



フードサービスのマーケティング戦略策定

株式会社日本総合研究所

フードサービスのマーケティングの特長

当研究所が提供するフードサービスの事業計画コンサルティングは、生活者へのニーズ調査、顧客ターゲットの選定、事業計画の立案から、具体的なビジネスの実行支援まで幅広くご支援するという特徴があります。

生活者の食への関心

安心・安全 地産地消 国産 無添加 フードマイレージ メタボ対策 自給率…

フードビジネスの成功のためには...



進化する生活者ニーズを先取りし、メニュー・サービス・業態をイノベーションし続けること

4つの成功要因



マーケットニーズの把握

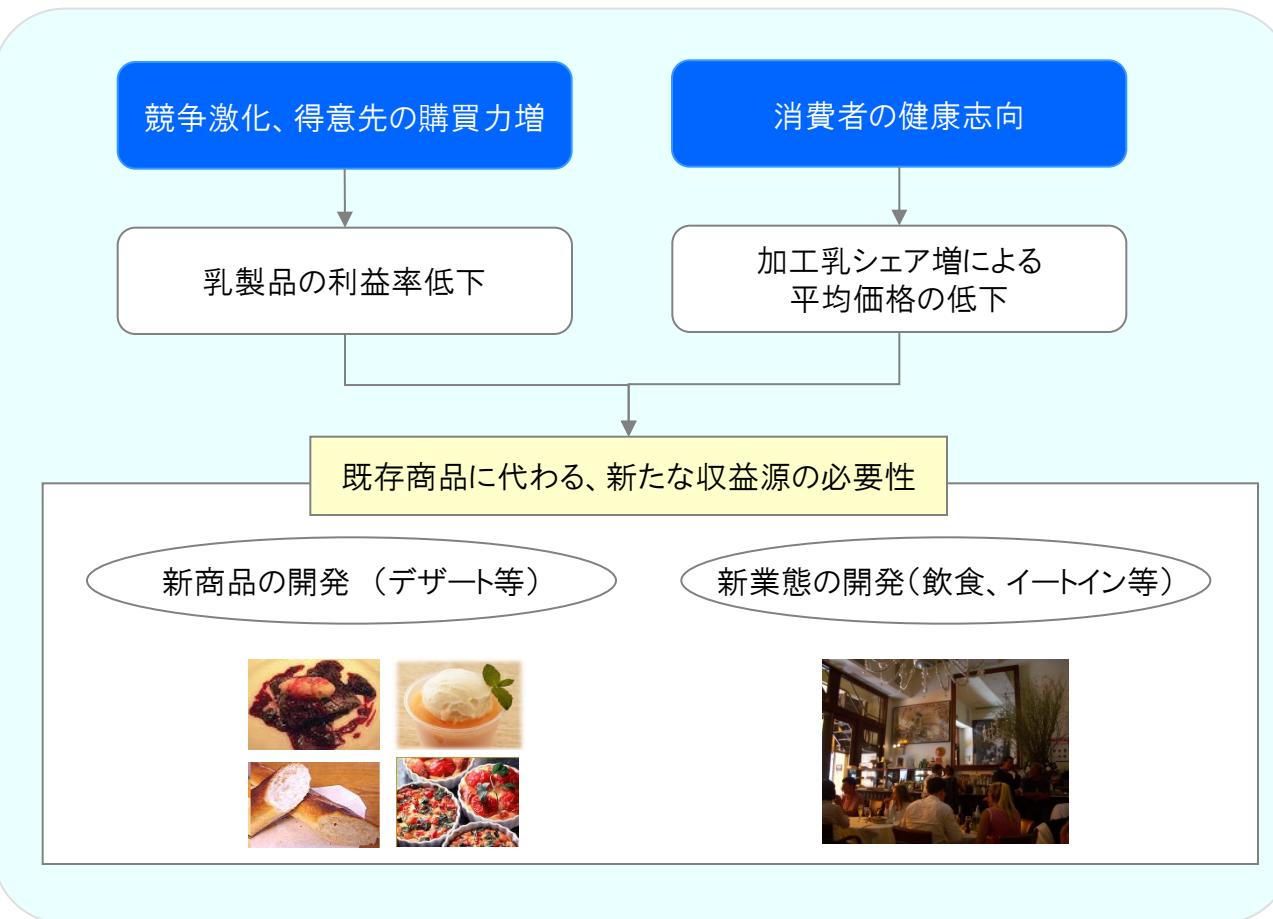
文化的価値の創出

価値に見合った価格政策

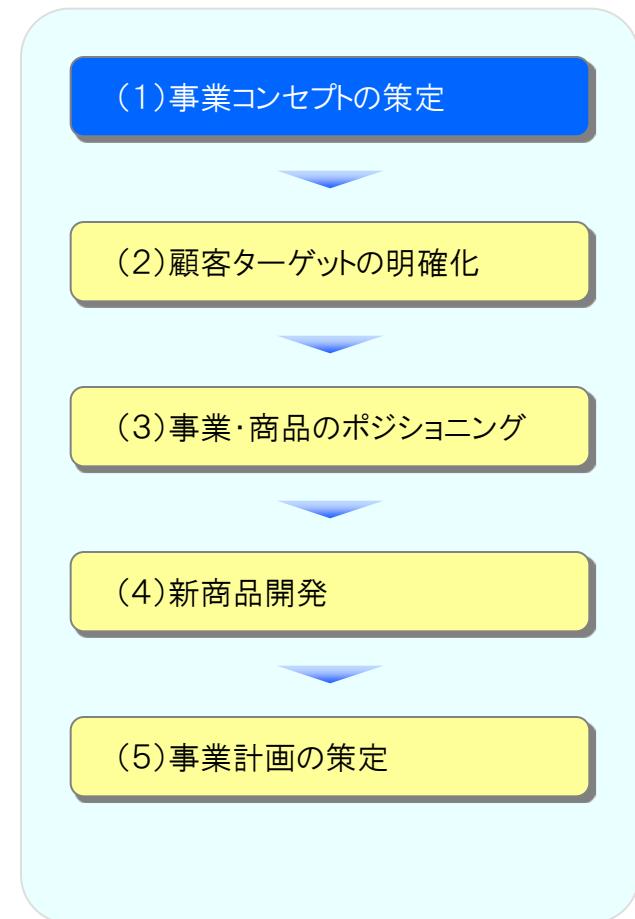
新市場：中国・アジア

フードサービスの抱える課題

■経営課題



