

平成23年 4月 5日

香川大学大学院 地域マネジメント研究科の学生が考案した商品の (株)サークルKサンクスでの販売について

香川大学大学院 地域マネジメント研究科の学生が、地域活性化に貢献するおにぎりセットを四国地区および広島県島嶼部の(株)サークルKサンクスにおいて4月14日～5月12日までの4週間の期間限定で販売いたします。

香川大学大学院 地域マネジメント研究科の学生が、当研究科で開講されております授業において開発した、地域活性化に貢献するおにぎりセットを四国地区および広島県島嶼部の(株)サークルKサンクスにおいて4月14日～5月12日までの4週間の期間限定で下記の通り販売いたします。

記

① 販売期間

4月14日～5月12日

② 販売場所

四国地区および広島県島嶼部のサークルKサンクス

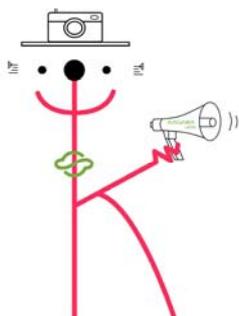
③ 開発者メンバー

香川大学大学院 地域マネジメント研究科 2年 坂本幸司、河村卓哉、水尾峻輔、李暁シン
指導教員：香川大学大学院 地域マネジメント研究科 教授 西山良明

④ 発売に至った経緯

提案は、経済産業省および香川経済同友会からの後援を受けて、当研究科で開講されております「実践型インターンシップ」の活動において行われました。本講義で、学生は、香川県の実在企業から、その企業の抱える課題の提示を受け、その課題解決に向けて、企業の方々とともに考え、最終的にその課題解決案を企業トップに提案することを目的としました。

今回、協力企業で、焼き豚の製造・販売を手掛ける(有)パイプラインの地域活性化という企業理念を受けて、地域活性化に貢献する新商品の開発に目的を絞りました。当社では、最大の納入先企業が(株)サークルKサンクスでありましたので、サークルKサンクス向けの商品開発を行い、今回の発売に至ったものです。



➤ お問い合わせ先

香川大学 地域マネジメント研究科 共同研究室 長尾 敦史
TEL：087-832-1882 FAX：087-832-1882
(香川大学地域マネジメント研究科 河村卓哉 080-****-****)
E-mail：nagao@gsm.kagawa-u.ac.jp

“食を通したまちづくり”を応援します！ 香川大学の学生が提案する『讃岐三昧』

4月14日（木）から四国地区のサークルKとサンクスで販売

株式会社サークルKサンクス（本部：東京都中央区、代表取締役社長：中村 元彦）は、香川大学大学院地域マネジメント研究科学生（坂本幸司・河村卓哉・水尾峻輔・李暁シン）と焼き豚P（有限会社パイプライン 代表取締役：安藤健介）が監修した、『讃岐三昧』（260円・税込）を、4月14日（木）から4週間の期間限定で四国地区4県のサークルKとサンクス367店（2011年1月末現在、広島県の島嶼部含む）で販売します。本商品は、焼き豚Pと香川大学大学院地域マネジメント研究科の学生が『地域活性化につながる地元食材を使用した商品提案』というテーマで商品企画を実施しました。讃岐コーチン、香川県産米・マルキン醤油等、地元食材を使用した商品です。

直接自分達で関わる事により、地域をより一層活性化したいと考え、実際にお客様から頂いたアンケートに基づきメニューを開発、質・量共に満足頂ける商品が完成しました。サークルKサンクスでは、地域に根ざした商品開発や地域振興への貢献などを目的に、これまでも地産地消運動の推進や、産官学連携を行ってきました。今回は四国四県で販売する事で香川県食材の魅力を幅広いお客様にアピール致します。

