

チャレンジ！！オープンガバナンス 2019 市民／学生応募用紙

地域課題タイトル (注1)	No. 2_1/3_3	タイトル 八戸の魅力を伝えるプロモーションについて	自治体名 八戸市
アイデア名(注2) (公開)	味噌で食べるだけじゃない！新たなかつけの魅力		

(注1) 地域課題タイトルは、COG2019 サイトの中に記載してあるエントリー自治体(連合)が掲げる地域課題を記入してください。

(注2) アイデア名は各チームが応募されるアイデアにつけるものです。アイデアにふさわしい名前を付けてください。

1. 応募者情報

チーム名(公開)	八戸かつけ民		
チーム属性(公開)	<input type="radio"/> 1. 市民によるチーム <input checked="" type="radio"/> 2. 学生によるチーム <input type="radio"/> 3. 市民、学生の混成によるチーム		
メンバー数(公開)	7名		
代表者情報	氏名(公開)	柳沢 桜雪	
メンバー情報		土畑 佳那	

(注意書き) ※ 必ず応募前にご一読ください。

<応募の際のファイル名と送付先>

1. 応募の際は、ファイル名を COG2019_応募用紙_具体的チーム名_該当自治体名にして、以下まで送付してください。東京大学公共政策大学院の COG2019 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。 admin_padit_cog2019@pp.u-tokyo.ac.jp

<応募内容の公開>

2. アイデア名、チーム名、チーム属性、チームメンバー数、代表者と公開に同意したメンバー氏名、「アイデアの説明」は公開されます。
3. 公開条件について：
「アイデアの説明」でご記入いただく内容は、クリエイティブ・コモンズの CC BY (表示) 4.0 国際ライセンスで、公開します。ただし、申請者からの要請がある場合には、CC BY-NC (表示—非営利) 4.0 国際ライセンスで公開しますので、申請の際にその旨をお知らせください。いずれの場合もクレジットの付与対象は応募したチームの名称とします。
(具体的なライセンスの条件につきましては、<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ja>、および、<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.ja> をご参照ください。また、クリエイティブ・コモンズの解説もあります。<https://creativecommons.jp/licenses/>)
4. 上記の公開は、内容を確認した上で行います。(例えば公序良俗に違反するもの、剽窃があるものなどは公表いたしません)
5. この応募内容のうち、「3. 自治体との連携」は、非公開です。なお、内容に優れ今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アドバイスの段階で相談の上公開することがあります。

<知的所有権等の取扱い>

6. 「アイデアの説明」中に、応募したチームで作成・撮影したものではない文章、写真、図画等を使用する場合、その知的所有権を侵害していないことを確認してください。具体的には、法令に従った引用をするか、知的所有権者の許諾を取得し、その旨を注として記載してください。「自治体との連携」中も同様でお願いします。
7. 「アイデアの説明」中に、人が写りこんでいる写真を使用している場合、使用している写真に写りこんでいる人の肖像権またはプライバシーを侵害していないことを確認してください。

<チームメンバー名簿>

チームメンバーに関する情報を最終ページに記載して提出してください。(2. の扱いによる代表者氏名を除き、他のメンバーに関する情報は本人の同意があるものを除き COG 事務局からは非公開です。詳細は最終ページをご覧ください。)

