

PART 2

HIOROKU

伊 藤 瑞 稀
菊 地 香 那
田 畑 梨 花
三 好 のどか
村 上 香奈江
山 下 香 澄

連携企業：弘前銘醸株式会社

青森県弘前市にて昭和7年(1932年)創業。赤レンガ倉庫が目印の弘前銘醸です。酒類販売、低温・冷蔵倉庫、製氷業を営んでいます。(弘前銘醸株式会社Facebook基本データより)

1. グループの課題・目的

私たち HIOROKUは、弘前銘醸株式会社（以下弘前銘醸）と提携をし、「若い女性にも飲みやすい日本酒の開発」という課題に取り組んだ。この課題は、日本酒に触れるきっかけとなるお酒、女性でも気軽に飲めるお酒、地域の特産を使用したお酒、という具体的な3つのテーマからなる。

日本酒に関して調べていくうちに、日本酒の消費量が減少していること、特に若い女性の日本酒離れが起きている、という課題があるとわかった。

そこで、私たち HIOROKUは「若い女性にも飲みやすい日本酒」の商品開発という課題を通じ、若い女性という新しい顧客の獲得、日本酒市場の拡大を活動の目的とした。

2. 活動内容

(1) 市場調査

私たちは以上のテーマをよく理解するためインターネットなどを活用し、酒類全体の販売数量や酒類別販売数量に関する二次データを収集し、市場調査を行った。その結果、日本酒が飲まれなくなっていることが分かった。そのことから私たちは、このテーマに取り組むことで、古くから日本に根付いている日本酒という文化を次の世代に受け継ぐことができ、日本酒市場の拡大につながると考えた。

また、①男女年齢別での飲酒習慣の割合において特に20代女性の数値が低いことから、今後の市場の拡大の伸び幅に期待できること、②市場の拡大には若い女性の開拓が重要だという考えから、日本酒業界で女性ファンを獲得しようという動きが広がっており、女性向けの日本酒を市場に投入しやすいタイミングである、といった結果も得られた。これらの結果を検証するため、私たちは弘前大学の学生208名に対して質問紙調査を行った。質問紙調査から、女性向けの日本酒に市場性があることが示された。また、女性は日本酒に対して、アルコール度数が高い、香りがきつい、辛口という理由で苦手意識をもっていることも確認された。

(2) 試作

日本酒に関する市場調査や、それを裏付ける質問紙調査から、若い女性の日本酒に対するニーズをくみ取り、日本酒カクテルの試作に取り掛かった。

まず、地元の特産として挙げられたりんご、いちご、桃など、14種類の果物の中から、日本酒カクテルに使用する果物の組合せを検討した。味を確かめながら、果物の組合せ・分量を調整し、第3回の試作で香り・甘みのバランスが良かった巨峰と白桃の組合せが飲みやすい、という結論が出た。

そして、8月27日に開催された弘前銘醸主催の地酒の会「羽衣会」にて、巨峰・白桃の果肉を使用した日本酒カクテルを試飲していただき、助言をいただいた。

また、8月26日に六花酒造株式会社様、9月1日に弘前地域研究所様を訪問し、得られた新たな課題をもとに、再び果物の組み合わせの検討に取り掛かった。

後段で述べる通り、企業訪問をふまえ、生の果物は実が崩れやすく設備もないため商品化が難しいため、商品の方向性を「果肉」ではなく「果汁」を使用することに変更し、果汁100%ジュー

スでの試作を行った。使用したジュースはぶどう、オレンジ、桃、りんご、グレープフルーツ、スチューベンの6種類で、酸味付けにレモン果汁やブラックベリーを使用して味を調節し、果物の候補を絞り込んでいった。

10月30日、弘前市にあるバー「Bar du MAN」を訪問し、味のバランスのポイントや具体的な分量など、カクテルの試作における助言をいただき、レシピを検討した。

「Bar du MAN」訪問後は、最終的なレシピ確定に向けて日本酒カクテルの試作試飲を行った。スチューベン原液にグレナデンシロップ、レモン果汁、ブラックベリー、炭酸水などを加え、日本酒との比率を調節しながら繰り返し試飲して材料・分量を決め、11月20日、第9回の試作でレシピが確定した。



写真1. 「Bar du MAN」での試作



写真2. 六花酒造株式会社様見学の様子

(3) 企業見学

私たちは、今回の活動において二つの企業様を見学させて頂いた。

初めに、2015年8月26日(水)に見学させて頂いた六花酒造株式会社である。製造部部长 河合貴弘氏に工場案内および商品企画に対するアドバイスを頂いた。

当初、私たちが商品企画として掲げていたレシピは、それまでの試作で最も美味しいと考えた果物の実や果汁を日本酒と混ぜたものであったが、これについて主に以下の点でアドバイスを頂いた。

●生の果物を使用することについて

桃のように実が柔らかく崩れてしまうようなものと、日本酒と合わせて商品にするのは設備も無いため難しい。その代わり、日本酒の製造工程で、仕込み水として濃縮果汁ジュースなどを用いることで、企画に近いものを実現することは可能である。

