

事例

25

「ひなうた」のブランドをつくり新たな事業のスタートに成功！ 2倍の価格の商品に生まれ変わる！

630円の紫蘇ジュースが、ブランドで1250円の商品へ！

株式会社群馬

マーケティングセンター

ひかり税理士法人

群馬企画塾

取締役 沼澤 啓吾

(群馬県高崎市)

「株式会社ユアサ」は、群馬県内のホテル・旅館やお土産店などへの卸を中心とする事業を営んできました。しかし人々の旅のスタイルの変化と共にお土産品に対するニーズの多様化が進み、少ロット多品種の製品を取り揃える必要性に迫られ、更には競合商品が増え価格競争が激しくなり、仕入れた商品を単に納入するだけでは売上と利益を確保しにくい経営環境を招いています。

そこで今回、数年前より着手してきた自社製品の開発と製造の事業を強化することで、顧客のニーズに対応した市場を創造し事業の拡大を可能にするのではないかと考え、自社開発・製造商品の新たなブランドを立ち上げることに至りました。

コンセプトとターゲット

自社開発・製造の商品の目指す方向性は、「国産の原料にこだわり、添加物（保存料、着色料、香料など）などは使用せず、一つ一つの製品に真心を込めて手作りする。そしてシンプルに仕上げることで、素材本来の美味