

いっちゃん？

気仙沼



東陵高校生を対象とする
気仙沼フードマイスター講座第3期レポート

CONTENTS

- 002 まえがき
- 003 気仙沼フードマイスター講座とは？
- 005 「地元を知る」
- 007 「出会う」
- 009 「体験する」
- 011 報告会
- 012 水産加工品のアレンジレシピ
- 013 あとがき



こんにちは!この小冊子「いっちゃ ?気仙沼第2号」を手に取っていただき、ありがとうございます!「いっちゃ ?気仙沼第2号」では「気仙沼の高校生による食を通して地域を変え、未来をつくる取組み」として「気仙沼フードマイスター講座第3期」のレポートをお届けします。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するのは「気仙沼仕事創出プロジェクト」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これ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。

この小冊子「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、気仙沼の高校生が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・体験的に学ぶものです。

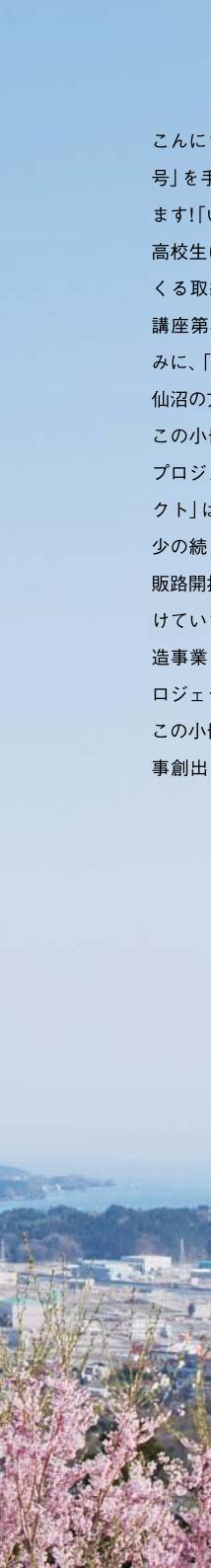
気仙沼の高校生がこれら取組みを通して自ら「おがって」います。「おがる」は「育つ」、「成長する」という気仙沼の方言です。この小冊子「いっちゃ ?気仙沼第2号」をお読みになったみなさま、ぜひ、気仙沼の水産加工品の購入やFacebookやBlogでのPRのサポート、そして、一緒に事業を行うなどご協力をよろしくお願いします!

一般社団法人気仙沼仕事創出プロジェクト

代表サポーター 茂木正光

ホームページ: <http://kesen-numa.net/>

お問い合わせ: info@kesen-numa.net

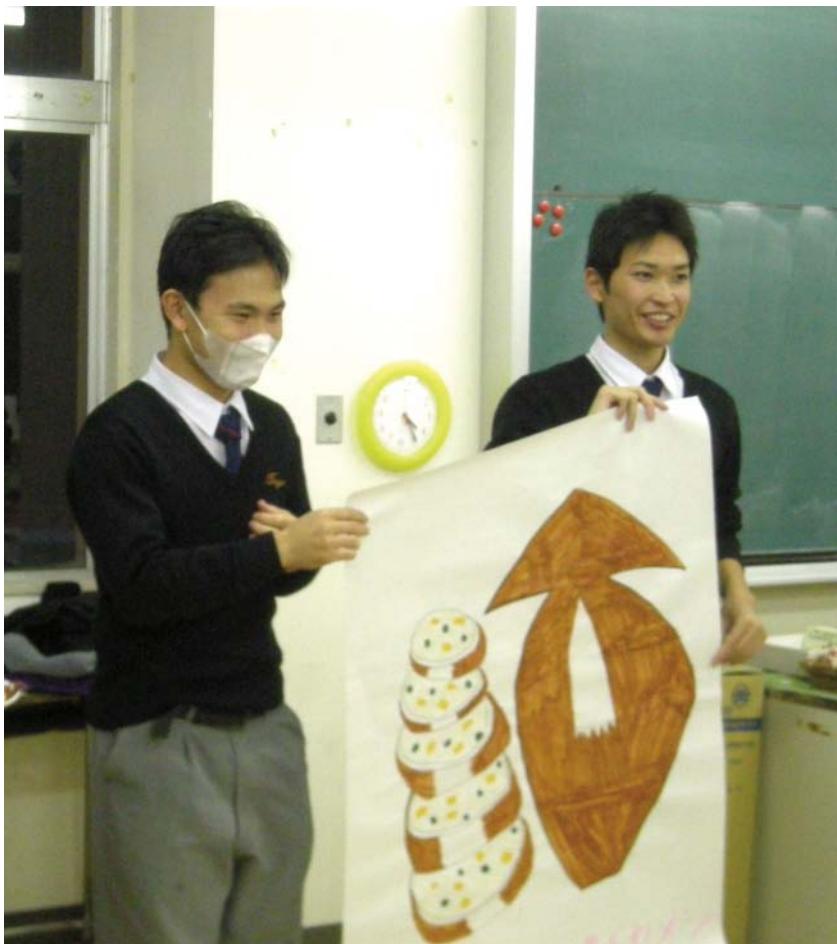




CONTENTS. 01

気仙沼フードマイスター講座とは？

高校生がマーケティングの知識をもとに「地元を知り」「出会い」「体験」をします。気仙沼仕事創出プロジェクトは気仙沼の水産加工品の東京圏への販路開拓とこれができる人材の育成を行っています。



