

学生食堂の新たなステージ

—時代のニーズに応える大学の取り組み—

コロナ禍以前から各大学は、人件費や原材料費の高騰、長期休暇(夏・冬・春)による閑散期などの課題がある中、創意工夫を凝らして学食の運営を行ってきた。しかしその運営の難しさに拍車をかけるように、コロナ禍によりキャンパスを訪れる学生が減り、学食を運営していた事業者は採算がとれず、全国各地の大学の学食では相次いで閉鎖や休業に追い込まれた。

しかし、対面授業の再開によってキャンパスに学生が戻り、キャンパス内には賑わいと活気が戻ってきている。学食は、学生たちに低価格で栄養のある食事を提供するという

CONTENTS

学食改革

—コロナ禍を契機として—

早川 和宏

東洋大学副学長・学生部長

食事だけではない

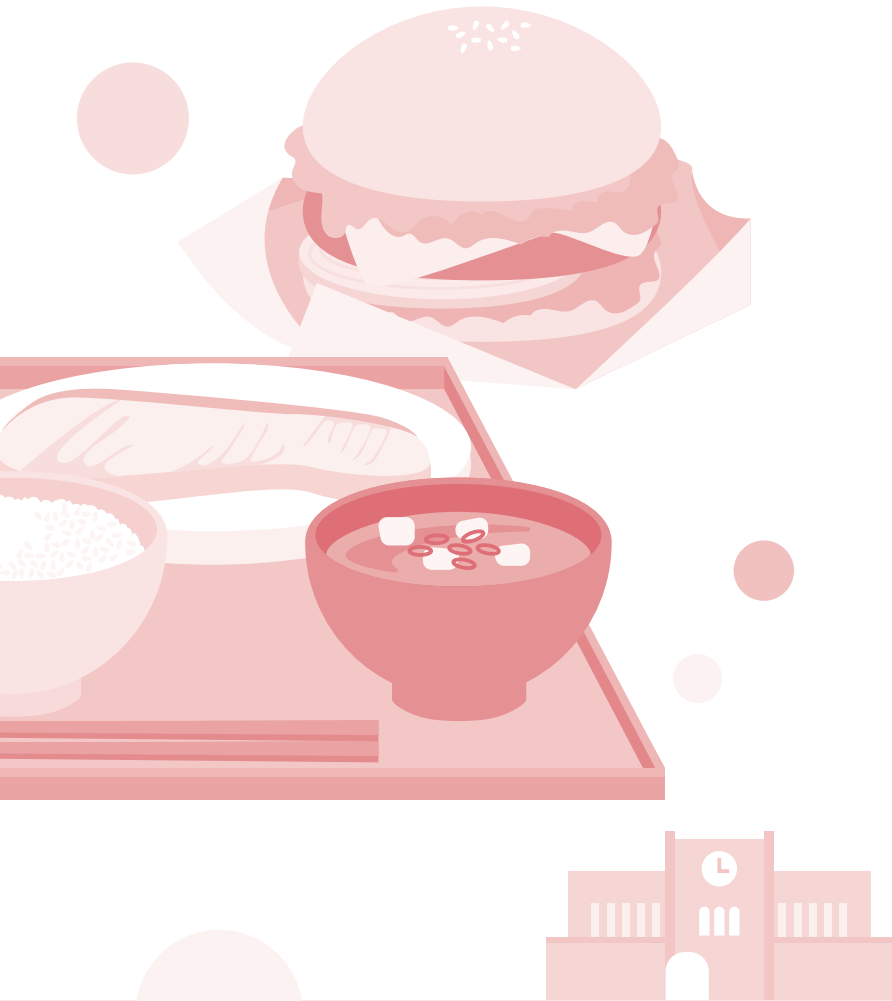
食堂が提供できるもの

國見 憲吾

学校法人近畿大学法人本部総務部主任



Attractive student



学生生活支援の一環だけでなく、対面でのコミュニケーションを制限されてきた学生たちへ、コロナ禍以前の日常を提供するという大きな役割も担っているのではないだろうか。

近年では、カフェのような学食や大学と地域との交流の場となるような学食など、従来にも増して多様化し魅力を高めている学食が多くある。本企画では、各大学の取り組み事例を取り上げ、今後の学食の在り方を考える機会としたい。

「人」と「知」の交流を生み出す
キャンパス内レストランへの挑戦

村川 千鶴
学校法人神奈川大学みなとみらい統括部長

ニーズに合わせた学食を目指して

村松 航平
東海大学学長室総務担当

学生のアイデアが学食メニューで実現

末木 由紀
成城大学学長室主任

健康で充実した大学生活を
送ってもらうための
朝食バイキングの取り組み

高橋 悠
松山大学生生活協同組合専務理事

学食改革

—コロナ禍を契機として—

早川 和宏

東洋大学副学長・学生部長

1 東洋大学の学生食堂(学食)事情

東洋大学は、東京都に2キャンパス(白山・赤羽台)、埼玉県に1キャンパス(川越)、群馬県に1キャンパス(板倉)を置き、3万人を超える学生が在籍する、いわゆるマンモス大学である。2024年度からは、板倉キャンパスに代わって、再開発を終えた埼玉県(朝霞)のキャンパスが動き出す予定である。

当然のことではあるが、在籍学生数・近隣にある飲食店の数等が異なるため、学食の置かれている状況はキャンパスによって異なる。2023年9月現在における本学の学食の設置場所、店舗数は「表1」とおりである。

キャンパス	場所	店舗数
白山 ※5箇所12店舗	3号館地下1階	2店舗(丸亀製麺/豚屋とん一)
	4号館1階	カフェ
	6号館地下1階	7店舗(フードコート)
	8号館1階	SUBWAY
	8号館地下1階	学生食堂
川越 ※3箇所4店舗	学生ホール食堂棟	2店舗(学生食堂・カフェ)
	7号館1階	カフェ
	福利厚生棟	学生食堂
板倉 ※2箇所2店舗	食堂棟	学生食堂
	2号館1階	カフェ
赤羽台 ※3箇所4店舗	INIAD HUB-1	カフェ
	WELLB HUB-2	学生食堂
	HELSP0 HUB-3	2店舗(学生食堂・カフェ)

(参考)朝霞：2024.4～<予定>

朝霞 ※2箇所2店舗	未定	学生食堂
	未定	カフェ

[表1]学食の設置状況(2023年9月現在)

白山キャンパスの店舗数が突出しているが、これは、学部第1部、第2部・イブニングコース、大学院を合わせて2万人近い学生が在籍しているからである。学生数が多く、店舗数も多いという点、学食運営が順調であるように思われるかもしれないが、必ずしもそうではない。

既知のように、学食は決して「儲かる商売」ではない。一見すると「独占企業」であるかのようにも思えるが、学生の懐事情への配慮から、安易な値上げを行うことはできない。値上げに際しては、大学側と協議し、その許可を要することとしている例もあろう。また、年間を通じて安定的に営業できるわけでもない。一般的には、夏・冬・春の長期休暇を合わせ、年に4カ月ほどは休業か、大幅な業務縮小を余儀なくされているであろう。さらに、時間割の縛りがあるため昼休みをずらすことが困難であり、特定の時間帯に利用が集中してしまう。このような一般の飲食店とは異なる事情があるためか、学食の維持・新規開設に頭を悩ませている大学関係者は多いと思われるし、本学も頭を悩ませ続けている。

