

高知県アイスクリン産業の成立過程と今後の課題

1130508 安永裕之

高知工科大学マネジメント学部

1. 背景

現在、高知県にはアイスクリンという名産品がある。高知県名物として扱われ知名度もある。しかし、県外ではアイスクリンの知名度は非常に低いと考えられる。これに対し、高知県内のアイスクリン製造企業は県外に広めていこうと方策を講じていたが、未だ成果はあまり出ていない。なぜ、高知県で産業が成立しなければならなかったのか。その答えを知るためには、過去の成立過程を見直す必要があると考えられる。

2. 目的

本研究では、高知県にアイスクリン産業が定着した過程を明らかにし、全国へアイスクリンを売り出すための今後の取り組みや、それに伴う現在の課題を見出し、新たな方策を提案する。そのためのアイスクリン産業の今後の経営戦略について提案することを目的とする。

3. 研究方法

本研究では、既往文献より過去にどのような経緯でアイスクリンが日本へ流入し、高知県へ広まったのかを明確化する。また高知県内のアイスクリン製造企業3社から、アイスクリンの（定着と製造）きっかけと課題をヒアリング調査する。そして、ヒアリング結果から、定着と製造の過程の整理と、今後消費者が求めているニーズを調査する。最後に、高知県内外を問わず、全国にアイスクリンをPRしていくための商品開発や産業振興の提案をする。

4. 高知県におけるアイスクリン産業の成立過程

高知県でアイスクリン産業が発展したきっかけ・過去からの嗜好の変化と、今後それに伴う戦略について、その他、複数の質問を行った。対象企業は高知県内のアイスクリン製造企業である、高知県のアイスクリン製造企業3社にヒアリング調査を実施した。3社のヒアリング結果のまとめを簡単にグラフ化したので紹介する。

企業名	高知アイスクリン商工業協同組合	久保田アイス	高知アイス
製造方法	工程フロー・製造マニュアルに沿って製造	製造マニュアルに沿って製造	製造マニュアルに沿って製造
原材料	市内の間屋から調達	企業秘密	市内の間屋から調達
販売方法	店頭販売・街頭販売・インターネット販売・アンテナショップ販売	店頭販売・インターネット販売	店頭販売・インターネット販売・国外での販売(シンガポールなど)
今後の展開	甘さ控えめの、幅広い層に好まれる商品を開発 県内のお土産屋は勿論、アンテナショップにも展開	消費者の嗜好に合った商品を開発	コンビニとの提携・消費者にアイスクリンの歴史・背景を知ってもらうことが大事 <u>縮小を防ぐカギになるかも知れない。</u>

4-1. アイスクリン製造業の成立理由

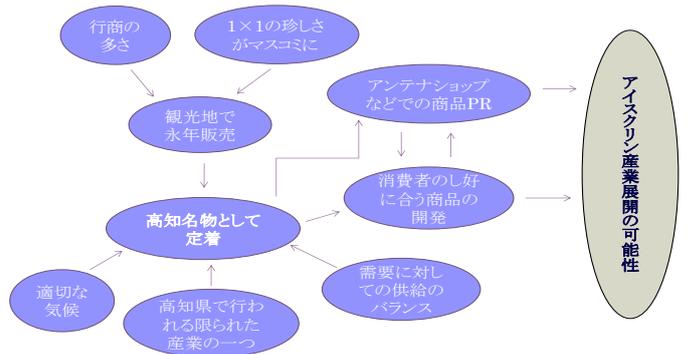


図1 製造業側が行ってきた取組。

高知県では、過去に行商が多くいたため、あらゆる場所で販売されていた。そして1×1のアイスクリンの名が話題となり、各観光地で永年販売された。その結果、高知名物として定着した。そこには、高知県の温暖な気候から、製造から流通に関して非常に適していること、お土産商品、自家用などの、需要に対しての供給のバランスが過去から現在まで保たれていることが挙げられる。近年では、インターネット販売やアンテナショップで商品をPRし、売れ筋から消費者の嗜好に合った商品の開発を行い、アイスクリン産業展開の可能性を見出している。

4-2. 全国でのアイスクリン業界の衰退原因

全国からアイスクリン産業が衰退してしまった理由は、過去に起きた、行商と組合員の意識変化が大きく関わっているということを知ることが出来た。では、どのような経緯から、意識変化が起こり、徐々に全国から産業が衰退し、現在に至ってしまったのかという、意識変化と衰退の関係性を簡単なグラフでまと

