2

プロジェクト活動成果報告書（学 生）

PB競争時代における地元スーパーの生き残り戦略 …… 87
担当教員:石田 宏之

携帯端末向けアプリ作成 …… 96
担当教員:今井 正文

SOZOショップコラボプロジェクト …… 100
担当教員:川戸 和英

豊橋エコタウンプロジェクト
～豊橋市内小中学校に設置された太陽光発電システムの状況調査～ …… 104
担当教員:見目 喜重

アカウミガメ保護啓発活動 …… 109
担当教員:中野 聡

高校生と学ぶ会計学☆彡 …… 113
担当教員:野口 倫央

トヨハシ♡（ハート）ヨシプロジェクト …… 117
担当教員:三好 哲也

We ♡ NONHOI ～のんほいパーク盛り上げ隊～ …… 125
担当教員:三輪 多恵子･山口 満

ＰＢ競争時代における地元スーパーの生き残り戦略プロジェクト

石田プロジェクト

１．プロジェクトメンバー

安藤　祐輝･21123202､酒井　裕暉･21123112、
井上　晃成･21123207､井上　高彰･21123208
久米　佑典･21123214､柴田　和樹･21123217
牧野　広季・21123901

２．連携先企業・組織（協力企業等と調査個所）

(1)　協力企業等（ヒアリング箇所）

①サンヨネ本社（三浦本部長よりヒアリング）、②豊橋農協及び高橋農園

(2)　調査個所（実態調査）

①コンビニ：セブンイレブン、ファミリーマート、ローソン、サークルＫサンクス、②スーパー；マックスバリュー、イトーヨーカ堂、バロー、クックマート、サンヨネ

３．プロジェクトの調査内容と分担

①NB 及び PB 商品の定義と PB 競争時代（井上高彰）、
②NB 商品及び PB 商品の価格比較と高級 PB 商品の出現（久米）、
③PB 商品を製造するメーカー及び野菜の PB 商品を生産する農家・農協の対応（牧野、井上晃成、柴田）、
④これら PB 商品を各店舗に的確に供給するロジスティクス・システム（酒井）、
⑤PB 競争時代の地域スーパー（東三河）の生き残り戦略（安藤）

４．実施計画

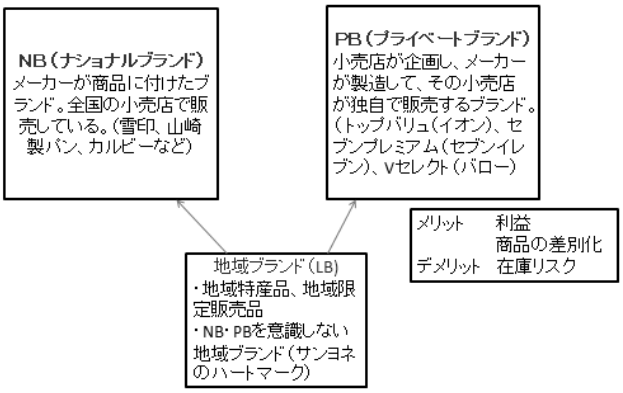
調査方法とスケジュールは、以下の通り。

①文献調査：日本経済新聞社・編「PB・格安・高品質競争の最前線」（2009 年 11 月）、大野尚弘「ＰＢ戦略ーその構造とダイナミクスー」（2010 年 2 月）、富士通ロジスティクスソリューションチーム・編「中間流通はだれが担うかー小売業・卸売業・メーカー・運輸倉庫業：18 社の先進事例」、②日本経済新聞、日経産業新聞、日経流通新聞等の新聞記事　③ヒアリング及び実態調査（本プロジェクトでは、主として食品および野菜を対象とした）

５．実施結果

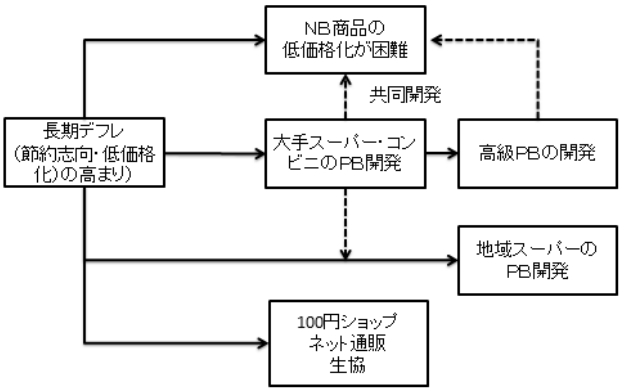
(1)　ブランドの定義と PB 競争時代（井上高彰）

図表 1　PB・NB・LB の定義



ブランドは、大きく分けて NB・PB の二つに分けられる。また、これ以外に LB と分類できる地域特産品や地域限定販売品があり、NB・PB を意識しない地元スーパーのサンヨネのハートマークも LB と分類した。

図表 2　PB 競争時代の概念図



PB 競争時代の背景には長期デフレによる影響で消費者の節約意識が高まったことが関係している。

この影響で、小売店は低価格帯の商品を販売する必要があったが、NB 商品を作る大手メーカーは、原材料費などの面で低価格化が困難なため、大手スーパー

やコンビニなどは PB を製造することで消費者が求める低価格帯の商品を開発した。

大手メーカーとの共同開発や、高級 PB を開発するなど NB 商品との差がなくなり始め、これに続いて地域スーパーなども PB 開発を始めている。

また、消費者の節約志向の高まりで低価格を主体とする 100 円ショップや、ネット通販なども巻き込んだ状況を PB 競争時代とした。

(2)　ＰＢとＮＢの価格比較と高級 PB 商品（久米）

コンビニはスーパーより高いというイメージがあるが、実際どうなのか調査した結果、コンビニのほうが高い商品が多く見られた。しかしながら、コカコーラの商品以外は、該当しない店舗（販売していない店舗）商品も多く見られ、一概に比較することができなかった。

図表 3　NB 商品のスーパー・コンビニの価格比較表

	カルビー ポテトチップス スーパー：60g, コンビニ：85g	スーパー：森永 森永のおいしい牛乳 1000ml コンビニ：明治	雪印 北海道バター 200g	雪印 6Pチーズ 120g	コカ・コーラ コーラ 500ml	ヤマザキ ふんわり	グリコ ポッキー 70g
バロー	78	198	398	248	88	158	98
イトーヨーカ堂	98	228	398	147?	88	該当なし	98
マックスバリュ	78	198	378	248	98	該当なし	118
クックマート	98	168	338	198	88	158	該当なし
サンヨネ	88	188	388	240	88	167	128
セブンイレブン	148	254	100.250	338	147	該当なし	150
サークルK	148	該当なし	404	326	147	該当なし	該当なし
ファミリーマート	148	255	100g 250	該当なし	147	158	150
ローソン	148	該当なし	404	該当なし	147	該当なし	150

次に、PB 商品がどのくらい NB 商品より安いかを比較してみると、バロー、サークル K サンクスいずれにおいても 30～70%安いことがわかった。

図表４　NB と PB の価格比較表（バロー）

	ポテトチップス		牛乳		6Pチーズ		食パン	
NB	カルビー ポテトチップス 60g	78円	森永の おいしい牛乳 1000ml	198円	雪印 6Pチーズ 120g	248円	ヤマザキ ふんわり	158円
PB	ポテトチップス 134g	198円	バロー3.6牛乳 1000ml	168円	6Pチーズ	158円	バロー 食パン	78円
	(PB 60g換算89円)	(114%)		84.8%		63.7%		49.4%

図表５　NB と PB の価格比較表
（サークル K サンクス）

	ポテトチップス		6Pチーズ		食パン	
NB	カルビー ポテトチップス 85ｇ	148円	雪印 6Pチーズ 120g	326円	ヤマザキ ふんわり	147円
PB	ポテトチップス 134g	198円	6Pチーズ	178円	しっとりやわらか食パン	108円
	(PB 85g換算 125円)	(84.4%)		54.6%		73.4%

また最近では、NB 商品より高い高級 PB が増えており、PB といっても上質で高価値な商品（NB 商品より高い商品）が増え、これまでのように、PB 商品は安く、NB 商品は高いという従来の NB・PB の定義は言えなくなる可能性が出てきていることが分かった。

図表６　スーパー・コンビニの高級 PB

会社名	プライベートブランド	特徴
ファミリーマート	ファミリーマートコレクション（プラチナライン）	素材や製法のグレードを上げた高付加価値商品
サークルKサンクス	PrimeONE	高価格帯のPB
イオン	トップバリュセレクト	素材、産地、製法、昨日にこだわった高品質ブランド
イオン	トップバリュプレミアム	上質な素材と製法、衣料ブランド
セブン＆アイ	セブンゴールド	高価格帯のPB

(4)　ＰＢを生産するメーカーの特徴（牧野）

PB 商品生産メーカーにはどのような特徴があるのか調査したところ、業界大手のセブンイレブン、ファミリーマートでは、色付けされている通り大手企業との共同開発が多く見られた。

これは、大手企業と共同開発することが、消費者のニーズに応えられるという点や、資金面・企画力という点において安心で信頼できるからだと考えられる。

図表７　PB 商品生産メーカー
（セブンイレブン）

商品ジャンル	商品名	製造社名（販売者）
菓子	チョコレート	共同開発（正栄デリシィ）
	プレッツェル	共同開発（カバヤ食品）
	準チョコレート	共同開発（ギンビス）
	準チョコレート菓子	共同開発（有楽製菓）
飲料	牛乳	共同開発（雪印メグミルク）
	成分調整牛乳	高梨乳業㈱（7＆アイHLDGS.）
	フルーツ・オレ	共同開発（カルピス）
	緑茶	伊藤園（7＆アイHLDGS.）
	ウーロン茶	共同開発（サントリ）
	ほうじ茶	共同開発（ジャスティス）
6Pチーズ	プロセスチーズ	明治（7＆アイHLDGS.）
カップラーメン	〃	共同開発（サンヨー食品）
カット野菜	〃	プライムデリカ

図表８　PB 商品生産メーカー
（ファミリーマート）

商品ジャンル	製造社名（販売者）
スナック菓子	共同開発（ブルボン）
	共同開発（ギンビス）
	共同開発（カルビー）
	共同開発（伊藤製菓）
	共同開発（明治）
飲料	ファミリーマートオリジナル
牛乳	共同開発（明治）
6Pチーズ	共同開発（六甲バター）
パックコーヒー	共同開発（東京めいらく）
カップラーメン	共同開発（日清）

しかし、サークルＫサンクスのような中堅スーパー系列のメーカーでは下図の通り、共同開発は少ない。これは大手２社との差別化を図ろうとしていると考えられる。

図表９　中堅スーパー系列のメーカー
（サークルＫサンクス）

商品ジャンル	商品名	製造社名（販売者）
駄菓子	クレープクッキーチョコ	旺旺・ジャパン株式会社
	ひとくちチョコ	株式会社大一製菓
	キティランド	江崎グリコ
	ピーナッツチョコ	株式会社でん六
	ミニマヨイーカ	山栄食品工業株式会社
	いか姿フライ	北日本食品販売会社　A8
	ミニソースカツ	山栄食品工業株式会社
	チョコチュエル	カバヤ食品株式会社
	つぶピー	稲葉ピーナッツ株式会社
	チョコスナック	リスカ株式会社　RS23
	しみこみショコラ	株式会社でん六
	コーンチョコ	株式会社正栄デリティTN
	ポテトチップス	カルビー株式会社
飲料	天然水	HARUNA株式会社
	低脂肪乳	雪印メグミルク（（株））
6Pチーズ	プロセスチーズ	六甲バター株式会社

(5)　ＰＢ商品に対する農家・農協の考え（井上晃成・柴田）

青果物にも NB と PB は存在し、以下のように分類した。

NB・・・農産物の産地ブランドが NB 商品だということが判明した。

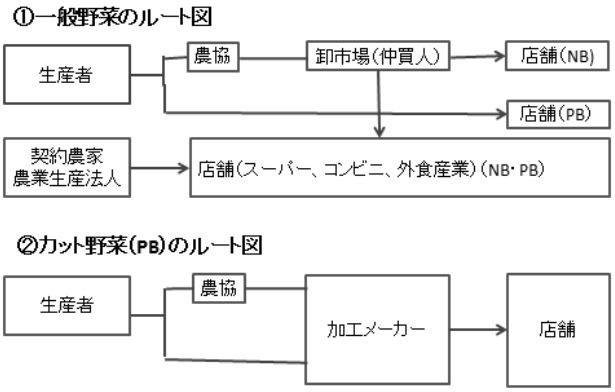
PB・・・農家が卸市場を通さずにスーパーやコンビニなどに流出する商品が PB 商品である。また、スーパーが独自の判断で PB 商品として PB 商品であるマークをつける商品。

大葉・ねぎ・しいたけなどのほかに、「カット野菜」も青果物の PB 商品と分類した。

カット野菜のような加工用野菜の値段は、卸売を通すよりも安い価格となる。

コンビニでの野菜販売には、限界があり、長続きしないことが予想される一方で、カット野菜やサラダセットについては、１人暮らしの方やお年寄りの方に、使いきれる量などが消費者の要望に合い、増加することが予想される。

図表 10　野菜に関する NB 商品と PB 商品の流通ルート



一般野菜では、NB は生産者から農協へ渡り、卸市場を介して店舗に届けられる。PB は生産者から直接店舗へ届けられる。

NB・PB は販売側が決められるようになっており、契約農家・農業生産法人からと、卸市場を通したルートがある。

カット野菜には、生産者から農協を通して加工メーカーで加工され店舗へ届くルートと、農協を通さないルートがある。

契約農家を利用するメリット・デメリット

スーパー・コンビニなどが契約農家を利用するメリットには、仕入れ原価を下げられる、商品の出所や流通過程、製造工程などを明確にすることで安全な取引ができる、農家と共に特徴のある商品として育てることができればオリジナル商品を作ることができるなど挙げられる。

デメリットには、多くの農家から本当に良い農家と出会うことが難しい、一括取引であるため仕入れのリスクが高い、毎年安定して買い入れるため出来が悪くても引き取ることになるなど挙げられる。

PB 商品に対して農協・農家はどのように考えているのか調査して結果、農協では、卸した先の売り場で PB とするかどうか決定しているため、どちらでもよいと考えている。その基準というのも売り場の基準で決められている。

また、市場に頼っていると、仲介業者がいるため、最終的にどこで販売されているかわからない。いいものを安く販売したいというスーパーが増えているので、市場に頼らない経路をもっていれば生産農家にメリットがあると考えている。

農家では、産地ではなく農園の名前で扱われ、オリジナル商品となり知名度を上げることにつながるということがある。また、従来の NB 商品より比較的安く、そして確かな品質と食の安全を届けたいという思いから PB 商品を導入している農家もある。

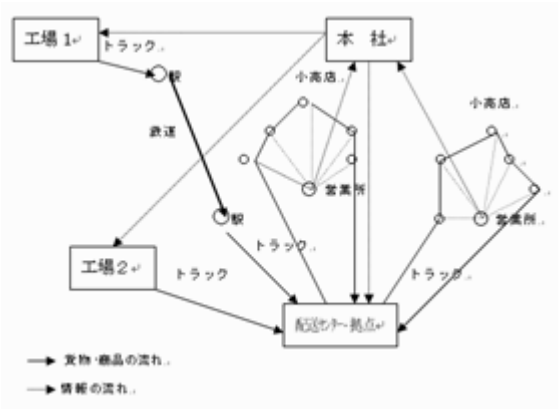
健やかな人や社会、地球環境作りへ社会貢献することを願い、農家とスーパーがともに協力し合い作り上げている商品となっている。

(5)　縁の下の力持ち―ロジスティクス（酒井）

ロジスティクスとは、顧客のニーズに合わせ、必要なときに必要な商品が必要な店舗に供給する仕組みである。

原材料・仕掛品・製品および関連する情報の産出地点から消費地点に至る流れと保管を効率的に行う一連のプロセスのことをいう。

図表 11　ロジスティクスネットワーク図



消費者が店舗で商品を購入すると、販売実績データ

が小売本部に報告される。小売本部では各店舗の販売実績を集計して卸売業者に発注する。卸売業者は物流センターに各店舗への納品を指示すると同時にメーカーに発注する。

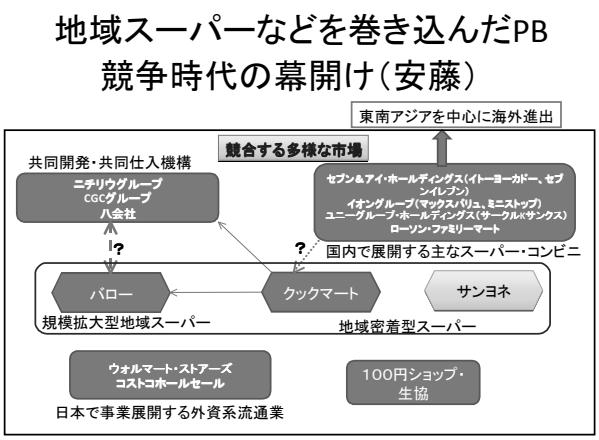
物流センターは納品指示された商品を出庫・加工して各店舗に配送・納品する。各メーカーは工場に物流センターへの納品を指示すると同時に生産を指示する。各工場は納品指示された商品を物流センターに納入すると同時に生産を開始する。

物流センターは納品指示された商品を出庫・加工して各店舗に配送・納品する。

この一連の物流活動を通じて、物流センターは需要と供給のバランスを調整する施設として、また、物流を効率化する拠点として、商品の保管による生産と消費の時間差調整機能、迅速な出荷および納品機能、流通加工機能、入荷もとから出荷先へのモノの組み替え機能、輸配送の効率化機能、物流の情報センター機能を果たす。

しかし、このような仕組みを構築し維持できるのは大手・中堅スーパーと大手コンビニであり、売り上げ規模が小さく、店舗数のそれほど多くない地域密着型スーパーはこのような仕組みよりも、商品の品質や地域の企業との連携を重視している。

(6)　地域スーパーの生き残り戦略（安藤）



大手スーパー・コンビニから始まったPBの大きな動きは、共同仕入れ機構や外資系流通業、地域スーパーを巻き込むものとなった。この中から、地域拡大や店舗拡大を行わない独自の展開のサンヨネを取り上げた。

