

平成 26 年度 第 22 回全国高等学校生徒商業研究発表大会

# 既存製品の新用途開拓商品の提案

～こけしとチェスのコラボ商品「こけス」の販売を目指して Ver. 2～

期 日：平成 26 年 11 月 19 日(水)～21 日(金)

会 場：旭川市民文化会館



青森県立黒石商業高等学校

## こけス研究班

商業科 3年

澁川雄大 (代表)

村上椋也 (10班班長)

宇野翼 (13班班長)

工藤利剛

原本利志

盛庭京之介

櫻館駿

笹良岡壘

奈上生

三開雄 (指導教諭)

今金



既存製品の新たな用途開拓商品の提案  
～こけしとチェスのコラボ商品「こけス」の販売を目指して Ver. 2～

目 次

I	はじめに	2
II	これまでの活動	3
III	研究目標と研究仮説	
	1. 研究目標の設定	5
	2. 研究方法	6
	3. 研究仮説	6
IV	調査・研究	
	1. こけスの販売促進と販売経路の確保を目指して	
	(1) アプレットへのプレゼンテーション	7
	(2) 販売準備	9
	(3) 販売開始	11
	(4) 販売商品からの検証	13
	(5) アプレットからの販売報告	14
	(6) 販売経路の拡大	15
	(7) 販売促進	15
	2. こチェスの制作依頼	
	(1) 「こけス」から「こチェス」へ	16
	(2) こチェスの制作依頼	16
	(3) 全国へのこチェスの制作依頼	17
	(4) こチェスの入れ物を試作	18
	3. こけスのPR	
	(1) パンフレットや商品広告の作成	18
	(2) こけスゲーム体験会・こけス世界大会の開催	19
	(3) パブリシティの活用	22
	(4) アンケート	23
V	活動のまとめ	24
VI	研究目標と研究仮説の検証	24
VII	今後の課題と提案	25
VIII	おわりに	27

# I はじめに

本校の商業科では3年生で「課題研究」3単位を学習しています。商業科としての調査研究の全体テーマの下、班ごとに先輩方の研究を受け継いだり、新しく研究テーマを設定したりするなど、自分たちでテーマを決めます。近年の全体テーマは、平成19年度～平成21年度が「黒石復興」、平成22年度～平成24年度は「黒石の観光」、そして昨年度からは、「ビジネスプラン」としています。

私たちは、先輩方が平成22年度に考案した「津軽の伝統こけし」と世界的なボードゲーム「チェス」のコラボレーションによる開発商品「こけす」を受け継ぎました。

## 駒はこけしでルールは『こけす』 チェスのコラボ商品

時代の変化により、大量均一で顔の見えない商品から手作り感のある商品へのニーズが大きく変わりつつあることを「マーケティング」で学習しました。また、日常的に使う道具的なモノに対しては、100円ショップで購入する節約志向の人もいれば、オンリーワンのモノに対しては、大きな出費をしてでも購入する個性化志向や高級化志向がみられ、消費の二極化という消費行動が一般化しています。私たちが開発した「こけす」もオンリーワンとしてのこけしマニア向けの「こけす」と、ゲーム普及用として安価な「こチェス」の2種類の商品化を目指しました。

### 「こけす」

こけしマニアをターゲットとした、こけし工人が作るオンリーワン商品。



### 「こチェス」

ゲーム用としての普及商品。機械加工での制作を目指している。



こけしは津軽系、南部系、鳴子系など大きく11系統あり、2010年ごろから第3次ブームとされています。一方チェスの愛好者は世界で3億人を超え、日本国内の競技人口は100万人とされています。先輩方は、この津軽系伝統こけしとチェスのコラボ

## I はじめに

### II これまでの活動

### III 研究目標と研究仮説

1. 研究目標の設定
2. 研究方法
3. 研究仮説

### IV 調査・研究

1. こけすの販売促進と販売経路の確保を目指して
2. こチェスの制作依頼
3. こけすのPR

### V 活動のまとめ

### VI 研究目標と研究仮説の検証

### VII 今後の課題と提案

### VIII おわりに

I はじめに

ボレーション商品を実現し、「こけす」を身近なものとして普及させることで、地場産業であるこけしの知名度を上げ、黒石市の活性化を目指しました。さらには、「商品開発の過程で地域の方々とのつながりを感じました。」と感想を述べています。

II これまでの活動

こけしまニア向けにこけしに重きをおいた「こけす」は、手作りであり大量生産ができません。そしてチェス用としてゲームに重きをおいた「こチェス」は機械加工で安価な商品を目指しました。伝統工芸というブランドに私たちのアイデアがどれだけ通用するかを確かめるためにも、市場を意識した伝統工芸ビジネスプランに取り組んでいます。

III 研究目標と研究仮説

1. 研究目標の設定

2. 研究方法

3. 研究仮説

## II これまでの活動

IV 調査・研究

1. こけすの販売促進と販売経路の確保を目指して

平成 22 年度考案のこけすは、黒石市の PR として何かできないかと、いろいろなアイデアを出し合った結果、「新たな名物」を作ることよりも「既存のもの」を生かし注目を集めたいという狙いから、地場産業である「こけし」と世界的なボードゲーム「チェス」に着目しました。2つをコラボレーションすることで、現在観賞用となっているこけしに対し、昔のように遊び道具として、多くの人に興味を持ってもらえるようなこけしの既存製品の新たな用途の開拓商品化を目指したものでした。

2. こチェスの制作依頼

昨年度までの先輩方は、電子ゲームで遊ぶ現在の子どもたちに、こけすゲームが受け入れられるかと問題意識を持ち、設計試作品を持って聞き込み調査から資料収集を行いました。調査結果から販売可能と判断し、試作費用を青森県教育委員会の「たくましい高校生育成事業」に応募して補助金を頂き、設計試作から販売試作へと進め、こけし工人へ制作依頼して、こけす5セットを追加することができました。その後、パッケージ作りやルール作りを進め、PR活動としてこけす大会を開き、こけすの商品化と販売へ向けた活動として制作してくれるこけし工人探しと販売元探しを進めていました。

3. こけすのPR

V 活動のまとめ

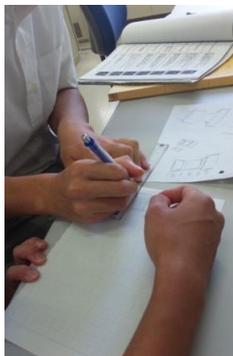
VI 研究目標と研究仮説の検証

<これまでの調査・研究の流れ>

H22 年度  
こけすの考案

デザイン画を描き、設計試作

チェスルールを調べ、ゲームを楽しむ



(平成 23 年度の大きな活動はありませんでした)

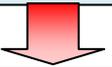
VII 今後の課題と提案

VIII おわりに

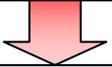
H24.8.11～  
先輩方が考案したこけす  
を持って聞き取り調査



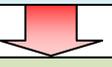
H24.8.25  
こけすの制作依頼



H24.8月～  
商品開発班と PR 班  
に分かれて活動  
・パッケージ作り  
・大会ルール作り



H24.9.8-9: 黒石こみ  
せまつりで第1回こ  
けす世界大会  
H24.10.20: 全国伝  
統こけし工人フェス  
ティバル会場と隣接  
した津軽伝承工芸館  
で第2回こけす世界  
大会  
H24.12.21: 校内競  
技大会にこけす競技  
部門を加える



H25.6.25  
商標登録講座開催  
(青森県発明協会に依頼)



販売に向け制作して  
くれる工人探しおよび  
販売元探し  
(商品化・販売できていない)



- I はじめに
- II これまでの活動
- III 研究目標と研究仮説
  - 1. 研究目標の設定
  - 2. 研究方法
  - 3. 研究仮説
- IV 調査・研究
  - 1. こけすの販売促進と販売経路の確保を目指して
  - 2. こけすの制作依頼
  - 3. こけすのPR
- V 活動のまとめ
- VI 研究目標と研究仮説の検証
- VII 今後の課題と提案
- VIII おわりに

