

民間相談機関によるグループインタビュー調査 「子育てをささえる地域創り座談会」の 実施と結果について

濱 田 智恵美 平 野 幸 子 中 西 泰 子

1. グループインタビュー調査「子育てをささえる地域創り座談会」の実施経緯と目的

筆者らが所属する明治学院大学社会学部付属研究所の相談・研究部門は、大学付設の相談機関（以下、当該機関）という立場から、2000年度より港区における地域支援活動を模索してきた。

2004年度より子育て支援領域にターゲットをしばり、当該機関の所在する地域（東京都港区）の子育て支援に関わる関係機関や、地域でグループ活動を展開している子育て当事者達との出会いを重ねてきた。⁽¹⁾

2006年度には、港区立子ども家庭支援センター（以下、子ども家庭支援センター）との企画協働で「地域こそって子育て懇談会（みんなで聞こう・いっしょに話そう～子育てをささえる地域創りを考えるラウンドミーティング～）」（以下、懇談会とする。年度を限定して表現する場合は、○年度懇談会とする）を開催することとなり、その企画にあたっては子育てグループ活動者も参画する仕組みを構築した。

2007年度懇談会の企画にあたり、企画メンバー⁽²⁾から、「子育て当事者達の実情を知り、意見を聞いたうえで2007年度懇談会のテーマ設定を行いたい。」との意見がだされた。企画会議上で、その方向性は企画メンバー全員に了承さ

れ、その方法として、子育て当事者を対象としたアンケート調査及びヒアリング調査を実施することとなった。

上記調査は、子ども家庭支援センターとの共催で、2007年度懇談会の開催対象地区であった港区の芝浦港南地区（台場地域や海岸地域を含む）⁽³⁾の児童館、幼稚園、保育園の利用者を対象とし、「子育てに関するアンケート調査」（以下、2007年度アンケート調査）という名称で実施された。調査票の設計・集計は企画メンバー及び当該機関のソーシャルワーカーの2者が共同で行い、分析に関しては主に当該機関が担った。

2007年度アンケート調査では、子育て当事者の困り事とその解決方法、子育てをされていて「こんなものあったらいいな」と思うこと等を設問するとともに、次段階で実施を予定していたヒアリング調査への協力の可否も設問に含めた。また、2006年度懇談会のグループディスカッションで提案された「子育て応援シール」⁽⁴⁾に対する意見収集も設問に組み入れることとした。⁽⁵⁾

2007年度アンケート調査結果では、およそ9割の調査回答者が「育児中の困りごとがある、あるいはあった」とする現況が明らかになった。そして、企画メンバーが最も注目したのが、「子育てをされていて、『こんなものあったらいいな』と思うことがありますか？」の設問に対し、

「子ども連れでもゆっくり安心して利用できる店舗」(37.8%)への回答が最も多かったことである。さらに、「子育て応援シール」について、「このようなシールがあれば、近所に声をかけやすくなるか?」との質問に対して、「そう思う」との肯定的な意見が、調査回答者の3割弱にとどまった。その背景として、知らない人に子どもを託すのは不安、マンションなので玄関にはられていてもわからない、などが理由としてあることが明らかになった。この結果について企画メンバーは、近年、調査対象地区に高層マンションの建築が急速に進み、新たな住民が急増しているという地域性を反映した結果として受け止めた。

このような2007年度アンケート調査の結果をもとに、企画メンバーは2007年度懇談会のテーマを「急募!子育てにやさしい店と街」とした。そして、子育て当事者達が求めるその姿を検討し、実現するために「子育てにやさしい店の基準づくり」「子連れで集えるオープンスペース大募集!」「子育てバギーキャラバンやりま〜す!」という3つの提案事項を明文化し、懇談会の場で発信した⁽⁶⁾。

2007年度懇談会の終了後、懇談会の企画に携わっていた筆者達⁽⁷⁾は、提案事項の実現に取り組む企画メンバーへのよりの確な支援を検討する中で、次の2点について子育て当事者達の意見をさらに聴取する必要があると考えた。

1点目は、子育て当事者にとってのやさしい店とは具体的にどのような条件をそなえた店なのか、2点目は地域の子育てを応援する拠点としての「子連れで集えるオープンスペース」の設置を当事者達はどのように受け止めるのか、その場に求められている機能や役割はどのようなものなのか、である。

このような経緯から、2008年度の当該機関の研究活動として本調査を位置づけ、子ども家庭

支援センターとの共催で「子育てをささえる地域創り座談会」(以下、座談会)という名称でのグループインタビュー調査を企画・実施することとした。

本稿においては、地域福祉実践活動の視点にたったグループインタビュー調査の事例として、子育て当事者を対象としたことにより配慮した点を含め、調査の企画から実施までの過程をまとめる。さらに、調査の詳細結果とその成果についてふれたい。

2. グループインタビュー調査の実施について

(1) グループインタビュー調査の目的

2007年度懇談会のテーマ設定を目的とした2007年度アンケート調査の結果をもとに、以下の2つのテーマについて、子育て当事者の具体的な要望やイメージの質的な把握を目的として実施した。

- テーマ1:「子連れでも安心して利用できる店舗」に対する要望とイメージ
- テーマ2:「子連れで集えるオープンスペース」に対する要望とイメージ

(2) グループインタビュー調査の方法

グループインタビュー調査(以下、本調査)実施にあたり、質的なデータの収集とともに、子育て当事者である座談会参加者(以下、調査協力者)同士のつながりづくりの機会としての側面も重視した。調査協力者同士のつながりづくりを促すためには、調査実施者が一方的に質問を投げかけたり、調査協力者の発言を中断したりするような質問の投げかけ、調査協力者同士の意見の出し合いを阻害するような介入を避けるべきとの認識のもと、インタビューの進め方の検討を行った。

