

プロジェクト研究

ホンジュラス国「地方女性のための小規模起業支援プロジェクト」

でのエンパワーメント指標における調査方法の向上と指標の整理

報告書

平成27年3月
(2015年)

独立行政法人
国際協力機構 (JICA)

基盤
JR
15-100

目 次

1. 調査概要	1
1.1. 調査の背景と目的	1
1.4. 調査対象案件	2
1.5. エンパワーメントの定義	3
1.6. 報告書の構成	3
2. 調査対象プロジェクトの概要とエンパワーメント指標	5
2.1. 地方女性プロジェクトの概要	5
2.2 エンパワーメント指標調査の内容と課題	5
2.2.1 語り分析とエンパワーメント指数を算出するための 12 項目の指標	5
2.2.2 成果三類型	5
2.2.3 エンパワーメント指数の算出方法	6
2.2.4 地方女性プロジェクトにおけるエンパワーメント指標調査の貢献と課題	7
3. 分析結果	10
3.1 調査対象者概要	10
3.1.1 調査の設定と調査対象者	10
3.1.2 回答形式	10
3.1.3 調査対象者の属性とエンパワーメント発現関連事項	11
3.1.5 調査者の参加するグループ別特徴	12
3.2 エンパワーメント発現と関連要因	14
3.2.1 12 指標の成果 3 分類の点数化	14
3.2.2 起業グループ別 12 の指標と成果 3 類型によるエンパワーメントの状況	14
3.2.3 エンパワーメントの発現と関連要因	16
3.3 エンパワーメント指標の尺度開発	19
3.3.1 エンパワーメントの 12 指標の相関性	19
3.3.3. エンパワーメント 12 指標の因子分析	20
3.4. 効果的調査デザインとサンプリング	23
3.4.1. 地域レベルの女性のエンパワーメントを測定するための効果的調査デザイン	23
3.4.2. サンプリング: 全数調査と標本調査	24
4. グループ、コミュニティのエンパワーメント評価及びプロジェクトの全体評価とエンパワーメント評価	27
4.1 個人のエンパワーメントとグループ・コミュニティのエンパワーメントの関係	27
4.2 グループのエンパワーメント度	29
4.3 コミュニティのエンパワーメント度	33
4.4 プロジェクトの全体評価とエンパワーメント評価の連動	34
5. 調査の効率化に向けて	36
5.1 データ収集および分析方法の整理	36
5.1.1 データ入手方法の変更	36
5.1.2 データ分析	37
5.1.3 聞き取り方法上の負担を減らす	37
5.1.4 調査者の質の向上	38
5.1.5 成果三類型の得点配分	38
5.2 代替調査方法(案)	39

特記事項

本報告書の内容は、国際協力機構社会開発部が実施したプロジェクト研究『ホンジュラス国「地方女性のための小規模起業支援プロジェクト」でのエンパワーメント指標における調査方法の向上と指標の整理』に係る研究会での検討結果をとりまとめたものであり、必ずしも国際協力機構の統一的な公式見解ではありません。

本報告書及び他の国際協力機構の調査研究報告書は、当機構ホームページにて公開しております。

URL: <http://www.jica.go.jp/>

なお、本報告書に記載されている内容は、国際協力機構の許可無く転載できません。

また、本報告書で論じられている成果三類型分析モデルは、右研究会に外部有識者として参加した藤掛洋子横浜国立大学大学院・教授の許可なく使用できません。

連絡先: 横浜国立大学大学院・都市イノベーション研究院

〒240-8501 横浜市保土ヶ谷区常盤台 79-1

研究室: 横浜国立大学教育人間科学部第3研究棟714号

TEL/FAX 045-339-3227

E-mail :yoquita@ynu.ac.jp

発行: 独立行政法人国際協力機構 社会基盤・平和構築部

〒102-8012 東京都千代田区二番町 5-25 二番町センタービル

FAX: 03-5226-6334

E-mail: eigge@jica.go.jp

1. 調査概要

1.1. 調査の背景と目的

現在、人々のエンパワーメントを目標としている技術協力プロジェクトが数多く実施されている。しかしながら、人々のエンパワーメントを定量的に評価する手段は確立されておらず、定性的な評価にとどまっている。ホンジュラス国における JICA の技術協力プロジェクト「地方女性のための小規模起業支援プロジェクト」（以下、地方女性プロジェクト）（実施期間：2003 年 11 月～2007 年 10 月）では、プロジェクトに参加している女性 148 人のうち 76 人を対象に、起業活動によるエンパワーメントの変化について調査している。起業活動を通じて女性がエンパワーメントしている状態を 12 の項目に分類し、可視化しており、従来にない画期的な取組といえる。しかしながら、各対象者に詳細な聞き取り調査を実施するため、調査、分析に多くの時間を要している。また、プロジェクトの参加者について情報を収集できたものの、プロジェクト関係者（参加者の配偶者、コミュニティー）に関するインパクトは十分に調査できていない。

本プロジェクト研究は上記を鑑み、その成果として、地方女性プロジェクトにおけるエンパワーメント指標の調査方法が向上し、指標の整理がされることにより、エンパワーメントを効果的に測る事を目的としている。また、他のエンパワーメントに関連するプロジェクトについても、同指標がエンパワーメントを測る参考となることを期待するものである。具体的には、現在実施中の地方女性プロジェクトにおいて既に獲得されているデータを材料として、エンパワーメント指標の統計的手法を用いた分析を実施し、整理することを試みる。同時に、関係者からの聞き取り調査や必要に応じた追加データの収集をプロジェクトの協力を得て実施する。詳細は、以下のとおりである。

（１） 調査効率の向上

① エンパワーメント指標の整理

現在使用しているエンパワーメントを測る 12 の項目について、統計的手法を用いて分析し、社会調査手法の見地から項目の整理が可能かどうかを検討する。具体的には、「参加する」「発言する」「意識変化する」「行動する」「協力・連帯する」「創造する」「新たな目標を持つ」「交渉する」「満足する」「自信を持つ」「運営・資金管理する」「意思決定する」という 12 の項目間に何らかの相関関係が存在するの可否かを検討する。

② 質問票の整理

エンパワーメント指標の整理にあわせて、質問票の設定項目を整理する。

③ 効率的な調査手法（サンプルの取り方）

中間・終了時評価では、対象者全員に対して悉皆的に調査を行なった結果、調査に時間を費やしたこともあり、調査の効率性の向上及びそのための手法を検討する。

（２） エンパワーメントと関係性がある事項の分析

エンパワーメント指標は、質問票を用いて、語り分析により個人、グループのデータを収集している。エンパワーメント指標における各項目の変化と個人的な背景（学歴、収入

など)、配偶者、コミュニティの状況に関連性について、地方女性プロジェクトでは統計的な検討を行っていないこともあり、エンパワーメント指標とこれらの要因の相関性について調査する。

(3) エンパワーメント指標の客観性確保

語り分析、サンプルの抽出方法など、エンパワーメント指標分析の客観性、および客観性を高めるための手法を検討する。

(4) 成果類型別による得点配分の検討

地方女性プロジェクトで使用されている評価モデルでは成果三類型分析を実施しているが、成果1～3 類型の得点配分はそれぞれ1 点になっており、より高度なエンパワーメントが必要とされる 3 類型についても同様な配分である。類型に応じて、得点配分を変える必要があるか検討する。

(5) 「社会（コミュニティ）」のインパクト調査項目の整理

地方女性プロジェクトでは、プロジェクトに参加した女性グループのメンバーを中心に調査を実施しており、メンバーの配偶者、家族、コミュニティの関係者への詳細な調査は対象としていなかった。プロジェクトの活動を通じて、「個人」→「組織(グループ)」→「社会(コミュニティ)」の三者がどのようにエンパワーメントしているのか関連付けて調査する必要がある。「個人」、「組織(グループ)」のデータは収集済みであるから、コミュニティにおけるインパクトを効率的に分析するための調査項目を整理する。

1.2. 調査期間と作業工程

2007 年 1 月上旬から 3 月まで実施した。研究会は合計 3 回開催され、その期間中の約3ヵ月間本邦コンサルタントが備上された。あわせて 2009 年4月に第2回終了時評価を実施し、関連データを収集した。

1.3. 調査の実施体制

本プロジェクト研究は、社会開発部を主管とするとともに、ホンジュラス事務所、プロジェクト専門家およびプロジェクトに専門家として係わった外部有識者、コンサルタントを構成員とする研究会が設置された。

1.4. 調査対象案件

ホンジュラス国における JICA 技術協力プロジェクトである「地方女性のための小規模起業支援プロジェクト」を対象とした。

表 1-1 調査対象案件

地域・国名	対象地域	案件名	実施期間	評価状況
中南米・ホンジュラス	コパン県、レンピーラ県	地方女性のための小規模起業支援プロジェクト（地方女性プロジェクト）	2003 年 11 月～ 2008 年 10 月（5 年間）	事前評価、中間評価、終了時評価（延長前）
ターゲット・グループ				
貧困地域に居住する女性（16 グループ、約 180 名）				
プロジェクト目標				
プロジェクトサイトの女性受益者が地域のリソースを活用した小規模事業を起業・運営できるようになる。				
上位目標				
1) 対象社会の人々のエンパワーメントが達成される。 2) 同様のアプローチが他地域で実践される。				
アウトプット				
0) 明確になった条件を基にプロジェクトサイトが選定される。 1) 小規模起業のビジョンを持った女性受益者グループが組織され、実施計画が定められる。 2) 女性受益者が自立的な小規模事業の起業・運営に必要な知識及び技術を身につける。 3) 起業に必要な機材が準備される。 4) 女性グループが起業・運営を始める。 5) カウンターパートをはじめとした小規模事業を支援する関連機関および人材の能力が強化される。 6) 将来のプロジェクトに実施される目的で本プロジェクトのプロセスと経験が蓄積される。				

1.5. エンパワーメントの定義

地方女性プロジェクトにおけるエンパワーメントは、以下のようにミクロからマクロなものまでを含んだものとして定義されている。

エンパワーメントとは、 ■ 当事者が自己の相対化を通じ、対象社会の従属構造に気づきさまざまな事象をポジティブに変革しようとする意識や行動の変化（ホンジュラス国地方女性のための小規模起業支援プロジェクト終了時評価調査報告書より引用） ■ エンパワーメントという表現には、自己の実現、能力の向上、生活の改善、そういったことを後押しする様々なレベルの社会的変化が含まれる（同上） ■ ミクロレベルでのエンパワーメント（プロジェクト目標レベルで目指す）、メゾレベル、マクロレベルまでのさらに上位でのエンパワーメント（上位目標レベルで目指す）（同上）

1.6. 報告書の構成

第 1 章では、まず、なぜこのような調査が実施されることになったかの背景を含め、調査全体の目的を述べ、具体的な調査期間や作業工程、実施体制を表やグラフに取りまとめることで簡潔に示している。さらに、調査対象案件の紹介、調査の枠組みと手順が示されている。第 2 章では、今般調査の対象案件として取上げられた地方女性プロジェクトを通

して使用されたエンパワーメント調査手法について説明している。第三章においては、この調査手法により収集されたデータを統計的に解析した結果が述べられる。続いて、第四章では、この統計解析結果に加えて、関係者からのヒアリング結果をもとに、エンパワーメント指標を用いた効率的かつ実現可能な調査の代替案の存在を検討し、結論を導き出している。

2. 調査対象プロジェクトの概要とエンパワーメント指標

2.1. 地方女性プロジェクトの概要

地方女性プロジェクトは、総人口の 49%が極度の貧困状態¹にある中米諸国中の最貧困国ホンジュラスの西部地域において、貧困地域に居住する女性を対象に、地域のリソースを活用した小規模事業を起業・運営できるようになることを目的とし、2003 年から開始されている地方女性プロジェクトの目標は、「プロジェクトサイトの女性受益者が地域のリソースを活用した小規模事業を起業・運営できるようになる」ことであり、それが達成されたか否かを判断する指標として、「各グループにおいて、活動維持に必要な売り上げ、一定の収入が得られる」(PDM3 に依拠)が掲げられている。カウンターパート機関は、大統領府直轄機関である「家族支援計画」(PRAF)であり、社会的弱者の生活向上を目的として全国 13 県 80 か所以上のサイトでプロジェクトを実施している。同時に職業訓練分野において長年の経験をもつ国立職業訓練庁 (INFOP) を講師派遣等を行なう協力機関として位置づけられている。

このように、モデルサイトにおいて貧困地域に居住する女性が地域のリソースを活用した小規模事業を起業・運営できるようになることを目指すが、収入向上などの経済的側面の改善のみでは、効果的な貧困削減につながらないことから、女性のエンパワーメント、ターゲット・グループの意識の向上に配慮したアプローチを取っている。なお、中間評価に至るまでは、4 県において 20 グループの起業が目標とされたが、プロジェクトの実施期間、規模を考慮すると実情に沿わないことから、中間評価以降、サイト数を現在の 2 県 (レンピーラ県、コパン県) 17 グループとした。

2.2 エンパワーメント指標調査の内容と課題

2.2.1 語り分析とエンパワーメント指数を算出するための 12 項目の指標

地方女性プロジェクトにおいて実施されるエンパワーメント指標の調査では、語り分析²を基本として実施されている。すなわち、全参加女性を対象に、一人一人からの個別聞き取り調査を行ない、エンパワーメント指標を算出するための詳細データを獲得するものである。「参加する」「発言する」「意識変化する」「行動する」「協力・連帯する」「創造する」「新たな目標を持つ」「交渉する」「満足する」「自信を持つ」「運営・資金管理する」「意思決定する」という、具体的な言葉で示される 12 項目のエンパワーメント指標 (藤掛 2000, 2001, 2003) (これ以降「12 項目」と称する) にそってデータは収集・整理される (表 5 参照)。女性たちが語る中に、これらの言葉、あるいは言葉が表す内容がどの程度語られるのかを調査者が聞き取るのである。同時に、調査者による観察 (オブザベーション) も丁寧に記述される。

2.2.2 成果三類型

成果三類型とは、藤掛洋子氏が設定した人々のエンパワーメントを測定・分析するための類型である。パラグアイの農村女性が生活改善プロジェクトに主体的に関わってきた事例を 1993～

¹ 1 日の平均収入が 1 米ドル以下

² 2.2.2 にて説明する成果三類型分析モデル (藤掛モデル) の中核部分として、語り分析が挙げられる。

1999 年にかけて調査し導きだされたものであり、その後 2006 年までの継続性の調査を通じて、その有効性が確認されている。このことから、本プロジェクト研究は、成果三類型分析手法が有効であることを前提としている。

成果三類は、次に示す3つの内容から構成される。成果一類は、目的・目標に対する結果であり、実際のジェンダー・利害関心の充足を指す。これは主として、定量的に測ることが可能な変化である。これに対し、成果二類は、目的・目標以外の予期せぬ副産物であり、例えば「嬉しさ」や「満足感」などを含む。予期せぬ実際のジェンダー・利害関心の認知・充足であり、これらは、定量的なものとは定性的なものの双方の変化となって現れる。成果三類は、戦略的ジェンダー・利害関心の認知・充足(に向けた行動)を指し、定量的・定性的の双方の変化を含む。

2.2.3 エンパワーメント指数の算出方法

エンパワーメント指数は、実際に得点した点数を獲得可能な最高得点で割ることで算出される。語りの中に現われる 12 項目のエンパワーメント指標に対してそれぞれ 3 種類の成果を、0 点もしくは 1 点か(有りかなしか)という判断で加点をしていく。従って、最高得点は、 $12(\text{項目}) \times 3(\text{類型}) = 36$ 点ということになる。その最高得点を分母に実際に当該個人が獲得した(調査者によってカウントされた)数値で割ることで、エンパワーメントの獲得度、すなわち、本評価分析モデルにおけるエンパワーメント指数が導出される。具体例を示してみよう。グループ参加者個人である A さんの場合、「参加する」の成果Ⅰ類では肯定的な回答から 1 点、成果Ⅱ類についても同様に 1 点、成果Ⅲ類に関してはないと判断され、0 点。以下同様に、「発言する」「意識変化する」「行動する」「協力・連帯する」「創造する」「新しい目標を持つ」「交渉する」「満足する」「自信を持つ」「運営・資金管理する」「意思決定する」の獲得数の和を行なうと、成果類型ごとの小計がそれぞれ、11 点、5 点、6 点となり、総計が 22 点となったとする。それは、可能最高得点 36 点を分母とすると、61%のエンパワーメントの獲得度ということになり、よって、エンパワーメント指数は、61%と表現される。

表 2-1 エンパワーメント指標算出のための得点記入表の一部

会員個人	グループ役職	1. 参加する			2. . . . ~11. . . .			12. 意思決定する			エンパワーメント指数				可能最高得点	エンパワーメント指数（エンパワーメント獲得度）	
		成果Ⅰ類	成果Ⅱ類	成果Ⅲ類	・	・	・	成果Ⅰ類	成果Ⅱ類	成果Ⅲ類	成果Ⅰ類	成果Ⅱ類	成果Ⅲ類	合計			
Aさん	なし	1	1	0	・	・	・	1	1	1		11	5	6	22	36	61% （ 22 ÷ 36 = 0.61）
Bさん	代表	1	0	1	・	・	・	1	1	1		11	10	6	27	36	75% （ 27 ÷ 36 = 75%）
Cさん		・	・	・	・	・	・	・	・	・	・	・	・	・	○	36	△△% （○÷36=0. △△）
小計		7	7	3				6	3	3		78	55	44	177	252	70% （ 177 ÷ 252 = 0.70）
総計		17			. . .			12									

* 地方女性プロジェクトより提供された第一次データをもとに作成

2.2.4 地方女性プロジェクトにおけるエンパワーメント指標調査の貢献と課題

地方女性プロジェクトにおいて実施されるエンパワーメント指標の調査では、語り分析を基本としていることから、約 180 人におよぶ全参加女性一人一人から詳細に聞き取るための個別インタビューを実施し、記述的なものを含めたデータを獲得した。さらにそれらの整理・分析作業を行っており、多大な時間と労力を要している。具体的には、データの収集から分析までを含めると約 3 ヶ月間を費やしており、プロジェクトの他活動への影響も出ている。この観点からは、コストの高い（多くのマンパワーと時間を要する）調査といえる。

