

Bangladesh 農村部における
 持続可能な識字教育事業体に関する基礎研究
 —エクラスプール村での映像を用いた
 ワークショップを事例として—

An Inquiry into a Sustainable Business of Literacy Education
 in a Rural of Bangladesh

-On a Case Study of a Workshop Using Video Material in Ekhlaspur Village-

山田 輝之

千葉大学教育学部 学部生

Bangladesh では、非識字の問題が深刻である。 Bangladesh 政府や NGO による識字教育事業は、「事業の継続性」に課題がある。それらの事業体だけに依存し、解決を求めることは難しい。そこで「事業の継続性」の課題を解決する新しい事業体の構築のため、グラミン銀行の事業モデル「ソーシャル・ビジネス」を参考に検討を行う。グラミン銀行のグループ会社「グラミン・コミュニケーションズ」との協同による調査活動から、従来の政府や NGO の識字教育事業は、村人の識字能力獲得が目的となっており、事業終了後の雇用などの能力活用の仕組みがないことが明らかになった。ソーシャル・ビジネスによる事業体で、識字能力獲得と同時に、雇用創出など、村人にとってのインセンティブを生み出す必要性があることが判明した。今後の課題として、継続した市場調査によるデータ収集、識字教育、継続教育（生涯教育）の専門家との連携、多国籍企業等との事業提携、事業内容の充実と改善が必要である。¹

キーワード：識字教育、継続教育（生涯教育）、ソーシャル・ビジネス、グラミン銀行、 Bangladesh

1. はじめに

近年、経済界を中心に「BOP」²や「貧困層ビジネス」³などと呼ばれる、貧困という社会的課題を、ビジネスの手法で解決することを目指す事業体が注目を集めている。日本においても経済産業省などが、BOP の概念を浸透させるべく施策を検討している。⁴そんな「貧困層ビジネス」の壮大な実験場となっているのが Bangladesh である。 Bangladesh は農村部の、特に女性を対象とした無担保少額融資（マイクロクレジット）で知られる「グラミン銀行」⁵が、2006年にノーベル平和賞を受賞したことで、世界から注目されるようになった。 Bangladesh は、世界において最貧困国とされ、アジアにおける発展途上国のひとつである。そんな Bangladesh は、非識字に関する問題が深刻な国でもある。

2. 問題の所在

2.1. 世界の識字教育の現状

UNFPA の 1990 年の世界の非識字率の統計⁶によれば、世界の 15 歳以上の推定人口 35 億 8000 万人のうち、読み書きができない人々（非識字者）の数は 9 億 4800 万人で、4人に1人の割合であり、そのうち 71%はアジアに、そして非識字者の割合が高い国が最も多いのはアフリカである、とある。

世界規模で国際機関などが識字教育の重要性に注目する中、久野（1994）⁷は、 Bangladesh においては非識字者に対する基礎識字教育の充実と普及が求められており、東南アジア諸国では「生涯学習」の概念と機会の普及が求められているとしている。

2.2. Bangladesh の識字教育の現状

ユネスコ（2006）⁸による統計では、 Bangladesh の識字率は 2005年時点で 41.5%、齊藤（2005）⁹によると、政府公表では 2002年には 66%であったが、NGO の推定により実際には 42%程度ではないかとされ、2003年には

実質 48%であると下方修正するに至ったとある。つまり、国民の 2 人に 1 人は文字の読み書きができない現状がある。バングラデシュ政府は、非識字問題改善のため、1990 年より初等教育を義務化、1995 年にノンフォーマル教育局 (DNFE: Directorate of Non-Formal Education. 以下、DNFE) を組織し、成人識字教育プロジェクトに取り組むが、2003 年に DNFE は、政治的軋轢を直接的な原因とし、その効果が低いことから、解散に追いやられた。長年、バングラデシュでは NGO が識字教育事業を担ってきた。NGO の活動を分析している森 (2002) ¹⁰によると、子どもたちの発達機会を保証しそれを継続すること、また国家の推進する義務教育を補完することなどの役割を担っていることを認めながらも、継続的な教育のための設備や器材の不足など、NGO 主体の事業の欠点を指摘している。同じく、齊藤 (2005) も、バングラデシュ政府による DNFE の成人基礎識字教育プロジェクトの事例に基づき、国家中央が一律的に計画・運営・実施を行うことは相当に困難であるとしている。これまでバングラデシュの識字教育事業を担ってきた政府や NGO は、事業体、事業内容共に、「事業の継続性」に課題があり、それらの事業体のみ依存し、解決を求めることは難しいと考えられる。

3. 研究の目的

バングラデシュにおける非識字問題の解決には、事業内容の充実、つまり事業の質を向上させることと、またその仕組みが必要である。そのためには、政府、NGO に代わる、もしくは、協力関係にありながらも、依存関係にはない、自己持続型の事業体の構築と事業の継続性が不可欠である。

そこで本研究では、バングラデシュ、特に農村部における識字教育事業を継続して運営できる新しい事業体とその事業内容を探る基礎研究として、特に自己持続型の事業体の構築について検討を行う。具体的には、ユネスコによる識字教育の教材を参考に、識字教育の授業づくりといった事業内容と、冒頭にて紹介したグラミン銀行の事業モデルを参考に、自己持続型の識字教育事業モデルの構築や運営方法といった事業体について検討を行うことを目的としている。そして、日本、バングラデシュでの調査活動の結果を基に、今後、バングラデシュにおいて、どのような識字教育の事業体や授業づくりなどの事業内容が求められるのかを明らかにする。これらを明らかにすることで、バングラデシュにおける識字教育の発展に貢献できると考えるためである。

