科目名：地域商品開発
受講者数：4名
期間：R7年9月～11月
概要：地元道の駅・飲食店との協働実践あり。ヴィーガン弁当開発。
▼教材

地域商品開発（阿蘇プロジェクト）

2年生 専門科目

阿蘇ビーガン弁当
開発・販売プロジェクト

地元の料理店と連携し、「道の駅阿蘇」で販売する
持続可能な地域商品の企画をスタートします。

背景：食の多様化への対応

世界的なビーガン需要の拡大

- **インバウンドの回復:** 阿蘇を訪れる外国人観光客の急増。
- **食文化の壁:** ベジタリアンやビーガン層が「食べるものがない」という課題。
- **阿蘇の資源:** 豊かな阿蘇の野菜は、ビーガン料理に最適。



データで見る阿蘇の需要

30%

訪日外国人のうち
ベジタリアン等の食習慣を
持つ人の潜在的比率

「食の空白」を埋める

道の駅阿蘇における現在の弁当ラインナップは、肉・卵・乳製品を使用したものが中心です。

思考ポイント：
なぜ、これまでビーガン弁当が普及しなかったのでしょうか？

開発のパートナーシップ

地元料理店 × IICA × 道の駅阿蘇



学生の役割: 市場調査、コンセプト立案、パッケージデザイン、販促企画。

料理店の役割: レシピの具体化、調理、保健所対応、安定供給。

道の駅の役割: 販売場所の提供、売上データのフィードバック。

阿蘇ならではの価値（USP）

阿蘇の旬野菜	阿蘇の湧水	景観とのリンク
寒暖差が育む濃厚な味わい	清らかな水で炊き上げる地元産米	草原を守る農業を食で応援する物語

ワークポイント：
阿蘇を象徴する野菜（あか牛以外）を3つ挙げ、どう料理に活かせるか考えてみよう。

メニュー構成案の検討

ビーガン構成の基本

カテゴリー	具体案（例）	阿蘇らしさのポイント
主食	古代米入り阿蘇産米のご飯	色鮮やかな視覚効果
メイン	阿蘇豆腐のステーキ	高タンパクで満足感大
副菜	高森産つるの子芋の煮物	伝統野菜の使用
彩り	阿蘇産パプリカのマリネ	海外観光客好みの味付け

販売場所：道の駅阿蘇

ターゲット顧客の動線

- **早朝層:** 登山・ドライブ客（テイクアウト需要）。
- **昼時層:** 家族連れ、団体観光客。
- **夕方層:** キャンプ場宿泊客。

※特に「キャンプ場で夜に食べる」ニーズへの訴求も検討余地あり。



価格設定と利益構造

販売価格 1,200円（税込）の場合の構成例



ワークポイント：
パッケージや割り箸に「プラスチック」を使わない場合、コストはどう変わるでしょうか？

実証授業地域商品開発

阿蘇ヴィーガン弁当プロジェクト
教材資料

ブランディングと訴求



「一目で伝わる」デザイン

ピクトグラムの活用: Veganマーク、五葷（ごくん）対応の有無など、多言語で表記。

環境配慮: 紙製容器や竹の皮の使用を検討し、商品価値を高める。

情報発信: QRコードから、使用している野菜の生産者を紹介。

今後のスケジュール

次なるアクション

1. **ヒアリング:** 地元料理店への課題調査。
2. **コンセプト確定:** ターゲットと価格帯の決定。
3. **試作・試食:** 実際の調理とコスト計算。
4. **販売開始:** 秋の行楽シーズンを目標にリリース。

「阿蘇の未来を、食で作る。」

君たちのアイデアが、阿蘇の新しい名物になります。

地域商品開発：マーケティングの視点

メニュー開発を具体化する

マーケティング4P フレームワークの活用

企画を「自己満足」で終わらせず、
「売れる仕組み」へと昇華させる思考法を学びます。

1. Product（製品戦略）

「何を作るか」ではなく「どう役立つか」

- **コア価値：** ビーガンでも「阿蘇」を満喫できる満足感。
- **品質：** 冷めても美味しい、地元の野菜の力強さ。
- **デザイン：** インスタ映えする彩りと、環境に配慮したパッケージ。



