

ミツカン×日本女子大学「にっぽん食プロジェクト」4 年目突入 若者の調理離れを解決するレシピを今年も開発

～「若者たちの調理の入り口づくり」として、開発レシピのキャッチコピーをワークショップで考案～



ミツカングループ(愛知県半田市、以下ミツカン)は、日本女子大学(東京都文京区)と共同で研究を行っている共創プロジェクト「にっぽん食プロジェクト」(以下、本プロジェクト)において、2025 年 9 月 16 日(火)に、ミツカン東京ヘッドオフィスにて、「にっぽん食ワークショップ」を開催しました。

本プロジェクトは2022年度から開始し、今年で4年目を迎えます。今年度は、“若者たちの調理の入り口づくり”として、「日本に根付いている料理の、食材や調理方法を工夫し、若者に親しんでもらう」レシピを開発しています。ワークショップでは、調理離れが進む若者たちがその開発レシピに興味をもってもらうために最適なキャッチコピーを考案しました。当事者である学生ひとりひとりが“料理にハードルを感じる”や“料理をするようになったきっかけ”などの実体験を思い出しながらグループディスカッションを行いました。

■ワークショップの概要

- ・今回のワークショップは、日本女子大学食科学科飯田研究室の学生をはじめとして、本プロジェクト最大規模の 51 名(1 年生 39 名、3 年生 5 名、4 年生 4 名、大学院生 3 名)が参加しました。
- ・昨年度に実施したワークショップでは、幼少期における食事の手伝い頻度が高い人ほど、「共食(※1)」時のコミュニケーションを楽しんでいる人が多い傾向にあるという調査結果(2023 年 11 月実施)を元に、「記憶に残る幼少期の“ごはん時間”(※2)体験をつくる」ためのオリジナルコンテンツを考案しました。
- ・本年度は、「料理へのハードル」を感じている若者たちに、何を、どう伝えれば「料理をしてみよう」と思うか、学生の皆さんの実体験に基づく意見を共有しディスカッションしました。そして、本プロジェクトの学生が開発したレシピが、ターゲット層である若者により届くよう、最適なキャッチコピーを考えました。
- ・当日は、ミツカングループの歴史や概要の紹介、オフィスの内覧ツアーも実施し、普段公開していない試作用の調理室やミツカンの社員が働く様子を見学しました。

※1 「共食」・・・みんなで一緒に食卓を囲んで、共に食べること(農林水産省 HP 参照)

※2 「にっぽん食プロジェクト」では、“考える”“作る”“食べる”“片付ける”の一連の料理工程を、新たに“ごはん時間”と名付けました。料理と聞くと、作り手側はメニューを考える・作ることを想起し、普段、調理をしない人は食べることだけを想起しがちですが、考えることから食べることまでを含めて、ごはん時間と定義しました。

■当日の様子



ワークショップの様子①



ワークショップの様子②



オフィス内覧ツアーの様子①



オフィス内覧ツアーの様子②

■ワークショップで考案したキャッチコピーを元に、レシピ名決定！

今回のワークショップで考案した6つのレシピのキャッチコピーとそこに至るディスカッション内容を元に、本プロジェクトの学生2名（小川さん、新村さん）がレシピ名をブラッシュアップし、ミツカンのメニュー開発担当者からのアドバイスも参考に、最終的なレシピ名を決定しました。これらの6つのレシピは、ミツカン公式メニューとして、ミツカンのHP「うちレシピ」ページに掲載されています。<https://www.mizkan.co.jp/ouchirecipe/>

今後、これらの開発レシピを通して、生活者の方々に「にっぽん食」の考え方を具体的に、紹介・提案する場を設定し、リアルな感想や反応から気づきを得て、「にっぽん食プロジェクト」の活動に活かしてまいります。

■参加した学生の感想

- 特別な日などきっかけがなければ、なかなか料理をする機会のない若者にとって、どのような面が苦であって、どうしたら料理に意欲をもってもらえるか、ディスカッションしながら考えることができました。
- 「もし一人暮らしをしたら？」「実家暮らしでも料理をする時はいつ？」のように想像を膨らませたり、普段の食を思い返したりして、意見を出し合いました。自分にも家族にも思いやりを持った食、おいしいだけではなく簡単に満足感があって、作りたくなるような食について考えることができました。