■商品概要

『讃岐三昧』 260円（税込）



『しっぽくうどん風おにぎり』

しっぽくうどんをイメージしたおにぎりです。マルキン醤油を使用したダシご飯に、刻んだニンジン・大根・油揚げ等を入れました。

『オムライス風おにぎり』

讃岐コーチンを使用したチキンライスをタマゴシートで包んだオムライス風のおにぎりです。

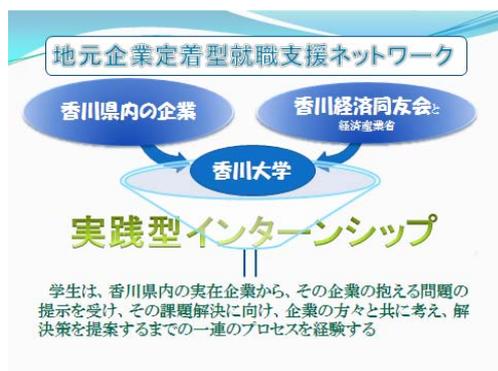
『坦々風おにぎり』

坦々麺のスープを焼き豚Pの焼き豚に併せおにぎりの具材にしました。

【本件に関するお問い合わせ先】

- 株式会社サークルKサンクス 広報IR秘書室 広報 TEL：03-6220-9004
- 有限会社パイプライン TEL：087-876-3354
- 香川大学大学院地域マネジメント研究科 TEL：087-832-1955

実践型インターンシップとは



左図のように、香川大学では香川経済同友会様と連携し、優秀な学生を地元に着させるために「地元企業定着型 就職支援ネットワーク」という仕組みを構築しております。この事業では「やる気ある若者と、魅力ある中小企業」との「地元での就職ネットワーク構築」を目標としています。この連携による目標達成のための取り組みの一つに「実践型インターンシップ」があります。学生は地元中小企業でのインターンシップを通して「一連の仕事の流れ」を体験することになります。

学生にとっては、実在企業の仕事の進め方を経験できること、企画力・提案力の向上や マナー、時間管理、チームワークなどの人間関係形成力の向上に結びつくことが挙げられます。一方、企業にとっては、若い感性からの問題提起と課題解決の方向性の提案などが得られること、また大学との連携強化につながるなどが挙げられます。本授業において、学生は実在企業から課題提示を受け、その課題解決に向けて企業の方々と共に考え、最終的にはその課題解決のあり方について企業側トップに提案していくまでの一連のプロセスを経験することができます。

実践型インターンシップの目的

学生側

実際の企業における実務を通じて、企画力・提案力、人間関係形成力(マナー、時間管理、チームワークなど)の向上を図る

企業側

若い感性からの問題提起と課題解決の方向性などの提案が得られる

7月 (有)パイプラインの状況の把握を行い、課題の提示を受ける。

実施対象企業

有限会社/パイプラインの概要と課題

- (有)パイプラインは、香川県中部の建築会社
- 公共工事の発注減による経営危機を打開するため、焼き豚を中心とした食品製造・販売に新規参入
- 当社の食品事業の方針は、地元食材を使用して、地域活性化に貢献する
- 今回の学生の課題は、「食品事業の方針を踏まえた新たな商品開発」である

今回この「実践型インターンシップ」の実施対象企業として香川経済同友会の中から、有限会社パイプライン様の協力を得ることになりました。パイプライン様は香川県中部で建築業に従事しておりましたが、公共事業の発注減による経営危機を打開するため、焼き豚を中心とした食品の製造・販売に新規参入をした地元ベンチャー企業であります。パイプライン様では「地元食材の消費促進によって地域活性化へ貢献すること」を事業方針に掲げております。今回学生に与えられた課題は、「食品事業の方針を踏まえた新たな商品の開発」であります。

9月 サークル K サンクスの店頭でアンケートを実施



アンケートの作成、実施により、顧客目線を意識した商品の開発に、近づく努力を行う。アンケートの質問内容から顧客ニーズを引出し、プロダクトアウトからではなく、マーケットインの発想による商品開発を目指しました。

2010.10~2011.03 商品提案に向け、準備の始めから提案まで

The process is shown through a series of images with callout boxes:

- 事前調査** (Pre-survey): A kitchen scale with a bowl of rice.
- 商品試作** (Product prototyping): A student cooking rice with other ingredients in a pan.
- 第1回商品提案** (1st product proposal): A student presenting to a group.
- 第2回商品提案** (2nd product proposal): A group of students discussing documents.
- 第4回商品提案** (4th product proposal): A student presenting to a group.

