No More Corona プロジェクト

活動報告書

2020年6月22日

目次

1. 全体要旨
   1.1. 導入
   1.2. 活動の概略
   1.3. 活動全体の考察

2. No More Corona プロジェクトの概略
   2.1. 活動期間
   2.2. メンバー
   2.3. 監修
   2.4. 設立の背景・経緯
      2.4.1. 背景
      2.4.2. 設立経緯
   2.5. スタンス
   2.6. コロナちゃん

3. 活動の沿革

4. 北大CNC
   4.1. 北大CNCとは
      4.1.1. 概要
      4.1.2. 背景
   4.2. ネットワークの構築・運用
      4.2.1. LINEを用いた理由
      4.2.2. 構築・運用のイメージ
      4.2.3. 連絡役への配慮
      4.2.4. プライバシーポリシー
      4.2.5. ネットワークの解体
   4.3. 配信
      4.3.1. 頻度
      4.3.2. 配信内容
      4.3.3. 画像作成の工夫
      4.3.4. 多言語配信
      4.3.5. 推定リーチ率
   4.4. 考察
      4.4.1. 活動時期
      4.4.2. 同世代への配信
      4.4.3. 信頼性
      4.4.4. 推定リーチ率
      4.4.5. 運用方法

5. Twitter
   5.1. 概要
      5.1.1. 背景
      5.1.2. Twitterのスタンス
      5.1.3. フォローしたアカウント
   5.2. 運用
      5.2.1. ツイート作成の工夫
      5.2.2. 確認体制
      5.2.3. 振り返り
   5.3. 投稿：企画
      5.3.1. 北大公式文書クイズ
      5.3.2. 知っ得😮コロナ
      5.3.3. コロナ情報🔍プラスワン
      5.3.4. No More Corona なテンプレ集
      5.3.5. 春から北大🌸
   5.4. 投稿：その他
      5.4.1. 多言語投稿
      5.4.2. WHO
      5.4.3. 北大CNC配信内容
      5.4.4. 動画
   5.5. 考察
      5.5.1. 社会的意義
      5.5.2. NMCのミッションへの寄与
      5.5.3. 課題

6. ホームページ
   6.1. 背景
   6.2. HP運営のスタンス
   6.3. HPのコンテンツ
   6.4. 掲載した記事
   6.5. 考察
      6.5.1. 年代別のアクセス
      6.5.2. ページごとのアクセス数
      6.5.3. NMCにおけるHPの意義

7. 北大内での活動
   7.1. 大学図書館での掲示
   7.2. ELMSでの配信
   7.3. 考察
      7.3.1. 信頼性
      7.3.2. 北大生へのリーチ
      7.3.3. 活動時期

8. 取材
   8.1. 新聞
   8.2. テレビ番組
   8.3. ネット記事
   8.4. 考察

9. コラボ企画
   9.1. 新型コロナwithARハッカソン
      9.1.1. イベント開催に至った経緯
      9.1.2. イベント開催概要
      9.1.3. NMCとして評価した作品
      9.1.4. 作品の公開・反響
      9.1.5. 考察
   9.2. 若者よコロナに負けるな ～コロナを知り、コロナと共に生きる～
      9.2.1. イベント開催に至った経緯
      9.2.2. イベント概要
      9.2.3. 当日の様子
      9.2.4. 考察

10. NMCからのメッセージ

〈別添資料一覧〉

～謝辞～

1.　全体要旨

1.1.　導入

No More Coronaプロジェクト（以下、NMC）では、COVID-19による全世代の重傷者数・死亡者数の減少を目指し、北海道大学（以下、北大）の大学生で構成されるメンバーが同世代へ向けた情報発信を行った。

COVID-19は、SARS-CoV-2（コロナウイルス）が原因となって生じる感染症である。2019年の終わりに中国で発生し、世界中で感染が拡大していった。日本の中でいち早く流行が始まった北海道では、道知事が緊急事態宣言を2020年2月28日に出した。NMCは、その緊急事態宣言の最中に発足し、3ヶ月に渡ってCOVID-19に関する情報発信を行った。

本活動報告書では、NMCの活動を総括した。まず始めに、NMCの概略と活動の沿革を記す。次に、北海道大学Corona Network Creation（以下、北大CNC）、Twitter、ホームページ（以下、HP）、北大内での情報発信について具体的な活動内容を説明する。そして、NMCが受けた取材と、開催したイベントについてまとめる。最後に、NMCからのメッセージを述べる。

本報告書を通し、COVID-19の感染拡大初期に大学生が何を感じ、何を考え、どう活動したか、伝われば幸いである。報告書の要旨は別添資料1を参照されたい。

1.2.　活動の概略

活動開始当初のNMCの最大の目的は、北大の学生に、大学からの通知を伝達することだった。道知事が独自に出した緊急事態宣言の最中に、COVID-19の危険性、感染症予防の方法、感染した際の対応、行政の対応などについて、情報発信を行なった（参照：4. 北大CNC）。また、大学図書館、学生支援課や吉岡充弘医学研究院長のご協力もあり、北大内部での掲示や北大のメーリングシステムを通して情報発信した（参照：7. 北大内での活動）。

COVID-19の感染拡大を抑えるためには、北大の学生だけでなく、多くの人が感染症対策に意識を向けることが重要だった。そのため、北大外の同世代にも広く情報発信した。情報を届ける手段としては、TwitterとHPを主に用いた。Twitterでは、大学生の日常生活に関わる内容をピックアップして発信した。また、自分で情報法収集することが大変だと感じる方に向けて、情報を要約して投稿した。興味があればすぐに一次情報へ飛べるようにした（参照：5. Twitter）。HPでは、COVID-19に関する情報が錯綜していたために、知っておいてもらいたい確かな情報を最小限に選んでまとめた。また、NMCの活動をまとめる場所ともなった（参照：6. ホームページ）。

NMCの活動を始めるとメディアを始め多くの方々に興味を持っていただいた。新聞、テレビ番組、ネット記事を通して配信され、NMCの活動を多くの人に知ってもらう機会となった（参照：8. 取材）。また、withARハッカソン実行委員会とIFMSA 北大とは、イベントを共催した（参照：9. コラボ企画）。withARハッカソン実行委員会とは、感染症対策を自分ごと化するための作品を、AR技術を用いて制作し、Twitterで発信した。IFMSA 北大とは、ワークショップを通じて大学生がCOVID-19に対して何ができるか考えた。

1.3.　活動全体の考察

NMCのこれまでの活動を俯瞰すると、NMCの活動の意義は以下の3点に集約される。

第一に、始動の時期である。上述の通り、北海道での感染拡大が始まってすぐに、NMCは始動した。社会全体として感染症対策の意識が十分に浸透していなかった時期に、活動を始めることができた。

第二に、大学生の立場から情報発信ができたことである。COVID-19における若者世代の重症化リスクは低いこともあり、大学生のCOVID-19に対する意識は低い状態であった。大学生自身が同世代へ向けて発信することで、政府や大学からの通知よりもNMCからの発信を身近に感じ、行動変容を促せたと考える。

第三に、ポジティブな形で情報発信をしたことである。COVID-19の性質を踏まえ、感染症対策が長期的に必要になる見通しを持っていたため、一方的に自粛を求めるのではなく、感染症対策と日常生活の両立の方法を早期から提案し続けることができた。このスタンスは、3月の行政や他団体にはあまりなかったもので、NMCに特有なものであったといえる。

（文責：朝倉）

2.　No More Corona プロジェクトの概略

2.1.　活動期間

2020年3月1日~5月31日

2.2.　メンバー

・朝倉　利晃　北海道大学医学部医学科5年 / NMC代表
・田浦　拓弥　北海道大学医学部医学科5年 / NMC副代表
・山口　翔　　北海道大学医学部医学科5年 / 北大CNCリーダー
・久世　瑞穂　北海道大学医学部医学科5年 / 画像作成リーダー
・山崎　清裕　北海道大学医学部医学科5年 / HP運用リーダー
・武石　侑杜　北海道大学医学部医学科5年
・比嘉　ある　北海道大学文学部4年 / プロジェクトマネージャー
・依田　恵　　北海道大学医学部医学科4年 / 北大CNCサブリーダー
・黒田　花音　北海道大学医学部医学科2年

＊学年は2020年度時点

2.3.　監修

・玉腰　暁子教授　北海道大学大学院 医学研究院・医学院 社会医学分野 公衆衛生学教室
・岸田　直樹医師　北海道科学大学 薬学部客員教授（臨床推論）／総合診療医／感染症コンサルタント

2.4.　設立の背景・経緯

2.4.1.　背景

（1）全国的な感染症対策の状況

プロジェクト始動の3月上旬は、まだ感染拡大がはじまったばかりのころで、「コロナ」という言葉が世間に認知され始めた状況であった。世界的にみても、COVID-19に関する知見はまだ少なく、専門家であってもわからないことが多くあった。そのような中で、「高齢者は重症化しやすく、若者は感染しても無症状・軽症のことが多い」というCOVID-19の特徴が明らかになりはじめた。そのため、感染しても体調に異変を感じることなく活動できる10代から30代の「若者」がクラスターを形成し、無自覚のうちに感染を広げている可能

性が指摘されていた（参照：3月2日，厚生労働省，「新型コロナウイルス感染症対策専門家会議の見解」）。政府が「若者の皆様へ」というウェブページを作り（参照：厚生労働省，「新型コロナウイルス感染症について」）若者へ向けた情報発信を行なっていたことからも、若者の感染症対策への意識に対して政府や専門家が少なからず問題意識を持っていることがうかがわれた。私たち大学生の目線からも、若者、特に大学生が、感染拡大の主因として世間から見られている感覚があった。実際に、卒業旅行に行って感染した大学生や、コンパなどで感染した大学生は、インターネット上で強いバッシングを受けていた。

このような風潮の中で、自分たち若者は重症化する可能性は高くはないのに、なぜ高齢者や社会全体のためにせっかくの春休みに旅行や飲み会を中止しなければならないのか、我慢しなくてはいけないのかといった不満が生じていた。また、大学生同士でも、飲み会やサークル活動を感染症対策のために断る人は「意識高い系」として見られ、肩身の狭い思いをする状況だった。

日本では全面的に社会機能をストップさせるといった政策は取らず、基本的に人の大勢あつまるような状況を避けましょう（今でいう「3密」）といった市民の行動変容に頼った政策を取っていた。しかしながら、どのようなことに気をつければよいのか、日常生活と感染症対策を両立させる方法はないのか、といった身近で具体的な情報は不足していた。

（2）北海道の感染症対策の状況

北海道においては、3月上旬に日本でもっとも早くCOVID-19の感染が拡大しており、事態を他人事とせず、大学生であっても一人ひとりが感染予防の意識を持つことは喫緊の課題であった。

感染拡大を受け、北大は学生にメッセージを届けようと準備していた。この時期に大学として通知を出したり、サークル活動や帰省などの自粛を強く求めたりすることは、全国的にみても珍しいものだった。このような先進的な取り組みの一方で、大学が長期休暇中であったこともあり学生はその通知を確認しない可能性があった。また、学期中なら容易に得られるはずの友人や教員からの情報も、授業がない期間のために、期待はできなかった。

2.4.2. 設立経緯

上述の通り、2月28日に道知事によって緊急事態宣言が出されたことを受け、北海道では緊張が高まりつつある状況だった。事態に対応し、北大では、3月2日に学生に強い自粛を求める文書の発表を予定していた。

このような状況の中、この文書をできるだけ多くの学生に、確実に届けてほしいと玉腰暁子教授から代表の朝倉に連絡があった。これを受け、朝倉は友人とともに「No More Corona プロジェクト」を立ち上げた。

北大からの通知内容を届ける準備をする一方で、以下の課題がプロジェクトメンバーの間で共有された。

● COVID-19は押さえ込みが難しく、長期的な対策が求められる見込みであること
●若年者層は COVID-19に罹患しても、多くが軽症・無症状であるため、感染症対策への意識が低くなりうること

● 重症化しやすい高齢者等への感染を防止するためには、若年者層での感染拡大をできる限り抑えることが肝要であること
● 感染症対策の意識を上げるために、同世代からの発信が必要であること

これらの課題の解決に、NMCは寄与できると考えた。よって、北大の通知を届ける取り組みに加え、若年層を対象とした情報発信にも活動の幅を広げた。

2.5. スタンス

2.4.1.で述べた社会的背景に照らし、医学的知識や興味の有無を問わず、全ての人が感染防止策を理解し、また他の人に感染を広げない方法を知る必要があった。トップダウン的に制限を強いることは、短期的には可能かもかもしれないが、長期間となれば難しい。理由もわからずに制限をかけられてしまっては、ストレスが蓄積し、むしろ反発が生まれてくることさえ予想される。よって、NMCは「納得した上での行動変容」が何より重要であると結論付けた（図1）。

そして、「納得した上での行動変容」のためには、信頼性が高い情報と、日常生活に関わる情報の2つが必要だと考えた。

● 信頼性が高い情報

活動初期においては、誤情報が氾濫しており、各省庁の情報発信体制もまだ確立されていなかったため、その時々で最も信頼性の高い情報の発信が求められた。

● 日常生活における情報

普段の何気ない行動が感染拡大につながりかねず、日常生活に根差した情報が必要とされた。加えて、COVID-19の拡大に付随する社会・経済的課題に関する情報についても、日常生活に関わる情報として重要視した。

情報発信にあたっては、以下の2点を心がけた。

● 同世代の目線と共感

先述の通り、政府や大学から一方的に自粛を強制されるだけでは、行動変容の理由を納得する過程が不足してしまう。そのため、主体的に考えられる大学生に対しては、トップダウン的な感染症対策の呼びかけは必ずしも効果的ではないといえる。そこで、大学生メンバーで構成されるNMCが、同じ大学生に向けて情報発信をすることで、多くの学生が耳を貸してくれるのではないかと考え、大学生ならではの目線で発信することを心がけた。

● **煽らずに、ポジティブに**

未知の感染症であるCOVID-19に関しては、他の人の不安を煽る投稿がSNS上で散見された。しかし、過度な不安は、実際にも起こったように、買い占めや差別などの社会的問題を引き起こす。そこで、NMCは、情報を客観的に、的確に伝えると同時に、課題の解決策まで提案することを心がけた。

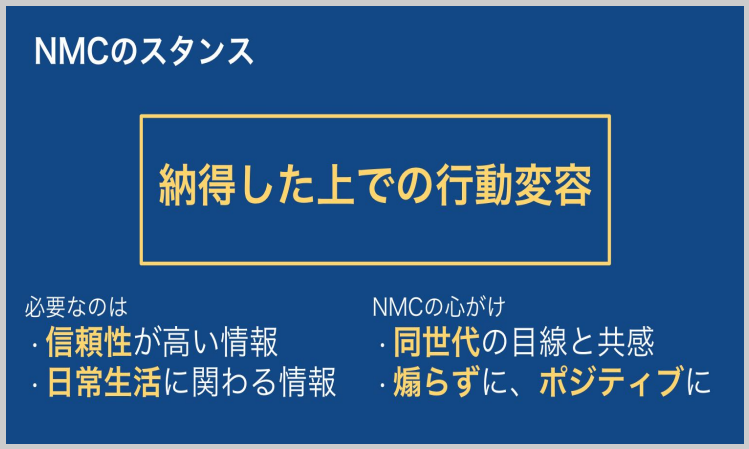


図1：NMCのスタンス

2.6.　コロナちゃん

「コロナちゃん」はNMCのロゴマークである（図2）。NMCの始動時に作成されたこのマークは、HP、Twitter、YouTubeなどNMCの活動の至るところに登場する。

コロナウイルスの語源は、ギリシャ語で王冠を意味するcorona である。また、電子顕微鏡でコロナウイルスの形態を観察すると、そのスパイク部分がまるで太陽のコロナのように見えることにも由来する。この歴史的背景を踏まえ、コロナちゃんの周りには燃え盛る炎が描かれている。

コロナちゃんの特徴として、SARS-CoV-2に特徴的なウイルス学的形状を踏まえていること、また、NMCのスタンスを象徴する明るさを併せ持っていることがあげられる。このロゴマークは、対外的にはCOVID-19に関心のない大学生へ親しみやすさを提供したと考えられる。一方、NMCのメンバーにとっては、正しい情報と親しみやすさを両立している点でNMCの活動のシンボルとして機能したといえる。

（文責：朝倉）

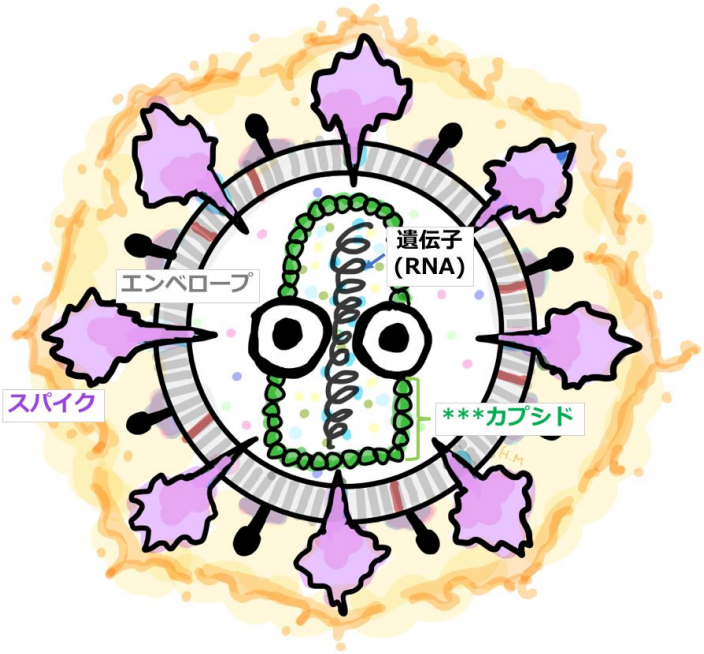


図2：NMCのロゴマーク「コロナちゃん」

3.　活動の沿革

NMCの活動した2020年3月1日~5月31日までの期間について、その主な活動と社会の出来事を下にまとめる（表1）。沿革の詳細は、別添資料2を参照されたい。

表1：活動の沿革（概要）

日付	社会の出来事	NMCの活動	章
12月31日	初の感染例報告(WHO)		
1月16日	初の感染例確認(日本)		
1月28日	初の感染例確認(北海道)		
2月28日	緊急事態宣言の発表（北海道）		
3月1日		NMC発足	2.
		北大CNC活動開始	4.
3月2日	北大通知発表(北大)	HP公開	6.
		HP記事①公開	6.4.
3月3日		北大CNC配信①	4.3.
		Twitter 開始	5.
3月6日		広報・NHK札幌	8.2.
3月7日		北大CNC配信②	4.3.
		HP記事②公開	6.4.
3月8日		Twitter質問フォーム開設	5.
3月9日		HP記事③公開	6.4.
		HP記事④公開	6.4.
3月10日		北大CNC配信③	4.3.
		「No More Corona なテンプレ集」開始	5.3.4.
		広報・いいね！Hokudai	8.3.
3月11日	パンデミック宣言(WHO)		
3月13日		北大CNC配信④	4.3.
		HP記事⑤公開	6.4.
3月14日		動画①公開	5.4.4.
3月15日		「知っ得😮コロナ」シリーズ開始	5.3.2.

