

名物

今朝のニュースで、無料の自動販売機が全国に設置され始め、その数250機にのぼると紹介していました。“無料”という言葉に驚くのは私だけでしょうか。その自販機は、サンプル商品を提供しています。サンプル商品は、コスメ、日用品など多種多様なジャンルを設定しており、利用者はスマートフォンなどを利用して、アンケートに答えると無料で受け取ることができます。無人でのサンプル商品配布が可能となり、配布実績や購入者の属性データを活用することで、サンプル商品を購買に繋げるためのリマーケティングも可能ということですから、提供者と利用者が Win-Win の関係となるでしょう。渋谷あたりでは名物と化しています。

2年生の英語。教科書のタイトルは“What is local food?”



「宮城の名物を挙げて?」と授業者が問うと。「...」やっと「牛タン」と生徒が応えました。私は「笹かま」「ずんだ餅」など脳裏に浮かびましたが、「他には?海が近いから」のヒントに「牡蠣」と声を発しました。しかし、「正解はホヤ!!」と授業者の

はずんだ声で かき 消されてしまったのです。調べてみると、収穫量は全国1・2位を争っているようです。さらに“ホヤぼーや”なる王子がいるというのです。このネーミング、なんだか他人が付けたとは思えません。なぜ宮城なのか訊いたところ、「生徒に『清瀬のローカルフードは?』と尋ねても、答えが返ってこない、そこで出身地である宮城名物に切り替えて、授業の導入にしたんです。」清瀬にも清瀬が誇るキャラクター・ニンニンくんがいるではないですか。さらに、ニンジン、ゴボウは

名産です。名物と言えば、清瀬駅開業100周年を記念し製作した『共感でつながる、まちのお菓子 “きよせ棒” きんぴらごぼう味』は、今月号の more!KIYOSE (清瀬広報誌)に掲載されていたのに!普及のために、無料自販機を利用して、サンプルを配布し、マーケティングをするべきでしょうか。笹かまは100年以上、ずんだ餅は400年以上の歴史があります。マーケティングをして名物をつくる!などと一朝一夕にはいきません。名

物とは、長い時間をかけて共感でつながり認知されていくのでしょうか。きよせ棒はこれからです。

5月31日の運動会に向けて、練習が始まっています。校庭では、大縄跳びの練習が始まっています。清瀬中名物と言っても過言ではないでしょう。1年生は、飛べた回数が伸びずに苦戦。3年生は、より多く飛ぶために、縄だけを回す練習をしていました。また、縄の張り具合が1年生とは違います。回し手と飛び手を分けて練習するあたりは、考えているなと感心し、経験という時間を感じました。工夫し全力で練習を積み重ねるからこそ、本番では、好成績が出ようと出まいと、感慨 無量 の境地に立てるのです。

宮城名物も全力で創り出された産物です。きよせ棒も清瀬市と銚子電鉄がコラボして全力で開発しました。全力は共感を創り出すはずです。清瀬中も地域の皆様と共感でつながっていきます。

『共感でつながる』これは Priceless です。



ホヤぼーや



HP より

ホヤのアタマにホタテのベルト、サメの皮のマントを羽織り、手にはサンマの剣を持った気仙沼の海の王子



ニンニンくん®
HP より

