

地域における父親同士の交流を促進する支援

—子育て支援プログラム参加者に対するグループインタビュー調査から—

松本 しのぶ

I. 研究の背景と目的

近年、少子化対策の一環やワークライフバランスの推進といった観点から、父親の子育て支援の充実が図られている。平成27年に策定された「少子化社会対策大綱」においても、男性の育児休業の取得促進や父親の育児に関する意識改革、啓発普及、若年者への男性の家事・育児の促進に関する意識形成や具体的な衣食住や保育に関する教育を行うことなどが示されている¹⁾。

社会全体で男性の育児を推進するなかで、父親を対象とした子育て支援プログラムが多くの地域で取組まれるようになってきている。岡田らは、地方公共団体に対して行った父親の子育て支援に関する調査から、父親を対象とした講座（父親講座）の特徴の1つは、「父親同士の情報交換の場を持つこと」を設定することであり、その理由として、母親であれば、ママ友など子どもを介した友達がすでにいたり、いろいろな場で情報を交換することが自然にできていたりするが、父親は子どものことを話す相手や機会が少ないために、情報交換する時間や場を設定する必要があるからだと述べている²⁾。つまり、子育て支援プログラムにおいて情報交換の場を設定しなければならないほど、日常の中で父親同士の交流がなされていない現状が背景にあるということがわかる。

一方、内閣府が行った「家族と地域における子育てに関する意識調査」を見ると、地域で子育てを支えるために重要なこととして、「子どもの防犯のための声かけや登下校の見守りをする人がいること」（64.1%）、「子育てに関する悩みについて気軽に相談できる人や場があること」（58.1%）に次いで、「子育てをする親同士で話しができる仲間づくりの場があること」（54.5%）が3位であり、男性のみの回答も同じく3

位で52.4%を占めている³⁾。このことから、父親のニーズに「親同士の交流」があると推察できる。

また、石井は、父親にも育児ストレスがあるとし、母親の育児ストレスに対して効果を発揮している子育て支援ネットワークの拡充などの支援が父親の場合も必要であると述べている⁴⁾。さらに、ベネッセ次世代育成研究所が行った調査の分析から、地域で子どもを通じたつきあいがあることは、父親の子育ての自信につながる可能性が示唆される⁵⁾など、父親同士が交流する意義が先行研究でも指摘されている。

以上のことを背景に、本研究では、父親を対象とした子育て支援のなかでも、地域における父親同士の交流について着目する。

筆者は、父親を対象とした子育て支援の効果的なあり方の検討に資することを目的に、子育て支援プログラムに参加した父親を対象とした調査を行った。具体的には、奈良県各地域で活動する子育て支援者が結成した団体「パパちから応援隊」が実施している乳幼児を持つ父親の子育て支援活動「パパセミナー 赤ちゃんと遊ぼう！」プログラム^{註1)}（以下、「パパセミナー」と略す。）に参加した父親174名を対象とした質問紙調査（有効回答数84名（回収率48.3%））を2011年11月に実施し、子育てに関することやプログラム内容等について意見を聞き、その結果を報告した⁶⁾⁷⁾。

パパセミナーとは、0歳児の父親を対象に「0歳から発達に応じた子どもとの遊び方を学ぶ」、「子育てや配偶者との暮らしなどを振り返る機会を持つ」、「地域の父親同士の交流を図る」ことを目的に隔週の週末に各1時間半、3回連続で行われる子育て支援プログラムである（表1）。

質問紙調査のうち、父親同士の交流に関する質問項目の結果を整理すると、受講前にパパセミナーに求めていたことの1つとして、「他の父親との交流」をおよ

表1 パパセミナーの概要

対 象	同じ市町村に住む10組程度の2ヶ月～概ね12ヶ月の子どもとその父親
目 的	①月齢・発達に応じた子どもとの遊び方を学ぶ ②子育てや配偶者との関係性、仕事を含めた生活のあり方などを振り返る機会をもつ ③地域における父親同士のつながりをつくる
日 時	土曜日か日曜日の午前中に1回90分、隔週全3回
内 容	父親と子どものみで参加し、以下を実施する。 第1回：あやしあそびの紹介・実践 第2回：父親の身体を使った親子遊びの紹介・実践 第3回：簡単な手作りおもちゃの紹介・作成 全回で、進行役のファシリテーター1名、父親のサポート等を行う副ファシリテーターが1名入り、アイスブレイクゲームや座談会形式の「パパトーク」を盛り込み、父親同士の交流の機会を持つ。 なお、開催年度や地域によるが、付き添ってきた配偶者がいる場合、母親同士の交流を目的とした座談会形式の「ママトーク」を行う場合もある。こちらも進行役のファシリテーターが1名入る。

