

教育実践報告

# フードコーディネーター養成における商品開発の試み

石原 三妃

Product Development Trials in Food Coordinator Training

ISHIHARA Miki

## 要 旨

松本地域の旅館において販売するハロウィン用焼き菓子の開発を行った。1～3名のグループで、それぞれがテーマをレシピ、パッケージデザインに反映させた。プロのシェフパティシエ、カラーコーディネーターからの指導を受けることで、14作品を販売できる商品に作り上げることが出来た。多くの学生が地域の食材を取り入れ、工夫を凝らした作品に仕上げた。4週にわたり順次販売し、その都度担当した学生が現地を視察した。企画終了後のアンケートでは8割以上の学生がこの企画に参加して「とてもよかった」あるいは「よかった」と回答した。

## キーワード

商品開発    バーンブラック    ハロウィン    パッケージデザイン    レシピ

## 目 次

- I. 緒言
- II. 企画内容
- III. まとめ

文献

## I. 緒言

長野県松本市にあるM大学は、地域との連携を積極的に行っている地域密着型大学であり、人間健康学部健康栄養学科は管理栄養士養成を行っている。養成施設を卒業した学生はその資格を生かして病院、高齢者施設など様々な道に進むが、食品会社などで、商品開発の業務に当たる卒業生も少なくない。しかし、管理栄養士のカリキュラムに商品開発は含まれないため、その補完をする専門知識を提供することが、卒業後の順調な社会人としての道につながるものと考えられる。また、地域の食文化を知ることが、食や栄養を学ぶ学生にとっては必須である。全国の大学、短期大学ではその土地の食材を使ってメニュー開発が行われており、地域の鹿肉を用いてジビエ振興を行っている大学がある<sup>1)</sup>。また、長崎短期大学では、地域の方との交流を目的に地産地消の商品開発を行っている<sup>2)</sup>。

当学科では管理栄養士の他に、フードスペシャリスト養成、フードコーディネーター養成を行い、学びの幅を広げているが、これらの資格には、栄養士養成課程のカリキュラムの他にフードスペシャリスト論、食品流通論、食品マネジメント論、フードコーディネート論の単位履修が必要である。卒業年次の4年生科目となっているフードコーディネート論Ⅱはこれらの学習内容のまとめに位置するものである。本稿では、フードコーディネート論Ⅱの授業を通じて地域の宿泊施設と連携して、商品開発企画および販売を行った過程および結果について報告する。

## II. 企画内容

### 1. 協力していただいた施設

開発した商品は、長野県松本市I地区の旅館であるM館にて販売した。M館は1931年に開業した温泉旅館であり、松本市街地から車で30分程の溪谷沿いにある標高1100mの一軒宿である。周辺は森と川に囲まれ、日常を忘れることのできる癒しの宿として知られている。

### 2. バーンブラック

秋の行事として日本に定着してきているハロウィンの際に食べるお菓子の開発を行った。ハロウィンの菓子というと「トリック・オア・トリート!」の声と共に応えて配られるお菓子をイメージすることが多いが、本企画では、アイルランドでハロウィンにちなんだ食べ物とされているバーンブラック<sup>3)</sup>をベースとして焼き菓子を考案した。

### 3. 講師指導

レシピ開発およびパッケージデザインについては外部専門家の指導を受けた。レシピ開発においてはM館のシェフパティシエN氏による指導を個別に複数回受けた。本研究中はCOVID-19感染予防措置下であったため、販売前に対面で指導を受けることはなかったが、第1次書類提出により、シェフがM館にて学生考案のレシピを試作の上、アドバイスのためコメントをいただいた。その後オンラインにて個別に指導を受けた。

また、パッケージデザインについてはカラーコーディネーターのY氏にアドバイスおよび指導を受けた。Y氏は長野県内でカラーコーディネート为学校を主宰し、ウエディングの分野で広く活躍しており、フードコーディネート論Ⅱの特別講師として複数回の授業を行っていただいている。

### 4. アンケート調査

本企画終了後に参加学生を対象に学びの効果についてアンケート調査を行った。アンケートはTeamsの“課題”を利用して行った。質問項目は、過去の商品開発経験の有無、参加の感想であり、感想については自由記述も含めた。

### 5. 考案から販売まで

企画開始から販売までのスケジュールは表1の通りである。4月に学生に企画を提示し、5月中旬にレシピとパッケージデザインを考案してもらった。授業内で企画について説明し、1~3名のグループないしは個人で企画に参加することとした。初回の提案と

