



～COMCOM商品開発プロジェクト～

活動タイトル



DEEP IN TOKUSHIMA

～徳商版「地域創生」人材育成プロジェクト～

地域について深く知り、地域の魅力を創出し、世界に向けて発信できるプロデューサー・コーディネーターを輩出するための人材育成モデル

世界にむけて発信

地域の魅力を創出

地域の研究と学習

Glocal プロデューサーの育成

地域の魅力を世界へ発信できるプロデューサーを、カンボジア、ドイツとの連携を活かし「ビジネス」「財務」「ICT」の切り口で実践的に育てる



・海外へ向けて県の魅力 PR



カンボジアにおける国際見本市への共同出店



・ICTを活用した広報技術の研究



観光ガイド・商品開発力を持った人材の育成

地域の魅力を創出し、プロデュースできる人材を、科目「観光」「商品開発」の研究と国内外の観光都市から学び地域に還元することから育てる



伝統工芸と若いアイデアの融合



観光ツアーのプロデュース



地域活性化イベントのプロデュース



地域コンサルタントの育成

地域のことをよく知り、様々な問題に対し柔軟に対応できる人材を「発想法」「考え方」トレーニングの活用と各学科の専門性を活かして育てる



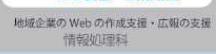
・商品開発



・財務諸表を用いた企業相談



・Web支援・広報活動



協力機関

国内 団体 企業

教育機関

海外 (アジア・ヨーロッパ)

・Google 株式会社・在日カンボジア大使館・徳島県中小企業団体青年中央会・徳島県観光協会・徳島県国際交流協会 など、合計 110 社

・徳島大学・四国大学・徳島文理大学・兵庫県立大学 など

・カンボジア・日本友好学園・カンボジア教育省・CAMFBA(カンボジア経団連)・ドイツシラーベルク職業学校・ベリーデイ社(スウェーデン・前エルゴノミデザイン社)

商品開発



どら焼き

徳島県中央会との共同開発商品の一つ

味は現在3種類

地域の伝統食を使っている徳島ならではの
どら焼き



アイスクリーム

カンボジア-日本友好学園との共同開発商品

フレーバーはカンボジアのフルーツを豊富に
使っている

地域の伝統食を使い



甘い赤飯

生産・流通を守り

地域経済に寄与



せきどら



阿波ういろう



ういどら

商品開発へのこだわり



本物の材料にこだわる！



アドバイスをもらい
商品化

マーケティング調査の活動



友好学園の生徒に
商品開発のノウハウを教えて…

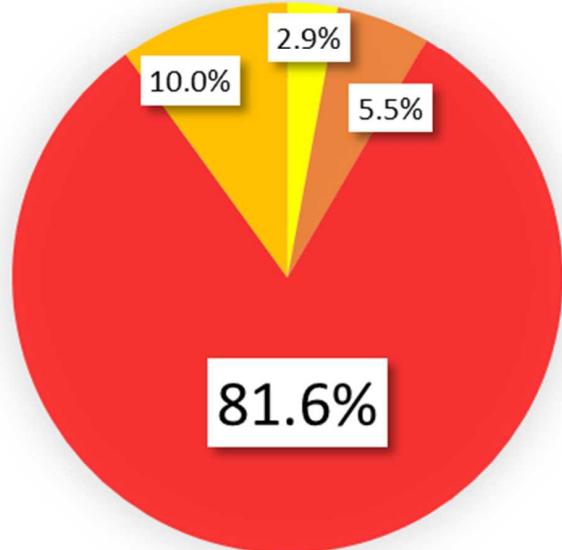
商品を開発・流通させ
収益を学校資金に！

マーケティング調査の結果

甘さについて

- 甘すぎる
- ちょうど良い

- 少し甘すぎる
- もう少し甘く



有効回答数 583枚

味について

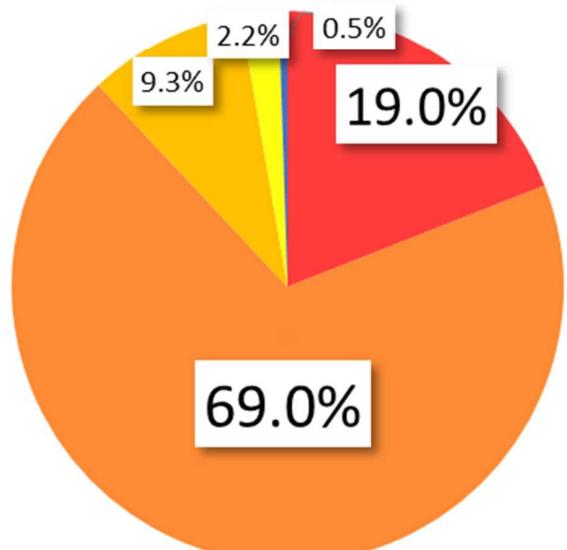
- 美味しかった

- まあまあ美味しい

- ふつう

- あまり美味しい

- 不味い



有効回答数 580枚

12月展示会アンケート結果

味について

- 美味しかった

- ふつう

- まずい

- まあまあおいしい

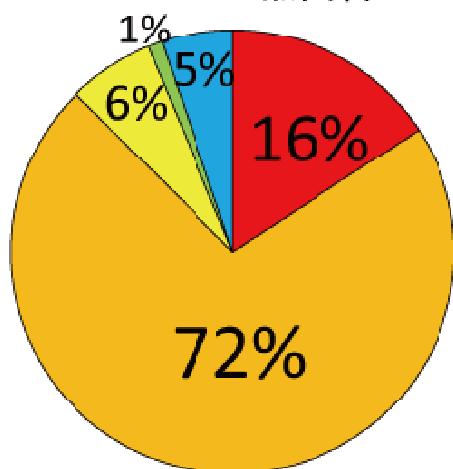
- あまりおいしくない

- 無回答

- 甘すぎる

- ちょうど良い

- 甘さが足りない

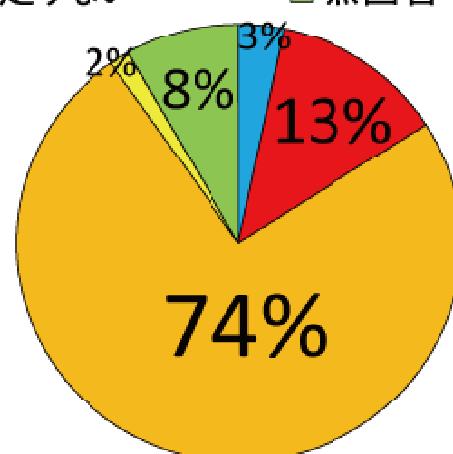


甘さについて

- 少し甘すぎる

- 甘さが少し足りない

- 無回答



ブランディング 1 ジャパンクオリティー

海外からみた日本製品のイメージ

高品質
衛生的
エコ

安心
安全

私たちが開発する商品も



ブランディング 2 知的財産権



商標登録



ンコールワット