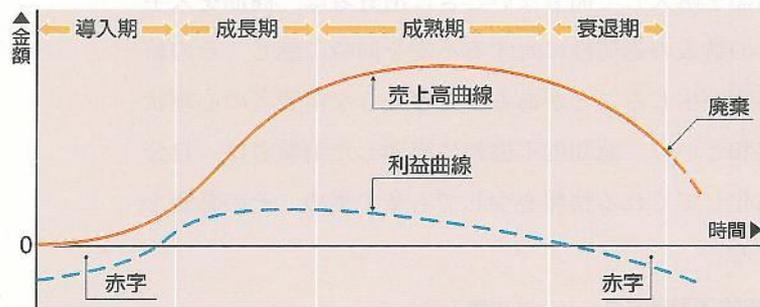
# Ⅲ 研究目標と研究仮説

## 1. 研究目標の設定

「マーケティング」の教科書に「製品のライフサイクルにおいて、新たに開発され、市場に導入された製品は、導入期、成長期、成熟期、衰退期と一定の段階をたどる」と書かれていました。さらに、昨年度の先輩方の活動のまとめでは「こけスの新聞記事を見た佐賀県や長崎県の方々からの問い合わせがあり、導入期の開拓的採用者となる」と記載がありました。そこで、開発したこけスの知名度を上げ、早期採用者を見つけ出すことで導入期から成長期へと進めることを目標としました。そして、販売総額を1千万円に設定しました。(私たちの意気込み額)

### <実教出版 「マーケティング」教科書より>

#### 参考 製品のライフサイクルとマーケティング戦略



#### 1. 導入期

【特徴】新しいタイプの製品であるため、知名度が低く、生産量も少ない。一方、市場への参入にともなって、多額の販売費が必要なため、利益はほとんど出ないか、赤字であることが多い。なお、この段階を生きのびて、成長期へとすすむことのできる製品の数、決して多くはない。

【マーケティング戦略】この段階では、知名度を上げるための広告や販売経路の整備、さらには、顧客を見据えた適切な価格政策などの実施が求められる。

#### 2. 成長期

【特徴】市場での知名度や理解も高まり、製品は急速に受け入れられていく、したがって、売上高は飛躍的にのび、利益も大幅に増加する。ただし、この段階になると、競争製品があいついで市場に参入してくるため、げばしい競争が展開される。

【マーケティング戦略】競争にうち勝つため、製品の品質を向上させ、しかも、いちはやく大量生産に移行して、販売価格を引き下げる。いわば、自社製品のブランドを確立するための努力が求められる。

#### 3. 成熟期

【特徴】売上高の伸びが鈍化し、拡大は頭打ちとなる。また、各社の市場占有率はほぼ安定し、市場には寡占化の傾向がみられるようになる。各企業は製品の差別化や販売経路の強化にしのぎを削る。そのため、生産効率が低下するうえに販売費の支出は増加するので、利益率は低下し、利益額も減少する。

【マーケティング戦略】使用機会や使用量を増大させたり、品質やデザインを改良したり、価格競争を仕掛けるなど、競争地位に応じた戦略が求められる。

#### 4. 衰退期

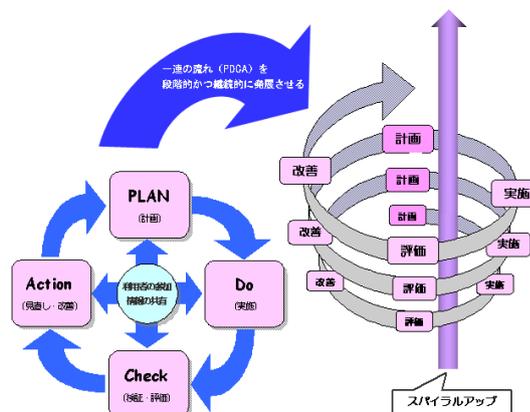
【特徴】低価格の競争製品や強力な代替製品におされ、売上高は激減する。また、利益もほとんど得られなくなり、場合によっては赤字となる。しかも、もはや回復の手だてはなかなかみつからない。

【マーケティング戦略】この段階にはいったら、生産と販売の規模を徐々に縮小すべきである。そして最後に、じょうずにタイミングをとらえて製品を廃棄し、生産をうち切る。生産中止のタイミングがはずすぎると、愛用者に迷惑をかけることになる。

## 2. 研究方法

こけスを導入期から成長期へと進めるためには、マーケティングの教科書では、知名度を上げることが求められています。こけスゲーム体験会や大会を繰り返しながら、その活動を新聞等に掲載していただき、パブリシティを活用することで知名度を上げます。パンフレットや広告を作成して体験会や大会に参加してくれた方々にPR活動を繰り返します。

この繰り返しを、PDCAサイクルに乗せながらスパイラルアップを図ることでこけスの知名度をさらに引き上げます。



## 3. 研究仮説

こけすはこけし工人によって、1個1個手作りされる32個の駒で1セットとなり、価格的には高価なものとなります。商品の良さを私たちが伝えることで商品の普及における導入期となり、機械加工で新商品としてのゲーム用こチェスを加え販売価格を引き下げることで成長期へと導くことができると考えました。

昨年度までの調査から「高くても売れる。」と検証されたこけすの販売は、新製品の価格政策としての上澄吸収価格政策（初期高価価格政策）を採用することで、販売元となってくれるインターネット通販会社である有限会社アプレットの負担を軽減できます。こチェスという製品ミックスの拡大を図ることで、販売ターゲットを広げることができるのではと考え、研究仮説を以下の3つとしました。

仮説1 こけすのアイデアはこけし工人によって商品化される。

仮説2 商品化されたこけすはマスメディアによって情報発信され、こけしまニアである革新的採用者によって、製品のライフサイクルの導入期となる。

仮説3 こチェスの開発によって、価格が下げられ、一般大衆向け商品へと脱皮していくことから、早期採用者に購入されることで成長期へと導かれる。

I はじめに

II これまでの活動

III 研究目標と研究仮説

1. 研究目標の設定

2. 研究方法

3. 研究仮説

IV 調査・研究

1. こけすの販売促進と販売経路の確保を目指して

2. こチェスの制作依頼

3. こけすのPR

V 活動のまとめ

VI 研究目標と研究仮説の検証

VII 今後の課題と提案

VIII おわりに

## Ⅳ 調査・研究

### 1. こけスの販売促進と販売経路の確保を目指して

#### (1) アプレットへのプレゼンテーション H25. 10. 1

私たちは、製造元探しの大変さを思い知らされました。こけし産地は黒石市だけではなく、黒石市のPRとして何かできないかと始まった活動であることから地元のこけし工人にお願いしたいと考えました。

販売に向けたこけスの制作依頼を3人のこけし工人にお願いしたところ、「民芸工房北山」を経営する北山盛治さんからようやく、今の仕事が片付き、冬になれば対応してもらえることになりました。

さらに、こけスの販売に向けて、販売元となってもらえる企業を津軽こけし館での店頭販売やネット販売を想定し、販売経路の確立を目指しました。

そして、ネット通販会社であるアプレットに対し、商品企画書と事業企画書を作成し、販売依頼のためのプレゼンテーションを実施したところ販売の意思があることを確認できました。



#### <私たちがお話しした内容>

- ・こけスの販売に当たってのPR活動を続けていきます。
- ・インターネット販売(電子商取引)についての勉強をさせてください。
- ・商品の販売数や販売先などの、データの提供をお願いします。
- ・私たちは、商品開発という目的もありますが地域貢献も大きな目的です。

I はじめに

II これまでの活動

III 研究目標と研究仮説

1. 研究目標の設定

2. 研究方法

3. 研究仮説

#### Ⅳ 調査・研究

##### 1. こけスの販売促進と販売経路の確保を目指して

2. こけスの制作依頼

3. こけスのPR

V 活動のまとめ

VI 研究目標と研究仮説の検証

VII 今後の課題と提案

VIII おわりに

## 商品企画書

商品名	こけス：こけしマニアをターゲットとしこけし工人が制作 こチェス：一般ゲーム用として機械加工で安価に制作
商品コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存の「こけし」を活かし注目をさせた商品、既存製品の新たな用途開拓商品である。</li> <li>ミニで駒の数が多く、観賞用としてもとてもかわいい。</li> <li>年代を問わず楽しめるボードゲームであることから、世代間交流に活用できる。社会性がある。</li> <li>ルールが世界的なゲームである「チェス」から変化しているので、全国・世界にも広がる可能性がある。</li> </ul>
キャッチコピー	駒はこけしでルールはチェスのコラボ商品「こけス」 
商品イメージ	 
開発背景	<ul style="list-style-type: none"> <li>こけしは黒石市の地場産業である。</li> <li>2010年ころから第3次こけしブームとなっている。</li> </ul>
競合商品に対する優位性	創作こけしとしては東北各地にあるが、遊び道具としては他に類がない。私たちの考案商品である。

