

【実践活動報告】

夢の資格試験「夢検定」によるスケーリングの実践研究

Practical Research on Scaling by Dream Qualification Test "Yumekentei"

琵琶 博之・西口 優毅 (同志社大学大学院総合政策科学研究科)

BIWA Hiroyuki and NISHIGUCHI Yuki (Doshisha University Graduate School of Policy and Management)

1. はじめに

筆者らは、2021 年 4 月に同志社大学大学院総合政策科学研究科ソーシャル・イノベーションコース博士課程（前期課程）に入学した。同志社大学大学院のホームページには、「地域社会の現場に大学院生自身が参加し、社会問題の解決のための研究と実践に主体的に取り組むことで、実践能力を兼ね備えたソーシャル・イノベーターを養成することを目指している」とコース紹介をしている (URL1)。コース創設者の一人である今里 (2021) は、「本コースが目指しているのは、地域社会に生起する具体的公共問題を解決できる実践能力を兼ね備えた行動型研究者の養成である。そのような能力は一方における豊富な理論的研鑽とともに、他方における地域社会という現場で直に公共問題や研究対象と向き合い汗をながしつつ考え抜くことで涵養されると思料する」と述べている。このように、ソーシャル・イノベーションコースでは、大学院生は個々の主体性と責任において、実践研究を行うように求められている。

第一筆者は、実践研究として、若者が夢を持てていないという社会課題に対処するため、ソーシャル・イノベーションの視点から、2021 年 8 月に夢の資格試験「夢検定」を立ち上げた。ソーシャル・イノベーションとは、「すべての人々にとって暮らしやすい社会を作り上げるために、これまでのアプローチでは解決できなかった問題に対して、新たな方法で革新的に課題を解決するとともに、その変革を社会全体に広げること」(新川 2021) である。筆者は、大学院入学後の 1 年目に、夢検定をサービス提供する NPO 法人夢検定協会を設立し、2 年目は、夢検定の実施主体を増やすスケーリングの実践活動を行なった。スケーリングとは、「NPO は、現場で生じている複雑な要因に基づく問題、社会の根幹となる問題に取り組むことを使命とする場合が多く、社会の変化には長期間を要する。ますます問題が複雑化する中で、活動をより効率的に、より加速化させていくことが求められている。その視点がスケーリングである

(服部 2013)」と活動の広がりを意味する。

本研究では、夢検定のスケーリングの 3 事例から、キーパーソンに半構造化インタビュー調査を行い、M-GTA (修正版グラウンデッド・セオリー・アプローチ) の分析手法により、スケーリングに必要な要素を明らかにしようと試みた。このことは、夢検定をさらに拡大させていくためにも必要な取り組みであると考えたからである。

2. 実践研究の背景と目的

(1) 実践研究の背景

日本の将来を担う若者が夢を持つことは重要である。我が国における教育政策として、教育基本法に基づき策定される教育振興基本計画がある。第 3 期教育振興基本計画 (2018 年度～2022 年度) によると、「夢と志を持ち、可能性に挑戦するために必要となる力を育成する」が教育政策の基本方針の一つになっている (URL2)。「世界的に VUCA の時代に直面している」(Gergen 2014) からこそ、筆者も夢が必要だと考えている。VUCA とは、「Volatility: 変動性」、「Uncertainty: 不確実性」、「Complexity: 複雑性」、「Ambiguity: 曖昧性」の頭文字をとったもので、世界が予測困難な状況にあることを意味している。

夢を持つことの効果は先行研究からも明らかである。日本ドリーム白書 2018 のアンケート調査によると、「夢を持つといい効果がある (96.7%)」ことがわかっている。具体的には、「気持ちが前向きになる (83.8%)」、「実現へ努力する力が湧いてくる (48.9%)」、「家族と楽しく過ごせる (36.8%)」、「嫌なことがあっても乗り越えられる (32.0%)」などが上位の回答である (URL3)。また、前野 (2014) は、幸せになるためには 4 つの因子が必要であることを明らかにしており、その一つの因子に「自己実現と成長」があり、具体的には「夢を持つこと」、「夢の実現」などを挙げている。