3月16日		北大CNC配信⑤	4.3.
3月17日		広報・Yahoo!ニュース	8.3.
3月19日	緊急事態宣言終了(北海道)		
3月20日		北大CNC配信⑥	4.3.
3月21日		動画②公開	5.4.4.
3月25日		「春から北大🌸」シリーズ開始	5.3.5.
		広報・TBSテレビ，Nスタ	8.2.
3月30日		ELMSでNMCから情報発信	7.2.
4月1日	授業延期決定(北大)		
4月6日		広報・共同通信社，毎日新聞掲載	8.1.
4月7日	緊急事態宣言発表(7都府県)	「備蓄🏠のススメ」シリーズ開始	5.3.5.
4月9日		NMC作成のポスター掲示 @北大附属図書館北図書館	7.1.
4月10日		広報・北海道新聞電子版	8.1.
4月12日		広報・BuzzFeed Japan	8.3.
4月13日		広報・朝日新聞	8.1.
4月14日		広報・フジテレビ，ノンストップ！	8.2.
4月15日		北大CNC解体	4.2.5.
4月16日	緊急事態宣言(全都道府県)		
4月18日		withARハッカソン	9.1.
4月19日		withARハッカソン	9.1.
4月25日		HP記事⑥公開	6.4.
		広報・北海道新聞	8.1.
4月26日		広報・BuzzFeed Japan	8.3.
4月28日		広報・MoguLive	8.3.
4月30日		動画③公開	5.4.4.
5月5日		「コロナ情報🔍プラスワン」シリーズ開始	5.3.3.
5月11日	新入生オンライン授業開始(北大)		
5月14日	39県で緊急事態宣言解除		
5月25日	緊急事態宣言解除(全国)		
5月31日		NMC×IFMSA 北大イベント	9.2.

（文責：山口）

4.　北大CNC

4.1.　北大CNCとは

4.1.1.　概要

北海道大学Corona Network Creationは、「同じ大学の学生同士だからこそ使える手段を用いて、COVID-19に関心のない学生も含めた全ての北大生に正しい情報を伝える」ことを目的とした情報共有ネットワークである。

北海道での独自の緊急事態宣言発令（2020年2月28日~3月19日）を受け、3月3日から3月20日までのおよそ3週間、北大生に向けてCOVID-19に関する情報を配信した。配信は、コミュニケーションアプリ「LINE」を用いて行なった。

4.1.2.　背景

上述したように、NMCの当初の活動の目的は、北大生に対する情報発信であった（参照：2.4.2. 設立経緯）。活動開始当時（3月1日）は、COVID-19に関する情報が少なく、またその情報さえも一般に浸透しておらず、加えて若者が主な感染源になっている可能性が指摘されていた。よって、大学生が感染を広げているかもしれない事実や感染拡大を防ぐための方法を、大学生も認識することが社会的にも要請されていた。また、一部の大学生がCOVID-19に関心を持ち、自ら情報収集をする一方、テレビなどがなく、ニュースに関心を持たない学生は、情報を得る機会が圧倒的に不足している状況にあったと推察される。さらに、大学が長期休暇中であり大学からの通知を定期的に確認する学生は少数だと考えられた。社会的要請、大学生の情報にアクセスする機会の不足、大学における情報共有体制の問題の3点を受けて、北大CNCを始動した。

4.2.　ネットワークの構築・運用

北大CNCの運用にあたり、LINEを用いてネットワークを構築した。また、運用に際して、情報の信頼性と円滑な運用に特に留意した。

4.2.1.　LINEを用いた理由

LINEは、ほとんどの大学生が日常的に連絡手段として使っているコミュニケーションアプリであり、また多くの場合、学科・専攻・研究室など（以下、学科等）ごとにLINEグループを作成して利用している。そのグループメンバーはCOVID-19に対して関心のある学生から全く関心のない学生まで様々だと考えられる。このことから、ツールとして最適であると判断し、北大CNCの運用にLINEを用いた。

4.2.2.　構築・運用のイメージ

北大CNCの構築と運用をどのように進めたか説明する。

（1）ネットワーク構築

①NMCメンバーが北大CNCの運営目的や手段、情報の信頼性などを十分に説明した上で、北大生の知人に「連絡役」を依頼

②連絡役とはLINEグループ「北大CNC共有用」を用いてやり取り

（2）運用

①NMCが画像を作成

②画像の確認を専門家に依頼

③完成した画像を連絡役と共有（LINEグループを使用）

④連絡役が各自の所属している学科等のLINEグループにて共有

運用のイメージを図3に示す。

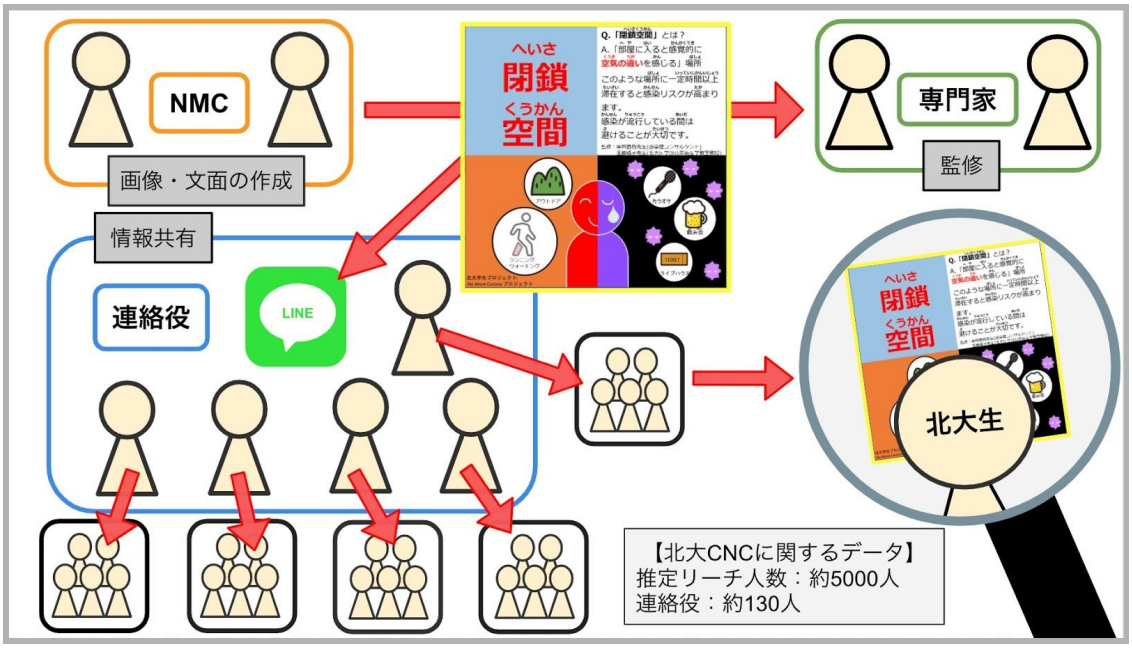


図3：北大CNCの運用イメージ

4.2.3.　連絡役への配慮

NMCが作成した画像を、代表の朝倉がLINEグループ「北大CNC共有用」にて共有した（参照：図3）。その際、連絡役への配慮として以下のようなメッセージも添えた。

皆さまいつもご協力ありがとうございます。以下の2つの内容（メッセージ、画像）を各担当のLINEグループに流していただくようお願いいたします。
最終配信日の3月20日(予定)まで、どうぞご協力お願いいたします。

メッセージの例（3月16日配信分より一部抜粋）

また、上記のような毎回のメッセージに加え、節目ごとに活動の成果を伝えるお礼のメッセージを送り、北大CNCに快く協力してくれた連絡役への深い感謝を伝えた。後述するとおり（参照：4.4.3. 信頼性）、連絡役として協力してくれた方々の中には、NMCの活動に少なからず疑念を持っている方々がいらっしゃった。そのため、活動の成果報告をすることで、連絡役自身の協力により世間に認められるような結果がうまれたことを伝え、少しでも安心してもらいたいと考えた。

（前略）
この度は北大Corona Network Creation(北大CNC)にご協力いただき、誠にありがとうございます。

北大CNCは、
“同じ大学だからこその手段を用いて、無関心層も含め全ての北大生に正しい情報を伝える”

という運用目的のもと活動して参りました。
その結果、皆様のご協力により概算 5,000人超 の北大生に情報を届けることができました。心より御礼申し上げます。

5,000人への情報共有は、新型コロナウイルス感染症対策専門家会議が掲げる3本柱の一つ「市民の行動変容」に寄与できたのではないかと考えております。

また、本取り組みは若い世代だけでなく全世代へ影響を与えております。

●3月6日、NHK「北海道クローズアップ」にて活動が紹介されました。北大CNCでの情報共有がフォーカスされ、大きな反響がありました。
●3月17日、YAHOO!JAPANニュースに取り上げられました。現時点で12万以上のアクセス数となっております。
●3月19日の専門家会議の提言にて、北海道で「若者が主体となった啓発の取り組みがいち早く進展」との記載がありました。本プロジェクトもこの記述に含まれると考えております。専門家会議で言及されるほどの成果が得られた、ということだと思います。

いずれも、ひとえに皆さまのご協力のおかげでございます。重ねて御礼申し上げます。
（中略）
今後、再び北大CNCを運用しなければならない事態となったときは、再びぜひ皆さまの力をお貸しいただけますと幸いです。

何卒よろしくお願い申し上げます。

2020年3月20日
No More Corona Team一同

お礼メッセージの例（3月20日配信分より一部抜粋）

4.2.4. プライバシーポリシー

北大CNCの運用にあたっては、いくつかの事項が懸念されたため、それぞれに対応するルールを3月3日に制定し、これに基づいた運用を徹底した。全文は本プロジェクトのHPにて公開している。以下に、懸念事項（1）~（3）と、それに対応したプライバシーポリシーの各章を紹介する。

（1）連絡役の個人情報の不当な利用（参照：プライバシーポリシー第1章 2.~4.）
（2）発信する情報を連絡役が改変させることによる誤情報の共有（参照：プライバシーポリシー第2章 1.）
（3）本プロジェクトが恣意的なメッセージを発信するのではないかという連絡役の不安（参照：プライバシーポリシー第2章 2.）

第1章　プライバシーポリシー
（中略）
2.NMCは、CNCの運用目的以外に個人情報を収集・利用することはありません。
3.連絡役の皆様に、今後NMCメンバーからLINEにて個別にご連絡することが考えられます。連絡内容はCNC運用に関するもののみとし、その他の個人的連絡は致しません。
4.NMCは、あらかじめ連絡役の皆様の同意を得ることなく、第三者に連絡役の皆様の個人情報を提供することはありません。

第2章　運用方針・注意
1.代表の朝倉利晃が本グループに投稿した情報を、そのままの形で連絡役の皆様に各々の所属する学年グループLINEに発信していただきます。

2.情報は、NMCメンバーおよび公衆衛生学教室の玉腰教授の確認を経た信頼性の高いものを提供いたします。そのため、個々人で無断で情報を変容させて発信することは控えてください。
（後略）

プライバシーポリシー（3月3日制定）より一部抜粋

4.2.5. ネットワークの解体

北大CNCは、4月15日をもってNMCメンバーを含めた「北大CNC共有用」LINEグループの全参加者の退会手続きをし、解体した。解体完了までには、いくつかの段階を踏んだ。

まず、北海道独自の緊急事態宣言の終了に伴い、3月20日をもって北大CNCは情報配信の活動を終了したが、必要に応じて再度北大CNCのネットワークを利用できるよう、ネットワーク自体はしばらくの間保持することとした。具体的には、北大から発表されていた（3月20日時点）授業開始予定日の4月15日までひとまず保持することとし、その後については4月15日を目途に運用を続けるかの判断をする方針とした。

4月7日に、7都府県に対し政府より緊急事態宣言が出されたことをうけ、北大CNCの運用を再開すべきか検討した。都道府県を超えた移動の多い春休み期間であり、また道外出身の北大生も多くいるため、悩ましい問題であった。しかし、世間的なCOVID-19に対するリスクの認知が上がり、大学生の多くも情報を得る環境が整いはじめていたこと、学校からの情報連絡網が機能しはじめていたことをうけ、前述したような北大CNCの必要性（参照：4.1.2. 背景）が薄れたと判断した。このため、北大CNCの運用を15日以降も続けることはせず、15日をもってネットワークを解体し、完全に活動を終了した。

4.3. 配信

4.3.1. 頻度

北大CNCによる情報配信の頻度に関し、以下の4点を考慮した。

（1）情報の鮮度を担保すること
（2）情報の信頼性を担保すること（NMCが、配信内容を精査するための時間の確保）
（3）配信頻度が高いことによる連絡役の負担を軽減すること
（4）受け取った北大生に、北大CNCの配信を迷惑メールだと認識されないこと

そのため、北大CNCでは3日に1回のペースで配信を行なった。

4.3.2.　配信内容

情報の配信にあたっては、2名の専門家（参照：2.3. 監修）に監修を依頼し、情報の信頼性の担保につとめた。

北大CNCとして配信する内容は、北大生が日常生活ですぐに活用できるような情報であることが重要だと考えた。これは、一般のメディアから情報を得ている大学生が少ないことや、ニュースでは全世代に関わる内容が配信されており、自分たちに関係のある情報を選びとることが難しいといった背景をうけてのことである。

そのため、配信内容の選考にあたっては、

- 厚生労働省や世界保健機関（以下、WHO）などの公的機関が発表している信頼できる情報か
- 大学生に必要だと考えられる情報か

を重要視した。

図4：北大CNCで配信した画像の例
（「Caution!」「閉鎖空間」，3月7日配信）

4.3.3.　画像作成の工夫

4.1.2.で述べたように、COVID-19に関心のない学生がある程度いることが想定され、そのような学生は配信内容を注意して読まないことも多いと考えられる。そのため、そういった学生にも内容が一定程度伝わる工夫が重要だと考えた。また、北大CNCはLINEを用いて運用することから、スマートフォン等のスクリーン上で読むことに特化した工夫が必要であった。

以上2点をふまえ、北大CNCにおいては、画像を用いた視覚的な情報発信が、テキストによるそれと比べてより適切だと判断した。本項では、画像を作成する際に工夫した点とその意図について述べる。

（1）シンプルで見やすい画像

画像内の文量が多いと要点が伝わりづらく、また特に関心のない人の読む気を削いでしまう。よって、画像に掲載する文章は最低限の要点のみとし、代わりに一目で多くの情報を得られるイラストを用いた。また、LINEのトーク画面を開いた際に、すぐに画像全体が見えることを意図し、2枚の正方形の画像を縦につなげることとした。

上記の点を心がけ、イラスト中心の縦長の画像にすることにより、関心の程度によらず、スマートフォンの画面上で手軽に情報を得られるようにした。

（2）正しい情報を伝える画像

一つの画像に収める情報量を絞ることにより、情報が正しく伝わらなかったり、誤解を生んだりする恐れがあることから、誰が読んでも同じような理解を得られるかを確認する必要があった。そのため、作成した画像は、NMCメンバー全員で言葉選びやデザインを吟味するとともに、監修の先生方に確認を依頼した。複数人で確かめることで、より多くの人に伝わりやすく、また監修の先生方にも確認いただくことで、専門家の目線からも誤情報となっていない画像の作成を目指した。これらの過程を通して、画像の解釈が一つに定まる内容になるよう精査・修正を行った。

4.3.4. 多言語配信

北大の学部生を対象に始めた北大CNCだが、大学には多くの学部留学生が在籍する。留学生は言語や文化の面で情報弱者になると考えられた。そのため、北大CNCで配信した画像を、特に需要のあると考えられた英語、中国語に翻訳した。また、日本語学習者の中には英語より日本語が読みやすいという人もいることから、日本語版をもとにふりがな版も作成した（図5-7）。これら多言語版の画像は、留学生が多く在籍するサークルや、北大の留学サポートデスクのFacebookグループなどで配信した。

