

### 企画概要

規格外となり廃棄されてしまう野菜の削減、変形野菜の存在を知ってもらうこと、京都の特産物である京野菜への興味・関心の促進を目的としました。販売場所は上賀茂神社の協力を得て、鳥居前にて、平成22年11月9日、16日、30日、12月7日の計4回、いずれも、15時30分～17時に実施し、販売対象者は、京都産業大学の学生、上賀茂周辺の地域の人としました。

### 結果報告

はじめは野菜を提供していただける農家探しから始まりました。昨年の夏は猛暑で、野菜が手に入りやすく、提供できるか確約できないという状態だったので、一つの農家に限定せずいくつもの農家を訪問し企画の主旨を説明、紹介し協力してもらえるよう説得をして回る活動を行いました。並行して広報活動、店舗設計、販売促進等を展開しました。その結果、計4回の販売ですべての野菜を完売することができました。4回の販売で売った規格外野菜は全部でおよそ700個です。

販売日初日では学生は少なく近隣の方がほとんどだったものの、回数を重ねていくごとに学生や少し離れた地域に住まれている方も見えて活動の知名度は次第に広がり全体的に来客者は増加していきました。(→全来客数：約200名)

また来客数を増やすことや安く野菜を提供することが目的ではないので、企画の主旨をきちんと理解してもらった上で購入してもらうため店舗の目につきやすい場所に掲示物を掲げたり、リーフレットの配布(ポスティングも含め全800部)や口頭できちんと説明を行ったりすることを心掛けました。

さらに今回は広報部の方の協力でいくつかのマスコミ(新聞社・テレビ局)に取り上げていただいたことや、大学の広告などにも使っていただいたこともあり、さらに規格外野菜のことについて広く知ってもらうことができたと同時に当初の目的にも挙げていた京都産業大学のイメージアップにも繋がったのではないかと考えています。

### 感想・まとめ

いくつもの失敗や困難に直面した今回の経験ですが、ゼミ生にとって大学生活で貴重な経験となりました。

私たちのこの企画は他の2団体に比べ学外への活動が多く、何十歳も年上の方に向けて打ち合わせを行ったり交渉を行ったりする機会が多くありました。そしてその度にビジネスマナーが身につけていないことや物事に対する考えの甘さを痛感したのを覚えています。しかし今回協力してくださった森田農園さんをはじめ上賀茂神社の村松さん、かね正青果(京野菜取扱店)の方、農協の方やいくつかのNPO法人の方など、みなさんがすごく私たちのために時間を割いてくださり親身に話を聞いてくださり、時には優しく時には厳しく指導をしてくださいました。学長もおっしゃっていた通り、私たちのゼミでは「絶対に可能である限り顔を合わせる」というスタンスで、どんなに遠くても足を運ぶことを心がけました。最初は大変だなと思っていたけれど、様々な方と出会ううちにFACE TO FACEの大切さを実感し、人との出会いがこんなにも自分たちを成長させてくれるのだと驚きました。

また私個人としての感想を述べると、リーダーとしてのプレッシャーや大変さが予想以上にあったと感じました。どうしてもしなければいけないことが何人かに偏ってしまうことや、仕事の分散化が上手くできなかった時は一人ですべてしなければいけないことも多々ありました。このようになってしまっ

たことはリーダーとしてゼミ生のマネジメントがきちんとできていなかった私の課題点であり、これから改善していければと思っています。またはじめはこの企画に対し積極的ではなかったゼミ生も現実的にいたものの、この活動が終わる頃には「全員」が積極性を持ちこの企画に一生懸命に取り組む姿を見てリーダーを務め応募をして本当によかったと心から思いました。

これらの経験を学生の間にしたことはこれから控える就職活動はもちろん、社会人としての基礎を早い段階で学ぶことができたと考えています。そして何よりお世話になった学生部や広報部の方には本当に感謝しています。これからもサギタリウス・チャレンジが続いていくことを願っています。ありがとうございました。