2. アイデアの説明（公開）

(1) アイデアの内容、(2) アイデアの理由、(3) 実現までの流れ、の三項目に分けて記入してください。

必要に応じて図表を入れていただいて結構です。

(1) アイデアの内容（公開）

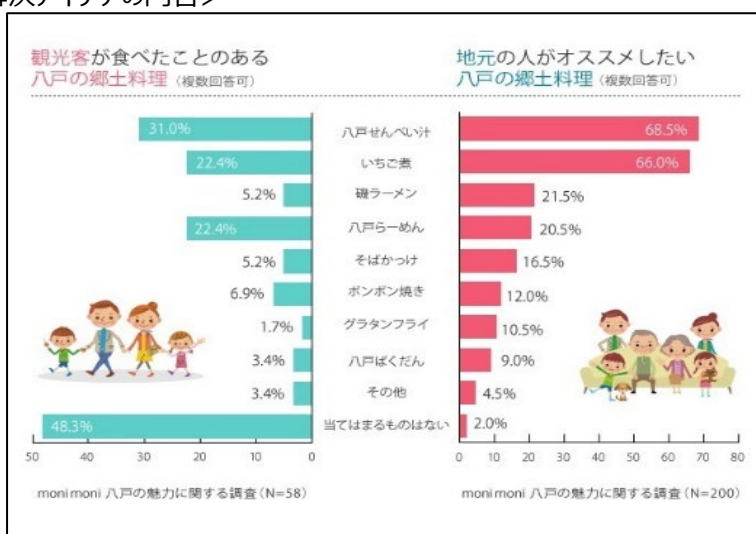
アイデアは、課題解決のために、何をやる社会的なサービス（活動）なのか、をわかりやすく示してください。これが将来実現した場合、魅力的で新規性があり、実践したり、活用したくなる、そしてその結果として、課題が解決される、そんなワクワク感のあるアイデアを期待します。2 ページ以内でご記入ください。

<応募チームとして解決したい課題>

八戸市の郷土料理の中で、知名度に大きな差があること。

「かけ」はテレビでも紹介されたことがあるのに市内の人でも知っている人が少なく、食べたことがある人も少ないこと。

<解決アイデアの内容>



左の表は八戸に住んでいる、または住んだことのある男女200名に八戸の郷土料理についてアンケートを取った結果です。

出典元八戸の魅力に関するアンケート <https://atpress.ne.jp/news/79491>

私たちは、八戸での「かけ」の知名度について着目しました。上の表の2015年度八戸の魅力に関するアンケート調査によると、地元の人がオススメしたい八戸の郷土料理はせんべい汁が68.5%に比べ、「かけ」は16.5%とせんべい汁と4倍以上の差がついていることが分かります。

そして観光客が食べたことのある八戸の郷土料理ではせんべい汁が31.0%、「かけ」は5.2%となっています。このことから、観光客にオススメしようと思える「かけ」の魅力を知らない人が多いのではないかと考え、もっと多くの人に「かけ」を知ってもらい、身近な食べ物として食べてもらいたいと思いました。実際に八戸の人に知ってもらう機会を作るために、企画した試食会のイベントを通して SNS でも広めてもらったら若者を中心に PR ができるのではないかと考えました。

そこで私たちが考えたのは

- ① 家庭で簡単に作れるような「かけ」のアレンジレシピを考える
- ② 校内で試食会を実施
- ③ 市内で気軽に食べられる場所や価格設定などイベントの企画
- ④ イベント開催のお知らせを SNS にのせる
- ⑤ イベント開催を知らせるポスターの作成・掲示
- ⑥ イベントの開催
- ⑦ レシピの頒布

というアイデアです。

それらをすることによって、SNS を通じて若者に伝わりそこから各家庭で広まることで、親世代の知らない人にも「かけ」を知ってもらえるのではないかと考えました。親世代がスーパーなど買い物に行ったときに、「かけ」を手取る機会が増えてほしいと思いました。

そもそも「かけ」とは・・・？



かけ鍋

にんにく味噌での
食べ方



出典元：八戸市

* かけとは「かけら」の意味。蕎麦や小麦の粉と水と少しの塩を入れて伸ばした後、三角形に切りそれを茹でたもの。ねぎ味噌、にんにく味噌、醤油などをつけて食べる。かつて南部藩の殿様が地方の手打ちそばを食べたとき「このような美味しいものを庶民に食べさせてはいけない」とご法度にしたため、庶民が端のほうを切ってねりみそをつけて食べたのが始まり。

