

コロナ自粛下における山口大学生のコミュニティを促進する試み
-FAVO café とドリンクをキーとした PBL 活動を通して-

An attempt to promote community among Yamaguchi University students
under COVID-19 restrictions

: Using PBL activities at FAVO café.

山本 夏帆, 向井 梨穂, 寺内 隆人,

海辺 陽香, 有場 雪美, 磯本 杏美花, 上田 真寿美

Kaho Yamamoto, Riho Mukai, Takato Terauchi ,

Haruka Umibe, Yukimi Ariba, Amika Isomoto, Masumi Ueda

山口大学国際総合科学部

Faculty of Global and Science Studies, Yamaguchi University

要旨

本稿は、コロナ自粛下で停滞した学生コミュニティを再活性化することを目的としたプロジェクト型課題解決研究 (Project Based Learning:以下、PBL) の一部である。2021 年度にコロナの影響で自宅学習を余儀なくされた現大学生は、地域や大学で自身のコミュニティを形成することが困難であった。そこで、2022 年度、対面授業が主となった大学キャンパスを中心に学生の視点からコミュニティを再活性化したいと考えた。私たち学生にとって重要な食事及びコミュニケーションツールでもあるドリンクをキーとして、山口大学生生活協同組合(以下、山大生協)の福利厚生施設「FAVO」のカフェ(以下、FAVO café)での試みが学生に与えた影響について報告する。

1. はじめに

1.1 本プロジェクト開始の経緯

2019 年末、中国湖北省武漢にて確認された新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) は瞬く間に世界に広がり、日本においても 2020 年 1 月に初の感染例が報告、以降感染者や死亡者が増加した(厚生労働省、2022)。本研究では、山口大学学生が研究対象となる。本研究対象者が住む山口県でも 2020 年 4 月 16 日～5 月 14 日に緊急事態宣言が発令(内閣官房、2021)、山口大学の 2020 年前期の授業形態はオンライン授

業となった。その後、様々な感染予防対策から本県の感染者数は減少、2021 年前期の授業形態は対面授業となった。

このようなオンライン中心の生活は、感染リスクを低減させる一方で、身体活動やコミュニケーション機会の不足による二次的な健康被害を引き起こす可能性が示唆されている。同時期の研究報告でも、身体面だけでなく精神面への負の影響(外山、2021)

(Theis N.ほか、2021)(Wolf, S.ほか、2021)が報告されている。

山口大学の学生は県外出身者が 73.1%と多く、また 86.4%が自宅外通学で大学近隣に下宿している

(2020 年度学生生活実態調査)。入学初期の 4 月は新しい土地に慣れ、地域社会ともつながりながら学生生活をスタートする重要な時期である。その中で 2020 年入学生(現 3 年)はコロナの影響を最も受けた学年であり、入学式もなく、入学後長期にわたって自宅学習を余儀なくされた。自身のコミュニティを形成する機会を失ったことで孤独を感じた学生が多くいたことは想像に難くない。政府も「子供・若者育成支援推進大綱」の改正案において、新型コロナを受けて、「多くの子ども・若者は不安を高め、『望まない孤独』の問題が顕在化している」と指摘している(読売新聞、2021)。また全国大学生生活協同組合連合会が 2020 年に実施したアンケートでは、大学生

の「暮らしの危機：学費や生活費の見通しが立たず健康で文化的な大学生活を送れない」「学びの危機：オンライン授業による弊害や実習・進路の見通しが立たない」「コミュニティの危機：大学での友達が作れず学び合い・励まし合いができない」の“3つの危機”が明確に見えてきたと報告している(矢間、2020)。さらに大学での友達が5人未満と回答した学生が半数以上を占めており、人と人とのつながりやコミュニティが停滞していることが伺えた。

これらの背景や課題に対して、2019年に大学へ入学し(2023年3月卒業予定、現4年)、在学中にコロナ前中後を経験した私たちの視点で何かできないかと考え、ブレインストーミングをもとに、学生対象の調査を開始した。