表 2-2 エンパワーメント指標の調査項目例（地方女性プロジェクトの場合）

指標		質問	
1	参加する	1	グループの会合に参加していますか
		2	プロジェクトの研修に参加していますか
		3	ワークショップに参加していますか
		4	コミュニティーの活動（パトロナート、CODECO）に参加していますか
		5	過去にグループ活動に参加したことがありますか
		6	なぜプロジェクトに参加しましたか
		7	プロジェクトに参加している動機は何ですか
2	発言する	8	会合の中で発言しますか
		9	家族の中で発言しますか
3	意識変化する	10	誰が発言力を持っていますか
		11	男女の仕事が交換できると思いますか
		12	もっと子供がほしいと思いますか
4	行動する	13	一週間に何回外出していますか
		14	コミュニティーの外へ出掛けますか
		15	どこへ行きますか
		16	外出する際、誰かの許可が必要ですか
5	協力・連帯する	17	グループの団結を感じますか
		18	どんな方法でグループに協力していますか
		19	グループの活動で外出しなければならないとき、家族は助けてくれますか
		20	どんな方法で家族が助けてくれますか
6	創造する	21	グループに参加してから、グループ内で新しいことをしましたか
		22	グループに参加してから、家庭内で新しいことをしましたか
7	新たな目標を持つ	23	グループの目標を持っていますか
		24	それは何ですか
		25	何のために収入を使いますか
8	交渉する	26	以前に何か販売経験がありますか
		27	グループに参加してから、何か販売しましたか
		28	グループに参加するため、夫と交渉しましたか
		29	グループの意向を取引先に伝えていますか
9	満足する	30	グループに参加して満足ですか
		31	グループに参加してから何か変わりましたか
		32	どのように変わりましたか
		33	あなたにとって前向きな変化ですか
10	自信を持つ	34	読み書き計算ができますか
		35	グループに参加することは自信になっていますか
11	運営・資金管理する	36	あなたはグループの管理をしていますか
		37	誰がグループの活動を管理していますか
		38	誰が家族の収入を管理していますか
12	意思決定する	39	グループの決定はどのようにしていますか
		40	グループの決定は誰がしますか
		41	家庭の小事の売買について誰に決定権がありますか
		42	家庭の大きな売買について誰に決定権がありますか
		43	子供のことで誰に決定権がありますか
		44	ほしい子供の数は誰が決めていますか
		45	家族計画をしていますか？誰が計画していますか
		46	どんな方法で家族計画をしていますか
		47	家庭の中で誰に決定権がありますか

表 2-3 基礎調査項目

メンバー個人データ		
1	氏名	
2	生年月日	
3	既婚、独身	
4	子どもの数	
5	最終学歴	
6	企業における役職	
7	グループに加入した日	
配偶者データ		
1	氏名	
2	生年月日	
3	最終学歴	
4	職業(定職または季節労働者)	
5	収入	
6	妻が外出することについて、どう思うか	
7	妻が家の外で働くことについて、どのように考えるか	
8	女性たちの活動を支援しているか	
9	家計はだれが管理しているのか	
10	家事を分担しているか	
11	家庭の決定権は誰が持っているか	
12	妻が仕事を始めてから家庭に変化があったか、どんな変化か	
子どものデータ		
1	氏名	
2	生年月日	
3	学校に通っているか	
4	仕事をしているか	
5	母親が仕事をするについての感想	
6	母親が仕事を始めてから家庭に変化があったか、どんな変化か	
グループデータ		
1	結成日	
2	収入、支出	
3	内規	
4	コミュニティに対するグループの働きかけ	
コミュニティデータ		
1	市中心からの距離	
2	主要な産物	
3	男性の労働状況	
4	電気・水道の有無	
5	アクセスの状況	
6	対象サイトの人口(男女比)	
7	シングルマザーの数	
8	宗教	
9	パトナートの構成(役員数、構成、役員の背景、女性排除の風潮が見られるか)	

3. 分析結果

3.1 調査対象者概要

3.1.1 調査の設定と調査対象者

地方女性プロジェクトではベースライン調査として 2004～2005 年にかけて、コパン県、レンピーラス県の女性起業グループ 12 の参加者 148 名を対象として聞き取り調査を実施した（調査 1 とする）。またプロジェクトによる当該グループへの支援が約 1 年経過した 2006 年 6 月に組織化から少なくとも 1 年が経過している 12 グループおよびその 12 グループの中で、グループの組織化当初から継続して参加しているメンバー 76 名に対し聞き取り調査を実施している（調査 2 とする）。調査対象者の参加したグループ概要および調査実施日、回答者については添付表 3-1 の通りである。また、2007 年にも同様に聞き取り調査を実施している。

質問票は藤掛氏の策定した成果 3 類、および 12 の指標に基づいて⁵藤掛氏の助言を得ながらホンジュラス国側のコンサルタント、プロジェクト長期派遣専門家などが協議して作成した。

質問票は調査 1 では「参加する」「発言する」「意識変化する」「行動する」「協力・連帯する」「創造する」「新たな目標を持つ」「交渉する」「満足する」「自信を持つ」「運営・資金管理を行う」「意思決定をする」の 12 の指標のそれぞれについて複数の質問項目が準備された（合計 71 問）。この質問項目について面接者が調査対象者から直接聞き取った。調査 2 も回答者がより自由に回答できる形式の半構造化質問紙（Semi-Structured Questionnaire）を付加し 12 の指標について面接調査を行った。一人あたりの面談時間は約 2 時間をかけ、十分に回答者の感情や細かなコメントを聞き取る努力がなされた。

面接者は調査 1 がホンジュラス国コンサルタント、調査 2 はホンジュラス国コンサルタントに加え黒田プロジェクト専門家、調査 3 はホンジュラス国コンサルタントが担当し、結果についても一定程度数値化されている。本章では主としてこの数値化されたデータをもとに解析を行った。

3.1.2 回答形式

地方女性プロジェクトにおけるエンパワーメント調査は自由回答方式（Open Question）と選択式回答方式（Closed Question）を組み合わせ、特に調査 2 では回答者のコメントをそのまま要約する回答方式を主体としたため一人あたりおよそ 2 時間にわたる詳細な聞き取り調査が実施されている。76 名のデータが収集されており、得られた情報量は指標を解析するには十分な分量が確保されたと考えられる。

それぞれの回答は記述式で詳細に集積され、12 の指標および成果 3 類の一つ一つの項目ごとに西語で取り纏められている。

面接者は記述式回答結果を精査し、成果 3 類ごとに 12 指標を分類し、合計 36 の項目についてエンパワーメントの発現を「発現した」「発現はなかった、あるいは十分に認められなかった」の査定を 2 件法（発現ありを 1 点、なしを 0 点とした）で行った。また、回答者一人ひとりの得点およびその変化についても数値化されている。

⁵ 藤掛モデルと呼ぶこととする。

3.1.3 調査対象者の属性とエンパワーメント発現関連事項

2005 年及び 2006 年時の調査対象者の 76 名は＜付録 2＞表 1 のとおり、2 県（コパン、レンピーラス県）に居住しており、(1) コパン県のコパルイナス市の中の 3 村（カリサロン、ラ・ピンターダ、アグア・カリエンテ）4 グループ、サンタ・リタ市の 2 村（ロス・プラネス・デ・ラブレア、エル・ハラル）の 2 グループ、(2) レンピーラ県のラ・カンパ市の 3 村（トントロ、クルスアルタ、オロミーナス）の 3 グループ、サン・マヌエル・コロエテ市の 3 村（カスコ、チミス、ブエノス・アイレス⁶）の 3 グループのメンバー、計 12 グループから構成される。2007 年調査時にはグループからの離脱者もあり、調査対象者は 63 名となっている。

2 県における回答者の属性は＜付録 2＞表 2 の通りであるが、要約を以下の表 8 にも示す。平均年齢は全体で 37.9 歳（標準偏差±13.1 歳、16-66 歳）、平均学歴は、3.0 年（標準偏差±2.1 年、0-8 年）、子どもの平均数は、4.6 人（標準偏差±3.3 人、独身を含むため 0-12 人）、平均収入は 455.1 レンピーラ（標準偏差±411.5 レンピーラ）、であり、平均活動期間は 12.8 ヶ月（4-22 ヶ月）、またプロジェクト実施の平均研修数は 42.6±49.7 日であった。

表3-1 回答者の属性

	コパン県	レンピーラ県
平均年齢	34.0±13.3 歳	40.6±12.5 歳
教育水準(年数)	3.0±2.5 年	3.0±1.8 年
子どもの数(人)	3.4±3.0 人	5.4±3.3 人
収入(レンピーラ) ^a	566.5±412.3	317.3±378.5
平均活動期間(月数)	16.5±2.0 ヶ月	10.2±3.7 ヶ月
研修日数(日)	79.6±60.5 日	16.8±8.3 日

*平均活動期間及び研修日数は 2006 年のものである

^a 藤掛専門家最終評価調査団報告書より入手の限定データをもとにしたもの。

1USD=約 18.9Lempira(2006)

回答者の属性の特徴としては、地方女性プロジェクトはホンジュラス国の中でも地方部の貧困な地域に居住する女性たちを対象に、起業を通じた支援を行うことによって女性のエンパワーメントまでを目的としているため、「就学経験なし」の回答率も 15.8%と高い（ホンジュラス国の平均成人の非識字率 約 20%⁷）。またホンジュラス国の初等教育就学率は女兒で 88%⁸であるのでこの調査対象地域は国全体の水準に比して女性の教育水準が低い地域であるといえる。

また、地方女性プロジェクトの調査対象者の子どもの平均は 4.6 人であり、ホンジュラス国の合計特殊出生率（TFR）の 3.6⁹よりも多い。平均収入に関しては個別聞き取りが困難であったために

⁶ プロジェクト開始当初はエル・シプレス村だったが、グループ組織化後にブエノス・アイレス村となる。

⁷ UNICEF, The State of World Children2006 より算出。

⁸ UNICEF, The State of World Children2006

⁹ UNICEF, The State of the World's Children2006.

地方女性プロジェクトにおけるエンパワーメント調査では参考値としてグループの収入を代用したが、一人あたりの収入は約 455 レンピーラ、約 24.1 米ドル（2006）と推定される。地方女性プロジェクトはコパン県から活動が開始されていることもあり、グループとしての活動期間、研修実施日数ともに両県の間には有意な差が認められた。

地方女性プロジェクトにおけるエンパワーメント調査の対象地は2つの県に渡り、コパン県がより市場などへのアクセスが良好であるのに対し、レンピーラ県は地理的条件においてもコパン県より状況が厳しいことから、外部からの支援もこれまであまり享受する機会に恵まれていなかった。

一人当たりの収入については全員からの聞き取りは困難であったことから、回答数は限定され（n=58）参考値であるが、コパン県が有意に多かった。

3.1.5 調査者の参加するグループ別特徴

表 3-2 は起業グループごとの属性を取りまとめたものである。

コパン県の Jardín de Mujeres Tejiendo Maya Chorti が 12 グループの中で平均年齢がもっとも若く 30.5(±17.1)歳であった。他方、参加者の平均年齢がコパン県よりも高いレンピーラ県のうち、クルス・アルタ(Cruz Alta)の Nueva Vision は平均年齢が 46.2(±10.9)歳、またカスコ (Casco) の Superación Femenina は 44.2(±16.7)歳であった。12 グループ間全体では参加者の平均年齢については有意な差が認められた。

参加者の教育水準について、就学年数の聞き取り調査結果では、コパン県ではブレア (Brea) 村の Aflareria Rubi グループの 6.7±1.2 年、エル・ハラル(El Jaral)村の Fe y Esperanza グループの 5.2±1.3 年、アグア・カリエンテ (Agua Caliente) 村の GRUTECA EMANUEL グループの 4.5±1.8 年が突出していた。

表3-2 起業グループ別属性の特徴（2005 及び 2006 年）

Municipality	Copan						Lempira						p-value
Community	Camizalon	La Pintada	Agua Caliente		Brea	El Jaral	Tontolo	Cruz Alta	Nueva Esperanza	Casco	Chimis	El Cipres	
Group	Panaderia Porvenir	Jardin de Mujeres Tejiendo Maya Chorti	Mujeres Trabajando por un Futuro Mejor	GRUTECA EMANUEL	Aflareria Rubi	Fe y Esperanza	TEJPA	Nueva Vision	Bendicion de Dios	Superacion Femenina	Pro-desarrollo Chimis Mataras Centro	Mujeres Hacia Un Nuevo Progreso	
平均年齢	33.4(±4.5)	30.5(±17.1)	36.8(±12.3)	32.5(±18.7)	32.3(±1.2)	37.0(±14.8)	40.8(±7.5)	46.2(±10.9)	32.5(±2.1)	44.2(±16.7)	38.4(±12.7)	32.7(±12.9)	0.043*
平均就学年数	1.3(±0.5)	1.3(±1.5)	1.2(±1.2)	4.5(±1.8)	6.7(±1.2)	5.2(±1.3)	4.2(±1.6)	2.6(±1.5)	4.5(±2.1)	3.2(±1.5)	2.0(±1.8)	3.9(±2.1)	0.001**
子どもの数	4.9(±3.7)	1.3(±1.5)	5.0(±2.8)	1.0(±2.0)	2.7(±0.6)	4.6(±3.0)	8.0(±3.5)	6.0(±2.4)	4.0(±1.4)	3.8(±2.7)	6.5(±3.7)	2.3(±2.1)	0.001**
活動期間(月)	16.0(±0.0)	14.0(±0.0)	16.0(±0.0)	16.0(±0.0)	22.0(±0.0)	17.0(±0.0)	16.0(±0.0)	6.0(±0.0)	16.0(±0.0)	10.3(±3.2)	10.0(±0.0)	13.0(±0.0)	0.000***
研修日数(日)	41.0	141.0	12.0	115.0	202.0	50.0	35.0	18.0	29.0	11.0	8.0	17.0	0.000***
平均収入 ¹ (Lempira)	66.0	305.0	339.0	1070.0	1130.0	745.2	430.0	50.0	1439.0	473.0	n.a ²	n.a ²	0.000***

¹ 米ドル = 18.9Lempira(2006). ² not available.

3.2 エンパワーメント発現と関連要因

3.2.1 12 指標の成果 3 分類の点数化

地方女性プロジェクトでは 12 の指標「参加する」「発言する」「意識変化する」「行動する」「協力・連帯する」「創造する」「新たな目標を持つ」「交渉する」「満足する」「自信を持つ」「運営・資金管理する」「意思決定する」の発現を「目的・目標に対する結果、実際のニーズの充足」（成果 1 類）「目的・目標以外の予期せぬ副産物（「うれしさ」や「満足感」などを含む）、予期せぬ実際のジェンダー利害関心の認知・充足」（成果 2 類）、「戦略的利害関心⁸の認知、充足（に向けた行動）」（成果 3 類）の 3 つの類型の元で分類、プロジェクトに参加した女性のエンパワーメントの改善、変化を評価している⁹。

地方女性プロジェクトにおけるエンパワーメント調査では、成果 3 類の下で 12 指標を各 1 点として評価しており、調査 1～3 とともに各個人の評価の項目の合計は 36 点（3 類型×12 指標）を満点としている。グループの評価は個人のデータを加算したものである。成果 1-3 類の評価も個人の点数を 12 項目ずつ加算した点数で算出している。

3.2.2 起業グループ別 12 の指標と成果 3 類型によるエンパワーメントの状況

（1）12 指標

12 指標の中で、エンパワーメントの大きな発現が見られたのは、「意識の変化」と「交渉する」であった。「意識の変化」は、起業や研修を通じて、今まで家事に従事するのみだった女性の考え方が変化し、家族や夫との関係においても関係がかわったことがうかがえる。「交渉する」は、12 指標の中で最も増加が大きい。2005 年次は、全グループを通じて低かったが、起業を通じて様々なグループで「交渉」力が高まったことを表している。家事に従事するのみだった女性たちが企業活動を通じて外の世界と接触し、「交渉」するように変化したことの表れである。

3年間を通じてエンパワーメントの発現が低かったのは、「創造する」であった。今まで、家事労働しか従事しておらず、初めて起業活動に従事する女性たちが、新たな企業活動を「創造する」ことはかなり難しかったものと考えられる。

全グループを通じて3年間の数値の変化率が低かったのは、「参加する」と「新たな目標を持つ」である。「参加する」については、2005 年以前から本プロジェクトにより形成されたグループ活動に参加したことも、変化率が低くなった要因の一つといえる。「新たな目標を持つ」の中でも実際に生活で新たな目標を持ったという数値は高いが、男性に家事の分担を提案したという数値は少ない。起業活動従事時間により、実際に不可能になる家事については不可避免的に夫が家事を手伝うこともあっただろうが、それを自ら夫に提案することは難しかったといえる。

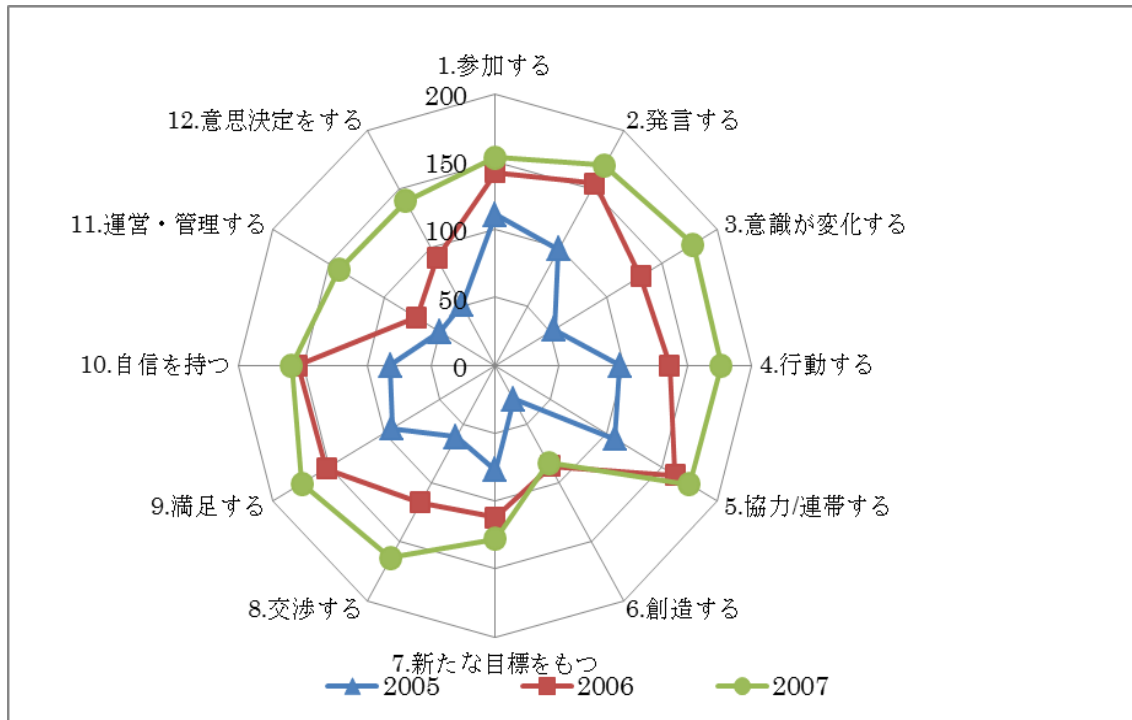
コパン県とレンピーラ県を比べると教育レベルの低いコパン県では 2005 年の数値はレンピーラ県より低い。しかし、本プロジェクトが進行するにつれ、コパン県の伸びは大きく、2007 年には両県のエンパワーメントの数値はほとんど変わらないところまで達している。本プロジェクトに女性たちが