そ3割の参加者があげていた。実際に、セミナー受講時に「他の父親と交流・情報交換ができた」参加者は、「とてもそう思う」、「まあそう思う」を合わせると6割を超えている。そして、参加者の約半数がセミナー直後に「父親同士の交流がしたくなった」と肯定的に気持ちに変化したと回答している。このことから、セミナーは、父親同士が会える機会を提供し、実際に交流してみる場であること、その体験を通して、セミナー後も父親同士で交流がしたいという意欲を向上させることがわかった。しかしながら、実際に「他の父親と交流をすることを試みた」参加者は、「やや肯定的に変化」と「肯定的に変化」を合わせて全体の3割ほどであった。また、「セミナーの参加者と連絡をとる頻度」については、「月1～2回以上」が1割にも満たず、「年に数回」は約2割であった。つまり、セミナー後に持続して交流し、子育てを支援しあえる関係性を構築するまでに至ることは難しいことがわかった。

そこで、本研究では、パパセミナーに参加した父親に対するグループインタビュー調査から、①父親同士の交流がすまない理由、②父親同士の交流のために有効なことの2点を明らかにし、地域における父親同士の交流を促進する支援のあり方について検討する。

なお、本研究における「父親同士の交流」は、子どもの父親として出会った二者以上の人々の間にある友人関係に近いつながりを意味する。また、「地域」は、父親が居住する市町村程度の範囲とする。

Ⅱ. 研究方法

1. 研究対象

前述した質問紙調査の回答者のうち、今回のグループインタビュー調査に参加が可能であり、同意の得られた9名を研究対象とした。

2. 調査方法

調査方法は、インタビューガイドを用いたフォーカス・グループ・インタビュー調査である。本研究でフォーカス・グループ・インタビューを用いた理由は、本研究の焦点が父親同士の交流であり、個人面接と比較すると対象者が語り合うことでグループダイナミクスに基づく豊富な意見が収集できるとともに、対象者が意見交換する時間の共有が父親同士の関係構築に貢献できると考えたからである。

調査の実施の詳細は以下のとおりである。

9名の対象者を2グループに分け、主聴取者1名とサブ聴取者2名の計3名で聞き取りを行った。インタビューの所要時間は各2時間程度であり、調査日は、2012年8月19日と9月1日であった。インタビューガイドは、パパセミナーに参加した動機、参加することへのとまどいの有無、パパセミナーの講座内容、パパセミナー後の自分の変化や配偶者の反応、父親同士のつながりとし、それに沿って自由に話し合った。父親同士の交流も兼ねているため、席は自由とし、お茶を用意し、リラックスした雰囲気を心がけた。また、参加者の承諾を得てICレコーダーとビデオカメラを設置し、記録した。

3. 分析方法

データの分析は、インタビュー内容の逐語録を作成し、意味内容ごとに切片化、データ化を行った。本研究では特に地域における「父親同士の交流」について語られた発言を文脈ごとに抽出し、データの意味を要約してコード化した。そして、得られたコードの意味内容を類似性に従い分類し、カテゴリーを生成した。分析過程および結果については、社会福祉・看護分野の3名の研究者に随時確認を行い、妥当性を確保するよう努めた。

4. 倫理的配慮

調査対象者へは、事前に本研究の目的・方法及び得られたインタビュー内容はデータ化した上で厳重に管理すること等個人情報保護に努め、研究目的以外に使用しないことについて説明し、録音・録画をすること、記録を残すことを含め、全対象者より同意を得た。

Ⅲ. 結果

1. 対象者の属性

対象者の属性は、表2のとおりである。参加者全体の平均年齢は、40.5歳。

Aグループは5名、Bグループは4名で構成される。

2. 分析結果

以下の記述では、カテゴリーを【 】, サブカテゴリーを< >, コードを“ ”で示す。

(1) 父親同士の交流がすすまない理由

分析の結果、「父親同士の交流がすすまない理由」は、サブカテゴリーが12個、カテゴリーが6個抽出され

た(表3)。カテゴリーは、【新しい人間関係づくりへの躊躇】、【共通性がない父親と接する難しさ】、【継続的に交流する機会の少なさ】、【父親同士の交流に対する主体性の乏しさ】、【父親同士の交流についての情報不足】、【忙しさ】であった。以下では、カテゴリー毎に結果を述べていく。

