

いっちゃん？

気仙沼



高校生の未来の食とまちづくり

CONTENTS

- 002 まえがき
- 003 気仙沼仕事創出プロジェクトの「気仙沼フードマイスター講座」
- 009 底上げYouthの「あざら会」
- 015 i.clubの「なまり節ラー油」
- 021 あとがき



こんにちは！この小冊子「いっちゃ？気仙沼」を手に取っていただき、ありがとうございます！「いっちゃ？気仙沼」では「気仙沼の高校生による食を通した地域を変え、未来をつくる取り組み」をお届けします。ちなみに「いっちゃ？」は「いいでしょ？」という気仙沼の方言です。

この小冊子をお届けしている東京板橋セントラルロータリークラブです。ロータリークラブとは経営者と専門家の国際的な団体です。職業倫理を基本として、地域社会・国際社会のための貢献活動を行っています。また、ロータリークラブの青年部（18歳～30歳）として「ローターアクトクラブ」もあります、東京板橋セントラルロータリークラブは、気仙沼と東京のローターアクトによる「気仙沼仕事創出プロジェクト」をサポートしています。この小冊子はそのサポートの一環です。

「気仙沼仕事創出プロジェクト」は2012年4月に発足し、若年層の人口減少の続く気仙沼にて、水産加工品の東京圏への販路開拓とができる気仙沼の人づくりを続けています。内閣府復興支援型地域社会雇用創造事業「SEEDx地域未来塾」にも採択されたプロジェクトです。この「いっちゃ？気仙沼」には「気仙沼仕事創出プロジェクト」が進めている事業「気仙沼フードマイスター講座」のレポートを掲載しました。

この講座は、気仙沼の高校生を対象として気仙沼の水産業界や水産加工業界、また、東京圏へ販路開拓するために必要となる「マーケティング」の知識を、実践的・体験的に行うものです。また、「気仙沼仕事創出プロジェクト」の活動の中でお会いした、i.clubによる「なまり節ラー油」、底上げYouthによる「あざらプロジェクト」についても掲載します。それぞれの団体から快くレポートの掲載を承諾していただきました。そして、これら以外にも「気仙沼の高校生による食を通した地域を変え、未来をつくる取り組み」があります。たとえば、気仙沼西高校による「気仙沼復活（フカツ）弁当」（宮城県内のコンビニチェーンで限定販売されました）。気仙沼の高校生が取組みによって自ら“おがって”（「育つ・成長する」という気仙沼の方言）います。

この小冊子「いっちゃ？気仙沼」をお読みになつたみなさま。ぜひ、「なまり節ラー油」など水産加工品の購入やご寄付、FacebookやBlogでのPRのサポート、そして、一緒に事業を行うなどご協力をよろしくお願いします！

東京板橋セントラルロータリークラブ

2014-2015年度会長 茂木正光

ホームページ：<http://itabashi-central.seesaa.net/>
お問い合わせ：info@motooffice.jp



CASE. 01

高校生がマーケティングを学ぶ。
気仙沼の水産加工品を消費者のニーズに
合わせて大胆にアレンジ。



2013年12月14日(土)、気仙沼の東陵高校の高校生13名を対象に「気仙沼フードマイスター講座」を開催しました。高校生が気仙沼の地場産業である水産加工業と水産加工品を知り、マーケティングを学び、これを実践に活かす内容です。運営は東京と気仙沼の20代メンバーで

構成し、気仙沼の水産加工品の東京圏への販路開拓のサポートと、これをできる人づくりを事業とする一般社団法人気仙沼仕事創出プロジェクトと、経営者の国際的な親睦団体「ロータリークラブ」の青年部である「ローターアクトクラブ」が協働にて行いました。

マーケティングの知識を
誰かのために使ってみる。



東日本大震災以前から気仙沼は他の三陸地域と同様に、人口減少と高齢化、そして産業衰退が起こっていました。これは、気仙沼の高校卒業者や大学卒業者の仕事が気仙沼には多くないことが原因であります。東日本大震災により若年層の流出や雇用、就業のミスマッチはより

深刻なものとなっています。一般社団法人人気仙沼仕事創出プロジェクトでは、地場産業である水産加工業の販路開拓や高付加価値化を通して、気仙沼の仕事創出を目指し、人づくり事業も行っています。この一環として、高校生にマーケティングを学ぶ機会を提供しました。