調査の結果、①2022年度は対面授業が主となり学生は大学へ通学するようになること、②学生生活で大切な食事やコミュニケーションツールとして人気のあるドリンクを提供する場がコミュニティ形成に適していること、さらに③昨今のインスタグラム人気から単なる食堂ではなくカフェスタイルがより適しているのではないかと結論に達し、活性化活動に取り組むことにしたという経緯がある。

2019年秋にオープンしたFAVOの1階FAVO caféがその場として最も適しているのではないかと考え、FAVOを理解するためにPBLの提携先である山大生協のスタッフからレクチャーを受けた。FAVOは生活を変えるきっかけを与える、出会いを生むコミュニティ空間を作りたいとの考えから建設された。FAVOの1階カフェにはピアノを設置したり、席を少なくしたり様々な工夫が施されたことから、女性や勉強をする人等の新しい客層を獲得することができたとされる。2022年5月に学生に実施したアンケート調査でも、FAVO caféを「新しい」「きれい」「おしゃれ」「にぎやか」と捉え、明るい空間に魅力を感じているといった感想が散見された。その一方で「FAVOは友達と行く人が多い」「利用したいが一人では行きづらい」との意見もあった。私たちは、本調査と併せて、人の流れの観察も行った。その結果として、一人で行動する人は総合図書館や学部棟の自習スペースに流れているといった観測データとも一致した。

これらの調査・観察を通して、FAVO及び総合図書館周辺は学生にとって集いやすいエリアであることがわかり、ここをコミュニティ促進の場と設定した。

1.2 学生コミュニティとは

私たちは「FAVOを学生コミュニティ促進の場にするため、「コミュニティ」の意味をしっかりと考える必要性を感じ、本PBLとしての「学生コミュニティ」のもつ意味合いについて検討した。広辞苑(広辞苑、2022)には「コミュニティ」は外来語であり本来の意味は曖昧だが、「(財産、権利、趣味、思想

等の)共有、一致」「社会的交わり」といった状況を指す場合と、その状況にある人々の集まりを示すこともあるとしている。団体や集われたものを指すこともあるが、本来の意味に強い縛りはないことがわかった。

さらに「コミュニティにコミュニケーションが必要であるのか」についても検討した。坂口(2018)はコミュニティの定義の一つとして「メンバーが互いの存在に価値を感じ自分の貢献が他の参加者にプラスに波及していると信じられる状態を有する」とし、コミュニケーションはこのコミュニティのために必要なものの一つであり、決して必須条件ではないと述べている。また、最所(2018)は「コミュニティというといふ『人をつなげなければ』『コミュニケーションを発生させなければ』と考えてしまいがちですが、コミュニケーションを強制されると人は疲れてしまいます。だからこそあくまで個としての空間が基盤にあった上で、みんなが集まる場所へ“選択的に”行けることが重要なのではないかと思うのです。」と述べている。このようにコミュニティにはコミュニケーションが必ずしも必要ではないといった考え方も存在する。

以上をふまえて、私たちは「学生コミュニティ」を「一つの場所に、集団なり、個人なりで存在していること」とした。そして、集団や個人それぞれにとってこのエリアが居心地の良い場所になり、そこから人と人とのつながりが生まれること、人とつながるきっかけとなるといった状況を生み出すことを目指した。具体的には一人で過ごしたい学生のための施策を図書館で、また複数で過ごしたい学生の施策をFAVO caféで実施することにした。本稿では、私たちが実際に行った活動内容を報告する。

2. 課題解決方法

これまで述べてきた課題に対し、FAVO Caféの「ドリンク」提供に工夫することで、なんらかの影響が観測できるのではないかと考え以下2つの企画を実施した。1つ目はドリンクメニュー表の増設である。前述の2022年5月の学生への調査では「飲み物が買づらい」「ドリンクメニューに偏りがある」「値段が高い」といった意見もあった。これらの意見をもとに、メニュー表を増設してそれを目にすることでFAVOに立ち寄り、集うことを促進しようと試みた。2つ目は、ドリンク割引チケット配布イベントの実施である。これまでFAVO caféのドリンクを購入したことがない学生たちに美味しさと空間を体験してもらうことを目標とした。このイベントは2022年11月に実施した。イベントのポスターを図1に示す。



