

岐阜県

1. 商品名等

商品名	五平フェイナンシェ		
商品写真(イメージ等)			
商品説明(コンセプト等)	<p>岐阜県東濃地域の郷土料理である「五平餅」の味わいを、現代風にアレンジした新感覚スイーツです。</p> <p>本商品は、「岐阜の味をもっと身近に感じてもらいたい」という思いから開発されました。さらに、本商品の大きな特徴は、「自分でたれをかけて完成させる体験型スイーツ」である点です。食べる前にフィナンシェに五平だれをかけるひと手間を加えることで、味だけでなく楽しさや驚きといった付加価値を提供します。「懐かしさ」と「新しさ」を融合させた、岐阜ならではの魅力を発信する唯一無二のスイーツです。</p>		

2. 学校紹介

学校名	岐阜県立中津商業高等学校	電話	0573-66-1358
住所	岐阜県中津川市駒場大岩1646	FAX	0573-66-1359
担当者	伊藤 秀典	野口 晃寛	竹腰 大渡
URL	https://school.gifu-net.ed.jp/wordpress/nakatsu-chs/		
E-mail	p52238@gifu-net.ed.jp		
<p>岐阜県立中津商業高等学校は、商業教育を基盤とし、地域社会と連携した実践的な学びを推進している専門高校です。本校では、簿記・情報処理・商品開発と流通などの専門科目を通してビジネスの基礎を学ぶとともに、課題研究において、地域課題の解決や新たな価値創造に取り組んでいます。特に、地元中津川市や東濃地域の特産品を活用した商品開発や販売活動に力を入れており、生徒自らが市場調査、企画、試作、販売まで一貫して経験することで、実社会で求められる力を育成しています。</p> <p>歴史ある食文化や自然に恵まれた地域資源を活かしながら、地域とともに成長する学校として、主体的・協働的な学びの充実を図っています。</p>			

3. 実施科目等

科目名	課題研究・商品開発と流通	単位数	6単位
対象生徒	ビジネス科 流通コース	担当教員数	3名

4. 予算関係(費用)

商品開発に関わる費用は協力企業が負担

5. 開発経緯等

本プロジェクトは、「地域ならではの商品を自分たちの手で生み出したい」という思いからスタートした。

まず、生徒たちは中津川市を代表する観光拠点である恵那峡サービスエリアに着目し、売上ランキングや販売状況の調査を行った。その結果、上位には地元特産品がある一方で、多くが他県の商品で占められている現状が明らかとなり、「地元産の商品で長く愛されるヒット商品を生み出したい」という課題意識を持つに至った。そこで、「栗きんとんに次ぐ新たな代表商品を開発する」ことを目標に設定し、地域資源を活用した商品企画に取り組んだ。各グループでアイデアを出し合い、五平餅や地元食材を活用した複数の案を検討し、プレゼンテーションを行った。議論の結果、「五平フィナンシェ」と「ぎふのいろ」の2案に絞られた。前者は五平餅のたれとフィナンシェを組み合わせた独創的な商品、後者は岐阜の特産品を活かした琥珀糖であり、それぞれ異なる特徴を持っていた。試食会を実施したところ、「五平フィナンシェ」はバターの香りと五平だれの甘辛い味わいが調和し、想像以上のおいしさであるとの評価を得た。この結果を受け、流通コースの生徒全員の意見を踏まえ、商品としてのインパクトと独自性を重視して「五平フィナンシェ」を商品化することを決定した。開発においては、地元企業と連携し、五平餅のくるみだれと洋菓子であるフィナンシェを組み合わせた新たなスイーツを完成させた。また、食べる際に自分でたれをかけるスタイルを取り入れることで、「味」だけでなく「体験価値」を提供する商品として差別化を図った。さらに、パッケージデザインも生徒自らが担当し、五平餅の持つ和のイメージと高級感を意識した仕上がりとした。販売戦略としては、認知度の低さという課題を踏まえ、まずは地元住民を主要ターゲットに設定し、ロコミや手土産需要を通じて徐々に認知を拡大し、最終的には観光客や県外への展開を目指す計画とした。

本商品は、「岐阜の味をより身近に感じてもらう」というコンセプトのもと、伝統的な郷土料理と洋菓子を融合させた新しい価値創造の取り組みであり、地域の魅力発信と次世代への継承を目指した実践的な学びの成果である。

6. 販売形態・期間

⑦

販売形態：通年店舗販売（恵那峡 SA 下り等）
販売期間：令和8年2月～

7. 協力者等

⑦

・中日本エクス株式会社
・株式会社名鉄ミライト
・株式会社スマイル-リンク

8. 商標登録の有無

⑧

9. 今後の課題・展望等

今後は、本商品の認知度向上と販路拡大を両立させながら、「岐阜らしさを感じられる新たな土産品」としての定着を目指していく。本商品はこれまでにない組み合わせによる新規性が強みである一方、初見では味や食べ方のイメージが伝わりにくいという課題がある。そのため、試食機会の提供やSNS等を活用した情報発信を通じて、「食べたなら想像を超えるおいしさがある商品」として認知を広げていく必要がある。