

平成27年度 大同大学卒業研究
愛知ブランド企業(有限会社八雲様)広報計画

チョコマントなごやめし化構想

上岡研究室
D12002 有満 純弥

広報理由

創業から68年和菓子を作り続けている有限会社八雲様が、
団子の新しい食べ方として開発したチョコマント。
68年という長い年月和菓子を作り続けてきた人達が今、
新しいことにチャレンジしていることに感動し、
このチョコマントをたくさんの人に知って欲しいと考えたため。

チョコマントとは

ありそうでなかったチョコと団子を組み合わせた
スイーツ感覚のお団子です。
近年いろいろな種類も増えてきています。



広報目的

チョコマンのなごやめし化。

最近メディアの注目度が高いなごやめし化を目指す。

ブランド化しつつあるなごやめしになることで、

沢山の人のチョコマンを認知してもらうことができると考え、

実際になごやめし化することで、チョコマンの知名度を上げる事が出来るかどうか考察する。

なごやめしとは？

平成17年（2005年）に開催された愛・地球博を契機として、「なごやめし」と総称される愛知・名古屋における特徴的な食文化の認知度が全国的に高まり、テレビや雑誌等、多くのマスメディアに取り上げられるようになった。

そこで、行政及び関連団体が連携し、なごやめしの魅力のPRや普及促進を通じて、国内外からの観光客誘致を図るため、「なごやめし普及促進協議会」を設立、平成23年度から、回遊型の食べ歩きイベント「なごやめし博覧会」を毎年行っている。

この「なごやめし普及促進協議会」によると名古屋めしとは、「みそかつ、手羽先、ひつまぶしなど名古屋及び近郊で広く受け入れられ、愛されてきた地域独特のメニューで、家庭や飲食店で広く食されているもの。今後、地域の多くの飲食店で普及し、広く受け入れられるようになったものが、新たな「なごやめし」となる可能性がある」とされています。

調べた所なごやめしは、最近メディアへの露出が増えたため、本当になごやめしか分からないものも多く出てきました。なので今回は「なごやめし普及促進協議会」がなごやめしとして扱っているものをリストアップした所26種類ありました。

発祥地別 なごやめし一覧

一宮市

- ①味噌煮込みうどん
- ②ベトコンラーメン

大治町

- ③えびおろしうどん

名古屋市周辺

- ④名古屋コーチン
- ⑤ひつまぶし
- ⑥味噌とんちゃん
- ⑦あんかけスパ
- ⑧台湾ラーメン
- ⑨カレーうどん
- ⑩鉄板スパ
- ⑪手羽先
- ⑫鬼まんじゅう
- ⑬小倉トースト
- ⑭志の田うどん
- ⑮ころうどん
- ⑯台湾まぜそば
- ⑰たまり煮込み
- ⑱スガキヤラーメン
- ⑲味噌カツ



三河地方

- ⑳きしめん
- ㉑えびせんべい

愛知県全体

- ㉒味噌おでん

大阪

- ㉓どて煮

三重県

- ㉔天むす

発祥が特定できないもの

- ㉕エビフライ
- ㉖ういろう

なごやめしの種類

1 特産のものを使用した料理

・味噌カツ



元々別々に売っていた豚カツにどて鍋のタレを浸して食べるようになったのが起源。
その後八丁味噌ベースのタレを使用するようになり、名古屋名物として定着。
今では名古屋市内の豚カツ屋のほとんどの店のメニューに「味噌カツ」が並んでいる。
有名な店舗に「矢場とん」があり、味噌カツの老舗として知られている。