## 事業計画書

事業計画名	伝統を子どもたちに伝える「こけス」「こチェス」の販売
事業の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>伝統こけしを生まれ変わらせた商品であることから、社会からの注目を集めて販売できる。</li> <li>地場産業の新たな用途開拓商品であることから、制作に関する技術を持っている。</li> <li>こけし工人のブランドを利用することで商品ミックスが可能。</li> <li>ゲーム用として価格を下げることで販売経路の拡大が可能。</li> <li>ネット販売やお土産としての販売が可能である。</li> </ul>
市場環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>黒石市からの発信で、東北地方はもとより、全国・世界に広がる可能性をもつ商品である。</li> <li>子どものゲームとしては、児童館や小学校に販売が可能。</li> <li>ルールはチェスの改良型であり、将棋にも似ているので高齢者の方々にも広がる可能性を持っている。</li> <li>こけしが2010年ころから、第3次ブームとなっているので今が販売のチャンスと言える。</li> <li>「こけス」としては、ホテルや旅館にインテリアとして販売が可能。また、「こチェス」はロビーや部屋に置くことで、海外からの旅行者にアピールできる。</li> </ul>

I	はじめに
II	これまでの活動
III	研究目標と研究仮説
1.	研究目標の設定
2.	研究方法
3.	研究仮説
IV	調査・研究
1.	こけスの販売促進と販売経路の確保を目指して
2.	こチェスの制作依頼
3.	こけスのPR
V	活動のまとめ
VI	研究目標と研究仮説の検証
VII	今後の課題と提案
VIII	おわりに

I はじめに

II これまでの活動

III 研究目標と研究仮説

1. 研究目標の設定

2. 研究方法

3. 研究仮説

IV 調査・研究

1. こけスの販売促進と販売経路の確保を目指して

2. こチェスの制作依頼

3. こけスのPR

V 活動のまとめ

VI 研究目標と研究仮説の検証

VII 今後の課題と提案

VIII おわりに

経営計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現在は民芸工房北山が制作可能で、東北各地また機械加工と生産の拡張ができる。</li> <li>・ネット販売を既に行っているアプレットにとっては、販売に関する新たな経費は発生しない。</li> </ul>	
マーケティング計画	価格戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>・こけしマニア向けとしての「こけス」は高くても売れる商品である。</li> <li>・「こけス」は新製品として上澄吸収価格を取れる商品である。</li> <li>・ゲームとしての「こチェス」の競合企業はない。</li> </ul>
	流通経路戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アプレットが、卸売業者として介在することで、ネット販売や津軽こみせ株式会社が運営する「こみせ駅」・「津軽こけし館」などでのお土産販売が可能。</li> </ul>
	販売促進戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>・私たちの活動が新聞掲載やテレビ放映もされ、話題を呼んでいて、広告となっている。</li> <li>・高校生である私たちが、ゲームのルールの普及やPR活動を進めていくことで、販売促進の相乗効果を生みだしプロモーションミックスが可能。</li> </ul>
販売目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ゲーム用の「こチェス」としては、児童館や小学校、老人福祉施設と限られるかもしれない。価格を安くできれば一般家庭にも普及が可能。</li> <li>・「こけス」はこけしブームである現在、十分な需要が見込める。</li> <li>・こけしを地場産業としている東北各地に広めることで、ライフサイクルの維持が可能。</li> </ul>	
リスクと解決策	<ul style="list-style-type: none"> <li>・こけし工人による受注販売ではリスクは発生しない。</li> </ul>	
収益計画・資金計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今の私たちには収益計算ができない。ただし、1日1セットの制作が限界であり、他に本業を持つ北山さんは月10セットくらいが精一杯との事でした。</li> <li>・現存の販売システムで十分であり、資金の準備の必要はない。</li> </ul>	

**(2) 販売準備**

アプレットから販売してもらえることになり、販売の準備に入りました。まずは、製造元である北山さんを訪ね、見本となるこけスを制作してもらいました。その後、こけスのルールや、資料をアプレットに提供し販売サイトの打ち合わせや、ケースの製作依頼企業との打ち合わせを繰り返し準備を進めました。

子どものプレゼントに購入してもらえないかと考え、発売予定日をクリスマスに合わせることにしました。

その他、プラスチック製品を加工している工場へ、木工チップを使った成型金型での製作も試みしました。1ロット1,000個で見積額を出してもらったところ1セット30,000円を超えることになり、この時点で私たちは断念しました。

＜販売元となるアプレットへ提案した商品＞

<p><b>包装紙・袋</b></p>  <p>情報デザイン科とのコラボレーションでデザインし、包装紙の裏には商品説明ルールを印刷。袋はビニール系のシートに印刷をしている。</p>	<p><b>パッケージ表</b></p>  <p>目立つように赤地に行書体の文字で和風にした。スライド式の蓋になっている。</p>
<p><b>「こけス」</b></p>  <p>こけしマニア向けであり、インテリア感十分。ケースの底に駒の写真が貼られており、収納に悩まない。</p>	<p><b>「こチェス」</b></p>  <p>ゲーム用として制作されるもので、安価にすることが課題となる。</p>
<p><b>ゲーム盤</b></p>  <p>別売りのものと、ふたを裏返すことでゲーム盤として使用できる2種類。</p>	<p><b>ルールシート</b></p>  <p>詳しいルールはルールブックで、ゲーム中は簡易ルールシートを使用する。大会特別ルールも書かれている。</p>
<p><b>提案したこけスの販売試作品</b>（初期段階から協力してくださった阿保正文さん作）</p> 	

- I はじめに
- II これまでの活動
- III 研究目標と研究仮説
  - 1. 研究目標の設定
  - 2. 研究方法
  - 3. 研究仮説
- IV 調査・研究
  - 1. こけスの販売促進と販売経路の確保を目指して
  - 2. こチェスの制作依頼
  - 3. こけスのPR
- V 活動のまとめ
- VI 研究目標と研究仮説の検証
- VII 今後の課題と提案
- VIII おわりに

### (3) 販売開始 H25. 12. 16～

平成 25 年 12 月 16 日ついに販売を開始することができました。クリスマス商戦を狙って第 1 期販売としては 10 セット限定としました。販売価格は 42,000 円になりましたが、昨年度までの検証で革新的採用者であるこけしマニアには高くても売れると検証されたことから、楽しみにしていました。

<販売サイト><http://www.applet1181.jp/furusatobin/yosebako/kokesu/>



「こけす」は、生徒達のアイデアとたくさんの努力から生まれました。



眺めるだけで楽しくなる、かわいい駒たちを紹介します。

#### ◎駒の仕様

キング 王様	クイーン 女王	ビショップ 僧侶	ナイト 騎士	ルーク 城将	ポーン 兵
王冠をかぶせ、マントで威厳をイメージ	細い体型で女性らしさをイメージ	司教冠をかぶせ、聖型をイメージ	笠をかぶせた侍のイメージ	どの駒より大きく、堅い威厳をイメージ	シンプルにこけしをイメージ
赤: 1 個 緑: 1 個	赤: 1 個 緑: 1 個	赤: 2 個 緑: 2 個	赤: 2 個 緑: 2 個	赤: 2 個 緑: 2 個	赤: 8 個 緑: 8 個

※手作りのため、大きさには多少のバラつきがあります。  
※こけし職人さんにも制作依頼予定です。ご期待ください。

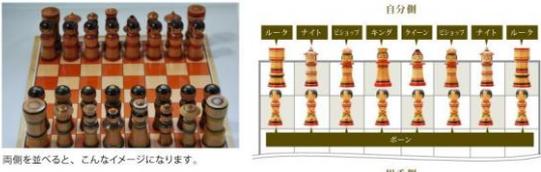
#### ◎パッケージ

「こけす」を収納する箱は、黒石市のお隣の田舎館村にある、就労支援施設「せせらぎの園」様の協力のもと制作し、さらに印刷加工を施したものです。



#### 遊び方

#### ◎駒の並べ方



#### ◎ルールの説明

- 1 じゃんけん、で「先(先手)」「後(後手)」を決めます。
- 2 自分の順番の時に、自分の駒の動ける範囲に、敵の駒があれば、それを取ることができます。ただし、取った駒は使うことができません。
- 3 「ナイト」以外の駒は、他の駒を飛び越して移動できません。
- 4 「キング」は、敵の駒が動ける範囲には移動できません。
- 5 敵の「キング」を、自分の駒で取ろうとする時は、「チェックメイト」と宣言します。
- 6 「キング」が絶対逃げられないように詰みつけたチェックのことを「チェックメイト」と呼びます。これで駒が決まります。プレーヤーは敵の「キング」を「チェックメイト」することを目指します。
- 7 劣勢な駒が降参することでも勝敗が決まります。降参する時には「負けました」と宣言します。