図5-7：多言語による画像の例（左より英語版、中国語版、ふりがな版）

4.3.5. 推定リーチ率

北大CNCの目的は「同じ大学だからこそ使える手段を用いて、無関心層も含め全ての北大生に正しい情報を伝える」ことである。目的の達成度をはかるため、この推定を行う。

LINEグループは一般に各学科等で利用されていることから、所属単位ごとの在籍人数を加算しおおよそのリーチ率を推定する。

$$\text{推定リーチ率（\%）} = \frac{\text{連絡役が所属する LINE グループの利用人数の合計（推定）}}{\text{北大の全学部生の定員}} \times 100$$

計算にあたり、以下の仮定を用いた。

①連絡役が所属するLINEグループに、その学科等に所属する学生が全員参加している

②過年度生は、入学年度のLINEグループに所属しているとみなす

③新渡戸カレッジなどの学部・学年横断的なコミュニティにも配信を行なったが、算定には含めない

④留学生数は流動性が高いため、算定に含めない

⑤定員については、北大HP「入学者の数、収容定員及び在学する学生の数、卒業又は修了した者の数並びに進学者数及び就職者数その他進学及び就職等の状況に関すること（平成31年度版）」より、2.収容定員数と3.在籍者数を参考にした

推定の結果は以下の通り。

$$\frac{4,927\text{ 人（推定）}}{10,526\text{ 人}} \times 100 = 46.81\%$$

- 分子：約130人の方に連絡役を依頼しており、各連絡役が所属している約130グループのそれぞれの所属人数を加算すると、概算5,000人であった
- 分母：北大の学部生約10,500人

よって、推定リーチ率はおよそ47%である（3月4日時点）。

＊仮定①は理論値であり、LINEグループに参加していない学生がいる等の場合、過大評価する可能性があるため、横断的なグループに対する配信の効果は相殺されるものとし、仮定③を設定した

＊具体的な学部や学科などについては、個人情報保護のため公開しない

＊この推定値は、北大CNCの運用を通じて情報を届けられたと考えられる値であり、実際に読まれたかの推定ではない

4.4. 考察

北大CNCを用いた情報配信活動について、活動時期、同世代への発信、信頼性、推定リーチ率、運用方法の5つの観点からその意義や課題を考察する。

4.4.1. 活動時期

北大CNCは3月の初旬に活動を開始した。前述したように（参照：2.4. 設立の背景・経緯）、COVID-19をめぐる状況は、この報告書を執筆している5月とは全く異なるものであった。大学生の意識や関心が、世間の要請とは乖離していたため、スピード感をもって大学生を対象に情報を届ける必要があった。また、新型コロナウイルス感染症対策専門家会議（以下、専門家会議）において若者が感染拡大に寄与している可能性が指摘されていた。このような感染拡大初期の状況下にあって、3月上旬に北大CNCを始動し、迅速にネットワークを構築、運用の開始にこぎつけたことは、意義あるものであったといえる。

4.4.2. 同世代への配信

日常が壊れたときには、社会的弱者は一層立場が弱くなってしまう。排除や隔絶がおき、それまで保たれていた社会全体のバランスが崩れてしまう恐れがある。前述のとおり、大学生は情報弱者になりやすい側面がある。留学生は言語的、また文化的に弱い立場におかれる事が多い。また、3月の状況においては、大学生を中心とした若者が感染拡大の原因である可能性が指摘されており、若者世代と他世代という世代間で隔絶が起きようとしていた。

そのような社会情勢を鑑みるに、画像を用いた配信、多言語による配信は、COVID-19への関心が薄かったり、情報へのアクセスが難しい大学生・留学生に情報を届ける手段として有効であったと考える。大学生からの発信であるからこそ、トップダウン的な感染症対策の指示に比べてより身近に情報を受け取ってくれると想像される。この意味では、「大学生がCOVID-19に関して活動をしている」という情報そのものにも社会的な意義や価値があったといえる。さらに、情報量を必要最小限に、イラストを多用した画像作成により、関心の有無によらず誰にでも届きやすい形での情報配信がなされた。自分から情報を得ようとしたときには難解に思えてしまう内容であっても、見せ方を工夫することにより、気軽にアクセスできるものになったといえる。

最終的に多くの北大生（推定5,000人）にこのような情報を届けられたことは、社会的にも貢献度の高い取組みであったと考える。

4.4.3. 信頼性

NMCの始動、つまりは北大CNCの始動にあたって、最大の難関は信頼性の問題であった。実態がまだよくわかっていないCOVID-19に関して、SNSを中心に出典の不明な誤情報が出回っていた。そのため、大学生が発信しているということ自体が、その情報がデマであるという印象を与えかねず、連絡役自身がデマの拡散に加担しているのではないかと不安になることが憂慮された。連絡役が、自身の所属しているグループにおいて怪しまれないような、情報の信頼性の担保が必要があった。この問題を解決するべく、以下のような対応をとった。

- 専門家に監修を依頼する
- 専門家の確認を得た情報しか配信しないことなどを明示する

情報の信頼性担保にむけた工夫は、NMCの活動全般において必要なものであり、そのノウハウは北大CNCの運用を通して活動初期に蓄積されたものであった。

また、情報の信頼性と同時に、NMCそのものへの信頼性も懸念点であった。特に、情報共有にあたって用いたLINEグループ「北大CNC共有用」の使用については、細心の注意を払う必要があった。この問題を解決するべく、以下のような対応をとった。

- 連絡役への依頼時に、丁寧に北大CNCの概要（目的や方法）を説明する
- 北大CNCが活動する要件、解散する要件をあらかじめ明示する
- 運用ルールを明記、共有する
- 成果報告や状況報告をする

これらの運用上の工夫により、北海道の緊急事態宣言が発表されていた期間、北大CNCの運用継続を実現し、最も情報が必要な時期に、最も情報を必要としている同世代の人々へ届けることができた。

情報の信頼性・NMCの信頼性が担保されず、途中で北大CNCが頓挫していた場合には、NMCというプロジェクト自体への信頼が失われ、その後の活動全体に悪影響を及ぼしただろうと考えられる。北大CNCを大きな問題なく運営し通したことで、その後の活動基盤がより堅固に形成されたといえる。

4.4.4. 推定リーチ率

北大CNCは、絶対数としては5,000人という大人数へアプローチできたが、割合としては北大学部生のおよそ47%にとどまり、「全北大生への情報発信」という観点からは、達成度はもう一歩という印象である。また、NMCメンバーの多くは上級生かつ医学部であったこともあり、リーチできた学年、学科に偏りがあった。特に1年生（2020年3月当時）や文系学部へのリーチ率は全体の平均を下回っていたため、広く北大生に周知するという活動の目的を達成できたとはいいがたい側面がある。ただ、当時の状況を鑑みると、可及的速

やかに、信頼性の高い情報を全ての北大生に届ける手段として、メンバーの知人を頼ってネットワークを構築する以上に効率のいい手段はなかったと考えられる。

4.4.5. 運用方法

受け取り手のメンタル面への配慮という観点からは、LINEグループを活用したネットワークの形成にはいくつか問題点があったといえる。強制的に3日に一回の頻度でCOVID-19に関する情報が届くという状況を不快に思う人もいたであろうと考えられる。特に、具体的で確かな感染予防の手段が確立されていない段階において、情報過多な状況による心理的負担は大きかったことが予想される。この問題を軽減する手段としては、希望者のみに情報を届けるLINE@やメーリングリストの利用がありうる。しかしながら、全ての北大生に、速やかに、信頼性の高い情報を届けるという北大CNCの目的を達成するには、LINEグループの利用が当時取りうる選択肢の中では妥当なものであったと考えられる。

（文責：山口）

5. Twitter

5.1. 概要

5.1.1. 背景

2020年3月1日より北大CNC（参照：4. 北大CNC）の取り組みを開始した。しかしながら、このネットワークのみでは、10,000人以上いる北大生全員に情報を届けることには課題があった（参照：4.3.5. 推定リーチ率）。そこで、北大CNC以外の方法で北大生へ情報を届けるために、若者世代の利用頻度が高い傾向にあるTwitterのアカウントを開設することを決めた。また、公式HPは今後も妥当性が長期的に揺るがないと考えられる必要最小限の情報に絞ったサイト作りをしていたため（参照：6. ホームページ）、それ以外の情報発信の場としてTwitterを利用した。大学生の日常生活に関する具体的な情報や、早急に周知されることが重要な情報、頻繁に更新される情報などが含まれる。

5.1.2. Twitterのスタンス

NMCのミッションは「若者に向けて情報発信、企画の運営をすることで新型コロナウイルスによる重症者と死亡者の数をできる限り減らす」である（参照：1.2. 活動の概略）。また、このミッションのもと作成されたNMCのスタンス（参照：2.5. スタンス）にも準拠しTwitterを運営した。NMCのスタンスでも言及されている「納得感」を持ってもらうため、まずは公的機関の情報を基にした信頼性の高い情報を発信することとした。また、目を引く内容にするために、攻撃的な言葉や煽動的な書き方をするのではなく、客観性を保ちつつ、現状をポジティブに捉えた書き口で発信することを常に心がけていた。

また、Twitterを開設した3月初旬は、COVID-19に関して分からないことが多く（参照：2.4.1. 背景）、日々新しい情報が更新されるということを読み手に了承してもらう必要があった。そこで、Twitter運用のスタンスとして、情報は更新されるものであり、半永久的に正しい情報があるわけではないということ、読み手のリテラシーが大切であることを明記した（図8）。

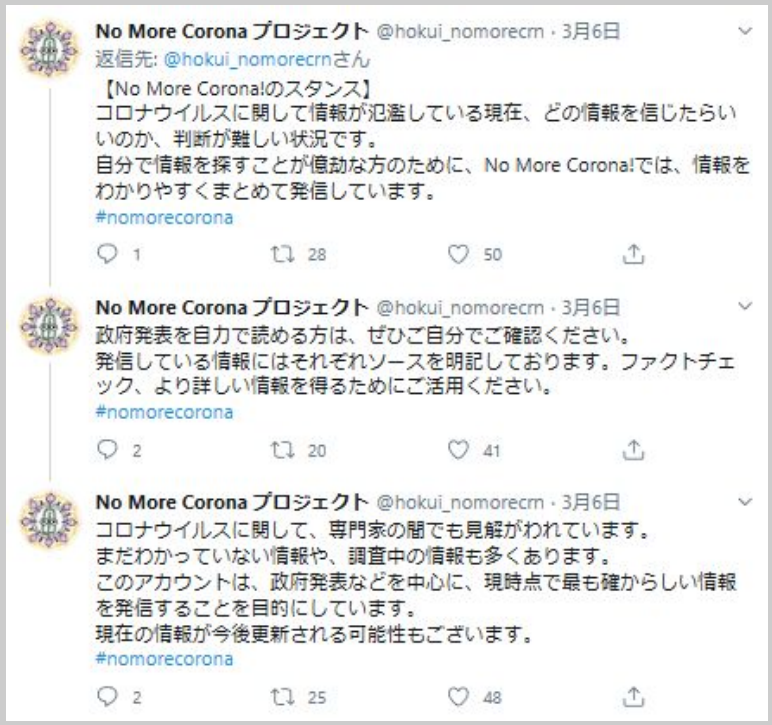


図8：【No More Corona!のスタンス】，（3月6日投稿）

投稿に際しては、主な読者層を「大学生」と想定し、内容を選定した。具体的には、COVID-19に関する公的機関の情報や通知から、若者に向けられた情報や、知っていると便利な情報などを選んだ。また、大学生が共感できるような日常生活に関わる情報発信が必要と考え、同世代の目線での発信を心がけた。これに対応する投稿には、5.3.4. No More Corona なテンプレ集、5.3.5. 春から北大🌸などの企画が挙げられる。

5.1.3. フォローしたアカウント

NMCのTwitterアカウントでフォローしたものを示す（表2）。下記29のアカウントのみをフォローした。Twitterでの情報発信活動においても、信頼性を獲得することが重要課題の1つであった（参照：4.4.3. 信頼性）。そのため、公的機関のアカウントのみをフォローすることで、情報の信頼性への厳格な姿勢を示した。

表2：NMCがフォローしているアカウント一覧（50音・アルファベット順）

政府機関　（19）	外務省、環境省、観光庁、経済産業省、厚生労働省、国土交通省、財務省、首相官邸、首相官邸（災害・危機管理情報）、新型コロナウイルス感染症対策推進室（内閣官房）、総務省消防庁、内閣官房、内閣府、内閣府政府広報オンライン、法務省、文部科学省、文部科学省 情報ひろば、PM’s Office of Japan、The Gov’t of Japan
地方自治体　（2）	札幌市広報部、北海道
専門家　（2）	コロナ専門家有志の会、新型コロナクラスター対策専門家
大学　（1）	北海道大学
国連機関　（2）	WHO、WHO South-East Asia
海外公的機関　（3）	CDC、CDC Emergency、CellFree Science

5.2. 運用

3月初旬から始めたTwitterの運用だが、毎日複数の投稿について、誤解がないものであるか、正しく説明されているかを確認する必要があった。

5.2.1. ツイート作成の工夫

本アカウントのスタンス（参照：5.1.2. Twitterのスタンス）を全てのツイートで遵守し、常に情報の正確性とわかりやすさの両立に細心の注意を払った。具体的には、以下のことに気をつけた。

- 情報元との齟齬がないようにすること
- 参考文献を明記すること
- 医学的な知識量に関わらず、ツイートを理解できるようにすること
- 抽象的な情報には、わかりやすい例をつけること
- 記号や改行を適切に用い、視覚的にも読みやすい文章にすること

また、ツイート作成にあたっては、NMCのアカウントでフォローしている公的機関の情報を主に参考にした（参照：5.1.3. フォローしたアカウント）。

加えて、大学生が求めている情報を理解すべく、公的機関に限らず各種マスメディアやSNS等から情報を得ることで、情勢の把握に努めた。

5.2.2. 確認体制

投稿するツイート内容の確認には、LINEグループのノート機能を用いた。下記①~③の行程をマニュアル化することで、確認体制の形骸化を防いだ。

①執筆者は、完成したツイート案をノートに投稿する
②それを読んだ他のメンバーは、表記や表現に誤りがあるもの、誤解をうむ危険性があるものや体裁面で改善の余地があるものなどに、改善案や代替案を提示する
③執筆者は、修正案を提出する

執筆者を含めない3名から了承が得られるまで、②と③を繰り返した。複数の指摘がなされることが多く、丁寧な確認作業が行われた。また、専門的な内容をわかりやすく発信する際には、その内容の確認を玉腰暁子教授や岸田直樹医師に依頼した。

5.2.3. 振り返り

ツイートの投稿後には振り返りを実施した。各ツイートに対する反響の分析、新規フォロワーの確認、エゴサーチなどを行った。これにより、投稿したツイートが誤解を生じるものでなかったか、読み手が求めている情報であったか確認し、次回以降の参考とした。

5.3. 投稿：企画

「企画」として、コンセプトを統一したツイートをシリーズ化した。これにより、NMCの発信する情報が一貫性をもって明確に表現され、読み手にとっても受け取りやすい情報を目指した。企画の一覧は以下の通りである。詳細はそれぞれの項で述べる。

5.3.1. 北大公式文書クイズ
5.3.2. 知っ得😮コロナ
5.3.3. コロナ情報🔍プラスワン
5.3.4. No More Corona なテンプレ集
5.3.5. 春から北大🌸

5.3.1. 北大公式文書クイズ

連載期間：3月8日~3月10日
主な対象者：北大生
概要：3月2日付の北大公式文書についてのクイズ（現在は4月10日付の文書を基にして発信）

主な内容：

NMCは、北大発表の文書が学生に効率的に届いていない懸念の下、学生同士の繋がりによる解決を狙って設立された（参照：2.4.2. 設立経緯）。この達成のため、北大CNC（参照：4. 北大CNC）での発信に取組み、北大からの発表（3月2日付）については、北大CNCの第1弾の配信にて特集した。しかしながら、配信した画像内のテキスト情報を、受け取った全員が目を通したとは考えにくい。そこで、クイズを通し、能動的に考えることで、学生に公式文書の内容を把握してほしいと考えた。

形式としては、インターネットで手軽にできるクイズを用いた。解説だけでなく関連する情報が得られるサイトのリンクを掲載するなど、解いた人が学びをより深められるよう工夫した。

作成にあたってはTwitterと連動した「クイズメーカー」というインターネットサービスを利用した。このサービスでは、クイズの作成者がNMCであることが明示されることに加えて、クイズの結果をTwitterのアカウントで共有できる。合計で181回プレイされ、 そのうち7名の方に、自身のアカウントでプレイ結果をシェアされた（5月24日10時15分時点）。

