

# MARUSHO NEWS Vol.79

丸庄発、選りすぐりの情報をお届けします。



なぜその商品が生まれたのか？

## 商品開発秘話を 伝えてみよう

製品やサービスが生まれるまでには、開発プロセスにおける苦労話、成功や失敗に関するエピソードや、製品の背後にあるアイデアやストーリーが必ずあるはずです。商品開発秘話は、企業やブランドが顧客や一般の人々とコミュニケーションを図る際に、製品の魅力を高めたり、ブランドの信頼性を高めたりするために活用されることがあります。



### 商品開発秘話を発信するメリット

#### 1. 顧客とのつながり強化

商品開発秘話を共有することで、顧客は製品やサービスに対する理解が深まり、その背後にある熱意や努力を共感できるようになるため、顧客とのつながりが強化されます。

#### 2. ブランドの透明性と信頼性を高める

顧客は、ブランドがどのような思いやプロセスで商品を開発し、提供しているのかわかることで、ブランドに対する透明性が向上し信頼性が高まります。

#### 3. ブランドイメージの向上

製品が一つの製品ではなく、それを生み出した背景やストーリーを持つものとして認識されることで、ブランドに対する感情的な結びつきが強まり、企業のブランドイメージを向上させることができます。

#### 4. 競合他社との差別化

競合他社との差別化を図る上で有効です。他社が提供する似たような製品とは一線を画し、独自性をアピールできるため、市場での競争力が高まります。

#### 5. マーケティングの効果向上

マーケティングの素材として活用することで、広告やプロモーションの効果を高めることができます。秘話を含んだストーリーテリングは、顧客の感情に訴えかけ、購買意欲を刺激する効果があります。

### 商品開発秘話を発信する方法

#### 1. コーポレートサイト

自社のウェブサイトに専用のページを作成して、商品開発秘話を詳細に掲載します。製品の背景、開発の背後にあるストーリー、進化の過程などを魅力的に伝えることができます。



#### 2. 公式アカウントのSNS

自社の公式アカウントを活用して、商品開発秘話を短い投稿やストーリー形式でシェアします。

#### 3. プレスリリース

新製品の発売時にメディア向けにプレスリリースを出す際に、商品開発秘話を盛り込むことで、メディア露出を増やすことができます。

#### 4. ニュースレター

顧客やファンに対して、商品開発秘話を含むニュースレターを送信します。定期的な更新を通じて、読者とのつながりを強化します。

#### 5. 動画コンテンツ

商品開発の裏側を映像で伝えることができる動画コンテンツを制作します。YouTubeや他のビデオ共有プラットフォームを活用して、広くアクセスされることを目指します。

#### 6. メディア露出

メディアや専門誌に対して、商品開発にまつわる記事を寄稿したり、インタビューを受けることで、大きな影響力を持つメディアを通じて広く知られることができます。

株式会社丸庄が作りました！  
「切って旅するスタンプノート」 開発秘話



.....

■スタンプノートを作ろうと思ったきっかけは？

友人との旅行の話から、旅先でのスタンプ集めをより特別な体験にしたいというアイデアが生まれました。友人が旅先のスタンプを記念に押しても、帰宅後の保管に困っている様子を見て、スタンプを綺麗に集められるアイテムがあれば便利だろうと感じたことがきっかけです。



■スタンプノートの特長は？

スタンプを押している人たちを観察し、使っている人に話を聞きながら、スタンプを綺麗に集めるためのノートを開発しました。何十種類もの紙の種類と厚さを試し、最適な素材を選定。また、スタンプが乾くまでノートを開いたまま持ち歩く人に着目し、スタンプを押す台紙の間に紙を一枚ずつ挟む仕組みを取り入れ、裏づきを防ぐように工夫しました。さらに、はがきとして送れる仕様にして、旅の思い出を送る楽しみを提案しました。

■ユーザーからの反応は？

ユーザーからは、「スタンプがきれいに残せる」「旅の思い出が一冊にまとまって嬉しい」と好評です。特に、旅先でのスタンプ集めが楽しみになり、その土地の魅力を深く知るきっかけになるという声も寄せられています。また、はがき用ファイルがあればスタンプをきれいに保管できるとの意見もいただいています。

■開発チームからのメッセージ

旅するスタンプノートは、旅行者の大切な思い出を美しく残すアイテムです。旅先でのスタンプ集めの楽しさをより特別なものにし、旅行をより豊かな体験にいただけることを願っています。



