ランチからディナーへ！和食屋の増販増客

背景

食材と味には定評がある和食屋。立地的に夜の人通りは少なく、お店も地下にあり分かりずらい場所だ。

従業員は店主を含め２人。現業が忙しく、販促活動がなかなかできず、売上は減少傾向にある。従業員が２人でも実行可能かつ売上増を狙える企画を作り上げた。

飲食店最大の繁忙期である 12 月にディナー客を増やし売上を最大化させる企画に取り組んだ。

ポイント

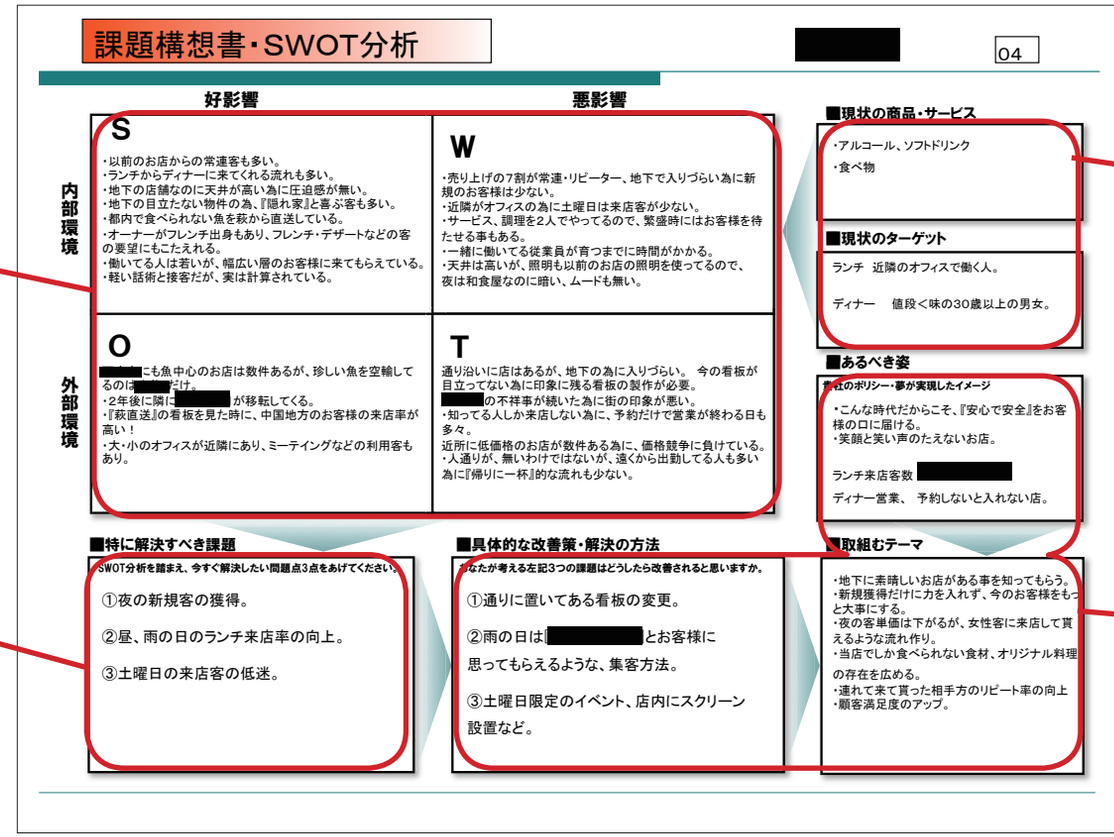
まずは、いかにランチに入ってもらいやすくするかに注力して、営業プロセスを組み立てた。ランチ客が増えれば、夜の予約も増えるという善循環を作れば、年間を通じて売上を上げることができる。

店内でのディナーメニューの試食や、割引券、また積極的な声かけを行い、再来店していただくための施策をとった。店内でのコミュニケーションだけでなく、ブログ、facebook なども定期的にコメントをアップし、お得情報や自店のことを深く知ってもらうツールにした。連様と会話のネタにもなったり、楽しんでくれている方も多かった。

