

麗澤・地域連携実習
2019年度成果報告書

～麗澤・地域連携実習の目的～

麗澤・地域連携実習は、PBL (Project-Based Learning: プロジェクト遂行型学習 または Problem-Based Learning: 問題解決型学習) を全学的に推進するために 2017 年度より始めた取り組みである。PBL 型の学びを 1 年生のうちに体験し、その後の学生自らの発案による PBL につなげて行くことを狙ったものである。また、参加者が取り組む課題は、柏市から提示された行政が現実として直面している問題であり、その調査や課題解決のために参加者が行う提案の評価を柏市と大学が連携して行う点に特徴がある。2018 年度からは柏市内の企業とも連携を開始した。

大学教育の社会的役割が強く問われる時代となっており、自ら問題を発見し、どうすればよいかを考え実践する人材の育成である。日本のように経済的にも文化的にも成熟した社会において、今以上の豊かさや便利さを獲得するには、技術的な面に留まらない広い意味でのイノベーションが必要なためである。そうした人材育成のためには、答えの無い問題について学生自らが考え試行錯誤する機会が必要であり、従来の知識伝達型の教育とは異なるアプローチが必要とされている。

その 1 つが PBL であり、プロジェクト遂行や問題解決に学生が自ら主体的に取り組むことを通じて、問題発見能力や問題解決能力を育むことを目的としたものである。本学でこれまでに行ってきた PBL 的な取り組みは、その実施形態から大きく 3 つに分類される。まず、授業として行われるが、学生が自ら問題設定をし、その内容を考えて担当教員の依頼までを行う自主企画ゼミ、次に授業として行われることは同様であるが、その内容や体制はある程度担当教員がコーディネートする企業・社会実習のような科目、そして授業とは関係がない取り組みであるが、必要に応じて教員が学生のサポートをしたり、大学が費用面で補助をしたりする模擬国連のような取り組みである。

自主企画ゼミのように、学生が自らプロジェクトや問題を設定し、施設や制度、教職員と言った大学のリソースの活用を考え、成果を得るまで能動的に取り組んだ PBL は、本当に学生の成長につながる。成長を一言で表現するのは難しいが、目を社会に向け、自分が活躍できる場や貢献できる問題を探し、どうすればよいかを自分で考えて行動できるようになるのである。そうしてまた次の成功体験を獲得し、社会的存在としての自分に自信を深めて社会に出て行くことができる。

しかし、そうした PBL を自らの発意に基づいて実践できる学生は残念ながら多くはない。大学入学までの通常の学校教育を想定すると、自ら問題設定をしたり、その解決のために学生の方から大学のリソースを使うことを考えたりすることは、あまり簡単なことではないと思われる。授業も学校設備も各種教務サービスも、これまで与えられるものであったわけだから、大学生になったからと言って「さあ、これからは自分で考えましょう」と言われても、多くの学生は戸惑うだけであろう。必要なのは、教職員も大学の設備も望めば自らの意思で活用することができ、自分が取り組みたいプロジェクトや問題解決のための協力が得られることを実感し、自ら発意する PBL につなげていくための機会である。

以上のような問題意識から、麗澤・地域連携実習は 2017 年度より学部問わず全ての 1 年生に対

して、1 学期から夏休みにかけて PBL を体験する授業として実施された。PBL 的な取り組みを体験して小さくてもよいから成功体験を獲得し、その後の能動的な取り組みにつなげて行くことを主眼とするものである。体験であるから、問題設定や協力が得られる教職員などの大学のリソースといった、PBL に取り組む際のハードルとなる部分はぐっと下げて、大学側がお膳立てをする。この体験を通じて、やることやそのための準備など PBL の全体像を把握するとともに、どの教職員がどういった問題に対応可能か、どういった施設や設備が活用できるかを知ること、自分が発意する場合の PBL をイメージしやすくすることを狙っている。

また、本プログラムの特徴は、行政や企業が現実として直面する問題を取り上げ、その調査や学生の提案の評価を大学と受け入れ先の市町や企業が連携して行う点にある。ヒアリング調査に行くためのアポイントメント取りなどは学生自身がやらなくてはならないし、提案をプレゼンテーションして評価やコメントをしてもらうのも受け入れ先である。もちろん担当教員は、学生が考える調査からプレゼンテーションに至る計画や作業項目について指導は行うとともに、トラブル発生やミスを犯した場合のフォローは行うが、実際に学生が成果を得るために働きかける相手は受け入れ先である。高校を卒業したばかりの 1 年生にとって、学外の方の協力を取り付けることは初めての体験である場合が多く、容易ではないことが予想されるが、それが出来るということを大学生生活の早い段階で経験しておくことは重要である。大学における学びは、社会に目を向けて、自分がそこでいかに生きて行くかを想定し、自らがコーディネートしなければならないからである。

2019 年度は柏市から 5 課題、柏市内企業 3 社からそれぞれ 1 つの課題をご提示いただき、約 2 週間かけて各課題のオリエンテーションを行って履修者の募集を行った。これに対して 49 名の履修希望があり、グループワークが可能ないように課題への割り振りを行った結果、目次に掲げる 7 の課題への取り組みが行われた。本成果報告書は、各課題に取り組んだ学生が、そのプロセスと成果について課題ごとにまとめたものである。

本授業は柏市・柏市内企業 3 社の多大なご協力があつて、はじめて実現可能となった。多忙な職務の合間をぬって、学生の調査や提案の評価などにご尽力いただいたことは、実に得難いことであつた。こうした献身的な取組みがあつてこそ、地域と大学とが連携して人材育成に取り組むことを実践することができた。また、柏市企画調整課には、柏市の多様な部局と大学との窓口を一手にお引き受けいただき、各部局との調整などに多大な労力を割いていただいた。末筆ながら、ここに感謝の意を表したい。

2020 年 1 月

麗澤大学 地域連携センター長
籠 義樹

目次

1. スマートフォンアプリを活用した AED 運搬システムに必要な救命ボランティアの募集について…………… - 6 -

担当部局：柏市消防局警防課

履修者：英語コミュニケーション専攻	喜多村 朋世
英語コミュニケーション専攻	志賀 拓
英語・リベラルアーツ専攻	土橋 夏子
経営専攻	齋藤 美波

担当教員：内尾 太一（外国語学部）

2. 行政による結婚支援…………… - 15 -

担当部局：柏市企画部企画調整課

履修者：国際交流・国際協力専攻	鈴木 佐和子
国際交流・国際協力専攻	竹谷 月那
経済専攻	野島 力也
経済専攻	渡辺 快明
経営専攻	田中 彩瑛
会計ファイナンス専攻	今井 勇希
会計ファイナンス専攻	上田 拓史
会計ファイナンス専攻	金子 俊貴

担当教員：大越 利之（経済学部）

篠藤 涼子（経済学部）

3. 若者の自殺予防を考える…………… - 21 -

担当部局：柏市保健福祉部社会福祉課

履修者：国際交流・国際協力専攻	若松 佳子
国際交流・国際協力専攻	小澤 灯
国際交流・国際協力専攻	清水 愛莉
国際交流・国際協力専攻	山岡 幹人
経営専攻	田邊 圭汰
経営専攻	高橋 治暉

担当教員：花田 太平（外国語学部）

4. 外国とつながる親子・子どもへの支援…………… - 27 -

担当部局：柏市こども部子育て支援課

履修者：英語コミュニケーション専攻	石山 詩織
英語コミュニケーション専攻	岡田 佳奈
英語コミュニケーション専攻	中野 南
英語コミュニケーション専攻	遠藤 麻由
英語コミュニケーション専攻	渡壁 真央
英語・リベラルアーツ専攻	呂比須 奈津美
英語・リベラルアーツ専攻	梁 聰穎
国際交流・国際協力専攻	寺井 友佳子
国際交流・国際協力専攻	堀口 由衣
国際交流・国際協力専攻	秋葉 結乃

担当教員：松島 正明（外国語学部）

黒須 里美（外国語学部）

5. 若者にとって魅力的なショッピングモールとは？…………… - 33 -

担当部局：イオンモール柏

履修者：日本語・国際コミュニケーション専攻	石崎 和奈
日本語・国際コミュニケーション専攻	伊藤 麗奈
国際交流・国際協力専攻	菊池 紗稀
国際交流・国際協力専攻	大石 みのり
国際交流・国際協力専攻	中村 笑珠
グローバル人材育成専攻	大橋 祐希
会計ファイナンス専攻	有野 快

担当教員：近藤 明人（経済学部）

6. 大学生にとって魅力的な採用活動とは？…………… - 37 -

担当部局：株式会社川和

履修者：グローバル人材専攻	佐伯 比菜子
グローバル人材専攻	吉田 瑞希

担当教員：籠 義樹（経済学部）

7. 新素材を用いた新商品の企画…………… - 42 -

担当部局：千代田造花株式会社

履修者：英語コミュニケーション専攻

国際交流・国際協力専攻

国際交流・国際協力専攻

国際交流・国際協力専攻

国際交流・国際協力専攻

国際交流・国際協力専攻

国際交流・国際協力専攻

国際交流・国際協力専攻

田中 礼香

春日 なつめ

川澤 ころろ

田中 紗也香

那須 琴海

矢口 寧々

山田 紗華

米田 彩絵

担当教員：吉田 健一郎（経済学部）

1. スマートフォンアプリを活用した AED 運搬システムに必要な救命ボランティアの 募集について

担当部局：柏市消防局警防課

外国語学部 外国語学科

英語コミュニケーション専攻

喜多村 朋世

志賀 拓

英語・リベラルアーツ専攻

土橋 夏子 ※グループリーダー

経済学部 経営学科

経営専攻

斎藤 美波

担当教員

内尾 太一（外国語学部）

1. プロセス

日程	内容
7月4日	第1回グループワーク ・ミーティング開催時間帯の決定 ・柏市消防局へのインタビューのためのアポイントメント
7月9日～7月16日 毎週火曜日（3限）	定期ミーティング ・アポイントメント、インタビューの質問項目のアイデア出し ・インタビューの質問項目の決定
7月23日	柏市消防局へのヒアリング調査
7月27日	柏まつりでのボランティアへの参加
8月13日	第2回グループワーク ・麗澤生へのアンケートの実施 ・大学生へのインタビューの実施
8月31日	第3回グループワーク ・アンケート結果の考察 ・報告書作成のための役割分担 ・AED普及のためのアイデア出し ・柏市消防局への調査報告プレゼンテーションのアポイントメント
9月13日	柏市消防局への成果報告
9月19日	全体報告会

2. テーマの概要

柏市では、スマートフォンアプリ（AED GO）を利用したAED運搬システムの実証実験を行っている。そのシステムはボランティアの参加を必要とするが、登録者数が少ないせいもあり、現時点ではその機能が十分に発揮されていない部分もあるようだ。そのため、大学生である私たちがこの課題と向き合うことで、現状を知り、ボランティアの数を増やすアイデアを提案することを実習の主な目的とする。

3. ヒアリング調査

学内で柏市やAED GOのホームページで基本的な情報を収集した上で、私たちは柏市消防局警防課情報システム担当、西柳重陽氏とアポイントメントをとり、ヒアリング調査を実施した。

実施日：7月23日

実施場所：柏市消防局（16号線沿い）

参加者：喜多村朋世、志賀拓、土橋夏子

引率者：内尾太一



撮影日：2019年7月23日

撮影者：内尾太一

・ AED の設置場所について

条件は、「一般市民がお店に行って AED を借りることができる」場所である。市内には 261 か所にあり、ほとんどが公共機関だという。講習を受けた救急救命士が常駐する必要がある。他に、24 時間営業のコンビニの場所を借りて置かせてもらっているものもある。そのような場所は、市内に 136 か所ある。（2019 年 4 月 4 日現在）

・ ボランティアについて

登録者数はインタビュー時で 720 名（2019 年 7 月 23 日）だったが、理想は 3,500 名である。この数値は、スウェーデンのストックホルムをモデルとして算出している。

これまで、柏市内で市民によって AED が使用されたケースは、2015 年から 2017 年の 3 年間で、心停止合計 1102 件のうちの 12 件（1.1 パーセント）でとても事例が少ない（柏市ホームページ 2019）。

AED を実際に使用した人の年齢層は、30 代から 40 代だった。特に、働いている人が使用している場合が多い。AED GO の登録ボランティアを募集している年齢は、中学生以上である。ボランティアを募集する理由には、まだ助けられるチャンスがあるうちに手当をしてほしい、AED をいち早く誰にでも使ってほしい、ということが挙げられる。

