

2019 年度

国内実地研修報告書

愛知県一宮市における繊維産業の活性化と子育て支援

Domestic Fieldwork Report 2019

Revitalizing Textile Industry and Child-rearing Support
in Ichinomiya City, Aichi Prefecture



2020 年 3 月
March 2020

名古屋大学大学院国際開発研究科

Graduate School of International Development
Nagoya University

はじめに

名古屋大学大学院国際開発研究科は、実践教育の一環として、中部地域の中核都市や農村部で国内
実地研修（Domestic Fieldwork, 以下 DFW）を 1995 年より実施してきました。その目的は、次の四点で
す。a) 「開発現場」を知ることの重要性を実感する。b) フィールド調査の基本的方法や姿勢、調査倫
理などを習得する。c) 日本の地域開発をめぐる諸問題について学ぶ。途上国における開発問題を考
える際の一つのモデルとして、地方行政、教育、農業、環境保護、産業、文化振興など、様々な分野に
おける日本の市町村レベルの開発問題への取り組みについての見聞を広める。d) 異なる社会経済的・
文化的背景の学生によるグループ活動を通して、国際的環境における共同作業の経験を積む。

今年度は昨年度に引き続き、愛知県一宮市で、職員および市民の皆様の多大なるご協力のもと実施
させて頂きました。一宮市は歴史的に繊維産業の町として発展してきましたが、近年ではグローバル
化のなか同産業は様々な課題に直面しています。他方で、名古屋市ベッドタウンとして若い子育て
夫婦が多数移住してきており、新たな発展も生じています。このような背景のもと、今年度の DFW で
は、一宮市職員の方々と打ち合わせに基づき「一宮市の繊維産業の活性化にむけた若者の役割とは」
と「一宮市の放課後児童クラブにおける施設環境と児童の活動」をテーマに設定し、二グループがそ
れぞれ研修の課題としました。

座学による知識の習得のため、一宮市経済部商工観光課の佐藤拓真様および山田有里様に繊維産業
について、一宮市こども部子育て支援課の岡本将英様に子育て支援について講義を頂きました。また、
関西大学の橋口勝利先生に一宮市の歴史と現在抱える課題について、横浜国立大学の相馬直子先生に
行政の子育て支援について講義を頂きました。各グループは、座学で学んだ知識に基づき、話し合い
を約半年間重ねて現地調査に臨みました。12 月には現地報告会にて、大変有益で貴重なコメントを頂
きました。これらの研修の結果を、このたび、次のとおりに報告書にまとめました。

公益財団法人一宮地場産業ファッションデザインセンターの古田雅巳事務局長、経済部商工観光課
の佐藤拓真様、山田有里様、こども部子育て支援課の久ノ坪和幸専任課長、岡本将英様、豊田光恵様
をはじめとする一宮市職員の方々には、事前の研修テーマの設定、事前講義、研究計画書の作成、現
地調査、現地報告会の全てにおいて多大なご協力を頂きました。市民の方々も、お忙しい中、学生の
インタビューに快くお時間を割いて下さいました。日本語を話せない学生がほとんどという状況の中、
ご迷惑をお掛けすることが多々あったかと思います。この報告書にまとめられた研修結果が、ほんの
少しでも、受け入れて下さった皆様へのお返しとなりますことを、心から願っております。今年度の
DFW を支援して下さいました全てのみなさまに、この場をお借りして、心より感謝を申し上げます。

名古屋大学大学院国際開発研究科

2019 年度国内実地研修（DFW）委員会

日下 渉、宇佐見晃一、伊賀 司、島津侑希

目次

Table of Contents

はじめに	i
目次	ii
概要	iv

Working Group 1

The Role of Young People in Revitalizing the Textile Industry in Ichinomiya City	1
1.Introduction	3
2. Literature Review	6
3. Results and Discussion	11
4. Conclusion	17
5. Recommendations	18
References	21

ワーキンググループ 1

一宮市の繊維産業の活性化にむけた若者の役割とは	23
1. はじめに	25
2. 先行研究	27
3. 調査結果	32
4. まとめ	36
5. 提言	37

Working Group 2

Facility Environment and Children's Activities in Afterschool Children Clubs: The Case of Ichinomiya City	39
1. Introduction	41
2. Literature Review	42
3. Research Methodology	43
4. Findings and Discussion	44
5. Conclusion	48
Acknowledgements	48
References	49

ワーキンググループ 2

一宮市の放課後児童クラブにおける施設環境と児童の活動	51
1. はじめに	53
2. 先行研究	54
3. 調査方法	55
4. 調査結果	56
5. 結論	60
謝辞	60

概要

2019年度のDFWは、日本における開発課題や研究手法、調査倫理などを講義内容に含む国内実地研修特論、および現地でのフィールドワークを行う国内実地研修実習二つから構成された。

1. 国内実地研修特論

現地でのフィールドワーク実習にかかる準備として以下が実施された。

日付	時間	講義内容	講師
4月24日	16:30-18:00	概要説明	DFW委員会
5月8日	16:30-18:00	一宮市の概要と歴史	島津侑希 先生 名古屋大学 大学院国際開発研究科
5月15日	14:45-16:15	一宮市の子育て支援	岡本将英 氏 一宮市 こども部 子育て支援課
5月22日	16:30-18:00	一宮市の繊維産業	佐藤拓真 氏、山田有里 氏 一宮市 経済部 商工観光課
5月29日	16:30-18:00	子育て支援政策の課題 (1)	相馬直子 先生 横浜国立大学 大学院国際社会科学研究院
6月3日	13:00-14:30	工業都市「一宮」への成長	橋口勝利 先生 関西大学 政策創造学部
6月5日	16:30-18:00	調査方法	クリスチャン・オチア 先生 名古屋大学 大学院国際開発研究科
6月12日	16:30-18:00	子育て支援政策の課題 (2)	相馬直子 先生 横浜国立大学 大学院国際社会科学研究院
6月17日	13:00-14:30	繁栄と再生の一宮	橋口勝利 先生 関西大学 政策創造学部
6月26日	14:45-18:00	トヨタ産業技術記念館訪問	
7月3日	14:45-16:15	調査倫理	日下 渉 先生 名古屋大学 大学院国際開発研究科
7月8日	8:45-10:15	研究計画 (案) 発表	DFW委員会
7月10日	16:30-18:00	グループワーク： 研究計画 (案) 修正	DFW委員会
7月17日	16:30-18:00	グループワーク： 予備調査の質問項目作成	DFW委員会
7月24日	16:30-18:00	グループワーク： 予備調査の質問項目作成	DFW委員会

2. 国内実地研修実習

各グループの研究課題について相談検討するため、8月6日に一宮市を訪問し、日帰りの予備調査を実施した。7月末に国内実地研修特論が終了した後、研究課題、調査対象者、調査日程についてグループごとの話し合いが行われ、質問票やインタビューガイドの内容を検討した。

引率教員およびTAからのアドバイスをもとに研究計画書を作成し、一宮市へ9月半ばに提出した。その後、10月21日の出発前オリエンテーションにて現地調査の最終確認をし、10月23日から25日に2泊3日の現地調査を行った。現地調査結果の中間報告は12月9日に一宮市役所にて実施し、インタビューにご協力頂いた企業、放課後児童クラブ関係者の皆様および一宮市役所の方々より有益なコメントを頂いた。

現地調査における各グループの調査課題、調査目的、調査対象者は次のとおりである。

ワーキンググループ1（繊維産業）

調査テーマ： 『一宮市の繊維産業の活性化にむけた若者の役割とは』

調査目的：

1. 一宮市の繊維産業に携わる若者の役割と、彼らが繊維産業に携わる動機を明らかにする。
2. 一宮市の繊維産業に若者を惹きつけるために、行政や民間企業が実施している戦略を知る。

調査対象者： 一宮地場産業ファッションデザインセンター、
一宮公共職業安定所（ハローワーク一宮）、尾西毛織工業組合、民間企業（7社）

ワーキンググループ2（子育て支援）

調査テーマ： 『一宮市の放課後児童クラブにおける施設環境と児童の活動』

調査目的：

1. 放課後児童クラブでの児童の活動に直接影響する施設環境を明らかにする。
2. 施設環境に影響を与える基盤条件を特定する。
3. 児童が十分に活動するために必要な施設環境を考察する。

調査対象者： 一宮市こども部子育て支援課、放課後児童クラブ運営主体（2団体）、
放課後児童クラブ（3か所）

3. 2019 年度 国内実地研修 参加者リスト

<引率教員／ティーチングアシスタント（引率補助学生）>

	引率教員	ティーチングアシスタント (引率補助学生)
ワーキンググループ 1 繊維産業	日下 渉	YAMBAO Ryn Nhick
	伊賀 司	
ワーキンググループ 2 子育て支援	宇佐見晃一	BYAMBA Munkhzul
コーディネーター	島津侑希	

<学生>

	氏名	国籍	性別
ワーキンググループ 1 繊維産業	TSAI Pei-Shin	台湾	F
	SONG Mingli	中国	F
	ZHANG Yinuo	中国	M
	DOS SANTOS Eligito *	東ティモール	M
	HARMITA Dini	インドネシア	F
	MUSSA Sultane De Isabel Sulemane	モザンビーク	M
ワーキンググループ 2 子育て支援	SUZIYANI Farhana Binti Suhaimi	マレーシア	F
	RONG Tengchun	中国	F

Working Group 1 Textile Industry

The Role of Young People in Revitalizing the Textile Industry in Ichinomiya City

Group Members:

DOS SANTOS Eligito *

HARMITA Dini

MUSSA Sultane De Isabel Sulemane

SONG Mingli

TSAI Pei-Shin

ZHANG Yinuo

Research Assistant:

YAMBAO Ryn Nhick

Advisors:

Professor IGA Tsukasa

Professor KUSAKA Wataru

* Group Leader

Table of Contents

1. Introduction

1.1 Background of the Study

1.2 Research Objectives and Questions

1.3 Research Methodology

1.4 Definition of Key Concepts

1.4.1 Young People and Young Workers

1.4.2 Good Work Environment

2. Literature Review

2.1 Aging Labor and the Issue of Skill Succession

2.2 Salary

2.3 Information and Communication Technology (ICT)

3. Results and Discussion

3.1 Company Managers' Point of View

3.1.1 Role of Young People

3.1.2 Strategies for Attracting Young People

3.2 Young People's Point of View: Motivations to Enter the Textile Industry in Ichinomiya City

3.3 Government Agencies' Point of View: Public-Private Partnership

4. Conclusion

5. Recommendations

5.1 Short-term Measures

5.1.1 For Companies

5.1.2 For Public-Private Partnership

5.2 Mid to Long-Term Measures

5.2.1 For Companies

5.2.2 For Public-Private Partnership

References

1. Introduction

1.1 Background of the Study

The economic growth and modernization of Japan were initiated with a significant contribution from the textile industry, especially from its spinning and weaving segments (Islam & Khan, 2013). Before facing downturns in the 1960s, the industry experienced massive growth that helped the country to seek modern industrialization (Hunter & Macnaghtan, 2010). However, a trade disagreement with the United States (US) led to a significant reduction of Japanese exports to the US. As a consequence, a massive inventory crisis erupted as it forced many Small and Medium Enterprises (SMEs) to stop production and some others to relocate production to other Asian countries such as Taiwan and Korea (Giacomantonio, 2012).

After the US effect, the textile industry in Japan has been facing several challenges, represented by international competition and aging labor. According to Giacomantonio (2012) international competition, especially from China, is getting more and more fierce in the 21st century. However, amid all challenges, the Bishu area keeps its reputation as a vital textile industry center, while Ichinomiya City, located in the Bishu area, holds credit for its well-known wool fabric production (Giacomantonio, 2012).

Regarding the textile industry in Ichinomiya City, according to the Government of Ichinomiya City (2019), the local textile industry has been severely affected by three factors, namely: aging labor, shrinking domestic market, and low recognition. The reluctance of young people to enter the textile industry is exacerbating the industry's aging labor problem. Companies and public entities associated with Ichinomiya's textile industry point out that the shrinking domestic market is mainly caused by the local industry's high segmentation.

The low recognition of Ichinomiya's textile industry may be a result of two factors, first, due to the fact that it mainly produces intermediate goods, while the second factor is related to the companies' low engagement in aggressive and sustained advertisement and publicity campaigns. This report is the result of fieldwork conducted in Ichinomiya City, which is a requirement of the Domestic Fieldwork class, aimed at assessing the roles of young people in revitalizing the textile industry in Ichinomiya City. The fieldwork is part of the partnership between the Graduate School of International Development (GSID) of Nagoya University and the City Government of Ichinomiya. It is an initiative aimed to give the students an opportunity to learn from a combination of theory and practice.

This report is made up of two primary sections, one is the introductory section and the other is the findings and discussion section. The first section includes the introduction and background information of Japan and Ichinomiya's textile industry, the research methodology, research objectives and questions, and literature review. As for the second section, this report presents findings and discussion on the contribution of young people to Ichinomiya's textile industry, the strategies to attract young people, concluding remarks and recommendations.

1.2 Research Objectives and Questions

The main objective of the present report is to contribute to the general debate around the declining textile industry in Ichinomiya City. Specifically, we narrowed the discussion to focus on the roles and potential amongst young people in leading the process of revitalization of the textile industry in the city. Therefore, our aim is to conduct research about the potential solutions for significant challenges facing the industry, while recommending a few short-term alternatives

To fulfill our research objective, we set the following research questions to guide the research. (a) What are the roles and motivations amongst young people to enter the textile industry in Ichinomiya City? And, (b) what are the strategies amongst the companies and the city government of Ichinomiya in attracting young people to the textile industry in Ichinomiya City? In answering both questions, we tried to explore the views and practices of interviewed companies and government agencies, as we consider it to be a relevant contribution to the overall debate around the alternatives to tackle the challenges facing the industry.

1.3 Research Methodology

For the production of the present report, we collected both primary and secondary data for qualitative analysis. To acquire secondary data, we assessed various literature and government reports, while for the primary data; we conducted four days of direct interviews with public and private stakeholders of the textile industry in Ichinomiya City.

The primary data was collected through direct interviews with ten entities, including two public, one industrial organization, and seven private institutions. The two public institutions are the Japanese Government's employment Service Center, Hello Work Ichinomiya (HWI), and the Fashion Design Center (FDC)¹. The industrial organization is Bisai Woolen Weavers Association (BWWA)². The seven companies profiled in this report are based in Ichinomiya and they participate in various segments of the local textile industry. For confidentiality, the seven interviewed companies were coded as follows in Table 1:

¹ Established in 1977, FDC intends to promote the textile industry, specifically focusing on harmonization of information, development of new human resources and products in Ichinomiya City.

² Belonging to the Japan Worsted & Woolen Weavers Association, BWWA is a large-scale textile revitalizing association, uniting the Owari western area around Ichinomiya City.

Table 1: Companies Profiled in the Fieldwork

Company	Segment	Number of Workers	Year of Establishment
A	Spinning and weaving	54	1977
B	Dyeing	45	1946
C	Finishing	18	1966
D	Wholesaler	19	1922
E	Dyeing, weaving, and finishing	152	1931 (Registered in 1960)
F	Knitting	115	1966
G	Weaving	15	1912

1.4 Definition of Key Concepts

1.4.1 Young People and Young Workers

In the context of Japan, the Ministry of Internal Affairs and Communications (MIT), quoted by the Japan Institute for Labor Policy and Training (2016), defines young people as those who are aged from 15 to 34.

Rodgers, Lee, Swepston, and Van Daele (2009) defined young workers based on the definition of the International Labour Organization's (ILO) that young workers are those who are within the age group of 15 to 24 years old, including those who are legally defined as adolescent and no longer in school.

However, the average age of workers in the textile industry in Ichinomiya City does not follow this definition. The definition of young workers tends to vary, as some of the interviewed companies consider those aged in their 30s still young, and some consider young workers as those under 50. Most of the interviewees of our research were younger than 40. Nevertheless, the definition of young workers depends on the companies' interpretation.

1.4.2 Good Work Environment

The working environment is a broad term, and it may refer to all one's surroundings when working. It may also refer to physical and psychological aspects such as air, noise and light, how the work is organized and wellbeing at work. An employee's motivation to work is also heavily influenced by his or her environment (Scott Huntington, n.d). Referring to the conditions for a good work environment, Huntington listed the following measures to be taken: (a) Develop a clear communication; (b) listen to everyone's ideas; (c) recognize hard work; (d) show trust; (e) have some fun; and (f) lead the way.

As for the good work environment in Japan, Izanau (2019), ranked the top ten companies operating in Japan with the happiest workers. According to the survey, the top ten list includes three Japanese based companies: Itochu, Suntory, and Mitsui Fundosan Co.. The happiness of the workers were assessed a list of eight categories considered to be factors that contribute for good work environment: salary condition, easy

communication between workers, opportunity for young workers, motivation, respect between workers, capacity building (training), compliance with the law, work-life balance, human resources department performance, and how easygoing the workplace is for women.

For the purpose of the present report, the definition of good work conditions includes motivation, communication between the workers, and physical conditions of the facilities (including factory and offices).

