様式2

令和６年度 「学生プロデュース」実施結果報告書

１ プロジェクト名

森の置き手紙屋さん

２ 実施日程

９月～10 月下旬 レターセット作成、告知用ポスターと DM 作成

11 月上旬 ブースの看板、暖簾作、告知用 SNS 運用開始

11 月 12 日 ～12 月 13 日 週に２回ほどの運用、最終日のみレターセットの配布

3.実施内容

本プロジェクトは、 海に手紙を流す「ボトルレター」のように、 匿名で手紙を書いたり、受け取ったりする活動を通して、名も知らない誰かの意見や考え方を共有し合うことで、学内の新たなコミュニケーションの広がりと大教大の魅力の再発見を目的とした企画である。

初夏ごろから企画内容や実施計画などの会議を行い、9～10 月頃に企画メンバーそれぞれで１種類ずつ、計３種類のレターセットのデザイン、制作を行った。このレターセットの印刷は紙ならではの良さを生かせるよう、特殊印刷を扱っている印刷業者に委託した。
また、レターセットの制作と同時に告知用のポスター１ 種類と DM3 種類の作成も行った。ポスターは大学会館、A 棟、サンクンガーデン、F 棟の４箇所に設置、DM はうち３箇所に自由に持って帰れるようポスターと併設する形で設置した。

11 月上旬には活動開始に向けてブース作りを本格化。立ち寄る人が認識しやすいようロゴマーク入りの看板と暖簾を制作。この時に制作した暖簾は、実際の活動を続ける中で「顔が見えづらい」という点が懸念されたため、活動時間中は暖簾は取り外し、ブースの移動の間に設置することで宣伝効果を狙った。
また、参加者に取組内容を伝えるため、取り組み内容を文章化した説明書を作成、印刷した。

11 月中旬から本格的にブースでの活動を開始。また、同時に告知と活動内容発信用の SNS の運用を開始した。途中、ブースの場所を変えながら 12 月中旬まで活動を行い、最終日には手紙の受取とともにレターセットの配布も行った。

4 経費の使途

【配分額　　160,000 円】

事　項	数 量	単　価	金額	備　考
レターセットのカード（A 案）100 枚	1		22,462	株式会社羽車（HAGURUMA）
レターセットの封筒（A 案）100 通	1		20,130	同上
レターセットのカード（B 案）100 枚	1		28,710	同上
レターセットの封筒（B 案）100 通	1		15,070	同上
レターセットの便箋（C 案）100 枚	1		46,750	同上
レターセットの封筒（C 案）100 通	1		880	同上
DM 用 A5 カード 100 枚	2	1,760	3,520	同上
送料	2	825	1650	同上
告知ポスター用 大判プリント	2	600	1,200	情報基盤センターにて印刷
看板用 合成樹脂塗料	2	791	1,582	モノタロウ
色鉛筆			879	同上
説明書用コピー用紙 250 枚	1		329	同上
DM、説明書印刷（カラー）	334	6.7	2,237	F 棟プリンター 小数点以下切り捨て
DM、説明書印刷（モノクロ）	1	2	2	同上
暖簾用 ロゴスルインク	1		748	HANDo
暖簾用 ロゴスルフレーム	1		6,050	同上
合　計			152,199	

