

我が国の音楽教育者及び音楽教室に求められる社会的責務

The social role that is demanded from a music school teacher  
and music school in modern Japanese society

2015年3月

竹村 有輝

## 我が国の音楽教育者及び音楽教室に求められる社会的責務

The social role that is demanded from a music school teacher  
and music school in modern Japanese society

竹村 有輝  
TAKEMURA Yuki

### 【抄録】

現代の人口減少に伴う音楽業界全体の市場縮小により、音楽教室を衰退させない工夫をすべく、総務省の社会生活基本調査結果を分析、その上、独自のアンケートを実施し、現状認識に努めた。そして、ドイツでの音楽教育者免許を例に挙げ、理想の音楽教育者とはどうあるべきなのか、また、現在の日本社会が、音楽教師や音楽教室に何を求めているかを具体的に検証した。そのうえで、著しく変化する今日の社会情勢の中で、音楽業界の活性化を果たすには、今後どのようにすべきかについて、音楽教室運営の視点から考察を試みた。

### キーワード

音楽業界市場の縮小、社会生活基本調査、階級別趣味行動率、音楽教室運営、音楽教育者の社会的役割

### 【Abstract】

At first I analyzed a basic survey of social living practices result of Ministry of Internal Affairs and Communications and carried out an original questionnaire to prevent a music classroom from declining by the reduction of the market of the whole music industry with the decrease in population and gathered the present conditions. And an example of a music educator license in Germany, and music educator of the ideal, whether we should certain, further, in the Japanese society of current, specifically what you are required to music school and music teacher I was verified. Thereupon, in order in society circumstances of modern the changing significantly, with the aim of activation of the music industry, it was discussed how the music classroom is whether we should go is operated in the future.

## 【序論】

人口減少を起因として、音楽市場が明らかに縮小しつつあることは否めない。しかし、音楽を学び、卒業して社会に出ていく多くの若者達に対し、音楽業界を活性化させ、夢のある社会を作り出し、彼らの生き甲斐に寄与することこそ、音楽教育に携わる者の責務であると言えよう。このことは音楽業界のみならず、情操教育の視点からも肝要であると言えよう。

そのためには、音楽への携わりを持つ人口を増やし、音楽教室市場全体、更には音楽市場そのものが旧套を脱し、活性化を目指し、諸策を講じなければならない。生活の中に音楽が息づく文化的な社会を具現化・普及させる方法を模索する必要が急務であると考えられる。

そこで本稿では、音楽業界へのニーズを具体的に研究し、音楽教育者にどのような社会的役割が求められているのか、また、どのような責務を担わなければならないかといった点を明確にし、表題のテーマの考察を試みた。

### 1. 現状把握の重要性

インターネットの普及により、誰もが音源を簡単に入手可能となった社会にあって、「音楽」が一層身近な存在となった。さらに、音楽無料配信サービス等も増加し、音源のみならず、楽譜さえ安価で入手可能となった。こうしたインフラの発展は、大衆を音楽市場へ近づける点において、大きな役割を担っている。コスト・パフォーマンスの向上により、音楽への間口も広くなり、音楽への接点も多くなり、多様化した。しかし一方で、こうした現象が数々の問題も発生させていることも見逃せない。「ライフメディアのリサーチバンク」によると、音楽の音源を店やインターネットを介してCDを購入する人は31.6%、有料で音楽をダウンロードする人は9.3%しかないというデータも公開されている。様々なところで、BGMが流れる今日、音楽を毎日聴く人は52.6%という高い割合を示しているにも関わらず、音楽市場の拡大には繋がっていないという、皮肉な現実が浮き彫りにされた。このことは、音楽業界の経済効果縮小が、人口減少による影響のみでないという事を示唆している。即ち、現状のままでは、音楽業界への経済的効果は縮小する一方だと言えよう。こうした現況を踏まえると、音楽業界に携わる側が、これらの諸点に注視し、アプローチ方法を徹底的に精査し、研究・模索すべきではないかと考える。

従って、一般人がいかに音楽と接点を持ち、どのように音楽が生活に根付いているのかについて調査を試みたい。

#### 1-1 日本の人口の減少度

下の表（図1）で明らかなように、日本では、年間およそ21万人の人口が減少している。

即ち、仮に年間一人当たり、音楽関連への消費額10,000円を例にするなら、年間21億円の市場の縮小となることになる。ここに、総務省が公開しているデータ「平成26年3月確定値」をもとに具体的な数値を示す。

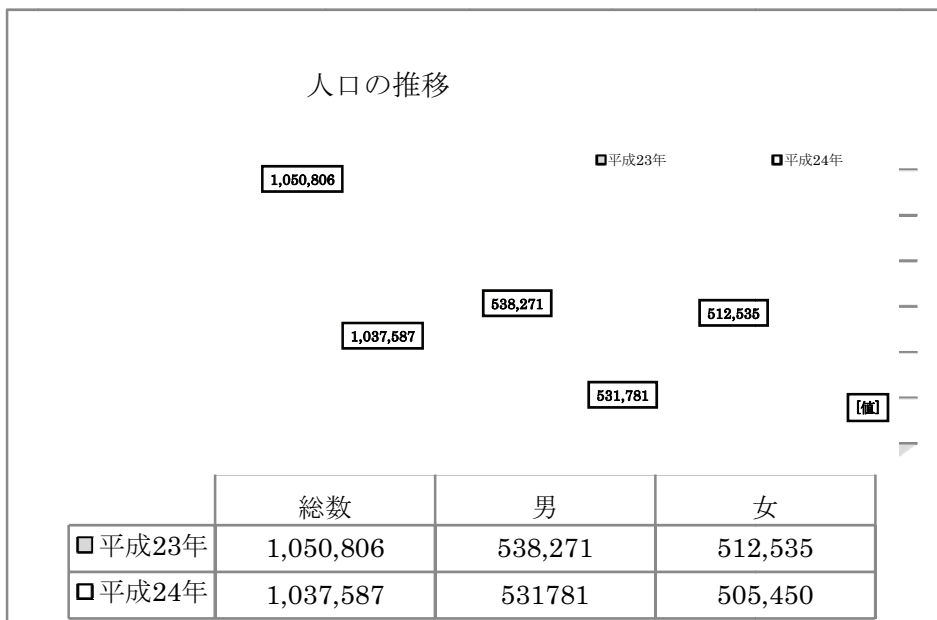
図 1

【平成26年8月1日現在（概算値）】			
<総人口>	1億2713人で、前年同月に比べ減少	▲21万人	(▲0.16%)
【平成26年3月1日現在（確定値）】			
<総人口>	1億2713万6千人で、前年同月に比べ減少	▲20万人	(▲0.16%)
・0～14歳人口は	1633万7千人で、前年同月に比べ減少	▲16万2千人	(▲0.98%)
・15～64歳人口は	7842万7千7百人で、前年同月に比べ減少	▲113万1千人	(▲1.42%)
・65歳以上人口は	3237万9千9百人で、前年同月に比べ増加	109万3千人	(▲3.49%)
<日本人人口>	1億2556万4千7百人で、前年同月に比べ減少	▲24万9千人	(▲0.20%)

