



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	3. イベントチーム : イベントを通じた繋がり形成を試みて
Author(s)	西村, 瑠佳; 飴井, 佳南子; 川原, 里奈 他
Relation	北海道大学ピアサポート活動報告書 (平成29年度版) p. 23-39
Issue Date	2018
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/69392
Type	report
File Information	eersupport_3.pdf



3. イベントチーム

ーイベントを通じた繋がり形成を試みてー

西村瑠佳¹・ 飴井佳南子²・ 川原里奈³・ 平野未綺⁴

1. 背景

ピアサポート室では開室当時から毎年様々な種類のイベントが催されてきた。例えば2010年度では平・岡本(2011)によると「本活」と呼ばれる学生が不要になった本を回収し、その本を配布することを通じて後輩に向けた「学術的引き継ぎ」を創出するイベントを開催したり、2010年度から継続的に毎年「ピアカフェ」と呼ばれる利用者と話すきっかけを作り出すイベントを開催したりしている。これらのイベントは今まで開催したもの的一部であるが、毎年その内容は全体の目標や学生のニーズに合わせて変化し続けている。昨年度もイベントチームを設置して「ピアサポーターと利用者の関係を深めるためのイベントを企画・運営する」という目標の元で活動を行ったが、両者の関係を深めることが出来た一方、ピアサポート室利用までのハードルが高い等といった問題も浮き彫りとなった。今年度も同様の趣旨で目標を達成できるようなイベントを開催するだけでなく、昨年度の反省を踏まえた上で本チームを設置した。

2. チームの活動目標・方針

今年度のピアサポート室全体の活動目標は「つながる」がキーワードである。この「つながる」という言葉を念頭に置いたときにイベントチームとして出来ることは「①イベントを通じて利用者にサポーターのことを知ってもらうこと、②アウトリーチ型、外部に働きかけるようなイベントの企画」が考えられる。上記2点を踏まえて本チームでは「イベントを通してピアサポート室のイメージをより具体化してもらう」、「サポーターを新たに知るきっかけをつくる」という目標を掲げて活動を行った。昨年度の反省としてピアサポート室がどういう場所かわからずに利用に至らないという事柄が挙げられていたので、この問題を解消すべくハードルの低いイベントを開催して利用に繋げることを試みた。またイベントを通じてサポーターについて知るきっかけが生じればイベント後も利用者とサポーターとの

¹ 北海道大学理学部 3 年

² 北海道大学水産学部 2 年

³ 北海道大学教育学部 4 年

⁴ 北海道大学教育学部 2 年

間に関係性が維持できるものとして、ピアサポーターを知るきっかけ作りを目標に掲げた。
以下の項目でこれらの目標を達成するのに取り組んだイベントについて説明を行う。

3. 具体的な活動内容

3.1. BGM 企画

概要：サポーターのセレクトした音楽を昼休みの時間にかける

開催日程：2017 年 5 月 29 日～6 月 1 日(試行期間)

2017 年 6 月 5 日～10 月 12 日(実施期間)

宣伝方法：シフトメンバーの紹介が載っているホワイトボードを利用

BGM のジャンルがいつもスタジオジブリの映画音楽かディズニーのテーマソングなどと固定化しつつあったので、様々なジャンルの曲をピアサポーターの個性に合わせて選択し、趣向を変えることで利用者同士の話題作りのきっかけとした。

3.2. 夏のピアカフェ

概要：利用者に飲み物を提供する

開催期間：2017 年 7 月 10 日(月)～8 月 4 日(金)の平日 13:00～16:00

メニュー：ホットコーヒー、アイスコーヒー、麦茶（冷）、紅茶（温）、ココア（温）

宣伝方法：ポスター、電光掲示板、Facebook、Twitter を利用

本企画は利用者とピアサポーター間のつながりを形成するとともに、ピアサポーターについて詳しく知ってもらうために開催した。またピアカフェを通じてピアサポート室の認知度の上昇と利用者の増加を図り、ピアサポート室の今後の継続につなげることも目的とした。またそれと同時に利用者に以下の質問のアンケートを取った。

問 1 ピアサポート室の利用頻度はどれくらいですか？

問 2 今日は何しに来室されましたか？

問 3 ピアカフェを知った理由を教えてください

問 4 現在関心のある事・困っていることがあれば教えてください

3.3. 秋のピアカフェ

概要：利用者に飲み物を提供する

開催期間：2017 年 11 月 13 日（月）～11 月 24 日（金）の平日 13:00～16:00

メニュー：煎茶（温）、ホットコーヒー、紅茶（温）

宣伝方法：ポスター、電光掲示板、Facebook、Twitter を利用

本企画は利用者とピアサポーター間のつながりを形成するとともに、ピアサポーターについて詳しく知ってもらうために開催した。また利用者との関わり方を再度検討するとともにサポーター同士で学びあうことも目的とした。

