民間学習機関の生涯教育活動に関する調査

岡本包治（立教大学）
坂口順治（立教大学）
辻　功（筑波大学）
山本恒夫（筑波大学）
水谷　修（筑波大学）
渡辺一久（青山学院大学大学院）

1　調査の目的と概要

教育産業という言葉が人口に膾炙されてから久しい。教育産業は最初家庭を購買対象とした教育機器の生産からはじまったが，その後，日本的に観念が変容し，受験生を対象とした学習塾の経営を指すようになった。しかし，生涯教育活動が活発化し，成人を対象とした民間学習機関が全国に組織・設立されるようになると，教育産業は今度はこの成人を対象とする民間学習機関の活動を指す言葉となった。

このように，民間学習機関の社会教育への進出はまことに目覚ましく，今日の社会教育はこの民間学習機関の活躍を無視しては語ることができない程である。しかし，民間学習機関の活動は，さまざまな事情によって，まだその活動内容の全貌が明らかにされていない。

もちろん，これまでこの民間学習機関を対象とした調査研究がないわけではない。既に若干の調査研究の成果が発表されている。例えば文部省の「民間における社会教育・文化事業の概要」(1978年)，多田治夫・古野有隣氏の「民間社会教育事業の実態に関する調査」(1976年)，岩崎三郎氏他の「都市における成人講座受講者の学習行動に関する一考察」(1976年)，大阪大学の元木健氏らの「民間教育文化事業」(1981年）等がそれである。

本研究はそれらのうち，文部省調査に近い性格をもつもので，全国的規模で民間学習機関の生涯教育活動の実態を把握しようとした。とくに，生涯教育とのかかわり方や，そもそもそのような事業を遂行している企業自体の基盤に焦点をあてて調査した。前者では，単に学級・講座活動ばかりでなく，生涯教育システムにとって重要な，例えば学習情報提供事業などの，他の学習，文化活動への広がり，地域とのかかわりなどを調査し，後者では設立年月，資本金，経営規模，組織等について調査し

た。本調査によって，民間学習機関が生涯教育に関し，どのような理念と構想をもち，どのようなシステムに基づいてどのような事業を展開しているか，その概要を把握しようとした。また，文部省調査との比較を通して，5年間にどのような変化が生じているかを探ろうとした。

対象は県庁所在地にあるマス・コミ企業系列の学習機関である。ただ，そのような系列機関をもたないところは本社自体を調査した。サンプル数は228，回収71，有効回答62であった。調査は1983年9月～10月に郵送法調査で実施した。

この研究は文部省科学研究費の助成をうけて実施した「日本の生涯教育実践の類型化に関する実証的研究」（代表　辻　功）の一環として実施されたもので，岡本包治（立教大），坂口順治（同），山本恒夫（筑波大），辻　功（同）が担当した。

なお，本報告は1と4を辻が，2を渡辺一久（青山学院大学大学院）が，3を水谷修（筑波大学）が分担執筆した。

2　民間学習機関の設立趣旨と事業内容

(一)　教育・文化事業

今回の調査で，民間学習機関が教育・文化事業として何を行っているかを尋ねた事業項目は，次の5つである。講演会，展示会，体育祭，学級・講座・教室及びその他であり，表1はその結果である。これを見ると，回答を寄せた民間学習機関では「学級・講座・教室」が79.0パーセントともっともよく行われている。次に，「展示会」の45.2パーセント，「講演会」の35.5パーセントである。「体育祭」は1.6パーセントで，今回，回答を寄せた民間学習機関ではほとんど行われていない。