図1 企画ポスター

2.1 メニュー表の増設

当初FAVO cafeには、レジの上にホワイトボード型のメニュー表が設置されていた(図2)。設置場所はレジの直上にあることから、利用者の目線からすると確認が容易ではないと考え、図3のようにレジカウンターにも増設した(11月1日～30日)。また、QRコードの作成やテーブル・座席の近くにも増設した(図4、図5)。



図2 現行のレジ直上のメニュー表



図3 レジカウンターへのメニュー表増設



図4 QRコード



図5 本棚へのメニュー表増設

2.2 ドリンク割引チケット配布イベント

本イベントは11月14日(月)～18日(金)の5日間実施した。割引チケットを図6(表裏)に示した。割引チケットは4枚つづりとし、無料、100円引き、50円引き、30円引きとした。複数枚の連結チケットを配布することによって、日頃は高価で手の

出しにくいドリンクを無料で購入したり、友人と利用したり、また一人で複数回利用するなど自由に楽しんでもらいたいと考えて作成した。割引した金額はPBL活動費にて補填し、予算の関係上、1日50枚、5日間で計250枚(総チケット数1000枚)を配布した。多くの学生にイベントに参加してもらいたいため、1人1回限りとした。配布場所はFAVO café前、配布時間帯は学生が集まる昼休みの時間を含めた10:00から14:00とした(図7)。その他、総合図書館にもメニュー表を置いた。

イベントの告知は、1週間前より各学部の掲示板等にポスター(図1、A3版)を掲示、また山大生協等のSNSを用いて行った。



図6 割引チケット



図7 イベント受付の様子

2.3 効果検証

イベントの効果を検証するため、①チケットの使用状況、②イベント前(10/24~10/28)・中(11/14~11/18)・後(12/5~12/9)各5日間のFAVO café利用者数とドリンク注文数の測定、③イベント参加者へのインタビューを実施した。

3. 結果及び考察

3.1 チケットの使用状況

期間中に配布されたチケットの総数1000枚に対し、420枚(割引金額は68,930円)が実際に使用された。割引率ごとでは、無料チケットが217枚、100円引きが132枚、50円引きが48枚、30円引きが23枚であり、割引率の高いチケットが最も多く使用されていた。

表1には各学年のチケット使用状況、表2には文系・理系別のチケット使用状況を示した。ここで示す文理系は大学の資料等を参考に、人文、経済、教育及び国際総合科学部を文系に、理、工、農、共同獣医及び医学部を理系とした。チケット使用に学年及び文理系に有意な差はみられなかった(X^2 検定、学年 $P=0.7$ 、文理系 $P=0.7$)。

表1 各学年のチケット使用状況

	無料	100円引	50円引	30円引
1年(枚)	99	66	29	14
(%)	(88%)	(58%)	(26%)	(12%)
2年(枚)	25	14	5	3
(%)	(78%)	(44%)	(16%)	(9%)
3年(枚)	62	36	10	5
(%)	(86%)	(50%)	(14%)	(7%)
4年(枚)	28	16	3	1
(%)	(97%)	(55%)	(10%)	(3%)

表2 文系・理系別のチケット使用状況

	無料	100円引	50円引	30円引
文系(枚)	121	71	18	9
(%)	(83%)	(49%)	(12%)	(6%)
理系(枚)	92	60	28	14
(%)	(89%)	(58%)	(27%)	(14%)

