

「A-SWEETS プロジェクト」 活動報告書

平成29年3月

COC+事業推進事務局
青森ブロック
(事務局 青森中央学院大学)

はじめに

青森中央学院大学経営法学部2年、キャリアプランニングⅣでは、平成27年度、青森市の洋菓子店と協同で青森産の野菜をベースにしたオリジナルスイーツを商品企画する「A-SWEETS」プロジェクトを実施した。

平成28年度はBambiceと名付けたこのオリジナルスイーツを本格販売するために、COC+青森ブロック・学生起業セミナーに参加、個別相談で価格設定、販売方法等を検討した。

このほか、COC+青森ブロック事業が実施したビジネスマナー講座で名刺交換、挨拶などのビジネスマナー基本講習をうけ、3月初旬、東京都港区赤坂の青森市のビジネス交流拠点・AoMoLinkで2日間の試食&アンケートを行った。

本報告書は、これまでの「A-SWEETS」プロジェクト活動の振り返りと今後の事業展開の参考となる東京の活動とアンケート調査結果をまとめたものである。

「A-SWEETS」プロジェクト事業推進に関し、多大なご協力をいただいたアトリエBonの長谷川パティシエ様、青森市の関係部署の皆様に改めて感謝の意を表したい。

平成29年3月

青森中央学院大学 経営法学部 教授

高山 貢

「A-SWEETS」プロジェクト コーディネーター 向中野 光秀

1. 事業の背景と目的

本事業は「地（知）の拠点大学による地方創生推進事業（COC+）」、オール青森で取り組む「地方創生人財」育成・定着事業の青森ブロック事業、アドバイザーによる「学生起業支援」の一環として実施するもので、青森中央学院大学大学生5名と教員・アドバイザー2名が参加し、学生による商品PRとアンケート調査、先進地視察を首都圏で実施した。

学生がPRする商品は平成27年度に企画した以下の商品である。

(1) 平成27年度 G-コマース商品開発について

青森中央学院大学経営法学部2年の平成27年度キャリアプランニングⅣG-コマースでは、本学女子学生6名が青森市のアトリエBONと「Aomori-Sweets」の共同開発に取組み、新商品を企画、実売までこぎつけることができた。

商品名 Bambice（バンビーチェ） イタリア風焼き菓子

商品対応

BOX 100セット

5個入れ 70円×100=7000円

要組立、リボン→学生

販売単価 600円

巾着袋(透明) 200セット

100円均ショップ+リボン→学生

販売単価 500円



商品・パッケージのイメージ

販売期間・場所

平成28年2月10日～2月14日

中三百貨店催事コーナー

以上

(2) 青森市への協力依頼

平成 29 年 1 月 23 日、青森市役所政策推進課に企画説明、協力依頼を行った後、後日、青森市東京事務所より具体的な提案があり、前向きに取り組んでくれることになった。アトリエ・BON、長谷川氏と打ち合わせ、300 個注文、青森市は以下の内容で、大学の PR、マスコミ他対応、事前広報も協力を約束してくれた。

□AoMoLink ～赤坂～ テストマーケティング打ち合わせ（於：青森市）

事業 青森中央学院大学と青森市内洋菓子店（アトリエ・BON）共同企画のイタリア風菓子を商品化するため、東京テストマーケティングを実施する。

期間 平成 29 年 3 月 2 日（木）～平成 29 年 3 月 3 日（金）

場所 AoMoLink ～赤坂～ 喫茶コーナー 試食販売
（詰め合わせ販売も一部行う）

商品 Bambice（バンビーチェ）

□AoMoLink の概要

首都圏のビジネス交流センター AoMoLink は 東青地域の食材・加工品等の特産品の紹介・販売や、飲食スペース併設型テストショップの機能を有するアンテナショップとテレワーク機能を使用して地元青森にいながらにして首都圏のバイヤーと商談を行うことができるビジネスネットワーク機能を持った、青森と首都圏をつなぐビジネス交流の拠点となる施設。



AoMoLink 店内風景 写真提供：青森市

青森市からの依頼事項

1. イベントのPR

- (1) 事前周知 遅くても3週間前から告知予定。
- (2) 告知媒体
 - ①店内 大型プロジェクターへの投影
店内ポップ（A5版でラミネート）
ポスター A1サイズ、B1サイズどちらでもOK
 - ②ウェブ アオモリンクフェイスブックページとInstagram
 - ③マスコミ 赤坂経済新聞（ウェブ新聞）
 - ④市政記者会 青森市役所にある記者クラブへの投げ込み（政策推進課）

2. 貴学での制作物について

- (1) パワーポイント 店内大型プロジェクターに投影するもの。
- (2) 店内ポップ 飲食テーブル設置用のラミネートされたものと配布用
- (3) ポスター 最低2枚（同じもので可）
- (4) 飾りつけ サンプリングする際の棚の装飾用
- (5) アンケート 参考までに現在の調査のアンケートを添付。
- (6) ストーリー ストーリー性をもたせた内容で制作すること

3. 素材の提供

- (1) 商品画像 FB用に耐えられる画素数もの
- (2) 開発者の画像 生徒さんたちの画像。顔出しの許可
- (3) BONの画像 店舗写真やオーナー若しくはパティシエの写真
- (4) HPやFBアドレス
大学、研究室、アトリエ・BONのHPのURLやFBのURLなど

※青森市から、場所提供、PR、新聞告知等の協力をいただいた。

平成 29 年 2 月 23 日

青森市政記者会 様

青森中央学院大学
学長 花田 勝美

青森中央学院大学 A-SWEETS プロジェクト首都圏テストマーケティングについて

平素より本学の教育・研究活動に対し、格別のご理解、ご協力を賜りまして心から厚く御礼申し上げます。

さて、本学は、昨年度に実施した「A-SWEETS プロジェクト」で商品化したオリジナルスイーツを今後の本格的な発売に向け、青森市の協力の下、首都圏でテストマーケティングを行うことといたしました。

テストマーケティングでは、企画した女子学生たちが県産品果物等として、りんご、カシス、人参をパウダー状にしたクッキー生地、チョコレートやホワイトチョコレートがサンドされた商品を AoMoLink ～赤坂～（あおもり地域ビジネス交流センター）において、試食していただきアンケート調査を行います。

つきましては、ご多忙とは存じますが、取材いただきますよう宜しくお願いいたします。

記

- | | |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 日 時 | 平成 29 年 3 月 2 日（木）・3 日（金）11 時～15 時 |
| 2 場 所 | AoMoLink ～赤坂～（あおもり地域ビジネス交流センター）
（東京都港区赤坂 3 丁目 13-7 ファーストキャビン 1F） |
| 3 内 容 | 「A-SWEETS プロジェクト」に参画した女子学生たちが、AoMoLink のレストラン利用客に、オリジナルスイーツを試食していただき商品化に向けてのアンケート調査を行います |
| 4 参加学生 | 青森中央学院大学 経営法学部 3 年生 5 名 |

【担当】

〒030-0132 青森市横内字神田 12
TEL : 017-728-0131 FAX : 017-738-8333
青森中央学院大学 経営法学部教授 高山貢

2. 事業実施計画

(1) 活動内容、参加人員、スケジュール

COC+青森ブロックの起業・創業セミナー及び個別相談に参加した経営法学部3年生が東京都港区赤坂の青森市東京ビジネスセンター（AoMoLink）においてテストマーケティング及びアンケート調査を実施する。

