

# メニューの変更と店舗の改善による売上UP

## ラーメンセンターほんや（鹿児島県）

代々伝わる特製スープを売りにしている老舗のラーメン屋。母親から息子が事業を引き継ぎ、常連の顧客だけでなく新規顧客を掴むための新たな展開を模索している。

### 1. 相談のきっかけ

- ・店舗を移転して座席数を増やしたが、売上が計画どおりにいかずに困っていた。
- ・経営者同士の話題で当拠点を知り、金融機関にも勧められたことから利用を決断。
- ・売上を改善するために何かしなければいけないことは感じていたが、何から手をつければよいか、実施する対策に効果があるかなど適切なアドバイスが欲しくて相談。

### 2. 課題整理・分析

- 課題として以下の点が浮かび上がった。
- ・移転前の店舗に比べ、商圈人口が少ないエリアに移転したことから、新規顧客を獲得するとともに、リピーターを生み出すための仕組みが必要。
- ・客単価を上げるための仕組みが必要。
- ・来店客層を意識した店舗レイアウトとすることが必要。

### 3. 解決策の提案

- ・新規顧客がまた食べたくなるよう、メニューの変更を提案。味や麺の固さ、トッピング等を選べるようにして、組み合わせにより様々な味を生み出し、次回は別の味を楽しみたいと思える仕組みにする。
- ・来店客データを分析したところ、2人組の客が多いことがわかり、2～4人掛け座席を中心としたレイアウトに変更し、稼働率を上げる仕組みを提案。



## 4. 成果

- ・メニューを変更した効果により、常連顧客の来店頻度が月一、二回から週一回に増えた。お客様からは、「システムが面白い」「次は〇〇味を試す」などの声が多く聞けた。
- ・この2年間連続して売り上げが前年比10%減少していたが、今回の取組により前年同月比を維持。今後は前年売上を越えることが期待できる。
- ・店舗レイアウトを変更したことにより、お客様を案内しやすくなり、店員の移動もスムーズになった。
- ・座席の稼働率も上がった。
- ・今まで以上にトッピングの注文が増えたことにより、客単価が20%増えた。



← 変更後のメニュー

変更後のレイアウト→

