

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
鈴木源太郎・中村敏郎

1. 研究の背景と課題

(1) 研究の背景

- 近年、農山漁村への宿泊を伴う体験旅行は、修学旅行を介した中・高校生の取組から小学校高学年生に広がり。
→ 2008年度より農水、文科、総務3省が関わる「子ども農山漁村交流プロジェクト(以下、「子どもプロジェクト」)」が実施。既に、全国151のモデル校が、85地域の農山漁村で宿泊。
- 子どもプロジェクトの目的
 1. 都会育ちの子ども達に、①**学ぶ意欲や自立心**、②**食の大切さ**、③**思いやりの心や豊かな人間性・社会性**、などが生まれ、**社会規範や生活技術が身に付く**など、体験活動を経験して、**子どもたちがたくましく成長することが期待**。
 2. 受け入れる農山漁村地域では、①**地元住民に活力をもたらす**、②**地域の他産業に対して経済波及効果が発揮される**、など、子どもが個々の農林漁家まで入り込むため、**経済・非経済両面の地域活性化効果が期待**。

2. 政策研調査の分析

(1) 政策研調査の調査方法

- 「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」は、農林水産政策研究所が2009年2月に実施
- 調査票は3種類
 1. 「受入協議会に関する調査」(対象:53箇所の子どもプロ受入協議会)
 2. 「宿泊施設に関する調査」(対象:各地域2箇所程度の公的宿泊施設、ホテル、旅館)
 3. 「受入農林漁家(民泊、民宿)に関する調査」(対象:農林漁家民泊、旅館業または簡易宿所の許可を取得した農林漁家民宿)
- 調査票設計:農林水産政策研究所、農林水産省都市農村交流課
- 配布、回収:(財)都市農山漁村交流活性化機構、農林水産省都市農村交流課及び地方農政局、地域協議会を通じた間接郵送回収方式。
- 集計:農林水産政策研究所
- 総配布数:「協議会調査」53件、「宿泊施設調査」106件、「農林漁家調査」265件
- 有効回答数(率):「協議会調査」41件(77%)、「宿泊施設調査」36件(34%)、「農林漁家調査」167件(63%)

4

(2) 政策研調査の概要

- 経営主の平均年齢は58歳。作目は稲作が43%、農林水産物販売額は「300万円未満」が62%。
- 業態は旅館業法の許可を得た「民宿(旅館業)」が34%、簡易宿所の許可を得た「民宿(簡易宿所)」が28%、民泊が38%。小学生に限った受入年数は子どもプロ対応と思われる「1年」が61%。受入目的は、「農村活性化・農村理解を深める」(37%)、「地域の観光業振興」(17%)等が多い。

第1表 受入農林漁家アンケート調査の概要

(単位:件、%)

区分	割合	区分	割合	区分	割合
有効回答数(件)	167	稲作	42.7	民宿(旅館業)	34.3
北海道	6.0	野菜	12.2	業態 (n=166)	
東北	10.8	果樹類	13.0	民宿(簡易宿所)	27.7
関東・東山	13.8	1位 作目 (n=131)	2.3	民泊	38.0
地域ブ ロック (n=167)	13.2	畜産・加工	1.6	1年	61.1
北陸	5.4	林業	5.3	2~5年	12.6
東海	11.4	水産業	9.9	受入 年数 (n=144)	
近畿	15.0	その他	13.0	6~9年	7.6
中国・四国	24.6	50万円未満	22.9	10~14年	9.7
九州・沖縄	6.0	農林水 産物 販売額 (n=105)		15年以上	9.0
40歳未満	13.2	50~100万円	17.1	地域の観光業振興	17.4
40~50歳	38.3	100~300万円	21.9	所得の向上	13.0
50~60歳 (n=167)	28.7	300~500万円	8.6	受入 目的 (n=111)	
60~70歳	13.8	500~1,000万円	12.4	交流を楽しむ・交流人口の増加	16.5
70歳以上	17.2	1,000万円以上	17.2	農村活性化・農村理解を深める	36.6
				受入の要望に応える	11.3
				その他	5.2

