

多摩地域をブランド化する商品開発に関する研究

Research on Product Development to Branding the Tama Region

共同研究メンバー

○内藤旭恵*、小西英行*（○代表、執筆者）

キーワード：多摩地域、ブランド化、商品開発、宇宙食、しいたけ、アルファ米

Keywords：Tama Area, Branding, Product Development, Space Food, Shiitake Mushrooms, Alpha Rice

1. 研究背景

近年、大学の役割は変化し、「地域×大学」、「企業×大学」など連携することによって学生を教育していこうとする動きへと進んでいる。また、地域や企業の願いとしては、大学生の知識や発想力によって、地域課題や企業課題を解決してもらいたいといったニーズも生まれ始めている。そのような中、本学においても、社会から要請される形で産学連携や産学官民連携などに積極的に取り組んでいる。

一方で、多摩地域に目を向けた時には、都下や東京 23 区以外の部分などといった漠然とした認識をしている人が多く、多摩地域における地域のニーズとしては、多摩地域が知られていないといったことや、三多摩地区を一体的に捉えている人が多く、23 区との市境である武蔵野市や三鷹市調布市と、県境の奥多摩町などが一色単に語られてしまうため、地域の魅力を発信しきれていないという大きな課題が存在する。

2. 研究目的

多摩地域の魅力を内外に発信しきれていないといった地域課題があり、こうした課題を解決するために、本研究では、「多摩地域をブランド化する商品開発」することを提案する。地域の魅力を発信するためには、様々なメディアを用いて発信する方法があり、コロナ禍の現在においては、インターネットや SNS を利用した情報発信が最も効果的ではあるが、本研究では、コロナ禍によって「おうち時間」の増加があり、家でゆっくり過ごすことができるからこそ、自宅で上等なものを食べるといった考え方が普及してきているため、その点に着目して研究を進めることとした。コロナ禍以降、地産地消やお取り寄せなどの需要は増加し、居酒屋での飲み会が減少した半面、自宅で夕食を食べる機会が増え、地の物を食べることやお取り寄せで産地の物を食べる機会が増えてきた。そこで、本研究では、多摩地域を内外に PR するために、地産地消や地産他消を目的とし、多摩地域の食材を用いて、加工食品の開発を実施することと

* 多摩大学経営情報学部 School of Management and Information Sciences, Tama University

した。以下に、その方法を示す。

3. 研究方法

単年度の計画であったため、当初は、商品開発を行い、量産まで実施してマルシェ等で販売することも計画していたが、様々な難局もあり、試作品の完成をもってプロジェクトを一旦終了させることとした。まず、JAマインズをコラボレーションし、多摩地域をPRするための加工食品の開発を目標に、自由テーマで学生から意見を出させる形でプロジェクトをスタートさせた。しかしながら、意見が発散し、数百万円かければ開発はできるが、数万円程度ではとても試作品すら完成させられないような内容が多かったため、途中で宇宙食や非常食などのテーマと、コラボレーションしていただいた河内農園において栽培しているシイタケを用いることとテーマ設定を実施した。そして、最終的には、アルファ米を用いた「シイタケ茶漬け」を開発することとなった。その実際の開発について以下に示す。

4. 実証的研究

本研究は、次の流れで実施した。月ごとの作業の流れは、4月：学生募集、5月：共同研究開始、6月：JAマインズと打合せ、7月：商品化する食材の選定、8月：JAマインズ管内現地フィールド調査、9月：商品化する食材の選定、10月：商品化する食材の選定11月商品開発開始・試作品作り、12月試作品作り、1月試作品作り、2月試作品作り、3月試作品完成・完納である。

① 商品開発ミーティング



図 1. 商品開発ミーティング



図 2. 商品開発ミーティング

② フィールド調査

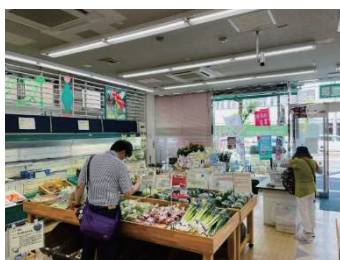


図 3. JAマインズショップ



図 4. 川嶋果汁園



図 5. 河内農園



図 6. 河内農園ビニールハウス



図 7. 河内農園パイナップル



図 8. 伊藤農園



図 9. 伊藤農園



図 10. 伊藤農園

③ 商品開発試作作業

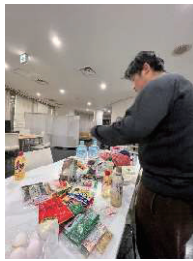


図 11. 試作作業



図 12. 試作作業



図 13. 試作品第一号



図 14. 試作作業



図 15. 試作作業



図 16. 試作品第二号



図 17. 試作品第二号

④ 試作完成

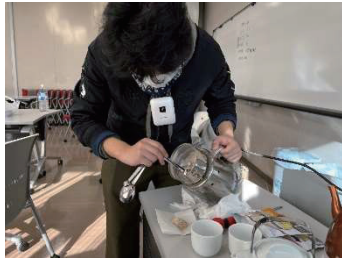


図 18. 試作作業

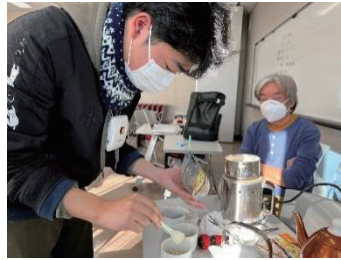


図 19. 試作作業



図 20. 試作作業



図 21. シイタケの粉末



図 22. 試作完成品

⑤ 試食



図 23. 試食風景

5. 考察と今後の課題

本研究を通して明らかになったことは、加工食品の商品開発時、一般販売を計画するには、食品加工業者とコラボレーションしなければ成功させることはできないということである。地産地消や地産他消を目標としても、食品衛生法が大きく立ちはだかり、食物衛生学科などを有していない大学においては、学内において市販品の開発や量産などを実施することができないため、大きなハードルとなった。また、法律の関係で市販できないことを知ると、学生のモチベーションも大幅に下がり、その後の開発が停滞するなど、順調に進まなくなることもあり、学生に商品開発をさせる上では、あまり作業時間、作業量を増やし過ぎないということも重要である。また、今回のように、プロジェクトのゴールを直前で手前にずらすといったことも起こりうる。今後、地域をPRしブランド化する商品開発を行うためには、協力して下さる企業を探すことと、より興味を持つ学生を人選することが成功への大きな鍵となる。

【参考文献】

[1] JA マインズ「JA マインズ公式サイト」(<https://www.ja-minds.or.jp/>) (2022年9月14日閲覧)

[2] 尾西食品株式会社「アルファ米」(<https://www.onisifoods.co.jp/products/list.html>) (2022年9月14日閲覧)