

◆基本情報◆

開店日	西暦 2016年 11月 (設立7年)
【店舗名】	TOKYO MEAT酒場 武蔵小山店
【店長名】	信夫寛翔
【店舗住所】	東京都品川区小山3-23-18
【TEL】	03-5751-7887
【営業時間】	【火～金】17:00～23:00【土】11:30～23:00【日・祝】11:30～22:30
【定休日】	毎週月曜日(祝日の場合は営業)
【主な客層】	ファミリー、カップル、仕事帰りのサラリーマン
【インバウンド比率】	国内 98% : 海外 2%
【立地】	駅徒歩5分 住宅街
【客単価】	3600円(税抜)
【席数・坪数】	54席 25坪
【GoogleMap URL】	<a href="https://www.google.com/maps/place/TOKYO+MEAT+">https://www.google.com/maps/place/TOKYO+MEAT+</a>

社名	株式会社 イタリアンイノベーションクッチーナ
----	------------------------

◆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	私たちが目指す存続の方向(Value)の一つとして、「個人成長を常に考えること」を大切にしています。成長する実感を得ることが、メンバーの満足度に大きく影響し、ひとり一人が成長することで、関わる人をもっと幸せ出来る。共にそんな飲食人になりたいという想いがあります。 メンバーと会社・店舗の実現したいことが重なる部分を共同作業で見つけ出し、まずはお互いがワクワクする「目標」を共有すること、それに近づく成功体験が得られる機会を用意すること、そしてそこに「チャレンジ」するための一歩踏み出す勇気を持ってもらうこと、この3点が教育に必要だと考えています。
	説明 21才の店長が中心、社員2名とアルバイトメンバー5名、自然と笑顔があふれる元気なチームです。		具体的に実践している 取組み・仕組み
		実践した結果 どうなったか(数値による変化などあれば)	面談により共に目標を定め、応援されながらそれに向けてチャレンジするメンバーが増えたことで会社全体の成長に繋がっています。 私自身、繁盛店視察に参加して知識を学び、料理コンテストにチャレンジをしています。2回連続で賞を獲得し、自分の考えた料理が各店で商品化されるといった成功体験を得ることが出来ました。 特に接客の機会が多いアルバイトメンバーは、接客ツールの活用により以前よりやりがいを感じるという声を多くもらっていて、実際に定着率のアップやアルバイトさんからの紹介による採用を2名実現出来ました。

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	リファラル採用という考え方を、会社の方針発表会、店長からの店舗ミーティングでの落とし込みで社内浸透を図っています。 紹介特典も作り、「メンバー全員人事部」という意識のもと、アルバイトさんからの紹介や店舗に食事に来たお客様への声掛け、アルバイトメンバーを招待しての社内での定期的な食事会、社長との面談の機会を設けることで、採用の機会と間口を広げています。	実践した結果 どうなったか(数値による変化などあれば)	アルバイトメンバーからの紹介による採用を2名実現することができ、現在はアルバイトメンバーのうち40%がリファラル採用のメンバーとなっています。
-----------------------	---	--------------------------------	---



◆集客◆

具体的に実践している 取組み・仕組み	ご来店いただいたお客様がお帰りの際に、調理に使っているお塩と主にコース利用喚起のチラシをお渡ししています。 一般的なそれとは異なるその塩の特徴や想いを伝えることで、料理へのこだわりを感じてもらい、再来店の動機づけを図っています。	実践した結果 どうなったか(数値による変化などあれば)	特にコース需要が増える12月の前、10月・11月に徹底したことで、コースの予約件数が昨対で4倍になり、売り上げも昨対比118.7%になりました。
-----------------------	---	--------------------------------	--

◆外観写真◆	◆店舗コンセプト◆	◆理念◆	◆企業理念【料理を通して関わる人を幸せにし、未来を創る】
	地域の方が普段着で楽しめるイタリアン酒場	想い つくられた背景	私たちは「食」で人と街、それぞれの地域を笑顔にし活力を与えられる存在でありたいと考えています。武蔵小山は、弊社が一号店「スパゲッティとすかーな」をオープンした大切な街です。美味しく本格的なイタリア料理を、もっと気軽に身近な存在として楽しんで欲しい！という想いから酒場業態をオープンしました。 2020年に改装を行い、後述する「TOKYOイタリアン」を磨きながら地域に愛されるお店作りをしています。
		具体的に実践している 取組み・仕組み	会社独自の「マネジメント&サービスバイブル」を作成しました。 「接客プロ行動10カ条」といった具体的な項目を、店舗での朝礼やミーティングでアルバイトスタッフも含めて一緒に読み合わせや議論をして浸透、実践しています。産地視察や、オリジナルスパークリングワインの協創、青空レストランや料理コンテストの開催などを行い、理念をお客さまや取引業者様に伝えながら、社内メンバーの共感も深めています。
		実践した結果 どうなったか(数値による変化などあれば)	理念浸透により教育の質と成長速度が上がり、営業力の向上に繋がっています。 世代交代によるマンパワーダウンを乗り越え、最繁忙期12月は昨対比118.7%のディナー売上、人時売上高も昨対比124.8%となりました。直近6月も昨対売上111.9%、お客様単価も3か月連続で昨対超えを達成しています。 アルバイトさんの定着率も上がり、紹介によるリファラル採用を2名行うこともできました。



◆料理◆			こだわり 想い	「イタリアの郷土料理・調理技法」と「日本の旬の食材や伝統的な調味料・食文化」を掛け合わせた【TOKYOイタリアン】という新しいジャンルの創造をビジョンとしています。実現には、知識を増やす勉強や調理技術の向上が必要となります。その挑戦と努力をすることが、変化する時代の中で人を幸せにできる飲食人に成長することに繋がる、という想いでこのビジョンを掲げています。
	説明 「お箸で崩れる旨トロ角煮」日本の角煮、イタリアの伝統赤ワイン・チーズ入りマッシュポテト TOKYOイタリアンの一皿	説明 「日本一おいしいミートソース」小麦の香りにこだわった生パスタが主役。ミートソースはあえて下に。	具体的に実践している 取組み・仕組み	店舗ごとに季節のオススメメニューを日替わりで10品程度を目標に作成し、固定化されたグランドメニューではなく、店舗のある街に合わせたメニュー作りを行っています。 また各季節ごとに店長が集まって行う料理ミーティングを行い情報交換。さらに社外の方を審査員として招いた料理コンテストを行い、TOKYOイタリアンとは何か、どんな料理がお客様に喜ばれるかを追求しています。
			実践した結果 どうなったか(数値による変化などあれば)	独自の【TOKYOイタリアン】を追求することで、料理への意識が高まり、料理の付加価値を上げること、メンバーの調理技術の向上に繋がっています。 原価率の低い商品の開発と販売、ロスの削減を実現することで、原材料価格高騰が続く中でも、3～5月の原価率平均を昨年29.1%から26.9%に2.2ポイント下げることができました。

◆他店舗にない、自店舗のウリ・こだわり・強み・仕組み・取組み◆

こだわり・強み①		『料理人だからこそ出来るおもてなし』 調理師学校出身の新卒採用者が多く、料理人志望が多いのが店舗の特徴です。 しかし、入社してもらった時は必ず接客から取り組んでもらいます。 外食はもちろん中食や内食まで美味しいが当たり前になり、様々なことが目まぐるしく変化する環境の中で、私たち外食の価値は何か？ それは、人だからこそ出来るおもてなしが生み出す一期一会の輝きだという想いがあります。 結果、主軸となるメンバーは調理と接客の両方が出来るようになり、それが大きな強みになっています。 食材や調理法を熟知している料理人だからこそできる、その場、その日の食材、お客様に合わせた「料理の提案」や「ペアリングの提案」。 調理を行わないアルバイトさんにも、料理人ならではのノウハウや知識を伝え、実践してもらうために「商品こだわり表」の作成、各種「接客の教育マニュアル」への落とし込みを行っています。
こだわり・強み②		『料理へのこだわりと、商品開発の取組み』 私たちは【TOKYOイタリアン】という新しいジャンルの創造を目指し、自分たちだからこそ表現できる料理づくりに挑戦しています。「イタリアの郷土料理・調理技法」と「日本の旬の食材や伝統的な調味料・食文化」を掛け合わせた料理。私たちが定義したこの「TOKYOイタリアン」を体現し、お客様に喜んでもらうためにはイタリアと日本、双方の「伝統的」な文化や調理技法などはもちろん、常に食の最先端を走るTOKYOの「今」を深く学ぶ必要があると考えています。 そのため、月に一回の東京繁盛店視察、年に4度の地方視察と6回の産地研修、今年からイタリア研修の再開、年に3回の社内季節料理開発会、さらに社外の審査員を招いての料理コンテストの開催を行っています。これにより、豊富なアイデア創出と確かな調理技術の向上、売れる・付加価値の高い商品開発のための市場感覚を磨き続けています。料理へのこだわりが、飲食人として新たな価値を追求し続ける情熱を育てています。それが私たちの強みです。

