

金太郎を活用したグッズの考案

静岡県立大学 大久保研究室・常葉大学 細江研究室

指導教員：静岡県立大学教授 大久保あかね 常葉大学教授 細江哲志

参加学生：鶴牧咲良、浅野紗矢香、大野明香音、大野明日香、大橋沙予、岡田彩花、
河上莉奈、川口雅弘、草谷美春、榊原菜々、白石菜緒、杉浦麻衣、高橋里奈、
滝澤有希、辻井真奈美、富樫里菜、中野咲貴、平岡大武、平田歩夢、
深田千智、二塚来美、松山和揮、渡邊美果

1. 要約

2020年には、小山町でオリンピックが開催される。その会場で「金太郎生誕の地おやま」の知名度を上げるために金太郎グッズの開発に向けて2回の市場調査とコラボカフェでの実験販売を行った。一連の活動を通して金太郎グッズの考案、販売、宣伝方法を検討した。

2. 当初計画

1) 目的

小山町は金太郎生誕の地であり、金太郎ゆかりのスポットが数多く残されている。町では金太郎をシンボルとして様々な場面でPRしている。しかし、「金太郎生誕の地おやま」という知名度は未だ低い。そこで、大学生の目線で金太郎の魅力を再構成し、金太郎を活用したグッズを考案し、町のイメージアップにつなげることを目的とする。

2) スケジュール

- 5~6月 情報収集についての基礎知識を学ぶ
観光実態調査(三保の松原、日本平夢テラス、久能山東照宮)
新聞記事を用いてプレゼンテーション能力の向上を図る
- 7月 小山町役場、岩崎氏小野氏との打ち合わせ、小山町の概要等解説を受ける
市来広一郎氏による講演「熱海の観光まちづくり」を企画・運営
- 9月 小山町にてフィールドワーク：金太郎の実態調査、消費者認知度調査(1泊2日)
- 11月 一連の企画をまとめ、小山町の宣伝戦略をまとめる
- 12月 道の駅ふじおやまにてコラボカフェ実施

3. これまでの成果

1) 下調べ

講義の中で商品化のプロセスについて学ぶとともに、小山町役場担当者とのディスカッションで現状を確認した。その後のブレインストーミングでアイデア出しを行い、『水かけ菜のお茶漬け』、『タピオカ』、『スマホリング』、『お絵描きクッキー』の4商品案に絞った。

2)市場調査①

実施日時：2019（令和元）年 9月16日(祝・月)

実施場所：駿河小山町駅周辺商店街・道の駅ふじおやま・道の駅すばしり

参加人数：静岡県立大学生19名(1年)、常葉大学生1名(4年)

目的：これまで本プロジェクトを通して「小山町生まれの金太郎」を地域の資源と捉えなおした広報戦略などを検討してきた。さらに具体的な商品を考案し、生産から販売、宣伝方法を検討することを調査の目的としている。

実施内容：(A) 商店街での商店への取材調査、(B) 道の駅における消費者調査

(A) 駿河小山町駅周辺の商店街調査

【取材内容】購入者のプロフィール及び、商品の販売方法、販売場所及び実績など

【調査結果】

《落合商店街》飴屋、横山商店、山田園、きくや、金太郎だんご、マックスバリュ「きくや」・子どもからお年寄りまで色々な方が訪れる。

・道の駅ではスイーツ、ランチボックスを500円で販売し、店舗販売よりも売れている。

・小山高校と協力してLINEスタンプを開発

《駿河小山町駅周辺商店街》町の駅、観光案内所、NPO法人小山町フィルムコミッション、わさび丸中

「わさび丸中」・創業して100年以上なので常連さんが多い。

・現在は、お昼のTV情報番組などで紹介されたことで忙しくなり、電話注文やインターネット販売が増加した。

(B) 対面調査

【調査内容】居住地、利用目的、おみやげの金額、購入内容、新商品意向調査

【調査対象】道の駅の訪問者数：107件（男性52%、女性48%）

【調査結果】

・居住地（神奈川県：47%、東京都：11%、御殿場市：9%、静岡市：4%、沼津市：4%、伊豆市・伊豆の国市：2%、小山町：1%、その他(静岡県内)：6%、その他：16%）

・利用目的（休憩：51人、買い物：16人、観光：10人、水汲み：3人、他：20人）

・購入金額（500円以下：10人、500円～999円：10人、1000円～1999円：27人、2000円～2999円：18人、3000円～3999円：3人、4000円～4999円：2人、5000円以上：1人）

