

神戸タータンのファッションショーを用いた 地域連携活動における学生の満足度と社会人基礎力

徳山 孝子・石田原 弘

神戸松蔭女子学院大学人間科学部

Author's E-mail Address: tokuyama@shoin.ac.jp

Students' Satisfaction and Fundamental Competencies for Working Persons in Activities Coordinated with Local Communities Using Kobe Tartans' Fashion Show

TOKUYAMA Takako, ISHIDAHARA Hiroshi

Faculty of Human Sciences, Kobe Shoin Women's University

Abstract

本研究では、神戸タータンファッションショー（以下「ファッションショー」と略す）に参加した学生の社会人基礎力と満足度を分析するとともにその関係性を明らかにすることを目的とした。方法は質問紙調査とした。内容は、社会人基礎力（3つの能力/12の要素）に分けてファッションショーに関連した質問12項目とファッションショーに参加した時の満足度を表わす質問11項目とした。

ファッションショーに参加した学生は、社会人基礎力12の要素中7要素（主体性、実行力、創造性、傾聴力、柔軟性、況把握力、規律性）を評価する項目と学生の満足度は関係があることがわかった。このことからファッションショーを用いた地域連携活動への参画によって、学生は制作、モデル、スタッフの各担当の学習環境の中で生きた社会人基礎力を身につけたと考えられる。地域連携活動としてのファッションショーは、持続可能な教育活動の場であることも期待できる。ファッションショーという教育活動が地域との連携活動を通じて相互の活性化に貢献できることが実証できた。

This study was made to clarify the relationship between the fundamental competencies for working persons (hereinafter abbreviated as "Fundamental competencies") and the satisfaction level of students participated in Kobe Tartan Fashion show. (hereinafter abbreviated as "Fashion show")

The questionnaire on students contained twelve items concerning to Fashion show in three kinds of

ability of the Fundamental competencies, and eleven items showing their satisfaction level on participation of Fashion show.

The result of the questionnaire shows that seven factors (independence, performance capability, creativity, listening skill, flexibility, comprehension ability and discipline) among twelve of Fundamental competencies have relations to the satisfaction level. We presume that students have acquired a vital Fundamental competencies in the learning environment in role as producer, model or stage crew by the participation of Fashion show as .the community alliances activity Fashion show is expected the potential for the occasion of the sustainable educational activity. The educational activity in Fashion show contributes to the mutual revitalization through the community alliances activity. Since Fashion show as the extracurricular activity leads to the development of students' Fundamental competencies, new potential could be found on the educational program in community contribution activity.

キーワード：ファッションショー、神戸タータン、満足度、社会人基礎力、地域連携活動

Key Words: fashion-show, Kobe Tartan, Satisfaction, fundamental competencies for working persons, community alliances activity

1. 緒言

1.1 神戸らしさを表現した神戸タータン

神戸タータンは神戸開港 150 年を機に神戸市内の商業者が中心となって制作したチェック柄である。これは、神戸港の海の青、ポートタワーや神戸大橋の赤、市内の主要な建築物や特産の真珠の白、都会のアスファルトのグレー、そして後ろに控える六甲山系の緑の 5 色で、神戸のイメージを表した。2016 年 10 月に設立された神戸タータン協議会は、産学官が連携し、「産」がエンジンとしてプロジェクトを推進、「学」や「官」が始動のためのセルモーター、プロジェクトをさらに加速させるアクセルの役目を果たす新しい形の連携として注目を浴びている。

現在、協議会は 120 を超える企業や団体で構成され、展開されている商品数も 170 を超え、神戸市やその外郭団体もポスターやパンフレット等においても積極的に神戸タータンを使用している。この神戸タータンが神戸らしさを表現するツールとして当初の予想以上に広く市民に受け入れられている。

1.2 ファッションショーを用いた教育に関する先行研究

今までの研究では、花田ら (2014) は、自主参加型地域連携活動プロジェクト (ファッションショー) に参加した学生の学習効果について、社会人基礎力評価と自己評価アンケートに基づき学生の成長を調査し、今後の大学における教育プログラムに新たな可能性を明らかにした。学生のアイデンティティの形成と共に実践力の獲得が確認され、共同プロジェクトへの参加による学習効果が認められた。しかし、プロジェクトの参加時期や関わり方の違い