しかし、2020 年 2 月に、日本財団が日本を含む海外計 9 ケ国の 18 歳を対象に行った意識

調査では、日本の若者が「将来の夢を持っている」のは60.1%であった(URL4)。7ヶ国が90%以上であることに比べて、日本の若者が夢を持つ割合は圧倒的に低いというのが現実である。教育社会学を研究する伊藤(2004)は、夢を持つためには「多くの若者が夢を抱けるように諸条件を整える」、「生活条件などに関する様々な格差を少しでも是正する」ことが必要であり、これは「容易なことではない」と述べている。このように、先行研究では、夢の効果があること、夢を持つ若者が少ないこと、そして夢を持つには総合的な取り組みが必要であることが明らかになっていたが、夢を持つ具体的な方法については十分に明らかにされているとは言えなかった。

このような背景から、ソーシャル・イノベーションの視点で、夢の資格試験「夢検定」を立ち上げた。夢検定では、「夢は多い方がいい」、「夢は小さくてもいい」を理念にしている。検定級は3級、2級、1級があり、3級の合格基準は、「夢の見つけ方・叶え方を理解できる」である。3級の検定時間は100分間で、80分間はワークショップを実施し、20分間は筆記試験を行っている。ワークショップでは、受験者に自分のやりたいことを一覧にした「夢リスト」を作成してもらうことで、夢に向き合う機会を提供している（URL5）。なお、2級と1級の検定級は未実施である。

(2)実践研究の目的

本研究の目的は、夢検定のスケーリングの3事例から、スケーリングに必要な要素を明らかにし、夢検定の実施主体をさらに増やす政策立案に反映させていくことである。

第一筆者は、2021 年 8 月に NPO 法人を設立し、11 月から夢検定という名称で、夢の資格試験を行うサービスを提供している。同年 12 月に高校 1 年生 32 名を対象に実施した受験者アンケートでは、夢検定を受験することで、夢の数が平均 14 個から 32 個に増えており、毎日の生活が「楽しくなった (8 名)」、「どちらかと言えば楽しくなった (10 名)」と 18 名 (56%) が好意的な回答をしていた。夢の数が増えることで、毎日の生活が「楽しい」と答える割合が増加する傾向があることも確認していた (URL6)。また、アンケートの自由記入欄を AI テキストマイニングで分析すると、「考えやすい」、「取り組める」、「楽しさ」、「前向き」、「豊か」などの肯定的なキーワードが並んでいた (図 1)。このように、夢検定の一定の効果を確認できたことから、ソーシャル・イノベーションの「試

行」の段階は終了していると考えた。

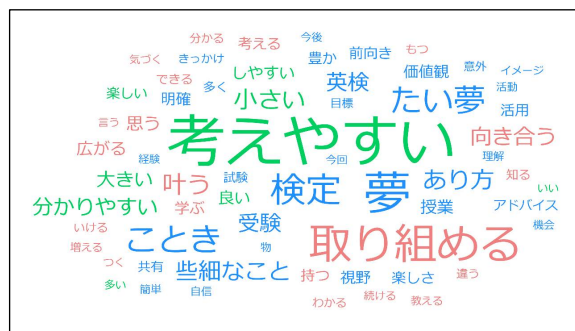


図1 AIテキストマイニングによる分析
(URL7をもとに第一筆者が作成)

ソーシャル・イノベーションの段階として、Murray et al. (2010) は、「①気付き：Prompts, inspirations and diagnoses」、「②発案：Proposals and ideas」、「③試行：Prototyping and pilots」、「④持続：Sustaining」、「⑤拡大：Scaling and diffusion」、「⑥システム変化：Systemic change」の6つがあることを明らかにしている。「④持続：Sustaining」は、組織が維持できるように安定的な収入を確保していく段階のことである。「⑤拡大：Scaling and diffusion」は、ライセンス供与やフランチャイズ化などにより、組織の拡大や活動を広げていく段階のことである。第一筆者は、社会起業家向け投資スクールの設立に向けた実践研究を行っており、継続的に資金を確保できる見込みがあったため、夢検定を拡大の段階に移行していくこととした。Murray et al. (2010) は、「6つの段階は、常に連続しているわけではなく、イノベーションによっては、実践またはスケーリングに直接移行する場合もある」ことを述べている。