・ 大学生に期待すること

与えられた主要課題は、「大学生間におけるボランティア拡大、ボランティア拡大のため

めに必要な屈託のないアイデアの提案とその実行」である。このヒアリングによって、私たちが取り組む課題がより具体化し、さらに継続的にそれに取り組むこととなった。もちろん私たちも、この AED GO のアプリをインストールし、柏市にボランティア登録をした。

4. 実習での取り組み

(1) アンケートの実施

実施期間：8月13日から8月29日

参加者：喜多村朋世、志賀拓、土橋夏子、斎藤美波

取材対象：麗澤大学生 1～4年生 36名

取材方法：google forms

取材内容：①所属学部、学年、性別

②キャンパス内で人が倒れた場合、どんな行動をとるか。

③大学内の AED 設置場所を知っているかどうか。その個数。

④スマートフォンアプリ「AED GO」のインストールについてとその理由



(2) アンケート分析

AED という単語を出さないでアンケートを行い、人命救助=AED という回答がどれくらい得られるかを期待していた。しかし、実際に AED を使用すると回答したのは1名のみであった。大学内の AED の設置場所を知っている、と答えたのは全体の約 30 パーセントで、主に知られていた場所は、校舎「かえで」1階、校舎「あすなろ」、図書館、体育館だった。AED GO のインストールをしてもよいか、という質問では、「そう思う」と答えたのが全体の 75 パーセントだった。これらのことから、麗澤大学生はあまり AED に関心がないわけではなく、宣伝や啓発の仕方次第で AED の普及が期待できそうだった。

(3) 大学生へのインタビュー

実施期間：8月を通じて

参加者：喜多村朋世、志賀拓、土橋夏子、斎藤美波

他大学も含む大学1年生へのインタビューで、AED に対するイメージを聞いた。

ポイントは以下の通りである。

- ・ AED は講習でしか使用したことがなく、実際に使用しているのを見たことがない。
- ・ 場所がわかるのは、駅などの主な公共機関のみ。
- ・ AED GO というアプリについては知らない。

大学1年生に対する聞き取りを通じて得られた実感として、AED の使用方法や主な設置場所はわかっているが、実際に使ったことがある人はいなかった。そのため、AED の使用に対して、上手く使えるかどうかの不安を感じている人が多いことが分かった。また、AED の使用の際に、異性の身体に触れるということについて、特に男性から女性に対しては、後でトラブルにならないかということが議論にもなった。このあたりに AED の使用に関する心理的なハードルのようなものが伺えた。

(4) 柏まつりでのボランティア

実施日：7月27日 13:30～15:00

参加者：喜多村朋世、土橋夏子

引率者：内尾太一

活動内容：AED GO 登録ボランティアに関するチラシ配り

活動結果：約 250 枚配布

台風の影響が懸念されたが晴天となり、暑い日となった。柏駅前の駐車場に設営されたステージや出店の立ち並ぶ広場の出入り口でチラシを配布したが、広場には子供からお年寄りまでの老若男女が訪れていた。

1 時間半、柏市消防局の方々と一緒に配布を続け、予め用意されていた約 250 枚を全て配り終えることができた。しかし、受け取ってもらえた人の内訳を振り返ると、中年以上の大人がほとんどで、10 代の学生など若い人達には受け取ってもらえなかった。20 代の社会人らしき人々には、人数は少ないものの受け取ってもらえた。また、小さい子供を連れた母親に受け取ってもらえることも少なかったが、これは子供から目が離せなかったという理由があったからだと考える。

このチラシ配りの受け取ってもらえる年代に差が出てくる原因として、もちろん年代別の興味の違いもあるとは思いますが (AED は年を重ねるほどに身近に感じられる機器だという認識が強いのではないかと私たちは考える)、お祭り会場で両手のふさがる出店付近での活動であったこともあり、A4 サイズのチラシという媒体に手が伸びにくかったことも要因として考えられる。最後の最後に、小学生と思われる 5 人ほどの集団に受け取ってもらえたことや、幼い子供がチラシを受け取ってくれたことが印象に残った。



撮影日：2019年7月27日

撮影者：内尾太一

5. 提案内容

一連の活動を経て、定期ミーティング時に改めて AED GO のボランティア登録者数を増やすためにディスカッションを行なった。最初のヒアリングの時に頂いた「屈託のないアイデア」という言葉に背中を押してもらった形で、ひとまず次のようなアイデアをリストアップした。

- ① AED の宣伝をおもしろ動画風にして、作成する。
- ② ボランティアの登録がもっと簡単にできるように、AED GO のアプリ内に登録できるリンクを貼る。
- ③ QR コードのデザインを AED に関するデザインにする。
- ④ AED を使用する人が躊躇しないような意思表示キーホルダーを作る。
- ⑤ インスタグラムのストーリー機能を使って宣伝する。
- ⑥ 救命救急ボランティアの登録手続きを簡略化したサイトを紹介。

6. 柏市消防局からのフィードバック

メンバーから出されたアイデアのうち、自分たちで実行可能そうな④と⑥のアイデアを中心にプレゼンテーションを準備した。そして、改めて柏市消防局の西柳氏とアポイントメントを取り、自分たちの実習の成果を発表し、フィードバックを得るための機会を頂いた。

実施日：9月13日

実施場所：柏市消防局（16号線沿い）

参加者：喜多村朋世、志賀拓、土橋夏子、斎藤美波

引率者：内尾太一



撮影日：2019年9月13日

撮影者：内尾太一

柏市の消防局員の方々（西柳氏と山仲氏）から以下のようなフィードバックが得られた。
柏まつりでのチラシ配りボランティアでは、私たちが担当した約 250 枚を含めて全て配り切ることができた。少なくない枚数だったが、たくさんの人に受け取ってもらえてよかった。「AED GO」は「人が倒れていることに気づくためのアプリ」で、私たちにはやや認識の誤りがあった。1 か月間でボランティアの登録者数は増えたが、増えたきっかけがはっきりしないため継続的な取り組みが必要である。

その上で、私たちが作成した登録手続き簡略化のためのウェブサイト（この実習の成果物）を、柏市のホームページとリンクすることも検討したい。

7. 感想・まとめ

とっつきにくいテーマだと思っていたが、話し合いやヒアリングを重ねるたびに様々な考えに触れられて刺激になった。自分と同じ世代がターゲットだったため、客観的にみることがとても難しかった。

また、多様な視点を持つことや、多角的な思考を持つことの大切さを痛感した。AED の使用に関して、性別や年齢によってためらわずに使用できる人ばかりではないともわかったので、今後はそのような障壁がなくせるような活動にも取り組んでみたいと思った。

消防局の方に、自分たちが作ったサイトのリンクを市役所のホームページに貼ることも考えたい、と言って頂けたのが嬉しかった。今回の「麗澤・地域連携実習」を通じて学んだことを、これからの大学生活だけでなく社会に出てからも役立てたいと思った。

8. 成果物添付

・作成したホームページ「柏市 AED ボランティア登録 応援サイト！！」

<https://kashiwa-aed-volunteer-rtk.jimdosite.com/>



柏市AED ボランティア登録 応援サイト！！



私たちは、麗澤大学の2019年度地域連携実習を通じて、柏市のAEDボランティア登録者を増やすという課題に取り組みました。

インタビューやアンケート調査の結果からわかったことは、ボランティア登録の手続きがやや複雑で、途中で挫折する人が多いのではないということです。

そこで、もっと簡単なサイトをつくって柏市のAEDボランティア登録を応援することにしました。



① まず、AED GOをインストールします。

- ・iOS (iPhone) の方は[こちら](#)
- ・Androidの方は[こちら](#)



② 次に、柏市のボランティア登録をします。

[登録フォームはこちら](#)

※「救命ボランティア登録要件を選択」という項目があります。多くの人は③に該当します。



③ そして、AED GOの承認メールを待ちます。

AED GO (no-reply@aedgo.jp) から「AED GO承認メール」が届きます。そこに書かれたURLを開けばOKです。

※承認メールが届くまで数日かかる場合があります。

このサイトで、実習の最終プレゼンテーションやアンケート結果も公開する。

・ AED に関する意思表示キーホルダーのデザイン

10cm



10cm



10cm



10cm



10cm



10cm



2. 行政による結婚支援

担当部局：柏市企画部企画調整課

外国学部外国語学科

国際交流・国際協力専攻

鈴木 佐和子

国際交流・国際協力専攻

竹谷 月那

経済学部経済学科

経済専攻

渡辺 快明※ グループリーダー

経済専攻

野島 カ也※ グループリーダー

経済学部経営学科

経営専攻

田中 彩瑛

会計ファイナンス専攻

今井 勇希

会計ファイナンス専攻

上田 拓史

会計ファイナンス専攻

金子 俊貴

担当教員

大越 利之（経済学部）

篠藤 涼子（経済学部）

1. プロセス

日程	内容
6月24日	第1回グループワーク ・顔合わせ ・自己紹介
7月1日	第2回ミーティング ・ブレインストーミング
7月8日～7月22日 毎週月曜日（昼休み）	定期ミーティング
7月12日	市役所へヒアリング調査
8月8日	結婚支援案の作成
9月4日	結婚支援案作成
9月13日	市役所へ提案
9月19日	全体報告会

2. テーマの概要

定期ミーティングでは市役所へのヒアリング調査に向けて、「行政による結婚支援」という課題を頂いた真意を探るべく、質問事項をまとめ、柏市企画部企画調整課の方とメールのやり取りでヒアリング調査のアポ取りを行った。

質問事項の具体的な内容としては、主に「柏市は既に人口が多いのに、なぜ結婚支援を行おうとしているのか」が挙げられた。ヒアリング調査において柏市の担当の方からいろいろな話を聞いた中で、私たちは「柏市の現状として、人口は多いが住んでから5年以内に転出してしまう人が多く、首都圏に職場を持つ若者がベッドタウンとして利用しているため定住してくれる人が少ない」という問題点に着目し、「結婚支援を通してどのようにして定住者を増やしていくか」の提案策を考えた。

市役所での発表の際には、「学生向けの結婚教育」「柏レイソル×結婚支援」「スポーツ大会」「シェアハウス×結婚支援」「あけぼの山農業公園」の5つの具体案を提示した。

どの具体案も、市役所の方からの助言にあった「自分が市長になったつもりで、財政などを気にせず、学生らしい提案をしてほしい」という言葉を意識して考えた。

私たちの発表の後には、質疑応答の時間を取りより詳しく案について共有することができた。さらに、市役所の方々とディスカッションしたことで、私たちだけでは考えつかなかったような角度からの意見や提案を交換することができた。

3. ヒアリング調査

柏市役所でのヒアリング調査において、柏市の人口構造や、年齢別の人口の流出入の現状について説明を受けた。現在の柏市は、転入出が多く特に転出者が多い。転出者のうち柏市に住んで5年以内に転出する人が七割を占めていて、概ね10年以上住んでいる人は転出しにくい傾向がある。転出する時期としては、子供の小学校や高校の入学の時期、大学卒業後の就職、転勤、結婚など多岐にわたるライフイベントが挙げられた。さらに、柏市は首都圏に近く、東京などに職場を持つ新入社員がベッドタウンとして利用しており、その新入社員は柏市への愛着や興味があるわけではないため、結婚を考えた際に他の市町村区に転出することがある。

また、行政による結婚支援に関して、市として次のような問題意識（＝学生の提案に期待すること）があることについて説明を受けた。

1. 結婚支援企画（結婚支援によって定住者を増加させる案）についての具体例
（ア）対象、場所等
（イ）宣伝広告方法等
2. 行政が行う結婚支援の明確な理由
3. 行政が主導できる部分は何か

図1 市役所でのヒアリング調査の様子（7月12日）



4. 提案内容

ヒアリング調査において柏市の現状および行政の問題意識について説明を受け、私たちは「どのようにして行政が行う結婚支援によって柏市に定住してくれる人が増加するのか」を考えた。

私たちが考えた柏市が結婚支援を行う目的は、一つ目は結婚支援企画参加者に結婚支援活動を通して柏市の魅力を知ってもらい柏市に住んでもらうこと。定住してもらうにはまず、柏市に住みたいと思えるような柏市の良さをアピールしていくことが必要である。二つ

目は、少子高齢化問題の解決に向けた初めの一步となる結婚をしてもらうことだ。そのため結婚しやすいように経済面での負担をするなどがある。三つ目は、全国の人に柏市の結婚支援を知ってもらい、全国の各市区町村に影響を与えることだ。少子化問題は全国的な問題であるため、柏市の結婚支援を筆頭に問題が少しでも解決した場合、さらなる柏市の強みとしてアピールをすることが可能である。

