

門川高校 × 門川町

# お土産開発プロジェクト年次報告会



宮崎県立門川高等学校

総合学科 食品加工系列

## 1. 研究の動機

人口1万7千人、日向灘の恩恵をたっぷりと受けた「さかなの町」門川町、温暖多照な気候を生かしたトマトやかんきつ類の農産物など多くの魅力が詰まった私たち自慢の町です。そして、私たちの所属する門川高校総合学科食品加工系列では食品に関する知識だけでなく総合実習を通して、「農産加工」「製菓」「製パン」「肉加工」などの技術を学んでいます。学校では特産品を使用した加工品はヘベスジャムしかなく、私たちの力で地元のPRに繋がられる新たな商品開発に取り組むことにしました。

## 2. これまでの研究

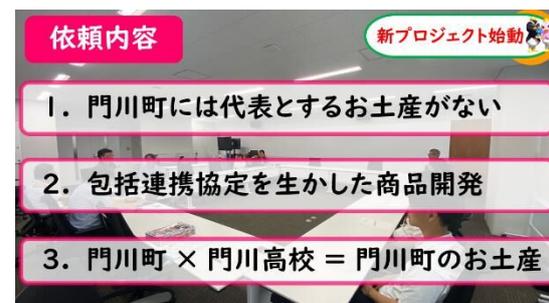
令和6年度から地元門川町には地域を代表するお菓子がなかったことから、特産品を使用したお菓子開発、「門高お菓子プロジェクト」を進めてきました。

素材には、認知度の高さと独特の香気・酸味を持つことからお菓子にも採用できるのではないかと考え「ヘベス」を採用しました。その結果「ヘベスキャラメルパウンドケーキ」「ヘベスソルティークッキー」「米粉ヘベスパウンドケーキ」の3作品を商品化に向けて研究をしてきました。



## 3. 新プロジェクト始動

「門高お菓子プロジェクト」の活動を続けていたところ、門川町から門川高校と一緒に土産開発ができないかと依頼が来ました。その内容は門川町においても地元を代表する土産（お菓子）がないことを課題としており、門川町役場と門川高校で締結された包括連携協定を生かして高校生の知恵とアイデアで門川町を忘れない土産の開発を進めるものでした。



### 【門川町合同新商品開発会議】

門川高校と門川町に加え、プロジェクト活動のアドバイザーとして「合同会社 SA・Te くらしお」久壽米木社長、技術指導者としてパティシエの「森のカフェann」安東さんをお迎えしてお土産開発のコンセプトについて会議をしました。



### 【お土産開発のコンセプト】

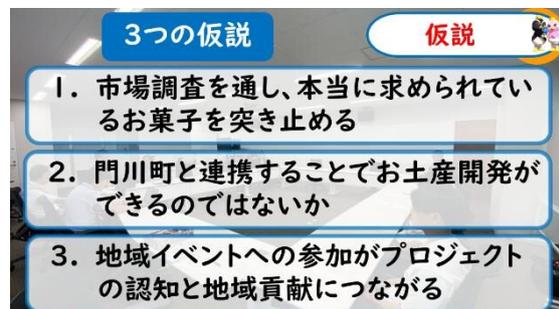
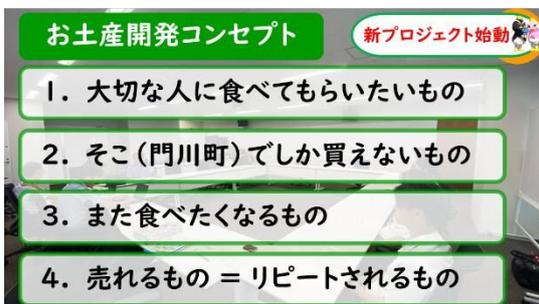
1. 大切な人に食べてもらいたいもの
2. そこ（門川町）でしか買えないもの
3. また食べたくなるもの
4. 売れるもの＝リピートされるもの

以上の4つを軸に開発を進めることにしました。

### 4. 仮説

今年度は次の3つの仮説を設定しました。

1. アンケート調査や市場調査を通して求められているお菓子が何なのかを突き止める。
2. 門川町と連携することで地元を忘れないお土産開発ができるのではないか。
3. 地域イベントへの参加が、プロジェクトの認知と地域貢献につながるのではないか。



## 5. 実施計画

実施計画は次の通りで、9月、第5回宮崎ダイハツウェルカムスイーツコンテストの開催と新商品開発会議を行います。10月にはコンテストの審査結果が届き、入選者は表彰式に招待されます。11月では門川町いきいきまちフェスティバルと新宿 KONNE 館 門川町フェアに参加します。ここではアンケート調査を行うことにしました。そして、市場調査には福岡お土産視察およびパッケージ研究、そして2月の門川町主催お土産開発の試食会を目標に活動を開始しました。



