

【そのお店、いまなら再生できます】目次

はじめに

第1章 再生でふたたびヒットを生む

あなたの大切なそのお店、泣いていませんか？

どんな店にも再生が必要な理由

飲食店再生のための第一歩。はたして、その店はモテるのか？

最初は見た目から直せ

まず外観をがらりと変える。無名の店ほどインパクトが大事です

まったく売れない店の場合

看板には何を書いたら繁盛するか。もっとも手早い再生のコツ

看板はお客さまへのメッセージ

チラシ1枚で見違える。一発勝負型の再生方法

私どもは、こういう者でございます

第2章 「商品力」で再生する

同業店に勝つにはバカ売れ商品を提供しよう

売れる店には主力商品がある

定番料理「とんかつ」から、新ヒット商品を生む発想法

ものすごく変わったことをしても売れない

商品の再生を始めるには、ランチの改善から着手する

食堂のおいしい昼飯が食べたい人は大勢いる

とっておきの繁盛のコツは「サービスする」メニューブック

「ピンクの唐揚げ」が生まれるまで

トレンドに右往左往しない。けれどもトレンドを好きになれ

少し肩の力を抜いて考えよう

高級店にしかできない技、大衆店にしか出せない味

何をお手本にすれば成功するか

第3章 業態別飲食店再生のセオリー

まだ売れている和食店を「再生」すると、もっと「成長できる」和食店になる
オトナ仕様の高級和食居酒屋を売り物が明快な鍋居酒屋に転換してヒット
1万5000円の高級料理「北京ダック」を4900円に。適切な価格破壊が大ヒットを生む
ごく普通のイタリア料理店からパスタ主力のパワフルなB級料理店へ
なぜか売れない伝統的中国料理店を、その街に合った繁盛中華料理屋に変える
麺は麺でも「そば」と「ラーメン」とでは繁盛のコツが違う
喫茶店がスターバックスに勝つには、「あんこトースト」や「焼きうどん」等、
名物をつくる
バーは人が商品、と昔はよく言ったけれど、飲み物や食べ物が商品の時代になってきた
効率主義のファミリーレストランは、街で一番のおいしい洋食屋になれ
スキー場グレンデ食堂を超低予算で再生。ヒットをもたらした秘策は「りんご豚まん」
グレンデ食堂の再生、ふたたび。隣町からの依頼はさらに厳しい条件だった

第4章 「人材」を再生する

一流なのか二流なのか、または三流なのか。自分の実力を素直に認めなさい
飲食店は実力社会。そのバロメーターは数字です。
自己満足とお客さまの満足は違う。再生のためには「自分」を捨てなさい
いままでの自分よ、さようなら
料理人にダメ出しできるリーダーが、スタッフを再教育できるリーダー
実体験から生まれた人材再教育の基本
際コーポレーションがメディアで紹介してもらえる本当の理由
口コミマーケティング以外のPR戦略
あなたのあふれる情熱のすべてを、その店の再生に注いでください
中島を待っていたデリシヨップ女性オーナーの物語
再生できる人材、再生できない人材。未来を考えられる力が勝敗を分ける
再生の主役になれる人材はひと握りしかない？

第5章 旅館業再生プロジェクト

旅館業再生プロジェクト 北海道・函館のある旅館の場合
～ 京都の真似より、地元の漁火宿をめざせ
旅館業再生プロジェクト 栃木県・鬼怒川温泉「あさやホテル」の場合
～ 幸運を呼ぶ7人の鬼

旅館業再生プロジェクト **長崎・雲仙の「高貴屋」の場合**

～雲仙名物「地獄鍋」と「極楽鍋」誕生

旅館業再生プロジェクト **柚子屋旅館物語**

～経営不振旅館が人気オーベルジュに大変身

おわりに あなたのそのお店、いまなら再生できます

300店以上の飲食店をつくった経験から見えてきた「再生」5つの法則

～常識破りでもいい。失敗して、成功しろ！

あとがき