

CHICAGO PIZZA & PUB

CONSULTING PROJECT

ジンヨンミン

1

会社紹介

- 会社紹介
- 今の状況説明

2

状況分析

- 3C分析
- 商圈分析
- STP分析
- 7P分析
- SWOT分析

3

イッシュ導出

- 戦略イッシュ導出

4

戦略提示

- 経営目標
- STP戦略
- 7P戦略
- 分岐別目標

5

戦略評価

- 戦略評価

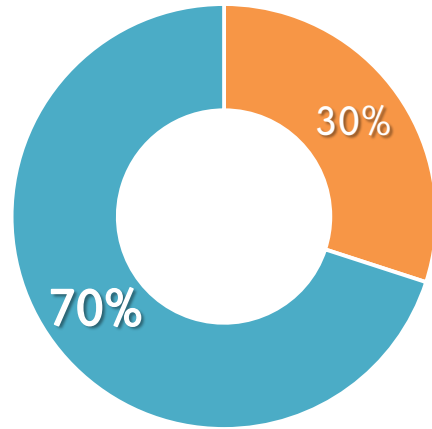
1. 会社紹介

CHICAGO PIZZA & PUB



- ✓ シカゴピザ&パブは2015年12月16日に開けたカジュアルダイニングレストラン&パブで 'ブラックとホワイトを基盤してモダンな雰囲気を持って学校の隣にあって接近性があります'

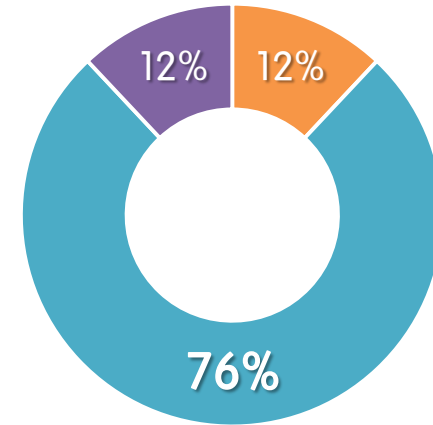
'シカゴピザご存知ですか



- 知っているんですが '食べたことないです'。
- 知っているし '食べたこともあります'。

Chicago Pizzaの高い認知度
いい接近製で高い店認知度

シカゴピザ&パブっ言うこの店ごぞんじ
ですか



- 知らないです。
- 知っているんですが '食べたことないです'。
- 知っているし '食べたこともあります'。

B U T

広報不足で低いお客数
低い店好感度

2. 状況分析

2. 状況分析 : 3 C 分析

COMPANY

CONSUMER

COMPETITOR



영업시간

10時～ 24時

매장크기

約20坪, 4人テーブル 12個

메뉴 및 가격

ピザ 18000~24000 (ウォン)
セットメニュー 27000~42000
パスタ 11000
サラダ 9000
飲み物 2000~ 3500
ビール 4900~ 6300

컨셉

ブラックとホワイトを基盤してモダンな雰囲気

위치

淑明女子大 徒歩 3 分
淑大入口 (地下鉄) 駅 徒歩 10 分

2.状況分析： 3 C 分析

COMPANY

CONSUMER

COMPETITOR

1) 仕事

大學生
大學院生



会社員



シングルお客
団体お客

- ✓ 流行に敏感だ
- ✓ トレンドの変化に敏感だ
- ✓ 価額に敏感だ

- ✓ 健康に関心がある
- ✓ 価額に敏感じゃない

COMPANY

CONSUMER

COMPETITOR

2) 年齢

20代



30代
40代



20~40代
女性

- ✓ 楽な場所で会話をしながら食事をする。
 - ✓ 流行に関心があって '健康食べ物に関心がある'。
- = トrendに敏感に '健康に関心がある 20 - 40 代女性

2.状況分析： 3 C 分析

COMPANY

CONSUMER

COMPETITOR

1) 主要な競争店

ラリエト

カニバルピザ

グリンパスタ

ナポリンキチン

カフェデミュージカ



2.状況分析： 3 C 分析

COMPANY	CONSUMER	COMPETITOR
---------	----------	------------

1)主要な競争店

		ラリエト	カニバルピザ	グリーンパスタ	ナポリンキッチン	カフェデミュージカ
コンセプト		楽な雰囲気です明るいインテリア	多様な色を使って祭りみたいなインテリア	緑の壁でかわいいインテリア	植物、花で自然な雰囲気	音楽を中心に古風な雰囲気
特徴		・価格は安い ・大学生の割引がある ・色んなプロモーション進行	・価格は普通 ・接近製が低い ・珍しいメニュー	・価格は安い ・セルフサービス	・イタリアンピザ店 ・接近製が低い ・メニューが多い	・価格は普通 ・接近製が低い ・LP音楽を聞くことができる
価額	ピザ	12800~14900 (ウォン)	11000~16800	11000~13000	15000~17000	16000~18000
	サラダ	50009000				
	パスタ	9800~13900	11500~13500	6500~9500	10000~13000	15000~16000