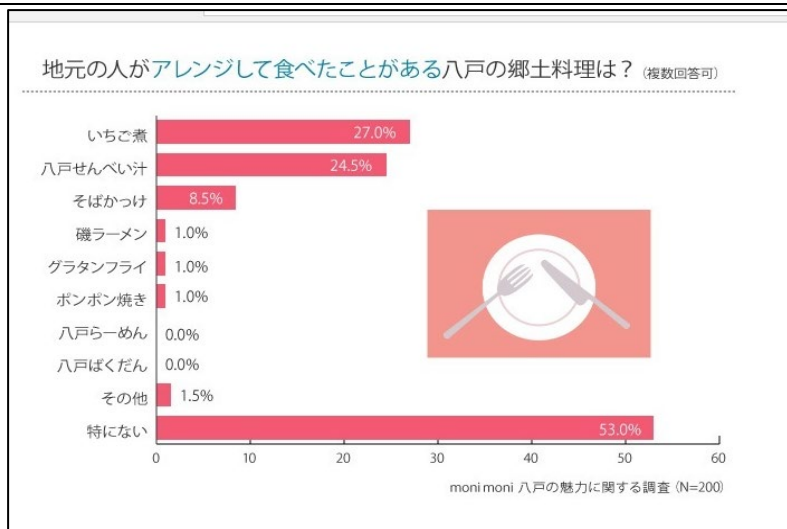
また、家庭で料理を出す際「かあ、けえ（さあたべなさい）」と言っていたことから来たという説もある。

出典元：あおもり産品情報サイト 青森のうまいものたち

<https://www.umai-aomori.jp/local-cuisine/about-local-cuisine/kakke.html>

(2) アイデアの理由（公開）

このアイデアを提案する理由について、それをサポートするデータを根拠として示しつつ2ページ以内で説明してください。ここではアイデアの必要性、効果を確認します。データとは、統計類の数値データやアンケート・インタビューなどの資料や関連の計画、既存の施策などの定性データのことを総称します。データは出所を明らかにしてください。



出典元：monimi 八戸の魅力に関する調査 (N=200) <https://www.atpress.ne.jp/news/79491>

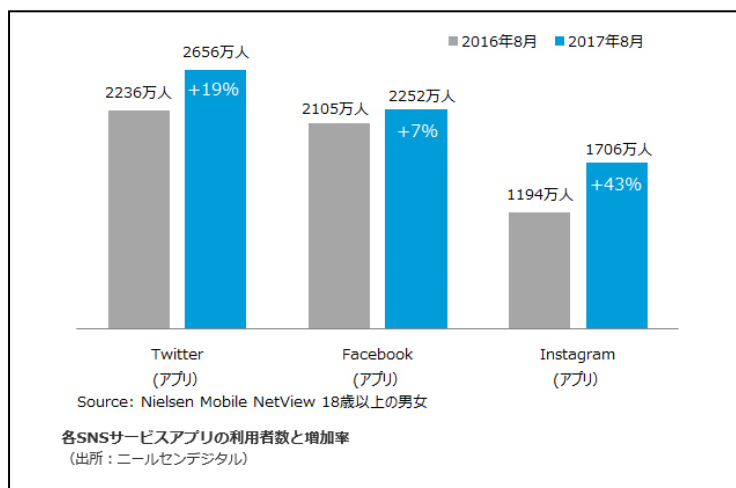
上のグラフは、八戸の郷土料理をアレンジして食べたことがあるかについて調査したものです。アレンジして食べる人が多い上位三項目のうち、「かけ」をアレンジして食べたことがある人が少ないことがわかります。いちご煮は炊き込みご飯やラーメン、雑煮などにし、せんべい汁は八戸ならではのサバの水煮缶を入れて出汁をとったりと、いちご煮はどの主食とも合うように、せんべい汁は、郷土料理の中に名産のものを入れるなどアレンジの幅が広いことがわかります。

一方「かけ」は砂糖をまぶして揚げたり、餅の代わりにお汁粉にいれたりするアレンジレシピがあります。

このように、「かけ」のアレンジはいちご煮やせんべい汁のようにその料理を食べるために作ったり、材料を買ったりするのではなく、あくまでも余った「かけ」をどう食べるのかの派生料理しかないのではないかと考えることとしました。

また、簡単に多くの人に「かけ」についてや、イベント開催について知ってもらうための手段として、Instagramのストーリー機能、写真やタグでの投稿、Twitter、FacebookなどSNSを使用することが有効だと考えました。実際に利用者数を調べたところ

〈SNS利用者数と増加率のグラフ〉



一年間での利用者増加数は
 Facebook・・・147万人
 Twitter・・・420万人
 インスタグラム・・・512万人

このように、一年間での利用率が大幅に増えていることが分かります。このグラフは18歳以上を対象としたアンケート結果ですが、最近では中高生でもスマホを活用している人が多いのでTwitterやInstagramを活用することで幅広い世代に簡単に広められることが期待できます。