そのため秋のピアカフェでは利用者ではなくピアサポーターを対象に Google form を用いたアンケートを実施した。設問は以下の通りである。

問 1 今回のピアカフェ時シフトに入りましたか？

問 2 ピアカフェ時に 1 回のシフト辺り何人ぐらいに話しかけましたか？

問 3 ピアカフェの開催によって利用者に話しかけやすくなりましたか？

問 4 ピアカフェ時に利用者と話した内容を覚えている範囲で教えてください。

問 5 体験会の感想を教えてください

問 6 利用者に話しかけるときに気を付けたことや困ったことなどを教えてください。

（ピアカフェ以外でも構いません）

問 7 ピアカフェや体験会に関して気づいたことや改善点がありましたら教えてください。

問 8 今後のイベントに希望があれば教えてください。

3.4. ピアサポーター体験会

概要：ピアサポーターの業務を希望した利用者に体験してもらう

開催日程：2017 年 11 月 20 日（月）～11 月 24 日（金）の平日 13:30～14:00

募集人数：各日ともに 2 人

宣伝方法：チラシ、ポスターを利用

普段利用者として見ているだけでは分からないピアサポーターの仕事を利用者に知ってもらうために実施した。また、新規サポーター募集のチラシを掲示し始めた頃だったので、来年度ピアサポーターを希望する 1 年生が採用前に業務を体験できるようにすることも狙いとした。

3.5. 季節のイベント

3.5.1. セタ企画

概要：セタの短冊をピアサポート室内の各テーブルに設置し、利用者に願い事を書いてもらい展示する。

開催日程：2017年7月10日(木)～8月4日(金)の平日 12:00～16:30

使用物品：色紙で作った短冊、模造紙の筐、マーカーペン

宣伝方法：Twitter、室内のポスターを利用

本企画は季節に合わせたイベントの一つとして夏のピアカフェと開催期間を合わせて開催した。イベントチーム内で模造紙に筐を描き、入り口の扉に掲示する形で設置した。また、色画用紙を切って短冊を作製し、室内の各テーブルにマーカーペンと一緒に置き、利用者に願い事を自由に書いてもらえるようにした。

3.5.2. ハロウィンイベント

概要：ハロウィンにちなんで、利用者にお菓子を配ることでピアサポーターが話すきっかけを作る。

開催日程：2017年10月31日(火) 12:00～16:30

宣伝方法：Twitter、Facebook、入り口前の立て看板を利用

10月31日はハロウィンに合わせて来室者に対して、仮装したピアサポーターが「ハッピーハロウィン！」と利用者に声掛けをし、ピアサポーターが用意した菓子を渡すイベントを開催した。宣伝方法として、利用者の興味を引くために「ピアサポート室に来たら何かいいことあるかも」と具体的な内容をぼかした文言を用いた。

3.5.3. 芸術の秋

概要：芸術の秋と関連して消しゴムハンコ作りをピアサポート室で実施する。

開催日程：2017年11月1日(水)～11月10日(金)平日 13:00～16:30

使用物品：消しゴム、彫刻刀、デザインカッター、カッター、練けし、トレーシングペーパー、カッターマット、判子台、消しゴムハンコの本

宣伝方法：Twitter を利用

本企画では、利用者に芸術の秋を感じてもらえるように消しゴムハンコを作るキットをテーブル上に設置して利用してもらった。この時安全対策のため、テーブル上には彫刻刀以外を置き、刃物を使う際にはピアサポーターデスクに来てもらうようにした。この企画を通じて利用者同士の会話の促進や利用者とピアサポーターの会話のきっかけ作りを主な目的とし、さらにこの時期はピアカフェなど毎年行うイベントしかなく、芸術の秋にちなんだイベントを行うことで利用者に季節感を感じてもらってマンネリ化を防ごうとした。

3.5.4. クリスマスイベント

概要：トランプをいくつかの机の上に置き、利用者とピアサポーター、または利用者同士の交流を図る。

開催日程：2017年12月25日(月) 12:00～16:30

クリスマスプレゼントのように、サプライズを狙ったため宣伝はあまりしなかった。ゲームを通して利用者同士の交流を楽しんでもらう。ピアサポート室の存在を知りつつ、何をするか分からないので入りにくいと感じる1年生のために、ゲームという手段を使い、ピアサポート室を知るきっかけにしてもらうことを目的とした。ゲームを用いることでピアサポート室利用までの敷居を低くできると考えた。

