

ブロックのニーズと 教育へのつながり

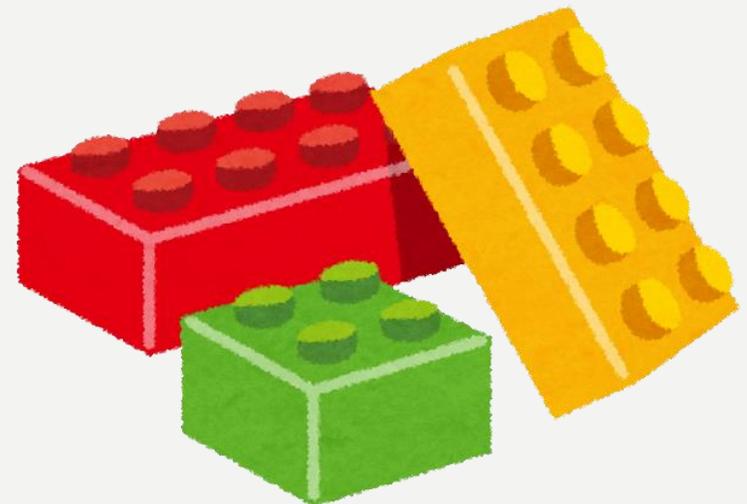
小谷ゼミ 宗像詩乃

背景

- 2018年に足立区の産業経済部から東京未来大学に足立ブランドの「リポブロック」の商品PRの話があり、大学として小谷ゼミが担当。
- 現在でも、商品PRイベントの手伝いを行っている。

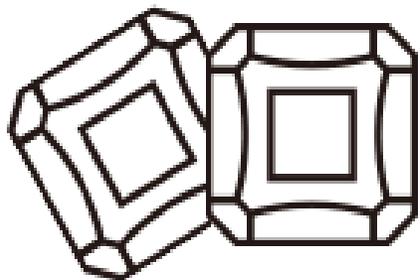
『リポブロック』とは

- 考える力や感性を高めることを目的に開発された知育ブロック
- ミユキ精工株式会社の製品
- 足立ブランド認定企業

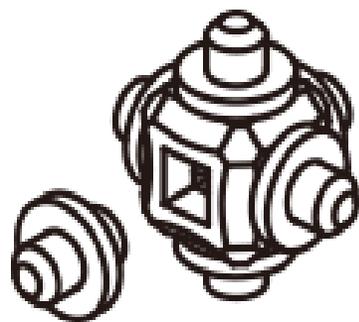


使用する知育ブロック

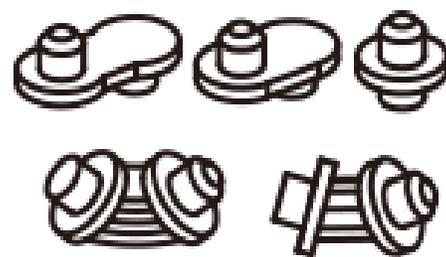
特徴その**1**
1辺15mmの
立方体ブロック



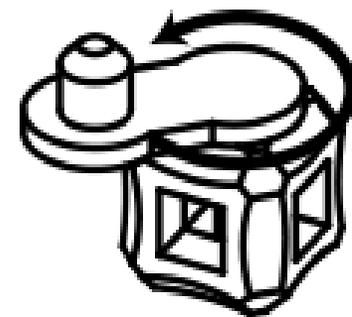
特徴その**2**
6つの方向に
つながる



特徴その**3**
5種類の
ジョイント



特徴その**4**
ジョイント部分が
360°回転する



体験会の様子



2018年
東京おもちゃ
ショー



目的

- ・ 本研究では、「リポブロック」を使用し、ブロックは教育に効果があるのか、知育面での回答者評価、商品の対象年齢を調査し商品のニーズを明らかにする。



仮説

- 仮説1 「リポブロック」は知育玩具という認識で遊ばれている。
- 仮説2 「リポブロック」は様々な学習効果が期待されている。
- 仮説3 「リポブロック」対象年齢は5歳以上である。



