

筑波総研株式会社

Tsukuba Institute of Research, Ltd.

調査情報

Research Report

2021年3月号 No.50



調査情報

2021年3月号 No.50

CONTENTS

1. 産業レポート

日本の大学発ベンチャー企業の上場事例に関する考察 2
～設立から上場までの期間・業種・大学別の特徴等を中心として～

木村 行雄

筑波総研株式会社 客員研究員
(国立研究開発法人産業技術総合研究所)

2. キャリアレポート

茨城県内初、水海道中学校「夜間中学」開設に向けた挑戦 9
～「地域に開かれた教育の場」での「学び直し」によるキャリア形成～

富山かなえ

キャリアコンサルタント
筑波総研株式会社 主任研究員

3. 地域経済レポート

キャンプブームの動向と地域活性化 20
～茨城県の観光資源としての県内キャンプ場の魅力と誘客への取り組み～

山田 浩司

筑波総研株式会社 主任研究員

金田 憲一

筑波総研株式会社 研究員

日本の大学発ベンチャー企業の上場事例に関する考察

－設立から上場までの期間・業種・大学別の特徴等を中心として－

木村行雄

筑波総研株式会社客員研究員
(国立研究開発法人産業技術総合研究所)

目次

| | |
|----------------------|---|
| 第1章 はじめに | 2 |
| 第2章 上場時期と設立から上場までの期間 | 3 |
| 第3章 大学別の状況について | 4 |
| 第4章 おわりに | 5 |

第1章 はじめに

1. 問題意識

本稿では、日本の大学発ベンチャー企業に関して、上場（株式市場への公開）という観点を中心に検討を進めていく。具体的には以下の手順で考察を行う。

まず大学発ベンチャー企業全体を俯瞰し、次に価値総研が2019年に実施した「平成30年度経済産業省産業技術調査事業（大学発ベンチャー実態等調査）」（以下、価値総研（2019）と表記）、以下同様の記載）等から、筆者が大学発ベンチャー企業の上場事例62件を抽出し、大学別の各データを比較・検討する。特に、一般ベンチャー企業の上場と比べた場合に、設立から上場までの期間や上場時期、業種の比率等について特徴があるかどうかを明らかにする。

最後に結果についてのまとめと今後の指針を示す。

2. 日本の大学発ベンチャー企業の概況

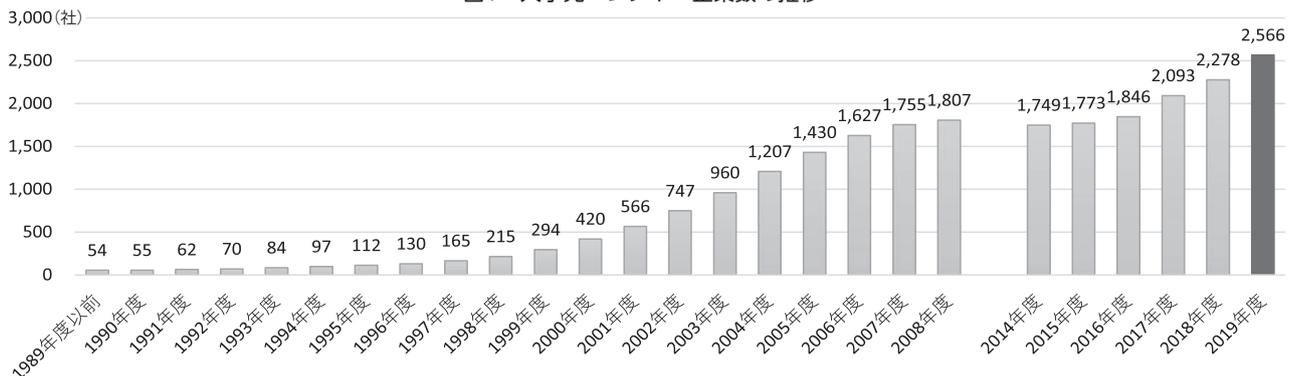
日本における大学の研究シーズや学生ベンチャー

等優秀な人材が生み出す大学発ベンチャー企業への取り組みが、主に2000年頃から急増している。本稿では日本総研が2020年に実施した「令和元年度経済産業省産業技術調査事業（大学発ベンチャー実態等調査）」（以下、日本総研（2020））のデータを使用し、上場企業に関しては、価値総研が2019年に実施した同調査事業のデータ（価値総研（2019））を中心として使用し、その状況を示す。

日本総研（2020）では、2019年度の大学発ベンチャー企業は2,566件である。前年度と比較すると288件も増加している。近年は、特に設立数の伸びが大きく、2018年度は対前年度比約9%、2019年度は同12.6%の増加となっている。

ここでいう大学発ベンチャー企業とは、大学との関係性から分類された「研究成果ベンチャー」、「学生ベンチャー」、「関連ベンチャー」、「共同研究ベンチャー」、「技術移転ベンチャー」の5タイプを指し、中でも「研

図1 大学発ベンチャー企業数の推移



出所：日本総研（2020）をもとに筆者再作成

究成果ベンチャー」の数は全体の60%超を占めている。

日本国内の全大学に占める国立大学の割合は11.1% (86校/774校) に過ぎないが、関連大学 (研究開発・知財・人材等が関係する大学) ごとに大学発ベンチャー企業数⁽¹⁾を確認すると、上位28校のうち実に76.1% (1,452件/1,908件) を国立大学が占めている。

また、図2で2017年度～2019年度の上位15校を示したところ、大学別ベンチャー企業数は、3年連続で東京大学が最も多く、また、一部の国立大学と4つの私立大学が常に上位を占めるなど、ほぼ一定の大学で取組が継続されていることが分かる。

図2 大学発ベンチャー企業数 上位15校

| 大学名 | 2017年度 | | 2018年度 | | 2019年度 | |
|-------------|--------|----|--------|----|--------|----|
| | 企業数 | 順位 | 企業数 | 順位 | 企業数 | 順位 |
| 東京大学 | 268 | 1 | 271 | 1 | 268 | 1 |
| 京都大学 | 154 | 2 | 164 | 2 | 191 | 2 |
| 大阪大学 | 102 | 4 | 106 | 4 | 141 | 3 |
| 東北大学 | 86 | 8 | 104 | 5 | 121 | 4 |
| 九州大学 | 88 | 5 | 90 | 6 | 117 | 5 |
| 筑波大学 | 104 | 3 | 111 | 3 | 114 | 6 |
| 名古屋大学 | 81 | 7 | 76 | 9 | 94 | 7 |
| 慶應義塾大学 | 69 | 11 | 81 | 8 | 85 | 8 |
| 早稲田大学 | 79 | 7 | 82 | 7 | 85 | 8 |
| 東京工業大学 | 69 | 9 | 66 | 10 | 75 | 10 |
| デジタルハリウッド大学 | 53 | 10 | 51 | 11 | 70 | 11 |
| 広島大学 | 46 | 13 | 45 | 13 | 49 | 12 |
| 北海道大学 | 48 | 12 | 50 | 12 | 48 | 13 |
| 九州工業大学 | 44 | 15 | 42 | 15 | 44 | 14 |
| 龍谷大学 | 43 | 13 | 43 | 14 | 44 | 14 |

*単位は社

出所：日本総研(2020)をもとに筆者再作成

日本総研(2020)によると、このうちの65件が上場企業である。「日本の大学発ベンチャーに関する年間売上高を中心とした考察」(以下、木村(2020)と表記)では、各種の資料から財務データを確認し、これら上場企業の売上高や収益性等の指標を示した。

本稿ではこれらのデータから、大学発ベンチャー企業の上場事例の特徴について検証を行う。



写真：東京大学 (2018年9月・筆者撮影)

第2章 上場時期と設立から上場までの期間

1. 大学発ベンチャー企業の上場時期と期間

今回取り上げる日本の大学発ベンチャー企業は、価値総研(2019)の調査で示された上場事例のうちの62件である。木村(2020)では、62件を業種別に区分した結果、医薬品、サービス業、情報・通信の事例が多かったことが判明した。さらに、その設立年や上場時期、上場市場を整理し、特徴を以下に示す。

まず図3において、設立年と上場時期の相関を示したところ、2005年までに設立された事例が49件と多いことが判明した。

図3 設立年と上場年の相関

| 設立年 上場時期 | 計 | 比率 | 上場年 | | | | |
|----------------|----|------|-------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | | | 1990年 以前 | 1991～ 2000年 | 2001～ 2005年 | 2006～ 2010年 | 2011～ 2015年 |
| 2001～ 2005年 | 9 | 15% | 1 | 7 | 1 | 0 | 0 |
| 2006～ 2010年 | 12 | 19% | 0 | 7 | 5 | 0 | 0 |
| 2011～ 2015年 | 30 | 48% | 0 | 4 | 18 | 5 | 3 |
| 2016～ 2020年 | 11 | 18% | 0 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 計 | 62 | 100% | 1 | 21 | 27 | 8 | 5 |

*単位は件

出所：価値総研(2019)及び各社の有価証券報告書から筆者作成

次に、図4で業種と上場時期の相関を示したところ、2011年以降に41件上場されたことが判明した。

図4 業種と上場年の相関

| 業種 | 上場年 | 計 | 比率 | 上場年 | | | |
|--------|-----|----|------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | | | | 2001～ 2005年 | 2006～ 2010年 | 2011～ 2015年 | 2016～ 2020年 |
| 医薬品 | | 16 | 26% | 2 | 4 | 9 | 1 |
| サービス業 | | 13 | 21% | 2 | 2 | 6 | 3 |
| 電気・ガス業 | | 1 | 2% | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 化学 | | 2 | 3% | 0 | 1 | 1 | 0 |
| 機械 | | 1 | 2% | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 金属製品 | | 1 | 2% | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 情報・通信 | | 20 | 32% | 3 | 2 | 11 | 4 |
| 食料品 | | 2 | 3% | 0 | 1 | 1 | 0 |
| 精密機器 | | 5 | 8% | 1 | 2 | 2 | 0 |
| 電気機器 | | 1 | 2% | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 計 | | 62 | 100% | 9 | 12 | 30 | 11 |

*単位は件

出所：価値総研(2019)及び各社の有価証券報告書から筆者作成

また、上場比率は医薬品、サービス業、情報・通信の3業種が高く、そのうち医薬品は2015年までの上場例が多く、情報・通信は上場事例が2011年～2015年が突出して高かったものの、情報・通信およびサービス業は基本的にすべての時期で上場事例が多いことが判明した。

菊川真氏らの調査報告(菊川(2016)等)によると一般ベンチャー企業の上場事例のうち、医薬品の比率は5%以下であるとされている。そのため、医薬品

の上場事例が多いことは大学発ベンチャー企業の特徴の1つであると言える。一方、サービス業および情報・通信は、2020年に至るまで、ほぼ一貫して高い比率を占めている。

また、2001～2007年までの一般ベンチャー企業の上場数は100件以上であるが、以降2013年までは50件にも満たず、2014～2020年も50件以上あるものの、100件以下である（太田珠美（2019）株式市場の構成変化よりなど）。そのため、大学発ベンチャー企業の上場のタイミングは、一般事例より遅れてピークを迎えている。

その理由の1つに、文科省・JST等で行われている大学発ベンチャー事業等起業向けの研究助成事業が影響を与えている可能性が考えられる。

図5は上場年と設立から上場までの日数の相関を示したものである。平均は3,393日（9年4カ月）と約10年を要しており、一般的に10年とされるベンチャー企業の上場事例と大きな違いはなく、1,001～3,000日の事例が39%、3,001～5,000日が40%で多数を占める。また平均日数を見ると、上場までの期間が年々長くなる傾向が見て取れる。

図5 上場年と設立から上場までの日数の相関

| 上場年 | 設立から上場までの日数 | ～1,000 | 1,001～3,000 | 3,001～5,000 | 5,001～10,000 | 10,001～ | 平均日数(日) |
|------------|-------------|--------|-------------|-------------|--------------|---------|---------|
| 計 | | 3 | 24 | 25 | 9 | 1 | 3,393 |
| 比率 | | 5% | 39% | 40% | 15% | 2% | — |
| 2001～2005年 | | 1 | 5 | 2 | 0 | 1 | 2,982 |
| 2006～2010年 | | — | 6 | 5 | 1 | — | 2,852 |
| 2011～2015年 | | 2 | 10 | 15 | 3 | — | 3,299 |
| 2016～2020年 | | 0 | 3 | 3 | 5 | — | 4,577 |

*単位は件
出所：有価証券報告書等から筆者作成

図6は業種と設立から上場までの日数の相関を示したものである。

図6 業種と設立から上場までの日数の相関

| 業種 | 設立から上場までの日数 | ～1,000 | 1,001～3,000 | 3,001～5,000 | 5,001～10,000 | 10,001～ | 平均日数(日) |
|--------|-------------|--------|-------------|-------------|--------------|---------|---------|
| 計 | | 3 | 24 | 25 | 9 | 1 | 3,393 |
| 比率 | | 5% | 39% | 40% | 15% | 2% | — |
| 医薬品 | | 2 | 7 | 7 | 0 | 0 | 2,717 |
| サービス業 | | 1 | 7 | 2 | 3 | 0 | 3,084 |
| 電気・ガス業 | | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 6,113 |
| 化学 | | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 4,621 |
| 機械 | | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1,876 |
| 金属製品 | | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 8,835 |
| 情報・通信 | | 0 | 7 | 10 | 3 | 0 | 3,445 |
| 食料品 | | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 2,943 |
| 精密機器 | | 0 | 1 | 4 | 0 | 0 | 3,182 |
| 電気機器 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 10,071 |

*単位は件
出所：価値総研(2019)及び各社の有価証券報告書から筆者作成

業種として、医薬品は早期に上場する傾向があり、一方で情報・通信は平均日数を超える場合も多い。

第3章 大学別の状況について

1. 大学別のベンチャー企業上場の状況

図7は、今回取り上げた大学発ベンチャー企業62件のうち、上場事例2件以上の大学9校と国公立大、他私立大の11例を上場市場別に示したものである。

図7 大学別の上場数と市場

| 大学 | 市場 | 企業数 | 東証1部 | 東証2部 | JASDAQ | マザーズ |
|----------|----|-----|------|------|--------|------|
| 東京大学 | | 10 | 3 | 0 | 1 | 6 |
| 京都大学 | | 11 | 1 | 0 | 3 | 7 |
| 大阪大学 | | 5 | 0 | 1 | 1 | 3 |
| 九州大学 | | 3 | 1 | 0 | 0 | 2 |
| 北海道大学 | | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| 筑波大学 | | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| 他国公立大 | | 11 | 1 | 1 | 3 | 6 |
| 早稲田大学 | | 4 | 2 | 0 | 1 | 1 |
| 慶應義塾大学 | | 6 | 2 | 0 | 0 | 4 |
| 東京女子医科大学 | | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| 他私立大 | | 6 | 1 | 0 | 0 | 5 |
| 計 | | 62 | 11 | 2 | 11 | 38 |
| 比率 | | — | 18% | 3% | 18% | 61% |

*単位は件
出所：価値総研（2019）等から筆者作成

図2で示した「大学発ベンチャー企業数上位15校」のうち9校で上場事例が存在し（名古屋大は1件）、2019年度に98位（3件）であった東京女子医科大学でも2件の上場事例があった。