上記のように、ソーシャル・イノベーションの段階を踏まえ、2022 年 1 月から夢検定の実施主体を増やすスケーリングの取組みを行ってきた。本研究では、スケーリングの 3 事例から、キーパーソンへのインタビュー調査により、スケーリングに必要な要素を明らかにしようと試みた。このことは、夢検定をさらに拡大させていくために必要な取組みであると考えたからである。既に、夢検定は 2021 年 11 月にサービスを開始しており、スタートして間もないことを考えると、スケーリングの戦略には、コミュニケーション・チャネルの強化がより一層重要であることが推察された。

3. スケーリングの取組みと事例紹介

(1) スケーリングの取組み

コミュニケーション・チャネルの強化として、①マスメディア、②企業・団体、③個人の3つをターゲットに、最適な媒体を選定し、夢検定のプロモーション活動を総合的に実施した。Kotler et al. (2007) は、「メッセージを伝える場所と時点には、無数の選択肢が考えられる。成功するためには、コミュニケーションの目的と目標の達成に対して最も効果的で、当然のことながら予算の範囲内で、ターゲット・オーディエンスにぴったりと合った方法を選ぶ必要がある」と述べている。同時に、「強力でありながらあまり騒々しくないチャネルを慎重に選ぶこと、またチャネルだけにとらわれず総合的な取り組みを考えることが必要である」と述べている。

マスメディアに対しては、主にインターネットを活用して、2021年6月から2023年2月までに合計69回のプレスリリースの配信を行った(図2)。2021年9月に13回の配信を行ったのは、NPO法人の設立イベントを開催したからである。2022年11月の7回配信は、夢検定3級のサービス開始1周年イベントを実施していたためである。イベントを実施していない月にも、定期的にプレスリリースの配信を行うようにしていた。継続的なコミュニケーションを行った結果、夢検定が新聞、雑誌、ラジオ、ネットメディアなどに取り上げられている。

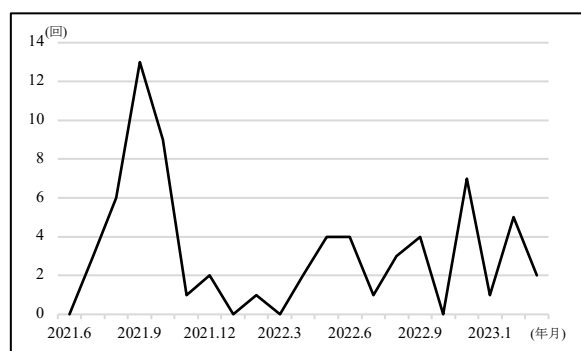


図2 プレスリリースの月別の配信回数
(第一筆者作成)

企業・団体に対しては、主に郵便やFAXを活用して、2022年1月から7月までに約2,900の団体等にプロモーション活動を実施した(表1)。広報内容は、夢検定のサービス紹介、特別キャンペーンの案内、活動資金の支援依頼などであった。役員との面談に至ったのは、1件であった。

個人に対しては、インフルエンサーの影響を通じたプロモーション活動を実施した。具体的には、36人の個人インフルエンサーに夢検定を受験してもらい、率直な感想を自身の

Instagram に投稿してもらった。これはインフルエンサー・マーケティングと呼ばれており、インフルエンサーにSNSで製品やサービスを紹介してもらい、消費者の行動変容を促す新しいコミュニケーション型のマーケティング手法である。インフルエンサーに夢検定を受験した感想を自由に発信してもらったのは、SNSへの投稿姿勢が重要と考えられているからである。SNSのトレンドを研究している天野(2022)は、「消費者がインフルエンサーの信頼性や信望性を感じるには、純粋に楽しんでやっているという自発性を感じ取れるかどうか鍵である」と述べている。インフルエンサー・マーケティングの実施時期は2022年4月から5月までであり、36人の個人インフルエンサーの総フォロワー数は363,385人、夢検定の投稿による総いいね数は7,160件、総コメント数は269件であった。

表1 企業・団体等へのプロモーション活動
(第一筆者作成)

方法	対象	件数
郵便	大阪・京都本社の上場企業	516社
	関西の私立大学	98校
	大阪の私立高校	94校
	芸能事務所・テレビ局	84社
	CSR ランキング上位の上場企業	178社
メール	芸能人	100人
	大阪本社の上場企業	100社
FAX	全国の教育委員会	1,768ヶ所

