

仙台をゼリーの街に

2011.1.13

「ゼリーの街 仙台」推進協議会

ゼライス株式会社 今野政秋

なぜ、プロジェクトを立ち上げたか？

1.2008.7.31の河北新報に掲載(2007年調査)

・仙台人はゼリー好き(総務省家計調査)

1位仙台市、 2位札幌市、 3位盛岡市

・2007年－2009年の3年間の平均購入額も仙台が1位である。

2.この結果をゼラチン原料メーカーである当社が黙っているわけにはいかない。何とかして、仙台の街の活性化に努めたい。

なぜ、「仙台＝ゼリー」なのか？

- 仙台の気候・・・夏場の暑すぎない気候
平均気温 25°C～26°C
- 仙台の風土・・・お中元（ゼリーの詰め合わせ）
- 仙台の文化・・・菓子文化、茶道が盛ん
ゼリー等生菓子の消費多い
- 仙台の歴史・・・伊達家の正月料理「鮎ごり」



なるべくして購入量第1位になった！

プロジェクトの目的

- 仙台・宮城においてゼリーを食する文化を見直し、他の都市や県からの集客を増やすことを目的とする。
- ①「ゼリーの街仙台」を市民や企業に認知していただく。
- ②市民、企業、マスコミのゼリーに対する興味・関心を高め、消費意欲を喚起させる。
- ③ゼリーメニューコンテストを実施して、新しい仙台名物を開発する。

7/14 コンテスト



2011/1/13



2011/1/13



2011/1/13



2011/1/13

結果は・・・



- 優勝の「きらきら七夕ゼリー」は七夕期間に駅前とS-PAL地下にあるDUCCAで、販売。



- 準優勝の「ささにしきゼリー」は現在JA仙台の協力の下商品開発中。

- ①「ゼリーの街仙台」を市民や企業に認知していただく。
- ②市民、企業、マスコミのゼリーに対する興味・関心を高め、消費意欲を喚起させる。

- マスコミの活用⇒認知

民放のTV・ラジオ、新聞、雑誌に掲載

- 様々な業種から参加していただいた

(株)カーリーナ、(株)ガネッシュ、ゼライス(株)、仙台伊澤家勝山酒造(株)、(財)仙台観光コンベンション協会、仙台農業協同組合、(株)電通東日本、東北芸術工科大学、服部コーヒーフーズ(株)、(株)藤崎、(株)ホテル佐勘

- 仙台市の協力

奥山市長(応援団長)、仙台市ガス局

③ゼリーメニューコンテストを実施して、新しい仙台名物を開発する。

- メニューコンテストを実施
- 民放各局の女子アナと河北新報に審査を依頼
キックオフパーティとして実施したが、特定の参加者のみで約120名の参加。⇒成功
- アマチュアコンテストのため、販売価格を想定した作品がほとんどなかった。



新名物の開発までは至らなかった。

今後の課題

- プロ部門の導入
- デザート(菓子)部門の他に料理部門を導入
- 料理教室の協力
- 司厨士協会並びに洋菓子協会の協力
- マスコミの協力
- ゼリーマップの活用
- 美容と健康
- 資金の調達



「ゼリーの街＝仙台」への集客、新名物の開発