2019年10月16日（水）第29回 五感刺激マーケティング®セミナー
五感コンサルティンググループ　会員様先行　お申込用紙（収録CDお申込み）

第２９回 五感刺激マーケティング®セミナー　開催概要

【１】日時 2019 年 10月 16日（水）12：00～17：20　受付 11：30 ～

【２】会場 大手町サンケイプラザ（ 東京 ）　３Ｆ　03-3273-2258

【３】参加料金（ 税込 ）　大変人気のセミナーです！お早目のお申し込みをお待ちしております！

■会員特典価格	
・月次支援企業 ・コンサルコース会員企業 ・繁盛研会員企業	１名様　：　無料 ２名様以降１名様あたり：18,800円
・繁盛の原則・繁盛のルール化・パンネットクラブ・携帯メール販促『ダントツ』	１名様あたり　：　18,800円

■一般価格
１名様　：　29,800円
２名様以降１名様あたり：19,800円

【４】お申込みについて：下記ご記入の上 ＦＡＸ 送信をお願いします。

【５】料金のお振込みについて

申込連絡確認後、１週間以内に下記セミナーお申込み専用口座へお振込みをお願いします。

三井住友銀行　新大阪支店　普通４４６１９０３　ｶ)ｺﾞｶﾝｺﾝｻﾙﾃｨﾝｸﾞｸﾞﾙｰﾌﾟ

※振込手数料はお客様でご負担願います。
※キャンセル料について
10/3（木）以降は参加料金の 50%、10/10（木）以降は 100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。

【６】収録ＣＤお申込みについて

下記 ＣＤ 申込欄にチェックを入れ、ＦＡＸ をお送りください。

【７】お問い合わせ：TEL：06-6829-7853（10時～ 17時）　担当：ヒラマツ,オオタ

当日どうしてもご参加頂けない方に　セミナー収録ＣＤ（テキスト・画像資料付き）

□ＣＤ＿＿セット申し込む　6回聞いて、初めて頭に記憶されます。
会員価格　18,800円（税込）　一般価格　29,800円（税込）
10/16までに上記専用口座へお振込みをお願いします。お届け予定は11月下旬頃。ご入金確認後に発送します。

第２９回　五感刺激マーケティン®セミナーお申込み　FAX：０６-６８８９-３５７０

フリガナ		フリガナ	
御社名		代表者名	
ご住所	〒　　ー	連絡担当者	

ＴＥＬ		ＦＡＸ		店舗数	

参加者						
フリガナ	役職	フリガナ	役職	フリガナ	役職
1		2		3	
フリガナ	役職	フリガナ	役職	フリガナ	役職
4		5		6	
フリガナ	役職	フリガナ	役職	フリガナ	役職
7		8		9	

◆本セミナーを受講されるきっかけをお教えください　※該当する項目に☑チェックを入れてください。
□成功事例を知りたい　□五感刺激マーケティングを学びたい　□既存店の活性化をしたい
□知人からのご紹介　□その他 ※理由をお聞かせください（　　）

HPd073119

2019年　第29回　後期ゼミ　飲食業経営戦略セミナー

五感刺激マーケティング®セミナー
～成功事例と繁盛経営法～

【日時】2019年10月16日(水)12：00～17：20　【場所】大手町サンケイプラザ(東京)

