

〈研究・調査報告〉

「絵本」媒体とその価値を子供たちに届ける施策と効果の研究

星野 卓也

【要旨】

インターネットの普及により、急激に様々なコンテンツがデジタル化されている。我々は、かつての「所有」という概念から「利用」という概念に移行してきているのかもしれない。「本」という媒体もまた電子書籍という形でデジタル化が加速している。しかし、デジタル化の簡易性及び利便性のない価値が「本」にはあると考え、例えば、「絵本」媒体を例に、それを子供たちに届けることで、その物体としての価値あるいはデジタルでは得られない価値を検証しようと試みた。本研究では、「絵本ワールド」というイベントを学生が運営して、実際に子供たちに絵本を届けることから見えてきたものを洗い出してまとめた。これにより、メディア研究の発展に貢献することが期待される。

キーワード：コンテンツビジネス、絵本、経験価値、マネジメント、マーケティング

1. はじめに

本学メディア学部ビジネス分野の研究を伴う総合演習の授業の一環として、本を通して子供たちに学びと楽しみを提供することを目的としたイベント「絵本ワールド」を実施した。本稿は、そのイベントに関しての第3回～第5回（2022年～2024年）までの実施結果とそこから効果を検証した報告である。

2022年と2023年には「絵本ワールド in 京葉」と題し、2024年には「絵本ワールド in 紀尾井町」「絵本ワールド in とうがね」と題して開催し、子供たちが絵本に親しみ、物語を通して想像力を育む場を設けた。各年の取り組み、準備・運営のプロセス、成果、SDGs目標達成に向けたチャレンジについて報告し、そこから得られた学びや今後の展望について考察する。尚、本稿においては、執筆時点ではまだ、11月9日、10日に実施予定の2024年「絵本ワールド in とうがね」は未開催である。

また、当イベントは、「子供たちに本を届ける」という課題を掲げていたため、2024年は特に、SDGs（持続可能な開発目標）における「質の高い教育をみんなに」と「パートナーシップで目標を達成しよう」の2つの目標に基づいて企画・運営を行った。「質の高い教育をみんなに」では、より多くの子供たちが絵本に触れる機会を持てるよう、展示販売する絵本の選書

や提供方法に工夫を加えた。「パートナーシップで目標を達成しよう」では、大学生スタッフ間や外部関係者との協力体制を強化し、地域や社会と連携したイベント運営に努めた。

2. 昨年までのイベント概要

2.1 「絵本ワールド」とは

「絵本ワールド」とは、公益社団法人「読書推進運動協議会」の中の「子どもの読書推進会議」が推進する「子どもの本のお祭り」の呼称である。2000年「子ども読書年」に岡山・静岡・福岡・札幌（北海道）・大阪・石川の6地域ではじめて開催され、その後、岩手・宮城・山形・福島・栃木・神奈川・新潟・長野・愛知・奈良・兵庫・鳥取・島根・香川・鹿児島・沖縄・徳島で開催されている。

「絵本ワールド」のおもなプログラムは、児童文学作家や絵本作家による講演やトークショー、開催地域の読書グループ・ボランティアによる様々なワークショップ、それに加え、子どもの本の展示販売会も同時開催される。本学のような大学運営以外では、開催地域の実行委員会（県立図書館、地元読書グループ・ボランティア、地元新聞社など）が中心となって事業を運営する。「子どもの読書推進会議」は、プログラムの検討や告知等をサポートしている。

2.2 「絵本ワールド in 京葉2022」

第1回を2018年に、第2回を2019年に開催してきたが、その後コロナ禍に入り、3年ぶりの「絵本ワールド」となった。この年は、「子どもの本のお祭り」というテーマを掲げて始まった。「総合演習」という授業科目を履修する25名ほどの大学3年生がスタッフを務めた。

春学期は、まずは座学で、経営学からドラッカーの「マネジメント理論」、コトラーの「マーケティング理論」、PDCAサイクルでの改善の意味、ヤングの「アイデアのつくり方」などを学んで、企画・運営・販売までの理論を修得した。

それを踏まえて、学生たちは子どもの読書推進会議、日本児童図書出版協会、一般財団法人出版文化産業振興財団（JPIC）が主催する毎年5月の恒例イベント「上野の森親子ブックフェスタ」の見学と手伝いに参加した。来場者の呼び込みやレジ対応など座学では体感できないことを実地で経験した。

