



【①PR資材を利用した呼びかけ】

- ・農林水産省提供 P R 資材と独自資材で予約購入の呼びかけを行った

【②予約販売の強化】

- ・予約購入をして頂いた顧客に、ポイントを付与した
- ・予約を強化して早期予約数を確保したうえで、前年の売上をもとに、当日の販売数量を調整した
- ・チラシ、店内放送、SNS等で周知を行った

【③製造・販売計画の工夫】

- ・前年販売・廃棄実績から適正な数量を計画した
- ・当日ロスの出やすい高単価品は予約のみの販売とした

【④サイズやメニュー構成の工夫】

- ・昨年完売した商品を増やし、廃棄の出た商品を減らした
- ・お客様ニーズにあった商品化（ハーフサイズ・食べ切サイズの強化）

【⑤当日のオペレーションの工夫】

- ・当日の天候や販売状況を見ながら製造数を調節する
- ・売れ行きに応じて、値下げ時間を早くした