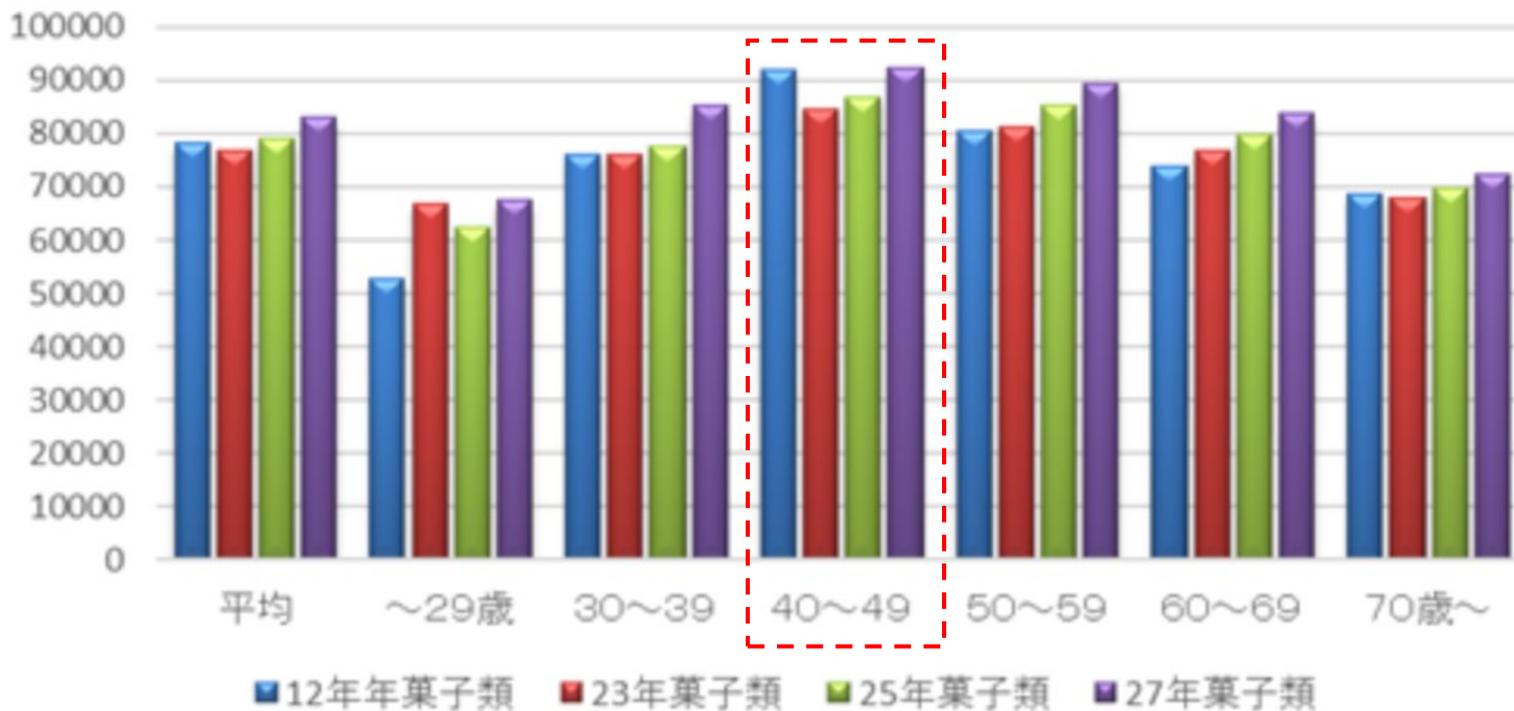


### 菓子類の年齢層別年間購入額



出典:お菓子なんでも情報館

**40~49歳の世代が最も購入額が高い**

## 年齢層別 女性の興味・関心に関するアンケート結果

Q あなたが興味・関心があることはなんですか。(いくつでも)

20代女性 TOP10		
1	ファッション	50.8%
2	メイク・お化粧品	42.9%
3	ヘアスタイル・ヘアアレンジ	38.1%
4	映画鑑賞	33.3%
5	国内旅行	31.7%
5	読書(小説、エッセイなど)	31.7%
7	マンガ・アニメ	27.0%
8	音楽鑑賞	25.4%
9	ダイエット	23.8%
10	美容・アンチエイジング	22.2%