出典：「人口推計」(総務省統計局)

この調査報告から、人口減少に伴う市場縮小額は大きく、業界維持さえも困難であることは明白である。特に、音楽教室の観点から考察すると、長く教室に滞在する割合の多い、若い世代の人口が減少という、過酷な現実が浮上してくる。

図 2



厚生労働省「平成23、24年人口動態調査」

次に、厚生労働省による人口動態調査の最新データ（23年及び24年の出生数）を分析すると、平成23年1,050,806名（内訳：男538,271人//女512,535人）に対し、平成24年1,037,587人（内訳531,781人//女505,450人となり、1年に13,575人の減少となっている。この数値は、一見、僅かな減少とも捉えられるが、長年減少傾向が継続していることや、国による少子高齢化対策がなされている現在に於いてもなお、減少し続けているという点を考えると、極めて厳しい現実と言える。又、この減少人数を鑑みて、市場の縮小額を想定すると、前述の全人口に対し、出生率の観点からのみ推量しても、同様に、一人当たり音楽関連に消費する額を年間10,000円として概算して、毎年、約1億円を越える縮小が起きる現状が露呈するのである。

この結果から、音楽業界市場で、最も大きな役割を担う若い世代の人口が減り続ける日本社会の現実は、まさに危機的状況にあると言える。

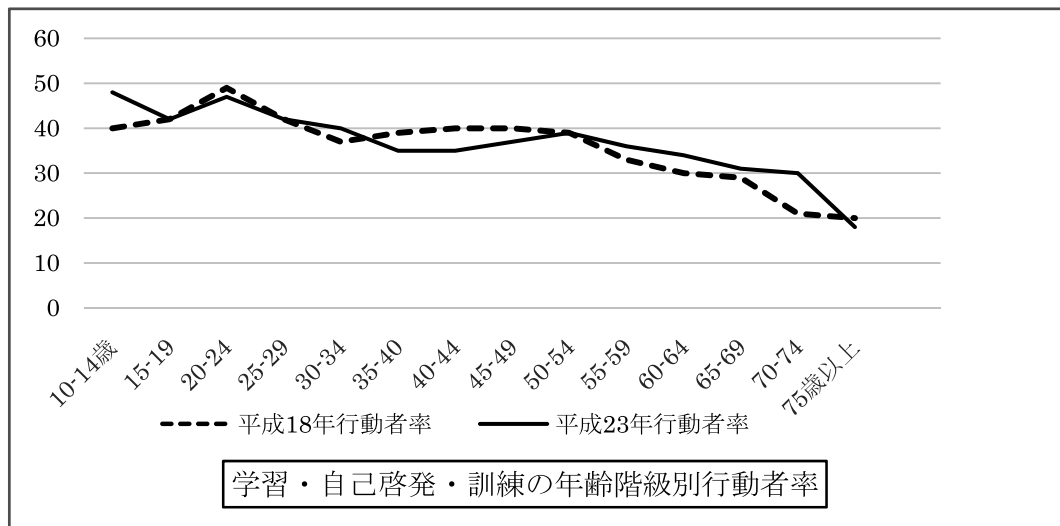
一方、65歳以上の人口数は増加傾向にある。従って、時間的に余裕のあるこの層への「音楽」提示は、音楽業界にとって新たな開拓市場として再考の余地があると考え、これこそ生涯教育の面からも期待できる市場と言えるのである。

### 1-2-1 音楽への関心を持つ人口

生活の中での、音楽への関聯偏差を明確化するために、5年に一度、行われる総務省統計局による「社会生活基本調査（現・最新版平成23年）」を参照した。その調査を精査すると、音楽に関しては、単に趣味や娯楽としてのみでなく、自己啓発、ボランティア活動等に、関わりを持つ人の割合が多いことが明らかである。

ここで、それぞれ具体的な行動率割合の数値を解析する。まず、学習・自己啓発・訓練（仕事・学業は除く）を行ったのは、4017万人で、行動率は、全人口の35.2%。男女別の行動者数は、男性1904万7千人、女性2112万3千人。行動率では5年前の平成18年と比較すると変動はない。しかし、年齢階級別で分析すると、10代、50代以上では、5年前の調査時より上昇していることが明白である。特に、10歳～14歳は、8.8%、70歳～74歳は8.0%、75歳以上は、6.3%と、高い上昇率が見られる。一方で、20代から40代の活動率は減少している。

図3



出典：総務省統計局「平成23年社会生活基本調査」より

## 1-2-2 子供への投資金と楽器習得年齢

図3を精査すると、少子化の影響からか、一人の子供に対する投資額の増加傾向が見られる。また、最近の調査で、音楽レッスンを長期間受けることで、IQが向上することが明らかになった。この結果をもとに、研究をおこなったシェレンバーク教授は、「音楽の音楽能力のみならず、他の認知機能の向上にもつながる」と主張したと報告している（出典：古屋晋一「ピアニストの脳を科学する」）ことから、子供の教育のために積極的に音楽を習わせる家庭が、都市部で増加している。その影響により、株式会社バンダイの市場調査によれば、「子供の習い事トップ10」で、ピアノが2位になっている。又、未就学児から小学4年生までは、「スポーツ・芸術・技能系」の習い事をさせ、子供の情操教育や体力向上に注力している事実も浮上した。

そこで総務省の「行動頻度ベスト10」の中にある参考資料中、10代の「趣味・娯楽」の種類別行動者率を見ると、更にその現状が明らかとなった。中でも年齢層の低い小学生女子が楽器の演奏に関わる率が50%を超えている驚くべき事実である。その後、年齢が上がると、受験や部活などの時間的制約により減少の道を辿り、一方、男子は中学、高校と楽器習得率が上昇している、これは吹奏楽やバンドへの興味によるものと思慮される。