#### ◎駒の動き方

	<b>キング</b> 全方向に1マス動くことができます。		<b>クイーン</b> 縦、横、斜めの範囲に何マスも動けます。
	<b>ビショップ</b> 斜めのみ何マスも動けます。		<b>ナイト</b> 他の駒を飛び越える特殊な動きができます。
	<b>ルーク</b> 縦、横のみ何マスも動けます。		<b>ポーン</b> 前の方に1マス進めます。最初の駒の駒のみ取ることができます。

※投げたりして遊ぶはしないでください。  
※乳児や幼児の手が届かないところに置いてください。

- I はじめに
- II これまでの活動
- III 研究目標と研究仮説
  - 1. 研究目標の設定
  - 2. 研究方法
  - 3. 研究仮説
- IV 調査・研究
  - 1. こけすの販売促進と販売経路の確保を目指して
  - 2. こけすの制作依頼
  - 3. こけすのPR
- V 活動のまとめ
- VI 研究目標と研究仮説の検証
- VII 今後の課題と提案
- VIII おわりに



#### (4) 販売商品からの検証

提案した商品と販売された商品を比べ、商品を検証しました。

I はじめに

II これまでの活動

III 研究目標と研究仮説

1. 研究目標の設定

2. 研究方法

3. 研究仮説

#### IV 調査・研究

1. こけスの販売促進と販売経路の確保を目指して

2. こチェスの制作依頼

3. こけスのPR

V 活動のまとめ

VI 研究目標と研究仮説の検証

VII 今後の課題と提案

VIII おわりに

#### 私たちの提案

ケースを入れる袋としてビニール系シートに印刷しました。



#### 商品化されたもの

紙箱での販売。



赤が目立つようにして、こけしをイメージさせた和風の行書体文字に。



高級感を出すためにレーザ印刷。デザインを大きく変更した。



ハレパネを切り抜いて作成。



黒ウレタンで高級感を出して作成。ポーンにはアヤメが描かれている。



印刷された用紙をラミネート加工して両面テープで貼り付けた。



レーザ印刷で高級感を出した。



(5) アプレットからの販売報告 H26. 6. 11

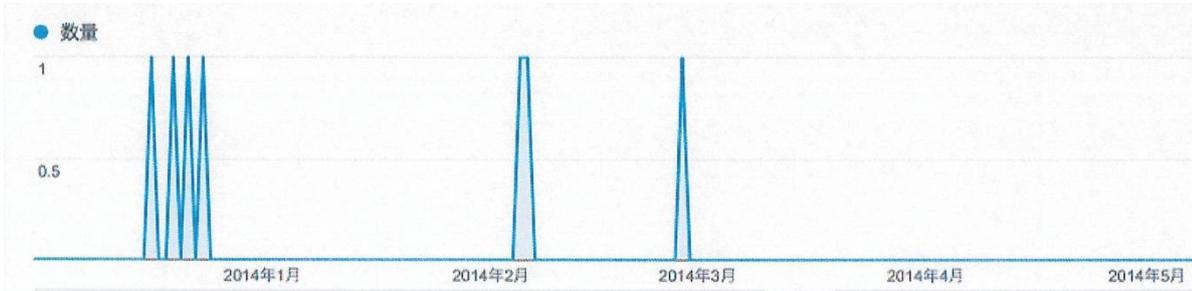
販売開始から半年が過ぎた6月11日に私たちはアプレットから販売報告を受けました。



アプレットから提供された販売に関するデータ

<販売数量>12月16日~6月10日までのデータ

12月に4セット、2月2セット、3月1セットの合計7セットの売上数でした。



売上額は、1セット42,000円を7セットで294,000円。単価が高いことから、1月の月間売上で第2位になりました。8月にはもう1セットの予約が入っているそうです。

<アクセス数>



最初の山は、アプレットのメールマガジンでこけすの販売開始が発信されたときのアクセス数で12/17:111回。  
2回目の山は、12/21にこけすの販売が新聞に掲載されたことによる。

ページビュー数	ページ別訪問数	平均ページ滞在時間	閲覧開始数
848	670	00:02:17	429

セッション	新規セッション率	新規ユーザー
83	33.73%	28

こけすのページへ670人、848回のアクセスがあった。約3割の人が再度見に来てくれている。さらに新規閲覧が28人となり、全ページの33.73%の人がこけすのページを見てくれたこととなります。この数は、アプレットが扱っている全商品の中でも上位を占めている。

- I はじめに
- II これまでの活動
- III 研究目標と研究仮説
  - 1. 研究目標の設定
  - 2. 研究方法
  - 3. 研究仮説
- IV 調査・研究
  - 1. こけすの販売促進と販売経路の確保を目指して
  - 2. こけすの制作依頼
  - 3. こけすのPR
- V 活動のまとめ
- VI 研究目標と研究仮説の検証
- VII 今後の課題と提案
- VIII おわりに

I	はじめに
II	これまでの活動
III	研究目標と研究仮説
	1. 研究目標の設定
	2. 研究方法
	3. 研究仮説
IV	調査・研究
	1. こけスの販売促進と販売経路の確保を目指して
	2. こチェスの制作依頼
	3. こけスのPR
V	活動のまとめ
VI	研究目標と研究仮説の検証
VII	今後の課題と提案
VIII	おわりに

## (6) 販売経路の拡大 H26. 5～

生産者（民芸工房北山）→流通業者（アプレット）→消費者へと、今までのネット販売から、小売業者を増やそうと、黒石市内のお土産屋「津軽こみせ駅」、「青森空港」お土産売り場、青森県観光物産館「アスパム」に、こけスを見ていただき販売の内諾を得ることができたのですが、経費やリベートが発生する取引は私たちの手には負えませんでした。

それでも、10月6日から津軽こみせ駅に私たちの持っているこけスを見本として置いていただき、販売が開始されました。

アプレットによると、店頭販売には見本が必要で、制作する経費が必要となります。単価が高いので見本の経費もおそろかにできないそうです。



## (7) 販売促進 H26. 9～

アプレットから「月4セットくらいの販売が見込めれば商品としての取り扱いが可能」といわれた私たちは、販売促進活動に取り組んでいます。

### ①ダイレクトメールでPR

チェスの愛好者には、高価な駒でも購入する人もいるかもしれないと考え、日本チェス協会に登録されたサークルを検索し、チェスマニアをターゲットにしたダイレクトメールの発信をしました。

インターネット上の掲示板で取り上げていただくなど反響はありましたが、木製の駒はすでに販売されており、こけしに興味のない方々は魅力を感じないようでした。しかし、駒に対する特徴や大きさのアドバイスをいただくことができ、今後の普及版であるこチェスの改良データを得ることができました。

### ②プッシュ戦略 H26. 9. 13-14

黒石こみせまつりで9回目のこけス体験会を開き、価格に対するアンケートと駒1個、1個がこけし工人による手作りであること、ミニこけしの価格が1,000円前後であることを説明しながらこけスのプッシュ戦略をしました。その結果、1セットですが注文を頂くことができました。もともと欲しいと思っていた方であり、私たちの説明を聞いて決断してくれました。

### ③パブリシティ戦略

こけしを工芸品として制作している地域は東北地方であることから、東北6県のテレビ局22社に、私たちの活動を紹介した報告書やこけス画像を添えて取材を依頼しました。FAXでの返信をお願いしたのですが、返答があったのは「取材できない」という1社のみでした。現実の厳しさを感じました。

## 2. こチェスの制作依頼

### (1) 「こけス」から「こチェス」へ

平成 22 年度から進めているこけスの商品開発は、観賞用の「こけし」に対し、昔のように遊び道具として、多くの人に興味を持ってもらえるような商品を目指したものです。

昨年度の研究仮説は「こけしの新種としてのこけスは、こけしマニアに受け入れられ高くても売れる。」であり、42,000 円で販売されたこけスは、アプレットからの報告にあったように県内外を問わず、こけしマニアの方々へ売れました。

こけスのライフサイクルから見る導入期としての販売は成功したといえます。これを、成長期へと進めていくためには、商品を一般大衆向けにして、早期採用者と呼ばれる消費者へと拡大した販売が必要になるのではと考えました。そこで、販売価格を 10,000 円くらいにできないか考え、ゲーム用のこチェスを追加することにしました。



現在販売中の「こけス」



調査・研究中のゲーム用「こチェス」

### (2) こチェスの制作依頼 H26. 6. 16～

アンケートからゲーム用としてのこチェスは「10,000 円以下ならば売れる」という人が多いというアンケート結果を得ていました。しかし、こけスは全ての駒が手作りであり、ケースも駒の大きさがばらつくことで機械化ではなく手作りとなっていることから、現在の販売価格は 42,000 円に設定しています。