その結果、調査実施者の強い介入によりイン

民間相談機関によるグループインタビュー調査「子育てをささえる地域創り座談会」の実施と結果についてインタビューを進行させるのではなく、緩やかで、かつ適切な介入のもと、調査協力者がくつろいだ、自由な雰囲気の中で考えや意見を述べ合うことのできる環境づくりを重視する「グループダイナミックインタビュー」（以下、GDIと略す）という手法を用い⁽⁸⁾⁽⁹⁾、座談会方式をとることとした⁽¹⁰⁾。

(3) グループインタビュー調査の手順

■ 当日の調査開始前

グループインタビュー開始前に、調査協力者の属性把握のためのアンケート調査票（フェイスシート）を配布し、他の調査協力者が集まるまでの時間を利用し記入してもらった。項目は、次のとおりである。

○年齢	○区内での居住年数
○子どもの数	○現在、居住している地域への転入理由 と転入前に住んでいた地域
○家族	○子どもと一緒に参加できる集まりや場

また、2007年度懇談会の報告書より2007年度アンケート調査結果部分及び、提案部分を抜粋した資料を事前に配布し、目を通してもらった。

■ 調査開始

1) 趣旨説明とアイス・ブレイク

グループインタビューの司会は、調査実施者である当該機関ソーシャルワーカー1名が担当した。

まず司会者が、本調査の趣旨説明を行った。調査協力者には、「子育てをささえる地域創り座談会」として告知したため、説明は「座談会」という名称を一貫して用いた。続いて、調査協力者1名ずつにアイス・ブレイクを兼ねた自己紹介をしてもらった。

2) テーマの問いかけ

設定した2つのテーマについて、それぞれ45

分間ずつを調査協力者による自由意見の交換の時間として設定した。

司会者は、それぞれのテーマについて問いかけを行なった後は、調査協力者から自発的な意見が出されている間は傾聴の姿勢を保ち、調査協力者の発言が設定したテーマより大きく逸脱した場合、あるいは話題が進行しなかった場合のみ介入することとした。

本調査実施にあたって、テーマごとのインタビューフローを作成した（図1、図2）。

■ 調査終了後

調査終了後、調査協力者には謝礼をかねた昼食を用意し、調査実施者、オブザーバーも含め、交流を目的としたランチ会を開催した。その場は、自由に雑談したり、改めて座談会の感想を話したり、聞いたりといった時間になった。その後は各自の都合で、随時、解散とした。

(4) 調査協力者のリクルート方法と属性

本調査の対象は、2007年度アンケート調査の対象となった児童館利用者のうち、設問の「子育てについてもっとお話を聞かせていただけますか？」に対し「はい」と回答し、かつ連絡先（メールアドレス、ファックス番号、電話番号、携帯電話番号等の自由記述）が明記してあった回答者（45名）とし（以下、調査対象者）、それぞれ記載のあった方法で個別に調査への協力を依頼した。

その結果、調査対象者4名と調査対象者の友人3名の合計7名に協力を得ることができた。そして、この7名を1グループとしたグループインタビュー調査を実施することとした。

今回、調査対象者以外にも調査協力者とした理由は、第1に、調査協力者より、一人で出席することへの不安感と、「友人と一緒にであれば」という意向が表明されたことによる。調査実施者

図1 テーマ1のインタビューフロー

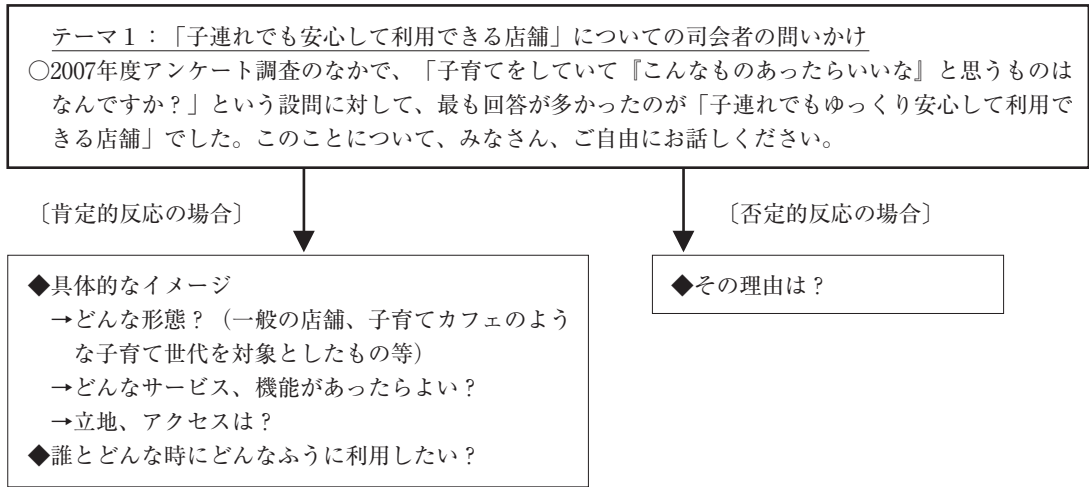
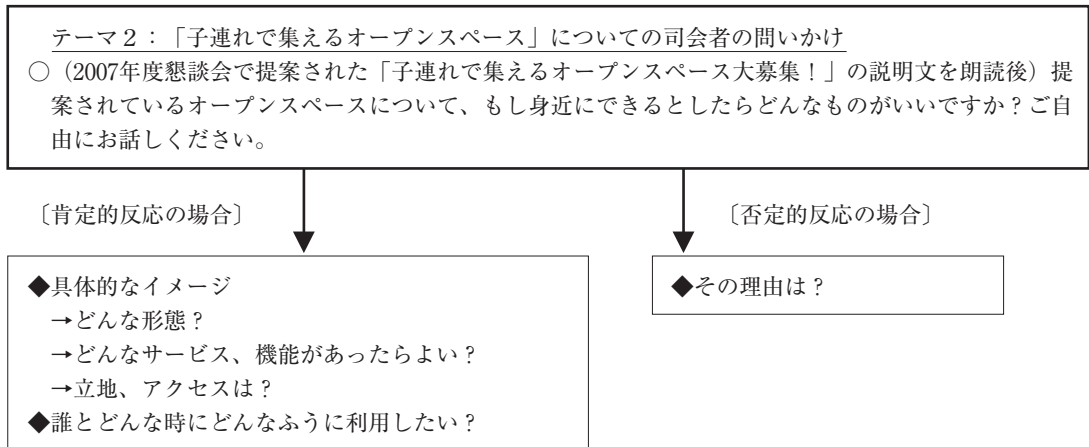


