

性役割意識と社会貢献意識を結ぶ「媒介意識仮説」の再検討

—昭和女子大学における学生意識調査の計量テキスト分析からの考察—

甲賀 聖士¹

Review of “Intermediated Consciousness Hypothesis” Linking Gender Role Consciousness and Community Service Consciousness

—Study based on Quantitative Text Analysis of Student Attitude Survey at
Showa Women's University—

Shoji Koga

1. はじめに

本研究は、女性が社会的な課題を個人の経験や体験を通して認識し、その課題の改善や解決の行為に至るまでの「意識の関係性」を明らかにすることを目的としている。

日本のソーシャルビジネス（以下、SB）やコミュニティ・ビジネス（以下、CB）で成果を上げている事例では、「女性ならでは」と呼ばれる考え方や視点が、女性の社会貢献活動の参加動機になり、独特な課題解決の方策を生み出すとしてもものとして、これまで強調されることが多かった。しかし、実際に解決すべき社会的問題の内容を見ると、例えば、病気になる子供の子育てと仕事の両立等性役割を担い、その当事者として直接関わり合う性質のものから、町興しや貧困問題等必ずしもその役割を担わず直接的に関わらない性質の問題にまで多岐に渡っている。だとすると、「女性ならでは」という女性の性役割やその意識のみによって女性は社会貢献活動に参加するのではなく、これ以外の意識にも社会貢献活動に参加するのに重要な意識があるのではないだろうか。例えば、就活において女子大学生は、女性のライフイベントやライフスタイルに配慮した就労条件や福利厚生を重視するが、これらの条件・制度が整っているからその企業に就業するのではなく、これ以外にも企業で働くことが誰かの役に立ち、そのことに働きがいを感じることも重要視している。本研究では、このような問題意識から、女性は、単純に性役割意識が社会貢献意識を高めることによって社会貢献活動に参画していくのではなく、性役割意識は、あくまでも社会

*本研究は 2018 年度昭和女子大学現代ビジネス研究所の助成を受けたものである。共同研究員として次の昭和女子大学学部生が参加した。古閑光子（生活科学部健康デザイン学科 3 年）、Shen Yuwei（人間社会学部福祉社会学科 3 年）、吉田奈央（人間社会学部福祉社会学科 2 年）

¹ 昭和女子大学 現代ビジネス研究所 研究員

貢献意識を高めるきっかけのひとつであり、「生きがい」や「働きがい」の意識を高めることこそが重要で社会貢献活動の参加に繋がっていくという仮説を立てた。そして女子大学生の意識を事例としてアンケート形式で調査し、その意識の関係性が成立しているかを検定した。

まず筆者は、むしろ女性の性役割そのものを社会的課題とする、女性が自ら進んで「イエ」から外に出て行って社会的課題を事業活動により解決する事例を取上げた農村女性起業研究に着目した。農村部の女性は、大家族での家事、育児、介護を一手に担ったが（澤野、2010）、「生きづらさ」の感情が伴う場合もあった（澤野、2012）。「アンペイドワーク」と呼ぶようにこれらの労働の場としての「イエ」は、「働きにくさ」の感情を伴う場でもあった。同じような感情を抱く地元の女性が集まって農産物の販売や加工を行う取組みが、まずはこの個人的な感情の解消をもたらし、この活動の成功や周囲からの評価により地元へ貢献するという社会性を伴った「働きがい」の意識が活動に参加した女性に芽生えた。成功体験を糧に活動規模の成長、事業分野の広がりに伴い「働きがい」の意識は、個人的な問題の解消から地元やより広く社会へ貢献したいという意識に膨らんでいった（澤野、2012）。つまり、女性自身の「生きづらい」という個人的な問題を解消するため社会活動に参加してみると、自制してきた意識が解かれて働きやすさを感じ、働きがいを実感することになった。そのことが「男は外で働き、女性は家庭を守る」という個人の性役割意識に束縛された生き方の解消をもたらし、身近な場での「社会に役に立つ」実績や成果の積み重ねにより社会に貢献するという意識が徐々に大きくなっていくのであり、最初から「女性は外で働くべきである」と考えて社会のために役立つことのみを目的にその活動に参加するのではないことを示している。

筆者は、これを「女性の『社会貢献意識』は、『性役割意識』が『働きやすさ』と『働きがい』の意識を通じて高まっていく」という仮説(以下、媒介意識仮説)としてとらえ、「性役割意識→働きやすさ→働きがい→社会貢献意識」という図式で意識が高まっていくと考えた。例えば、「男は外で働き、女性は家庭を守る」と考えている(いない)人は、社会的課題を解決するための事業活動への参加率が低い(高い)が、それは直接的な相関関係はない。むしろ、「男は外で働き、女性は家庭を守る」と考えている(いない)人は、日本の職場は働きやすい(にくい)と考えがちであり、職場で働きやすいと考えている(いない)人は、働きがいがある(ない)と考えがちであり、そのことが、社会的課題を解決するための事業活動への参加が高い(低い)ことにつながっている、ということである。

この仮説が正しいとすれば、「働きやすさ」と「働きがい」が社会貢献活動への女性の参画を高める指標となり、これらの意識を高めるための就労条件や環境、働くことへの満足度等の具体的な要件は、女性の社会貢献活動への参画を活性化する条件として具体的に検

討していくことができる点において意味がある。

この検証として、筆者は 2016 年度に経済産業省（以下、経産省）が選定した SB55 選事業団体（以下、55 選団体）、2017 年度に昭和女子大学（以下、本学）の大学院または学部 に所属する女子学生（以下、女子学生）に選択式回答票によるアンケートを実施した。地域産業振興、地域活性化・街作り、障害者・高齢者・ホームレス自立支援、子育て支援、環境保護・保全、保健・医療・福祉等の事業に携わる女性と女子学生から得たアンケート回答結果のデータを用いてピアソンの積率相関係数（以下、相関係数）により検証を行った²。その結果、図 1 の通りの相関係数から³、性役割意識と社会貢献意識には 55 選団体の女性・女子学生共に相関性がないという、「最初から『女性は外で働くべきである』と考えて社会に役立つ活動に参加するのではない」ことを裏付ける結果を得た。また、「働きやすさ」、「働きがい」、「社会貢献」のそれぞれの間には、55 選団体の女性・女子学生共に相関性が認められることから、「働きやすさ→働きがい→社会貢献意識」の図式が意識において繋がる裏付けを得た。しかし、55 選団体の女性・女子学生共に「働きやすさ」、「働きがい」はいずれも「社会貢献意識」と相関性はなく、働きやすさ、働きがいの実感が個人の

