

## 児童健全育成賞（數納賞）佳 作

# 大型児童館における遊びのプログラムの開発と普及

香川県高松市

さぬきこどもの国 企画・シアターグループリーダー 加 地 裕 子

### 1. はじめに

平成27年2月、国立総合児童センター「子どもの城」が閉館した。開館から30年、国内唯一の国立児童館として先駆的な取り組みや遊びのプログラムの開発普及を行い、全国の児童館のモデル的役割を担っていた「子どもの城」の閉館は、私も含め「さぬきこどもの国」に勤める児童館職員（以下「職員」という。）に少なからず衝撃を与えた。そして「子どもの城」が閉館後、各地の大型児童館に託された役割の重要性を痛感するとともに、今後の児童館の行く末に不安と危機感を感じたのを覚えている。

私が勤務する「さぬきこどもの国」（以下「当園」という。）は、平成7年に開園し今年で23年目を迎えた大型児童館（A型）である。平成23年度より（公財）香川県児童・青少年健全育成事業団が指定管理者として運営を行い、現在3期目を経過中である。私は平成15年から職員として勤めており、これまでの当児童館運営と取り組みの変化を見てきた者の1人である。今回この実践報告を書くにあたり、これまでの経験を踏まえ、当園に期待される機能や役割を振り返りつつその取り組みを紹介し、これをもって今後の大型児童館のあり方や位置づけに資することができればと思うところである。本報告の構成としては、まず当園が特別に力を入れて行っている企画事業について紹介し、続いて日常的な遊びのプログラムの開発とその評

価・分析について、さらに遊びの普及活動について報告する。そして、今後に向けた小考で結びとしたい。

### 2. 大型児童館ならではの企画

当園では、普段館内で行っている遊びのプログラムとは別に、特別に行う行事のことを「企画事業」と呼んでいる。開園当時は年間20回程度の実施だったが、現在では年間約40回を超え、平成29年度の企画事業への参加者数は延べ約6万8千人を記録している。企画事業は、園内の劇場や芝生広場などの広いスペースを使い、比較的多くの方が参加可能で、外部から出演者や講師を招くなど大掛かりな企画や、より専門性の高い内容の企画を実施してきた。地域の児童館よりも施設の規模や予算などで恵まれている大型児童館だからこそ可能なこの企画事業は、当園の事業の中でも重要な位置を占めている。私がこの事業の担当になったのは平成21年、それから10年近く経過し、企画事業の内容も変化してきた。まず開園当時、企画事業は季節の行事や伝統行事に關係したものが中心で、お正月や七夕、クリスマスなどの行事を家族で楽しむことがテーマだった。その後は、社会的背景の変化を反映して、季節の行事に加え、食育をテーマとしたもの、サイエンスショーなどの科学実験、父親に育児への参画を促す企画など、企画事業の内容も変化してきた。そして近

年の傾向としては、大型児童館ならではのネットワークを生かし、地元企業やNPO等との共催、県内の教育機関との連携が増えている。

### 3. 企業との共催による企画

ここ数年当園では地域に根差した活動を目指し、ネットワークづくりに力を入れており、その中でも特に企業との共催が増えている。企業と連携する上でのメリットは、プログラムの多様性と専門性である。

事例として航空会社との共同企画を紹介する。当園は高松空港に隣接し、敷地内から飛行機の離発着を眺めることができるため、普段から飛行機好きの子どもが多く来園する。館内には、ジェット機のターボエンジンの実物展示や、飛行機の歴史とその仕組みを知ることができる展示があり、訪れる子どもたちはそれらを通じて飛行機や科学技術に対する興味関心を育むことができる。こういった背景もあり、平成29年に、航空会社の高松・東京線就航55周年を記念し、当園と航空会社の共催企画の計画が持ち上がった。

当初、航空会社の担当者との打ち合わせで課題となったのは、いかに幅広い年齢層の子どもたちに楽しんでもらうかであった。当園に来園する子どもたちは低年齢層が多く、飛行機に乗った経験のない子どももいる。そのため、飛行機のみにスポットをあてるのではなく、プラネタリウムの会場で星空を舞台にして企画を行うこと、クリスマスに因んでサンタの登場シーンを設けることなど、いくつかの要素を追加し、年齢を問わず楽しめるよう計画した。また多くの子どもたちを安全にスムーズに誘導するため、担当者と何度も下見や打ち合わせを繰り返し実施の日を迎えた。

