

# 青森県産はちみつのおいしさを 若者に PR して消費拡大を目指す

青森中央学院大学経営法学部 丸山ゼミナール

代表 長尾 朱夏

小野 愛夏

金田 悠希

木村 聖羅

齋藤 耀

佐藤 舞

照井 理菜

村口 楓

# 1 はじめに

## (1) 研究の目的

青森県産はちみつを若者に PR して消費量拡大を目指す。

## (2) 研究の背景

はちみつを選んだ理由は、青森県のはちみつ生産量は全国 5 位であるが、はちみつの国内自給率は 7% と低い水準にあることから、県産はちみつを食べる機会がそもそも少ないと予想され、消費量拡大の余地があると考えたからである。

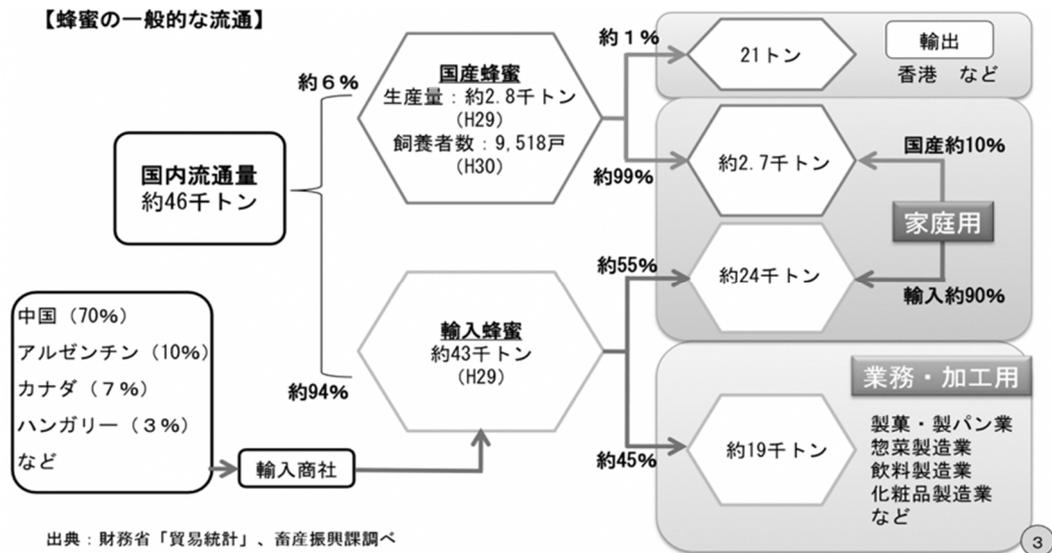
## (3) 研究方法

文献調査に加え、ヒアリング、フィールドワークなどの基礎調査を実施した。それらの結果を踏まえ、はちみつの美味しい食べ方を考案し、活動報告とともに Instagram へ投稿し、若者の反応を検証した。

# 2 青森県産はちみつの現状

## (1) 国産はちみつと輸入はちみつ

はちみつの国内生産量は約 4 万 6 千トンで、そのうち 6% が国産、残り 94% が輸入であり、中国をはじめとする外国からの輸入に頼っている状況である。



## (2) 青森県の生産量 5 位

下記の表から分かるように、青森県のはちみつ生産量は、北海道、長野、秋田、熊本に続き 5 位である。

順位	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位	7 位	8 位	9 位	10 位
区分	北海道	長野	秋田	熊本	青森	和歌山	岐阜	鹿児島	愛知	福島
生産量	362.4	243.5	210.5	206.4	161.4	147.4	118.2	114.3	114.1	93.4
比率	13.2	8.8	7.6	7.5	5.9	5.4	4.3	4.1	4.1	3.4

出典：財務省「貿易統計」 畜産振興課調べ

### (3) はちみつの消費量

はちみつの消費量は調べてもわからなかったため、青森県養蜂協会にお話しを聞きに行ったところ、生産量は把握しているが、消費量は把握していないということであった。もっとも、養蜂家の販売ルートは大きく業販と小売に分かれており、小売は主として道の駅で行われていることから、道の駅での販売状況を調べれば消費量についてある程度の推測が付くかもしれないとのアドバイスを頂いた。そこで、県内のどこの道の駅で、どのような種類のはちみつが販売されているのか調査することにした。

