

平成29年度
秋田県生徒商業教育研究発表大会

秋田県立矢島高等学校

研究テーマ

やしまブランディングプロジェクト

矢島町のブランド価値を高め、地域経済の活性化を図る

【研究者】 平成28年度地域創造コースビジネス系列3年生

岩井統志生	小沼晟弥	梶原朋哉	佐々木祐汰
佐々木陸斗	佐々木遼平	佐藤拳斗	佐藤秀悟
佐藤弘睦	藤山和大	八嶋拓海	渡会駿
佐藤遥香			

【発表者】 平成29年度地域創造コースビジネス系列3年生

岸田大和	原田勝磨	茂木玲斗	太田桃華
正木梨花			

目 次

(1) はじめに	P 3
(2) 矢島町の現状と課題	P 3
(3) 研究テーマ設定の経緯	P 6
(4) 具体的な目標設定	P 8
(5) 平成27年度の実践と反省	P 8
①NPO法人「矢島まるごとブランドづくり協議会」との連携	P 8
②商品開発	P 9
③観光マップ「矢島歴史散策路 “やしまっぷ”」	P 9
④YBPロゴマークの制作	P 10
⑤販売実習	P 10
⑥秋田魁新聞への掲載	P 11
⑦平成27年度YBPの反省と課題	P 11
(6) 平成28年度の実践	P 12
①由利本荘市雇用創造協議会との連携	P 12
②平成28年度の商品開発	P 17
③ロゴマークの改良と作成	P 18
④矢島町観光マップ「矢島歴史散策路 ～やしまっぷ～」の改良と作成	P 21
⑤ポスターの作成	P 24
⑥取材	P 25
⑦販売実習	P 26
(7) 仮説の検証	P 27
(8) 今後に向けて	P 30

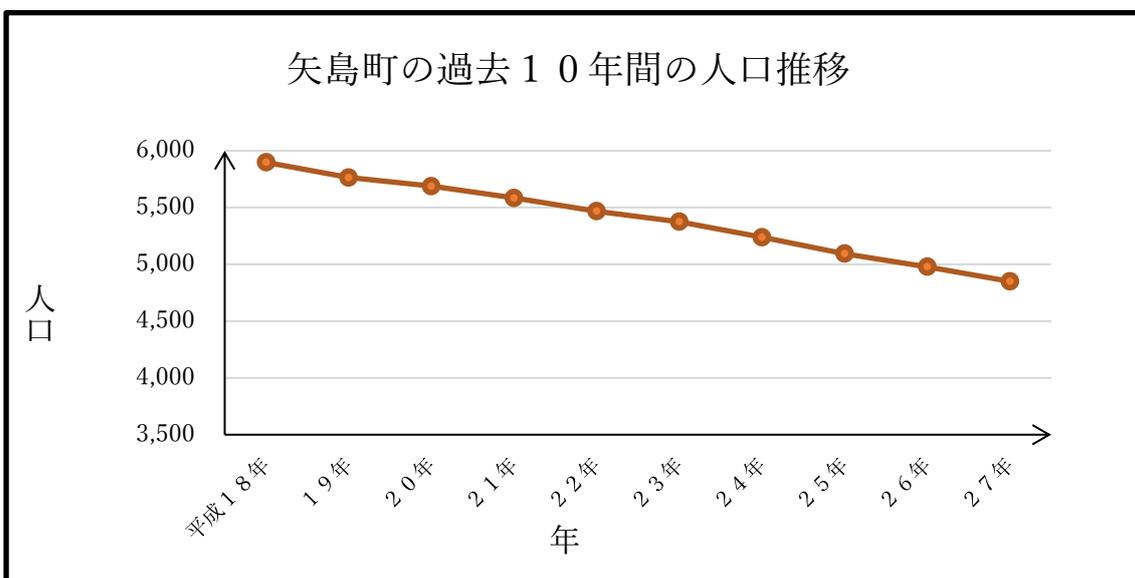
(1) はじめに

私たちは平成27年度より矢島町を歴史的に価値のある町としてブランド化する、矢島町のブランディングに取り組んでいます。平成27年度は、地元の特産品を活用した商品開発と本校文化祭や矢島産業文化祭、由利本荘ひな街道での販売実習、矢島町の観光マップの制作、NPO法人「鳥海高原矢島まるごとブランドづくり協議会」が開発した「鳥海高原産とうもろこしアイス」のパッケージデザインと商品名の考案等の活動を行ってきました。

本レポートは、平成27年度の反省から見えてきた課題を踏まえ、その課題を解決し矢島町のブランド価値を高めるために取り組んだ、平成28年度「やしまブランディングプロジェクト（以下、YBP）」の全てです。

(2) 矢島町の現状と課題

私たちが高校生活を送る矢島町は、鳥海山をはじめとする壮大な自然と、城下町の歴史を感じられる風情ある町並みに特徴があります。由利本荘市で唯一の国指定文化財土田家住宅や400年の歴史を誇る八朔祭り、鳥海山登山を目的とした観光客が多いことも特徴ですが、年間を通じた誘客には結びついていません。また、年々矢島町の人口は減少し、少子高齢化が深刻な課題となっています。



由利本荘市HP統計情報より作成

・ 矢島町にある観光名所、観光イベント

矢島町にある観光名所の代表は鳥海山です。山形県と隣接している鳥海山は標高2236mで、独立峰としては東北最大の山です。そして観光イベントで代表的なイベントとしては八朔祭りや矢島ひな街道、矢島バイシクルクラシックなどがあります。

①観光名所

・花立牧場

矢島市街地から車で約15分の所にある高原です。鳥海山を間近に眺めることができ、一帯にはジャージー牛を鑑賞できたり、コテージに宿泊できたり、大自然の中でゴーカートを楽しんだりすることができます。

・矢島町郷土資料館

矢島町は元々海でした。そのため、魚形文刻石（鮭が描かれた石）や出羽クジラの化石が多く見つかっています。その他、矢島町の歴史や昔の生活を知ることのできる資料館です。

・鳥海山

秋田県と山形県の県境に位置する標高2236メートルの東北最大の独立峰です。また、日本100名山の一つでもあります。5合目にある祓川ヒュッテに宿泊することもでき、全国から多くの登山客が訪れています。

