

人的交流拠点としての大学構内レストランの可能性について
Potentiality of on-campus restaurant as a place for interaction
: a case study in Tokyo periphery

園田健太郎*・鈴木晃志郎**

Kentaro Sonoda・Koshiro Suzuki

Abstract

While an increasing number of studies have started to focus on the role of restaurant and food chain stores from business management and food tourism perspectives, little attention paid to on-campus restaurants. Owing to the recent political restructuring of higher education system, corporate status was also given to the Japanese national universities. Then, many universities started to look for a way to establish a more streamlined organization and promote outsourcing of on-campus businesses. In this article, the authors focused on an on-campus restaurant administrated by external capital to see whether the restaurant have a potentiality to build a bridge of coexistence and co-understanding between on-campus faculty members and off-campus ordinary citizens. 321 visitants were asked to answer a questionnaire. Results indicated the existence of university staff visitants as well as the inbound off-campus guests such as ladies-who-lunch attire and elderly people. Possible artifices encouraging their interaction were subsequently discussed.

Keywords: On-campus restaurant, Food tourism, Regional partnership, University reform

キーワード: 大学構内レストラン、食のツーリズム、地域連携、大学改革

I. はじめに

1991年の大学設置基準の大綱化以降、急速に広まった大学改革の動きは、2001年に誕生した小泉政権による私立学校法（2004年）、教育基本法（2006年）、学校教育法（2007年）の改正によって大きな転機を迎え、国立大学は法人化された。影響を直接受けた旧国立大学では理事長イコール学長という体

* 首都大学東京都市環境学部（学部生）

** 富山大学人文学部（准教授）

制が固まり、自由裁量の範囲が大幅に拡張された（嘉悦 2009）。教員の裁量労働制や任期制、業績・授業評価システムなどが作られ、専門職大学院や法科大学院の設立が各地で相次いだのも、こうした流れを受けたものである。一方、独法化に伴って、2004年から交付されるようになった国立大学法人運営費交付金は、その後政府予算の逼迫などを背景に減額される傾向が続き、中でも研究教育費に相当する部分は平成16年度の1兆369億円から平成21年度には9567億円になるなど、大きくその額を減らしている（福島2011）。

こうした背景の下、日本より一足早く、1980年代に高等教育予算の削減を経験したイギリスでは、コンベンションやイベント、地域行事などに大学の施設を提供することで、大学のキャンパスをツーリズム空間とし、歳入の一部に充当する動きが進みつつある（Connell 1996）。本論文が対象とする大学構内のレストランも例外ではない。かつて、大学生協のイメージが強かった大学食堂は、独法化に伴って学外の業者の参入が進むことにより、近年その姿を大きく変えてきた。西千葉キャンパスの構内にレストラン COLZA をオープンさせた千葉大学では、学会の懇親会場などでの利用の他、周辺住民からも広く利用されている。また東京大学は、構内にスターバックスやドトール、タリーズなどの喫茶チェーン店、精養軒や日比谷松本楼などのレストラン、サブウェイなどのファストフード店が軒を連ね、大学のウェブサイトからレストランやファストフード店マップがダウンロードできるようにさえなっている。

これら大学構内レストランのほとんどは、基本的に外部資本によって運営されている。このため生協とは異なり、学外からの来訪者も自由に利用することが可能である。したがって、これら外食店舗は、とすれば敷居が高くなりがちな大学構内へ地域住民が来訪するきっかけを提供し、いわば食を通じた大学と地域との連携を深める結節点として、潜在的な役割を有すると考えられる。しかし、これら大学構内のレストランが実際に地域に向かってどの程度開かれ、どう利用されているのかについて報告した例はまだほとんどないといってよい。そこで本論文は2010年4月、首都大学東京（八王子市）に開業したルヴェソングヴェール南大沢店をとりあげ、その利用実態を調査することにより、学内外の交流の結節点としての大学構内レストランがもつ可能性を探ることを目的とする。

II. 大学構内レストランに関する研究動向

前章で触れたとおり、内外の交流拠点としての大学構内レストランがもつ可能性について研究した事例は、内外を問わずまだほとんど見られない。しかしながら、対象をレストラン一般にまで広げると、既存の研究事例の中にも一定の成果が残されている。