・味噌とんちゃん



とんちゃんを味噌に漬けたもの。
昭和の時代から名古屋で愛されている。

・どて煮



発祥は大阪とされているが大阪のものはどて焼きと呼ばれており、名古屋のどて煮の発祥の地は大阪とは明言できない。

・味噌おでん



八丁味噌ベースの甘めの汁で作る
愛知県周辺特有のおでん。

・味噌煮込みうどん



各地に同じような郷土料理が存在するが、愛知県のものが有名なため名古屋名物として定着している。

・名古屋コーチン



日本三大地鶏の一つ
名古屋流の鶏肉のすき焼である「ひきずり」
写真のようなタタキ、鍋、親子丼、あぶり焼き、
焼鳥などに調理されて食べられる。

・たまり煮込み



東海地方特有の調味料であるたまりを使った
煮込みうどんのことを指す。「すまし」などとも呼ぶ。
味噌煮込みが出来る前の名古屋のうどんは
たまりつゆが基本だった。

・スガキヤラーメン

「甘党の店」として営業を開始、
ラーメンを取り扱うようになってから
寿がきやに解明した。
豚骨ベースのスープだが、
料理ではなくスガキヤラーメンという
店舗が名古屋名物のようなイメージ



2 アイディア料理

・ 櫃まぶし

鰻飯を出前する際、出前持ちが空の器を割って帰ってくることが多く複数人分をお櫃に入れて提供するようになったのが始まり、さらにその際うなぎとご飯が均等に行き渡るように細かく刻んでご飯と混ぜるようになり今の櫃まぶしが誕生した



・ えびおろしうどん



出汁を注いだ蕎麦・きしめん・うどんの上に大根おろしをかけ、さらに海老の天ぷらを乗せたもの。麺類の温かい・冷たいは問わないが、一般的には冷たいものの方が多い。大ぶりの海老の天ぷらを乗せるためか、底の浅い平らな丼を器とすることが多い。

・ 鬼まんじゅう



愛知県はさつまいもの生産量が多く戦前の食糧が乏しい時代でもさつま芋なら手に入ったため、各家庭で米の代用食として作られていた..

・小倉トースト



「満つ葉」という喫茶店で客の学生たちがトーストをぜんざいに浸して食べるようになり、それを見た店主が最初からトーストに餡を乗せた小倉トーストを考案。これが愛知県各地に広まっていった。

・手羽先



ある飲食店で、当時出汁を取るためだけに、使われていた手羽先をから揚げにして、別の料理のタレを付けて提供したのが始まり

・あんかけスパ



茹でたスパゲティにソースを和えるイタリアのパスタとは異なり、太いスパゲッティを、焼きそばのように、ラードや植物油で炒め、中華料理の餡のような粘り気とコクのある辛味の効いたソースがかかった料理である。

・鉄板スパ



店主がイタリア旅行でスパゲティを食した際、途中で冷めてしまうのを不満に思い、鉄板に乗せて提供することを考案

3 県外のものでもなごやめし

・天むす



発祥の地は三重県为天ぷら定食店「千寿」という店舗です。この三重の「千寿」からのれん分けを受けた名古屋の「千寿」が天むす専門店を開き、当時珍しいものだった天むすがテレビ番組で取り上げられたことや芸能人が名古屋で収録の後、お土産として名古屋の「千寿」で天むすを買って帰るようになり、東京でも評判になっていったことがきっかけで名古屋名物として定着した。

・エビフライ



かつてタモリが名古屋弁を面白おかしく誇張するネタにおいて、名古屋ではエビフライのことを「えびふりゃー」と言うと話題にした影響で、名古屋名物であるとの認識が広まった。しかし当時エビフライは名古屋でもそこまで食べられていたわけではなく、この発言を受けてエビフライを提供する店が増え、今では名古屋とされている。

・ういろう



一般的には発祥は謎に包まれていて江戸時代には日本各地に製法が広まっていた。1931年（昭和6年）に名古屋駅構内とプラットホームでの立ち売りが開始されます。

昭和12年には国鉄名古屋駅でも名古屋名物として売られました。

昭和39年に東海道新幹線が開通すると、名古屋では青柳ういろう一店だけが全列車内での車内販売を近年まで実施していました。

このように名古屋の鉄道と密接な関係を築くことでういろうは名古屋めしとして、認知されました。

なごやめしの特徴

1 メディアへの露出が高い

①なごやめしについてのテレビ番組

- おじゃマップ（フジテレビ）
2013年10月2日
- SmaSTATION！！（テレビ朝日）
2013年3月23日
- 世界に売りこめ サプライズ名古屋めしバスツアー（CBC）
2014年5月14日
- スタイルプラス（東海テレビ）
2014年5月24日
- ピッタコカンカン（TBS）
2014年6月27日
- 名古屋ほじくりバラエティザキロバケイコ（メーテレ）
2015年02月14日
- メレンゲの気持ち（日本テレビ）
2015年3月21日
- PSゴールド（中京テレビ）
2015年5月29日
- 大人養成所バナナスクール（東海テレビ）
2015年03月10日、11月24日