4. 事業内容の検討

識字教育事業を構築するにあたり、識字教育の教材を始めたとして、その事業内容は非常に重要である。そこで、識字教育に関する教材の開発や普及を主な事業としている、

財団法人日本ユネスコ・アジア文化センター (ACCU: Asia-Pacific Cultural Centre for UNESCO 以下、ACCU) による識字アニメーションを参考とする。¹¹

映像教材 (アニメーション) の教育的意義と予想される効果など、教材として用いることに利点があると考えられる理由として、塚本・五嶋・岡田・田中 (2010) ¹²の共同研究を参考にする。塚本らはその研究で、「映像教材 (アニメーション) を子どもたちはどう見ているのか」というテーマのもと、日米の小学生を対象に、アニメーションを映像教材として用いた視聴実践を行い、子どもたちがどのようにアニメーションを視聴し、どう理解していくかの手がかりを探っている。つまり、映像教材を用いることによって、その学習態度や理解度、関心度などを探り、映像教材が学習教材として効果的であるかどうかを分析している。塚本らの実践結果から、実践にて用いたアニメーションについて、視聴した日米の子どもたちが共通して「おもしろかった」あるいは「印象に残るシーン」として質問紙調査の回答に挙げている場面がある。それは、歌や踊りが含まれている場面である。この結果について塚本らは、「この歌や踊りが子どもたちの記憶に何らかの影響を与えている可能性もある。」としている。また、先行研究の一つである岩宮 (1992) ¹³の見解を引用し、次のように述べている。「岩宮 (1992) は、音と映像の刺激が同時に入力されると強い感情が喚起されるために視聴者により強い印象を与えることができることから、記憶しやすくと、映像と音楽刺激の関係について報告している。岩宮の研究からは、質問紙の回答で得られたシーンに関しては、映像だけではなく映像メディアに含まれる歌と音楽などが記憶促進要因として作用したとも考えられることから、こうした映像と音刺激の効果も今後の課題として取り組んでいきたい。」とある。加えて、塚本らはその考察において、次のような興味深い見解を示している。「日米でのシーン毎の子どもたちの平均注視度のパターンを比較すると、子どもたちが映像を見る際には、文化背景や言語的要素を超えた何らかの共通性が見出される可能性があることも考えられることから、今後の継続研究課題としていきたい。」とある。日米で共通して視聴実践に用いられた映像教材は、宮沢賢治の『雪渡り』という作品をベースに制作されたクレイアニメーションで、日本語版と英語版を用意し、日本では英語版を、米国では日本語版をそれぞれ視聴させている。塚本らの実践結果と考察を拠所として判断すると、アニメーション (映像教材) を教材として用いる利点は少なからずあるのと考えられる。

5. 事業体の検討

識字教育を継続的な事業とするため、グラミン銀行の事業モデルを参考にするわけであるが、ここでいう事業モデルとは、グラミン銀行総裁であるムハマド・ユヌス氏が提唱する「ソーシャル・ビジネス」の概念に基づいた事業モ

デルである。

5.1. グラミン銀行の事業モデル「ソーシャル・ビジネス」

ムハマド・ユヌス氏が自身の著書「貧困のない世界を創る ―ソーシャル・ビジネスと新しい資本主義―」(2008)¹⁴において、ソーシャル・ビジネスを次のように定義している。「ソーシャル・ビジネス-それはどのようなものか。ソーシャル・ビジネスは慈善事業ではない。既存の企業のように『利益の最大化を目指すビジネス』のような管理原則に従って運営されており、ソーシャル・ビジネスではすべてのコストを回収するのが目標である。製品やサービスに価格や料金を課しているプロジェクトであっても、完全に費用をまかなうことができるというわけではないものには、ソーシャル・ビジネスの資格はない。」「ソーシャル・ビジネスの利益はビジネスの中にとどまる。収益性はソーシャル・ビジネスにとって重要である。社会的目標を妥協しないということが可能な場所であればどこでも、ソーシャル・ビジネスは二つの理由から利益を上げるべきである。まず、第一に投資家に元本を払い戻すこと、そして第二に、長期の社会的目標追求をサポートするためである。」とある。

5.2. 「ソーシャル・ビジネス」と「BOP ビジネス」

冒頭にて、BOP を対象とした「貧困層ビジネス」について触れたが、欧米諸国では「BOP ビジネス」とも呼ばれている。日本における BOP ビジネス研究の第一人者である菅原 (2009)¹⁵は、BOP ビジネスを次のように定義している。「BOP ビジネスとは、貧困層固有のニーズを見つけ出し、そのニーズを満たすための製品・サービスを、これまで既存市場では考えつかなかったような方法で提供する。その結果として、企業が利益をあげると同時に、貧困層の削減や貧困社会の抱える社会的課題の解決に寄与するというものである。つまり、企業と貧困社会が共に発展するビジネスが BOP ビジネスであり、企業利益と社会利益の同時実現がキー・コンセプトである。」としている。ムハマド・ユヌス氏が自身の著書で提唱したソーシャル・ビジネスと、日本におけるソーシャル・ビジネス研究で知られる土肥(2004)¹⁶、谷本(2007)¹⁷が定義するソーシャル・ビジネス、菅原が定義する BOP ビジネスは、ほぼ同義といえる。しかし、ソーシャル・ビジネスと BOP ビジネスの間には大きな違いがある。それは、その収益の向かうところであろう。ムハマド・ユヌス氏が提唱するように、ソーシャル・ビジネスは、初期投資のため出資した投資家の元本の回収を一つの目標としながらも、元本分すべてを回収し投資家へ返還し終えると、その後の収益は投資家のもとではなく、ソーシャル・ビジネスとその企業の中に留まり、さらなる社会的課題の解決のために投資される。つまり、投資家の利潤の最大化のためではなく、社会的利益のために収益が向かう。これに対し BOP ビジネスは、その事業自体はソーシャル・ビジネスと同義ではあるもの