42,000 円から 10,000 円という設定は私たちも無謀な設定だとは思っていたのですが、「顔を入れない、材料を市販の丸棒から制作できないだろうか？」などの提案をしながらこけし工人に制作を依頼することにしました。こチェスの図面や私たちの活動などができるだけ伝わるように資料を同封し、県内の津軽系こけし工人 16 人へ郵送と持参しました。結果として、7 通の返信があり、全てが「制作できない」の回答でした。

7 月 23 日に津軽こけし工人会会長の阿保さんに制作ができない理由を聞いたところ、「依頼したこけし工人たちは



- I はじめに
- II これまでの活動
- III 研究目標と研究仮説
  - 1. 研究目標の設定
  - 2. 研究方法
  - 3. 研究仮説
- IV 調査・研究
  - 1. こけスの販売促進と販売経路の確保を目指して
  - 2. こチェスの制作依頼
  - 3. こけスの PR
- V 活動のまとめ
- VI 研究目標と研究仮説の検証
- VII 今後の課題と提案
- VIII おわりに

I はじめに

II これまでの活動

III 研究目標と研究仮説

1. 研究目標の設定

2. 研究方法

3. 研究仮説

IV 調査・研究

1. こけすの販売促進と販売経路の確保を目指して

2. こけすの制作依頼

3. こけすのPR

V 活動のまとめ

VI 研究目標と研究仮説の検証

VII 今後の課題と提案

VIII おわりに

手間が掛かっているのに対して、値段が安く利益が出ない。違う仕事をした方が、儲けが出るからできないのではないのか」とおっしゃっていました。また、「自分の形にこだわりを持ち、他の人が形にしたもの（こけすは商品化されておりそれを作ることはまねをすることになる）は作らない人もいる」最後に、「系統別に作ってみてはどうか、木工所に依頼して大量生産してはどうか」とアドバイスをいただきました。

### <阿保さんのアドバイスを元に考えられること>



- ①東北6県の代表的なこけしを選び出してこけすの駒に見立てる。
- ②駒の大きさや配色を指定して制作依頼。
- ③集まった駒を1セットにしてケースに収納。
  - ・こけしマニアにとっては、6人の工人のこけしが1セットになった魅力的な商品となる。

### (3) 全国へのこけすの制作依頼 H26. 9. 4～

県内のこけし工人に制作の依頼が難しいことから、全国の木工所10社と宮城県を中心とした東北各地のこけし工人47名に制作依頼を出しました。

回答をいただいた多くの方から、アイデアを褒めていただきましたが、「こけしブームによりこけしを作るだけで精いっぱいである。」や「高齢によって協力できない。」という回答でした。また、木工所からは、「ロット数が小さいと制作はできない。」との回答でした。それでも、仙台市のこけし工人から「制作できる。」の回答をいただき、試作をしていただき値段の設定をお願いしました。また、富山県南砺市の木工所から見積もりをいただくことができました。初期費用(総型刃物代)として330,000円、40セット1,280個で駒単価199円となり、損益分岐点の計算をしました。

#### こけすの損益分岐点の計算

ゴールシーク結果		手入力		科目	品名	単価	数量	価格
販売価格	10,000	9,800		固定費	総型刃物代	55,000	6	330,000
販売個数	102	200		固定費	色つけ工具	10,000	1	10,000
売上高	1,020,408	1,960,000		変動費	駒仕入原価	199	32	6,368
変動費	680,408	1,333,600		変動費	袋製造原価	200	1	200
固定費	340,000	340,000		変動費	ゲーム盤	100	1	100
損益分岐点	1,020,408	1,063,857		売上高	こけす	10,000	102	1,020,408
粗利益	0	286,400						

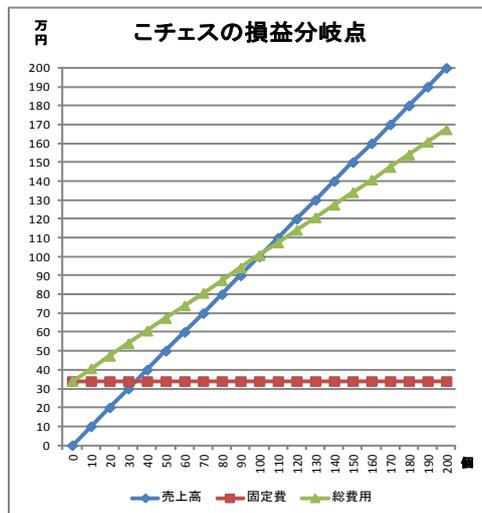
販売価格を設定後の損益分岐点粗利益がゼロ(損益分岐点)になる販売個数を求める。

ゴールシークマクロ

#### 2. 損益分岐点グラフ

- I. 1個あたりの販売価格 10,000
- II. 1個あたりの製造変動費 6,668
- III. 製造固定費 340,000

売上数量	売上高	変動費	固定費	総費用
0	0	0	340,000	340,000
10	100,000	66,680	340,000	406,680
20	200,000	133,360	340,000	473,360
30	300,000	200,040	340,000	540,040
40	400,000	266,720	340,000	606,720
50	500,000	333,400	340,000	673,400
60	600,000	400,080	340,000	740,080
70	700,000	466,760	340,000	806,760
80	800,000	533,440	340,000	873,440
90	900,000	600,120	340,000	940,120
100	1,000,000	666,800	340,000	1,006,800
110	1,100,000	733,480	340,000	1,073,480
120	1,200,000	800,160	340,000	1,140,160
130	1,300,000	866,840	340,000	1,206,840
140	1,400,000	933,520	340,000	1,273,520
150	1,500,000	1,000,200	340,000	1,340,200
160	1,600,000	1,066,880	340,000	1,406,880
170	1,700,000	1,133,560	340,000	1,473,560
180	1,800,000	1,200,240	340,000	1,540,240
190	1,900,000	1,266,920	340,000	1,606,920
200	2,000,000	1,333,600	340,000	1,673,600



販売価格 10,000円  
1セット当たりの製造変動費を6,668円  
製造固定費を340,000円  
で設定すると損益分岐点は1,020,408円となる。  
販売個数102個を売ること  
で粗利益はゼロとなり、200個で896,143円の粗利益が見込める。

#### (4) こチェスの入れ物を試作 H26. 7～

こチェスの価格を抑えるために、パッケージではなく布製の袋を作ることになりました。ファスナー付きのバッグ型や裏にゲームボードを印刷するなど、7パターン  
のアイデアから下図のようなデザインで、設計試作に取りかかりました。

価格設定 200 円～300 円となり、スポーツ店で製造が可能です。また、ゲーム版  
は袋と同じように、ビニール系シートに印刷しました。

デザイン



設計試作品



ゲーム版 (ビニール製)



### 3. こけスのPR

私たちは、昨年度に引き続き、こけスの知名度を高めようとさまざまなPR活動  
をしてきました。

こチェスはまだ販売されていないので、外部に出す資料はこけすで名前を  
統一しています。

#### (1) パンフレットや商品広告の作成

こけスの販売活動やこけスゲームの大会および体験会での配布のためにパンフ  
レットや商品広告の作成に取り組みました。私たちのこけスに対する目的や活動内  
容を十分に伝えることができるように、また、もらった人が見やすいように工夫し  
ました。



- ①一枚もの・・・呼び込みなどで多くの人に配るための両面刷り。
- ②三つ折り・・・体験会や大会に参加した人に配るためのもの。
- ③ジャバラ折り・・・販売や折り込みチラシとして作成したもの。

I はじめに

II これまでの  
活動

III 研究目標と  
研究仮説

1. 研究目標の設定

2. 研究方法

3. 研究仮説

IV 調査・研究

1. こけスの販売促  
進と販売経路の確  
保を目指して

2. こチェスの  
制作依頼

3. こけスのPR

V 活動のまとめ

VI 研究目標と  
研究仮説の検証

VII 今後の課題と  
提案

VIII おわりに

## (2) こけスゲーム体験会・こけス世界大会の開催

昨年度の「第2回こけス世界大会」でゲームのルールを広めることが重要であると判断した私たちは、さまざまなイベントなどの機会を捉えて、「こけス体験会」や「こけス展示会」を行いました。また、参加してくださった方々へのアンケートやインタビューで市場調査しました。

### ①H25. 9. 7 高校生ビジネスプランコンテスト参加

黒石、弘前、五所川原の3市の商工会議所青年部が主催する高校生ビジネスプランコンテストに応募。最終審査会まで残り、第3位となることができました。このコンテストは、工業高校や農業高校も参加しており私たちにとっては、他分野の研究内容を知ることができ、とてもよい刺激になりました。



