

## 「新規客の獲得」と「継続顧客の維持」のバランスが売上げをつくる

多くの飲食店は、とにかく、売上げが上がればいい。今月どれだけ売れたかとか、人時売上げ、原材料費、客単価はなど、結果（数値）のことしか、関心がなかった。どういう人が来店したのかとか、来店したお客様は喜んでいただき、再来店して頂けるのか、などは考えずに済ましてきている（職人塾を購読されている方は違いますが・・・）。

従来型の広告宣伝をしても、短期的には売上げが増加する。だがイベント期間終了後には売上げは減少してしまいます。広告宣伝が消費者側にとって麻薬のようになってしまい、広告宣伝した時にしか来店しなくなり、通年での売上げは減少しているのが現状です。新規顧客獲得のための過剰なサービスは控えるべきです。

「新規顧客の獲得」と「既存顧客の維持」のバランスが取れてこそ売上げが確保できるのであって、どちらか一方だけでは、ビジネスとして成り立たないのです。

一般的には「既存顧客を維持」する方が新規顧客獲得よりコストは少なくてすみます。従って、今後自店にとって売上げに貢献してくれる顧客を見つけ出し、その将来的な取引を予測してそれに見合ったサービスを提供することは当然のことなのです。

繰り返しますが、目先の利益確保のためだけに、順番を間違えて新規顧客獲得のためのサービスを優先することは非常に危険であるということです。

### 店内販促で再来店を促す！！

今年は昨年から続く不況で外食の機会（回数）が少なくなる可能性が高く、折込チラシやミニコミ誌、フリーペーパーに掲載しても、新規客の集客は以前よりも少なく、費用対効果も悪い結果になると予想されます。

しかし、お客様の外食機会が無くなるわけではありません。お客様は「お子様の誕生日」や「家族の記念日」などハレの日こそ、これまでの飲食経験から、より安心できるお店選びをして、外食をされると思われます。今必要なのは、今日来店して下さったお客様に、再来店や口コミをして頂けるお店になる為に、お客様に店内でダイレクトに訴えかける有効なセールスプロモーション（広告宣伝）が必要なのです。

「接客の勉強をする」や、「メニューを変更する」ということももちろん大事ですが、売上げ・客数確保をするためには、お客様の立場となり、お客様の心を掴むセールスプロモーション（広告宣伝）を行い、お客様に好かれ・お客様に応援（再来店）してもらうことが重要だと思います。

## 外食に関する調査から～2009.12 新聞記事より～

20～60代の既婚男女1,000名を対象に11月中旬実施

・全体の37.5%が一年前と比較して、「外食が減った」と回答しました。

理由は、男女とも「使えるお金が減った」がトップ、その他「外食の値段が上がった」「食事の時間に家にいることが増えた」

・「変わらない」は54.6%、「外食が増えた」は7.9%でした。

外食が増えた理由は、男性は「妻の希望」、女性は「子供の希望」「行きたい店がある」

このことから、家族で外食する店選びは「子供が行きたい店」「奥様が行きたい店」となることが必要です。

### 顧客主導型経営

すべての経営はお客様から始まり、すべての利益はお客様のお金から生まれる。

どの店で食事するのかの選択権は、お客様が100%持っており、売る側の権利はゼロ。

お客様は自分に気に入った店を優先して選ぶ。

お客様は自分に関心を示し、自分を知るために努力するお店を好きになる。

### 【提案】感謝・応援クーポン券（再来店券）

先程記したように、折込チラシやミニコミ誌、フリーペーパーに掲載するのではなく、来店していただいたお客様に感謝とお礼の気持ちを込めて、生活応援キャンペーンを行います。これまでも再来店券（10%OFF、ドリンク無料）の配布を行ってきたことがあると思いますが、今回はスタンプカードやパスカードで再来店を促す販促です。しかも特典はドリンク無料や円引きではなく、生活必需品を提供してお客様のご自宅で家族が喜んでいただくことが目的です。

