桃をテーマに地域循環SDGsに向けた産学連携の取り組み

食べたらもっと推したくなる

建築・デザイン学科　デザインコース
グラフィック演習Ⅴ　履修学生39名
担当教員：田中裕子
水川史生
担当助手：田中亜美

●プロジェクト

建築・デザイン学部 デザインコース グラフィック分野４年次配当の「グラフィック演習 V」では、株式会社東和エンジニアリング（以下、「東和 E」）およびグループ会社の東和 AG ワークス株式会社と協働し、農業・地域活性化を目指した取組みとして、山梨県笛吹市春日居地区の桃をテーマに、課題解決型授業を展開した。履修生 39 名は８チームに分かれ４つの課題に取り組んだ（1 チーム 4～5 名）。

<女性が取り組んだ４つの課題>

①誰もが参加したくなる楽しい農業

②地域活性化に繋がる賑わいの創出（古民家活用）

③桃の魅力、生産者の声を消費者に繋げる取組（発信）

④ MOMOROWwest(店舗) での収穫時期に合わせた限定企画

●プロセス

2/16 大阪府中崎西（MOMOROW West）、4/6 山梨県春日居（桃農園・古民家）へ現地調査。4/15 東和 E 特別講義（桃の魅力、加工品作り、大阪店舗、古民家について）。前期、学生はそれぞれ役割を担いチームに貢献しながら作品を制作。7/22 プレゼン発表会　東和 E 本社内 “TOWAROW PARK”（千代田区東神田）で開催。

●結果

古民家を利用し地域交流の活性化を図るためにボードゲームカフェの提案、桃の種から搾取した補油を使用したコスメブランドの提案など、特色ある提案ができた。集団におけるコミュニケーション力そして “共立リーダーシップ” を発揮し、実践的なデザイン現場さながらの経験が出来た。さらに、「桃をつつむ風呂敷デザインコンペ」を実施し、36 点の学生応募作品の中から選ばれた最優秀賞のデザインが、風呂敷に製品化した。風呂敷は東和 E が山梨や大阪で開催する地域イベント等で配布された。

①誰もが参加したくなる楽しい農業　スマート農業を活用した農業体験施設「SAP(Secret Agent Peach)」の提案。農業体験を新規層やファミリー層へアピールできないかと考え、スパイ、ミッションといった好奇心がくすぐられるようなコンセプトを設けた。

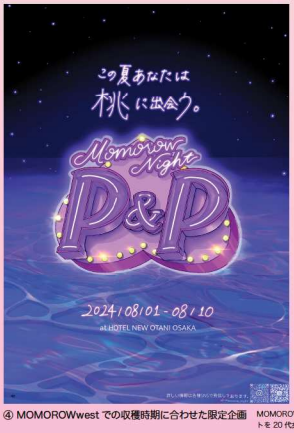
②地域活性化に繋がる賑わいの創出（古民家活用）　古民家の知名度を上げ地域活性化を図ることを目的に、「ちょもろう回遊」を提案。幅広い層をターゲットとし、古民家と地域を繋ぐ乗り物「ちょもろう号」で、地域の方々と交流しながら、古民家での体験イベントを考案。

②地域活性化に繋がる賑わいの創出（古民家活用）　古民家を利用し地域交流の活性化を図るためにボードゲームカフェ「ももぽけっと」を提案。桃を使ったカフェメニューや桃の栽培過程を学べるオリジナルのボードゲームを設置することで桃の魅力を伝える。

③桃の魅力、生産者の声を消費者に繋げる取組（発信）　桃の魅力を知ってもらうための体験型イベント「味わう、探究する！～桃の品種大発見」を提案。AR を使い子供から大人まで楽しく学べるキャラクター探しイベント。

③桃の魅力、生産者の声を消費者に繋げる取組（発信）　街全体を巻き込んだ体験型フェス「KASUGAI 桃源郷フェスティバル」を企画。フェス限定の物語で、都会に住む主人公が桃源郷（春日居町）へ送い込むという設定。

③桃の魅力、生産者の声を消費者に繋げる取組（発信）　桃の美容雑貨「momoco」の提案。桃の種から搾取した補油を使用した保湿効果のあるコスメ、基礎化粧品、保湿オイル、リップ、アイシャドウを展開。



④ MOMOROWwest での収穫時期に合わせた限定企画　MOMOROW West とナイトプールを掛け合わせた「MOMOROW Night」イベントを提案。ターゲットを 20 代女性に絞り、SNS 映えするグッズ等を制作。

④ MOMOROWwest での収穫時期に合わせた限定企画　年中 “ヌン活” ブームに便乗し、SNS を通して MOMOROW West の知名度をあげる企画「#ももヌンと過ごす夏」を提案。自分の好みやその気分に合わせて桃スイーツが選べるように、桃スイーツチャートも考案。