



高校生×市場の
課題解決型プロジェクト

市場の学校

海のごちそう高校生連携モデル構築

2024年度 報告書



一般社団法人 海と食文化フォーラム

2025年4月8日

■プロジェクト概要

本プロジェクトは、高校生が市場の課題解決や、市場のポテンシャルをさらに引き出すためにはどうすれば良いかを主体的に考え、具体的にアクションを起こすことで、地域の食文化の継承と新たなソーシャルインパクトの創出を目指します。

■プロジェクトの目的

高校生の新鮮な視点で、従来の方法では解決できなかった問題に新たなアプローチで挑み、それによって地域社会との結びつきを強化し、地域経済や食文化の持続可能な発展に貢献することを目指します。

また、高校生が市場での経験を通じて、実践的なスキルや知識を習得し、自身のキャリア形成にも寄与することを期待しています。さらに、市場の活性化と新しい価値の創造を促進し、地域の食文化の発展にも寄与することを目指します。高校生たちが自ら課題や目的を見つけ、主体的に行動を起こすプロジェクトです。

■活動内容

高校生たちによる
市場でのフィールドワーク

FWを経て見えてきた
市場の課題やポテンシャルを整理

課題解決につながる
企画案作成

市場の仲卸店舗と協業した
PR活動実践（24年FOODEX JAPAN参加）

全国市場調査
(事務局による調査)

24年度参加メンバー

法政大学国際高校 エコアクションクラブ



卒3年生 能城 茉依



卒3年生 福田 真夕



2年生 西郷 清香



2年生 重田 華奈



2年生 廣木 和海



2年生 村上 凜



2年生 岩城 亜優

三浦学苑高等学校



2年生 坂本暖來

魚 24年度の振り返り 魚

法政大学国際高校 エコアクションクラブ 7名



これまで「コオロギクッキーで食
糧難対策」や
「廃棄されるナッツの殻」の
課題に取り組んだ実績を持つ
法政大学国際高校エコアクション
クラブのメンバー7名と

市場が抱える「課題」って何?
を、勉強するところから
スタートしました

三浦学苑高等学校
坂本くん

&



とにかく魚が大好きで
ソロ釣りや
捌きなど魚に向き合う
坂本君で



フィールドワーク① 市場を実際に見て、聞いて、感じる

横浜中央卸売市場全体の構造と役割を理解するためのFW —市場内の仲卸店舗を中心に、仕事の内容や課題意識をヒアリング—

■高校生が感じた市場の問題・課題

- ・市場から魚を買わないチェーン店の増加
- ・お客様が豊洲市場にとられている
- ・市場の人が受け身の姿勢
- ・輸入した魚の流行
- ・市場に足を運ぶ人の減少
- ・労働時間に見合った収入がない
- ・市場の可能性、働く人々のポテンシャルをみんな知らない
- ・発泡スチロールによる海洋プラスチック問題
- ・若者の働く意欲の低下
- ・漁獲量の減少
- ・知名度の低さ
- ・魚介類の消費の減少
- ・インパクトのあるインセンティブがない



■高校生が感じた、より深めて知りたいこと

- ・加熱処理後の発泡スチロールはおもちゃだけに使われているのか？
他の活用方法はあるのか？
- ・ところどころ魚の切れ端が放置されていた。捨てるのか？
何かに使うのか？
- ・豊洲との違いが見たい
- ・セリや一般開放日でない日が見たい

魚 フィールドワーク② 市場の役割と抱える課題を知る 魚

中央卸売市場の役割や水産業の流通の仕組みをインプット



■高校生が学んだこと

- ・「船で魚が取れる→漁港から卸し→卸から仲卸し→仲卸から店舗」それが専門的な働きをするからこそ、日本での「奇跡的な生食文化が育まれている」という定義。
- ・市場で働く人の高齢化が抱えるデジタルデバイド
- ・市場に出る魚を確保する漁師の人員不足と高齢化・スーパーなど大型マーケットの台頭による市場の衰退
- ・家庭での魚離れ