また、このクイズを会話形式にまとめたものをHPに掲載した（クイズでNo More Corona 4/10 北大公式文書編）。

図9：クイズでNo More Corona の表紙　　**図10：クイズメーカーでの出題の様子**

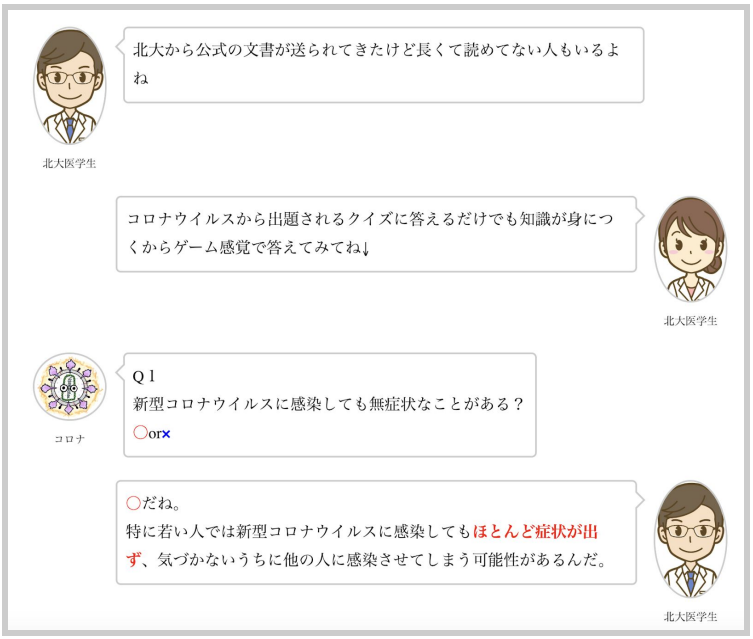


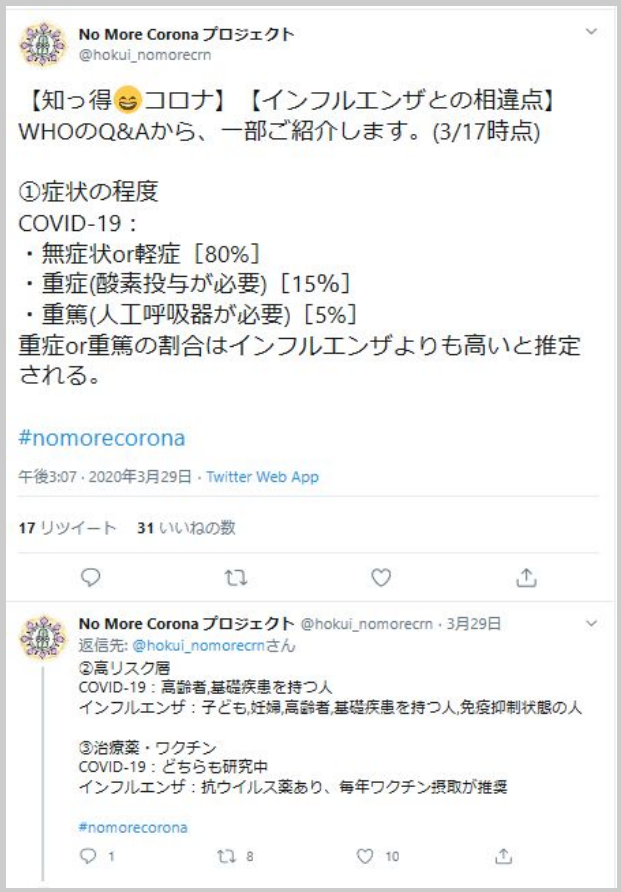
図11：HP記事のイメージ

5.3.2. 知っ得😮コロナ

連載期間：3月15日~

主な対象者：コロナに関する情報をちょっとだけ詳しく知りたい人

概要：COVID-19の情報を正しくキャッチするのに便利な豆知識



主な内容：

「自力で公式発表を見てほしい」というTwitter運用のスタンス（参照：5.1.2. Twitterのスタンス）に基づき、COVID-19情報を収集する際に生じる疑問に答えたり、難しい用語の解説をしたりした。一人ひとりが、「Stay Home」という呼びかけの理論的根拠を持てるような社会を目指し、政府や専門家と一般の人々の橋渡しの役割を担おうと考えた。

図12：【知っ得😮コロナ】【インフルエンザとの相違点】，（3月29日投稿）

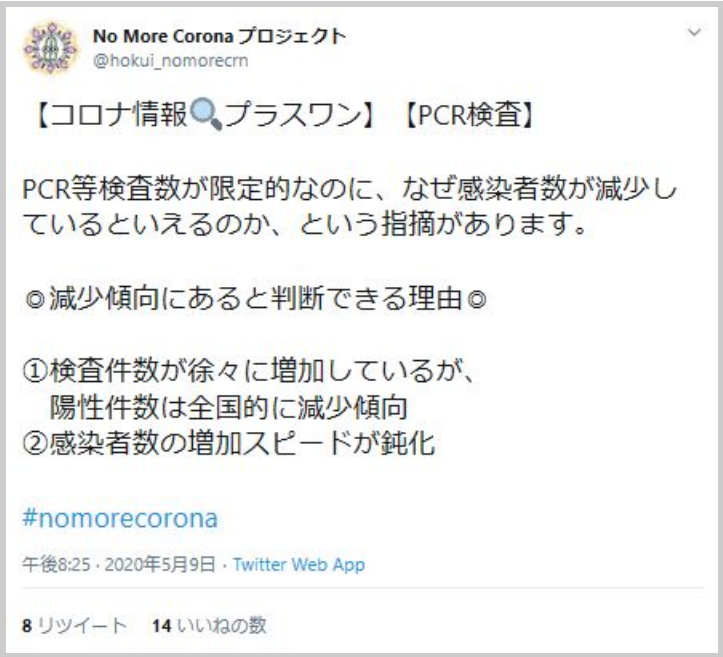
5.3.3. コロナ情報🔍プラスワン

連載期間：5月5日~

主な対象者：専門家会議の提言を自分では読むきっかけがつかめない人

概要：専門家会議の提言から、ポイントとなる情報をまとめたり、聞きなじみのない用語の解説をしたりする

主な内容：専門家会議は、感染症に関する専門家が医学的見地から感染症対策について助言する機関であるが、発表される提言は誰にでも読みやすいものとは限らない。①専門用語の多用、②平均して20ページを超える長文、が主な要因と考えられる。そこで、専門用語を解説し、内容をかみ砕いてまとめることで、一般の人が提言を自力で読む際のサポート役となることを目指した。



＊「コロナ情報🔍プラスワン」の企画名がついたのは5月5日であったが、専門家会議の提言を要約したツイートは、実際にはNMCの活動初期から投稿していた（初投稿：3月20日）

＊過去のツイートを検索する際には、企画名がついていないものや企画名の表記ゆれがあることにご留意いただきたい

図13：【コロナ情報🔍プラスワン】【PCR検査】，（5月9日投稿）

5.3.4. No More Corona なテンプレ集

連載期間：3月10日~

主な対象者：大学生

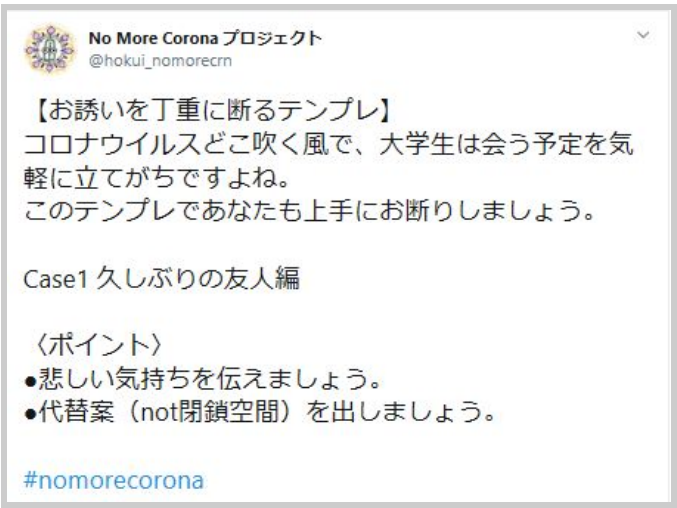
概要：感染リスクを抑えた日々のコミュニケーションを提案する

主な内容：

「No More Corona なテンプレ集」は、友人や家族との関係を壊すことなく、発想次第で感染リスクを抑えながら楽しむ方法があることを伝えたいと考え企画した。企画発案の3月上旬には緊急事態宣言が出ていたとはいえ、緊張感のない大学生が多い状況であった。そのため、周囲の人からの誘いを断りにくい雰囲気があった。一方でメディアでは若者を感染拡大の原因として取り上げていた。

そこで、感染症対策ができ、かつ人間関係を維持するための提案が必要だと考えた。事態の収束後も続く友人や家族との関係を壊さないための、また人とのつながりを保ち孤独を感じないための、新しいコミュニケーションの形が必要だった。作成にあたっては、実際のやり取りの際に参考にできるよう、大学生の生活場面に即した内容や会話を意識した。工夫次第で感染症対策と人間関係の両立が可能であることを提示した。HPには、全Caseをまとめたものを掲載している（No More Corona なテンプレ集）。

（1）お誘いを丁重に断るテンプレ



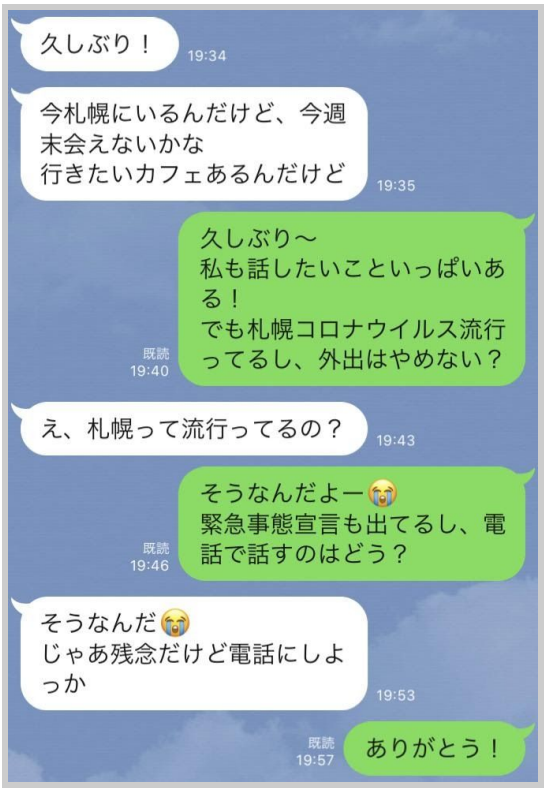


図14-15：Case1.【お誘いを丁重に断るテンプレ】，（3月10日投稿）

（2）葛藤のテンプレ

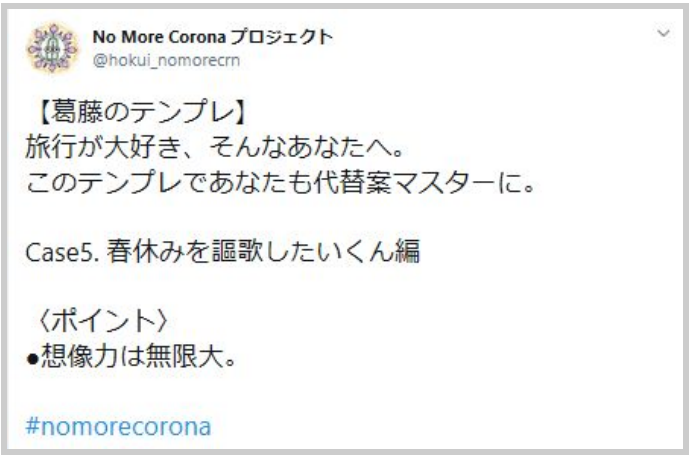


図16-17：Case5.【葛藤のテンプレ】，（3月15日投稿）

5.3.5.　春から北大🌸

【授業の延期で暇になってしまった方へ】
新入生の授業開始をGW明け頃まで延期することが検討されています。
すでに札幌に引っ越した人、札幌出身の人、暇を持て余していませんか。

北大はランニングにおすすめです。
ランニングしながら免疫力強化と北大探検しませんか。

#春から北大
#nomorecorona

午後4:02・2020年3月29日・Twitter Web App

※ランニングの際は、周囲の状況に注意してください。

令和２年度第１学期授業開始日等の変更について(3/27日更新)
(北海道大学　高等教育推進機構　総合教育部)
sougou.academic.hokudai.ac.jp/info/guidance....

午後4:02・2020年3月29日・Twitter Web App

（1）春から北大🌸

連載期間：3月27日~

主な対象者：北大の新入生

概要：感染対策をしながら新生活を楽しむ方法を提案する

主な内容：

　北大キャンパス内の散策など運動の提案を行った。感染リスクを抑えつつも、ほどよいエクササイズの実施によって、心身の健康を保ってほしいと考えた。

図18：【授業の延期で暇になってしまった方へ】，（3月29日投稿）

（2）備蓄🍙のススメ

連載期間：4月7日~

主な対象者：札幌で一人暮らしを始める北大の新入生（北大には一人暮らしの学生が多く在籍する）

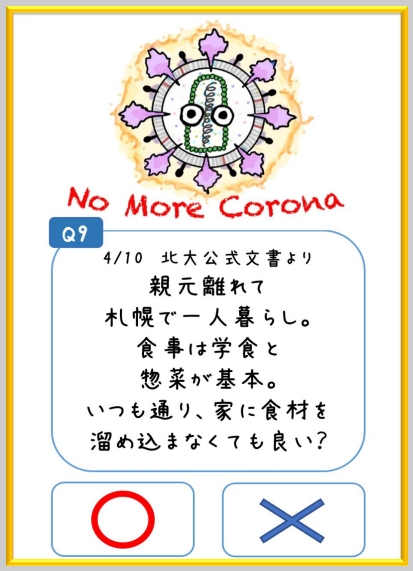
概要：新生活を始める新入生が、万が一咳や発熱などの風邪症状が出た際にも、食事の用意のために外出しなくてすむよう、数日分の備蓄を提案する

主な内容：

- **食料確保（北大の通知）**

　北大は学生向けに通知を出していたが、その中に「風邪の症状や発熱（37.5 度以上）がある場合には自宅待機としてください。一人暮らしの者は食料の数日の確保などを事前にしておくことが望ましいです。」（参照：4月10日，北大，「新型コロナウイルス蔓延を防ぐための対応について～学生の皆さまへ～」）という記述がある。加えて、感染拡大が深刻化した札幌では、できるだけ買い物に行く回数を減らすよう道知事から要請が出された（参照：4月24日，北海道，「北海道新型コロナウイルス対策 第８回本部会議 記録」）。慣れ

ない一人暮らしをしている新入生であっても、感染拡大防止のための行動が求められていた。しかし、特に引っ越しの直後には、毎日ありあわせの食事や、接触の起きる外食や学食で済ませることも多く、備蓄まで発想が至らないことも多くある。このことを踏まえ、少ない食材で、かつ自炊に不慣れな人でも簡単にできる料理のアイデアを発信することで、一人暮らしを始めた学生が備蓄の実践をする手助けになればと考えた。



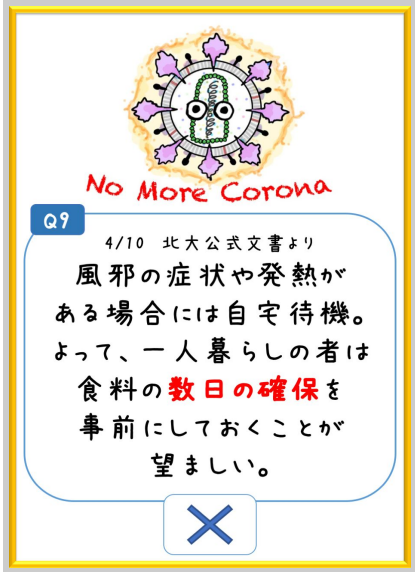


図19-20：北大公式文書クイズより　　**図21（右）：【買い物での注意点】，（5月3日投稿）**

● 新入生をメンタルヘルスの面からも応援

誰にとっても新生活は緊張からストレスが溜まりやすいものである。加えて、入学式やイベントの中止、授業開始の延期などが重なり、進学を楽しみにして、張り切っていた気持ちのやりどころに困ることもあるのではないかと考えた。そのような心理的ストレス解消の一助となるべく、QOLに直接的に関わる食生活を応援したいと考えた。その際、備蓄を楽しめるような発信となるよう心がけた。

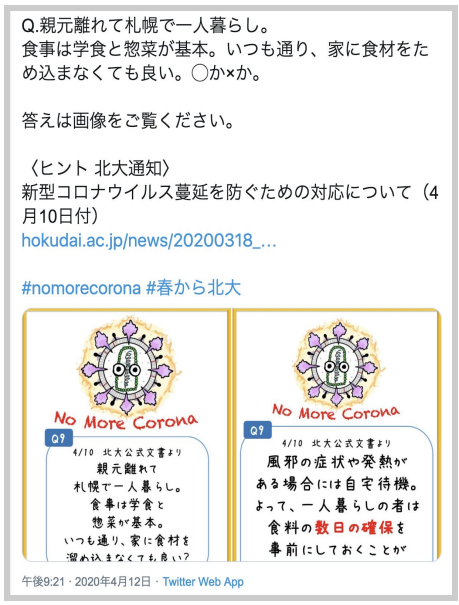


図22-24：【備蓄🏠のススメ④】，（4月12日投稿）

5.4.　投稿：その他

投稿にあたっては、テーマごとに企画名をつけたものも多くあったが（参照：5.3. 投稿：企画）、その他にも重要な投稿を数多く行なった。これらは、様々な理由により企画とはならなかったが、その時々の情勢に合わせたタイムリーな発信をするというTwitterの役割に沿ったものであった。以下に、特に意味をもつと考えられるいくつかのツイートを紹介する。

5.4.1.　多言語投稿

北大CNCの翻訳に加えて、多言語で発信されているサイトの紹介を行った。北大CNC（参照：4.3.4. 多言語配信）の項でも述べた通り、日本語で情報を得ることが容易でない人でも情報が得られるようにサポートしたいと考えた。

5.4.2.　WHO

WHOによる定例会見から、大学生に読んでほしい内容（若者に向けたメッセージや日常生活に即した具体的なアドバイス）を、要点を絞って和訳し、ツイートした。WHOが発信する情報は主に英語であり、大学生が自らアクセスするハードルは日本語の情報以上に高いものだと考えられた。