⁸ 女性の男性に対する（またはある特定の人々からある特定の人々に向けられた）従属的關係をより直接的に解消に向かわせるようなニーズ（性分業の撤廃、制度的差別の撤廃、政治的平等の撤廃など）（モリニュー 藤掛訳 2003）。

⁹ 本稿は藤掛専門家による『藤掛モデル』（藤掛 2000,2001,2003）に依拠した分類を採用している。

かかわって、エンパワーメントが大きく発現したといえる。また、コパン県が市場に近いという立地条件も、この伸びに作用した可能性もある。一方、2007年のレンピーラ県の数値は、各指標においてコパン県より大きい。

図表 3-1 エンパワーメント指標分析結果（2005-2007 年）



	Copan(n=24)				Lempira(n=39)				合計			
	2005	2006	2007	変化率	2005	2006	2007	変化率	2005	2006	2007	変化率
1.参加する	1.46	2.17	2.33	1.60	1.95	2.31	2.49	1.28	1.76	2.25	2.43	1.38
2.発言する	1.04	2.33	2.71	2.61	1.90	2.54	2.69	1.42	1.57	2.46	2.70	1.72
3.意識が変化する	0.88	2.13	2.79	3.17	0.82	2.05	2.85	3.48	0.84	2.08	2.83	3.37
4.行動する	1.42	2.13	2.58	1.82	1.62	2.18	2.92	1.80	1.54	2.16	2.79	1.81
5.協力/連帯する	1.08	2.38	2.67	2.47	2.1	2.69	2.85	1.36	1.71	2.57	2.78	1.63
6.創造する	0.21	1.21	1.08	5.14	0.62	1.46	1.46	2.35	0.46	1.37	1.32	2.87
7.新たな目標をもつ	1.21	1.83	1.79	1.48	1.23	1.74	2.18	1.77	1.22	1.78	2.03	1.66
8.交渉する	0.71	2.00	2.42	3.41	1.13	1.77	2.72	2.41	0.97	1.86	2.60	2.68
9.満足する	1.29	2.54	2.71	2.10	1.59	2.33	2.79	1.75	1.48	2.41	2.76	1.86
10.自信を持つ	1.13	2.42	2.38	2.11	1.41	2.46	2.62	1.86	1.30	2.44	2.52	1.94
11.運営・管理する	0.63	1.33	2.21	3.51	0.90	1.00	2.26	2.51	0.79	1.13	2.24	2.84
12.意思決定をする	0.67	1.21	2.08	3.10	0.92	1.59	2.31	2.51	0.83	1.44	2.22	2.67

（２）成果３類型

成果3類型別にみると、实际的ジェンダーニーズの充足を表す成果一類が 2005 年から高いことが分かる。これは、プロジェクトが 2003 年から開始され、それ以降度重なる研修や組織化プロセスに参加し、組織化し、交渉し、意思決定するような過程を経ているためと思われる。

また、成果二類が大きく増加していることから、プロジェクトを通じて女性たちは予期せぬ实际的利害関心を認知し、充足させ、大きな満足、喜びを感じていったことが分かる。一方、戦略的ジェンダー利害の関心の認知、充足を表す成果三類は3年間を通じて増加しているが、成果一類、成果二類と比べ、その発現が低いことから、夫や家族への家事労働の負担についての交渉や、女性に対する男性の暴力への対抗措置、従来男により独占されていた共同体審議会など各種公共的委員会への参加など、戦略的ジェンダー利害関心の認知、充足は、实际的ジェンダー利害関心に比べ、達成度の変化は緩やかであることがうかがえる。

また、成果二類は 2005～2006 年に大きく伸び、成果三類は 2006～2007 年に大きく伸びており、实际的ジェンダーニーズの充足を経て、戦略的ジェンダーニーズが充足されていくことがわかる。

表3-3 成果類型別スコア（2005 年、2006 年、2007 年）

	2005	2006	2007	変化率
成果1類	48.4	56	57.6	1.19
成果2類	13.3	40.8	56.9	4.28
成果3類	14.3	23.6	38.9	2.72

3.2.3 エンパワーメントの発現と関連要因¹⁰

（1）グループ

次ページのとおり、グループによって就学経験のないメンバーが比較的多いグループ、学歴の高いグループなどがある。また今回の起業グループ活動の前にグループ活動経験のあったグループ、初めてのグループなど初期条件も異なっていた。そこで学歴とエンパワーメントの関係を分析したところ、調査対象者全体でのエンパワーメントの変化量と個人の学歴には関連は見出されなかった。また、層別解析を行って、同じような学歴の人々の間で比較したところ、学歴の低い層にとって特に研修の機会や長い活動期間がエンパワーメントに大きな関連があることが明らかになった。すなわち、学校で学んだ経験のなかった女性たちにとってプロジェクトが支援したグループ活動が大きな転機となっていたことが示唆されている。研修 100 回、活動期間 12 ヶ月を区切りとしてエンパワーメントの変化量を分析したが、1 年という短い期間でも彼女たちにとっては大きな意味を持つ活動であったといえる。

（2）個人レベル

加算したエンパワーメントの点数の調査 1 から調査 2 への変化量の総平均は 1.65 であるが、グループによって変化が少ないメンバー 60 % 以上を占めているグループ

¹⁰ 第3回調査の整理方法が、2005 年及び 2006 年の調査の整理方法と異なるため、ここでは 2005 年と 2006 年の調査結果をもとに分析する。

(Pro-Desarollo, TEPJA) もあれば、半数以上のメンバーが顕著な変化を示したグループ (Mujeres Hacia Un Nuevo Progreso, Alfareria Rubi, Jardin de Mujeres Tejiendo Maya Chorti) もある。ここでは、この顕著な変化をもたらした要因について検討する。

χ^2 検定を行ったところ、顕著な変化が見られた人は次が共通している。

- 12 ヶ月以上の活動期間 ($p < 0.01$)
- 100 回以上の研修の機会 ($p < 0.05$)
- 37 歳よりも若い層 ($p < 0.05$)

さらに上記の結果を考えられる交絡因子¹¹を制御するためにロジスティック回帰分析を行ったところ、次がエンパワーメント発現の要因として抽出された。

- 1 年以上の活動期間
- 100 回以上の研修の機会
- 年齢

解析結果では活動期間 1 年以上がオッズ比¹²5.517 (信頼区間 = CI1.461-20.831) ($p = 0.012$), 研修 100 日以上実施が同 5.120 (CI:1.454-18.029), ($p = 0.011$) 年齢 37 歳未満 (平均年齢未満) が同 2.981 (1.053-8.444) ($p = 0.040$) と算出された。つまり、プロジェクトが支援する活動期間が 1 年以上となると著しいエンパワーメント発現可能性が 1 年未満の人たちよりも 5.5 倍高まり、100 日以上研修を受けた人は、受けてない人よりも 5.1 倍、また 37 歳未満の人は 37 歳以上の人よりも 3.0 倍多くエンパワーメントが著しく発現する可能性があるといえる。これらから、研修や活動といったプロジェクトの支援が大きなエンパワーメントの変化をもたらす、年齢の若い層 (37 歳より下) がより大きくエンパワーメントされているといえる。

表3-4 エンパワーメントの決定要因 (ロジスティック回帰分析)

関連要因	オッズ比 (Odds Ratio)	95%信頼区間 (95% Confidence Intervals)	P 値 (p-value)
活動期間 ^a	5.517	[1.461-20.831]	0.011*
研修実施回数 ^b	5.120	[1.454-18.029]	0.012*
年齢 ^c	2.981	[1.053-8.444]	0.040*

投入変数: χ^2 検定において有意な差を示した独立変数を強制投入した。ダミー変数は以下のとおり。
^a活動期間: 1 = ≥ 12 ヶ月以上, 0 = < 12 ヶ月未満、^b研修実施回数: 1 = ≥ 100 日, 0 = < 100 日未満、^c参加者の年齢: 1 = ≥ 37 歳 (平均年齢), 0 = < 37 歳 (平均年齢), * $p < 0.05$ 、

(3) 就学経験とエンパワーメント

エンパワーメントとグループの就学経験の間には明確な相関は認められなかったが、プロジェクト専門家によると、グループの起業、活性化と就学経験は密接に関連しているとのことである。そこで、ここでは就学経験とエンパワーメントの関連について、詳細に分

¹¹ 交絡因子 (confounding factors) とはある結果に対して原因 A、B が考えられるとき、どちらの原因が真の原因かはっきりしない場合、A と B は交絡している、という。たとえば癌の発症において喫煙は交絡因子としてよく指摘されるものである。

¹² Odds Ratio: 事象が起こる確率 / 事象が起こらない確率でこれが 1 だと当然ながら 2 つの事象に関連はない。

析する。

データを詳細にみると、ある程度の学校教育の経験のある人が全体ではより高いエンパワメント発現の数値を示す傾向にあることがわかる。しかし、さらにデータを詳細に分析すると、グループ別では学校教育の経験のない人が多い、あるいはメンバーに含まれているグループが必ずしもエンパワメントの発現が小さくない。逆に Jardin de Mujeres Tejiendo Maya Chorti グループ等のように半分が就学経験がないにもかかわらず、メンバー全員のエンパワメント指標が大きく改善したグループもある。また、同じ教育水準の人を基準にして比較したところ、就学経験のない女性、すなわち非識字者が含まれているであろうグループのメンバーにおいては研修参加回数と活動期間の長さがエンパワメント発現に大きく関連している。

これらから、就学経験とエンパワメントの関係について次がいえる。

- 教育水準の極めて低い層、貧困層に対して、定常的に密接な活動を実施することにより、エンパワメントが発現する。

具体的には、プロジェクトを通じ女性の中に次のような変化がおきたといえる。

- 学校に通うことのできなかった層の女性に知識や経験の場を与え、その場で経験を通じ女性が自信をつけた
- 女性自らの能力を向上させグループで活動することでその能力をさらに拡大していった

3.3 エンパワーメント指標の尺度開発

ここでは成果3類、12指標からなる調査結果を用いてエンパワーメントをどのように客観的に測定するか、また他の集団に対しても測定可能となる尺度開発 (Scale Development) が可能であるかについて検討する。具体的には次のように信頼性があり客観的に測定可能な質問事項を検討する。

3.3.1 エンパワーメントの12指標の相関性

「12指標」を構成する各指標の類似性や共通性を検討するために相関係数の間にはどのような共通性がある、似ている指標はどれとどれか、同じようなグループとして整理できる指標はどれか、ということをつ明らかにするために相関係数¹³を算出した。

表3-5 エンパワーメント調査で統計上有意な相関がある、と算出された指標

指標	相関がある指標(P値 ≥ 0.2)
意識変化する	発言する
行動する	意識変化する
協力・連帯する	意識変化する
新たな目標を持つ	発言する
交渉する	発言する、意識変化する、行動する、新たな目標を持つ
満足する	参加する、発言する、意識変化する、行動する、協力・連帯する、創造する、交渉する
自信を持つ	参加する、行動する、協力・連帯する、満足する
運営・資金管理する	意識変化する、新たな目標を持つ、交渉する、満足する、自信を持つ
意思決定する	発言する、意識変化する、行動する、協力・連帯する、新たな目標を持つ、交渉する、満足する、自信を持つ、運営・資金管理する

*上記12指標については藤掛モデル(2000,2001,2003)に依拠した。

指標間の詳細な相関関係の結果は上表のとおりであり、「運営・資金管理する」、「意思決定する」、などは他の多くの指標との相関が高く、他の指標を達成したのちにこの指標が発現するといえる。

表3-6 12指標間の相関 (調査2の成果2類を採用)

	参加する	発言する	意識が変化 する	行動する	協力する	創造する	新たな目標を 持つ	交渉する	満足する	自信を持つ	管理運営する	意思決定する
参加する	1.000	-0.065	0.145	0.174	0.232*	0.088	0.126	0.123	0.28**	0.266*	0.075	0.096
発言する		1.000	0.281**	0.184	0.041	0.139	0.200*	0.379**	0.221*	0.193	0.064	0.249*
意識が変化 する			1.000	0.293**	0.280**	0.078	0.140	0.230*	0.519***	0.169	0.269*	0.316**
行動する				1.000	0.312**	0.134	0.135	0.234*	0.374**	0.256*	0.170	0.37**
協力する					1.000	0.166	-0.067	0.123	0.354**	0.323**	0.098	0.205*
創造する						1.000	0.178	0.198	0.233**	0.176	-0.030	-0.019
新たな目標を 持つ							1.000	0.368**	0.144	0.179	0.229*	0.365**
交渉する								1.000	0.209*	0.166	0.368**	0.443***
満足する									1.000	0.433***	0.268*	0.264*
自信を持つ										1.000	0.200*	0.209*
管理運営する											1.000	0.412**
意思決定する												1.000

3.3.3. エンパワメント 12 指標の因子分析¹⁴

客観的に測定可能な質問項目等を検討するにあたり、各指標を構成する因子を検討する。具体的には女性の回答から、その回答の背景にある共通の意識や能力、傾向等进行分析し、これらの共通事項を質問するのに必要な項目を因子分析により検討する。

因子分析にあたっては女性の回答の内部一貫性がポイントであることから、まず信頼性分析によって信頼性を確認した後に、因子分析を行う。

(1) 信頼性の分析

回答の内部一貫性が確保されているかどうか、まず調査 1、調査 2 の成果 3 類で纏められている 12 指標¹⁵について信頼性分析を行った。信頼性分析は通常対象となる質問に回答者が一定程度の傾向をもって回答をしているかどうか、回答の分布などから算出されるもので、Cronbach α 係数(クロンバックのアルファ係数)という数値が判断の基準として用いられる。通常、このクロンバックのアルファ係数が 0.7 を上回ると質問事項が仮に 50 問あったとして、回答者の回答にある種の一貫性、一定程度のまとまった傾向が見られるであろう、ということが確保されている、ということになる。

しかしこの係数は、年齢や性別など回答者の変更しようのない属性等の質問への回答傾向を調べるわけではなく、主として従属変数(目的変数)となる問題への回答が一定程度一貫性があるかどうかの傾向の有無を調べようとするものであり、どのような傾向か、について検証される係数ではない。

以下は本プロジェクト研究で実施された調査 1、調査 2 の成果 3 類ごとに纏められた 12 指標に関する回答結果要約の信頼性分析の結果である。算出には SPSS 13.0 windows 用日本語版を用いた。

表3-7 成果 3 類の 12 指標の回答結果の信頼性分析結果

	調査1	調査2
成果 1 類の 12 指標	0.58	0.43
成果 2 類の 12 指標	<u>0.77</u>	<u>0.73</u>
成果 3 類の 12 指標	0.63	<u>0.79</u>
平均	0.66	0.65

Cronbach α 係数(クロンバックのアルファ係数)

それぞれの成果 1 類の Cronbach α 係数は低い傾向にあるが 2 類、3 類は高い信頼性を示していた。平均でも 0.65 を超えているため地方女性プロジェクトにおけるエンパワメント調査の 12 指標を用いた調査結果は信頼性のあるものとして認識することができる。

¹⁴第3回調査の整理方法が、2005 年及び 2006 年の調査の整理方法と異なるため、ここでも 2005 年と 2006 年の調査結果をもとに分析する。

¹⁵ 本稿では成果 3 類、12 指標については藤掛モデル(詳細は 2000,2001,2003)に依拠して分析を進めている。

（２） エンパワメントの 12 指標の因子分析 ¹⁶

Cronbach α 係数（クロンバックのアルファ係数）は 0.73 であり、もっとも高い内部一貫性を示したわけではないが、取り出された因子が他とほぼ共通であり、かつ数値的に明確であった調査 2 の成果 2 類の結果について分析する。

因子分析の最終結果は以下の表 17 のとおりである。主因子法を用いて共通項のある因子をまずとりだしたところ、12 の指標のうち、上位 6 つの共通項をもつ因子で全体の 73%を説明している ¹⁷ことがわかった。この 6 因子について、主としてどの指標と関連しているか解析し、構成される要素から推測される因子として名前を定義したのが下表であり、各因子における因子負荷量の絶対値を示したのが図 9 である ¹⁸。

これらの共通因子を測定できる質問票を作成することにより、信頼性、妥当性の高い調査が実現できるといえる。

表3-8 因子分析の結果

因子	構成	推測される因子名
第 1 因子	「意思決定する」、「運営・資金管理する」、「交渉する」、「新たな目標をもつ」	主体性・管理能力
第 2 因子	「意識変化する」、「満足する」	意識変化
第 3 因子	「行動する」、「協力・連帯する」	協調性
第 4 因子	「参加する」、「自信を持つ」	自尊心
第 5 因子	「発言する」	積極性
第 6 因子	「創造する」	創造性

