


◆基本情報◆

開店日	西暦 年 月 (設立 年)
【店舗名】	立呑みパラダイス
【店長名】	木下政一
【店舗住所】	札幌市中央区北4条西4丁目1 札幌国際ビルB1F
【TEL】	011-211-6677
【営業時間】	11:00~23:00
【定休日】	無休
【主な客層】	20代~50代男女
【インバウンド比率】	国内 100% : 海外 %
【立地】	札幌駅徒歩(5)分 オフィス街
【客単価】	2,000円(税抜)
【席数・坪数】	35席 17坪
【GoogleMap URL】	

社名	(株)エムカンパニー
----	------------

◆ES スタッフ 教育・ スタッフ 満足 度向上◆	スタッフ集合写真 	こだわり 想い	コロナ禍後、「飲食業の人手不足」と「飲食業だから離職率が高い」という概念を払拭し、福利厚生を充実させたいと考えている。 また、現場スタッフの意見を毎月の個人面談でしっかりと聞き取り、最速で改善していく事を目標にしています。
	説明 立ち呑みパラダイスは笑顔と細やかな接客でお客様をおもてなしいたします。	具体的に実践している 取組み・仕組み	私達のような小規模飲食企業では、休日がない、有給が取得できない等ありますが、まずはそこから改善し「企業」として、福利厚生改善を実施しています。 また、月に1度社員は、社長または人事担当の個人面談し、スタッフから疑問点や改善案をヒアリング、即対応可能な案件は、最速で改善しています。
		実践した結果 どうなったか(数値による変化などあれば)	社長・人事担当者が月に一度個人面談の実施を行う事により、お客様からの意見やスタッフの考え等を、聞き取りする事が可能になった。 上記から、CS・ESが高まったと考える。


書類審査シートの書き方・注意事項 店舗独自の取り組みを教えてください。取り組みはより具体的にわかるよう、取り組み名や数値による表現などもあれば明記ください。ご入力いただく欄に記載された説明文章は削除してからご入力ください。

◆人材採用◆



具体的に実践している 取組み・仕組み	昨今の人材不足に対応するべく、グループ会社で飲食店に特化した「人材紹介業」を運営 直近では外国人の採用を行い登録支援機関となり、外国人の採用を行っています。また、全国の少年院、刑務所出所者の採用を行っており、更生も踏まえた人材育成を行っています。	実践した結果 どうなったか(数値による変化などあれば)	直近では、ネパールからの外国人の正社員採用で人材不足の対応が改善され 今後も数名の外国人採用予定
-----------------------	---	--------------------------------	--



◆集客◆


具体的に実践している 取組み・仕組み	14時~17時の時間帯にせんべろセットの実施	実践した結果 どうなったか(数値による変化などあれば)	直近3ヶ月の利用平均人数613名 平均売上610,300円 月総売上の10%
-----------------------	------------------------	--------------------------------	--

写真		◆理念◆	店舗もしくは企業理念はありますか？どちらも、あれば教えてください。 会社の理念でもある。 お客様に「感動」を提供し、感謝される最幸の仲間を創る！「北海道十勝の感動を世界へ発信する」を掲げ、日々店舗営業しています。
		想い つくられた背景	
		具体的に実践している 取組み・仕組み	「北海道十勝の感動を世界へ発信する」という理念の基、北海道内の農場や牧場に出向き、生産者様の想いやこだわり、大変さなどを現地で直接学んでいます。 また、メニュー表や店内メニューには、お取引先生産者様の農場名や牧場名を明記、料理提供時にはスタッフより、生産者様名をお伝えし、食を通じて北海道十勝食材の素晴らしさを発信しています。 また、オフィス立地の為、ランチタイムに蕎麦・うどんを提供しております。
店舗コンセプト 気軽に1人でも立ち寄れるお店。 ・北海道十勝産食材を使用した料理をお手頃な価格でご提供 ・店舗での「手打ち」にこだわった串物料理	実践した結果 どうなったか(数値による変化などあれば)	地場産食材の料理に変更し、生産者名を店内掲示や、スタッフからお伝えする様になった事により、お客様から「十勝の食材美味しいよね」、「私も十勝出身なんだよね」などお声かけして頂く事が増えました。 月に約100万円前後の売上を上積みする事が出来る様になりました。	