4. 成果

4.1. BGM 企画

はじめのうちは、利用者同士の会話も見られたものの、セレクトされた音楽ジャンルをホワイトボードに書くのみだったため、常態化されるとともに話題にはのぼりにくくなった。また、ピアサポート室隣の研究室から音漏れを指摘されたため、10月12日以降実施を中止した。同じ音量でも、ジャンルによって聞こえ方が違うために、音漏れが起きたのだろう。また、BGMは無料動画サイトであるYouTubeを利用してパソコンから流しているため、変えるのは容易である。しかし容易であるがゆえに惰性になってしまう面が見られた。一方で、ジャンルを変えることを日課のようにすれば、何をセレクトするかというピアサポーター同士の話題になったり、利用者に希望を聞いてみたりすることも可能である。

4.2. 夏のピアカフェ

約1カ月に及ぶピアカフェの開催によって得られた結果を以下に示す。初めに利用人数の内訳を以下に示した。

表 1 ピアカフェ利用者数と飲み物提供の割合

メニュー	人数
ホットコーヒー	20
アイスコーヒー	89
麦茶	123
紅茶(温)	76
ココア	54
合計	362

表 1 では夏のピアカフェでの飲み物別利用者数を示した。この表に基づいてグラフを描いたのが図 1 である。

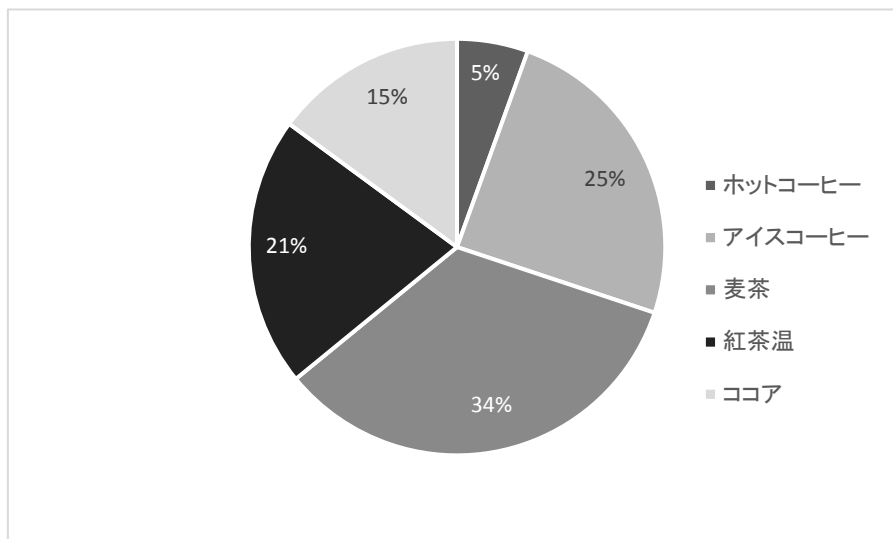


図 1 夏のピアカフェにおいて提供した飲み物の割合

図 1 の円グラフより、麦茶が全体の 34%、アイスコーヒーが全体の 25%を占めていることが読み取れ、冷たい飲み物の提供が半数を超えたことが分かる。今回夏という時期に合わせて冷たい飲み物の提供を行ったが、冷たい飲み物の需要があったことが結果から伺える。

続いて利用者を対象に行ったアンケート結果を以下にまとめた。まず問 1 のピアサポート室利用頻度に関する結果を表 2 に示す。

表 2 ピアサポート室の利用頻度

問 1	人数	割合(%)
ほぼ毎日	6	7
週に数回	36	40
月に数回	21	24
年に数回	10	11
初めて	16	18

表 2 では利用頻度についての結果を示した。この表から週に数回利用する人が約 40%、月に数回利用する人が 24%を占めることが分かり、その 2 者だけで約 6 割に到達することがわかった。その一方で初めて利用する人が 18%いたことから、入学から 3 カ月以上がたった 7~8 月の間にもピアサポート室の新規利用者を見込むことが可能であると推定される。

次に来室理由に関する調査結果を示す。

表 3 来室理由

問 2	人数	割合(%)
自習	57	61
友達と話すため	20	21
飲食	12	13
サポーターに会うため	5	5

表 3 は問 2 の回答をまとめたものである。この表から自習目的の利用者が全体の 6 割を占めることがわかる。つまり、勉強する目的で来室する利用者が多いことがわかる。また、友達と話したりサポーターに会ったりするために来室する人は合わせて全体の 4 分の 1 を占めていることから、ピアサポート室が交流の場として機能していることが推定される。

