

# 八王子ご当地グルメの提案 ～パンカツを C 級グルメから A 級(永久)グルメに～

Hachioji local gourmet proposal

～Pankatsu from a class C gourmet to a class A gourmet～

チーム ケンケン

西村健太 村田亜美 今井夏乃 秋葉和男 高松なつみ 黄礼鴻

指導教員 天谷永

創価大学 経営学部 天谷ゼミナール

キーワード：八王子グルメ、パンカツ

## 1. 背景

八王子には知る人ぞ知る C 級グルメ「パンカツ」があるのをご存じだろうか。パンカツとはパンの両面に水で溶いた小麦粉を浸し、さらにパン粉をつけて熱した鉄板上にラードを敷いてこんがり焼き、仕上げにウスターソースをかけて食す、パンをカツに見立てた食べ物である。戦後に発明され、地域で長年愛されてきたパンカツであるが、八王子市を含め全国では知名度が低いのが現状である。そこで我々は、パンカツを広めることで八王子市のグルメを盛り上げられるのではと考えた。

## 2. パンカツの分析と仮説

まずパンカツの現状把握を目的とし、大学生のパンカツに対する認知度を調べるために、八王子の大学に通う学生 60 人にアンケートを行った。その結果 95% の学生がパンカツを認知できていないことに加え、90% の学生がパンカツを食べてみたいと思っているということが分かった。この結果から、パンカツは学生からの認知度が圧倒的に低いが、認知をしてもらえば需要はあるということがわかった。そして我々はこれらのアンケート結果と、八王子市は大学が多い学生街であるという特徴から、まずは大学生にパンカツを広め、認知度を広めることで、その

後八王子市全体でのパンカツの認知につなげることができ、パンカツというグルメを盛り上げができると仮説を立てた。

また、現状の問題点は大きく 2 つあり、認知度の低さと、食べることができる場所の少なさである。これらを解決すべく 4P 分析を行った結果、商品価値に問題はないものの、価格、流通場所、販売促進に問題があることが分かった。価格としては、現在イベントを除き日常的にパンカツを食べられる店舗では価格帯が 250~300 円であるのに対し、我々が行ったアンケートでは、60 人の学生のうち約 8 割の学生が 150~250 の価格帯を望んでいることから、よりリーズナブルな価格設定が必要であることが分かった。流通場所としては、イベントを除き日常的にパンカツを食べられる店舗は、我々の調べでは八王子に 3 店舗しかなく、非常に少ないため、食べられる機会を増やし日常的に目につくような流通を行うことが必要であることがわかった。販売促進としては、現在八王子には、パンカツ協会というパンカツを宣伝する協会が存在し、様々な販売促進に尽力されているが、学生のパンカツの認知度を広めるためにはさらなる案が必要である。これらの分析結果から、パンカツを広めるための具体的な提案を行っていく。

### 3. 学生に向けた提案

先述したアンケートの結果から、パンカツを食べたことがないが食べてみたいという声が多かった。しかし、調査した結果八王子でパンカツを実際に食べることが出来るお店は3店舗しかなく、すべて飲食店であることが分かった。そこで、お菓子感覚で食べられるというパンカツの長所を活かし、より気軽にパンカツを食べることができる場所を増やすため、大学にパンカツのキッチンカーの出張を行う。すでに、パンカツ協会は八王子での祭りや、東京工科大学の大学祭などで出張店舗を行った実績があることから、パンカツ協会に申請することで、キッチンカーを大学に配置し販売することが可能であると考える。

「パンカツ」は、学生からの認知度が少ないことから、SNSを活用した宣伝方法を提案したい。総務省の令和3年通信利用動向調査の結果によると、SNSの利用状況は20~29歳が93.2%で一番多い割合となっている。次いで、13~19歳が90.7%という割合になっていることから、SNSによる宣伝が学生に効果的であると考えられる。主に、“Instagram”、“TikTok”的2つを活用する。

### 4. 八王子市に向けた提案

パンカツを全国に広げていくためには、パンカツとともに八王子市のパン業界を盛り上げる必要があると私たちは考えた。そのために八王子市に向けて3つの提案をする。1つ目は、市内に点在するパン屋に対する、販売協力の依頼である。八王子市内には、地域に密着した老舗のパン屋が多く存在する。八王子市内のパン屋がひとつの運動としてパンカツを有名にする活動をしていけば、やがて市内に浸透し、全国に広まっていくと思われる。

また、協力してもらう場所の候補としては前述した大学構内はもちろん、八王子駅前や都内唯一の道の駅、またさらに多くの飲食店にも交渉し、販売してもらう。外部の観光客が訪れる場所に商品を置く

ことで、口コミ等での情報拡散も図る。

2つ目はパンカツを活用した新商品の提案である。パンカツが出来上がればそのまま美味しく食べられるが、C級グルメであるパンカツがA級になるには、「有名かつ高価」という印象をつけなければA級になれない。したがって、パンカツを使った新しいレシピを考案することで、様々な人から親しみやすい商品にすることができる。しかし、C級からいきなりA級になることは難しく、食べてくれる人も少ないことが想像できるため、まずは安くて美味しいB級をめざす。B級の例としては、ステーキやハンバーグの代わり、またはそれらと合わせハンバーガーにするなどがある。B級になり、一定の人気が集まれば、パンの材質や調理方法などにこだわったA級を目指す。八王子産の上好な小麦を使い、高級な製パン方法を発明・採用し、パンの食感をもっと一層に上げたり、パンカツの作り方も高級に改良したりする必要がある。このように、パンカツを使用した新しいレシピを提案することでさらなる認知度を高めることができる。

3つ目に、パン屋マップの作成である。パンカツの欠点として、認知度の低さと食べられる場所の少なさから、どこで食べられるかわからないという点が挙げられる。また八王子には有名なパン屋から、地元に根付いた専門店まで様々なパン屋があることがわかった。そこで、おすすめのパン屋や、先ほどの提案で述べたパンカツの販売に協力してくださるパン屋の情報を1つのマップに表すことで、パン屋業界を盛り上げるということと、パンカツを食べられる店がどこにあるのかを知ってもらうという2つの目的を達成できると考えた。

#### 参考文献

食楽 WEB <https://www.syokuraku-web.com/bar-restaurant/28642/f/2/>  
総務省  
[https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/220527\\_1.pdf](https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/220527_1.pdf)