により成長値に差が生じる結果が得られ、学習効果の獲得は「1. 異なる他者との関わり⇒2. プロジェクトメンバーとしてのアイデンティティーの形成⇒3. 実践力を中心とした学習効果の獲得」という段階を経て進行することが明らかとなった。鬘谷ら（他8名）（2009）は、カリキュラムにファッションショーの導入を検討し、入学生から1年間の制作期間を正課の授業に組み入れ、それに続く形でショーを実施した。その結果、見せるということで情報発信型の教育ができたこと、チームワークの精神が養わせる機会を与えたこと、問題点としては、多様な価値基準が交錯し人間関係に深刻な障害を生じたこと、会議で決定した学生指導基準を教員が守らなかったこと、複数の教員の採点基準が異なったこと、学生の10～20%程度はショーの舞台に上がりたくないこと、教員は担当コマ数を超え、ボランティアとして指導に当たったことを挙げている。相澤孝司ら（他9名）（2014）は、「学科間プロジェクト」のカリキュラム開発のために「有馬温泉ゆけむり大学」を実践的なデザイン教育の場として用い、大変有効であると評価している。学生の課外活動として中尾ら（他2名）（2017）は「キッズドリームフェア ファッションショー」を開催し報告している。課題は、制作期間と学生の他の課外活動との重複による負担、学生の受講授業と保護者とのスケジュール調整の配慮が挙げられている。その他、片本恵利ら（2000）、泉加代子（2017）の「高齢者のファッションショー」、長谷川えり子（2015）の「地域のゆるキャラファッションショー」、本田クミら（2010）の「食育ファッションショー」、遠山千代子（2003）は「たんすに眠る不用になった衣類をリフォームして、自らモデルとなってファッションショー」などが実施されている。これらはいずれも制作に関する問題点は多く残されているが、ショーに参加することは成功に終わり、教育の一助をなしている報告である。しかしながら、課外活動の一環として学生の単位取得につながらない形での自主参加や制作指導は、問題点も多く残されている。そこで、教員、学生ともに満足度の高いファッションショーになれば、ある程度の問題も緩和、解決ができ社会人基礎力の育成につながるのではないかと考えられる。

1.3 神戸タータンファッションショーの地域連携活動としての意義

1.3.1 「地域貢献」の側面

本大学は神戸タータン協議会の会員であるが、協議会はそれぞれの会員企業、団体が、神戸タータンのデザインを利用して自らの利益や便益のために神戸タータンを使用することにより、アイテムを超えた共通言語として神戸タータンを神戸市内津々浦々に浸透させることを目的としている。その中で、企業や商業施設、商店街など商業者は、その設置場所が固定されており、そこからのみの発信となるが、機動力のある大学の参画は神戸全体の地域貢献という面においては非常に大きな力を発揮する。2000名以上の在 student や教職員の発信力は言うに及ばず、神戸タータンのファッションショーのみをとっても、神戸市内のいたるところでの開催が可能である。2017年、2018年の二年間で、三宮センター街（三宮コレクション）、メリケンパーク（078Kobe, Kobe Love Port みなとまつり）、ハーバーランド（umie コレクション）、六甲アイランド（六甲アイランド島開き30周年記念式典、神戸ファッション美術館「タータン展開会式」、旧居留地（旧居留地コレクション）など様々な地域でファッションショーを

開催しており、それぞれ多くの観客を集めている。これに伴って、テレビや新聞などのマスメディアでの露出も多いため、神戸タータンによる街おこしの大きな力となる。

1.3.2 「学外におけるグループ活動」としての側面

従来の大学祭におけるファッションショーと明らかに違う点は、観客の「目」である。学内でのイベントの場合、観客は家族、友人などがほとんどで、常に温かい目で見られるのであるが、学外でのイベントにおいては、それらの「温かい目」だけでなく、「冷たい目」や「無関心の目」で見られることもあり得る。商店街などでのイベントの場合、通行の邪魔になる、と苦々しく思う人や、何の関心も示さずに通り過ぎる人も稀に存在する。これは学生にとって学内では味わうことができない貴重な体験となる。

学外でのファッションショーを始めて見た観客が「プロのモデルかと思ったら、学生さんだった。」と言った反応をすることが多々ある。これは、「学生にしては上手」という学生を特別視する反応ではなく、商業ベースでプロモデルが行うファッションショーと同列に見ている証拠である。また、学外でのイベントにおいては、運営に携わる社会人との折衝や打合せも頻繁に行われ、学生の論理が通用しない場面も多々あり、このような経験も学生によっては大きな収穫となる。

ファッションショー開催のグループ活動を考えても、1年生から4年生までの学生が力を合わせて一つの目標に取り込むことは、クラブ活動などを除けば非常にまれな経験であろう。ショーの準備や演出、モデルとしてのウォーキングやメイクアップのノウハウを下級生に伝えていくこと、表舞台に立つモデル以外のリーダーや裏方の仕事など、各個人にそれ相応のコミュニケーション力が必要となる。

