

## 産学連携新商品：サメ革バディバッグ “Peg from mother sea”

頭 師 暢 秀

### 抄録

「サメ革バディバッグ “Peg from mother sea”」を紹介する。近畿大学短期大学部開講の専門科目「演習」で発案し、企業と協働して開発を進め、実際に販売している商品である。原料に宮城県気仙沼市産ヨシキリザメの皮を使用し、合同会社 AtelierShark（アトリエシャーク）が製造・販売している。学生は、市場調査に基づき、コンセプトを設定した上で基本的な商品仕様からネーミングを手がけた。

### キーワード

産学連携、サメ革、アクティブラーニング、被災地、SDGs、クラウドファンディング、ふるさと納税

## A New Product Developed by Academia-Industry Collaboration : Shark skin Buddy bag “Peg from mother sea”

Zushi, Nobuhide

### Abstract

This document reports a “Shark skin Buddy bag “Peg from mother sea.” The students attending “Seminar” at Junior Collage of Kindai University developed the bag in collaboration with a company and brought onto market. The bag with blue shark leather from Kesenuma City, Miyagi Pref. is manufactured and released by AtelierShark LLC. The students were in charge of market research to develop product concept, basic specification, and product’s name.

### Key Words

academia-industry collaboration, shark skin, active learning, disaster area, SDGs, crowdfunding, hometown tax donations

目 次	
1. はじめに	2-3 クラウドファンディング販売
2. 産学連携新商品「サメ革バディバッグ “Peg from mother sea”」	2-4 ふるさと納税返礼品採択
2-1 開発経緯	2-5 商品概要
2-2 ニューヨーク展示販売	3. 謝辞
	注

## 1. はじめに

平成30年度近畿大学短期大学部開講の専門科目Ⅱ「演習」で、企業への新商品提案実践活動を実施した。学生は、市場調査の結果に基づき、商品コンセプトの策定から材料の選定、仕様、商品名の提案を行った。

本稿では、クラウドファンディングを通して商品化された新商品「サメ革バディバッグ」を紹介する。

## 2. 産学連携新商品「サメ革バディバッグ “Peg from mother sea”」

### 2-1 開発経緯

筆者の担当する「演習」では、「善いマーケティング」を追究し、経営学に関する専門能力、社会人基礎力、知財意識の向上を目的に産学連携活動を実施している。今回は、フカヒレ、蒲鉾の材料として食されるヨシキリザメの部位のうち通常廃棄される皮を活用して商品展開しているアトリエシャーク<sup>①</sup>に協働を依頼した。

東日本大震災の被災地である宮城県気仙沼市の産業振興を目的に設立された同ブランドを学生に紹介し、震災の記憶が薄い若年層に対して、被災地を継続して支援するビジネスの存在を知る機会とした。そして、被災地産のサメ革の活用事例を通じて、生命への敬意をあらためて実感してほしいと願った。加えて、食品ロスといった社会的課題に直面している現代において、魚の皮の活用がSDGsに資することを伝えようと努めた。

学生は、消費意識に関する文献調査から、若者のシンプルライフ志向を明らかにした。そこで、令和元年（2019年）12月に、若者174人に対して、普段必ず持ち歩く物や革製品に対する購入価格等をWebアンケート（Google Formsを活用）で調査した。また、同時期に、大阪の繁華街・天神橋で一般歩行者50人を対象に、サメ革のバッグについての魅力を調査する街頭アンケートを実施した。

これらの結果、所有するという行為を問うに至

り、「自分が真に必要なだ、大切だと感じるものを見極め、取捨選択することこそが生活を豊かにし、それこそが真の意味での『所有すること』だ」という考えに至った。そして、「本当に必要なものを見つける鞆」をコンセプトとして設定し、自分と地球のために、良質なモノを大切に使うミニマルでエシカルな生活スタイルを提案する装置としての商品開発の方向性を定めた。想定販売価格は、百貨店のバッグ・セレクトゾーン等での競合ブランドの価格調査から同定した。