また、大学は、京都大学、東京大学、慶應義塾大学、大阪大学の上場数が多い。上場先市場は約60%がマザーズであるが、東京大学、慶應義塾大学、早稲田大学では東証1部への上場事例も複数あり、京都大学はJASDAQへの上場事例も3件存在している。



写真：京都大学（2019年10月・筆者撮影）

図8では、図7で選択した大学と業種別の相関を示した。この結果、医薬品、サービス業、情報・通信の

図8 大学別・業種別数

| 業種 | 大学 | 東京大学 | 京都大学 | 大阪大学 | 九州大学 | 北海道大学 | 筑波大学 | 他国公立大学 | 早稲田大学 | 慶応義塾大学 | 東京女子医科大学 | 他私立大 | 計 |
|--------|----|------|------|------|------|-------|------|--------|-------|--------|----------|------|----|
| 医薬品 | | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 0 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 16 |
| サービス業 | | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 3 | 1 | 2 | 0 | 1 | 13 |
| 電気・ガス業 | | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 化学 | | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| 機械 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 金属製品 | | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 情報・通信 | | 3 | 4 | 1 | 1 | 1 | 0 | 2 | 2 | 3 | 0 | 3 | 20 |
| 食料品 | | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| 精密機器 | | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 5 |
| 電気機器 | | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 計 | | 10 | 11 | 5 | 3 | 2 | 2 | 11 | 4 | 6 | 2 | 6 | 62 |

*単位は件

出所：経済産業省調査（2019年）から筆者作成

事例はどの大学でも多数を占めることが判明した。

図9は2016～2018年度の売上高を市場別に示したものである。この期間内に平均100億円以上の売上高企業は9件、これらを含み、平均10億円以上の売上高企業は43件存在した。

この結果、東証1部および2部、JASDAQ 上場事例の多くが10億円以上の売上高を計上していることが判明した。

図9 2016～2018年度平均売上高毎の企業数（市場別）

| 平均売上高 | 市場 | 企業数 | 東証1部 | 東証2部 | JASDAQ | マザーズ |
|---------|----|-----|------|------|--------|------|
| 100億円以上 | | 9 | 5 | 0 | 0 | 4 |
| 100億円未満 | | 53 | 6 | 2 | 11 | 34 |
| 10億円以上 | | 43 | 10 | 1 | 7 | 25 |

*単位は社

出所：価値総研（2019）等から筆者作成

図10は2016～2018年度の売上高と当期利益平均値を業種別に示したものである。図8で示したとおり上場企業数は情報・通信、医薬品、サービス業の順に多いが、売上高・当期利益はサービス業が突出している。

図10 2016～18年度売上高・当期利益平均値（業種別）

| 業種 | 企業数(社) | 年度売上高 | | | 年度当期利益 | | |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | 2018年 | 2017年 | 2016年 | 2018年 | 2017年 | 2016年 |
| 医薬品 | 16 | 1,412 | 1,027 | 852 | -1,513 | -1,637 | -1,255 |
| サービス業 | 13 | 20,239 | 19,722 | 19,567 | 2,087 | 3,280 | 4,628 |
| 電気・ガス業 | 1 | 14,098 | 11,740 | 8,265 | 1,659 | 800 | 2,023 |
| 化学 | 2 | 962 | 835 | 966 | -291 | -1,066 | -485 |
| 機械 | 1 | 807 | 370 | 156 | -183 | -460 | -488 |
| 金属製品 | 1 | 1,285 | 1,009 | 801 | 332 | 174 | 129 |
| 情報・通信 | 20 | 3,060 | 2,721 | 350 | 298 | 284 | 597 |
| 食料品 | 2 | 12,250 | 11,559 | 9,304 | -4,650 | -470 | 443 |
| 精密機器 | 5 | 3,828 | 3,410 | 2,828 | -1,007 | -479 | -123 |
| 電気機器 | 1 | 1,876 | 2,091 | 2,204 | 88 | 138 | 72 |
| 全体平均 | - | 7,675 | 6,973 | 6,464 | -72 | 225 | 652 |

*金額単位は百万円

出所：価値総研（2019）他資料から筆者作成

当期利益では、医薬品、化学、機械、精密機械は3年とも赤字を計上している。特に医薬品は売上高以上の赤字額を計上し続けている。

図11は、図7および図8で掲載した大学発ベンチャーの上場企業、2016～2018年度の売上高・当期利益平均を大学別に示したものである。東京大学以外の多くは赤字であることが判明した。

図11 2016～18年度売上高・当期利益平均値（大学別）

| 大学 | 企業数(社) | 年度売上高 | | | 年度当期利益 | | |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | 2018年 | 2017年 | 2016年 | 2018年 | 2017年 | 2016年 |
| 東京大学 | 10 | 19,131 | 23,076 | 24,174 | 1,868 | 4,112 | 6,035 |
| 京都大学 | 11 | 6,730 | 5,197 | 3,770 | -100 | -90 | 207 |
| 大阪大学 | 5 | 997 | 1,047 | 766 | -1,175 | -914 | -1,026 |
| 九州大学 | 3 | 5,219 | 2,606 | 2,062 | -1,719 | -498 | -1,181 |
| 北海道大学 | 2 | 746 | 1,146 | 1,413 | -564 | -1,247 | -945 |
| 筑波大学 | 2 | 1,661 | 1,667 | 1,509 | -221 | -191 | -299 |
| 他国公立大 | 11 | 2,890 | 1,974 | 1,539 | -293 | -338 | -210 |
| 早稲田大学 | 4 | 8,231 | 8,026 | 7,374 | -613 | -717 | -364 |
| 慶応義塾大学 | 6 | 16,454 | 9,337 | 6,578 | -69 | -531 | -420 |
| 東京女子医科大学 | 2 | 761 | 172 | 159 | -840 | -3,191 | -2,045 |
| 他私立大 | 6 | 2,789 | 2,589 | 2,585 | -285 | -181 | -117 |
| 全体平均 | - | 7,675 | 6,973 | 6,464 | -72 | 225 | 652 |

*金額単位は百万円

出所：価値総研（2019）他資料から筆者作成

図8で示したとおり、各大学に医薬品の事例があるため赤字になりやすい。一方、東京大学では、(株)ミクシィが売上高1,000億円以上を達成しており、100億円以上の利益を計上しているため大きく黒字化している⁽²⁾。しかし、(株)ミクシィを除いた当期利益の平均値は、2016年度は黒字であるものの、他の2年は赤字である。

第4章 おわりに

本稿では、日本の大学発ベンチャー企業の上場事例62件を中心に検討を進め、以下の4点を明らかにした。

1. 考察

(1) 国公立大学や私立特定大学が中心

2019年度の大学発ベンチャー企業の上場事例における上位28校のうち国立大学が占める比率は76.1%である。上位15校における事例でも、うち11校は国立大学が占める。

また、私立大学では常に同一の4校が上位に名を連ねており、特に近年は特定の大学のベンチャー企業が上場を目指すことが多いことが分かる。

(2) 一般的な上場ベンチャー企業との違い

近年、一般ベンチャー企業の上場では、情報・通信とサービス業の占める割合が高く、2013～2015年は約50%、2019年には66.6%を占めた（菊川（2016）等）。また、大学発ベンチャー企業の2001～2020年の上場事例合計数に占める情報・通信とサービス業の割合も53%と高く、一般の場合と同様の方向性にある。

一方で、一般ベンチャー企業の上場数に占める医薬品の割合は2015年が3%と非常に少ない。しかし、大学発ベンチャー企業では、図4のとおり医薬品は情報・通信に次ぐ高い割合（26%）を占め、特徴的である。

(3) 各大学における業種別の特徴

図8のとおり、2件以上の上場事例を持つ大学の多くで、医薬品、情報・通信、サービス業の上場事例がある。

(4) 売上高、当期利益の詳細

今回検討した2016～2018年度の大学発ベンチャー企業の上場事例では、売上高の平均が100億円以上を達成している企業は9件、10億円以上が43件と、多くの事例で成果を得ていることが判明した。

しかし、当期利益が全て黒字化している企業は23件と少なく、上場事例の多い情報・通信とサービス業でも黒字化している事例は全33件中17件と、残り半数が赤字を計上している。ただし、情報・通信とサービス業は、全体を平均すると黒字となっている。

また、多くの大学で上場事例のある医薬品においては、黒字化している事例はわずか1件（東大発ペプチドリーム）のみで、他15件は全て赤字であった。

これらの結果から、大学別の事例では、ほとんどが赤字となっていることが判明した。

2. まとめ

本稿では、大学発ベンチャー企業の上場事例を一般ベンチャー企業の上場と比較し、設立から上場までの

期間や上場時期、業種の比率等、特徴がある点を中心に検討を行った。これにより得られた結論は、以下のとおりである。

- ・大学発ベンチャー企業の上場事例の特徴は、一般ベンチャー企業の上場に比べて医薬品の事例が特に多く、医薬品の事例は、上場までの期間が比較的短い。
- ・医薬品の事例は多いものの、その多くが赤字経営であり、唯一、東京大学発のペプチドリーム(株)が2016～2018年全てで黒字化している。
- ・情報・通信やサービス業では、約半数が赤字経営であるものの、全体平均で黒字化している。これに対し、医薬品は非常に利益を出しにくい。
- ・売上面については一定の成果が得られたものの、利益面から見ると多くが赤字経営で、一般ベンチャー企業の上場事例に業績面で劣る。
- ・近年は上場までの期間が長期化している。
- ・東証マザーズへの上場事例では、年間売上高100億円以上を達成している一般ベンチャー上場企業数が51/331社、10億円以上が291/331社（2020年11月）であるのに対し、大学発ベンチャー上場企業では、100億円以上が10/62社、10億円以上が3/62社（2018年度）であった。
- ・2011～2015年は全体の上場企業数が増加し、30社の事例があった。2016年以降は11社の事例に止まっている。

大学発ベンチャー企業設立総数のうち60%超を占める「研究成果型ベンチャー」を中心に、今後、さらに上場事例が増加するよう、上場しやすい環境や上場までの道筋が明確な事例の確立を求め、日本の同種類の企業群（主に研究開発型・製造業）の経済的なインパクトを求めていきたい。

また、茨城県における上場の事例はCYBERDYNE(株)1社だけであるが、ここでの分析を生かした成功例の創出を検討すべきであろう。

【注】

- (1) 経済産業省調査事業では、5つの分類に当てはまるものを「大学発ベンチャー企業」として定義しており、大学発表の大学発ベンチャー事例とは異なる。また、複数の大学が関連する大学発ベンチャー企業も多く存在するため、関連大学別の大学発ベンチャー企業の合計数はp.2で示した大学発ベンチャー企業の合計数とは一致しない。

- (2) (株)ミクシィの売上高は2016～2018年に1,891～2,072億円、当期利益は418～610億円を記

録し、売上高第2位 KLab(株)の売上高196～326億円、当期利益－8～31億円を大きく上回っている。

【主要参考文献】

菊川真(2016) 2015年 IPO 市場の動向
～件数は増加、資金調達規模は縮小～, pp.1-7, プライムジャパン株式会社。

価値総研(2019) 平成30年度経済産業省産業技術調査事業(大学発ベンチャー実態等調査), 2019年2月。

日本総研(2020) 令和元年度経済産業省産業技術調

査事業(大学発ベンチャー実態等調査), 2019年2月。

木村行雄(2020) 日本の大学発ベンチャーに関する年間売上高を中心とした考察－アンケート事例と上場企業事例を中心として－, 川崎市産業振興財団新産業政策研究所編『新産業研究かわさき』, pp.53-60。

*本稿は日本ベンチャー学会「大学発ベンチャー・エコシステム形成に関する調査研究プロジェクト」(活動期間:2019年6月1日～2021年5月31日)の支援を頂いています。また、2020年12月5日に開催された日本ベンチャー学会第23回全国大会の発表を一部修正して、掲載したものです。

参考:大学発ベンチャー62社のデータ(設立年月日順)

(社名、関係大学、設立年月日、上場年月日、設立から上場までの経過日数、証券コード、上場市場、業種)

| 社名 | 関係大学 | 設立年月日 | 上場年月日 | 設立から上場までの経過日数 | 証券コード | 上場市場 | 業種 |
|-------------------------|----------|-------------|-------------|---------------|-------|--------|--------|
| (株)コピテック | 東京大学 | 1977年11月17日 | 2005年6月14日 | 10,071 | 6662 | JASDAQ | 電気機器 |
| クラスターテクノロジー(株) | 京都大学 | 1991年4月23日 | 2006年4月12日 | 5,468 | 4240 | JASDAQ | 化学 |
| (株)インターアクション | 創価大学 | 1992年6月25日 | 2001年2月14日 | 3,156 | 7725 | 東証1部 | 精密機器 |
| (株)フェイス | 早稲田大学 | 1992年10月9日 | 2001年9月4日 | 3,252 | 4295 | 東証1部 | 情報・通信 |
| (株)ジェイテックコーポレーション | 大阪大学 | 1993年12月21日 | 2018年2月28日 | 8,835 | 3446 | マザーズ | 金属製品 |
| ナノキャリア(株) | 東京女子医科大学 | 1996年6月14日 | 2008年3月5日 | 4,282 | 4571 | マザーズ | 医薬品 |
| ソフトフロントHD | 北海道大学 | 1997年4月18日 | 2002年9月10日 | 1,971 | 2321 | JASDAQ | 情報・通信 |
| (株)ファーマフーズ | 静岡県立大学 | 1997年9月12日 | 2006年6月12日 | 3,195 | 2929 | 東証2部 | 食料品 |
| (株)ディー・ディー・エス | 中部大学 | 1998年1月1日 | 2005年11月28日 | 2,888 | 3782 | マザーズ | 情報・通信 |
| (株)トランスジェニック | 熊本大学 | 1998年4月21日 | 2002年12月10日 | 1,694 | 2342 | マザーズ | サービス業 |
| (株)ジャパン・ティッシュ・エンジニアリング | 名古屋大学 | 1999年2月1日 | 2007年12月21日 | 3,245 | 7774 | JASDAQ | 精密機器 |
| (株)DNAチップ研究所 | 大阪大学 | 1999年4月1日 | 2004年3月18日 | 1,813 | 2397 | 東証2部 | サービス業 |
| アンジェス(株) | 大阪大学 | 1999年12月17日 | 2002年9月25日 | 1,013 | 4563 | マザーズ | 医薬品 |
| (株)エスユーエス | 京都大学 | 1999年12月20日 | 2017年9月13日 | 6,477 | 6554 | マザーズ | サービス業 |
| (株)キャンパス | 名古屋市立大学 | 2000年1月18日 | 2009年9月17日 | 3,530 | 4575 | マザーズ | 医薬品 |
| (株)ブイキューブ | 慶応義塾大学 | 2000年2月18日 | 2013年12月10日 | 5,044 | 3681 | 東証1部 | 情報・通信 |
| パイプドHD* | 九州大学 | 2000年4月1日 | 2006年12月1日 | 2,435 | 3919 | 東証1部 | 情報・通信 |
| (株)レノバ | 京都大学 | 2000年5月30日 | 2017年2月23日 | 6,113 | 9519 | 東証1部 | 電気・ガス業 |
| (株)オプティム | 佐賀大学 | 2000年6月8日 | 2014年10月22日 | 5,249 | 3694 | 東証1部 | 情報・通信 |
| (株)ホットリンク | 東京大学 | 2000年6月26日 | 2013年12月9日 | 4,914 | 3680 | マザーズ | 情報・通信 |
| KLab(株) | 慶応義塾大学 | 2000年8月1日 | 2011年9月27日 | 4,074 | 3656 | 東証1部 | 情報・通信 |
| (株)ミクシィ | 東京大学 | 2000年10月25日 | 2006年9月14日 | 2,150 | 2121 | マザーズ | サービス業 |
| マークライズ(株) | 京都大学 | 2001年1月4日 | 2014年12月16日 | 5,094 | 3901 | JASDAQ | 情報・通信 |
| (株)ジーンテクノサイエンス | 北海道大学 | 2001年3月1日 | 2012年11月30日 | 4,292 | 4584 | マザーズ | 医薬品 |
| オンコセラピー・サイエンス(株) | 東京大学 | 2001年4月6日 | 2003年12月8日 | 976 | 4564 | マザーズ | 医薬品 |
| (株)セルシード | 東京女子医科大学 | 2001年5月9日 | 2010年3月16日 | 3,233 | 7776 | JASDAQ | 精密機器 |
| (株)ジーエヌアイ | 九州大学 | 2001年11月20日 | 2007年8月31日 | 2,110 | 2160 | マザーズ | 医薬品 |
| (株)フェニックスバイオ | 広島大学 | 2002年3月4日 | 2016年3月18日 | 5,128 | 6190 | マザーズ | サービス業 |
| (株)デジタルメディアプロフェッショナル | 法政大学 | 2002年7月10日 | 2011年6月23日 | 3,270 | 3652 | マザーズ | 情報・通信 |
| (株)リプロセル | 京都大学 | 2003年2月26日 | 2013年6月26日 | 3,773 | 4978 | JASDAQ | 化学 |
| (株)ドリコム | 京都大学 | 2003年3月24日 | 2006年2月9日 | 1,053 | 3793 | マザーズ | 情報・通信 |
| ブライトパス・バイオ(株) | 久留米大学 | 2003年5月8日 | 2015年10月22日 | 4,550 | 4594 | マザーズ | 医薬品 |
| ヒューマン・メタボローム・テクノロジーズ(株) | 慶応義塾大学 | 2003年7月1日 | 2013年12月24日 | 3,829 | 6090 | マザーズ | サービス業 |
| (株)ロックオン(イルグルム) | 関西学院大学 | 2003年7月11日 | 2014年9月17日 | 4,086 | 3690 | マザーズ | 情報・通信 |
| (株)リボミック | 東京大学 | 2003年8月1日 | 2014年9月25日 | 4,073 | 4591 | マザーズ | 医薬品 |
| (株)ライトアップ | 筑波大学 | 2004年2月1日 | 2018年6月22日 | 5,255 | 6580 | マザーズ | サービス業 |
| (株)はてな | 京都大学 | 2003年9月19日 | 2016年2月24日 | 4,541 | 3930 | マザーズ | 情報・通信 |
| オンコリスバイオファーマ(株) | 岡山大学 | 2004年3月18日 | 2013年12月6日 | 3,550 | 4588 | マザーズ | 医薬品 |