出典元：日経 XTECH ACTIVE <https://active.nikkeibp.co.jp/atclact/active/17/060200090/121400045>

Instagram 投稿例

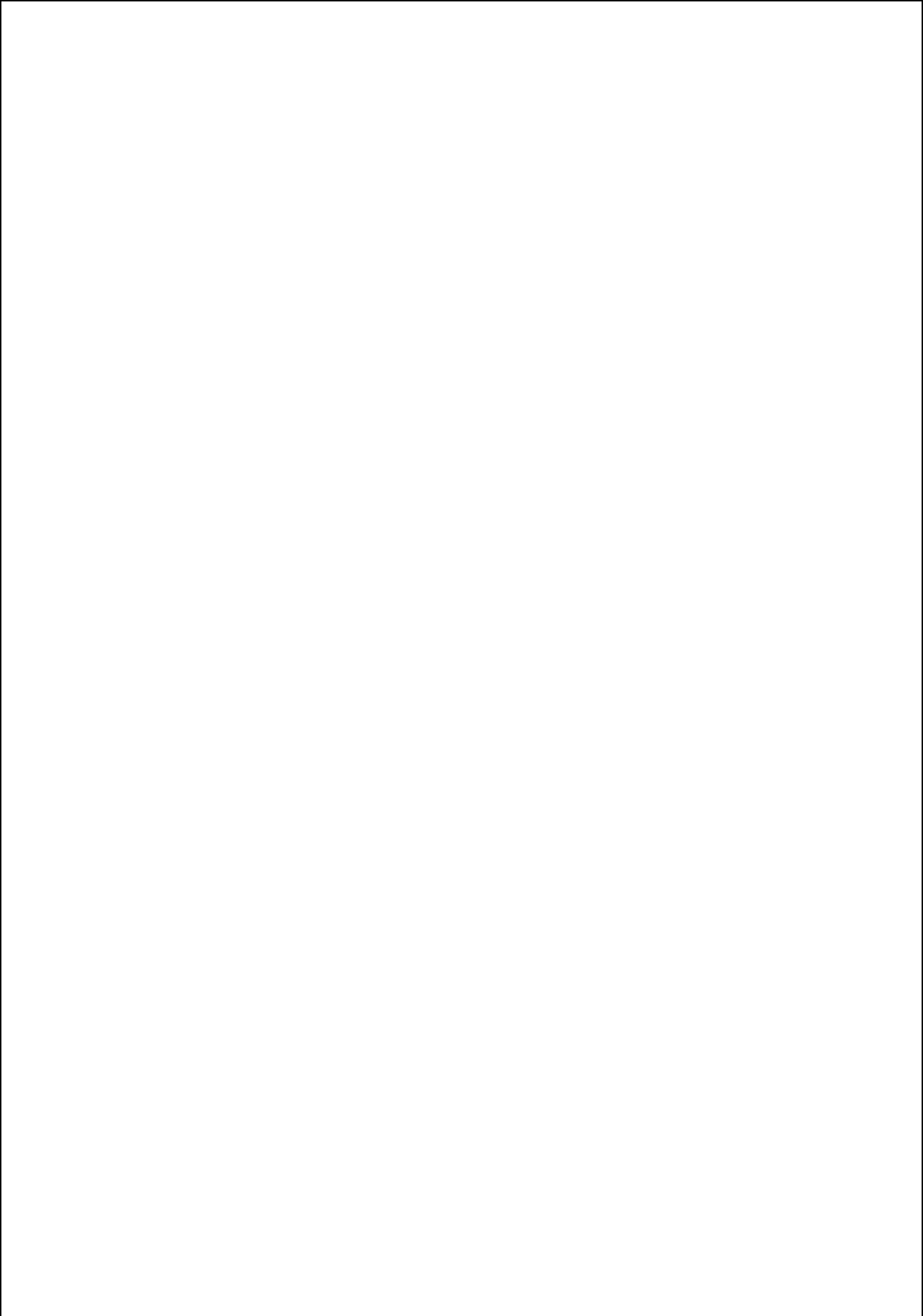


Twitter 投稿例



投稿例画像：生徒自作

イベントでの料理や会場の様子を写真とそれについてのハッシュタグをつけて投稿してもらうことで、イベント前から当日までポスターを掲示したときよりもさらに多くの市内外の人々の目につくことが期待できます！