## 3 道の駅の調査

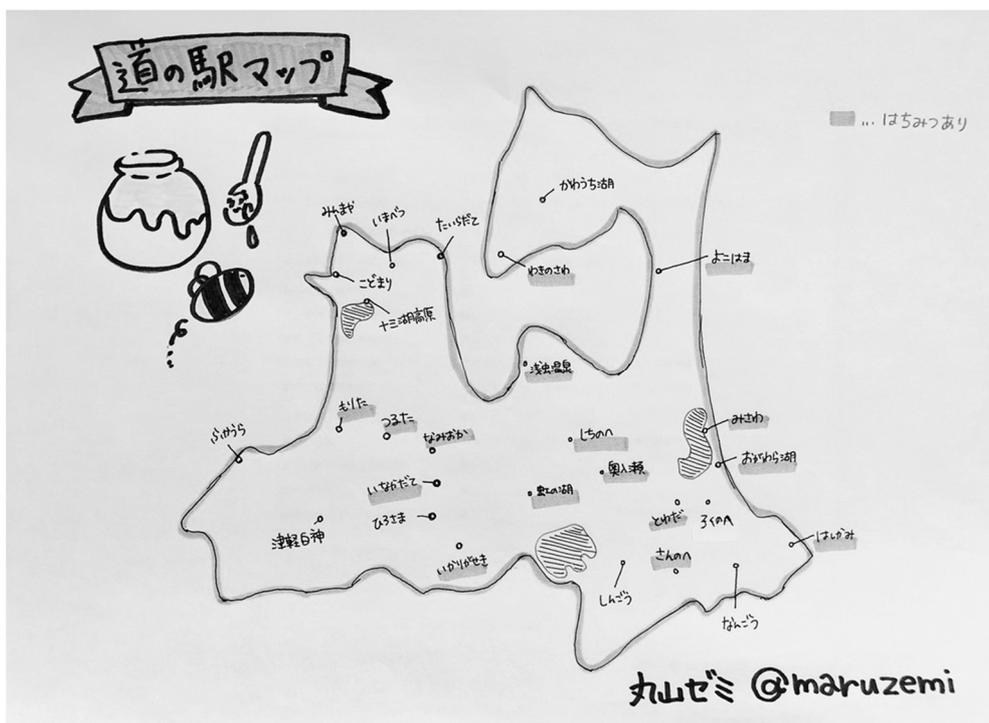
青森県内の道の駅全 28 か所に対して、電話やメールのほか、訪問して聞き取りを行い、販売しているはちみつの種類や数、仕入れ先を調査した。調査結果は次の表の通りである。

道の駅	はちみつの種類	はちみつの仕入れ先
七戸（旅の蔵七戸）	アカシア・とち・りんご・菜の花・れんげ・ブルーベリー・そば・さくらんぼ	澤谷養蜂園・岩木屋・ひふみハニーファーム
階上（ふるさとにぎわい広場）	アカシア・とち・りんご・さくらんぼ・そば・ブルーベリー	山内養蜂場
虹の湖	アカシア（ふるさとショップで販売）	
脇野沢（わきのさわ）	百花蜜	脇野沢の養蜂家
田舎館（弥生の里）	とち・菩提樹・そば・イタドリ・夏の訪れ（季節限定）	岩木山養蜂場
もりた（もりたあーストップ）	アカシア・とち・りんご・百花蜜・菩提樹・れんげ	岩木山養蜂場
弘前（サンフェスタ石川）	無し	
奥入瀬（おいらせロマンパーク）	アカシア・とち・りんご	
三戸（さんのへ）	アカシア・とち	市川養蜂場
浪岡（アップルヒル）	アカシア・とち・菜の花・ラベンダー・さくらの花・百花蜜	蜂蜜工房・大地の極
十三湖高原（トーサムグリーンパーク）	無し	
三沢（斗南藩記念館光村）	アカシア・とち	
十和田（とわだびあ）	アカシア・とち・りんご	鳥谷部養蜂場
鶴田（鶴の里あるじゃ）	アカシア・とち・菩提樹・そば・うつみ・イタドリ	岩木山養蜂場
ふかうら	無し	
おがわら湖	アカシア・とち・りんご	市川養蜂場
しんごう	無し	
浅虫温泉（ゆ〜さ浅虫）	アカシア・りんご・れんげ	岩木屋
碓ヶ関（いかりがせき）	アカシア・りんご・菜の花・さくらの花・ラベンダー	
かわうち湖（野平高原交流センター）	無し	澤谷養蜂場
よこはま（菜の花プラザ）	アカシア・とち・百花蜜・菜の花・ウツギ・クリ	
みんなや（流飛岬）	無し	
こどまり（ポントマリ）	無し	

