

## 1. 研究テーマ 「地域商品の販売機会の創出」

### 2. 研究目的

赤穂高校商業科では他の商業高校で行われているような販売実践の機会がない。そのため、アルバイト以外で商品を販売することや、直接消費者と接するような体験をすることができていない。そこで商品を販売する機会を作り出し、販売活動を実践することで学習を深めたい。

### 3. 研究内容

今回の課題研究では、宮田村の初崎製作所さんとコラボレーションした商品開発を行っている。研究期間が限られていることと初崎製作所さんがイベント出店用のキッチンカーを所有されていることから、「美栗」の紅茶を使ったオリジナルドリンクを販売することにした。

令和5年度の赤穂高校の文化祭で、商品開発班が考案したオリジナルドリンク「コグミクリサイダー」を販売することにした。このドリンクは「美栗」の紅茶を三ツ矢サイダーで割り、その中にフルーツやグミを入れた商品となっている。2日間の限定販売ではあったが、あっという間に完売となった。来客者



の多さから販売数を増やしてもよかったが、オリジナルドリンクであること、調理やコスト面に課題があることから限定販売となった。班員は、初崎製作所さんの既存商品も含めてアンケート調査を行った。購入者から、購入商品の良い点・悪い点・課題点などをあげていただいた。ご意見として「グミが硬くなる」、「紅茶を感じにくい」、「フルーツが食べにくい」という課題点が挙げられた。以上のような反省点や、課題点を踏まえ次回の販売に繋げることにした。

10月下旬、信州大学農学部の文化祭に、初崎製作所さんのキッチンカーで出店し、「コグミクリサイダー」を改良した「しゅわしゅわサンセットティー」の販売を行った。また、11月上旬には宮田村で行われた遊vivaというイベントに出店し、同じく「しゅわしゅわサンセットティー」を販売した。この2回のイベント販売において商品のキャッチコピーを考えた。購入者から「どのような商品ですか？」と問われた時の答え方を班員全員の共通認識

として統一した。いかに購入者に商品の特徴を端的に伝えるかを考えることによって、改めて商品のセールスポイントの理解を深めることができた。

2回のイベント出店でも、赤穂高校の文化祭同様アンケートを取り、購入者からの意見を集めた。前回のアンケートのような商品に対する改善点や意見は少なくなったが、秋から冬に差し掛かる時期ということもあり、気温が低く寒い季節でのしゅわしゅわサンセットティーの売上総数は30杯中15杯ほどしか売ることができなかった。上記のアンケート結果から、商品の特徴や味、見た目などは改善されたが、その商品に見合った時期で販売すべきだということがわかった。



#### 4. 感じたこと・勉強になったこと

商業科としてマーケティングや販売に関わる知識を学習してきたものの、実際に販売活動に参加してみると状況が改善されなかったり、簡単に物事が運ばなかったり大変だった。商品開発を行う人と購入した人から見た商品の見え方や感じ方が異なるため、どんなものを求めているのか、どのようにすれば人気が出るのか、など常に購入者目線でその商品に適した方法を模索する必要性を強く実感した。アンケートを通じて研究活動の反省点を明確にし、よりよい商品の販売のために試行錯誤していくことが重要であることが分かった。販売機会を重ねることによってリピータとして購入される方を確認することができた。商品の人気とともに、高校生の活動が地域に広がり、楽しみにされていることが実感できてうれしかった。