表3-9 12 指標の因子分析結果

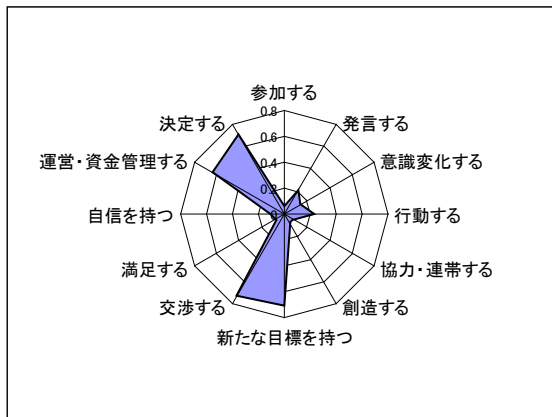
	因子負荷量					
	1	2	3	4	5	6
参加する	0.0610	0.0548	0.0767	<u>0.8282</u>	-0.1705	-0.0085
発言する	0.2148	0.2144	0.0496	-0.0311	<u>0.8714</u>	0.0479
意識変化する	0.1319	<u>0.8322</u>	0.1446	0.0366	0.1746	-0.0238
行動する	0.2312	0.0838	<u>0.7503</u>	0.1248	0.1669	-0.0029
協力・連帯する	-0.0812	0.2512	<u>0.7316</u>	0.1947	-0.1289	0.1639
創造する	0.0804	0.0564	0.0966	0.0595	0.0518	<u>0.9554</u>
目標を持つ	<u>0.7012</u>	-0.0652	-0.2022	0.2904	0.1764	0.1761
交渉する	<u>0.7180</u>	0.0923	0.1479	0.0108	0.2289	0.1909
満足する	0.0765	<u>0.7075</u>	0.2416	0.3730	0.1077	0.1759
自信を持つ	0.1027	0.1938	0.2456	<u>0.6427</u>	0.1915	0.0891
運営・資金管理する	0.6491	0.4566	0.0263	-0.0282	-0.3462	-0.1128
意思決定する	<u>0.7005</u>	0.1454	0.3964	0.0290	0.1006	-0.2159

¹⁶ 因子分析の算出には同じく SPSS 13.0 日本語版を用いた。

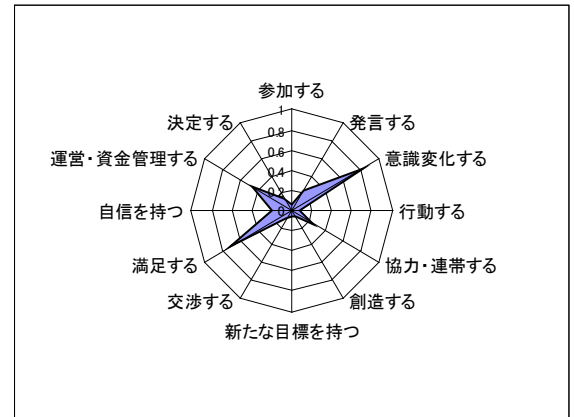
¹⁷ 因子の解釈を行うには回転後の因子行列(表 19)を見るが、因子負荷量 0.50 以上の因子を基準とした。

¹⁸ 因子分析において、潜在因子を定義する際には、因子負荷量の大きさ、符号を考慮する必要があるが、構成因子の関係を明確にするために、グラフ化している。

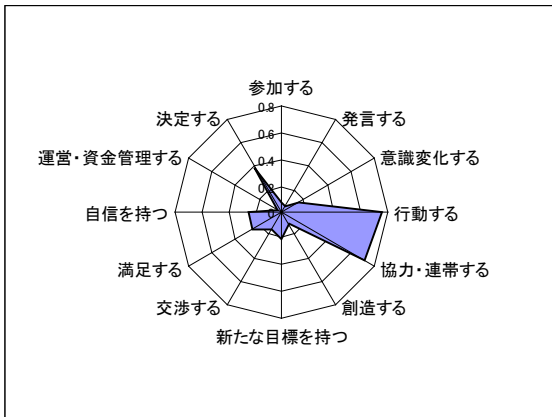
因子1



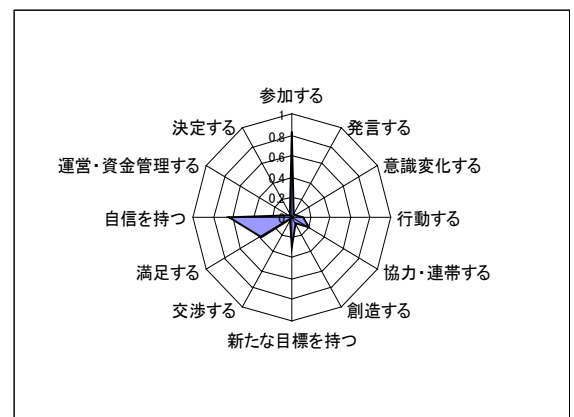
因子2



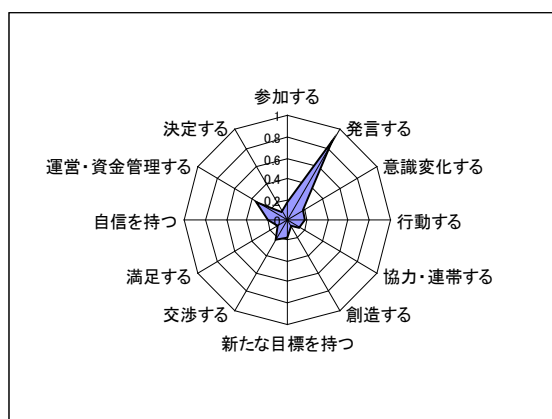
因子3



因子4



因子5



意思決定

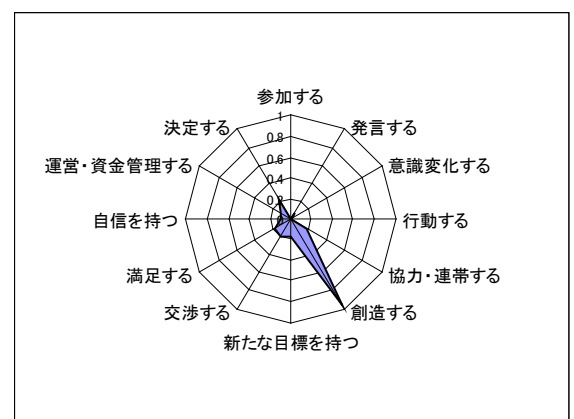


図 3-1 各因子における因子負荷量の絶対値

3.4. 効果的調査デザインとサンプリング

3.4.1. 地域レベルの女性のエンパワメントを測定するための効果的調査デザイン

開発途上国に生きる女性たちのエンパワメントの発現を測定するための調査のフレームワークを考える上では何らかの介入を行っているか、あるいはそのままの状態を観察するのか、一定時点で測定を1回行うのか、あるいは一定期間追跡、フォローが可能かによって効果的に測定可能な調査フレームワークが異なってくる。

地方女性プロジェクトでは、起業グループを支援するという介入が行われたと考えられる。現在、地方女性プロジェクトが支援した起業グループ、およびそこに参画した個人に対してエンパワメント発現の測定が試みられているが、起業グループに参加しなかったコミュニティあるいは女性を対照群としてエンパワメントの測定を実施する比較の観点を取り入れればより顕著なエンパワメントの関連要因が何であったか、またどの程度の介入でどこまでエンパワメントが発現するか、など比較の観点で明らかにされる点がいくつか抽出される可能性はある。

図3-2は疫学研究などで採用される調査種別であるが、エンパワメント発現の測定に関する調査フレームワークを整理するうえでは一定程度参考となるとと思われる。

途上国のフィールドでの調査を考えたときに横断研究(Cross Sectional study)、コホート研究、ケースコントロール研究などの調査デザインが実施可能といえる。

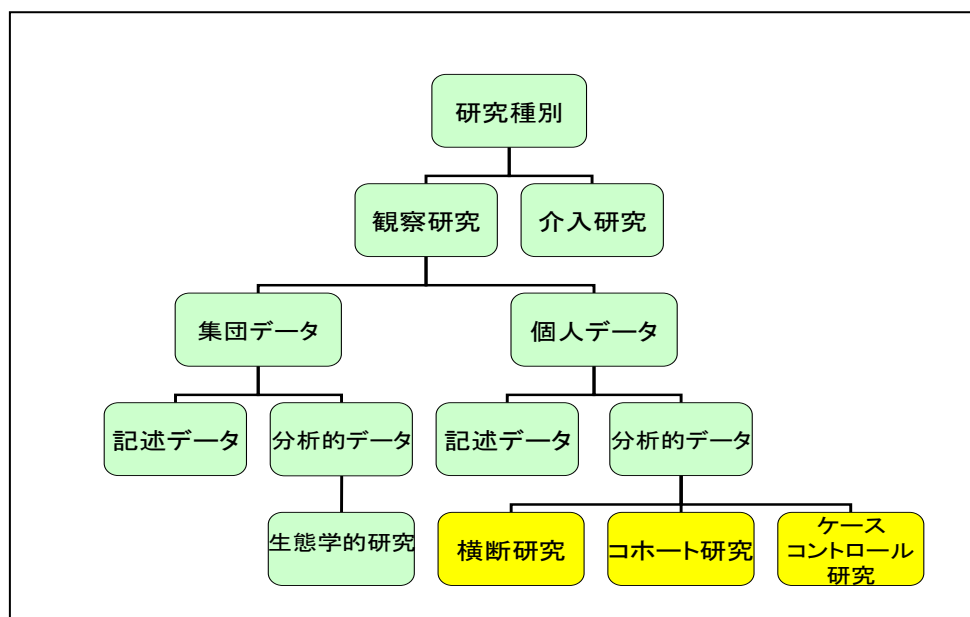


図 3-2 調査フレームの種類

参考までにこの 3 つの調査フレームワークについて、特徴と長所と短所を以下に述べる。横断研究である Cross Sectional Study はカメラで撮影するようなもの、コホートとケースコントロールはビデオカメラで推移を撮影するようなもの、とよく説明される。

表3-10 よく利用される調査デザインの特徴

調査デザイン名	特徴
横断研究	通常 1 回実施のみの質問票や面接を使った調査。発現した現象の関連は解明できるが因果関係までは特定できない。しかし経費的にも時間的にも最も廉価に実施できる。
コホート研究	縦断研究であり、時間の推移とともに複数回の調査を実施するため、因果関係を明確化することができる。しかしフォローし続けることで時間と手間、費用はかかる調査デザインである。
ケースコントロール研究	現在の結果から過去にさかのぼって通常 2 グループに分けて現象が起こるにいたった原因を特定していこうとする方法で、縦断研究の一つである。因果関係を明らかにしたり、比較の観点からは有効なデザインである。しかし十分に過去の情報が検証できないなどの弱点も含んでいる。

3.4.2. サンプルング：全数調査と標本調査

エンパワーメントの発現の測定を効率的に行うための方途として大きな集団の特性や実態調査を実施するのに、全体（母数）から部分的にいくつかを選び出して調査する「標本調査」を行うことがある。

もっとも望ましいのは母数すべてを調査する全数調査であり、それが不可能な場合のみ代表値を求めて母数全体を予測する標本調査、すなわちサンプル調査、に切り替える。母数すべてを調査可能な場合は、調査員の増加、調査員の質の向上および研修の充実により効率的調査が可能となる。以下によく使われる標本抽出方法を示す。

統計学上は確率の計算式からどんなに大きな母集団だとしても凡そ 2000 程度のサンプルが集まればその後は検出力の伸びが鈍化するため、母集団を予測可能な解析が可能とされる。

標本調査と全数調査

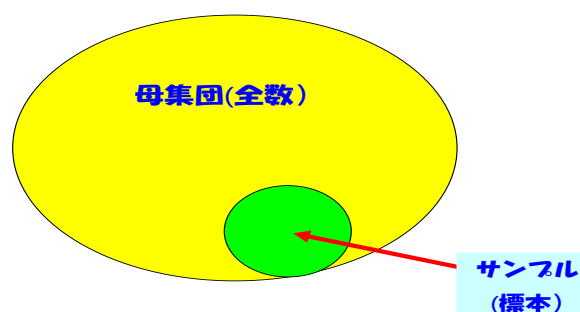
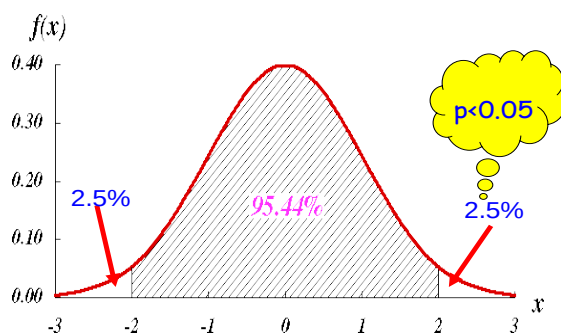


図 3-3 標本調査と全数調査

表3-11 エンパワメントの発現に応用可能と思われる主なサンプリング方法

確率的サンプリング (probability sampling)	簡易サンプリング (convenience sampling)
単純ランダムサンプリング (simple random sampling) ―抽選、くじ引き、乱数数を用いた抽出	連続サンプリング (consecutive sampling) ―取り込み基準を満たし、アクセス可能な標本を連続的に抽出する。 スノーボーリングサンプリング (snow balling sampling) ―雪合戦から命名された方法で、アクセス可能な標本から次の対象者を紹介してもらう方法。 シスターフッド・メソッド (Sisterhood method sampling) ―取り込み基準を満たした対象者の姉妹を対象として聞き取りを行う方法。最貧国の妊産婦死亡調査で WHO、UNICEF がアフリカにおける調査で用いた方法。10 万人レベルの大きさで聞き取りを行うが事実把握方法としては不十分な方法といわれる。
層化ランダムサンプリング (stratified random sampling) ―母集団を性別、人種、年齢層などに分けて各層の大きさに比例してランダムに抽出する方法。	
クラスターサンプリング (cluster sampling) ―母集団が広域に分散していて全対象者リストが作成できないとき、地域や小集団に分けてそのグループから一定数ずつランダムに抽出する方法。さらに小さな集団にわけてそこから取り出すときは2段階クラスターサンプリング (two stage cluster sampling) と呼ぶ。WHO などは予防接種の途上国の接種状況などを調べるときには 30-cluster sampling を使用している。	
系統的サンプリング (systematic sampling) ―目的母集団に番号をつけ、たとえば一人おき、5 世帯毎に 1 世帯を選び出す、などの規則性をもって抽出する方法。	

では、いくつくらいのサンプル（標本数）があればよいのか、については一定の計算式が参考として使われることがある。結果について統計解析を行うことを前提とした場合、出てきた数値が全体の母数の結果分布のどの部分に含まれているかによって母数全体を予測可能かどうかを判別する力を検出力とすれば通常はでてきた数値が右の図のように斜線の部分に入っており、左右の $2.5\% \times 2$ の 5% の部分に入っている確率はほとんどない、ということで p -value（ p 値）という記号を使っている。



必要なサンプル数をきめるには、上記の検出力の基準を設定して、計算式から必要なサンプル数を算出する。いくつかの代表的な計算式があるが、それらを概観すると統計解析で基本的なカイ2乗検定や層別検定という解析方法を利用することを考えると、約 400 のサンプル数で定量的解析は

十分可能である。なお、層別検定¹⁹などを想定する集団であれば100より少ないサンプル数であると定量的解析はバイアスの問題と検出力が低下するので困難である。難しいと考えられる。集団全体が小さい場合には100以下のサンプル数で実施することも可能であるが、この場合は全数調査がもっとも望ましい調査形態といえる。

また、これらは量的調査を想定したサンプリング手法であるが、たとえば貧困地域に居住している女性のエンパワーメントなどの測定を考えたときには定性的調査(質的調査)、ライフヒストリー、フォーカスグループディスカッション等、回答者の本音の部分をより多く聞くことのできる方法などと組み合わせて検証することが望ましいと考えられる。

¹⁹ 集団を例えば富裕層、貧困層に分け、その中でさらにグループに分けて何らかの比率を検定する手法。たとえば100人を富裕な60人と貧困な40人の2グループに分けてそれぞれの教育水準でも2つに分けてエンパワーメント発現の比率を求める検定などを指す。

4. グループ、コミュニティのエンパワーメント評価及びプロジェクトの全体評価とエンパワーメント評価

4.1 個人のエンパワーメントとグループ・コミュニティのエンパワーメントの関係

「エンパワーメント指標調査」で実施した 12 項目の参加者個人からの聞き取り結果は、他者や周辺環境を含めた社会との関係性を語る部分も含むという点において、世帯、グループ、コミュニティへとというより大きな単位で起こりつつある変化を類推できる部分もある。しかしながら、一義的には、ミクロレベル・個人のエンパワーメントの変化を見ることに強みを持つという特徴を備えている（表 6 参照）。例えば、家での権限、外出許可の必要性の有無、グループ活動に対する夫の理解、家族の協力方法、グループでの連携を実感するか否か、その連携方法、グループの意思決定法など、個人とそれを取り囲む世帯やグループといった個人より大きな主体との関連を聞き取っているが、参加者個人の視点・主観からの情報となっている。

図 4-1 は、エンパワーメントの主体を、個人から国家へ、すなわち、ミクロレベルからマクロレベルへと大きくなる主体を、円の大きさが次第に大きくなることで示している。個人という主体を示す最も小さい円の中に、意識から行動へと矢印（→）が描かれているが、時間の経過とともに、この個を超えて、グループ、コミュニティ、国へというより広い社会の中での変化が点線矢印にて表され、意識変革から行動変容、そしてさらには制度変革へと影響が波及していくことをイメージ図化したものである。この「エンパワーメント指標調査」は、意識変化から行動変容に到るまでの、特にミクロレベルでのエンパワーメント、すなわち、最も小さい円の部分を見ることに強みを持っている。

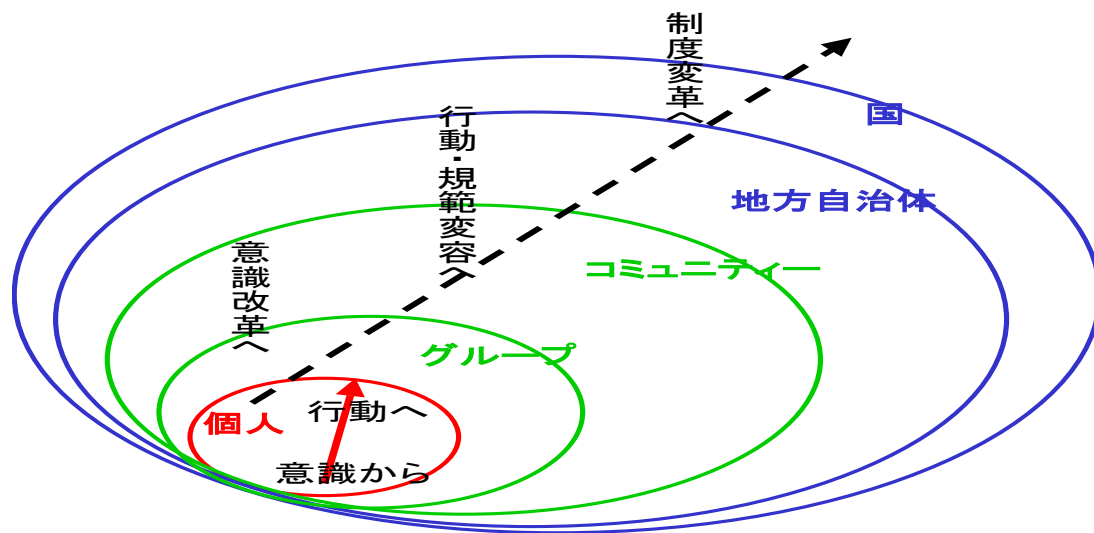


図 4-1 ミクロからマクロに到るエンパワーメント主体

図 4-1 の個人からグループ、そしてコミュニティへの影響の波及の概念を、地方女性プロジェクトのケースで簡略化し整理すると次のようになる。最も下位の位置には、プロジェクトで投入される各種の研修が、その上段には個人の起業活動実践を通して個人のエンパワーメントが発現することが示されている。この個人のエンパワーメントに家庭やそ