次にピアカフェの宣伝に関する質問の回答結果を以下に示した。

表 4 ピアカフェを何で知ったか

問 3	人数	割合(%)
偶然知った	43	48
友達から聞いた	28	32
掲示物を見た	14	16
サポーターから聞いた	3	3

SNS で知った	1	1
----------	---	---

表 4 では問 3 の回答人数と割合を示した。約 5 割の人がピアカフェの開催を「偶然知った」と答えており、掲示物や SNS 上での宣伝を行っているのにもかかわらず、宣伝効果が薄いことが推測される。しかしその一方で「友達から聞いた」人が 32%を占めていることから、今後は利用者に対して友達にイベントの宣伝を頼むことも宣伝方法の一つとして用いることでよりイベントに参加する人数が増えると考えられる。

続いて利用者が関心のある問題についての回答結果を以下に示す。

表 5 関心のある問題

問4	人数	割合(%)
進路	32	24
授業	36	27
留学	10	7
アルバイト	33	25
部活・サークル	17	13
就職活動	5	4

表 5 から利用者の関心事や困っていることが多岐にわたっていることが分かる。その中でも特に、進路や授業といった学業に関することだけで半数以上を占めることがわかり、多くの学生の悩みの種となっていることが推定される。そのため、今後のイベントに限らずピアサポート活動全般において、学業をサポートするような活動を行うべきだと考えられる。また、課外活動としてアルバイトや部活・サークルに関する悩みでも 4 割近くを占めているので、今後はそれらの問題に対しても焦点を当てていきたい。その一方で就職活動に関する関心は 4%とほかに比べて低いことから、1 年生の利用者が多いピアサポート室では就職活動に関する支援の需要はあまり高いことが分かった。

続いて、アンケートの自由記述欄から得られた回答を一部以下に掲載する。

表 6 ピアカフェ期間に実施したアンケート問 5（自由記述）一部抜粋

回答 No.	記述内容
1	麦茶ありがとうございました。くつろぎの空間でした。
2	ピアサポート室とてもいいと思います。まだよく仕組みは分かりませんが…。
3	ピアカフェがくるきかけになった。飲み物おいしかったです！！

4	人ごみを避けたいときに来て休めるので、とても便利だと思います。いつもありがとうございます。
---	---

表 6 の回答 1、2、4 からはピアサポート室が過ごしやすい環境を利用者に提供していることがうかがえ、回答 3 からはイベントをきっかけにピアサポート室利用に繋がったことが読み取れた。上記を踏まえてピアサポート室を今後も過ごしやすい空間とし続けると共に、イベントなどによって利用者増大のきっかけづくりを行うべきだと考えられる。

続いて上記のアンケート結果を中心にピアカフェ全体について考察する。まず目的の達成度について、夏のピアカフェで当初掲げていた「サポーターと利用者間の交流を深める」という目的は達成できなかった。理由として、メニューが多すぎたことでサポーターに余裕がなくなり、利用者と積極的に関わることができなかったことがあげられる。

また、アンケート問 1 の結果からは、「ピアサポート室の利用者と認知度の上昇」という目的を達成できたかどうかについては判断しかねる。アンケートの問 1 に答えた 89 人中 16 人が初めて訪れたと回答しているが、問 3 の結果よりピアカフェ開催を偶然知った利用者が 43 人とアンケート回答者の約半数を占めることから、ピアカフェ開催が利用者の増加につながったと断定することはできない。しかし、アンケートのコメントからはピアカフェが利用者とピアサポート室間の敷居を低くしていることをうかがい知ることができる。

続いて飲み物の種類などについて考察を行った。今回の夏のピアカフェでは初の試みである、夏という季節に適した冷たい飲み物の導入をおこなった。ピアカフェ期間中に実施したアンケートの表 6 で示した自由記述欄の結果や飲み物の提供割合から冷たい飲み物は必要があることがうかがえる。しかし、初の試みということもあり、その製造法についてサポーター内で情報の混乱が起こってしまった。また、サポーター間で在庫管理を共有できていなかった。これを踏まえ、秋のピアカフェでは改善をおこなった。

また、ピアカフェをミスなく遂行するために事前講習会を開催した。こちらも改善の余地があるものの、新人サポーターのピアカフェに対する不安を取り除くために必要であると判断している。