方法

1. 調査参加者

2019年8月5日～31日にリポブロックの体験会に参加して頂いた体験者の101名（女性83人、男性18人、平均年齢41.24歳、 $SD = 8.09$ ）

2. 調査場所

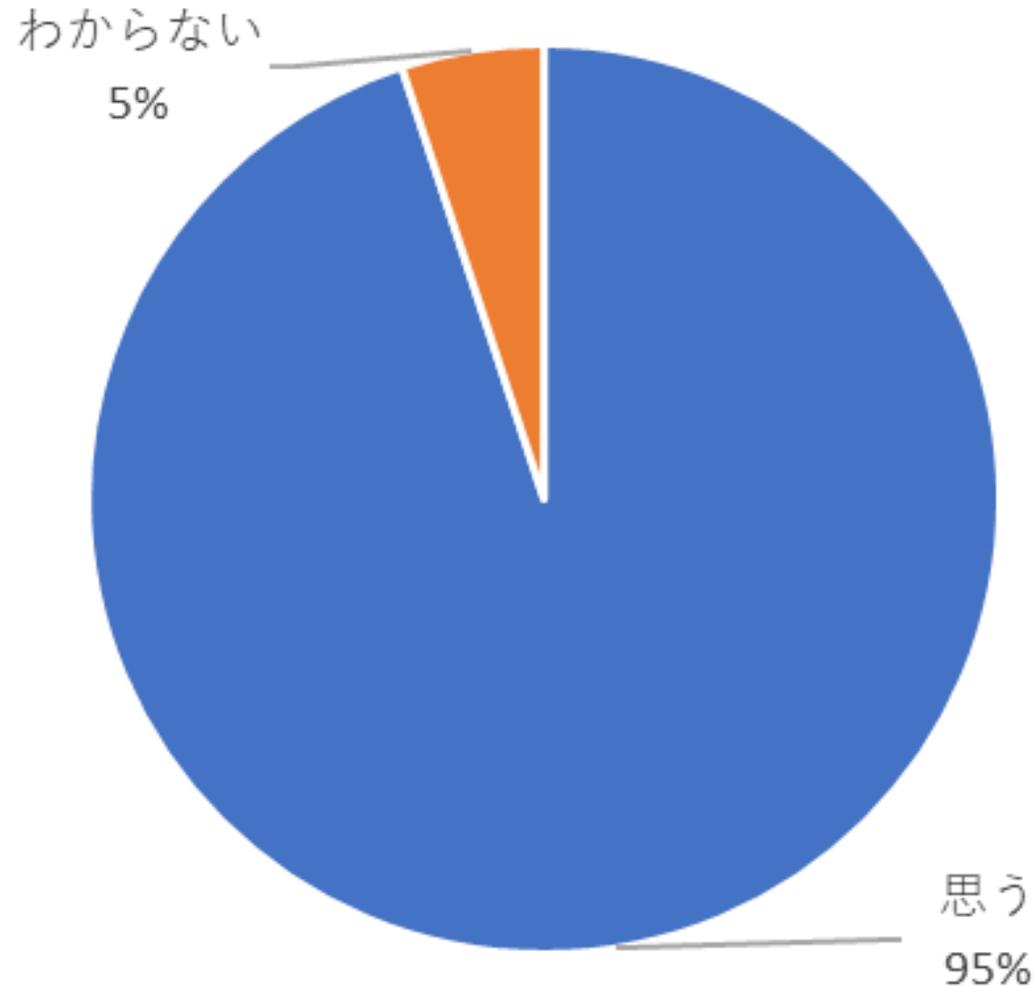
東京芸術センター、亀有アリオ、北千住マルイ、ギャラクシティ

3. 調査方法

アンケート調査

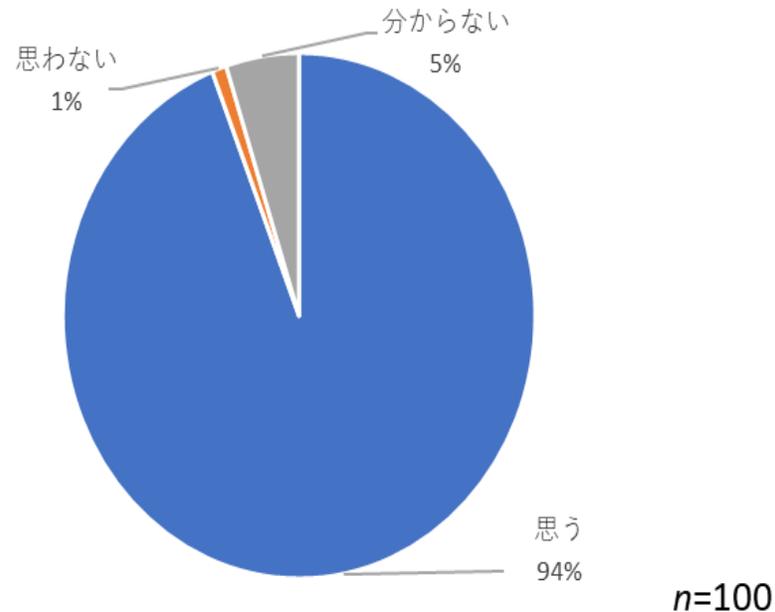
