

あなたの街にも『もつもつクン』!? キッチンカーを使った プロモーション戦略

福瀬陽奈 福盛茉友 野元陽平 黒川真菜

■ マーケティングプラン実行後のありたい姿

かごんまから**愛**される
肉の寺師のもつ鍋

実際に行ったユーザー体験



購入



調理



実食



ユーザー体験と聞き取り調査から分析した肉の寺師の現状

4P

製品

手軽に食べられるもつ鍋。
スープが濃いめで鹿児島人が好きそうな味。

販促

物珍しさと存在感から
**自動販売機自体が
プロモーション**



価格

2~3人前
約2400円前後
お手頃価格

流通

住宅街に自動販売機が
設置されている。



現在の肉の寺師を愛してくれている顧客は？

肉の寺師の自動販売機周辺の住民



手軽にもつ鍋を食べたい

もつの下処理がめんどくさい

家でもつ鍋を食べたい

帰り道に買いたい



現状と理想の姿にギャップが生じている

地域住民から愛される
肉の寺師のもつ鍋



かごんまから愛される
肉の寺師のもつ鍋

ギャップ



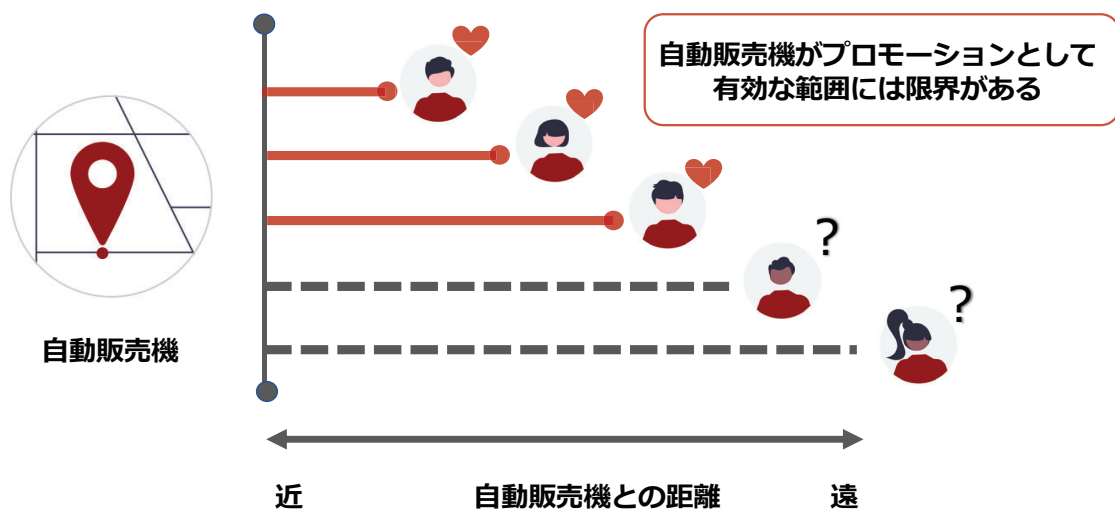
ギャップの問題は何か

自動販売機周辺以外に住む潜在顧客の認知度が低い