2.状況分析： 3 C 分析

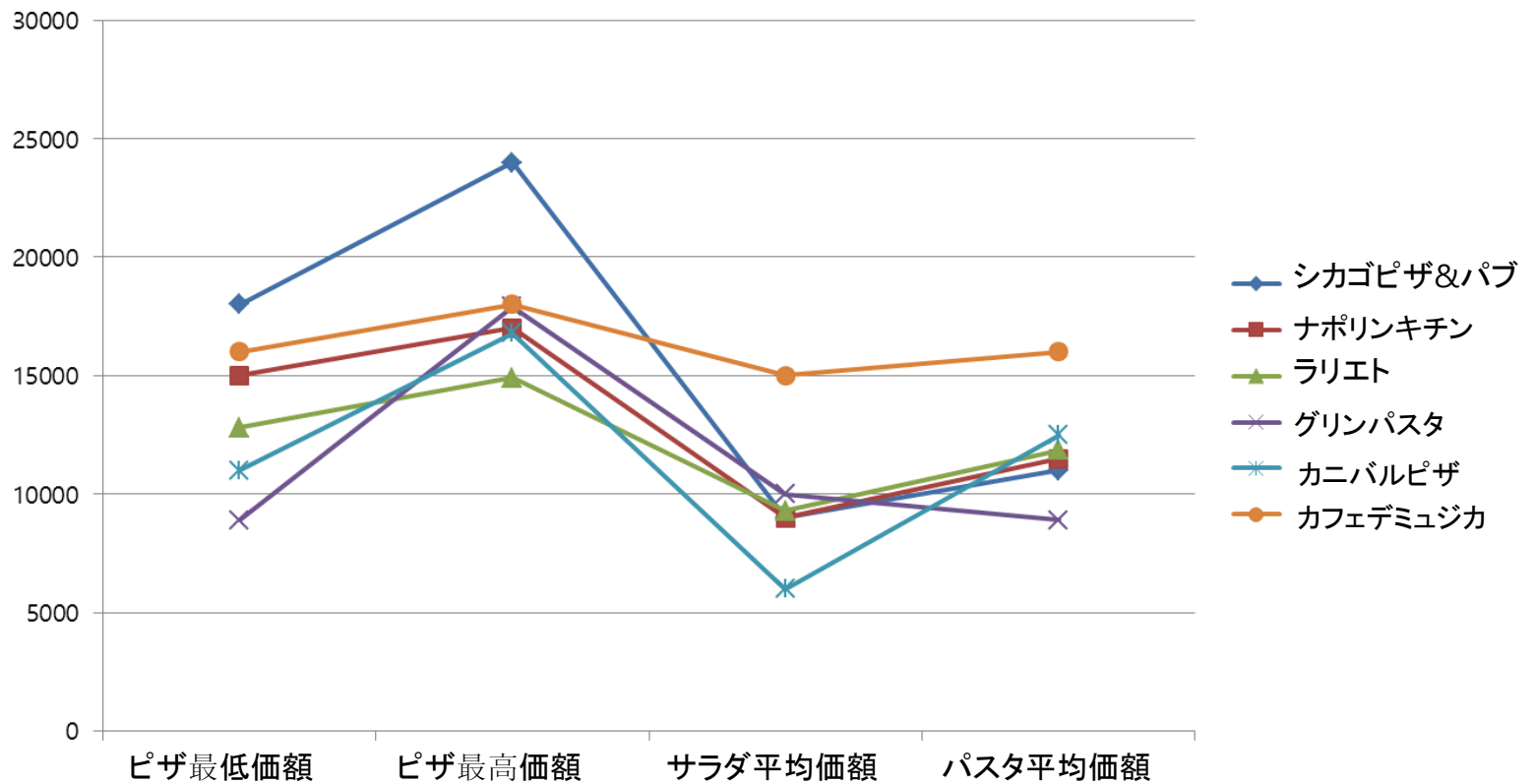
COMPANY

CONSUMER

COMPETITOR

1) 主要な競争店

店の平均価額



2.状況分析：3 C 分析

COMPANY

CONSUMER

COMPETITOR

2)他の競争店

オリジナルシカゴピザ



"The original CHICAGO pizza is only found here"

- ✓ オリジナルディップディッシュピザ専門店
- ✓ アメリカスタイル

ジェインスシカゴピザ

제임스芝加哥피자
JAMES CHICAGO PIZZA

"여심을 사로잡은 부드러운 치즈와 시원한 맥주"

- ✓ 1分間調理で革新的
- ✓ 少ない種類のピザ
- ✓ ピザとビールの調合

2.状況分析： 3 C 分析

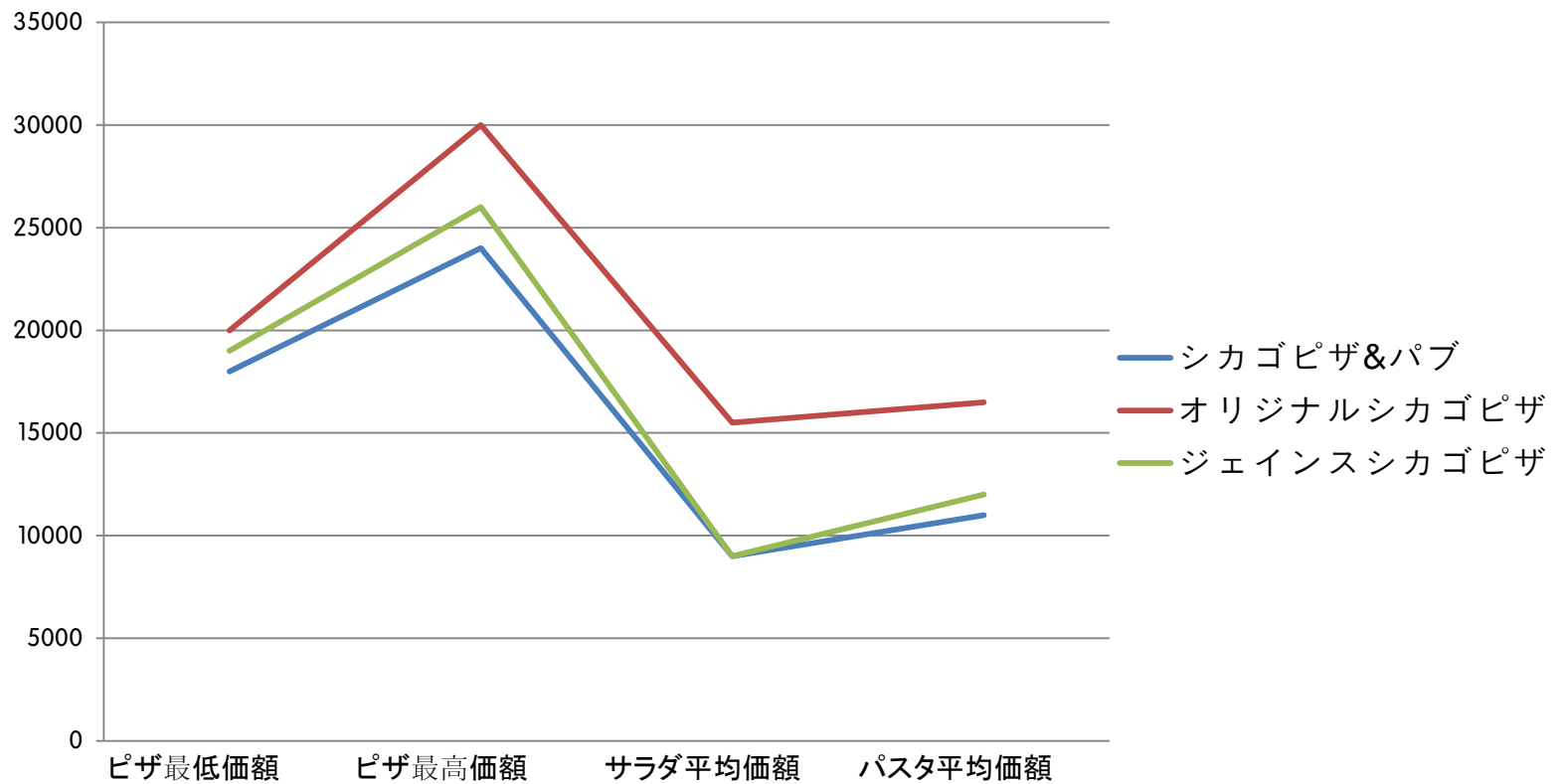
COMPANY

CONSUMER

COMPETITOR

2)他の競争店

店の平均価額



2.状況分析： 商圈分析

第1 商圈： ヨンサン区チョンパドン

第2 商圈： 淑明女大

1) 地理と人口統計分析



- ✓ 公共交通機関 35 個
- ✓ 便宜施設 19個, ショッピングセンタ17個
- ✓ 一日平均流動人口約 3000 名で 'ヨンサン区'の平均流動人口の約 2 倍
- ✓ 会社員 ↑ '住民 ↓
- ✓ ヨンサン区内 '西洋食堂のSNSキーワードは " 味 'お代わり '安い "