②グルメ雑誌等のなごやめし特集。

③なごやめしPR大使

お笑い芸人のスピードワゴンの二人が
なごやめしPR大使として任命されている。
数々のテレビ番組でなごやめしの宣伝をしている。

④なごやめし名誉大使

河村たかし（名古屋市長）

大村秀章（愛知県知事）

「なごやめし」は愛知と名古屋が県、市をあげて
盛り上げていく観光PRのための一大プロジェクト。
首長である、県知事、市長のお二人も「名誉大使」として
名を連ね、さまざまな場所でなごやめしを盛り上げています。



〈スピードワゴンの2人〉



〈なごやめし名誉大使の活動〉

2 専門のイベントがある

名古屋めし博覧会

なごやめし博覧会は名古屋市内の飲食店を中心とした回遊型「なごやめし食べ歩き」と新たななごやめしをWEB投票で決める「新なごやめし総選挙」からなる、1ヶ月以上に及ぶ「なごやめし」をテーマにした一大イベント。



2013年にこのイベントの「新なごやめし総選挙」で準グランプリを受賞した『麺屋 はなび』の台湾まぜそば今では名古屋での人気はもちろん、東京新宿にも店を出し、お昼時には満席で、店の外に列が出来るほど繁盛している。この名古屋めし博覧会は、なごやめし市場にとっても影響力のあるイベントであると言える。

NAGO-1グランプリ

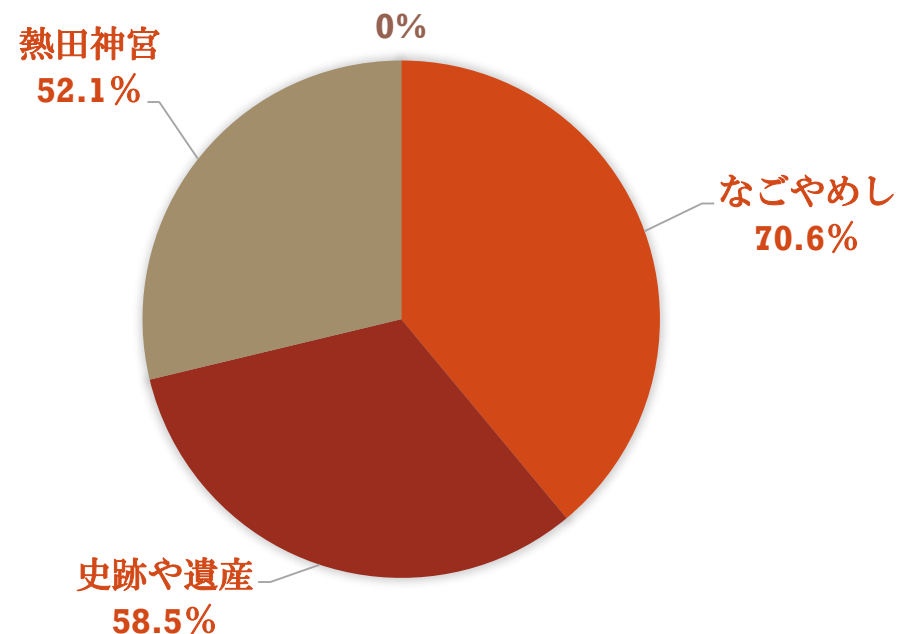
ナディアパーク南矢場公園で開催されている。創作料理を中心とした屋台イベント。新なごやめしの発掘、なごやめし市場の活性化を目的としている。