米、具材を分け重量を測定し、平均的比率を調べたうえで、試作品を自力で調理した。初回提案から、回を重ねること7回。製造工程や、味の問題、具の大きさなど、細部にわたる打ち合わせをくりかえした。

同友会の発表（準備から発表まで）

The presentation process is shown through a series of images with callout boxes:

- 話し合い** (Discussion): Two students talking.
- プレスト風景** (Pre-stage scene): Students in a library setting.
- 最後の同友会発表** (Final presentation): Students at a podium during a presentation.

発売決定商品の特徴

販売地域が四国であることを受け、当初香川にこだわらないで様々な提案を行った結果、地元香川の大学生として、香川にもっとこだわりをもった商品提案を求められました。そこで、香川県の地産地消に貢献が期待できる食材を調べ、香川県を主な軸に商品を考えました。調理案は、様々な味で楽しんでいただきたいと考えていたところ、セットの豪華な味付けとして象徴的な味付けはないかと思案した結果、和洋中のおむすびセットを考案しました。

和風 しっぽく風おむすび

- **アピールポイント:**
 - 讃岐を代表する郷土料理・しっぽくうどんをおむすびにした
 - 甘みのある和風の懐かしい味にして、香川の郷土料理をコンビニ商品として四国全域で楽しんでもらう



コンセプトに沿った材料：
香川県産の米、醤油、のり

地域マネジメント研究所 27

和風のおむすびは、香川県産の米・醤油・のりを使用したしっぽく風おむすびです。

あっさりとした和風の味付けは、讃岐を代表する郷土料理・しっぽくうどんをおむすびにしました。甘みのある和風の懐かしい味に仕上げ、香川の郷土料理をコンビニ商品として四国全域で楽しんでもらおうという思いがございます。

洋風 オムライスおむすび

- **アピールポイント:**
 - 日本人にとって代表的な洋食であるオムライスをおむすびにした
 - 香川県が消費拡大に力を入れる讃岐コーチンを使用することで1次産業の活性化と地産地消に貢献できる



コンセプトに沿った材料：
香川県産の米、讃岐コーチン

地域マネジメント研究所 28

洋風のおむすびは、香川県産の讃岐コーチン・米を使用したオムライスおむすびです。

日本人にとって代表的な洋食であるオムライスをおむすびにした商品です。香川県が消費拡大に力を入れる讃岐コーチンを使用することで1次産業の活性化と地産地消に貢献できます。

中華風 坦々風おむすび

- **アピールポイント:**
 - 日本人にとって中華料理の代表格の一つである坦々麺をおむすびにした。消費者に受け入れられやすく、わかりやすい味が採用ポイントである
 - 3つのアイテムの中で辛みという変化のある味を表現し、食べる人に飽きさせない構成にした



コンセプトに沿った材料：
焼き豚P(パイプライン)、香川県産の米、のり

地域マネジメント研究所 29

中華風のおむすびは、焼き豚Pと香川県産の米・のりを使用した坦々風おむすびです。

日本人にとって中華料理の代表格の一つである坦々麺をおむすびにしました。お客様に受け入れられやすく、わかりやすい味になっております。3つのアイテムの中で辛みという変化のある味を表現し、食べる人にとって飽きの来ない構成にしました。