■高校生の感じたこと・アイデア

- ・横浜市場で買うと良いという特典があると良い
- ・お客様とのコミュニケーションツールに変革の余地がある
- ・高齢化や地球温暖化の影響を生で感じている方々が働いている。
- ・働き方改革など一見良いように見える制度→蓋をあけてみればマイナスな影響を与えている
- ・魚がおいしい。広めるには食べてもらう必要→飲食店で「横浜卸売り市場の魚を使用」などといったPRをする

日本一の市場「豊洲市場」を見学取材 —飲食チェーン店の仕入れ担当者から「外から見た市場の役割」をヒアリング—



▼ヒアリング内容

■仲卸から仕入れるメリット

- ・仲卸との信頼関係から、それぞれの飲食店が求めている種類、品質の魚が手に入りやすくなる
- ・仲卸によっては下処理、配達等のサービスをしてくれる

■豊洲から仕入れるメリット

- ・世界一の市場であるから
→物量が多い、いいものが集まり物流がしっかりしている
- ・いろんな選択肢があり、仲卸と柔軟な相談も可能

■横浜市場への所感

〈強み〉

- ・当日朝に獲れた新鮮な地元の魚(おっかけ)が手に入る
- ・近い(横浜近辺の飲食店であれば)
- ・東京(豊洲)よりも安い

〈提案〉

- ・横浜市場などの地方市場は、10km以内のお店と漁場と市場とのトライアングルの形成が必要

①課題点

- ・市場の力が近隣の他の市場に負けている
→横浜市場の魅力である地元の魚が入ってこない
- ・横浜市場の自慢の品や技術がない、もしくは弱い、発信不足
- ・横浜市場の現在持っている魅力も飲食関係者に伝わっていない
- ・現金での取引がメインで飲食店にとっては面倒

②解決策

- ・飲食店向けの横浜市場の魅力の発信
- ・技術力・サービス力の向上
→海産系の大学や他の市場、漁港から魚を扱う技術を学ぶ
or 一緒により良い方法を研究する
- ・電子決済の導入



▼高校生がまとめた、市場ごとの取材レポート

車で30分ほどの距離と近接している豊洲市場と横浜市場。横浜としては豊洲に顧客が流れているという課題があるが、日本一の市場と物量で競うのは難しい。それぞれの役割をしっかりと理解するため、レポートにまとめました。

完全に観光地化された「豊洲市場」

市場調査

完全な「人工都市」

in 豊洲

No.2

2024.12.24

【制作】

法政国際高校 廣木和海

資料館のようになっていて、完全に外部の人に見せる為に作られた「市場」であった。多言語のガイドも用意され、市場は日本のみならず、世界中の水産業を広げる役割をもっていた。

日本の中核として果たす「役割」

「市場の博物館」

完全に観光地化された「豊洲市場」

横浜市場と比較した際最も顕著な相違点は、豊洲市場は完全に観光地化されていた点であった。加えて、圧倒的に都会的であり、一言で言えば街全体で一種の「人工都市」のようになっていた。最もそれが観光客を呼ぶのであるが、市場というものを「自然」に感じられるリアルな雰囲気を感じられるのは、「横浜市場」の方であった。横浜市場はこの点において、古くから自然発生的にできた「知る人ぞ知るの名所」といった印象であった。こういった雰囲気は、横浜市場の「強さ」になると思われる。

伝わる「こだわり」

また、隣接された飲食店に貼られた「手書きの張り紙は、店主の思いやこだわりが伝わってきて」、メニューが一般的な印刷物のお店よりも足を運んでみようと思つた。多額格が高くともせっかく来たならプロがただり抜いた物を食べたいと思わせてくれる。一方、「千客万来」は完全なる。近年人向けに作られたものといった印象で、「市場ならではの食」いう感じは正直なところなかった。

「編集後記

「私は、「市場に行く」と言われたうら、「横浜市場」を推奨するだらう。一方で、「観光に行く」と言わされたら、「豊洲市場」を勧めるだらう。「市場」をリアルに楽しみたいのなら、「横浜」へ、それ以外にも「観光」したくなれば「豊洲」へ。