### ②H25. 9. 8 こけスゲーム体験会及びアンケート

津軽こけし館近くの駐車場で「ペットビジネス」を研究する班のイベントで、体験会および津軽こけし館来訪者へアンケートを実施しました。

ペット目的で来た方々は、こけスに対する興味が薄く、見るだけにとどまっていました。津軽こけし館に来たお客さんからはとても良い評価をいただきました。



### ③H25. 9. 14-15 黒石こみせまつりでのこけスゲーム体験会

市民にアピールするために体験会を実施しました。多くの家族連れの方々に体験していただくことができました。1日目に体験した小学生が父親にねだって2日目にも来てくれたことを聞いて、こけスゲームの魅力に自信を感じました。また、こけスの販売について尋ねる人も多く、販売に向けた活動への励みになりました。



### ④H25. 9. 19-10. 3 黒石観光ホテルに体験コーナー設置

こけし産地のホテルや旅館にこけスを販売したいと考えていることから、ロビーにゲーム体験コーナーを設置させていただき、お客さんの反応をホテルの方から聞くことができました。ロビーでコーヒーを飲みながらこけスゲームを楽しんでいたお客さんが数人いたと報告を受けました。



### ⑤H25. 10. 5 「生涯学習フェア2013」元気！高校生めざせトップランナー

青森県総合社会教育センターが主催するキャリア教育のイベントで研究発表、体験会、アンケートを実施したところ、さまざまな仕事や経験を持つ人の意見を聞くことができました。

会場に外国語指導助手（ALT）の2人が来て、英語でチェスゲームをやりだしたのにはびっくりしました。



### ⑥H25. 10. 26-27 五所川原産業祭りでのこけす展示・体験会

五所川原市産業祭りに招待いただき、展示会・体験会を実施しました。黒石以外での機会が少なかったのが良かったと思います。体験する人は少なかったものの、スタッフの方々が関心を持ち体験してくださいました。見学者の中には、「商標登録は済んでいるのか？」と尋ねる人もあり、こけすのアイデアに感心していました。



### ⑦H25. 11. 16-17 黒石りんご祭りでのこけす体験会

黒石市産業祭りである「黒石りんごまつり」には市内外から多くの方々がりんごを求めて来ます。その2日間に体験会を開催したところ、子どもだけでなく大人の方々も来てくださり、多くの方々に体験していただくことができました。販売について尋ねる方もあり、できるだけ早く販売できるよう頑張ろうと思いました。



### ⑧H26. 1. 23 課題研究引継ぎプレゼン

本校商業科は3年生で「課題研究」の授業があり、3年生から2年生へ研究テーマの引継ぎがあります。これまでの活動内容や、自分たちが実行できなかったことの説明を受けました。私たち10人も、先輩方のこけすに関する活動を聞き引き継いでいます。



### ⑨H26. 2. 10-3. 11 ひな壇飾りで展示

こけすは16個×2組、6種類の駒でできています。キングをお内裏様、クイーンをお雛様に見立てて、ひな壇飾りを作り、「第3回津軽くろいしこけしめぐり」に出品しました。

黒石こみせ駅や黒石商工会議所、本校玄関などに展示したところ、こけしを見に来てくれた方々からも、大きな反響がありました。新しい活用（展示）方法を見つけ出すことができました。



- I はじめに
- II これまでの活動
- III 研究目標と研究仮説
  - 1. 研究目標の設定
  - 2. 研究方法
  - 3. 研究仮説
- IV 調査・研究
  - 1. こけすの販売促進と販売経路の確保を目指して
  - 2. こけすの制作依頼
- 3. こけすのPR
- V 活動のまとめ
- VI 研究目標と研究仮説の検証
- VII 今後の課題と提案
- VIII おわりに

### ⑩H26. 6. 14 黒石西部児童館での体験会

こけスゲームの子どもたちへの定着を検証するために、児童館と黒石ほるぷ子ども館に置かせてもらいました。



黒石西部児童館へは、6月1日から置いていただき2週間後の14日に体験会（26名の参加）を実施し、ルールが分からない期間とルールが分かってからの期間で子どもがこけスで遊ぶ様子を観察してもらいました。

### ⑪H26. 6. 22 黒石ほるぷ子ども館での第3回こけス世界大会

津軽こけし発祥の地である黒石温泉地区にある黒石ほるぷ子ども館で、「第3回こけス世界大会」を実施しました。13人の参加者の中には、大会案内のチラシを配った小・中学校以外からも参加があり、私たちのこけスゲームのPR活動が実ってきた結果といえます。年齢も小学1年～中学生、大人までと、多くの方々に参加していただきました。現在もこけスを貸し出しています。



### ⑫H26. 8. 6 山形公民館で体験会「こけスで遊ぼう！」

黒石市社会教育課主催の夏休みの事業として依頼を受け、6月に行った黒石ほるぷ子ども館隣の公民館で体験会を開きました。私たちの活動が地域の方々から認められてきたものと思いました。子どもの遊びとしてのこけスが、津軽系伝統こけし発祥の地である黒石市から広がることはとても大事なことです。



### ⑬H26. 9. 13-14 黒石こみせまつりでの体験会

こけスに対する知名度の確認や開発中のこチェスの価格調査のためにアンケートを実施しながら8回目の体験会を開きました。

「これが新聞のこけスですか。」とか「また来たよ。」などと声かけがあり、知名度は上がってきています。さらには、以前こけスを購入したという方も「孫が喜んで遊んでいるヨ。」と感想をくださいました。



こけスの知名度を高めようと、繰り返し開催してきたこけスゲーム体験会は8回を数えました、初めは地域のイベント会場を間借りしていましたが、自主開催ができるようになり、8月には体験会の開催依頼を受けるところまで来ました。また、展示の機会も増えており、大阪商業大学での「起業教育研究会」や「全国産業教育フェア」など全国的な広報ができるようになってきました。このPR活動を続け、津軽こけし発祥の地からこけスを広めて行きたいと考えています。

### (3)パブリシティの活用

資金のない私たちにとって、新聞やテレビに取り上げていただく、パブリシティ戦略を繰り返すことはとても大事なPR方法です。多くの新聞社にこけス大会や活動内容を掲載していただきました。また、テレビ局においても青森テレビ「スクールラボ」で放送していただき県内全域に紹介できました。

こけスの知名度が上がったことから、体験会の交渉もスムーズにできるようになり、参加者も多くなってきました。

平成25年9月19日放送



平成26年6月20日 津軽新報



平成26年6月24日(火) 東奥日報掲載

「こけス」勝負です!!

黒石 22日「世界大会」開催

商業高 22日「世界大会」開催

黒石商業高校の生徒から選り抜かれた選手も参加できる。黒石商業高校の生徒から選り抜かれた選手も参加できる。黒石商業高校の生徒から選り抜かれた選手も参加できる。

平成26年6月20日 東奥日報

「こけス」勝負です!

