

身近にある和菓子

3年1組25番 増永暖

Keyword: 「和菓子」「奈良」「食品」「物価高」「伝統品」

1. はじめに

現在の日本社会ではよく外国人観光客を見かける。その際改めて日本がグローバル化に力を入れている事がわかるが、日本製の商品はどうなのだろうか。まだ魅力がある商品が隠されていると思い、探究をはじめた。そして韓国のStudy Tourの際、ある学生から様々な国でレトロ感が感じられる商品が注目されているという意見を頂いた。そこで身近な伝統品に着目すると初めて見るものが少なからずあった。調べていた中、奈良には魅力的な和菓子が多い一方であまり知られていない商品の量が多い事がわかった。このような経緯があり、私は身近にある伝統品を周りの人に知ってもらえるよう、探究のテーマとして取り組みをはじめた。

2. 序論

まず私は、きみごろもという商品について調べた。。外国人観光客も、わざわざ宇陀市まで来て購入するほどの人気な商品だという事がわかった。しかしながら、奈良県に住んでいる人でも知らないという人が多く、宇陀市から離れたこの登美ヶ丘にある国際高校で知っているという人はなかなかいなかった。同じ奈良県に在住している人でも知られていない、食べた事がない人の方が多いということに文化の勿体無さを感じた。実際に松月堂様にご連絡し、責任者である堀井隆佑さんに、お店の背景にある歴史や商品に対するこだわりをお聞きした。そして初めて口にしたきみごろもの味に驚きや感動、また不思議な印象が思い浮かんだ。



3. 本論

きみごろもが製造された経緯をお聞きし、大正35年に設立された松月堂には最初からきみごろも、という商品が販売されていた訳ではなく、半年間は庶民的な和菓子を取り扱っていたと仰った。当時は外国から輸入された商品が流行しており、何か和菓子と洋菓子を組み合わせたもの

が作れないかを検討し、きみごろもが生まれた。たまごを活用したお菓子は貴重とされており、その時の当主の方は他の和菓子商品と差が生まれるようなインパクトがある和菓子を作ろうとしていたと堀井さんはいう。1日で多い時だと千個程販売されているらしく、外国人観光客もまたべさくらを見るついでに購入しに来るそうだ。さらに大正時代の時はかなり賑わっていたらしく、またお手頃価格の70円で売られていた為人気がある商品だったという事が感じられる。しかし、卵をはじめ様々な商品の物価高がきみごろもにも影響しており、値段を少し変えざるをえないと堀井さんは仰った。しかしこの素晴らしい食感、味、見た目を知らない人の為に、もっと発信していきたいと思い、インターネットの記事で英語と日本語を活用した記事を書く活動を始めた。Mediumというwebsiteをはじめ、様々なサイトで観光客や日本に興味を持ってくださる方々に向け記事を作成し、初めて見た人にもわかりやすいよう、写真などを導入してアップロードしていた。

4. 結論

記事を作成して、きみごろもの魅力や歴史を発信することができた。しかし、実際に公開してみると、記事の閲覧数を増やすことが最大の課題だと感じた。多くの人に届けるためには、発信力だけでなく、消費者のニーズや関心に対する理解をより深める必要があると考えた。例えばその記事のキーワード、ハッシュタグなどをどのように活用して見てもらえるようにするのかを知った上で取り組むべきだと思った。また、高校生としては、物価高といった経済的課題に対して解決策を見出すことが難しく、自分の無力さも感じた。この経験を通して、今後は大学でマーケティングを学び、将来的にはこうした課題に貢献できる人材になりたいと思う。

5. おわりに

記事を書くことで、きみごろもの魅力や歴史を伝えることができた。でも、記事を見てもらえる回数を増やすことが一番の課題だった。もっと多くの人に見てもらうためには、消費者の気持ちや今どんなことに関心があるかをよく考える必要があると感じた。

また、高校生の自分には、物価の上がり方などの問題に対して解決策を出すことは難しく、少し自分の力の足りなさを感じた。だからこそ、大学ではマーケティングを学んで、今回の経験を活かしながら将来に役立てたいと思う。また、地域の商品だけでなく、幅広く販売されている商品などにも積極的に関わりたいと考えている。

6. 参考文献・出典

きみごろも本舗 松月堂

https://kimigoromo.com/?source=post_page-----c2bfceb5d3ad-----