

ヒント

ビジネスの“新しい価値”を開拓する「企画の種」



企画の100本メニュー

イノベーション・マーケティング企画

企画の100本メニュー

044

1

提起する
問題・課題

レストランは美味しいだけで やっていけるのか？

美味しい料理×楽しい演出の“新感覚レストラン”

“新感覚レストラン” イタリアン

リアル×バーチャルのハイブリッド戦略

コロナ過でも盛況を極めたハンバーグ料理店は、シェフが庭で玉ねぎを切り・煙を立ててハンバーグを焼き
お客様と楽しいコミュニケーションをする特殊なレストランでした。

もちろん「美味しい」料理がレストランの基本ですが、「美味しい料理だけでは、
お客様の心を捉えられない時代」になりつつあります。

本企画は「コンテンツ・マーケティング理論」を基本にして、
「お客様と楽しいコミュニケーションをするレストラン」を開拓するものです。



商品に”心の価値“を加えて、ビジネスの”新しい価値“を開拓する

本企画のメニューは、激変する社会に対応するために、商品やサービスの“新しい価値”を開拓する企画です。

商品の“新しい価値”とは、商品の「モノの価値」に対する”心の価値“の開拓です。

”心の価値“とは「商品を使う喜びや幸福感」であり、それはお客様が永遠に求め続けるものです。

貴社の課題解決ソリューションとしてのオリジナルの企画をご提案させていただきますので、お気軽にお問合せ、ご相談ください。

レストランは美味しいだけで やっていけるのか?

美味しい料理×楽しい演出の“新感覚レストラン”
“新感覚レストラン”
イタリアン
リアル×バーチャルのハイブリッド戦略

2

新しい価値 の開拓

ビジネスに“心の価値”が求められる時代に、コンテンツ動画を活用して、お客様と楽しいコミュニケーションをする“新感覚レストラン”を企画しました。コンテンツ動画を活用した“新感覚レストラン”の5つの特長。

- 1: お客様とお店のスタッフの楽しい心の交流をすること。
- 2: お客様にイタリア料理の奥行を楽しんでいただくこと。
- 3: ドラマ・コンテンツ動画を活用して心の交流を演出すること。
- 4: 楽しいドラマ・コンテンツで、新しいお客様を開拓すること。
- 5: リアルとバーチャルのハイブリッド戦略を開拓すること。

“新感覚レストラン”は、お客様と楽しい心の交流でお料理の美味しさを倍増させて、新しいお客様や末永いお客様を開拓します。

3

3分ドラマ コンテンツ の活用

可愛いパペットを活用した「3分ドラマ・コンテンツ」で、イタリア料理やイタリアの観光や音楽や文化を楽しめるようにします。来店したお客様との“心の交流”は、厨房とフロアの一体感です。注文を受けた料理をシェフが調理する過程を、動画でお客様に伝えたら、その料理を食べるお客様にはとても美味しい料理になります。イタリア料理のレシピや歴史や文化や音楽の“味覚ドラマ”を制作して、お客様にスマホで持って帰って頂いて、心の交流を広めます。

4

企画の目的 と効果性

美味しい料理×楽しい演出のハイブリッド戦略を開拓します。美味しいワインのドラマ・パスタのドラマ・香辛料のドラマ…。これにイタリアの観光や音楽や美術を加えると、イタリア料理の“味覚ドラマ”ができます。ドラマでイタリア料理のコツやレシピを教えてくれたら、“味覚ドラマ”はお客様の貴重な動画になります。来店するお客様とのリアルコミュニケーション。“味覚ドラマ”を配信するオンライン・コミュニケーション。2つのコミュニケーションを洗練させると、他の追随を許さない“新感覚レストラン”が完成します。美味しさ×楽しい演出で、お客様との末永い関係をつくります。