| 社名 | 関係大学 | 設立年月日 | 上場年月日 | 設立から 上場までの 経過日数 | 証券 コード | 上場市場 | 業種 |
|----------------------|-------------|-------------|-------------|-----------------------|-----------|--------|-------|
| (株)UMN ファーマ | 京都大学 | 2004年4月20日 | 2012年12月11日 | 3,157 | 4585 | マザーズ | 医薬品 |
| (株)スリー・ディー・マトリックス | 大阪大学 | 2004年5月19日 | 2011年10月24日 | 2,714 | 7777 | JASDAQ | 精密機器 |
| (株)モルフォ | 東京大学 | 2004年5月26日 | 2011年7月21日 | 2,612 | 3653 | マザーズ | 情報・通信 |
| テラ(株) | 複数の大学 | 2004年6月24日 | 2009年3月26日 | 1,736 | 2191 | JASDAQ | サービス業 |
| CYBERDYNE (株) | 筑波大学 | 2004年6月24日 | 2014年3月26日 | 3,562 | 7779 | マザーズ | 精密機器 |
| (株)デ・ウエスタン・セラピテクス研究所 | 三重大学 | 2004年11月26日 | 2009年10月23日 | 1,792 | 4576 | JASDAQ | 医薬品 |
| (株)カヤック | 慶応義塾大学 | 2005年1月21日 | 2014年12月25日 | 3,625 | 3904 | マザーズ | 情報・通信 |
| シンバイオ製薬(株) | 早稲田大学 | 2005年3月25日 | 2011年10月20日 | 2,400 | 4582 | JASDAQ | 医薬品 |
| (株)ALBERT | 徳島大学 | 2005年7月1日 | 2015年2月19日 | 3,520 | 3906 | マザーズ | 情報・通信 |
| (株)ユージェナ | 東京大学 | 2005年8月9日 | 2012年12月20日 | 2,690 | 2931 | 東証1部 | 食料品 |
| アライドアーキテクト(株) | デジタルハリウッド大学 | 2005年8月30日 | 2013年11月29日 | 3,013 | 6081 | マザーズ | サービス業 |
| (株)リブセンス | 早稲田大学 | 2006年2月8日 | 2011年12月7日 | 2,128 | 6054 | 東証1部 | サービス業 |
| ペプチドリーム(株) | 東京大学 | 2006年7月3日 | 2013年6月11日 | 2,535 | 4587 | 東証1部 | 医薬品 |
| (株)アドベンチャー | 慶応義塾大学 | 2006年12月21日 | 2014年12月18日 | 2,919 | 6030 | マザーズ | サービス業 |
| (株)サインポスト | 大阪大学 | 2007年3月1日 | 2017年11月21日 | 3,918 | 3996 | マザーズ | 情報・通信 |
| (株)オークファン | 京都大学 | 2007年6月1日 | 2013年4月25日 | 2,155 | 3674 | マザーズ | 情報・通信 |
| (株)ユーザーローカル | 早稲田大学 | 2007年8月1日 | 2017年3月30日 | 3,529 | 3984 | マザーズ | 情報・通信 |
| (株)メタップス | 京都大学 | 2007年9月3日 | 2015年8月28日 | 2,916 | 6172 | マザーズ | サービス業 |
| Delta - FLYPharma | 京都大学 | 2010年12月6日 | 2018年10月12日 | 2,867 | 4598 | マザーズ | 医薬品 |
| (株)ヘリオス | 九州大学 | 2011年2月24日 | 2015年6月16日 | 1,573 | 4593 | マザーズ | 医薬品 |
| (株)PKSHATechnology | 東京大学 | 2012年10月16日 | 2017年9月22日 | 1,802 | 3993 | マザーズ | 情報・通信 |
| (株)Gunosy | 東京大学 | 2012年11月14日 | 2015年4月28日 | 895 | 6047 | 東証1部 | サービス業 |
| サンバイオ(株) | 慶応義塾大学 | 2013年2月27日 | 2015年4月8日 | 770 | 4592 | マザーズ | 医薬品 |
| (株)自律制御システム研究所 | 千葉大学 | 2013年11月1日 | 2018年12月21日 | 1,876 | 6232 | マザーズ | 機械 |

*前身企業で（合併した）株式会社パイプドビッツの設立・上場データ。業種は東京証券取引所の区分による。

出所：有価証券報告書ほか企業情報データから筆者作成

茨城県内初、水海道中学校「夜間中学」開設に向けた挑戦 ～「地域に開かれた教育の場」での「学び直し」によるキャリア形成～

キャリアコンサルタント 富山かなえ
筑波総研株式会社 主任研究員

目次

| | |
|-------------------------|----|
| はじめに 茨城県内初の「夜間中学」が誕生 | 9 |
| 第1章 「夜間中学」とは ～歴史とその役割～ | 9 |
| 第2章 水海道中学校夜間学級の開設経緯 | 12 |
| 第3章 夜間中学の教員へのヒアリングと授業見学 | 14 |
| 第4章 「夜間中学」への期待と今後の展望 | 19 |

はじめに 茨城県内初の「夜間中学」が誕生

「夜間中学」。その言葉を初めて耳にした方は、筆者だけではないと思います。筆者が夜間中学という制度を知ったのは、「令和2年度、茨城県内で初めて常総市立水海道中学校で夜間学級が開設する」という地元紙の記事を読んだことがきっかけでした。

筆者はキャリアコンサルタントとして、これまでに若者のキャリア形成に焦点を当てた多くのレポートを執筆してきました。例えば、茨城県内の大学に通う女子大学生のキャリア形成、県内の専門高校に通い、企業への長期就業体験「デュアルシステム」に参加する高校生のキャリア形成、地域の商工会と連携した職業体験を行う小学生のキャリア形成などです。

その中でとても強く感じたのは、「個々人のキャリアは常に修正を加えながら方向転換をすることができる。そのためには、自分が望む道に進めるよう努力し続けることが大切である」という気づきでした。

しかし時に、全く予想していなかった出来事が発生し、自分が思い描いてきた道を歩むスピードが遅くなってしまうたり、道が枝分かれしたり、濃霧で見えなくなってしまうたり、最悪の場合、通行止になってしまうこともあります。

夜間中学は、戦後の混乱期に義務教育を修了できなかった人、いじめなどで不登校になった人、貧困で本国の義務教育を修了できずに日本での生活を始めることになった外国籍の人などに開かれた学校です。

「かつて、自分の進む道が一時通行止になってしま

ったけれど、もう一度中学校で学び直し、歩み出したい」。夜間中学には、このような強い思いを持って通う生徒がたくさんいることが、今回の取材を通して分かりました。

繰り返しになりますが、自身が望めば、何歳になっても人生の軌道修正に挑戦することは可能なのです。

本稿では、様々な理由で中学校での学びを失ってしまった人たちに開かれた“学び直しの場”である茨城県初の夜間中学、茨城県常総市立水海道中学校（夜間学級）（以下、夜間中学）での取り組みを整理し、「地域に開かれた教育の場」での「学び直し」によるキャリア形成について考えてみたいと思います。

第1章 「夜間中学」とは ～歴史とその役割～

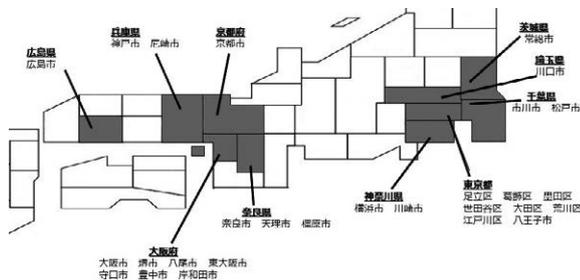
1. 夜間中学の歴史と役割

(1) 夜間中学の歴史

夜間中学は、戦後の混乱期の中で、生活困窮などの理由から昼間に就労または家事手伝いなどを余儀なくされた学齢生徒が多くいたことから、それらの生徒に義務教育の機会を提供することを目的として、昭和20年代初頭に設けられました。

上記のような背景を持つ人に対して義務教育の機会を提供できるようにと、公立中学校の二部授業という形で、夜に授業が受けられる「夜間学級」が設置されたのが夜間中学の始まりです。

昭和30年頃、その設置数は80校以上を数えましたが、就学援助策の充実や社会情勢の変化に伴って減少し、令和3年1月末では、10都府県28市区に34校が設置されています（下図）。



夜間中学の設置状況（令和2年度）

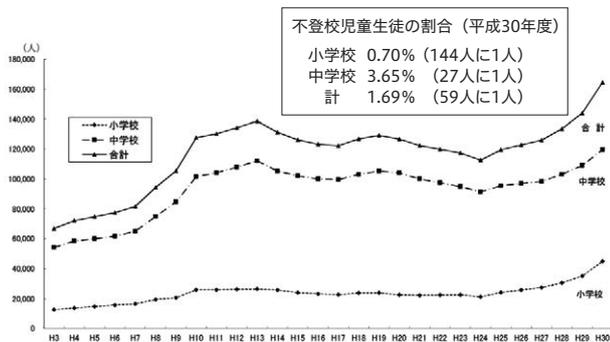
出所：文部科学省「夜間中学の設置促進・充実について」

現在、夜間中学では、戦後の混乱期に学齢期を迎えたため学校に通えなかった、いわゆる中国残留孤児の人、親の仕事や結婚などに伴い来日したが既に日本の学齢を超過していた人、不登校などのためにほとんど学校に通えないまま、学校の配慮により中学校を卒業した「形式卒業者」など、様々な背景を持った生徒が学んでいます。夜間中学は、こうした事情を抱えた人に「学び直し」の機会を提供するための重要な役割を果たしていると言えます。

(2) 不登校児童生徒数の推移

このうち、とくに様々な理由で不登校になってしまった児童や生徒は年々増加しており、平成30年度には、中学校に通う27人に1人が不登校となっています。

このような人の就学再開の場として、夜間中学は見直されているのです。



不登校児童生徒数の推移

出所：文部科学省「平成30年度児童生徒の問題行動・不登校等生徒指導上の諸課題に関する調査結果について」

次項以降、文部科学省が発表した「令和元年度夜間中学等に関する実態調査」（全国33校が回答、令和2年1月1日時点）に基づき、夜間中学に関する現状などを整理していきたいと思ひます。

2. 夜間中学の現状

(1) 生徒数や国籍

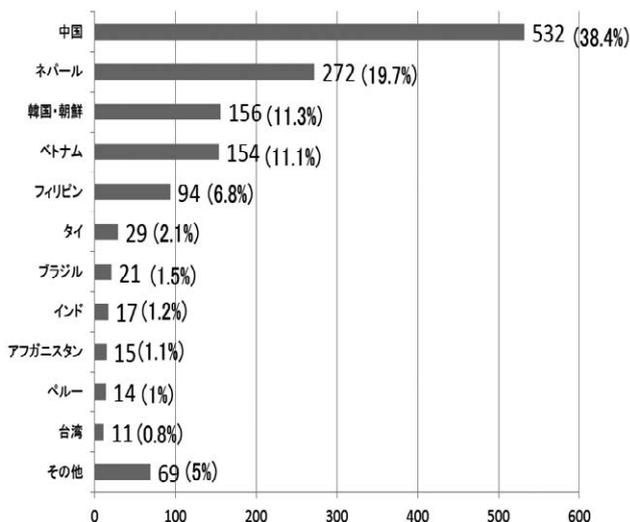
全国の夜間中学で学ぶ生徒は1,729人で、そのうち1,384人、約80%は日本国籍を有しない生徒です。

内訳は、中国国籍が最も多く、532人（38.4%）、ネパール、韓国・朝鮮、ベトナム国籍と続きます。また、年齢別にみると、「60歳以上」の生徒が404人（23.4%）、「20～29歳」の生徒が341人（19.7%）、「16～19歳」の生徒が330人（19.1%）となっています。

| | 第1学年 | 第2学年 | 第3学年 | 合計 |
|------|-------|-------|-------|-------|
| 男(人) | 106 | 179 | 316 | 601 |
| | 6.1% | 10.4% | 18.3% | 34.8% |
| 女(人) | 274 | 286 | 568 | 1,128 |
| | 15.8% | 16.5% | 32.9% | 65.2% |
| 合計 | 380 | 465 | 884 | 1,729 |
| | 22.0% | 26.9% | 51.1% | 100% |