対象商品は平成27年度に商品開発したバンビーチェ（イタリア風焼き菓子）で、リンゴ、カシス、人参を練りこんだ青森発のスイーツ3品を持ち込み、試食及び店頭販売を行い、今後の本格的な商品販売に向けテストマーケティングである。

【参加者】

経営法学部経営法学科3年

相内美夢、佐藤美優貴、関亜侑美、北條佳苗、三浦さゆり

【同行者】

高山貢（教員）、向中野光秀（アドバイザー）

【スケジュール】

29年3月2日（木）曇り・雨

11:00 青森市職員と打合せ

11:30～14:30 試食アンケート&ヒアリング実施

29年3月3日（金）晴れ

11:00～14:30 試食アンケート&ヒアリング実施

15:00 有楽町交通会館ビル 北海道、秋田県アンテナショップ視察

15:30 飯田橋青森県物産館・北彩館視察

16:20 全日程終了

初日が雨で出足が鈍かったものの、二日目は天候に恵まれ50名以上にアンケート調査をお願いすることが出来た。

※アンケートは3月2日28枚、3月3日49枚、計77枚回収

(2) 事前準備

① 学生起業セミナー個別相談

学生起業セミナー講師、齋藤IM（インキュベーション・マネージャー）による事前個別相談を以下の通り、実施した。

期日：平成29年2月6日

場所：図書館学修室 4.5

出席：齋藤IM、向中野アドバイザー、
佐藤、三浦、北條、関、相内、佐藤BC

齋藤先生への相談事項

A-SWEETS東京テストマーケティングを3月2～3日にAoMoLink（東京赤坂）で行なうことになった。

本事業は昨年キャリアプランニングⅣで企画した学生発の商品開発をさらに一歩進めて、青森市の野菜3種を練り込んだ生地にチョコを挟んだイタリア風焼き菓子（バンビージェとネーミング）を商品化するために東京で試食会及びアンケート調査を実施することになっている。

齋藤先生には商品コンセプト、販売方法（青森エリア）、値段設定などのアドバイスをいただき、新規事業にいかしたいと考えている。また、東京でのアンケート項目作成にもアドバイスをいただいた。



齋藤IMによる個別相談

アンケート最終案の検討

バンビーチェ 試食感想アンケート

2017年 3月 2～3日

青森中央学院大学 経営法学部

試作品（バンビーチェ）のアンケート調査を実施します。

アンケート調査結果は今後の商品開発の参考にさせていただきます。

質問1 あなたご自身のことについてお伺いいたします。該当する項目を○で囲んでください。

性別	男性・女性	年代（～歳代）	20	30	40	50	60	その他	職業	会社員	学生	その他
----	-------	---------	----	----	----	----	----	-----	----	-----	----	-----

質問2 本日も試食いただいたバンビーチェについて、あてはまる評価にレ印を入れてください。

質問事項	評価				
	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い
試作品（バンビーチェ）の形	<input type="checkbox"/>				
試作品（バンビーチェ）の味	<input type="checkbox"/>				
試作品（バンビーチェ）の色合い	<input type="checkbox"/>				
試作品（バンビーチェ）の食感	<input type="checkbox"/>				
試作品（バンビーチェ）の大きさ	<input type="checkbox"/>				
試作品（バンビーチェ）のネーミング	<input type="checkbox"/>				

質問3 本日も試食いただいたバンビーチェの総合評価をお知らせください。

	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い
青森発のSWEETSとしての評価を教えてください	<input type="checkbox"/>				

質問4 本日も試食いただいたバンビーチェについて、以下の項目の該当する箇所を○で囲んでください。

セット販売を考えていますが、個数、値段、パッケージについてのあなたの考えをお知らせください。

セット個数は何個がよいと思いますか	3個	5個	10個	12個	15個
買いやすい価格はいくらだと思いますか	500円程度	800円程度	1000円程度	1200円程度	1500円程度
パッケージはどれが良いと思いますか	袋入り	箱入り			

質問5 あなたのスイーツを購入される優先順位を1～5で枠内に記入してください。

	優先順位
価格	
味	
季節限定	
デザイン性	
ボリューム感（量）	

質問6 最後に試作品の感想をお願いします。

これでアンケートは終わりです。ご協力ありがとうございました。

なお、この用紙は厳重に保管し、報告書作成の参考にする以外の目的には使用いたしません。

(3) 首都圏テストマーケティング、事前作成資料

商品POP 1案

3月2日(木)
3日(金)に
ご試食
アンケート!

Aomolinkご利用の方に**ご試食**いただきます。
アンケートにご協力ください。

女子学生が
AoMoLinkへ!

●青森の女子学生5人がプロデュース!

「A-SWEETS」プロジェクト



青森野菜&果実と人気のイタリア菓子「パーチ・ディ・ダーマ」の素敵な出会い!(写真は試作品です)

Bambice

企画: 青森中央学院大学 協力: 青森市・AoMoLink赤坂

北国の自然と風土に育まれた、野菜と果実の王国青森。雪国青森から、安全安心で美味しく可愛いスイーツを発信したい・・・そんな思いを込めて、私たちは、地元パティシエとのコラボにより、素材色の「パステル・スイーツ」の開発と起業に挑戦しています。まだ試作品の段階ですが、みなさんの率直なご感想とご意見をお聞かせください。今後の企画に活かさせていただきます。

私たちの開発基本コンセプト

北国青森の
豊富な野菜と果実

×

国内外で人気の
スイーツ・アイテム

↓

素材色の「パステル・スイーツ」の開発

商品POP 2案

3月2日(木)
3日(金)に
ご試食
アンケート!

Aomolinkご利用の方に**ご試食**いただきます。
アンケートにご協力ください。

女子学生が
AoMoLinkへ!

●青森の女子学生5人がプロデュース!

「A-SWEETS」プロジェクト



青森野菜&果実と人気のイタリア菓子「パーチ・ディ・ダーマ」の素敵な出会い!(写真は試作品です)

Bambice

企画: 青森中央学院大学 協力: 青森市・AoMoLink赤坂

北国の自然と風土に育まれた、野菜と果実の王国青森。雪国青森から、安全安心で美味しく可愛いスイーツを発信したい・・・そんな思いを込めて、私たちは、地元パティシエとのコラボにより、素材色の「パステル・スイーツ」の開発と起業に挑戦しています。まだ試作品の段階ですが、みなさんの率直なご感想とご意見をお聞かせください。今後の企画に活かさせていただきます。