サンヨネが提供するハートマーク商品には、食に対してこだわりを持ち、お客様から安心・安全で信頼される食品を提供して地域に恩返しをするというコンセプトがある。また、美味しいもの、安心なものをできる限り提供していき、明るい家庭を作ってくださいというメッセージを発信するというテーマがあり、規模拡大よりも地域密着型スーパーであるという思いから生まれたPB商品である。

さらに、サンヨネの販売商品に対する思いにはどんなことがあるのかと調査したところ、サンヨネのコンセプトに共感する生産者などとの共同開発を行い、安心でおいしくて健康に値する食品の提供をするという思いがある。

次に、低価格化が進む社会の中において生産者の立場に立った商品開発による価格設定から、生産者の利益を確保する価格設定を行っている。

顧客から販売人に「ありがとう」といってもらえる

ようなサンヨネの食文化を守り、低価格にこだわることよりも、価値が高い商品として見てほしいという思いがある。

様々な生き残り戦略の中から、顧客のために、安心・安全であることにこだわり、地域・生産者とのつながりも強い地域密着型の考えを地元スーパーの生き残り戦略の 1 つとした。

６．プロジェクトの成果（自己評価）

プロジェクト調査を通して学んだこと環境や時代の流れとともにこれまでの常識というのが変化していき、一つの考えやその時の状況だけでは全ては分からないということを感じました。また、調査の中でヒアリングだけでなく、各店舗に行って調査をすることの難しさなどを学んだ。

調査結果をまとめるにあたって、一人ひとりで担当したテーマを３枚のパワーポイントにまとめることによってそれぞれで理解してまとめた内容を報告する練習をしながら、チームが一丸となってやり遂げることの重要性を学んだ。

７．メンバー各自の所見

井上　晃成・21123207

「発表会を終えて」

12 月 17 日（火）に「情報ビジネス学部 プロジェクト活動成果発表会』がありました。プロジェクトの背景と目的、実施計画、実施結果とともに、プロジェクトの成果や自分たちが成長した点など、緊張しながらも堂々と発表することができた。

私たちは、「地域スーパーにおける PB 戦略とロジスティクス」の内容で発表しました。本プロジェクトの目的は、地域スーパーの中で豊橋地域をメインにしているサンヨネの事例を取り上げ、NB および PB の定義、メーカーとの共同開発、農家・漁業との連携、仕入れ先及び店舗への納品の実態などを明らかにすることである。

実施結果として長期にわたるデフレの影響による「低価格化のニーズ」は、1990 年代後半から大手スーパーが手掛け、2000 年初めにコンビニ波及した PB 商品の開発に始まった PB 競争時代をもたらした。この競争は、今回対象とした食品及び野菜以外にもあらゆる産業・商品で展開されている。

その結果、NB 商品より高い高級 PB 商品の出現により、従来から定義されている「ブランド」の内容とコンビのほうがスーパーより高いという常識を変えようとしていることがわかった。

PB 商品開発・生産を支えているのが、中小メーカー及び生産農家・農協であり、新しい流通経路を構築することになる。一方、NB 生産メーカーもスーパーなどとの共同開発による PB 生産も始めている。新しい流通経路に対しても、不都合なく納品を可能にしているのが、ロジスティクス・システムである。

このようなスーパー、コンビニによる PB 競争時代の中で、東三河を中心にした地域スーパーの生き残りには、3 つのパターンが存在する。その第 1 が中部圏を中心にさらに店舗拡大を図り、CGS グループのような共同開発・共同仕入れ開発型を目指す中堅スーパーバロー型、第 2 が地域密着型で、今後は、バロー方式の規模拡大を目指すか、大手スーパー・コンビニに吸収されるかのクックマート型、第 3 が地域拡大や店舗拡大ではなく、「食の安全と食の楽しさを大切にする」ことをコンセプトにした地域密着型のサンヨネ型の 3 種類がある事が判明した。

今回のプロジェクトを通し、環境変化により従来の常識が変化することを学んだとともに、ヒアリングではなく、各店舗に出向いての実態調査の難しさを学んだ。調査結果をまとめるにあたって、担当ごとに分担し一人 3 枚のパワーポイントを作成することにより、それぞれ責任を持って作業することの大切を学んだ。制作物を作成していくなかで、自然と相手に「わかりやすく・伝わりやすく」を考えながら作成していくことができ、今後の成長につながったように思える。また、最後に、それぞれ発表要旨を作成し、代表が全体を報告する練習をしながら、チームが一丸となってやり遂げることの重要性を学んだ。

21123214 久米佑典

「ゼミ活動において大変だったこと」

12 月のゼミ発表にむけて、それぞれの分担で一人ひとりやることを決め、調べてきて最後にまとめるという方法を採用した。自分の分担は、コンビニの PB 商品と NB 商品の価格比較調査、コンビニとスーパーの PB 商品の価格比較調査をしました。

自らスーパーやコンビニに出向いて価格を調べるのですが、いろんなスーパーやコンビニに行かなくてはなりません。最初は分担してやっていたのですが、調べきれなかったところは自分が埋めなくてはならないのでやはり、いろんなスーパーやコンビニをまわりました。自分が調べた個所は、よっぽどうまっていたのですが、ゼミのメンバーが調べた所は半分ぐらいないものだらけでした。そこでまた自分で調べに行くというのも、大変だったことの一つです。

そこで値段を控えたり、値段がなかったら店員の人に聞いたりしました。ゼミのメンバーには途中で店の中に連れて行かれて何をしているか聞かれたメンバーもいます。豊橋の店舗をまわってなかったものは、豊川の店舗に調べに行ったりしました。ですがやはり、置いてないものはどこにも置いてなく、価格比較ができないものもありました。そこで分かったのがスーパーやコンビニでは、PB 商品として作ってないものはどこに行っても置いてないということが分かりました。そしてやはり、コンビニの方が値段は高かった。それ理由はどこに行っても身近にあるという利点があることです。そしてスーパーは、24 時間営業でなく店舗数も少ない代わりに値段が安いという利点があります。ですが、コンビニにも PB 商品ができ、高級 PB 商品というのも開発されています。そのおかげで、近い将来コンビニとスーパーに差がなくなるのではという結論になりました。

21123202　安藤祐輝

「プロジェクトを通して」

今回のプロジェクトでは、テーマを「プロジェクト競争時代における地元スーパーの生き残り戦略」として調査を行いました。

PB 商品が多く出回っている現在ですが、どのような背景があってのことなのか調べていくことから始め、言葉の定義なども調べ、自らの理解を深めていきました調査を進めるためには、対象とする事柄の概要をまず知っておく必要があるということを学びました。

時代の流れと共に消費者の求める商品は変わっていき、低価格帯の商品が求められていた時代に発展した PB も、今後は高級 PB のような安全性が高く、高価値の商品が求められる時代となりました。

この流れは、地元スーパーをも巻き込むものとなり、今回の調査では、地元スーパーの生き残り戦略について担当し、まとめをしました。

生き残り戦略として、地方のスーパーを子会社化、吸収合併をしながら店舗拡大を図り、CGC グループのような共同仕入れ機構型を目指すバロー型、地域密着型で今後はバローのような展開をするのか大手スーパー・コンビニに吸収されるのかというクックマート型、食の安全と食の楽しさを大切にするというコンセプトで、地域拡大や店舗拡大を行わない独自の展開のサンヨネ型にまとめました。

今回の調査を通し、それぞれ特徴を持った展開をしているということを感じました。どの形がいいということはなく、お客様のニーズにどう応えられるようにどうしていくかが大切だと思いました。

また、調査を進めるにあたっては、初めに仮説を立てることが重要だと学びました。今回は、いきなり結果ばかりをもとめてしまい、うまく調査ができない点があったため、今後は手順をしっかり理解し進めていきたいと思います。

プロジェクトは複数のメンバーで進めるものであり、担当箇所をはっきりさせ、責任を持つことでスムーズに進めることができると感じました。

21123217　柴田和樹「感想文」

今回、私は農協について担当しました。

まず、春学期では「地域スーパーの生き残り戦略」として、地域スーパーの商品を調べたり、アポを取っ

てヒアリング調査をするのですが、なかなか行動に移すことができずに人任せになってしまいました。

地域スーパーでのヒアリングは「サンヨネ」さんにご協力いただいて話を聞かせてもらいました。私はヒアリングでメモを取る作業は難しくメモを確実にとることができませんでした。また、PB・NB を調べていくうちに農産物（青果物）にも、PB 商品がある事が分かり、農協さんにアポを取って、ヒアリングさせていただきました。

私は企業に自ら電話をしてアポを取る作業は初めてでした。たかが電話一本だと思っていたけれどいざ電話をしてみるとなかなか言葉がうまく話せませんでした。ヒアリングの日を決めるにも相手の都合、こちらの都合をうまく合わせないといけなかったのでよく考えて行動しないといけないと思いました。農協さんでのヒアリングは、サンヨネさんに続き、2 回目だったのですが、話していることを頭に入れてメモするのは簡単にはいかず、ほとんど単語ばかりしかメモできず、話の内容をメモすることも、頭に入れることもできませんでした。

自分の未熟さが身に染みました。12 月に近づくにつれパワーポイントの作成をしないといけなかったのですが、取り組むまでに、なかなか行動に移せなく皆に迷惑をかけてしまいました。

パワーポイントでも農協の担当となり、農産物の PB についてまとめました。当然、私が農協さんにヒアリングで取ったメモだけでは、まとめあげることができませんでした。しかし、先生、ゼミ生の協力作成した、ヒアリングメモを参考に、取り組んでいくことができました。

時間もかかったけれど終わったら達成感を感じました。一つのことで、達成感ができ気持ちよく感じました。発表では、立っているだけでしたが、私の担当の所に質問で出ました。しかし、わからず、また人に頼ってしまいました。ダメなところばかりでした。点数に表すと 20 点もないのではないかと思いました。今後は、もっと前向きに取り組む姿勢を取り、挑戦心を取っていきたいと思います。

21123901 牧野　広季

「ゼミの課題を通じて」

今回、私は石田ゼミで「地域スーパーの生き残り戦略」をタイトルに調査を進めました。コンビニ、スーパーの NB（ナショナルブランド）商品と PB（プライベートブランド）商品の味、品質、価格の比較からはじめ、NB と PB 商品を定義することから始めました。

その後、PB 商品はなぜ安いのか、流通経路、メリット、デメリット、そしてこれからの NB、PB 商品はどのように差別化を図っていくのかなど疑問が浮上したので、ゼミ生に各自に担当を決めて調査を進めました。

その中で私が担当したのは、セブンイレブン、ファミリーマート、サークル K の三社にターゲットをしぼり、食品をメインに PB 商品の種類、値段、製造者を調べ、PB 商品を生産しているメーカーになにか共通点はないか、もしくは何が違うのかを調べました。

大きく分けると共同開発の在り方です。セブンイレブン、ファミリーマートは大手の食品会社と共同開発をしているのがほとんどでした。

一方、サークル K サンクスの共同開発はあまり名前を聞かない中小企業が多かったと思われます。ですが、サークル K サンクスは大手のコンビニ会社と差別化をはかるため、第 3 極と言われる対策をとっていました。期間限定、地域限定で企業やアーティスト、または地域と協力して商品の開発を行う新しい戦略です。

この戦略は安定した顧客の収入にはつながらないと思いましたが、ステークホールダーの増加には効果的ではないかと思いました。利害関係者との関係を広めて親近感をもたせることで顧客増加に繋がるのではないかと思いました。

そして、最後に共同開発をする理由として 3 点あげられます。1 つ目はマージンのカット、2 つ目は安定した共有、3 つ目は経費の削減です。一定の量を一定の期間に作るため上記 3 点が可能となった結果共同開発ができるのだとわかりました。

この課題を通して日頃の些細な疑問が解決されたとともに、自分の知識を深めることができたと思いました。今後の PB 商品 NB 商品の価格の変動や新しいジ

ャンルの商品にも注目していきたいと思いました。

21123208　井上高彰

「自己の分担作業を通して感じたこと」

　プロジェクトで発表用のパワーポイントの作成や、議事録のまとめをやった。パワーポイントは、各自が作成したものを発表用にまとめた。文章を短くしながら、伝えたい事を分かり易くするために、図表の作成をしたり、字のサイズやフォントを直したり、地味だけど大変だった。

　自分が担当したPBとNBの定義では、調べていく内に現在のPB・NBの状況と差がある事が分かった。そこで、地域ブランドの分類を作った。PBやNBの定義がいろいろ変っていて、その変化を分かり易く伝えるのが大変だった。

21123112 酒井　裕暉

「プロジェクト活動を通して」

　PB・NBの商品調査はまず、どの商品がPB・NBなのかということから始まり概念を理解することからはじめたのでとても大変だった。この調査を通して自分が普段買っている物にはPB・NBが多いことを知った。

　サンヨネのヒアリング会では自分の聴きたいこともわからず聞いているだけになってしまったが話を聞きながらメモを取るという練習ができたのでよかったと思っている。

　合宿ではゼミ学生同士交流を深めることができ、発表会に向けて団結できたと思うしお互いどんな性格か少しながら知れた。

　PPを作成するにあたって自分の所はロジスティクスについての所だったので他の人とは少し違い大変だったが、授業でやったことを応用すれば何とかなると思っていたのだが上手くいかず、ゼミのみんなに助けてもらいなんとかできたが自分で全部できなかったのは心残りだと思っています。

　全体を通して感じたことは、先生のいったことをはじめからやっておけばこんなに苦労することはなかったと思うし、もう少しは自分自身でまともなものが作ることができたのではないかと思う。

携帯端末向けアプリ作成

今井プロジェクト

１．プロジェクトメンバー

亀之内順也（20923707）、水野翔太（21023120）
石川真次（21023201）、壁谷竜輝（21023712）
勝見拓矢（21123108）、田頭和也（21123120）、

２．連携先企業・組織

プロジェクトにご協力いただいた連携先企業は、以下の通りである。

株式会社 SRA 名古屋事業所様
株式会社アイエスエル様
小坂井高校様

３．プロジェクトの背景と目的

AndroidOS 搭載端末や iPhone などの携帯端末の普及により、アプリを使用する機会が増えてきた。アプリは、個人で制作することも可能であり、現在では様々なアプリが生み出されている。体調管理支援のアプリや LINE などのコミュニケーションツール、Evernote などのクラウド技術を用いたアプリやサービスもある。

また、経営学部では全学年に iPad が無償貸与され、無線 LAN 環境を通して大学内どこからでもネットを利用することができる。電子教材配布だけでなく、レポート作成のための情報収集やゼミナールでのプレゼンテーション作成、就職活動などに利用されている。

本プロジェクトでは、本学の学生の携帯端末の活用を考え、アプリ制作や LMS の構築をテーマとした。

４．実施計画

アプリ制作にあたっては、本学の学生の利便性の改善が議論の中心となった。まずは、本学のバス利用者がバスの時刻を調べるには大学から配布された手帳や豊鉄バス HP の PDF ファイルを見て確認しなければならず不便であることから、バス時刻表アプリを制作する事とした。また、並行して携帯端末活用の観点から、e ラーニングの実施に必要な学習管理システム（LMS：Learning Management System）の一つである Moodle を用いて小テストシステムを作成し、iPad との連携についての検証も行った。

５．実施結果

アプリの制作方法や開発環境の検討にあたり、協力先企業様への見学やアドバイスをお願いし、参考とした。株式会社 SRA 名古屋事業所様からは学校教学システムの概要と開発環境等を、株式会社アイエスエル様からは HTML,JavaScript,jQueryMobile 等による Web アプリ開発環境等について助言頂いた。株式会社 SRA 名古屋事業所様からの助言の様子を図１に、株式会社アイエスエル様からの助言の様子を図２に示す。

図１　株式会社 SRA 様から助言の様子

図２　株式会社アイエスエル様から助言の様子

実際の開発にあたって、クラウド上にありブラウザ上で動作する Monaca という開発環境を使用した。

Monaca の開発画面例を図 3 に示す。

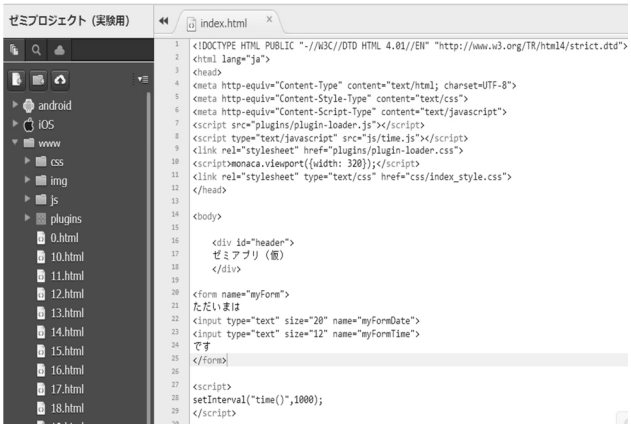


図 3　Monaca の開発画面例

Monaca を使用することによって作られたハイブリットアプリには、iPhone と Android の両端末で動作させることができ、開発環境を別々に用意する必要がないというメリットがある。実行画面例を図 4 に示す。まず、JavaScript を用いて、現在時刻の取得や、近時のバスの検索を容易にする機能等を実装した。

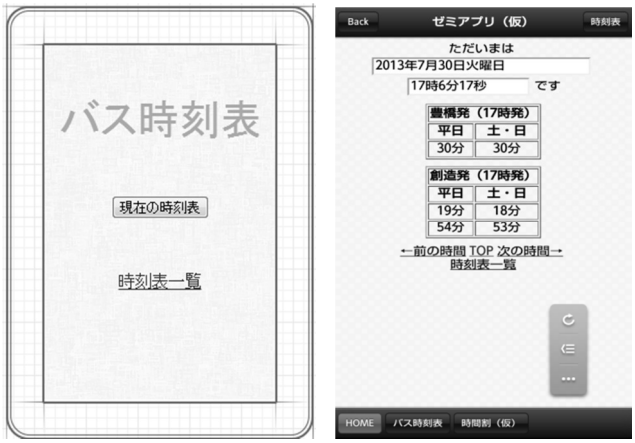


図 4　バス時刻表アプリの実行画面例

次に JavaScript コード記述の一部を簡略化する jQuery を導入し、図 5 のようなスライド機能を追加した。図 5 に示すように、左右にスライドすることで現在閲覧している時刻の前後を見ることができるようになった。