図8にはドリンクの値段別のチケット使用状況を示した。最も高い280円と次の250円の商品に対してチケット全体の半数が使用されていた。

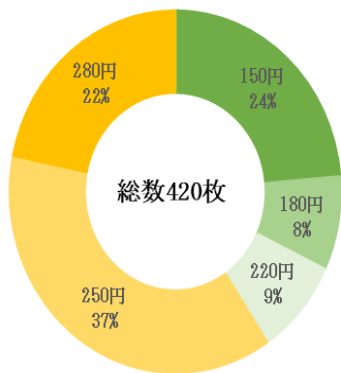


図8 ドリンクの値段別のチケット使用状況

上記の結果よりチケットの使用率は42%であることが判明した。使用率が50%を下回った一つの要因として、イベント期間が5日間に限定されていたことが挙げられる。ドリンクチケットの有効期限は11月14日(月)から11月18日(金)に設定した。この期間はQ3の試験期間に入る週であり、学生が比較的多く集まる機会となり得ると推察した。一方でチケットの有効期限内に大学に来るといった条件に合致しない学生も存在したことになる。一例を挙げれば、最終日の11月18日(金)にイベントに参加した学生はその日しかチケット(4枚)を使用できない。今回のような割引チケットやクーポン券の有効期限に関する先行報告では、日用品や買い回り品に対して有効な短期リピート促進型、1ヶ月から2ヶ月の期間を経る商品・サービスに用いられる中期リピート促進型、手渡しなどの手法によって配布される新規顧客開発型、回転率の低い商品などに有効な見込み客掘り起こしピンポイント型などの分類が存在し、それに応じた有効期限の設定が必要であるとしている(デザイン割引券, 2022)。この基準によると今回の設定期間は短期リピート促進型である。しかし継続的に学生に集ってもらいたい、コミュニティを再促進したいといった趣旨の本課題に対しては、この期間設定は合致するものではなく、利用者に対して幅広い選択を持たせる有効期限が必要であったと考えられた。

3.2 客数とドリンク注文数

次にFAVO caféの客数とドリンク注文数をイベント前・中・後で比較した。10月24~28日をプレ期間、11月14~18日を期間中、12月5~9日をアフター期間(それぞれ土日を除く5日間)とした。

図9には客数とドリンク注文数、客数に対するドリンク注文数の割合を示した。客数はプレ期間が7752人であり最も多かったが、イベントプレ・中・

アフターで有意な変化はなかった。ドリンク注文数はイベント中が1891杯で最も多かったが、客数同様にそれほど有意な変化はなかった。一方、客数に対するドリンク注文数は、イベント中がプレ及びアフターより有意に高く26%であった。この結果から、普段FAVOに来て食べ物のみを購入していた学生がドリンクも注文したことが推測される。

当初、イベントを実施することから、イベント中に客数やドリンク数が増加することを見越していたが、前述の結果となった。この点は、気温や学生の予定(試験期間等)といった環境的な要素からの影響が考えられる。気象庁のデータではプレ期間の10月22日から10月26日にかけて山口県の平均気温が20度前後から13度前後まで急激に落ちていた(気象庁, 2023)。全国清涼飲料連合会が気象庁と共同で行った気象データのビジネス活用によると、ドリンクのホットとコールドの販売数の変曲点は22度であり、22度を下回ると、ホットドリンクの需要の方が多くなる(一般社団法人全国清涼飲料連合会, 2023)。販売された商品データからもその傾向が伺え、プレ期間の急激な気温の低下で客数やドリンク注文数が多くなったのではないかと考えられる。先述したようにイベント時期は試験期間であったが、テスト対策はそれ以前から行っており、試験前に当たるプレ期間に大学に来てFAVO caféを利用する学生もいることから、本イベント期間が学生の大学に来る時期と完全に一致していたわけではないと考えられる。以上から予想していた結果とは若干異なったが、本データのみでこのイベント効果を判断することは適切であるとは言えない。チケットを配布した学生がその後FAVOを訪れているか、ドリンクを注文したか等のイベント前後の観察の必要性についても考慮すべきと考える。

