

視点(1859)

(専門店編)

I Saw All America (その264) !!

— ニューモダン消費に対応したチーズケーキファクトリー —

アメリカのチーズケーキファクトリーは、1店舗平均10億円(最高の店25億円)を売る超繁盛型レストランです。私はチーズケーキファクトリーを「ニューモダン消費に対応したレストラン」と位置づけています。

飲食業は歴史的に見るとプレモダン消費では「食堂」「ドライブイン」「高級レストラン」の3極化していました。やがて、モダン消費時代には「ファーストフード」「ファミリーレストラン」「カジュアルレストラン」とプレモダン消費時代からブラッシュアップした形で3極化しました。

さらに今、ニューモダン消費に対応した飲食業態が出現しており、その代表的飲食業態(企業)である「**チーズケーキファクトリー**」を私なりに解釈して説明します(六車流：流通・マーケティング理論)。

<企業概要>

(1ドル=100円)

店舗数	売上高	1店当たり売上高	店舗面積	坪効率
181店舗	1,878億円	10.4億円	500~2,000㎡	2,600千円

チーズケーキファクトリーは、モダン消費(モノを買い、モノを消費し、モノを所有し、モノを使用することの連続性に喜びを感じる生活向上型の消費)の視点から見ると「ファミリーレストラン」(親と子供の2世代がゆったり感と安心感のある中の中の中のプライスの総合レストラン)と「カジュアルレストラン」(高級レストランの庶民版で本格的料理を出す中中~中上のアフォーダブルプライスのちょっと贅沢感のある価格帯のニューモダン消費対応版のレストラン)です。

チーズケーキファクトリーの特性とニューモダン消費対応の内容は、次の通りです。

		内 容
ターゲ ティ ン グ 戦 略	①	3世代ファミリーニーズ ファミリーレストランの親子2世代から祖父母、親、子供(孫)の3世代のファミリーを対象とする絆型レストラン
	②	アニバーサリーニーズ 精神的豊かさやコミュニケーションを大切にするアニバーサリーニーズ(祝祭ニーズ)である誕生日会、各種お祝い、ミニパーティ、さらにはセレモニーニーズ等に対応したレストラン
	③	パーソナル グループニーズ 仲間、友達、知人等のファミリーではないパーソナルなグループが絆を高めるためのレストラン
	④	接待・おもてなしニーズ 家族のおもてなし、知人へのおもてなし、仕事上のおもてなしも対応したレストラン
M D i n g 戦 略	①	ワンランク上のプライス ファーストフードよりツーランク上、ファミリーレストランよりワンランク上、本格レストランよりワンランク下の価格で、無印価格戦略(安くはないが、他にないので納得する価格戦略)を取り入れている
	②	多選択肢メニュー 多様な顧客に対し、それぞれに高い食事の選択肢を提供するために多種多様なメニュー(200メニュー)を提供している
	③	3割差異化・特化、 7割総合化メニュー チーズケーキ(デザート&スイーツ)を誰にも負けない得意分野とし、チーズケーキで3割差異化・特化し、残り7割はなんでもあることによる総合化している
	④	安心安全の食材の使用 食材はオーガニック志向や安全志向さらに食育志向の観点から使用している
	⑤	高接客サービス 対面サービスで、笑顔で対応する高接客サービスで店と顧客のコミュニケーションを高めている
ハ ー ド 対 応 戦 略	①	アウトモール立地 立地はSCのアウトモール(サイドモール)とライフスタイルセンター立地に出店し、自らの集客と施設の集客の2面作戦で繁盛店の2倍の高業績を上げている(SCのモールの中には基本的には出店しない)
	②	スタイリッシュ& ハイイメージ店舗 お店空間の演出はファミリーレストランよりスタイリッシュであり、ハイイメージ・大衆志向の戦略を導入している
	③	バラエティテーブル 店内のテーブルタイプはパーソナルやグループやファミリー等の多様な顧客に対応するために、バラエティ豊かなテーブル配置をとっている。

チーズケーキファクトリーは単なるファミリーレストランやカジュアルレストランの進化版ではなく、ニューモダン消費に対応業態であり私は「**カジュアルテーマレストラン**」と呼んでいます。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代 表 六 車 秀 之