

靴を学んで足腰を健康に

【アブストラクト】

本探究は現代の社会問題のうちの一つである少子高齢化に伴う高齢者の転倒事故に注目し、そこから靴と健康における全世代の人々の課題を見出したものである。はじめ、私たちは高齢者向けの靴の開発について靴のサイズや形状に関する調べを進め、オーダーメイドインソールを販売している歩楽人様へインタビューへ行った。その後、歩楽人様で得られた内容をふまえ、私たちは探究の内容を高齢者向けの靴の開発から靴と健康の観点に変え、さらに調べを進めた。2023年12月の研修旅行において歩楽人様と同系統の靴販売店である異邦人様へお話を伺いに行った。異邦人様では新たに日本の靴教育と大手企業による靴の販売について説明をいただいた。私たちの探究は最終的に靴と健康に関する課題をどのようにして解決していくのかという疑問に対して答えを導くことを目標とした。

キーワード: 転倒事故、靴のサイズ、靴の形状、靴教育、大手企業

【本文】

1はじめに

私たちの班ははじめ、現代社会の課題の一つである少子高齢化に着目し、それに関連した高齢者の転倒事故について探究を進めようと考えた。私たちの班は高齢者の転倒事故の原因は靴にあるのではないかと予想し、インターネットでデータや論文を調べた。調べを進めていく中で、私は高齢者の転倒事故は決して見過ごすことはできない重大な社会問題であると考えた。加齢に伴う身体の衰えは想像以上に負担が大きいだろう。たった一回の怪我でも寝たきりの生活や手術にまでつながる可能性もある。高齢者の歩行中の転倒事故を減らすことは重要であると考えた。

その結果、いくつかの疑問が生まれた。

- ①現代の靴開発の技術では何が足りていないのか
- ②高齢者向けの靴の開発はどこまで進んでいるのか
- ③靴の販売にあたって店舗側が意識していることは何か

私たちの探究はこれらの疑問点を解決すること、高齢者の転倒事故を減らすために私たちにできる方法を見つけることを目的として進めていった。

2.研究方法

主な研究方法は情報収集である。インターネット上で論文を探したり、行政機関が提供しているデータをもとに自分たちが知りたい内容をまとめていった。しかし、それだけでは情報収集としては不十分であるため、私たちは実際に靴販売店へインタビューに行くことにした。