表1　教育文化事業

講演会	35.5（22）
展示会	45.2（28）
体育祭	1.6（1）
学級・講座・教室	79.0（49）
その他	19.4（12）

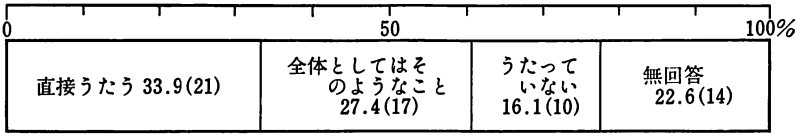
（複数回答。あてはまるものすべてに○印をつける。）

(二)　設立趣旨

民間学習機関が「生涯教育」をどのようにとらえているかを見る目安として，各機関の設立趣旨の中に「生涯学習の機会の提供」ということをうたっているかどうか尋ねた。その結果が図1である。

回答を寄せた民間学習機関の中で，生涯学習の機会を「直接うたっている」ものは33.9パーセントである。直接にうたうほど明確ではないが「全体としてはそのような

図1　設立趣旨に生涯学習をうたう



ことをうたっている」ものを含めれば，生涯学習の機会の提供をうたう民間学習機関が今回の調査では，約60パーセントとなる。

(三)　事業の基本方針

民間学習機関が，生涯教育にかかわることがらを事業の基本方針にうたっているかどうかを尋ねてみた。その結果が表2である。

表2　事業の基本方針

生涯各期にわたる学習機会の提供	46.8 (29)
公的社会教育との連携	12.9 (8)
大学・短大・専修学校との連携	4.8 (3)
他企業の教育・訓練の援助	4.8 (3)
地域の中での学習機会の提供	45.2 (28)
多様な学習機会の提供	32.3 (20)

（複数回答。あてはまるものすべてに○印をつける。）

回答を寄せた民間学習機関の事業の基本方針の上位3位までをみると次のようになる。1位は「生涯各期のすべての人々に対して学習の機会を提供する」(46.8パーセント)，2位は「身近なところで学習できるように，地域の中での学習の機会を提供する」(45.2パーセント）であり，3位は「学習要求の多様化や高度化に対応できるように多様な学習の機会を提供する」(32.3パーセント）である。

つまり，いつでも（年齢・時間)，どこでも（場所),だれにでも（選択の幅)，学習の機会を提供することが，今回，回答を寄せた民間学習機関では，事業の基本方針となっている場合が多いのである。それらに比べると「公的社会教育との連携をはかる」は12.9パーセントと低い。「大学・短大・専修学校との連携をはかる」,「他企業の教育・訓練の援助をする」に至っては4.8パーセントとかなり低くなっている。このことは，回答を寄せた民間学習機関の事業の独自性を示しているのかもしれないが，既存の公的社会教育や学校教育，他企業との連携には，やや欠ける面があるように思われる。

(四)　学習情報提供事業

ここでいう学習情報提供事業とは，各民間学習機関の学習事業のＰＲだけを扱ったものを除く，個人の学習に役立つような情報提供事業である。表3がその回答結果で

表3 学習情報提供事業

行っている	現在準備中	行っていない	無回答	計
37.1 (23)	0 (0)	48.4 (30)	14.5 (9)	100.0 (62)

その内容

テレホン・サービス	0 (0)
テレビ・ラジオのスポット放送	26.1 (6)
新聞・雑誌への掲載	34.8 (8)
情報紙（誌）の発行	56.5 (13)
パンフレットの発行	26.1 (6)
リーフレットの発行	26.1 (6)
街頭ポスターの掲示	0 (0)
その他	13.0 (3)

（複数回答。あてはまるものすべてに○印をつける。）

あり，現在，学習情報提供事業を「行っている」と回答した民間学習機関は37.1パーセントである。逆に，「学習情報提供事業を行っていない」と回答した民間学習機関が48.4パーセントあり，両者の差は約1割である。

行っている学習情報提供事業の内容で，50パーセントをこえる回答があったのは「情報紙（誌）の発行」(56.5パーセント）だけである。ちなみに都道府県教育委員会が行う学習情報提供事業では，「学習情報紙（誌）の発行」は7割をこえる回答があった。(1)

