

サツマイモ研究チームの生徒7名が、株式会社きくちを訪問しました。
～製造工場・販売店の見学、サツマイモを使った商品開発の聞き取り調査～

10月20日（金曜日）午後、サツマイモ研究チームの生徒7名が、ひたちなか市の株式会社きくちを訪問して、製造工場及び販売店の見学、商品開発について聞き取り調査などをしました。

初めに、製造工場を見学しました。生徒たちは、服のほこりを粘着ローラーで取り除き、くつ底を消毒液に浸して、専用の帽子をかぶって衛生管理を徹底して、製造工程別に見学しました。

また、サツマイモを使った商品開発について、茨城県の人気のお土産「ほっしい～も」の開発（2010年4月発売）、スポーツやアウトドア用の携帯間食用「ACTIVE YOHKAN」の開発（2023年1月発売）を事例にして、菊池雅人社長から話を聞きました。その後、きくち本店に移動して、販売で気をつけていることなどについて、店員さんから話を聞きました。

【生徒が学んだこと】

- ・商品開発では、購入者（観光客、日常生活、スポーツなど）を区分すること、商品開発の前に仮説を立てること、インターネットなどによる情報収集が重要なことなど。
- ・販売では、お客様へのあいさつ、笑顔、礼儀の大切さ、看板商品の置き場所、ディスプレイの工夫方法など。
- ・菊池社長の菓子製造への情熱や、従業員や取引業者を大切にする心づかい。
- ・一つ一つの商品を大切に育てる堅実な経営方針など。

～製造工場の見学～



「ほっしい～も」のあんの製造



「ほっしい～も」のあんの製造



「ほっしい～も」のあん



「ほっしい～も」のあんの充てん作業



「ほっしい～も」のパイ生地



大型オーブン



和菓子の包装（手作業）



「ポテラ」の包装



「ポテラ」の包装（機械）

～商品開発などについて、菊池社長から話を聞く～



菊池雅人社長から説明



菊池雅人社長



「ACTIVE YOHKAN」を試食



スポーツ全般の携帯間食用
「ACTIVE YOHKAN」2023年1月発売



運動系ようかん
「MOVE BEET」2023年10月発売



「ほっしい〜も」をもって撮影

～販売の工夫などについて、店員さんから説明を聞く～



店員さんから説明



お客さまへの
あいさつ、礼儀マナーは大切



入口に看板商品を置く



「ACTIVE YOHKAN」「MOVE BEET」



「ほっしい〜も」の販売コーナー



菊池社長から説明



【訪問のまとめ】

- ・株式会社きくちは、昭和 40 年創業、従業員約 100 名のひたちなか市の菓子メーカー。
- ・茨城県の人気のお土産「ほっしい〜も」を製造している。

1 菊池社長から説明

(1) 「ほっしい〜も」の開発のきっかけ

- ・2009 年頃、ひたちなか商工会議所から勝田パン菓子組合にお土産品の開発の話があった。
- ・ひたちなか市の特産品の干し芋を使ったスイーツを開発することが提案された。
- ・10 社くらいが集まってアイデアを持ち寄って、3 社くらいが試作品を出した。

(2) あんにするための干し芋の加工方法（3〜4 ヶ月試行錯誤）

- ・干し芋の製造過程で出るサツマイモの両端の切れ端（切甲・せっこう）を使ってあんを作った。
- ・干し芋自体が加工品なので、どうやってお菓子にするか苦労した。
- ・干し芋は水分がないので、フリーズドライや粉末にもできなかった（群馬県の企業に相談）。
- ・干し芋を蒸してもうまいかなかったが、煮るとよいことがわかった。
- ・試作では、「干し芋の食感と味を残して欲しい」という意見が多かった。
- ・干し芋と砂糖を混ぜて煮て、サツマイモと相性のよいリンゴを加えて酸味を増した。

(3) 干し芋を包む生地決定（約 6 ヶ月試行錯誤）

- ・チョコレートやミルクで包んでみたが、干し芋の味が淡泊なので負けてしまった。
- ・まんじゅう生地で包んでみたが、干し芋が生地の甘さに負けてしまった。
- ・砂糖を使わない「パイ」生地で干し芋を包んで焼き上げたスイーツが完成（2010 年 4 月発売）。

(4) 課題

- ・「ほっしい〜も」の干し芋はタマユタカ（品種名）を使用。近年、干し芋は、べにはるか（品種名）のシェアが増加し、タマユタカで作った干し芋の確保が難しくなる可能性がある。
- ・農業の 6 次産業化、ネット販売の増加で、切れ端（切甲）も商品となり確保が難しくなっている。

(5) 商品名、パッケージ

- ・「ほっしい〜も」の商品名は、20 年以上前に、ひたちなか商工会議所が、ひたちなか市を訪問した歌手の石川ひとみさんに、別の菓子の名付けを依頼して、提案いただいた名前を使用した。
- ・株式会社きくちでは、商品のパッケージなどのデザインは、外部委託している。

(6) 輸出への取組

- ・菓子類の輸出は、賞味期限が最低 6 ヶ月以上求められることや、添加物の規制が国によって異なるなどハードルが高い。
- ・シンガポールへの試験的輸出の出品を検討しているが、現時点で、恒常的な輸出は考えていない。

(7) 新商品の開発

- ・新型コロナで観光がストップして、土産品の菓子類は売れなかった。そこで、朝食用に「ようかんシート」、スポーツ全般用に「ACTIVE YOHKAN」、運動用に「MOVE BEET」を開発した。
- ・商品開発について、例えば、お土産用の新商品を開発すれば、お土産用の他の商品のパイを奪うだけである。商品開発は、購入層を区分して、対象を決めて進めていく必要がある。
- ・「ほっしい〜も」を含めて、現在の販売商品が看板商品になるよう育てていく方針である。

2 店員さんから説明

(1) 販売で気をつけていること

- ・お客様へのあいさつ、笑顔、礼儀マナーが大切である。

(2) 販売の工夫

- ・看板商品（売れ筋商品）は、入口からすぐの目につきやすい所に置いている。
- ・「ほっしい〜も」の販売コーナーにサツマイモの置物を置くなど季節感を演出している。
- ・「ACTIVE YOHKAN」、「MOVE BEET」は、販売促進のためのポップ広告をきれいに掲示している。