

## 【一般研究3】

### 藻類の流通とブランドの相関関係の調査・検討 —緑藻類の六次産業化を視野に—

総合政策学部

松村豊大教授 ○南波浩史教授 ○鍛冶博之准教授

#### 1. 藻類のブランド化に向けた視点（報告者：鍛冶）

##### ◆戦略の策定以前に「環境分析」と「目標・ビジョンの策定」を行う

- ・環境分析→内部環境分析（海苔という商品の特性、文理大学の経営資源など）  
外部環境分析（藻類市場の現状と課題、消費者の嗜好、社会動向など）
- ・目標やビジョンの策定→「何を実現するため」にブランド化し販売するのか？

例：売上高・利益確保（＝収益性）、大学の社会活動のプロモーション（＝社会性）

##### ◆マーケティング戦略と行動計画の策定

- ・マーケティングの4Pの活用  
製品戦略（海苔の製品化の方向性、量、サイズ / イメージ形成、ブランド構築など）  
価格戦略（低価格化 or 高価格化） / 流通戦略（商品の流通手段、販売場所や時期）  
プロモーション戦略（広告、人的販売、パブリシティ、SPほか）
- ・行動計画→「5W1H」に基づく販売計画の策定

##### ◆海苔関連商品の購買ポイント

- ・顧客から見た海苔（例：おにぎり、お茶漬けのり）→海苔自体は主な購買動機ではない
- ・海苔の購入動機→価格、香り、色、量、大きさ（サイズ）、味付け

##### ◆海苔のブランド化へのポイント

- ・「他製品の付加価値を高める」機能→他製品との「抱合せ」によるブランド化
- ・「製品の社会性」→「徳島文理大学が」製造販売する→製品差別化の一要素）
- ・「市場動向の沿った製品開発」→例：健康志向、「マイナーな必需品」

#### 2. ブランド化と価格と生産量 - 需要と供給の視点 - （報告者：南波）

##### ◆需要と供給：価格弾力性

- ・需要曲線  $D=D(p)$ , 供給曲線  $S=S(p)$ ,  $D$ : 需要量,  $S$ : 供給量,  $p$ : 価格
- ・需要（供給）の価格弾力性～価格の変化に対する需要（供給）量の反応  
＝需要曲線と供給曲線の形状（垂直に近い・水平に近い）、弾力的・非弾力的
- ・需要曲線のシフト  $D=D(p, p^*, y, \dots)$   
 $D$ : 需要量,  $p$ : その財の価格,  $p^*$ : 競合する財の価格,  $y$ : 所得水準
- ・供給曲線のシフト  $S=S(p, q, w, \dots)$

$S$ : 供給量,  $p$ : その財の価格,  $q$ : 財の原材料価格,  $w$ : 賃金水準

##### ◆需要曲線・供給曲線上の移動とシフト →均衡価格と均衡生産量の変化