

## 令和3年度大学と地域の協働による観光活性化モデル事業の取り組みに関する実施内容

新潟経営大学経営情報学部教授

伊部 泰弘

### 1. 趣旨

本事業は、平成27年6月から新潟経営大学と県央地域の行政・団体で協働している「大学と地域の協働による観光活性化モデル事業」と呼ばれる事業となる。その一環として、令和元年度～3年度の3年間（講義期間は2年半）にわたり、三条地域振興局の依頼により新潟経営大学経営学実地研究（「商品企画・商品化」、「商品化・販促実習Ⅰ～Ⅳ」）（伊部が担当）という講義で請け負った取り組みとなっている。事業内容は、「下条川ダムof グルメ開発」であった。一昨年度後期から実施し、一昨年度は、下条川ダムや加茂市のSWOT分析を行い、その結果から、商品化に関する企画を提案した。

昨年度は、その企画を基に、下条川ダムのPRを目的としたドローン動画制作とYouTubeでの配信（URL:<https://youtu.be/zlx73HDnnn0>）、実際の商品化（カモリネ：プラリネの一種、下条川ダムの恋石：トリュフ・チョコレート、ダムそば：スープ焼きそばの開発・販売）と販促ツールの製作を行った。

今年度については、以下のことを行った。

- ①商品化された商品のうち、カモリネとダムそばについて消費者へのアンケート調査を実施した。
- ②大学祭、西加茂フェスティバルにおいて、商品の販売・販促活動を実施した。カモリネについては、菓房処京家各店舗以外に椿の家、美人の湯での販売を行った。
- ③カモリネについては、イチゴ味の新商品を2022年3月1日に発売を予定している。
- ③販促ツールとして、のぼり（カモリネのみ）と食品サンプル（ダムそばのみ）を製作した。
- ④昨年度作成したダムカードを増刷した。

### 2. 今後の取り組み

- ①三条地域振興局への最終成果報告会

日時：3月1日（火）14時10分～50分

場所：本学2101教室

内容：これまでの経営学実地研究の内容についての報告

なお、今年度をもって本事業に係る取り組みは終了する。

以上

# 「商品企画・商品化実習」 「商品化・販促実習 I・II」 全体の流れ

経営情報学科4年 田辺彬就



# 一昨年度...

- 下条川ダム
- 下条川ダム (5W2H)
- “ダム女”をターゲット
- 下条川ダムをイメージした商品

ダム女とは??



| 5W2Hフォーマット           |                                      |
|----------------------|--------------------------------------|
| 仮タイトル                | ダム女                                  |
| WHAT<br>目的: 何をやるのか   | ダム女をターゲットに、イメージを定めて、そのイメージを基に商品を開発する |
| WHY<br>理由: なぜやるのか    | 下条川ダムの魅力を、広くアピールする                   |
| WHO<br>対象: 誰が        | 女性                                   |
| WHERE<br>場所: どこでやるのか | 下条川                                  |
| WHEN<br>日時: いつやるのか   | 1年                                   |
| HOW<br>方法: どうやって     | 下条川ダムの魅力を、広くアピールする                   |
| HOW MUCH<br>予算: いくら  | 850万~900万                            |
| インパクト                | 下条川ダムの魅力を、広くアピールする                   |

# 一昨年の結果を踏まえ….

## ●一昨年候補

◎井ぶり部門・お菓子部門・スイーツ部門・料理部門

## ●昨年候補

◎お菓子部門

（下条川ダムの恋石・カモリネ）

◎料理部門

（ダムそば）

## 昨年

- 部門の開発候補を決定
- 業者選定 & 依頼
- ドローンで下条川ダム・周辺撮影
- 試作品完成
- 販促ツール作成（旗・カードなど）
- 販売開始！



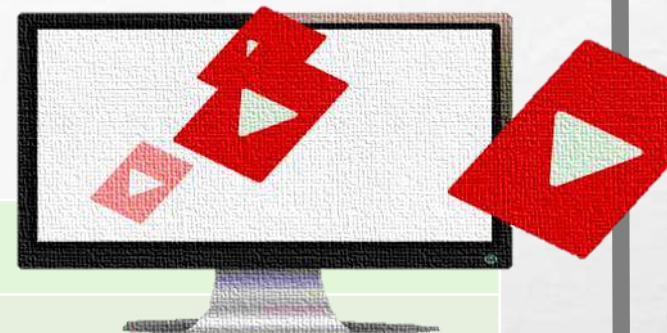




# 下条川ダム ドローン動画作成



## ドローン撮影詳細／6W2H



|                 |       |                                                        |
|-----------------|-------|--------------------------------------------------------|
| <b>WHEN</b>     | いつ    | 2020年8月26日                                             |
| <b>WHERE</b>    | どこで   | ・加茂市にある下条川ダム<br>・三分程のYouTube映像より                       |
| <b>WHO</b>      | だれが   | 経営学実地研究受講者・関係者                                         |
| <b>WHOM</b>     | だれに   | 映像を見る媒体をお持ちの小さなお子様からシニアの方まで                            |
| <b>WHAT</b>     | なにを   | 下条川ダムのドローン撮影                                           |
| <b>WHY</b>      | なぜ    | ・空中からの風景を楽しんでいただき実際の集客に繋ぐため<br>・映像を残してより多くの方々に見ていただくため |
| <b>HOW</b>      | どうやって | ドローンで撮影した下条川ダム周辺の空中散歩動画をYouTubeにて配信                    |
| <b>HOW MUCH</b> | いくら   | 制作費実費                                                  |

# 空中散歩



# ドローンを撮影道具として使用した理由

- ・31mの重力式コンクリートダム
- ・大自然を存分に映像として反映
- ・普段見ることのない風景

31m





# ドローン映像を見ることができるツールについて

新潟経営大学 YouTubeページ

[新潟県加茂市「下条川ダム」～空中散歩～経営学実地研究 - YouTube](#)

新潟県三条地域振興局地域整備部 HP

[三条地域振興局地域整備部 - 新潟県ホームページ \(niigata.lg.jp\)](#)

オリジナルダムカード裏に掲載されているQRコードを読み取る

→お店で購入すると特典としてプレゼント！

YouTube BGM 笛人 本宮宏美「openG」

軽快な音楽と壮大な自然に癒されてみてはいかがでしょうか



## 下条川ダム四季変化

- ドローン撮影は一昨年の8月下旬・夏  
→緑の木々・パラソルなど
- 春夏秋冬を楽しめる



◎自分なりの各季節の楽しみ方を発見！





観光経営学部 4年 高橋俊一

# ★4P 戦略—product

〈キーワード〉

- ◆ ダムイメージ再現化
- ◆ 新潟県のお菓子文化
- ◆ 個食化



## プラリネに着眼





# プラリネ

- ◆焙煎したナッツ類(主にアーモンドやヘーゼルナッツ)に加熱した砂糖を和えてカラメル化したもの
- ◆フランスの料理人によって17世紀に開発されたもの
- ◆冠婚葬祭の式菓子として新潟に定着化