レストランに関する研究は、隣接分野である社会学や地理学との境界領域で、1980年代後半から研究が活発化してきた「食のツーリズム（Food tourism）」の中で議論されている（Cohen and Avieli 2004）。着地型観光が話題になった1990年代以降、主に農村地理学においてグリーン・ツーリズムやルーラル・ツーリズムの可能性が注目され、その枠内でレストランの地域観光資源としての潜在的価値にも関心が向けられてきた（Roberts and Hall 2001, Telfer and Wall 1996）。日本でも都市農村間交流の枠組みの中で、農家レストランの事業化が多く紹介されている。例えば上村ほか（2009）は、和歌山県田辺

市に開設された「秋津野ガルテン」の来訪者に対するアンケート調査から、来店者はもともと、農山村・農業体験への関心が強い層であること、その割には秋津野ガルテンで開催されている体験プログラムに関する情報は届いていないこと、若い世代ほど地元食材へのこだわりや味よりも雰囲気や価格を重視していることを報告した。また、少子高齢化が深刻な和歌山県東牟婁郡の北山村で、シカ肉などの地元食材を活かした地元女性の地域おこし事業「かからの食の店」を紹介した鈴木（2006）では、モニターツアーを通じた都市住民との交流会の様子も紹介されている。これらの研究は、食を通じた人的交流や、交流を通じたコミュニティ意識の醸成などに注目している点では本論文と関心が重なる。しかし、大学構内レストランに注目する本研究とはそもそも対象が異なり、その成果に直接依拠することは難しい。

一方、特に欧米では、レストランの経営・運営面により焦点を当てた研究領域として、レストランのビジネスモデル、経営評価システムや顧客マーケティングの精緻化を試みた研究も蓄積されている（Hyun 2009, Barber *et al.* 2011, Kim *et al.* 2011）。管見の限り、海外の文献で大学構内レストランが扱われるのは、これら経営的側面に着目したアプローチにほぼ限定される。資源、手順、サービスの3側面からレストランを評価するSDRモデルをストックホルムの大学で適用したNilsson *et al.* (1998)はその好例といえよう。

海外で大学構内レストランを扱った文献の大半が、マーケティングやビジネスのための観光資源としてそれらを論じているのに対し、国内のそれは教育や生涯学習の拠点施設として、大学がレストランを活用する体をとるものが多い。学生の起業精神を涵養するため、大学の直接経営によるカフェレストラン「インターハート東京家政茶の間」を開店させた東京家政大学の事例はその好例である。同レストランは高額な店賃の影響で赤字経営が続き、三年弱で閉店となったが、地域連携の先進事例としてマスコミ等で紹介されることによって、知名度向上や学生への教育効果に加えて、地域住民の大学に対する親近感が増すことによって、地域貢献事業として一定の効果を得られたことが、中村（2010）により報告されている。

これと類同的な報告として、教育学や社会福祉論から大学構内レストランの潜在的価値について論じた群馬大学の試みを挙げるができる。同大はハンディキャップのある子をもつ地域の主婦層たちの作った社会福祉法人に、構内の福利厚生施設の空きスペースを提供することで、レストラン経営を通じた地域連携に結びつけた（長居 2007）。同レストランで就労することになった聾・知的障害重複障害者の現地実習をルポルタージュ的に紹介した立石ほか（2009）は、障害者が現地実習を通じて集まることに当事者のニーズがあること、支援活動を通じて学生の教育効果が得られることなどを指摘している。

大学構内レストランに対する研究者のアプローチが、国内外で大きく異なっているのはなぜだろうか。理由として考えられるのは、伝統的にキャンパス内の福利厚生事業のほとんどを大学生協が半ば直轄事業化してきた、日本特有の事情であろう。生協の仕組みそのものは、1844年にイギリスの小都市ロッチデールの職工28人が結成した「ロッチデール公正開拓者組合」に起源を持つ輸入概念であり、日本では1879年には東京に「共立商社」と「共益社」が、大阪に「大阪共立商店」が誕生したのを濫觴とする。その後、1900年に制定された産業組合法で、のちの生協法のように地域・職域等の区別をしなかったことから、様々な職域で生協が組織されるようになった（山本 2008）。