∴ 公共交通機関に接近がしやすい

会社員, 学生が多い

おいしいし '安いし '量が多い食べ物を選好

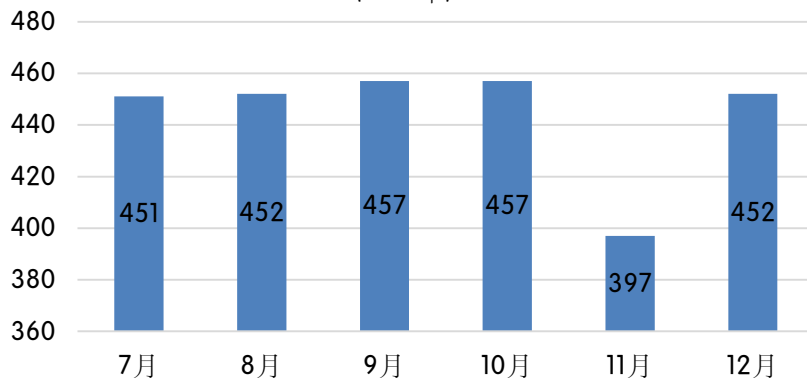
2.状況分析： 商圈分析

第1 商圈： ヨンサン区チョンパドン

第 2 商 圏： 淑 明 女 大

2) 同種業界分析

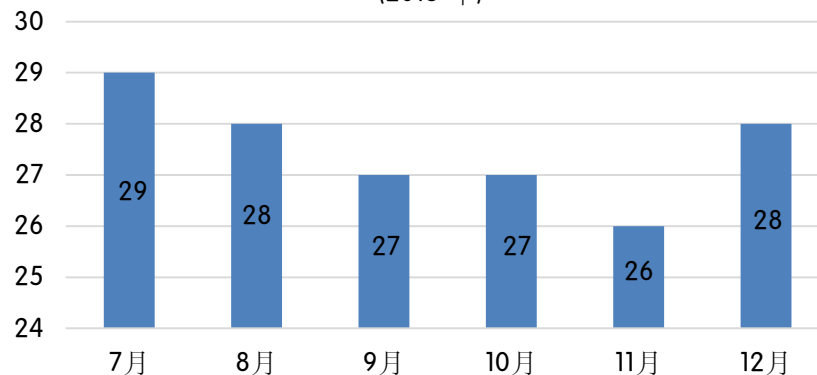
チ ョ ン パ ド ン 内 食 堂 数 変 化
(2015年)



- ✓ チ ョ ン パ ド ン 内 食 堂 数 452個
- ✓ 昨年対比食堂数増減率 4.87%

食堂進出難しいところ

チ ョ ン パ ド ン 内 西 洋 食 堂 数 変 化
(2015 年)



- ✓ 西洋食堂数 28個で多くないでも食堂間競争が強い

西洋食堂だけではなく '他の食堂を
考える戦略が必要

2.状況分析： 商圈分析

第1 商圈： ヨンサン区チョンパドン

第2 商圈： 淑明女大



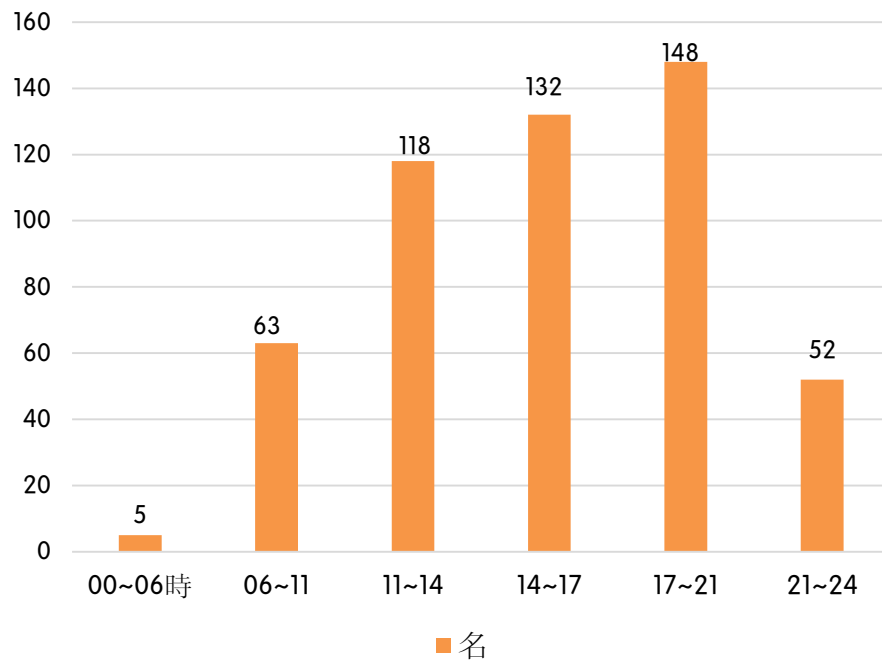
- ✓ チョンパドン(1, 2, 3町)ではなく 'シカゴピザ&パブ'を中心 3 50 mで範囲を狭めて分析

2.状況分析： 商圈分析

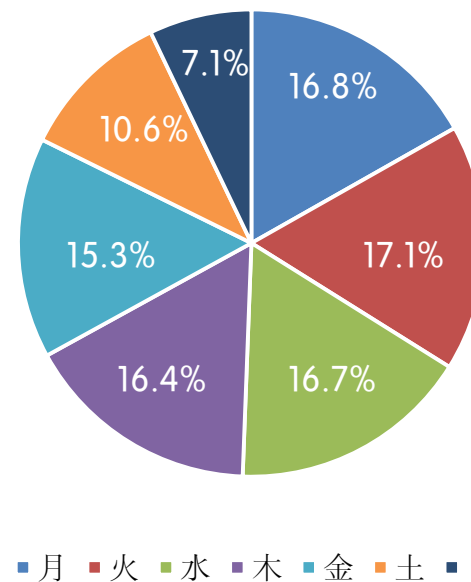
第1 商圈： ヨンサン区チョンパドン

第2 商圈： 淑明女大

時間代別流動人口



曜日別流動人口比率



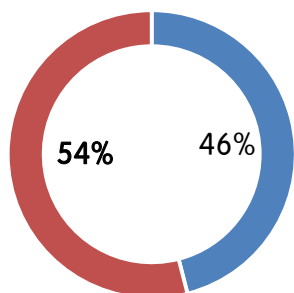
- ✓ 昼食時間 11 - 14 時 '夜時間 17 - 21 時だけではなく 'この間 14 - 17 時でも流動人口多い
- ✓ 月, 火, 水, 木- 平日も流動人口多い

