

2022 年 中高生政策アイデアコンテスト
「第9回かのや100チャレ」

テーマ②新名物でイメージアップ！
鹿屋市の尖ったお土産を創りだせ
「かのやカンパチ型の若鮎」

東海大学付属高輪台高等学校 高輪三銃士（女子）

石野 実咲（高3） 榎並 叶笑（高3） 森 柚結奈（高3）

【課題1】 素材

鹿屋市特有の「食」「自然」「歴史」などの資源を活かしたもの



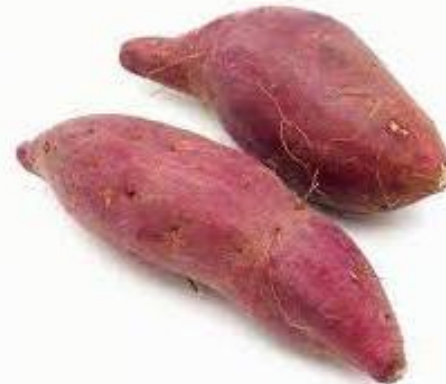
鹿屋の特産品といえば？

牛、豚、鶏、養殖カンパチ、さつまいも、お茶、落花生、バラ…など

素材は豊富だが、農林水産物をそのままお土産にする人は少ない。



規格外のものや、食品加工の際に出た「商品にならない物」を利用した商品にしたい。



【課題2】商品

鹿屋の土産 = 「○○！！」と言える物がない



バラの香りや花びらを練りこんだお菓子や、
黒毛和牛を使用したレトルトカレー、ごぼ
う茶などなど…



事業者オリジナルの商品はたくさんあるが、
いずれも定着していない。鹿屋を象徴する
定番商品の「鹿屋バージョン」が欲しい



既存の事業者オリジナル商品とは一線を画
す商品にしたい。



【課題3】 来訪者 ビジネス客が多い

鹿屋市における宿泊者は**ビジネス客が中心**で

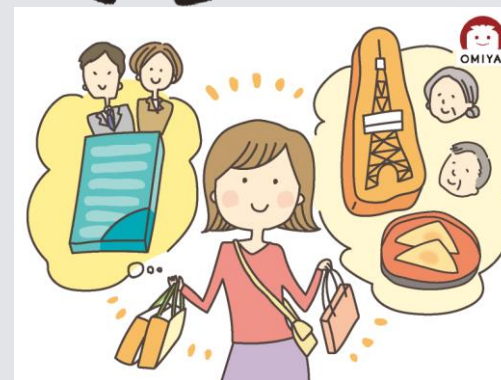
観光客の割合は2割程度と推計されている。

ビジネス客が「買って帰りたい！」と思う

お土産品とは何か？



ビジネス客 = **会社へのお土産** = 小分け品がたくさん入ったもの、有名なもの、**話題性**のあるもの)、家族へのお土産、帰宅後に自分で食べるおつまみ的な物…など



【販売戦略】 ターゲット

ターゲットはビジネス客！

観光客にとってお土産選びは、ゆっくり時間をかけ、たくさんの中から迷いながら選ぶのも楽しい旅の醍醐味！

しかし、ビジネス客の多くは時間がなく、帰りに立ち寄った場所で

「これなら間違いない！」と思える物、

つまり会社や家庭に持ち帰った際に

「失敗しないおみやげ」をすぐに買いたい。



【販売戦略】

話題性

ビジネスと言えば...

「出世」 = 「カンパチ」

鹿屋市は、日本で最も古くからカンパチ養殖を始めたルーツをがあり、全国で水揚げされるカンパチのおよそ20%を占めるカンパチ大国。



バラを食べて育った**出世魚**「かのやカンパチ」

をモチーフに使う ⇒ **話題性**



※「かのやカンパチ」は、鹿屋市の市花であるバラの花びらの粉末が混ぜられた餌で育てられている…というトリビアはコミュニケーションの一助になるはず

【販売戦略】ネーミング

ビジネスや祝い事に欠かせない「手土産」

ビジネス取引などでは欠かせない手土産は、一度ヒットすると永く愛される商品になる

中でもネーミングは最重要課題！

例えば、ビジネスで失敗した時は⇒高級老舗の羊羹やお菓子は定番だが、

「切腹最中」や「100倍返し饅頭」などネーミングがわかりやすいものは根強い人気がある

👉 老若男女に愛される温かく優しい言葉

それは．．．「方言」

田舎のお母さんが応援しているような…

友人が背中を押してくれるような…

故郷を思い出すような言葉

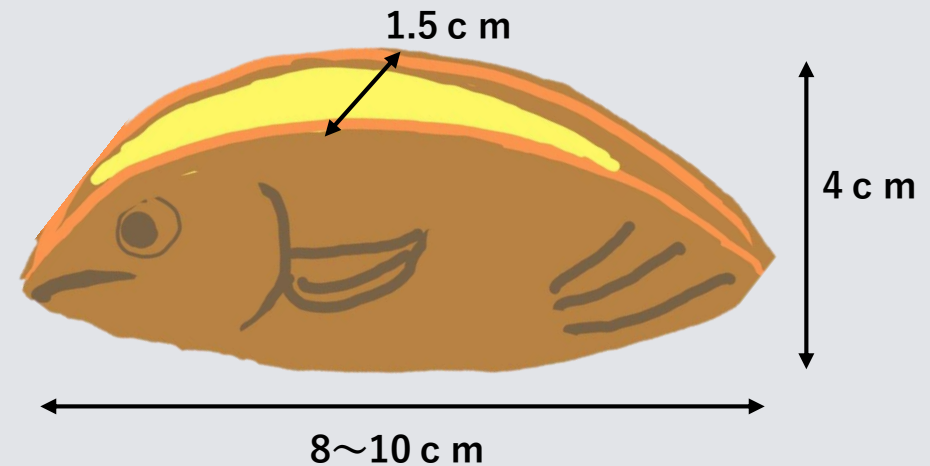
きばい やんせ

「頑張って！」という意味の鹿児島弁

【販売戦略】商品イメージと規格

商品イメージ

- ① 既存の「若鮎」を逆さにして、かんぱちの様なふっくらしたフォルムで背中側が開いた形
- ② かんぱちのわき腹の黄色い線をイメージした餡は、特産の紅はるかを使用した味噌風味の餡
- ③ 皮は特産のはちみつを使用し、どら焼きの皮よりもふわっとした柔らかな食感。目や口、ひれなどは焼きごてで入れたような模様。
- ④ 中に柔らかなギュウヒを入れる。



作り方レシピ 参考

https://www.kyounoryouri.jp/recipe/20743_%E8%8B%A5%E3%81%82%E3%82%86.html

【商品規格（量、サイズ等） 価格】



10個入 1,800円



箱詰め10個入 1,760円
箱詰め15個入 2,550円



5個入り 756円(税込)



パッケージイメージ

現在人気のお土産お菓子の値段及び個数より、**箱詰め価格1個当たり150～180円**が妥当なラインと思われる。

個包装にはプラスチック代替品を使用。

パッケージのイメージは鹿屋市のバラをデザインしたもの。