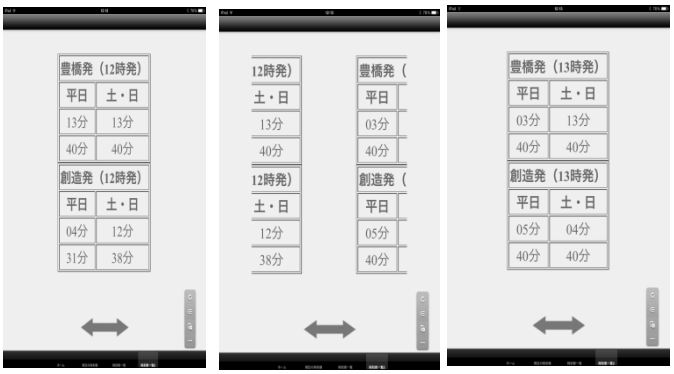


図 5　時刻表アプリ（スライド機能の実装）

この様に、Monaca を使用する事により、専用の機材を使用すること無く、HTML, CSS, JavaScript, jQueryMobile 等の標準の技術で作成した Web アプリを、iPhone や Android などのデバイスにインストール可能なネイティブアプリへと変換できる事を示した。

また、並行して e ラーニングの実施に必要な LMS の一つである moodle を利用して、小テストシステムを作成した。moodle 管理作業を簡単に学び、小テスト問題の作成をした。moodle の小テストの例を図 6 に示す。

図 6　moodle 小テスト例

授業内での iPad 活用についての協力要請が小坂井高校様からあり、プロジェクト活動として対応した。要望は多岐にわたるが、今回は、体育における各グループの iPad によるビデオ撮影とそれらの無線（Wi-Fi）経由での教員 PC への提出システムの構築を行った。ビデオ提出システムの概要を図 7 に、システム設定や使用法を小坂井高校様へ説明した

時の様子を図 8 に示す。

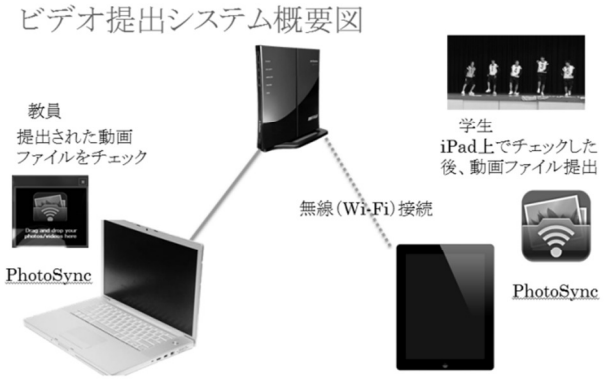


図 7 ビデオ提出システムの概要

図 8　小坂井高校様への説明の様子

６．プロジェクトの成果（自己評価）

まず、JavaScript を用いた基本機能を実装から始めて、jQuery の導入によって操作性の向上を図りながら、アプリの作成を行った。開発環境や制作方法の時点からを協力企業の方にご助言を頂き、アプリ開発の基礎や様々な制作方法を学ぶことができた。反省点としては、アプリ開発に関する役割分担が明確化できず作業のスケジュール調整にも支障が出た事や、アプリのデザインも望むようなデザインにすることはできなかった事等が挙げられる。

また、moodle の管理等の作業を学びながら小テストシステムの構築を行う事によって、サーバ側の開発過程の一部を学ぶことが出来たと考える。ただ、教育向けアプリ開発も視野に株式会社 SRA 名古屋事業所様の見学等も行い教育向けシステムについてご助言頂いたが、本格的なアプリ開発までは至らなかったと考えている。

今後は、試作アプリのテストや残りの作業を分担しスケジュールを調整しながら取り組む予定である。可能なら moodle 関連の実用化や更に高度なアプリ開発に取り組んでいきたい。

小坂井高校様については、今回のビデオ提出システム以外もご要望を頂いているので、今後も担当者様と連携しながら、活動を継続していく予定である。

７．　メンバー各自の所見

各メンバーの本プロジェクトに関する所見を、以下にまとめる。

・20923707　亀之内順也

今回のプロジェクトでの主な私の役割は発表資料作成とメンバーの活動を記す議事録作成であった。本プロジェクトの肝であるアプリの作成において私はそのアプリ作成に携わる知識がないため裏方に務め、これらが自分にできることと励んだ。

しかし議事録作成では問題なかったが、発表資料作成では作成に時間がかかってしまい、プロジェクト発表者、アプリ作成者達に負担をかけてしまうことがあった。反省点として発表資料作成する時間を十分にとっていなかったことで発表者に原稿を渡す時期が遅くなったことがあげられる。この反省点を受けチームプレイにおいて一人の遅れが全体に悪影響を与えてしまうことを学び、今後は資料作成などできるだけ前倒しに作り、後へ続く人への負担を減らすことなど、チームのことを考え行動できるようにしていくことを心掛けます。

・21023120　水野翔太

本プロジェクトで、私は HTML、CSS、JavaScript を使用し、アプリの体裁に関する作業を主に担当した。JavaScript は公開しているものを使用したが、もし自前でコードを作成することが可能なら、その方が実装できる機能に幅が広がるのに、と自身の知識不足を思い知った。

当初は、他のメンバーが活動しているのを遠目に見てばかりいたが、後半はアプリ作成に参加し、他

の授業で学んだ知識を活用して、チーム内での役割をある程度は果たすことができたと思う。また、アプリ作成中の試行錯誤を通して学んだ知識も多かったように感じる。しかしながら、メンバーとの連携を怠っていたので活動に加わるのが随分遅かったこと、力不足で断念した作業が複数あったこと、アプリ作成以外の活動には積極的でなかったことなど、反省点は挙げればきりがない。全体を通して積極性や協調性の無さが目立っていたので、その点は特に反省している。以上の反省点を念頭に置きつつ、今後も日々精進したい。

・21023201　石川真次

今回のプロジェクト活動では、HTML、CSS、JavaScript を使用し、アプリの開発の担当をした。前半では骨組みを作成し、後半は他のメンバーと役割分担して作業を行ったが、分担や連携が上手く取れず、思ったように作業を進めることができなかった。しかしプロジェクト活動を通して自分にない知識を得ることができ、経験を積むことができた。この経験を活かして、今後またこのような活動があったときしっかりと役割分担すること、連携を上手くとることを意識したい。

・21023712　壁谷竜輝

今回のプロジェクトの主な役割は、中間発表と成果発表の発表者であった。本プロジェクトのテーマであるアプリ作成において知識があまりなかったため、アプリ作成の活動において貢献することができなかった。また、発表要旨を試行錯誤した結果、予定より完成までに時間がかかってしまい、あまり発表の練習をすることができなかった。そのため当日の発表では、練習量がたりなくあまりいい結果をだすことができなかった。

反省点としては、自分自身の発表のレベルをもっと上げればいい成績をおさめることができたのではと思った。また、もっと発表の練習をして本番に向かうことができたら満足のいく発表ができたのではないかと思った。今後はもっと聞き手にわかりやすいプレゼンができたらと思います。

・21123108　勝見拓矢

プロジェクトの冒頭にプロジェクトテーマを決めるために、メンバー間で様々な意見を出し合って、せっかく iPad があるのだから、アプリ製作とかできたら面白そうだなという発言で携帯端末向けアプリの作成に決まりました。

しかし、グループ全体の知識が著しく浅く、なかなか作業が進まず、悪戦苦闘していました。

・21123120 田頭和也

今回のプロジェクト活動では主にアプリケーションの開発を担当した。他の授業等で簡単なアプリケーション作成を学ぶことはあったが、自分で何を作るか考え作成することはほとんど初めてに近く、スムーズに作業を進めることができなかった。今回特に自分が反省すべきだと感じたのは、スケジュールの組み立てを曖昧にしてしまい全体的に作業が遅れたこと、上手く作業を分担することができなかった点だ。スケジュール調整や作業を人に割り振るといった経験がなく、上手く行うことができなかった。

プロジェクト活動を通して自分が今できることや得意なことを知ることができた反面、自分に今足りていない能力や知識がわかった。活動内では初めて経験することが多かったため、貴重な経験となった。今後また複数人で取り組む授業等があれば今回の反省点を活かし、積極的に行動したい。

【謝辞】

本プロジェクトの実施にあたり、ご協力いただいた株式会社アイエスエル様、株式会社 SRA 名古屋事業所様、小坂井高校様には大変お世話になりました。協力していただいた皆様へ心から感謝の気持ちと御礼を申し上げ、謝辞にかえさせていただきます。

ＳＯＺＯショップコラボプロジェクト

川戸プロジェクト

１．プロジェクトメンバー

松本教史(20923122),伊豫田英将(21123105)

浪崎祥平(21123125),廣中佑紀(21123127)

馬　駿(21123130),伊藤奨麻(21123205)

佐々木智至(21123216)

２．連携先企業・組織

1)NPO 団体「パルク」

2)コラボ：ほの国百貨店

：松山小学校

３．プロジェクトの背景と目的

1)4/26 開店の「ＳＯＺＯショップ笑輪」を発展させる

2)ほの国百貨店や松山小学校とコラボすることによって

1.現実の百貨店のマネジメントを体験する

2.笑輪の PR

3.地域の人との交流により、接客力が向上

４．実施計画

1)文献購読

1.P.ドラッカー（2011）「エッセンシャル版・マネジメント」、ダイヤモンド社

2.D.シュルツ（2005）「統合マーケティング」、ダイヤモンド社

3.F.コトラー（2010）「コトラーのマーケティング 3.0」、朝日新聞出版

2)店舗開店・経営

・2013.4.26 開店の「ＳＯＺＯショップ笑輪」の運営に営業日にローテーションを組んで勤務する

・内容としては、接客、販売、仕入れ、売上管理、広報などの業務を通じて、店舗運営の実態を体験する

・できるだけ、一部の人に負担がかからないように公平にローテーションを実施する

3)企業見学

・豊橋だけでなく、名古屋地区まで範囲を広げて実際の企業を訪問し、各企業のマーケティング戦略について話をしてもらい、知識を増やす

4)コラボ先を探す

・「ＳＯＺＯショップ笑輪」開店して、店舗運営をすると同時に、地元企業とショップのコラボによる店舗の知名度を上げ、地域貢献への道を開く取り組みを目指す

５．実施結果

★春学期：

①文献購読

・年間通じて上記３冊をゼミ生全員で輪読することで知識を増やし、店舗運営にも生かすようにする

②店舗開店、経営

－4/26ＳＯＺＯショップ「笑輪」開店－

・4/26～毎週金、土、日にローテーションを組んで店舗に出勤して仕事をする

③中部国際空港企業見学　6/21（15：00～18：00）

－6/21 中部国際空港会社見学－

・同社のマーケティング戦略、主に企業の広報と路線拡大のための戦略の概要をレクチャーしてもらった

・担当は、同社総務部総務グループリーダー、高橋哲

也氏

・高橋氏講演内容：

*旅客数；年間 449 万人（2013 は目標 480 万人）

*便数；国際線が伸び悩み（1 日 40 便、北米敏減少）

* LCC の航路は拡大方針

*施設・サービスの充実とＣＳ（顧客満足度)世界 No.1 を目指す

*広報では、公式 Web サイトのリニューアル、イベント開催、「昇龍道」プロジェクトとして、名古屋から富士山、高山、立山、金沢をめぐる観光ルート開発、外国人向け観光情報開発

*航空会社へのセールスと路線開拓：

アジア、中国の旅客の取り込み、拡大

④　松山小学校子供夕涼み大会、出店

7/27 松山小学校夕涼み大会・出店

・土曜日の夜、同小学校の生徒たちとその親御さんたちを集めて「夕涼み大会」といういわば「お祭り」を実施して地域の親睦を高める

・「ＳＯＺＯショップ笑輪」は、地域への交流と激安のドリンクやお菓子を販売したり、「お菓子の掴み取り」ゲームをしたりと、親子連れの客で賑わった。

・ただ、当初の観客動員見込みを過大評価したため、冷たいドリンクを多く仕入れすぎたため、多くの残を発生させた。

*学校側の予測では、子供・大人含め、約 500 名を想定していたが、実際は、350 名の参加でしかなかった。

・夕涼み大会の最後に、余ったドリンクやお菓子の詰め合わせをプレゼントする「じゃんけん大会」を急きょ実施して、お菓子は全て処理したが、冷たいドリンクに約 100 本近い余りが出てしまった。

・だが、状況を把握して、予定外のイベントを急きょ実施したり、そのための動員をみんなで取り組めたりできたのは良かった。

・もう少し事前の予測をしっかりすればよかった

★秋学期：

⑤笑輪、店舗レイアウトリニューアル

・開店当時から、店内のレイアウトが、当初の目的である「おやつを買って、セルフサービスでお茶を飲みながら備え付けの本でも読んでもらう」という狙いを持っていたが、店内に入ってきたお客さんは、品物を見たり、買ったりした後、すぐに出て行ってしまうのがほとんどだった。それは、テーブルに座ってもらいにくい店のレイアウトが原因というのが、メンバーみんなの意見であった。

・それを変えるには、商品の位置と、新たに誰でも座れることができるイスとテーブルを買う必要があった。それで思い切って手を加えることにした。

・10 月の初めのプロジェクト演習の時間にレイアウトを変更した。

・しかし、その成果はいまのところ出ていないので、後は販売する商品を工夫して広げることが必要である

⑥ほの国百貨店とのコラボ企画決定

・秋学期にはもう一つのコラボ先として、ショップからすぐ近くのほの国百貨店とのコラボをすべく、企画に入った。

・幸い大学に同店と親しい先生がおられ、その先生からの口利きで、コラボを申し込んだら、「企画を見せて」と言われ、すぐ企画に入った。

・コラボの企画内容は、

*主な内容：同百貨店のフロアの一角を借りて、1 日限りの共同イベントを開催する

*タイトル：「親子ふれあい広場」

－親子で楽しめるイベントを、時間を区切って展開する

－子供塗り絵大会…終日無料で子供に塗り絵をし

て遊んでもらう。できた塗り絵はショップでも展示する

－ポケモン非公式ゲーム大会（14 時～16 時）

子供たちにゲーム機を持ち込んでもらって、個人戦で試合をする。1 位、2 位、3 位に図書券の賞品

－ビンゴゲーム…16：15～17：30

当日同店での買い物レシート 3000 円以上で、1～2 枚までのビンゴカードを配布。早くビンゴを達成した人から、クジ引きで商品を選ぶ方法

*同百貨店販売促進部長、中澤氏に全員で同店を訪れてプレゼンを実施。すぐにＯＫをいただき準備に入った

⑦創造祭にて笑輪出店　10/26～27

・創造祭で、ショップとして出店

・ペットボトル商品の販売は学生から禁止されているので、缶ドリンクを販売することで参加。

・１缶￥50 という激安で販売したが、夏の納涼大会の教訓を生かし、仕入れ缶数を少なめに設定したことで、完売できた。

・土日でメンバーのローテーションで販売した。2 日間で缶は缶完売することができた。

・土曜日のメンバーの発案で、当日缶ドリンク以外に出来立てのコロッケ販売も急遽実施し、60 個用意したのが、全部販売できた。

創造祭にて笑輪出店　10/26～27

⑧ほの国百貨店「親子ふれあい広場」実施　12/23

・12 月 23 日の 1 日だけ、同店８階の催事場の一角で特別に場所を提供してもらって実施した

・ショップで製作した「大学ののぼり」を持ち込み、８階へ来られたお客さんから目につきやすい仕掛けを試みた

・当日は、フロア全体が「北海道展」を開催中で、北海道のうまいものを買いに来るお客が多いはずだったが、クリスマスイブ前日にも関わらず、思ったほどお客さんは多くなかった。

・イベント内容は、上述の通りだったが、準備作業がなれないことばかりで大変だった。

＊「ポケモンゲーム大会」は、著作権との関係でそのままの名前で実施することはできず、「非公式」という文字を加えることが必要と分かった

*参加者にわたす景品の企画と実際にそれを集めるのに手間がかかったが、うまく企画できた

・開店から 14：00 頃までは何とかお客はあったが、それからＢＩＮＧＯ大会まで人が来なくなり、メンバーで手分けして動員を呼びかけた。

・それとともに北海道展のレジの人にもＢＩＮＧＯ大会へ立ち寄るよう声掛けしてもらったおかげで、ＢＩＮＧＯは予想外の入場者であふれた。景品も最後まで１等の東京ディズニー招待券当選者が出ず、最後になるとＢＩＮＧＯになった人が重なるものだが、ちょうど一人の当選者が出て、うまく収められた。

・反省としては、もっと事前のイベント広報を同店と共同で進めるべきだったことがあげられる

・百貨店の店員としてイベントに取り組むよう求められたことで、接客や、臨機応変の対応の重要性がまなべた。

12/23 ほの国百貨店コラボ

「親子ふれあい広場」のＢＩＮＧＯ大会

６．プロジェクトの成果（自己評価）

①売り上げは伸びたが客足は少ない
②マネジメントに対しての認識が広がった
③空港のマネジメント方法の認識が広がった
④接客や臨機応変に対処することを学べた
⑤レイアウトを変える事で理想のショップに近づけることができた
⑥松山小の反省を生かし商品を完売することができた
⑦自分達の企画を採用してもらい、地域の有力企業とのコラボが実現
⑧コラボを実施する事により、接客力の向上ショップのＰＲができた

７．メンバー各自の所見

①伊豫田英将(21123105)
松山小学校とほの国百貨店とコラボして、利益の出し方や集客の難しさを知りました。

②松本教史(20923122)
ＳＯＺＯショップ「笑輪」を経営し、様々な問題点が見つかったが、それらを分析し、一定程度改善させてくることができた。また地域企業と共同でイベントを行わせていただき、企画のポイントや接客について学んだ

③浪崎祥平(21123125)
この一年､プロジェクトを通じ様々なことを学んだ。経営やコラボといったことを体験することにより、現場独特の雰囲気や物事は、実際にその場にいなければ分からない。そんな中であったトラブルや問題点にどうたいしょするか、どうやって次に生かすかなどを実際に体験できたことは、座学では得られない貴重な体験だったと私は思う。

④廣中佑紀(21123127)
ほの国百貨店とのコラボでの「ＢＩＮＧＯ」は､「ガラガラクジ」のほうが良かったかもしれない。が、ＢＩＮＧＯも満員だったのが何とも言えなかった｡ただ、大勢のお客様に楽しんでもらえるなら、ガラガラだと考えた。あと、ＢＩＮＧＯのナンバーは、別の機械でやったほうがよかった
（※参考：Ｉｐａｄで実行した）