開発レシピに対して、より若者が「作ってみたい！」と思うようなキャッチコピーを考案

【春】

<レンジで手軽に！ 鯖と春野菜のアクアパッツァ風包み蒸し>

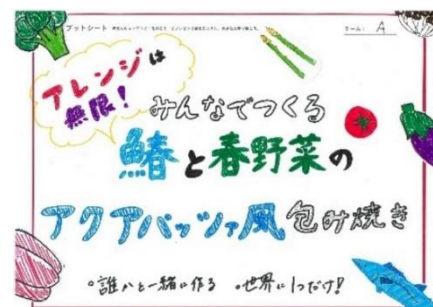
●レシピのポイント(開発担当学生:新村さん)

「フライパンを使わずに具材を切って包むだけの簡便さと、好きな食材でアレンジできることがポイントです。たこ焼きパーティーや手巻き寿司パーティーのように誰かと一緒に食べられるレシピを目指しました。」

●キャッチコピーを考案した「チーム A」のコメント

「食べやすい大きさに切った材料を包んでレンジで加熱するだけで調理ができるので、料理が苦手な人でも、小さな子どもでも、みんなで作れることが伝わるキャッチコピーを考えました。」

URL: https://www.mizkan.co.jp/ouchirecipe/recipe/?menu_id=23699



考案したキャッチコピー



【夏】

<ワンランク上の食卓へ すいかとみょうがのゼリー寄せ>

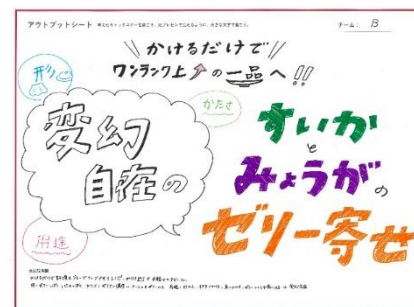
●レシピのポイント(開発担当学生:新村さん)

「すいかはそのまま食べる以外の調理法がほとんどないため、すいかを使ったレシピを考案することにしました。夏野菜であるみょうがを組み合わせるとまとまりをもたせるようにゼリーにしました。ゼリーとして食べるだけでなく、サラダやカルパッチョ、そうめんにかけるなど、様々な使い方ができます。」

●キャッチコピーを考案した「チーム B」のコメント

「かけるだけでいつもの料理に味の変化を、クッキー型で様々な形に型抜きすることで見た目にも変化をつけられることから、『変幻自在』という言葉を選びました。」

URL: https://www.mizkan.co.jp/ouchirecipe/recipe/?menu_id=23701



考案したキャッチコピー



【秋】

<誰でも簡単！ワンパンじゃがいもキッシュ>

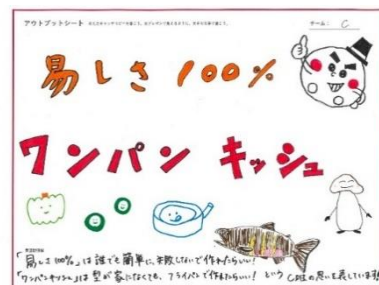
●レシピのポイント(開発担当学生:小川さん)

「本来のキッシュはオーブンを使用して、約1時間の調理時間を要する手間のかかる料理ですが、このレシピは、フライパンを使って簡単に作れます。具材には、秋の味覚である秋鮭、南瓜、しめじ、じゃがいも、調味料には味ぽん®を使用し、日本らしい素材の味を活かした味わいに仕上げました。」

●キャッチコピーを考案した「チーム C」のコメント

「忙しい人でも、キッシュ型がなくてもワンパン(フライパン1つ)で作れる、易しいキッシュであることが伝わるキャッチコピーを考えました。」

URL: https://www.mizkan.co.jp/ouchirecipe/recipe/?menu_id=23704



考案したキャッチコピー



【秋】

<秋の味覚で台湾気分♪ワンパン同時調理！和風ルーローグー飯>

●レシピのポイント(開発担当学生:新村さん)