7月の紀尾井町のオープンキャンパスの同日、来校する受験生たちを見込んで、学内で「絵本ワールド」のテスト開催を行った。5月の実地での来客対応の経験を、今度は学生たち自身が主催者となり、マネジメントでいう責任を持って、対応をするという学びである。オープンキャンパスに訪れる500人近い受験生と近親者のうち、100人程度が訪れ、その人々に対して接客を行った。

5月の「上野の森親子ブックフェスタ」への参加、7月のテスト開催を踏まえて、10月「絵本ワールド in 京葉2022」紀尾井町キャンパス開催、11月「絵本ワールド in 京葉2022」東金

キャンパス開催と繋げた。年間の演習科目ゆえに、講義内での都度都度のフィードバックを受け、次開催で改善することで、気づきを得てグレードアップをはかるためのものである。イベントでは、絵本作家・村上康成氏の講演会、福祉総合学科の学生による読み聞かせ会、仕掛け絵本のワークショップ、「空飛ぶクジラ大賞」の授賞式等が行われた。2,000冊に及ぶ絵本・児童書の展示即売会は、日本児童図書出版協会に所属する会員出版社から、学生の選書により商品を提供され、大学特別販売価格での販売を可能とした。その即売会における学生スタッフを、企画、広報、渉外という役割に分けると同時に、「特徴あるコンセプト書店」に見立てたテーマを「たくさん感情を探す」「愛をかたちに」「映像化した作品で本と映像の良さを」とそれぞれ決めて3グループに分けて、ブース運営に当たるように促した。

また地域貢献として、西部リアルティソリューションズやミナシアといった近隣企業とのコラボ企画なども同時開催した。東金キャンパス実施後における絵本の総売上げは、185,710円という結果になった。コロナ禍も明けたばかりで学生たちもほとんどの者がマスクをつけたまま距離を取りながらコミュニケーションするという、戸惑いながらの1年だった。展示販売の運営面では、選書方法、集客や広報活動、及び福祉総合学科との連携などでも反省点が多く、地域への周知不足も課題として挙げた。また、イベント当日のスタッフ配置も不十分で、販売ブースでスタッフの人員が余り、かたまってしまうなどの場面があった。これらの課題は、次年度の企画に向けて改善が必要なポイントとして認識された。

2.3 「絵本ワールド in 京葉2023」

2023年は、2022年と同様に、5月の「上野の森親子ブックフェスタ」イベント参加から始まり、7月のテスト開催を踏まえて、10月「絵本ワールド in 京葉2023」紀尾井町キャンパス開催、11月「絵本ワールド in 京葉2023」東金キャンパス開催と実施した。企画・運営面においては前年の反省を活かし、いくつかの見直しを行った。「子どもの読書推進会議」の決めたテーマとは別に、「絵本を通じた心のつながり」という独自のテーマを立て、特に、異なる文化や価値観を感じられるよう、海外の絵本や多文化的な視点を取り入れ、子供たちが異なる世界観を体験できる内容を意識した。また、前年度の集客課題を改善するため、SNSの活用や地元メディアとの連携を強化した。イベントでは、やまはたマリー氏の講演会、福祉総合学科の学生による読み聞かせ会、仕掛け絵本のワークショップ、「空飛ぶクジラ大賞」の授賞式等が行われた。絵本・児童書の展示即売会では、前年度同様に、企画、広報、渉外という役割に分け、コンセプト店舗ごとに3グループ（「魔法」をテーマにした「じゃどう〜」、「日常に溢れる小さな幸せ」をテーマにした「なのはなぐみ」、「冒険・発見」をテーマにした「Colum」）に分け、それぞれのブース運営に当たるように促した。

この年のイベントでは、来場者数が前年よりも増加し、売上も190,830円と前年を上回った。アンケート結果からは、「絵本を通じた異文化交流が楽しかった」「家族で新しい絵本に出会えた」といったポジティブな意見が多く、プログラムの内容に満足した声が多く寄せられた。特

に、保護者からは「子供が絵本を楽しんで読むようになった」という反響もあり、企画の意義を感じた。また、運営面でも、スムーズな進行と来場者へのサービス向上に向けてシフト制を導入するなどチームワークが発揮された。

3. 準備と企画プロセス

過去2年間で踏まえて、2024年は、運営組織の見直しを行った。「絵本ワールド運営会議」という組織を作り、その下に開催地別に、「絵本ワールドin紀尾井町2024」実行委員会、「絵本ワールドinとうがね2024」実行委員会、そして学生運営会議という組織編制にした。