² 筆者の 2016 年度、2017 年度昭和女子大学現代ビジネス研究所助成金採択プロジェクトにて実施した。仮説は、以下の通りである。仮説 A 「性役割意識」と「社会貢献意識」に相関性はない。仮説 B 「性役割意識」・「働きやすさ」・「働きがい」・「社会貢献意識」の関係において、次の a~c は、すべて相関性はない。a.性役割意識・働きやすさ b.働きやすさ・働きがい c.働きがい・社会貢献意識。2016 年度は、経済産業省が優れたソーシャルビジネスの事業例として選定した 55 の事業組織に就労する女性就労者を対象にアンケート用紙を各団体に 2016 年 12 月に郵送して回答を依頼、11 事業団体 113 名から回答を得た。団体からの回収率は 20%、有効回答は 106 名（平均年齢 47.6 才±4.10）であった。2017 年度は、2017 年 12 月に昭和女子大学の大学院または学部 に所属する女子学生を対象に一般教育科目履修者に講義の一部で担当教員の協力を得て実施した。有効回答者は 494 名（平均年齢 19.5 才±0.25、当該年度在籍学生数 5,558 名に対して要求精度 5%、信頼率 95%を満たすサンプル数）で、母集団である本学女子学生を代表するのに必要な回答者数（360 名）を満たした。検証仮説、方法及び結果の詳細は、甲賀（2017・2018）を参照。尚、昭和女子大学で行ったアンケートの内容（抜粋）は、下記表 1 の通りである。

表1 昭和女子大学学生へのアンケート項目抜粋

設問		質問内容	回答形式	選択肢
分類	番号			
I	1	将来職場の方針や施策決定に参加したいですか、したくないですか？	多項選択	4
	5	日本の職場は働きやすいと思いますか、働きにくいと思いますか？	多項選択	4
	8	日本の職場は、やりがいがあると思いますか、ないと思いますか？	多項選択	4
	13	あなたは、「男性は外で働き、女性は家庭を守るべき」と思いますか、思いませんか？	多項選択	5
	16	あなたは、社会のために役立つことをしたいと思いませんか、思いませんか？	多項選択	4
	18	あなたは、社会のために役立つことをしていますか、していませんか？	多項選択	4
	20	問20あなたは、ボランティア、社会貢献事業等の活動に参加していますか、いませんか？	多項選択	3

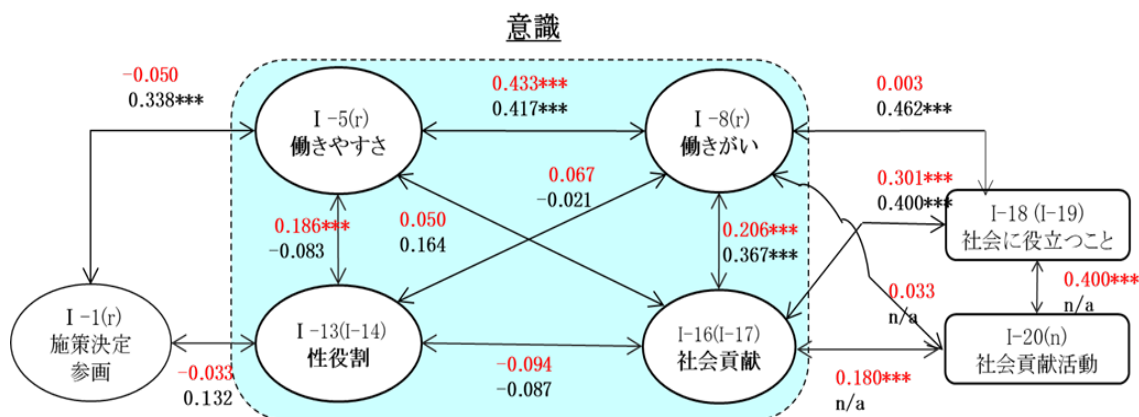
分類 I は事業参画、ジェンダー、社会貢献等に関する「意識」や「実態」についての設問。質問内容は、実際のアンケート用紙に記載した内容をそのまま転記。

（出所）筆者作成

³ 仮説 A は相関性が認められず（本学-0.094,55 選団体-0.087）、仮説 B は b.（働きやすさ・働きがい）は弱い相関あり（本学 0.433,55 選団体 0.417）、c.（働きがい・社会貢献）はやや相関あるものの（本学 0.206,55 選団体 0.367）、a.（働きやすさ・性役割意識）は、相関が認められなかった（本学 0.186,55 選団体-0.083）。女性の職場での施策決定への参画が性役割意識と相関が認められず（本学-0.033,55 選団体 0.132）、働きやすさに対しては 55 選団体のみやや弱い相関が認められた（0.388）ことによりこのような結論に至った。相関係数における相関の強さは、 $0.2 < |r| \leq 0.4$ は弱い相関あり、 $0.4 < |r| \leq 0.7$ はやや相関あり、 $0.7 < |r| < 1.0$ はかなり強い相関あり、1.0 または-1.0 は完全な相関を示す。

性役割意識の解消をもたらすことを裏付ける結果は得られなかった。

このような相関係数による仮説検証で、社会貢献活動に至る意識の関係性を「ある」・「なし」の二分法で示すことができたが、その意識の背後にある文脈やその意味をも含めて、意識の関係性を検証、理解するには至らない。そこで本稿では、文脈レベルでも媒介意識仮説が支持されるか再度検討を行った。



注)
 ***は1%水準、**は5%水準、*は10%水準で有意であることを示す。上段赤字は昭和女子大学、下段黒字はSB55選団体の相関係数を示す。括弧内は同一の質問内容で、2016年度SB55選団体向けアンケートでの設問番号。括弧内nは、当該質問が無いこと、rは同一質問で実態について質問していることを示す。括弧外は2017年度昭和女子大学向けアンケートでの設問番号。

図1 昭和女子大学とSB55選団体のアンケート調査での相関性
 (出所) 筆者作成

2. 先行研究⁴

2.1. SB 研究における女性の位置付けと内面の研究

日本のCBやSB研究では、「女性」を研究対象として取上げることが多い。斬新な事業アイデアを生み出す独自の「女性目線」(高橋・本庄、2017)、事業活動で困難に直面する「女性経営者」、貧困に苦しむ「女性の救済」、理不尽な境遇・待遇に置かれた女性⁵がその事例である。受動的・能動的な態度、不利益を被る・理不尽な目に遭う側、問題を解決する側、事業推進者等様々な立場の女性を取上げる。女性が事業活動の先頭に立つ、あるいは女性を多数動員したCBやSBの成功事例は、とりわけ「話題性」が高い。しかし、SB研究ではこれらの問題に対して女性の内面にまで踏み込んだ研究はほとんどない。切り口は多様だが、これらのいわゆる「女性ならでは」という性別が良かれ悪かれ特異なものであるとすると、社会貢献の実践に向う女性の内面の動きは、「社会問題の認識→社会貢献意識→社会貢献活動の実践」という単純な図式では説明しきれないであろう。これが本研究で「意識の関係性」を取上げる理由である。

