

I 教育事業報告

新たな学びの場の提供 — 小学館『大学は美味しい!!』フェアへの挑戦 —

「大学は美味しい!!」プロジェクト松本大学実行委員会

< 目次 >

1. 「小学館『大学は美味しい!!』フェア」実施状況
 - (1) 何故、松本大学？
 - (2) 『大学は美味しい!!』フェアとは
 - (3) 学内組織の立ち上げ
 - (4) 提供する商品
 - (5) 短期決戦

2. 公開セミナーと高校生招待
 - (1) 公開セミナー（ミニ講演会）
 - (2) 高校生招待—高大連携の一環として—

3. アンケートから見えてくること
 - (1) 学生達への教育効果
 - (2) 松本大学の学生への評価
 - (3) 商品への評価

4. 「小学館『大学は美味しい!!』フェア」に参加して

資料

- (1) 『大学は美味しい!!』フェア開催概要
- (2) 『大学は美味しい!!』フェア 参加大学
- (3) 大学は美味しい松プロジェクト本大学実行委員会
- (4) 第5回『大学は美味しい!!』フェア 学生スタッフ募集
- (5) 当日配布用パンフレット(一部)
- (6) 松本大学の地域連携教育を通じた「ものづくり」
- (7) H24 大学は美味しいアンケート
- (8) 松本大学の売上実績

1 「小学館『大学は美味しい!!』フェア」実施状況

松本大学は平成 24 年度に開学 10 周年を迎えた。この周年事業の一環として東京新宿高島屋で開催された「小学館『大学は美味しい!!』フェア」に出店した。

(1) 何故、松本大学？

平成 23 年冬、上京していた本学職員が平成 24 年度開催予定の第 5 回小学館『大学は美味しい!!』フェアの新規出店校の候補に、本学の名前があるとの情報を入手してきた。

松本大学は、開学以来地域を学びのフィールドとして「地域貢献」、「地域丸ごとキャンパス」のコンセプトで学生の教育にあたり、これまでに地域連携教育を通して、地域の食材を使い、地域の皆さんと商品開発やメニュー開発などの実績を積み上げてきていた。この活動が本学のホームページなどから小学館の担当者の目にとまったようである。

折しも、平成 24 年度は開学 10 周年を迎える年であり、周年事業の一環として「小学館『大学は美味しい!!』フェア」へ出店しようという機運がたかまった。

何よりも喜ばしいことは、学生達に新しい学びの場を提供できる機会を、10 周年という節目の年に、しかも積み上げてきた実績が認められる形で、手に入れることができたことであった。

(2) 『大学は美味しい!!』フェアとは

実は、このフェアについて知っていた本学の教職員はほんの一握りであった。そもそも『『大学は美味しい!!』フェア』とはどんなことをするのかを調べるところから始まったのである。

提示された開催概要には次のように記されていた。「近年、全国の大学で、安心・安全・健康などの視点で研究・開発した新たな食品・加工食品などをメーカーが積極的に商品化する「産学共同商品」が注目されています。こうした全国の大学ブランド商品を集積した催事『大学は美味しい!!』フェアを、日本では初めて平成 20 年 2 月に新宿高島屋で開催し、多くのマスコミ・お客様に多大な評価を頂き、目標以上の成果をおさめることができました。その後も毎年開催し続け、年々参加大学も増え、大きなイベントに成長しました。」

このフェアは（株）小学館が企画する新宿高島屋を会場に全国の大学で開発された食品の展示即売会で、今回で 5 回目を迎えていた。毎年、約 40 大学がエントリーしており、最近では近畿大学のマグロ丼で一躍有名になり、知る人ぞ知るフェアとなっていた。

実際の運営は、小学館と高島屋とで協力して行っていた。

- ① 企画、広報活動全般は（株）小学館『大学は美味しい!!』プロジェクト推進室が統括
- ② 商品選定や取引条件など新宿店のとりまとめを（株）高島屋 MD 本部食料品食堂 DV 食料品食料品催バイヤーが担当
- ③ イベント運営等新宿店企画販促全般を（株）高島屋宣伝部新宿販促室が担当
- ④ 売場指導・運営等新宿店売場の責任を（株）高島屋新宿店食料品催担当が担う

第 5 回フェアは 34 の大学が参加した。その内、新たに参加した大学は、早稲田大学、東京家政学院大学、東京都市大学、宮城大学と本学の 5 大学であった。

フェア開催期間は平成 24 年 5 月 30 日（水）～6 月 5 日（火）までの 7 日間にわたり実施される予定になっていた。【資料(1)『大学は美味しいフェア!!』開催概要 (2)『大学は美味しい!!』フェア参加大学 参照】

(3) 学内組織の立ち上げ

年度がかわった H24 年 4 月 3 日入学式終了後、学長の招集により「大学は美味しい!!」プロジェクト松本大学実行委員会の第 1 回打合せ会議が開催された。実行委員長は小倉宗彦大学事務局長、副委員長は地域総合研究センター松田千壽子職員、今までの高島屋や小学館との折衝をおこなってきた臼井健司管理課長を渉外担当とし、教員は「ものづくり」や地域連携教育で実績をあげている白戸洋教授、廣田直子教授、金子能呼准教授、矢内和博専任講師の 4 名が委員として指名された。更に、フェア当日の実行部隊として販売経験のある地域総合研究センター小穴悦子職員と、フ

フェア当日の販売に携わる学生達へのマナー教育を八木雅子専任講師に、学生達への窓口として地域づくり考房『ゆめ』の中田補子係長、商品開発および学生衛生指導として地域健康支援ステーション石澤美代子職員に協力を依頼した。さらに、本件に関する広報活動については広報委員会に一任し、打合せ会議には中村文重広報室長が出席した。

また、学生については、出店する商品を担当する白戸・廣田・矢内ゼミの学生、出店ブースのレイアウトを担当する金子ゼミの学生の他に、特に、当日販売に携わる学生を広く全学から公募した。【資料（3）大学は美味しい松本大学実行委員会（4）第5回『大学は美味しい!!』フェア学生スタッフ募集 参照】



（4）提供する商品

地域連携教育を通じて、実際に商品化されている商品は多種あるが、話し合いの結果、以下の商品を選出した。

① 山賊焼 [白戸ゼミ+ (有) 本郷鶏肉]

地元では当たり前の食品として軽視されていた山賊焼（廃鶏の活用として、また貴重なタンパク質供給源として考案された約60年の歴史がある調理）にスポットライトをあて、地元のB級グルメとして確立した。学生達が山賊焼を使ったメニュー開発に取り組んでいる。今回は、その場で食べれる山賊焼（1枚800円）と冷凍山賊焼（4枚、1,200円）の他に、メニュー開発した弁当の中から、三色山賊焼弁当（松本名物一本ネギのタレ付き、1,000円）と山賊焼まぶし丼（900円）の実演販売を行った。



② 葵宝寿し [矢内ゼミ+ (株) オオノタ]

廃棄処分になってしまうわさびの葉や茎を有効活用し、信州特産の信州サーモンや蕎麦の実を使って商品開発され、安曇野の特産物となった押し寿司（1,000円）。「葵宝寿し（あほうずし）」という商品名もおもしろい。



③ フルーツおこし [地域健康支援ステーション+ 廣田ゼミ+ コモリ餅店]

無駄になってしまう果実を活用した商品開発で生まれたおこし。信州須坂フルーツおこし（リンゴ&クランベリー）と（リンゴ&キャラメルグラノーラ）各650円。



④ 菜種油 [地域健康支援ステーション+ 石原ゼミ+ 中山のんびりの里づくり推進協議会]

松本市中山間地の遊休農地の解消と建設業従事者の業体転換の一環として菜の花を栽培し、商品化された製品。栄養情報提供としてレシピも掲載している。

「菜の花の油一番絞り」はエルシン酸（心臓障害を引き起こすと言われていた）を含まない「キザキンナタネ」を栽培し、その菜種から搾られた油で、ドレッシングなど加熱しないで使用する油。



商品は「菜の花の油一番搾り」1,000円とドレッシングボトル付2,000円の2種類。

⑤ いばらんソース・ドレッシング [白戸ゼミ+ 矢内ゼミ+ いばらん亭]

松本大学では、高齢化と松本駅前再開発でコミュニティーの崩壊の危機に直面した巾上町会のまちづくりに参加し、町会を離れた人々も自由に集まれるコミュニティーの場「いばらん亭」を地域と協力して立ち上げた。そこでメニューである昔ながらのカレーの味を若者好の味にかえる魔法のソースを矢内ゼミで開発、それが「いばらんソース」（1本800円）。いばらん亭は自由な雰囲気のでき屋を目指してオープンしたが、蕎麦が苦手の人向けに蕎