さらに、アンケート問 3 の結果より、SNS による宣伝よりも掲示や偶然知った利用者が多いことがわかる。イベント周知の方法も改善が必要である。

4.3. 秋のピアカフェ

夏のピアカフェの反省を踏まえて行われた約 2 週間に及ぶ秋のピアカフェの開催によって得られた結果を以下に示す。初めに利用人数の内訳を以下に示した。

表 7 秋のピアカフェで提供したメニューとその人数

メニュー	人数
煎茶	32
ホットコーヒー	48
紅茶	36
合計	116

表 7 では秋のピアカフェでの飲み物別利用者数を示した。この値をもとに以下に円グラフを描いた。

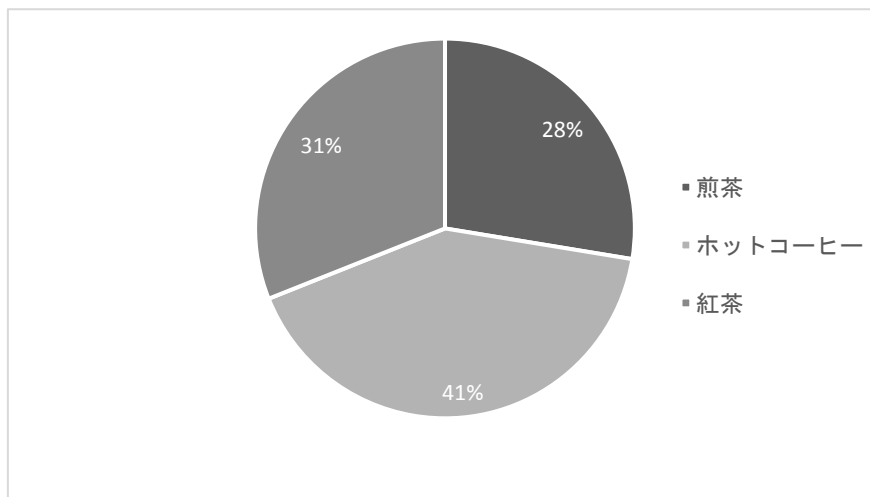


図 2 秋のピアカフェで提供した飲み物とその割合

上記図 2 の円グラフより、それぞれの飲み物の提供が均等に行われたことが分かる。

続いてサポーター内で行ったピアカフェ事後アンケート結果を示した。アンケートに回答したサポーターは 22 人、うち 18 人がピアカフェ開催期間にシフトに入ったことが問一の回答からわかった。また、問二の結果より期間中にシフトに入ったサポーターの一回のシフトあたりに話しかけた利用者数の平均は 3.69 人であり、多い人では 8 人に話しかけることが分かった。続いて問 3 ではピアカフェを通じて利用者に話しかけやすくなったかを調査したが、その回答を以下の円グラフで示した。

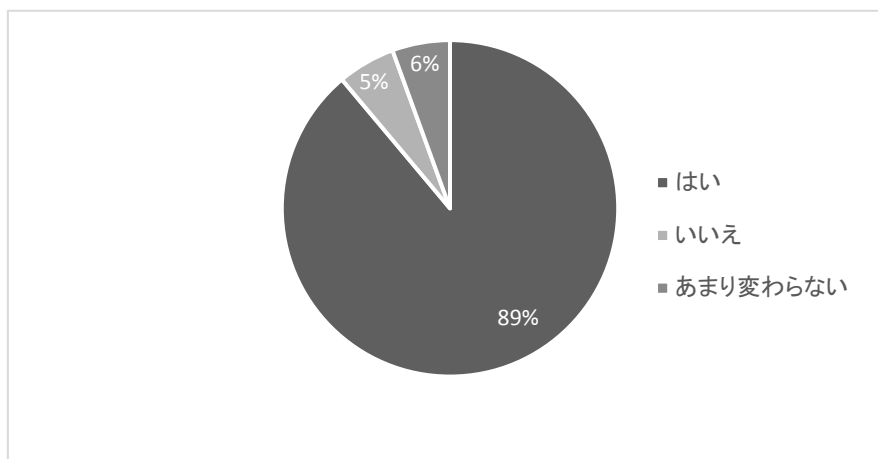


図 3 ピアカフェを通じた利用者への話しかけやすさの変化

図 3 の円グラフは問 3 の回答を集計したものであるが、ピアカフェ開催期間中にシフトに入ったサポーターの 9 割近くが「ピアカフェの開催によって利用者に話しかけやすくなった」と回答した。続いて利用者とのどのような話をしたかについて以下に抜粋して示した。

表 8 利用者との会話(一部抜粋)

回答 No.	利用者との会話内容
1	文系修士の留学生と研究について話しました。学部を迷っている人がいたのでとのまきを勧めました。
2	(ミルクとガムシロ頼まれた利用者)に)甘いもの好きですか？わたしも甘いもの好きです、ということ。
3	(飲み物が)熱いので気をつけてくださいなどとお話しました
4	授業の教材費高い。おすすめのスキー場等ウィンタースポーツについて。