本稿では、白山キャンパスにおいて近年実施した学食改革を題材として、本学がどのように悩み、努力してきたかをご紹介します。なお、本稿における記述は、筆者の個人的見解にとどまり、大学としての見解ではないことをあらかじめお断りしておく。

2 コロナ禍が学食に及ぼした影響

2020年春、新型コロナウイルス感染症が我が国で猛威を振るい始めた。本学では、2020年度の就学手続、ガイダンス等をオンラインにするとともに、学年暦を変更して4月27日からオンライン授業を開始した。これにより、キャンパスから学生の姿が消え、学食も休業となった。

2020年度の秋学期から、白山キャンパスに所属する7学部を3つのグループに分け、それぞれ週2日の対面授業実施日を設けた。対面授業の一部再開を受け、学食再開の声が高まったことから、同年12月中旬には、6号館地下フードコート7店舗中、隣接しない2店舗を11時30分～14時に限定して営業した。その際、感染症対策として、座席数の減少（1220席→322席）の他、店舗側には検温、マスク・手袋の着用、利用者との間のビニール間仕切り設置などをお願いした。

2021年度の春学期から、白山キャンパスは、2つのグループに分かれた隔週対面授業となった。これに伴い、6号館地下フードコートを2店舗→5店舗（10時～16時。16時～19時は2店舗）、322席→586席に増強し、アクリ

ルパネルを設置した(設置費用は大学負担。以下同じ)。2021年12月には、4号館1階カフェが弁当・軽食の販売(テイクアウト)を始めた。また、同月から8号館地下食堂が座席数を減らし(622席↓322席)、アクリルパネルを設置した上で11時~14時の営業を再開したものの、1月に再び営業を中止した。

2022年度の春学期から、ようやく全面的な対面授業が実施されるようになった。これにより、学食利用者数が急増し、開業している学食は昼食時等に大混雑するようになってしまった。

学食所管課としては、このような事態になることを想定していたため、休業中・時間短縮営業中の学食にも営業再開を打診し続けていたところであるが、人員確保の困難さや物価上昇等といった事情から、交渉は難航した。交渉を続けた結果、2022年5月には8号館地下食堂が座席数減、時間短縮のまま営業を再開した。また、同年10月には、3号館地下食堂が座席数を減らし(326席↓300席)、アクリルパネルを設置した上で11時~14時の営業を再開、同年11月には、4号館1階カフェが座席数を減らし(60席↓40席)、アクリルパネルを設置した上で

11時30分~18時の営業を再開した。

このような学食の営業状況を受け、学食所管課内では学食改革の必要性が認識されていくようになる。

3 白山キャンパスにおける学食改革

営業再開や営業時間延長(時間短縮営業を止め、契約通りの営業時間とすること)に関する交渉の過程で、食堂運営会社側からは収益上の課題が提示された。学食は決して「儲かる商売」ではないことが、明らかになったともいえる。

食堂運営会社との契約は、契約期間を4月1日~3月31日とする1年契約を更新するという内容になっていた。交渉の過程で、契約期間中であっても合意解除をすることは可能であるとの感触を得たことから、新しい運営会社探しが始まった。学食所管課の若手職員が中心となり、複数の社に連絡を取ったところ、多くの社からけんもほろろに断られたり、「公道に面した店舗入り口を作って欲しい」といった実現困難な要望が示されたりした。それらにもめげずに連絡を取り続けたところ、興味を持ってくれるところが何社か現れてきた。

教職員も利用するとはいうものの、学食の第一の利用者は学生である。そこで、学食所管課では運営会社探しと並行して、本学の公認サークルである「環境サークルcueco」の協力を得て、「東洋大学白山キャンパス学食アンケート」を2022年10月に実施し、1649件の回答を得た。そこからは、メニューの内容、食事の量・値段・品数、営業時間、混雑度等についての多様な意見を読み取ることができた。幸いにして、多くの学生が学食に求めている事項を実現できそうな運営会社を候補に挙げていたため、アンケートの結果に力を受け、交渉に当たることができた。

交渉は3方面にわたって展開された。①既存運営会社、②新規運営会社、③学内である。①では合意解除の時期、什器の撤去期限、費用分担などが、②では、工事の時期、費用分担、オープンの時期などが交渉の中心となった。③では、学内の関係部署との詳細な打ち合わせが繰り返し行われた。年度途中での運営会社変更という前例のない事態となつてしまったため、法人役員への説明、常務理事会・理事会の承認、予算の補正、入試や講義に影響を与えない工事日時の調整、既存・新規運営会社との実務的

な交渉など、学内のさまざまな部署を巻き込むこととなつてしまった。特に、経理担当部署、管財担当部署には大変な苦勞をかけた。紆余曲折はあったものの、各部署が、「学生のために、より良い学食にしたい」との想いを共有できていたからこそ、前例のないスピード感をもって乗り越えることができたと感じている。

関係各位の献身的な協力の下、8号館1階は、2022年12月上旬に工事を開始し、同月下旬にプレオープンすることができた。3号館地下1階は、2023年1月下旬に工事を開始し、3月23日にプレオープンすることができた。ちなみに、同日は本学の学位記授与式・卒業式であった。

本学では、日本武道館を会場として、午前・午後の2部制で式典を挙行している。卒業生・修了生は、式典の前あるいは後に各キャンパスに行き、学位記を受け取る。2年次からコロナ禍に見舞われ、通常とは異なる学生生活を送らざるを得なかった卒業生へのはなむけの一つとして、新規にオープンした3店舗には営業してもらった。多くの卒業生が新店舗に列をなし、喜んで食べてくれたが、「下の学年はいいなあ」といった声も聞かれたとのことである。本当にそのとおりだと思う。今後は卒業生として、来校・

cafeteria

来店して欲しい。

学食改革を経て、白山キャンパスの学食は「表2」のような構成となっている。

4 学食の魅力度を高めるために

先述の「東洋大学白山キャンパス学食アンケート」からは、イマドキの学生が学食に何を求めているかがよく分かった。筆者は52歳であるが、30年前の学生は、「学食は、安くて量があればよい。味はそんなに求めてはいけない」「美味しいものが食べたければ、学外のお店に行く」という感覚が一般的であったように思う。

6号館地下のフードコートは、学食ランキング（早稲田大学学食研究会）で2年連続1位に選ばれたほか、その他の調査でも高い評価を受けている。7店舗が繰り広げる多様で個性的なメニューは、値段・量・味の3拍子が揃っていると感じていただけているのであろう。

しかしながらアンケートには、色々な不満・要望も示されている。自由記述である「学食の量に関してご要望はありますか?」「学食全般に対してご要望はありますか?」

という問いには、それぞれ、

585件、696件の書き込みがあった。総回答数が1649件であることからすれば、「これを伝えたい!」と思った学生が多かったということであろう。もちろん、好意的なコメントも多数あるのだが、メニュー、値段、量、品数などを「私に合わせて欲しい」という回答が多いように感じられた。「学食だからこの程度で仕方がない」という時代ではなく、「学食であろうと学外の飲食店並みに」という時代になっているようである。