註:1)パーセンテージは、無回答を除く割合。

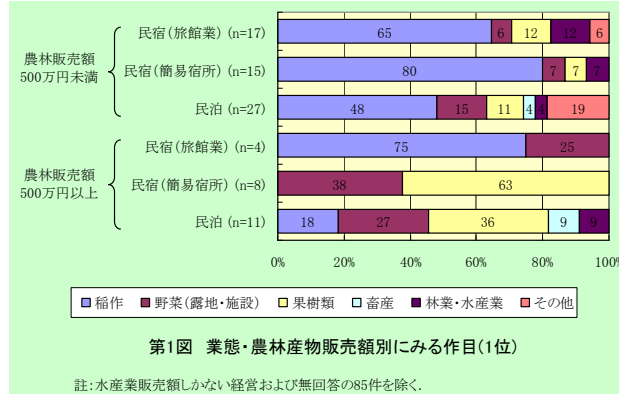
5

(3)分析結果

1)業態による受入状況の違い

- 稲作の割合は、「民宿(旅館業)」および販売額が500万円未満の「民宿(簡易宿所)」では、稲作の割合がそれぞれ7~8割を占めるが、販売額500万円以上の「民宿(簡易宿所)」、「民泊」では、稲作割合が低い。代わりに「民宿(簡易宿所)」、「民泊」では、果樹(それぞれ63%、36%)、野菜(同38%、27%)などの割合が高まっている。

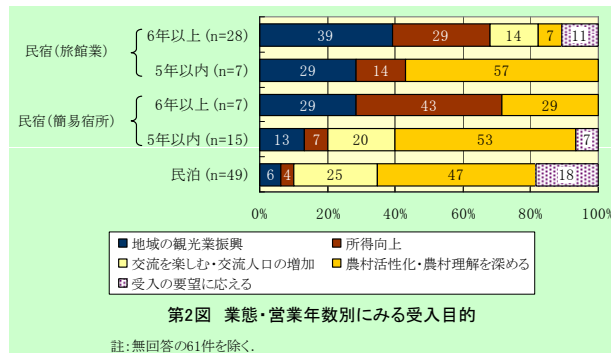
→ 農産物販売額が多い区分ほど、**稲作の割合は相対的に低下し、野菜、果樹が増加。**



6

2)業態別にみる受入人数、営業年数と受入目的

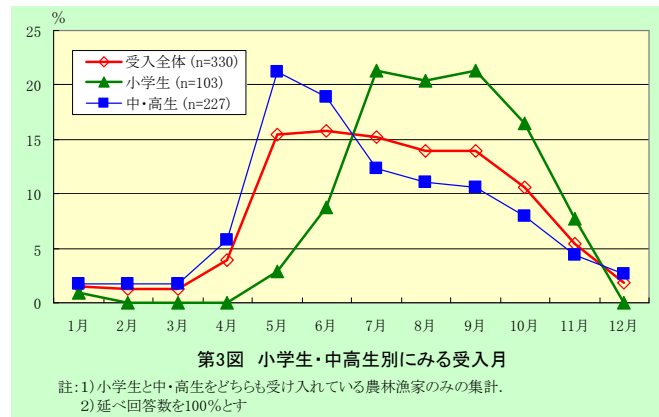
- 1軒あたり年間受入生徒数は、民泊の27.8人に対し、民宿(簡易宿所)は57.2人、民宿(旅館業)は201.5人と大きな開き。
- 受入目的
 - 「地域の観光業振興」は、民宿(旅館業) > 民宿(簡易宿所) > 民泊の順に減少。
 - 「所得向上」は、営業年数6年以上の民宿(旅館業) (43%)、民宿(簡易宿所) (29%)が高い。
 - 「交流を楽しむ・交流人口の増加」は、民泊(25%)、5年以内の民宿(簡易宿所) (20%)が高い。
 - 「農村活性化・農村理解を深める」は5年以内の民宿(旅館業) (57%)、民宿(簡易宿所) (53%)、民泊(47%)が高い。



