって様相は変わる。
- ・新聞等マスメディアの報道が、国民に多大な影響を与えている。
- 多量の媒体を参照にして、もう一度情報を検討し直すことが求められる。

結論

炎上商法で知名度を上げ、ファンを獲得することで経済にプラスの影響を与えることもできるので、「炎上」は必ずしも悪影響を及ぼすものではない。
→意見を主張し合う場としての役割は果たしている

さらなる発展にむけて

企業自身の方針だけでなく、マスメディアの報道による印象操作の影響について研究したい。また、ネットの実名制を導入すべきか否かについても考えたいと思った。(電話番号登録の義務づけするなど、一部実名制も含め)

主な参考文献・調査等

炎上とロコミの経済学「山口真一」
いいね！ ボタンを押す前に -ジェンダーから見るネット空間とメディア-

スタート

炎上

「炎上」の定義とは？
→ここでは、「特定の人や企業に批判や誹謗中傷が向けられる状態」とする。

RQ
炎上は必ずしも悪影響を及ぼすものだろうか？

提言
悪影響を及ぼす

炎上に加担しやすい人の特徴
・内面的「自分の」意見と正義感を持つ
・協調性がない

<炎上の成功例>
奈良のマスコットキャラクター「せんたくん」
誕生してから、その見た目に問題があり奈良県民から大バッシングを受けていた。
2008/3/3 ヤフー世論調査でせんたくん反対が78%。
2008/3/9 市民団体が行った署名運動で反対が92%。
メディアによってせんたくんへの批判が取り上げられ、企画「せんたくん」が知られるようになった。
・全国的には比較的好意をもって迎えられ、人気者となった。
最終的に、せんたくん(炎上)による宣伝効果は15億円相当にのぼった。

<炎上の失敗例>
北海道長万部町のゆるキャラである「まんべくん」
2003年に誕生し「毒舌キャラ」として人気があったが、いきすぎた投稿をして炎上してしまっった。

()ネット炎上はどうして起こる・・・?
・意図して発信した批判、誹謗中傷
「自立したい」という欲から不適切な投稿をして炎上(承認欲求)
・(裏アカウント、DMなど)間違えて投稿
→一般人でも炎上する可能性あり

○どうして広まるのか・・・?
・SNSは多くの人々に利用されているから。
→自分とは違う考えを持った人もたくさんいる
・大きく騒ぎ立てる一部の人が
・興味本位の引用拡散

「炎上商法」は大きなリスクも伴うが、計画的に実行すればプラスになるのでは・・・?

ネット上には「特定派」と呼ばれる人々が存在し、過去に炎上した人の中には名前、住所、職場などの個人情報が晒されてしまった人も多く存在する。
例) SNSの誹謗中傷による個人の自殺など
→一般人の炎上はデメリットのほうが大きいのではないかと

炎上による企業のイメージダウン、アップは著しく見られる
・企業に所属する一部の人間の行動であっても、それが与える影響は大きい
→炎上後の対応、メディア報道の重要性に留意
→企業の炎上は正負どちらにもなり得るのではないかと

「炎上商法の成功」の基準はそれぞれ違うが、炎上によってできた負のイメージよりも良いイメージが大きければ成功と言えるのでは？

<現時点での考察>
炎上してもその後の対応によっては悪いイメージを払拭することは可能である。
→計画的に実行すれば炎上商法は成功すると考える。

<自分たちの考え>
炎上をあつかうメディア側が留意すること
・ある程度の盛り上がりを見越して広告等に活用
→炎上の対象となっている企業側との関係が問題点

公開検討会

炎上商法
簡単に知名度を上げることができる！
→炎上商法は、中小企業や知名度が低い人に効果的
・知名度の獲得は狙えるが、大多数からの信頼は得られない
・社会的責任を考へてはいない
・経済的合理性はある
・一部から熱狂的な支援を得られるので、イメージ回復する必要はない！

炎上が議論になっていたとしても建設的で有意義な議論になりにくいex)自分の意見が確定しているため罵倒に走りやすい
各媒体によって情報を受け取る層が異なる
→どの層へ向けて情報を発信するかによって影響力やイメージは変わる

・SNS上には極端な意見のほうが圧倒的に多い
・マスメディアによる印象操作がある
→真に受けて攻撃的な意見を発信をすると、誰かを傷つける恐れがある

アデクションエコノミー(関心経済)
高度情報化社会において、情報の優劣よりも「人々の関心、注目」という希少性こそが経済的価値を持つようになり、それ自体が重要視、も目的化される経済状態のこと。

【引用】
炎上の参加者は「年収が高い」「主任・係長クラス以上」の人が多い
炎上とクチコミの経済学 山口真一著

炎上事件を見て批判している人はネットユーザーの約40万人に1人
SNS上の意見の46%が極端な意見でも、社会全体を見れば極端な意見を持っている人は14%
山口真一
<https://www.itmedia.co.jp/news/spv/2306/29/news142.html>

インターネット上のロコミの経済効果を分析したところ、年間1兆円以上の消費喚起効果があることが分かった(Yamaguchi et al., 2018)。さらに、「インスタ映え」のために、人々は年間約7,700億円も追加で消費を行っていることも明らかになった(山口ほか, 2019)。
https://www.stage1st.go.jp/article/jsimcom/22/08/22_13.pdf



「SNS上の意見を真に受けるのではなく、参考にする程度にすることが大切」
・マスメディアは自身の影響力を理解する

RQに対する答え
・炎上商法で知名度を上げることができる
→「炎上」は必ずしも悪影響を及ぼすものではない

<参考>
yahoo!のコメントは電話番号登録が必要のため、ある種実名制がある



テーマ: 犬 ~ 犬vsペットロボット in Japan ~

超高齢社会における犬とペットロボットの役割の違いについて

609 板谷柚風 吉田万桜 六本木彩加

要旨
 犬やペットロボットが超高齢社会に与える影響を、先行研究を参考にしながら考察した。そこでは犬飼育者は認知症発症リスクが低い傾向があることがわかった。これは運動習慣が確立されていて、社会的孤立状態であることが少ないからであると推測した。さらに、高齢社会における幸福について調べるため、ジェロントロジーについて研究している専門家にインタビューを行った。その結果「人は犬を飼うことで誰かに必要とされていると実感でき、貢献寿命が伸びて幸せに生きられる期間が長くなる」と提言できたため、ペットロボットよりも犬を飼育するほうが超高齢社会にとってメリットが大きいと結論付けた。

序論

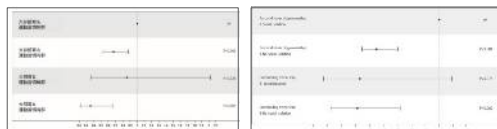
(1) 研究の目的
 コロナ禍でペットを飼う人が増加し、ペットの存在価値がこれまでより高まっているように感じた。一方、近年科学技術の発展によりペットロボットの開発が進み、様々な分野、特に高齢者に対する医療や福祉の現場で活躍している。そこで、両者の間には人に対する役割について大きな違いがあるのか疑問に思い、高齢化社会の日本で犬とペットロボットのどちらがより人にとって重要な役割を果たすのか興味を持ち、研究を進めることにした。

(2) 調査・研究方法の概略
 書籍やインターネットから、犬やAIについての情報収集を行い、犬とペットロボットの相違点・類似点をまとめた。加齢に伴って生じるさまざまな課題を扱い、生涯をより良く生きるための方法を追究していくことを目的としたジェロントロジーについても調査し、双方を比較した。

調査・研究 ①

本研究から、**犬の飼育者では、非飼育者に比べて認知症が発症するリスクが40%低いことが示されました。また、犬飼育者のうち、運動習慣を有する人、社会的孤立状態にない人において認知症発症リスクが低下することが明らかになりました。**一方で、猫の飼育者と非飼育者との間には、意味のある認知症発症リスクの差はみられませんでした。日常的に犬を世話することによる飼育者への身体活動や社会参加の維持が、飼育者自身の認知症発症リスクを低下させていることが考えられます。

出典: 地方独立行政法人 東京都健康長寿医療センター <プレスリリース>「ペット飼育と認知症発症リスク」
 社会参加とヘルシーエイジング研究チーム 谷口優(協力研究員)、藤原佳典(2023年)



運動習慣と認知症の関係	社会的つながりと認知症の関係
1番: 犬飼育者 & 運動習慣アリ	1番: 犬飼育 & 孤立状態ナシ
2番: 犬非飼育 & 運動習慣アリ	2番: 犬飼育 & 孤立状態アリ
3番: 犬飼育 & 運動習慣ナシ	3番: 犬非飼育 & 孤立状態ナシ
4番: 犬非飼育 & 運動習慣ナシ	4番: 犬非飼育 & 孤立状態アリ

調査・研究 ②

猫飼育者の場合の調査では、認知症発症リスクが低下したという研究結果は得られなかった。これは、猫は基本的に散歩等で外に出ることがないため、猫飼育者には犬飼育者と同等程度の運動習慣や社会的つながりがないことが原因であると考えた。ペットロボットも猫と同様に散歩を必要としないため、ペットロボット保有者には認知症発症リスクの低下は見られないと推測した。

調査・研究 ③

超高齢社会について考えていくうえで、「ジェロントロジー」という概念を知った。これが犬とペットロボットとの違いに関わりがあるかと思い、専門の研究をしている前田展弘さんにインタビューをおこなった。その結果、人は犬を飼うことで「誰かに必要とされている」と感じて、貢献寿命が伸び、認知症予防にもなることから介護される可能性が減るため、幸せに長生きしやすいということを学んだ。また、日本は世界全体で見ると、特に高齢化が進んでいて、その対策は日本がいち早くしなければいけないという現状も分かった。調査・研究①、②より、ペットロボットより犬を活用することができるのではないかと考えた。

結論
 超高齢社会の日本において、ペットロボットよりも犬のほうが人にとってより必要であると考えられる。ただし、日本社会の制度や設備の不十分さや、犬の年齢を考慮していないため、一概には言えない。

さらなる発展にむけて
 さらに、高齢の飼い主と高齢の飼い犬が抱える老老問題が社会に与える影響や、この問題の解決策、現在起きている実際の事例等について調査・研究をすれば、今回研究できなかった様々な課題も考慮した結論になる。

主な参考文献・調査等
 出典: 地方独立行政法人 東京都健康長寿医療センター <プレスリリース>「ペット飼育と認知症発症リスク」
 社会参加とヘルシーエイジング研究チーム 谷口優(協力研究員)、藤原佳典

RQ
 これからの日本社会において、人にとってより必要なのは犬とAIのどちらか。

これからの日本がどのようなか考え、様々な観点から犬とAIを比較する。

11月22日

情報共有会

犬とAIのどちらかがなくなった世界を考えてみるのはどうか。
 その場合、いつなくなったことを考えるのか。
 今? それもその存在?

