

教員の語りにみるサービスラーニング・プロジェクトの デザイン原則

今 中 舞衣子[†]

Design Principles for Service-Learning Projects Found in Teachers' Narratives

IMANAKA Maiko

Abstract

What design principles are effective for realizing and sustaining service-learning projects? The author seeks an answer for this question by examining teacher narratives. Prior research on service-learning has not focused much on this body of material, so this study attempts to extract and categorize design principles from teacher narratives that may prove useful for future practice. As a result, 22 design principles related to four categories (place, community, artifacts, and activity) were extracted. The results of the analysis show that it is important to match the characteristics and expertise of the university/department with the project. This would allow students to view their participation in the project as a series of learning practices at the university. It is also important to design the mediation of activities, including organizations that serve as hubs and mechanisms to connect people to each other. This allows a project to become a sustainable activity involving multilayered communities, rather than an independent short-term endeavor conducted by individual faculty members.

[†] 大阪産業大学 国際学部国際学科 准教授

草稿提出日 6月30日

最終原稿提出日 7月17日

キーワード：サービスマーケティング、教員の語り、プロジェクト活動デザイン

Keywords: Service-Learning, Teacher Narratives, Design of Project Activities

1. 本研究の目的と背景

本研究は、大学での学びを地域貢献に生かし、市民性や社会的役割への気づきを促すため、また学生の能動的・主体的な学習を促進するための実践として着目されているサービスマーケティング型のプロジェクト活動において、その実現と継続のためのデザイン原則とはどのようなものか、という問いに答えようとするものである。

サービスマーケティングという用語が日本の学術論文において使用され始めたのは1990年代後半である¹⁾が、もともとは経験学習の伝統のあるアメリカの高等教育機関において発展した教育形態を指す。経験学習のモデルを示したKolb (1984)によると、一般的な学習モデルでは外から新しい知識を得る段階と学習した知識を使う段階とを区別するが、経験学習モデルではその両者が学習プロセスの中に組み込まれており、学習者自身が概念化した成果を他の場面で活用することを繰り返すことで学習が進むと考えられている。このように、何かを経験し、振り返り、教訓をひきだし、新しい状況に応用する、というサイクルを繰り返し学生に実践させるための方法のひとつとして、今日サービスマーケティング型のプロジェクト活動は日本でも多くの教育機関で実践されている。

こうした取り組みの拡がりに伴い、サービスマーケティングに関連する国内の先行研究に関しても、初期の頃はアメリカの実践事例や研究動向について論じたものがほとんどであったが、特に2000年代後半頃から日本における実践事例を研究対象としたものが多くなってきた。さらに、近年の先行研究の焦点を整理した表1からも分かるように、最近ではサービスマーケティングの教育効果、評価方法、特定の科目やテーマとの連携など、課題をより細分化した研究が蓄積されるようになってきている。

1) CiNii論文検索によると、日本の学術論文のタイトルに最初に「サービスマーケティング」という用語が使用されたのは、倉本 (1998) および宮崎 (1998) においてである。

（表 1）サービスラーニングに関する近年の先行研究

研究の焦点	例
先行研究や実践事例の分析などサービスラーニングの研究動向や課題に焦点をあてた研究	福留（2019）、大東・他（2020）、富川・他（2020）
学生へのアンケートやインタビューの分析などサービスラーニングの教育効果や学生の成長に焦点をあてた研究	東尾・他（2017）、有川（2018）、前川（2019）、中村（2020）
ポートフォリオ開発やルーブリック策定などサービスラーニングの評価方法に焦点をあてた研究	鷲尾・白井（2017）、市川・秋元（2018）、白井・他（2018）、白井・他（2019）
保育者養成、被災地支援、日本語教育、ジェンダー論など特定の科目やテーマに基づくサービスラーニングに焦点をあてた研究	長谷中（2017）、斎藤・菱沼（2019）、板橋・他（2020）、林（2020）

いっぽうで、現時点でのサービスラーニング研究には、実践者以外の研究者が介入し第三者の視点で言語化／理論化されているものが少ない²⁾という問題点がある。そもそもサービスラーニング型のプロジェクトを開始するにあたって、どのような方法で地域の関係者と関係を築き学生が主体的に活躍できるようなコミュニティを形成／継続していくのか、またどのようなデザイン原則のもとに活動を組み立てていくのかといった実践知は、各教員の固有のアイデアに基づいていることが多い。つまり、こうしたプロジェクトの立ち上げ方や実践知といったものは、すでにそれに見合った人脈や経験を持っている教員の専売特許のようなところが大きく、新規にサービスラーニング型のプロジェクトを始めたいと考える教員にとって参照枠となるような知見は、記述されないまま終わってしまうことも多いと考えられる。

また、こうしたプロジェクト活動においては、はじめは教員のイニシアチブのもとに開始された活動が徐々に学生の主体的な運営に移行し、さらには上回生から下回生へと継続的なコミュニティが維持されていくことが理想であると考えられるが、実際には取り組みが短期間で終わってしまったり、上回生から下回生へのひきつぎがなされず毎年教員が同じような介入を繰り返していたりすることもある。そう考えると反対に、数年にわたる継続的な取り組みを成功させている事例においては、学生の主体的参加を促しコミュニティの継続を促すようななんらかの実践知が蓄積されているのではないかと考えられる。