◆他店舗にない、自店舗のウリ・こだわり・強み・仕組み・取り組み◆

料理	看板メニュー写真 	料理写真 	こだわり 想い	私達、エムカンパニーは「北海道十勝の感動を世界へ発信する」を企業理念に、地元のプロducer様や、市場直送の地場産食材を使用する事で、地元地域を活性化させ、食を通じて北海道・十勝の魅力を発信していきます。
	説明 北海道産飼料99.8%で育った鶏から産まれた、十勝音更竹内養鶏場の幻の卵黄が白い卵「米艶卵」を使用した、十勝米艶厚焼き卵。	説明 厳選串盛3本549円、5本879円は、店舗での「手打ち」にこだわった人気の商品。	具体的に実践している 取組み・仕組み	輸入食材を使用していた料理を、材料費の高い北海道十勝産食材に切り替えた。 スタッフと共に北海道内のお取引先様の牧場や、農場、養鶏場、漁港等の生産地訪問、生産者様のこだわりや、想い、大変さを学んだ。
			実践した結果 どうなったか(数値による変化などあれば)	お客様に地場産食材ブランディングが出来る様になり、スタッフは生産地訪問により、食材を大切に扱う様になり、食材ロスが減少した。

こだわり 強み ①		当店は北海道産・十勝産食材にこだわった立ち飲み店であり、「安くて美味しい」をモットーにランチタイムは蕎麦やうどん、ディナータイムは立ち飲み居酒屋メニューをご提供しています。 中でも焼鳥などの串物料理は、店舗での「手打ち仕込み」に拘り、お客様からも人気のメニューです。 また、北海道産飼料99.8%で育った鶏から産まれた、十勝音更竹内養鶏場の幻の卵黄が白い卵「米艶卵」を使用した、十勝米艶厚焼き卵はお客様から注文を受けてから、丁寧に焼きあげ、アツアツの状態でご提供しております。
こだわり 強み ②		現在十勝産食材、JA芽室、JA清水さんとの商品提供とメニュー開発、余市産の豚肉など北海道産食材にこだわった料理の提供をしております。

接客	店内内観写真1 	店内内観写真2 	こだわり 想い	「安くて美味しい」そして速い！をモットーに営業しています。 特に常連のお客様が多い当店では、毎日会社帰りに立ち寄っていただける「晩酌使い」をイメージしています。
	説明 店内の壁面には、産地や生産者名なども明記した手書きのメニューが沢山貼られており、にぎやか感を演出している。	説明 立ちのみ業態ではあるが、洋と和を融合させた拘りの店内「気軽に1杯」の雰囲気を作っている。	具体的に実践している 取組み・仕組み	商品提供時には、スタッフより必ず産地と生産者名をお伝えしています。
			実践した結果 どうなったか(数値による変化などあれば)	料理の食材を輸入食材から北海道産・十勝産食材に変更し、接客時・店内掲示した事により、お客様から十勝や北海道等についての話題が出る様になった。 また、地場産ブランディングをする事で私達のモットーである「安心安全かつ、安くて美味しい」を体現する事が出来てきていると考えます。

◆全国大会の壇上で1番伝えたいこと◆

今回のプレゼンテーションのテーマ・メインメッセージ※30字以内
『北海道十勝の感動を世界へ発信する』

この資料は売上等の経営指標や担当者様の個人情報を除き、オフィシャルガイドやHP等にも掲載させていただきます。予めご了承いただけますようお願い申し上げます。

◆基本情報◆

開店日	西暦 2005年 4月 (設立 19年)
【店舗名】	WA!GAJA麻生店
【店長名】	清水 陵
【店舗住所】	札幌市北区麻生町3丁目10番地22号 山田ビル2F
【TEL】	011-737-5529
【営業時間】	17:00～24:30
【定休日】	不定休
【主な客層】	ファミリー層や学生
【インバウンド比率】	国内 98% : 海外 2%
【立地】	駅徒歩(3)分 オフィス街 ロードサイド 住宅街
【客単価】	3800 円(税抜)
【席数・坪数】	84 席 73.2 坪
【GoogleMap URL】	https://maps.app.goo.gl/8VAvHsSb8afgyfVC7

社名	遊彩株式会社
----	--------

書類審査シートの書き方・注意事項	店舗独自の取り組みを教えてください。取り組みはより具体的にわかるよう、取り組み名や数値による表現などもあれば明記ください。 ご入力いただく欄に記載された説明文章は削除してからご入力ください。
------------------	--

◆外観写真◆ 外観写真	◆理念◆ 企業理念: 私たちは食を通して、お客様の幸せと、自らの幸せを創造します。 食は1日を通して、喜びを感じれる時間であり、そこに携わることができるのが飲食店だと思います。私たちは、その大事な時間を演出した上で、美味しいと言って貰える喜びや、楽しそうに食事をする姿を見て、幸せな気持ちになれることを活力にし、私たちもお客様もいつも笑顔でいれる空間でいることを大事にしています。
	◆外観写真◆ ◆店舗コンセプト◆ 様々なシーンに対応可能な席をご用意。個室やソファ席など、シチュエーションに合わせた雰囲気でお食事を楽しむことができます。
	◆実践した結果どうなったか(数値による変化などもあれば)◆ 社員・スタッフ間の価値観が合い、店長の思い描く職場になりました。先輩スタッフから新人スタッフへの指導も価値観のズレが少ない状態で、指導をしてくれます。アルバイトから正社員になるスタッフも出てきて、媒体に頼ることなく、社員の確保を行うようになりました。また仕事に慣れてきたら仕事と理念を結びつけることができ、お客様へと積極的にコミュニケーションを取る姿勢が見れるようになりました。