結果、12 月単月昨年対比 115%、ランチ客数昨年対比 150%を達成することができた。

SWOT 分析は、自社の強み・弱み、市場の機会と脅威を明らかにする。
外部要因である機会・脅威を考える際にその業界での成功要因は何かを意識。さらに、自社内の強み・弱みを考える際にその成功要因に照らし合わせて、その成功要因をどれだけもっているかを考えてみるのがポイント。

上記の分析を踏まえ、すぐに解決したい問題点を３つあぶり出す。
ここでは、夜・雨・土曜日客の獲得を問題点として挙げている。



現状の把握をしておく。

あるべき理想の姿をイメージし、問題点に対する具体的な改善策を考える。
そのために取り組むことを右隣に箇条書きで記載。

※禁無断転載
株式会社企画塾・総合企画研究所　〒151-0051　東京都渋谷区千駄ヶ谷 3-59-4 クエストコート原宿 410　TEL 03-6447-0880　FAX 03-6447-0881　URL ＜ http://www.kjnet.co.jp/ ＞　web@kjnet.co.jp
2017 企画塾 netch

課題構想書・SWOT分析

[redacted]

	好影響	悪影響
内部環境	**S** ・以前のお店からの常連客も多い。 ・ランチからディナーに来てくれる流れも多い。 ・地下の店舗なのに天井が高い為に圧迫感が無い。 ・地下の目立たない物件の為、『隠れ家』と喜ぶ客も多い。 ・都内で食べられない魚を萩から直送している。 ・オーナーがフレンチ出身もあり、フレンチ・デザートなどの客の要望にもこたえれる。 ・働いてる人は若いが、幅広い層のお客様に来てもらえている。 ・軽い話術と接客だが、実は計算されている。	**W** ・売り上げの7割が常連・リピーター、地下で入りづらい為に新規のお客様は少ない。 ・近隣がオフィスの為に土曜日は来店客が少ない。 ・サービス、調理を2人でやってるので、繁盛時にはお客様を待たせる事もある。 ・一緒に働いてる従業員が育つまでに時間がかかる。 ・天井は高いが、照明も以前のお店の照明を使ってるので、夜は和食屋なのに暗い、ムードも無い。
外部環境	**O** [redacted]も魚中心のお店は数件あるが、珍しい魚を空輸してるのは[redacted]だけ。 ・2年後に隣に[redacted]が移転してくる。 ・『萩直送』の看板を見た時に、中国地方のお客様の来店率が高い！ ・大・小のオフィスが近隣にあり、ミーテイングなどの利用客もあり。	**T** 通り沿いに店はあるが、地下の為に入りづらい。 今の看板が目立ってない為に印象に残る看板の製作が必要。 [redacted]の不祥事が続いた為に街の印象が悪い。 ・知ってる人しか来店しない為に、予約だけで営業が終わる日も多々。 近所に低価格のお店が数件ある為に、価格競争に負けている。 ・人通りが、無いわけではないが、遠くから出勤してる人も多い為に『帰りに一杯』的な流れも少ない。

■現状の商品・サービス

・アルコール、ソフトドリンク

・食べ物

■現状のターゲット

ランチ　近隣のオフィスで働く人。

ディナー　　値段＜味の30歳以上の男女。

■あるべき姿

貴社のポリシー・夢が実現したイメージ

・こんな時代だからこそ、『安心で安全』をお客様の口に届ける。
・笑顔と笑い声のたえないお店。

ランチ来店客数 [redacted]

ディナー営業、　予約しないと入れない店。

■特に解決すべき課題

SWOT分析を踏まえ、今すぐ解決したい問題点3点をあげてください。

①夜の新規客の獲得。

②昼、雨の日のランチ来店率の向上。

③土曜日の来店客の低迷。

■具体的な改善策・解決の方法

あなたが考える左記3つの課題はどうしたら改善されると思いますか。

①通りに置いてある看板の変更。

②雨の日は[redacted]とお客様に思ってもらえるような、集客方法。

③土曜日限定のイベント、店内にスクリーン設置など。

■取組むテーマ

・地下に素晴しいお店がある事を知ってもらう。
・新規獲得だけに力を入れず、今のお客様をもっと大事にする。
・夜の客単価は下がるが、女性客に来店して貰えるような流れ作り。
・当店でしか食べられない食材、オリジナル料理の存在を広める。
・連れて来て貰った相手方のリピート率の向上
・顧客満足度のアップ。