このような時代には、学食の魅力

を高めるためにはどうすればよいのであろうか。

値段に関していえば、大学からの補助によって下げることが

場所	座席数	主なメニュー	主なメニューの価格帯	営業時間
3号館地下1階	326	讃岐うどん / とんかつ	300円～650円	平日 10:00-20:00 / 土曜日 10:00-17:00
4号館1階	60	ポテト / デザート / ドリンク	150円～450円	平日 11:00-18:00
6号館地下1階	1220	カレー / 洋食 / パスタほか	550円～600円	平日 10:00-20:00 / 土曜日 10:00-17:00
8号館1階	91	サンドウィッチ	450円～700円	平日 10:00-20:00 / 土曜日 10:00-17:00
8号館地下1階	627	定食 / 麺類ほか	450円～600円	平日 10:00-20:00 / 土曜日 10:00-17:00

[表2] 白山キャンパスの学食

Attractive student

可能である。しかし、補助の原資が学納金である以上、そこには限界がある。学食の値段を下げるために学納金を値上げするのでは、本末転倒であろう。そこで、学外に原資を求める必要がある。

本学には、甫水会(いわゆる父母会)という組織がある。コロナ禍前には、「1000円朝食」を実施するために援助していただいたことがある。本年度も援助していただけたことになったため、2023年10月から期間限定ではあるものの、全キャンパスの学食において、特別メニューを250円引きで提供することができている。また、白山キャンパスの6号館地下フードコートでは、トレーに企業等の広告を掲載することにより、値上げを回避してもらうという試みが始まる。「後輩のおなかを満たそう!」という呼びかけで、卒業生から寄付を募るといった方法もあるかもしれない。

また、学食の運営に学生が関わることができれば、その魅力度は高まるかもしれない。本学では、2022年から経営学部の蜂巢准教授のゼミが「学食プロジェクト」を行っている。これは、栃木県大田原市での農業体験ツアーを企画実施し、そこで大学生たちが収穫した野菜や、

とちぎ農業女子(栃木県内で農業を営む女性たちが中心となつて活動するプロジェクト)が生産した食材を用いた「ロコモコ」を、白山キャンパスの学食で期間・数量限定で販売するというものである。「学び×学食」という手法を広げていくことができれば、学食は食欲だけではなく知的欲求をも満たす場になれそうである。

以上、本稿では、白山キャンパスにおける新店舗誘致という学食改革を中心に述べてきたが、同じ運営会社にも願ひすれば川越・赤羽台・板倉(朝霞)キャンパスでも同じように出店してくれるわけではない。その意味では、2万人近い学生が在籍している白山キャンパスが特殊な例であると言えよう。そのため、全キャンパスにおける学食の魅力度を高めるための努力は、これからも継続していかなければならない。

とはいうものの、値段を抑えるための取り組みや、「学び×学食」という手法は、どのキャンパスでも導入できるものである。全キャンパスで取り組める学食改革。学食の魅力度を高めるためにできることは、まだまだあるに違いないと信じている。

食事だけではない 食堂が提供できるもの

國見 憲吾

学校法人近畿大学法人本部総務部主任

はじめに

近畿大学は「実学教育」と「人格の陶冶」を建学の精神に、「人に愛され、信頼され、尊敬される」人づくりという教育の目的のもと、1925（大正14）年創立の大阪専門学校と、1943（昭和18）年創立の大阪理科大学を母体とし、1949（昭和24）年に設立された。大阪・関西万博が開催される2025（令和7）年に創立100周年を迎える。

現在は、東大阪キャンパス、奈良キャンパス、大阪狭山キャンパス、和歌山キャンパス、広島キャンパス、福岡キャンパスの6キャンパスに、15学部49学科・短期大学部・通信教育部を有しており、約3万6000人の学生が在籍し

ている。

ここでは、約2万6000人の学生が学ぶ東大阪キャンパスでの学生食堂の取り組みを紹介する。

1 新しいシステムを提供する食堂

2019（令和元）年9月、7号館に「次世代型新食堂」として、日本の大学で初めてプロテイン入りのメニュー等を提供するDNS POWER CAFE「写真1」、近大発食材を使ったメニューなどを提供するTHE CHARGING PITT&DINER「写真2」がオープンした。

これらの食堂では、オープン当初から、①キャッシュレス決済の導入、②専用アプリによるテイクアウト商品の時間指定予約を導入している。

当時、大学生には浸透していなかったキャッシュレス決済については、セルフオーダー機の大半をキャッシュレス専用とすることで、学生への浸透を図り、変化する社会に対応できる人材を育成する実学教育の場という機能も兼ね備えた。現在では、キャッシュレス決済の利用比率が約7割となっている。

オープン時には、新型コロナウイルス感染症感染拡大という未曾有の事態が起きようとは思いもしなかったが、キャッシュレス決済やアプリによるオーダーなど、コロナ禍を経て一般的になった技術を先行して取り入れることとなり、まさに「次世代型新食堂」となったのではないかと思う。



[写真1] DNS POWER CAFE



[写真2] THE CHARGING PIT&DINER

2 教育の場になった学生食堂

2021（令和3）年10月、本学学生が飲食店の起業を体験する機会として、学生飲食店起業支援プロジェクト

ト「KINDAI Ramen Venture 近大をすすらんか。」を開始した。これに伴いEキャンパスBLOSSOM CAFE内に、学生が経営するラーメン店をオープンさせた「写真3・4」。

このプロジェクトは、本学学生がキャンパス内で実際にラーメン店を起業・経営することにより、実践的な飲食店経営を学び、卒業後の事業展開や新たな起業を目指すことを支援し、大学全体で学生の起業家精神を醸成することを目指している。プロジェクト応募の条件は近畿大学の在学学生であること。採択された場合は、食品衛生責任者や営業許可の取得、個人事業主の届出等、開店に必要な準備を学生自身が行う。

大学は、店舗の初期設備及び今後プロジェクトとして継続的に使用する備品の用意、ガス・水道料等を負担する。学生は、電気代、共益費、運営に必要な調理器具類、消耗品費、原材料費、人件費等を自己負担する。出店期間は最長1年間とし、四半期毎に決算報告を実施し、2期連続で赤字経営となった場合は原則撤退となる。

初代店舗はオープン当時、農学部水産学科3年生の学生が、2023（令和5）年3月まで営業し、期間限定メ



[写真3] BLOSSOM CAFE



[写真4] 近大まぜそば(左)、近大魚介塩まぜそば(中)、二代目近大ラーメン(右)

ニューの開発や経営学部生との連携による昼食受け取りサービスの実証実験、企業とのコラボレーションイベントの実施等企業努力を続け、2021(令和3)年度の総売上は648万9250円、純利益は260万8292円、2022(令和4)年度の総売上は1313万9350円、純利益は369万8122円であった。1年6カ月で3万1622杯のラーメンを提供し、630万6414円の純利益をあげた。

2023(令和5)年4月からは、選考会で選ばれた、総合社会学部4年生の学生が、2代目として約1年間にわたる店舗経営に挑戦している。昼休みには、多くの学生が行列を成しており、初代に負けず劣らずの盛況ぶりである。