私たちの開発基本コンセプト

北国青森の
豊富な野菜と果実

×

国内外で人気の
スイーツ・アイテム

↓

素材色の「パステル・スイーツ」の開発

店内PR資料（1）



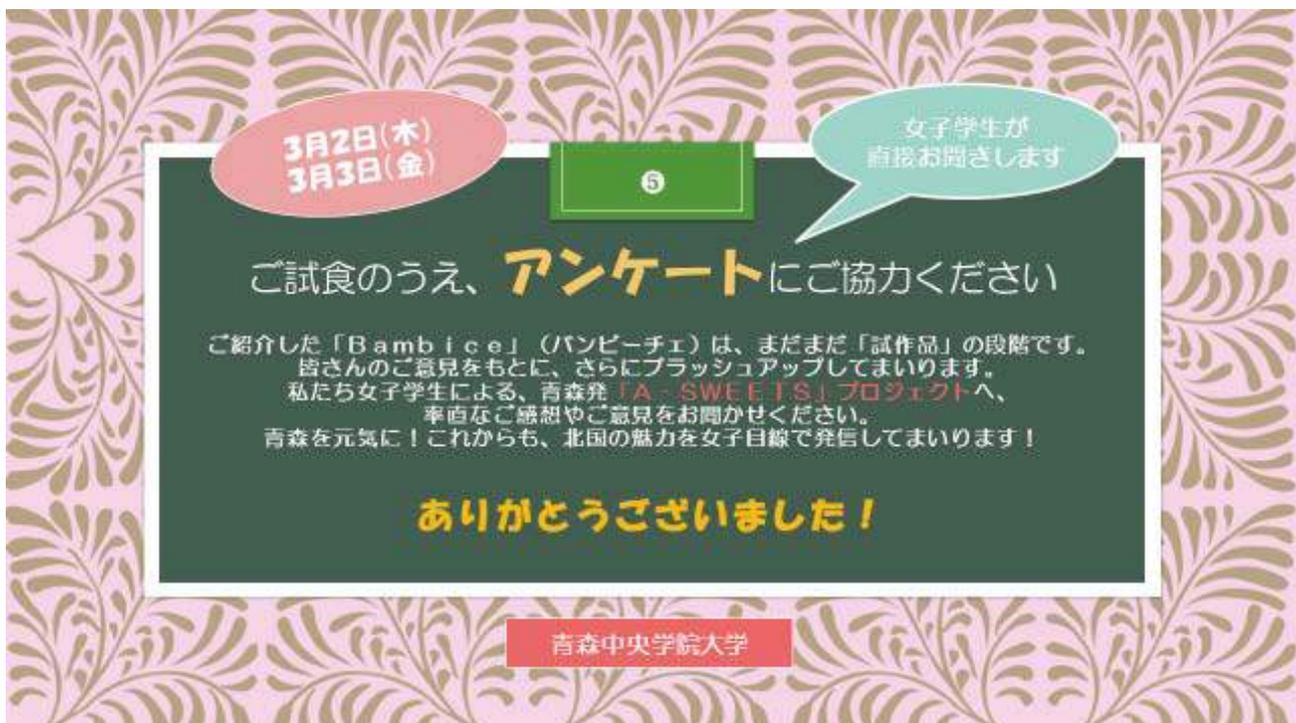
店内PR資料（2）



店内PR資料（3）



店内PR資料（4）



AoMoLink 店内 (1)



AoMoLink 店内 (2)



AoMoLink 前



店内販売スペース



店内告知



アンケート記入



店内販売スペース



店内の様子



店内記念写真



A-SWEETS

東京赤坂アンケート調査結果



AOMOlink ~赤坂~

3. 調査の概要

担当：A-SWEETS メンバー
高山 貢

アンケート調査は平成 29 年 3 月 2 日～3 日に東京赤坂 AoMoLink で行った。初日はあいにくの風雨で出足が鈍く、予定枚数を下回ったものの、翌 3 日は天候に恵まれ、二日間で 70 数枚を回収した。翌 4 日は本学教員から 30 枚、合計 103 枚（無効回答含む）回収できた。

アンケートはビジネス街の特徴である昼食時の人出を見込み、午前 11 時～午後 2 時までに通行人に積極的な声掛けを行い、店内に誘導し、バンビーチェの試食後にアンケート調査票の記入をお願いした。

調査項目

回答者の属性

回答者を男女別にみると、男性が 32 名、女性が 69 名と女性が多くなっている。年代別では 40 歳代が 28 名、50 歳代が 26 名となり、20 歳～30 歳代 28 名と年代間のバランスがとれている。職業では会社員が 73 名とほぼ 7 割を占め、ビジネス街でのアンケートの特徴が良く表れている。

アンケート回答者の属性

単位：人

	年代						小計
	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	その他	
男性	1	4	6	9	10	2	32
女性	8	15	22	17	6	1	69
総計	9	19	28	26	16	3	101

単位：人

	職業			小計
	会社員	学生	その他	
男性	23		9	32
女性	50	1	18	69
総計	73	1	27	101

(1) バンビーチェの総合評価

～形状、味を好評価、色合い、大きさ、ネーミングは？～

バンビーチェ試食後の評価を形状、味、色合い、食感、大きさ、ネーミングの項目別に「良い」、「やや良い」、「普通」、「やや悪い」、「悪い」の5段階で総合評価してもらい、うち、「良い」、「やや良い」の合計を満足度とした。

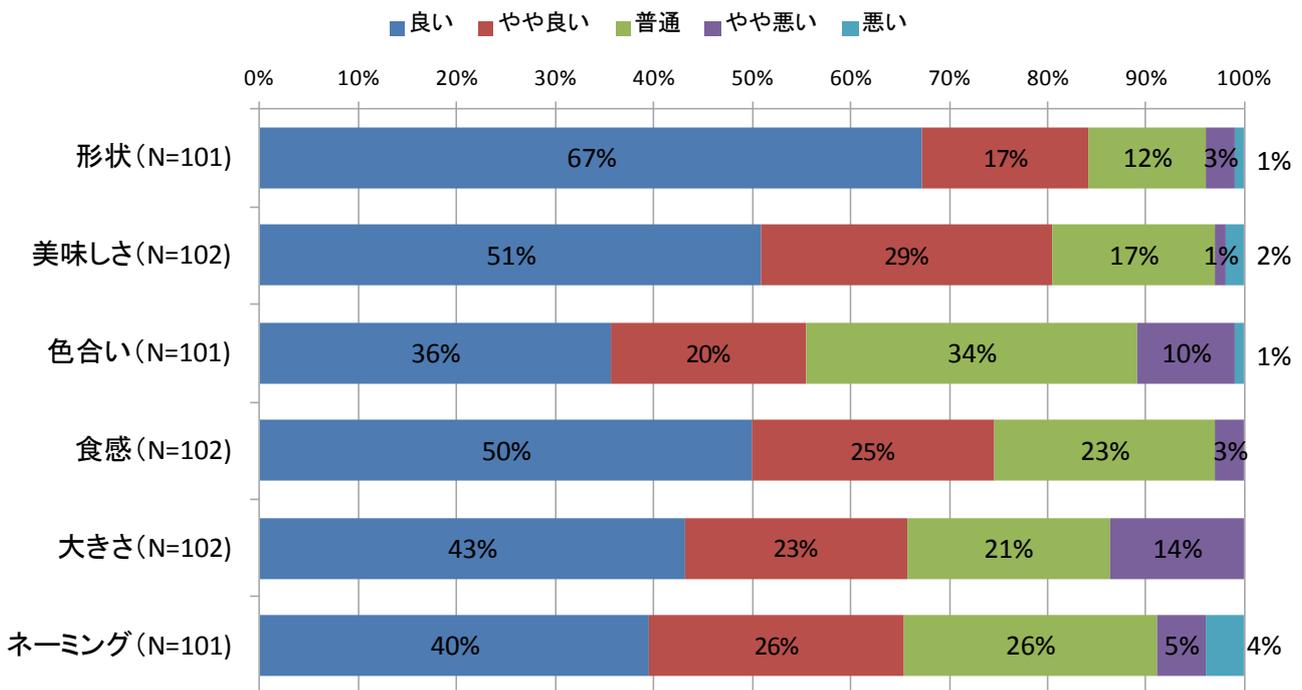
それによると、バンビーチェの形状は満足度 84% と比較的评价が高かった。マカロンと似ている印象も加わり、親しみやすい形状と言えそうである。