1898年、同志社大に日本で初めての消費組合が結成されると、これを皮切りに、1947年には「全国学

校協同組合連合会（全学協）」が組織され、1957年には法人化して「全国大学生生活協同組合連合会（全国大学生協連）」となるなど、生協は大学内で独自の地位を築いてきた。またオイルショック以降は「学園に広く深く根ざした生協」を掲げ、教職員組合員の大幅な増加を果たした。現在でも生協は、学部生を中心とする組織委員会をもち、オープンキャンパスや新入生歓迎企画などの学校行事へ協力するなど、大学と強固な相互関係を築いている（合使 2009）。これが、大学構内レストランの運営において実質上生協の独占事業の状態を維持してきた原動力の1つであり、ときに「毛ガニから海外旅行までを扱うコングロマリット」（鈴木 1984）と評される、日本独自の大学構内レストランの地位を形作る背景にもなっている。先に触れた先行研究が、いずれも国立大学での試みなのは、決して偶然ではない。

しかしながら冒頭で触れたとおり、一連の大学改革に伴って国立大学は法人化された。全国の大学で、外部資本による大学構内レストランの出店が進む現在は、日本の大学構内レストランが地域連携の名の下に開かれていく過渡期と考えられる。ゆえに今後、大学の教育・研究施設としての大学構内レストランを扱った従来型の研究だけでなく、ツーリズム空間としての大学構内レストランのあり方をめぐっても、研究の蓄積が求められてくるだろう。

Ⅲ. 研究方法・対象

本論文が対象とするのは、東京都八王子市南大沢の首都大学東京（旧・東京都立大学）に2010年4月オープンしたフレンチ・レストラン「ルヴェソンヴェール（Lever son Verre）南大沢店」である（図1）。ルヴェソンヴェールの本店は京都市左京区の百万遍通交差点そばにあり、京都市東山区三条通七軒町に本拠を構える株式会社「円居（まどい）」の傘下にある。南大沢店は同社の関連企業「ルヴェソンヴェール東京」の一店舗にあたる。ちなみに、ルヴェソンヴェールの本店は京都大学のすぐ脇にあり、5店舗の系列店のうち3店が東京大学の中に立地するなど、大学周辺・構内に集中的に出店しているが、店側によればこの出店戦略は会社側の方針ではなく、たまたま物件・立地条件等を勘案した結果のことであるという。実際、南大沢店のオープンに先駆けて2009年4月に出店したビストロ・ド・エル（東京都目黒区青葉台）は、賃貸マンションの一階部分に店舗展開している。メニューや料金体系を含め、各店の経営方針に関してはかなりの程度、独立性が担保されているようで、東京郊外の丘陵上に建つ公立大学の施設内に開業した南大沢店の場合は、昼食時に「ランチタイムバイキング」を実施して価格設定を安価にすることでリピーターの増加を図ったり、出店時の選定委員会からの要望に応じて構内での弁当販売を行ったりしているという。



図1. ルヴェソンヴェール南大沢店の内装

(出典:http://www.leversonverre-tokyo.com/restaurant_minamiosawa/index.html)

本調査は、共著者の鈴木が首都大学東京都市環境学部在籍中の2010年、担当科目「ツーリズム実験」の一環としてアンケートを用いた意識調査の設計および実査をおこない、社会調査の基礎的な経験を積むことを目的として企画した。幸い調査を企画した2010年6月は店側もまだオープンから一ヶ月と日が浅く、ブログへのコメント等を通じて、間接的にしか顧客の反応を把握していなかったため、調査は歓迎され、全面的な協力が得られた。ただし、紙幅の制限に加え、店側の希望を優先して調査票を設計したことから、調査票の内容は本論文の研究目的を遂げるうえで、十分な項目を含みきれないものとなってしまった。この点は、今後課題を残していよう。

調査は2010年7月27日から8月1日に掛けての昼食時間に合わせて12:30~15:00に実施した。この時間帯、同店では1000円で「ランチタイムバイキング」を実施しており、来店者の大半はこのランチタイムバイキングの利用者である。調査票の配布は、直接配布・回収、自記式とし、サンプリングは行わず悉皆調査とした。調査票は鈴木が監督の下、園田以下8名の学部生と大学院生（白柳）が店内を回り、食事が終わる頃合いを見計らって声を掛けるという手順で配布し、拒否する来店者は皆無であった。被験者は合計で321人。内訳は38人（火）、84人（水）、54人（木）、55人（金）、53人（土）、37人（日）である。