# 特徴その1



- ◆ ダムを想起させる長方形サイズ
- ◆ ダムの白壁をホワイトチョコでイメージ
- ◆ 黒ゴマブレンドでシズル感
- ◆ 外はカリッと中はふんわり食感



## 特徴その2

フルーツたっぷり・甘さ控え目

アングズ



ブルーベリー

レーズン



# 特徴その3

## ネーミング

加茂市

+

プラリネ

=

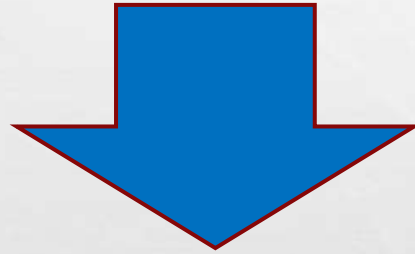
加茂リネ



カモリネ

# ★4P 戦略一place

- 学園都市高校生・短大生・大学生の利用 JR加茂駅
- 多店舗化 駅前・西加茂・五泉・田上・椿の家
- 加茂市民の老舗ブランド&愛着度



菓房処 京家様





## ★4P 戦略—price

- ◇ 2021年4月より表示改正
- ◇ 200円(税込)

## ★4P 戦略—promotion

- ◇ ダムカード
- ◇ 動画
- ◇ 店内ポスター
- ◇ 情報誌・新聞



# カモリネアンケート調査

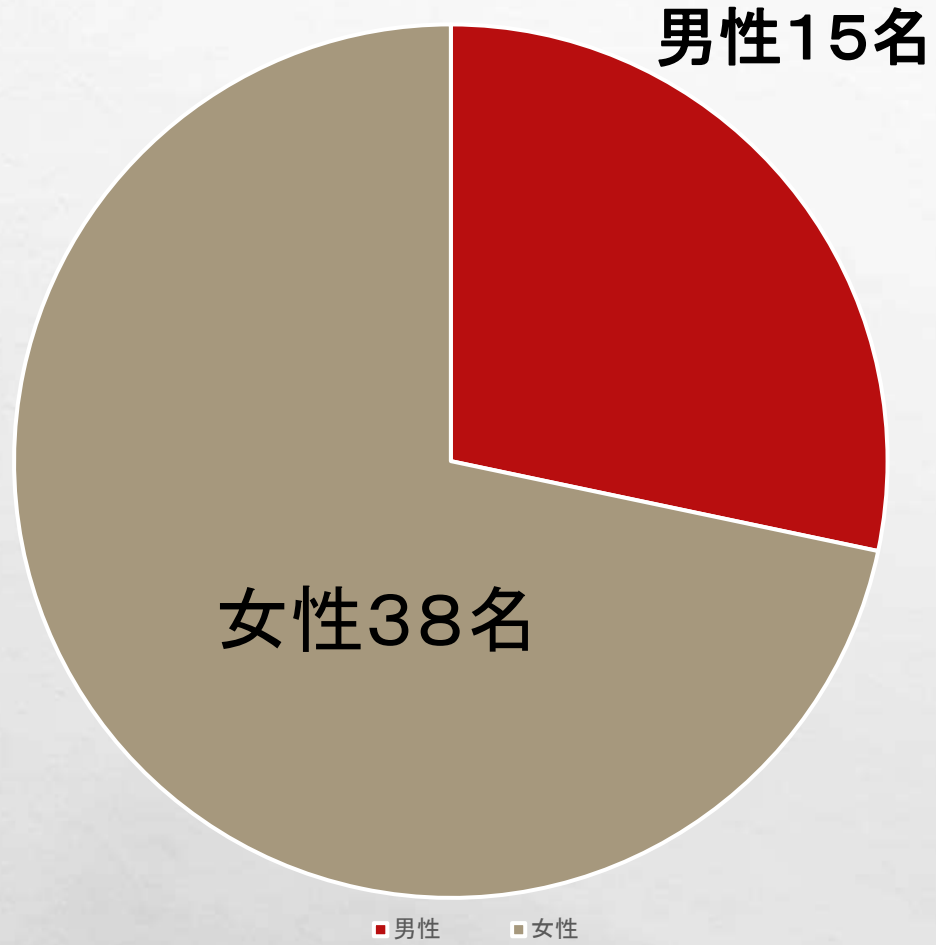
実施：2021年 6月～7月

店舗：京家様4店舗

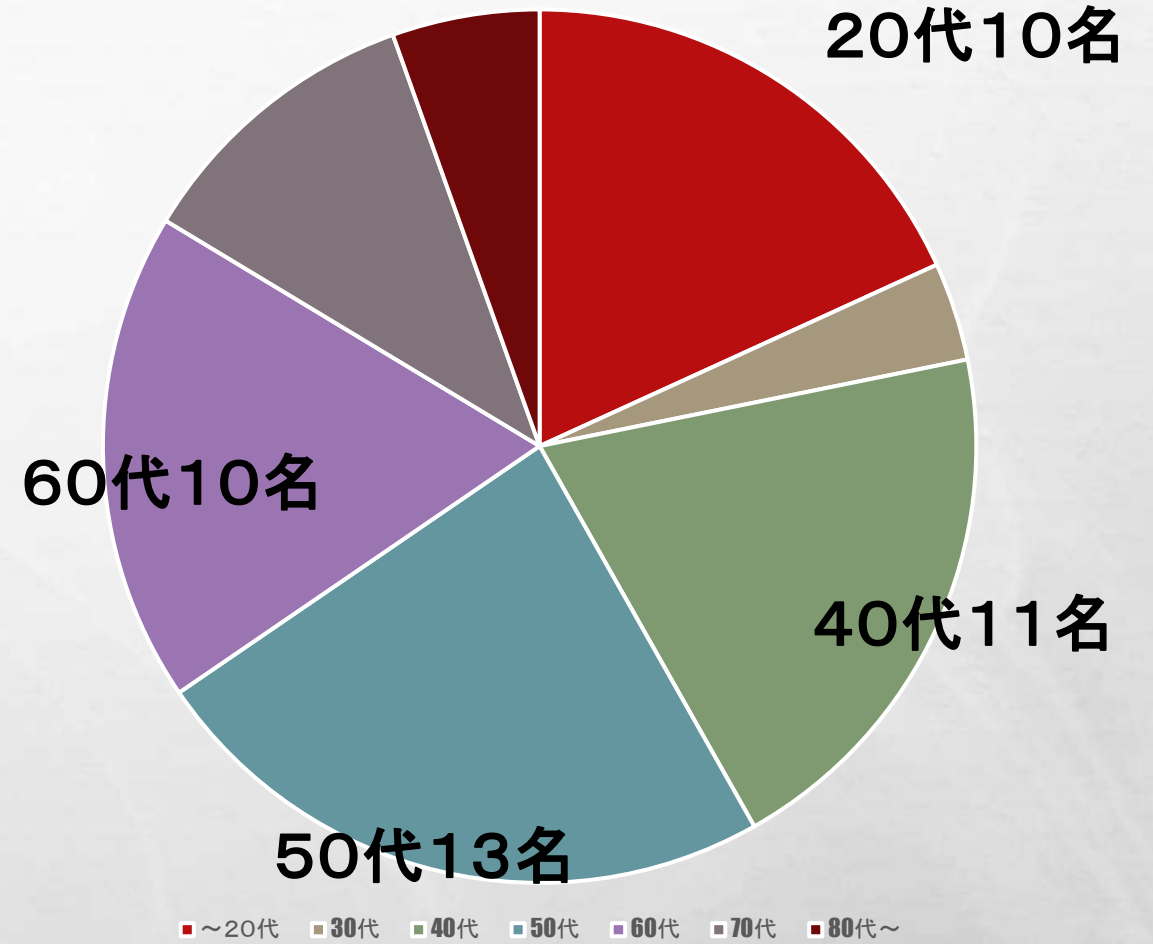
対象：来店お客様

方法：アンケート用紙留置

# 男女別

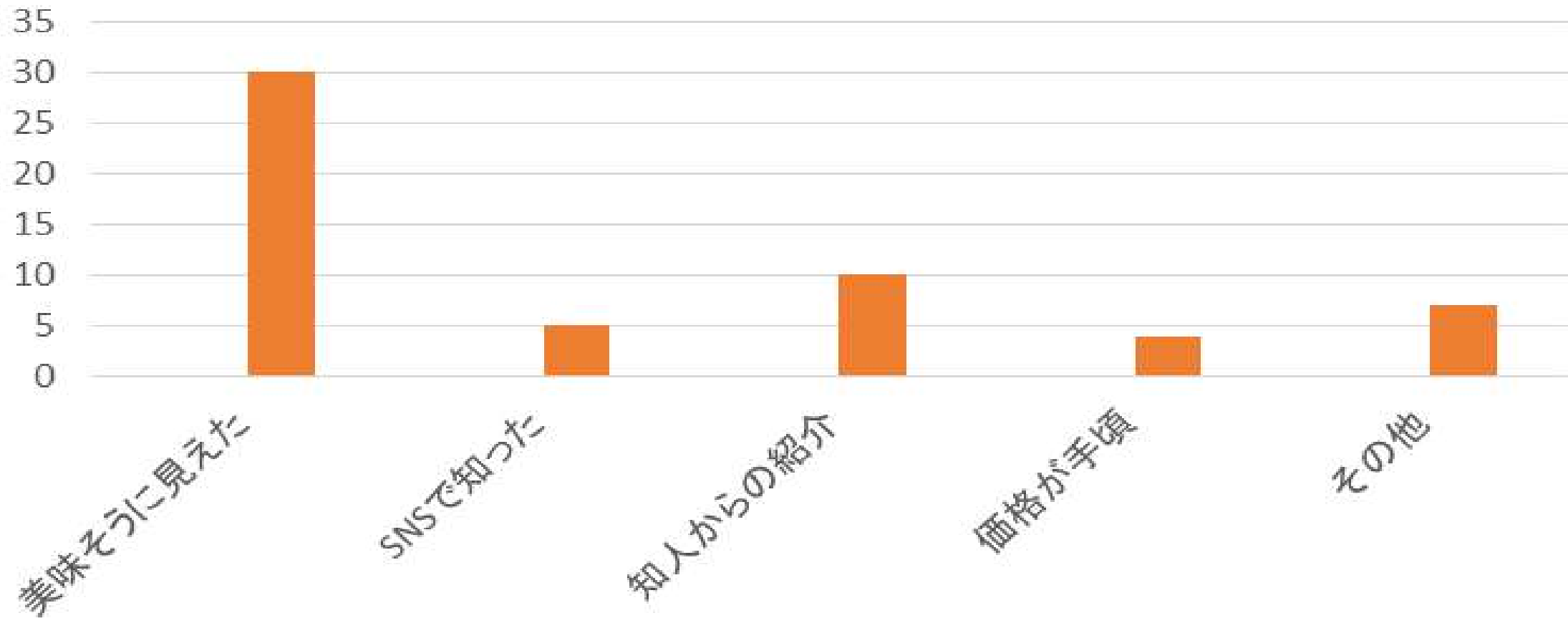


# 年代別

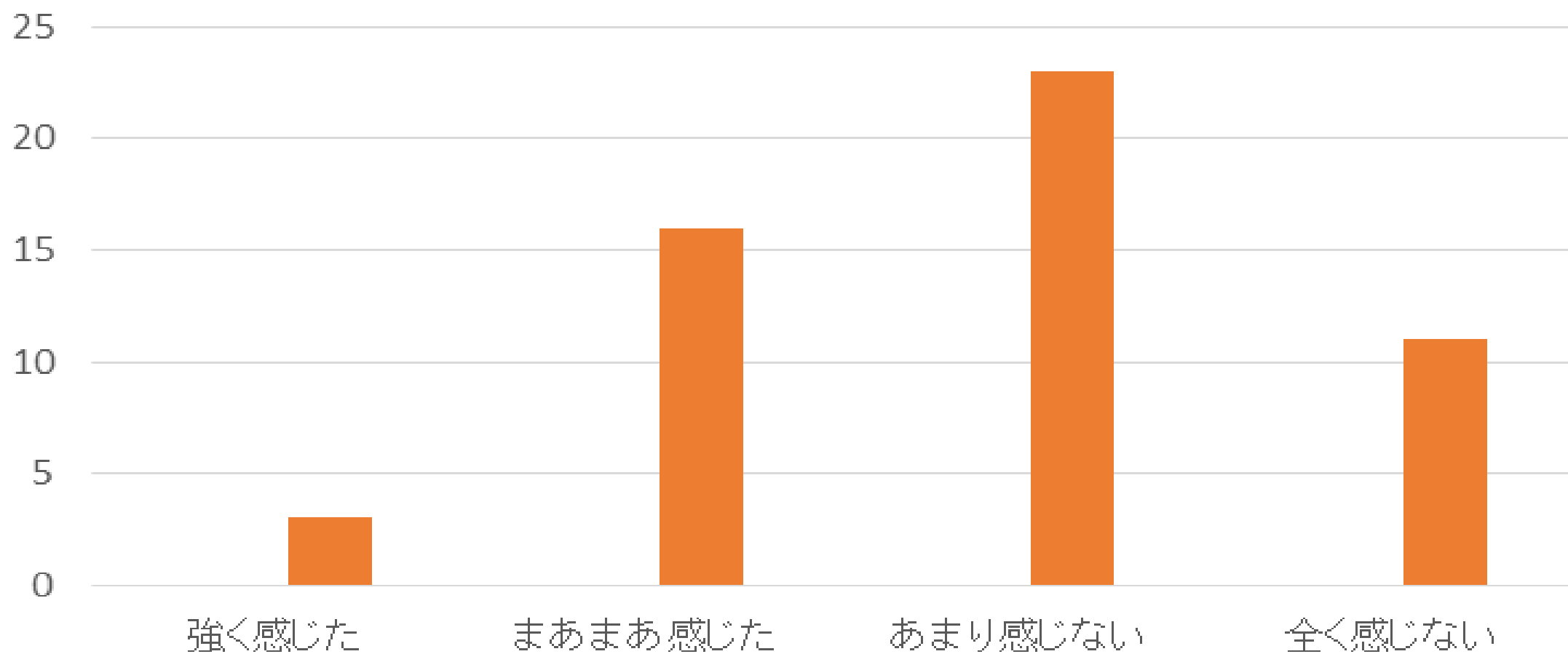




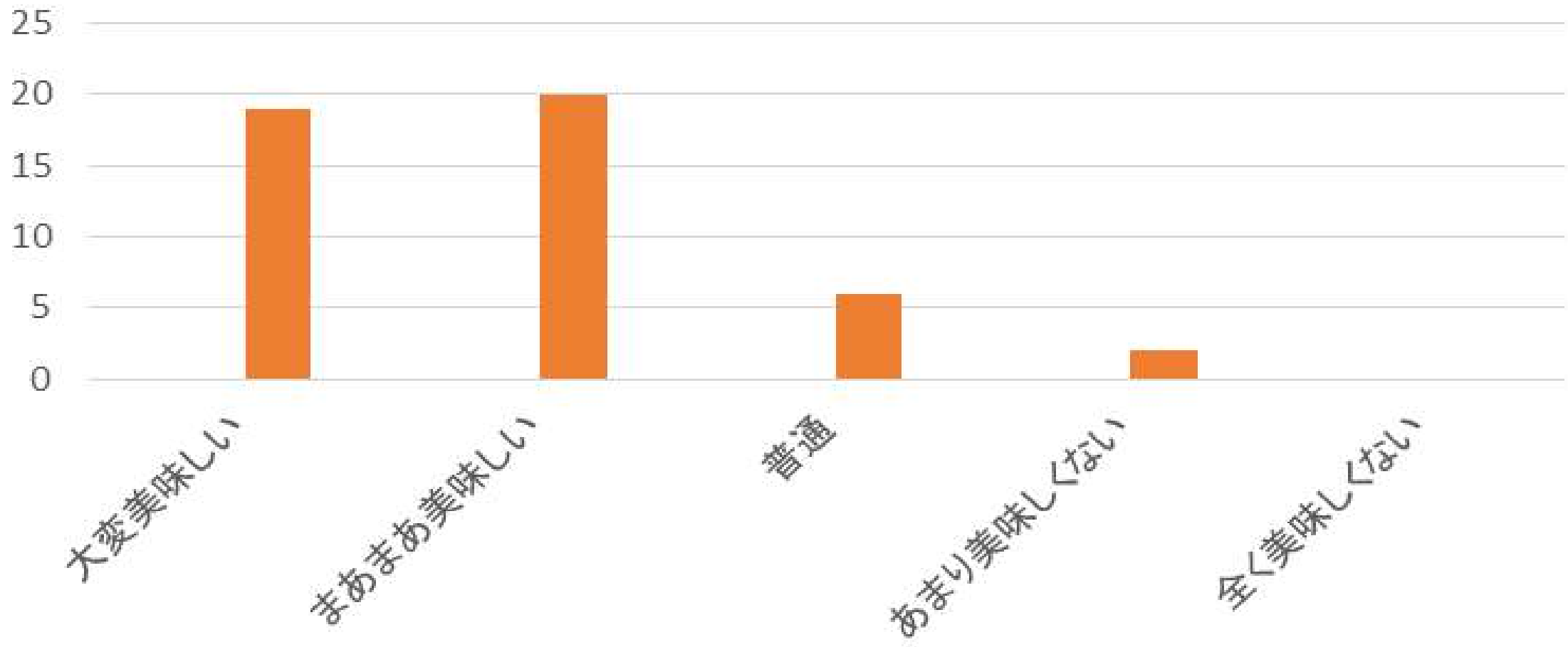