図2 テーマ2のインタビューフロー



はその意向を尊重し、調査協力者が安心して出席できるよう配慮した。第2に、前述したように本調査が子育て当事者同士のつながりづくりの契機となることを重視したためである。

調査協力者の属性は表1のとおりである。

調査協力者はすべて女性で、父親などの男性は0名であった。

年代は「30歳代」が6名、「40歳代」が1名で

あり、「30歳代」の調査協力者が大半を占めた。また、子どもは「2名」という調査協力者が7名中5名であった。

居住地域は、「台場地域」が最も多く4名、「港南地域」2名、「芝浦地域」1名である。

居住年数は全員10年未満で、うち4名が5年未満であった。

(5) 調査会場と託児

当該機関の会議室を座談会会場とした。ま

表1 調査協力者の属性

	性別	年齢	子どもの数	居住地域	居住年数
調査協力者1	女性	40歳代	2名	台場地域	9年
調査協力者2	女性	30歳代	2名	台場地域	9年
調査協力者3	女性	30歳代	2名	台場地域	3年
調査協力者4	女性	30歳代	2名	台場地域	3年
調査協力者5	女性	30歳代	2名	港南地域	5年
調査協力者6	女性	30歳代	1名	港南地域	4年
調査協力者7	女性	30歳代	1名	芝浦地域	1年

た、調査協力者のほとんどは、在宅で乳幼児を子育て中の母親たちであるため、子連れでも協力していただけるよう同一建物内の別室にて保育者を配置し、託児を用意した。

(6) グループインタビュー時間の制約について

GDIの手法を用いた場合、1テーマに対して十分な情報を得るには、インタビューの時間を2時間程度に設定することが望ましいとされる。本調査では2つのテーマを設定しており、本来ならば4時間程度のインタビューを行なうべきであったが、次の2点の理由から1テーマに対するインタビュー時間を短縮することとした。

第1に、調査実施者は、調査協力者が乳幼児を抱えており、長時間に渡る時間的拘束は難しいと判断した。第2に、調査協力者が居住する地域から、調査会場となる当該機関までの交通のアクセスが不便であることから、2回に分けての調査実施は調査協力者の負担感の増大につながり、座談会への参加意欲にマイナスの影響を及ぼすことを懸念した。

以上の理由から、2つのテーマについて同日実施とし、1テーマあたり45分を設定した。

3. 調査結果

(1) アンケート調査（フェイスシート）の結果

前述した調査協力者の属性（居住地域、年齢、子どもの数）以外の項目についてまとめたものが、表2から表5である。

特に表4と表5の普段子どもと一緒に行く場所や参加する集まりについて、記入がなかった調査協力者はなく、全員が複数の回答を記入していた。

(2) 本調査の結果と考察

①テーマ1：「子連れでもゆっくり安心して利用できる店舗」について

本調査のテーマ1「子連れでもゆっくり安心して利用できる店舗」に関する意見をまとめたものが表6及び表7である。

調査協力者の発言は、子育て当事者に対する店舗の現状とそれに対する評価や問題点を指摘する意見（表6）、及び具体的な要望（表7）に分類した。

なお、「店舗」については特に種類を指定しなかったが、全体として「飲食店」をイメージした意見が多く出された。

1) 現状と評価及び問題点

まず、地域の現状に対する意見についてみる（表6）。

台場地域について、「A商業施設には子どもにやさしい店舗が何件かある」という意見に対

表2 現在の居住地域への転入理由 (自由記述)

転入理由	回答数
住居の関係 (例: マンションや公団の募集に当選した、マンションを購入した)	3
夫の勤務先や仕事の関係で	2
住みやすいと聞いて	1
結婚に合わせて	1

表3 転入前に住んでいた地域 (自由記述)

居住地	回答数
港区以外の都内	4
都外	2
不明	1

表4 子どもと一緒に行く場 (自由記述: 複数回答)

回答内容	回答数
児童館	6
商業施設 (ショッピングセンター)	5
公園	3
浜辺	3
子育てひろば ⁽¹¹⁾	1

表5 子どもと一緒に参加できる集まり (自由記述: 複数回答)

回答内容	回答数
夏祭り	3
リトミック	2
親子体操	1
親子サルサ	1
ママズシアター	1
子育てサークル	2
イベント	1
習い事	1

し、同地域に居住する調査協力者からは同調する発言が複数あり、子ども連れでも「店舗の対応はほとんどよい」「受入れ慣れしている」との肯定的な意見が続いた。さらに、台場地域の子育ての環境について、「子どもが多く、(1世帯に)2人は当たり前」という発言から、「子育てしやすい」「ベビーカーも押しやすい」「海や公園など遊ぶところがたくさんある」といった、

子育てのしやすさを指摘する意見があった。

また、本調査を実施した時期の直前に、台場地域に開設された「子育てひろば」についても、「最近、B 商業施設に登録制で子どもを遊ばせる場ができた」と存在を認知する意見があった。しかし、実際に施設を利用した調査協力者はおらず、「意見交換や、第1子でお友達が欲しいお母さんにはわりとよい」や「小さな子ども向け

