

投稿類別：商業類

篇名：

用平價享受奢華－輕井澤火鍋研究

作者：

蔡翔嶂。台中市私立葳格高中。應用外語科三年丙班
洪于婷。台中市私立葳格高中。應用外語科三年丙班
陳思羽。台中市私立葳格高中。應用外語科三年丙班

指導老師：

劉俞辰 老師

壹、前言

一、研究動機

近幾年來，以鍋物為主的店家紛紛興起，火鍋業者為因應這項潮流，推出了不少具有特色的鍋物，比如近期流行的單人式火鍋，為食量不大又一人前往的顧客解決吃不完的困擾，或者說是鴛鴦鍋，滿足了同時想享用兩種不同湯頭的顧客，此外也替顧客減少了必須點兩份的費用，用諸如此類的特色鍋物來滿足各層的顧客群，也因為不少這種的客製化的服務，才能夠吸引更多的顧客前來。

由於鍋物的興起，引進不少商家看準商機開始加入火鍋類的市場，競爭者瞬間變多，許多火鍋店也紛紛宣布倒閉，但是有些火鍋業者卻是經營得越來越好，本研究想要探討為什麼某些火鍋店能夠持續經營並且在市場上獨佔一席之地，而輕井澤火鍋店如今是大眾所愛的鍋物之一，它也在台中市區短期之內開了四家分店，迅速地佔滿市場，因此選擇輕井澤火鍋來進行研究。

二、研究目的

- (一) 了解輕井澤的背景與經營理念。
- (二) 探討輕井澤如何在台中市區短期間內快速拓展分店。
- (三) 進行輕井澤之顧客滿意度調查與分析。

三、研究範圍

本研究欲了解輕井澤鍋物為何能在如此競爭的情況下依然能在台中迅速拓展分店，因此範圍以台中為主進行探討與研究，其他縣市將不在此研究範圍內。

四、研究方法

(一) 文獻分析法：

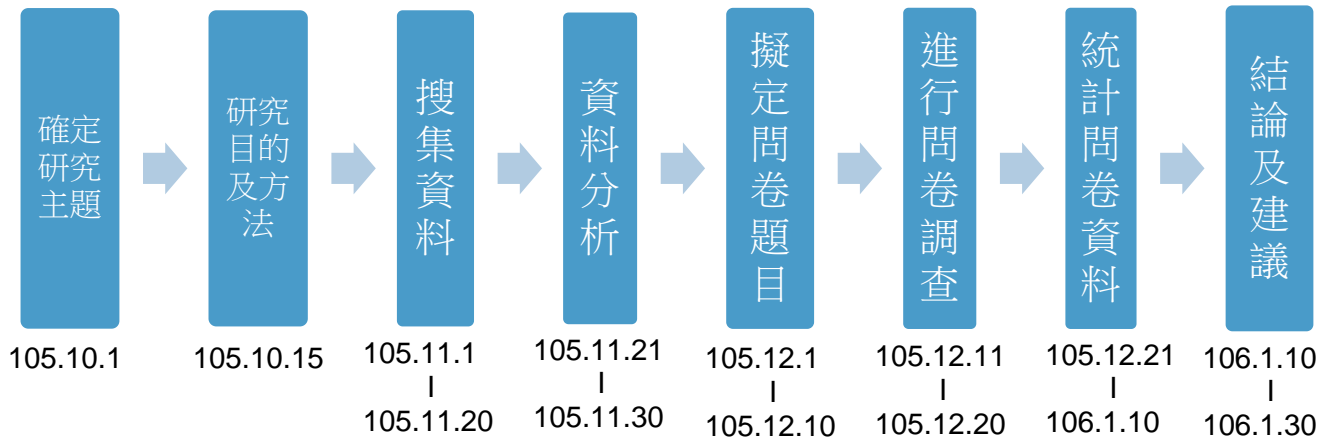
利用報章雜誌、網際網路、書籍等收集輕井澤鍋物相關資訊並且加以分析與整理。

(二) 問卷調查法：

以台中地區曾經到輕井澤鍋物消費的顧客為主發放問卷的對象，欲了解消費者對輕井澤的滿意度。

五、研究流程

本研究流程，自確立研究目標後，訂定研究方法、方法，隨後即開始著手搜集資料並進行分析，同時亦開始擬定問卷，完成問卷撰寫後，進行問卷發放，待收集完 250 份問卷後，進行問卷結果分析，完成結論之撰寫，詳細流程如圖一。