7

3) 小学生、中・高生別にみる受入月

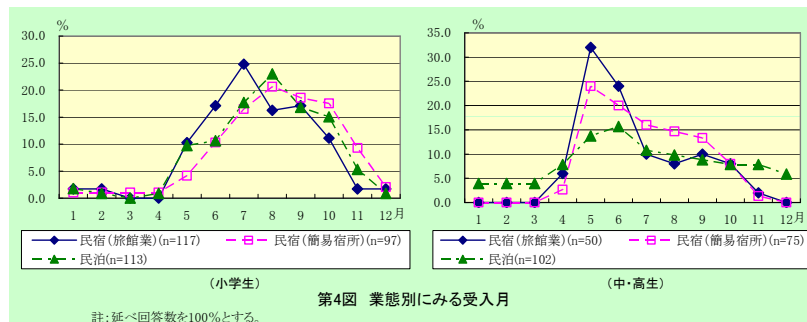
- 中高生の受入時期は、修学旅行に伴う春季への受入集中の影響のため、5月(22%)、6月(19%)に大きなピーク。
 - 一方、小学生は、中・高生の最盛期を回避する形で、7月～9月により幅広いピークが形成。
- 中高生と小学生の受入時期には、**補完関係**が認められる。



8

4) 業態別にみる受入月

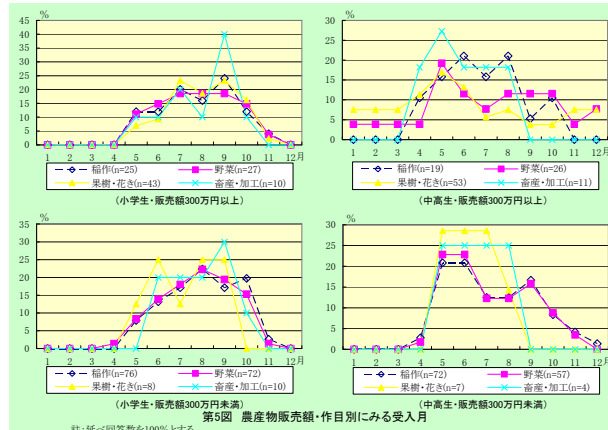
- 小学生のみ受け入れている農林漁家は、どの業態も似通った分布であるのに対し、**中・高生を受け入れる農林漁家は、民宿(旅館業)、民宿(簡易宿所)の5～6月のピークが32%、24%と特に高い。**
- 小学生は、第3図に見られるように、需要ピークが幅広く、受入年数も浅い農林漁家が多いため、業態による受入月の違いはほとんど見られない。
- 中・高生については、**民宿が5～6月の修学旅行需要に応じた積極的受入を行っている。**一方、民泊は全般に受入規模が零細なため、5～6月の修学旅行期に大きなピークを示さず、**冬期から春先にも農林漁家宿泊体験を受け入れている。**



9

5) 農産物販売額別にみる受入月

- 小学生の受入月は、作目や農産物販売金額の多少に関わらず、5月～11月に山が形成。
- 中・高生の受入月のうち、一定程度の農林水産業の経営基盤がある300万円以上の農家については、野菜や果樹・花きなどの作目で、冬期を含めた周年的な受入が実現している。なお、第4図の中高生を受け入れる民泊農林漁家は、すべて農林水産物販売額が300万円以上。
- 小学生についても、学校側の需要さえあれば、今後、作目次第で冬期の受入は可能と考えられる。



10

3. 宿泊体験の取組に対する学校側の評価

(1) 文科省調査の方法と概要

〔調査実施時期〕 2009年7月

〔調査対象〕 「豊かな体験活動推進事業」のうちの「自然の中での長期宿泊体験事業」において、2008年度に「農山漁村におけるふるさと生活体験推進校」に指定された178校

〔調査方式〕 郵送回収方式(全数回収)

