



Title	4. 広報チーム : 未利用者・現利用者につながる
Author(s)	水野, 君平; 満保, 裕太; 口町, 和香
Relation	北海道大学ピアサポート活動報告書 (平成29年度版) p. 40-46
Issue Date	2018
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/69393
Type	report
File Information	eersupport_4.pdf



4. 広報チーム

—未利用者・現利用者をつながる—

水野君平¹・満保裕太²・口町和香³

1. はじめに

ピアサポート室の広報チームは平成 28 年度から結成され、ピアサポートを広く学生に知ってもらふこと、身近に感じてもらうこと、新規サポーター募集を目的として活動している。平成 29 年度は昨年度からの 3 名のサポーターが継続してチーム活動をおこなった⁴。今年度は昨年度から継続して Twitter のアカウント運営、室内掲示の「うおーるぎゃらりー」に加え、室内掲示の大喜利企画、出張講義（教養講義でのピアサポート室紹介）、新規サポーター募集⁵をおこなった。

2. 活動内容の紹介

2.1. Twitter アカウント運営

水野・満保・川原・口町・栗原（2017）で紹介したように、ピアサポート室のオンライン上の広報としては北海道大学内の Web ページに加え、SNS として Facebook と Twitter（図 1）がある。Twitter アカウント（@peersupport_hu）では高い速報性、柔軟な広報を目的として、1 日 1 ツイートを目標に運営している。2018 年 2 月 1 日時点での総ツイート数は 384 ツイートであり、フォロワー数 558、フォロー数は 803 である。主なフォロー／フォロワー先は北海道大学の学生個人のアカウント、サークルなどの団体アカウント、他大学のピアサポート室のアカウントである⁶。「ぴあかふえ」などのピアサポート室のイベントなどの広報や（図 2）、ピアサポート室に所蔵されている図書の紹介、ピアサポーター間の交流の様子の報告などをおこなった。今後も Twitter を通して速報性があり、円滑な広報活動を続けていく。

¹ 北海道大学大学院教育学院博士後期課程 2 年

² 北海道大学教育学部 4 年

³ 北海道大学理学部 3 年

⁴ 正確に記載すると、上記の 3 名に加えて 1 名のサポーターもチーム活動に従事していたが、学業による多忙のためチーム業務から外れている。

⁵ 正確に記載すると、教養講義でのピアサポート室紹介と新規サポーター募集は数年前から継続されているが、今年度から広報活動の一環として位置づけることとした。

⁶ 前年と同じように、2017 年 3 月に「北大 合格」で検索にヒットしたアカウントをフォローした。



図 1 ピア室の Twitter アカウントと広報の一例

2.2. くるっと JAPAN（うおーるぎやらりー）

昨年度に引き続き実施した（図 2）。ピアサポーターが実際に訪れた全国各地の写真を、本人のコメントを添えて掲示した⁷。写真の増加に伴い、本年度は中心部の日本地図を大きなものに差し替えた。目的はサポーターと利用者のやりとりのきっかけづくりと、利用者が有意義に大学生活を過ごすための情報提供である。ウォールギャラリーを彩るメイン掲示である。ピアサポート室の利用者にも、見ている人が何人かみられた。今後は継続してサポーターから写真・コメントを募集し、47 都道府県制覇を目指す⁸。

広報チームとして掲示物を扱う意義を考えてみた。それは掲示をきっかけにしたやりとりが間接的な広報になるということである。利用者がピアサポート室の外で、掲示物やそれをきっかけとしたサポーターとの話をするのであれば、ピアサポート室の外にも内部の情報が伝わる。それがピアサポート室の広報になるのである。今後もピアサポート室内・室外（廊下）の掲示を共に充実させていきたい。

⁷ 図 2（右図）にあるようにサポーターが思い出を回答しやすい雰囲気を出すべく、顔文字を入れてある。

⁸ 1 月 19 日時点で、写真付きコメントの数は 17 件。都道府県は 1 府 8 県であった。



うおーるぎゃらりー めざせ日本全国制覇！くるっとJAPAN

都道府県名 地名



ひとこと

ここに30字ほどでひとこと
を。思い出、おいしいもの
など(´・ω・`) (31字)

ペンネーム:

注) 左が室内に掲示した「くるっと JAPAN」、右が写真とコメントの応募フォームである

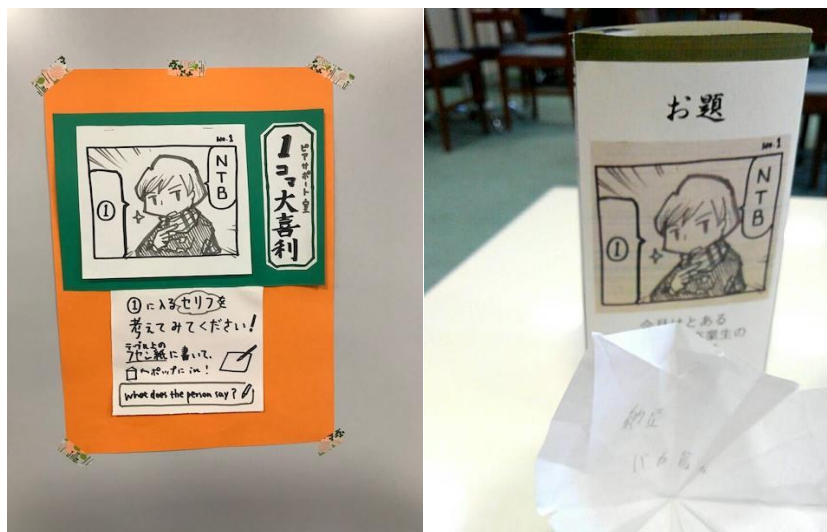
図2 くるっと JAPAN の掲示物

2.3. 大喜利企画

ピアサポート室では利用者とピアサポーターが直接話すことでコミュニケーションをとる。利用者とサポーターはお互いに話したいと思っている場合もあるだろう。しかし、話しかけるのをためらってしまったり時間的に余裕がなかったりすることから、必ずしも対面で話すことができるとは限らない。そこで、サポーターと直接話さなくてもピアサポート室やサポーターとやりとりができる装置をつくりたいと考えた。掲示物を用いて、アイデアを募集する形ならば直接やりとりしなくてもサポーターと利用者が間接的にやりとりできる。よって、大喜利企画を行うこととした(図3)。1コマ漫画をピア室内に掲示し、それをお題とした大喜利の回答を利用者に募った。募集は12月から行い、ピア室内のテーブルの上に応募用紙(メモ用紙)と投函用の箱を兼ねた三角ポップを配置した。回答は選んだ後にピア室内に掲示した。初回のお題は利用者に考えてもらった。利用者から1件回答があった。

今後の課題として、広報をきちんと行って参加者を増やすことと、応募フォームをより使いやすくすること、利用者の参加しやすいタイミングを選んで開催することである。今回の企画はゲリラ的に行ったため、あらかじめTwitterで広報したり、ポスターを作ったりはしなかった。ポップも小さく、掲示した場所もピア室の奥の壁で、利用者が見る機会が少ない。

また三角ポップが小さく倒れやすかった。また、時期が期末テストに重なっていた。これらの要因で、参加者が少なかったと考える。次回開催時は、これらの課題を解決していきたい。



注) 左が室内掲示物で、右が机の上に配置した三角ポップと実際の回答である

図3 大喜利企画の掲示物と回答

2.3. 出張講義

大学の正課講義との接点として、本室のアドバイザー教員である齋藤暢一朗先生が担当する全学教育科目「大学生活の心理学」（2学期火曜1限）への出張講義（図4）があった⁹。この授業では、受講生は各学生支援組織（e.g., 学生相談室）の教職員から話を聞き、各自が疑問や関心を発見し、自己理解や他者理解を深めることを目標としている。ピアサポート室は、本授業において1回分の授業担当（12月5日）を請け負っており、ゲストスピーカーとしてサポーター2名が授業を実施した。受講生は事前にピアサポート室への視察をすることが義務づけられていた。出張講義は前半にピアサポート室の総論、後半にチーム活動意義と内容紹介をおこなった。ピアサポート室の部屋の存在だけではなく、何をしている場所なのかを学部生に紹介できることから、このような機会を持つことが出来るのは意義のあることと思われる。しかしながら、講義だけではピアサポート室の雰囲気や実際の様子を知ることはできない。そこで、来年度は今年度イベントチームが企画した「ピアカフェ」や「ピアサポーター体験会」等のイベントに受講生をつなげる工夫ができれば、よりピアサポート室のことを知ってもらえることだろう。