⑤馬　駿(21123130)
ショップに対して商品の種類があまりわからない、知っている商品の種類は有限で、いつも商品を仕入る前になかなか発言できなかった。自分が勉強したことは、ショップをつくる前から営業、商品の仕入とかを勉強した。ほの国百貨店の集客行動で、どういう人たちに行うか、や、商品仕入れ活動の時間を計画し実施したことなどいろいろの体験を身に着けた。

⑥佐々木智至(21123216)
ゼミのプロジェクトを通じて、今までと違う人たちと多く関わることができて、成長できたと思う。

⑦伊藤奨麻(21123205)
全体を通じて、日々の活動の中ではうまくメンバーを纏められなかったと思うが、イベント等はうまくできていたと思う
ショップにおいても、その度にお問題点を解決するために話し合い、積極的に権をもって理想に近づけたと思うが、その中でもっとメンバーの意見、積極性を引き出していきたかった。

以　上

豊橋エコタウンプロジェクト

～豊橋市内小中学校に設置された太陽光発電システム状況調査～

見目プロジェクト

１．プロジェクトメンバー

田辺俊希（20923215）、鈴木涼太（21123117）、
惣門健人（21123118）、眞子　匠（21123132）、
杉元篤史（21123220）、鈴木啓吾（21123221）、
中川千加（21123228）

２．連携先企業・組織

・豊橋教育委員会教育政策課
（担当：渡会小枝子）
・豊橋市市内各小中学校の校務主任

３．プロジェクトの背景と目的

近年、資源の枯渇化、地球温暖化といったエネルギー・環境問題への対応から、再生可能エネルギーの普及拡大が求められている。その中でも太陽光発電は、クリーンであることをはじめ、どこにでも設置が容易である、可動部がなく静穏であるなどの利点があり、注目を集めている。

太陽光発電の長期信頼性の評価には、ある地域において複数のシステムの長期的なデータ収集・分析が望まれる。しかしながら、民間施設に設置された太陽光発電のデータを長期的に収集することは困難である。一方で、公共施設に設置されたシステムについては、データの提供・収集が比較的容易であると思われる。

以上のことから、本研究では豊橋市内の小中学校（全74校）に設置されている太陽光発電システムを対象に、システムの稼働状況を調査し、その長期信頼性に関する基礎データを収集して分析する。

４．実施計画

4.1 春学期（太陽光発電の基礎知識の習得）

(1) 太陽光発電の長所と短所
(2) 太陽光発電の原理と太陽電池パネルの種類
(3) 太陽電池製造メーカーによる出力保証の調査
(4) 性能劣化の評価方法の検討

4.2 秋学期（訪問）

(1) 豊橋市内全小中学校の訪問
(2) 故障・トラブルの状況確認
(3) 性能劣化の分析

５．実施結果

5.1 太陽光発電の長所と短所

太陽光発電の基礎知識修得のために、太陽光発電の長所と短所を検討してまとめた。

〇長所
・可動部分がほとんどなく、メンテナンスが不要
・発電時に化石燃料を使わない
・屋根や壁等の未利用スペースを利用可能
・送電設備のない遠隔地の電源としても利用可能

〇短所
・導入時のコストが高い
・発電が天候などの自然条件に左右される
・施設の屋根に設置した場合、屋根に負荷がかかる
・現状では発電コストが高い
・設置方法によって発電量が大きく異なる
・長期信頼性の問題が指摘されている

5.2 太陽光発電の原理と太陽電池パネルの種類

太陽光発電では、太陽電池を構成する半導体に入射した太陽の光エネルギーを電気エネルギーに変換して発電を行う。

多結晶は単結晶よりもコストが低い為、一般に普及されている。単結晶は他よりも製造コストが掛かるという欠点がある。化合物系は、高温時でも出力が落ちにくいという長所がある一方で、有害物質を使用している。有機系は、製造が比較的簡単で様々な場所に設置が可能という長所がある一方で、変換効率が低い事が短所として挙げられる。

5.3 太陽電池製造メーカーによる出力保証の調査

各メーカーの保証期間と保証条件を表 1 に示す。

三菱電気では、太陽電池の性能が保証条件を下回った場合には、問題の生じた太陽電池パネルを無料で修理する。シャープおよび東芝は、問題の生じたパネルを修理または、代替品と交換する。ソーラーフロンティアは、新たなモジュールの追加、もしくは問題の生じたパネルの修理か交換を行う。カナディアンソーラーは、その取り扱いについては販売店で詳細を説明するとのことであった。

表 1 太陽電池製造メーカーによる保証条件

メーカー	保証期間	保証条件
三菱	20 年	80%を下回った場合
シャープ	15 年	10 年で 90% 11 年以降は 85%
東芝	10 年	90%未満となった場合
ソーラー フロンティア	20 年	10 年で 10%以上低下した場合 20 年で 20%以上低下した場合
カナディアン ソーラー	25 年	1 年目 97%以上 10 年目 90.7%以上 25 年目 80.2%以上

5.4 性能劣化の評価方法の検討

太陽光発電の性能を示す重要な指標は、発電量である。しかし、この発電量は入射する日射量により変化する。そのため、日射量の変化の影響を取り除いた変換効率（発電量÷日射量）で評価する。

しかしながら、この変換効率は太陽電池温度の影響を受け、温度が上昇する低下する。そのため、変換効率の値を温度で補正下値を用いて評価する。

5.5 豊橋市内全小中学校の訪問

秋学期は、市内小中学校の訪問調査を本格的に行った。太陽光発電の長期信頼性を評価するためには、故障状況と性能劣化の両面からシステムを調査する必要がある。今回は、故障状況を確認する訪問調査を行った。また、一部の小中学校からは発電データを提供いただき、そのデータをもとに性能劣化の分析を行った。

[訪問調査するために必要な準備]

アポイントメント・電話応対資料作成を分担して行った。

[訪問調査の流れ]

①豊橋市教育委員会から各小中学校の担当者に依頼状を送付

②本学より各校に依頼状を送付

③各メンバーが訪問のアポイントメントを取る

④訪問調査を実施

⑤訪問終了後、学校にお礼状を送付

⑥豊橋市教育委員会・各小中学校への報告書の作成

このように、訪問調査を行うために、電話対応マニュアルを作成するとともに、訪問担当校の分担の決定、質問項目の決定、訪問終了後の確認の連絡、お礼状の作成を行った。

[内容]

訪問調査では、太陽電池パネルのメーカー、パネルの設置枚数、方位、傾斜角度、パネル周囲の障害物の有無、インバータの場所など、システムの設置状況を確認した。また、表示板で発電状況を確認するとともに、システムの事故・トラブルの有無、蓄電池設置の有無について担当の先生に質問した。

5.6 故障・トラブルの状況確認

訪問調査では、豊橋市内全 74 校を対象に太陽光発電システムの稼働状況調査を行った。その結果、本年度は 9 件のトラブルを確認した。その中には、発電への影響が高いものが 7 件あった。また、昨年生じたトラブルが改善されていないものも 2 件あった。

一方で、一部の小中学校では太陽光発電システムの点検が行われていた。

表 2 および図 1 に、今年度の調査結果をまとめる。発電への影響に応じて、故障のレベルを以下のように 3 段階に分けた。

レベル１：施設の異常、発電量表示パネルの故障

レベル２：インバータ又はフィルターに支障（エラー）

レベル３：インバータの停止又は故障、太陽電池パネルの破損・断線

表２　レベル別の故障件数

故障レベル	発電への影響	今年度の故障件数
1	なし	2
2	一時的に影響	7
3	大いに影響（修理の必要有り）	2

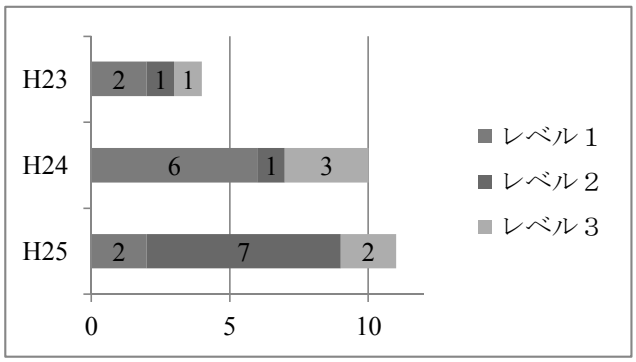


図１　各年の故障・トラブル件数

5.7 性能劣化の分析

吉田方中の変換効率の推移を図2および図3に示す.

吉田方中を対象に変換効率の推移から性能劣化の分析を試みた。図2の吉田方中の変換効率の各年のグラフを見た通り2009年に比べて2013年のほうが低くなっていた。

トラブルが無ければ夏場は発電量が減少し、冬場は発電量が増加している、トラブルがあった場合はこれに当てはまらない。図3を見てみると2013年の1月後半から4月頭までトラブルがあった事が窺える。

その詳細な分析については、現在も継続中である。

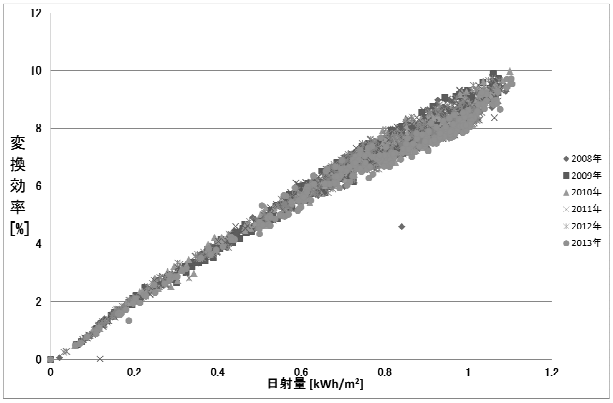


図２　12－13時の1時間の日射量と発電量との関係（吉田方中学校）

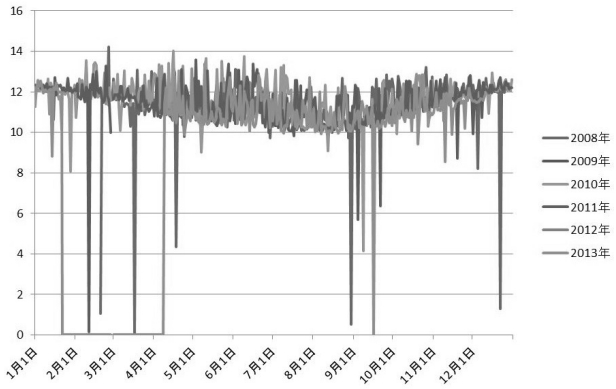


図３　12－13時の1時間の日射量と変換効率との関係（吉田方中学校）

６．プロジェクトの成果（自己評価）

豊橋市内全小中学校の訪問調査は、分担して訪問することができた。一方で、分析・資料作成の際に役割分担がうまく機能せず、結果として一部の人間に作業が集中してしまった。また、訪問の際に取得すべき必要な情報を共有できなかった。

以上の事から、常に電話やメール等で連絡を行い、会議による意見交換やコミュニケーションを積極的に取ることが今後の課題となる。

７．メンバー各自の所見

・鈴木啓吾（21123221）

このプロジェクト開始の頃は、太陽光発電システムは、価格という問題点のみだと思っていた。しかし、実際に基礎知識を学んで行く中で太陽電池製造メーカーの出力保証は、メーカーごとで様々ということがわ

かった。

太陽光発電システムは普及していますが、長期信頼性に関する問題が浮き彫りになっている。

訪問調査を行う際に電話によるアポイントメントを取りましたが、なかなか相手との都合の良い日が合わなかったり、授業などで電話に出られなかったりなどさまざまな状況があった。就職した後も電話でのアポイントメントは、行うと思うのでその時は、このプロジェクトの時を思い出して苦労しないように相手のことを考えて行いたいと思う。

・杉元篤史（21123220）

私たちは、太陽光発電についての基礎知識習得や豊橋市内全小中学校への太陽光発電システムの稼働状況調査など様々なことを行ってきた。訪問調査では故障やトラブルが増加傾向であることが分かった。一方で一部の学校では、太陽光発電システムを定期点検していることが新たに分かった。そのため定期点検によって事故やトラブルが発覚し、修理を行った学校もあった。しかし、他の学校では定期点検が行われていないため､訪問調査によって故障が発覚した学校もあった。訪問調査で蓄電池の有無についても確認を行った。設置されている学校は多くはなかった。学校の立地によっては、津波などの被害を受ける可能性がある。しかしながら、災害用にもかかわらず津波などの影響を受けやすい場所に設置されている学校があった。このように訪問調査によって太陽光発電システムについての様々な問題が発覚した｡この発覚した問題が改善され、太陽光発電システムが今後のエネルギー問題を解消する新たなエネルギーとして、より一層注目されることを願う。

・鈴木涼太（21123117）

今回のプロジェクト活動では太陽光発電の基礎知識の習得から始まり、豊橋市内全小中学校の太陽光発電システムについての訪問調査、性能劣化の分析を行ってきた。

最初は、太陽光発電は太陽の熱をエネルギーに変えて発電しているというイメージしかなかった。

太陽光発電の基礎知識を習得する事で、太陽光発電の原理を知り、メーカーや種類が色々あると知ることができた。メーカーによって保証内容や期間が異なっていると知った。

訪問調査では、訪問する小中学校を決め各自で担当する小中学校に電話をしてから訪問調査を行った。電話をした時に担当者が不在のため連絡が取れず、日程の調整をするのに苦労した。訪問時には、故障・トラブルの有無、設置状況などについて調べた。故障・トラブルは昨年に比べて増えていると分かった。設置状況は学校ごとに異なっている事が分かった。

・眞子匠（21123132）

私たち見目ゼミナールでは、太陽光発電システムの長期信頼性について研究を行った。春学期は、太陽光発電システムについての基礎を学び、現在太陽光発電システムが抱えている問題点を知ることができた。秋学期には、市内の小中学校を対象に太陽光発電システムの設置状況を調査した。その結果、2012 年より故障やトラブルが増加していた。また、2012 年からのトラブルや故障を対処していない小中学校があったことが分かった。また、データを提供してもらった吉田方小学校、豊城中学校に関して、データの分析から性能劣化の可能性があることが分かった。

この研究を通して、長期的なグループ活動や目上の方との交流の仕方など、今までやったことのなかったことを体験できて、とても有意義であった。小中学校の訪問の際に、小中学校側とのスケジュールの調整はとても苦労した。しかし、早い内にこういった体験ができたことはとても大きなメリットであると感じた。

・田邊俊希（20923215）

今回私たちのプロジェクト活動は、太陽光発電の長期信頼性について研究を行った。

春学期に、太陽光発電に関する知識（長所や短所・種類と原理など）を習得し、国内外の企業が太陽光発電にどのような対応を取っているのか等をゼミ内で各

自発表を行い、メンバーの太陽光発電に対する基礎力向上を目指した。

秋学期は、前年度・前々年度にも太陽光の発電データ収集を協力して下さった豊橋市内の全小中学校にアポイントメントを取り、今年度も訪問調査を行った。

観測したデータを集計しグラフにして、各小中学校での 3 年間の性能劣化や故障・トラブルが無いか、長期信頼性についての評価を行った。

1 年間の研究を行い、感じた事は自分が太陽光発電についての知識が足りない事やアポイントメントでの対応など様々な力不足である。今回のプロジェクトで経験・実感した事を、自己成長や卒業研究に活かして、これから一つずつ補っていきたいと思う。

・中川千加（21123228）

プロジェクトを通し、訪問調査を行うために必要なこと、太陽光発電システム、学校で積極的に行う活動等を学ぶことができた。

時間が限られている中で、発表することの難しさを学んだ。もう少し分担し、私も積極的に参加し協力すべきであったと感じた。

・惣門健人（21123118）

今回のプロジェクト活動を行って豊橋市内小中学校に訪問した結果、太陽光パネルが壊れていることに気が付いていなかった学校や、多少調子が悪くても、そのまま使っている学校があった。

一般家庭に取り付けられているパネルの場合、不調になったことにより、太陽光発電システムで得られるはずだった発電量を失うことになるため、なるべく早く修理する。しかし、学校では予算の関係で修理できないという問題と、学校から市に報告をした場合に、市からの修繕費用等の予算が下りないなどの問題があるため、すぐに修理することはできない。

これから先、私たちがこの太陽光発電システムの課題についての調査を続けていく中で、性能劣化を分析する際に、太陽光パネルの扱い方の違いによる影響が出るのではないかと思われる。パネルを販売する業者、設置する業者のアフターケアーや保証期間の利用状況も考え、分析しないといけない。

アカウミガメ保護啓発活動

中野聡プロジェクト

１．プロジェクトメンバー

内藤規文（21123227）、白濱祥輝（21123218）、
浅井昭宏（21123201）、田中皓也（21123222）、
石部広貴（21123102）、佐々木勇太（21123113）
高瀬竜也（21123614）

２．連携先企業・組織

ご協力いただいた、豊橋市役所環境部環境保全課兵藤様、田中様に改めて謝意を表したい。

３．プロジェクトの背景と目的

私たちは日本の環境保護活動を担いたいと思い、豊橋市の行っている活動を調査した。調べてみると、豊橋の表浜海岸はアカウミガメが上陸・産卵に来る日本有数の海岸であること、豊橋市がウミガメの保護活動を行っていることがわかった。また、豊橋市の行っているアカウミガメの保護活動の理念に賛同したため、プロジェクトのテーマに設定した。

特に、以下の諸点をプロジェクトの目的に定めた。① ウミガメの生態に関する学習を通してその理解を深め、② 自ら保護啓発活動を担うこと。また、③ 他県・世界の保護の取り組みを調査し、その結果をフィードバックすることにより豊橋市役所の取り組みの向上に協力すること。そして、④ 独自の啓発活動を展開し、豊橋市内外の人々にウミガメ保護に関する認知と理解を深めてもらうことである。

４．実施計画

★ 春学期

ウミガメの生態と保護に関する学習
学外団体のイベント参加
自主的上陸調査・保護活動

★ 秋学期

自主的上陸調査・保護活動
保護啓発リーフレット作成・配布
映像作品の制作
市役所に保護活動についての提案
出前授業
ホームページの作成

5. 実施結果

① ウミガメの生態学習 ･･･ テーマ設定後、アカウミガメの生態に関して学ぶため、「とよはし アカウミガメのあしあと」豊橋市環境部環境保全課 2012 年などを輪読した。