⁴ 甲賀(2017・2018)の先行研究レビューを参考にした。

⁵ 例えば、家庭で育児や介護を担い、仕事との折り合いをつけなければならない点が挙げられる(女性とソーシャルビジネス研究会、2014)。

2.2. 女性による SB の実態

事業実践では、2008 年頃より経産省が SB の普及を進めるが、その狙いは日本経済の活性化である⁶。飯島（2016）、栄沢（2007）、鹿住（2016）は、女性の社会貢献事業の成功を、女性のエンパワーメント、新しい事業分野の掘り起こし、工夫を凝らした実践手法として評価する。服部（2015）は、むしろ女性の逆境に着目、これを逆手に取る。女性の困難な生活や労働環境こそが、問題解決における女性の優位性の源泉と論じる。その困難の根底には、伝統的な性役割の意識や分業が伴う。女性とソーシャルビジネス研究会（2014）や巴活（2014）は、アンケートより資金調達、専門知識や実践ノウハウの習得等女性による事業の厳しさを明らかにしたが、そもそも女性は家庭での育児や介護を担い、家庭と仕事の折り合いをつけなければならない。

2.3. 農村・都市における女性の社会貢献の意識や活動の高まり

性役割と社会貢献の意識が結びつき、社会貢献活動の実践にまで発展したのが農村女性起業の事例である（澤野、2012）。農村社会学では、家父長的社会制度による性別役割分業からの女性の解放や、女性の地位向上を考察してきた。家での女性の「生きづらさ」という個人的な問題を、農協等既存の組織や地縁を活用して、まずは地元の直売所を通じ加工農産物を販売する事業活動を通じてその解消を図った。女性の「志」に加え、この成功体験、達成感そして周囲からの高い評価は、事業を農業レストラン、農家民宿へ拡大する成長の原動力となった。このプロセスにより事業は配食、デイサービス等地域に貢献する事業にも広がった（澤野、2012）。澤野はこれらを「社会的起業」と呼ぶが、同様の事例で坪井（2013）、西山（2013）は SB と呼んだ。

都市部でも女性は家から外へ向かった。農村で女性を悩ませたイエ・ムラ的なものが都市部では失われつつあり、生活上の問題の解決は女性に委ねられた。趣味・学習・スポーツ等個人の地域での活動を通じた繋がりが、生活者としても深まり消費者運動・住民運動の地域活動に成長、地域や女性の経済的自立に貢献した（栄沢、2007）。

これらの事例では、農村も都市も個人の問題が社会貢献の意識や活動へと高まっていく過程を分析しており、社会貢献意識の高まりには性役割意識が関係していること、そして、それは働きやすさ、働きがいの意識を通じて社会貢献の意識へと高まっていくという意識モデルの存在を示唆している。

⁶ 経済活性化が目的、手段は SB ならば、社会問題に敏感であるはずの社会貢献活動が、社会問題の一つでもある様々な女性の生きづらさをむしろ固定して、更に増進してしまうという逆説をはらむであろう。

3.媒介意識仮説の再検討―「文脈の共起性」による関係性の検証

3.1. 仮説

媒介意識仮説が、これまで本研究で行ってきた「意識の相関性」の検証と同様に、文脈レベル＝女性自身の言説でも支持されるのであれば、本研究で取上げる意識について女性が意見や考えを表明する際、ある意識を象徴する言説には、相関性がある別の意識を象徴する言説を伴って表明される（相関性がない別の意識には、表明されない）はずである。この別の意識の言説を伴い表明する、しない＝共起する、しない点（「文脈の共起性」）に着目して、作業仮説を立て検討を行った。作業仮説は次の通りである。

仮説①「性役割意識」と「社会貢献意識」各々の意識を象徴する各々の言説は、相伴い表出しない。

仮説②「働きやすさ」・「働きがい」・「社会貢献意識」各々の意識を象徴する各々の言説は、相伴い表出しない。

仮説③「性役割意識」と「働きやすさ」各々の意識を象徴する各々の言説は、相伴い表出しない。

上記の作業仮説は、本稿の冒頭で述べた「意識の相関性」における仮説A・B（注2参照）に次の通り対応する。仮説A→仮説①、仮説B→仮説②、仮説B-a→仮説③である。仮説③は、仮説②-aの「意識の相関性」での棄却結果を「文脈の共起性」でも確認するために加えた。

3.2. 調査対象と方法

昨年度同様、本学女子学生を対象に記述式質問票によるアンケートを行い 96 名から回答を得た（平均年齢 20.1 才±0.54）⁷。設問と回答状況は表 2 の通りである。1 つの設問の回答箇所は、縦 6.5cmx 横 18cm の空欄である。1 つの設問に対して女子学生は思いついた順に最大 3 つまで回答するので、3 つの空欄（スロット）を設定、回答者は 1 スロット縦約 2.2cmx 横 18cm の空欄に最大 3 スロット分記載できる。回答者が 96 名なので、288 スロットがこのアンケートの 1 設問当たりの回答上限枠となり（3 スロット x96 名）、合計 4 問なので、回答全体の上限枠は 1,152 スロット（288 スロット x4 問）となる。

⁷ 4 つの記述式設問と年齢、学年、所属学科を多項目選択式で問う内容で構成されている。3 名の共同研究員チームでアンケート調査を行った。実施日・実施場所は、2018 年 12 月 17 日 15 時～17 時、18 日 17 時～18 時の 2 回、前者は本学 8 号館 1 階学生ホール、後者は本学カフェテリアのソフィアにて無作為に行った。

設問は、作業仮説①～③それぞれに対応して設計した。設問 3 は仮説①に、設問 2 は仮説②に、そして設問 4 は仮説③

表2 記述式アンケートへの回答状況

に対応する。媒介意識仮説の図式に沿って設問が構成されている。回答者は思い浮かぶことをその順番通りに自由に回答用紙に記述でき、各々の意識や意識の繋がりに対する回答者の意見や考えを導き出せるようになっている。

尚、調査により取得した個人情報情報は、研究目的以外には使用せず、当該プロジェクト代表者である筆者の責任の下に取扱い、厳重に保管して安全管理の徹底を図っている。

【設問】

- 問1 「学習意欲」「大学生生活の満足」「働きがい」についてあなたが考えるとき、どんなことが思い浮かびますか。思いつくものから順に3つまで、何でもご自由にお答え下さい。
- 問2 「働きやすさ」「働きがい」「社会貢献」についてあなたが考えるとき、どんなことが思い浮かびますか。思いつくものから順に3つまで、何でもご自由にお答え下さい。
- 問3 「性役割」「社会貢献」についてあなたが考えるとき、どんなことが思い浮かびますか。思いつくものから順に3つまで、何でもご自由にお答え下さい。
- 問4 「理想の結婚生活」「性役割」「働きやすさ」についてあなたが考えるとき、どんなことが思い浮かびますか。思いつくものから順に3つまで、何でもご自由にお答え下さい。