## 6. 研究経過

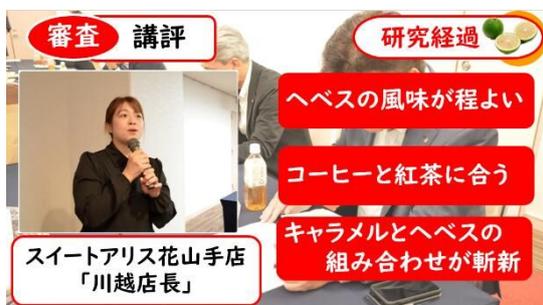
### 【コンテスト出品】

パティシエからの評価を得るために、第5回宮崎ダイハツウェルカムスイーツコンテストに「ヘブスキャラメルパウンドケーキ」「ヘブスソルティークッキー」「米粉ヘブスパウンドケーキ」の3作品を応募しました。結果は「ヘブスキャラメルパウンドケーキ」が93作品中の8作品に入選し、表彰式に参加してきました。この作品は1月24日、25日の宮崎ダイハツに来店したお客様にウェルカムスイーツとして提供され、私たちの手掛けたお菓子を食べてもらう貴重な機会となりました。



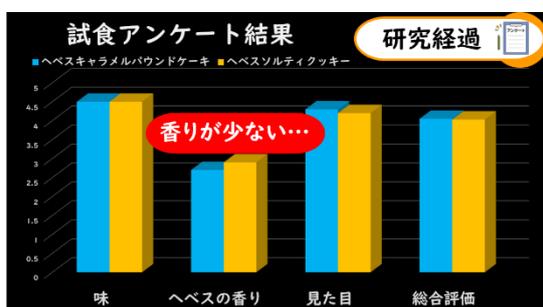
### 【審査講評】

実際に作品の製造を手掛けてくださった「スイートアリスの川越店長」よりヘベスの風味が程よく香り、コーヒーや紅茶に合う。ヘベスとキャラメルの斬新な組み合わせに惹かれたと講評をいただきパティシエからの評価も得ることができました。



### 【試食アンケートの実施】

門川町のイベント「いきいきまちフェスティバル」にてQRコードを用いた試食アンケートを実施しました。受賞した「パウンドケーキ」と官能評価が高かった「クッキー」の2種類を対象に計280個を配布しました。その結果「味や見た目」は高評価でしたが、「ヘベスの香り」があまり残らない明確な課題が見つかりました。また、地域の方々からたくさんの応援メッセージをいただき、商品開発の励みとなりました。



## 【新宿みやざき KONNE 館およびアンケート調査】

東京で開催された「新宿みやざき KONNE 館」の門川町フェアに参加してきました。ここでは呼び込みや商品の見せ方など販売の実践を学ばせていただきました。最初は知らない方への声掛けに戸惑いましたが、門川町フェアの宣伝で多くのお客様が足を運んでくれました。私たちの活動が門川町の魅力発信につながったのではないかと肌で感じる事ができました。合わせて県外の方にお土産に関する調査も行うため、アンケートを作成しました。実際に門川町フェアで商品を購入した人を対象にアンケートを取り、その結果、お土産購入で重視されるポイントの第1位は「味」で、試食が購入の決め手になることが分かりました。次いで「値段」です。個数や容量を重視する意見もこの中に含まれています。そして「パッケージデザイン」が重視されます。実際に手に取りたくなるデザインの重要性をデータとして得ることができました。



## 【東京羽田空港、新宿伊勢丹視察】

全国のお土産が集う羽田空港、日本最大の百貨店新宿「伊勢丹」にも足を運び、市場調査を行いました。羽田空港ではバターサンドやスイートポテトといったトレンドを取り入れた商品が多く「羽田限定」という文字に購買欲をそそるものがありました。どのショーケースにも商品のストーリーが込められており、思わず足を止めてしまうものばかりでした。新宿伊勢丹では価格帯の高さだけでなく個装した味の種類が選べるなど店舗で取り扱う商品の数が多く「アソート」(詰め合わせ)があることが見て取れました。また、この東京視察では全国レベルのお土産商品を学ぶことができました。



## 【門川町合同お土産視察】

プロジェクトアドバイザーの久壽米木社長より、新商品開発に向けたお土産視察には北熊本サービスエリア、福岡博多駅、天神、福岡空港が良いと助言をいただき門川町協力のもと視察研修を組んでいただきました。研修にはワークシートを利用し、お土産の分類と特徴を記載することで今後の商品開発の参考にすることにしました。



ここでの主な気づきは3点ありました。

1点目は「地域連携の可能性」です。北熊本SAでは、「地域連携の可能性」を知ることができました。地元の養蜂園とコラボした発売直後の「はちみつタルト」を試食しました。これは地域資源を生かした商品開発のレベルの高さを実感し、私たちの目指すべきモデルだと感じました。



2点目は博多駅での「売り場の工夫」です。吊り下げ案内による見やすさや、積極的な試食販売が行われており、お客様に「商品を体験させる」ことの重要性を学びました。

3点目は「接客スタイル」です。親しみやすい会話で売るお店と、丁寧な所作で高級感を出すお店の違いを目の当たりにし、商品のコンセプトに合わせた接客の大切さを学びました。