の、収益の向かうところが社会的利益とは限らず、欧米諸国を始めとする多国籍企業¹⁸が、貧困層を対象としたビジネスを展開し、企業としての利益を上げるという印象が強い。これは、留意しておくべき点であろう。

5.3. ソーシャル・ビジネス以外の持続可能な方法

「事業の継続性」の課題を解決する事業体として、本研究ではソーシャル・ビジネスを参考とするわけであるが、それ以外の方法についても検討を行う。

ソーシャル・ビジネス以外の方法として、開発教育や生涯教育が専門である田中治彦¹⁹は、自身のホームページにて、「オールタナティブな開発」²⁰と「ショミティ」²¹という2つの方法について述べている。「オールタナティブな開発とは、衣食住といった人間の基本的なニーズが満たされ、環境を破壊せず、住民自体が開発のプロセスに参加し、従来の経済社会関係の変革につながるような開発である。この考え方の一部は社会開発サミットなどでも採用され、経済優先ではない『社会開発』と人間が開発の主体である受益者であるという『人間中心の開発』の理念としてサミットの文書にも登場する。」直訳すると、代替的な開発となり、従来の利益優先の経済活動の代わりとなる新たな仕組みが、開発教育や経済活動に求められ、模索されていることが分かる。しかし、ここでは具体的な解決策は示されていない。

次に、ボロ作(乾季稲作)と野菜の普及、トイレの普及、井戸の普及、補修学級の開設、識字学級の開設、災害復興に伴う道普請などを主な事業内容としてきたシャプラニールという NGO 団体が用いた「ショミティ」という方法がある。以下は引用文である。「シャプラニールは、そのスタッフやボランティアが直接井戸を掘ったり、簡易トイレを配ったり、学校を建てたりしているわけではない。その活動の基本はショミティと呼ばれる、村人による相互扶助グループである。これは通常 20 人程度の村人によって構成される。彼らは毎月少しずつのお金を出し合って貯金をしていく。そのお金をもとにシャプラニールと相談して何らかのプロジェクトを行う。お金を出した人は、急にお金が必要になった場合はその基金から借りることができる。日本にかつてあった『講』や『結』と呼ばれる組織に似ている。ショミティでは皆でお金を積み立てて基金をつくる。そしてその基金で牛を飼ったり、野菜の種を買ったり、かんがいポンプを買って収穫増をはかる。これと並行してシャプラニールでは、成人識字学級や井戸・トイレの配給といった教育・保健事業を行う。こうしてポイラ村では、乾季作を導入して収穫を向上させ、衛生的な水とトイレを利用することができるようになった。この間、村には電気もひかれて、村人の生活はかなり向上してきたのである。」しかし、同時にショミティという方法の行き詰りについて、次のように述べている。「シャプラニールはショミティが自立することを目指して、1980 年以降、20 年間活動してきた。すなわち、各ショミティが自分たちの生活

上の課題を発見して、その背景や原因を分析し、具体的な解決策を提案する能力を身につけることを目的とし、合わせて経済的にも外部の支援なしで運営されることをめざした。しかし実際には、将来的にシャプラニールの資金援助やアドバイスなしに自立できるシヨミティはおそらく1割に満たないだろうと予測されている。一般に人々がグループをつくるのは大きく3つの場合である。親睦や趣味で集まるグループ、利益で集まるグループ、そして理念や理想で集まるグループである。開発教育や国際協力に関わる私たちの多くは第三のグループである。すなわち『日本の教育を変えたい』とか『地球上から貧困をなくしたい』といった理想や理念で集まっている。ところが、村人がシヨミティをつくるのは第二の理由『利益』なのである。実際に村人は『シャプラニールのシヨミティに加入すれば、識字学級を受けられるし、井戸やトイレを安く手に入れられる、それにローンも借りられる』といった個人的な利益で入ってくる。だから、井戸やトイレ、識字学級といったシャプラニールのサービスをひととおりに受けてしまってもう利益が得られないと感じると、シヨミティ活動に興味を失って出てこなくなるのである。『利』で集まった人は『利』がなくなれば離れていく—これ『理の当然』』とある。つまり、グラミン銀行の「マイクロクレジット」のような仕組みを運用していた訳であるが、識字や井戸、トイレ、ローンといった、基本的な利益を得た後、更に利益を上げ、広く多くの人々に還元するような仕組みやビジョンがないために、うまく機能しなくなっていることが分かる。

以上のように、「ソーシャル・ビジネス」とその他の方法について見てきたが、様々な方法があり、それぞれ問題を抱えているが、今回は、特にソーシャル・ビジネスに基づいて研究を行い、その他の方法については、今後の課題としたい。

「村の銀行」という意味を持つグラミン銀行は、その名の通り、貧困層が多く居住する農村部において、その細部に至るまで融資を必要とする人々にその融資が行き渡るよう、きめの細かい事業形態を確立していることでも知られている。そうした意味でも、グラミン銀行の事業モデルを参考にすることで、小さな範囲ではあるが識字教育事業を、少しずつ継続し、きめの細かい事業監理ができるのではないだろうか。