美味しさ（味）は満足度 80% と「形状」に次ぐ評価となった。ただ、「やや良い」の割合が「形状」を大きく上回り、満足度の内容は少し異なっている。

色合いは「満足度」56% と全項目中でもっとも低かった。今回はりんご、カシス、人参の三種類のパウダーを練りこんだ商品を持参したが、イメージされた色合いと異なっていることが影響した。

食感は満足度 75% とサクサクが評価され、比較的高かった。大きさとネーミングは満足度が 66%、65% と低い結果となった。これらに関し改善の余地がありそうである。

バンビーチェの総合評価



バンビーチェの総合評価

	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い
形状 (N=101)	67%	17%	12%	3%	1%
美味しさ (N=102)	51%	29%	17%	1%	2%
色合い (N=101)	36%	20%	34%	10%	1%
食感 (N=102)	50%	25%	23%	3%	0%
大きさ (N=102)	43%	23%	21%	14%	0%
ネーミング (N=101)	40%	26%	26%	5%	4%

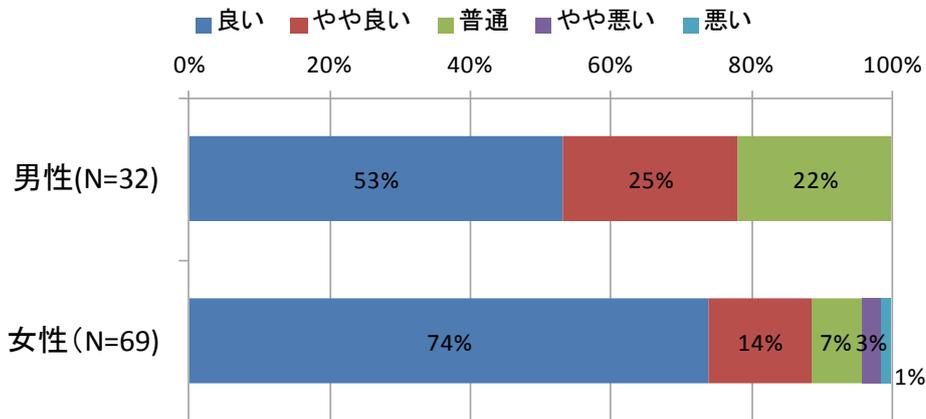
満足度
84%
80%
55%
75%
66%
65%

次に、男女別にそれぞれの項目をクロス集計してみた。

(2) 形状について

バンビーチェの形は男女ともに「良い」が50%を上回るが、なかでも女性の満足度（良い+やや良いの割合）が88%と男性を10ポイント上回り、可愛い形と人気があり、女性の評価が高い結果となった。

バンビーチェの形状



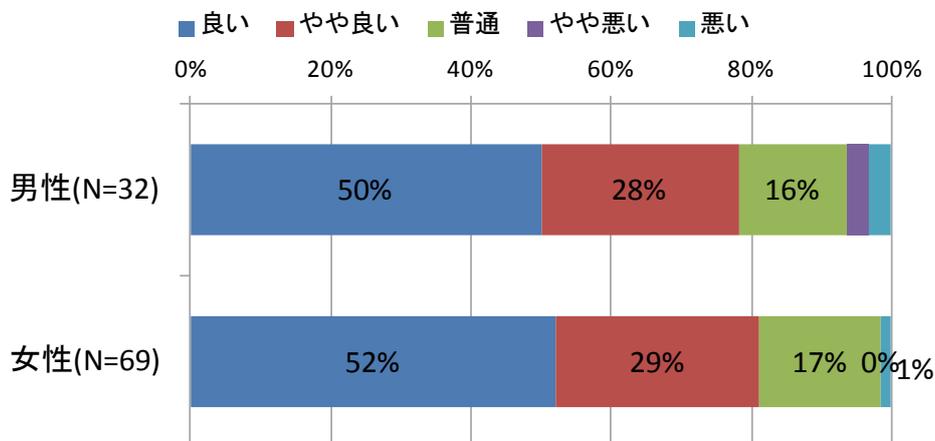
形状 (N=101)

	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計	満足度
男性(N=32)	17	8	7	0	0	32	78%
女性(N=69)	51	10	5	2	1	69	88%

(3) バンビーチェの美味しさ (味) について

バンビーチェの美味しさ (味) は男女ともに約80%の高い評価を受け、美味しさは男女ともに評価が高かった。

バンビーチェの美味しさ



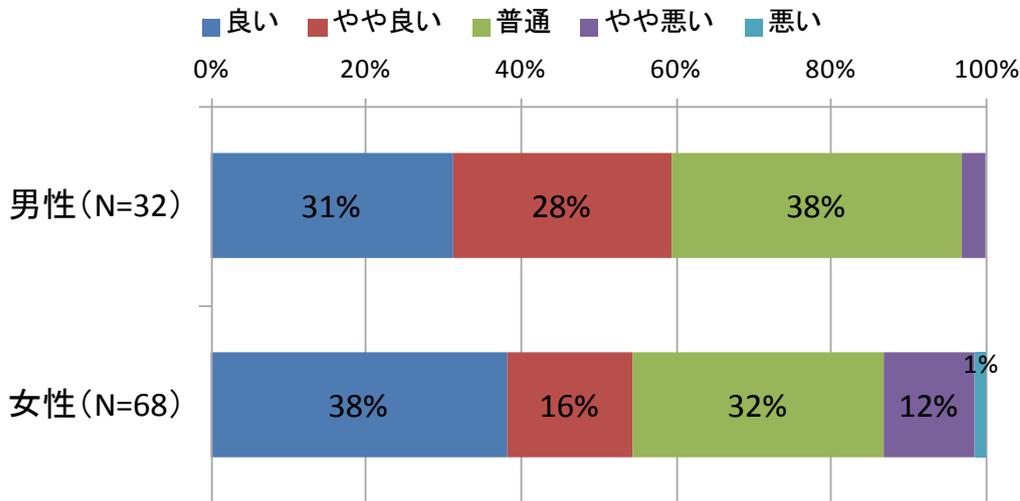
美味しさ (N=101)

	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計	満足度
男性(N=32)	16	9	5	1	1	32	78%
女性(N=69)	36	20	12	0	1	69	81%

(4) バンビーチェの色合いについて

バンビーチェの色合いを満足度で見ると、男性が59%、女性が54%と他の項目に比べると評価が低くなっている。りんごの赤、カシスの紫、人参の赤が今回の試作ではうまく表れなかったことが影響しているとみられる。

バンビーチェの色合い



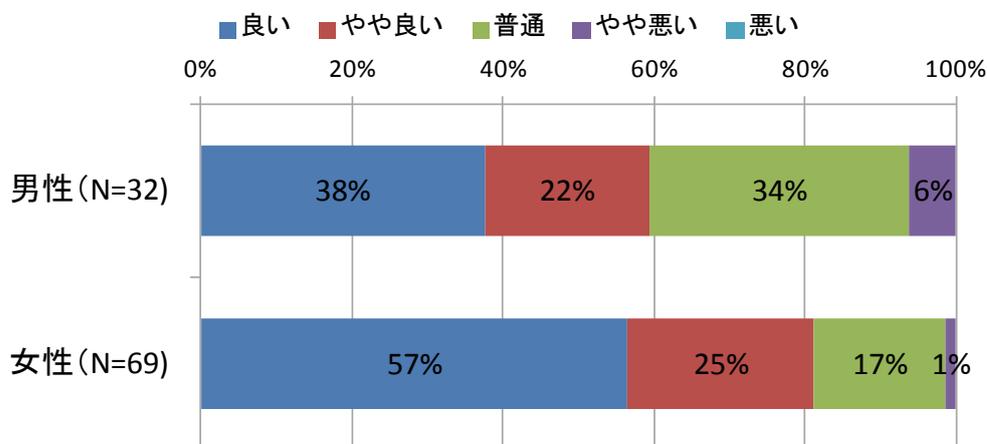
色合い (N=100)

