

「かまなしーす」開発・販売による地域貢献

～鎌ヶ谷高校料理研究部・鎌ヶ谷市・市内企業が連帯した活動について～

県立鎌ヶ谷高等学校

1. 連携のきっかけと目的

鎌ヶ谷市観光タウンミーティングは、観光施策のリーディングプロジェクトとして、住民が自ら観光施策に携わる楽しさなどを知り、自発的に観光施策に取り組んでもらうことを目的に、平成25年度から実施してきた。令和元年度からは、鎌ヶ谷高校料理研究部と連携し、SNSを利用した情報発信や地域経済の活性化を目的としたテイクアウトメニューの開発を行った。令和2年度においては、市内飲食店の協力のもと、鎌ヶ谷高校オリジナルレシピの商品化を果たしたところではあるが、飲食店の定番メニューとはならず期間限定での提供となった。令和3年度においては、地域に定着するよう、マーケティングリサーチに軸を置き、リサーチ結果を基に高校生による鎌ヶ谷にしかないオンリーワンの商品、汎用性の高いドレッシング「かまなしーす」を開発し、最終的に飲食店や販売店舗販売を目指す。また、「高校生×SNS」という情報発信力も活かしていく。

2. 鎌ヶ谷高校料理研究部について

現在、1年生18名、2年生14名で週3回の活動を行っている。

・主な活動内容

- ①製菓、料理(季節や流行に合ったものなど)
- ②校内販売
- ③コンテストに向けての試作(アレルギー対応など様々な目的をもって挑戦)
- ④地域活性化事業(料理を通して社会と関わる活動に力を入れている)

・部員の心得

笑顔・挨拶・返事は気持ちよく。自主的に活動を行い、何事も積極的に行う。

3. 連携先企業について

・「株式会社フードイノベーション」

鎌ヶ谷市道野辺本町に本社を置き、魚肉の冷凍食品を取り扱う会社である。平成30年度及び令和2年度に市制度融資、令和元年にベンチャービジネス事業補助金の交付決定を受けており、市創業支援セミナーにおいても先輩起業家として登壇するなど市との関わりも深い。予てより当該事業所代表取締役の加藤氏にはタウンミーティング事業の情報提供をしており、事業に興味を示していた。マーケティングのノウハウが豊富であり、連携に至った。

・「キサイチ醸造」

鎌ヶ谷市の老舗醸造酢メーカーである。大正11年の創業以来、食酢醸造の技術を進化させながら引き継いできた伝統の製法と味を継承している。

4. 活動の推移

(1)令和元年度

地域の店を知るため工場見学やインタビューを実施

(2)令和2年度

「もっちりーの」(イタリア料理)とのメニュー開発
(コロナ禍で大きなダメージを受けた飲食店を盛り上げるテイクアウトメニュー。)

(3)令和3年度

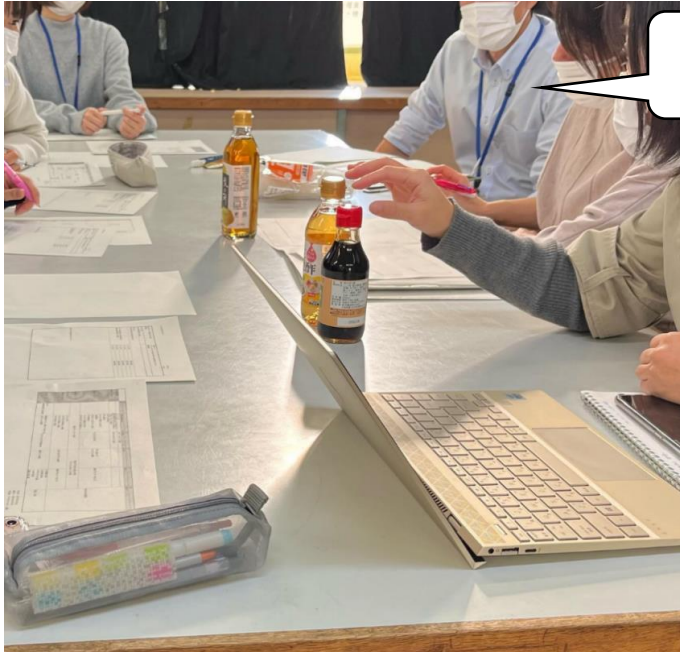
「リーブル・デマージュ」(洋菓子)との菓子開発
(地域で収穫された大根をつかって。)