◆料理◆ 看板メニュー写真	料理写真	こだわり 思い	調達できる企業が限られる中で、GAJAブランドの独自ルートで入手しています。お肉の加工に職人の技術が必要とされる部位を使用した脂身・赤身のバランスの良いどこにも負けないカルビを用意しております。また、焼肉店の定番メニュー以外に、どの世代でも楽しいいただけるように、多彩なサイドメニューも取り揃えています。
	説明 全店舗合わせて、年間出食が1番の自慢のGAJAカルビ	具体的に実践している 取り組み・仕組み	肉商品は一品一品を大切に、オーダーが入ってから味を揉みこんでおり、GAJAでしか味わうことができない味を出す為に考えた結果たどり着いた提供方法で、お客様へ届けております。季節ごとのフェアも開催しており、料理長のこだわりを取り入れ、焼肉屋×和洋折衷を実現させてます。
	説明 パリュエーションの豊富な、サイドメニュー	実践した結果 どうなったか(数値による変化などもあれば)	安定した美味しさ・クオリティーを常に提供し、お客様から信頼を頂いた結果、GAJAの料理として召し上がりたい商品の要望も頂き、実現までいく事ができた商品もあります。お客様の食べたいものを提供し続け、サイドメニューが豊富になっていきました。

◆CS接客◆ 店内内観写真1	店内内観写真2	こだわり 思い	小さなお子様が大になっても、ご家族と一緒に食事した記憶を思い出すことができ、新しく家庭を持った際にご来店してもらうをテーマに長年愛されるお店を作りたい。そんな想いから、親しみやすい接客を行う。そして憧れの存在で居続けるよう、全力な接客を行っております。また、感謝を伝えられるあいさつを大切にしたいので、お客様だけではなく、職場での礼儀礼節もみんなで心得ております。
	説明 いつでも！誰とでも！炭焼きの焼肉が食べれるをコンセプトに、全席、七輪を使って焼肉を行う事ができます。	具体的に実践している 取り組み・仕組み	お客様がご来店された際に、必ず入口のドアを開け、丁寧にしてお出迎えをしております。また、お帰りの際も同様に、ドアを開け、お見送りを、「心地の良いご来店と、気持ちよくご退店していただく」を常に心掛けております。また、オープンキッチンですので、調理中でも顔をあげて挨拶をし、入退店を意識しております。
	説明 他には真似できない、焼肉を食べながら、自由に作ることができる、デザートバイキングを設置。	実践した結果 どうなったか(数値による変化などもあれば)	入退店時の印象をよしたことで、お客様からお褒めの言葉をアンケートでいただきました。その結果、スタッフのモチベーションも上がり、お店の雰囲気は良くなり、再来店に繋がって、今はご来店のお客様の9割はリピーターとなっております。小さなお子様からもスタッフへ話かけてもらうこともでき、再度ご来店して頂いた際にお子様とのコミュニケーションを取れるスタッフも増えてきました。

◆ESスタッフ教育・スタッフ満足度向上◆ スタッフ集合写真	こだわり 思い	お客様として来店した際のお店の雰囲気を感じ取り、若い世代から多くのご支持をいただいております。そのため、アルバイトスタッフとして、働くスタッフも多いです。初めてアルバイトを経験するスタッフが多いので、未来の社会人に向けての教育として仕事の厳しさと楽しさを伝えます。仕事の厳しさとは、お客様に喜んでいただくための、陰ながらの努力が必要。仕事の楽しさとは、仲間と仕事の価値観を共有し、目標を達成するチームワークが必要。仕事は「楽(らく)なものではなく、仕事を楽しんでいく姿勢が大事だと教えています。理想を現実近づけるよう、みんなで頑張っていく、スタンスを浸透していきよう伝えております。	
	説明 長年、働いてくれたスタッフの卒業の時の思い出の写真	具体的に実践している 取り組み・仕組み	お店がオープンすれば、店長・社員・アルバイトの立場は関係ありませんので、思ったことをお話しづけて、問題の解決と店舗の改善をすぐに行う環境を作りました。また、その場で決めかねる内容に関しては、当日の出勤がないスタッフの意見も取り入れたいので、情報共有用にLINEアプリを活用し、様々な意見を出せるコミュニティの場を設け、簡易的なミーティングを行っております。みんなの意見を取り入れることで固定概念に縛られず新しいアイデアが生まれる環境ができております。
	実践した結果 どうなったか(数値による変化などもあれば)	お客様目線に1番近いスタッフからの意見を貰う環境が整い、店長が見えていない部分の改善がスムーズに行うことができしております。また、社員のいない場面でも、アルバイト同士で話し合い、後日、内容と解決案が出てきております。そして、自分たちでPDCAを行い、完成形に近づけるアルバイトスタッフが生まれております。言われたことをやるのではなく、自分たちでお店を作り、達成させる意欲が生まれ、働くことにやりがいを感じてきております。その結果、出勤希望のスタッフが多くなり、人員不足に陥ることがありません。	