犬がいけない世界では...?
 ・散歩をする人が減り、不健康な人が増える
 ・飼い主同士のつながりがなくなり交友関係が狭くなる
 ・盲導犬や災害救助犬がいなくなる
 →盲導犬ロボットは技術的には可能
 ・殺処分のような社会問題が減る
 ・犬を媒介とする病気がなくなる

AIボがいけない世界では...?
 ・ソニーの儲けが減る
 ・AIボユーザーが悲しむ
 アイボだと限定的すぎる
 ⇒ペットロボットで考える
 ・外出中の室内カメラの役割がなくなる
 ・本物のペットの遊び相手がいなくなり、ストレスに繋がる可能性

犬とAIのそれぞれがいけない世界を考えると比較する。
 ただしここでAIはペットの代わりになるだろうaiboとし、犬とaiboは現在いなくなることを仮定する。

これからの日本
 少子高齢化 労働力不足 環境問題 災害 生産性の低迷 ジェンダー平等 など

「これからの日本社会」では広すぎて研究がうまくいかない

論文を発見

RQ
 超高齢社会の日本において、人にとってより必要なのは犬とペットロボットのどちらか?

ジェロントロジー
 年齢を重ねて生じる変化や社会づくりを幅広い分野から研究する学問

【引用】健康寿命
 健康上の問題で日常生活が制限されることなく生活できる期間
 出典:公益財団法人生命保険文化センター

【引用】【貢献寿命(定義)】
 社会とつながり役割を持ち、誰かの役に立つ、感謝されるといった関わりを持ち続けられる人生期間

インタビュー
 (ニッセイ基礎研究所 ジェロントロジー推進室 前田展弘さん)

学んだこと
 ・長生きを喜べる社会が理想
 →加齢(長寿)に価値のある社会に
 ・日本は世界全体で見ると、特に高齢化が進んでいて、その対策は日本がいち早くしなければいけない
 →犬を活用できる可能性もあるのでは!?

多くの人はできる限り健康で経済的な余裕があり、自分の好きなことを楽しみながら長生きしたいと思っている(健康寿命)が健康寿命が長いだけでは幸せとは言えない
 →近年は**貢献寿命**が注目を浴びている

犬を飼うことで「誰かに必要とされている」と感じ、貢献寿命が伸びる(ロボットでは感じられない)&認知症予防になり介護される可能性が減る
 →幸せに長生きできる人が増える?

【結論】
 超高齢社会の日本において、人にとってより必要なのは犬である。

【引用】
犬の飼育者では、非飼育者に比べて認知症が発症するリスクが40%低いことが示されました。また、犬飼育者のうち、運動習慣を有する人、社会的孤立状態にない人において認知症発症リスクが低下することが明らかになりました。一方で、猫の飼育者と非飼育者との間には、意味のある認知症発症リスクの差はみられませんでした。日常的に犬を世話することによる飼育者への身体活動や社会参加の維持が、飼育者自身の認知症発症リスクを低下させていることが考えられます。
 出典: 東京都健康長寿医療センター 研究所
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S221133552300356X>

研究を通しての学び
 限られた条件の中で何度も研究方法やRQを試行錯誤し、研究を進めることができた。インタビューや意見交換会では班員だけではわからなかった新たな視点や研究のヒントを得られた。偏った考えをなくすためにも、多くの考えを参考にすることが重要だと思った。

現代の地域社会における挨拶の意義について

703 赤尾琴乃 大谷奈々恵

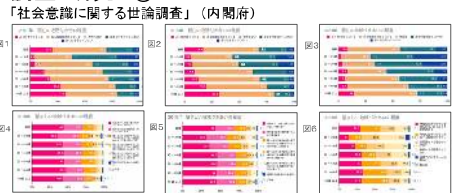
要旨

現代の地域社会との人々の関わりについて挨拶を主軸として考察した。
 近年地域社会との関わりの実態は希薄化傾向にあるが、望まれる地域つきあいの程度は挨拶をする程度以上を望む人が依然として多く存在している。
 一方で、近年の社会情勢により、誘拐への懸念から特に児童の保護者からの挨拶への反対意見も散見された。
 そこで、挨拶をすることで得られる効果を調査したところ、万引き、住居侵入には挨拶が抑止力となることがわかった。懸念された略取誘拐事案も発生の条件から、登下校時の路上での安全確保が課題であり、地域・学校の見守りの方への挨拶等が対策として挙げられる。
 以上のことより、地域社会との関係が希薄化しつつある現代においても挨拶の果たす役割は大きく、地域社会において挨拶を推奨すべきであると考える。

序論

- (1) 研究の目的
 地域社会との関わりが近年希薄化傾向にあるように感じ、その実態と、地域社会と関わることをどう推奨すればよいか、そもそも推奨すべきなのかを調査した。
 地域社会との関わりという幅広いテーマにおいて、挨拶に焦点を絞ることで関わりの実態を調査し、地域社会と挨拶を通して関わることの意義を考察したいと考えた。
- (2) 調査・研究方法の概略
 ① 世論調査より、地域つきあいの程度の変化の実態と、望ましい地域つきあいの程度の変化について調べた。
 ② 挨拶に関して賛否を問う事案を検討し、賛成、反対両者の意見の背景を分析した。
 ③ 挨拶に認められる効果を防犯の観点から調査、挨拶を推奨する意義について考察した。

調査・研究 ①



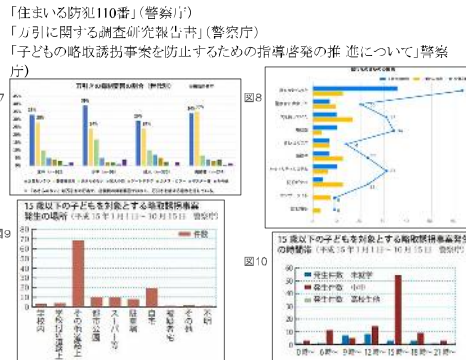
『現在の地域つきあいの程度』『望ましい地域つきあいの程度』で地域つきあいの程度の実態と理想について別の視点で研究している。これらの共通点を見だし、因子分析を行うと、地域つきあいの実態としては程度が低下している傾向にあり、望まれる地域つきあいの程度も挨拶を交わす程度が多くなっている。

調査・研究 ②

マンションでの挨拶禁止ルールについての賛否(2016年11月4日神戸新聞の投書より)
 『小学生の保護者より、子どもには挨拶されたら逃げるよう教えているため、マンション内での挨拶を禁止してほしいとの要望があり、年配の方からも挨拶が滞ってこないのは気分が悪く、禁止してほしいとの意見が一致し、あいさつが禁止になった』という事例がある
 これに対し、『子どもの警戒心が解け犯罪に巻き込まれる可能性があるため理解できる』との声もある一方で、『挨拶をすることで防犯につながるため理解に苦しむ』という声もある

この調査から、挨拶に関する意見の賛否は、礼儀、文化の側面に加え、両意見とも現代の防犯意識の影響が強いのではないかと考えた。

調査・研究 ③



この調査から、挨拶が与える防犯効果の影響を調査したが、万引きを諦める一番の理由は店員による挨拶、住居侵入は住民による声掛けが一番効果的であったとわかる。
 このことから、挨拶には一定程度の防犯効果があると言える。しかし、挨拶反対派の懸念は、挨拶をすることによる誘拐リスクの上昇であることから、挨拶を推奨するには挨拶と誘拐リスクの関係を示すデータが必要になると考えた。
 更に調査した結果から、警察庁によると、略取誘拐の発生は、登下校時、路上が最も多く、事件を防ぐには地域、学校等の見守りが対策として有効であるとわかった。
 よって、地域の見守りの方に認識してもらえよう挨拶をすることは防犯につながると思われる。

結論

世論調査によると、地域社会との関わりが薄れてきており、望まれる付き合いの程度も低下傾向にある。
 子どもが挨拶することに抵抗を感じる親もいるため、一概に挨拶を推奨することが良いとは限らない。
 しかし、挨拶には一定程度の防犯効果が認められ、誘拐発生状況を踏まえると、地域の人と挨拶をすることも子どもの安全確保につながるため、やはり、挨拶をするほうが良いと考える。

さらなる発展にむけて

挨拶に認められる効果について、誘拐と挨拶の直接的な関係を示すデータや、犯罪心理の分析等を行うことで、より挨拶を推奨する根拠を明確に示すことができると考える。

主な参考文献・調査等

- 防犯のためにマンション内での「あいさつ禁止」あなたは賛成？反対？(レマ)』
 『社会意識に関する世論調査 図13』
 『社会意識に関する世論調査 図14』
 『社会意識に関する世論調査 図13 - 内閣府』
 『社会意識に関する世論調査 図15 - 内閣府』
 『社会意識に関する世論調査の概要』

スタート

地域社会

RQ
 地域社会との現代に合った関わり方は？

地域社会とのつながりの現状は？

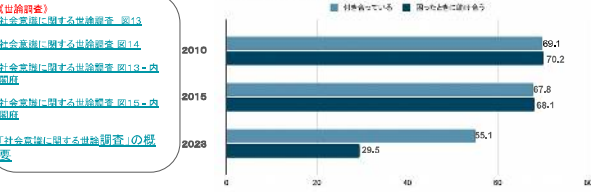
【引用】2010年世論調査より
 近所付き合いの程度
 付き合っている 69.1%
 望ましい付き合いの程度
 困ったときに助け合う 70.2%
 出典 『社会意識に関する世論調査 図13』
 『社会意識に関する世論調査 図14』

【引用】2015年世論調査より
 近所付き合いの程度
 付き合っている 67.8%
 望ましい付き合いの程度
 困ったときに助け合う 68.1%
 出典 『社会意識に関する世論調査 図13 - 内閣府』
 『社会意識に関する世論調査 図15 - 内閣府』

【引用】2023年世論調査より
 近所付き合いの程度
 付き合っている 65.1%
 望ましい付き合いの程度
 困ったときに助け合う 29.5%
 出典 『社会意識に関する世論調査の概要』

・近所付き合いの程度が減少
 ・困ったときに助け合う関係性を望む人も減少
 ・特に18から29歳の世代では、近所付き合いを必要でないと思える人が増えている
 →地域社会との関わりは薄れてきている