2番目に回答が多かったのは「新聞・雑誌への掲載」(34.8パーセント）である。続いて「テレビ・ラジオのスポット放送」,「パンフレットの発行」,「リーフレットの発行」の26.1パーセントである。「テレホン・サービス」,「街頭ポスターの掲示」は，今回，回答を寄せた民間学習機関では行われていなかった。この点についても，都道府県教育委員会が行う学習情報提供事業の方が積極的である。(2)

(五) 学習相談事業

個人の学習を援助するような学習相談事業を現在行っているのは，回答を寄せた民間学習機関の中で22.6パーセントである(図2)。現在準備中のものを含めても27.4パーセントで，学習相談事業を行っていない機関の比率66.1パーセントとは大きなひらきがある。

学習相談事業の対象については，回答を寄せた民間学習機関の中では「受講者のみ」が42.9パーセント，「受講者を含む一般の住民」が57.1パーセントとなっており

図2　学習相談事業

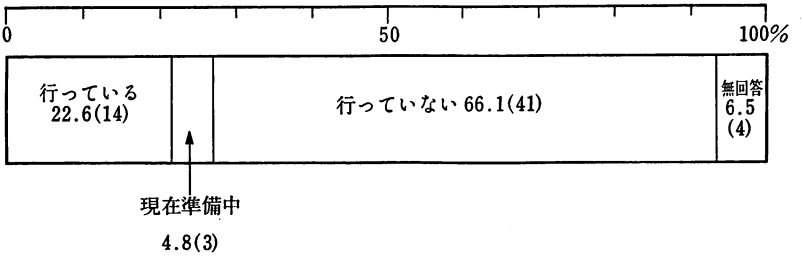
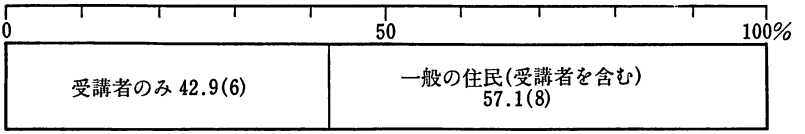


図3　学習相談事業の対象



（図3），学習相談事業は，受講者を対象の中心にしながらも一般住民を含めて幅広く展開されつつあると思われる。

表4　学習相談事業の内容

面接相談	64.3（9）
電話相談	64.3（9）
郵便相談	21.4（3）
訪問相談	7.1（1）
テレビ・ラジオ相談	7.1（1）
学習アドバイザーの設置	28.6（4）
その他	0（0）

（複数回答。あてはまるものすべてに○印をつける。）

さて，行われている学習相談事業の内容については表4に示してある。今回，回答を寄せた民間学習機関の中で，50パーセントをこえる回答があったのは7項目のうち2項目である。その2項目とは，「面接による相談」と「電話による相談」でともに64.3パーセントであった。

「郵便による相談」「学習のための相談員・アドバイザーの設置」は20パーセント台の回答である。「訪問相談」「テレビ・ラジオ相談」はほとんど行われておらず，この点は都道府県教育委員会が行う学習相談事業と異なるように思われる。(3)

3　学級・講座・教室事業の展開

ここでは，今回回答を寄せた62の機関で行われている教育文化事業のなかで，もっとも多くの機関が実施している学級・講座・教室事業をとりあげて，その事業の展開

を明らかにしたいと思う。

近年，民間学習機関の学級・講座・教室事業の活動には著しいものがあるといわれる。先に述べたように，今回回答を寄せた機関においても，その約８割にあたる49機関が学級・講座・教室事業を行っており，その約45パーセントは，既に昭和49年以前から学級・講座・教室事業を始めている（表５）。また，昭和57年以降に始めたところも１割弱ある。

表５　学級・講座・教室事業の開始時期

昭和49年以前	44.8（22）
昭和50年～54年	24.5（12）
昭和55年～56年	18.4（９）
昭和57年以降	8.2（４）
無　回　答	4.1（２）
計	100.0（49）