◆全国大会の壇上で1番伝えたいこと◆

「料理と接客」で輝き、外食に関わる人の未来を創る


◆CS接客◆			こだわり 想い	「おいしいをもっとおいしく。して欲しいことを先に」を接客理念として掲げ、こだわりの料理を最大限楽しんでもらいたいという想いで接客にも力を入れています。おいしさは商品だけではなく接客に大きく影響されるということを理解してもらうため、料理人の社員であっても、調理希望のアルバイトであっても、初めに接客を経験してお客様目線を学んでもらうことにこだわっています。
	説明 一階はカウンターメインのオープンキッチン。ライブ感ある雰囲気魅力です。	説明 二階はソファもあるテーブル席が全44席。ご家族連れや大人数、貸切利用を頂いています。	具体的に実践している 取組み・仕組み	初期導入研修「5DAYS」により、接客の基礎行動と考え方を学び、毎回フィードバックすることで理解してもらいます。 さらに、お店のオススメをまとめた「指南書」をロープレで活用しウリのメニューやお店の魅力の発信を身に付けてもらい、「テーブルチェックシート」で見える化されたおもてなし行動にチャレンジしてもらうことで、接客レベルを高めています。
			実践した結果 どうなったか(数値による変化などあれば)	メンバーのおもてなし意識やおすすめの商品が変わったこと、お客様とのタッチポイントが増えたことで、ドリンク杯数や皿数が増える、高単価の名物料理の出数が増えるといった効果が出ています。 お客様単価は徐々に上がり続け、直近6月の平均単価は3,526円から3,831円と昨対+305円、約10%上げることができ、お客様満足度と人時売上高の向上に繋がっています。

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2012年11月 (設立12年)
【店舗名】	<b>渋DRA</b>
【店長名】	<b>山田陽南子</b>
【店舗住所】	東京都渋谷区渋谷1-25-6 渋谷パークサイドビル共同ビルB1
【TEL】	050-5594-6497
【営業時間】	16:00~24:00
【定休日】	なし
【主な客層】	20代女性
【インバウンド比率】	国内 90% : 海外 10%
【立地】	駅徒歩 1分 繁華街
【客単価】	4200 円(税抜)
【席数・坪数】	50席 29坪
【GoogleMap URL】	https://www.bing.com/ck/a?!&&p=002e054b10a039a4

社名	株式会社DREAM ON
----	--------------

◆ESスタッフ教育・スタッフ満足度向上◆	スタッフ集合写真	【初期教育】と【定期教育】に分けて仕組みは構築して、どれも今の若者に合わせてなるべくフレキシブルで、働きやすい職場にする事を意識しています。そして取り入れている仕組みが①継続できているか？②参加率は80%以上か？③教育内容に統一性があるか？の3点を大切に管理しています。それによってずっとこだわってきたドリームオンらしさの追求をしています。
	 <p>【名物！バースデーイベント】</p> <p>年間に5000人ほどの誕生日をお祝いしています。毎日のように練習し本気で盛り上げています。</p>	<p>【YouTubeで価値観共有】は今までは月に一回スタッフみんなを会場に集めて勉強会をやっていたのですが、店舗も増えて出席率も落ちてきた為、YouTubeにして家でも見れる、いつでも見れるというようにしました。②【動画配信でレシピ共有やマニュアル共有】は教える人によってムラがでいたので、レシピもマニュアルも全部動画にして、いつでも見返せる配信サービスにしました。③【レンタルスペースで店舗ミーティング】アルバイトの子も楽しみにしてミーティングに参加してもらう為に、お店ではなく営業後にレンタルスペースを借りてミーティング後にはゲームなどして遊べるようにしました。</p>
	<p>【アルムナイ採用】一度辞めた子のLINEグループを作り、戻ってこれる仕組みにしています。</p>	<p>①により勉強会への参加率が80%以下だったのがほぼ100%になり、毎月価値観共有が強くなりいいチームになりました。②によりスタッフへの教育がムラなくできるようになっただけでなく、タイミーの子が来た時も今まではしっかり教える時間が取れず、いいサービスができませんでした。この動画により短時間で、かつ、動画を見てもらっている時間は通常の仕事ができるのでタイミーさんのレベルアップと呼ぶことへのストレスが無くなりました。③によりアルバイトの子の店舗ミーティングへの参加率が15%ぐらいいったったのが、80%ほどに上がりました。そしてそのおかげでアルバイトの子の意識が上がり売上にも繋がっています。</p>

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◆

<p>【カフェで採用】やはりどうしても居酒屋やバルでの採用は難しい為、各エリアでカフェを作って、そこで採用バルの方にも入ってもらう仕組みにしています。②【カンテラ採用】としてアルバイトから社員になってもらう仕組みにしています。③【アルムナイ採用】一度辞めた子のLINEグループを作り、戻ってこれる仕組みにしています。</p>	<p>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)</p>	<p>①によりバルでは時給1500円でも採用できないけれど、カフェでは時給1200円でもたくさん来るので採用費だけでなく人件費も下げる事に成功しています。②はアルバイトを紹介して3か月継続したら3万、社員を紹介して3か月継続したら20万をもらえる仕組みなので、Winwinの仕組みになっています。③により以前なら戻りたくても気が引けたのですが、今は定期的に連絡を取るの気軽になり戻ってくる人が出てきました。</p>
--	------------------------------------	---

◆集客◆

<p>2つあります①【高原価商品戦略】これは以前からずっとやっていますが、原価率200%の牛フィレとフォアグラのロッシュニと呼び水として集客しています。②【試食会SNS戦略】としてSNS広告で新商品の試食会として募集して、応募してくれたお客様のうちからフォロワーの多い人をご招待し来店していただき投稿していただくという集客をしています。</p>	<p>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)</p>	<p>①が今でも大人気で、普通のお店ではアイドルタイムになる17時台でもお店が埋まり大きな売上貢献に繋がっていますし、食べたお客様の満足度が高く口コミもよくなります。②ではSNSでの広がりが強くなり、「渋谷で行くならこのお店！」のようなまとめサイトにも常時上がるようになり安定してお客様が来てくれるお店になっています。</p>
--	------------------------------------	---