麦風味を消す蕎麦サラダ用ドレッシング（1本800円）も開発。今回はこの2種類を販売した。

⑥ ひまわりクッキー [白戸ゼミ+山形村社会福祉協議会ぽぽねっと企画（障がい者）+(有)丸山菓子舗]

遊休農地の有効利用と障がい者の就労機会の創出が結びついて生まれた高級クッキー。

松本大学の学生が遊休農地を利用して育てたひまわりから取れた種を障がい者が手作業で剥き、その剥かれた種を地元の菓子職人さんが生地練り込んで焼き上げた、ローストした種の香ばしい上品なクッキー（6枚入り800円）。



これらの商品の紹介については、地域と連携してこれらの商品を生み出してきたゼミの学生が担当することになり、商品のメニュー開発や、商品紹介パンフレット等の作成が行われた。

【資料（5）当日配布用パンフレット（一部）参照】

(5) 短期決戦

今回のフェア参加は、実質的な準備期間は2ヶ月ほどであった。短い期間に効率よく準備するために、学生と教職員が協力して各々担当した仕事を確実に実施し、連絡をとりながら準備を進めた。

- 3月20日 『大学は美味しい！！』フェアへのエントリー
- 4月3日 『大学は美味しい！！』フェア 実行委員会成立
- 4月10日 出店申込締切 一押し商品を高島屋へ報告
- 4月13日 学生スタッフ（販売担当）募集開始
- 4月20日 金子ゼミ対象、地域健康支援ステーション・廣田・矢内ゼミの開発した商品の学習会（以降、金子ゼミでブースのレイアウトの準備）
- 4月21日 サンプル撮影
- 4月23日 金子ゼミ対象、白戸ゼミ提供商品の学習会（以降、金子ゼミでブースのレイアウトの準備）
- 4月26日 山賊焼弁当サンプル完成（白戸ゼミの学生のアイデアにより（有）本郷精肉で試作）
- 5月7日 全商品の写真撮影
学生ミーティング（連絡事項、検便の説明）
- 5月14日 検便回収
- 5月18日 研修会（商品の説明、ビジネスマナー、食品衛生について）
- 5月29日 9:00 バスにて松本大学出発
13:00～ 新宿高島屋にて準備
- 5月30日（水）～6月5日（火） 『大学は美味しい！！』フェア
8:00 新宿高島屋 11F 催事会場 松本大学ブースに集合 打合せ会
8:30～ 高島屋担当者および参加大学担当者全員での朝礼
8:40～9:50 ブースおよび商品の準備
10:00～19:00 営業（シフトを組んで人員配置）
19:00～20:00 片付けと売上チェック 翌日の手配
- 6月3日 高大連携活動の一環として高校生（教職員共）をフェアに招待
13:00～ ミニ講演 [担当：白戸洋教授]
テーマ「松本大学の地域連携教育を通じた「ものづくり」」
14:00～15:00 国立オリンピック記念青少年センターにて招待した高校生対象の講義
- 6月5日 19:00 営業終了後片付け
19:30 松本大学へ向けバスにて出発

実施にあたっては、大学院生、学部生、短大生が参加し、学部学科を越え、教職員も一緒に取組み、地域活性化活動で連携している地元の業者の協力も得ることができた。フェア期間中のブース

担当として、学生は56名、教職員は8名、2業者（(有)本郷精肉、(株)オオノタ）から6名が参加した。内、職員1名が期間中通して現地入りし、他の参加者はローテーションを組んで実施に当たった。もちろん、準備期間中にはさらに多数の教職員や学生が協力して当日を迎えたのであった。

また、本学がこのフェアに参加するにあたり、安曇野市商工会と平成24年度農林水産省食文化活用創造事業（第6次産業化対策事業）から補助もあり、準備期間は約2ヶ月と短かったものの、各々の仕事分担や、協力していただいた業者との連携体制もしっかり整い、松本大学らしい活動となったと評価している。本学の担当したブースは来客者より「この企画の本来の姿である」との評も得ることができた。また、学生への評価も高く、売上も参加大学の中では上位であった。創立10周年にふさわしい事業となったのである。



一方学内でも、松本大学図書館が、「大学は美味しい!!!」フェアに関連する企画を行った。期間は5月28日(月)から6月18日(月)まで。大学は美味しいに関連する書籍や新聞記事、グローブなどを集めて展示し、学生へのアピールに努めるなど、全学を上げての取組となった。

2. 公開セミナーと高校生招待

(1) 公開セミナー（ミニ講演会）

小学館からの依頼により、本学の地域連携活動を6月3日に同会場にて講演することになった。講演担当は、本学総合経営学部観光ホスピタリティ学科長で地域連携に携わってきた白戸洋教授である。講演内容は、「松本大学の地域連携教育を通じた「ものづくり」というテーマで、大学の紹介と今回提供した商品が生まれるまでの経緯を説明するものであった。本学の地域連携活動から生まれる商品はすべて個々に物語がある。この物語の一部を紹介する機会を得たことは有意義であったと考えている。

また、今回発表した商品開発や地域活動に参加してきた本学卒業生の建石千佳（山形村観光協会職員）さんや松本市市上町会会長筒井敏男（いばらん亭亭主）氏も講演会に参加し、本学の特色である地域丸ごとキャンパスの一端を聴衆にアピールした。

商品については4) 提供する商品の項で簡単ではあるが説明してあるので、ここでは省略して資料として当日公開セミナーで使用したパワーポイントの内容を掲載することにとどめた。【資料(6) 松本大学の地域連携教育を通じた「ものづくり」参照】

(2) 高校生招待—高大連携の一環として—

この公開セミナーにあわせて、本学と高大連携を進めている辰野高校、飯田長姫高校、丸子修学館高校、松商学園高校の4校から生徒33名と教職員5名を高島屋へ招待したのである。引率で参加した学生は4名、職員は2名であった。バスは2台、1台につき3名（職員1名+学生2名）の学生と職員が引率した。辰野・飯田方面のバスの担当者は滝沢毅主事、丸子方面は田中雅俊係長が担当した。

9:00	松本大学発—岡谷—12:00	新宿高島屋着	松商学園高校（2年生7名+1名）
			丸子実業高校（3年生10名+2名）
6:30	松本大学発—飯田—辰野—12:00	新宿高島屋着	辰野高校（2年生7名+1名）
			飯田長姫高校（2年生9名+1名）

12:00～17:00 まで、『大学は美味しい!!!』フェアを見学、公開セミナー参加、関連した内容の講義

(国立オリンピック記念青少年センターにて) 受講

17:00 国立オリンピック記念青少年センター発 帰路に着く

高校生にとっては、ハードなスケジュールであったが、大学教育の一端を経験することができた貴重な体験となった。また、参加した高校生の中には、都会のデパート初体験者が多く、フェア会場だけでなくデパート全体の見学も実施し、大きな刺激となったようである。

後日談であるがこの経験から、高大連携の一環として長野県内の商業高校を中心とした12高校が参加するマーケティング塾が生まれ、白戸教授の指導の下、高校生の『『大学は美味しい!!』フェア』版を目指して活動を開始している。

3. アンケートから見えてくること

出店にあたり参加者全員の共通意識として、①信州の魅力を、また松本大学をアピールすること、②観光県として信州へ観光客を集客するひとつの手段として「食」の魅力をアピールすること、など問題意識を持って接客することとした。教職員にはそれ以外に、大きな目的があった。それは、③松本大学で教育を受けた学生達が、このような全国的なフェアでどれだけ活躍することができるか、また④学生がこの経験を通じてどのように成長するかを確認することである。