圖一：研究流程圖
(圖一資料來源：研究者自製)

貳、正文

一、輕井澤之發展背景

輕井澤源自於日本一家已有百年歷史的小火鍋店，而陳怡伶（2014）曾表示經營輕井澤火鍋店的老闆王振模，曾為了尋求美味湯底而遠赴日本向當地火鍋店學習獨家湯頭配方，有了湯底祕方的傳承，配上豐富的新鮮食材，便能做出各式各樣的鍋物，輕井澤的裝潢則是走原汁原味的日式京都風格，充滿異國風味的火鍋店在傳統的小鎮開幕，因此引起了當地居民騷動。

二、吸引許多消費者前來的主要因素

（一）特殊裝潢，舒適空間

一個巨型的黑色建築沉穩地矗立，上頭亮出白淨的「輕井澤」字眼。緩步邁進騎樓，儼然進入另一個世界。小橋流水的造景、挑高的木頭建築，彷彿豪門別墅的前庭一般。店門，供著莊嚴的佛像，水池中擺上穩重的寶鼎，讓人不自覺肅靜。氣派的銅製大門旁，是一潭養著蓮花的水塘，深色木頭築成的牆以細石相佐，細石堆上還畫上淺淺的紋路。而這特殊裝潢是由周易設計大師親自操刀，根本無須擔心硬體這部分能否吸引到多少顧客，用餐的同時亦能享受這充滿禪意的環境。

（二）獨家祕方的湯底

王老闆向日本井上先生學習的獨家祕方，引入現今的輕井澤鍋物，造就了今日的美味傳奇，基本湯底是以昆布燉煮，另外還有香辣、泡菜、南瓜、番茄及藥膳等選擇。火鍋料的選擇也很豐富，肉類有豬肉、牛肉、羊肉、雞腿、雞柳等選擇；海鮮類有甜蝦、鮮魚、鮮蚶、蟹堡等選擇；而吃素的人也有野菜、菇類等選擇。王振模曾說：「我寧願把錢花得更值得的食材上。」可見王老闆對於食材十分的講究，能夠贏得大眾消費者所喜愛不是沒有原因的。因此特別的店面裝潢只是吸引人潮的第一步，「輕井澤最大的賣點還是湯底與食材為主」（黃筱雯，2011）。

(三) 能給顧客較多服務的時間

輕井澤鍋物的營業時間為早上十一點至半夜兩點，較一般火鍋店的營業時間長，消費者能選擇的時間也較為彈性，當然與其他火鍋業者相較之下，額外添加時間這方面的分數，也吸引了不少年輕族群用餐。

(四) 美味餐點價格平價

有獨特風味的火鍋湯底，以及許多嚴選食材，卻無須花費昂貴的費用，讓願意來此餐廳消費的顧客層更加擴大，還有上述第一點所提及的特殊裝潢，與其他平價火鍋店相比價格差不多，但卻能額外享受物超所得的舒適環境。



(圖二) 輕井澤菜單 (圖二資料來源：輕井澤鍋物臉書)

三、經營模式

除了提供舒適的用餐環境以及對於食材的嚴格把關，也秉持著以誠實、滿意、謙卑、環境、服務、品質的經營理念，並打造優秀的團隊為原則。至於員工方面則是十分重視每一位員工，除了提供完善的教育制度以及明確的升遷管道與優渥的福利，對於未來的目標是具有前瞻性。

