

「石巻復興の商品開発」 ～とろけるクッキー(黒蜜きなこ)ができあがるまで～



東日本大震災からの復興を担う専門人材育成支援事業 商品開発力育成プログラム

宮城県石巻商業高等学校
課題研究「商品開発グループ」

協力
有限会社 益野製菓(アルパジョン)

100年の歴史と受け継がれる心
石商は未来を担う職業人を育てます

100 years of history, and the heart inherited
from Sekisho brings up the workers who
bear the future.



1. 石巻商業 「商品開発のねらい」



校是 独立自尊

- 開発した商品で石巻を元気にする
- 多くの人とふれあい意見をもらう
- 高校生だからこそできる“商品”を作る
- 開発した商品で石巻を知ってもらう



2. 協力会社（有） 益野製菓（アルパジョン）



サンタのいるケーキ屋さん

- 社長が石巻商業高校のOB
- 2月に石巻総本店を新たに開店（県内7店舗）
- メガソーラーを使用した環境に優しい製品開発
- 地元産を使用したお菓子づくり



3. 代表取締役 益野 英昭さん



- ミッション

「アルパジヨンの定番商品から新たな味を開発しよう」

- ① 高校生だからこそ思いつくアイデアを大事にすること。
- ② 自己満足で終わらず多くの人と意見交換すること。
- ③ 石巻でお客さんが欲しがるとような商品を作り出すこと。



4. 「アルパジョンから新たな味を開発しよう」①



- (1) どのような商品開発を行うか？
- (2) どのような客層をねらうのか？
- (3) 味はどのようなものがよいか？
- (4) 試作品の試食をして味の改善を行う
- (5) どのように商品を知ってもらうのか？



4. 「アルパジョンから新たな味を開発しよう」②



(1) どのような商品開発を行うか？

クマの手シューラスク・とろけるクッキー・こぐまのでべそ
バームクーヘン・アップルポテト など

生菓子ではなく焼菓子にする

※遠方への発送も考えると日持ちする物が良い。

→ **クマの手シューラスク・とろけるクッキー**



アップルポテト



とろけるクッキー



シューラスク

5. 「アルパジョン製品から新たな味を開発しよう」③



(2) どのような客層をねらうのか？

すべての年代を対象とする

→ 多くの人に商品を通じて石巻を知ってもらいたいから

(3) 味はどのようなものがよいか？

1つの味だけではなく複数の味をミックスしてみる

→ シナモン、黒糖、きなこ、ミルク、イチゴ、キャラメルなど

例) イチゴミルク、黒糖きなこ、ミルクキャラメル

4. 「アルパジョンから新たな味を開発しよう」④



(4) 試作品の試食をして話し合いを行う

クマの手シューラスク (ミルクキャラメル味・黒糖味)

→ イメージしていた味と違う、食感が微妙

ラスクに黒糖は合わない

など



とろけるクッキー (ミルクキャラメル味・黒糖味)

→ 黒糖味はおいしい、多くの世代に愛させる

きなこを足したらもっと良くなる

など

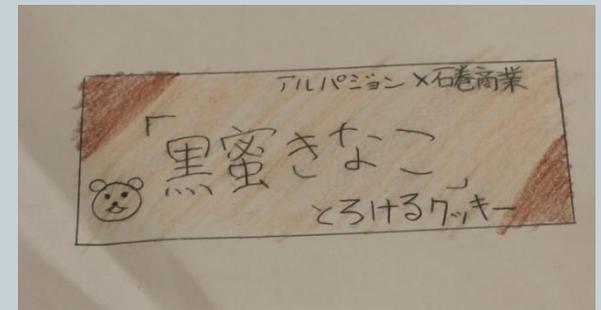


4. 「アルパジョンから新たな味を開発しよう」⑤



(5) どのように商品を知ってもらうか？

- ネーミングを考える
 - 漢字やひらがな、カタカナの使い分けによって印象が変わる
- 自分たちでパッケージを考える。
 - どのようなパッケージがお客様の興味を引くのか？
- 2月の石巻総本店開店でコラボ商品を配る。
 - コラボ商品を試食していただき、アンケートを取る。



