

那須烏山市スイーツ詰め合わせによる 商品開発について

A Study on the Product Planning by Assorted Baked Confectionery
in Nasukarasuyama City

内 藤 英 二 (宇都宮共和大学 教授)

宇都宮共和大学シティライフ学部内藤マーケティング論ゼミでは、2017年より、栃木県立烏山高等学校1年「烏山学」研究チームとの共同研究として、那須烏山市内に道の駅『なすらすやま』の建設を想定して、研究活動を実施してきました。3年目となる2019年は、道の駅に利用客を誘引するための名物商品の開発を目指し、市内中心市街地に多数、存在する和洋菓子製造小売業に着目し、それらの小売業が製造販売している和洋焼き菓子の詰め合わせの試作品開発を実施しました。(本研究は2019年11月30日開催の大学コンサーシウム栃木主催「学生&企業研究発表会」において『未来賞』を受賞しました)

キーワード：那須烏山市，商品開発，道の駅

はじめに

「烏山学」は、栃木県立烏山高等学校が創立10周年を記念して開始した、地域課題解決型キャリア教育です。宇都宮共和大学では、長く、那須烏山市まちづくり研究会に所属している関係から、数十種ある「烏山学」講座の中の商業関連の講座の一つとして、「道の駅なすからすやまをプロデュースする」というテーマで、シティライフ学部マーケティング論ゼミ指導教員である内藤が、講師として参加してきました。

2017年には、「道の駅なすからすやま」の付属施設として、夏季限定の宿泊施設の建設を計画しました。これは世界遺産にも指定され、毎年7月に市内で開催される「山あげ祭」を目的に市内を訪れる外国人観光客を主要なターゲットとし、トレーラーハウスを客室として高い品質の各種のサービスを提供する「グランピング機能」を備えた宿泊施設という形態であり、この研究は2017年「学生&企業研究会」において『地域経済貢献賞』を受賞しました。

2018年は、「山あげ祭」鑑賞をより快適なものとし、さらに多くの観光客を市内に誘引するための道の駅の付属施設として、野外劇場を計画し、この研究は同年の「学生&企業研究発表会」

において『烏山信用金庫理事長賞』を受賞しました。

冒頭でも既述の通り、これからご紹介する2019年の研究も、同じ研究発表会で、『未来賞』を受賞しており、共同研究として同一の研究発表会での3年連続の受賞となりました。

以下に、2019年に実施された共同研究の概要を、簡単にご紹介します。内容については、別掲の「学生&企業研究発表会」予稿集と重複する部分もありますが、ゼミ生と高校の生徒さんたちが共同で実施したプレゼンテーション資料を基本として、内藤が補足説明を加えています。

1 食味テストの概要

1.1 5社共同による焼き菓子の詰め合わせというアイデアの誕生

共同研究は、シティライフ学部内藤マーケティング論ゼミ2年生及び3年生による那須烏山市で製造販売されている各種特産品の調査から始まりました。

市内特産品調査の目的は、道の駅「なすからすやま」の名物商品を開発し、その商品を買うために道の駅を訪れる観光客を多く獲得しようというものです。調査の結果、市内中心市街地には、JR烏山線烏山駅から徒歩圏内にインターネット上で確認しただけで、7軒の菓子製造小売業が存在することがわかりました。(後日、現地調査により、5軒の営業を確認しました。)これら7軒のほとんどは和菓子の製造販売をしており、これは、古くからの城下町であったことから、茶道で用いられる和菓子の需要が多かったことの名残ではないかと推測されました。

伝統的な菓子製造業が中心市街地に多く存在するという点に着目し、和洋菓子を活用して、他の道の駅にはない、ユニークな商品を開発しようということになりました。そして、まず、市内の和洋菓子製造小売業において、どのような種類の菓子が製造、販売されているのかを、試食を兼ねてテストすることになり、6月から7月にかけて、毎週、火曜日と水曜日のゼミの時間に、これらの和洋菓子の食味テスト、すなわち試食を実施しました。

実際に、市内、JR烏山線烏山駅から徒歩圏内で営業していることが確認できた5軒の和洋菓子製造小売業の店舗に、ほぼ、毎週、1軒ずつ訪れて、「今の季節にお勧めの焼き菓子を2種類」という注文をして、サンプルを購入しました。茶道のお点前で使用される生(なま)の和菓子製造の伝統を保ってきた業者の方たちですが、みなさん、創意工夫の末、数多くの焼き菓子も製造されており、道の駅で販売するためには、賞味期間が比較的長い焼き菓子が適当であると判断しました。

