

テスト販売にもかかわらず前年比118%の売上達成

## ◇下仁田葱すき焼き◇の ブランドディングにより、 増販増客！

「株式会社常盤館」は、下仁田町で100年を迎える老舗割烹旅館です。地元の宴会や仕出し、婚礼、昼食を主体として格式の高い割烹旅館として、地元常連客の支持を得て経営を行ってきました。

しかし最近、過疎化による人口減少や、地元の商工業の低迷などにより、最も強固であった宴会の需要は減り、売上を維持していくのは厳しい状況に至っています。現在、地元客の売上が約8割、県外の宿泊客や日帰り客が2割程度になっていることから、地元主体の営業展開では限界が来ていました。そこで下仁田町以外の県内客や県外客を誘客するために、ここでしか味わえない「名物料理」を開発し、料理による強いブランド力を持つことで、新たな市場である下仁田町以外の顧客に情報発信と集客を行い、売上拡大を図ることを目指しました。

今回の企画は、従来から提供していた下仁田葱の入ったすき焼きを、あえて「下仁田葱すき焼き」と命名し、定義を策定することでブランド化を目指すことにしました。そして第1フェーズとして、顧客のニーズにマッチするの2011年12月に商品化のためのテスト販売を行いました。

株式会社群馬マーケティングセンター  
群馬企画塾  
沼澤啓吾  
(群馬県高崎市)