調査の結果、青森県の道の駅全 28 か所中、16 か所で青森県産はちみつを販売していることが分かった。なかでも、アカシアが 14 か所、トチで 11 か所、リンゴで 8 か所ということが判明した。この 3 つがよく売られており、その他に百花蜜、菜の花、ブルーベリー、さくらなどの 16 種類のはちみつが販売されていた。

また、仕入れ先は、調べられた限りでは、全て青森県内の養蜂場であった。

その後、調査した道の駅のはちみつ販売状況を基にマップを作成し、Instagramに投稿した。



## 4 青森県産はちみつのポテンシャル

### (1) 青森県産はちみつの特徴

五戸町にある鳥谷部養蜂場を訪問し、青森県産はちみつの特徴について次のような話を伺った。

青森県産はちみつは、品質が良いことで知られている。青森県は、はちみつの生産に適した環境であるため、全国的にもブランド物として通用するはちみつであるとのことである。十和田湖周辺で採れるトチ蜜は、トチの花以外の花がない場所で採蜜しているため純粋で濃厚なものが採れる。同様に、リンゴ園にはリンゴの花しかないので、純粋なリンゴはちみつを採ることができる。このような理由から、青森県産はちみつの品質は良いとのことであった。



### (2) はちみつ品評会

2018年10月19日にラ・プラス青い森で開催されたはちみつ品評会に参加し、出品されたはちみつの全てを試食した。同じ種類のはちみつでも、味、色などに違いがあることを発見したとともに、いずれも素人には甲乙が付けがたい美味しさであり、青森県産はちみつのポテンシャルを感じる事ができた。なお、品評会とは、県内の養蜂家が自慢のはちみつを持ち寄り、その味の良さを競うものである。



### (3) 学園祭ではちみつ食べ比べ

#### ①食べ比べの方法

2018年9月22日、23日に行われた青森中央学院大学の学園祭にて、はちみつの食べ比べを実施したところ、471名の参加があった。下記の写真の通り、はちみつの種類は伏せて、アカシア、トチ、リンゴ、外国産をそれぞれA、B、C、Dとし、味のクセが弱い方Aから順番にDまで試食してもらい、下記②の項目が記載されているアンケートに回答してもらった。なお、味が分からなくなることを防ぐために、水を適宜飲むようにして食べ比べを実施した。



←学園祭での食べ比べの様子

#### ②アンケート項目

食べ比べの際に行ったアンケートの項目は次の通りである。

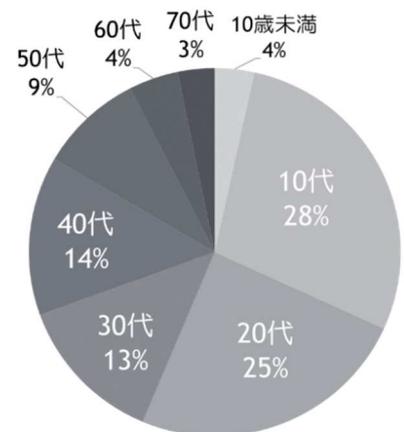
- ・性別
- ・年齢
- ・月にはちみつを何回食べるか
- ・青森県産はちみつを食べたことはあるか
- ・丸山ゼミのInstagramを見てきましたか
- ・普段商品の購入などで参考にするSNS
- ・A～Dの美味しかった順位とその理由