◆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◆



<p>【鴨パーグの鉄板リゾット】</p> <p>熱々の鉄板を持って行き、お客様の目の前で蟹クリームのお出汁をかけてジュージューさせます。鴨肉で作ったハンバーグを崩していきながら、混ぜ合わせて完成！チーズがトローリ！五感がワクワクする♫の料理です</p>	<p>【フォアグラのプッチンプリン】</p> <p>昭和っぽさが出るプッチンプリンの容器に、フォアグラで作った自家製のパテとキャラメルを入れて、お客様と一緒に目の前でプッチンしてもらって、混ぜ合わせて完成！チーズがトローリ！五感がワクワクする♫の料理です</p>	<p>【毎月グランドメニュー変更】 イタリアン食堂なのですが、和の旬の食材を取り入れる事で他のイタリアンバルと差別化しています。その強みをより強くする為に毎月グランドメニューを変更しお客様に旬を感じていただいています。</p>
<p>【試作チーム結成】</p> <p>毎月グランドメニューが変わるので、それぞれのパートに分かれて試作会が毎月必ず行われます。[ピザチーム][パスタチーム][タバスチーム][デザートチーム]があり、それぞれ約5人~10人で構成されています。</p>	<p>【みんなで作るメニュー】</p> <p>やりたい料理のチームに自主的に入り、自分で楽しく考えて試作会に出るので、上司が勝手に作ってくるメニューと違って、みんなで作ってるメニューだという意識が強持たれて仕事を楽しくできるようになりました。新卒の子やアルバイトの子でもメニューに採用される事も出てくるので、その時はみんな感動しています。</p>	<p>【モバイル推し活】</p> <p>モバイルオーダーにした事で、その中にスタッフみんなの自己紹介ページを作りました。メニュー説明の最後に「ここにはスタッフの自己紹介が載っているのぜひその中から推しのスタッフを見つけてみてくださいね」と言っています。そのページには【投げ銭機能】がついていて、チップとして個人に入ります。それがオーダー用紙と同じように出てくるので、投げ銭をもらったらすぐに「ありがとうございます！」って感謝を伝えに行けるのです。このコミュニケーションは今までに無かったもので、スタッフのモチベーションを凄く上げてくれますし、お客様もよりファンになってくれています。日本の外食もアメリカやフランスのように、いいサービスマンが稼げるようになったら、もっともっと憧れられる職業になるのではないかと考えています。ぜひ日本中にチップなのか投げ銭なのか、こういう制度が根付くと面白いなと思っています。</p>
<p>【ゲーム！あっち向いてホイ】</p> <p>オススメのドリンクを頼んでいたお客様にはスタッフとあっち向いてホイをやっています。向いてホイをやったお客様は、その分逆にお客様に話しかけようという気持ちで、その分逆にお客様と盛り上がりみんな笑顔になります。</p>	<p>【おしぼり自己紹介！】</p> <p>時代の流れで布おしぼりをやめて紙おしぼりにしましたが、その分逆にお客様に話しかけようという気持ちで、その分逆にお客様と盛り上がりみんな笑顔になります。</p>	<p>【モバイルオーダー導入】</p> <p>お客様から「すいませーん」と呼ばれる事がなくなった分、逆に最終調理をお客様のテーブルでするメニューを増やせました。モバイルでチップ(投げ銭)がいただけるシステムを取り入れたので「チップありがとうございます！」とお礼を言いにいけたり、プラスの接客が増えました。</p>

◆全国大会の壇上で1番伝えたいこと◆

3つの事を伝えられたらいいなと考えています。①【飲食店で働く楽しみ方】②【飲食で働く事が夢になるように】③【時代に合わせて変わっていく事と変えない事】です。

◆外観写真◆	<p>◆店舗コンセプト◆</p> <p>..和とイタリアンを組み合わせたワインバル..</p>	<p>◆理念◆</p> <p>何事にも前向きで 挨拶と掃除によって社会を明るくし お客様の満足度を自らの喜びとし すべてに感謝ができ そこに働く人の物心両面の幸福を目指します</p>
	<p>◆想いつくられた背景◆</p>	<p>朝礼をしたり企業理念を唱和するだけでは理念浸透にはならないと思い、理念を一つ一つの行動に分解し、言語化した物を作り、より実践的に理念に基づいた行動ができるようにしたくて、【行動力70の質問】という仕組みを作りました。</p>
	<p>◆具体的に実践している取り組み◆</p>	<p>その【70の質問】をデジタルシートにし、毎月アルバイトを含めたすべてのスタッフにURLが自動送信されます。それで各々が自己チェックして返信、それを元に店長が面談します。また【ラーメン領収書】という取り組みは、先輩が後輩を連れて仕事帰りにラーメン屋に行く。その代金は1万円まで領収書を切っていという仕組みです。このご時世ではお酒を飲まない子もいる。ラーメンぐらいの短い時間がちょうどいいようです。</p>

<p>看板メニュー写真</p> 	<p>料理写真</p> 	<p>◆料理◆</p>
<p>【鴨パーグの鉄板リゾット】</p> <p>熱々の鉄板を持って行き、お客様の目の前で蟹クリームのお出汁をかけてジュージューさせます。鴨肉で作ったハンバーグを崩していきながら、混ぜ合わせて完成！チーズがトローリ！五感がワクワクする♫の料理です</p>	<p>【フォアグラのプッチンプリン】</p> <p>昭和っぽさが出るプッチンプリンの容器に、フォアグラで作った自家製のパテとキャラメルを入れて、お客様と一緒に目の前でプッチンしてもらって、混ぜ合わせて完成！チーズがトローリ！五感がワクワクする♫の料理です</p>	<p>◆料理◆</p>

<p>◆CS接客◆</p>	<p>店内内観写真1</p> 	<p>店内内観写真2</p> 
<p>【ゲーム！あっち向いてホイ】</p> <p>オススメのドリンクを頼んでいたお客様にはスタッフとあっち向いてホイをやっています。向いてホイをやったお客様は、その分逆にお客様に話しかけようという気持ちで、その分逆にお客様と盛り上がりみんな笑顔になります。</p>	<p>【おしぼり自己紹介！】</p> <p>時代の流れで布おしぼりをやめて紙おしぼりにしましたが、その分逆にお客様に話しかけようという気持ちで、その分逆にお客様と盛り上がりみんな笑顔になります。</p>	<p>【モバイルオーダー導入】</p> <p>お客様から「すいませーん」と呼ばれる事がなくなった分、逆に最終調理をお客様のテーブルでするメニューを増やせました。モバイルでチップ(投げ銭)がいただけるシステムを取り入れたので「チップありがとうございます！」とお礼を言いにいけたり、プラスの接客が増えました。</p>

<b>◆基本情報◆</b>	
開店日	西暦 2012年 8月 (設立 12年)
【店舗名】	<b>ろばた翔</b>
【店長名】	<b>上野 翼</b>
【店舗住所】	東京都新宿区西新宿1-4-11 宝ビルB1F
【TEL】	03-6302-0827
【営業時間】	(平日)17:00~24:00 (土日祝)15:00~24:00
【定休日】	不定休
【主な客層】	30代~40代前後サラリーマン、同業他社、海外旅行者
【インバウンド比率】	国内 80% : 海外 20%
【立地】	駅徒歩(5)分 オフィス街
【客単価】	6,500円~7,000円(税抜)
【席数・坪数】	42席 20坪
【GoogleMap URL】	<a href="https://www.google.com/maps/place/ろばた翔/@35.69">https://www.google.com/maps/place/ろばた翔/@35.69</a>

社名	株式会社 國屋
----	---------

◆ESスタッフ教育・スタッフ満足度向上◆	スタッフ集合写真	飲食人としての技術や知識を身に付けることよりも、人として大切なことを徹底して伝え人間力向上に重きを置いている。働くスタッフは皆、一生涯居酒屋で勤務し続けることは稀であるからこそ、当店で卒業した後も活躍できる人財に育つように関わっている。特に大事にしているのは禮儀で、大人になって禮儀がなくなっていないと注意してくれる人はいない。だからこそ「ならぬものはならぬ！」という会津藩の精神を基に、当たり前前の基準を引き上げることでお店のペースは作られる。基本的な価値観を統一し前提を揃え、ストレスなく働く事ができる環境を作り、主体的に考え行動し、各個人が自発的に商品知識や技術取得に学ぶ風土作りを大切にしている。
	【スタッフ卒業式】の時の集合写真年に4回お店を休みにして行なっているイベントの一つ。この会の中で常連様や業者様を招待し、多方面とコミュニケーションを取り、スタッフ満足度向上とスタッフ教育にもつなげている。	具体的に実践している取り組み・仕組み
	実践した結果どうなったか(数値による変化などあれば)	①スタッフが互いに、人生の中で大切にしているモノや考え方を知ることができ、信頼関係が生まれる。その大切にしているモノを知ることから共に大切にしよう文化が出来上がり、チームワークが良く働くことがとても楽しいという声をたくさん耳にする。そこから紹介採用に繋がっている。②スタッフがお店に、飲みに来ることが多く(直近3ヶ月平均1日3件)、頻りに家族や友人等の大切な人をお店に連れてきてくれる。その時、親御さんが「うちの子どもを働かせてくれ！」と多数言っていた。そこから卒業生が卒業しても卒業してくれないという現象が起こってしまう。③アルバイトがアルバイトを、積極的に育成してくれる文化ができる。