◆人材採用◆

具体的に実践している 取り組み・仕組み	人材採用は年に2回、採用期間を設けて、人材の確保を行っております。求人媒体も使用しておりますが、スタッフの紹介での採用も多く、短期間をかけずに希望の人数を確保してます。スタッフ紹介に関しましては、紹介料も設けており、スタッフの意欲も高まっております。	実践した結果 どうなったか(数値による変化などもあれば)	広告費用を最小限に抑えることができしております。また、紹介で入社したスタッフは、スタッフ間のコミュニケーションが十分に取れているため、仕事の価値観共有が早く、連携の取れた仕事を行うことができしております。
------------------------	---	---------------------------------	--

◆集客◆

具体的に実践している 取り組み・仕組み	スタッフみんなでSNSの発信をしており、お店のオススメ商品や、期間限定商品を配信しております。ご来店されたファミリー層に対しては、お子様連れのご家族に安心してお食事をして頂けるように、お子様用のアメニティーを充実させて、満足度を高め、再来店のきっかけ作りをしております。	実践した結果 どうなったか(数値による変化などもあれば)	SNSを見た方の来店が増え、ご来店されたお客様のSNS拡散も広がっております。そのきっかけもあり、20～30名の団体のイベント利用にも繋がっております。誕生日や、記念日のご利用が増え、思い出に残る店舗を作ることができております。
------------------------	---	---------------------------------	--

◆他店舗にない、自店舗のウリ・こだわり・強み・仕組み・取り組み◆

こだわり・強み①	外食はご褒美として利用するお客様も多いと思います。いろいろなお店がある中で、GAJAを選んでいただいたことに対し、全力でお客様と向き合いたいという思いから、様々なこだわりがあります。和牛から輸入牛まで、産地やブランドを厳選したお肉を、一枚一枚機械を使わず、人の手で切ることでしか生み出せない、食感にこだわった調理方法を創業から変わらず行っています。100年続く伝統あるレシピで作った本格的なキムチや、10時間牛骨を煮込んで仕上げた自家製スープで食べる冷麺など、とことん追及した焼肉屋の定番メニューはもちろん、焼肉だけではなく、和洋中の多彩なサイドメニューや、パフェを中心としたデザートメニューを豊富に揃えた、親子三世代が楽しめる焼肉屋です。食べ放題プランもありますので、様々なシーンに合わせてご利用いただけます。
こだわり・強み②	ケーキ・プリンなどのプチギフトや、アイスやフルーツソースを使い、お客様好みのオリジナルパフェを作られるデザートバイキングをご用意しております。デザートバイキングだけをご利用のお客様も多く、デザート好きには必見の場所となっております。また、小さいお子様も楽しむことができ、お子様が自分で一生懸命作ったパフェを親御さんに見てもらっている姿や、親御さんがお子様のためにパフェを作っている姿が見られ、楽しんでいただいていることを実感しております。働いてる側としてもやりがいを感じることができるコンテンツとなっております。

◆全国大会の壇上で1番伝えたいこと◆

飲食業界を未来の子供が憧れる職業にする

◆基本情報◆

【開店日】	西暦2023年7月（設立1年）
【店舗名】	サボテン
【店長名】	石井竜也
【店舗住所】	北海道札幌市南5条西2丁目1-5 中銀すすきのソシアルビル2F
【TEL】	011-211-6441
【営業時間】	17:00～翌4:00
【定休日】	無し
【主な客層】	札幌市に住む20～30代女性、カップル
【インバウンド比率】	国内85% 海外15%
【立地】	駅徒歩(1)分 繁華街
【客単価】	3000円(税抜)
【席数・坪数】	26席 27坪
【GoogleMap URL】	https://maps.app.goo.gl/bKKuzofkb8bRtpZR6

