



ふるさと納税を活用し、学生の手でブランド化へ 産学連携で茨木の名物料理を復活

追手門学院大学（大阪府茨木市：学長 川原俊明）のベンチャービジネス研究所は、茨木市の産学連携事業の一環として、地元の日本料理店の創業当時の名物料理「鶏のすき焼き（とりのすきやき）」をふるさと納税の返礼品として復活させ、ブランド化に向けたプロデュースを行いました。

ベンチャービジネス研究所では、経営学部の「経営・マーケティング専攻」と「ビジネス心理専攻」の教員と学生によるプロジェクトチームを結成し、茨木市からの補助金を得て、2018年度事業として取り組みました。プロジェクトチームが目にしたのは、地元の日本料理店「成田家」に昭和36年の創業時に提供されていた「鶏のすき焼き」です。地元ならではの懐かしさを感じられることから、ふるさと納税の返礼品として缶詰による製品化をプロデュースし、茨木市の地域ブランドとして全国への発信を目指します。

料理そのものは成田家が担当し、プロジェクトチームでは一般消費者に対するマーケティング調査や心理学実験を実施し、一般消費者の視点や意見を反映させた企画・パッケージデザイン・Webサイト上のコピー作成を行いました。

完成した「鶏のすき焼きの缶詰」は、1缶290グラムで、国産の鶏もも肉と、豆腐、白ねぎ、えのき茸、椎茸（地場産野菜）などを、創業当時のレシピの割下で甘辛く仕上げたもので、温めればそのまま美味しくいただくことができます。パッケージには、本品を使って簡単にできる「鶏肉うどん」や「すき焼き丼」などのアレンジレシピや、昭和の懐かしい味であるとのメッセージを記載しました。

茨木市では今月から本格的に、ふるさと納税の返礼品として専用サイトで取り扱いをはじめているほか、市内のJAの直売所「みしま館」でも一つ700円で販売しています。

【ポイント】

- 産学連携で茨木の名物料理「鶏すき焼き」が缶詰になってふるさと納税返礼品に
- 「鶏のすき焼きの缶詰」を追手門学院大学ベンチャービジネス研究所がプロデュース
- 茨木市の地域ブランドの全国発信
- マーケティング調査や心理学実験の結果をもとにパッケージ等を企画



缶詰の外観



この写真は、商品イメージです。
鶏のすき焼き