2.状況分析： 商圈分析

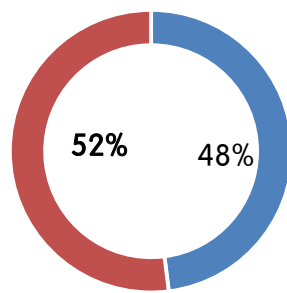
第1 商圈： ヨンサン区チョンパドン

第 2 商 圈： 淑 明 女 大

性別流動人口比率

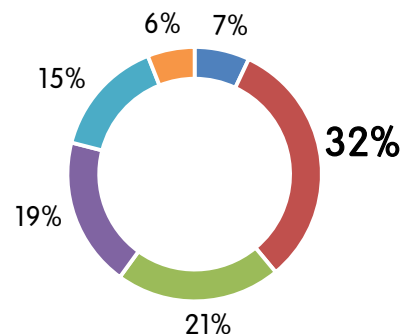


性別住民比率

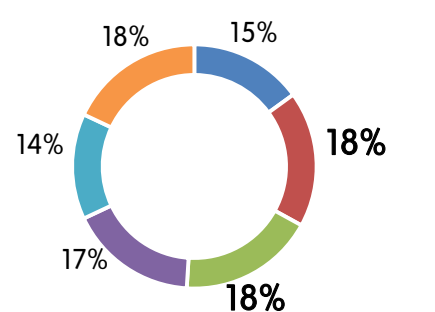


■ 男 ■ 女

年齢別流動人口比率



年齢別住民比率



■ 10代 ■ 20代 ■ 30代
■ 40代 ■ 50代 ■ 60代以上

✓ 20 - 30代女性多い

2.状況分析： 7 P 分析

PRODUCT

PIZZA

Chicago Best
Chicken Pizza
Bulgogi Pizza
Chicken Tender Pizza
Shrimp Pizza
Half & half Pizza

PASTA

White Cream Pasta
Cheese Pasta
Rose Cream Pasta

SALAD

Chicken Salad
Tuna Salad

SET MENU

A) Chicago Best
+Salad+Beverage2
B) Chicago Best
+Pasta+Beverage2
C) Chicago Best
+Salad+Pasta+Beverage2
D) Chicago Pizza
+Salad+Beverage2
E) Chicago
Pizza+Pasta+Beverage2
F) Chicago
Pizza+Salad+Pasta+Beverage2

BEVERAGE

Sparkling water
Strawberry Ade
Grapefruit Ade
Orange Ade

BEER

Hoegarden
Miller
Asahi
Cass

- ✓ ピザだけではなくパスタ 'サラダなど多様なメニュー

PLACE

ソウル特別市ヨンサン
区チョンパドン2町55-9
2階

- ✓ 大学のすぐ前に位置
✓ しかし2階で不便

PRICE

ピザ: 18000~24000 (ウォン)

セットメニュー: 27000~42000

パスタ: 11000

サラダ: 9000

飲み物: 2000~3500

ビール: 4900~6300

- ✓ 競争食堂に比べて
3000ウォン以上高い

PROMOTION

- 12月16日から3ヶ月くらい10%割引
- チラシ広報中
- SNS広報なし
- 誕生日のお客にサラダ無料提供
- 再訪問時に20%割引できるクーポン提供

✓ 学校休みの時で割引して非効率

✓ SNS 'メディア広報不足

PROCESS



入場: 案内もらって座席に座る



注文: 注文してセルフバーを自由に利用する



伝達: 食事を提供される



退場: 会計して退場する

PEOPLE

- 社長 1 名
- 従業員 1 名で不足

✓ 人的資源管理制度なし

PHYSICAL EVIDENCE

- 建物: 長くて細い形の建物
- コンセプト: カジュアルダイニングパブ
- 広さ: 約 20 坪
- ホール: 長くて細い形のホール
- テーブル: 4 人テーブル 12 個・48 席
- 窓: 長い形で 5 個
- 壁・天井: 黒と白の色
- 照明: 天井の間接照明・小さい直接照明

✓ 単純なインテリア

✓ 広くない構造

2.状況分析： S T P 分析

SEGMENTATION

TARGETING

POSITIONING

性別	女性		男性	
年齢	10代	20代	30代	40代
職業	中学生 高校生	大学生 大学院生	会社員	他の人
ライフスタイル	健康	トレンド	価格	便宜
購買力	低い		普通	高い

✓ 5 個の基準でお客細分化

2.状況分析： S T P 分析

SEGMENTATION

TARGETING

POSITIONING

TARGET 1

性別	女性		男性	
年齢	10代	20代	30代	40代
職業	中学生 高校生	大学生 大学院生	会社員	他の人
ライフスタイル	健康	トレンド	価格	便宜
購買力	低い		普通	高い

✓ 20代の女大生でトレンドと低い
価額を希望・普通の購買力

TARGET 2

性別	女性		男性	
年齢	10代	20代	30代	40代
職業	中学生 高校生	大学生 大学院生	会社員	他の人
ライフスタイル	健康	トレンド	価格	便宜
購買力	低い		普通	高い