【回答】

回答者数 95名

設問	回答スロット	1	2	3	計
1	最大スロット	96	96	96	288
	回答数	96	81	62	239
	回答率	100.0%	84.4%	64.6%	83.0%
2	最大スロット	96	96	96	288
	回答数	96	78	56	230
	回答率	100.0%	81.3%	58.3%	79.9%
3	最大スロット	96	96	96	288
	回答数	91	58	39	188
	回答率	94.8%	60.4%	40.6%	65.3%
4	最大スロット	96	96	96	288
	回答数	94	74	53	221
	回答率	97.9%	77.1%	55.2%	76.7%
計	総スロット	384	384	384	1,152
	回答数	377	291	210	878
	回答率	98.2%	75.8%	54.7%	76.2%

3.3. 分析方法⁸

(出所)筆者作成

共起関係を分析するソフトウェアとして、フリー・ソフトウェアの KH Coder (Version 3.Alpha.14) を使用した⁹。このソフトウェアは、テキストデータをグルーピングのラベルとなるコードと結び付け、それぞれを網羅的かつ迅速に検索・抽出、互いを自由に行き来する機能を併せ持つため、テキストデータの脱文脈化と共に、出現パターンや法則をテキストデータへ再文脈化して確認することができる。アンケートの記述を文脈として扱い、これらの共起関係の検証を行う本稿の目的に KH Coder は適している。

KH Coder を用いた分析手順は次の通りである。まず記述式質問票に記載された内容をすべて回答通り正確に入力したテキストデータファイルを作成する。次に、KH Coder を介してテキストデータファイルから頻出語上位一覧表を出力、頻出語集の特徴から各意識

⁸ 以降の図表で出所記載がない場合、情報は KH Coder から出力された図表を示す。

⁹ KH Coder では、テキストデータが単語・文節にコーディングされ、自然言語処理プログラムにより数値に変換される。この数値を統計処理することにより、テキストデータの単語・文節・文書レベルで出現パターンや法則を解析することができる。このテキストデータの脱文脈化により、分析者の恣意性を排除し、データ分析の客観性・再現性等を担保する。数値化及び統計処理の手法を用いる点において量的研究方法と同じという批判があるが、後述の通り KH Coder では、出現パターンや法則をテキストデータに再文脈化することができるので質的研究方法の手法として、あるいは両者を併用する手法として用いることができる。

の背景にある文脈を俯瞰する。続いて、設問毎のテキストデータを 2 次元散布図に出力、語彙の配置から設問毎、設問間の俯瞰的な特徴をつかみ作業仮説を検証する手掛かりを探る。最後に、設問毎の共起ネットワーク図を出力して、分析対象である 4 つの意識を象徴する語彙の表出の有無、語彙間の共起性の有無、Jaccard 係数による共起関係の強度、更に、共起ネットワークで「媒介」・「次数」・「固定ベクトル」の中心となる語彙を確認、これらを総合的に分析して作業仮説を検証する。

4. 検証結果と考察

4.1. 頻出語彙の特徴

テキストデータファイルから 96 名の全設問への回答 878 スロット（表 2 参照、スロット回答率 76.2%）に記述された単語・語句数を KH Coder より抽出した。総抽出語数（テキストデータすべての語の延べ数）は 5,910（内使用数 3,049）、異なり語数（テキストデータに何種類の語が含まれるかを示す数）は 1,066（内使用数 848）、出現回数平均は 3.6、出現回数の標準偏差は 7.96 であった。頻出語上位 150 語は表 3 に示した通りである¹⁰。

表 3 の最左端列「仕事」から「充実」までの上位 25 位の語彙は、メディアや学術研究で取上げる家事や育児に関する馴染みの語彙が並ぶ。以降下位は、これらの語彙の各論の語彙が主である。

表3 頻出語上位150語一覧

抽出語	回数	抽出語	回数	抽出語	回数	抽出語	回数	抽出語	回数	抽出語	回数
仕事	54	人間	17	男	11	家族	7	今	5	主婦	4
自分	54	楽しい	16	取り組む	10	活	7	参加	5	助ける	4
女性	49	興味	16	周り	10	産休	7	思いやり	5	笑顔	4
社会	48	好き	16	将来	10	残業	7	就	5	上司	4
働く	48	職場	16	理解	10	助け合う	7	出る	5	人生	4
家事	42	性	16	アルバイト	9	進出	7	出産	5	制度	4
思う	36	大学	16	意欲	9	相手	7	性別	5	尊重	4
環境	33	働きがい	16	会社	9	地域	7	成長	5	旦那	4
人	33	育休	15	感謝	9	満足	7	知識	5	知る	4
貢献	32	学習	15	協力	9	優しい	7	得る	5	仲	4
関係	30	給料	15	差別	9	言葉	6	良好	5	仲良し	4
役割	28	子育て	15	産む	9	行う	6	力仕事	5	評価	4
子ども	24	感じる	14	趣味	9	授業	6	話す	5	雰囲気	4
男女	23	夫婦	14	勉強	9	就職	6	やる気	4	聞く	4
生活	22	平等	14	役に立つ	9	他人	6	イメージ	4	保育	4
家庭	20	ワーク	13	両立	9	友達	6	モチベーション	4	目標	4
男性	20	持つ	13	学ぶ	8	それぞれ	5	育	4	問題	4
分担	20	お互い	12	企業	8	サークル	5	育てる	4	役職	4
良い	20	バランス	12	考え	8	学生	5	外	4	様々	4
お金	18	厚生	12	収入	8	活動	5	気持ち	4	旅行	4
ボランティア	18	女	12	達成	8	関わる	5	金	4	ありがとう	3
育児	18	福利	12	分野	8	頑張る	5	幸せ	4	コミュニケーション	3
結婚	18	友人	12	理想	8	休み	5	考える	4	バイト	3
時間	17	ライフ	11	安定	7	経験	5	妻	4	ブラック	3
充実	17	共働き	11	家	7	高い	5	思える	4	安心	3

¹⁰ 頻出語抽出では、テキストデータの品詞種類を指定して、抽出（または、非抽出）できる。指定できる品詞は、名詞・サ変名詞・形容動詞・固有名詞・組織名・人名・地名・ナイ形容・副詞可能・未知語・感動詞・タグ・動詞・形容詞・副詞・否定助動詞があり（以上、KH Coder での品詞体系名称）、この他にも名詞の平仮名、漢字 1 字表記、漢字含む表記等の種類、動詞もひらがなのみ、漢字含む等の表記方法の違いによる種類がある。これらを抽出条件として利用者は設定できる。ここでは、名詞 B・動詞 B・形容詞 B・副詞・否定助動詞・形容詞（非自立）を指定しないデフォルト設定で抽出を行っている。尚、動詞・形容詞等活用を伴う品詞はひとつの単語にまとめている。

