


【第2回企業×交流会】

日時	令和4年12月11日(日) 13:30~15:30
会場	Zoomにて
テーマ	衣と眠り
担当	総合司会：中村美月(武庫川女子大学、6期) テーマファシリテーター：長島亘輝(摂南大学、5期生) グループファシリテーター：藤井優希(和歌山大学、4期)、中嶋未歩(和歌山大学、4期)、米澤悠(和歌山大学、5期)、中村美月(武庫川女子大学、6期)、白石空(大阪教育大学、受講生)
参加者チェックイン	テーマ「睡眠の悩みを聞かせてください」
消費者を大事にする企業活動紹介	○「お客さま一人ひとりの「よく眠り、よく生きる」のために」 西川株式会社 マーケティング戦略部 部長 藤本秀人氏
	○「オーガニックコットン30周年に向けて」 日の出毛織株式会社 代表取締役社長 藤原康穂氏
ワークショップ「人や社会や地球にやさしい消費行動を考える」	(導入) 良い眠りを得るために何か購入したことがありますか？ (メインテーマ) どうしたら良質の情報を得ることができるか？(消費者側、企業側)
	 <p>拡大版は、資料17参照。</p>

<参加者数>

種類	参加者数	備考
学生	30人	大阪府講座受講生 2 和歌山大学講座受講生 28
リーダー会	5人	4期生 2、5期生 2、6期生 1、受講生 1
企業	14人	ACAP: 西川株式会社 2、イカリ消毒株式会社、サラヤ株式会社 2、住友生命保険相互会社、有限会社カスタマーケアプラン、ハウス食品株式会社 AP:(株) NACS: 環境問題研究会 4、西日本支部長事業委員会委員長 日本ヒーブ協議会: 代表理事、株式会社山田製油 NACS: 繊維製品研究会 2、西日本支部事業委員会委員長 日本ヒーブ協議会: 代表理事、株式会社山田製油 泉大津市: NACS 繊維製品研究会
大学	1人	和歌山大学 1
その他	2人	大阪府消費生活センター1、事務局 1
合計	52人	グループ分け 7班

<第2回交流会の様子>

① 事前準備

1時間前

- ・担当者事前ミーティング開始
- ・グループファシリテーターの役割を確認
- ・各自役割の確認
- ・google スライドのアドレスを全員にチャットで案内

20分前

- ・Zoom 会議をオンライン
- ・google スライドで作成した今日の流れの資料を共有する
- ・注意事項のアナウンス時に、google スライドにアクセスして立ち上げておくよう依頼
- ・スライドは、事前の準備についての注意事項を出す
- ・参加者を、事前にグループ分けした人簿に応じてグループ分けしていく（ブレイクアウトセッションにて）
- ・グループ担当は、ホスト役に

10分前

- ・事務局から企業、行政の方へご挨拶と注意点をお伝えする

5分前

- ・マイクをオフ、ビデオをオン
- ・Zoom の表示名を「名前・所属」に変更をお願い

・ Google スライドへのアクセス方法の確認

① 開会式

司会 中村美月(武庫川女子大学)

まず初めに、司会者からネット上での交流会であることを伝え、協力をお願いした。

② 交流会の趣旨説明とリーダー会の実績

発表者：米澤悠（リーダー会副代表、和歌山大学）

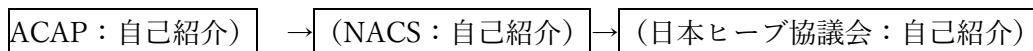
主催者であるリーダー会を代表して、交流会の趣旨説明とリーダー会のこれまでの実績について紹介した。

③ 岡崎先生よりご挨拶

今年度もコロナ禍の中で養成講座を実施し、企業の方にもご協力をいただきながら交流会を開催できたことへの感謝が伝えられた。

④ 企業のご紹介

司会者から、本来であれば、実際に対面することでどんな企業の方が参加されているのかすぐにわかるが、Zoom での開催となったことから、参加されている企業の顔が見えにくい
ため、企業の参加者の皆様から自己紹介をいただくことになったことが伝えられた。以下の
順番で一言自己紹介をしていただいた。企業からは、自己紹介の後、それぞれの企業紹介を
チャットにて送信いただいた。



⑤ 参加者チェックイン

司会者から、参加いただいている学生、企業の方全員に、今日のワークショップに参加していることを相互に伝えるために、チェックインの作業をしていただくことを伝えた。

全員、回答をチャットに入力してもらうこと、入力する際には以下のルールに従って、入力をお願いした。

・チャットの対象は「全員」を選択

・入力は、氏名・所属・回答の順

お題は、

「睡眠の悩みを聞かせてください」

5分後に、入力された内容について、司会者から傾向を伝えた。この時間を設けることで、少しお互いの顔が見えるようになったことを期待していることを伝えた。

⑥ 基調講演

基調講演として、今回は2つの企業にご登壇いただいた。最初に、西川株式会社の藤本秀人様から「お客さま一人ひとりの「よく眠り、よく生きる」のために」について30分の講演

をいただいた。西川株式会社は寝具用品の総合メーカーであると共に、眠りについては、眠りの相談所を開設され、そこでは眠りの研究されており、眠りと寝具、眠りとその環境など広く眠りについて消費者と対話する活動も行っていることの紹介があった。眠りの相談所の成果を今後の企業活動につなげていき、企業との連携し眠りの質を上げることで企業の生産性の向上を図ったり、病気の予見「未病」への活用など、眠りを活用した活動を目指していくことが紹介された。