そのような観点から、アンケートに寄せられた感想や意見を見てみよう。

(1) 学生達への教育効果

『大学は美味しい』フェアに参加した学生より次のようなコメントが寄せられた。

- ・先生方にご協力いただき、勉強会を行ったことはとても良かった。商品に対する理解を深めることができ、責任を持って販売しようという意欲が湧いた。他のゼミの学生さんたちも参加できれば、全員で思いを共有できたかもしれない。
- ・実際に商品のセールスポイントを明確にしたり、POPを作成することにより、マーケティングの知識を活かすことができた。商品メモを作って、他のゼミの学生さんにも活用してもらおうとするなど、自分たちでアイデアを出し合って進めることもできた。
- ・事前の勉強、販売に関する準備を進める中で、商品知識がしっかり頭に入っていたため、接客時に余裕を持って対応ができた。また、あらゆる質問を想定して、いろいろ調べておいたので、いざというとき役立てることができた。
- ・とにかく学生らしく頑張ろうと思ったので、笑顔で接客をした。自分たちがしていることを客観的に見ながら取り組むことができた。また、実際に売り場に立った際、変更点なども多々あったが、臨機応変に対応することもできた。
- ・準備から当日に接客に至るまで、ゼミのみんなで協力し合えたので、ゼミの絆が強くなった。
- ・他学部の学生さんたちと一緒に取り組むことの難しさを感じた。先輩ばかりだったので、売り場でお願ひしなければならぬことがあるとき大変だった。同時に、他学部の学生さんたちと交流の機会を持つことができ、仲良くなれたことはとても良かった。
- ・売り場全体のレイアウトやユニフォームなど、統一感を持たせるべきだった。売り場作りももっと工夫ができたように思う。また、試食の準備をもっとすべきであった。試食は喜んでもらえるし、販売促進につながると実感できた。
- ・山賊が主役みたいになってしまい、他の商品が目立たなかった。商品数はもっと絞った方が良かった。次回があるとしたら、商品構成から関わってみたい。
- ・デパートの人を含め、何度も利用して下さったお客様がいて、感激した。
- ・デパートの方とお話ししたり、食堂で様子を見ることにより、社会で働くことの現実を垣間見ることができた。
- ・就職活動中でとても大変だったが、美味しいフェア直後の面接試験では、フェアでの取り組みについて積極的に語ることができ、そのおかげもあって内定をいただくことができた。自分が頑張ったこと

を自信持ってお話しできたことが良かったのだと思う。そうしたことも含め、この活動に参加し、体験したことは、自分の糧になったと確信している。

(2) 松本大学の学生への評価

来客からの本学学生に対する感想である。学生の評判はかなり良好なものであった。

- ・ 皆さん元気で学生時代はすてきななあ。何か買わなくてはと思いました。
- ・ 接客をしている皆様も、ていねいで気持ち良かった。
- ・ 男子学生の一生懸命な姿がほほえましい。
- ・ 山の食物、海の食物（サーモン）などバラエティ豊かで、若い方々の今後の発展がとても楽しみです。がんばって下さい。
- ・ みんな仲良しでいい雰囲気でした。もっとアピールした方が宣伝になると思います。
- ・ 商売上手!! 売り込み迫力!!
- ・ 活気があり、学生の皆さんもいきいきと接客されて好感が持てました。これからも頑張ってお取り組み下さい。
- ・ 元気で明るい笑顔の接客につい立ち止まって試食しました。初日に購入しましたのでつぎは「ねぎダレ」を買いたいと思います。
- ・ 好感を持ちました。ていねいに説明して頂けたのがよかったです。
- ・ 皆様が大変感じ良くつい足を止めさせていただき主人とともにお話をさせて頂きました。又、来年もぜひ出店してくださいね。楽しみにしています。
- ・ 東京を目指す女の子が多いのに地元を盛り上げる明るさ。年寄りには一寸うるっときた。地元を盛り上げようと頑張る女の子の印象が残った。写真にもとった。
- ・ 笑顔が印象的でした。ごちそう様でした。
- ・ みんな明るく接客していて良かった。
- ・ みなさん、ていねいな接客で「笑みフル」いっぱいとても感じが良かったです。
- ・ 他にも商品がいろいろあったのに1品買って「ありがとうございました!」と言われたら何となく立ち去る雰囲気になってしまいました。せっかくなので他のものも気楽に見られるようにすすめて欲しかったです。
- ・ 接客は活気があり、好感が持てました。商品の説明もていねいでよくわかりました。
- ・ とっても感じのいい人達でした。山賊焼とっても美味しかったです。ありがとう～
- ・ 学生が主体的に作業に取り組み明るいお店作りに努力していた。
- ・ みなさん一生懸命ですばらしかった!! ありがとうございました。It was great!
- ・ 学生さんが大変がんばっているのが印象的でした。
- ・ 学生の方も皆優しくとても人柄よくうれしくなりました。学生の方のおもいやりある姿に感謝しています。孫が松本大学在学中を誇りに思います。86才のおばあは思います。

(3) 商品への評価

今回提供した商品は、大きく分けた6品（山賊焼、葵宝寿し、菜の花油一番搾り、ひまわりクッキー、フルーツおこし(2種類)、いばらんソース・ドレッシング)であった。そのうち山賊焼は単品売上高第2位であり、山賊焼の弁当は大変な人気であった。初めての出店にしては、大きな成果をあげることができたといえる。ちなみに今回は、新宿高島屋の売上目標額を上回ったとのこと。

- ・ (山賊焼き)大きくてインパクトが強く美味で楽しい一品ですね。
- ・ 山賊まぶし丼はおいしかったです。次回は葵宝寿し、ひまわりクッキーも食べてみたいと思います。
- ・ 山賊焼きを初めて購入しましたが、大変おいしかったです。商品そのものと信州のイメージがぴったりかと言うとちょっとむずかしい気もしますが信州のイメージはともかくとてもおいしいので、この先人気が出ると思います!又機会があったら是非買います。新しい特産品がありそうだとおもったので信州にいきたいです。

- ・初めて高島屋さんの大学は美味しフェアに行ったのですが、活気があって楽しかったです。葵宝寿しを購入し、とてもおいしかったのですが、ワサビがもっと感じられるといいなと思いました。辛いバージョンもあると嬉しいです。
- ・試食の山賊あげをいただき購入しました。とても美味しかったです♡定期的に販売があると嬉しい井ぶりでした。
- ・活気があって楽しそうだった。山賊焼きもとてもおいしかった。また来年も出店されるなら買いに行きます。
- ・試食ができたので美味しさがよく伝わりました。山賊丼とても美味しかったです!!また食べたいです。
- ・3色山賊丼はとてもおいしくてボリュームもありました。正直言って山賊焼きは知りませんでした。
- ・山賊まぶし丼すごくおいしかった。だしがしっかり味がついてて良かった。
- ・野沢菜らしさが足りなくて信州風がなかったかも。食感は古漬けなのに匂いと酸味がありませんでした。シャキシャキ感があれば匂いは少なくともOKかも。玉子が少し甘みが強くて合わない気がします。お米が気に入りました。
- ・とてもおいしかったです。ワサビの葉、茎、サーモン、酢酸の味のバランスが(そばのインパクトはちょっと少ない)がとてもよかったです。ワサビの茎⇒安曇野と連想できたがサーモンからは・・・信州サーモンを知らなかったの。
- ・山賊焼の味もよくお肉もやわらかく美味です。おすし(葵宝寿し)も上品な味でした。
- ・見てないから分からないけどこのお弁当に私学らしい活力を感じました。弁当大会らしい出品です。
- ・三色山賊丼はとてもおいしく頂きましたがサヤインゲンがもう2,3本多く入っていると嬉しく思いました。野菜が少ない印象でした。
- ・お弁当の販売が良かったです。他のブースで持ち帰りのお弁当はほとんどなかったの・・・とてもおいしかったです。いろいろ入っていて楽しめました。
- ・明るい感じで良かった。山賊焼とても気に入りました。今までに外で買って食べたこういう竜田揚げの中で一番いい味付けでしたよ☆毎日でも食べたいくらい!来年も楽しみにしています。
- ・葵宝寿しとても美味しかったです。
- ・葵宝寿しは大変美味でした。また頂きたいと思いました。
- ・“信州サーモン”のことはテレビなどで知っていたので一度食べてみたいと思っていました。とてもおいしくてぜひ、また食べたいです。
- ・お弁当も大きな山賊焼もおいしそうで迫力がありびっくりした。若い人ならガブリと食べられるだろうと思った。パンフレットを見て地域と連携する学生さん達に好い印象を持った。ごちそうさまでした。安曇野の美味しい水でソバにワサビを添えてカラアゲを入れたら最高!