・土田家住宅

秋田県で17世紀まで遡る最も古い農家の遺構として国指定文化財に指定されています。近年では皇太子も訪れたことで有名です。

・八森苑 道益苑

生駒氏の重臣が代々住まいとした住宅です。生駒藩の時代の雰囲気を感じることができます。

・八森城址

由利十二頭の一人、大石の古城跡と伝えられています。現在は矢島小学校が建てられていますが、お堀やお堀を囲む松の木が当時の雰囲気を醸し出しています。

・木境展望所

矢島町は星のきれいな町全国2位にランクインしたこともあります。観測の拠点となった花立高原から鳥海山5合目に向かって、車で10分程の所にあります。

②観光イベント

【4月】

・由利本荘春の花めぐりスタンプラリー

由利本荘市の各地で咲く草花を鑑賞しながらスタンプラリーを楽しめる行事です。景品として秋田由利牛等が用意されています。

【5月】

・菜の花祭り

「由利本荘春の花巡り」の祭りの一つです。矢島町鳥海高原一面に広がる菜の花を鑑賞しながら、トラクターで菜の花畑を散策できるなど沢山のイベントも楽しむことができます。

【7月】

・矢島カップ Mt. 鳥海バイシクルクラシック

国内有数の自転車レースで、日本三大ヒルクライムレースの一つでもあります。全国から多くの参加者とともに観光客も集まります。

・やしま夏祭り

矢島カップの前夜祭として開催されます。ふれあい公園に多くの町民が集い、フィナーレでは花火も打ち上げられます。有名芸能人も訪れます。

【8月】

・子吉川鮎まつり

一級河川子吉川で開催される鮎釣り大会です。釣った鮎は観光客にも振る舞われます。

・牧場フェスタ

花立高原で開催される大自然と音楽の融合イベントです。

【9月】

・八朔祭り

生駒藩の時代から400年の伝統を誇る矢島町最大のイベントです。五穀豊穡を願って開催され、多くの観光客が矢島町に訪れます。

【10月】

・竜ヶ原湿原の紅葉

鳥海山や草木の紅葉が見頃を迎えます。この湿原は鳥海山標高1180メートルに位置する、登山ルート矢島口の車道終点です。

・矢島産業文化祭

矢島町の特産品が多く販売される市民が集うイベントです。

【12月】

・矢島スキー場開き

標高差220メートル、最大傾斜25°、最長距離1300メートルで6つのコースを楽しむことができるこの地区最大級のスキー場です。県外からもウインタースポーツを楽しみに訪れる観光客が多くいます。

【2月】

・やしま冬まつり酒蔵開放

矢島町にある二つの酒蔵が解放され、各種地酒の試飲を楽しむことができます。この他、スノーボードレース大会、雪中たから探し、八森城址見学ツアーなど多くのイベントが行われています。

【3月】

・由利本荘ひな街道町中ひなめぐり

矢島町内を1周しながら各家々に伝わるひな飾りを鑑賞できます。矢島町に伝わる吊るし雛も可愛らしく、生駒藩の時代より矢島町に受け継がれる伝統と文化を肌で感じることができます。

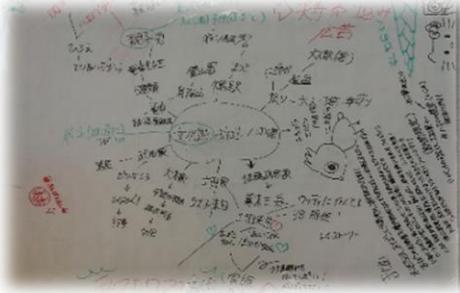
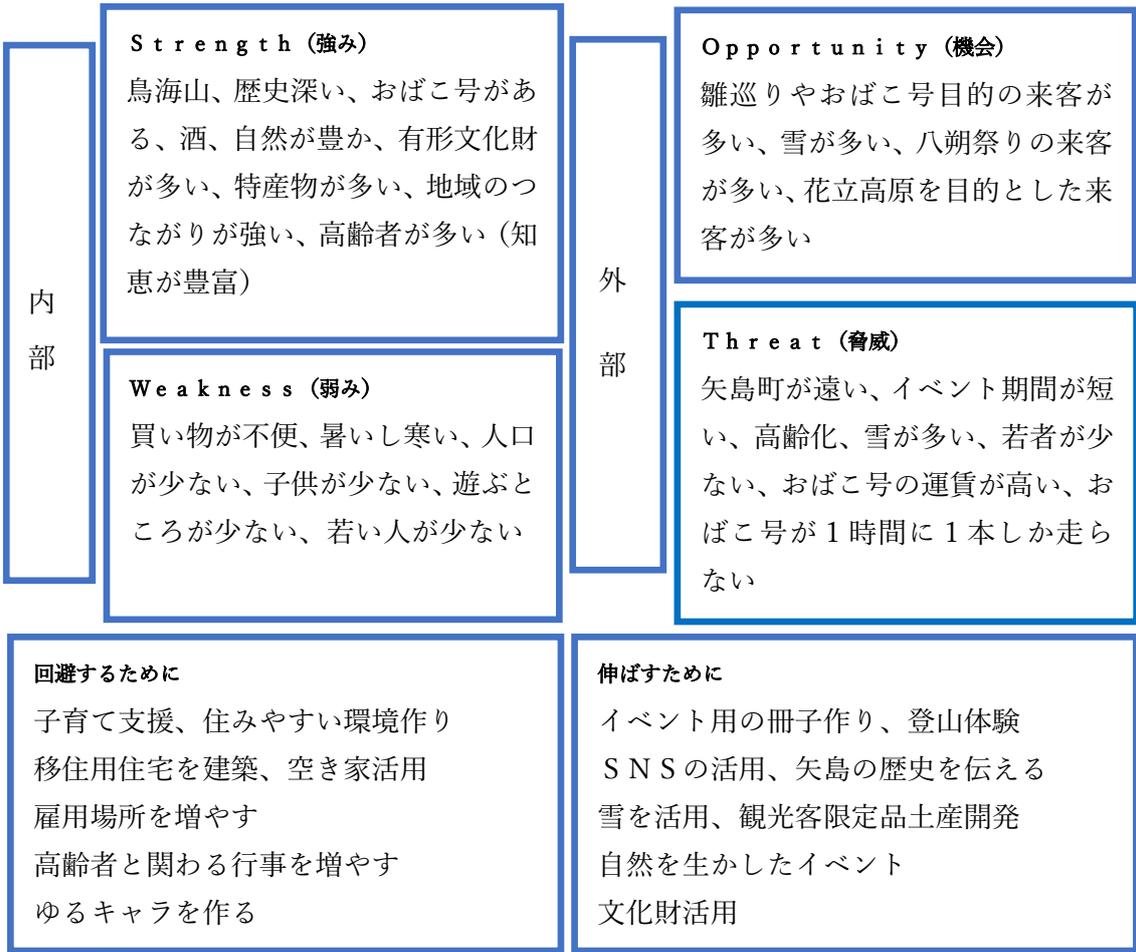
この他、由利高原鉄道が開催するイベント列車は年間を通じて楽しむことができます。

