

夏秋どりイチゴで いつでもおいしいケーキを

《洋菓子店で使われるイチゴ》

現在、夏秋期の製菓用イチゴの多くは輸入物ですが、消費者の国産農産物志向を背景に、洋菓子店でも国産が広く支持されています(写真)。こうしたなか、当研究センターで開発された夏秋どりイチゴは、東北地域の夏季冷涼な気候を生かして生産できる国産イチゴとして、洋菓子店と産地の双方の関心を集めています。ただ、各産地が形成途上にある現時点では、夏秋どりイチゴの大量生産は難しいこともあって、外国産より高価格にならざるを得ません。そこで、洋菓子店への販売に際しては「割高でも良質な国産イチゴ」を求める店を対象に販売戦略を立てる必要があります。

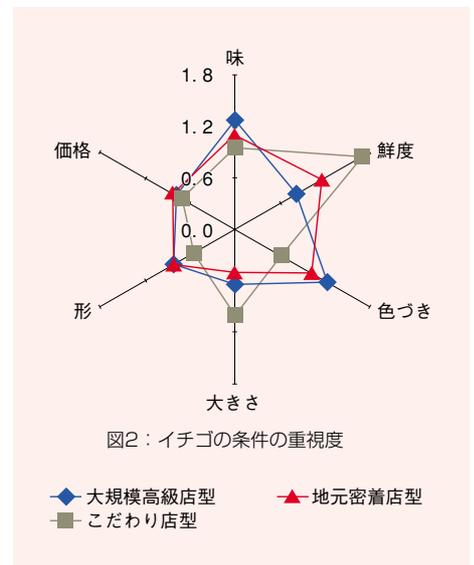
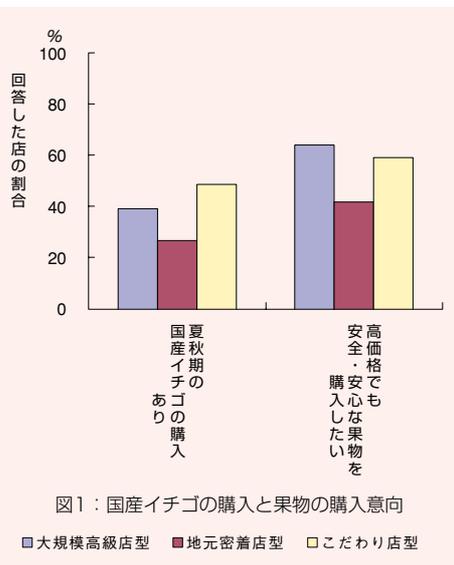
大量の需要が見込まれる東京都の洋菓子店へのアンケート結果(2004年8、9月実施、配布数971票、回収率27%)から、夏秋どりイチゴの販売ターゲットと販売上の課題を検討しました。



ケーキ店を彩るイチゴケーキ

《販売ターゲット》

東京都の洋菓子店にはいくつかのタイプがあり、規模や商品特性、客層からみて次の三つに分類できます。規模が大きく、高価格ながらも品揃え豊富な「大規模高級店型」、地元客に手ごろな価格でスタンダードな種類の菓子を提供する「地元密着型」、独自の経営コンセプトで固定客を得ている「こだわり店型」です。これらの中で、「大規模高級店型」「こだわり店型」では夏秋期に国産イチゴを購入している店や「高価格でも安全な果物」を購入したいとする店が多く、「色づき」「形」等の外観や「価格」より、「味」や「鮮度」といった品質面を重視しています(図1、2)。洋菓子業界では、国産は品質がよいという評価が定着しており、これらの店は有望な販売ターゲットといえます。



総合研究部 農村システム研究室

澁谷美紀

SHIBUYA, Miki



《販売に向けた課題》

「大規模高級店型」「こだわり店型」の店は、夏秋期のイチゴの消費量や仕入先については異なる特徴を示します。「大規模高級店型」の消費量は1日1店当たり6,300g(Mサイズで約570粒相当)であるのに対し、「こだわり店型」は1,900g(同170粒相当)に過ぎません。また、「主な仕入先」として、「大規模高級店型」「こだわり店型」とも8割の店が「仲卸」を挙げていますが、「こだわり店型」ではこの他に「小売店」や「スーパー」を挙げる店も多く、4割を越えています。「大規模高級店型」では大量のイチゴを確実に入手するため、仲卸からの購入が中心になるのに対し、消費量が少ない「こだわり店型」では、手軽に調達できる小売店等からの購入頻度も高いといえます。したがって、「大規模高級店型」に売り込むには一定量を安定供給できる体制を、「こだわり店型」には少量からでも供給できる体制を整備することが重要です。このように、販売ターゲットに応じた体制を整えることで、効果的なマーケティングを行うことができます。