

# 弁当販売店が目標と行動計画を明確化し、新規顧客を獲得

だいこん(愛媛県)

平成25年9月に創業した地元食材で手作りにこだわった弁当販売店

## 1. 相談のきっかけ

弁当の訪問販売、飲食店経営を事業内容としているが、売上拡大・人材確保について悩んでおり、当社のメインバンクである愛媛銀行旭町支店に相談をしたところ、当拠点を紹介され訪問した。

## 2. 課題整理・分析

代表者は前職でパンの移動販売を行っていた経験から、常に購入しやすい仕組みづくりに取り組んでおり、弁当、店舗売上は伸びてはいたものの、更なる売上拡大を希望している。ランチタイムのピークが12:30で終わるということが判明。売上拡大のためにはピークをもう一山つくるのが課題。そのため、全体の来店客数を増加させつつ、12:30以降の来店客を増やすことが課題であった。

## 3. 解決策の提案

心もお腹もいっぱいになってもらいたいという代表者の想いを明確化し、事業ドメインの確認や現状分析(客層や競合)を行った結果、全体の来店客を増加させるための顧客ターゲットをしっかりと食べたいビジネスパーソンとし、12:30以降の来店客を増加させるための顧客ターゲットをゆっくり食事したい主婦と設定。そして具体的なアクションプランに落とし込むために、当拠点を通じた専門家派遣を利用して、マーケティングや販促分野を専門とする藤田氏を派遣することとした。



## 4. 成果

しっかりとしたランチを食べたいというビジネスパーソンに対しては、日替わりメニューやボリューム感のあるメニューを導入することで来店を増やし、ゆっくりと食事をしたいという主婦層に対しては、コーヒーサービスを開始するなどの具体案の検討し、行動計画までの落とし込みをした。また案内看板やフリーペーパーで店舗のPRを実施。事業者の行動力が相乗効果を生み、店舗売上、弁当数も10%増と順調に伸び、当初の目標であった「ランチタイムのピークをもう一山作る」ことや売り上げ目標を達成することができた。注力する方向が明確になり、事業者自身が前向きな姿勢で取り組まれていくと思われる。今後は看板商品となるメニューを検討していく予定であり、引き続き支援を行っていく。



<外観>



<案内看板>



<メニューの変化: 日替わりメニューの増加>

地元の行商の魚など新鮮な食材を使ったメニューが増加。