6. 研究の方法

バングラデシュでの識字教育事業に関して、事業内容、事業体それぞれの検討から、ソーシャル・ビジネスにより運営される事業体を構築することで「事業の継続性」を解決し、持続可能な識字教育事業が展開できると考えた。本研究は、事業体構築のための基礎研究であり、利益を上げるソーシャル・ビジネスを構築するため、ワークショップの有料化を視野に入れた調査を農村部にて行う。主な調査は二つで、まずは就学児を持つ保護者への調査である。有

料化に伴い、各家庭の保護者がワークショップの料金を捻出することを想定し、月収や識字教育への意識などに関する質問紙を用いたヒアリング調査を実施する。次に村の就学児を対象としてワークショップを実施し、エッセイとともにワークショップの感想を記入してもらう。これらの調査から識字教育ワークショップの需要を探る。それらの需要を探ることで、自己持続型の事業体の構築の可能性を探る。

研究方法として、主にグラミン銀行のグループ会社である「グラミン・コミュニケーションズ」(以下、GC)²²との協同による、バングラデシュにおけるワークショップの実施とヒアリング調査により研究を行う。また、ワークショップの実施と調査活動から得られた結果に基づきソーシャル・ビジネスプランを作成し、グラミン銀行に提案する。

本研究における調査活動の詳細をまとめる。

調査場所

主に、バングラデシュの首都ダッカ、ダッカからバスと船を乗り継いで4時間半ほどの距離で、活動拠点である農村部エクラスプール村²³が調査場所である。

調査期間

バングラデシュにおける調査期間は、2010年8月19日から8月30日までである。内8月23日から8月28日までがエクラスプール村での調査期間であり、それ以外は、首都ダッカ、グラミン銀行ダッカ本社での調査期間である。

調査対象

ワークショップでは、エクラスプール村の初等教育3年生から中期中等教育2年生まで(日本でいう小学3年生から高校1年生まで)の生徒を対象とする。理由としては、エッセイを書くのに最低限必要なだけのベンガル語の学習を終えている学年が、初等教育3年生であることと、エクラスプール村の村人からワークショップの対象者を選ぶのに、生徒たちの居住場所からワークショップ実施場所までの距離などの制約があるためである。

ヒアリング調査では、エクラスプール村の、主に就学児を持つ保護者を対象とする。理由としては、ワークショップの対象が就学児であることから、保護者の識字教育に対する考え方と、保護者、つまり成人自身の識字に対する意識を知るためである。また、実際に本ワークショップを識字教育の事業とした場合、有料となるため、その支出は収入のある成人が支払うものと想定しているからである。

ワークショップ

「アニメーションなどの映像教材を用いたワークショップ」の実施では、映像教材として、「トムとジェリー」²⁴「バングラデシュアニメーション」²⁵「Japanese Wife」²⁶を用いる。理由としては、映像教材自体がベンガル語か英語、もしくは言語がなくとも音と映像で内容が理解できるものが望ましいと考えるからである。また、上記のアニメーション、映画に対し、エッセイを書いてもらう。エッセ

イの内容²⁷は、アニメーション、映画の内容についての質問を設け、生徒が自由に記述できるものであることとする。

7. バングラデシュでの調査活動結果

7.1. エクラスプール村におけるヒアリング調査結果

8月25、26、27日の3日間、エクラスプール村の村人で、主に就学児を持つ保護者に対し行ったヒアリング調査の結果から考察をまとめる。

25日のヒアリング調査では、聞き込み調査した村人の4人中4人が読み書きは重要であると回答した。村人の意識としては、読み書きの重要さは理解している。しかし、実際には普段の生活の中で、読み書き、特に何かを書く習慣が少ないだけに、生活上困ることが少ない。よって、自分の名前しか文字を書くことができない、あるいは全く書けないという状況が生まれると考えられる。読み書きは重要だと思ふかという質問に対し、村人は重要であるという者と重要でないという者、どちらの回答もあった。実態としては、自分の名前しか書くことができないという村人や、あるいは全く文字が書けないという者もいた。調査結果から読み取れるのは、以下の2点である。

- ①村人は読み書きの重要性を認識しており、普段の生活では困らない程度に読み書きができるという認識でいること。
- ②しかし実際には、文字は読めても、書くことができない、書いても自分の名前しか書けないという実態があること。

よって、村人の読み書きの重要性の認識と読み書き、特に文字を書くことがままならない実態があることから、「エッセイ課題を含んだアニメーションなどの映像教材を用いたワークショップ」を実施することの意義はあるものと考えられる。また、本事業の継続した取り組みが可能になれば、文字を書くことの習慣・機会の定着が図れるのではないだろうか。

26日のヒアリング調査では、聞き込み調査した村人の10人中10人が読み書きは重要であると回答した。彼らの意識としては、ある程度まで学校で学習を終えているのだから、読み書きの重要さは理解している。しかし、実際には普段の生活の中で、読み書き、特に何かを書く習慣が少ないだけに、生活上困ることが少ない。よって、自分の名前しか文字を書くことができない、あるいは全く書けないという状況が生まれると考えられる。読み書きは重要だと思ふかという質問に対し、村人はみな重要であると回答した。しかし、25日と同じく、自分の名前しか書くことができないという村人や、全く文字が書けないという者がいた。また、子どもに見せたい映画としては、ドラマやアニメなど娯楽的なものもあったが、ドキュメンタリーなど社会や世界を描いたものを始め、言語や数学など、教育的意義のあるものを見せたいという意見もあった。26日の調査結果から読み取れるのは、以下の2点である。