更に、絵本による教育と地域貢献として、「絵本の魅力を広く伝え地域の子育てや文化的発展に貢献すること」、「大学の施設を活用した地域貢献の探究すること」、「絵本を活用した福祉教育の可能性を実践的に探究すること」、の3つをテーマとして明文化した。

学内の「学修研究活動助成事業」に申請するにあたり、2022年および2023年ではあいまいだった「活動の目的・概要」を改めて言語化した。着想の経緯としては、以下のように言語化した。

コンテンツのデジタル化が加速する現代において、出版メディアの中でもオブジェクトとして今なお存在価値の高い「絵本」という媒体に着目した。「絵本」は、「絵」と「文章」とで「奥行きある物語」を想起させる手法や、教訓的な内容で、子供の成長や教育にとって重要なものである。また、子供と親あるいは教育者とを結ぶ「コミュニケーションツール」として、オブジェクトとしての機能性をも普遍的に遺している貴重な媒体である。その「価値」を、コンテンツビジネスを専門的に学ぶ学生の演習として活用することで、学生にとっては知識の体得に、また「絵本」を物理的なコミュニケーションツールとして機能させることで、享受者である地域住民に貢献できるのではないかと考えた。

更に、「目的と概要」としては、以下のように言語化した。

この研究活動の目的は、デジタル化が進む出版メディアの中でも、価値が独自なものであり続ける「絵本」という媒体及び「価値」を、広く子供たちに届けることである。「価値」とは、オブジェクトなツールとしての存在価値とそのコミュニケーションツールが生み出す効果の理解を意味する。またそれを媒介とした、地域の情操的な子育て支援や文化的発展に貢献することである。そのためには、媒体としての「絵本」の理解、子供教育についての知識のほか、実践手法として「販売」を行うためのプロデュース能力や文化的素養などが必要である。ゆえに、より効果性を高めるために、メディア情報学科だけでなく、福祉総合学科とも連携しながら、様々な知識を駆使して実践していく。概要としては「絵本を子供たちに広く届ける」という目的のもと、その手段として、「展示販売×購入」というコミュニケーション活動を行う。そのため、学生たちで絵本販売を前提とするマーケティング計画を立て、その計画に沿って、企画／広報／渉外など役割をつけてチーム編成し、実際に幾度かの販売実践（イベント）を行い、

その度ごとに検証し、客観的なフィードバックを受け、改善をしながら経営学における「PDCAサイクル」による目標達成の仕組みを体得する。知識のみならず、社会人基礎力や協調性をも養う。また、福祉総合学科と連携し、「絵本」を活用した福祉教育の可能性の実践的探究を行う。イベント内のワークショップにて、福祉総合学科の学びの専門性としての「読み聞かせ」などの実践の場も用意する。イベントの開催には大学キャンパスを使用し、大学の施設を活用した地域貢献を実践する。展示販売の準備と企画においては、昨年及び一昨年同様、学生スタッフを企画、広報、渉外の3つの役割に分けるとともに、3店舗のコンセプト書店の設計を促した。特に本年においては、SDGsに向けた取り組みを意識し、子供たちに絵本を届けることを目標に掲げた。それに応じて、コンセプト書店も「命の大切さ」、「環境と成長」、「文化を広めて子供たちの視野を広げる」とSDGsに向けた取り組みを含み入れたものとなった。

4. 実施概要

実施結果を以下に一覧でまとめた。

表1 実施日一覧

現地調査（フィールドワーク）	2024年5月
「上野の森親子ブックフェスタ」出展	2024年5月4日、5日
キックオフ総会	2024年5月29日
「絵本ワールドinさいたま」視察	2024年6月18日
「絵本ワールドinふくしま」視察	2024年7月5日、6日
展示販売イベント／テスト開催	2024年7月20日、21日
第29回「日本絵本賞」表彰式	2024年7月29日
第54回「学校図書館賞」 第26回「学校図書館出版賞」表彰式	2024年8月1日
展示販売イベント「絵本ワールドin紀尾井町」	2024年10月12日、13日
展示販売イベント「絵本ワールドinとうがね」	2024年11月9日、10日（予定）

（筆者作成）

昨年一昨年と同様に、5月4日、5日の両日に行われた「上野の森ブックフェスタ」への参加においては、告知ブースを出展した。更に、「絵本ワールドinさいたま」と「絵本ワールドinふくしま」と他団体が実施している「絵本ワールド」に学生の代表者が視察に訪れ、それをレポートにし全体に共有した。陳列方法や接客方法などは、それを踏まえて、当初の計画からの見直しを行った。その上で、7月20日と21日に展示販売イベントのテスト開催を行った。テスト開催では、例年通り、大学のオープンキャンパスと同日に設定し、近隣の子供たちへの広報活動もしながら、大学案内を聞きに来た高校生に対して活動を披露する意味合いも持たせた。テスト開催が終わった後の講義時間では、各人が課題点を持ち寄り、グループワークの中で、紀尾井町、東金と続く本開催の中での、具体的な解決策を明らかにしていった。