表6 「子連れでもゆっくり安心して利用できる店舗」の現状と評価及び問題点・課題

	現 状	評 価	問題点・課題
地域別 (台 場 地 域)	<ul style="list-style-type: none"> ・A商業施設には子どもにやさしい店舗が何件がある ・店舗、レストランもたくさんある 	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗の対応はほとんどよい ・受入れ慣れている 	
	<ul style="list-style-type: none"> ・子どもが多く、(1世帯に)2人はあたり前。3人、4人という場合もある 	<ul style="list-style-type: none"> ・子育てしやすい ・ベビーカーも押しやすい ・海や公園など遊ぶところがたくさんある ・(他地域に)出ることは少ない 	
	<ul style="list-style-type: none"> ・最近、B商業施設に登録制で子どもを遊ばせる場ができた ↓ ・幼稚園でそのような場所ができたことを知った 	<ul style="list-style-type: none"> ・意見交換や、第1子でお友達が欲しいお母さんにはわりとよい ・小さな子ども向けと聞いている 	<p>(左記のような場所に行くことについて)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・上の子どものお迎えの時間(幼稚園等)などのスケジュールがある ・第2子になると、遊び場が家に近い児童館で止まってしまっている。その先に行くには“頑張らなくてはいけない”という気持ちになってしまう ・上の子どもの預けて(幼稚園)、下の子どもを“がんばって”連れて行く ・すでに(自分は)児童館などで友達がきているので、そのような場所にいかなくてもよいかと思う
地域別 (港 南 地 域)	<ul style="list-style-type: none"> ・サラリーマン中心の地域なので、(子連れを)受け入れないところは、絶対に受け入れない 		<ul style="list-style-type: none"> ・(入ることができても)店舗が狭い ・ファミリーレストランタイプの飲食店が少ない ・店舗の数はあるが(1ヶ所に)集合していない
	<ul style="list-style-type: none"> ・12時台はオフィスの昼食時間になるので、駅にも近づけない位人の出が多くなる ↓ ・時間をずらす ・子連れでも大丈夫な、個室のある飲食店を予約する 		<ul style="list-style-type: none"> ・基本的には(子連れとそうでない人の場所を)線を引いて分けないと、ゆっくり食事はできない
	<ul style="list-style-type: none"> ・駅前に粉ミルクを買う店もない ↓ ・子ども用品は、地域のショッピングセンターに車で出かけて購入したり、配達を利用している ・他地域、区外の子ども専門店の利用や、ショッピングセンターでまとめて買う 		
地域別 (芝 浦 地 域)	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗自体が少ない ・公共施設、幼稚園、習い事場が少ない 		
	<ul style="list-style-type: none"> ・(区の公共施設である)スポーツセンターを利用した後に行くところは、センター内のレストランくらいしかない 	<ul style="list-style-type: none"> ・広くてベビーカーでも大丈夫 ・(子連れでも)嫌な顔をされない 	
	<ul style="list-style-type: none"> ・(区の公共施設である)スポーツセンター近隣の、一見入りにくそうな店舗の対応はよかった 	<ul style="list-style-type: none"> ・以前は、(客層が)サラリーマン中心だったので気を遣いながら食事をしたことがあるが、現在は変わったのか? 	

その他の意見	・子連れで食事ができるのは、ファミリーレストランくらい		・ファミリーレストランは意外と子どもにやさしくない所もある(例:ベビーカーをここにおいてはいけない、寄せて下さいといわれる等)
	・都心の百貨店ではこの3年位でベビーコーナーを頑張ってる作っている ↓ ・行く場所を決めるときにはベビーコーナーが充実しているところに決めることが多い	・注目されていないときは、オムツ替えの場所が遠かった	
	・(子連れだと)大型商業施設のフードコートやファストフードが多くなってしまふ		・子どもの身体にはあまりよくない
	・駅前のお惣菜やさんで買って、公園で食べたりすることがある		
	・子連れに対応がいいお店は、店主に子どもいる場合があったりする		
	・ホテルでお茶をする		・高いので毎回はできない

と聞いている」という認識であった。複数子どもがいる調査協力者は、上の子どものスケジュールの合間をぬって「下の子どもを“がんばって”連れて行く」という感じになるといい、「すでに(自分は)児童館などで友達ができてるので、そのような場所にはいなくてもよいかかなと思う」というように自分にとっての必要性に言及する意見は出されなかった。

港南地域については、「サラリーマン中心の地域なので、(子連れを)受け入れないところは、絶対に受け入れない」という意見に続き、店舗についても「(入ることができても)店舗が狭い」「ファミリーレストランタイプの飲食店が少ない」「(店舗が)1ヶ所に集中していない」といった現状が指摘された。そのような現状の中で、子どもを連れながら飲食をする必要がある場合には、混雑する時間帯を避けたり、個室のある店を予約するなどの対応をしており「基本的には(子連れとそうでない人の場所を)線を引いて分けないと、ゆっくり食事はできない」との意見が出された。

さらに、飲食店に限らず、育児に必要な日用品が購入できる店舗についても、数が少な

いことが指摘された。調査協力者は、このような現状に対して「子ども用品は、地域のショッピングセンターに車で出かけて購入したり、配達を利用している」あるいは「他地域、区外の子ども専門店の利用や、ショッピングセンターでまとめて買う」という方法で対処している。なお、このような対処の仕方については、他地域に居住する調査協力者も、同様の行動をとっているとの発言があった。

芝浦地域については、「店舗自体が少ない」「公共施設、幼稚園、習い事の場が少ない」といった、地域内の全体的な施設不足を指摘する意見が出された。一方、子連れでは入りにくそうな店舗を利用した際に、思いがけなく対応がよかった経験も話され、その理由は「店主に子どもがいたため」というものであった。

同地域内には、港区の公共施設であるスポーツセンターがあり、スポーツセンター内に設置されているレストランについては、「広くてベビーカーでも大丈夫」「(子連れでも)嫌な顔をされない」といった、対応や設備を評価する意見があった。