3 他県から注目されている

手羽先の世界の山ちゃん、味噌カツの矢場とん、
モーニングサービスのコメダ珈琲など、
関東圏に進出した名古屋めしの店があることや、
雑誌やテレビなどのメディアで取り上げられることが
増えたことで他県からも名古屋めしが注目されている。
平成25年度名古屋市観光客・宿泊客動向調査によると、
観光客に聞いた名古屋の観光資源調査では、
なごやめし70.6%、名古屋城などの史跡や遺産58.5%、
熱田神宮52.1%となっており、
なごやめしへの注目度が一番高いと言えます。

名古屋市の観光資源調査



なごやめし化に向けて

チョココメント なごやめし化の考察

①チョココメントなごやめし化の可能性

- ・名古屋の特産品を使っていなくても『なごやめし』として認識される。
- ・名古屋で広く受け入れられることができれば将来的に『なごやめし』となる可能性がある。
- ・実際台湾まぜそばのように最近『なごやめし』として認識されるようになったものがある。
- ・『なごやめし』には元々の料理にアレンジを加えたものが多くチョココメントのように変わったものでも受け入れられる可能性が高い。

などの理由からチョココメントは『なごやめし』になれる可能性があります。

②チョココメントなごやめし化の利点

なごやめしは、テレビや雑誌で特集を組まれたりメディアへの露出度も高く、また専用のイベントも開催されており、他県からの注目度も高いことからチョココメントの知名度アップが見込めます。

チョココメントのなごやめし化に向けた活動は有限会社八雲にとって有益である。

チョコマントなごやめし化 促進策 1

- ・名古屋で広く受け入れられるための活動
東山動物園、名古屋港水族館、名古屋城などの観光名所でチョコマントを販売。
名古屋の観光地と言えばチョコマントというイメージを植え付ける。
その後、オアシス21、サンシャイン栄、大須商店街などの名古屋の中心街で、
観光地で話題の新名古屋名物チョコマントとして販売箇所を拡大し、
名古屋名物としてのイメージ獲得を目指す。

〈千種区〉

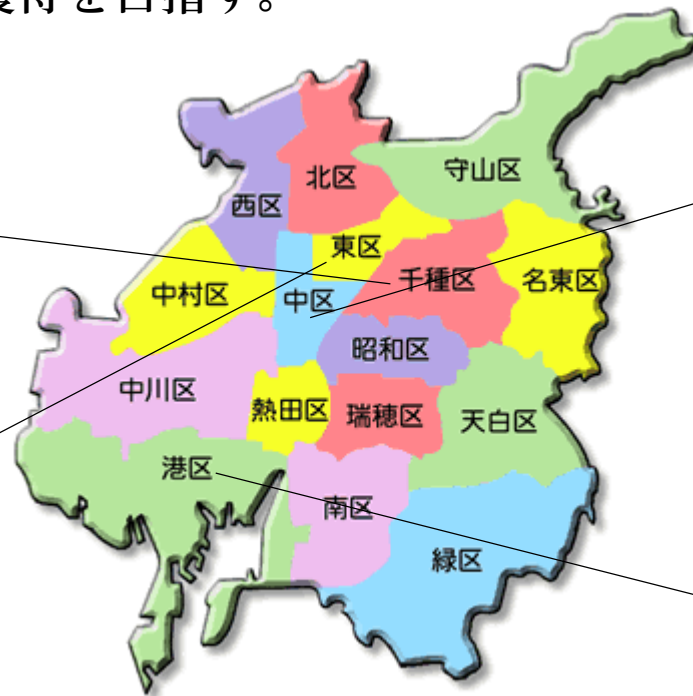


〈東山動物園〉

〈東区〉



〈オアシス21〉



〈中区〉



〈名古屋城〉



〈サンシャイン栄〉



〈名古屋パルコ〉



〈大須商店街〉

〈港区〉



〈名古屋港水族館〉

チョコマントなごやめし化 促進策 2

・なごやめし博覧会や、NAGO-1グランプリなどのイベントに参加。なごやめしの専門イベントで上位入賞を目指しメディアへの進出を目指す。具体的なアイデアとして、団子にチョコをコーティングしたチョコマントの形や味をある程度自由に変われるという強みを活かし、名古屋に縁のあるものをモチーフにしたチョコマントの制作。



