

## 地産地消パンフレットの制作と PR

A2200910 川瀬 理子

A2200928 吉田 友香

A2200924 星 望

### 研究の概要

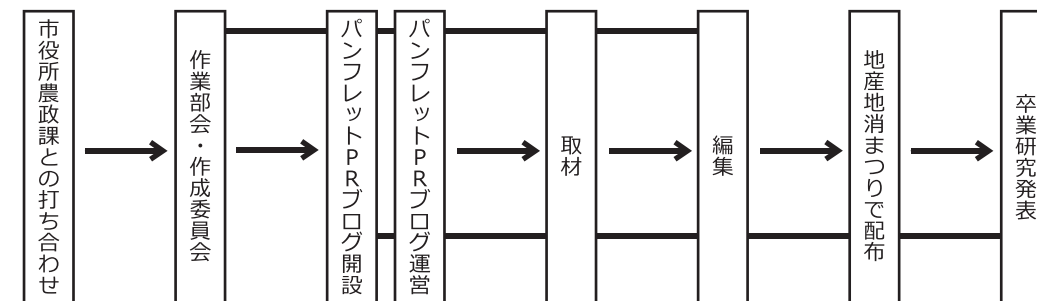
地元で生産されたものを地元で消費する「地産地消」運動。この運動の推進を図るためのパンフレットを作成しました。「旬の野菜」をテーマに、その野菜を作っている生産者とその野菜を使って料理を提供している飲食店の関係を取り上げ、普段あまり耳にすることのない生産者の思いや、地元産にこだわっている飲食店の思いを知ること地産地消の欠点、利点を明らかにしています。地産地消を支える“人と人のつながり”がよく分かるような内容にしました。また、それを効果的に PR する各種コンテンツを制作。

### 研究の背景・目的

会津若松市では、地産地消に関する各種発行物、地産地消まつりなどイベントによる地産地消のPRなどをこれまで行ってきていましたが、依然地産地消の認知度や参加率は低いのが現状です。そこで、地産地消をより多くの人に広めるべく地産地消を推進するパンフレットを制作しました。

生産者と飲食店がそれぞれどのようなこだわりをもって地産地消をしているのか、そうすることによってどんな利点があるのかを明らかにしパンフレットを読んだ消費者の消費行動に訴えかけることを目的としています。実際に地産地消を進めている人の思いを知り自らも地産地消運動に加わりたいと読者が思うような内容にし、地産地消を推進することが今回の研究の目的です。

### 研究の経過



パンフレット作成の際の話し合い(作成委員会・作業部会)の様子。パンフレットのコンセプト・テーマの決定、パンフレットの仕様についてのプレゼン、パンフレット掲載店の投票による決定、実際に編集したもの(1校~4校)のチェックなどをしました。



生産者団体「活・活自然村」での取材の様子。実際に栽培している野菜を見せてもらい、農業に対するみなさんの思いや苦労さらに楽しさなど沢山の話を伺ってきました。この他にも生産者は3件、飲食店は6件、計10件、18回の取材を行いました。



会津若松市が毎年開催している「地産地消まつり」そこにブースを設置しパンフレットの配布を行いました。取材した際に撮影した写真の展示、パンフレットの展示をし地産地消まつりに訪れた沢山のひとに地産地消パンフレットのPRをしました。

### 最終成果物

◆パンフレット A5判(20ページ) 1000部 発行



▲パンフレット表紙・裏表紙

地産地消は人と人の強いつながりによって支えられています。そしてそんな人のつながりも美味しい野菜があつてこそ。そんな思いを込めてパンフレットのタイトルを「野菜があつなく」にしました。

▲4-5ページ

会津にある居酒屋・郷土料理のお店籠太。その契約農家である栗城農園を取り上げたページです。地産地消を進める上で重要なパートナーという考え方についての事例として紹介しています。



▲地産地消まつりのディスプレイ

### 仕様

- ・表紙・裏表紙(2P)
- ・導入(1P)
- ・地産地消とは(1P)
- ・飲食店と生産農家とのパートナーシップの事例(2P)
- ・生産者の紹介(2P)
- ・飲食店の紹介(7P)
- ・掲載生産者、飲食店一覧(1P)
- ・まとめ、考察(2P)
- ・地産地消協力店の紹介(2P)
- 計 20P

### ◆各種 PR コンテンツ