〔特徴〕 単独の教員の印象で記入されることがないよう、**校長を含め引率した教諭・養護教諭など体験宿泊を実施した当時の関係者で討議などを行い、関係者の意見を総合して記入するよう依頼。**

〔内容〕 農山漁村における宿泊体験活動による教育効果が想定される項目に関し、児童生徒の変化を問う内容。

〔調査形式〕 「人間関係・コミュニケーション能力」、「自主性・自立心」、「マナー・モラル・心の成長」、「学習意欲」、「食育への関心」、「環境教育の広がり」、「児童の心の問題の改善」など、24の調査項目に関する5段階評価。その他、「保護者による長期宿泊体験に対する評価」などの自由記入による設問により構成。

11

(2) 因子分析による教育効果因子の抽出

- 24項目にわたる5段階評価のデータにより因子分析を実施。
- 初期解の抽出には最尤法を用い、回転はプロマックス回転を実施。固有値は1.0。

- 6つの因子が抽出され、因子負荷量0.400以上の項目を表示したのが第2表。6因子の累積寄与率は72%。

- 第3表の因子相関行列の相関係数に従い、関連の比較的強い因子を隣り合わせるよう調整
結果に問題が生じる高い相関は非検出。

- 第1因子「仕事・規範因子」
- 第2因子「挨拶・お礼因子」
- 第3因子「生命への関心因子」
- 第4因子「チャレンジ精神因子」
- 第5因子「協力・連帯感因子」
- 第6因子「コミュニケーション因子」とそれぞれ命名。

第2表 文科省調査(農山漁村での長期宿泊体験による教育効果の評価)に関する因子分析結果

区分	1.仕事・規範因子	2.挨拶・お礼因子	3.生命への関心因子	4.チャレンジ精神因子	5.協力・連帯感因子	6.コミュニケーション因子
率先して仕事をする	0.673	-0.042	-0.066	0.319	0.236	-0.287
ルール、時間を守る	0.656	0.106	0.156	-0.112	-0.022	0.011
相手の立場を考慮する	0.422	0.022	-0.030	-0.174	0.347	0.141
お礼が言える	0.036	0.976	-0.063	-0.050	-0.010	0.013
挨拶ができる	0.345	0.974	-0.094	-0.114	0.078	-0.051
命の大切さ、生命への関心	0.155	-0.023	0.814	-0.018	-0.225	-0.045
宿泊生活問題等の改善	0.102	-0.190	0.808	-0.063	-0.041	0.190
環境保全意識の向上	-0.053	0.216	0.403	0.039	0.227	-0.025
任意活動に積極参加	0.267	-0.163	-0.070	0.827	-0.186	0.104
チャレンジ精神が旺盛	-0.192	0.188	0.071	0.447	0.273	0.139
目標に向かって相互協力	0.223	-0.063	-0.196	0.001	0.890	-0.008
連帯感、仲間意識	0.203	-0.067	-0.029	-0.153	0.842	0.227
体験から食の大切さを理解	-0.085	-0.119	0.448	-0.026	0.478	-0.269
人々の採し方を学習	-0.051	0.171	-0.027	-0.042	0.443	0.017
課題解決等の問題解決	-0.126	-0.088	0.028	0.067	0.224	0.701
細い交友関係	0.022	0.038	-0.042	0.065	-0.070	0.473
因子寄与率	16.5	9.6	11.9	6.3	19.3	8.3
累積寄与率	16.5	26.1	38.1	44.4	63.7	72.0