表 8 は問 4 の回答の一部である。飲み物提供をきっかけに学業や様々な分野の会話がなされていることが分かる。また、問 5～問 8 の結果についてはピアカフェに直接的に関わる回答が得られなかったため、ここでは割愛する。

続いて上記アンケート結果を中心に考察をおこなう。まず目的の達成度について、「ピアサポーターと利用者間の交流を深める」という目的は達成した。ピアサポーター1人当たり平均約 3.6～3.9 人に話しかけていた。利用者との会話も飲み物のことから勉強やサークルの話など多岐にわたり、ピアカフェの開催はピアサポーターと利用者間のつながり形成を

促進しているといえる。ピアカフェにより利用者に話しかけやすいと感じるピアサポーターが多いことは円グラフからも自明である。

次に利用者数について考察を行った。夏に比べて1日のピアカフェ平均利用者が17人となり、夏のピアカフェの26人から約10人減少した。その原因を探るべくピアサポート室の利用者数を比較した。下の表はピアカフェ開催期間のピアサポート室利用者数のデータである。

表 9 利用者数平均値

	12:00-13:00	13:00-14:30	14:30-16:30	全時間帯	飲物数
夏のピアカフェ(人)	17.84	13.53	12.53	43.9	26.11
秋のピアカフェ(人)	23.56	8.89	16.56	49.01	17.11

この表 9 では具体的な時間帯の欄には各時間の平均利用者数を記し、全時間帯の列にはその合計、飲み物数の列にはピアカフェで提供した飲み物数の平均を記した。秋のピアカフェ開催期間は夏のピアカフェ開催期間と比較して、12:00-13:00 の平均利用者数が多い。しかしながらピアカフェは 13:00-16:00 に開催しているため、開催時間の検討も必要であるかもしれない。またピアカフェ開催時間の 13:00-16:00 の平均利用者数を比較すると、どちらも約 25 人でほとんど差はない。つまり、ピアサポーターが無理のないペースで飲み物を提供することができたといえる。秋のピアカフェでは新規の利用者増加よりも利用者とのつながり形成に重きを置いていたのでこの利用者の減少は大きな問題ではないと思われる。特に夏のピアカフェで問題となったピアサポーターへの負担を軽減するという反省を活かし、メニューは 3 種類に減らした。その結果ピアサポーターの負担が軽減し、夏のピアカフェに比べて利用者 1 人当たりに対して掛けられる時間を延ばすことができ、それによってより利用者と話をすることができて積極的に利用者とのつながり形成ができたと推測される。

また、もう 1 つ大きな問題として夏のピアカフェで挙げられた衛生管理のシステムについて見直し、在庫をピアサポーター全員が把握できるように物品保管場所で在庫を可視化したことで衛生管理や在庫管理における問題は防ぐことができた。さらに、情報共有も変更点や質問事項があれば SNS の 1 つである LINE の機能を用いて記録と共有を行った上でピアサポート室内のパソコンにデータとして保存するなどのように徹底して行った結果、夏

のピアカフェに比べ円滑に運営することができた。実際にピアサポーター向けのアンケートにおいても、数名のピアサポーターから円滑な運営ができたと感じているとのコメントが寄せられたので、今後の運営においても継続・応用すべきであろう。

4.4. ピアサポーター体験会

ピアカフェ開催期間中であつたため、ピアサポーターの業務内容説明だけでなく、ピアカフェのウェイター、業務日誌(体験会用)の記入など、普段見ているだけでは分かりにくいことも体験してもらつた。参加者は4日合計して2人であり、2人とも来年度からサポーターになることを希望していた。このように参加人数が少なくなったのは、企画を始めてから実施に至るまで、体験証の作成や内容の具体化に時間がかかり、宣伝が十分でなく、周知が足りなかったためだろう。また、2年次以上の新規サポーターがシフトに入る時期でもあり、仕事を教える傍ら体験会の参加者への説明をしなければならず、ピアサポーター側の負担も大きかつた。しかしながら、その時期にシフトに入っていたピアサポーターは、サポーター業務を目的も含め再確認できてよかつたとしていた。利用者やピアサポート室に興味がある人に業務を体験してもらおうという当初の目的は、参加人数が少なく成功したとはいえないが、利用者に業務を知ってもらえただけでなく、このようにピアサポーターにもよい効果があると分かつた。改善が必要な点は多々あるが、内容や方法を再考して来年度以降も続けていきたい。