アンケートの結果から、①今回の商品だけでは、信州の魅力をアピールするには、若干弱かったようであるが、松本大学のアピールは十分できたのではないかと考えられる。学生への一般の方からのコメントを読んでも、十分好印象を得ることができた。このフェアで本学を知り受験希望をしてきた生徒もいたのである。②観光客の集客の一つの手段として、信州の「食」は一つの切り口になると実感した。信州に古くから伝わる食文化の洗い直しや現代人に受け入れられる食品の開発等、「食」には大きな可能性が秘められているように感じた。何より、自然豊かな信州は、フルーツにしても、高原野菜にしても、川魚やジビエ料理の材料にしても豊富に存在しているのである。学生達の夢も膨らむことであろう。③アンケートのコメントから、本学の学生に対する来客者の評価の高さが伺える。実際に、接客をしている姿をみていると、商品の説明もしっかりできていたし、接客も丁寧で非常に良かったと感じた。ご年配の来店が多かったのであるが、じっくりと腰を据えて親切に対応していた。④については、学生達の反省を聞いていても、的を得たコメントが多く今後が楽しみである。

今回のアンケート調査の結果は、教育現場や商品開発現場へフィードバックされ、今後の地域丸

ごとキャンパスの教育活動や地域づくり活動に活かされることになる。評価された点はさらに伸ばし、問題点等はひとつ一つ課題として学生や地域の皆さんと改善に取り組んでいきたい。

【資料（7）H24 大学は美味しいアンケート （8）松本大学の売り上げ実績 参照】

4. 「小学館『大学は美味しい!!』フェア」に参加して

以上のアンケートからもわかるように、今回のフェアへの参加は、学生にとって大きな成果となった。このフェアの間、学生達は色々な経験をする事ができたようである。

学生達は、自分たちが日頃学んでいることが実際にはどのように活きるのか、また、その結果どのような点が有効で、どんな問題点が生じるのか等を体験し、それを今後活かそうとしている。

都会でのこのような経験ができたことで、自分たちを客観視する姿勢が生まれ、自分たちの恵まれた環境にも気づき、感謝の気持ちも生まれたようである。また、評価されることによる喜びが学生を大きく成長させたようである。さらに、年齢も学部も異なる仲間とブース運営をする難しさを学び、一つのことを成し遂げたことで達成感と同時に仲間の絆も強まった。

接客では、来店者と会話することで接客の難しさと楽しさを知り、改善点など自分で考え、提案することができるようになった。もちろん来店者への感謝の気持ちも自然に生まれた。

さらには、高島屋という大きなデパートを支える従業員と同じ勤務体系を体験し、社員食堂での社員の観察など、日頃経験できない体験をすることで現実に働くということを垣間見たようである。

一方、学生達に対する来客からの評価も高く、本学のホスピタリティ教育の成果が認められたと評価している。参加した大学の中で、一番本趣旨にあったブースであるという評価を得ている。本来、大学生がブースを運営し、接客も学生が中心で行うことが求められているのではないかと思うのであるが、各ブースは商品を販売している業社の方々の方が大勢いたようである。本学の場合は、業者は、(有)本郷鶏肉店と(株)オオノタが参加、前者は山賊焼を揚げることに終始して裏方に徹していただき、後者は、販売に協力していただいた。お弁当を作る場所は、人間健康学部健康栄養学科の学生および大学院生が担当した。また、ブースでの販売は、短大部やその他の学部、学科の学生が中心に接客にあたった。

本学が地域で展開してきた教育活動および地域活動の成果である出店商品も、特に「山賊焼」と「葵宝寿し」は来客者に受け入れられたようである。アンケートから、購入者の満足度が伺える。「山賊焼」については、期間中の売上合計が近畿大学のマグロ丼を抑えて第2位であった。その他の商品については、売上は伸び悩んだ感があった。本学の商品は、商品化に至るまでのストーリーがある。このストーリーをもう少しアピールできたら別の展開があったかもしれない。一つの例として、期間中松本大学ブースを訪れた元官房長官石破茂議員は、障がい者就労の一環で生まれた「ひまわりクッキー」を購入された。これは、本学学生が、このクッキーが誕生するまでの物語を彼に説明したからである。

今回のフェアに参加した学生は皆一回りも、二回りも成長したのではないかと感じられた。非常に教育効果が高いばかりでなく、松本大学の教育を全国にアピールできる有効な活動であったといえる。しかし、今後もこの活動を継続するには、クリアしなければならない問題点がある。それは、実施期間が通常の授業期間と重なっていることである。そのため、授業を休んで参加する学生もおり、その点をどう考えるかである。また、その期間に実施される大学の行事との関係をどうするか。今回は、短期大学部の運動会がその期間中にあり、その日は、短大生および短大部の教員の参加は見送られた。職員にも同様に授業期間故の問題があり、この課題をクリアしないと今後へ繋ぐことは難しいのではないかと考えている。

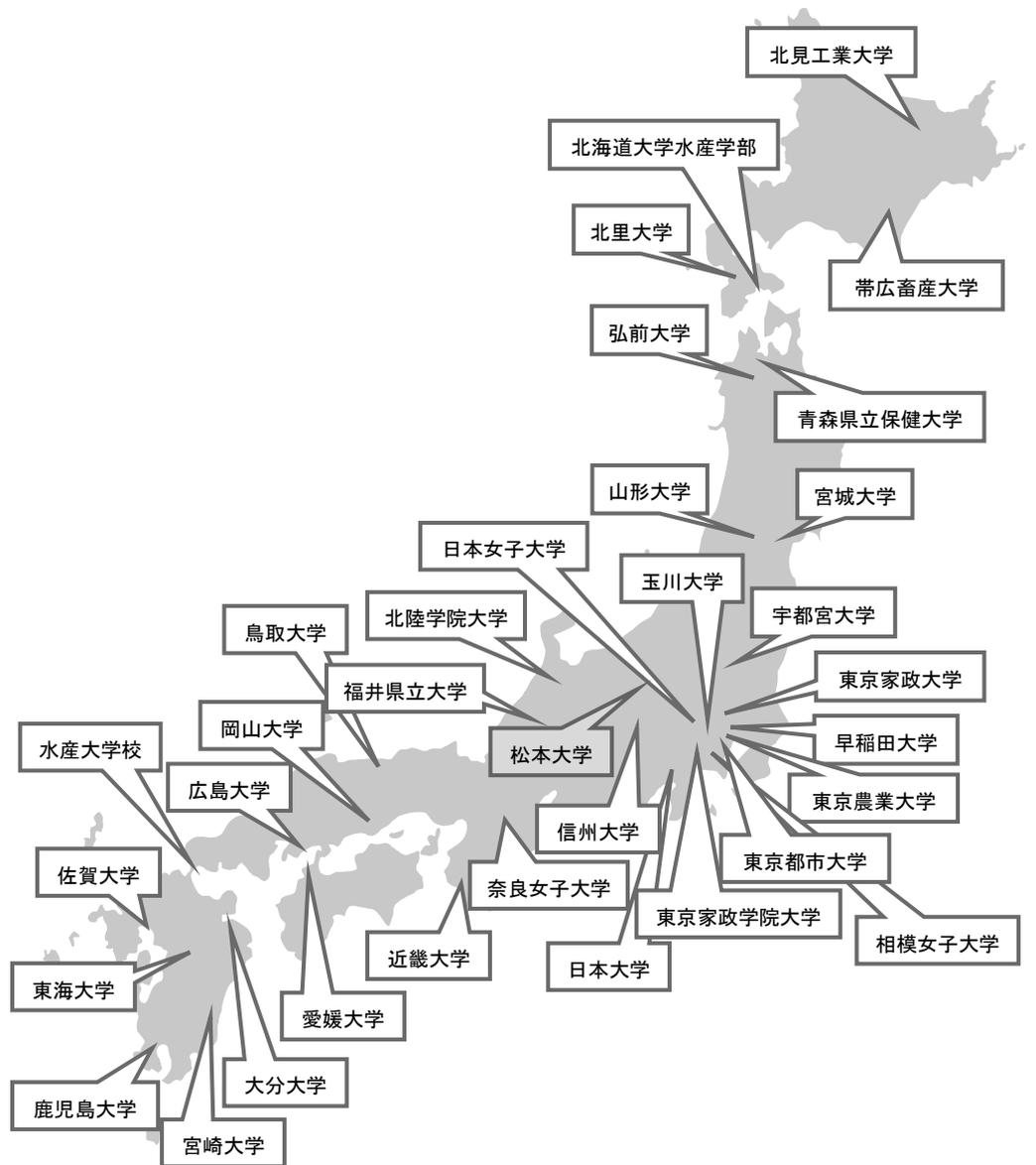
資料（１）【大学は美味しい!!】フェア開催概要

『大学は美味しい!!』プロジェクト松本大学実行委員会

近年、全国の大学で、安心・安全・健康などの視点で研究・開発した新たな食品・加工食品などをメーカーが積極的に商品化する「産学共同商品」が注目されています。こうした全国の大学ブランド商品を集積した催事『大学は美味しい!!』フェアを、日本では初めて平成20年2月に高島屋新宿店で開催し、多くのマスコミ・お客様に多大な評価を頂き、目標以上の成果をおさめることができました。その後も毎年開催し続け、年々参加大学も増え、大きなイベントへ成長しました。期間中は展示販売に加えて出展大学の教員による特別出前授業(定員制)や隣接の紀伊国屋書店でも関連フェアが例年行われます。第3回目は1週間で13万人が来場し、テレビ、新聞など多くのメディアが報道を行いました。第5回目となる24年度より松本大学が参加の打診を受け、出展を決めました。