#### ③アンケート結果

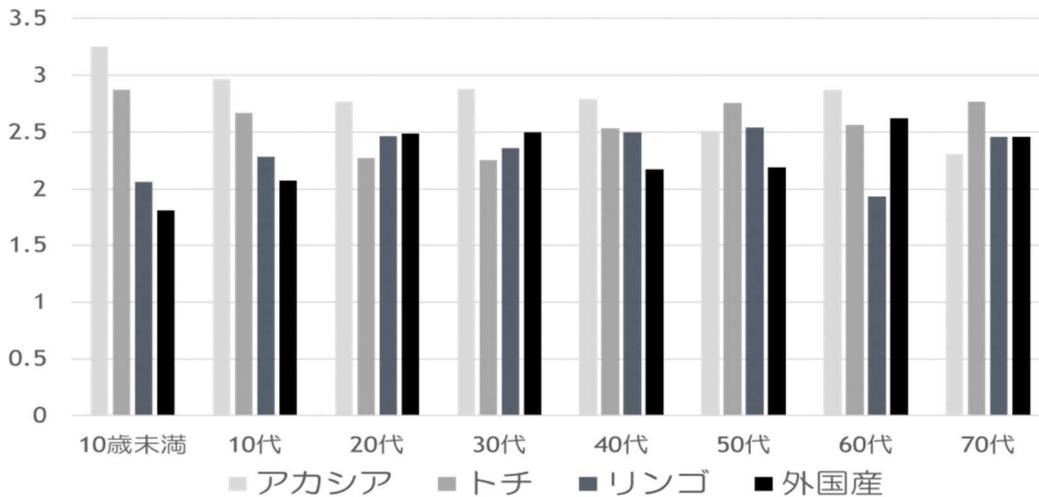
・アンケート回答者の年齢は、大学の学園祭で食べ比べを行ったために、学生が多く、10代、20代が約半数を占めている。

##### ・年代別の平均得点順位

1番に好むはちみつの種類に4ポイント、2番に3ポイント、3番に2ポイント、4番に1ポイントを割り当て、アンケート結果を分析した。年代別の平均得点順位は、次頁の棒グラフの通りである。



## 年代別平均得点順位



上記の棒グラフから次の2つのことがわかる。

- ・50代、70代を除く全世代が、くせが最も少ないアカシアを1番好むことが分かる。特に、10代未満、10代はその傾向が顕著である。なお、10歳未満と10代のグラフの形が、40代のグラフの形に似ているのは、10歳未満や10代の親の世代であろう。40代は、子供と同じはちみつを食べていることが原因ではないかと思われる。また、50代と70代は回答数が少ないため正確なデータとは言い難く、回答数が増えれば、これらの世代もアカシアが1番好まれるという結果になる可能性は十分にある。

- ・20代、30代は同じ傾向で、アカシアが1番好まれるものの外国産はちみつを好む割合が高い。これらの世代の平均所得に照らせば、国産よりも安価な外国産に触れる機会が多いことが推測され、そのことが結果に影響している可能性がある。

## 5 青森県産はちみつの消費拡大に向けて克服すべき課題

青森県産はちみつの消費拡大に向けて克服すべき課題は大きく3つある。1つ目は外国産との価格差があること、2つ目は入手経路が限られていること、3つ目は若者に対する青森県産はちみつのPR不足である。各課題について順に説明する。

まず、外国産との価格差についてだが、鳥谷部養蜂場で行ったヒアリング調査によると、はちみつの価格設定はそれぞれの養蜂場で行っており、養蜂場によって値段は異なるとのことである。また、各養蜂場は、自信と誇りを持ってはちみつを生産しているため、現状よりも大幅に価格を下げて販売することは考えにくいとのことであった。このことから、外国産との価格差を縮めるのは我々には困難な課題といえる。

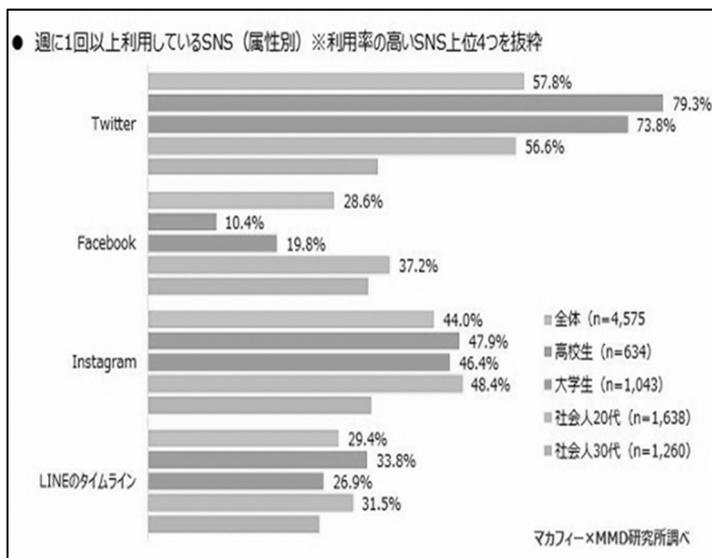
次に、入手経路が限られているという課題についてだが、青森県養蜂協会でのヒアリング調査により、養蜂家は主に道の駅で一般向けの販売をしていることがわかった。道の駅以外では青森空港、アスパム、A-FACTORY、新青森駅などでも販売しているが、スーパーマーケットのような県民が日常的に利用する場所での販売がされていない可能性があると考えられる。そこで、スーパーマーケットでの青森県産はちみつの販売状況を調査した結果、系列3のEスーパーでしか青森県産はちみつが販売されていないということが分か