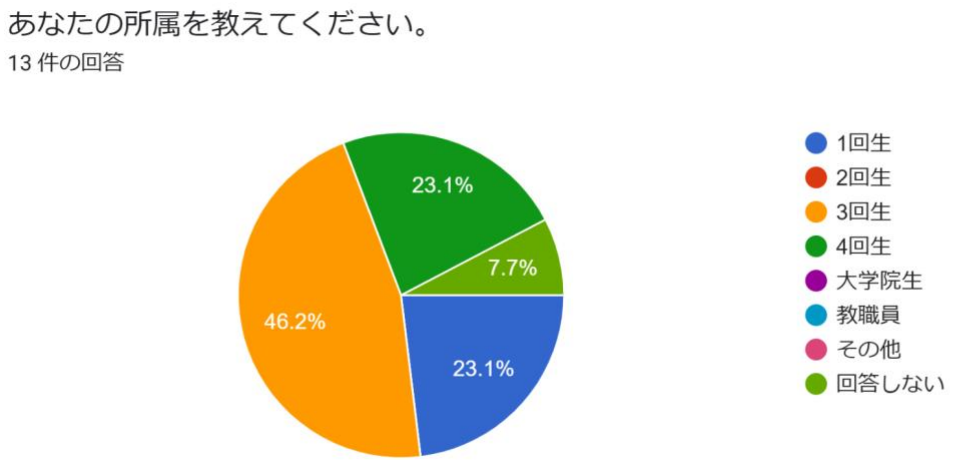
5 プロジェクトの成果

5-1 レターセットの内訳

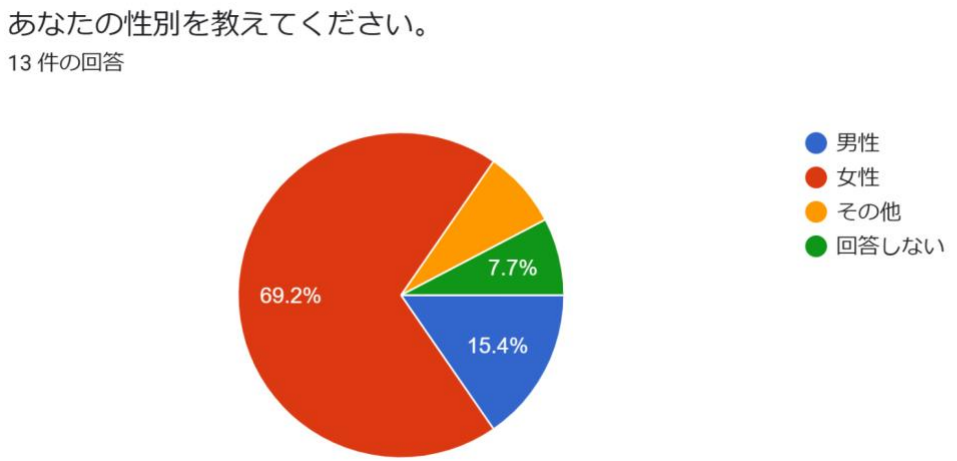
今回のプロジェクトで使用されたレターセットの内訳は以下の通りである。
作成した数:300
書かれた数:56
渡した数:56
配布した数:119

5-2 アンケート結果

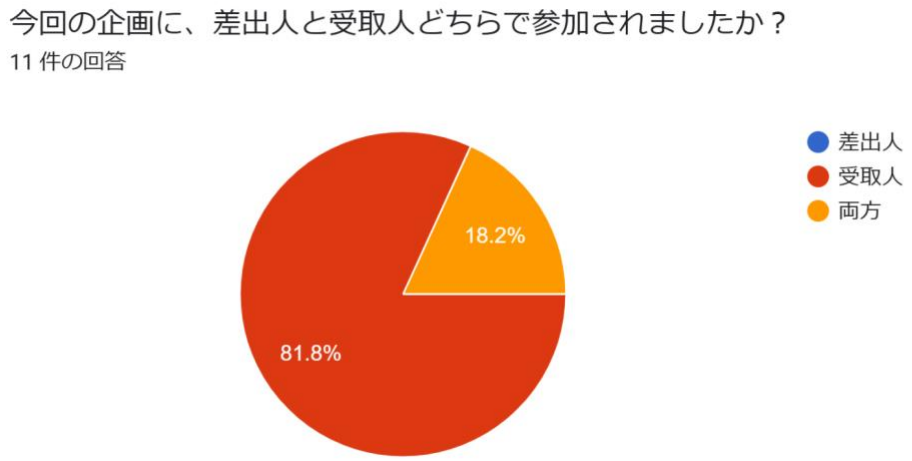
参加者を対象に行ったアンケートには 13 名からの回答が得られた。
・参加者の所属に関する質問からは、「3 回生」が 46.2%、「4 回生」「1 回生」がともに 23.1%、「回答しない」が 7.7%と、主に学生が参加した様子が見て取れる。



・参加者は女性が 69.2%と多くの割合を占めているが、実際にブースに来た参加者の中には男性も多く見られ、性別に関わらず多くの人が参加する様子が見られた。



・参加方法のアンケート結果は「受取人」が 81.8%、「両方」が 18.2%と、受取人が占める割合が多い。
受取人としての方が気軽に企画へ参加できることもあり受取人側での参加を望む人が多く、また差出人は手紙を提出しに来た際に同時に受取人にまわることも多かったため、差出人の割合が少なくなったことが想定される。ブースへ訪れた人に企画内容を説明した際、内容には興味をもってもらえたものの「その日だと手紙を出しに来られないかもしれない」という声も少なからずあった。この企画は差出人がいないと成立しないため、開催日だけでなくいつでも好きな時間に手紙を提出できるポストを設置するなどより手軽に差出人として参加できる方法をもう少し充実させると偏りを減らすことができたのではないかと考えた。