5. 工場見学①



1月28日 工場見学実施

- 商品の製造現場を見る。ことで商品に愛着が湧く。
- 働いている方の姿を見る。
- 商品が完成するまでの過程を知る。



商品に**愛着**が湧く



よりいい商品づくりができる



5. 工場見学②



益野社長の思い

単に商品の開発だけするのではダメ！



原料から商品の製造過程を知る



商品の袋詰めからパッケージの作成する



“自分たちの手” で商品開発にあたってもらいたい。

6. 石巻総本店で開店作業



商品を試食していただき感想をもらう

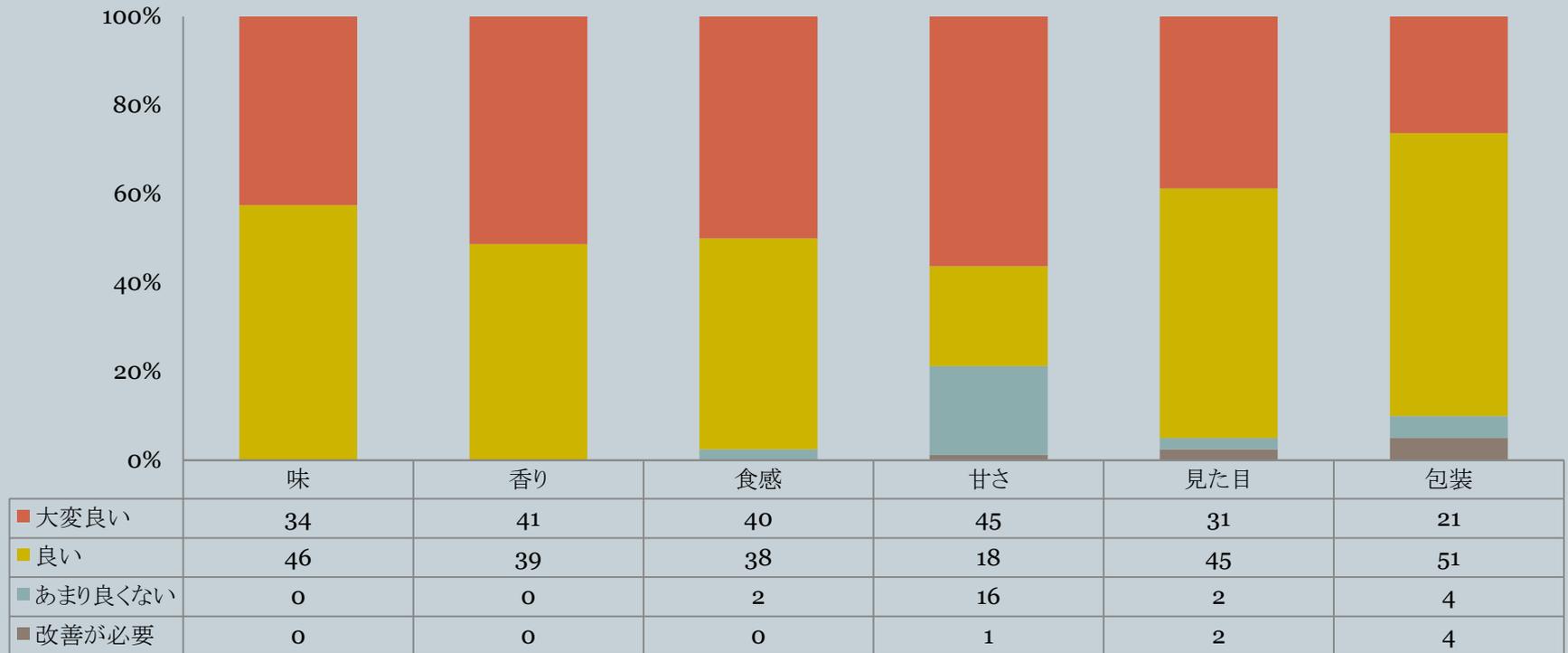
- 新店オープンの企画として参加
- 実際の仕事を行いながら試食品を配り、その場で試食
→ アンケートに回答してもらう



7. アンケート結果①



アンケート集計結果表



年代	10~20	30~40	50~60
人数	8	30	42
割合	10%	38%	53%

7. アンケート結果②



良い点

- 1) 甘さが控えめなので年齢の高い層には人気だった。
- 2) 味や香りは高評価をいただいた。

改善点

- 1) 甘さが控えめなので年齢の低い層には物足りない。
- 2) 見た目や包装を、もう少し改善する必要がある。

→ 開店イベントでの試食によって、お客様の意見を
直接聞くことでさらなる改善を見つける事ができた。

8. 商品完成



石巻商業 × アルパジョン コラボ商品 とろけるクッキー（黒蜜きなこ味）

- ① 高校生だからこそ思いつくアイデアを大事にすること。
→ クッキーに黒蜜きなこ味という発想
- ② 自己満足で終わらず多くの人と意見交換すること。
→ 試作品の試食を繰り返し行い改善を図った。
- ③ 石巻でお客様が欲しがるとような商品を作り出すこと。
→ アンケートの回答から各世代から愛される味になっている



協力していただいた益野社長 ありがとうございます。