(観光地とイベント情報は由利本荘市ホームページより作成)

(3) 研究テーマ設定の経緯

(2)の冒頭でも述べましたが、矢島町は鳥海山をはじめとする豊かな自然の他、国指定文化財「土田家住宅」など歴史的に価値のある建造物が多く残されています。また、矢島町はもともと城下町であったため、当時の面影を残す町並みとなっていて、町を歩くと各地で当時の雰囲気を感じることができます。その他、400年以上の歴史がある八朔祭りや矢島冬まつりなど季節ごとのイベントもあり、魅力的で豊富な観光資源があります。登山シーズンやイベント開催期間には多くの観光客が訪れますが、年間を通じた誘客は実現できていません。

また、矢島町は少子高齢化・過疎化・人口減少等の課題に直面しており、町機能の衰退が深刻です。私たちは、矢島町に多くの観光客が訪れ、活気ある町として再建するために、町の観光資源を活用した継続的に観光客を呼び込めるビジネスを創造したいと考えました。SWOT分析やマインドマップ作成等を通じて以上のことを分析した結果、「矢島町を歴史的に価値ある町としてブランド化する」、ブランディングを研究テーマに設定しました。また、ブランディングによってもたらされる効果として次のように仮説を立てました。



研究テーマ やしまブランディングプロジェクト
～矢島町のブランド価値を高め、地域経済の活性化を図る～

仮説 矢島町を歴史的に価値ある町としてブランド化する。このことにより年間を通じて矢島町に訪れる観光客は増え、地域経済の活性化は達成できる。

(4) 具体的な目標設定

次に仮説を実現させるために、次のような具体目標を設定しました。

具体的な目標

- ①特産品を用いた商品、ラベル、ストアバックの提案・開発
- ②商業の基本原則「より良い商品を最も売れる場所で提供する」を実現する販売経路の考察・実践
- ③本校文化祭・地域産業祭・矢島冬祭り、ひな街道での販売実習
- ④メディアを活用した広告戦略の考察・実践
- ⑤これらの活動を具体化させ矢島町のブランド価値を向上させる

(5) 平成27年度の取組と反省

①NPO法人「鳥海高原矢島まるごとブランドづくり協議会（以下、協議会）」との連携
平成27年度の3年生が最初に取り組んだことは協議会との連携でした。協議会ではとうもろこしを試験栽培していて、そのとうもろこしをパウダー加工し、アイスクリームを商品化させました。協議会からは、とうもろこしアイスの商品名考案とアイスクップのデザイン考案が依頼されました。

商品名は「きみをアイス」に決定しました。「きみ」は秋田弁でとうもろこしの意味です。県外の購入者に秋田県や矢島町をPRするために、秋田弁を活用するアイデアが採用されました。また、カップのデザインは先輩たちがデザインしたのち、矢島高校の卒業生の方でイラストレーターとして活躍する黒木氏に仕上げを依頼しました（アウトソーシングの実践）。



フタ



帯



H19年度卒
(株) dak所属
黒木華絵氏



平成28年5月19日 秋田魁新聞掲載

②商品開発

平成27年度の3年生が考案し開発した商品は3品です。

①	商品名「ぎゅ〜っと、モウ〜っと、ふわっ粉ロール」(ロールケーキ) @¥150 秋田県産あきたこまち米粉とジャージー牛乳を使用。濃厚なジャージー牛乳のカスタードクリームが最大の特徴。イチゴジャムも入っていて、ほどよい酸味が広がる。
②	商品名「 ^{家紋} やしまCOMEON」(マカロン) @¥130 どうもろこしパウダーとジャージー牛乳バターを使用。矢島町の歴史的価値をPRする商品。商品には、歴史的価値のある住宅の位置や紹介文、家紋が掲載された観光マップが同封される。商品を通じて歴史的価値に着目させ、観光客を呼び込みたいという願いが込められている。
③	商品名「キミルクシュー」(シュークリーム) @¥130 どうもろこし粉とジャージー牛乳を使用。しっとりした生地と濃厚なカスタードクリームが最大の特徴。「きみ」は秋田弁でどうもろこしの意味。

どの商品にも鳥海高原産どうもろこしを活用しています。このうちマカロンはブランディングの要素が強く、矢島町を歴史的に価値のある町として広くPRしたいという願いが込められています。当初の予定では、マカロンに歴史的に価値のある住宅(土田家・大井家・武田家・佐藤家)の家紋を焼き印したいと考えていました。しかし、コストや製造工程上実現できないことがわかり、代替案として観光マップ「矢島歴史散策路“やしまっぶ”」を作成し、その観光マップの中に各住宅の家紋と紹介文を掲載することにしました。

③観光マップ「矢島歴史散策路“やしまっぶ”」

(5)②で触れた観光マップが下図です。手描きで作成し温かみのあるものに仕上がりました。



④YBPロゴマークの制作

商品の購入者には、下図のロゴマークをシールにしてプレゼントしました。このロゴマークは、私たちの取組（矢島高校生が矢島町を歴史的に価値のある町としてブランディングしようとしていること）が一目でわかるようにデザインされています。商品を通じて矢島町に興味をもってもらい、ロゴマークがたくさんの人たちの目に触れることで、商品購入者以外にも矢島町をPRできると考えました。

背景にある住宅は国指定文化財土田家住宅、中心のキャラクターはジャージー牛、東北を代表とする鳥海山、私たちの商品にも活用され、矢島町で今売り出したいとうもろこしも描かれています。「きみをアイス」の時と同様に、先輩たちがデザインしたのち、卒業生のイラストレーターに仕上げを依頼し、完成しました。