れを取り囲む環境の直接的・間接的支援という条件が併せて満たされることで、起業力とも呼ぶべきグループとしての能力が強化される段階へ進む。そして、このグループの力、起業する力は、その活動を継続する力を蓄積していき、いわゆる経営力～ここでは企業（経営）力と呼ぶ～が育まれることとなる。

起業力はグループ総体としてのエンパワーメント度とも表現できる。個人のエンパワーメント度の総和のみでは、「グループのエンパワーメント度」を示しきれない部分があることから、別途グループのエンパワーメント指標となる確認項目を設置することにより変化の状況を確認することが必要となる。

そこで、グループ及びコミュニティのエンパワーメントを図るための手法を検討するとともに、エンパワーメント評価とプロジェクトの全体評価に反映させるための手法を検討する。

なお、「地方女性プロジェクト」では、起業力が企業（経営）力を備えるまでに到るかどうかに関しては、プロジェクト目標および上位目標レベルで確認することとしている。しかしながら、ホンジュラスの地方農村地域、かつ貧困地域に居住する女性というターゲット・グループの現状を考慮すると企業（経営）力までもプロジェクト期間内に確立することは必ずしも容易ではないと推測されることから、プロジェクト終了後数年をかけて発現する上位目標を確認する時期においても視ていく必要があろう。また、上位目標レベルである、コミュニティのエンパワーメントもまた、プロジェクト目標が達成された後数年（通常3年～7年程度を想定している）を経て現われる事象といえることに留意が必要である。

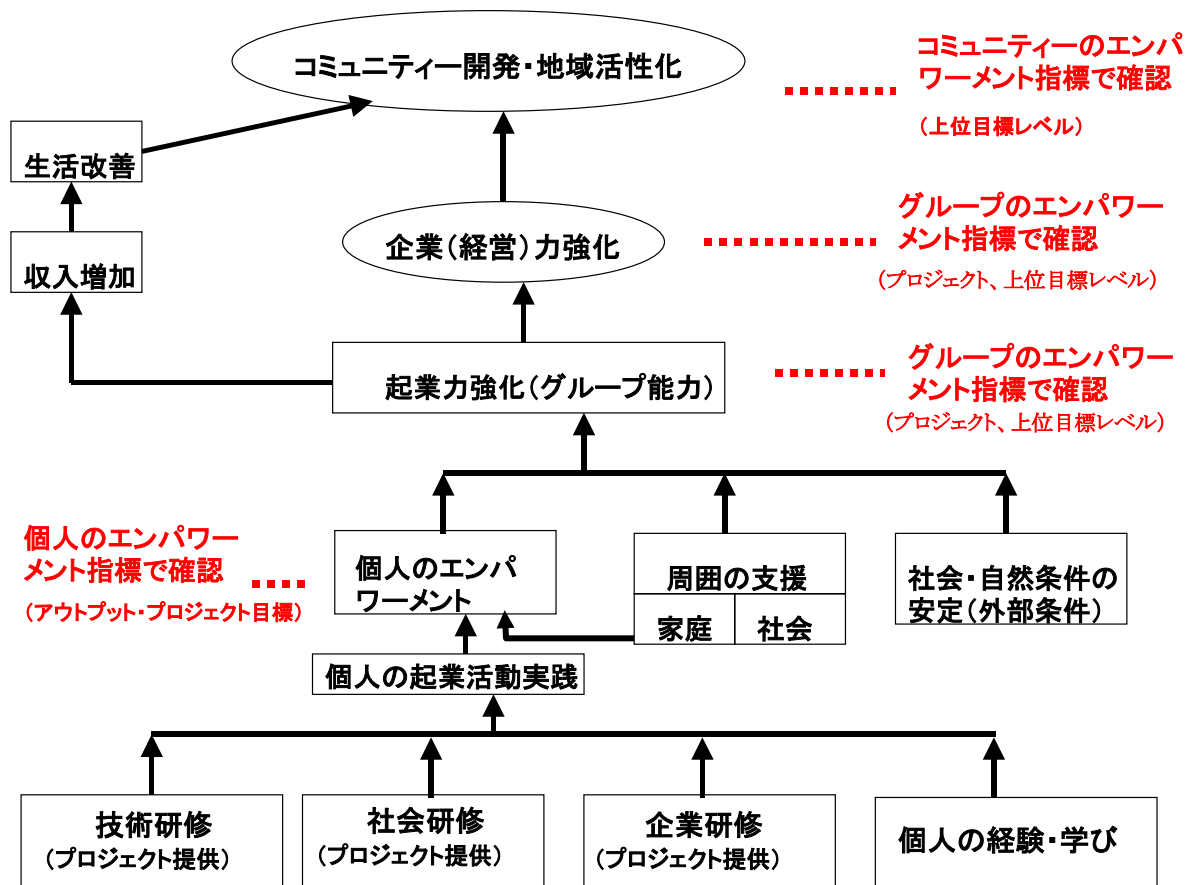


図 4-2 地方女性プロジェクトのロジックモデル（一部）と対応する指標の種類

4.2 グループのエンパワメント度

（1）「エンパワメント指標調査」の課題

地方女性プロジェクトの対象地域において、女性たちは明確な性別役割の慣習により、一日中家で再生産活動することが生活様式となっており、外出に夫の許可を必要とするなど孤立しがちであった。地域女性プロジェクトでは、女性たちをグループ化し、起業グループを形成しており、女性たちをグループ化することにより、外部からの支援へのアクセスを得るだけでなく、グループ内で女性メンバー間の情報共有、連帯の醸成を可能にし、個人のエンパワメントしている状況が確認された。

グループのエンパワメントを測る際、現行の調査方法は個人のエンパワメントの総計（単純総和）としている。しかしながら、個人のエンパワメントの総計（単純総和）を用いるのでは、グループ化のメリットを考慮したグループ総体（グループという一つの主体）としてのエンパワメント度を必ずしも的確に表現しえないケースが存在している。グループとしての能力が伸びていると誰しもが確信できる状態であったとしても、個々人の総計でグループのエンパワメントを測定するやり方では示しきれない場合がある²⁰。

²⁰ 地方女性プロジェクト終了時評価調査報告書(p27)によると、調査対象となった12グループ中10グループにお

(例)

製品の管理、販売について、それぞれ担当が分かれている場合

- ・管理担当者:「運営・資金管理する」→伸びが大きい「交渉する」→伸びが小さい
- ・営業担当者:「運営・資金管理する」→伸びが小さい「交渉する」→伸びが大きい

個人のエンパワメントについて、管理、営業部門のそれぞれでエンパワメントの伸びが大きくても、現行の評価方法は個人の総和となるため、グループとしての変化量は小さくなる。

このように、グループの大半のメンバーのエンパワメント度が高いことを根拠に、グループとしてのエンパワメント度が高いと常に判断はできない、つまり個人のエンパワメントの単純総和では不十分といえる。

(2) グループのエンパワメントの調査手法

(1) のとおりグループのエンパワメント度については、個人のエンパワメント指標の単純総計ではなく、グループ総体としてのエンパワメント度を一定の項目（指標）で測ることが必要である。「地方女性プロジェクト」では起業活動を通じたエンパワメントを実施していることから、組織力、生産力、販売力、管理力により測ることが考えられる。

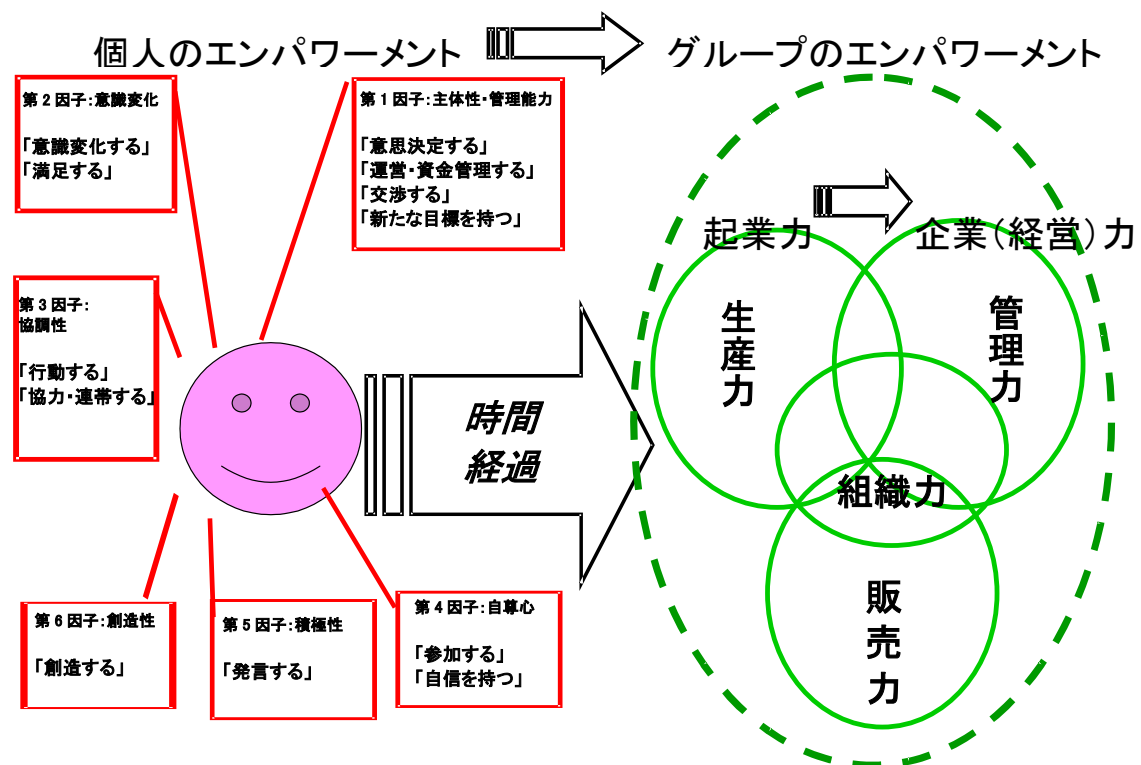


図 4-3 個人のエンパワメントからグループのエンパワメントへの推移

いて 12 項目全てにエンパワメントの発現が認められたものの TEJPA と Panaderia porvenir という 2 つのグループに関しては一部の指標が下がっていた。この状況を再度確認するために、現地に評価調査団員が訪問して調査を行なったところ、下がった項目である「参加する」や「運営・資金管理する」という点に関して、女性のエンパワメント発現が認められなかったと判断することができなかった」との結論を導き出している。さらに、この点に関して、女性たちの組織が強化され、内部規定が確立され、各担当の役割分担が明確化されたために、出てきた変化とも考えられると言及されている。

図 4-3 は、個人のエンパワーメントからグループへのエンパワーメントへと発展していく過程、つながりを示すことを試みている。図の中心部に大きな矢印が「時間経過」を示すものとして描かれている。これを中央として、左側半分には個人レベルのエンパワーメント、また、右側半分にはこれらエンパワーした女性たちがグループとして活動することを通してエンパワーするグループ総体としてのエンパワーメントが描かれ、時間的経過という矢印を経て、これら 2 つが連続していることを示そうと試みている。左側半分の詳細は、次のとおりである。エンパワーした女性たちの要因について、12 項目をもとに因子分析した結果、エンパワーメントの発現のあった女性たちはほぼ 6 つの因子で説明することが可能と考えられる。そして、それら 6 つの因子が 12 項目のエンパワーメント指標のどれと関連しているかが、6 つの因子を示す 6 つの四角い囲みに記されている。右側半分の詳細は、次のとおりである。企業診断²¹は様々なやり方が可能であるが、組織力、管理力、生産力、販売力が必要にして最小限の項目といえる。起業グループのエンパワーメント度合いを視る項目と企業診断項目とのつながりを整理すると表 24 のようになる。

表 4-1 起業グループのエンパワーメント度合いを視る項目と企業診断項目とのつながり

企業診断項目	起業グループのエンパワーメント度を視るための確認項目	具体的視点(質問視点)
組織力 (組織力を視る)	リーダーシップ	グループリーダーの成長、決断力 グループ一般構成員のリーダーシップ(自覚)の強さ
	協力・連帯性	協働の実践、目標を共有しているか
	公平性、共有メカニズム	公平性(知識・技術・便益の分配と共有メカニズム)はあるか
	アトラクティブネス(グループの総合的魅力)	グループの集客力(人をひきつける魅力の度合い、新規参加希望者の有無など)
管理力 (管理能力を視る)	資金獲得能力、資金運用能力	会計簿をつけているか、起業活動のための資金源はあるか
	人材運営能力	メンバーの専門性【得意分野】【不得意分野】が考慮されているか、マンパワーが無駄なく活用されているか
	製品の管理能力	在庫管理や製品の品質保持、安全確保はなされているか
販売力 (販売能力を視る)	情報収集力(マーケティング能力)	需要があるものに対する生産活動か
	宣伝・広報力	対象としている販売地域に広く知られているか 販売地域拡大のチャンネルはあるか
	価格設定(交渉)力	安く買い叩かれていないか
生産力 (生産能力を視る)	生産量、生産技術、生産工程	生産の実績はどのようなか 個々人の生産技術習得度
	タイミング(納期遵守)	売れる時を逃さずに生産を実施できているか 納期を守ることができているか
	生産物の品質	購買者が欲しいと思う製品の質か

²¹ 現在実施されている「企業診断」の詳細情報は未確認であるが、一般論としては、本報告書内で示される起業力から発展し企業(経営)力までをも含めた能力の診断を行なうことが想定される。

なお、図 4-3 において、「起業力」と「企業（経営）能力」は、異なる²²ものであり、企業（経営）能力は、より安定的な活動状況を示す能力である。起業支援を行っているである地方女性プロジェクトにおいて、グループとしてのエンパワーメント度（グループの能力）は、起業力+企業（経営）力から成り、起業力が企業（経営）力にまで達していれば、安定度がある程度高いことになり、活動は継続的な状態が確保されることとなる。しかしながら、グループ総体としてエンパワーメントし、起業力が育まれてきても、必ずしも利潤が順調に生み出される段階に至っているとは言えない。これは、エンパワーメントの発現とグループの収入との相関性に有意な関係が示されなかったことでも裏付けられる。さらに、企業の成功²³は、グループの能力だけでは必ずしも達成されるものではなく、様々な外部要因が入りこんでくる。換言すれば、企業として成功するためには、一定のグループ能力を備えていることが必要であるが、一定のグループ能力を備えているからといって、必ずしも企業として成功するとは限らない。このように考えると、企業（経営）力のみをもって個人のエンパワーメントを推し量ることはリスクが大きいが、グループの起業能力を根拠に個々人のエンパワーメントを推し量ることは一定程度可能と考えられる。

なお、「エンパワーした個人の占める割合が全体に対して一定程度の割合を占めるようになるとグループそのもののエンパワーメント度が比例して伸びる」という仮説の検証は本調査では行わない。短期的には、強いリーダーシップを有するリーダー一人だけでグループ総体としても一定程度のエンパワーメント度を示す例があったとしても、長期的な観点からもエンパワーメント度が向上し続けるのか否かに関しては、今後現われる結果を含めての分析が必要である。このため、将来的にこのようなテーマのもとに別途、調査を実施することが必要といえる。

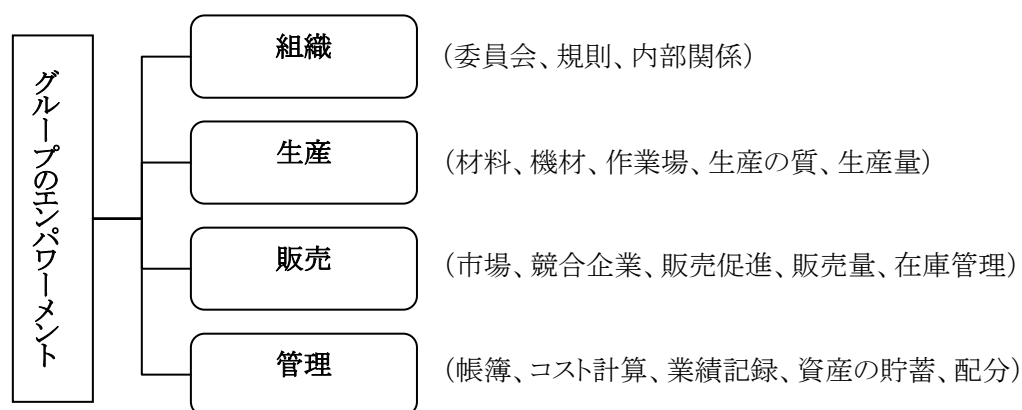
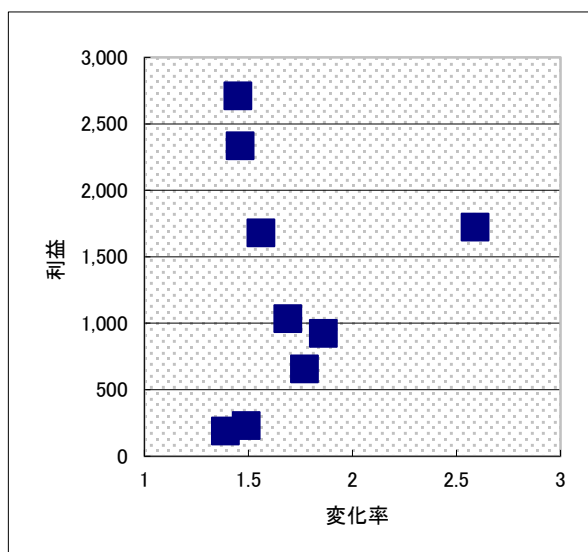