事業方針と狙い

記入者 [redacted]

05

テーマ

一人でも多くの方々の口に私の料理を届ける為にやる事。

成果目標・経営成果

11月～2月の平均月商[redacted]

※現在の平均月商[redacted]。

ランチ客　11月～　毎日[redacted]

※8月　一日平均来店人数、[redacted]

内的環境

・以前のお店からの常連客も多い。
・ランチからディナーに来てくれる流れも多い。
・地下の店舗なのに天井が高い為に圧迫感が無い。
・地下の目立たない物件の為、『隠れ家』と喜ぶ客も多い。
・都内で食べられない魚を萩から直送している。
・オーナーがフレンチ出身もあり、フレンチ・デザートなどの客の要望にもこたえられる。
・働いてる人は若いが、幅広い層のお客様に来てもらえてる。
・軽い話術と接客だが、実は計算されている。

事業方針の基本的な狙い

・以前からのお客様も大切にしながら、新規顧客の獲得。

・新規のお客様が一度きりの来店にならないように、リピートして貰う。

・ここでしか食べられない食材、味を広める。

・客の心を理解し、お客様の居心地のいい接客とサービスの向上。

基本戦略　方向性

・現在の文字だけ書いてある看板を写真付きの看板に変更し、通りがかりの人でも脳裏に残るキャッチフレーズも付け加える。

・Facebookページに力を入れ、新規顧客獲得に繋げる。

・『今しか食べられない』『ここでしか食べられない』客が来たくなるようなワードを使いメール、DMで店から攻撃する。

・積極的にお客様と会話し、常連様のお連れのお客様とも名刺交換する。

[redacted]

※看板イメージ

外的環境

[redacted]にも魚中心のお店は数件あるが、珍しい魚を空輸してるのは[redacted]だけ。
・2年後に隣に[redacted]日が移転してくる。
・『萩直送』の看板を見た時に、中国地方のお客様の来店率が高い！
・大・小のオフィスが近隣にあり、ミーテイングなどの利用客もあり。

・通り沿いに店はあるが、地下の為に入りづらい。 今の看板が目立ってない為に印象に残る看板の製作が必要。

※禁無断転載
株式会社企画塾・総合企画研究所　〒151-0051　東京都渋谷区千駄ヶ谷 3-59-4 クエストコート原宿 410　TEL 03-6447-0880　FAX 03-6447-0881　URL < http://www.kjnet.co.jp/ >　web@kjnet.co.jp
2017 企画塾 netch

コンセプトマップ

記入者 [redacted]

