スシロー VS くら KURA

- ① 市場・顧客
  - スシロー
    - 味・ネタの質重視
    - コスパ（価格対味）にシビアな層
    - 幅広い年代（お一人様含む）
  - くら寿司
    - 子連れファミリー
    - 「ビッくらポン！」目当ての子供
    - 食の安全（無添加）を気にする層



- ② 競合
  - 共通の競合
    - 他の回転寿司（はま寿司など）
    - ファミリーレストラン
    - ファストフード（サイドメニューで競合）
  - 競争軸
    - 週末の家族の「外食先」選び
    - いかに待ち時間を減らすか（予約システム）



- ③ 自社
  - スシロー
    - 圧倒的な仕入れ・調達力
    - ICチップによる需要予測（廃棄ロス削減）
    - デジロー（大型タッチパネル）
  - くら寿司
    - 「抗菌寿司カバー」等の独自ハード開発
    - スマートくら寿司（非接触・省人化）
    - エンタメ・コラボ企画力