して表2に示した書類様式に基づき、作品のテーマ、材料分量、作り方、パッケージデザイン案、アピールポイントについてまとめたものが提出された。

1次提出において31名から16作品が提出された。修正作業以降は授業外の取り組みとなるため、2組(3名)は商品化および販売については辞退され、14作品について、実際の販売を行うこととした(表3)。

当初考案された中から1作品のみを商品化することを検討していたが、7月、M館より、全ての作品を商品化したいとの申し出を受け、参加学生全体に

向けてオンライン会議にてM館支配人とシェフパティシエより、今回の企画について、再度説明を行った。同時に学生のレシピについて、それぞれアドバイスを受けた。その後グループごとに個別指導として、Zoomを利用したオンライン会議にてレシピ指導、パッケージデザイン指導を作品ごとに2回ずつ受け、修正を重ねて最終版のレシピおよびパッケージ案を作成した(写真1)。レシピの多くは長野県の食材をとり入れることを意識したものであった。使用した食材には、松本一本ねぎ、りんご、信州みそ、市田柿、胡桃などがあった。ほかに、秋の食材、ハロウィンをテーマに取り入れていた。パッケージは、学生のアイデアを講師がデザインに起こしていく形で作り上げたが、一部商品の包装デザインは学生自らが行ったものを印刷した(写真2)。パッケージにつけるアイテムも一部学生が手作りで提供した(写真3)。また、10月の販売開始を前に、商品の一つ一つにメッセージカードをつけることとし、各作品専用のカードに手書きでメッセージを添えた(写真4)。

販売は館内ショップにて表3の通り1週間に3~4作

表1 企画開始から販売までの流れ

	企画の流れ	備考
4月	企画提示	
5月	1次書類締め切り	
6月		
7月	レシピ・パッケージデザイン修正	オンライン説明会
8月	レシピ・パッケージデザイン修正	オンライン指導
9月	最終確認	
10月	販売	現地視察

表2 1次提出書類様式

学籍番号 ○○○○	氏名 ○○○○ (複数人の場合は全員分記載)
テーマ/品名	
材料分量	
作り方	
写真	
パッケージデザイン案	
アピールポイント	

表3 商品化された菓子の作品名

	作品名	販売日
1	秋の幸せの届け物	10月1週目
2	豊楽~信州の贈り物~	
3	溶けないチョコを感じたい	
4	ハロウィーンのバーンブラック	10月2週目
5	バーン・ブラック×信州	
6	バーン・ブラック ~sweetな誘惑~	
7	ラム酒香る大人の バーンブラック	10月3週目
8	信州のめぐみ	
9	信州ハロウィーン	
10	楽しいハロウィンを	10月4週目
11	信州の収穫祭	
12	Bat Barm Brack	
13	秋の贈り物	
14	秋の宝箱	



No.1



No.2



No.3



No.4



No.5



No.6



No.7



No.8



No.9



No.10



No.11



No.12



No.13



No.14

写真1. 販売した作品のパッケージ(上から作品No.1~14)

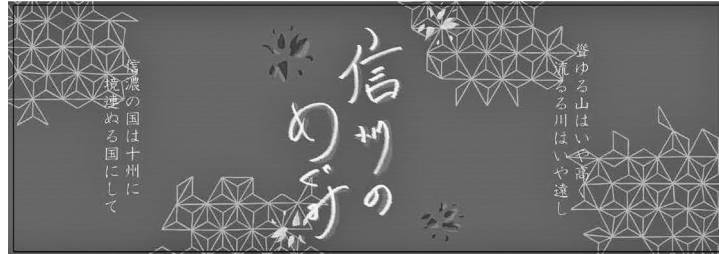


写真2. 学生がデザインした包装紙

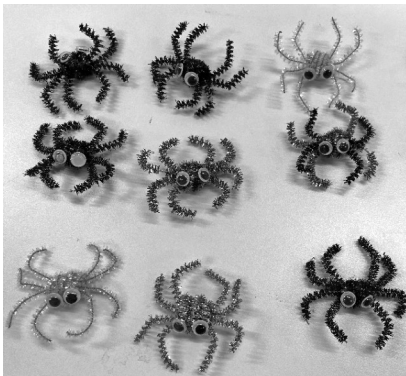


写真3. 学生が制作したアイテム



写真4. 手書きのメッセージカード

品ずつに分割して行い(写真5)、初日はM館サロ  
内に商品をディスプレイした(写真6、7)。

また、発売4週間はロビーフロント近くにディス  
プレイエリアを設置してもらい、全員からのメッセ  
ージをボードにまとめた(写真8)。販売は1作品につき、  
10個限定とした。各作品販売期間中に、現地視察を  
行い(計4回)、シェフより、作品についてのコメン  
トをいただいた。また、実際に販売された作品の試  
食を行った。

