

福岡市中央料飲組合 様

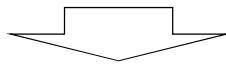
売上減少に基づく
現場改善指導報告書
(組合モデル店)

2010.6

MR マネジメントリサーチ
指導員 伊達 亜矢
MR 調理指導員

現状報告

1. 創業13年
売上減少(過去の売上の50%ダウン)
2. 商品のマンネリ～日々の業務に追われ商品が時代の流れにマッチしなくなることに気づかない
3. 客数の40%ダウン
4. 景気が悪いとの判断で減少したと思われる
売上ダウンを景気のせいにする



課題点の分析

1. 景気動向もさることながら、時代認識の努力不足
本当に日々研究したのか？
 - 1) 商品
 - 2) 接遇
 - 3) 店づくり
(シズルがない)
 } いつも同じで変化がない
 - 4) 主力商品がない ~ 美味しさが一番大切な事を忘れている
 - 5) マスターの年齢とともに味付けの濃さ・商品開発不足が人気減少になった
2. 時代認識不足
 - 1) 他店研究の実施
 - 2) 商品(メニュー)の見直し
 - 3) お客様とのコミュニケーション不足
 - 4) 主力商品の研究不足
 } 行動しなかったこと
3. 家賃の見直し 家賃交渉 期限付きにて交渉成立(40%ダウン)



理事長の指示において改善を実施

メニュー・接客における課題点

- ・商品の説明がない
- ・追加オーダーはお客様からの待ちの状態
- ・女将が調理補助へとまわり、お客様とのコミュニケーションが不足
- ・変化しない店づくり
- ・メニューは何が売りたいのかわからない ~ PI値分析
- ・美味しい主力商品の研究不足(味・色彩・盛付等のセンス)


コンセプトの見直しが必要

改善内容

- ・「女将手作りの~」「大将が考えぬいた~」などメニューに二人をアピール
夫婦を売る事とした
- ・メニューの絞込み ABC分析
あれこれやるのではなく、2名が出来る商品に絞り込む
- ・わかりやすいメニュー構成
商品ごとのメニュー構成 ~ 見やすさ
一言添えてオススメをアピール(例:女将手作りのラッキョウサラダ)
- ・出来るだけお客様に目を向け笑顔で接客

旧メニュー



新メニュー



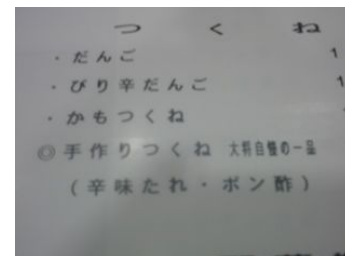
(「ダレが美味しい」と一言添える)

その日対応にてパソコン作成

 今後分析後
新メニューの導入

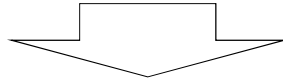
商品のバリエーション化 ⇨

作業効率化



商品の確認

- ・従来のもつ鍋(醤油味)の見直し
- ・その他商品チェック ~ 新商品 ~ みそもつ鍋の導入



調理指導 ~ 新商品もつ鍋(味噌) ~

- ・もつ鍋(味噌)をメインに料理指導

<その他>

- ・てっか味噌
- ・一品料理
- ・もつ鍋(しょうゆ)

量・作り方・盛付・提供の仕方を指導

MRの調理指導による
プロの味付けにご夫婦の意見を取り入れ
変更した

MRの人気レシピ導入

今までの10倍美味しくなり、ご夫婦も大変感激された

指導風景



もつ鍋しょうゆ味



指導風景

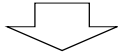


もつ鍋しょうゆ味



一品料理

- ・もつ鍋割引チケットの導入
- ・店内告知 (チラシを店内に置く)



まずは来て頂くことを優先的に考えることが重要です

やきとり

美味しさにこだわったもつ鍋ができました！

お二人様

~~1760円~~ 1000円

有効期限 月 日

〒 -

市××区 1-2-3

TEL - -

「もつ鍋優待券配布」

「もつ鍋店内チラシ」

味にこだわった
美味しいもつ鍋ができました！

お二人様

~~1760円~~

↓

1000円

でご賞味いただけます。

月 日() ~

月 日()迄

やきとり

総括

今、年商5,000万以下の店舗が大変苦戦しています。
日々の業務に追われていると思いますが、まずは他店の研究をし、お客様の情報確認をし、それでも方向性が出なければ、プロの改善打開策を学んでほしいと思います。



7月上旬、店舗の前には新商品もつ鍋フェアの貼り紙で販促活動。

センス等は別としてご夫婦の出来る事からまず始める努力が必要だと思われます。