

# 島根県企業・商店街の販路開拓を目指した 大学生の新商品開発プロジェクト

地域政策学部 地域政策学科 地域づくりコース	3回生 廣中 勇允
地域政策学部 地域政策学科 地域づくりコース	2回生 坂根 大空
地域政策学部 地域政策学科 地域づくりコース	2回生 田中 優梨奈
地域政策学部 地域政策学科 地域づくりコース	2回生 藤中 美空
地域政策学部 地域政策学科 地域経済経営コース	2回生 白石 快音
地域政策学部 地域政策学科 地域経済経営コース	2回生 立津 昊士郎

国際関係学部 国際関係学科 国際コミュニケーションコース	3回生 池田 悠奈
国際関係学部 国際関係学科 国際コミュニケーションコース	3回生 河口 桜奈
国際関係学部 国際関係学科 国際コミュニケーションコース	3回生 志賀 遥
国際関係学部 国際関係学科 国際関係コース	2回生 伊藤 誉侍
国際関係学部 国際関係学科 国際関係コース	2回生 栗田 万恵
基礎教養部講師 田中 典枝	

## 背景と課題



島根県では高齢化の進行、人口減少、若年層の県外流出が顕著である。既存住民だけを対象とした集客に限界があり、観光客やインバウンドを含めた新たな来訪者層の獲得が不可欠である。



## 集客対策

### 地元資源を活用した物語性のある商品展開

島根には赤天、のどぐろ、出雲そば、日本酒など全国的にも認知度の高い特産品が存在する。これらを単に販売するのではなく、背景にある歴史や地域性を伝えることで付加価値を高める取り組みが有効である。

### 世代・国籍を超えて活動できるツールの開発

若年層や外国人観光客に対しては、文字情報だけでなく、視覚的・体験的に理解できるコンテンツが必要である。

1. 地元食材を活用した飲食店の多言語パンフレット制作

2. 島根の魅力を集めた「島根宝カルタ」の制作

## 活動の詳細

### 1. 地元食材を活用した飲食店の多言語パンフレット制作

- ・日本人環境客には懐かしさや地元らしさを、インバウンド客には日本文化体験として。
- ・来店動機の創出だけでなく食を通じた地域理解の促進が期待できる。

### 2. 島根の魅力を集めた「島根宝カルタ」の制作

- ・島根県民にとっては「地元を発見し、地元愛を育む教材」、島根県外の人々にとっては島根を知るきっかけとなる観光・学習ツールとして活用できる。

## 調査

### 新商品・新サービスを今後検討するための予備調査

### 協力企業

#### 株式会社 タカハシ包装センター

(島根県浜田市原井町)

タカハシ包装センター様と連携し、商品の新たなパッケージデザインの考案などについて、年間を通して助言、ご協力をいただいた。また、地元スーパーの商品陳列箇所に、大学生がデザインしたPOPを掲示するなど、地域に根ざした具体的な提案を受けた。

#### 有限会社 江木蒲鉾店

(島根県浜田市朝日町)

島根の特産品である赤天に大きな魅力を感じた学生たちが、赤天のレシピ集制作を企画した。それに伴い、学生が学内で赤天に関するアンケートを実施し、若年層における赤天の消費動向について調査を開始した。アンケート結果は、今後の島根県特産品の商品開発に向けた参考資料とする予定である。また、赤天の製造工程や商品づくりについて、江木蒲鉾店様から貴重なお話を伺うことができた。

#### 李白酒造 有限会社

(島根県松江市石橋町)

香港、アメリカ、シンガポール等、海外へも積極的に販売地域を拡大してきた李白酒造を訪問し、海外販路開拓についてお話を伺った。地域資源を活かしながら、世界市場に挑戦する企業の考えに触れることができた。

#### ジェット口島根・島根県

(島根県松江市殿町)

ジェット口島根および島根県とオンライン会議を実施し、海外販路拡大に向けた具体的な助言をいただいた。各国市場の特性や、輸出時の課題について理解を深めた。

## 活動 ①

### 地域の特産品を活用した飲食店の多言語パンフレットの制作

### 目的

島根の魅力を国内外へ発信するため、本活動はインバウンド客にも地域の食の魅力を発信することを目的としている。近年の訪日外国人観光客の増加に伴い、飲食店においても多言語対応や地域性を活かした情報発信の重要性が高まっている。多言語で飲食店パンフレットを制作し、地元食材や特産品の魅力を分かりやすく伝えることで、飲食消費を促し、地域経済の活性化、交流人口の拡大につなげることを目指した。パンフレットは、空港および駅内に設置する。