1) 【新しい人間関係づくりへの躊躇】

このカテゴリーは、〈他者のプライバシーに踏み込むことへの躊躇〉、〈自己開示への躊躇〉、〈既存のグループに入ることへの躊躇〉の3つのサブカテゴリーから構成された。

〈他者のプライバシーに踏み込むことへの躊躇〉とは、パパセミナーにおいてお互い乳児のいる父親という共通点はあるものの、出会ってすぐは相手がどのような人がわからず、何をどこまで聞いてよいのか悩むため、相手と話をすることに戸惑いがあることを示している。特に、仕事の話は、男性の共通の話題として挙げやすいと思いつつも、プライバシーに踏み込みすぎていないか躊躇することが語られた。

〈自己開示への躊躇〉は、知り合ったばかりで“男同士だけで話すのは照れくさい”気持ちがあるとともに、自分自身の話を相手にするには、“ある程度親交を深めてからではないと難しい”ことを示している。“お酒の力を借りれば、なんとか話すことができるかもしれない”という語りもあった。

〈既存のグループに入ることへの躊躇〉については、すでに出来上がっているグループに新たに入ることは抵抗が強いということを示している。たとえば、“パパセミナーにもともと友達同士の父親が参加していないかが気になった”などが具体例としてあげられる。

表2 調査対象者の属性

グループ	年齢	参加年度	子どもの人数	パパセミナーに参加した子どもについて
A	43歳	平成21年	2人	1人目 0歳7か月時
	47歳	平成21年	1人	1人目 0歳7か月時
	47歳	平成22年	1人	1人目 0歳6か月時
	40歳	平成22年	2人	1人目 0歳8か月時
	37歳	平成22年	3人	3人目 0歳10か月時
B	44歳	平成20年	3人	2人目 0歳10か月時
	36歳	平成22年	2人	2人目 0歳3か月時
	38歳	平成22年	2人	2人目 0歳5か月時
	33歳	平成23年	1人	1人目 0歳4か月時

表3 父親同士の交流がすすまない理由

カテゴリー	サブカテゴリー	代表的なコード
新しい人間関係づくりへの躊躇	他者のプライバシーに踏み込むことへの躊躇	“男同士だと仕事の話聞くのが手っ取り早いけど、会ってすぐそんなことを聞くのも悪い気がする”
	自己開示への躊躇	“職場など共通の背景がないなかで知り合うお父さんたちとどういう距離感をとったらいいのか、身構えていた”
	既存のグループに入ることへの躊躇	“友達同士の参加者ばかりじゃないかと気になった” “父親同士がもともと同級生だったりするグループに入るのは難しい”
共通性がない父親と接する難しさ	年齢差が気になること	“他の父親と年齢差がありすぎると絶対に浮くと思っていた”
	共通の話題がないこと	“パパ同士は話が盛り上がらない”、“(自分は育児・家事をやっているの)子育てや家事に関わっていない父親ほど何を話していいかわからない。ママ友の方が話は盛り上がる”
	生活スタイルが違う人とつながる難しさ	“誘うとなると相手の人の生活がわからないので、そのペースを乱すのではないかと気を遣う” “休日が合わないと地域の人とのつながりは難しい”
継続的に交流する機会の少なさ	関係を築くには長時間必要であること	“たった2、3時間でそんな深い話はできない。ママトークに参加した配偶者同士は短時間で深いところまで話しているのですごいと思う”
	継続的な集合機会の少なさ	“日常的に会える職場と違って、地域で友達になったとしても会う機会を作らないと話せない”
父親同士の交流に対する主体性の乏しさ	父親同士の交流の必要性を感じないこと	“自分からパパの友達を作ろうというモチベーションはなかなか持てない” “母親同士はメール交換をしていたが、父親同士はするほどでもない”
	リーダーシップを発揮する人がいないこと	“自分たちで集まりの企画ができた方がいいが、そこまでできる人はなかなかいない”
父親同士の交流についての情報不足	父親同士の交流についての情報不足	“パパサークルをうらやましく思うが、どんな風にしたらいいのかわからない”
忙しさ	忙しさ	“仕事が忙しく、地域の集まりがあっても参加できる保証がない。だからリーダーにもなれないし、自分の都合がいい時だけ参加することにも躊躇する”、“朝早くから夜遅くまで仕事のため、地域の活動に顔を出す時間の確保ができない”

2) 【共通性がない父親と接する難しさ】

このカテゴリーは、〈年齢差が気になること〉、〈共通の話題がないこと〉、〈生活スタイルが違う人とつながる難しさ〉の3つのサブカテゴリーで構成された。

〈年齢差が気になること〉については、40代以上の父親になると、若い父親ばかりの中に入る不安感があることが語られた。特に、20代前半の父親とは親子ほどの年齢差となるため、接し方に難しさを感じている。