1.4 地域連携活動としての社会人基礎力を育む意義

社会人基礎力とは「前に踏み出す力」、「考え抜く力」、「チームで働く力」の3つの能力（12の能力要素）から構成されており、「職場や地域社会で多様な人々と仕事をしていくために必要な基礎的な力」として、経済産業省が2006年に提唱した。経済産業省の説明によると、3つの能力とは、①一歩前に踏み出し、失敗しても粘り強く取り組み力を「前に踏み出す力（アクション）」、②疑問を持ち、考え抜く力「考え抜く力（シンキング）」、③多様な人々とともに、目標に向けて協力する力「チームで働く力（チームワーク）」である。「前に踏み出す力（アクション）」は、物事を進んで取り組み力「主体性」、他人に働きかけ巻き込む力「働きかけ力」、目的を設定し確実に行動する力「実行力」である。「考え抜く力（シンキング）」は、現状を分析し目的や課題を明らかにする力「課題発見力」、課題の決定に向けたプロセスを明らかにし準備する力「計画力」、新しい価値を生み出す力「創造力」である。「チームで働く力（チームワーク）」は、自分の意見をわかりやすく伝える力「発信力」、相手の意見を丁寧に聴く力「傾聴力」、意見の違いや立場の違いを理解する力「柔軟性」、自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力「状況把握力」、社会のルールや人との約束を守る力「規律性」、ストレスの発生源に対応する力「ストレスコントロール力」で説明できる。今、社会（企業）で求めら

れている力は、「基礎学力（読み、書き、算数、基本 IT スキル等）」「専門知識（仕事に必要な知識や資格等）」に加え、それらをうまく活用し、「多様な人々とともに仕事を行っていく上で必要な基礎的な能力＝社会人基礎力」が求められている。地域連携活動では、取得単位につながらない活動であり、強制的でもない、学生の自主的な活動がもとになっている。

1.5 研究目的

1. 2、1. 3、1. 4のように、課外活動における「地域貢献」としての神戸タータンファッションショー（以下「ファッションショー」と略す）について各視点から検証したが、いずれにおいても、学生の社会人基礎力の養成という面において、大きな効果が表れていると予測している。大学としては、学生の充実した4年間のおぜん立てと社会人基礎力を養うことにより、社会に出て通用する人材を育てることが必要となる。その意味において、ファッションショーにおける地域連携活動は、責任感やコミュニケーション力を養いながら、個性をアピールし、やりがいや達成感を味わうことのできる最高の活動と言えよう。一方、地域貢献の一環としてファッションショーに参加した学生は、どのような学びがあったのだろうか。また、ファッションショーに参加した学生の満足度は高くなるのだろうか。

そこで、ファッションショーに参加した学生の社会人基礎力と満足度を分析するとともにその関係性を明らかにすることを目的とした。

2. 研究の方法

2.1 調査対象

2017年、2018年の二年間で企業や団体から依頼を受け、参加したファッションショーを調査した^{注1)}。調査は、2017年7回、2018年6回の計13回を対象とした。本学科全体人数164名のうち自主的に参加した学生86名、有効回答数84名（1回生41名、2回生17名、3回生9名、4回生17名）であった。尚、2017年度の4年生は、卒業したため調査対象に含まれていない。参加学生は、①制作、②モデル、③スタッフに分類できる。制作に希望する学生は、企画からデザイン、衣装制作をグループでつくる。作品は、2017年27着、2018年25着（ゆかた11着含む）の計52着である。モデル希望者は、演出や制作を担当する学生と連携をとり、ウォーキングをする。スタッフは、演出、メイク、音響、照明、スタイリング、司会、会場整備、広報を分担して担当する。しかしながらイベントによっては、音響、照明、司会、会場整備、広報など主催者側が担当するため、スタッフの人数が少なくなる場合がある。参加人数は、ファッションショーの依頼条件に左右される。ファッションショーの責任者は学科長が担当し、教育にかかわる指導は他の教員が分担した。ウォーキングの指導者は、外部から講師を招聘した。学生は、制作、モデル、スタッフに分かれるが、その中から総合リーダーと副リーダーが選出される。表1の参加人数は、各イベントの①制作、②モデル、③スタッフの担当人数とその合計である。制作とモデルを兼任する学生もいるため、人数は両方にカウントされている。

表1 2017年、2018年の2年間の参加人数

2017年	①制作	②モデル	③スタッフ	合計人数
「三宮コレクションファッションショー」	9	9	6	24
「第50回灘区民謡春祭り」	5	6	4	15
「第16回 KOBE Love Port みなとまつりファッションショー」	12	17	2	31
「オープンキャンパスミニファッションショー」	1	15	5	21
「RIC コレクションファッションショー」	5	9	1	15
「UMIE ファッションショー」	2	11	2	15
「あべのハルカス近鉄本店でのマキシンのファッションショー」	1	10	0	11
2018年				
「第51回灘区民謡春祭り」	5	7	1	13
「クロスメディアイベント078 ファッションショー」	7	14	0	21
「第17回 KOBE Love Port みなとまつりファッションショー」	10	32	1	43
「オープンキャンパスミニファッションショー」	3	29	7	39
「タータン展オープニングレセプション ファッションショー」	2	10	1	13
「旧居留地コレクション ファッションショー」	1	13	0	14