・購入内容（お菓子：31人、生鮮食品：15人、お菓子・生鮮食品：12人、他：11人）

■新商品開発に向けた意向投票

調査協力者に対し、あらかじめ絞った4商品のうち



購入意向調査を実施（写真）。

【調査結果】1位「水かけ菜のお茶漬け」74票、2位「タピオカ」40票、3位「お絵描きクッキー」29票、4位「スマホリング」11票

4. 小山町×静岡県立大学「金太郎コラボカフェ」(実験販売)

実施日時：2019（令和元）年12月14日（土）10:00～15:00（準備9:00～）

実施場所：道の駅ふじおやま 情報コーナー（テーブル4、イス16）

参加人数：静岡県立大学生21名（1年16名、2年4名）常葉大学生1名（4年）

実施内容：金太郎コラボカフェ、金太郎お絵描きクッキー体験、消費者調査、クイズ

① 金太郎コラボカフェ

メニュー：ドリンク（コーヒー・はち蜜レモン・コーンスープ）＋スイーツ（バームクーヘン・マドレーヌ・金太郎あんパン等）に金太郎テイストを加えてセットで販売。

② 金太郎お絵描き体験コーナー

「きくや」の金太郎サブレに、チョコ・アイシングペンなどを使った「お絵かき体験」を提供。さらに、インスタ映えする演出を加え、チェキで撮影した写真をプレゼント。

③ 消費者調査

価格イメージ、金太郎商品への購買意欲、金太郎へのイメージなどを調査。

④ 金太郎&ふじっぴークイズ

道の駅入り口にて、金太郎&ふじっぴー（着ぐるみ）と一緒にできるクイズを実施。

⑤ 金太郎グッズの作成

金太郎のオリジナルグッズ（Tシャツ、クリアファイル）を作り、Tシャツを着て商品販売や調査を行い、クイズ正解者にはクリアファイルをプレゼントした。

金太郎コラボカフェの成果

① 金太郎コラボカフェ

準備した商品は、全て完売することができた。顧客の年齢層が比較的高く、親子連れが期待よりも少数であった。特に人気のあった商品は、「熊の足跡クリームパン」と「金太郎プレミアムあんぱん」であった。「金太郎のおやつマフィン」などは、デコレーショ



ンができるというサービスを行ったが、顧客の年齢層が比較的高く魅力ポイントには、つながらなかった。

② 消費者調査

「子供が楽しめた」という感想をいただいた。また、「金太郎で商品開発するならどのようなものがあるか」という質問に対し、「お餅」や「Tシャツ」という意見があった。



③ 金太郎&ふじっぴークイズ

2種類のクイズの得点は平均 9.8/15 点で、半分以上は正解したという結果になった。

④ 金太郎グッズ

顧客にはオリジナル金太郎 Tシャツが好評であった。学生たちで寄せ書きした金太郎をデザインしたのが、顧客の関心を引くことにつながったと考える。

改善点と課題

コラボカフェを行うにあたって「どのような年齢層のお客さんが道の駅ふじおやまに訪れるのか」を調査しておくべきだった。子供向けの企画を中心に考えたが、当日は予想より子供連れが少なかった。天気や曜日によって顧客層が変化することを前提にターゲットを絞るべきだった。「どのような人が何の目的で訪れるのか」を事前に調査しておくことが、今回のような企画では成否に直結すると考える。また、下見の重要性も痛感した。

5. 改善点と地域への提案

一連の活動の中では、最終的に具体的な商品を完成させることができなかった。そこが大きな反省点である。しかしながら、学生がデザインした T シャツやクリアファイルは好評で購入を希望する声もあった。これらを新商品としても良かった。

夏の調査で水かけ菜のお茶漬けが人気だった。新商品を開発する際には、「小山町の名産品と金太郎をコラボさせた商品」が支持されるのではないかと考える。さらに、コラボカフェでの「お絵描きクッキー体験」では、参加者が楽しんでいる様子がみられたため、体験型の金太郎商品も開発する可能性を感じた。

小山町での活動を通して、学生たちに小山町への愛情が芽生えたと感じる。小山町は、オリンピックの会場にもなるため、引き続き小山町に貢献していきたい。

6. 地域からの評価

大学生という若い世代の発想で金太郎コラボカフェを実施することで、今まで道の駅ふじおやまになかったようなカフェができたと思う。一方で、道の駅の利用者は年齢層が比較的高いので、道の駅で開催するのであれば、そういった世代に向けた商品の提供、企画運営を行うべきだった。