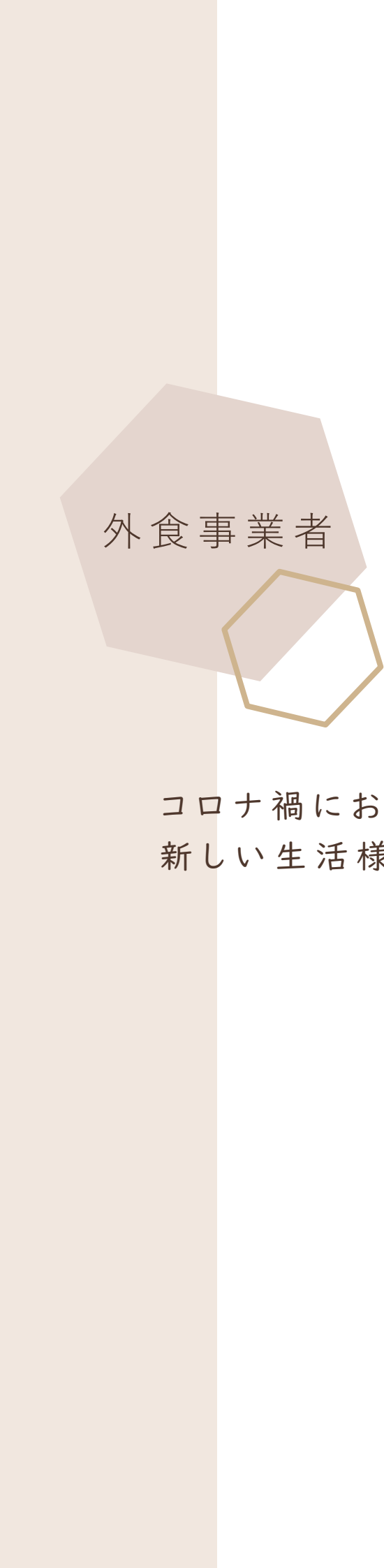


A vertical light brown bar is on the left. A large, semi-transparent brown hexagon is positioned in the upper left. Overlapping its bottom-right corner is a smaller, outlined brown hexagon.

外食事業者

コロナ禍における売上確保の取組や
新しい生活様式に対応した新たな事業展開・転換

株式会社 ファイブスター

(滋賀県彦根市松原町1880-5)



ー滋賀県を中心に多角的な飲食店を経営する企業ー

背景及び経緯

来店客の激減により売上が減少し、新たな販売手法への取り組みが必要となった。

取組等の目的

新たな販売手法として「すし処 海座」にてドライブスルー販売方式を開始し、日本酒をはじめとする地域産品の販売「滋賀名産コーナー」を設置した。

具体的な内容

ドライブスルーは、2023年1月にオープンした「すし処 海座」にて開始した。これにより、来店客とテイクアウト客が重なりレジが渋滞することにより来店客が逃げてしまう機会損失の解消を行った。お寿司のテイクアウトがドライブスルーで可能となることによる新たな需要喚起を期待している。

また、お客様のお待たせを解消することで、CS向上の効果も期待できる。このほか、地域産品の販売「滋賀名産コーナー」を設置し、飲食だけでなく、日本酒をはじめとした地域産品を販売する事により売上アップを図る。



課題と展望等

更なる店舗内のIT化の推進による省力化、生産性向上の取り組み強化である。また、タブレット端末による注文により省力化を図り、人件費削減に加えて、新人教育への時間が短縮できると期待している。このほか、配膳ロボットの導入も検討しており、更なる省力化の推進を目的としている。

石原産業株式会社

(滋賀県彦根市西今町字品井戸55-1)



ー滋賀県下を中心に多様な飲食事業を展開する彦根市の企業ー

背景及び経緯

2020年3月の緊急事態宣言による来店客の激減が大きな背景である。その後業績は回復するが、中国料理 龍鱗の打撃が一番大きかった。ラーメン一魂家(彦根市・甲賀市・米原市)はすぐに回復し、維持拡大傾向にある。また、BABY FACE PLANET'S (彦根市・湖南市・福知山市・長浜市・敦賀市)は、個室中心のレストランで、感染対策が出来ている店と認知してもらい売上維持ができた。

中国料理 龍鱗は個人・法人共に会食及び宴会需要の激減、円卓で取り分けてシェアするスタイルが敬遠されており、大幅な売り上げ減少(最大75%減)の対策が必要であった。