# 購買動機



# ダムとの関連性



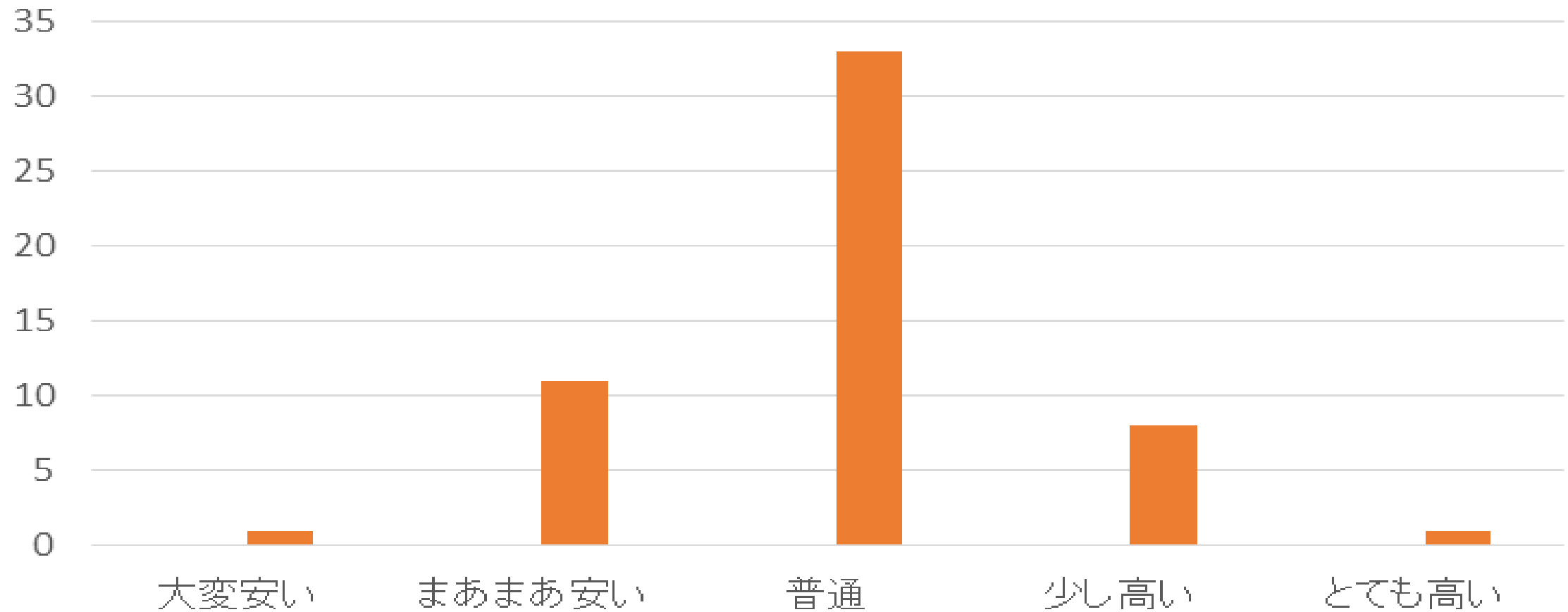
# 味の評価





| 味         |  | 人数 | 加 点 | 点数   |
|-----------|--|----|-----|------|
| 大変美味しい    |  | 19 | 2   | 38   |
| まあまあ美味しい  |  | 20 | 1   | 20   |
| 普通        |  | 6  | 0   | 0    |
| あまり美味しくない |  | 2  | -1  | -2   |
| 全く美味しくない  |  | 0  | -2  |      |
| 合計        |  | 47 |     | 56   |
|           |  |    | 平均値 | 1.19 |

