

大学生によるオレンジリボン啓発運動の有効性

Effectiveness of Orange Ribbon Enlightenment Campaign by University Students

辻尾 朋子*、加藤 曜子†

Tomoko Tsujio, Yoko Kato

児童虐待は現在深刻な社会問題になっている。児童虐待防止対策の1つである啓発の重要性は明らかになっているものの、有効な啓発の方法や啓発による効果について十分な検証が行われているとはいえない。本稿では次世代を担う若者に対する予防的啓発の方法を若者自らが主体的に参画・参加できる啓発活動の実践からその効果について考察を試みた。その結果オレンジリボンの認知度が高まり啓発の効果がみられた。

キーワード：啓発運動、オレンジリボン、大学生

I. はじめに

児童虐待相談対応件数は統計を取り始めて以来、年々増加し、虐待死も高い水準で推移している¹⁾。今日、児童虐待という言葉はテレビや新聞等で耳にする機会が増え、児童虐待という言葉の認知度は広がったといえる。しかし、児童虐待を身近な問題と捉え、誰にでもどこにでも起こるといふ認知は進んでいないと感じる。

日本の児童虐待防止対策は早期発見・早期対応に重きが置かれてきた²⁾。また、死亡事例の検討等により若年妊娠や望まない妊娠、妊婦健康診査未受診などの問題と関連が深いことが背景として明らかになっている³⁾。密室性、孤立性、発見の困難性という虐待の特徴上、虐待を食い止めることは難しい⁴⁾。虐待が起こってからでは子どもたちへの影響が大きく長期的な心身のケア、サポートが必要となる。親になる前に育児や児童虐待について知っておくことが虐待予防につながると思う。しかし、次世代を担う若者達の周りには乳幼児との関わりや子育て中の親と接する機会が少なく身近な問題として捉えることは難しいと考えられる。

児童虐待防止啓発活動は、大きく児童虐待防止推進月間とオレンジリボン運動がある。厚生労働省では2004年度から児童虐待防止法が施行された11月を「児童虐待防止推進月間」と位置づけ、児童虐待防止のための広報・啓発活動など多くの取り組みが実施されている⁵⁾。

オレンジリボン運動は2004年栃木県小山市の二人の兄弟が命を奪われるという事件をきっかけ

* 流通科学大学、〒651-2188 神戸市西区学園西町3-1

† 流通科学大学サービス産業学部、〒651-2188 神戸市西区学園西町3-1

けに、栃木県小山市の「カンガルーOYAMA」という団体が、二度とこのような事件が起こらないようにという願いを込めて、子ども虐待防止を目指して始まった運動である。現在は NPO 法人児童虐待防止全国ネットワークが総合窓口を担い、オレンジリボンをシンボルマークとして「子ども虐待のない社会の実現」を目指し広報・啓発活動が行なわれ全国的に広がっている⁶⁾。

自治体を対象とした啓発事業調査⁷⁾によると、児童虐待防止啓発活動は、府県・市ともほぼすべての自治体が行っており、オレンジリボン運動と同一のものと考えられている。啓発の対象は広く市民を対象としており高校生・大学生など若者を対象とした啓発活動が行なわれていたのは、府県 35%、市 17%という実施状況である。市民を対象とする啓発内容と高校生・大学生など若者を対象とした啓発内容はポスターやリーフレットによるものであり、高校生・大学生など若者に特化した内容の啓発活動は特に行なわれていない。

啓発の重要性は明らかになっているものの、有効な啓発の方法や啓発による効果の検証についての研究はあまりなされていない。

児童虐待防止啓発活動はすべての人を対象に、立場や年齢により児童虐待の捉え方は様々であると考えられるため、それぞれの対象にあった内容や方法で啓発に取り組む必要性を感じる。特に次世代を担う若者に対する啓発活動は虐待の発生予防へ繋げるために重要である。そこで本研究では大学生による次世代を担う若者に対する啓発活動の実施から啓発の方法と効果について大学祭を実験の場として試みることにした。

II. 目的

- ①大学生自らが主体的に参画・参加できる次世代を担う若者に対する予防的啓発の実施。
- ②オレンジリボン運動の実践から啓発の効果について考察を試みる。

III. 方法

大学生が参画したオレンジリボン運動を大学祭において実施する。啓発の効果を測定するために第1調査、第2調査を実施する。分析についてはPC-SPSS.13を利用した。