注:1)因子抽出法は最尤法を用い、Kaiserの正規化を伴うプロマックス法を用いた(固有値は1.0)。17回の反復で回転は収束。

2)表中の太字は、因子負荷量が0.400以上の項目を示す。

3)いずれの因子においても因子負荷量が0.400に満たない8項目については、表記を省略した。

第3表 文科省調査結果の因子分析にかかる因子相関行列

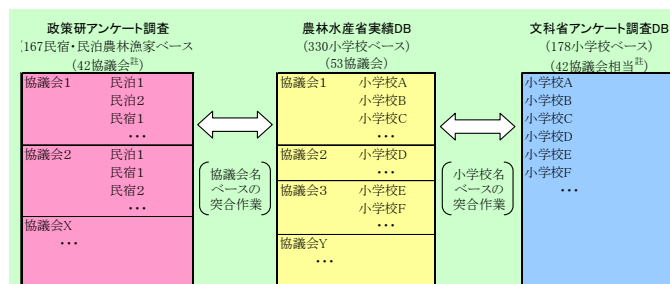
因子	1.仕事・規範因子	2.挨拶・お礼因子	3.生命への関心因子	4.チャレンジ精神因子	5.協力・連帯感因子	6.コミュニケーション因子
1.仕事・規範因子	1	0.427	0.433	0.408	0.443	0.439
2.挨拶・お礼因子	0.427	1	0.360	0.350	0.299	0.269
3.生命への関心因子	0.433	0.360	1	0.514	0.441	0.289
4.チャレンジ精神因子	0.408	0.299	0.514	1	0.382	0.267
5.協力・連帯感因子	0.443	0.299	0.441	0.382	1	0.459
6.コミュニケーション因子	0.439	0.269	0.289	0.267	0.459	1

注:相関係数に従い、相関の比較的強い因子を隣り合わせるよう並び替えを行った。

12

(3) データ突合の方法

- 「文科省アンケート調査DB」と「農林水産省子どもプロジェクト実績DB」の突合作業
→ 小学校名ベースでの作業。双方に該当無しのレコードが存在したため、102小学校がマッチング。
- 「農林水産省実績DB」と「政策研アンケート調査」の突合作業
→ 協議会名ベースでの作業。無回答の協議会が存在するため、42協議会でのマッチング。
- 3つのDBの突合作業
→ 協議会ベースでの実施。33協議会でマッチング。



第6図 データ突合作業の概念図

注:政策研アンケートの42協議会と文科省アンケートの42協議会は相互に重ならないそれぞれ9箇所の協議会を含む。

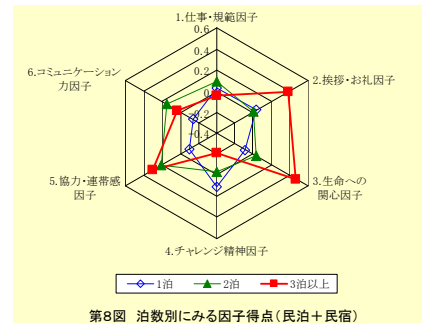
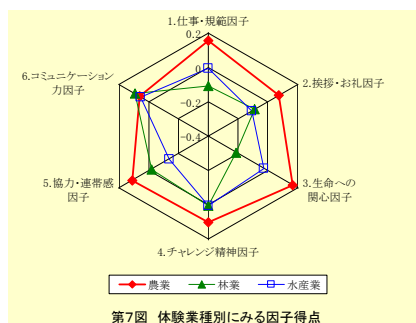
13

(4) 教員の生徒評価に見る宿泊体験事業の成果と課題

- 因子分析の結果抽出された因子得点を評価指標として活用(因子得点は各サンプルが当該因子から受ける影響度を数値化したもの、ゼロが平均)。

〔体験種別による分析〕 **農業の得点が相対的に高い**ことが確認。農業では、特に**生命への関心因子(0.16)**、**仕事・規範因子(0.15)**などの得点が高い。

〔泊数別による分析〕 **泊数が多くなるほど、因子得点が高まっている**因子は第2、第3、第5因子、特に**生命の関心因子(0.47)**と**挨拶・お礼因子(0.39)**は3泊で飛躍的に高まっている。