- ①村人は読み書きの重要性を認識しており、普段の生活では困らない程度に読み書きができるということ。
- ②映画自体は、村のDVDショップなどで借りたり買ったりすることができる。また、家にテレビがあればいつでも映画を観ることができる環境にあるので、ただ単に観るだけでは娯楽で終わってしまう。保護者の意識としては、何かしらの教育的意義や要素を含んでいる映画を子どもに観せることが望ましいことがわかる。

よって、ワークショップでは何かしらの教育的要素を含んだ映像教材を用い、エッセイに取り組むことが求められていると考えられる。補足であるが、今回は、事前の質問紙の調査項目作成の際に映画のジャンルを検討し分けて、現地で調査を実施したため、想定していなかった回答が多い結果となった。回答としては、Realistic about world, social, basic needs や Music, Especially, subjects like language, mathematics など、言語、数学、社会などの学習科目を始め、生活に役立つ情報がほしいという現実的な意見が多かった。また、子ども向けで好まれるものが音楽番組、特に子どもが出演する歌唱コンテストのようなジャンルが好まれるようであった。

27日のヒアリング調査では、調査した家庭のほとんどが子どもを私塾や家庭教師に通わせていた。また、通わせていない家庭は経済的な理由から通わせることができないだけで、本当は通わせたいという意識があることがわかった。通わせている理由としては、試験のためという理由が多く、英語や算数など試験の対策が必要な科目であった。教育費用としては、ひと月平均200TK²⁸、1回平均20～30TKが相場であるということがわかった。私塾や家庭教師の科目のように、映像教材を用いた科目に子どもを通わせてみたいかという質問に対し、映画などの映像を用いたワークショップはあまり聞きなれないものであり、実際に受けたことがないだけに、困惑気味にはあるが行かせてもいいだろうという回答を得られた。27日の調査結果から読み取れるのは、以下の3点である。

- ①村人の、特に子どもをもつ保護者の子どもに教育を受けさせることに対する意識の高いこと。
- ②教育に関しては、進学などに試験に直接かかわる学習を受けさせる傾向が強いこと。
- ③村人は経済的な面に問題がなければ、私塾や家庭教師の科目に対して教育費を捻出すること。

よって、ワークショップの有料化による運営の可能性はあると考えられるのではないか。調査の過程で質問事項に変更が出たので、統計的にみることはできないが、参考となる項目を以下に述べる。

- ①15名の村人のうち、子どもを私塾に通わせていたり、個人の家庭教師をつけていたりする家庭では、子ども1人当たり月に200TKから、高いものでは月に500TKを教育費に充てている家庭もあった。
- ②村人の話を聞いたところ、彼らの意識としては私塾に比べて、家庭教師の方が教育レベルは高いという認識のよ

うである。

- ③子どもを私塾に通わせていたり、個人の家庭教師をつけていたりする家庭の保護者の話を聞くと、進学や試験のためという意見があった。映画に関する質問をした時と同様に、教育には生活に則したものを求めているようである。また、教育的意義のあるものには、経済的な問題がない限り支出を惜しまないということが考えられるのではないだろうか。

三日間を通したヒアリング調査を鳥瞰すると、エクラスプール村の人口に対し、就学児を持つ家庭へのヒアリングの調査数は、統計的には明らかにその調査数が少なく、本研究の検討材料として、信憑性を欠くものである。しかし、今後ワークショップを事業として構築していく上で、必要な情報を少なからず入手できたのではないだろうか。また、村人の意識がどのようなものか、現地に滞在し生活することによって、「当事者性」「当事者意識」を把握したことは大きな前進である。

7.2. 実施したワークショップの記録

三日間の日程で、エクラスプール村の小学校にて、識字教育という位置づけで、「アニメーションなどの映像教材を用いたワークショップ」を行った。保護者へのヒアリング調査に合わせ、実際にワークショップを行うことで、その有用性を検証した。

エクラスプール村での事例ではあるが、放課後教室²⁹を行う教員の意見、学校現場等の教育施設・設備の状況などから判断すると、映像を用いたワークショップで識字教育を行うことは目新しいようである。いくつか運営する上で重要と思われるものは、以下の4点である。

- ①潜在的なニーズはあるものの、具体的に実施するための予算や事業者、施設・設備、仕組みが存在しないことから、こうした形態の教育機会、学びの場が実現していないと考えられる。
- ②バングラデシュでは、頻繁に停電が起き、エネルギーインフラが整っていないのも手伝って、こうした識字教育事業が普及しないのは間違いないだろう。しかし、発電機などの代替案を用いれば、実施・運営は可能である。ただ、機材の準備が想像以上に大変である。プロジェクトはGCの関係機関から、スピーカーはDVDショップの方から借り、発電機は現地の電気技師の方にお願した。実際にワークショップを定期的に行うとすると、準備に毎回苦労するであろう事が容易に想像できる。
- ③DVDショップでの調査結果から、DVDを再生する機器は安価な外国製のものが出回っており、映画はもちろん映像に触れる機会は、日常のなかではそれほど珍しいものではないようである。確かに、エクラスプール村でのヒアリング調査の過程で、家にテレビのある家庭があった。しかしながら、家庭で見られているものの多くは、娯楽目的のものが中心であり、教育目的として扱われているものの数は少ない。

- ④エッセイについては、学校現場では子どもたちが何かを表現したりする機会はほとんどなく、生徒同士で学びを共有するといった経験を得る場面が、日常生活の中であまりない。また、自ら考え、文字に起こすという「書く」習慣を身につけるには、映像を題材に、楽しみながら取り組むことで継続したものとなり得るであろうという印象であった。