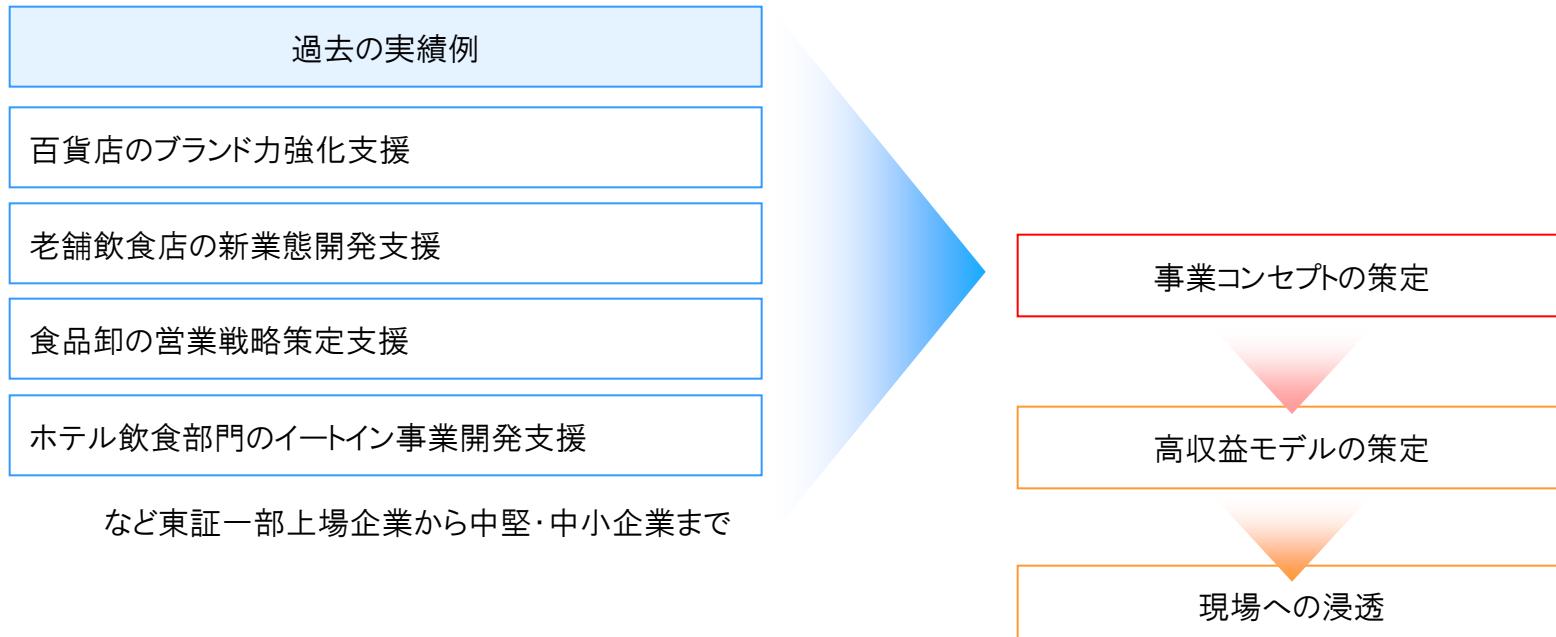
■課題解決のアプローチ



マーケティング戦略策定支援（1）－事業コンセプトの策定

当研究所では、新たな収益の柱を構築するためのマーケティング戦略策定を支援いたします。

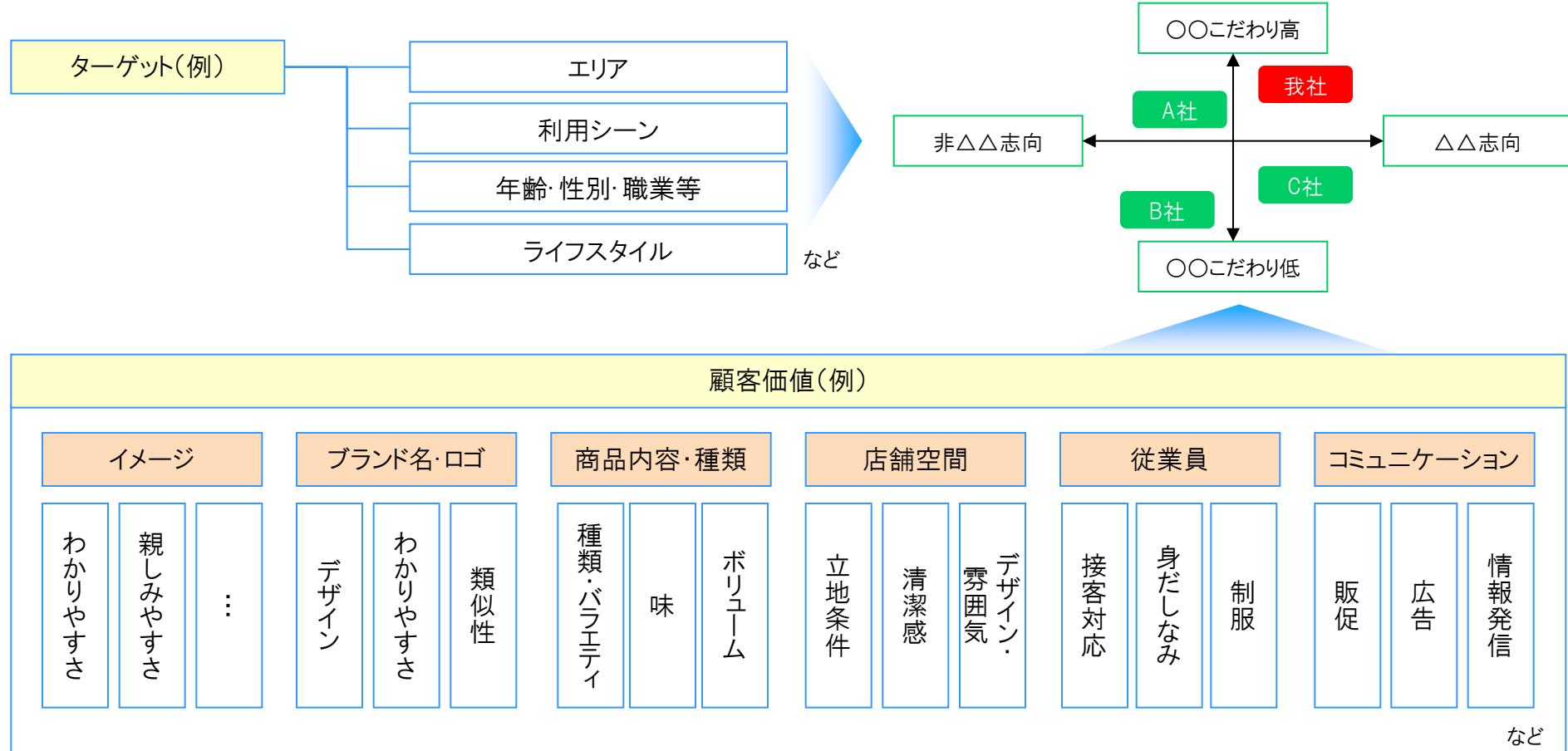
新商品開発、新業態開発、ブランド力向上など様々な策が考えられますが、その実現に向けては明確な事業コンセプトが欠かせません。