取組等の目的

需要が増えたテイクアウトの強化やふるさと納税(彦根市)の返礼品提供を目的に実施した。

具体的な内容

テイクアウトメニューの種類を増やし強化した。具体的には、小中学校の教職員向けをターゲットにチラシ配布を実施し、効果があった。また、自治体や商工会議所と連携し、月1~2回彦根市役所駐車場や地元スーパーでの弁当・惣菜販売を行った。彦根市のふるさと納税へ参画し、ふるさとチョイスや楽天サイトに掲出するなど、年々拡大している。インスタやLINEなどでの販促に加え、従業員が手配りで各家庭のポストにチラシを配布し注文に繋げた。

課題と展望等

学校や企業向けの弁当・オードブル需要はコロナ前から一定数存在し、コロナを経験したことで、その需要を掘り起こすことが出来た。本格的な中華弁当を提供する店も少なく、強みとして活かせる所なので、これからも力を入れていきたい。



株式会社 松喜屋

(滋賀県大津市唐橋町14-17)



ー大津市にある老舗の近江牛専門店レストランー

背景及び経緯

緊急事態宣言により来店客が激減し、売上確保の必要があった。

取組等の目的

従業員の雇用維持及びコロナ対策支援が受けられない仕入業者の存続のため、れすとらん松喜屋（本店）の営業は休業せず継続する。上記を実現する為に、①～②の取組を行う。



具体的な内容

- ①テイクアウトメニューの充実と店舗スタッフを配達員へと活用した。
以前から取り組んでいたのでもリスク対策含めて、ノウハウが蓄積されていた。この結果、法人需要獲得に効果がある、最高値のテイクアウトメニュー6,480円の弁当が販売好調である。
- ②ネット通販は数年前から注力しており、販売ノウハウが蓄積されていたことに加えて、行政のコロナ支援の30%値引き補填が功を奏し、Yahoo及び楽天サイトの売上が大幅に増加して、来店客の売上減少を補完した。

課題と展望等

ハンバーグステーキ松喜屋は MICE需要の取り込み。鉄板カウンター22席を活用した会議（プロジェクター投影）＋食事プランの販売を行う。24年大河ドラマは滋賀県石山寺が舞台となる為、上手くプロモーションをして需要獲得したい。インバウンドは最近本店に毎日1組は来店がある。京都店でインバウンド対応のノウハウがあり、比率を上げ過ぎず今後取組みを強化して行きたい。



有限会社 ふゅーちゃーサービス

(滋賀県大津市京町3-2-11)



ー創作フレンチ&ビストロ店ー

背景及び経緯

コロナの影響で2020年は売上が半減したが、行政の支援金に助けられたのが実情であった。

取組等の目的

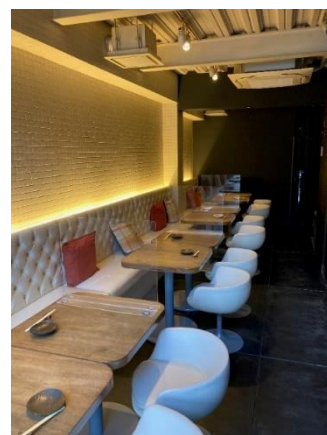
特別な取組みは実施していないが、敢えて必要以上に動かないことが得策とも考えた。

具体的な内容

自宅を店舗にしており家賃等の経費負担（固定費）が発生しなかった。家族内で調理担当、ホール担当など役割を分担して人件費を削減し何とか乗り切る事が出来た。

課題と展望等

現在の営業状況は、ランチタイムの集客が回復して来ているが夜は戻って来ていない。近隣の銀行や役所のお客様は、まだ夜の会食に人数制限があり本格的な回復には時間を要する状況である。



有限会社 清元楼

(滋賀県大津市雄琴6-1-35)



— 伝統の技をいかし、革新と斬新が統合する日本料理店 —

背景及び経緯

コロナ禍で会食が激減し、来店客が大幅に減少した。

取組等の目的

来店客の減少を、仕出し弁当の強化で補う。

具体的な内容

2020年からSEO対策を強化し、検索順位を上げるにより仕出し弁当の受注増に繋がった。一企業で、一日300～400個の発注があったが、このケースは、1日に複数回に渡り会議をおこなっていたため、終了後会食せず、仕出し弁当をお渡しした。弁当の保管にはもともと保有していた冷蔵庫が活躍した。