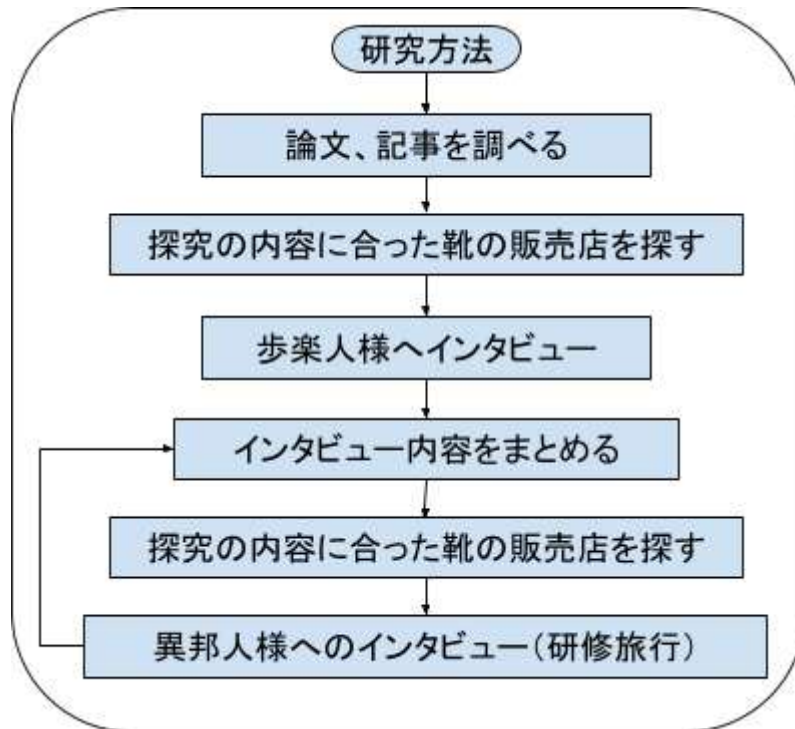


図1 研究方法フローチャート

3.探究内容

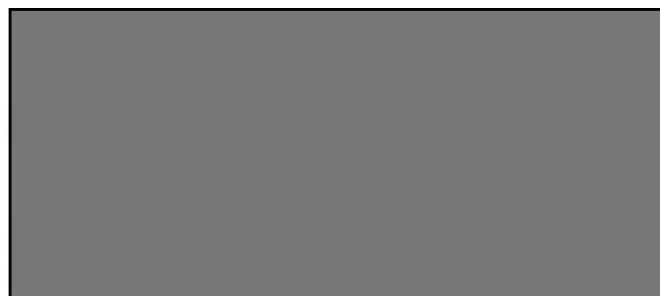
1. 論文、データ、記事をインターネットを使って調べる	探究を進めていくには転倒事故や高齢者向けの靴についての知識を得る必要があるためインターネットで論文や記事を読む
2. 歩楽人様へインタビュー	インターネットを調べるだけでは情報が足りないため歩楽人様へインタビューに行く
3. インタビュー内容のまとめ、発表用ポスターの作成	インタビューで学んだことをまとめる、今後の方針を考える
4. 異邦人様へインタビュー(研修旅行)	関西方面への研修旅行の期間中、歩楽人様と同じくインタビューへ行く

5. インタビュー内容のまとめ、発表用ポスターの作成	インタビューで学んだことをまとめる
6. 発表	ポスターを使って今までの探究の内容を発表する

表1 研究過程

1. 歩楽人様へのインタビュー

歩楽人様は仙台で靴のインソールをオーダーメイドで販売されている靴販売店である。インターネットで高齢者向けの靴を販売している店舗を調べている際に歩楽人様の靴販売店としての特徴を知り、インタビューをさせていただきたいと思った。インタビューの依頼は快く受け入れてくださった。私たちは実際お店へ伺い、インタビューをさせていただきました。



歩楽

人様ロゴ¹⁾

(i) 高齢者向けの靴

歩楽人様へ訪問した際、実際に売られている高齢者向けの靴を紹介していただいた。高齢者向けの靴はかかとの部分が硬めに作られていてしっかりと固定できる、靴ひもをいちいち結び直さなくても足が固定される構造になっている、といった工夫がされていた。そのような工夫に対して、これ以上高校生である私たちがなにかできそうなことはなかった。(1.①②)

(ii) 消費者の靴の選び方の問題

(i)の通り高齢者向けの靴に関しては大きな問題はなかった。では、何が問題なのか。それは消費者の靴の選び方であった。消費者とは高齢者だけでなく、若者も含めたすべての人のことである。現在、多くの人は大手靴販売店やインターネット通信販売などを利用して靴を購入しているだろう。わざわざ自分の足のサイズや形状を測りに行き、それに合ったものを購入する人はごく少数であると考えられる。大手靴販売店で売られている靴は健康面よりもデザインや価格などを重視しているため、オーダーメイドに比べて足腰への負担が大きい。私もチェーン店やインターネット通信販売などで靴を購入しているため、このような影響があることにとても驚いた。それと同時に、私のようにこのような事実を知らない人に向けて情報を伝えていかなければならない重要性も理解した。(1.③)

(iii) まとめ

(i)、(ii)よりわかったことは”高齢者向けの開発はされきっていること”、”靴販売において問題なのは消費者が機能性ではなくデザイン・価格を優先していること”であった。以上のことをふまえ、私たちは研修旅行中に新たな靴販売店へのインタビューへ行くことにした。

2. 異邦人様へのインタビュー

異邦人様は大阪府梅田で歩楽人様と同様にオーダーメイドインソールを販売されている靴販売店である。昨年12月の研修旅行で訪問し、歩楽人様のインタビューで得られなかった新たな情報を求めてインタビューをさせていただいた。



(i)靴のサイズのズレ

異邦人様が最初にお話して下さったのは靴のサイズと足のサイズのズレである。インタビューの初めに班員の一人が足のサイズを測ってもらった。彼の自覚していた足のサイズは24.5cmで靴もそのサイズのもの履いていた。しかし、実際の足のサイズは22.0cmだったのである。たった2.5cmと思うかもしれないが、実はこの差が私たちの健康を脅かす可能性があるそうだ。靴のサイズが足のサイズと合っていないと靴の中で足が固定されずにズレてしまい、そのたびに足の指に力が入ってしまう。普段歩いているときも無意識で力が入ってしまっているのだ。その結果、神経が摩耗してしまい、ひどい場合には神経痛を引き起こす可能性もあるのだ。

(ii)日本の靴教育

日本では靴の履き方や選び方をほとんど幼稚園や学校では教えていない。むしろ、健康面に留意していない上靴を園内や校内で履かせている。ここで問題なのは安価で大量生産された上靴を履かせているということではなく、小さい頃からの習慣である。異邦人様のインタビューでは箸を例に説明して下さった。私たち日本人は食事をするのに箸を使う。箸の正しい持ち方は親や学校の先生から教えられ、注意されて身につくものである。しかし、靴の履き方の場合はどうだろうか。誰かから教わったり、注意されたされたりしたことはあるだろうか。私自身も歩楽人様や今回のインタビューでお話を聞くまで靴選びのしかたポイントや正しい履き方などを知る機会はなかった。何も知らないまま靴を購入しているようでは健康面で何らかの問題が起きて文句は言えないのかもしれない。日常の習慣は小さい頃からの積み重ねである。靴に関する知識も子どものときに教わる必要があるのだ。