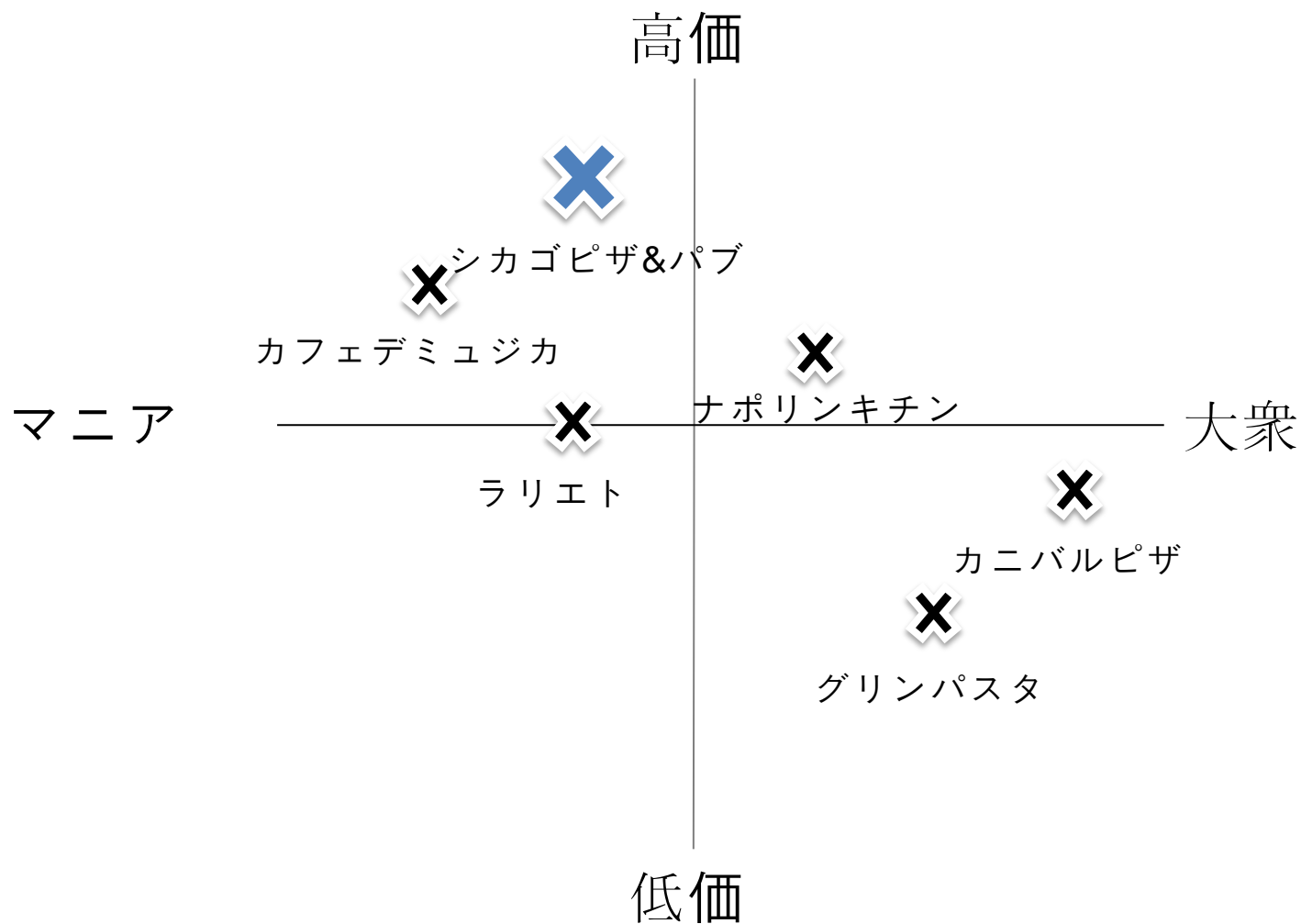
✓ 30 - 40代の女性で健康とトレ
ンド希望・高い購買力

2.状況分析： S T P 分析

SEGMENTATION

TARGETING

POSITIONING



2.状況分析： S W O T 分析

黒米を使って健康重視
いい位置
トレンドなメニュー

S

価格が高い
カロリーが高い
認知度が低い
お持ち帰りができない
パフの感じがない

W

'美食' の価値が上がる
シカゴピザが流行
チーズ産業が広がる

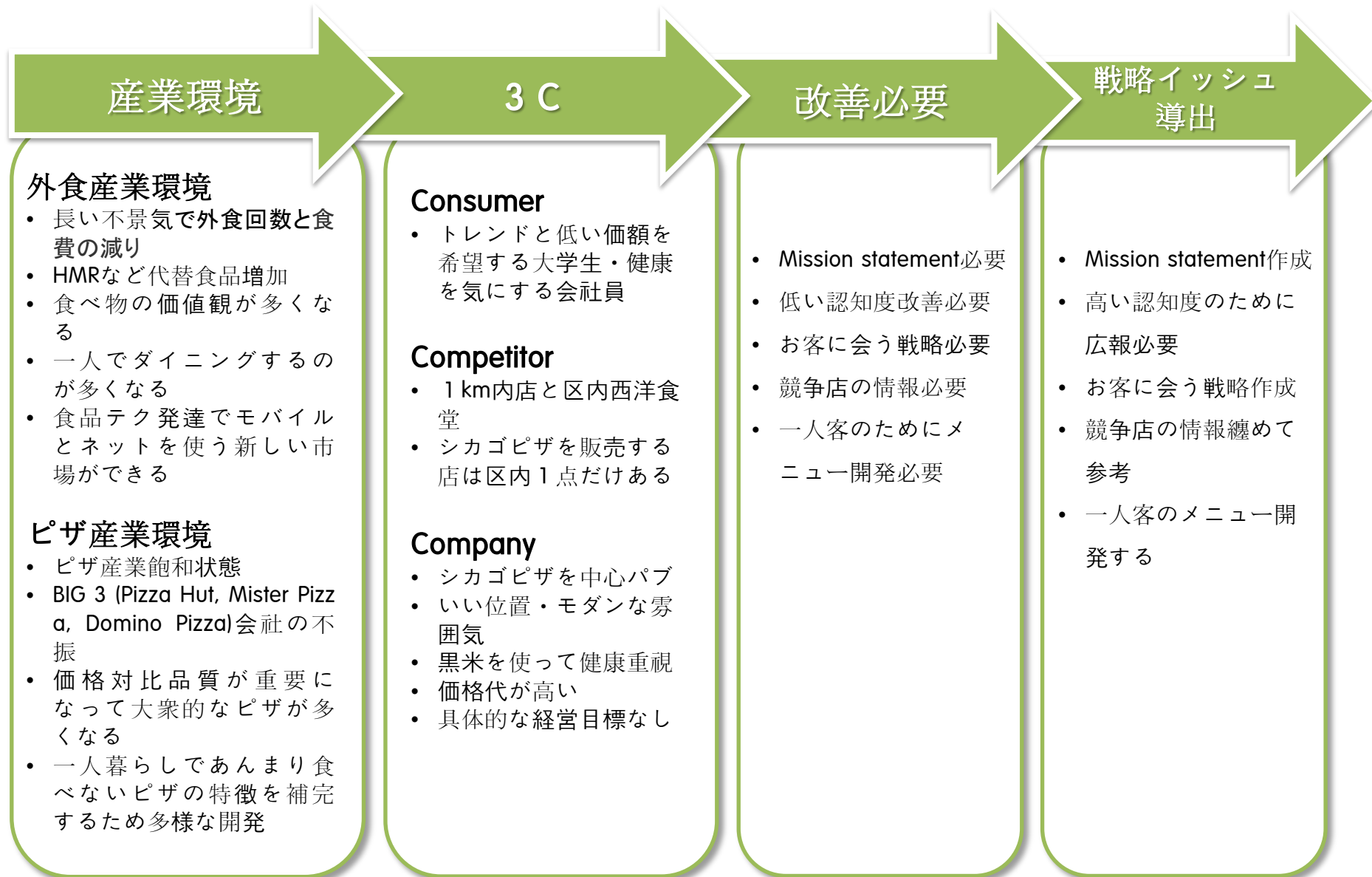
O

健康に関心が上がる
ピザ産業下向気味
一人暮らしが多い
出前産業が広がる

T

3. イッシュユ導出

3. イッシュ導出：戦略イッシュ導出



4. 戰略提示

✓ 経営コンセプト

合理的

高い品質と適切な
価格で高い満足
を！

トレンド

ピザ一口とビールで
トレンドな女性に！

ヘルシ

黒米を使ってヘルシーな
シカゴピザ！

“ モダンな雰囲気で自由にピザと
ビールを食べたり・飲んだりできる場所 ”

SEGMENTATION

T A R G E T I N G

P O S I T I O N I N G

✓ 先のSTP分析のSegmentationと同じ

性別	女性		男性	
年齢	10代	20代	30代	40代
職業	中学生 高校生	大学生 大学院生	会社員	他の人
ライフスタイル	健康	トレンド	価格	便宜
購買力	低い	普通		高い

✓ 5 個の基準でお客細分化

SEGMENTATION

TARGETING

POSITIONING

✓ 先のSTP分析のTargetingと同じ

TARGET 1

性別	女性		男性	
年齢	10代	20代	30代	40代
職業	中学生 高校生	大学生 大学院生	会社員	他の人
ライフスタイル	健康	トレンド	価格	便宜
購買力	低い		普通	高い

