

THEME

冷凍食品のイメージを変革する具体策を！

手作り餃子との食べ比べで冷凍食品の価値を体験

味の素冷凍食品は味の素グループにおいて、国内外の冷凍食品事業部門を担っている。冷凍食品メーカー「ギョーザ」や「チャーハン」でおなじみの家庭用冷凍食品のほか、業務用としてコンビニや飲食店、学校給食や病院食など様々な業種業態での商品展開が図られています。

オリエンテーションの会社説明では、人口減少で国内の食品業界が厳しい状況にある中、女



性の社会進出や高齢化で「手軽に美味しいものを食べたい」というニーズが高まっていることから冷凍食品の消費量は増加傾向にあり、今後もその市場はより一層拡大されていくだろうと紹介されました。

そもそも冷凍食品とは、急速冷凍で食品の「フレッシュさ」「美味しさ」をそのまま封じ込めたもので、ギョーザにしても「油なしでパリッと焼ける」「開発など絶え間ない技術革新で進化を遂げてきました。しかし、冷凍食品のイメージは依然として「簡単・便利」にとどまったままなので、冷凍食品のイメージの変革が求められていると、今回の課題の背景が語られました。

ここで学生たちは調理室に移動し、手作りギョーザと冷凍ギョーザを実際に調理して食べ比べをしました。さすが食を学んでいる学生たち、手作りギョーザを手際よく調理しました。続いて冷凍ギョーザを調理。調理工程は簡単で誰ひとり失敗なく、美味しい羽根つきギョーザを作ることができ、味の素冷凍食品の看板商品である冷凍ギョーザの価値を体験しました。その後4チームに分かれ、いよいよワークショップの開始です。

アレンジレシピの試作、他社施設の見学をするチームも！

2日目のワークショップでは、チームごとにフリーディスカッションでテーマを探り、「新鮮」「健康」「工場見学」「情報発信」などのキーワードが出現。3日目は、キーワードを再度検証しながら議論を深めました。各チームとも時間外も密に連絡を取り合い、スマホアプリを利用して50人以上へのアンケート調査を実施したり、ビール、即席麺、紅茶など他社の工場見学施設を6つも訪問するなどして内容をまとめ、4回目の中間発表に臨みました。しかし、社員からは「テーマが良いが題名と内容が合致していない」「企画と現実の経費バランスは？」などの厳しい指摘が！学生たちには動揺が見られましたが、気を取り直し、5日目にはターゲットを絞り込み、より具体的な提案へと修正を図りました。

プレゼン当日、味の素冷凍食品からは開発担当のグループ長も参加。提案された内容は、どれも座学にとどまらず、期間中にフィールドワークを行ったり、アレンジレシピを試作した

企業学生

オリエンテーション



冷凍食品は、急速冷凍技術により素材の良さを活かして、作りたてのおいしさを再現するのがウリです。しかし、冷凍食品というと、「使い勝手がよい」や「値段が手頃」というイメージが先行し、本来伝えたい「フレッシュ」なイメージが届いていません。そこで、冷凍食品の本来の価値をより多くの人に届けるために、「冷凍食品のイメージを変革する具体策～冷凍食品を新たな次元へと高め、生活に浸透させるためには～」というテーマが提示されました。

上でまとめ上げた内容で、「ペルトコンベア式電子レンジや独自のレンジレシピなど、社員には思い浮かばないフレッシュな発想は食を学んでいる女子学生ならではの。特に、ミュージアムの提案は、他社施設の長所短所を踏まえた上で図面まで用意した具体的な内容だった」と社員をうならせました。さらに「アイデアは楽しさが一番。社会人になってからもその気持ちを忘れないでほしい」とのアドバイスも！学生たちの声を聞く

味の素冷凍食品



味の素冷凍食品は、冷凍食品事業を通して人と社会のしあわせ「つくり」に貢献していくことを企業理念としている。2017年7月にロゴマークを刷新した。

人気商品の「ギョーザ」で家庭用冷凍食品売上第1位の味の素冷凍食品。冷凍食品のイメージが固定されているのが悩みです。その解決に挑むのは東京家政学院大学の女子学生19人です。

オリエンテーションでいきなり調理実習！

手作りギョーザと冷凍ギョーザを実際に調理し、食べ比べました。冷凍ギョーザを初めて調理する学生も多かったですが、誰ひとり失敗せず簡単に調理し、出来上がったギョーザの皮はパリッと具はジューシーで、手作りより美味しいと大好評でした。



学生企業

プレゼンテーション

チーム名 #FFF

提案 都心で体験できるフレッシュ・ミュージアム

「味の素冷凍食品ミュージアム」を東京・品川エリアにつくる。1階に土産店を設け、2階と3階に体感型工場見学ができる4Dシアター、-30℃を体験するアトラクション、冷凍食品の歴史を学ぶコーナー、アレンジレシピの製作体験、急速冷凍体験などを設置。4階は冷凍食品ミュージアムが楽しめるレストランとする。

【参加学生】高坂真由、小林美結、高橋由希、松本みなみ



チーム名 FKG (Fresh Kasei Grils)

提案 「健康」を追求した冷凍食品専門店

お弁当型冷凍食品をイトインとテイクアウトで楽しめる冷凍食品専門店を提案。立地は東京駅周辺で、対象は30代以上のOLやサラリーマン。ショーケースから主食、主菜、副菜を選び、ペルトコンベア式電子レンジで温め、店員がワンプレートに盛りつける。健康重視のメニューで、野菜を豊富に用い塩分は控えめにする。

【参加学生】住近夏菜子、越智美沙季、原耀子、布施未来、吉田由佳



チーム名 SMILE フローズン

提案 離乳食の冷凍食品を商品化し、鮮度や安全をアピール

食の鮮度、安全性、衛生面がより一層重視される離乳食の冷凍食品を開発する。パッケージには商品の適正月齢やアレルギー表示を掲載。男性タレントが保育園の先生を演じるCMや、レシピを掲載した広告でアピール。離乳食冷凍食品で育った赤ちゃんが成長したときに冷凍食品に親しみを感じる、といった次世代への継承も期待できる。

【参加学生】馬立結奈、佐山真都花、藤田有紀、宮本美季、森田理子



チーム名 新鮮組

提案 冷凍食品の「新鮮さ」を女子大生に伝える限定パッケージ

女子大生を対象とし、季節ごとにデザインの異なる限定パッケージを発売し、裏面にアレンジレシピを掲載。商品に使用している野菜の生産農家の写真付きカードを同封し、食材の新鮮さや安心感をアピールする。さらに、商品を使用した弁当や女子会の写真をSNS投稿した人に抽選で賞品を贈るキャンペーンを実施する。

【参加学生】植田祐希、金子和佳奈、後藤津奈美、津田絵美香、宮本まどか



アレンジレシピ



学生たちが独自に考えたアレンジレシピ。実際に作って食べたもので、材料と作り方が書かれています。食を学んでいる学生ならではの提案です。

PBLを終えて

現代生活学部
生活デザイン学科3年
住近夏菜子さん

チームの意見を一つにまとめるのはたいへんな作業でしたが、達成感があって楽しかったです。もともと食品メーカーの開発やマーケティングに興味があったので、今回具体的に経験できたことは将来の大きな糧となりました。

総務部
人事グループ
黒田佳奈子さん

学生ならではの目線で斬新なアイデアを具体策とともに提案いただけたことは、企業の視野を広げる良い機会になるとともに、弊社が冷凍食品を新たな次元へと高めていく第一歩になったように思います。



調理する学生たちをネコも興味深く観察！