また、6 月 13 日には豊橋市役所環境保全課を訪問して市の保全活動に関する説明を受け、7 月 20 日には「竜宮探検～表浜のアカウミガメ調査委員養成講座～」に、7 月 27 日と 8 月 3 日には「アカウミガメの来る表浜海岸の自然観察会」の参加した。写真 1 は、竜宮探検の際の、地元 NPO 担当者による表浜海岸での講義の様子。

写真 1. 竜宮探検

② 保護啓発活動 ･･･ 9 月から 12 月にかけて、次の活動を行った。

a. まず、ウミガメの生態学習をもとに独自の保護啓発リーフレットと三角ポップを作成した。三角ポップの印刷は外部に依頼し、幅広い年齢層の方々にウミガメ保護への認知を広めるために学内、市内サー

写真 2. リーフレットの作成

フショップ、豊橋西高校などに配布した。

b. 表浜海岸清掃活動 ･･･ 月に数回、メンバーが自発的に表浜海岸に赴き、海岸の清掃活動などを行った。ウミガメの保護には資格が必要なため、直接的な保護活動の余地は限られている。だが、清掃活動などを通して間接的にウミガメ保護に貢献することはできる。

c. 豊橋市役所への報告書提出 ･･･ 豊橋市役所環境部環境保全課へ、他県と他国の取り組みをまとめた報告書を提出した。報告書には、HP の網羅的調査の結果や文献(亀崎直樹『ウミガメの自然誌』東京大学出版会 2012 年など)の記載を利用し、日本全国のアカウミガメの産卵地、産卵数を見やすく可視化したデータや米国漁業におけるウミガメ排除装置 TED(turtle excluder device)の利用、他県の特徴的な保護策などについて明記した。

具体的には、ウミガメ減少の主な要因として 6 項目を指摘した。

・乱獲　有史以来食用として、また皮革製品や剥製、宝飾品として利用するために捕獲されてきた。近世に市場経済が発達し、流通が大規模化するにつれて、ウミガメの存続そのものを脅かすようになる。日本では中国から伝来したべっ甲細工が江戸時代から発達、工芸品として珍重され、20 世紀には世界最大の燐板消費国となった。1950-92 年までに約 200 万個体分が輸入されたとされる。乱獲は、ワシントン条約(1970 年の絶滅のおそれのある野生動植物の種の国際取引に関する条約)による国際取引規制により抑制されてきたが、わが国はタイマイに関しては留保し、1989 年まで年間約 30 t (約 3 万匹分)を輸入し続けた。国際的批判から、1993 年に実質的に輸入を禁止し、1994 年に留保を撤回した。

・混獲　刺網、巻網、底引き網、定置網などにウミガメが混獲され、溺死するものが少なくない。40 ヵ国の操業データと 13 の監視プログラムのデータによれば、2000 年には世界全体で 20 万頭のアカウミガメ、5 万頭のオサガメが混獲されたと見積もられている。

・産卵地機能の喪失　孵化脱出までの間、温度や湿度、ガス交換などが適切に保たれ、容易に地表に脱出でき、確実に海に到達できることが求められる。わが国では全国的に砂浜の侵食が進行し、こうした空間が急速に失われつつある。侵食は、砂利の採取やダム建設に伴う河川からの砂の供給の減少、港湾施設や離岸提の設置による沿岸漂砂系の変化による。また、砂地があっても、利用できなかったり、好ましくない環境に変容していたりする。

・被食　ウミガメの卵はさまざまな野生動物によって捕食される。2013 年夏には、表浜海岸でもアカウミガメの卵が野犬の被食にあっている。産卵巣をフェンスで覆うことにより一時的に防除はできる。

・汚染　石油などによる汚染、人工物の誤食や絡まりなど。死体の消化管内容物の検査では、アカウミガメ、アオウミガメ、オサガメからしばしばプラスチック類がみつかる。

・その他　気候変動などの地球規模の変化のほか、観光客による踏みつけや幼体の放流会などのディメリットも指摘される。

また、他県における良く工夫された保護柵の事例やウミガメの里親制度、ウミガメ保護条例などを記載した。市の保護活動がよりよいものになるよう、貢献できれば幸いである。

写真 3. 市役所報告書の作成

d. 映像作品の製作 … 映像は、インターネットなどを通じてたくさんの人に知ってもらえる手軽な方法であり、幼い子たちにも比較的抵抗なくウミガメ保護の大切さを理解してもらえると考えた。

映像とリーフレットを併用することにより、認知率の向上を図る。現在、ウミガメの成長回遊をベースにした映像作品はほぼ完成しており、年度内に豊橋創造大学の Facebook や Youtube 等にアップロード、広報活動のレパートリーに加える予定である。

6．プロジェクトの成果（自己評価）

達成率は、60%とした。

理由は、秋学期当初に立てた目標をすべて遂行することができなかったからである。１つ１つの成果物の質の向上に努めたが、コンテンツが不十分であり、また期日内に終了することができなかった。

計画通りに進まなかった場合、柔軟に対応することができなかった。期日に間に合わせるためのチームの協調力と熱意が足りなかったのも一因だろう。
毎回、進捗具合と該当作業に関してどのくらいの日数がかかるのかを共有して取り組めば、間に合ったのだろうと思う。

7. メンバー各自の所見

内藤規文（21123227）

今回のプロジェクトで､私はゼミリーダーを務めた。プロジェクトは各賞を頂き、豊橋市職員の方達

写真 4. 表浜海岸にて
（7 月 27 日夜 10:30 頃撮影）

からもそれなりの評価を得られた。だが、自身の至らない所を痛感する機会だった。

電話でのアポ取り、ビジネスメール、言葉遣い、マナーなどから集団行動における協調性、傾聴力などこれから社会に出る上で必要不可欠な教養が欠如していると強く感じた。授業を通して自己分析ができ、自分を見つめなおすことが出来、自分の長所、短所を知ることができ良かった。この経験を今後の学生生活、就職活動に活かせたら幸いである。

プロジェクト内容については、自分達の行ったことに対する効果測定、検証が行えなかったため、みえる化ができず中途半端に終わってしまった。計画も持ってとりくめず、最後までちゃんとやりきる事が出来なかった。

リーフレットの配布、映像作品など作成したが、広く認知度を上げるために出前授業が出来たらよかったと思う。いろいろと問題点がありたくさんの改善点があった。最後に私達の活動を支援してくださった環境保全課の兵藤様と田中様に改めて謝意を表したい。

浅井昭宏（21123201）

このプロジェクトで、私はウミガメの保護活動について様々な事を学べました。私は普段海に行くことが多いのでウミガメが来ることは知っていたのですが、市で保護活動をしていることなどは知りませんでした。

保護活動に参加することでウミガメが食害にあっていることや、海岸がゴミで結構汚れているのを目の当たりにし衝撃を受けました。これからは海岸を利用する時に海岸を汚さないよう気を付けるように心がけ、知人などにも注意するよう心掛けたいと思います。

また、産卵のデータを見ると産卵が多い年と少ない年があるのが分かり、それには海の温度も関係している可能性もあるのですが、海岸の環境によるものも大きいと思っています。保護柵などまだまだ改良の余地があると思うのでこれからもどうしたらよりよくなるのかを考えていかないといけないと思いました。

石部広貴（21123102）

今回、ウミガメ保護啓発活動をテーマに市役所とも協力のもと、多くの人に知ってもらうように計画し実行した。私は、リーフレットや映像作品の作成を担当した。まずは、保護活動や改善点を知らないことには周りに伝達することはできないので、市役所の行う保護活動に参加し、資料収集を行い、知識を増やした。そして、大人から子供まで理解してもらうよう、分かりやすく退屈にならないものを作るように工夫した。リーフレットでは、豊橋の高校にアポをとり、提示させてもらえるようになった。映像作品ではナレーションも担当し、ユニークさも取り入れることが出来た。

人に伝えるには、ユニークさも必要であることが大切だと感じた。外部との交流はとてもいい経験になったと思う。細かく計画を立てて実行出来ず、進行が遅れたことが反省する部分だ。

田中皓也（21123222）

アカウミガメ保護啓発活動をして、アカウミガメのことが多少わかった。そしてボランティア活動までしている人たちがいることを知ってビックリしました。アカウミガメは絶滅危惧種なので大切にしないといけないと感じた。

白濱祥輝（21123218）

プロジェクトを遂行するにはまずチームワークが重要と感じた。自分ひとりの力ではどうにもならないことも、力を合わせれば可能になると学んだ。チームで行動するには、意思疎通や相手がどんな気持ちで行動しているかを察してあげることが必要と思った。メンバーのモチベーションをコントロールするのも大事なのではないかとも感じた。

ウミガメ保護プロジェクトでは貴重な体験ができてよかった。数年に一度見ることができるかできないか分からないウミガメの上陸を間近で観察することができたし、生態も知ることができた。自分たちの住む地域が日本でも有数のウミガメ産卵地域なので今後もこの環境を守っていきたいと思った。

高瀬竜也（21123614）

私はこのプロジェクトを通して多くのものを学びました。自然を守っていく大変さやみんなで協力しながら一つのことに取り組む大切さがわかりました。今回のプロジェクトで学んだことを生かしていきたいです。

このプロジェクトは海に行ったり、朝早かったり、大変な面もたくさんありましたがそれを踏まえていい経験ができたような気がします。これからも今回で学んだ海を大切にすると言う当たり前のことを当たり前にこなせるようにしていきたいと思いました。最後にみんなで頑張った甲斐があり賞をとることができて本当に良かったです。

佐々木勇太（21123113）

今回、ウミガメ保護啓発活動をテーマに豊橋市役所の協力のもと、多くの人に知ってもらうように計画し実行した。私はリーフレットの台本を作成した。幅広い年代の人達が理解できるよう、言葉遣いに気をつけて作成するのは苦労したが、納得の出来る成果物ができよかった。

ウミガメ保護プロジェクトでは、貴重な体験をたくさん出来た、その中でもチームで行動する際の協調性の重要さを再確認できた。

(2014 年 2 月)

『高校生と学ぶ会計学☆彡』

野口プロジェクト

１．プロジェクトメンバー

井手　一希（21123103）、斉藤　諒祐（21123111）
曽越　崇史（21123119）、糸数　隆佑（21123206）
加藤　国靖（21123212）、唐沢　龍介（21123213）
中村　仁哉（21123230）、
担当教員　野口　倫央

２．連携先企業・組織

野口プロジェクトにご協力して頂いた連携先組織および担当者は、以下のとおりである。

- 藤ノ花女子高校・朝倉丈徳様
- 犬山高校(商業科)・山口正彦様

３．プロジェクトの背景と目的

現代の企業人は、英語・パソコン・会計を具備しなければならないと言われて、久しい。英語・パソコンに関しては、義務教育の中において学習する機会がある。しかしながら、会計学に関して学習するのは大学に入ってからである。

企業活動の主たる目的が利益獲得であり、その利益を測定するのは、会計学固有の役割である。多くの者が企業に携わるにも関わらず、企業の目的に関する基礎理論が欠如しているのは、社会全体から考えて、大きな損失である。

そこで、高校生に会計学の学習の場を提供しようと考えたのが、このプロジェクトの背景である。具体的には、高校生に興味のあるディズニーに焦点を当て、ディズニーの財務分析を行い、その結果の報告を通じて、会計学に関する情報を発信することで、高校教育に欠けている会計学に興味を抱き、その重要性に気付いてもらうことを目的として活動を行った。

４．実施計画

本プロジェクトは、次の図表１で示すようなスケジュールで活動を行った。４月から５月にかけて、何について取り組むかについて、実行可能性等の面も考慮しながら、検討を行った。その結果、高校生に会計学の学習の場を提供することを、プロジェクト活動として取り組むことにした。

図表１　プロジェクト活動の流れ

月	活動内容
4 月・5 月	プロジェクトテーマの選定
5 月－8 月	財務会計・国際会計・経営分析に関する基礎知識の修得 →　伊藤邦雄(2012)『現代会計入門』日本経済新聞出版社の輪読を中心に
8 月 6 日	中間報告会
9 月－11 月	ディズニーリゾートの財務分析の学習 →　有価証券報告書やアニュアル・リポートの分析を中心に
10 月 17 日	藤ノ花女子高校でプレゼン
12 月 10 日	犬山高校でのプレゼン
12 月 17 日	成果報告会

その一方で、自身の会計学に関する知識が他人に教えられるレベルにないことから、8 月までは会計学の基礎知識の修得に努めた。主に、指導教授である野口先生からレクチャーを受けることで、会計学の基礎知識を修得した。

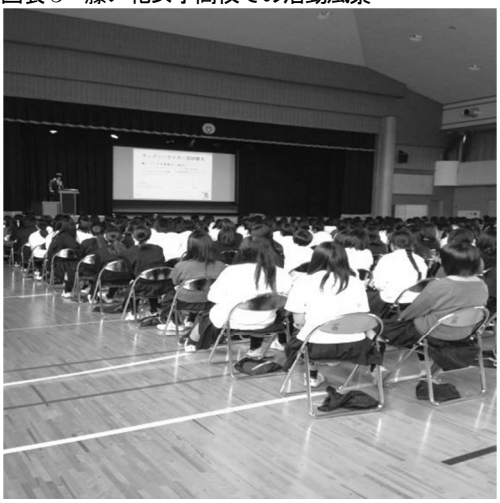
中間報告会後は、よりプレゼン対策の活動を行った。ディズニーリゾートの有価証券報告書を読み、そこから、収益性分析および安全性分析を行った。さらに、高校生に興味をもってもらうために、ディズニーの歴史や、舞浜に建設されるまでの話などもまとめた。

図表２　プロジェクト室での学習風景

10 月には藤ノ花女子高校において、約 400 人の前で、

プレゼンを行った。さらに、12 月には犬山高校の商業科の生徒の前でプレゼンを行った。

図表 3　藤ノ花女子高校での活動風景



図表 4　犬山高校での活動風景

5．実施結果

次の表は、藤ノ花女子高校および犬山高校でのプレゼンの概要である。

図表 5　プレゼン概要

実施校	対象人数	プレゼン内容
藤ノ花女子高校	約 400 人	・有価証券報告書の記載情報の紹介 ・アトラクションへの投資額の紹介 ・収益性分析 ・財務分析に関するクイズ
犬山高校	約 40 人	・財務諸表の役割紹介 ・財務分析指標の紹介 ・収益性分析 ・安全性分析 ・財務分析に関するクイズ

本プロジェクトの目的を達成できたか否かの判断は、アンケート分析を通じて行うこととした。

その結果、次のような結果となった。なお、2 校合わせた有効回答数は 339 人であった。

図表 6　アンケート結果

質問項目	そう思う	そう思わない
会計学に興味をもったか	206 人 (60.8%)	133 人 (39.2%)
会計は将来の人生において役に立つと思うか	298 人 (87.9%)	41 人 (12.1%)
会計学を学びたいと感じたか	209 人 (61.7%)	130 人 (38.3%)

これをみる限り、約 88%に将来における会計の重要性を認識して頂くことができ、さらに 60%以上の人に会計学に興味を持ってもらうことができた。さらに 60%以上の人が、会計学を今後学習したいと感じて頂けたのは、大きな成果であった。

6．プロジェクトの成果（自己評価）

今回のプロジェクト活動を通じて、高校生を相手にして、チームの見解を納得させられるような、表現力・コミュニケーション力の重要性を感じた。さらに、役割分担し、自身の担当部分について責任感を持って取り組み、それをチームとして一つのことを作り上げることの重要性を学んだ。そのために、積極的に取り組み、議論を交わすことが重要だと感じた。

7．メンバー各自の所見

井手　一希（21123103）

初め、プロジェクトで高校生に会計を教えることはとても難しいと思った。なぜなら、会計学の知識が全くなかったためである。約半年ぐらいは、参考書を使いながら、ゼミ担当の野口先生から会計学を学んだ。会計学の基礎から学び始め、月日が流れていくうちに自分で財務分析を行うことができるようになった。

自分の担当は主に PPT 作りであった。最初は PPT

の作り方が分からず、色々な人に聞き、PPT の見やすい作り方を教えてもらった。

PPT 発表練習では、どのように発表したらいいのかなどプロジェクトメンバーの皆で話し合い意見を出し合った。犬山高校では質問担当で大勢の人の前に出たのでとても緊張した。今回のプロジェクト活動は、人生のいい経験になった。

斉藤　諒祐（21123111）

今回のプロジェクトを通して、通常では経験することのできないことを多く経験できた。野口ゼミでは、藤ノ花女子高校と犬山高校でプレゼンを行ったのだが、私は、藤ノ花女子高校でのプレゼンの際、クイズ担当として、会場を盛り上げた。高校生が 400 人近くいる中でクイズを出したり、答えを教えることはとても緊張したが、上手く行うことができ、大きな自信となった。

今回のプロジェクトは会計学を高校生に教えることを目的としたものであったが、教えるためには、自分が勉強しなければならず、大変苦労した。しかし、たくさんの苦労をしたことで、貴重な知識を得ることができた。

曽越　崇史（21123119）

今回プロジェクトであまり知識のない会計学を学び、プロジェクトの時間会計学に携わり徐々に会計学を身に付けていった。そしてプロジェクトでは藤ノ花高校、犬山高校と行くことがきまった。

校内ではプロジェクト中間発表会があり、プロジェクトの進み具合、今後の日程についてなどを各ゼミでの発表会があった。プロジェクトで役割があり、私は発表者となり、人前で話すのが苦手な私でしたが、何とか震えながらも発表でき、人前で話せることができるんだと自信になりよかった。

そして犬山高校､藤ノ花高校とプロジェクトで行き、私はクイズ担当とパワーポイントを作成しプロジェクト後アンケート結果から評判がよくすごいやりがいのあるプロジェクトでした。プロジェクトで学んだことをこれからも生かしていきたいと思います。

糸数　隆佑（21123206）

今回の社会活性化を目的とした「高校生に会計学を教えよう」を通して、私は会計学の知識を学んだ範囲で自身に取り込めたことはもちろん、約 400 人の高校生の前で講演した経験から大抵のことでは動じない精神力を身に着けることができた。

しかし、藤ノ花高校で私は発表担当をしたのだが、正直に言えば発表練習の期間が短かったことがネックとなり自身の中では成功したとは思えなかった。そのため犬山高校の講演は犬山高校での発表担当に余裕を持たせるため PPT の作成を早めたり、発表練習に参加したりした結果、成功と思える講演ができた。