社名	株式会社BARB
----	----------

◆ESスタッフ教育・スタベフ満足度向上◆	スタッフ集合写真	こたわり 想い	飲食業に興味を持ち、若い子でも飲食の明るい未来を創造できる会社になっている。コロナもあり飲食をやりたい！というひとが年々少なくなっている中、地元北見を中心に沢山の若い方のオーナーを輩出するロールモデルとなる。いまでは札幌にもFCの基幹店となるサボテンブランドは北海道ではまだまだ少ない鉄板、お好み焼き、もんじゃ焼き文化の浸透を加速させるお店にする。
	説明 ※50字以内	具体的に 実践して いる取組 み・仕組 み	身近に働いていた店長が実績をつみ、暖簾分けでオーナーとなりアルバイトスタッフ、店舗自体も引継ぎオーナーとなっていく制度。実際に5人のオーナーを輩出しています。サボテンブランドもOPENして1年以内に帯広にFC店舗をOPEN。さらに道内に2店舗の出店がきまっている。
		実践した結果 どうなったか (数値による変化 などもあれば)	オーナーになった方は店長の時よりも収入も高くなり、地元の飲食でも若くしてオーナーになり、成功しているのが夢をもって入社するアルバイトスタッフが増えています。そんなスタッフが社員になり、店長になりオーナーへととなっていく道筋が明確となり離職率の低下にもつながっている。5人のオーナーは閉店したお店もなくなりさらなるオーナー輩出へとつながっている。

書類審査シートの書き方・注意事項	店舗独自の取り組みを教えてください。取り組みはより具体的にわかるよう、取り組み名や数値による表現などもあれば明記ください。 ご入力いただく欄に記載された説明文章は削除してからご入力ください。
------------------	--

◆外観写真◆	◆店舗コンセプト◆ 関西の粉物文化を尊重しつつ斬新なアイデアや食材を取り入れて、新しい粉物の楽しみ方を北海道から発信する	◆理念◆ (企業理念) 矛盾の中に文化が生じる (店舗理念) 北海道から世界へ (企業理念) 先人達が創り上げた常識や文化にあえて疑問を持つことで、決まったやり方や価値観に囚われず、新たな方向性や戦略を導き出す。それが世間に受け入れられることで、新たな文化となることを目指す。 (店舗理念) 北海道の食材や環境を最大限に活かし「食の6次化」を押し進め、サボテンが創り上げた新たな日本の文化や地域資源の持続可能な利用を促進するために、東京出店ではなく、海外出店を目指す。
	想い つくられた背景	①食の6次化 製粉業者と提携し、北海道産小麦を使用したサボテンオリジナル粉を開発。 また、農業や酪農業を運営し、自社の食材を自社の店舗で使用することを目指している。
	具体的に実践している取組み・仕組み	②SNSでの発信 Instagramを中心としたSNSで、メニューや使用食材の産地等を投稿することにより、サボテンの魅力を世間に発信する。
	実践した結果 どうなったか (数値による変化などもあれば)	①食の6次化 オリジナル粉の開発は8割ほど完了しており、8月完成見込み。 農業が盛んな北見市に本社がある利点を活かし、M&Aを検討中。 また、食の6次化だけでなく、跡継ぎ等の社会問題の解決に貢献することも可能。 ②SNSでの発信 オープンから1年で、Instagram→フォロワー2900人、Google→口コミ368件☆4.7、公式LINE→友達5679人を獲得。

◆人材採用◆			
具体的に実践している取組み	採用に関しての募集はアルバイト、社員ともにせずに、リファラル採用のみで展開している。紹介制度などは特に設けていないが地元の仲間やSNSで会社の魅力が伝わり人手不足に陥らない。	実践した結果 どうなったか (数値による変化などもあれば)	まず採用コストがかからない。アルバイトから社員、そして店長。さらに店長からオーナーまでのレールが明確となっているためモチベーションが常に高く維持ができていて、責任感のある店長がうまれている。

◆集客◆			
具体的に実践している取組み	Instagramを中心としたSNSでの集客に力を入れた。Instagramが大半を占めるが、ホットペッパーはエリア閲覧数1位獲得、Googleマイビジネスはインバウンド集客に大きく貢献している。また、ホットペッパー・Googleマイビジネスにも力を入れており、集客ツールを一つに絞るのではなく、分散することでリスクヘッジを行っている。	実践した結果 どうなったか (数値による変化などもあれば)	来店動機の約90%がSNSを見たお客様。Instagramが大半を占めるが、ホットペッパーはエリア閲覧数1位獲得、Googleマイビジネスはインバウンド集客に大きく貢献している。今後は公式ラインの友達数を活かし、リピート率の向上を目指し運用予定。

