

山田ゼミ 「食堂の混雑緩和」

テーマ

明治大学和泉キャンパス食堂「和泉の杜」の混雑を緩和する方法を提案する

発表内容

導入：現在の混雑状況

調査：食堂を利用する学生へのアンケート
時間別の人数計測

分析：和泉の杜の混雑する仕組み、理由

提案：分析結果からの混雑解消法を提案



Introduction

日本では、途上国で生産された日用品や食料品が、驚くほど安い値段で販売されていることがある。またサプライチェーンの複雑化により、モノがどこで、誰によって、どのように生産され、私たちの手元まで届くのか、とても見えにくい。

途上国では、商品の安さを生み出すために、正当な対価が生産者に支払われないこともあり、生産者の貧困が問題となっている。また、生産性を上げるために必要以上の農薬が使用され環境が破壊されたり、生産する人の健康に害を及ぼすという事態が起こっている。

フェアトレードとは、「公平・公正な取引」であり、地球環境の保全や、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す「持続可能な取引の仕組み」である。

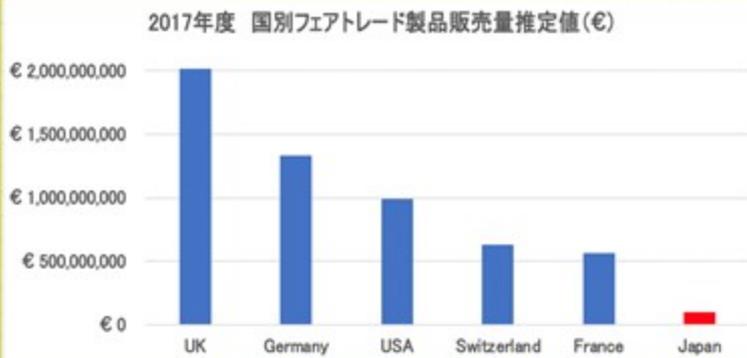
フェアトレードによる、生産者への正当な対価の支払いと、商品情報の透明化は、生産者と消費者を近づける。そして、生産者と消費者の公正、公平かつ持続的な関係が構築される。

フェアトレード製品の選択は、私たちの日常の消費生活に取り入れやすい、貧困問題解決への第一歩である。



Current Status

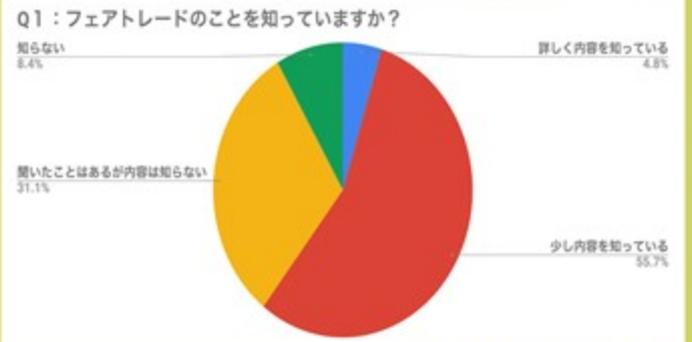
資料①2017年度 国別フェアトレード製品販売量推定値



出所:フェアトレード・ラベル・ジャパン調べ。2017年度国別フェアトレード製品販売量推定値

→他先進国と比べ、フェアトレード製品の普及に遅れを取っている

資料②明治大学内での認知度調査結果 2019年5月



出所:小林尚朗ゼミナール12期調べ。2019年5月

→知らない、単語は知っていても活動内容を知らない学生が全体の4割

Project

“明治大学をフェアトレード大学にする”という提案

フェアトレード大学とは

大学全体でフェアトレードの推進活動に取り組んでいると、一般社団法人日本フェアトレード・フォーラムに認証された大学。現在日本では、静岡文化芸術大学(浜松)、北星学園大学(札幌)、札幌学院大学(江別)の3校が認定されている。
※2019年10月16日の調査

フェアトレード大学を目指す意義

明治大学は2019年現在、30,000人以上の学生が在籍する大規模な研究・教育機関であり、首都東京にキャンパスを展開しているため、日本や他大学に与える影響は大きい。明治大学がフェアトレード大学に認められると、多くの学生や他大学にフェアトレードの考えを広めることができる。そしてそれは、学生だけではなく、日本全体の社会問題に対する意識を向上させる。

