

- ◆企画名 第42回関西大学統一学園祭 模擬店企画～注文の多い料理店～
 日程 2019年11月3日(日)～11月4日(月)
 場所 関西大学 千里山キャンパス
 参加者数 24名(ピア・サポータ19名、研修生5名)
 目的

大学内外から様々な人が集う学園祭というイベントを通して、ピア・コミュニティ並びに KU コアラの知名度を上げること。

内 容

第42回関西大学統一学園祭に模擬店を出店する。
 模擬店のメニューは、「ミネストローネ」。宮沢賢治『注文の多い料理店』をモチーフにしており、より多くの人の目に留まり、作品自体にも興味を持ってもらえるように工夫を凝らしている。



効 果

- ・準備分が完売し、味も大変好評だった。
- ・模擬店に「KU コアラって何？」というポスターを掲示し、多くの人に読んでもらった。学内外通して多くの人に KU コアラの活動を知ってもらうことができ、以前より知名度が上がった。
- ・メニューのモチーフにした、宮沢賢治『注文の多い料理店』に興味をもってもらうこともできた。

改 善 点

- ・学園祭実行委員会への模擬店の応募締切は9月末日であるが、第1回模擬店連絡会議は8月末に行われている点や申請後の返答に時間を要する点を考慮し、早めの申請を心がけるべきである。
- ・今回の様な再現メニューの場合は、メニュー選定に十分な時間を割くべきである。また、メニュー選定の際には、「わかりやすさ」を重視するべきだと感じた。「山猫の逆襲スープ」という名前自体はとても面白く興味を引くものであるが、一目見たときに一体何かが上手く伝わらなかった。
- ・今回の企画を機に KU コアラ公式 LINE を作成したが、学園祭での新たな登録者は0人であった。登録者を増やすことで、PR 活動や企画の宣伝を効果的に行うことができるため、今後も地道に増やしていく必要があると感じた。

感 想

KU コアラの普段の活動において、PR 活動をする機会がほとんどないため、多くの人が集う学園祭というイベントを通して発信できたことはとても意味のあることだと感じた。ただ、上記でも述べたように、学園祭ではじっくりメニュー説明を読んでもらえる訳ではないため、「わかりやすさ」を重視する必要がある、コストや模擬店のルールといった制約の下でのメニュー選定には十分に時間を割くべきだと思う。

また、準備には時間と協力が不可欠であり、より多くのメンバーに協力してもらうためにスケジューリングをしっかり行い、事前に声掛けを行うことの重要性を改めて感じた。

現段階ではまだまだ知名度は低い、ピア・コミュニティ KU コアラの存在や活動内容を知ってもらえれば、一緒に活動したいと感じる学生は必ず出てくるはずである。もっとピアの輪を広げていくためにも今回のような PR 活動を積極的に行っていくべきだと強く感じた。