◆料理◆	看板メニュー写真	料理写真	こたわり 想い	「天使のクワトロチーズ」 チーズの組み合わせや量を何度も調整し、最もお好み焼き合うレシピを開発。食べたお客様が「天使」のような笑顔になるようにという想いを込めて名付けた商品。 「オホーツク流水もんじゃ」 オホーツク産の海鮮を使用することこだわった。 また、流水をイメージした出汁氷を仕上げに混ぜることにより、オホーツク海が連想できる。
	説明 「天使のクワトロチーズ」 4つのチーズが混ざり合った濃厚でコクのある味わいが特徴。SNSでも大人気。	説明 「オホーツク流水もんじゃ」 オホーツクの海鮮と流水をイメージした出汁氷を混ぜ合わせた究極のもんじゃ焼き。	具体的に実践している取組み・仕組み	「天使のクワトロチーズ」 味覚だけでなく、お客様の前でチーズをかけることにより、視覚・嗅覚でも楽しめる演出を実施。 チーズのベストな配合を常に考え、進化し続ける商品となることを意識している。 「オホーツク流水もんじゃ」 佐呂間町、網走市を中心にオホーツクの漁師さんと提携し、海鮮の仕入れを実施。
			実践した結果 どうなったか (数値による変化などもあれば)	「天使のクワトロチーズ」 注文率35%。※フードメニュー出数1位 SNSでバズったことによりフォロワーの増加に大きく貢献した。 「オホーツク流水もんじゃ」 満足度No1商品。札幌でもオホーツクの美味しい海鮮が食べられることが要因となっている。

◆他店舗にない、自店舗のウリ・こたわり・強み・仕組み・取り組み◆			
こたわり・強み①		こたわり・強み②	オーナーが元々建築関係の職種だったのをいかし解体、改装や内装工事も建築事業部で行っている。またデザイン部門も内製化しているのもよりスピーディーに作りたい業態や内装で出店ができています。さらに地元北見では破格の家賃の物件が直接回ってくるため、より利益が出しやすいお店が出来上がります。
こたわり・強み②			直営2店舗、外部FC3業態3店舗、自社のFC1店舗、暖簾分け5店舗(5人のオーナー輩出)とスピーディーに柔軟に店舗展開をできている。また札幌での人気ブランドを地元北見に逆輸入し、札幌と北見の架け橋となり、北見の食文化に大きな影響を与えている。

◆接客◆	店内観写真1	店内観写真2	こたわり 想い	お好み焼き、もんじゃ焼き、まぜそばなどの鉄板料理すべて、お客様の鉄板でスタッフが仕上げている。そのタイミングで必ずお客様との密なコミュニケーションを1組1組とれる事ができ、一般的な飲食店に比べ1卓に対するスタッフ滞在時間が長い業態にしています。
	説明 北見市の木材加工業者から仕入れたこだわりの一枚板をカウンターに使用。味わいのある作りとなっている。	説明 デザインにこだわったオリジナルの暖簾がふんだんに使用された店内。サボテンのこだわりを随所に取り入れた。	具体的に実践している取組み・仕組み	1組1組のお客様に対して、完成まで仕上げていく為、オーダー数と目の前でのパフォーマンス回数と一緒に合わせています。また人数に応じてスタッフが皿の取り分けまで行っています。1枚のお好み焼きで3人なら3等分、お客様にその都度何等分にするかを確認した上で最高の提供を全スタッフが研修を経て出来ている。
			実践した結果 どうなったか (数値による変化などもあれば)	1組1組のお客様の満足の向上に繋がっています。また、飲食店でコミュニケーションが苦手な方でも自信をもってパフォーマンスが出来るので、会話のきっかけとなり、どのスタッフでリピーター獲得へと繋げる事が出来ている。

◆全国大会の壇上で1番伝えたいこと◆	
若者が飲食業に夢や希望を持てる未来をつくる！	

この資料は売上等の経営指標や担当者様の個人情報を除き、オフィシャルガイドやHP等にも掲載させていただきます。予めご了承いただけますようお願い申し上げます。口

◆基本情報◆

社名 株式会社LAUGHDINNING

開店日	西暦 2014年 11月 (設立10年)
【店舗名】	港町酒場もんきち商店桑園AEON前店
【店長名】	石川なつみ
【店舗住所】	060-0010/札幌市中央区北10条西14丁目JR桑園駅高架下イーストラザ
【TEL】	011-252-7417
【営業時間】	17:00~24:00(競馬シーズン土日16:00~23:00)
【定休日】	年末年始(12月31日、1月1日)他不定休
【主な客層】	周辺会社サラリーマン、単身赴任層、近隣カップルと年配のご夫婦
【インバウンド比率】	国内 99% : 海外 1%
【立地】	駅徒歩(1)分 オフィス街 ロードサイド 住宅街
【客単価】	3800円(税抜)
【席数・坪数】	40席 19坪
【GoogleMap URL】	https://www.google.co.jp/maps/place/%E6%B8%AF%E7%94%BA%E9%85%92%E5%A0%B4

書類審査シート
の書き方・注意事項

店舗独自の取り組みを教えてください。取り組みはより具体的にわかるよう、取り組み名や数値による表現などもあれば明記ください。ご入力いただく欄に記載された説明文章は削除してからご入力ください。