30代女性 TOP10		
1	ファッション	49.4%
2	国内旅行	42.4%
3	メイク・お化粧品	35.0%
4	外食・グルメ・食べ歩き	34.4%
5	美容・アンチエイジング	34.1%
6	ヘアスタイル・ヘアアレンジ	33.1%
7	読書(小説、エッセイなど)	29.3%
8	ダイエット	27.7%
9	音楽鑑賞	27.4%
10	映画鑑賞	26.1%

40代女性 TOP10		
1	国内旅行	44.8%
2	ファッション	41.5%
3	外食・グルメ・食べ歩き	37.9%
4	読書(小説、エッセイなど)	35.4%
5	美容・アンチエイジング	31.8%
6	メイク・お化粧品	29.8%
7	ダイエット	29.5%
7	音楽鑑賞	29.5%
9	映画鑑賞	26.0%
10	ヘアスタイル・ヘアアレンジ	25.4%

50代女性 TOP10		
1	国内旅行	48.3%
2	映画鑑賞	37.8%
3	外食・グルメ・食べ歩き	33.8%
4	ドラマ鑑賞	33.6%
5	ファッション	33.3%
6	読書(小説、エッセイなど)	32.8%
7	音楽鑑賞	29.1%
8	美容・アンチエイジング	27.1%
9	パソコン・インターネット	26.6%
10	メイク・お化粧品	23.6%