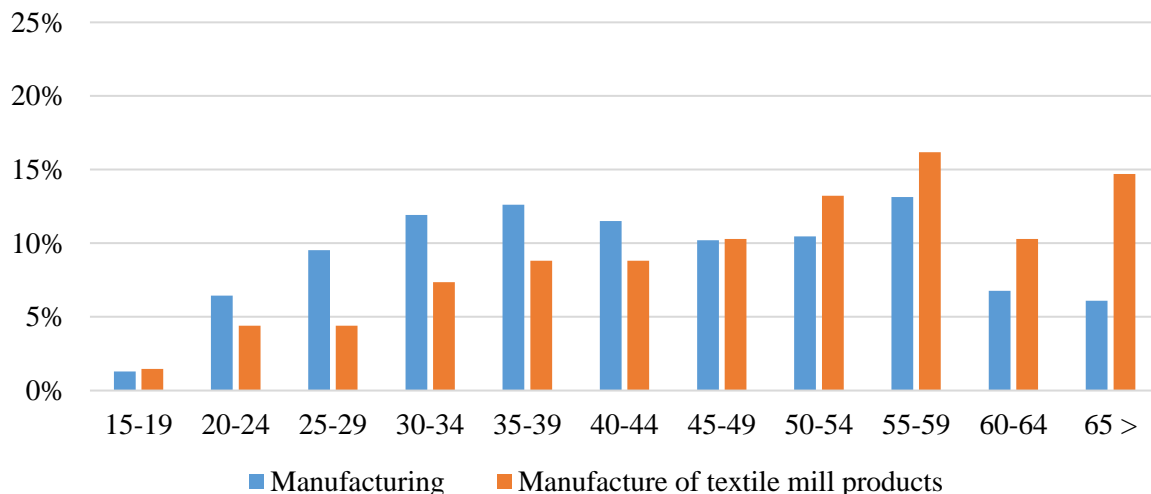
2. Literature Review

2.1 Aging Labor and the Issue of Skill Succession

According to the Japan Institute for Labor Policy and Training (2016), Japan is currently facing challenges regarding the declining birthrate, leading to a shrinking in the population. Ueno (1998) also mentioned that the decline in the Japanese total fertility rate is due to the increase in the unmarried population. Other possible roots of the decline in the fertility rate are linked to housing costs, increased educational attainment of women, increased women's participation in the workforce, and changes in cultural values.

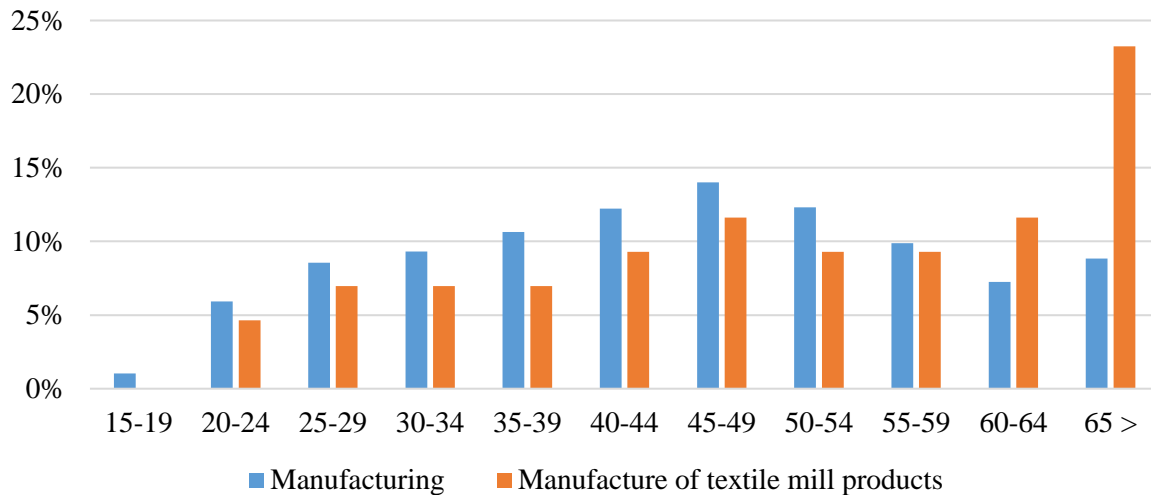
Japan's birthrate is said to be affecting the economy seriously as the industrial production is the most hit area. However, it is said, among all industries, the textile industry is the one most impacted by the phenomenon. As illustrated in Figures 1 and 2 below, the majority of the workers in the textile industry in Japan in 2007 are the age of 50-59, and in 2019, the age of 65 years old and older.

Figure 1: Age Demographics between Textile Industry and All Manufacturing Industries 2007



Source: e-Stat, 2020

Figure 2: Age Demographics between Textile Industry and All Manufacturing Industries 2019



Source: e-Stat, 2020

The table below (Table 2) shows the workers in the textile industry in Japan are in the age of 42.1-46.2 on average. The textile industry in comparison to other industries that have less than 10 workers and 10-99 workers have the highest average worker's age. Among almost all of the industries, the oldest average age is in the textile industry in companies with 10-99 workers, which is 46.2 years old.

Table 2: Average Age of Workers per Size of Company in Japan

Industry	Average Age per Size of Company			
	<10 Workers	>1000 Workers	100-999 Workers	10-99 Workers
Food Manufacturing	43.5	41.8	43.4	45.1
Textile	44.8	42.1	43.4	46.2
Chemistry	42	42.3	41.8	41.5
Steel	40.2	39.4	39.9	41.9
ICT Equipment Manufacturing	44.4	44.9	43.2	44
Transportation Machinery & Equipment	40.8	40.7	40	43.5
Telecommunications	43.8	44.4	38.7	42.9
Information Service	39.7	40.7	38.9	39.5

Source: Hello Work Ichinomiya (HWI) (2019)

Diminishing labor in Japan has been pointed out as one of the consequences of the aging society; at the same time, young people seem to be skeptical about joining industry. One of the significant constraints in attracting fresh blood to industry is said to be linked to the working conditions. According to Giacomantonio (2011),

young people in Japan are lacking interest in working in the textile industry because it is regarded as Dirty, Dangerous, and Demeaning (the 3Ds).

Japan (and Ichinomiya City) is not an isolated case of struggle with issues of succession in the industry, in general, and in the textile industry in particular, as the United Kingdom (UK) may be facing a similar problem. The problem in the UK may derive from its aging society, however, perceptions amongst the younger generation about the industry, in general, are also considered to drivers be of their behaviors. As pointed out by Sugden (2009): *“The younger generation’s perception of the industry in the U.K. is not one of the cool and hip places to work, or even for that matter a career. It is paramount to change this mentality and persuade the young that this can be a career for life and that it is fun – and very satisfying – to make things”*.

In general, the overall employee structure and the labor shortage in Japan, especially for the Small and Medium Enterprises (SMEs) can be viewed from two different angles, namely from the cyclical side and factors related to structural population dynamics (NASMEPO³, 2018). As for the cyclical factor, the author highlights the economic expansion as one of the most significant drivers of the dynamics and allocation of labor. This can be, in our view, related also to the increasing share of the service sector in the economy⁴. As for the structural factor, the author points out the trend of the decline of the working-age (15-64), from a peak of 87 million in 1995 to 77 million in 2015, and the projected decline to 48 million in 2060.

Egashira (2013:34) mentioned that, due to the decreasing number of young workers, the skills in the textile industry would not be successfully passed on to the next generation. Since skilled workers have grown old and young people are not interested in joining the manufacturing industry, skill succession has become a problem between generations

2.2 Salary

Despite being included in the second highest-paid sector - the manufacturing sector - the salary in the textile industry in Japan is considered to be relatively low. According to Kawano (2019), in 2019, the industry sector achieved an average annual salary of ¥4.56 million, as the IT and communication industry earned the highest ¥4.69 million, while the textile industry achieved one of the relatively lowest, on average just ¥3.76 million. Moreover, taking into consideration the shrinking trend of the textile industry, the relatively low salary may remain one of the significant challenges to the industry in the short term.

An entry-level textile engineer (1-3 years of experience) earns an average annual salary of ¥2,031,262 in Japan. On the other hand, a senior-level textile engineer (8+ years of experience) earns an average annual

³ National Association of Small and Medium Enterprise Promotion Organizations - Japan

⁴ According to Pletcher (2019), the distribution of workforce in Japan, in 2018 was: 3.41% agriculture; 24.5% for industry; and 72.09% for service.

salary of ¥3,006,268⁵. The following table (Table 3) is the basic monthly salary of young workers (20-24 years old, after university graduation) per size of the company in Japan.

Table 3 shows the textile industry's basic salary, for fresh graduates, is lower compared to the basic salary of information and telecommunication service. A textile company that has 10 to 99 workers has the lowest basic monthly salary which sits at 188,600 Yen.

**Table 3: Basic Monthly Salary of Young Workers (20 to 24 Years Old, University Graduation)
per Size of Company in Japan**

Industry	Basic Salary per Size of Company (Yen)			
	<10 Workers	>1000 Workers	100-999 Workers	10-99 Workers
Food Manufacturing	241,300	252,600	237,200	218,200
Textile	215,300	252,100	219,100	188,600
Chemistry	239,500	240,800	240,900	227,800
Steel	260,100	272,200	237,200	249,600
ICT Equipment Manufacturing	247,300	251,200	238,800	242,100
Transportation Machinery & Equipment	276,700	288,300	247,800	230,600
Telecommunications	273,900	279,500	245,600	225,900
Information Service	261,500	276,500	256,700	229,900

Source: Hello Work Ichinomiya (2019).

2.3 Information and Communication Technology (ICT)

The part where young people can play a role in the textile industry is likely in the ICT realm owing to their understanding that ICT can network and transform geographical areas (Bagshaw, 2009). In the era of ICT, young people are important for revitalizing the textile industry.

According to Ichetaonye et. al (2012) technology is quickly shifting the textile industry. Introductory design proposals are mainly generated at the initial stage to develop, model and communicate utilizing ICT and Computer-Aided Design (CAD). Software such as Photoshop is used to construct and shape fabric designs. The most recent development of technology includes using a 3-D body scanner, interpreting the body-sizes and the application for companies' catalogs. In regenerating the suffering textile sector, ICT appears to be one of the keys to doing so.

⁵ <https://www.salaryexpert.com/salary/job/textile-engineer/japan>

McNamara (2008) mentioned that ICT is an instrument to acquire dynamic information sharing by linking the supply chain and the textile industry. The supplier can promote business implementation, boost performance for competitiveness to meet the brief establishment time that depends upon appropriate technology. In a company, ICT can contribute to an accurate tracking technique. The structural development through the production line is reachable at a specific time.

Vilaseca-Requena (2007) mentioned that various scholars have identified the significance of ICT as a feature that enhances the elaboration of various agents at the workplace. It works, especially in the process of innovation, enabling communication and cooperation as a method to overcome many barriers to innovation. As an information source, ICT helps to identify and determine the degree of attractiveness of possible strategic partners, which leads to the establishment of relationships. In addition, ICT as a communication channel is the instrument in which the company establishes fluid communication with other cooperating partners. The communication happens by disseminating and creating knowledge, and it eliminates the obstacles of economy, space and time that limit the performance of the development process. Due to all of these combinations, ICT acts as a socializing tool that enables the foundation of the liaison. It permits intense and constant communications amongst members and provides the foundation for consensus and agreements. Besides, ICT develops commitment and trust based on affective and social values.

Zomorodian and Lu (2019) mentioned that the aspects of human life can be changed by social media. Many people utilize the instrument for different objectives including communicating, finding acquaintances and relatives, sharing ideas and information regarding the products and also searching for preference in terms of specific brands and goods. Companies have initiated to consider the method of using social media for advertising and earning more benefits. A study⁶ on the reasons why companies decide to use social media to spread their brands, shows, among other results, the following: (a) social media is the fastest growing internet trend, as the popularity is continuously growing among people; and (b) the viral nature of social media makes advertisements easy, (c) the presence of the competition on social media, and (d) cost pressure reduction, as the social media represent an affordable and easy to access to a set of platforms for advertisement (Tsimonis and Dimitriadis, 2014).

By using the advantage of social media, ICT helps the companies to develop relationships either with partners or within their companies. Social Media or Social Networking Service (SNS) plays a crucial role in building relationships. Nevertheless, not all companies in the textile industry in Japan adopt the SNS as a means to achieve efficient information.

⁶ Interviews with managers of 14 firms of different sectors that have developed brand pages on Facebook in Greece.

3. Results and Discussion

The present section is dedicated to the presentation and analysis of the primary and secondary data collected through the interviews. It discusses the roles of young people in the revitalization of the textile industry in Ichinomiya City, from three different points of view. First, from the point of view of the company's managers, second, from the point of view of government agencies (FDC and Hello Work Ichinomiya), and third, from the point of view of young workers themselves.

3.1 Company Managers' Point of View

3.1.1 Role of Young People

Through our interviews with company managers, it became clear that they are aware of the crucial role of young workers in their respective companies, as well as to the overall process of the revitalization of the local textile industry. Among various aspects pointed out by managers, trust-building with customers, innovation, and enhancement of the company's recognition are the significant areas where young people have the potential to play. Despite acknowledging these three areas where young people can play a crucial role, a majority of the managers we interviewed pointed out the overall challenge is in attracting young people to the industry.

As for trust-building with customers, in general, the managers seemed to believe that the involvement of young people offers customers a sense of security and sustainability. In line with this view, managers expect from young workers the establishment of long-term and stable relationships with customers as well as with counterparts. Just to mention an example, company D is allowing two of their young workers to innovate and lead a project that comprises the production of fashion products from recycled wool material.

Apart from trust-building, in company D, a manager stated that young people could be the core of sales. He also pointed out that, previously, in the textile industry, companies competed with each other while hiding their strategies and relevant information from their competitor. However, now, young workers from different companies tend to be more collaborative, especially on the production processes.

The second aspect of the crucial role of young people is innovation. According to the managers of the company D, since the company has been taking measures to develop new products and its own brand, it has been trying to improve its existing technology, and young workers have been critical elements of these developments. Another example is company F, where the managers pointed out the crucial contributions of their young workers in leading the development of original products that help the company follow the market trends.

The third aspect is the enhancement of the recognition of the company. The interviewed managers, in general, agree that young workers have the potential of helping to reshape the image of the company according to the changing market dynamics. According to the manager of company A, their young workers are fast-moving and adaptable, and they have been using their foreign language abilities (e.g., English, French, and

Italian) to help to expose the company internationally, as some have the opportunity to attend overseas exhibitions.

3.1.2 Strategies for Attracting Young People

Our interviews with managers revealed a dual pattern in terms of perception and practices amongst the companies in coping with the current challenges. While some companies revealed optimism about the future of the industry and significant commitment in pursuing strategies that place young people as key elements for the sustainability of their companies, some expressed skepticism on both the future of the industry and in adopting specific strategies to attract young people to their companies. Despite these two differing views, we perceived from the managers in general, urgent measures should take place to tackle the issue of succession in the textile industry in Ichinomiya. While trying to get some ideas (possible solutions to tackle the problem of succession and low recognition of the local textile industry) from the managers, some were prompt in stressing that collective actions, joining together key private and public stakeholders, should be put in place to try to minimize the challenges. As a particular example, the manager of company D pointed out:

“...it is important to make the textile industry appealing to young workers...If young people find the textile industry a fun place to work, they may stay...”

The current major challenges facing Ichinomiya's textile industry, shrinking domestic market, low recognition, and aging labor are affecting some of the interviewed companies to the extent that their sustainability or survival in the mid to long-term is threatened. As pointed out by a manager from company D, as a consequence of the shrinking local market, the company may even consider to close-off the business after the retirement of the current management team.

As mentioned above, although the challenges require sacrifices from the companies, some companies can be highlighted as an example of success in offering work incentives to young workers. Company A is one of the examples. In an attempt to diversify the products and to follow the market dynamics, young workers are given the opportunity to participate in international exhibitions, at least twice a year. As stated by the company's general manager, although the situation in the textile industry is not friendly to the workers, the company tends to invest in quality products.

Regarding the use of ICTs to spread the brand, a young worker from company D shared his opinion that one of the most effective ways to target the public, especially the young people, is using social networking sites (SNSs). In Japan, the use of SNSs is increasing year by year, as there are five major platforms, which are: Line, Twitter, Instagram (IG), Facebook (FB) and TikTok (Kawaguchi, 2019), among its users, around 42.7% are in their 20s, and 38% are in their 30s (MIAC, 2019). These numbers show the significant potential available for the companies and the government agencies to advertise the industry, as part of the strategy for its revitalization.

Although there is significant potential in social media, the interviews revealed that some companies are relatively far from integrating ICTs, in general, and SNSs, in particular, in their branding strategies. Company B is one of the examples of having a weak presence in ICTs platforms. As revealed by the company's manager, the company has a website, but the contents are outdated for more than 10 years.

To get a clear image of the involvement of the interviewed companies in the ICTs platforms, we investigated the patterns and intensity of their presence on websites and SNSs. The following table shows their presence in ICTs platforms, comprising websites and SNSs. It suggests that all these companies have at least one platform, while companies A and E deserve to be highlighted for having a presence in all platforms, companies B, C, and D have only websites.

