

ビネストはマーケティング情報発信基地

Topics

P1

消費者視点で
既存商品リニューアル!

P2
~
P3

令和 6 年度
商品開発プロジェクト

P4

information
知っ得! マーケティング

消費者視点で 既存商品リニューアル!



時代や消費者の変化を捉えながら実践を通してマーケティングを学ぶ「静岡おみやプロジェクト」。今年度からおみやげにこだわらずより幅広い食品開発に取り組むため、「商品開発プロジェクト」に事業名が変わりました。ご褒美に、ご挨拶に、特別な時間に。美味しいものは物質的な価値を超えた心理的・感情的な満足感を届けます。作り手は、技術ではなく口福を感じてもらえるように気持ちや思いを丁寧に形にします。消費者視点の商品開発に取り組む参加企業6社による10ヶ月のチャレンジ。商品の完成はもう間もなくです!

静岡市産学交流センター B-nestは
ビジネスチャレンジを応援します!

無料

ビジネス相談

資金、マーケティング、商品開発、製造、営業など経営全般、創業、新事業進出について、専門相談員が最善策をご提案します。

無料

ビジネス情報提供

各支援機関のサービス、補助金情報などを取りそろえています。全国でも屈指のビジネス関連の情報、サービスを取り扱う御幸町図書館(5F)と連携しているので、迅速な情報収集ができます。

無料

ネットワークづくり

静岡の産業活性化を目的に、様々なプロジェクトを実施しているので、多様な分野での人的ネットワークを構築しています。お気軽にスタッフにお声かけください。

有料

会議室提供

ビジネスにおいて会議や勉強会は必要不可欠。お手頃な価格で会議室をご利用いただけます。

まずはお気軽にB-nestへご連絡ください

Tel. 054-275-1655

B-nestホームページ <https://www.b-nest.jp/>

大多和農園



大多和 奈秀さん

プロジェクト見学時に商品開発やマーケティングの奥深さに触れ、「自信を持ってお客様にお出しできる商品をここで開発したい!」と参加を決めました。意図を持ったデザインや開発、消費者目線で商品を考える重要性はよく知られていますが、自社の状況に即した具体的なアドバイスや実際の取り組み方について

深く学べたことは大変参考になりました。味や食感、パッケージにこだわり、みかんに愛される清水の町で「これが清水のみかんだよ!」と感じていただけるような、甘夏みかんを存分に使ったゼリーを開発中です。皆様に愛される商品になるよう努力をしています。ぜひ私たちの商品をお手に取ってください!

さすぼし蒲鉾株式会社

天神屋の成功体験に触発され、さすぼしでもヒット商品を生み出したいと考えたことが参加の動機です。試食会(消費者・バイヤー)での評価、他メンバーの開発エピソードや考え方は大いに勉強になりました。短期間で講義を全て理解することは難しいかもしれませんが、マーケティングを取り入れるきっかけに

なと思いますし、私自身この経験は今後の開発にも大いに役立つと感じています。今回は静岡名物「黒はんぺん」をもっと気軽に、今まで苦手だったけど美味しいんだと思ってもらえるような商品を開発しています。創業明治23年の伝統と技術を結集し、令和に見合った新しい黒はんぺんを誕生させます!



森藤 高志さん

D デザイン 株式会社



柴田 宙見さん

「客観的な視点から専門的なアドバイスをいただきたい」という想いと、お土産屋さんで「おみやP.J.」のロゴを見て「私もここに置いてもらいたい!」と夢見たことが参加のきっかけでした。勉強会は、ターゲットの明確化や情報発信の仕方を考え直す機会となり、宿題を通して普段手を付けられない課題にも取り

組めました。開発中のドレッシングには、「3歳の子どもでも安心して完食できる安全なドレッシング」という孫への思いがこもっています。様々な意見の中で悩むこともありましたが、自社の強み、訴求したいことを軸に持つことでぶれない決断力を養えたと思います。

PATISSERIE 46

新しい視点で商品やお店を見直しもっと良い商品を作りたいと思ったこと。もう1つは、単純に「楽しそう!」と感じたこと。これらが参加のきっかけです。実際に参加してみると、自分の商品や経営についての考え方が大きく変わり、目指す方向がはっきりしました。特に来客者を想定したシミュレーションやアンケート

調査は役立ちました。また講義後の交流会では、参加者同士の意見交換から具体的なアイデアを得られたのも良かったです。カヌレが美味しいケーキ屋として、新しい名物となるカヌレを開発しています!「何か変えたい!」と思っている方、是非参加してみてください!