### 協力店舗

- ・地元産の農林水産物や加工品などの特産品を使用したメニューを提供している店舗
- ・外国人観光客にも分かりやすい形で、地域性や料理内容を説明できる店舗

### 期待できる効果

1. 国内外における地域特産品の認知度の向上  
日本人客およびインバウンド客に向けて情報発信を行うことで、地元特産品や地域の食文化に対する認知度の向上が期待される。
2. インバウンド対応力の強化  
多言語表記や視覚的に分かりやすい情報を盛り込むことにより、外国人観光客が飲食店を選択しやすくなり、観光振興につながる。
3. 飲食店の集客および消費拡大  
観光客の来店促進により、飲食店の利用増加および特産品の消費拡大が見込まれる。
4. 地域経済および観光振興への波及効果  
飲食分野を起点とした消費拡大により、農林水産業や加工業など関連産業への波及効果が期待される。

## 活動 ②

### 島根の魅力が詰まった「島根宝カルタ」の制作

### 目的

島根地域の活性化を目的として、島根の魅力を分かりやすく伝える「島根宝カルタ」を制作した。本活動を通じて、島根県民には地元への愛着を深める機会を提供するとともに、島根県外の人々には島根の魅力を知らせかけを創出し、将来的な定住、関係人口の増加につなげることを目的とする。

### 特徴

カルタの読み札：児童及び外国人にも理解しやすいよう、すべて平仮名表記で作成した。取り札には、島根県内の商店および飲食店、文化施設、観光名所等を掲載し、地域資源を視覚的に伝える構成になっている。遊びながら学ぶことができる教材として、年齢、国籍問わず幅広い層に活用できる点が特徴である。

### 用途

- ・小学校や地域イベント等の郷土学習、地域理解教材として
- ・観光施設、交流拠点、イベント会場等での体験型コンテンツとして
- ・日本語学習者や外国人向けの、島根理解を促進するためのツールとして
- ・島根県の魅力を発信する広報・PR用教材として

### 期待できる効果

1. 地元理解および郷土愛の醸成
2. 島根の認知度および好感度の向上
3. 観光・商業分野への波及効果
4. 定住・関係人口創出への寄与

## 成果と展望

### 多言語パンフレット



学生自身が地域資源を見直す機会となった地域活動  
相手の立場に立った表現を工夫し島根の魅力を伝える

今回の活動を通して

今回の活動を通して、地域の魅力を国内外に伝えるためには、相手の立場に立った情報発信が重要であることを学んだ。日本人にとっては、当たり前を感じる表現や知識であっても、外国人にとっては分かりにくい場合があり、言葉選びや撮影画像の選び方に工夫が必要であると感じた。

島根の商店、飲食店、特産品を調査するなかで、地域にはまだ十分知られていない魅力が多く存在することに気づいた。これらの魅力を多言語で紹介することは、観光客の利便性を向上させるだけでなく、学生たちが地域の価値を再認識する機会にもなった。

本パンフレットの制作は、単なる翻訳作業ではなく、文化や背景の違いを意識しながら情報を整理し、分かりやすく相手に伝える取り組みにもなったと感じている。地域政策学部学生の強みと、国際関係学部学生の強みを十分活かして取り組めた地域活動であったと考える。

### 島根宝カルタ



単なる制作物で終わらず地域活性化に向けた継続的な取り組みへと発展させていきたい

今回の活動を通して

島根県には多くの魅力的な商店や文化、観光資源があることを改めて知ることができた。島根宝カルタ制作の過程では、どの情報を盛り込むべきか、どのような言葉で取り札を作成すべきかが大きな課題となった。どうすれば児童や外国人にも分かりやすくなるのかを考える必要があり、地域の魅力を伝える難しさや大切さを感じた。カルタという遊びの要素を取り入れたことで、これからの未来を担う若年層が楽しみながら地域を学べるという点は、地域活動として意義のあるものであった。

また、本カルタは島根の魅力を発信するだけに留まらず、今後の観光振興や定住促進につながる可能性を持っていると感じている。地域活性化には、地域資源を活かす視点と相手に合わせた伝え方を考える姿勢が重要であることを学んだ。

今後は本活動で得た学びを活かし、より多くの人に島根の魅力を伝えられるよう地域活動に関わっていきたい。

## 成果と展望