06

テーマ

ランチに来店する新規客と常連客をディナー客にする。 そして、忘年会客の獲得を目指す。

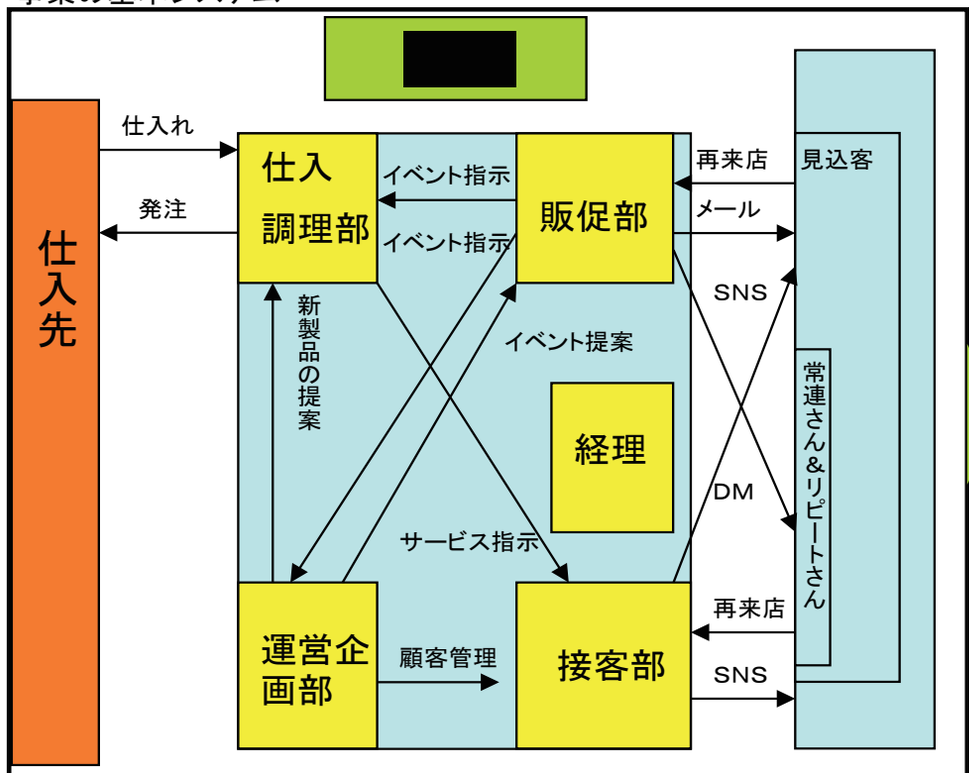
内的環境

・以前のお店からの常連客も多い。
・ランチからディナーに来てくれる流れも多い。
・都内で食べられない魚を萩から直送している。
・オーナーがフレンチ出身もあり、フレンチ・デザートなどの客の要望にもこたえれる。

成果目標・経営成果

11月～2月の平均月商[redacted]
※現在の平均月商[redacted]
ランチ客　11月～　毎日[redacted]
※8月　一日平均来店人数、[redacted]

事業の基本システム



サブシステム

仕入＆調理部	①四季と素材を大切に、体にも心にも優しい料理の開発。 ②食材の原価率を下げ、無駄な仕入をしない。 ③接客部門と連結して、より良い店作りを心がける。
運営企画部門	①イベントを決めフライヤーの製作発注。 ②顧客情報の管理と顧客情報を基に各部門に営業の指示
販促部門	①各部門にイベントの提案をし、フライヤーを製作。 ②名刺があるお客様にメールで営業する。
接客部門	①調理部門との連帯で、より良いサービスを心がける。 ②次に繋がるような接客とSNSを使って店から営業する。 ③お客様を覚える。 話しネタ　嫌いな食材　好きな事　趣味　など
経理	①仕入部門が無駄な仕入をしていないか、気にする。 ②各業者に支払い。 ③毎日の売り上げ確認と売り上げ情報の明記。

外的環境

[redacted]にも魚中心のお店は数件あるが、珍しい魚を空輸してるのは[redacted]だけ。
・2年後に隣に[redacted]が移転してくる。
・『萩直送』の看板を見た時に、中国地方のお客様の来店率が高い！
・通り沿いに店はあるが、地下の為に入りづらい。 今の看板が目立ってない為に印象に残る看板の製作が必要。

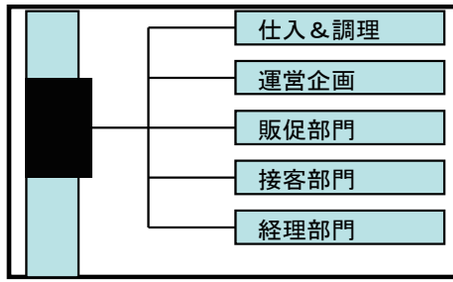
コンセプト

萩直送の[redacted]でしか食べられない鮮魚で忘年会！！

ターゲット

ランチに来店する一見客と既存客

組織概要　収支概要　その他



※禁無断転載　株式会社企画塾・総合企画研究所　〒151-0051　東京都渋谷区千駄ヶ谷 3-59-4 クエストコート原宿 410　TEL 03-6447-0880　FAX 03-6447-0881　URL < http://www.kjnet.co.jp/ >　web@kjnet.co.jp　2017 企画塾 netch

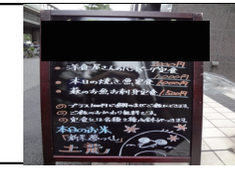
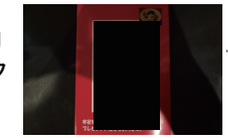
PT設計01　昼の新規客

記入者 [redacted]

テーマ
ランチに来店する新規客と常連客をディナー客にする。 そして、忘年会客の獲得を目指す。

目標
11月～2月の平均月商[redacted]※現在の平均月商[redacted]
ランチ客　11月～　毎日[redacted]※11月の平均来店数 [redacted]

