ケース１　霧の森大福の開発・販売

キーワード：商品開発　ブランドロイアルティ　トレンド　プロモーション　道の駅

１　学習内容

商品の差別化による経営戦略

２　学習目標

地域産業発展を目指すビジネスの取組の事例の考察を通して、その特徴や在り方について理解する。

３　学習指導要領において対応する科目、単元および学習内容

「マーケティング」

⑹　販売経路と販売促進

ア　販売経路

販売経路の種類と特徴について理解させる。また、販売経路の決定に関する具体的な事例を取り上げ、販売経路の設定、強化及び効率化が顧客満足の実現や価格に及ぼす影響について理解させる。

「商品開発」

⑴　商品と商品開発

イ　商品開発の意義と手順

商品開発の意義及び商品のライフサイクルについて理解させる。また、商品開発の手順と考え方について、商品開発の具体的な事例を取り上げて理解させる。さらに、商品開発や商品の流通における法令遵守などの社会的責任及び販売後の商品の評価とそれに基づいて商品の改良を行うことの重要性について理解させる。

「広告と販売促進」

⑵　広告と広報活動

エ　広報活動の意義と手法

広報活動の意義や役割について理解させる。また、効果的な広報の方法について、企業などによる広報の具体的な事例の考察を通して理解させる。

⑸　販売促進の発展と顧客満足の実現

ア　時代に応じた販売促進

ダイレクト･マーケティングや電子商取引など時代に応じた販売促進の意義や課題について、具体的な事例の考察を通して理解させる。

「ビジネス経済応用」

⑸　ビジネスの創造と地域産業の振興

ウ　地域ビジネス事情

身近な地域のビジネスの動向やビジネスに役立つ資源についての調査や研究を行わせる。また、その結果を基に、地域産業の振興のための具体的なビジネスアイディアの考案、その実現方策の立案及び地域や産業界への提案をする実習をさせるとともに、地域産業の振興への寄与の在り方について考察させる。

４　評価の観点

・地域資源「新宮茶」を利用した抹茶大福を開発し、第三セクターの経営改善を図るとともに新ブランドを確立し、地域のアピールを行う取組を理解している。　【知識・理解】

・「道の駅」へ登録されたことで、どのような効果が上がっているかの思考を深め、基礎的・基本的な知識と技術を基に適切に判断し、導き出した考えを表現している。

【思考・判断・表現】

事例　ケース１　霧の森大福の開発・販売

「霧の森大福」ヒットの秘密

「霧の森大福」は、四国中央市新宮町の観光スポット道の駅「霧の森」内にある菓子工房で製造販売されている和菓子である。中心に生クリーム、そのまわりにこしあん、そしてそれらを抹茶を練り込んだ餅でくるみ、抹茶をまぶす四重構造になっている。クリームとこしあんの甘味、抹茶の苦味のバランスが絶妙で人気商品となっている。この大福に使用される抹茶は、収穫前に黒い布を被せて日光を遮る「かぶせ抹茶」という栽培法により苦みを抑えている。また、完全無農薬有機農法の新宮茶を使用するなど、品質にもこだわりを持っていて、一つ一つ丁寧に作られているため、大量生産には向かない。テレビ番組でも取り上げられ、2004 年 10 月放送の『「ぷっ」すま』で紹介されてから 20 時間程の間に、それまでの通常期の半年分に匹敵する５千箱の注文が入った。また、2004 年 11 月の『あさパラ』で紹介された後も、わずか 30 分の間に２千箱が完売した。

この頃から、ネット通販は不定期になり、年に数回だけ実施されるようになった。ネット通販競争率は人気があり、現地の菓子工房でも１人３箱までという販売制限を行っているにも関わらず、午前中に完売になることがある。今は他社から類似品が出ているようだが、クオリティで追随を許さず高い人気を誇っている。四国中央市新宮町といえば、「霧の森大福」。このスイーツの名前は今では全国に広がっている。販売店は愛媛県内でも２か所しかない。第１号店の松山店と四国中央本店。一つずつ丹念に生産しているので、大量生産ができず、８個入りのセットが１日 800 箱しか製造できない。１人限定３箱なので、１日 300 人程度の人にしか購入できず、イベント販売でも整理券が配られている。ネット通販は、年に数回行うようだが、当選確率は数百倍、まさに幻のスイーツになっている。松山店には、朝一番から行列ができ、数十分で販売が終了してしまう日もある。