このような背景から本研究は、従来のサービスラーニングに関する研究があまり焦点をあててこなかった教員の視点からの語りに着目し、今後の実践に有用なデザイン原則の抽出と分類を試みるものである。

2) CiNii論文検索によると、サービスラーニングをテーマとし、教員が対象のインタビューによる研究は、同一グループによる一連の研究ノート（大東・他2008／2009）のみである。

2. 本研究の対象と方法

2.1. クリスマスマーケットの概要

研究の対象となるのは、2014年度より宮城県仙台市で継続的に実施されている「宮城学院クリスマスマーケット」の事例である。毎年12月半ばに宮城学院女子大学および同敷地内にある宮城学院中学校高等学校を会場として開催されている。「宮城学院にはあります。あなただけのほんもののクリスマス。」をキャッチコピーに、料理、クリスマスオーナメント、アロマキャンドルなどのワークショップ、ハンドケア、クリスマスネイル、タロットなどの体験、クリスマス雑貨、お菓子、地産食品など地域の店舗も協力するマルシェ、音楽科や卒業生ネットワークによる楽器体験やコンサート、食品栄養学科によるクリスマス食堂、教育学科による託児所、子ども向けの野外活動、バザーや展示などの慈善活動、礼拝堂でのミサなど、多種多様なイベントがキャンパスの広域にわたって実施されるプロジェクトである。

このプロジェクトを研究対象とした理由は、開始時はひとりの教員が核となってデザインされた活動が、参加者数の推移(表2)からも分かるように、多くの来場者を集める大学全体のイベントとして発展、継続してきたことである。また、研究を開始する以前から、別の調査の折に知己を得たインフォーマントから直接話を聞く機会があり、その運営にあたっては多くの教職員、学生、地域の人々を巻き込んだ活動であることが分かった。このことから、本プロジェクトを研究対象とすることで、サービスマーケティング・プロジェクトを実施、継続するにあたっての有用なデザイン原則が得られると考えた。

(表2) 参加者数の推移

回数	開催年	人数(概算)
第1回	2014年	850人
第2回	2015年	1,600人
第3回	2016年	1,600人
第4回	2017年	2,600人
第5回	2018年	2,700人
第6回	2019年	2,700人

2.2. インタビュー調査

プロジェクトのデザイン原則の抽出は、2019年1月に実施した担当教員への半構造化インタビューにより行った。インタビューの対象者は同大学の教員(本論文ではAと記述する)で、プロジェクトの立ち上げ時からの中心人物として最初の3年間の運営統括責任者を務めた人物である。Aにインタビューを実施した段階では、責任者を交代して2年が経

過し、小企画を担当する一実行委員としてプロジェクトに関わる立場であった。

Aがクリスマスマーケットの構想を始めたのは同大学に着任したばかりの一年目、イベントの開催はその翌年である。着任前は語学の非常勤講師や演劇学を専門とする研究員、助教として活動し、同大学に着任後は語学教育を担当しており、教育研究歴は合算すると20年以上である。いっぽう、今回の研究対象に類似するようなイベントをそれ以前にデザインした経験は特になくという。ただ、助教時代に専任教員が国際学会をオーガナイズする様子を近くで見ていた経験があること、さらに現場・人と関わる演劇学というフィールドを研究分野としてそのネットワークの中で活動してきたこと、そうした経験から、教育の場においても常に空間を想定しながら学生と双方向的、相互的に関わり合うという意識を持っていることが、本プロジェクトのデザインにも多少の影響を与えているかもしれないとのことであった。

インタビューでは、表3のような質問項目を予め用意したうえで必要に応じて追加の質問を行い、1時間43分の録音データを得た。質問項目は、プロジェクトの形成段階と継続期に分けることにより、プロジェクトを開始するにあたっての実践知とその継続のための実践知を明らかにすることを意図した。また後述するように、学習環境デザインの諸要素が含まれるよう設定した。

(表3) インタビューの質問項目

1. プロジェクトの形成段階について
<ul style="list-style-type: none"> ・プロジェクトを始めるきっかけとなった出来事／出会い ・プロジェクトの初期段階の目的 ・プロジェクトを始めるにあたって想定した参加者 ・プロジェクトを始めるにあたって構想した活動 ・プロジェクトを始めるにあたって構想した設備、空間、環境 ・プロジェクトを始めるにあたって構想した道具、準備物 ・初期の活動においてキーパーソンとなった人物とその役割 ・初期の段階で起こった問題点 ・その問題点の解決法
2. プロジェクトの継続について
<ul style="list-style-type: none"> ・一番うまくいっていた時期とその理由 ・一番うまくいっていなかった時期とその理由 ・その問題点の解決法 ・学生の主体的な参加を促すために工夫した点 ・コミュニティのルールについて工夫した点 ・活動の進め方について工夫した点 ・活動のための設備、空間、環境について工夫した点 ・活動のための道具や準備物について工夫した点 ・プロジェクトを通して教員自身が学んだ、成長した点