Table 4: Social Network System of Each Company per Segment

Company	With IG	With FB	With Homepage	IG connect to Homepage	Homepage connect to IG
A	O	O	O	O	O
B	X	X	O		
C	X	X	O		
D	*	X	O		
E	O	O	O	O	O
F	O	X	O	O	X
G	O	O	X		

O: The company owns the SNS/HP

X: The company does not own the SNS/ HP

*: The company owns an account for its original brand

From our investigation about the patterns of use of the platforms, we have found that companies A, E, and F use Instagram to update their daily events. On connecting websites and Social Network Systems, we found that only companies A and E have connected their Instagrams to their website. Otherwise, although having an indication of a link to connect Instagram, Company F's website cannot access Instagram.

We can learn management of Instagram from Company D. As with the companies we have investigated, there are many segments inside the textile industry. Inside the segments, there are many divisions of one segment as well. Company D as a wholesaler with three brands, uses the character of each brand to create three spaces for each target custom. Besides, this operation made each brand have its identity. Therefore, the individual IG of three brands doesn't need to accommodate the features of others, and this may be an apparent reason that attracts audiences. However, it is improbable for the interconnection of each website, especially the homepage, which doesn't have any link for the SNS.

In general, Companies A and D can be highlighted as an example of the maximization of the combined potentials in young workers and SNSs for innovation and expansion of the company's business. As stated by a young worker, the freedom granted by the company's managers is producing positive effects. The initiative to produce cloth from recycled wool, as mentioned above, together with their strong presence in SNSs, allowed the company to gather attention from some foreign companies, which led them to start a business partnership with a US textile selling company.

3.2 Young People's Point of View: Motivations to Enter the Textile Industry in Ichinomiya City

As expressed by interviewed young workers, in spite of the current situation of the industry, there are some attractive points in it. From what the workers have pointed out, we have grouped the attractive aspects into four categories. These aspects are considered to be key both for the entry and retention of young workers in the industry. They are: (a) the sense of belonging to the industry; (b) passion to work; and (c) good work-environment. However, these points that have been mentioned above represent only the perceptions amongst part of the young people from the interviewed companies.

Regarding the sense of belonging to the industry, Ichinomiya City, in general, is a peculiar case, given the existence of a significant number of family companies. One of the young workers from company E mentioned that the textile industry felt like her hometown, and as her parents own a textile company, during job hunting, she found herself influenced and ended up deciding to join the textile industry. She additionally pointed out that at some point, she gained the sense that she should contribute to her hometown growth via the industry.

In terms of passion and vocation for the textile industry, we could assess from some young workers, expression of excitement and satisfaction for contributing to the sector. There are some cases of workers who knew nothing about the industry at the time they joined their companies, but they still dream of developing successful careers within the industry. A worker, from company C, mentioned that he learned the work from the basics, and now his ambition is to be recognized as a specialist in the dying segment. Other examples of passion for working in the textile industry in Ichinomiya City are two workers from companies A and one from company G. One used to work for an IT company in Gifu but decided to quit her job to join the textile industry, as she dreams of becoming a recognized tapestry weaving creator and owning her own business in the segment. In contrast, her coworker used to work with a selling (clothes) company and decided to quit and join the company, to participate in the production segment, a job that she describes to be of her dreams. On the other hand, an interim young worker in company G pointed out that her major in textiles (from Nagoya University of Arts) was crucial for her to join the company. Additionally, some interviewed young workers have shown that their ambition in bringing a relevant contribution to the development of products is what drives their motivations in the industry. As pointed out by a young worker from company A, one of the concerns amongst

them is to have the opportunity to innovate production. The worker went a step forward by pointing out that they also hope to get involved in the sector's events such as exhibitions.

Regarding the good work environment, during the interviews with the companies, we tried to assess, specifically, young workers' perceptions about the working environment in their respective companies. According to the feedback we received, the six companies seem to be taking, in general, significant effort to offer better working conditions to their workers. However, we could also note a generalized perception of barriers in interaction and collaboration between experienced (older) and younger workers.

Despite the general working conditions and salary, which are, allegedly, less attractive compared to other industries in the same prefecture, some companies provide special welfare benefits. Such benefits include, among others, a flexible working schedule⁷, a clean and safe working place, and a friendly environment between the workers, especially the connection between the experienced and younger workers. Companies C and E can be highlighted as examples of promoters of flexible timetable and team building sessions, respectively.

3.3 Government Agencies' Point of View: Public-Private Partnership

Regarding the role of young people in the textile industry, the government represented by the Fashion Design Center (FDC) and Hello Work Ichinomiya (HWI) during the interviews acknowledged the importance of young people for the survival of the industry. However, according to HWI, the lack of successorship in the industry is contributing to the decline of the industry. On the other hand, the representative of FDC emphasized that more than just young people, the industry is in urgent need of *highly motivated* young people to help cheer-up the industry.

It is undeniable that, regardless of the sector, a collaboration between government and private entities (putting together policies and business) opens the potential for a broader range of positive outcomes. As said about the big initiative known as Cool Japan, there is an acknowledgment that much is to be done on public-private collaboration for such projects (Cool Japan Strategy Promotion Council, 2015). The textile industry in Ichinomiya City is not an exception.

One of the successful cases of Cool Japan projects was brought by Northern Sky, a Japanese textile trading company established in 2015. The main product of the company is mainly the Japanese-made senior gentleman suit, whose main customers are European. The company purchases products from 15 carefully selected Japanese brands, which are mainly from the SMEs in Japan. They distribute their products to about 100 companies within 15 countries. The reason they prefer Japanese products is that although the tastes and trends

⁷ Important for the balance between work and social life, especially for young mothers that have to take care of their children.

are changing constantly, those products made in Japan always have high functionality, persistent popularity, and a stable level of sales.

Kazuaki Nagata (2012) in Japan Times also mentioned another success story which was initiated from a fashion design project based in Singapore. Fifteen well-known apparel makers from Harajuku district in Tokyo teamed up with other apparel stores to hold sales in a 50-square-meter site in a shopping mall for three months. They sold over ¥20 million in goods. The project made it easier for smaller apparel to invest overseas by securing a hub to sell their wares and teamed up, due to its marketability of the project. The team also acquired distributional channels to market their products overseas, especially in Singapore.

Amid the previously mentioned significant challenges faced by the textile industry in Ichinomiya City, increased public-private collaboration may open room for specific initiatives aiming at revitalizing the sector. In fact, during the interviews, we found that there are some ongoing initiatives being undertaken by the government agencies (FDC and HWI). These initiatives comprise mainly projects and campaigns aiming at bringing more quality to Ichinomiya textile products and the attraction of fresh blood to the industry to solve the problem of skill succession.

On the one hand, FDC has been dedicating resources to efforts aimed at engaging the interactional network of artisans and enhancing the identity of the Bishu area textile industry, while increasing the possibility of skill succession in the sector. Specifically, FDC, alongside Takumi Network⁸, provides training in fashion design to interested young people in an event called Sho-Kobo. However, the institution recognizes there is a lot more to be done to push the sector to its best moments, especially by targeting young people.

On the other hand, HWI mentioned that they are currently in collaboration with the city government and companies to implement an initiative called Aichi Prefecture Migration Support Project. The initiative is mostly aimed to increase the labor force in Aichi Prefecture while alleviating overcrowding in the Tokyo area. Specifically, under the projects, young workers who decide to move to the textile industry in Aichi Prefecture will be eligible to benefit from financial support⁹.

⁸ *Takumi means* artisan in Japanese. Takumi Network is a group for the artisans in Ichinomiya city to exchange the skills and communications for succession.

⁹ ¥1,000,000 for each household, and ¥600,000 for every single person.

4. Conclusion

This research discussed the roles and motivations amongst young people to enter the textile industry from three points of view: the company's managers, government agencies, and the young workers themselves. On the perspectives of the managers and the government sector, we focused on their perceptions about the roles of young people, as well as their ongoing practices, including their strategies towards attracting young people to the industry. While for the young workers' perspective, we tried to focus on their motivations (by exploring both positive and negative aspects) to enter the textile industry in Ichinomiya City.

From the perspectives of companies' managers and government agencies, interviews revealed an undisputed recognition of the existence of potential among young people, such as (a) trust-building with a sense of security and sustainability; (b) innovation; and (c) enhancement of the recognition towards business expansion. However, these functions are only possible when young people are motivated to enter and or to stay in the industry. Some companies expressed confidence and positivity about the future of the industry and commitment to targeting young people. Nevertheless, some managers showed relative pessimism about the future of the industry and expressed their skepticism in adopting specific strategies towards attracting young people.

Regarding the use of ICTs, especially the SNS as part of branding strategies, the interviews and our investigations on the patterns of the use of ICTs revealed a dual pattern of perception and practices amongst the companies. We found that some companies are taking action towards combining young workers' potential and the use of ICTs, especially the SNSs to populate their products. On the other hand, some companies revealed to have a limited presence in ICTs, especially in SNSs.

Interviews with young workers revealed some of the aspects that attract them to the textile industry, as well as some that present them from entering the industry. According to them, some young people enter the textile industry because of: (a) a sense of belonging to the industry, (b) passion and vocation to work in the industry, and (c) a pleasant work environment. On the other hand, they highlighted: (a) low salary, (b) low recognition of the industry locally, and (c) unattractive work environment, as some of the repelling aspects.

Finally, although there are some ongoing and planned initiatives, all the interviewed companies and the government agencies unanimously pointed out that further actions should be taken to help to save the industry, especially by targeting young people. Currently, FDC is leading some training (fashion design curriculum: Sho-Kobo) and promotion (the Bishu brand marketing) projects. On the other hand, Hello Work Ichinomiya, specifically on attracting young employees, is co-promoting a financial arrangement to incentivize skilled young people who decide to join the textile industry in Aichi Prefecture.

5. Recommendations

As pointed out in the introductory remarks, we expect the present report to contribute to the general debate around the alternatives and the necessary specific actions for the revitalization of the textile industry in Ichinomiya City. Apart from the contribution to the general debate, we would like to suggest a few practical measures to be taken by both public and private stakeholders. According to our understanding of the perceptions and practices amongst the stakeholders' (interviewed managers, workers, and government agencies), there is a significant opportunity for the revitalization of the textile industry by targeting young people.

Below are recommendations that could be a valuable contribution to the overall design of an inclusive (public-private) strategy for attracting young people to the industry. The recommendations comprise practical actions to be taken in both the short and mid-term, with the specific objective of increasing the recognition of the industry locally through the intensification of the involvement of young people.

5.1 *Short-term Measures*

5.1.1 For Companies

As pointed out in the previous sections, when young people are motivated, they can add value to the textile industries. Specifically, combining their potentials with the abilities of the experienced workers may open possibilities for innovation and the company's business expansion. Additionally, investing in young workers opens possibilities for marketing strategies adapted to the current market trends through the use of ICTs, especially SNSs. In order to attract young workers, Social Media should have more content related to the culture of the job of the company. People want to see the people and activities of the company. The social media accounts should be full of pictures of your people participating in festivities that are unique to company, photos of meetings in conference rooms, and just pictures of employees going about their everyday life in their offices. Use of hashtags will also help people to acknowledge the contents. Once the contents are uploaded, existing workers can be encouraged to like and share the contents. If the company has more budget, the use of influencers and ambassadors may also help with boosting the Social Media.

For the companies that are currently maximizing the potentials amongst young people, we recommend the intensification measures towards broader advertising locally, especially in targeting young people. On the other hand, for companies with limited strategies and initiatives in both attracting the young and advertising the products, we strongly recommend:

- a) Adoption of specific strategies towards attracting and maintaining young workers;
- b) Promotion of team-work values between young and senior workers;

- c) Dedication of a division or outsource marketing services, including the maximization of the potentials in SNSs, to populate the brand. Companies can, for example, post on IG while using hashtags, influencers and or ambassadors (if applicable), photos related to:
- Production processes (which may help change the bad image of the textile factories amongst young people);
 - Products;
 - Company's work culture;
 - Meetings and activities such as team building sessions;
 - Participation of the company in events such as festivals, workshops, and exhibitions;

5.1.2 For Public-Private Partnership

As discussed in the previous sections, it is undeniable that joint initiatives between the government and the companies may lead to more significant and effective actions towards attracting young people to the industry, while revealing the beauty of the industry to gather the attention of the public in general. Companies together with government agencies can intensify synergies and combine resources (such as financial and human capital) to implement a broad and coordinated campaign for the industry. In specific, we recommend:

- a) Intensification and expansion of existing campaigns initiatives to populate the beautiful side of the local textile industry to the local and national, while gathering young people's attention, such as:
- Exhibitions;
 - Workshops in schools; and
 - Festivals
- b) Either via SNSs or exhibitions, workshops, and festivals (through leaflets, pamphlets, and flyers), sharing of brief information such as:
- Brief stories (from news, exhibition reviews, and rankings) that highlight the good reputation of the products from Ichinomiya City;
 - Brief testimonials from young workers about the impact of the industry in their professional carriers or life;
 - Brief testimonials about the pride and motivations, amongst young workers, in working in the textile industry or in the companies.

5.2 Mid to Long-Term Measures

5.2.1 For Companies

The intermediate character of the textile industry of Ichinomiya City which was pointed to during the interviews is one of the significant reasons for the weak marketing of the products amongst the companies. The expansion of the finishing segment in the city may reduce the barriers to the marketing of local quality products and gather the attention of the public locally, in particular, and countrywide. For this to happen, we recommend the expansion of the business in the finishing segment.

5.2.2 For Public-Private Partnership

In supporting companies on the expansion of the finishing segment, we believe that, as a regulator and promoter of the sector, the government should dedicate resources (financial and human) to intensify the expansion of the local industry to the finishing segment. Therefore, we recommend the following:

- a) Intensification and expansion of training in fashion design, involving FDC, research institutions and companies;
- b) Provision of financial incentives, such as low-interest loans and business management training to stimulate business initiatives in the finishing segments;
- c) Intensification of brand campaigns, such as "Bishu," through exhibitions, workshops, festivals, and via SNSs.

References

- Bagshaw S. (2009). Culture and youth development.
- Bathija, A. S., & Priyadarshini, R. G. (2018, July). A study on factors affecting succession planning in small and medium scale Indian family business. In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering (Vol. 390, No. 1, p. 012091). IOP Publishing.
- Cool Japan Strategy Promotion Council. (2015). Cool Japan Strategy Public-Private Collaboration Initiative. Retrieved from: https://www.cao.go.jp/cool_japan/english/pdf/published_document2.pdf
- e-Stat Statistics of Japan. (2020). Retrieved from: <https://www.e-stat.go.jp/en/dbview?sid=0003007108>
- Giacomantonio, S. (2012). Districts, W. T. The Transition under Globalization of the Marshallian Industrial District in Italy and Japan. Retrieved from: https://pdfs.semanticscholar.org/3aa0/b9a165c3dab53f086dc8e2ff5edb1c31536d.pdf?_ga=2.1272121.980706274.1580191889-1062884664.1580191889
- Hello Work Ichinomiya. (2019). Data set of basic salary and the average age of the textile industry.
- Hunter, Janet and Helen Macnaughtan (2010). “ National Histories of Textile Workers: Japan” p.305-332 in Lex Heerma Van Voss, Els Hiemstra-Kuperus and Elise Van Nederveen Meerkerk (eds.) The Ashgate Companion to the History of Textile Workers,1650-2000. Ashgate Publishing Ltd.
- Huntington, Scott (n.d). Creating a Positive Work Environment. Retrieved from: <https://articles.bplans.com/creating-positive-work-environment/>
- Ichetaonye, S.I., Tenebe, O.G, Yibowei, M.E. and Akindiya I. (2012). The Evolving Role of ICT in Textile Manufacture. Conference Paper.
- Islam, M. M., Khan, A. M., & Islam, M. M. (2013). Textile industries in Bangladesh and challenges of growth. Research Journal of Engineering Sciences. ISSN, 2278, 9472.
- Izanau. (2019). Top 10 companies with the happiest employees in Japan. Ranked. Retrieved from: <https://izanau.com/article/view/happiest-workers-in-japan-ranking>
- Japan Institute for Labour Policy and Training. (2016). Labor Situation in Japan and Its Analysis: General Overview 2015/2016. Retrieved from: <https://www.jil.go.jp/english/ljsj/general/2015-2016/2015-2016.pdf>
- Kawaguchi, Takahiro. (2019). Top Social Media Platforms in Japan 2019. Retrieved from: <https://blog.btrax.com/japan-social-media-usage-statistics/>
- Kawano, Kirst. (2019). What Is the Average Salary in Japan in 2019. Retrieved from: <https://blog.gaijinpote.com/what-is-the-average-salary-in-japan-in-2019/>
- McNamara, Kerry. (2008). The Global Textile and Garments Industry: The Role of Information and Communication Technologies (ICTs) in Exploiting the Value Chain. Washington, US: InfoDev The International Bank for Reconstruction and Development/ The World Bank.
- Ministry of Internal Affairs and Communications. (2019). Retrieved from <https://www.soumu.go.jp/english/>

- Muhammad, Gulam, and Memon, Ubedullah. (2012). Determinants of Employee Motivation - A Case Study of Afroze Textile Industries Limited, Karachi, Pakistan. New York: IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM).
- Nagata, K. (2012). EXploring Culture via Cool Japan. Japan Times. Retrieved from: <https://www.japantimes.co.jp/news/2012/05/15/reference/exporting-culture-via-cool-japan/#.Xjtt5G5uKYM>
- Pletcher, H. (2019). Distribution of Workforce Across Economic Sectors in Japan From 2008 to 2018. Statista. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/270161/economic-sector-distribution-of-the-workforce-in-japan/>
- Rodgers, G., Lee, E., Swepston, L., & Van Daele, J. (2009). The International Labour Organization and the quest for social justice, 1919-2009.
- The Japan Institute for Labour Policy and Training. (2016). Labor Situation in Japan and Its Analysis: General Overview 2015/2016.
- Tsimonis and Dimitriadis. (2014). Brand Strategies in Social Media. Emerald. Retrieved from: <file:///Users/apple/Downloads/MIP-04-2013-0056.pdf>
- Ueno, Chizuko. (1998). The Declining Birthrate: Whose Problem? Japan: Review of Population and Social Policy.
- Vilaseca-Requena, Jordy, et. al. (2007). ICT Use in Marketing as Innovation Success Factor: Enhancing Cooperation in New Product Development Processes. European Journal of Innovation Management Vol. 10 No. 2 Spain: Emerald Group Publishing Limited.
- Zomorodian, Sima and Lu, Yi. (2019). How is Social Media Increase Selling Trend in the Clothes industry? Case study: selling brand clothes named Cotton in Iran via Instagram. Brazil: Revista Gestão & Tecnologia.

