

年 組 名前：

# 規格外果実で食べるジャム

## 16日まで岡島で販売

伊東洋晃教授のゼミの3、4年生14人が、ヴァインヤード(織田久美子社長)と企画、開発した。学生は20、30代をターゲットに、ぜいたく感があり、地域活性化につながるものを商品コンセプトに設定。規格外果物の活用を目的に、ブドウの生産者から現状も学び、デザートコーナーでの販売を念頭にアイデアを練った。パッケージも同社と議論を重ね、ダイヤモンドをイメージした多角形の瓶を採用した。3年の佐藤友香さんは、パッケージについて「(同社から)アドバイスをもろうと、自分たちにはない発想ばかりで勉強になった」と感想。ゼ

ミ長の田宮さん(3年)は「おいしいのに、捨てられてしまうものが多いことに驚いた。(商品が)規格外の果物の現状を知りきつかけになる」と思いを込める。織田社長は「学生によるニーズ調査などから、多くの気づきがあった」と話した。岡島を含めた共同企画「果樹園の宝石フェア」で、1個702円で販売。終了後は、ヴァインヤードのショップ、ウェブサイトで扱う。同社はふるさと納税サイトへの出品も準備し、他品種でも「たべるジャム」を商品化する予定。

山梨学院大経営学部の学生が、県産果物のギフトを手がける山梨市内の企業と連携し、規格外のシャインマスカットを使った「たべるジャム」を考案した。地域活性化と「プチぜいたく」をテーマに、収穫後にすぐ加工できる産地の利点を生かし、粒や風味を生かしたデザートに仕上げた。16日まで百貨店の岡島(甲府市)で販売している。〈杉原みずき〉

## 山梨学院大生と企業が連携、考案

(2024年1月13日付 山梨日日新聞16面)

問1 山梨学院大の学生は、山梨市内の企業と連携し、何をを使った「たべるジャム」を考案しましたか。

問2 「たべるジャム」購入者のターゲット層と、商品コンセプト、瓶の形を教えてください。

・ターゲット： ..... ・コンセプト： .....

・瓶の形： ..... をイメージした .....

問3 田宮さんは、この取り組みについて、どのように話していますか。