

金沢のお菓子は全国に知られていない！

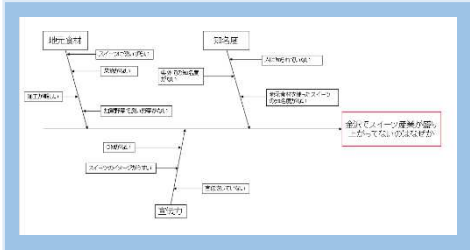
金沢の「白い恋人」をつくる



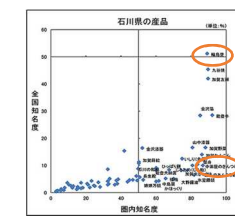
問題: 金沢でスイーツ産業が盛り上がっていない

ワンポイントテーマ
金沢市のスイーツが県外で知られていないから

知名度を上げるための方法を探す



現状調査



全国知名度

順位	産品名	産品	全国知名度	県内知名度
1位	北海道	白い恋人	87.3 (n=3,367)	
2位	東京都	濃厚パウンド	81.5 (n=3,366)	
3位	沖縄県	らんぷこ	81.2 (n=3,366)	
4位	東京都	八景餅	78.4 (n=3,366)	
5位	北海道	夕張メロン	78.2 (n=3,367)	
6位	秋田県	きりたんぼ	78.0 (n=3,366)	
7位	香川県	讃岐うどん	77.0 (n=3,366)	
8位	沖縄県	シーワッソー	76.9 (n=3,363)	
9位	沖縄県	サンクワンデ	75.3 (n=3,363)	
10位	高知県	長崎カステラ、長崎かすた	75.2 (n=3,343)	

白い恋人が
全国1位！

どのようなお土産が売れるか？

越山甘清堂
店員



外国人観光客の方は
日持ちのする
お菓子を買っていきます



一般客の声



個包装のお土産、日
持ちするお土産、その土
地限定のお土産、美味し
いお土産を買いたい

金沢のお菓子



きんづば



YUKIZURI

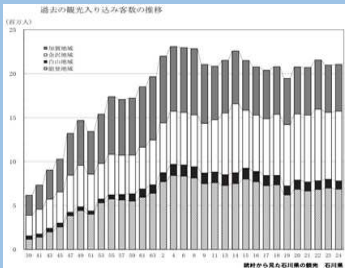


金城巻き

和菓子が多い

宣伝できれば売上UP?

金沢の観光客数



・新幹線の開通により、観光
客数の増加が見込める。
・新幹線開通に便乗した宣
伝方法

広告の方法



ラジオ

費用は少し掛かる。効果
は中程度



TV

費用は極大、効果大



Web

費用は方法により上下、効果は
若年層には大?

大手はどんな手法を
用いているか？

白い恋人はなぜ人気になったのか



機内食として販売

パッケージの変更による商品のイメージの変化

提供価格 の連続性	パッケージ デザイン 変更の程度	店頭での 注目の 獲得	ロイヤル カスタマ ーへの 維持	パッケージ 評価への 影響	コメント
高	完全維持	△	◎	一定	・現状を維持できる ・パッケージの鮮度が低下しやすい
↑	下度可 差異以下の 調整	△	◎	増進	・ロイヤル・カスタマへの愛着を維持できる ・鮮度を維持できる ・下度可調整を越えにくいように注意
↓	一部変更	○	○	向上	・変更の程度が大きすぎると、パッケージ 評価が低下してしまう
低	全面変更	◎	×	低下	・鮮度もって参入できる ・これまで置いてきた店舗は失われる

・白い恋人のパッケージは
大きな変更がされていない。
・店頭での広告方法もこの
表の法則が適用される？
・あまり派手になりすぎず、
変化を小さくすぎない

金沢市のお菓子を広く知ってもらうための広告方法の提案



車内販売

新幹線に便乗
・県内に入る前の観光客にアピール
・費用大

ハイリスク
ハイリターン



お土産にポップ

ポップを変更し売上が向上したデータあり
費用小
大きな宣伝効果が期待できない

ローリスク
ローリターン

金沢工業大学

2015年度プロジェクトデザインⅡ
クラス番号: FM302
チーム番号: 2
チーム名: 2班
チームメンバー名: 中村勇作
永田瞳
原山一輝
飛騨徳満
干場零生夢
宮本樹

担当教員名: 松本重男