18から29歳の若い世代
 地域との関わりが減少傾向
 & そもそも地域社会との関わりを求めている



そもそも地域社会との関わりは必要なのか？

良い点

助け合える(災害、犯罪)
 防犯対策
 地域全体の雰囲気明るくなる
 心の健康維持

悪い点

ストレス
 ある程度の時間的拘束がある
 合わない人等だと付き合いが大変

対処法
 地域の人全員とつながる必要ない
 地域の活動に参加する中で、楽しみを見つける

地域との関わりを持っていたほうがよい！！

地域社会との関わりが薄れる中で、どうすべきか

関わりを持つためのきっかけづくり
 一人が関わるかどうか判断できるように基盤づくり
 →一番ハードルの低い挨拶を！

肯定意見

顔見知りになるから、不審者が気づける
 信頼関係が築ける

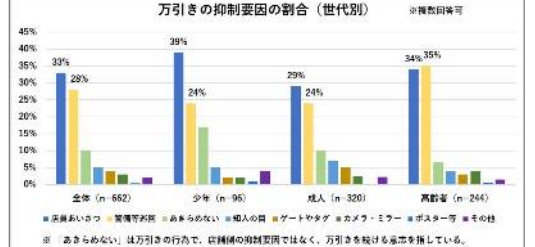
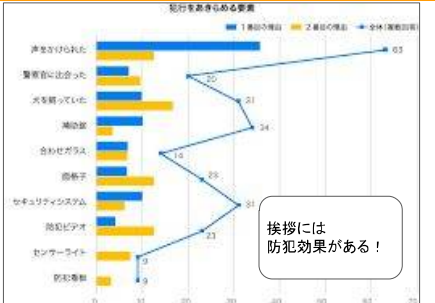
反対意見

子供の警戒心が解け、事件に巻き込まれるかも？
 →大人から子供に声をかけづらい

出典: 防犯のためにマンション内での「あいさつ禁止」あなたは賛成？反対？(ママリ)』
 『地域の防犯対策を簡単に強化する意気な方法〜あいさつが本当の防犯効果とは』

誘拐への懸念は…
 悪い人に対する警戒心が解けることも考えられるが、地域の様々な人と関係性を築ければ、その分いい人からの見守りの目が増える

提言
 地域社会とつながる方が良い
 関わるのが難しくなった現代において、挨拶を通して 最低限の信頼関係を築いていくことが大切である



過去

未来

この研究を通して、関わりが薄れている若者を対象として、インターネットを利用して、地域と関わるような取り組みを考えていきたい。複合的な要因で生じる問題に付いて、根拠を明確に低減することが難しかった。

ディズニー

3年7組706班 名前 小林 萩野 森田

ディズニーの人気の要因はなにか

誰もが大好きな夢の国であるディズニーの人気の要因は何なのか私たちは気になり、この課題をテーマとした。アトラクションやキャラクター、世界観などのたくさん人気の要因があるが、私達は特にキャラクターに焦点を当て考察した。そこでのキャラクターにおける主な人気の要因は、経済的要因と心理的要因の2つが根本にあると考えた。

調査・研究 ①

(i) 1960年(昭和35年)7月に発売された「ダックちゃん」が若い女性を中心にブームを引き起こした。ぶら下がる機能を生かして人形をぶら下げて歩く女性が時折見られるようになった。また同様に、2008年(平成20年)11月以降にダフィーのぬいぐるみをパーク内で持ち歩く若い女性が急増した。

「知名度ゼロのクマが5年後、年間65億円売れる理由」(菅原尚・2018)

→ある人がダフィーを持ち歩いたことをきっかけに相乗効果で人の目を惹き広まっていった。これは1960年のダックちゃんと関連付けられると考え、顧客を囲い込み続けることで利益を創出させる効果があると考えた。それにより、ダフィー単体だけでなく、ダフィー&フレンズがディズニーの人気の軸と展開していったのではないかと考察に至った。

(ii) 他人のティディベアや実験で提供されたティディベアよりも、自分のティディベアの方がはるかに癒し効果が高い。また、ぬいぐるみの持つ癒し効果の根拠にあるものが自分自身のものであるという感情的な絆に起因することがわかった。

「この子じいさまがダメ！」ぬいぐるみの持つ癒し効果の根拠は「絆」だった(大倉康弘・2024/3/21)

→ダフィー&フレンズは季節ごとのコスチュームや装飾を自身の物に着せ替えたり飾り付けたりすることで、特別感が芽生え、ファンがコレクション感覚で集めるという消費者心理に基づくのではないかと考えた。

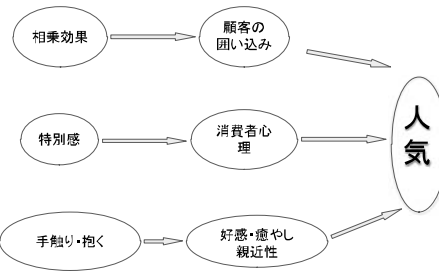
(iii) 抱きつくことができる程度の大きさであること、やわらかい肌触りを持つことは好感、癒やし、親近性と関係することがわかった。

「抱きつき人形の印象評価」(森善一、斎藤祐基、上出寛子)

→ダフィー&フレンズのぬいぐるみはふわふわとした手触りで、抱いてパーク内を回るのが見られるように、抱くことができる。よってダフィー&フレンズは人から好感を持たれ、親近性や癒やしを与えられると考えられる。また、親近感のある動物たちであり、心が温まるような独自のストーリー性があることも癒やしを与える要因の一つであると考えられる。

調査・研究 ②

調査・研究①から、因果関係をまとめると下の図のようになった。



この調査から、人気に関する因子は、「相乗効果」や「特別感」から始まる経済的要因と、「手触り・抱く」から始まる心理的要因があると考えた。

結論

ディズニーの人気の要因として、ダフィー&フレンズに着眼点をあてたとき、経済的要因と心理的要因の観点から現代において需要とニーズが高いものであると考察でき、それが魅力となり人受けすると分かった。しかし、考察しやすいようにダフィー&フレンズのみで考察したため他の要因を取り入れてまとめることはできなかった。

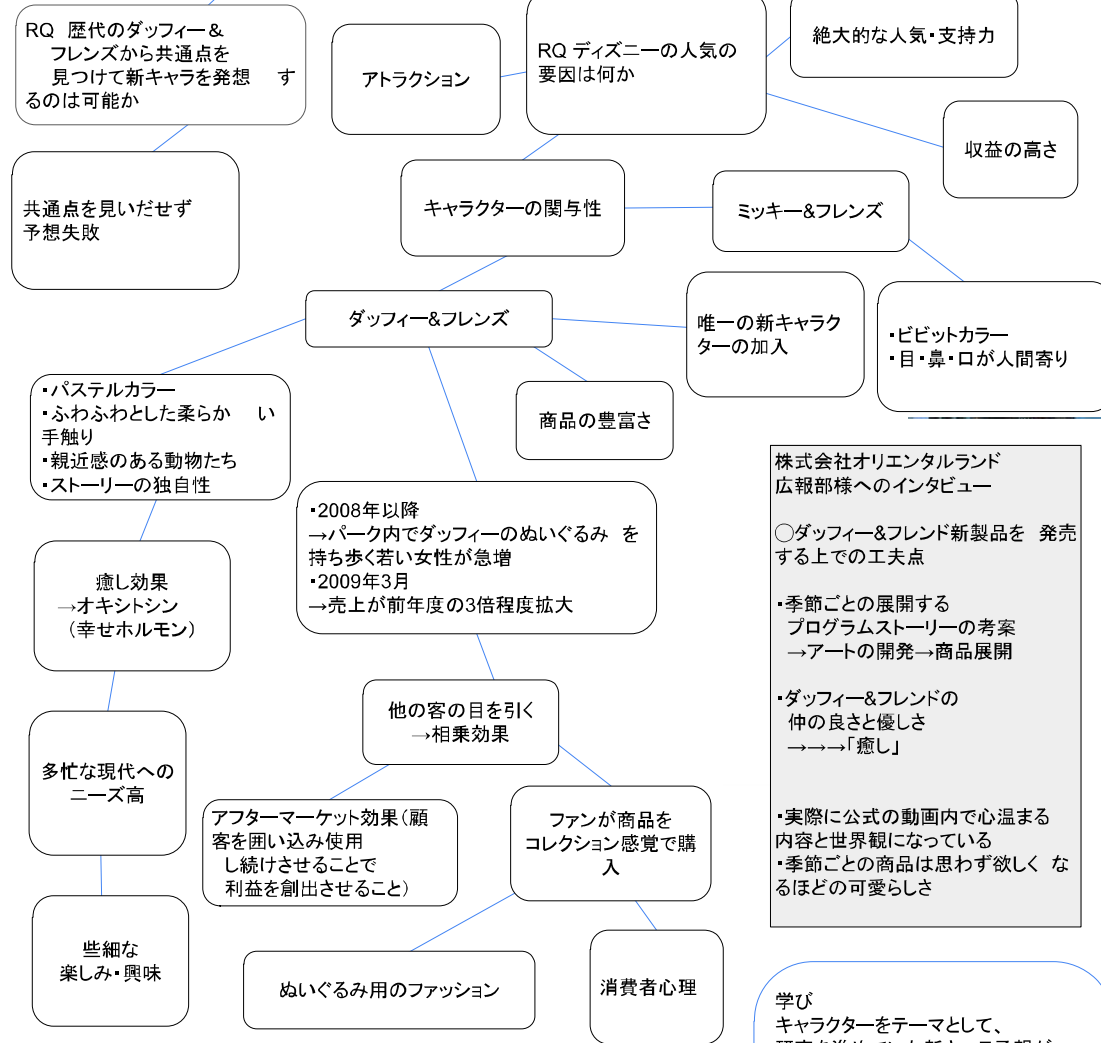
主な参考文献・調査等

調査・研究①を参照

スタート

キャラクター

ディズニー



株式会社オリエンタルランド 広報部様へのインタビュー

○ダフィー&フレンド新製品を発売する上での工夫点

・季節ごとの展開するプログラムストーリーの考案 → アートの開発 → 商品展開

・ダフィー&フレンドの仲の良さや優しさ → 「癒し」

・実際に公式の動画内で心温まる内容と世界観になっている
・季節ごとの商品は思わず欲しくなるほどの可愛らしさ

学び
キャラクターをテーマとして、研究を進めていた新キャラ予想が行き詰まり、ディズニーというテーマに変えたが、しっかりとそれまでの研究したことが活用でき、自分たちの興味があることについて、内容の深い研究ができたので良かったと思う。また研究をしている中で、研究がうまく進まなくなったときには、他の人から新しい意見をもらうなどして、違う観点から考えてみるのが大事だと思った。新キャラ予想についても今回の研究を活かし、再度考えたいと思う。