5.4.3.　北大CNC配信内容

北大CNCで配信した画像は、北大生が読むことを想定したものであった（参照：4.1.1. 概要）。しかし、Twitterにおいても同様の投稿をすることで、北大CNCのネットワークを通してリーチできなかった人へも情報を届けられる可能性があると考えられた。

5.4.4.　動画

（1）背景

北大が発表した通知の内容を北大生全員に届ける必要があるという問題意識が、NMCの活動の根本にあった。そのために、北大CNC（参照：4. 北大CNC）での画像を用いた配信や、能動的に問題を解くことでより理解されることをねらったクイズ（参照：5.3.1. 北大公式文書クイズ）に取組んだ。しかしながら、画像の発信においては、情報を流し見している可能性、クイズにおいてはリンクをクリックしてそのサイトにいかなければ解けないこと、またこれを「解く」という労力が必要になり、そもそも関心がない人には意味をなしていない可能性があった。

そこで、わかりやすいという前提はもちろんのこと、Twitterのみを受動的に見ているフォロワーであっても、内容が頭に入りやすいであろう解説動画を作成する必要があると考えた。加えて、Twitter投稿の反響分析を通して、画像などのメディアが入っているツイートは、インプレッションが高いことがわかっていた。したがって、動画という形にすることで、これまでの方法でリーチできていなかった層にアプローチできること、Twitterにおける発信力の向上が見込めることが考えられた。以上2点より、動画を作成するに至った。

（2）コンテンツ

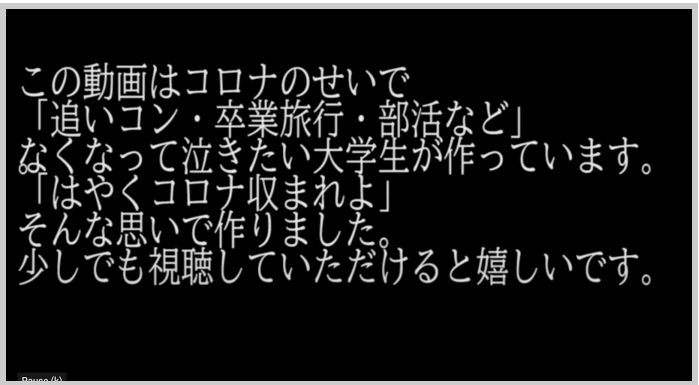
以下の通り、3つの動画を作成した。

- 第1弾：「No More Corona（ノーモアコロナ）～お誘いを丁寧に断る～」（3月12日YouTube投稿）
- 第2弾：「No More Corona（ノーモアコロナ）～モラトリアム北大生～」（3月20日YouTube投稿）
- 第3弾：「【No More CoronaなAR】~毎日できる感染症対策~」（4月25日YouTube投稿）

動画第1弾と第2弾では、それぞれ「共感」と「感染症対策」の2つのパートで構成した。動画第3弾のAR動画については、新型コロナwithARハッカソンにて制作した作品をもとに作成した。この項では、それぞれのパートの一部を紹介する。

● 共感

動画第1弾と第2弾では、大学生として同世代への共感を示すべく、動画の冒頭部分には「No More Coronaなテンプレ集」（参照：5.3.4. No More Corona なテンプレ集）を組み込んだ。



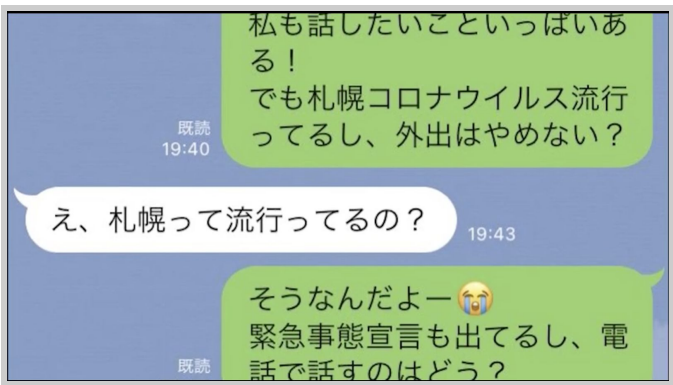


図25-26：動画第1弾の前半（左）制作者の気持ち（右）お誘いを丁重に断るテンプレ，（3月14日投稿）

図27：動画第2弾の前半 葛藤のテンプレ，（3月21日投稿）

●感染症対策

動画第1弾と第2弾では、北大公式文書の内容や、基本的なCOVID-19の感染拡大防止に関する情報を伝えるパートを、北大CNCで配信した画像の内容を元に作成した。

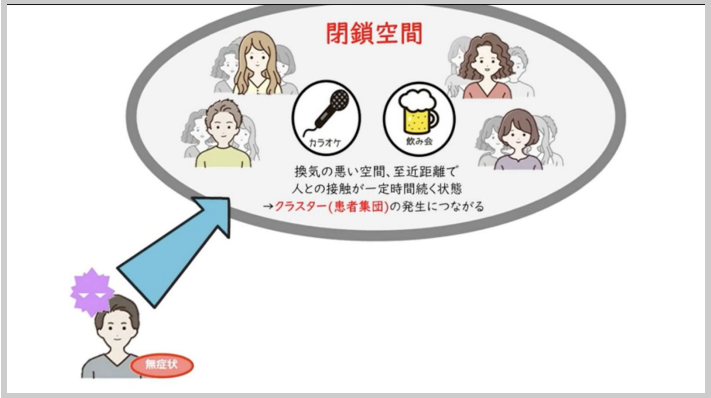


図28（左）：動画第1弾の後半 北大CNC3月3日分「3/2北大文書」

図29（右）：動画第2弾の後半 北大CNC 3月7日分「閉鎖空間って？」

● AR動画

with ARハッカソンとのイベント共催の際には、AR技術を用いた動画を一つにまとめた（参照：9.1. 新型コロナwithARハッカソン）。イベント内で制作されたAR動画を、AR技術に明るくない人でも、直感的に動画の意味が理解できる動画として再構成した。また、接触感染・マスク、ソーシャルディスタンス、手洗いの3パートに分類し、それぞれが連関するように会話形式のシーンを挿入した。

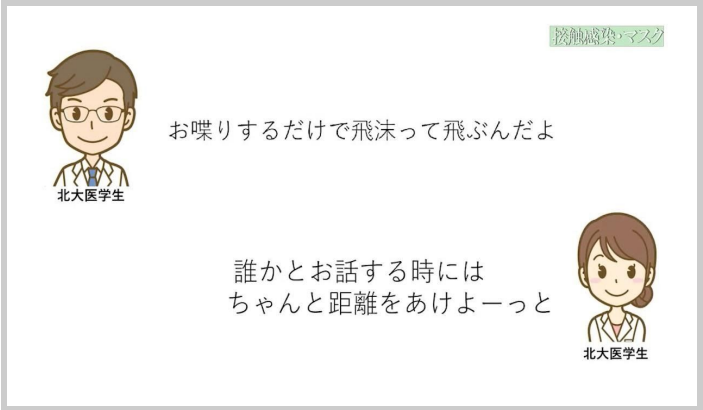


図30-31：動画第3弾のイメージ

（3）作成上の工夫

大学生が共感できるような内容を盛り込むこと、ポジティブに表現することにこだわった。また、煽りと捉えられるような誇張表現や、マイナスな印象を与える内容を避けた。COVID-19に興味のない人であっても、気軽に見られるような親しみやすい動画を目指した。技術的な観点からは、明るいBGMを採用する、Twitterでの発信のため140秒に収めるなどの工夫をした。

5.5. 考察

Twitterにおける情報発信活動について、5.5.1.では社会的意義、5.5.2.ではNMCのミッションへの寄与の観点から考察する。また、残された課題について5.5.3.で述べる。

5.5.1. 社会的意義

Twitterでの情報発信による社会的意義について、（1）活動時期、（2）発信内容、（3）各世代への社会的な影響をまとめる。

（1）活動時期

● 3月上旬の早急な発足

3月上旬は、COVID-19に関する情報量がそれ以降に比べて限定的であった。また、北海道で緊急事態宣言が出されたことで日常に何らかの変化が生じ、それまで事態を自分ごととして捉えていなかった人も危機感を感じ、COVID-19に関する情報に目を向けるようになった最初の時期であったと考えられる。このことから、3月上旬というコロナ禍早期にNMCが活動を始められたことの意義が認められる。

これは、ツイートに対する反応からも確かめられる。3月6日にNHK札幌にてNMCの活動を紹介する番組（参照：8.2. テレビ番組）が放送された。放送直後に投稿したツイートのインプレッションは、当時のフォロワー数が50人に満たなかったにも関わらず、2,500人以上のフォロワー数を得たその後のものに遜色ない。

● 3月下旬以降の活動

繰り返し述べている通り、3月下旬はメディアやSNSを中心に若者世代vs.他世代の対立が起きそうになっていた時期であり（参照：2.4.1. 背景）、若者による情報発信がより一層求められていた。このような時期にあって、Twitterがどのような役割を果たせたか考察する。

3月下旬以降は、各種メディアでの発信（参照：8. 取材）とCOVID-19に関する情報への人々の関心の高まりも相まって、フォロワーが顕著に増加し、読者層も多様化した。また、Twitter開設から5月までの2か月間、フォロワー数が一貫して増加傾向にあったことも特筆すべき点だ。

これらの結果より、NMCのスタンスに一定の理解を示し、継続的に投稿を見てくれる人がいたといえる。一定のフォロワー数を維持できたことは、発信力が重要な意味をもつ啓発活動において、NMCの活動全体に大きな意義と影響をもたらした。

（2）発信内容

本アカウントでは、全509件のツイートを行った。（5月31日23:59時点）

● 大学生目線での情報発信

Twitterでは、同世代の大学生に必要な情報を発信することはもちろん、その情報に基づいて行動することで発生しうる問題やストレスへの対処方法の提案まで行うことを心がけた。

大学生は経済的に弱い立場にあり、今後の生活へ不安を抱えている人も多い。また、大学生は感染したとしても、多くは日常生活に支障をきたさないにも関わらず、部活や行事、旅行などをキャンセルすることになり、やり場のない怒りや喪失感を覚える人も多い。そのような状況下で、長期的な感染症対策に取り組むようさらに呼びかけることは、NMCのメンバーとしても、心苦しく思うことが多々あった。

やり場のない「苦しい」と思う気持ちは、COVID-19に感染された方やそのご家族、最前線で働く方々や生活を支えるお仕事をされている方々に比べ、「取るに足らないもの」であり、そんなことで「苦しい」「辛い」などと言う資格はないと考えられがちだ。それに加えて、我慢することが美徳であるという風潮が相まって、自分たちは感情を抑えなければならないと感じている大学生が多くいた。

しかしながら、このようにやり場のない怒りや不満を無理に押さえ込むだけでは、長期的な感染症対策が難しくなる。そればかりでなく、若者の不満や疲れがたまり、社会への不信感や上の世代への不満などが世代間隔絶をうむ危険性も十分、考えられる。

NMCの活動の大きな特徴に、大学生の率直な思いに寄り添い、共感した上で、ポジティブな感情に昇華する一助となる活動をしたことが挙げられる。これは、COVID-19に関する情報を発信している媒体は多くある中で、NMCが果たせた重要な役割の1つであると考えられる。

この意義を体現しているツイート2つと、企画「No More Corona なテンプレ集」を紹介する。

まず、ツイートについては、奨学金制度（図32）とメンタルケアの指針紹介（図33）は、それぞれNMCの5月20日までの投稿におけるインプレッションが高い順で2位、7位となっており（参照：添付資料3）、特に反響が大きかった。「大学生にとって必要な情報」をまとめたものが、多くの人に届いたといえる（表3）。

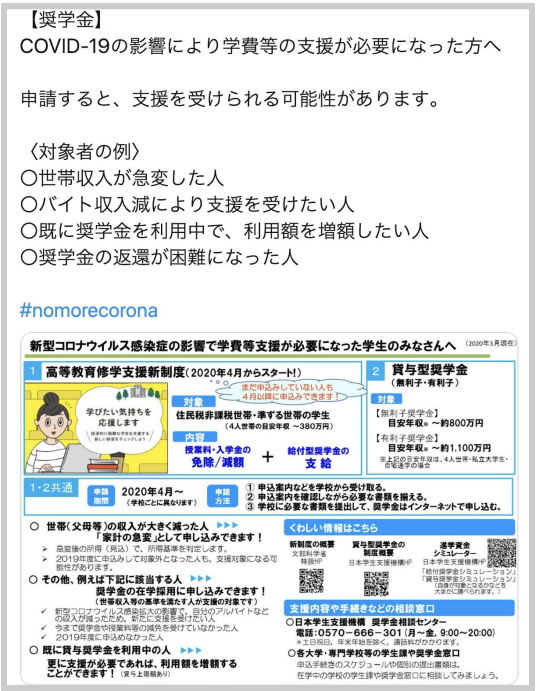


図32：【奨学金】，（4月12日投稿）

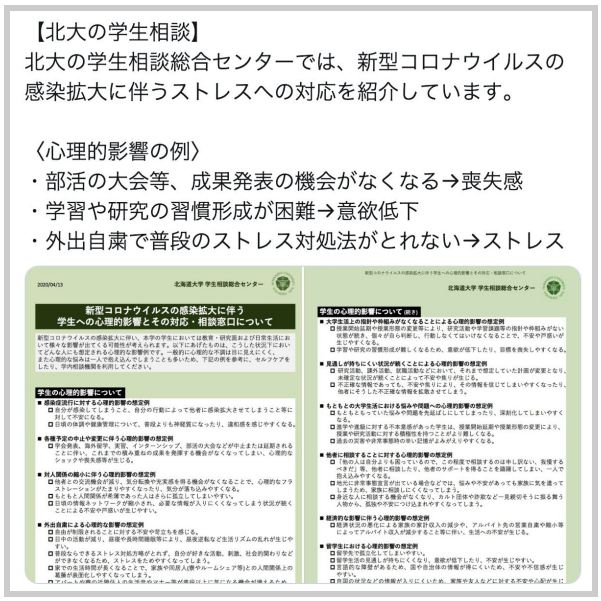


図33：【北大の学生相談】，（4月14日投稿）

表3：大学生に必要な情報のツイート例のデータ

全体順位	ツイート内容	投稿時間	インプレッション	エンゲージメント	エンゲージメント率	リツイート	返信	いいね	メディアのエンゲージメント
2	奨学金	4/12 19:54	45,332	2,682	5.92%	194	2	144	1,715
7	メンタルヘルス	4/14 17:01	16,419	758	4.62%	28	2	40	447

＊「奨学金に関する情報ツイート（全体2位，4月12日投稿）」に対して、45,332件のインプレッション、12,846件のエンゲージメントがあった。これには、投稿日が日曜日であったことに加え、BuzzFeed Japan（参照：8.3. ネット記事）にてNMCを紹介する記事が掲載された日であったことも反響を大きくした一因として考えられる。

次に、「No More Corona なテンプレ集」について述べる。本企画は、大学生の思いに共感した上で、ポジティブな感情に変換するという目的を持ったものだった（参照：5.3.4. No More Corona なテンプレ集）。下記のように、本企画の上位3つは、ツイート全体の中でも反響が高かった（表4）。このように数字が高い要因としては、メディアでの紹介（参照：8.3. ネット記事）なども考えられる。多くのメディアに取り上げられ、関心を集めたことからも、大学生が抱えているやりきれない思いを言語化し、同時にその対処法の提示まで行うこの企画は、社会的にも意義のあるものだったといえる。

表4：「No More Corona なテンプレ集」上位3ツイートのデータ

全体順位	ツイート内容	投稿時間	インプレッション	エンゲージメント	エンゲージメント率	リツイート	返信	いいね	メディアのエンゲージメント
3	【テンプレ⑤】葛藤	3/15 20:25	29,325	24,103	82.19%	47	0	72	12,981
11	【テンプレ⑨】母	3/19 20:10	13,056	2,187	16.75%	25	1	31	1,861
13	【テンプレ④】素敵な旅行	3/13 20:07	12,062	2,200	18.24%	17	2	30	1,738

● 情報を簡潔にまとめた発信

大学生にとって必要な情報、共感の持てる内容を発信できた意義については先述したが、発信する情報の信頼性にも細心の注意を払った。例えば、専門家会議の発表する提言には、最新の情報や国民へ向けたお願いが掲載されていることから、一読すべきものである。しかしながら、この提言は数十ページにわたり、全てを確認することは容易ではない。

したがって、少なくともこれだけは大学生にも確認して欲しいという内容をNMCが厳選し、ツイートの形でまとめて発信したことは、意義があると考える（図34）。このことは、数字からも確認できる。特に、北海道での緊急事態宣言が終了した直後の発表の要旨は、画像や動画などのメディアが含まれないにもかかわらず反響が大きかった（表5）。