販売実習の際は、小さな子供を中心に好評なものとなりました。



⑤販売実習

平成27年度は3回（延べ4日間）の販売実習を行いました。各販売実習の売上を以下に掲載します。

矢島高校文化祭

商品	単価	数量	売上高（円）
ロールケーキ	@¥150	50	7,500
マカロン	@¥130	30	3,900

矢島産業文化祭（2日間）

商品	単価	数量	売上高（円）
ロールケーキ	@¥150	250	37,500
マカロン	@¥130	170	22,100
シュークリーム	@¥130	250	32,500

矢島ひな街道（1日間）

商品	単価	販売個数	売上高（円）
ロールケーキ	@¥150	120	18,000
マカロン	@¥130	137	17,810

⑥秋田魁新聞への掲載

先輩たちの取組は地元紙秋田魁新聞に掲載されました。また、ラジオ番組でも矢島高校の取組を紹介していただきました。矢島産業文化祭では、新聞やラジオ番組を通じて商品のことを知り、購入してきたお客様もいてメディアで紹介されたことによる広告効果は大きなものがあつたと感じています。



平成27年10月30日掲載

⑦平成27年度YBPの反省と課題

昨年度の3年生からYBPの活動を引き継いだ私たちは、よりブランディングの効果を高めるため、次のように改善点を考えました。

YBPロゴマークの改善に向けて

- ・鳥海高原産とうもろこしのパウダー加工の生産中止が決まり、とうもろこしを私たちが開発する商品に活用できなくなった。そのため、とうもろこしを持っているのは不自然。
- ・昨年度のロゴマークでは矢島町がどの県のどこにあるのかがわからない。
- ・矢島町には国指定文化財土田家住宅以外にもたくさんの観光名所や特産品があり、それらもPRしたほうが良い。

やしまっぷの改善に向けて

- ・手描きの地図は温かみがあるが、実際わかりづらい。
- ・この地図では、矢島町がどの県のどこにあるのかがわからない。よって矢島町を広く県内外にPRするには不十分である。

(6) 平成28年度の取組

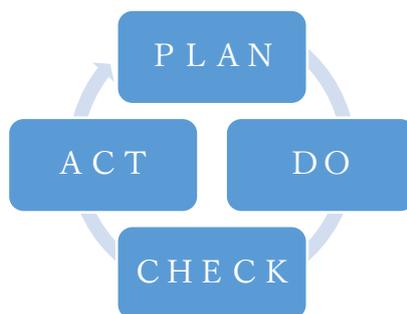
①由利本荘市雇用創造協議会との連携

鳥海高原産とうもろこしアイス「きみをアイス」や矢島高校が開発した商品が秋田魁新聞に掲載されたことで、学校外の団体から様々な依頼をいただけるようになりました。その一つが由利本荘市雇用創造協議会からの依頼です。

由利本荘市雇用創造協議会からの依頼内容

2016年1月からNHK大河ドラマ「真田丸」が放映されていて、由利本荘市岩城町は真田ゆかりの地として放映開始後人気を集めています。由利本荘市では観光客に向けて2種類の商品を開発しました。1種類は由利本荘市の特産品をセット商品化したもの（以下、セット商品）、もう1種類は岩城亀田地区に古くから伝わる「地獄うどん」を焼き菓子にしたもの（以下、新商品）です。これらのラベルデザインや商品名の考案を矢島高校で手掛けてください。

私たちはこの依頼を受けてからP D C Aサイクルに沿って、商品名とラベルデザインを考案することにしました。P D C Aサイクルの具体的な内容も以下のように考えました。



PLAN

～商品名と商品のラベルデザインのコンセプトを決めるために～

- ①由利本荘市が真田ゆかりの地であることのゆえんを調査する。
- ②地獄うどんについて調査する。
- ③調査活動から商品名と商品のラベルデザインのコンセプトを決定する。
- ④キャッチフレーズ・キャッチコピーを考案する。
- ⑤ラベルデザインはセット商品と新商品で2種類を用意する。
- ⑥新商品には商品名をつける。

DO

～計画したことの実践～

- ①インターネットと矢島高校地歴公民科教諭石澤宏基先生への取材による調査活動。
- ②調査活動から得たコンセプトをラベルデザイン及び商品名に反映させる。
- ③キャッチフレーズ・キャッチコピーをラベルデザインに反映させる。

- ④商品名を考案する。
- ⑤本校卒業生でイラストレーターの黒木氏に仕上げを依頼する。
- ⑥由利本荘市雇用創造協議会へのプレゼン活動を実践する。

ここまでの段階で調査し、実践したことをまとめます。

PLANの活動を通じて

わかったこと

- ①NHK大河ドラマ『真田丸』の主人公である真田幸村の五女、直（なお、後の名は「お田の方」（以下、お田）は、幕末まで出羽の国亀田（現由利本荘市岩城町亀田）を治めていた岩城宣隆に嫁いでいること。
- ②お田は宣隆との間に、長男であり名君と言われた亀田藩三代藩主重隆を残していること。宣隆を献身的に支える良き妻であり、また、重隆を育てる教育熱心な良き母として、良妻賢母といえる女性であったこと。
- ③薙刀の稽古に熱心であり、薙刀はお田の代名詞であること。
- ④地獄うどんとは岩城町亀田地区に古くから伝わる、釜茹でしたうどんに梅汁をかけたものであること。

商品名とラベルデザインのコンセプト

・セット商品について

- ①セット商品は「真田ゆかりの地」を目的として訪れた観光客に、広く由利本荘市の魅力をPRするために商品化されたものであることから、「真田ゆかりの地」だけをPRするのではなく、手に取ったお客様に由利本荘市の魅力が伝わるようにデザイン化する必要があること。そのため、由利本荘市を構成する旧本荘市旧7町の特産品をデザインの中に取り入れること。
- ②真田家の家紋は六文銭であり、協議会からはこの六文銭を基調とすることをお願いされていたため、セット商品のラベルデザインにも取り入れること。

・新商品について

- ①新商品は岩城亀田地区に古くから伝わる地獄うどんをモチーフとしていることから、由利本荘市岩城亀田地区が「真田ゆかりの地」であることを強くPRする商品である。そのため商品名を含むラベルデザインは、岩城亀田地区を全面にPRする必要があること。
- ②お田が嫁いだ天鷲城（亀田城）を描くこと。
- ③「みちのく真田ゆかりの地観光振興協議会」がデザインしたイラストとの差別化を図ること。