兼高 健さん

丸福製茶株式会社

日根野谷 重智さん
小畑 七海さん

商品パッケージのリニューアルと商品開発の進め方を学びたい、その想いでプロジェクトに参加しました。講義を通じて、商品開発に対する見方や考え方が大きく変わり、特に消費者の反応を見ることができたのはとても有益でした。現在、カフェインが少なく免疫力の向上も期待できる水出しのお茶を開発中

です。ぜひ一度お試しいただきたいです!このプロジェクトでは、イベント出展による会社の認知向上や、他事業者との交流など、商品開発に役立つ貴重な経験を得ることができます。商品開発に悩んでいる方や新しい視点を取り入れたい方に、是非おすすめしたいプロジェクトです!

リュバン

「もっとお客様にワクワクしてもらえるリュバンの柱になる商品を作りたい!」その想いで参加しました。このプロジェクトで、客観的に自店を見直すことができ、新しい発見やアイデアにたくさん出会えました。特に、消費者インタビューでお客様の声を直接聞いたのは大きな収穫で、今後自店でも定期的に実施した

と思います。また、これまで二の足を踏んでいたことに挑戦する機会をもらったことにも感謝しています。「新しいワクワク」をお客様に届けるため、これまでになく商品を開発中です。「何か変えたいけど、どう動けばいいかわからない」という方、ぜひ参加してみてください!



青木 健太さん

で既存商品リニューアル！参加者からのメッセージ



静岡という街での戦い方

株式会社 販売促進研究所
代表取締役 杉山浩之 氏

平成29年度第9回からアドバイザーを務めていただいている
(株)販売促進研究所・杉山様にお話を伺いました。

新商品の開発は既存顧客のため

プロジェクトは「開発商品は既存顧客が求めるもの(マーケットイン)」が主眼におかれますが、事業者の多くは100人の既存客をさらに新規で100人獲得して200人に増やしたいと考えています。

杉山 最初に「新商品」は新しいお客様のためではなく、お店のリピーターのため」ということをしっかりおさえていただきます。あるチェーン店の季節限定商品は数字で見れば赤字。ただ、同じ季節に同じ商品を宣伝することで離れたお客様が戻ってきてくれるそうです。勿論新しいお客様にも来てほしいですね。でも、新規顧客を獲得するには労力も必要ですし、必ずしもその方達がリピーターになってくれるとは限らない。であれば、今のお客様にしっかり向き合った商品を完成させる方が“お店のファン”になってくれますよね。

でも「店主が作りたいもの(プロダクトアウト)」が人気になり、リピーターになる場合もあります。(どんな作り方でも)お客様が増えればOKと考える人もいます。

杉山 勿論その考えは間違いじゃないです。お客様に向き合った商品作りは時間が掛かりますし、必ずしもその商品が利益を生むとも限りません。ただ、それは“作りたいもの”で完成した商品も同様で、必ずしもお客様にささり続けるわけではないです。であれば、今来ていただいている方に向き合って、その方のために作る方がお店の将来のためになると思います。“ファンを作る”という意識が大切です。

プロジェクトを通して、参加事業者はお客様の声を聞くことの大事さを理解します。しかし、お客様の声を聞きすぎてうまくいかない人もいます。

杉山 一番聞いてほしい意見はリピーター率の高い人の意見です。ただ、つまるところ消費者の意見の峻別は、経営者としての“判断”です。重要なのはセンス。我々は様々な調査でデータを出すことはできますが、それをしっかり経営者が判断することが大事です。経験における暗黙知。成功も失敗も重ねているからこそ判断に深みが生まれます。いい経営者は定性調査を自社でも行います。月に一度消費者の声を聞く時間を設ける方もいます。それは、一顧客の意見が正しいか否かを常に判断できるようにアンテナを磨いているわけですね。マーケティングはつまるところ“サイエンス×アート”。データ通りにいか