図4

参考：「趣味・娯楽」の種類別行動者率、平均行動日数、延べ行動者数

	小学生（10歳以上）				中学生				高校生			
	行動者率（%）		延べ行動者数（百万人・日）		行動者率（%）		延べ行動者数（百万人・日）		行動者率（%）		延べ行動者数（百万人・日）	
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女
総数	97.4	96.9	-	-	96.8	97.1	-	-	95.7	97.1	-	-
演芸・演劇・舞踊鑑賞 （テレビ等は除く）	12.9	21.7	0.8	1.6	8.6	17.7	0.7	2	11.4	22.3	1.3	3.3
映画鑑賞 （テレビ・ビデオ等を除く）	47.6	45.8	3	2.6	36.5	42.6	3.7	3.9	32	45.2	4.1	5.5
音楽会等による クラシック音楽鑑賞	9	17.4	0.8	1.7	8	19.8	1.5	5.3	7	16.3	2.3	3.3
音楽会等によるポピュラー 音楽・歌謡曲鑑賞	4.8	9.4	1.6	2.8	6.5	15.9	5.7	14	11.4	24.8	9.8	15.3
レコード・テープ・CD等 による音楽鑑賞	57.4	70.5	74.3	109.6	76.5	86.4	258.4	314.1	84.4	88.9	438.9	430.2
ビデオ・LDによる映画鑑賞 （テレビからの録画は除く）	40.2	42.1	20.4	20.6	40	45.1	33	35.4	45.9	53.9	47.4	44.1
楽器の演奏	26.4	52.2	31.9	106.9	21	44.9	34.6	132.2	23.7	35.2	63.3	87.8
邦楽（楽器の 演奏のみの場合は除く）	0.5	1.3	0.6	1.5	1.9	3	7	7.3	5.2	7	20.5	20.8
民謡	0.2	1.1	0.1	0.3	0.3	0.8	0.1	0.3	0.2	0.7	0.2	0.7
コーラス・声楽	5.8	11.4	5.8	14.3	5.2	12.6	5.5	21.5	2.8	7.6	4	13.7
邦舞・おどり	2.1	6.5	0.7	4.9	1.1	4.2	0.6	3.8	0.7	3	1	3.6
洋舞・社交ダンス	0.3	1.9	0.1	3.3	0.2	1.7	0.1	2.9	0.4	2.3	0.8	3.8
カラオケ	29.6	35.5	2.5	4.3	29.4	48.7	5	10.7	55.4	74.5	20.9	34.1

注）行動者率：対象人口に占める行動者数の割合  
 平均行動日数：行動者1人当たりの年間平均行動日数。  
 延べ行動者数：行動者×平均行動日数  
 出典：総務省「行動頻度ベスト10」

### 1-2-3 50代以上の年齢の方が求める楽器による生涯学習

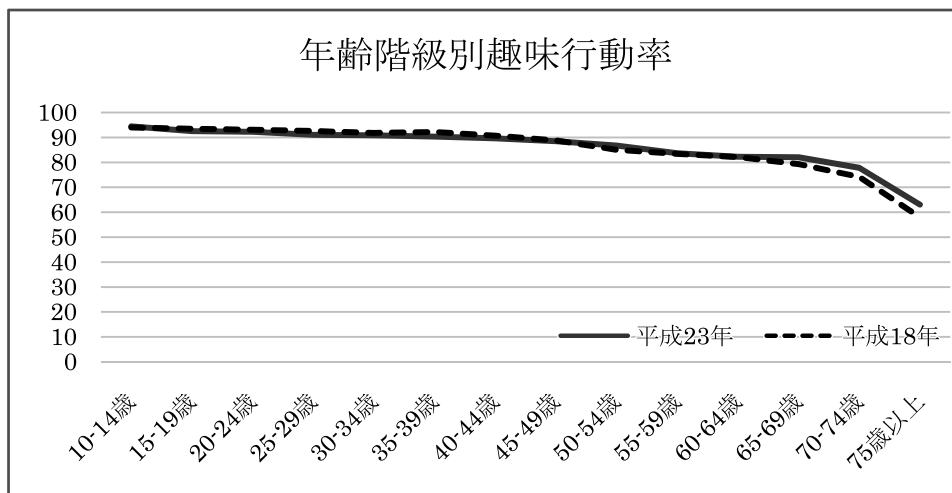
50歳以上の年齢層の上昇値においては、生涯教育の考え方が浸透してきたことや、脳活性化や呼吸といった健康維持の目的や、習い事を通して、所謂新たな趣味を持つことから生きがいを獲得する、といった社会的流行がもたらした結果によるものと推測される。これらの点から、一人あたりの子供への投資額の増加だけでなく、高い年齢層を対象とした生涯学習分野へ、これからの業界・マーケットに、伸張の余地があるという事が判明した。

### 1-3 音楽との接点

学習・自己啓発を行う4017万人のうち、芸術・文化を占める割合は10%で、およそ400万人である。一人あたりの毎月の単価を仮に5,000円として概算するならば、月200億円規模の市場が芸術・文化の市場には存在していることを示している。

次に趣味・娯楽の観点から検証を行うと、1年間に「趣味・娯楽」を行った人は、9677万人。行動率は、5年前より0.1ポイント下がったが、84.8%である。年齢階級別でみると、10歳～14歳が最も高く、94.5%。しかし、そこから、年齢の上昇とともに、おおむね低下している。しかし、10代と、60歳以上では、5年前の調査より上昇している（図4参照）。そして、注視しなければならないのは、70歳以上の年齢層では、男性が趣味に取り組んでいる割合が多いことである。

図5

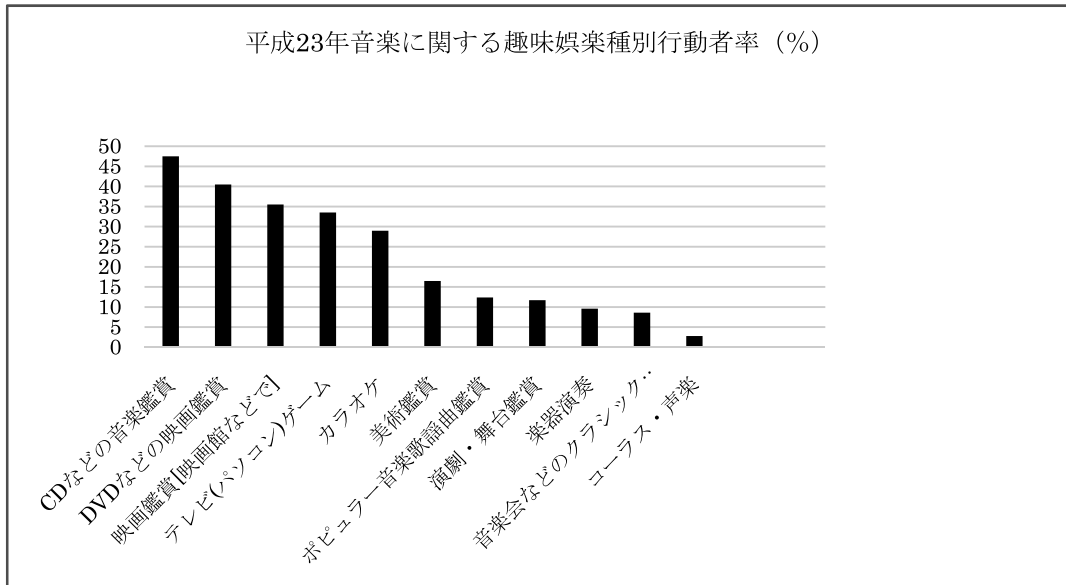


出典：総務省統計局「平成23年社会生活基本調査」より引用

### 1-3-1 「趣味・娯楽」としての音楽との接点

次に、音楽に関する趣味・娯楽の内訳内容の行動者率を比較する。

図6



出典：総務省統計局「平成23年社会生活基本調査」より引用

趣味・娯楽の種類別行動者率を確認すると、「CDなどによる音楽鑑賞」が47.5%で、およそ4600万人。「音楽会などによるポピュラー音楽・歌謡曲の鑑賞」は12.4%で、およそ12万人、そして、音楽会などによるクラシック鑑賞は8.6%で、803万人であった。(表1参照)そして「楽器演奏」の項目もあり、9.6%、すなわち930万人も存在しているのである。この調査結果を統括的に捉えると、「趣味」という形で、音楽に向き合っている人口は、予想外に多いのだ。そして、映画やテレビなどのバックミュージックや、カラオケなどにおいては、どの世代においても、音楽への接点がある人が多いとも言える。