表６　昭和58年３月までの学級・講座・教室の総受講者数

999人以下	8.5（４）
1,000人～ 9,999人	12.8（６）
10,000人～49,999人	12.8（６）
50,000人～99,999人	8.5（４）
100,000人以上	8.5（４）
不　明	48.9（23）
計	100.0（47）

（昭和58年３月以降に学級・講座・教育事業を始めたところが２機関あるために合計の実数は47となっている。）

表７　学級・講座・教室の開始時期別にみた昭和58年３月までの受講者総数

	9,999人以下	10,000～49,999人	50,000～99,999人	100,000人以上	不　明	計
昭和49年以前	4.5（１）	9.1（２）	13.6（３）	18.2（４）	54.6（12）	100.0（22）
昭和50～54年	16.7（２）	33.3（４）	0（０）	0（０）	50.0（６）	100.0（12）
昭和55年以降	54.5（６）	0（０）	9.1（１）	0（０）	36.4（４）	100.0（11）

これらの機関が，これまで（昭和58年３月まで）にあつめた学級・講座・教室の受講者総数をみると，全体の約半数は不明となっているが（表６），これを昭和49年以前に学級・講座・教室事業を始めた機関に限ってみると，既に，その数が５万人を超えているところが３分の１近くもある（表７）。

それでは，これら49機関が学級・講座・教室事業を始めた当初の状況はどのようなものであっただろうか。表８は，事業開始初年度の学級・講座・教室の総数を示している。その数が９以下のところが約３割でもっとも多く，次いで，10—49が24.5パーセントとなっている。従って，学級・講座・教室の総数を50以下で始めたところが半数以上を占めていることになる。一方，開始初年度の規模を学級・講座・教室の総定

員数という側面でみると，総定員数100～499人が全体の3割弱でもっとも多くなっているが，事業開始当初から，総定員数が3,000人以上という，大きな規模で始めたところも1割を超える（表9）。

表8　設立初年度の学級・講座・教室の総数

9以下	30.7（15）
10～49	24.5（12）
50～99	16.3（8）
100以上	16.3（8）
不　明	12.2（6）
計	100.0（49）

表9　設立初年度の学級・講座・教室の総定員数

99人以下	6.1（3）
100～499人	28.7（14）
500～999人	12.2（6）
1,000～2,999人	20.4（10）
3,000人以上	12.2（6）
不　明	20.4（10）
計	100.0（49）

次に，これらの機関が行っている学級・講座・教室事業の現状についてみてみることにしよう。まず，学級・講座・教室の学習内容についていえば，それは極めて多彩であり，また，ひとつの機関が数領域にわたる学級・講座・教室を行っている場合も多いといえそうである。表10は，学級・講座・教室の学習内容を8領域にわけた場合に，各機関がそれぞれいくつの学習領域を提供しているかを示している。この表をみると，行っている学習領域がひとつという機関も2割近くあるが，全体の約3分の1の機関は，6領域以上の多様な学級・講座・教室を開いている。これらは，いわば総合的な学級・講座・教室事業を行っている機関といえるであろう。

それでは，これらの機関で開設されている学級・講座・教室の学習内容はどのような領域のものであろうか。それを示しているのが表11である。もっとも多く開かれているのは，芸術・芸能・趣味であり，この領域の学級・講座・教室を開いている機関は8割を超えている。次いで，家庭・日常生活関係の学級・講座・教室も多く，7割近くを占めている。受講者の大半が女性といわれる民間学習機関の学級・講座・教室では，やはり，女性の学習者が多いといわれる芸術・芸能・趣味や家庭・日常生活関係の学習機会が，とくに多く提供されているようである。さらに，これら以外の領域では，健康・体力や知識・教養関係の学級・講座・教室も半数以上の機関が行っている。また，8領域に分けられた各学級・講座・教室には同一領域に含まれるものであっても，その名称をみると様々なものがある。このように，民間の学習機関では，芸術・芸能・趣味や家庭・日常生活に関するものを中心に，多彩な内容の学級・講座・教室事業が展開されているといえるであろう。