# 価格について



| POSITIVE                    | NEGATIVE                            |
|-----------------------------|-------------------------------------|
| 甘味が抑えられて美味しい                | まわりのゴマが気になる                         |
| しっとり感が美味しい。甘味も良い。           | しっとり感が欲しい。洋酒をもっと効かせてほしい。            |
| 改善点はない。他店のプラリネより美味しかった。     | 美味しいが見た目とイメージが違っていた                 |
| 甘味が強くなく何個でも食べられそう。          | カステラがしっとりしてるといいかな                   |
| 甘さが程よく大きさも丁度よく食べやすかった       | ホワイトチョコが苦手。色々な味がするのはどうかな？           |
| アーモンドが香ばしく甘味が丁度良かった。後味も良かった | アーモンドの香りが楽しめなかった。紙が分かりづらく一緒に食べてしまった |
| ゴマの香りが出ていた。                 | もう少し濃い方が良い。紙をとるのが面倒だ。               |
| アーモンドが美味しかった。               | 金平糖があるといいなあ！中のジャムがもう少し強くてよい。        |



# 令和3年度 販売状況

◎販売店舗の実態

定番：京家4店舗

椿の家

美人の湯

特売：ウオロク26店舗で実施

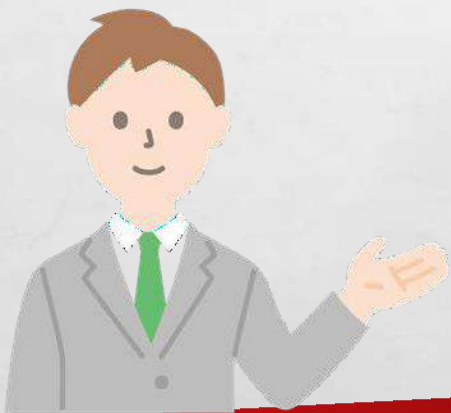
# 令和4年2月 期間限定新商品企画

- ◆カモリネ発売一周年を記念
- ◆今だけ、これだけ、ここだけ限定販売
- ◆旬な味「イチゴ味」姉妹品

**初出荷！**



# カモリネ 販売促進



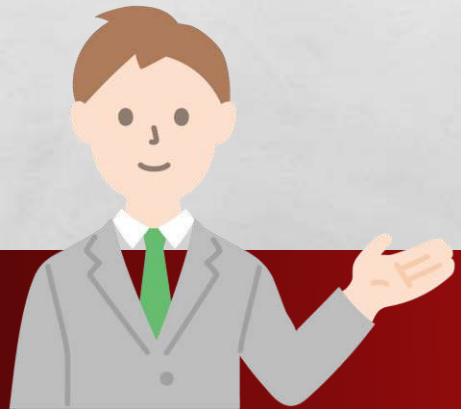
新潟経営大学 4年 山岡 達也





# メディア掲載・SNSの活用

- ・まるごと！県央
- ・新潟県内・新聞
- ・Instagram



※出所 まるごと！県央公式Twitter  
カモリネ公式 Instagram

# POP・のぼりを使った広報活動





# 新潟経営大学への影響

- ・入学志願者の志望理由の1つに
- ・オープンキャンパス・進路説明会  
広報活動の目玉に





# 下条川ダムの 恋石（チョコレート）



# 恋石のこだわり

- ・濃厚な**苺**・**檸檬**・**宇治抹茶**を  
生クリームと黒ゴマでコーティング
- ・外はカリッ  
中はふわりとなるように仕上げた  
トリュフチョコレート



加茂市 菓房処 京家で発売（2021年バレンタイン時期）



- 当初は、下条川ダムの小石という案  
恋石 名前の由来
- 下条川ダムの四季折々の風景を恋と表現
- ダム女をターゲットにバレンタインデーに合わせて販売





# 大学祭での販売

新潟経営大学 3年 岩崎 稜



# 経大祭

- 開催日： 10月24日（日）
- 開催時間： 11時30分から16時30分
- 入場者： 学生と教職員のみ
- メインイベント： お笑いライブ



出典:新潟経営大学 大学祭【経大祭】 Twitter

# 販売

- 場所： 大学前の駐車場
- 対象： 学生及び教職員
- 販売品： カモリネ 30個



# 実績

- カモリネ 30個



# 西加茂フェスティバル

新潟経営大学 1年 高杉 怜矢



# 活動風景

- ・テントやポップの張り付けなどの準備
- ・カモリネをメインに販売
- ・くじ引きの実施





# イベントの様子

- 様々な屋台の出店
- 天候はあまり安定しない中での実施
- 家族連れの方が多く来場



# POP

- ・コラボ商品であることの強調
- ・時期を考慮しデザインを秋やクリスマス仕様に



# 成果

- ・目玉商品であるカモリネをほぼ完売
- ・くじ引きも子どもたちを中心に大好評



# ダムそば 料理部門

新潟経営大学 経営情報学部

4年渡邊直也 2年高瀬滉太 2年横渡樹里



# ダムそば説明

- ・ 自然豊かな下条川ダムを濃厚な牛すじ焼きそばと、あっさりしたグリーンソースで表現した料理のことである。
- ・ 販売はキッチンカーでの出店



アンケート調査

へ ー ー ー

# ダムそばアンケート調査／6W1H

|              |       |                                       |
|--------------|-------|---------------------------------------|
| <b>When</b>  | いつ    | 5月11日～5月21日の計6回実施                     |
| <b>Where</b> | どこで   | 新潟経営大学・加茂市役所・加茂信用金庫西加茂支店              |
| <b>Who</b>   | だれが   | 経営学実地研究受講者・関係者                        |
| <b>Whom</b>  | だれに   | キッチンカーの顧客                             |
| <b>What</b>  | なにを   | ダムそばに対するアンケート調査                       |
| <b>Why</b>   | なぜ    | ダムそばの購入者の情報と下条川ダムおよび関連商品の関心調査         |
| <b>How</b>   | どうやって | 店頭アンケートと <b>Google</b> フォームのデジタルアンケート |

方法 人 : 回答数 : 92



# ダムそば アンケート調査項目

- ・ 年齢
- ・ 性別
- ・ お住まい
- ・ 職業
- ・ 「ダムそば」を知ったきっかけ（複数回答可）
- ・ 購入したことがあるか、また購入したいか
- ・ 「ダムそば」について感じること