課題と展望等

コロナの収束により、来店客も戻りつつある。仕出し弁当も継続することにより売上拡大に繋げる。

株式会社 井筒屋

(滋賀県米原市下多良2-1)



ー明治22年、東海道線開通と時を同じくして創業した弁当店ー

背景及び経緯

駅弁の販売及び団体旅行の積み込みが収益の大黒柱であったが、米原駅の乗降客及び団体旅行の激減により大きな打撃を受ける。



取組等の目的

売上確保のため、本社内工場（米原駅：徒歩1分）にイートインスペースの設置拡大を進めた。

具体的な内容

創業100年以上を超える老舗であり、一定程度の固定ファンがいる。ホームページを見て、わざわざ購入しに来られる方々もいるので、2022年4月からはイートインスペースを拡大し、購入されたお弁当を落ち着いてお召し上がり頂く環境を整えた。

課題と展望等

知名度の高い老舗の駅弁屋であり、百貨店のフェアに提供したり通販も実施していたが、今回のコロナ禍により、薄利多売でなく、こだわりのあるお弁当を提供することにより、品質とブランドを維持して行く戦略に舵を切る契機となった。

商品情報

名物弁当 湖北のおはなし
近江牛大入飯 近江の味

株式会社 あかまる商店

(京都府京都市下京区芦刈山町125)



ー烏丸・四条大宮駅から徒歩近い、路地裏にある京町屋風酒場ー

背景及び経緯

夜のみの営業であったため、コロナ禍でお店を閉めなければならなくなり、これまでと異なる方法での売上確保が必要となった。

取組等の目的

売上確保のためテイクアウトに取り組んだ。
また単価UPを目的としたモバイルオーダーを導入した。



具体的な内容

売上確保のため、店頭でお弁当のテイクアウト販売に取り組んだ。店舗前に看板を設置する等の宣伝を行うことで、近隣の会社からまとめた予約などもあった。また、テイクアウトの容器は補助金等を利用し購入したほか、フェスに出店参加しブースで焼き鳥の販売を行った。コロナ禍となり感染症対策と客単価アップを目的として、新たにモバイルオーダーを導入した。補助金を利用し加湿器やパーテーションなど購入し、感染症対策を行い、顧客ニーズに対応した。



課題と展望等

コロナ前よりインバウンド客は多かったが、今後もインバウンド需要に力を入れて対応していく。

株式会社 総本家 河道屋

(京都府京都市中京区麩屋町通三条上ル下白山町295)



—河道屋蕎麦ほうるは四季を問わずご贈答に用いられる京名菓—

背景及び経緯

観光都市である京都への人流の激減により、店舗への来客数や全国百貨店での売上減少が顕著となった。また法人贈答需要も減少となった。

取組等の目的

来店による売上減少を確保するための施策として可能な取組を模索するためである。

具体的な内容

人流制限にて、京都への来客や百貨店、物産展出張販売等も見込めない状態で、ホームページにより通信販売を強化した。また、販売チャネル拡大の為、楽天市場及び、ECサイトSTORES等へも拡充し、少しでも売上確保に務めた。



課題と展望等

人の削減・原材料高騰の二重苦の中、様々な検討をするも、伝統的な商品として商品を根本的に変更はできず、梱包等に工夫をするなどでの対応のみとなるため、EC専用の商品開発も断念している。課題としては、宅配費用負担があり、基本的には単価の安い商品展開のため、送料負担はお客様負担として販売している。EC専用商品等開発をするためのコスト面での課題が大きい。



商品情報

蕎麦ほうる紙箱140g入=880円～紙箱820g入=4,500円

喫茶 じゃがいも

(京都府宇治市宇治壺番125-2)



ーJR宇治駅から5分、コーヒーとスマイルの喫茶店ー

背景及び経緯

コロナ前後問わず、喫茶じゃがいもは地域のお客様にゆったり楽しんでもいただける場所として営んでいる。またコロナ前後でお客様の来店に関しても、ほとんど変化はなかった。

取組等の目的

コロナ禍においてはもちろん、消毒液の設置やお客様の手に触れるものに関する消毒も気を付けている。

具体的な内容

コロナ禍の前後等の関係はないが、お客様が安心してゆったりとお楽しみいただけるように、環境を整えることはいつも心がけている。

課題と展望等

喫茶じゃがいもは、じゃがいもを大切にしてくださる常連のお客様はもちろん、新規のお客様でもお越し頂いた方にホッとくつろげる憩いの場となればといつも考えている。
これからも皆さんに来てもらい、少しでも楽しんでもいただけるように、頑張っていきたい。

