

教育的資源としての工場見学の意義とその在り方に関する考察

近藤 雄介*

1. 本研究の目的

近年のブームに乗って、工場見学は一般的なものになりつつある。工場見学では、日常から分断された大量生産の様子や、徹底的に衛生管理され、合理的・超効率的に稼働する労働環境を間近に見て、幅広い世代の参加者に向けた解説を聞くことができる。このような機会は工場見学に特有のものと言える。

さらに、工場が観光産業や企業・団体のPR装置として活用される動きも広がっている。工場見学は幼少期の単なる「社会科見学」に留まらず、大人も気軽に足を運べる観光資源となっており、知的教養を高める活動として期待する声も少なくない。

本研究の目的は、工場見学の社会的な位置づけや機能・役割を明らかにしたうえで、教育的資源としての工場見学の活用可能性を見出すことである。

目的を達成するために、本研究では広範な分野に亘る工場見学に関する文献研究を分析する。工場見学を取り巻くアクターを工場見学の参加者、工場見学の主催者、工場見学を活用する第三者に分け、それぞれの視点から工場見学が持つ機能と性質を考察し、そこから工場見学の教育的価値付けを試み、その活用の方法を提案する。

2. 構成

序章 問題の所在と研究の目的

第1章 工場見学の現状

第2章 参加者から見た工場見学

第3章 主催者から見た工場見学

第4章 第三者から見た工場見学

終章 本研究のまとめと今後の課題

* 筑波大学人間学群教育学類4年

3. 概要

第1章では、工場見学の現状をとらえるために先行研究を概観し、工場見学が持つ多様な性質の整理を試みた。第1節では工場見学に対する一般的な認識を考慮に入れて、本研究で対象とする工場見学を定義した。第2節では、近代から現代にいたるまでの工場見学の歴史の変遷をまとめた。第3節では、まず構造的な類型化を行なっている先行研究に着目した。工場見学を博物館的な施設として検討、生涯学習的な活用の可能性を述べた。続いて工場見学の機能に着目した研究を検討したところ、「営利性—社会性」「学習性—娯楽性」という分類軸を取り、工場見学を4タイプに類型化できた。

第2章は参加者の視点から工場見学の分析をした。工場見学をテーマに実施されたWEBアンケートを参考に、工場見学に対する教育上の要請が強いことを確認した。さらに、近年のアミューズメント性の高まりとともに、工場見学がより大衆的な社会的装置となりつつあることを示した。

第3章は主催者の視点からの考察である。企業博物館論を援用し、企業の広告戦略上に工場見学が大きく位置付けられていることを指摘した。工場見学が企業活動を正当化する装置として、情報を一方的に提供するという構図は、工場見学を教育的資源と見なして活用する上での重大な課題であることを確認した。

第4章では、前章までに扱ってきた参加者と主催者という関係には含まれない主体を第三者として捉え、その観点から考察した。観光プランとして工場見学ツアーを企画する旅行会社のように、工場見学を他の目的のために「活用」する第三者の事例を検証し、工場見学が発揮する機能・性質を追及した。第三者による工場見学の活用では、参加者と主催者という固定化された関係に拘束されないことから、これまでに挙げられてきた課題が解消されることを述べた。工場見学に潜む教育的価値を有効にするには第三者の多様化とともに、工場見学への多面的な関わり方が志向されるべきとして、結論とした。

4. 主要参考文献

- 諸岡博熊(1997)「企業の文化活動から見た企業博物館」『日本ミュージアム・マネジメント学会研究紀要』1, pp. 1-9,
- 吉見俊哉(1992)『博覧会の政治学まなざしの近代』中公新書
- 高橋雄造(2012)「博物館とはなにか」『科学技術史』12, pp. 63-76,
- 寶多國弘(2012)「産業観光の方法論的考察」『商学研究』52(1・2), pp. 63-86, 愛知学院大学商学会