さらに、2015年9月1日(火)、地方独立行政法人青森県産業技術センター 弘前地域研究所を見学させて頂いた。食品開発部部长 齋藤知明氏に、研究所の案内及び日本酒に関する基本事項の説明・私たちの商品企画に対するアドバイスを頂いた。それは、主に以下のようなものである。

①企画に用いる果物について

日本酒との組み合わせがよいのは酸味のある果物である。逆に桃などの酸味が弱い果物だと日本酒自体にも酸味がないため甘ったるいものができる。

そこで、酸味を加える果物としてブラックベリーを提案して頂いた。ブラックベリーとは、青森で生産されている非常に酸味が強い果物である。

②酒税法について

果物の種類やアルコール度数によっては、酒税法にふれてしまうため、注意する必要があるということを教えて頂いた。

私たちは、酒税法の件も踏まえて「実際に商品化できるものを提案すること」を視野に入れ、見学を経て明らかになった「どの果物をどう使用すれば、美味しく・オリジナリティのある商品になるのか」という課題について再検討するに至った。

(4) 試飲会

私たちは、完成したカクテルについて検証を行うために試飲会の企画を立てた。ターゲットとしていた若い女性にカクテルを飲んでもらい味や香りについて感想を聞くことで、私たちのつくったカクテルが女性に受け入れられるものであるかどうか検証しようと考えた。

そこで、12月4日に弘前プラザホテルにてカクテルの試飲会を行った。ターゲットとしていた若い女性である弘前大学生、活動を通してお世話になった方々を招待し、カクテルを実際に飲んでもらいアンケート調査を実施した。アンケートの結果、参加した学生13人のうち半数以上がアルコールの香りはあまりしない、フルーツの甘さが強い、という回答をした。つまり私たちがつくったカクテルは、前期から行ってきた市場調査において女性が日本酒に対して苦手感じていた点である「アルコール度数が高い」、「辛い」、「香りがきつい」という点を克服でき、「女性向けのカクテルレシピの提案」という目標は達成できたといえる。



写真3. カクテル試飲会の様子

今回、私たちの活動はカクテルレシピの提案というところで終了し、どのようにカクテルを広めていくのかというプロモーションについて検討できなかった。しかし、ブラックベリーを提供していただいた株式会社天の川様のご紹介により、青森市のバーで私たちのつくったカクテルを提供して下さることになるなど、私たちが提案した日本酒カクテルを商品として販売することができるほどの評価を頂いたことは、大きな成果だと言えるだろう。

3. まとめ

課題に取り組むにあたり、私たちは活動内容に書かれている市場調査、試作、企業見学、試飲会などを行ってきた。途中でテーマの変更が必要な状態に陥ったが、グループ内や企業の方と話し合いや議論を繰り返し行った。そうすることにより全員で現状や課題、意識の共有が図られ、迅速に対応することができた。

これらの活動より私たちは三つの力がついた。第一に、「分析力」である。以前は主観的に考えがちであったが、市場調査をし、質問紙調査を自分たちで作成・実行することでデータを客観的に分析できるようになった。第二に、「ターゲットの視点に立つ力」が挙げられる。活動前は日本酒についての知識が少なかったが、自分たちで調べるほかに企業見学や企業の方などから直接話を聞くことでより詳しい知識を得た。その知識をいかし、ターゲットである若い女性が何を求めているのかということを考えながら試作を行うことでターゲットの視点に立って物事を考えられるようになった。第三に「企画力・実行力」である。私たちはこれらの調査・検討を踏まえ、実際に市場で通用するかどうかの検証を行うために試飲会の企画を立て、実行することができた。

最後に私たち HIROKUKU の活動は連携先の企業だけでなく、多くの方々に支えられてきた。弘前銘醸はじめ、ご協力いただいた企業の皆様には深く感謝している。

4. 取り組みを終えての感想

伊藤 瑞稀

私たちの活動は、商品企画という今まで学んできた経営学の知識を活かして行うものであったが、様々な人と接し実際に活動していくなかで教科書通りにはいかないことが多く、理論と実務の違いというものを実感した。しかし様々な苦労があったなかで無事活動を終えることができたのは、各々が自分の役割を認識し、グループ全員が同じ目標を果たすために「協同」できたからであると思う。この経験を活かして、今後も邁進していきたい。

菊地 香那

私はこの実習を通して、商品企画の難しさと楽しさの両方を学ぶことができた。夜遅くからスタートする試飲の繰り返しや途中での企画のやり直し、タイトなスケジュール管理など苦難は多くあった。しかし、ここまで来ることができたのは、加藤社長をはじめ大倉先生や樋口社長、齋藤さん等の多くの方の支えと、HIROKUKU メンバー全員の仲の良さがあったからだと思う。とても濃く、今後の糧になると確信が持てる実習であった。

田畑 梨花

この実習の活動を通してグループ内での情報や意見・意識の共有の難しさと重要さを感じた。活動ではグループ全体で動くだけではなく、個人で行うものもあったため共有が難しくなることもあった。しかし、何度も集まり話し合うことを大事にすることで互いの考えを理解し、チーム全員が同じ方向を向いて進めることができた。この実習で学んだことをこれからの就職活動や社会生活で生かしていきたい。