購入した10種類の焼き菓子、1個90円から130円程度の価格帯で販売されているもので、道の駅の土産物品、特産品として、単品で販売するよりは、詰め合わせて付加価値を付けて販売する方が有利であるとの意見が学生の中から出て、この意見は、それぞれの業者が自慢の商品を選んでそれをひとつの箱に入れて『詰め合わせ』として販売することで、商品に付加価値をつけることができないうか、というものに発展していきました。こうして、市内の菓子製造小売業5社による焼き菓子の詰め合わせという商品の開発のアウトラインが完成しました。

1.2 食味テストの実施

食味テストの目的は、それぞれの商品の味の優劣を判定するものではなく、それらを詰め合わせる際の基準として有効なデータを得ることにありました。

調査に際して活用したワークシートには、製造業者（アルファベットで表示）、商品名、価格、サンプルの購入日、賞味期限、テスト実施日、テスト参加者という基本的な調査項目に加えて、以下の3点を特に調査項目として追加しました。

①選好順位（Q1）：紙皿に置いた2種類の焼き菓子のどちらを先に試食したかの回答数を取り、テストに参加した学生の人数に占める回答の割合を%で示しました。詰め合わせを購入した消費者が直感的にどの商品を最初に手に取るかがわかれば、箱の中の一番、手の届きやすい位置にその商品を配置するなどの工夫ができるはずである、という意見を採用して、3つの設問の最初にこの項目を入れました。

②嗜好順位（Q2）：試食した2種類の商品について、美味しい（+2）、まあ、美味しい（+1）、どちらともいえない（0）、あまり、美味しくない（-1）、美味しくない（-2）の5段階で、美味しいか、美味しくないかの程度を回答します。算出された数値をテストに参加した学生の人数で除した平均値で表現しました。

③食味評価（Q3）：試食商品の美味しさの程度を5から1の段階で回答し、算出された数値をテスト参加学生の数で除して平均値で表示しました。

6,7月期に実施した食味テストの結果は表に示す通りですが、一連のテストを通じて、嗜好評価と食味評価の組み合わせにより、焼き菓子の詰め合わせの配列にある程度の順位をつけることができるかもしれないこと、また、季節によって、詰め合わせる商品を変える必要性のあること、などが確認されました。

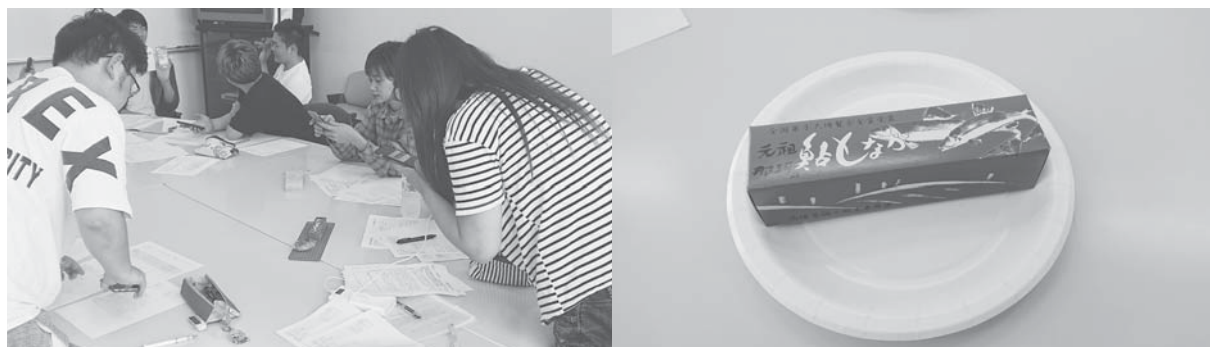
表-1 食味テスト比較表

No.	製造業者	商品名	価格	購入日	賞味期限	テスト実施日	テスト参加者	Q1. 選好順位 (%)	Q2. 嗜好評価	Q3. 食味評価
1	M堂商店	大形焼 (こしあん)	120	7月8日	7月11日	7月9日	19人	52.6	1.4	3.6
2		かりんと饅頭	90	7月8日	7月8日	7月9日	9人	44.4	0.3	2.8
3	E菓子店	からす物語	110	6月17日	6月23日	6月18日	10人	40.0	0.1	2.9
4		元祖鮎最中	110	6月17日	6月23日	6月18日	10人	50.0	0.2	2.7
5	御菓子司H	山あげ	110	9月10日	9月17日	9月10日	10人	50.0	1.8	4.2
6		鮎の香	110	9月10日	9月17日	9月10日	10人	50.0	1.2	3.7
7	S屋	どらバター	130	5月20日	5月27日	5月21日	5人	60.0	1.0	3.8
8		鮎最中	130	5月20日	5月27日	5月21日	5人	20.0	0.6	3.0
9	A洋菓子店	黒豆メイプル	130	9月10日	9月19日	9月10日	10人	50.0	0.8	3.5
10		レモンケーキ	130	9月10日	9月19日	9月10日	10人	40.0	1.2	3.5

