

## 2022年度 成果

### 量的成果（事業の拡がり）

- ① 全国で、55チームがエントリー。地域の水産加工業者らと連携し、10種類の缶詰を開発することができた。
- ② 学生らが地域の共創パートナーと一緒に海の課題を調査し、一体となって缶詰を開発。一部は全国販売へ。
- ③ テレビ・ラジオ・新聞・Webメディア等に取り上げられ【2億8110万円】以上（11/11時点）の広告換算値を獲得できた。

### 質的成果（次なる展開への芽）

- ① 高校生が地域の海を学び、コミュニティサイトを通じて発信することで、若者が地域の海を“自分ごと”としてとらえ、地域を巻き込んでいった
- ② 関係者から缶詰を地元PRに活かしたいとの要望があった。また国内大手流通から次年度のコラボ企画について相談があり、自走化の可能性がみえた。
- ③ 高校生が、地元の水産関係者からの海の深い学びや、また缶詰開発・製造においては、水産加工会社等66社との連携が実施できた。



地元の課題魚を調査しプレゼン  
全国から55チームがエントリー



10チームが地域の共創パートナーと連携し缶詰を開発



缶詰とプレゼンを審査するグランプリを開催  
高校生No.1 缶詰を決定

## メディア露出



10月10日  
テレビ東京・BSテレ東  
「ワールドビジネスサテライト」



10月14日  
TBS「THE TIME,」



10月18日  
BSよしもと「ワシんとか・ポスト」

## 2022年度の課題とこれからの展望

- ① 共創パートナーとの関係を強化し、缶詰開発体制を構築 対象となる高校生の拡大を図る
  - ② 全国流通店とのコラボ等による自走化への検討
  - ③ 缶詰の販売や展開に工夫を加え、さらなる話題を作る
- 上記の主要な課題をクリアしていくことで、各エリアの活性化につながり、産学連携の強化に結び付く。