った。(下図：青森市内のスーパーマーケットを 1 店舗選び調査をした結果に匿名処理を施したものである)

系列	スーパーマーケット名	青森県産はちみつ	外国産はちみつ	その他
1	A	×	○	×
	B	×	×	×
	C	×	○	×
2	D	×	○	○
3	E	○	○	×
	F	×	×	×
その他	G	×	○	○
	H	×	○	○

もっとも、スーパーマーケットや養蜂場のそれぞれに事情があることから、我々が直ちに販路拡大に貢献できることは期待できない。

最後に、若者に対する青森県産蜂蜜の PR 不足についてだが、先に述べたように青森県産はちみつの生産量は全国 5 位であるにも関わらず、その知名度は低い。結論から述べると、その原因は、若者の利用者が多いウェブやソーシャルネットワーキングサービス（以下、SNS）を使った PR が十分とは言えないことにある。



まず、若者の SNS の利用状況であるが、2018 年 3 月 27 日発表のマカフィー×MMD 研究所調べ（左グラフ参照）によれば、高校生、大学生には Twitter、Instagram、LINE のタイムラインが多く利用され、社会人 20 代、30 代には Twitter、Instagram、facebook が多く利用されているとのことである。

もっとも、PRでの活用を考えるならば、リツイートやタグをつける機能が無く拡散力に欠けるため、LINE のタイムラインは不向きである。したがって、Twitter、Instagram、Facebook による PR が効果的と言える。

そこで、青森県内の養蜂場の SNS 利用状況を調べたところ、SNS を活用しているのは 4 か所のみで、多くの養蜂場では SNS による PR は行っていなかった。念のため、独自のホームページを用意しているかについても調べたが、岩木山養蜂場、藤田養蜂園、東養蜂場、澤谷養蜂園、市川養蜂場、平養蜂場の 6 か所がホームページを設置しているだけで、SNS 同様に活用できていないといえる。

そこで、青森県内の養蜂場の SNS 利用状況を調べたところ、SNS を活用しているのは 4 か所のみで、多くの養蜂場では SNS による PR は行っていなかった。念のため、独自のホームページを用意しているかについても調べたが、岩木山養蜂場、藤田養蜂園、東養蜂場、澤谷養蜂園、市川養蜂場、平養蜂場の 6 か所がホームページを設置しているだけで、SNS 同様に活用できていないといえる。

前頁で述べたとおり、外国産との価格差があるという課題と入手経路が限られているという課題は、我々には解決困難な課題である。しかし、若者に対する青森県産はちみつの PR 不足という課題は、我々にも解決する余地がある課題であると言える。そこで、SNS を活用し青森県産はちみつに興味を持ってもらえるような PR について、はちみつの消費拡大につながる取組みを提案する。

## 6 提案

### (1) Instagram の活用

青森県産はちみつについて若者に興味を持ってもらうために Instagram を活用して、我々の活動を発信することにした。Instagram を選択した理由は、「5 青森県産はちみつの消費拡大に向けて克服すべき課題」でも述べたように、SNS を利用している若者は非常に多く、中でも Instagram は近頃利用者が急増しており、昨年の流行語大賞にも「インスタ映え」という言葉が選ばれるほど人気があるからである。

Instagram を実際に活用し呼び込みや宣伝を行っている津軽金山焼や、弘前のハニカムクレープにもお話を伺い、Instagram を活用した効果などを聞くことができた。津軽金山焼では Instagram を見て訪れたという若いお客さんが増えているとのことであった。また、白神山地の PR のためにはちみつを生産するようになり、そのはちみつを使用したデザートなどを販売しているハニカムクレープでは Instagram に投稿したデザートなどの写真がきっかけでお店を知り、遠方から来てくれる人もいるとのことであった。