2.2 調査時期

学科最大のイベントである大学祭（2018年11月17日）のファッションショー終了後に実施した。ファッションショーに一度でも参加した学生は、大学祭のファッションショーに参加しているからである。

2.3 調査方法

参加した学生が集まったところで、質問用紙を配布して実施し、その後、回収した。質問用紙には、目的や調査の内容を記載し、学生に口頭で説明した。調査は、学生の自由意思によって回答し、無記名のためナンバリングをした。

2.4 調査内容

2.4.1 社会人基礎力を評価する質問項目

社会人基礎力（3つの能力/12の要素）に分けてファッションショーに関連した質問は12項目である（表2）。質問項目は、3つの能力「アクション」「シンキング」「チームワーク」の3つからなる12の要素で評価したものである。学生の評価は①思う、②やや思う、③やや思わない、④思わないの4段階とした。評価はデータ分析するために「思う」2点、「やや思う」1点、「やや思わない」-1点、「思わない」-2点とした。

表2 社会人基礎力（3つの能力/12の要素）の質問12項目

3つの能力	12の要素	質問項目
アクション	1. 主体性	1. ファッションショーに進んで取り組んだ。
	2. 働きかけ力	2. 他人に働きかけ巻き込んだ。
	3. 実行力	3. ファッションショーを成功させるため、確実に行動した。
シンキング	4. 課題発見力	4. 現状を分析し、目的や課題を明らかにした。
	5. 計画力	5. 課題の解決に向けたプロセスを明らかにし準備した。
	6. 創造力	6. 新しい価値を生み出した。
チームワーク	7. 発信力	7. 自分の意見をわかりやすく伝えた。
	8. 傾聴力	8. 相手の意見を丁寧に聴いた。
	9. 柔軟性	9. 意見の違いや立場の違いを理解した。
	10. 状況把握力	10. 自分と周囲の人々や物事との関係性を理解した。
	11. 規律性	11. 社会のルールや人との約束を守った。
	12. ストレスコントロール力	12. ストレスの発生源に対応できた。

2.4.2 地域連携活動のファッションショーに参加した時の満足度を表わす質問項目

学生の満足度を表す質問は11項目である（表3）。質問項目は、ファッションショーの「出来映え」「人との取り組み」「他者の反応」の3つの視点から満足度を評価したものである。学生の評価は、①満足している、②やや満足している、③やや満足していない、④満足していないの4段階とした。評価はデータ分析するために「満足している」2点、「やや満足している」1点、「やや満足していない」-1点、「満足していない」-2点とした。

表3 満足度を評価する3つの視点の質問11項目

3つの視点	質問項目
出来映え	13. 作品の出来映え
	14. 演出の出来映え
	15. モデルの出来映え
	16. コーディネートの出来映え
	17. 会場の雰囲気
人との取り組み	18. 学生と教員との取り組み
	19. 学生と企業との取り組み
	20. 学生同士の取り組み
他者の反応	21. 観客の反応
	22. 家族の反応
	23. 主催者の反応

社会人基礎力と満足度のデータは、単純集計、標準偏差、社会人基礎力と満足度の関係を相関係数で求めた。尚、調査用紙にチェックのない項目は「記入なし」とした。

3. 結果と考察

3.1 社会人基礎力の評価

社会人基礎力を「アクション」「シンキング」「チームワーク」に分けて評価人数（百分率）

で比較してみる(表4)。「アクション」の1. 主体性の「思う」71%、「やや思う」24%、3. 実行力は「思う」61%、「やや思う」33%と「思う・やや思う」で90%以上の高い評価であった。2. 働きかけ力は、「思う」29%、「やや思う」33%、「やや思わない」27%、「思わない」11%と意見が分かれた。

「シンキング」の4. 課題発見力は「思う」は42%、「やや思う」は43%であり、「思う・やや思う」で85%を占め、5. 計画力は「思う」は39%、「やや思う」は42%であり、「思う・やや思う」で81%、6. 創造力は「思う」48%、「やや思う」37%であり、「思う・やや思う」で85%の評価であった。