「ダフィー&フレンズ」は、その可愛らしい姿から、寂しさが紛れたり癒やされたりするなどの効果があり、現代において、需要とニーズ性の高いものになっているため、ディズニーの要因の一つだと考えられる。

自分の好きなように、ダフィー&フレンズのぬいぐるみに着せることができる。季節ごとのコスチュームの購入も、消費者心理学や経済学が利用されて、売上に繋がっているのではないかと考えた。

処理水放出が世界に与えた影響 風評被害と私たちにできること

班名 712 名前 稲村 帆夏 王 梓睿

要旨

処理水放出に伴う風評被害の報道を見て興味を持ち、風評被害の実態について調べた。処理水とは、東京電力福島第一原子力発電所の建屋内にある放射性物質を含む水について、トリチウム以外の放射性物質を、安全基準を満たすまで浄化した水のことだ。IAEA(国際原子力機関)の報告書によって、国際基準に合致しているとして承認された。しかし、国内外では心配な声があり、関連地域の漁業に大きな影響を与えた。海外では、処理水放出開始後、中国やロシア等が輸入規制を行った。その影響で、日本の一部の水産物の輸出額は大きく減少した。また、風評被害の現状を伺うために、相馬双葉漁業協同組合の方にインタビューを行った。

序論

(1) 研究の目的

社会への大きな影響を与えた風評被害の実態について情報を集め、人々が正しい情報を知ろうとすることなく風評被害を広めるということがなくなるようにする。
今の社会に関心を持つ若者が少なくなっている中、私達の調査を通して少しでも多くの人に関心を持ってもらいたい。

(2) 調査・研究方法の概略

- ① 処理水とは & 国内への影響
- ② 海外での反応
- ③ インタビュー

① 処理水とは & 国内への影響

処理水とは、東京電力福島第一原子力発電所の建屋内にある放射性物質を含む水について、トリチウム以外の放射性物質を、安全基準を満たすまで浄化した水のことだ。2023年7月には海洋放出計画が、国際基準に合致すると公表した。

2023年7月4日	国際原子力機関が海洋放出計画が国際基準に合致すると報告書を公表。
2023年8月24日	東電が処理水の海洋放出を開始。中国が日本産水産物の輸入停止を発表。
2023年8月24日以降	嫌がらせ電話が多く報告された。
2024年1月30日	国際原子力機関が処理水の放出開始後初となる調査報告書を公表。

この報告書は、安全に関する基本原則の適用評価、関連する安全要件及び補足的な安全ガイドに関する適合性評価を含むものです。国際安全基準の適用においては、これらの原則及び技術的考慮は各国の状況に適合させなければならないという点に留意することが重要で

IAEAの包括的評価に基づき、IAEAは、ALPS 処理水の海洋放出に対する取組及び、東京電力、原子力規制委員会及び日本政府による関連の活動は、関連する国際安全基準に合致していると結論づけました。

IAEAは、ALPS 処理水の放出は、放射線に関する側面と関連して、社会的、政治的及び環境面での懸念を起していることを認識しています。しかしながら、IAEAは、包括的評価に基づき、現在東京電力により計画されている ALPS 処理水の放出は、入及び環境に対し、無視できるほどの放射線影響となると結論付けました。

(IAEAホームページより和訳 7月公表)

2023年10月のALPS処理水の安全性に関するIAEAレビューは、IAEAとの間で2021年7月に署名されたALPS処理水の取扱いの安全面のレビューに関する付託事項に基づき実施された。

In its reviews and observations, the Task Force did not identify anything that is inconsistent with the requirements in the relevant international safety standards. Therefore, the IAEA can reaffirm the fundamental conclusions of its safety review as outlined in the 4 July 2023 Comprehensive Report.

和訳「タスクフォースによるレビューや観察において、関連する国際安全基準の要求事項と合致しないいかなる点も確認されなかった。したがって、IAEAは2023年7月4日の包括報告書で示した安全審査の根幹的な結論を再確認することができる。」
国際原子力機関で承認されたにも関わらず、国内外では心配な声があり、関連地域の漁業に大きな影響を与えた。

② 海外での反応



処理水放出開始後、中国やロシア等が輸入規制を行った。大きく影響を受けた国産ホタテは、23年の輸出額が22年比24%減の688億円にとどまった。一方アメリカは、日本の安全で透明性の高いプロセスに満足しているとの声明を出した。

③ インタビュー

風評被害の現状を伺うために、相馬双葉漁業協同組合の方にインタビューを行った。報道されていたような嫌がらせがあったのか尋ねたところ、「当組合にはなかった。」との回答を得た。処理水の放出については、「これまでも議論を重ねて参りました。当然反対の意見もありましたが、一方で廃炉に向けて必要な事との説明もあり、大変苦慮しました。最終的には国が全責任を負うとのことで今回の放出に至りましたが、漁業者としては一日でも早く廃炉になることを切望しております。」という意見だった。また、実際に漁業に関わっていない人に伝えたいことを伺ったところ、「様々な情報が氾濫する中で、正しい情報を選択し納得した上で福島県産の海産物を食べていただければと思います。」との回答を得た。

結論

福島第一原発の処理水放出に対して風評被害が出たことから、ひとりひとりが正しい情報に基づいた行動をすべきであると言える。しかし、メディアの情報の真偽ははっきりしないので、実際にインタビューをして話を聞いてみるのが大切である。

さらなる発展にむけて

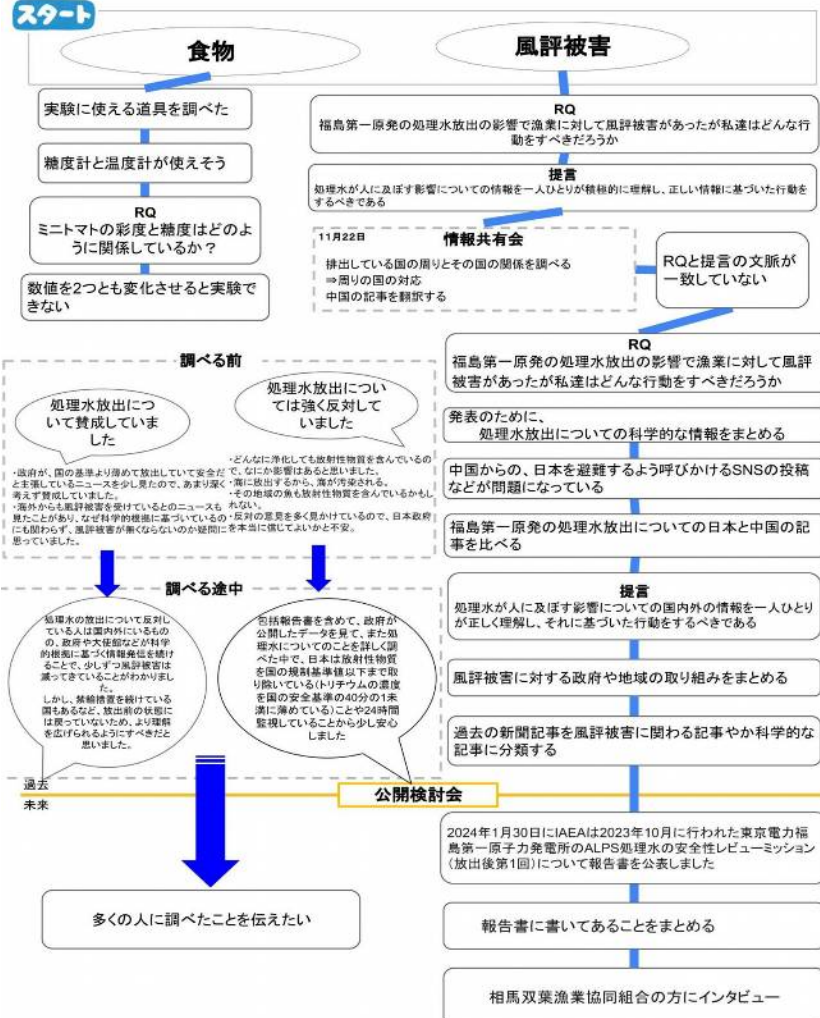
複数の対象からの情報を得れば、より実際に起きたことに近い研究結果になるのではないかと考えた。

主な参考文献・調査等

- <https://www.iaea.org> International Atomic Energy Agency
- フリー百科事典『ウィキペディア (Wikipedia)』(2024/05/17 13:40 UTC 版)
- <https://www.soso-gyokyo.jp> 相馬双葉漁業協同組合

処理水放出に対して、私たちにできること

班 712 氏名 稲村帆夏 王梓睿



【学び】

・風評被害について調べている中で、福島県産の水産物が安全で美味しいことをアピールするイベントがあることを知って私たちが実際に群馬県でイベントを実施してみたのですが、実現できなかったのが残念に思います。

・日本で報道されている情報だけでなく国外で報道されている情報も調べたことで、報道の仕方によって各国の国民の考え方の違いが生じていることもわかったため、いろいろな視点から正しい情報を知ることが大切だと思いました。

・風評被害について研究したけれど、処理水放出に関する風評被害ばかり研究してしまっただけで、社会の対策が早く進み、社会の関心がだんだん薄くなってしまったので、他の風評被害の事例についての研究も展開すればよかったと思いました。

インタビュー

- ・風評被害に対しての取り組み
 - イベントの開催および参加を通して、福島の漁業の現状を説明しております。
- ・報道されていたような嫌がらせはあったのか
 - 質問されている「嫌がらせ」が中国からの電話という事であれば、当組合にはありませんでした。
- ・処理水の放出前後で、周囲からの反応の変化はあったのか
 - 周囲というより世間での反応として、全国の皆様から温かい応援もあり、ナマコ以外については、極端な単価の下落はありませんでした。
- ・処理水放出についての意見
 - 処理水の放出については、これまでも議論を重ねて参りました。当然反対の意見もありましたが、一方で廃炉に向けて必要な事との説明もあり、大変苦慮しました。最終的には国が全責任を負うとのことで今回の放出に至りましたが、漁業者としては一日でも早く廃炉になることを切望しております。
- ・外国との貿易について
 - 当組合から外国への貿易はありません。仲買人においては取引があるところもございます。
- ・この仕事のやりがい
 - 自分の頑張りが収入に直結するところです。
- ・漁師の方々が、今後処理水放出の影響によって生じる不安なこと
 - 処理水の放出は廃炉まで20年から30年続くこととなります。その間に事故が無いとも言い切れません。また希釈して放出していますが、長期間の放出に伴う影響が今後出てくるのか分からないことが不安です。
- ・実際に漁業に関わっていない人に伝えたいこと！
 - 福島県では震災後(事故後)県による緊急時モニタリング調査を継続しており、その結果を踏まえて、安全性を確保してから漁獲対象種に加えております。また漁獲後も一魚種一検体の自主検査を行い、その際に国の基準値100Bqの半分にあたる50Bqを自主基準として設け、さらに半分の25Bqを超えた場合、県の精密検査を行うなど安全・安心の確保に尽力しておりますが、これらの情報が消費者の方々に伝わっていないと感じることがあります。様々な情報が氾濫する中で、正しい情報を選択し納得した上で福島県産の海産物を食べていただければと思います。

