

■ 飲食業の事例

事業の成長は、環境に合わせて経営戦略を変化させること！

寿司屋 1 店舗、社員 30 名で店舗と法要仕出しを行っておられましたが、依存度の高い法要仕出しの競合が激しくなり、業績が低迷している状況でした。

このため、脱法要依存事業となる新たな事業戦略を模索されていました。

● 一緒に取組んだこと

- ・ 店舗顧客をセグメントし、平日、週末と異なるように設定
- ・ メニューコンセプトを、寿司から美味しい和食、へ
- ・ メニューを、少サイズで安価な料理、へ
- ・ 年 4 回の昼、夜毎に季節メニューの開発
- ・ 招待状となる広告の継続的实施
- ・ えこひいき接客の実践
- ・ 住宅エリアへ店舗の移設

● 業績改善

当時の年間売上 150 百万円 → 250 百万円



夜の寿司売上が 全体の 18% 程度

飲食店の事業は和食・洋食・中華等の業種間の垣根がなくなり、全て競合他社という状況です。過去にどんなにヒットしていても、魅力の賞味期限が切れたモデルが運営されています。しかし、この業界はマーケットサイズが大きいので、この市場へ新たな業態モデルを投入すると、一気に市場シェアが奪取出来るものです。

「寿司を食べたいというニーズ」だけに対応するのではなく、「美味しい和食で寿司も食べたいというニーズ」に対応したマーケティング戦略を進めました。この結果、現在は店舗売上が全体の 70% となり、脱法要依存事業となりました。

その根幹は、マーケティング戦略を顧客の価値観の変化と市場の競合状況に合わせて創り変えること。

経営にマジックはありません、セオリーを実践しましょう！