続いて泉大津市から、日の出毛織株式会社の藤原康穂様から「オーガニックコットン 30 周年に向けて」について 15 分の講演をいただいた。オーガニックコットンと名乗って良い要件について、オーガニックコットンと名乗るためには、人と地球に優しいコットンであるだけでなく、労働者の安全、児童労働などの禁止も要件に入っている。そのことを私たちはよく知らないままオーガニックコットンという名称を使っていたことを知った。インドやタンザニアなどの有機農業のサポートや児童の教育支援や環境支援などに取り組んでいるビオリプロジェクトにも参加しているコットンを利用していることも紹介された。

⑦ ワークショップ

西川株式会社、日の出毛織株式会社の講演を受け、社会課題の解決に向けて積極的に企業活動を進めている企業に対して、こうした企業を応援することも含め、今日のテーマは、「衣眠り」についてであることを伝えた。

グループは、こちらで割り当てさせていただいていることを伝えた。

続いて、グループワークを始めるにあたり、いくつか注意事項を伝えた。

- ・途中でグループに分かれて議論する
- ・各グループには、リーダー会のメンバーがグループファシリテータを務める
- ・グループでは、書記、発表者を決める
- ・役割は、学生が担当
- ・グループでの議論終了後に、全体共有として各グループで話し合われた内容を発表
- ・グループごとにスライドを指定し、自分のグループのスライドの色のついたシートに、議論した内容を自由に入力。書記だけでなく、グループ全員が入力可能。最後の発表用資料としてもつかうことができるため有効に活用。

続いて、テーマについて趣旨説明を行った。

今回、グループワークのテーマは、導入とメインテーマの2つを設定しました。導入の「眠りの悩みを解決するために、何らかの商品またはサービスを利用したことはありますか？利用する際、どこから情報を集めましたか？」この導入のテーマは、商品を選択する際に、何らかの方法で情報収集していることを意識してもらう時間にしました。

その後に、メインテーマ「よりよい情報収集・情報発信のためにできることは何でしょうか？」に移り、消費者がどこから情報を得ているのか、生産者がどこで情報を発信しているのかを考えていただき、消費者がどの情報がいいのか分からないなど情報収集する際に感じる悩みや、生産者が情報発信する際に感じる悩みなどについても考えていただきながら、企業・学生はそれぞれ生産者の立場、消費者の立場として「情報」とどう向き合い、情報を受

け取る側、情報を発信する側の立場を理解し、よりよい情報の伝え方、受け取り方について話し合ってください。

ここからグループワークに入るが、改めて先ほどのグループワークの注意点を確認した。

この後、全員が7グループに分かれて議論した。（ブレイクアウトルームを利用）

⑧ 全体共有

7グループが話し合われた内容について、順次発表を行った。

発表内容は以下であった。

<よりよい情報収集・発信方法：グループ発表の内容>

【消費者】

- ・利用者の声を聞く・伝える(レビュー)、サイトでの収集発信、専門意見を収集
- ・ホームページに根拠も添えて丁寧に説明されている記事内のワードを検索したりして信憑性を確認している
- ・youtube や周りの人との情報共有して複数から情報を拾う
- ・企業の SNS や取り組みを調べてから商品を見る
- ・#の活用
- ・消費者が視聴者のコメントから自分に有意なものを取捨選択するべき
- ・お客様の声を聞く。Facebook などの SNS。お客様とコミュニケーションを取って、発信をする。
- ・噂などではなく、国などの信頼が高い機関から収集する
- ・主に SNS、他に TV, Youtube
- ・より良い情報発信、収集のために気になるキーワードを入れる
- ・目を引く画像を貼る、具体的なデータなどできる限り詳細な情報
- ・SNS による宣伝
- ・興味を持った物を改めて自分で調べる

【生産者】

- ・SNS・ホームページでの発信、商品体験、サブスク
- ・「情報の信用性」「複数の情報源から検索」が大事
- ・ある程度まとめられていた方が読みやすい、かつ、納得できるかが大事
- ・実際に使っているモノ→SNS（複数の口コミ）、TikTok・YouTube の広告
- ・SNS や友人。ホームページのレビュー
- ・会社の信頼性を高める（エビデンスを記載するなど）
- ・CM 中に商品をあまり紹介することなく、消費者に調べてもらうことで意図的な出会いを作ろうとする CM が増えている

⑨ 閉会&アンケート

交流会の閉会宣言をした後、参加者に Web 上にあるアンケートに回答して頂くようお願いして終了した。

交流会終了後に、受講生に残ってもらい、ワークブック制作への参加を呼びかけた。リーダー会活動に受講生のうちから関わることで、リーダー会への興味関心を高めてもらうと共に、次年度からの戦力として活動してもらいたい思いがあるためである。藤井君から説明してもらい、ワークブック作成の重要性や社会的にも極めて新しい取組であることを伝えた。説明後、リーダー会活動と大学の授業との兼ね合いや参加の負荷などへの質問があった。リーダー会活動に興味はあるが大学授業との両立で難しいのではないかと考える学生もいて、直接回答ができる今回のような説明会は今後も必要だと感じた。