図 4-4 グループのエンパワーメント

²² 一例を挙げる。起業力がつき、次第に利潤が上昇しつつあるグループがあったと想定する。利益の分配をめぐり、それまでには起こらなかった欲望やエゴイズムが一部のグループメンバーに起こった場合、エゴを乗り越えてさらに協力しあいグループ総体としての目的達成に向かえば、このグループは企業力までをつけたと判断することができる。しかし、このエゴがグループの破壊の原因となれば、起業力がついたところで成長はとまり、企業力をつけるまでには至らなかったという表現が出来る。

²³ 企業の成功をどのように定義づけるかによるが、広く普及している考え方、すなわち、企業は利潤追求を第一の目的とし、利潤の最大化が企業にとっての成功の主要部分であると考えに基づくならばという前提にたっている。

	変化率	利益
Panaderia Porvenir	1.77	655
Jaridn de Mujeres Tejiendo Maya Chorti	2.59	1,722
Mujeres Trabajando por un Futuro Mejor	1.86	923
GRUTECA EMANUEL	1.69	1,033
Fe y Esperanza	1.56	1,680
TEJPA	1.39	188
Nueva Vision	1.49	228
Bendicion de Dios	1.45	2,711
Superacion Femenina	1.46	2,335



*Mujeres hacia un Nuevo progreso, Mataras Centro については、グループの収益は発生していない。

図 4-5 グループのエンパワーメント変化量、平均収入の関係

4.3 コミュニティーのエンパワーメント度

(1) 「エンパワーメント指標調査」の課題

個人からの聞き取りで、「私を見る周囲（社会）の見方が変わった、態度が変わった、行動が変わった」という語りの中から、コミュニティへのインパクトが一定程度存在することを推し量ることはできるが、その情報のみでは、コミュニティがエンパワーしたと明言するだけの十分な証拠とはならない。換言すると、エンパワーしたと判断される個人がコミュニティに属する他の個人（および複数の個人）に何らかの影響を及ぼしたことのみを根拠に、コミュニティ総体へ影響を及ぼし、その結果、コミュニティのエンパワーメントがなされたと判断することは説得力に不足する。なぜなら、エンパワーした個人が増大すれば、グループやコミュニティが時を経てエンパワーする可能性は高まると言えるが、可能性が結実し証拠となる何ものかが具現化するまでには時間差がある。このため、個人が影響を及ぼしうるものを発信して間もない時点では、それによって生み出される結果は見込みとして予測されるのみである。これは、グループのエンパワーメント度が必ずしも個人のエンパワーメント度の総計だけで判断できるものではないことを論じてきたとおりのことから類推できるように、個人の変化の発現とコミュニティのエンパワーメントの発現に到るまでの時間には差があり、個人より大きな主体になるほど基本的には発現までに長い時間を要するからである。

(2) コミュニティーのエンパワーメントの調査手法

個人がエンパワーしたと判断するための根拠（データ）とは別に、コミュニティがエンパワーしたと判断するための根拠（データ）を示す必要がある。具体的には、社会的変化を示す何らかの結果（変化）を表すデータを指標とすることが考えられ、コミュ

ニティー関係者（コミュニティーリーダー）、市長などキーインフォーマントや行政機関への聞き取り調査を行うことが考えられる。

エンパワーメントの定義として、個人を超える概念も含まれている一方、エンパワーメント調査の実際の収集データ（質問から得られるデータ）は、個人の状況を視るものが中心となっている。個人対周囲の関係変化が推測されるデータも一部存在しているが、関係の変化を認識するに到るまでには、今後の、時間経過後のデータが必要であり、今般調査において統計的解析の取り扱える範囲外となっている。従って、このような、長期的にデータを収集し変化を迫りかける調査が将来行なわれるならば、個人のエンパワーメントがどのような期間を経て、どのような形で社会のエンパワーメントをひきおこしていくのかという分析結果が得られる。それらを一般化することにより、他の国・案件で活用することができるといえる。

4.4 プロジェクトの全体評価とエンパワーメント評価の連動

プロジェクト全体は、自立発展性を含む評価 5 項目によってモニタリング・評価されるが、特に自立発展性を予測するにあたり、エンパワーメント指標が活用される余地がまだ十分に存在すると考えられる。「エンパワーメント」や「住民参加」を特に取り立てて標榜していないプロジェクトでは、住民が最終受益者とはなることはあっても、直接的な受益者はカウンターパート機関の、そして多くの場合が行政機関の、人材の育成であることが多く、それら行政機関の自立発展性を組織面、財政面、技術面から自立発展性を確認してきた。しかしながら、住民のエンパワーメント要素を目的に含むプロジェクトにあっては、まさに住民がエンパワーしたか否かを問うものであることから、この「住民のエンパワーメント度」を見ることが、自立発展性の判断に極めて重要と考えられるからである。

図 4-6 に示すとおり、自立発展性は、「住民レベルでの自立発展性」と「行政支援体制を含めて総合的自立発展性」の 2 つに大きく分けることができ、住民レベルでの自立発展性は、プロジェクトのグループ活動に参加している女性個々人のレベルでの自立発展性とグループとしての自立発展性に着目することができる。

女性個々人の自立発展性が全く存在しなければ、グループとしての自立発展性は存在しえず、起業グループに参加している女性レベルのエンパワーメント度が、自立発展性を見る際の重要な根拠の一つといえる。

一方、個人のエンパワーメント指数の総計のみでは示しきれないグループ総体としての能力が存在しており²⁴、自立発展性のない個人がグループの一部構成員として存在したとしても、グループ総体としては、自立発展性が確保されるケースもある。グループの自立発展性については、グループ初期段階では、起業能力からグループとしての自立発展性の根拠となる指標を示すことが可能であり、グループの設立期を経て安定期に入った段階では、企業（経営）能力の指標を確認することでグループとしての自立発展性が判断できる。また、このような経営力のある一定程度安定的な企業として継続する状況は、その事実そ

²⁴ 4.1.3「グループのエンパワーメント度」の項にて論じたとおりである。

のものがコミュニティのエンパワーメント度を測定する一つの指標となりうる。従って、起業（経営）力から見たグループの自立発展性は、住民レベルでの自立発展性に属すると同時に、それを包含する行政支援体制を含めた総合的な自立発展性にも属するといえる。なお、プロジェクト期間は、企業（経営）力を安定的に示すまでの力を付けるという観点からは、必ずしも十分ではない可能性があることに留意が必要である。

このように、個人レベル、あるいはグループの起業能力レベルを示すことをもってプロジェクト全体の自立発展性の予測根拠することは十分に正当と考えられる。

自立発展性

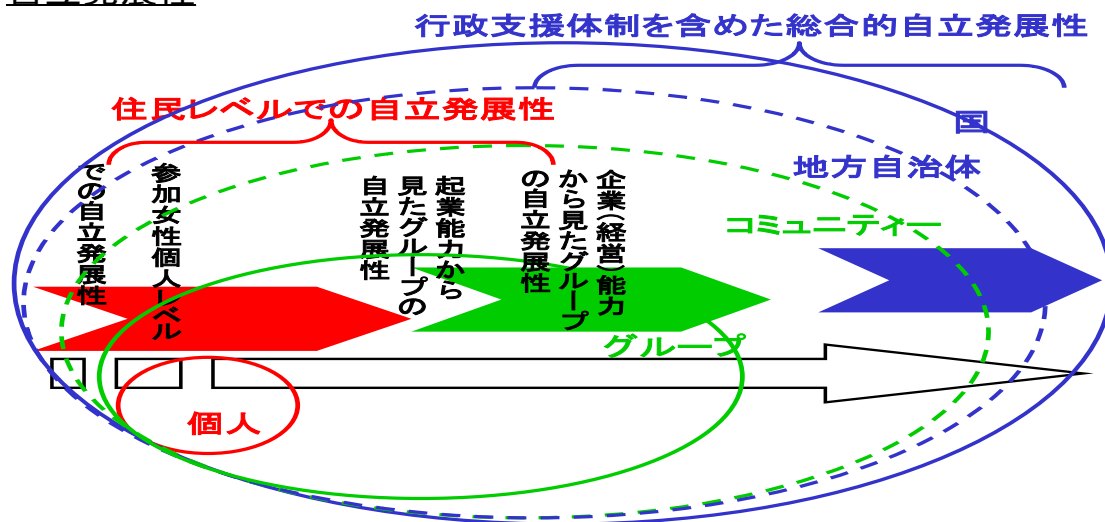


図 4-6 自立発展性 ～詳細プロセス～

5. 調査の効率化に向けて

5.1 データ収集および分析方法の整理

地方女性プロジェクトのエンパワーメント調査において、以下の5つの点からデータ収集および分析方法を整理する。

- (1) データ入手方法の変更
- (2) データ分析
- (3) 聞き取り方法上の負担を減らす
- (4) 調査者の質の向上
- (5) 成果三類型の得点配分

5.1.1 データ入手方法の変更

地方女性プロジェクトでは、個人のエンパワーメントを測る際、詳細な聞き取りを実施しているため、調査に時間を要している。調査の効率化をはかるため、「聞き取り対象者の抽出」、「質問票の整理」について検討する。

(1) 聞き取り対象者の抽出

全グループの全参加者から聞き取る必要性について検討する。エンパワーメントを測る目的は、第一に、プロジェクト目標達成に向けて、効果が着実に現われてきているかどうかを確認し、プロジェクトの方向性に修正が必要であれば行なうこと、第二に、現在不利な環境に置かれていることの多い女性のエンパワーメントがプロジェクトの実施を通して着実に実現されてきているかどうかを確認することにある。

地方女性プロジェクトにおいて、エンパワーメントの発現が大きい人の特徴は、「就学年数が長い」、「研修が100日以上」と推測される。しかしながら、女性達が持つ背景や地方の特色によってエンパワーメントの発現に影響があると推測されることから、現段階では特定の個人を選択し、エンパワーメント調査を実施しても、対象者の抽出方法に一貫性がなく、収集されたデータの信頼性に欠ける。このため、本プロジェクト研究では、聞き取り人数を減らさず、全参加者のエンパワーメントに係る変化を測定こととする。

個人からの詳細な聞き取りが目指していることは、その精度の高さにある。そこで、精度の高い、すなわち、エンパワーメントの変化のプロセスを丁寧に見ることにダメージを与えないように、一連の効率化アクション（質問数を減らす等）に対する担保措置として、個人のプロセス・ドキュメンテーションを追加する。どんなに詳細に聞き取ったとしても、分析に際しては、二件法（0もしくは1）にて加点していくという方式をとっていることから、記述的に保存されている個人のプロセス・ドキュメンテーションを活用する。

(2) 質問票の整理

個人のエンパワーメント調査において、聞き取り調査の質を確保しつつ、聞き取り時間を短縮することが課題となっている。聞き取り時間を短縮する方法として、質問項目を絞り込むことが考えられる。1つの指標を測る上で、3～4の質問項目は必要最小限の数といえる。因子分析により、12の指標が6つの因子（主体性・管理能力、意識変化、協調性、

自尊心、積極性、創造性)に構成できると考えられており、これらの因子について、質問票を再構成することは可能である。質問票の構成にあたっては、以下の点に留意する。

① 程度回答²⁵の導入

質問票は「語り分析」を基にしているので、各指標の得点については、語り分析の内容から、現象が発現している場合には1ポイント、発現していない場合には0ポイントとなる。このため、従来の質問票の回答形式では、各指標に関する質問項目の信頼性分析をすることは適当ではない。質問項目の信頼性分析を行い、質問票を精緻化するためには、程度回答(評定尺度回答)を用いた質問項目の作成が望ましい。

② 成果1～3類型の分類

質問項目によっては、成果1～3類に分類できるものがあり、類型の区分をすることで得点の集計が簡易になり、分析に係る時間の短縮が可能と考えられる。

(質問票の例)

質問		成果類型		
		I	II	III
1	グループの会合に参加していますか			
	1 全く参加しない 2 少し参加する 3 概ね参加する 4 ほとんど参加する 5 いつも参加する	3	—	—
2	コミュニティーの活動(パトロナート、CODECO)に参加していますか			
	1 全く参加しない 2 少し参加する 3 概ね参加する 4 ほとんど参加する 5 いつも参加する	—	—	2

質問項目の信頼性分析を行うためには、整理した質問票を用いて調査を実施し、調査結果を分析する必要がある。このため、可能であれば、地方女性プロジェクトの対象者に対して聞き取りを実施し、分析することが望ましい。

5.1.2 データ分析

「3.3.4 エンパワーメントの12指標の因子分析」により、12のエンパワーメント指標は、6つの因子(主体性・管理能力、意識変化、協調性、自尊心、積極性、創造性)に整理されることが考えられる。このため、対象者のエンパワーメントについて、12項目の分析を行っていたところ、6要素で分析することにより、分析に要する時間を短縮することが可能と考えられる。

5.1.3 聞き取り方法上の負担を減らす

聞き取り方法を変更し、より労力のかからない方法を採用する、ということが一般論として考えられるが、この点については、個人別の詳細データを収集する際は、語り分析を基礎におく藤掛モデルの本質をゆがめることになるため、修正は行なわない。

²⁵ 段階数によって、5段階尺度(5ポイントスケール)、7段階尺度(7ポイントスケール)などと呼ばれる。具体的には「いつも」「時々」「たまに」「ぜんぜん」などの表現を用いた回答項目になる。

5.1.4 調査者の質の向上

調査者の資質が高ければ、そうでない調査者と比較して、同じデータを収集するのに要する時間は短くなる。質問数を減らす可能性について論じた際にも言及したとおり、確認項目数やそれに連動する質問数が絞り込まれていたとしても、資質の高い調査者は、フィールドでの聞き取り環境にあって臨機応変な判断により、絞り込まれた質問をわかりやすく相手に伝える術を身に付けている。すなわち、具体的な話の糸口を素早く見つけ、もし、相手が何を話していいのかよくわからない状況にあっても、人々の身近な言葉を用いて相手に噛み砕いて問いかけることにより、必要な情報を聞き取り対象者のから上手に引き出すことが可能である。また、言葉のみならず、インタビューーの表情や語り口調など態度、言葉の裏にある感情などをも含めて観察することが求められることから、観察力の高い調査者の方が、よりきめの細かい情報の収集・分析が可能となる。さらに、インタビューーに語ってもらう大前提として、安心感を与え信頼のおける人柄を備え持つ調査者であればあるほど、インタビューーは早い段階で正直な情報を提供しやすい。このような観点から、調査者の質の高さが、調査の効率化を助けるといえる。

5.1.5 成果三類型の得点配分

(1) 調査方法の現状と課題

効果の出やすい実際的なニーズであれ、効果の発現に時間・エネルギーのかかる戦略的ニーズ²⁶であれ、同じ1点をカウントしている。このことは、精度の高いエンパワーメント度を示そうとの目的に整合しないと考えられる。

(2) 改善のための提案

戦略的ニーズの充足に関しては、実際的なニーズの充足よりも重みをつけてカウントする。便宜的に、2倍の2ポイントを計上する。但し、各種分析の可能性を広げるため、1ポイントで計上した指標、指数も算出しておくこととする。

統計解析からは、成果1類に沿う具体的な実際的なニーズは発現しやすく、成果2類、3類はそれよりも長い時間をかけて醸成され発現に至ったと言える、特に最も発現が困難であったものが「戦略的ジェンダー利害関心の認知、充足（に向けた行動）の成果3類である、との分析結果が導き出されている。

なお、異なるエピソードは複数回についてそれを複数点としてカウントする、という可能性も存在するが、この場合、事象が起こっていても、インタビューーが意図なく、語り忘れていた場合などには現実を正確に示すことができないことを考慮して、従来どおりのやり方とした。

²⁶統計解析からは、プロジェクト目標(成果1類)に沿う具体的な実際的なニーズは発現しやすく、成果2類、3類はそれよりも長い時間をかけて醸成され発現に至ったと言える、との分析結果が導き出されている(第3章3.2.2「起業グループ別12の指標と成果3類型によるエンパワーメントの状況」参照)。

5.2 代替調査方法（案）

（１）調査の効率化

エンパワーメント指標における調査を効率化する方策として、12 項目のエンパワーメント指標数を減らすか、データ入手方法の変更（聞き取り対象者を減らす、質問票の整理）、データ分析方法の効率化、聞き取り方法の変更、調査者の質を向上、の5つの点のどこかに（場合によっては全てに）変更を加えることが考えられる。効率化がそのまま時間短縮と必ずしも同義とはならないが、時間の短縮が効率化の主要な柱と言える。効率化がそのまま時間短縮の意とならない理由は、質の問題が入り込むからである。きめの細かい調査を保持しつつ、換言するとエンパワーメント調査の質的水準が下がること無く、より短い時間で、かつ少ない労力によって調査が実施できるようになることが望ましい効率化と言える。しかしながら、時間短縮・労力削減と質的な高さの維持はゼロサムゲームであり、どちらかを増やせばどちらかが減少する。どちらかが正しいという正解が唯一存在しているのではなく、どちらを重視するかという判断で決定される。

現状では、エンパワーメント調査にほぼ 3 ヶ月間（データ収集・整理・分析）を費やしている。モニタリング・評価はプロジェクトの重要な活動の一部であるが、1年の約4分の1にあたる3ヶ月間にプロジェクト関係者がこれらの作業に集中することになり、モニタリング以外の通常業務への影響²⁷出ている。

一方、語り分析を基礎としている成果三類型分析モデル、すなわち藤掛モデルはその本質上、時間を十分に取る必要がある。また、藤掛モデルの大きな貢献は、見えづらくわかりづらいエンパワーメントというものの変化を数量化し、「可視化」したことである²⁸。すなわち、エンパワーメントを具体的な言葉（12 項目のエンパワーメント指標）によって示し、それをもとにエンパワーメント指数を算出し、その値²⁹の変化について、レーダーチャートを用いるなど一見してわかりやすい形で示したことにある。この藤掛モデルの特徴（強み）を損なわない形で効率化を図るためには、因子分析で得られた 6 要素（主体性・管理能力、意識変化、協調性、自尊心、積極性、創造性）に関して分析することが一つの方法として考えられる。指標の数を 12 とした場合の質問票では、各指標について質問数が少なく、信頼性分析が困難であった。指標の数を 6 とすることで、各指標の質問項目の数が多くなることから、信頼性分析をするのに十分な質問数を確保することができる。各指標に対して有効な質問かどうか分析することにより、質問票の精緻化がはかられ、質問項目を絞り込むことが可能となり、調査の効率化が図られるといえる。

