

【報道関係者各位】

2022年12月12日

【事後レポート】 Oisix × Z世代 未来の食プロジェクト 第一弾
10月3日は最終授業！完成商品のお披露目と、その魅力を伝えるマーケティングプランも議論
～完成した3商品は、10月6日からOisixで順次販売開始～

食品のサブスクリプションサービスを提供するオイシックス・ラ・大地株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：高島 宏平）は、2022年5月23日（月）より半年間、青稜中学校（所在地：東京都品川区、校長：青田 泰明）のSDGsゼミナールで特別授業を開講しました。生徒たちが実社会で活躍する人材からレクチャーを受けながら約半年をかけてアップサイクル商品を開発する取り組みで、アップサイクルをする食材の選定をはじめ、ネーミングやパッケージデザインまで考え抜きました。10月3日の最終授業では完成した3商品をついにお披露目。その他、商品食材の生産者とメーカー担当者をオンラインでつないで生産や加工について気になることを質問したり、完成した商品の魅力を伝えるマーケティングプランをチームごと議論しました。



■本取り組みの概要

本取り組みは、生徒たちが実社会で活躍する人材からレクチャーを受けながら約半年をかけてアップサイクル商品を開発する内容です。開発したのは、昆布の根元を使った「昆布の根元入り 地球よろこぶそうめん」、しいたけの軸を使った「地球もうれしいたけ豆腐ハンバーグ」、大根の葉を使った「だいごんの葉っぱぱぱ蒸しパン」の3商品。生徒の取り組みを商品企画開発者としてサポートしたのは、当社のグリーンプロジェクトでアップサイクル商品の企画開発を担当している東海林園子、シェフとしてサポートしたのは、2022年現在まで5年連続でミシュラン二つ星を獲得し、2022年3月には「アジアのベストレストラン50」で第一位を獲得した日本料理店「傳」の長谷川在佑氏です。取り組みでは、アップサイクルをする食材の選定をはじめ、ネーミングやパッケージデザイン、マーケティングプランを生徒自身の力で考えました。開発した商品は、オイシックス・ラ・大地が展開する「Oisix」の定期会員のお客様のほか、一般のお客様向けにも、10月6日から順次販売を開始しています。

■本取り組みの背景

青稜中学校は、建学の精神に「社会に貢献できる人間の育成」を掲げ、生徒が自ら部活動として「SDGs部」をたちあげるなどアクティブな教育内容と学校環境が特徴の学校です。また、当社では、サステナブルリテール（持続可能型小売業）を目指してフードロス削減につながる活動を積極的に進めています。毎日の食の楽しみ方を広げながら持続可能な食生活提案を推進していく取り組みを、今後は社内のアイデアや人材だけでなく外部との取り組み、とりわけ今後の未来を担う次世代の子どもたちとの取り組みを強化したいと考え、「Oisix × Z世代 未来の食づくりプロジェクト」を開始しました。この活動を通し、持続可能な取り組みをさらに社会全体に広げていくことを目指し、さらには生徒自身が、SDGsに取り組むきっかけを広く社会に与える経験をしてほしいと考えています。

本リリースに関するお問い合わせ

オイシックス・ラ・大地株式会社 広報：有賀

TEL：050-5305-0549（直通） E-mail：publicity@oisixradaichi.co.jp

（上記内容は断りなく変更される場合があります/最新情報は上記お問合せ先までご連絡ください）

■最終授業はこんな様子でした

**生産者とメーカー担当者へオンライン質問。
生産や加工の様子について質問が飛び交いました。**

「昆布の根元入り 地球よろこんぶそうめん」の昆布の根元生産者と、そうめんのメーカー担当者へオンライン質問を実施しました。

「開発で難しかったポイントは何か」という質問には、「昆布の根元の量を増やせば増やすほど旨味と香りが加わって味わい深い仕上がりになるが、麺の伸びも悪くなってしまうので調整が難しかった」との回答が。

その他、「昆布の根元を使ったそうめんを作るのは初めてだったが、昆布の香りが工場いっぱいに広がったのが印象的だった」という開発過程のエピソードにも興味深く耳を傾けていました。



生徒たちのアイデアが詰まった完成商品が、いよいよお披露目！

いよいよ、完成商品のお披露目。5月の授業開始から、商品化アイデアやネーミング、パッケージアイデアなど生徒たちのアイデアが詰まった商品が発表されました。生徒からは「子どもから大人まで、ぱっと見ただけで欲しがりそうな商品に仕上がった」、昆布の根元生産者からは「普段無駄にしてしまう食材がこんなに素敵な商品になるとは」との声が上がり、大きな拍手が沸きました。



商品の魅力を広めるためのマーケティングプランを発表 Z世代ならではの斬新なアイデアも光りました。

完成商品を世の中に知ってもらうために、「商品の魅力を、誰に向けてどんな場所でどう知ってもらうか」というマーケティングプランを発表しました。

「子どもに野菜を食べさせたい親をターゲットにしたい。親世代は時間がないので、事前に商品を探したりせず、行ったスーパーでぱっと見て買うことが多い。目を惹くようにわかりやすいキャッチフレーズをポスターやポップにしてスーパーで販売してはどうか」

「自分もこのゼミが始まるまでフードロスについて知らなかったので、まず食べて知る機会をつくれるといい。子供から年配の方まで幅広く訪れるスーパーで試食コーナーを出してみてもどうか」

その他、「外国人観光客にお土産として買ってほしいので、外国人の目を引く日本らしいポスターとともに空港で販売してはどうか」等、設定したターゲットの気持ちを生徒なりに考えたアイデアがいくつもあがりました。



本リリースに関するお問い合わせ

オイシックス・ラ・大地株式会社 広報：有賀

TEL：050-5305-0549（直通） E-mail：publicity@oisixradaichi.co.jp

（上記内容は断りなく変更される場合があります/最新情報は上記お問合せ先までご連絡ください）