当日は、プラネタリウムのドーム全体に飛行機の離陸映像を投影するところから企画がスタートし、子どもたちの期待を盛り上げた。飛行機の映像に続いて、職員による星空の解説で子どもたちがプラネタリウムの星空を見上げる中、航空会社が制作した記念ムービーを鑑賞し、そ

の後、元キャビンアテンダントによる実験やクイズを交えながら航空教室が行われた。そして最後に雪の映像とともに会場後方から突然サンタが登場し、会場内がクリスマスマードに包まれた。飛行機に興味をもって参加した子どもはもちろん、まだ飛行機に乗った経験のない子どもたちも楽しむことができた。また別のスペースでは、通常は機内でしか飲めないコンソメスープの無料配布、記念のメッセージボードの設置など、航空会社の記念企画と当園の施設展示を結びつけることで、非日常的体験を子どもたちに提供することができた。(参加者数: 約1,500人)

児童館は通常、普段の暮らしの中で子どもたちに寄り添う形での支援を行う。大型児童館ももちろん例外ではないが、こういった非日常を子どもたちに提供し、より大きな夢や希望を育むことも大型児童館の役割と言えるだろう。この他にも企業との共催として、新聞社との健康増進イベントや、製麺会社の工場見学、電力会社との電池づくり教室、ガス会社との火育教室など、それぞれの企業の事業内容を基にした企画を実施してきた。今後も積極的に企業に声をかけ、児童館活動や子育て支援への協力の輪を広げていきたい。

### 4. 学生との協働による企画

当園は市街地から離れた場所にあり、公共交通機関での来園が困難である。立地の悪さも影響し、中学生以上の子どもたちの利用については、長年大きな課題となっている。そこで企業との共催企画同様に、近年積極的に取り組んでいるのが、学生との協働企画の実施である。

事例として平成26年度に行った「もしも?キャンプ」について詳しく紹介したい。「もしも?キャンプ」は、小学生が災害時の状況を疑似体験することで、もしもの時に慌てず、自ら考えて工夫し、互いに協力して課題をクリアできるように導くことを目的とした防災キャンプである。当園の敷地内にて1泊2日で実施した。

このキャンプの大きな特徴は、大学生をジュ

ニアリーダーとして事前に育成し、アイデア面の充実と各グループの団結力強化を目指したことである。そこでまず最初にとりかかったのがキャンプの趣旨を理解した大学生ジュニアリーダーの育成だった。県内にある4つの大学にジュニアリーダー募集のチラシを配布し、応募があつた学生について面談を行った。面談では、志望動機や子どもに関わった経験の有無の確認とともに、今回のキャンプの主旨や学生に期待することなどを丁寧に伝えた。その後、希望のあつた9名の学生に正式に参加をお願いすることになった。参加者の小学4～6年生32名を4チームに分け、大学生9名がジュニアリーダーとして各チームにつき、防災プログラムをクリアしていくという流れだ。子どもたちのサポート以外にも、防災プログラムを自らの力で企画指導することや、安全管理など、ジュニアリーダーが担う役割は大きいため、本番までに職員とジュニアリーダー、キャンプディレクター（野外教育が専門の大学教授）が参加する研修を行った。

研修では、「キャンプ理論」「ケーススタディ」「プログラムデザイン」「リスクマネジメント」など、キャンプに最低限必要な知識を身につけ、子どもたちへの安全管理についてもしっかりと学んだ。続いて、大学生と職員でアイデアを出し合いながらワークショップの内容を検討し準備した。これらの研修を通して関係者全員の団結力が高まり、大学生たちは目的意識をしっかりと持ったジュニアリーダーになっていった。

そして迎えたキャンプ当日。小学生を迎える、いよいよ「もしも？キャンプ」開始。みんなで協力しながら段ボールで寝床を作り、火おこし体験、空き缶で炊飯、水無しシャンプー体験など、1つ1つの課題をクリアしていった。小学生は初対面だったが、随所にアイスブレイクや遊びのプログラムを盛り込み、ジュニアリーダーを中心にチームの団結力が高まった。

概ね順調に進んだが、キャンプにはつきものの予期せぬ出来事がいくつかあった。就寝時に小学生が微熱を出した際には、大学生自身が心配のあまり眠れない状態になった。また、活動