三好のだか

私は活動を通して、繰り返し試行錯誤することの重要性を学んだ。私たちはこの活動中たくさんの試作を繰り返してきた。何度も材料の割合を変え、たくさんの話し合いを行ってきた。そのたびに前回気が付かなかったことや、自分一人では気が付けなかったことに気が付くことができた。今回学んだことは今後課題に取り組むうえで必ず必要となることだと思う。いい経験をさせてもらったことにとても感謝している。

村上香奈江

連携していただいた弘前銘醸をはじめ、六花酒造、弘前地域研究所など、学外の方々と一年間を通して多くかかわり、社会人としてのコミュニケーション能力がすこし身についたと思う。地域企業の方々から知恵や技術、物資などを提供していただき、恵まれた環境で活動することができたので、このような成果につなげることができた。活動では、その都度記録をとることが重要だと学んだ。

山下 香澄

実習の活動を通し、「買ってもらえる」商品を企画することがいかに難しいかを実感した。また、「買い手」の視点だけでなく「売り手」の側としても困難になることがあり、その際は弘前銘醸だけでなく他の企業様にもご協力頂き、感謝の気持ちでいっぱいである。

私にとって、これほど密なグループワークは初めてであったが、「グループへの貢献」という面では特に、自分の力不足を痛感した。この活動を生かし、自分の力をさらに磨いていきたい。



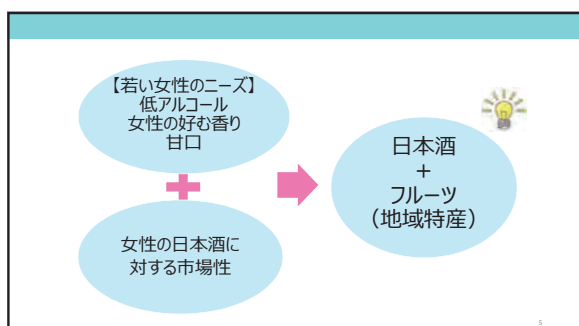
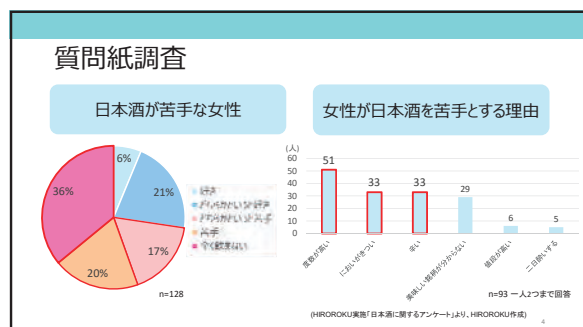
弘前銘醸株式会社 概要	
設立	昭和7年(1937年)12月
代表取締役社長	加藤宏幸
事業内容	- 酒類販売業 (全酒類小売・自己商標卸売) - 普通・冷蔵倉庫業 - 製氷業

※ 昭和60年、それまで行っていた清酒醸造業から撤退。以後は自社ブランド（遊天・羽衣・弘前城）を六花酒造株式会社(弘前市)に生産委託し、販売元として日本酒に関わっている。

テーマ

『若い女性にも飲みやすい日本酒』の開発

日本酒に触れるきっかけとなるお酒
女性でも気軽に飲めるお酒
地域の特産を活用したお酒



- 5月 地酒や各地の日本酒リキュールを飲み比べ
- 6月 第一回 日本酒 + 地域特産フルーツのカクテル試作
- 7月 第二回 地域特産フルーツを増やし組み合わせを検討
- 8月 第三回 日本酒 + 巨峰 + 白桃でカクテル試作
弘前銘醸(株)主催の地酒の会「羽衣会」参加・試飲

目標の変更

企業見学から、**新たな課題**

生の果物を漬け込む日本酒リキュールは製品化が難しい
→酒税法上の問題、身が崩れてしまう、製造設備の問題

商品企画→**カクテルレシピの提案**

9月

第四回 地域特産フルーツの絞り込みを検討

10月

第五回 スチューベンでカクテル作成

第六回 甘味・酸味の検討

第七回 ブラックベリーを使用
Bar du MANで試作

11月

第八回 ブラックベリーの使い方を覚えて酸味を研究

第九回 最終レシピの完成

カスミ

KASUMI

青森県の特産、スチューベンとブラックベリー
を使用した清酒カクテルです。
ほどよい酸味と清涼感が特徴です。
女性におススメ！

材料

- 焼酎 50ml
- スチューベン原液 50ml
- ブラックベリー 25ml
- グレナデンシロップ 25ml
- 炭酸水 適量

試飲会

日時：12月4日（金）18：00～19：30

場所：弘前プラザホテル 参加者：22名 うち学生13名

- ・学生の半数以上が
「アルコールの香りはあまりしない」
と回答
- ・参加者22人中13人が
「もう一度飲みたい」と回答

活動の課題

レシピの提案という目標達成はできたが、
一方で**レシピのプロモーション**については十分に検討できなかった

ご当地カクテルとしての普及を図る！

学んだこと