- ④梅の木を描くこと。
- ⑤真田家の家紋である六文銭を描くこと。
- ⑥お田の代名詞である薙刀を描くこと。

DOの活動を通じて①

PLANの活動を通じて、ラベルデザイン等のコンセプトをまとめた私たちはいよいよデザインに取り掛かりました。私たちが考案したデザインは、本校の卒業生で現在イラストレーターとして活躍する黒木氏に仕上げを依頼しました。完成したものが下図になります。

セット商品のラベルデザインに盛り込むキャッチフレーズとラベルデザイン

しったげ、いいとこ。より、HOT (ほんって おもっしえ ところだよ)



第1案

新商品の商品名とラベルデザイン

ぎゅっとまるごと由利本荘 梅のホイル焼き ～お田にとりこ～



第1案

CHECK

～実践したことの確認～

- ①由利本荘市をイメージしやすいラベルデザインであるか。
- ②商品に興味をひくラベルデザインであるか。
- ③PLANで考えたコンセプトに沿っているか。

私たちは以上の観点で確認を行い、完成したラベルデザインをもって、由利本荘市雇用創造協議会や開発に関わる担当企業の方を学校に招き、プレゼン活動を行いました。

DOの活動を通じて②

由利本荘市雇用創造協議会へのプレゼン活動

依頼を受けたセット商品のラベルデザインと新商品のラベルデザイン及び商品名の案がまとまり、私たちは由利本荘市雇用創造協議会へのプレゼン活動を行いました。プレゼンにあたっては「御提案書」を作成し、それをもとに説明する形態をとりました。



由利本荘市雇用創造協議会 金子様（左）と（有）高山製麺代表取締役 高山様（右）へのプレゼン活動

御来校頂いた2名の方からは実に鋭い質問が多く寄せられ、実際の社会で活躍される方々の視野の広い見解に触れることができました。また、高山様からは、「将来の職場で自分の仕事を上司に説明する場面や外部の企業と打ち合わせ等をする場面で生きる活動である」とお褒めのお言葉も頂戴することができました。

プレゼン後に得た改良点は以下の通りです。

セット商品の改良点

改良点①ラベルに「お田の方」と表記してほしい。

改良点②ラベルに「真田ゆかりの地」と表記してほしい。

新商品の改良点

改良点①ラベルデザインの色合いにインパクトを与えてほしい。

ACT

～プレゼン後の改善作業～

改善内容 由利本荘市雇用創造協議会からの依頼に応じているか。

由利本荘市雇用創造協議会からの要望を反映させ、最終的に次のように仕上げる事ができました。セット商品については新たなキャッチフレーズ「歴史を越えて、お田の方」、「～真田ゆかりの地 由利本荘市～」、そして新商品のラベルデザインにおいては、太陽の光をラベルの中に取り入れることで、色彩にインパクトを与えるように工夫しました。

完成した、セット商品のラベルデザインに盛り込むキャッチフレーズとラベルデザイン

しっただ、いいとこ。歴史を越えて、お田の方
より、HOT (ほんって おもっしえ ところだよ)
～真田ゆかりの地 由利本荘市～



完成した、新商品の商品名とラベルデザイン

ぎゅっとまるごと由利本荘 梅のホイル焼き ～お田にとりこ～



改善したデザインを再度由利本荘市雇用創造協議会の方に確認していただき、私たちが考案したラベルデザインや商品名は全て採用していただくことができました。このラベルデザインの貼られた商品は、道の駅「岩城」や「天鷲村」等で販売されることが決定されました。

②平成28年度の商品開発

- ・鳥海高原産とうもろこしのパウダー加工の中止

平成27年度は、NPO法人「矢島鳥海まるごとブランドづくり協議会」と連携して、商品開発を行いました。NPO法人では鳥海高原産のとうもろこしを試験栽培しています。そのとうもろこしを加工したとうもろこしパウダーと、ミルジーで飼育されているジャージー牛の牛乳を使用したバターを使って『やしまCOMÉON』というマカロンを製造しました。しかし、NPO法人でとうもろこしパウダーの加工を中止してしまったため、とうもろこしパウダーを使用した商品開発ができなくなってしまいました。そこで、平成28年度の商品開発にあたっては、矢島町の特産品を見直し、どの特産品が商品開発に活用できるかを見直すところから始めました。

- ・茂木農園について

私たちが注目したのは、由利本荘市矢島町の坂之下集落にある茂木農園です。茂木農園は、テレビ番組の『人生の楽園』にも紹介されていて、自然体験型民宿施設として有名です。経営者の茂木栄一氏は観光果樹園も営んでいます。矢島周辺で果樹園を手掛けるのは、茂木氏の農園も含めて2～3軒程あります。しかも、約100アールある農園には、「りんご」、「桃」、「さくらんぼ」、「洋梨」、「和梨」、「ぶどう」、「プルーン」、「柿」、「プラム」、「イチジク」、「栗」、「キウイ」と、数多くの果物が栽培されています。その中でも一番人気がある果物は、『桃』で、約40アールを占めています。

また、茂木農園では規格外の果物をジャムにして販売することも行っています。私たちは、この内、最も人気のある桃を使用した桃ジャムに着目し、商品開発に活用できないか検討を始めました。

商品の案をもって、昨年度商品開発に御協力いただいた「風月堂」に相談をしました。そして、平成28年度は次の2種類の商品を開発することができました。

	商品名	主な原材料	特徴
①	桃ぱふけ〜き (パフケーキ)	ミルジー産ジャージー牛乳 茂木農園産桃ジャム	ふわふわでしっとりとした食感の生地と、桃ジャムを使用したジューシーで濃厚なクリームが最大の特徴。桃ジャムは、矢島町の茂木農園で生産・加工しているものを活用した。ジャムは、甘酸っぱく、昔懐かしい風味が特徴で、知る人ぞ知る矢島町の特産品となっている。@ ¥ 1 5 0
②	やしま 家 紋 COME ON (マカロン)	茂木農園産桃ジャム	昨年度開発したやしま ^家 COME ON ^紋 (とうもろこし味) の桃ジャムバージョン。 @ ¥ 1 3 0

「やしま^家COME ON^紋」は、私たちがブランディングに取り組んでいることを象徴する商品であり、商品を通じて、矢島町の歴史的な価値に着目させ、観光客を呼び込みたいという願いが込められています。そのため、とうもろこしパウダーの生産が中止されたとしても、「やしま^家COME ON^紋」の商品化は何としても実現させたいと考えていました。矢島町の歴史をアピールでき、観光客を呼び込むきっかけとなる商品でもあるため、とうもろこしパウダーが使用できなくなっても、マカロンの製造は絶対に諦められないものでした。