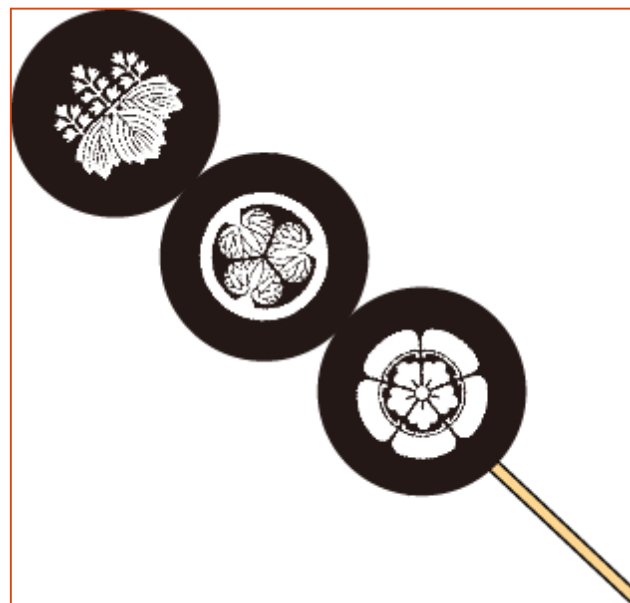
新なごやめし総選挙

参加飲食店が試行錯誤の上、開発した創作メニューがエントリー。イベント参加者のWEB投票により「新なごやめしグランプリ」を決定

参加店舗数	31店舗
品目	参加店舗が開発したオリジナルメニュー

〈商品アイデア〉

織田信長、豊臣秀吉、徳川家康の家紋入りチョコマント



〈家紋チョコマントイメージ〉

チョコマントなごやめし化 促進策 3

・名古屋グランパス×チョコマント

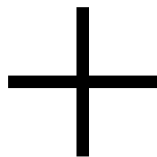
『チョコマントと一緒に名古屋グランパスを応援しよう』名古屋グランパスのホームグラウンドでは、スタジアムグルメとして、天むすやスタジアム名物のグラン巻など様々な料理が販売されている。この名古屋グランパスのスタジアムグルメに参入して、名古屋の食べ物のイメージ獲得を目指す。チョコマントを食べながら試合観戦をしてる様子をSNSで投稿してくれた人に抽選で、名古屋グランパスグッズをプレゼントする。



グランドッグ：400円(税込)



天むす：700円(税込)



外はパリッとチョコ！ 中はもちっとおだんご！
カラフルでかわいい見た目と意外な美味しさが大好評！



〈宣伝ポスターイメージ〉

チョコマントなごやめし化 促進策 4

- ・ナナちゃん人形×チョコマント
様々なコンテンツとコラボすることでメディアや口コミでの露出が多いナナちゃん人形は、名古屋駅前の顔とも言われている。
知名度の高い商品や作品も宣伝ツールとしてナナちゃん人形を利用しているため、ナナちゃん人形は広報ツールとして優れていると言える。
レンタル料金一週間80万円で広告ツールとして使用可能。
このナナちゃん人形をチョコマントで装飾することで、通行人や観光客の興味を引き、メディアへの露出を狙う

〈チョコマント×ナナちゃん人形イメージ〉



〈ゴジラ×名鉄百貨店60周年コラボ〉

← 〈一番搾り×ナナちゃん人形〉



研究を通して

この1年、有限会社八雲様と一緒に企業の広報活動に関わらせて頂き、企業の広報活動の進め方、広報活動におけるアプローチの仕方など、この研究をしなければできなかったであろう貴重な経験をさせて頂きました。

また、企業の方との連絡のやり取り、現場でのコミュニケーションの取り方など今後、社会人になった際に当たり前でなければいけないことを、今回の活動で学ぶことができたのは大きな収穫でした。私はものづくり企業に就職するので、取引先への営業や、自社の広報活動に関わることがあった際には今回の経験を活かしていきたいと思います。.