学年別の生徒数

出所：文部科学省「令和元年度夜間中学等に関する実態調査」



夜間中学に通う日本国籍を有しない生徒数:1,384人

日本国籍を有しない生徒の国・地域別生徒数

出所：文部科学省「令和元年度夜間中学等に関する実態調査」

(2) 入学条件

夜間中学は、中学校を卒業していない人で、学びたいという強い気持ちがある人なら、何歳になっても入学を申し込むことができます。

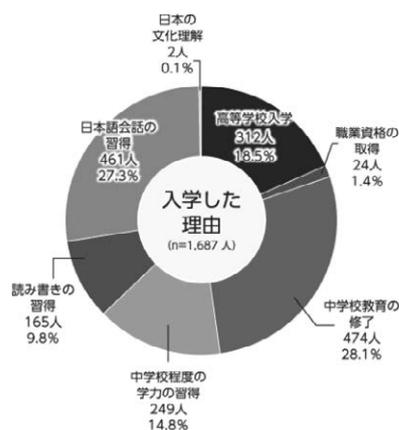
すなわち、学校の配慮などによって卒業した形式卒業者が学び直すことを希望した場合、ほとんどの夜間中学で入学することが可能です。

また、中学校を卒業したものの一定の就学期間を欠席していた人が入学を希望する場合も、市区町村の教育委員会が当時の出席状況を確認し、個々の事情に応じて柔軟に再入学の判断をすることとされています。

なお、夜間中学に入学するためには、まず、各夜間中学や居住地の市区町村に問い合わせることが必要です。新入生の入学時期や人数はそれぞれの学校で異なりますが、年度の途中から入学できる場合もあります。

(3) 入学理由

生徒が夜間中学に入学した理由をみると「中学校教育の修了」が28.1%、「日本語会話の習得」27.3%、「高等学校入学」18.5%などとなっています。



入学した理由

出所：内閣府「夜間中学を知っていますか？」

3. 授業内容など

(1) 各生徒に寄り添う授業づくり

夜間中学に通う生徒は、入学の背景や年齢、国籍、これまでの経験や学習状況も一人ひとり異なります。そのため、夜間中学では各生徒の実態に合わせた教育が行われます。

ある夜間中学では、年齢で授業の内容を分けるのではなく、学習習熟度によるクラス編成や複数の教員によるチーム・ティーチングなど、生徒の状況に合わせた指導を行っています。また、教員が生徒の学力に応じた教材を準備したり、補習を行ったりするなど、様々な工夫をして授業に取り組んでいます。

(2) 時間割と年間行事

夜間中学校は、原則週5日間で3年間通うこととなりますが、中学校の途中まで学習していた場合には、初めから2年生以上の学年に入学する場合もあります。

一般的な授業時間は、平日の夕方から夜にかけての1日4時間程度です。定期試験などの年間行事のために時間割が変わることもあります。

また、授業以外に学級活動、掃除などの時間もあり、運動会や文化祭、遠足、修学旅行など様々な行事も行われています。給食がある学校もあります。

働きながら通っている生徒も多数おり、就業後に通う人もいます。

(3) 教員

夜間中学は、公立中学校の夜間学級です。教科書も昼間の学校と同じ国の検定に合格した教科書を使っており、卒業の際には、中学校の卒業証書をもらうことができます。

教鞭を執る教員は、昼間の学級と同じ教員免許を持った公立中学校の教員ですが、比較的高齢のベテランの教員を配属するケースが多くなっています。

また、多国籍の生徒が通学している場合は、日本語指導の先生や通訳の人に協力してもらうなど、より充実した取り組みを行っている学校もあります。

(4) 費用

昼の公立中学校と同様に、授業料や教科書代などの費用は不要です。ただし、一部の教材費や給食費、遠足や修学旅行などの費用が必要になる場合があります。

4. 卒業後の進路

多くの学校で進路説明会や就労支援などが行われています。卒業後の進路をみると、平成30年度に夜間中学を卒業した全体の58.8%が「高等学校進学」で最多となりました。

また、卒業生の中には、高等学校に進学し、さらには大学などの高等教育機関に進学する人もいます。そのほか「就職」が14.9%となっており、夜間中学卒業後は、進学や就職などの道が開かれていることがわかります。

また、中学校卒業資格を得れば、職業訓練校に入って就職に役立つ知識や技術を学んだり、調理師や介護福祉士などの国家資格の取得を目指すことも可能です。

| (卒業後の状況別) | 日本国籍 | 日本国籍を有しない者 | 合計 |
|-----------|---------------|----------------|----------------|
| 高等学校進学 | 27 (10.3%) | 127 (48.5%) | 154 (58.8%) |
| 専修学校進学 | 0 (0.0%) | 2 (0.8%) | 2 (0.8%) |
| 就職 | 3 (1.1%) | 36 (13.7%) | 39 (14.9%) |
| その他 | 15 (5.7%) | 52 (19.8%) | 67 (25.6%) |
| 合計 | 45 (17.2%) | 217 (82.8%) | 262 (100%) |

夜間中学卒業後の状況

注1：カッコ内は、平成30年度に夜間中学を卒業した生徒数（262人）を100%とした場合の割合

出所：文部科学省「令和元年度夜間中学等に関する実態調査」

第2章 水海道中学校夜間学級の開設経緯

1. 「夜間中学」開設の背景

(1) 国による夜間中学開設の推進

文部科学省では、夜間中学が少なくとも各都道府県に1校は設置されるよう、地方公共団体に対してその設置を促進しています。

すなわち、「義務教育機会確保法（義務教育の段階における普通教育に相当する教育の機会の確保等に関する法律）」（平成28年12月14日法律第105号）の第14条では、以下の通り示されています。

「地方公共団体は、学齢期を経過した者であって学校における就学の機会が提供されなかったもののうちにその機会の提供を希望する者が多く存在することを踏まえ、夜間その他特別な時間において授業を行う学校における就学の機会の提供その他の必要な措置を講ずるものとする」

また、「第3期教育振興基本計画」（平成30年6月15日閣議決定）の第2部に示された目標には、多様なニーズに対応した教育機会の提供「夜間中学の設置・充実」と示されています（以下詳細）。

「学齢経過者であって小・中学校等における就学の機会が提供されなかった者の中に、就学機会の提供を希望する者が多く存在することを踏まえ、夜間中学の設置を促進するとともに、夜間中学における就学機会の提供等の措置を講ずる」

「具体的には夜間中学は、義務教育未修了者に加え、外国籍の者、入学希望既卒者、不登校となっている学齢生徒等の多様な生徒を受け入れる重要な役割を担っていることから、教育機会確保法等に基づき、全ての都道府県に少なくとも一つの夜間中学が設置されるよう促進するとともに、夜間中学の教育活動の充実や受け入れる生徒の拡大を図るなど、教育機会の確保等に関する施策を総合的に推進する」

(2) 県内で最も外国籍の人口比率が高い常総市

茨城県常総市は茨城県の西部に位置し、令和3年1月1日時点で人口は62,570人、そのうち外国籍が5,530人で、全人口の8.8%を占めています。

茨城県で最も外国籍の人が多い市町村は、つくば市（10,111人、令和2年3月時点）ですが、人口の構成比で見ると、常総市は外国籍の人が8.2%と県内トップの割合となっています（つくば市は4.2%）。

こうした状況下で、県内市町村で外国籍の人口比率が最も高い常総市では、外国籍の市民との多文化共生が課題となっており、それが夜間中学新設への後押しとなりました。

(3) 開設までの流れ

常総市では令和2年6月に夜間中学が開設されました。開設までの流れを見ますと、平成30年度までに、プロジェクトチームの発足、市議会への報告、報道発表、文部科学省への「夜間中学の設置推進・充実事業」の申請などが行われました。

翌31年・令和元年度には、広報活動、ニーズ調査方法の検討と準備、さらには、先進事例である埼玉県川口市の芝西中学校陽春分校をはじめ、奈良県橿原市、千葉県市川市、東京都荒川区と足立区にある夜間中学の視察のほか、教育課程の検討などが行われました。



夜間中学のチラシ

出所：夜間中学入学希望者説明会参加時の配布資料

2. 常総市教育委員会指導課へのヒアリング

水海道中学校の夜間学級の新設に関する事前準備や入学管理、他市町村との調整などを担当してきた常総市教育委員会指導課に対して、令和2年9月16日に夜間中学の詳細についてヒアリングを行いました。

取材に応じていただいたのは、常総市教育委員会学校教育課課長の西村聡氏（写真左）と指導課指導主事の川島博之氏（写真右）です。ヒアリング内容は以下の通りです。



ヒアリングの様子（筆者撮影）

(1) 立ち上げ経緯

「平成28年に『義務教育の段階における普通教育に相当する教育の機会の確保等に関する法律』が成立し、全ての都道府県に少なくとも一校、夜間中学における就学の機会を提供することが義務付けられました。茨城県でも設立を希望する市町村を募集、数市町村が立候補し、最終的に常総市での設立が実現しました」

(2) 常総市の特徴

「夜間中学の趣旨は、『年齢や国籍などの事情にかわりなく、教育の機会が確保されること』とされていますが、常総市は外国籍の人口が多いため、設立の目的としては、『国籍』に依る部分が多いです」

「外国籍の市民が夜間中学で学習することで、日本の文化・様式を身につけるとともに、外国籍の市民のスキルの底上げ、さらには『多文化共生』につながると考えています」

(3) 先進事例調査などから見えた課題と対応

「現在、夜間中学には、市内だけでなく市外から通っている生徒もいます。市外からの生徒を受け入れる際は、その生徒が居住する市町村の教育委員会と綿密に連携し、運営費などの費用負担の調整などを行う必要がありました。そこで、常総市や関係市町村などで構成する連絡協議会を組織し、年に3、4回、協議の機会を設け、様々な報告や調整を行っています」

「また、夜間中学の担当教員の確保については、茨城県教育庁に相談・連携し、県からは全面的な支援を得ることができました。具体的には、教師の人数を増やす加配制度を可能とする制度が条例化したことで、必要な教員数を確保することができました」

(4) 広報活動とニーズ調査

「夜間中学の広報は、①9,000枚のポスター作成、配付、②水海道中学校のホームページへの掲載（言語は日本語、英語、ポルトガル語、タガログ語）、③常総市公式『Facebook』や『Twitter』などのSNSの活用、④常総市広報誌への掲載、⑤新聞・雑誌への取材協力を通して行いました。また、ニーズ調査は、『Google フォーム』やハガキを活用しました。ハガキの返信は少ない一方、ポスターやチラシのQRコードからのアクセス数が多い結果となりました」

「関西地方では多くの自治体で夜間中学を開設していますが、茨城県ではまだ『夜間中学』という文化が根付いていません。そのため、住民への周知と理解を得る必要があるとして、住民説明会を実施することになりました」

(5) 市民向け説明会・入学希望者説明会

「市民向け説明会は、その後、夜間中学で教鞭を執ることになる担当者らと協力し、令和元年6月23日（日）に開催しました。参加者は学校関係者と一般参加者、合わせて112人でした。参加者からは、『常総市民に限らず、茨城県民なら誰でも入学できる夜間中学が設立されるということで、素晴らしいと感じました』『学習者の夢や気持ちに寄り添いながら、開設を進めていく姿勢に感銘を受けました』などの感想がありました」

「また、入学希望者説明会は、令和元年8月から10月にかけて、4回行いました。説明会の参加者は46人、そのうち、入学希望者は30人でした」

筆者も市民向け説明会に参加しましたが、会場は満席、高齢者の方や外国籍の方が多く参加し、質問も多数飛び交っている様子から、参加者の夜間中学への興味の高さを感じることができました。

(6) 入学希望者面接

「面接申込者は30人で、面接は常総市教育指導課課長、指導主事、学校教育課主事、水海道中学校職員などが担当しました。面接当日は2人が欠席、また、就学歴が要件に満たないなどで2人が就学不許可、さらに就学許可者のうち1人が辞退し、25人が入学予定者となりました。その後、入学手続きを行う際、新型コロナウイルス感染症の拡大や家庭の事情から、5人が辞退し、合計20人の入学が決定しました」

(7) 生徒入学までの準備と入学式

「夜間学級の教室は、水海道中学校の3階にある多目的室を改装しました。また、職員室は別棟の1階を改装して設置しました」

「入学式は当初、令和2年4月を予定していましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大により、6月2日に延期しました。1人が入学辞退、1人が退学し、現在は18人の生徒が夜間中学で学んでいます」



夜に光が灯る夜間学級の教室（筆者撮影）

(8) 夜間中学で学ぶ生徒の概要

「夜間中学で学ぶ生徒は、令和2年9月16日（取材時）時点で18人、性別で見ると男性6人、女性12人、国籍で見ると日本とブラジルが各7人、ペルーが2人、フィリピンとネパールが各1人です。常総市内から通う生徒は10人、市外は7人、県外からは1人です」

(人)

| 学年 | 男 | 女 | 合計 |
|------|----|-----|-----|
| 第1学年 | 5人 | 11人 | 16人 |
| 第2学年 | 1人 | 1人 | 2人 |
| 合計 | 6人 | 12人 | 18人 |

学年別で見た生徒数

出所：常総市教育委員会提供資料をもとに筆者作成

(人)

| 国籍 | 男 | 女 | 合計 |
|-------|----|-----|-----|
| 日本 | 4人 | 3人 | 7人 |
| ブラジル | 1人 | 6人 | 7人 |
| ペルー | 1人 | 1人 | 2人 |
| フィリピン | 0人 | 1人 | 1人 |
| ネパール | 0人 | 1人 | 1人 |
| 合計 | 6人 | 12人 | 18人 |

国籍別で見た生徒数

出所：常総市教育委員会提供資料をもとに筆者作成

(人)

| 年代 | 男 | 女 | 合計 |
|-----|----|-----|-----|
| 10代 | 3人 | 2人 | 5人 |
| 20代 | 1人 | 2人 | 3人 |
| 30代 | 0人 | 2人 | 2人 |
| 40代 | 2人 | 3人 | 5人 |
| 50代 | 0人 | 2人 | 2人 |
| 60代 | 0人 | 0人 | 0人 |
| 70代 | 0人 | 1人 | 1人 |
| 合計 | 6人 | 12人 | 18人 |

年代別で見た生徒数

出所：常総市教育委員会提供資料をもとに筆者作成

(人)

| 居住市町村 | 男 | 女 | 合計 |
|---------|----|-----|-----|
| 常総市 | 3人 | 7人 | 10人 |
| 下妻市 | 1人 | 2人 | 3人 |
| 坂東市 | 1人 | 0人 | 1人 |
| かすみがうら市 | 0人 | 0人 | 2人 |
| つくばみらい市 | 0人 | 1人 | 1人 |
| 栃木県真岡市 | 1人 | 0人 | 1人 |
| 合計 | 6人 | 12人 | 18人 |

居住市町村別で見た生徒数

出所：常総市教育委員会提供資料をもとに筆者作成

第3章 夜間中学の教員へのヒアリングと授業見学

夜間中学専任教師へのヒアリング

常総市教育委員会とともに、水海道中学校の夜間学級に関する様々な準備と、開校後、実際に授業を担当している教員の方々に対して、令和2年9月16日にヒアリングを行いました。