そして、茂木農園産の桃ジャムを使って新たに桃のマカロンが誕生しました。今後はこの商品を契機に、矢島町の歴史的価値に着目させ、観光客が増えてほしいと考えています。

・今後の商品開発に向けて

茂木農園には桃の他にも様々な果物があります。ジャム製品は桃の他にもサクランボでも作られています。今後は、その桃ジャムの他にもサクランボジャムを使用するなど、新たな商品のアイデアに結び付けていきたいと考えています。

また、現在桃ジャムは地元の野菜直売所や文化交流館等で販売されていますが、スーパーで販売したり、パンに使用したり、様々な用途がある物なので色々な人たちに知ってもらいたいと思います。

③ロゴマークの改良と作成

・平成27年度の反省点

平成27年度は鳥海高原産とうもろこしを使用して商品を開発しましたが、とうもろこしの生産を行うNPO法人でとうもろこしのパウダー加工を中止しました。そのため、これまでのロゴマークでは、キャラクターがとうもろこしを手にしていましたが、それでは不自然なものとなってしまいました。また、これまでのロゴマークでは矢島町が何県のどこにあるの

かがわからず、地理的なPRに欠けます。さらに、どんな町なのかもイメージしづらかったため、ロゴマークを新たに改良する必要がありました。 ※ 図1を参照

・平成28年度の取り組み

まず、ロゴマークの改良から着手しました。平成27年度は1種類でしたが、今回は矢島町そのもの象徴するロゴマークと、矢島町の特産品をアピールしたロゴマークの2種類を作成しました。

前者においては、矢島町にある国指定有形文化財の土田家住宅を中央に置き、屋根には花立牧場で飼育されているジャージー牛をユニークな形で配置しました。また、背景には鳥海山を描きました。下部にある「^{いにしえ}古の歴史^{たたく}佇む ^{こが}古雅の里」というキャッチフレーズは、矢島町に歴史的な建造物がたくさん溢れていることを表しています。古賀の里とは矢島町のように古風な風景が広がる里という意味で活用しました。

後者では、矢島町の特産品をロゴマークの中に配置しました。右上から、天寿の名酒「鳥海山」、濃厚で滑らかな口当たりのジャージー牛を使用したミルジーの乳製品、矢島に古くからある虎の子饅頭、淡麗で旨味のある佐藤酒造の原酒^{よしはる}芳春などといった特産品をあしらっています。

2種類のロゴマークの中にある「しっだけ いいところ」も、ロゴマークを考える中で出された案を新たなロゴマークとして形にしました。 ※ 図2を参照

(3) 反省と改良

今回のロゴマークの反省点は、特産品を盛り込みすぎて、ロゴマークが複雑になってしまったことです。由利本荘市雇用創造協議会との連携で作成したラベルデザインは、由利本荘市の特産品を詰め込みすぎていたため、何を伝えたいのかよくわからないものになってしまったと反省しています。その反省を生かし、今回は矢島町を象徴するロゴマークと矢島町の特産品をアピールする2種類のロゴマークに分けて作成しました。しかし、特産品をアピールしようとするややはり詰め込みすぎのような感じを受けます。

今後の方向としては、地域をアピールするロゴマークを1種類、特産品をアピールするロゴマークを複数作成することにすれば、今年度の課題が解決されると思います。時間をかけながらより良いものに仕上げたいと考えています。

図1 改良前



昨年度のロゴマーク

図2 改良後



矢島町をPRするロゴマーク



矢島町の特産品をPRするロゴマーク

④矢島町観光マップ「矢島歴史散策路 ～やしまっぷ～」の改良と作成

・平成27年度の矢島町観光マップの反省点

課題 イラストマップだったため正確な位置が分かりづらい。

改良 正確な位置がわかる地図を作る必要がある。

課題 矢島町がどこの県のどの位置にあるのかわからない。

改良 秋田県の場所と矢島町のある程度の位置を示す必要がある。

課題 矢島町の家紋についての紹介しか無く、PR力が足りない。

改良 家紋以外の矢島町の魅力を書き込む必要がある。

(平成27年度版やしマップ)



・平成28年度の矢島町観光マップの特徴

①地図の部分インターネット上の地図を使用して正確なものに変更

昨年度の反省から、インターネット上の地図を活用し、カラーを変更して矢島町にある建物の場所、地名がしっかりと分かるようになりました。

②矢島町でPRしたい観光地を写真と位置ではっきりと示す

やしマップを手にした観光客には矢島町にある有名な観光地や場所を観光してほしいと考え、その場所と写真を載せることでどのような建物か興味を持たせようと考えました。また、地図に掲載している建物の写真は私たちが放課後の時間を活用し協力して撮影したものです。

③キャラクターを載せることで、明るい印象を与えられるように工夫

地図上のキャラクターは私たちが考え、描きました。キャラクターを地図に載せることで
 明るい印象になり、観光マップを見る人の観光意欲を高められると考えました。

④用紙サイズをA4からA3に変え大きく分かりやすいマップにした

地図が正確なものになったと同時に観光地情報も増えたため、サイズをA3に変更し、見
 やすいようにしました。また、A3サイズを持ち運ぶのは大変だと考え、折りたたんで提供
 することでポケットにも収まり、持ち運びのしやすさにもこだわりました。

⑤両面印刷にし、表面で足りない観光情報のPRを可能にした

裏面には、矢島町にある歴史的に価値のある住宅の家紋についての説明、矢島町の概要や
 矢島町の位置など、平成27年度の反省から矢島町に関するあらゆる情報を増やしました。

(平成28年度やしマップ“表”)



(平成28年度やしマップ“裏”)



・平成28年度版「やしまっぷ」の反省

①工夫した点

「やしまっぷ」を手にした観光客の方には、とにかく矢島町に興味を抱かせるという目標があったため、イラストや写真を挿入し、観光マップ内の文字を明るい色にするなど、楽しい雰囲気が醸し出されるようにしました。また、「歴史散策路」がメインのマップであるため、字体にもこだわり、歴史深さや古さを感じさせるようにしました。

②苦労した点

観光マップを折りたたむ形での提供であったため、折りたたんだ際に観光マップのタイトルが表紙に配置されるように、タイトルの位置を調節するのに時間が掛かり、苦労しました。また、裏面に載せる情報の量が多すぎて読みづらさを感じたため、程よい量にするために何度も書き直しを繰り返しました。