前橋市と高崎市は合併すべきか

714 名前 村井晴香 横尾咲野香

要旨
地方自治体の継続・発展のための選択肢として、市町村合併は非常に大きな影響をもたらす。本研究では、群馬県の二大都市である前橋市と高崎市について、両市の発展を目指す上での合併の必要性を評価した。少子高齢化や東京一極集中で地方創生が叫ばれる中、市町村合併の視点から発展の手がかりを得るためである。研究において、合併のメリットとデメリットを整理し、類似する事例や、現在両市で行われている共同事業など幅広い観点から検討した結果、「両市の合併は不必要である」という結論に至った。

序論

(1)研究の目的
群馬県の都市として比較されることの多い両市について、合併した場合にどのような影響が出るのか疑問に思い、研究テーマとした。
両市の合併の是非に関する先行研究は見つけることができなかった。両市のさらなる発展のために合併という選択肢をとるべきか否かを明らかにし、その結論に応じて方策を講じることで、両市の振興への貢献を図りたい。

(2)調査・研究方法の概略

- 両市の基本情報や一般的な市町村合併の仕組みや効果について調べる
- 1と他自治体の合併例を基に、実際に生じうるメリット・デメリットについて考察する
- 両市の役所にインタビューを行い、市の実情と合併に対する意向を把握し、考察を深める

調査・研究 ①

- まず、市町村合併の一般的なメリット・デメリットを文献等を用いて調査した。
メリットについては
- 市の規模の拡大によって政令指定都市認定を受け、都道府県が行っている業務の一部を担うことができる(図1)
 - 規模の利益として、専門職員の配置や行政の効率化
 - 学区や市街化調整区域の指定など、両市の境界を越えた柔軟な行政
 - 新たな政令指定都市となることでの知名度の向上

デメリットについては

- 規模の拡大による不利益
市民の意見が通じづらくなること、地域間格差の拡大など
- 両市のアイデンティティにまつわる諸問題
合併後の市名の問題など
- 市が担当する業務などの調整事項の調整
税、ごみ処理、戸籍、パスポート、市外局番、市営施設、公共料金など



指定都市・中核市・施行時特例市の主な事務(総務省・2022)
https://www.soumu.go.jp/main_content/000799385.pdf

調査・研究 ②

調査①と他自治体の合併例を基に両市の現状を比較し、合併によって実際に得られる利益・不利益について考察した。
メリットは以下

- 合併後の人口が約70万人になり、50万人を超えるため、政令指定都市移行の条件を満たす(例:さいたま市)
現在、両市は中核市指定を受けているため、都市計画や教育福祉において都道府県の事務を新たに担えるようになる
- 県庁所在地と県一番の知名度を誇る市どうしの合併であり話題性を見込める

デメリットは以下

- 新市内における、中心部と周辺部との地域間格差の拡大
- 新市内だけでなく、県全体での政治・経済・人口一極集中が進む。影響力を持つ市どうしの合併により、県内全体での市町村のパワーバランスが崩れ、結果として既存の地域間のつながりが弱まる懸念が懸念される

調査・研究 ③

ここまで研究を基に、前橋・高崎両市役所にインタビューを行った結果、次の情報が得られた。

- 両市の合併案は過去一度も出されていない
- 合併に関しての議論は、市の意向に加え、市民や経済界の意向が発端となることがある
- 現在のまちづくりは、地方自治体主体で地方再生を目指し、独自性を重視する【非・東京化】であるのに対し、平成の大合併は政府の奨励と財政支援のもと、東京のような大都市を作るためのまちづくり【東京化】であったため、参考資料としては不適
- 両市の共同事業として「27連携事業」がある

結論

前橋市と高崎市の合併では、県の事務を一部担うことによる包括的な市政運営や知名度の上昇が利点としてあげられる。一方で新市内のみならず周辺市町村における地域間格差の拡大も予想されるため、結果として広域的な地域振興には結びつかない可能性が高い。
以上の理由により、前橋市と高崎市は合併する必要がないという結論に至った。

さらなる研究の発展にむけて

合併しない場合の両市の更なる振興のための方策を産業や行政制度の視点から検討するほか、人口・経済面等において 両市と類似した立ち位置にある市町村を例に考察を行い、具体案を示すことで、両市への貢献を図りたい。
また仮に合併した場合の周辺市町村への影響も評価したい。

主な参考文献・調査等

- 共同処理制度の概要 (総務省・2023)
- EC型統合で政令指定都市<東国市>を(一般社団法人理想の都市建設研究会・1988)
- 21世紀の市町村像(愛知県・2008)
- 連携の経過と現在の連携事業について(高崎市・2023年)

スタート

Theme:市町村

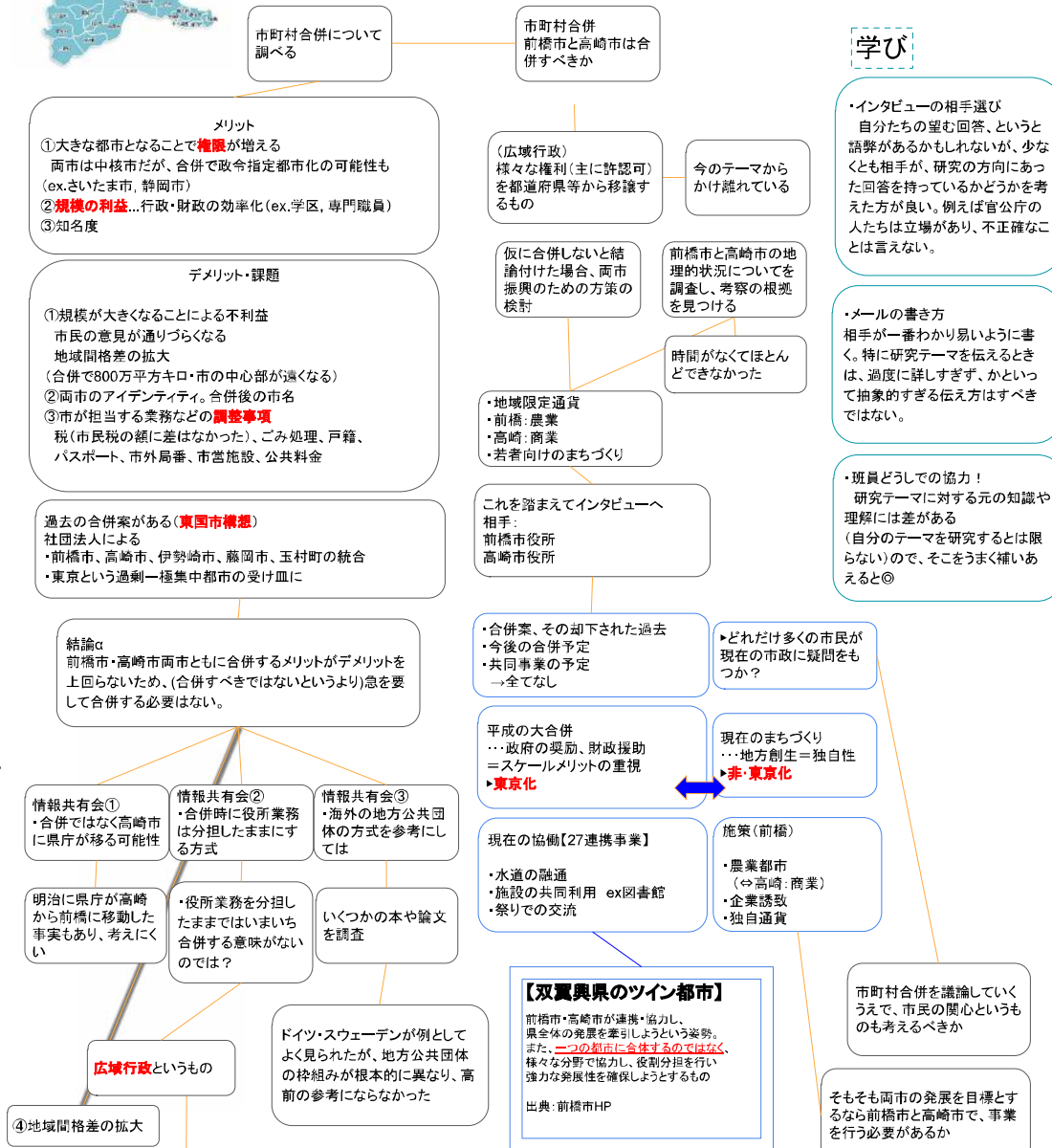
RQ:

前橋市と高崎市は合併すべきか?



群馬県地図
https://www.4is.co.jp/spd/map-search/kantou/cms_163169150.html より

提言-Proposal:
前橋市と高崎市は合併すべきではない



学び

・インタビューの相手選び
自分たちの望む回答、というと誘導があるかもしれないが、少なくとも相手が、研究の方向にあった回答を持っているかどうかを考えた方が良い。例えば官公庁の人たちは立場があり、不正確なことは言えない。

・メールの書き方
相手が一番わかり易いように書く。特に研究テーマを伝えるときは、過度に詳しくせず、かといって抽象的すぎる伝え方はすべきではない。

・班員どうしの協力!
研究テーマに対する元の知識や理解には差がある(自分のテーマを研究するとは限らない)ので、そこをうまく補いあえると◎

日本の食料自給率について ～イギリスから考察し、日本の現状を捉える～

711 小磯明友梨 小暮茅乃 鈴木心

要旨

他の先進国と比べて日本は食料自給率が低いことを受け、日本の自給率が低い原因やどうすれば自給率を上げることができるのかを調べた。イギリスとは共通点が多く、食料自給率upに成功したことを知り、比較して探求することにした。食料自給率を上げる方法を考え、農林水産省の方に考えた政策について意見を頂いた。

序論

(1)研究の目的
社会の授業で日本は他の先進国に比べ、食料自給率が低いことを知った。気候条件などにより生産が不可能な食料もあるとは思いますが、輸入に頼りすぎると輸入相手国の経済情勢の影響を受けたり、価格が安定しなかったりといったデメリットがたくさんあることから、食料自給率を上げる方法を考え、食料自給率について探求したい。

