

藤岡研究室 × GOOD NATURE MARKET 展開產學合作 開發並販售以幼果為成分的瑪德蓮

製作單位：龍谷大學價值創造推進中心、龍谷大學校長室（公關）

龍谷大學經營學部的藤岡研究室以「未利用資源的活用」為主題，致力於解決地區課題。在過去的行動中，該研究室曾積極將和歌山縣的柑橘皮及葡萄山椒等素材投入商品開發，並從事其行銷活動。2025年1月29日，藤岡研究室與由株式會社Biostyle營運的品牌「GOOD NATURE MARKET」共同開發並推出《適合搭配日本茶的 蘋果幼果瑪德蓮》商品。該點心為將青森縣弘前產的蘋果幼果再利用（升級再造）的產品。我們訪問了藤岡研究室2025年度四年級學生今村朱里同學，以了解更多這款烘焙點心背後的故事。



經營學部四年級學生（2025年度） 今村朱里同學

【疏果作業中約九成蘋果被淘汰】

——帶有清爽蘋果風味的「適合搭配日本茶的 蘋果幼果瑪德蓮」。首先請介紹青森縣的蘋果幼果。

今村：所謂「疏果」，是指在蘋果栽培過程中，選擇要採收的果實以後，並摘除其他果實的作業。透過減少果實數量，可以讓留下的蘋果長得更大、也更美味。在蘋果種植過程中，大約有75%的作業時間是用於疏果與除去葉子等工作，而在疏果時被淘汰的蘋果約達到全體的90%。雖然我自己來自青森，但在進入龍谷大學之前，並不知道有這麼多蘋果在未被使用的前提下就被廢棄了。



蘋果進行疏果（摘果）的樣子



雙手捧滿摘下的蘋果（蘋果幼果）

——蘋果幼果是什麼味道呢？

今村：會因為摘果的時期不同而有所差異。我們在6月實際參訪時看到的蘋果幼果，大約只有

五百日圓硬幣大小，果皮是黃綠色。由於是尚未變甜的未成熟狀態，農家都說：「很澀，根本不能吃。」即使蘋果幼果很難直接食用，我們卻開始思考說是否還有其他的使用方式。這就是這個專案的起點。



一般大小的蘋果與蘋果幼果的尺寸比較



一般大小的蘋果與蘋果幼果的尺寸比較

——藤岡研討室至今持續投入解決地方課題，曾以柑橘與葡萄山椒進行商品開發。這次為什麼選擇蘋果作為主題呢？

今村：過去藤岡研討室的學長姐們，曾以青森縣產蘋果為主題，推動「提升年輕族群蘋果消費量」的企劃，並透過自有媒體進行推廣，也推出咖啡廳活動、快閃店等等，因此我們本來就和蘋果主題有關係。其實我進入龍谷大學的契機是，是看到招生簡章中介紹藤岡研究室及他們以蘋果為主題的活動。當時覺得京都的大學生竟然在思考青森蘋果的問題，讓我感到非常開心，也因此希望能加入這樣的行動當中。

【將蘋果幼果加工並送到消費者手中】

——2024年的產學合作計畫是如何開始？

今村：我們的活動其實從大二的寒假就以自主方式開始推動，但正式計畫是在2024年4月啟動。一開始，我們6位成員先發想蘋果幼果可以做什麼，並向「GOOD NATURE MARKET」提出各種構想。當時的商品提案非常多元，包括烘焙點心、沙拉醬等等食品；在非食品類提案中，也有人提出牙膏的構想。



與企業進行會議的情況

之後，我們聚焦在瑪德蓮的開發，並進一步考慮其優勢、市場定位以及原料供應來源。在夏季時，團隊也前往青森縣，實地拜訪農家，並直接了解當地所面臨的課題。其中一個主要問題

是沒有後繼者。我們也思考，如果能透過這款瑪德蓮讓蘋果產業進一步發展，並讓年輕世代產生興趣，或許未來能進一步擴大青森縣的「關係人口」。



專案成員拜訪青森農家的情況

——多次前往青森的話，費用負擔應該不小吧？

今村：青森是我的故鄉，但對其他成員來說距離很遠，各樣費用確實是一大考量。所以，我們選擇使用「龍谷Challenge」這個學生課外活動支援制度。只要申請並獲選，就可以獲得經費補助，讓專案得以順利推進。也因為這項支援，我們才能在青森縣內的國中舉辦演講，向當地孩子們分享蘋果產業面臨的課題與相關產品。



在青森縣內中學進行講演會的情況

——成品「適合搭配日本茶的 蘋果幼果瑪德蓮」目前已在四條河原町的「GOOD NATURE STATION」上架販售。請問這款瑪德蓮的魅力是什麼？

今村：這款「適合搭配日本茶的 蘋果幼果瑪德蓮」是「GOOD NATURE MARKET」配日本茶的

烘焙點心系列中的新產品。它的特色在於使用了在製作優格或起司過程中產生的乳清（whey），以及可可豆外殼（可可殼，cacao husk）等素材。此外，由於產品是罐裝保存，賞味期限可延長至12個月，這也是整個系列共同的魅力。





【圖片提供：株式會社Biostyle】

麵糰中加入了全球首度成功打成粉的蘋果幼果，經過多次試吃、細緻調整，使蘋果的清爽風味與可可香氣達到絕妙平衡。瑪德蓮一入口，蘋果的清爽先擴散開來，隨後進入可可香氣為主調的平衡狀態。我們也參與包裝設計，提出「讓角色卡卡奧君戴上像農夫一樣的帽子怎麼樣？」、「希望能呈現蘋果幼果的綠色」等建議。這款產品不論是未開封的狀態，還是開封後，光是包裝就讓人想擺在視線可見之處欣賞。這樣可愛的外觀設計也是一大魅力。



包裝設計也加入了巧思與設計細節。

【希望將經驗傳承給下一代】

——從產品開發到成功上市的過程中，你有什麼看見？

今村：這次的專案讓我們能認真思考「消費者追求的是什麼」以及「消費者看見的產品優勢」。這是一次寶貴的學習機會。我學會轉換看事情的角度，並以消費者的立場來思考各樣事物。這是一大收穫，我也覺得這次的經驗未來可以應用到其他情境中。此外，在推動專案的過程中我們接觸到許多人，團隊中不少成員想進入食品公司並從事企劃相關工作的動機也更強了。



——接下來想挑戰的事情是什麼呢？

今村：我自己對蘋果有很深的情感，所以希望能持續這個專案。即使升上大四，我也打算以自發方式繼續參與，並將這個經驗傳承給學弟妹。如果蘋果相關活動能像現在的葡萄山椒一樣成為藤岡研討室的固定主題，那就太好了。在2024年前往青森的國中進行演講時，有學生說「我也想用蘋果幼果做些什麼」，也有人說「對龍谷大學產生了興趣」。當時真的非常驚訝，也非常開心。如果我的活動能對年輕世代產生影響，並進一步對青森或蘋果產業的未來發展有所幫助的話，我希望能持續做下去。

