



え、非常食がこんなに美味しいの？
山形のうめえもんで
不安を解消！

山形市立商業高等学校

永登 拓海 / 石田 礼恩

CONTENT 発表内容

私達が考案した商品は、もぐもぐレスキュー“袋”です。もぐもぐレスキュー“袋”とは、再利用米袋リュックに県産ドライフルーツなどを詰め合わせた、非常用防災リュックとなっております。お値段は、合計3500円です。

ターゲットは、道の駅に訪れる40から60代の地域外来訪者と、地震や災害への備えを必要としているファミリー層にしたいと思います。

アピールポイントとしては使い終わった米袋を回収しリュックに再利用することで、環境に優しいだけでなく、山形の銘柄米を全国に広められるということを考えました。

私達が考えたプロモーション方法は、1つ目、道の駅で紹介を行うこと。2つ目、県外の小学校で避難訓練でお試し配布を行うということ。3つ目、SNSやポスターなどの広告を作成するという事です。

また、お試し配布を小学校で行うことでファミリー層も認知できるということを考えました。

結論として、私達は、以下の点を挙げました。

特に私達はこの防災バックで備えることで、いつ起こるか

結論

- 不安低減
- おいしいを広められる
- 素材の活用
- 低価格で生産！
- 観光客数UP！
- 道の駅の発展



わからない災害への不安だけでなく、起こってしまった後の不安を解消できるということを考えました。

これからの展望として、私達は実際に商品化したいと考えました。そのためには現在よりも商品ラインナップのバリエーションを増やす必要があります。例として、防災だけでなくアウトドア用や県外のおじいちゃんおばあちゃんへの贈り物や、ふるさと納税などです。

そしてこの活動を通して、SDGsや防災教育へ貢献できたらいいなと考えています。

COMMENT 審査員コメント



東北芸術工科大学教授 片岡 英彦

非常食の提案として最近いろいろ聞いた中では、正直一番面白かったです。こういう商品は差別化が難しい。そんな中で県産のものを使うのであれば、付加価値をつけて高く売ってもいいのかなというのちょっと気になりました。ブランディングとかブランド化っていうんですけど、せっかく県産のものを使うんだったらそういうやり方を考えてもいいのかなというふうに思いました。



ANA SHONAI BLUE Ambassador 九鬼 江実

非常用食を実際に道の駅であまり見ることがないので道の駅に置こうと思ったところが良かったと思います。あと山形県には美味しいものが本当にたくさんあるなって私もこちらに移住してからすごく実感したところなので、それをもっと多くの人に知ってもらいたいっていうところがすごく伝わりました。袋も環境を考えているところもすごくいいなと思いましたので、興味深く聞かせていただきました。