行政が結婚支援を行うメリットは結婚支援参加者の安心と安全を保障でき、行政が結婚支援を行っていることを具体的に市民に示せる。さらに、企画を行う際には市内の飲食店などを利用するため、参加者が増加することでさらなる市の活性化が見込める。

図2 市役所での発表の様子（9月13日）



【具体案】

a. 学生向けの「結婚支援教育」

この企画での対象は高校生から大学生である。内容は結婚に関する講演会に加え大学生ではさらに発展した男女の交流だ。この企画の目的は結婚を学生の時から意識してもらうことにある。早い時期から結婚を意識することにより実際に結婚をする際の不安を少しでも減らすことが可能である。

株式会社 TesTee が行ったアンケートは10代20代をターゲットにした結婚に関するアンケートで結婚しない理由を答えている。一位に「結婚」に興味がない、二位に一人の方が楽だから、三位にメリットを感じないからと出ている。しかし、一位と三位の理由は興味とメリットを提示できれば結婚に意欲的になる可能性を秘めている。

次に、結婚相手との理想の出会い方と場所のアンケート結果では、学校や職場での出会いを理想としている回答が多い。つまり、10代の男女は高校や大学での出会いを理想としている。

そこで学生時に「結婚とはどういうことか」「付き合うということはどういうことか」を考える機会を少しでも多く与えたいと考えた。

方法は結婚事業を行っている企業に高校と大学で講演会を実施してもらう。そして大学

ではさらに踏みこみ、男女の交流で大切なことを実践した企画を大学の学園祭で実施する。

柏市のメリットとして講演会に参加した生徒が保護者に柏市の事業の一環として結婚に関する講演会があったことを伝えることによって、保護者は柏市がこのようなことに税金を使っているというのが明確に理解してもらえる。企業側の利点は生徒が大学を卒業し本格的に結婚を考える年齢になったときこの講演会のことを思い出し、企業のサービスのユーザーになる可能性が高いということだ。大学側は地域連携としてこのような企画を行うことが出来たと宣伝できるということだ。

この企画は定住者を増加させるという目的は達成し難いが10代のころから結婚を意識することはなかなかない貴重な経験である。少子高齢化が社会問題になっている今だからこそ結婚支援として結婚に関する教育は必要だ。

b. 柏レイソル×結婚支援

柏レイソルと連携した結婚支援である。この支援策は結婚後に柏市に定住してもらうことを目的として考案した。柏レイソルのファンを対象に、ファン同士で交流することによって結婚のきっかけを作ってもらい柏市に定住するポイントとなる。柏レイソルのメリットは大規模の人数による試合観戦からの収入が見込めることである。具体的には、スタジアムで食事パーティー、試合観戦などが挙げられる。

c. シェアハウス×結婚支援

シェアハウスでは柏市に在住の22歳～32歳を対象とし、若年層は就職したばかりで経済状況が安定していないため人が住める程度整備された家具付き空き家をシェアハウスとして貸し出すことで経済的負担を減少させる狙いがある。

そしてDIYで修繕可能な家具や家の一部（壁や窓など）をリメイクし、住みやすい家に改造をしてもらうことを共同で作業することで性格や価値観が判断できる。

安全策として連絡板を用意してハウス内の情報共有を行う。

方法は事前に駅前や柏市連携企業に告知を行い、参加者を募り参加者に事前説明会を実施する。安全面として共同生活する前に市役所職員と面接と適正テストを実施し居住できる人を決定する。そして入居前に顔合わせ会を実施して住み始めてもらう。

シェアハウスを通しこの家に住みたいと思ってもらえたら賃貸契約を行う。結婚できた場合家賃を最初の三年間、二割～三割負担して結婚当初の経済的負担を減らす。

d. あげぼの山農業公園

定住するにあたって柏市の魅力を伝えることが大切であるため、その他の案としてこの「あげぼの山農業公園」を提案する。元から柏市にある施設だが柏市民以外の人はこの施設の魅力を知らない。そこで私たちは今ある柏市のPRすべき施設としてピックアップした。この施設はアクセスがあまり良くなく、柏市でのプレゼンテーションの際に課題とし

て挙げられた。この点を改善し、より多くの人に知ってもらうことで家族でも男女でも身近に行ける観光地として役割を果たせると考えた。

e. その他

その他の案は、他県が行っている企画や施設で結婚支援に生かせるものを挙げた。定住にはつながらないが出会いの場を作るきっかけとしての案だ。

5. 連携先からのフィードバック

市役所は、失敗したくないという思いから決められたことからみ出したような企画は動きにくい傾向であり、企画や支援を行っていても宣伝に力を入れていないため、柏市民でも知らない人が多数存在する。

これらより、若い学生に宣伝の部分で協力してほしい、フィールド活動など積極的に行って、市の力にも自分の力にもしてもらいたい。

6. 感想・まとめ

今回の「麗澤・地域連携実習」では柏市役所の方を相手に取材やプレゼンテーションを行うという学生時代の中でとても貴重な経験が出来た。私達は「麗澤・地域連携実習」の課題として柏市の結婚支援について課題解決に向けて学生主体となって考えてきた。柏市に住んでいない私達が柏市の現状や課題について考え、柏市役所の方とのディスカッションで結婚に対する私達の考え方や市役所の方の考え方の中で世代の違いという発見ができ、それらから互いに得られるものが多くとても勉強になった。

課題解決を考える上で柏市役所の方から結婚支援の提案に対するリクエストとして「大学生らしい提案」というものを頂いた。結婚支援について様々な案が私達のディスカッションの中で出てきた。最初はひとつの案を推してその中に繋げる形で考えていたが日にちが経つにつれて個人でその案についてまとめるという形になってしまい私たちの提案に深みを見出すことが出来なかった。私達が集まれる日にちも限られ時間が足りず各々でプレゼン資料やコメントを考えていたので打ち合わせや訂正もある程度しか出来ず柏市役所へプレゼンをしてしまったのもう少し私達の中で時間を使って深く掘り下げられていればよかった。

柏市役所にアポ取りから取材、それを元に課題解決の案をプレゼン形式で提案をするという大学に入りほぼ初めてのことが多くとても難しかったが、この貴重な経験は今後の人生で私たちに大きくプラスのものになると思われる。「麗澤・地域連携実習」を行うにあたって指導してくれた先生方や課題提示をしてくれた柏市役所の方に大変お世話になりました。今回の反省点を活かして今後の活動に努めていきたい。

3. 若者の自殺予防を考える

担当部局: 柏市保健福祉部社会福祉課

外国語学部 外国語学科

国際交流・国際協力専攻	若松 佳子
国際交流・国際協力専攻	小澤 灯
国際交流・国際協力専攻	清水 愛莉
国際交流・国際協力専攻	山岡 幹人

経済学部 経営学科

経営専攻	田邊 圭汰
経営専攻	高橋 治暉

担当教員 花田 太平 (外国語学部)

1. プロセス

日程	内容
6月4日	全体講義①「PBLってどんな学び？」
6月11日	全体講義②「柏市ってどんなところ？」
6月11日	全体講義③「電話のかけ方・メールの書き方」
6月18日	全体講義④「課題解決策の考案方法講座」
6月26日	第一回打ち合わせ ・担当教員との顔合わせ ・哲学対話：「自殺は悪いことか」「人はどういう時、受け止められていると感じるのか」（先輩3名含む計10名で実施）
7月10日	担当教員花田と柏市保健福祉部社会福祉課の担当者間で事前打ち合わせ。行政から若者へのアプローチの難しさ、ゲートキーパー研修について話し合う。
7月15日～24日	ヒアリング調査のために各自チームを編成・準備 ・柏市役所当該部局・大学カウンセラー・自死遺族の3方にヒアリング調査の対象を絞り、担当者を2名ずつ決定する。 ・麗澤大学「人を対象とした研究に関する倫理細則」の確認 ・ヒアリング調査のための質問を作成 ・趣意書・説明・同意書の作成
7月18日	各自「若者の自殺予防」に関する書籍のプレゼン ・6名が10分ずつ、課題図書に関する要約と感想をパワーポイントでプレゼンテーション、若者の自殺に関する見識を深める。
7月31日	ヒアリング調査①（市役所担当部署）実施
8月6日	ヒアリング調査②（大学カウンセラー）実施
8月16日	ヒアリング調査③（自死遺族）実施
9月13日	ヒアリング調査報告会・成果発表会プレゼンテーション準備（議論・担当の決定）
9月13～16日	成果発表会プレゼンテーション準備（各自）
9月16日	柏市ゲートキーパー研修（任意）
9月19日	成果発表会
9月19日	報告書作成

2. テーマの概要

・現在柏市では、39歳以下の若年層の自殺率が全国平均より高くなっている。また、東京都では大学生がこの問題について研究し、成果を発表する取組みを毎年行っている。柏市で

も同様の事業を行い、当事者である若者自身が自殺予防について考える機会を設けたいと考えている。以上を踏まえて、麗澤大学では千葉県柏市保健福祉部社会福祉課と連携し、「若者の自殺予防を考える」というテーマで実習を行った。今回は6名の麗澤大学の学生（一年生）がこの趣意に賛同し、本実習に参加した。

・活動内容は、哲学対話、関連資料の調査・分析、関係者へのヒアリング調査等である。

3. 背景と問い

【世界で若者が一番生きづらい国・日本？】

・2010年以降、日本の自殺者数は減少に転じている：
平成21年3万2845人→平成28年2万1897人

・自殺者数の減少+少子化にもかかわらず、自殺死亡率は10代では変化がない。

・若年世代（15歳～39歳）の死因第1位が自殺であるのは、先進国の中では日本だけ。若者世代を15～24歳に限ると、その自殺率は韓国を抜き世界で一位。

【中心的問い】

・行政主導の「自殺予防」が「若者」にリーチすることの難しさ

・「自殺予防」のジレンマ＝「自殺予防」を社会が強調すればするほど(e.g., 「命は大切」「自殺は悪いこと」)、希死念慮者や自死遺族の居場所は奪われ、追い込まれてしまう。

→表面的ではない「若者のための自殺予防」のあり方とは？

→当事者である若者自身がこの問題を考えること重要性

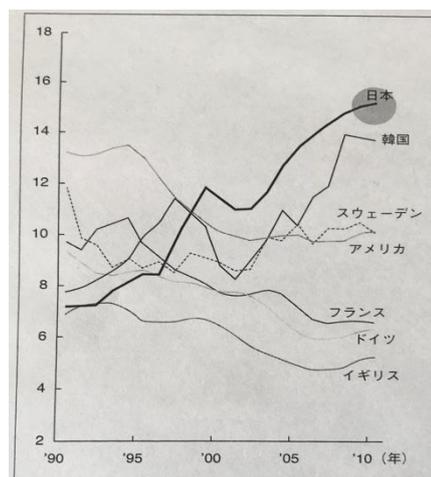


図1-13 若者（15～24歳）の自殺率の推移の国際比較
* 当該年齢人口10万人あたりの自殺者数
* WHO「Mortality Database」より作成
(舞田敏彦：PRESIDENT Online 連載 データは踊る一絶望の国
日本は世界一「若者自殺者」を量産している。2016年)

傳田（2018）より

4. ヒアリング調査

・上記問いを明らかにするため、当事者・関係者の方へヒアリング調査としてお話を伺った。

ヒアリング調査は、各チームに別れ、60分間の聞き取りを行なった。対象者へは事前に本実習の趣旨を理解してもらった上で、「説明・同意書」にサインを頂いた。対象者の同意のもと、録音・写真撮影を行い、聞き取りの内容は逐語録を作成し、メンバー内で分析・議論した。本ヒアリング調査は、「麗澤大学「人を対象とする研究」に関する倫理細則」に基づいて実施した。

【ヒアリング調査の内容サンプル】

・ヒアリング調査①：自死遺族（担当：田邊・清水）

学生問い：現在日本の若者の自殺率は韓国を抜き世界で一番となっています。生き辛いと感じている日本の若者へ、何か伝えたいことがあればお聞かせください。

→「苦しみの原因は実に個別でさまざまだと思う。しかし、感じる苦しさや孤独は共通しているだろう。結果として、自死という選択をしたことは、彼らの生き方であると思う。それは生き方としての自死だと言えるだろう。それを否定はしない。ただ、この意見を