の中で大学生が過剰に手助けをしてしまう傾向もみられた。キャンプ前日に本番さながらの宿泊研修も行っていたのだが、普段それほど子どもと関わることの無い大学生にとっては、小学生との距離感の保ち方が難しく、実践も不足していたようだ。また、大学生と職員との役割分担の面でも、迷うことが多かったのだと思う。

反省点はいくつかあったが、最終日に行つた「もしもの時のワークショップ」は、このキャンプの目玉として大いに盛り上がった。「①人力でトラックを動かす（公用車の軽トラックを小学生のみで押し動かす）」、「②新聞紙で作ったシリッパを履き卵の殻の上を歩く（災害時、割れたガラスなどが落ちた床を再現するため、工場からもらった大量の卵の殻を洗浄して使用）」、「③緊急脱出用スロープ下り（専門業者立会いのもと本物のスロープを使用）」、「④毛布で倒れた人を運ぶ」、「⑤テコの原理とロープワーク体験」など、事前に大学生と考えたプログラムを、チームごとにクリアしながらスタンプを集めというラリー形式で行った。災害時を想定した防災教育プログラムであったが、1つ1つの内容に体験・発見・学びがあり、遊びも盛り込まれている、児童館ならではの防災プログラムだった。

実施後のアンケートや振り返りから、このキャンプでの成果を検証した。小学生は災害時の動きをシミュレーションし、いざという時に役立つ知識を得ることができた。そして、初対面だったチームのメンバーとの絆、職員とはまた違った立場でリードしてくれたジュニアリーダーとの関係性から多くのことを学んだ。ジュニアリーダーを務めた大学生は、子どもとのふれあいやリーダーシップの取り方を実体験を通して学んだ。そして私たち職員にとって、学生をリーダーとして育て、職員と共に子どもたちに関わってもらうためには、時間をかけた実践と経験、何よりも職員との信頼関係が必要だということを学んだ。

この「もしも？キャンプ」から4年が経ち、当園では現在も様々な形で学生との企画を行つ

ている。大学生については保育学科や子ども学科などの学生とのコラボ企画、高校生については部活動での取り組みを当園の来園者の前で発表する企画、ボランティアとしての活動など、それぞれの年代の学生が関わりやすい形を模索している。喜ばしいことに、数年前に比べ、少しづつではあるが、中学生以上の年代の子どもたちが当園に足を運ぶことが多くなってきている。

## 5. ニーズの把握とプログラム開発

この項では、当園の日常的な遊びのプログラムについて報告する。当園には開園当時から美術、科学、音楽、コンピュータの4つの工房があり、工房ごとに2名ずつの職員が配属されている（コンピュータ工房については兼務）。各工房の職員は、それぞれ専門分野の大学を卒業した者や、教員免許を取得している者が採用されており、私も美術・工芸が専門のため、当初は美術工房にて5年間勤務した。更に職員は児童厚生二級指導員以上の資格を取得し、各分野の専門知識をもつ児童厚生員としてその能力を発揮している。この専門性が当園の強みの1つであり、オリジナリティーのある遊びのプログラムの開発に繋がっている。

プログラムを考えるにあたっては、健全育成の5つの要素を念頭におきつつ、参加する子どもたちの自主性、発達段階や個性を大切した内容となるよう検討している。更に県内唯一の大型児童館として、県民に愛され親しまれる施設であるために、来館者のニーズを踏まえたプログラム開発を行っている。ニーズ把握の手段としては、各事業ごとに可能な限りアンケートを取りデータを蓄積している。これについては次項で詳しく触れるが、ニーズを知ることは子どもたちを取り巻く社会環境の変化の把握にもつながると考えている。

近年の来園者ニーズの傾向の1つとして、親子で一緒に体験し楽しさを共有できる内容を求める傾向がある。その理由として、少子化が進み1家族における子どもの人数が減っているこ

と、そして子ども向けのイベントが増加し、その多様化が進んでいるからではないかと私は考えている。家族で週末を過ごす際に、子育て世代の場合は子どもを中心に計画を立てる傾向が強い。当園のような子どもを対象とした施設以外にも、ファミリー層を顧客とする企業でも子ども向けのイベントを開催するところが増え、週末には、同じ日の同じ時間帯に県内各所で子ども向けのイベントが行われている。この現状は、子育て世代にとって選択肢が増えるという意味でメリットがあるが、主催者側は常に魅力的な企画を考える必要があり、私たちも例にもれずその競争に巻き込まれている。私が当園の職員となった15年前と比べ、近年は利用者に選ばれる側として、ニーズを意識しなければ人が集まらない、本当にシビアな時代になった。ただこのような状況であっても、私たちは児童厚生員として、遊びの企画1つ1つに、「体験」「発見」「学び」を盛り込み、子どもたちが心身ともに健やかに成長・発達するための遊びのプログラムを、日々模索し考えている。