1. 実施したオレンジリボン運動

対象者：大学祭の参加者（大学生、教職員、近隣住民等）

期 間：平成 23 年 10 月 15 日 9：00～16：00

方 法：オレンジリボンと主旨を書いた説明書を作成し、大学祭参加者に説明し配布する。

オレンジリボン啓発運動は 20 名の学生が担当した。この学生たちには事前に①児童虐待についての理解②児童虐待防止啓発についての理解③オレンジリボン啓発運動実施に向けての準備等の事前啓発と啓発方法の検討・準備のプログラムを実施した。事前プログラムで検討し、準備費用

が少なく、学生自身で作成が可能なことから、オレンジリボンと主旨を書いた説明書のセットをツールとして使用し、説明しながら配布するというオレンジリボン啓発運動を行なうこととなった。

表 1. オレンジリボン啓発運動実施に向けての事前プログラム

①児童虐待についての理解	<ul style="list-style-type: none"> ・児童虐待の状況や背景の理解 ・児童虐待の認知テストの実施 ・児童虐待事例についてのディスカッション ・望まない妊娠についてのディスカッション
②児童虐待防止啓発についての理解	<ul style="list-style-type: none"> ・児童虐待防止啓発運動 ・オレンジリボン憲章、オレンジリボン運動の意義の理解
③オレンジリボン啓発運動実施に向けての準備	<ul style="list-style-type: none"> ・オレンジリボン啓発ツール、方法について調査 ・グループでの方法の検討 ・学生自身が行なう啓発活動の目的や意義の共通認識の構築 ・オレンジリボン啓発運動のルールの準備

(筆者作成)



写真 1. オレンジリボン運動で配布したツール

2. 実施前の仮説

啓発効果をみるために、商学部の教授の助言をえることで、消費者の購買決定プロセスを説明する理論の AIDMA モデルをオレンジリボンの取り組みに採用し、啓発されるプロセスを検討した。

AIDMA モデルとは米国の学者ローランド・ホールによって提唱された「ある商品について消費者がそれを認知し購買するに至るまで」の消費者の内面で起きていることを時間の流れとともに消費者の購買決定プロセスを説明するモデルのことである⁸⁾。

ある商品について消費者がそれを認知し購買するに至るまで次のような段階があるとされる。

- ① Attention（注意）テレビ広告などによって注意を引かれる
- ② Interest（関心）商品に対する興味を持つ
- ③ Desire（欲求）商品を欲しいと思うようになる
- ④ Memory（記憶）商品やブランドを覚える
- ⑤ Action（行動）購買行動を起こす

AIDMA モデルをオレンジリボン啓発に置き換えると①オレンジリボンを手にとってもらう②オレンジリボンに関心をもつ③オレンジリボンをつけることに意義がある④オレンジリボン運動の内容を理解する⑤オレンジリボン運動を今後も応援したいというプロセスで認知され理解につながり啓発効果がうまると仮説を立てる。

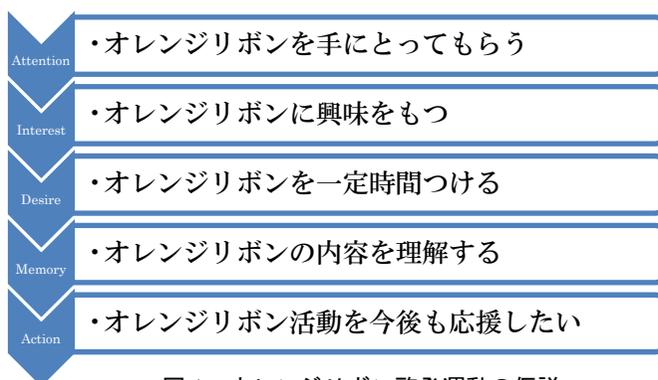


図 1. オレンジリボン啓発運動の仮説

(筆者作成)

3. オレンジリボン啓発運動の効果測定調査

オレンジリボン啓発運動の効果測定のために第1調査オレンジリボン着用率と第2調査オレンジリボン啓発運動の実施前と実施後の意識の変化について調査を行なった。調査は、オレンジリボン啓発運動を実施した20名の学生が担当した。

a. 第1調査 オレンジリボン啓発運動後のリボン着用率

対象者：大学祭に参加している参加団体・ゼミ等の69団体1034人

期 間：平成23年10月15日9:00~12:30

方 法：オレンジリボンと主旨を書いた説明書を説明し配布するオレンジリボン啓発運動4時間後、オレンジリボン着用人数の確認を行う。

b. 第2調査オレンジリボン運動1ヵ月後の実施前と実施後の意識の変化

対象者：大学祭出展参加ゼミ、サークル所属学生

期 間：第1調査終了1ヵ月後の平成23年11月15日～12月20日

方 法：留置法によるアンケート調査。

調査の項目：「大学祭当日より前にオレンジリボンについて知っていたのか」「大学祭当日、オレンジリボンをつけたかどうか」「オレンジリボンの主旨を理解できたか」「今後、オレンジリボン運動に参加したいか」という内容で行った。