味わいはどう感じますか（期待度）

見た目は「下条川ダム」を感じとれるか（写真を見て）

価格は適正か（買いたいか）

- ・ 購入したい理由・購入したくない理由を教えてください

理由として（複数回答可）

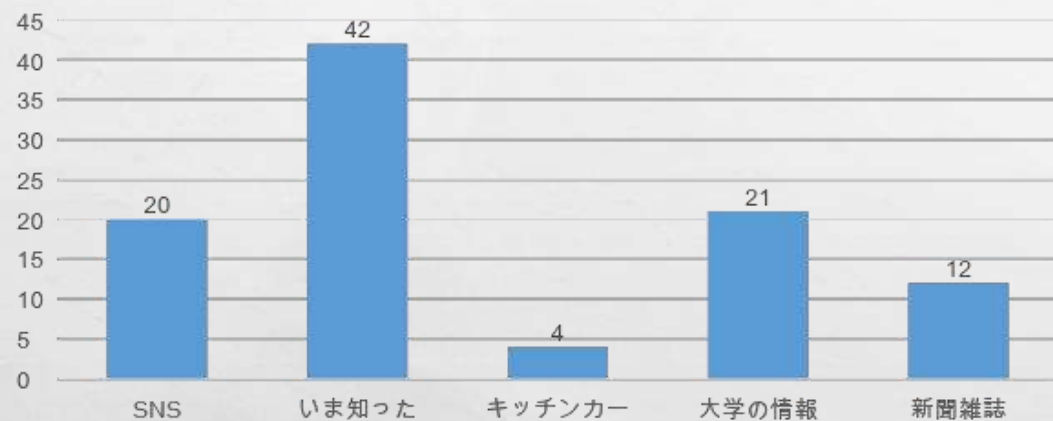
- ・ よろしければ上記の質問の内容を教えてください
- ・ 「下条川」ダムは行ったことがありますか



# 知ったきっかけ

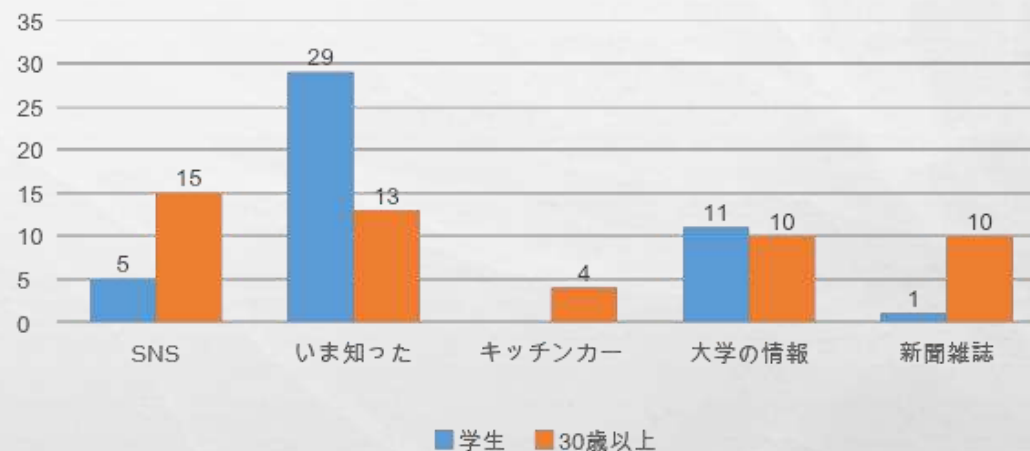
全体の知ったきっかけ

(複数回答)



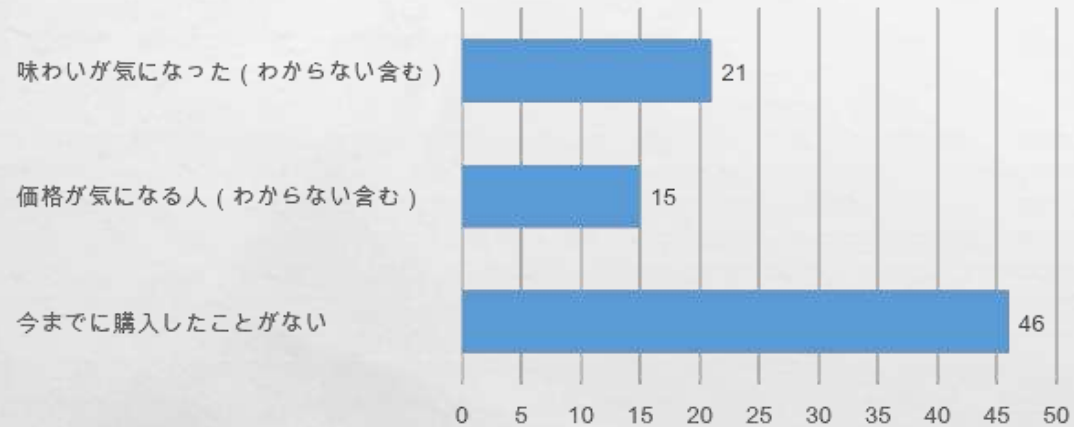
知ったきっかけ

(複数回答)

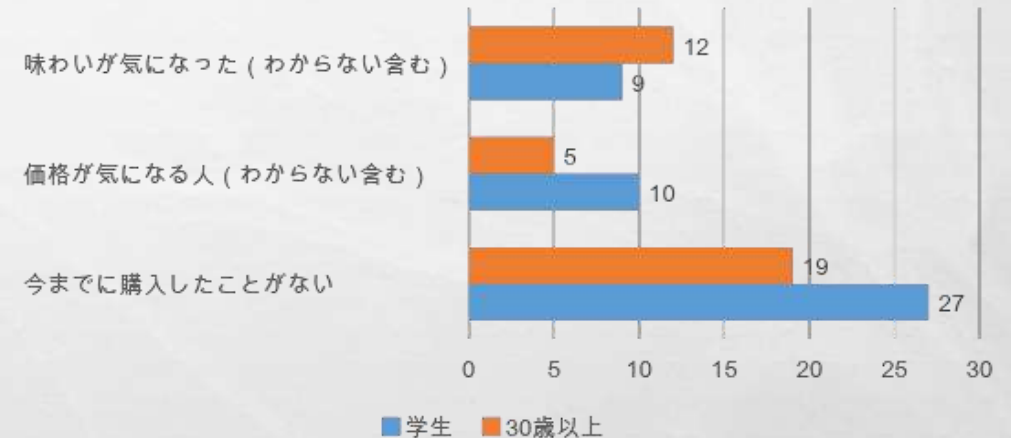


# 気になる点

全体の購入しなかった人の気になる点 (複数回答)



購入しなかった人の気になる点 (複数回答)



店頭pop作成へ

To Be Continued...



