



# ケーススタディから学ぶ！ VOL.54

## 集客・売上・利益アップ対策イロイロ

### 肉バル A店（千葉県）

駅ビル内のバル横丁にて営業の肉バル店。

[集客・売上アップ対策]

▪店頭強化 ▪メニュー強化(内容と構成変更)

《メニュー表、店頭強化支援の活用》

**成果▶実施後売上 約120%（※黒字に転換）**

**費用合計 43,000円**

- |                   |        |         |
|-------------------|--------|---------|
| ① ランチメニュー表        | 20部    | 4,220円  |
| ② ランチ電飾立て看板用シート   | 1部     | 7,560円  |
| ③ ディナーメニュー表       | 6頁×20部 | 19,960円 |
| ④ ディナーお食事セットメニュー表 | 20部    | 3,700円  |
| ⑤ ディナー電飾立て看板用シート  | 1部     | 7,560円  |



\*\*\*\*\* お悩み \*\*\*\*\*

- ・鉄道会社の企画で、若者をターゲットにしたバル横丁内にお店をオープンしたが、日中の店前通行人は中高年層が多くお店と客層とのギャップがあり、想定した売上に達していない。
- ・ディナータイムの飲み需要が少なく客単価が上がりにくい。

### 対策① ランチタイム強化(メニュー内容の変更と訴求強化)

- ターゲットを中高年女性に絞り、テーマを「やわらか豚肉料理とサラダバー」として食べやすさとヘルシーさにこだわった新しいメニューを開発
- メニュー表と店頭案内の強化



[ランチメニュー表] B4サイズ/片面/パウチ加工 20部 **4,220円**

[電飾立て看板用シート] A0サイズ/電飾用シート 1部 **7,560円**

ランチメニュー表  
電飾立て看板用シート Before



ランチメニュー表 After



電飾立て看板用シート After



#### ①メニュー表強化のポイント



POINT 1

Before: 種類が充実していることをメインにした構成

After: 中高年にも食べやすいやわらか豚肉とトンテキを主力商品とした構成



POINT 2

#### ②店頭案内強化のポイント

Before: 主力商品とサラダバーのアピールが弱い

After: 主力商品2品とサラダバー付きであることを強くアピール



## 対策② ディナータイム強化(メニュー内容の変更と訴求強化)

■サラリーマンとOLをターゲットに、テーマを「お酒に合う料理(濃い味付けのやわらか豚肉料理・赤身牛肉料理)」とし、新しいメニューを開発→「名物スペアリブ」と「牛赤身肉」

■メニュー表と店頭案内の強化

[電飾立て看板用シート]

A0サイズ/電飾用シート 1部 **7,560円**

[ディナーメニュー表]

A4サイズ/片面/全6頁 各20部 **9,960円**



※巻き三つ折りタイプのメニューブックを使用



裏表紙

表紙



[ディナーお食事セットメニュー表]

A4サイズ/両面/パウチ加工 20部 **3,700円**



### ①店頭案内強化のポイント



ビジュアルも良く値段もリーズナブルなスペアリブをメインにレイアウトし、料理の良さとリーズナブル感を強くアピール → 集客

### ②メニュー表強化のポイント



- ・名物のスペアリブは注文されやすいので、客単価を確保するために他の料理を強めにアピール
- ・場所がら食事ニーズもあるため、夜の食事セットをつくり、メニュー表は別途作成 → 客単価アップ

商業施設の場合は、目的客以外にも店前を多く通るので、看板商品や季節商品のアピールを強化することで、さらに集客効果が高まります。



## お客様繁盛サポート!

当事務所のお客様には**無料**にて、売上・利益UPのご提案から販促物等の企画・デザイン作成までお手伝いを致します。お気軽にご相談ください!

※印刷費用実費はご負担ください

一般社団法人 フードアカウンティング協会  
大阪支部会員  
税理士法人KJグループ

〒536-0006 大阪市城東区野江 4-11-6  
TEL : 06-6930-6388 FAX : 06-6930-6389  
E-mail : contact@kubokaikei.com  
http://www.kubokaikei.com/