「チームワーク」の7. 発信力は「思う」29%、「やや思う」48%であり、「思う・やや思う」で77%、8. 傾聴力は「思う」62%、「やや思う」26%であり、「思う・やや思う」で88%、9. 柔軟性は「思う」57%、「やや思う」33%であり、「思う・やや思う」で90%、10. 状況把握力は「思う」64%、「やや思う」29%であり、「思う・やや思う」で93%、11. 規律性は「思う」65%、「やや思う」27%であり、「思う・やや思う」で92% 12. ストレスコントロール力は「思う」38%、「やや思う」38%であり、「思う・やや思う」で76%と評価であった。

ファッションショーの社会人基礎力を表す評価のばらつきを調べるため、12項目の平均と標準偏差を算出した(表5)。算出された平均は、4段階評価の「思う」評定平均1.00以上を太字に示した。標準偏差は、ばらつきが小さい1.00以下の値を太字に示した。平均と標準偏差の両太字は、評価のばらつきがないと判断し、社会人基礎力を評価した。その結果、12要素に対する平均と標準偏差の両方に太字が示している要素は、「アクション」の1. 主体性、3. 実行力、「チームワーク」の8. 傾聴力、9. 柔軟性、10. 状況把握力、11. 規律性であった。

表4 ファッションショーに関わる社会人基礎力の評価

3つの能力	12の要素	①思う	②やや思う	③やや思わない	④思わない	⑤記入なし
アクション	1. 主体性	71%	24%	4%	1%	0%
	2. 働きかけ力	29%	33%	27%	11%	0%
	3. 実行力	61%	33%	5%	1%	0%
シンキング	4. 課題発見力	42%	43%	13%	2%	0%
	5. 計画力	39%	42%	17%	2%	0%
	6. 創造力	48%	37%	13%	2%	0%
チームワーク	7. 発信力	29%	48%	23%	1%	0%
	8. 傾聴力	62%	26%	11%	1%	0%
	9. 柔軟性	57%	33%	7%	2%	0%
	10. 状況把握力	64%	29%	6%	1%	0%
	11. 規律性	65%	27%	5%	2%	0%
	12. ストレスコントロール力	38%	38%	19%	4%	1%

表5 社会人基礎力を表す評価の平均と標準偏差

3つの能力	12の要素	平均	標準偏差
アクション	1. 主体性	1.62	0.727
	2. 働きかけ力	0.52	1.266
	3. 実行力	1.49	0.784
シンキング	4. 課題発見力	1.11	1.018
	5. 計画力	1.02	1.053
	6. 創造力	1.18	1.043
チームワーク	7. 発信力	0.77	1.112
	8. 傾聴力	1.37	0.979
	9. 柔軟性	1.39	0.905
	10. 状況把握力	1.51	0.829
	11. 規律性	1.54	0.783
	12. ストレスコントロール力	0.83	1.149

社会人基礎力を「アクション」の1. 主体性、3. 実行力は「思う」は、90%以上の高い評価であり、学生の評価のばらつきもなかった。このことから学生は、自主参加によって自ら学びに向かう力が感じられ高い評価であった。2. 働きかけ力は、「思う」から「思わない」まで意見が分かれた。2. 働きかけ力の質問「他人に話しかけ巻き込んだ」は、地域連携活動のため自主的に参加した学生、友達同士で話し合っって参加した学生、先輩から勧められて参加した学生など参加したきっかけが異なるため、評価に差が現れたと考えられる。

「シンキング」の4. 課題発見力、5. 計画力、6. 創造力は80%の高い評価であったが、学生の評価にばらつきが見られた。総合リーダーと副リーダーを中心に制作、モデル、スタッフのイベント趣旨やタイムスケジュール等が説明され、各自の担当する内容が決定する。ここでの「シンキング」は、各制作、モデル、スタッフの学びであり、何度も参加している学生の評価と1、2度の参加での評価ではばらつきが生じたと考えられる。ここでの学びの最終目標は、ファッションショーを成功させることである。そのため、学生自ら日々の学習から現状分析や課題解決に力を注いだといえるが、制作、モデル、スタッフの内容によって学生自身の指標に差があったと考えられる。学生の評価にばらつきがあるものの、平均が高いため制作、モデル、スタッフにおいてそれぞれの新しい価値を見出したと言える。

「チームワーク」の7. 発信力8. 傾聴力、9. 柔軟性10. 状況把握力、11. 規律性、12. ストレスコントロール力は高い評価であった。その中で7. 発信力、12. ストレスコントロール力は学生の意見にばらつきがみられた。地域連携活動は、制作、モデル、スタッフのチームワークがとても重要である。ここで制作、モデル、スタッフの活動を説明しながら考察する。制作の中では、ひとりで一着制作する学生や2、3名で一着制作するグループもある。モデルは、イベントの規模に左右されるが、一般的なファッションショーは3部構成で実施する。各グループは、演出内容を確認しながら、ウォーキングの練習をする。スタッフは、衣装や小物の準備、チラシ作成などチームで活動し、総合リーダーや副リーダーと一緒に実施する。スタッフの活動は、リーダー主導型で進められる。自分の意見をわかりやすく伝えたという