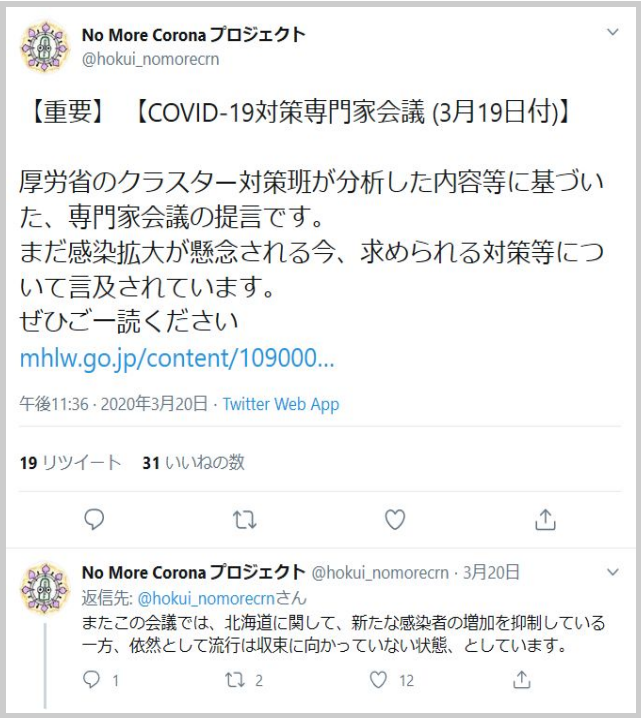


図34：【重要】【COVID-19対策専門家会議（3月19日付）】，（3月20日投稿）

表5：「専門家会議」ツイートのデータ

全体順位	ツイート内容	投稿時間	インプレッション	エンゲージメント	エンゲージメント率	リツイート	返信	いいね
33	【専門家会議】3/19-1	3/20 14:36	7,397	335	4.53%	19	1	31

（3）各世代への社会的な影響

● 若者への励まし

実際に、3月から4月にかけて、「社会に迷惑をかけている学生」という内容が繰り返し報道され、若年層の意識の低さが批判の対象となっていた。一方、実際に自粛をしている人は、外の目に触れないだけにわかりづらく、若年層がひとまとめに批判の対象になっていることに、より一層苦しい思いを抱えていた。NMCの活動は、このように、問題意識を持って自分なりに行動している人の心の支えになった面があったと期待する。

● 若者への社会からの視線の緩和

また、NMCの活動は、微力ながらも「大学生はCOVID-19の感染制御に対して、無症状である故に無関心だ」という世間のネガティブなイメージを払拭することにつながったと考えられる。

その具体例として、発信内容だけではなく「若者が行動している」という事実に対する反響を紹介する（表6）。HPのトップページにも掲載している「私たちにできること」のポスターには、特に目新しい情報はなかったといえる。それにもかかわらず、これを紹介したツイートの反響は大きく、このポスターが高校で配布

されていた、という旨のツイートもみられた。「若者が発信していること」に社会的意義を感じている方が一定数いたと考えられる（図35）。

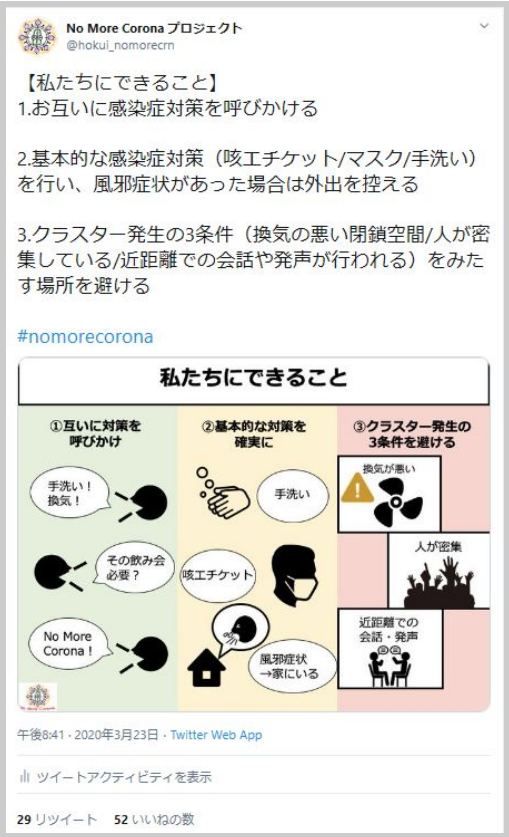


図35：【私たちにできること】，（3月23日投稿）

表6：【私たちにできること】ツイートのデータ

全体順位	ツイート内容	投稿時間	インプレッション	エンゲージメント	エンゲージメント率	リツイート	返信	いいね	メディアのエンゲージメント
15	私たちにできること	3/23 20:41	10,238	480	4.69%	28	1	53	309

5.5.2. NMCのミッションへの寄与

本章では、Twitterにおける情報発信活動が（1）メッセージの発信、（2）フィードバックの場としてNMCのミッションへどのように寄与したか考察する。

（1）メッセージの発信

特に北大CNCでの配信活動の終了後も、毎日継続して活動していることを社会に提示できたことは大変意義があると考えられる。この点で、Twitterは、3月下旬以降のNMCの活動における活動の大きな柱となった。

加えて、COVID-19に関する情報を発信する一団体として、NMCが毎日Twitterの更新を続けること自体が、「状況は予断を許さない」というメッセージになった。

（2）フィードバックの場

反響を得られたことは活動の振り返り（参照：5.2.3.　振り返り）に大きく貢献した。情報発信をする以上、プロジェクトとして届けたい情報と、実際に届けられた情報や読み手が必要としている情報に乖離がないことを確かめる必要がある。そのため、本プロジェクトは、HPのお問い合わせフォームやTwitter上の質問フォームの設置、メールアドレスの開設などを行った。これらの窓口には、正式な依頼や熟考された質問が多く寄せられ、活動の方向性を検討する上で大きな役割を果たした。

しかしながら、発信内容や取材記事に対する感想・意見などを読者が手軽に発信できる場としては、Twitterがより適していたと考えられる。実際に、率直なご感想やご意見、ご指摘が多く寄せられた。特に、NMCの発信が実際に届いているのか、活動への反響がどのようなものか、他の手段に比べて直接的に把握できた。例えば、6.5.1.（3）で述べたように、「私たちにできること」のポスターが高校で紹介されていることをNMCが知ることができたのは、Twitterという媒体が、思ったことをすぐに発信できる性質のものだったからだろう。読み手からの反響は、前述のとおり活動の振り返りに役立っただけでなく、メンバーの活動に対するモチベーションの維持にもつながった。

5.5.3.　課題

本章では、Twitterにおける情報発信活動を通した課題について、（1）同世代へのアプローチ、（2）反響のばらつきの2点をあげて言及する。

（1）同世代へのアプローチ

Twitterのフォロワーには、自己紹介欄に大学生と記入している人が一定数いたものの、その割合はフォロワー全体の過半数にも満たなかった。Twitterのフォロワーに関する情報を正確に集めることは難しいが、大学生に情報を十分に届けられていない側面があったと考えられる。

大学生には日本語を母語としない学生も含まれる。多言語での情報が特に不足していた3月上旬において、NMCでは、前述のとおり、情報弱者になりがちな人にも情報を届けたいと考えて多言語での情報を発信したが（参照：5.4.1.　多言語投稿）、これはNMCのミッションではないことから、活動のメインになりえなかった。基本的に日本語でしかツイートをしていないアカウントのフォローをしないことは当然の結果であり、NMCのスタンスから致し方なかったと考える。

（2）反響のばらつき

公的情報の要約ツイートにも、大学生の晴れぬ心を昇華するツイートにも、発信回数、推敲時間の双方の点で分け隔てない愛を注いだ。これは、どちらの情報も同程度に重要であるという認識に基づく。真心をこめて丁寧に作ったため、読み手の信頼を一定程度得られたが、その上での反響の程度に関しては、多くの人にとって関心が高い内容であるかによって差が生まれた。

例えば、厚生労働省やWHOなどが発信する情報には、若者に向けたメッセージ、日常生活に即した具体的なアドバイスなども含まれており、非常に重要である。しかしながら、それらをまとめたツイートは、「No More Corona なテンプレ集」等の大学生の気持ちに寄り添う内容の企画と比較し、相対的にインプレッションが低くなる傾向にあった（表7）。他にも、専門性が高い内容の解説もした「知っ得😮コロナ」では、インプレッション3000件以下（全体180位以下）のものが全33ツイート中16ツイートと約半数にのぼった。潜伏期間について（全体190位,3月16日投稿）、実効再生産数について（全体347位,3月15日投稿）のツイートなどは、上位のものと同程度に重要な話題にも関わらず、インプレッションは低かった。

これらの事実は、公的機関や専門性が比較的高い内容を、大学生に共感した内容のものと同じ程度に親しみやすい印象に表現することが、必ずしも成功していなかったことを示唆している。

表7：反響が相対的に低い傾向にあった分野のツイート例のデータ

全体順位	ツイート内容	投稿時間	インプレッション	エンゲージメント	エンゲージメント率	リツイート	返信	いいね	メディアのエンゲージメント
50	【WHO】心の健康のために	3/31 23:04	6,030	297	4.93%	42	1	67	1,389
51	【WHO】若者の皆さまへ	3/22 23:14	5,984	238	3.98%	21	1	37	390
113	アルコール消毒（70%）	3/27 07:07	3,798	101	2.66%	12	1	15	1,389
127	布マスク洗い方	4/17 09:20	3,537	98	2.77%	7	1	13	390
162	若者向け動画	4/8 09:29	3,138	36	1.15%	5	0	5	339

なお、Twitterの反響に関する詳細な分析と全データは、それぞれ別添資料3・別添資料4に掲載している。

（文責：依田）

6.　ホームページ

6.1.　背景

NMC設立当初の情報発信の対象は北大生であった。しかし、感染症対策に関して意識を持ってもらいたい対象は、北大生に限らなかった。また、短い文章だけではなく、丁寧に説明すべき内容も、発信したいと考えた。そこで、誰もが情報にアクセスできるよう、3月2日にHPを立ち上げた。

6.2.　HP運営のスタンス

HPはNMC全体のスタンス（参照：2.5. スタンス）に準拠してコンテンツを作成した。HPに掲載している記事は、時間が経っても事実関係が変わらないであろう情報を必要最小限に絞って作成した。記事を作成する際には、COVID-19に関心がない人でも読みやすい体裁を目指した。そのために、誤情報とならないよう注意を払いながら、文量を最小限にすること、分かりやすい画像を入れることの2点を意識した。

また、HPには、NMCで行なった活動を掲載した。これにより、NMCの活動を対外的にアピールするようにした。

6.3.　HPのコンテンツ

前述のとおり、HPは感染症対策にあたり必要最低限の情報をまとめたプラットフォームとなることを目指した。よって、トップページから各情報にすぐにアクセスできるよう工夫した。以下に、トップページに掲載されているコンテンツを、上から順に列挙する。各コンテンツの内容については、HPを参照されたい。

- 私たちにできること
- 記事
- Twitter
- YouTube
- 北大CNC
- 外部サイト紹介
- No More Corona プロジェクトとは？

6.4. 掲載した記事

作成した記事は以下の5つである。

表8：記事一覧

記事のタイトル	作成日時	説明
No More Corona ! 私たち若者こそが感染制御の要だ！	3月2日	若者が接触を控える意義を数理モデルを用いて、かみ砕いて説明した。
COVID-19流行ってるけど、 この行動っていいの？だめなの？	3月7日	感染症コンサルタントの岸田直樹医師に感染リスクの高い行動、低い行動を伺った。
今、感染拡大をくい止めたい理由	3月9日	感染拡大をくいとめる意義を厚生労働省の画像を基に説明。また、クラスター対策の可能性についても言及した。
クイズでNo More Corona 4/10 北大公式文書編	3月9日	3月2日付の北大通知の内容をクイズにした。通知が更新され次第、引用を変更した。
COVID-19対策基本編 （咳エチケット・マスク・手洗い）	3月14日	基本的な感染症対策を説明。また、マスクには予防の意味はあまりなく、拡散防止に意味があることを解説した。

6.5. 考察

この項では、HPのアクセス数を見ることで、どの層にHPの記事が読まれ、どの記事に興味を持たれたか分析する。また、それらを踏まえて、HPがNMCの活動の中でどのような役割を果たしたか考察する。

6.5.1. 年代別のアクセス

「Google Search Console」を用い、3月9日~5月31日の間にHPを訪れたユーザーのうち、年齢が分かる人を集計した（全体の一部）。月別にまとめたデータは以下の通りである（表9）。

表9：3/9~5/31までの年代別ユーザー数

期間(2020年)	3/9~3/31	4/1~4/30	5/1~5/31	3/9~5/31（全期間）
18~24歳	453(6.47%)	1,609(6.57%)	384(5.11%)	2436(6.29%)
25~34歳	1,771(25.28%)	5,131(20.95%)	1,375(18.31%)	8,155(21.06%)
35~44歳	2,009(28.68%)	7,262(30.47%)	2,322(30.92%)	11,741(30.33%)
45~54歳	1,431(20.43%)	4,328(17.67%)	1,175(15.65%)	6,881(17.77%)
55~64歳	733(10.46%)	2,779(11.34%)	929(12.37%)	4,414(11.40%)
65歳以上	608(8.68%)	3,186(12.99%)	1,325(17.64%)	5,089(13.14%)

全期間を通し、NMCのサイトを閲覧する年齢層は、35~44歳がもっとも多く、次いで25~34歳であった。NMCがターゲットとしてきた同世代の18~24歳の層は、もっともアクセスの割合が少なかった。

3月中旬の時点でこのことは判明しており、より効果的に同世代の人に情報を届けるため、より若年層が利用していると想定されるTwitterでの情報発信活動に力を入れることとした。

6.5.2. ページごとのアクセス数

表10は、NMCの活動全期間におけるページごとのページビュー数である。

最も読まれたページは、岸田直樹医師にCOVID-19に関して感染リスクの高い行動、リスクの低い行動を伺った「COVID-19流行ってるけど、この行動っていいの？だめなの？」であった。「with コロナ」などの言葉がまだなく、感染リスクの高い行動のみを挙げて注意喚起をするメディアが多かった中、感染リスクの低い行動についても言及し、感染リスクを抑えつつも暮らしていける方法の提案をした。この記事のみは、5月に入ってからも継続的なアクセス数があり、多くの人の関心に応える内容であったと考えられる。

3番目にページビュー数が多かったページは、Twitterでの企画をまとめた「No More Corona なテンプレ集」であった。この企画は特にメディアから注目される企画であったが、ページビュー数が多い直接的な理由はBuzzFeed Japanの記事に取り上げられたことである。この記事はYahoo!ニュースに掲載されたことも相まって特に反響が大きく、記事内で紹介されたページのリンクからの流入が多くあった。

4番目にページビュー数が多かったのは、「No More Corona！私たち若者こそが感染制御の要だ！」であった。この記事は、NMCが活動を始めて最初にHPに掲載した記事である。当時、若者が感染を拡大させている可能性が指摘され、若者同士の接触を控えるよう呼び掛けられていた。しかし、なぜ若者同士の接触を控えれば、他の世代への感染拡大も抑えられるのか説明されておらず、疑問に思う人が多かったと考えられる。その

ため、この記事では、単純化した数理モデルを用いてその解説を行なった。この記事によって、多くの人が持つ疑問に答えられたと考える。

表10：ページビュー数の多い上位7ページ

全体順位	記事のタイトル	ページビュー数
1	COVID-19流行ってるけど、この行動っていいの？だめなの？	82,271
2	HPトップ	72,812
3	No More Corona なテンプレ集	62,612
4	No More Corona！私たち若者こそが感染制御の要だ！	16,262
5	今、感染拡大をくい止めたい理由	4,736
6	COVID-19対策基本編（咳エチケット・マスク・手洗い）	4,202
7	クイズでNo More Corona 4/10 北大公式文書編	4,202

6.5.3. NMCにおけるHPの意義

HPを立ち上げることで、NMCの活動内容、発信内容を見つけられるようにした。その結果、NMCの活動を広めたいと思ってくれる方がNMCのHPのURLを紹介したり、HP内のコンテンツを利用して感染症の啓発活動を行う助けになれたりすることができた。また、同世代のCOVID-19に関心のある人たちが私たちのHPを見つけ、彼ら彼女らが活動を始めるきっかけにもなれたと考えている。

残念ながら、NMCが主な情報発信の対象とする18~24歳の年齢層にはHPはあまり見られていなかった。しかしながら、HPを立ち上げたことで記者にNMCの活動を見つけてもらい記事にしてもらったことで、間接的に若い年代にNMCの活動を知ってもらう事ができ、感染症対策の呼びかけが行えたのではないかと考える。

また、公開したHPの記事は3月の中旬までに作り上げていた。この時期には、COVID-19に関する情報は不確かで不安を煽る内容のものが多く注目されていた。そのようなタイミングに、改めて取り組むべき感染症対策についてまとめた記事を作成できたことは有意義であったのではないかと考える。

（文責：朝倉）

7.　北大内での活動

7.1.　大学図書館での掲示

北大付属図書館北図書館（以下、北図書館）より、「HPで公開されている北大CNCで配信した画像を、北図書館でもポスター掲示したい」というお話を3月下旬にいただいた。これは、当時NMCが抱えていた課題感（参照：4.4. 考察）や社会的背景（参照：2.4.1. 背景）を解決できる機会であり、ありがたいお話であった。

掲示内容は、北大CNCにて配信した画像のうち、「行動基本編」「北大の対応1・2」「Caution!」「閉鎖空間」「北海道モデル」の6種類である。また、日本語（ふりがな付）、英語、中国語の3言語をそれぞれ用意した（図36-37）。北大CNCで配信した時から情報や参考資料が更新されているものは、適宜最新のものに変更し、また参考資料へすぐにアクセスできるよう、それぞれQRコードを添付した。情報が古くなれば図書館と相談の上、随時ポスターの張り替え・差し替えを行なっている（執筆している2020年6月7日時点では「北海道モデル」は取り下げられている）。

現在、図書館は一部開館の対応をとっているため、当初の目的は達成されていないといえる。ただ、掲示の期間は2020年度末までを予定しており、今後図書館が全面的に開館した際に多くの学生に読んでもらえることを期待する。