有効回答数：424名（有効回答率60%）分析については、PC-SPSS.13を利用した。

倫理的配慮については、調査は個人的な情報ではなく、数量的な形で報告すること、また研究以外の目的で使用しないことを説明し配慮した。

IV. 結果

1. 第1調査の結果

表2. オレンジリボン配布後4時間後の着用率

オレンジリボン啓発運動4時間後のリボン着用していたのは70%(724人)であった。その内訳は表2である。

		団体数	リボン配布数	リボン着用数	リボン着用率
1	模擬店	49	756	482	64%
2	教室展示	15	206	170	83%
3	運営本部	3	37	37	100%
4	出演団体	2	35	35	100%
合 計		69	1034	724	70%

(出所：奈良県児童虐待防止啓発方策検討事業報告書)

2. 第2調査の結果

424の有効回答のうち大学祭に参加した学生は351であった。大学祭の啓発の効果測定のアンケートのため351の回答について分析を行なう。

a. オレンジリボン啓発運動前のオレンジリボンの認知度

大学祭当日より前にオレンジリボンについて知っていた学生は176人(50.1%)であった。オレンジリボンについて知っていた学生と知らなかった学生174人(49.6%)はほぼ同数である。

b. オレンジリボン運動への参加と理解度

大学祭当日、オレンジリボンをつけた学生は269人(76.6%)おり、オレンジリボンをつけた

かった学生 82 人 (23.4%) を大きく上回った。

大学祭前にオレンジリボンを知っていることとオレンジリボンをつけたことの関係性を見ると、事前を知っておりつけた学生は 151 人 (85.8%)、事前を知っていたがオレンジリボンをつけなかった学生 25 人 (14.2%)、事前には知らなかったがオレンジリボンをつけた学生 117 人 (43.7%)、事前には知らずにオレンジリボンをつけなかった学生 57 人 (32.8%) であった。オレンジリボンについて事前を知っていた学生は当日オレンジリボンをつけた割合が高かった。オレンジリボンについて事前を知っていることは啓発活動に協力してくれやすいと考えられる。

オレンジリボンの意味についての問いに正解していた学生は 317 人 (74.8%) であった。オレンジリボンをつけることとオレンジリボンの意味の理解の関係を見ると、大学祭でリボンをつけ理解した学生は 236 人 (89.1%) であった。オレンジリボンをつけたが正しく理解していなかった学生は 29 人 (10.9%)。オレンジリボンをつけなかった学生については、理解した学生 40 人 (53.3%) 正しく理解していない学生 35 名 (46.7%) であった。オレンジリボンをつけてくれた学生の方がつけなかった学生よりも理解度が高かった。

大学祭前にオレンジリボンを知っていた学生のオレンジリボンをつけることとリボンの意味の理解の関係 (表 3) をみると、大学祭でオレンジリボンをつけ理解した学生は 131 人 (87.3%)、つけず

理解した学生 18 人 (75%) であった。大学祭前にオレンジリボンを知っていた学生はリボンをつけなくても一定の正解率があった。リボンをつけることによって正解率が上がるのがわかった。

大学祭前にオレンジリボン知らなかった学生のオレンジリボンをつけることとリボンの意味の理解の関係 (表 4) をみると、大学祭でリボンをつけ理解した学生は 104 人 (91.2%)、大学祭

表 3. 大学祭前にオレンジリボンを知っていた学生のオレンジリボンをつけることとリボンの意味の理解の関係

	理解	誤解	合計
オレンジリボンをつけた	131	19	150
	87.3%	12.7%	100.0%
オレンジリボンをつけなかった	18	6	24
	75.0%	25.0%	100.0%
合計	149	25	174
	85.6%	14.4%	100.0%

(出所：奈良県児童虐待防止啓発方策検討事業報告書)

表 4. 大学祭前にオレンジリボン知らなかった学生のオレンジリボンをつけることとリボンの意味の理解の関係

	理解	誤解	合計
オレンジリボンをつけた	104	10	114
	91.2%	8.8%	100.0%
オレンジリボンをつけなかった	22	29	51
	43.1%	56.9%	100.0%
合計	126	39	165
	76.4%	23.6%	100.0%

(出所：奈良県児童虐待防止啓発方策検討事業報告書)

でオレンジリボンをつけず理解した学生は22人(43.1%)であった。学祭前にオレンジリボンを知らなかった学生でオレンジリボンをつけた学生とつけなかった学生を比較するとオレンジリボンをつけた学生の方が、理解が深まったと考えられる。