発信力の項目は、学年の差異が生じた。3、4年生は、下級生と一緒にチームを組むため、わかりやすく伝えたかどうかの評価につながり、1、2年生は周囲の学生が対象になるため、自己評価になり指標が曖昧になったと考えられる。ここでの12. ストレスコントロール力は、7. 発信力と関係があると考えられる。12. ストレスコントロール力は、教員と学生の関係、上下関係、友達同士、主催者との関係等が挙げられるであろう。学生はチームワークの学びであるが、リーダーや3、4年生と下級生の力関係があるのではないかと推測する。他の質問項目の8. 傾聴力、9. 柔軟性、10. 状況把握力、11. 規律性については、高い評価であった。このことから、ストレスの発生源に対応できた学生が多く、日頃から対処を学んで来ていると考えられる。花田ら(2014)は様々なメンバーが存在する自主参加型の地域プロジェクトは、学生の社会人基礎力育成のために非常に有用である結果を示している。花田らの調査方法は社会人基礎力と自己評価のため、ここでの調査内容に違いがあるものの、地域連携活動におけるファッションショーは、社会人基礎力の育成に有用であると結論づけていることと一致した。

3.2 ファッションショーの満足度の評価

ファッションショーは、「出来映え」「人との取り組み」「他者の反応」の3つの視点から満足度を評価した(表6)。その結果、すべての質問項目において「思う・やや思う」評価を合わせて90%以上の高い評価であった。

ファッションショーの満足度を表す評価のばらつきを調べるため、11項目の平均と標準偏差を算出した(表7)。算出された平均は、4段階評価の「満足している」評定平均1.00以上、標準偏差はばらつきが小さい1.00以下の値とした。その結果、学生はファッションショーに参加することによって「出来映え」「人との取り組み」「他者の反応」すべてにおいて満足したと評価した。

緒言で紹介したように地域連携活動によるファッションショーの取り組みを行っている例は少なくない。従来のファッションショーとの違いは、神戸タータンの生地を使って衣装を制作し、“神戸”という都市イメージの向上に努めたことである。学生は、地域に貢献する高い志を持った学生が自主的に互いに協力し、服のデザイン、制作、ショーの演出からモデルのメイクまですべて行った。学生は、ファッションショーの会場での観客数や多くの拍手によって達成感や満足感を味わい、その評価は新聞やネットなどで感じ取れた。その結果がすべての項目について高い評価につながったと考えられる。学生の高い満足度は、地域連携活動の教育効果を実証する結果となった。

表6 ファッションショーの満足度の評価

3つの視点		①満足している	②概ね満足している	③あまり満足していない	④満足していない	⑤記入なし
出来映え	13. 作品の出来映え	73%	24%	4%	0%	0%
	14. 演出の出来映え	73%	24%	4%	0%	0%
	15. モデルの出来映え	85%	13%	2%	0%	0%
	16. コーディネートの出来映え	79%	20%	1%	0%	0%
	17. 会場の雰囲気	70%	26%	4%	0%	0%
人との取り組み	18. 学生と教員との取り組み	70%	23%	6%	1%	0%
	19. 学生と企業との取り組み	73%	20%	7%	0%	0%
	20. 学生同士の取り組み	81%	15%	1%	0%	2%
他者の反応	21. 観客の反応	68%	29%	2%	0%	1%
	22. 家族の反応	69%	30%	0%	0%	1%
	23. 主催者の反応	70%	25%	4%	0%	1%

表7 学生の満足度を表す評価の平均と標準偏差

3つの視点	質問項目	平均	標準偏差
出来映え	13. 作品の出来映え	1.67	0.665
	14. 演出の出来映え	1.64	0.670
	15. モデルの出来映え	1.80	0.555
	16. コーディネートの出来映え	1.77	0.499
	17. 会場の雰囲気	1.63	0.673
人との取り組み	18. 学生と教員との取り組み	1.56	0.827
	19. 学生と企業との取り組み	1.58	0.824
	20. 学生同士の取り組み	1.79	0.517
他者の反応	21. 観客の反応	1.63	0.636
	22. 家族の反応	1.68	0.495
	23. 主催者の反応	1.62	0.693

