

# 「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



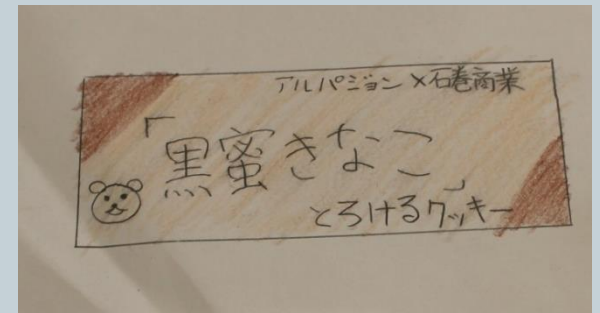


## 4. 「アルパジョンから新たな味を開発しよう」⑤



(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

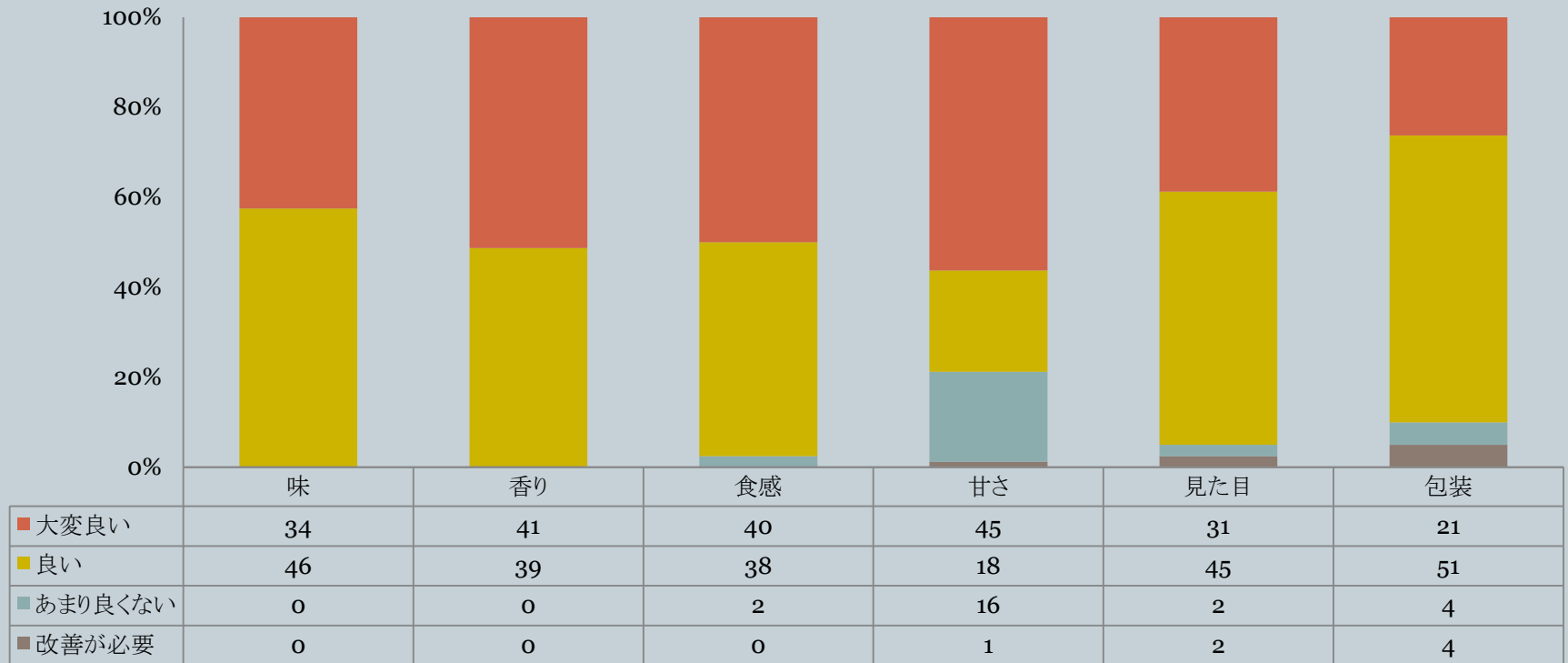
- 新店オープンの企画として参加
- 実際の仕事を行いながら試食品を配り、その場で試食  
→ アンケートに回答してもらう



# 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らる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。