	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計	満足度
男性 (N=32)	10	9	12	1		32	59%
女性 (N=68)	26	11	22	8	1	68	54%

(5) バンビーチェの食感について

バンビーチェの食感は男女で格差が生じた。女性は満足度が81%と高いものの、男性は59%にとどまり、男女別の嗜好に変化が見られる。

バンビーチェの食感



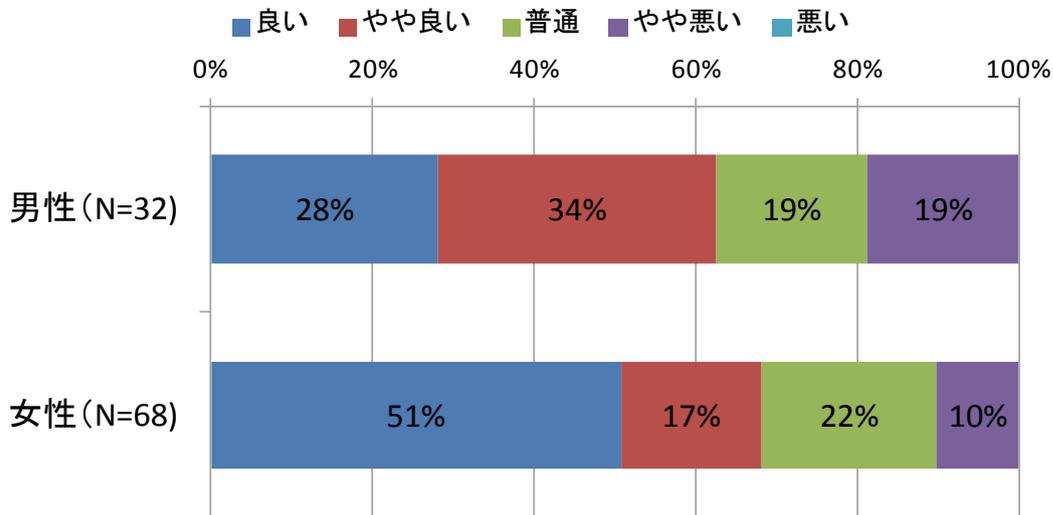
食感 (N=102)

	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計	満足度
男性 (N=32)	12	7	11	2		32	59%
女性 (N=68)	39	17	12	1		69	81%

(6) バンビーチェの大きさについて

バンビーチェの大きさについての満足度は男女ともに60%台になった。ただ、満足度の内訳は女性の「良い」が50%を超えたものの、男性は28%にとどまり、女性の評価が高かった。このほか、「やや悪い」の割合がが他の項目に比べ多くなっている。

バンビーチェの大きさ



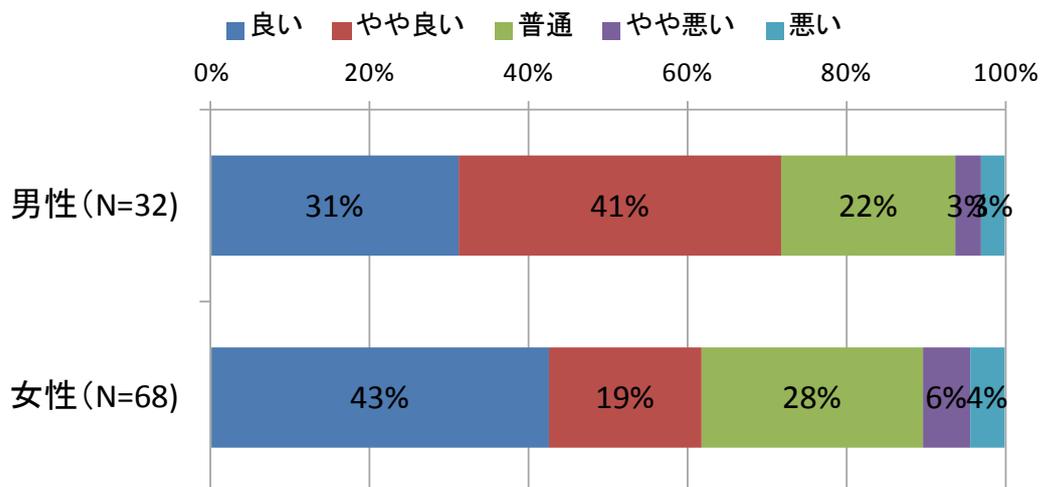
大きさ (N=102)

	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計	満足度
男性 (N=32)	9	11	6	6		32	63%
女性 (N=68)	35	12	15	7		69	68%

(7) バンビーチェのネーミングについて

バンビーチェのネーミングは男性が女性に比べ評価が高くなった。

バンビーチェのネーミング



ネーミング (N=100)

	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計	満足度
男性 (N=32)	10	13	7	1	1	32	72%
女性 (N=68)	29	13	19	4	3	68	62%

(8) 価格、包装、セット個数について

価格と包装はほぼ同数となったが、値段が上がるほど箱入り（おしゃれな）が支持される、予想通りの結果となった。

価格とセット個数は価格 500 円、5 個入り、価格 800 円、5 個が支持された。価格 1,000 円では 10 個入りに回答が集中した。

男女別では、女性の回答が 5 個入れ、3 個入れ、10 個入りの順に支持された。

価格と包装

単位:枚

	包装	
	袋入り	箱入り
500円	33	20
800円	10	19
1000円		5

価格とセット個数

単位:枚

	セット個数					総計
	3個	5個	10個	12個	15個	
500円	19	34	2	0	1	56
800円	1	18	12	0	0	31
1000円			6	0	0	6
総計	20	52	20	0	11	93

男女別 セット個数

単位:枚

	セット個数					総計
	3個	5個	10個	12個	15個	
男性	7	15	9	0	0	31
女性	15	39	12	0	1	67
総計	22	54	21	0	1	98