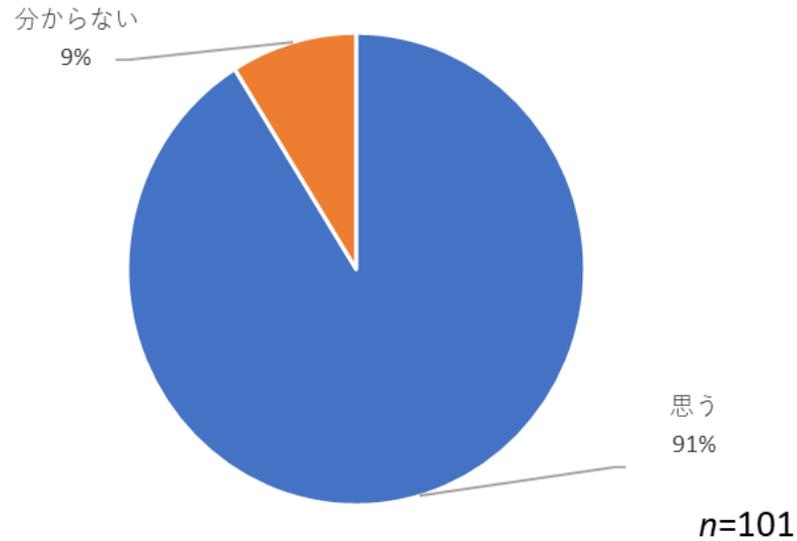
結果（仮説1）

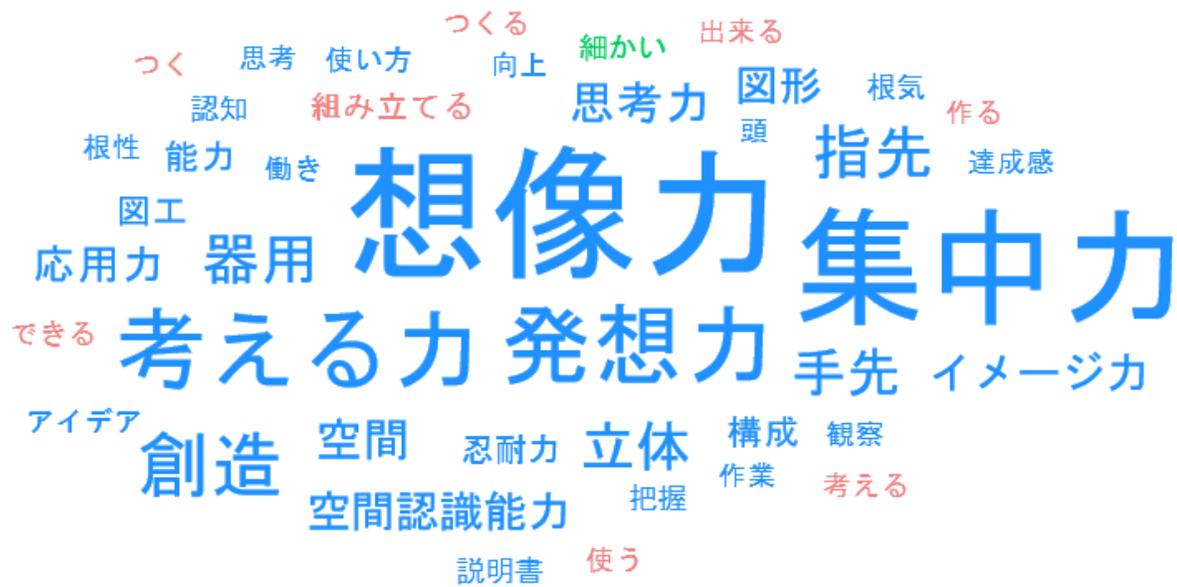
リポブロックは知育玩具であると思うかという質問では、「思う」と回答した人が95%、「わからない」と回答した人が5%、「思わない」は0%という結果であった。この結果から、ほとんどの人がリポブロックは知育玩具であると感じていることが明らかになった。このことから、仮説1である「リポブロックは知育玩具という認識で遊ばれている」は支持されたと言える。