特に、興味深いデータは、楽器演奏を趣味で行う割合が多い人の都道府県ランキングである。最も多いのは、東京都(11.9%)、次に滋賀県(11.2%)、そして神奈川県(11.0%)。そして、順に、愛知県、長野県、埼玉県、山梨県、奈良県、千葉県、兵庫県、広島県と続く。(引用：(総務省「平成23年社会生活基本調査」より)

一見、首都圏が多く見えるが、精査してみると、頻繁に音楽祭が開催し続けられている滋賀県(びわこ jazz フェスティバル in 東近江<東近江市>、Otsu Jazz Festival<大津市>)、山梨県(八ヶ岳音楽祭<北杜市>、富士山河口湖音楽祭<南都留郡富士河口湖町>、山名湖国際音楽祭<南都郡山中湖村>他)や、長野県(軽井沢国際音楽祭、サイトウ・キネン・フェスティバル松本、NAGANO 音楽祭<上田市>他)といった、イベント活動を継続している県が、上位に挙がっていることに気付く。これらの県が「クラシック音楽会などの音楽鑑賞」や「コーラス・声楽」の行動率も、上位になっている点も加味すると、持続的に行われているイベントによる効果が見えてくる。



### 1-3-2 ボランティア活動としての接点

ボランティアで音楽との接点を見出す人口割合も高い。平成23年の1年間で、ボランティア活動への参加数は、2,995万人1千人であった。その中の3.5%のおよそ105万人が、「スポーツ・文化・芸術・学術」の種別に属する。そして、特筆すべきは、活動時間総量が他の分野より最も高く、平均日数は41.1日、1日あたりの平均時間178分もあることである。時間数においては、他の種別に比べ、かなりの大差をつけている。(図7参照)

図7

項目		行動者割合 [%]	行動者数 [千人]	平均行動日数 [日]	1日当たり平均時間 [分]	活動時間総量 [万時間] 注1
スポーツ・文化・芸術・学術に関係した活動	総数	3.5	3,991	41.1	178	48,662
	男	4.4	2,427	48.9	183	36,197
	女	2.7	1,564	29.0	169	12,775
障害者を対象とした活動	総数	1.4	1,565	29.4	165	12,652
	男	1.0	533	32.4	166	4,778
	女	1.8	1,032	28.0	165	7,946
災害に関係した活動	総数	3.8	4,317	7.6	140	7,655
	男	3.3	1,840	8.6	184	4,853
	女	4.2	2,477	6.8	107	3,004
子供を対象とした活動	総数	8.2	9,297	21.3	139	45,876
	男	5.5	3,070	22.2	150	17,039
	女	10.6	6,227	20.8	133	28,711
高齢者を対象とした活動	総数	3.7	4,215	33.7	135	31,960
	男	2.5	1,364	33.9	128	9,864
	女	4.9	2,851	33.6	138	22,033
国際協力に関係した活動	総数	1.0	1,089	27.6	126	6,312
	男	0.8	439	31.8	131	3,048
	女	1.1	649	24.9	123	3,313
まちづくりのための活動	総数	10.9	12,488	13.1	99	26,993
	男	11.5	6,398	13.9	109	16,156
	女	10.4	6,090	12.3	88	10,986
自然や環境を守るための活動	総数	4.7	5,407	27.7	87	21,717
	男	4.7	2,608	22.1	103	9,894
	女	4.8	2,798	33.0	72	11,080
安全な生活のための活動	総数	4.8	5,471	18.0	87	14,279
	男	5.4	2,973	21.5	101	10,760
	女	4.3	2,498	13.8	70	4,022
健康や医療サービスに関係した活動	総数	2.9	3,355	12.5	70	4,893
	男	2.8	1,581	9.3	58	1,421
	女	3.0	1,774	15.3	80	3,619

注1) 活動時間総量＝行動者数×平均行動日数×1日当たりの平均時間  
総務省統計局「平成23年社会生活基本調査」参考

又、ボランティア活動では、団体などに所属した上で、参加している人の割合が多く占める。特に、地域社会とつながりの強い自治会や商工会議所の組織運営に所属した上での参加率が最も高い。ただし、災害時においては、団体への加入率は低く、これは、自主的に外部から多くのボランティアが来るからと考えられる。

### 1-3-3 接点

人の音楽との接点を持つ機会が、趣味・嗜好だけでなく、ボランティア、教育的要素など、様々なものに及ぶことが、今までの資料から明確になった。自己啓発においては、最も多忙な40代50代の世代を除き、幅広い年齢層が取り組んでいることが解る。更に少子化に伴い、一人の子供に対してかける金額が多くできることも興味深い事実だ。反対に、子供を持たない世帯や独身者も多くなり、その世帯では、趣味として参加する割合も高い。又、他にも近年頻出している震災や自然災害によって、ボランティア音楽活動が以前より盛んになったこともあり、心的負傷を負った際に、音楽の持つ力の大きなことが証明されている。即ち、これらの諸事は、附言するなら音楽業界に於いても、こうした現象が大きな活動ファクターになることを示唆しているとも言えよう。

### 1-4 日本の社会における音楽市場を金額的側面から理解すべき基本情報

次に、市場が求める質と金額の相互関係を理解する為、金銭的な情報源を統括的に整理する。

図8

#### \*家計における教養娯楽関係費

項目	総額	教養娯楽用耐久財		教養娯楽サービス		
		総額	楽器割合	総額	音楽月謝	文化施設入場料
H. 22	400,153	57,881	2,433	211,159	12,887	2,157
	100%	14.5%	0.6%	52.8%	3.2%	0.5%
H. 23	364,711	37,468	1,418	200,625	11,869	1,898
	100%	10.2%	0.4%	55%	3.3%	0.5%
H. 24	358,947	23,210	1,463	210,090	12,260	2,116
	100%	6.4%	0.4%	58.5%	3.4%	0.6%

\*割合は小数点第2位を四捨五入

総務省統計局「平成23年社会生活基本調査」より引用

低価格の楽器の普及化もあり、楽器に出費する金額は、かなり減少傾向にある。一方、教養娯楽の中で、音楽にかかる割合は、微量ではあるが少しずつ増加している反面、世帯ごとの総額が減少し続けていることも一目瞭然である。しかしこれは、世帯全体の金額として表示されているので、家族の構成人数が減少している事実を加味すると、一概に一人あたりの金額が減ったとは言いきれない。又、家計に占める金額割合が、年々上がっている事を考慮すると、不景気の影響として楽観視できない社会状況の中であって、興味の薄