思考：阿蘇を訪れるビーガンの「困りごと」を、この弁当はどう解決しますか？

2. Price（価格戦略）

価値に基づいた価格設定



価格設定の2つのアプローチ：

1. **コストプラス法：** 原価に利益を乗せる（守りの設定）。
2. **バリュープライシング：** 顧客が感じる価値から決める（攻めの設定）。

※ビーガン弁当は「希少性」があるため、プレミアム価格の追求が可能です。

3. Place（流通戦略）

道の駅阿蘇での「戦い方」

- **棚の位置：** どの高さに配置すれば、インバウンド層の目に留まるか。
- **時間帯：** 売り切れ厳禁。観光客の動線に合わせた納品タイミング。
- **競合：** 隣にある「あか牛弁当」とどう差別化するか。



4. Promotion（販売促進）

多言語・デジタルでの接点作り



- **SNS：** ハッシュタグ #AsoVegan を活用した発信。
- **店頭POP：** 英語・中国語・韓国語での「ビーガン対応」明記。
- **QRコード：** 原材料や阿蘇の風景動画へ誘導し、信頼を得る。

ワーク：スマホで検索している外国人観光客が、一番最初に見る情報は「何」でしょうか？

戦略の一貫性（整合性）

バラバラな企画を一つのストーリーへ

製品 × 価格 高級感のあるパッケージなら、価格設定も高めに。	**製品 × 販促** 彩りの良さを強調し、Instagramでの拡散を狙う。
流通 × 価格 道の駅の来客層に合わせた「納得感」のある価格帯。	**流通 × 販促** 道の駅の公式SNSと連動し、入荷情報をリアルタイム発信。

実証授業地域商品開発

阿蘇ヴィーガン弁当プロジェクト
学生提案資料

Idea IT College Aso
専門学校　イデアITカレッジ阿蘇

道の駅阿蘇 御中

ビーガン弁当プロジェクト　提案資料

地域観光デザイン学科2年（イーコー、小山、ガラ、土屋）
担当講師：久保尭之（ kubo@iica.jp ）

私たちのこと

専門学校イデア ITカレッジ阿蘇 ／ 地域観光デザイン学科 2年
2022年開校の、阿蘇地域に根ざした観光・IT・ビジネス分野を学べる専門学校。地域課題の解決や地域資源の活用をテーマに、実践的なプロジェクト型授業を展開中です。



イーコーコー
出身：ミャンマー
料理作るのが趣味の一つ、食べる、味わう好きな外国人



小山　斗真
出身：阿蘇市
阿蘇に住み続けて20年。高校は阿蘇中央高校なので縁があると思います。趣味は音楽を聴いたり歌ったりして感受性を高めています。



ガラ
出身：スリランカ
日本食に、興味があり、よく食べ歩きやカフェ巡りをするのが好きです。



土屋　拓海
出身：熊本市
高校では、食品の製造分野の学科を専攻し、学んできました

2

ビーガンとは

ビーガン（Vegan）とは、肉や魚、卵などの動物性の食材を摂取・使用しない生活・食事を実践するライフスタイルのこと

ビーガンになる理由

倫理的な理由： 動物の命を人の都合で利用するのは良くないという考え方。

環境保護： 畜産業が排出する温室効果ガスや、飼育に必要な水や土地などの資源消費が環境に大きな負荷を与えているという懸念。

健康上の理由： 植物性の食事が、特定の病気のリスクを低減するなど、健康に良い影響をもたらすという考え方。



3

ビーガンフード

ビーガンフードの健康上の利点

- 動物性を避ける事により、コレステロールやカロリーの低い食事ができる
- 糖尿病や一部慢性的な生活習慣病のリスクを下げられる
- ビタミンやミネラルなどの必須栄養素の摂取量を増やせる