Ⅲ. 分析結果

来訪者の属性を把握するため、まず性別を問うたところ、利用者の全体の約3/4（73%）を女性が占めていた。これは、平日昼間の時間帯にバイキング形式でゆっくり時間を掛けて食事できる実層が、主婦層にかなり偏るためと考えられる。大学はまだ男性中心の組織であるから、この時点でルヴェソンヴェールには、少なからず外部から集客しているものと予想された。続いて被験者の職業を問い、学外からどの程度の来客が訪れているのかを調査した。図2はその集計結果である。主婦が40%、会社員16%、その他および無回答24%（恐らく退職後の高齢者が多くを占めると思われる）となり、学外者の利用が半数以上を占めていることが分かった。対照的に、首都大の関係者は15%しか利用していなかった。本調査は、前期

試験の期間中に実施したことから、通常の授業期間中にはこの構成比が変わることも予想される。それでも、これが駅から徒歩15分以上かかる大学構内の施設であることを考えると、学外からの利用は予想以上に多いといえる。

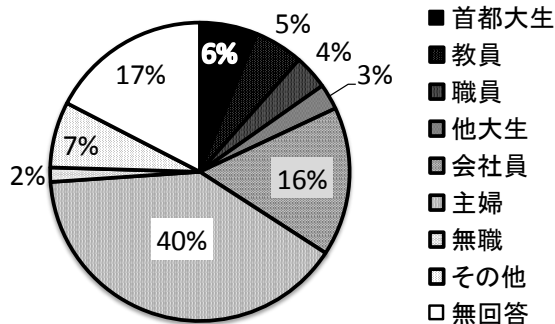


図2. 来客の現在の職業

次に、回答者の同伴者について問い、学内外からの利用者の属性を間接的に検討した。大学構内のレストランという性格を反映して、全体の66%は「友人・同僚」が占めていた。しかしながら一方では、「家族」で訪れたと回答する者が全体の3割弱(27%)を占めた。双方のクロス集計結果(表1)をみると、会社員の利用は家族を伴うことが最も多いのに対し、家庭を守るはずの主婦は友人・同僚を伴った来訪の割合が突出していた。同じ特徴を示しているのは学内の利用者(学生や教職員)であるが、彼らの場合、その大半は通勤・通学先である首都大の同僚であると考えられる。主婦の行動特性は、極めて特徴的である。

そこで、ルヴェソンヴェールの昼食時間帯が、どのような利用のされ方をしているのかを検討するため、利用目的を問うた。この質問にはひとつの作業仮説を含めていた。昼食時間帯に、わざわざルヴェソンヴェールまでやって来ることのできる所得と時間的ゆとりをもち、その存在を目ざとく認知しているのは、近隣の比較的裕福な主婦層ではないかという仮説である。そうした主婦層は、食事というよりも、気の合う仲間とお喋りのほうを主目的にしているのではないかと考えた。表1の結果はこの仮説を間接的に裏づけるものである。

回答結果をみると、全体の86%までの人が食事を最も重要な目的に挙げ、作業仮説に対してはやや否定的な結果となった(図3)。

表1. 回答者の職業と同伴者のクロス集計表

	同伴者					合計
	家族	友人・同僚	恋人	同伴者なし	その他	
首都大の学生(院生)	3	12	2	0	3	20
首都大教員	2	14	0	0	1	17
首都大職員	0	8	0	0	3	11
他大学の学生	2	7	0	0	0	9
会社員	29	17	4	1	1	52
主婦	25	99	0	1	0	125
無職	3	0	1	0	1	5
その他	10	11	0	1	1	23
	74	168	7	3	10	262

ただし、これに続く割合（8%）の人々が、ルヴェゾンヴェールでの昼食の主目的を「会話」と答えた点は注目する必要がある。バイキング料金を払うか、何らかの飲食物を注文しなければ入場できない同店の場合、主目的を「食事」と答える人が多くなるのはむしろ常識的である。むしろ、食事をするための場所に会話をしにやってくる人が一定数いることに注意を向けるべきであろう。