◆外観写真◆ 外観写真	◆理念◆	店舗もしくは企業理念はありますか？どちらも、あれば教えてください。
	想い つづられた背景	■グループ理念「いつもあなたの笑顔のそばに。」創業当初の理念「ALL FOR BIG FAMILY」より関わってくださるお客様、お取引先様、生産者様すべての笑顔を守っていくために、スタッフの行動基準を明確にした。 ■店舗理念「あなたがいるからホッとする場所。」お客様スタッフ含め、誰かが欠けるとできない空間であり、それを守っていきたいという思い。
	具体的に実践 している取組 み・仕組み	2022年GROUP化と共に、「食の一気通貫事業」として舵切りを行う。具体的な事業戦略「OCEAN TO TABLE～海から食卓まで～」を自社内で内製化。水産資源を守る取り組みをしている団体と連携、未利用魚の活用を行いながら、ここでしか食べられない魚、料理の提供を行う。併せて、店舗では顧客情報の収集に力を入れるために顧客ノートの作成を行う。
実践した結果ど うなったか(数 値による変化な どもあれば)	桑園という地域は一駅隣が札幌駅という立地上、飲食店の数が少ない。その分、地域内の来店サイクルが早く、お客様の情報共有がスムーズになることで常連様が増え、PB商品等自社独自製品でさらにファンが増え、商品のファンが増えることで常連様になっていただく好循環の確立ができた。結果、社内年間表彰3年連続1位を継続している。	

◆料理◆ 料理	看板メニュー写真	料理写真	グループビジョン「笑顔を未来にツナグ」私たちは製造から物流、企画、小売り、外食までのすべてのプロセスを自社内で完結する一気通貫事業グループを目指し、食を通して地域の笑顔
	注文率No.1「シハチの鮮魚盛」自社で仕入れのお刺身5点盛合せ。苦前の「ReTAKO」は100年後の海産資源を守る活動をしている。	標準の波心会は水産資源の保全に係る海産物の6次産業化を目指している現役漁師の団体。船上血抜きの水下魚は25cmを超えておりおおいとして入荷している。	ここでしか感じられない食材を使つての料理提供を行っている。ReTAKO、波心会など漁師集団×自社工場で当店独自のメニューとなる。商品について、POPやQRコードを用意し、スタッフからの説明だけではなく、より多くの情報を提供できるようにしている。
			お店の料理のファンが増えることで、年末ギフト受注数300超。年末テイクアウト刺身受注数200件超。その他季節に合わせて、内食へも対応し、居酒屋来店頻度の低いお客様にもご利用いただくことが出来ている。

◆CS接客◆ 接客	店内内観写真1	店内内観写真2	社として理想のサービスである「お客様お顔と名前が一致し、お名前前で呼べる事」。また、お客様にもスタッフの1人ではなく、一個人として名前を呼んでいただけるお店にしていきたい。地域内での来店サイクルが早いから、リピーターのお客様へのアプローチを明確化することで、誰がいても、誰がいなくてもという人ではなくお店に着く常連様を作りたいと考えた。
	説明 桑園店名物は女将ロード。カウンターのお客様へも正面から接客できる構造。店内の木札には常連様の名前を記したり、応援メッセージの収集も	説明 社内で商品についての情報共有を活発に行い、オープンキッチンからもお客様へ積極的に商品の説明を行う。	設立当初より、売上報告でその日来ていただいたお客様の名前を共有。さらに顧客ノートで常連様の情報をアルバイトスタッフまで確認ができる状態を継続。現在はオンライン予約サービスの顧客台帳へ移行し、お客様情報の収集を行い、店舗を歩き来ずお客様の情報も共有している。店舗間の情報共有を円滑にすることで、よりお客様のニーズに併せた接客を実現している。
	行っている。		桑園店は常連様の数社内No.1。カウンターテーブル含め平日も予約が必要なお店となっている。2020年7月より名前のお客様が来ない日がない状態が続いており、年間リピート率8割を実現している。

◆ESスタッフ教育・スタッフ満足度向上◆ ES	スタッフ集合写真	創業当初の理念「ALL FOR BIG FAMILY」すべては関わる家族の幸せのために」は関わってくれた人とずっと一緒にいられる環境を提供したいという代表の思い。現在もミッションとして本気の仲間づくりを掲げ、多くの賛同する仲間と会社を運営。ラフダイニングスピリッツはLAUGH WAYとして、クレドカードという形でスタッフ全員の手に渡り、一人ひとりが体現している。創業から変わらず、ラウンド回数は減るも継続。店舗の長所短所を知ることで店舗の底上げが出来ている。社内レクリエーションは年2回、アルバイトまで巻き込み行っている。
	こだわり 想い	
	具体的に実践 している取組 み・仕組み	リブランディング、事業収益構造の変革を行う。2019年業態変更を行い魚屋をオープン。コロナ禍でテイクアウト需要の増加を経験。内食の需要にさらに対応していくため、自社工場の設立を行う。現在は水産資源を守る取り組みをしている団体と連携を行いながら、工場未利用魚等を活用した加工品やPB商品を作り、販売を店舗のみならず、走る魚屋、ECサイト、物産展等百貨店へと展開している。
実践した結果 どうなったか(数 値による変化 などもあれば)	働く時間軸や業態、業種の多様化により、年齢やライフスタイルにとらわれず働ける環境づくりが出来ている。ラウンドやレクリエーションにより、社内の別店舗で働くアルバイト同士でも、仲良くなる環境が出来ている。そして、理念浸透力「働く意識の高さ＝離職率の圧倒的低下」が実現し、理念経営における好循環サイクルで働く人にも選ばれる会社となり、離職率の低下を実現している。	