4.2 2次元散布図の特徴

図 2 は、各設問への回答結果を同時布置した 2 次元散布図である。

台風目（原点(0, 0)付近）と目を取り巻く雲の様な布置である。回答に表出する頻度の多さに応じて語彙を囲む円が大きくなる（図 2 Frequency、後述の共起ネットワーク図も同様）。設問 3 と設問 4 は左右位置（図中の赤線四角形の左右位置関係）で近接しているので、この 2 つの設問の回答内容が似ていることを示す。設問 3 は、「出産」・「産む」、「男」・「女」・「平等」、設問 4 は「結婚」・「家事」・「家庭」・「子ども」・「育児」、「夫婦」・「分担」・「共働き」等家族へのケアや家事の語彙が並び、このケアに対する夫婦間の平等や分担等同じニュアンスを持つ語彙が共に並ぶ。設問 2 は、家族へのケアや夫婦間の平等に関する語彙は一切なく、「福利」・「厚生」・「残業」・「ボランティア」等就労先の環境や条件、社会貢献を象徴する語彙が並ぶ。



図 2

4.3. 共起ネットワークによる仮説検証

共起ネットワーク図で分析する語彙は、最小出現数 5、かつ頻出上位 60 語を抽出条件とし、設問毎＝作業仮説毎に KH Coder から共起ネットワーク図を出力した。図中の Subgraph の通り、共起関係を有する語彙群毎に自動的にグループ分け（同時に識別色分け）される。語彙間に共起関係を有する場合は語彙間を直線で結び、その直線の線種で共

相度合いの強弱を示す¹¹。その強弱の根拠となる Jaccard 係数も直線上に表示される¹²。これに加えて筆者が分析した語彙群間の特徴的な繋がりを、黒実線丸・青実線丸（同じ特徴を持つ語彙群が複数箇中に布置する場合）・赤点線丸・緑実線丸で識別番号と共に箇中に追記した。共起ネットワークにおける媒介・次数・固定ベクトルの3つの中心性については、KH Coder の中心性毎の共起性ネットワーク図で確認、その特徴をまとめたものが表4である¹³。

上記の分析により得られた作業仮説の検証結果は以下(1)～(3)の通りである。

設問	仮説	ネットワーク			中心性			特徴				
		N	E	D	分類	1	2	3	①	②	③	④
1	-	29	65	.160	媒介 次数 固定	生活 大学 大学	取組む 生活 生活	勉強 満足 満足	大学での 学習・学 び	仕事の目 的・意味	人間関係	-
2	④	24	61	.221	媒介 次数 固定	人 勤く 社会	働く 社会 貢献	関係 貢献 働く	社会で働 く意味	人間関係 を含む職 場環境	地域に役 立つ	就労条件
3	③	23	64	.253	媒介 次数 固定	女性 女性 女	思う 仕事 男	役割 社会 仕事	男女平等 の性役割	育児・家 事・仕事	女性の社 会貢献	-
4	⑤	31	60	.129	媒介 次数 固定	家事 結婚 ワーク、 ライブ、 バランス	結婚 理想 -	理想 家事 -	家庭・仕 事での男 女の役 割、分担 の在り方	理想の結 婚・家庭 生活	-	-

表中の「中心性」における1～3の数字は中心性の高い順位を示す。「特徴」は、図3～5の黒実線丸、青実線丸の特徴を示す。

(出所)筆者作成

(1) 仮説①「性役割意識」と「社会貢献意識」を象徴する言説の共起関係

¹¹ 点線→細実線→太実線の順で共起関係が強くなる。この強度を数値で示した Jaccard 係数の解釈は注12を参照。

¹² Jaccard 係数の解釈は、 ≥ 0.1 関連がある、 ≥ 0.2 強い関連がある、 ≥ 0.3 とっても強い関連がある、を示す。

¹³ 紙面の都合上、各中心性の個別の共起ネットワーク図の記載は省略、当該図から各中心性の特徴を比較した表4を本文に記載した。ネットワーク情報はN, E, Dの数値表記となる。NはNodeでネットワーク図に描画されている語彙数、EはEdgeで語彙間を結ぶ数、DはDensityでネットワーク全体の密度を示す。各中心性の強さの順位付けは次の基準に基づく。各語彙のCentralityが、媒介は ≥ 40 、次数は ≥ 6 、固定ベクトルは ≥ 0.5 。Centralityは共起ネットワークの語彙の濃度（円の中に語彙が記載され、円の内部が青から薄緑・薄黄色・白までのグラデーション、濃淡で表示される）で判断されるが、より色が濃い青に近い方がCentralityの数値が大きいことを意味するので上位の順位とした。濃度が同等とみなされる場合は、Frequencyを示す抽出件数の多い方を高い順位とした。但し、テキストデータから女子学生の意見や考えやが読みとれない動詞、形容詞、名詞等(例えば、思う、大きい、人等)は順位付け対象から除外した。上記基準に該当する語彙が無い場合は「-」とした。

仮説①（「性役割意識」と「社会貢献意識」各々の意識を象徴する各々の言説は、相伴い表出しない）は支持される。

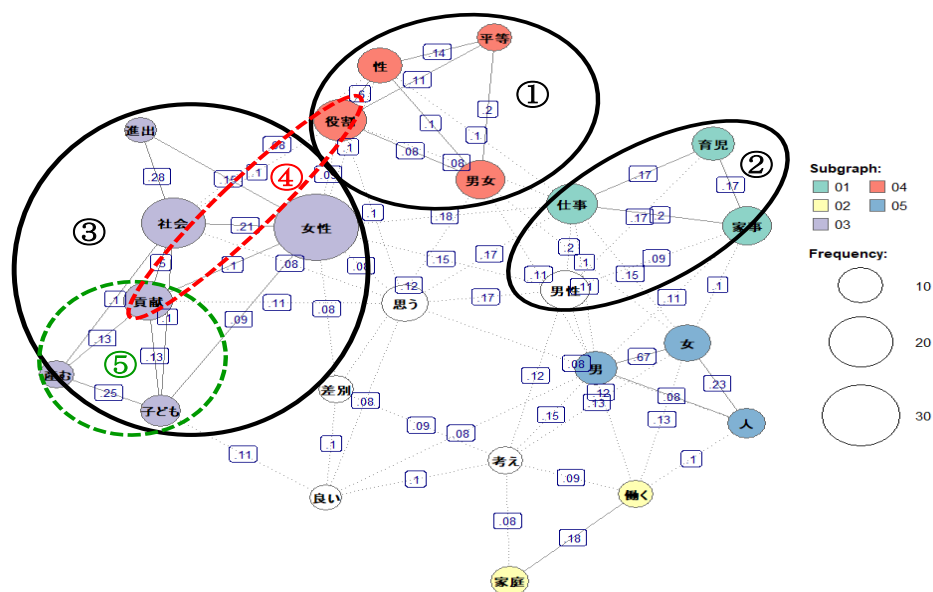


図3 共起ネットワーク（設問3＝仮説①）

決定的な理由は、「性役割意識」を象徴する語彙である「役割」と「社会貢献意識」を象徴する語彙である「貢献」には、共起関係はない＝直線で繋がらないからである（図3-④）。