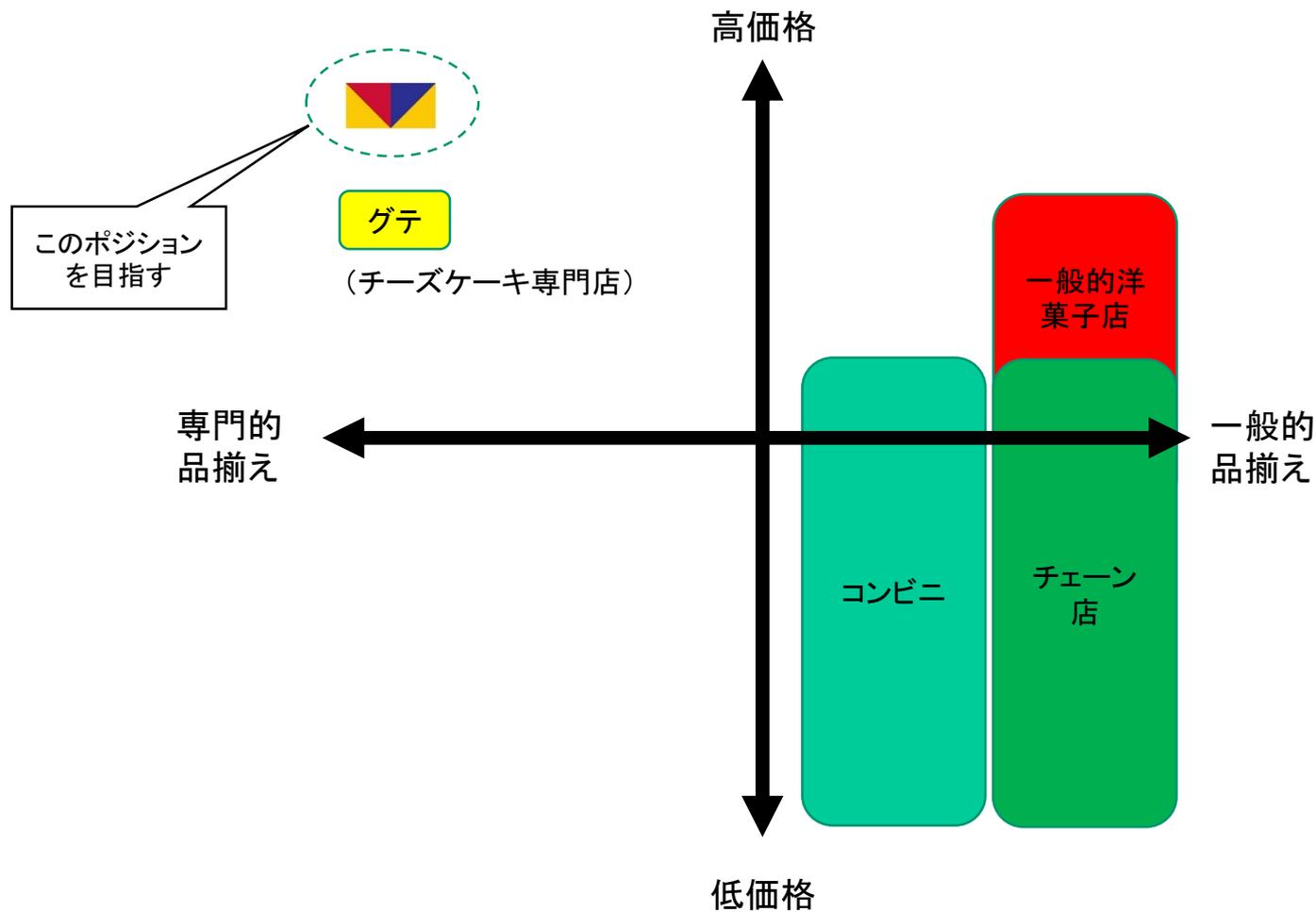
出典: 女性のライフスタイル研究所

・年齢が上がるにつれ、グルメへの興味・関心の順位が上がる  
 ⇒20代の若い世代よりも40代以上の世代をターゲットとする方がグルメへの関心が高い

### 三条市内の主な洋菓子店の分布



### 三条市の主な洋菓子店のポジショニング分析



「マドレーヌのみの商品構成」「厳選した素材の使用」「統一感のある特徴的パッケージ」で高価格帯にポジション取りし、他店と差別化をはかる

## アンケート結果 その1

- ・店舗に来店されたお客様に無記名式のアンケート(右図)を実施。  
記入していただいたアンケート用紙は店内設置のボックスにて回収。
- ・実施期間:R元年7月28日～8月4日
- ・回答数 :37人

## 好意的なご意見

- ・おしゃれ × 10
- ・高級 × 5
- ・美味しい × 4
- ・かわいい × 4
- ・きれい、清潔感がある × 3
- ・BGMがいい × 2
- ・素敵 × 2

## 気になったご意見

- ・夏限定の冷たい商品、冬限定の温かい商品があると良い
- ・セットのバリエーションが増えると良い
- ・看板がないので場所がわかりにくい
- ・高価そうで入りにくかった

## まとめ

- ・好意的な意見がほとんどであり、オープン時にこだわった点である「高級感」「高品質」「統一感のあるパッケージ」が受け入れられていると感じた
- ・夏用の商品やセット商品を増やすなど、商品バリエーションを増やすことで顧客満足度が増す可能性がある

## お客様アンケート

この度はご来店いただき誠にありがとうございます。  
よろしければ下記アンケートにご協力ください。

性別	<input type="checkbox"/> 男性 <input type="checkbox"/> 女性
年齢	<input type="checkbox"/> 10代 <input type="checkbox"/> 20代 <input type="checkbox"/> 30代 <input type="checkbox"/> 40代 <input type="checkbox"/> 50代 <input type="checkbox"/> 60歳以上
お住まいの地域	市 <span style="float: right;">記入例: 三条</span>