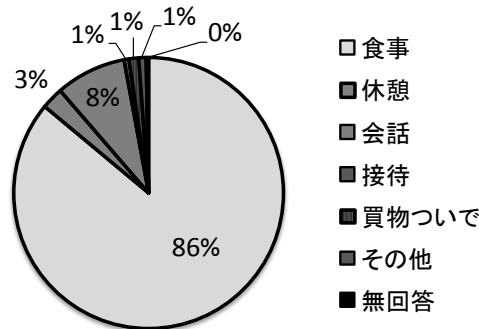


図3. 来客の利用目的

次に、普段ランチを外食する際の予算を問うた。ランチバイキングが1000円であることから、回答結果でも当然ながら一番多いのは501円～1000円の価格帯であり、全体の61%を占めている。その一方、1001円～1500円（17%）、1501円～2000円（13%）と、全体の3割がランチバイキングの価格よりも高めの価格帯で食事をしていることが分かった。同じ2010年の4月、新生フィナンシャルが全国の男性サラリーマン1000人を対象にアンケート調査を実施し、昼食一回あたりの平均支出金額を算出している。それによると、2010年の一般的なサラリーマンの昼食代の平均は、09年（590円）から一気に90円も減らして500円だったという（新生銀行プレスリリース2010年6月8日）。同様の調査結果は、gooリサーチと読売新聞社が2009年3月に実施したインターネット調査でも、昼食代で400円以下の出費しか許されないサラリーマンが全体の6割近くを占め、本調査で多数を占めた「昼食代500円以上」派はわずか4%に過ぎなかった。

彼ら来訪者は、どのようなきっかけでルヴェゾンヴェールを認知したのであろうか。また、彼らにとつ

表2. 来訪者の社会属性と自宅所在地のクロス集計表

	住居								合計
	下柚木	上柚木	遣水	松木	南大沢	別所	その他八王子市	八王子市外	
身分 首都大の学生（院生）	1	0	0	0	5	1	0	13	20
首都大教員	0	1	0	0	2	3	1	7	14
首都大職員	0	0	0	0	1	0	1	10	12
他大学の学生	0	1	0	0	0	0	0	8	9
会社員	4	2	1	0	4	8	5	28	52
主婦	7	10	3	1	27	9	17	51	125
無職	0	0	1	0	1	0	0	3	5
その他	2	0	0	1	3	1	3	13	23
合計	14	14	5	2	43	22	27	133	260

て、大学構内にレストランがあるということはどのように受け取られているのだろうか。これらを明らかにするため、まず店を知るきっかけを問うたところ、最も多かったのは「口コミ」で、65%を占めていた。他にネットから情報を得た人が9%おり、合計すると全体の4分の3はオンラインかオフラインかはともかく、口コミ情報に誘発されて来店していた。また、彼らの社会属性（身分・職業）別に、彼らの現住地をクロス集計したところ、全体の約半数は大学所在地である八王子市の外側からわざわざ遠出してきているだけでなく、その大半を主婦（51人）と会社員（28人）が占めていた（表2）。

以上から浮かび上がってくる、ルヴェソンヴェールに学外から昼食（実質的に1000円バイキング）を食べにやってくる来訪者像は、一般的なカッコ付きサラリーマンや学生と比較して、より裕福ないし時間的余裕のある社会的・経済的属性の持ち主であり、端的には友人を伴ってやってくる主婦層と、家族を伴ってやってくる会社員が中心であると考えられる。