ワーキンググループ 1
繊維産業

一宮市の繊維産業の活性化にむけた若者の役割とは

グループメンバー：

DOS SANTOS Eligito *

HARMITA Dini

MUSSA Sultane De Isabel Sulemane

SONG Mingli

TSAI Pei-Shin

ZHANG Yinuo

調査補助：

YAMBAO Ryn Nhick

指導教員：

伊賀 司

日下 渉

* グループリーダー

目次

1. はじめに
 - 1.1 調査背景
 - 1.2 調査目的と調査課題
 - 1.3 調査方法
 - 1.4 用語の定義
 - 1.4.1 「若者」と「若い従業員」
 - 1.4.2 「良い職場環境」
2. 先行研究
 - 2.1 従事者の高齢化と技術の継承
 - 2.2 給与
 - 2.3 情報通信技術（Information and Communication Technology : ICT）
3. 調査結果
 - 3.1 経営者の視点
 - 3.1.1 繊維産業にむけた若者の役割
 - 3.1.2 若者を一宮市の繊維産業に惹きつける戦略
 - 3.2 若い従業員の視点：一宮市の繊維産業に従事する理由
 - 3.3 行政機関の視点：官民連携
4. まとめ
5. 提言
 - 5.1 短期的戦略
 - 5.1.1 民間企業
 - 5.1.2 行政機関：官民連携
 - 5.2 中長期的戦略
 - 5.2.1 民間企業
 - 5.2.2 行政機関：官民連携

1. はじめに

本稿は、名古屋大学大学院国際開発研究科が愛知県一宮市で実施した現地調査をもとに、一宮市の繊維産業の活性化にむけた若者の役割を考察することを目的としている。現地調査を実施するに当たり、一宮市役所職員をはじめとする多くの市民の皆様に多大なるご協力を頂いた。心よりお礼を申し上げます。

1.1 調査背景

繊維産業（特に紡績、織物）は、日本の経済成長と近代化に大きく貢献してきた（Islam and Khan 2013）。繊維産業の急速な成長が、日本の近代工業化のきっかけとなったといえる（Hunter and Macnaghtan 2010）。しかし 1960 年代に、米国市場への日本の繊維輸出量について日米間で意見の相違がみられるようになると、1971 年には日本の対米輸出量が制限された。その結果、日本では在庫過剰となり、繊維産業は不況に陥った。多くの中小企業は国内生産を停止し、一部の企業は台湾や韓国など、他のアジア諸国に生産を移転するようになった（Giacomantonio 2012）。

以降、日本の繊維産業は、国際競争や高齢化などの様々な課題に直面している。Giacomantonio (2012) によると、特に中国との国際競争は 21 世紀に入ってからますます激しくなっている。しかし多くの課題がありつつも、日本の尾州地域（愛知県尾張西部地域から岐阜県西濃地域）は繊維産業の重要な産地の一つとしての地位を維持しており、特に一宮市はウール生地産地として広く知られている。

現在、一宮市の繊維産業は 1) 従事者の高齢化、2) 国内市場の縮小、3) 低い認知度という深刻な課題を抱えている。従事者の高齢化の原因としては、若者が積極的に繊維産業に携わろうとしないことが考えられる。国内市場の縮小の原因としては、一宮市の繊維産業に携わる企業や公的機関から、分業体制が細分化しすぎていることが指摘されている。さらに、認知度の低さには二つの原因があると考えられる。一つ目は、一宮市の主要産品である生地が中間材であるということ。二つ目は、企業が積極的かつ持続的に、広告や宣伝を実施してこなかったことである。

1.2 調査目的と調査課題

本調査の主な目的は、一宮市の繊維産業の活性化にむけた若者の役割と可能性に焦点を当て、業界が直面している課題に対する解決策を提案することである。その目的のために、以下の調査課題を設定する。

- 1) 一宮市の繊維産業に携わる若者の役割と、彼らが繊維産業に携わる動機はなにか。
- 2) 一宮市の繊維産業に若者を惹きつけるため、行政や民間企業はどのような戦略を実施しているか。

1.3 調査方法

本調査では、一次データと二次データを収集して質的分析を行った。二次データは、先行研究および政府のレポートから収集し、一次データは、4 日間の現地調査を通して一宮市の繊維産業に関する行政機関や企業で聞き取りを行うことで収集した。

現地調査では、行政機関 2 か所、工業組合 1 団体、民間企業 7 社で聞き取りを行った。行政機関は一宮地場産業ファッションデザインセンター¹（Fashion Design Center : FDC）と愛知労働局一宮労働基準監督署（ハローワーク一宮）、工業組合は一宮市の繊維産業に関する様々な企業が参加している尾西毛織工業組合²である。民間企業 7 社については表 1 の通りである。

表 1：聞き取りを行った民間企業

企業	業種	従業員数	設立年
A	紡績、織物業	54	1977
B	染色業	45	1946
C	修整業	18	1966
D	卸業	19	1922
E	染色、織物、ニット生地製造、整理加工業	152	1960（1931 年創業）
F	ニット生地製造業	115	1966
G	織物業	15	1912

1.4 用語の定義

1.4.1 「若者」と「若い従業員」

日本の総務省は「若者」の年齢を 15～34 歳と定義している。また、国際労働機関は「若年労働者」を、15～24 歳であり、法的には青年と定義され、学校に通っていない者としている。

しかし一宮市の繊維産業では、上記の定義は当てはまらない。聞き取りの結果、ある企業では「30 代まで」、別の企業では「50 代以下」を「若い従業員」と考えていた。しかし、最も多く出された回答は「40 代以下」であった。つまり「若い従業員」の定義は、企業ごとに異なっている。そこで、本稿でも各企業の定義に基づいて「若い従業員」を定義づける。

¹ 尾張西部地域の地場産業振興を図るため、昭和 59 年 2 月に開設された。開設には、国・愛知県・一宮市を含む 24 市町村、18 業界団体（愛知県繊維振興協会）が協調した。

² 日本毛織物等工業組合連合会の下部団体であり、一宮市を中心に尾張西部地区の一体をまとめている。尾州地域でも大規模な工業組合である。

1.4.2 「良い職場環境」

「職場環境」という言葉は広い意味で使用されており、職場の空気、音、光などの従業員の身体に影響するものから、仕事内容や福利厚生などの従業員の心理に影響するものまで含まれる。

先行研究では、従業員の仕事へのモチベーションは職場環境に大きく影響されると指摘されており、より良い職場環境にするためには、経営者が 1) 従業員とコミュニケーションをとる、2) 従業員全員の考えを聞く、3) 従業員の努力を評価する、4) 従業員を信頼していることを示す、5) 従業員が息抜きできるようにする、6) 従業員に明確に方向性を示す、などが必要であるとされる。

株式会社アクティブゲーミングメディアが運営する、外国人人材と日本の企業を結ぶためのウェブサイトである IZANAU は、2019 年に日本国内で従業員の幸福度が高い企業 10 社を発表した。従業員の幸福度は、職場環境に影響する 8 項目（給与条件、従業員同士のコミュニケーション、若い従業員への機会提供、動機付け、従業員同士の尊敬、研修、法令順守、ワーク・ライフ・バランス、人事部門の実績、女性従業員の働きやすさ）によって測定されており、日本企業は 3 社（伊藤忠商事、サントリー、三井不動産株式会社）含まれていた。

このように「良い職場環境」の考え方は様々であるが、本調査では、動機付け、従業員同士のコミュニケーション、施設／設備（工場内および事務所内）の状態、に注目する。

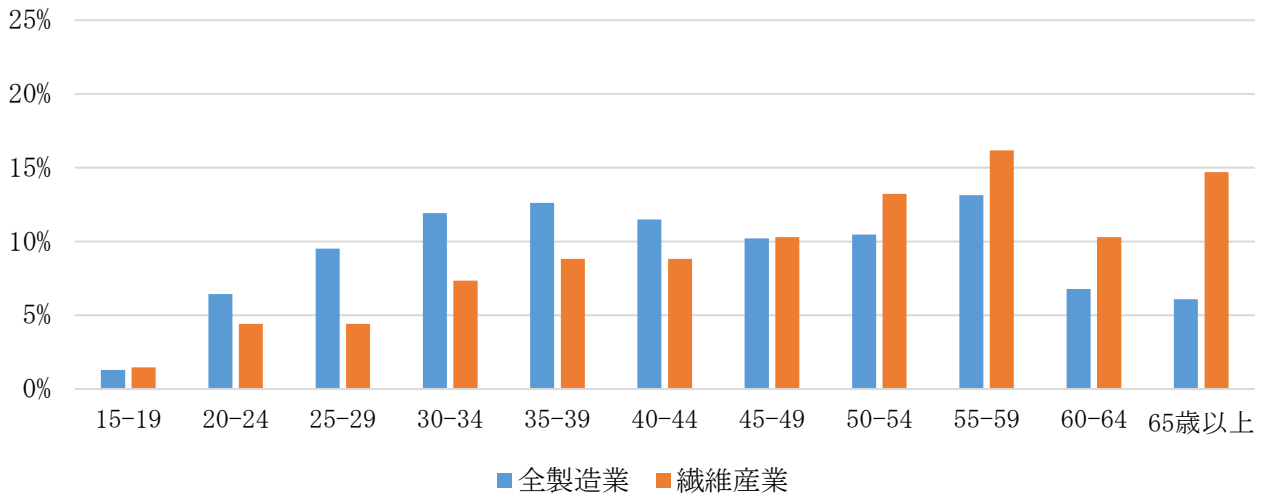
2. 先行研究

2.1 従事者の高齢化と技術の継承

日本の少子化は年々深刻になっており、人口減少の原因となっている（労働政策研究・研修機構 2016）。上野（1998）は、日本の合計特殊出生率の低下は、未婚人口の増加によるものであると指摘している。また、住宅費の高騰、女性の高学歴化、働く女性の増加、価値観の変化なども出生率の低下につながっていると考えられる。

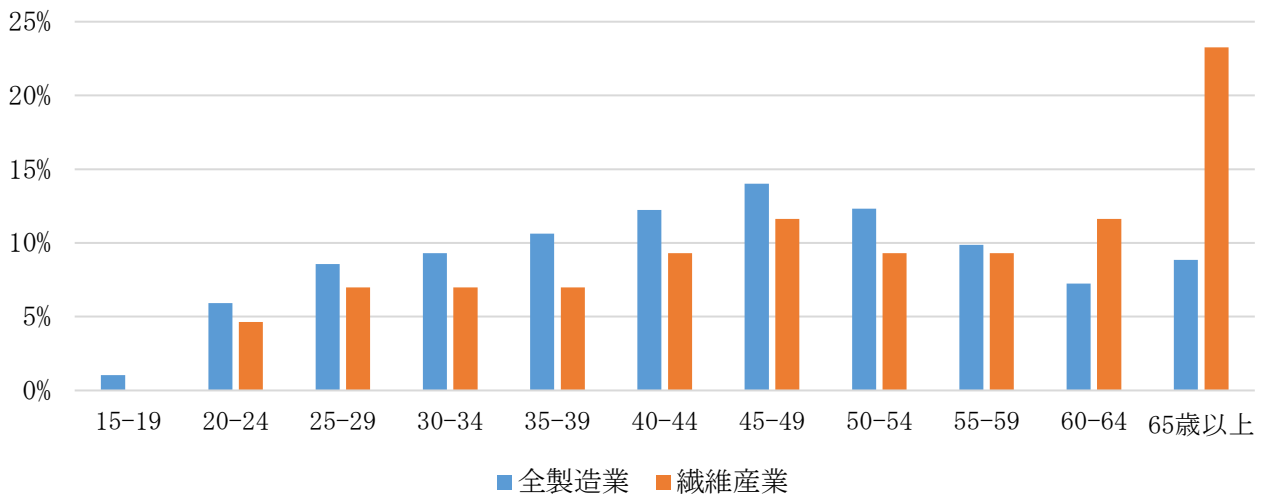
出生率の低下は産業にも大きな打撃を与えている。特に製造業への影響は大きく、中でも繊維産業は深刻な状態となっている。以下の二つの図を比較すると、2007 年にはすでに繊維産業従事者の多くが 50～59 歳であった。2019 年になると、さらに 65 歳以上の割合が非常に高くなっている。つまり、繊維産業では若者の割合が非常に低いことがわかる。

図 1：全製造業と繊維産業における年齢別の従事者の割合（2007 年）



出典：e-Stat 2020

図 2：全製造業と繊維産業における年齢別の従事者の割合（2019 年）



Source: e-Stat, 2020

表 2 は日本の産業別、企業の規模別の従業員の年齢を表している。繊維産業の平均年齢は 42.1～46.2 歳であるが、「10 名未満」および「10～99 名」の従業員を抱えている中小企業の従業員の平均年齢は、他産業の同規模の企業と比べて高いことがわかる。特に「10～99 名」の従業員を抱える企業の平均年齢（46.2 歳）はどの産業よりも高い。

表 2：産業別、企業の規模別の従業員の平均年齢

産業	企業の規模別の従業員の平均年齢（歳）			
	10 名未満	1,000 名以上	100～999 名	10～99 名
食品製造	43.5	41.8	43.4	45.1
繊維	44.8	42.1	43.4	46.2
化学	42	42.3	41.8	41.5
鉄鋼	40.2	39.4	39.9	41.9
情報通信機械器具製造	44.4	44.9	43.2	44
輸送用機械器具製造	40.8	40.7	40	43.5
通信	43.8	44.4	38.7	42.9
情報サービス	39.7	40.7	38.9	39.5

出典：ハローワーク一宮 (2019)

前述の通り、繊維産業における従事者の高齢化には、日本の少子化が影響している。しかし同時に、若者が繊維産業に積極的に従事しようとしらないことも、原因の一つであるといえる。若者が繊維産業に従事することを阻害する要因の一つには、職場環境のイメージが悪いことが挙げられる。Giacomantonio（2011）によると、日本の若者は繊維産業の職場環境に対して「きつい、汚い、危険（3K）」というイメージを持っている。日本と同様に繊維産業における後継者問題を抱える英国でも、繊維産業に対するイメージの悪さが阻害要因となっていると指摘されている。例えば Sugden（2009）は「若い世代は、英国の繊維産業で働くことは『カッコいい』ことではなく、むしろキャリアの邪魔になるとすら考えている。このような考えを変え、繊維産業で働くことが人生のキャリアになること、そしてモノづくりは楽しくて、とても充実感を味わえるものであることを伝えることがとても重要である」と言及している。

中小企業庁（2018）によると、製造業の中小企業において労働力が不足感している背景には、景気拡大という循環的要因と、人口動態という構造要因の二つの側面がある。景気拡大によって、近年は求人難を抱える企業が増加しており、80 年代後半から 90 年代初頭の景気拡大期に迫る水準となっている。そのため、中小企業における人手不足が、経営上の課題として強く認識されてきている。加えて、Pletcher（2019）の調査で明らかになったように、サービス業へ人材が集中している（農業 3.4%、工業 24.5%、サービス業 72.1%）ことも、製造業で人材が不足する原因であると考えられる。人口動態を見ると、生産年齢人口（15～64 歳）は 1995 年の約 8,700 万人をピークとして、2015 年には約 7,700 万人まで減少している。この傾向は継続すると見込まれ、2060 年には日本の生産人口は約 4,800 万人まで減少すると考えられる。

Egashira（2013）は、若い従事者の減少によって繊維産業の技術が次世代に引き継がれないことに警鐘を鳴らしている。熟練者は高齢になって退職してしまい、若者は製造業に従事することに興味が無いため、世代間の技術伝承が大きな問題となっている。

2.2 給与

統計データによると、製造業の給与は国内の全産業の中で二番目に高いが、繊維産業の給与は低い。Kawano（2019）の実施した調査では、2019 年の全産業の平均給与は年間 465 万円であり、最も高いのが IT／通信業の年間 469 万円、逆に最も低いものが繊維産業の年間 376 万円であった。さらに、現在の繊維産業の縮小傾向を考えると、今後は更に給与が低くなる可能性が高い。

Salary Expert が 2019 年に行った調査によると、日本の繊維産業では、未熟練者レベル（1～3 年目）の従業員の平均年収は 2,031,262 円であり、熟練者レベル（8 年目以上）の従業員の平均年収は 3,006,268 円である。表 3 は、日本の産業別、企業の規模別の 20～24 歳（大卒）の従業員の基本給（年間）を示したものである。繊維産業の基本給は他の産業と比較して低く、特に「10～99 名」の従業員を抱える企業の基本給は年間 188,600 円であり、どこよりも低いことがわかる。

