



「フラガールジュース」の浸透戦略プロジェクト



ビジネス学部 野沢誠治 野沢ゼミ4年

【目的と概要】

本学と2024年に協定を締結したカゴメ(株)様は、持続可能な地球環境への取組みを進めており、資源の有効活用や食品の廃棄ロス削減のための方策が課題となっています。

2024年度は、「いわき小名浜菜園*」でフィールド調査を実施し課題を明確にしなが、トマト(規格外品**)の有効活用や食品ロス削減に繋がる施策や方法を提案しました。2025年度は、それを踏まえて、4年ゼミ生が三つのチームに分かれ「いわき小名浜菜園」で生産され、食品ロス削減の方策の一つとして企画された「フラガール(トマトの品種の一つ)ジュース」の浸透戦略の提案に取り組みました。

【提案内容】

- * カゴメ(株)様関連の大規模菜園の一つ(福島県いわき市)
- ** 形や大きさなどが規格に合わないため市場に出回らないトマト

提案内容～パッケージ提案～

「ととのい美」
～飲んで地球も体もキレイに～

- トマトジュースが健康・美容の成分豊富をアピール
- 調査で美容健康に着目する学生が多心とカラダ、そして美容まで、「ととのい美」で新しい体験を。
- トマトとお風呂・サウナが結びつくようなイメージに
- 調査でイメージが結びつくが重要だった
- 規格外の問題や食品ロスの認知拡大
- 自分が飲むことで食品ロスに貢献できたという実感

提案内容～販売促進イメージ～

- ・ 温泉やサウナ後、すぐに飲める用
- ・ 冷えた状態で販売
- ・ 試飲や想起の目的も。
- ・ 試飲後に約3割が購入
- ・ 「失敗したくない」気持ちにも応える

参考資料 <https://www.shoku-lab.jp/shokuku.com/582/>

「ととのい美」販売中

さっき飲んだトマトジュース! 肌にも良いらしいしお家でも飲みたいかも!

お風呂上りのトマトジュースって意外と合う!! 健康にも美容にも良いしこれからはもっと飲んでみよう!

朝の私に、キレイをチャージ。

朝はバタバタ。メイクも最低限。でも、これだけは続けてる。砂糖も添加物も入ってない。トマトそのままの、やさしい1本。HULA JUICEはまるごと1個の完熟トマトをこくこく飲みやすくしほりました。

福島県産トマト100%

#朝活 #ルーティーン #10日目 #トマト界限

提案内容 -4P分析-

朝の私に、キレイをチャージ。

- Product(製品)**
・60mlの飲みきりサイズ
・リコピン・ビタミンC・GABA配合で、肌ケア+メンタルケアを1本で
- Price(価格)**
・1箱66円+キャップ11円+原価(150円と想定)
・ジュース感覚で飲める"200円台"なら手が出る
- Promotion(販売促進)**
・SNS/ハッシュタグ#HULAJUICE #朝活 #トマト界限
・学内ポスターを掲示
- Price(流通)**
・学食構内スペース
・学校近くのコンビニ

提案内容 -体験デザイン-

- ① やばい!寝坊しちゃった!時間ない泣
- ② これだけでも飲んでいこう!
- ③ あれ、昨日より肌の調子いいかも???
- ④ 「ちゃんとケアしてる自分」でいられるだけで、なんか嬉しい!

★1日1本きれいな習慣
★私のスイッチON
★自信のある自分でいたい

「美容×飲酒」の新提案

☆従来の「お通し」:濃い味付けの一品やおつまみ中心。
⇒フラガールジュースを提供
⇒お酒と美容を両立したい女子大学生の「欲張り」に応える、新しい体験を提供。

▶差別化ポイントとして狙う

店頭販売

パッケージデザイン
☆レトロ×チル×夜の癒しをテーマにした韓国風イラストラベル
キッサカバの世界観に合わせ、映えをねらう

店頭販売
お通しで試飲し、おいしいと思ってもらえた場合には、店頭でフラガールジュースの購入も可能に。

お通し(フラガールジュース)

- ☆ お通しとして「フラガールジュース」を提供
- ☆ 飲み場による浮腫み防止の効果が期待できる
- ☆ 30ml、165円/人のお通し代を頂戴する(現在のキッサカバのお通し代を採用)
- ☆ お通しとしてフラガールジュースを試飲 = フラガールの認知拡大
- ↓
- 美味しさと効果を知ってもらい...
- ↓
- 店頭でのフラガールジュース購入に誘導

【まとめと考察】

本プロジェクトでは、24年9月にいわき小名浜菜園を訪れ、規格外品トマトの処理を見学し食品ロスを自分ごととして捉えたことを契機に、若年層に規格外品トマトを使ったジュースを訴求する戦略を立案し、消費者調査を実施し戦略の受容性を分析することで、実現可能性を検討してきました。

今回の地域連携プロジェクトを通じて、学生からは、「学生生活の集大成として、学んできたマーケティングや経営学の知識を使って、食品ロス削減に向けたマーケティング戦略を導きだせたことは貴重な経験となった」「社会人になってもこの経験を忘れず、社会課題を自分ごととして捉え主体的に学び、答えを導く人でありたい」等といった声が聞かれました。

学生は社会課題を解決することの難しさを感じながらも、学修したことや身につけたスキルが社会課題を解決するのに役立てられるということが実感できたこと、近い将来社会に出ていく学生にとって、主体的に社会課題を発見し解決していききたいという意欲に繋がっていることは、教員にとってこの上ない喜びです。

【謝辞】

本プロジェクトを遂行するにあたり、カゴメ(株)経営企画室、カゴメアグリフレッシュ(株)経営企画部、いわき小名浜菜園(株)の皆様大変お世話になりました。この場を借りて深く感謝申し上げます。また、社会連携センターをはじめ、学内の関係者の皆さまに多大なるご支援を賜りましたこと深く御礼申し上げます。



最終発表後にゼミ生とプロジェクト関係者の皆様