取材に応じていただいたのは、茨城県常総市立水海道中学校（校長：服部仁一氏）の夜間学級を担当する教頭の石塚邦彦氏（前列中央）、教諭の小野澤弘之氏（後列中央）です。以下にはヒアリング内容を記載していきます。



常総市立水海道中学校（夜間学級）の先生（筆者撮影）

(1) 「夜間中学」新設までの準備

①生徒募集

「生徒募集は、令和元年5月末頃から開始しました。募集ポスターは近隣市町村の公共施設や店舗などに掲示し、ポスターに記載されたQRコードからアンケートに書き込んで申し込むという形式をとりました。結果、翌年の3月までに合計86人の書き込みがあったほか、電話やハガキなどを含めて、約100件の問い合わせがありました」

②入学願書受領と面接

「入学願書は面接の際に受領しました。面接は令和元年8～10月までで、常総市教育委員会を中心に実施しました。1人当たりの面接時間は30分程度で、志望動機や学習歴などの入学条件を満たしているかの質問、家族構成、仕事の状況などを確認しました」

③入学者数の調整

「当初、入学者数は60人と設定していました。しかし、先進校の視察などを通して、水海道中学校の施設条件に適切な人数を検討した結果、『定員30人、初年度入学者数は20人』と設定し直しました」

「また、初年度となる令和2年度は、条件に合致する全員を受け入れるという判断を行い、結果、25人に入学許可を出しました。その後、辞退などで偶然、当初予定していた生徒数、20人が入学予定となりました」

④教員の確保

「教室数や教育課程を考慮して仮の時間割を作成したところ、授業を円滑に進めるために必要な教員は12人とわかりました。しかし、義務教育標準法に沿うと、同条件では教員定数が3人でした。数が大幅に超えてしまう旨を茨城県教育庁に伝えたところ、県の特別配慮により、教員の加配が決定しました」

「本来であれば、夜間中学を『分校』という形で配置することで、より多くの教員数を確保することができます。当校も分校を希望していたのですが、文部科学省から、同じ施設内に設置するのを分校と指定することは難しいと指摘され、断念しました。新設を検討している自治体の視察があった際は、分校として検討することをお勧めしています」

⑤他団体との連携

「夜間中学の設立や運営にあたり、3団体と連携しています。1つ目が『国際交流協会』です。同協会は日本語指導法研修の講師や各種資料の翻訳者の紹介、広報のお手伝いをしていただきました。2つ目は『国際交流友の会』です。同会では、長年この地域で日本語指導ボランティアを行っています。本来なら広くボランティアを募り、多くの方にお手伝いをさせていただく予定でしたが、新型コロナウイルス感染症拡大により、現在は1人のボランティアの方にお世話になっています。3つ目は『NPO コモンズ』です。同NPOには、早い段階から相談し、外国籍の方へのアプローチ方法や外国籍の方の生活の実態について助言をいただきました。また、現在は74歳の生徒の登下校のサポートをいただいています」



ボランティア(右)による生徒指導の様子(筆者撮影)

(2) 日課と教育課程

「生徒は17時25分に登校し、17時30分から20時40分まで、休憩を挟んで授業に出席します。生徒の中には仕事と両立している人もいますが、遅刻したり休んだりしながらも、根気よく通い続けています」

| | |
|--------|-------------|
| 生徒登校 | 17:25 |
| 学級活動 | 17:25～17:30 |
| 1校時 | 17:30～18:10 |
| 2校時 | 18:15～18:55 |
| 休憩(補食) | 18:55～19:15 |
| 3校時 | 19:15～19:55 |
| 4校時 | 20:00～20:40 |
| 清掃 | 20:40～20:45 |
| 生徒下校 | 20:45 |

日課

出所：水海道中学校夜間学級学校要覧をもとに筆者作成

| 教科・領域 | 第1学年(週) | 第2学年(週) |
|-----------|---------|---------|
| 国語(日本語) | 140(4) | 140(4) |
| 社会 | 70(2) | 70(2) |
| 数学 | 140(4) | 140(4) |
| 理科 | 70(2) | 70(2) |
| 音楽 | 35(1) | 35(1) |
| 美術 | 35(1) | 35(1) |
| 保健体育 | 35(1) | 35(1) |
| 技術家庭 | 35(1) | 35(1) |
| 外国語(英語) | 105(3) | 105(3) |
| 特別の教科道徳 | 35(1) | 35(1) |
| 総合的な学習の時間 | | |
| 特別活動 | | |
| 総授業時数 | 700(20) | 700(20) |

教育課程(教科時数)

出所：水海道中学校夜間学級学校要覧をもとに筆者作成

(3) コース分けと授業の組み立て

①外国籍の生徒のコース分け

「計画段階では生徒を5コースに分けて指導する予定でしたが、現在は、教科毎の習熟度と日本語の習得状況による『習熟度別学習』を行っています。外国籍の生徒は、日本語の習得状況に応じて、次の3コースに分かれて学習しています」

| | |
|-----------|--|
| A1 コース | 対象：ひらがな・カタカナが読めない・書けない生徒 内容：数学及び技能教科、特別活動は履修するが、それ以外の時間は日本語を学習 目標：1年程度でBコースに昇級 |
|-----------|--|

| | |
|-----------|--|
| A2 コース | 対象：ひらがな・カタカナが読めて、簡単な単語を使った会話もできるが、日常会話が困難な生徒 内容：数学及び技能教科、特別活動は履修するが、それ以外の時間は日本語を学習 目標：半年程度でBコースに昇級 |
| B コース | 対象：日常会話ができる生徒 内容：基本的に通常の中学生と同じ教科を履修する。ただし、国語の時間は日本語能力試験の学習をする また、母語が英語圏、もしくはそれに近い言語の生徒は、英語の時間は日本人よりも高度な語学学習を行う。現在は英語とポルトガル語に分かれている |

外国籍の生徒の日本語習得状況によるコース分け

出所：北海道中学校夜間学級提供資料をもとに筆者作成



Aコースの生徒の授業風景（筆者撮影）

②日本人の生徒のコース分け

「日本人の生徒は、中学校で習う全ての教科を履修しますが、数学と英語の各教科では、習熟度に合わせた2～3のコースに分けています。また、当校の特徴として、実技教科は外国籍の生徒も日本人の生徒も一緒に授業を行います。これは、『せっかく同じ学校に通っているのだから、一緒に活動して交流する場面を多くしたい』という教員の想いが込められています」

(4)「言葉の壁」への具体的な対応策

①生徒の母語に応じた教材の準備

「各教科の説明は主に日本語で行いますが、指導にあたって苦勞することは非常に多いです。ポルトガル語やスペイン語に堪能な教員はいますが、全教員が英語などの外国語を上手に話せる訳ではないため、普段通りの指導では十分に通じません」

「また、教科特有の学習言語は、例えば、社会では『排他的経済水域』、数学では『絶対値』、理科なら『接眼レンズ』など、日常会話では滅多に使わない難しいも

のもあります。そのため、授業ではこれらの学習言語を生徒の母語に翻訳した教材を用意しています。特に数学や技能教科は、日本語が全く分からない生徒と一緒に学習するため、入念な準備が必要です」



学習言語を多言語に翻訳（筆者撮影）

「教員は1時間の授業の流れを予測し、説明に用いる単語のうち、図示や身振り手振りで通じない言葉を全て『Google 翻訳』などで翻訳し、それをメモして授業に臨んでいます。昼間の授業ならチョーク1本で済んでいたベテランの教員でも、昼間の授業に比べて準備に10倍以上の時間がかかっています」

「このように、授業は教員が工夫を凝らして分かりやすくなるよう努力していますが、高校入試を見据えると、課題が残ります。特に外国籍の生徒に伝えることですが、普段の授業では翻訳された母語で問題文を読み、問題を解くことができますが、高校入試となるとそうはいきません。つまり、他の日本人の生徒と同様に日本語で書かれた問題文を読んで答えを導き出さなければならないのです。その力をどのように身につかせるか、今後検討する必要があります」

| 地理用語③ Geography Terminology Geografia Terminologia | | | | |
|--|---------|------------|-------------------------|-----------------------------------|
| 日 用語の意味を説明できるようにしましょう。 | | | | |
| 英 Be able to explain meaning. | | | | |
| ポ Vamos poder explicar o significado. | | | | |
| 教科書 P127 ~ 140 | | | | |
| NO | 漢字(かんじ) | ひらがな | 英語 | ポルトガル語 |
| 29 | 範囲 | はんい | Range | Alcance |
| 30 | 県庁所在地 | けんちょうしよさいち | Prefectural office | Local do escritório da prefeitura |
| 31 | 県 | けん | Prefecture | Prefeitura |
| 32 | 市 | し | City | Cidade |
| 33 | 排他的経済水域 | はいたてき | Exclusive economic zone | Zona económica exclusiva |
| 34 | 隅 | すみ | Corner | Canto |
| 35 | 北方領土 | ほっぽうりょうど | Northern Territories | Territórios do Norte |
| 36 | 都道府県 | とどうふけん | Prefectures | Prefeituras |
| 37 | 地方 | ちほう | Region | Região |
| 38 | 時差 | じさ | time difference | diferença de tempo |
| 39 | 領土 | りょうど | Territory | Território |

教室内に掲示された3ヶ国語の地理用語（筆者撮影）

②外国籍の生徒への支援

「教員の1人、松本知克先生はポルトガル語に堪能であり、当校の運営にその語学力を最大限活かしています。外国籍の生徒の中には、『日本語で書かれた配付物に書かれた内容が理解できない』『必要書類が書けない』などの問題が発生する場合があります。そのため、特に大切な書類は、生徒の母語に翻訳するようにしており、現在は、ポルトガル語、スペイン語、英語の3つに対応しています」

「多くの生徒は、日本語で書かれた資料を受け取った際、『Google 翻訳』を使って翻訳をしたり、教員に詳細を尋ねるなど、なんとか工夫して理解しようと努力しています。また、先日は、学校に通うための定期券の購入方法が分からないという外国籍の生徒のために、当校の教員が学校から駅に電話して状況を説明したことで、生徒は無事に購入することができました。また、ビザ更新のための書類作成の支援などを行ったこともあります」

「全生徒が集まる授業や総合的な学習の時間、学級活動、入学式や終業式などの式典では、多言語で音声同時通訳を行う翻訳アプリ『Microsoft Translator』を活用しています」

「来年度はイラクやバングラディシュ、韓国、中国、アフガニスタンなど英語が通じない国の方も入学を希望しているなど、言語に関する課題は山積みの状態ですが、様々な機器を上手に使うことで、近い将来、言語の壁を感じずに学習できる日が来るかもしれないと期待しています」



松本先生の理科の授業の様子

中央左の画面には教員が話した言葉が即翻訳されて表示される
(筆者撮影)

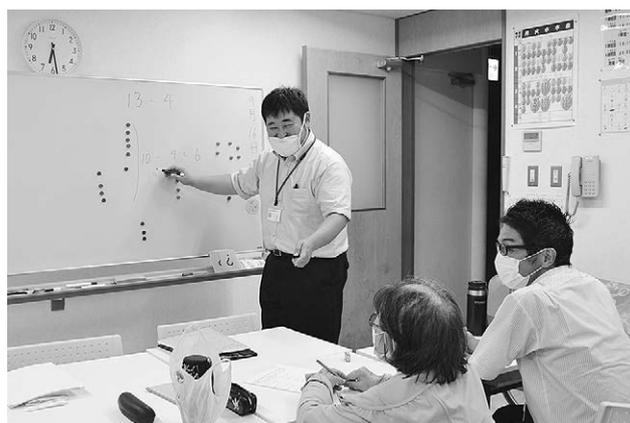
③松本知克先生へのヒアリング

「私は、平成28年から3年間、ブラジルのリオデジャネイロにある日本人学校に勤務した経験があるため、ポルトガル語を話すことができます。私は物心ついた時から、自分なりの確かな価値観を持っており、

日本の社会に対して常に違和感がありました。中学を卒業した頃から海外への進学という夢を抱いていましたが、日本の高校、大学へ進学しました。教員になる前は、一時フリーターを経験した時期もあります」

「ブラジルでの生活は不思議と心地よく、帰国後、夜間中学に配属されてからも、ブラジル国籍の生徒と話す際は、彼らの考え方や物差しを理解することができていると感じています。彼らは日本での生活に疎外感を感じることも多く、私が少しでも寄り添うことができれば良いと考えています」

「他国で様々な人と出会い、様々な経験をしてきた私が言えることは、意外となんでも『アリ』だ、ということです。夜間中学には多様な背景がある生徒が集まりますが、入学時は硬い表情だった生徒が日を追うごとに穏やかな表情になっていきました。偶然の出会い、一生を変えることがあります。夜間中学での出会いが生徒にとって良いものになることを願い、日々、授業に励んでいます」



日系二世の生徒に足し算を教える様子 (筆者撮影)

(5) 生徒のキャリア支援 (石塚先生、小野澤先生)

①生徒の評価制度

「10月末に通知表を配付する予定になっていますが、全教科で、通常の5段階評価ではなく文章表記による評価を返す予定です。しかし、高校受験などの際には数値による評価が必要になることが予想されるため、今後、評価制度についても検討する必要があります」

②進路指導の目標

「夜間中学は、『何はともあれ、高校に進学できれば良い』という学校ではありません。『学びたい』と願う生徒一人ひとりの目標に合わせた進路を検討する必要があります」

「また、高校進学を希望している生徒であっても、進学時の年齢、不登校の経験による進学への不安などを抱えている場合もあります。正直、教員も悩んでい

ますが、生徒には高校生活を十分に過ごせる条件が揃った進路を選択させてあげる必要があります。そのため、今後は夜間中学のコンセプトを理解して、当校の生徒を受け入れてくれる高校の開拓が必要です」

「一方、資格取得やキャリアアップを希望している生徒には、在留資格を考慮したうえで、希望に沿う職業選択を指導する必要があります。日本語の習得を除けば、大変優秀な生徒もいますので、今後はハローワークの担当者や日本企業で働いている外国籍の社会人などを招いた学習会のほか、教員対象の研修会を充実させていくことが必要だと考えています」

(6) 夜間中学に通う生徒の特徴

夜間中学に通う生徒には、特別な背景を持つ人も多く、また、個人情報多数含むため、全員を記載することはできません。本稿では印象的な数名の生徒の特徴についてご紹介したいと思います。

① Kさん (20歳男性、常総市在住、日本人)

「中学時代は不登校で1日も登校せず、その後も毎日、家にこもっていましたが、当校のチラシを見て一歩踏み出そうと考え、夜間中学で学び始めました。現在まで休まず登校しており、卒業後は高校に進学し、将来は神父になりたいと考えています」

実はこの生徒は、小野澤先生が市内の別の中学校に勤めていた時に担当した生徒でした。数年後に夜間中学で再会できたことに驚き、そして、一からコミュニケーションスキルを学んでいるKさんの姿を見て、喜びを感じているそうです。



美術の時間にKさんと話す石塚教頭 (筆者撮影)

② Kさん (52歳女性、かずみがうら市在住、日本人)

「学生時代に不登校だったことがずっと心に引っ掛かっていました。夜間中学で学び直すことで、そのコンプレックスを乗り越えたいと考え、長い間、夜間中学に通いたいと願い、東京の夜間学校に通うことも検