「自殺のススメ」と受け取ってもらっても困る。そうではなく、「命が大事」など自殺予防を前面に出すことによって、死にたいと思う若者の居場所がなくなってしまうことの可能性も考えてほしい。それは例えば、命の電話で、「わたし、死にたいです」と言う若者に対して、正論や説教ではなく、「死にたいんだね」と返せる場所でもあるということ。そう言える場所が、身近にたくさんあると良いなと思う。」

・ヒアリング調査②：柏市保健福祉部社会福祉課（担当：高橋・若松）

学生問い：これまでどのような若者に焦点を当てた自殺予防に取り組んできましたか？
→「若者向けに映画などのイベントを開催したが、高齢者の参加率が多かった。イベントなどを開催する理由には医療機関につなぐ前に気づいて支援を行なうためである。柏市が対象にしているのは10代ではなく30代が多い。」

・ヒアリング調査③：大学カウンセラー（担当：山岡・小澤）

学生問い：大学カウンセラーとして、若者の自殺予防に関する考え(予防に関して特に大切なこと等)をお聞かせください。

→「主観的にひとりぼっちと感じる人が自殺する傾向が高いため、人との繋がりが希薄にならない社会作りが大切である。「一回失敗すると終わり」という風潮(受験や就職等)をなくし、お互いの失敗に寛容になるべき」

【まとめ】

・市役所では、具体的な対策について決まっていない為、若者が市役所を利用しやすいように、イベントなどを定期的に開催する。若者の助けに対して同じように悩んでいる人と話すことを促す。

・大学カウンセラーでは、麗澤大学のように気軽に利用しやすい環境を多くの大学カウンセラーでやってほしい。例えば、シャボン玉を作ることや外部の人を招いてイベントを開く等。

・この三つのヒアリング調査で「日本の自殺率が高い事についてどう思うか」という質問をし、様々な答えが帰ってきた。→この課題を解決する為には、連携がキーワードになり、それぞれ思っていることが違う為、お互いに思っていることをぶつけて、意見交換する機会が必要である。

5. 哲学対話、関連資料の調査、ゲートキーパー研修

【哲学対話】

・若者による自死に対する理解を深めるために、まず当事者である学生たちが自死に対して思っていることを自由に述べる機会をつくった。「哲学対話」(梶谷真司・東京大学教授)の手法を使い、先輩学生にも参加してもらい、それぞれ自分自身と向き合った。哲学対話のテーマ：「自殺は悪いことか」「人はどのような時に受け止められていると感じるのか」

【関連資料の調査】

・ヒアリング調査実施の前に以下の関連書籍について調査し、各自プレゼンを行なった。

傳田健三『なぜ子どもは自殺するのか』新興医学出版社、2018
松本俊彦『もしも「死にたい」と言われたら』中外医学社、2015
松本俊彦『自傷・自殺のことがわかる本』講談社、2018
苗村育郎『自殺の内景』無明舎出版、2015
太刀川弘和『つながりからみた自殺予防』人文書院、2019
貞包秀之ほか『自殺の歴史社会学』青弓社、2016
自死遺児編集委員会・あしなが育英会『自殺って言えなかった。』サンマーク出版、2002
柏市『柏市自殺対策計画～誰も自殺に追い込まれることのない柏市を目指して～』2019年3月

【ゲートキーパー研修】

・本実習を踏まえて、柏市主催のゲートキーパー研修（2019年9月16日@アミュゼ柏、講師：澤登和夫・カウンセラー）に2名の学生（高橋・田邊）と担当教員（花田）が参加した。

6. 提案内容

- ・行政の若者理解を促進するために定期的に市行政と若者の意見交換会をひらく。
- ・当事者の「死にたい」気持ちを否定せず受け止めてくれる場所づくり＝「若者」自助グループ（従来の「命の電話」や大学カウンセラーでは敷居が高いと感じる若者は多い）。
- ① 新設の iFloor@麗澤大学校舎「あすなろ」にて、定期的に「哲学対話カフェ」を開催（「自殺予防」という看板をかけると参加者が来なくなってしまうため、「幸福とは何か」「愛ってなんだ」等、深いテーマで対話をする）→その場に市役所の方やカウンセラー、教員なども参加して連携を強化
- ② 大学でゲートキーパー研修を開催する（導入授業など）

7. 感想・まとめ

【参加学生の感想】

・さまざまな活動を通して、この実習をする前と考え方が大きく変わったと思います。実際にヒアリング調査をした時に、一般的な礼儀作法に加え、相手の話をしっかりと聞いて、どのような内容なのか考えながらやることを学びました。自殺を予防するためには、相談する場所を増やせば予防できると思っていましたが、そのような場所のなかでも問題点があるので、簡単に解決できないと思いました。また、実習参加前は、自殺する人のほとんどがこころの病をわずらうことを知っていたが、そのこころの病によって人に相談しようとする気力、生きる希望をなくす気力、痛いという感覚をなくすなど、目で見て外見からは気づくことが不可能な力が存在していることを初めて知り、自殺をしようとしている人を止めることは本当に難しいものだと感じました。また、この「麗澤・地域連携実習」は、改めて自分自身の過去について深く考える機会にもなりました。ヒアリング調査など普段の生活では経験できないことも多く経験することができて、とても充実した活動になったと思います。

この活動で学んだことを活かすためにも、今後もし自殺を考える人が自分の周りにいた時には、自分から小さな変化にも気づき、優しい言葉をかけてあげよう、その人の心の歩幅に合わせて寄り添ってあげていきたいと思います。こころのなかで考えていることは人それぞれ違うことを学んだので、だれかと意見が違って受け入れようと思いました。また、今回の活動で何が問題になっているのか、なぜこの問題があるのか、どのような現状が起きているのか、データとエビデンスとともに考えることが出来たので、より大人らしい考えをもつことができました。

【担当教員からの総評】

・実習の開始から彼らの活動に伴走していて、学生一人ひとりの成長を実感した。これまでの自殺対策の取り組み全般に言えることだが、当事者である若者不在で物事が決められてきたように思う。そのなかで、本実習のような取り組みの重要性は増してゆくだろう。当事者性というキーワードから、「学生ゲートキーパー」「若者自助グループ」のような新たな枠組みを提起していくことも必要である。ヒアリング調査で自死遺族の方が強調していた点であるが、標語的に「自殺予防」や「命の大切さ」を強調する社会は、自死念慮者や自死遺族へのより一層のスティグマをもたらし、かえって彼（女）らの安心できる場所を奪い、当事者との連携を阻害する要因にもなる。この「自殺予防」という枠組みそのものも再フレームされる必要があるだろう。姿勢としては、自殺対策に関わる、専門家、行政、当事者がそれぞれ開かれた場所で対話し続けることが重要になってくる。現在の知見が明らかにしたように、「自死」の多くが、意志されたものではなく、追い込まれた末の死であるとしたら、それは誰にでも起こりうることであり、それぞれが我がこととして、長期的な視点から「自死」という現象と向き合い続けることが大切である。

4. 外国とつながる親子・子どもへの支援

担当部局：柏市こども部子育て支援課

外国語学部 外国語学科

英語・コミュニケーション専攻

石山 詩織 α チームリーダー

岡田 佳奈

中野 南

遠藤 麻由

渡壁 真央

英語・リベラルアーツ専攻

呂比須 奈津美 β チームリーダー

梁 聰穎

国際交流・国際協力専攻

寺井 友佳子

堀口 由衣

秋葉 結乃

担当教員

松島 正明（外国語学部）

担当教員

黒須 里美（外国語学部）

1. プロセス

日程	内容
6月4日	チーム分け&進め方 MTG
6月11日	チーム別 MTG
6月18日	市役所訪問①
6月27日	両チーム合同 MTG
7月5日	チーム別 MTG
7月17日	チーム別 MTG
7月18日	両チーム合同途中経過報告 MTG
7月22日	チーム別 MTG
7月26日	チーム別 MTG
8月16日	市役所訪問②
9月12日	両チーム合同成果報告会に向けての MTG

*夏休みや休日など予定が合わず集まれなかった日に関しては、LINE で話し合い等を進めながら活動を行った。

2. テーマの概要

外国人の子育て支援について、柏市の抱えている問題を解決するための提案を考えた。

柏市には子供を持つ外国人が多く暮らしている。しかし、彼らの多くは子育てに関して市役所に頼ることをしない。何故ならば、彼らは市役所に子育て支援をしてもらえる場所があるということを知らないからである。市役所に行けば、子供を持つ外国人向けの対応を市役所側ができるという事を、まず彼らに知ってもらうことが必要である。これらのことから、私達は「子育てに関して困っている外国人が市役所に来てくれるにはどうすればいいのか」をテーマとして提案を進めていった。

私たちの最終目標は「子供を持つ外国人が子育てに関して困った際に市役所へ足を運んでもらうこと」である。

3. ヒアリング調査

市役所側の提案は、外国人がよく利用するお店を特定してほしいとのことであった。そのため、留学生や柏市のお店に電話をして、外国人がよく行く場所を調査した。

留学生からの調査では、Gong cha や茶 BAR などのタピオカのお店や、ドン・キホーテやマクドナルドなどのお店によく行くことがわかった。

柏市のお店では、スペイン料理やインド料理といった外国料理のお店に電話をして調査した。その結果、お客さんの中に外国人はあまりいないが、従業員の中に外国人がいることがわかった。

4. 提案内容

〈α チームの提案内容〉

「困っている外国人が市役所に来てもらえるようにする」をテーマに手書きのポスターを作成し外国人がよく利用するお店に掲示する。実施したアリング調査より、外国人が利用するお店はあるが、そこには外国人向けの情報掲載は一切無いことがわかったため、外国人向けのポスターを作成し、お店に掲載してもらうということを提案することに決めた。

第一案としてパワーポイントでポスターを作成したが、市役所の方から「手描きの方がより暖かみを感じられるのではないか」という提案を受け手描きで作成した。また、目を引くようなデザインにするために挿絵をいれ、日本語のわからない外国人にも理解できるよう、市役所で対応可能な四カ国語を用いる等の工夫をした。

〈β チームの提案内容〉

「かしわこそだてハンドブック」の内容を分かりやすく伝え、かつ、多くの人に見てもらうため動画を作成し、市役所で上映することを提案した。

今回はこの動画の中に組み込む内容をパワーポイントでまとめた。子育てをする上で特に重要だと思われるものをハンドブックから取り出し、ターゲットである外国人を意識して英語で作成した。

5. 連携先からのフィードバック

市役所の方から

- ・ 支援課と出生届を出す場所が離れている
- ・ 動画を流すスペースがない(子育て支援のためのブースを作るのは難しい)
- ・ 母国語が日本語でない人を惹きつけられるかどうか
- ・ テレビに流しても見ないのではないか
- ・ 市役所は目的をもって来る場所であるため、お店や病院などで宣伝した方がよい
- ・ α も β も乳幼児を意識しているので、もう少し上の年齢層も意識してほしい
- ・ 外国人がよく行く店を知りたい

6. 感想・まとめ

「外国人の子育て支援」という課題に取り組み、改めて自分たちが思っているより母国でない国で子育てをするということとはとても大変だということを知った。初回の市役所訪問で問題点を聞いたとき、「学生のわたしたちに解決できるのか」と不安になった。しかし、聞き込み調査など活動を進めていく中で、少しずつ解決策が見えてきたと感じる。

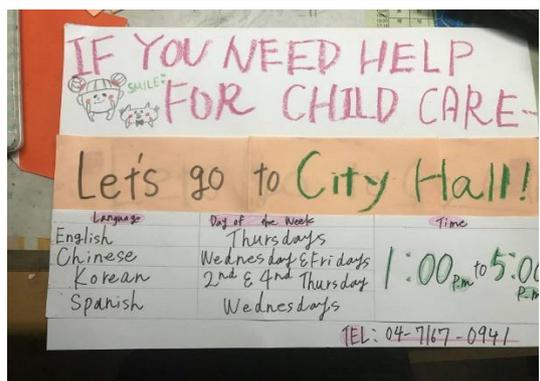
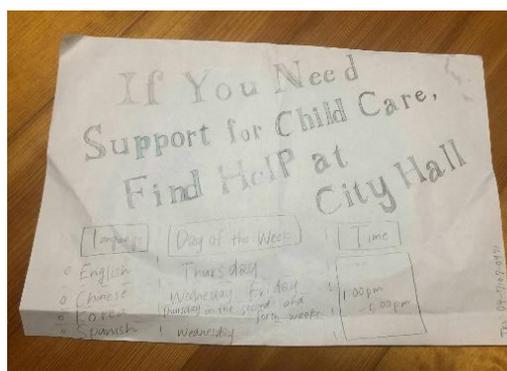
市役所では外国人のお母さんの為に、柏市に住んでいる外国人の言語で子育てに関する資料を作り市役所に置いている。しかし、1番の課題として外国人の方は「その資料がどこ