その他の意見としては、「子ども連れで食事

民間相談機関によるグループインタビュー調査「子育てをささえる地域創り座談会」の実施と結果について
 ができるのは、ファミリーレストランくらい」という半面、ファミリーレストランでもベビーカーの置き方に厳しいという意見や、大型商業施設にあるフードコートやファストフード店は、子連れでも利用しやすいが、「食」という視点から考えると、必ずしも身体には良くないと認識も示された。これらの意見は、一般的に子連れの場合よく利用されると思われる店舗に対する、利用者側から見た問題点として捉えることができる。その一方で、子連れではなかなか行きづらかった都心部のデパートが、近年、ベビーコーナーの充実に関心を込めていることを評価し、そこに出かけることができるようになった、あるいは行ってみようかという気持ちになったとの発言があった。

また、惣菜などを買って外で食べたり、高価なので毎回は無理としながらも、ときどき「ホテルでお茶をする」という発言があり、その時、その時の状況に応じて、行き場所や時間を過ごす方法を変えている状況がうかがえる。

2) 要望

「子連れでもゆっくり安心して利用できる店舗」への、具体的な要望についてまとめる（表7）。

まず、「店に個室があるとよい」という意見が出された。その理由としては「4歳くらいの幼児は走り回ってしまう。座っていない」「人数が集まった時（多い時）には行けない」というもので、他の来店者への配慮や、子ども用の荷物やベビーカーを携えて入店する際には、子どもがいない場合とは異なる配慮を必要とすることをうかがわせる発言があった。

じっとしていない子どもや飽きてしまう子どもに対して、親が食事をしている間、子どもが遊んでいられる「プレイルームがあるとよい」との意見があった。しかし、そのような設備のあるレストランを利用したことのある調査協力者からは、「既存の店舗は値段が高い」「既存の店舗までは遠い」といった、気軽に利用するのが難しい点が指摘された。また、店のアンケートにはプレイルームを設置して欲しいと要望は記入するものの、反映された経験はなく、実現は難しいのではないかとの意見があった。なお、韓国出身の調査協力者から「韓国ではプレイルームがあるレストランが普通」との発言があった際、他の調査協力者が大変驚いていた場面があった。

時間の過ごし方や過ごす場所に対応した店舗のあり方として、既存の「大型商業施設の中に、

表7 「子連れでもゆっくり安心して利用できる店舗」への要望とその背景

要 望	要望に対する背景
・店に個室があるとよい	・4歳くらいの幼児は走り回ってしまう。座っていない ・人数が集まった時（多い時）には行けない
・プレイルームがあるとよい	・既存の店舗は値段が高い ・既存の店舗までは遠い ・韓国ではプレイルームがあるレストランが普通 ・店のアンケートに「プレイルームを作って欲しい」と書くが、実際にはなかなか実現しない
・大型商業施設の中に、子ども向けの惣菜や弁当を扱う店があればよい ・公園や幼稚園近辺に子どもが食べられる食品（パンや惣菜など）を扱う店や、気軽に立ち寄れる飲食店があったらよい	・既存の施設は大人向けだったり、あるいはなかったりする
・出前をして欲しい	

子ども向けの惣菜や弁当を扱う店があればよい」との発言を受け、子どもとよく時間を過ごす場所に近いところに、そのような店舗や気軽に立ち寄ることのできる店があるとよいとの要望があった。また、「出前をして欲しい」などの要望が出された。

3) 考察

地域によって、店舗の数や利用する際の使い勝手、対応などへ評価が大きく異なっていることがわかった。台場地域に関しては、子育て中に利用できる店舗の数や対応への満足感が、地域内での子育てのし易さと連動している面があるということが推察できる。

一方、港南地域、芝浦地域では、店舗の数や対応などに満足しているとはいえない発言が多くみられた。この地域は商用地区として発展してきたが、近年、高層マンションが急速に増加し、それに伴って子育て中の世帯の増加が著しい。地域では、そのような世帯が必要とする住まうための機能が追いついていない状況がうかがえる。

子連れで店舗を利用するには、個室やプレイルームの設置など、子連れではない一般の利用者と空間を分けるための設備が主な要望として出された。その背景には、他の来店者に迷惑にならないように、あるいは子どもに気を取られずに、ゆっくりと食事をしたといった子育て当事者の思いがあると考えられる。しかし、店舗が子連れで利用できるかできないかは、店主の理解があるかどうかによっても変わってくることを指摘した発言は、子連れでの利用しやすさは、設備や空間への配慮のみではないことを示唆している。また、店舗で飲食をする場合だけでなく、子どもと外で、あるいは家で時間を過ごす際に利用できる、飲食に関するサービスへの要望もあることがわかった。

②テーマ2：「子連れで集えるオープンスペース」について

1) イメージと背景、要望

「子連れで集えるオープンスペース」の具体的なイメージや要望について質問した。なお、調査協力者全員に2007年度懇談会での提案の趣旨を理解してもらうため、調査開始前に、2007年度懇談会報告書より該当部分を当日資料として配布し、目を通していただいた。

重ねて、テーマ2に関する発言を促す前に、司会者が提案文を改めて読み上げた。提案文は次のとおりである。

「子連れで集えるオープンスペース大募集！」

お出かけの途中で一休み（授乳やオムツ交換、ママの給水など）したり、ちょっとわからないこと（お店、医療機関などの地域の情報や子育てに関すること）など聞いたりできるオープンスペースがあると便利ではないでしょうか？

昨年度の懇談会で、「子育てを応援する個人のお宅に『子育て応援シール』を貼って地域ぐるみの子育て支援をしよう！」という提案がありました。個人宅ではなくて、テナントビルの空いているスペースや、寺社やマンションの集会室などを子連れの人が利用できるよう貸して下さい助かります。

地域の子育て支援スポットを貸してもらえたら、がんばって運営するパパやママ、おじいちゃん、おばあちゃん、地域で活動するグループはあります。

出典) 明治学院大学社会学部附属研究所・みなと子育てネットWa.Wa.Wa編(2008)『港区地域こぞって子育て懇談会芝浦港南地区編(みんなで聞こう・いっしょに話そう～急募！子育てにやさしい店と街～)報告書』港区立子ども家庭支援センター・明治学院大学社会学部附属研究所, 22.