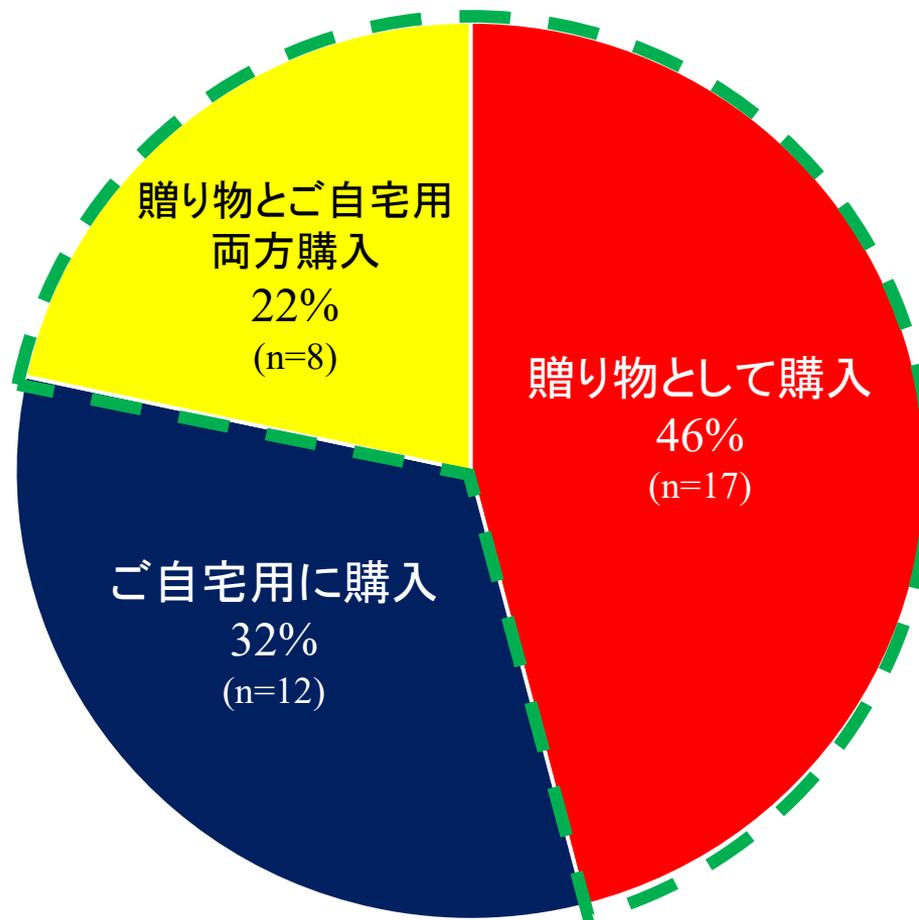
ご来店になったきっかけ	<input type="checkbox"/> ホームページ <input type="checkbox"/> facebook <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> テレビ <input type="checkbox"/> ラジオ <input type="checkbox"/> 雑誌・チラシ <input type="checkbox"/> メルマガ <input type="checkbox"/> 知人 <input type="checkbox"/> その他 ( ) ※複数回答可
ご来店回数	<input type="checkbox"/> 初めて <input type="checkbox"/> 2回目 <input type="checkbox"/> 3回目 <input type="checkbox"/> 4回以上
当店のイメージ	※ご自由にご記入ください
ご購入いただいた商品のご用途	<input type="checkbox"/> ご自宅用 <input type="checkbox"/> 贈り物 <input type="checkbox"/> その他 ( ) ※複数回答可
スタッフの対応	<input type="checkbox"/> 大変良かった <input type="checkbox"/> 良かった <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 悪かった <input type="checkbox"/> 大変悪かった

その他、ご意見ご要望ご感想などお聞かせください

ご協力ありがとうございました。

## アンケート結果 その2

### 購入した商品の用途 (n=37)



#### まとめ

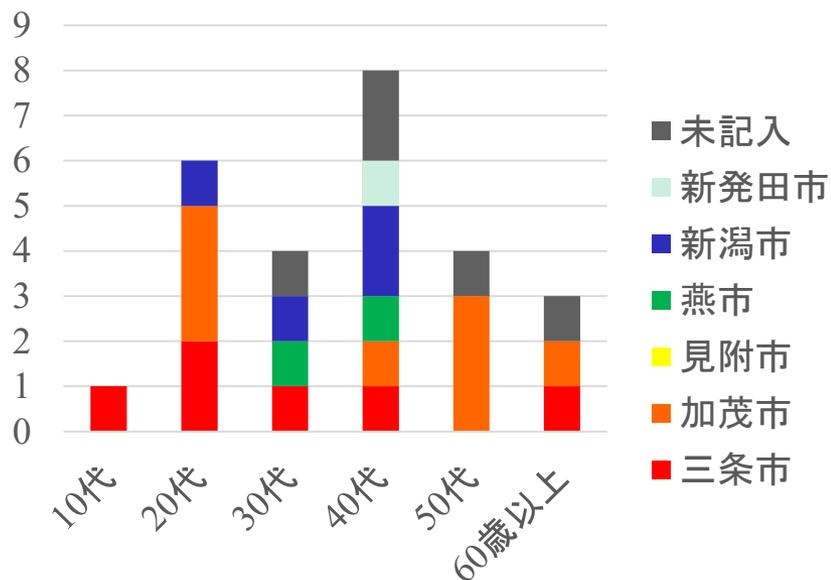
- ・「贈り物とご自宅用の両方購入」したお客様に関して、贈り物を購入する目的で来店し、自宅用をついでに購入したと仮定すると、**ギフト用に商品を購入する目的で来店する人の割合が約70%と高い**