## 6. アンケートと分析

ここで当館における遊びのプログラムの実施までの流れを紹介する。「①計画・プレゼン」「②準備・実施」「③アンケート、分析、報告書作成、評価」といった流れになる。この流れに「④改善」を加え、「P D C Aサイクル」のように回転させるために、③のアンケートと分析を重視している。具体的な目的を持ってアンケートを行い、その分析と結果を活かしていくことが遊びのプログラムの開発のために重要だと感じている。そして漠然とした感覚での評価ではなく、数字としての裏付けをとるためにもアンケートは非常に有効だ。

現在定期的に行っているアンケートは大きく2種類ある。季節ごとに年4回行っている「来館者アンケート」は、1回につき200枚配布し、来館頻度や子どもの年齢層などの他、園への意見・要望など、当園全体に関するアンケートである。もう1つは企画事業など、遊びのプログ

ラムごとに行うアンケートで、参加者の満足度、満足した理由、今後参加してみたいプログラム内容などを調査している。

この2つのアンケートに加え、私が中心となり昨年から行っているのが、館内の工房でのアンケートである。これまで工房での遊びのプログラム（美術工房では工作、科学工房では科学工作や実験、音楽工房では幼児向けプログラム）については、人手や手間などの問題からアンケートが取れずにいた。工房の遊びのプログラムは、開園日には毎日実施しているため、多くの来園者からアンケートを回収できる。また、工房別にアンケートを取ればその工房ごとの傾向を把握できる。これらのこと期待し、初回は平成29年10月、次に平成30年8月に各工房200枚ずつのアンケートを実施し、その分析を行った。（アンケート配布枚数1,200枚・回収枚数1,190枚）

アンケートの項目として、まず子どもたちの年齢層について質問した。発達段階に即した遊びを考えるために、利用している子どもの年齢層を知っておく必要がある。次に利用頻度についても質問した。平均的な利用頻度を知ることでプログラムの入れ替え頻度について考える際の参考になる。この2点については、これまで担当スタッフの感覚や記憶に頼るところがあり、年齢層は小学校低学年が多く、利用頻度は2・3カ月に一度かそれ以下の利用が多いと言われてきたが、この点については、今回実施したアンケートの結果から、数字としてその裏付けを取ることができた。

また、子どもの自主性についての質問として、プログラムに参加した理由について質問した。「作ることが好きだから」、「面白そうだったから」、「保護者に勧められたから」という選択肢を設けたが、過半数の子どもたちが前者2つを選択しており、子どもたち自身の意思で参加していることが分かった。

次に子どもたちの満足度についても項目を設定した。注目すべき点は、5歳以下の子どもと6歳以上の子どもで分けて集計を行った結果、

年齢層により満足度に違いがあったことだ。美術工房は5歳以下の子どもよりも6歳以上の子どもの満足度が高い傾向にあり、科学工房はその逆で、6歳以上の子どもの方が若干満足度が低いという結果が出た。これまで科学は、比較的対象年齢が高いと思われていたのである。分析によると、いずれの工房も6歳以上では保護者の手を借りる割合が減り、自分の力のみで工作を行ったという回答が多く、美術工房では自分で作品を作り上げたという意識がそのまま満足度に繋がっている。「造形遊びは過程が大切」と言われるこを裏付ける結果だ。逆に科学工房の場合は、例えば模型飛行機を子どもだけで作ると、作る過程で緻密さや正確さが必要なため、完成度が低ければ飛ばない場合があり、満足度が落ちる傾向にある。逆に保護者の手を借りて作った割合が高い5歳以下の方が、完成度が高くよく飛ぶため、満足度も高いというわけだ。その結果も踏まえ、完成後に職員が手直しを加えたり、飛ばし方のコツを伝えるなどのアフターフォローを大切にするように職員に伝ええた。