「知る人ぞ知る名所」横浜中央市場



「ザ・市場」横浜



in 横浜

No.1

2424.12.23

【制作】

法政国際高校

廣木和海

「頭」の以外な需要

重要な役割を担う「温度管理」



「温度管理」の限界

市場調査

入った瞬間から、「魚の香り」が漂ってい
て昔ながらの松のイメージ通りの「市場」
といったところだ。横浜のあの都
会的イメージからば、良い意味で離れた古
き良き市場であり、それが一番の魅力であ
るようと思つた。少し離れば、周りは現
代の完全な都会的ビル街であり、その「コ
ントラスト」が良かった。最近、リアル
な職人の現場を見ることが、近く、貴重な機
会だった。

マグロの解体後、頭を買い取る業者がいる
そうだ。その理由は、詳しいことは把握し
ていない。そうだが、研究に使われるるそ
うだ。何やら、「薬品」の開発のための研
究を使われるるそうだ。インターにて、検
索してみたところ、確かにマグロの頭部に
関する記事が見られた。もしこの「マグロ
の頭部」に本当に何らかの「可能性」を秘
めているなら非常に興味深い事実である
と思う。

・編集後記

Googleマップを使いながら、横浜
駅から「徒歩」で向かったところ
【30分】も歩かず到着した。横
浜駅からのアクセスが良いことは立
きな利点であるよと想つ。この立
地をもっとアピールできれば良いと
思う。

🐟 フィールドワーク④ 市場の取引先である飲食店にヒアリング 🐟

横浜市中央卸売市場から仕入れをしている飲食店にヒアリング取材

■市場で魚を仕入れる理由

- ・魚を自分の目で見たい（ネット上では不安が残る）
- ・仲卸さんとの信頼関係（自分にあった魚をお知らせしてくれる）
- 自分が市場に行けなくなる時に備え、従業員と一緒に市場へいき、その従業員さんることを知ってもらう工夫もしている。
- ・地産地消にこだわりたい
- ・近い（市場まで往復10~20分くらい）
- ・鮮度を大切にしている
- ・横浜のお店であるため、横浜市場を使うのは当然



■市場に望むこと

- ・魚の管理を徹底してほしい（市場だけじゃなくて漁師さんも）
→温度や締め方などで良い魚も悪くなってしまうから
- ・一般開放日は、一般客を相手にするため、スーパーと市場の違いを出すべきではないか
- ・お魚の特色を知ってもらえば魅力ある市場になるのではないか
→お魚研究会があればいいかも？
- ・仲卸さんの生存方法は、量の確保かこだわりの2点。津本式というこだわりがある仲卸さんもいる→特化したものがあると強い
- ・スーパーとの違いを消費者に伝えるべき

ネットで買うのも便利だが
市場で仲卸とコミュニケーションしながら
『目利き』をして仕入れるからこそ
『信頼関係』が生まれる



アジア最大の飲食展示会「FOODEX JAPAN」にてPRサポート

—高校生による広報ツールの制作、現場PR—



初めてビックサイトを訪れるメンバーが多く、その規模の大きさに目を丸くしたり、緊張したりと高校生らしい一面も多く見れるフィールドワークとなりました。

この日をもって、3年生は本活動を卒業。大きな舞台で活動を終えることが出来て、晴れ晴れとした表情を見てくれました。



■ 参加してみて

- ・大人のビジネスの世界に入ったと感じました。責任感をもって取り組むという緊張感を持って活動できました。
- ・チラシやPOP作りも大切だが、商品そのものの見せ方を工夫したりと新たな課題を見つけました。
- ・実際に市場で働く人と一緒に仕事をできたのは良い経験になりました。



事前に取材を行い、出展仲卸業者6店舗の商品やサービスをPRするチラシやPOPを作成。来場者に店舗の魅力を説明しながら手渡しました。イベントの特性を考慮し、日本語だけでなく英語版のチラシも作成。高校生が英語で外国人来場者とコミュニケーションする場面も。