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り組み・仕組み	一本釣り採用:ご来店されたお客様に対して一緒に働きませんかと言って声をかけ、その場で連絡先を交換し面接の日取りを決め、仲間になってくれてありがとうの予祝をし、後日面接し採用まで繋げる。基本的にアルバイトが積極的に声をかけることにより採用につながりやすい。※但し知り合いの店のスタッフは引き抜かないこと徹底している。スタッフの友人を一本釣りするケースも多々ある。	実践した結果どうなったか(数値による変化などあれば)	一本釣り採用はオープン以来100名を数える。常連様のお子様の採用は12名にも上り、そこからその兄弟が働く流れができています。人間的に成長して欲しいという想いからスタッフが友達を連れてきてくれる。直接紹介者と共に働いたり、お客様として飲食に来ることがあるので身勝手な退職がとても少ない。実際その現場を見てみたい、体感したい、手伝いたい!と常連様が働く事も多々あり。
--------------------	--	----------------------------	---

◆外観写真◆	◆店舗コンセプト◆ 炉を囲み和酒と旬の幸で舌つづみひとのぬくもりを感じてご縁を結ぶ居酒屋	◆理念◆	乾杯と美味しいを通じて共に生きるよろこび明日への活力を創造し國屋から広がるすべての人の夢を応援します
	想い つづられた背景	社員一人ひとりの人生を振り返り、過去の出来事、これからの夢や大切にしている想いを共有し共に実現させるために想いの統合を行なって創り上げた理念。お店の運営ができていけるのは関わるすべての人のお陰でできている。だからこそ、お客様業者様スタッフその家族すべての方を大切にしたい。昔はお客様は神様であるという考え方や、して差し上げる接客をしていたが、今は一緒に楽しむ想いのもと、人生を楽しむお手伝いしている。	
	具体的に実践している取り組み・仕組み	理念浸透は教育するという概念を持っていない。なぜかという理念浸透は教育しなくても伝わるものと考えていて、そのために営業時間外で顔を合わせるMTGや時間を設け、生き方、あり方を伝え、姿・背中で見せて主体的に学ぶ風土がある。当店は親が子どもを大切にする様に、厳しく躾けし「ならぬものはならぬ」と言葉で伝え背中でも見せている。基本的に、やり方のマニュアルを設けてなく、風土があるから社風が作られている。	
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)	アルバイトが打ち合わせに来た業者様に自発的に味噌汁とおにぎり、おしぼりやお茶を提供しとても喜んでもらった。常連様がうちの子どもを働かせてくれと言って12名採用。売上爆増で坪売り平均72万円過去最高坪売り92万達成。過去最高日商101万円。お取引業者様80社以上。お客様から頂く辛い乾杯の数、月600杯を超える。一本釣り採用100名越えと数々の実績を残す。そしてたくさんの方から応援される店舗に成長。		

### 集客

具体的に実践している取り組み・仕組み	正確な情報をお客様に伝えるためにホームページを整備しているが基本的に外部販促はしない。その代わりに、常連様のお連れ様を大切にするなど徹底的に内部販促に力を入れる。ご案内できないお客様に対してその日の中でご案内できる時間を提案させていただき、日時を提案させていただきなど、こちらからお断りすることをせずお客様に選択してもらい再来店を促し、機会損失をなくしている。	実践した結果どうなったか(数値による変化などあれば)	外部販促の集客を基本せず、理念に沿って店舗運営をした結果、お客様が増え、売上爆増。坪売直近3ヶ月平均72万円。過去最高坪売92万達成。過去最高売上:月商1,831万円(税抜)日商:101万円(税抜)達成。このことを受け外部販促をしてお客様を呼び込むことではなく、一人ひとり、一つひとつを大切にすることで再来店につながることで売上は上がるとスタッフに浸透した。
--------------------	--	----------------------------	---

◆料理◆	看板メニュー写真	料理写真	こだわりの想い	顔が見える直接仕入れと掲げ、創業当時から1商品1業社を目指して日本全国生産者様をめぐる全国行脚を実施し炉端焼きのシンプルな料理がメインだからこそ食財やそこに携わる方々の想いストーリーを大切にお客様に届けている。一社一社一人ひとりと密に関わり、価格交渉は一切せず共に勝つを体現。こだわりの数とお客様の数は比例すると考え、細かいこだわりや想いをお客様に届けている。
	説明 【炉端焼き:鮮魚】 旬の食財を炭火で焼き上げる伝統料理。日本全国各産地から直接仕入れをして、丁寧に焼き上げ日本の調味料、塩・醤油・味噌を中心にお召し上がりいただく。	説明 【柗座和牛のレア炭たき】 兵庫県淡路島産の柗座さんが育てている柗座和牛の炭たき。大造さんがストレスをかけない愛情を持って育てられている牛ちゃん。肉の旨みが芳醇で肉質も柔らかくとも美味しいです!	具体的に実践している取り組み・仕組み	全国行脚:一次、二次産業の元へ見学、体験に行き、盃を交わし兄弟になる。酒蔵は約37蔵延べ45回を超える。農家や養鶏場等、全国36箇所を巡り心で繋がる。おすすめトッピング:同士の想いを届ける為、ご来店されたお客様がファーストオーダーを頼まれる前に必ず各商品の紹介を行う。料理のワクワク感を上げる要素としてオススメし、提供時にも言葉をトッピングし付加価値を添える。
	実践した結果どうなったか(数値による変化などあれば)	食財と和酒等のお取引業者様の数が80社を超え、唯一無二の業態が出来上がっている。食財の生産過程、ストーリーや料理に触れることで、想いのせた料理が完成する。そしてその土地で、その人たちと食事を共にするからこそ、独自の調理方法や、その土地ならではの食べ合わせ、ペアリングを知ることにつながる。食財や歴史・文化も料理の糧となり、新商品開発ができお客様に喜ばれている。		

### ◆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	人を切らない経営:一番大切にしているのはもちろん【人】である。たとえ働くスタッフが不祥事を起こしたとしても、一切切らず、会社都合での解雇もしない。信じ続けるという覚悟のもと関わっている。①働きたいと言って来た人に可能性が無い人は居ないと信じており、面接に来てくれた人は全員採用とし過去に不採用にした人は居ない。しかし、その後出勤してこない人はいない。②暇だからとか、人が多いという理由でシフトを削ったりは一切せず、アルバイトの希望するシフト通りに出勤してもらう。もちろん人件費率の予算は設定しているが、毎月大幅に予算を下回る結果が出ている。人件費率予算24%に対し、毎月平均21%を下回る。③人を切らない経営を実践し続けているからこそ、卒業生が卒業しても卒業してくれない。学業とともに店舗を卒業した元アルバイトスタッフから毎月シフトの提出がある。本業があっても忙しいにも関わらず、「また働かせてもらってもいいですか?」や、「来月どうしますか?」「自分自身でできる事はありますか?」と連絡が頻繁にくる。人と人とのご縁を大切に、共に生きていくからこそ自分たちから手を離すことがない人を切らない経営をしている。
こだわり・強み②	令和の時代だからこそ一貫通貫昭和的経営。経営者、働く者の過去、現在、未来を一貫貫させた経営理念。そこから生まれたビジョン、事業戦略、コンセプトを掲げている。その中でも社員一人ひとりの人生を振り返り、大切にしている価値観、仕事観を共有し、その全てを会社の進むべき道とリンクさせることにより、お店とスタッフ、経営者が一心同体になっている。そして日本の芸道として大切にされている「守・破・離」の精神を大切にしている。【守】歴史を学ばない民族は滅びるといわれているように、過去を大切にしている。だからこそ創業の想い、お店の歴史やストーリーを伝え、学び続け、12年間大切に紡いできたコンセプトシートを今でも原点に置いている。【破】過去に囚われる事なく、柔軟に時代に合わせお店を変化させ、現在活躍するスタッフの個性を活かしお店作りをしている。【離】人と人の関わりでしか、感じることでできない暖かさや、ひとりでは生み出すことのできない未来への可能性を信じ、人と人との繋がりを大切に尊重し続けること。これが関わるすべての人と共に生きるを大切にしているろばた翔の強みであり革新。これを居酒屋を通じて伝えていきます。