3 地域の人気店とともに作る学生食堂

キャンパス内の学生食堂だけでなく、西門を出てすぐの近大前商店街にも、学生たちが足繁く通う数多くの飲食店が軒を連ねている。その中でも、昼休みに一際多くの学生が訪れているのが、味店焼マンである。

安価でおいしく、ボリューム満点のメニューが学生に人気であり、お笑い芸人・霜降り明星のせいやさん(2015<平成27>年文芸学部卒業)や、阪神タイガースの佐藤輝明選手(2019<令和元>年経営学部卒業)もファンを公言するなど、多くの卒業生にも愛されている名店である。その味店焼マンの2号店「写真5」が、2023(令和5)年4月、Eキャンパス情報処理教育棟(KUDOS)1階にオープンした。

2020(令和2)年10月から11月にかけて、学生食堂



[写真5]「味店焼マン 近畿大学Eキャンパス店」外観



[写真6]昼休みのピーク時には多くの学生が列を成している。

の満足度向上を目的として、学生及び若手職員を対象に、キャンパス内の新食堂誘致に関するアンケート調査を実施した。結果、最も人気が高かったのが味店焼マンであった。この結果を踏まえて、キャンパス内への誘致を決定した。

開業後は、多い日には600人以上の学生が利用する大賑わいとなっており、これまで学部校舎が遠く同店を利用できなかった学生たちの食を満たす店舗となっている。「写真6」。

おわりに

以上、近畿大学東大阪キャンパスで近年開業した学生食堂に関する概況を記してきた。キャッシュレス決済やアプリでの注文、キャンパス内での学生の飲食店経営を通じた起業支援、近隣商店街人気店の学内誘致等、食事を提供するだけの学生食堂運営だけでなく、学生の満足度向上や教育に繋がるような取り組みを行ってきた。

新店舗の開業を立て続けに行ってきたが、残念ながら、コロナ禍により、閉店に追い込まれてしまった店舗もある。現在空きテナントとなっている店舗についても、近畿大学ならではの店舗の誘致を進めていきたい。

cafeteria

「人」と「知」の交流を生み出す キャンパス内レストランへの挑戦

村川 千鶴

学校法人神奈川大学
みなとみらい統括部長

1 みなとみらいキャンパスについて

神奈川大学は2021年4月にみなとみらいキャンパスを開設した。このキャンパスには経営学部、外国語学部、国際日本学部のグローバル系3学部が集結し、約5000人の学生が学ぶ。横浜は開港と同時に世界に開かれ、現在のみなとみらい21地区は新たな中心エリアとして急速に発展を遂げてきた。ショッピングや観光施設に留まらず、グローバル企業の拠点やコンベンション施設、博物館、美術館等が立ち並び、国内でも有数の最先端の情報や技術が集結する地である。

このような環境を最大限に活かして、みなとみらい

キャンパスは「国際・日本」の交流する「未来・創造」交流キャンパスをコンセプトに、低層階を「ソーシャルコモンズ」と呼ぶ市民が気軽に利用できる設えとした。ガラス張り開放感あふれる400名収容のホールや観光ラウンジ、ファブラボ、エクステンションセンター等の施設を設けたほか、企業や団体、行政機関との連携窓口を担う「社会連携センター」を新設し、地域課題の解決と新たな価値を生み出すオープンイノベーションのきっかけづくりの工夫を随所に盛り込んでいるのが最大の特徴である。



[写真1] みなとみらいキャンパス全景



[写真2] キャンパス内を歩きかう学生

Attractive student

2 人と知が交わるきっかけをつくる

キャンパスのコンセプトを実現するため、みなとみらいキャンパス1階のほぼ全てを「人」と「知」が集うきっかけとなる「ソーシャルcommons」フロアとしている。その中でも500㎡以上をレストラン空間とし、キャンパスにおける主要施設との位置づけで計画を進めた。当初案は世界各国料理を一同に並べるだけのものではあったが、検討を重ねた末にこれを進化させた「グローバル」な食材によるメニュー構成とした。さらに、従来型の学生食堂に留まることなく、これまでの大学キャンパスの常識を超えた幅広い客層へのアピール力を期待し、世界のビールと地元神奈川県のクラフトビール、そして日本文化を象徴する江戸前寿司を目玉商品に据えることとした。

2021年8月、世界と地域に開かれたキャンパスを象徴する施設として、新鮮な地元食材を生かした料理と常時40種類以上の品揃えを誇るビールを主力とするレストランをオープンさせた。店内には広いメイン客席とは別に、隠れ家的空間としてベテラン職人の握る江戸前寿司が味わえる高級感あるカウンタースペースを併設している。

また、「ソーシャルcommons」の価値を最大限に引き出すキャンパスとする一方で、低価格かつ栄養バランスに優れた毎日の食事を求める学生ニーズを満たす必要もあることから、福利厚生を目的とする2施設について学生利用に特化することとし、「ソーシャルcommons」の一角をなす1階の施設とは明確に性格を分けた。

なお、学生の食事環境面においては、2つの学生食堂に加え、キッチンカーや弁当販売ブースの設置、昼休み時間帯の講義室を喫食可能として運用すること等でバラエティあるメニュー構成とゆとりある滞在スペースを確保している。

3 日常を驚きの旅に変えるレストラン VOYAGE

キャンパスの1階中心部に位置するレストランの名称はVOYAGE(ボヤージュ)。これには、訪れる全てのお客様に対し、日常を驚きの旅に変えるレストランになる、との願いが込められている。

一般的に大学キャンパス内の食堂運営は、当然ながらメインターゲットは学生であり、いかに学生のニーズを満た

位置付け	「人」と「知」の交流拠点ソーシャルコモンズ		
対象	どなたでも利用可能		
種別	レストラン	カフェ	キッチンカー
位置	1階	1階	1階屋外
店舗名	VOYAGE	NORTH LINK	日替わり(各日3台)
席数	195席 + 鮪処 35席	専用6席 + 共用60席	-
主な提供品目	[ランチ] 週替わりランチ7種 ¥550 ~ 750 海鮮丼「海の玉手箱」 ¥1,000 [ディナー] 世界のビール¥400 ~ 900 チキングリル 世界を旅するサラダ 自家製アランチー二等 ¥400 ~ 1,800 [鮪処] ランチおまかせ10貫¥1,800 ディナーコース¥8,000 ~ ※1日1組限定	[ドリンク] コーヒー¥380 ~ [フード] クロワッサンサンド等 ¥580 ~	[ランチ] スイーツ から揚げ チキンオーバーライス等 ¥500 ~ 800 (学生割引あり)
備考	平日ランチは酒類提供無し		ハラル対応あり

位置付け	学生向け福利厚生		
対象	学生、教職員に限り利用可能		
種別	学生食堂	学生食堂	弁当販売
位置	7階	21階	3階、4階(計2か所)
店舗名	Skuld	Lighthouse	-
席数	279席	268席	-
主な提供品目	[100円朝食] 和定食 洋定食 学生限定¥100 [ランチ] 鉄板焼き定食 麺類 カレーライス等 ¥290 ~ 630	[ランチ] ランチプレート 神大バーガー 焼きたてピザ各種 焼きたてパン各種 季節のスイーツ ¥150 ~ 650	[ランチ] 丼、弁当、おにぎり、 パン等¥450 ~
備考	100円朝食は後援会補助による	各種パーティや、イベント等を随時開催	教室飲食可