〈共通の話題がないこと〉については、父親同士で何を話していいのかわからず、“話が盛り上がらない”状態を意味している。母親同士ならば育児に関する共通する悩みがあるが、父親は育児へのかかわり方に差があり、“女性ほど子育てに関する悩みなどの話題がない”ため、共通の話題が見つかりにくい。

〈生活スタイルが違う人とつながる難しさ〉は、父親同士は休日や帰宅時間が違う場合も多く、相手の生

活スタイルがわからないなかで相手を誘うことを遠慮してしまうこと、共通の時間を工面することが難しいことを示している。

3) 【継続的に交流する機会の少なさ】

このカテゴリーは、〈関係を築くには長時間必要であること〉、〈継続的な集合機会の少なさ〉という2つのサブカテゴリーから構成された。

〈関係を築くには長時間必要であること〉は、父親同士が親しくなるためには、母親同士が親しくなるための時間と比較すると、長時間一緒に過ごす必要があるということを示す。“たった2、3時間で深い話はできない。ママトークに参加した配偶者同士は短時間で深いところまで話しているのですごいと思う”と語られたように、父親同士は相手に遠慮なく接するまでにある程度の時間を要する。

〈継続的な集合機会の少なさ〉は、母親と比較すると父親が「集まり」に参加できる頻度は少なく、繰り返

返し同じメンバーで会う機会も少ないため、父親同士が親しくなりにくいことを示している。

4) 【父親同士の交流に対する主体性の乏しさ】

このカテゴリーは、〈父親同士の交流の必要性を感じないこと〉、〈リーダーシップを発揮する人がいないこと〉という2つのサブカテゴリーから構成された。

〈父親同士の交流の必要性を感じないこと〉については、地域において父親同士が親しくなる意義を父親は感じないということを示している。父親は、母親ほど子育ての情報を入手したい、他の親とつながりたいという思いはないことが語られた。また、地域のつながりに対する意欲についても、“地域住民のつながりが子育てや災害時などに必要であることは認識している”が、地域住民同士のつながりを構築することは“配偶者に任せたい”という思いが強い。

〈リーダーシップを発揮する人がいないこと〉は、父親同士の交流をするために積極的に動く人がいないことを示している。父親たちは、交流の必要性を感じていても、自らリーダーシップを発揮して集まりを呼びかけるなどの意欲はなく、父親同士が交流するための企画を誰かが行ってくれば参加したいという思いがある。

5) 【父親同士の交流についての情報不足】

このカテゴリーは、父親自身に父親同士の交流についての情報が不足していることを示している。他の父親とつながりを持ちたいと思っても、具体的に何をすればよいかわからないといった語りがあった。

6) 【忙しさ】

このカテゴリーは、父親たちは早朝から夜遅くまで働いているため時間がないと感じていることを示している。忙しさによって父親同士の交流への意欲は低くなり、たとえ意欲はあったとしても活動に参加する時間をとることが難しく、直前にならないと予定が立たない場合もあり、前向きになれない現状がある。特に、リーダーシップを発揮することとの関係性では、仕事を持ちながら地域で父親同士が集まるような企画を立てる時間や余裕がないことが語られた。

(2) 父親同士の交流のために有効なこと

分析の結果、「父親同士の交流のために有効なこと」は、サブカテゴリーが11個、カテゴリーが5個抽出された(表4)。カテゴリーは、【継続的に会うこと】、【出

会いと集いの機会】、【話題】、【父親同士の交流への意識・意欲】、【リーダーシップを発揮する人】であった。以下では、カテゴリー毎に結果を述べていく。

1) 【継続的に会うこと】

このカテゴリーは、父親同士はお互いに気心が知れるまでに何度も顔を合わせる必要があるため、継続的に会うことの必要性を示す。お互いが何度も顔を合わせることで安心感を抱きやすくなり、“2度、3度会ううちに慣れて自然と話ができる”、“何度も会うお父さんばかりだと自然と話ができ、(当初話すことに抵抗があった)自分の仕事の話もする”といった語りがあった。

2) 【出会いと集いの機会】

このカテゴリーは、〈交流の機会となる企画〉、〈子ども同士のつながりの活用〉、〈配偶者同士のつながりの活用〉、〈父親が集まる場〉、〈近隣であること〉という5つのサブカテゴリーから構成された。

〈交流の機会となる企画〉については、父親同士が出会ったり、交流を続けられたりする機会となるイベント等を示す。父親たちは忙しくても家族で集まる企画があればできるだけ参加したいという意欲はあり、家族で楽しめるのならばパパセミナーのメンバーとまた集まりたいと望んでいる。