四、餐廳位址

台中一共有四家分店，詳細地址如下：

(一) 403 台中市西區公益路 276 號。

(二) 408 台中市南屯區文心路一段 536 號。

(三) 404 台中市北區漢口路 4 段 389 號。

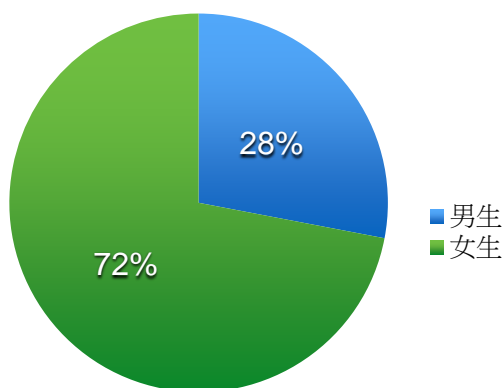
(四) 408 台中市南屯區文心南路 58-1 號。

五、市場劣勢

由於火鍋是水煮的形式，大多數人認為此種飲食方式較為健康，但過量食用與食材不對則會引出許多疾病，曾有人一星期內連著兩次火鍋竟會吃出十二指腸潰瘍，另外，過多加工食品對於有心臟血管疾病或許多慢性病十分不利（黃惠如，1998），面對此劣勢，卻是輕井澤的優勢，因為輕井澤最為人稱道的就是新鮮的菜盤，其中蔬菜量是一般火鍋店的一倍以上，「輕井澤走的是健康養生路線，蔬菜是我們的一大重點」（黃筱雯，2011），透過食材嚴格的挑選反而讓此劣勢轉為它獨特的優勢。

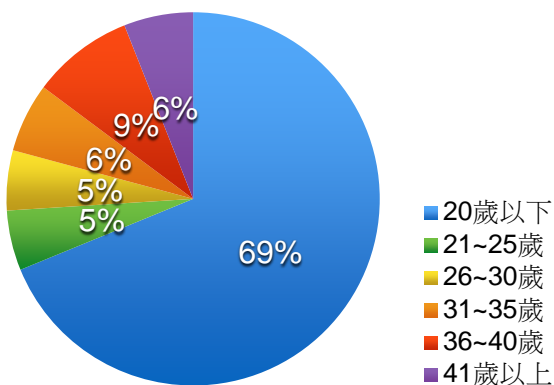
六、問卷調查分析

本研究將問卷調查法，針對台中地區輕井澤火鍋店的消費者為發放對象，欲了解輕井澤火鍋店受歡迎的主要原因，此問卷共發放 250 份，回收 250 份，有效問卷 250 份，無效問卷 0 份，實際有效率為 100%。



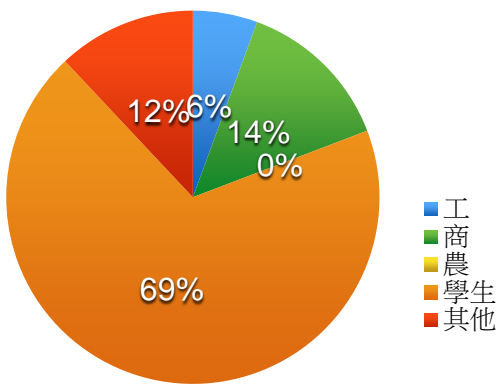
由圖三得知，女性消費者的比例多於男性消費者，約佔了百分之七十左右，來用餐的男性則佔了百分之三十左右。

(圖三) 消費者性別



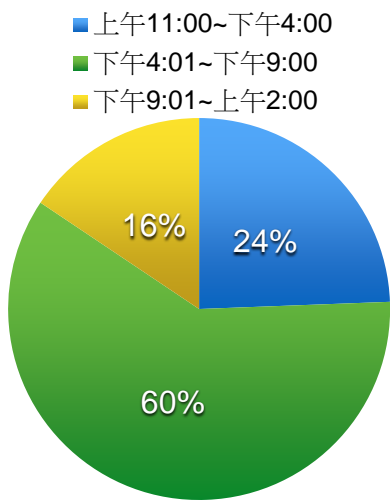
由圖四分析得知，來用餐的消費者大多為 20 歲以下為主，佔了百分之七十左右。

(圖四) 消費者年齡



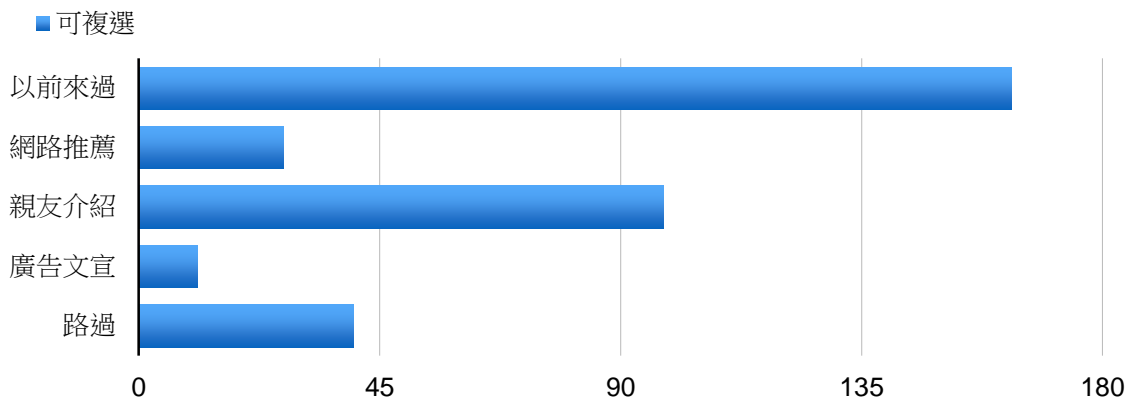
依圖五顯示，來此餐廳用餐的消費者以學生居多，佔了百分之七十左右，其次則是商業人士佔了百分之十四。