ないからこそ人間の五感をフルに使って考える。数字の管理だけではうまくいきません。

「何屋か分からない」という褒め言葉

静岡という街での戦い方について教えてください。

杉山 静岡は温かい人が多いので、地域の人みんなで支え合って経済を伸ばしてきたと思います。ただ、最近は人口が減ってきています。既存客のリピーター率を上げるという話をしましたが、人口が減っているのでリピーターする分母も減っている。その減少分を補うために、静岡以外の地域でも買っていただく必要があります。ネットでもどこでも買えるようになるのが理想です。そしてリピーターをとりながら同じ地域で新規も取り続けていく。その中で私が思うのは、「何屋か分からない」と言われることだと思います。“専門店”であり続けよう考える方は多いです。それは素晴らしいことですが、専門店で生きていくには静岡では人口が足りなすぎだと思います。専門となった瞬間に地域だけでは満たされません。専門になればなるほど広くやらなければいけないし、資本が必要になるからです。ネットで売るには資本が必要ですが、資本を稼ぐためのリアル店舗もセットで必要になります。

「何屋か分からない」とは

杉山 例えば杉山洋菓子店というブランドを信頼しているお客様から、「ケーキじゃなくて蕎麦を作りなさい」と言われたら蕎麦を作る。それが顧客のロイヤリティであり、ファンマーケティングだと思います。自分のお客様が(販売しているものと)違うものを求めてきてもそれをやる。「何屋か分からないね」に対して「地域密着で求められているものをやっているだけです」と返せたら名人芸ですね。

洋菓子店としてブランドが立っているときに蕎麦を作るのは既存ブランドを邪魔しませんか

杉山 ブランド論の話ですが、確かに“ブランド”で考えると何屋かはっきりしている必要があります。ただ、それは全国で戦う時の話です。全国を舞台にするには何屋か確立していた方がいいです。ただ、静岡という街で戦うとしたら、万事屋のような立ち位置も必要だと思います。

プロジェクト参加希望者へのメッセージ

杉山 一人で考えてもうまくいかないことも多くあります。だから“壁打ち相手が欲しい人”にはいいかもしれませんね。プロジェクトには最新の情報が 있습니다。現場を見て、実務として動かしています。様々な情報を得ている我々を壁打ち要因として考えてくれてもいいと思います。そして何より、「今までのやり方を疑っていて、新しいやり方を教わりたい人」。そういう方には最適なプロジェクトだと思います。



知っ得! マーケティング

テ
ー
マ

SNSのビジネス活用を成功させる秘訣

ますだ かおり
増田 郁理 先生
(WEBマーケティング相談員)



「SNSで何を投稿したら良いかわからない」「SNSって難しそう…」

そのようなご相談をよく伺います。結論からお伝えすると、SNSのビジネス活用を成功させる秘訣は「コミュニケーション」を意識することです。

あなたはその先にいるお客様を意識して、いつも投稿をしていますか？

SNSとは、「ソーシャル・ネットワーキング・サービス」の略です。要するに、インターネットを通じて人と人がつながり、情報を共有する場所のこと。SNSの一番の魅力は、「双方向コミュニケーション」ができることです。これは、一方的な発信ではなく、お客様と直接コメントのやりとりができたり、お客様の自然な反応が見れるということです。投稿のコメントなどを通じて、お客様のリアルな声を聞き、感謝の気持ちをお伝えすることで、信頼関係が築かれ、あなたのビジネスのファンへと成長していく可能性が高まります。

では、どのような投稿が良いのでしょうか？それは、お客様がどのような投稿を喜びかを考えることが大切です。年齢、居住地、職業、趣味、生活環境など

により、喜ばれる投稿は異なります。お客様がどんなアカウントをフォローしているか、どんな投稿に反応しているかをチェックし、研究するのも1つです。まずは、上客である〇〇さんを思い浮かべて、〇〇さんが関心を持ちそうなテーマを10個リストアップしてみましょう。ビジネスのことだけでなく、日々の出来事、ちょっとした気づきなども立派な投稿内容です。そして、投稿の際には「お客様との対話」＝「コミュニケーション」を意識してみてください。お客様がいいねやコメントをくださった際には、こちらからも反応してエンゲージメント(親密度)を深めていきましょう。