(2)調査・研究方法の概略

- ①食料自給率を上げたほうがいい要因を調べ、
- ②食料自給率を上げることに成功していたイギリスが行った 政策について調べ、日本と比較する
- ③農林水産省の方にインタビューをし、班で考えた政策について意見をいただく

調査・研究①

・日本が食料自給率をあげた方がいい要因

- ▽地球温暖化対策を背景にバイオ燃料の需要が拡大
 - ▽輸入国の人口増加によって日本に入る食料が減る
 - ▽輸入国に限られているため、その国の影響を受けやすい
 - ▽世界の戦争紛争、異常気象などで輸入が規制される
- ⇒食料調達が不安

	日本	イギリス
国土	37万8000平方km	24万3000平方km
農地面積	500万ha	1752万ha
人口	1,257億人	6733万人
食料自給率	38%	65%
高齢化割合	29.8%	18.9%
第1次産業割合	3.2%	1.0%
気候	温暖湿潤気候	温暖湿潤気候

イギリスの食料自給率が1960年代に上がったことを示すデータを見つけ、日本とイギリスを比較することで日本が食料自給率を上げるために必要なことを考察しようと考えた。

イギリスが自給率を上げるために行った政策

- ・販売委員会による食料品の供給コントロール
- ・不足払い制度
- ・食糧増産政策
- ⇒小麦17%、大麦19%、牛乳23%の増加
- ・選択的拡大計画
- ⇒小麦、大麦などの穀物をはじめ畜産物が増加
- 需要量が増加したにもかかわらず食料自給率が向上

食料自給率を上げるために現在日本が行っている政策

- ・FOOD ACTION NIPPON
- 日本の食を次の世代に残し、創るために、日本の食料自給率の向上を目指した国民運動。
- ・ニッポンフードシフト
- 日本が抱える「食」「農」に関わる課題に対し、消費者、生産者、食品関連事業者など「食」を支えるあらゆる人々と行政が一体となって考え、議論し、行動する国民運動。

調査・研究②

調査①から、日本とイギリスは平地面積や食生活が異なっており、単純に参考にして考察することができないことが判明したため、日本に合わせた日本が導入すべき政策を考えることにした。

日本が抱える農業の問題点

- ・高齢化のため、担い手が減少している
- ・収入が安定していないため、農家の職業としての人気がない
- 農林水産省の方にインタビュー
- 以下は、班で考えた食料自給率を上げるために日本が導入すべき政策を提案し、いただいた講評
- ・中学生が授業の一環として農業を行う
- 消費に繋がらないと食料自給率は上がらないので、中学生が農業を行うことで、食料自給率が向上するとは限らない。
- ・すべての農作物に不足払い制度の取り入れ
- 日本は昔食糧管理制度という政策により、政府が日本の食料の生産や輸出入に積極的に介入するという体制を取っていた。しかし、その中で政府が介入することのデメリットが見つかったため、以後政府は介入を控えており、昔のように大きな政策に踏み切るのが難しくなっている。

結論

班で考えた政策を実際に行うことで食料自給率を上げることができると明確に示すことはできなかった。私たちが考えた政策がどの程度有効なのかを知ることはできなかった。しかし、国内で作ったものを確実に消費につなげることで食料自給率は上げることができるので、中学生が農業を行い、作った作物を給食で消費することは、食料自給率の向上に貢献する。

さらなる発展にむけて

今回インタビューを行ったのは農林水産省だったが、食料自給率を上げるための画期的な方法について考えを深めるためには、食料自給率の現状に危機感をもっている専門家や大学の教授などにもインタビューを行い、様々な視点からこの問題について考える必要があったと思う。イギリスが食料自給率を上げることに成功したということを知って日本と比較して考察できるのではないかと安易に考えてしまったが、イギリスと日本では、平地の面積、食生活等、異なっている点が多かったため、物事を多角的に捉えることの大切さを学んだ。食料自給率を上げるための政策についてもっと視野を広く持ち、農業の担い手だけでなく、企業や消費者にもアプローチした案を考えていきたい。

主な参考文献・調査等

- ・農林水産省 柿川晴香様
- ・農林水産省 ホームページ
- ・GRWRS「イギリスの農業から学ぶこと」
- ・QUORA「日本が食料自給率」

スタート

イギリスから考察する日本の食料自給率問題

RQ

日本の食料自給率を上げるには？

提言

食料自給率を上げることに成功したイギリスから学び、日本の自給率を上げることができる



	日本	イギリス
国土	37万8000平方km	24万3000平方km
農地面積	500万ha(13.7%)	1752万ha(72%)
人口	1,257億人	6733万人
自給率	38%	65%
1960年食料自給率	79%	40%台
高齢化割合 (1950→2021)	4.9% →29.8%	10.8% →18.9%
第1次産業割合(2020)	3.2%	1.0%
緯度	36.2度	55.3度
気候	温暖湿潤気候	温暖湿潤気候

調べてみると、イギリスと日本は共通点も多いことがわかった。また、イギリスがどのような政策を行ったのかも分かってきた！！

日本の農業就業率 約1% (122.6万人)
イギリスの農業就業率 約1% (67万人)

カロリーベース総合食料自給率は、基礎的な栄養価であるエネルギー(カロリー)に着目して、国民に供給される熱量(総供給熱量)に対する国内生産の割合を示す指標

しかし！
日本はイギリスより農地面積が圧倒的に小さく、大規模な農業ができない
⇒単純にイギリスの成功を日本に当てはめるとはできない

学び
実際に行っていることから、つなげて考えることは手詰まりを解消する助けになり、視点を換えることが大事。

イギリスが自給率を上げるために行ったこと

- 1947年 農業法
 - ・販売委員会による食料品の供給コントロール
 - ・不足払い制度
 - ・食糧増産政策
 - ⇒小麦17%、大麦19%、牛乳23%の増加
- 1965年 選択的拡大計画
 - ⇒小麦、大麦などの穀物をはじめ畜産物が増加
 - 需要量が増加したにもかかわらず食料自給率が向上(45%)

現在ではイギリスの食料自給率は7割を超えている

インタビューに向けて調べたこと

- 食料自給率を上げたほうがいい要因
- 地球温暖化、人口増加、バイオ燃料、輸入する国が限られてる、世界の戦争紛争、異常気象などで輸出が規制される
- ⇒食料の調達不安
- 食料自給率を上げるために、日本が行っている政策はなにが
- フードアクションニッポン⇒ニッポンフードシフト(2021年から)
- 旬の食べ物を選ぶ
- 地元で取れた作物を食べる
- 米を中心に野菜も食べる
- 食べ残しを減らす

インタビューで学んだこと

- 日本に輸入されなくなる原因
- 戦争、為替、異常気象、中国やインドで人口増加
- 自分の国の中の食料を賅うだけで限界 →国際価格の変動
- 日本の今の現状
- ・今の3倍農地がないと自給率を100%まであげるは無理(地理的制約)
- ・輸入と備蓄の組み合わせで安定な供給を目指している
- ・生産面
- ・加工食品の野菜は日本産のものでないものが多い →国産の野菜に転換していく政策
- ・米粉を使った加工
- ・消費面
- ・輸入に依存している品目を多く消費するようになった。(ニッポン・フード・シフト)
- 米について
- ・国内で生産できる
- ・米の消費 一人の一年あたりの米の消費量 111kg(1920年)>>>50.9kg(2020年)
- 自給率の捉え方
- ✗生産だけあげればいい
- 食生活で摂取している消費量も増やす

提言を変更

- 日本が食料自給率を上げるためには、次の政策や取り組みを行うのが良い
- 中学生が野菜や穀物を育てて販売
- 農業従事者...約116万人
- 中学生の人数...約321万人
- ⇒中学生は大きな労働力になり得る
- 不足払い制度の取り入れ
- ⇒農家を安定した収入の職業にすることで人気up

実際に効果があるのかはわからない
インタビューで専門の方が意見をもらいたい

中学生が農業に取り組むという意見について
消費に回されないものを作っただけでは自給率の向上に直結するとは言えない
農業について知る・関心をもつという点ではgood

不足払い制度の取り入れについて
日本は過去に食糧管理制度という政策を行って、政府が農業に介入するという体制を取っていた。
しかし、その結果バランスの悪い生産を促すことになり、うまくいかなかった。そのため日本では政府が介入しないほうが良いと考えられている。

学び
自分たちでたくさん調べただけでは分らなかった新しいことを知ることができたので、提言を確かめるのに、専門家にインタビューをすることはとても有効だった

最終的な提言
中学生が農業を行い、作った農作物は給食で食べることで、確実に消費につなげることで、食料自給率を上げることができる

香りを使って日常生活豊かにする方法

15班 名前 藤ノ木七海 本多美玖

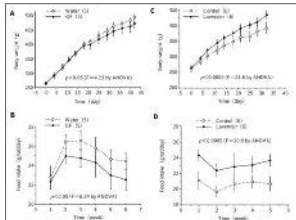
要旨
香りについての研究を行おうと思い、大学での先行研究を調べていたところ、新潟大学の研究でマウスに対して香りがかかると一定の効果が見られることがわかった。そこで、私達はこの効果を日常生活に利用できないかと考えた。

序論

(1)研究の目的
私達は五感の中で最も記憶に残りやすいと言われてるのが嗅覚であることを知った。そこで香りによる効果を使って私達の生活をより豊かにすることを目的にした。

先行研究

「匂い刺激のエネルギー代謝に対する影響とその機構—グレープフルーツとラベンダーの芳香の効果—」
(大阪大学蛋白質研究所 永井克也・2005)より

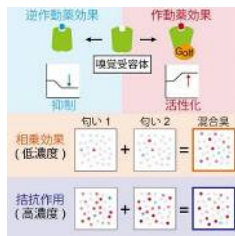


まず前提として、匂いには効果があるのかを調べるためにこの研究を引用した。
データより、グレープフルーツとラベンダーの香りには顕著かつ正反対の効果が見られ、目的に応じて使い分けることで香りを生活に活用できると考えた。
また、実験ではマウスを使用しており、人と同じ哺乳類であることから人においても効果が期待されると考えた。

調査・研究 ①

先行研究ではマウスを用いていたが、人に香りを使う際に匂いを強すぎると不快に感じてしまうことがある。香りの効果をより弱い匂いで得られる方法について調査した。

「匂いのハーモニーが生み出される仕組みを解明—鼻の洞で生じる抑制性応答、拮抗作用、相乗効果を生きた動物で実証—」
(九州大学・今井 猛・2020) より



弱い匂いでより効果を大きくすることができる方法がわかった。
香りには混ぜることで拮抗作用を持つものや相乗効果を生むものがあるため、香りの組み合わせに注意し利用する必要があります。