2018 年 7 月には丸山ゼミとして Instagram アカウントを開設し、情報発信のコンテンツを探すため様々なところに調査へ出向いた。さらに青森県産はちみつのおいしい食べ方を探すためドーナツやアイスにはちみつをかけたり、レモンやナッツをはちみつ漬けにしたりしてデザートを実際に作った（下記写真参照）。これらの活動に対して若者がより興味を持ってくれるよう、言葉遣いや絵文字などを工夫して Instagram で情報発信した。



はちみつアイス

はちみつドーナツ

Instagram を始めて 7 ヶ月が経過したが、2018 年 2 月 7 日時点で、フォロワーの数は 62 名（フォロワーの属性は、ゼミ生 7 名、はちみつに関わるアカウント 24 名、学生 19 名、その他 12 名）になり、総投稿数は 22 枚となった。学園祭で行ったはちみつの食べ比べの宣伝や、フィールドワークで訪れた道の駅のはちみつの情報について写真とともにアップするなどした結果、最大 30 の「いいね」を獲得した。



ナッツのはちみつ漬け

食べ比べの投稿には、外国産の蜂蜜はどこのものかと尋ねるコメントが付くなど、Instagramを始めた効果を多少感じた。若者へのPRという点では、「いいね」の数などを分析しても確実な成果が挙がっているとは言い難い。しかし、フォロワーの約20%が学生を含む若者であることから、少しではあるが、青森県産はちみつ若者の認知度を上げることへの効果はあったであろう。



ハニートースト

なお、当初の予定では学生や若者に興味を持ってもらおうとInstagramを始めたが、はちみつを生産している各地の養蜂園の方々やはちみつを使った料理やデザートを販売している飲食店などからのフォローや反応があり、新たな知識が得られたことがInstagram活用してみてもの思わぬ効果であった。

Instagram アカウント

→@maruzemi

## 7 参考文献・参考 URL

- ・吉田忠晴編＝高部春市絵『そだててあそぼう [42] ミツバチの絵本』（農山漁村文化協会、平成14年）
- ・清水美智子『はちみつ物語－食文化と料理法－』（真珠書院、平成15年）
- ・竹中奈津子『はちみつ色の日々』（辰巳出版、平成22年）
- ・ルーシー・M・ロング著・大山晶訳『ハチミツの歴史』（原書房、平成29年）
- ・財務省「貿易統計」畜産振興課調べ  
([www.maff.go.jp/j/chikusan/kikaku/lin/sonota/attach/pdf/2018yohomeguji.pdf](http://www.maff.go.jp/j/chikusan/kikaku/lin/sonota/attach/pdf/2018yohomeguji.pdf))
- ・農林水産省生産局畜産部「養蜂をめぐる情勢平成30年10月」  
(<http://www.maff.go.jp/j/chikusan/kikaku/lin/sonota/attach/pdf/bee-8.pdf>)
- ・(株)加藤美蜂園本舗HP (<http://www.sakura-honey.co.jp>)
- ・MMD 研究所「高校生、大学生、社会人20代・30代のSNS利用に関する意識調査」  
([https://mmdlabo.jp/investigation/detail\\_1703.html](https://mmdlabo.jp/investigation/detail_1703.html))
- ・総務省「通信利用動向調査」  
([http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/180525\\_1.pdf](http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/180525_1.pdf))

## 【謝 辞】

本プロジェクトの実施にあたり多くのご協力、ご指導、ご支援を賜りました。青森県畜産協会の皆様、青森県養蜂協会会長鳥谷部栄様、道の駅の皆様、庄子元先生、森田学先生、学園祭で実施した食べ比べにご協力頂いた皆様に、この場を借りて改めて感謝申し上げます。

### 3 調査研究に参加しての感想

長尾 朱夏

私たちは最初蜂やはちみつについての知識が何もなく、また青森県産はちみつを食べたことがありませんでした。フィールドワーク先で青森県産はちみつを食べたとき、外国産はちみつとは違った美味しさを知りました。学園祭で行ったはちみつの食べ比べには予想を上回るたくさんの方に参加していただき、青森県産はちみつの美味しさを知るきっかけになったのではないかと思います。資料作りや調査などで慣れないことばかりで大変でしたが、研究する面白さや難しさを感じました。これからも探究心や向上心を忘れず、何事にも挑戦していきたいと思います。