犬山高校では講演を聞いた約 7~9 割の学生が会計学に興味を持ったと配布したアンケートから読み取れた。これは藤ノ花高校での発表、PPT の反省を生かすことができた結果であるともいえるだろう。

加藤　国靖（21123212）

このプロジェクトで、私は犬山高校での発表を担当した。このプロジェクト活動を通して、人前で物事をいかにわかりやすく教えるかの大変さを知ることができた。準備の段階では、野口先生の指導のおかげもあり、順調に発表の準備ができたが、発表本番となると緊張し、満足のいく発表ができなかった。

しかしこの経験は私にとって有益な体験になったと思う。私は、人前に立って物を話すということはとても苦手で、役割を任された当初は自分にこのようなことができるのかと不安であった。

普段の学生生活では人の前に立って物事を教えるということは滅多にないが、今回の活動では、このような経験をさせていただき、私の人生の中でも良い経験になり、自分なりに成長できたと感じた。今回の経験を生かし、苦手なことも挑戦しようと思えた。

唐沢　龍介（21123213）

私がプロジェクト活動を通して今回学んだことは、

人に何かを教えるのはとても大変だが、教えることは自分の学びにもなるということだった。まずものを教えるには、当然だが自分が理解していない教えることができない。会計学はただでさえ覚えることが多いのだが、それを他人がわかるように説明できるくらいに覚えるのは勉学が苦手な私には苦痛だった。実際プレゼンで教える内容を自分が理解できているか怪しいまま当日を迎えてしまった。多くの学生を目の前にし、不安や緊張といった感情でとても空気が薄く感じ、苦しかった。それでも、約400名もの大勢の前に立つことは私にとって良い経験になったと思う。

学生の質問の中にも、こちらの想定していないものがあり、学生から学ぶことも多かった。今回のプロジェクトでは私自身がとても未熟だということを思い知った。しかし、それはまだ今回のプロジェクトのように学べることが多くあり、もっと多くのことを経験し学ぶ必要があると感じた。

中村　仁哉（21123230）

今回のゼミのプロジェクトで高校生に会計学を教えるというテーマで会計学を勉強した。計算が苦手なので会計学は難しかった。犬山高校へ会計学を教えに行き、人に会計学を教えることがすごく難しいと思った。発表前に台本を作るとき、どう話したらいいのか、どうやって会計学を伝えればいいのか、考えるのがとても難しかった。発表してみると台本通りうまくしゃべれず頭の中が緊張でいっぱいになっていた。

しかしながら、クイズをやって犬山高校の生徒も参加してくれて発表の終わりのほうは楽しくできたと自分の中では思えた。初めての発表はこんなにうまくできないのかと勉強になった。犬山高校の先生にもいろいろアドバイスをいただき、いい経験をしたなと思った。

トヨハシ♡(ハート)ヨシプロジェクト

チームみよっキー（三好プロジェクト）

１．プロジェクトメンバー

小濱竜　(21123110)、　夏目祐樹（21123124)、
森下広樹（21123133)、　大里将太（21123210)、
小田康晴（21123211)、　董立平　(21123226)、
飛田知寿（21023802)

２．連携先企業・組織

・豊橋観光コンベンション協会　鈴木恵子様
・豊橋市(企画部　政策企画課)　鈴木裕二様
・豊橋市(産業部　観光振興課)　鈴木誠也様
・豊橋鉄道(鉄道部　運輸営業課)　織笠真至様
・穂の国とよはし芸術劇場ＰＬＡＴ　飯田幸司様
・豊橋生菓子組合事業委員会の皆様

３．プロジェクトの背景と目的

豊橋市は、産業、観光、文化などを広く伝える様々なプロモーション活動に取り組んでいる。本プロジェクトにおいて、学生の目線でできるシティプロモーションに取り組むことにし、豊橋にある自慢できる施設や取り組みを紹介することを目的とする。「ここちよい街」をキーワードにしてテーマを「トヨハシ♡(ハート)ヨシプロジェクト」とした。プロジェクト活動を具体化するにあたって、以下の２つのサブテーマに分離して取り組んだ。

テーマ１：地産地消グルメ開発
テーマ２：ゆるキャラプロモーション

これらのサブテーマで行った事業を表１にまとめる。この事業一覧に沿って、サブテーマごとの実施事業計画を説明する。

表１　トヨハシ♡ヨシプロジェクトの活動内容

地産地消グルメ開発チーム		ゆるキャラプロモーションチーム	
日付	実施事項	日付	実施事項
5月16日	豊橋市企画調整課鈴木裕二氏よりシティプロモーションに関するヒヤリング・相談		
8月1日	市内洋菓子店にヒヤリング	7月19日	豊橋鉄道㈱営業企画課へ協力依頼
8月23日	豊橋観光コンベンション協会へのヒヤリング・相談	8月8日	豊橋鉄道㈱子供向けイベント取材
10月4日	市内和菓子店にヒヤリング	10月23日	シティプロモーションビデオvol.1をYouTubeにアップ
10月15日	豊橋生菓子組合への企画提案	11月9日	豊川B１グランプリ取材
10月18日	豊橋観光コンベンション協会へのヒヤリング・相談	11月28日	豊橋芸術劇場PLATへの協力依頼
11月26日	豊橋生菓子組合との協議１	12月3日	シティプロモーションビデオvol.2をYouTubeにアップ
12月	１月実施予定の試食会準備	12月10日	シティプロモーションビデオvol.3をYouTubeにアップ
1月16日	スイーツ試食会開催	12月12日	豊橋芸術劇場PLATビデオ取材
２月	セレクションスイーツマップ作成配布	12月20日	宮川彬良主催歌劇のリハーサル取材（予定）
３月	利用者の集計、まとめ	１月	取材ビデオの編集・アップロードとTwitterによる周知

※ビデオ公開をTwitterで拡散の努力を継続

４．実施計画

4.1 地産地消グルメの実施計画と経緯

4.1.1　シティプロモーションの情報収集

プロジェクト全体目標を豊橋市に関するシティプロモーションとして、その具体化を図るためにシティプロモーションに関する情報を収集することになった。そのために5月16日、豊橋市企画調整課鈴木裕二様とミーティングを行った。このミーティングでの助言をもとに「カレー」「トマト」「大葉」などの豊橋の名産を使ったアイスクリームを開発する企画を考えた。その後、豊橋観光コンベンション協会の鈴木恵子様とのミーティングで助言を頂き地産地消グルメチームでは、豊橋スイーツマップ作成の企画を進めることになった。

図１　若杉彰様からの意見聴取の様子

4.1.2　豊橋スイーツマップ作成企画に関する助言

豊橋スイーツマップを作ることに菓子店の協力を得ることができるかなどスイーツマップを作ることのニーズを調査することにした。そのために、8月1日、豊橋生菓子組合の組合員であるパティスリーフランの近藤敏之様に豊橋スイーツマップ作成の企画を説明し、それに対する助言を頂いた。そこでは、他のスイーツ

店からも助言を収集した方が良いなど意見を頂き、学生が企画して広報することは店舗にとっても有意義であるとコメントを得た。また、8 月 23 日に豊橋観光コンベンション協会の鈴木恵子様にアイスクリーム開発の企画よりも具体的で実行性があるとの評価を得た。以上の経緯で豊橋スイーツマップ作成の企画を進めることになった。

4.1.3　豊橋生菓子組合とのミーティング

豊橋のスイーツ業界の動向や課題を伺うため10月4日、豊橋生菓子組合の若杉彰様から意見聴取を行いに伺った。この意見聴取で「コンビニで手軽にスイーツを購入可能」、「スイーツ専門店への若者の利用が減少」など店舗販売を行うスイーツ業界に課題があることが明らかになった。この若杉彰様からの意見聴取の様子が図 1 である。10 月 15 日に豊橋生菓子組合事業部会合に参加させて頂き、企画提案・協力要請を行った。ミーティングの内容として、豊橋スイーツマップ作成・企画の説明とスイーツマップにまとめるテーマについての意見聴取を行った。この意見聴取で「和洋を分ける」「手筒などの文化を表した菓子」などの意見を頂いた。また、特徴あるスイーツ調査への協力を快諾して頂き、再度ミーティングを開催することになった。この豊橋生菓子組合事業部会合の様子が図 2 である。

11 月 26 日、豊橋生菓子組合事業部との意見交換会を開催した。意見交換会の内容として、スイーツマップの 4 つのテーマ案を提案し、それについての意見交換を行った。この意見交換で豊橋スイーツマップのテーマを和菓子、洋菓子、歴史文化に決定した。また、写真だけではセレクションは難しいのではないかという意見を頂き、豊橋生菓子組合に協力して頂き試食会を開催することを決定した。この豊橋生菓子組合事業部との意見交換会の様子が図 3 である。

4.1.4　スイーツ試食会の開催

1 月 16 日、豊橋生菓子組合のスイーツ専門店 15 店舗に協力して頂き、スイーツ試食会を開催した。準備に時間がかかってしまい開始が遅れたが、事前に依頼したモニターや当日協力を申出ていただいた 50 人以上のモニターが参加して試食会を開催でき無事に終えることができた。この試食会の様子を図４にまとめる。

図２　豊橋生菓子組合事業部会合の様子

図３　豊橋生菓子組合事業部との意見交換会の様子

図４　豊橋スイーツ試食会の様子

今後は、豊橋スイーツマップを作成・配布し、企画の評価をする。

4.2　ゆるキャラプロモーションの実施計画

シティプロモーションを行うにあたって、どのような方法があるかについての助言や意見を聞くために、5 月 16 日に豊橋市企画調整課の鈴木雄二様とのミーティングを行った。内容は私たちの活動についての方向性や内容などを決定づけていくものとなった。ゆるキャラプロモーションチームでは、豊橋市のゆるキャラを活用し、豊橋市自慢の施設を紹介するプロモーションビデオを制作し You Tube にてアップロードするといった内容で活動を行うことになった。プロジェクトの活動期間を考慮して、5 本程度の PV を作成することになった。その題材を検討して、ゆるキャラプロモーションの第１弾として豊橋鉄道の市電を紹介することになった。

ゆるキャラプロジェクト活動を説明し協力をしてもらうため豊橋鉄道(株)の営業企画課、織笠真至様とミーティングを行った。この時の様子を図５にまとめる。このミーティングで 8 月 8 日に豊橋鉄道主催の子供向けイベントがあることを聞き、参加させていただくことになった。また、その日には全国的にも珍しい女性運転士の方がいらっしゃるということでインタビューを同時にさせていただくことになった。これらの子供参加型イベントの様子と女性運転士の方へのインタビューの様子を撮影した。この時の撮影の様子が図６である。

完成した２本の動画を YouTube にアップロードする。10 月 23 日にプロモーションビデオ第 1 段 Vol.1 となるインタビュー編、12 月 3 日に Vol.2 であるイベント編を公開した。

ゆるキャラプロモーション第２弾として豊川で開催された B-1 グランプリの取材を行った。こちらはシティプロモーションとは直接関係はないが豊橋市も協力しているとのことであり、隣の市であることから紹介するプロモーションビデオを撮影することになった。この活動は 11 月 9 日に行った。その後撮影してきた動画を編集し完成、12 月 10 日にアップロードした。

図５　豊橋鉄道へのプロジェクト協力依頼

図６豊橋鉄道主催イベントの様子

図７　豊川 B1 グランプリの取材の様子

図８　穂の国とよはし芸術劇場の取材の様子

ゆるキャラプロモーション第３弾は、2013 年完成した穂の国とよはし芸術劇場ＰＬＡＴのプロモーションを行うことにした。企画の説明と協力を得るために 11

月 28 日に穂の国とよはし芸術劇場ＰＬＡＴの飯田幸司様とミーティングを行う。そこで私たちは 12 月 12 日に館内を撮影するための許可をいただき、また 12 月 20 日に開催される宮川彬良主催である歌劇のリハーサルに参加させていただき実際の舞台を見せていただくことになった。この時の取材の様子を図８に示す。

12 月 12 日に PLAT へ向かい、館内の撮影をさせていただいた。こちらのビデオは館内の施設をリポーターが紹介するような作りとなっている。

12 月 20 日、リハーサルの様子を見せていただく。リハーサルを撮影させていただきその一部を本編に活用するつもりだ。Vol4 である PLAT 編を編集しアップロードする日は 2 月の上旬から中旬の予定である。

５．実施結果

5.1　地産地消グルメ開発の実施結果

5.1.1 豊橋スイーツボーイ＆ガールズセレクション試食会

1 月 16 日（木）に豊橋の特産品を使用したスイーツを豊橋のスイーツを若者目線でセレクションしてもらうために和菓子、洋菓子、歴史・文化に関する菓子の３つのテーマを決め、その 3 テーマに当てはまる豊橋の各菓子店舗15店舗のスイーツを1商品提供していただき、豊橋の高校生、大学生、社会人の若者 50 名を対象とした試食会を行った。試食会では、和菓子のテーマでは植田の大まんじゅう（小林堂菓子舗）、花便り（お亀堂）、みたらしだんご（大正軒）、ゆたかおこし（若松園）、とよはしイチゴもち（童庵）が出展された。洋菓子のテーマではうずらプリン（華月）、うずラッキーサブレ（レスポワール）、お茶サブレ（ココット）、大葉パイ（マッターホルン）、豊橋うずらのバターカステリヤ（アンジェリカ）が出展された。レスポワールはうずラッキーサブレの他、うずらのプリンとロールケーキを提供してくださった。歴史・文化に関する菓子のテーマでは、六条潟最中（三ッ葉）、潮満（マルサンパン）、手筒米菓（ボンとらや）、駒曳もなか（松月堂コイケ）、吉田の手筒（絹一）が出展された。試食会企画当初はテーマがそれぞれ振り分けられるか心配だっ

図９　　マップのセレクション図

図 10　豊橋スイーツセレクションマップ図

たが、それぞれ 5 種類ずつ分けることができた。

試食会では試食してもらった方にアンケートを書いてもらった。その内容は、洋菓子（見た目、おいしさ、食感、華やかさ）和菓子（見た目、おいしさ、食感、上品さ）歴史文化に関する菓子（見た目、おいしさ、豊橋らしさ、ユニークさ）で行った。そしてその内容に当てはまる商品の番号を記入し、商品に対するコメントを記入してもらった。そのアンケート結果をエクセルでまとめた結果、全商品がそれぞれの項目に振り分けられ、セレクションにのせることができた。その中で、唯一果物を使ったとよはしイチゴもちは人気があり、若者の果物好きを知ることができた。

5.1.2 豊橋スイーツボーイズ＆ガールズセレクションマップ作成

試食会で収集した結果を踏まえ、マップを作成した。出展していただいた 15 店舗に加え、今回試食会には参加できなかった洋菓子倶楽部ムラオカのシュークリームも掲載した。それぞれ、写真と商品名、店名、住所、電話番号、地図を載せ、大きな地図の周りに情報を掲載する形で作成した。そして、マップの後ろページには試食会で行ったアンケートの結果を利用し、すべての商品のセレクションを掲載した。作成したマップを 3000 部印刷し、プロジェクト協力店舗 16 店と創造大学内、高校などに配布していく予定である。このマップの完成図が図９，１０である。

5.2 ゆるキャラプロモーションの実施結果

5.2.1　豊橋鉄道　PV

1 作目と 2 作目の PV として、8 月 8 日に行われた豊橋鉄道主催の豊橋鉄道子供向けイベント「市内電車の営業所見学と運転体験！」に参加させていただいた。このイベントでは営業所の見学、乗務員と参加者との交流や運転体験、ピット体験、洗車体験など参加者の体験の様子などを撮影し、イベントの途中で 2 チームに分かれ、イベントを撮影している裏側で女性運転士様、営業所長様にインタビューをし、それを撮影させていただいた。

ここで撮影させていただいた動画については、「イベント編」と「インタビュー編」の 2 つに分け編集し、豊橋鉄道様に何度かチェックしていただいた。

5.2.2　B1 グランプリ　PV

3 作目の PV は番外編として 11 月 19 日に豊川市で開催された B1 グランプリを撮影させていただいた。ここではリポーターが参加者に混じり、「行田ゼリーフライ」、「勝浦担担麺」、「出雲ぜんざい」、「加古川かつめし」、「三崎鮪ラーメン」の以上 5 つの B 級グルメをリポートした。

B1 グランプリのビデオ編集では、次回の B1 グランプリの際の参考になると考え冒頭で B1 グランプリの

図 11　YouTube のビデオ表示サイト

図 12 編集したビデオの一つの場面

ルールの説明をいれた。また、リポートだけではゆるキャラ PV にならないという意見があり、ビデオの途中で B1 グランプリに参加しているゆるキャラをビデオ内に挿入する工夫などをした。

5.2.3　PLAT　PV

4 作目の PV では PLAT 内の施設を撮影させていただいた。ミーティング時に事前に施設の下見をさせていただいていたので、動画の撮影はスムーズだったが、撮影の終盤でトヨッキーが同伴できないトラブルがあったため予定を変更し、途中からトヨッキー入れずに撮影をした。また、施設紹介のほかに 12 月 20 日に行

われた、公開ゲネプロにも参加、撮影させていただいたのでビデオに入れる予定である。ビデオについては現在編集中で、完成次第 PLAT の担当者にチェックしていただく。

5.2.4　アップロードした PV の視聴数

現在 PLAT の PV を除いた 3 作を YouTube にアップロードした。PLAT に関すビデオの編集が終わり次第担当者の方にチェックしていただき、許可をいただいた後に、アップロードする予定だ。

現在のアップした PV に視聴状況は

第 1 弾：インタビュー編　再生回数 301 回

第 2 弾：イベント編　　再生回数 38 回

第 3 弾：B1 グランプリ　　再生回数 25 回

である。ビデオ作製を行ったが、この活動の周知活動がほとんど行っていないため、予想以上に低調である状況である。

６．プロジェクトの成果（自己評価

6.1　地産地消グルメ開発による自己評価

2013/10/4 豊橋生菓子組合の若杉彰様に訪問することを通して、現在スイーツ業界の問題点と経営者のニーズを認識し、プロジェクトの全体方向と活動対象を決めることができた。2013/10/15 豊橋生菓子組合事業部にプロジェクト計画提案する際、初めて 20 人以上の社会トップの前に自分たちが作った企画を伝えた。このような社会体験できるのが良かった。また、若者の視点からの提案が面白いと組合様に言われて、その時に私たちの活動を認めてもらえたと感じた。2013/11/26 豊橋生菓子組合様とのミティングで、組合の山田享司理事長に若者が生菓子に対してのイメージを深く感じるように試食会を行うと提案された。それが私たちに対して、最大な協力を感じた。2013/1/16 に行われた「豊橋スイーツ Boys & Girls　セレクション」試食会で、50 人以上の若者参加者を集まることができ、若者たちは試食する上で豊橋スイーツのイメージを深くつけることができるようになった。プロジェクトを通して私たちは沢山な初めを体験することができた。初めて、企画書を作ること。初めて、会社に電話すること。初めて、経営者の立場に立って、物事を考えること。今回のプロジェクト活動は目標達成でき、社会体験のいい活動だった。

