

町おこしのためにスイーツ×動物は有効か

I 序論

気仙沼市に来る若者がコロナ禍ではあるが少ないようにおもわれる

↓↓

新たな支えとなるものとターゲットを絞って作り、発信すればふえるのではないか

↓動物×スイーツで20代～40代を呼び込む

Qなぜカモシカ？

A 気仙沼に生息している
カモシカが商品化されているのをみたことがない
→意外性にもなっていたと思った

1202b

II 本論

調査①

市内目線と市外目線に分けた気仙沼のイメージアンケート

対象 気高1～3年生とその保護者様

自分たちの予想

市内と市外ともに海や水産関係の回答が多い

スイーツを考える為に実際に作っているところにFWへ

◎スイーツを作る上で大切なこと

- ・『大島』ゆずや『気仙沼』くわちやなど地名を入れる
 - ・開発には ネーミング お菓子 パッケージ
- の3つが揃わないといいものになったとは言えない



調査②宮城大学へのFW

多くの若者に知ってもらいやすい宣伝方法
(オンラインと店頭・対面の両方の視点から質問)

調査③

これまで得たことをもとにスイーツを考え再度アンケートを実施

対象 気高の保護者様有効回答数93

- 内容
- 1絵を見て買いたいと感じるか
 - 2そのように感じる理由
 - 3最大いくらくらいまで払えるか

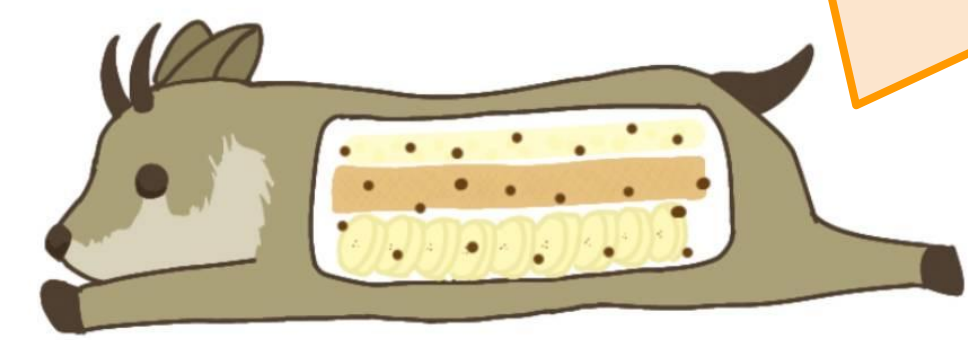
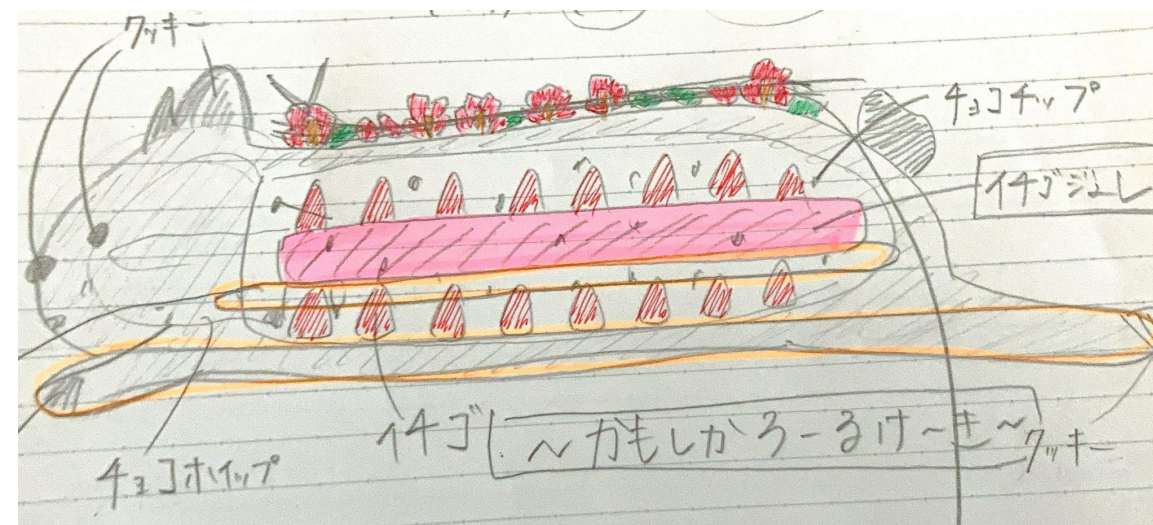
図1を参照