討していました。今回、常総市に夜間中学が設立されて、涙が出るほど嬉しいです」

③ Vさん (46歳男性、栃木県真岡市在住、ブラジル人)

「ブラジルでは貧しい生活をしており、中学校を中退して働きに出ました。来日後、日本語検定 (N2) を独学で取得し、現在、正社員として働き、生活はしていけるものの、基礎知識が十分でないと感じています」

「また、日本で育った娘との意思疎通が十分にできないことも悩みです。これから日本で生活していくうえで、このままではいけないと感じ、夜間中学への入学を決意しました。卒業後は高校に進学したいと考えています。また、日本の歴史を調べるのが趣味なので、さらに知識を深め、観光通訳の仕事に就きたいです」

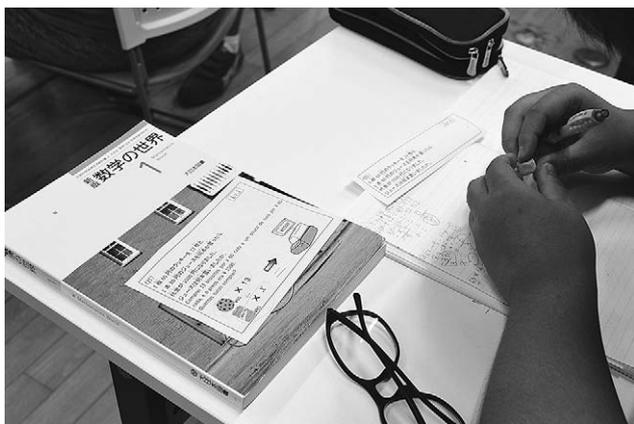
④ Tさん (73歳女性、常総市在住、ブラジル人 (日系二世))

「ブラジルの貧しい家庭で育ちました。私は長女だったので、小学校を退学して家の仕事を手伝いました。日本に来て約30年経ちますが、その間、いろいろな資格も取得しましたし、日本語も十分話せます。子供も独立し、人生の最後に夜間中学で勉強をして一人前になりたいと願っています。そして、卒業後はまた仕事をしたいと考えています」



理科の授業を受けるTさん (中央) (筆者撮影)

非常勤講師で音楽の授業を担当している杉山千尋先生は、「学校に行かないという選択肢に対して負い目を感じず、たとえ、狭く特殊なコミュニティだとしても自分の居場所は自分で選んでほしいと考えています。中学や高校は3年間しかなく、留年や浪人をする生徒は少なく、1年遅れたというだけで、マイナスイメージがつきまといまいます。しかし、夜間中学に通う生徒の『学ぶ意欲』に触れたことで、『何度でもやり直しは可能だ』と気づかされました」と語りました。



「学びたい気持ち」は老若男女、万国共通（筆者撮影）

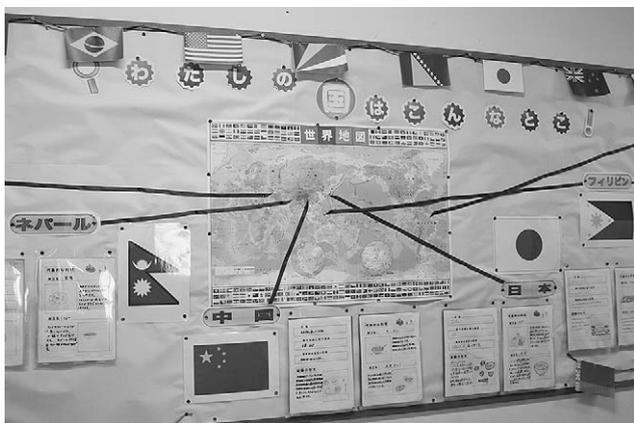
第4章 「夜間中学」への期待と今後の展望

1. 現場の教員が考える「夜間中学」への期待

（前述の石塚先生、小野澤先生からのメッセージ）

「現在、国が進めている外国人労働者の受け入れ政策などが進展すれば、夜間中学の担う役割はさらに大きくなっていくことが予想されます。地方公共団体が昨年度施行された『日本語教育の推進に関する法律』の趣旨に沿って、児童や生徒に限らず、外国人の日本語教育に責任を持つことになった時、夜間中学は外国籍の人に対する教育の中核的な場所、あるいは、アドバイザーのような役割を担う可能性があると考えています。これは、学齢児童生徒に対する日本語指導という面でも同じことが言えると思います」

「現在、水海道中学校には、国際交流友の会のボランティアの方が指導に来校してくださっています。今後もこのような団体のほか、茨城県、地域のNPO、生涯学習センターの各種事業とより深い連携を進めていくことを大切にしていきたいと思います」



校内に貼られた世界地図（筆者撮影）

「また、水海道中学校の昼間の授業では、外国籍の人口が多い常総市ならではの『国際学級』が開設されており、国際教育を受け入れる土壌と日本語

指導におけるノウハウが蓄積され続けています。今年度は新型コロナウイルス感染症の拡大により、昼間の生徒との積極的な交流はできませんでしたが、いつか、夜間の生徒たちの『学ぶ姿勢』を見ることで、『テストかったるいなあ…』という生徒の心の中に、『学べる環境にいることは素晴らしいことなんだ』という気づきが少しでも芽生えてくれれば良いと思います」

2. 「学びの原点、ここにあり」

夜間中学は、ほとんど授業を受けずに中学を卒業した形式卒業者や義務教育を修了せずに来日した外国籍の人に門戸を開いた教育の場です。新型コロナウイルス感染症が猛威を振るう中、茨城県内で初めて水海道中学校に夜間学級が開設されたことは、大変明るく喜ばしいことであると感じました。

「人生で挫折を経験して、自分の進む道が一時通行止になってしまったとしても、何度でもやり直しが可能な社会であってほしい」と願う人は多いと思います。今回の取材を通して、その願いを叶える教育の場が夜間中学にあることを確信しました。

夜間中学に集まる「学び直したい」という強い意志。様々な背景を持つ生徒の実情に合わせた授業を行う教員には様々な負担や悩みがあることは明らかです。しかし、常総市の夜間中学には選りすぐりの若い教員が集まっています。今後、県内で第2、第3の夜間中学が開校することになった際、貴重なアドバイザーという役割を担うことを期待しています。

近年、常総市以外でも外国籍の住民が増えています。今後、多文化共生社会を築くうえでも、「誰一人取り残さないための学習の機会」を作ることは重要です。「学ぶとは、自分の夢を叶えるための第一歩」。その願いを受け入れる夜間中学の今後の展開に期待しています。

【参考文献】

藤田晃之.(2018).『MINERVA はじめて学ぶ教職⑩ キャリア教育』. ミネルヴァ書房

富山かなえ.(2020).『地域の人財を、地域で育てる『キャリア教育』』. 筑波総研(株)

山田浩司、富山かなえ.(2019).『茨城県内企業における外国人雇用に関する現状と課題』. 筑波総研(株) 文部科学省「令和元年度夜間中学等に関する実態調査」文部科学省「平成30年度 児童生徒の問題行動・不登校等生徒指導上の諸課題に関する調査結果について」文部科学省「夜間中学のご案内あなたも通ってみませんか?」

内閣府「さまざまな事情により、中学校で勉強することができなかった人へ『夜間中学を知っていますか?』」

キャンプブームの動向と地域活性化

～茨城県の観光資源としての県内キャンプ場の魅力と誘客への取り組み～

山田 浩司

筑波総研株式会社 主任研究員

金田 憲一

筑波総研株式会社 研究員

目次

| | | |
|------|-------------------|----|
| はじめに | 近年、再びキャンプがブームに | 20 |
| 第1章 | キャンプの歴史と現在 | 20 |
| 第2章 | 茨城県内のキャンプの動向 | 21 |
| 第3章 | 取材を通して見えた今後の課題と展望 | 27 |
| おわりに | キャンプを通して茨城県の魅力を発信 | 27 |

はじめに 近年、再びキャンプがブームに

キャンプは、1990年代、国民の代表的なレジャーとして広く普及し、多くの人が週末に家族や友人、知人とキャンプを楽しんだ。その後は、ブームが下火となりキャンプをする人も減少していったが、近年、キャンプの新たなスタイルや楽しみ方を背景に、再び人気となっている。

また、現在のコロナ禍においても、キャンプは「3密」（密閉空間、人の密集、密接した会話）を回避しやすく、「ステイホーム」から解放できるレジャーとして注目を集めている。これまで観光を盛り上げてきた訪日外国人がほとんどいなくなった中で、近場で観光を楽しむ「マイクロツーリズム」の一つとしてキャンプによる地域への入込客増加が期待される。

当地茨城県は、全国で最多のキャンプ場を有する一方、全国的な知名度は他のキャンプ地に比べると低い。ただし、豊かな自然環境や食材、都心からの好アクセスなど、キャンプ地としての魅力が多い。

そこで本稿では、キャンプブームの動向やキャンプ地としての茨城県の魅力、誘客に向けた取り組みなどについて取り上げる。

第1章 キャンプの歴史と現在

1. 第一次キャンプブーム～国民の代表的レジャー～

キャンプは、1990年代に第一次ブームを迎える。背景には、野山や雪山でも走行できるクロスカントリー

ー4WD車が登場し、若い世代を中心にスキーやキャンプに出かけることが流行したことが挙げられる。

また、企業による「週休2日制」の導入によって週末を家族で過ごす機会が増えたこともキャンプの人気を押し上げた。団塊世代と団塊ジュニア世代の人にとっては、週末に家族と車でキャンプ場に行き、飯盒でご飯を炊き、カレーライスを食べ、テントで一晩を過ごした思い出がある人は多い。キャンプは当時の国民の代表的なレジャーであった。

しかし、1990年代後半になると、インターネットや携帯電話、ゲーム、スポーツ観戦、ショッピングなど、国民の娯楽が多様化していったため、キャンプをする人も減少し、ブームは下火になっていった。

2. 第二次キャンプブーム～スタイルの多様化～

ところが、2010年代になると若い世代を中心に再びキャンプに人気が集まり、徐々にキャンプをする人が増え、第二次キャンプブームを迎えた。

こうした背景として、第一次キャンプブームの時に親に連れられてキャンプを経験した子供が大人になって再びキャンプを始めたこと、野外での音楽フェスでお洒落なテントやイスなどのキャンプ用品を使う機会が増えたこと、キャンプ場での景色や料理、道具などを簡単に発信・共有することができるSNSの活用が普及したこと、キャンプを題材にした漫画やテレビドラマ、芸能人によるキャンプ動画から興味を持つ人が

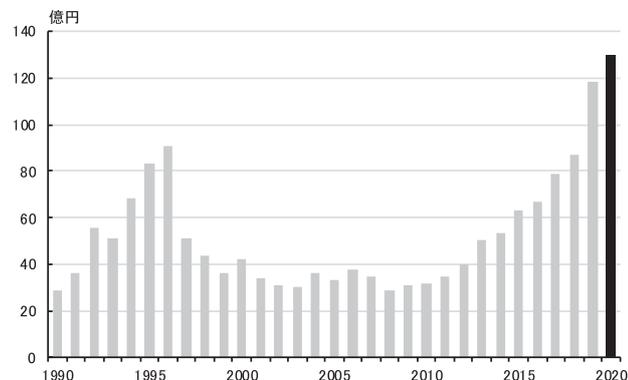
増えたことなどが挙げられる。

一般社団法人日本オートキャンプ協会の「オートキャンプ白書2020」によれば、オートキャンプ¹の参加人口（1年に1回以上キャンプをした人）は2010年の720万人から2019年には860万人に増加している。

今回のブームではキャンプスタイルも多様となっており、一人でゆっくりと楽しむことができる「ソロキャンプ」や豪華なコテージで料理が提供され快適に過ごすことができる「グランピング」が人気となっている。また、これまでキャンプの閑散期であった冬に行う「冬キャンプ」やコロナ禍でも自宅の庭やベランダで楽しめる「おうちキャンプ」をする人も増えている。

キャンプブームにより、テントやテーブル、調理器具などのキャンプ用品の販売も好調となっている。財務省「貿易統計」によれば、キャンプ用品の代表であるテントの輸入は、1990年代の第一次ブームをピークに減少が続いていたが、第二次ブームである2010年以降再び増加に転じ、第一次ブームのピークを上回った。また、新型コロナウイルス感染症（以下、感染症）の拡大の影響を受けた直近の2020年についても、前年を上回る過去最高の輸入額となっている。

図表1 テントの輸入金額



注：1990～2006年は「合成繊維製のもの」「綿製のもの」「その他の繊維用繊維製のもの」、2007年以降は「合成繊維製のもの」「その他の繊維用繊維製のもの」を集計。

出所：財務省「貿易統計」

3. キャンプ地としての茨城県の優位性

こうしたキャンプブームは、茨城県内のキャンプ場にも好影響が波及している。スポーツ庁の「体育・スポーツ施設現況調査」によれば、茨城県のキャンプ場数は163か所（2018年10月1日時点）で全国1位となっている。

茨城県に多くのキャンプ場がある理由には、総じて土地が平坦であることに加え、筑波山などの山、霞ケ

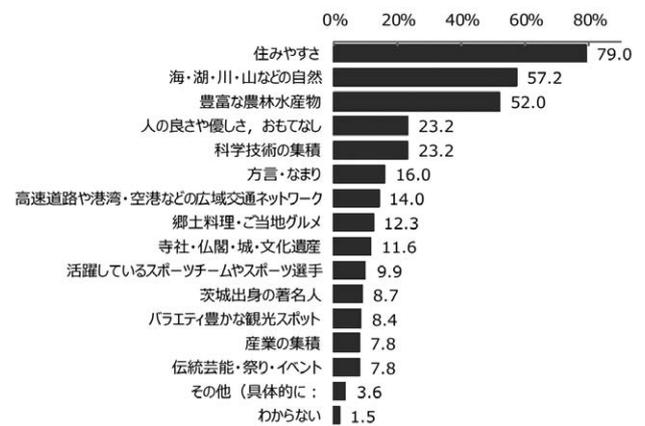
¹ テントエリアに直接車を乗り入れてテントを張るキャンプスタイル。車に荷物を乗せてキャンプ場に行くキャンプ自体を指す場合があり、定義は広い。

浦や涸沼などの湖、日立や大洗などの海、5つの水系を有する川など、多様で豊かな自然環境がある。また、降雪が少ないことも、近年人気が出ている「冬キャンプ」をする上で好条件といえる。

さらに、茨城県の農業産出額（2018年）は全国3位を誇るなど、農産物や水産物、「常陸牛」などのキャンプに欠かせない代表的な県産食材も豊富にある。

こうした茨城県の強みは、県が県民を対象に実施した「茨城県民の郷土愛」に関するアンケート調査の設問「茨城県に誇りを感じる」ところの回答の上位に「海・湖・川・山などの自然」、「豊富な農林水産物」がランクインしていることにも表れている。

図表2 茨城県に誇りを感じるころ



出所：茨城県「2020年度ネットリサーチ『茨城県民の郷土愛』に関するアンケート結果報告書」より抜粋

そのほか、都心から120分程度で県内にあるほとんどのキャンプ場に行けるアクセスの良さも大きな強みである。実際、茨城県が開催したモニターイベントの参加者の感想では、首都圏からのアクセスの良さを挙げる声が多いという。移動時間が少なく、現地でのキャンプ時間を長く楽しめることは、キャンプをする人にとって大きな魅力となっている。

