

高校生とコンビニがつくるコラボ商品。 職業意識高めるユニークな連携事業。

2010年1月、コンビニエンスストア大手のファミリーマート、沖縄ファミリーマート、沖縄県の三者は、産業振興や地域活性化など幅広い分野で協力する包括的連携協定を締結した。県産品販路拡大や観光PRといった経済連携だけでなく、環境保全や防犯など地域運動の推進でも相互の協力強化に注目が集まる。

協定で高まる連携意識

包括的連携協定で取り組むのは、(1)県民の安全・安心(2)環境保全活動(3)文化スポーツ振興(4)県経済・産業の振興(5)その他沖縄県の施策推進に関する5つの分野だ。

県産品を活用した商品開発など、沖縄ファミリーマートは地域に根ざした取り組みを続けてきたが、今回の協定により「互いの連携意識がさらに高まり、県担当者との情報交換もより密になってきた」と同社商品部の小林課長は連携の成果に期待を高める。

協定をきっかけとした取り組みのなかでも、沖縄ファミリーマートと県内農林高



沖縄ファミリーマート
商品部商品課 小林健祐課長

校の生徒が共同開発したオリジナル商品が話題になっている。本プロジェクトに関わる学校側と企業側双方のメリットや今後の展望について聞いた。

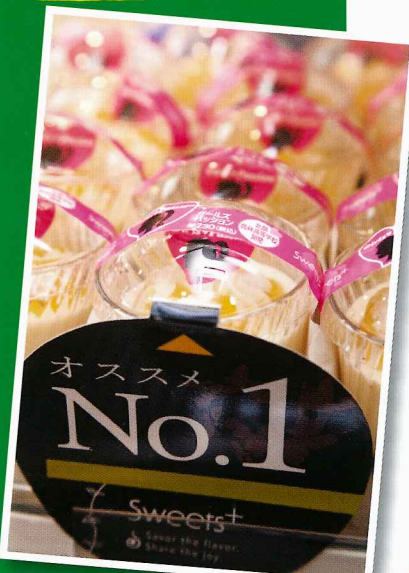
2010年6月から始まった本プロジェクトは、沖縄県が推進する「みんなでグッジョブ運動」の理念がベースにある。レシピ開発から商品名の考案、パッケージデザインも生徒が手がける。重視したのは、各校で育てられた農畜産物を活用し、北部・中部・南部それぞれの独自性を出すこと。開発された商品は宮古島をのぞく194のファミリーマートで販売された。

農作物や畜産物、地域の特産品がどの



ガールズパッションが並ぶスイーツコーナー

ような経路で市場に出るのか。沖縄の未来を担う農林高校の生徒が実践で学ぶ職業体験だ。たんに面白いアイデアや売れる商品を考えるだけではない。生産・加工・販売といった流通の基本的な情報を身につけることで、才能豊かな人材を育成する。ひいては県産品の販路拡大にもつながる。



きっかけは大学対抗弁当

生徒のアイデアが実際の商品として販売されるまで半年以上はかかる。その間、ほぼ毎月1回、沖縄ファミリーマートのスタッフが高校に出向き、約2時間のミーティングを重ねる。生徒一人一人にコンセプトシートを描かせ、互いに討議する場をつくりアイデアを絞り込んでいく。いくつもの試作品が作られ、最後に残った商品だけが店頭に出る。

教育機関とのコラボは、



試作品をテイスティングする北部農林高校の生徒達

2008年に始めた大学対抗弁当の企画がきっかけだった。

「それまで当社が実施していたインターンシップは店舗ごとに生徒を受け入れる程度。せっかくインターンシップを実施するならユニークで話題になる取り組みにしたいと考え、学生のアイデアで商品を開発する事業を立ち上げた」と小林課長。試験的に始めたプロジェクトだったが反響は予想を大きく上回った。弁当企画は毎年恒例の人気シリーズとして定着した。

モノづくりの喜びを共有

「参加する生徒はみな真面目で、どちらかといえば内気なタイプが多い。面白い発想は出てくるものの、意見をまとめる段階になるとつい多数

決に委ねてしまう」。意見を闘わせ、議論を楽しむ。そんな文化や習慣が身についていないせいか、自己表現力が乏しいとマイナス評価を受ける沖縄の学生は多い。ところが、プロジェクトが始まった当初はぎこちなかったミーティングの場も、回数を重ねるごとに生徒一人一人の集中力が高まり、みんなでモノを作りあげる喜びを共有できるようになっていた。チームの知恵と力が結集した2つの商品が誕生した。北部農林高校で開発された豚のチャーシューを活かした「チャーサンバーガー」とパッションフルーツから生まれた「ガールズパッション」だ。

生徒の成長ぶりを実感

生徒たちは自分達の商品を店頭で販売するチャンスも与えられた。「驚いたのは、教室ではおとなしかったはずの生徒が、まるで人が変わったように大きな声を出していたこと」。子ども達の変化や著しい成長ぶりを実感できるのが何よりの収穫だと、小林課長は本事業のメリットを強調する。

沖縄ファミリーマートのメリットはそれだけにとどまらない。高校生の感性から生まれた商品は同じ高校生を新たな顧客として引き寄せる。さらに、事業に関わった先生や家族など、生徒を取り巻く多くの関係者が同社への関心を高めてくれる。

一方、学校側からも多くの利点が報告された。社会人と接する機会が増えた。学校で習った研究成果が社会の中で活かせることを生徒は体験的に学べる。自分の意見を他人に伝えるプレゼンテーションの大切さに気付いた。

わずか半年間のプロジェクトだが、生徒の職業観や就業意識の向上に果たす役割は大きい。産学官の取り組みはこれまでも数多く展開されているが、その中でも企業、教育現場双方にメリットがあり、具体的な成果が実感できる本プロジェクトの今後の展開から目が離せない。

「チャーサンバーガー」 298円
 北部農林高校で開発されたチャーシュー(沖縄在来のアゲーと米国系品種デュロックを掛け合わせた豚)の肉と県産牛肉を配合したハンバーグを使用し、グリーンリーフ、特製デミグラスソース、マスタードをアクセントにサンドしたハンバーガー。
 【商品販売期間】2011年2月15日～3月7日までの3週間