Q1. 選好順位：特定のサンプルを最初に試食したとする回答数でテスト参加者人数を序して算出し、%で表示。

Q2. 嗜好順位：試食サンプルの美味しい、おいしくないの程度を5段階（+2～-1）で計算し、テスト参加者数で除して算出し、平均値で表示。

Q3. 食味順位：試食サンプルの美味しさの程度を5段階（5～1）で計算し、テスト参加者人数で除して算出し、平均値で表示。





1.3 鮎最中詰め合わせの発想の誕生

食味テストの過程で、ゼミ生たちが注目した商品に「鮎最中」があります。那須烏山市内を流れる那珂川の清流に遊ぶ鮎をモチーフにした最中は、調査対象となった5社のうち3社によって、同様同種の製品が製造販売されており、市の特産品のひとつとしても位置づけられています。各社が製造している鮎最中を一つの箱に詰め合わせて商品化すると面白いのではないかと、というアイデアが生まれて、試作品の候補のひとつとして採用されました。

2 試作品開発のためのフィールドワーク

2.1 県立烏山高校でのフィールドワーク

食味テストを通じて得られた試作品の構想を携えて、ゼミ生は10月31日（木）に、県立烏山高校において1年生から構成された「烏山学」研究チームと合流し、試作品の開発の作業を実施しました。参加者は、内藤ゼミから3年女子1名、2年生男子2名の計3名。高校生は1年生女子13名、男子2名の計15名で、18名が二つのグループに分かれて、以下のような作業をしました。



①焼き菓子の並べ方を考える。

B4判の方眼紙の上に試食品の焼き菓子を置いて、箱の中の焼き菓子の並べ方を考えます。

②包装容器の大きさを決める。

並べた試食品の周囲を青い線で囲み、使用する容器の大きさを決めます。試食品の隙間に赤い線を引いて内装材（間仕切り）の位置を決めます。内装材には、当初から那須烏山市の特産品である『烏山和紙』を活用することを決めていました。写真で実例を示せば次のようになります。



③詰め合わせて商品名を付ける。

三番目の作業として、焼き菓子の詰め合わせの商品名を考えます。市内に「道の駅なすからすやま」が建設されることを想定として販売する特産品であることから、市場標的となる消費者のタイプを念頭に商品名を考える作業となります。

具体的な商品名としては、高齢者・家族連れを市場標的として想定した「鮎とともに」、若いカップルを対象とする「Ayu:Love Story」、高齢者を対象とした「からす物語」、外国人観光客を対象とした「純」、子供やアニメファンを対象とした「ガンダム最中」(数種類の焼き菓子をアニメのキャラクターを模して配置した商品)など、ユニークなアイデアが生まれました。

数種類の鮎最中を一つの包装容器に詰め合わせる試作品では、和紙で鮎最中を包んでから配置するという方法が採用され、「せせらぎ」、「さざなみ」、「溪流」などの川と水を意識した商品名が付けられました。

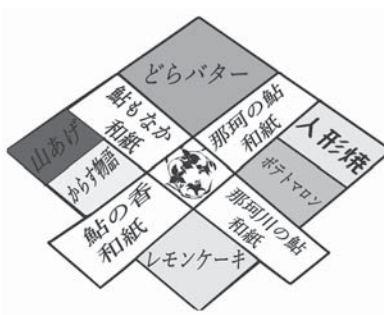
④包装容器のデザインを考える。

商品名を付けた試作品のアイデアには、そのイメージのふさわしい包装を施す必要があります。それぞれの試作品のアイデアを生かした包装用紙のデザインを、フィールドワークに参加した高校1年生の生徒さんたちに考えてもらいました。そしてそれらのアイデアは、ゼミ生が大学に持ちかえって、実際の試食品を並べたオリジナルの写真をもとに、商品の配列をコンピュータソフトで作画し、その包装用紙のデザインも同じくコンピュータソフトで制作するという作業を担当しました。

フィールドワークでのアイデアの写真



ゼミ生が図案化した詰め合わせのアイデア



包装用紙のデザイン



ゼミ生によるその他の図案化された詰め合わせのアイデアと包装用紙のデザイン



⑤味のしおり（説明文）を創る。

試作品を作成するのに先立ち、詰め合わせの箱の中には、製品と製造業者の情報をまとめて記載した説明文を入れることを計画していました。

仮に「味のしおり」と名付けたこの説明文については、15人の高校1年生の生徒さんたちに作成をフィールドワークの最後の課題として託しました。

「味のしおり」の基本的構成は、表面に焼き菓子に関する情報、裏面に製造業者と販売している店舗に関する情報を記載することがわかっていましたが、その他に、烏山学研究チームの高校1年生のメンバー15人には、説明文を入れることの役割や効果も併せて考えてもらうことにしました。