大学祭にオレンジリボンを知らなかったが大学祭でオレンジリボンを理解した学生の方が事前に知っていた学生より理解した学生が多かった。

c. オレンジリボンの応援について

今後、オレンジリボン運動を応援しますかという問いに対して応援すると回答した学生は90.3%であった。応援をすることとオレンジリボンをつけることについての理解度の関係を見ると、参加や理解していることに関係なく応援するという回答が多くあり、関連が見られなかった。今後検討が必要である。

V. 考察

1. オレンジリボン運動による啓発の効果

オレンジリボンをつけることとオレンジリボンの認識についてみると、リボンをつける事に協力してくれた学生の方が、協力してくれなかった学生よりも、事後の調査における「理解度」が高かったことが明らかになった。

オレンジリボンを着けるという行動を行なった学生は自らの選択により行動を行なっているために理解し記憶に残っていることが考えられる。また、実施したオレンジリボン運動の方法は、オレンジリボンと主旨を書いた説明文、学生の言葉で説明し伝えるという繰り返し啓発を行なうことで理解が深まり効果がうまれた。

オレンジリボンを付けるという参加型の啓発活動は、参加しているという実感が得られ印象に残りやすいと考えられる。

2. 次世代を担う若者が啓発を行なう意義

オレンジリボン運動の効果が認められた背景には、啓発活動を行う者と対象となる者が同年代という事もあり、啓発内容を身近に感じることができたからと考えられる。あたえられたことを行なうのではなく、啓発対象の若者が企画し、対象者の視点で自分たちが伝えたいことをどのような方法で伝えるかを考えることが啓発活動のポイントとなった。

オレンジリボン啓発活動を行なった学生達との振り返りから、オレンジリボンの説明を通して相手に正しく情報を伝える難しさや理解しリボンをつけてもらった喜びを学びとっていたことがわかった。オレンジリボン運動を通しての学びから実施学生自身が啓発活動の大切さを再認識しており活動を終えての達成感や満足度が高く今後のオレンジリボン啓発運動への意欲につながっ

た。

VI. おわりに

オレンジリボン運動の実践から、オレンジリボン運動によりオレンジリボンの認知度が上がったこと、啓発活動を行なった学生も活動を通して再啓発されたことなど、学生が行なったオレンジリボン運動は一定の啓発の効果が明らかになり、オレンジリボン運動に学生が参画・参加することの意義が見出せたといえる。

大学祭の参加者にもオレンジリボンの説明、配布を行ない、オレンジリボンを着用してくれる方が多く、大学祭に参加した誰もが啓発活動の広がりを感じ、会場の一体感がうまれた。また、オレンジリボンを通して、親が子どもにリボンの意味を説明したり、知った学生が知らない学生に説明したりという波及効果もうまれていた。オレンジリボンをつけることはつけた人だけを啓発するのではなく、そのついているオレンジリボンを見た人も啓発する存在になると言えるのではないだろうか。オレンジリボンをつけるという小さな行動ではあるが、継続的に行なうことにより大きな効果がうまれるといえる。

大学祭で実施したオレンジリボン啓発運動の方法は手軽で経済的負担も少なく運営しやすいイベント参加型の啓発のため、今後広がっていくことを期待する。場所や対象者、コストなどで啓発内容や方法を変え、啓発運動を積極的に行なわなければならない。そのためには、多くの啓発方法やツールを考える必要性があり、啓発の効果測定は難しいが啓発がどのように作用しているかを確認し次の啓発につなげなければならない。

引用文献

- 1) 厚生労働省:「社会保障審議会児童部会児童虐待等保護事例の検証に関する専門委員会第8次報告」(2012)
- 2) 松井一郎:「虐待の予防、早期発見および再発防止に向けた地域における連携体制の構築に関する研究」総括研究報告書(1999)
- 3) 厚生労働省:「社会保障審議会児童部会児童虐待等保護事例の検証に関する専門委員会第8次報告」(2012)
- 4) 厚生労働省:「社会保障審議会児童部会児童虐待等保護事例の検証に関する専門委員会第8次報告」(2012)
- 5) 厚生労働省ホームページ (URL: <http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/2r9852000002n0nn.html>)
- 6) オレンジリボン運動ホームページ (URL: <http://www.orangeribbon.jp/>)
- 7) 奈良県健康福祉部子ども女性局子ども家庭課児童虐待対策係:「奈良県児童虐待防止啓発方策検討事業報告書ー若者を対象とした児童虐待防止啓発事業ー」(2012)
- 8) 井上崇通:「消費者行動論」(同文館出版 2012)