気仙沼における高校生を対象としたプログラムは多数行われています。一部の高校生はこのプログラムを「はしご」しており、多忙であるとのお話しもありました。その中で、ロータリークラブのつながりから東陵高校をご紹介いただき、開催を行うことができました。受講した高校生の満足度をとても高いものとることができました。また、開催にあたり、気仙沼の水産加工会社などの経営者7名にもご参加いただきました。10代と20代がわいわいと交流しつつ、それぞれの成長の機会となったことをとても喜んでいただきました。「気仙沼ではなかなか高校生がマーケティングを学ぶ機会はなかったので、素晴らしい講座だ」という感想をいただきました。「一般社団法人気仙沼仕事創出プロジェクト」の20代メンバーが、お客様のニーズとはどこにあるか、水産加工会社のこだわりとは何か、そして、ターゲットは誰になるかなどのマーケティング知識を提供しました。イラストを使ってわかりやすく伝え、また、「ガールフレンドを作る際に、相手の好みを想像してみる」というように身近なものに題材をとって考えてもらいました。このマーケティング知識をもとに、「気仙沼の水産加工品を東京圏に販売する場合のターゲット設定」というワークショップも行いました。さらに、高校生にて気仙沼の水産加工品のアレンジ・レシピの考案も行い、考案したアレンジ・レシピの調理と試食、そして、ターゲットやこだわりについてのプレゼンテーションも行いました。



さんまの寒干しやさんまバーグ、イカの一夜干しなどの気仙沼の水産加工品を使って「さんまん(さんまバーグ入りの中華まんじゅう)」や「生春巻き(さんまバーグやタコ、生野菜を卷いたもの)」などを作りました。東京圏のお客様や仕事をして忙しいお客様のニーズを想像して、お手軽で、しかも美味しいものとなりました。



高校生からは、「気仙沼で生まれて育ったのに、地元の水産加工品などには目を向けることが今までありませんでした。今回実際にレシピを考えることでとても勉強になりました」、「普段気仙沼の食材を使って料理をしたことがなかったので、今回気仙沼の食材に興味を持つことができて良かったです」、「美味しくて楽しい、そして知識が身に付く。とても良かったです」、「もっとマーケティングについて学びたいと思いました。本当に楽しかったです」、「自分は消費者の立場でしか商品を見ていなかったけど、今日参加して売る立場として商品について考えることができて良い経験になりました。すごく楽しかったです」という感想をいただきました。高校生が仕事を始めたときの大切な糧となったことを、また、高校生がマーケティングを学ぶ機会が今後も気仙沼に必要であることを実感できました。「一般社団法人気仙沼仕事創出プロジェクト」としても、今後の事業継続のモチベーションとなりました。

一般社団法人 気仙沼仕事創出プロジェクト

ホームページ <http://kesen-numa.net/>

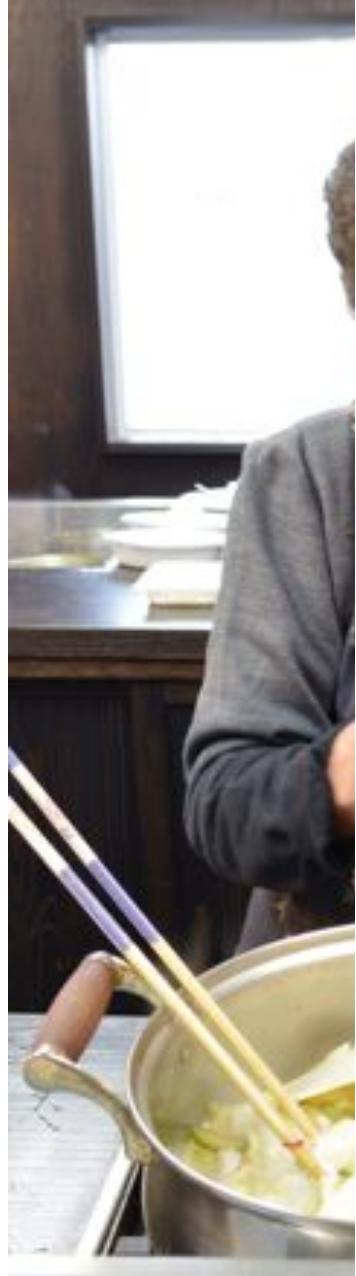
フェイスブック <https://www.facebook.com/kesennumaPJ>