○花王株式会社相談窓口様へのインタビュー

花王株式会社様にメールでのインタビューを実施
香り付きの商品を開発する際の企業目線での意見も考えて より実生活で香りを活かしやすいようにする考察を行う ヒントとするため

○花王株式会社相談窓口様の回答(一部抜粋)
・香り付きの商品を開発するうえで重視していること
商品のイメージや、使用する場面、匂いによる心理的・精神的効果を考える

・香りの効果について
香りには様々な効果があることが知られているが、薬機法で認められた成分でないことと身体への効果を明記できないので、香りの効果を商品の効用として活用することができない

・香りをつけるうえで気をつけている点
主に使用してもらいたい年代に合わせて好まれる香りを選び香りのバリエーションを増やして、多くの人が使用できるようにしている

香りの効果を使用する人に認識してもらい、それぞれの効果に応じた香りを用いてもらうようにするためには、香りの効果が表記できるように薬機法で認められる香気成分を増やしていくことが大切である。
同時に、好き嫌いの分かれやすい香りは商品化が難しいため、その香りの効果を得ることのできる代替品を模索して商品化のしやすさと効果の得やすさとの両立を図っていく必要がある。

結論

マウスにおいては香りによる肉体的効果があることが先行研究によってわかっているが、これが人においても有効であるといえなければ香りの効果を活用する方法として製品に香りをつけるということができなくなってしまいます。

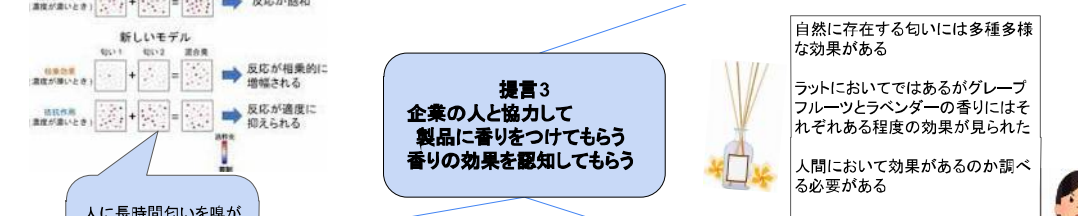
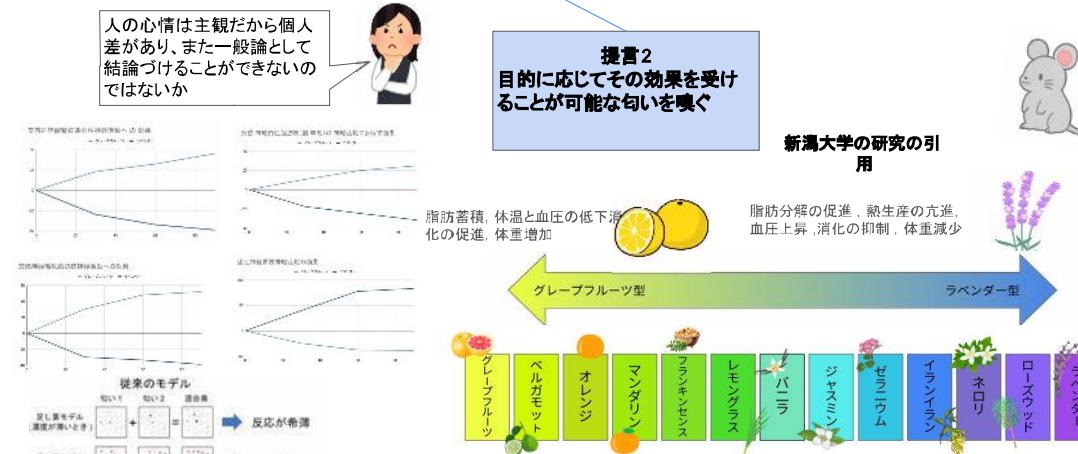
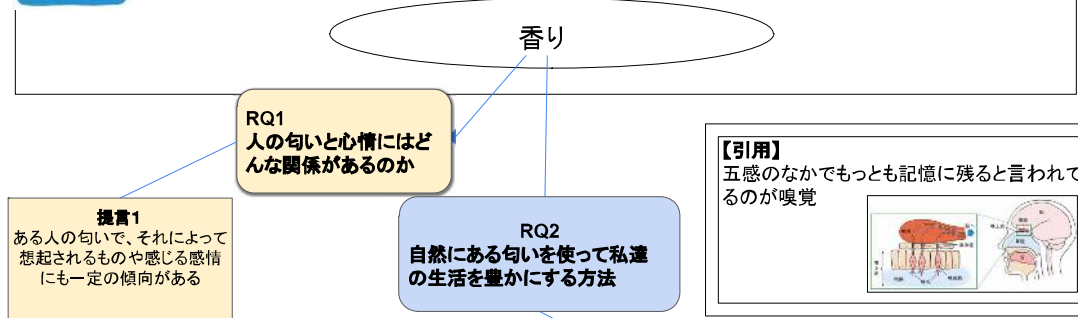
さらなる発展にむけて

香りの組み合わせによって効果が相乗したり、半減したりすることがあるため、香りの効果の実用的な使用を考えるならば、その組み合わせの傾向なども調査する。

主な参考文献

- 「生活の木 オンラインストア」
https://onlineshop.treeoflife.co.jp/products/084712480?srsltid=AfmBOoq2LYW30peZSfHtDn4r1YuoDWSXnJSeQGcUjUP_V-PACAMUJE
 - 「amasia organic store」<https://journal.amasia.store.jp/essentialoil/>
- 調査・研究①を参照
調査・研究②を参照

スタート



提言3 企業の人と協力して製品に香りをつけてもらう 香りの効果を認知してもらう

案1 花王株式会社様にインタビュー(メール)を実施

人に長時間匂いを嗅がせるのはかなり難しい匂いの相乗効果を用いて短時間で効果を出せるようにする

香り付きの商品を開発する立場からのご意見をいただき、商品開発の際に重要なことがされた

どの年代でどのような匂いが好まれる傾向があるか、その匂いのもつ効果を調査する必要がある

薬機法に承認される条件においても調査が必要である

案2 学校の生徒にアンケートを行う

- ・どんな匂いが好きか (〇〇系で回答)
- ・匂いの効果について どのくらい知っているか

①香りをつけるために重視していること
商品のイメージや使用する場面を重視
リラックス、リフレッシュ感、ポジティブな気分にするなど、心理的・精神的効果を与えるために行う

②匂いに関する効果について
香りには様々な効果があることが知られているが、薬機法に認められた成分でないことと身体への効果を明示できない

③香りをつけるうえで注意していること
主に使用してもらいたい年代に好まれる香りを選び、香りのバリエーションを増やしていく

一部抜粋

ファッション雑誌が衰退した理由と売上を立て直す方法

7組・16班 名前 緑埜ひな 和田紗英

要旨

雑誌の印刷部数が減少していることから、ファッション雑誌が衰退したことが分かった。衰退した原因を調べるために、過去と比べた現代のファッション雑誌の特徴を調べ、立て直す方法を考えた。

序論 (1)

- 研究の目的
過去に盛んであった日本のファッション雑誌を再び盛り上げるため。
- (2)調査・研究方法の概略
- 1)ファッション雑誌の発行部数の変化を調べ、ファッション雑誌が本当に衰退したことを確かめる。
 - 2)ファッション雑誌に起用されているモデルの変化から、現代のファッション雑誌の特徴を考える。
 - 3)消費者物価指数と月刊誌物価指数の関係を調べる。
 - 4)「電子出版の市場規模」から、電子の雑誌の特徴を調べる。

調査・研究 ①

今回、女子大学生向けである、女性ヤング誌を調査対象にした。印刷証明付部数より下のグラフを作成した。上位3誌の2008年4月～2023年6月の印刷部数の変化を表す。主な女性ヤング誌の各年4～6月の3か月間の合計印刷部数は15年間で大幅な減少が見られたため、ファッション雑誌の衰退と捉える。

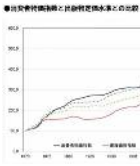
引用) 印刷証明付部数 (日本雑誌協会)



調査・研究 ②

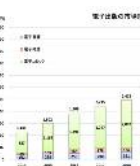
ファッション雑誌は女性のバイブルであった時期もあったが、現代は多様化が進み雑誌の果たす役割も変わってしまった。現在の雑誌ではアイドルなどのタレントの起用が多いが、それだと雑誌の固有性が薄れ、雑誌自体のファンがつきにくい。そのため、特定のアイドルをファッションモデルとしてファッション誌に登場させても長期的に見れば売上増加には繋がらず、読者が減ってしまう。これは雑誌の付録も同様である。

調査・研究 ③



消費者物価指数の上昇率よりも月刊誌物価指数の上昇率のほうが高いため、以前よりも雑誌が買にくくなっている。ファッションアイテム自体の価格も上昇しており、読者には手の届かない商品を雑誌に載せている。

調査・研究 ④



SNSが普及したことで情報を簡単に得ることができるようになり、ファッション雑誌の必要性が低くなり衰えた。電子の雑誌を活用していけば良いのではないかと。電子出版全体の売上は増加しているが、そのうちのほとんどがコミックである。書籍も少しずつ増えている。一方、雑誌は一時期増加していたが2018年を境に減少し続けている。コミックの電子書籍は売れていることから、電子書籍という媒体の問題ではなく、内容や雑誌と電子書籍との相性などが原因と考えられる。

結論

ファッション雑誌が衰退した理由は、それぞれの雑誌の固有性が薄れ固有のファンが付きにくくなったからであると考えられる。また、雑誌が昔と比べて購入しにくい価格になっているとも原因の一つだと考えられる。時代に合わせて上手くシフトチェンジしていく必要がある

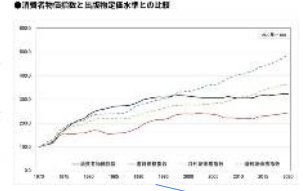
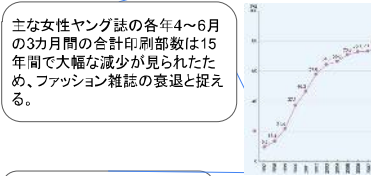
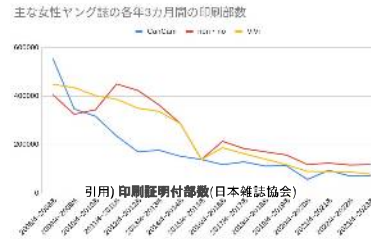
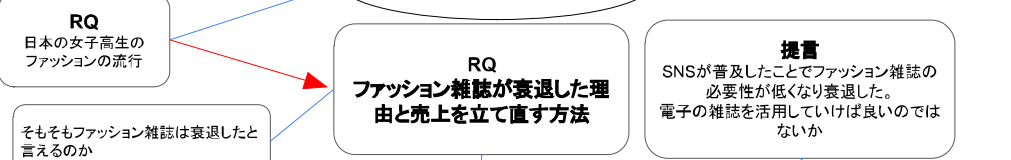
さらなる発展にむけて