IV まとめと解決策

◎サイズをロールケーキ→エクレアにする

◎これを口コミやSNS等で広げたり、人が集まる場所にポスターやリーフレットなどを作り設置

図1:最終アンケートの絵 図2:最終的な絵



Look! 見られーぽ
-気仙沼とカモシカと-

※今回、アンケートではイチゴを使ったが最終的なイラストはバナナに変更

III 結果

結果①

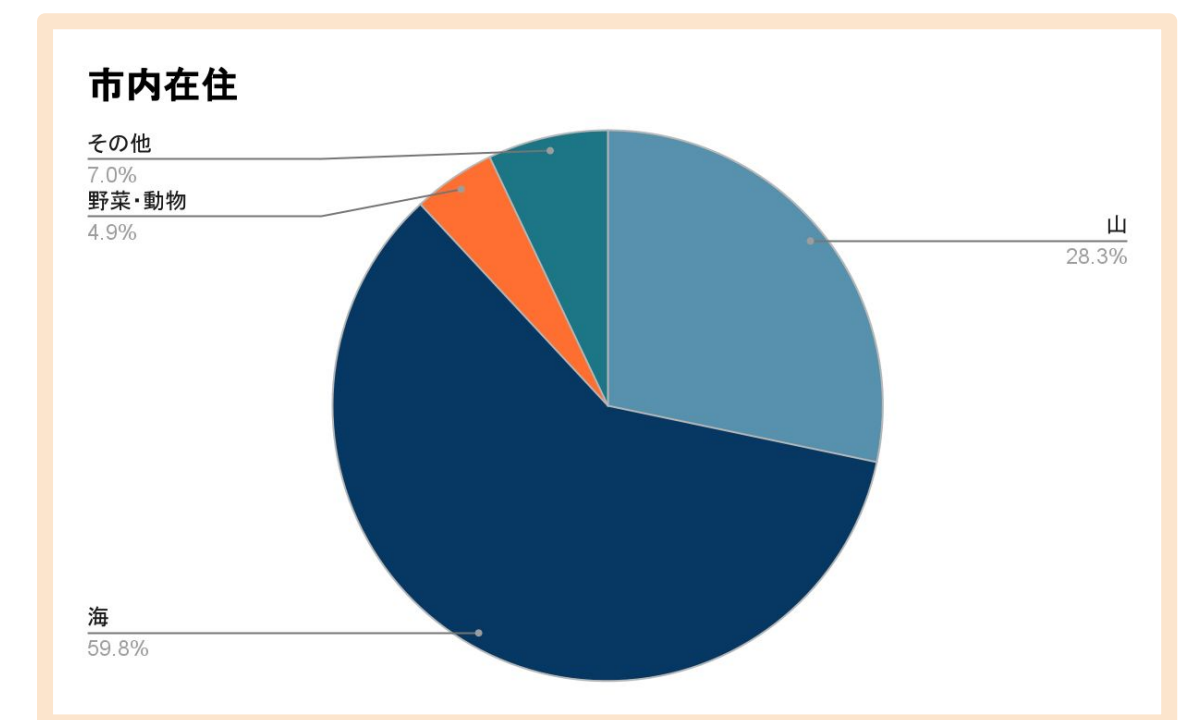
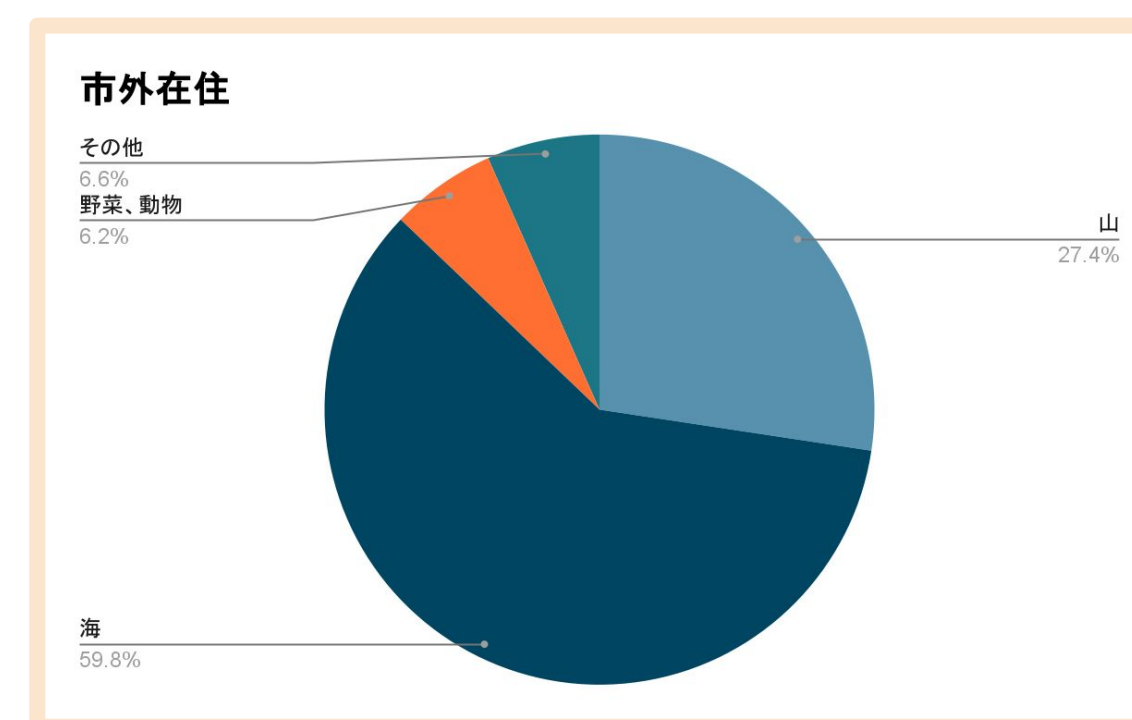
共に海、山、漁業のイメージが強い