めたので紹介する。

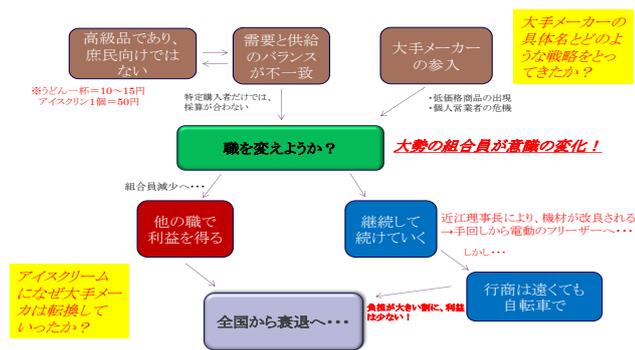


図2 行商の意識変化と衰退の関係性

全国からアイスクリン産業が衰退した理由として、行商の減少ということが挙げられる。行商の意識変化は突如現れたものではない。当時のアイスクリンは非常に高価な食べ物（うどん1杯=10～15円、アイスクリン1個=80円）であったために、一部の富裕層と外国人にしか購入できなかった。そのため需要と供給のバランスが保たれず採算が合わなかった。また大手メーカーの参入により、安くアイスクリームを購入できるようになったため、売れ行きが大幅に減少した。そのため、行商を行ってきた人は生活苦となり、職業を転換したいと意識する人が多くなった。行商を続けた人たちも、当時は自転車で行商に行かなければならなかったため、負担が大きい割に利益にならないといった結論に結びついた。それらがきっかけとなり行商は徐々に減少し、結果、全国から衰退してしまった。

4-3. アイスクリン産業における現状の課題

近年アイスクリン産業は大きな問題を抱えている。一つ目はスジャータという企業が出現し売り上げを着実に伸ばしている。理由は、10年前からアイスクリームを製造する要領で、加熱殺菌せずに販売できる機材を用いて製造しているためである。二つ目は、以前と比べ店頭販売の減少である。スーパーマーケット等で販売を行うと、常時2～5割引きというのが当たり前になってきている。その場合、大手メーカーと競合すると非常に弱くなってしまふ。最後は行商の減少である。行商は代々受け継がれるものではないため、行商の方が高齢になると、そのまま引退の形をとってしまう。そのため、行商が一代で終わってしまうことは珍しくなく、現在は減少傾向にある。これに伴い、行商の活動範囲も過去と比較すると、非常に狭いと範囲になっている。過去には行商のみで、平日に4万円程の売り上げを出していたが、現在は1万円未満であり、売り上げは減少傾向であり、企業側の生産量も減少している。

5. 対策と提案

アイスクリン産業の現状の課題から、今後の経営戦略を検討し

てみた。

1. 消費者の嗜好に合った商品を開発

売り上げを伸ばしていくためには、消費者の嗜好に答えていくことが非常に重要である。

- ・毎年変わる消費者の嗜好をいち早く察知。
- ・各年代層に合った商品の開発。
- ・夏場のみならず、冬場でも消費者に購入してもらえる商品の開発。

2. コンビニエンスストア・スーパーマーケットとの提携

売り上げを伸ばしていくためには店頭販売は欠かせない。4章の現状の課題でも問題視されているが、この問題を解決し、スーパーマーケットやコンビニエンスストアと提携を結んでいかなければ、アイスクリン産業は今後、縮小されると予想される。この問題を解決していかなければ、売り上げと知名度の両方を上げていくことは非常に困難であるといえる。

- ・都市部の店だけではなく、地方の店にも積極的に販売を行う。
- ・県内外のイベントへの積極的の出店を行う。
- ・大手メーカーの、店頭割引に対応するための方策の提示。

3. インターネット・アンテナショップ販売

近年では、あらゆる年代の人がインターネットを利用し、買い物をすることが当たり前になってきている。また、都市部では各都道府県のショップも展開されており、多くの人にアイスクリンを知ってもらえる絶好の機会であるといえる。

- ・都市部のアンテナショップのみならず、地方のデパートなどにも販売を展開。
- ・インターネットで商品を販売するには、高知県に興味を持ってもらう必要が根本的にある。
- ・高知県が観光振興に、従来以上に力を入れる必要がある。（県のバックアップが必要）

6. 今後の課題

- ・消費者の嗜好に合った商品開発。
- ・行商の減少を食い止める対策。
- ・スーパーマーケットやコンビニエンスストアとの提携。
- ・流通経路の拡大。
- ・県と行政、企業との連携体制の強化。

参考文献・協力者

アイスの歴史と文化物語

高知県アイスクリン製造企業様方