### アンケート結果 その3

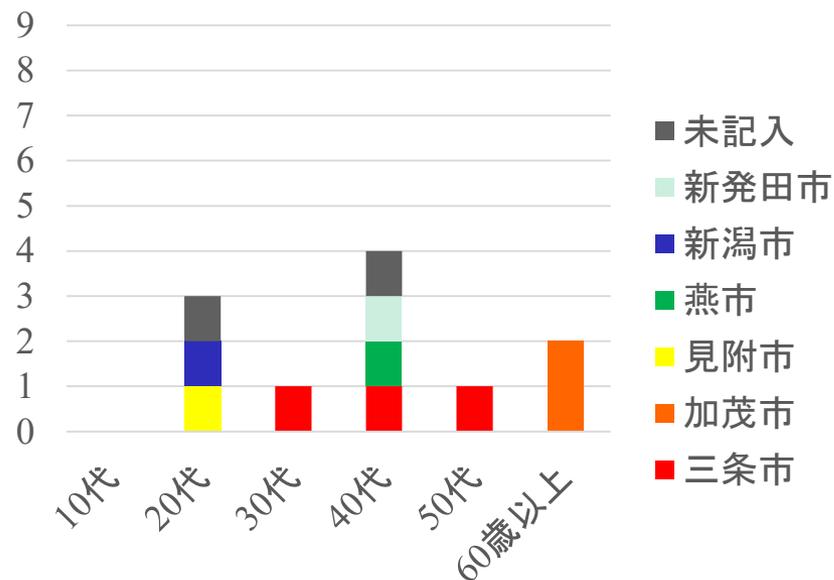
#### アンケート回答者の性別割合

- ・女性: 70% (n=26)
- ・男性: 30% (n=11)

女性のお客様の年齢分布 n=26



男性のお客様の年齢分布 n=11

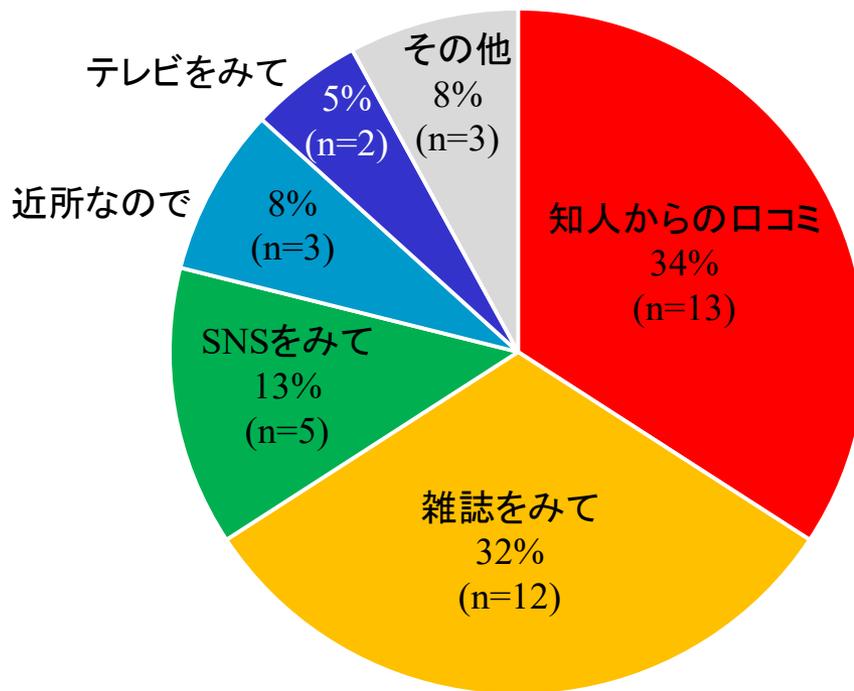


#### まとめ

- ・お客様は女性の割合が多い(70%)
- ・男女ともに40代的人数が最も多い

## アンケート結果 その4

### 来店のきっかけ



#### まとめ

- ・「知人から口コミ」「雑誌」により来店した人が多かった
- ・「知人から口コミ」に関して、知人から当店の商品をプレゼントされ、それをきっかけに来店する人が多いことがわかった

## アンケート結果 その5

### 接客に関するアンケート結果

- ・接客に関して下記のように「1～5」の点数をつけて評価してもらった

(5:大変良かった、4:良かった、3:普通、2:悪かった、1:大変悪かった)

平均:4.8点 (n=37)

(内訳)

5点: 29人

4点: 8人

1～3点: 0人

### まとめ

- ・接客に関しては、多くのお客様に満足していただいていることがわかった
- ・6月に講師を招いて接客研修を実施。その後、従業員の接客レベル、意識が更に向上したと感じた