照井 理菜

高校までに資料やパワーポイント作りの基礎はある程度身につけているものだと思います。しかし、実際に多くの人に見てもらえる資料となると今までの自分の知識では足りない部分も多く、先生や仲間に助けられ、なんとかこの蜂蜜プロジェクトが形になったという印象です。自分の無力さと無知さを実感させられました。しかし、基本的な調査の手順やグラフや表のまとめ方などを学ぶことができ、本当に勉強になる機会だったとも思います。今回の学発プロジェクトに参加し、自分たちで成果を上げたことで私は多くの面で成長出来たと感じています。挑戦してみて良かったです。これを機に、自分の能力や基本知識のスキルアップの為、更に色々な所に目を向けて勉学に励んでいきたいと思いません。

木村 聖羅

小さなきっかけから参加することになった今回のプロジェクトでしたが、とても良い経験が出来たと感じています。青森県はりんごというイメージが強いですが、県産はちみつについて調べ、様々な種類のはちみつを食べてみることで味の違いや美味しさに気づき、もっと県産はちみつが有名になって欲しいと思いました。文献調査、学園祭でのアンケート、養蜂場や道の駅の訪問など、初めてのことばかりで直前に慌てて、何をしていたかわからず大変だったこともありましたが、一年間楽しかったです。

小野 愛夏

以前は産地を気にせず家にあるものをなんとなく食べており、蜂蜜はどれも同じ味だと認識していました。しかし、青森県産はちみつを食べてみると今まで食べてきたものとは全然違い、くせがなくとてもおいしく感じました。調査をしていくと知名度が低いことを実感しこの青森県産はちみつのおいしさを多くの人に知ってもらいたいと思うようになりました。フィールドワークでは養蜂場に行き直接お話を伺うことができたり、道の駅で青森県産はちみつを使った商品がたくさん知ることができたり、はちみつを使用しているクレープを食べたりなど貴重な体験ができ青森県産はちみつの良さを多く知ることができました。このプロジェクトに参加しなければ知ることができなかつた青森県産はちみつのおいしさを知ることができて良かったと思います。

村口 楓

今回、学生発未来を変える挑戦プロジェクトに参加させていただき、とても良い経験になりました。1年生になったばかりで大学生活に慣れないまま参加しましたが、そのような楽とは言えない状況だったからこそがむしろに取り組むことができたと思います。自身の成長だけではなく、青森県には様々な魅力がまだまだあると気づかされるような体験でした。調査に協力していただいた多くの方々に感謝し、まだまだ青森県産はちみつをPRしていきたいと思います。

佐藤 舞

今回のプロジェクトに参加して、青森県産品についてより知ることができました。調査のために県内各地を回ったことで県内の魅力をより知ることができたと思います。また、今回ははちみつについてのみ調査しましたが、はちみつ以外にも青森県産品について興味がわきました。これからは青森県のほかの県産品についても知っていきたいと思いました。また、プロジェクトに参加したことでたくさんの方に協力していただき、県民の温かさを感じることもできました。

金田 悠希

特に「学生発未来を変える挑戦フォーラム」で刺激を受けました。青森中央学院大学の他に、青森大学や弘前大学、青森県立保健大学の学生が参加していて、どの発表も興味深く、スライドも見やすいものでした。その後の交流会では、弘前大学の学生とゼミでの取り組み内容や普段の生活についての会話を楽しむことができました。このプロジェクトに参加して経験したことを活かし、将来、青森県に貢献することができる人材を目指して大学生活を過ごそうと思います。

齋藤 耀

大学一年生になってすぐに学生発未来を変える挑戦プロジェクトに参加できたことはとても良い経験になりました。調査や分析などやること全てが初めてで先生方に助言してもらったり、ゼミ生と協力しあったりしてプロジェクトに取り組んできましたが、やりがいがあった楽しかったです。県産はちみつを調査するため養蜂場や養蜂協会、道の駅を訪問しましたが、そこで出会った方々は快く調査に協力してくれてとても感謝しています。このプロジェクトで学んだことを将来に活かしたいです。