(2)スケーリングの事例紹介

コミュニケーション・チャネルの強化を図った結果、夢検定の実施主体となり、拡大に取り組む組織があらわれてきた。夢検定のスケーリングとして3つの事例を紹介する。組織の概要、夢検定を知った経緯、展開の内容等については、以下のとおりである。

①東大阪中小企業会長クラブ

東大阪市内にある中小企業の会長や顧問等で組織する団体である。2015年に設立し、主にもつくりに関する啓蒙活動を行なっている。会員は企業、団体、学校などであり、会員数は22社である(2022年5月現在)。会員の一人が夢検定の掲載された新聞記事を読んだことで関心を持ち、事務所を訪問してきた。これまでに、東大阪中小企業会長クラブの総会で会員に対して夢検定を実施し、つながりのある会社や団体等に対して4回の夢検定を行っている。実施にあたっては、キャリアコンサルタントの国家

資格を保有する会員がインストラクターとなり展開している。また、「東大阪市地域まちづくり活動助成金」の申請、「夢シール」の作成、夢検定のワークショップで書き出した夢に対してアドバイスをを行う「夢伝言板」などの独自の取組みを行っている。

②OBS 大分放送

大分市にあるテレビやラジオなどの放送事業を行う放送局である。1953年に開局し、「豊かな大分 豊かな未来の創造に貢献する」が社是で、従業員は133人である（2021年7月現在）。社員の一人が、第一筆者のSNSを見ていたことで夢検定に関心を持ち、問合せがあった。これまでに、社内のビジネス企画部、アナウンサー部、人事部、秘書部の9人の社員が夢検定を受験している。その後、大分県内の大学で、大学生に対し夢検定を1回実施している。実施にあたっては、アナウンサーの一人がインストラクターとなり展開している。大分県内で夢検定を拡大させていく実施主体になることは、社内の役員会で了承されている。

③パナソニックグループ

1918年に創業し、従業員は240,198人である（2022年3月現在）。業務終了後に、社員が自主的に行っている勉強会に第一筆者が講師として招かれた。内容は、夢検定を立ち上げた思いに関する講演と夢リストを作成するワークショップの2部構成であった。勉強会に参加した3人の社員は、夢リストを作成することで、社員がより元気になり、ひいては会社の発展にもつながると考え、主体的に「夢活部」というグループを立ち上げた。これまでに、社内で夢リストを作成するワークショップを業務終了後に4回実施している。なお、それぞれが所属する事業会社は異なっており、3人がチームを組んで活動することは今回が初めてであった。

4. 分析対象と分析手法

分析対象は、スケーリング3事例のキーパーソンに行った半構造化インタビューである。半構造化インタビューとは、「どのインタビューでも取り上げる共通の質問項目を一定数設けるとともに、インタビューアーが問いを自由に投げかけることができる（野村 2017）」インタビュー方法のことである。2023年2月23日・24日・27日に、第一筆者が3名それぞれに30分～45分間のインタビュー調査をオンライン形式で行った。質問項目は、「なぜ夢検定を普

及させていくことに協力しようと思ったか」、「普及させていくために、自らのチャンネルに対してどのような活動をしたか」、「自らのチャンネルに展開する上で、何が一番の成功要因になったか」などを確認した（表2）。なお、インタビュー調査は、「同志社大学研究倫理規準」に基づき実施している。

分析手法は、M-GTAを用いた。M-GTAとは、社会学者の木下（2003）が、質的研究手法の一つであるグラウンデッド・セオリー・アプローチに独自の修正を加えた質的研究の方法論である。分析手順は、インタビュー内容を文字化し、M-GTAの分析ワークシートにより概念を抽出した上で、概念から上位概念であるカテゴリを作成した。その後、概念とカテゴリの関係性を踏まえて図解化し、ストーリーラインを作成した。なお、概念生成からストーリーライン作成までの一連のプロセスは、第二著者と共同で実施した。