4.5. 季節のイベント

4.5.1.七夕企画

本イベント期間中に願い事が書かれた短冊の枚数は38枚であつた。書かれた願い事を分類分けし、円グラフで割合を示したものが図4である。

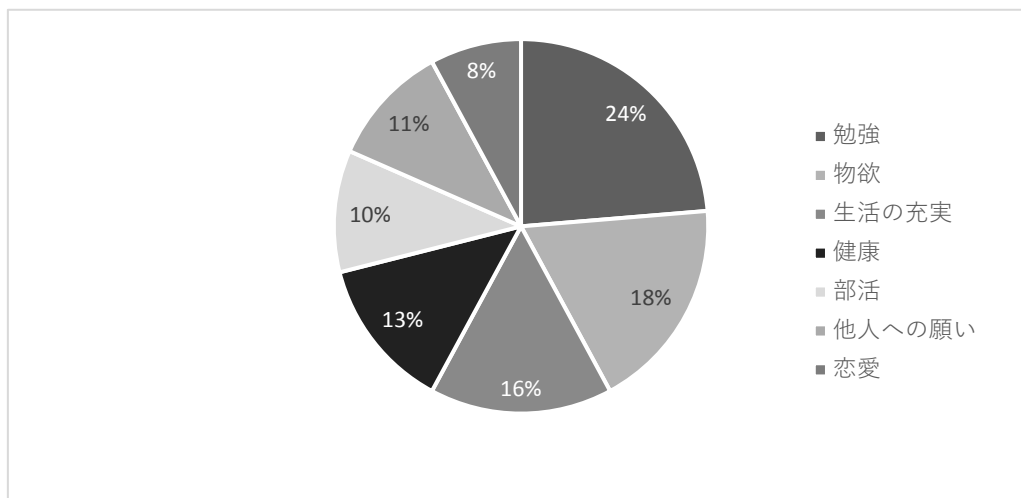


図 4 七夕企画願い事内訳

図 4 では書かれた願い事を勉強（単位含む）、物欲（金含む）、学生生活の充実、健康、部活（サークル）、他人への願い、恋愛の 7 つに分類した。最も多かった願い事は勉強である。その内容としては、「複素関数論を理解する」、「GPA が上がりますように」といった成績や学問に関することよりも、「ドイツ語の単位が欲しい」、「〇〇先生、単位をください」など単位取得に関する願い事のほうが圧倒的に多かった。また、「留年回避」、「Please give me 単位」などどちらかというと消極的な姿勢が多いように見られた。

次に多かったのは、物欲である。半分くらいは、お金に関することで、大学は小中高に比べ自由度が上がり飲み会や旅行など出費も増える傾向にあるからだと考えられる。「旅行に行くお金が欲しい」などもあったが、これは次に多かった学生生活の充実にも関わってくる。

「USJ に行けますように」「公私ともに充実した 1 年にしたい」など余暇を楽しみたい声が多かった。一方、恋愛＝リア充(リアルが充実している)とも言われる中、恋愛に関することは最も少なかった。余暇(＝リアル)の充実は恋愛だけではないという認識の表れだろうか。

願い事を書くときに友達同士で内容を話し合うだけでなく、短冊を書かせてくださいと自分からピアサポーターに話しかけてくる方もおり、利用者同士さらにはピアサポーターと利用者のつながりを作るのに役立ったのではないかな。また、貼られた願い事を見て楽しむ利用者もいたので、総じてこの企画を楽しんでもらえたと言える。

4.5.2. ハロウィンイベント

ピアサポーターのテンションの高さから照れてしまった利用者もいたようだった。しかし、数種類あるお菓子の中から好きなものを選んでもらう形式をとったので、会話を始めや

すかったと言える。今回はピアカフェと開催時期が被らなかったなので飲み物を提供する必要がなく、ピアサポーターは利用者との会話に集中できたので良かったと推測される。

4.5.3. 芸術の秋

一緒に作る過程で、ピアサポーターと利用者間だけではなく利用者同士でもコミュニケーションをとっていたり、交流が見られたりした。特に、ピアサポーター内からは利用者と一緒に消しゴムハンコを作るという共通した作業を行うことによって、話題を共有することができ、普段より会話を続けやすくなったという声が挙げられた。その一方で、「交流するのになぜ消しゴムハンコなのか」などピアサポーター内でも開催意義を問う声も挙げられたので、活動内容を見直し、目的をより明確にしてピアサポーター内で共有したうえで開催する必要があると考えられる。