れによるものではないことが判る。

## 2. 音楽教育者とはどういうものであるべきだろうか

後進の指導をする音楽教育者の存在は、後の音楽業界の下支えとなるファンを増やす意味でも、音楽業界において、絶対的に欠かせない存在そのものである。ところが、日本では「音楽教育者」という規定は存在しない。すなわち、誰でも音楽教育者と名乗ることができる。確かに民間団体において、指導者検定やピアノ教師資格認定といったものが存在する。しかし、これはあくまでも、それぞれの団体が独自に決めて、発行しているに過ぎず、日本社会で、広く認められたものではない。では、比較要素として、いくつかの音楽指導者検定の内容を提示する。

### 2-1 ドイツ国家音楽教育者資格

音楽教育者という国家資格を大学で認定しているドイツやオーストリアの音楽教育者としての基本的考え方を参考にしてみたい。そうすることで、音楽教育者としての姿勢、一般社会から認知され、社会貢献としての役割を担っているという自負を形成する目指すべき道筋への参考になるのではないかと考える。

ドイツの音楽教育者資格は、基本的に、音楽大学で取得できる。日本の教職課程と同等の資格である。中・高校の先生になるための資格「Schulmusik (シュールムジーク) とは異なり、あくまでも公共の音楽教室や音楽大学で教員となるために必須な資格である。しかも、その資格には、教育学と専門楽器の知識について芸術的レベルまで要求される。また、この資格を取得する為に必要な知識や経験は、楽器の専門性だけにとどまらず、教育心理学をはじめ、音楽的教養、そして、教育実習として、2年間のレッスン実習を受けなければならない。参考資料として、私が資格を取得したドイツ・ドレスデン音楽大学での授業プログラムを下に提示した。

図9

科目	時間数 / 週	期間
実技	1.5時間	4年
聴音・初見視唱	1時間	2年
室内楽	1.5時間	4年
即興	1.5時間	4年
初見試奏	1時間	2年
音楽史	1.5時間	3年
和声学	1.5時間	2年
音楽ゼミ「科目は選択式」	1.5時間	1年
楽器学	1.5時間	1年
音響学	1.5時間	1年
音楽形式学	1.5時間	1年
古楽器演奏	1.5時間	1年

楽曲分析	1.5時間	1年
現代音楽公演演習	1.5時間	1年
卒業論文		1年
*楽器指導法（専科楽器）	1.5時間	2年
*指導実習（初心者）	0.75時間	2年
*指導実習（中級者）	0.75時間	2年
*教育心理学	1.5時間	2年

以上から解るように、音楽指導者としての自覚を養い、経験を積みながら、楽器や声楽などの音楽指導者に成長していく過程が実感できる。そして、生徒を指導する姿を指導されるという、指導実習を受けつつ、さらに2年間の実習も受け、最終試験において、実際に生徒を指導している姿を複数の先生によって評価・点数化される。こうした経験を経ることで、自信を持って社会での仕事をスタートさせていくのである。資格試験及び認可が公の大学で行われることもあり、この資格の信用度は非常に高く、この資格を取得していると、公の音楽教室への就職やアルバイトも、学生でも得やすく、反対に取得していない場合は、公の教室では、働けず、民間の教室でも賃金が安くなるシステムとなっている。

## 2-2 日本の音楽指導者認定

日本でも、特にピアノの指導者に関係する団体、例えば、PTNA（全日本ピアノ指導者協会）や日本ピアノ教育連盟のように、民間の団体や音楽教室を運営する企業が、楽器指導者資格認定を出している。カリキュラムは各団体独自のものであるが、意識向上においては非常に有意義である。しかし、残念ながら各団体が独自で行っているものでしかなく、民間での認知度も低く、その価値を求めないという現実さえある。その根拠となるものがアンケート調査（3.1参照）でも顕著になったが、ここでは、日本で行われている様々な指導者検定を取り上げる。

### 2-2-1 ヤマハ「指導グレード」「演奏グレード」

この「指導グレード」には受験資格といったものは一切なく、指定された日程で実技試験と筆記試験を受け、合格すると資格を取得できるシステムとなっている。実技試験は2種類の課題があり、ソルフェージュ（メロディーの視唱・弾き歌い）と鍵盤実技（伴奏付・移調奏）が行われる。筆記試験では、エレクトーンによる和音伴奏つきのメロディー聴音、コード進行の分析、楽典、四声体レベルの和声学の試験が行われる。「演奏グレード」では、課題曲と自由曲の試験が行われる。

ヤマハの音楽振興会では、ヤマハの本科の実技の認定を測る「演奏グレード」とこの「指導グレード」の両方の5級以上を3年以内に取得することがヤマハシステム講師の条件として求められている。

アレンジなど音楽を実践的に、様々な形で活用できる応用力を求められる試験内容である。

## 2-2-2 カワイライセンスグレード・ティーチャーズグレード

カワイの音楽教育グレードテストの試験内容は、少々興味深いものがある。実技試験の中に、「音楽活動」の基礎、表現という2つの分野があり、基礎部分では、一般的にソルフェージュと言われるリズム打ちや、弾き語りといったものであるが、表現の分野では、グレードによって、童話の読み聞かせや、モノミュージカルといった童謡を盛り込んで、子供相手のストーリー仕立てのパフォーマンスを要求されている。又、「リトミック」では、楽曲の視覚化という内容も要求され、音楽の要素を身体表現に変えるといった内容となっている。

筆記試験では、レベルごとに楽典の基礎問題から、リトミックの音に関する論述、音楽教育に関する小論文、指導実践レポート、音楽教育研究論文と内容が難しくなっていく。まさに小さい子供に対するプロフェッショナルな教育者を目指す内容である。

## 2-2-3 全日本ピアノ指導者協会（ピティナ）指導者検定

この検定は、4つの異なる分野から成り立つ。4つの異なる時代の作品の演奏実技、音楽知識を問う筆記試験、模擬レッスンと「Teaching イベント」とされる指導実技、そして協会側が指定する、ベテラン指導者のセミナーなどに参加し、その活用法をまとめるレポートである。

ここで、特記すべき点は、指導実技試験の中の、Teaching イベントである。ベテランの教師の2時間のレッスン見学と、30分程度のディスカッションが含まれていることだ。

## 2-2-4 日本ピアノ教育連盟

教育連盟では、演奏試験、指導法や演奏法に関するレポート試験、模擬レッスンによる指導実践課題、面接の4つのカテゴリーの課題が科せられる。これは、至ってシンプルに見えるが、ピアノ演奏を教えるための内容を的確に試験の形に変えたものと言える。その内容は、音楽に対する専門的な内容を要求しているもので、中身の難易度は高い。

