

新潟の
おせんべい屋さんが
東京の女子中学生に
ヒット商品づくりを
頼んだらとんでもない
ことが起こった!?

ROCKGIRLS 編著 + ツッコミ役 澤本嘉光



2年越しのコラボはよくもわるくもとんでもない展開に...
「頭、固い!」

ベストセラー「ストーリー」としての競争戦略」
楠木建氏が推薦!!



数々の葛藤を乗り越えた!? 14歳と28歳の「会社を変える」物語



新潟のおせんべい屋さんが
東京の女子中学生に
ヒット商品づくりを頼んだら
とんでもないことが起こった!?

ROCKGIRLS 編著 + ツッコミ役 澤本嘉光

かんき出版発行

●四六判並製・2012年7月上旬発売●定価 1470円(税込)

かんき出版

〒102-0083

東京都千代田区麹町4-1-4 西脇ビル

☎03-3262-8011

<http://www.kankidirect.com/>

第1章

自由な発想大歓迎！ 商品開発コラボスタート



女子中学生のコラボ日記

2010年4月、これから始まる新しい経験を前に私はワクワクしていた。

——絶対、学年1位になって私のつくった商品を売り出すんだ。

この学校に入りたいと思ったのも、「中学生なのに商品開発ができるかもしれない」と知ったから。小学校6年生のときに訪れた学校説明会で、校長先生から話を聞いたときは、まだ入学もしていないのに、自分が商品開発をするときのことを想像していた。

自分が考えた商品がお店に並ぶってどんな気持ちなんだろう？

それをお客さんが買ってくれたら。

そんなことが現実になるかもしれない。しかも、お菓子好きの私に、お菓子業界とのコラボがまわってくるなんて運命すら感じる——。

2008年夏、偶然の出会いで始まった、

米菓業界第3位の岩塚製菓（新潟のおせんべい屋さん）と

中高一貫校として人気の品川女子学院（東京の女子中学生）との

企業コラボレーション総合学習。

2年にわたる授業の結果、めでたく商品は誕生。

しかし、その過程では「とんでもないこと!」が起こっていた……。

本書は、女子中学生の日記とおせんべい屋さんの社員の本音トークに、

気鋭のCMプランナー澤本嘉光氏のツッコミ解説を加え、

「とんでもないこと!」の解決方法を探る新しいタイプのビジネス書。

「ここまで言っちゃって大丈夫?」

「これってうちの会社のこと?」

「どうしたら会社を変えられるの?」

会社で、仕事で、上司で、部下で、もがいているあなたにお届けします。



本書に関わる人のご紹介

ツッコミ役

澤本嘉光氏

東京大学文学部国文学科卒業後、電通入社。ソフトバンクモバイル「ホワイト家族」、東京ガス「ガス・パッチョ!」、トヨタ自動車「ReBORNドラえもん」など、次々と話題のCMをつくっている。自身が担当する角川書店の映画のプロモーションで品川女子学院と企業コラボを経験したのが縁となり、本書のツッコミ役に。



編著者

ROCKGIRLS

新潟のおせんべい屋さん(岩塚製菓)の社員から選抜された28歳前後の女性を中心としたグループ。東京の女子中学生(品川女子学院)との商品開発コラボの成功をミッションとする。名前の由来は、岩塚製菓と品川女子学院を組み合わせた「岩塚女子学院」、通称「岩女(いわじょ)」を英訳っぽく表現したもの。



装幀・アートディレクション

佐野研二郎氏

MR_DESIGN代表。トヨタ自動車「ReBORN ドラえもん」、サントリー「GREEN DAKARA/グリーンダカラちゃん」などのキャラクターデザインやTVCMのアートディレクション、ミツカン金のつぶ「とろっ豆」「とろっ豆 パキッとたれ」などのパッケージデザインを手がけている。