6.2　ゆるキャラプロモーションによる自己評価

豊橋には他市に誇れるような文化的な施設や祭りなどの文化的活動が多く存在している。これらの施設を豊橋市のゆるキャラであるトヨッキーを活用したプロモーション活動を行い、その活動を動画撮影し YouTube に５本公開する計画を立案した。しかし、時間の関係とチームの行動力が少し足りない部分があり豊橋芸術劇場プラットの施設紹介１つと豊橋鉄道イベント２つ、B-1 グランプリの紹介ビデオ計４本の紹介ビデオを作成した。当初の予定数のビデオ作製はできなかったが、複数のビデオ公開できたことは、当初の目的を部分的ではあるが実行できた。また、これらのビデオの認知度を上げるためにツイッターを活用し、我々の活動情報を拡散する活動もおこない、豊橋市のプロモーションに微力ながらも貢献できた。ただし、ビデオへのアクセス数がほとんどなく、ビデオ存在をアピールする活動について今後検討する必要がある。。

７．メンバー各自の所見

小濱竜　（21123110）

4 月から始まったプロジェクト活動だったが、始まった当初はなにから始めたらいいか全くわからず、最初企画していたカレーうどんのプロジェクトはなくなってしまった。しかしその後、豊橋の特産品を紹介するスイーツマップを作成・配布するというプロジェクトを始めることになった。最初の反省を踏まえて、実施のための計画とそれをチームで分担して行うことを意識して行動した。実行リストづくりやそれに基づく作業指示がある程度行えた。しかし、プロジェクト後半になるつれて試食会やマップ作製などの作業が多くなる中で、実行リストの作成が滞り、その結果、試食会の実施についての十分な検討が行えず、バタバタと試食会を開催することになった。この遅れに伴って、

マップ作製では期日ぎりぎりに第１案が完成するなど、完成度が十分とは言えないマップになった。計画の不徹底さが目立ってしまった。今後、社会に出ていく中で企画などを考えるときにこういった反省点を生かしていきたいとおもう。

夏目祐樹（21123124）

このプロジェクト活動に取り組んで、私は企画を考えることの難しさや外部企業と協力して企画を進めていく難しさを学んだ。

私が所属しているグルメチームでは、若者をスイーツ専門店に誘導するということで企画を進めることになった。その中で豊橋生菓子組合との意見交換会は一つの目標であった新聞に掲載されることが実現できた。また、スイーツセレクションのための試食会では、スイーツ専門店 16 店舗に協力して頂き開催することができた。しかし、ミーティングや試食会の段取りなどの準備が遅れて協力企業に迷惑をかけてしまったことは反省すべき点だと思う。今後は、プロジェクト活動での経験を活かし、周りに迷惑をかけないように責任感を持ち積極的に企画を進めるよう行動していきたい。

森下広樹（21123133）

ゼミでゆるキャラを活用したシティプロモーション活動をしてきたこの約 10 カ月はとてもいい経験ができた。最初に豊橋には全国でも珍しい市電があるということで豊橋鉄道様と訪問の伺いを電話で行い、企画課の折笠様とミーティングを行った。織笠様の協力の下、プロモーション動画を無事作成しアップロードすることができた。次にプラットの飯田様の協力を得てプラットの内部を動画に撮影できた。様々な企業の方々の協力を得て計画を進めていく中でメンバー同士の意見の違いなどがあったが、話し合いによって方向性を決定しながら活動することができた。そしてゼミ活動の中で自分の長所と短所を認識することが出来た。長所としてはチーム内でアイデアを発言しチームの活動の幅を広げることでチームに貢献できたと自己評価している。他のメンバーから長所として評価された点を意識して、他者の意見を尊重し、それについて自分の意見を言えるようにしたいと考えている。また、相手の話をしっかり聞く姿勢を今後改善してゆきたいと思う。

大里将太（21123210）

私はこのゼミを通じて、人とのかかわり方と企業の方々の暖かさにについて学んだ。私の活動では豊橋市のゆるキャラを活用したシティプロモーション活動をしており、外部の方との交流は欠かせないものとなっている。勿論、協力していただく企業の方々には我々の活動の趣旨を説明し、メールによる情報交換など多岐にわたって交流をしていかなければならない。このような活動は今まで行ったことがなかったのではじめは不安ではあったが、回数をこなすにつれて緊張や不安は解けていった。普通はこのような申し出があったとしても企業としては面倒がったり相手にしてもらえないことが殆どだ。しかし、私たちの活動を理解し、協力していただいたことと肯定的に評価いただいた企業の方々が多くあったことに驚いた。この様に優しい方々が働く企業に就職したいと感じた。

小田康晴（21123211）

私はこのプロジェクトに取り組んでみて、企画説明とスケジュール作成の難しさを感じた。企画説明は前提として豊橋の魅力を伝えるということでいかに相手にそれを伝えるかが非常に難しかった。また、スケジュール作成では当日の移動時間や不手際などによる遅延を考慮しなければならず。プロジェクトの最後まで完璧に時間どおりにできることはなかった。

だが、そういった失敗があったからこそ計画することの重要性を学び、プロジェクトを始めた当初に比べ、計画と行動の時間の差を少なくすることができた。

また、企画からミーティング、撮影までの流れまで最初はうまくできないことがあったが、最終的にはスムーズに進めることができるようになったと評価している。　それは、チームメンバーの努力だけでなく、三好先生、協力してくださった企業、関係者様のご協

力があってこそここまで進んでこられたと感じる。

董立平　(21123226)

　今回のプロジェクトを通して、学生としてできない社会体験をすることができた。2013/10/15 豊橋生菓子組合事業部にプロジェクト計画提案する際に夏目君が企画説明者として、20 人以上の社会トップの前に私たちの企画を伝えた。彼は落ち着いて穏やかな声で最後まで順調に説明を終えたが、その姿が立派であった。それを横で聞いていた私は、自分ももっと頑張らなければならないと感じた。また、試食会を行う前に商品、納品時間チェックなどの事項をするために提供者たちに電話をすることを通して、電話で話の流れに一番重要なのはタイミングだと気付いた。相手の顔を見えなく、言葉遣いも非常に注意しなければならない。そして、相手の年齢によって、話のスピート、声の大きさなども気付くようにできた。この体験を今後の活動に活かしたい。

のんほいパーク盛り上げ隊!!～We♥NONHOI～

三輪・山口プロジェクト

１．プロジェクトメンバー

味岡　美沙(21123101),　加藤　綾乃(21123109),
藤田　諭実(21123128),　辻井　友絵(21123225),
長坂　良恵(21123229),　村上　雄也(21123232),
沼倉由香理(21123624),　近藤　智基(21123215),
水藤　圭祐(21123219)

２．連携先企業・組織

（1）豊橋総合動植物公園（通称：のんほいパーク）
（2）公益財団法人　豊橋みどりの協会
（3）豊橋市役所企画部シティプロモーション推進室
（4）NPO 法人 ワライフ

３．プロジェクトの背景と目的

豊橋総合動植物公園（愛称：のんほいパーク）は、豊橋市のシティプロモーション活動の一環として『のんほいパーク 100 万人プロジェクト』を掲げ、入場者数の拡大に取り組んでいる。パークからは、現状（公式の取り組み）の問題点として、若い世代、シルバー世代への広報が弱い、という意見が出されている。

本プロジェクトは、昨年度からの継続的な取り組みとして、広報活動による“のんほいパーク”の活性化を目的として活動を行った。

本プロジェクトでは、情報の送り手（ソース）は“のんほいパーク”であり、情報の受け手は一般の市民である。我々はその仲介役として、ターゲットとして設定した（現状で公式広報の弱点となっている）若い世代、シルバー世代へ情報を届けるため、様々な検討・工夫を行った。

昨年度はレンタルサーバ上に作成した Web サイトによる情報発信が主体だったのに対し、今年度は特に

- SNS（Social Networking Service）の活用
- ターゲットに対応した効果的な情報発信

の 2 点を新たな試みとして取り入れた。

活動を通して、効果的な広報活動（より効果的な情報拡散）について理解を深めることを目標とした。

表 1　プロジェクト実施スケジュール

月/日	活　動　内　容
5/23	Facebook, Twitter 稼働開始
/30	協力依頼・取材　…　のんほいﾊﾟｰｸ
6/21	協力依頼・取材　…　みどりの協会
/27	意見交換　…　市役所企画部ｼﾃｨﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ推進室
7/ 3	取　材　…　植物園七夕ｲﾍﾞﾝﾄ
/ 6	参　加　…　行財政改革ﾌﾟﾗﾝ公開ﾌﾟﾚｾﾞﾝﾃｰｼｮﾝ
/12	取　材　…　暑さ対策（ﾌｫｸﾞﾐｽﾄ）
/21	掲　示　…　創造大学（三角柱 POP）
/24	依　頼　…　愛知大学（ﾎﾟｽﾀｰ,ﾘｰﾌﾚｯﾄ）
/26	依　頼　…　豊橋技術科学大学（　〃　）
8/13～18	参　加　…　ナイトガーデン
9/27	依　頼　…　学園祭協力依頼（缶バッジ寄付）
10/17	取　材　…　チラシ・缶バッジ受け取り
10/26・27	創造祭　…　アンケート実施、学内展示
10/31	YouTube 稼働開始
11/21	依　頼　…　ワライフ
11/28	取　材　…　トラ・ライオン
12/06	依　頼　…　ワライフ（みどりの協会）
12/25	発　行　…　ワライフ

４．実施計画

本プロジェクトの実施スケジュールを表 1 に示す。

5 月から本格的に活動を開始し、はじめに Facebook ページ作成や Twitter アカウント作成を行った。取材を通じて得た情報を基に定期的に Facebook ページ更新や Twitter でのツイートを行い、若い世代へ継続的に情報を届けた。また、Facebook ページのアクセス状況から動画への関心が非常に高いことが判明したため、秋学期には YouTube のアカウントを作成し動画の配信を開始した。さらに、今年度はインターネットメディア以外の媒体を活用した情報発信にも力を入れ、ポスターや三角柱 POP 等の印刷物を定期的に作成・掲示した。シルバー世代向けの広報活動として、フリーマガジンへの記事掲載（紙面作成）にも取り組んだ。

8 月には、のんほいパークからの依頼によりサマーイベント（ナイトガーデン）の運営協力を行った。当初の計画では考えていなかった活動についても、メンバー間で役割分担をして対応した。

個々の活動についての詳細は次章で説明する。

５．実施結果

５．１　打ち合わせ

広報記事作成のための取材（情報収集）、および、活動に関する打ち合わせや意見交換等のため、学外での活動（訪問）を計 20 回行った。相手方の都合もあり、迅速かつ円滑に進行させるため、前半のアポイントメントの取り付けは主に教員が行った。秋学期の後半には、学生が電話を通して訪問日時等の調整を行った。

訪問前には、メンバー同士で質問事項等の検討を行い、取材に臨んだ。打ち合わせの際には質問担当とメモ担当を分け、先方に余計な時間を取らせないように、かつ、お話しいただいた内容を漏らさないように努力した。学外の方との話し合いを通じて、自分の言いたいことを正しく相手に伝え、相手の話すことを理解して正しく受け取る能力の重要性を再認識することができた。図 1 に学外打ち合わせの様子を示す。

図 1　学外打ち合わせの様子（10/17）

５．２　定期的な掲示物の作成

プロジェクト活動の紹介や、“のんほいパーク”の情報を大学内（学生）に向けて発信する目的で、長期休みを除いて毎月、三角柱 POP を作成して学内に掲示した。設置場所は、大学内の学生ホール、D 棟 4F ラウンジ、E 棟 2F ラウンジ、E 棟 1F 来客スペースであり、学生が休憩したり食事したりする場所を選んだ。

デザインや掲載する文章、素材となる写真等を自分達の手で考え、実際の三角柱 POP を作成するのは思ったより大変で、とてもいい経験ができた。

作成した三角柱 POP とその内容を図 2 に示す。

vol.1／07 月　　Facebook、Twitter の紹介、動物写真
vol.2／07 月　　ナイトガーデン
vol.3／10 月　　創造祭の活動（アンケート、等）
vol.4／11 月　　オータムフェスティバル、YouTube

図 2　三角柱 POP（左から Vol.1, 2, 3, 4）

５．３　イベント等への参加

（1）ナイトガーデン

夜の動物園や植物園、乗り放題の遊園地を楽しむことができるナイトガーデンは“のんほいパーク”の夏のイベントである。今年は 8/13（火）～18 日（日）の 6 日間にわたって行われ、我々のプロジェクトは、のんほいパークから依頼を受け、パーク内の巨大迷路の運営協力を行い、迷路の出口で手作りうちわ（先着 80 名）の配布を行った。

今までは平日の静かな時間の取材ばかりだったが、ナイトガーデンでは実際に動物園に遊びに来ているたくさんの方々と関わることができ、とてもいい経験になった。図 3 に示すように、子供に喜んでもらえるように、うちわの表面には塗り絵ができるイラストを掲載した。また、我々の活動を一般の方々に知ってもらえるように、裏面には Facebook と Twitter の QR コードとアドレスを掲載した。図 4 は、うちわ配布中の様子である。ナイトガーデン期間中に 480 本（80 本×6 日）のうちわを配布したが、Facebook ページの「いいね」の数は期間中 6 人ほどしか増加しなかった。

QR コードによる告知で、実際の Web サイトまで閲覧者を誘導するのは、思った以上に大変であることを実感した。

図3　作成したうちわ（裏表）

図4　うちわ配布の様子

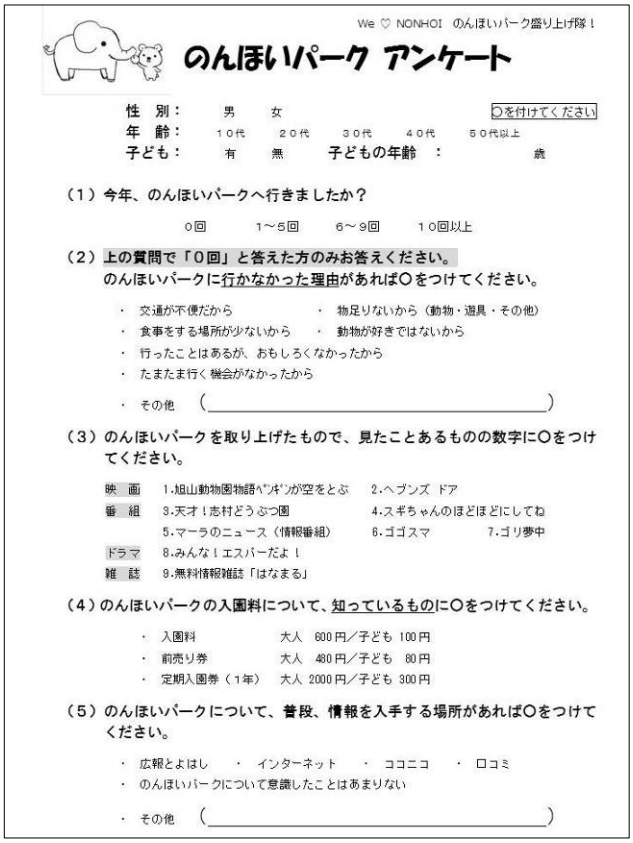
（2）創造祭

10月26日、27日に行われた創造祭において“のんほいパーク”に関するアンケート調査を行った。また、アンケート以外のプロジェクト活動の展示物として

（1）学生が撮影した写真
（2）　〃　動画（編集有）
（3）アンケート場所への誘導看板
（4）　〃　誘導チラシ
（5）アンケートのお礼の塗り絵
（6）公式パンフレット（裏表紙の中面）

の6点を制作し展示した。

アンケートは、“のんほいパーク”にどれだけの人が訪れているか、また、どのような媒体でパークに関する情報を得ているのか、などを調査するために実施した。アンケート用紙は、パークの方と話し合い質問項目を検討・作成した。質問形態は、回答者のフェイス属性を聞き出す質問、のんほいパークに関する質問、盛り上げ隊に関する質問の3部構成となった。子供を連れた母親を主なターゲットとして想定したため、短時間で回答しやすいように選択肢に丸を付ける回答方式とした。作成したアンケート用紙（表面）を図5に示す。



We ♡ NONHOI　のんほいパーク盛り上げ隊！

のんほいパーク アンケート

性　別：　男　女　　○を付けてください
年　齢：　10代　20代　30代　40代　50代以上
子ども：　有　無　　子どもの年齢　：　　歳

（1）今年、のんほいパークへ行きましたか？

0回　1～5回　6～9回　10回以上

（2）上の質問で「0回」と答えた方のみお答えください。
のんほいパークに行かなかった理由があれば○をつけてください。

・交通が不便だから　・物足りないから（動物・遊具・その他）
・食事をする場所が少ないから　・動物が好きではないから
・行ったことはあるが、おもしろくなかったから
・たまたま行く機会がなかったから
・その他　（＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿）

（3）のんほいパークを取り上げたもので、見たことあるものの数字に○をつけてください。

映　画　1.旭山動物園物語ﾍﾟﾝｷﾞﾝが空をとぶ　2.ヘブンズ ドア
番　組　3.天才！志村どうぶつ園　4.スギちゃんのほどほどにしてね
5.マーラのニュース（情報番組）　6.ゴゴスマ　7.ゴリ夢中
ドラマ　8.みんな！エスパーだよ！
雑　誌　9.無料情報雑誌「はなまる」

（4）のんほいパークの入園料について、知っているものに○をつけてください。

・入園料　大人　600円／子ども 100円
・前売り券　大人　480円／子ども　80円
・定期入園券（1年）　大人 2000円／子ども 300円

（5）のんほいパークについて、普段、情報を入手する場所があれば○をつけてください。

・広報とよはし　・インターネット　・ココニコ　・口コミ
・のんほいパークについて意識したことはあまりない
・その他　（＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿）

