

白山市農林水産物ブランド等の知名度向上 ～『白山菊酒クッキー』の商品化を通して～

指導教員 金城大学 短期大学部 准教授 越野裕美子

参加学生 田村有梨奈・東美沙・水岡唯・米田萌々子・上根夢

1. 活動の成果要約

昨年度は一昨年度開発した「酒クッキー」を改良し、成分分析を行って栄養価の高さをセールスポイントとし『白山菊酒クッキー』と名付けて開発研究を進めてきた。白山市の「酒米の栽培も多く酒づくりが盛ん」「この知名度を上げたい」との要望に応えてのものである。また、このお菓子は、インパクトもあり栄養的にも期待できるため、“金城短大の顔”となれると思われる。今年度はこのお菓子の改良を重ね、理想とする食感に近づけ、10月、(株)田中屋との共同開発により商品化、販売された。その後、「日本ジオパーク全国大会」のマルシェ・金城祭を皮切りに売り出し、道の駅めぐみ白山・金沢駅東もてなしドーム地下広場でモニタリング配布を行い、販売されたクッキーのご意見をいただいた。また、販売促進のための工夫も行った。

2. 活動の目的

今年度は白山市や地元の酒蔵、菓子店などの協力を得ながら、白山市の特産品である“日本酒”の風味を醸し出した『白山菊酒クッキー』をよりおいしく改良し、昨年度のアクティブフォーラムでの「ブランディング戦略を考える」という助言のもと、本学美術学科とコラボし、パッケージ制作に取り組む、地元の菓子店から本格的に売り出す。ショッピングモールや金沢駅にてモニタリング配布をし、味や風味の調査をする。このような活動を通して、最終的には白山市の酒や酒米の知名度を上げることが目的とする。

具体的な目標は下記のとおりである。

<定量的目標>

- ・『白山菊酒クッキー』の完成を7月までに達成する。
- ・『白山菊酒クッキー』の試食会を1回、広報イベントを3回行う。
- ・新聞、テレビ等のメディアに3回以上取り上げてもらう。

<定性的目標>

- ・子供から大人まで喜ばれるおいしい『白山菊酒クッキー』の完成
- ・ブランディング戦略としておしゃれ感のあるパッケージを考える。
- ・日本ジオパーク全国大会で白山市を代表するお土産として『白山菊酒クッキー』デビューを行う。
- ・このクッキーの栄養的価値、SDGsへの貢献度をアピールする売り出しの工夫

3. 活動の内容

(1) クッキーの改良 (2022.4～9)

昨年度の課題であった生っぽい食感を改良するため、試作を繰り返し、地元の老舗和菓子店(株)田中屋の社長田中さんのアドバイスの下、米粉や酒粕の割合を変更してしっとりとした食感のクッキーに仕上げる事が出来た。



6月の試作品

(2) 美術学科とのパッケージ等制作 (2022. 6. 22)

本学のカラー:オレンジを使い、クッキーの箱のパッケージ、中に入れるカード、幟旗、チラシ、手提げ袋のシールなどの基本デザインを打ち合わせた。



美術学科との打ち合わせ

(3) 榊田中屋から『白山菊酒クッキー』として商品化 (2022. 10. 19)

榊田中屋の店頭においてプレスリリースを行った。



完成したパッケージ



(北陸中日新聞 Web より)

(4) 「日本ジオパーク全国大会」のマルシェに出店 (2022. 10. 22, 23)

7個入り 540円(税込み)で販売スタートした。



(5) 金城祭での販売活動 (2022. 10. 22, 23)



本学購買部にても販売



(6) PR活動、モニタリング活動1 (道の駅めぐみ白山) (2022. 11. 27)

2個を試食用としてアンケートを付けて200袋を配布した。同時に店内で販売活動を行った。



販売と試食用



積極的配布活動

(7) PR活動、モニタリング活動2（金沢駅）（2022.12.7）

金沢駅東もてなしドーム地下広場で1回目と同じく試食用の200袋を配布し2回目のモニタリング活動を行った。



クッキーの説明風景



白山菊酒クッキーを通行人にPRする着物の学生＝金沢駅東もてなしドーム地下広場で

（北陸中日新聞 Web より）

(8) 販売促進の工夫



チラシ



箱の中に入れた説明カード

表
裏



幟旗



シール

4. 活動の成果

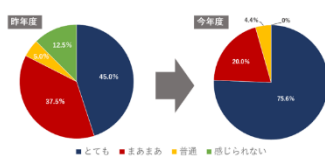
モニタリング活動でのアンケートの回答より、昨年度（試作中）の回答との比較を行った。