アトリエシャーク創業の背景も踏まえ、必需品を全て収納でき、非常時にもそれひとつを持って出て行けるバッグを構想する過程で、日常生活、災害時、それぞれに活躍する機能を付加して最終提案し、これらの機能案と形状案をアトリエシャークがブラッシュアップした。

### 2-2 ニューヨーク展示販売

商品に込めたメッセージをシンボリックに伝えるため、国連本部が位置する米国ニューヨークをデビューの地に選定した。令和3年（2021年）11月24日～12月22日（米国東部時間）に、ソーホー地区のイベント「The 8<sup>th</sup> ACJ 2021 CHRISTMAS POP UP<sup>②</sup>」にて、プロトタイプ製品の展示即売会を実施し、169米ドル（税別）で販売した<sup>③</sup>（図1）。これにあわせて、学生は英語版の店頭POP広告を制作した。現地販売員から得た顧客



図1：ニューヨークでの販売風景

の意見から、内部ポケットの大きさを調整するほかスロット数を増加させ、ストラップの取り外しができる機能を追加した仕様を国内販売することにした。

### 2-3 クラウドファンディング販売

テストマーケティングを兼ねての製造資金調達のため、令和4年（2022年）1月14日～4月13日に、クラウドファンディングサイト Makuakeでの販売を実施した<sup>4)</sup>。早期割引やセット割引等の販売促進策を組み合わせた結果、222人から4,078,018円の応援購入を得た。

### 2-4 ふるさと納税返礼品採択

宮城県気仙沼市のふるさと納税返礼品に採択され、令和4年（2022年）7月14日から公開された。各種ふるさと納税サイト<sup>5)</sup>から、寄付金額77,000円で入手できる。

### 2-5 商品概要

商品名は、Shark skin Buddy bag-Peg from mother sea（サメ革バディバッグーペグ）とした。「Peg」は、ギリシア語の「真珠」に由来し、英語で「海の娘」の意をもつ。海洋資源を活用したバッグを日常的に使用していただくことを意図した愛称を意識している。令和4年（2022年）7月14日より、販売価格22,880円（税込）でアトリエシャーク EC サイト<sup>6)</sup>で販売を開始した。

サイズは、縦17.5cm × 横24.5cm × 厚さ1.5cmのいわゆるサコッシュに相当する。重量は約230gである。これは、Tシャツ1枚分程度でしかなく、同種のバッグに比べて軽量といえるだろう。汚れに強い高機能ナイロン生地と宮城県気仙沼市産のヨシキリザメを原料とする革ポケットで構成したバッグの外装は、防滴性と耐久性に優れている。

ヨシキリザメは、フカヒレや蒲鉾の原料として食用にされるが、その皮は、高品質な素材にもかかわらず、多くが魚類残滓として廃棄されてき

た。皮をレザーとして加工して商品化することは、東日本大震災の被災地である気仙沼市の産業振興に資するだけでなく、国連の掲げるSDGsの目標「12. つくる責任 つかう責任」「14. 海の豊かさを守ろう」の達成に貢献することになる。

スエード調生地と牛革で構成した内装は、日常的に携帯されている各種アイテム（スマートフォン、鍵、各種カード類、筆記具等）をコンパクトに収納できるが、口紅やペットボトルを固定する等の付加機能も工夫されている。付属の強靱なパラコード製のショルダーストラップや、ファスナーの引手の緊急ホイッスルは、災害をはじめとする緊急時に使用することができる。また、YKK製の止水ファスナーを採用することで、内容物の保護性を高めている。

カラーラインナップは、気仙沼の海から想起したブルーとブラックの2色で展開し、それぞれ「青海（あおうみ）」「夜凧（よなぎ）」と名付けた（図2）。日本国内で製造している。



