

# 「東海市＝トマト＝健康」

愛知県立東海商業高等学校

平野 蒼      大橋 寧々      岡本 桃奈  
杉浦 叶      辻澤 彩楓      渡邊 健太  
仲村 香音      岡戸 美月      平田 真桜



## I. はじめに

現在、本校は地域貢献を目的とした活動を、ボランティア部をはじめとした多くの生徒が取り組んでいる。しかし、大半は参加型の受け身の活動であり、「お手伝い」という感覚での活動となっている部分が少なくないのが現状である。私たちは、商業高校生としてもっと主体的に地域貢献できるのではないかと考え、本校が地域に声掛けしていく「発信型」の地域貢献を実施していくことにした。

「地域に貢献するためには、まず地域を知ることから始めよう」の言葉通り、東海市のことを知らずして東海市に貢献することはできない。まず、東海市の事を知るために、本校が商標登録をしているゆるキャラ「とまていーぬ」と深く関わりのある東海市役所「健康推進課」の方に協力を仰ぎ、東海市の健康にまつわる活動について講義をしていただいた。

この講義により、「とまていーぬ」がマスコットキャラクターである「トマト de 健康」プロジェクトや、市民一人ひとりの健康づくりを支援・応援する「健康応援ステーション」制度など、東海市は健康増進活動に力を入れていることがわかった。だが、東海市が行う健康増進活動そのものを知っている東海市民が少ないという現実もあり、周知されていないという悩みを健康推進課の皆さんが抱えていることも知ることができた。

そこで、私たちは健康推進課の方と協力し、高校生の立場から東海市民への情報発信を目的に「東海市活性家」として活動を行っていくことを決めた。

## II. 仮説

平成 28 年度、健康推進課が 16 歳以上の市民を無作為に抽出したアンケート結果では、東海市の健康増進活動である「健康応援ステーション」制度を知っている人の割合が 12.5% (1,815 人中 226 人) とあまり周知されていない状況であった。

市民の反響				
健康応援ステーション制度を知っている人の割合 (28年度)				
	はい (%)	いいえ (%)	無回答 (%)	合計 (%)
合計	226 (12.5)	1,517 (83.6)	72 (4.0)	1,815 (100.0)

私たちはどうすれば市民に健康増進活動を周知できるのかを考えた。そこで、「トマト de 健康」プロジェクトのマスコットキャラクターである「とまていーぬ」を多くの人に知っていただくことにより、「東海市＝トマト＝健康」という結び付けの中で、東海市の健康増進活動が市民に周知されていくのではないかと仮説を立てた。そして、「とまていーぬ」を使った周知活動をどのように行っていくかをブレインストーミングにより検討した。

とまていーぬのグッズ作成、SNSの活用、とまていーぬの市バス、イベント開催等、実現の可否は関係なく、集約した意見を健康推進課の方へ報告し、実現可能な判断やアドバイスなどのフィードバックを参考に周知活動の企画を考案した。

### Ⅲ. 企画&実践

平成 29 年度より、「東海市＝トマト＝健康」の第 1 段階、「東海市＝トマト」という認識を多くの東海市民にもっていただくため、「とまていーぬ」を活用した周知活動を企画・実践している。

#### 1. 【トマト de 健康フェスティバルのPRイベントを開催】

東海市はトマトで健康増進を図るため、平成 27 年度から毎年 7 月～9 月にかけて「トマト de 健康フェスティバル」というイベントを開催している。イベント内容は東海市内の飲食店の協力のもとトマトを使用した健康メニューやスイーツを開発してもらい、その飲食店をスタンプラリー形式で食べ歩く内容となっている。スタンプを集めることによって豪華景品がプレゼントされ、抽選でトマトジュース 1 年分も当たる特典がある。



毎年開催されているが、まだまだ市民に周知されていない現状を踏まえ、「トマト de 健康フェスティバル」の周知を目的としたPRイベントを立案し、平成 29 年 7 月 6 日（木）に開催することができた。企画から運営まで任せていただき、主催者として貴重な経験をすることができた。イベントは好評であったので、毎年開催していただけることにもなった。

今年度は 7 月 5 日（木）にPRイベントを開催した。ターゲットを「とまていーぬ」の子ども人気にあやかって「子ども」に絞り込み、子連れの若い世代にも足を運んでいただいた。七夕にちなみ笹と短冊、子ども向けのゲームを準備し、じゃんけん大会も行った。健康推進課の方々の協力のもと、昨年度からの引き続きで、配布用の赤いティッシュや風船、さらに今年度は、うちわも準備することができ、デザインも考えさせていただいた。



16:00～17:30 という短い時間の中で多くの人々にPRを行うため、細かなタイムテーブルと役割分担を考えた。当日までの東海市内、幼稚園、保育園、小学校への広報活動の効果もあり、たくさん子どもたちとその保護者が集まってくれた。イベント中は太田川駅を利用している一般の方にもスタンプラリー台紙、赤いティッシュ、風船、うちわを配布でき、大勢の人々にPRを行うことができた。