これらはソーシャル・ビジネスの手法を用いて行うことで、機材・人員等の初期投資分の元本を回収しながらも、事業を運営することは可能なのではないだろうか。

7.3. グラミン銀行に提案したプランに対するグラミン銀行からのフィードバック

8月29日、ダッカのグラミン銀行にて、今回の調査活動に基づき作成・提案したソーシャル・ビジネスプラン「Innovative Education Workshop の提案—What から Why へ—³⁰」に対し、下記の方々からフィードバックをいただいた。

- ・Ms.Nazneen : GC オフィシャル CEO
 - ・Mr.Ahir Ahamed : GC、プロジェクトディレクター、OVOP の創設者
 - ・Dr.Maruf : 外部顧問
 - ・Mr.Kabir : GC スタッフ
 - ・Mr.Morshed : GC スタッフ、インターン担当統括
- それぞれの方から一言ずつコメントをいただいたが、共通していたのは「映像を用いたワークショップは、これまでにない発想であり、子どもたちもより楽しみながら学ぶことができ、学習を継続することに対するモチベーションの向上にも繋がるであろう。」ということであった。また、現地 NGO の協力が得られることもあり、農村部において事業を運営するシステムを確立できれば、ソーシャル・ビジネスとして重要な、自己持続型の事業体となり得るのではないかと、という評価をいただいた。また、「そこで何より考慮してほしい点は、その識字教育の事業の運営に村人が関わるといことである。」という意見もいただいた。つまり、文字の読み書きの能力の向上に加えて、それ以外の何かしらのインセンティブが村人に与えられる仕組みが必要であるということである。また、事業の持続可能性を裏付けるデータが少なく、プランの実施にあっては、より農村部での調査を行うことが望ましいとの意見もあった。

継続した調査とデータ、予算など検討すべき課題も多いが、総じて評価は肯定的であった。ビジネスの種になり得るプランである、という言葉をいただいたことから、グラミン銀行を活動のフィールドとして展開することができれば、グラミンググループのノウハウを生かし、識字教育分野におけるソーシャル・ビジネスとして事業体を創出できるかもしれない。

8. 考察

3日間で約30名の就学児を持つ保護者に対し、ヒアリング調査を行った。ヒアリング調査結果からは、保護者の教育（識字教育）への意識の高さが窺えた。一方で、GCによる調査（2001）で、エクラスプール村の識字率が47.09%とあるように、約半数の人が全く読み書きできないなどの現状があった。やはり、国民の2人1人は非識字であることが窺えた。また、文字の読み書きができると答えた人の場合でも、自分の名前のみ書くことができるという人もいたことから、識字率などの統計で、村人の識字能力を判断するのは難しいと思われる。新識字者問題の観点からも、ワークショップでのエッセイは書く習慣を身につける上で有効であると思われる。今回のワークショップの実施は、就学児を対象としたものであったが、成人向けの識字教育ワークショップの実施も必要であると考えられる。映像教材については、娯楽的なものではなく、生活に役立ち、学業に繋がるものであることが望ましいと考えられる。事業体の構築には、更に市場調査を行うことが必要であろう。実施したワークショップでは、3日間で約210名の就学児に映像教材を視聴してもらい、うち約70名にエッセイに取り組んでもらった。ワークショップ記録から、内容面ではその教育効果を計る手立ては確立していないが、映像教材、エッセイ共に、子どもたちの学習の動機づけとして、前向きな反応、態度が見受けられた。例えば、エッセイ回収後、GCの現地インターンの学生に協力してもらい、特に優れた内容、文章力のあるエッセイを3つ選び、翌日教室でエッセイ優秀者として発表をした。現地小学校教員に話を伺ったところ、エッセイのような取り組みや掲示物を貼り出すなど、学校で子どもたちが互いに発表したりする場面はないとのことであった。エッセイ優秀者に選ばれた1人であるAlifくんはエッセイにて、「映像教材のような都会での生活とエクラスプール村との生活と、どちらがより好きですか？またその理由はなぜですか？」との問いに対し、「エクラスプール村で過ごしたい。豊かな自然と大切な家族に囲まれ、幸せに過ごすことができるから。」と答えており、照れながらも嬉しそうな笑みを浮かべていた。また、周りの子どもたちも拍手を送るなど、互いの意見を聞き気持ちを共有する様子が窺えた。このように、これまで学校現場では行われていなかったエッセイなどの取り組みは、現地の子どもたちを始め、教員にも目新しい活動のようであった。技術面では、エネルギーインフラが整備されていないこともあり、設備、機材などの確保は不可欠であると考えられる。こうした状況が、映像教材を用いた学習形態が普及しない原因の1つであると考えられる。プランに対するグラミン銀行からのフィードバックからは、更に市場調査を行うこと、村人が事業に関わることによる、雇用などの識字能力向上以外のインセンティブを創出すること、この2つが求められるとのことだった。エクラスプール村での調査活動を鳥瞰的に捉えると、田中治彦が述べているように、村人にとっては、事業内容や事業

体そのものが、彼らの生活に直結する利益でなくてはならないことがわかる。それらの利益を提供することができる事業体を構築し、また村人自身が持続可能な事業体の担い手となる仕組みづくりが必要であると考えられる。