「台湾料理は若者の間で人気であること、1人暮らしの友達に1人分の調理がしやすく比較的安価な豚肉をよく買うことを聞き、ルーローハンのアレンジレシピを考えました。お肉を柔らかくするプロテアーゼが含まれる舞茸と組み合わせたことと、五香粉の代わりに生姜や山椒を使用したことがこのレシピの特徴です。」

●キャッチコピーを考案した「チームD」のコメント

「特殊な調味料を使っていないので、思い立った時につくれることが魅力に感じました。紅葉がキレイな時期のピクニックにお弁当として持っていきたくなるようなキャッチコピーにしました。」

URL https://www.mizkan.co.jp/ouchirecipe/recipe/?menu_id=23702



考案したキャッチコピー



【秋】

<カンタン！油揚げで戻り鰹レアかつ風～生姜ヨーグルトソース添え～>

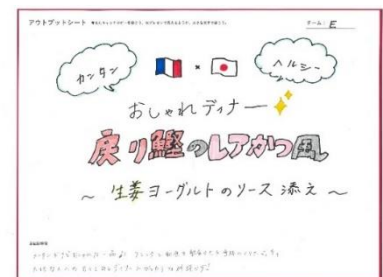
●レシピのポイント(開発担当学生:新村さん)

「手間がかかる揚げ物に近づけるべく、レアかつの見た目に似ている鰹のたたきを使用してレシピを開発しました。衣には、既に揚げられている油揚げを使用しています。」

●キャッチコピーを考案した「チームE」のコメント

「クリスマスやバレンタインに、お家でおしゃれディナーを楽しみたいときにつくってもらえるように、良く検索されているイメージのある『おしゃれディナー』という言葉キャッチコピーに使いました。」

URL: https://www.mizkan.co.jp/ouchirecipe/recipe/?menu_id=23703



考案したキャッチコピー



【冬】

<年越しそばでパッとタイ>

●レシピのポイント(開発担当学生:小川さん)

「日本では、年越しそばを食べる習慣があり、その時期に、そばを使用したアレンジレシピがあると、そばをおいしく消費でき、食品ロス削減にも繋がるのではないかと考えました。『米粉麺』は『そば』に、『ナンプラー』は『醤油、みりん、酢』といった日本に親しみのある食材や調味料に置き換えることで、どの家庭でも挑戦しやすいレシピに仕上げました。」

●キャッチコピーを考案した「チームF」のコメント

「特殊な調味料が無くても、パッとつくることが伝わるキャッチコピーにしました。タイ料理を家で作る人は少ないと思うので、このレシピをきっかけにして欲しいという思いを込めました。」

URL: https://www.mizkan.co.jp/ouchirecipe/recipe/?menu_id=23700



考案したキャッチコピー



■ミツカングループ

ミツカングループは、愛知県半田市で 1804 年に創業し、2024 年に 220 周年を迎えました。企業理念である 2 つの原点「買う身になって まごころこめて よい品を」「脚下照顧に基づく現状否認の実行」のもと、2024 年度の中期経営計画から、ミッションに「やがて、いのちが変わるもの。」、ビジョンに「未来ビジョン宣言 2024」、バリューに「ともに」を掲げています。

今後も、あらゆるステークホルダーの皆様とともに、100 年先も「やがて、いのちが変わるもの。」を育む、変革と挑戦の企業であり続けることができる取り組みを推進してまいります。

■日本女子大学

私立女子大学唯一の理学部を有し、文理融合の教育環境をもつ女子総合大学です。「私が動く、世界がひらく。」のタグラインのもと、自ら学び、自ら行動し、新しい価値を創造できる人材を育てています。2024 年度は「建築デザイン学部」、2025 年度は「食科学部」を開設しました。さらに 2026 年度に文学部 2 学科の名称変更を予定し、2027 年度には「経済学部(仮称)」、2028 年度には「人間科学部(仮称)」の開設(構想中)と、継続して大学改革を進めています。