さらに、インタビュー調査をはさんでクリスマスマーケット当日の参加とインフォーマルな観察を2017年12月、2018年12月、2019年12月の三度にわたり継続して実施した。これらはイベントの概要を把握し調査方法や質問項目を検討する予備的な観察と、インタビューで語られた内容について考察するための事後的な観察であり、計画的なデータ収集などは行っていない。しかし結果として、イベントの経年変化を見たり、インフォーマントとの関係性を深めたりすることで、インタビューおよびその分析、考察の質を高めることができたと考えている。

録音データの分析を実施するにあたっては、インタビュー内容を書き起こしたものをもとに、学習環境デザインに関連する4つのカテゴリ³⁾(場、コミュニティ、人工物、活動)に着目して関連する箇所を抽出した。そのうえで、デザイン原則としての下位分類と各事例の検討を行った。また、本論文の執筆にあたり、事実確認のための事後調査(メールと音声ファイルのやりとり)を行った。

以下、それぞれのカテゴリごとに抽出された事例の分析と考察を記述する。

3. 「場」に関するデザイン原則

「場」というカテゴリに関連して抽出された一つ目の要素は、「ハブとなる全学的組織」である。宮城学院クリスマスマーケットの初回が開催されたのは2014年12月であったが、その前年にあたる2013年秋に、学内に「地域連携センター」(後に「社会連携センター」に改称)が立ち上がる。このセンターが中心となって地域に大学を開くイベントを考えることになり、新任教員として初めて参加した教授会で積極的な問題提起をしていたAに対し、センターより個人的に企画の打診があった。このセンターは現在、学生ボランティアスタッフの募集/登録などの実務も担っているとのことである。後述するように、その後Aが企画立案の大部分を牽引していく立場となるのだが、職員スタッフを擁する組織が当初より存在しており、各活動のハブとなり全学的な後ろ盾となったことが、この企画がひとりの教員の個人的なプロジェクトにとどまらない成果を上げた一因であると考えられる。

3) カテゴリの選定にあたっては、学習環境デザインを「空間」「活動」「共同体」の3つのカテゴリに分けて論じた美馬・山内(2005)と、上記に「人工物」を加え4つの要素を挙げた山内・他(2010)を参考とした。山内・他(2010)は、これら4つの要素が総合的にデザインされなければ、学習はうまく機能しないと指摘している。なお本稿では、「空間」という用語を人々が協働する場としてより広義にとらえるため、「場」という表現に変えた。また、「共同体」という用語をより広範囲な文脈で使用される「コミュニティ」という表現に変えた。

4. 「コミュニティ」に関するデザイン原則

宮城学院クリスマスマーケットは、多くの教職員、学生、地域の人々が関わって運営されている。また、参加者として卒業生を含む周辺地域の多くの人を集めるイベントである。このため、「コミュニティ」に関するデザイン原則については、さらに、教員、学生、地域の3つに分類して考察する。

4.1. 教員コミュニティ

教員コミュニティに関連して抽出された一つ目の要素は、「**メンターとなる教員**」である。初期の活動においてキーパーソンとなった人物についての質問で、自分以外に名前を挙げるべき人物として、Aはある教員について次のように語っている。「鍵ってなると私なんでしょうね。鍵じゃなくてドアだったりドアノブそのものだったりする人は他にいますけど。(中略) やっぱり首に鈴つけてくれちゃった、恐ろしい〇〇先生って人ですけど。彼女が、ここを外に開きたいって思いがあったこと、そのためにだったらどんなことでもするって人だったっていうのは、動かしがたい事実。(中略) ひとりで構造になる人なのであの人は。だからキーというか地盤というか、地表が動くようなお仕事をする方で」。この人物はAにイベントの企画立案を打診した人物である。Aはメンターという言葉は使っていないが、「私の首に鈴をつけた先生が全体の荷台のようにそこにいてくれた」とも表現しており、この人物はAにとって何かあったときの拠り所となるような存在であったと考えられる。

二つ目の要素は、「**協力者としての教員たち**」である。イベント企画の打診を受けて困っていたAは、様々な専門分野を持つ同期教員たちと集まった際に愚痴をもらした。その一連の会話の中で、同期教員のうちのひとりからクリスマスマーケットのアイデアが出てきたのだそうである。Aが「同期の人たちは巻き込まれた」と語っているように、この時集まったメンバーの多くがAの協力者となって大規模なイベントの成功に大きく関与することになる。

三つ目の要素は、「**対話を持つべき教員たち**」である。先にAが新任教員として初めて参加した教授会で積極的な問題提起をした、と書いたが、これは大学の今後について後ろ向きな発言をする先輩教員たちを目の当たりにして、「私には見えている大学のいいところがあなたたちには分かっていない」という趣旨の発言をした、ということであった。その後、クリスマスマーケットの企画段階において、Aは興味を持ってくれそうな教員ひとりひとりの研究室を訪問し、アイデアを話して意見をもらったという。このように、今は共通の理解を持っていないが、今後分かり合いたい、そのために何とかしたい、と思える