表10 学級・講座・教室の学習領域の種類

行っている領域が1つ	19.1（9）
行っている領域が2つ	2.1（1）
行っている領域が3つ	10.6（5）
行っている領域が4つ	17.0（8）
行っている領域が5つ	10.6（5）
行っている領域が6つ	19.1（9）
行っている領域が7つ以上	12.8（6）
無回答	8.5（4）
計	100.0（47）

（昭和57年度に行われた学級・講座・教室についてきいているため合計の実数は47となっている。）

表11 学級・講座・教室の学習領域

芸術・芸能・趣味	85.1（40）
健康・体力	59.6（28）
知識・教養	55.3（26）
市民生活	19.1（9）
家庭・日常生活	68.1（32）
職業	40.4（19）
国際性	44.7（21）
その他	10.6（5）

（複数回答。あてはまるものすべてに○印をつける。）

ところで，このような学級・講座・教室事業を成功させるには，まず企画の段階で，人々のニーズを適確にとらえ，人々のニーズに合った内容の事業を企画する必要がある。しかし，今回回答を寄せた機関のなかで，企画にあたって，マーケットリサーチを行っているのは約2割にすぎず，半数の機関が学級・講座・教室の受講者に対してアンケート調査を行い，それを企画の際に参考にするにとどまっている（表12)。もっとも多くの機関が行っているのは，時代の新しい動きに注目して学級・講座・教室を企画するという場合で，これは7割を超えている。また，過去の経験にもとづいて行う場合も6割を超えており，経験や勘にもとづいて学級・講座・教室事業を企画する機関も少なくないといえそうである。

企画された学級・講座・教室に多くの受講者を集めるためには，民間の学習機関の場合，とりわけＰＲが大きな役割を果たすであろう。今回回答を寄せた49の機関も様々な媒体を通してＰＲを行っている。パンフレット（57.1パーセント）やリーフレット（42.9パーセント）の発行，ダイレクトメールの発送（36.7パーセント）はもちろんのこと，新聞・雑誌広告（79.6パーセント），新聞の折り込み広告（38.8パーセント）やテレビ・ラジオのスポット放送（49.0パーセント）といったマスコミを利用したＰＲも目立っている（表13)。これは，今回の調査対象が新聞・雑誌・放送関係の教育文化機関であることも影響しているものと思われる。

このように民間の学習機関では，多様な媒体を利用したＰＲが行われている。しかもＰＲは，ひとつの機関が様々の媒体を組み合わせて行うという場合が多く，ひとつ

の機関が1種類の方法だけで行っているところは6.1パーセントと極めて少ない（表14）。

表12　企画立案の際に行うこと

学識経験者の意見をきく	34.7 (17)
マーケット・リサーチを行う	20.4 (10)
アンケート調査を行う	46.9 (23)
時代の動きに注目する	73.5 (36)
過去の経験にもとづく	61.2 (30)
その他	4.1 (2)

（複数回答。あてはまるものすべてに○印をつける。）

表13　PRの種類

テレホン・サービス	2.0 (1)
テレビ・ラジオのスポット放送	49.0 (24)
新聞・雑誌広告	79.6 (39)
新聞の折り込み広告	38.8 (19)
情報紙（誌）の発行	32.7 (16)
パンフレットの発行	57.1 (28)
リーフレットの発行	42.9 (21)
街頭ポスターの掲示	12.2 (6)
ダイレクト・メールの発送	36.7 (18)
電話勧誘	16.3 (8)
電車・バス等の車内広告	14.3 (7)
その他	6.1 (3)