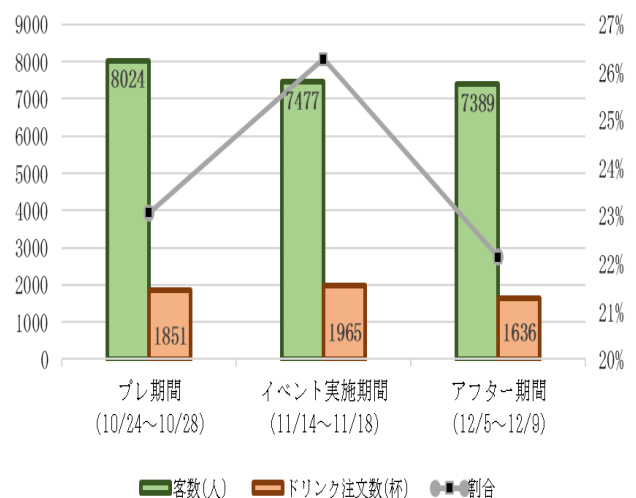


図9 客数とドリンク注文数

3.3 イベント参加者へのインタビュー

上記の検証とともに実際の学生の声が必要と考え、イベント期間中に学生へ構造化インタビューを実施した。対象者はイベントに参加した学生15名(男子9名、女子6名)とした。質問項目は、①イベントへの参加理由、②普段のドリンク購入や持参頻度、誰と利用するか、③これからの予定は何か、④今後どのようなイベントがあれば参加するか、⑤メニュー表の増設など変化に気づいたか、とした。

①イベントへの参加理由は「イベント受付ブースを見て」が最も多く(4名)、次いで「知り合いから聞いた」「チラシ」等であった。私たちが実施した広告方法は学部棟、食堂及びFAVO café等にポスターを掲示、またSNSも利用したが、実際はFAVO caféまで来て本イベントを知った学生が最も多かった。SNS世代の学生を対象としたイベントであっても、大学内のイベントの場合、実際に目で見たり人から聞くといったアナログな方式も効果的である可能性がある。今後は別の宣伝方法も検討したい。

②の普段のドリンク購入は「たまに購入する(1-2回/週)」が最も多く(6名)、「購入しない、あまりしない」が5名、「よく購入する(3回以上/週)」が4名であった。ドリンクの持参は「しない」が10名、「する」が5名であり、誰と利用するかについては「友人と」が10名、「一人」が5名であった。一人で利用する学生はその後図書館へ向かう姿が事前調査で観察されたことから、本PBLでは図1のポスターにもあるように図書館とのコラボも実施した。この点については、本誌では、紙幅の関係から割愛する。③のこれからの予定は「カフェで勉強」が4名、「カフェ以外で勉強」が5名と試験期間を反映していた。

④の今後どのようなイベントがあれば参加するかは、「1日に何杯以上飲んだら1杯無料」「朝食サービスのようなドリンク割引」「ドリンク以外にも使えるチケット」「今回のようなチケット配布」等、積極的な回答かつ多様な意見があり、「コスパのいいドリンク」「パンとセットの割引」「安くする(3名)」「季節限定メニューの拡充(2名)」「コーヒー以外のメニューの充実(甘いもの)(3名)」「ビッグサイズ」「サイズ制」などメニューに関する要望も聞かれ、ドリンクに対する興味・関心の高さが伺えた。⑤のメニュー表の増設など変化に気づいたかについては、気付いた者が6名であり、「注文の際、上のメニュー表を見なくてもよく便利だった」の意見も聞かれた。ちなみに、メニュー表のアイデアに関しては、その後もFAVO Caféにおいて採用されるに至っている。山大生協には、私たちの検証の場をご提供頂いたことに加え、一つの改善提案として受け入れて頂いたことに、この場を借りて感謝申し上げたい。

私たちは今回の試み(ドリンクメニュー表の改善、割引チケットの配布イベント)によってコミュニティの再形成に寄与できたらと考え実施したが、客数やドリンク売り上げ数の増加等、目に見える形での効果は示せなかった。しかしインタビューからは学生がこのエリアに興味を持ち、心地よい、利用しやすい場所になることを望んでいる様子が伺えた。これは私たちが目指したコミュニティ、すなわち「集団や個人それぞれにとってこのエリアが居心地の良い場所になり、そこから人とのつながりが生まれること、人とつながるきっかけとなる」状況を生み出すことにつながるのではないかと考えるが、数字でも示せるような試みを再検討したい。