なぜ地域住民以外の潜在顧客から認知されていないのか

自動販売機から離れた地域に住んでいる人は**自動販売機を見る機会が無い**



つまり問題の原因は、プロモーションカの弱さ

4P

製品

手軽に食べられるもつ鍋。
スープが濃いめで鹿児島人が好きそうな味。



価格

2~3人前
約2400円前後
お手頃価格

販促

物珍しさと存在感から
**自動販売機自体が
プロモーション**

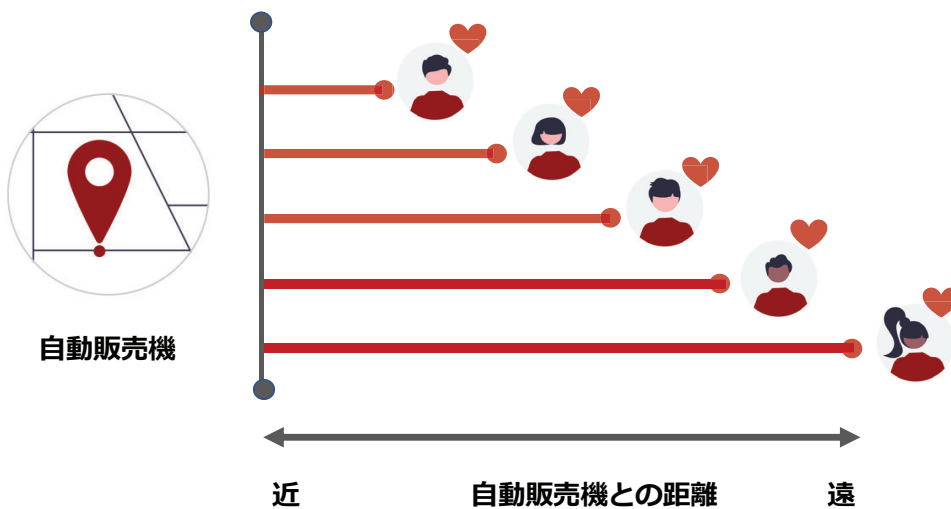


流通

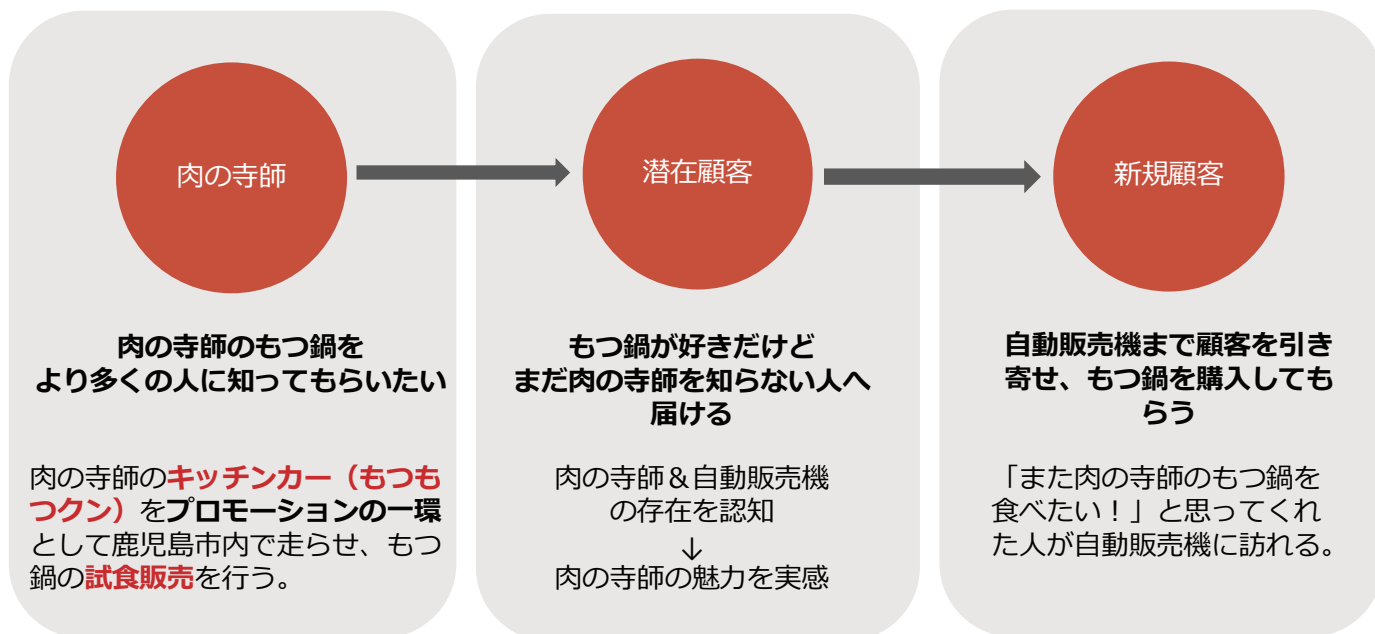
住宅街に自動販売機が
設置されている。

達成すべき目標は？

プロモーションカを強化し、潜在顧客を肉の寺師の新規顧客にする！



マーケティングプラン（キッチンカーを使ったセールスプロモーション）



なぜキッチンカーを使ったセールスプロモーションが有効なのか

- 1 自由に動けるため**情報の伝達範囲が広く**、その分多くの人に認知してもらえる。
- 2 自動販売機を増設するより**コストも時間もかからず効率的**。
- 3 肉の寺師の食べて初めて分かる価値をその場で実感してもらうことができる。