（複数回答。あてはまるものすべてに○印をつける。）

さて，学級・講座・教室事業にとって，企画やPRとともに，事業実施後の事業評価も欠くことのできない段階である。すなわち，実施された学級・講座・教室事業の成果を様々な資料に基づいて分析し，その成果を次の企画へフィードバックさせることによって，はじめて次回の事業の質的な発展が可能となる。学級・講座・教室事業を行っている49機関のなかでも，85.7パーセントの機関は，事業が成功したかどうかの評価を行っている(表15)。しかも，そのうちの6割以上は，次の事業を企画する際に，それを「おおいに参考にしている」と答え，残りの38.1パーセントも「参考にしている」と答えている（表16)。

表14　PRの種類数

1　種　類	6.1 (3)
2　種　類	18.4 (9)
3　種　類	16.3 (8)
4　種　類	20.4 (10)
5　種　類	14.3 (7)
6　種　類	8.2 (4)
7　種　類	8.2 (4)
8　種類以上	4.1 (2)
無　回　答	4.1 (2)
計	100.0 (49)

一方，受講者に対しては，学級・講座・教室事業の終了時，あるいはそれ以後に，どのような対応がとられているだろうか。成人の学習の場合，修了証や免状，資格等の付与が学習意欲を促すことについては，しばしば指摘されてきているが，今回回答

表15　事業評価

行っている	行っていない	無回答	計
85.7 (42)	8.2 (4)	6.1 (3)	100.0 (49)

表16　企画の際の評価結果の活用の程度

おおいに参考にしている	参考にしている	参考にしたりしなかったり	計
61.9 (26)	38.1 (16)	0 (0)	100.0 (42)

を寄せた機関のなかで，そのようなことを行っているところは75.5パーセントに及ぶ（表17)。その内容は，修了証の付与が83.8パーセントでもっとも多い。芸術・芸能・趣味等の学級・講座・教室では，家元等から免状が発行される場合も多く，そのような機関は6割を超えている。さらに，各機関が独自に免状を付与しているところも13.5パーセントある。

表17　修了証等の付与

している	現在準備中	していない	無回答	計
75.5 (37)	2.0 (1)	18.4 (9)	4.1 (2)	100.0 (49)

その内容

修了証	83.8 (31)
独自に付与する免状	13.5 (5)
家元等から発行される免状	64.9 (24)
その他	2.7 (1)

（複数回答。あてはまるものすべてに○印をつける。）

表18　アフター・サービス

行っている	現在準備中	行っていない	無回答	計
48.9 (24)	14.3 (7)	28.6 (14)	8.2 (4)	100.0 (49)

その内容

学級事業等の案内を送る	41.7 (10)
講演会等の案内を送る	50.0 (12)
友の会を組織する	37.5 (9)
自主的学習活動の援助	41.7 (10)
その他	12.5 (3)

（複数回答。あてはまるものすべてに○印をつける。）

また，学級・講座・教室の修了者に対するアフターサービスについては，それを行っている機関は48.9パーセントで半数以下である（表18)。しかし，「現在準備中」のところが14.3パーセントあり，全体の6割以上が，学級・講座・教室の修了者に対して何らかのアフターサービスを行っているか，現在準備しているということになる。その内容としては，各種の講演会や展示会，発表会等の案内を送ったり（50.0パーセント)，学級・講座・教室事業の案内を送ったり（41.7パーセント）するだけではなく，友の会を組織したり（37.5パーセント)，あるいは，これまで民間の学習機関では行われにくいとされてきた，受講修了者の自主的な学習活動に対する援助（41.7パーセント）なども含まれ

ている。

最後に，これまでみてきた学級・講座・教室事業を行うための施設の面についてもみてみよう。学級・講座・教室事業を行っている機関の8割以上は一般教室を備えている（表19)。そのうちの約半数は教室数が1～5室であり，教室の数が11以上のところは全体の2割にすぎない（表20)。一般教室以外の施設では，3割を超える機関が講堂（ホール）や，調理室，工作室などの各種実習室を備えており，屋内運動施設をもつところも22.4パーセントある。しかし，ＬＬ教室や，受講者が自己学習をすすめるために必要となるような図書室ということになると，今回回答を寄せたなかでそれらを備えているところは，わずか1機関にすぎない。