註: 第7図、第8図は、農水省実績DBと文科省アンケートデータの突合による集計結果(102サンプルベース)。

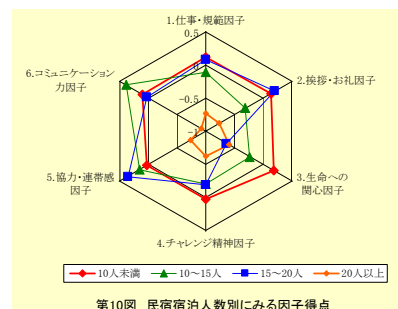
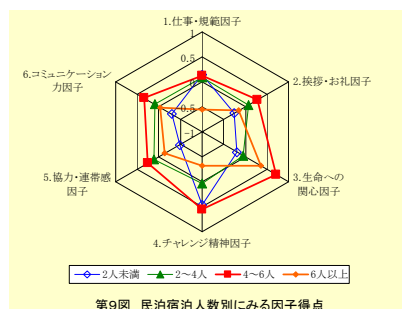
14

- 宿泊人数別の分析

〔民泊〕 **生命への関心因子(0.71)**、**チャレンジ精神因子(0.56)**などを中心に**「4~5人」の得点が最高**。6人以上では、**チャレンジ精神因子**や**仕事・規範因子**などが低下。

なお、実態調査で「同宿児童数は5人程度が適正規模」との指摘があり、民泊ではこれが妥当。

〔民宿(簡易宿所(A)+旅館業(B))〕 **生命の関心因子(0.18)**、**チャレンジ精神因子(0.02)**は、10人未満を最高に、人数の増大とともに低下。**コミュニケーション力因子(0.38)**は10~15人を最高に、**協力・連帯感因子(0.35)**と**挨拶・お礼因子(0.15)**は15~20人を最高に、それぞれ低下。**20人以上の大人数は教育的観点で良い効果を生まない可能性**。



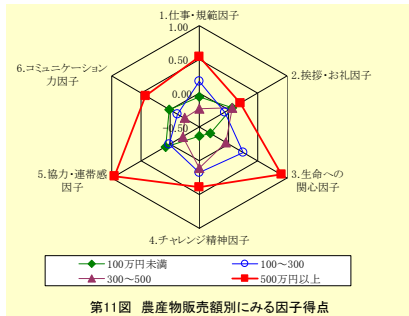
註: 第9図、第10図は、農水省実績DBと文科省アンケートデータの突合による集計結果(102サンプルベース)。

15

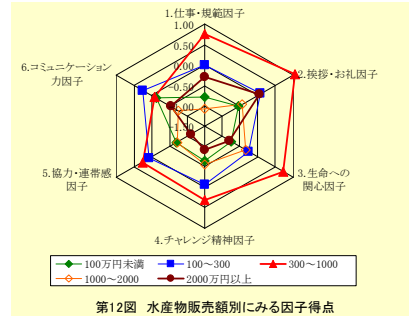
■ 農林水産関係の販売額

〔農産物販売額〕 販売額500万円以上の農家では、協力・連帯感因子(0.94)、生命への関心因子(0.90)、仕事・規範因子(0.54)など全ての因子が高得点。

〔水産物販売額〕 コミュニケーション因子を除き、「300～1,000万円」の得点が最高。特に、挨拶・お礼因子(1.04)、仕事・規範因子(0.75)、生命への関心因子(0.72)が高い。しかし、それ以上の階層では、逆に得点が低下傾向。1,000万円未満は家族経営を意味する可能性。
(個人漁業経営の平均収入は963万円、会社経営の平均売上額は3億3千万円(H20漁業経営調査))



第11図 農産物販売額別みる因子得点



第12図 水産物販売額別みる因子得点

注: 1) 林産物販売額に関する分析は、サンプル数が少ないため省略した。

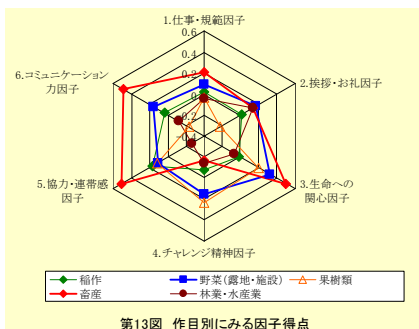
2) 第11図、第12図は、農水省実績DBと文科省アンケートデータ、政策研アンケートの突合による集計結果(33サンプルベース)。

