

2023年度 成果

量的成果（事業の拡がり）

- ① エントリー募集の結果、昨年度を上回る**57チーム**のエントリーがあった。（そのうち、新規の高校が**19チーム**、普通科が**20チーム**）
- ② 高校生主導で地域のパートナーとして**81の団体・個人**と連携し海の課題を調査・研究、**10種の缶詰**を開発することができた。
- ③ テレビ・ラジオ・新聞等100以上のメディアに取り上げられ**5億7,000万円**以上（11/10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 10月「海のごちそうフェスティバル」で高校生が販売・PR体験を行った。テレビで知ったお客様がオープン前に並ぶなど計123個の缶詰を販売。
- ③ 水産関係の流通店や事業社から次年度のタイアップ（協賛）の相談が複数きた。自走化の道筋が見えた。



地元の課題魚“LOCAL FISH”を調査
全国から57チームがエントリー



10月 都内で決勝大会を開催



ごちそうフェスティバルで高校生が販売会を実施

エントリー・予選大会

全国から水産高校だけでなく、多くの普通科高校も参加。地域の海を学び、課題や思いをプレゼンテーションした。

決勝大会・交流会

全国から予選大会を勝ち抜いた9チームが、東京で行われた決勝大会でグランプリを争いました。最優秀賞は愛媛県の長浜高校。

販売体験・その後の展開

10月に行われた「ごちそうフェスティバル」で最優秀賞チームが缶詰のPRと販売会を実施。1日で123個の缶詰を販売することができた。

メディア露出



8/21,10/10「ひるおび」



10/16「朝日新聞（夕刊）」



11/8「ナニコレ珍百景」

その他：TV 117本 新聞14紙 掲載

2023年度の課題とこれからの展望

< 高校生が地域を巻き込み、地域活性化。決勝大会以降の盛り上げへ外部と協業 >

高校生が地域を巻き込みながら缶詰を開発する本グランプリは、今年度で3年目を迎えた。このコンテストは、メディアの注目を集めやすく、地域の活性化にも繋がっている。自走化に必要な決勝大会以降の展開を盛り上げるため、外部のプレイヤーと協業し、新たな活動や波及効果を生み出す取り組みを進めていきたい。