

研究の舞台は八代市トマトフェスタ！

冬トマト生産量が日本一の八代市で、1月25日(日)と2月1日(日)に「第3回やつしろ TOMATO フェスタ～誇れるふるさと!愛する八代のために!!～」が開催され、このイベントの運営に本学の学生が参加しました。

参加した学生はCOC事業の地域志向教育研究の一環として当日の企画運営をはじめ、様々な広報活動への参加、さらには来年度のトマトフェスタに向けた課題や気付きをとりまとめ、提案に向けた準備が進められるなど、積極的かつ多様な活動が展開されています。今回のCOC通信では、トマトフェスタの様子を学生の動きを中心に紹介します。



【トマトの豆知識】



トマトは、【夏トマト】と【冬トマト】に分類されます。主要な栄養素が異なり、夏トマトはカロテンやビタミンA、冬トマトはビタミンCが豊富です。味にも違いがあり、夏はあっさり度酸味が強く、冬は味が濃く甘みが強くなります。熊本県は生産量が全国1位(2位北海道)で全国の16%を占めます。

【トマトフェスタとは?】



生産者・地元自治体・地元企業・JA等が連携して、市外・県外に向けてトマト生産地八代(熊本)をPRすると共に、トマトの販売促進や消費の拡大及び食育活動の側面を持つイベントで、中心市街地の活性化をはじめ観光増進、交流人口の拡大を目的として始まりました。トマトに関する様々な販売・展示・ステージ発表に加えて、1,000人鍋の振る舞いが行われました。今回で第3回目となり、約3万人もの来場がありました。

キックオフ・ミーティング

本学COC事業の1つである【地域志向教育研究】に合わせて、11月21日(金)に丸山・宮園・小菌ゼミの学生(2年生)が集まり、第3回トマトフェスタに向けキックオフ・ミーティングが開かれました。3つのゼミからトマトリーダーが選出され、今後の活動に向けた打合せが学生中心に行われました。八代市の実行委員会から学生に依頼された業務は、【子ども向けコーナーとステージの企画運営】と【広報活動】でした。トマトリーダーを中心にイベントに向けての役割分担及び各ゼミで個別に進めていくもの等を確認しながら、随時ミーティングや活動が進められてきました。



- 3ゼミ合同(リーダー): 企画立案、先方との交渉連絡、3ゼミの役割分担、プロジェクトマネジメント
- マーケティングの丸山ゼミ: アンケート調査
- メディアコミュニケーションの宮園ゼミ: 動画音声の作成、小菌ゼミ: フリーペーパーの作成

「食育の日」と連携した広報活動の実施&八代の未来を語る会に参加&ラジオ出演

本学の食・健康プロジェクトが実施している食育の日(12月19日)に参加して、八代の食材を使ったランチの紹介の後に、練習した「とまピンダンス」を交えて、トマトフェスタをPRしました。

12月26日には、第9回八代の未来語る会のフューチャーセッションに参加、トマトフェスタをPRしました。さらに、1月23日にエフエムやつしろのラジオ番組に出演して、トマトフェスタをPRしました。



熊本
県立
大学
COC
通信

熊本県立大学
COC推進室

イベントの運営・次回への課題

当日は、計画・準備をしてきた子ども向けスペースの設置運営やステージ運営を中心に、お客様の誘導等も含めて刻み目のスケジュールが進む中、趣向を凝らしたファッションショーや本学ダンスサークル doDAC や秀岳館高校等も参加したステージが展開されました。参加者からも「与えられた役割以上に自主的な行動をおこして、学生が活躍されていた」との声も寄せられ、学生の活動を好意的に評価する意見が数多く寄せられました。

現在、実施した活動に対する反省と課題抽出と共に、次回に繋げるための準備が進められています。学生自らPDCAサイクルを経験するという今回のトマトフェスタは、イベントを通じて課題を体感し、その課題解決に向けて動き出す未来志向の地域志向教育研究であり、地域からの期待と共に学生の成長を促す実践型教育の場となりました。下段に学生が実施した活動内容を記載します。

- ・ぬりえコーナー、ぬりえの展示、ストラックアウト、フリースロー、スタンプラリー
- ・3Dプリンターを使ったお土産の提供
- ・ステージの司会、ファッションショー出演・演出
- ・とまピン絵描き歌の公開（作成した動画と作曲・収録した楽曲の披露）
- ・フリーペーパーの取材（3月完成、4月に関係各所で配付）
- ・参加者へのアンケート調査（集計分析終了、第4回実行委員会で報告）



1年目の活動を終えて（取り組んだ学生の感想）

- 八代市以外からの来客や若者の参加が少ない点について、今回のように学生が主催者側に回り、呼び込むことが大切で、今後の社会を担う私達世代が積極的に県内のイベントに参加していくことが必要不可欠だと感じた。
- 学校に出向いての宣伝と、その時に合わせてフェイスブックやツイッター等SNSを活用した広報を図れば、二重の効果があったのではないかと。八代やトマトについて新たに知って貰うことが出来るはずだ。
- 他地域でのイベントや大学の学祭、百貨店等に八代のブースを出して、八代の魅力を発信できないか。
- 商店街への波及効果が乏しかった。フェスタは通常の何十倍もの来客が見込める機会なので、割引券配付やフェスタとのコラボ商品を出すなど、商品の売り方にも工夫が必要ではないか。
- イベント参加を通して1つのイベントを運営する大変さや達成感が味わえた。そして八代や農業、まちづくりに興味を持った。八代の皆さんの声を聞いたことも貴重な経験だった。
- (リーダーを務めて)リーダー同士のハウレンソウや全体のやる気を高める取組、事前の八代に関する勉強の不足等、反省があった。リーダーとしての関わり方や連絡手段を見直し、合同会議の回数を増やす等、次回に繋げたい。