#### イベント例と特典例

- ・3枚集めて をゲット。
- ・4人で来店したら1人前無料（金額設定の必要有）
- ・スタンプカード・・・個スタンプが貯まったら、商品引き換え券になるスタンプカード。  
スタンプは、来店一回に付き一個もしくは、円単位で一個でもお店によって決めていただくのがよいと思います。
- ・パスカード券・・・持参して店員に提示するだけで、商品やプレゼントがもらえる券。  
（期間を限定してその間ずっと使える券にする）  
他には、パスカード券の裏面にスタンプを来店毎に押して、個貯ま

ったら、お米プレゼント。

- ・学割定期券・・・中学生以上の学生に“定期券”としてパスカードをお渡しして、再来店していただく。特典は、大盛り分サービス、ハラペコ学生応援特別価格(アイドルタイム対策としても)
- ・お子様用カード・・・小学生以下のお客様にお渡しして、例えば3回以上来店されたらおもちや詰め合わせをプレゼント。

すでにスタンプカードを導入しているお店は、例えば従来の満点の特典が“ 円分の値引券”として利用できる場合、満点の特典に生活必需品(or お米 2 kg)が貰える特典を併せて実施し、お客様が選べるようにしてもよいですし、もしお持ち帰り商品がある場合(ex. 餃子や唐揚げなど)は、特典としても喜ばれると思います。

しかもお店サイドとしては、現金の値引きよりも物品をプレゼントするほうが原価費が安価に済みます。

貰えるとうれしいプレゼント商品例      当社の女性従業員(主婦)さんからの意見

- ・ お米(2kg ~ 5kg)
- ・ シーチキン
- ・ ケチャップ、マヨネーズ
- ・ 砂糖(三温糖)、塩(化学調味料の入っていないもの)
- ・ 2Lサイズのドリンク(お茶、烏龍茶、ミネラルウォーター etc)

下記の商品は、業者さんとタイアップを行い安価で仕入れて、上記の感謝・応援クーポン券(再来店券)の商品として利用することも検討して下さい。又、店頭で販売(お得値)をしても喜ばれると思われます。

提供商品 例

白米・・・販売をする場合は、2~5kgまでの小さい袋で提供したほうが良いです。

2~5kgのほうが、持ち帰りやすく、子連れの女性やファミリーでも、大きな負担にはなりません。

POPの見本として、「当店でお召し上がりいただける美味しいお米を、お米屋さんとタイアップしてお客様応援価格で提供いたします。」というものをつけて、店頭においてみるのもよいかと思えます。

野菜・・・問屋、八百屋などから仕入れている値段で、お野菜を提供できるようにします。

こちらも、白米と同じように、お客様を応援しているというようなPOPをつけたほうが良いかと思えます。

上記、イベントは、新聞やマスコミなどを利用して、幅広く告知をされるとより効果を発

揮すると思われます。

この不況の中では日常生活が徐々に影響が出てくると思いますので、直接生活必需品を提供することで、自店に来られたお客様や地域の皆様からも支持してもらえるお店になると確信しております。

### 飢饉で苦しむ農民を救った名代官のお話

石見国（島根県）に井戸平左衛門という名代官がおりました。

平左衛門が着任すると同時に農民たちから訴えられたのが、凶作続きで多くの年寄りや子ども達が餓死し、年貢をへらして欲しいという要求でした。この訴えをなんとかしたいと考えた彼は、蔵に備蓄していた幕府の米を放出し、年貢を減免したり、それでも米が足りなくなり、金持ちの商人たちにお願ひし、お金を寄付してもらうことにましました。このお金で平左衛門は米を買い、飢えた農民たちに食べさせましました。

しかし、これらの行為は年貢の徴収を司る代官としての役目からは逸脱した行為であり、国法を犯すことでもありましました。幕府は享保 18 年（1733 年）代官職を解き、備中国（岡山県）笠岡の陣屋（代官の居所）に謹慎（門戸を閉じ、外出禁止の罰）を命じましました。彼は、その責めを負い、養子にあて遺書を書き残し、腹を切り 62 歳の自らの生涯を閉じたと伝えられています。後に、人々は自分たち農民のために一身を捧げた平左衛門を追慕し、鳥取県米子市の富益神社境内など中国地方一帯には供養碑や顕彰碑が数百個も建てられましました。明治 12 年（1872 年）には島根県大森（太田市）に「井戸神社」が建立されるなど、真底農民のために尽くした「名代官」としての彼の遺徳がいかに大きかったかがわかります。