

国内実態調査報告書

テーマ : 食品(菓子)メーカーのマーケティング戦略
ゼミ名 : 三浦 俊彦ゼミ
調査日 : 2019年10月11日(金) (~10月13日(日))
調査先 : 株式会社明治・東海工場
授業科目名 : 演習Ⅱ・Ⅳ
参加学生数 : 27名(3・4年生)

調査の趣旨(目的)

日本を代表する食品(菓子)企業大手の明治への工場見学を行うことによって、日本のモノづくりの現場に触れると共に、社員の方々のお話を伺う中から、それら製品のマーケティング戦略についても考える。

調査結果

(株)明治の東海工場に、ゼミの3・4年生と訪問し、次の①、②を行った。

- ①工場見学では、東海工場の主力生産商品であるチョコレートのラインをまず見学し、複数のチョコレートの製造工程の違いや、また検品などのシステムを見学した。また、主力生産商品である「アーモンドチョコ」の原料のカカオおよびアーモンドに関する説明をパネルなどを利用して受けた。さらに工場見学のいろいろな仕掛け(クイズなど; 明治のCSR戦略の一貫)なども見学した。
- ②工場見学終了後、工場本館内の会議室スペースに場所を移し、広報部の方から明治の生産戦略およびマーケティング戦略についてご説明を頂き、それらを受けて、学生との質疑応答と、それに続くディスカッションを行った。(大型台風が接近中のため、その後の合宿日程を変更し、東京に戻った。)