◆CS接客◆	店内内観写真1	店内内観写真2	こだわりの想い	共に生きるよろこびという理念があり、スタッフが【して差し上げる接客】は当たり前と考え、お客様もスタッフも【一緒に楽しむこと】を大切にしている。それは人生を楽しむお手伝いをしたいという思いがあるから。前提としてマイナス要素を排除する接客で悲しい想いを絶対につけないようにし、その上で人(スタッフ)と人(お客様)とが家族のように繋がる接客を心掛けている。
	説明 炉端焼きの語源は【炉】の【端=カウンター等】からきているので、全席から炉端焼きを仕上がるLIVE感を楽しむ店内	説明 カウンター席だけではなく、大人数のお客様にもご来店され楽しんでいただくように、炉端焼きの見えるテーブル席も用意	具体的に実践している取り組み・仕組み	①お客様の来店時の状態に合わせて接客をしている(一人百色)。十人十色と言われるように各個人趣味趣向が違う上に、その日の体調や心境の変化、何軒目かで頼まれる商品が変わってくるので個別対応の接客をしている。②お客様とのコミュニケーションを重ね、お客様同士やスタッフも交え積極的に紹介しあい共通の趣味や価値観のお友達や飲み仲間が増え、和が広がる和の国マッチング接客。
	実践した結果どうなったか(数値による変化などあれば)	しっかりとした接客、人間味と個性溢れる接客ができていて、信頼感や安心感がうまれる。そして、おすすめの商品を提案させてもらおうと、今まで口にするのが無かった食財やお酒との出逢いを提供することができ感謝され、これが食育になっていると気づいた。お客様から一緒に乾杯しようよ!と言っていたら、共に乾杯する(辛い乾杯)の数が多い時で月600杯を上げたこともある。		

### ◆全国大会の壇上で1番伝えたいこと◆

心は心でしか満たされない関わるすべての人を大切にしていますか

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。予めご了承いただきますようお願い申し上げます。☺

◆基本情報◆

開店日	西暦 2019年12月 (設立 4年)
【店舗名】	<b>酒ワイン食堂 今日どう？</b>
【店長名】	<b>原田 涼平</b>
【店舗住所】	東京都世田谷区宮坂2-19-1 吉村商店ビル1F
【TEL】	03-6413-6396
【営業時間】	ランチ:12:00-14:30 デイナー:17:00-23:00
【定休日】	なし
【主な客層】	30代女性
【インバウンド比率】	国内 100% : 海外 0%
【立地】	駅徒歩(3)分 住宅街
【客単価】	4,000円(税抜)
【席数・坪数】	30席 15坪
【GoogleMap URL】	

社名	株式会社マイルデザイン
----	-------------

◆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  具体的に実践している 取組み・仕組み	稲盛和夫さんの「人生の方程式」を大切にしている、「人生＝能力×情熱×考え方」この考え方の部分をしっかり説明し、人間力の高いスタッフの育成をこころがけています。「+の考え方」は「ポジティブ」なのか「ネガティブ」なのかではなく、「いい影響を与えられている」かどうかで判断。 自分の発言や行動、表情が相手に無意識のうちに影響を与えてしまうので、いい発言やいい行動や表情を日々意識してもらっています。 ワインを楽しむきっかけをお客様に与えたいので、ワインの知識を最初はまる暗記から、グラスワインだけでも説明できるように覚えてもらっています。
	説明 毎年恒例の忘年会		まず面接の時点で、会社の理念や会社が大切にしている考えかた(人生の方程式、影響力)の話しをパワポを使って説明し、理解、共感してもらおう。 入社初日の出勤は座学で、ハウスルールの説明やグラスワインの説明、味や香りの違いをテイスティングしながら教育。実際にワインを提供する際も品種、香り、味わいを説明している。 年に数回、全店舗スタッフ集めて、人間力の研修とワイン、日本酒の研修を開催している。
	実践した結果どうなったか(数値による変化などあれば)	最初はワインを飲めなかったスタッフも、ワインを好きになったりと、日々ワインに触れ、テイスティングしながら知識を得ることで自分もワインが好きになり、お客様にもアウトプットできるようになっているスタッフもいる。	

書類審査シートの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	飲食店ドットコム、バイトルに掲載	実践した結果どうなったか(数値による変化などあれば)	100件以上の応募 会社全体で20人ほどの採用
-------------------	------------------	----------------------------	----------------------------

◆集客◆

具体的に実践している取組み・仕組み	MEO対策とインスタグラムを外部に委託 モバイルオーダーに変更し、ご来店時間帯や頻度によって次回使えるクーポンの配布	実践した結果どうなったか(数値による変化などあれば)	Googleマップ見て来店されたお客様や、インスタグラムを見てご来店されるお客様が増え、新規の客数があがった。 リピート率が2%ほど上がった。
-------------------	---	----------------------------	--

◆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。
	思い つくれた背景	企業理念:未来を広げるきっかけを世の中にお客様へまだ知らないこと価値観や出会いに対して、小さなきっかけ作りをしていこう。 そんな思いで店舗づくりをしています。
	◆店舗コンセプト◆ 大人のファミレス	具体的に実践している取組み・仕組み ワインと日本酒を中心に「お酒を知る・楽しむきっかけ」を体験していただくために、ワイン提供時には品種と香りと味わいを必ず説明するようにしています。 価格帯も手の出しやすいカジュアルな価格に設定。ワインもなるべく単一品種で、わかりやすいものを選定しております。 またショートコースの最後には、ペアリングワインを少量サービスでお付けしています。
実践した結果どうなったか(数値による変化などあれば)	普段ワインをあまり飲まない、もしくは詳しくないお客様でも「ワイン選びが楽しくなった」や「ワインが好きになった」などのお声を頂いております。 ショートコース最後のペアリングも好評。スタッフも自信をもって提供しています。	


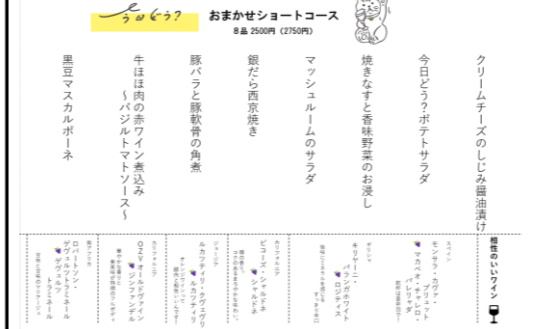
◆料理◆

看板メニュー写真	料理写真	豚バラと豚の軟骨を使用、タレはとろみをつけた甘めの醤油ダレ。 大分県由布院の高級旅館ムラタのマスタード使用。 じっくり煮込んだお肉はホロホロな柔らかさに。
豚バラと豚軟骨の角煮 豚バラと豚軟骨入りで食感と味わいの違いを楽しんでいただいております。	中華マン 角煮を一切れずつ残しておいていただき、中華マンをサービスで提供。角煮マンにして召し上がっていただく。	具体的に実践している取組み・仕組み 初来店のお客様には必ず看板商品の説明をしていて、オーダー率は90%以上。 最後に中華マンをサービスで提供し、角煮マンにして召し上がっていただき、2通りの食べ方を楽しんでいただいている。 お店のロゴが入った袋も作成し、袋に中華マンが入った状態で提供。
	実践した結果どうなったか(数値による変化などあれば)	お客様アンケートにも、角煮の味で満足いただいているところに、後出しの中華マンで「感動した」や「更に美味しく食べれた」などの声もいただいている。