START

顧客			事業体					
顧客心理段階	顧客状況		業務（何をするか）	担当（誰がするか）	ツール　情報	費用（いくらか）	段階目標（どう見積もるか）	備考 留意すべきこと
認知	こんな場所に和食屋があったんだ。外しても安いし行ってみよう！	来店 看板PR	看板での誘客 味で勝負 SNS、ブログの更新	私と従業員	看板 	ボードマーカー代	一日、一組以上のランチ客の来店	ランチの新規客を常連客に。そして、ディナー客へ。
行動	ランチ来店 地下で分かりにくいけど、来て見たら美味しい。	来店 口頭PR ショップカード配布	一度、来たお客様を口頭PRと味で常連客にする	私と従業員	夜、来店時に最初のドリンクサービスカード 	一枚40円	認知率80%	味にしか自信が無いので口頭PR！！
認知	何回来ても飽きずに美味しい。	問い合わせ ブログ	店内POP、メニュー表、口頭PR	私と従業員	珍魚[redacted]の店内POP [redacted]魚の口頭PR	無料	[redacted]認知度80%	珍しい魚を知って貰う
関心	[redacted]のブログSNSも興味あり	口頭PR	ブログ、SNS、商品の試食		試食をして貰い、客に『また食べたい』と思って貰う。		試食のリピート率100%	[redacted]のブログ、SNSを知って貰う。
欲望 記憶	昼の料理も美味しいから、夜の料理も気になる。 夜も仲間と来て見よう。	食欲 口頭PR 店内POP	[redacted]のお得情報、食材の旬情報を口頭で発信する。	私と従業員	料理もそうだが、[redacted]スタッフをお客様に覚えて貰える様に努める。 『また行きたい』と思って貰う。	無料	一人のお客様に週に一度は来て貰う。	繁盛時のお客様に対する対応。
行動	夜は、最初のお酒もタダだし、単価も手頃だから行って見ようかな。	ディナー来店 店頭PR チケット持参	チケットの回収。ランチからの流れで来店されたお客様と会話。	私と従業員	初めはランチ新規客のお客様を夜に来て貰える様に誘客する。 イベント告知や特別メニューなどを用意する。	無料	ランチからディナーへの来店率80%	旬の美味しい食材と選び抜かれたお酒をご用意する。
再来店	夜は、お任せコースもあるし、お酒も揃ってるし再来店しようかな。	ドリンクプレゼント DM	再来店されたお客様の把握 再来店のお礼DM。	私と従業員	ブログなどで告知したお得情報で割引特典。 そして、昼も夜もリピート化して貰う。	綺麗なチケットだと再利用できるのでタダ。	[redacted]に来店された来店満足度120%！	とにかく、お客様の事を覚える。

※禁無断転載
株式会社企画塾・総合企画研究所　〒151-0051　東京都渋谷区千駄ヶ谷 3-59-4 クエストコート原宿 410　TEL 03-6447-0880　FAX 03-6447-0881　URL < http://www.kjnet.co.jp/ >　web@kjnet.co.jp
2017 企画塾 netch

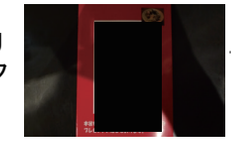
PT設計02　昼の常連・リピーター客

記入者 [redacted]

テーマ
ランチに来店する新規客と常連客をディナー客にする。 そして、忘年会客の獲得を目指す。

目標
11月～2月の平均月商[redacted]※現在の平均月商[redacted]
ランチ客　11月～　毎日[redacted]※11月の平均来店数 [redacted]

