

令和7年度文京区学生と創るアグリノベーション事業成果報告会

令和7年10月24日の中間報告結果にもとづき、2つの活動を企画しました。本日はそれらについてご説明いたします。



東洋大学 芦谷ゼミナール

盛岡市レシピコンテスト

令和 8 年度活動

六大学マルシェ

東洋大学からのご提案：

令和 8 年度最終報告会時開催、合同企画

盛岡市レシピコンテスト



はじめに

INTRODUCTION

東洋大学芦谷ゼミナール×盛岡市

芦谷ゼミナールのゼミ生と農家の方々の協力のもと、
新規就農や地方創生につながる取り組みを行う。





目次

- 背景と目的
- 企画概要
 - ・ 主なルール
 - ・ 制限時間等
 - ・ 採点方法
 - ・ 優勝景品
- ねらいと期待される効果

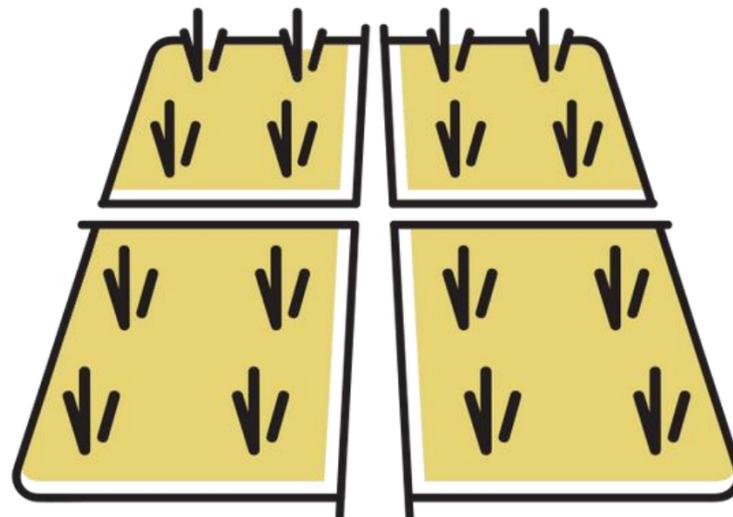
背景と目的

現状の課題



若者の農業離れ、新規就農の心理的ハードルの高さ。

学生×農家＝“農業を身近な存在に”



背景と目的



目的

新規就農の促進を目的とした話題作り。

企画案

学生でも協力ができ、長期間を要さない企画を考案。

盛岡市の農産品を使用した『レシピコンテスト』を実施。



企画概要

PROJECT DETAILS

ルール

企画名: 『盛岡の鉄人』

- 2~4人で1グループ
- 6グループがエントリー
- 事前に申請していた料理を作り、審査員に提出
- 指定した食材を**必ず使用**
- 足りない食材はこちら側で用意

制限時間&採点方法

- 制限時間: **1時間**
- 審査員の人に一番美味しいと感じた**1位だけ**を決めてもらう



開催会場と審査員に関して

REGARDING THE VENUE AND JUDGES

パターン1:参加者以外の一般の方が 見られるスペースがある場合

一般の方にも味見をしていただき、
一番美味しいと思ったグループにだけ
投票していただく。
最も得票が多かったグループを優勝とする。

→保健所的にも
おそらく問題なし



パターン2:参加者を含めた関係者のみで 実施される場合

食材を提供していただいた農家の方の
独断と偏見で1位のグループを
決定していただく。



優勝景品

GRAND PRIZE



優勝したレシピを地元のカフェ等で採用!

優勝グループの考案したメニューをそっくりそのまま
地元のカフェや食堂などの恒常メニューとして採用。

→必要であれば期間を設けても可

(例:1週間のみ、1ヶ月のみ等...)

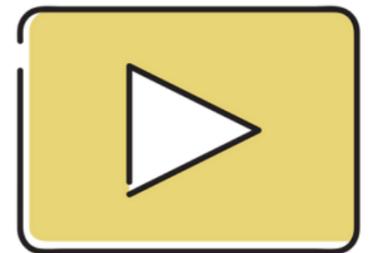
広報について

ABOUT PUBLIC RELATIONS



コンテスト当日

会場の様子をYouTubeの配信で公開。
(プライバシーの観点から必要であれば限定公開)
→近くの商業施設&公民館などのモニターで放送。



コンテスト後日

岩手日報等のメディアを通じて大々的に広報
→農家&カフェのPR効果が期待できる。
→農業振興としての話題作りにも



ねらいと期待される効果

農業に関する話題作り

大規模なイベントを開催することで、
食材を提供していただいた農家さんを初め、
農業自体にも興味を持っていただける
キッカケ作りとして注目を集める。



農産物自体へのPR効果

農産物がメニューに使用される。

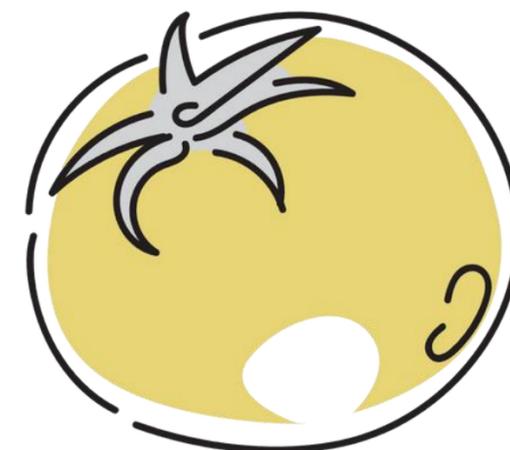
→ 実際に味見をしたお客さんなどへの周知

+α

当日のYouTube配信

岩手日報などのローカル新聞

開催後の広報によるPR効果の見込みが期待



六大学マルシェ



六大学マルシェとは

ABOUT THE PROJECT

文京区六大学マルシェ

地域農産物の**魅力発信**と**販路支援**、
大学間の交流を同時に実現するイベントのこと。



企画概要

PROJECT DETAILS

1 大学1ブース

各大学が連携する農家さんのストーリーや魅力が伝わり、大学の個性が見えるブースを作成

東洋大学の場合…

レシピコンテストに提供していただいた農家さんの農産品（トマト）を売り出すブース構成

→それぞれが輝ける形のブース



主なねらい

魅力発信&大学協働



各農家様のストーリーを伝える魅力発信

文京区の大学間での共同作業

話題作り

メディアを介した大規模な周知による話題作り

→岩手日報などによる広報のご協力

→農業への第一歩を創る



AIM



Thank you for listening