表2 インタビュー調査の質問項目
（第一筆者作成）

現在、どのような組織に属していますか？ （組織の概要、年数、業務の内容など）
現在、仕事以外にしている活動はありますか？ （社会貢献活動など）
どのようにして夢検定のことを知りましたか？また、その時の印象は？
これまでに夢に関する自身の経験や思い入れがありましたか？ （自分自身や所属している組織など）
夢検定を受験してみて、どのような感想を持ちましたか？
これまでに講師やファシリテーターなどの経験はありましたか？
なぜ夢検定を普及させていくことに協力しようと思いましたか？
夢検定を広げていく自らのチャンネルは持っていましたか？ （チャンネルに関する詳細など）
普及させていくために、自らのチャンネルに対してどのような活動をしましたか？
展開する時にやりやすかった点、やりにくかった点はありますか？ （人、お金、ツール、情報、裁量、役割分担など）
自らのチャンネルに展開する上で、何が一番の成功要因になりましたか？

5. 分析結果と考察

(1)分析結果

本研究の目的は、スケーリングの3事例から、キーパーソンへのインタビュー調査により、スケーリングに必要な要素を明らかにするこ

とであった。インタビュー内容を M-GTA で分析した結果、8 のカテゴリーと 15 の概念が抽出された (表 3)。なお、カテゴリー名は【】で記述している。

表 3 インタビューの分析結果による
カテゴリーと概念
(第一筆者作成)

カテゴリー	概念
社会起業家の素養	社会貢献活動の実践
	夢に関する社会課題の理解
夢検定への共感	夢検定の理念の共感
	ワークショップの効果の体感
個人のリソース	展開できるフィールドの保有
	ファシリテーターのスキル
権限の委譲	地域内で自由にできる裁量
実情にあったカスタマイズ	ツールの提供
	実施内容の検討
所属する組織での実践	所属先で夢検定の実施
	組織内での理解の醸成
組織内からの外部展開	つながりのある団体に展開
	展開先での手応え
夢検定との親和性	仕事への間接的なメリット
	組織のビジョンとの整合

8 のカテゴリーについて述べる。東大阪中小企業会長クラブ、OBS 大分放送、パナソニックグループの各キーパーソンは、順に A さん、B さん、C さんと記載している。

【社会起業家の素養】については、「個が元気になることで、組織や社会も元気になる循環社会に夢検定は重要なキーワードだと思う (A さん)」、「人が夢を持ったり、人の夢を応援するのは非常に意義があると思った (B さん)」、「無償で人のために何かができる人になりたいみたいなのが純粹にあったかもしれない (C さん)」と述べているように、社会課題に一定の理解があることがわかった。また、全員がこれまでに積極的に社会貢献活動を行っていた。

【夢検定への共感】については、「夢は小さくてもいい、夢がたくさんある方がいい、夢は人と共有する、夢は書けばいいという点にワクワクした (A さん)」、「自分の夢を書き出すことで明確になり、具体的行動に落とし込みやすいと思った (B さん)」、「純粹にワクワクして楽しいと思った (C さん)」と述べているように、夢検定の理念に共感し、ワークショップの効果を感じていた。

【個人のリソース】については、「ファシリテーターやファシリテーターにアドバイスすることを仕事として長年してきた (A さん)」、「夢検定ならファシリテートすることもできると思った (C さん)」と述べているように、

夢検定のワークショップができるスキルを有していた。「アナウンサーが講師をした方がインパクトがあると考えた (B さん)」のように、より最適な人材を選出するケースもあった。

【権限の委譲】については、「中小企業会長クラブ内と市内では夢検定を自由にできる権限があったのでやりやすかった (A さん)」、「大分県内で夢検定の裁量や権限がすべてあるので展開しやすい (B さん)」、「自由にやらせてくれる感じだったのでやりやすかった (C さん)」と述べているように、地域内で自由にできる裁量があったことが、夢検定を展開しやすくしていた。

【実情にあったカスタマイズ】については、「書き出した夢にアドバイスを返す夢伝言板の取組みをしている (A さん)」、「アナウンサーに講師をしてもらえることが一番の強みだと思っている (B さん)」、「ワークショップのみで検定試験は実施しなかった (C さん)」と述べているように、夢検定を展開しやすいように、地域の実情に応じた工夫をしていた。