(9) SWEETS 購入優先順位

SWEETS を購入する際、価格、味、季節限定、デザイン、ボリューム感の5項目のどれを優先するか、順位をつけてもらった。

それによると、最も優先するのが「味・美味しさ」で、次いで「価格」、「季節限定」、「デザイン」、「ボリューム感」の順序となった。

最優先されるのは「味・美味しさ」が他を圧倒している。美味しければ、多少値段が高くても購入する傾向が SWEETS には表れているかが分かる結果となった。

SWEETS購入 優先順位

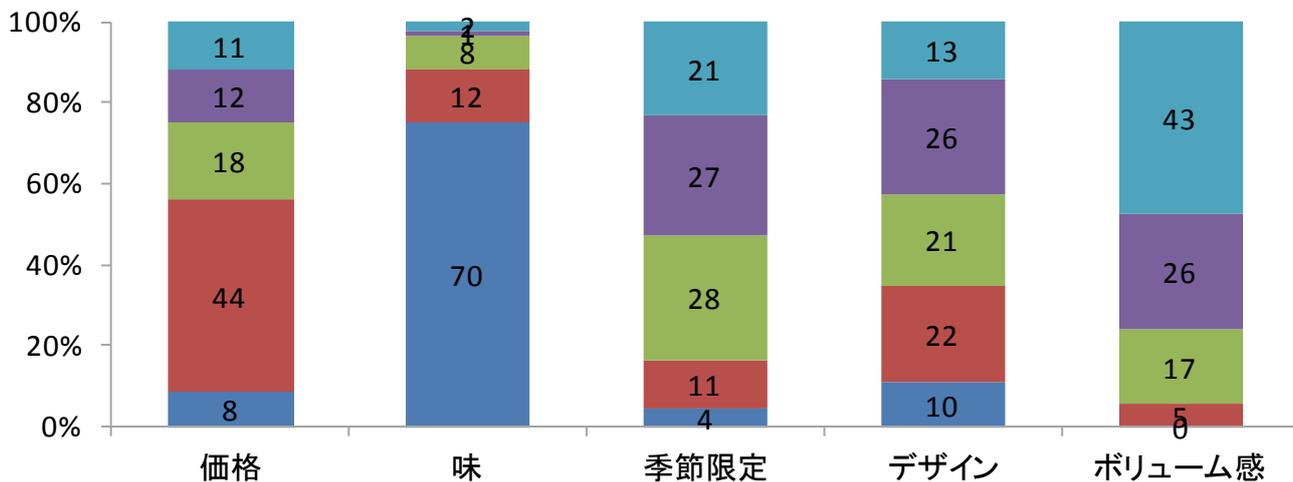
単位:枚

	価格	味	季節限定	デザイン	ボリューム感
1位	8	70	4	10	0
2位	44	12	11	22	5
3位	18	8	28	21	17
4位	12	1	27	26	26
5位	11	2	21	13	43

※無回答除く

SWEETS 購入優先順位

■1位 ■2位 ■3位 ■4位 ■5位



(10) アンケート自由回答

①味、その他について

バンビーチェについては「りんご」をイメージする回答が多かった。りんごの味が良かった、美味しかったとコメントしている。このほか、カシス、人参が美味しかった、珍しい味との好意的な評価のほか、紅茶やコーヒーと合うのではとの回答もあった。

一方、味に特徴がない、りんごの味がしない、カシスの風味が欲しいなど、改善点を示唆する回答もあった。

バンビーチェアンケート 自由回答

評価項目		コメント
味	食感	甘い。もう少しサクサク感がほしい。
味		味の違いが分かりづらい。
味		ホワイトチョコ以外もあった方がよい。にんじんの味がしてよかった。マクロビスイーツがあれば買うかもしれない。
味		リンゴの味を感じない。チョコ等のコーティングがほしい。
味		カシスの酸味・風味がもう少しあればいい。
味		味に特徴がない。しっとり感がほしい。
味		リンゴの味がよかった。
味		リンゴが美味しかった。
味		とても美味しかった。
味		リンゴ味は青森らしくて美味しかった。
味		とても美味しかった。ナチュラルな感じがよかった。
味		チョコが強い。風味と色が物足りない。
味		素朴な味が美味しかった。
味		カシスは珍しくていいと思う。
味	形	カシス→にんじん→リンゴの順においしかった。もう少し小さくてもよい。
味		全部の味食べてみたくなりました。
味		リンゴの味がしない。
味	形	にんじんがとても美味しかった。大きすぎるかも。
味		後味がよく、紅茶と合う感じがした。
味		にんじんらしい何かがあればよい。
味	名前	リンゴの味がしない。青森らしい名前にすべき。
味		すごく美味しい。
味		それぞれの味に個性がない。
味	形	甘すぎずよかった。小さい方が食べやすい。
味		味の違いが分からない。味がしない。
味		味がどれも一緒。パウダーを使うなら粉糖を野菜パウダーに混ぜてクッキーにまぶした方が色の変化が分かる。
味		コーヒーに合うと思う。味の違い・特徴が分からない。
味		味は良かったが、やや食べにくい。
味		味の違いがわからない。
味		味は普通だった。袋入りと箱入りどちらもあればいいのでは？
味	色	味は良いが、色に注意。
味		カシスの風味はあったが、にんじんはなかった。
味		美味しかった。
味		クッキーはそんなに甘くなくていいと思う。
イメージ		箱に入れるほど高級なお菓子ではないような気がする。この手のスイーツはよくあるので工夫が必要。

②色合い、インパクト、価格、形、食感、名前、値段について

色合いに関しては「色が似ている」との指摘があった。インパクトについては、「青森らしさが足りない」、「アピール力が不足」、「青森とイタリア戸の関係性」、「青森限定のイメージを打ち出す」など、さまざまなコメントを寄せていただいた。

形状は「食べづらい」、「もっと小さく」、「厚みがあり、食べにくい」など、食べやすさを示唆する回答が多数寄せられた。食感は「サクサクして良い」と概ね好評なものの、「ポロポロして食べにくい」、「粉っぽい」などの回答もあった。

評価項目		コメント
色合い		色にめりはりがあればよい。それぞれの味が強ければよい。
色合い		色合いを改善すればいいと思う。
色合い		色が似ている。
インパクト		“青森ならではの”アピールがもう少しできればいい。
インパクト		何かしらのインパクトがあった方がよい。
インパクト		青森とイタリア菓子とカシスの関係性が弱い。
インパクト		もっとインパクトがほしい。
インパクト		青森らしさが足りない。
インパクト		青森っぽくした方がよい。
インパクト		青森の限定感とオリジナル感があるといい。
インパクト		青森らしいところがあればよい。
インパクト		若者向きだと思う。
インパクト		企画した学生の個性とかあればいい。
インパクト		青森らしさが無い。カロリー表示があればいい。
インパクト		もう少し華やかだとよい。
インパクト		購入するためのインパクトがほしい。
価格		価格設定が高い。
形	味	形は可愛いが、食べる時にクッキーが折れてしまい食べにくい。あまりリンゴの味がしなかった。
形	味	小さめの方が子供も食べれると思う。
形	味	一口で食べれない。
形	味	少し食べづらい。
形	味	サイズが大きい。完成するのを楽しみにしています。
形	味	見た目は可愛い食べづらい。
形	味	女性・子供には大きい。
形	味	クッキーが厚すぎる。女性が好む味だと思う。
形	味	厚みがありすぎて食べにくい。もう少し風味が強い方がよい。
形	味	小さい方がよい。
形	味	小さい方がよい。
形	味	大きさが中途半端。食欲をそそる色であればよい。
形	味	マカロンのサイズだったら食べやすい。
形	味	厚みを抑えた方がよい。
食感	名前	一口で食べれるようにした方がよい。名前が覚えにくい。
食感	名前	サクサク感があっておいしかった。おしゃれで女性が好きそうな可愛いクッキー♡
食感	名前	ポロポロして食べにくい。
食感	名前	サクッとした食感がとてもいい。
食感	名前	食感の粉っぽさがもう少し解消されればよい。300円くらいならいい。
食感	名前	食感が良い。
食感	形	食感は悪くはないが食べづらい。
食感	形	食感が良い。コーヒーに合うと思う。
食感	形	ポロポロこぼれるので小さくした方がよい。
食感	形	食感がよい。
名前		ネーミングに青森らしさがあればいい。
値段		コストパフォーマンス次第で売れると思う。
値段		販路と価格のバランスが大事。
値段		1個あたり100円を超えてしまうと高いと思う。