株式会社 ギャラント

(京都府城陽市寺田垣内後19-5)



ー 京都を中心に、立ち飲み居酒屋やイタリアンなど多彩な飲食店を展開ー

背景及び経緯

コロナ感染拡大により、お客様の不安を少しでも軽減するための対策について各業者に相談した。

取組等の目的

テイクアウトや非接触型等の新しい生活様式へのニーズの高まりに対応するためである。



具体的な内容

グループ1組につき1つのQRコードを付与し、スマートフォンから注文をして頂く「モバイルオーダー」を導入した。導入により、消費者のニーズを満たしつつ、店舗従業員の業務量や人件費の削減につながった。

課題と展望等

通信販売の実施を検討したものの、店舗での製造ができない。別途工場としての許可認証が必要なため、現在実施体制を含め検討中である。

株式会社 様様

(京都府京都市南区東九条西御霊町31)



－「牛テールで世界を笑顔に」をテーマとした、リーズナブルな居酒屋－

背景及び経緯

感染対策に気を付けなければならなくなり、清掃面での注意やマスクの徹底、入場制限をかけたという対応が必要となった。その他、コロナ禍で減少した売上の確保が必要となった為。

取組等の目的

接客および決済における非接触型のサービスを推進するために導入した。

具体的な内容

2022年夏頃から、QRコードを活用した「モバイルオーダー」を全店舗に導入した。導入にあたっては、行政の補助金を活用し、導入にあたっての経費の補助を受けている。モバイルオーダーの導入により、これまでの従業員によるオーダーに比べて注文量が増加といった効果がでているほか、まだ検証中ではあるものの、従業員の人件費削減にも寄与するのではないかと考えている。

課題と展望等

今後の展望として、新しい販路拡大の一環で通信販売を行うことを検討している。具体的には、冷凍食品やレトルト等により、ラーメンセットや牛テール煮などの品目の販売を考えている。販売にあたっての製造については、外部への委託製造を想定している。

株式会社 Goof-off

(京都府京都市中京区壬生賀陽御所町15-10)



ー鳥丸御池にある、鳥羽直送の鮮魚が自慢の居酒屋を営む企業ー

背景及び経緯

お酒を提供する夕方から夜の営業が主だった為、コロナ禍の外出自粛や時短営業などを受け、一気に売り上げが下がることとなった。売上補填の為、営業可能な昼の時間帯にこれまでとは異なる形態で営業し売上確保する必要があった。

取組等の目的

夜の営業、お酒の提供ができない状態となり、ランチやお弁当などコロナ禍前と異なる形態で売上を補填するため。

具体的な内容

支店は休業し、コロナ禍以前は夜のみの営業であった本店（わたなべや）にて新たにランチ営業や総菜の販売などをはじめた。テイクアウトについては真空パック機を導入し、お弁当の他、総菜（お造り、寿司、煮付け、晩酌セット（お寿司とお酒のあての組合せ））の販売、小さな水筒容器を利用したお酒の販売などを行い売上の確保に取組んだ。デリバリーサービスのUberEatsとDiDiを導入した。補助金を利用して感染症対策のパーティションや消毒液などを購入したり、席を間引くなど対応し安心してご来店いただける取組みを行った。新たなInstagramアカウントを作成し、還元キャンペーンなどに参加して宣伝を行い客層拡大に取り組んだ。顧客ニーズに対応するため、キャッシュレス決済にd払いを追加し、様々な決済方法に対応した。

課題と展望等

限られた人員での営業に対応するため、座敷など店内奥の席にタッチパネルの導入を検討している。

有限会社雪屋

(京都府京都市左京区浄土寺石橋町37)



ー日本画家、橋本関雪が半生をかけて大地に描き出した文人の理想郷ー

背景及び経緯

銀閣寺周辺観光客の激減及び、美術館への観光交流人流が強制ストップとなった為、お得意様や周辺のお客様の要望もあり、中食・部屋食利用でも持ち帰り需要にお応えする商品開発及び、ふるさと納税商品の開発・販売を行った。



取組等の目的

近隣の住民含めた、既存のお得意様からのご要望に応える事で、コロナ禍での出来る限りの貢献を考えて、持ち帰りで自宅でお召し上がりいただける商品を開発した。

具体的な内容

ふるさとチョイス、個人版のふるさと納税商品として、白川鍋、京のうどんすきセット商品等を開発し、販売を行った。ランキングでも上位となり、多くのお客様にご好評を頂いた。