【所属する組織での実践】については、「団体の長がワークショップを受けてワクワクし、メンバーに受けさせたいという意志が働いた (A さん)」、「夢検定の目標や目的を否定する要素はない (B さん)」、「参加者のアンケート結果から満足度が高かったと思っている (C さん)」と述べているように、組織内で夢検定を実施し、夢検定の理解を促す取組みを行っていた。

【組織内からの外部展開】については、2 つの事例で所属する組織以外の企業や学校で夢検定を実施していた。「ゆくゆくは、社内に限らず、その自分の周りに社外とかにも広げていけたらいいなって言う風には思ってますね (C さん)」のように、これから展開していく意向のあるケースもあった。

【夢検定との親和性】については、「新しく立ち上げる事業に夢検定のワークショップを研修材料として入れていきたい (A さん)」、「会社の社是や子供たちの夢と希望が叶えられるよう応援するという会社の未来ビジョンに合致している (B さん)」、「夢検定のワークショップもある意味 DEI の一環みたいな感じでできている (C さん)」と述べているように、仕事への間接的なメリットがあることや組織のビジョンと整合していることが確認できた。

上記の 8 のカテゴリーと 15 の概念の関係性を図解化した (図 3)。なお、【】はカテゴリー名、《》は概念名で記述している。

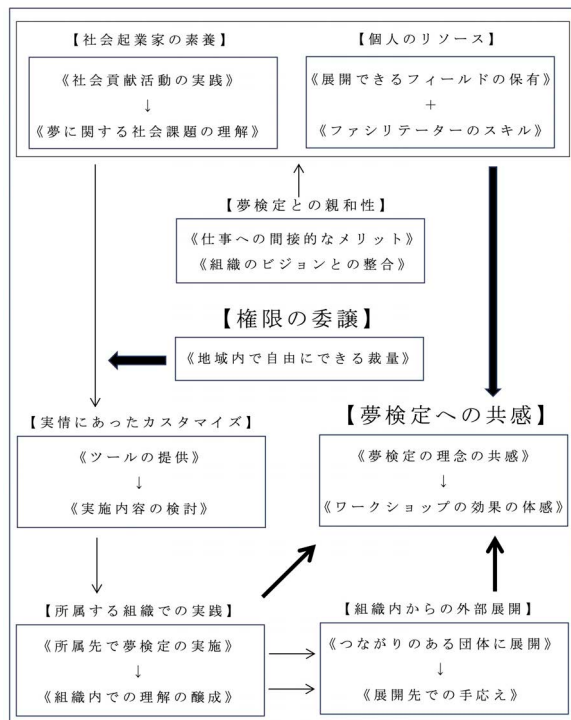


図3 カテゴリーと概念の関係性
(第一筆者作成)

図解化のストーリーラインについて述べる。夢検定のスケーリングのキーパーソンは、これまでに《社会貢献活動の実践》をしてきている。夢検定があることを知り、《夢に関する社会課題の理解》を深めていく。そして、夢検定を受験することで、《夢検定の理念の共感》や《ワークショップの効果の体感》をしていく。《展開できるフィールドの保有》と《ファシリテーターのスキル》があることから、夢検定の拡大に協力できるのではないかと考える。《地域内で自由にできる裁量》を与えられることで、《ツールの提供》を受けながら、地域での《実施内容の検討》を行う。実施にあたっては、まず《所属先で夢検定の実施》をし、《組織内での理解の醸成》を図る。次に《つながりのある団体に展開》し、《展開先での手応え》を感じる。夢検定の実施主体になることは、《仕事への間接的なメリット》にもなり、《組織のビジョンとの整合》もしている。

(2) 考察

前述のとおり、スケーリングに必要な要素である各カテゴリーについて述べたが、コアカテゴリーは、【夢検定への共感】と【権限の委譲】であり、コアカテゴリーと他カテゴリーは有機的に結びつき、相互に影響を及ぼしあっていると考えられる。