商品クイズ 〈ロングセラー編〉

答えだと思ふものを1つ選んでください。

①炭酸飲料「三ツ矢サイダー」、発売当初の名前は何でしょう？

- A. 三ツ矢平野水
- B. 三ツ矢ジャンペンサイダー
- C. 三ツ矢印鉱泉水



②レトルトカレー「ボンカレー」、今年で発売から何周年でしょう？

- A. 45周年
- B. 55周年
- C. 65周年



③ふりかけ「のりたま」、開発のヒントになったものは何でしょう？

- A. 駄菓子
- B. 旅館の朝食
- C. 入院中の食事



④カップ麺「赤いきつねうどん」、当初予定されていた名前は何でしょう？

- A. 白いきつねうどん
- B. 熱いきつねうどん
- C. 旨いきつねうどん



⑤チョコレート菓子「きのこの山」、誕生のきっかけは何でしょう？

- A. 上層部から今までにない斬新な新商品を求められた
- B. 商品開発担当者が山できのこの群生を見て思いついた
- C. チョコレート菓子「アポロ」の製造設備を有効活用したかった

①A. 三ツ矢平野水 (みつやひらのすい)  
 1884年、兵庫東田村平野という土地から湧き出した炭酸水が「三ツ矢サイダー」のはじまりでした。  
 1950年代半ばからレールの販売低迷が始まり、1987年の「アサヒ」のトップで業績が復活するまで、アサヒ飲料株式会社の経営を支えたのは「三ツ矢サイダー」の利益だったそうです。

②B. 55周年  
 当時の会長が「アサヒ」を「真空パック」にした車用携帯食の記事を読み、この技術をカレーに応用できるのではないかと考えたことが「ボンカレー」誕生のきっかけです。今年1月に世界最長寿のレトルトカレー「ソノ」トとしてギネス世界記録に認定されました。

③B. 旅館の朝食  
 丸美屋食品工業の創業者・阿部末吉氏が旅館の朝食のような雰囲気を感じて、手軽に味わえないかと考え「のりたま」を開発しました。  
 1960年の発売以来、減塩を2回行い、現在は発売時から4割以上も塩分を減らしています。

④B. 熱いきつねうどん  
 試作品の段階では「熱いきつねうどん」で、パッケージカラーは黄色でしたが、もっとインパクトを出すため、赤色に変更し、商品名も「赤い」を採用しました。1978年に発売された当時、食品のカラーイメージ「ソノ」トに用いるには「赤」は衝撃的だったそうです。

⑤C. チョコレート菓子「アポロ」の製造設備を有効活用したかった  
 発売当初の「アポロ」は売れ行きが不調であったため、その製造設備をほか「きのこの山」の生みの親だった「アポロ」で、2022年の「約7,000万人の購買商品」の「アポロ」(チョコレート)に比べて「きのこの山」は18位、「アポロ」はそれより上の12位という結果になっています。ちなみに「きのこの山」の「アポロ」商品は「きのこの山」は6位でした。

まるメルのパックナンバーはこちら▶ [週刊marusho](#) パックナンバー  SEARCH

# いよいよ2023年12月1日より義務化が正式決定!! 小型アルコールチェッカー

2023年12月より自動車を5台以上所有、  
 または定員11名以上の自動車を  
 1台以上所有している事業者は  
 アルコールチェックが義務化されます。  
 本製品は息を吹きかけるだけで  
 アルコール濃度を簡単に測定できる  
 デジタルタイプの測定器です。

- 特長**
- 息を吹きかけるだけで簡単に呼気中アルコール濃度を測定。(測定結果はあくまで目安です)
  - 測定結果はデジタル表示でお知らせします。

〈仕様〉 検知範囲：0.00～1.00(mg/L)  
 仕様：オートオフ・電池交換表示機能  
 寸法：100×37×17mm  
 質量：50g  
 電源：単4アルカリ乾電池2本(別売)  
 検知対象：ガス呼気中アルコールガス

小型アルコールチェッカー **¥3,980**



詳しい質問・お問い合わせは弊社営業担当まで。  
**Tel. 03-3881-2131 (代)**



[本社] 〒120-0034 東京都足立区千住4-16-12  
 [川口工場] 〒332-0002 埼玉県川口市弥平2-15-24

お問い合わせは  
 Tel. 03-3881-2131(代)

www.msmarusho.co.jp  
 株式会社丸庄  SEARCH



この印刷製品は、環境に配慮した  
 原料と工場で製造されています。



ミックス  
 紙 | 責任ある森林  
 管理を支えています  
 FSC® C005004