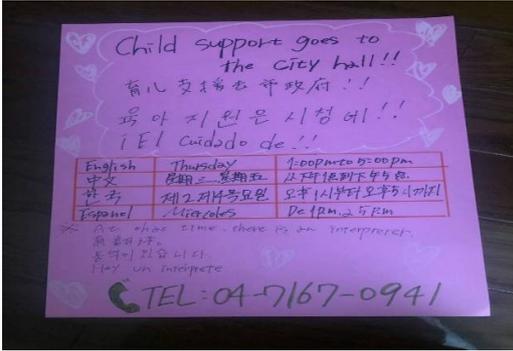
にあるのか」、あるいは「存在すら知らない」人が多数だった。その中で、素晴らしい資料を作ることも大切だが、それをしっかり受け取ってもらうことが最も重要だと考え、私たちはポスターと動画を作成した。これらを作成していくうえで、「どのようなものにすれば多くの外国人の方に見てもらえるのだろうか」とか「どのようにすれば上手く伝わるのだろうか」という点でとても悩んだが、最終的には私たちにできる最高のものができたのではないかと思う。これらを活用することにより、市役所の方が作ってくださった素晴らしい資料も今以上に活躍するのではないかとも思った。

私たちにとって今回の「麗澤・地域連携実習」では、多くの事を学び、また吸収することができた良い機会となった。普段の授業では今回の活動程ある問題について自分で考え、解決策を導き出すということをしてないので素晴らしい経験にもなったと感じる。この実習に参加して良かった。

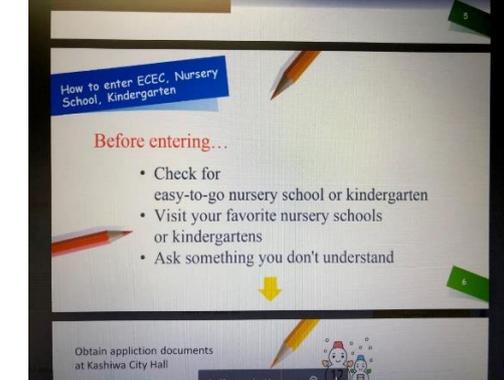
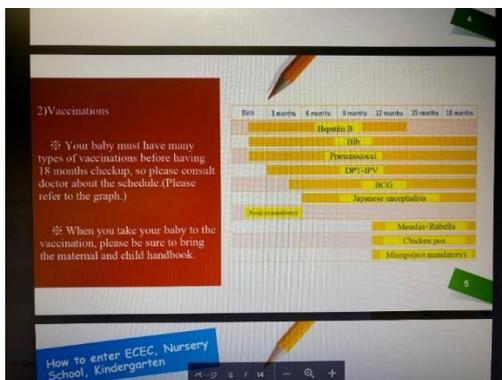
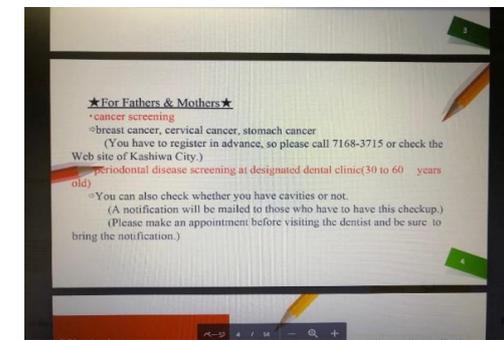
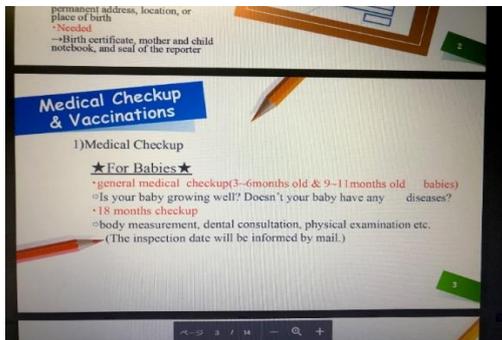
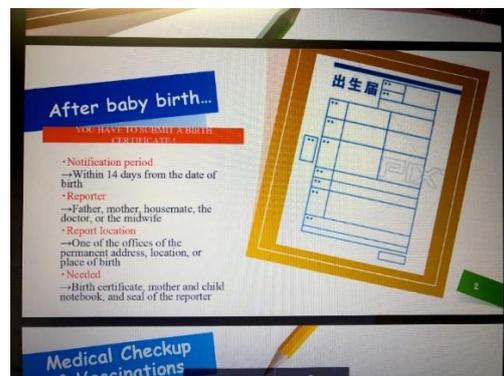
7. 成果品

・ α チーム





・βチーム



* Ask something you don't understand

Obtain application documents at Kashiwa City Hall

Prepare a certificate of employment

Apply by the end of December

Admission notice in February

Prepare a certificate of employment

Admission notice in February

※ You can also apply for admission after April. And **you should satisfy the admission requirements**. If you want more details, please contact the nursery schools or Kindergartens! Thank you!!

Haguhagu-kashiwa

You can search information about parenting according to the age and the purpose. Please check the web site for more information. Also you can find information about many events there.

Family support Center

[Target age] Parents of children from 6 months to 6th grade

[Flow to use]

1. Attend an information session
2. Member registration(admission fee 1000 yen)
3. Assistance application
4. Prior meeting
5. Assistance started
6. Payment of reward

[For example] Pick-up and custody before and after nursery school and kindergarten start.

6. Payment of reward

[For example] Pick-up and custody before and after nursery school and kindergarten start.

CHI-PASS

*what is this?
→Presenting this card at a sponsored store, you will receive a discount

*who can use it?
→ Pregnant woman or family with children up to junior high school students

→ Pregnant woman or family with children up to junior high school students

When a disaster occurs

- How to contact
→Decide how to contact your family and neighbors in advance
- Where is the shelter
→Check the shelter near your house
- Health condition
→Take note of the medicine you are taking
- Confirm safety
→Fix furniture so that it does not move during an earthquake
- Make an emergency backpack
→Get everything you need in an emergency

In these cases call here!!

Anxieties before child raising (7162-2525)

Anxieties about child development (7128-2223)

Anxieties when raising children (7167-1458)

(7167-1458)

Thank you!!

5. 若者にとって魅力的なショッピングモールとは？

企業名：イオンモール株式会社

店舗名：イオンモール柏

外国語学部 外国語学科

日本語・国際コミュニケーション専攻	石崎 和奈
日本語・国際コミュニケーション専攻	伊藤 麗奈
国際交流・国際協力専攻	菊池 紗稀
国際交流・国際協力専攻	大石 みのり
国際交流・国際協力専攻	中村 笑珠

経済学部 経済学科

グローバル人材育成専攻	大橋 祐希
-------------	-------

経済学部 経営学科

会計ファイナンス専攻	有野 快（グループリーダー）
------------	----------------

担当教員	近藤 明人（経済学部）
------	-------------

1. プロセス

日程	内容
6月21日	第1回グループワーク ・顔合わせ ・自己紹介 ・キックオフミーティング
6月28日	第2回ミーティング ・イオンモール柏への質問決め
7月5日	イオンモール柏へのヒアリング調査
7月11日～8月5日 毎週水 or 木曜日（昼休み）	定期ミーティング
7月25日	アンケート調査開始
7月31日	プレゼン資料作成開始
8月5日	イオンモール柏へのプレゼン発表
9月19日	全体報告会

2. テーマの概要

イオンモール柏では、近年若者の集客で問題を抱えている。アクセス面でもとても恵まれた立地であるが若者の集客だけは伸び悩んでいた。主な理由としては他店との競合であるためにイオンモール柏にしかない魅力というものを、今回のターゲットである私たち若者の視点から見て提案をすることにした。

3. ヒアリング調査

(1) 取材内容

- ・利用客の人数、客層、男女比、時間帯
- ・若者を増やした後のビジョン
- ・若者を増やす狙い
- ・イオン柏店から見た魅力的なショッピングモール
- ・これまでの取り組みで若者の増加を実感できたもの
- ・立地が原因で起きた不都合の具体例
- ・イオンモール柏周辺での地域問題

※若者（中学生～大学生）

(2) 取材結果

イオンモール柏での現在の利用者の多くはファミリー層にあるという。そのため今までのイベントの多くは小学生以下のような親子で買い物に来ることが多い世代に合わせたもの

であった。しかし、今回は中高生などの世代をターゲットとしたもののためインフルエンサーとなるような世代を求めていると感じた。また、イオンモール柏では木を植えるプロジェクトなど環境問題に対しても深く関わりがあると感じた。

4. アンケート調査

(1) アンケートの実施概要

実施期間：7月25日～8月5日

取材対象：麗澤大学の学生 153人（男性88人 女性65人）

取材方法：Google アンケート

取材内容：・性別

- ・お得なことに対する興味
- ・地域問題に対する理解
- ・柏駅周辺の商店街を訪れるか
- ・環境に良い活動に参加するか
- ・イオンモール柏へのバスが麗澤大学まであれば利用するか
- ・地域貢献の具体例

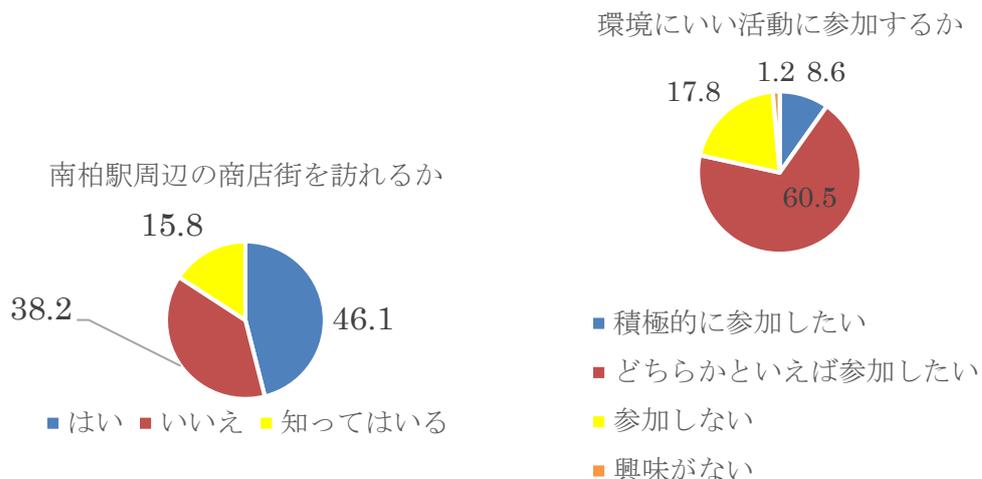


イオンのバスが麗澤大学まであればイオンに行くか



地域問題の理解をしているか





(2) アンケート分析

多くの方が地域貢献に参加の意思はあるものの地域問題の理解ができていないという現状が把握できた。そのため、少しのきっかけで多くの若者は地域貢献に取り組むと感じた。また、バスなどのアクセスによっては多くの若者も利用することが見込める。南柏駅周辺の商店街では利用者があまり見られないため柏市の地域貢献という面では、そういった商店街とも連携して柏市全体を盛り上げていきたい。

5. 提案内容

若者とイオンをつなぐものとしてお得なことを絡めたイベントを提案する。このイベントでは主に柏レイソルの選手といったような地域貢献に関与できる人を招待、この地域独自の外国人との交流を狙いとしたものを取り入れる。また、チケットの半券に割引券としての機能を持たせ参加する理由としてお得を役立てていくなど若者の集客の効果を高めていく。環境問題の取り組みとして売り上げの一部を環境問題への寄付として役立てる TFT の仕組みを採用し、その存在を利用者にも知ってもらい、自分が地域貢献に取り組んでいるという自覚を持ってもらうことで今後の環境問題に対しての関心も高めていく。

6. 連携先からのフィードバック

TFT の考え方などについては好印象だったもののイオンモール柏としても商売として取り組んでいるため、利益として考えると少し不安もあるという意見をいただいた。環境問題への寄付などの取り組みは行っており、ただの寄付ではかぶるため、イベントなどを利用した方法を求めている。

