



MJ

Nikkei
Marketing
Journal

日経流通新聞

2月28日(金曜日)

月/水/金 発行

繁盛している飲食店が欠かさないのが他店の視察だ。成功事例をうまく取り入れることで、店のレベルを高めることができる。

「優れた店はメニューブックを開くと、何を売りたいのかがすぐに伝わってくる。新規来店のお客様と分かれば、まず店の4番バッターである料理を推してくる。これは自店の強みを理解した、いい店だ」

居酒屋の「塚田農場」や「四十八漁場」で知られるエー・ピーカンパニーで業態開発と商品開発を担当する部長は店舗視察のポイントをこう話す。

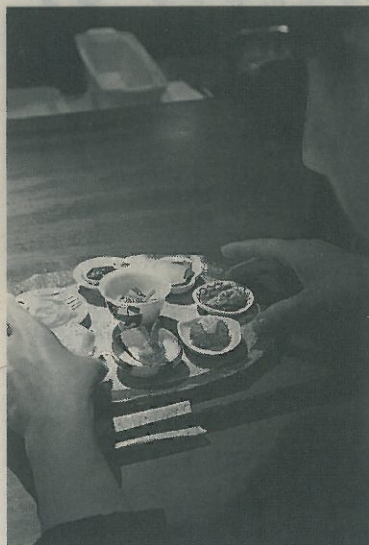
では、具体的にどのような視察しているのか。里見取締役が訪れたの

食ビジネス考

日経レストラン
戸田顕司編集長

「うみとはだけ ぼつらぼつら」の「前菜の盛り合わせ」は8つの料理を少量ずつ盛る

トップの店舗視察術



「うみとはだけ ぼつらぼつら」の「前菜の盛り合わせ」は8つの料理を少量ずつ盛る

を加えた和食を出す店でも、商品力を磨く大事ななる。こうした細かい事柄の

を「里見取締役」は店舗面判断する。そして電話を掛けて飲食店の経営者であることを名乗る。その店の工夫には学ばなければならないと金村社長は

他店の成功例取り入れ

は自信あるメニューだけに素揚げ、サトイモのコンフ

「店を良くするアイデアを自分でいくら考えても、それが成功する保証はまったくない。ならば、既に成功している取り組みを徹底的にマネるべきだ。金村社長はこう断言する。(寄稿)

「うみとはだけ ぼつらぼつら」の「前菜の盛り合わせ」は8つの料理を少量ずつ盛る