IV. 考察

1. 南大沢における、大学構内レストラン利用者の特徴

首都大が立地する南大沢は、1990年代初頭に大学が移転してくるまでは、丘陵地と田畑が広がる農村地帯であった。大学移転に続く大規模アウトレットモール（ラフェット多摩）の進出に伴い、ここ数年で急速に都市化が進んだニュータウンである。このため、ファストフード店や外食チェーン店が軒を連ねる一方、趣を凝らした料理を提供する個人経営の外食店舗が脆弱な側面をもつ。本調査に先立つ予備的な聞き取り調査において店側は、南大沢にゆっくりくつろげるフレンチ・レストランがないことを、店舗展開の理由のひとつに挙げていた。このため我々も当初は、同店が郊外化に伴って急増した近隣地区の主婦層の需要の受け皿になり、多く利用されているのではないかと予想していた。しかし、集計の結果、いわゆる近隣地区（柚木、松木、南大沢）はむしろ少数派（全体の4割以下）であり、八王子市外と回答する人が48%で約半数を占めていることがわかった（ただし、首都大が位置しているのは町田市、相模原市、多摩市などと軒を接する八王子市の南端部であり、この結果がただちにルヴェソンヴェールの商圈の広さをそのまま示すわけではない）。

本調査の回答者のほとんどは、オープン後わずか一二度しか利用経験がない人々であった。これは消費者行動論の観点からいえば、ルヴェソンヴェールでの昼食が「買回り品の購買行動」に近い事を示している。我々はその日の夕食の材料を買うため、わざわざ新宿まで行きはしない。なぜなら、日用品はどこでも売っていて安価であるため、移動に要する時間的、金銭的成本に見合わないからである。しかし、宝石を買うために遠出するのは一般的であろう。遠くにしか選択機会がなく、高価な買い物の前には、距離のコストは小さいからである。前者は日用品、後者は買回り品の購買行動である。つまり、ルヴェソンヴェールでの昼食は、利用者にとっては、一種の買回り品の購買行動（つまり、ハレのイベント）に近い。

すでに示した通り、利用者の大半は、友人・同僚を同伴して昼食に訪れていた。そして、30代～50代の既婚者が多く、女性主婦層が多いという特徴があった。本調査の結果を要約すると、彼女たちは日常生活空間から少し離れた、雰囲気の良いところで、仲間と食事をしながら、少し価格設定が高めの昼食をと

る人々といえる。

先に、本調査の来訪者の昼食代金が、一般的なサラリーマン男性の倍以上であることを指摘した。多くが無収入か、せいぜいパートの収入しかない主婦層の昼食代が、家長であるはずの男性の昼食代より遙かに高い理由も、彼女たちの昼食行動がサラリーマンのそれとは違った動機や行動様式に基づいていると考えれば頷ける。サラリーマンの昼食はいわば日用品の購買行動（つまり毎日外食する）であり、主婦層のそれは買回り品の購買行動（たまにしか外食しない）パターンに基づいているということである。昼食をとる場所に、わざわざ市外から来訪してくる理由も、その行動が買回り品の購買行動と考えれば得心がいく。以上を総合すると、2010年7月、オープンから数カ月を経た時点での、ルヴェソンヴェールの客層を特徴づけているのは、少し遠方からやってくる余裕のある、主婦を中心とした女性グループである。彼女たちは、必ずしも普段外食をしているわけではないが、その分、たまの外食をある種の晴れがましいイベントと考えている人々であり、その分、外食にお金を掛ける人々である。特定の店に常連として留まることはなく、あちこちの店を口コミで調べては、連れだって出かけていってゆっくりと時間を過ごすのを楽しみにしている人たちである。当然、実単価は高いが、常連として店に定着する可能性は高くなく、リピーターとしてとりこむには、相当の工夫が必要となってくるだろう。

2. 大学構内レストランの「敷居の高さ」

リピーターを増やすための工夫を考える上で避けて通れないのが、部外者が大学構内に足を踏み入れることの「敷居の高さ」の問題であろう。心理学において、任意の対象に対する情緒的な印象や評価を測定する手法として、SD法がある。本調査では、俗な言い方をすれば大学内にあって「敷居が高い」レストランなルヴェソンヴェールに対する、利用者の印象を3つの評価軸で検討しようと試みた。「離れている・近接している」で測定する「近接性」、「安心だ・不安だ」の二者択一で測定する「安心感」、「入りやすい・にくい」の二者択一で測定する「入りやすさ」の3つがそれである。ちなみに、ここでは便宜上の都合から「肯定的」、「否定的」という表現を用いているが、これは価値判断のプラス・マイナスとは直接関係がないことを記しておく必要がある。その結果をまとめたのが図4である。