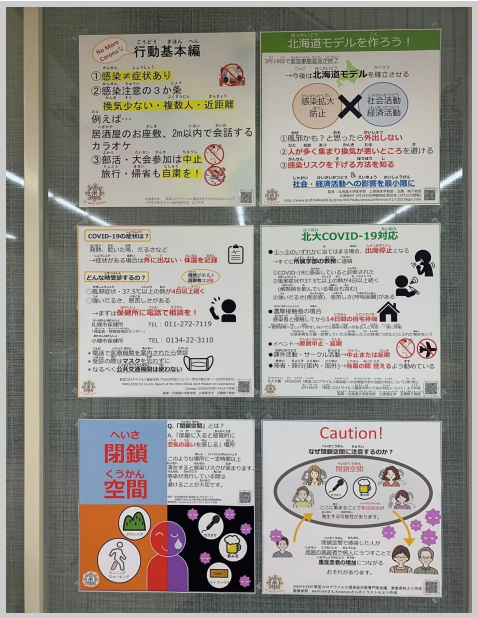


図36-37：北図書館での掲示（写真提供は北図書館）

＊NMCが提供した画像データを北図書館が約50㎝四方の紙に印刷し、掲示している
＊当初は2階のアクティブラーニングスペースに掲出していたが、現在この場所は閉鎖中のため、開放されている別の場所に掲示場所を移している

7.2.　ELMSでの配信

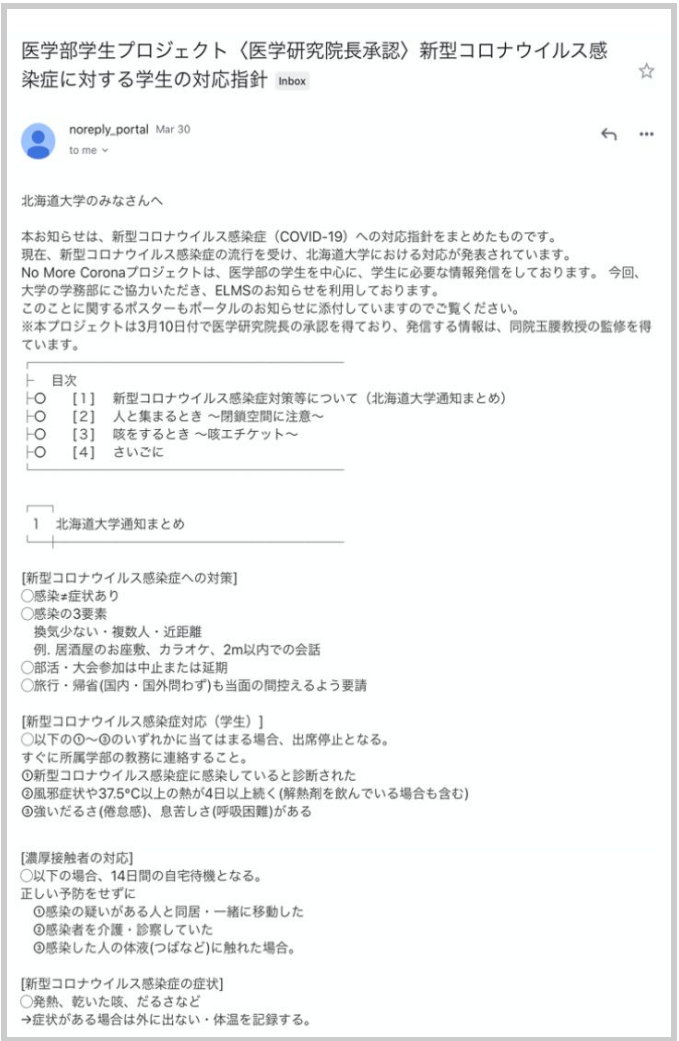
一人でも多くの北大生に情報を届けようと「ELMS」を用いた配信を3月30日に行った。その際、吉岡充弘医学研究院長に配信の承認をいただいた。

「ELMS」とは、北海道大学の教職員や学生が利用する教育情報システムのことであり、大学からのお知らせ等を利用者に届ける機能がある。

ELMSを通し北大からの通知がすでに文書形式で配信されていたが、テキストだけのものであった（ELMSは画像の送信ができず、テキストメッセージのみに対応）。そのため、文章を読みたくないと感じる学生は文書を読んでおらず、内容を把握していないことが予想された。そこで、文面の作成にあたり、テキストだけであっても情報が簡単に読み取れるよう、以下の4点を工夫した。

● メールのタイトルに「医学部学生プロジェクト」「〈医学研究院長承認〉」と記載し、発信者を明示また北大医学部のご協力のもと配信していることを示した
● 信頼性の確保のため、本文中に「チームの活動は3月10日付で医学研究院長の承認を得ており、発信する情報は、同院玉腰教授の監修を得ています」と記した
● 目次を入れ、概要を把握、読みたい情報の検索に役立つようにした
● 強調したい部分に「＿（アンダーバー）」や「◯（まる）」などを使い、ある程度の長さのメールであっても、読み手が情報を探し出せるようにした

以下に、実際に配信された文面を掲載する（図38-39）。



医学部学生プロジェクト〈医学研究院長承認〉新型コロナウイルス感染症に対する学生の対応指針 Inbox

noreply_portal Mar 30
to me

北海道大学のみなさんへ

本お知らせは、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）への対応指針をまとめたものです。
現在、新型コロナウイルス感染症の流行を受け、北海道大学における対応が発表されています。
No More Coronaプロジェクトは、医学部の学生を中心に、学生に必要な情報発信をしております。 今回、大学の学務部にご協力いただき、ELMSのお知らせを利用しております。
このことに関するポスターもポータルのお知らせに添付していますのでご覧ください。
※本プロジェクトは3月10日付で医学研究院長の承認を得ており、発信する情報は、同院玉腰教授の監修を得ています。

目次
[1] 新型コロナウイルス感染症対策等について（北海道大学通知まとめ）
[2] 人と集まるとき ～閉鎖空間に注意～
[3] 咳をするとき ～咳エチケット～
[4] さいごに

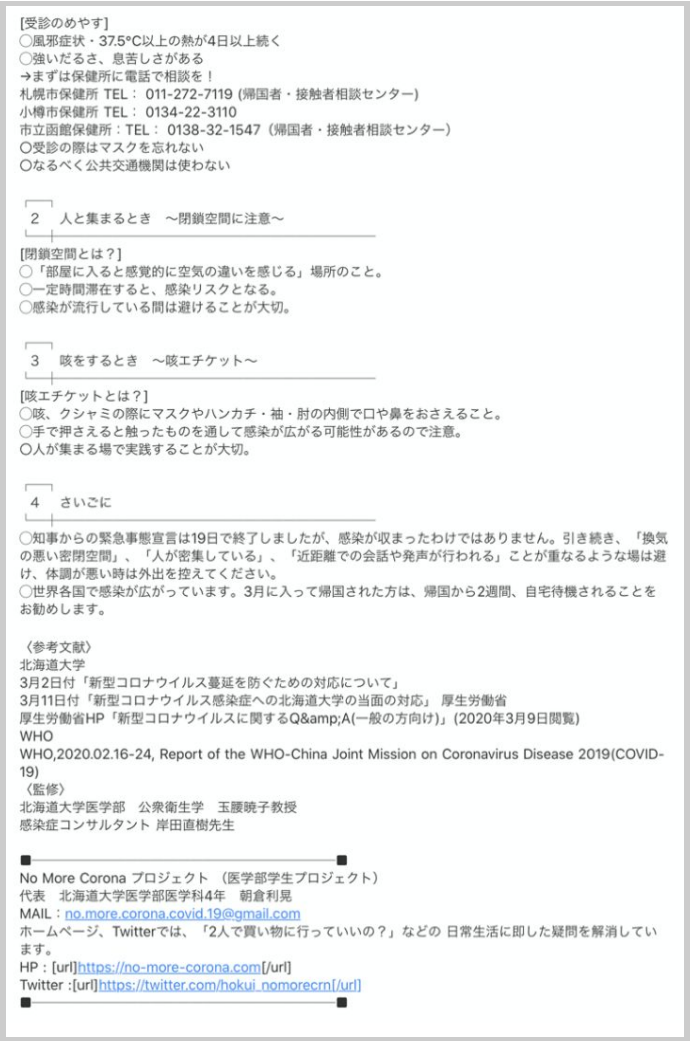
1 北海道大学通知まとめ

[新型コロナウイルス感染症への対策]
○感染≠症状あり
○感染の3要素
換気少ない・複数人・近距離
例. 居酒屋のお座敷、カラオケ、2m以内での会話
○部活・大会参加は中止または延期
○旅行・帰省(国内・国外問わず)も当面の間控えるよう要請

[新型コロナウイルス感染症対応（学生）]
○以下の①～⑨のいずれかに当てはまる場合、出席停止となる。
すぐに所属学部の教務に連絡すること。
①新型コロナウイルス感染症に感染していると診断された
②風邪症状や37.5°C以上の熱が4日以上続く(解熱剤を飲んでいる場合も含む)
③強いだるさ(倦怠感)、息苦しさ(呼吸困難)がある

[濃厚接触者の対応]
○以下の場合、14日間の自宅待機となる。
正しい予防をせずに
①感染の疑いがある人と同居・一緒に移動した
②感染者を介護・診察していた
③感染した人の体液(つばなど)に触れた場合。

[新型コロナウイルス感染症の症状]
○発熱、乾いた咳、だるさなど
→症状がある場合は外に出ない・体温を記録する。



[受診のめやす]
○風邪症状・37.5°C以上の熱が4日以上続く
○強いだるさ、息苦しさがある
→まずは保健所に電話で相談を！
札幌市保健所 TEL： 011-272-7119 (帰国者・接触者相談センター)
小樽市保健所 TEL： 0134-22-3110
市立函館保健所：TEL： 0138-32-1547（帰国者・接触者相談センター）
○受診の際はマスクを忘れない
○なるべく公共交通機関は使わない

2 人と集まるとき ～閉鎖空間に注意～

[閉鎖空間とは？]
○「部屋に入ると感覚的に空気の違いを感じる」場所のこと。
○一定時間滞在すると、感染リスクとなる。
○感染が流行している間は避けることが大切。

3 咳をするとき ～咳エチケット～

[咳エチケットとは？]
○咳、クシャミの際にマスクやハンカチ・袖・肘の内側で口や鼻をおさえること。
○手で押さえると触ったものを通して感染が広がる可能性があるので注意。
○人が集まる場で実践することが大切。

4 さいごに

○知事からの緊急事態宣言は19日で終了しましたが、感染が収まったわけではありません。引き続き、「換気の悪い密閉空間」、「人が密集している」、「近距離での会話や発声が行われる」ことが重なるような場は避け、体調が悪い時は外出を控えてください。
○世界各国で感染が広がっています。3月に入って帰国された方は、帰国から2週間、自宅待機されることをお勧めします。

〈参考文献〉
北海道大学
3月2日付「新型コロナウイルス蔓延を防ぐための対応について」
3月11日付「新型コロナウイルス感染症への北海道大学の当面の対応」 厚生労働省
厚生労働省HP「新型コロナウイルスに関するQ&A(一般の方向け)」(2020年3月9日閲覧)
WHO
WHO,2020.02.16-24, Report of the WHO-China Joint Mission on Coronavirus Disease 2019(COVID-19)
〈監修〉
北海道大学医学部　公衆衛生学　玉腰暁子教授
感染症コンサルタント 岸田直樹先生

No More Corona プロジェクト （医学部学生プロジェクト）
代表　北海道大学医学部医学科4年　朝倉利晃
MAIL：no.more.corona.covid.19@gmail.com
ホームページ、Twitterでは、「2人で買い物に行っていいの？」などの 日常生活に即した疑問を解消しています。
HP：[url]https://no-more-corona.com[/url]
Twitter :[url]https://twitter.com/hokui_nomorecrn[/url]

図38-39：ELMSで配信されたNMC作成のメール，（3月30日）

7.3. 考察

大学図書館とELMSでの発信について考察する。NMCは、3月初旬より北大CNC（参照：4. 北大CNC）にて北大生に向けた情報発信をしてきた。加えて、若者が情報収集によく利用していると考えられるTwitter（参照：5. Twitter）の運用もしていた。ただ、前述のように北大 CNCでの北大生へのリーチ率は概算で学部生全体の半分であり、Twitterは必ずしも北大生に届いているとは言えない状況であった。しかしながら、社会的なニーズはより高まり、大学生への情報発信は必要性が増していた（参照：2.4.1. 背景）。

北図書館、ELMSのどちらの活動も、NMCへの信頼性を補い、より多くの北大生にリーチでき、そのタイミングが最適なものであったと考えられる。

7.3.1. 信頼性

信頼性の面において、北図書館とELMSでの発信は、とても意義深いものであった。感染拡大の渦中にあって、COVID-19に関する情報はとてもセンシティブであったため、活動にあたってはプロジェクトの信頼性を広く獲得することが肝要であった。

情報の読み手は、大学で掲示されるポスターを、良くも悪くも信頼性の担保されたものだと認識するだろうと考えられる。ELMSにおいても同様のことがいえる。北大が運営する連絡網を用いてNMCが情報発信を行ったことで、対外的には北大の協力が得られていると捉えられ、信頼性の問題が多少は緩和されたと考えられる。

7.3.2. 北大生へのリーチ

前述のとおり、北大CNCやTwitterを利用した当時の情報発信には、リーチできる層に偏りがあり、特にELMSのメーリングリストにまだ未参加であった2020年度新入生に対しては、ほとんどリーチできていない状況であった。

北図書館は、学内で2番目に大きい図書館であり、多くの学生が利用する。また学部1年生が利用する講義棟に隣接されていることもあって、新入生も多く利用する。そのため、多くの学生に届く絶好の機会であった。また、ELMSを通しては、3月2日付で北大からの通知が文書形式で配信されていたが、見やすさを工夫したメールを、同じ北大生のNMCが改めて配信することには大きな意味があった。大学からの発信は、学内の学生のみならず、他大学やひいては社会全体に向けてのメッセージにもなりうる点で意義深いといえる。ただ、全学生に対して、大学からのメッセージは必ずしも最も効率的に届くものではない可能性がある。メンバーが北大生であるNMCからの発信は、同じ北大生からの発信ということで、その点を補えるものであったといえる。ELMSは全北大生に向けて配信されるもので、図書館での掲示以上に学生の目に触れる機会となった。

7.3.3. 活動時期

時期については、北図書館、ELMSのどちらも結果的に良いタイミングであった。北図書館での掲示は、新1年生が来札する4月初旬に始まった。また、ELMSでの配信が決まった当時は新学期の開始が4月6日に予定されていたため、新学期開始に伴いELMSへのアクセス機会の増加が予想された。実際には4月15日以降に始業を延期した学部が多かったが、授業開始時期に関する情報をELMSを通して確認する北大生が増えたと考えられる。

よって、北図書館への掲示、ELMSでの情報発信は、信頼性という活動当初からの課題が解決されるだけでなく、方法・時期との相乗効果により、多くの学生に情報が届く結果まで得られた。

（文責：比嘉）

8.　取材

8.1.　新聞

● 4月6日：共同通信執筆，毎日新聞掲載，「新型コロナ　『私たちが感染制御の鍵』　北大医学生、同世代に情報発信」
● 4月10日：北海道新聞どうしん電子版，「ノーモアコロナ『若者が要』北大生が発信　旅行やカラオケ、注意喚起」
● 4月13日：朝日新聞，「感染予防の若者向け情報、北大医学部生らネットで発信」
● 4月25日：北海道新聞，「同世代に感染予防を訴える北大医学部生　朝倉利晃さん」
● 5月12日：朝日新聞，「北大生、若者向けにコロナ情報を発信　５人でカラオケしていいの？／袋菓子を３人で分けていい？」

8.2.　テレビ番組

● 3月6日19時30分~：NHK札幌，北海道クローズアップ 「追跡 新型ウイルス ～”緊急事態宣言”の波紋～」
NMC始動の経緯、目的、活動内容の紹介が4分半にわたり放送された。また、メンバーが活動への思いを語ったインタビューや、北大発表の文書を元にNMCが画像を作成し、北大CNCに配信する様子が紹介された。

● 3月27日15時49分~：TBSテレビ，Nスタ
若者が感染拡大の一因ではないかとするニュースの中で、大学生自らがプロジェクトを立ち上げて活動していることが取り上げられ、No More Corona なテンプレ集「卒業旅行に行きたい学友編」が紹介された。放送時間は2分であった。

● 4月14日9時50分~：フジテレビ，ノンストップ！
学生目線で「楽しい感染症対策」をテーマに情報発信をしている活動の様子が、2分にわたり放送された。「遊びに誘われた時に、関係を壊すことなく断る方法」として、No More Corona なテンプレ集「久しぶりの友人編」が紹介された。

● 5月15日18時10分~：NHK札幌，ほっとニュース北海道「JIMOTO自慢」
地元・札幌で「必要な情報を届ける大学生」として3分にわたり放送された。NMCがオンライン会議をしている様子、作成した画像、No More Corona なテンプレ集「久しぶりの友人編」が紹介された。「厳しい状況の中でも、日々の生活を少しでも充実させてほしいという願いが込められていました」（実際の放送より文字起こし）

