

新リサーチ手法「MROC (エムロック)」で開発の白いカレー、14日から発売 約8割が満足 「まずい・高い」ゲレ食イメージ変 舞子スノーリゾート×19歳はリフト券無料「雪マジ! 19」Presents



株式会社リクルートライフスタイル(東京都千代田区、代表取締役社長:北村吉弘)に設置された観光に関する調査・研究機関じゃらんリサーチセンターと、舞子スノーリゾート(新潟県南魚沼市、代表取締役:田中章生)は、19歳のリフト券を無料にするスキーエリアの若者需要創出プロジェクト『雪マジ! 19』を通じて、若者におけるスノーレジャーのプレゼンス向上と、誘客促進を行っております。

今年度はその一つとして、満足度が低い「ゲレ食(グレンデの食事)」の開発を実施することになりました。株式会社リクルートテクノロジーズ(東京都千代田区、代表取締役社長:中尾隆一郎)が調査用SNS「マジ会議!」を構築。新たなリサーチ手法「MROC(Marketing Research Online Community、エムロック)」を使い、19歳~22歳の若者約250名に調査し、彼らの興味度1位であった「カレー」について3種類の商品を開発。試食会の結果、圧倒的支持を得た「ホワイトマジック☆カレー~白い魔法で甘くなっちゃいました~」(写真1)を2月14日より舞子スノーリゾートで発売しました。

【商品概要】

商品名: ホワイトマジック☆カレー~白い魔法で甘くなっちゃいました~
価格: 900円(数量限定)
発売場所: 舞子スノーリゾート日帰りスキーセンター
(新潟県南魚沼市舞子1819-79)

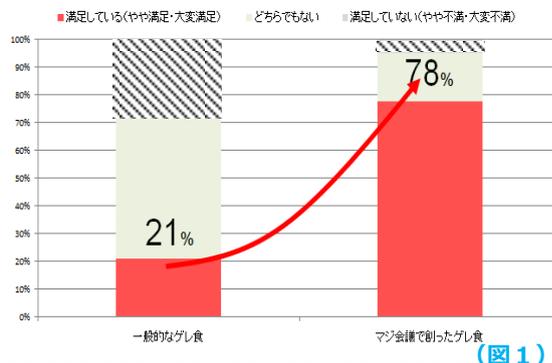


(写真1)

カレーの開発は①アイデア収集(12月16日~1月16日)②試作品開発(1月16日~1月27日)③本格メニュー開発(1月28日~2月7日)の3段階で進行。ほぼすべての工程について調査用SNS「マジ会議」上で意見を収集。SNSの双方向を活かし、若者のニーズを深掘りした結果「辛くない、白いカレー」が生まれました。2月7日の試食会参加者に実施したアンケートによると、それまでのゲレ食に満足していた人の割合は21%。一方、今回「MROC」で開発したゲレ食カレー3種類については、約4倍の78%が「満足」と回答(図1)。調査手法として「MROC」の有用性を実証しました。

【調査概要】

調査名称: “若者が本当に食べたいグレンデメニュー☆最終決戦”
調査目的: 3種類の中から売り出したいカレーを決定する
調査時期: 2014年2月7日
調査対象: 新潟県南魚沼市舞子スノーリゾート来訪者
配信数: 100件
調査内容: 3種のカレーに関する投票とグレンデの食事に対する満足度
回収数: 83件(回収率83%)



(図1)

【舞子スノーリゾート料理長のコメント】レシピを初めて見た時はどうなることかと眠れない日々が続きました。しかし、SNSで若者の声を聞きながら試作品を作るのが楽しくなってきた、癖になってしまいました。

『雪マジ! 19 ~SNOW MAGIC~ 2013』とは

雪マジ!19(ユキマジナインティーン)~SNOW MAGIC~とは、スキーエリアを訪れる若者を増やし、今後長きにわたってスノーアクティビティ市場と日本全国の雪の地域を活性化するプロジェクト。全国のスキー場が19歳限定でリフト券無料にする施策で、まずはスノーアクティビティを体験してもらうことを重視。2011-12シーズンより開始し、2012-13シーズンは、延べ動員数34.6万人。3季目となる2013-14は全国173のスキー場が賛同参画、全国会員数は1月末時点で9万人超え。株式会社リクルートライフスタイル内に設置された観光に関する調査・研究機関じゃらんリサーチセンターが実施。舞子スノーリゾートは、雪マジ! 19に2季目より参画している。

【お問い合わせ先】株式会社リクルートテクノロジーズ 広報担当 立野 / <http://recruit-tech.co.jp/inquiry/>
舞子スノーリゾート 担当 伊島 / TEL: 025-783-4100 info-maiko@maiko-snowresort.com