⇒ 健康上のメリットも幅広くあるため、ビーガンフードは**ビーガンでない人にも売れる可能性** あり

簡単に見つけられる日本のビーガン食材

- 米や野菜、果物、大豆加工食品、麺、海藻、みりん、米酢 などが使用可能

⇒ 精進料理の文化を持つため、**日本の食材や日本食メニューとの相性も良い**





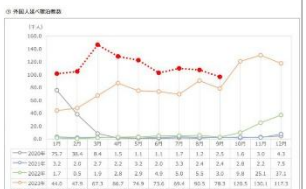


4

背景：熊本・阿蘇のインバウンドの現状とビーガン弁当へのニーズ

熊本・阿蘇のインバウンド動向と観光ニーズの変化

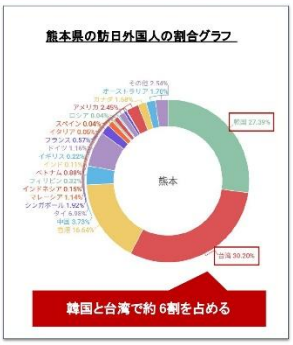
- **訪日外国人観光客が急増中**
  - 九州：2025年1月、通常入国者40万人超（前年比120%増）
  - 熊本空港：18万人超の外国人来訪
  - 日本全体：2024年3,687万人 → 2025年4,000万人予測
  - 日本全体での観光消費額：1兆円超えへ回復
- **熊本県は全国トップの成長率**
  - 「ワンピース像巡り」などが人気
  - コロナ前比2.14倍、宇土・南阿蘇などで3～7倍の伸び



5

背景：熊本・阿蘇のインバウンドの現状とビーガン弁当へのニーズ

熊本県の訪日外国人の割合グラフ



台湾人観光客の特性

- **台湾は仏教・道教文化が根強く、菜食習慣が日常的**
- ビーガン・ベジタリアン向けの飲食への関心が非常に高い
- 日本国内でも台湾人観光客は「**食の制限に配慮されたサービス**」を重視する傾向あり

➡ **台湾人観光客を想定したビーガン弁当は、需要あり**

韓国人観光客の特性

- **若年層を中心にビーガン志向が拡大中**
- **K-POPや健康志向ブームと連動し、「美とヘルス」を求める需要が増加**
- **ビーガン弁当を「インスタ映え」「ヘルシー」「限定感」として打ち出せば、話題性の高い商品にもなり得る**

➡ **韓国には"潜在的な関心層"が多く、今から狙う価値がある**

6

背景：熊本・阿蘇のインバウンドの現状とビーガン弁当へのニーズ

ビーガン対応の重要性とターゲットニーズ

- **熊本県内でのビーガン対応例**
  - 熊本市：精進料理・インド料理などで対応を拡大
  - 人吉エリア：豆腐弁当・がんもバーガーなど人気
  - 地元素材＋エコ包装が評価される
- **観光客の声と背景文化の違い**
  - 欧米観光客：「旅行中は比較的問題ないが、地方は選択肢が少ない」
  - 東アジア（台湾・中国など）：仏教由来の菜食文化
  - 欧米諸国（アメリカ・ドイツなど）：ライフスタイルとしてのヴィーガニズムが確立
    → **地域性をふまえた対応がカギに**





7

背景：熊本・阿蘇のインバウンドの現状とビーガン弁当へのニーズ

■ **熊本・阿蘇のインバウンド増加とヴィーガン弁当の可能性**

◆ **背景**

- **訪日外国人が急増**（観光回復＋TSMC進出）
- 熊本では**外国人宿泊者数・定住者ともに過去最高を記録**
- **多様な食文化ニーズ** が地域に広がる

◆ **ニーズ**

- 宗教的理由や多様な価値観の尊重により、高まる**ビーガン志向**
- スーパーやコンビニなどで、ビーガン対応のメニューを選べるようにすることが出来る**手軽さ**を求められています。