(iii)靴販売店境界の問題

(ii)では問題にしなかったが、“安価で大量生産された”靴というのもまた大きな問題であることに違いはない。1.2)でも述べたように現在、多くの人は大手企業のチェーン店で販売されている靴を購入しているだろう。

靴小売売上高ランキング

順位	社名 (所在地)	決算期	売上高(百万円)		純利益(百万円)		期末 店舗数
			当期(増減率%)	前期	当期	前期	
1	(株)エーピーシー・マート(東京・渋谷区)	17.2	178,931 (3)	174,168	25,992	23,041	906
2	(株)ジーフット(名古屋・千種区)	17.2	102,224 (Δ2)	103,933	2,680	2,814	880
3	(株)チヨダ(東京・杉並区)	17.2	100,562 (Δ4)	105,263	4,330	5,030	1,069
4	ヒラキ(株)(神戸・中央区)	17.3	18,183 (2)	17,873	528	292	4
5	ダイアナ(株)(東京・渋谷区)	17.2	15,968 (Δ5)	16,739	59	142	81

表2 靴小売売上高ランキング(2018)³⁾

当然のことだが、大手企業は健康面よりも売上を優先する。そのためデザインや機能を重視し、なるべく安価で販売できるようにする。歩楽人様や異邦人様のようにオーダーメイドのものを販売している店舗は機能性や健康面では断然優れているが、どうしても値段が高くなってしまふ。消費者としては安価で購入できるほうが良いため大手チェーン店から購入する傾向にあるのだ。

(iv)まとめ

(i)、(ii)、(iii)より異邦人様でのインタビューでわかった靴と健康に関連する問題は“靴と健康に関する知識を教わる機会がないこと”、“機能性よりデザイン・価格を重視した靴が主流であること”だとわかった。歩楽人様のインタビュー内容と合わせて私たちは解決策を考えていくことにした。

4.考察

(i) 班の考察

3.1(iii)と3.2(iv)でそれぞれ挙げた問題・課題を解決するための方法として、私たちの班では小・中学生に向けた授業制作が良いのではないかと考えた。3.2(ii)で述べたように日本では靴に関する教育が全くと言っていいほど行われていないのが現状である。そこで、小・中学生に対して靴選びの意義や靴を正しく履かなければならない理由を説明し、理解してもらうことで靴と健康に関する知識を広められると考えた。また、授業制作を進める中で歩楽人様にも協力していただき、内容に不備がないかを確認していただくことも必要であると考えた。加えて、授業後には児童・生徒に向けてアンケートも実施し、わかりづらかったところや疑問に思ったこと、更に知りたいと思ったことなどの意見を集めることでより良い授業を作り上げていけると考えた。私たちが歩楽人様や異邦人様のインタビューの中で学んだことは他の人達にも伝え、広めるべきである。授業制作を通して一人でも多くの人が靴と健康に関する正しい知識を持ってもらいたいと私たちは考えた。

(ii) 個人の考察

私も授業制作を通して靴と健康の知識を広めることは効果的だと考える。特に小学校低学年の児童は物覚えが早く、習慣を変えることも比較的容易だと考えられるため授業の進め方を低学年向けに工夫すればより大きな学びに繋がると思った。また、授業制作のみではなくウェブサイトを作成することも良いのではないかと考えた。授業やコミュニティセンターだけでの発表となると知識を広めるのにも限界があるだろう。しかし、ウェブサイトは不特定多数の人に向けて情報を発信することができるためより広い地域、年齢層へ情報・知識を共有することが可能になる。ウェブサイトを作成したら、歩楽人様、異邦人様のホームページにリンクを貼らせていただき、多くの人に閲覧してもらえようようにしたいと考えた。内容も直接口にして話すわけではないことにも考慮し、授業制作のときよりも具体的にわかりやすく説明することに注意する。

5.おわりに

二年生から本格的に始まった探究活動を約一年間続けてきて県内外のいろいろな人と関わることができ、本当に有意義な活動だった。探究に関わる内容はもちろん、アポ取りからインタビューの工夫の仕方、自分たちが知り得た情報をまとめ、他の人に向けて発信するときの工夫など数え切れないほどのことを学ぶことができた。活動を通して新たに学んだことは今後の学習にも活かしていきたいと思う。

最後にインタビューに協力して下さった歩楽人様、異邦人様には感謝しています。ありがとうございました。

注1)歩楽人様ホームページより <https://furattoshoes.jp/>

注2)異邦人様ホームページより<https://ihoujin.co.jp/shop/umeda>

注3)F-WORKS エフワークスWEB「2018年度版 売上高ランキング 上位290社」より
<http://www.f-works.com/fwp/fwpbn/18-01/pick6.html>

資料一覧