

地域イベント「サマーフェスティバル2023」を 活かしたサービスラーニングの実践 —継続的なイスラーム理解・多文化共生学習から ヴィーガン¹⁾への展開まで—

長坂 康代

はじめに—イベント出店の目的

筆者が担当する多文化理解コースのゼミは、2年次に必ずイスラーム理解の学びを取り入れるようにしている。イスラームは、日本において最も文化差が大きいとされる異文化の一つで互いの共生が求められ、地域的な歴史文化コンテキストでも北陸地方の日本海貿易において自動車関連貿易の最大の担い手がパキスタン人をはじめとするイスラーム教徒(以下、モスLEM)だからである。イスラーム理解から共生の形を模索し創っていくことが、日本社会の喫緊な課題の一つとなっている。2019年度の「サマーフェスティバル」(以下、イベント)でもイスラーム理解を地域で還元する取り組みとして、新潟市北区にあるハラル²⁾レストラン「ナイル」(以下、ハラルレストラン)にてカレーとナンを作ってもらい、学生自らハラルレストランでラッシー³⁾を作って販売した[長坂 2019b]。

今年度は、2019年度同様、大学での座学および新発田市以外での地域活動を新発田で活かす取り組みの一環として、学生たちにはイベントへの参加を促した。「ゼミでの学びを地域で展開する」という目的で、4年生、3年生、2年生で計4店舗を出店した。2019年度と異なるのは、各学年での出店という点である。

4年生3名は、有志で集まったメンバーである。これまで何度も世話になってきたハラルレストランに依頼して作ってもらったタンドリーチキンを販売するとともに、主たる学生が飲食店のアルバイト経験を活かしてクラフトコーラとチャイをその場で作って販売した。3年生10名は、ヴィーガン餃子とカルピスジュース、お茶、ヴィーガンメイクの2店舗、2年生10名は、ハラル認定マークがついたポテト、炭酸ジュース、お茶を販売した。2年生はゼミのクラス分けをしたばかりのため、互いのことを把握しきれていない状況であった。そこで、教員主導によるイベント準備が始まったが、座学だけでなく、フィールドワークやゼミボランティアを活用して、学生間の相互理解も深めていく工夫が必要であった。

本稿では、主に2年生と3年生のサービスラーニング活動として、これまでの活動を振り返る形で、準備段階—イベント当日—終了後の学生の振り返りについて報告し、最後に今後の課題を述べることとする。学生によるイベント参加の感想(2-3.参加した学生たちの振り返り)については、イベント終了後に提出させた「ポートフォリオ」から転用し

て、本稿に記す。

1. 出店に向けた準備と当日まで—イスラーム理解学習からヴィーガンへ

1-1. 重層的な学びと主体性を尊重したイベント準備

本ゼミの2年生10名には、筆者から4月にイベント参加と今期イスラームに関する学びをしていくことを伝え、5月から本格的に準備を始めた。

そして、例年どおり、本学近くの業務スーパーでハラル認証マークがパッケージについている食品を確認した（写真1）。ハラル認証の菓子や各種調味料にも着目し、最終的にはハラルマークのある冷凍ポテト数種類をイベント販売の候補にあげることにした。ポテトの形に学生それぞれ好みがあり、それを決めるだけでも双方譲らず、ディベートのようなこともあったが、決定事項の一つずつ、学生同士で確認しながら行う作業が続いた。

本学で2年生に課しているゼミボランティアは、事前に学生たちの承諾を得て、7月上旬にハラルレストランで清掃活動を行うことに決めていた⁴⁾。これをイベント参加と連動させ、事前準備としてイスラームに関する調べ学習を行い、各自レジュメを作成して発表した。各自関心あることを調べたうえでの発表内容としたので、イスラームの歴史、婚姻、ハラルとハラム⁵⁾、服装など多岐にわたり複合的な学びになった。

このハラルレストランは、日本海側唯一の国際港である東港の近くにある。外観はバラックのようで雑然としており、窓から見える景色は、東港から海外に向かうために積まれたコンテナの山である。その雰囲気だけで学生にとっては「自分の知らない風景だ」と異文化だと感じたようだ。