テーマに対する発言をまとめると、大きく4つのイメージにまとめることができた。オープ

民間相談機関によるグループインタビュー調査「子育てをささえる地域創り座談会」の実施と結果について
ンスペースのイメージとその背景と理由、イメージに対する具体的要望の3つに分けて整理したのが表8である。

◆ 雨にぬれないようなスペース

まず、「雨が降ったら長くいられる場所がない」「雨が降ったら行くところがない」など、悪天候の場合に子どもと一緒に行く場に困るとの理由から、「雨にぬれないようなスペース」のイメージが出された。

子どもがいる場合、雨の日の移動が制限されることで、「児童館は遠く、雨の中の移動は大変」と感じている。

また、児童館のような場所に行ったとしても、活動が活発な幼児になると、乳児にケガをさせるのでは、などと保護者は不安をもっている。乳児と幼児が一緒に過ごすために、ある程度の広いスペースを確保する必要があるが、現状では広さが十分でないため、「小さな体育館」のようなスペースがあるとよいとの意見である。

また、そのような場所は、「公園に付設」されていたら、外遊びの際に急な雨に降られても安心という意見や、「イスとテーブルがあり、一角にトイレやオムツ替えの場所があるとよい」という要望も出された。

◆ ふらっと立ち寄れるスペース

具体的には、「企業ビルのショールームなどの一角にある」だけでも利用できるスペースをイメージした意見である。調査協力者から「以前、自動車メーカーのショールームの一角にだけでもふらっと立ち寄れるスペースがあったが、ビルからメーカーが撤退する際になくなってしまった」という発言があり、企業ビルの一

角や、今はなくなってしまった商業施設の子どものためのスペースの復活を要望する意見が複数出された。

しかし、「企業に積極的に要望すべき」や「企業にとっても宣伝効果があるのでは」という意見とはうらはらに、企業側には「事故の際の責任問題」や「企業の擁する顧客の許可」など、内部的に解決すべき問題の指摘や、実際には実現に結びつくことが難しいと懸念する発言もあった。

◆ 子どもに関係する何かに付設されている場所にある

2007年度懇談会での提案事項に対して、「例えば、オフィスビルの5階のようなところにスペースを作っても、わざわざ行かない」「神社などにはわざわざ行かない」という意見が出された。調査協力者は「子どもに関係する何かに付設されている場所」をイメージとしてあげ、例えば、駅のそば、バス停の目前など、移動の際の利便性が高い場所を望むとともに、「スーパーの横にある」「買い物ができる場所」で、子どもを預かってもらえ、ゆっくり買い物ができる」といった、日常に必要な移動に伴う場所にあつたらよい、との意見があった。

これらの意見にみられるように、「子どもに関係する何か」とは、日常の生活に密着した場であり、わざわざ行くという感じを持たなくてよい「気軽さ」の意味も含むと捉えることができる。

また、オープンスペースが持つ機能として、上記のように買い物や、親の習い事の際の「託児」への要望が出された。設備としては、雑誌やソファ、自動販売機が置いてあるとよいという意見があり、自由にくつろぎながら、思い思いに時間を過ごすことのできる場というイ

表 8 「オープンスペース」のイメージと具体的な要望

イメージ	背景・理由	イメージに対する具体的な要望
<ul style="list-style-type: none"> ・雨にぬれないようなスペース (児童館とは異なる、小さな体育館のようなもの。外と内を臨機応変に行き来できる開放的なスペース) 	<ul style="list-style-type: none"> ・雨が降ったら長くいられる場所がない ・雨が降ったら行くところがない ・児童館は遠く、雨の中の移動は大変 ・(雨の日の遊び場は) マンション内のキッズルームなどに限られる ・子どもは外が好き ・室内だと飽きる ・(屋外だと) たくさんの子ども達と交わることができる ・屋内だとかなり広いスペースが必要 (4、5歳の子ども) ・小さい子ども (乳児) を連れたお母さんは、元気な子どもを連れて行くに困る 	<ul style="list-style-type: none"> ・公園に付設されている ・イスとテーブルがあり、一角にトイレヤオムツ替えの場所があるとよい
<ul style="list-style-type: none"> ・ふらっと立ち寄れるスペース 	<ul style="list-style-type: none"> ・以前、企業が子どものためのスペースを作ってくれた。(ふらりと立ち寄れて、おもちゃや雑誌、インターネットが常備されている)。しかし、企業が撤退したので現在は無い。その後、新しく入った企業にスペースの設置を交渉したが、「顧客の許可がいる。提案はしてみる」と回答された ・大型商業施設にも子どもの遊ぶスペースがあったが現在はなくなった ・企業の場合、事故の際の責任問題などでなかなか動かない ・港区には企業が多いので、積極的に要望してみることも必要ではないか ・企業によっては、無料で子ども対象のサービスをしているところもある。企業の宣伝になるのではないか 	<ul style="list-style-type: none"> ・企業ビルのショールームなどの一角にある
<ul style="list-style-type: none"> ・子どもに関係する何かに付設されている場所にある 	<p>(提案に対して)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・例えば、オフィスビルの5階のようなところにスペースを作っても、わざわざ行かない ・神社などにはわざわざ行かない →神社やお寺の施設を子どもが破損したりすることが心配 →住んでいる地域には神社が少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ・駅のそばがよい ・バスを降りたらすぐに目の前にあったらよい ・スパーの横にあればよい ・買い物がてらに行ける場所。子どもを預けることができ、ゆっくり買い物ができる ・子どもを預けることができ、その傍らで親が料理やアレンジメントフラワーを習ったりできる ・ソファや雑誌があるとよい ・販売機があるとよい ・常駐してくれる人がいるとよい
<ul style="list-style-type: none"> ・高層マンション (タワーマンション) の会議室 	<ul style="list-style-type: none"> ・イベントの時の利用はよい (大人数の時)。料金も安い ・はいはいの時期くらいだったら利用できるかもしれない ・おもちゃなどが用意されていないので、わざわざ持ってきてはいかない ・毎回は開いていない ・ふらっといけない ・マンションの下で、「こういう集まりがあります。来ませんか？」という案内はあるが、(理由はわからないが) 何か行きづらい感じがした ・(上記の意見に対して) 地域でがんばっている人がいるんだなということは知った。でもテーマが曖昧だったので魅力を感じなかった 	
【その他の意見】		
<ul style="list-style-type: none"> ・既存の児童館について⇒駅にあるとよい ⇒児童館などの建替を行なっている。乳児と幼児が混在しないように仕切りを作ることを要望してはどうか ・支所には子どもが遊べるスペースがない。子どもを待たせている間や手続きしている間のスペースが必要 		