◆CS接客◆

店内内観写真1	店内内観写真2	街柄的に、近くにお住いのお客様が多いので、お客様との距離感を大切にしています。お酒落だけ居酒屋感もある店内は、デート利用でも、友人同士でも、フラットお一人でも、使い勝手のよいお店作りを意識しています。 ワインを扱っていますが商品知識、ワインの提案をできるスタッフの育成をしている。
説明 カウンターメインの店内。カウンター内にはワイングラスがかかっており、お店に入った瞬間にワインのお店だと感じてもらう。	説明 テーブル席は4名×2席、6名×1席、2名×1席。	具体的に実践している取組み・仕組み 入社時に研修でグラスワインの説明、味や香りの特徴、違いをテイスティングしながら説明している。 ワイン提供時にも品種、香り、味わいをタグ付きで必ず説明するようにし、お客様のご要望に合わせてワインの提案ができる仕組みを作っている。 ワインと日本酒はメニューに載せてないものもいくつかご用意。常連様を飽きさせないようにしています。
	実践した結果どうなったか(数値による変化などあれば)	実際に、20代～50代まで客層の幅が広く、いろんなシーンでご利用いただけております。 ワインの提案や提供時の説明は近隣店舗との差別化にもなっており、「説明がわかりやすく良かった」等のお声もいただいております。 週5～6で通われている常連さんも、日々変わる日本酒を楽しみにご来店されています。

◆他店舗にない、自店舗のウリ・こだわり・強み・仕組み・取組み◆

こだわり・強み①  	ワインと日本酒を中心に、「お酒を知る、楽しむ」きっかけを作れるのが一番の強みです。 ショートコースにはペアリングに相性のいいワインを記載、ワイン提供時にはスタッフから品種、香り、味わいの特徴の説明。グラスワイン500円代～800円代、ボトルワイン2,000円代～と手の出しやすい価格帯。 ソムリエもいるので、ボトルで選びたい人も失敗しないようワインを選んでいただけます。 コースの最後にはデザートワインを少量つけ、ペアリング体験をしていただいております。
こだわり・強み②  	2,500円のショートコース。お店のオススメ、食べて頂きたいものが一通り詰まったショートコースとなっております。 初めてご来店のお客様に必ずオススメしています。 おひとり様ずつの量で提供するので、量感的にもそんなに多くなく、お一人で来られるお客様でもコースがおすすめです。 コースに入っていない料理もまだまだたくさんあるので、次回の来店動機に繋げられるのも強みのポイントです。 ペアリングの相性がいいワインも記載してあるので、ワインに挑戦したいかたもペアリングできます。 コースの最後に黒豆マスカルポーネという甘めのおつまみを提供の際に、甘口ワインを少量サービスでお付けして、ペアリング体験もできる仕組みになっています。

◆全国大会の壇上で1番伝えたいこと◆

ワインを楽しむきっかけを広めたい

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 2023年 9月 (設立 10ヵ月)
【店舗名】	<b>ビストロアジル 蒲田店</b>
【店長名】	<b>小松 高士</b>
【店舗住所】	東京都大田区西蒲田7-5-12 蒲田新中央ビル2F
【TEL】	03-6428-7040
【営業時間】	16:00～23:00(LO22:30)
【定休日】	年中無休(年末年始のみ休業)
【主な客層】	店舗周辺住人または企業
【インバウンド比率】	国内 1% : 海外 0%
【立地】	駅徒歩(2)分 繁華街～住宅街
【客単価】	5000 円(税抜)
【席数・坪数】	44 席 34 坪
【GoogleMap URL】	

社名	感動スマイルキューブ株式会社
----	----------------

◆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	私達の理念である「自分の感動とスマイルを通して、人々の心を豊かに」を体現するために店舗営業のみならず、社会問題への挑戦、評価制度の運用、人材教育研修、外国人インターンシップの受入など様々な成長の機会を実施しています。自分自身が感動して、スマイルになることを追求することで、周りに影響を与える存在になる為に必要なことは「自身の成長実感」だと考えます。「今までできなかったことができるようになる」この成長の先に「感動」「スマイル」があると考え、様々な新しい挑戦に前向きに取り組み続けていきます。
	説明		具体的に実践している 取組み・仕組み
	自分の「感動」と「スマイル」を通して、人々の心を豊かに	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)	実践している過程の中で、何よりスタッフの成長を感じることは、それぞれが自身の役割を理解し、自ら行動しようとしていることです。特に子ども食堂の活動を通して、多くの子供たちと触れる中で、思い通りに行かないことが本当に沢山あります。そんな時、各個人に対して、柔軟性や判断力が求められる場面が多く、これを毎日繰り返し、日々ブラッシュアップしています。時にメンバー全員で議論の場を持ち、意思統一、改善案を決めて行動しています。通常の店舗営業にプラスしてこの子ども食堂の活動をしていることがメンバーの成長を加速させていることで、店舗営業での接客力の更なる向上に繋がっています。

書類審査シートの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	【リファラル採用】 既に働いているスタッフからの紹介で仲間を増やす 【感動子ども食堂運営】 地域密着型の店舗運営に共感してくれる仲間を増やす 【外国人採用】 インターンシップ制度を利用してインターン生を採用しています。	実践した結果 どうなったか(数値による変化などもあれば)	学生PAさんからのお友達紹介でのPA採用(多数) (PAさんの採用費0円) 前職で共に働き気心の知れたメンバーの正社員採用(3名) 子ども食堂の活動を通じて、正社員採用(2名) 外国人採用者からのお友達紹介での正社員採用(1名) インターンシップ生は、バングラディッシュから採用(7名)
-----------------------	--	---------------------------------	--

◆集客◆

具体的に実践している 取組み・仕組み	再来店獲得の為に、注文用モバイルオーダーから獲得したお客様LINEアカウントへの情報配信、クーポン配信を実施しています。自動配信機能で、来店後アンケート回答者へのクーポン配布。セグメント配信として、来店回数や来店間隔に応じたクーポンの自動配信。店舗スタッフによる、新メニュー情報などの定期配信を実施 お客様がまた来たくなるようなQSC向上・接客ストーリーの運用	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)	獲得した顧客情報に対しての配信、発信を自動化し、これまで配信活動に使っていた効率化致しました。その時間を使って、また来たいと思ってもらえるお店作りを強化しました。QSCの向上・接客ストーリーの作成、落とし込みを行い、リピート率の向上に取り組んでいます。(今期リピート率14.9%)
-----------------------	---	---------------------------------	--


◆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		【店舗併設型の「子ども食堂」を毎日運営】 昨今、社会問題にもなっている子ども貧困・孤食に目を向け、2023年9月の業態変更前から3年に渡り取り組んでいる「感動子ども食堂」を毎日16:00～19:00で開催しております。店内に「子ども食堂スペース」を作り、月間300人のご家族にお食事(子ども無料、おとな500円)を提供しております。また月に1度は30名規模の食育イベントを毎月開催、毎週火曜日には付近の弁護士さんが学習支援にきてくれます。地域の子ども達の「居場所」づくりをテーマに様々な活動を実施しております。店舗営業と共に、この「感動子ども食堂」の活動を通じて、お客様、取引先企業様、近隣企業様より、ご支援と応援を頂きながら、地域密着型の店舗運営モデルの確立を目指しております。この活動を知ったことがきっかけで店舗にお来店頂き、お食事をしてくれる方、口コミで紹介してくれる方などこれまでの飲食店集客とは異なる来店動機を創出してあります。まだまだ、発展途上ですが活動を続けることで地域に愛されるお店を作っていきます。
こだわり・強み②		【「美味しい」と「楽しい」の提供にこだわる】 当店の料理で一番大切にしているのは、「美味しい」と「楽しい」ということです。店舗には様々な資格を保持しているメンバーがおり、多様な経験と知識と発想で料理開発を行っています。ワインソムリエ・日本酒ソムリエ・オリーブオイルソムリエ・スパイス&ハーブマスターなどの豊富な知識をもとに、お料理の食べさせ方、フードペアリング、新しい食材の組み合わせ、お客様の目の前で仕上げる体験型メニューなど、「食」の幅が広がる楽しさを提供できることを常に考え開発しています。  また、社会課題のフードロスに向き合う取り組みもこれから始めていきます。特に「未利用魚」の活用に向け、新たな価値を想像して、お客様に提供したいと考えております。