【夢検定への共感】については、「これほど

いい夢検定のワークショップをなぜしないのかという思いがある (A さん)」、「大分県内のみなさんにもっと夢検定を受けてほしいと感じている (B さん)」、「純粋に自分が参加して楽しかったんで、それを他の人に知ってもらいたい (C さん)」と述べているように、キーパーソン自身が夢検定の効果を理解しなければ、夢検定の実施主体として拡大に協力しようと思わないからである。また、「団体の長がワークショップを受けてワクワクし、メンバーに受けさせたいという意志が働いた (A さん)」、「自分たちが夢に向かって新たな一歩を踏み出せるっていうような機会を与えるっていうのが良かったですよね、と言う評価を頂いている (B さん)」、「参加者のアンケート結果から満足度が高かったと思っている (C さん)」のように、所属する組織や外部展開先でも夢検定の共感が必要になるからである。

【権限の委譲】については、「中小企業会長クラブ内と市内では夢検定を自由にできる権限があったのでやりやすかった (A さん)」、「大分県内で夢検定の裁量や権限がすべてあるので展開しやすい (B さん)」、「自由にやらせてくれる感じだったのでやりやすかった (C さん)」と述べているように、地域内で自由にできる裁量があったことが、夢検定を展開しやすくしていた。「市の活動助成金事業に申請し採択された (A さん)」、「夢ワークショップをした企業に貼ってもらう夢シールを作成した (A さん)」、「書き出した夢にアドバイスを返す夢伝言板の取組みをしている (A さん)」のように、夢検定の展開だけでなく、独自の取組みを実施することにつながっていた。また、「役員会の了承をとることに難しさはなかった (B さん)」のように、夢検定の実施主体になることを容易にしたり、「ワークショップのみで検定試験は実施しなかった (C さん)」のように、実情にあったカスタマイズも可能にしていた。

キーパーソンは社会貢献に関心があり、これまでに積極的に活動してきた経験があった。

「夢検定の新聞記事を見てすごいと思い、代表理事にすぐに会ってみたいと思った (A さん)」、「人が夢を持ったり、人の夢を応援するのは非常に意義があると思った (B さん)」、「無償で人のために何かができる人になりたいみたいなのが純粋にあったかもしれない (C さん)」と述べているように、夢検定があることを知り、社会課題解決の思いに共感し、実施主体として夢検定の拡大に取り組む行動をおこしている。Westley et al. (2006) が、「活動的で思いやりのある人物が、社会問題に心を痛めるようになる。

その人物が、これは放っておけないと心を決める。ものごとの可変性（この世で不変のものではない）が、変化の可能性を生み出す」と述べているように、キーパーソンには社会起業家の素養があったと言える。

6. 研究課題と今後の展望

本研究では、夢検定のスケーリングの3事例から、キーパーソンにインタビュー調査を行い、M-GTAの分析手法により、スケーリングに必要な要素を明らかにしようと試みた。このことは、夢検定をさらに拡大させていくために必要な取組みであると考えたからであった。本研究により、スケーリングに必要な要素として、8のカテゴリー【社会起業家の素養】、【夢検定への共感】、【個人のリソース】、【権限の委譲】、【実情にあったカスタマイズ】、【所属する組織での実践】、【組織内からの外部展開】、【夢検定との親和性】が抽出された。

研究課題としては、夢検定のサービスを提供するNPO法人の代表理事である第一筆者が、各地域で夢検定の実施主体になっているキーパーソンにインタビュー調査を行ったことである。質問者と回答者の関係は、夢検定の権限

を渡す側と受ける側である。そのため、質問への回答に一定の影響を及ぼした可能性があることを考慮する必要がある。また、インタビュー対象者が3人であったことにも留意が必要である。M-GTAの開発者である木下（2003）によると、M-GTAは度数による分析ではないため、対象者の数は問題ないとしているが、インタビューデータのおおよその目安は10人～20人としているからである。

今後の展望としては、本研究により明らかになったスケーリングに必要な要素を踏まえた政策を実施することである。具体的には、人々の夢を応援しているような各地域のNPO法人や団体のトップに対して、夢検定のワークショップを実施し、夢検定の理解を促す取組みを行っていく。夢検定の実施主体になる場合には、夢検定の権限を委譲していくことで、それぞれの地域にあった展開が可能となり、各団体等にもメリットが生じるものと推察される。内閣府NPOホームページ(URL8)で、法人名称に「夢」が入るNPO法人を検索すると、全国で418件ヒットする（2023年6月現在）。ターゲットとなる団体等にアプローチを行い、夢検定を拡大させていくとともに、スケーリングのさらなる研究に反映させていくこととしたい。

