

CHIHOMEN☆NEWS

高校生のビジネスプランを商品化 ～幕末時代の『か寿てら(カステラ)』再現をサポート～

平成29年8月に近畿財務局が姫路市と共に開催した「播磨連携中枢都市圏の自転車観光による地域活性化支援」企画（ちほめんニュースVOL3号参照）について効果があったのか、次への展開に向けて関係各所へフォローアップを実施していました。そこで伺った朝来市役所生野支所で、財務局の地方創生の取り組みを知っていただいた担当者から、「こんなことも財務局にお願いしていいですか!？」と相談をいただいたことがきっかけでした。

◎商品化するための製造業者を探してほしい

生野高校家庭科部が、地域の歴史資料に出てくる幕末のカステラを再現し、地域の特産品として商品化するプランを日本政策金融公庫主催の「高校生ビジネスプラン・グランプリ」に応募している。グランプリで上位入賞を狙える出来映えなので、朝来市としてもカステラの商品化をバックアップし、生野の特産品として売り出したいと考えている。とはいえ、高校が菓子製造許可を取ることは難しいうえ、製造を請け負ってくれる業者も見当たらない状況で、途方に暮れている・・・。
何とか力を貸してもらえないか？



高校生のこれまでの取組 ～ビジネスグランプリへの挑戦～

- ◆ 市民講座「池田草庵（幕末の儒学者）が食したカステラ（「か寿てら」）を再現しよう！」を受講。単にカステラの販売だけでなく、ミニ紙芝居風冊子を商品に封入することで歴史ストーリーも同時に発信する仕組みを作り、知名度UPを図るためのビジネスプランを作成。
- ◆ コンセプトは、「美味しく食べて、地域の歴史を知る！」
- ◆ 何度も失敗を重ねながら、献立帳（古文書）をもとにカステラの再現に成功。
- ◆ パッケージデザインは、試作品を作り文化祭で人気コンテストを開催したり、インターネットで人気動向を調査。高校OBデザイナーからもデザインを教わり自分たちで考案。



◎勉強会：ビジネスモデルの検討について（平成29年12月15日）

朝来市から製造業者探しの依頼を受けたものの、市と打合せを行うなかで、製造業者に依頼する前に、販売主体、収益の流れ、販売方法等、事業化に向けて決めておかなければならない事が多いことが判明。

高校生はもちろん行政としても、ビジネス化にあたってのノウハウは乏しく不安も多かったことから、地元金融機関であり、これまでも当局のちほめんの活動に賛同いただき協力いただいている但陽信用金庫に事前に相談。商品化に向け協力いただける事になりました。

早速、朝来市役所生野支所において、ビジネスモデルを検討する勉強会を実施。但陽信用金庫の破魔副部長より、ご自身のこれまでの活動経験から、商品化に際し陥りがちなネックや注意すべき点を中心に説明いただきました。



企画のポイント

○まず、**誰が行う事業なのか**を決める必要がある。
事業者には依頼するのであれば、リスクを負う事業者の意見を反映させて一緒に商品開発するべき。

○**高校生の役割**も明確にしておく必要がある。
事業主体になるのか、アイデア担当か。
多額の利益が出た場合どうするかを考えておく必要がある（学校に基金を設立するの一手法）。

○ただ商品化したいだけでなく、**販売する目的と消費者目線**で考えられているかが重要。

生野の歴史的価値を美味しきで発信！
「か寿てら(カステラ)」が未来を動かす！

ビジネスモデルの検討について

平成29年12月15日(金)
但陽信用金庫 朝来支店

勉強会において、市がこれまで取り組んできたこと、今後進めていきたいことについて出席者が共有し議論を行った結果、今後の商品化への道筋としては、

- ①まず市が、販売主体をどこにするのかについて早急に決める必要がある
- ②そのうえで、販売主体との協議により製造業者を決定し、商品化に向けターゲット・価格・売り方については販売主体・製造業者と協議して決める事が必要

ということが整理できました。

あわせて、但陽信金の村上副部長（当時）からは、取引先のネットワークを駆使して製造業者の候補も紹介いただきました。

これまでは、漠然と、高校生のアイデアや努力を何とか形にしてあげたいという想いで動いてきましたが、勉強会を通じて、本格的なビジネスとしてスタートさせるにあたっては様々なリスクがあることを知りました。