[表]みなとみらいキャンパス内の飲食施設

することができるといふ視点が最優先となる。本学を例にとれば、横浜キャンパスで提供するソフトクリーム「神大ソフト」は30年以上にわたるロングヒット商品で、その品質やトッピングの豊富さが学内外で話題となり、これまでに

もテレビ等で数多く取り上げられている。このように、学生ニーズを満たす食堂運営という面では、本学においても一定の経験があった。しかし、みなとみらいキャンパスで立ち上げようとするレストランは、メインターゲット

トをあえて学生に絞らずに街を行き交う幅広い客層を取り込み、ランチ時間帯とディナー時間帯で完全にメニューを切り替え、高単価の鮎処まで併設するという高い目標を掲げたもので、本学にとってこのような施設の運営は完全に未知数であった。オープン以来、試行錯誤を繰り返してきたが、約2年間の経験から現在では次のような運営としている。

「ランチ時間帯」

主要顧客はオフィスワーカーと学生であり、授業終了のチャイムが鳴る12時30分を境に客層が入れ替わる。都心部のオフィスワーカーには割安感を感じさせ、学生には少し特別感がありながらも手が届く価格帯を意識し、550〜750円のセットを提供した結果、固定客も多く大変好評である。特に土曜日ランチ時間帯には子供連れの家族の姿も目立ち、混雑する商業施設とは対照的な、ダイバーシティを指向する大学キャンパスならではの安心感を評価いただいている様子である。

「ディナー時間帯」

昼とは雰囲気を一変し、ビールと地元素材による料理を提供する上質なレストランとなる。店内では世界中から集まったビールを手に、それぞれの産地にまつわる経験や思い

出、人との出会い等の会話が弾んでいる。また、地元神奈川のクラフトビールも常時9種を揃える。ある醸造元とは数年前よりPBLを通じ学生が商品開発に携わっていることや、豚肉の仕入れを接点に関係が深まった県内若手起業家の方に学生とのトークライブのゲストとして登壇いただくなど、本学における教育・研究とキャンパス内レストランが交わることで、思いもよらない交流を生み出し、地域社会との繋がりを深めるきっかけとして機能している。

「GRAND SUSHER」

本格派の江戸前寿司を提供する特別な空間として、檜のカウンターとテーブル席を設けた。ディナー時間帯は完全予約制かつ1日1組限定としているが、オープン以来1か月先の予約までほぼ埋まっている状態が続いている。母校の新キャンパス開設を待ちわびていた卒業生が旧交を温める場として来店される場面をしばしば見かけるが、それ以外にも、多忙なビジネスマンが静かに会食できる隠れ家的な利用や、小さなお子様を中心に3世代で、回らなのお寿司を周囲に気兼ねなく楽しむ場としてなど、当初想定していた以上にリピーターも多く、幅広い客層にご利用いただいている。



[写真3] VOYAGE 店内



[写真4] GRAND | SUSHI 店内

4 「この街すべてがキャンパスだ」

みなとみらい21地区で建物を建設する際には、建物外観における色や形状、緑化や水景の設置、地域熱供給等の都市インフラ、看板の大きさに至るまで様々なガイドラインが存在し、これに沿った設計が求められる。このように都市の中心に立地するうえでは、特有の制約もある。しかし、これらは全てみなとみらい21地区における街の魅力を高め、各事業者を街づくりの主体とする仕組みの一つとして機能しており、地区内事業者間には街づくりの価値観

を共有するゆるやかな輪が形成されている。

本学ではこのような街の特性を教育研究に最大限に活かすべく、キャンパスの中に納まることなく街全体をキャンパスとして見立て、様々な研究やフィールドワーク、PBLの実施、学生イベント開催等を近隣企業や行政、団体との連携により積極的に展開している。

みなとみらい21地区の街づくりは今年で40年を迎えるが、事業者誘致によるハード的な開発が完了に向かう一方、「人」の繋がりを強化し事業者間のソフト的連携を活性化させ、横浜の地域性を活かしたイノベーション・シティとして大きくシフトしようとしている。この交流の場づくりという課題に対し、エリアマネジメントの中心的存在を担う（一社）横浜みなとみらい21を主体に、今年度から異業種交流のミートアップイベントが定期的開催されているが、その会場はVOYAGEが担うこととなった。特定の企業や行政機関ではない中立的な大学キャンパスという特性を活かしたもので、所属の垣根を越えた活発な交流が期待される。

また、「ソーシャルコモンズ」の一角を担い、社会人向けリカレント教育や一般市民向け公開講座として文化、

ビジネス分野で年間400以上の講座を開講する「KUポートスクエア」は既に約20年の運営実績を持つが、みなとみらいキャンパス開設を機に大きく規模を拡大し、過去最高となる年間5000人以上の受講者を迎えた。横浜を代表する企業との連携講座は特に人気で、自動車メーカーによる子供向け講座、受講者だけ特別に体験できる鉄道会社のナイトミュージアム企画、横浜港の歴史を学ぶ講座等は特に好評である。これらに混じりVOYAGEでのビールの味比べ体験が売りの特別講座も定期的の開講しており、募集開始後すぐに満席になる人気ぶりである。

さらに、本学では定期的に各国大使の講演会や、語学だけに留まらない各地の文化を体験するワークショップ等をインターナショナルウィークと称し連続的に開催する期間がある。当然、VOYAGEでもイベント期間中には大使館直伝のレシピによる特別メニューが登場し、食を通じたグローバル・ダイバーシティな交流機会を提供している。



【写真5】メキシコウィークにあわせた特別メニュー例

5 今後に向けて

VOYAGEプロジェクトは、店舗運営の現場スタッフと事務局担当部署の二人三脚体制により、キャンパスコンセプトを具現化し、従来にはない新しい価値を提供する取り組みを始めて約2年が経過した。コロナ禍でのオープンであり、感染防止対策として取られた様々な制限も加わったことで、思うような客数に至らず苦労した時期も続いた。しかし、2023年5月の5類移行を起点に大人数での交流イベントが続々再開し、ようやく本領発揮となった。

大学キャンパス内レストランに「ソーシャル commons」機能の一角を持たせるといふ当初の構想は、現在では食の提供だけに留まらず、多様な人が訪れるキャンパスの中心的装置となり、街全体のイノベーションのきっかけとなる「人」と「知」が交わる場が実現し始めている。

今後は、レストランとして愛される店舗づくりを目指すのはもちろんのこと、「ソーシャル commons」全体で連携しながら、高度化する社会課題の解決に向けた取り組みの場として、社会の変化に対応できる企画運営を展開していきたい。

cafeteria

ニーズに合わせた 学食を目指して

村松 航平

東海大学学長室総務担当

はじめに

東海大学湘南キャンパス（以下、本学）は、校地面積約55万㎡の広大な自然あふれるキャンパスである。「大学」というよりも自然環境に恵まれた公園都市のようなキャンパスで、16学部約2万人の学生が在籍している。今回は本学の魅力ある学生食堂（以下、学食）として「キッチンカーストリート」の経緯と現状を紹介したい。キッチンカーストリートとは、本学のメインストリートである中央通りにずらりと並ぶキッチンカーの様子から名づけられたものだ【写真1】。



