


【第1回企業×学生交流会】

日時	令和4年11月26日(土) 13:30~15:30
会場	Zoomにて
テーマ	住
担当	総合司会：白石空（大阪教育大学、受講生） メインファシリテーター：内田光紀（同志社大学、受講生） グループファシリテーター：長島亘輝（摂南大学、5期）、藤井優希（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）、荒木夕奈（武庫川女子大学、6期）、辻萌々華（武庫川女子大学、6期）、白石空
参加者チェックイン	テーマ「物を購入する時に気をつけること」
消費者を大事にする企業活動紹介	○サラヤ「緑の回廊プロジェクト」 サラヤ株式会社調査員、認定 NPO 法人ボルネオ保全トラスト・ジャパン理事 中西 宣夫
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」	○応援消費について考えよう！ (導入) 応援消費をしたことがありますか？ (メインテーマ) どうしたら応援消費を広げることができるか？その方法を考える
	 <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	34人	大阪府講座受講生 2 和歌山大学講座受講生 32
リーダー会	6人	4期生 1、5期生 2、6期生 3
企業	14人	ACAP:ハウス食品(株)、サラヤ株式会社 3、住友生命保険相互会社、イカリ消毒株式会社、有限会社カスタマーケアプラン 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
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	57人	グループ分け 8班

<第1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 白石空(大阪教育大学)

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：長島亘輝（リーダー会代表、摂南大学）

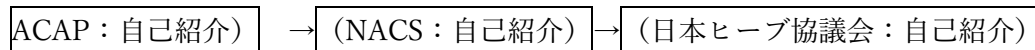
主催者であるリーダー会を代表して、交流会の趣旨説明とリーダー会のこれまでの実績について紹介した。

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、

「物を購入する時に気をつけること」

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、サラヤ株式会社の中西宣夫様から「緑の回廊プロジェクト」について40分の講演をいただいた。サラヤ(株)は、ヤシの実洗剤など環境に優しい洗剤を作っている企業だが、サステイナビリティ推進を図り、積極的に社会課題の解決に向けた活動を行っている企業である。原材料となるヤシの実を育てるプロジェクトでは、ヤシの実の利用を進める一方で現地
の環境を守る活動も続けていることを動画を交えて紹介された。

⑦ ワークショップ

サラヤ(株)の企業活動紹介を受け、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、「応援消費について考えよう！」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「応援消費をしたことがありますか？」では、ここでの「応援消費」を、利用が落ち込んでいる企業を助けたり、少し値段は高いが環境や社会に優しいものを作ったり、人権に配慮した企業等の活動を応援する消費のことと定義した上で、「応援消費」の意味や必要性について考えていきます。その足掛かりとして、自分自身が「応援消費」をしたことがあるかを振り替えてもらおう時間にしました。その後、メインテーマ「どうすれば応援消費を広げることが出来るか。その方法を考えましょう。」に移り、企業・学生はそれぞれ生産者の立場、消費者の立場として「応援消費」とどう向き合い、その意味を理解し、応援消費を広めていく方法について話し合っていました。

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8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

8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。

<応援消費を広げる方法：グループ発表の内容>

- ・多くの人が意識しなくても目につく、SNSなどに環境ラベルとその意味を表示する。
- ・YouTube や Twitch などの動画コンテンツの合間に応援消費を促す広告を取り入れる。
- ・学校などの教育機関で学ぶ機会を設ける。
- ・地元を応援する（地元の特産品）、身近な人の応援（上司、友人等）、フードロスを減らす
- ・エシカルやフェアトレードのマークの認知
- ・商品の魅力を高める
- ・商品の味やデザインの付加価値

- ・商品の購入がどのような結果に繋がっているのか分かりやすくする
- ・生産地や生産者の顔や製品の成分を分かりやすくする
- ・毎応援消費を行うのではなく自分の余裕がある分だけ行ってみるという消費者の意識
- ・規格外商品の利用、生産地に行って生産体験を行えるツアー
- ・SNS の活用
- ・動画や画像を用いる
- ・体験会
- ・大学活動の一環としての体験
- ・子供の夏休みの課題として
- ・商品の棚にポップをつける
- ・店頭で説明販売
- ・消費者の近くで宣伝活動
- ・多くの人の口コミ等で消費者に意識を持ってもらう
- ・応援消費という物がどのようなものなのかをお客様に浸透させることが大事。クーポンを使わない。なぜ、その商品が他と比べて値段が違うのかという背景を知ろうとする心掛けが大事、企業側もそのことを消費者側に知らせることも必要。
- ・応援消費がどのようなものなのかをはっきりさせないといけない。
- ・記載されている内容を裏側の表示などをみて見極めることも大事。
- ・応援消費を知らないことが問題？
- ・応援消費やマークを知ってもらう
- ・事消費やモノ消費など様々な種類がある
- ・企業は知ってもらう努力、消費者は知る努力が大切
- ・値段が高い背景を伝える、購入すると特典がある、身近な例を出す
- ・消費者は選択する自由がある、意識を持ってもらうことが必要
- ・有名人やユーチューバー、インフルエンサーに情報発信してもらう
- ・値段がするため自分へのご褒美
- ・割引クーポンなどを積極的に使用して、産業ごと盛り上げていく
- ・企業目線：技術改革を利用して、安く買えるし、地元の産業も盛り上げお互いにメリットがあるようにする
- ・小さい頃から授業として取り入れることで、裏側を知り意識が変わる
- ・メリハリをつけた行動をする
- ・自分の好きな物を買うことも応援消費に繋がる
- ・洋服など安いものを買うのではなく、高くても長く使えるようなものを買うようにしている →環境への配慮
- ・ライブのグッズ：自分の思い出のため、付加価値あり →アーティストへの応援消費
- ・企業側は自分たちのことを知ってもらう・ストーリー性を伝える ex) 活動報告 (いいところ・悪いところすべて)
- ・案外身近なところに応援消費は存在する。自分たちが行っていることが”応援消費”であるという自覚をもってもらうことで広められそう。毎日の当たり前なところに、人道、環境

への配慮に繋がることがある。そこに対しての意識をもち、発信していくことが重要。

- ・価格の安さだけがよいことなのか？
- ・品質、商品の持続性→E S G→環境・社会などに配慮した企業経営を応援
- ・FT の認知の拡大→学生などへの勉強の機会（公平さとはなにか思い出す機会）
- ・お金に限りのある学生は特に、いいもの・好きだと思ったものを買いつけるのがいいのではないか。その気持ちが大事

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。