

東京の女子学生 感性豊かに17品

若者流 庄内柿

観光PRへ新商品 山形の物産 協会と協力

山形県酒田市の「庄内柿」の知名度アップにつなげようと、東京都内の女子高生、女子大生が産地とのコラボ商品を考案した。25日に品評会を都内で初めて開き、若い女性をターゲットに試作した17品が並んだ。産地では年明けにも商品化し、「酒田の新しい名物」に育て上げる作戦だ。



山形の食品企業からの試食品を評価する女子学生ら（東京都千代田区で）

レッツ 伝統プロデュース

産地側は、酒田観光物産協会が中心となって旗を振る。「庄内柿」は首都圏であまり知られていないことや、柿を食べない若者が多いことなどから、女性の感性を生かした商品作りに踏み切った。試作には東京都市大、都立晴海総合高校の女子学生・生徒約20人が協力した。

商品化の取り組みには、国の「地方の元気再生事業」を活用している。地元食品企業など20団体が事業に参加。女子学生チームからの提案をもとに、試作品を作り上げた。東京都内で開いた品評会には、レーズンサンドの柿バージョン「パシモンサンド」や、乾燥した柿を星形に型抜きした「お星☆がき」などのアイデア品が並んだ。

東京都市大学の近藤奈穂さん（21）は「古くさいと思っていた柿が健康に良いことを知り、以前より柿を食べるようになった」と自ら考案に携わった試作品をほお張った。物産協会の登坂俊二総支配人は「観光PRに役立てたい。そのターゲットが若い女性だ。同じ世代の意見を生かし、地域を売り込む新しい商品を生み出したい」と意気込む。

無断転載禁止・著作権は日本農業新聞に帰属します
転載承認済み

東京都市大学グループ
学校法人 五島育英会