実際に商品を作って販売する、そこで利益を出してビジネスとして成立させる、ということがいかに難しいかということを、参加者一同で共有することができました。

◎商品化に向けた課題

勉強会のあと、市を中心としてカステラ商品化に向けたプロジェクトが動き始めました。

その結果、販売主体は生野町観光協会、製造業者は、既にカステラOEMの実績がある近隣地域の業者に決定。と同時に新たに様々な課題も出てきました。

【主な課題】

- 製造業者のロットの都合で、納品する最小単位が四切サイズ133個から。
⇒そんなに売れるのか？売れ残りのリスクを観光協会が背負うのか？
- カステラは脱酸素剤を入れても賞味期限は約1か月。
⇒店頭に商品を置いてから、15日で引き上げなければならない。
- カステラを機械で製造するとなると、家庭科部のレシピ通り作るの難しい。
- 食品衛生法上の基準を満たす商品にするには、コストがかかるため、パッケージにお金がかけれない
⇒家庭科部が考えたパッケージを変更する必要あり。



見えてきた課題を市や金融機関、事業者など各々が持つノウハウを集め、ひとつずつ解決しながら商品化に向けて進めていきました。

◎生野高校家庭科部を訪問（平成30年3月5日）

そんな中、生野高校家庭科部を訪問し、アイデアを商品化するにあたって見えてきた問題点を伝えるとともに、部員のみなさんのカステラ開発への想いやこれまでの苦労話についても話を聞いてきました。



今回の商品化にあたっては、OEMで製造業者が入ることになったため、原材料や製法・味・サイズなどが当初のプランのものと変わってしまうこと、売れる商品にするためには、家庭科部が考えたパッケージでは通用しないのではないかという意見があるなど、高校生にとっては、厳しい現実でしたが、生きたビジネスとして、受け止めてもらえたのではないかと思います。

そのうえで、部員のみなさんから『商品が自分達の考えたものと形が変わったとしても、商品化のきっかけが家庭科部のアイデアであることはどこかに形で残してほしい』という熱い想いを聞くことができました。

私たちは、この想いを必ず市へ伝え、商品化に際し考慮していただくようお願いすることを約束し、高校を後にしました。



◎地元『へいくろう祭り』で販売（平成30年4月15日） ～学生達の想いも取り入れてもらえることに～

平成30年4月15日（日）に生野銀山で開催された「第18回生野銀山へいくろう祭り」において、初めて完成した商品「但州生野 銀山か寿てら」が販売されました。

完成までには、家庭科部が製造業者へ足を運び商品作りを体験、一般のカステラより卵を多く砂糖を少なくする家庭科部のレシピが採用されました。また、一からパッケージを考案するにあたり、家庭科部の意見も採り入れられました。今回販売されたのは、4切れ入り600円の商品が約130個。当日は部員もブースで販売に携わり、事前予約分を合わせあつという間に完売しました。今後もまずはイベントを中心に販売していくことが予定されています。



◎第5回 高校生ビジネスプラン・グランプリ結果

今回の取組みのきっかけとなった、日本政策金融公庫主催の「高校生ビジネスグランプリ」の方の結果は・・・全国385校から3,247件の応募がある中、セミファイナリスト賞（ベスト20）を受賞！
すばらしい成績結果でした。

◎今回の取り組みを通じて ～地元へ愛着を持ち、魅力を知る機会に～

今回、高校生のビジネスプランの実現に向けた地域の取り組みに、初めてちほめんとして関わらせていただきました。

高校を訪れ、家庭科部のみなさんと一緒に色々な話をする中で、「高校を卒業したら地元を離れたい」という部員も多くいました。都市部への憧れや、進学のためやむを得ずなど、事情は様々ですが、実際に地元を離れる生徒も多いと思います。しかし、高校生の時期から地域に関わりを持つことは、地域に愛着を持ち、地域の魅力を知る絶好の機会でもあり、結果として、就職時に地元へ戻ってきてくれることにもつながると思います。

今回は、カステラを商品化するにあたり、生徒達の想いを100%形にすることは出来ませんでした。高校生が地域と関わり、地域課題と向き合うことが、地域の未来を考えるきっかけとなったことは確かであり、この経験が将来地元へ還元されることを願っています。



本企画でお世話になった方々、誠にありがとうございました。

生野高校家庭科部のみなさま、朝来市役所生野支所 足立支所長、
地域振興課 小山氏、田中氏、小島指導員、
但陽信用金庫 破魔副部長、村上副部長（役職は当時）

あなたの地域でも地方創生に関するご要望がございましたら下記の宛先までお問い合わせください。

近畿財務局・総務課企画係

06-6949-6390

kinzaikikaku@kk.lfb-mof.go.jp

ちほめんNEWSのバックナンバーは下記URLからご覧になれます。

<https://lfb.mof.go.jp/kinki/chiiki.html>