この事業の一環として、2013年より東陵高校の生徒を対象にして、気仙沼フードマイスター講座を開催しています。本年度で第3期となります。気仙沼と東京の20代が主体となって、高校生に、マーケティングの基礎知識、また、気仙沼の水産加工業について学ぶ機会を提供しています。

第3期は・・・

- ・気仙沼の水産加工会社へのヒアリング
- ・気仙沼の水産加工品の販売体験
- ・東京圏のニーズ収集のためのヒアリング
- ・ニーズに基づく水産加工品アレンジレシピの考案と調理、試食、プレゼンテーションを行いました。



CONTENTS. 02

「地元を知る」

2015年9月26日

第1回 鹿折復幸マート

気仙沼仕事創出プロジェクトのスタッフである丸市将平さんからマーケティングの基礎についてお話しがありました。お客様は商品そのものが欲しいのではなく、「価値」を欲しいと思っているという内容です。

ついで、気仙沼の水産加工会社を知ってもらうためにマルトヨ食品の清水浩司さん、また、水産加工品を取り扱う商店を知ってもらうために小野寺商店の小野寺由美子さんにお話をいただきました。清水さんからは「お客様に知つていただくのが第一」という内容、小野寺さんからは新商品開発について「お客様が召し上がるシーンを思い描いて行った」という内容でした。高校生たち、熱心に質問をしていました!

小野寺商店のご厚意により、販売体験も行いました。「いらっしゃいませ!」「ありがとうございました!」の元気なご挨拶、また、水産加工品の商品説明や試食のお勧め、さらにレジ打ちまでです。お客様に自らお声をかけるなど、高校生たち、とても積極的に取り組んでくれました!



CONTENTS. 03

「出会う」

気仙沼の高校生と東京の20代が出会う。

東京の20代による東京圏における販売体験、東京圏のニーズに耳を傾ける。

水産加工品の販路開拓という方向性を共有する。

2015年10月24日

第2回 東陵高等学校(気仙沼)

マーケティングの基礎講座とともに、東京圏における気仙沼の水産加工品のニーズについてのヒアリング、気仙沼の水産加工品の試食、そして、第3回「アレンジレシピ」考案会のための課題設定でした。

マーケティングの基礎講座では、「お客様が求めているのは商品やサービスそのものではなく「価値」である」旨のレクチャーの後、高校生と東京の20代とで、水泳教室のチラシについて「価値」を提供できているのはどちらかや、ヒアリングによる「仮想人格」設定(東京圏の20代のニーズに関するヒアリングも)のワークショップを行いました。また、ペットボトルのお茶を題材にして、ポジショニング・マップを作成しました。その際に、それぞれのテレビCMを視聴してメーカーの意図を読むことも行いました。

東京圏にて気仙沼の水産加工品の販売を行った20代から、スイサンカトー、マルトヨ食品、マルヤマの各品についての特徴やこだわり、また、東京圏での売れ行きやニーズについての説明の後に、実際に調理してみて、試食を行いました。

その上で、第3回「アレンジレシピ」考案会のための課題設定を行いました。

東京圏のターゲットとそのニーズを想定して、そのニーズに向けて、気仙沼の水産加工品を和洋中いずれかにアレンジするというものです(ご家庭にて水産加工品に一手間かけるイメージ)。このようなアレンジは既存の水産加工品の需要拡大につながります。

気仙沼の高校生がマーケティングだけでなく、東京圏のニーズについて学ぶ機会になりました。また、高校生と東京の20代との活発な交流も行うことができました。



CONTENTS. 04

「体験する」

2015年12月12日

第3回 東陵高校

第3回はマーケティングの基礎知識のおさらいの後、グループに分かれて「アレンジレシピ」、「ターゲットの仮想人格」、「レシピ開発のストーリー」のプレゼンテーションのための資料作りを行いました。こちらの作業から、気仙沼と東京の20代がサポートに入りました。

「ターゲットの仮想人格」としては、「大阪府在住、3ヶ月後にプロポーズしようとしている彼女と2人で暮らしている男性」「不規則な生活を送っているので少しでも野菜を摂ってもらいたい」など詳細な設定もありました。

アレンジレシピは、マルトヨ食品の「さんまくん」(さんまの燻製)を使った「さんまくんの豆腐ハンバーグ」と、スイサンカトーの串ぼっぽ(いかぼっぽ)を使った「串ぼっぽのピラフ詰め」でした。「さんまくんの豆腐ハンバーグ」は骨などをはずした後に、包丁で叩き切りにして、細かくする作業がありました。「串ぼっぽのピラフ詰め」はまずピラフを炊くところから、その後、熱々のピラフを串ぼっぽの中に入れる作業でした。