「キサイチ醸造」とのドレッシング開発
(地域の特色を活かした鎌ヶ谷らしい商品の開発)

- ・10/6 連携企業、鎌ヶ谷高校、鎌ヶ谷市の顔合わせ
観光タウンミーティングの概要説明
- ・10月中旬 班ごとにマーケティングリサーチ等

•10/25

- 考案したドレッシングについて班ごとにプレゼンテーション
→工業化に向けレシピを2つ決定
→製造に向けチームの再編成
- ①味、コンセプト作りチーム×2
 - ②商品名・キャッチコピー等作成チーム
 - ③SNS等情報発信チーム
 - ④(株)フードイノベーションサポートチーム



どんな味が喜ばれるだろう？



商品名 決定！

どんな料理と合うかな？

- ・11月 上記班ごとに活動の期間
- ・11/29 商品化するものを1つに決定
- ・12月 製造サンプルの共有化

(4)令和4年度

- ・1月下旬 製造(代表者の製造立ち合い)
- ・3月 プレリリース



完成です!!!
やっここまできたよ!

商品お披露目、販売



いよいよ販売。売れるかな?かまたんも応援してくれています。

- 3/9 卒業式の記念品として贈呈
- 6/12 「わくわくフェスタ」(幕張メッセ)にて販売



お買い上げありがとうございます。



チキン南蛮に使用すると最高ですよ。

あら、そうなの。

開発の主要メンバーが中心となり、販売を行いました。自らの舌で確かめた自信のある商品です。自然と接客にも力が入ります。



「わくわくフェスタ」の視察にいらしていた熊谷知事に遭遇。女子高生が制服姿で販売しているブースが他に無く、目立ったのか、お立ち寄りくださいました。テレビのカメラも駆けつけ、場は興奮のるつぼと化しました。周りで見ている大人たちはかなりテンションを上げていましたが、この生徒は平常心で商品の説明をしていました。さすがです！！

なんと！熊谷知事にもご購入いただきました。

かけたり、和えたり、漬け込んだり



完売です!!!

常時SNSにて活動やアレンジレシピを発信

5. 活動の成果

地域への感謝と貢献を形に表すとともに、料理研究部の活動を広く知ってもらいきっかけとなった。また、企業と協働することで活動の質の向上につながり、貴重なたくさんの体験ができた。

6. 取組みにあたって工夫したこと

地域に定着する様、マーケティングリサーチを行った。リサーチ結果を基に高校生による鎌ヶ谷にしかないオンリーワンな商品を作る。

また、「高校生×SNS」という情報発信力も活かす。

7. 活動の広報・報道状況

・読賣新聞(令和4年5月3日)

(第3種郵便物認可) 2022年(令和4年)5月3日(火曜日)

鎌ヶ谷梨 ドレッシングに

高校の料理部 開発

「花椒が香り 外食気分」

県立鎌ヶ谷高校の料理研究部員が開発した調理酢「かまなしす」が鎌ヶ谷市内で販売され、人気を集めている。

オンリーワンを発信する市の「観光タウンミートイニング」事業の一環で、料理研究部の女子生徒約20人が市内の食品開発卸売会社や食酢メーカーの協力を得て、昨年10月から開発プロジェクトに取り組んだ。