この「役割」は、性役割を象徴する共起性を有する語彙群の「役割」であり（図3-①）、同様に「貢献」は、女性の社会貢献を象徴する共起性を有する語彙群での「貢献」であるから（図3-③）、この「役割」と「貢献」に共起関係がないことは、「性役割意識」と「社会貢献意識」を象徴する語彙に共起関係はなく、よって相伴い表明されないことを示す。

また、図2の対応分析においても、出現頻度が高い特徴的な語彙として「出産」・「産む」、「男」・「女」・「平等」等の性役割意識を象徴する語彙が現れる一方、社会貢献意識に関わる語彙は見当たらない。更に、表4の共起ネットワークの3つの中心性の指標も、その第1位はすべて女性で、社会貢献を象徴する語彙は中心性になく図2の特徴に符合する。

(2) 仮説②「働きやすさ」 - 「働きがい」 - 「社会貢献意識」を象徴する言説の共起関係

仮説④（「働きやすさ」 - 「働きがい」 - 「社会貢献意識」各々の意識を象徴する各々の言説は、相伴い表出しない）は、棄却される。

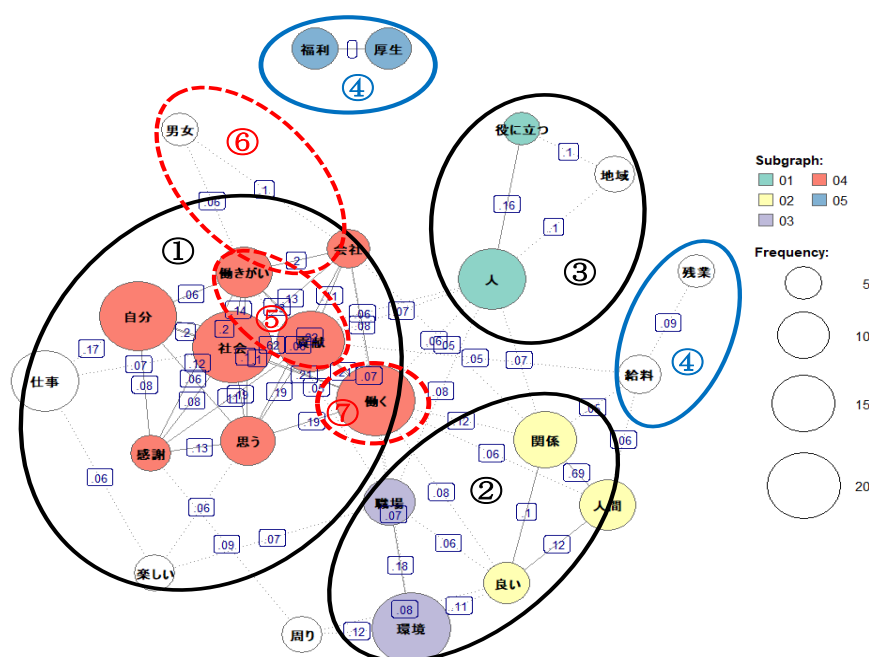


図4 共起ネットワーク (設問 2 = 仮説②)

その理由は、第 1 に、「働く」(図 4-⑦) が、「社会貢献」を象徴する共起性を有する語彙群 (図 4-③)、「働きやすさ」を象徴する共起性を有する職場環境の語彙群 ((図 4-②)、「働きがい」を含む社会で働く意味を象徴する共起性を有する語彙群 (図 4-①) の各語彙に直線で結びつく = 共起関係があるからである。表 4 でも、媒介・次数・固定ベクトルの中心性の上位に「働く」がありこれを裏付ける。

第 2 に、個々の語彙の繋がりでも、「働きがい」・「貢献」・「働く」・(「職場」・「環境」、「関係」・「人間」) となっており、「働きがい」・「社会貢献」・「働きやすさ」の意識を象徴する語彙で繋がっている。「働きがい」・「貢献」・「働く」の Jaccard 係数も、「働きがい」・「貢献」0.12・「貢献」・「働く」0.21、「働く」・「関係」・「人間」の係数も、「働く」・「関係」0.12・「関係」・「人間」0.69 であり、「強い関連がある」、「とても強い関連がある」を含む共起関係を示している。

ところで、「働きがい」と繋がっている「男女」、「会社」(図 4-⑥) は、一見「働きがい」や「働きやすさ」を象徴する語彙ではない。しかし、「男女」のテキストデータでは、例えば、ある女子学生の「男女差別のない会社→働きがいの高い会社」という記述が確認でき、「働きがい」と「働きやすさ」に繋がっていることを示す。「会社」も同様に、テキストデータでは「働きがい」と結びつけた女子学生の記述が多い。ここでの「男女」、「会社」は、「働きがい」や「働きやすさ」を象徴する語彙である。

(3) 仮説③「性役割意識」と「働きやすさ」を象徴する言説の関係

仮説③（「性役割意識」と「働きやすさ」各々の意識を象徴する各々の言説は、相対的に表出しない）は、棄却される。

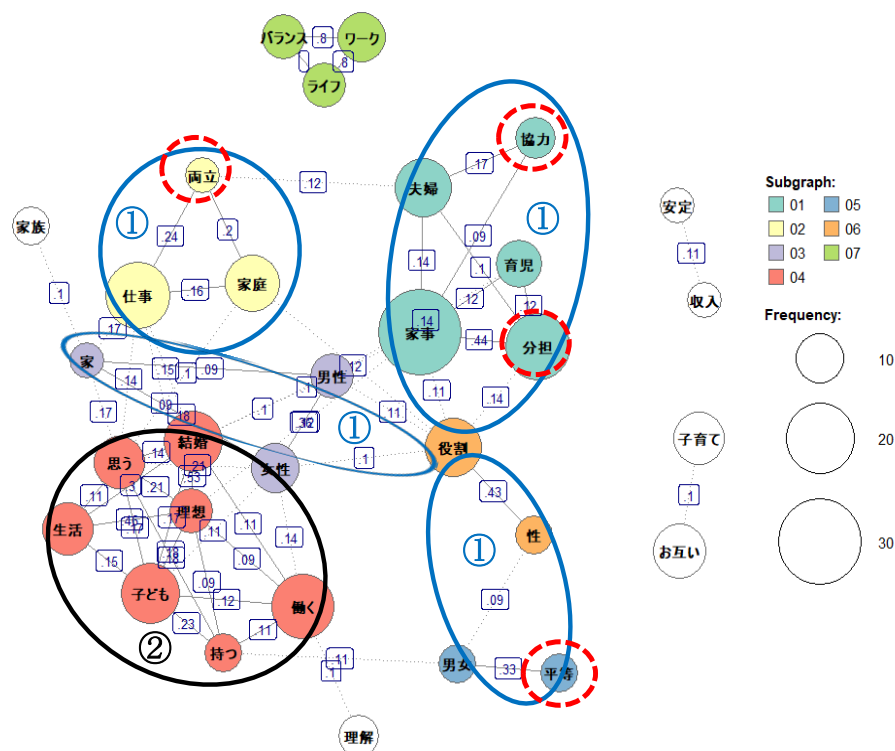


図5 共起ネットワーク（設問4＝仮説③）

その理由は、以下の共起関係の構図を示すことによる。図5で「性役割意識」を最も象徴する語彙は、中心部に位置する「男性」・「女性」・「役割」であり、三角形で結ばれている（各辺が共起関係）。例えば「男性」では、「男性も育児に積極的に取り組むこと」、「男性も協力し合ってくれることです」という記述、「女性」では、「女性である以上、女性が思い通りに働くのは難しいと思う」という記述通り、女子学生は、性別による役割の在り方を記述している。「取り組んでくれれば、協力し合ってくれば、思い通りに働きやすい」という女子学生の主張が読み取れ、「性役割意識」と「働きやすさ」が共起している。