課題と展望等

中食需要に対する配送料の課題がある。駐車スペースがある関係で、基本的には、ご来店頂いてドライブスルー感覚でのお持ち帰り需要に対応できた。今後來店客がもどるタイミングとなると継続的に対応するには、課題がある。



和鉄板ぞろんば

(京都府京都市中京区柳馬場三条下ル槌屋町102-1)



ー自慢の鉄板料理を落ち着いた町家の空間で堪能できる店ー

背景及び経緯

コロナにおける売上確保が背景にあった。

取組等の目的

コロナで変化した顧客ニーズへの対応のため。

具体的な内容

コロナ禍により減少した売上を補填するためにテイクアウト用オードブルを作って販売した。

土地柄慎重なお客が多く、コロナ禍は顧客もファミリーでの来店は控えられていたため、営業できるようになってからは顧客ニーズに corres 応する形で、すだれタイプのパーテーションを設置し、すだれで席を仕切り個室になるようにした。

その他、空気清浄機の導入、暖房カーペットの導入も行った。



課題と展望等

コロナ禍以前の顧客が戻ってくるように考えていきたい。併せて新規顧客の拡大も行いたい。

商品情報

お得なスペシャルオードブル 3,300円(税込)

株式会社 矢尾卯

(京都府向日市向日町北山3)



－向日市に暖簾を揚げて120年を超える京料理・寿司・仕出しの名店－

背景及び経緯

コロナ前から仕出しだけでなくECサイトでお弁当や加工品の販売をしていた。コロナ禍で集まっていたの食事が困難となった背景を受け、コロナ前は会いに行っていた親族へのお弁当の贈り物として母の日弁当やおせちなどの需要が増加し、思いがけずコロナ前に比べ4倍程注文が増えたことがきっかけとなり、補助金なども利用してより力を入れていくこととなった。



取組等の目的

コロナ禍となり来店客や人が集まる場での仕出し弁当の注文が見込めなくなり、需要が拡大している通信販売により力を入れることで売上確保の取組みを行った。また、コロナ前よりもアンテナを常に広く張り、デリバリーサービスやキャッシュレス決済、SNSでの発信など、新しいサービスも積極的に取り入れ、客層の拡大や顧客ニーズへの対応に取り組んだ。

株式会社 矢尾卯

(京都府向日市向日町北山3)



－向日市に暖簾を掲げて120年を超える京料理・寿司・仕出しの名店－

具体的内容

1年目は、通信販売の需要が高まっていたことを受け、京都府による補助金を利用し新たな真空パック機を導入し、全て自社制作で京都ポーク（ブランド豚）の豚しゃぶセットを制作した。（コロナ前はだし茶漬けや、鰯しゃぶ鍋などを販売）2年目は同補助金を利用し、新たに開発した京都ポークの豚しゃぶセットを広く知っていただく目的で新たなECサイトの構築に取り組み、売上アップを目指した。”

「京の食」応援プロジェクト”にも早くから参画し、「京都ポークの豚しゃぶセット」を販売した。当初は1週間で20～30セットの注文で伸び悩んでいたが、同業者の中で高齢者向けの手間なく食べられるお弁当の需要が高いとの情報が入り、お鍋セットからお弁当に切り替えることで売上が大きく伸びた。デリバリーサービスについては各社説明を受けたが、コロナ禍での人員削減などもあり人手が足りなくなることある為、対応不可の際は自動的にキャンセル処理が行われるDiDiのデリバリーサービスを導入した。キャッシュレス決済はコロナ禍前から積極的に導入していたが（楽天PAY, auPAY, PayPay, d払い等）新たにAirPayなども増やし幅広く顧客ニーズへ対応できるよう取り組んだ。



課題と展望等

向日市は観光需要が少ないこともあり、飲食店は地元密着のお店が多く、新規のお客様や観光客、インバウンド客の獲得が課題となっている。それを踏まえ、台湾の旅行エージェントとの繋がりを生かし、台湾の小規模グループや個人旅行者客を地方へ呼び込むことを計画している。台湾は日本への旅行のリピーターが多く、主要な観光地以外の地方へも旅先を広げているため、地方観光地と組み合わせるツアー中の食事を矢尾卯で召し上がっていただく等、新たなコースを計画している。また、寺院などと組んで観光地のお寺で仕出しの弁当を召し上がっていただくなどの事業展開も計画している。