クロスSWOT分析

		内部環境		
		プラス(強み)	マイナス(弱み)	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>・厳選した素材を使用した高い品質</li> <li>・デザイン性の高い店舗、パッケージ</li> <li>・やる気のある従業員</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品バリエーションが少ない</li> <li>・看板がなく場所がわかりにくい</li> </ul>
外部環境	プラス(機会)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・専門店ブーム</li> </ul>	<p>&lt;積極的な施策&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・メディアへの露出を増やし、認知を高める。各メディアが取材したくなる内容のプレスリリースを発信し、広告宣伝費を抑える</li> <li>・新潟市の人に向け、広告宣伝もかねて催事へ出店</li> </ul>	<p>&lt;弱点の強化&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新商品開発、セットのバリエーション追加</li> </ul>
	マイナス(脅威)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・手軽で美味しいコンビニスイーツ</li> <li>・豊富な商品数のチェーン店、パティスリー</li> </ul>	<p>&lt;差別化の施策&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・マドレーヌに特化した特徴的商品構成</li> <li>・デザインにこだわった統一感のあるパッケージ</li> </ul>	<p>&lt;防衛・撤退&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・安売りしない</li> <li>・広告費の最適化</li> </ul> <p>広告費は雑誌にかけ、SNSの有料広告は使用を控える</p>

## ターゲット人口調査

- ・ 当店お客様の居住地の中で上位4地域は、「新潟市」「三条市」「燕市」「加茂市」
- ・ 上記の中で、ターゲットとする40代女性の人口を市のホームページから調査した。

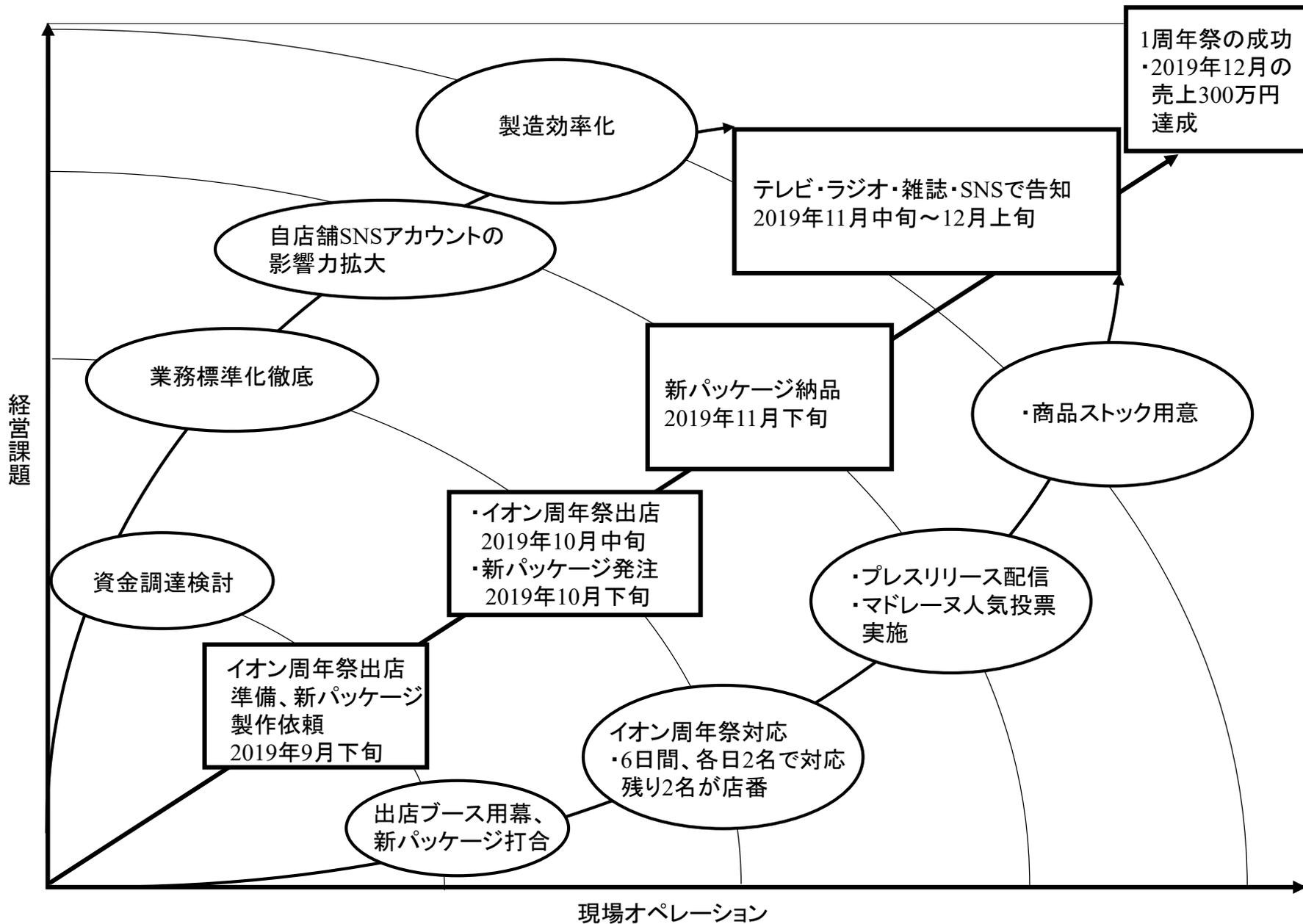
地域	40代女性人口(人)
新潟市	57,251
三条市	6,514
燕市	5,527
加茂市	1,667
合計	70,959