・今回の企画に参加した感想として、差出人からは
「昔ゲームでボトルレターをしていたのですが、なんか懐かしい気持ちになりました。」
受取人からは、
「手書きの手紙には差出人がどういった人なのかを想像するという面白さもあるように感じました。」
「知らない誰かが自分と違う考えや同じ考えを持っていることを、文字を通して感じる事ができました。自分の世界が少しだけ広がった気分です。」
「かわいい絵が描いてあってほんわかしました」
「差出人は知らない人だからこそ、すこし不思議な感覚だったけど、新鮮でおもしろかった。」
などの声があげられ、手紙を書くことへの特別感や、手紙からまだあったことのない差出人に思いを馳せるなど企画を計画していた際に期待していた反応が多く得られた。

・また、今回企画メンバーでデザイン、制作した手紙に関しても
「差出人のわからない手紙感が、見慣れない可愛いデザインのレターセットからも感じられて面白かった。」
「メッセージカードに書かれている絵だったり、紙の雰囲気などから、非日常感のようなものを感じました。」
「3 つの手紙に用いられている技術が全て違っていたのでそれぞれの魅力が感じられました。」
「どれも可愛くて全種類もらってしまいました。ありがとうございます!!」
など多くの反響をいただいた。

・今回の企画全体を通しての意見や感想を募った項目では、
「最近は数えるほどしか学校に行くことがなかったのですが、今日最終日にお店のことを知ることができて嬉しかったです。もしまた機会があれば、次は差出人で参加してみたいです。」
「もらったレターセットで大切な人に手紙を書きたいと思いました。またやってくれたらうれしいです。今度は自分が差出人になって誰かのことを励ましたり勇気づけたり、笑わせてみたいです。」
「こう言う企画はすごく好みなので、通りかかって良かったように感じます。手紙屋さんの雰囲気がなんか凄く良かったです。赤が良い。」
など、レターセットやブースへの感想をいただいたほか、次回の開催を望む声も見られた。

以上の結果から、当初企画書に期待される成果として述べた「所属や性別、年齢にとらわれることのないランダムな人とのつながりを生む」「会うことのなかったかもしれなかった他者の考えや思いを知る機会が生む」などを達成し、期待以上の反響を得ることができたといえる。

5-3 企画者が感じたこと

レターセットを制作していく中で、「活動を成功させたい」という思いだけでなく「より良いものを参加者に使用してもらいたい」「参加者にこのプロジェクトの世界観を楽しんで体験してもらいたい」という思いが強く、そういった願いから「どのようなレターセットだと手紙を書きたい、読みたいと思ってもらえるか」「大教らしさのあるデザインを取り入れられないか」など限られる予算の中で各々工夫を凝らしたデザインを行った。(それぞれのデザインに対するコンセプトは【今回の活動で制作したレターセット】にて写真と共に紹介している。)また、レターセットのデザインだけでなくポスターや SNS などのプロジェクトの広報活動では森の中のお手紙屋さんという少しメルヘンチックなコンセプトのもと、ロゴマークやポスターなど温かみのあるデザインで作成した。参加者がよりコンセプトの世界観を体験できるよう、活動で使用する屋台や看板に加え暖簾も統一感のあるデザインで作成した。

先に述べた「参加者にこのプロジェクトの世界観を楽しんで体験してもらいたい」という思いから、レターセットだけでなく全体を通して細部に渡り企画、デザインされた本プロジェクトだが、活動開始直後の 1 日の参加者はおよそ 0～2人ほどであった。事前の広報活動は行っていたものの、「参加した時の世界観の体験」だけでなく「まずはどうやったら知ってもらえるか、興味を持ってもらえるのか工夫が必要」だと気づき、場所を人通りの多い事務局棟前に移し、時間も微調整を行った。結果、1 日に訪れる人は多い時で 20人以上にまで増加し、当初の願いである「参加者にこのプロジェクトの世界観を楽しんで体験してもらいたい」の達成に向けて前進することができた。また、参加者との交流が増えたことで内容が少し複雑なプロジェクトをどのように説明したら伝わるのか、参加したいと思ってもらえるには制作したレターセットをどのように魅せるべきかなど、ビジュアル的なデザインの部分だけでなく「よりよく体験してもらう」ための改善点として活動をイメージしやすいような「ボトルレター」というキーワードを説明に取り入れたり、レターセットの紹介を丁寧に行うなどの工夫をした。