対象としての教員コミュニティの存在が、プロジェクトの形成段階におけるAの機動力の源となったと考えられる。

四つ目の要素は、「**弱いリーダー**⁴⁾」である。Aが運営統括責任者を務めたのは最初の三年間だけで、その後は別の教員がその責を負うことになるのだが、インタビュー当時の直近の回である五年目のクリスマスマーケットを、Aは「いちばんうまくいっていた」と語る。それは、このときの実務委員長が、「いい意味でフットワークが悪く堅実」で「できないことはやらないという方」で、できていないところをAを含む他のスタッフが拾う形でうまくオーガナイズされていたからであるという。リーダーが完璧にすべてをこなすのではなく、周囲の人からの手助けの余地があることでコミュニティの運営がうまくいった側面があるのではと考えられる。

4.2. 学生コミュニティ

学生コミュニティに関連して抽出された一つ目の要素は、「**カリキュラムとの連携**」である。Aによるとこのイベントの運営に学生を参加させることは最初から想定しており、「キャリア教育」といった用語も出ていたという。ただし、大学全体としての授業との連携は明確なものではなく、キャリア教育関連の科目において学科が認める経験値をポイント付与して授業単位となる制度の一部でしかなく、学生から「これだけの仕事量でなんで1ポイント?」といった意見が出ることもあるという。

しかし、部門によっては授業の一部としてクリスマスマーケットへの参加がかなりシステム化しており、例えばフード部門は、衛生管理などもあって食品栄養学科の学生しかスタッフとして入れない部分があるので、カリキュラムとの連携がうまくいっている。また託児サービスと幼児教育専攻のように専門性がマッチングしている部門では学生も教員も卒業プロジェクトのような認識で活動に取り組んでいるようだ。

Aはこうしたしくみについて、次のように語っている。「先生方が関わっているのは大きくて、学生だから学生だけでやりましょうっていうサークルとは違うっていうのは、ものすごく大きい。サークルだと幽霊顧問みたいな場合もあるけど、そうじゃなくて、先生方が半授業的な位置づけで、必ず成功させねばならないミッションとして、そこに関わったり見守ったりしてるっていうこと」。このように、カリキュラムとの連携は単に学生に単位を与えるといった制度的な側面よりもむしろ、学生と教員との関わり方という側面に

4) 「弱い」という表現については、岡田(2016)の「弱いロボット」の概念を参考とした。例えば、自分でゴミを拾うのではなく上手にゴミを拾えない姿を見せるゴミ箱ロボットは、周囲の人々のアシストを引き出し協働的にゴミ収集という行為を生み出す存在である。

において重要な要素となっているといえる。

二つ目の要素は、「リピーターによる学生間のひきつぎ」である。「リピーターがいるのでリピーターが新しい人たちに話をしてくれるってことだと思います。(中略)リピーターが楽しそうだから、じゃあきつと楽しいのかな、て思いながら参加していくっていうのはあるのかなあと。あと楽しいっていうモチベーションの問題だけじゃなくて、リピーターがひっぱって行って、ひっぱることができるっていうのも大きいと思うんですね。ちょっと知ってるからやれるって人が混じってることで、全体的に底上げがされていくっていうことはひとつあると思います」とAが語っているように、前年度にスタッフとして参加した学生が再び参加することによって、学生間での活動の連続性があるということが分かる。

また、託児サービスを取り仕切っているゼミ(教育学科幼児教育専攻に置かれたゼミのうちのひとつ)においても、実際の活動は4年生だけでやっているが、下回生が翌年のことを見越して見学に来たりしているということで、このイベントが関与主体としての各学生においても代々引き継いでいくべきものとして認識されている事例があることが分かる。

ただ、リピーター率については部門によって差があるようである。例えば、地域のお店に出店依頼をして運営されているマルシェ部門では、学生スタッフのリピーターは少ないとのことである。この部門では、ひとりの教員がボランティアスタッフ60人くらいを管轄しているが、この教員が宮城学院の卒業生ネットワークを持っている人物で、当初より出店の打診を引き受けてくれたという。このため、学生が自ら地域のお店を見つけてきているわけではなく、教員が見つけてきた各店に学生を配置して運営する形なので、学生のモチベーションが上がらなかつたり、一部の店舗では本来依頼してきた教員ではなく学生が対応することを好まない場合などもある。そのため、次年度の参加を見合わせる学生の数が他のセクションより多いようである。

いっぽう、リピーターの多い事例について聞いてみると、逆に学生主体で運営している部門であるという。Aが直接関わった学生は、「いろいろなことに関わるので、ああすればよかった、こうすればよかった、来年は実現させたいとか。卒業した後も、どう企画が育ってきているかみたいから来年も来ます、という学生も多い」という。

このように、学生スタッフの継続的な参加と学生間の引きつぎを促すためには、学生が単に教員に言われたことをするだけでなく運営の様々な側面に主体的に関わり、自ら考えて活動できるしくみを用意することが重要であると考えられる。