7. 感想・まとめ

イオンモール柏などの一つのお店を経営の視点から見るという取り組みはなかなかできないことであったためにとっても貴重な経験となった。利益はお店の第一目標であり、いかに利益を得る際にお客の満足度などに合わせた付加価値をつけるかが重要となってくると感じた。商売も極論人と人とのやりとりの中で生まれてくるため何を求められているかと世間の声に耳を傾けることも重要なことだと学んだ。

6. 大学生にとって魅力的な採用活動とは

企業名：株式会社川和

経済学部 経済学科

グローバル人材育成専攻

佐伯 比菜子

吉田 瑞希

担当教員

籠 義樹（経済学部）

1. プロセス

日程	内容
6月 4日	全体講義 ・PBLってどんな学び？
6月 11日	全体講義 ・柏市ってどんなところ？ ・電話のかけ方・メールの書き方
6月 14日	キックオフミーティング ・テーマ検討開始
6月 18日	全体講義 ・課題解決の考案方法講座
6月 21日	問題意識の共有化
6月 28日	取り組みたいテーマの具体化
7月 4日	ヒアリング調査の質問内容検討
7月 11日	ヒアリング調査の項目確認
7月 19日	川和さんへヒアリング調査
7月 23日	ヒアリング調査のまとめ報告
7月 30日	マイナビ調査アンケートのまとめ
8月 5日	アンケートの項目作り
8月 9日	アンケート結果のまとめ
8月 26日	スライド作り
9月 3日	発表内容の確認
9月 4日	川和さんへ報告会
9月 10日	報告会の反省
9月 19日	全体報告会

2. テーマの概要

新卒を取り入れるため、多くの人に会社説明会で魅力を感じてもらうにはどのような内容の会社説明をするべきなのか。

3. ヒアリング調査

事前に質問項目を8個考えて行った。当日は社長、総務課、販売課の3人の人にヒアリングした。聞いたかったこと以外にも情報を得ることができた。

4. Google フォームでアンケート調査

(1) アンケートの実施概要

実施期間： 8月5日～8月26日

取材対象：大学生（主に麗大生）

取材方法： Google フォーム

取材内容： ・性別

・学年

・大企業志向か中小企業志向か

・不採用の理由は聞きたいか

・40歳の収入は気になるか

・会社内の上司や同僚とプライベートでも付き合いたいか

・どこから就職情報を収集しているか

(2) アンケート分析

・大企業志向の人が多い

・不採用の理由を聞きたい人の方が多い

・40歳の収入は知りたい人が多い

・アットホームな環境を求めている

・ネット、学校から情報を集める人が多い

5. 提案内容

・不採用の理由を聞くことができることを伝える

・初任給と40歳の収入を伝える

・積極的に大学へ行き、情報提供や会社説明会を行う

・会社内のアットホーム感や社員旅行の良さを伝える

6. 川和さんからのフィードバック

不採用の理由を聞きたいという人と、40歳の収入を聞きたい人が意外と多くて驚いていた。これからの採用活動の参考にしていきたいと思っていただいた。

アットホームな環境を求めている人が多くて嬉しかった、アンケートを取っているので信憑性があったとおっしゃっていただいた。

7. 感想・まとめ

一年生なので就職活動についてあまりよくわからないまま始めましたが、ヒアリングやアンケート調査を行ったことにより、就職活動について自分たちで考える機会となりました。私たちがアンケート結果から一番意外だった結果は、今の若い人は会社内の環境

は浅い方が楽だと思っていましたが、アットホームな環境を求めていると驚きました。この地域連携実習を通して、私たちはメールの作法や礼儀の勉強になったり、多くの人の前で発表する機会を得て緊張しましたが自分たちを少し成長させることができました。このことを今後の活動に活かしていきたいです。

地域連携実習

株式会社 川和

～大学生にとって魅力的な
採用活動とは～

一般的な大学生の考えは？

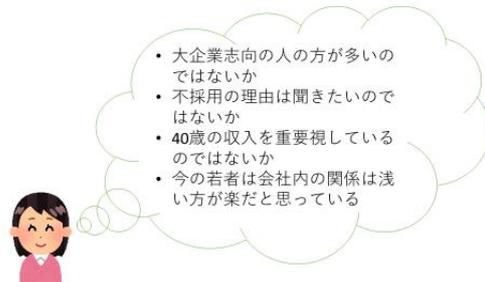


仕事もプライベートも充実させたい

川和さんヒアリングから・・・



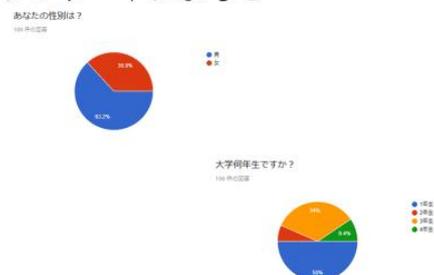
私たちの問題提起！！



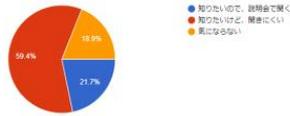
麗澤生107人に アンケート

Googleフォームを用いて、8月上旬に麗澤生に実施した。

アンケートによると・・・



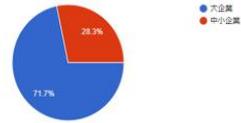
あなたは就職活動の時に、家族ができてお金がかかる40歳平均の収入をしりたいですか？
106件の回答



40歳の収入を知りたい人は80%以上

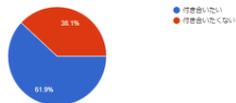
➡ でも聞きにくい

大企業と中小企業どちらに就職したいですか？
106件の回答



大企業志望のほうが多い

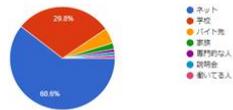
会社内の上司や同僚とプライベートでも付き合いたいと思いますか？
105件の回答



プライベートでも付き合いたいと思っている人の方が多い

➡ アットホームな環境を求めている

どこから就職情報を一番収集できると思いますか？
104件の回答



ネット、学校から情報を集める人が多い

➡ 説明会から情報を集める人が少ない

そこで・・・

- ・不採用の理由は聞くことができるということを伝える
- ・積極的に大学へ行き会社説明会を行う
- ・初任給と40歳の収入はどちらも伝えるべき
- ・会社内のアットホーム感や社員旅行の良さをアピールする



麗澤生の特徴

- ・不採用の理由を聞ける人が少し多い。
➡ 次に繋がる明確な情報が欲しい
- ・中小企業に就職したい人が比較的多い。
➡ 自分のやりたい事を持っている

ご清聴ありがとうございました。



麗澤大学 1年 吉田瑞希
佐伯比菜子

7. 新素材を用いた新商品の企画

企業名：千代田造花株式会社

外国語学部 外国語学科

英語コミュニケーション専攻	田中 礼香
国際交流・国際協力専攻	春日 なつめ
国際交流・国際協力専攻	川澤 こころ
国際交流・国際協力専攻	田中 紗也香
国際交流・国際協力専攻	那須 琴海
国際交流・国際協力専攻	矢口 寧々
国際交流・国際協力専攻	山田 紗華
国際交流・国際協力専攻	米田 彩絵

担当教員 吉田 健一郎（経済学部）

1. プロセス

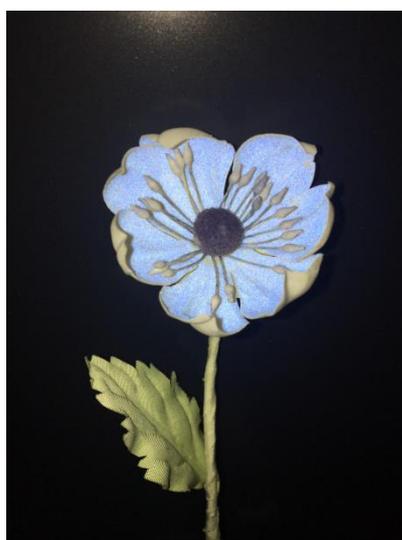
日程	内容
7月4日	第1回グループワーク：顔合わせ、ブレインストーミング
7月11日	第1回企業訪問・ヒアリング
7月18日	第2回グループワーク：千代田造花の皆様を交えて麗澤大学にて実施。
8月2日	第3回グループワーク：千代田造花様からいただいた試作品をベースとして。
8月中	リサーチ
9月8日	第4回グループワーク：リサーチ結果を取りまとめ、提案資料を作成。
9月18日	第2回企業訪問：千代田造花様へのご提案
9月19日	全体報告会

2. テーマの概要

千代田造花（株）は千葉県柏市にある創業50年以上の歴史を持つ「コサージュや髪飾りの専門メーカー」であり、長年培われた技術と豊富な資材と設備でメイドインジャパンにこだわっている企業である。同社から課されたミッションは「転写紙を使った新商品の提案」である。具体的には、転写紙（LEDの光をあてると色が変わる）を用いた（白→青・黄・桃）新しい造花の商品提案となる（下図参照）。



光を当てる前



LED ライトを当てた状態

3. ヒアリング調査

初回のブレインストーミングで出たアイデア（以下のメモを参照）をもとに企業訪問及びヒアリングを実施した。千代田造花さんが求めているのは「黄色、ピンク、ブルーの色しか使わない」「高くても買いたいもの」「意外性(サプライズ)のあるもの」であることを特定した。同社では、「抜き、プレス、形にする、束ねる、組み合わせる」という技術を持っており、今回使用する転写紙のメリットとしては「色の変化」、デメリットとしては「撮った時に周りの物が暗くなる、何も言わなければただの白い花」というのが挙げられる。それらをカバーもしくは、活用する必要があることがわかった。そして、新商品はどうしても価格が高くなってしまふことから、高価格・高付加価値の商品をデザイン・開発する必要がある。

また、製造過程を見たことで、より造花のイメージがクリアになった。数多くの花の型を保有しているとのことで、その強みを活かすことを検討する。

「初回ブレインストーミングメモ」

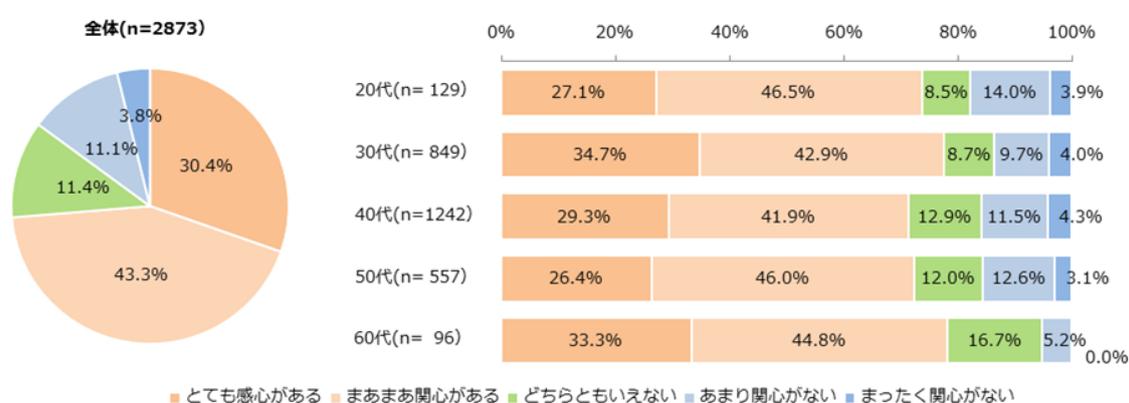
- ・インスタ映えするもので、部屋に置きたいもの
- ・生活必需品になる商品であれば、購入者が多くなる
- ・結婚式：イヤリング・髪飾り
 - ドレスの裾やベール、ブーケに花弁を付ける
 - 新郎・新婦の席のテーブルスタンドを飾る花にする
- ・脱出ゲームなどの一コマとして飾ったり、花束を渡すなどの仕掛けで使う
- ・ヘッドライトで照らしたらインスタ映えのお花畑が現れるなどの仕掛けをつくる
- ・ライトスタンドなどの小物雑貨
- ・足利フラワーパークでは夜ライトアップしてイルミネーション祭りを開催しているので、その一角で展示をする、季節ごとの造花にしても良い、さらに販売もする。
- ・転写紙で作った商品を展示会で試す…展示会場そのものが転写商品などで映し出され、商品揃えをして販売する