清掃活動だと意気込んでいた学生たちに、インド人シェフが「まずは1杯飲んでから」と、チャイを出してくれた。このシェフの親和的・友好的な行為は学生たちの清掃意欲を緩ませどころか、ますます清掃活動をがんばろうという意欲を引き出した。促されるままチャイを飲んで、それから学生たち自ら清掃箇所を分担して、ただ黙々と作業を行った。床の掃き掃除と拭き掃除、窓ふき、トイレ掃除、備品の補充も進んで行った（写真2）。

その様子を見ていたシェフが労って提供してくれたランチでは、自分の顔より大きなナンや日本の味付けとは異なる各種カレーの味に、また異文化だと感じたようである（写真3）。料理を提供する皿の形が不揃いで統一感なくあり合わせのようで、それすら異文化だと思ったという学生もいた。筆者にとっては、すでに「当たり前」になっていることが、学生にとっては、その一つ一つが異文化差として新鮮に感じたようである。

こうした座学と実体験による事前準備を経て、2年生はイベントに向けて、より積極的になっていった。次第に話し合う内容が具体的になり、販売数や価格設定も、学生たちで原価計算して売り上げが上がらなくても赤字にならないように心がけた（写真4）。教員

主導かつ半ば強制的に「7月末の新発田商店街でのイベントに出店します」と始まった2年生のゼミ活動だが、外に出て共に活動する機会を通して、学生が自分の意見を述べて自分たちで考えてすり合わせるといった考え方・姿勢が少しずつ定着していったように思われる。キャッチコピーについては、学生間でいくつか意見が出て、その中からPOP（広報）担当の学生が採用した。2年生は、手書きのPOPにこだわった（写真5）。



写真1 ハラル認証マーク付き商品の確認



写真2 ハラルレストランでの清掃活動



写真3 ハラルレストランでの食事



写真4 イベントに向けた積極的な意見交換



写真5 手づくりのPOP



写真6 呼び込みのためのパネル準備

3年生は、前年度2年生のときにイスラームについて学び、理解するための活動をしてきた。特筆すべきは、2022年4月に行ったイスラミックセンター新潟（新潟市北区）でのイフタルの食事作りの手伝い、同年6月の新発田市役所市民まちづくり課主催による「パキスタンってどんな国？」への参加、それに付随したパネル展示、同年7月のサマーフェスティバルに代わるイベント「まちなかキッズパーク」への出店（ハラルポテト、ラッシー販売など）、11月の旧太郎代小学校体育館（新潟市北区）でのモスLEMの子どもたちとの日本文化を通じた交流である〔長坂, Malik2023〕。その後も、12月にアンヌールモスク（新潟市西区）を訪問し、新潟大学に留学しているモスLEM大学院生の子どもたちとの日本文化交流（けん玉、あやとり、折り紙、おはじき、福笑いなど）、2023年1月にはアンヌールモスクにて新潟大学のマレーシア人留学生たちとの国際交流（ハラル認証付きベトナム産ライチティーとミスタードーナツ⁶⁾のドーナツでの茶話会）を行った。こうして、イスラーム理解について重厚な積み重ねをしてきた⁷⁾。

今年度は、ゼミのある学生が、植物性食品のみを食べるヴィーガンについて関心をもったので、今期はヴィーガンについて学びたいと提案してきた。イスラーム理解を深める中で、ハラルとヴィーガンはどう違うのか調べたいということであった⁸⁾。そこで、当該学生には、ヴィーガンとは何か？イスラーム理解からヴィーガンに展開する理由やヴィーガンとベジタリアンの違いなど、パワーポイントを用いてプレゼンしてもらった（写真7）。ハラルとヴィーガンには植物性食品という共通の親和性があるため、ヴィーガンへの学びに展開することにした。