◆全国大会の壇上で1番伝えたいこと◆

自分の感動とスマイルを通して、人々の心を豊かに

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。

◆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。
	◆店舗コンセプト◆ ・料理のクオリティとリーズナブルな価格を両立させた欧風居酒屋  ・地元の人々との繋がりを大切に、地域密着型店舗	想い つづられた背景	【経営理念】自分の「感動」と「スマイル」を通して、人々の心を豊かに 【Vision】社会課題に目を向け、それを解決する一役を担う、店舗を想像する 自分が感動しながら、笑顔で、楽しく働いていれば、おのずと周りに人々に影響を与えられる存在になれるはず、固定概念にとらわれず、自分がワクワク、ハッピーになれることをどんどん提案し、躍動感あふれる未来店舗を作っていく。
		具体的に実践している 取組み・仕組み	理念浸透こそが組織の力を最大限発揮するために必要だと考え、まずは、正社員メンバーはもちろんのこと、PAさんにも理念・Visionを覚えてもらうために店舗ミーティング、出勤時などの理念唱和を行っています。何度も復唱し、一言一句間違わずに言える状態を作った上で、この理念やVisionに沿って、各個人が何をすべきか考える為のミーティングを実施して目標設定を行っております。


◆料理◆	看板メニュー写真	料理写真	こだわり 想い	各地で修行を積んだシェフ達がこれまでの経験を活かして、「美味しい」はもちろんのこと、さらに「楽しい」をキーワードにお客様の目の前でお料理の仕上げをする体験系のお料理やワインやお酒、ドリンクと共に食することで美味しさと楽しさが広がるフードペアリングなど、美味しいだけに留まらず、「楽しい」を提供することを心掛けてメニュー開発を行っております。
	説明 「牛ハラミ肉の炭火焼」 旨味が強い赤身肉を低温調理で柔らかくし、炭火焼で表面を香ばしく仕上げました。フライドポテトと組み合わせるフランス定番のステーキフリットスタイルで～	説明 「半熟たまごのトリュフ掛け」 当店の人気お通しお通しは、ご来店のお客様全員にお召し上げ頂くお料理なので、体験の要素を加えて、「感動」を提供できるように考えています。	具体的に実践している 取組み・仕組み	特に「お通し」(500円/人)には、こだわりを持って開発・提供しています。ご来店のお客様全員が最初にお召し上がり頂くお通しから、「感動」を提供することで、その後にお料理やお店全体に期待をもって頂けるので私達は、お通しを大事な一品だと考えております。目の前でフレッシュトリュフを削る、「半熟卵のトリュフがけ」は、お代わりしたいとのご要望を頂くほどです。
		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)	楽しさの提供は、お店への信用や期待に繋がり、お客様との距離を縮める役割を果たしてくれています。その結果、お客様とのコミュニケーションも数が増え、追加オーダーやおすすめメニューの提案がスムーズになり単価UPに繋がりました。また体験系で動きのあるお料理は、お客様が写真や動画に撮ってSNS等に投稿してくれています。そのことで、店舗露出向上に繋がっています。	

◆CS接客◆	店内内観写真1	店内内観写真2	こだわり 想い	【デジタルとアナログの共生】 当店では、モバイルオーダーを採用しており、デジタルの方が圧倒的に効果の高い情報収集や管理については、デジタルを最大限に活用しています。一方で接客においては、デジタルに依存し過ぎないことを最も大事にしています。おすすめ商品や料理説明などは、直接スタッフの言葉で温かみを感じてもらえるような接客を心掛けて行っています。
	説明 赤と黒を基調とした落ち着いた店内で、オープンキッチンスタイルのキッチンからは、食欲をそそる音と香りを感じながらお楽しみ頂けます。	説明 店内に併設する「感動子ども食堂」スペースで、子ども食堂を毎日開催。地域に愛されるお店づくり。	具体的に実践している 取組み・仕組み	ファーストアテンドとして、モバイルオーダーに誘導する前に、手書きで書いたおすすめ黑板メニューを持って行き、スタッフの言葉でお客様に本日のおすすめ料理や裏メニューなどのご説明をします。このファーストアテンドを取り組みとして仕組み化したことで、スタッフとおお客様の接点を増やし、デジタルへの過度な依存を解消し、接客力の向上を果たしています。
		実践した結果 どうなったか(数値による変化などもあれば)	実践している結果、スタッフとおお客様の接点が増えたことで、提案機会が増加して客単価の上昇に繋がっている。また、来店後のお客様アンケートにて「親切」「丁寧」「気遣い」のような、接客の温かみを感じるワードが多く書いてもらえたり、スタッフの名前を覚えて頂きアンケートに記載してもらえたりと、スタッフのモチベーションUPにも繋がっていることを実感しています。	

◆基本情報◆

開店日	西暦 2020年 6月 (設立 4年)
【店舗名】	<b>44apartment 薬師池店</b>
【店長名】	<b>須賀 彩水</b>
【店舗住所】	〒194-0032 東京都町田市本町田3105
【TEL】	042-860-6956
【営業時間】	8:00-21:30
【定休日】	年末年始
【主な客層】	町田市内に住む全年代/観光目的のご家族や若年層
【インバウンド比率】	国内 95 % : 海外 5 %
【立地】	駅徒歩(40)分 ロードサイド
【客単価】	2,195円(税抜)
【席数・坪数】	56席 48坪
【GoogleMap URL】	https://maps.app.goo.gl/EdeVoRNbTfJciGKc6

社名	株式会社キープ・ウィルダイニング
----	------------------

◆ESスタッフ教育・スタッフ満足度向上◆	スタッフ集合写真	<p>ごだわり 想い</p> 	今の世の中、働く場所は山ほどあり、働く側がいくらでも職場を選べる環境です。その中でも、この場所を選んでくれたスタッフを従業員としての人員としてではなく人生をさらに豊かにするコンテンツとしてこの場を使ってほしいと採用時に伝えています。ただお金を稼ぐのではなくここで働く経験を通して成長できる、具体的には「自分で考えて行動できる人材になってほしい」とそんな思いで教育に取り組んでいます。そのために営業で必要なスキルに関する教育も行いますが、店舗をよくする為の案を定期的にヒヤリングし店舗運営に活かしたり、店舗運営の中核に入り込み社員・P/A関係なくおづくりができる環境をつくっています。
	説明		<p>働く時間・場所を通して「自分で考えて行動できる人材」づくり</p>
		<p>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)</p>	<p>去年、初開催でしたが1日最大25名。月間で400名の方がラジオ体操に参加し、無人だった朝の公園が賑やかな光景に変わりました。また、スタンプラリーの景品であるモーニングプレゼントは30名近くの方が利用し、企画が終わった後も日常的にモーニングを利用してくださる常連様になっています。</p> <p>この公募制度を通して、参画したスタッフからは「お店や土地のことを考える時間が増え、知ったことでもっとお店が好きになった」「挑戦できる場があってやりがいになった」など本人の向上心ややりがいにも繋がっています。言われたことをただこなすような人材ではなく、役職や立場関係なく自ら考え行動できる人であり集団を目指します。</p>

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。 <b>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。</b>
------------------	--