↓

予想とほぼ似たような結果になった。やはり気仙沼は水産関係のイメージが強い

有効回答数 93

195



結果②

オンライン→(サイトの場合)複数の言語でシンプルに説明書きに書く

→口コミで広げる、写真をつけてSNS等で宣伝する

店頭(対面)→お祭りやホテルなど市外からも人が多く来る場所にポスターなどを掲示

結果③

買いたいと思う人が半数以上だったが過半数といえるほどではなかった

買いたい…かわいい、意外性があるって良さそう

買わない…体を切るのに抵抗がある、🍓が内臓みたい

参考文献

うつみ菓子店様 宮城大学様 気仙沼市役所観光課の方々

<https://www.furusato-tax.jp/product/detail/04205/4689189> ふるさとチョイスより

<https://kesennuma-kanko.jp/localfood-03oshimayuzu/>

<http://kesennuma-kanko.jp/en/wp-content/uploads/2018/05/%E8%A6%B3%E5%85%89%E3%82%A2%E3%83%B3%E3%82%B1%E3%83%BC%E3%83%88%E3%81%BE%E3%81%A8%E3%82%81.pdf>

気仙沼さきてけらいんより

反省点

- ・気仙沼市役所観光課の方々に2回目のアンケートが実施出来なかった
- ・実際にスイーツを作れなかった
- ・市外の20～30代を対象としたアンケートを実施出来なかった