✓ 20代の女大生でトレンドと低い
価額を希望・普通の購買力

TARGET 2

性別	女性		男性	
年齢	10代	20代	30代	40代
職業	中学生 高校生	大学生 大学院生	会社員	他の人
ライフスタイル	健康	トレンド	価格	便宜
購買力	低い	普通	高い	

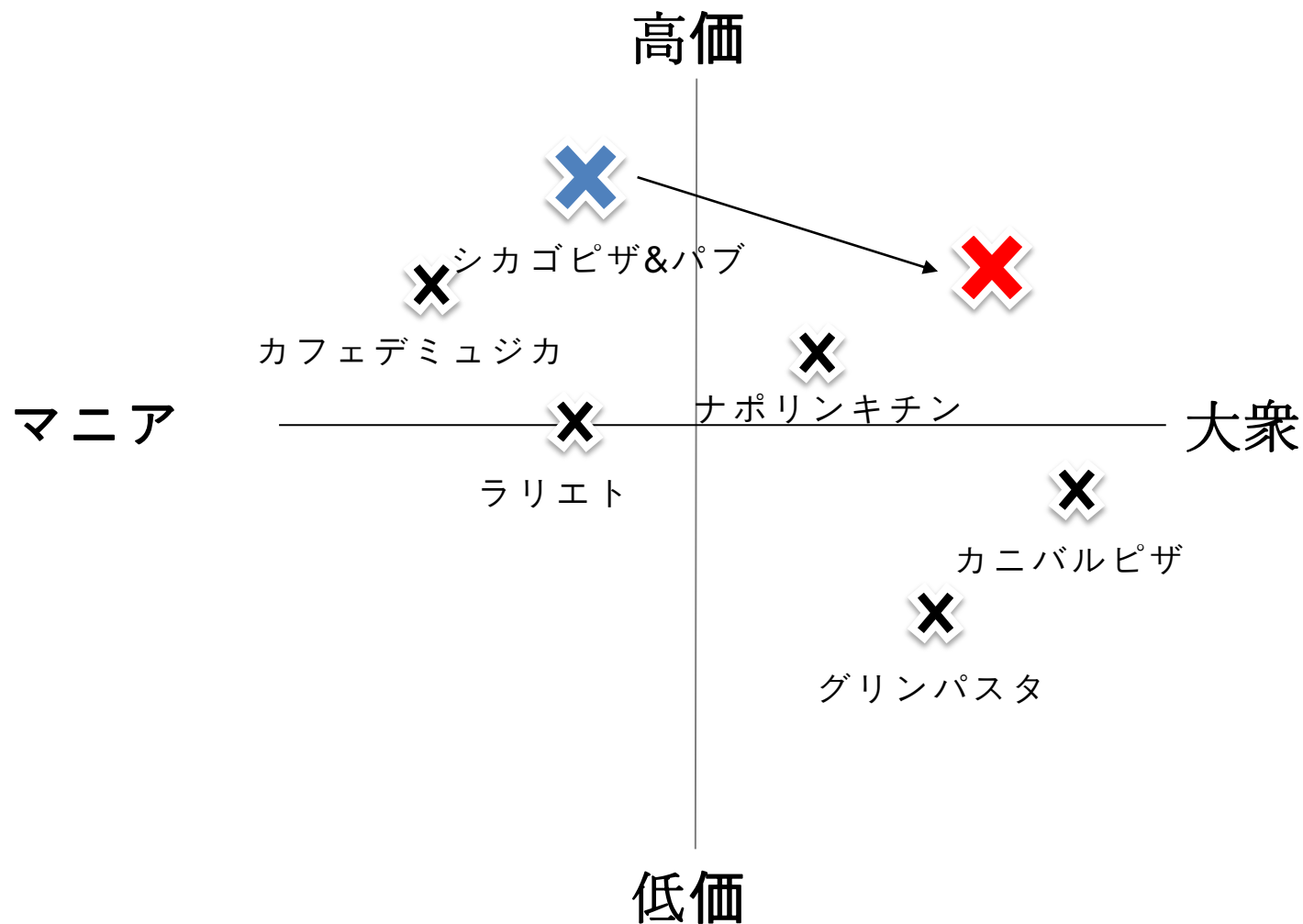
✓ 30 - 40代の女性で健康とトレ
ンド希望・高い購買力

4.戦略提示：S T P 戦略

SEGMENTATION

TARGETING

POSITIONING



PRODUCT

1. Targetに会うメニュー開発

TARGET 1：大學生

- ✓ 一人客のメニュー開発
ピースピザ+飲み= 6500 (ウォン)
ピースピザ+ビール= 8500
- ✓ 基本生ビール追加



TARGET 2：会社員

- ✓ ビール種類の多様化
女性選好ビール (Non-alcoholic beer, 風味ビール)
- ✓ 団体向け 5 - 6 人セットメニュー開発



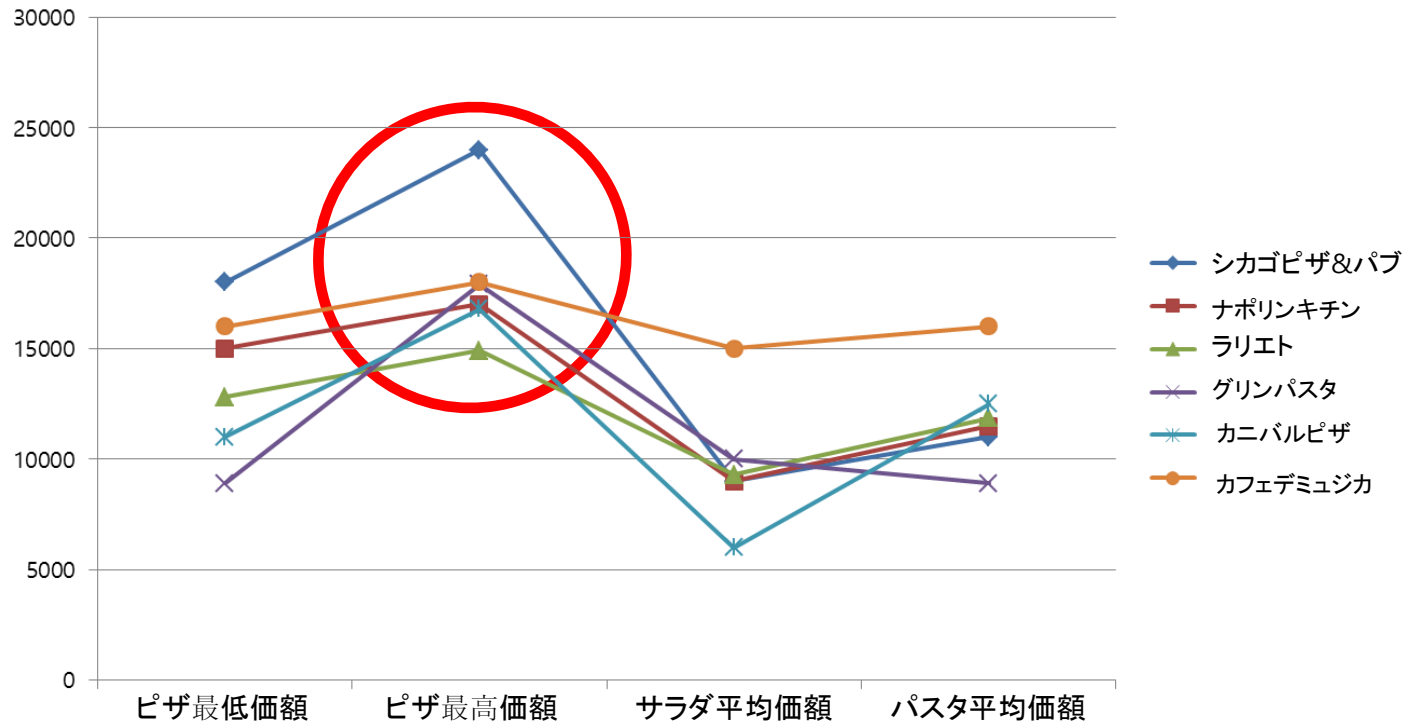
2. ヘルシーなメニュー開発

- ✓ ヘルシーなハウレンソウシカゴピザ開発



PRICE

主要な競争店