図 3：産業別、企業の規模別の 20～24 歳（大卒）の従業員の基本給（年間）

産業	企業の規模別の基本給（円）			
	10 名未満	1,000 名以上	100～999 名	10～99 名
食品製造	241,300	252,600	237,200	218,200
繊維	215,300	252,100	219,100	188,600
化学	239,500	240,800	240,900	227,800
鉄鋼	260,100	272,200	237,200	249,600
情報通信機械器具製造	247,300	251,200	238,800	242,100
輸送用機械器具製造	276,700	288,300	247,800	230,600
通信	273,900	279,500	245,600	225,900
情報サービス	261,500	276,500	256,700	229,900

出典：ハローワーク一宮 (2019)

2.3 情報通信技術（Information and Communication Technology：ICT）

若者は情報通信技術（ICT）に理解があり、地理的な境界線を越えてネットワークを築くことができるため、情報発信は若者の重要な役割であるといわれている（Bagshaw 2009）。つまり、ICT が発達している現代社会において、繊維産業の活性化には若者の力が必要不可欠であるといえる。

Ichetaonye 他（2012）は、繊維産業が最新機器によって急速に変化していることを指摘している。新たな生地や衣服の開発には初期段階から ICT およびコンピュータ支援設計（Computer-Aided Design：CAD）が使用され、デザインを形にする際にもフォトショップなどのソフトウェアが必要とされる。最近では 3D スキャナを利用してボディサイズを読み取り、アパレル企業のカatalogを参照することもできるようになった。よって ICT は、低迷する繊維産業を活性化するための鍵であるといえる。

McNamara（2008）は、ICT は様々な企業を繋ぐことで繊維産業の情報共有を促進し、流通をスムーズにするための重要な手段であると述べている。例えば ICT を利用することで、顧客が注文した製品が

生産ライン上でどの程度まで完成しているのかをリアルタイムに追跡することができたり、原料の在庫管理や注文処理を無駄なく行うことができる。製造効率を高めることで納期を短縮し、顧客にも信頼性の高いサービスを提供することができるため、ICT の利用は企業の市場競争力を上げることにつながると思われる。

Vilaseca-Requena (2007) も、製品開発において ICT が重要な役割を果たすと強調した。製品開発には様々な企業／個人が関係しており、綿密なコミュニケーションが必要不可欠であるため、ICT が大いに役立つ。例えば、製品開発の事前準備をする際に ICT を使用して情報収集することで、適切な企業／個人をパートナーとして選定することができる。また、全員が一か所に集合せずとも効率的にコミュニケーションをとることができるため、それぞれの知識や意見を十分共有でき、新たなアイデアを生み出すことにも繋がる。このように ICT はコミュニケーション基盤となり、関係者間のつながりを強める役割を果たす。

Zomorodian と Lu (2019) は ICT の中でも、ソーシャルメディアが人々の生活に及ぼす影響について注目している。現在、多くの人々が、友人／知人とのコミュニケーション、特定の製品に関する意見や情報の共有、自分の好みのブランドや商品の検索など様々な目的でソーシャルメディアを利用している。企業側もソーシャルメディアを広告に利用し、より多くの販売につなげる方法を模索し始めている。ソーシャルメディアやソーシャルネットワーキングサービス (SNS) を利用することは、企業間および企業と顧客間のより良い関係を構築する上で重要な役割を果たす。Tsimonis と Dimitriadis (2014) が SNS の一つである Facebook 上で行った調査によると、企業がソーシャルメディアを利用する理由としては、1) 情報伝達の速度が速い、2) 一度話題に上れば情報が簡単に広まる、3) 他社もソーシャルメディアを利用している、4) 手ごろな価格で広告を出すことができる、などがある。

一方、日本の繊維産業では、効率的な情報発信の手段としてソーシャルメディアを利用している企業は依然として多くはない。

3. 調査結果

本章では、聞き取り調査によって収集された一次データを分析し、一宮市の繊維産業の活性化にむけた若者の役割について、経営者の視点、若い従業員の視点、行政機関の視点からそれぞれ考察する。

3.1 経営者の視点

3.1.1 繊維産業にむけた若者の役割

各企業の経営者は地元の繊維産業の活性化の過程において、自社の若い従業員が重要な役割を果たすと認識していた。特に 1) 顧客や他社との信頼関係の構築、2) 新製品の開発、3) 企業の認知度の向上の三点において、若者の活躍を期待していた。

一つ目は顧客や他社との信頼関係の構築である。経営者は若い従業員に、顧客や他社との長期的かつ安定した関係の構築を期待していた。まず顧客との関係については、多くの経営者が、若い従業員がいることは、顧客に「この企業には後継者がいる」という安心感を与えていると考えていた。他社との関係については、D社の経営者から昔と今では他社との付き合い方が違うことが指摘された。以前の繊維産業界では、他社は「ライバル」と考えられており、自社の戦略や製品に関する情報は隠さなければならなかった。しかし現在の若い従業員たちは、お互いを「仲間」と考えて友好的な関係を築き、協力して製品開発や生産を行うことができているとのことであった。

二つ目は新製品の開発である。D社の経営者は、若い従業員が自社ブランドの開発において重要な役割を果たしていると評価していた。同社は若い従業員のイニチアチブを尊重しており、若い従業員主導で、尾州地域に古くから存在する「毛七（けしち）」と呼ばれる再生ウール織物のブランド化を進めるなど、多くの革新的な試みを実施している。また、F社の経営者も、市場のトレンドに沿ったオリジナル製品の開発には、若い従業員のアイデアが必要不可欠であると回答した。

三つ目は企業の認知度の向上である。A社の経営者は、若い従業員はフットワークが軽く、新しい場所への順応性があり、外国語能力（英語、フランス語、イタリア語）も高いため、海外での展示会などに参加した際には、同社の国際的な認知度を上げることに貢献していると言及した。

3.1.2 若者を一宮市の繊維産業に惹きつける戦略

聞き取りを行った経営者の大半は、どのように一宮市の繊維産業に若者を惹きつけるかが重要な課題であると指摘した。しかし「どれほど緊急の課題であると考えているか」や「どのような戦略をとっているか」は企業によって異なっていた。一部の企業は、繊維産業の将来に悲観的であり、若者を惹きつけるための戦略を取る必要はないと考えていた。経営者の一人は「若い人に繊維産業に入ってきてもらっても、大変な思いをさせることになってしまうだけだ。」と述べている。実際、一宮市の繊維産業は様々な問題を抱えており、現在の経営者限りで廃業しようと考えている企業も多い。

しかし中には、繊維産業の将来について比較的楽観的に考えており、多くの若者に来てもらえるように魅力的な仕事／職場環境となるような戦略をとっている企業もある。ある経営者は「繊維産業を

若者にとって魅力的なものにしなければならない。もし若者が繊維産業で働くことが楽しいと感
ることができれば、若者たちはやってくるし、残ってくれるだろう。」と強調した。例えば A 社は、若
い従業員を年に二回海外での展示会に派遣することで、グローバル化する市場の需要を学ぶ機会を提
供している。

先行研究でも指摘されているように、若者をターゲットとして情報を発信する場合には、ソーシャ
ルネットワーキングサービス（SNS）が最も効果な媒体である。日本では SNS 利用者が年々増加して
おり、主に LINE、Twitter、Instagram、Facebook、TikTok が利用されている。特に TikTok は利用者の
42.7%が 20 代、38%が 30 代であるため、若者向けのツールであるといえる（Kawaguchi 2019）。こ
のように SNS は若者を惹きつけるための戦略として大きな可能性を持っている。しかし経営者への聞
き取りからは、あまり SNS を使用していない企業が多いことが明らかとなった。また、ほとんどの企
業はホームページを持っているが、10 年以上更新していない場合もあった。表 4 は、各企業がホーム
ページや SNS をどの程度使用しているか表したものである。A 社や E 社のように、様々な媒体を利用
している企業もあれば、B 社や C 社のようにホームページしか利用していない企業もある。

表 4：各企業の ICT の利用状況

企業	Instagram	Facebook	ホームページ	Instagram から ホームページへ 行くことができる	ホームページから Instagram へ 行くことができる
A	○	○	○	○	○
B	×	×	○		
C	×	×	○		
D	△	×	○		
E	○	○	○	○	○
F	○	×	○	○	×
G	○	○	×		

○：利用している ×：利用していない（行くことができない）

△：自社ブランドのアカウントを作成している

A 社、E 社、F 社は情報発信に Instagram を利用しており、F 社は経営者自身が更新を行っていた。主
にイベント情報の提供や製品の紹介のために利用されているが、日々の業務内容や個人の意見が投稿
されていることもあり、企業を身近に感じられるという利点がある。しかし、ホームページとのつな
がりを確認したところ、A 社と E 社は Instagram とホームページが相互に繋がっていたが、F 社はホー
ムページから Instagram へ行くことができなかった。

D 社は企業として利用しているのはホームページのみだが、若い従業員が主導する自社ブランドの広
告のために、個別の Instagram アカウントやホームページを作成している。D 社が所有する 3 つのブラ
ンドはそれぞれ異なる趣旨を持っているため、ブランドごとに個別の Instagram とホームページを作成
している。そのことが各ブランドの独自性と魅力を強調させ、人々を惹きつけているといえるかもし

れない。実際、同社の Instagram は米国の企業の目に留まり、新たなビジネスに発展している。しかし各ブランドのホームページや Instagram が D 社の企業としてのホームページと繋がっていないことで、顧客が見つけにくくなるという可能性は否定できない。

Instagram や Facebook などの SNS を利用することは、若者だけでなく、地理的な制限を超えて海外企業の目に触れることにもなる。ICT 化、グローバル化が急速に進む現代社会においては、若者の雇用にも、新たなビジネスの機会を創出するためにも、SNS の利用は必要不可欠であるといえる。

3.2 若い従業員の視点：一宮市の繊維産業に従事する理由

若い従業員への聞き取りからは、一宮市の繊維産業に従事する理由として 1) 繊維産業への愛着、2) 仕事への情熱、3) 良い職場環境、が挙げられた。

一つ目の繊維産業への愛着は、一宮市の繊維関係企業の多くが家族経営であることに関係しており、一宮市出身の若者から多く聞かれた回答である。E 社の若い従業員の一人は、実家が繊維関係の工場であったため、繊維産業がとても身近にあり、それが就職活動中に大きな影響を与えたということであった。また、彼女には「地元のためになにか貢献したい」という思いがあり、少しでも力になるために繊維産業に携わることを決めていた。

二つ目の仕事への情熱に関しては、多くの若い従業員から「繊維産業で働くことにやりがいを感じ、満足感がある」という意見が出た。B 社の従業員は、入社する前は染色業について何も知らなかったにもかかわらず、入社後に一から技術を学び、今では自分が染めた生地が使用されている製品を目にするようになったことに大きな誇りを感じていた。将来的には誰もが認める染色のスペシャリストになれるよう、今後も努力していきたいとのことであった。他にも G 社のインターン生は、大学の授業で繊維について大変興味を持ち、同社でインターンとして働きながら技術を学ぶことに充実感を持っていた。以前は IT 産業に携わっていた A 社の従業員も、現在の仕事にやりがいを感じており、いつか繊維産業界で起業することを目指していた。彼女は、A 社が新製品の開発や生産に関わる機会や、展示会へ参加する機会を提供してくれることが、仕事へのモチベーションになっていると述べている。

三つ目の良い職場環境については、多くの企業が従業員にとって働きやすい環境になるように努力をしていた。一般的に繊維産業の給与は他の製造業と比較して魅力的ではないと言われている。しかし、一宮市の企業は従業員が働きやすい職場環境を整えることによって、その欠点を補おうとしているようであった。中でも「勤務時間が柔軟であること」「職場が清潔で安全であること」「従業員同士が友好的な関係を築いていること」に、若い従業員は魅力を感じていた。小さな子どもがいる C 社の従業員は、学校行事や子どもの体調不良で休みや時間休を取らなければならない場合でも、会社が柔軟に対応してくれることを評価していた。特に子育て中の若い女性従業員がいる C 社では、家庭と仕事を両立できることは働きやすい職場環境に重要である。F 社の従業員は、熟練した技術を持つ他の従業員が仕事をサポートしてくれることや、何かあったときも相談しやすい雰囲気であることに對して、働きやすさを感じていた。

3.3 行政機関の視点：官民連携

一宮市地場産業ファッションデザインセンター（FDC）およびハローワーク一宮への聞き取りから、行政機関も繊維産業を活性化させるためには若者の力が必要であると考えていることが分かった。ハローワーク一宮は後継者不足が繊維産業の衰退の要因の一つとなってことを危惧しており、FDC も「繊維産業を活気づけるような意欲的な若者」の確保が喫緊の課題であると強調していた。

繊維産業に限らず、行政と企業が協力することは産業の活性化に必要不可欠である。内閣府が進めるクールジャパン戦略でも、官民連携プラットフォームが設定され、官民／業種の垣根を越えた連携を促進し、情報共有やビジネスプロジェクト組成の後押しを行っている。2011 年度には経済産業省が世界 8 か国で行われた 8 つの民間主導のクールジャパン・プロジェクトを支援した。中でもシンガポールで行われたファッションデザイン・プロジェクトは、最も成功した事例として Japan Times で紹介された。同プロジェクトは原宿を代表する人気ファッション 15 ブランドが共同で、シンガポールのショッピングモール内に 50 平方メートルのアンテナショップ「HARAJUKU Street」を 3 か月間開設し、原宿ブランドを PR するというものである。最終的に、このアンテナショップは 2,000 万円以上を売り上げた。クールジャパン戦略の一貫として行政が支援し、商品を販売する機会や場所を提供することで、一つ一つは小規模なアパレル企業であっても、プロジェクトチームとして海外に進出することが可能となった。その結果、多くの参加企業がシンガポールでの将来的な販売経路を確立することにもつながった（Nagata 2012）。

一宮市の繊維産業は多くの課題を抱えているが、クールジャパン戦略のように行政と企業の協力を増加させることが、産業の活性化の突破口となるのではないだろうか。現在、FDC やハローワーク一宮などの行政機関はいくつかの事業を実施しており、多くは一宮市の繊維製品の品質向上と、技術継承ができる人材育成を目的としている。FDC は熟練した技術者の相互ネットワークを活用することで、尾州地域の繊維産業の強みであるモノづくりの技術を若者に伝承する機会を提供している。例えば、学生のアイデアを匠の技で形にする「翔工房」では、将来ファッション業界での活躍を期待される学生が企画した布地を、技術と経験豊富な「匠ネットワーク³」の講師がマンツーマンで指導しながら完成させていく。FDC は他にも様々な事業を実施しており、繊維企業内の人材だけでなく、将来の繊維産業および尾州産地を担う人材育成も行っている。ハローワーク一宮でも行政や企業と協力して「愛知県移住支援事業」を実施している。同時事業は、労働力の東京一極集中を緩和し、愛知県内に呼び込むことを目的としている。この事業によって愛知県の繊維産業に従事することに決めた若者には「移住支援金」として、1 世帯につき 100 万円、単身の場合は 1 人につき 60 万円が支給される。

³ 尾州地域で長期間にわたって「ものづくり」に携わり、自他ともに認める匠の技を持つ方がメンバーとなり、1) 産地活性化への提言を検討する、2) 人材養成事業に取り組む、などの事業を行っている。

4. まとめ

本調査では、企業の経営者、若い従業員、行政機関という3つの視点から、一宮市の繊維産業について考察した。行政機関と企業の経営者が、一宮市の繊維産業の活性化にむけた若者の役割をどのように考え、彼らを惹きつけるためにどのような戦略を実施しているかについて明らかにするとともに、若い従業員が一宮市の繊維産業に携わる動機についても焦点を当てた。

企業の経営者への聞き取りからは、若者に期待する役割として 1) 顧客や他社との信頼関係の構築、2) 新製品の開発、3) 企業の認知度の向上が挙げられた。しかし、若者自身に「繊維産業に貢献する」「将来的にも繊維産業に従事する」という意欲がなければならない。多くの企業は、繊維産業の将来を比較的楽観的に見ており、若者を惹きつける戦略についても積極的であった。しかし中には、繊維産業の将来に悲観的であり、若者を惹きつけるための戦略を取る必要はないと考える経営者もいた。

多くの若者に情報を伝えるため、広報媒体としてソーシャルネットワーキングサービス（SNS）を含むICTを利用することに関しては、企業間に大きな差があった。一部の企業は、若い従業員を中心として SNS を活用し、自社製品やイベントの周知に役立てていた。一方で SNS を全く利用していない企業もあった。ICT 化、グローバル化が急速に進む現代社会においては、若者の雇用するためにも、新たなビジネスの機会を創出するためにも、SNS の利用は必要不可欠であるといえる。

若い従業員の聞き取りからは、若者が他産業と比較して給与が低い繊維産業に参入する理由として、1) 繊維産業への愛着、2) 仕事への情熱、3) 良い職場環境が挙げられた。