株式会社 本家尾張屋

(京都府京都市中京区車屋町二条下ル仁王門突抜町322)



— 1645年創業の京都に4店舗を構える菓子と蕎麦のお店 —

背景及び経緯

時短営業の要請等を受け、冷蔵で送るお鍋セットの通信販売及び作り方を配信するYouTubeチャンネルを開設。また、感染防止、顧客サービスの一環でコロナ禍においてキャッシュレス決済の導入を行った。

取組等の目的

テイクアウトは元々行っていたが、コロナ禍により
ーテーブルに半数のお客様しか案内できない等の事
情もあり、新規顧客の獲得及びインターネットを利用
する層にも拡げることを目的とした。

具体的な内容

インターネット販売においては、既存の取引先に協力頂くなど実際に販売するまで時間をかけることなく推進できた。受注後に生産を行う体制とし、インターネットによる受付のほか、電話やDMでの案内を行っており、認知度も徐々に高まり、リピーターも増え、好評である。



課題と展望等

現状は冬季のお歳暮の時期のみの期間限定販売であるため、夏季に販売できる商品を作りたいと考えている。

株式会社FoodでPlus

(京都府京田辺市東東神屋87-11)



ー京田辺市で一頭買いの黒毛和牛を堪能できる焼肉店ー

背景及び経緯

飲食店経営や事業の多角化で物販にも力を入れていきたいと思っていた矢先、コロナ禍となり思っていた以上に飲食業においてダメージが大きな状況となってしまった。

取組等の目的

状況を少しでも改善するため、店舗への来店誘客と自動販売機商品購入者の2つのルートでの誘客促進を目的とする。

具体的な内容

店舗外に、もつ鍋や牛すじ煮込みなどの冷凍食品の自動販売機を設置した。設置により、購入者がお店に来店する機会となるため、「当たり」の商品には店舗で使える500円券または1,000円券を同封し、お客様の循環を目指した。



課題と展望等

自動販売機も売り上げに貢献しうる販路のひとつとなった。今後も自動販売機での販売商品の開発を続けていく予定である。

商品情報

白濁もつ鍋用テールスープ (600ml/1~2人前) 1,200円

西尾ハッ橋の里（西尾ハッ橋別邸）

（京都府京都市左京区聖護院西町7）



－ 300年以上の歴史を持つのは本家西尾ハッ橋 －

背景及び経緯

京都に来られる観光客減少に伴い、観光客の来店及び修学旅行生の昼食需要もなくなった。

取組等の目的

全体的に京都へお越しになる観光客が減り、聖護院の方面への訪問もより減少する中、まずは施策の実証実験として、冷凍食品での宅配商品を開発した。

具体的な内容

西尾ハッ橋の里限定販売の商品として、旨味たっぷりの和風味噌出汁とこだわりの京北峠で採れた限定の山椒で豊かな芳香を生み出す商品開発を行い、全国配送冷凍食品を開発した。



課題と展望等

食材の確保と冷凍技術含め、商品開発をすべて外注することなく、自社開発販売するにあたり、相当な時間と労力を要することになったが、こだわりの食材を吟味することにより、店オリジナルの自信を持った商品が開発できた。現在は西尾ハッ橋の里限定の商品であるが、今後は他店舗での販売展開と冷凍食品として宅配販売として広く広報し、販売拡大を目指している。



商品情報

西尾特製の京風みそ出汁【山椒鶏みそうどん】

2食セット ¥2,000（税込） 4食セット ¥4,000（税込）

旨味たっぷりの和風味噌出汁で鶏と季節の京野菜を煮込み、腰のあるうどん麺で仕上げました。

京北峠で採れた山椒の豊かな芳香をお楽しみいただけます。

株式会社フクナガ

(京都府京都市中京区高倉通御池上ル柊町584)



－1930年、京都にて創業。創意工夫を重ねた多くの飲食店を経営している企業－

背景及び経緯

コロナ禍における売上確保を目的としてデリバリーサービスの取組を強化した。限定的な店舗ではあるが、テイクアウトの事前決済システムの導入を行った。また、大宮セントラルキッチンでお弁当の店頭販売を始めた。モバイルオーダーは現在検討中である。オンラインでの販売を行っていたが、コロナ禍において自社サイトを新たに立ち上げ販売強化した。商品はとんかつ詰め合わせや焼菓子など。