結果（仮説2）

「リポブロックは様々な学習効果が期待されている」という仮説2は、リポブロックは子どもの教育に役立つと思うかという質問に対し「思う」と答えた人が91%でほとんどの人がリポブロックは教育に役立つと感じたことが明らかになったことと、リポブロックは集中力の向上に繋がると思うかという質問に対し「思う」と回答した人が94%という結果でありほとんどの人がリポブロックは集中力の向上に繋がると感じていることが明らかになった。





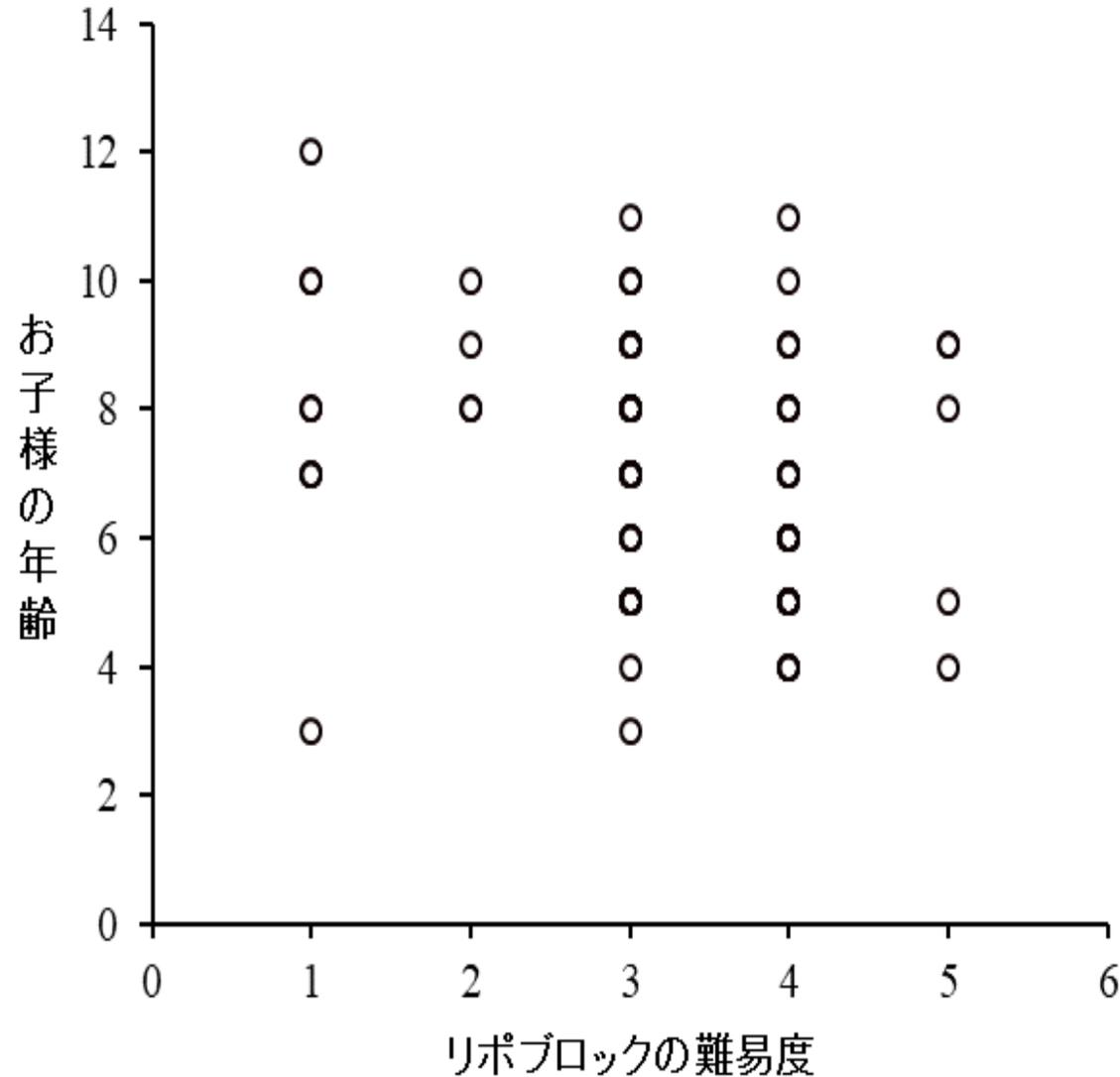
結果（仮説2）

そして、リポブロックを体験することで身につくと思う能力についてのテキストマイニングの結果、「想像力」、「集中力」、「考える力」、「発想力」という名詞が多く挙がっていた。

この回答から体験者の保護者は、リポブロックは知的発達に影響があると感じているのではないかと考えた。以上の結果から、仮説2は支持されたと言える。

結果（仮説3）

仮説3の「リポブロック対象年齢は5歳以上である」は、回答者の多くが5歳からが適切な対象年齢だと感じていることが明らかとなったことや、リポブロックの対象年齢の回答数に偏りがあるかどうかを検討するため、 χ^2 検定を行ったところ、有意な差が見られたことから支持されたと言える。また、体験者の年齢とリポブロックの難易度の関係性を検討する際、スピアマンの順位相関係数を算出したところ、有意であった。このことから体験者の年齢が上がるほど、リポブロックの難易度が下がることが示された。



考察

- 仮説1が支持されたことにより、仮説2の「リポブロックは様々な学習効果が期待されている」も支持されたのではないかと考える。