三つ目の要素は、「学生の多様性」である。宮城学院女子大学は、歴史的に地域の名門

大学というブランドを持ち学力の高い学生が一定数入学してくるいっぽうで、他の多くの大学と同様に学力の低い学生の入学も増えているということである。その状況をAは、「学力のある人とない人が一緒にいるのが社会の当たり前」「社会の縮図のようになってきている」と表現している。「そこでうまくやっていくのって、意外と難しいっていうか、学力が似てるとそれこそ共通の言語を持ってってふうにはできるけど、共通の言語を持ってない可能性がある教室の中でやらなきゃいけないことって多いから、ふだんからわりと気を遣うっていうか、ちゃんと話そうみたいなのが、校風としてちょっとあるかなって思う」。このように、学生にはイベントのスタッフとして協働する以前から、日常の教育活動の中で多様性を持ったコミュニティの中で対話していくという経験が蓄積されていると考えられる。

4.3. 地域コミュニティ

地域コミュニティに関連して抽出された一つ目の要素は、「**来場者としての地域の人々**」である。前述したようにAの個人的な初期衝動としては学内の教員に大学の良さを認識してもらいたいという点が大きかったとのことだが、クリスマスマーケットの目的についてAは次のように語っている。「先生方に大学のいいところを見せるということは、**地域、社会にどう見せるか**ということ」「まずはそこの人たちが、この大学がうちの地区にあることをいいと思ってほしい」。このため、年齢や性別などの明確なパブリックは想定せず、地域の新聞やタウン誌、AM、FMラジオで宣伝したところ、初回から多くの来場者があり、来場者アンケートには「こういうことやってほしいと思ってた、待ってた」「近くに住んでいて、ずっとキャンパスに入ってみたいと思っていた、楽しめて嬉しい」「来年も開催されるなら、是非また参加したいし、出店や手伝いもしてみたい」といった好意的なメッセージが多数寄せられたとのことである。

Aが初回のイベントの前に予想していなかった結果として、二つ目の要素である「**来場者としての子どもたち**」が挙げられる。初回に予想以上の数の子ども連れの来客があったことで、Aは子ども向けの企画やサービスの拡充について考え始めたとのことである。その中で、「子どもたちがどう主体的に楽しむか、ということが日本のクリスマス企画では考えられてこなかった」ということ、「世の家族で楽しむ場所がどうつくられているかを考えると、家族で楽しむということは難しい」ということに気づいたようだ。前述したようにキャンパスの活用スペースが年々広がっていった背景には子どもの来場者の存在が無関係ではなく、一か所に行列ができて子どもが退屈しないよう広域でいろいろな場所に分散して遊べ、子どもが全部見てみたいと思うと同時に大人も一緒に楽しめる企画の規模や

種類について考えるようになった、とのことである。

2019年度の企画の例を挙げると、さまざまな場所でスタンプをもらい景品を得る「スタンプラリー」、キャンパス中を移動しながら実演され演奏体験もできる「手回しオルガン」、中庭に散在するキューブの中から宝物を探す「キューブでかくれんぼ」などがある。いずれも、屋外の広いスペースを利用あるいは移動し、体を動かしながら楽しめる、子どもにとって魅力的な企画となっている。またここに挙げた以外にも、子どもと大人と一緒に参加できるワークショップ等が多数用意されており、こうした子ども連れの来場者への配慮が参加者増加の一因になっていると考えられる。

三つ目の要素は、「協力者としての卒業生ネットワーク」である。前述したように、地域の店舗が集まるマルシェには、自身も卒業生である教員が声をかけて多くの卒業生が協力している。また、音楽科のある宮城学院女子大学には「楽友ネットワーク」という制度があり、卒業生も多く参加している。クリスマスマーケットではこうした「楽友」たちが集まり、長時間にわたってピアノ、合唱、アンサンブル、和太鼓、尺八など様々なジャンルの演奏会が開催されているため、この演奏会の出演者とその観客だけでもかなりの数の参加が見込める。それ以外にも在学時にクリスマスマーケットのスタッフとして協力した学生が卒業後も気になって見に来てくれるといったこともあるそうだ。Aはこうした卒業生ネットワークの強さについて、「みんなほんとはここにいたかった人があちこちにおいて、正しいボタンを押しと集まる」と表現している。ここで「正しい」と表現されているような大学の専門性とイベントとのマッチングをそれぞれの大学の持っているものに応じて考えることが、協力者が集まるデザインにつながるのではないかと考えられる。

5. 「人工物」に関するデザイン原則

「人工物」に関連して抽出された一つ目の要素は、「既存のもの活用」である。前述の「キューブでかくれんぼ」という活動で用いられたキューブというテントのようなつくりの立体物は、そもそもクリスマスマーケットのために作られたものではなかった。震災後の子どもたちの遊び場として大学のリソースを生かす目的で始まった、「小学生のためのサマーカレッジ」というイベントで過去に制作されたものであるという。建築家の伊藤豊雄氏の指導発案で作成された1 m³の立方体型に、子どもたちが森からとってきた葉っぱなどで装飾し、そのデザインを発表しあうワークショップを行ったのだそうだ。この例のように、すでにあるものを生かして再利用しているものも多いという。

二つ目の要素は、「参加を促すもの」である。例えば、前述のスタンプラリー用シート、手回しオルガン、キューブなども、各活動への参加を促す人工物として設計、あるいは活

用されたものであると言える。さらにAは、第二回と第三回には、アンケート用紙の回収率を上げるため、アンケートに答えてくれた人に渡す「聖句みくじ」とでも呼ぶべきお土産（聖書からの短い引用をおみくじの形状の紙片に印刷し丸めたもの）を考案したとのことである。これも、アンケートに書いた意見がその後の運営に活かされるということを考えると、来場者の参加意識を高めるしかけとなっている。

