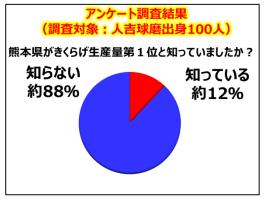
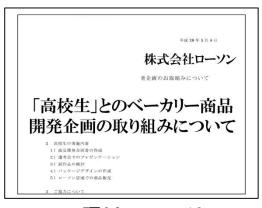
地域との協働 その④
・キクラゲを使った商品開発 (タイピーエン・ピロシキ)

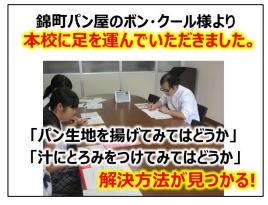
## 01. 地域との協働 その④



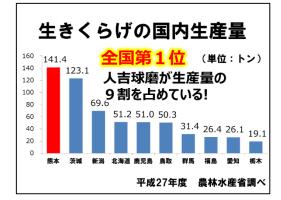
03. アンケートの結果。 きくらげの生産量第1位が熊本県という事は知られていない。



05. PRの一環として、ローソンのベーカリー商品開発コンテストに挑戦することに。



07. タイピーエンをパンの中に入れるために、 地元のパン屋さんに相談した。



02. 熊本県は生きくらげの生産量が全国第1位。その9割が人吉球磨で生産されている。



04. そこで人吉球磨産のきくらげを P R することを企画。



06. 熊本の郷土料理「タイピーエン」にはき くらげが使用されているので、タイピーエンと パンを組み合わせることにした。



08. その後、本校の調理室で試作品を作成した。

商品企画書	
商品名	製造教諭 チーム代表名(生徒)
タイピーエンピロシ	報告 周報先 大塔 屋月 大坂 0984-30-0552
3. 商品をどういった年齢量の方に言って言いたいか?	
10~30代ぐらいの年前	特徴はやはり、版本派の脚上料理であるタイピーエンをバン生 地で個んでいるところです。 タイピーエンの具材は、イカ、エビ、白馬、人参、権軍、きく らげと言うと本物にこだわりないところです。
	特に、きくらげは、人吉産のきくらげを使います。 野菜や海鮮を使用することで、きくらげのコリコリ感など様々 な食感を楽しめます。
この商品を機に広めることができればと考えました。たとえば、1個の商品	タイピーエンを包んだパン生地は、油で揚げることによって、 外側はカリっと、内側はフワッとした、食感になります。

09. 商品名をタイピーエンピロシキとして、商品企画書をローソンに提出した。



11. 地元のパン屋さんに試作品作成を依頼。



13. ローソンのパンの価格は平均150円。 原価計算をすると、中の具材は35円にしな ければいけない。



15. そして、地元業者の協力のもと、第1弾 の試作品が完成した。



10. その結果、1次審査を突破し、最終選考会(試食・プレゼン)に進出。



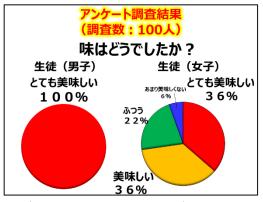
12. きくらげ生産者、パンの中の具(タイピー エン)の調理業者、パン屋さん等の協力を得 て、試作品を作成。



14. きくらげ生産者から協力をいただき、 具材の原価を27円にすることができた。



16. 試作品100個を本校で販売したところ、5分で完売した。



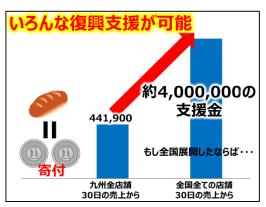
17. 試作品のアンケートの結果。少し油っぽいという意見があった。



19. そして改良を加えた第2弾の試作品を 作成していただき、最終選考に提出した。



21. 審査の結果、最優秀賞となり、ローソン での商品化が決定した。



23. パンの売上の一部を熊本地震の被災地へ寄付することにし、約44万円の寄付金になった。



18. 具材を炒める油をごま油に変え、きくらげを増量することにした。



20. 最終選考では、副知事やローソン様等に試食していただき、プレゼンをした。



22. パン工場からきくらげが 1 トン単位で 発注され、地元のきくらげ農家も驚いた。