

# 伝統の味を未来につなげ！吹田くわい土産づくり 『すいたんひろめ隊』新プロジェクト



開発した商品（混ぜごはんの素と吹田くわいキャンディ）

#吹田くわい  
#産官学連携活動  
#消費者心理学

## DATA

- **主な連携先・メンバー**  
吹田市都市魅力部シティプロモーション推進室／合同会社 知己／関西大学社会学部池内ゼミ（21・22期生）
- **活動地域**  
大阪府吹田市、夢洲（2025大阪・関西万博）など
- **活動期間**  
2024年4月～継続中
- **活動資金**  
自己負担（ただし製造費と出展関連費は連携先が負担）

## 目的

伝統野菜「吹田くわい」を用いた土産品を開発し、その認知度の向上と地域への愛着形成を促すことで、吹田市の伝統を次世代へ継承することをめざした。

## 活動内容

「すいたんひろめ隊～吹田くわい・もぐもぐ活動部～」は、従来のすいたんのPRを目的とした「すいたんひろめ隊」の活動を刷新し、吹田くわいの魅力発信に重点を置く形で名称を改め、再出発した学生主体の産官学連携プロジェクトである。前年度の取り組みを踏まえつつ、「食を通じて吹田の伝統を未来へつなぐこと」を新たなミッションに掲げ、栽培農家での植え付けや収穫体験、生産者へのヒアリングなどを行いながら商品開発を進めた。こうして「お宝発掘！吹田くわいキャンディ」と「パパッと！吹田くわいごはん～吹田の混ぜごはん

## 連携に至る経緯

2023年度に発足した「すいたんひろめ隊」の継続事業であり（過去の事例集 Vol.7 参照）、新たに「すいたん」のモチーフである名産「吹田くわい」をいかした市を代表する土産品の考案が依頼された。そこで2024年に商品開発を行い、2025年に販売活動を実施するにいった。

の素～」を考案し、消費者心理学の学びもいかしつつ、パッケージ・PR動画制作、広報・販売戦略、イベントでのブース運営にいたるまで、すべて学生主体で実施した。販売・広報活動の場は、大阪・関西万博、吹田クロス万博、大阪マラソン EXPO、大阪国際空港雪まつり、エキスポ文化祭、Pokémon GO Fest など多岐にわたり、来場者との交流を通じて「吹田くわい」という貴重な地域資源の認知向上と継承に確かな成果をもたらした。

## 販促用の自作のゲーム



吹田クロス万博にて

## くわい畑（平野ファーム）



収穫仕立ての吹田くわい

## 活動の成果

- ▶▶ 新たな土産品の提供により、地域への愛着形成と吹田くわいの認知向上に貢献した。
- ▶▶ 商品開発と販売活動を通じ、理論を実践で活用する力が育成された。
- ▶▶ 連携先や学年間の協働を通じ、役割意識の向上とチームの凝集性が高まった。

## 連携先からの一言

学生自身が、農園での体験を通して地域の魅力を感じ取ってくださったことで、思いのこもった商品を開発することができました。開発も販売活動も苦労が多かったと思いますが、皆さんの前向きな姿勢はとても印象的でした。

（吹田市都市魅力部シティプロモーション推進室）

## 今後の課題・目標・展開の可能性

- ▶▶ 本プロジェクトで得た学びの成果を次年度のゼミ生に継承し、発展させる。
- ▶▶ 心理学の理論や法則を地域との連携活動にいかすことで、さらなる社会貢献を行う。
- ▶▶ 社会の中の「池内ゼミ」として、より活動の幅を広げることをめざす。

社会学部 教授 池内 裕美 Ikeuchi Hiromi



専門は社会心理学で、主な研究テーマは「逸脱的消費者行動に関する心理的メカニズムの解明」。特に苦情研究は注目度も高く、メディアからコメントを求められることも多い。