CASE. 02

「底上げYouth」の高校生と 気仙沼のおばあちゃんによる「あざら会」

「底上げYouth」は地元気仙沼の街づくりを高校生の視点から考え、伝え、実際にアクションを起こすという活動を行っています。

2013年10月26日、「底上げYouth」による「あざら会」が開かれました。気仙沼の高校生とおばあちゃんが一緒にあざらを作りました。「あざら」とは、気仙沼地方に古くから伝わる郷土料理です。秋に漬けた白菜漬けが年を越して酸っぱくなったり、これを捨てるのがもったいないと考えられたものです。酸っぱくなったり白菜漬け(古漬け)とメヌケのアラ、酒粕を煮込んだものです。独特の風味から、気仙沼の子どもたちにはあまり好かれていないようですが、「底上げYouth」ではあざらの魅力を再発見し、これを発信しようとしています。





本日は「あざら会」。メンバーのおばあちゃんや地域のおばあちゃん方に作り方を教えてもらいながら気仙沼の郷土料理「あざら」を作ってみます！



あざら会も順調に進み、あざら完成です !! これから、あざらをグラタンなどにして行きます !



さらに、そのあざらを使ってあざら餃子、あざらグラタン、あざらチャウダーなどなどに挑戦 !

「底上げYouth」初めての調理活動 ! テンションが上がってます !!



あざらグラタンが完成～ !! 美味しい !!
子どもが好きそうな感じです !!



高校生ならではアイデアで、
これから気仙沼を発信していきたい。



「あざら会」は「底上げYouth」のフードチームが企画したものです。フードチームは「気仙沼の郷土料理のあざらをもっと色んな人に食べてもらいたい!」という想いから「あざらを好きになる入り口」を提案しようと活動しています。あざらグラタン、あざらドリア、あざら餃子、あざらチャウダーを実験で作りましたが、どれも大成功!! とっても美味しかったです♡みんなの投票で一番美味しかったのは「あざらチャウダー」でした!! また改良をしてもっと良いものをつくり、レシピを発信したいと思います。

底上げYouth／特定非営利活動法人底上げ

ホームページ [フェイスブック <https://www.facebook.com/sokoageyouth>](http://www.sokoage.org>Youth/</p></div><div data-bbox=)

なまり節 ラー油



好評につき
完売しました！

気仙沼×高校生
なまり節
大人気！

i.club
WE INNOVATE IT!

気仙沼の高校生が考案！

地元食材を活かした新商品「なまり節ラー油」

i.club（アイクラブ）は、イノベーション教育プログラム東京大学i.school（アイスクール）から生まれた教育団体です。地元の魅力を活かしてイノベーションを創り出す人材の輩出を目指した教育プログラムを提供しています。現在は、宮城県気仙沼市、福島県会津若松市、そして三重県鈴鹿市で活動を展開しています。

震災をきっかけに東北の地域では、若者の人口流出が顕著になります。こうした背景の中、少しでも多くの若者たちが、地元にいる間に、地元に対する誇りを育んでもらうことが重要なのではないか。そうした想いから宮城県気仙沼市ではじまったのが、地元の魅力に、気づく→形にする→伝える、イノベーション・クラブ活動「i.club」です。

イノベーションとは、地元の魅力を再発見し、新たな価値を生み出し、社会に大きな変化を起こすこと。それは限られた人にしかできることではなく、教育を通じてイノベーションを創り出すための方法、考え方、動機づけを習得し、誰もができるようになるということです。

そのi.clubが活動テーマとしたのが「気仙沼のドライフードのイノベーション」でした。実は気仙沼には、豊かな漁獲と乾燥した気候という利点から、ドライフードの文化が戦後頃から根付いていたと言われています。

しかしながら、チルド（冷凍・冷蔵）による運送の技術が発達するに応じて、消費者側も生産者側も“生で新鮮な食材”ばかり目をむけるようになり、いつしか気仙沼のドライフードは光を浴びなくなってしまいました。さらに、震災が発生。ドライフードの衰退に拍車がかかっていました。

「高校生の発想で、伝統文化でもあるドライフードの新しい活用法を見出し、高校生に気仙沼の魅力に気付いて欲しい。」こうした想いから活動テーマがドライフードと決まり、クラブ活動が開始されました。



地元の伝統的なドライフードを探し始めた高校生たちが出会ったのが、気仙沼で50年以上“なまり節”を作り続けておられる79歳の昆野さんでした。“なまり節”とは、鰹を燻す回数が鰹節よりも少なく、水分が残っている半生な状態の食材。昆野さんが作られているなまり節は、三陸産の脂が乗った鰹で、なまり節に適したものだけを選別し、燻したものです。実は昆野さんに出会うまで、気仙沼の高校生はなまり節が、魅力的な食材だとはあまり考えていませんでした。なぜならば、地元で最も一般的な食べられ方といえば、なまり節を切って、キュウリとマヨネーズをつけてそのまま食べること。しかし、それは高校生からすると地味で、特別に食べたいと思う食べ方ではなかったのです。

