

# フィールドワークに代替する リモート取材の感想文分析

地域活性化に取り組む高校生を対象として

延原宏\*

江見大宙\*2

神戸星城高等学校\* 神戸星城高等学校\*2

## <抄録>

本稿では、高等学校教科「商業」科目「課題研究」で地域活性化のプロジェクト学習において、フィールドワークに代替するリモート取材の教育効果について論ずる。

今年度は、コロナ禍にあり、感染対策に配慮した実践が求められた。特に、学校外部の授業参与者に対する取材活動は、3密回避の観点からオンライン会議システムを活用して非対面式で実施した。

その結果、取材に参加した高校生の感想文から、ネットワークを介した取材活動ではお互いの信頼関係を構築することが難しいと感じているが、取材手法を工夫すれば解消される知見が得られた。

<キーワード> オンライン、フィールドワーク、感想文、高校生、リモート取材、ZOOM

## 1 はじめに

2022年度より、高等学校において「総合的な探究の時間」が実施される。この授業では、これまで行われてきたようなテーマが与えられた学習活動ではなく、学習者が主体的にテーマを選定し、解決することが求められている。特にこの授業では、地域の課題解決を目指して行うフィールドワークとの親和性が高いとされている。<sup>(1)</sup>

本研究の対象となる神戸星城高等学校では、「総合的な探究の時間」の教科「商業」における代替科目として「課題研究」の授業を行っている。ここでは、ビジネス教育の視点から、地元商店街の活性化を大テーマとして取り上げてきた。しかし、授業実践だけでは長期休業中の対応が困難なことから、生業として商売を行っている店主との信頼構築が難しい側面があった。そこで、授業生徒とクラブ活動が連携することで、1年間を通じた地域活性化に対する取り組みを進めることが可能になった。こうして2009年度より11年間、神戸市長田区にある新長田南地区商店街の活性化プロジェクトを行ってきた。

これまで、Webサイト上で新長田南地区商店街商店街の通り画像をクリックすること商店街を5メートル進み、商店街画像の左右に見える商店をクリックすることで、商店Webサイトが閲覧できるバーチャル商店街を作成した。(図1) また、須磨区および新長田南地区商店街の飲食店を紹介する地域情報誌Fu11Bu1(フルブル 総発行部数1万部)を発行する活動を行った。(図2)

今年度は、コロナ禍にあつて、学校外の方との接触が必要なフィールドワークを実施することが困難な状況にあった。そこで、感染リスクを軽減する新たな取材方法を検討した。

この中で、現地を訪問しない取材方法として、ICTを活用したリモート取材を行い、その教育効果を参加した生徒の感想文の分析を通して明らかにする。



図1 バーチャル商店街



図2 公共施設で配付される情報誌「Fu11Bu1」

## 2. 目的

営業時間といった店舗の基本情報は既存のWebサイトや電話取材からでも可能である。しかし、生徒が取材時に商店・店主の情報をその場で収集して分析して質問内容を変えていくといった柔軟な取材方法は現地における活動しなければ困難とされてきた。そこで、その教育効果を検証するため、ICTを活用した非対面式によるリモート取材を実施した。具体的には、ICTの活用としてオンライン会議システム(ZOOM)を採用し、店主への取材活動を展開した。その効果を検証するため、取材活動に参加した生徒の感想文をテキストマイニングの手法を用いて分析して明らかにする。

## 3 調査手法について

本来のフィールドワークは、「頭だけでなく、全身で対象を理解しようとする試みであり、五感

をフル活用して対象の生活に密着する。」と定義されている。<sup>(2)</sup>フィールドワークは、調査対象の地区に出向いて調査することが不可欠とされていたのである。しかし、現在はICTの進展によって、インターネット環境が整えられている。特に興味深いのは、現在コロナ禍にあって、緊急事態宣言が複数回発出された兵庫県下の生徒は、リモート授業の経験が豊富で、ICTを活用した授業実践への抵抗感が少ないとの報告がある。<sup>(3)</sup>