3.3 社会人基礎力とファッションショーの満足度との関係性

社会人基礎力に対する評価と満足度との関係があるかどうかを相関係数で求めた。社会人基礎力の12要素と満足度を表す11項目の相関係数は、表8に示した。相関係数は、0.8以上の値を太字に示した。相関係数の太字は、社会人基礎力の12要素と満足度を表す11項目に関係があると判断した。その結果、社会人基礎力の12要素の中ですべての満足度を表す11項目に相関があるのは、1. 主体性、3. 実行力、6. 創造性、8. 傾聴力、9. 柔軟性、10. 況把握力、11. 規律性であり、すべて0.8以上と高い相関であった。このことから社会人基礎力の1. 主体性、3. 実行力、6. 創造性、8. 傾聴力、9. 柔軟性、10. 況把握力、11. 規律性を評価する項目と満足度は関係があることがわかった。4. 課題発見力、5. 計画力、12. ストレスコントロール力においても相関係数0.7前後の相関があった。一方、2. 働きかける力と7. 発信力において

満足度との相関が見られなかった。ここでの他人に働きかけ巻き込んだという質問に対してファッションショー本来は自主参加型学びのため、質問内容と取り組み方にずれが生じたと考えられる。次の7. 発信力（自分の意見をわかりやすく伝えた）は、相関係数が低い、前項で述べたようにリーダー主導型や上下関係の差が評価につながったとともに自己意識の違いが数値に現れたと考えられる。チームワークに必要な8. 傾聴力、9. 柔軟性、10. 況把握力、11. 規律性は0.9以上の高い相関であった。そこで、社会人基礎力の質問12項目から総合評価するとファッションショーを用いた地域連携活動は、学生の満足度と社会人基礎力との間に関係があったと実証できた。

表8 社会人基礎力と満足度との相関関係

11項目 12要素		13. 作品の 出来映え	14. 演出の 出来映え	15. モデル の出来映え	16. コーディ ネートの 出来映え	17. 会場の 雰囲気	18. 学生と 教員との 取り組み	19. 学生と 企業との 取り組み	20. 学生 同士の 取り組み	21. 観客 の反応	22. 家族 の反応	23. 主催者 の反応
		ファッション	1. 主体性	0.9999	0.9999	0.9847	0.9980	0.9987	0.9992	0.9956	0.9912	0.9944
	2. 働きかけ力	0.4713	0.4713	0.3512	0.4140	0.4995	0.4678	0.4580	0.3709	0.5207	0.5107	0.4892
	3. 実行力	0.9748	0.9748	0.9205	0.9582	0.9844	0.9685	0.9553	0.9362	0.9927	0.9938	0.9810
シンキング	4. 課題発見力	0.7781	0.7781	0.6575	0.7332	0.8065	0.7649	0.7394	0.6862	0.8348	0.8395	0.7960
	5. 計画力	0.7439	0.7439	0.6210	0.6958	0.7729	0.7324	0.7093	0.6486	0.8003	0.8022	0.7622
	6. 創造力	0.8998	0.8998	0.8125	0.8674	0.9184	0.8917	0.8749	0.8335	0.9349	0.9352	0.9117
チームワーク	7. 発信力	0.4116	0.4116	0.2576	0.3475	0.4503	0.3981	0.3717	0.2893	0.4879	0.4900	0.4359
	8. 傾聴力	0.9933	0.9933	0.9666	0.9845	0.9949	0.9904	0.9904	0.9740	0.9920	0.9867	0.9946
	9. 柔軟性	0.9697	0.9697	0.9117	0.9512	0.9803	0.9634	0.9500	0.9279	0.9893	0.9901	0.9765
	10. 状況把握力	0.9940	0.9940	0.9596	0.9843	0.9980	0.9911	0.9837	0.9702	0.9993	0.9975	0.9968
	11. 規律性	0.9969	0.9969	0.9680	0.9900	0.9995	0.9941	0.9870	0.9778	0.9996	0.9983	0.9988
	12. ストレスコントロール力	0.7587	0.7587	0.6440	0.7120	0.7850	0.7499	0.7312	0.6685	0.8083	0.8069	0.7754

4. 結論

本研究は、地域貢献活動における学生の満足度と社会人基礎力との関係を明らかにすることを目的とした。質問紙調査のデータ分析の結果から社会人基礎力の評価が高かったのは、「シンキング」の1. 主体性、3. 実行力、「チームワーク」の8. 傾聴力、9. 柔軟性、10. 状況把握力、11. 規律性であった。満足度は、「出来映え」「人との取り組み」「他者の反応」すべての質問に対して高い評価となった。満足度と社会人基礎力との間には、相関がみられた。相関係数0.8以上の高い相関を示した項目は、1. 主体性、3. 実行力、6. 創造性、8. 傾聴力、9. 柔軟性、10. 況把握力、11. 規律性であった。ここでの地域連携活動は、企業や団体から依頼を受けて実施した。学生、教員共にファッションショー終了するまで緊張感が続き、終了後に