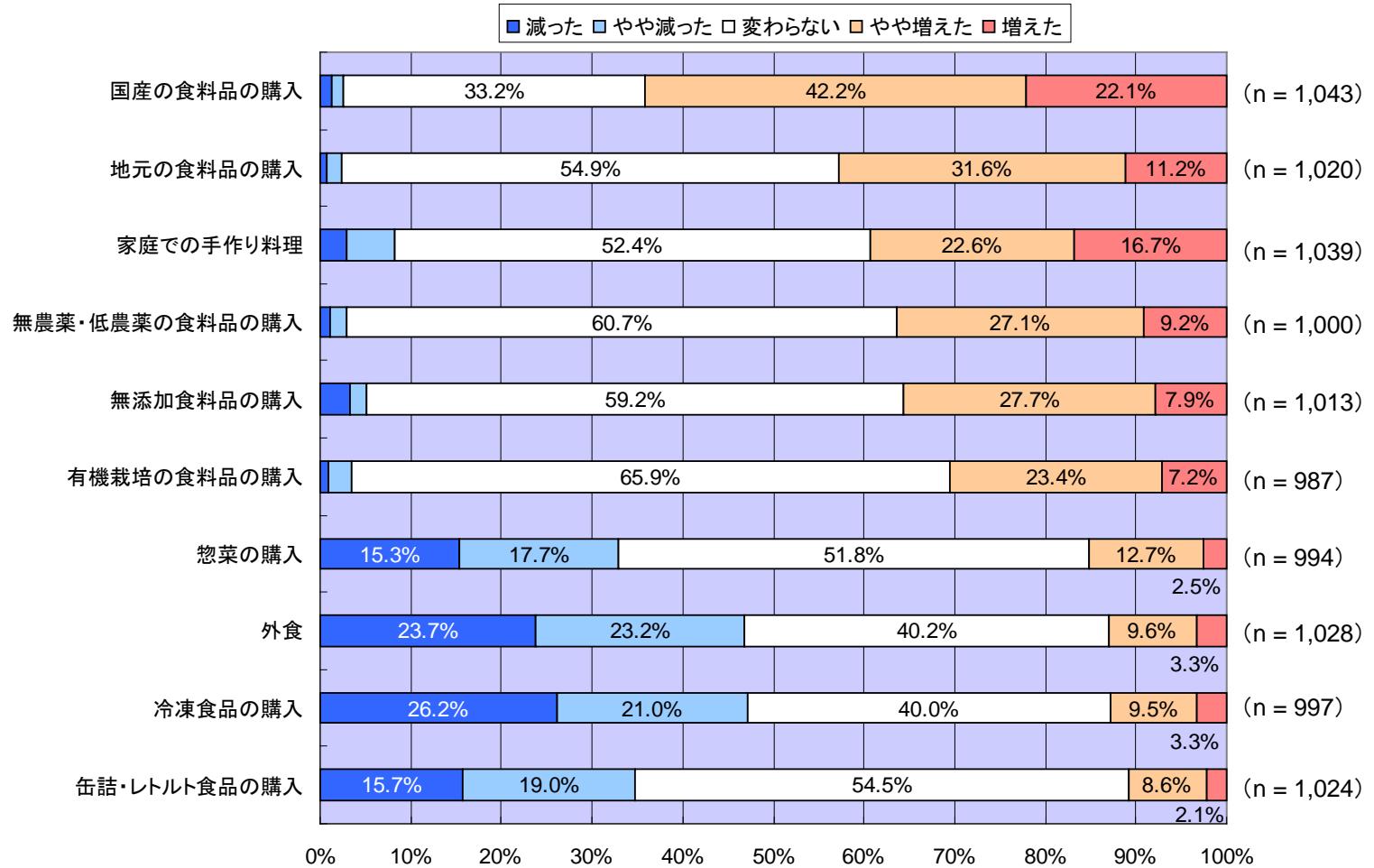
マーケティング戦略策定支援（2） ～ターゲット・コンセプトの明確化～

事業のコンセプトは、「ターゲット」と「顧客価値」の2要素の掛け算で定義されます。

誰に、何を提供するのかを、明確かつ分かりやすく提示できなくては、自社の商品・サービスの良さを十分に理解していただけません。

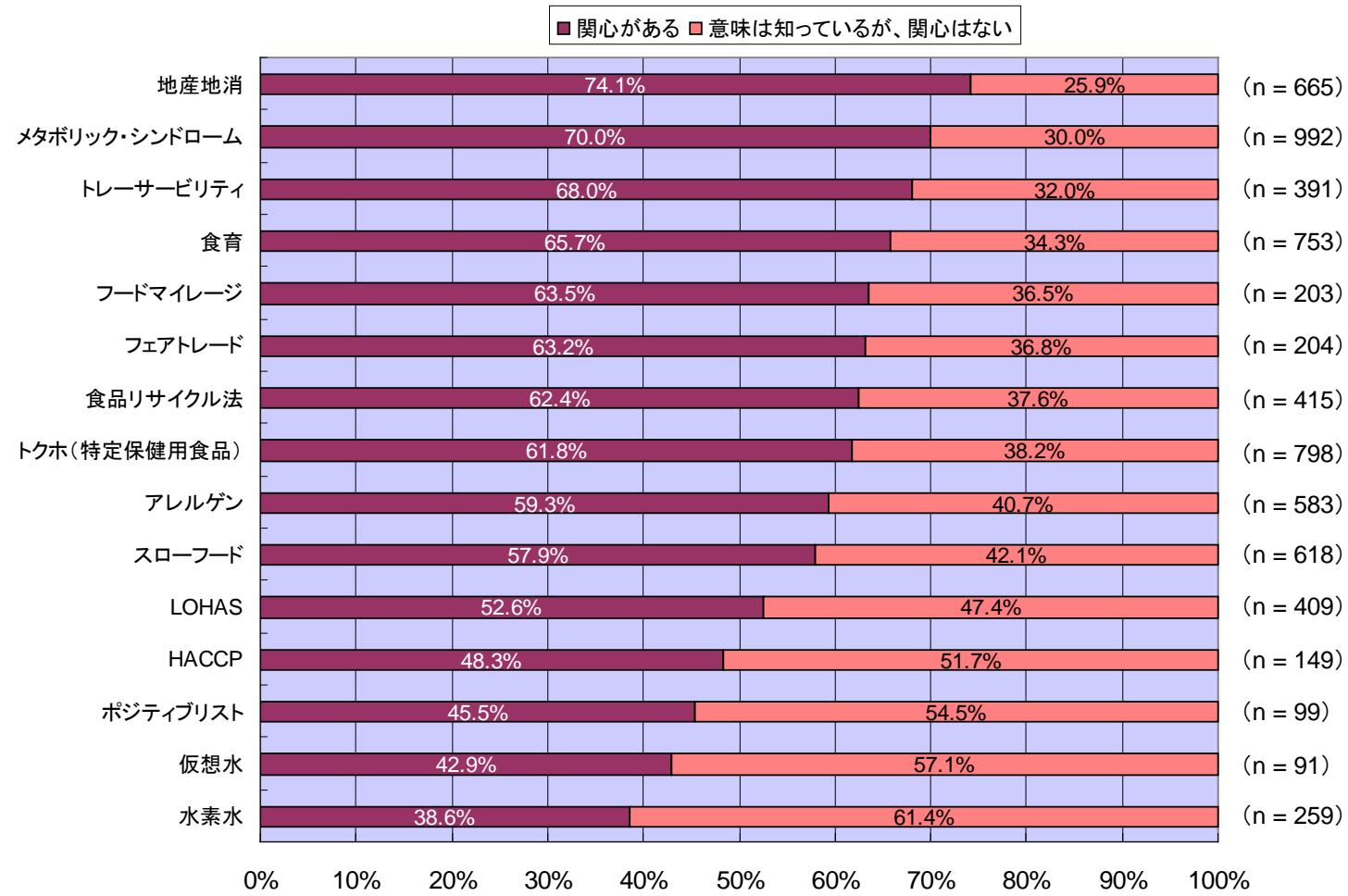


ご参考 消費者の志向の変化 ~弊社実施のインターネットリサーチより~