高校生による市場PRツールの作成

事前に市場に足を運び、取材した各店舗の強みや特徴から、PRツールを作成。
チラシ・POPは、高校生ならではのアイデアが盛り込まれた、手作りの温かみを感じる出来上がりに。
また各店舗が取り扱う品目が一目でわかるよう、ラミネート掲示を作成。



〈FOODEX JAPAN 2025 とは〉

日本とアジア、世界をつなぐ国際食品・飲料展として食に関わる皆様と共に働き、食の新たな価値を創造する展示会。アジア最大級の食品・飲料展示会である本イベントは、今年で開催50回を迎え、約90カ国・地域から8万人が来場し、“最新の食のトレンドに直接触れられる場”として注目されています。

横浜市中央卸市場ブース出展店舗の声

高校生と市場の中で働く仲卸店舗の皆さんとの初めての協業。
商談件数も23年度と比べ2~3倍に増え、新規顧客獲得に貢献しました。



- 高校生の声かけで、来場者がブースに興味を持ってくれることが多かったです。
積極的に声をかけてくれたので足をとめてくれる方が去年より増え、商談件数も増えました。
- 明るく声掛けをしてくれたおかげで、他のブースよりも活気が出ていて良かったです。
- みんなの呼び込みおかげでブースが盛り上がり、若い人がいてくれると場の空気が華やかになると感じました。
高校生の呼び込みやアンケートを通して来場者がブースに足を運んでくれるので「売り場の応援団」として活躍してくれました。
- 店舗の人間が来場者に声をかけやすくなる「きっかけ」のようなものを高校生が作ってくれました。
海外からの来場者も多かったので英語で対応してくれたのもありがとうございました。
- とにかく一生懸命になって我々のPRをしてくれました。ポップ、装飾も高校生ならではの良さがあってありがたかったです。
- みんなが率先して声かけをしてくれたおかげで、我々は自社や自社の商品のPRに専念することができました。

合計6校から総勢59名の学生が応募

- ・神奈川県立商工高校 / 商業科学生48名（授業プログラムとして参加）
- ・神奈川県立海洋科学高校 / 3名
- ・自習館中等教育学校 / 1名
- ・個人応募 / 1名（高校確認中）
- ・法政大学国際高校 / 5名（追加で新一年生参加の可能性あり）
- ・三浦学苑高校 / 1名

高校生の力で横浜の魚市場を盛り上げよう！25年度
メンバー募集

一般社団法人 海と食文化フォーラム

神奈川 (主たる活動場所が、横浜駅にある卸売市場内の仲卸店舗に…)

無料

地域活性化・まちづくり、その他

月2回からOK

長期歓迎

高校生たちが「魚離れ」の課題に横浜市場の仲卸店と協力して取り組む、「市場の学校」プロジェクト。(日本財団「海と日本プロジェクト」の一環です) 2025年度の参加メンバーを募集しています。

土日中心 学校/仕事終わりから参加 航海熱心 デザイン Web・アプリ制作

【高校生×市場】課題解決型プロジェクト 市場の学校 2025年度参加高校生 募集開始

2025年3月4日(火)より公募開始

海と日本プロジェクト 2025年3月4日 12時00分



一般社団法人 海と食文化フォーラムは、高校生と連携することにより地域経済や食文化の持続可能な発展に貢献することを目指し、「市場の学校プロジェクト」を始動します。この度、2025年度の参加高校生を2025年3月4日(火)より一般公募いたします。

本プロジェクトは、高校生が市場の課題解決や、市場のポテンシャルをさらに引き出すためにはどうすれば良いかを主体的に考え、具体的にアクションを起こすことで、地域の食文化の継承と新たなソーシャルインパクトの創出を目指します。

この取り組みは、次世代へ豊かで美しい海を引き継ぐために、海を介して人と人とがつながる“日本財団「海と日本プロジェクト」”の一環です。