図5　アンケート用紙（表面）

図6　塗り絵（3種類を作成）

なお、アンケート実施にあたっては、多くの人に協力いただけるように、回答者に対するお礼として

①　プロジェクトで作成した塗り絵（図6）
②　のんほいパーク公式の缶バッジ
③　のんほいパーク　オータムチラシ

を配布した。②缶バッジと③チラシは、このアンケートのためにパークの方から提供して頂いた。

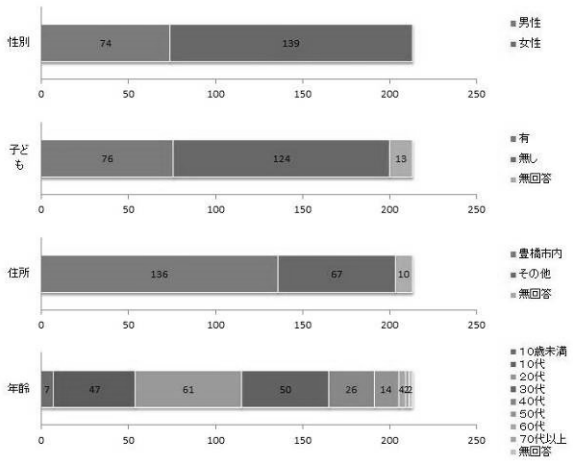


図 7　アンケート回答者の内訳

アンケートは計 213 名の方に回答してもらうことができた。アンケート回答者の内訳を図 7 に示す。集計の結果、幼児教育・保育科のイベントスペースの隣でアンケートを実施したことから、ターゲットとして想定していた女性から多く回答を得ることができた。20 代から 30 代の方中心に回答を得たが、学内実施ということもあり、想定したより 10 代の回答者も多かった。

次に、パークに関する質問に関しては、約半数の人が「天才！志村どうぶつ園」や「情報番組（小象のマーラに関するニュース）」を見ているとの結果が得られた。また、TV 等を通して情報を得ることで、のんほいパークへ行こうと思った人が約 6 割もいた。このことから、TV の情報発信効果が非常に高いことが判断できる。しかし、TV によるパークの様子は多くの方に知られているが、入園料やお得な割引券などの情報はあまり知られていないことがわかった。このことから、動物やイベント情報の発信も大切ではあるが、基本的な情報の発信も大事であることに気付いた。

本プロジェクトの認知度を知るために、盛り上げ隊に関する質問も行った。その結果、大学関係者の多くが活動について認知しているものの、約 4 割の学外の方は「知らない」と回答した。このことから、学外へ向けての活動をより多く行った方が良いと感じた。

アンケート結果は、プロジェクトメンバー全員で Excel への入力・集計作業を行い、11 月にパークの方へ結果を報告した。

図 8　ワライフ紙面（2014 新年号 No.13）

（3）フリーマガジン

ネット媒体が身近にないシニア層向けの情報発信活動として、NPO 法人ワライフが発行するフリーマガジン「ワライフ」への記事の掲載を行った。「ワライフ」は遠州・三河のシルバー世代、身体障害者、等に向けて隔月 30,000 部発行されている情報誌であり、申込をした個人宛に郵送されているほか、様々な公共施設に設置されている。

ワライフの読者層が“のんほいパーク”のターゲットとするシルバー世代と重複しているため、ワライフ関係者に主旨を説明し紙面を頂けるようお願いしたところ、了解を得ることができた。この記事の掲載については、パークの方々に大変喜んで頂くことができた。掲載する内容は、パークの方からの依頼により、左面に新春フェスティバル（年末年始のイベント）の情報、また、右面には植物園、動物園、遊園地の 3 つのエリアごとの紹介とした。図 8 に、作成した「ワライフ」の紙面（見開き 2 ページ）を示す。

ページの作成にあたっては、高齢者向けということで、文字は大き目に、お年寄りの方に興味をもってもらえるような情報の掲載を心掛けた。

掲載できる文字数に制約のある中で、入稿締切に間に合わせるように紙面を作成する事は非常に大変で、ソフトウェアの操作方法を習得することの重要性を実感した。

図 9　飼育員インタビューの様子

図 10　のんほいパーク盛り上げ隊 Facebook ページ

５．４　飼育員インタビュー

昨年度の活動の継続として、動物の飼育を担当している方へのインタビューを行った。この活動は、公式 Web ページ等からは得ることができないオリジナルのコンテンツを制作して Web サイトに掲示することで、本プロジェクトのファンを増やすとともに、一層のんほいパークに興味を持って頂くことを狙いとしている。図 9 に猛獣舎（トラ、ライオン）担当の飼育員に対するインタビューの様子を示す。

５．５　SNS の活用

昨年度の活動において、WEB サイトや SNS が情報拡散ツールとして有効であることが明らかとなった。今年度は、積極的に SNS（Facebook、Twitter）を活用し、取材を通じて収集した写真や動画、園内情報、イベント情報等をのんほいパーク利用者または若い世代に向けて発信することに取り組んだ。

図 10 に、作成した Facebook ページを示す。春学期は毎日（平日）、秋学期は一日おき（平日、週 3 回）に、メンバー全員で分担して記事を作成し投稿した。表 2 に 12 月 8 日時点の結果を示す。活動の結果として、100 人を超える固定ファンを獲得することができ、また、週平均で 300 人以上のユーザに情報を届けること（リーチ）ができた。Facebook インサイトから年齢層別リーチ内訳を調べたところ、18 歳～34 歳の世代で約 74% を占めていた。この結果より、Facebook のような SNS ツールは、若い世代向けの情報拡散に効果的であることがあらためて確認できた。

表 2　Facebook ページを利用した広報活動の結果

全投稿数	178
・近況アップデート	10
・写真	124
・動画	11
・リンク	32
・クエスチョン	1
いいね！（ファン数）	102
リーチ数（週間平均）	316
過去 28 日間のリーチ	471

＊12 月 8 日時点

さらに、図 11 のように盛り上げ隊！！Twitter アカウントを作成して情報発信を行った。Twitter は、主にのんほいパーク訪問時にリアルタイムで動物の様子を伝えるために活用した。また、Facebook への投稿記事が表示されるように連携機能を有効にして使用した。同時に、のんほいパークに関する他のユーザのツイートをリツイートすることにも努めた。

Twitter を利用した広報活動の結果を表 3 に示す。Facebook ページと同様に 100 人を超えるファン（フォロワー）を獲得することができた。特に、動物情報を積極的に発信しているユーザ（影響力の強いユーザ）やフォロワー数の多いユーザにフォローやリツイートをされたことは、情報拡散の観点から大きな成果であったと考えている。フォロワーとの直接的なやりとり（@ツイート）で交流できたことも大変有益であった。

図 11　のんほいパーク盛り上げ隊 Twitter

図 12　のんほいパーク盛り上げ隊 YouTube

表 3　Twitter を利用した広報活動の結果

全ツイート数	334
・ 純リツイート数	89
・ リツイート数	108
・ Facebook 連携	137
フォロワー数	104
被リツイート数	34
被お気に入り登録	30
@ツイート	6

＊12 月 11 日時点

５．６　動画の公開（YouTube）

Facebook ページのアクセス状況から、ユーザの動画への関心が非常に高いことが判明したため、秋学期からは動画サイトとして最も認知度の高い YouTube においてのんほいパークに関する動画の公開を行った（図 12）。

動画の制作には、Adobe After Effects や Windows ムービーメーカーなどのソフトウェアを使用した。撮りためたものを繋げた 10 分程度の動画を 5 本制作し、創造祭においてプロジェクターを使用して上映するとともに、それらの動画を YouTube にアップロードした。このとき、動画の説明文として登場する動物名をタグとして登録し、検索にかかりやすくなるように工夫した。

2014 年 1 月 9 日時点で、Facebook ページにアップロードした動画の再投稿を含め、計 13 本の動画をアップロードした。現時点ではまだ再生回数は多くないものの、今後も動画の数を増やして、のんほいパークの広報に繋がるようにしたい。

６．プロジェクトの成果

本プロジェクトは、昨年度からの活動を継続し、広報活動を通じた“のんほいパーク”の活性化を目的として活動を行った。結果として、SNS を利用した広報では Facebook および Twitter で 100 ユーザ以上のファンを獲得することができた。

また、ポスターやリーフレット、三角柱 POP 等の印刷物を利用した広報も行った。リーフレットやポスターについては、一部を豊橋市内の他大学（豊橋技術科学大学、愛知大学）へ掲示、配布することができた。さらに、フリーマガジン「ワライフ」に記事を掲示することで、シルバー世代への広報を行うこともできた。

活動を通して、Web を利用した情報発信について、ファン数を増加させるには想像以上に労力が必要であることを実感した。例えば、ナイトガーデン中に配布した QR コード（うちわ）は 480 個だったが、それによるファン数の増加は 6 人と 1/80 の効果しか得られなかった。また、定期的に設置した三角柱 POP には全て QR コードを印刷していたが、三角柱 POP から「いいね」を押してくれた形跡は見られなかった。これらは想定より非常に厳しい実態であり、経験しなければわからなかったことである。今後、何らかの広報活動に携わる場合には、今回のことを経験則として大いに役立てたいと考えている。

活動全体を通じて、学内についてはのんほいパークの存在感をアピールでき、また、SNS を通じて様々な情報発信を行うことができたため、微力ながらのんほいパークの活性化に貢献できたと考えている。

７．メンバー各自の所見

21123101 味岡美沙

私は主に動画の撮影を担当した。日中は寝ていたりじっとしていたりと、あまり動かない動物が多い。とくに猛暑時は日陰でぐったりしている動物だらけだ。動画なのに写真のような静止画になってしまうことが多かった。活発に動く動物を撮ることができる機会は意外と少なかったりする。その点、夏に稼働していた植物園のフォグミストは非常に撮影しやすかった。決まった間隔で水が出たり止まったりしてくれてありがたいと感じたと同時に、改めて予測不可能な行動をする動物を撮影するのは難しいなと感じた。

創造祭では、のんほいパークについてのアンケートを実施し、アンケートを実施している横でプロジェクターを使って編集した動物たちの動画を流した。動画の編集にはAdobeのAfter Effectsを使用したが、時間不足で使いこなすことができず今まで撮った動画をつなげただけのものしか作れなかった。しかも、枠がはみ出ていたり誤字があったりと、しっかり見直せば訂正できるようなミスが多かったことが反省点である。次に同じような機会があったら、十分に時間をかけ、満足のできるものを作りたいと思う。

21123109　加藤綾乃

私は「のんほいパーク盛り上げ隊！！」の活動では主にＰＯＰ等の動物のデフォルメのイラスト等を担当した。見てくれた人の目にとまり動物園に行きたくなるようなかわいらしいものを描く事をまず心がけた。自分の描いたものがタイトルやアイコン等に使われるのは気恥ずかしい思いもあったが、ナイトガーデンでうちわを配ったときにもらってくれた人の喜ぶ顔が見られ、達成感があった。

そしてカメラが趣味のひとつだったこともあり、毎回楽しく動物の撮影の取材ができていたが、私の日程が合わず何度か取材に出向けなかった事が心残りである。Facebookの更新も行ったが、載せたい写真に合う内容でなおかつ見てくれた人が動物園に行きたくなるような文章を考えたり、他のメンバーの前後の更新内容とはなるべく違うものを配慮したりと、始めは簡単なように思っていたが案外手間のかかるものだったように思う。それでも私の投稿したものに「いいね！」を押してもらえたときに次の更新はもっといろんな人の目にとまるものにしようという思いが芽生え、毎回編集アプリを使い動物園をいろいろな見せ方ができるようにしていた。そのうちに、以前よりさらにのんほいパークの動物や植物たちの事が好きになっていったと実感している。

21123128　藤田諭実

本プロジェクト活動で最も苦労した記憶は、外部の方々との打ち合わせである。私は、コミュニケーションをとることが苦手であったが、この1年間外部の方と接する機会が多かった。プロジェクト内で決定した打ち合わせの内容を把握し、自分自身が理解した上で、外部の方に説明や意見交換・インタビューを行う際、相手に分かりやすく伝えることに苦労した。このような経験から、何度もコミュニケーションをとることで良いモノを作ることができ、外部の方とも良い関係づくりができたことから、コミュニケーションの重要性を学んだ。

また、ラウンジ等に設置する三角柱POPや各イベントのポスターや看板などの作成物に多く携わることができた。始めは、満足のいくものが私たちに作れるのかという不安もあった。だが、メンバーや先生に助けてもらい満足のいくものができ、完成したときの達成感や実際に自分たちで作成したものが掲示され、目にとめてもらえた時は嬉しかった。

他にも、日替わりでのFacebookの更新など大変なことが多かったが、それなりの結果が出たことから本プロジェクト活動に携われて良かったと思う。

21123225　辻井友絵

活動内の殆どの制作物は、IllustratorやPhotoshopを活用し制作したものである。Illustratorなどのソフトの基本的なことは授業で習っていたが、実際に「人に見せるもの」と考えて制作を行うと、身に付けていたスキ

ルだけでは足らないと実感した。また、スキルの取得度合によっては、「できること」と「できないこと」に差があり、メンバー内での仕事量に差ができてしまった。この2点は、活動において反省しなければならないことであろう。

けれども、「人に見せるもの」と考え制作することで、初めは作ることに重きを置いていたが、段々と「どのような情報が必要か」、「色合いや字の大きさはどのくらいがいいか」など、「制作物を手に取る相手」のことに気を配りながら制作することができるようになった。また、打ち合わせやインタビューなどで外部の方と多く接することで、説明資料などの事前準部の大切さを実感すると共に、相手に「わかりやすい」「見やすい」資料を作ろうと心がけることができ、自分なりに成長できたと感じている。

反省すべき点は多々あるが、活動を通してIllustratorなどスキルと「相手を気に掛ける」という心がけが高まったことは確かである。

21123229 長坂良恵

SNSの活用や三角柱POPの作成、アンケート実施と、様々なことを経験したなかでもフェイスブックなどのSNSを使う事が私は初めてだったこともあり、使う事に戸惑いを感じた。だが、動物の様子や、季節によるイベントの情報もすぐに発信でき、伝えやすく伝わりやすいツールなのだということが知る事が出来た。

広報活動を通して伝える情報が多くの人の目に触れるということや、誤った情報を提示した場合には見てくれている人だけではなく、協力をして頂いている、のんほいパーク・みどりの協会様にも迷惑をかける事になり、情報を伝える大変さや、情報を慎重に扱う必要性を強く実感することができた。

プロジェクトの活動において私は人に助けられることが多く迷惑をかけてしまった。今後は計画的に動いていきたい。

21123232　村上雄也

私は、今回のプロジェクト活動で、みどりの協会にアポイントメントをとったり、のんほいパーク、NPO法人ワライフへの取材を行ったりした。取材というのは人生はじめてのことで、とても緊張した。

また、プロジェクトメンバーで分担して、定期的にFacebookを更新した。のんほいパーク盛り上げ隊としてアップロードした記事はFacebookのシェアという機能を使い自分のページでも投稿ができる。自分の友達から教えてくれて「ありがとう」等のコメントをもらうことができ“口コミ”による広報活動について少し理解が深まったように思う。

「のんほいパークで働いているのか？」「違う。学校のプロジェクト活動だよ！」というやり取りが何回かあったのはいい思い出になっている。プロジェクト活動を通して、webを使って全国に発信するためのツールについての知識、作業をチームで役割分担する大切さがわかった。

21123624　沼倉由香理

私は今回の活動を通じて、情報を伝える難しさを知った。Facebook更新では、写真選びと、文章を考えることに苦労した。友達だけに届くわけではないため、言葉の選択や、のんほいパークに行きたいと思ってもらえるような文章をと考えると時間がかかり、難しかった。創造祭のアンケート集計では、アンケートの呼びかけ等に苦戦した。呼びかけても、なかなか立ち止まってくれなかったりして大変だったが、頑張って声かけをして、なんとかアンケートを集めることができたので、いい経験ができたと思う。

活動の反省としては、IllustratorやPhotoshopがあまり使いこなせなかったため、制作面であまり役に立つことができなかったことである。しかし、他の人がIllustrator等のソフトで制作しているのを見たり、一緒にやったりして教えてもらうことで、知識が増やせたため、私自身良かったと思っている。

今後は、ゼミを通して得た知識を活かしていけるようにしていきたいと思う。

21123215　近藤　智基

今回のプロジェクト活動では、１００万人プロジェクト達成のために情報拡散をすることが目的であり、情報を得るために多くの外部団体へ訪問をした。その中で団体の方への提案や打ち合わせ、飼育員さんへのインタビューなどを行ったのだが、自分たちの活動の趣旨や目的を伝えることがきちんと説明できているかが一番不安であった。さらに情報を聞く側なので失礼があってはいけないと思ったが、敬語を使うことが苦手な自分にとっては、話すたびに会話を途切れさせてしまったり、言葉が詰まったりなど言葉を選ぶのに時間がかかってしまった。事前にもっと準備をしておけば会話をもっと広げることができたのではないかと反省している。

プロジェクト活動を通して、相手の人に聞きたい事や伝えたい事を話す際、失礼の無いように会話をしなければいけないことを反省し、自分に足りなかった点を見つけることができた。この経験を今後に活かしていきたいと思っている。

21123219　水藤圭祐

今回のプロジェクトでは、他のメンバーより私ができなかったのは多かったが、私ができる精一杯の活動はできたと思う。今回の活動で私が学んだことは、コミュニケーションの大切さである。私は普段、コミュニケーションを取るのが苦手であり、人の前で発表や意見を人任せにすることが多くあった。さらに、他人とコミュニケーションを取るに当たり話術のうまさや相手の気持ちを考えながら情報を引き出すことが重要であることがわかった。今後は、コミュニケーションを積極的に取り、より多くの人と関わっていきたい。

今回のプロジェクト活動を通して、外部の方との意見交換、成果報告会などの大勢の前での発表ができるようになってきた。しかし、人に助けてもらうことが多くあるので甘えることなく、自分の力で解決していけるよう努力していきたい。

謝辞

本プロジェクト活動を行うにあたり、豊橋総合動植物公園、豊橋みどりの協会、豊橋市役所企画部シティプロモーション推進室、NPO 法人ワライフの皆様には大変お世話になりました。心より感謝申し上げます。