そして、紀尾井町での本開催は、10月12日と13日に紀尾井町キャンパスで行った。この2

日間は、同時に集客要素のあるイベントがないために単独での開催となった。来場客は主に近隣住民と SNS での告知で知った人たちであった。そこでのアンケート結果などを踏まえて、更なる改善をし、最後に、11月9日と10日に東金キャンパスでの開催を行う。この2日間は、大学祭と同時開催なので、大学祭目当てで来場した者も誘引することが可能である。ここでも、アンケートにて来場客の声に耳を傾け、イベントの効果を検証していく。大学キャンパスでの実施ということで地域貢献の要素も含んだものとなっている。また、どちらの開催でも、福祉総合学科と連携し、絵本を活用した福祉教育の可能性の実践的探究を行う。イベント内のワークショップにて、福祉総合学科の学びの専門性としての「読み聞かせ」を実施する。

4.1 SDGs との関わり

本活動では、社会の未来を担う子供たちに向け、絵本を通じた社会教育として実施した。イベントを通じ、子供たちのSDGsに対する理解を深め自分たちにできる事について考えるきっかけを提供した。展示販売におけるイベント実践を「3つの書店の店舗が出店する」と見立て、それぞれ別のコンセプトを立て、3グループに分かれて行った。各グループ内ではSDGsに対して次の姿勢で取り組んだ。

1店舗目「ワンラブ」のコンセプトは、「人と動物の関わり」とした。人や動物といった非常に多様な相手と関わりを持ち、理解することでパートナーシップ精神を養う事や絵本を通じて相互理解を深め、感受性を強く持てるように取り組んだ。

2店舗目「ぐりとぐんぐん」のコンセプトは、「環境と成長」とした。陸や海の生態系について関心を持ち、自分でも可能なことについて考える事や自分たちが生活している環境がどのように作られているかに対して関心を持ち、持続可能な街とはどのようなものであるか理解できるように取り組んだ。

3店舗目「ういず」のコンセプトは「文化を広め、視野を広げる」とした。様々な国の文化について知ってもらう事で偏見をなくし公平な目で、世界を見られるようにすることを意識して取り組んだ。

各チームの学生は、それぞれのコンセプトを元に、それに適した絵本の選書を行った。また、SDGsへの取り組みを意識し、全体のキャッチコピーを「スタート 絵本で知ろうみんなの世界」と設定した。本活動では持続可能な社会のための教育への貢献を目指した。

4.2 調査・アンケート結果

テスト開催と、紀尾井町開催における来場者数、アンケート回答者数、販売冊数は以下のとおりである。東金は現時点ではまだ開催していないため未集計である。

表2 調査結果

	テスト開催 7月20日、21日	紀尾井町開催 10月12日、13日
来場者数	59人	357人
回答者数	59人	237人
販売冊数	21冊	218冊

(筆者作成)

昨年と比較し、購入された絵本の冊数は268冊から218冊とわずかに減少したが、来場者数については152人から357人へと大幅に増加した。デジタルマーケティングとしてはSNSを活用したが、テスト開催時の閲覧数（インプレッション）は、1,753であったのに対し、紀尾井町開催前には、14,729へ数値を伸ばした。しかし、来場者が大幅に増えた原因は、SNSを使った宣伝だけでなく、A4大のチラシを2,000枚以上刷り、開催地近隣の幼稚園、保育園などに配布した地道な宣伝活動が功を奏したものと考えられる。

アンケートから読み取れる来場者の年齢については、テスト開催ではオープンキャンパスが同時に実施されていたため、そこからの流動で「高校生」が最も多く「35.8%」、「それ以上（32.8%）」「未就学児（16.6%）」という結果になった。紀尾井町開催では、講演会とサイン会が同時開催されていたこともあり、「（高校生）それ以上（71.2%）」「未就学児（16.5%）」と、成人の来場者が多い結果となった。