民間相談機関によるグループインタビュー調査「子育てをささえる地域創り座談会」の実施と結果について
イメージが読み取れる。その一方で、子どもの見守りのための「常駐してくれる人がいるとよい」との意見があった。

◆ 高層マンション（タワーマンション）の 会議室

近年、高層マンションには、居住者が利用できる共用の会議室などのスペースが設置されることが多いが、「高層マンション（タワーマンション）の会議室」をオープンスペースとして利用することも意見として出された。

しかし、居住者が使用する公共のスペースであり、子どものためのおもちゃなどが常備されているわけではない。そのため、オープンスペースを常設することは難しいが、大人数かつ常設ではないイベントの際に利用する場合にはよいとの意見があった。

現在、そのような会議室を利用して開催されている、子育てや住民間のつながりづくりに関連した集まりがあることを、一部の調査協力者は認知していた。しかし、「行きづらい感じがした」、「（集まりの）テーマが曖昧だったので、魅力を感じなかった」と、実際に集まりに出向くまでには至っていない。

なお、表8の最下段には「その他の意見」として、公共施設である児童館の立地や、区役所の支所の子どものためのスペースについて意見が出された。

2) 考察

今回の調査においては、オープンスペースの運営・管理の主体について、言及する意見は出されなかった。

オープンスペースに対する場のイメージは、子どもが十分に体を動かすことができ、見守りの目は必要とするが、親や子が自由に時間を過

ごすこともできる、というものである。

そして、日常生活の中で、子どもと一緒に行動する動線上にあることを重視していることが示され、動線上にない場所に「わざわざ」行くという行為に対しては消極的な意見が多かった。そのことから、オープンスペースの設置にあたっては、子どもと一緒にあっても移動が容易な場所にあることが重視されているといえる。

また、港区内に企業が多いことから、企業ビルの一角をオープンスペースとして貸してもらうことや、高層マンションの共用施設を利用するなど、地域の特徴を反映したスペースの設置イメージも出されたが、現状では利用方法の制限などで、常設のスペース設置は難しいと推察される。しかし、オープンスペースの機能や開設頻度など、運営面での工夫によっては、地域資源としての活用は可能と考えられる。

4. 本調査の成果と今後の課題

実施経緯で述べた通り、本調査は、2007年度懇談会での提案事項実現に取り組む企画メンバーへの的確な支援を検討する上で必要と考えたことから実施に至った。筆者らは、本調査結果を以下のように活用した。その結果として、調査結果そのものだけではなく成果を得られたと考える。

本調査は、2008年度懇談会の企画検討の最中、同時期に実施された。筆者らは、得られた調査結果概要を2008年度懇談会企画会議にて報告した。報告は、結果概要から見出されたキーワードをフリップとして提示し説明を加えた。企画メンバーは、それらを踏まえて「子育てにやさしい店の基準」や「オープンスペース」に関し議論を交わした。

議論の中で「子育てにやさしい店の基準」に

ついて以下の意見が出た。

- ・店舗に、子育てにやさしい設備が整っていることも大切だが、来店する子育て当事者を暖かく迎えてくれる気持ちや態度が「行きやすさ」につながる。
- ・店舗に「こうして欲しい」と設備やサービスに関して子育て当事者側から一方的に要望を提示するのではなく、子育て当事者側も利用者としてのマナーに十分気をつけながら店舗を利用する必要がある。
- ・上記が意識されれば、店と子育て当事者間の相互理解が促され、その結果として、子連れでも利用しやすい店舗が地域が増えていくのではないかと。

上記意見に対し、企画メンバー全体として異論はなかったことから、2008年度懇談会の場でこれらを報告した。同時に、かねてより、子育てに役立つ地域情報を自ら集めて発信したいと考える企画メンバーがいたことから、企画メンバーらが運営する子育てネットワーク⁽¹²⁾によるブログが立ち上がった。上記議論により、そのブログの意義、つまり、店へ要望するだけではなく、子育て当事者自らが子連れにやさしい店の情報を収集し発信・共有するというを確認することにつながった。

「オープンスペース」については、本調査の実施と同時期に、企画メンバーにより先進的な他地域の子育て拠点の視察が行われた。視察からの具体的な情報と学びや、本調査結果双方を基に「オープンスペース」の意義や拠点としてのイメージが再考された。その結果、2007年度懇談会で提案された「オープンスペース」とは、身近な地域において異なる世代が交流を図りながら、子どもも大人も育ち合っている場というイメージが確認され共有できることになった。2008年度懇談会当日、企画メンバーらは共有されたイメージを寸劇で表現し参加者に発信

した。報告書に、その内容の詳細(寸劇のシナリオ全文と写真)を掲載し、参加者以外の方への広報活動に活用した。

上述の通り、本調査結果を企画メンバーに提供することにより、企画会議に携わるメンバー以外の地域の子育て当事者の声を2008年度懇談会の発信内容に反映できた。

当該機関は、民間相談機関の立場から地域福祉実践を試みている。その取り組みを担う筆者らは、地域主体・当事者主体というコミュニティワークの原則を踏まえながら実践することを念頭においている。本調査の実施により、当該機関が所在し実践のフィールドとする地域に暮らす子育て当事者の、まさに当事者の視点から求められる社会資源(店やオープンスペース)に関する具体的な機能や立地に関わる諸条件を把握できたといえる。それらについて、今後、筆者らが構想する際のひとつの指針にもなるだろう。子育て当事者全員の声とは言えないものの、グループインタビュー手法を用いることで、子育て当事者の生の語り・言葉による貴重な声を得られたと考える。そして、それらの子育て当事者の発信を基本とする懇談会に反映できたことは大きな成果であったと考える。

