

Project  19	地域協働専攻 地域政策グループ  <b>森町の特産品をかंगाえて、つくって、販売する！プロジェクト ～北海道教育大学函館校 × Gスクエア × 商舎～</b>
メンバー	[学 生] 五十嵐 涼 / 一ノ瀬 太希 / 加藤 謡 / 佐藤 琉紳 / 高橋 昂大 / 南 優希 / 村上 長太郎 / 渡邊 りか [担当教員] 齋藤 征人
<b>【背景】</b>	
森町への訪問から米余り&離れが問題となっていることがわかった。農家は在庫を抱えるリスクや、食べるのには問題ないものの品質に少し問題のあるお米は安い値段で卸してしまうという現状もあり、儲けに繋がらない。安いお米を少しでも高く売る方法はないか検討し、「スイーツ」という形で消費してもらおうと考えた。	
<b>【目的】</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 企画構成、事前調査、実践的マーケティング手法などを学びながら商品づくりの能力を養い、学生らが同じ道南地域である「森町」をさらに元気にすると同時に、森町の地域商社「株式会社商舎」、函館コミュニティプラザ「Gスクエア」といった多方面にコミュニティを広げるために活動を行う。</li> <li>2. 森町の地域課題解決のための、地域特性を生かした商品づくりを、実際に現地を視察し、地域についての情報を集めることで、地域活性化の実現手法や地域とのコミュニケーションスキルを学びながら行う。</li> <li>3. 新商品開発～販売により、大学および森町の知名度向上、新商品販売による地域活性化に資する。</li> </ol>	
<b>【概要】</b>	
参加学生は主体的なプロジェクトメンバーとして株式会社商舎が販売を予定している地域特産物を使用した新商品の【立案～プロデュース～販売】を行う。	
森町に直接入り込み、地域特性、歴史、文化、産品など商品開発に必要な情報を収集し、商品づくりを行うことで、地域活性化の実現手法、地域とのコミュニケーションスキル、企画力、工程管理、実践的マーケティング手法、販売実演などの能力を獲得する。	
<b>【プロセスと成果】</b>	
<p>前期はお米を使ったスイーツとして、シェイクを開発することが決まった。5月に森町の基本的な情報について調べ、SNSを開設。6月に実際に森町を訪問し、山本農園様を視察。マーケティングの観点からスイーツ案の作成、Gスクエアでの公開授業。7月には「つむぎ米シェイク」を作ることに、そのフレーバーを決定した。</p>	
<p>後期はシェイクの試作を繰り返し、プレ販売会を経て本番の販売会を行った。10月にシエスタ函館にて「お米のシェイク」のプレ販売会を行った。これにあたって、チラシ作りや商品名、キャッチフレーズを決定。11月にロゴを決定し、前回の意見を参考に改善して本番の販売会を実施した。12月に自分たちの考える「今後のお米のシェイク」についてのプレゼンを行った。1月にはGスクエアにて「お米のシェイクの最終形 個人の最終発表」を行い、各々の考えるお米のシェイクの展望について共有した。</p>	<p>【シェイクの原料となるお米を作っている山本農園様を視察している様子】</p>
<b>【総括と反省・今後の課題】</b>	
<p>前期は、主にスイーツを何にするかについて会議やプレゼンを行い、決定するまでを行った。この一連の流れのうちで企画構成、事前調査、マーケティング手法、プレゼン力や社会人に求められている力を得られた。しかし、前期の反省点として挙げられるのは、主体性、積極性に欠ける部分があったことである。消費者は何を求めているのかをさらに考えなければならず、もっと地域住民や消費者と関わり合って、多くの人と情報を交換しながら商品を作りあげることが課題となった。</p>	
<p>後期は、主に商品を試作しオペレーションを確立したり、販売会を通してどのようにしたら売れるのかという実践的なマーケティング力を伸ばすなどした。その後、各販売会の振り返りやこの一年を通じた個人のまとめをGスクエアで発表し、全体としてのまとめを学内にて成果発表した。後期の反省として挙げられるのは、オペレーションの確立がうまくいかず、毎回作られるものにバラツキがあった。また、注文されてからのタイムラグがあること、人員配置の見直し、専用機械導入の検討、事業として成立するのか、一層の経費削減や更に販売</p>	

数を増やすことなども課題となった。

結果として、プレ販売会では1週間で68個、計23,800円の売り上げが得られた。また、本番の販売会では1週間で115個、計40,250円の売り上げが得られた。合計64,050円の売り上げのうち25,484円を、純利益として北海道教育大学函館校に寄付することとした。

こうした活動を通して、本プロジェクトの目的としていた、地域活性化の実現手法や地域とのコミュニケーションスキルを学ぶことや、企画構成、事前調査、実践的マーケティング手法などを学びながら商品づくりの能力を養っていくこと、地域活性化に資することができた。地域プロジェクトの趣旨である「地域で活躍する上で必要な実践的課題解決能力を養う」ことを、まさに表しているような活動ができていたように感じた。利益が出ていることを根拠に、地域課題解決の1つの手法を学ぶことができ、その利益を学校に寄付することによって、地域、学生、大学の三者が共に得をするというモデルを構築できたことは、本プロジェクトの大きな意義であると考えられる。

今後の課題としては、どのようにしてさらなる利益を生み出せるか、販売する時期、場所、価格、原材料、オペレーションはどのようにするか、そして今回販売したのはプレーン味のみであったが、トッピングやフレーバーによってどのように付加価値をつけるかなどが考えられる。



【どのようなスイーツを製作するか話し合っている様子】

**【地域からの評価】**

本プログラムでは地域のダメなところも、できない・難しい点もある程度は共有でき、やりたいけどできない！という弊社の弱さも学生さんと共有できました。プロジェクトチームとしてお米のシェイクを開発し、販売をするところまでたどり着けたことで、提案で終わるスタイルとは違う「地域づくりって難しい」「事業を動かすって難しい」という気づきを得たのではないかと思います。

(株式会社商舎 副社長 水山淳史 様)

- 本気で学生と企業が取り組んでいるというのが素晴らしいと思いました。
- いわゆる授業で地域に入るという形を飛び越えていこうとする姿が素敵だと思いました。
- 授業としてというよりは、自分たちで新商品を作るといふ当事者意識を感じられた発表でした！これからの展開が楽しみです！！
- 熱意が伝わってきて良かった。たしかに大学との連携は提案だけしてあとは丸投げというパターンが多いので、しっかり販売やその後の流通、改善まで考えて活動できているのは地域にとっても学生にとってもプラスになると感じた。

など(10月22日実施「プレ販売会」にて)

- 高齢者や育児的ケア児への飲み物としてぜひ活用してもらいたいと思いました。
- 期待を超えるおいしさだったので、期間限定なのももったいないですね。森町の新たな名物になることを期待しています！

など(11月19日実施「販売会」にて)

**【年間スケジュール】**

前期	4月	顔合わせ 事前説明
	5月	ゴール・ミッションの確認 森町についての事前学習
	6月	森町訪問 商品開発
	7月	森町訪問 商品開発 学内中間発表
	8月	学外中間発表
後期	10月	後期の方向性の確認 発売会準備 プレ販売会及びその反省
	11月	本番販売会
	12月	本番販売会の反省
	1月	学外成果発表 学内成果発表

**【謝辞】**

本プロジェクトにご協力くださった、Gスクエア・岡本啓吾様、株式会社商舎・水山淳史様、山本農園様に感謝申し上げます。有難うございました。