分析の結果、「安心感」軸では41.9%が安心だと回答し、「不安だ」はわずか6.9%だった。一方、「近接性」および「入りやすさ」の軸ではそれぞれ「離れている」、「入りにくい」と回答する人の割合が、「近接している」、「入りやすい」を上回っていた。大学構内にあることで治安の良さを感じる一方、物理的な駅からの距離の遠さや駐車スペースの欠如、あるいは大学自体の心理的な敷居の高さなどから、気軽に入る雰囲気ではないようすがうかがえた。

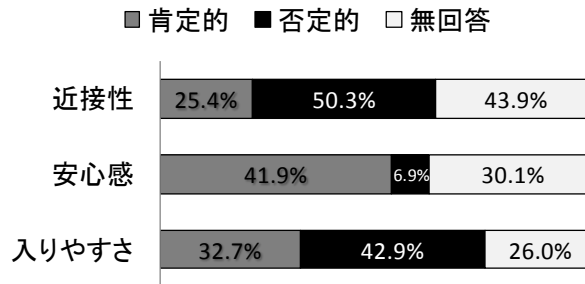


図 4. 大学構内レストランに対する来客のイメージ評価軸

大学のもつ非日常的でインテリジェントなイメージは、前述した買回品の購買行動と矛盾しない。大学構内にあることで得られるブランド価値を活かすと同時に、大学構内へ部外者が足を踏み入れることの心理的抵抗感を下げる工夫が必要であろう。

V. 課題と展望

大学の法人化に伴って近年、全国の国公立大学で大学改革の動きが進みつつある。レストランや食堂のアウトソーシングはそのひとつの表れである。本論文で明らかとなったように、大学構内レストランは外部委託に伴って、地域に向かって開かれた、予想以上に強力な集客施設となっていた。しかしながら、食のノウハウはもちつつも産学連携の経験は乏しい店舗側と、外部委託に伴って学内に一種の治外法権地区を創出する格好となった大学側との連携は、法人化から歴史が浅いことも手伝い、ほとんど手つかずといって良い状態である。結果的に、店舗側にとっては大学構内への立地で「敷居の高さ」という意味でのハンディキャップが生まれ、大学側にとっては、生協のようにやすやすとは連携事業が立てにくくなる点でデメリットを生む結果になっているように思われる。

しかし、日本の大学は公開講座や市民大学などを通じて、地域連携事業の長い歴史をもっているはずである。そうしたノウハウを活かし、例えばレストラン側が提供する食事をしながら、大学側の提供する講義を聴講できるサロン形式の昼食会や、中高生と大学生による茶話会、大学オーケストラの生演奏が聴ける喫茶アワーなどを、店舗側と連携して企画することにより、大学の敷居を下げつつ店舗側のブランドイメージ向上にも結びつけるアイデアが出てくれば、大学構内レストランがかつての文人サロンに近い役割を担う可能性も高まるのではないだろうか。

本研究は紙幅の都合や質問項目の少なさも相俟って、大学構内レストラン全体の展望や可能性を示すほどの実証的なデータは示し得ていない。しかし大学が、公開講座などを通じてそうあるとしてきた「地域に向かって開かれた大学」にとって、強力な集客力をもつ構内の施設は極めて魅力的な資源である。クリエイティブ・クラス論の論客リチャード・フロリダは、現代社会をリードする知的創造力の高い人材(ク

リエイティブ・クラス)の輩出拠点として、大学に重要な位置を与えた(鈴木 2010)。自らの創造力を原資に、知的フリーエージェントとして社会的成功をめざすクリエイティブ・クラスにとっては、自由な思考や行動を妨げない「寛容性」や、多彩な刺激に触れるための「多様性と解放性」を備えた場こそが魅力的であり、結果的にそうした場をもつことが、競争優位性を高めることにも繋がっていくとフロリダは指摘している。専門化し硬直化した研究組織としてではなく、知を交歓し新たな価値や知見を生み出すためのサロン(揖斐 2009)として、構内レストランを活かすことで、大学は再び高い競争優位性を備えた場所(クリエイティブ・クラスにとって魅力ある場所)として、地域の人材輩出の核となりうるのではないだろうか。