そこで、本研究では、リモート取材の方法としてオンライン会議システム（ZOOM）を活用した。

これは、コロナ禍における苦肉の策でもあったが、日本学術会議のオンラインシンポジウムの2020年9月19日に開催された会議で、「過去の調査で信頼関係が築けているのであればという前提条件の下で、現地に行くことが大前提のフィールドワークの概念を拡張すべきだ」という意見が出され、オンラインフィールドワークの可能性に対して言及されたことも影響している。<sup>(4)</sup>

#### （1）本研究のオンラインフィールドワーク

前述のような条件から、リモートによる取材活動を実施すればいいのではなく、これまでの活動で、商店主と活動してきた実績があり、信頼関係が構築できているという前提条件の上で、取り組む必要がある。よって、オンラインフィールドワークを、「リモート取材の方法であり、場所的同期がなくとも、事前に構築した人間関係を有効活用し、時間的同期のみで行う交流活動」と定義した。今回の取材では、3年生徒と商店主との人間関係ができていたが、今回の調査対象である1年生徒とは初対面である。

#### （2）オンライン会議システム「ZOOM」とは

2019年末のユーザー数は世界で1000万人程度であったが、2020年3月には2億人と、数カ月で20倍に増加している。一方では、セキュリティの脆弱性が明らかとなつて、政府の関係機関が使用禁止にするなどの問題が出てきている。

「ZOOM」は中国生まれのエリック・ユエン（Eric Yuan, 袁征、現在アメリカ国籍）が開発した。アメリカに留学してアメリカ国籍を取得しているが、開発拠点は依然中国にあり、管理運用しているエンジニアの多くが中国人である。

これまで活用されてきた「Skype」と比較して「ZOOM」が画質・音声ともに優れているとのユーザーレビューが見られる。また、会議を事前に予約できる機能があり、会議場所を示すURLを会議の前段階で送信できることを利便性として挙げる意見が多い。こうした状況から本研究のリモ

ート取材に活用することを決定した。

## 4 授業実践の手順

### （1）オリエンテーション

プロジェクトリーダー（生徒）から参加する予定者に対してこれまでの活動の経緯や、今年度の活動についての説明を実施した。



写真1 オリエンテーション

（写真1）

### （2）特別号のコンテンツ決定

プロジェクトチームで会議を行い、今年度の特別号に掲載するコンテンツを以下の3つに決定した。①商店街グルメマップ②店舗情報ページ③特集店舗ページ これらをリモート取材を行って新規のレイアウトで特集ページとして作成する。

### （3）取材準備

活動に参加する生徒の取材前会議において、あらかじめ作成したページのレイアウトを提示し、完成イメージを商店主に持ってもらった上で、取材を進めていく方法が提案され、採用された。



写真2 取材準備の様子

実際には、ZOOMの画面共有機能でレイアウトを修正・追加し、リアルタイムで書き込み、商店主のイメージが実際の誌面として具体化されるオンラインならではの方法を採用した。



写真3 リモート取材

機器関連の準備としては、レイアウト例と取材シートの完成後、別々の部屋にZOOMをインストールしたコンピュータを設置し、取材のロールプレイを行った。ここでの経験により、相手と目を合わせるにはディスプレイではなく、



写真4：リモート取材画面

カメラを意識して会話をしなくてはならないことや、リモート特有の時間差から話し出すタイミングが難しいということがわかった。（写真2）

#### （4）取材活動

リモート取材は大正筋商店街の「菓膳茶の飲めるカフェ<フィジオデザインベース>」と「お茶カフェ彩茶」を対象に行った。（写真3・4）

### 5 研究の方法

これまでのフィールドワークは商店街に出向き、直接店主の方々にインタビューを行ってきっていたが、現在はコロナ禍にあることから、学校と商店街を繋ぎリモート取材を行った。