8.3. ネット記事

● 3月10日：いいね！Hokudai，「北大生が発信『No More Corona』」
● 3月17日：Yahoo!ニュース（Yahoo! JAPAN運営），「『コロナって若者に関係あるの? ボクたちの行動が鍵を握る』北大医学部生がSNSで同世代に呼びかけ」
● 3月27日：共同通信執筆，m3.com掲載，「新型コロナ　『私たちが感染制御の鍵』　北大医学生、同世代に情報発信」
● 4月12日：BuzzFeed Japan，「コロナで外出自粛…遊びに誘われたらどう断る？医学部生たちの発信」
● 4月26日：BuzzFeed Japan，「『密ですアラート』に『マスク外し方チェッカー』。学生たちがハッカソンで作ったAR作品がすごかった」
● 4月28日：MoguLive，「予防法や社会的距離をARで理解！『新型コロナwithARハッカソン』開催」

8.4. 考察

取材を受ける目的・効果には、以下の2点があげられる。

1点目は、NMCの活動をより多くの人に知ってもらうことである。新聞やテレビ番組、ネット記事が公開されるたびに、Twitterのフォロワー数やHPへのアクセス数が増加した。例えば、NMCを立ち上げた翌日の3月2日からNHK札幌に密着取材をしていただいた。当時はHPや北大CNCなどのコンテンツを少しでも早く揃えるべく、コンテンツの作成に注力していた時期であった。番組の放送により、それらのコンテンツが多くの人の目にふれる機会となった。

2点目として、NMCが自らの活動をまとめるきっかけになったことがあげられる。日々の活動に追われる中で、社会におけるNMCの立ち位置や活動の目的がぼやけてしまうことがあった。毎回の取材で記者の質問に答える過程を通して、各メンバーが内省し、改めてやりたいことを認識し、またプロジェクト全体で思いを共有する機会となった。

（文責：比嘉）

9.　コラボ企画

本章では、NMCが外部の団体と共催した2つのイベントをまとめる。9.1.ではwithARハッカソンと開催した「新型コロナwithARハッカソン」について、9.2.ではIFMSA 北大と開催した「若者よコロナに負けるな」について、それぞれイベント概要とその意義について述べる。

9.1.　新型コロナwithARハッカソン

9.1.1.　イベント開催に至った経緯

wtihAR実行委員会のメンバーから、イベントの共同開催のご提案があった。withAR実行委員会は、東京の社会人や学生5人からなるプロジェクトで、「AR という新たな選択肢を提供する」ことをテーマに、様々な業種とコラボレーションした AR の作品制作を行うハッカソンを企画、運営している。NMCと共にARハッカソンを行い、COVID-19対策へAR技術を活かしたアプローチがしたいというお話であった。

NMCは、HP、Twitter、取材の中で、文字や画像を用いてCOVID-19に関する情報を発信してきた。しかしながら、感染症対策の方法を文字や画像だけで具体的に伝えることには限界があるとも感じていた。AR（Augmented Reality）とは、実在する風景にバーチャルの視覚情報を重ねて表示することで、目の前にある世界を「仮想的に拡張」する技術である。自分のいる現実世界に情報を重ね合わせられるため、ものごとを「自分ごと」として捉えやすくなる。この技術を用いれば、感染症対策をより分かりやすく伝えられると考えた。そのため、このご提案はNMCとしても魅力的であり、イベントの共同開催に至った。

9.1.2. イベント開催概要

■ 目的

COVID-19に対して意義のあるAR作品を作り発信することで、COVID-19に対する感染症対策を自分ごと化する。

■ ARとは？

AR（Augmented Reality）とは実在する風景にバーチャルの視覚情報を重ねて表示することで、目の前にある世界を「仮想的に拡張」する技術。

■ ハッカソンとは？

ハッカソンとは広い意味でソフトウェアのエンジニアリングを指す「ハック」と「マラソン」からなる造語。 与えられたテーマに対し、プログラマーやデザイナーなどが技術やアイデアを持ち寄り、 短期間に集中してサービスやアプリケーションを開発するイベントである。

■ 参加者

NMC、withARハッカソン実行委員会、ARエンジニア、一般見学者

■ 会場

ビデオ会議アプリ「Zoom」

■ スケジュール

2020年4月18日（土）	2020年4月19日（日）
09:45　オンライン集合 10:00　オープニング 12:30　企画発表 15:00　第1中間発表 18:00　終了	12:00　第2中間発表 16:00　最終発表 17:30　審査&結果発表 18:30　終了

■ withARハッカソン実行委員会とは？

東京の社会人や学生5人からなるプロジェクト。「AR という新たな選択肢を提供する」ことをテーマに、様々な業種とコラボレーションした AR の作品制作を行う ハッカソンを企画、運営している。毎回コラボレーションする業界で活躍する方々を呼び、 直接議論することで、価値ある作品を制作している。これまで「ダンス・映像制作」などの6業界と実施している。

公式Twitter：@withARhackathon

公式HP：https://withar.jp/

■ イベントにおけるNMCの役割

・COVID-19に関する、信頼性の高い情報の提供

・感染症対策として伝えたい内容を提案

・誤解なく情報が伝わるように表現の調整

9.1.3.　NMCとして評価した作品

本イベントでは、全部で9作品を作成、実装、公開した。その中からNMCとして最も評価が高かった「密ですアラート」について紹介する（図40-41）。AR作品のため、ぜひ一度動画を見ていただきたい。

密ですアラートでは、相手との距離を常に表示し、距離と会話時間によってアラームを鳴らす仕様になっている。

ソーシャルディスタンシングとして他の人との距離を少なくとも2m確保することが求められているが、実際には相手との距離感を掴み、適切な距離を保ち続けることは難しい。「密ですアラート」は、その距離感を、動画を見ただけで直感的に掴むことができるようになっている。

また、動画全体の雰囲気が明るくまとめられており、COVID-19に関して不安にさせる情報が多い中、心的負荷がなく感染症対策を学べる点が良かった。

図40-41：「密ですアラート」のイメージ画像

9.1.4. 作品の公開・反響

本イベントで制作した作品は、動画としてTwitterに公開された。Twitterで発信した理由としては、同世代の人が見る機会が多く、また、動画が自動再生されるからであった。投稿の際には参考文献を一緒に載せることで情報の信頼性を確保した。

また、全作品を、NMCが一つの動画にまとめ、イベントの概要と共にYouTube、Twitter、HPで公開した（参照：5.4.4. 動画）。

本イベントは、BuzzFeed Japan（「『密ですアラート』に『マスク外し方チェッカー』。学生たちがハッカソンで作ったAR作品がすごかった」）、MoguLive（「予防法や社会的距離をARで理解！『新型コロナwithARハッカソン』開催」）で取り上げられた（参照：8.3. ネット記事）。また、優勝作品である「ARグラスを使った手洗いレクチャー」は、Magic Leapというデバイスを用いて制作したこともあり、Magic LeapのTwitter公式アカウントから高い評価を得られた。

9.1.5. 考察

今回の新型コロナwithARハッカソンでもっとも意義深い点は、異分野の方々とイベントを共同開催できた点である。イベントを作り上げる過程にはいくつかの困難があった。COVID-19に関する情報を発信する観点から、細かい表現や微妙なニュアンスの違いをARエンジニアの方々にご理解いただき、作品に反映させる必要があった。反対に、AR技術に関してほとんど知識がないNMCメンバーに、AR技術で可能なことをARエンジニアの方々に説明していただく必要があった。2日間のイベント中にコミュニケーションを密に行うことでこれらの課題を解決し、作品を形にすることができた。

感染症対策は目に見えないものに対して行う必要があり、その点において、AR技術は感染症対策と親和性が高いものであるといえる。AR技術を用い、感染リスクの高い行動を視覚的に表現する、もしくは、適切な行動を補助することで、感染症対策を「自分ごと化」できるようになると考えられる。本イベントで作成した作品は動画であったが、動画の中で用いられているAR技術は、拡張性を持たせれば、個人所有のデバイスを用いることでも、空間への情報付加が実現しうるものであった。そのため、本イベントを通じて、AR技術を用いた感染症対策への啓発活動の可能性を示せたと考える。

（文責：朝倉）

9.2.　若者よコロナに負けるな ～コロナを知り、コロナと共に生きる～

9.2.1.　イベント開催に至った経緯

本イベントは北大医学部公認団体IFMSA 北大（IFMSA：International Federation of Medical Students' Associations）からNMCへの講演依頼という形で企画が始まった。道知事が独自に出したものを含めると、二度の緊急事態宣言が北海道へ発表される中で、COVID-19に意識・関心のある学生のために、自粛生活によりなかなか日常を取り戻せない学生のために、また、長期戦となりうるウイルスとの共生を考える学生のために、イベントを開催したいとの強い思いを持って、同じ北大の学生が運営するNMCに依頼をしていただき、IFMSA 北大との打ち合わせを重ねて開催に至った。

9.2.2.　イベント概要

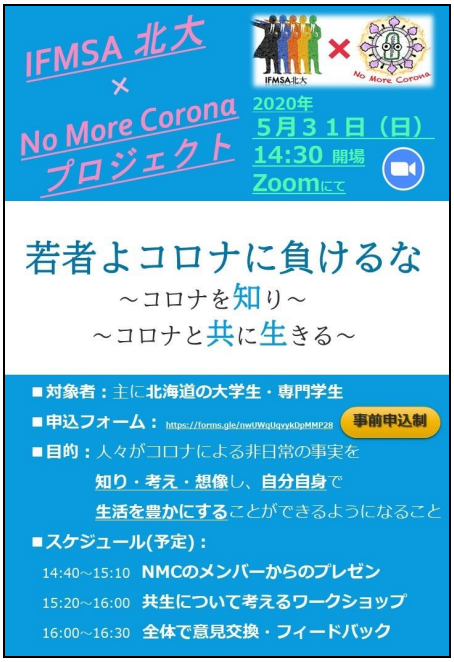
■『北海道の若者がコロナにどう立ち向かい、これからどのように生きていくのかを自分自身で考える』

何かと災害の多い日本という国で生きる若者たちが、未曾有の事態の中で、その問題を直視し・知った上で、どのように心身ともに充実した生活を送ることができるのかを、他の誰でもなく自分自身で悩み・考え・想像するきっかけとなるような講演会や小グループでのワークショップを行う。

■目的
-コロナに関する基本的な知識や感染症対策などを知る
-コロナと共に生きるために学生同士で意見交換

■対象者
主に北海道の大学生・専門学生

■会場
Zoom



■主なスケジュール

2020年5月31日（日）

14:00 Zoom開場

14:30 開会の挨拶

14:40～15:10 NMCから基本知識についてのプレゼン

15:10～15:20 IFMSA 北大から共生についてのプレゼン

15:25～16:05 共生について考えるワークショップ

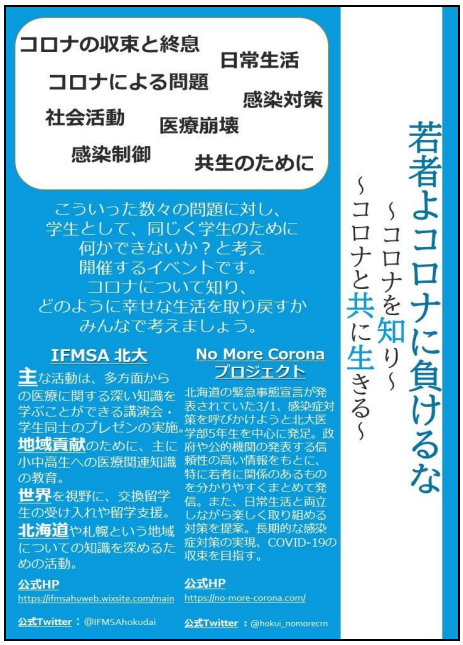
16:10～16:30 全体での意見交換・フィードバック

16:40 解散

■共同開催

・北海道大学医学部公認団体 IFMSA 北大

公式Twitter: https://twitter.com/ifmsahokudai



9.2.3. 当日の様子

当日は道内を中心に、全国から合計30名の学生（運営陣含む）が参加した。NMCとしては、COVID-19に関する基本的な知識や感染症対策のインプットを担当した。共催のIFMSA 北大からは、全体的な進行の統括と、作業療法学専攻の方からCOVID-19との「共生」をテーマにしたプレゼンテーションが行われた。

イベント後半では6グループに分かれてワークショップを実施した。テーマは4つ用意した。それぞれの概略を下に記す。

A. 感染拡大させないための一日の生活スケジュールはどんなものか？

B. 自分自身がCOVID-19に感染しないための予防法や生活は何であったか？

C. 「新しい生活様式」への自分自身のモチベーション維持や周囲へのアプローチはどんなことをするか？

D. COVID-19が収束した後に参加者それぞれが挑戦したいことは何か？

「何かを我慢する」から「今できることを考える」という発想の転換を行う意見や、この現実をまずは受け入れて今までの生活への固定概念から離れ、今この瞬間をポジティブに捉えて過ごすことができるような気持ちへの誘導といった意見が目立った。

オンラインという参加者にとっても難しい環境でありながら、積極的な発言がみられた。それぞれの意見を尊重し合う姿勢を重んじ、大学入学間もない1年生から上級生まで、学年や立場を意識せず有意義なディスカッションが実施されたといえる。

また、イベント終了後のアンケートには、NMCによるCOVID-19の基本知識の発表に対する好評やディスカッションに対する満足の声が寄せられた。

なお、NMCの発表資料は別添資料5に掲載している。

9.2.4. 考察

NMCは北海道内の一度目の緊急事態宣言時から活動しており、COVID-19に関する信頼性の高い情報を発信してきたが、今回のように講演という形での啓発やディスカッションへの参加を試みたことは前回の新型コロナwithARハッカソンに続き二度目の挑戦であった。

COVID-19をテーマにしたイベントはセンシティブな要素が多く、開催者としては非常に緊張感のある企画・運営であった。しかし、参加者にとっては今までの生活を振り返り、これからも続くであろう「新しい生活様式」への思いや考えを共有できる、貴重な機会となったであろう。本イベントではCOVID-19やNMCの活動に対する関心層からの参加が多かったため、NMCに対するダイレクトなフィードバックを得られる貴重な機会となった。NMCとしての活動は本イベントが最後となったが、参加した学生が別の場所で新たに行動を起こすきっかけになることを期待したい。

（文責：田浦）

10.　NMCからのメッセージ

No More Corona プロジェクトは、COVID-19が北海道で流行し始めた3月1日に活動を始め、3ヶ月にわたり、COVID-19に関する情報を同世代へ向けて発信してきました。正直なところ、感染症対策の呼びかけにどれほど意味があるのか、プロジェクトの発足時点では、メンバーでさえも確信はありませんでした。

しかしながら、誤解を恐れずに言えば、私たちの活動は少なくとも何人かの若者が行動を見直すきっかけとなり、若者世代が行動を起こす結果になったと自負しています。

感染状況に目を向けると、エッセンシャルワーカーをはじめ、社会で暮らす全員の協働により、爆発的な感染は抑えられているものの、予断を許さない状況が続いています。そのため、学生による情報発信活動には、まだ大きな意味があると考えられます。ただ、NMCのメンバーは学生であることから、5月末日をもってプロジェクトを終了し、本業である学業を優先させることとしました。

もちろん、NMCのミッションがNMCの活動終了を持って達成されたわけではありません。むしろ、感染拡大が長期化する中で、ますます重要になると考えられます。そのため、私たちはNMCという形ではなくなっても、COVID-19の感染拡大防止を目指し、主体的に考え、自らの行動を見直し、周りの人々への呼びかけを続けていきます。

若者の行動がもつ意義の大きさをNMCの活動から感じとり、感染拡大を共にくい止める同世代の仲間が一人でも多く現れることを願ってやみません。

〈別添資料一覧〉

別添資料1　NMC活動報告書【要旨】

別添資料2　NMCの活動の沿革

別添資料3　Twitterデータ

別添資料4　Twitter全データ

別添資料5　IFMSA 北大×NMCイベント資料

～謝辞～

No More Corona プロジェクトの活動にあたり、適切な助言と丁寧なご指導をくださった玉腰暁子教授に深く感謝いたします。岸田直樹医師には感染症に関する専門的なご指導をいただきました。学内での情報配信活動、特にELMSへの配信において、吉岡充弘医学研究院長には多大なご協力を賜りました。感謝の念に堪えません。

ELMS・留学サポートデスクでの配信にあたっては、北海道大学学生支援課の方々のご協力が不可欠でした。また、北海道大学付属図書館北図書館にはポスター掲示のご依頼をいただいた2020年3月時点で、既に長期的な対応が必要になることを見越したご提案をいただきました。心より感謝いたします。

NMCの情報発信力に深く影響したメディアの皆さまに厚くお礼申し上げます。様々な理由により放送や記事には結果としてつながらなかったお話も含め、NMCに関心を寄せてくださった方々が多くいらっしゃいました。

COVID-19への対策として何かできないかという共通目的のもと、イベント実施に向けてご協力いただいたwithARハッカソン実行委員会、IFMSA 北大の皆さまにも心よりお礼申し上げます。

NMCが始動した3月には、プロジェクトとして未熟な部分も多く、ご迷惑をおかけしたこともありましたが、北大CNCでの配信に快くご協力いただいた連絡役の皆さんに感謝の言葉を送ります。また、北大CNCを通じて配信を受け取った北大生の皆さんにも感謝申し上げます。

活動初期からNMCの投稿を読んでくださったTwitterフォロワーの皆さま、日々の投稿にいいねなどで反応をくださったり、叱咤激励のコメントをくださった皆さまの存在が、活動の原動力となりました。本当にありがとうございました。

HPのリンクをHP等に掲載・紹介してくださった読者の方々、自分にも何かできることはないかと連絡をくれた大学生の皆さん、NMCの活動に関わった全ての方に、ここに感謝の意を表します。

2020年6月22日

No More Corona プロジェクト　メンバー一同