より広く、より効率的に肉の寺師を認知度を上げ、
その場で肉の寺師の魅力を実感してもらうことができる！

なぜキッチンカーを使ったセールスプロモーションが有効なのか

- 1 自由に動けるため情報の伝達範囲が広く、その分多くの人に認知してもらえる。
- 2 自動販売機を増設するよりコストも時間もかからず効率的。
- 3 肉の寺師の食べて初めて分かる価値をその場で実感してもらうことができる。



より広く、より効率的に肉の寺師を認知度を広げ、その場で肉の寺師の魅力を実感してもらうことができる！

自動販売機を増設は、プロモーション力を高めるには効率が悪い

自動販売機を増設した場合



時間がかかる

- ・自動販売機を増設し、効果が発揮されるまで時間がかかる



コストの固定化

- ・自動販売機の維持にかかるランニングコストが高い



増設後の手間

- ・各自動販売機への補充には、手間がかかる

なぜキッチンカーを使ったセールスプロモーションが有効なのか

- 1 自由に動けるため情報の伝達範囲が広く、その分多くの人に認知してもらえる。
- 2 自動販売機を増設するよりコストも時間もかからず効率的。
- 3 肉の寺師の食べて初めて分かる価値をその場で実感してもらうことができる。



より広く、より効率的に肉の寺師を認知度を上げ、
その場で肉の寺師の魅力を実感してもらうことができる！

実際に肉の寺師のもつ鍋に魅力を感じている人は多い！

リピート率50%



ECサイトのデータより



リピーター

Q.肉の寺師のどこに魅力を感じていますか？

肉の寺師のもつはすでに下処理が丁寧に行われているので、もつの臭みもなく美味しく、簡単にもつ鍋を食べることができます。また、スープが甘辛く、鹿児島県民好みの味であるところにも魅力を感じています。

実際に行ったインタビューより

➡ 一度肉の寺師のもつ鍋を食べたら、魅力を感じてくれる人は多いはず！

なぜキッチンカーを使ったセールスプロモーションが有効なのか

- 1 自由に動けるため情報の伝達範囲が広く、その分多くの人に認知してもらえる。
- 2 自動販売機を増設するよりコストも時間もかからず効率的。
- 3 肉の寺師の食べて初めて分かる価値をその場で実感してもらうことができる。



より広く、より効率的に肉の寺師を認知度を上げ、
その場で肉の寺師の魅力を実感してもらうことができる！

さらに肉の寺師を認知した潜在顧客を自動販売機に引き寄せるには



1. 試食を購入してくれた方に、肉の寺師プレゼント券を配布する。
2. 自動販売機で商品を購入し、プレゼント券と購入した商品をもって、営業時間内に肉の寺師の事務所に行く。
3. 券と引き換えに肉の寺師さんからうんまか豚を使った加工品をプレゼントしてもらえる。

もつもつクンのプロモーション効果

もつもつクンを使ったプロモーション戦略

肉の寺師を認知してもらうために**もつもつクン**を走らせる。

認知

キッチンカーでもつ鍋の**試食販売**を行う。一度試してみないと分からない価値を提供。

関心

プレゼント券を配布し、顧客を自動販売機に引き寄せる。

欲求

家でも食べれるもつ鍋を自動販売機で販売。

行動

潜在顧客の態度と行動の変容

肉の寺師の**存在を認知**。

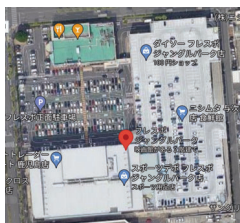
肉の寺師のもつ鍋の**魅力を実感**

「自動販売機に行ってみよう！」
と思う。

自動販売機でもつ鍋を購入する。

具体的なプラン①

エリア：フレスポジャングルパーク
対象：主婦



夕飯の
買い物しないと



こんなところに
もつ鍋のキッチンカー？
珍しい！

数日後...

美味しい！
今度夕飯で出して
みようかな



ちょっと
食べてみようかな

今日の夕飯は
何にしよう...



あ！この前食べた
もつ鍋美味しかったし
調理簡単そうだったな...

チケットもあるし
早速、買いに
行ってみよう！



具体的なプラン②

エリア：騎射場公園前
対象：若者



二次会に
家で飲み直すか



こんなところに
もつ鍋のキッチンカー？
珍しい！

数日後...

美味しい！
お酒にも合いそうだし
今度買いに行ってみよう



ちょっと
食べてみようかな

今日は
宅飲みするか



そういえば
この前食べたもつ鍋
美味しかったな

チケットもあるし
早速、買いに
行ってみよう！