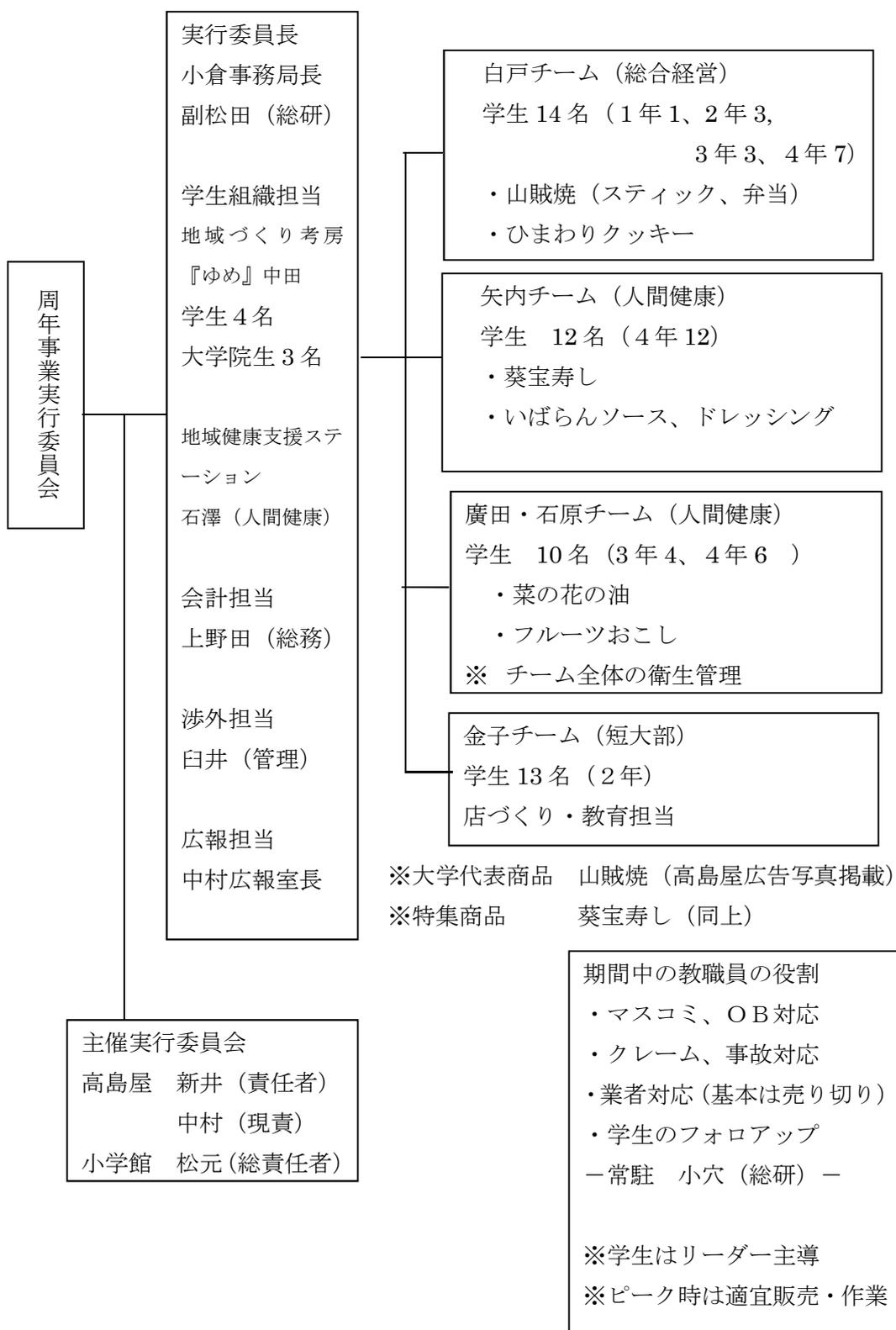
- 名称 第5回小学館『大学は美味しい!!』フェア
- 主催 『大学は美味しい!!』プロジェクト実行委員会
- 後援 フード・アクション・ニッポン推進本部(予定)
- 会期 **平成24年5月30日(水)～6月5日(火):7日間**
- 会場 高島屋新宿店11階催会場 約40大学参加
〒151-8580 渋谷区千駄ヶ谷5-24-2 TEL 03-5361-1111(代)
- 展開内容 全国各地の大学が独自に開発した大学ブランド商品、大学と地域が連携して生まれた商品、各大学のアイデアが活かされた商品等の集積展開。
- 企画内容 ○各大学出展ブースでの大学ブランド商品紹介および販売
 - ・1大学あたり1～2台の販売台と商品写真と説明パネルなどを掲出した、大学別ブースの展開。
 - ・各大学商品の開発研究に携わっている先生や生徒さん、関連企業からお客様へ直接セールストークを行ない、研究者・開発者の生の声による商品説明で、より訴求力のある販売体制を整える。
- 各大学教授による公開セミナーやトークイベントの開催(検討中)
 - ・各大学の先生に大学ブランドの商品誕生秘話や食と健康などのミニトークショーを《1回約20～30分間、1日3回、客席数30席程度》開催し、販売のみならずアカデミック的なイベントによる学術感を加えた演出を行う。
- お客様ニーズにあわせ、その場で催事場内で調理、揚げたてのメニューも提供
- 広報計画 マスコミ、メディア各社等へのプレスリリースによるPR活動(これまでの実績)
〈高島屋&小学館両社で マスコミ各社にアプローチ〉
- 宣伝計画 ・高島屋:首都圏へ告知チラシ(新聞折り込み)30万部発行予定
・小学館 告知(去年はサライに掲載)
- 松本大学出展予定商品
 - ・信州サーモンの押し寿司(葵宝寿司)、山賊焼弁当(新メニュー)、菜の花オイル
 - ・ひまわりクッキー(新メニュー) / いばらんソース
- 実行委員会
 - 1.総合経営学部、人間健康学部(栄養)、短期大学部、考房ゆめ、地域健康支援ステーション:事務局からなる実行委員会体制
 - 2.出展ブースでは学生、大学院生が中心に商品及び大学紹介。
 - 3.教員が主催者側からの依頼によりミニ講演を実施。
 - 4.高大連携の一環として、高校生を招待し、特別講義を実施。
 - 5.賛同企業との調整、パンフや学生事前学習会、大学紹介を実行委員主導で行う。

資料（２）『大学は美味しい!!』フェア 参加大学

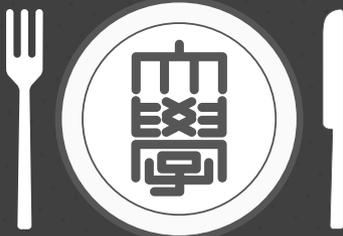


日本各地の 34 大学が参加します

資料（3）大学は美味しい松本大学実行委員会



資料(4) 第5回『大学は美味しい!!』フェア 学生スタッフ募集



第5回

『大学は美味しい!!』フェア

学生スタッフ募集

新宿の高島屋で開催される「大学は美味しいフェア」(小学館・高島屋共催)に松本大学が初めて出展します。期間中に松本大学のブースで展示即売する、食品の説明、販売を担当する学生を募集しています。

『大学は美味しい!!』フェアとは…

小学館の雑誌「DIME」で全国の大学で開発された食品の特集を実際に展示会として開催したフェアです。平成20年度が第1回目で毎回約40大学がエントリーします。期間中はのべ10万人以上が来場するビッグイベントです。



第4回の会場の様子

フェア日程

5月29日(準備)
5月30日(水)～6月5日(火)
AM 10時～PM 8時(営業時間)

会場 新宿 高島屋

どんなことをやるのか

学生スタッフは期間中のブース運営をまかされます。商品の展示、販売、補充や来場者からの問合せなどを担当します。大学としての出展のため、松本大学を知らせる役割も担います。この企画は大学の教職員からなる実行委員会がサポートします。(詳しくは説明会でお知らせします)

エントリーの条件

- 期間中に2日間以上(1泊2日)の活動が現地で可能なこと(授業は通常通りです)
- 健康であること(食品を取り扱うため事前に検便を行います)

費用面

- ボランティアのため謝礼はありません。
- 宿泊費、食費(定額)、東京往復の交通費は大学が負担します。

申し込み方法

下記の窓口にある登録用紙に記入して、提出してください。
実行委員会から学内説明会のご連絡をさしあげます。
申し込み締切日: 4月13日(金)