せっかく様々な学科が交わるこの大阪教育大学で、自分が所属する学科の人同士でしか交流がなかった現状に「もったいない」と感じたことがきっかけで企画された今回のプロジェクトだが、参加者の企画内容を知ったときの「面白い企画」「楽しそう」「やってみたい」といった声やレターセットを見た時の「可愛い」「おしゃれ」といった反応、アンケートに寄せられた「文字を通して違う考えを知ることができた」「どんな人が書いたのか想像するのが楽しかった」「かわいい絵が描いてあってほんわかしました」などといった感想から知らない誰かの話や知識、意見を知ることができたり、文字や絵から相手の人物像や温かみを感じることができる、企画者自身としても、アナログなコミュニケーションでしか得られないぬくもりを改めて感じることのできた企画になったと考えている。

また、最終日には「もっと参加したい」「もっと早くから知ればよかった」など活動の継続を望む声もあり、この活動の需要を実感できた。また最終日にはレターセットの配布も行ったが、「大切なひとに手紙を書くときに使いたい」「これを機に手紙を書いてみようかな」などといったデジタルが主流のこの時代の中で、手書きで思いを綴る「手紙」というツール自体の需要も感じることができた。

【今回の活動で制作したレターセット】

「A 案」
コンセプト：テーマは「折る・包む」です。人の手によって生み出される良さを生かしたデザインにしたいと思い、紙ならではの特性も考え、「折る・包む」という行為に着目しました。書き手自身が折り紙のように紙を折って封筒を作ってもらい、最後に包むようにメッセージカードを入れたら完成です。中に入れるカードには自然由来の曲線をベースに抽象的な形をつくり、グラデーションで立体感を出しました。また、封筒にはトレーシングペーパーを使い中身がぼやっと見えるようになっています。表裏には実際に大教大に生息している植物のイラストや学名を模様として取り入れました。
プレゼントをラッピングするように、相手のことを考えながら紙を折ってものを包む時間を過ごして欲しいという願いを込めたデザインです。

「B 案」
コンセプト：「いつも通っている大学でちょっとした特別なコミュニケーションができる企画」というところから、日常の中でふと見つけた「特別なもの」をイメージして制作しました。自然に囲まれた大教大では秋から冬にかけてどんぐりをよく見かけます。幼い頃に道で見つけたきれいなどんぐりのような、普段過ごしている場所に広がっているちょっとした特別や喜びを手紙のテーマにしました。
便箋は紙の色やナチュラルな風合いをより感じられるよう厚めのカードを選択し、活版印刷のゴールドに設定したどんぐりを軸に自然のやわらかさとコントラストのバランスを考えて他の 2 色を設定しています。
表面の凹凸がおもしろい活版印刷を用いたり、便箋表側の足跡を辿って便箋を裏返すとどんぐりを持つリスがいたり、封筒にあえて二重のものを採用し開いたときに色が出てくるようにするなど、見た目だけでなく実際に手に取って手紙を開けたときやめくったときに楽しい驚きを感じてもらえるようなデザインにしました。

「C 案」

コンセプト:『手紙』という形にとらわれない手紙を作りたい、という思いから考えたデザインです。とはいえ、あまりにも手紙から逸脱した形だとメッセージが描きづらい…ある程度安定した形で、大阪教育大学らしくて、いつもは見ない特別感のある形はなんだろう。そうだ、大教猫の胴体だ!と、この形にたどり着きました。どうせなら封筒から飛び出してしまえ、ということで、封筒にのしかかってこちらを見つめる形をデフォルトに、中にもしまいきれるように設定しています。また、猫の柄はあえて描かず、そのまま白猫でもよし、手紙の差出人が好きに柄をつけてオリジナル猫にしてもよし、と自由度の高い手紙になるようにデザインしました。

【活動の様子】