## 6. 企画終了後アンケート

販売終了後にアンケート調査を行い、学びの効果  
について検討した。その結果、バーンブラックにつ  
いて知ったのは、全員がこの企画参加時であり、そ  
れまでは知らなかったと回答した。また、過去の商

品開発企画参加の有無については25%の学生で、参  
加経験があったが、75%の学生については今回が初  
めてであった(表4)。企画に参加した感想については、  
「とてもよかった」、「よかった」を合わせて約82%  
の学生がよかったと評価した(表5)。自由記述にお  
いては「とても大変でしたが、実際に自分たちで考  
えた商品が店頭で並んでいるところを見て達成感で  
いっぱいになった」「貴重な体験をさせていただいた」  
などの意見があった(表6)。今回の企画は、授業か  
らの延長線上にある企画であったため、これまで課  
外企画に参加する機会を持たなかった学生に参加し



写真5. 館内ショップ



写真6. サロン内のディスプレイ



写真7. ロビーのディスプレイ



写真8. メッセージボード

表4 本企画以前の商品開発経験

	人数	割合%
ある	7	25
ない	21	75
合計	28	100

表5 企画参加の感想

	人数	割合%
とてもよかった	7	25.00
よかった	16	57.14
どちらでもない	3	10.71
よくなかった	2	7.14
合計	28	100.00

表6 表5において「とてもよかった／よかった」と回答した学生の自由回答

- ・とても大変でしたが、実際に自分たちで考えた商品が店頭に並んでいるところを見て達成感でいっぱいになったから。
- ・原価を考えるなど商品を売り出す過程の大変さを学ぶことができたと思うからです。
- ・レシピ考案やパッケージデザイン等大変多くのことを経験させていただき充実した時間になったため。
- ・実際に販売されるもののレシピ開発から携われることはあまりない貴重な経験だと思ったため。
- ・実際の商品開発に携わることができたため。
- ・貴重な体験をさせていただいたと感じたため。
- ・実際に商品になったパッケージを見ることはできませんでしたが、考えたものが商品になっていく過程を学ぶことができたため。
- ・本当に山の奥にあるんだなと思いました。素敵な場所で、特別感がありました。そして、こんな素敵な場所で商品が売られることが嬉しく思いました。
- ・日常生活では経験できない体験ができた。
- ・普段はできない経験ができた。実際のレシピ考案やパッケージ開発などプロの方と関わる機会があり勉強になった。
- ・1から物を作る楽しさ、難しさを感じたから。

てもらうことができた。その結果、今回商品開発企画に初めて参加した学生21名のうち17名(81%)が企画に参加して「とてもよかった」あるいは「よかった」と評価していた。8割以上が好意的な感想を持ってくれたことは意義深いことであると考えられる。ただし、この授業において、これまで学外とのかかわりによる企画は行われていなかったため、他の授業とのスケジュール調整など課題もみられた。

## 7. 指導者の意見

M館のシェフからは、商品全体についてM館のイメージと離れていると、宿泊客から受け入れられにくい、との感想をいただいた。また、Y氏からは、パッケージデザインについて、デザイン決定の最終段階における意見交換が不足していたとの指摘を受けた。

## Ⅲ. まとめ

フードコーディネーター関連科目の課題から、地域の旅館とコラボレーションして、商品開発を行った。開発の過程でプロの技術や考え方を知ることができ、実際に商品化につなげることができた。当初1品のみを販売する計画であったが、14作品が販売されたことは、驚きと共にご指導いただいたN氏、Y氏の熱意によるものであるといえる。多くの学生がこの機会を貴重なものと捉え、評価してくれたことはうれしいことである。一つの作品について1~3人で作り上げることの利点として、個人の意見、アイデアが取り入れられやすいこと、個別指導において、指導者を身近に感じられることなどがあったと推察しているが、その分プレッシャーを感じる学生もいたようである。また、多くの学生を個別に指導することや、アイデアからデザインを起こすにあたり指導者の負担も大きかった。そのため、企画継続のための改善点として1グループの人数を増やし、グループ数を減らすこと、スケジュールを前倒しにすること予定している。その際の個々人の意見を作品に反映させるためのレポート作成方法などを検討している。

#### 文献

- 1) 籠橋有紀子, 「出雲北山地域の鹿肉の活用～商品開発を通じた地域貢献活動の展開～」『島根県立大学出雲キャンパス紀要』17, pp.9-17 (2021).
- 2) 平田安喜子・市瀬尚子, 「長崎県の食材を使用した商品開発活動」『長崎短期大学研究紀要』34, pp.87-92(2022).
- 3) リサ・モートン, 『ハロウィーンの文化誌』原書房, p.75(2014).