三つ目の要素は、「シンボルとなるもの」である。2回目のとき某広告会社からアドバイザーが来て、その人からなんでもいいので共通のユニフォームがあったほうがいとアドバイスされた。そこで、スタッフ全員にえんじ色のベレー帽を配ることにしたそうである。Aによるとそのベレー帽をかぶりたいというのが学生のボランティアスタッフ応募へのモチベーションの一つにもなっているということだ。また、同じ人物からシンボルとなるロゴマークを作ることも提案され制作するとともに、3回目からデザイナーを確定してほぼ同じデザインでチラシを作っているとのことである。こうしたイベントを象徴するような人工物のデザインも、イベントをブランディングし人を集めるしくみの一つであると言える。

6. 「活動」に関するデザイン原則

「活動」に関するデザイン原則については、さらに、イベントとしての視点と、教育／学習活動としての視点の2つに分類して考察する。

6.1. イベントの視点

一つ目の要素は、「ポテンシャルとイベントのマッチング」である。はじめに同期の教員とのインフォーマルな会話の中でクリスマスマーケットの案が出た時、Aは「それだ！ それだ！絶対それだ！って思って。ここは、クリスマスっていう日本が生かせていないコンテンツをほんとに掘り起こす、歴史も専門性も持っていると一瞬で理解した」と回想する。Aは大学がもともと持っているポテンシャルとして、校舎、専門性、卒業生ネットワークを挙げたが、これらは前述した「キャンパスの広域活用」、「カリキュラムとの連携」、「協力者としての卒業生ネットワーク」というデザイン原則とそれぞれ結びついている。このように、大学の持っているポテンシャルにマッチしたイベントであったことが、そのクオリティを担保する要因となったと考えられる。

二つ目の要素は、「つなげる仕事をやるチーム」である。イベントの仕事は総務企画班、マルシェ班、フード班、音楽班、礼拝班に分かれていたが、インタビュー前の回のクリスマスマーケットでのAの担当は小企画班であった。小企画班の仕事は、前述の子ども向

けスタンプリヤー、キューブでかくれんぼ、手回しオルガン、礼拝堂待合ホールの展示、当日のグリーン装飾などである。Aはこの班の役割を「血小板みたいな仕事」と表現し、「こまごましてるけど大事」と語っている。その理由は、「全部に関わることは総務だけでやるとパンクする」からであるという。このように、ひとつの部門に限定されることなく、全体をつなげていくような仕事をするチームを、運営統括責任者を経験しかつ全体を把握できる見識を持ったAが担っていたことが分かる。Aは直近の回をそれまでのクリスマスマーケットの中で「いちばんうまくいっていた」と表現しているが、このように全体をつなげる仕事を担うチームがうまく機能していたことがその成功の一因となったと考えられる。

三つ目の要素は、「**予算の確保**」である。初回から外部の参加者が800人を超え、現在ではその3倍の人を集める規模となったこのイベントだが、初回に関しては予算が全くついていなかったとのことである。Aによると、仙台市青葉区のプロジェクトに桜ヶ丘地区を学際地区にするという企画で応募し15万円くらいを得て、経常費も5万円くらい切りくずして「なんとかやった」が、「たぶん企画に関わった先生方の持ち出しがあったと思う」とのことである、いっぽう、現在ではイベントの成功により大学にもその価値が認知され、コンスタントに予算が出ているとのことである。もし、初回と同様に大学からの予算がつかない状態が続いていた場合、外部予算獲得のための労力が一部の教員の肩にのしかかり、イベントの継続は困難となっていたであろう。こうした予算確保の枠組みがあるかどうかということも、プロジェクト遂行の重要な要素であると言える。

6.2. 教育／学習の視点

これまでに挙げたデザイン原則はイベントの実施に結びつくものであったが、次に挙げるのは学生の教育／学習活動という視点からのものである。

一つ目の要素は、「**スケジュール設定**」である。ボランティアスタッフとして参加する学生の募集にあたっては、7月中に2回の学生説明会を開催して各部門の業務の説明を行い、希望する部門を選んでメールで登録してもらう制度となっている。最初の数年のうちにはもう少し早い時期に配置発表をしていたが、夏休み期間には実質的な活動が行えず学生のモチベーションが下がるので、9月に配置発表ですぐに活動を開始する、というふうにスケジュールを変更し、うまくいっているとのことである。このように、学生のモチベーションの維持に関しては、スケジュール設定を変更したことで改善された点があったことが分かった。

二つ目の要素は、「**分業制**」である。準備期間中は、教職員の実行委員会を3週間に一

度くらい実施したうえで、各教員が部門ごとに学生を指導するとのことである。学生全員が一堂に会するのは、最初に配置発表をする際と、当日の朝くらいで、後は完全に分業制をとっているとのことである。また、教員と学生の役割分担について、Aは「外の方々、マルシェに店を出してくださる方々とかとの関わりは、やっぱり対外的なことなので、学生だけにするとこんなおっきいイベントってうまくまわらなくなるので、主に先生が全体を見渡しつつ、でも学生たちに任せられることは任せるっていう交通整理」と語っている。このように、多くのスタッフが関わるイベントにおいて、分業制による役割分担をしっかりとっておいたことで、各教員が学科教育の一環として学生を指導できる体制が整えられたと考えられる。