## 2-3 日本の試験とドイツの試験の相違点

日本の試験を概観すると、各団体が目指す音楽教育者の姿が異なることが顕著である。勿論、年齢層や、音楽に対する関わり方によっても、求められる音楽講師像というものが変わるのも事実である。そして、各団体の立ち位置によって、音楽教育への携わり方も異なるため、これらの検定の変化へ影響することは否めない。一方で、音楽教育者に対し、こうあるべきであるという像を、消費者側が持ち合わせていないことも事実なのである。即ち、ここに、教育の中に音楽の存在が取りこまれていない面がある現実が垣間見えるのである。

### 3. 日本社会で現実的に求められている音楽教育者像とは

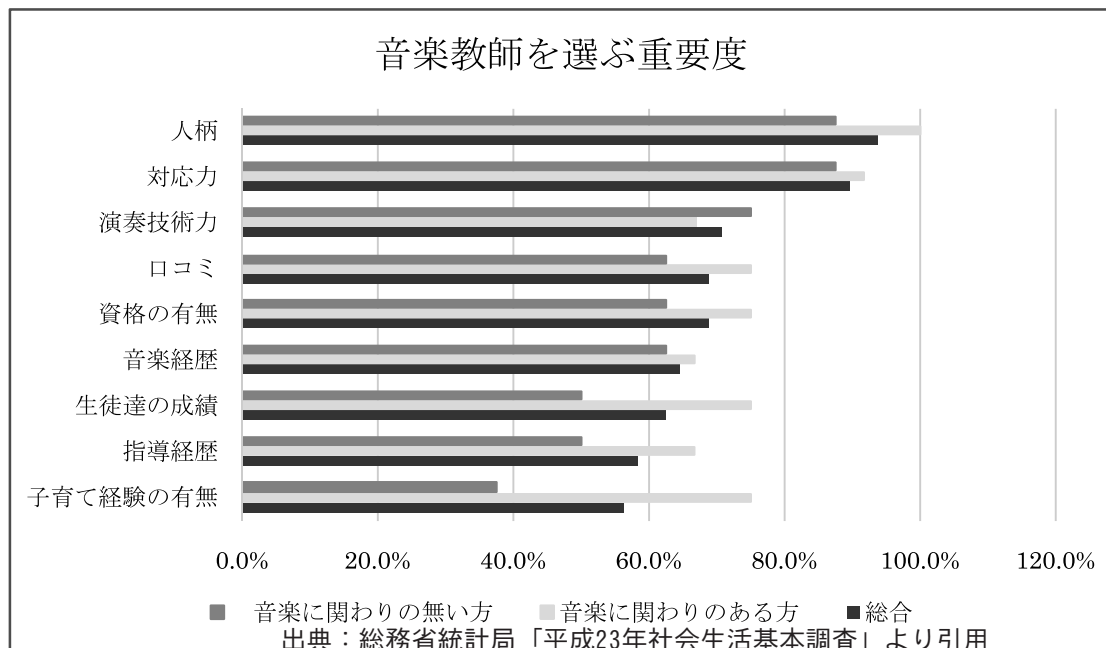
具体的に日本の社会に生きる人々がどのように音楽教育者を認識しているのかを的確に把握するために、アンケート調査を私が運営している教室、および、その周辺の方々の協力を得て、独自に実施した。(アンケート内容は参考資料1を参照)

#### 3-1 日本の社会で音楽教育者が求められているもの(アンケート調査より)

実際に世の中の人々が、どのような講師像を求めているのかについて、教室に通われている方だけでなく、その周りにいらっしゃる、普段音楽には関わらない方々にも、お願いし、率直なご意見を求めた。

まずは、音楽教師を選ぶ基準について重要度を比較してみる。

図10



このアンケートの分析結果から得られた点は以下の通りである。

- ・人間としての人柄が重要視されている。  
→特に長期滞在者の9割以上が、重要と回答。  
子供が小さい保護者も、重要度が高い。子供を託すという観点からも、やはり、人間性への信頼性が影響することが浮き彫りとなった。
- ・教室に通う生徒の父兄も、資格や経歴に対する重要度が意外に低い。  
→内容や回答者を分類して改めて分析してみると、資格や経歴に対して、自ら楽器を学んだ経験があるなど、携わった経験のある方の回答では、重要度が少し上がっていた。
- ・子供を教室に通わせている親御様の「子育て経験」の回答は、すべてある程度重要、

もしくは重要とされていた。これは、小さいお子様をお持ちの方だけに限らず、高校生以上の保護者も同じであることに、少々驚きを感じた。一方で、お子様の持たない大人の回答の中には、不要という回答も数枚存在した。

→教育現場という観点では、子育て経験の重要度を改めて認識せざるをえない。

### 3-2 教室の社会的役割についての問い

日本の社会が、音楽教育者に対し、子育て要素の一つという要素を中心とした人間像をイメージしている割合が多いのに対し、音楽教室に対しては、どのような社会的役割を求めているかを検証してみた。

#### 3-2-1 問い「自ら音楽業界に関わりを持つために、提供されるべき状況」

- ・生活のメリハリを与えるための楽しみとして関わりたい。
- ・公民館などの行きやすい所で、近所の人と楽しくおしゃべりをしながらできるなら参加したい。
- ・共に音楽を楽しめる仲間づくりができる環境であれば良い。
- ・合唱やアンサンブルが、難しくなくできる場所であってほしい。
- ・金銭的に余裕のある値段設定。
- ・出席・欠席に対しても、困ることがない。休んでも、進度に困らない。

他

#### 3-2-2 問い「音楽講師の社会的役割とは？」

- ・子供の教育者、真剣に取り組む姿勢や忍耐力を付けてくれる人。
- ・生涯学習に取り組める協力者。
- ・子供たちに音楽の楽しさを教えてられる存在。
- ・プロを育てる、もしくはプロを諦めさせる第1段階の人。

#### 3-2-3 問い「音楽教室とは、どういう所であるべきか？」

- ・教育現場
- ・安らぎの場所
- ・仲間やライバルを見つける場所
- ・自分自身と向き合う所
- ・音楽のプロを目指す人を見出す場所
- ・音楽を専門に学ぶ鍛錬の場
- ・地域の音楽を楽しむ人の拠り所であり、音楽の基礎を学ぶ場所
- ・本気で極めたい人にとっての、鍛錬の場、楽しみたい人にとっては憩いの場

### 3-2-4 その他、コメント

「その他、コメント欄」にも、このような興味深い意見があった。

- ・誰もが、何かしらの芸術に触れる機会があるというのは、とても良いことである。気軽に習ったり、触れたりできる場所やチャンスが、身近で数多く行われれば、習ってみようかと改めて考えることが増えるかもしれない。
- ・メールやレッスン記録ノートなど、先生とのコミュニケーションの量で、信頼度が変わるように思う。
- ・説明のつかない子供に対する不安もあるので、子育ての経験のある先生は、経験に基づく助言で、安心する。