〈子ども同士のつながりの活用〉は、子どもを介して父親同士の交流へとつなげることを示す。父親同士が直接交流することは難しくても、子ども同士が仲良くなったり、習い事が一緒だったりすることを通じて、自然と父親同士も知り合っていくことができる。

〈配偶者同士のつながりの活用〉は、父親よりも母親のほうが交流に積極的であることをふまえ、配偶者が形成したつながりに「便乗」して父親同士の交流につなげることを意味する。“母親同士が仲良くなって企画したイベントに父親と一緒に参加することは抵抗がない”、“配偶者を通じて集まった家族同士で何回も会っていると会うのが楽しみになる”といった語りが見られた。

〈父親が集まる場〉は、父親同士が顔見知りになれるように、父親が子どもを連れて遊びに自然と行ける場を示している。具体的には、子育て支援センターの父親限定開放日があげられた。

〈近隣であること〉は、近所に住んでいることで子

表4 父親同士の交流のために有効なこと

カテゴリー	サブカテゴリー	代表的なコード
継続的に会うこと	継続的に会うこと	“何回か会うのを繰り返すうちに気の合う人と仲良くなる”、“セミナーの参加者とは広場や行事で何度も顔を合わせることがあるので、それを積み重ねてネットワークが広がればいいと思う”
出会いと集いの機会	交流の機会となる企画	“家族で集まる機会があれば行きたい人は多い” “バーベキューとか、子どもの年齢に関係なく家族で楽しめる企画があれば行く”
	子ども同士のつながりの活用	“子どもを通じて、父親・母親関係なく地域がつながることがよい” “子ども同士が仲良くなると会う機会が増える”
	配偶者同士のつながりの活用	“配偶者たちが企画した集まりに父親が参加するほうが集まりやすいと思う” “女性のほうがつながることに積極的である”
	父親が集まる場	“父親が子どもと二人になったときに出かけられる場所があるといい”
	近隣であること	“近所で何度か顔を合わせ、子ども同士が仲良くなったから親も仲良くなった”
話題	子どもに関する話題	“知らない人でも子どもがいたら話がしやすい” “子育てについて他のところはどのようにしているのか聞きたい”
	共通の話題	“子育てでストレスを感じているママのご機嫌の取り方は、パパ同士で盛り上がる話題だと思う” “以前に他の行事で一緒だった人とは、「あの時一緒だったですよ」と話すきっかけとなった”
父親同士の交流への意識・意欲	父親同士の交流の必要性を感じる	“家庭と仕事以外の人とのつながりが欲しい”、“地域の行事でパパセミナーで知り合ったお父さんに声を掛けられるだけでも自分の居場所が確保できている感じがする”
	集まるための共通の目的があること	“(パパセミナーのように) 同じ目的で来てそこで知り合っているの、他の場所で会っても話しやすい” “子育てに関する情報交換がしたい”
リーダーシップを発揮する人	リーダーシップを発揮する人	“誰かが狼煙をあげてくれれば、行きやすい” “子どもを連れていきたくなるイベントを「仕切る人」がいる”

どもを遊ばせる公園が同じであったり、散歩や買物で顔を合わせる機会があったりすることで、少しずつ親しくなる機会が増えるということを意味している。

3) 【話題】

このカテゴリーは、〈子どもに関する話題〉、〈共通の話題〉という2つのサブカテゴリーから構成された。

〈子どもに関する話題〉は、父親同士が交流を始める時期の話題として、子どもの発達・成長や子どもを連れて遊びに行く場所など、子どもについての事柄が最適であることを示している。育児の関わり度合いによって子どもの話をしても続かないという語りもあったが、“子どものことは、親同士が話すきっかけにはなる”、“他の父親の育児の話を知りたい”といったように子どもに関する事柄ならば、初対面でも比較的話しやすく、また尋ねやすい。

〈共通の話題〉は、子どもの話題以外にお互いに話しやすい共通した悩みや体験などの話題を示す。配偶者のストレスへの対応については、パパセミナーにお

いても父親同士が積極的に話し合う姿が見られ、共通の「困りごと」の1つであることがわかる。また、初対面ではない場合は、「〇〇でお会いしましたよね」といったように、以前に会った時に一緒に参加したことや行動したことなどをきっかけとして話をしやすい。

4) 【父親同士の交流への意識・意欲】

このカテゴリーは、〈父親同士の交流の必要性を感じる〉、〈集まるための共通の目的がある〉という2つのサブカテゴリーから構成された。

〈父親同士の交流の必要性を感じる〉については、父親自身が父親同士の交流の意義を体験から感じること示す。パパセミナーに参加した父親の中には、“他の父親の話を知り参考になった”と父親同士が交流することの意義を体験的に理解した人が多い。また、“知らない人ばかりの地域の行事でパパセミナーで知り合ったお父さんに声を掛けられるだけでも自分の居場所が確保できている感じがする”といった体感

