

鳥徳イノベーション提案

メインターゲットを家族連れや外国人とする。

家族連れのニーズとは、子供が飽きない工夫、子供向けのメニューと祖父母向けメニュー、食物アレルギー対応、留守番をする残り家族や母親の翌朝向けの土産である。

観光客としての外国人のニーズとは、典型的日本の風情、日本的なものの体験、コミュニケーション、比較的濃い味付けである。

一方、鳥徳は、串打ち技術、豊富なメニュー、オープンキッチン、弁当を出せる、昭和を感じさせる古い家屋という優れたシーズを持つ。

家族連れや外国人のニーズと鳥徳の持つ潜在シーズをマッチングさせ、「マイ焼き鳥」として自分で串を作らせる串打ち体験、オリジナリティを持った「当たり串」、アレルギー対応メニューや焼き鳥屋的唐揚げメニュー化、昭和的な内装の積極的活用等を提案するものである。

家族連れや母子連れターゲット化による回転率向上、串打ち体験による工場方式の脱却と外国人への技術アピール、新メニューや食物アレルギー対応により新たな顧客獲得、当たり串による注文本数増を図り、これらの実施により総合的な事業展開が可能となる。