この「霧の森大福」、発売当初から爆発的なヒットを飛ばしていたかというと、1999 年の発売から５年程度は鳴かず飛ばずであった。それが 2004 年から全国放送のテレビ番組で３回程度紹介されてから、人気に火が付き、あれから 10 年が経過した今も、一過性のブームに終わることなく、商品は売れ続けている。聞き取り調査をしたところ、①商品力はあったが、すぐに売上に結びついていなかった。②全国ネットのテレビで紹介され、プロモーション効果があった。③ブームではなく、トレンド、リピートにつながる工夫がなされている。

（参考Ｗｅｂ）「霧の森・霧の高原オフィシャルサイト 」
〈http:// www.kirinomori.co.jp 〉

2016/2/1 資料作成

ワークシート

ケース１　霧の森大福の開発・販売

（　　）年（　　）組（　　）番　氏名（　　）

1　四国中央市の特徴を調べ、３つ挙げなさい。　【興味・関心】

2　どのようにして、「霧の森大福」のブランドロイアルティを高めていったのか考えなさい。
【思考・判断・表現】

3　どのような販売促進活動により、マスメディアに取り上げられたのか考えなさい。
【思考・判断・表現】

4　2010 年８月、道の駅に登録されたことでどのような効果が上がったと考えられるか。
【思考・判断・表現】

5　地域資源を活用した地域活性化の取り組みにはどのような工夫がなされているか。
【思考・判断・表現】

ワークシート　解答例

ケース１　霧の森大福の開発・販売

（　　）年（　　）組（　　）番　氏名（　　）

1　四国中央市の特徴を調べ、３つ挙げなさい。　【興味・関心】

海・山・町が近く、日本三台局地風「やまじ風」が吹く地域であり、根菜類の栽培が盛んである。
紙関連製品出荷額が 10 年連続日本一の町であり、「工場の煙突からの煙」が象徴する製紙業が好調である。
知る人ぞ知る自然も豊かであり、水翠高原や新宮霧の森は観光の名所となっている。

2　どのようにして､｢霧の森大福｣のブランドロイアルティを高めていったのか考えなさい。
【思考・判断・表現】

地域特産品の「新宮茶」を活用した商品開発を進め、霧の森大福の原料になる抹茶は、30 年間完全無農薬で育てられている。そのため農薬を散布する方法より生産性は劣るが、新宮村の農家は、こだわりを捨てることはなかった。栽培方法の工夫としては、茶摘みの 10 日前から黒い布で日光を遮る。茶葉が光を求めて生育する性質を生かした栽培方法は、抹茶のえぐみや苦みを抑えられ、「霧の森大福」の甘みを演出している。こうしたこだわりが顧客のロイアルティを高め、リピートへとつながっている。

3　どのような販売促進活動により、マスメディアに取り上げられたのか考えなさい。
【思考・判断・表現】

経営が苦しかったときには、従業員が辞めて人が少なくなったこともあり、商品のラインナップが減ったこともある。従業員が車にお菓子を積み、遠くまで売りに行くこともあった。こうした地道な活動がメディアの目にとまったといわれる。

4　2010 年８月、道の駅に登録されたことでどのような効果が上がったと考えられるか。
【思考・判断・表現】

道の駅を運営する「株式会社やまびこ」では、60 名の雇用を生んでいる。過疎地区で 60 名の雇用は、かなりの貢献度である。新宮地区の良いところは、「霧の森大福」を大量生産して全国展開による売り上げ増を最大の目的とせず、逆に希少価値を前面に出し、新宮地区への観光客誘致を目的としているところだ。
道の駅は休日を家族で過ごす目的地となり、茶フェ、交湯～館（温泉）など豊かな自然の中で癒される。滞留時間が増え、経済効果も上がっている。

5　地域資源を活用した地域活性化の取り組みにはどのような工夫がなされているか。
【思考・判断・表現】

松山店の来場者数は毎年安定しているが､四国中央本店は減少傾向にあるため､様々な販売促進がなされている。茶フェで茶畑ロールを新発売するなど、幅広い年代がくつろげる空間を意識した。レストラン利用者には、交湯～館利用券を配布することにした。新茶祭りで楽しい企画（手揉み茶体験、茶そばわんこ大会など）を増やした。また、新宮茶でドリンクアート、豆腐あいすくりーむ、お茶が出る「ちゃぐち」など地域をＰＲする活動を続けている。