回答をいただいた約200名の年齢層は20代～50代で80%以上を占めている。

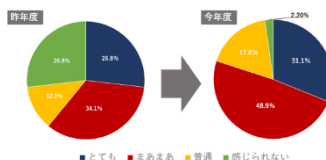
『白山菊酒クッキー』はおいしかったですか？の問いには82.5%から95.6%に13ポイント上昇し、「酒の風味が感じられましたか？」の問いは60.9%から80.0%に約20ポイント上昇した。

また、10点満点中7点以上も63.4%から93.4%に30ポイントも上昇し、販売に耐えうるとの実感が得られた。

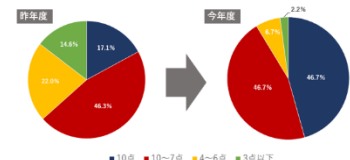
『白山菊酒クッキー』は美味しかったですか？



酒の風味が感じられましたか？



10点満点中何点でしたか？



昨年度の感想

- ・ 味は美味しいのですが、少しかたい。
- ・ さくっとしたクッキーで、口の中で溶ける感じがいいと思います。
- ・ もう少しお酒感があれば良かったです。クッキー？なのでしょうか。

今年度の感想

- ・ いい感じ！酒の風味が出ていてとても美味しかった。
- ・ 本当においしくてファンになりました。緑茶やほうじ茶と一緒に食べたいと思いました。

- ・ しっとりしすぎていて歯にくっついて食べづらい。
- ・ 食感が悪い。粉っぽい。しっとりというより生っぽい感じ。
- ・ クッキーと思って食べると、もちっとした食感でした。
- ・ お酒は飲めないけれど、クッキーなら食べられるのでうれしい。

- ・ しっとり感がとても美味しかった。今までにない味で驚きました。
- ・ 酒好きには物足りないが、香りが苦手な人もいると思うのでそういう人にも食べてもらえそうです。
- ・ 子供たちと一緒に食べました、8 歳の子もおいしいと喜んでいました。
- ・ 噛むと溶けていくような感じでおいしかったです。

～アンケート結果から～

- ・ 幅広い世代の方から感想や意見をいただくことができた。
- ・ 去年は厳しい意見が多かったが本年は美味しいという意見や温かい意見が多く良い結果になった。
- ・ 地元の石川県の方だけではなく、イベントや広報活動を通じて県外の方にも白山菊酒及び地酒ブランドの知名度向上に繋げることができた。

～まとめ～

白山市と協働し、地元の企業等の協力によって『白山菊酒クッキー』は商品デビューすることができた。求める味や栄養価が高いという特徴を持った理想とする酒クッキーとなり、使う酒米は石川県が11年かけて開発しいま売り出し中の「百万石乃白(ひやくまんごくのしろ)」であり、この酒米を精米するときにできる米粉を利用することで話題性もあり、SDGsにも貢献できるものとなった。新聞に取り上げていただくこと今年度5回以上、ケーブルテレビやエフエム石川の番組でも特集(2023. 1. 27「宮崎由加のPinky Friday」)された。本学でも来客の土産として積極的に『白山菊酒クッキー』を使っていた。無事「日本ジオパーク全国大会」でも白山市のお土産としてデビューし、白山市のHPでも紹介していただいている。

当初目標としてきたことは関わっていただいた皆様のおかげで達成できた。今後、このお菓子がその魅力で独り立ちをして白山市の皆様にも愛され、全国の方々に喜ばれるものになってほしい。

5. 次年度以降の計画

- ・ 石川県内だけでなく、都会のアンテナショップ等県外の人にもより手に取ってもらえるような場所を模索する。
- ・ 市場調査を行い、セールスの方向性等を分析し、今後に生かす方法を模索する。

6. 活動に対する地域からの評価

連携している白山市の東さんより下記のようなコメントをいただいた。

越野ゼミの皆さまには、本市農林水産物の魅力の発信や知名度向上のため、商品開発にご協力いただき感謝申し上げます。

「白山菊酒クッキー」の商品化では、日本酒の風味を活かすことに苦心されただけあり、口に入れるとほんのりお酒の香りが広がる、他にないユニークなクッキーを作っていただきました。

今後は、「白山菊酒クッキー」を通じて、本市が酒米の産地であるとともに、「白山菊酒」などの酒造りのまちであることを市内外に発信していきたいと思っています。