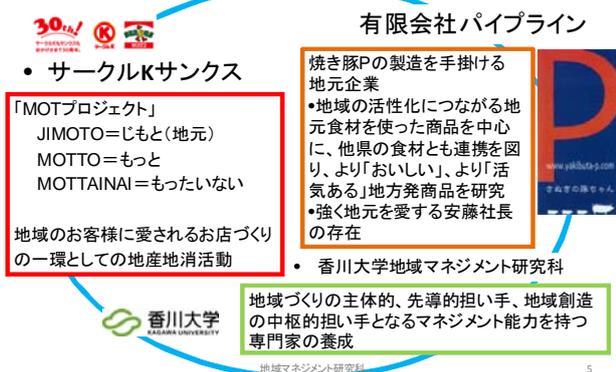
「讃岐三昧」 地元食材の商品化

四国の食材を使用した新しいおにぎりの開発というテーマを用いて、地元のおいしい食材を使い、地元の皆さんの笑顔をいただける商品を提案しました。（おむすびの食材は、米から、メインの食材まで全部香川県産の食材を使用する。）焼き豚や讃岐コーチンなどの高級食材を使うだけではなく、さらに3個セットで、和洋中、おいしいことを追求した商品です。すべて香川県産品であるので、地域マネジメント研究科の学生として、地域活性化に微力ながら貢献したい。

「讃岐の幸 おでかけセット」をサークルKサンクスに商品化の提案→四国および広島県島嶼一部で販売→四国および広島県島嶼一部で売上上位を目ざす→食材の安定供給確保、顧客創造の課題をクリア→讃岐コーチンを含む地元食材を定番メニューに→一次産業から六次産業に
本商品の波及効果について この商品をきっかけに実力を伴った地域活性化モデルを目指す！

「讃岐三昧」による地域活性化

サークルKサンクスとパイプラインとの連携



実践型インターンシップを通して成長したこと (行動力)

- ㈱パイプライン社長へのインタビューで、会社の方向性・理念を掴むことにより、基本的なビジネスの仕組みを理解した
- アンケート調査の際、実施場所の手続きで連絡のミスがあり、トラブルになった。ここで事前に書面や電話で確認を行わなければならないという教訓を得た。そして急なトラブルに対応する力が身に付いた
- 市場動向などのデータを自らの力で調べ整理することで、情報を伝える力が向上した

実践型インターンシップを通して成長したこと (企画力)

- アンケートの設問事項について、記入する際の精神的負担に注意し、言葉や質問方法を納得のいくまで検討し、考える方を向上させた
- 商品を手に取って購入したくなるようなストーリーの組み立てや、相手が納得するような話の流れを構築する力が成長した
- 提案した商品案がなかなか通らず、先方から厳しい指摘とともに突き返されたが、現実と向き合って粘り強く考え抜く力が身に付いた

実践型インターンシップを通して成長したこと (人間関係形成力)

- メンバーが揃って協議できるような時間を調整する過程でスケジュール管理のスキルが向上した
- メールや電話など、顔の見えない相手へ失礼のないように細心の注意を払って連絡を取ることを繰り返す中で基本的なビジネスマナーを習得した
- 相手に正確に伝え、相手の発言に耳を傾けることの重要性を理解し、共有のイメージを作り上げていく習慣が身に付いた
- 商品提案までの過程において、行き詰ることもあったが、仲間と協力しあって前向きに考える力が身についた

実践型インターンシップを通して成長したこと (大学院で学んだ専門知識)

- 必要に応じて、文献を参考に調査の方法や項目について調べ、よりよいアンケートの作成できるように計画・準備することで、統計の理解が深まった
- 商品開発の流れにおいて顧客目線を意識し続けることの難しさを理解した
- 意思決定の過程や縦・横・相といった組織行動の基本的な重要性を認識した

これまでに学んだ事と感想

地域マネジメントの学生の我々は、入学してからもっと地域活性化の重要性を感じています。地域が活発化するからこそ、我々は住民として、ここでの暮らしが最適であると感じられると思います。学生としては、大きなことはできませんが、微力ながら、県産品をもっとたくさんの方々が召しがっていただいて、香川県県産品の良さをもっと知っていただきたいです。

今回「讃岐の幸 おでかけセット」を作る機会を持ちまして、多くの人たちの協力を得て、絆を深めることができ、地域の絆の輪も広がりました。安藤社長をはじめ、たくさんの方々から協力の大切さを教えてくれて、本当に感謝しています。

私たちは、これからも地元で活動し、頑張っていきたいです。