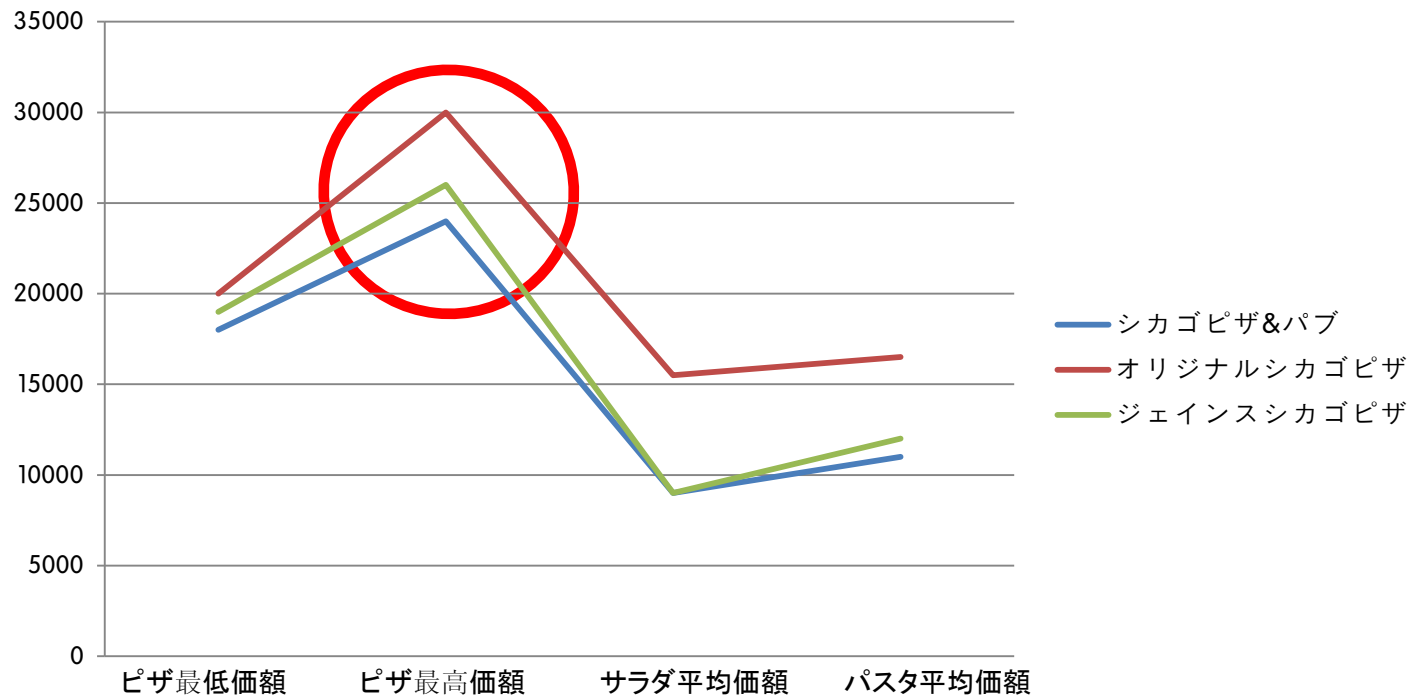


価格調整必要

- ✓ ピザメニュー 20,000 (ウオン) 以下に
- ✓ セットメニュー割引提供
- ✓ ビール価格 5,000 (ウオン) 以下に

PRICE

他の競争店



他の競争店に比べて安い・しかし直接的な競争店に会う値段が必要

PROMOTION

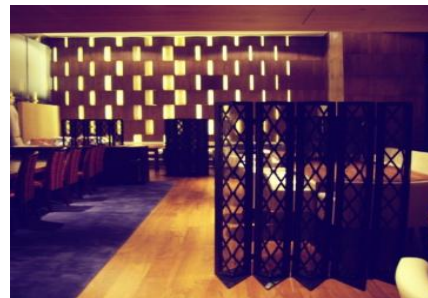
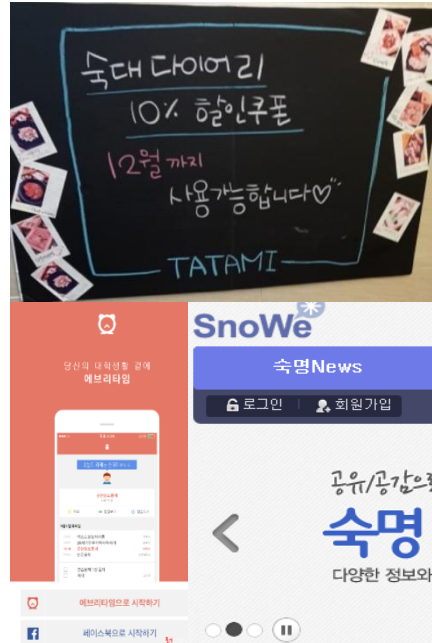
1. 新しいお客確報

TARGET 1：大學生

- ✓ 初めて訪問者に割引
- ✓ 試食会進行
- ✓ 学校ダイアリークーポン提供
- ✓ 学校SNSで広報

TARGET 2：会社員

- ✓ パーティションを設置して会食できる雰囲気



2. 再訪問誘導

TARGET 1：大學生

- ✓ 再訪問時使用できる割引
- ✓ SNSでこつこつイベント進行(Facebook, Twitterで訪問記書いたら割引)

TARGET 2：会社員

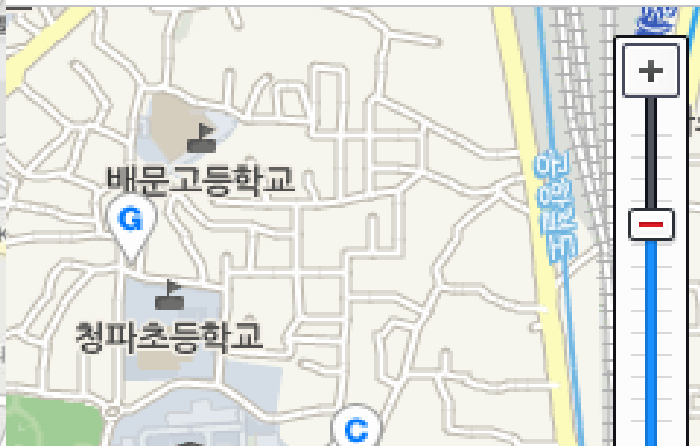
- ✓ 名刺イベント進行



PLACE



‘숙명여자대학교’ 근처의 ‘피자’ 검색 결과입니다.