三つ目の要素は、「**教員によるファシリテーション**」である。Aの担当していた小企画班は、学科に紐づけられておらず、子どもにかかわること全般に興味がある学生ならだれでもエントリできた。このため、集まった学生の学科がバラバラで共通の空きコマがなく、放課後もアルバイトでふさがっており、ミーティングの時間をどうとるのが問題となった。そこで、昼休みに週1～2回、お弁当を持ってミーティングを行うことにした。週1回は教員が顔を出して教職員の実行委員会で決まったことなど伝え、議題をまとめたり報告を求めたりするが、別の曜日は学生だけで話し合いを行っていたようだ。教員が参加する際には、教員が1年生の側に座って話をふるようにしたとのことである。というのも、学生の半数はリピーターで「やる気まんまん」である一方、1年生は初めての参加のため、先輩学生だけが意見を通してしまうのではないかという危惧があったからだそうである。「うまくまわってひとつのモデルケースにはなつたと思う」とAが語っているように、学生の活動なので学生に任せる、ということではなく、教員が介入して適切なファシリテーションを行ったことが、学生どうしの関係性づくりに貢献したと考えられる。

最後の要素は、「**包括的な学び**」である。学生が参加する活動のルールはどのようなものだったかという質問に対して、Aは以下のように語っている。「ルールっていうのはつまり、宮城学院クリスマスマーケットのボランティアのルールではなくて、宮学でボランティアっていうものに、あそこの学生でいてかつボランティアなる営みに関わることがどういうふうに運営されているかっていうことなんだと思うんですけど。（中略）わりとボランティア精神はもともとありますね。あると思いますね。よく来場者の方のアンケートで、学生さんたちがひとりひとりほんとに優しくてあたたかくて、本当に居心地が良かったっていう意見がある。笑顔がにこにこしてるし。ホスピタリティっていうのかなあ？」おそらく、こうした印象は学生たちがふだん受けているキリスト教教育と無関係ではない。私立大学の場合、各大学がそれぞれに特色を持った教育に取り組んでいる。今回の事

例では意図したものではなかったかもしれないが、そうした日常の学びの中に埋め込まれた形でプロジェクトに関わることで、学生にとっても大学教育と連続性のある包括的な学びの機会となったのではないかと考えられる。

7. まとめと展望

本研究では、サービスラーニング型のプロジェクトの実現／継続のためのデザイン原則とはどのようなものか、という問いに答えるため、教員の視点からの語りに着目し、今後の実践に有用なデザイン原則の抽出・分類を試みた。その結果をまとめたものが表4である。

(表4) 本研究で抽出されたデザイン原則のまとめ

場		ハブとなる全学的組織 キャンパスの広域活用
コミュニティ	教員コミュニティ	メンターとなる教員 協力者としての教員たち 対話を持つべき教員たち 弱いリーダー
	学生コミュニティ	カリキュラムとの連携 リピーターによる学生間のひきつぎ 学生の多様性
	地域コミュニティ	来場者としての地域の人々 来場者としての子どもたち 協力者としての卒業生ネットワーク
人工物		既存のもの活用 参加を促すもの シンボルとなるもの
活動	イベントの視点	ポテンシャルとイベントのマッチング つなげる仕事をやるチーム 予算の確保
	教育／学習の視点	スケジュール設定 分業制 教員によるファシリテーション 包括的な学び

本研究の過程で確認できたことは、クリスマスマーケットというひとつのプロジェクトを通じて、教員、学生、地域の人々を含む複層的なコミュニティが立ち上がっていること、また、事例となった実践が、大学と地域をつなぐイベントとしても、大学での学びを地域貢献に生かす教育活動としても、非常に緻密にデザインされているということであった。

プロジェクト形成段階のデザイナーであり継続的にイベント運営と学生の教育に携わる教員の語りを通じて明らかになったデザイン原則の中で、サービスマーケティングの視点から特に重要であると考えられるのは、大学／学科の特色や専門性、つまり学生が日々の大学生活や専門の授業の中で学んでいることと実施するプロジェクトとのマッチングである。これによって、場、コミュニティ、人工物などさまざまな面で大学がすでに持っているものを生かし、学生がプロジェクトに参加することを大学での一連の学びの実践ととらえることができると考えられる。

また、本研究で明らかになったように、ハブとなる組織や人と人をつなげるしくみなど、活動における媒介のデザインも重要である。これによって、プロジェクトを一教員による短期的な取り組みに終わらせず、複層的なコミュニティを巻き込んだ継続的な活動に発展させていくことができると考えられる。

本研究で扱ったのは一大学のひとつの実践にすぎないが、新規にサービスマーケティング型のプロジェクトを開始する際の参照枠となるような知見を抽出し記述することができた。今後もプロジェクトをデザインする側の語りを対象とした事例研究を蓄積していくことによって、さらに網羅的なデザイン原則のリストの作成やその精査を進めたいと考えている。