### まとめ

- ・ 目標「2019年12月の売上300万円」を達成するために、ターゲット人口70,959人の0.4%にあたる277人のお客様に来店していただけるようにプロモーションしていく

### 計算根拠

- ・ アンケート結果より、お客様の年齢分布で40代女性の割合は「21.6%」  
 $3,000,000 \times 0.216 = 648,000$
- ・ 当店の平均客単価:2,336円(2019.1.1~8.11のデータ)  
 $648,000 \div 2,336 \div 277$   
 $277 \div 70959 = 0.00390366$



## 【第二課題】事業方針と狙い

## テーマ

1周年祭の成功を目指す！～2019年12月の月間売上目標300万円～

## 顧客

[メイン顧客]

- ・40女性
- ・ギフト用途が多い

[法人]

- ・三条市内カフェ(2件)
- ・道の駅(1件)

[ネット販売]

- ・売上に占める割合は小さい
- 1%程度

## 競合

[チェーン店]

- ・種類豊富。安価は価格帯

[一般的洋菓子店]

- ・種類豊富。人気店は他店と比較し、1個1個が高単価

[専門店]

- ・特徴的な商品構成。一般的な洋菓子店より高単価

## 自社

- ・商品はマドレーヌのみ

- ・厳選した素材を使用を使用
- ・県内の他の洋菓子店のマドレーヌと比較し高価格

- ・パッケージデザイン、店舗内装デザインにこだわる

## 内的環境

- ・2018/12 県内初のマドレーヌ専門店としてオープン

- ・繁忙期(12～3月)
- ・現状の生産能力では供給が間に合わない

- ・閑散期(7月、8月)

## 外的環境

- ・専門店ブーム
- ・郊外のため周辺に競合店が少ない
- ・他店は生ケーキや冷菓など商品の種類が豊富
- ・コンビニスイーツのレベルが年々上昇

## 事業方針と狙うべき市場

## 事業方針

- ・「高品質」「特徴的商品構成」「高いデザイン性」を追求し、高価格帯にポジション取りする
- ・「特別な手土産」のイメージを確立し、手土産需要のシェアを拡大する

## 成果目標・経営成果

- 1周年祭の成功
- ・2019年12月の月間売上目標:300万円

## 基本コンセプト(商品・サービスの競争優位性/差別化)

- 「おしゃれで美味しい特別な手土産」
- ・厳選した素材を使用したしっとり食感のマドレーヌ
- ・おしゃれな店舗・パッケージ
- ・新潟県内で最も接客が良い洋菓子店を目指す

## ターゲット(顧客は誰?どんな人?価値観・ライフスタイルは?)

- ペルソナ「41歳、大手企業サラリーマンの夫人」
- ・子供2人。上が中学1年生、下が小学4年生
- ・子育てには手がかからない
- ・月に一度美容室に行く
- ・趣味はテニス、旅行
- ・友達、家族にプチギフト・手土産をよく購入する
- ・自分へのご褒美としてスイーツを購入することが多い
- ・多少価格が高くて良いものを購入する