(11) 今後の対応（顧客満足度調査結果から）

顧客満足度調査は、まず、バンビーチェ試食者（アンケート回答者）に対して、満足度（良い、普通、悪い）を調査する。具体的には、調査票上に、総合評価という評価項目を質問項目として設け、それ以外の質問項目は、味、形状、食感、ネーミング、大きさ、色合いなどの個々の満足度に関する項目（良い、普通、悪い）を設けておく。

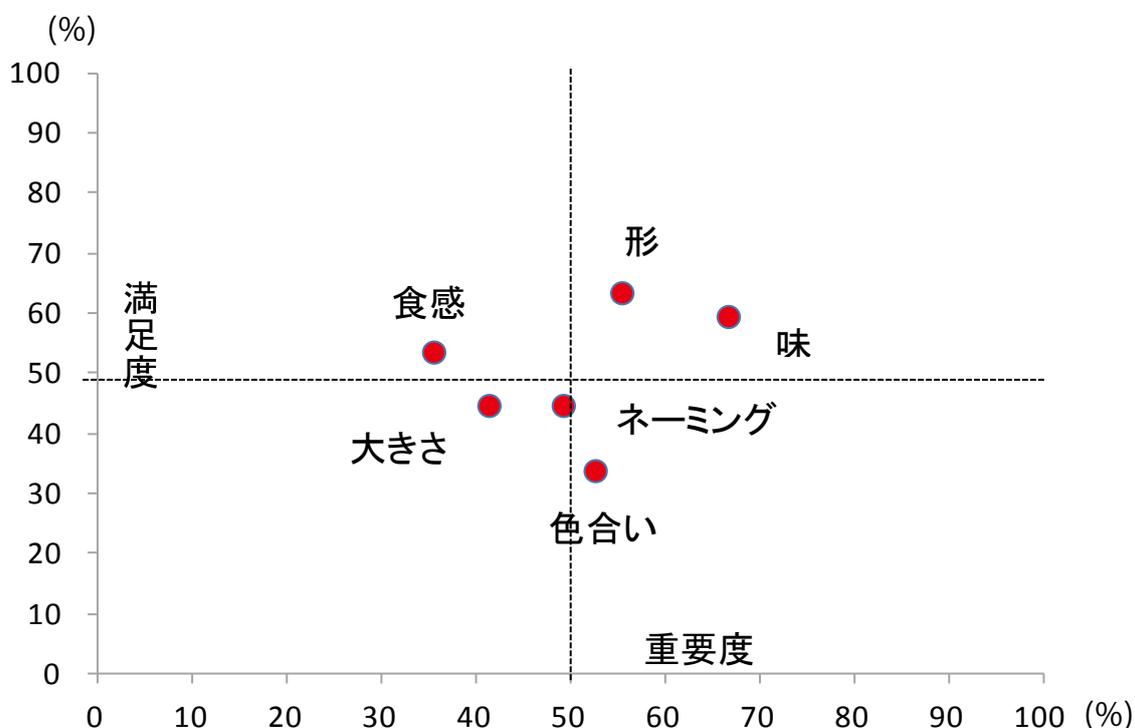
得られた調査結果から、総合満足度と個別満足度（味、色合い、大きさなど）との評価の相関性を求める。これによって、総合満足度と相関性が高い項目、つまり、満足度の改善に当たり重要度の高い項目を判断することができる。そして、横軸に重要度、縦軸に満足度をとって、顧客満足度の評価項目を座標軸の中にプロットして、以下の図を作成した。

これによると、重要度が高く、満足度が低い項目を改善することで、顧客満足度が改善されることになる。

今回の調査によると、バンビーチェの改善項目は、まず、色合いの工夫、次にネーミングが指摘されている。

青森産の野菜・果実をベースに青森をイメージできる商品のアイテム数を増やすことが求められる。また、ネーミングも工夫が必要との結果となった。ただ、味、形状は高い評価を受けており、今後の商品化が期待される。

顧客満足度（CS分析）



1. 業務・業務内容

3月2, 3日に「AoMoLink ~赤坂~」にて、「Bambice」のテストマーケティングを行いました。お店に昼食等で訪れた方に、商品の説明をし、試食をしてもらい、持参したアンケートに回答していただきました。また、店先に立ち、中に立ち寄ってもらえるよう呼び込みをしました。準備としては、試食用のお菓子を皿に出し、不足してきたら補充しました。

2. 困ったこと・大変だったこと

- ・一日目の天候が雨ということもあり、思っていたよりもアンケートを回収できなかった。目標としていた100名には、届かなかった。
- ・箱で購入して、人に渡したいというお客様がいたが、袋しかなかったため購入せず、そのまま帰られてしまった。
- ・お客様が複数個購入した場合に入れるための袋を準備しておらず、途中で買いに行くこととなったので、あらかじめ準備しておくべきだった。
- ・アンケートを書くためのペンを借りたので、自分たちでも準備できたと思った。
- ・湿気によりクッキーがしけることより、気温が高くなり日光が当たってチョコが溶けかかる方が問題だった。
- ・興味を持って足を止めて店の中に入ってくれる方は少ないと感じた。
- ・個人的には、呼び込みは難しいと思った。

3. テストマーケティングで学んだこと

何も知らない人に短時間で的確に説明をし、相手に伝えることの難しさを学びました。「青森=りんご」のイメージが強く、他の食材の印象は伝わっていないようだったので、りんご以外の食材を使ったスイーツを浸透させるのには時間がかかると感じました。同じ商品でも青森の人と東京の人では、捉え方が違うということが分かりました。でも、それが世間一般の声であり客観的な視点の意見だとも思うので、今後の商品改善の際には取り入れていくべき意見だと思いました。

4. 全体の感想

軽い気持ちで参加したA-SWEETSプロジェクトがここまで大きくなったことに正直驚きです。お菓子の販売を成功させるためには、商品のコンセプトやターゲット層などを明確にしなければならず、また発信者側が伝えたいことと購入者側が求めているものが一致しなければ売れないのだと思いました。自分たちは開発の段階から関わっているので、どういった理由で何を目的にして商品考えたかという過程を知っていますが、初見の人は何の情報もありません。そのような方々に分かりやすくかつ重要な部分の説明を短時間で伝えることは難しいと思いました。正直、正確に伝わっているかどうか不安な点がありました。

1. 業務の内容

東京の赤坂にある AoMoLinkk に来店して下さった方約 100 名の方に試食・アンケート調査を行った。呼び込みをしたり、来店して下さった方に商品の説明をして試食をしていただいたりした。

2. 困ったこと、大変だったこと

初日が雨だったので来てくれる方が少なかったのは、アンケートの母数が減ってしまうので困った。

先に説明しようと思っても案外食事が早く出てきたり、食べ終わっているのか分からない人への説明、試食、アンケートのタイミングが難しかったりした。

3. 学んだこと

好感触の方もいればそうではない方もいて、万人受けは今のところ難しいが、青森の様々な野菜や果物の粉末を使っている、という点をもっと押し出して、ほかの商品としっかりと差別化をするべきだと感じた。似たようなお菓子は東京にはたくさんあるので、新しいお菓子としてより、青森であることを強く打ち出した方がいいだろう。ネーミングも、オシャレだと言ってくださった方もいれば、もっと青森らしさを感じられる名前のほうがいい、とアドバイスをくださった方もいた。これからも続けていくのであれば、ネーミングの改善もしなければならぬだろう。

