

第2100回定例研究会報告要旨（2010年1月26日）

小学生の農林漁家宿泊体験が子どもに与える効果と課題 ～「子どもプロジェクト」受入農家等のアンケート分析から～

農林水産政策研究所 主任研究官  
鈴村源太郎

近年、小・中・高等学校では、修学旅行を単なる観光とせず、何らかの体験メニューを組み込む学校の割合が増え続けており、中でも中学校では、1986年の17%から2007年には63%に達しています。一方、小学生を対象とした体験活動は、修学旅行とは別途に、教科学習の一環として実施されている総合学習の一形態としても取り組まれて来ました。こうした流れを受けつつ、「体験活動の充実」が謳われた2008年度の学習指導要領の改訂と同時に事業化されたのが、「子ども農山漁村交流プロジェクト」です。同プロジェクトは、2008年度より農林水産省、文部科学省、総務省の3省庁によって進められ、5年間で農山漁村における長期宿泊体験活動を全国2万2千校程度の小学校が取り組むことを目標に推進する事業で、既に、2008年度からの2年間に、全国90地域の農山漁村が受入モデル地域として選定され、平成21年度は401校の小学校が宿泊体験活動を行いました。

この事業の目的は、農山漁村に田舎を持たないなど、農山漁村と接点の少ない子ども達に、自然の豊かさや農作業を通じた労働の大切さ、食のありがたさなどを学ばせることに加え、子どもたちが受け入れ地域の農林漁家にまで入り込むことによって、地元住民に活力をもたらしたり、地域経済を活性化することにあります。

本報告では、特にこの「子どもプロジェクト」に着目し、農山漁村における小学生の受入れにともなう課題と農林漁家や地域にもたらす波及効果を明らかにすることを目的として、子どもたちを受け入れた農林漁家を対象に実施したアンケート調査「農山漁村宿泊体験活動の経済効果に関するアンケート調査」（2009年2月）を分析しました。また、文部科学省児童生徒課生徒指導室が2009年7月に実施した小学校に対するアンケート調査「農山漁村での長期宿泊体験による教育効果の評価に関する調査」のデータ（小学校の教員から見た宿泊体験前後の生徒の反応を計測）について因子分析を行い、「仕事・規範因子」、「挨拶・お礼因子」、「生命への関心因子」、「チャレンジ精神因子」、「協力・連帯感因子」、「コミ

ュニケーション力因子」の6つの因子を抽出するとともに因子得点を算出しました。さらに、この因子得点のデータを、前者の農林漁家を対象としたアンケート調査と突合することによって、どういった受入形態において、学校側の評価が高くなるのか、学校側の評価からフィードバックする形で、農村側の受入形態を評価しました。

以下、分析結果の一部をご紹介します。宿泊体験の受入を行っている農林漁家は、旅館や簡易宿所を営業している「民宿」とそれ以外の「民泊」とで受入規模が異なるので、宿泊人数別の分析は民宿と民泊を分けて行いました。その結果、民泊では、平均宿泊人数「4～5人」である小学校で、「生命への関心因子」、「チャレンジ精神因子」などを中心に最も得点が高く、実態調査を通じて得られた「同宿児童数は5人程度が適正規模」との指摘を裏付けるものと考えています。一方、民宿（旅館営業＋簡易宿所営業）では、20人未満の宿泊規模で実施した小学校において、「チャレンジ精神因子」、「コミュニケーション力因子」、「協力・連帯感因子」、「挨拶・お礼因子」等の因子得点が高いのに対して、20人以上の大人数で宿泊した小学校の得点は総じて低くなっています。こうしたことから、教育的観点から、民宿では20人未満程度の宿泊で良い効果が期待されるものと推察されます。

また、農林漁家が宿泊体験を受け入れている目的別の分析では、「農村活性化・農村理解を深める」と回答した農林漁家がいる受入地域協議会で、「生命への関心因子」、「チャレンジ精神因子」を中心に因子得点が高くなっていますが、「所得の向上」を目的とする農林漁家がいる受入地域協議会は、各因子の得点が相対的に低くなっています。農林漁業に関わる宿泊体験においては、農村活性化や農村理解を深めることを目的に取組を行うことが、受け入れた子どもへの教育効果を高くしているものと考えられます。

本報告では、このように、農林漁業を媒介とした宿泊体験について、受入地域の取組の仕方により、教育効果に一定の差が生じていることが確認されましたが、今後は、調査精度を上げるなどの工夫を行った上で、教育効果の高い宿泊体験のあり方を検証していきたいと考えています。

なお、学校側データによる受入地域の評価は、受入地域側の受入方法の改善にとって極めて重要な情報であるため、受入地域の取組の改善のためにも、現場と連携しながら、積極的に分析結果をフィードバックしていくことは重要です。