記入者

マドレーヌ専門店 マギーア マドレーヌ 代表 稲村 隆行

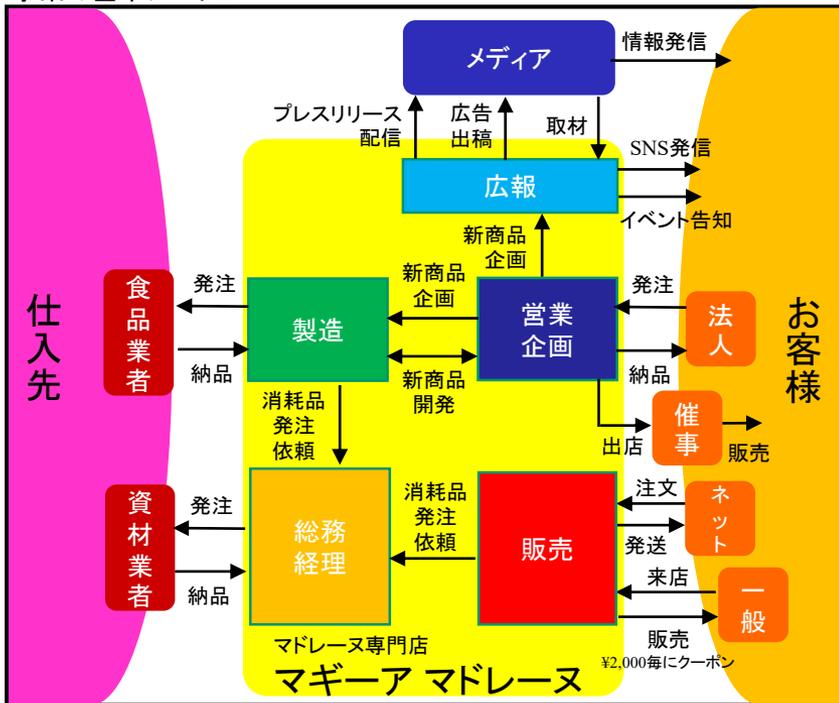
テーマ

1周年祭の成功を目指す！～2019年12月の月間売上目標300万円～

成果目標・経営成果

- 1周年祭の成功
- ・2019年12月の月間売上目標:300万円

事業の基本システム



サブシステム

- 製造**
  - マドレーヌ製造
  - マドレーヌ包装
  - 食材の仕入れ
- 販売**
  - 商品陳列
  - 来店客への接客対応
  - ネットから受注、梱包、発送
- 営業企画**
  - イベント企画
  - 催事への出店計画
  - 販促物製作
  - 販促物外注
  - 新商品立案
  - 異業種交流会でPR
  - 法人から受注、配達
- 広報**
  - ホームページ更新
  - SNS発信
  - プレスリリース配信
  - 取材対応
  - SNS・雑誌広告出稿
- 総務経理**
  - 備品・消耗品購入
  - 帳票類作成
  - 会計処理

事業の背景

- 様々な専門店がメディアに取り上げられているが三条市にはまだ少ない
- 他の洋菓子店と差別化を図るポイント
  - ・特徴的商品構成(マドレーヌのみ)
  - ・手土産需要に重点を置く。デザインにも力を入れ高価格帯にポジション取りする
- 他店に対するマドレーヌ専門店のメリット
  - 食品ロスほぼなし、製造時間・製造コスト少、設備少、光熱費少、オペレーション簡易、少人数で運営可、従業員の教育時間が短い

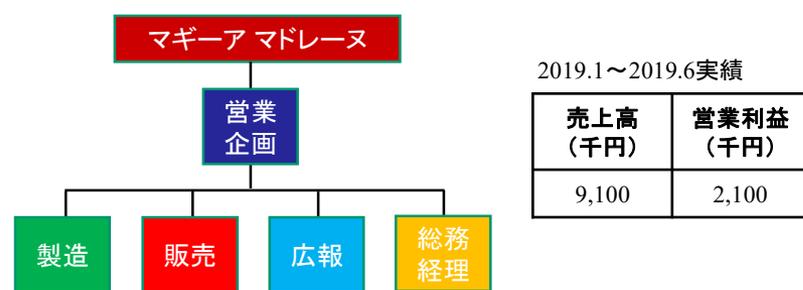
コンセプト

- 「おしゃれで美味しい特別な手土産」
  - ・厳選した素材を使用
  - ・おしゃれな店舗・パッケージ
  - ・高い接客品質

ターゲット

ペルソナ  
「41歳、大手企業サラリーマンの夫人」

組織概要 収支概要 その他



2019.1～2019.6実績

売上高 (千円)	営業利益 (千円)
9,100	2,100