取組等の目的

コロナ禍で減少した売上の確保を目的としている。

具体的な内容

当初は、デリバリーサービスとして、ウーバーイーツ・出前館・DiDiFood・フードパンダなどを導入したが、現在はウーバーイーツ・出前館がメインとなっている。また店舗により導入サービスは異なるが店舗のLINEアカウントでの告知、折込チラシやポスティング等の実施も行った。



課題と展望等

テイクアウトの売上増に効果が出た。また、コロナが落ち着いてもデリバリー売上が下がることなく堅調である。

株式会社 ヤマナカ

(大阪府大阪市中央区道頓堀1-4-16)



ー”安い、旨い、早い”をモットーに居酒屋「たよし」を展開する企業ー

背景及び経緯

コロナ禍により、新たな形での売り上げ確保が必要となった。

取組等の目的

コロナ禍における新たな顧客の確保と、ニーズへの対応のためである。

具体的な内容

夜の定食メニューを実施したほか、低アルコールメニューの導入を行った。

課題と展望等

今後は従来の営業スタイルに戻す予定であるが、人材確保が課題である。



鳥よしグループ

(大阪府大阪市中央区千日前2-7-16)



ー大阪なんばの和食・日本料理・鍋のお店ー

背景及び経緯

コロナ禍で大人数で宴会する機会が減少すると同時に、感染対策のニーズが高まり求められるようになっていた。

取組等の目的

当店舗は大型の宴会客やグループのお客様がメインターゲットとなるため、そうしたお客様に安心かつ安全にお食事をとっていただくため。

具体的な内容

アルコール消毒や検温、室内の換気、個室の宴会場内でもパーティションを設置し、お客様同士の距離を確保するなどの感染拡大防止対策を実施した。

課題と展望等

宴会開始時はパーティションで区切られているが、宴会が盛り上がってくると、パーティションを勝手にずらされるお客様もいらっしゃるため、感染対策の徹底が課題である。

日本酒専門店 酒楽

(大阪府枚方市川原町9-13)



ー利き酒師のマスターが20年以上かけて全国から集めた地酒と焼酎の店ー

背景及び経緯

コロナにより休業が続いたため、売上確保と、ご自宅でも当店のメニューを楽しんでいただきたいという思いが背景にあった。

取組等の目的

少しでも当店のメニューを多くのお客様に楽しんでもいただくため。また、確保した食材を廃棄せずに有効活用するとともに、コロナに罹患したお客様にも回復後にご自宅で召し上がっていただくことを目的としている。

具体的な内容

季節に合わせた鍋セット（ふぐ丸ター尾セットなど）のテイクアウトを行った。コース料理のご予約後に、コロナを理由にキャンセルされたお客様に、食材をお持ち帰りいただくようにした。また、家飲みが定着しつつあったころにLINE公式アカウントを始めた。

課題と展望等

テイクアウトを行ったものの、家では洗い物が面倒なので、時短等でもオープンしているならお店で食べたいというご意見の方が多く、結果的に現在テイクアウトは行っていない。今後は写真を活用し、LINE公式アカウントの活用方法を勉強して集客につなげたい。



株式会社 Double Doors

(大阪府大阪市浪速区難波中3-9-3-208)



ーフードツーリズムマイスターたちが「集めた」野菜を販売する企業ー

背景及び経緯

デリバリー（ウーバーイーツ）の実施。

取組等の目的

メニューに英語及び中国語のタブレットを導入した。また、売上強化のための値上げの実施に加え、ステーキメニューの皿だしなどを実施した。

具体的な内容

年間の売り上げ目標達成のため経費の見直しを実施した。

課題と展望等

今後については、ネット販売を強化したい。

大起水産株式会社

(大阪府堺市北区中村町607-1)



ー鮮魚販売から回転寿司や海鮮居酒屋の店舗運営などを行う企業ー

背景及び経緯

コロナ禍における売上確保の取組として、巣籠もり需要を捉えた郊外店舗とテイクアウト専門店へ注力した。店舗型の回転寿司チェーンを展開する企業であるため、コロナ禍により来店客数が激減し、駅や繁華街に出店している店舗は特に影響が大きかった。ただ、回転寿司店舗とは別に従来から展開しているテイクアウト専門店と、ファミリー層をターゲットとした郊外の店舗の売上はそこまで影響を受けなかったため、2020年後半からはテイクアウト専門店・郊外店舗への経営資源の注力に絞り、経営戦略の舵を変更した。