◆ **提案**

- **地元食材 × エコ × 物語性** のあるビーガン弁当を開発
- **観光・定住双方のニーズに応え、地域活性化へ貢献**

8

実証授業地域商品開発

阿蘇ヴィーガン弁当プロジェクト
学生提案資料

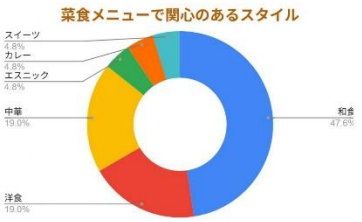
現状分析：現在の道の駅阿蘇の状況

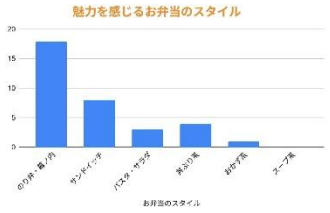
道の駅阿蘇の基本情報

- **道の駅とは**：道の駅とは、休憩施設、地域情報、特産品の提供を行う日本の道路沿いの施設です。
- **場所**：JR阿蘇駅のすぐ隣に位置し、阿蘇五岳の景色を望めます。
- **営業時間**：通常は**午前9時から午後6時まで**毎日営業しています。
- **施設内容**：
  - **地元特産品**：新鮮な野菜、果物、肉（特にあか牛）、乳製品、お菓子、お弁当などの加工品が豊富に揃っています。
  - **フードコーナー**：あか牛丼、高菜飯、だご汁など、地元料理が手軽に購入でき、快適な休憩スペースで飲食できます。
  - **観光案内**：日本語、英語、フランス語、中国語に対応可能なスタッフが、観光情報、道路状況、アクティビティについて案内してくれます。
  - **設備**：無料駐車場（バイク用を含む）、トイレ（24時間利用可能）、無料Wi-Fi、EV充電設備、授乳室が完備されています。
- **目的**：旅行者に快適な休憩場所を提供し、阿蘇の地元産品をPRし、地域にとって不可欠な観光情報を提供することです。

9

アンケート調査によって





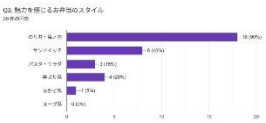
「**和食**」をベースにした「**のり弁・幕ノ内**」スタイルのビーガン弁当が高いニーズを満たす可能性が高い

10

現地でのアンケート調査と分析

道の駅阿蘇でのアンケート調査の結果





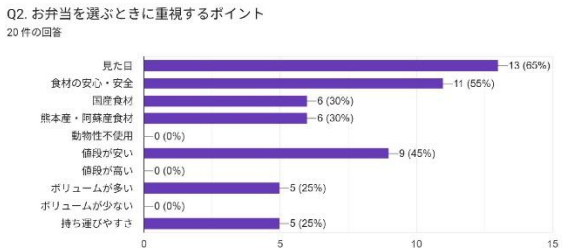
6月中旬に行ったアンケートの結果

- 日本人＞海外
- 日本も熊本県内からが多く、少数ではありますが、宮崎や福岡、四国や関東などから来られた方々からも意見を聞けました。
- 日本人からの意見が多かった事もあり、のり弁や幕の内弁当などの和食がよいとの声が多く上げられました。
- パン系や麺類なども多く、おかずだけよりは、主食となるものがあったほうがいいということがわかりました。

11

現地でのアンケート調査と分析

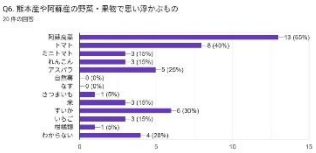
道の駅阿蘇でのアンケート調査の結果

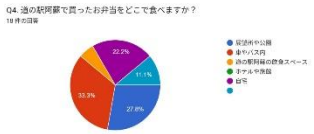


12

現地でのアンケート調査と分析

道の駅阿蘇でのアンケート調査の結果





13

提案メニュー

「阿蘇のおもてなし 和×アジアビーガン弁当」



- ひよこ豆の照り焼きハンバーグは、***韓国ドラマ***に出てきた料理からヒントをもらいました。***お肉のかわり***に豆を使うので、ヘルシーで体にもいいし、***韓国のお客さん***も好きになってくれると思います。
- 前菜には「***ベトナムサラダロール***」。ただのサラダより見た目がきれいで、手でも食べやすいです。
- それから、阿蘇のアスパラガスは、ぜったいに入れたいと思います。***阿蘇の食材***を使うことも大切です。
- 最後に、ハンバーグのあとに、すっぱくて少し辛い***高菜の漬物***を食べると、とても合います。味のバランスがよくなって、パーフェクトです。