話を聞いて関心をもった別の学生が、翌週、自宅にあったヴィーガンマークのついたクッキーを持ってきて、ゼミで試食もした（写真8）。学生たちの気持ちが高まり、イベント出店のテーマは「ヴィーガン」に決定した。他の学生は、自分のおススメ韓国の野菜餃子を自宅で焼いて試食にと持ってきた。日本の野菜餃子はどうだろうかと取り寄せて、さらに翌週、今度は日本の野菜餃子も試食した（写真9）。2つの餃子を比較し、餃子の大きさだけでなく、味の違いや好みが分かれ、その度に食をめぐる比較文化の議論になった。最終的には、韓国と日本の餃子両方を1つのパックに入れて販売することが決まった。

飲み物も餃子に合わせてヴィーガンにこだわってみた。しかし、「自分たちの学びの集大成としての出店の目的」と「イベントに来る客のニーズ」が合わず、何度も商品を変えて試飲を繰り返すことになった（写真10）。ジュース担当は決まっているが、餃子同様、試飲は全員で行い、意見をすり合わせた。

ヴィーガンについては、学生のプレゼン後に「LUSH」の取り組みを調べるように伝え、当該学生がすぐにLUSHラブラ2店（新潟市中央区）に行き、ヴィーガンについて記載している雑誌をもらってきた（写真11）。LUSHで扱う商品の9割がヴィーガン

である。いただいた雑誌をゼミで閲覧し、LUSH ラブラ2店で教えてもらったこともゼミ内で情報共有した。こうして、ゼミの時間を活用して食の観点からヴィーガンについての理解を深めると同時に、当該学生がまた LUSH ラブラ2店にアポイントを取り、こうして特に関心をもった学生数名で直接話を伺う機会、つまり堅実なフィールドワークへの道筋を得た。それをまたゼミで報告するという作業を数回繰り返すことになった。

LUSH ラブラ2店では「私たちにとってヴィーガンは当たり前なので、学生さんたちがヴィーガンについて学びたいと思ってくれることで、改めて考えさせられる」と、学生の関心事に真摯に向き合って学生の意欲に応えようとしてくださった（写真12）。LUSH ラブラ2店とのメールでのやり取りや働きかけは、学生がイベントに参加するにあたって大きな励みになった。フィールドワークを自ら作っていくプロセスを自ら踏んだ。

ヴィーガンに関心をもった学生たちに共感してくれたラブラ2店とのイベント共同出店も視野に入れたが、最終的には学生のみで行うことになった。そこで、学生がヴィーガンコスメを使って子どもたちにメイクを施す「ヴィーガンメイク体験」が生まれた。

フライヤーやPOP作成などまで含めるとゼミの時間だけでは足りず、学生たちがイベント前日まで準備を行った。当日は本学で集合し、学生もヴィーガンコスメを使ったメイクを施して、イベント会場に向かうことになった。



写真7 ヴィーガンについてのプレゼン



写真8 学生が持ってきたヴィーガン菓子

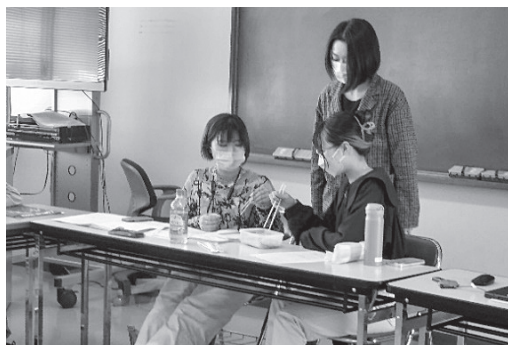


写真9 ヴィーガン餃子の試食



写真10 提供する飲み物の試飲会



写真 11 もらったヴィーガンに関する資料



写真 12 LUSHの商品を手にする学生たち

1-2. イベント当日の活動

当日は、サマーフェスティバル運営会議に参加していた学生2名が中心となって、参加する団体の学生たちとともに各店舗で使うテーブルや椅子の搬入を行った。サマーフェスティバル実行委員会の計らいで「敬和エリア」を設けてもらったので、全8店舗が同じ区域で店開きをすることになった。参加学生にとって、周りが同世代でかためられた状況で安心感はあっただろう。しかし、自分たちの準備で手いっぱい、他の出店の状況をみて足並みをそろえるような余裕はなかったようである。