なお、個人のエンパワーメント指標について、因子分析で得られた 6 要素（主体性・管理能力、意識変化、協調性、自尊心、積極性、創造性）について分析を実施し、12 指標の分析結果と比較する。分析結果を比較することにより、個人のエンパワーメント指標を減

²⁷具体的には、本プロジェクトの目標に向けた中心的活動である起業活動支援、ひいては起業活動そのものへの投入に制約が生まれることとなっている。

²⁸関係者からの聞き取りでは、プロジェクトの実施者によっても監理者によっても、この点が指摘された。他にも特徴と強みがあるが、本プロジェクトの中で関係者によって実感されたこと、として指摘している。

²⁹絶対量を測れる性質のものではないため、便宜的に数値化していることから相対量としている。

らすことが可能か検討することが必要である。また、質問票の項目は現行のままとするが、回答方法には程度回答を導入し、次回以降の調査において質問項目に対する信頼性分析³⁰を行うことも必要といえる。

（２）グループの、メゾ・マクロレベルのエンパワーメント

グループのエンパワーメントを図るために、組織、生産、販売・交渉、管理の指標を導入し、第三者によるグループ総体の評価を行う、グループのリーダーへのインタビュー、グループディスカッションによる質的評価をおこなう等が考えられる。

メゾ（コミュニティレベル）、マクロ（国家レベル）のエンパワーメントを確認するために、関係者（コミュニティリーダーなど）、市長などのキーインフォーマントや行政組織からインタビューを実施することが考えられる。具体的には、コミュニティ全体がエンパワーしたことを示すデータを収集するとともに、コミュニティ側からみて顕著に変化した個人の存在の有無、その内容を確認する。なお、藤掛モデルでは、対象者の分類をミクロ（個人、グループ、コミュニティ）、メゾ（市、県）、マクロ（国）としている。しかしながら、本プロジェクト研究では、コミュニティは、個人、グループより上位の組織であり、メゾレベルに区分されると考えられるから、ミクロ（個人、グループ）、メゾ（コミュニティ）、マクロ（国）としている。

³⁰ 質問紙尺度などを作成したときに、いつも同じ測定結果になるように質問項目が作成できているかどうか分析する。

＜参考＞ ホンジュラス国「地方女性のための小規模起業支援プロジェクト」におけるエンパワーメント指標の調査方法の整理

ここでは、ホンジュラス国「地方女性のための小規模起業支援プロジェクト」で実施されたエンパワーメント指標の調査方法について、本プロジェクト研究での成果を取りまとめたものである。エンパワーメントを目標とした他のプロジェクトにおいて、エンパワーメントの評価をする際に、本プロジェクト研究で整理したことが参考になることを目的としている。

1 「エンパワーメント指標における調査方法」の内容

(1) 調査方法における留意事項

エンパワーメント指標を用いた調査方法の全体像を次ページ表1「対象者別の調査方法」に示す。表1は、左側コラムに聞き取り対象者となる主体が、また、最上部の行には、調査方法が示されている。プロジェクトにおいて、誰に対して、何を（それぞれのセルに示される内容）訊ねるかということが表として一覧できる。また、表2「対象者別の調査時期」には、各対象者に対して、調査を実施する時期を記載している。

藤掛モデルでは、対象者の分類をミクロ（個人、グループ、コミュニティ）、メゾ（市、県）、マクロ（国）としている。ここではコミュニティは、個人、グループより上位の組織であり、メゾレベルに区分されると考えられる。このことから、本プロジェクト研究においては、ミクロ（個人、グループ）、メゾ（コミュニティ）、マクロ（国）とする。

表 1 対象者別の調査内容、方法

対象者		調査内容	調査方法
ミクロ ↓ ↓ ↓ メゾ ↓ ↓ ↓ マクロ	個人	・個人のエンパワーメント指標に基づいた調査を実施する。 ・顕著な変化を示した個人を同定する。	・グループ全員へのインタビュー
	世帯 夫（男） もしくは家族	妻（あるいは家族の一員）の変化と、自分自身の変化について聴取する。	・顕著な変化を示した個人（女性）の家族
	グループ	・グループのエンパワーメント指標に基づいた調査を実施する。 ・リーダーに対して、インタビューを実施する。 ・プロジェクトの活動に対して、グループディスカッションを実施する。	・第三者による客観的な評価 ・リーダーへのインタビュー ・グループディスカッション
	コミュニティ	当該コミュニティにおけるジェンダー状況、住民全般の意識など、社会へのインパクトへと発展する可能性のあるエピソードについて聴取する。	・地域住民リーダー（男女が好ましい）、市長へのインタビュー
	地方自治体	国のジェンダー政策、小規模支援政策、貧困対策などとの政策を受けての地方自治体としての具体化状況、プロジェクトの成果に関連する自治体の活動について聴取する。	・関連行政組織のキーインフォーマントへのインタビュー
	国	国のジェンダー政策、小規模支援政策、貧困対策などとの政策、中央レベル組織の関心度、関連する動きについて聴取する。	・関連行政組織のキーインフォーマントへのインタビュー

表 2 対象者別の調査時期

	プロジェクト開始時	中間評価	終了時評価	事後評価
個人	○	○	○	○
世帯	×	○	○	○
グループ	×	○	○	○
コミュニティ	○	○	○	○
地方自治体	○	○	○	○
国	○	○	○	○

*プロジェクト開始時に、個人の基礎データ(表 4)を収集する。世帯の調査は、メンバーおよび家族自身の変化を測るものであるため、プロジェクト開始時には変化が比較できないことから実施しない。また、グループについては、グループ活動を始める前には調査できないことから、プロジェクト開始時には調査を実施しない。

(2) プロセス・ドキュメンテーション（簡易）

顕著な変化を遂げている個人とグループ総体としてのエンパワーメント(グループ起業能力含む)との関係についての検証は将来の調査に委ねるが、参加者個人(女性)の根底にある意識の変化、さらに、その意識変化の起こった時期や周囲との関係のプロセス評価を可能にするためには、「プロセスが記録」されることが必要である。そこで、簡易なプロセス・ドキュメンテーションを残す。これを実現するために、第三者が容易に変化及びそのプロセスを理解できると同時にモニターが変化を特定し、簡潔に記入できる評価フォーマット例を以下に示す。

表3 顕著な変化をとげている個人についてのモニタリング・フォーム

当該個人名： プロジェクトにおける位置：			発見者もしくは記入者：	
時 系 列 順		起こった変化		
	年月	事実	態度	その根底にあると考えられる意識の 変化＋夫など家族との関係、周辺 環境の変化
1	200〇年〇月 (発見時点)			
2				
3				
4				
5				
・				
・				

2 エンパワーメント指標における調査方法

2.1 基礎情報の収集（プロジェクト関係者、コミュニティ）

プロジェクト開始時点において、調査対象となるプロジェクト関係者、コミュニティの基礎情報を収集する。参加者の個人情報については、機微な事項を含んでいることから、人間関係に留意し、調査を実施する。

表4 プロジェクト関係者への基礎データ収集項目

メンバー個人データ	
1	氏名
2	生年月日
3	既婚、独身
4	子どもの数
5	最終学歴
6	企業における役職
7	グループに加入した日
配偶者データ	
1	氏名
2	生年月日
3	最終学歴
4	職業(定職または季節労働者)
5	収入
6	妻が外出することについて、どう思うか
7	妻が家の外で働くことについて、どのように考えるか
8	女性たちの活動を支援しているか
9	家計はだれが管理しているのか
10	家事を分担しているか
11	家庭の決定権は誰が持っているか
12	妻が仕事を始めてから家庭に変化があったか、どんな変化か
子どものデータ	
1	氏名
2	生年月日
3	学校に通っているか
4	仕事をしているか
5	母親が仕事をすることについての感想
6	母親が仕事を始めてから家庭に変化があったか、どんな変化か
グループデータ	
1	結成日
2	収入、支出
3	内規
4	コミュニティに対するグループの働きかけ
コミュニティデータ	
1	市中心からの距離
2	主要な産物
3	男性の労働状況
4	電気・水道の有無
5	アクセスの状況
6	対象サイトの人口(男女比)
7	シングルマザーの数
8	宗教
9	パトナートの構成(役員数、構成、役員の背景、女性排除の風潮が見られるか)

2.2 データの収集・分析

2.2.1 個人（ミクロ）

（１）インタビューの実施

質問票（付属資料１）を用いて、インタビューを実施する。

（２）データの集計

質問票を回収した後、成果三類型に基づいて、項目別に得点をつける。得点のつけ方は次のとおりとする。

- 0 点 現象が発現していない場合
- 1 点 現象が発現している場合

集計された得点に基づいて、エンパワーメント指標をグラフ化する。

エンパワーメント獲得度について、上記の方法で計算する可能獲得点数は次のとおりとなる。

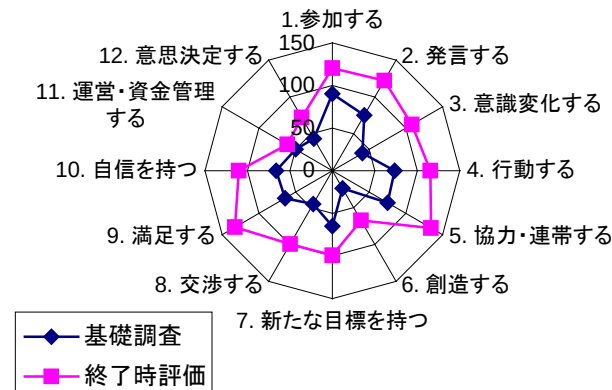
- ・ 6（項目）× 2（成果 1、2 類型）× 1 ポイント
- ・ 6（項目）× 1（成果 3 類型）× 2 ポイント

$$= 24$$

表 5 エンパワーメント指標の項目別点数（例）

指標	基礎調査	終了時調査
1. 参加する	8	13
2. 発言する	6	10
3. 意識変化する	6	12
4. 行動する	9	12
5. 協力・連帯する	3	10
6. 創造する	2	7
7. 新たな目標を持つ	4	12
8. 交渉する	5	11
9. 満足する	6	14
10. 自信を持つ	5	12
11. 運営・資金管理をする	4	8
12. 意思決定をする	3	8

	基礎調査	終了時調査
成果 1 類	46	51
成果 2 類	14	40
成果 3 類	13	31



出所：藤掛モデル(2000、2001)を基にプロジェクトが作成

図 1 個人のエンパワーメント指標（12 指標の例）

(3) データの分析における留意点

各グループにおける個人のデータを和してグラフ化し、個人の傾向を分析する。また、(2) プロセス・ドキュメンテーションを参考にしながら分析する。分析上の留意点として、以下の例があげられる。

①教育水準

識字、就学年数により、エンパワーメントの変化に違いが見られるか

②社会的要因

対象地特有の慣習、宗教などによる影響

③家族構成

独身、既婚、子供の数により、エンパワーメントの変化に違いが見られるか

④グループの活動内容

起業している業種により、エンパワーメントの傾向が異なるか

⑤グループにおける役職

リーダー、会計、販売などの役職により変化の伸びが異なるか

⑥プロジェクトにおける研修日数

研修日数とエンパワーメントの変化に関連があるか

⑦グループ内の比較

同一グループのメンバーについて、エンパワーメントの伸びが大きい人、小さい人について、どのような違いがあるか

以上の留意点については一例であり、プロジェクトの取り巻く環境により、分析する視点を変える必要がある。

2.2.2 グループ（ミクロ）

(1) 第三者によるグループのモニタリング評価

プロジェクトの専門家（または調査実施者）により、チェックリスト（付属資料3）に基づいて、グループのエンパワーメント指標4項目（組織、生産、販売・交渉、管理）を評価し、グラフ化する。

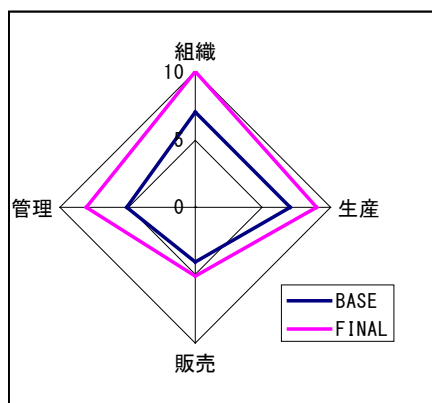


図2 グループのエンパワーメント

(2) リーダー及びメンバーに対するインタビュー

リーダー及びメンバーにインタビューを実施し、グループの活動に関する定性的な評価を実施する。

① リーダー

グループのリーダーに対して、インタビューを実施する。インタビューの質問項目については、チェックリスト（付属資料3）の項目を参考にして、確認する。また、プロジェクトの活動を通じてグループとして向上している点、改善が必要な点について確認する。

② グループのメンバー

グループのメンバーに対して、活動における成果、問題点などを話し合うため、グループディスカッションを行う。グループディスカッションの際、協議する視点（例）については、表6のとおりである。

表6 グループディスカッションにおける具体的な視点

グループのエンパワーメント度	具体的視点	備考
組織力	1 グループの決断力 ・グループとして大きな決断をしなくてはならなかった事項とその結果	
	2 グループ一般構成員のリーダーシップ(自覚)の強さ ・グループの問題点とその原因 ・問題の解決方法	
	3 協働の実践、目標を共有 ・自分が困った時、グループのメンバーに相談できるか ・困っているグループメンバーに対して何らかの支援をしたことがあるか ・グループとしての目標 ・グループの中で、メンバーは自分の得意なことを活かしている、役割を分担しているか	
	4 公平性(知識・技術・便益の分配と共有メカニズム)の存在 ・グループ活動に関する連絡はある程度もれなく来ているか ・研修などに参加して新しいことを学んでいると感じているか ・研修で学んだことを他のグループメンバーに伝えることはあるか	
	5 グループの集客力 ・周辺にグループに参加したいと関心を示している人がいるか ・グループ活動を続ける理由	・観察 ・グループによる記録 により並行して情報収集を行う
管理力	1 会計能力、起業活動のための資金源の有無 ・グループ活動を開始するにあたり、また継続するに当たり、必要な資金的援助で、プロジェクト以外からの何らかの支援があったか	・文献レビュー(会計簿を含むグループによる記録) ・現地視察(在庫状況など) により並行して情報収集を行う
	2 メンバーの専門性【得意分野】【不得意分野】の考慮 ・マンパワーが無駄なく活用されているか	
	3 在庫管理や製品の品質保持、安全確保 ・製品の在庫場所、製品の確認	
販売力	1 需要があるものに対する生産活動か ・グループの製品が売れると考えている理由は何か ・現在の製品の価格についての評価	・文献レビュー(グループによる記録、プロジェクト記録)により並行して情報収集を行う
	2 対象としている販売地域での認知度 ・最も遠いところからの顧客はどこから来ているか ・今の販売相手をもっと広げるあて(コネなど)はあるか ・知らない人や組織に対してどのような宣伝をしているか	
	3 交渉 ・グループ活動として、グループ外の人や組織(コミュニティーリーダーや行政機関スタッフなど)に対して交渉した経験 ・グループとして行なった交渉が成功したことがあるか	
生産力	1 生産のタイミング ・これまでに、売る時期が悪くて製品が売れ残ったということはあるか ・品物が足りなくて(売れすぎて)困ったということはあるか ・生産する人手に不足して約束していたのに製品ができなかったということはあるか	・現地視察、製品実物観察文献レビュー(グループによる記録、プロジェクト記録)により並行して情報収集を行う
	2 製品と品質 ・製品について、顧客は十分満足してくれるものだと思うか ・他のグループが作っている同じようなものがある場合、比較してどの程度のものだと感じるか	

注:FGD=フォーカスグループディスカッション

2.2.3 メゾ（コミュニティ）、マクロ（中央省庁）レベルのエンパワーメント

メゾ、マクロレベルのエンパワーメントについては、地域住民のリーダー、行政機関のキーインフォーマントに対するインタビューを実施する。それぞれのレベルにおいて、エンパワーメントした（またはエンパワーメントしたと想定できる）項目は以下のとおりである。

これらの項目の策定にあたっては、ホンジュラス国「地方女性のための小規模起業支援プロジェクト」、アフガニスタン国「女性の経済的エンパワーメント支援プロジェクト」³¹、ナイジェリア共和国「女性の生活向上のための女性センター活性化支援プロジェクト」³²において、想定される、または発現しているエンパワーメントの現象について、既存報告書の記載事項等を基に一般化したものである。

① メゾレベル（コミュニティ）

地域住民のリーダー、市長に対し、プロジェクトの活動に対するインパクト等についてインタビューを実施する。コミュニティのエンパワーメントした状態を捉えるため、参考となる項目は以下の通りである。

コミュニティレベルでエンパワーメントした状態	
男性の理解・協力	自由に外出することが許可されていなかった女性達が、プロジェクト活動を通じて外出できるようになった
	対象受益者の男性は、女性が外で集まることを反対しなくなった
	女性達が様々な研修に参加することを容認する風潮が出始めた
	男性が家事に協力するようになった
	村の男性達が女性の活動に協力するようになった
アクセスの向上	日用品へのアクセスが向上する
	市場へのアクセスが向上する
	情報へのアクセスが向上する
コミュニティ内部の関係構築	村の基礎的な相互扶助関係が構築される
	コミュニティのオピニオンリーダーがグループ活動の成果を認識するようになる
グループの活性化	コミュニティの協同組合等に参加し、グループ活動を続ける
	グループのメンバーが近所の女性達を巻き込んで活動を実施する
	女性達の収入が創出あるいは向上する
	女性グループ間の交流が活発になった
	女性達が家族以外の村人と交流するようになる
女性の社会進出	村における意思決定の過程において、女性が参加するようになった
	女性の社会的進出が増えるようになった
外部への交渉	他の政府機関、ドナーに協力を依頼するようになった
女性の意識変化	女性自身が村落内、家庭内での自分の役割を認識することができた
	グループ活動の効果を認識することができた
	自助努力の精神が芽生えた