Acknowledgement

本論文は、共著者(鈴木)が首都大学東京都市環境科学研究科の在職中に担当した「ツーリズム実験」の調査研究結果をもとに執筆したものである。現地調査の労を担ってくれた履修生諸君(川瀬純也・北島彩子・座間いずみ・中尾来夢・中村聡美・真栄田 晃・村田 譲)およびティーチングアシスタントを務めた白柳かさね女史、また同調査に快くご協力いただいたルヴェソンヴェール南大沢店マネージャの森山岳穂氏に厚く御礼申し上げたい。

Reference

- 上村智秋・芝めぐみ・高砂有以・町田 翔・山内江里子・谷口玲恵・大浦由美・澤田知樹・藤田武弘(2009): 農村レストラン利用客の「食」と「農」に関する意識調査結果: 和歌山県田辺市「秋津野ガルテン」付設レストラン「みかん畑」を事例に. *Tourism Studies* 2: 53-60.
- 揖斐 高(2009): 「江戸の文人サロン 知識人と芸術家たち」東京: 吉川弘文館.
- 嘉悦康太(2009): 戦後日本における高等教育行政の時代的区分化の試み: 教育分野での行政改革及び規制緩和の流れを踏まえて. 嘉悦大学研究論集 52(1): 51-75.
- 合使大介(2009): 大学生協とコミュニティ弱連帯に基づくコミュニティづくりー. 北海道教育大学社会科教育専攻卒業論文.
- 鈴木祐範(2006): 北山村における食を活かした地域づくりの可能性~女性たちとの連携による家庭料理レストラン開店への取り組み. 和歌山大学地域研究シリーズ 31: 1-20.
- 鈴木啓一(1984): 毛ガニから海外旅行まで扱うコングロマリットー大学生協: キャンパスを支配する"総合商社"を解剖. 朝日ジャーナル 26(44): 6-10.
- 鈴木晃志郎(2010): 書評: クリエイティブ資本論 新たな経済階級の台頭. 観光科学研究 3: 103-106.
- 立石宣暁・金澤貴之・松田 直(2009): 大学の資源を活用した現場実習のあり方に関する実践的検討ー学内レストランでの聾重複障害者の実習の事例から. 群馬大学教育実践研究 26: 101-106.
- 長居由子(2007): ハンディのある人が働くレストラン「あらまき」~群馬大学構内での取り組みから~. ノーマライゼーション 27(5): 60-62.

- 中村信也(2010): 東京家政大学のレストラン運営から得たもの. *日本調理科学会誌* 43(4): 279.
- 福島謙吉(2011): 第2期中期目標期間における国立大学法人の財務の展望 : 国立大学法人運営費交付金減額への対応をめぐって. *大学アドミニストレーション研究* 1: 25-37.
- 山本浩司(2008): 小規模大学生協における学生の取り組みの現状と課題. 北海道教育大学社会科教育専攻卒業論文.
- Barber, N., Goodman, R.J. and Goh, B.K. (2011): Restaurant consumers repeat patronage: a service quality concern. *International Journal of Hospitality Management* 30: 329-336.
- Cohen, E. and Avieli, N. (2004): Food in tourism: attraction and impediment. *Annals of Tourism Research* 31(4): 755-778.
- Driskell, J.A., Meckna, B.R. and Scales, N.E. (2006): Differences exist in the eating habits of university men and women at fast-food restaurants. *Nutrition Research* 26: 524-530.
- Hyun, S.S. (2009): Creating a model of customer equity for chain restaurant brand formation. *International Journal of Hospitality Management* 28: 529-539.
- Kwun, D. Joon-W. (2011): Effects of campus foodservice attributes on perceived value, satisfaction, and consumer attitude: A gender-difference approach. *International Journal of Hospitality Management* 30: 252-261.
- Nilsson, J., Bjuggren, C., and Frostell, B. (1998): Greening of a campus restaurant at Stockholm University: sustainable development audits by means of the SDR methodology. *Journal of Environmental Management* 52: 307-315.
- Roberts, L. and Hall, D. eds. (2001): *Rural tourism and recreation: principles to practice*. Wallingford: UK, CABI Publications.
- Telfer, D.J. and Wall, G. (1996): Linkages between tourism and food production. *Annals of Tourism Research* 23(3): 635-653.