(圖五) 消費者職業



由圖六得知，消費者最常消費時段為下午 4 點至下午 9 點，其次則為上午 11 點至下午 4 點，輕井澤鍋物營業時間至上午 2 點，此時段的消費者比例與其他時段的消費者也不會相差太多，因此此時段也吸引了不少顧客。

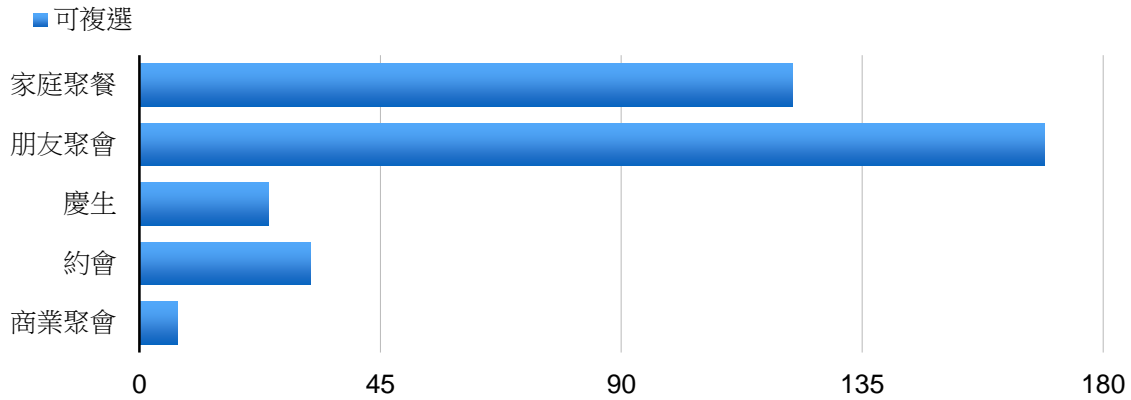
(圖六) 最常消費時段



(圖七) 如何知道本店

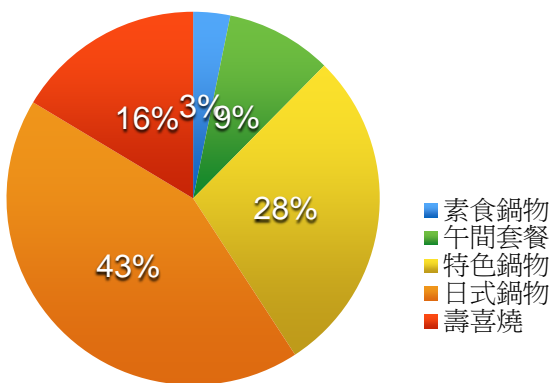
用平價享受奢華－輕井澤火鍋研究

由圖六所顯示，輕井澤顧客的回顧率佔了多數，由此得知，輕井澤的顧客忠誠度也算是高比例，其次則是透過親友介紹，大多數的消費者願意再推薦給他人，輕井澤的裝潢也十分有特色，因此路過進來用餐的消費者也佔了不少。