### 3-2-4 表出された音楽教室理想像

音楽教室という存在は、理想の教育者が在籍する場という意識を持たれている事実が顕著に表れた。

## 4. 音楽教室入会へのアピールの道筋

音楽教室を運営するには、「まずは宣伝が重要」と考えがちである。しかしそれ以前に、人がどのような過程を経て、入室を決めるか、どのような目的のニーズが多いのか、といった基本的な要素を分析しなければならないことは自明の理である。そして、その現状を踏まえた上で、「どのようにアピールすると効果的か」など、宣伝方法を明確化すべきである。こうした本筋を踏まえることこそ、音楽教室入会率を上げることに繋がり、音楽人口を増やすことに通じるものと考えている。

### 4-1 具体的に人が音楽教室に入会する目的やきっかけ

人が、教室に入会する目的は様々である。私の教室へ入会してきた生徒の入会申込書を10年さかのぼって分析してみると、生徒の目的は、大きく4つに分類できることが解った。そして、その目的によって今後の取り組みに活かしたい。

- 1) 楽器演奏が目的→欲求度が高い。
- 2) 教育が目的→保護者の欲求度は高いが、本人が低い場合が多い。
- 3) 周りの影響（知り合いが習っている、誘われた）→欲求度は低い。
- 4) 別の目的：脳鍛錬、生涯教育→基本的には欲求度は高いが、進度は遅い。

目的の相違により、営業的サポート方法や、指導目的、長期滞在させるための工夫、そして、目的に応じた宣伝方法も変移するのは、当然である。



#### 4-2 3種類の宣伝目的

宣伝には、長期、中期、短期という期間の相違なる3種類の目的・方法があると考えられる。

短期：即、利益に繋げるための生徒募集を目的とした宣伝のことを指す。経営上、利潤を得なければ、運営が危うくなる為、肝要である。

中期：現存する生徒の周りへのアピールである。実績を積み上げ、生徒の周りの人たちへ、評価が伝わることで信用を得、教室の評判を宣伝に繋げる方法である。およそ5年～10年を要する。1人の生徒の周りには家族、親類と、見守っている人が多数存在し、生徒を通して、注視して頂ける確率が高いのだ。その状況を勘案すると、影響力は高いことが解る。例えば、家族を巻き込んで、レッスンを行うこと（親子で連弾）など、家族の中で話題になるような環境づくりをすると、周りへのアピール度を早く上げることができる等が好例である。又、兄弟（姉妹）共に通わせたいと思わせる努力も効果的であろう。

長期：これは忘れがちなことである。例えば、「代々同じ学校出身である」という言葉に代表されるように、半永久的に継続して営業させるためには目指すべき手法の一つである。代々、楽器を習ってきた環境で育った人は、楽器をもともと所有していることもあり、子供にも習わせる確率が至極高い。だからこそ、生徒自身が、自分の子供が生まれたら、またこの教室に通わせて教えて貰いたいと意識して欲しいものである。

#### 4-3 宣伝のタイミング

さて、宣伝にはタイミングが重要である。まずは、入会するまでの人の心理プロセスを考えてみると、教室への接点へたどり着くまで、いくつかの過程を経ることを意識せねばならない。（以下の順序は、個人差によって、多少前後する場合もある）

- 1) 音楽教室に対する興味を抱く。
- 2) 教室の存在を意識する。
- 3) 意欲・欲求を感じる。
- 4) 考える。
- 5) 行動を起こす（問い合わせ、調査する）。
- 6) 体験レッスンなど、教室への接点を持つ。

このことに着目すると、まず「如何なるときに、人は音楽教室に興味を抱くのか？」と、疑問を持つ。例えば、間もなく入園や入学を控えている、町の文化的イベントで、音楽会を聴いたなどという興味を喚起した起因が挙げられる。入会には、金銭的な問題も付随する為、必要な資金であるという心理的後押し理由が要するのだ。即ち、タイミングの重要性も要因になることが明白である。一方、人が宣伝の看板の多くを見逃しているように、「溢れすぎ」は、確かに無駄にも感ずるが、一概に効果が無いとは言えない。例えば、音

楽教室と言え、**「近くに、〇〇教室がある」**というように、人の頭の中に無意識の中に、浸透させるのも一つの方法なのだ。だからこそ、看板やある一定の頻度でチラシなどの宣伝を行うことは、一方的な要素だけでなく、人の頭の中に、教室名を残すことで、目に見えない効果を生んでいるのである。一言だけでも、印象付けられるような要素を取り込んだものが作成できるならば、頭の片隅に残る印象度が上がるだろう。無意識にも関わらず、印象度によって、人の脳に残っているという場面は、日々の生活の中においても、頻繁に出会う。そのほんの一例を挙げるなら、「宣伝のワンフレーズを、気が付いたら自然と口ずさんでいた」話や、「コマーシャルの内容と、宣伝する商品がかけ離れていると、友人とその話題で盛り上がった」などが良い例である。

一般的なマーケティングという視点で考えるならば、効率の良い宣伝には大きな3つの要素があると言われている。

① 「メーリングリストを集める」

メーリングリストは、もともとその分野（音楽）に興味のある人達のリストを得るといった事を占めず。これは、メーリングリストだけでなく、興味を持ち、タイミング的にも手頃な将来の顧客が集まりやすい場所での DH（ダイレクト・ハンド）も見逃さない。

② 「後押しをするようなきっかけを提供する、もしくはそのチャンスを逃さない」

「チャンスを逃さない」とは、宣伝を行うタイミングを計ることで、宣伝効果を一層上げるものである。そろそろ何か習い事をさせようかしらといった考えを巡らせている際にチラシを手に入れば、人の行動を後押しとなるのだ。

③ 「口コミを発生させる」これらは、全て効率の良い営業方法と言えるだろう。

サービス内容が良ければ、口コミが発生するといった考えは、私は、間違いであると思う。教室経営経験の中で、「友達に紹介を依頼しておきましたが、まだですか？」という問い合わせを受けた経験がある。これは、親の心理的防衛により、良い先生は、公開したくないという行動の表れである。では、口コミは、いつ発生するのか？ それは、人が良くも悪しくも、衝撃を受けた時だと言える。予想外の反応に驚いたりすると、誰かに話したくなるものである。従って、人として感銘を受けて口コミが発生するなら、理想的である。又、既存の生徒による地道な口コミづくりも重要な要素である

このように、宣伝ひとつとっても、人の行動や心理を分析して行っていくとより効果的な方法が見えてくるのである。

#### 4-4 宣伝内容

宣伝対象についての分析終了後は、教室そのものの分析である。強みは何であるか、例えば、「立地条件、講師力、その教室でなければ得られないものは何であるか？」等である。反対に、弱みは何であるか。他に比べて、出来ないことは何かである。これらを精査することで、弱みを強みに変えることが出来るからであるし、又、あえて先方にその旨を告げることで、信用を勝ち得ることも可能だからだ。

こうすることで、目指すべき教室運営理念が明確になり、進むべき道筋や目標がくつき

りと浮き出てくるのである。

次に、その強みを活かした簡単なキャッチフレーズ、別名を考えることだ。宣伝文句は、長いと「読む」という行動となるため、思考回路を必要とする。しかし、人は、必要のない情報を取り込まないし、当然読まずに破棄されてしまうものである。従って、宣伝はインパクトとリズムで、感覚的に情報を発信することが早道だと考える。

