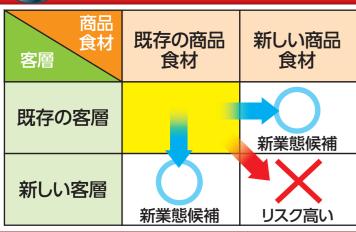
これからの新業態への挑戦を考えている飲食店経営者様は必見!

失敗しない業態開発の黄金律

既存業態の強み(商品または客層)を活かす



自社の既に持っている 強み(商品または客層)のどちらかを 活かして、新業態を作る。 既存業態とは全く関係のない 商品、顧客を同時に狙うと 失敗する可能性が 圧倒的に高くなる。



これだけは押さえるべき絶対ポイント



競合店にはない独自の厳選カテゴリーを 導入する!これが差別化になる。



売場は入口が最も重要 入店第一印象で強烈な実演を

新業態開発成功事例②

シズリング特化型とんかつ店

7店舗展開のファミリー向け

月商1.000万円超の

居酒屋



思わずSNSに投稿したくなる五感刺激商 品を7アイテム以上導入する。

17:00~

〈予約優先〉

無料

経営相談

講師全員

16:00~ 17:00

強みを活かした新業態で緊盛店に!全国の成功事例 40坪で月商850~900万円! × 海鮮居酒屋の会社が海鮮

大衆食堂参入で大繁盛。



- 1. 既存店の駐車場を活用。 2. 海鮮セルフ食堂というブルーオーシャンへ参入。
- 3. 一番商品は独自性のある漬け魚。

、ハンバーグ店経営の会社が シズリング特化型土鍋 ハンバーグ店で

15坪月商500万円の繁盛店民



- 既存の強味であるハンバーグを活用
- 2. 土鍋ハンバーグというブルーオーシャンへ参入。 3. シズリンクに特化した売場・商品。

超実演型そば店参入で

25年。月商化300万円。

2000万円の超繁盛店屋

- 1. 得意な大衆向け専門店で新業態。
- 2. 立地にマッチしたそば業態。
- 3. 他にないレベルの入店第一印象づくり。

和食店を経営していた会社が シズリンクに特化した とんかつ屋に参入し 月商1,000万円の緊盛店民



- 1. グループのブランドを活かしたとんかつ店参入。
- 2. 地域一番の豊富なカテゴリーで専門特化。
- 3. 女性シニア向けメニューの導入で差別化強化。

ファミリー業態が得意な会社が ファミリー向け居酒屋参入で 市内で水店舗展開に成功!



- 1. 得意なファミリーを狙った居酒屋
- 2. 五感を刺激する売場・商品。
- 3. 同一市内のドミナント出店でブランド化。



師

紹



(株)フードボロス 代表取締役 湖﨑

元(株)船井総合研究所 チームリーダー。飲食 マーケティング専門のコンサルタント。13年以上 の経歴を持ち、これまでの顧問契約先数は100 社以上にのぼる。今現在、年商5000万円~350 億円と幅広い規模の企業とお付き合いしてい る。北は北海道、南は宮崎まで毎月出張している。 顧客契約先の93%以上で売上げV字回復に成 功している。無料メルマガ執筆中。

飲食企業奇跡のV字回復7つのメソッド https://foodboros.com/mailmagazine/



(株)バリュー 代表取締役 木下 尚央之

すし、和食、焼鳥、居酒屋、焼肉、イタリアンな ど幅広い業態の新店開発、活性化の実績を 持つ。全国の繁盛店調査から導き出した繁盛 店づくりノウハウの評価は高い。

低投資による店舗活性化も得意とし、繁盛 店・地域一番店をつくり上げ、確実に成果を 上げている。

著書に「お客を集めるメニューの基本法則」 (同文舘出版)、『飲食店完全バイブル メ ニュー戦略の新法則 お客様がどんどん増え る』(日経BP)がある。

新業態開発成功事例① 4店舗展開の海鮮セルフ食堂

- 15坪月商500万円の 土鍋ハンバーグ店
- ●25坪で月商1,800~2,000万円の 超実演型そば店他
- (株) フードボロス
 - _{代表取締役} 湖崎 一義
- (株) フードボロス 代表取締役 湖崎 一義
- (株)バリュー 代表取締役 木下 尚央之

成功する新業態開発の

7つの絶対ポイント

第3講座