具体的な調査方法としてはオンラインフィールドワークに参加した生徒に対して感想文の提出を求め、その文章全文をテキストマイニングの手法によって、定性データとしての分析を試みた。なお、データの収集には、感想文を入力するシステムを研究対象校のイントラネット上に構築して運用した。

調査実施日については以下の通りである。

#### 【オンラインフィールドワーク実施日】

令和2年12月23日（水）11：00～14：00

#### 【感想文提出日】

令和2年12月24日（木）15：00～15：00

### 6 結果

#### （1）リモート取材参加生徒の感想文（要約）

ZOOMによる取材での苦労が3つありました。

1つ目は、カメラに視線を合わせることです。カメラに視線を合わせることにより、相手の画面から見ても目を見て話しをしているように見えることに気づいたので、意識してカメラに視線を合わせました。

2つ目は、インタビューの間にできる沈黙を無くすことです。対面で行うインタビューと違い質問と回答に時間差があり、店主とインタビュアーの間で話し出すタイミングが合わない場合があります。

3つ目は、大きな声ではきはきとした口調で質問をすることです。タイムラグがあったり、通信が悪い時に1回の質問で内容が伝わらないことがあります。そこで1回の質問で伝わるように大きな声ではきはき話すことを意識しました。

取材後に行った参加生徒の聞き取り調査からは、「リモート取材では、お互いの名前だけを伝えた直後に質問に入ってしまうことが多く、リモート取材時に店主との人間関係の構築ができにくかった」といった感想があった。これは、リモート取材に入る前に取材対象との人間関係が

構築できていない場合のリモート取材の困難さを表していた。また、生徒には気まずい雰囲気にならないように配慮する気持ちが強く、すぐに取材内容に入ってしまうことによって、店主と生徒が打ち解けた印象を持った上で、取材を開始していくといった“アイスブレイク”ができていなかった感想が聞かれた。このことは、取材参加生徒たちによる振り返り会議で、自己紹介に時間をしっかり持たせる工夫について意見が出された。取材方法のネーミングとしては、「実話自己紹介」と名付けられた。これは本当のことを自ら先に取材対象に伝える視点からの「実話（じつわ）」に加え、「実は（じつは）」から話し出すことで、自ら持つ秘密を公開している印象を与えることに加え、外面的には表出されていないような意外な店舗のコンセプトや店主の趣味、性格を知ることができ、自己紹介自体が情報の核心に迫っている印象と心理的には秘密を共有する立場になることで、信頼関係が深まっていく効果を期待している。また、収集された情報に価値を感じるようになることで、情報自体が強く記憶され、誌面の内容に反映されることも期待している。

#### （2）感想文のテキストマイニング分析

テキストマイニングとは、「構造化されていないテキストから目的に応じて情報や知識を掘り出す方法と技術の総称」である。これまでの研究では、自由記述式の回答は計量的な分析が難しいという考えから敬遠される傾向があった。

こうした現状の中で自由記述回答を計量的に分析するためのソフトウェアが提供されるようになったことにより、テキストマイニングの手法が知られるようになり、積極的に活用されるようになってきている。

ZOOMによるリモート取材の効果を検証するために、活動に参加した生徒・指導担当教員と店主に対して、活動に感想を求め、定性データを分析した。生徒に対して行った感想文の頻出語をカウントした結果が以下の通りである。<sup>(5)</sup>（表1）

表1 感想文における頻出語

頻出語	出現回数	頻出語	出現回数
インタビュー	6	対面	2
質問	6	タイミング	2
視線	4	内容	2
合わせる	4	1回	2
できる	4	先輩	2
意識	3	場合	2
カメラ	3	声	2
相手	3	伝わる	2
話す	3	いただく	2
行う	3	違う	2
沈黙	2	しまう	2

次に、ワードクラウド分析（図3）と、感想文に出現する単語の共起関係を表すために、出現回数を円形（円内に出現語）、関係がある円形（単語）を線で結んだ共起ネットワーク図を作成した。（図4）なお、単語の出現回数が多いものは

