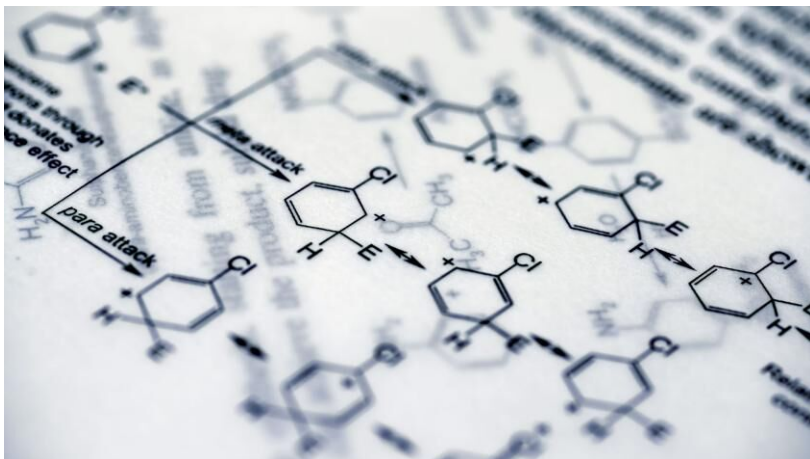


令和6年度 KLLP成果報告



- ▶ 阪南大経済学部 今城ゼミ2年生
- ▶ 戸梶瑛斗・矢澤元基・山田駿真
(2024年5月-10月活動分)
- ▶ 井上周斗・奥井凌央・高橋壱成
(2025年1月25日「金剛マルシェ」分)
- ▶ 2025年2月10日 会場 大阪大谷大学

2024年度の活動

黒亭ラーメンコンテスト（2024年5月4日）

金剛まちづくりフォーラム報告（2024年7月20日）

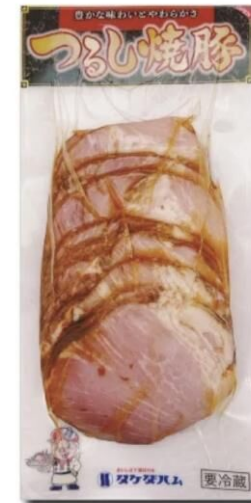
金剛マルシェ（2024年7月27日）

令和6年度KLLP中間報告会報告（10月12日）

金剛マルシェ（2025年1月25日）

1. 黒亭ラーメンコンテスト（5月4日）

- 中西正行教授からの誘いを受けて2024年度KLLP活動に参加
- 黒亭ラーメン（本社・熊本）とタケダハム（本社・大阪）の製品を使ったオリジナルラーメンをわっくカフェにて提供



実際の活動の様子

- イベント前にゼミで試作会を実施し、どうすれば効率よく提供できるか、1杯いくらにするかを話し合う
- 当日わっくカフェで仕込みをした上で10時から開店
- 1杯500円、13時までに50食売り切る



1. 黒亭ラーメンコンテスト振り返り（矢澤君）

- 効率よく作るために誰がどのポジションをするのかの配置をきめておく
- 営業前に来客数の予測を立て、それに備えて準備をしておく
- お客様からクレームがこないように衛生面の徹底する
- 注文から提供までのスピードやクオリティとともにあいさつなども重要

2. 金剛まちづくり会議報告（7月20日）

- 「金剛まちづくり会議」に出席し、「金剛団地活動記録」「黒亭ラーメンコンテスト」を報告
- KLLPの意義や阪南大学以外のグループの活動について知る機会となった



3. 金剛マルシェ（7月27日）

- 「ラーメンコンテスト」と同じく、タケダハムからソーセージを仕入れ、ミニドッグを1個300円で販売
- 当日の猛暑（35度以上）で売れ行きが伸びず、最終的に100円で販売
- デリバリー販売やわっくカフェの協力を得て40個を売り切り



3. 金剛マルシェ振り返り（山上君）

- なんとか売り切ろうと試行錯誤
- ホットドッグの作り方を工夫し、来場客へのデリバリーサービスを行なって売り切る方法を考え、実行した

4. 令和6年度KLLP中間報告会

- 中間報告会にて半期の活動報告を行う
- 大学では味わえない外部の方の前で、緊張感を持って報告する経験を味わう



5. 金剛マルシェ（2025年1月25日）

井上・奥井・高橋

活動概要

- 富田林市の金剛団地でホットドック販売
(タケダハム製品を使用)
- 1本300円で販売
- 50個販売を目標に活動



販売の流れ

しかし、ガス事情によりカセットコンロが使えず

↓ 販売内容変更

ソーセージの販売のみに変更
(1本100円、ハーフ50円)



帰って寝るわい



わしの出番じゃ

販売の流れ

販売場所が悪かった影響かなかなか売れず

販売場所変更

入口近くのカフェ店のカレーが

学生以下100円&おかわり無料！

カフェ付近に多くの人が集まることを確認
自分たちの販売場所をカフェの横へ移動





販売結果



- カレー販売の隣に移動したことで、来客数が2～3倍増加、より多くの人に商品を提供できた
- 売れた理由として、カレー販売の人にカレーとのコラボを懇願し、コラボできたため、急激に売れ始める
- 最終的には40本ほどの売り上げとなり、序盤不調であった売上数が終盤好調となった



改善点

- 今後電気などを利用する場合、事前に販売場所や電気・ガス関係の情報を把握して売すべき
- 試行錯誤して最終的に売れ行きは伸びたものの、商品売り切ることが出来なかったもので、予めどのような構想で売るかを話し合う時間を作るべきだった
- 販売において、販売スタイルにこだわる必要が、必要だ、まずはお客様に何をしているのかを認識してもらうことが重要



目的の地域活性化に貢献できたのか

- 普段はとても静かで落ち着いた雰囲気のある団地内において、今回のイベントでは予想を遥かに超えるほど多くの来客が訪れてくださった
- その結果、訪れた方々の明るい笑顔や楽しそうに過ごしている姿を数多く確認することができ、**地域の賑わいが一気に増した**ように感じた
- この光景を目の当たりにしたことで、地域全体の活性化に少なからず貢献することができたのではないかと、深く実感し、大きな喜びを覚えた

振り返り（奥井）

- 今回は販売面より、ゼミ生全体でアイデアを募り、試行錯誤して売れ行きを伸ばせた事が成果であると自負している
- 仲間内で協力しあい、地域活性化の為に何が出来るであろうかを考えて行動が出来たことは、自身の成長にも感じた



振り返り（高橋）

- 時期に合わせた商品がやはり人気で、ただおいしいものだ販売するのではなく、今後は気候も考慮していくべき
- もし販売が難航でもそのままではなく、その時の周りの状況を把握し、臨機応変に行動することが売上向上に繋がると今回の活動から学べた（今回でいうとカレーとのコラボ）

振り返り（井上）

- 今回の活動を通じて、自分たちの学習としての活動という点よりも、地域活性化のための活動としての点で、沢山の人と触れ合い話すことによって、実際にこの活動に喜んでくれている人がいることに、活動の意義を見出す良い機会となった

6. 今後の活動予定



わっくカフェでのラーメン提供



金剛マルシェでのフランクフルト販売

(わっくカフェ提供昼食とのコラボ)



他ゼミとのコラボレーション活動

ご静聴ありがとうございました。