(3) アイデア実現までの流れ (公開)

アイデアを実現する主体、アイデアの実現に必要な資源(ヒト、モノ、カネ)の大まかな規模とその現実的な調達方法、アイデアの実現にいたる時間軸を含むプロセス、実現の制度的制約がある場合にはその解決策等、アイデア実現までの大まかな流れについて、2 ページ以内でご記入ください。ここでは実現可能性を確認します。

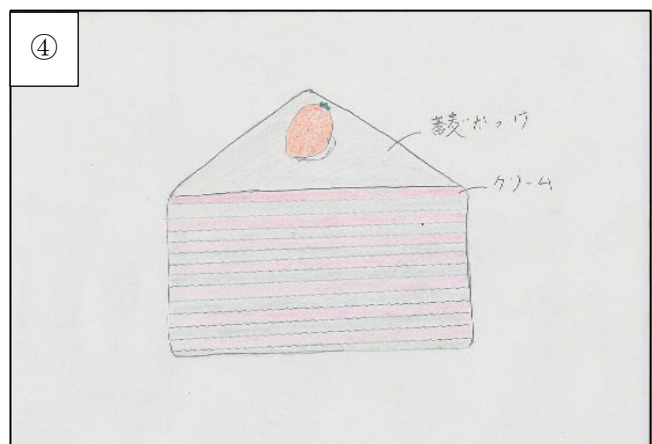
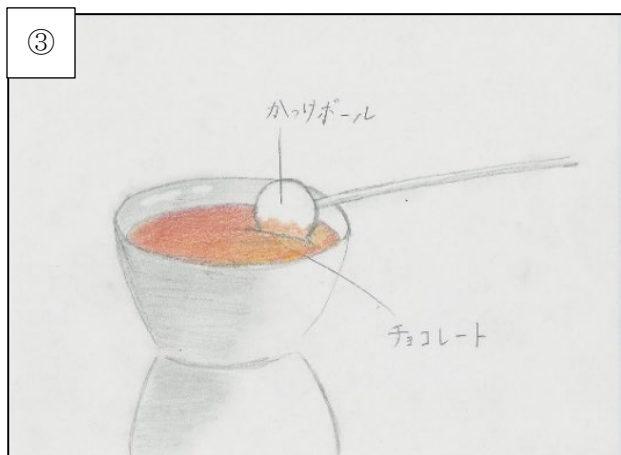
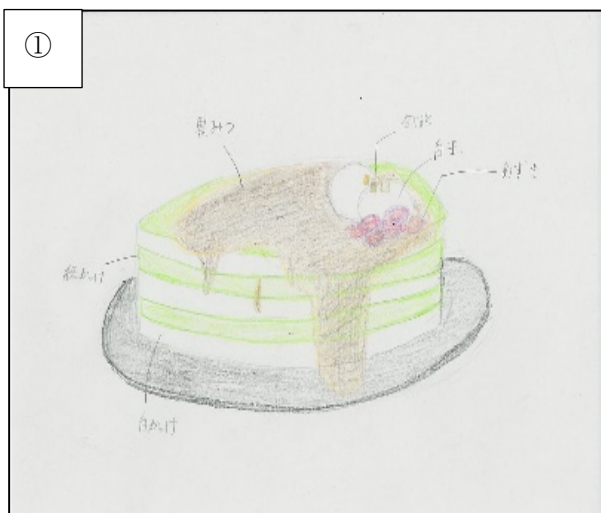
～アイデア実現まで～

1. 教職員・在校生とその家族に年代別アンケート実施…(せんべい汁・ひつまみ・すいとん・かけを知っているか・食べたことがあるか・頻度・印象)を実施・集計・グラフ化し、それぞれの認知度やかけに対する印象のデータを取得します。
2. オリジナルレシピの考案・試作…かけのアレンジレシピを和食・洋食・デザート別に考案します。