世界大会13人楽しむ

黒石商業高校の生徒13人が、今年初めての「こけス」大会に挑戦する。黒石商業高校の生徒13人が、今年初めての「こけス」大会に挑戦する。

平成26年6月25日(水) 津軽新報掲載

こけし駒のチェス「こけス」研究で発表

黒商チーム 全国切符

東北高校大会、見事1位

日本一、普及・拡大へ意欲

黒石商業高校の生徒から選り抜かれた選手も参加できる。黒石商業高校の生徒から選り抜かれた選手も参加できる。

かわいいうでで頭脳戦

黒商生 こけス世界大会

黒石商業高校の生徒から選り抜かれた選手も参加できる。黒石商業高校の生徒から選り抜かれた選手も参加できる。

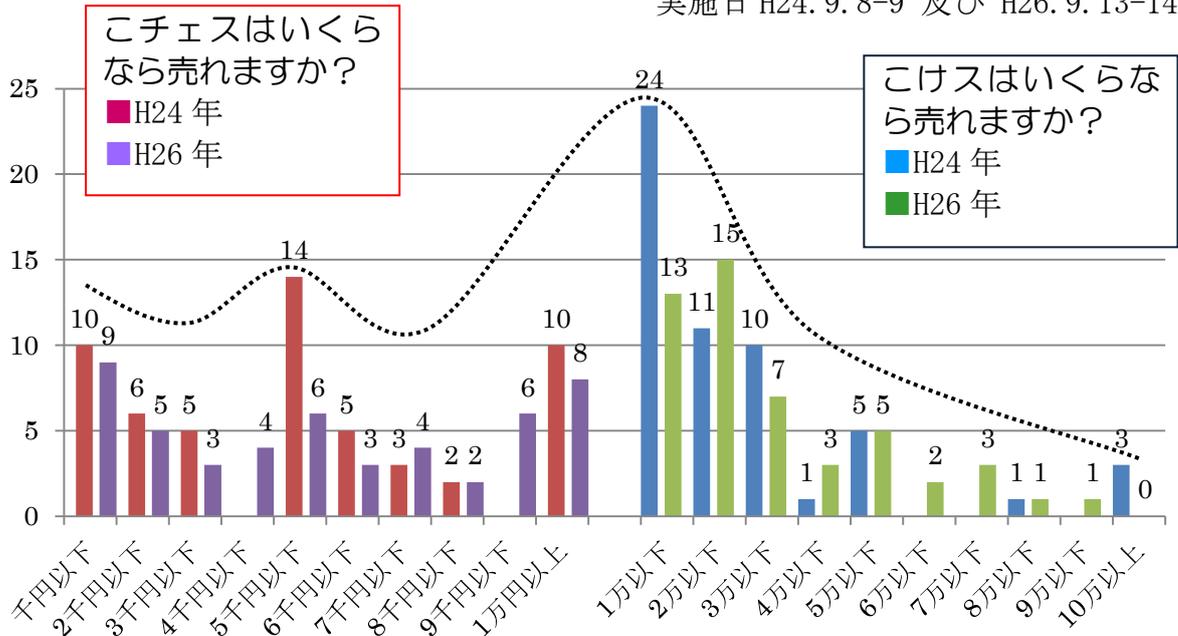
- I はじめに
- II これまでの活動
- III 研究目標と研究仮説
  - 1. 研究目標の設定
  - 2. 研究方法
  - 3. 研究仮説
- IV 調査・研究
  - 1. こけスの販売促進と販売経路の確保を目指して
  - 2. こけスの制作依頼
- 3. こけスのPR
- V 活動のまとめ
- VI 研究目標と研究仮説の検証
- VII 今後の課題と提案
- VIII おわりに

#### (4) アンケート

黒石こみせまつりでの体験会を利用して、こけすとこチェスに関する価格調査のためのアンケートを実施しました。体験会に興味を持ってくださった方々を中心に、平成 24 年 9 月と 2 年後の平成 26 年 9 月の 2 回行いました。こけスの知名度が上がってきたことによる価格の変化を知りたかったのですが、大きな変化は見られませんでした。

こチェスとこけスの販売価格に関するアンケート調査

実施日 H24. 9. 8-9 及び H26. 9. 13-14



I はじめに  
II これまでの活動

III 研究目標と研究仮説  
1. 研究目標の設定  
2. 研究方法  
3. 研究仮説

IV 調査・研究  
1. こけスの販売促進と販売経路の確保を目指して  
2. こチェスの制作依頼

3. こけスのPR  
V 活動のまとめ

VI 研究目標と研究仮説の検証

VII 今後の課題と提案

VIII おわりに

調査項目として、年齢・住まい・性別・こけしの有無・こけスに対する評価・チェスゲーム経験の有無等としましたが、ここでは価格調査のデータを紹介します。

#### <結果>

- ・価格に関する調査は、アンケートに答える人にとっては難しい設問だったようです。こけしマニアでない人にとっては、こけしの価値が分からない。マニアの人にとっては工人ブランドに左右されてしまう。私たちは設問の甘さを感じました。
- ・棒グラフの波形から、価格としては安価な方が良いが、値ごろ感としては 10,000 円前後が最も売れそうであると判断しました。

#### <商品開発の現場から>

6月20日に平川市の木村食品工業会長である木村さんより、商品開発に関する講話を聞くことができました。木村会長のお話では商品開発成功のカギは「商品に対する思い」だということです。週3時間の学習の中で研究を進めている私たちには、時間もお金もありません。しかし、こけスに対する思いは誰よりも強くあります。

- ・変化したものが生き残る→強いものが生き残るのではない
- ・商品には値ごろ感がある。→どんな材料を使えばよいか
- ・商品開発はお客さんから聞く→その中から自分が対応できるもの
- ・情報を得るには人間性を高める→お客さんから声を掛けてもらえる

- ・ アイディアを行動へ→考えたことを実践しないといいものはいない
- ・ 商品を出すタイミングが大事→早すぎても遅すぎてもダメ
- ・ デザインの力が 50%以上を占める→商品へのイメージで売上が変わる

### <世界に向けた挑戦の再確認>

6月から本校にALTのジェシカさん（米オハイオ州出身）が英語の指導に来ています。ジェシカさんにインタビューしたところ、「チェスはほとんどの家庭にありゲームを楽しんでいる。こけスは外国でも売れると思う。私も帰国する時お土産に買いたい」と言ってくれました。こチェスの開発を成功させ、全国のALTや国際交流でのお土産として販売できるのではと考えました。

## V 活動のまとめ

こけしを昔の遊び道具として捉え、こけしとチェスのコラボ商品「既存製品の新たな用途開発商品」として開発してきたこけスなのですが、強い興味を示したのは、こけしマニアの方たちでした。インターネット通販会社アプレットからネット販売が実現し、お客さんからの問い合わせに「ネットで販売していますのでぜひ購入をお願いします」と胸を張って言うことができるようになりました。

「こけスゲームの体験会」をPDCAサイクルに乗せながらスパイラルアップを図ってきました。この繰り返しから、新しい方法が見つかり、次の企画がスムーズにでき、参加者も増えてきました。しかし、こチェスの販売にはまだ時間が必要です。研究半ばであり、これからも継続して活動を進めます。

私たちは、「商品開発」「マーケティング」の教科書を読みながらこけスの販売活動やPRの糸口を見つけ、調査・研究を進めています。また、データの分析や制作依頼には「ビジネス情報」での知識を活用することができています。これらの教科書を読み終えたとき、新しい活動方法や、やるべき内容を知ることができるのだと思います。

## VI 研究目標と仮説の検証

こけスの販売は、平成25年12月16日～23日までを第1期予約販売とし実施されました。その後、第3期販売まで続き、現在も販売中です。現在までに9セット378,800円の売り上げとなり、こチェスも資金面の解決がなされれば、販売できるところまで来ました。

### 仮説1 こけスのアイデアはこけし工人によって商品化される。

こけスは民芸工房北山さんによって商品化され、ネット通販会社アプレットによって販売されています。もっと多くのこけし工人の手で商品化されることを願うのですが、第3次こけしブームである今は、こけし工人が忙しく制作していただけないようです。

I	はじめに
II	これまでの活動
III	研究目標と研究仮説 1. 研究目標の設定 2. 研究方法 3. 研究仮説
IV	調査・研究 1. こけスの販売促進と販売経路の確保を目指して 2. こチェスの制作依頼 3. こけスのPR
V	活動のまとめ
VI	研究目標と研究仮説の検証
VII	今後の課題と提案
VIII	おわりに

I はじめに

II これまでの活動

III 研究目標と研究仮説

1. 研究目標の設定

2. 研究方法

3. 研究仮説

IV 調査・研究

1. こけスの販売促進と販売経路の確保を目指して

2. こチェスの制作依頼

3. こけスのPR

V 活動のまとめ

VI 研究目標と研究仮説の検証

VII 今後の課題と提案

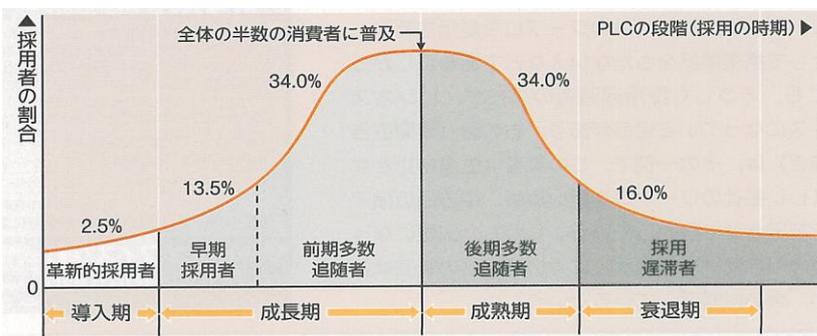
I おわりに

「商品を出すタイミングが大事」という木村会長の講話内容が理解できました。そのためにも、常に情報を収集努力することが大切だと思います。

**仮説2** 商品化されたこけスはマスメディアによって情報発信され、こけしマニアである革新的採用者によって、製品のライフサイクルの導入期となる。

マーケティングの教科書には、製品のライフサイクルで新製品の普及における導入期は全体の2.5%とあります。こけスの制作は現在北山さん1人であり、多くの数を供給できる状況ではありません。全体の販売数が少ないことから、この9セットを2.5%に当たると見なせば、導入期の目標が達成できたといえます。