しかし、キャンプ地としての高いポテンシャルを持つ一方、キャンプ地としての茨城県の認知度は未だ低く、その魅力を十分に発揮できていない。

こうした中、茨城県では、2020年6月と12月に補正予算を計上し、キャンプ地としての魅力度向上に本格的に取り組み始めている。

第2章 茨城県内のキャンプの動向

第2章では、茨城県営業戦略部観光物産課、つくば市のキャンプ場の「フォンテーヌの森」、キャンプ用品販売の「ロゴスショップ茨城店」への取材をもとに、第二次キャンプブームとコロナ禍における県内のキャンプの動向について紹介する。

1. 茨城県営業戦略部観光物産課

今回、茨城県の観光振興を担当する茨城県営業戦略部観光物産課副参事の桑名英明氏と同課主事の小松崎凌平氏に、茨城県におけるキャンプ事業の取り組みについて話を伺った（取材日：2021年1月20日）。



観光物産課 副参事 桑名氏（右）と主事 小松崎氏（左）

(1) キャンプ事業開始のきっかけ

茨城県によるキャンプ事業の取り組みは、感染症拡大前から検討されていた。茨城県では以前から冬の観光が弱いという課題があり、比較的温暖な気候、首都圏からの近接性など、「冬でも楽しめるいばらきキャンプ」をPRすることで、年間を通じて観光客数を増やす狙いがあったという。

その後、感染症の影響で茨城県への観光客数が大きく減少し、観光様式の変化が求められる中、3密を避けやすいキャンプの需要が高まり、県のキャンプ事業の施策は加速している。

(2) ポータルサイト「いばらきキャンプ」の開設

そこで、茨城県は2020年6月、「いばらきキャンプ魅力発信事業」を開始し、同年9月には県内キャンプ場の情報を集約したポータルサイト「いばらきキャンプ」を開設した。

自身もキャンプが趣味という小松崎氏は、同サイト



ポータルサイト「いばらきキャンプ」のトップページ（「いばらきキャンプ」ホームページより抜粋）

の開設経緯について、「キャンパーが求めているのは、キャンプ場の情報だけでなく、予約のし易い環境と周辺情報です。そこで、茨城県のキャンプの魅力を発信する手段の一つとして、キャンプに特化したポータルサイトを作りました」と、ユーザー目線としての想いを語る。

同サイトのトップページには、「山間」、「海辺」、「川辺」、「湖畔」エリアそれぞれのキャンプの魅力を伝えるページのほか、キャンプスタイルに合わせて「シーン」や「特徴スペック」などの条件から検索ができる。また、辿り着いたページからはワンストップでキャンプ場の予約が可能である。

同サイトの作成は、キャンプ場検索・予約サイト「なっぷ」を運営する株式会社スペースキーに委託している。

小松崎氏は、「キャンプ場利用者はInstagramなどのSNSを利用する方が多く、そうした方に訴求できるよう民間のノウハウを活用し、デザインにもこだわっています。利用者からはデザインの良さと見やすさについて好評をいただいています」と手応えを語る。

(3) 動画配信やフォトコンテストによるPR

また、同課では、茨城県の魅力を伝えるインターネット動画サイト「いばキラTV」を運営するプロモーションチームと連携して、県内キャンプの魅力を発信するキャンプ動画を発信している。撮影は県のプロモーションチームが担当しており、動画の再生回数は30万回を超える人気で、動画に寄せられたコメントも好評となっている。

さらに、2021年1月からは「いばキャン! Instagramフォトコンテスト」を開催している。同コンテストの参加者には先着で、桑名氏、小松崎氏が企画した茨城県オリジナルのシェラカップをプレゼントする。カップの底面には「IBARAKI CAMP」のロゴが刻印されており、「使用する時には、茨城県でのキャンプ体験を思い出してほしい」との想いが込められているという。



フォトコンテストのチラシ（左）と茨城県オリジナルシェラカップ（右）（観光物産課より提供）

(4) 県内各市町村でモニターイベントを開催

このほか、キャンプ地としての茨城県の知名度を向上させるため、これまで茨城県でのキャンプ経験がないキャンパーを対象としたモニターイベントも県内各地で開催した。

開催地は、石岡市（山間）、大洗町（海辺）、北茨城市（川辺）、茨城町（湖畔）と、茨城県の様々な自然環境や果物狩り、釣りなどのアクティビティを体験できるよう工夫したほか、ファミリー向け、ソロ・デュオ向け、少人数向けなど、キャンプのスタイルに合わせて選定したという。

1 イベント当り10～15組の30名前後が参加し、実際に茨城県に来てみた感想や「いばらきキャンプ」のイメージなどを聞く座談会プログラムを用意した。

イベントには、桑名氏、小松崎氏も参加し、参加者から貴重な意見をいただいたという。具体的には、「ロケーションが良く、新鮮な食材が買える施設が近くにあると便利」といった声のほか、「道路の渋滞がなくキャンプ場で多くの時間を過ごせる。静かにキャンプできる場所がこんなに近くにあるとは知らなかった」といった首都圏からのアクセスの良さを指摘する声も多かったという。こうした参加者からの意見は、今後のキャンプ事業に活かしていくという。



つくばねオートキャンプ場（石岡市）でのモニターイベントの様子（同課より提供）

(5) 地域経済への波及へ

モニターイベントでは、茨城県の旬の食材や近隣の直売場、県産食材を使用した「キャンプ飯」のレシピなどを記載したしおりを作成し、参加者に配付したという。

桑名氏は、「キャンプをきっかけに、キャンプ場だけでなく周辺施設を周遊し食材を購入してもらうことで、茨城県全体の観光消費に繋げていきたいです」と、キャンプ事業による周辺施設や地域経済への波及効果について語る。

現在、ポータルサイト「いばらきキャンプ」には、キャンプ料理専門レシピサイトを運営する株式会社ソ

トレシピの協力のもと、那珂湊おさかな市場の魚介類を使用した「いばらきパエリア」のレシピと県産ブランド肉の「常陸の輝き」を使用した豪快な焚火料理「いばらき豚肉料理」のレシピが公開されている。

(6) 今後の展望・課題

現在、茨城県では、キャンプ場での感染症対策とユーザー満足度向上の一環として、老朽化が進む公設キャンプ場のサンタリー（衛生）設備などの整備・改修費用を補助する「キャンプ場利用環境レベルアップ支援事業」に取り組んでいる。

キャンプ場を選択する際に重要視されるのは、「トイレの綺麗さ」や「お湯が利用できる」といった事項であることから、こうした水回り環境を整備することで、茨城県のキャンプ場のレベルを底上げしたいという。

今後の展望について、小松崎氏は、「現在、『ソロキャンプ』が流行語大賞のトップ10に入るなどキャンプブームとなっていますが、一時的なブームでなく、キャンプを一つの柱として誘客を促進できるような息の長い事業にしていきたいです」と語る。

また、「アウトドアは比較的安全ですが、人が集まる場所では感染症対策が必要になります。県内のキャンプ場事業者とも一緒に協力しつつキャンプ事業を盛り上げていきたいです」とウィズコロナ時代の感染症対策についても言及した。

桑名氏は、「もともとキャンプ事業は、冬の観光誘客の手段として着目したので、現在のブームが去ったとしても、『茨城県＝キャンプの聖地』と認知されるようにPRしていきたいです」とした。

さらに、「今年度はモニターイベントの開催やキャンプ場の施設整備など土台部分ができたので、今後はより提案に力を入れていきたいです。県産食材を使用したキャンプ飯やモデルルートの提案、モニターイベントで好評であったキャンプの火付け体験といったノウハウの紹介も、ホームページで発信していきたいです」と語った。



IBARAKICAMPと「いばらきアマビエちゃん」のロゴ（同課より提供）

2. フォンテーヌの森（つくば市吉瀬）

つくば市吉瀬にあるキャンプ場「フォンテーヌの森」は、オートキャンプサイトをはじめ、テントサイト、ログキャビン、コテージを有し、訪れる人のスタイルに合わせたキャンプを楽しむことができる。また、120席からなるバーベキュー場と貸切で使用できるバーベキュールームは、家族や会社、イベントで利用されている。

今回、同キャンプ場を運営する株式会社田園プランの代表取締役である根本裕輔氏に同キャンプ場の魅力や誘客への取り組み、今後の展望などについて話を伺った（取材日：2021年1月22日）。



「フォンテーヌの森」のキャンプ場（ホームページより抜粋）

(1) 地元資源の有効活用を目的にキャンプ場を設立

キャンプ場「フォンテーヌの森」は、創業者である根本氏の父・健一氏が都会から農村に遊びに来るグリーンツーリズムの振興をコンセプトに、自身が保有する土地を地元の資源として有効活用したいと考え、1992年にオープンした。

根本氏は、2011年から同社で働いている。「大学では建築を学んでいましたが、小さい時から父の背中を見て育ってきたため、大学卒業後は父のもとで働きたいと考えていました。しかし、父からは外で働くことも大切だと教えられたため、卒業後はインテリアデザイナーとして経験を積んだのち、戻ってきました」と当時を振り返る。

(2) 若い人や女性が増加、コロナ禍でソロキャンプも

同キャンプ場のオープン当時は、第一次キャンプブームであり、キャンプに訪れる人も多かったが、ブームが去った後は減少が続いた。

しかし、2010年以降、第二次キャンプブームで再び人気が集まると、客足は増加に転じ、現在も増加を続けている。とくに、近年は若い人のキャンプ参加が増えているという。

同キャンプ場の魅力について、根本氏は「初心者でもキャンプをしやすいように、キャンプに必要な道具のレンタルや周辺設備などを充実させています。また、都心からキャンプ場まで車で約1時間というアクセスの良さから気軽に訪れることができます。移動時間が短いことで、ゆっくりとキャンプを楽しむことができます」と語る。

現在、コロナ禍の影響で、バーベキューの利用客は大きく減少しているものの、3密を回避できるレジャーとしてキャンプは好調である。とくに、コロナ前から増加していたソロキャンプはさらに増加している。また、最近は女性のソロキャンプ客も目立つという。

(3) 施設と情報発信に力を入れ、快適なキャンプ場に

同社のホームページは、以前は外部に委託をしていたが、情報を素早く更新することができないため、現在は根本氏が作成・更新している。また、スマホで見やすいことやネット予約まで数クリックで辿り着けるようにすることなど、レイアウトを工夫している。

情報発信のこだわりについて、根本氏は「前回更新日から時間が経過してしまうと、見た人に稼働していないと思われるので、小さなことでもいいので、小まめに更新することを心がけています。また、最近はホームページを見ずに、Google マップ上で目的に関するキーワードを入れて検索し出てきた候補地から目的地を決める傾向にあります。そのため、ネット検索に関する対応も行っています」と説明する。

また、利用客に快適にキャンプを楽しんでもらえるようにするため、根本氏は自身の建築の技術を活かし、キャンプ場内に新たに水場とトイレを建設した。とくに、トイレは最新式のものを導入し、自宅の環境に近づけるようこだわったという。根本氏は「清潔なトイレは、女性をはじめ、多くのキャンプ利用者が求めているものなので、快適に過ごせるように力を入れました」と語る。



根本氏が自身で建築した水場・トイレ（筆者撮影）

さらに、近年、テントの大型化に伴いキャンプサイトが狭いとの声があったことから、2020年、キャンプ場とサイトサイズを拡張するリニューアル工事を行っている。

このほか、施設内では、受付所にキャッシュレス決済の導入、飛沫防止パーテーションを設置するなどの対策も施している。



各種対策を施した受付所（筆者撮影）

(4) 県内キャンプ場をめぐるスタンプラリーを開催

根本氏をはじめ県内キャンプ場経営者たちが設立する任意団体「茨城キャンプサミット」では、県内のキャンプ場の魅力をさらに発信していくため、定期的に会議を開催し意見交換をしている。そこで、昨年9月、茨城のキャンプ場の活性化策の第1弾として、同キャンプ場を含む県内のキャンプ場5か所を周遊するスタンプラリー企画「IBARAKI ANOTHER GO CAMP!」を立ち上げた。

同企画では、キャンプ利用者は最初に訪れたキャンプ場でスタンプカードが渡され、その後、訪れたキャンプ場ごとにスタンプを押していく。特典として、2か所目以降のサイト利用料が3割引となり、5か所すべてを周るとサイト利用料が1泊分無料になる仕組みである。



「IBARAKI ANOTHER GO CAMP!」スタンプカード（筆者撮影）

スタンプラリーに描かれているロゴは根本氏がデザインしている。根本氏は「スタンプラリーの開催期間は短かったですが、5か所達成した人もおり、成果をあげることができたと思います。まずは何か新しいことを始めてみるのが大事だと考えていますので、今後も茨城のキャンプの魅力を発信していくため、第2弾の企画なども検討していきたいです」と語る。

(5) 今後の課題と展望（ウィズコロナに向けて）

今後はフォントーナの森ならではのコンテンツの開発に力を入れていくという。根本氏は「フォントーナはフランス語で『泉』『噴水』を意味します。キャンプ場の近くには『天王池』という池があります。今後、この池を整備し、カヤックなどの池で遊べるレジャーをできるようにすることで、子供たちの遊びの場として提供できればと考えています」。

また、「キャンプは遊びの場だけではなく、子供が自然を体験したり、生き物を観察したり、火の扱いを覚えたりすることができる学びの場でもあります。今後、水辺で子供たちが野鳥を観察することなどができるエリアにしていきたいです」と今後の計画について語る。

また、キャンプ場は土日に予約が集中するため、平日昼間の誘客が課題となっている。そこで、今後は平日の3時間程度で気軽にできるキャンプを推進していくことを検討している。身軽な持ち物でキャンプ場を訪れ、焚火をしてお茶などを飲みながら短い時間で楽しんでもらうことで、平日の利用増加に繋げていく。

最後に、根本氏は「ものを作るのが好きなので、これまで自分の手でキャンプ場の拡張工事やウッドデッキの制作、ホームページの制作などを行ってきました。今後も、自分が過ごしやすいと思うキャンプ場を目指していくことで、訪れる人にも快適に過ごしてもらいたいと思います」と語る。



お話を伺った根本社長（筆者撮影）

3. ログスショップ茨城店

株式会社ログスコポーレーションは「LOGOS」ブランドを展開するアウトドア用品の企画・販売の大手である。今回、つくば市にあるログスショップ茨城店の店長塩田昌和氏にお話を伺った（取材日：2021年1月26日）



店舗の外観（筆者撮影）

(1) コロナ禍で昨春以降、新規客が増加

昨春の緊急事態宣言解除以降は、来店客数こそ前年比で減少したものの、キャンプを始めてみたいという新規の来店客が増えているという。塩田氏は「お客様からは、ソロキャンプやファミリーキャンプを始めるのに必要な道具についての相談が増えています。また、自宅の庭やベランダでキャンプの雰囲気を経験する『おうちキャンプ』も人気です」とコロナ禍での来店客の変化について語る。

また、近年では女性や第一次キャンプブームに家族でキャンプをした団塊世代の人の来店も多く、年齢・性別を問わず幅広い客層が来店している。

さらに、冬キャンプも人気であることから、例年は閑散期となる真冬の季節においてもキャンプ用品を購入する人が多いという。

売れ筋商品は、テント、焚火台、イス・テーブル、寝袋で、とくに、焚火台については、暖をとるだけではなく、料理などにも使える用途の広さからソロキャンプ・ファミリーキャンプ向けどちらにも人気である。