的に父親同士のつながりの意義を意識する語りもあった。

〈集まるための共通の目的があること〉については、父親同士の交流は、父親同士が漠然と集まるのではなく、共通した目的をもって集まるほうがよいということの意味する。家族の交流や子どものことについての情報交換など、共通の目的で集まったほうが話もしやすく、次に会うことにつながりやすいのではないかという語りもあった。

5) 【リーダーシップを発揮する人】

このカテゴリーは、地域のなかで率先して父親同士が交流できる企画の立案や日程調整などの役割を担ってくれる人が必要だということを示す。父親同士の交流の意義はわかっている、特に複数名で集まろうとすると、実際に自分から行動することは責任が重い、誰か他の人がリーダーシップを発揮してくれれば、それに参加したいという思いがある。

Ⅳ. 考察

上記の分析結果から、以下では、父親同士の交流の促進を支援するうえで意識すべき父親の特徴について整理し、地域における父親同士の交流を促進する支援について考察する。

1. 父親同士の交流を支援するうえで意識すべき父親の特徴

今回の調査の分析からわかった父親同士の交流を支援するうえで意識すべき父親の特徴として、以下の4点があげられる。

1点目は、父親同士は、会話をすることに対して非常に慎重だということである。父親は、【新しい人間関係づくりへの躊躇】が大変強く、とりわけ、〈他者のプライバシーに踏み込むことへの躊躇〉は、語りの中に多く見られ、どこまで相手に踏み込んで聞いていいのか、話していいのか悩みながら父親同士が接していることが明らかとなった。その戸惑いの原因のひとつは、〈共通の話題がないこと〉である。これまで体験してきた学校や職場で出会った人との会話は、お互いに学校や職場といった共通の背景があるため、話題が見つかりやすかった。しかし、父親同士の交流となると、お互いの共通性は「父親」ということのみになる。

わが国の「夫婦と子供の世帯」のうち、末子が6歳未満の育児時間は、父親が42分、母親は3時間2分であり⁸⁾、その差は大きい。乳児のいる母親同士は、各々が一定レベルの育児を日常で行い、そこで生じる悩みや疑問など共通した思いを持ちやすいため、「母親」という共通性だけで話が展開しやすい。しかしながら、父親の育児や家事のかかわり方にはかなりの個人差があり、必ずしも「父親」という共通性だけでは会話ははずまないことが、語りの中でも見受けられた。とりわけ、育児にあまり関わっていない父親ほど、「父親」という共通性のみで他の父親と交流することは難しいといえる。

2点目は、数回会っただけでは、主体的な父親同士の交流はできないことである。先述したように、母親同士と比較して父親同士は自己開示および他者のプライバシーに踏み込むことに非常に慎重であり、話題が見つからず慣れないうちは探り合いになる。父親同士の関係を深めるためには、繰り返し何度も顔を合わせ、お互いを知る機会が必須であると考えていることが明らかになった。したがって、パパセミナーの全3回という回数では、お互いに今後も関係を継続したいと行動するまでの動機づけには至らなかったことがわかった。

3点目に、地域における父親同士の交流に対する父親の主体性の乏しさである。父親は、子育てに関する地域のつながりを強く欲してはいないこと、仕事等により地域参加する時間が少ないこと等を背景に、地域のつながりの形成は、配偶者に委ねたい思いがあることがわかった。尾形は、「我が国では男性において男女に課せられたジェンダー意識に根強いものがあることも意識しておくことが求められる。男性は仕事、女性は家庭と子育てという、根強い分担意識が依然として存在することである。」⁹⁾と述べているが、地域のつながりの形成を配偶者に委ねたいという思いは、この分担意識から発生している可能性もある。また、父親には、父親同士が交流することの必要性を感じていても、自らが主体的に交流活動のリーダーを担うことに対する責任の重さや具体的な方法がわからない戸惑いもあることが明らかになった。この父親同士の交流に対する主体性の乏しさの背景にあるものは、〈忙しさ〉である。日々の仕事の忙しさに加え、地域における活動まで展開する時間的余裕、心理的余裕がないこ