また、明治大学がフェアトレード大学になると、フェアトレードを学び、実践する学生が増える。これは、消費者教育、開発教育に繋がり、グローバル人材の育成に貢献する。

フェアトレード大学認定基準

- 基準1.フェアトレードの普及を目指す学生団体が存在する。
- 基準2.フェアトレードの普及を目指したキャンペーンや研究・教育活動がキャンパス内外で行われている。
- 基準3. 大学当局がフェアトレード産品を調達している。
- 基準4. フェアトレード産品(食品・衣類・文具・手工芸品など)がキャンパス内で購入可能である。
- 基準5. 学生自治会(学友会などそれに準ずる組織)、フェアトレード普及学生団体、大学当局の三者によってフェアトレード大学憲章が策定されている。

Fair Trade Forum Japanより引用 <http://fairtrade-forum-japan.org/fairtradeuniversity/domestic-standard>

Vision

Now

Future

Meiji University

Japan

2019年～現在

- 明治大学内アンケート
- フェアトレード商品販売
- 明サポでの商品販売交渉
- フェアトレード×スポーツ教室計画

基準1.フェアトレードの普及を目指す学生団体が存在する **未達**

→小林尚朗ゼミナールが主体のサークルを設立し、大学側の承認を得る

基準3. 大学当局がフェアトレード産品を調達している **未達**

→入試監督者用のコーヒーをフェアトレードコーヒーへ

→学位記をバナナペーパーへ

→明治大学ラグビー部などのユニフォームをフェアトレードコットン製へ

明治大学がフェアトレード大学になると...

- SDGs 8つのゴールに寄与
- 社会的地位向上⇒ブランディング効果
- 国内外に交流の機会増加

先進国として貧困問題解決やSDGs活動に積極的な国へ成長

研究の意義 | 豊かな地域の形成
人と人とのつながり



地域への愛着・地域住民同士の協力が生まれる。

人と人をつなぐ形成する手段、、、

「運動・スポーツ」
地域住民の健康づくりにも貢献

最終的に、、、

健康的な住民+つながりの強いコミュニティ



豊かな地域の形成！

発表のアウトライン

1. 研究の意義
2. 永福体育館の概要
3. 杉並区のスポーツ施策
4. スポーツ実態
5. 永福体育館活用の提言
6. 今後の課題

活用法の提言案 | 地域交流活性化のために

1. フリーマーケット



<理由>

- ・主に子育て世代の母親やお年寄りの地域交流を目的としている。
- ・子どもの衣服、ベビーカー等のその時にしか使わないものをフリマを通して、有効活用したい。(リサイクルの観点)
- ・永福体育館のような公共の体育館に足を運ぶきっかけ



<スポーツ・運動の同時開催>

具体案

「ウォーキングサッカー」

<理由>



- ・走らないため、老若男女プレー可能
- ・ビーチで行うため、女性のダイエット効果や高齢者の運動不足に効果大

特定名称酒 - 海外販売戦略 - SAKE -Strategy of foreign sales-

○概要

国内での日本酒売上は落ち込んでいる一方、日本食ブームに伴い、海外で人気を高め、輸出額としても増加傾向にある特定名称酒に焦点を充てる。海外販売促進策として、現状日本で行われている指針と施策を分析後、各輸出先国での課題点を洗い出し、プロモーション戦略の観点から具体的な施策の提案を行う。

○研究の意義

近年見られる海外での日本食ブームにより、微増ながらも輸出額を上げている特定名称酒をピックアップし、詳細な分析のもと、具体施策にまで至って得られた結論により、日本酒全体としての更なる普及と飛躍的な売上アップを目指す。



新スポーツ医食専門施設 NEO-FIELDの提案 浅賀ゼミ3年 チームBIGs

2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催を控え、日本においてスポーツへの関心が高まる中、「スポーツを通しての健康」はアスリートのみならず多くの人々が意識するようになってきている。研究を進める中で、アスリートとシルバー層には共通して「薬品・健康食品に関する適切な情報提供へのニーズ」があることがわかった。このニーズに応えるべく、既存のドラッグストアとは異なる新たなスポーツ医食品の提供施設を提案する。

背景

医薬品や健康食品に対して...

アスリート：ドーピング禁止物について

シルバー層：安全性や効き目、効能について

共に医薬品や健康食品についての適切な
情報を求めている

医薬品・健康食品に関する適切な
情報提供へのニーズ

アスリート

シルバー層

ターゲット

アスリートとシルバー層



NEO-FIELDの新たな

医薬品・食品提供のカタチ

- ①スポーツファーマシストの活用
- ②サブスクリプション制度の導入
とオンライン遠隔服薬指導



高い専門性と新たな提供モデルで
顧客への継続的な健康支援を実現！

アスリート・シルバー層にとって
なくてはならない存在に！

なぜ既存のドラッグストアと差別化？

- ①コンビニやドラッグストア市場の競争の激化
- ②診療報酬（薬価）改定による調剤報酬のマイナス化