

## 道の駅「松浦海のふるさと館」とのカステラ商品の共同開発

石見 優也（長崎県立大学地域創造学部3年）

Keyword：商品開発、地域活性化

### 【問題・目的・背景】

私が通っている長崎県立大学地域創造学部公共政策学科では、現代社会における公共政策を企画・立案および評価する際に必要な基本的知識を身に付けるため、行政や法律、政治等に関する学びを中心とした「公共政策関連分野」を軸に、「地域課題関連分野」、「経済・社会関連分野」を学んでいる。これらの学びで、広い視野で地域の諸活動を解決できる地域に貢献するプランナーを目指している。

その中で、今回ゼミでの活動の一環として地域の道の駅と共同で商品開発を行った。

今回協力して頂いた道の駅「松浦海のふるさと館」（以下、海のふるさと館）は、県内に11ある道の駅で最も集客力が高いとされており、平成28年度には、道の駅と本学学生とのコラボ商品「生仕立てしめ鯖」を開発している。

昨年6月にゼミ活動における視察訪問にて道の駅を訪問したところ、支配人の上田知明氏から商品開発について提案があり、開発に着手した。

### 【研究方法・研究内容】

今回開発した商品は、長崎で人気のあるお土産品でもあるカステラだ。一目で長崎のお土産であることがわかるようなものを作りたいという自分の思いがあり、カステラに決定した。

コンセプトとしては潜伏キリシタン関連遺産の世界遺産登録にちなんで「長崎ロマン」、イメージカラーは国体の長崎県陸上チームのユニフォームカラーである臙脂色とした。中学時代から、陸上競技を続けてきた私にとって目標にしてきたものでもあったので、今回イメージカラーとして提案した。

パッケージと販売ボードのデザインは、ともに作業をした中里の伸介と彼の姉とその友人に依頼した。生協に



設置した販売ボードは、長崎の教会をイメージした型を作成し、道の駅に設置した販売ボードは、パッケージデザインと同じものを作成した。

商品名を囲んでいる枠はスタンドガラスの窓枠を、パッケージ全体には望遠鏡など、長崎ロマンを彷彿とさせるようなデザインが散りばめられている。

### 【研究・調査・分析結果】

商品名は「長崎浪漫譚」である。浪漫譚の漢字は、私が好きな漫画である「るろうに剣心-明治剣客浪漫譚-」をもとにしている。「譚」とは物語という意味があり、長崎カステラの伝来から今に至る、長い歴史の物語への思いを込めて命名した。

商品ロスを減らす観点から、卵を減らし砂糖を増やすことで賞味期限を一般のカステラなら2週間～3週間であるところを40日に伸ばした。これを事務局と学生に試食してもらったところ、他のカステラと比べると風味はやや劣るものの、概ね良好な評価であった。特に卵が嫌いな方にはより好評であった。

販売場所は、道の駅「松浦海のふるさと館」と長崎県立大学佐世保校の生協内とし、昨年12月から販売を開始した。

海のふるさと館では昨年12月から377個を売り上げ、生協では1月から172個売り上げているとのこと（共に7月22日現在）。

### 【考察・今後の展開】

今後としては、もっと売上が伸びるようであれば、他の道の駅や公共交通機関の駅構内、他大学の生協等での販売も検討していきたいと考えている。

学内生協内でも、教授たちや学生から帰省の際のお土産品として上々の売り上げのようだが、もっと学生たちにも気軽に手にとっていただけるように、一切れサイズの長崎浪漫譚を安価で販売できないかを上田支配人と現在検討中である。

また、それと同時進行で新たな商品の開発も進めている。こちらの商品は、地域に密着した商品とし、オリジナルの商品を作れないかと協議をしている。