START

顧客			事業体					
顧客心理段階	顧客状況		業務（何をするか）	担当（誰がするか）	ツール　情報	費用（いくらか）	段階目標（どう見積もるか）	備考 留意すべきこと
認知	このお店、地下の店舗だけど、天井も高くて居心地最高！料理も外さない美味しい	来店 → / ← 看板PR	看板での誘客 味で勝負 SNS、ブログの更新	私と従業員	看板	ボードマーカー代	一人のお客様に週に一度はリピートして貰う。	ランチのリピート客へ。そして、ディナー客にする。
行動	ランチ来店 メニューも変わるし、付いてる小鉢も日替わり位に変わって、何回来ても飽きない	来店 → / ← 口頭PR / ← ショップカード配布	一度、来た事のあるお客様の事を覚えておき、積極的に会話する。	私と従業員	夜、来店時に最初のドリンクサービスカード 	一枚40円	ランチリピート客を昼の常連客に。 最来店率100%	味にしか自信が無いので口頭PR！！
認知	最近、見た事の無い人も多くなってきたな・・・	反応 → / ← ブログ / ← 店頭PR	店内POP、メニュー表、口頭PR	私と従業員	珍魚[redacted]の店内POP 特に女性客に試食をして貰い、客に『また食べたい』と思って貰う。 お客さんも嬉しいと思う。	タダ	ランチ常連客の同伴率を上げる。 同伴来店率 80%	[redacted]のSNS従業員のSNSを知って貰い店以外でも交流。
関心	[redacted]の事、もっと知りたいなぁ・・・		ブログ、SNS、商品の試食					
欲望 記憶	最近、周りの店もランチ営業やめてるから、今までは落ち着けたのに、最近は込んできたな	食欲 → / ← プラス電話 / ← SNS / ← DM	満席で断る時の対応。 SNS、口頭PR、電話、DM	私と従業員	SNSなどで交流をして、情報を提供する。 何度でも『また行きたい』と思って貰う。	タダに近い	同伴で来てくれたお客さんのリピート率、100%を目指す。	繁盛時のお客様に対する対応。
行動	昼も間違いなく美味しいから、夜も絶対に美味しい。 会社の飲み会、個人的に来たいなぁ	ディナー来店 → / ← プラス電話 / ← SNS	[redacted]のお得情報、食材の旬情報を発信する。	私と従業員	ランチの常連客。そして、ディナーの常連客にしていく。 店内POP、イベント告知や特別メニューなどを用意する。 私は『特別』と思わせる。	タダ	ランチ常連客のディナー来店率、70%を目指す。	旬の美味し食材と選び抜かれたお酒をご用意する。
再来店	ランチもディナーも美味しいし、従業員も素敵！ 私は、[redacted]のファンだわ！！	ファン化 → / 問い合わせ → / ← 優待営業	口頭PRで、お客様の為だけの特別コースなどを用意する事を伝える	私と従業員	ブログなどで告知したお得情報で割引特典。 そして、昼も夜もファン化して貰う。	タダ	[redacted]に来店された客の来店満足度120%！	とにかく、お客様の事を覚える。 そして繋げる。

※禁無断転載
株式会社企画塾・総合企画研究所　〒151-0051　東京都渋谷区千駄ヶ谷 3-59-4 クエストコート原宿 410　TEL 03-6447-0880　FAX 03-6447-0881　URL ＜ http://www.kjnet.co.jp/ ＞　web@kjnet.co.jp
2017 企画塾 netch

スケジュール

記入者 [redacted]

テーマ	目標
ランチに来店する新規客と常連客をディナー客にする。 そして、忘年会客の獲得を目指す。	11月～2月の平均月商 [redacted] ※現在の平均月商 [redacted] ランチ客　11月～　毎日 [redacted] ※11月の平均来客数 [redacted]

項目 分類	細項目	行動目標	時間の経過（月毎、年毎、期毎・・・） 10月 11月 12月 1月 2月
昼の新規客	来店客調査	客層の把握	10月から12月上旬
	名刺交換	顧客名簿入手	
	店内POP	来店した人の認知	
	口頭告知		
	忘年会DM作成		
	忘年会DM送信		
	クーポン作成		
	クーポン配布	新規大典客100枚配布	
	プラス電話		
	プラスメール		特にメール重視
	忘年会フェア開始		
	リカバリー電話		ディナー来店の翌日
	リカバリーメール		ディナー来店の翌日
	お礼電話		ディナー来店の翌日
	お礼メール		ディナー来店の翌日
昼の常連・リピーター客	忘年会DM製作		
	忘年会DM送信	顧客名簿全て	去年、当店で忘年会をやって頂いた方、重視。
	クーポン作成		
	クーポン配布		
	プラス電話		
	プラスメール		
	リカバリー		ディナー来店の翌日
	次回イベント告知		
備考			