## 2. 【「とまていーぬ」の認知度を上げる】

「とまていーぬ」は毎年ゆるキャラグランプリにエントリーをしているが、平成26年度は602位、平成27年度は670位、平成28年度は886位と順位を上げるどころか毎年下降していく一方であった。私たちは「ゆるキャラグランプリの順位＝東海市民の認知」とし、何とか現状を打破できないか考えた。そして、東海市のゆるキャラは「とまていーぬ」、「東海市＝トマト」という認識を多くの東海市民にもっていただくことを目的に、「とまていーぬ」の順位を上げる方策を立てることにした。

毎年、東海市民の方々への宣伝用として作成したポスターを、東海市観光物産プラザに掲示するなどの広報活動を行っている。



また、平成29年度は「ゆるキャラグランプリ」の決選投票会場が三重県桑名市のナガシマリゾートということもあり、11月18日(土)、19日(日)と2日間の会場へのブース出展を考えた。しかし、高校生だけの力ではコスト面において困難であった。そこで、健康推進課の方に相談をし、市役所に企画書を提出させていただいたところ、東海市役所、東海市観光協会、(株)まちづくり東海の協力を得られることになった。

1日目は東海市が所有する「トマトの蛇口」を出展ブースに設置し、トマトジュースの無料サービスを行いながら「東海市＝トマト」を全国にPR、2日目は「東海市から始まる知多半島」をコンセプトに知多半島の物産販売を行うという計画を立てた。そして、関係者の方々を本校へ招き、この計画を具体化したプレゼンテーションを実施した。



決選投票2日間のブース出展で東海市と知多半島、「とまていーぬ」のPR活動を全国に向けて行うことができた。ナガシマリゾートでの開催ともあって、東海市民の方々も多数来場しており、私たちのブースを見つけては、激励の言葉をかけていただいた。そして、ゆるキャラグランプリの最終順位は、277位となり過去最高記録の結果になった。



来年度、東海市が市制 50 周年を迎え、また、株式会社カゴメも東海市上野工場設立 100 周年を迎えるということもあり、今年度は、東海市役所健康推進課、株式会社カゴメ、東海商業高校の三者で連携していく計画を立てている。昨年度以上の「とまていーぬ」の認知度上昇を目指すため、この大きなチャンスを逃すことなく、積極的に企画・運営をおこなっていくつもりである。

以下は、ブレインストーミングにより発言された意見の一部である。

- ・オリジナルケチャップ、トマトジュースの制作
- ・「とまていーぬ」パッケージのトマトラーメン制作（赤い麺）
- ・記念事業のロゴマークデザイン など

この活動により、「とまていーぬ」が東海市民全員に認知されることを期待している。

#### IV. 検証

昨年度は、二つの周知活動を柱に「東海市＝トマト」を多くの人に訴えかけてきた。二つの活動以外にも東海市活性家として 11 月 12 日(日)に開催された「トマト de 健康プロジェクト」合同式典、12 月 10 日(日)に開催された「東海シティマラソン」にもスタッフとして参加した。

1 年間、健康推進課の方々と連携し、「とまていーぬ」を活用した周知活動を行ってきた。「東海市＝トマト＝健康」という意識付けを行うことができれば、東海市の健康増進活動が周知されていくという仮説を検証するために、健康推進課による平成 29 年度のアンケート調査を実施した。結果は、健康応援ステーション制度を知っている人の割合は 14.0%（1,784 人中 250 人）、平成 28 年度の 12.5%から 1.5%上昇した。この上昇値に私たちの周知活動が関係しているかどうかはわからないが、結果として上昇していることは嬉しいことであった。

市民の反響				
健康応援ステーション制度を知っている人の割合（29年度）				
	はい(%)	いいえ(%)	無回答(%)	合計(%)
合計	250 (14.0)	1,493 (83.7)	41 (2.3)	1,784 (100.0)

「発信型」の地域貢献を目指し 1 年間活動してきたが、自分たちの意見が実現していくことの喜びと、発信者側の責任を味わうことができた。無かったものを創る、0 から 1 にする大変さも知ることができた。

#### V. 課題

アンケート結果を見ると、割合は多少上昇したが、まだまだ健康増進活動が周知されていないという課題はある。簡単に解決できるものではないが、私たちが情報発信を続けていくことによって、微力かもしれないが健康推進課の課題解決に貢献できていると思っている。

今後の動向としては、

- ・ SNS の活用（広報ツール）
- ・ 校内での活動（高校生をターゲットにする）
- ・ 「とまていーぬ」の認知度上昇（ゆるキャラグランプリ、市制 50 周年）

この 3 つを柱に地域貢献活動を行っていく予定である。そして、何より大切にしていきたいのが「継続」である。どの活動も一度きりではなく、可能であれば継続させ、これからも発信型の地域貢献活動を「東海市活性家」として行っていきたい。