は達成感に変わり、周りの反応や評価によって満足感になる。このような感覚や感情は、今までの教育プログラムから味わうことができない新たな体験である。学生の満足度の評価は、地域連携活動の教育効果を実証する結果となった。地域貢献活動は、単位にならない学びの場であるが、実践力を活用し社会に大きく寄与することがわかった。

調査用紙の最後に「今後も外部のファッションショーがある時は、参加したいですか?」という質問を記した。その結果、「はい」68名、「いいえ」9名であった。全体の88%の学生は、もう一度参加したいと希望している。地域連携活動としてのファッションショーは、持続可能な教育活動の場であることも期待できる。さらには、ファッションショーという教育活動が地域との連携活動を通じて相互の活性化に貢献できることが実証できた。

注

1) 調査対象のファッションショーを主催、開催日、会場の順に示す。

- ・「三宮コレクションファッションショー」：三宮コレクション実行委員会、2017年3月5日、三宮センター街
- ・「第50回灘区民謡春祭り」：灘区婦人会、2017年4月16日、神戸市立灘区民ホール
- ・「第16回 KOBE Love Port みなとまつりファッションショー」：みなとまつり実行委員会（一般社団法人神戸青年会議所）、2017年7月17日、メリケンパーク
- ・「オープンキャンパスミニファッションショー」：本学入試広報課、2017年6月18日と8月6日、本学チャペル内
- ・「RIC コレクションファッションショー」：六甲アイランド地域振興会、2017年9月16日、神戸ファッションマートイオホール
- ・「UMIE ファッションショー」：神戸ハーバーランド umie、2017年9月30日、ハーバーランド
- ・「あべのハルカス近鉄本店でのマキシンのファッションショー」：帽子専門店マキシン、2017年11月3日、あべのハルカス近鉄本店内
- ・「第51回灘区民謡春祭り」：灘区婦人会、2018年4月15日、神戸市立灘区民ホール
- ・「クロスメディアイベント 078 ファッションショー」：078 実行委員会、2018年4月29日、メリケンパーク
- ・「第17回 KOBE Love Port みなとまつりファッションショー」：みなとまつり実行委員会（一般社団法人神戸青年会議所）、2018年7月16日、メリケンパーク
- ・「オープンキャンパスミニファッションショー」本学入試広報課、2018年7月22日と8月5日、本学教室と通路
- ・「タータン展オープニングレセプション ファッションショー」：神戸ファッション美術館・神戸新聞社、2018年9月14日、神戸ファッション美術館内
- ・「旧居留地コレクション ファッションショー」：神戸市旧居留地はいからプロジェクト実行委員会、2018年9月22日、三井住友銀行神戸本部ビル1階ロビー

引用文献

- 相澤孝司、かわいひろゆき、野口正孝（他7名）（2014）、『「学科間プロジェクト」のキャリア開発に関する実践的研究「有馬温泉ゆけむり大学」を事例として』、神戸芸術工科大学紀要「芸術工学2014」（共同研究）、11-25
- 花田朋美、山岡義卓、呉起東、白井篤（2014）、『自主参加型地域連携活動プロジェクトにおける大学生の社会人基礎力の育成』、（一社）日本家政学会研究発表要旨集、66（0）、62-62
- 長谷川えり子（2015）、『短大生によるファッションビジネスプロジェクト（2）「NAGOYA KAWAii!!」ファッションショー参加報告』、愛知学泉大学・短期大学紀要、50、19-24
- 本田クミ、寺嶋愛、末弘由佳理、中尾時枝（2010）、『衣服領域からの食の教育—食育ファッションショーの試み—』、（一社）日本家政学会研究発表要旨集、62（0）、257-257
- 泉加代子（2017）、『準限界タウンを元気にするシニア・ファッションショーの実施とその効果』、（一社）日本家政学会研究発表要旨集（ポスター発表）、69（0）、225-225
- 片本恵利、木村大生、西尾新（2000）、『シルバーファッションショー 出演者の被服に関する意識』、繊維機械学会誌、53巻6号、254-258 3
- 鬘谷要、石原頼子、榎本春榮、嶋根歌子、高橋和雄、仲村洋子、羽生京子、布臺博、福田瑛子（2009）、『服飾造形学科の専門教科科目「ファッションショー」の導入と実施について』、和洋女子大学紀要 第49集（家政系編）、103-111
- 経済産業省（2006）、『社会人基礎力とは』、<http://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/>、2018年11月30日引用
- 中尾時枝、稲田萌、大西かおり（2017）、『学生の課外活動 キッズドリームウェア2016—附属幼稚園との連携事業—』、武庫川女子大学生生活環境学紀要 No.5、60-63
- 遠山千代子（2003）、『短大家政科と地域の活性化：—被服系の活動を通して—』、（一社）日本家政学会研究発表要旨集、55（0）、91-91

（受付日：2018.12.10）