【写真1】キッチンカーストリートの様子



【写真2】50周年記念行事の様子

Attractive student

1 キッチンカーのはじまり

本学におけるキッチンカーのはじまりは、平成25(2013)年同キャンパス開設50周年記念行事の一環として、より在学生の「食」に関する満足度向上並びに食に対するニーズの変動に対応するため試験的に開始された「写真2」。当時学内では、7カ所の学食を擁していたが、約2万人の学生が在籍していることを鑑みると、学生の食に対するニーズに十分対応しているとは、言い切れない状況であった。そこで、50周年記念行事を一つの契機としてキッチンカーによる移動販売を実施し、食に対する満足度向上を図るとともに、翌年以降の常設化も視野に入れ、学食改革の一助とした。

結果は、大盛況。目新しさからか、悪天候にもかかわらず、7日間で延べ3600食、平均500食/日を学生が利用した「表1」。中でも、一番人気はケバブで約300食/日を学生が利用した「表2」。企画段階で、キッチンカーの高めの価格帯が懸念されていたが、あえて学食と競合をさせず、大盛やトッピングといったサービスで学生へ還元して、価格差を埋めたことが功を奏したと考えられる。こうして昼食として、時には軽食として学生のニーズに 대응することが

できるキッチンカーは、翌年から常設化されたのである。

	出店数(店舗)	販売食数 / 日(食)
1日目*	6	782
2日目	4	424
3日目	4	307
4日目	3	342
5日目	6	602
6日目	6	455
7日目	7	686
		計 3598

[表1] 50周年記念行事 キッチンカー販売実績

出店社	販売品目	販売食数 / 日(食)
A社	ケバブ類	335
B社	カレー類	104
C社	海鮮類	24
D社	惣菜パン類	148
E社	ホットドック類	120
F社	フライドチキン類	51
		計 782

[表2] * 1日目の販売実績

2 コロナ禍を経て

令和2(2020)年2月、新型コロナウイルス感染症の蔓延に伴い、キャンパスへの入構が制限され、学内における学食ならびにキッチンカーは相次いで休業に追い込まれた。

翌年4月、面接(対面)授業が再開されキャンパスに学生が戻り、キャンパス内には賑わいと活気が出てきた。一方でコロナ禍前、学内に7店舗あった学食も2店舗となり、

かつ大幅な短縮営業を余儀なくされたことから、昼休み時間帯における「学食の混雑」といった、従来の課題が顕著に現れたのである。

同年9月、休業した学食の再開目途が立たないため、春学期の対策および学生の多様なニーズに応えようと「学食プロジェクト」を立ち上げ、学食の改善を図った。ここでは建物内の「学食」ではなく、地域の集いの場を目的として、近隣の飲食店と協力しキッチンカー・お弁当の移動販売を対象に企画・運営を行った。期間限定で飲食無料配布イベントや全国チェーン店の出店、多くの学生が利用しやすいよう学食へアクセスの悪い建物付近に出店をするなどの工夫を凝らし、利用者の増加と学食の混雑解消を図った。

結果は、約3週間実施し、延べ1万2660食、平均530食／日を学生が利用した。企画後の利用者アンケートでは、約2200名から回答があり、全体の57%がキッチンカーを「今後も利用したい」、6%が「利用したくない」、37%が「どちらでもよい」と回答する結果となった。長期間のイベントでも安定して利用者がいたことから、目新しさや一過性のものではなく、キッチンカーが身近な存在へと戻ってきたことが分かる。

3 キッチンカーストリートの誕生

新型コロナウイルス感染症が5類感染症へと移行され、キャンパスにはコロナ禍前と同程度の学生が戻ってきた。休業していた学食も営業を再開しているが、キッチンカーの人気は衰えず、平均10店舗／日が出店し、約500食／日が利用されている。主食を扱う店舗、軽食を扱う店舗がバランス良く設置され、学生が多くの選択肢の中から自分に合った店舗を選択できるような工夫している。その中でも、一番人気は「ビビンバ」で約150食／日も利用するほどだ。これもやはり、学食と比較して割高であることは否定

出店社※1	出店数(店舗)	販売価格(円)	販売食数 / 日(食)※2
A社	主食	700	35
B社		500～650	40
C社		650～750	47
D社		500～850	50
E社		600～800	160
F社	軽食	300～600	18
G社		400～600	64
H社		200～500	75
I社		500～1,000	89
J社		200～300	224
			計 802

[表3]キッチンカー販売実績 / 日

※1 2023年4月から1日選択し、その日の出店社をA社～J社とした。

※2 各社月間販売実績より平均 / 日を算出し、1日の販売食数とした。

できず懸念事項としていたが、「表3」のとおり価格による売上数への影響は少なく、昨今の物価高からも許容範囲であることがうかがえる。

ここで、なぜキッチンカーがこれだけ人気を博したのか、食事提供の早さ、手軽さ、味や量といったいくつかの要因も考えられるが、次の2点が大きいと分析した。

(1) 選択肢の増加

カレーライス、ラーメン、ハンバーガーといった主食から、焼き芋、カステラ、クレープなどの軽食もあるため、選択肢が増加した。価格帯は200円～1200円と幅が広いため、昼食がマンネリ化せず、予算や気分に合わせて選ぶ楽しさ、食べる楽しさの両方を体験できる。また、事前に食事場所を確保する必要がなく、歩きながら、屋外の芝生広場、静かなフリースペースなど食事場所を自由に選べることも要因の一つである。



[写真3]キッチンカーストリート

(2) 立地

校地内の中心にあるため、各建物から短時間でアクセスしやすく、昼休み時間は当然のこと、授業の合間や帰宅時に気軽に立ち寄ることができる。昼休み時間は大変賑わい、車が通行できなくなるほどだ[写真3]。

これまで授業期間(平日・土曜日)の状況を紹介してきたが、その汎用性の高さから、近年本学では大学行事でもキッチンカーを積極的に取り入れている。さらに紹介をしたいところではあるが、紙幅の関係上、この続きはまたの機会としたい。

4 今後に向けて

たしかに、本学では学食の定義にとらわれず、広大な校地を生かしメインストリートにキッチンカーを設置することで新たな「学食」とすることに成功した。昼休み時間帯の学食混雑は緩和され、学生のニーズに迎え満足度は向上している。しかし一方で建物内の学食と共存を考えなければならぬ。今後は、多様化する学生ニーズに応えるべく、建物内の学食も「魅力ある学生食堂」にすることが本学の責務と考える。

学生のアイデアが 学食メニューで実現

末木 由紀

成城大学学長室主任

はじめに

成城大学では、学生の声に耳を傾け、より良い学習環境と、より質の高い学びの実現に資することを目的として、2021年度の第1回をパイロットケースとし、2022年度以降、学長賞懸賞コンペティションを継続実施している。

