

「久助」（キュウスケとおそらく呼ぶハズ）といえば、  
診断士を勉強している人はご存知だろう。

そう、2次試験「平成15年 事例」  
第2問設問3である。

こだわりの「煎餅」を今後煎餅屋として  
自社ブランドを育成していこうとしているB社。

工場受付で「久助」（製造過程で割れてしまって、  
通常売価では売ることのできない煎餅）を  
近隣住民を対象に販売していた。  
これについてどう判断するか？60字以内

が問われていました。結構解答が割れていると聞きます。  
しかし、根拠を見つけました！！

まさにこれに近い商品を販売している会社を発見！  
スクープだ！？

嫁が買ってきたお菓子。  
「マールブランシェ」の「シェフ カシュカシュ」だ！  
知っている人は知っているのではないかな。  
マジうまい！  
嫁は「リーフパイの余ったものらしいよと。。」  
「ふーん」と聞いていたが、、、  
ビビっと  
「久助」やん!(^^)!  
と思ったのだ。。  
(そんなんでそう思う俺って、かるくヤバイッ、、、間違いない)

『シェフ・カシュカシュ』は、  
この店で有名な「メイプルシロップパイ」という  
リーフパイの余った端生地を焼いたもので、  
形はどれもこれもふぞろい、  
クッキーなら型抜き後の生地を集めて整形し、  
また型を取ることができるけれども、  
パイはいくつもの層が大事なお菓子。  
端生地を集めて型をとっても

**同じような層にはならないので廃棄するしかないのですが、  
そこをあえて商品化し家庭用向けとして廉価で販売している**というのだ。。

「マールブランシェ」HP  
<http://www.malebranche.co.jp/top.html>  
引用記事  
<http://www.f-s-net.co.jp/flavo/cont..>

これを根拠に考えると、  
解答は以下になるのではないか。。  
(注意：作問者がこれを意識して作ったかは知りません。)

**販売すべきである、  
より効果的に活用するために、  
工場受付だけでなく家庭用ブランドとして  
店舗や通販でも販売していくべきである。**

前提として、消費の2面性を意識する。  
低価格志向だけではなく、  
こだわりをもつ場合はお金をかけるという。。

余ったもの、割れたものでも、  
こだわりをもって作ったものは、うまい！  
むしろ家庭用に食べられるならありがたい！  
「割れたものを販売するからイメージの低下」の図式は  
成り立たない。。おいしくする技術があれば、、  
を体感しました。。

**どうです、スッキリしましたか？**

ちなみに、  
この「マールブランシェ」のコンセプトは  
「喜びのリレー」  
です。いいコピーだ！

ちょっとここでは、  
違った意味の「喜びのリレー」になるかも(\*^^)v by p o o h 二郎 06/09/24