かけ自体をおいしく食べてもらうためのレシピとして、かけの特徴を生かしたものを考えようと思いました。

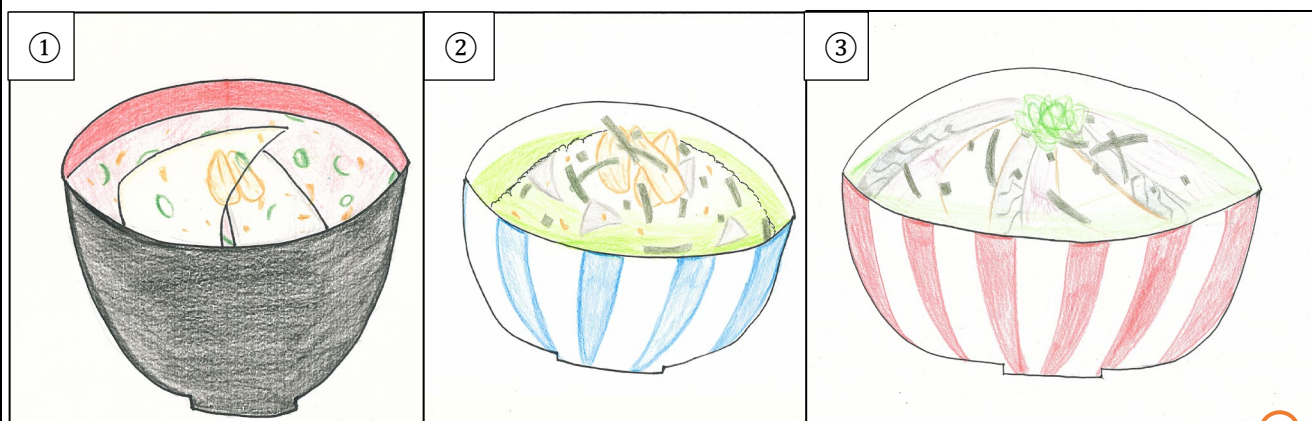
かけにはむぎかけと蕎麦かけがあり、ツルツルもちもちとした触感が特徴的で、蕎麦かけは普通の蕎麦よりも表面積が広いので蕎麦の香りを強く感じることができます。このツルもち触感や香りを活かして、新たなご飯やデザートとして食べることのできるアレンジレシピを考えます。

具体的に



- ① かけミルフィーユ
- ② かけのはさみ揚げ
- ③ チョコフォンデュかけ
- ④ かけのミルクレープ

また、八戸の名産品や郷土料理も活用して、



① ウニとかけのお吸い物

② いちご煮とかけのお茶漬け

③ サバの水煮とかけのお茶漬け（サバの味噌煮でも◎）

お茶漬けのかけは味付けして乾燥させ、ふりかけ状にしたものを使っています

など、様々なアレンジの案を考えてみました。

3. イベント開催についての計画…イベント当日に料理を作ることができる場所（中心街）、協力してくださる企業を探します。
中心街のなかでも、バスで来やすい場所や時間などを計画します。
また人に立ち寄ってもらえるような工夫や食べやすい食器なども考えます。
4. 校内で試食会…作った料理を在校生や先生方に試食していただき、感想や意見をもとにさらに多くの人がおいしく食べられるように改良します。
5. イベント開催の広告作り…Twitter・Instagramでの宣伝・ポスターを作って、多くの人目につきイベントに来てもらえるような広告を作成します。
6. 必要な材料の調達…当日に必要な量の食材を調達します。お子様連れにも対応できるよう、食器を多めに準備するなどの調達をします。
7. イベント開催
 - ・料理の販売…来ていただいた方々に食べてもらいやすいような価格設定で販売します。
 - ・考案したレシピの頒布…作ったレシピを紙に起こし、持ち帰りやすいような大きさにして家でも作ってもらえるように工夫します。
 - ・食べてくれた人にアンケート…アンケート（初めてかけを食べたか・美味しかったか・自宅でも作ろうと思ったかなど）を食べた方に記入していただき、最初のグラフとの差でかけを知る機会になったのかやアレンジレシピを食べてみてかけへの印象が変わったのか集計してデータ化します。
8. 利益を八戸の特別支援学校に寄付…地域貢献にお力添えするために売り上げの全額を八戸市内の特別支援学校に寄付します。