購入率に関しては、来場目的で「絵本・児童書展示及びご購入」と回答した来場者を対象に調査を行なった。テスト開催では「47.5%」、紀尾井町開催では「72.1%」という結果になり、紀尾井町開催では購入を目的とする来場者が多いことが明らかになった。満足度に関しては、テスト開催では「満足（61.7%）」「まあまあ満足（35.0%）」、紀尾井町開催では「満足（79.7%）」という結果となった。全体を通して満足度は高い結果となり、絵本を扱ったイベントに対する需要があると判断した。これから行われる東金開催を含めた売上は、一昨年の185,710円、昨年の190,830円を上回ることが予測できる。

5. 結論と考察

「絵本」を子供たちに届けることで、その物体としての価値あるいはデジタルでは得られない価値を検証しようと意識して、今年度の活動を行った。

そのような活動によってまず見えたのは「コミュニケーション」だった。例えば、電子書籍は、親がクレジットカードで購入して子供に与えれば、子供は親の離れたところで自分ひとりで指で画面をスライドしてページを捲って黙読するのかもしれない。しかしながら、展示販売

の来場者の行動として実際に見たのは、デジタルにはない「親子のコミュニケーション」だった。親は子供が興味ありそうな表紙や形状に目を止めると、それを取ってあげ、ある時はしゃがんで子供を抱きかかえて、ある時は抱っこしながら絵本を子供の目の前に開いて、そして音読をして、一緒に楽しんでいた。通常の絵本に加えて、開くと飛び出す「仕掛け絵本」も多数展示していた。「仕掛け絵本」は、通常は書店では封を切って中を取り出すことはできないが、この展示では50種類以上もの「仕掛け絵本」が見本として開封されていて、自由に閲覧することができた。子供たちは、親とともにそれに触れ、声を上げて読んだり、内容や仕掛けに笑ったりしていた。このコミュニケーションこそが「絵本」の重要な機能の1つなのではないかと推察できた。また、祖母祖父にあたるであろう老人が、孫にねだられて複数の絵本を購入する光景も何度か見られた。購入したある老人から、自分もいまだに捨てられない祖母から貰った絵本があるというエピソードも聞いた。この老人から孫に渡される絵本は、「思い出の贈り物」になるであろうと想起できた。

いずれもアンケートの自由回答欄からではなく、来場者と直接コミュニケーションを取ることで明らかになったことである。そして、購入する大人たちは、子供は気に入った絵本に対して何度も繰り返し読む傾向があることも口々に話していた。これは、子供にとって絵本が単なる情報源や娯楽に留まらず、深い愛着や学習の対象となり得ることを示唆しているのではないだろうか。またある購入者から、絵本は子供が成長する際の血肉になるもので、絵本を通じて様々な知識や原理原則を身に付けていって欲しいという意見も聞くことができた。接客を行った学生たちも、絵本という物体が取り持つ「コミュニケーション」によって、簡易的な調査方法では得られない価値を感じられたことに意味があった。

電子媒体の普及や書店の減少により、絵本に触れる機会は減少している。しかしながら、本活動を通じて、絵本は、その内容ばかりでなく、届ける手段においても、人間活動においても、教育的・文化的に重要な役割を果たしていることが確認された。そのような絵本の価値を広く伝えるためのひとつには、子供だけでなく幅広い世代が交流できるイベントを開催することが有効であると考えられる。特に、大人と子供が直接関わる場を設けることで、絵本を媒介とした世代間のコミュニケーションが促進されるとともに、絵本の持つ教育的・文化的価値を維持していくことが可能になると推察される。

また「絵本ワールド」の3年間にわたる実施を通じ、子供たちに対して「質の高い教育をみんなに」というSDGs目標に基づく取り組みを進めてきた。特に、絵本という媒体を通じて、子供たちの想像力や読書への興味を喚起し、学びの場を提供することができた。また、大学生同士や地域・外部関係者との「パートナーシップで目標を達成しよう」というSDGsの意義を感じ、実践的な学びを得る貴重な機会も得られたことも最後に付け加える。

Research into the Effectiveness of Strategies to Deliver the “Picture Book” Medium and its Value to Children

Takuya Hoshino

Abstract

With the spread of the Internet, various contents are being rapidly digitized. We may be shifting from the concept of “ownership” to the concept of “use.” The medium of “books” is also accelerating its digitization in the form of e-books. However, we believe that there is a value in “books” that does not exist in the simplicity and convenience of digitalization, so we tried to examine the value of “picture books” as an object or the value that cannot be obtained digitally by delivering them to children, for example, by using the medium of “picture books.” In this study, students ran an event called “Picture Book World” and actually delivered picture books to children, and we identified and summarized what was found. It is expected that this will contribute to the development of media studies.

Keywords: content business, picture books, experiential value, management, marketing