※「やや増えた」と「増えた」の合計割合が高い順に並べ替えて記載

ご参考 食に対する消費者の関心事項 ~弊社実施のインターネットリサーチより~



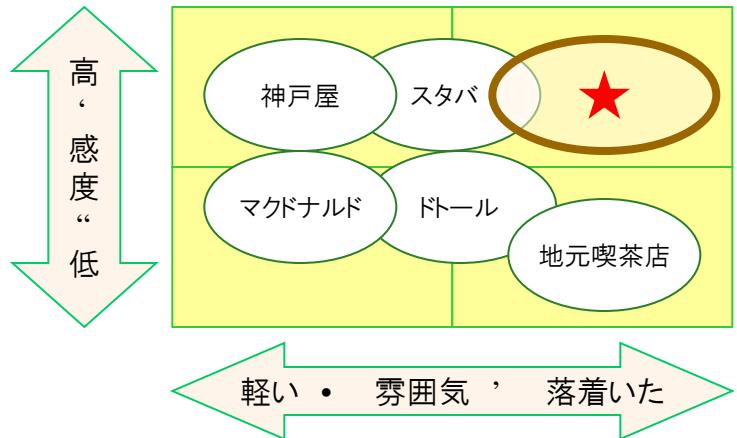
※認知しているもののうち、「関心がある」の割合が多い順に並べ替えて記載

マーケティング戦略策定支援（3）－事業・商品のポジショニング

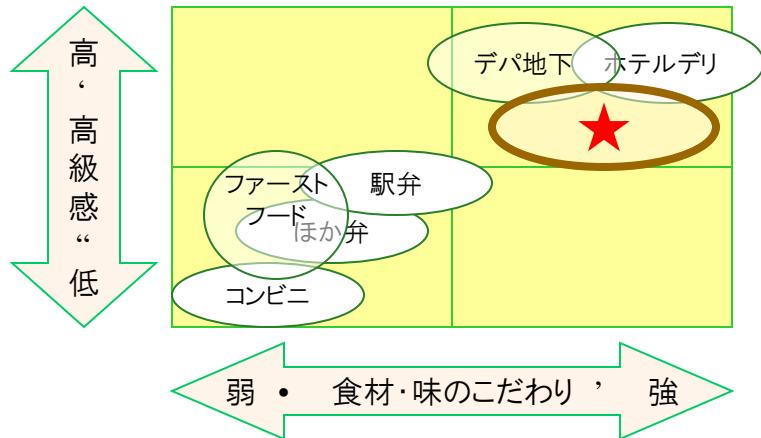
提供するチャネルや方法に応じて、どのポジションを狙うのか、また他社との関係はどうなっているのか、見極めながら戦略を展開することが重要です。自社の強みを最大限に生かすポジションを見つけ、他社に対する差別化要素を明確に発信する必要があります。

【飲食新業態開発における例】

【飲食(イートイン)】



【物販(テイクアウト)】



マーケティング戦略策定支援（4）－商品開発の考え方

開発商品を行うにあたっては、トレンドだけでなく、自社の強みのうち何を生かして展開するのか、中長期的に生き残ることができる要素を取り入れて進めていくことが望されます。

