

有限会社うなぎの井口

静岡県浜松市

<http://www.una-iguchi.jp/>



店舗概要

創業年 1989 年(昭和 64 年)
売場面積 40.4 m²(12.2 坪)
従業員 9.0 人
営業時間 9:30~18:30
定休日 火曜日

商品構成

・うなぎ白焼 72.4%
・うなぎ蒲焼 18.8%
・うなぎ加工品 0.7%
・たれ、その他 4.3%

経営方針

- ・お客様に「うなぎ」と言ったらまず第一に「うなぎの井口」を思い浮かべてもらう店になろう。
- ・品質と信頼ナンバー1を目指します！
- ・お客様、仕入先様、関係者の方々、従業員皆さん、みんなが幸せになれることを大きな目標とします。

浜松の食文化「うなぎの白焼」で地域ブランドに挑戦するお店

ふっくら美味しい白焼と革新的新製品づくり

浜松では馴染みが深いうなぎの白焼が当店最大の売り物となっている。実質2回蒸しているが、関東と関西の間間的な柔らかさが好評である。ベルギーの「国際味覚審査機構」から「優秀味覚賞」を受賞しており、美味しさが世界にも認められた。真空パック商品では独自の「ふんわり真空」を実現している。安定した品質を維持するため仕入にも細心の注意を払っている。価格変動を抑え高品質を確保のために、地元浜松の他に静岡県内と愛知県内に仕入先を確保している。価格変動はプラスマイナス2割で収まっている。稚魚の減少で安定仕入が難しくなることも予測されるが、現在は必要数量を確保できている。しかし、うなぎは絶滅危惧種でもあり、栄養価が高いとイメージされていることから積極的なPRができにくい世の中になりつつある。そこで、白焼とたれを「糖質制限」の視点から見直ししている。経営革新計画の認定を三回うけた。レトルトパックと氷温熟成での旨み出し、そして三回目は糖質制限たれの開発であった。骨はサプリにも利用できるの、健康食品の視点から新たな商品づくりが始まっている。

積極的なメディア展開と地元現金客を大切にするポイントカード

うなぎと言ったら「うなぎの井口」を思い浮かべてもらえるように、店舗・包装・広告宣伝・販売促進・地域貢献等、様々な分野で話題となる活動を展開している。年間4～5回テレビ・ラジオ・新聞で取り上げられ確実に知名度が上がっている。プロジェクションマッピングや店内のディスプレイそしてホームページではうなぎの加工工程が流されており、当店の存在が強く印象付けられている。インターネットも積極的に利用している。メルマガでは消費者にとってお得な企画や栄養を伝えている。フェイスブックは1週間に3回(月・水・金)更新し、季節の話やうなぎの栄養等の情報を提供する。この作業はスタッフが交代で行う。現金支払いのお客様にはポイントカードを発行し、再来店とお客様の紹介を促すサービスを行っている。新規のお客様には1週間以内にサンクスレターを送り次の来店を促す。お客様を紹介してくださるとご本人にも割引を行っている。1万6千人のホルダーがおり、ギフト等のDMにも貢献している。

環境対策と浜松のブランド化をめざすリサイクル戦略

うなぎの頭は当店での再利用が難しいので新潟の肥料業者に引き取ってもらっている。このうなぎの頭が有機JAS適応の肥料にリサイクルされ、地元浜松の農業者が肥料として使用している。この取組は経産省・環境省・農水省の「食品循環資源の再生事業利用計画」に取り上げられ、県を越えた連携として認可を受けている。うなぎの頭をリサイクルした肥料は健康寿命日本一の浜松と浜名湖のうなぎを結びつけることになり、農産物のブランド化に貢献する結果となっている。「うなにんにく」「うなぎ米」等がすでに、話題となっている農産物である。

間口は狭いがうなぎ屋らしくない斬新な造りの店舗であり、派手ではないが、走っている車からも目に付く建物である。また、うなぎの加工をしながら一直線で他の工程を目視することできる生産性の高い工場も作りあげた。これからは安定した受注を確保できるように、量販店等で行っているポイントサービスの交換商品やゴルフの景品に当店のうなぎを使ってもらえるよう、新たな需要先の開拓を行っている。



生産効率を重視した直線加工ライン



車道からも見えるプロジェクションマッピング