◆人材採用◆

<p>具体的に実践している 取組み・仕組み</p>	<p>■人員充足率の管理マネジメント</p> <p>3ヶ月後を見据えた人員充足率を独自のフォーマットでマネジメントし、計画的な採用を行なっています。私たちは充足率100%でシフト数びったりだと定義づけ、弊社は全店130%の充足率を基準に計画的に人員を確保し、採用を行なっています。</p>	<p>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)</p>	<p>このマネジメントを始めるまでは、100%を切ってしまう充足率でした。何かイレギュラーが起きた時には、社員がアルバイトの穴埋めをし、労働時間が増え、現場が疲弊する現実がありました。充足率130%を維持することで人を溢れさせ、計画的な採用を行うことができています。全店で人がいなくて困るということがなく、コロナ明けのタイミングでもスムーズに戦うことが出来ました。</p>
-------------------------------	--	---	--

◆集客◆


<p>具体的に実践している 取組み・仕組み</p>	<p>■登録者7万人「KEEP WILL CLUBアプリ」</p> <p>「食を通してお客様の日常を豊かにする」をコンセプトにクーポンやイベント情報の発信、食卓で楽しむフードギフト販売等を企画運営。「RAINY COFFEE」は雨の日でも心晴れやかに過ごしてほしいという思いで雨の日にはコーヒードリンクをプレゼントするクーポン。食を通して豊かな時間を過ごすシーン提案をしています。</p>	<p>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)</p>	<p>44apartmentは生活導線から離れ、最寄駅から徒歩40分離れた公園内にあります。雨が降れば公園利用が減るとは比例し、売上も半以下に。ですが「RAINY COFFEE」の効果として、1日約20組の集客効果があり、このクーポンがあるから雨の日でも来店するという実績がついています。公園内にある店舗としてのウィークポイントを補う大きな効果のあるクーポン。</p>
-------------------------------	--	---	--



◆他店舗にない、自店舗のウリ・ごだわり・強み・仕組み・取り組み◆

ごだわり・強み①	 <p>「食を通してお客様の日常を豊かにする」をコンセプトにクーポンやイベント情報の発信、食卓で楽しむフードギフト販売等を企画運営。「RAINY COFFEE」は雨の日でも心晴れやかに過ごしてほしいという思いで雨の日にはコーヒードリンクをプレゼントするクーポン。食を通して豊かな時間を過ごすシーン提案をしています。</p>
ごだわり・強み②	 <p>■「NIGHT PICNIC CINEMA」地域貢献/豊かな暮らしのシーン提案</p> <p>年に2回44apartment薬師池店の店内と、町田薬師池公園四季彩の杜西園の芝生広場を使ったNIGHT PICNIC CINEMAを開催。コロナ禍で行動範囲が狭まった当初、「夜の公園を楽しんでいただきたい」「幅広い年代が集まれる場所をつくりたい」とそんな思いで2年前から行っています。直近5月の開催では1日の来園者数1万人越え、イベント来場者数2200人越えを記録。44apartment薬師池点では映画イベント特別メニューを用意し、店内飲食・テイクアウト合わせて売上164万となりました。自主事業として出資し、このイベント企画に共感いただいた地域企業様から協賛もいただいていることで無料鑑賞が実現でき、地域貢献と豊かな暮らしのシーン提案を行っています。</p>

◆全国大会の壇上で1番伝えたいこと◆

「食×企画=∞」  
飲食はまだ、企画の力で進化する

◆外観写真◆	外観写真		<p>◆理念◆</p> <p>(企業理念) 幸せを実感できるお手伝い (店舗理念) 笑顔で帰るべきや意味がない</p>
	ごだわり 想い	<p>一つテーブルを友人、家族、恋人と一緒に囲み飲食をする。本当はそんな日常的な事こそ、幸せなことと私たちは考えます。「幸せとは手に入れるものではなく、手の中にある幸せに気づく事」それを実感できるようお手伝いさせて頂いています。そして、人が幸せを感じる時、表情は必ず「笑顔」である。どれだけ沢山のお客様が来て、売上が高くても、目の前のお客様が笑顔でなくては私たちがここで働く意味がないのです。</p>	<p>具体的に実践している 取組み・仕組み</p> <p>入社時に社員・P/A関わらず理念研修を行っており、理念を理解したうえで営業に入っています。月1回全店舗の社員が集まる総会にて理念に元づいたお客様エピソードの共有などを通し理念浸透を図っています。また、日々の朝礼で理念の唱和を行い、毎日口にすること。日々の営業内で目標決め・振り返りを行っています。「お客様は笑顔で帰ったか」など店舗理念と同じワードを使って振り返ると理念体現した営業に近づきます。</p>
	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)	<p>日常的に理念に触れることで理念理解を全スタッフがしており、作業的ではなくお客様ひとりひとりに寄り添ったサービスができています。この店舗理念ができる1年前前は営業のお客様満足度にムラがあったり、お客様アンケートで月間15件程「一部不満」が出てしまう状態でしたが現在は殆どなく、最高項目である「感動」が3割から6割にまで伸びました。お客様の中には調布から片道一時間かけて週2回は必ず訪れる方もおります。</p>	<p>◆店舗コンセプト◆</p> <p>「Have a Warm Home」 ようこそ、わが家へ</p>

◆料理◆	看板メニュー写真		<p>ごだわり 想い</p> <p>「地元の人が、その土地の旬を食べることが食の本来あるべき姿」旬の地場食材を生産者から仕入れ、お客様にお届けしています。一番の強みはその食材を誰よりも知っている人から、一番美味しい食べ方を聞ける地場だからこそ距離感です。また、町田市は生産数に対し売り場が少なく食材破棄が多い現状も。お客様だけでなく生産者も自身の価値を知覚できるお手伝いをしています。</p>
	料理写真		<p>具体的に実践している 取組み・仕組み</p> <p>公園内には弊社が運営している直売所を併設。身近に地場食材を購入することができ、日常的に地場食材に触れる機会を創出しています。フードロスの観点で形が悪く売り場に並べられない野菜を加工してカフェ店舗で使用。また、調理時に出る野菜の端材を集め、公園内にある畑の肥料にするなど環境問題への取り組みも行っています。</p>
	説明	<p>町田野菜を日替わりで使用した薬師ベジタブルカレー。公園内の直売所で同様の野菜を購入できる。</p>	<p>説明</p> <p>町田産卵を使用した薬師デラックスーパーガー。テイクアウトし、公園内の芝生でも召し上がれる。</p>

◆CS接客◆	店内内観写真1		<p>ごだわり 想い</p> <p>お客様ひとりひとりのバックグラウンドに合わせた接客です。44apartmentは晴れの日利用が少なく日常的に利用されるお客様が多いです。そんな中でもお客様の心情や利用場面は異なると考えます。いつ来ても「家」に迎え入れられるような温かさを感じてもらい、心がより豊かになる「そんな営業状態をゴールとして、お客様を笑顔にすることにこだわっています。</p>
	店内内観写真2		<p>具体的に実践している 取組み・仕組み</p> <p>「いつ来ても」いい営業を実現するために「いい朝礼の明瞭化」を行いました。仕切りの踏み込み方、PDCAが高速で回転している、理念浸透のエピソード共有など全10項目にわたる評価軸を設定し100点満点で評価。80点以上を最低基準とし、毎月抜き打ちで社内チェック、数値化するシートを店舗責任者に共有し店舗MTGや現場改善に活かしています。</p>
	説明	<p>一面ガラス張りの窓からは公園内の芝生が一望できる。窓を全開にし、鳥の囀りやそよ風を肌で感じる開放感。</p>	<p>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)</p> <p>いままで不明瞭だった「いい朝礼」を明確にすることで、立ち上げ作業や仕込みという作業的なマインドからお客様をお迎えする気持ちの切り替えとなり、結果的に朝礼精度も良くなり、社員レスの営業精度も安定していききました。また、MSの評価得点も平均190以上を推移し、お客様アンケートも全卓満足以上を維持しています。</p>