

「脱そこそこ店」は これで**売り上げ**を伸ばした!

マサの繁盛店ファイル ① 売り方変えて売り上げ記録更新

「細やかなお薦め」で客単価アップ

「とんQ つくば店」(トンカツ店、茨城県つくば市)

今の時代、ただ美味しいものを作れば売れるわけではない。「売り方」を変えることで通常はあまり出ない高価格帯の商品を売り、売り上げアップに成功したのは、茨城県を中心に7店展開するトンカツ店「とんQ」だ。

「とんQ」は、昼の客単価が1340円、夜が1560円とファミリー向けのトンカツチェーンよりやや高め。1983年に開業した1号店のつくば本店は、過去10年で最悪の年でも平均月商2000万円を売ってきた繁盛店だ。

そんな「とんQ」が2005年度、さらに売り上げアップを実現。つくば本店の平均月商が2300万円を超えたのをはじめ、全店で過去最高売り上げを記録した。「やまと豚効果」だ。

実はその少し前まで、つくば本店は平均月商2000万円から動かないという、伸び悩みの時期にあった。そんな中、矢田部武久社長は世の中のニュースや人気店の様子を見て、「今の消費者は安全・安心や品質の高さを求めている。これまでは国産のフレッシュパークを使ってきたが、より品質の高い

銘柄豚を導入しよう」と分析し、戦略を立てた。

そして、「味にバラつきがない」「地元の小売店では入手できない」などの条件に合う豚を探して何種類かを食べ比べ、「やまと豚」に決めた。

だが、従来の「熟成ロースかつ定食」(中サイズ)が1449円なのに対し、「やまと豚ロースかつ定食」は1659円と200円以上高く、そのままだと多くの注文は期待できない。そこで、「とんQ」ではやまと豚を大々的に売り出す作戦

に出た。

行ったのは、次のようなことだ。いつもならお客が商品を選ぶ間、スタッフは隣でじっと待ち、注文が決まったら、ハンディターミナルに打ち込んで注文内容を繰り返す。それに対し、やまと豚については、「食べる前に美味しく感じさせよう」を合言葉に、「飲み込むのがもったいないくらい美味しいんです。ぜひ召し上がってみてください」などと、スタッフが自分の言葉で薦める――。



「やまと豚ロースかつ定食」

売り上げを伸ばす余地は
いろいろなところにあります。
今回は「売り方」でした



矢田部 武久 社長

店舗DATA

●住所 茨城県つくば市東新井13-12 ●☎029-852-4509
●面積 96坪 (31.66m²) ●席数 97席 ●客単価 1470円 (昼
1340円、夜1560円) ●月商 2000万円 ●経営 とんぎゅう



「とんQ つくば本店」(左、上)は、ランチタイムには1〜2時間待ちの人も出る人気店。トンカツはもちろん、キャベツ、白飯、味噌汁、おしんこにも手を抜かないことをモットーとし、有機栽培の朝採りキャベツを使ったり、味噌汁やご飯を数種類から選べるようにしていることも人気の秘密だ

「実際、そうしてお薦めすると、7〜8割のお客が注文してくれる。これは発見でした」と、矢田部社長。さらに、お茶の代わりをサービスする際に「やまと豚はいかがでしたか?」と、会計時にも「いかがでしたか?」と、注文時も含めて合計3回「やまと豚」を繰り返すことで、「『とんQ』=『やまと豚』」というイメージの定着も図った。その結果、「やまと豚ロースかつ定食」の注文比率は多いときで40%と、従来のロースカツ以上の出数と

なった。

これに自信を得た矢田部社長は、さらに、季節商品のカキフライや秋鮭についても同様にアピールし、カキについては例年の3倍以上の注文を獲得した。その結果、全店で過去最高売り上げを記録したわけだ。「自分の言葉が注文につながるので、スタッフも手ごたえを感じるようで、職場はかなり活性化しました」(矢田部社長)。

もちろん、そうやってブレイクしても、お客はすぐに飽きてしまうもの。大切なのは「常にお客に新しい提案を続けること」だ。

それで過去最高売り上げを
更新したとは……。売り方一つ
で変わるものですね



実際、2006年度は前年ほどの売り上げではなかったが、矢田部社長は次の一手に向けて既に動き始めている。テーマは、「美味しい白飯」だ。

「どんなに米にこだわっても、2〜3升の大きな釜で炊くと、時間が経つうちに味が落ちる。できればテーブルごとに炊きたてを提供したい。97席もある店で、リーズナブルな価格で実現するにはどうすればいいか」と、目下、炊き方、売り方を研究中だ。