とが父親同士の交流が進まない大きな理由の一つであるといえる。

4点目に、家族で参加できる企画に対する参加意欲は高いことである。父親は、父親同士の交流への意欲は乏しくても、「子どものため」を目的とした講座や行事等には参加しやすく、強い興味を持っている。そして、それらを通じて父親や家族同士が何度も会ううちに自然と関係が築きやすくなると感じている。また、参加したい企画については、行政などが企画したイベントに限らず、ママサークルなど配偶者同士が決めた家族ぐるみの食事会や外出なども含まれ、〈配偶者同士のつながりの活用〉が有効であることがわかった。

2. 地域における父親同士の交流を意図した支援

これまでの内容をふまえ、地域における父親同士の交流を意図した支援として、以下の6つの方法がある。

(1) 父親同士が継続的に交流するための講座・行事の開催

父親同士の主体的な交流が行われるためには、父親同士が何度も繰り返し、顔を合わせる機会が必要である。インタビューの中でも、パパセミナーの同窓会としてあと数回は継続的に講座を開催するとよいという語りがあった。したがって、父親同士の主体的な交流を意図した支援を行うためには、繰り返し父親同士が集う講座や行事を実施することが重要であろう。

ただし、子育て支援は、親のエンパワメントであるという視点を忘れてはならない。地域の子育て家庭の支援において、大豆生田は、「当事者がサービスを受けるだけではなく、当事者同士がつながりながら、主体的に活動に参画できるような支援を提供する」ことが重要だと述べている¹⁰⁾。父親がただ用意された講座や行事に参加することを繰り返す状況にならないように、各講座や行事において父親同士が交流を深め、徐々に主体的に父親同士の交流を自分たちで行えるように支援していくことが必要である。

(2) 父親同士の交流時の話題提供

父親同士は出会ってすぐの頃は、相手と話すことそのものに戸惑いがある。したがって、初期の頃は支援者や配偶者などが会話のきっかけとなる話題を提供し、お互いに話すことに慣れる支援が必要である。子どもの話や子育てに関連する話は、育児の関わり方に個人差はあるものの、お互いに話しやすい話題ではあ

る。また、同じ体験をすることで共通の話題が増えるため、父親同士が一緒にできる子どもとの遊びやバーベキューの準備や共同の物づくりなどの作業を交流時に取り入れることも具体的方法である。

(3) 父親同士の交流への意欲を高める講座開催

地域のなかには、父親同士が交流する意義を理解していない父親が多い可能性が高い。パパセミナーの参加者のなかには、実際に父親同士で交流してみることによって自分の子育てなどに有益な情報交換ができた、地域行事で知り合いの父親がいることに安心感を覚えたりして、体験的に父親同士の交流の意義を感じていた人もいた。こういった体験による意識変容を意図した講座を開催することが必要である。また、講座を通じて、父親の交流に関する相談や情報提供などを行い、交流したくても主体的に活動できない父親の後押しとなる支援を行う。今回のインタビュー調査で、父親同士がグループで交流する場合、企画や連絡などすべてをリーダーとなる人が1人であるイメージで語られることが多かった。交流するための準備について、父親同士で分担する方法や配偶者の力を活用することなど、父親たちが無理なくできる方法を父親自身が考えられるように支援していくことも必要であろう。

(4) 夫婦・家族で参加する講座や行事等の開催

父親同士だけでは主体的な交流をするまでに時間がかかること、配偶者同士のほうが比較的主体的な交流へと展開しやすいことから、父親のみをターゲットとせず、家族ぐるみの交流をねらいとした夫婦・家族で参加する講座・行事等を開催する。

(5) 配偶者や子ども同士のつながりを活用した取り組み

配偶者同士や子ども同士のつながりを活用して、父親同士が交流する機会を設ける。具体的には、ママサークルの参加者の配偶者同士で集まる機会を設けたり、保育園に通う子どもたちの父親の集いを行ったりするなど、家族を通じて父親同士が交流する機会などを設けることがあげられる。

(6) 地域の中で父親が子ども連れで訪れる場づくり

父親同士が自然と顔を合わせる機会が増えるためには、地域の中で父親が子ども連れで気軽に訪れることができる場所があることが有効である。子育て支援施設は、母親と子どもの利用が多く、父親と子どもだけでは利用しにくいと思う父親もいる。また、市町村が設置している「ひろば」等は、日曜日が閉館日の場合

も多い。父親たちが子どもを連れて休日に気軽に遊びに来ることができる場所が地域にあれば、そこで顔見知りになった近隣の父親同士の交流がはじまりやすいと考えられる。そのような環境面からの支援も今後は求められる。

V. 残された課題

本研究では、パパセミナーに参加した父親に対するグループインタビュー調査の分析から、「父親同士の交流がすまない理由」と「父親同士の交流のために有効なこと」の2点について検討し、その結果から、地域における父親同士の交流を促進する支援について6つの方法を提示した。