人の脳は無意識の中で、情報を入れるか、入れないかを峻別している。その余計な情報を阻害する脳の働きの点から考えるなら、自然に興味のない情報が入れないために、音楽に興味のない人は、音楽教室情報は、記憶に残らないのは当然だが、宣伝を行う以上は、その時に音楽教室に興味を持ちあわせていない人でも、ふとしたきっかけで、その教室の存在を頭に浮かべてもらうことは、あながち無駄とは言えないのである。どんなきっかけで、役に立つかも知れないからである。

## 結論

日本人も音楽への接点を持つ場所が、趣味・嗜好だけでなく、ボランティア、教育的要素と、様々であることがわかった。例えば、自己啓発においては、最も忙しい40、50歳の世代を除き、幅広い年齢層が取り組んでいる。更に、一人の子供に対し投資する教育費用が増加している傾向が見られる中で、音楽教室に通わせる割合をもっと積極的に増やしたいと考える。

最近では、脳科学の観点から、子供の脳の発達に7歳以前に楽器を習わせた子供は、頭も運動神経も良くなると判明したそうだ。「古屋晋一のピアニストを科学する超絶技巧のメカニズム」によれば、幼児のうちに楽器を始めた人は、脳梁白質（右脳、左脳の部分）が大きくなり、大きく情報の伝達能力が優れていると結論付けたそうである。音楽教室にとって、子供は在籍期間の長い重要な顧客でもある。その事を考えると、こうした研究成果も活用しつつ、なお且つ今回実施したアンケートから浮上した諸点を活かし、子供を大切に育てている親の拠り所となるような運営を心がけることで、健全な教室づくりが可能となるだろう。

反対に、子供を持たない世帯や独身の割合も多い。こういう人を対象としては、仲間で音楽を楽しめる空間づくりも可能だろう。また、仲間意識を重視するという教室作りでは、シニア層にも適用し得る話といえる。

今日、音楽教室運営スタイルには、多岐に渡って運営することが求められている。どちらかという、今までの教室運営は、対顧客対策面では、受け身であることが一般的であったが、世の中のニーズに合わせた小さな発展を忘れてはならない。現状では、大きな変革は難しく、世の中のすべてのニーズに応えることは、経営上、支障を来たしかねない。しかし、各教室で、可能な範囲での対応の小さな変化が、音楽業界全体の顧客満足度を上げていくことに繋がるのは明白だ。すなわち、世の中に、様々なニーズに合った多くの教室が増えていくことに繋がっていくのである。ただ積極的な宣伝方法だけを考え、音楽業界の中での、顧客争奪競争を行うのではなく、皆が協力して、市場の拡大を目指す時代にきて

いると言えるだろう。

又、共に共感の出来る体験型やボランティア型のイベントの開催等によって、より人との接点を増やすことが1.3のデータからもわかる。入会要素の要因として、講師の人柄の重要度が高いことを考えると、イベントなどを開催し、講師の人柄に触れる場を提供することが、入会への後押しにつながることも考えられる。

震災や自然災害により、ボランティア活動が以前より盛んになったこともあり、心的負傷を負った人に、音楽の力は大きいことが理解されている。即ち、音楽業界では、こうしたことも踏まえ、更に積極的に音楽の力を効果的に活用し、アピールし、世の中との接点をできるだけ増やす努力をすべきであろう。

人口減により、絶対人数が減っているのは事実である。しかし、新たに分析してみた結果、まだ改善の余地が見られたのである。少なくとも、音楽に興味を持つ人口が、調査・分析に比し、多く存在することが実感できた。これからも「音楽」が、教育要素や元気な仲間づくりとして一役も二役も買い、子供の顔が、活き活きとした、夢と希望に満ちた顔となること、そして、更には「音楽」が心の支えとなるような人間作りを目指し、音楽業界全体で、模索しなければならないと確信した。このことは、業界に留まらず、音楽に携わる教育者たちも、常に現状のマーケティング分析を続け、今日の社会で如何なるニーズの変化が起きているのかを、継続的に調査し、その結果を発信し続け、企画力を携えた音楽の普及活動を、自信を持って行い続けなければならないとの結論に達したのである。

## 【引用文献・資料】

- 総務省統計局「平成23年社会生活基本調査」、2011年（1～12、17～20、28～36頁）  
総務省統計局「人口統計 ー平成26年8月報ー」2014年、1頁  
厚生労働省「平成23、24年人口動態調査」2012年、1頁  
古屋晋一著「ピアニストの脳を科学する超絶技巧のメカニズム」2012年、16～18、86、頁  
バンダイ子供アンケートレポート Vol.215「子どもの習い事に関する意識調査」バンダイ株式会社2014年、1～3頁

## 【参考資料】

### アンケート

回答者について

- 1) 性別 [ 男性・女性 ]                      年齢 [ 歳代 ]
- 2) ご本人もしくは、ご家族が音楽教室もしくは音楽業界に関わりをお持ちですか？  
[ はい ・ いいえ ]
- 3) 2) で「はい」とお答えになった方にご質問します。それはどなたですか？  
《 ご本人 ・ 配偶者/パートナー ・ 子供 ・ ご両親 ・ ご兄弟/ご姉妹 》

\* 音楽教育者に対して求めるスキルなどの重要度を教えて下さい。

記入例	重要	ある程度	ふつう	少し	不要
人柄	+	⊕	+	+	+

\*当てはまるところに○を付けて下さい。

人柄

重要	ある程度	ふつう	少し	不要
+	+	+	+	+

演奏技術力

重要	ある程度	ふつう	少し	不要
+	+	+	+	+

音楽経歴

重要	ある程度	ふつう	少し	不要
+	+	+	+	+

指導経歴

重要	ある程度	ふつう	少し	不要
+	+	+	+	+

対応力

重要	ある程度	ふつう	少し	不要
+	+	+	+	+

資格の有無

重要	ある程度	ふつう	少し	不要
+	+	+	+	+

子育て経験の有無

重要	ある程度	ふつう	少し	不要
+	+	+	+	+

生徒達の成績

重要	ある程度	ふつう	少し	不要
+	+	+	+	+

口コミ・評判

重要	ある程度	ふつう	少し	不要
+	+	+	+	+

・生涯学習が叫ばれるようになった現在、平成23年度の総務省統計局の調査によると、学習・自己啓発・訓練に取り組んだ行動者数が718万1千人いるそうです。その中で、芸術・文化での行動者割合が10.2%、すなわち71万人を超えています。皆様は、どのような状況でしたら、高齢になってからも、自ら音楽業界に関わりを持ちたいとお考えですか？

( )

・音楽教師の社会的役割はどのようなものだとお考えですか？

( )

・音楽教室とは、どういう所であるべきかとお考えですか？

( )

・何かご意見がありましたら、お願い致します。

( )

ありがとうございました。