9. 研究の成果と課題

本研究の成果としては、ソーシャル・ビジネスにより教育的課題、特に識字教育を解決するための事業体³¹がほとんどない中、統計的なデータは少ない結果となっていたが、「当事者性」「当事者意識」といった村人の声を、直に集めることができた。これによって、エクラスプール村における事例ではあるものの、識字教育に対する潜在的な村人のニーズを探る第一歩が踏み出せたのではないだろうか。これらが、本研究における基礎研究の第一歩であり、今後の自己持続型の事業体の構築を検討する材料となる。また、教育分野におけるソーシャル・ビジネスの成功例や実践事例は少なく、情報がなかなか手に入らない中で、バングラデシュ、グラミン銀行グループであるGC協力の下、識字教育に関する調査活動、ワークショップの実施ができたことは大きな成果といえるだろう。また、先行的な事例の一つとして、今後、教育分野でソーシャル・ビジネスを展開することを検討する企業や団体、個人にとっての貴重な情報源になるであろうことが考えられる。今後は、バングラデシュ、特に農村部では、村人にとって識字能力の向上に貢献することはもちろんのこと、識字教育の事業に関わること自体が、村人にとってインセンティブとなり得る仕組みが必要であることが明らかになった。そうしたインセンティブを与えられるような識字教育の事業体、事業内容が求められている。人的・資金的な制約があり、NGOもこれまで日本企業や団体、個人との連携が活発ではなかったことなどから、日本ではソーシャル・ビジネスにおける担い手が少ない状況である。バングラデシュ・ダッカで活動するNGO「Children's Film Society」（以下、CFS）³²とのコネクションが生まれたことは、本研究における大きな成果の一つといえるであろう。依然、大きな変化は生まれていないが、この研究から小さな変化を生み出したのではないだろうか。

本研究の課題としては、専門家との連携とバングラデシュ農村部での継続調査の2点が挙げられる。

まず、専門家との連携であるが、事業内容を検討する際、ワークショップの教育効果を計る手立てや映像教材の開発など、専門家の協力を必要とする場面があった。ワークショップの構成、教育効果の調査、教育内容の選定、教育方法、教材開発などに携わっていただく必要がある。また、継続教育として事業を運営するにあたり、今回はワークショップの対象を就学児としたが、成人などに対する就学後の学習機会と事業内容の検討も必要であり、継続教育、生涯学習の専門家との協力が必要である。また、本研究の継続的な調査、検討にあたり、映像制作、配給など、映像教

材に関する課題がある。事業で用いる映像制作、配給においての協力者 (CFS などの企業、団体) が必要不可欠である。また、教育分野におけるソーシャル・ビジネスへの進出を考える企業とのコネクション形成も重要であろう。

今回の調査活動は、エクラスプール村を実験地とした。今後は、エクラスプール村を継続した実験地としながらも、他の村において実現可能かどうかを調査することも必要であろう。ソーシャル・ビジネスとして、自己持続型にするには、多くの利用者が必要である。よって、エクラスプール村以外の村においても、事業を実施できるかどうかを検証し、事業の拡大を検討する必要がある。それによって、持続可能な取り組みになると同時に、上がった利益を、さらなる事業内容の充実、利用料の改善など、利用者にも利益が生まれる仕組みを創り出せるのではないだろうか。

識字教育の事業をソーシャル・ビジネスの手法で運営するにあたり、事業に関わる村人が識字能力を獲得することに加え、それ以外のインセンティブをいかにして創り出すか。そこにソーシャル・ビジネスの革新性があり、何よりそのイノベーションを創り出すことが、今後のバングラデシュにおける識字教育の事業体、事業内容の構築に求められている。

本研究の成果と課題の判断の拠所は、すべて考察の三つの視点と、グラミン銀行からのフィードバックに集約されている。

最後に、大学などの教育機関で、ソーシャル・ビジネスに関する教育を受けることのできる場面はほとんどなく、具体的にどのような活動を行えばよいのかという実践を伴ったモデルが存在しない中、GCの方々、ワークショップ実施や調査活動にご協力いただいたエクラスプール村の方々、その他、多くの協力者の助けを借り、手探りで研究を行った。今後、本研究が教育分野の、特に識字教育におけるソーシャル・ビジネスを研究しようとする方の一助になれば幸いである。

¹ 本論文は、筆者の平成 22 年度千葉大学教育学部生涯教育課程学士論文「バングラデシュ農村部における識字教育の授業づくりに関する基礎研究—エクラスプール村での映像を用いたワークショップを事例として—」の内容を抜粋し、新たに書き加えたものである。

² BOP(Base of the Economic Pyramid)の略。Prahalad と Hart によって 1998 年に着想されたアイデアである。当初、Bottom of Pyramid と呼んでいたが、後に Bottom に代わって Base が一般的に使われるようになっていく。

³ BOP(Base of the Economic Pyramid)層と呼ばれる途上国の貧困層を対象としたビジネスのことである。市場規模は、世界人口の約 7 割の約 40 億人、経済規模で約 500 兆円に上ると言われている。ここでいう貧困層とは、2005 年時点での世界銀行による貧困基準で、1 日 5 ドル (購買力平価換算) 以下で暮らす人々のことである。また、一日の所得が 2 ドル未満の人々の全世界人口に占める割合は、1981 年の 66.7%から 2001 年の 52.9%へと約 15 ポイントの減少を示しているものの、中国を除くと、この減少幅は小さくなり、58.8%から 54.9%へと約 4 ポイントの減少にしか過ぎなくなる。1 日 2 ドル (購買力平価換算) 未満で暮らす貧困層が、世界には今も約 28 億人いる。これは世界人口の約 53%に相当する。

⁴ 詳しくは、経済産業省の HP を参照。

http://www.meti.go.jp/policy/external_economy/cooperation/hop/index.html、平成 23 年 3 月 8 日現在