<初回企業訪問 7月11日>

4. 試作品の開発に向けて

第1回企業訪問を経て、千代田造花の皆様を交えて麗澤大学にて第2回目の打ち合わせを行った¹。転写紙を使って実際にどんな商品が出来るのか、また、その特性を活かし興味を引く商品の具体像を詰めていった。この時、「ハンドメイドが流行していることから、メルカリやミンネで製作・販売している人向けに販売できるのではないだろうか」という結論に至った。実際、ベルメゾン生活スタイル研究所が2016年3月に実施したインターネット調査によれば、「手作り」に関心ある女性は4人に3人と高い割合でいることが明らかとなっている。



(出典) ベルメゾン生活スタイル研究所実施。2016年3月30日~4月14日にインターネットで実施。20~60代女性2873名の回答結果より。<https://www.b-desse.jp/report/1164/>

ハンドメイド品の中でも、スマートフォンのカメラのフラッシュが当たるところに身につけていなければ商品特性が活かしてこないことから、光が当たりやすく必ず写真に写る部位である耳につけるピアス・イヤリングであれば、花のデザインを活かしやすいのではないかと結論に至った。この結論を踏まえ、2週間で次のような試作品を千代田造花さんと共同で制作した。

¹ この時出たアイデアは以下の通りである。

1. ブライダルのゲストテーブルのディスプレイ→必ず写真を撮る
2. ウェルカムボード→花卉などパーツ使用する
3. ケーキの飾り→ケーキ入刀で写真を撮りインスタバエする
4. ライト→LEDに反応するのでデコできないか
5. パースディケーキろうそくと一緒に→写真映えする
6. 腕時計または、掛け時計の文字盤にならないか→時計針は困難
7. スクラップブックの作成→花卉ペダルなど沢山使える
8. ストラップでボール型にして誕生花にする→堅牢度の問題がある
9. 飲食店などのウェルカムボードや壁飾り→花卉ペダルでいけそう
10. ハロウィンで1輪もの→枝花パーツで
11. フラワーショップで花束やディスプレイで使用→枝花パーツ販売する



<試作品>

5. リサーチ

千代田造花様と共同で制作したピアス・イヤリングの試作品及び、カフェや結婚式場でスタンドとして使える造花を用いて、この商品に対するピアリング調査を実施した。ピアリング対象は結婚式場、カフェ、スクラップブック教室の主催者、ハンドメイド品を作成して販売している個人、20代～40代の女性（個人）に対してである。また、ピアリング内容はこの商品を実際に見せて、使い方を提案した上で購入するか、その際の購入動機、（可能なら）いくらであれば購入可能かである。

しかし、結婚式場、ハンドメイド品を作成して販売している個人に対するピアリングのアポイントをとることができず、本商品のメインターゲットへのアプローチをすることができなかった²。そこで、最終消費者となる20代の女性に対して、本商品のニーズ及びパッケージデザイン案に関する調査を行うに至った。具体的には麗澤大学の女子学生47人への調査を通して、以下のリサーチ内容をもとに、最終的な商品に対するニーズを測定した。

リサーチ内容と仮説検証

1. このピアス・イヤリングがほしいと思うか。
2. いくらならほしいと思うか。
3. 3つのパッケージのうち良いと思うデザインはどれか。
4. 「このピアスがほしい」と回答した大学生はどのような特性があるか。

仮説1 流行にのったり新しい商品をよく見たり買ったりする人（タピオカ屋によくいたり、ショッピングをよくする・ショッピングモールへよくいく）

仮説2 インスタへの投稿頻度が高い

² 一方で、カフェやスクラップブック教室の主催者、20代から40代の個人に対するピアリングは実施できたので、その結果をAppendix（本セクションの最終頁）に示す。

3つのパッケージデザイン案

①透明なフィルムに入っていて、インスタ風の台紙。



アイコンとユーザーネームの部分は自由に書き込めるようになっている。
 (例)友達にプレゼントをする場合、ユーザーネームの部分に友達の名前やアカウント名を書いて贈る。

②透明なフィルムに入っていて、黒い厚紙の右下にロゴを入れたシンプルな台紙



③紙素材の箱

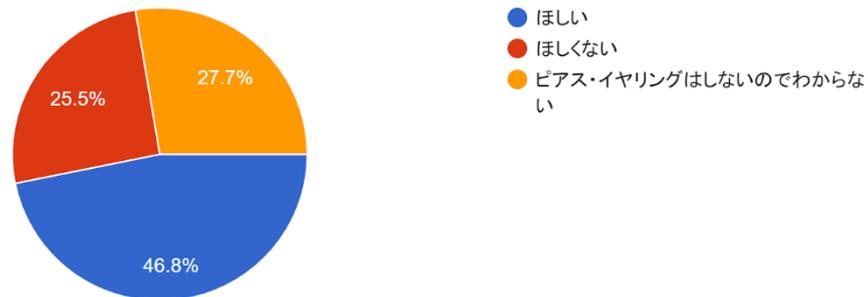


箱の色はうすピンク
 箱を開けるとふたの裏には花言葉の説明が書いてある

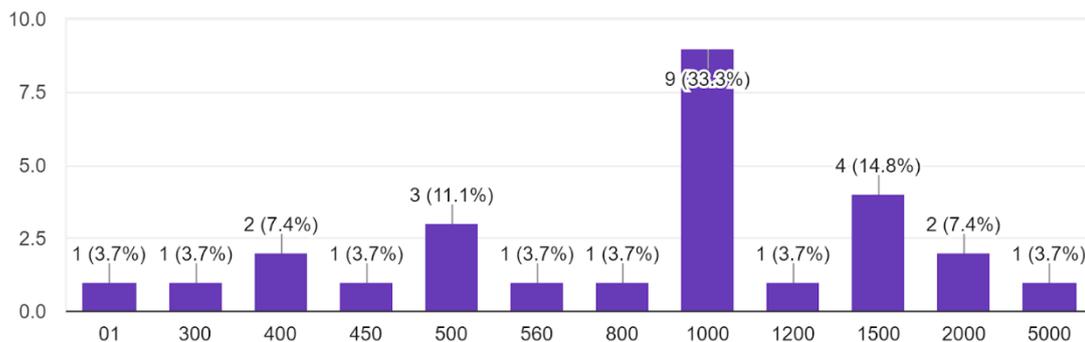
自分や送る相手のイメージに合った花言葉を選ぶ楽しみ方もできる！

9月中旬、GoogleFormを用いて実施し、計47人(男性6人、女性41人)の回答を得た。

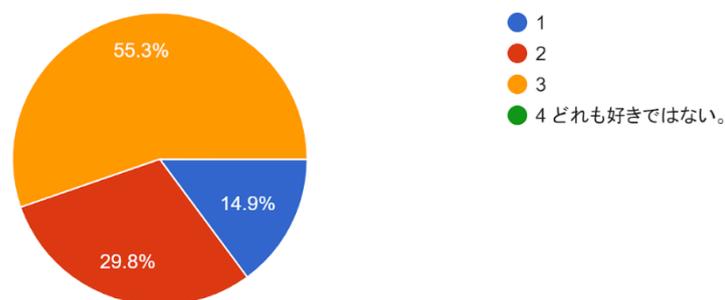
約47%の学生が「ほしい」と回答し、「ほしくない」の回答を20ポイント上回る。



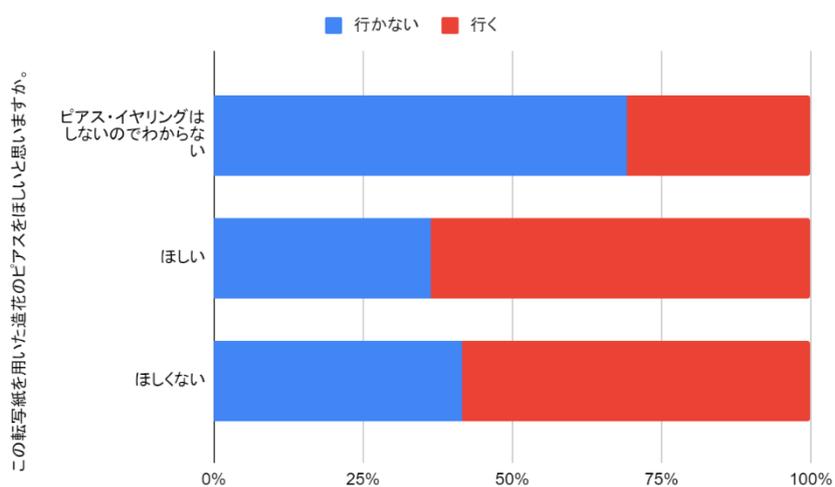
「ほしい」と回答した27人に対して、購入したい金額を回答してもらったところ、1,000円が最多だが、それを超える金額でも購入する学生が全体の3割いる。



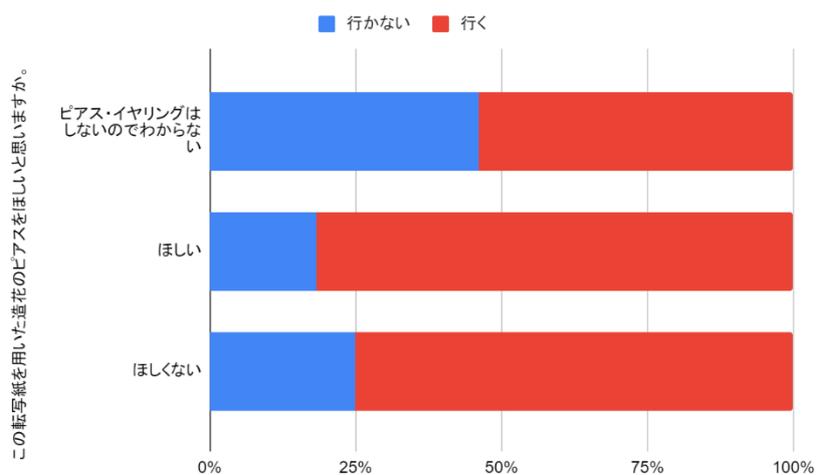
パッケージのデザインは箱型のパッケージが最も人気であった。



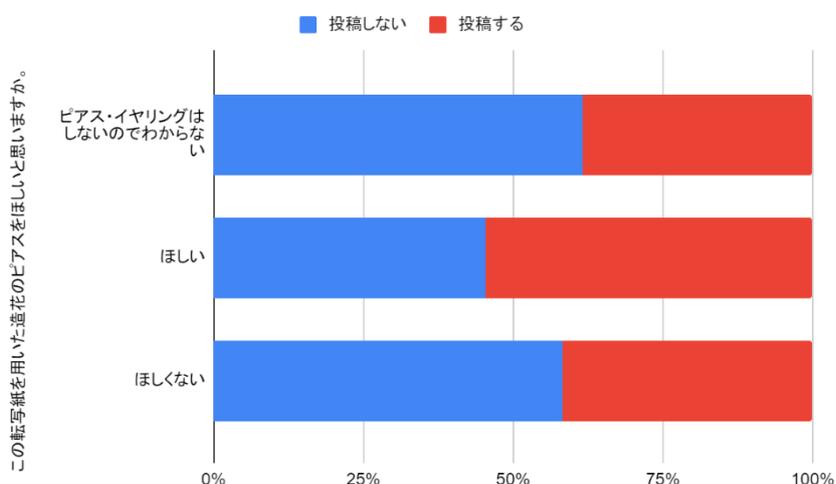
造花のピアスをほしいと回答した人は、そうでない人より、タピオカ屋によく行く傾向がある (5ポイント差)。



造花のピアスをほしいと回答した人はそうでない人より、ショッピングモールによく行く傾向がある (5ポイント差)。



造花のピアスをほしいと回答した人はそうでない人より、インスタに投稿する（10ポイント差）。



6. 提案内容

以上の内容から、デザイン次第ですが、大学生に対しては一定のニーズがあるモノであることが確認できたため、次の内容を提案した。

商品	1.2cm～1.8cm サイズの直結ピアス・イヤリング	1.2cm-1.8cm サイズの花を複数、連結させたぶら下げる型のピアス・イヤリング	3cm サイズの揺れるピアス・イヤリング
メインターゲット（個人）	ハンドメイド品をよく購入する 20代～40代の女性 #街中の店頭で 300円～1200円の商品に慣れてしまっている人はターゲットとしない方が良いでしょう。		
ターゲットに訴求する価値	今までのアクセサリに飽きた 新しいモノが好き 目立ちたい・他の人とは違うことが好き		

7. 連携先からのフィードバック

今回の提案を受けて、千代田造花様からは以下のフィードバックを得た。

- Lumilèur（リュミルール）という商品名はとても良かった。
- 多くの人にリサーチをしてくださり、大変参考になった。

- ピアスやイヤリングでは、少々サプライズ感が足りないということがわかり、商品開発のプロセスを短縮することができた。
- とにかく、若い人のアイデアや意見に触れることができたのはとても良かった。