Chicago pizza & pub

02-716-3428 서울 용산구 청파.



카니발피자 숙명여대...

거리

02-706-7108 서울 용산구 청파.



뽕뜨락피자 숙명여대...

거리

02-718-1082 서울 용산구 청파.

✓ 淑明女大って検索すれば
"CHICAGO PIZZA & PUB"が出す

PROCESS

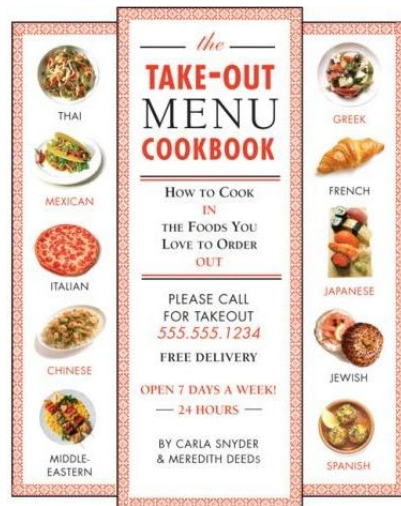
✓ TAKE OUT サービス実行

"授業の後、友達と一緒にピザとビール一口どうでしょうか？"



✓ TAKE OUT PACKAGE 開発

きれいにピザを食べるために簡単なパッケージ



✓ TAKE OUT専用メニュー

TAKE OUT可能メニューだけで新しいメニュー板作り

PEOPLE

✓人的資源活用

'イケメン' 従業員を使って報告

✓CASUAL DINING & PUBに会うユニホーム着用

きれいイメージ・カジュアルな雰囲気

✓サービス教育

従業員を教育する

定期的な満足度調査



PHYSICAL EVIDENCE

✓ブランド名前決定

ex) 黒米を使うから Rye Chicago

Rye chicago

ex) ピザとビールでダイニング

Chicago
Dining

✓看板 チェンジ

見やすい看板を使う



PHYSICAL EVIDENCE

✓大きい窓を使う



✓調理室を隠す

調理室を隠してきれいイメージ作り

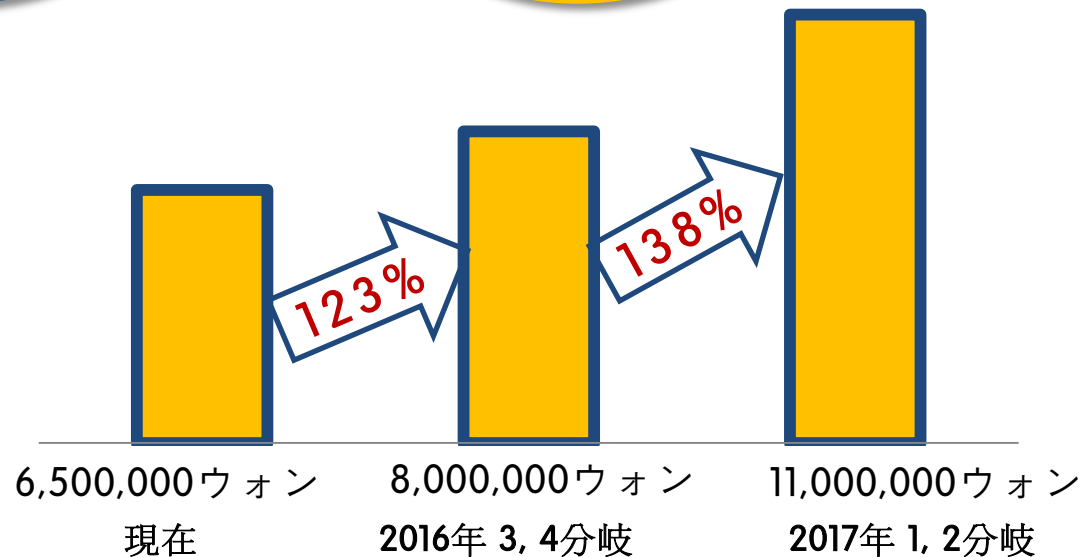


✓ 目標

1ヶ月目
お客さん
540人増加

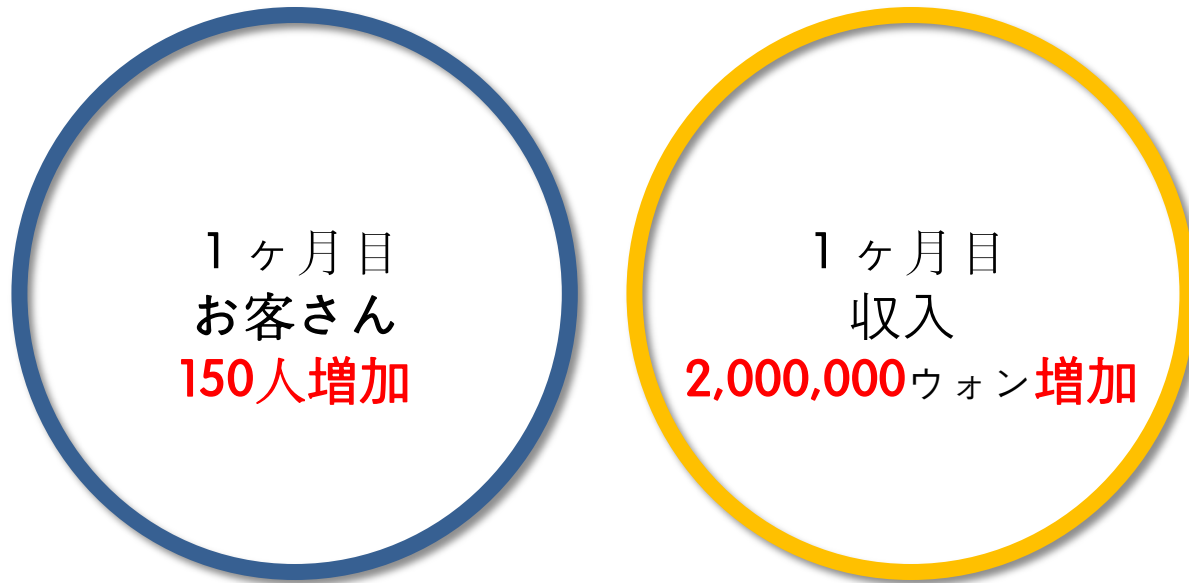
1ヶ月目
収入
4,500,000ウォン増加

1年後
168%
成長



5.戦略評価

✓ 実際結果



“150人増加、2,000,000ウォン増加で
半分ぐらい成功的な結果！”

THANK YOU