⁵ バングラデシュ最大手の銀行。マイクロクレジットで貧困の解決に取り組んでいる。

⁶ 久野登久子 (1994) 「識字教育の現状と問題点」、幼少児国際教育交流協会・学校法人高千穂学園高千穂幼稚園、日本保育学会大会研究論文集、p.184 を参照。

⁷ 久野登久子 (1994) 「識字教育の現状と問題点」、幼少児国際教育交流協会・学校法人高千穂学園高千穂幼稚園、日本保育学会大会研究論文集、p.184 を参照。

⁸ UNESCO and DAM (2006) Literacy Assessment, ver.2, p.6 を参照。

⁹ 齊藤英介 (2005) 「バングラデシュ政府による成人基礎識字教育の問題」、独立行政法人国際協力機構、国際基督教大学学報 I-A 教育研究、第 47 巻、pp.49-59 を参照。

¹⁰ 森法房 (2007) 「バングラデシュ NGO の識字教育プログラムを取り巻く話題」、山口県立大学国際文化学部紀要、第 8 巻、pp.53-57 を参照。

¹¹ 財団法人ユネスコ・アジア文化センターの識字事業については、ホームページを参照。<http://www.accu.or.jp/jp/index.html>、平成 23 年 3 月 8 日現在

¹² 塚本美恵子・五嶋正治・岡田真弓・田中真奈美 (2010) 「映像教材 (アニメーション) を子どもたちはどう見ているのか：フォーマティブ・リサーチによる日米小学生の比較」文化情報学：駿河台大学文化情報学部紀要、第 17 巻(1)、pp.1-12 を参照。

¹³ 岩宮眞一郎 (1992) 「オーディオ・ビジュアル・メディアを通しての情報伝達における視覚と聴覚の相互作用に影響を及ぼす音と映像の調和の影響」、音響学会誌、第 48 巻、pp.649-657 を参照。

¹⁴ ムハマド・ユヌス (2008) 『貧困のない世界を創る』、早川書房、pp.54-59 を参照。

¹⁵ 菅原秀幸 (2009) 「日本企業による BOP ビジネスの可能性と課題」、北海学園大学開発研究所、北海学園大学経営学部開発論集、第 84 巻、pp.91-117 を参照。

¹⁶ 土肥将敦 (2004) 「ソーシャル・ビジネス概念の形成と課題-英国 Big Issue のストリート・ペーパー事業を中心に-

」、一橋論叢、第 132 巻 5 号、pp.189-191 を参照。

¹⁷ 谷本寛治・唐木宏一・SIJ 編 (2007) 『ソーシャル・アントレプレナーシップ-想いが社会を変える-』、NTT 出版、pp.5-9 を参照。

¹⁸ ここでいう「多国籍企業」とは、2008 年時点の国連の定義にならって、本国以外の一カ国以上で事業展開している企業を意味する。したがって、必ずしも大企業のみを指しているわけではない。

¹⁹ 上智大学人間科学部教育学科教授

²⁰ 「オールドナティブな開発」に関しては、田中治彦のホームページを参照。<http://www2.rikkyo.ac.jp/web/htanaka/>、平成 23 年 3 月 8 日現在

²¹ 「ショミティ」に関しては、田中治彦のホームページを参照。<http://www2.rikkyo.ac.jp/web/htanaka/>、平成 23 年 3 月 8 日現在

²² 1997 年に設立された会社。主にインターネットのプロバイダ、およびデータ処理サービスを行っている。

²³ エクラスプール村に関しては、グラミン・コミュニケーションズのホームページを参照。<http://www.gramweb.net/>、平成 23 年 3 月 8 日現在

²⁴ ジェリーが、普段は郊外の家の巣穴で平凡に暮らしている状況から、都会のマンハッタンに行き、魅力ある街ではあるものの、様々な出来事に出くわすストーリーである。この内容を、普段子どもたちが生活しているエクラスプール村と首都ダッカのような都会とを想定して、自分の村をどう思っているのか。また訪れたことのない土地をどのように思っているかを、想像を膨らませて思い描いてもらうことを意図して選定した。

²⁵ 普段、見慣れたバングラデシュアニメーションを用いることで、学習 (エッセイ) への興味関心を引き出すこと、また、ベンガル語により内容を理解できることを意図して選定した。

²⁶ 日本人女性と西ベンガル人男性の愛を描いたインド映画である。「愛と死」がテーマであり、片親など様々な事情がある奨学生もワークショップに参加していたことから、同じような境遇にありながらも前向きに生きていく姿を描いた映画に、子どもたちがどのように受け止めるのか。また、そうした映画から前向きに生きる勇気や希望を感じてほしいという意図で選定した。

²⁷ エッセイは、テストなどの類ではないので、点数化や解答を用いたりするものではない。

²⁸ バングラデシュの貨幣「タカ」の略称である。

²⁹ バングラデシュでは現役の教師が副業として行う放課後教室・授業があり、日本における家庭教師や塾、チューターとしての位置づけである。

³⁰ グラミン銀行にて行ったプレゼンテーションの詳細や様子はグラミン・コミュニケーションズのホームページを参照。

http://www.gramweb.net/m_news_dtls.php?id=42、平成23年3月8日現在

³¹ ソーシャル・ビジネスではないが、NGO や開発援助機関などが教育支援を行っている事例はあるが、それらは含まない。

³² CFS については、ホームページを参照。

<http://cfs-bangladesh.com/html/>、平成23年3月8日現在