時代は変わった。
市場も変わった。
あなたはどうか？

既存店を無駄にしてはならない

新しい「差別化のアイデア」という
「新しい競争原理」で
売上成果を跳ね上げる

「差別化のアイデアは必ずみつかる」

㈱五感コンサルティンググループ

「青いりんご」・・・未完成であれ（成長、挑戦を続けます）
「青 い 星」・・・・成長市場（新しい成長市場をわしづかみにします）

㈱ 骨太経営
代表取締役
高木雅致

㈱ シズル
代表取締役
藤岡千穂子

㈱ バリュー
代表取締役
木下尚央之

㈱フードボロス
代表取締役
湖﨑一義

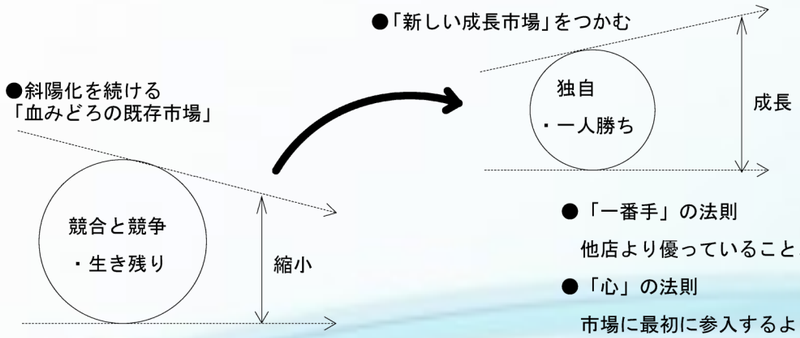
五感刺激マーケティング®は「成長市場」をわしづかみにする

お問い合せ先　TEL:06-6829-7853　ヒラマツ・オオタ

自店の「新しい強み」を顧客に売り込まなければならない！

「新しい成長市場」をつかむ

あなたの店を「無駄にする」なんて勿体ない！



●「一番手」の法則
他店より優っていることよりも自店が先頭を切ることが大切

●「心」の法則
市場に最初に参入するよりも「顧客の心」の中に最初に入り込む

「主力商品カテゴリーで骨太な集客力の土台をつくる！」

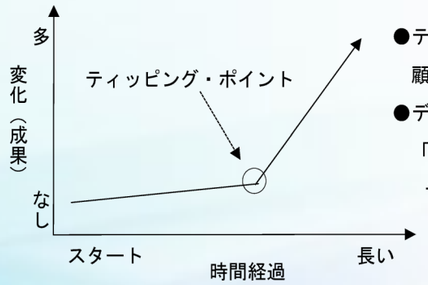
「差別化のアイデア」という新しい解決策！

トップや競合の弱点は何か！

「価格と品質」の視点では変化できない

「新しい競争の原理」で売上成果は跳ね上がる！

●「価格と品質」の視点では変化できない　「競争の原理」で自店が成長市場をつかむ！

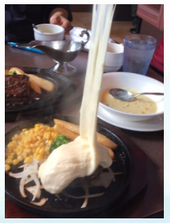


●ティッピング・ポイントをつくる
顧客の「心」に自店の強みを粘りつかせる

●デフォルメされた「自店の強み」
「新しい強み」が必要
デフォルメされた「差別化のアイデア」を活用する

●「価値の見える化」提案

●「おいしさの見える化」提案



●市場感の特化

●「強烈なデフォルメ」演出

新しい成長戦略 → 五感刺激マーケティング®の成功原則

第一講座　12：00～13：20

一度、勝ったからといっても競争は終わらない。気を緩めることなく
新しい成長戦略 ⟶ 五感刺激マーケティング®
を実施して
自社の新しい強みを顧客に売り込まなければならない
時代は変わった。　市場も変わった。　あなたはどうか？

五感刺激マーケティング®…５つの成功原則と「成果」を上げるための１０の取り組み

●業界の常識を疑ってみる…新しい視点をつかむ

今の業績の低迷化の対策は
①QSCを磨き込め！
②原点回帰せよ！
③商品品質と価格をブラッシュアップ！
④オペレーションを徹底！
（今までの業界常識）
というような
今までの業界常識では解決しない！
顧客は成熟し市場は斜陽化している

●５つの成功原則

①商品の「価値の見える化」提案
②１番手による「心」の法則
③成長市場をつかむための「デフォルメ化」提案
④市場は変わった…時代適合と新しい「１番」の提案
⑤「人」が差別化の決め手…「共感」の提案