■ 経営作目

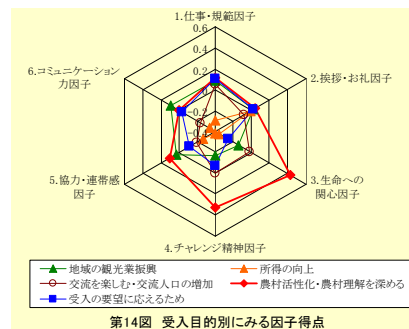
作目別には、畜産の生命への関心因子(0.50)、協力・連帯感因子(0.51)、コミュニケーション因子(0.48)が高い。また、平均して得点が高いのは野菜。稲作は協力・連帯感因子(0.17)のみやや高い。

■ 受入目的

体験の受入目的では、「農村活性化・農村理解を深める」と回答した農林漁家の得点が、生命の関心因子(0.43)、チャレンジ精神因子(0.33)を中心に高い。一方、所得の向上を目的とする農林漁家の得点は、挨拶・お礼因子(-0.01)を除いて、かなり低くなっている。



第13図 作目別みる因子得点



第14図 受入目的別みる因子得点

注: 第13図、第14図は、農水省実績DBと文科省アンケートデータ、政策研アンケートの突合による集計結果(33サンプルベース)。

4. 考察と今後の課題

(1) 考察

■ 体験受入経営の特徴

- 経営者の年齢は高い。旅館業と農業生産額の小さい簡易宿所では、稲作中心だが、一定の農業生産額を有する簡易宿所、民泊では野菜、果樹がかなりの割合。
- 受入目的は、「農村活性化・農村理解を深める」とする割合が高く、こうした経営では、子どもへの教育効果も高い。

■ 受入時期(月別分析)

- 受入月の点では、これまでの中高生の受入との**時期的な補完関係**が認められ、小学生の受入は、結果的に**農山漁村地域の収入確保機会を提供**することにつながっている。
- 果樹や野菜など一部の作目では、**周年的な受入**を行っている経営もあり、学校側の需要次第で受入時期の拡大は可能。

18

■ 教師による生徒の教育効果測定結果にみる受入地域の評価

- 泊数の面では、泊数に従った教育効果が発現
→ 現状では、民泊の平均宿泊日数は1.5泊、民宿は1.8泊だが、**教育効果の観点からは、3泊程度の旅程が期待**される
- 宿泊人数では、**民泊の場合4~5人、民宿の場合も15人程度までのグループ**による体験で評価が高い。
→ 小人数グループでは、教育的効果が高い
- 農林漁業の**販売額が一定以上の経営**を行っている受入主体の方が、得点が高い。
→ 農林漁業現場のリアリティが伝わる経営での実施に効果
- 作目別には、動物に直接触れる「畜産」や収穫の喜びを実感できる「野菜」農家における体験で高い教育効果が発現
- 受入目的では、「**農村活性化・農村理解を深める**」と回答した経営が**高評価**。
→ 所得確保は結果であって、目的ではない。目的は受入の際のモチベーションに影響を与えていると考えられ、能動的、積極的な関わりの結果、体験が子どもの心に響いている

19

(2) 今後の課題

- 子どもプロジェクトは、2009年度で2カ年目を迎え、新規に受入を開始した受入地域にも徐々に取組が浸透。ただ、受入の**取組の評価は、受入地域だけでは判断がつかないことも多い**。
- 教師評価による生徒の反応評価は、受入地域にとっても重要な情報。
→ 受入地域の取組を改善するためにも、分析を深め、**現場に積極的にフィードバック**する必要(両者の情報共有と連携の必要性)
- 両者のデータが**農家レベルで接続**できれば、農家での具体的な体験作業と評価の関係がクリアに分析可。
→ この点は、次年度以降の調査票設計などに向けた、今後の検討課題。