図2：商品写真（上：青海 下：夜凧）

## 3. 謝 辞

本商品の開発にあたり協力いただいた合同会社 AtlierShark、そして、販売促進ならびに調査機会をいただいた「The 8<sup>th</sup> ACJ 2021 CHRISTMAS POP UP」に感謝の意を表す。また、学生の市場調査にご協力いただいた皆様、さらに応援購入下さった皆様に深謝する。

本企画に参加した平成30年度開講「演習」の受

講生は、短期間に高度な発想を提案した。新型コロナウイルス感染拡大のため、何度となく商品化を延期することになってしまったが、テレビ番組や国内外の新聞で紹介されるほどの話題性を集める優れた提案だったといえる<sup>7)</sup>。これからも、本商品を通して、良質なモノを大切に使う、ミニマルでエシカルな生活スタイルが広く知られることを期待する。

最後に、大加茂巧先生には日頃より激励いただいた。ここに感謝の意を表する。

(注)

- (1) 兵庫県神戸市中央区山本通1丁目7番15号
- (2) 227 Mott Street, New York, NY 10012
- (3) 当時の為替レートで約20,000円に相当する
- (4) <https://www.makuake.com/project/atelier-shark03/>  
このサイトは募集終了後も維持されることになっている。
- (5) 楽天市場ふるさと納税① <https://item.rakuten.co.jp/f042056-kesennuma/20561123/>・楽天市場ふるさと納税② <https://item.rakuten.co.jp/f042056-kesennuma/20561104/>、ふるなび① [https://furunavi.jp/product\\_detail.aspx?pid=618894](https://furunavi.jp/product_detail.aspx?pid=618894)・ふるなび② [https://furunavi.jp/product\\_detail.aspx?pid=624371](https://furunavi.jp/product_detail.aspx?pid=624371)、ふるさとチョイス① <https://www.furusato-tax.jp/product/detail/04205/5470883>・ふるさとチョイス② <https://www.furusato-tax.jp/product/detail/04205/5475718>、ふるさとプレミアム① <https://26p.jp/products/133326>・ふるさとプレミアム② <https://26p.jp/products/134723>
- (6) <https://atelier-shark.com/>
- (7) 「ふるさと納税返礼品にも 近大短期大学部 ヨシキリザメの革でバッグ」『三陸新報』7面 (2022年7月21日)  
「被災地特産品 育てて支援 収益化と両立目指す」『読売新聞』経済14面 (2022年3月11日)  
「気仙沼のサメ革でバッグ製作 ゼミで学んだ被災地支援」『日本放送協会 NHK NHK 総合・大阪【ニュースほっと関西】』(2022年3月8日)  
「サメ革バッグで支援 近大 専門ブランドと共同開発」『大阪日日新聞』朝刊19面 (2022年2月25日)  
「サメ革の小型バグー近畿大学短期大学部 若者の消費需要取り込む」『日本経済新聞』朝刊27面 キャンパス発この一品 (2022年2月23日)  
「ヨシキリザメ使用、小型サメ革バッグ販売」『日刊水産経済新聞』水産・加工面 (2022年1月18日)  
「気仙沼産サメ革バッグ 防災も意識 近大生ら開発、被災地支援」『産経新聞』東京朝刊社会24面 (2022年1月14日)  
「気仙沼産サメ革 機能性バッグに 近大生ら開発 被災地支援」『産経新聞』大阪夕刊 総合8面 (2022年1月13日)  
「日本発のブランドに特化したポップアップストア (杉本佳子)」『織研新聞』レポート+ (2021年12月13日)  
「クリスマスポップストア若手デザイナーによる作品が並ぶ」TREND POT NY『週刊NY ジャピオン』Vol.1132 10面 (2021年12月10日)  
「AJC ポップアップストア・ソーホーに 近畿短大学生企画のバッグも」『週刊NY 生活プレス社 週刊NY 生活』総合 (2021年12月4日)