また、調理器具についても各種取り扱っており、色々なキャンプ料理に挑戦する人も多い。

このほか、災害時や運動会など、キャンプ以外での利用目的で購入される人も増えてきている。また、イスやテーブルは機能性だけでなく、デザイン性にも優れたものが多く、キャンプで使わないときは、自宅の家具として利用するなど、多目的に利用されることが多くなっているという。

茨城県内の来店客の特徴としては、自宅に広い庭が

あることからおうちキャンプをする客や買った商品を早速県内のキャンプ場に行って使用する客が多いという。

(2) お客様が気軽に相談できる、立ち寄りやすい店舗

キャンプ初心者にとって、不安になるのが、テントの設営であり、同店でも相談が多い。全国のログスショップでは、商品であるテントを店舗で実際に広げて、使い方をアドバイスしている。また、実際にテントを広げてみることで、大きさや質感などを目で見て確認してから購入する人が多い。



店舗で実際にテントを広げて確認ができる（筆者撮影）

こうした取り組みによって、ログスショップでは、商品を購入したお客様がファンとなって、リピーター客となることが多いという。

塩田氏は「当店で商品を買って使用したお客様から『先日、キャンプで使ってみたけど、良かったよ』と後日感想をいただくことがあります。お客様には店舗に遊びにくるような気軽な感覚で来店してもらい、スタッフが身近な相談相手として今後もキャンプ用品に関するアドバイスをしていければと思います」と思いを口にする。



お話を伺った塩田店長（筆者撮影）

第3章 取材を通して見えた今後の課題と展望

1. 取材を振り返って

茨城県営業戦略部観光物産課では、ポータルサイトの開設や各種PR施策、モニターイベントの開催、公設キャンプ場施設への改修費用の補助など、茨城県のキャンプ場の知名度や魅力を向上させるための事業を次々に展開している。

キャンプ場「フォンテーヌの森」を運営する株式会社田園プランでは、近年のキャンプブームのニーズに合わせ、水回り施設の改修やキャンプサイトのリニューアルなどを行ってきた。また、事業者同士で連携しスタンプラリー企画を実施するなど、県内キャンプ場の魅力発信に一層力を入れている。

株式会社ロゴスコーポレーションのロゴスショップ茨城店では、「ソロキャンプ」や「おうちキャンプ」といった新しいブームに加え、女性やキャンプ初心者の来店が増えている中、店舗での商品体験や身近な相談相手としてのアドバイスを通して、キャンプ人口の裾野拡大に取り組んでいる。

2. 今後の課題と展望

以下では、今回の取材を通して見えてきた茨城県におけるキャンプの今後の課題と展望について整理したい。

(1) 地域経済への波及

地方における観光振興で重要となるのが、観光を通して、周辺の関連事業者へ波及効果をもたらす、地域の稼ぐ力を高めることである。本稿で紹介した、茨城県によるモニターイベント参加者に対する県産食材を使用したレシピの提案などは、まさに、キャンプ場周辺の販売所や地元の生産者への波及に繋がるものである。

こうした波及効果は、食に関連する事業者以外にも期待できる。例えば、首都圏からアクセスが良く、長い時間をキャンプ場で過ごせるといった本県の特徴は、キャンプ場利用者が周辺の観光施設を訪れるきっかけにもなりうる。キャンプ場と周辺施設が連携しキャンプ場以外の茨城県の魅力を発信できれば、キャンプ目的以外での茨城再訪にも繋がるだろう。

(2) 他の観光資源と組み合わせたPR

2020年10月31日～11月1日には、自転車・キャンプ・旅をテーマにしたイベント「BIKE & CAMP FES 2020」がつくばワイナリーで開催された。土浦市を中心に観光振興として推進しているサイクリング

をはじめ、つくばワイナリーのワイン、そして、キャンプといった各地域の観光資源を組み合わせたイベントになっている。

そのほかにも、茨城県には酒蔵や果樹園など、多くの観光資源が存在する。キャンプは様々なコンテンツと相性が良いため、既存の観光資源とキャンプを組み合わせ「○○ × キャンプ」とパッケージ化したイベントを開催することで、キャンプが趣味の人がサイクリングを楽しむ、サイクリングが趣味の人がキャンプを楽しむ、といった相乗効果が期待できる。

(3) リピーターを増やすための特色づくり

茨城県は多くのキャンプ場を有するが、キャンプ場利用者にリピーターとなってもらうには、地域の特色を活かしてキャンプ場のバリエーションを持たせる必要がある。

「山間」でキャンプをした人は、次回は「海辺」・「川辺」・「湖畔」でキャンプをしてもらうなど、来るたびに違ったキャンプを楽しめるような仕掛けづくりが必要となってくる。

(4) 茨城県への移住促進

長期的な視点でみると、キャンプをきっかけに茨城県の魅力を知り興味を持ってもらうことは、関係人口の創出に繋がり、茨城県への移住に繋がる可能性がある。現在のコロナ禍・ウィズコロナにおいては、テレワークの普及を背景に、観光地などでの休暇中に仕事をする「ワーケーション」や都心から自然豊かな地方へ移住する動きも既に一部でみられており、移住地としての茨城県の魅力は十分にある。

また、キャンプはテントの設営や火付け、自炊など「学びの機会」が多いことが特徴である。自然体験を通じた子育てに魅力を感じる親にとって、自然豊かな環境を持つ茨城県は移住先の候補になるだろう。

おわりに キャンプを通して茨城県の魅力を発信

世界の感染症の累計感染者数は1億人（執筆時、2月10日時点）を超え、現在も世界で感染が拡大している。

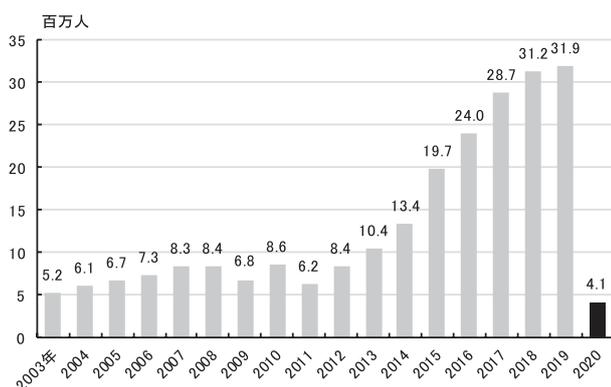
今後ワクチンの普及に伴い、感染症の拡大は収束していくと思われるが、感染拡大防止の観点から当面の間は、3密の回避や国内外の移動を控えることが予想され、国内・海外旅行が感染症拡大前の水準まで回復するにはしばらく時間を要すると思われる。わが国が観光政策の柱として誘客に取り組んできた訪日外国人・インバウンド消費も大幅に減少するなど、地域経

済への影響は既に深刻なものとなっている。

また、宿泊や飲食、観光地への訪問など、対面型が多い観光産業は、ウィズコロナを強く意識した対策が求められ、これまでのビジネスモデルを大きく転換せざるを得なくなっている。

昨年の夏には、感染症の影響で海水浴が開設できなかった茨城県の大洗サンビーチで砂浜図書館がオープンし、大きな話題となった。こうした既存のレジャー施設を工夫し活用した取り組みは、コロナ禍でも地域の魅力を発信するヒントとなるだろう。

図表3 訪日外客数



注：2020年は推計値。

出所：日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客統計」

感染症の拡大により、人々の生活様式が変化して1年が経過した。各種感染防止策や外出自粛による影響は、経済活動の停滞だけに限らず、人々の生活にも「自粛疲れ」をもたらしている。

キャンプには、地域の観光振興だけでなく、こうした自粛疲れのストレス解消にも効果的であるとされている。感染拡大が落ち着いている時期には、感染対策をしっかりとしたうえでキャンプを楽しむことで、ウィズコロナ時代の私たちの生活にも豊かさをもたらしてくれるであろう。

また、本稿で取り上げたキャンプをはじめ、3密を回避したレジャーの振興は、地域への入込客を増やし、地域の魅力を知ってもらうきっかけとなる。感染症の収束後に、徐々に観光が再開されれば、キャンプを通して茨城県の魅力を知った人が観光客として訪れることも期待できる。

今後、茨城県でのキャンプが、県内の観光産業をはじめ、多くの業界と組み合わせることで地域全体に好影響をもたらし、茨城県の観光産業の柱の一つとしてさらに飛躍していくことに期待したい。

【参考文献・資料】

茨城県営業戦略部観光物産課「いばらきキャンプ」(ウェブサイト)

<https://ibaraki-camp.jp/> (2021年2月10日閲覧)

公益財団法人日本生産性本部 (2020) 「レジャー白書2020」

<https://www.jpc-net.jp/research/detail/004580.html> (2021年2月5日閲覧)

一般社団法人日本オートキャンプ協会「オートキャンプ白書2020」 「巻頭要約 2019年オートキャンプ概況」

<https://www.autocamp.or.jp/2020/wp-content/uploads/2020/07/b26280f8d11a3ab01308e95655d142d5.pdf>

(2021年2月5日閲覧)

横浜税関調査部調査統計課 (2020) 「テントの輸入」

<https://www.customs.go.jp/yokohama/toukei/topics/data/2009tent.pdf> (2021年2月5日閲覧)

日本政府観光局 (JNTO) (2020) 「訪日旅行市場における新型コロナウイルス感染症の影響と需要回復局面の旅行者ニーズと志向に関する調査」

<https://www.jnto.go.jp/jpn/news/topics/20201224.pdf> (2021年2月5日閲覧)

Johns Hopkins University

COVID-19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU) (ウェブサイト)

<https://coronavirus.jhu.edu/map.html>

(2021年2月10日閲覧)

バックナンバー

| 調査情報誌 | レポート |
|------------------------------|---|
| 筑波銀行 調査情報 2011年3月号 No.30 | ・結城紬産地の現状と課題 |
| 筑波銀行 調査情報 2011年7月号 No.31 | ・東日本大震災の特徴と復興に向けて ・つくば発グリーンイノベーション |
| 筑波銀行 調査情報 2011年10月号 No.32 | ・茨城農業の特徴と革新への取組 |
| 筑波銀行 調査情報 2012年1月号 No.33 | ・茨城・栃木における地域ブランド力向上に向けた取組 |
| 筑波銀行 調査情報 2012年4月号 No.34 | ・清酒製造業の現況と老舗企業の革新への取組 -茨城・栃木両県を中心に- |
| 筑波銀行 調査情報 2012年7月号 No.35 | ・日立・ひたちなか地域の「ものづくり」中小企業の特徴とサバイバル戦略の方向性 ・東日本大震災被害地における新たな「まちづくり」の息吹き -宮城県南三陸町の事例を中心に- |
| 筑波銀行 調査情報 2012年10月号 No.36 | ・再生可能エネルギーの可能性と利用拡大に向けた取組 -茨城県における取組事例を中心に- |
| 筑波銀行 調査情報 2013年1月号 No.37 | ・茨城における新時代対応型中小企業 -経営革新への取組事例(その1)- |
| 筑波銀行 調査情報 2013年4月号 No.38 | ・首都圏近郊の賑わいある「まちづくり」の取組 -柏市における「まちづくり」の特徴と仕掛け人たち- |
| 筑波総研 調査情報 2013年7月号 No.39 | ・地方自治体における「地域ポイント制度」の新展開 |
| 筑波総研 調査情報 2013年10月号 No.40 | ・「同時多発型・笠間モデル」 -笠間市の先進的で多様な地域活性化への取組- ・「ギャラリーロード」で見られる革新的な「まちづくり」の取組 -笠間焼産地における「産地革新」との係わり- |
| 筑波総研 調査情報 2014年1月号 No.41 | ・ASEANの中心国・タイの投資環境と日系中小企業の進出状況 |
| 筑波総研 調査情報 2014年4月号 No.42 | ・「地域活性化」における「地域の酒」の効用 -茨城県の取組事例と課題を中心に- |
| 筑波総研 調査情報 2014年8月号 No.43 | ・「地域活性化」における「女性力」 -茨城県における女性活躍事例中心に- |
| 筑波総研 調査情報 2015年2月号 No.44 | ・「ザ・ヒロサワ・シティ」の夢 -茨城県筑西市における“郷(まち)づくり”事業- ・「地方創生」における「シニア活躍」の重要性 |
| 筑波総研 調査情報 2016年3月号 No.45 | ・44のいばらきの魅力あるまちづくり ・多様な選択肢が、多様な生き方・働き方を創る フィンランドの事例に学ぶ男女共同参画に関する考察 ・つくば初ベンチャー企業による『成功に向けて』のメッセージ -起業家インタビューを中心として- |
| 筑波総研 調査情報 2017年3月号 No.46 | ・つくばにおける学生起業家(筑波大・学生ベンチャー)等について -学生、若手OBの設立したベンチャー垂企業に対するインタビューからの考察- ・多様で柔軟な働き方の実現に向けた取組~「テレワーク」の展開にける想い~ ・常陸那珂港区を輸出拠点とする鉱山用機械の動向 ・茨城県産農産物の販路拡大・高付加価値化に向けた取組 |
| 筑波総研 調査情報 2018年3月号 No.47 | ・産総研技術移転ベンチャー・筑波大発ベンチャーに関する最近の状況からの考察 -起業・活動状況、研究者の兼業、資金調達及びCYBERDYNEの活動について- ・「筑波銀行」お客さまアンケート調査の結果報告 -お客さまの声は天の声- ・茨城県内の大学生に対する県内定着に向けた取組 ~地域づくりとキャリアデザイン~ ・人口動態と都市構造 -茨城県つくば市と土浦市をケーススタディとして- ・茨城県におけるインバウンド誘致に向けた取組 ~事例からみるインバウンド誘致の課題と可能性~ |
| 筑波総研 調査情報 2019年3月号 No.48 | ・関東エリアにおけるインキュベーター施設に関して -茨城県事例を中心とした検討- ・茨城県内における女性活躍企業と女子学生のキャリア形成 ~茨城県「女子学生による女性ロールモデル等情報発信事業」を事例に~ ・茨城県の日本酒による地域活性化について ~県内地酒の認知度向上と次世代の造り手育成への取組~ ・茨城県下妻市におけるモビリティ・マネジメントの取組 ~コンパクト・プラス・ネットワーク型都市構造への転換に向けて~ ・茨城県内企業における外国人雇用に関する現状と課題 ~人手不足の現状と外国人雇用に向けた取組~ |
| 筑波総研 調査情報 2020年3月号 No.49 | ・国立研究開発法人発ベンチャー企業の活動の状況について -エコシステム・上場企業・個別企業への出資等を中心として- ・地域の人財を、地域で育てる「キャリア教育」 ~茨城県立高校と企業が連携した職業教育「デュアルシステム」を事例に~ ・水災害リスクを考慮した土地利用の在り方に関する基礎的考察 ・2019年10月の消費税率引上げによる茨城県経済への影響に関する調査 |

筑波総研株式会社

Tsukuba Institute of Research, Ltd.

調査情報 No.50
2021.3

2021年3月1日発行
発行元：筑波総研 株式会社 〒305-0032 茨城県つくば市竹園1丁目7番
連絡先：029-829-7560(TEL) 029-856-6890(FAX) ri@tsukubair.co.jp