地元の高校生にとっては、パッとした印象しかなかったなまり節でしたが、実際に昆野さんにお話を伺うと、様々な良さがあることを知りました。その話を聞いた高校生たちは、昆野さんのためにも、そして地元である気仙沼のためにも、このなまり節というドライフードを活かした新たな商品を生み出せないかと考え、立ち上りました。



気仙沼で50年以上なまり節を作り続けている昆野さんとなまり節

自分たちの知らない地元の良さがあることに
初めて気がつきました。

そして、高校生たちが立ち上りました。



高校生たちが立てた目標が世間のなまり節に対するイメージを良くするアイデアをつくることでした。その達成のために、一般の人には知られていないなまり節の3つの特徴、
①出汁や香りが非常に良いこと。
②身も食べられることで食感を楽しめ、そして美味しい。
③鰯節のように濾す必要がなく便利であること。
を活かしたアイデアを考え、試作品づくりに挑みました。



その結果として生まれたのが、「ばばばっ。うんめえ。なまり節ラー油」です。なまり節の出汁がラー油の辛味に旨味を加え、マイルドさをもたらします。さらに、手でほぐしたなまり節の身がゴロっと入っており、ナッツ類と共に新食感を生み出します。ごはんやパンはもちろん、焼き魚や刺身といった気仙沼で普段食べられている食べ物にもマッチします。



食べ方のデザインやパッケージのデザインなど、様々な課題を乗り越え、ついに商品として完成したなまり節ラー油。商品発表会には地元紙やテレビの取材も殺到し会場は満席となりました。果たして商品がお客様に受け入れられるのだろうかという不安が高校生たちにはありました。しかし、いざ発表会での試食になると、お客様から「こんな食べ方ができるとは思わなかった！」「ご飯にもパンにも合いそう！」「早く買いたい！」と言う発言があり、高校生の緊張した顔つきも笑顔になっていきました。そして、発表会の翌日には『気仙沼朝市』での先行発売が開催されましたが、準備した300個は、わずか2時間程度で完売てしまいました。



その後、「なまり節ラー油」は気仙沼の商店街にも置かれるようになり、さらには東京のアンテナショップにも置かれ、インターネットでも販売されるようになるまで広がりました。

高校生であるうちにこうした、気づく→形にする→伝えるという一連のプロセスを地元で体験することで、彼らは地元に誇れる伝統文化、そして人々がいることに気づくと同時に、それを活かして新たな価値を創り出せる希望をもつようになりました。

高校生たちが今後、地元で活躍するにせよ、地元から離れて活躍するにせよ。地元への誇りは必ず大きな力になります。そして、そうした地元への誇りをもった若者が増えることは、未来の子どもたちが地元に誇りをもてる社会をつくっていきます。

地元の高校生たちが考え、商品化まで結びついた「なまり節ラー油」。気仙沼のお店の棚に並んだその商品が、いつの日か未来の子どもたちが手にし、こうしたもののが若者から生まれた地元を、誇りに思ってもらえる日がくるかもしれません。

いっちゃん 気仙沼

東日本大震災以降、気仙沼の高校生に大きな変化が起きているように感じます。将来の気仙沼を支えるであろう若者たちが、地元の魅力を再発見し、食を通して地域を変え、未来を作ろうとしています。そして、そんな高校生たちの頑張りが大人たちの心を動かし、多くの共感と感動を得ています。

気仙沼の深刻な地域問題であった「若者の地元離れ」は、本誌に掲載したそれぞれの取り組みを契機に、多くの気付きを与えてくれているのではないでしょうか。また、そんな気付きに動かされて、大人たちが、街が少しずつ良い方向に向かっていっているように感じます。

本誌をご覧いただきました皆さまのご支援が、高校生たちの笑顔を作り、気仙沼の明るい未来を作ります。今後とも温かいご支援を賜りますよう、よろしくお願ひ申し上げます。

2014月11月発行

制作：東京板橋セントラルロータリークラブ

url: <http://itabashi-central.seesaa.net/>

mail: info@motooffice.jp

協賛：ロータリー東日本震災復興基金日本委員会

本書に掲載されている情報は2014年現在のものです。

©Rotary Club of Tokyo Itabashi Central, 2014