「男性」・「女性」・「役割」の各語彙も、「働きやすさ」を象徴する共起性を有する語彙群（図5-①a,b,d）で鍵となる語彙と直線で繋がっている。その中でも媒介・次数の中心性が上位に位置する「役割」は、「家庭」（図5-①a）・「家事」（図5-①b）・「性」（図5-①d）と直線で繋がる。その各語の語彙群の中も、図5-①aは「家庭」と「仕事」、図5-①bは「家事」と「育児」、図5-①dは「男女」、つまり、そもそもの性役割で繋がる。これらは女性の「働きやすさ」を妨げる背景であるからこそ、各語彙群での赤点線丸の「両立」（図5-①

a)・「協力」「分担」(図 5-①b)・「平等」(図 5-①d) が、あるべき姿(目標・目的)としての象徴的な語彙として共起性を伴って表出している。「女性」(図 5-①c)と直線(図 5-②)で繋がる「働く」の文脈は、明快にこれを示す。例えば、次のある女子学生の記述である。「働きやすさ:女性が働きやすい環境、休み(育児・介護有給)」。この様な文脈の記述が「働く」に多い。

4.4. 考察

以上の通り、仮説①が支持、仮説②・③が棄却された結果、文脈レベルでの媒介意識仮説は、本学の事例では支持されることが示され、「性役割意識」が「社会貢献意識」に直接反映されるわけではない、という知見を得た。

特徴的なのは、女子学生の「働きやすさ」の主張や意見には二面性があることである。図 2 の語彙の布置が示す通り、「働きやすさ」が公的空間での就労条件や人間関係を含む職場環境への注目を示す一方、家事労働や子育てへの強い意識と、男性へのその役割負担を求める要望を示している。これは、女子学生が、「働きがい」を念頭に置くと前者に注目、性役割を念頭に置くと後者に注目するという「働きやすさ」の文脈に二面性があると言える。但し、後者の「性役割意識」は、「社会貢献意識」に繋がっていない。

この「性役割意識」も注意深く見れば、家事労働や子育てに対する強い意識は、「男は仕事、女は家庭」から、女性は「仕事も、家庭も」に、「性役割意識」が移行したと言える。女性が「家庭も」という考え方を持つ時、いわゆるジェンダーとは別の「愛による再生産役割」に分化しているという解釈もある(大和、1995)。女性が依然として別の理由でこの役割の主たる行為者と自認するのであれば、「家庭も」という考え方も頷ける。この場合、注意しなければならないのは、理由の如何を問わず女性がこの主たる行為者である限り、家庭を守る「主たる」役割はいつまで経っても固定されたままであり、図 5 で示された女性があるべき姿と考える「両立」・「協力」・「分担」・「平等」は、「主たる」を共有、あるいは完全に対等な立場でのものではなく、単なる負担比率の割合の問題で、男性の立場は「お手伝い」のままで良いのである(比率が 5:5 でも、男性の負担比率が増えて逆転しても主たる行為者は女性)。

そこで気になるのは、少数意見ながら図 3-⑤の「少子化」-「産む」-「貢献」の共起関係である。この文脈は「少子化に対する女性の社会貢献は子を産み、育てる」であるが、これは、仮説 A・①の検証結果の逆をいくもので、その社会貢献活動の実践も地でいけば「子作り」・「育児」・「子育て」となるであろう。ジェンダーや愛による再生産役割が歪んだ形で「社会貢献意識」に結びつく時、女性が私的空間に逆戻りする危険を孕むことをこの事例は示唆すると言って良い。

5. 結論と課題

本稿の結論は以下の通りである。

「女性の『社会貢献意識』は、『性役割意識』が『働きやすさ』と『働きがい』の意識を通して高まっていく」という媒介意識仮説は、意識間の相関性からも、文脈の共起性からも本学の意識調査の事例では支持される。

「性役割意識」と「働きやすさ」について仮説Bと仮説②・③の間には、検証の結果齟齬が生じた。仮説②での選択式質問票によるアンケートの設問が、女子学生の意識の文脈に見合ったものではなく、よって齟齬が生じたと解釈できる。しかし本質的には、「働きやすさ」には二面性があり、公的空間での就労環境や条件は、私的空間での女性の家事や育児の主たる行為者である状況と表裏一体にある。

他方で、この二面性は、「働きやすさ」、「働きがい」、「社会貢献意識」等の意識には、これらの意識を生じさせる「因子」（意識を構成する要素）があることを示唆する。「意識の因子」にまで深掘りして、本稿で明らかになった媒介意識仮説やその知見を緻密に検証ができれば、社会貢献意識の形成過程や形成される（されない）

原因を具体的な因子により説明ができよう。この知見を、社会貢献意識を醸成する教育プログラムの策定へ応用することも期待できよう。

これらの意識を構成要素レベルで分析を試みているのが経営学における人材マネジメント研究である。ここでの議論や知見のエッセンスを筆者がまとめて作成したものが、ピラミッド・モデルで表した「『働き』の意識構造」（図6）である。

働きやすさ、働きがい、社会貢献の下部にある構成要素レベルで意識構造のモデルを論じている¹⁴。本研究で検証を行ったのは「自己実現」から上部で、いわば「氷山の一角」で