現在、若者を繊維産業に惹きつける戦略として、様々な事業が行政機関によって実施されている。例えば FDC は「翔工房」などの人材育成事業を行ったり、若者に尾州産地を知ってもらうために「尾州マーク」を作成したりしている。また、ハローワーク一宮でも、東京などから愛知県の繊維産業に携わるために移住してきた若者に支援金を出している。しかし、今回聞き取りを行った全ての企業が、行政により一層の努力を望んでいることが明らかになった。

5. 提言

一宮市の繊維産業を活性化するためには、若者の活躍が必要不可欠である。そのため、本調査をもとにして、行政機関および企業が若者を一宮市の繊維産業に惹きつけるために、短期的および中長期的にどのような戦略を取るべきか考察した。

5.1 短期的戦略

5.1.1 民間企業

一宮市の繊維産業にとって、やる気がある若者の獲得は喫緊の課題である。若者の柔軟性や行動力と熟練者の技術や経験を組み合わせることによって、新しいアイデアが生まれ、事業拡大につながる可能性があるためである。また、若い従業員を中心として SNS を利用することで、市場の動向をいち早く察知し、適切なマーケティング戦略を取ることができるようになる。

いくつかの企業はすでに若者を惹きつけるための戦略を持ち、若者へ情報発信を行っているが、未だに一宮市内でも、どの企業がどのような製品を生産しているのか、職場環境はどうか、などの情報を知らない若者が多い。また、若者にとって働きやすい職場環境を整える努力をしている企業が多いにも関わらず、未だに「繊維産業で働くこと＝3K」のイメージから抜け出せていない。そのため、まずは「地元の若者」に繊維産業や企業について知ってもらうことが必要であると考えます。

SNS をすでに利用している企業には、商品の紹介やイベント情報の周知以外の投稿を増やすことをお勧めする。就職活動をしている若者は特に、その企業で働く従業員や社内の雰囲気を知りたいと思っているためである。そこで、楽しそうに社内行事に参加する従業員や、真剣に話し合うミーティングの様子、事務所や工場内での何気ない日常の瞬間など、「従業員」を中心とした写真を多く投稿してはどうだろうか。職場の雰囲気が伝わることによって、繊維産業で働くことにネガティブなイメージを持っている若者たちを変えることができるかもしれない。他にも、ハッシュタグをうまく活用したり、SNS を利用している従業員に積極的に「いいね」やコメントをしてもらうことで、若者の目に触れる機会を増やすことができる。もし可能であれば、SNS 上で世間に大きな影響を与える「インフルエンサー」と呼ばれる人々に協力を依頼するのも良いかもしれない。

一方で、若者を惹きつけるための戦略を持ったり、若者への情報発信に消極的な企業へは、本調査で明らかになったように、一宮市へ働いている若者が肯定的な意見を多くもっている現状を踏まえて、以下を強くお勧めする。

- 1) 新たに若者を惹きつけると同時に、自社の若い従業員を留まらせるための戦略を作成する。
- 2) 若い従業員と熟練者のコミュニケーションを促進する。
- 3) SNS を利用した広報活動ができるマーケティング担当者を置く、もしくは外部委託をする。

まず 1) については、自社の職場環境を若者にとって魅力的なもの（柔軟な勤務時間など）にするために、何をしていくべきかを考える必要がある。2) についても、世代間の壁をなくすことは、若者にとって働きやすい職場とするうえで重要であると考えられる。3) については、SNS アカウントやホーム

ページを持っているだけでは不十分であるため、定期的に更新／メンテナンスができる状態にすることが望ましい。

5.1.2 行政機関：官民連携

前述の通り、より効率的に繊維産業の魅力を発信し、若者を惹きつけるためには、行政と企業の協力が重要であると考え。行政と企業双方が持つ財政的／人的資源を最大限に活用することで、繊維業界内外に向けて幅広く充実したキャンペーンを実施できるであろう。

具体的には、すでに実施している 1) 展示会、2) 学校内でのワークショップ、3) 祭りなどを、より「地元の若者に繊維産業に従事することの素晴らしさを伝える」ものにするとともに、多くの企業に参加を促し、規模を拡大することが望ましいといえる。例えば、B 社が私たちの訪問時に披露してくれたように、独自の技術を利用したユニークな糸や生地をクイズや実験形式で地元の小中学生たちに披露することによって、地元の子どもたちが繊維産業に誇りを持つようになるかもしれない。

他にも、行政が電子媒体（SNS など）と紙媒体（パンフレット、広報、チラシなど）の両方を利用して、一宮市の製品がどのように生活の中で使用されているか、若い従業員が一宮市の繊維産業でどのように活躍しているか、若い従業員が一宮市の繊維産業のどのような部分に魅力を感じているか、などを積極的に発信していく必要がある。さらに、行政が Instagram や Facebook などの SNS の利用を「難しい」「面倒くさい」と考える企業を支援することも、有効な戦略の一つであると考え。

5.2 中長期的戦略

5.2.1 民間企業

聞き取り調査では、一宮市の主要製品である生地が中間材であることが、市場での認知度の低さおよび競争力の弱さにつながっていると幾度となく言及された。よって一宮市内の川下産業を拡大／強化し、最終製品を生産することができれば、尾州産地が誇る高品質の製品が国内／海外で認知されるようになるのではないかと考える。一宮市の企業は互いに協力し、将来的には産地内で最終製品まで完成できるようにするのが望ましいのではないだろうか。

5.2.2 行政機関：官民連携

一宮市内の川下産業を拡大するためには、行政機関がイニチアチブを取り、必要な財政的／人的支援を行う必要があると考える。具体的には以下が必要であると考え。

- 1) 行政機関（FDC）や企業内で「ファッションデザイン」に関する研修を拡大および強化する。
- 2) アパレル産業に参入しようとする企業やファッション関係の研修を実施する企業には、補助金を出したり、低金利の融資などを行う。
- 3) 展示会、ワークショップ、SNS など様々な場所でブランド名としての「尾州」の周知を徹底する。

Working Group 2
Child-rearing Support

**Facility Environment and Children's Activities in Afterschool Children Clubs:
The Case of Ichinomiya City**

Group Members:

RONG Tengchun

SUZIYANI Farhana Binti Suhaimi *

Research Assistant:

BYAMBA Munkhzul

Advisor:

Professor USAMI Koichi

* Group Leader

Table of Contents

1. Introduction

1.1 Problem Statement

1.2 Research Objectives

1.3 Research Questions

1.4 Significance of the Study

2. Literature Review

2.1 Facility Environment

2.2 Children's Activities in ASCC

2.3 Basic Conditions

3. Research Methodology

3.1 Research Design

3.2 Sampling

3.3 Data Collection

4. Findings and Discussion

4.1 Basic Condition and Facility Environment of ASCCs

4.2 Children's Activities at ASCCs

4.3 Relationship between Children's Activities and Facility Environment

4.3.1 Number of Floors

4.3.2 Number of Rooms and Space Characteristic

4.3.3 Staff

4.4 Relationship between Basic Condition and Facility Environment

5. Conclusion

Acknowledgements

References

1. Introduction

With the increasing number of working parents, the need for childcare is also increasing; however, facilities have not been sufficient in quantity nor quality. The school-age childcare (after this, “after-school childcare”) system in Japan was established in 1997 based on the Child Welfare Act. After an amendment in 2015, the law stipulates that elementary school students whose mothers or fathers are working should be given a place to stay after school. As of Dec. 2018, the Ministry of Health, Labor and Welfare (MHLW) indicated that 17,279 children are on the after-school childcare waiting list nationwide. From the standpoint of child welfare and support for employment, the quality and quantity must be improved.

Consequently, the implementation of childcare after schools has become diversified, which is not limited to the school building. The quality of facilities and management are vital to enhancing physical, cognitive, and social development. The purpose of this study is to get guidance on spatial composition for the future planning of After-School Childcare Clubs (ASCCs) in Ichinomiya City.

1.1 Problem Statement

ASCCs in Ichinomiya City are located in various types of facilities such as children’s museums, public centers both in-school and off-site, empty and spare classrooms, public nursery schools, neighborhood association centers, meeting places, temples, and rental offices. The current provision of 58 sites of ASCCs still does not meet the demand, as of May 2019, there was a growing number on the waiting list of 230 students in 22 clubs compared to 64 students in 7 clubs in the previous year because ASCC in Ichinomiya expanded its target to Grade 5 and 6. Concurrently, about 800 spaces for children are available in different ASCC sites (Ichinomiya City, 2019).

Proposal for facility arrangements to resolve current supply-demand imbalance is necessary. Improvement and maintenance of existing facilities are relatively significant issues. Previous studies showed that poorly planned and structured childcare environment not only causes discomfort, but it will also reduce the program's effectiveness. (Rentzou, 2011; Sanoff, 1995). Hence, it is essential to examine the environmental aspects of ASCCs.

1.2 Research Objectives

- 1) To examine the facility environments that directly affect the children’s activities at ASCCs.
- 2) To identify the basic conditions affecting current facility environments.
- 3) To propose the facility environment requirements to meet the children's needs.

1.3 Research Questions

- 1) What are the facility environments directly affecting children's activities at ASCCs?
- 2) What are the basic conditions affecting the current facility environments?
- 3) What are the required facility environments to meet the children's needs?

1.4 Significance of the Study

Some children spend most of their non-school time at ASCCs, including Saturdays and long vacations like summer vacations. Therefore, we can see how indispensable ASCCs are to some children. The ASCC plays a crucial role in the daily lives of working parents and provides a safe and secure place for children to spend time after school. Increasing numbers of children are participating in ASCCs, and with more national and prefectural funding, ASCCs may grow. However, this development has taken place, with some guidance on the most useful features and practices of ASCC. This study will emphasize the facility environment that influences children's activities. It is expected to propose practical strategies to consider for improving the quality and future planning of ASCCs in Ichinomiya City.

2. Literature Review

2.1 Facility Environment

In a previous study, Miyamoto and Iwabuchi (2007) presented a model that describes the spatial composition as an activity/functional space. Sugawara and Hayashi (2012) explained the facility environment based on spatial structure and the number of people occupying the area. They indicated that overcrowding would limit the activities. Therefore, preliminary conditions such as the number of children, the number of teachers, and space occupied need to be considered when developing ASCCs. In another study, Yamazaki & Sadayuki (2012) found that many ASCCs do not have appropriate space for free and dynamic activity.

2.2 Children's Activities in ASCC

According to Yamazaki and Sadayuki (2012), there are two main types of children's activities in ASCC, which are after-school activities and play activities. After-school activities include all daily life activities such as snack eating, nap time, self-learning, and cleaning. While play activities are either arranged play or free play that gives more autonomy to children. The children's activities in ASCC have been investigated by Sugawara and Hayashi (2012) based on three viewpoints: 1) children's autonomy, 2) collectiveness or group play, and 3) putting emphasis on living and play activities. They found that depending on the group size, some activities can be implemented well, yet certain risks in ASCC restrict some activities.

2.3 Basic Conditions

Three basic conditions that classify the facility environment are operating entity, type of facility, and facility location (Sugawara & Hayashi, 2012). Children can make use of various rooms and interact with other children for facilities in a children's play space in the kindergarten. However, the children's play space, in particular, needs to secure a safe outdoor area. It is an advantage for the facility located in school sites because of having a spacious outdoor space of a schoolyard. However, the quality of indoor space in empty classrooms needs improvement. Shimizu & Ono (2011) suggested that space for children static and dynamic activities are always overlapping, and ASCC staff try to make a partial division of them. They summarized that condition to form living space composition varies according to the type of facility. Expansion of dedicated rooms and utilization of external spaces are necessary to acquire a multifunctional living space.

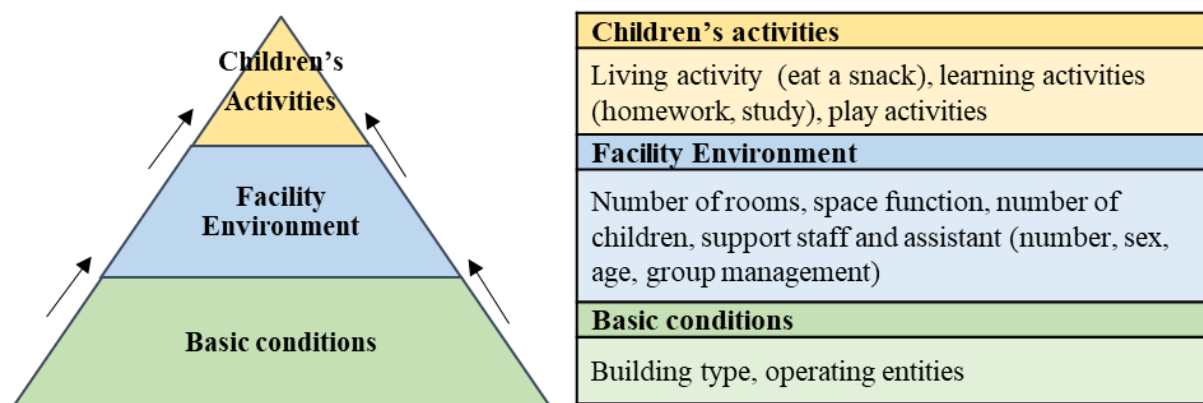
3. Research Methodology

3.1 Research Design

This research adopted a qualitative analysis. We divide it into two parts. The first is to examine the current facility environment, children's activities, and basic conditions. The second is to identify a facility environment that can be proposed to better satisfy children's activities.

We derive our research design from Sugawara & Hayashi's (2012) work, which suggests that the facility environments are affected by basic conditions, and children's activities are affected by the facility environment (see Figure 1).

Figure 1: The Pyramid Structure



Source: Sugawara & Hayashi (2012) compiled by the author

The activities of children in ASCC defined as all type activities took place in ASCC, which includes living, learning, and play activities. For the play activities, two types of play have been identified based on children's position, either static or dynamic.

The facility environment was measured based on the space's function, and number of rooms, children, support staff, and assistants. However, there is a limitation of children's activities observation made during the weekday, as ASCC operation is typically from 14:30 to 19:00. In contrast, the types of activities may vary slightly on Saturday, public holidays, and long holidays because children will spend a longer time in ASCC. The indicators of basic conditions, which are the type of facility and location, were then determined by comparing activities between the selected samples.

3.2 Sampling

The respondents were four ASCCs in Ichinomiya City, which were classified by the type of building, operating entity, and children number.

In this study, we adopted a purposive sampling by listing all distinct criteria, and the local government suggested the list of ASCC. This study involved 4 ASCC from 3 different types of buildings.

3.3 Data Collection

Primary data were collected using semi-structured interviews, ASCCs site-visits, and observation. A semi-structured interview was conducted with:

- Support staff/ assistant in each ASCC;
- ASCC management division, *Kodomo* Department, Ichinomiya City;
- ASCC operating entity 1; and
- ASCC operating entity 2.

To complete our information gathering, a literature review was conducted from previous studies, and relevant information was collected, including official reports, rules, statistical reports, and documents from local government and operating entities. We adopted participatory observation as we played together with the children and conducted the observation simultaneously.

4. Findings and Discussion

4.1 Basic Condition and Facility Environment of ASCCs

In Ichinomiya, 58 ASCCs are managed by three operators appointed by Ichinomiya City. Ichinomiya City is responsible for creating a plan for facility development, securing the budget, maintaining aging facilities, and selecting children to participate in the ASCC. Each operating entity prepares the management plan for ASCC. Operating entities need to submit the operational budget plan, which includes management and human resources costs to Ichinomiya City. Furthermore, the implementation, operation, and monitoring of the ASCC project are carried out by each operating entity and submitted to the city in the form of a performance report.

The central government and prefecture office will subsidize part of the project costs. Operating are entities also in charge of hiring ASCC staff. Two staff for every 44 children are allocated for each class, and at least one of them should have a teaching certificate. When there are more than 44 children, 4 staff will be allocated. This is not only for regular children; they also provide services for disabled children for physical help, security, and special treatment.

Table 1 shows the basic condition and facility environment of ASCC, where the authors visited. ASCC A and ASCC B have been operated for almost 11 years since April 2009 by the operating entity 1. There are 64 children from Grade 1 to Grade 6 in ASCC A and 111 children from Grade 1 to Grade 6 in ASCC B in total. ASCC C has 57 registered children and operated in the classroom at an elementary school. Normally, around 65 children among 77 registered children come to ASCC D, and some of them bring their non-registered friends. Therefore, about 75 children use ASCC D every day. There are seven ASCC staff with a teaching certificate and one without a certificate at ASCC D. There is a clubroom, library, playroom, and staff office.

Table 1: Information of Four Observed ASCCs

		ASCC A	ASCC B	ASCC C	ASCC D
Basic Condition	Operating Entity	Operating Entity 1		Operating Entity 2	
	Type of Building	Dedicatedly Building (at the same place)		Classroom	Children's Hall
Facilities Environment	Number of Registered Children	64	111	57	77
	Number of Registered Supporting Staff	9	13	9	7
	Number of Registered Assistants	2	1	2	1
	Number of Floors	2	2	1	1
	Number of Rooms	1	2	2	4
	Space Characteristic	Clubroom	Clubroom (2 rooms*)	Clubroom Playroom	Clubroom Playroom Library Office

* One is on the first floor and the other is on the second floor. Children are divided according to grades.

Source: Author's field survey.

4.2 Children's Activities at ASCCs

Children's activities include daily life activities (eating a snack), learning activities (homework, study), play. After finishing school, children arrived at ASCC from 14:30, and their arrival time differs based on grade. Then, they prepare for snack times for around 10 minutes. After that, it is their homework or learning time. There is no limit time for learning. However, children can start free play after they finish their homework until their parents arrive.