# ～店頭POP記載情報

～

- ・味の想像  
→グリーンスープの詳細
- ・価格の変化  
→牛すじ焼きそばとダムそばとの違い



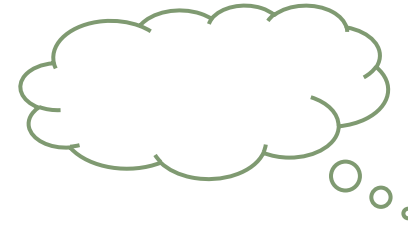
【経大祭】

10月24日





# ダムそば



新潟県加茂市大字下条に治水ダムとして建設され完成した  
【下条川ダム】を味える コラボB級グルメ！！  
紅生姜で赤いゲートを表現し、重力式コンクリートの壁に見立てて  
盛り付けた間違いなく旨い濃厚牛すじ焼きそばに、治水を再現した  
見た目とは裏腹の優しい味わいグリーンスープとの相性はいかに？！

キッチンカーCHINAMI名物  
人気No.1商品、こってり  
濃厚がっつり屋台飯！！

新潟経営大学生 考案  
ほうれん草ベースのあっさり  
仕上がった和風スープ！！

牛すじ焼きそば × グリーンスープ  
= 絶品スープ焼きそば





# 西加茂フェス没案



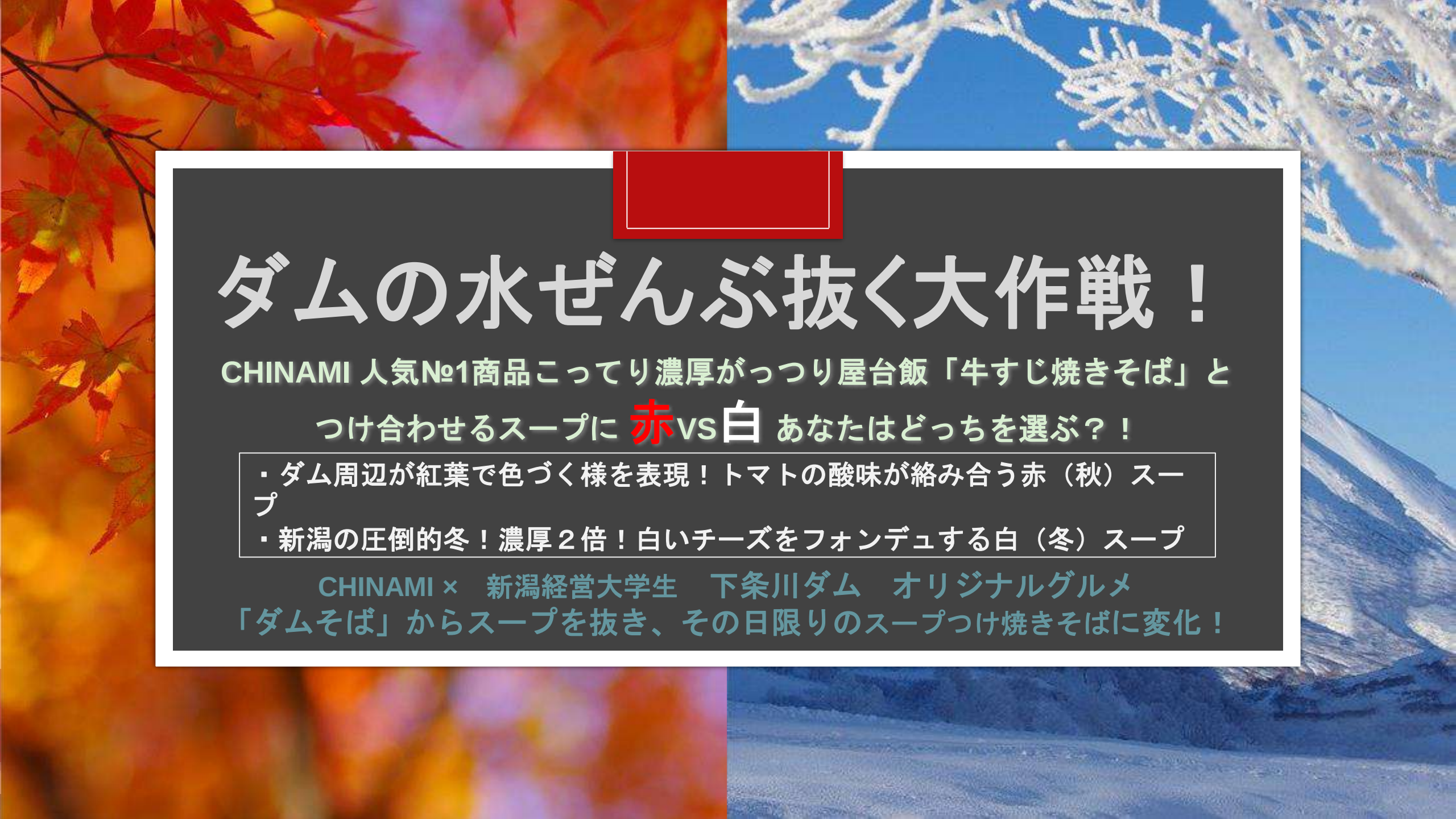
新潟経営大学の学生特別企画