父親同士の交流が継続されるためには、多くの支援が必要であることがわかった。父親を対象とした子育て支援を行う者は、父親の特性を理解して支援を行う必要がある。母親たち以上に交流することへの主体性が乏しい父親たちの支援は、ともすれば、継続的な交流を支えたいがために支援者が毎回お膳立てをしようか、継続的な交流を諦めて単発の父親対象の講座をするだけで終わってしまうかのどちらかに偏る可能性が高い。継続的に講座を開催する場合、父親のエンパワメントを意識して、1回、1回の支援の場で具体的にどのような内容のプログラムを実施することが父親同士の交流に有効であるのかを検討していくことも今後は求められるであろう。

また、支援者は、父親同士の交流の意義についても理解しておくことが重要である。宮木は、父親同士の交流のメリットとして「父親自身の地域ネットワーク形成という効果」をあげている¹¹⁾。また、中谷は、父親が親主体の子育て支援の活動に参加する意義の1つとして、「今まで希薄だった地域での存在感が強まっていくこと」をあげている¹²⁾。つまり、地域における父親同士の交流は、単に父親同士の子育ての情報交換や子育ての学びあいを目的とするものではない。男性にコミュニティの一員としての自覚を促し、地域活動への参画への意識を高める大きな機会であると捉えられるのである。子どもたちが育ったあとも、父親同士の交流が地域活動へとつながっていくように長期的な視点で支援をしていくことが求められる。

最後に、本研究の限界は、パパセミナーの参加者9

名を対象としたグループインタビューの内容から検討しているため、対象者が限定されていることである。今後は、さらに対象を広げた量的調査および質的調査を行う必要がある。また、今回の結果で示した支援を実施し、その効果について検討することも今後の課題である。

注

注1) 2007年度に奈良県が父親の子育て参加促進事業の一環で作成したプログラムである。

謝辞

本研究にご協力くださったみなさまに、深く感謝申し上げます。

付記

本論文は2014年5月に行われた日本保育学会第67回大会において発表したものを大幅に加筆、修正したものである。

なお、本研究は、JSPS 科研費 JP23730556 による助成を受けたものである。

引用文献

- 1) 少子化社会対策大綱～結婚、妊娠、子供・子育てに温かい社会の実現をめざして～(2015年3月20日閣議決定) 別添1. http://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/law/pdf/shoushika_taikou2_b1.pdf (最終閲覧日:2016年9月15日)
- 2) 岡田 みゆき・伊藤 葉子・一見 真理子(2014) 地方公共団体における父親の子育て支援. 日本家政学会誌. Vol.65 No.10. 40-41
- 3) 内閣府政府統括官(共生社会政策担当)(2014) 家族と地域における子育てに関する意識調査報告書.70. <http://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/research/h25/ishiki/pdf/2-3.pdf> (最終閲覧日:2016年9月15日)
- 4) 石井クンツ昌子(2013)「育メン」現象の社会学—育児子育て参加への希望を叶えるために—. ミ

ネルヴァ書房. 180

- 5) 酒井厚 (2013) 第4章地域のかかわり. ベネッセ総合教育研究所. 第2回妊娠出産子育て基本調査(横断調査) 報告書 2011年. 78. http://berd.benesse.jp/jisedaikin/research/research_23/pdf/06.pdf (最終閲覧日: 2016年9月15日)
- 6) 松本しのぶ (2014) 父親を対象とした地域子育て支援プログラムの効果と課題—参加者に対する質問紙調査から—. 種智院大学仏教福祉学会誌 仏教福祉学 第23号
- 7) 松本しのぶ (2014) 父親の子育て負担感と子育て支援ニーズ—子育て支援プログラム参加者に対する調査から—. 京都光華女子大学 こども教育研究 第1号
- 8) 総務省統計局 (2012) 平成23年社会生活基本調査結果. <http://www.stat.go.jp/data/shakai/2011/pdf/gaiyou3.pdf> (最終閲覧日: 2016年9月15日)
- 9) 尾形和男 (2011) 父親の心理学. 北大路書房. 65
- 10) 大豆生田啓友 (2013) 保育の場における子育て支援の課題. 保育学研究 51 (1).139
- 11) 宮木由貴子 (2014) 父親同士の交流の現状と可能性: 子どもをきっかけとした父親同士の関係性をもたらす効果. Life design report (211). 第一生命経済研究所ライフデザイン研究本部.11
- 12) 中谷奈津子 (2008) 地域子育て支援と母親のエンパワーメント—内発的発展の可能性. 大学教育出版.132