Table 2 shows what play activities the children did during our visit. Dynamic play was observed only at ASCC B, C, and D. However, dodgeball at ASCC B was played after more than half of the children went back home. The game was conducted at a corner of a clubroom on the first floor, using a soft sponge ball.

Table 2: Observed plays at ASCC

		ASCC A	ASCC B	ASCC C	ASCC D
Static play	Reading	○	○	○	○
	Drawing	○	○	○	○
	Building block	○		○	○
	Japanese Chess	○	○		○
	Roleplay	○	○		○
	Toy Cars	○		○	○
	Puzzle	○			○
	Watch video		○	○	
	Others	Coloring Table soccer	Handcraft Monopoly	Origami	Jenga Dollhouse
Dynamic play			Dodge ball (on the 1 st floor)	Table ping-pong	Dance Ball game Rock paper scissors game

Source: Author's field survey.

4.3 Relationship between Children's Activities and Facility Environment

4.3.1 Number of Floors

ASCC C and D are located on the first floor, and ASCC A is on the second floor. ASCC B has one room each on both floors. As Table 2 shows, dynamic play was observed at ASCC C and D, and in a room on the first floor of ASCC B. According to the staff at ASCC A, it's children cannot jump or have any heavy body movement activities because the sound will distract children on the first floor. Thus, the number of floors sometimes limit the children's activities.

4.3.2 Number of Rooms and Space Characteristics

As the previous studies suggested, it is better to divide the area based on function, for example, clubroom, playroom, and office room. ASCC C and D have a separate clubroom and playroom. Children eat snacks and study at the clubroom and play in the playroom. It was easy for the children to engage in dynamic play. However, the size of the clubroom at ASCC D is relatively small, and it made the children's personal space narrower during their study time.

ASCC A and B have no specific space for dynamic activities. However, after finishing learning time, staff will move some tables in the clubroom so that children can secure more flexible space during free play activity time. ASCC A and B only have one clubroom, but the area in the room is more spacious.

4.3.3 Staff

All ASCCs met the children to staff ratio standards. In terms of gender ASCC A and B have more male staff compare to ASCC C and D, where there is no male staff at all during the observation. Male staff in ASCC A and B tend to participate in child activities by playing together compare to female staff who focused on care responsibility. However, for learning activities, both female and male staff will support children if they were asking for assistance. The young staff at ASCC C and D supported children to engage in dynamic play.

The ASCCs use a variety of methods to manage a group of children efficiently. For example, ASCC D uses color tags to make better communication with parents. If a child forgets to bring his/her homework, feel sick, or fight with other children, the staff put a color tag on the child's clothes. When the parents come to pick the child up, the staff can see the tag and tell the parents what happened. Another group management which was widely used was allocating a box or a self to each child to store their personal belongings. This group management appears to educate children's sense of responsibility towards their belongings. These kinds of methods make group management easier for the staff, even though there are many children in one room. As group management becomes easier, the staff can spend more time supporting children.

4.4 Relationship between Basic Condition and Facility Environment

This research focuses on an operating entity and a type of building as ASCC's basic condition. Based on our research, the difference between the operating entity does not relate to the facility environment. However, the type of building has some affect. ASCC A and B use dedicated buildings. Since it is difficult to have a wide plot of land, the dedicate building tends to be a two-storied building having a few numbers of rooms without a playground. On the other hand, ASCC at a school or children's hall can have more rooms.

The previous study mentioned that ASCC located at school could use the schoolyard, but it did not apply in our study since ASCC C is not allowed to use the schoolyard.

5. Conclusion

Based on our study, children's activities were directly affected by three facility environments: 1) number of floors, 2) a number of rooms and space characteristics, and 3) staff. 1) and 2) are unchangeable conditions, so even though they limit children's activities, it is difficult to change. However, 3) has the possibility to make the situation better. Staff's good management skill is necessary to maintain a safe and friendly environment for the children with proper studying and playing spaces.

The facility environment was affected by basic conditions, such as the type of building. Since there are various types of buildings used for ASCC in Ichinomiya City, a clear guideline for how to maintain the facility environment is necessary.

To satisfy the children's activities, the staff is the most important facility environment. There are many ideas in group management practices implemented by the ASCC. Finally, sharing ideas is a good practice to support future ASCC quality improvement.

Acknowledgements

Our sincere thanks go to everyone at ASCCs and management entities we visited. They warmly welcomed us and kindly spent time with us to share their experiences. Moreover, we cannot express enough thanks to the local officials who supported us with the interview and guidance of the observation. Their cooperation helped us with the report.

References

- A 2018 Declining Birthrate White Paper (Summary) Cabinet Office, Government of Japan Retrieved July 24, 2019, from <https://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/whitepaper/measures/english/w-2018/index.html>
- Matsumoto, A., Yamane, S., & Sekikawa, C. (2008). The Future Role of After-School Care Centers. *Journal of Architecture and Planning (Transactions of AIJ)*, 73(630), 1683–1690. DOI: 10.3130/aija.73.1683
- Comprehensive After-school Plan for Children 2014 Ministry of Health, Labor and Welfare Retrieved July 24, 2019, from <https://www.mhlw.go.jp/english/policy/children/children-childrearing/dl/150407-02.pdf>
- Nakazono, M., Yamato, S., Yamamoto, S., Koh, S., & Ushijima, A. (2016). Comparison of Space Utilization Patterns of After-School Daycare Center by Pupils Numbers. *Journal of Architecture and Planning (Transactions of AIJ)*, 81(723), 1207–1215. DOI: 10.3130/aija.81.1207
- Nakazono, M., Kanzaki, S., Nakamura, R., Koh, S., Yamamoto, S., & Mishima, S. (2018). Comparison of Space Utilization Patterns with Pupils Numbers in Summer Vacation Program at After-School Daycare Center. *Journal of Architecture and Planning (Transactions of AIJ)*, 83(753), 2109–2117. DOI: 10.3130/aija.83.2109
- Press release by Ministry of Health, Labor and Welfare The implementation situation [December 28, 2018: public information] of after school child healthy upbringing business (child club after school) 2020 (Heisei 2018) Retrieved July 24, 2019, from https://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/0000189556_00001.html
- Rentzou, Konstantina. (2011). Parent–caregiver relationship dyad in Greek daycare centers. *International Journal of Early Years Education*. 19. 163-177. 10.1080/09669760.2011.609045.
- Sanoff, H. (1995). *Creating environments for young children*. Raleigh, Nc: School of Design, North Carolina State University.
- Sugawara, M., & Hayashi, K. (2012). Actual Situation and Issues of a School-Age Childcare Centre In Japan. *Journal of Architecture and Planning (Transactions of AIJ)*, 77(675), 995–1002. DOI: 10.3130/aija.77.995
- Tsukada, Y., & Koito, A. (2008). Split Method and Its Effects of Gakudohoikusyo Seen from The Institution and The Way of Child Care. *AIJ Journal of Technology and Design*, 14(27), 223–228. DOI: 10.3130/aijt.14.223
- Tsukada, Y., & Koito, A. (2018). A Study on Facility Improvement and Process of Utilizing Existing Private Buildings for School-Age Childcare. *Journal of Architecture and Planning (Transactions of AIJ)*, 83(750), 1425–1435. DOI: 10.3130/aija.83.1425

- Tsukada, Yukari & KOITO, Akiko. (2018). A Study on Facility Improvement and Process of Utilizing Existing Private Buildings for School-Age Childcare: A case study of Osaka City. *Journal of Architecture and Planning (Transactions of AIJ)*. 83. 1425-1435. 10.3130/aija.83.1425.
- Yamazaki, Haruna & Sadayuki, Mariko. (2012). A Study of Space Composition Seen from Area of Children's Activities in After-School Daycare Centers. *Journal of Architecture and Planning (Transactions of AIJ)*. 77. 2723-2728. 10.3130/aija.77.2723.

ワーキンググループ 2

子育て支援

一宮市の放課後児童クラブにおける施設環境と児童の活動

グループメンバー:

RONG Tengchun

SUZIYANI Farhana Binti Suhaimi *

調査補助:

BYAMBA Munkhzul

指導教員:

宇佐見晃一

* グループリーダー

目次

1. はじめに
 - 1.1 問題提起
 - 1.2 調査目的
 - 1.3 調査課題
 - 1.4 調査意義
 2. 先行研究
 - 2.1 放課後児童クラブの施設環境
 - 2.2 放課後児童クラブでの児童の活動
 - 2.3 放課後児童クラブにおける施設環境の基盤条件
 3. 調査方法
 - 3.1 調査デザイン
 - 3.2 サンプルング
 - 3.3 データ収集
 4. 調査結果
 - 4.1 放課後児童クラブの基盤条件と施設環境
 - 4.2 放課後児童クラブでの児童の活動
 - 4.3 放課後児童クラブの施設環境と児童の活動の関連性
 - 4.3.1 位置する階
 - 4.3.2 部屋数および空間要素
 - 4.3.3 支援員／補助員
 - 4.4 放課後児童クラブの施設環境と基盤条件の関連性
 5. 結論
- 謝辞

1. はじめに

仕事を持つ親が増加するに伴い、子育て支援への需要が高まり、子育て支援施設の数および質は十分とは言えなくなっている。1997年に児童福祉法が改正され、学童保育が放課後児童健全育成事業として法制化された。その後2015年に施行された法律では、放課後児童健全育成事業（以下、放課後児童クラブ）を「小学校に就学している児童であって、その保護者が就労等により昼間家庭にいない者に、遊びと生活の場を提供し、その健全な育成を図ることを目的とした事業」と定めている。厚生労働省の調査結果（2018年）によると、2017年度には17,279名が放課後児童クラブの待機児童として登録されている。よって、公的な子育て支援を量的に拡大し、質を改善することは、児童福祉と就労支援の観点から見ても重要である。

待機児童を解消する1つの方法として、学校施設以外に地域の施設が活用されており、放課後児童クラブの形態は多様化している。多様な施設形態があるため、一定の質を確保することは容易ではない。しかし質の良い施設は、児童の身体的、認知的、社会的発達を最大限に促すためには必要不可欠である。

1.1 問題提起

一宮市の放課後児童クラブは、児童館、学校敷地内公設専用施設、学校敷地外公設専用施設、余裕教室、公立保育園、町内会公民館、集会所、寺社、貸教室、貸事務所など、様々な施設を利用している。しかし既存の58か所の放課後児童クラブは、需要を十分に満たしていない。2019年5月現在、22か所の放課後児童クラブで230名の待機児童がおり、昨年度（7か所、64名）より増加している。これは一宮市の放課後児童クラブが2019年度より、5-6年生まで対象者を拡大したことが要因となっている。一方で、市内の放課後児童クラブ全体を見ると約800名分の空きがある（一宮市 2019）。この需要と供給の不均衡を解決するためには、施設に関する調整が必要である。さらに先行研究では、不適切に計画／建設された施設は、児童たちに不快感を与えるだけでなく、放課後児童クラブの有効性を低下させると指摘している（Rentzou 2011、Sanoff 1995）。従って、児童たちに幅広い活動の機会を提供するためには、放課後児童クラブの施設環境の改善を検討する必要がある。

1.2 調査目的

本調査は、以下の3点を目的として設定する。

- 1) 放課後児童クラブでの児童の活動に直接影響する施設環境を明らかにする。
- 2) 施設環境に影響を与える基盤条件を特定する。
- 3) 児童が十分に活動するために必要な施設環境を考察する。

1.3 調査課題

前述した調査目的を達成するために、本調査では以下の課題を設定する。

- 1) 児童の活動に直接影響する施設環境はなにか。
- 2) 施設環境に影響する基盤条件はなにか。
- 3) 児童が十分に活動するために必要な施設環境はなにか。

1.4 調査意義

一部の児童は、土曜日や夏休みなどの長期休暇を含め、放課後のほとんどの時間を放課後児童クラブで過ごしており、彼らにとって放課後児童クラブがいかに重要な場所であるかが伺える。放課後児童クラブは、仕事を持つ親の日常生活にとって重要な役割を果たしているだけでなく、児童たちが放課後に安心して過ごせる安全な場所を提供する役割を担っている。放課後児童クラブを利用する児童は年々増加しており、それに伴って国や県からの補助金も増えている。本調査は、児童たちの放課後児童クラブでの活動に影響を与える施設環境に焦点を当て、一宮市の放課後児童クラブの質の改善と、将来的な計画を作成する際に考慮すべき事項を明らかにするものである。

2. 先行研究

2.1 放課後児童クラブの施設環境

岩本・岩渕（2007）は、保育施設を活動機能と平面構成から分析するモデルを発表している。また、菅原・林（2012）は空間要素と利用人数に基づいて施設環境を分析し、過密状態によって児童の活動が制限されることを指摘した。児童数、支援員数、使用空間などは、慎重に計画される必要がある。さらに山崎・定行（2012）は、多くの放課後児童クラブが、動的行為（身体を動かす行為）を行うための十分な空間を用意できていないと指摘している。

2.2 放課後児童クラブでの児童の活動

山崎・定行（2012）によると、放課後児童クラブでの児童の活動は「学童活動」と「遊び」の2種類に分けられる。「学童活動」にはおやつ、昼寝、自主学習、掃除が含まれる。「遊び」は、支援員／補助員が内容を決める「集団活動」と、児童が自由に遊び方を決めることができる「自由遊び」に分けられる。菅原・林（2012）は、放課後児童クラブでの児童の活動には、児童の自主性や集団性を高める利点があることを述べているが、同時に、児童の集団規模によっては、安全確保の観点から実施できない活動があることも指摘している。

2.3 放課後児童クラブにおける施設環境の基盤条件

菅原・林（2012）は施設環境の基盤条件として、運営主体と施設形態を設定した。児童館や保育園／幼稚園を施設として利用している場合、児童は様々な空間を利用でき、放課後児童クラブの利用者以外とも交流することができるという利点がある。しかし、児童館は屋外空間の保有率が低いため、外遊びの場所を別に確保する必要がある。一方、学校内で開所される場合は、学校の体育館や運動場などがあるため、屋内外の遊び場を多く確保できるという利点があるが、余裕教室内の環境の質を改善する必要があると指摘している。

清水・小野（2011）は、静的遊び（制作、ボードゲームなど、座って行う遊び）と動的遊び（走る、ボールを使うなど、動き回る遊び）の空間が重複していることに注目し、放課後児童クラブの支援員は遊びごとに使用場所を分ける努力をしていることを明らかにした。また、保育空間の領域区分などの条件が施設によって異なることや、部屋の拡張と屋外空間の確保が、多様な活動空間を整備するために必要であることを指摘している。

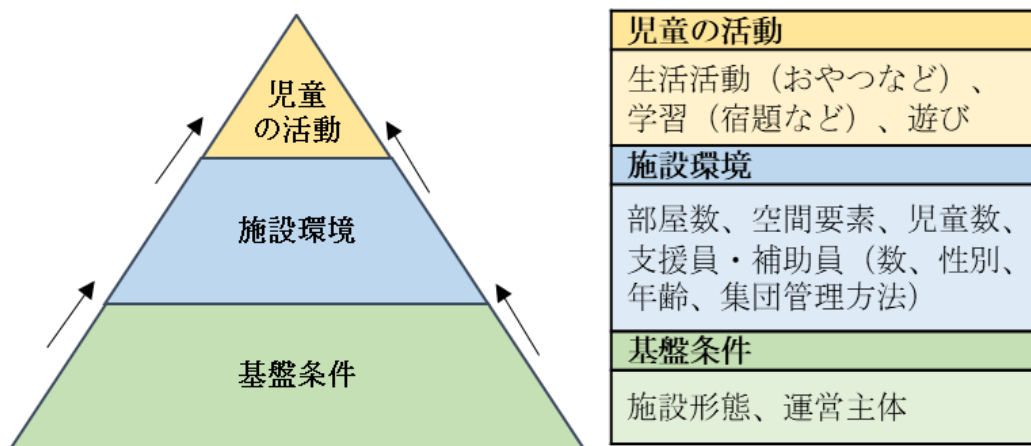
3. 調査方法

3.1 調査デザイン

放課後児童クラブの施設環境の現状を包括的に理解するため、本調査は質的調査法を用いた。現地調査で得たデータを使用し、一宮市の放課後児童クラブの施設環境、児童の活動、基盤条件を調べ、児童が十分に活動するために必要な施設環境を考察した。

本調査は、菅原・林（前掲）によって作成された概念図を基にして調査をデザインした。図1は、児童の活動は施設環境の影響を、施設環境は基盤条件の影響を受けることを示している。

図1：放課後児童クラブの概念図



出典：菅原・林（2012）より筆者編集

本調査では、放課後児童クラブにおける児童の活動を「生活活動（おやつなど）」「学習（宿題など）」「遊び」の3つに分類した。さらに「遊び」は、「静的遊び（制作、ボードゲームなど、座って行う遊び）」と「動的遊び（走る、ボールを使うなど、動き回る遊び）」に区別した。施設環境は「部屋数」「空間要素」「児童数」「支援員／補助員数」「支援員等の構成」「集団管理」に焦点を当てた。基盤条件は、調査対象の放課後児童クラブの特徴に合わせて、「施設形態」および「運営主体」に注目した。

