

# 大学附属施設(遠隔地)の高度利用に向けた取り組み ～イベントによる知名度向上とその効果の検証～

石井 大介  
(農学部附属農場入来牧場)

## 【背景】

近年、少子化による入学者数減少に伴い、大学には特色ある教育、研究および社会貢献等が求められている。農学部附属施設であり実習教育を担う農場にも、特色ある教育研究のみならず、自己収入力強化、ブランド商品開発、利用率向上といった管理運営面での特色化が求められている。既に、全国各地の大学農場では、センター化や共同利用拠点化などで利用率向上を図るとともに、積極的に様々な商品開発に取り組んでいる事例が散見される。このような状況の中、入来牧場を持続的に発展させるためには、教育研究面での更なる充実を図るとともに、入来牧場を積極的に紹介することで学内外から広く利用される施設へと変革する必要がある。そこで、学内外へ施設広報の第一段階として、入来牧場の生産物である牛肉を用いて、鹿児島大学生協(以下、生協)との喫食を伴った合同イベントを実施することで、どの程度の広報効果が得られるのかを検討した。

## 【イベント実施方法】

### [事前会議]

イベントを通じた全てのコーディネータは発表者が行った。イベントの事前会議(企画、立案、実施)は、発表者、生協常務理事、生協リーダー代理、農場事務係員、農場教員動物主任の計5名で行った。平成24年7月20日から約3ヶ月の準備期間中に、企画会議5回、試食会2回、試売1回を行った。

### [イベント概要]

- ・名称：入来牧場牛肉フェア(以下、フェア)
- ・期間：平成24年11月6日～8日
- ・場所：郡元キャンパス内中央食堂(メニュー販売)、附属農場研究実習棟1階(牛肉販売)
- ・目的：入来牧場の大学内外へのPR、鹿児島大学教職員および学生に鹿児島大学産牛肉を提供することによる総合大学としてのアイデンティティの啓発
- ・内容：入来牧場産牛肉を使用したメニューの提供(肉量は通常の2倍)、入来牧場産牛肉の販売
- ・メニュー：スタミナカレー入来スペシャル(380円)(写真1)、肉うどん入来スペシャル(280円)(写真2)
- ・広報：事前広報活動として、ラジオ投稿、テレビ告知板、ポスター設置、市電掲載、鹿児島大学HP、附属農場ブログ、全学へのメール配信を行った。また、フェア当日はKKB、NHKによりテレビ放映されるとともに、南日本新聞、鹿児島大学広報に掲載された。フェア期間中、中央食堂内には入来牧場の実習風景や飼養している家畜を紹介するポスター(A0)を2枚、事前広報に使用したポスター(A0)を2枚、フェア開催の垂れ幕(B0)を1枚掲示した(写真3)。

### [PR効果の検証]

フェア開催前後において、中央食堂内で無作為に抽出した学生(フェア前：118人、フェア後：120人)に対し入来牧場に対する知名度調査(アンケート調査)を行った。また、フェア前後3ヶ月間における入来牧場のHP(<http://lms.agri.kagoshima-u.ac.jp/~ufarm/iriki/index.html>)へのアクセス数を調査した。

## 【結果】

### 〔フェア結果〕

メニューはフェア3日間通して、カレー619食、うどん134食を販売し、各日提供開始から1時間ほどで完売となった。牛肉販売では3日間分の販売予定であった220パックが2日間で完売した。

### 〔フェアによるPR効果〕

アンケート調査では、鹿児島大学にある全ての学部の学生から回答が得られた。その結果、入来牧場を知っている学生はフェア前後で20%から26%に増加した。また、入来牧場を知っていると答えた学生のうち、入来牧場がどういう施設か知っている学生は20%から42%に、入来牧場のHPがあることを知っている学生は8%から16%に増加した。これらは、フェアの事前広報、フェア実施に加えて、フェア期間中の紹介ポスター展示により、入来牧場を『聞いたことがある』から『知っている』へと認知が深まった結果であると考えられた。フェア前後3ヶ月間における入来牧場HPへのアクセス数では、フェア開催1ヶ月前時点とフェア期間中のアクセス数にピークが見られた。フェアに伴い、各種メディアを有効に活用することで大学内外から関心が高まるものと考えられた。

### 〔総合考察〕

生協と合同で喫食を伴うイベントを開催することにより遠隔地にある大学附属施設の知名度は確実に向上できるものと考えられる。また、生協側では、通常生協を利用しない学内外客層の利用が期待できるものと考えられた。フェアを開催することで高まった関心を持続させるためには、今回のようなイベントを継続的に行うとともに、HPやポスターを利用した情報発信を充実させる必要があるものと考えられた。これらの取り組みの積み重ねが知名度向上延いては入来牧場の利用率向上に繋がっていくものと考えられる。



写真1. スタミナカレー入来スペシャル 写真2. 肉うどん入来スペシャル 写真3. 中央食堂内ポスター

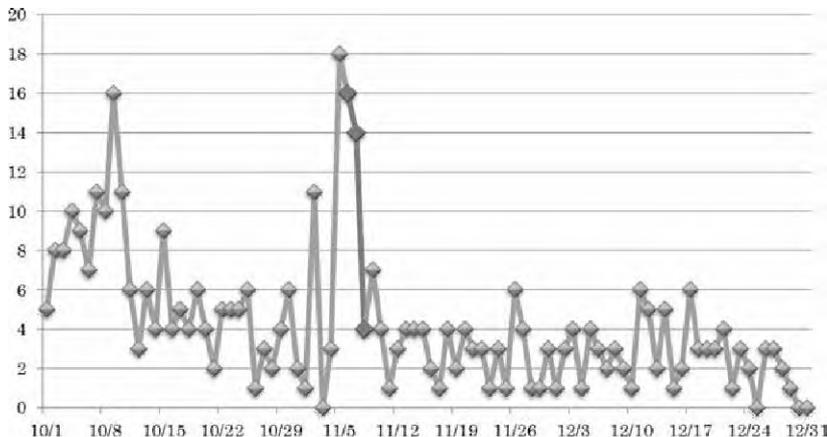


図1. 入来牧場HPアクセス数の推移