学生のアクティビティ

お茶大広報ガールズに迫る！
新お茶大グッズプロモーション活動、成功の裏側とは？

お茶大広報ガールズたち

2010年10月20日、新お茶大グッズの発売が開始されました。売れ行きは大変好調で、製造が追いつかず追加発注が行われているほどです。これほどの売れ行きを見せた裏側には４つの大きな理由が挙げられます。「お茶大広報ガールズ」によるプロモーション活動、プロのデザイナーによるシンプルでお洒落なデザイン、高品質ながらも学生が求めやすい価格、そして、大学グッズでは初めてとなる、教育分野での「寄附つき商品」であるということ。今回は「お茶大広報ガールズ」、寄附先であるルーム・トゥ・リード“Room to Read”について、皆さんにお伝えしたいと思います。

お茶大広報ガールズは、本学広報推進室の声がけで集まった、有志の学生によるグループです。学年・学部も様々な１３人のメンバーは、新お茶大オリジナルグッズの誕生と販売を広報し、購買の促進を目的としたプロモーション活動を行いました。期間は10月の19･20･21･22日の４日間、昼休み。図書館前や共通講義棟2号館前の広場など、学生の集まる場所が選ばれました。

お茶大広報ガールズの活動に迫るため、メンバーの一人である、文教育学部言語文化学科２年・村田さちほさんに取材の協力をしていただきました。

事前準備はどのような活動をされたのですか。

事前の活動として、まず、新お茶大グッズのポスターを作成するためのキャッチフレーズを考えました。例えば、寄附先になるルーム・トゥ・リードについて、どのような活動をしているのか調べたり、新お茶大グッズの見本を実際に手にとって、プロモーションブースのシミュレーションを皆で行うなどです。

私達お茶大広報ガールズは、「新お茶大グッズをなるべく多くの学生に知ってもらうこと」、「ただのグッズでなく、購入することで寄附ができるので、世界の教育へ繋がる」と広報したい事柄が、メンバー内で明確であったため、とても活動しやすかったです。

キャッチフレーズとして決定した「つかえる、つながる」は、使いやすく、またグッズを使うことによって世界のどこかとつながるという想いを実感できるものになったと思っています。

では、実際のプロモーション活動について
お教えいただけますか。

グッズの販促は、お茶大広報ガールズが２グループに分担して行いました。その日の振り返りをメンバー全体のメーリングリストを使って共有したことで、日を重ねるごとに販促方法に工夫を凝らすことが出来ました。どうしたら目立つか、興味を持ってもらえるかを考えて、ポーチに化粧品を入れて使用法を見せたり、どうやって「つかえる」のか、想像出来るように努力しました。

活動を振り返って、いかがでしたか。

今までこういった広報・プロモーション活動に携わったことがなく、またお茶大生にもそういった活動をしている人がいなかったので、活動当初は不安でした。しかし、絶え間なくアイデアの飛び交うお茶大広報ガールズというチームの意欲の高さに刺激・圧倒され、自分自身も積極的に活動に参加することが出来ました。キャンペーン当日はチームが一丸となって迎えました。私達が想像していたよりもはるかに多くの人に見ていただくことができ、４日目には「買いました」と声をかけてくれる人もいて、胸に達成感が押し寄せてきました。

プロモーションブースの様子

お茶大グッズを知ってもらい、購買を促す目的で結成されたお茶大広報ガールズ。始まりこそ広報推進室からの声がけでしたが、活動はメンバー自身の積極的な行動によって行われました。

活動に参加された他のメンバーの感想には、「今までは、消費者の立場でしたが、逆の立場にたってみると、これまで見えなかったものが沢山見えるようになりました」、「同じ商品でも、伝え方や見せ方一つ、チラシを配る時の言葉や態度一つで、お客様への伝わり方が大きく変わることを実感しました」、「普段の大学の授業では学ぶことのできない、実践的な学びがたくさんありました」など、普段は関わることがない学部間の交流、また販売者としての立場での広報活動を考えるなど、新たな気づきが得られた人も多いようです。

お茶大生には、内部からも外部からも、「真面目なだけで、実際の行動は大人しい」といったようなイメージを持たれることがあります。けれど実際は、聡明な頭脳・アイデアがあり、またそれを活かす力も行動力もあります。今回の広報活動は、そんな可能性を存分に発揮するよい機会となりました。広報活動の内容も、工夫を凝らした素晴らしいものになりましたが、結果としての売上も、追加発注が何度も必要なほどになっています。

学生記者である私自身も、この活動の取材を通して大変励まされました。 これからも、このような機会に積極的に参加し、自らの可能性を引き出し、能力を伸ばし、それらを学生同士で還元しあうお茶大生が増えることを楽しみにしています。

文責:横山美鶴（学生団体 D-cha 新聞部 1 年）
写真:相原佳香（お茶大広報ガールズ　リーダー）

ROOM TO READ

Room to Read―読むための部屋、余裕。本を読むこと、すなわち学ぶということです。世界にはなお、読み書きが出来ない人が7億7千人もおり、また、学校に行くことができない子どもたちが、1億人にのぼります。

ルーム・トゥ・リードは、アジア、アフリカなどの開発途上国において、彼らの教育の手助けをする NGO です。この活動は、マイクロソフトの重役であったジョン・ウッドがネパールの学校に図書を寄附したことから始まりました。今では、学校や図書館などの施設を建設したり、現地語児童書を出版したり、少女が学校に通えるよう女子教育支援プログラムを提供するなど、様々な方法で教育の機会を提供しています。教育は、子ども達にとって生涯の贈り物になります。そして子どもは将来の希望となるのです。

ルーム・トゥ・リードの活動に興味を持った方は是非 HP を訪れてみてください。

URL：http://www.roomtoread.jp/

女性の教育について

多くの途上国では、文化的偏見と社会の歴史から女性は虐げられ、教育の機会も男女平等ではありません。そうして育った男性は女性に対して偏見を持つようになり、また、女性自身も子ども達にあやまった偏見を伝えてしまいます。逆に言えば、女性が教育を受けることで、より多くの収入を得られるようになり、経済的な自立が可能になります。ひいては、男女双方の意識を変えることに繋がるのです。

また国連は以前から、少女の教育は他のどのような取り組みより大きな影響を途上国にもたらすと提唱しています。