引用文献

（日本語文献）

- 天野彬（2022）『新世代のビジネスはスマホの中から生まれる ショートムービー時代のSNSマーケティング』世界文化社。
- 伊藤茂樹（2004）「第3章 青少年のライフプランとその規定要因―「夢を持つこと」とその意味―」『平成16年度 青少年の社会的自立に関する意識調査』、313-31。
- 今里滋（2021）「ソーシャル・イノベーション研究の地平：同志社大学大学院総合政策科学研究科ソーシャル・イノベーション・コースの教育研究草創期を振り返って」『社会科学』50(4)、31-58。
- 木下康仁（2003）『グラウンデッド・セオリー・アプローチの実践―質的研究への誘い』弘文社。
- 新川達郎（2021）「ソーシャル・イノベーションの理論と技法」『社会科学』50(4)、3-30。
- 野村康（2017）『社会科学の考え方―認識論、リサーチ・デザイン、手法』名古屋大学出版会。
- 服部篤子（監修）（2013）「なぜ“スケーリング”なのか？」『ソーシャルイノベーションのスケーリングのための支援モデル構築事業報告書』特定非営利活動法人しゃらく。
- 前野隆司（2013）『幸せのメカニズム 実践・幸福学入門』講談社。

（外国語文献）

- Gergen, D. (2014) A call to lead. In World Economic Forum (ed.) *Outlook on the Global Agenda 2015*, 53-54, World Economic Forum.
- Kotler, P., and Lee, N. (2007) *Marketing in the Public Sector*. Wharton School Publishing. (=2007、スカイライトコンサルティング訳『社会が変わるマーケティング』英治出版。)
- Murray, R., Caulier-Grice, J., and Mulgan, G. (2010) *The Open Book of Social Innovation*. The Young Foundation and NESTA.
- Westley, F., Zimmerman, B., and Patton, M. Q. (2006) *Getting to Maybe: How the World Is Changed*. Random House Canada. (=2008、東出顕子訳『誰が世界を変えるのか ソーシャル・イノベーションはここから始まる』英治出版。)

（URL）

- URL1 同志社大学大学院 総合政策科学研究科（2023）「コース紹介・時間割」同志社大学大学院総合政策科学研究科ホームページ（2023年6月1日取得、<https://sosei.doshisha.ac.jp/curriculum/si.html>）。
- URL2 文部科学省（2022）「第3期教育振興基本計画」文部科学省ホームページ（2023年6月1日取得、

- https://www.mext.go.jp/a_menu/keikaku/detail/1406127.htm。
- URL3 全国自治宝くじ事務協議会（2018）「日本人の夢を大調査！全国 47 都道府県 14,100 人の“夢”をまとめた「日本ドリーム白書 2018」を発表」共同通信ビー・アール・ワイヤーホームページ（2023 年 6 月 1 日取得、<https://kyodonewsprwire.jp/release/201804022579>）。
- URL4 日本財団（2023）「18 歳意識調査 第 20 回テーマ「国や社会に対する意識」（9 カ国調査）」日本財団ホームページ（2023 年 6 月 1 日取得、https://www.nippon-foundation.or.jp/what/projects/eighteen_survey）。
- URL5 NPO 法人夢検定協会（2023）「夢検定試験について」NPO 法人夢検定協会ホームページ（2023 年 6 月 1 日取得、<https://yumekentei.or.jp/introduction/>）。
- URL6 NPO 法人夢検定協会（2021）「夢検定試験 3 級の受験後のアンケート結果（高校 1 年生）」valuepress ホームページ（2023 年 6 月 1 日取得、<https://www.value-press.com/pressrelease/286088>）。
- URL7 株式会社ユーザーローカル（2023）「User Local AI テキストマイニング」ユーザーローカルホームページ（2023 年 6 月 1 日取得、<https://textmining.userlocal.jp/>）。
- URL8 内閣府（2023）「NPO 法人ポータルサイト」内閣府 NPO ホームページ（2023 年 6 月 1 日取得、<https://www.npo-homepage.go.jp/npoportal/>）。

注

- 1 教育振興基本計画は、教育基本法第 17 条第 1 項に基づき、教育の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るために定められる。