

企画概要

地産地消を意識した商品の販売活動を行うことによって、フードマイレージという概念を多くの人に知ってもらい、環境への配慮について考えるきっかけづくりとして、実際に食べて、自分の手で育てることで、リアルな環境配慮を感じてもらうために、地元産野菜（九条ねぎ）のクッキーとハーブの栽培キットをセットで販売する。販売は、大学祭3日間の部展を通して、フードマイレージについての説明や食と環境に関する掲示物の展示および商品販売以外の説明の場を設け、より深く私たちの活動主旨を理解してもらえよう努める。収益から地産地消をイメージしたポスターを作製し、地産地消を推奨している学校周辺のお店を中心に掲示交渉を行い、地域のお店との交流や活動の幅を広げるきっかけとなることを目指す。

結果報告

企画当初は、地元産野菜（九条ねぎ）を使用したクッキーを製造するという進めていたが、自分たちのイメージしているものに近い既製品を見つけ、製造するより安価で安全であるというところから変更した。当初の企画段階で、情報をリサーチし検討することが必要だったと思う。

夏休み期間（9月）に行われたオープンキャンパスの学部説明会において、サギタリウスチャレンジの取り組みについて発表を行う機会を得た。高校生やその保護者の方など大勢の人たちに話を聞いていただき、企画の中でも予期せぬ大きなポイントとなったが、実際は、販売目標数を3日間で150セット予定していたが、3日間で103セット30,200円という結果だった。要因としては、開催日の曜日や天候毎の販売目標を決めていなかったことや、事前の宣伝活動不足が考えられる。

しかし、ねぎのクッキーという特徴やハーブ栽培が気軽に行えるところに関心を抱かれるお客様が多く、興味を持っていただくきっかけとして、商品内容としては良い効果があったと考えられる。部展に足を運んでいただいた方の中で、残念ながら商品を購入していただけなかった方にも、展示物を紹介するなどしてフードマイレージについての説明を行い、その概念を広める活動につなげられた。実際に言葉で人に説明するために私たち自身も内容について勉強し、さらに理解が深まった。その後、収益からフードマイレージポスターの作製を行った。デザイン等は全て自分たちで考え、製作し、手作り感が感じられるようにすることで親しみを持ってもらうことを意識した。ポスターは大学近隣の地産地消を推奨する飲食店に交渉した結果、9つのお店に許可をいただき、2週間の掲示を目処に掲示していただいた。

また、残った商品については、外書セミナーの1年次生やゼミの4年次生に配布し、その際フードマイレージ等の説明発表を行うことで、概念の普及に努めた。

感想・まとめ

「フードマイレージの概念を知ってもらうこと」と「商品を買ってもらうこと」をつなげるのはかなり困難だった。大学祭の準備として商品の準備に力を入れていたが、部展自体のレイアウトや宣伝、日程による販売数の変化などの考えがおろそかだったため来客数が伸びず、多くの売れ残りが発生したのだと考えられる。そのことから企画段階ではいい案であったとしても、実際に動いて見なければ、わからないことがたくさんあるということを学べた。また、先のことを常に考えながら行動するということが、いかに大切か実感することができた。

そしてこの企画で一番感じたことは、チームワークの大切さである。チーム内で情報の共有や、意見

の交換などを行うことが少なかったことが大きな反省である。チームの一員であるという自覚を持って全員が活動していればうまくチームワークが取れたと思うので、この経験を活かして、次は積極的にチームを活性化できるような姿勢で企画に取り組みたい。

また、企画のチーム作りを通じてコミュニケーション能力が少し身についたと感じる。最初はどうもコミュニケーションがとれず連携も取れていなかったが、企画を進めていくにつれてそれぞれの「いいものにしよう」という思いが強くなり、次第に意見が出るようになった。コミュニケーションを取ることでチームの雰囲気も良くなり、まとまったと感じる。今後もコミュニケーション能力を高めていきたい。