- 仮説3が支持された要因の1つは、商品パッケージに記載されている対象年齢を目にしている記入者が多かったのではないかとと思われる。質問紙には実際に体験して感じた年齢を記入してもらうように記載していたが、目にしている情報が回答に影響を及ぼしている可能性が無いとは言えないだろう。なので、仮説3をより正しい結果にするためには、質問紙の回答をしてもらう際に商品パッケージに記載されている対象年齢を隠したり、回答に影響を及ぼす可能性のある情報を回答者に知られない環境を作る必要があると考える。

考察

- また、体験会の際に、細かいパーツの多いブロック玩具であることから、片付けに対する意見が多くみられた。
- 使用したことのあるブロック玩具で多く拳がったものは、保育園や幼稚園で使用していると教えてくれる母親も多かった。このことから、リポブロックの認知度を上げるために、保育園や児童館など、子どもが触れやすい環境への普及率を上げるのは有効な手段であると言える。また、今後の商品開発の際には体験者の声に耳を傾け、子どもが面白そうと感じる商品を開発することと、保護者の片付けに対する意見を参考にすると、さらにリポブロックの認知度が上がるのではないかと考える。

参考・引用文献

- ・石橋尚子(1995).おもちゃのファジー性と幼児の象徴能力との関係－子ども社会研究(1),5-13
- ・小沼拓也・山岸直秀・鈴木誠(2019).知育玩具に関するレビューデータの分析－経営情報学会全国研究発表大会要旨集,129-132
- ・木原久美子・藤崎春代・浜谷直人・馬場久志・倉持清美・田口久美子(1991).こどもの遊びにおける玩具の役割－過去20年の玩具研究のテーマにみる役割の変遷と遊びに果たす役割－日本教育心理学会総会発表論文集,33,275-276
- ・中村哲(1989).幼児期における積木遊びの教育思想と保育実践―「大型積木遊び」の保育実例をてがかりに―学校教育学研究,(1),1-14
- ・松本峰雄(2016).保育の心理学演習ブック,ミネルヴァ書房
- ・山口晃人(2016).ブロック型知育玩具におけるユーザ評価項目の検討－首都大学東京大学院



おしまい