調理のプロではない学生が商店街の飲食店やキッチンカーと同等に「勝負」するのは無理がある。2年生、3年生ともに当日の分担は決めていた。2年生は、ひたすらポテトを揚げる担当、氷や炭酸ジュースのペットボトルを開封しつつ補充する担当、販売担当、そして呼び込み担当である。イベント開始当初、自分の店舗付近で呼び込みしていたが、他のエリアまで行って声かけしていた。3年生は、ヴィーガン餃子担当、ジュース担当、ヴィーガンメイク担当で準備を進めてきた。当日もそれぞれの担当に従事した。

3年生については、昨年度の本イベントに代わる「まちなかキッズパーク」での出店経験を活かして準備を進めていたが、イベント当日は、昨年度の何倍もの客が往来する様子に圧倒された感がある。開始当初はタープの下に学生が控えめに立つので客に素通りされていたが、テーブルを通り側に出したことで学生も前に出ることができ、次第に積極的に接客できるようになっていった。



写真 13 ポテトを揚げる作業



写真 14 ドリンクの受け渡し



写真 15 ヴィーガン餃子販売



写真 16 ヴィーガンメイク体験



写真 17 3年生が作ったPOP



写真 18 遅い時間から繁盛したメイク体験

1-3. 参加した学生たちの振り返り

自分たちの考えだけで物事を進める経験がなかった2年生にとっては、「一から計画」「ゼロから始める」「大人数で一つの活動をする」大変さがあった分、終わった後の達成感を

感じた学生が多かった。

「自分たちで一から計画をしてお店の出店をしたほか、ポップ作りの飾りやフレーズを通して商売をするためのアイデアなどを練って祭りに参加することができた。とくに、チームワークを高めてみんなと協力したり、社会的な交流としてお客様と関わることにより、貴重な体験をすることができた。会計の係として売り上げに貢献することができてとても嬉しかった。積極的にアイデアの候補やフェスティバルへの意欲を高めたことで、より充実した1日を実現させることができた。」(学生 A)

「自分はアルバイトでお金を稼いだりすることはありましたが、自分が何かをゼロから始めて、周りの人と連携しながらどう稼ぐか、どうすればもっと喜んでもらえるか、この時間帯の客層はどのようなものか、等を細かく分析する事は始めてでした。今まで経験したことのないことで、想定外のことや、辛いこともありましたが、とても楽しい経験となりました。将来企業で働く時、臨機応変に動く人間になる一歩になるような、貴重な経験だと思いました。」(学生 B)

「準備段階では主にポップ原案作成を担当していました。何かを販売するのにおいて広告や宣伝は非常に重要だと考えていて、それに大きくかかわるものだったのでとても悩みました。一目で何を売っているか分かりやすく、かつ魅力的な宣伝文句を考えるのが、とくに難しかったです。分かりやすく単純なイラストに仕上げた上で、目を引くように配色を考えたりして、イラスト面は工夫しました。また、ドン・キホーテのポップなどを参考に考えたりしました。宣伝文句はゼミの仲間の協力もあって、ステキなものになったと思います。ゼミの仲間が出してくれた宣伝文句から、新しいポップのデザイン案も考えることができました。段ボールを集めてくれたり、イーゼルを貸してくれたりと、ゼミ全体の協力があって短期間だったにもかかわらず、とても良いものができました。サマフェス当日では、ポップを持って呼び込みを担当しました。店を離れて宣伝したのは最初だけでしたが、店の周りで呼び込む方が、より効果的でしたし店の手伝いもできたので、良い判断だったと思います。当日は、皆の協力によって予想よりはるかに売り上げを出すことができました。販売している最中も楽しく、終わった後の達成感も素晴らしい経験だったと思います。また、大人数で一つの活動をするの大変さも学ぶことができました。そんな中で、一人一人の協力的な姿勢と積極性の重要性も体感しました。今まで、大人数での活動では積極的になれなかった自分が初めて積極的に動けた活動だったかなと思います。この経験は、間違いなく今後の私の人生に良い影響を与えてくれると確信できます。」(学生 C)