また、様々な意見を全て真摯に受け止め、いい意見も悪い意見もひっくるめて今後の糧にしていきたい。これとは別の青森県産品を生かしたスイーツを考えると、このアンケートはその時にある程度は参考になると思う。

4. 感想

今回、テストマーケティングをするにあたって多くの方に協力してもらい、大変感謝している。他にも色々なアドバイスをしてくださり、沢山お力添えしていただいた方々のお陰でここまでくることができた。起業相談やマナー講座などにも参加し、就職の前にとっても貴重な体験をさせていただいた。今後は、この経験を生かして就活や他の事も頑張っていきたい。

1. 業務・業務内容

- 販売予定地である赤坂へ行く前に、宣伝用のパワーポイントとポスターとポップの作成、販売用のバンビーチェの袋詰め作業を行った。
- 現地ではバンビーチェの商品説明・試食・アンケート調査・販売・街頭宣伝を行った。

2. 困ったこと・大変だったこと

- 一日目は天候が雨だったため、客足が悪く、あまり多くの試食アンケートをとることができなかった。
- 今回のバンビーチェは前回中三で販売したものと比べて、色が似通ったものとなり、商品のコンセプトでは彩りも重視しているが、手作りだと安定した発色が難しい。
- バンビーチェの中のホワイトチョコレートが溶けてしまうため、保存方法も考えないといけない。
- 試食してもらったが、購入までする人があまりいなかった。
- 街頭に立ち、客を呼び込むための関心を引く宣伝文句を考えること。
- 販売した際のお釣りや商品を入れる袋を用意していなかった。

3. テストマーケティングで学んだこと

- 青森といえば『りんご』のイメージが強いため、りんご味のバンビーチェを試食されるお客様が多かった。
- 青森より東京は多くの様々な種類のお菓子があるが、バンビーチェも味は美味しいため、売り方を工夫したり、味の種類が増えれば売れるといった意見が聞けた。
- 東京では、商品自体はたとえ高くとも、品質が良ければ売れる可能性が高い。
- こちらから積極的に宣伝すれば関心を持って試食に来てくれるお客様が結構いらしたため、宣伝の重要性を感じた。

4. 全体の感想

一つの商品を企画・宣伝・販売するに至るまでには、多くの人の協力や助けが必要であり、そのうえで創意工夫が大切なのだとわかった。また、販売者としてお客様に商品を販売する際に必要とされる丁寧な接客態度と言葉遣いを、マナー講座を受講したことで今回のテストマーケティングでそれを活かすことができたと思う。そして、テストマーケティングに協力的な方々はたくさんいらっしまったが、現実には厳しく、予想していた客足とは違い、実際に調査することの意義を感じた。今回の調査結果をもとに商品について改善点を見直し、より良い商品を作り上げたい。

1. 業務、事業内容について

A-SWEETS プロジェクト（商品開発のための試食アンケート）

2. 困ったこと、大変だったこと

青森の野菜を使ったお菓子ということで、どの部分に野菜を使うのか、また、お菓子の形をどのような形にするのか、色合いをどうするのか、値段の決め方など課題がたくさんあった。また、バンビーチェは湿気に弱い商品であったため、湿気の多い青森では湿気対策が課題であったが、東京では湿気が少なく気温が高かったため、チョコレートが溶けてしまった。販売する地域によって商品の品質管理の方法を変えることが必要だと感じた。

3. テストマーケティングで学んだこと

テストマーケティングでは、短い時間で聞かれたことを説明することと、アンケートの項目を答えやすいようにすることが大切だと学んだ。商品のコンセプトを説明しなければアンケートに答えづらい項目もあったのではないかと感じ、その点が改善するべき点ではないかと考える。

4. 全体の感想（マナー講座、起業相談など）

今回のテストマーケティングを通して、一つの商品が出来上がるまでにさまざまな過程を踏む必要があることがわかった。コンセプトを決めてそれにあつたお菓子を考えるにもたくさん話し合ったり、色合いとチョコやジャムの組み合わせを考えたり、一つの商品を作るためにはやることがたくさんあることがわかった。

今回のテストマーケティングでなかなかできない貴重な経験ができ、今回の経験を今後も活かしていきたいと感じた。

1. 業務・業務内容

赤坂でのテストマーケティングのために、宣伝用のパワーポイントを作成、お菓子の袋詰めを行った。赤坂では、AoMoLinkに来てくださったお客様にバンビーチェの説明・試食・アンケート調査を行った。また、お店の前で試食の宣伝も行った。

2. 困ったこと・大変だったこと

- ・ 一日目は天候が悪くなかったため、お客様の数が少なく、アンケートを予定よりもとることができなかった。
- ・ 食事中のお客様に試食をお願いするタイミングが難しかった。
- ・ バンビーチェのチョコレートが溶けてしまい、保存方法に苦労した。
- ・ 購入してもらった時の対応を考えていなかったため、バンビーチェ購入の際に少し時間がかかってしまった。
- ・ お客様に、短時間でバンビーチェの説明をするのが難しかった。

3. テストマーケティングで学んだこと

バンビーチェのようなお菓子は、青森では珍しいとされているが、東京ではよくあるお菓子ということが分かった。関東での販売を考えるのであれば、もう少し工夫しないと他のお菓子に埋もれてしまうのではないかと思った。

東京の人達から見れば、“青森といえばリンゴ”というイメージが強いため、カシスやにんじんはあまり試食してもらえなかったような気がした。

もともと課題ではあったが、お菓子の大きさや食べづらさについて東京でも指摘されたので、その改善が最優先ではないかと思った。また、気温の変化にも対応しなければいけないので、お菓子の保存方法も考えなければいけないと思った。

4. 全体の感想

今回のテストマーケティングを実施するまでに、いろいろな準備をした。起業相談では、アンケートの内容について学ぶことができたので、以前のアンケートよりも良いものができたと思う。パワーポイントの作成は、プロジェクトのメンバーと話し合って、どういう風にすれば見やすいかなどを考えながら作成することができた。たった二日間のテストマーケティングだったが、それまでに準備することがたくさんあった。やはり準備不足のところもいくつかあり、現地で困ることがあった。これからは、そのようなことがないように準備段階でシミュレーションをして臨むのがいいのではないかと思った。

まとめ

今回の東京赤坂テストマーケティングでは、青森産野菜をベースにした SWEETS を首都圏のビジネスマンパーソンに試食してもらい、アンケートをお願いした。目標 100 枚と頑張ったものの、初日の雨にたたられ、予想外に出足が鈍く、厳しい状況となった。

そんななか、店頭でアンケートを呼び掛け、試食まで案内して、コメントを聞き出す、内容のある実地体験ができた。青森製品の評判は上々だったが、場所がビジネス街であり、昼食が目当てのビジネスマンパーソンに呼びかけ、記入してもらうのは、かなり厳しかった。

ただ、アンケートの自由回答欄にあるように、さまざま参考になる意見が寄せられ、顧客満足度分析にも共通する色合い、ネーミングと青森製品とのつながり、関連性が弱いという意見が多かった。青森らしさをもっとインパクトのある形で盛り込んでほしい、こんな声が聞こえてきそうである。

今回の結果を参考に改良を加え、本格販売にむけた A-SWEETS プロジェクトを続けていきたい。

発行日 平成 29 年 3 月 31 日

COC+事業推進事務局 青森ブロック(事務局 青森中央学院大学)

〒 030-0132 青森市大字横内字神田 12

TEL : 017-728-8161(直通) FAX : 017-738-8333

E-mail: acgu-coc@aomoricgu.ac.jp