お問い合わせ・申し込み窓口 ◆ 学生センター 学生課(4号館1階)
◆ 総務課(4号館1階)

資料（5）当日配布用パンフレット（一部）



信州・松本大学発

地域連携から生まれたおいしいもの満載

松本大学“独自の学び”の中から生まれた、地域との協働による商品。ぜひ、ご賞味ください。

“松本一本ねぎ”
ダレで
ご賞味ください！

松本一本ねぎとは…
大きくて二度植えするのが特徴で、植え替えの手間がかかるため流通には適さず衰退した時期もありました。加熱すると、トロけるような軟らかさと甘みが生まれ、この味わいが見直されています。



私たちが開発しました
【観光】
白戸ゼミで
育て支援、
社会教育、
障がい者
と人材
差し

信州・中信地方のご当地グルメ“山賊焼”を井で

大きな鶏肉をニンニク醤油のたれに漬け込み、片栗粉をまぶしてカリッとジューシーに揚げた「山賊焼」は、長野県の塩尻市で生まれ、松本市で育ったご当地グルメです。これまでも「山賊焼」を使用したさまざまな商品を開発しましたが、今回は、人気の“井”を中心に販売します。長野県を飛び越えて、全国でも注目を集めている「山賊焼」を、ぜひこの機会にお召し上がりください。

信州のおいしいもの盛りだくさん

三色山賊井 (写真右)
1折 1,000円(税込)

だしをかけて2度おいしい
山賊まぶし井
(写真左)
1折 900円(税込)

ひとつち山賊焼
600円(税込)

【冷凍】**山賊焼**
(4枚入) 1,200円(税込)

山賊焼 (1枚) 800円(税込)



「山賊まぶし井」の美味しい食べ方

- ①まぶしを召し上がれ
- ②焼けば別途のダレと薬味をかけて召し上がれ
- ③お好みで温めるとさらに美味しい

【製造・販売】 有限会社本郷鶏肉
長野県松本市市場4-4
TEL.0263-24-2941

松本と塩尻
今から8年前、「
「松本にとられてしま
立ち上がったのが白戸
売して大好評を博した
たりと、松本と塩尻の「
こういった活動が属
焼を考える会」が発足。
今回は、有限会社本郷

【短期大学部 金
松商短期大学部商学
マーケティングを学
行っています。今回の「
ア」ではプロモーション
売り場でお客様

いばらないそば屋“いばらん亭”のソース&ドレッシング

“いばらん亭”は、松本駅近くにある、誰もが気軽に安心して食べられる、値段も手ごろな“いばらないそば屋”。地区の高齢者で営業しており、地域の活性化や松本駅アルプス口の景観保全にも取り組んでいます。松本大学は、松本駅アルプス口のまちづくりに学生が関わったことから、協働して、さまざまな活動に取り組んでいます。

かけると
スパイシーなカレーになるソース
いばらん亭では、焦がした小麦粉とカレー粉を使った昔ながらの味のソースを提供しています。そのカレーを若者にも美味しく味わってもらうために開発した、かければカレーの味の濃さを変えられるソースです。

いばらんソース
1本(300ml) 630円(税込)

【製造】小池手造り農産加工所有限公司 【販売】いばらん亭 長野県松本市中4番18号 TEL.0263-32-3786

「そばサラダ」用の、
そばつゆベースのドレッシング
日本そばの苦手な方でも美味しく食べられるように開発した「そばサラダ」用の、そばつゆベースのドレッシングです。そばつゆを素に、黒酢等の酸味とたまねぎのしゃきしゃきとした食感がアクセントです。

いばらんどレッシング
1本(300ml) 630円(税込)

いばらんソース、いばらんどレッシングは、観光ホスト・ドレッシング学科 白戸ゼミと、ヒタリティ学科 矢内ゼミとの健康栄養学科 矢内ゼミとの共同で開発しました。



信州・安曇野の特産がギュッと詰まった贅沢な味
安曇野コシヒカリ、安曇野産ワサビの茎・葉、安曇野産そばの葉を使用しています。安曇野市の特産品をパッケージに詰め込んだ宝箱の意味で、「葵宝寿し(あほうずし)」という名付けられた、安曇野市の新たな名物です。

わさびの葉で巻いた
信州サーモンの押し寿司
あほう
葵宝寿し
1,000円(税込)
【製造・販売】株式会社オノタ
長野県安曇野市三郷町豊盛1064-2
TEL.0263-77-7122

わさびの特性を
最大限に
生かしました。



私たちが開発しました。

信州の食材に新しい視点からアプローチ【健康栄養学科】
矢内ゼミでは、地域に根差したさまざまな商品開発を手がけています。例えば、諏訪商工会議所「鹿食免プロジェクト」、上諏訪温泉旅館組合「温一開発プロジェクト」などや、平成23年度に採択された農林水産省の6産業化対策事業では、地域の農産物を使用した特産品やメニューの開発に取り組んでいます。

資源の有効活用から、廃棄されているわさびの葉や茎
矢内ゼミでは、信州安曇野農協と共同研究契約を交わし、わさびの栽培がなってきましたが、質の良いわさびの栽培に合わせ廃棄されているその葉や茎に着目しました。わさびの葉は、塩水に漬けることで辛みが発生し、辛みの着いた葉で寿司が良くなり、さらに茎の塩漬けを刻んでシャリに混ぜ込むことで、香りと食感をと
本学と連携協定を結び、株式会社オノタで商品化し、安曇野市の新たな名物として



ホスピタリティ学科 白戸ゼミ×本郷鶏肉

「地域資源」を見直し「地域活性化」に役立てることを目的に、高齢者、子どもとまちづくり、バリアフリー観光、障害者雇用、農業振興、特産品開発、社住民自治、ボランティアなど、さまざまな「まちづくり」に取り組んでいます。「就労を目的とした農産物の商品化や、地域の食材を活かした商品開発」「育成の分野などで大きな成果を上げるとともに、「地域に根づく、地域に貢献できる人材づくり」を実践しています。

『山賊焼』を地域をあげてのB級グルメに！

「山賊焼」を「松本の名物」として売り出そうという動きに、発祥地塩尻の人々から「う」という声があがりました。そこで、松本で「山賊焼」に取り組む関係者と一緒に「ゼミ」学生たちは、「山賊焼」のルーツ調査や、学園祭で「スティック山賊焼」を販売し、クリスマス用の「山賊焼クリスマスバーレル」の考案や、タレの開発を行って「山賊焼」に関わる人々を巻き込むさまざまな提案を行いました。計画を動かし、松本と塩尻が一体となって「山賊焼」普及の活動をしていく「山賊地域をあげてB級ご当地グルメとして育てる動きが活発化しています。鶏肉と共同開発した自信の商品を販売します。

「白戸ゼミ」

「白戸ゼミ」では、実践的な活動を「大学らしいフェスティバル」を担当し、当日も「白戸ゼミ」をお待ちします。



矢内ゼミ

「矢内ゼミ」メニュー

「注目」

「注目」から商品化までを行う商品開発を行うことで期待を高めることができました。これは、「注目」販売されています。



ローストしたひまわりの種を練りこみました ひまわりクッキー

(6枚入り) 800円(税込)

【製造・販売】 有限会社丸山菓子舗 長野県安曇野市穂高4537 TEL0263-82-2203

ローストした種の香ばしさが口に広がる上品なクッキー



障がい者就労に関する研究から生まれました。種は、一粒一粒丁寧に手作業で剥いています。

障がい者就労に関する研究をしている白戸ゼミでは、健康に良いと言われていた「ひまわり油」の製造に、障がいを持った方々が仕事として関わられる仕組みをつくる為、手作業で剥いたひまわりの種で搾油をしました。さらに種剥きを得意にする障がい者と出会ったこともあり、地元の丸山菓子舗の職人さんに製造を依頼し、ひまわり色の「ひまわりクッキー」が完成しました。

練り込んである種は、一粒一粒丁寧に手作業で剥いたものです。現在は、種の栽培や種むきには障がい者就労に積極的に取り組んでいる長野県東筑摩郡山形村社会福祉協議会と障がい者の方々にご協力いただいています。

未整理農地対策で作られた菜の花の油に、レシピ集を添えるという形のコラボレーション

菜の花は、松本市中山地区の未整理農地対策として栽培されています。エルシン酸(心臓障害を引き起こす危険がある)を含まないキサキノナネ種から作られました。α-リノレン酸(血圧を解消したり、がんを抑制する働きを持つ)を多く含みます。風味と色合いが良いのが最大の長特です。

【製造】 ヤマキ食品株式会社 【販売】 中山のんびの里づくり推進協議会 長野県松本市開智2丁目3番37号 TEL0263-33-5768

健康栄養学科の学生17名がプロジェクトチームを作り、油の風味や特性を生かしたレシピを考案しました。23品提案しそのうちの7品が今回のレシピブックに掲載されています。

【紹介レシピ】

- わさびマヨ
- カルパッチョ
- なんでもマリネソース
- ペペロンチーノ
- 香味ソテー
- パウンドケーキ
- ナッツのクッキー



健康栄養学科の学生が考えた「レシピ集」付き



風味と色合いが良い!