【飲食新業態開発における例】

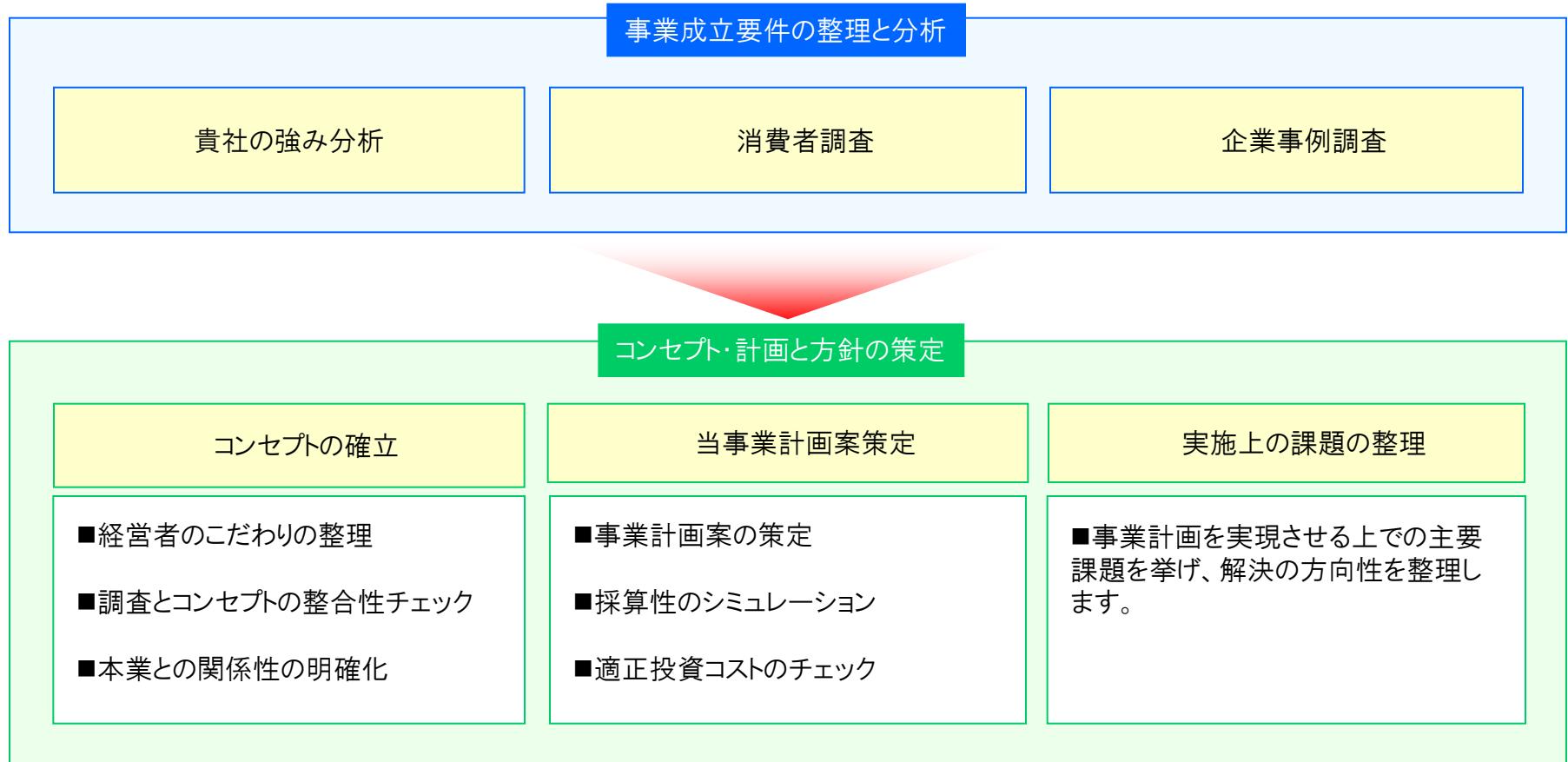
商品のキーワード	
高すぎず安すぎない	天然素材を用いた本物へのこだわり
毎日食べても飽きない	ホテルやレストランで提供している商品を手軽に
日本人に合う和の素材を洋に活かした新しい商品	おいしいし甘いけれども、低カロリー



核となる商品			
ジェラート			
低カロリースイーツ			
デリカテッセン			
焼きたてパン			

マーケティング戦略策定支援（5）－事業計画の策定

客観的な「自社資源分析」や「消費者調査」「企業事例調査」を踏まえ、事業の枠組みを策定します。
最終的に、事業計画書の形に落とし込みます。



マーケティング戦略策定支援（5）－事業計画書のイメージ

事業計画書の目次イメージは下記の通りです。





お問い合わせ先

株式会社日本総合研究所
リサーチ・コンサルティング部門
E-mail: rcdweb@ml.jri.co.jp