V字回復した他の産業などを参考にし、ファッション雑誌の売上を立て直す方法を考えていく。電子出版全体の市場規模は拡大しているが、電子出版単体で見ると減少していることから雑誌は電子との相性が良くないと考えられる。

主な参考文献・調査等

日本雑誌協会
総務部「インターネット普及率」
南里敬三教授 <https://our.repo.nii.ac.jp/records/2012598>

ファッション



インターネットの普及が、ファッション雑誌の売上低下に影響しているのではないかと。

かつては流行の発信源であったが、その役割がインターネットへと移ってしまったのではないかと。

ファッション雑誌は女性のバイブルであった時期もあったが、現代は多様化が進み雑誌の果たす役割も変わってしまった。

かつてのファッション雑誌ではカリスマモデルの存在があった

現在ではアイドルなどのタレントの起用が多い

雑誌の固有性が薄れ、雑誌自体のファンがつきにくい。

11月22日 情報共有会
解決方法を、「専門性」の他にも考えられるのではないか

SNSのほうがピンポイントに情報を得られるので、効率が良い。

大きな流行が生まれにくくなった

雑誌には専門性が足りないのではないかと

特定のアイドルをファッションモデルとしてファッション誌に登場させても、長期的に見れば売上増加には繋がらず、読者が減ってしまう雑誌の付録も同様

消費者物価指数の上昇率よりも月刊誌物価指数の上昇率のほうが高いため、以前よりも雑誌が買にくくなっている。

ファッションアイテム自体の価格も上昇しており、読者には手の届かない商品を載せている

FUDGEとGISELe
特徴 - 無名の白人系海外モデル
・年齢がわかりにくい為、幅広い年代が参考にできる
・服を見ることに集中できる
・ファッション情報を重視
・没固有性を有する
・記事内でのモデルの名前の言及は通常行われな
ボーイッシュ志向へシフト

一時期低迷していたLARMEは2020年秋号で量産地雷系ファッション、韓国風ファッションへシフトし発行部数を回復させた

SNSでは、おすすめ機能によって自分にとって興味のある情報が得てきやすい雑誌なら偏っていない情報を得られ、新たな発見があるかも

電子出版全体の売上は増加しているが、そのうちのほとんどがコミック。書籍も少しずつ増えている。一方、雑誌は一時期増加していたが2018年を境に減少し続けている。

電子出版の市場規模は年々増加している。電子コミック、電子書籍の販売額は増加しているのに電子雑誌だけが減少しているのはどうしてだろう

コミックの電子書籍は売れていることから、電子書籍という媒体の問題ではなく、内容や雑誌と電子書籍との相性などが原因と考えられる。

雑誌の強み
・SNSに載っている写真よりもきれいな見やすいように考えられた構図・広告を読者に繰り返し見せられるターゲット層が絞られているため、広告の効果も高い

時代に合わせて上手くシフトチェンジしていく必要がある

学び - 広い視点から考えていくことが大切だと思った。グラフは数字(年代)に注意し、急激に変化している年について調べてみると良い
今後 V字回復した他の産業などを参考にし、ファッション雑誌の売上を立て直す方法を考えていく

スタート

クトゥルフ神話の面白さについて

クトゥルフ神話の面白さについて

3年6組4番 石田真彩 3年7組30番 森口楓乃音

要旨

クトゥルフ神話TRPGは40年もの歴史を持つが、少なくとも日本においては知らない人のほうが多く、有名とは言えない。同じTRPGのジャンルに含まれる人狼ゲームよりも知名度は低い。そこでクトゥルフ神話TRPGの人気が他のゲームに比べてなぜ低いのか、それぞれの特徴をまとめることで原因を探るとともに、クトゥルフ神話TRPGを知らない人に興味を持たせるにはどのような点を売り込めばいいか考えた。

序論

(1)研究の目的
クトゥルフ神話の知名度を上げる

(2)調査・研究方法の概略
①クトゥルフ神話TRPGの要素を分析する
②クトゥルフ神話と他のTRPGの違いを探る
③TRPG以外のゲームの特徴を見出し、TRPGひいてはクトゥルフ神話TRPGとの共通点・相違点をまとめる

調査・研究 ①

1.自由度
・オープンワールド
・マルチエンド
・キャラメイク
・シナリオ(時代、場所、登場人物、ストーリーのジャンルなど)
・卓ごとのルール

2.偶発性
・運要素
・ダイスロール
・対人ゲーム
・行動の選択肢が多い

3.ジャンル(シナリオの要素)
・探索
・コメディ
・ホラー
・推理
・アクション
・RPG
・ファンタジー
・卓上ゲーム
・神話
・シナリオの場面展開

3に関してすべての要素が一つのシナリオに入っているわけではなく、複数個の要素をそれぞれ異なる割合で含まれている。

さらなる発展にむけて

現在人気を誇るコンピュータゲームはジャンルを同じくしても作品によって各項目に差があり、代表的な作品しか考えにくかった。グラフにおけるいい数値化の方法をさらに検討したい

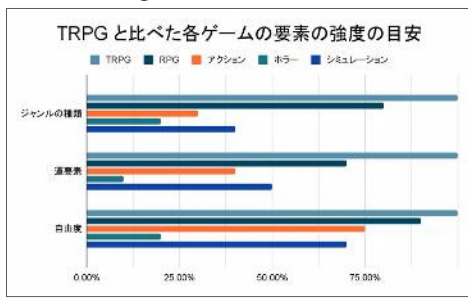
調査・研究 ②

人狼ゲーム
ゲームの開始前に自分の役職や時間配分が決められているため行動の選択肢に幅がなく、比較的自由度が低いことがシンプルルールへと繋がりが、初心者でもプレイしやすい。また、ルール内で攻略法を考えたりプレイスタイルを変えるなど、個人の範囲でも様々な楽しみ方ができる。

パライゾ
それぞれに達成すべき任務があり、行動の大まかな指針ができる。そのためゲーム進行が複雑化せず、流れを理解しやすい。また残基があるため一度や二度のミスで負けることはない。ただ通れる道や安全に使えるものが少なく理不尽な死亡やダメージがあるため、経験者のほうが有利ではある。

クトゥルフ神話TRPGとの違い
全体的にシンプルなシステムで初心者も参加しやすく、プレイしながらルールを覚えるということが可能。対してクトゥルフ神話はある程度のゲームシステムを知っておかないとロールプレイングが難しいために楽しめきれない可能性が高い。

調査・研究 ③



結論

クトゥルフ神話TRPGはTRPGであるがゆえに明確なチュートリアルがなく、行動のもとなる必要な予備知識などが経験の差によってしまうこと、また、基本的に所要時間が長さやロールプレイパートが多く慣れるのに時間がかかることなどが不利な点として考えられる。
一方、運要素や行動の自由度は一般的なコンピュータゲームよりも高く、またシナリオによってジャンルを好みに調整できる点などは他のTRPGを含むゲームより有利であると言える。
そのためスマホなどの電子機器が普及し、他人との会話が減りつつある現代こそ誰でも楽しめ、何通りも楽しみ方のあるクトゥルフ神話TRPGが広がる好機だと考えられる。

TRPGの基本的な用語について

STR 筋力
CON 体力
SIZ 体格
INT 知性
POW パワー・精神力
DEX 俊敏性
APP 外見
耐久値 怪我を負うと減る=HP
移動 平均的な移動能力
ダメボ 追加で与えるダメージ

セッション…TRPGを行うこと
シナリオ…遊ぶ物語のこと
GM…ゲームマスター、KPやDLと呼ばれることも
PL…TRPGのGM以外の参加者
PC…PLが操るキャラクター
NPC…PC以外のキャラクターで主にGMが操る
キャラシ…キャラクターシート、PCの設定を示した紙
判定する…キャラクターの行動が成功したかを定めることなどなど

ダイスロールについて
○d△…○が振るダイスの数
△がダイスの面の数

<TRPGの面白さとは?>

ほかのゲームとの共通点・相違点や、ゲームが売り出されるときに強調されているポイントからピックアップした、TRPGの持つ特徴をまとめた

- ◎自由度
・オープンワールド
・マルチエンド
・キャラメイク
・シナリオによって、…
→時代・場所・登場人物
・ストーリーのジャンル・ルール etc
- ◎偶発性
・運要素 (=ダイスロール)
・対人ゲーム
・行動の選択肢が多い
- ◎ジャンル(シナリオの要素)
・探索
・コメディ
・ホラー
・推理
・アクション
・RPG
・ファンタジー
・卓上ゲーム
・神話
・シナリオの場面展開

組み合わせも要素の種類も多種多様

学び
ジャンルやシナリオごとに決めることも多いため、様々な面で自由度の広いゲームだと再認識できた。また、シナリオ自体も種類が多く存在するため、幅広く楽しめると考えられる。

シナリオ考えてみた!

初めての人でもできるように、TRPG特有の面白さを詰め込んだものを

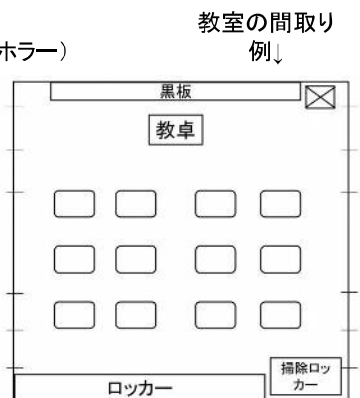
～基本の設定～

場所: 昭和に建てられた母校
時代: 20XX年
人数: 3~5人
テーマ: 学校の七不思議
ジャンル: 推理・コメディ・(ホラー)

◎七不思議について

- 1、テケテケ
- 2、人体模型
- 3、不気味な放送
- 4、踊り場の鏡
- 5、音楽室のピアノ
- 6、トイレの花子さん
- 7、13段の階段

- ☒ …ゴミ箱
- …机



シナリオの導入 例

20XX年のある日、キャラクターは、かつてクラスメイトだった友人と同窓会に来ています…

…目が覚めると、あなたは木目調の部屋の中にいることに気が付きます。起き上がるとあなたの周りに、同じように起き上がった人が○人います…

…そしてその部屋は、みなさんにとってとても見覚えのある場所でした。そこは、今は取り壊されたはずの、かつての母校でした…