3.2 サンプルリング

一宮市こども部子育て支援課から提供された放課後児童クラブ一覧を参照して、施設形態、運営主体、児童数を指標とし、一宮市内に立地する4つの放課後児童クラブ（①、②、③、④）を標本に取り、聞き取り調査を行った。

3.3 データ収集

本調査では、個人／団体を対象にした聞き取り調査を実施した。また、放課後児童クラブに関する条例、実施要綱、統計などの資料を一宮市および運営主体から収集した。

- 放課後児童クラブの支援員¹および補助員²
- 一宮市こども部子育て支援課
- 放課後児童クラブ運営主体①
- 放課後児童クラブ運営主体②

さらに、放課後児童クラブにおいて参与観察（開所時間である午後2時半から7時）を行った。参与観察中も必要に応じて支援員／補助員に聞き取り調査を行った。

4. 調査結果

4.1 放課後児童クラブの基盤条件と施設環境

一宮市では、3つの運営主体が58か所の放課後児童クラブを運営している。一宮市と運営主体にはそれぞれの役割があり、一宮市は施設整備に関する計画、予算の確保、施設管理、入所希望者の選定を行う。運営主体は、放課後児童クラブの運営に関する計画を作成し、運営資金計画（管理費、人件

¹ 一宮市の放課後児童クラブにおける「支援員」は以下3種類に分類される。

- 主任放課後児童支援員（放課後児童クラブの責任者）
- 放課後児童支援員（愛知県が主催する「放課後児童支援員認定資格研修」を修了した者）
- みなし放課後児童支援員（教員免許／保育士資格を取得しているが指定の研修を修了していない者）

² 一宮市の放課後児童クラブにおける「補助員」は以下2種類に分類される。

- 子育て支援員（愛知県が主催する「子育て支援員研修」を終了した者）
- 補助員（上記以外）

費を含む）を一宮市へ提出する。運営費の一部は国からの交付金、県からの補助金という形で確保される。放課後児童クラブでの活動は、実施、運営、モニタリングが運営主体によって行われ、一宮市に実績報告という形で提出される。運営主体は支援員／補助員の募集および雇用を行っており、児童44名ごとに2名の支援員／補助員が配置される。そのうち1名は必ず支援員でなければならない。44名以上の児童がいる場合には、4名の支援員／補助員が配置されることとなる。特別な配慮を必要とする児童（加配対象児童）がいる場合には、支援員／補助員がさらに1名追加される。

本調査の聞き取り調査対象の4つの放課後児童クラブの基盤条件と施設環境は表1の通りである。放課後児童クラブ①と放課後児童クラブ②は、2009年4月より運営主体①によって運営されている。放課後児童クラブ①には64名、放課後児童クラブ②には111名の児童（1～6年生）が在籍している。放課後児童クラブ①は建物の2階にあり、放課後児童クラブ②は建物の1階と2階に分かれている。放課後児童クラブ③には57名の児童が在籍しており、学校の余裕教室を使用している。放課後児童クラブ④には77名の児童が登録されており、通常は約65名の児童がやってくる（しかし放課後児童クラブ④は児童館を利用しているため、登録児童以外にも平均10名ほどの児童が遊びに来ており、合計で毎日約75名の児童に対応する必要がある）。放課後児童クラブ④には7名の支援員と1名の補助員が配置されており、クラブ室、プレイルーム、図書室、事務室など、様々な部屋がある。

表1:各放課後児童クラブの基盤条件と施設環境

		放課後児童 クラブ①	放課後児童 クラブ②	放課後児童 クラブ③	放課後児童 クラブ④
基盤条件	運営主体	運営主体①		運営主体②	
	施設形態	公設専用施設（同一建物内）		余裕教室	児童館
施設環境	登録児童数	64名	111名	57名	77名
	登録支援員数	9名	13名	9名	7名
	登録補助員数	2名	1名	2名	1名
	位置する階	2階	1階、2階	1階	1階
	部屋数	1部屋	2部屋	2部屋	4部屋
	空間要素	クラブ室	クラブ室 (2部屋*)	クラブ室 プレイルーム	クラブ室 プレイルーム 図書室 事務所

* 1階と2階に一部屋ずつあり、学年ごとに分けられている。

4.2 放課後児童クラブでの児童の活動

放課後児童クラブにおける児童の活動は「生活活動（おやつなど）」「学習（宿題など）」「遊び」に分けられる。授業が終わる午後2時半ごろより児童が施設に到着し始める。到着時間は学年によって異なり、低学年の方が早く到着する。到着後、各自でおやつを準備を始め、約10分間で自由におやつ

を食べたり、友人と談笑したりする。その後、各自で机に向かって宿題を行う。宿題の時間は決められておらず、宿題が終わった児童から順に、保護者が迎えに来るまで自由に遊ぶ。

表2には、各放課後児童クラブで観察された遊びが一覧となっている。身体を動かす動的な遊びは放課後児童クラブ⑥、⑦、⑧でのみ観察された。しかし、放課後児童クラブ⑥で行われたドッジボールは、半数以上の児童が帰宅した後、1階にあるクラブ室の一角で柔らかいボールを使用して少人数で実施された小規模なものである。

表2：各放課後児童クラブで訪問日に観察された「遊び」

		放課後児童 クラブ④	放課後児童 クラブ⑥	放課後児童 クラブ⑦	放課後児童 クラブ⑧
静的 遊び	読書	○	○	○	○
	お絵かき	○	○	○	○
	ブロック	○		○	○
	将棋	○	○		○
	ままごと	○	○		○
	ミニカー	○		○	○
	パズル	○			○
	ビデオ鑑賞		○	○	
	その他	ぬり絵 テーブルサッカー	工作 人生ゲーム	折り紙	ジェンガ 人形遊び
動的遊び			ドッジボール (1階のみ)	卓球	ダンス ボールゲーム じゃんけんゲーム

4.3 放課後児童クラブの施設環境と児童の活動の関連性

4.3.1 位置する階

1階に位置するのは放課後児童クラブ⑦と放課後児童クラブ⑧であり、2階に位置するのは放課後児童クラブ④である。放課後児童クラブ⑥は、1階と2階の各一部屋を使用している。表2を見ると、1階にある放課後児童クラブ⑦および放課後児童クラブ⑧と、放課後児童クラブ⑥の1階にある部屋では動的遊びが行われていたが、2階にある放課後児童クラブ④では静的遊びのみとなっている。この理由として、放課後児童クラブ④の支援員は「1階に響いてしまうため、ジャンプしたり走ったりすることは難しい」ことを指摘した。つまり、放課後児童クラブが位置する階によって、児童の活動が制限されていることが明らかとなった。

4.3.2 部屋数および空間要素

先行研究でも指摘されている通り、放課後児童クラブではクラブ室、プレイルーム、事務室のように、用途によって空間を分割することが望ましい。放課後児童クラブ⑦と放課後児童クラブ⑧では、

クラブ室で生活活動（おやつ）と学習（宿題）が行われ、遊びは主にプレイルームで行われていた。よって、動的遊びが行いやすい環境であると考えられる。しかし放課後児童クラブ⑩のクラブ室は児童数に反して比較的狭いため、学習時間には混雑していた。中には混雑していることによって周囲が気になり、学習に集中できていない児童も観察された。

一方、放課後児童クラブ①と放課後児童クラブ⑥の児童たちは開所時間中ずっと同じ部屋で過ごすため、全ての活動が一部屋で行われていた。まだ宿題をしている児童と、宿題が終わって遊んでいる児童が混在していることも、動的遊びを行えない要因となっていた。しかし、両放課後児童クラブの支援員／補助員はなるべく遊びの空間を確保しようと努力しており、宿題が終わった児童が増えてくると、机を移動させて遊びの空間を広げていた。放課後児童クラブ①と放課後児童クラブ⑥のクラブ室は広いので、学習時間には児童一人一人が十分な空間を確保できており、全員が宿題をしている場面ではあまり問題が起きていなかった。このように、部屋数や空間要素も、児童の活動に大きく影響している。

4.3.3 支援員／補助員

本調査の全ての放課後児童クラブが規定の支援員／補助員数（児童 44 名ごとに 2 名の支援員／補助員を配置）を満たしていた。性別については、放課後児童クラブ③と放課後児童クラブ⑩には女性の支援員／補助員しかいなかったが、放課後児童クラブ①と放課後児童クラブ⑥には男性の支援員が在籍していた。女性の支援員は主に児童の身の回りの世話（片づけの手伝いなど）を集中的に担当しており、男性の支援員は児童の遊びに積極的に参加する傾向にあった。例えば放課後児童クラブ①と放課後児童クラブ⑥では、高学年の児童が男性の支援員と一緒に将棋やオセロを行う場面が見られた。しかし学習時間には、性別に関係なく、児童が分からない問題を一緒に考えたり、音読を聞いたりするなど、積極的に支援を行っていた。年齢については、放課後児童クラブ③と放課後児童クラブ⑩には比較的若い支援員／補助員が多く在籍し、動的遊びを行う際に活躍していた。

集団管理については、本調査の全ての放課後児童クラブにおいて、効率的に集団を管理するための様々な取り組みが行われていた。例えば放課後児童クラブ⑩では、バッチを利用した取り組みがあった。これは、当日に気になることがあった児童（忘れ物をした、体調不良、ケンカをしたなど）の洋服の袖に項目別に色分けされたバッチを付けることにより、迎えに来た保護者に児童を引き渡す際に伝える事項を明確にするという取り組みである。例えば、忘れ物は黄色のバッチ、体調不良は黒いバッチである。バッチの色を見るだけで伝える内容がわかるため、どの支援員／補助員でも適切な対応を取ることができる。他にも、それぞれの児童が使用する棚やカゴを決めておくことで、別の児童の持ち物が混ざることなく、管理し易くする取り組みを実施する放課後児童クラブもあった。このように集団をうまく管理することにより、多くの児童がいる場合であっても支援員／補助員が効率的に業務を遂行することができるため、その分、児童の活動をサポートする時間が確保できる。

よって支援員／補助員は、児童が心地よく生活できる場を整えるために重要な役割を果たしている。

4.4 放課後児童クラブの施設環境と基盤条件の関連性

本調査では、基盤条件として運営主体と施設形態に注目した。その結果、運営主体の違いによる施設環境の違いは見られなかったが、施設形態は施設環境に影響していることが明らかになった。具体的には、限られた面積に建設される公設専用施設では2階建てとなりやすく、部屋数も限られ、屋外に運動空間を確保することも難しくなっていた。一方、余裕教室を利用する放課後児童クラブ㉔と児童館を利用する放課後児童クラブ㉕では、比較的多くの部屋を確保できていた。先行研究では、学校敷地内の施設では校庭を利用できるという利点が挙げられていたが、放課後児童クラブ㉔の場合は校庭を使用できないため、他の放課後児童クラブとの差異は見られなかった。

5. 結論

放課後児童クラブの施設環境のうち 1) 位置する階、2) 部屋数および空間要素、3) 支援員／補助員が、児童の活動に直接影響を与えていることが明らかになった。このうち 1) と 2) は最初から用意されている環境であり、制限があったとしても容易に変更することが難しい。しかし、3) の支援員／補助員によって、その制限は軽減できる可能性が高い。特に、支援員／補助員が適切な集団管理を行うことは、制限のある中で児童の安全を守りつつ、学習環境を整え、遊び場を確保し、児童が過ごしやすい環境を整えるためには必要不可欠である。

施設環境に影響を与える基盤条件は、施設形態であることがわかった。一宮市には、様々な施設形態の放課後児童クラブが存在しているため、どのように施設環境を整えるかに係る明確な計画とガイドラインが必要である。

先述の通り、放課後児童クラブで児童が十分に活動できるためには、支援員／補助員の存在が重要である。本調査の4つの放課後児童クラブでは、集団をうまく管理して、児童が過ごしやすい環境とするために、支援員／補助員が様々な取り組みを行っていた。このような各放課後児童クラブで実施されている取り組みを共有する場を用意することは、更なる質の向上に繋がるのではないだろうか。

謝辞

本調査を実施するにあたり、私たちを温かく迎え入れてくださった放課後児童クラブおよび運営主体の皆様、心より感謝を申し上げます。また、一宮市こども部子育て支援課の皆様にも、調査計画の作成から本報告書の執筆に至るまで、様々な形でご支援を頂きました。厚くお礼を申し上げます。皆様のおかげで調査を行うことができました。本当にありがとうございました。

- 国際開発研究科 国内実地研修ホームページ URL
https://www2.gsid.nagoya-u.ac.jp/blog/fieldwork/dfw_ja/



- 過去の報告書一覧

『平成 6 年度国内実地研修報告書－地域に根ざした開発事例の研究－』

『平成 7 年度国内実地研修報告書－愛知県幡豆群一色町をフィールドとして－』

『平成 8 年度国内実地研修報告書－愛知県幡豆群一色町における開発事例の多角的検討－』

『1997－98 年度国内実地研修報告書－愛知県東加茂郡足助町における多角的検討－』

『1999 年度国内実地研修報告書－愛知県渥美郡渥美町における多角的検討－』

『2001 年度国内実地研修報告書－愛知県南設楽郡鳳来町における多角的検討－』

『2002 年度国内実地研修報告書－岐阜県郡上郡八幡町における多角的検討－Domestic Fieldwork Report 2002: An Interdisciplinary Approach to Development Issues in Hachiman-Cho, Gujo-Gun, Gifu Prefecture』

『2003 年度国内実地研修報告書－岐阜県加茂郡東白川村における村づくり計画の多面的調査－Domestic Fieldwork Report 2003: An Interdisciplinary Research on Rural Development Planning in Higashishirakawa-Mura, Kamo- Gun, Gifu Prefecture』

『2004 年度国内実地研修報告書－岐阜県加茂郡東白川村の現状と村おこしの取り組み事例－ Domestic Fieldwork Report 2004: A Study on Socio-Economic Situation and Development Planning of Higashishirakawa-Mura in Gifu Prefecture』

『2005 年度国内実地研修報告書－長野県下伊那郡泰阜村の地域開発へのところもと自律への道について－Domestic Fieldwork Report 2005 Rural Development Planning in Yasuoka Village, Nagano Prefecture and Determination for Village Autonomy』

『2006 年度国内実地研修報告書－長野県下伊那郡泰阜村地域開発へのところもと自律への道について II－Domestic Fieldwork Report 2006 Rural Development Planning in Yasuoka Village, Nagano Prefecture and Determination for Village Autonomy II』

『2007 年度国内実地研修報告書－長野県清内路村に学ぶ住民と役場で改える地域づくり－ Domestic Fieldwork Report 2007 Rural Development Management through Collaboration and Participation of Residents and Administration in Seinaiji Village, Nagano Prefecture』

『2008 年度国内実地研修報告書－長野県阿智村に学ぶ地域再編下の住民と役場の協働のあり方－Domestic Fieldwork Report 2008 Collaboration between Residents and Administration under Community Reintegration, the Case of Achi Village, Nagano Prefecture』

『2009 年度国内実地研修報告書－長野県阿智村に学ぶ村落再生と活性化への途方－ The Ways toward Revitalization of Marginalizing Communities, the Case of Achi Village, Nagano Prefecture』

『2010 年度国内実地研修報告書－静岡県浜松市にみる日本の工業都市の多面的課題－ Multifaceted Challenges of an Industrialized City in Japan, the Case of Hamamatsu City, Shizuoka Prefecture』

『2011 年度国内実地研修報告書－愛知県田原市に学ぶ地域の特性を活かした持続可能な発展に向けた地域開発の実践－Sustainable Regional Development Drawing on Local Advantages: Lessons from Tahara City, Aichi Prefecture』

『2012 年度国内実地研修報告書－愛知県瀬戸市に学ぶ地場産業を生かした地域開発－ Regional Development Reflecting the Values of the Local Industry: Lessons Learnt from Seto City, Aichi Prefecture』

『2013 年度国内実地研修報告書－愛知県瀬戸市に学ぶ地域開発における行政の役割－Regional Development Reflecting the Role of Local Government: Lessons Learnt from Seto City, Aichi Prefecture』

『2014 年度国内実地研修報告書－三重県大台町に学ぶ自然と人びとが幸せに暮らすまちづくり－
Community Development for a Happy Life of People with Nature Lessons Learnt from Odai-Cho,
Mie Prefecture』

『2015 年度国内実地研修報告書－三重県大台町における U ターン・I ターンとまちづくり－U-Turn, I-Turn and Community Development in Odai-Cho, Mie Prefecture』

『2016 年度国内実地研修報告書－まちとむらをつなぐ－愛知県豊田市農山村地域の取り組みから
－Bridging the Urban with the Rural : Efforts Made by Rural Areas of Toyota City, Aichi
Prefecture』

『2017 年度国内実地研修報告書－愛知県豊田市農山村地域におけるまちとむらの協働－Twining
Partnership between Villages and Towns in Rural Areas of Toyota City, Aichi Prefecture』

『2018 年度国内実地研修報告書－愛知県一宮市における企業誘致と繊維産業の活性化－Investment
Promotion and Revitalizing Textile Industry in Ichinomiya City, Aichi Prefecture』

2020 年 3 月発行

発行所 名古屋大学大学院国際開発研究科

〒464-6801 愛知県名古屋市千種区不老町

ホームページ : <https://www.gsid.nagoya-u.ac.jp/>

電話 : 052-789-3993 FAX : 052-789-2666