また別の項目で「どんなことが楽しかったですか？」という質問をした。具体的に何が楽しかったのかを子ども自身に選択式で聞くことで、子どもたちがそのプログラムを通してどのようなことを楽しいと感じ、価値を見出しているのかを知るための質問である。これについては、2つの工房ともに5歳以下は道具を使ったことに喜びを感じていることが分かり、6歳以上では道具への感心よりも作ることそのものの関心が高い傾向があった。今回のアンケート実施時は、ハサミ、のり、ボンドなど身近な道具を使った内容であったため、6歳以上はこれまでに使った経験があったことが影響したと思われる。次の機会に鋸や金づちなどを使う木工のプログラムを行った場合、この項目の数字がどう変わるか注目したい。

音楽工房はプログラムの性質上、他工房との比較が難しいが、8歳以上になると男子の利用がかなり落ち、利用者の年齢と性別の割合に関

係性が見られた。そこで工房内の楽器について、ピアノやキーボードなど経験が必要な楽器以外にも、打楽器や手作り楽器、面白楽器などをバランスよく設置するなどの工夫を行っている。また乳幼児向けの音楽プログラムは、他工房と比べ常連の方の割合が特に高いことがわかった。初めての方と常連の方が、一緒にプログラムに参加していることを踏まえ、職員はプログラムのマンネリ化防止や細やかな声掛けに努めている。この努力が功を奏し、保護者からは「みんなで音楽を楽しむ一体感」を評価する声が多くなっている。

このように、現在アンケート分析の方法としては、各項目の結果を比較したり関連付けたりしながら解釈する方法をとっている。また工房別に回収することでそれぞれの傾向や問題点が分かるため、その改善策を検討している。更にアンケートの項目として選択式で質問することで、小さな子どもでも回答が可能で、子どもからの回答は何より職員の励みになっている。今後どのような項目でアンケートを行えば、児童館の遊びの開発に有効に活かすことができるのか、質問形式やその特性も理解しながら実施し、分析結果に基づいた遊びのプログラムの開発を行っていきたい。

## 7. 遊びの普及①—遊びの事例集の発行

ここからは3項に渡って、当園が行っている遊びの普及活動について紹介する。まず1つ目は平成13年から通算8冊発行している「遊びの事例集」である。大型児童館の遊びをより多くの方に楽しんでもらうことを願って発行しているもので、造形遊びや科学工作、音楽遊び、親子遊びなど、当園で行った遊びのプログラムの中から特に好評だったものを選び、写真と実施方法を掲載している。発刊当初は、県内の児童館を始め主に指導者向けに作成し発行していたが、近年は以前より発行数を増やし、一般的の保護者の方にも配布している。「子どもとの遊び方や関わり方が分からぬ」、「家庭でも手軽

に工作や実験をしてみたい」という保護者に向けて、最新号では「手に取りやすく、気軽に遊べ、活用しやすい」をテーマに、普段の遊びに取り入れやすいものや、指導者が応用しやすいもの、また工作については身近な材料で簡単に作ることができるものに絞って掲載している。

この冊子が市販の遊びのアイデア集と違う点は、何より実際に数百人の子どもたちが遊んで楽しんだ内容を、厳選して掲載しているという点である。当園で実践し、子どもと保護者の表情や様子を見ながら職員が修正を加え、より良いものに形を整えた遊びの事例を掲載しており、実施のポイントや注意点などのアドバイスも載っている。「実践から生まれた遊び」こそが、この冊子の一番の特徴と言っていいだろう。

この冊子については、ホームページに掲載すればもっと多くの方に見もらえるのにとの声をいただくことがある。しかし最新号を発行した平成30年の現在も、紙面での発行に留めている。理由としては、インターネットで検索すれば何でも簡単にハウツー情報を集めることができる現代、単純に遊びのネタ集としての扱いではなく、その遊びに込められた私たち職員の願いや思いも感じ取ってもらうためには、冊子として1冊の情報を隅々までしっかりと読んでいただきたいという気持ちがあるためである。遊びの普及は、単純に遊びのアイデアを多くの人に届けるだけでなく、その遊びに込められた願いも一緒に届けることが、その本質と言えるのではないだろうか。

## 8. 遊びの普及②—講師派遣

当園では「遊びについて考える会」と題して、大人を対象とした遊びの普及活動も行っている。私が美術工房の職員をしていた頃、地域の児童館の先生や保育士など子どもに関わる仕事をされている方から、工作の内容や材料についての質問を受けることが多かった。またこの頃から支援者向けの研修会の講師を務めるなど、大人を対象に話をする機会が増えてきていた。そのため、新しく取り組んだ遊びのプログラムや、