「好きな味」「料理の悩み」などマーケティングリサーチを実施し、8グループに分かれて開発を進めた。2回の発表会を経て、昨年11月に「かまなしす」が勝ち残り、商品化が決定した。今年1月に完成した「かまなしす」は、市特産の梨にちなみ梨酢に中国原産の調味料・花椒、ハチミツなどを加えたオリジナル調理酢(ドレッシング)。

フルーティーでまろやかな酸味に、花椒の爽やかな香りと辛味が加わり、すっきりとした味わいになっている。サラダのほか、チャーハン、焼きそば、ギョーザなど幅広い料理に使えるという。商品名は、鎌ヶ谷、梨、酢を組み合わせた。開発に携わった富田夏帆さん(3年)と石井智栄莉さん(同)は、「コロナ禍の中で、自宅で外食気分を味わえるよう、アジア系スパイスを利かせたドレッシングにした」とPR。ラベルをデザインした鈴木晟絵さん(同)は「ラベルを貼った

幅広い料理に使えるという調理酢「かまなしす」



調理酢「かまなしす」をPRする鎌ヶ谷高校料理研究部員(鎌ヶ谷市で)

鎌 高生考案のナシ酢ソース

「かまなし」す「花椒」香る。ピリ辛好評



ナシと酢などを使っ 香るピリ辛な味わいが
たソースを鎌ヶ谷高校 特徴で、鶏肉料理やキョ
の生徒たちが考案した。 ーザのたれを、幅広く
3月末から限定販売し 活用できる。
たところ、「思った以上 市民の視点で街の魅
の売れ行き」(市商工振 力を発信する「観光タウ
興課)で残りわずかとい んミーティング」事業の
う。

「かまなし」すとい 料理研究部と地域の飲
う商品。ふわつと花椒が 食店などが協力して新

商品は開発している。今 回は消費者や商品を提 供する飲食店のニーズ をつかむことに重点を 置いた。部員24人を複数 の班に分け、市場調査を して案を出し合った。主 婦層を対象にしたアン ケートで「子どもと一緒に 食べる時に自分だけ ちよつと辛くしたい」と いう声があり、用途が広 いピリ辛のソースを作 ることにした。

すり鉢など手作業で 試作したものと、工場の 機械で作るものとは、 色や味が異なり苦分し た。イーストした商品に するために、「調味料の 割合などの微調整を繰 り返した」と部長の富田 夏帆さん(3年)は話す。 石井聖莉さん(同)は 「企業に入ったところな

んだらうな。マーケティ ング調査から関わって、 その声を反映して商品 を作れた。貴重な経験が できた」と感想を、部員 からは「けたり、和えた り、漬け込んだり、簡単 に味変できるこの商品 を多くの人に知っても らいたい」と話す。商品 を使ったオリジナルレ シビを研究し、SNSで 発信している。

価格は200ミリッ トルで520円。市総 合福祉保健センター内 の「喫茶まほろば」に 沢な市内飲食店9施 設で購入できる。

開発した商品をPRする鎌ヶ谷高料理研究部の部員

8. 取組みへの反響

「「かまなし」売っているところを見たよ。」の声かけをたくさんいただいた。気にかけていただき、本当に嬉しく思う。校内での認知度は高く、生徒はもちろんのこと、先生方にも興味を持っていただいた。校内販売では、購入希望者数が在庫数よりも多くなり、抽選による販売となった。ありがたいことである。

9. 今後に向けて

生徒たちは、食と経済にかかわるたくさんの貴重な体験をすることができた。

商品開発は想像していたよりも大変でこの材料を使いたいが、企業側のストップのため思うように動けなかったという事例も経験した。また、商品を完成させても、どういった販路で販売していくのか、どのようなアピールをすれば効果的か、など考察する要素が多々あった。

最終的に飲食店での活用や店舗販売を目指していたのだが、様々な要因がからみ、製造した1,000本を売り切ったのでの終了となった。

しかし、今回の商品開発、販売の経験は何事にも代えがたく次への活動に向けての経験の貯金となった。次はどんな商品を開発していこうかと、わくわくしている最中である。