SNSは上手に活用すれば、低コストであなたのビジネスを広く知ってもらえる最強のツールです。SNSも「人と人とのつながり」であることを忘れずに、気軽に一歩を踏み出してみましょう。何より、あなた自身がSNSを楽しみながら、お客様とおしゃべりするような感覚で続けてみてください。応援しています！

困った時の駆け込み寺 無料窓口相談

※ 予め予約をお取りする事をお勧めします

中小企業診断士とITの専門家で構成する「B-nest経営応援団」があなたの悩みを解決！
創業・経営 (webマーケティング含) に係るちょっとした疑問でもお応えします！

疑問はB-nestで解決！

創業したいが、何から準備したらいいの？

ビジネスプランが不安・・・

SNSの活用方法を知りたい！

webで販路を開拓したい！

資金繰りを見直したい・・・etc

お気軽にご相談ください

相談日 月曜日～土曜日(祝日を除く)

時間 13:00～19:00(月～金曜日)
10:00～17:00(土曜日)

場所 静岡市産学交流センター6F

B-nest 御幸町図書館

創業・経営関連サービス



御幸町図書館がビジネスの現場で
役立つ本をご紹介します。

「小さな商い」のはじめ方 三宅 哲之/監修 メイツ出版 2023年9月

自分の好きなことで事業を成功させることは魅力的です。コロナ禍を経て、多くの事業の在り方は変化し多様化しました。リアルとオンラインの連携で付加価値を生む、新しい時代の「個人商店」とは？どんな事業にも共通する成功の秘訣の原理原則を解説しています。

実際に小さな事業を起こした方々の体験談として、写真やヒストリー、資金繰りの内容まで具体的に紹介されており、様々な事例を参考にすることが出来ます。個性を活かした小さな商いを始めようとしているあなたの、知りたいことが詰まった一冊です。

お問い合わせ / 054-251-1868 ホームページ / <https://toshokan.city.shizuoka.jp>

いつも身近な図書館をカシコク利用しましょう！

スタッフがビジネス情報の探索のお手伝いや、資料の使用方法についてアドバイスします。お気軽にお声がけください。

ビジネス支援サービス

5Fビジネス書・静岡資料コーナー

ビジネスに役立つ資料が充実。地元・静岡に関する郷土資料や行政資料なども取り揃えております。

5F電子図書館コーナー

企業情報や経営関連情報などを検索できるデータベース席をご用意しています。インターネット席で調べものもできます。

B-nest 静岡市産学交流センター

〒420-0857 静岡県静岡市葵区御幸町3番地の21 ペガサート6階・7階

Tel 054-275-1655 Fax 054-275-1656 Mail info@b-nest.jp

ホームページ <https://www.b-nest.jp>

■ 開館時間 / 9:30～22:00 ■ 休館日 / 日曜日、国民の祝日、振替休日、年末年始(12月28日～1月5日)

B-nest 静岡市立御幸町図書館

〒420-0857 静岡県静岡市葵区御幸町3番地の21 ペガサート4階・5階

Tel 054-251-1868 Fax 054-251-9217

ホームページ[静岡市御幸町図書館] <https://www.toshokan.city.shizuoka.jp>

■ 開館時間 / 平日(月～金曜日) 9:30～20:00 土・日・国民の祝日 9:30～17:00

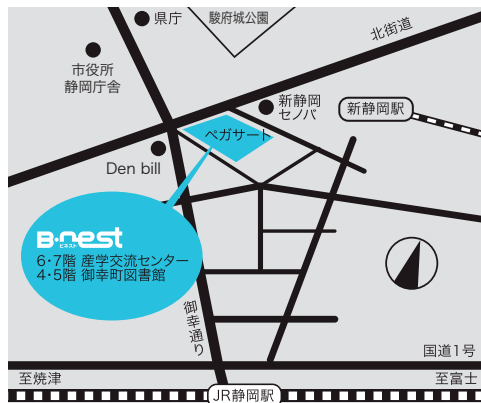
■ 休館日 / 毎月第2月曜日、毎月第4水曜日(国民の祝日のときは次の平日)、国民の祝日の次の平日、図書館資料点検期間、年末年始(12月28日～1月5日)

B-nest

検索

御幸町図書館

検索



交通手段 来館は公共交通機関のご利用が便利ですが(静鉄電車・バス「新静岡」下車)、自家用車で来館の方にはペガサート駐車場(有料)がご利用いただけます。