調理の後、それぞれのレシピの「ターゲットの仮想人格」、「レシピ開発のストーリー」について、プレゼンテーションが行われました。高校生たち、とても堂々としていました。また、このプレゼンテーションに対して、マルトヨ食品の清水浩司さんから「普段の商品開発では発想することのないアイデアをいただくことができました」とのコメントをいただきました。「ぜひ、今後の商品開発に活かしたい」とのことです。



そして、お楽しみの試食の時間です。高校生たち、もりもり食べていました。「さんまくんの豆腐ハンバーグ」ですが、さんまくんはなかなかご飯と合いづらいと感じていましたが、豆腐と合えることで和風ハンバーグになっていました。また、「串ぼっぽのピラフ詰め」ですが、串ぼっぽは汎用性の高い水産加工品ですが、さらにアレンジのパートリーの広がりがあることに気付かされました。

CONTENTS. 05

報告会

2016年1月30日

浅草／ホテルニュー魚眼荘

東京・浅草にあるホテルニュー魚眼荘にて、気仙沼フードマイスター講座第3期報告会を開催しました。気仙沼から東陵高校生2名、東京の高校生3名も含めて28名のご参加をいただきました。

報告会では、気仙沼仕事創出プロジェクトの統括リーダー、増田悠太朗さんから気仙沼フードマイスター講座の報告が行われました。気仙沼の高校生を対象にして、実践的にマーケティングを学ぶというものです。また、東陵高校生からは、それぞれがこの講座にて考案した気仙沼の水産加工品のアレンジレシピのプレゼンテーションを行いました。

「串っぽのピラフ詰め」はスイサンカトーの串っぽに炊飯器で炊いた野菜

たっぷりピラフを詰めたもの。「さんまくんの豆腐ハンバーグ」はマルトヨ食品のさんまくん(さんまの燻製)を叩き切りにして豆腐とこねてハンバーグにしたものです。それぞれのターゲットについても説明がありました。

この後、「串っぽのピラフ詰め」、「さんまくんの豆腐ハンバーグ」をニュー魚眼荘の料理長にお料理をしていただき、参加者にて試食を行いました。みなさん、舌鼓を打たれていました。また、ブラッシュアップのためのアンケートにも熱心にお応えしていただきました。「さんまくんの豆腐ハンバーグ」はとてもヘルシー」などです。

上記の報告会と合わせて、気仙沼と東京の高校生の交流も行うことができました。東京の高校生からは「私たちもアレンジレシピの考案をしてみたい」との言葉もいただきました。これから展開が期待できます。



気仙沼と東京の高校生の「出会い」

CONTENTS. 06

水産加工品のアレンジレシピ

「マルトヨ食品」と「スイサンカトー」は気仙沼の水産加工会社です。



高校生作



料理長作

「さんまくんの豆腐ハンバーグ」

マルトヨ食品の「さんまくん(さんまの燻製)」を叩き切りにして、豆腐とまぜてハンバーグにしました。和風でやさしいお味になっています。お年寄りも美味しいいただくことができます。



高校生作



料理長作

「串ばっぽのピラフ詰め」

スイサンカトーの「串ばっぽ」(イカにタレをつけていかを丸焼きにしたもの)の中に、炊飯器で炊いた野菜豊富なピラフを詰めました。野菜の足りない20代男性向けです。

いっちゃん？ 気仙沼

気仙沼の高校生がマーケティングの知識をもとに「地元を知り」「出会い」「体験」を行いました。気仙沼フードマイスター講座第3期では、新たに「気仙沼の水産加工会社がマーケティングの知識をいかに活かしているかの聴き取り」、「気仙沼の仮設商店街にて販売体験」、「東京での気仙沼の水産加工品販売ボランティア経験者からニーズの聴き取り」、そして、「東京での気仙沼の水産加工品アレンジレシピのプレゼンテーションとリアクションの収集」、「東京の高校生との交流」を、真面目に、そして楽しんで行うことができました。

さらに、東京の栄養学専攻の大学生によるアレンジレシピ考案会を開催しました(2016年2月27日)。当プロジェクトの展開が面的な拡がりを持ち始めました。

本誌をご覧いただきましたみなさまのご支援が、気仙沼の高校生の笑顔とともに、「地元を知り」「出会い」「体験」することにつながっています。今後ともあたたかいご支援をいただきますよう、よろしくお願ひします。

まずは、気仙沼仕事創出プロジェクトの「気仙沼の水産加工品定期購買事業「買おう！Made in 気仙沼」や「気仙沼の水産加工品の特選ギフトセット」はいかがでしょうか？美味しいものをいただきながら、気仙沼の高校生と水産加工会社を応援することができます！

2016年3月発行

制作：一般社団法人気仙沼仕事創出プロジェクト

url: <http://kesen-numa.net/>

mail: info@kesen-numa.net

感謝：

住友商事東日本再生ユースチャレンジ・プログラム／

東陵高等学校／気仙沼南ローターアクトクラブ／

ホテルニュー魚眠荘

本書に掲載されている情報は2016年2月現在のものです。

©KESENNUMA SHIGOTO SOSHUTSU PROJECT, 2016



