

国内実態調査報告書

テーマ : マーケティングの実際
ゼミ名 : 熊倉 広志 ゼミ
調査日 : 2023年8月3日(木)~8月4日(金)
調査先 : 合資会社八丁味噌
授業科目名 : 演習Ⅰ・Ⅱ・Ⅲ・Ⅳ
参加学生数 : 6名(3年生)、6名(4年生)

調査の趣旨(目的)

マーケティング戦略において、量的な拡大を目指すというより、質的な向上を漸進的に図ることにより、ステークホルダーとの持続的な関係の下、長期的で着実な成長と存続を目指す方法が注目されている。そうした企業事例として、同社を訪問した。同社の起源は戦国時代にまで遡ることができる。その後、徳川家の知遇を得て発展した。現代でも、往時の地の工場において、往時の工程に従って職人が手作業で味噌を生産するなど、徒に規模の拡大を目指すことなく、地元に着した「身の丈にあった」生産活動を行っている。一方で付加価値を高める販売方法を指向していると解釈できる。これらにより、同社に注目し訪問した。

調査結果

八丁味噌を訪問し、味噌蔵等を調査した。まずは史料館を視察した。平成八年に国の有形文化財に指定されており、八丁味噌の歴史や味噌作りの工程についてのお話を伺った。八丁味噌では、往時の製法をほぼ踏襲しながら、現在でも職人の手仕事により生産している。具体的な製法は以下の通りである。

- 1) 味噌は豆麴(味噌玉)と塩と適度な水から作られる。「半切り」という大きなたらいの中でこね合わせて出来上がった味噌の元を六尺と呼ばれる木の仕込み桶に入れ、踏み込み、空気を抜く。この時空気をしっかりと抜き雑菌を無くすことが大切とのこと。その際、水と塩の割合は味噌の出来具合を決める最も重要なポイントだという。
 - 2) その後、石積みを行う。1つの桶に6トンの味噌が入っており、この上に3トンの石が積み重なっている。この3トンの石は4~5人の職人さんが1時間かけて積むそう。こうして味噌を約2年寝かし、八丁味噌を作っていく。
 - 3) 踏み込みと石積みは今現在も職人が行っており、積まれた石は崩れたことがないとのこと。また桶に使っている木は杉である。杉は強度だけでなく菌にも強いという点で優れている。味噌蔵の扉を開くと味噌の強い香りがし、味噌蔵に沁みついた歴史を感じた。
- その後、実際に味噌を試食した。史料館の一部で大河ドラマ「どうする家康」の関連番組が撮影されたそうで、「どうする家康」仕様の味噌パッケージも販売されていた。パッケージを変えることで特別感・限定感が増し、消費者の手に取りやすい仕様になっている。
- 以上、味噌生産においては、職人の手作業による伝統的な製法を維持しつつ、パッケージや販売等においてマーケティング上の工夫を追加することにより、付加価値を高めている。

