Case 3

30代女性のライフスタイルの分析に基づいたマーケティング調査とメニュー提案ー赤瓢箪ー

プロジェクトの目的①フードビジネスのマーケティングのノウハウを地域の企業さまに還元する

フード・サイエンス＆アーツ研究室では、担当教員の企業経験を活かして地域の皆様に、フードビジネスのマーケティングを支援しています。

本プロジェクトでは、中野の居酒屋赤瓢箪様のマーケティングをサポートさせていただきました。客層が固定化している状況から、新しい客層を開拓するために、30代の女性を取り込むマーケティングを立案し、西武信用金庫様の職員の方々のご協力をいただいて、キャリアを持つ女性のライフスタイル、食品や飲み物の嗜好性、居酒屋に求める価値観、外食の回数・時間帯・求めるサービスやメニュー・シチュエーションを分析しました。

プロジェクトの目的②若い感性を活かしたマーケティング施策を地域の企業さまにご提案する

次に、マーケティング・リサーチを元にメニューを立案しました。まず、アンケートで明らかになった「健康・ヘルシー」「家族・友人とのコミュニケーション」「インスタ映え」などのキーワードから、サラダ系や野菜をたくさん使った薄味の軽いメニューを学生が試作し、官能評価を重ねてレシピを作成しました。また、提案メニューと従来メニューについて、30代女性を対象としてアンケートを再度実施し、メニューの支持率を分析し、女性向けのメニューを提案しました。

今後も、学生の若い感性を活かして、地域の食品企業の皆さまにマーケティング案を提案したいと考えております。

プロジェクト概要

●テーマ
　３０代女性のライフスタイルの分析に基づいたマーケティング調査とメニュー提案ー赤瓢箪ー

●パートナー
　株式会社赤瓢箪

●担当教員・学生
　黒田　久夫　准教授

●実施期間
　2019年4月～2020年3月