

目次

まえがき 2

第1章 「給料が出ない」

売上3倍アップがマニフェスト

3年以内に80パーセントが閉店する現実

35歳からの決断

石橋を叩いても渡らない

明日にでも結果を出さなければ後がない！

《看板メニュー》こだわりの理由

あるコンサルタントとの出会い

一兵卒の反乱！

14 15 17 19 21 23 24 26

第2章 「ねぎとろ番長誕生秘話」

顔は男の履歴書だ

いざ作ろうと思っても……

～あなたのお店の料理を一工夫！～

～遂に光明が差してきた！～

～期間限定メニュー～

～好きなことで勝負する～

～人生快進撃の予感??～

～商品を売るな！ ご利益を売れ！～

～安売りは絶対禁物！～

《ねぎとろ番長》へのこだわり

30

33

34

37

39

41

42

44

46

48

第3章 「プレスリリースとの出会い」

手書きプレスリリースが出発点

～いきなり取材がやって来た！～

50

53

第4章

「なぜ、わずか20席の小さな飲食店が取材100件以上可能にしたのか？」

～取り上げられて翌日に効果が！～

～初期費用が圧倒的に安い～

～新聞だと早くて3日後に紹介されます！～

～親ばかプレスリリース～

～やっぱりテレビ取材が一番！～

勝手に尊敬されちゃいます！

55 57 59 60 62 64

コネやお金を使ったのか？

売り上げ効果は累計7000万円

宣伝効果（テレビCM換算で2億円以上）

では、どうやって可能にできたのか？

売上アップは100パーセント成功しなければ意味がない

68 70 71 73 74

第5章

「さっそくプレスリリースを作ろう！」

プレスリリースは大企業の専売特許ではない

～マスコミはあなたのお店を探している！～

～お店のコンセプトとインパクトが大事～

～プレスリリースの題材（ネタ）は転がっている～

～6つの視点（シックスフォークス）で作成～

～例えばこんな感じで～

～専門用語はご法度～

～プレスリリースは《結起承転》で！～

～タイトルが命～

～プレスリリースが完成したら～

～失敗を恐れずプレスリリースを作り続ける！～

第6章

「2度目閉店危機！ 地獄の3丁目へ」

オリンピック特需で取材10件（企画メニュー）

ターゲットを絞れ！

テレビ取材殺到

数珠繋ぎ効果？ テレビ取材殺到！

理想郷を思い描くもの……

遂に決意、無一文で航海へ！

こんなはずでは、資金わずか8円に

2度目閉店救ったプレスリリース

124 121 118 116 114 112 110 108

第7章

「さあ、ここからが本番です！」

取材依頼が来たらどうする？

取材を受けた恩はしっかり返そう

フライングは禁物 「口は災いの元」

プレスリリースと広告との違い

133 131 129 128

～店内販促活動に徹底的に利用すべし1～
～店内販促活動に徹底的に利用すべし2～

136 135

第8章

「プレスリリースのメリットとは？」

まずは、新聞取材からスタート

～取材は一度では終わらない？～

テレビ取材は数珠繋ぎ

売上だけではないメリットいっぱい！

やってみる価値ありませんか？

全部いいことばかりではない！

150 148 145 143 141 140

おまけ

「最後に伝えたい思い」

どうしてもプレスリリースを成功したいあなたへ

ネズミがライオンを倒す

157 154

飲食店復興宣言

王道の教え

あとがき 「応援してくれる方に支えられて！」

164

亡き父に贈る

168