◆人材採用◆

具体的に実践 している取組 み・仕組み	既存アルバイトの教育を強化のため、社内デジタルマニュアルを作成。その中に月ごとの振り返りアンケートを設定し、理念に基づく行動の振り返りをルーティン化。求人採用は「応募→即レス→即面接日確定」を社内内で内製化し、一番の売り物「スタッフの笑顔と元気！」を元に採用活動を継続することで、定着率の大幅UPを行っている。	実践した結果 どうなったか(数 値による変化 などもあれば)	既存アルバイトの理念浸透力が高く「働く意識の高さ＝離職率の圧倒的低下」を実現し、働く人にも選ばれる会社作りができています。よって、十分に採用時に選ぶことができると質が上がり売上が上がるという好循環サイクルになっている。
---------------------------	---	---	---

◆集客◆

具体的に実践 している取組 み・仕組み	飲食店を「海を伝える」MEDIAとして活用。店舗でも2048プロジェクトの一環である。未利用魚の活用、PB商品の拡充を行い、生涯顧客接点作りLTVの実現へ向けて動いている。店舗運動型での追加収益を物販、通販、催事、教育、走る魚屋で行う。	実践した結果 どうなったか(数 値による変化 などもあれば)	様々な時間軸と購買方法により、お客様との接点が増え、企業理念でもある「いつもあなたの笑顔のそばに」が実現出来ていると感じている。走る魚屋はドラックストア、リサイクルショップ、マルシェ等への出店依頼へ対応しており、出店先でもリピーターのお客様から声をかけていただく機会が多かった。
---------------------------	--	---	---

◆他店舗にない、自店舗のウリ・こだわり・強み・仕組み・取り組み◆

こだわり・強み①	未利用魚の活用や、店舗でもPOPや海を知れるQRコードでお客様へ宣伝活動を行っている。会社ユニフォームや学生インターンの受け入れを行った結果、札幌市SDGs総合受賞を飲食店として初受賞することができた。飲食店は「海を伝える」MEDIA。街というフィールドで生活する私たちは、意外と近い海の存在を忘れがちであると感じる。2048年食卓から天然魚が消えることを知るべきである。0歳から100歳までに自社のプロダクトを利用いただく、生涯顧客作りを行うことで、お客様の多様な時間軸の購買点にも繋がっている。それは理念でもある「いつもあなたの笑顔のそばに」の体現にもなっている。これから伸びる会社は「選ばれる会社」である。2006年アメリカの科学雑誌に掲載された「2048年には、海から食用魚がいなくなる」という論文。世界的に資源管理された現在、この説は撤回されている。しかし、私たちの住む日本では水揚げ量が減り続けている。もし食卓から海産物が消えてしまったら・・・そんな未来は悲しすぎる。この大きな課題と向き合い「Road To 2048(シハチ)」をスローガンに掲げ、笑顔を未来にツナいでいきたい。
こだわり・強み②	未来の子どもたちに残したいモノ、コトを事業化し、ビジョン「OCEAN TO TABLE」海から食卓まで」を具現化をする一気通貫ビジネスモデルを推し進めていく。①陸上養殖事業、②北海道水産品製造加工事業、③水産品卸売・リテール事業、④飲食事業は独自のビジネスモデルを追求するだけでなく、一つ一つの事業に対して「想い」を実現するためのもの。「とっておきの、最高の瞬間を楽しんでもらいたい」私たちは、この想いに共感してくれた漁師や市場から直接仕入れをしている。自前の魚屋、そして加工工場を持っているのは、海から食卓までの過程を安心安全に管理することで、皆さんにおいしく食べてもらいたいと考えているから。今の海を知ることが出来る、ここでしか味わえない体験をお楽しみいただきたい。だからこそ、海資源を枯渇させない未来を残していきたい。子どもたちに北海道の海の資源に触れあってもらえる日常を増やしていきたい。自分たちが住む北海道の未来は、自分たちで作っていききたい。

◆全国大会の壇上で1番伝えたいこと◆