

「もう1杯」につながる提案でご繁盛をサポート！

# CHANGE the menu

## 売上確保に向けて様々な工夫が生まれています！ 飲食店の新しいスタイル事例

SNSやメルマガを通してお店の情報を発信、デリバリーやお店で使用している食材を店頭販売するなど、コロナ禍で新たな提供方法を取り入れる飲食店さんが増えました。さらに、「期限付酒類小売業免許」を取得しているお店では、アルコールの持ち帰りという方法も実施しているかと思えます。今回は、これらの取り組みを行う柴田屋のお客様を一例としてご紹介させていただきます。みなさまのヒントになれば幸いです。

### <買いたくなってしまう見せ方&発信はSNSで>

店頭にずらりと並んだワインに、思わず足を止めてしまう！試試会のように味を試すことができるのも、買いやすさが増すポイント。ワインの特徴や味わいが端的に表現されているコメントは、ワインに詳しくないお客様にも伝わりやすく親切！これらの取り組みをSNSで積極的に発信されています。（実施店：Funky様）



### <メアド活用でリピーターづくり>

初来店時にQRコードがついたカードを配布、登録するとどこでも共通でポイントが貯まるシステムで、お客様は貯まったポイントに応じて、ドリンクや料理のサービスなどが受けられます。また、登録されたメールアドレスに向けて、限定メニューやお得な情報をその店独自のメルマガとして発信。コロナ禍でも再来店に繋げることに成功されています。現在会員数は約2万人！

（実施店：もつ吉分店様ほか系列全店舗様）



### <マルシェを開催>

市場直送の新鮮な食材を、一般のお客様に向けて販売。他にも惣菜やアルコールも販売されており、さながら市場のよう！お持ち帰りの楽しみが増える取り組みです。（実施店：東京食彩様＝クアルト西新宿、クアルト池袋、クイント歌舞伎町、コロッセオ中目黒、ヴィヴァーチェ恵比寿、ロマーノ五反田、アズーリ神楽坂）



緊急事態宣言の解除後、レストラン予約システムTableCheckからの予約新規件数は、5月30日時点で1店舗あたり6.9件と、全国に緊急事態宣言が発令された直後の週末と比較して、3.6倍に回復したといえます。それでも昨年5月の1日平均と比べればその数はおよそ半分と、店内飲食だけではまだ売上げを維持できない状態です。同社よると「テイクアウト予約」も微増となっており、持ち帰り需要は、今後も一定の水準を保つことが予想されています。（参考：DAIAMOND Online）これからも続くであろう持ち帰りニーズに対して、柴田屋らしい提案で皆様をサポートしていければと考えております。この機会を活かすべく、ぜひ次ページの「一坪酒屋」もご検討ください。