

### 1 目的

今後、2020年東京オリンピックや観光等で益々多くの外国人が訪れることが予想される。輸出も含め、これらのインバウンドとともにその先にある外国人も対象含めた野菜の生産情報のあり方・添え方とともに将来の可能性を同時に探る。

### 2 実施状況

#### (1) プロジェクトの事前説明・事前アンケートの実施

(鹿児島大学国際交流会館)

ウェルカムパーティー(平成29年10月8日)の中で、取り組みについての事前説明をするとともに、事前アンケートを実施した。56人の方々が回答し、約8割が中国、韓国、インドネシア、バングラデシュなどのアジア、日本で食べたいが小売店にない野菜はパクチー、空心菜、タロイモの葉などの回答があり、本校学生は、食の幅の広さや関心等を学ぶことができた。



#### (2) 第1回販売及びアンケートの実施(同国際交流会館)

普段栽培・販売している野菜に加え、露地でトンネル栽培したリクエストのパクチーを含めて、アンケートを実施した。(平成30年1月6日)

鮮度や価格に加え、量にも関心があることを踏まえ、小さなラベル(A4, 12シート)から少し大きいラベル(A4, 10シート)に変更することとなった。本校学生は、食に関する興味・関心に国境はなく、すぐくシンプルなものであることを学んだ。



#### (3) 第2回販売及びアンケートの実施(同国際交流会館)

第1回目と同様な野菜品目でアンケート実施した。(平成30年2月13日)ラベルを少し大きくし、内容量もわかるように表記して実施した。約9割がラベルについては、「適切である」となったが、日本語があまり得意でない方から、QRコードのweb情報も英語を添えてほしいとの意見があった。

本校学生は、農業や食を通じて英語が大切であることを実感した。また、同時に伝えることの大切さを学んだ。



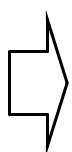
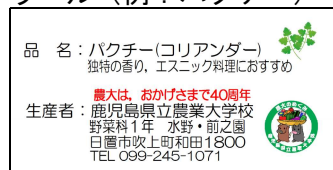
#### (4) 校外研修(鹿児島くみあい食品、鹿児島青果市場)

市場や卸業の役割や仕組み等の理解を深めるとともに、現時点でのそれぞれの立場や視点での意見やアドバイスの聞き取りのために研修を実施した。(平成30年2月1日)

市場も卸業も消費者や小売業へ生産情報を伝えて、お客さんが選択する意味での付加価値を高めたり、消費者が求める度合いが少しずつ高まってきているが、購入や商品単価については、現在のところ上乗せはないとのことであった。本校学生は、野菜などの生産物の流れや流通の仕組みの理解を深めた。



### ラベル(例:パクチー)



### 3 今後の課題及び取組

本校学生は、本取組を通じて、食を通じたコミュニケーションや将来、自分が作った野菜を食べるのは日本人だけでなくことを実感し、販売するターゲット日本人以外にもを広げる設定をして栽培・販売することの可能性に気づくことができた。

ただし、本格的に進めたり、深く掘り下げようとするには、もっと英語の勉強が必要になってくる。