

■ 事例企業の「設問の構造化」シート

<企業概要>

業 態 老舗洋菓子店
T 館の近くに立地
従業員 20名

子供から高齢者まで、安心して、
風情や温かみを感じながら
美味しく味わえる洋菓子の提供

創業 50 年の伝統の味を守りつつ、
新しいニーズに対応するための
マーケティング戦略に取組、さら
に、地域貢献の取組を指している
企業の事例

【機会】

- 健康に気遣いつつ風情や温かみを求める高齢者
- アレルギーの子供に安全・安心な洋菓子を食べさせたい家族

経営理念

【強み】

- 社長の製菓技術力
- 季節のフルーツを使った製菓力
- 接客レベルの高い従業員

【脅威】

- 総合スーパー
- ・大量生産で安価な商品
- 大手洋菓子チェーン
- ・画一的であるが Web 対応充実

経営戦略

- 洋菓子店の顧客獲得
- ・生菓子の新商品戦略
- ・半生菓子／焼菓子の新商品戦略
- X市の方針に基づく新規の貢献施策の確立

【課題】

- Web 問い合わせ対応が不十分
- 高齢者層の購入機会損失

外部環境

内部環境

【標的市场】

- ・地元の魅力や風情を求める家族
- ・健康志向に興味のある高齢者
- ・アレルギーの子供を持つ家族
- ・将来の仕事を真剣に考える中学生とその家族

標的市場の選定

ターゲット
フィット

マーケティング・ミックス

【CSR：社会貢献】
（地域の課題解決）

- ・X市は教育に力を注いでおり、生徒の成績向上に貢献したい
- ・保護者からも教育に関する要望がある

マーケティング戦略

地域貢献

●生菓子

- ・T館の夏のインバトを活用

●半生菓子

- ・酒造業の酒かす×社長の製菓技術力
- ・月1回の夜市で
利き酒会の従業員が販売
- 焼菓子
- ・M大学のアレルギー向け献立×
季節のフルーツを使った製菓力
- ・Web 問い合わせに対して積極的に
市民講座受講者が提案販売

●中学生向けインターシ
ップ

- ・アレルギーを持つ中学生
への B 社洋菓子認知度向
上
- ・家族間コミュニケーション
増加による成績向上

2-2

- ・地元のフルーツを用いる
- ・T館を中心に据えた風情ある
化粧箱の活用
- ・T館の SNS を活用
- ・B ソムリエによる提案販売