### <実況出版 「マーケティング」教科書より>



9セット×42,000円=378,000円  
これを導入期の2.5%と見なせば100%に換算すると15,120,000円となり販売総額目標の1千万円を超える。

マスメディアに取り上げてもらうには消費者の興味を引く、新しい情報を提供することが大切であり、報道の権限はマスメディア側にあることから、自主的な広告・PR活動が必要となることが分かりました。

**仮説3** こチェスの開発によって、価格が下げられ、一般大衆向け商品へと脱皮していくことから、早期採用者に購入されることで成長期へと導かれる。

こけし工人にゲーム用のこチェスとして制作依頼したのですが、理解が得られず検証できませんでした。しかしながら現在進めている、ゲーム用のこチェスの販売ができることで、こけしマニアの革新的採用者から一般向けの商品へと移り、早期採用者への販売が可能となり、成長期まで引き上げられるといえます。

商品の普及には、ターゲットの絞り込みと消費者が求める商品を開発することが大切であり、また、商品開発の計画段階において資金の確保が大切であることが分かりました。

## VII 今後の課題と提案

私たちには、まだ多くの課題が残されています。民芸工房北山さんによってこけスの販売はできましたが、ゲームとしてのこチェスの販売には至っておりません。私たちはアンケートや聞き取り調査から、こチェスの販売価格を10,000円として、こけし工人に制作依頼をしました。全て手作りの駒が、10,000円で制作してもらえるものか疑問があります。しかしながら、子どもたちにこけしの良さを伝えるた

めには、材料の素材を変えるのではなく、木のぬくもり感が重要です。木地玩具として愛され、こけしの良さが、地域の皆さんや子どもたちに受け入れられ継承されていくことも大切なことだと考えます。それとは裏腹に、伝統こけしという長い歴史から作り出された伝統に私たちのアイデアを加えることの難しさを感じています。

現在は津軽系のこけし工人の他に、東北各地のこけし工人や木工所で機械加工する方法を探っていますが、商品開発や起業の難しさを知ることができました。それでもさらに、調査・研究を進めることで、こチェスの商品開発から販売へと進めなくてはなりません。

### <これからの課題と提案> (利用の提案)

- ①こけしの形を体験会や実習の材料として活用・・・小学校でのこけし制作体験や工業高校での旋盤実習に利用することで、完成品でこけスゲームを楽しむことができます。
- ②こけスを就労施設で制作・・・パッケージを社会福祉法人黒石市社会福祉協議会「せせらぎの園」で制作していただきました。このように、こけスを障害者が制作することで、ロクロという作業内容を加えることができ、地域からの理解も生まれます。
- ③こけスによるリハビリ・・・ゲーム板のマス目を広くし、高齢者介護施設での作業リハビリとしての活用することで、介護士と患者とのコミュニケーションが生まれます。
- ④こけスで世代間交流・・・8回の大会や体験会で小学校から大人まで楽しめるゲームであることは検証されています。冬に高齢者の方がゲートボールをできなくなる雪国であることを逆手に子どもたちとの世代間交流への活用が期待できます。
- ⑤こけスを英語教育教材に・・・チェスゲームは世界中で親しまれています。アメリカ出身のAL Tの方からは小学生の時にクラブ活動で遊んだ話を聞くことができました。世界の子どもの遊びとして、チェスルールを紹介しながらこけスを英語教育教材として利用できます。

### (販売の提案)

- ・バンダイの「ガチャポン」や商品のおまけとして活用することで、人間の「集めたい」「収集したい」という心理から、6種類すべての駒がほしくなる。

### (販売ターゲット)

- ・こけしマニアやチェスマニアはもちろん、留学生やAL Tの帰国時のお土産として、さらには海外からの旅行客、国際交流のお土産などにも販売できる。

I はじめに

II これまでの活動

III 研究目標と研究仮説  
1. 研究目標の設定

2. 研究方法

3. 研究仮説

IV 調査・研究

1. こけスの販売促進と販売経路の確保を目指して

2. こチェスの制作依頼

3. こけスのPR

V 活動のまとめ

VI 研究目標と研究仮説の検証

**VII 今後の課題と提案**

VIII おわりに

## VIII おわりに

これまでにこけす世界大会は3回実施しました。今年の黒石りんごまつりには、県内のALTや、大学の留学生を招待した大会を開催しようと準備を進めています。そして、各地のチェスサークルに案内を出し、チェスの大会も開きたいと考えています。それこそが伝統こけしと世界のチェスをコラボレーションさせた意義であり、新しい地域の活性化につながるものと信じます。

私たちには夢と元気、そしてやる気があります。「こけすとこチェスを、黒石市を発祥の地として全国に広めたい。世界的なボードゲームのチェスと勝負をしたい。」そんな大きな夢をインターネットに乗せて、「世界に挑戦」します。

青森県立黒石商業高等学校 3年 商業科 課題研究

黒石りんごまつり参加企画

参加無料!!

### 第4回こけす世界大会

駒はこけしでルールは  
チェスのコラボ商品「こけす」

高校生が考案した「こけす」でチェスゲーム世界大会を開催します。

日本人はもちろんですが、世界各国の留学生・ALTの皆様の参加をお待ちしています。



黒石市の産業まつり「黒石りんごまつり」(11/22-23)の1つの企画として開催します。当日はりんご市・物産展や津軽民謡等多くのプログラムが楽しめます。

<大会方法>

- \* 11/22(土)は体験会:ゲームの練習ができます。
- \* 参加者賞としてふじりんご2個:りんごをかじりながらゲームができます。
- \* 参加定員:16名のトーナメント方式
- \* こけすルール:チェスルールから「アンパッサン」と「キャスリング」を除く。また、1ゲーム時間は30分。
- \* 優勝者商品:15kg入りふじりんご

主催:黒石商業高等学校  
開催日:2014/11/23(日)  
開催時間:10:00~15:00  
開催場所:スポカルイン黒石  
「黒石りんごまつり特設会場」  
問合せ:携帯080-6002-9610今

申し込み方法(募集人数16名になり次第締め切らせて頂きます)  
<下記へ氏名、連絡方法をお知らせください>  
指導教諭 商業科 今 金雄  
E-mail: kon-kaneo@m04.asn.ed.jp  
黒石商業高校:0172-52-3215 携帯電話:080-6002-9610



## <参考資料>

駒は~~チェス~~してルールは  
チェスのコラボ商品 「こけす」

# 「こけす」のルール

- ①じゃんけんで赤・緑を決め、赤が先手で緑が後手とする。
- ②自分の順番のときに、自分の駒の動ける範囲に敵の駒があればそれを取ることができる。ただし、取った駒は使うことができない。
- ③ほとんどのこけすの駒は、ほかの駒を飛び越して移動することはできない。ただし、ナイトは例外となっている。
- ④敵のキングを、自分の駒でとろうとするときに「チェック」と呼ぶ。
- ⑤敵のキングをとった時、またはキングが絶対に逃げられないように追い詰めた時、「チェックメイト」と呼ぶ。これで勝ちが決まる。2人のプレイヤーは相手のキングをチェックメイトすることを目指す。

### 【ポーンの特異な動き】

- ・ポーン（初手）：（そのポーンの）初手に限り、前方へ2マス進ませることができる。初めから1マスでも構わない。ただし、2マスの場合でもほかの駒を飛び越えることはできない。
  - ・ポーン（前進）：前方（相手側）の1マスずつ進むことができる。後戻りはできない。直前に味方の駒がある場合は、進むことができない。直前に敵の駒がある場合は、取ることも進むこともできない。
  - ・ポーン（駒の取り方）：斜め前方に敵の駒があった場合、駒を取ってそのマスに進むことができる。両方の斜め前に敵の駒がある場合は、どちらを取るか選ぶことができる。
  - ・プロモーション（昇格・成る）：相手側の最終ラインに到達したポーンは、それ以上動けなくなってしまう。そのため、プロモーションと呼ばれるルールが決められている。相手側の最終列に達したポーンは、クイーン、ビショップ、ナイト、ルークのどれか好きな駒に昇格させることができる。将棋の「成り」に似ている。
- ※こけすにおいて、チェスルールの「アンパッサン」・「キャスリング」はなしとする。

### 【駒の並べ方】



ルーク、ナイト、ビショップ、クイーン、キング、ビショップ、ナイト、ルーク



## 青森県立黒石商業高等学校

〒036-0321 青森県黒石市あけぼの町 97-2  
電話:0172-52-3215・3216 FAX:0172-53-6287