3年生は、過剰に仕入れをして食材が余ったので、難しさを感じた学生が多かったようである。しかし、結果ではなく、そこに至るまでの準備の過程を評価した学生もまた多

かった。

「今回のサマーフェスティバルでは、代表者の1人として準備を進めてきました。週に一回のゼミ活動なので、ゼミ活動内で準備が終われるよう、やることを毎週決めて計画的に進めることができました。前回のサマーフェスティバルで代表者に色々任せっぱなしでいたことで、自分たちで準備から出店まですることの大変さを知ることが出来ました。サマーフェスティバル当日、予定していた数売ることは出来ませんでした、ゼミの皆で協力して細かく話し合い、準備をして当日を迎えられたことは、とても良い経験だと感じました。また、当日の反省点を、次のイベントで活かせたらと思います。」(学生 D)

「今回のイベントで、新しいことを体験したほか、いろいろなことを学びました。以前、私は屋台を営むことが簡単なことだと思って、楽にできると勘違いしました。実際にすると、私たちの店舗は大きくないが、それを営むのは簡単なことではなかったと、今回の体験を通じて実感しました。目に見えない仕事はたくさんあって、チームの協力の大切さを感じました。忙しい時、誰でも間違い、誰でも焦るから、お互いをサポートすることは一番重要だと思います。また、今回の成功は、皆の事前の準備のおかげだと思います。皆が自分の意見を出して、一緒に討論して最適な計画を立てることによって、今回はうまくできました。一人だと、至らないところは必ずあると思います。そのため、皆の意見を聞くのも今回が成功したポイントの一つです。」(学生 E)

ヴィーガンメイク担当の学生は、このように述べている。

「準備の段階では、みんなそれぞれ意見を出していてよかったと思います。メイクの担当でしたが、自分も含めてとても積極的に動けました。結果的に LUSH とのコラボは叶いませんでしたが、取材をし、LUSH の取り組みを学べたのは、自分にとってとても大きい経験となりました。元々 LUSH のことについては、ほとんど知識がありませんでしたが、取材を重ねるうちに、店員さんの熱量や商品の素晴らしさが分かって、とても楽しかったです。

LUSH とのコラボが実現できないとわかった後も、餃子と同じヴィーガンのメイクアイテムを使うアイデアは、元々の趣旨と一貫できていたので、良かったです。このアイテムを探す途中でも、思ったより沢山のヴィーガンコスメがあり、驚きました。値段設定も、子供が出しやすい金額で、餃子との割引制を設けたのはいいやり方だったと思います。

当日は、予想と反して、イベント後半に多くのお客さんが来ていました。小中学生がターゲットだったため、親御さんの仕事が終わって次第来たため、そうなったと思います。当日、現場に行く前に印刷したチラシは、もう少しラミネートしておくべきだったと後悔しています。店先に貼るものだけでギリギリで、持ち歩いて宣伝する用がほとんどなかったためです。今回は準備にかなり時間がかかり、しょうがない面もありますが、早めの準備をし

ておけばよかったと感じました。」(学生 F)

2. 今後の課題ーサービスラーニング学習の実践

大学での学びを地域で深め、それをまた大学で深めて地域で学ぶ、この往還的なサービスラーニング学習は、学生の学びをより深め、あらゆる観点から成長を促すのに有効的であると考えている。

本ゼミでは、イスラーム理解を座学とフィールドワークの両面から、そしてさまざまな事象を結び付けて多角的かつ複合的に取り組むようにしている。今回のイベント出店も、これがゴールではなく、まだその先に学びがあるということは、ゼミの学生も承知している。2年生は、11月にイスラミックセンター新潟を訪問、1月にはアンヌールモスクを訪問してモスレムの留学生や子どもたちと国際交流をしてきた。来年度は、今年度企画倒れになった新発田のモスレムの小中学生との交流を行いたいと意見する学生もいる。