1 大学食環境の改善をテーマとした コンペティションの実施

2022年度は「100万円以内で成城大学の食環境を改善しよう」をテーマに、自由な発想による斬新な提案を学生から募集したところ、17チームから趣向を凝ら

した様々な企画案が提出された。内容は、学食の混雑を緩和するためのアプリシステム導入から、忙しさを、一人暮らしで満足な自炊ができないなどの理由から栄養が不足しがちの学生向けに手軽に栄養を補うことができるメニュー販売提案など多岐にわたった。

2 多様な提案から学生の要望が見えてくる

17の魅力的な提案がそれぞれ5分以内の動画にまとめられ、在学生と大学教職員によるオープン投票の結果、次の5つの提案を行ったチームが2次審査となる対面プレゼンテーションへと進んだ。この中には引き続き学食改善に向けて学内で検討を進める際に参考としていきたいものや、電子決済機能を搭載した食券機の新規導入など、今回の提案をもとに既に取り入れたものもある。

・「LINE公式アカウントで成城大学の食堂を改善しよう」
内容… LINEで、メニュー予約や座席管理のシステムを導入して来客予定数を把握したり、アンケート機能を使って学生の意見を聞いたりすることにより、食堂運

営側と学生間の情報の乖離を埋める。

●「食堂の混雑緩和」と「食堂の利用率向上」

内容…食堂が混雑する主な要因として、食券を買うために並ぶ、席の確保に時間がかかるといった2点に着目し、電子決済機能を搭載した食券機の導入と、短時間利用に限定したスピード席の設置等を訴えた。

●「成城コンセプト定食」

内容…学生および教職員のニーズに合わせて、栄養学の知見を取り入れた5種(脳の活性化を促す、筋肉の発達を助ける、美容に良い効果をもたらす、メンタルを安定させる、免疫力を高める)の効能を持つ定食開発。

●「未来志向・未体験の美味しさを成城大学で！〜プラントベースフードの選択肢を導入〜」

内容…食のバリアフリー化を実現すべく、アレルギー、宗教、思想、どんな食生活の方でも一緒に食べられるプラントベースフードの選択肢を学食へ導入。

●「せたがやフードマルシェ」

内容…学食や周辺飲食店の混雑により、限られた昼休みの時間の中で満足に昼食がとれない学生が多いことと、地元世田谷の飲食店の活性化の両課題を取り上げ、

テイクアウトフードを取り扱う世田谷の飲食店を呼び込み、学内でキッチンカーや弁当の形で販売するもの。

2次審査ではアイデアの実現性や革新性に加え、プレゼンテーションスキルも評価対象に加わり、各チームはそれぞれの趣向を凝らして、本学の食環境の改善に向き合った説得力のある提案を行ったが、中でも一際輝き、最優秀賞を勝ち取ったのが、今回取り組みを紹介するプラントベースフードの導入を訴えた、当時大学1年生2人の提案である。以下、彼らに応募に至った経緯、受賞後の活動や今後の学食改善に向けた抱負について寄稿してもらった。

3 コンペティション最優秀賞受賞チームによる現在の活動・今後について

「成城大学プラントベースプロジェクト」

成城大学法学部法律学科2年

遠藤海凧、前田みづき

成城大学は毎年、ヴィーガンやベジタリアンのライフスタイ

cafeteria

ルを選択する留学生を複数人受け入れられているものの、学食に彼らが食べることが出来るメニューが一つもなく、いつも一人で食べていた。そこで私たちはこの課題に着目し、本コンペティションへの参加を決意。肉や魚といった動物性原材料を使用せず、植物由来の原材料のみで作る「プラントベースメニューの導入」を提案した「写真1」。プラントベースフードはヴィーガンやベジタリアンだけでなく、乳製品や卵といった動物性食品アレルギーを持つ方でも食べることができる。食の多様性・食のバリアフリーの観点から、学内外でも多くの支持を受け、学生投票1位、最優秀賞並びに東京農業大学特別賞を受賞。その後、杉本義行学長の判断のもと、プラントベースフードの導入を叶えるべく「成城大学プラントベースプロジェクト」を発足。団体や企業からも協力を賜り、受賞後は、主に3つの活動を中心に行ってきた。

まず、2023年5月より、学生食堂にて週2回、計3種のプラントベースメニューの販売を開始。新メニューの開発は、本プロジェクトのメンバーが学生食堂のシェフと何度も相談し、プラント



【写真1】第2回学長賞懸賞コンペティションでのプレゼンテーション風景

ベースの食品を初めて食べる人も違和感のないよう味付けに工夫し、特に大豆特有のにおいや味が気にならないよう何度も改良を重ねながら完成させた「写真2・3・4」。また、学内の売店（三省堂書店成城学園売店 SEIJO ×10）にて、自由が丘に本店を構える人気ヴィーガン料理店 T's レストラン監修のヴィーガンカップヌードル3種類を販売「写真5」。わずか3カ月で全種類、約200個全て完売を記録したほど、好評を博している。加えて、本プロジェクトと成城国際交流サポート運営局（SIEPO）との共同主催で、「プラントベースフードピクニック」、「コーヒアワー」、「Farewell Party」など食を通じて留学生との交流ができるイベント



【写真4】プラントベースメニューを学食で楽しむ学生たち



【写真3】新メニュー用のポスターやメニューポップを作成



【写真2】学生食堂を利用する留学生

Attractive student

トを企画・実施「写真6」。当イベントの際には、今秋に学食（成城ラウンジ）にて販売予定のプラントベースキーマカレーを一足早く試食できる機会を設けたり、プラントベースに関するクイズを実施したりと「食のバリエーション」、「食の多様性」、「環境問題」を気軽に楽しく学ぶ機会となった。さらに、学内にあるベーカリー（SEIJOちかばん）と協力をし、植物性100パーセントのラスクを提供。留学生の送別会では、J A東京中央から世田谷野菜・規格外野菜をご提供いただき、学生自ら考案・調理したプラントベースのパーティー料理を留学生に振る舞った。学生である私たち自ら主体的な活動を行うことで、多くの学生の共感や関心が集まり、大学全体として多様な国の食文化や価値観を学び受け入れる校風が創造されると感じている。

こうした取り組みが評価され、朝日新聞社・日本プラントベース市場協会が共催する JAPAN VEGAN



〔写真6〕プラントベースピクニックの様子



〔写真5〕学内売店で取り扱いを開始したヴィーガンカップヌードル

AWARDS 2023に本プロジェクトがノミネートされ、東京ビッグサイトにて挙行された表彰式に、最年少候補者として出席した。

今後のさらなる展開として、今秋、プラントベースの「成城キーマカレー」を学内にて販売する予定である「写真7・8」。また、ハラールの食品を日々食べているムスリムの留学生向けに、ムスリムフレンドリーのメニューも開発中。加えて、丸内にある明治安田生命本社ビルにて本プロジェクトが監修したプラントベース弁当を販売する企画や、他大学の学生と連携して「プラントベースフードマルシェ」を開催する計画が進行している。これからも企業・団体や他大学と連携し学内の枠に留まらない活動が続けていきたい。