## 【ダムの水ぜんぶ抜く大作戦】

下条川ダムオリジナルグルメ「ダムそば」からスープを抜いて、  
その日限りのスープからつけ焼きそばに変化！！







# ダムの水ぜんぶ抜く大作戦！

CHINAMI 人気№1商品こってり濃厚がっつり屋台飯「牛すじ焼きそば」と  
つけ合わせるスープに **赤**vs**白** あなたはどちらを選ぶ？！

- ・ダム周辺が紅葉で色づく様を表現！トマトの酸味が絡み合う赤（秋）スープ
- ・新潟の圧倒的冬！濃厚2倍！白いチーズをフォンデュする白（冬）スープ

CHINAMI × 新潟経営大学生 下条川ダム オリジナルグルメ  
「ダムそば」からスープを抜き、その日限りのスープつけ焼きそばに変化！



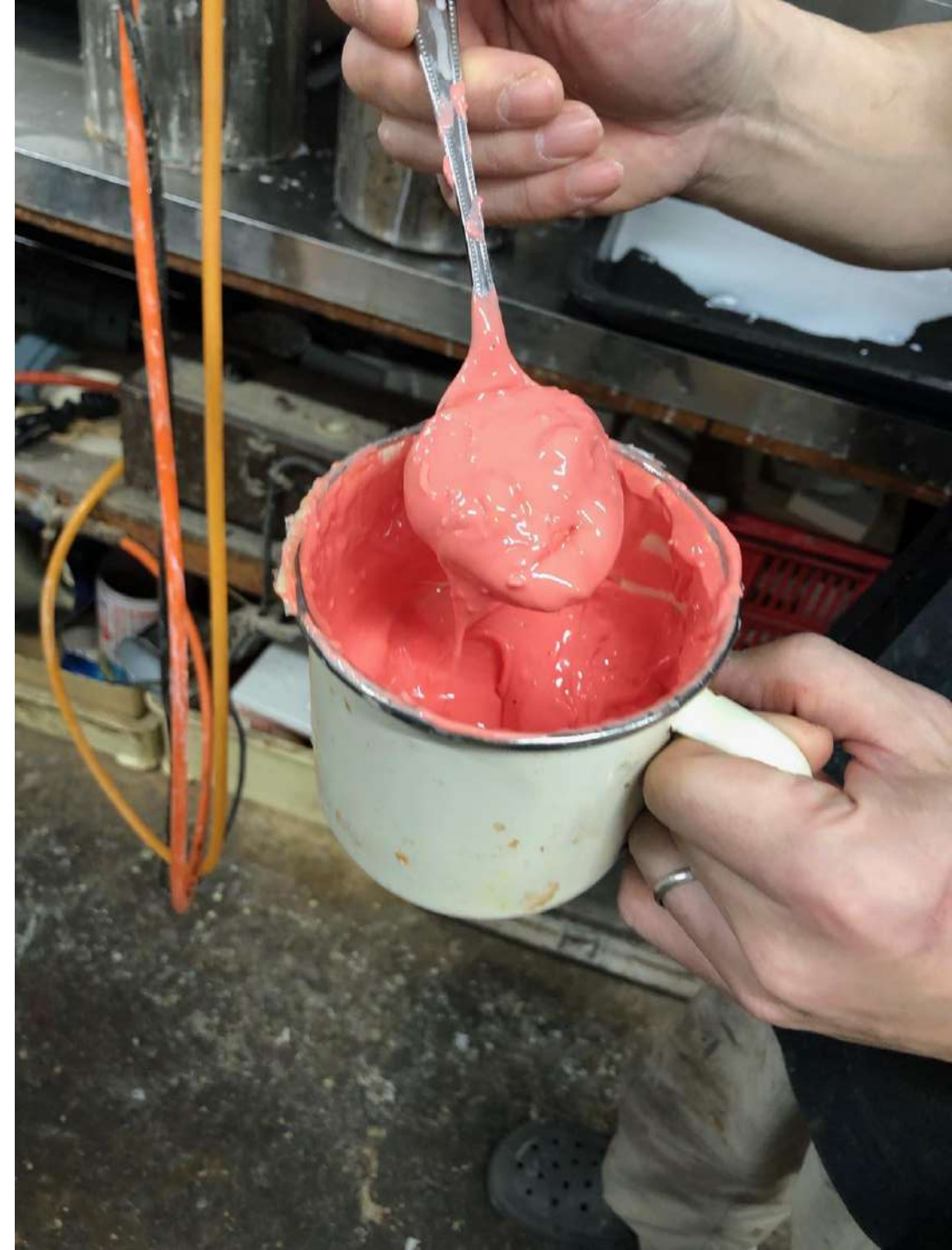


【イベント】 西加茂フェスティバル／加茂を盛り上げるべく Bar Hero's 前にて活動！





# 食品サンプル作成



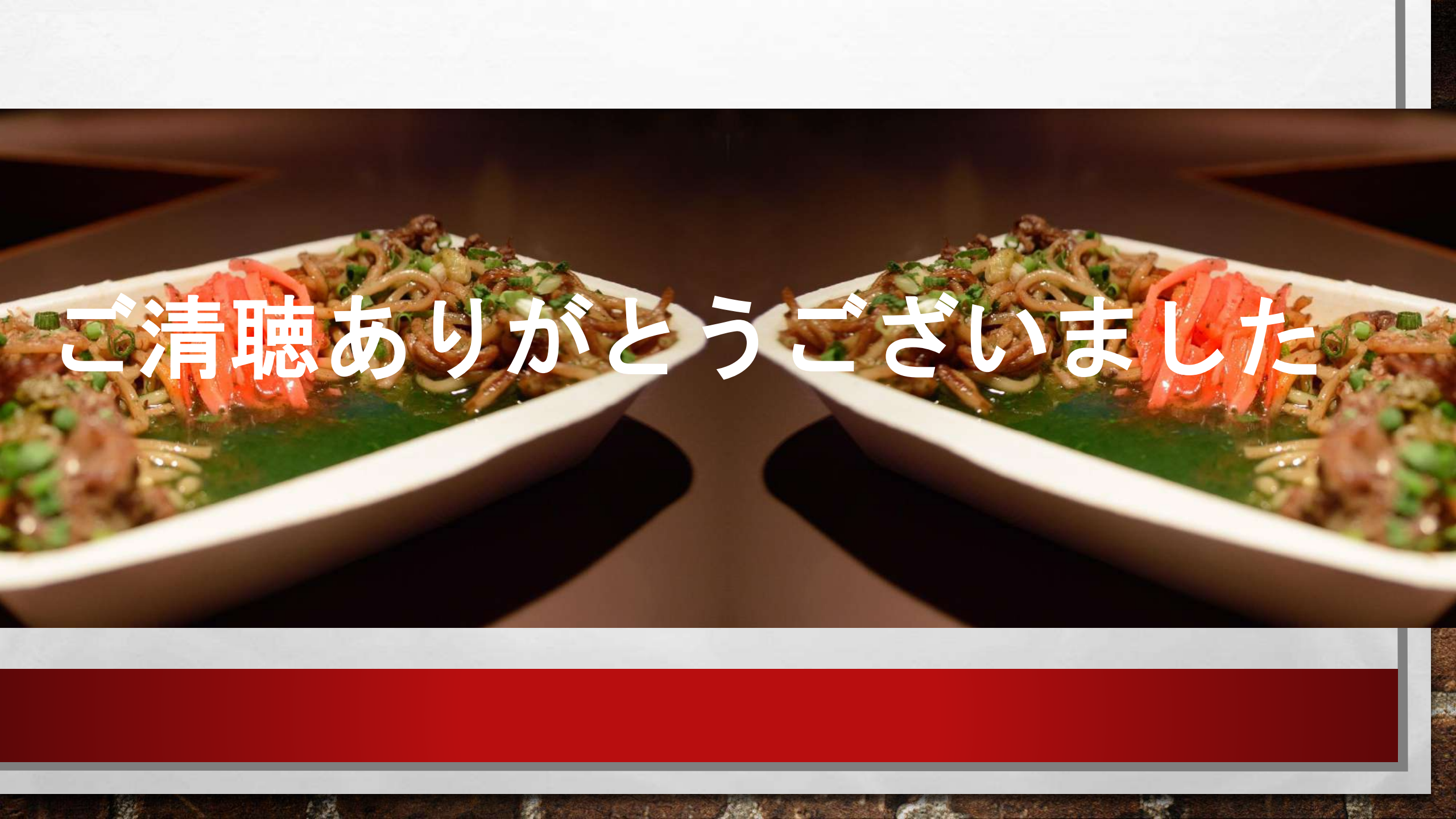


# ダムそば完成品



# サンプル完成品





ご清聴ありがとうございました