

【学生フォーラム】

産学連携による「女性対象・ヘルシー弁当」の開発

愛知学泉大学 家政学部家政学専攻 鈴木美香 山下高志 河合利依

要旨

今日のコンビニエンスストアにおける弁当販売はコンビニの基幹として重要な地位を占めているが、大半が男性向けとなっており、将来の発展のためには女性を対象としたヘルシーな弁当開発が望まれている。昨年5月、愛知学泉大学の家政学部・家政学専攻では、弁当や惣菜の調理・製造を特徴にしているコンビニ[Coco!]と「女性向け」、「健康」をテーマに弁当開発の産学連携協定を結んだ。約一年をかけていくつかの弁当試作や市場調査を繰り返し、この3月に2種類の弁当を完成して発売にこぎつけた。

はじめに

食生活の変化にともなってコンビニエンスストアの弁当供給量は増加しているが、そこで発売されているコンビニ弁当はメニューやボリューム、カロリーの面で大半が男性向きとなっている。仕事で忙しい女性向けに、美容や健康を意識した弁当を開発できないかと考えていたとき、本学とココストアが「女性向け」、「健康」そして「売れる」弁当をキーワードに産学連携による弁当開発を始めることになった。このプロジェクトチームに3年生5人、4年生5人の計10名が参加した。

初期試作と市場調査

最初の試みは、自分で目的に沿った弁当を作ってみることにあった。第一回の商品検討会では、ご飯少なめ、野菜豊富、容器形の様々なもの8種類が集まった。それぞれ手が込んでいたが、プロの目から見るとコンセプトが見えない、手がかかりすぎる、コンビニ弁当ではないなど厳しい意見が相次いだ。それでもそのなかで2作品が選ばれ、試作し、テスト販売のまで行うことになった。内容は省略するが、好評で約2,000食を販売した。

一方において、プロジェクトチームを4つのグループに分け「ヘルシーな弁当」または「女性向け弁当」として販売されているのか、主なコンビニエンスストア、デパート、スーパーあるいは食品業界でどんな弁当が、どのような食材が使われているのか、容器の形や色は？ 価格は？ 色の取り合わせは？ などの市場調査を行った。そして「売れる弁当とは何か」を目標に開発を進めた。

市場には、もうすでにわれわれの考えより先をいく弁当もあり、これからの開発はかなり不安であった。市場調査で判明した主な事を分類して列挙すると以下のようである。

1. 食材：煮物が入り、ご飯は白米のみでなく雑穀米が定番となっている。揚げ物もヘルシーな工夫がなされ、栄養バランスがよく、野菜が多くなっている。また低カロリーで品目数を多くする傾向にある。
2. 色彩：緑、赤、黄、茶色の使用が多い。
3. 容器：四角が多い。加えてコンパクトさが必要。

- 4. 価格：400円以下と550円以上に分れ、価格の2極化が見られる。
- 5. 販売時の演出：いろいろあったが、見た目とインパクトが重要である。

主題弁当の開発

上記市場調査結果をもとに「健康志向」「女性向け」を基本コンセプトにし、それぞれのグループが考案した弁当が5種類提案された。その中から2つの弁当A(まあんまる P e t i t 弁当)とB(プチっと 美彩弁当)が候補となった。このA、Bそれぞれのテーマは以下のとおりである。

A：「少量多品目」「ノンフライ」「スイーツなおかず」

B：「容器」「味つけ」「彩り」「季節感」

Aの中身は丸型容器に中央にスコーンを配し、まわりにまめ豆コロケ、菜の花の辛し和え、カボチャのサラダ、レンコンのシャキシャキサラダ、そして十穀米のおにぎりご飯二つを組み合わせたものである。

Bはやはり丸型容器に仕切りを入れ、鶏めしご飯に旬の魚鱈の焼き身、ごま豆腐、ジャガイモバターなどを配したものであった。

どちらの弁当もそのまま販売するには幾つか課題があり、検討を重ねた。また、コンビニ弁当化するため容器やカロリーを工夫する必要があった。容器の丸型では隙間が多く、弁当が貧弱に見えるため、Aは四角形、Bは八角形とし、全体のカロリー数も若干多かったのでいずれも500キロカロリー以下に抑えた。

改良を加えた最終的な完成弁当を下に写真と共に新しい弁当名をつけて示した。価格はいずれも420円である。それぞれの最終的な中身は、

Happy Box (A) が左上から菜の花の辛し和え、十穀米ご飯、枝豆と豆腐のふわふわ蒸し、鶏五目ご飯、ハニープンプキン、パプリカライス、海老のマリネ、十穀米、そして蓮根の辛し和えの9種類である。

美彩弁当(B) が右上から時計回りに、はるさめたまごサラダ、鶏肉のハーブ香草焼き、鱈の西京焼き、鶏五目ご飯、チビじゃがいも、そして黒ごま団子とサラダである。



『プチで満載！ 幸せ Happy Box』



『プチで満載！ プチっと 美彩弁当』

このようにしてわれわれの提案したステキな名前を持つ二つの弁当を完成させた。

販売に向けて

弁当が出来ても売る工夫をしなければならない。最大の工夫は、店頭には宣伝ポスターとポップ、そこには私達愛知学泉大学のプロジェクトメンバーの顔写真と弁当の写真がある。さらに弁当には帯シールを付け、開くと中身の説明とわたしたち作成メンバーの顔写真がある。楽しんで食べてもらうためでもある。

A商品は3月6日、B商品は3月13日から九州を除いた全国145店で発売されることになった。果たして売れるだろうか？

まとめ

試作、市場調査を繰り返して何とか販売できる商品2種類を作成、完成させた。産学連携プロジェクトというのは非常に難しい側面がある。特に今回のように学生が前面に出るとき、あるいは作り上げる製品が絶対的な評価をもてない時には、何がゴールかというしっかりした考えをもたないといけない。今回の場合は大学、企業共によく面倒をみてくださり、広報・宣伝にも大変恵まれていた。ここで改めて関係者の皆さんにお礼を申し上げたい。ほんとうに有難うございました。

私達は今回、学校では学び得ることの出来ない貴重な体験をさせてもらったことに大いに満足し、これからの学校や社会活動にこの経験を生かしていきたいと考えている。

参考文献

鈴木美香 愛知学泉大学・家政学部・卒業論文(2006)