

2025年2月8日

福島県「大学生と集落の協働による地域活性化事業」活動報告会

立教大学・文教大学 × 北塩原村・裏磐梯地区

立教大学・文教大学「磐梯山プロジェクトチーム」

1. 地区の概要と取り組むべき課題

《北塩原村の概要》

- 福島県の北西部に位置
- 東北を代表する自然観光地で、東日本大震災と新型コロナで大きな影響
- 磐梯山：約5万年前と西暦1888年主に2回の噴火による山体崩壊・岩なだれ

《昨年度の概要》

東日本大震災と
新型コロナウイルス
による観光への
影響の共通点と相
違点を調査

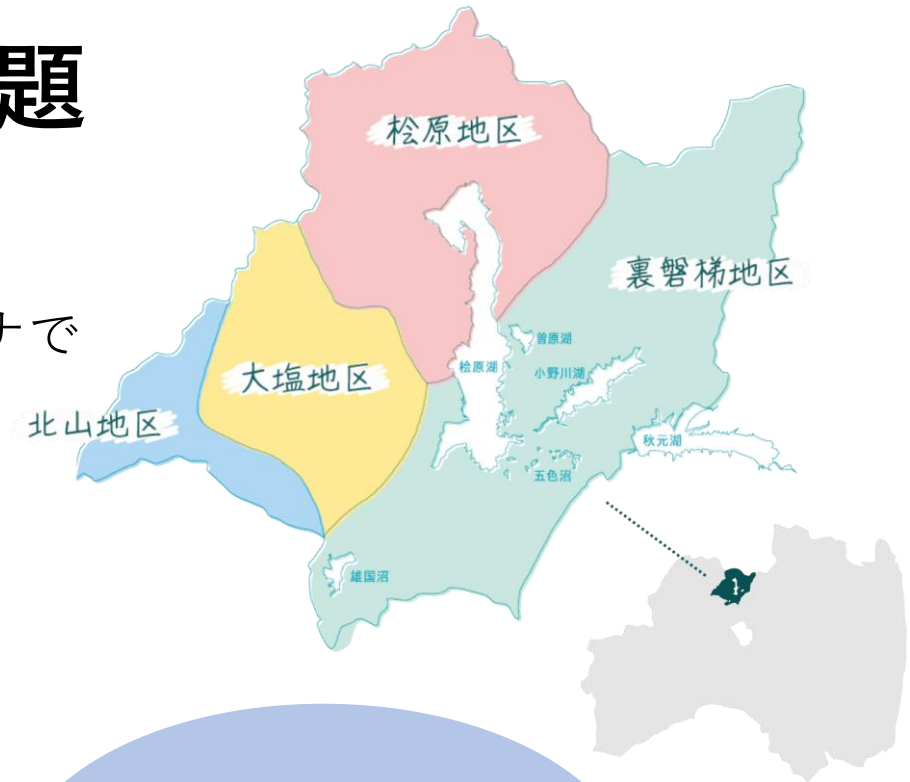
観光関連事業者の
課題と北塩原村の
振興に対する課題
を抽出・整理

北塩原村の名産品
を活用した新たな
土産品の開発

課題

土産物の活用不足→若者が手に取りにくい印象

→若者が手に取りたくなる土産物の条件とは？かわいい、ユニーク、一目で何かわかる etc.
を追及



2. 今年度の取り組み概要

目標：北塩原村の名産品を活用した若者向けの土産物品を考える

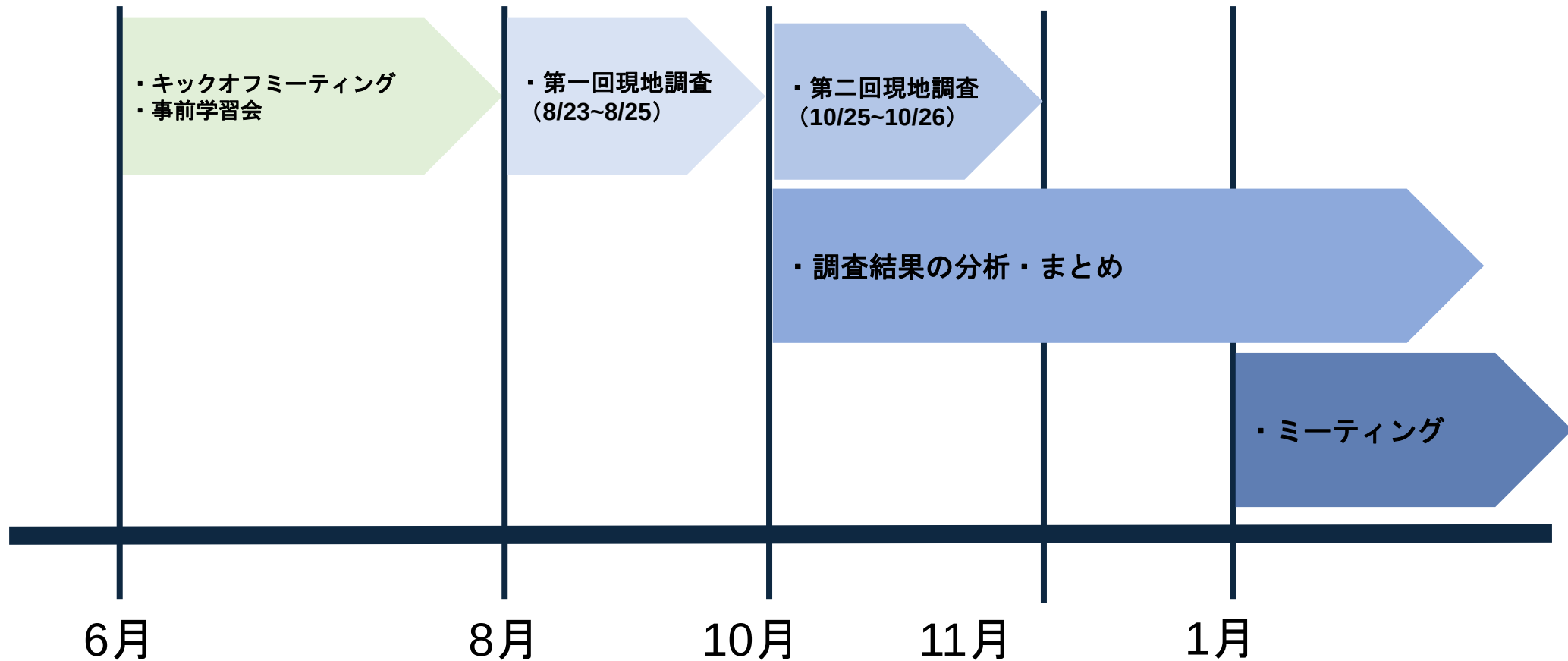
《第一回調査（8月下旬）》

- 聞き取り調査
商工観光課の方、会津山塩組合責任者、『花豆』を栽培されている農家の方、磐梯町体験交流施設
- 体験
ジュンサイ摘み体験、野菜摘み体験、カフェでの食体験

《第二回調査（10月下旬）》

- 聞き取り調査
Aホテル、裏磐梯物産館
- 土産物調査
ホテル、Aホテル・Bホテル土産コーナー、道の駅、物産館

3. 今年度の活動内容～スケジュール～



4. 現地調査結果1

ヒアリング先

北塩原村商工観光課・観光客数の差
総務企画課移住 紅葉の秋、スキーの冬⇔
・定住担当 グリーンシーズン
・クマの危険性
→自然資源が十分に活かせない

会津山塩組合
・担い手不足→商品化の案を実践できない
・手作業の精密さ
→機械で再現できず、生産量が上がらない

缶詰工場のご夫婦
・花豆の加工に苦戦
→形が崩れてしまう可能性
・保存が難しい