便利なドレッシングボトルセットもあります。

菜の花の油 一番搾り

- 1本(250g) 1,000円(税込)
- ドレッシングボトルセット 油1本(250g)+ドレッシングボトル1本 2,000円(税込)

日本で唯一のフルーツおこしに、栄養メモを入れて、栄養・食育情報を発信!

りんごの有効消費手段のひとつとして、信州産のりんごをセミドライに加工し、それを和菓子に使用する長野県須坂市のプロジェクトの第1号商品。話題の商品に、栄養メモを同封しています。

【栄養メモの特長】

商品として必要な栄養・原材料表示とともに、食育・栄養情報を発信するツールとして封入しています。伝統的お菓子のおこしの販売促進と、栄養・食育情報の発信のコラボレーションです。栄養メモは、各商品につき2パターンあります。

健康栄養学科の学生が提案した「栄養メモ」付き



脂質が少ない! 噛みごたえアリ!

須坂フルーツスイーツコンテスト 準グランプリ 受賞

須坂フルーツおこし

- りんご&キャラメルグナロー
- りんご&クランベリー 各 650円(税込)

【製造・販売】 コモリ餅店 長野県須坂市北横町1316 TEL026-245-0528

資料（6）松本大学の地域連携教育を通じた「ものづくり」

1

松本大学の地域連携教育 を通じた「ものづくり」

「大学は美味しい!!」フェア 2012年



8

地域を担う大学として



実践的教育で、
地域をリードする人材に
地域の力を借りて育てる

4

松本大学の設立

- 長野県の高等教育の充実
(自宅から通学可能な大学)
- 地域社会への人材供給の期待
(若者流出との関連)
- 長野県・松本市・松商学園が創設
資金を3分の1ずつ負担。

↓

地域の若者を受け入れ、
地域に貢献できる人材に育て、地域に還す。

実践的教育の一環として

松本大学の商品開発の特徴とは

- ① 学生を育てる教育の一環として
⇒ 徹底した学生主体
- ② 地域の課題を解決する方策として
⇒ 日ごろから地域に寄り添う
- ③ 学部・学科横断による6次産業化
⇒ 小さな大学のメリットを活かして

地域のニーズに合わせた 少量多品種型の人材育成

2002 総合経営学部総合経営学科開設 (定員200)
企業経営・ITベンチャー
福祉経営・観光経営・地域行政の5コース

2006 同学部観光ホスピタリティ学科 (定員80)
地域政策・観光マネジメント・福祉マネジメント

2007 人間健康学部開設 (定員各80)
栄養健康学科・スポーツ健康学科

2011 大学院健康科学研究科設置

管理栄養士・健康運動指導士・社会福祉士・学芸員等
地域のニーズに応じた実践的かつ専門的な人材育成

今回の商品について

地域の課題

- ① 食に関し地産地消が弱い⇒背景には東京指向
- ② 自然の豊かさ、豊富な産物ゆえに工夫が不足
- ③ 地域課題や生活文化と観光が結びついていない

取組の特徴

- ① 地域の課題やニーズの把握から始める
- ② 地元の宝物を再発見・文化や歴史を大切に
- ③ 開発は地域の企業や住民との協働で産業や地域づくりに繋げる

商品開発の目的

- ① 山賊焼
 地元では当たり前すぎて軽視されてきた60年前からの食文化（貴重な蛋白源の麩鶏の活用）を地元グルメとして確立する
- ② あほう寿司
 わさびの葉や茎を有効活用し、特産品である信州サーモンによる商品開発を行ない安曇野の特産をつくる
- ③ ひまわりクッキー
 遊休農地の有効活用と障がい者の就労機会の創造
- ④ いばらんソース・ドレッシング
 高齢化と再開発でコミュニティの崩壊の危機に直面した松本駅周辺地区のまちづくりの一環
- ⑤ なたね油
 中山間地の遊休のうちの解消と建設業の再生
- ⑥ フルーツおこし
 無駄になってしまう果物を活用した商品開発

事例紹介③ 山賊焼

山賊焼きとは、長野県の中心地区でポピュラーな鶏肉料理。大判な鶏肉にんにくペースの味付けをつけ、衣（片栗粉や小麦粉）をまぶしてあげたものである。

山賊焼にかかわるきっかけは、学園祭の模擬店で山賊焼きを使った簡単な商品を開発・販売することになったこと。「山賊焼きを考える会」の設立と拡がる山賊焼

- ・3月8日と9日に塩尻と松本で「山賊焼きの日」が開かれる
- ・塩尻・松本両市で給食に山賊焼が提供。総合学習で子どもたちが山賊焼きについて学習
- ・大手のコンビニ、全国チェーンの飲食店でも発売し好評
- ・学生による山賊焼の紙芝居の製作—学校や保育園で子どもたちに山賊焼を知ってもらう取組—
- ・学生とサークルとの商品開発

事例紹介①

いばらん亭の課題から生まれた「いばらんソース」



いばらん亭で出す昔ながらのカレーライスを若者向けのスパイシな味に変える不思議なソースとして栄養学科の矢内先生とゼミが開発したソース。発売2週間で200本以上売り上げ、ヒット商品となる。



蕎麦嫌いの人でも蕎麦サラダをおいしく食べられる蕎麦の食感と風味を消すドレッシング

松本大学が考える「ものづくり」とは

ものづくりが目的ではなく、あくまでも地域づくりが目的であるべき

地域の問題や課題を解決するために、地域の人が主体となって、ネットワークをつくり地域の資源を活用する

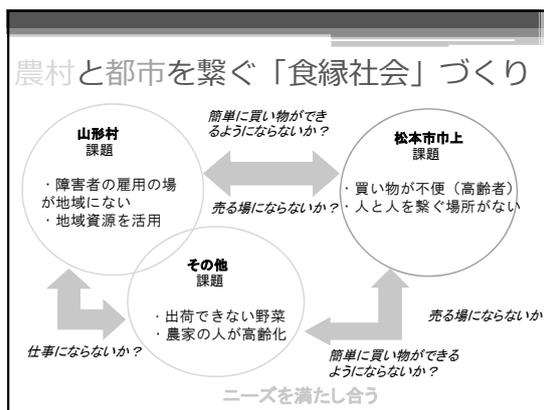
商品開発として考えた時にも、物語のない商品はうけいられない

● 「もの」を持って語る → 「物語」

ものづくりによる食縁社会の構築へ

事例紹介② ひまわりクッキー

2009年度	目標	手作業による殻剥きを行い、品質の高い油の製造
	成果	・品質の高い油の製造は失敗 ・種の殻剥きに向いている障がい者がいることが分かる
2010年度	目標	種の活用による商品化(コスト的に合う付加価値を付ける)
	成果	・丸山菓子舗の協力得て『ひまわりサブレ』完成 ・付加価値をつけるためには老舗の協力が必要 ・品質が高く、栽培費が安定した種が必要になることが分かる
2011年度	目標	種の生産のシステムをつくる
	成果	・社会福祉協議会の協力により、昨年度より粒の大きい種が栽培できる

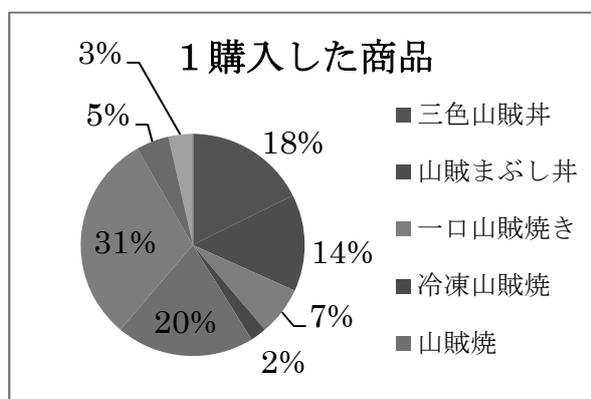


資料（7）H24 大学は美味しいアンケート [返信 65 通]

