

たぬき本舗株式会社

代表取締役
森 達正 (もり たつまさ)
専務取締役
森 貴則 (もり たかのり)

0897-66-8090

〒793-0062
愛媛県西条市西田甲450-1

事業者概要

愛媛県のためぎ伝説に由来するという昭和7年発売の当地銘菓「ためぎまんじゅう」を販売。平成30年に経営者の高齢化などにより廃業となったものの、この銘菓を愛する森達正社長と森貴則専務が同年に新会社を立ち上げ、事業承継することで存続の危機を乗り越えた。近年では地元久万高原町の高級抹茶を使った「ためぎまんじゅう抹茶」を発売し、愛媛県民や観光客から高い支持を得ている。



製造業



~20人



石鎚神社の鳥居前にある本店店舗外観



一新されたキャラクターを使用したパッケージ類

支援のポイント

ブランディングで重要なのは「一貫性・意図的・継続性」であり、キャラクターやパッケージはそのための一要素です。90周年に向けて個々の課題の検討を進めつつ、事業を発展し続けるために必要な考え方や販路拡大策、販促案などについて議論し、限られた支援時間の中で可能な提言を行いました。

創業90周年を機にリブランディングに挑戦。 コロナ禍前と比較して売上は194%に拡大



老舗のリブランディングへの挑戦

01 創業90周年を機に売上拡大に取り組みたい

同社社長は事業継承以来、現場改善や施策活用などの相談に当拠点を活用し、複数のCOによる支援を受けてきた。相談者である同社専務は、令和3年7月に当拠点主催の「ブランディング基礎講座」に参加したことをきっかけに、担当COと知り合った。90周年を機にキャラクターを一新して販売拡大を考えていたが、どのようにしたら良いか悩んでいることを相談したところ、担当COがブランド再構築をサポートすることで合意し、90周年に向けての準備を進めた。



若い世代に支持される商品の創出

02 若い世代に愛される「ためぎまんじゅう」への変革が課題

「ためぎまんじゅう」の味は幅広い年齢層から支持されていた。しかし、コロナ禍での観光需要減少の中、特に若い世代への訴求力が弱いと認識し、キャラクターやパッケージをリニューアルする必要性を確認した。また、菓子の多様化が進む中、「抹茶」に続いてさらなるバリエーション拡大も望まれた。相談者は地元である西条市産の苺を活用した商品を発売し、若い女性層にも愛される商品としての展開を検討。また、販路面では愛媛県内の観光客向けに、有力菓子売り場や空港、道の駅などへの納入に取り組むこととした。



ブランディングの本質を理解して活動

03 若い顧客層をターゲットにしたリブランディングを検討

リブランディング(ブランド再構築)にあたり、若い女性を中心とした顧客層を明確化。その上で、キャラクターを単に一新するだけでなく、ためぎ伝説を踏まえつつ、伝説のためぎの「ひ孫たち」というストーリーを構築した。デザインについては、制作会社に新キャラクターのデザインを依頼。提案いただいた案をベースにブランドストーリーに合わせて修正し、議論を重ねて3体の新キャラクターを創りあげていった。最終的に愛媛県知財総合支援窓口と連携して商標登録を行った。



一躍、地域に人気の商品

04 6ヵ月で新規17店舗に納入開始。コロナ禍前と比較して売上194%達成

相談者がブランディングに情熱を持ち、自らパソコンでデザインの修正など行いながら、顔型のパッケージや、のぼりなどの販促物も形にしていき、令和4年4月に新商品の発売にこぎ着けた。コロナ禍が続いているものの、令和4年9月実績でコロナ禍前の令和元年と比較して、売上194%(前年比303%)を達成。また、9月現在で17店舗と新規取引ができ、条件の良い場所に専用コーナーが設置された。さらには、県内の有力店舗より「商品をぜひ置きたい」という引き合いが多数来ている。



相談者の声

事業承継から今回のリブランディングまで親身に指導していただきました。おかげで、商品が地元のニュースに取り上げられるなど、期待以上の成果が出ています。現在、3種類の商品ですが、バリエーションを増やしていくことで、地域の枠を超えて、全国で「ためぎまんじゅう」のファンを増やしたいです。