4. まとめ

本PBLでは、進学と共に山口に在住することになった学生を主な対象として、コロナ禍により停滞した学生コミュニティを促進すること、及びその方法としてドリンクをキーとしてFAVO caféを中心とした人の流れを構築することをテーマとして活動を行った。本プロジェクトを総括すると、学生にとって重要な食事、その中でもドリンクに着目し、利用者毎に焦点を当てたことには、意義があると考えられる。今後も学生が毎日摂取するであろうドリンク類を通じて考えることは、今後コロナから脱却して新たな学生コミュニティを構築していく上で重要である。学生コミュニティの構築は言葉でいうほど簡単ではないが、コロナ問題を介して、そこに解決すべき課題が存在することが判明したことは、一つの成果であると言い換えることもできる。今後のPBLでも継続した調査をすることで、さらなる成果が期待される。

謝辞

本研究を遂行するにあたり、PBLパートナーである山口大学生協同組合様には多大なるご協力を頂きました。この場をお借りして厚く御礼申し上げます。

【引用・参考文献】

日本語文献

一般社団法人全国清涼飲料連合会, 2023, 「気象庁共同プロジェクト 気象データのビジネス活用」, <http://www.j-sda.or.jp/about-jsda/weather/kekka2.php>

気象庁, 2023, 「日ごとの値」,

https://www.data.jma.go.jp/obd/stats/etrn/view/daily_s1.php?prec_no=81&block_no=47784&year=2022&month=11&day=&view=g_tem

広辞苑無料検索日本大百科, 2022, 「コミュニティ」, <https://sakura-paris.org/dict/日本大百科>

/content/24072_222

厚生労働省, 2022, 「新型コロナウイルス感染症の国内発生動向 2022 年 1 月 18 日 24 時時点」,
<https://www.mhlw.go.jp/content/10906000/000884207.pdf>

最所あさみ, 2018, 「コミュニティは、個の空間が保証されてはじめて成り立つ」,
<https://note.com/qzqrnl/n/n214e1d901358>

坂口淳一, 2018, 「コミュニティとは何なのか？コミュニティの定義について」,
<https://note.com/jsakaguc2010/n/nad99ed92d35f#KIPpY>

デザイン割引券, 2023, 「効果を最大限に上げる有効期限」

<https://www.designwaribiki.com/hakkoujutu/03.html>

外川智恵, 2021, 「コロナ禍におけるキャンパスライフの実際」, 『こころの科学』, vol.215, pp.29-33.

内閣官房, 2021, 「新型コロナウイルス感染症 緊急事態宣言の実施状況に関する報告, 令和 3 年 10 月」,

https://corona.go.jp/news/pdf/houkoku_r031008.pdf

矢間裕大, 2020, 「大学生アンケート」から見えてきた学生を取り巻く“3つの危機”」, 『Campus Life vol.63』, 全国大学生生活協同組合連合会,

https://www.univcoop.or.jp/about/campus_life/vol63_06.html

山口大学, 2020, 「2020 年度 (第 18 回) 学生生活実態調査」,

http://ssct.oue.yamaguchi-u.ac.jp/2020_chosa/2020-jit-taichosa_all_a.pdf

読売新聞, 2021, 「『若者の孤立』対策強化」, 『読売新聞』, 2021 年 2 月 24 日 1 面.

英語文献

Theis N., Campbell N., Leeuw J.D., Owen M., Schenke K.C., 2021, “The effects of COVID-19 restrictions on physical activity and mental health of children and young adults with physical and/or intellectual disabilities “, *Disability and Health Journal*, vol. 14(3), 101064.

doi: 10.1016/j.dhjo.2021.101064.

Wolf S., Seiffer B., Zeibig J-M., Welkerling J., Brokmeier L., Atrott B., Ehring T., Schuch F.B., 2021, “Is Physical Activity Associated with Less Depression and Anxiety During the COVID-19 Pandemic? A Rapid Systematic Review”, *Sports Medicine*, vol. 51(8), pp1771–1783.

doi: 10.1007/s40279-021-01468-z