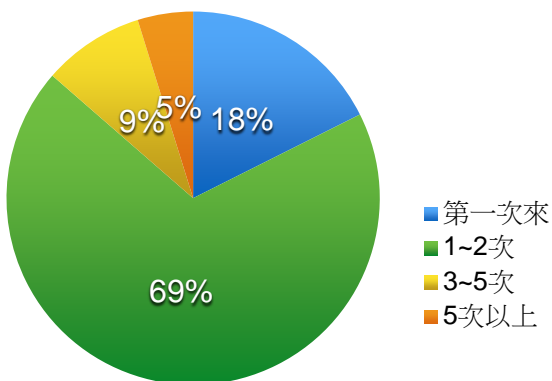
(圖八) 到店消費原因

由圖八所示，來店消費的原因以朋友聚餐居多，其次則是以家庭聚餐佔多數，由此得知消費者普遍對輕井澤之口味普遍滿意。



(圖九) 最常選擇餐點

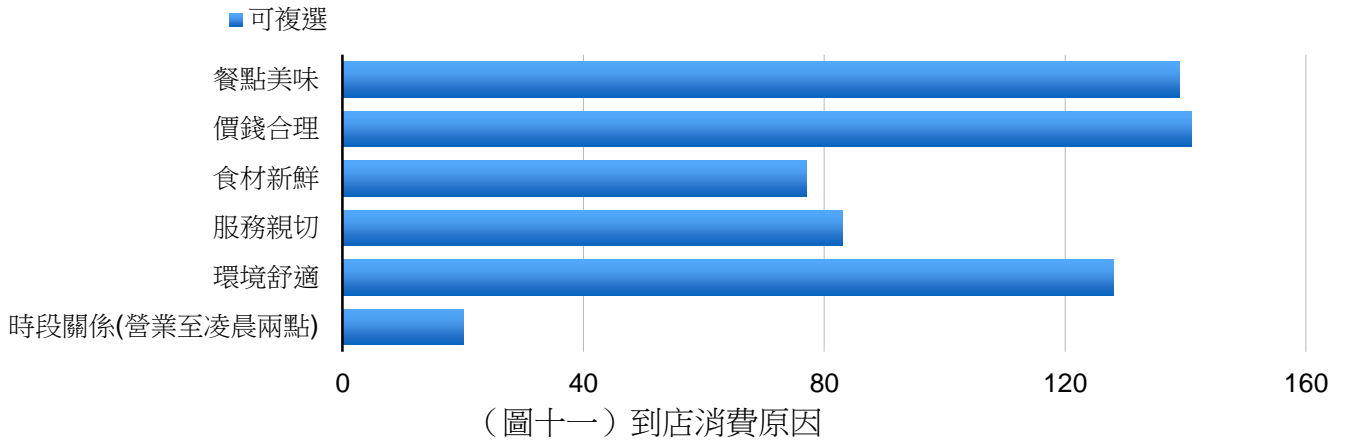
由圖九得知，大多數消費者以食用日式鍋物為主，佔了百分之四十三，其次特色鍋物佔了百分之二十八，壽喜燒則佔了百分之十六。



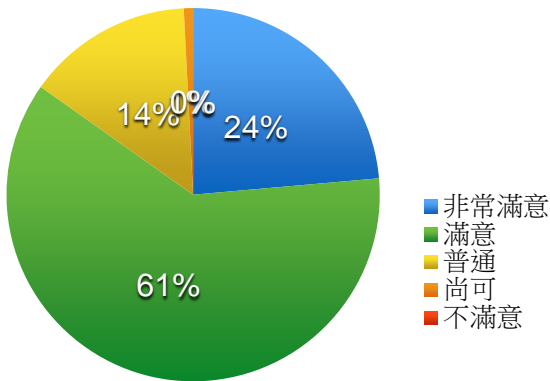
(圖十) 一個月消費次數

由圖十得知，百分之七十左右的消費者每個月來此店的消費次數為1至2次。

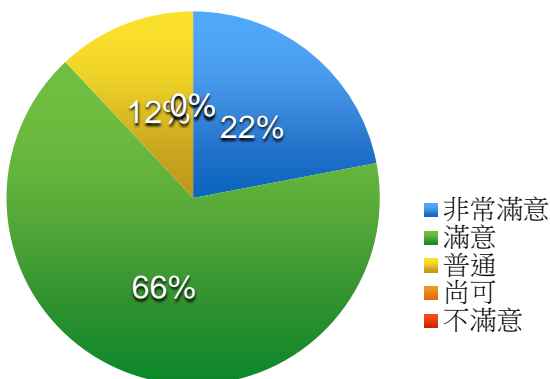
用平價享受奢華－輕井澤火鍋研究



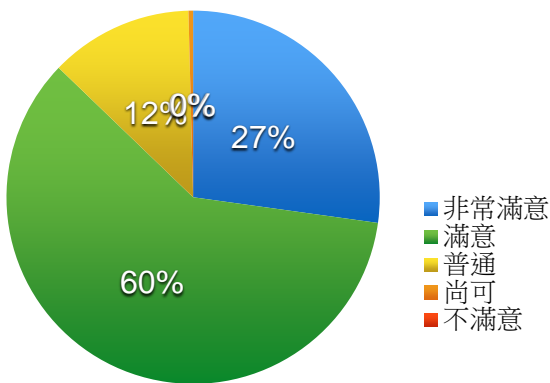
由圖十一得知，消費者最想來消費的三個主要原因為餐點美味、價格合理以及環境舒適；認為此餐廳食材新鮮及服務親切的消費者也不少。