自分が感じている課題をアウトプットしていく場の必要性を感じるようになった。

そこで当初は、美術工房の職員として、子どもに関わる仕事をされている方々と意見を交わしながら、新しいプログラムの開発や、昨今の子どもたちが抱えている問題点などについて具体的なテーマを設け、当園を会場に勉強会を実施できたらと考えていた。しかし、当園の立地条件、また参加者の職業により研修会に出席できる曜日が違うこと、それぞれの職種で対象となる子どもの年齢層も異なることなどを考えると、当園で行うのではなく地域に講師として出向いていく形の方がよいと考え、2度目の指定管理制度の更新時期にあたる平成22年に講師派遣事業を行ってはどうかと提案した。こうして、講師派遣事業「遊びについて考える会」が始まり、これまでに児童館での研修会、保育士や幼稚園教諭の研修会、NPOの研修会に講師として出向いた。その後、若い職員たちも経験を積んで講師を務めるようになり、開始から7年目を迎える平成29年度までの実施回数は71回である。

子どもに関わる仕事をしている大人に遊びのプログラムの普及を行うことは、結果的に多くの子どもたちへ児童館の遊びを届けることになる。各分野の専門知識をもつ職員がいるからこそ可能になる事業として、今後多くの大人たちに遊びの素晴らしさを伝えていきたい。

## 9. 遊びの普及③—広報活動

より多くの方に児童館を知ってもらい来園してもらうためには、情報の発信力も必要である。近年は情報化により、保護者は簡単に子ども向けのイベント情報を集められるようになった。児童館も発信力を問われる時代になったのだ。私は過去にグラフィックデザインの仕事をしていたこともあり、当園の職員となった当時、広報力の低さが気になっていた。モノクロのチラシを職員がコピー機で印刷し館内に設置していたが、「いつ」「どこで」「なにを」という情報を記載するのがやっとで、プログラムの楽しさ

やそれに込めた願いを伝えきれていないかった。

そのような背景もあり広報について試行錯誤した結果、現在当園では、企画のチラシを担当職員自らが製作するようになった。企画を考えた者が自ら製作することで、伝えたい情報や思いをより的確にチラシに込めることが出来る。そしてそれをホームページ上にも掲載し、新しい情報をできるだけ早く発信している。その他、情報誌の発行、香川県発行の広報誌への情報提供、県の記者室を通しての記者発表、雑誌や新聞の無料枠なども活用している。

過去には取材件数が落ち込み、新聞等のマスメディアに取り上げてもらえない時期があった。しかし地道に情報発信を続けた結果、取材件数が増えてきた。私たちのグループが広報を担当するようになってからの取材件数は、平成27年度56件、平成28年度73件、平成29年度114件である。

広報活動は、児童館の業務内容の中では異質に感じられるかもしれない。しかし県内全域に向けての児童館活動の啓発のために、そしてより多くの子どもたちに遊びを届るために必要な業務なのである。

## 10. 今後に向けて

時代の流れ、社会情勢の変化によって児童館が担うべき役割も変わってきた。幸いなことに当園の来園者数は今のところ大きくは減少していない。しかしながら県内の児童館に関しては、施設の老朽化のため休館や閉館となる所もあり、危機感を抱いている。この危機的状況を打破するためのキーポイントの1つとして、大型児童館があるのではないか。

全国の大型児童館は、施設の特性や立地条件など、それぞれの特色を活かした活動を行っている。当園の場合は、これまで報告してきたように、工房別に専門の職員がおり、様々な分野の遊びを日常的なプログラムとして、また特別な企画事業として多様かつ多面的に実施していることが特色と言える。当園では大型児童館として、このような遊びの開発と実施に、来園者

の声もしっかりと受け止めながらたゆまず取り組んでいきたい。そして、これまで以上に地域の児童館へ普及させるために、地域ごとの状況に合わせた遊びのプログラムを提案し、そこに遊びが根付くように取り組みたいと考える。

平成30年10月、児童館ガイドラインの改正が行われ、大型児童館の機能と役割が新たに記載された。その意図を重く受け止めつつ、大型児童館の職員として、未来を託す子どもたちに向けての遊びの開発と普及に努め、地域全体の児童館活動の活性化に繋げていきたい。