

NEWS RELEASE

～ Befco 栗山米菓 新製品情報 ～

近畿大学の学生と一緒に企画した 「たぶん日本一堅くてやみつきになるあられ」発売

“ばかうけ”“星たべよ”“瀬戸しお”“渚あられ”などの米菓を製造販売する(株)栗山米菓（代表取締役社長：栗山敏昭 新潟市北区）は、近畿大学経営学部（大阪府東大阪市）経営学科 教授 布施匡章のゼミとの共同研究の一環として、「たぶん日本一堅くてやみつきになるあられ」を2023年9月18日（月・祝）から全国のスーパー、ドラッグストア等で発売いたします（※一部の小売店にて9月4日発売）。

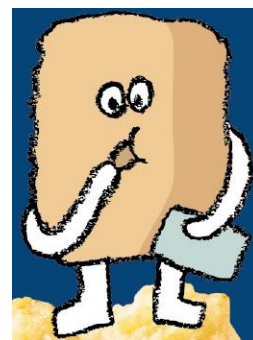


■開発の経緯

近畿大学経営学部の布施ゼミに所属する学生が、幼少期から大好きで食べていた栗山米菓の「渚あられ」を若い世代に支持される商品として改良し、後世に受け継ぎたいという思いから共同開発を始め、本年度2年目となります。大学生など若い世代にアンケートを行った結果、「渚あられ」が手に取りづらい理由として、「商品名」「パッケージデザイン」「商品のサイズ」といった3つの課題が浮かび上がりました。これらの課題解決に向け、A. 近畿大学生100人に試食インタビューを行い、あられをイメージしやすい商品名を決定。B. 若者による若者のためのデザインコンペをゼミ内で実施。C. 学生が実際に使用しているカバンのサイズや中身を調査し、持ち歩くのに最適な商品サイズを導き出す、といった3つの取り組みを実施しました。

■「たぶん日本一堅くてやみつきになるあられ」の特徴

- ・食べた感じをイメージしやすく、若い層に刺さるよう「たぶん日本一堅くてやみつきになるあられ」と大きく記載
- ・親しみを感じ、商品を手に取りやすいよう、学生が考案したキャラクター「ナギやん」をパッケージに記載
- ・「ナギやん」の由来は、「渚あられ」からもじっており、近畿大学がある関西に親しみやすい雰囲気を出すために「やん」を使った愛着のある名前を命名
- ・カバンに入れて持ち歩きやすいサイズに改良（既発売の渚あられに比べて約60%にサイズダウン）
- ・渚あられ（しお味）の味はそのままに、一粒の大きさを約半分にした小粒タイプ
- ・リパック可能なチャック付きで持ち運びに便利



ナギやん

<商品詳細>

商品名	たぶん日本一堅いあられ（しお味）
表示内容量	40g
J A N	4901336-222530
価格（税抜）	N P P
賞味期限	180日
発売年月日	2023年9月18日 ※一部小売店にて9月4日発売
発売地区	全国

【本商品の特設サイト】 <https://befco.jp/products/osenbei/たぶん日本一堅いあられ/>

【株式会社栗山米菓 会社概要】 1949年設立の米菓メーカー。売れ筋第1位の「ばかうけ」は、米菓におけるキャラクター商品の先駆けとなっている。2010年からコーポレートブランド“Befco”を導入し、より一層、お客様に喜んでいただける「たのしい、おいしい、あたらしい」商品展開を行っている。

【近畿大学 概要】 1925年設立。全15学部49学科を持つ総合大学。「実学教育」と「人格の陶冶」を建学の精神とし、「人に愛される人、信頼される人、尊敬される人の育成」を教育の目的として掲げている。約3.4万人の学生数と約57万人以上の同窓会会員数は日本有数のスケールを誇る。

【渚あられ】 1967年発売。半世紀以上発売しているロングセラーブランド。堅い食感と自然ひびによる歯ごたえの良さが特長のあられ。たまり醤油の深い味わいが特長の醤油味と2種の合わせ塩を使用したまろやかな塩味の2品で展開中。