8. 感想・まとめ

初めて企業さんと連携して何かするというのに少し抵抗があったが、社員さんや社長さんが優しくて、とても話しやすくていい雰囲気だなと感じました。未熟な私たちの意見を真摯に聞いてくれたことがとても嬉しかった。しかも、私たちの意見を元に試作品を作ってくれたことにはとても感動しました。

商品開発を実際に体験でき、リサーチの方法なども学ぶことができ、8人全員がとても有意義な学びであったと感じています。

報告会で使用したプレゼン資料

地域連携実習 成果報告会

転写紙を用いた造花の新商品開発に関するご提案
 連携企業：千代田造花株式会社

田中 礼香、春日なつめ、川澤こころ、田中 紗也香
 那須 琴海、矢口 寧々、山田 紗華、米田 彩絵

初回のプレストでは多くのアイデアが出ました。

1. インスタ映えするもので、部屋に置きたいもの
2. 生活必需品になる商品であれば、購入者が多くなる
3. 結婚式：イヤリング・壁飾り
 - a. ドレスの裾やベールに花弁を付ける
 - b. ブーケ
 - c. 新郎・新婦の席のテーブルスタンドを飾る花にする
4. 脱出ゲームなどの一コマとして飾ったり、花束を渡すなどの仕掛けで使う
5. ヘッドライトで照らしたらインスタ映えのお花畑が現れるなどの仕掛けをつくる
6. ライトスタンドなどの小物雑貨
7. 足利フラワーパークでは夜ライトアップしてイルミネーション祭りを開催しているので、その一角で展示をする、季節ごとの造花にしても良い、さらに販売もする。
8. 転写紙で作った商品を展示会で試す...展示会場そのものが転写商品などで映し出され、商品揃えをして販売する



<7/4@BEE#205>

千代田造花(株)は千葉県柏市にある創業50年以上の歴史を持つ「コサージュや髪飾りの専門メーカー」

長年培われた技術と豊富な資材と設備でメイドインジャパンにこだわっている。

一特徴一

- ・造形抜型の種類が2000個以上所有。
- ・オリジナルの染め技法と筆使い→素材に合わせた様々な染め付けを可能に
- ・多種類の押し型でプレス加工→より鮮明な形へ



千代田造花さんとのミーティングの重ね、転写紙を使って実際にどんな商品が出来るのか、また、その特性を活かし興味を引く商品とはどんなものなのかを詰めていきました。

【所感】企業訪問では製造現場も含め、とても丁寧に説明して下さいました。また、打ち合わせ中では、ビジネスについて未熟な私たちと、私たちの意見に真摯に向き合ってくださって、とても嬉しかったです。




<7/11@千代田造花本社> <7/18@BEE#205>

千代田造花(株)さんからのミッション
 “転写紙を使った新商品の提案”

- 転写紙(LEDの光をあてると色が変わる)を用いた(白→青・黄・桃)新しい造花の商品提案



ハンドメイドが流行していることから、メルカリやミンネで製作・販売している人向けに販売できるのではないだろうか。



実際、「手作り」に関心ある女性は4人に3人と高い割合でいる。

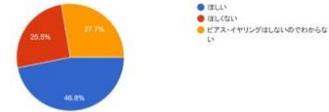


ベルメゾン生活スタイル研究実務誌、2016年3月30日「4月14日にインターネットで実施、20'90代女性2873名の回答結果より、
<https://www.b-dezoo.jp/wood/116/>

7

約47%の学生がほしいと回答。ほしくないの回答を20ポイント上回る。

この転写紙を用いた造花のピアスをほしいと思いますか、
 47件の回答



13

千代田造花様に作成していただいたピアスの試作品を用いて、この商品に対するヒアリング調査を実施。

ヒアリング対象：結婚式場、カフェ、スクラップブック教室の主催者、ハンドメイド品を作成して販売している個人、(個人)20代~40代の女性

※下線を引いた人へはアポイントがとれず、今回ヒアリング出来ない旨、ご容赦ください。

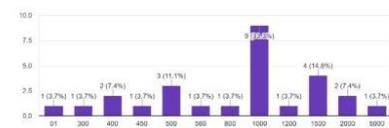
ヒアリング内容：この商品を実際に見せて、使い方を提案した上で購入するか、その際の購入動機、(可能なら)いくらであれば購入可能か。



8

1000円が最多だが、それを超える金額でも購入する学生が全体の3割いる。

前問で「ほしい」と回答した人にお聞き。具体的な金額を書いてください。
 27件の回答



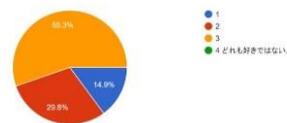
14

ヒアリング調査後に、商品名と最終商品となるピアス・イヤリングのパッケージ案を作成し、大学生へのリサーチを実施しました。

9

箱型のパッケージが最も人気。

このピアスを店頭で販売するとき、次...つとも好きなデザインはどれですか、
 47件の回答



15

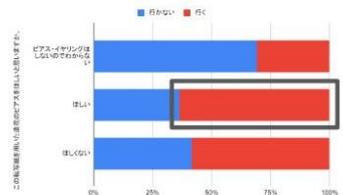
転写紙を利用した千代田造花様の商品名(案)

リュミール
 Lumileur
 ~彩りを輝きとともに~

フランス語で「光」を意味するLumière(リュミエール)と「花」を意味するFleur(フルール)を掛け合わせて「光る花」という意味になるLumière(リュミール)としました。

10

造花のピアスをほしいと回答した人は、そうでない人より、タピオカ屋によく行く傾向がある(5ポイント差)。



16

3つのパッケージデザイン案

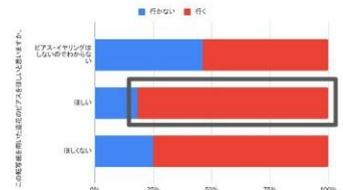
①透明なフィルムに入っていて、インスタ風の台紙。
 アイコンとユーザーネームの部分は自由に書き込めるようにしてある。
 (例)友達にプレゼントをする場合、ユーザーネームの部分に友達の名前やアカウント名を書いて贈る。

②透明なフィルムに入っていて、黒い厚紙の右下にロゴを入れたシンプルな台紙

③紙素材の箱
 箱の色はラズベック
 箱を開けるとふたの裏には花言葉の説明が書いてある
 自分や送る相手のイメージに合った花言葉を贈りたい方もできる!

11

造花のピアスをほしいと回答した人はそうでない人より、ショッピングモールによく行く傾向がある(5ポイント差)。



17

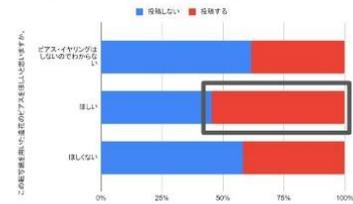
麗澤大学の学生47人への調査を通して、最終的な商品に対するニーズを測る。

1. 性別
2. このピアスがほしいと思うか。
3. いくらならほしいと思うか。
4. 3つのパッケージのうち良いと思うデザインはどれか。
5. 「このピアスがほしい」と回答した大学生はどのような特性があるか。
 - a. 仮説1 流行ののっぴり新しい商品をよく見たり買ったりする人
→タピオカ屋によくいったり、ショッピングをよくする・ショッピングモールへよくいく
 - b. 仮説2 インスタへの投稿頻度が高い

※9月中旬、GoogleFormを用いて実施し、計47人(男性6人、女性41人)の回答を得ました。

17

造花のピアスをほしいと回答した人はそうでない人より、インスタに投稿する(10ポイント差)。



18

デザイン次第ですが、大学生に対しては一定のニーズがあることを確認できました。

商品	1.2cm~1.8cmサイズの直径ピアス・イヤリング	1.2cm~1.8cmサイズの花を複数、連続させたふら下げる型のピアス・イヤリング	3cmサイズの揺れるピアス・イヤリング
メインターゲット(個人)	流行のものが好きであり、インスタを積極的に利用している20代~40代の女性。ただし、街中の店頭で300円~1200円の商品に慣れてしまっている人はターゲットとしない方がよい可能性があります。		
ターゲットに訴求する価値	今までのアクセサリーに飽きた新しいモノが好き 目立ちたい、少し、他の人とは違うのが好き		

19

ウエディングデザイン (案)



20

私たちが考える営業先の候補：
雪の美術館 at 北海道旭川

- 【紹介】
- 1.1991年5月に建築
→ヨーロッパのビザンチン様式を使用
 - 2.雪と氷がテーマ
 - 3.ウエディングやコンサートを開催することもできる！



御清聴ありがとうございました。



24

雪の美術館とコラボレーション

●目的:

元々の素材色"白"を活用できる観光スポットとのコラボレーション

●活用方法:

- (1) **内装**に使用
- (2) **ウエディング**に使用
- (3) **バッグチャーム**をデザインし、お土産として販売

POINT!
季節の花を使い、四季ごとのチャームを作る！！

課題
LEDの光が当たらないと"白"のままであること



Appendix

40代女性（子ども4人 山形在住）	<p>アクセサリーとして：使う「用途」に合えば、買う可能性あり。</p> <p>結婚式で目立ちたいから ピアスとかに簡単にくっつけられて 活用できる、好きな花の形であれば ピンはパッチン留の方がよい</p> <p>高い：結婚式で子どもにつけるアクセサリーとして聞いたところ500円は高い。なくしたり落としたりするので、日常使いできる方が嬉しい。浴衣の帯、バッグ、クリップ。自分は光るものはつけない。</p>
40代女性（子ども3人 東京在住 お花は好きだが、アクセサリーに興味なし）	<p>お花が好きだから、使うかも。ただ、自分のためにこのお金を出して買うかは微妙。贈答品としては買うかもしれないが、自分で同世代の母親には適切には使われないのではないかと不安がある。</p> <p>価格も、市販1200円のものもあるので、面白みがあるなら良いかも。</p>
18、9才の可愛い系女子4人	<p>第一印象はかわいい。</p> <p>光るといったら、反応が薄い。その理由は3色しかないから。</p> <p>どういう場面で使いたいと聞いたら、値段が高い。</p> <p>あれば使う。ピアスとなると、サイズ感が少し気になる。</p> <p>お花のデザインは可愛い。</p> <p>「結局、デザイン」</p>
葉っぱカフェ 女性オーナー	<p>値段による。真っ白だから、紙に見える。光ることにあまり価値を感じていない。アクセの方がいいかもしれない。</p> <p>http://88cafe-happa.com/</p>
保育士さん 4人	<p>20代の方1名 500円ならあり ウェルカムボードなどの装飾 ウェディングで使いたい。</p> <p>30代の方2名 1000円前後なら、ピアスあり。 500円ならあり</p> <p>40代の方1名 1000円前後なら、ピアスあり。</p> <p>総じて、否定的な意見はなかった。 光が当たる前から色がほしい。転写紙の反応は面白い。</p>
19歳の女性	<p>かわいいといってくれたけど、水に弱いといったら、反応が悪い。雨になったらどうするのか。普段、300円のピアスを買ってるから、300円なら買う。</p>
花屋の店員	<p>造花やソープレフラワーが売れているから、花屋でも売れそう。500円でアネモネの造花はあり。リースを売ってあることから、季節もの、縁起物として、作るのもあり。</p>
スクラップブックイング教室の先生と生徒	<p>ピアスとかは、最低でも中の小さい方がよい。</p> <p>もう少しキラキラ感がほしい。全体的に白だから、そこが気になる。</p> <p>講座は海外から商品を購入している。スクラップブックイングの花としては、材料の質の関係上、使うのが難しい。</p> <p>最近のダイソーの商品の品質がよいので、材料としては安いところで買いたいというがあるので、今の値段では難しい。</p> <p>パーツクラブなどで、しっかり価値を伝えられれば買ってくれる人はいそう。</p> <p>子どもの発表会の白いドレスにいけそう。子どものためだったら、ピアノの発表会とか。貸衣装のところで、2度美味しい。</p> <p>コスプレ・ゴスロリ向けをターゲットとしてはどうか。</p> <p>ウェディングで使う場合、色が変わり続けないと、サプライズとしては厳しい。</p> <p>参列者としてくる高齢の人には効果ないと思う。ただし、ウェディングドレスでやるのはよいのではないか。式をあげずに、写真撮りの人向けにも良い。白無垢にも合いそう。光があたると色が金になる生地とあわせるとなおよい。</p>