●「成果」をあげるための10の取り組み

①「集客の土台」は１番商品と主力商品カテゴリー
②顧客を囲い込む…「定期型」提案
③客関連品揃え特化…属性の１番化
④「売り」と「押し」の明確化…単品ボケを防ぐ
⑤創造しなければならない自店のコンセプト
…おいしさの「核心」提案
⑥本物(感)を提案する
…「アナログ感」と「ノスタルジック感」
⑦入口での「五感刺激」の連続
…五感刺激の「ドミノ倒し」
⑧「１番になれる商圏」か「商圏内１番」か
…１番をつくる
⑨メニューの「変化」をデフォルメする
…「心」に粘りつく
⑩原則に忠実…原則と原則を組み合わせる

商品の「価値の見える化」提案というシンプルな成長戦力である 五感刺激マーケティング® によって成果をあげるために(株)五感コンサルティンググループを設立。

㈱五感コンサルティンググループ
株式会社　骨太経営
代表取締役　高木　雅致

成果を上げるための実践・・・「スライド・動画」と「成功事例」

第二講座　13：30～14：25

いつも同じ事を続けているだけではいけないだろう。
あなたの店は
楽しくなくてはならない！
もし楽しくないのなら
あなたは「店を無駄」にしていることになってしまう。
「差別化のアイデア」という新しい解決策 を見つけ、新しい成功をつかむ

斜陽市場を抜け出し、成長市場をつかむ！

既存店を無駄にしないための
新しい「差別化のアイデア」による成功の解決策

1．「つまらないもの」や「退屈なもの」はダメ！

「差別化」をつくる５つの解決策
①「デフォルメ提案」の事例
②「アナログ提案」の事例
③「マス・カスタマイズ化」の事例
④「シズル化付加」の事例
⑤「取り分け化提案」の事例
（商品の価値の「見える化」提案事例）
商品・売場・ｻｰﾋﾞｽ

2．売上２倍化事例とその取り組み

①レストランでの事例…年商1億円から2億円突破
②居酒屋での事例…月商400万円から2000万円突破

㈱五感コンサルティンググループ
株式会社　バリュー
代表取締役　木下　尚央之

第三講座　14：35～15：30

あなたの店は
コモディティ化 → 他店での代替え可能
していないだろうか？
「省力化と単純化」という
常識に見える落とし穴につかまってしまうと
集客力の低下と生産性低下 に襲われる！

強い集客力を発揮する！

継続的集客力を維持するための「骨太な土台づくり」
自店の「主力商品カテゴリー」が集客を決定する

1．主力商品カテゴリーで「バリエーションの豊かさ」を演出せよ！

①味覚変化の品揃え策
②具材特化の品揃え策
③「月・週・毎日の変化」で品揃え特化

2．主力商品カテゴリーで「圧倒的一番」をつくりあげる！

①本物(感)
②技術(感)　⇒　「シズル演出」でデフォルメ特化する　一番化する
③鮮度(感)

3．主力商品カテゴリーで売上30%以上の調理集中

①「効率化」「単純化」「省力化」では集客力は激減する
②主力商品カテゴリーの強化による「高生産性」をつくる

㈱五感コンサルティンググループ
株式会社　シズル
代表取締役　藤岡　千穂子

第四講座　15：40～16：35

飲食店のそれぞれの分野でのトップに負けられない！
トップの弱点は何か？
どんな飲食店もナンバーワンになると
自店差別化のマンネリ化に気付かない！
No.1という錯覚 → 満腹病 で自滅に気付かない

競合に勝つ！大手No.1に勝つ！

弱点は何か？
●No.1の「強み」と「弱点」は？
●「弱点」が見つかれば「勝つ」ための対策が見つかる

1．勝つための対策

①居酒屋店大手の「弱点」は？…串カツ型、海鮮型
②レストラン大手の「弱点」は？
…定食型、食べ放題型、均一型

2．競合に勝つための５つの対策

集客力の土台
客を囲い込む
目的来店強化
差別化
小さくても
「一番」をもつ

①品揃え対策
②販促対策
③店の「顔」を明確にする
④自店の「強み」を再構築する
⑤「一番手の法則」の自店活用策

㈱五感コンサルティンググループ
株式会社　フードボロス
代表取締役　湖﨑　一義

※講座時間など変更になる場合がございます。