1 購入した商品（複数回答可）

商品名	個数	%
三色山賊丼	15	17.6
山賊まぶし丼	12	14.1
一口山賊焼き	6	7.1
冷凍山賊焼	2	2.4
山賊焼	17	20.0
葵宝寿し	26	30.6
ひまわりクッキー	4	4.7
菜の花の油	0	0.0
須坂フルーツおこし	3	3.5
いばらんソース	0	0.0
いばらんどレッシング	0	0.0
無回答	0	0.0
合計	85	100.0

※うち2種類以上購入した人15名

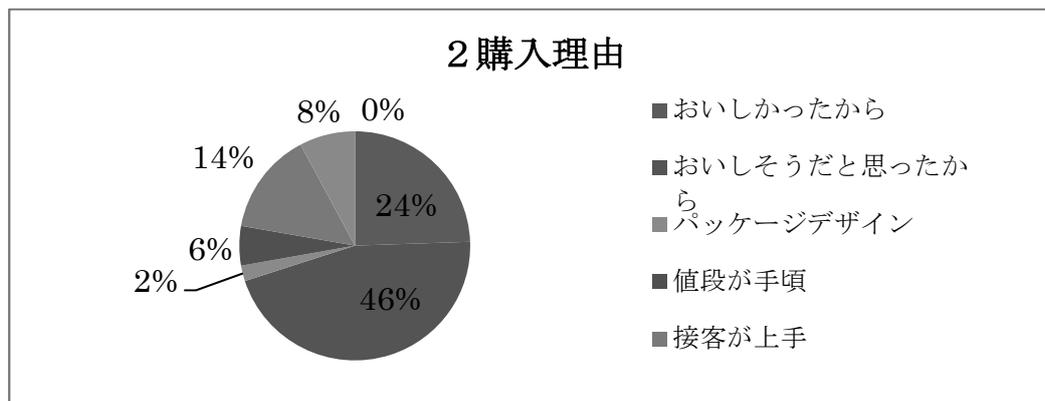
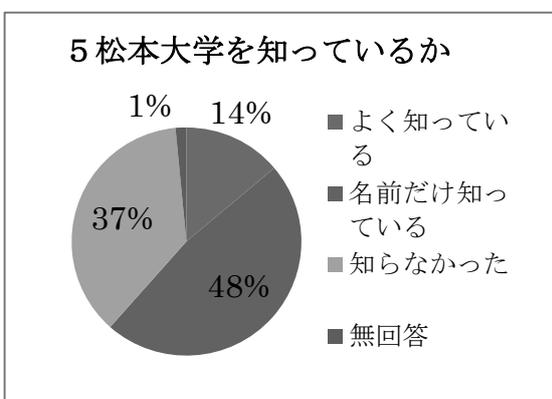


2 購入理由（複数回答有り）

内容	件数	%
おいしかったから	22	24.4
おいしそうだったから	41	45.6
パッケージデザイン	2	2.2
値段が手頃	5	5.6
接客が上手	13	14.4
その他	7	7.8
無回答	0	0.0
合計	90	100.0

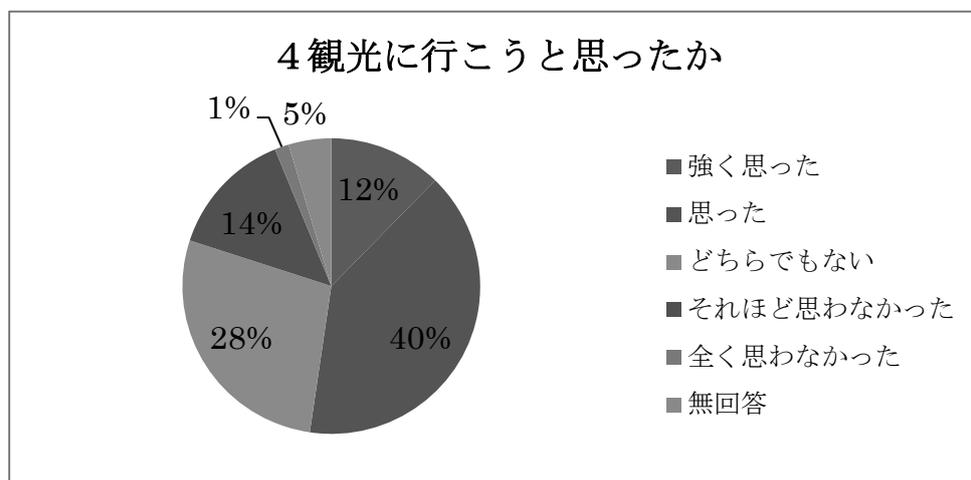
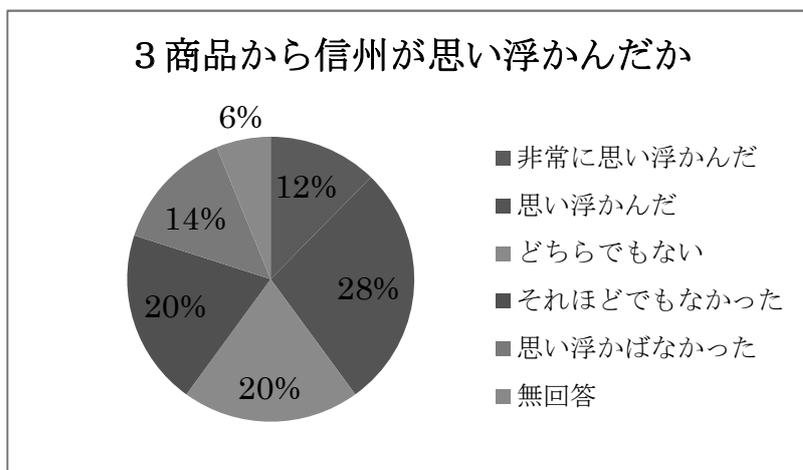
5 松本大学を知っているか

内容	件数	%
よく知っている	9	13.8
名前だけ知っている	31	47.7
知らなかった	24	36.9
無回答	1	1.5
合計	65	100.0



3商品から信州が思い浮かんだか	件数	%
非常に思い浮かんだ	8	12.3
思い浮かんだ	18	27.7
どちらでもない	13	20.0
それほどでもなかった	13	20.0
思い浮かばなかった	9	13.8
無回答	4	6.2
合計	65	100.0

4 信州に観光に行こうと思ったか	件数	%
強く思った	8	12.3%
思った	26	40.0%
どちらでもない	18	27.7%
それほど思わなかった	9	13.8%
全く思わなかった	1	1.5%
無回答	3	4.6%
合計	65	100.0%



資料（８）松本大学の売上実績

商品名		山賊まぶし丼	三色山賊丼	冷凍山賊焼(3枚)	山賊焼(1枚)	ひとくち山賊焼	葵宝寿し	菜の花の油	ひまわりクッキー	信州須坂フルーツおこし	いばらんソース・ドレッシング	合計
値段		900	1,000	1,200	800	600	1,000	1,000	800	650	630	
5月30日 (水)	販売数	30	35	1	28	23	46	0	8	0	1	172
	金額	27,000	35,000	1,200	22,400	13,800	46,000	0	6,400	0	630	152,430
5月31日 (木)	販売数	40	40	2	80	6	42	0	3	7	7	227
	金額	36,000	40,000	2,400	64,000	3,600	42,000	0	2,400	4,550	4,410	199,360
6月1日 (金)	販売数	22	37	1	58	9	40	3	4	13	1	188
	金額	19,800	37,000	1,200	46,400	5,400	40,000	3,000	3,200	8,450	630	165,080
6月2日 (土)	販売数	34	30	5	105	0	78	3	3	12	12	282
	金額	30,600	30,000	6,000	84,000	0	78,000	3,000	2,400	7,800	7,560	249,360
6月3日 (日)	販売数	40	55	1	68	0	65	0	10	24	21	284
	金額	36,000	55,000	1,200	54,400	0	65,000	0	8,000	15,600	13,230	248,430
6月4日 (月)	販売数	29	20	2	63	26	31	1	7	3	2	184
	金額	26,100	20,000	2,400	50,400	15,600	31,000	1,000	5,600	1,950	1,260	155,310
6月5日 (火)	販売数	40	35	7	49	30	33	0	11	6	12	223
	金額	36,000	35,000	8,400	39,200	18,000	33,000	0	8,800	3,900	7,560	189,860
合計	販売数	235	252	19	451	94	335	7	46	65	56	1,560
	金額	211,500	252,000	22,800	360,800	56,400	335,000	7,000	36,800	42,250	35,280	1,359,830