しかし、学生たちに一から取り組ませるのは、教員の労力が必要である。

たとえば、ハラルとヴィーガンの相違点は何だろうかという学生の疑問から発したゼミ内でのヴィーガン学習に関しては、ヴィーガンについて学生の発表を尊重しつつ、筆者も東京のモスクで販売しているヴィーガンコスメや、京都のヴィーガンレストランを引き合いに出して補足説明をして、ハラルとの親和性や日本におけるヴィーガンについての学生の理解を促した。外部(LUSH ラブラ 2 店)とのやり取りについては、学生にできる限り「報連相」を意識させ、ゼミ内での情報共有をはかるように努めてもらった。やる気ある学生の意欲をできる限り損ねないように、しかし、対外的には協力してくださる外部の方々にご迷惑をおかけしないように努めなければならない。助言して、軌道修正して、という繰り返しの中かで、学生も社会性を学び、自分が認められるという自信をつけていくのではないかと、今回のイベント参加学習を通して痛感した。それは、学生のポートフォリオから明らかになっているからである。結果的に、LUSH ラブラ 2 店との関わりは、学生が社会との双方向の友好的なコミュニケーションをさせてもらえた貴重な機会になったはずである。

本学において、こうした地域に積極的に出ていく機会を継続的に設ける場ができれば、イベント出店もより重厚な意味をもつようになり、サービスラーニング実践による学生の成長を促すことができるのではないかと考えている。

註

- 1) ヴィーガンは、卵や乳製品を含む動物性食品を食べない「完全菜食主義」であることを指す。
- 2) ハラルとは、イスラームが許される食材のことを指す。

- 3) インドなど南アジアを中心に飲まれているヨーグルトベースの飲み物である。
- 4) 本学のゼミボランティアは、ゼミとしてはイスラーム理解と関連させるようにしている。例年、イスラミックセンター新潟（新潟市北区）またはアンヌールモスク（新潟市西区）で、ラマダン（断食月）の時期のイフタル（日没後の食事）の手伝いをしてきたが、時期が合わず、今年度はハラルレストランでの清掃活動とした。
- 5) ハラムとは、イスラームが禁止している食材のことを指す。
- 6) ミスタードーナツで使う油は植物性油脂なので、モスLEMも食べることができる。マレーシア留学生たちはネットでそれを確認してからドーナツを食べた。
- 7) 2023 年 8 月には「日本マレーシア文化交流プログラム」に参加し、現地モスLEMとの交流含むイスラーム理解研修に参加したゼミ生もいる。
- 8) 東京・代々木上原にあるモスク「東京ジャーミイ」では、ハラル食品やトルココーヒーなどのほか、ヴィーガンコスメも販売している。京都でもヴィーガンレストランが目立つようになった。学生のプレゼンにそういった背景も補足しつつ、理解を深めていった。

参考文献

- 長坂康代 2019a 「イスラームから学ぶ大学生の異文化理解教育：名古屋と新潟でのアクティブ・ラーニングの取り組み」『敬和学園大学研究紀要』(28) 97-108.
- 長坂康代 2019b 「ムスリムとの国際交流からグローバルなイベント出店「しばたサマーフェスティバル 2019」への展開：モスクとインターナショナルレストランでのアクティブ・ラーニング活動を活かして」『人文社会科学研究所年報』(18) 97-102.
- 長坂康代、Malik Allah Yar Khan 2023 「新潟におけるイスラームによる他者包摂と相互扶助—ホスト・ゲストの役割交換による互酬性の成立について—」『敬和学園大学研究紀要』(34) 111-124.

謝辞

LUSH ラブラ 2 店の田中様と山口様には、学生ともどもメールによる往復書簡や訪問を通して、大変お世話になった。この繋がりをイベントだけで終わらせず、その後も交流させてもらう機会をもらえたことは、学生たちの喜びでもある。企業と関わる教育の在り方を再認識させてもらったことも、この場を借りてお礼として述べておきたい。