→中身の見えないスチール缶になってしまう

磐梯町体験 交流施設

- ・空き家の遺品整理問題
- ・神棚や仏壇などの流通阻害要因
→手放したいが売ることに抵抗がある

村内のホテル

- ・震災とコロナウイルスで二回の打撃
- ・福島ならではの材を大切に

裏磐梯物産館

- ・トウモロコシドレッシングが好評
- ・農家で出荷できそうにない野菜の工夫

5. 現地調査結果2

商品名



- 個包装で食べやすい
- △ 商品名が古そう
- △ 若者は「おくや」に馴染みがあまりないのでは

デザイン



- 中身が見える
- △ パッケージがシンプル
- △ 極上のシールに可愛さがない

売り方



- 商品名は見やすい
- △ 床すれすれの位置
- △ 説明が縦書きで読みづらい
- △ 筆文字と色から出る古さ



- 見た目のかわいらしさが商品名に
- かりんとうであるということもわかる



- 中にお菓子を入れて売るなどして子ども受け
- 保管して別の入れ物に活用できる

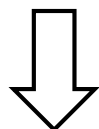


- 写真を見たら食べ方がわかる
- 一貫性のあるラインナップ
- 目に留まりやすい高い位置

6. まとめ

調査を終えて

1. 商品の包装やデザインなどの商品自体に関する課題
2. 販売方法に関する課題



若者が手に取りやすくするには

(1)商品名 (2)デザイン(パッケージ、梱包) (3)売り方(フロア、POP)の工夫

が必要

7. 改善案・今後に向けて

商品名

- ・ 磐梯の商品だと伝わる名前
- ・ 中身が何かが分かりつつ、ユーモアのある名前

デザイン

【パッケージ】

- ・ 華やかな色合い
- ・ ポップな書体
- ・ 統一感のあるデザイン

【梱包】

- ・ 中身の見える包装
- ・ 再利用できる包装
- ・ 個包装

売り方

【フロア】

- ・ ○○コーナーの設置
- ・ お勧めの食べ方などの紹介
- ・ 目に入りやすい位置

【POP】

- ・ 筆書ではない字体
- ・ インパクトのあるキャッチコピー