⁹ なお、受講生にはピアサポート室に来室するという事前課題があった。



注) ピアサポーター（代表）がスライドを使いピアサポート室の総論を解説している

図 4 出張講義の様子

2.5. 新規サポーター募集

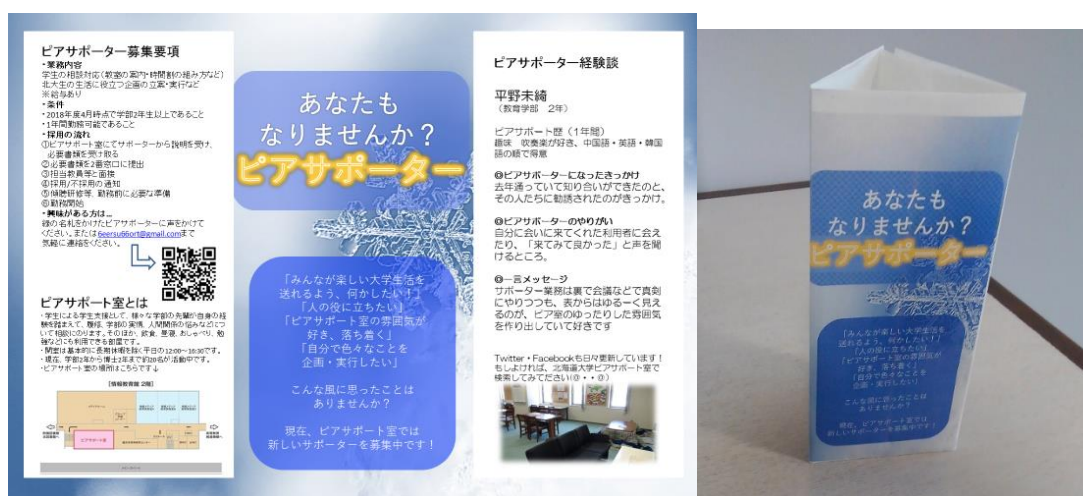
新規ピアサポーターの募集は運営上不可欠である。本学ピアサポート室は大学の先輩が後輩の相談に乗ることを想定して設置されているため、ピアサポーターの応募資格として学部2年生以上であることが求められる。

では、現在ピアサポーターの加入経路としてどのような形式があるのだろうか。加入経路は①元利用者、②サポーターの友人・知人、③募集広告の3つに分類できる。

①元利用者は、本室を利用したことがある学生がピアサポーターになることである。実際に、ピアサポート室を利用して居心地の良さを感じたり、サポーターに相談に乗ってもらった経験から今度は自分が支援する側になりたいとの熱意をもって、サポーターに志望した学生もいる。次に②サポーターの友人・知人は、サポーターの人脈を活かしてサポーター候補を探すことである。この場合、サポーターが当人の適性(話しかけやすい雰囲気か、相談事に親身になってくれるか、他サポーターとの協調性はあるそうか、等)を判断した上で勧誘することができる。③募集広告とは、大学の掲示板や食堂等に設置したチラシや三角POP（図5）、Twitterの募集ツイートのことである。この場合、所属や学年を問わず広く人材を集めることができる。

平成29年度にピアサポーターに新規加入した人数は10名であるが、そのうち6名が元利用者、3名がサポーターの知人・友人、残り1名が募集広告を見ての応募者であった。また、平成30年度から採用となる人数は平成30年2月17日時点で6名であったが、それ

ぞれ4名、1名、1名であった。現状では新規サポーターは元利用者からの応募が大半であることが分かる。これは、ピアサポート室を利用する中でピアサポート活動のイメージを明確に持ち、自分も支援する側になりたいという動機づけが働いていることが考えられる。反対に、ピアサポート室を利用したことがない学生にとっては、ピアサポーターがどのような仕事をしているかイメージが湧かず、応募するには抵抗があることが要因であるかもしれない。したがって、新規サポーターの募集はピアサポート室の認知度および利用率の向上と組み合わせて考える必要があると思われる。



注) 上図は展開図、左図は実際に組み立てた物である。業務内容や応募資格、採用プロセスの他、現サポーターの経験談を載せている

図5 募集広告の三角POP

3. おわりに

今年度の活動は前年度に比べて活発なものではなかった。その理由の1つとして、チーム内サポーターが5名から3名へ減少したことが挙げられる。3名とも前年度からの継続であり、ある程度のノウハウを共有しているが、就職活動、卒業論文、研究室活動で多忙であるなどから、必要最小限の活動しかできなかった。余力のあるチーム編成にするべきだったという課題があると思われる。しかし、活動時間や人的・経済的な資源が限られている中で新しい活動を精力的に行い続けることは必ずしも正しいとは限らない可能性もある。むしろ、年度の在籍サポーターの状況によっては「省エネ」的な活動が求められるのかもしれない。

【参考文献】

水野君平・満保裕太・川原里奈・口町和香・栗原利奈（2017）「広報チームーピアサポート
室外と室内への情報発信ー」『ピアサポート活動報告書(平成 28 年度版)』