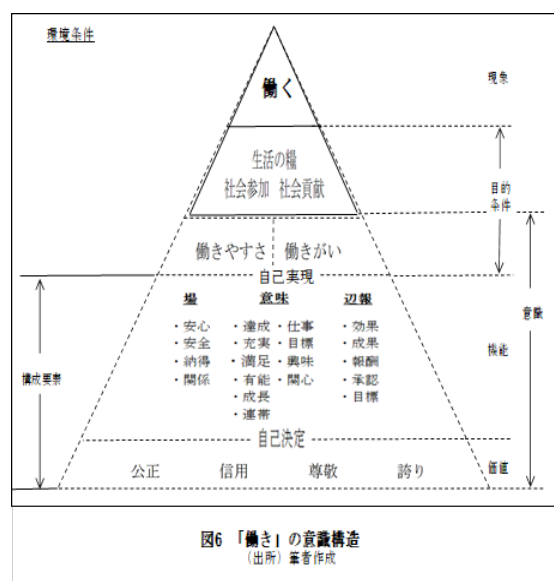


図6 「働き」の意識構造
 (出所) 筆者作成

¹⁴ 経営学における人材マネジメント研究では、構成要素レベルで「働きやすさ-働きがい」の関係を考察した先行研究がある。論者により若干取上げる対象に違いがあるが、概ね以下の点が共通している。①そもそも、働きやすさ、働きがいの共通の定義がなく、②これらの意識形成に影響を与える要素は、働く価値、意味、辺報、働く場へ要望等において多様な要素があり、③当人の主観により働きやすさ、働きがいのどちらにも影響を及ぼす。よって、④2つの意識に明確な切れ目はない、というものである。岡田・杉浦(2014)、坂爪(2016)、谷田部(2012)を参考に、「働き」の意識構造として筆者がまとめたものが図9である。

ある。この水面下の構成要素レベルで、どのように「働きやすさ」・「働きがい」・「社会貢献意識」の構成要素が社会貢献活動に繋がっていくのか、明らかにしていくことが今後必要な作業である。もちろん、「性役割意識」も変化し、その変化を説明する理論も多様であり、この変化がどのようにこれらの意識の構成要素に繋がっていくのか併せて明らかにすることが必要である。本稿の検証は、55 選団体と女子学生のいずれも女性を対象にした。果たして男性も同様な意識モデルが形成されるのだろうか。因子分析を含め、その共通点や相違点を比較、分析することにより媒介意識仮説の特徴や妥当性がよりいっそう明確になるであろう。

【参考文献】

- 飯島絵里（2016）「女性の学習と起業—男女共同参画センターにおける女性の起業支援の今日的意義—」（<http://www.sed.tohoku.ac.jp/library/nenpo/contents/64-2/64-2->東北大学大学院教育学研究科研究年報 第 64 集・第 2 号、2017.1.13.
- 岡田絢美・杉浦正和（2014）「目標設定と働きがい」（https://waseda.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=14364...id...）早稲田国際経営研究 No.45、2019.1.15.
- 鹿住倫世（2016）「女性の起業における社会的事業の選択」（http://www.senshuu.ac.jp/~off1010/pdf/Daido_Rep2015.pdf）大同生命保険株式会社・研究助成プロジェクトソーシャルビジネスの一般的課題、2016.12.27.
- 甲賀聖士（2017）「社会貢献事業に参画する女性の『性役割意識』と『社会貢献意識』の関係性分析—経済産業省『ソーシャルビジネス 55 選』事業団体で働く女性の事例—」（http://swubizlab.jp/wp/wp-content/uploads/2017/03/2017_005.pdf）昭和女大学現代ビジネス研究所紀要 2016 年度紀要、2017.5.14.
- 甲賀聖士（2018）「性役割意識と社会貢献意識を結ぶ『媒介意識』の仮説検証—就労前の女子大学生における 2 つの意識の関係性分析—」（http://swubizlab.jp/wp/wp-content/uploads/2018/03/2018_005.pdf）昭和女大学現代ビジネス研究所紀要 2017 年度紀要、2018.4.30.
- 栄沢直子（2007）「女性のコミュニティ・ビジネス—地域活動への参加と有償化」（https://www.kansaiu.ac.jp/Keiseiken/publication/report/asset/sousho143/143_06.pdf）関西大学政治・経済研究所研究双書 143 冊、2017.1.13.
- 坂爪洋美（2016）「若年層の働きがい・働きやすさを規定する要因とその仕組み」（https://www.jstage.jst.go.jp/article/jshrm/17/1/17_114/_html/-char/ja）日本労務学会誌 Vol.17 No.1、2019.1.15.

- 澤野久美 (2010) 「農村女性起業の新たな可能性—高齢者福祉を中心に—」
(https://www.jstage.jst.go.jp/article/fmsj/48/1/48_136/_article/-char/ja/) 農業経営研究 第 48 巻第 1 号、2016.12.27.
- 澤野久美 (2012) 『社会的企業をめざす農村女性たち—地域の担い手としての農村女性起業』筑波書房。
- 女性とソーシャルビジネス研究会 (2014) 「石川県の女性とソーシャルビジネスについての社会学的研究」(http://ishikawa-jyoseikikin.or.jp/information/report/report_h25.pdf) 2016.8.25
- 高橋千枝子・本庄加代子 (2017) 「『女性の視点』とは何か—女性起業家による、働く女性のためのビジネスの創造と共感構造」(https://www.jmac.or.jp/mj/download.php?file_id=534) マーケティングジャーナル Vol.37 No.2、2018.1.28.
- 坪井ひろみ (2013) 「秋田県農村女性起業活動におけるソーシャルビジネスの発展可能性」(<http://air.lib.akita-u.ac.jp/dspace/bitstream/10295/2130/1/kkiso15%2865%29.pdf>) 秋田大学教養基礎教育年報第 15 号、2016.12.27.
- 西山未真 (2013) 「農村のコミュニティ再編におけるソーシャルビジネスの意義—高知県四万十川流域を事例として—」
(https://www.jstage.jst.go.jp/article/arfe/49/2/49_427/_pdf) 農業問題研 Vol.49 No.2、2016.12.27.
- 服部篤子 (2015) 「コミュニティの醸成に寄与する女性起業家の新たなモデル」
(https://rikkyo.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=14721&item_no=1&page_id=13&block_id=49) 21 世紀社会デザイン研究 No.14、2017.1.13.
- 樋口耕一 (2004) 「テキスト型データの計量的分析—2 つのアプローチの峻別と統合—」
(https://www.jstage.jst.go.jp/article/ojjams/19/1/19_1_101/_article/-char/ja/) 理論と方法 19 巻 1 号、2017.11.1.
- 谷田部光一 (2012) 「人材マネジメントと働きがい」
(https://ci.nii.ac.jp/els/contentscinii_20190212005136.pdf?id=ART0009942331) 政経研究第 49 巻第 2 号、2019.1.15.
- 大和礼子 (1995) 「性別役割分業意識の二つの次元 —『性による役割振り分け』と『愛による再生産役割』」
(https://www.jstage.jst.go.jp/article/soshioroji/40/1/40_109/_pdf/-char/ja/) 関西大学

ソシオロジー第 40 巻第 1 号、2016.12.26.

巴克佐日古麗（2014）「ソーシャルビジネスにおける女性起業と中間支援—静岡県のカースタディー—」

(https://suac.repo.nii.ac.jp/?action=repository_action_common_download&item_id=941&item_no=1&attribute_id=20&file_no=1) 静岡文化芸術大学大学院文化政策研究科、2016.10.23.