その結果、商品の情報としては、商品名と特徴、価格、原材料名、賞味期限、アレルギー物質、キャッチコピー、美味しい食べ方等の情報を、製造業者に関する情報としては、歴史や由来、店舗の住所、定休日、営業時間、電話番号（ファクシミリ）、Eメールアドレス、ホームページのURL等の情報を記載すべきであるというレポートが出来上がりました。

説明文の役割や効果については、道の駅で焼き菓子の詰め合わせを買った消費者が、特定の商品に興味を持ち、業者に個別にその商品を注文したり、直接、販売している店舗を訪れる際の情報が必要であるからという、「リピーター確保」という、当初、ゼミ生たちが想定していた考えに、生徒さんたちが議論の末にたどり着いてくれました。

2.2 学生&企業研究発表会でのプレゼンテーション

以上のようなフィールドワークの結果を持って、内藤ゼミナールと烏山学研究チームは、11月30日(土)に開催された、大学コンソーシアムとちぎ主催「学生&企業研究発表会」に参加しました。

当日は10月のフィールドワークでも作成した、鮎最中の詰め合わせである「せせらぎ」を再現した試作品をもってプレゼンテーションに臨み、その結果、企業冠賞のひとつである『未来賞』（株式会社 壮関提供）を受賞しました。冒頭にも述べたように、県立烏山高校1年烏山学研究チームとの共同研究による、「学生&企業研究発表会」での受賞は、これで3年連続となります。



学生&企業研究発表会でのプレゼンテーションの様子と鮎最中詰め合わせ試作品「せせらぎ」

2.3 県立烏山高等学校「烏山学発表会」

2020年1月16日(木)、県立烏山高校では、烏山学発表会が開催され、共同研究のパートナーである1年烏山学研究チームも「スイーツ詰め合わせ」についての最終的な発表を行いました。その中で、生徒さんたちは、地元の雇用を創出し、特産品の地産地消を促進し、地域経済を活性化するという「道の駅なすからすやまをプロデュースする」という研究テーマの本来の意義を再認識するとともに、自分たちが成人して社会人となった将来においても、那須烏山市内に住み、市内で働くことにより、故郷を豊かにしていくことができる、という明確な将来ビジョンを打ち出していました。内藤マーケティング論ゼミは、こうした自覚を持つに至った生徒さんたちと共同研究を続けてこられたことを非常に誇りとするところであります。

3 今後の検討課題—可能性への理解と協力の必要性

以上、簡単ではありますが、内藤マーケティング論ゼミと県立烏山高等学校1年烏山学研究チームによる1年間の共同研究の概要をご紹介します。

共同研究に参加したゼミ生のうち、今春、2020年4月から3年生となった学生の中には、試作品として構想した、鮎最中詰め合わせ「せせらぎ」を、実際に商品として販売に至るまで、研究を進めていきたいと希望しています。

一連の共同研究は、市内の菓子製造小売業の方たちには、具体的なお相談をすることなく進められた、言うなれば「ゲリラ的」な研究であり、長年の伝統の上に、ほとんど無休で和洋菓子の製造販売をしている業者の方たちの視点からすると、土足で人のビジネスに踏み込むことに近い行為であるかもしれません。

しかしながら、高校1年生や大学2年生という、若い世代の人たちが、自由で大胆な発想のもと、那須烏山市の今後の産業、経済の発展を夢見て作り上げた、これらの貴重なアイデアを、そのまま埋もれさせてしまうのは、大変、残念な気がします。

まちづくり提案や地域振興に関する学生によるプレゼンテーションに際して、講評をして下さる関係者の方たちの意見の中で多く散見され、非常に残念に思えるものとして、「予算措置ができない」、「現状からして、このアイデアの実現は不可能である」という議論から講評が始まるという状況があります。特にこうした意見が行政に近い方たちから寄せられた場合、学生たちは自分たちの意見は行政の円滑な活動を妨げる可能性があるかもしれないと感じ、委縮してしまい、議論がそれ以上進まない場合が多いように感じます。

今回の研究は、伝統的な城下町で長い歴史を持つ菓子製造小売業の皆さんに、自社の独自性を若干、犠牲にして、共同での商品開発を提案するものです。若い、アマチュアの提案に対して、辛辣な意見が多く寄せられることが、容易に想像されます。これらの意見を乗り越えて、詰め合わせのアイデアを進められるようになれば、ゼミ生の成長には欠くことのできない、課題解決能力の開発・育成に大きな効果が期待できます。

そのためには、那須烏山市民、市内関係各位の皆様、学生たちが提示するアイデアの可能性に対する理解と協力が必須の要素となると思います。