- **800～1000円**（観光地・道の駅向け）

15

提案メニュー

900円以下で買える
お弁当が理想

内容

- コーンご飯
- 一文字ぐるぐる
- 豆腐ハンバーグ
- 阿蘇高菜の油いため

熊本県産と郷土料理をイメージしたものとなっております



16

提案メニュー

マンゴーカレーライス



- スリランカ風マンゴーカレーは、甘味・酸味・辛味のバランスが絶妙な伝統料理。
- 熟したマンゴーや半熟マンゴーを、スパイス・ココナッツミルク・カレーリーフと一緒に調理。
- 作り方は、香味野菜とスパイスを炒め、マンゴーとココナッツミルクを加え、タマリンドや砂糖で味を調整。
- 味の特徴は、甘酸っぱさ・辛味・クリーミーさ・香り豊かさの調和。
- ご飯やロティ、ホッパーと一緒に提供し、レンズ豆や野菜、ピクルスと組み合わせると本格的。
- 栄養面では、ビタミンC豊富で、ココナッツミルクの健康的脂肪とスパイスの抗酸化作用もあり

17

実証授業地域商品開発

阿蘇ヴィーガン弁当プロジェクト
学生提案資料

ビーガン野菜天丼の弁当



- 阿蘇産の旬の野菜を使った天ぷらを数種類入れ、**彩り豊かで見た目も美しい弁当**に仕上げました。
  天丼はビーガン対応のタレで味付けし、野菜本来の風味を活かしつつ、甘さ控えめで飽きずに食べられます。
- 卵を使わずに作ることで、**ビーガン対応になり健康志向のお客さんにも楽しんでもらえる**のがポイント。
- 付け合わせには、**野菜サラダを少なめに**して全体のバランスを整え、白ご飯や高菜ご飯と一緒に楽しめる構成です。さらに、**漬物**を添えることで味にアクセントを加え、最後まで満足感が得られます。
- この弁当は、**手軽に片手で食べられるスタイル**で、車内やバスの中でも楽しめるため、道の駅阿蘇にぴったりのメニューです。

18

提案メニュー：麺類



サラダパスタ
- ゴボウ
- ニンジン
- ナス
- トマト
- パスタ麺は特にこだわりなし



餡掛けそば
- 干しシイタケ
- ニンジン
- キャベツ
- ナス

19

提案メニュー：サンドイッチ（アスパラ）



- 阿蘇産のアスパラガスを使った、カラフルでヘルシーなビーガンサンドです。グリルアスパラとアボカドソース、ピーマンなどをはさみ、卵・乳製品不使用のパンで仕上げ。
- アスパラサンドは、***欧米のビーガンの方にも人気があるメニュー***のひとつです。マヨネーズやチーズがあればもっと美味しくなりまなどすが、今回は阿蘇産アスパラの魅力を活かした***ビーガンレシピ***に挑戦すること。
- アンケート調査では、「弁当を車内やバスの中で食べる」と答えた人が多数でした。そこで、***片手で手軽に食べられるサンド***は見た目もスマートで、観光中にもぴったりのスタイルだと考えています。

- **500～800円**

20

提案メニュー：サンドイッチ（アスパラコロッケ）





- 阿蘇産アスパラを細かく刻んで、じゃがいもベースのビーガンコロッケに混ぜ。衣は卵を使わず植物性の衣で揚げ、外はサクサク、中はほくほく。
- このコロッケをビーガン対応パンでサンドし、手軽に食べられる形
- ボリュームがありつつ、野菜たっぷりで体にもやさしい仕上がりです。
- また、アスパラの甘さとサクサク食感がアクセントになり、**「阿蘇ならではのご当地ビーガンメニュー」**として提案できます。

21

提案メニュー：サンドイッチ（高菜マヨネーズとキュウリ）



バイトで課長からもらった生高菜を、そのままではなく上から醤油とマヨネーズをかけて食べてみたところ、外国人として日本の本来の味を感じ思ったより美味しかった経験から生まれたアイデアです。

この組み合わせは、外国人にとっても初めての味わいで、道の駅阿蘇でしか体験できない特別感があります。

ビーガンでマヨネーズのコクを出すのは確かに難しいですが、代用品として豆乳マヨネーズ使えるかちょっと迷ってます。

販の豆乳マヨネーズもありますが、手作りすることで油の種類や酸味を調整できると思います。

22