表19　学習施設

一般教室	83.7 (41)
講堂（ホール）	30.6 (15)
各種実習室	32.7 (16)
屋内運動施設	22.4 (11)
屋外運動施設	8.2 (4)
図書室	2.0 (1)
ＬＬ教室	2.0 (1)
その他	22.4 (11)

（複数回答。あてはまるものすべてに○印をつける。）

表20　一般教室の数

1 ～ 5 室	48.7 (20)
6 ～ 10 室	24.4 (10)
11 ～ 20 室	17.1 (7)
21 室 以 上	4.9 (2)
無　回　答	4.9 (2)
計	100.0 (41)

4　おわりに

民間学習機関は，主として人口が集中している大都市で活動を展開しているが，現在のところ，学級・講座の開講が主で，それに講演会，展示会等の事業が行われる程度で，いわば地域における点的活動の域を出ていない。これが線的な活動，また面的な活動にまで拡大するためには，生涯教育に対する理念の再検討やシステムの再構成が必要ではないだろうか。教育の生活化，生活の教育化という生涯教育の理念を実現するためには，今後例えば，行政の行う生涯教育活動との一層の連携等の新しい工夫が必要であろう。

事業の基本方針をみると「生涯各期にわたる学習機会の提供」と「地域の中での学

習機会の提供」が二大主柱となっている。民間学習機関はこれまでの活動により，また組織の特色を十分に発揮して，１の課題はかなりの程度まで成し遂げてきたといえる。しかし，２の課題に対してはまだ解決すべき事柄が多いように思われる。つまり「地域」が物理的，地理的概念にとどまっている限り，民間学習機関は地域に融合することは不可能ではあるまいか。民間学習機関が真の生涯教育機関にまで成長するには，この鍵概念の再構築が大事なことになりそうである。

しかし，民間学習機関の時代の動きに敏感な態度，さまざまな手段方法による学習ニーズの把握，徹底した広報活動の展開，学習への巧みな動機づけ，かなり気配りしたアフターサービスなど学ぶべき点が非常に多い。こうした教育に対する積極的，意欲的な態度を維持しつつ，大きな組織の利点を生かして活動するならば，今後一層発展することは間違いない。このように大きな可能性をもつ民間学習機関が単なる社会教育機関に止どまることなく，生涯教育機関として名実ともに充実するように，機関自体はもちろんであるが，すべての関係者，すべての関係組織が協力し合う必要がある。

〔注〕

(1)　日本生涯教育学会「生涯教育類型研究会」が1982年に行った「都道府県の生涯教育調査」の結果である。詳しくは上記の報告書（1984）を参照のこと。

表21　学習情報提供事業（都道府県教育委員会）

行っている	現在準備中	行っていない	無　記　入	計
90.9（40）	0（0）	6.8（3）	2.3（1）	100.0（44）

その内容

データ・バンク	55.0（22）
学習テレホン・サービス	30.0（12）
学習情報紙（誌）の発行	72.5（29）
テレビ・ラジオのスポット放送	65.0（26）
学習教材の作成	50.0（20）
その他	27.5（11）

（複数回答。あてはまるものすべてに○印をつける。）

(2)　(1)に同じ。

(3)　(1)と同じ調査結果報告から。

表22　学習相談事業（都道府県教育委員会）

行っている	現在準備中	行っていない	無　記　入	計
90.9 (40)	2.3 (1)	4.5 (2)	2.3 (1)	100.0 (44)

その内容

学習面接相談	32.5 (13)
電話相談	57.5 (23)
はがきによる相談	72.5 (29)
巡回相談	77.5 (31)
テレビ・ラジオ相談	60.0 (24)
学習相談員・アドバイザーの設置	35.0 (14)
その他	10.0 (4)

（複数回答。あてはまるものすべてに○印をつける。）