「みんなが同じ食卓を囲める」そんな優しい食の未来を成城大学から大学生の力で創造していく。



〔写真8〕今秋新たに販売予定の「成城キーマカレー」



〔写真7〕試作を重ねる様子

健康で充実した大学生活を送ってもらうための 朝食バイキングの取り組み

高橋 悠

松山大学生協同組合専務理事

はじめに

松山大学生協同組合（以下、松山大学生協）は、戦前の松山高等商業学校の学生消費組合を源流とする。1927年に初代校長である加藤彰廉先生が組合長に就任され、学用品・運動具などを安く購入して組合員の便宜を図ることと、商事の実地練習を行うために組織された。当時の出資金は一口一円、学生数は263名だったようである。その後、戦争により一時解散したが、戦後、悲惨な戦争経験から安心して暮らせる平和な社会を実現し、お互いに助け合うことができるよう1957年10月29日の創立総会を経て「協同組合」となった。2027年には協同組合と

なって70年、学生消費組合の時代から数えると100年を迎え、全国的に見ても歴史の長い大学生協の一つである。

現在の組合員数は約6100人でショップ・カフェテリア（食堂）・レストランの運営を通じて学内の福利厚生や大学主催講座の運営、一人暮らし学生の住生活環境の提供、共済・保険事業などを担当している。



[写真1]1957年10月29日の創立総会の様子



[写真2]生協店舗がある松山大学カルフル

1 朝食バイキングが誕生した背景と現状

松山大学生協での朝食の提供は2007年に定食形式でスタートし、2008年5月にバイキング形式にリニューアル

アルされた。

2006年10月に実施された「第42回 学生の消費生活に関する実態調査」によると松山大学生の朝食摂取率は約5割で多くの学生が朝食を食べていないことが明らかになっており、食事機会の提供と経済的な支援の両面から松山大学生協で朝食を提供することになった。とりわけ

2008年のバイキング形式移行後は焼き物・揚げ物・野菜・惣菜・フルーツなど約20種類から選べるおかず(300gまで)、ごはんまたはパン、みそ汁付きで195円(税込、ミールカード・電子マネー Pine※支払時)で食べられることが好評で、コロナ禍前には一日あたり約200人、年間で約3万人(延べ人数)の利用があった。おらずは季節や利用状況により不定期に更新しており、毎日継続して利用しても飽きない工夫をしている。人気のメニューは鶏のから揚げ

朝食バイキング概要

提供時期	主に大学授業開講日の7:50～9:30(年間約170日)
提供場所	松山大学カルフルカフェテリア
提供価格	195円(税込、ミールカード・Pine支払時) 現金支払の場合は295円
メニュー内容	おかず300gまでバイキング形式(超過分は1g=1.5円) ライスSサイズまたはパン、みそ汁 牛乳・ヨーグルト(要別途料金)

げ・ハンバーグ・焼きそば・ミニグリルチキン・白身魚フライなど学生らしくボリュームのあるものが多いが、煮物やフルーツ・生野菜なども多くの利用がある。さらに、追加料金を支払うことで牛乳・ヨーグルトを取ることもできる。ただし、好きなものだけをたくさん食べることは好ましくない。何をどんな組み合わせで食べることでバランスのいい食事になるのかのモデルケースを示し、選食力の向上も狙っている。「写真3.4.5」

朝食バイキングだけを見ると事業的には赤字で運営している。例えばある一日では、朝食バイキング利用者は205名、供給(売上)金額が3万6435円(税抜)であるのに対して食材費の合計は約3万8千円(税抜)、さらに人件費や物件費がかかるため一日あたり1万円程度の持ち出しが発生していることになる(年間では約170万円の持ち出し)。それでも朝食の習慣をつけてもらう意義は大きいと考えており、さらに組合員への利用還元の一環としても位置付けているため取り組みを継続している。

新型コロナウイルス感染症の影響により2020年度は朝食提供中止、2021～2022年度は定食スタイルでの提供を余儀なくされ、利用は大きく減少した。



[写真3]朝食バイキングの様子

2023年4月からバイキング形式での提供を再開させたが、利用はコロナ禍前の3〜4割程度までしか回復していない。3年間にわたり前述のような変更をしたことに加え、オンライン授業や学内談話室の閉鎖・利用制限による来校・学内滞留機会の喪失、食堂営業時間の短縮や食堂ホール内滞留の制限、食事中の会話の制限、給茶サーバーの撤去などにより朝食以外も含めて学生の大学内の過ごし方や食堂の利用方法が変わってしまったことも大きく影響していると思われる。

2022年に実施された「第58回学生生活実態調査」によると7割弱の学生が朝食を食べていると回答している。一定数の学生が朝食を食べているように見えるが、簡

2 今後の展望

※ミールカード：松山大学生協食堂、レストランで利用できる食事専用の年間利用券。食費を気にせず毎日食事がとり続けられること、仕送りが食費に直結すること、利用履歴を扶養者も確認できることなどが好評で多くの学生に支持されている。

電子マネーPine（パイン）：松山大学内（生協店舗、証明書発行機、自販機、コピー機、生協のオンラインショッピングなど）で利用できる電子マネーの名称。



[写真4]選食のモデルケースに関する情報①



[写真5]選食のモデルケースに関する情報②

単なもので済ませている場合もありバランスのいい食事内容となつているかどうかは疑わしいものがある。もちろん、依然として朝食を食べていない3割強の学生への対応も課題である。生協は社会に出る直前である大学時代が食生活を見直すことのできる最後のチャンスと考えている。学生一人ひとりが学生時代はもちろんのこと卒業後も健康に生活するため、将来親となつたときに健康な子供を産み育てるためさらなる朝食利用促進を図りたい。とりわけ、新型コロナウイルス感染症の影響により十分な朝食サービスが提供できなかった影響は大きく、コロナ禍前に作り上げた「学食で朝食バイキング」の習慣は崩壊してしまつており、これから朝食摂取習慣を一から作り上げる必要がある。3年間かけて失われたものの回復には時間をかけて地道な取り組みを進めるしかないが、利用が回復しないと提供するサービスレベルの維持が難しいことも事実なので、できるだけ早く回復するために試行錯誤している。まずはあらためて大学内で価値の高い朝食が食べられることを周知するところから始めたい。

昨今は物価（食材仕入費用、人件費、物流費、水道光熱費など）の高騰が著しく、提供価格を据え置くことは大変

困難だが、学生主体の組合員組織としてできる限り価格を上げずに経済的な面からも支援したいと考えている。

また、これは朝食に限ったことではないが、食事の楽しさ（豊富なメニューの中から選ぶ楽しさ、仲間とコミュニケーションを取りながら食事する楽しさ）や居心地のいい空間の提供、管理栄養士による食生活相談会、現在の野菜充足量が確認できるベジチェックなどの組合員が楽しめるイベントも開催したいと考えている。

松山大学生協の朝食バイキングは、豊富なメニュー数、コンビニや外食より圧倒的に安価な価格設定により利用者からは大好評である。ただし、利用者は固定化されており、全学生数を母数とするときまだまだ利用が少ないのが現状である。あらゆる場面で朝食の必要性を説くことはもちろん、食の楽しさや生協食堂を利用する楽しさを伝える面からも利用増を図りたい。健康な食生活を基盤に元気で積極的な学生が増えることは松山大学の発展にも貢献することになるので、今後も大学と協力して取り組みを進めたいと考えている。