③感想

平成27年度の観光マップの反省点から新しく作成し、成功したと思う点は、①サイズの変更による見やすさの向上が図れた、②イラストや写真の挿入で明るい印象にすることができた、③キャラクターを入れることで楽しい雰囲気にできた、④両面印刷で足りなかった観光情報を増やすことができた、の4点です。

正確な地図の作成や裏面にどのような情報を入れるかなど、苦労した点も多かったのですが、矢島町観光マップ「矢島町歴史散策路～やしまっぷ～」を無事完成させることが出来ました。

・今後に向けた改良点

①地図の画質が粗く、少し見づらい

地図はインターネット上の地図を活用しており、画質が粗くなってしまい、地図上の建物の名前などが少しわかりづらくなってしまいました。画質の良い地図の画像を用意する事や、オリジナルで正確なものを作成する必要があると考えました。

②キャラクターのコンセプトを考えることが出来なかった

キャラクターをオリジナルで作成し、観光マップ上に載せましたが、そのキャラクターの名前や服装に、矢島町を感じさせるようなものが必要だと感じました。

これらの反省を今後のYBPの活動に生かし、より良い観光マップの作成につながっていくことを期待しています。

⑤ポスターの作成



上記に掲載しているポスターは、矢島高校文化祭や矢島産業文化祭で販売実習を行った際に掲載したポスターの一部です。「桃ばふけ〜き」と「やしまCOMEON」をPRできるように仕上げました。

ポスターは商品開発に私たちが関わったことをアピールするとともに、矢島町の魅力も伝わるように工夫を重ねて作り上げました。お客様に見えやすいようにフォントや写真の配置も工夫し、一目で商品・価格・使用している材料などが分かるように作成しました。

矢島産業文化祭では沢山のお客様が訪れました。

ポスターの効果もあり、売れ行きは好調で販売開始から4時間で完売することができました。実際に購入してくれたお客様からは、「新聞で見て買いに来た!」「今年も産業文化祭で矢島高校プロデュースの商品が販売されることを知ってきた!」など、良好な評価を得られました。



⑥取材

私たちの取組が秋田魁新聞に掲載されました。

取材日時 平成28年10月19日(水) 11時30分～12時30分

来校者 秋田魁新報社本荘支局 記者 斎藤 祐希 様

取材は授業内に行われました。記者の対応は全て私たちが行いました。

記者からは「なぜ桃を使ったのか」「その商品はどこで売っているのか」「パンフレットやポスター等も自分たちで作ったのか」等の質問が寄せられました。これまで、由利本荘市雇用創造協議会へのプレゼン活動など、経験を積んだことで、落ち着いて質問に答え、商品の説明をすることができました。

取材を通じて感じたことは、商品開発は自分たちの力だけではなく、平成27昨年度の先輩方の土台があったからこそ、実現できたということでした。



平成28年10月21日(金)秋田魁新聞掲載

⑦販売実習

平成28年度は計2回、延べ3日間の販売実習を行いました。

平成28年10月21日(土)に行われた矢島高校文化祭では「やしまCOMEON」と「桃ばふけ〜き」50個を用意し、販売開始30分で完売することができました。また、翌週10月29日(土)・30日(日)に行われた矢島産業文化祭では、「やしまCOMEON」と「桃ばふけ〜き」を合計400個販売し、午前9時から午後13時までの4時間で完売することができました。

今回の矢島産業文化祭の販売実習は、私たちにとって2回目の販売実習でした。そのため、順調にお客様に声掛けすることができ、売上数を伸ばす事ができました。

さらに、矢島高校地域創造コースで商品を考案したことがわかるポスターの作成や秋田魁新聞に掲載してもらったことで販売促進効果が生まれ、ポスターに興味をもっていた多くとともに、新聞を見たお客様が沢山会場に駆けつけてくれたことが実感できました。

また、売上数を伸ばす工夫として、移動販売にも取り組みました。移動販売では、売上数と売上金額とが合わなくなってしまったことが反省として挙げられます。また、当日は天候も悪く、寒い中での移動販売となりましたが、寒さにも負けずに販売することができました。

お客様に商品の説明をする際、上手く説明できないこともあり、お客様に応じた説明方法や言葉選びを考えるなど、商品を魅力的に説明する方法についても考えさせられました。1円と100円、5円と50円を勘違いしているお年寄りのお客様もいて、会計に関する説明も大変なものがありました。

今後販売実習をするにあたっては、移動販売では通行人に積極的に声掛けをすること、そして素早く正確な計算をすること、商品の注文個数など伝達方法をしっかりと確立することが必要だと感じました。また、商品を説明する際に誰にでもわかりやすく伝わるような「売り文句」のような言葉も考える必要があると感じました。

矢島高校文化祭（1日間）

商品名	単価	数量	売上金額
やしまCOMEON	@¥130	50	6,500
桃ばふけ〜き	@¥150	50	7,500

矢島産業文化祭（2日間）

商品名	単価	数量	売上金額
やしまCOMEON	@¥130	350	45,500
桃ばふけ〜き	@¥150	350	52,500

矢島雛街道（1日間）

商品名	単価	数量	売上金額
やしまCOMEON	@¥130	100	13,000
桃ばふけ〜き	@¥150	100	15,000



(7) 仮説の検証

卒業した先輩たちからYBPの活動を引き継ぎ、私たちは自分たちの仮説が正しかったかを図る検証作業をしました。

仮説 矢島町を歴史的に価値ある町としてブランド化する。このことにより年間を通じて矢島町に訪れる観光客は増え、地域経済の活性化は達成できる。

具体的な目標

- ①特産品を用いた商品、ラベル、ストアバックの提案・開発
- ②商業の基本原則「より良い商品を最も売れる場所で提供する」を実現する販売経路の考察・実践
- ③本校文化祭・地域産業祭・矢島冬祭り、ひな街道での販売実習
- ④メディアを活用した広告戦略の考察・実践
- ⑤これらの活動を具体化させ矢島町のブランド価値を向上させる

検証① メディア掲載回数

平成27・28年度の2年間で、YBPの活動がメディアに掲載・紹介された回数は計4回でした。秋田魁新聞への掲載が3回、ラジオ番組での取り上げが1回です。販売実習の際は、新聞やラジオを聞いて矢島町に訪れ、商品を購入したお客様がたくさんいました。