## 【お土産研究会】

視察で購入したお土産品については、持ち帰って研究会を行いました。ここでは味だけでなく、お客様が最初に目にする「パッケージ」を研究しました。開封のしやすさ、内装の工夫、材質などを確認しました。

全員が「おいしい」と言う商品もあれば、好みが分かれるものもあり、「忘れられないお土産」を作る難しさを改めて実感しました。



## 7. 研究成果および考察

一連の研究活動を通して、当初の仮説について考察を行いました。

まず、「求められているお菓子」についてです。調査から、お土産には「味」に加え、手に取りたくなる「パッケージ」、そして土地らしさを感じる「ストーリー性」が不可欠だと分かりました。

次に、「地元を忘れないお土産開発」についてです。地域の方々や企業と連携することで、その土地の記憶を強く残す商品が生まれると確信しました。

最後に、「地域貢献活動へのつながり」についてです。販売活動を通して地域の方々から多くの声をいただき、お土産開発のプロセスそのものが、地域の話作りや活性化に貢献していると実感しました。

研究成果および考察

研究成果および考察

1. お土産には「味」手に取りたくなる「パッケージ」土地らしさを感じる「ストーリー性」
2. 地域の方々や企業と連携することで土地の記憶を強く残す商品が生まれる
3. お土産開発のプロセスそのものが、地域の話作りや活性化に貢献している

## 8. 今後の展望

これらの結果を踏まえ、今回の試食会に向けて準備を進めてきました。具体的には、特産品の「へべす」を活用したお菓子に加え、今年度、新たに「フィナンシェ」や「シュトーレン」などを、プロジェクトアドバイザーの助言をいただきながらの試作中です。また、視察の学びを活かし、「思わず手に取りたくなるパッケージ」のデザインも考えていかなければなりません。パッケージの記録を閉じたパンフレットも現在作成中です。単なるお菓子ではなく、手にした人が門川町の風景を思い浮かべるような商品を目指します。



## ブランドネーム会議

このプロジェクトを進めていく中でブランドネームを立ち上げたほうが良いとアドバイスをいただきました。門川らしさや高校生ブランドを前に出すキャッチフレーズの意見が挙がり現在「てげ門」や「シーモンキー」「門福」などに加えサブタイトルに「門高生が作る門川の一口」などの候補が挙がっています。決めるにはもう少しかかりますが門川町のお土産にふさわしいブランドを立ち上げたいと思います。



## 9.おわりに

「門高お菓子プロジェクト」から始まった私たちの挑戦は、町や企業を巻き込んだ大きなプロジェクトへと進化しました。門川町協力の元、市場調査や視察を通して、売れるお土産には「地域への愛」と「お客様への細やかな配慮」が詰まっていることを学びました。

私たちはこの活動を通し、門川町の魅力を再発見しました。今後はそれを形にし、高校生らしい柔軟な発想と行動力で、地元門川町を忘れないお土産を完成させたいと思います。



## お土産開発試作品の試食会

今回の試食会には7品準備させていただきました。

簡単に出品作品の説明をいたします。レシピ集をご参照ください。

1品目は宮崎ダイハツでも評価をいただいたヘベスキャラメルパウンドケーキです。キャラメルとヘベスの斬新な組み合わせをお楽しみください。

2品目は門川の潮風クッキーです。本校のヘベスジャムを混ぜて作っています。冷凍した生地を焼き上げて作っていますのでサクツとした食感と味に注目してみてください。

3品目は視察研修の中でもお菓子のトレンドにあったフィナンシェを作ってみました。口いっぱいに広がるバターの香りを皆さんに味わってほしいなと思います。

4品目は「乙島の冬ごもり」です。シュトーレンはドイツの伝統的な菓子パンのひとつでクリスマスまでに少しずつ食べるという習慣があります。テーマがお土産ということで時間がたつにつれておいしくなるところに魅力を感じた作品です。ぜひご賞味ください。

5品目は「門川のひとくち」「フィナンシェのココア味」です。チョコチップを加えたことでよりおいしさを追求しました。ほっと一息できるひとくちをご堪能下さい。

6品目の「碎月」にはキャラメルサンドクッキーをイメージして作りました。中に挟んだキャラメルソースは大人にターゲットを置いて、ほろ苦く仕上げています。ナッツの風味と一緒に楽しみください。

7品目は門川町特産品の中にみかんがあったことから、パウンドケーキに入れてみることにしました。また、ヨーグルトと混ぜて入れることで一味違ったパウンドケーキを食べてみてください。

私たちは門川町の支援もあり、この大きなプロジェクトに取り組むことができました。この研究はどれも私たちにとって貴重な経験と学びにつながりました。今後は技術指導や企業との連携を強めることでさらなるお土産開発の飛躍を目指したいと思います。今日は私たちのおもてなしをお楽しみください。

以上で発表を終わります。