今後も、民間相談機関として、地域主体・当事者主体の地域福祉実践を展開していく上で調査手法の活用によるニーズや意見把握は欠かせないと考える。2007年度アンケート調査は、調査の設計段階から企画メンバーが関わったが、本調査は、企画会議メンバーが調査実施場面をオブザーブした。地域福祉実践における調査手法の活用においては、今後も地域活動の担い手の参画や協働を視野に入れて考えていく必要があるだろう。

※謝辞

本調査の趣旨にご理解をいただき、快く協力

民間相談機関によるグループインタビュー調査「子育てをささえる地域創り座談会」の実施と結果について
してくださった7名の調査協力者の皆様、港区
立子ども家庭支援センターの担当職員の皆様、
調査手法をご教示いただいた角田佳子氏、本稿
執筆にあたりご指導いただいた本研究所相談・
研究部門主任 北川清一先生に厚く御礼申し上
げます。

【注】

- (1) 当該機関の2002年度から2007年度までの取り
組みについては、平野幸子（2009）「民間相談
機関における地域福祉実践—コミュニティ
ワークの方法に関する考察—」『研究所年報』
39号、明治学院大学社会学部附属研究所61-83
頁に詳しい。
- (2) 企画メンバーは子育てグループ活動者、懇談会
企画に関心をもった子育て当事者、子ども家庭
支援センター担当職員、当該機関のソーシャル
ワーカーにより構成された。
- (3) 港区では、行政区分上、麻布地区、高輪地区、
芝地区、赤坂地区、芝浦港南地区の5地区に分
かれる。本稿では行政区分として用語を使用す
る場合には「地区」を用い、それ以外は「地域」
という用語を用いる。
- (4) 「子育て応援シール」は、地域で子育てについ
て相談にのってくれたり、協力してくれる子育
て応援者の目印として個人宅にはるシールを
イメージしており、2006年度懇談会の場で、区
内でそのようなシールをつくってはどうかと
いう意見が出された。
- (5) 子育てアンケート調査結果については、明治学
院大学社会学部附属研究所・みなと子育て
ネットWa.Wa.Wa編（2008年）『港区地域こぞつ
て子育て懇談会芝浦港南地区編（みんなで聞こ
う・いっしょに話そう～急募！子育てにやさ
しい店と街～）報告書』港区立子ども家庭支援
センター・明治学院大学社会学部附属研究所、
12-17頁に掲載。
- (6) 提案の詳細については前掲報告書（明治学院大
学社会学部附属研究所・みなと子育てネット
Wa.Wa.Wa編、2008年）を参照のこと。
- (7) 本稿の執筆者である平野及び濱田は当研究所
相談・研究部門に所属している。本調査は2名
が所属する相談・研究部門の研究活動として
の位置づけであったが、所内合意に基づき、調

査実績を集積している当研究所調査・研究部
門からの協力を得られることになった。その結
果、調査・研究部門の研究調査員である中西が
調査企画段階より関わった。

- (8) GDIは、主にマーケティングの商品開発や販売
戦略に用いられる手法である。GDIの特徴につ
いては、以下の6点にまとめられる
 - ①出席者が自分自身の心にあることを感じた
ままに自由に語ることによって、自分の発し
た言葉が刺激となり、心の奥底にある気持ち
に気づく効果がある
 - ②出席者同士が自由に語りあうことによって、
他の人々の発言に触発され、普段は意識して
いないことであっても、「そういえば自分も
そう思うことがある」と気づいたり、「自分
の行動や気持ちの“なぜ”」に関することを
意識する効果がある
 - ③司会者から臨機応変に与えられる刺激への
反応の中で、潜在ニーズや心の奥底にある気
持ちは表面化することがある
 - ④特定の話題について、自由な話し合いが進む
ため、実際のその時の場面が一層明確に想定
され、「そのときの気持ち」を思い出しやす
くなったり、あいまいなことがはっきりと意
識されたりする効果がある
 - ⑤1つのテーマについて2時間もの長い問話
し合うことにより、テーマおよびその周辺の
様々なことを意識するために、じわじわと気
づきが生じる効果がある
 - ⑥共通性をもった人々が構成する1つのグ
ループは、ある意味では1人の人間のような
面をもっている。そうした“擬似的な1人の
人間”の心の中が自由な話し合いによって、
いわばグルグルとかき回されることで、心の
奥底によどんでいた潜在ニーズやある種の
思いが表面化してくる
- 出典) (株)マーケティングコンセプトハウス
〔編〕(2005)『グループダイナミック
インタビュー—消費者の心を知り
マーケティングを成功させる秘訣
—』同文館出版、7-8。
- (9) 調査手法について、調査実施者が共有化してお
く必要があったため、相談・研究部門の研究活
動として、外部講師を招き「事前勉強会」を開
催した。「事前勉強会」は学内にも公開し、研
究所所員である調査実施者以外にも教員1名、

大学院生 2名の参加があった。

- (10) 本調査実施当日は、懇談会の企画メンバーである子育てグループ活動者及び子ども家庭支援センター担当者がオブザーバーとして同席した。
- (11) 港区では、地域の子育て支援拠点として「子育てひろば」の設置を進めている。「子育てひろば」は、子育て当事者と子どもが自由に行くこ

とができる常設された居場所である。見守りのスタッフが常駐し、講座を開催したり、子育てに関する相談を行っている。

- (12) ここでいう子育てネットワークとは、2006年度懇談会を契機として出会いのあった子育てグループがつながりを続けていくためにつくったネットワーク組織である。2007年度および2008年度懇談会の企画にも積極的に関わった。