

## 中国における日系外食企業のブランド戦略に関する研究

### —ふぐ料理店玄品の事例から—

氏 名 耿 兆冲

指導教員 高橋 秀直

ブランディング戦略は各社が追随することから無印良品とスタバックスの店舗ような成功していることは明らかであるが、一等地への出店だけがフラッグシップショップの成功要因だけはないと考えられる。しかし、体系化したふぐのハイブランドを構築する研究は極めて少なかった。

ランディング戦略にとってはPlace（立地）だけでなく、Product（商品）、Price（価格）、Promotion（プロモーション）が重要であると考え、要素ごとに検証を行う。本稿では、ふぐ料理店玄品として展開している玄品の中国でのハイブランド構築の事例を取り上げ日系外食企業が中国におけるハイブランドを構築する方法を明らかにすることを旨とする。