よって、次のように検証付けます。

検証① YBPの取組から開発された商品がメディアに掲載され、矢島産業文化祭の際に矢島町に訪れた観光客が複数人いたことから、具体的目標の①③④⑤が達成され、仮説は正しかったと言える。

検証② 販売実習での売上高

平成28年度、計3回、延べ4日間の販売実習で発生した売上高は140,000円でした。桃ジャムを仕入れた茂木農園、商品を製造した「風月堂」、「風月堂」に関連する企業等に売上高に対応する収益が発生したことを考え、次のように検証付けます。

検証② 販売実習で発生した売上高は140,000円であり、材料の仕入や製造に関わった企業に収益がもたらされたことから、地域事業に貢献でき、地域経済の活性化は達成され、仮説は正しかったと言える。

検証③ YBPロゴマークと矢島歴史散策路「やしまっぷ」の制作

私たちは矢島町を歴史的に価値ある町としてブランディングする活動を行ってきました。昨年度のYBPロゴマークと「やしまっぷ」を改良し、地理的なPRを十分に行い、矢島町の歴史を特産品と共にアピールできるものに仕上がったと思います。販売実習の際は、私たちの観光マップに興味をもつお客様も多く、今後「やしまっぷ」を手に、矢島町の観光を楽しむ方が増えることを願っています。また、今後の課題として、矢島町の観光名所に私たちが作成した観光マップを置いていただくことや、今年度の観光マップに矢島町に縁のある生駒氏のこと、生駒氏の出身地である香川県との関わりについても掲載していきたいと考えています。

検証③ YBPロゴマークと「やしまっぷ」は改良され、地理的なPRを実現し、矢島町の歴史や特産品をアピールできるロゴマークと観光マップを作成できた。ロゴマークや「やしまっぷ」に興味をもつお客様が多く、今後観光マップを活用する観光客が増えることが期待できる。よって、仮説で述べる「矢島町を歴史的に価値のある町としてブランド化する」ことについて一歩前進ができた。

検証④ ビジネス活動の広がり

「ビジネスは人と人をつ結びつける活動である」と言われています。平成27年度よりYBPの活動を行って来て、次の方々とのつながりを持たせていただくことができました。新たな人との出会いが、私たちの活動の発想の視野を広げられ新たな活動のヒントが得られることを強く実感できたことが何度もありました。

所 属	氏 名	所 属	氏 名
NPO法人あきた菜の花ネットワーク	嵯峨佳苗 様	鳥海高原矢島まるごとブランドづくり協議会の皆様	
NPO法人あきた菜の花ネットワーク	佐藤晃一 様	土田家住宅	土田喜一郎 様
NPO法人あきた菜の花ネットワーク	鈴木秀雄 様	土田牧場	土田雄一 様
NPO法人秋田の民話で親子と障害者とローカル沿線元気にする会	長坂博行 様	都立芝商業高校	会津拓也 様
秋田魁新報社本荘支局	藤原 剣 様	矢島教育学習課	植村俊一 様
秋田魁新報社本荘支局	斎藤祐希 様	矢島総合支所	小松 正 様
大井家住宅	大井せつ子 様	矢島総合支所	佐々木 茜 様
株式会社 d a k	黒木華絵 様	有限会社高山製麺	高山康樹 様
株式会社 d a k	三浦亮介 様	有限会社北斗種苗園	柳澤 泉 様
武田家住宅の皆様		由利本荘市雇用創造協議会	金子理咲 様
千葉商科大学	近藤真唯 様	由利本荘市雇用創造協議会	佐藤伴夫 様
鳥海高原ユースパーク	土田 元 様	風月堂の皆様	
鳥海高原ユースパーク	土田とし子 様		

検証④ YBPの活動を通じて新たな人との出会いが連鎖した。その結果、販売実習の機会確保・NPO法人との連携・由利本荘市雇用創造協議会との連携等の活動が生まれ、仮説で述べる地域経済の活性化は達成された。

検証⑤ 販売経路

商品製造業者である「風月堂」の方より、「新聞に掲載されたことで店舗への問い合わせが多く、大変感謝している」と言ってくれました。私たちの活動が微力ながら地元業者に役立ったことが伺える評価だと捉えています。

しかし、具体的目標の①で掲げるストアバックの開発と②で掲げる販売経路については課題が残ります。販売実習の際は、卸売業に携わっているお客様より「県外で商品を販売したいのであれば、作ったラベルシールを商品に貼るなど、商品を見て秋田県の矢島町をイメージさせる取組が必要である」との評価をいただきました。私たちは商品購入者にシールを

プレゼントしていましたが、それではPRに欠けるとのことでした。現在は商品製造業者である風月堂の包装袋に商品が入り、それを白色のビニール袋に入れて販売していますが、いずれは私たちの活動や地元矢島町を強く全国にPRできるストアバックを開発し、県外にもアピールできる商品に育てていきたいと考えています。

また、商業の基本原則である「より良い商品を最も売れる場所で提供する」を実現させるため、関東圏の高等学校等との連携を深めていきたいと考えています。

検証⑤ メディアに掲載されたことで地元業者への問い合わせが増え、売上げに貢献できた。このことから具体的目標の②④が達成された。しかし、具体的目標の②で掲げる「より良い商品を最も売れる場所で提供する」に関してはストアバックの改良等の課題が残る。

検証⑥ ブランディングの効果

私たちは「矢島町を歴史的に価値のある町としてブランド化する」活動を行って来ていますが、ブランディングの効果が高まっているかの検証が必要だと考えています。その検証方法は客観的なものである必要があります。ブランディングの効果を検証する客観的な方法の模索も今後の課題としたいと考えております。

検証⑥ ブランディングの効果を検証する客観的なデータの収集ができなかった。検証方法の模索・検証の実践は今後の課題としたい。

(8) 今後に向けて

平成29年度は(7)検証④⑤で述べたことを具体的に進めていきたいと考えております。また、ロゴマークや「やしまっぷ」の課題も解決して、YBPの活動をより良いものにしていきたい考えです。

私たちが進めるYBPの活動はまだ始まったばかりです。私たちが3年間の高校生活を過ごす矢島町を現状よりも少しでも元気にできるよう、これからも矢島町のために活動していきたいと考えています。

最後になりますが、YBPの活動に御支援いただきました皆様、商品を購入していただいた皆様、御指導御助言をいただきました皆様に感謝申し上げます、レポートを閉じたいと思います。