インタビュー

楠木建氏

一橋大学商学部助教授、一橋大学イノベーション研究センター助教授、ポッコロニ大学ビジネススクール(ミラノ)客員教授を歴任後、2010年より一橋大学大学院国際企業戦略研究科(ICS)教授。初の著作『ストーリーとしての競争戦略:優れた戦略の条件』はベストセラーに。巻末に本書の感想を語ったインタビューを掲載。



コラボのテーマは、おせんべい屋さんのかつてのヒット商品「ふわっと」を若い顧客層向けにリニューアルすることだった。



岩塚製菓商品企画部商品企画課 藤塚美奈子 おせんべい屋さんの本音トーク

品川女子学院(以下、品女)の生徒さんたちと初めて会ったとき、自分が入社したころの気持ちを思い出しました。私も、パッケージやデザインを重視した商品選びをしていて、岩塚にももっと遊び心のある商品があればいいのと思っています。

「ふわっと」をつくった当初、「何としても20代にウケる商品をつくるんだ」という強い信念を持っていたのに、いつの間にか、製造部門の都合や技術の制約、会社の方針などを先に考えるようになっていたんですね。

妥協ではないけれど、自分のなかでも突き抜けてやろうという意欲がなくなっているのかもしれない。生徒さんたちが「ほんとうに食べたいもの」をつくらうとしているのを見て、忘れていた感覚を思い出すことができました。

CMプランナー 澤本嘉光氏 第1章の ツッコミどころ

僕はCMをつくり始めて20年以上になります。僕が初めて品川女子学院を進める「28 project」に協力したのは、僕が担当している角川書店さんの企業コラボレーションをお願いした時でした。中学生、高校生を対象にした映画のプロモーションのアイデアを生徒さんたちに出していただいたのです。普段は僕たち大人が「勝手に」中高校生の気持ちになって案を考えていますが、中学生、高校生が対象なら、その人たちに好きなものを考えてもらうのがいざいざ心に響くのではないかと考えたからです。結果は大成功。角川書店の担当者も満足する案が次々と出てきました。

商品発売

発表・記者会見

お米という素材を使った 商品開発授業 ◀ お米にふれる 体験授業 & お米の文化や伝統を学ぶ 社会授業

- 記者発表会
2011年2月28日
- 第12回
2010年10月20日
- 第11回
2010年9月19日
- 第10回
2010年7月14日
- 第9回
2010年5月29日
- 第8回
2010年5月19日
- 第7回
2010年4月21日
- 第6回
2010年2月10日
- 第5回
2010年1月27日
- 第4回
2009年11月25日
- 第3回
2009年11月11日
- 第2回
2009年7月23日
- 第1回
2009年5月29日



ペパっと
2011年3月7日



トマトとパジャ
2011年6月27日

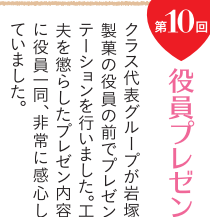
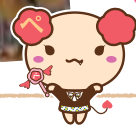


乙女ふわっと
2011年9月5日



ほ和っと
2012年1月16日

2012年7月4日(水)
ペパっとが再発売!



第10回
役員プレゼン



第9回
クラス代表
決定戦



第11回
白ばら祭
モニタリング



第12回
最優秀賞発表会



発表
記者発表会&
ペパっと発売



第6回
商品開発
つて何?

教室で商品開発について講義しました。



第7回
グループで
コンセプトを考えよう

それぞれのアイデアをグループでひとつにまとめました。新商品開発の要となるだけにみんな真剣でした。



第8回
コンセプト
シート
づくり
(続編)

グループで考えたコンセプト固めの日。生徒さんの真摯な姿に感激しました。



Start!

第1回
五感で知ろう!
お米とお米
の加工品

お米やお米からできる加工品を「目」「耳」「舌」で感じていただきました。



第2回
岩塚製菓
工場見学



第4回
お米のおいしさ、
お米の違い

いろいろな種類のお米があることや味の違いに驚いていました。



第3回
もつと知れば
好きになる!
お米の文化史

お米の文化の説明から始まり、環境問題や健康に関する難しい授業でしたが、熱心に耳をかたむけてくれました。