4.5.4. クリスマスイベント

常連の利用者 4 人にピアサポーターが 1 人加わり大富豪を楽しんでいる様子が見受けられた。しかしながら 12 月 25 日は複数の講義が休校となったためか、ピアサポート室の利用者数がいつもより少なく、参加者数が少なくなったと推測される。また、準備期間が足りず広報ができなかったのも原因の 1 つと推定される。本イベントの企画にあたって、ピアサポート室の意義についてピアサポート室組織全体として意見統一が取れていなかったため、開催の有無が直前まで決断できず準備期間を短縮せざるを得なかった。今後は芸術の秋のイベントと同様に、目的や意義の明確化と意見統一を行って企画運営を行うべきである。

5. 今後の展望

上記のイベントから今年度の目標である「イベントを通してピアサポート室のイメージをより具体化してもらう」と「ピアサポーターを新たに知るきっかけをつくる」を達成できたと考えられる。ピアサポート室のイメージを具体化してもらうということに関しては、ピアサポーターやピアサポート室について知ってもらえたかどうか定量しがたいため達成できたと結論付けることは難しいが、例えばピアサポーター体験会のようにピアサポート室についてより深く知ってもらう機会を設けたり、ピアカフェで初めて来室した利用者にはピアサポート室について説明を行ったりしたのでこの目標は少なからず達成できたのではないかと考えられる。また、ピアサポーターを新たに知るきっかけを作ることに限っては、イベント開催時にピアサポーターが利用者に自分自身のことについて話すことによって、

利用者にピアサポーターについて知ってもらうきっかけを作って目標達成に加担したと考えられる。

また、イベントを通じ、特にピアカフェがきっかけでピアサポート室利用に繋がったという利用者の声やイベントを通じて利用者とよりコミュニケーションを取りやすくなったというピアサポーターの声が上がっていたので、イベントによってピアサポーターと利用者間の関係を深めることが出来たと考えられる。

しかしその一方で、いくつかの問題が浮き彫りになった。1つ目の問題としてチームの始動が遅くなった結果4、5月に新入生を対象とした授業時間割相談会のようなイベントを企画運営できなかったことが挙げられる。それによって新入生を新規利用者として取り入れるチャンスを多かれ少なかれ逃してしまったように思う。そのため、現在は今年度のイベントチームのメンバーで4、5月のイベントの企画と運営を円滑に行えないかどうか現在模索中であり、例えばピアサポート室の認知度を上げられるようなイベントの開催や、新入生のニーズに合ったイベントの開催を考えている。

2つ目の問題として、イベントチーム内では様々なイベントを通じて新規利用者の増大を試みていたが、その一方で利用者が増大することによる弊害が生じるのではないかという意見がサポーター内外から挙げられた。確かに利用者が増えすぎるとサポーターの負担が上昇する可能性が考えられる。しかし、現状を見る限りピアサポーター体験会やクリスマスイベントなどの開催時には人が予想よりも集まらなかったり、イベント以外でも相談者数が日によっては0～1人となったりと利用者がピアサポート室のキャパシティーを超過しているとは言い難い。また、新規利用者数を増加させることのメリットとして、それによってピアサポート室の認知度が高まることが挙げられる。もしこのように認知度が上昇したならば、より多くの学生が何か悩みを抱えたときに相談先として頼ることが出来るようになると推測される。そう考えると今後も継続して利用者数を増大させるべきだろう。

3つ目の問題として、宣伝の不十分さが挙げられる。特にクリスマスイベントでは宣伝の期間が短く、周知不足に陥ったことが挙げられ、さらにピアカフェの利用者に対するアンケートにおいては掲示板による宣伝効果が口コミに比べて薄いことや、SNSによる宣伝効果がほとんど無いことがわかった。そう考えると新年度を迎えるにあたって宣伝方法や期間を見直したりする必要があると考えられる。例えばSNSの1つであるTwitterにおいては、ピアサポート室のアカウントの投稿内容を周知すべく春から北海道大学に入学するとみられる人のアカウントをフォローすることによってピアサポート室の認知度を高める取り組みを始めるなど試みるべきである。

4 つ目の問題として夏のピアカフェ時に浮き彫りになったピアサポーターの負担の重さが挙げられる。秋のピアカフェではサポーターの負担を減らすために期間を短くしたりメニューの種類を減らしたりした結果、大きな問題が生じることなくイベントを遂行できたので、来年度もイベントを企画・運営する際には負担を過度に増やさないような工夫が必要となると考えられる。

来年度以降は上記で述べたような今年度の反省を取り入れたり、実施したアンケートなどから推測される学業を中心とした学生のニーズなどを踏まえたりすることで、より目標を達成するのに効果的かつ魅力的なイベントを企画運営するべきであろう。

【参考文献】

平侑子・岡本健（2011）「人々をつなぐイベントの創出 北大ピア・サポート企画「本活」の報告を通して」『北海道大学ピア・サポート活動報告書（平成 22 年度版）』