参考文献

- Kolb, D. A. (1984) *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*, Prentice Hall.
- 有川かおり (2018) 「イベントの企画を通じた大学生の成長に関する検討——子ども対象キャリア教育イベント企画学生の振り返りレポートに対するテキストマイニング分析を用いて」『研究紀要』29, 聖徳大学, pp.15-21.
- 板橋民子・桐澤絵里奈・高田亮・渡辺若菜 (2020) 「地域に飛び込んで行う言語プログラムの可能性——サービス・ラーニングの観点からの学びの検証——」『APU言語研究論叢』5, 立命館アジア太平洋研究センター, pp.56-71.
- 市川享子・秋元みどり (2018) 「サービス・ラーニングと社会変容のための評価枠組みの構築」『日本福祉教育・ボランティア学習学会研究紀要』30(0), pp.43-55.
- 今中舞衣子 (2016) 「サービスマーケティングにおけるリフレクションと学習活動デザイン——「弘前×フランス」プロジェクトを事例として」『大阪産業大学論集 人文・社会科学編』28, pp.55-74.
- 大東貢生・古川秀夫・柴田和子・大山治彦・富川拓 (2008) 「日本におけるサービス・ラー

- ニングの展開(2) 東京都立A高等学校を事例として」『仏大社会学』33, pp.47-52.
- 大東貢生・富川拓・柴田和子・古川秀夫・山田一隆(2009)「日本におけるサービス・ラーニングの展開(3) ボランティアやサービス・ラーニングによる他者理解に向けて」『仏大社会学』34, pp.46-52.
- 大東貢生・柴田和子・富川拓・古川秀夫・山田一隆(2020)「日本におけるサービス・ラーニングの展開(17) 評価・道徳教育・キャリア教育との関連から」『仏大社会学』44, pp.44-53.
- 岡田美智男(2012)『弱いロボット』医学書院.
- 倉本哲男(1998)「米国のコミュニティーサービスラーニングに関する一考察——その目標論と方法論の一断面」『九州教育学会研究紀要』26, pp.69-76.
- 斉藤くるみ・菱沼幹男(2019)「被災地サービスラーニングのリベラルアーツとしての意義」『日本社会事業大学研究紀要』65, pp.79-100.
- 白井靖敏・鷺尾敦・原田妙子(2018)「サービスラーニングにおけるCOMMON RUBRICの有効性」『名古屋女子大学紀要 家政・自然編 人文・社会編』64, pp.397-408.
- 白井靖敏・鷺尾敦・原田妙子(2019)「サービスラーニングにおけるジェネリックスキルの評価」『名古屋女子大学紀要 家政・自然編 人文・社会編』65, pp.195-206.
- 富川拓・大東貢生・古川秀夫・山田一隆・柴田和子(2020)「日本におけるサービス・ラーニングの展開(16) サービス・ラーニングと地域連携・社会連携との関連から」『聖泉論叢』27, pp.53-66.
- 中村勝美(2020)「地域協働型アクティブ・ラーニングによる学習効果に関する研究——保育者養成における幼児の読書普及活動を中心に」『幼児教育心理学科研究紀要』6, 広島女学院大学人間生活学部, pp.23-29.
- 長谷中崇志(2017)「保育者養成課程における地域を基盤としたソーシャルワーク実践教育プログラムの開発に向けた研究——地域との協働によるサービスラーニング型子育て支援活動の10年間の振り返りから——」『研究紀要』39, 名古屋柳城短期大学, pp.143-164.
- 林加奈子(2020)「ジェンダー、セクシュアリティとサービスラーニング——構成主義的学習観から見る学生たちの学びと地域社会への学生参加の意義——」『サービスラーニングの実践と研究』1, 桜美林大学, pp.66-75.
- 東尾(金井) 淳子・市山雅美・湯浅将英・水谷光(2017)「社会貢献活動における教育効果についての研究——実習の開始前と開始後における学生意識の変化」『湘南工科大学紀要』51(1), pp.131-146.

福留東土 (2019) 「日本の大学におけるサービス・ラーニングの動向と課題」『比較教育学研究』 59, pp.120-138.

美馬のゆり・山内祐平 (2005) 『「未来の学び」をデザインする——空間・活動・共同体』東京大学出版会.

宮崎猛 (1998) 「アメリカにおける「サービスラーニング」の動向と意義」『社会科教育研究』 80, pp.33-39.

山内祐平・林一雅・望月俊男・西森年寿・河西由美子・椿本弥生・柳澤要 (2010) 『学びの空間が大学を変える』 ボイックス.

鷺尾敦・白井靖敏 (2017) 「サービスラーニングにおけるルーブリック評価手法と学修ポートフォリオの改善」『キャリア研究センター紀要・年報』 3, pp.73-83.

謝辞

研究にご協力いただいた宮城学院女子大学関係者の皆様に深謝の意を表す。また、本論文は大阪産業大学分野別研究組織「サービスラーニングのコミュニティデザインに着目した実践知フレームワークの開発」の研究成果の一部である。