³¹ プロジェクトの概要、エンパワーメントにかかるアプローチは付属資料4を参照。

³² プロジェクトの概要、エンパワーメントにかかるアプローチは付属資料5を参照。

② マクロレベル（中央省庁）

関連行政組織のキーインフォーマントに対するインタビューを実施する。マクロレベルのエンパワーメントした状態を捉えるため、参考となる項目は以下の通りである。

マクロレベルでエンパワーメントした状態	
C/P の活動	C/P の活動が活発になり、従来活動していなかった地域においても活動するようになった
起業モデルの採用	プロジェクトで形成された女性の起業モデルを関係機関で採用する
女性の社会・経済的状況の把握	地方における女性の社会・経済的状況が把握される 地方における女性が直面する課題や問題と、その対応策（モニタリング方法含む）が考案される
エンパワーメントの活動に対する理解	エンパワーメント活動に関する理解が深まる
関係省庁との連携	エンパワーメントに関する活動を通じて、関係省庁と連携するようになる
広報活動	エンパワーメント活動に関連する広報活動が行われるようになる
女性の社会進出	女性が国、県レベルで交渉・意思決定をすることが自然なことと思われる
エンパワーメントに関連する調査方法の向上	エンパワーメントに関連する情報の分析方法の習得、類似活動への応用方法が考察される エンパワーメントに関連する情報の提供・共有や伝達の方法
情報提供	地域女性に必要な情報提供することができる

2.2.4 総合的な分析（ミクロ、メゾ、マクロ）

地方女性プロジェクトでは、個人、グループ（ミクロ）、コミュニティー（メゾ）、国家（マクロ）において、エンパワーメント調査を実施している。ミクロにおける変化がメゾ、マクロレベルとどのような関係にあるのか、それぞれの関連性について分析する。

2.3 留意事項（調査実施者（インタビュアー）への研修）

個人のエンパワーメントを測る調査は、調査数が多くなることから、外部の調査実施者の協力を得て、調査を実施することが想定される。調査実施者の質により調査結果が左右されることから、調査の質を高めるため、調査実施者に対してエンパワーメント調査の目的、データの収集方法を研修する。研修項目として以下のものがあげられる。

[研修項目]

- ・ 成果三類型の概念
- ・ 質問票を用いた調査方法
- ・ 調査対象者への配慮事項
- ・ 語り分析による成果三類型への分類

付属資料 1

ホンジュラス国「地方女性のための小規模起業支援プロジェクト」におけるエンパワーメント指標の概念

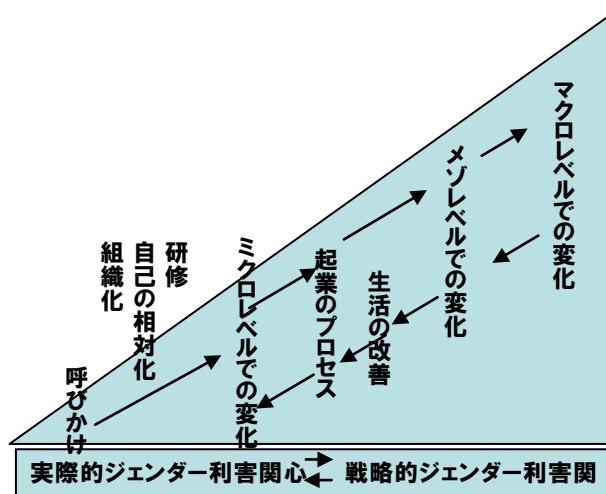
地方女性プロジェクトにおける生活改善とエンパワーメントについて定義し、エンパワーメント指標の概要について説明する。

(1) 生活改善とエンパワーメントの定義

地方女性プロジェクトでは、生活改善とエンパワーメントの概念は、以下のように定義する。

エンパワーメント

当事者が自己の相対化を通じ、対象社会の従属構造に気づきさまざまな事象をポジティブに変革しようとする意識や行動の変化



出所：藤掛洋子（フィールド調査より 2004 年 1 月作成）

図1 エンパワーメントのプロセス概念図

対象地域の人々が認識するポジティブな意識や行動の変化にはミクロレベルからマクロレベルまである。また、ミクロからメゾ、マクロへと発現していくこともある。これらの一連のプロセスもエンパワーメントといえる。

地方女性プロジェクトでは、外部者であるプロジェクトの関係者が、対象地域の人々に呼びかけ（あるいは対象地域の人々が外部者に呼びかけ³³⁾）、プロジェクト関係者が女性たちの組織化を支援し、参加女性たちが研修などを受ける過程において自己を相対化する状況が生まれると想定される。

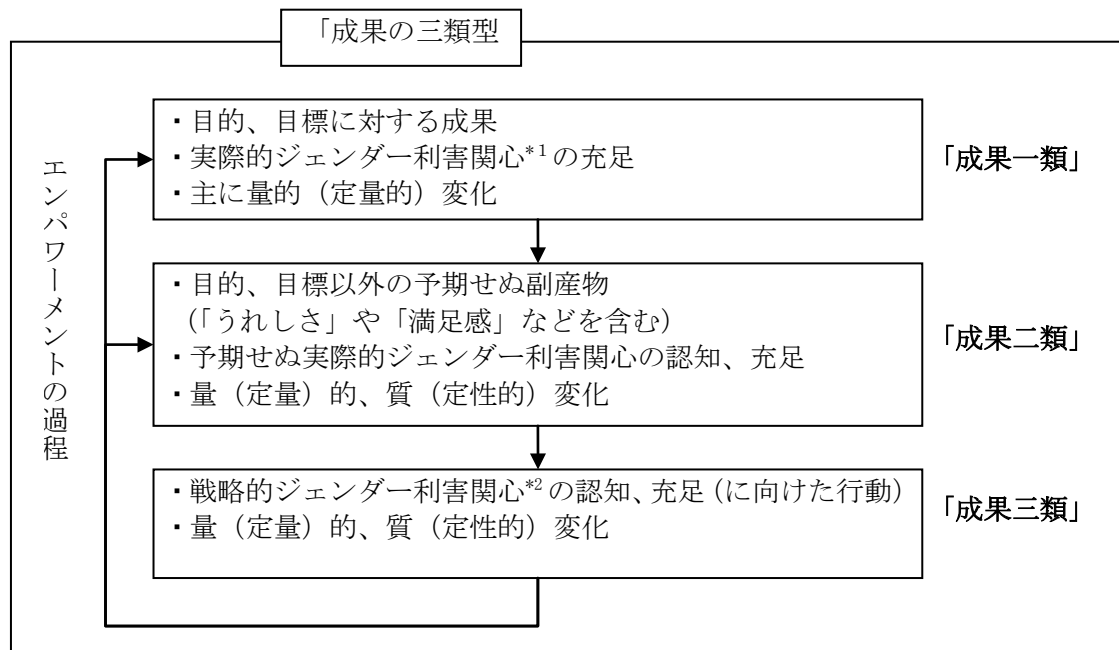
また、世帯内外における関係性の変化がおきるであろうことがこれまでのエンパワーメント研究の蓄積からも予測される（藤掛洋子 2000、2004）。

さらに、起業のプロセスにおいて人々の生活の改善がなされるであろう。起業というツールを通じ、メゾレベルやミクロレベルでの意識変化がおき、対象社会の従属構造に変化を起こそうとする人々の動きが生まれると考えられる。これらのエンパワーメントのプロセスには当然、人々の満足感やもっとがんばろう、今度はだめであったが、次はがんばろうといった意識的な側面も重要なことはいうまでもない。

³³⁾ 呼びかけ論に関しては、藤掛洋子(2004)を参照。

（２）エンパワーメントの測定モデル（成果三類型）

地方女性プロジェクトが、どのような成果をもたらしたのか、人々のエンパワーメントを測定するモデルとして成果三類型モデル 34(以下、三類型モデル)を用い評価する。



出所：藤掛洋子（2000, 2001）

図2 成果三類型モデル

女性の利害関心は、実際のジェンダー・利害関心（以下、実際のニーズ）と戦略的ジェンダー・利害関心（以下、戦略的ニーズ）に分類される（マキシン・モリニュー 藤掛洋子訳 2003）。

*1 実際のジェンダー利害関心

ジェンダー関係によって規定される性別分業の具体的な条件から引き出される、生存に不可欠なニーズ（食糧、水、住居、生産手段などの確保）

*2 戦略的ジェンダー利害関心

女性の男性に対する（またはある特定の人々からある特定の人々に向けられた）従属的关系をより直接的に解消に向かわせるようなニーズ（性分業の撤廃、制度的差別の撤廃、政治的平等の撤廃など）

起業グループのメンバーに対して、インタビューを実施し、その結果から語り分析を行う。分析結果を各エンパワーメント指標について得点化し、個人、グループのエンパワーメント状況について分析する。

また、メンバーの配偶者、コミュニティの関係者にインタビューを実施し、これらの調査結果を基にミクロ・メゾ・マクロの視点からエンパワーメントの発現を分析する。

³⁴東京家政学院大学藤掛准教授が、パラグアイの農村女性に対する生活改善プロジェクトに主体的に関わってきた事例を1993-1999年まで継続調査をすることから導き出したものである（藤掛洋子 1999, 2000, 2003）。

付属資料2 個人のエンパワメント質問票

主体性 管理能力	1	グループの目標を持っていますか
	2	それは何ですか
	3	何のために収入を使いますか
	4	以前に何か販売経験がありますか
	5	グループに参加してから、何か販売しましたか
	6	グループに参加するため、夫と交渉しましたか
	7	グループの意向を取引先に伝えていますか
	8	あなたはグループの管理をしていますか
	9	(自分が管理していない場合)誰がグループの活動を管理していますか
	10	グループの管理方法(人事、経理)を知っていますか
	11	家族の収入を管理していますか
	12	(自分が管理していない場合)誰が家族の収入を管理していますか
	13	グループの決定はどのようにしていますか
	14	(自分がまとめていない場合)グループの決定は誰がしますか
	15	家庭の小事の売買について誰に決定権がありますか
	16	(自分が決定しない場合)家庭の小事の売買について誰に決定権がありますか
	17	家庭の大きな売買について誰に決定権がありますか
	18	(自分が決定しない場合)家庭の大きな売買について誰に決定権がありますか
	19	子供のことで誰に決定権がありますか
	20	ほしい子供の数は誰が決めていますか
	21	家族計画をしていますか？誰が計画していますか
	22	どんな方法で家族計画をしていますか
	23	家庭の中で誰に決定権がありますか
意識変化	24	男女の仕事が交換できると思えますか
	25	もっと子供がほしいと思えますか
	26	グループに参加して満足ですか
	27	グループに参加してから何か変わりましたか
	28	どのように変わりましたか
	29	あなたにとって前向きな変化ですか
協調性	30	一週間に何回外出していますか
	31	コミュニティの外へ外出しますか
	32	どこへ行きますか
	33	外出する際、誰かの許可が必要ですか
	34	グループの団結を感じますか
	35	どんな方法でグループに協力していますか
	36	グループの活動で外出しなければならないとき、家族は助けてくれますか
	37	どんな方法で家族が助けてくれますか
自尊心	38	グループに参加することは自信になっていますか
	39	グループの会合に参加していますか
	40	プロジェクトの訓練に参加していますか
	41	ワークショップに参加していますか
	42	コミュニティの活動(パトナート、CODECO)に参加していますか
	43	過去にグループ活動に参加したことがありますか

	44	なぜプロジェクトに参加しましたか
	45	プロジェクトに参加している動機は何ですか
積極性	46	会合の中で発言しますか
	47	家族の中で発言しますか
	48	誰が発言力を持っていますか
創造性	49	グループに参加してから、グループ内で新しいことをしましたか
	50	グループでどんなことをしましたか
	51	グループに参加してから、家庭内で新しいことをしましたか
	52	家庭内でどんなことをしましたか

付属資料3 グループのエンパワメント評価のためのチェックリスト

1 組織	(1) 委員会
	①委員会が存在する
	②メンバーが委員会の機能を理解している
	③委員会が機能している
	(2) 規則
	①規則が存在している
	②規則が守られている
	(3) 内部関係
	①責任分担
	ア 役割分担がなされている
	イ メンバーが各自の役割を果たしている
	②コミュニケーション
	ア 迅速かつ確実なコミュニケーションが取られている
	イ 月々の集会が開かれている
	ウ 活動記録がある
	エ 活動・会計の情報が共有されている
	③リーダーシップ
	リーダーはグループの意見を取りまとめている
	グループの方向性を示し、メンバーに対して的確な指示をしている。
2 生産	(1) 材料
	①生産に必要な材料を所有している
	②生産に必要な材料を購入（獲得）できる
	③材料の管理ができる
	(2) 機材
	①生産に必要な機材を所有している
	②生産に必要な機材を購入（獲得）できる
	③機材の管理ができる
	④減価償却の概念を理解している
	(3) 作業場
	①作業場を所有している
	②作業場が機能している
	③作業場を管理できている
	④作業場を清掃している
	(4) 生産の質
	①品質管理ができる
	②品質判断ができる
	③管理責任者がいる
	④製品のデザインの更新ができる
	(5) 生産量
	①生産目標が達成されている
	②生産過程の向上がはかられている
3 販売・交渉	(1) 市場
	①グループが対象としている市場の範囲が適切である
	②グループのビジョンと市場の規模が一致している
	③市場のポテンシャルがある
	(2) 競合する企業

	①競合企業が存在している
	②競合企業的能力
	③他社製品と比べて優位である
	(3) 販売促進
	①販売努力がなされている(カタログ・ラベルの作成、市場への参加、店への訪問)
	②販売から製品へのフィードバックができています
	③製品のコード化
	(4) 販売量
	①目標の何%に到達したか
	(5) 在庫管理
	①管理簿が存在する
	②管理責任者がいる
	③在庫管理が実施されている
	④製品普及のための手段が取られている
4 管理	(1) 帳簿
	①帳簿が存在している
	②帳簿が正確に記載されている
	③帳簿が使用されている
	(2) コストの計算
	①生産、販売コストを計算することができる
	②販売価格を決定できる
	③コスト削減のための代替手段を取る
	(3) 業績記録
	①業績記録が存在する
	②業績記録が正確に記載されている
	(4) 資産の貯蓄
	①銀行口座が存在する
	②減価償却と貯蓄量
	(5) 配分
	①配分が規定されている
	②配分が計算されている
	③配分が実施されている

付属資料 4 : アフガニスタン国「女性の経済的エンパワーメント支援プロジェクト」の概要

<2006 年 6 月に合意された PDM(1) ドラフトのプロジェクト概要>

上位目標	女性課題省において、女性の経済的エンパワーメントを支援するメカニズムが構築される
プロジェクト目標	コミュニティー開発事業 (CEPW) の実施、及び女性課題省の能力強化をとおして、女性の経済的エンパワーメント支援のために女性課題省が、自ら果たすべき役割を明確にすることが出来る

資料：プロジェクトメンバー2006 年 9 月

<メカニズムの定義>

「メカニズム」とは：州女性局が女性経済活動 (CEPW 等) のモニタリングをとおして抽出した女性が抱える問題を州女性局から女性課題省へ報告し、本省内で検討後、関係機関内外に提言する一連の流れのこと。

資料：プロジェクトメンバー2006 年 9 月

<女性のエンパワーメントの概念>

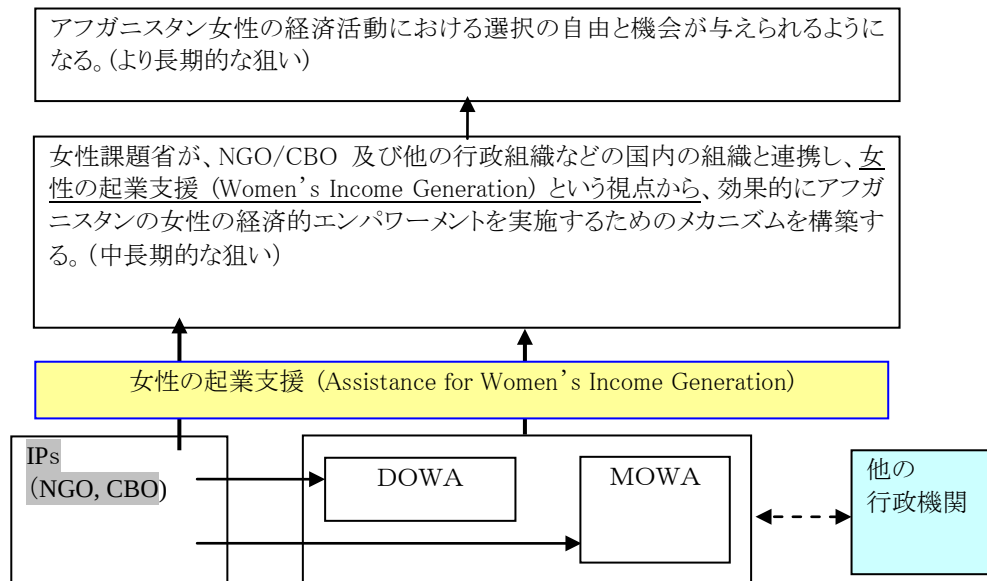
単に経済活動、収入、収入向上といったものではなく、個人や社会文化といった概念も含めた広い概念。すなわち、エンパワーメントの対象となるのは、経済的側面、社会文化的側面、個人の意識的側面という 3 つの側面を含むものである。

資料：プロジェクトメンバー2006 年 6 月

プロジェクトデザインは、2 種の主要裨益者 (ターゲット)、ターゲットに基づく成果のコンポーネントをもち、従って、中期的な上位目標でも、女性課題省と関係機関における「女性のエンパワーメント支援のメカニズム構築」と、コミュニティー女性の経済活動への「選択の自由と機会が増える」という 2 つのゴールが設定され、アプローチにおいても、女性課題省職員の能力育成と同時並行し、コミュニティー開発モデル事業 (CEPW) を進める内容となっている。

プロジェクトのアプローチにおいて、ミクロレベル (コミュニティー支援) とメゾレベル (政策・施策支援) の双方に働きかける枠組み設定され、両レベルの相乗効果により女性の経済的支援のメカニズムをより効果的に構築する狙いをもつ。即ち、コミュニティー開発事業 (CEPW) は女性の「起業支援」に働きかけることで、エンパワーメントメカニズム構築に寄与するコンポーネントとして認識される。実施体制におけるコンセプトにも変更が施されている。本調査期間中に日本側・アフガニスタン側で確認されたプロジェクトのコンセプトチャート (実施体制と関係者) を、次頁に示す。

長期的目標とプロジェクトのアプローチ



付属資料5：ナイジェリア共和国「女性の性格向上のための女性センター活性化支援プロジェクト」の概要

