

# 勝山・荒土小児童作付けコメ

## ブランド化ヒント探る

コメ作りから販売まで取り組んでいる勝山市荒土小で19日、県が開発した新品種「いちほまれ」について学ぼうと、県福井米戦略課職員を招いた特別授業が開かれた。児童はコメの命名方法や売り方などを次々質問。自分たちの取り組みの参考にしようとする真剣に聞いていた。(宮本幸直)

新ブランド米「いちほまれ」の命名や販売戦略などを児童に解説する堂越さん(右)＝19日、勝山市荒土小



### 命名や売り方 県職員に次々質問



同校では毎年コンヒカリを子どもたちが作付け収穫している。本年度からは新たに、収穫したコメに独自「ブランド名」を命名、販売するところまで取り組む計画。5月に学校そばの水田200平方メートルに児童が作付けしている。

この日は5年生児童19人が同課職員の堂越浩さん(45)から「いちほまれ」について学んだ。

事前に「いちほまれ」に関する新聞記事を読み込み、知りたいことをまとめてきた児童から「どのよつに名前を選んだのか」「作付面積は」「お客さんをどうやって呼び寄せるのか」など次々に

質問があった。堂越さんは公募した約10万通の中から候補を絞り込む流れや、最終的に「日本一おいしい、誉れ高きコメ」の思いを込め選んだと解説した。また販売に当たっては「どんな人に売りたいのかを考えることが非常に重要」とアドバイス。付加価値として児童が作ったことも「十分価値になる」と話した。

コメは9月中旬に収穫。授業などを基に児童は名称を決め、販売する。