

①ペルソナ（現実的に・先入観を捨てて）

- ☐ 45歳/男性/軽肥満の体重75キロ、身長170センチ
- ☐ 年収630万円/貯金1,500万円/茨木
- ☐ 4名家族（奥さん、子供2名）
- ☐ 私立大学卒業/営業課長
- ☐ 自身の評価はグルメ家で、気を使いタイプであると分析している
- ☐ 後輩からも好かれたいし、上司の目は気になるし、意外に大変だと感じている
- ☐ PC、新聞、得意先との会話で情報収集
- ☐ 平日19時まで勤務。平日週1回は外食したい
- ☐ 趣味：子供の成長、ゴルフ
- ☐ それなりに家庭円満であると思っている
- ☐ 何人かで来るか：後輩を誘って格好を付けたい。接待にも利用したい
- ☐ あわよくば会社のOLさんを誘いたい

②メニュー

1.専門店的の品揃え

和、洋でそれぞれキャリアを積んでこられた料理長が腕を振ります。奇をてらうことなく正統技法を駆使し、顧客の食育も担う。

8. 専門店的の印象付け

★メニューコース：1本にすることでコストを圧倒的にすることが、他店との差別化。

7. 飲む楽しさ

最高の状態の生ビールから始まり、奇をてらわない醸造酒（日本酒、ワイン）をシンプルに提供するスタイル。グラスにはこだわり。女性客用にカクテルも最低限用意。

2.主力の強化

理性：カウンター越しの職人の姿
本能：少ポーションで10種以上の料理。突出寿司。総合ポーション550g。各料理5〜7の色彩。



6. 食の演出＝シスル感

食器はフィールド土香。
重ねる、立てるという技法を利用した盛付け。ライブ感もメニューを絞って演出。

3.晴れの日商品（旬）

イペリコ豚のうにしゃぶコース
アワビ堪能コース
クエ丸ごと堪能コース

4.サイドメニューの品揃

1 F：コース料理に十分なボリュームを持たすが、足りない顧客へはアラカルトを用意。
■寿司盛り1,000円。6貫程度

5.コースメニューの品揃

1 F：4,000円コース1本
顧客の嫌いな食材は代替
2 F：イペリコしゃぶが基本。ハレの日用のコースも用意。

③価格設定

客単価

新規客単価 ① 1 F：4,000円コース+ドリンク3杯1,500円=5,500円
常連客単価 ② 2 F：4,000円+1,500円飲み放題=5,500円
接待、社内イベントなどで使用。イペリコしゃぶ+1品料理
③ 2 F：6,500円+1,500円飲み放題=8,000円
接待、ハレの日で使用。贅沢食材を使用したコース

売上（月商）

① **良い場合**：1 F 32席×満席率1×1回転×客単価5,500×26日=4,576,000・・・① 2 F 36席×満席率1×1回転×客単価5,500×26日=5,148,000・・・② ①+②=**9,724,000**
② **妥当ライン**：1 F 32席×満席率0.8×1回転×客単価5,500×26日=3,575,000・・・① 2 F 36席×満席率0.7×1回転×客単価5,500×26日=3,575,000・・・② ①+②=**7,150,000**

⑧サービス

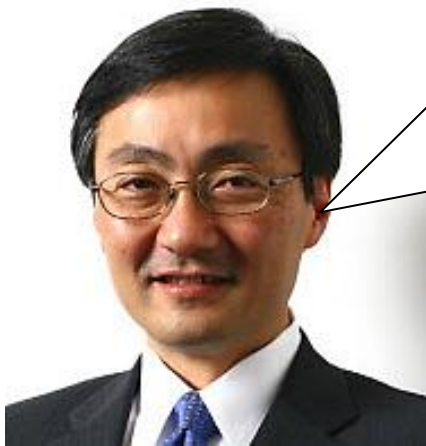
★作業ベースのサービス

- ①ファーストドリンクの時間、料理の向きなど基本の徹底を標準化。
- ②笑顔、元気、愛嬌を持ってキビキビした行動の平準化。
- ③ゆったり、ゆっくりと過ごせるようにテーブルバッシング、料理提供時間を全スタッフが意識する。客側と店側の時間間隔の違いを常に意識。

★意識ベースのサービス

- ①店舗のこだわりを、全従業員が把握して説明できる環境。
- ②お客様に1言だけ気の効いた1言のエモーションワードのオペレーション化。最低3回接点を持つオペレーション。つかず離れずで、でもそばにいる感演出。
- ③ホスト客を立てて、エスコート客が格好を付けれるようにする。顧客を観察しホスピタリティを発揮していく。

和洋の正統派技法を生かした圧倒的コストのコース料理と個室接待の



この店はいいですね
コース1本ですが圧倒的に美味しい料理が色々楽しめます！
2 Fも個室で使いやすいです。このお店のクオリティなら自信を持って得意先を招

①商品テーマ

- 1 Fはコースオンリーで品数にこだわる
- 2 Fは1 Fの常連さんが来店してイペリコしゃぶ

②利用動機

会社の後輩（特に女性）を誘う。2 Fを接待に。

③ターゲット

40代～50代中堅以上のサラリーマン

④ブランドネーミング（店名商品名

居酒屋 まるまる

奇抜なシルダールネームや屋号は使用しない。あくまでもシンプルに何屋か分かるネーミングにこだわる

★メニュー案

1. 1 Fはコース料理の品数と色合いにこだわる
2. 2 Fは1 Fの常連客が来店すると前提する
3. 2 Fは常連客用にハレの日メニュー
4. 2 Fは1 Fからの信頼感と個室が利用動機
5. 土香の器で他店にない演出で差別化。5感を刺激

⑦販促政策

積極的に新規客を獲得し、固定客化を図る

★新規客獲得のための販促の実施

- 1）開店1か月後に、近辺のオフィスにあいさつ回り
- 2）プロガーレセを開催する
- 3）ターゲット顧客は口コミが重要であり、1回来店した顧客に紹介状を作るのも手。紹介状を持つ
てきた新規顧客は、こだわりの醸造酒1杯無料など。

★リピート客獲得のための販促の実施

- 1）定期的なDM。忘れられない工夫。

⑥食事本能を刺激する売場

★入店～着席

- ①「いらっしゃいませ」でなく、「こんばんわ」で歓迎の意を示して安心感を与える。
- ② 1 Fはコース料理オンリーである事を事前に説明
- ③「寒いですね」「今日もお洒落ですね」など一言だけお声掛け。エモーションワードの法則

★着席～飲食

- ①ファーストドリンクのスピード感はこだわる。ここは業態によってもブレてはいけない部分。
- ②初頭効果で最初から寿司という期待感。寿司が嫌いな顧客には別メニューを用意。
- ③宴会客は常連客である事という法則性から、まずは1 Fの顧客に最大の満足をいただくことに集中。

★会計～退店

- ①全スタッフのありがとうございますのお声掛け、素早い会計は最優先事項
- ② 2 Fが個室で宴会や、重要な会にも使える事をさりげなくPR。メニュー内容も渡せるとなおベター

⑤入りやすい店頭づくり

新規客が安心して入る事ができる店頭づくり

- ①電話予約の時に店の位置を伝える。また店頭の特徴や店舗周りの景色も伝える
- ②店前に分かり易いモニュメントなどを設置するとなお効果的