由圖十二可知，輕井澤的服務滿意度調查，普遍偏向滿意，滿意程度佔了百分之六十一，次者則是非常滿意，佔了百分之二十四。

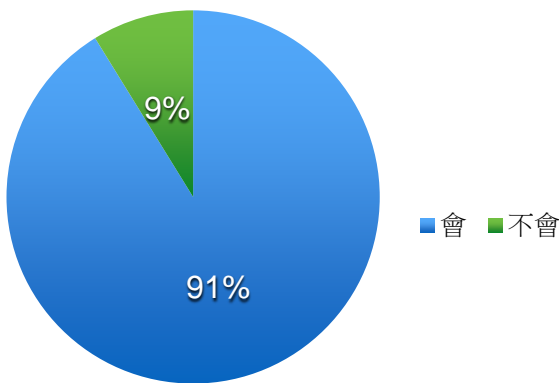


由圖十三得知，消費者對於輕井澤火鍋店的食材新鮮度普遍滿意，佔了全部的百分之六十六，至於非常滿意則佔了百分之二十二。



(圖十四) 環境衛生

由圖十四可得知，輕井澤火鍋店的環境衛生在消費者評價中算是偏高的，滿意程度佔了百分之六十，非常滿意佔了百分之二十七。



(圖十五) 推薦給其他人

由圖十五顯示，多數的消費者願意將此餐廳推薦給他人，意願則是高達了百分之九十左右，顯然輕井澤普遍符合大眾胃口。

參、結論

一、調查結果

(一) 由圖三得知，女性來用餐的比例多於男性，我們推測或許女性本身就較喜歡聚會聊天而現代社會女性主權意識提升，更多女性會外出聚會，因此女性比例較多數。

(二) 由圖四得知，輕井澤火鍋店屬於較新的火鍋店，食物創新，較能符合年輕族群的口味。

(三) 由圖五得知，除了食物創新的因素外，平價的輕井澤也是吸引學生的主因之一，較能不擔心花費的問題。

由此研究得知，輕井澤在許多消費者心中是十分受歡迎的，而吸引多數消費者前來的主因為老闆用心習來的獨特湯頭、符合多客層能消費能力的平價餐點、特殊的異國裝潢、嚴格把關的新鮮食材以及親切的服務態度，有了這些優點除了能讓輕井澤在短時間內於台中迅速拓展分店，還能在如此競爭的火鍋業當中獨有一席之地。

二、建議

(一) 建議往後的研究人員可以針對輕井澤食材的選用加以研究與調查，因為食材新鮮是其受歡迎的關鍵。

(二) 建議業者可以提供更多活動與優惠，例如特約商店與折扣期間打廣告，更能刺激並鼓勵消費者到店消費。

肆、引註資料

許躍儒（2011）。火鍋與素食台灣吃出世界第一。《天下雜誌》，464，59-60。

陳怡伶（2014）。創造一天 6 次翻桌的平價火鍋王。《Cheers 雜誌》，151，45-47。

黃筱雯（2011）。獨門心法好生億／平價稱王的億元店。《今周刊》，739，88-90。

[台中]輕井澤鍋物・燈光美氣氛佳的火鍋店~平價、美味、服務又好的高檔享受!!。2014 年 5 月 22 日。取自：痞客邦旅遊：<http://beautychu060.pixnet.net/blog/post/179392578-%5B%E5%8F%B0%E4%B8%AD%5D%E8%BC%95%E4%BA%95%E6%BE%A4%E9%8D%8B%E7%89%A9%E2%80%A7%E7%87%88%E5%85%89%E7%BE%8E%E6%B0%A3%E6%B0%9B%E4%BD%B3%E7%9A%84%E7%81%AB%E9%8D%8B%E5%BA%97~%E5%B9%B3>

黃惠如（1998）。健康火鍋五招。《康健雜誌》，4，78-80。

輕井澤鍋物（2017）。2017 年 1 月 3 日，取自
<https://www.facebook.com/karuisawa/photos/a.343408549123045.1073741825.163959380401297/952256118238282/?type=3&theater>