取組等の目的

従業員の雇用を守るため、また企業の存続をかけて新たな打開策を打つ必要があった。主軸の回転寿司店舗の売上が減少したことは、経営へのインパクトが大きかったが、上述したようにテイクアウト専門店・郊外店舗は売上が好調であった。

具体的な内容

郊外店舗・テイクアウト専門店ともに新規出店を行い、巣籠もり需要を捉えた新たなメニューの開発や、物販需要に追い付くために新しく冷凍寿司を製造する工場を建設したことなどである。郊外店舗については、コロナが少し落ち着いた頃からファミリー層の来店客数が戻っていった。外食回数が減った分、アルコールの提供需要が少なく、子供を連れたファミリー層が近隣店舗に車で来店しやすい郊外店舗は盛況であった。テイクアウト専門店(新鮮な魚介類や弁当を販売する店舗。街中や駅中・回転寿司店舗に隣接している)については、巣籠もり需要としてテイクアウトの昼食需要を捉え、コロナ禍で20店舗ほど新規出店をした。また、企業として、店舗型の一本足打法ではなく、様々なスタイルと客層を持ったサービスをコロナ前から行っていたことが、コロナ禍を乗り切る売上アップにも繋がった。

課題と展望等

コロナの減少により店舗型の需要が戻ってきた際の人手不足があげられる。コロナ前のピークの忙しさを経験していない従業員が多く、戻ってきた需要に対応しきれていない部分がある。今後の展望としては、物販テイクアウトと店舗型回転寿司の2軸で事業を進め、さらにインバウンドの観光客向けの店舗(梅田や心斎橋の店舗)にも力を入れていきたい。

お好み焼き はなまる

(大阪府大阪市東淀川区淡路4-18-16)



ーメニューも多く、店員の人柄もよい楽しい店ー

背景及び経緯

コロナ禍における感染症対策の一環として、これまで検討はするもなかなか取り組んでいくことができなかったキャッシュレス決済（非接触型決済）の導入を進める必要があった。

取組等の目的

新しい決済サービスや顧客ニーズの変化に対応することで、既存顧客はもちろんのこと、客層を拡大し売上を確保するため。



具体的な内容

キャッシュレス決済業者を選定・採用し、使用や操作方法など従業員へのトレーニングを行った。また、非接触型決済の取り扱いについては、外食業の事業継続のためのガイドラインを参考にし、どのような取り扱いが正しいのか従業員の間でも意見を出し合った。



課題と展望等

新しいシステムや仕組みを導入するには、飲食業としての本業とは別に、情報収集や学ぶ時間、従業員トレーニングのための時間や機会を確保する必要があった。今後、現在展開されている全国旅行支援のクーポン等や補助事業、サービスに対しても積極的に取り入れていきたいが、上記の点が課題と感じている。

商品情報

はなまる焼き ・ とん平焼き ・ すじ焼きそば

寿司一品料理 岩男

(大阪府泉南郡熊取町朝代東1-8-53)



一目利きの選んだ鮮度抜群のネタを楽しめる老舗寿司店

背景及び経緯

コロナの影響で通常営業が出来ず、売り上げに困る。知人の飲食店オーナーと相談し、テイクアウト商品を製造し、販売する事になった。

取組等の目的

常連のお客様との接点を持ち続ける事と仕入れ業者の方々の事を考え、テイクアウトでの販売を開始。また少しでも売り上げを確保する為に実施。

具体的な内容

コロナ禍（2022年4月以降）にお惣菜・オードブル（テイクアウト商品）を製造し販売した。

商品情報

お惣菜・オードブル（テイクアウト商品）

Dining志

(大阪府泉南郡熊取町朝代東2-7-1)



一釣り好き店主が営む、串天ぷらと海鮮にこだわった料理が楽しめるお店

背景及び経緯

コロナの影響で通常営業が出来ず、売り上げに困る。お店で召し上がるのではなくテイクアウトであれば、販売が出来ると考え取り組む。

取組等の目的

常連のお客様との接点を持ち続ける事を目的とし、テイクアウトでの販売を思いつく。また少しでも売り上げを確保する為に実施。

具体的な内容

コロナ禍（2022年4月以降）にお惣菜、手作りパン（テイクアウト商品）を製造し販売した。

商品情報

お惣菜・手作りパン（テイクアウト商品）

3BEBES

(大阪府大阪市福島区福島2-9-4)



ー温もり溢れるスパニッシュレストラン、福島にある隠れ家個室スペインバルー

背景及び経緯

ウーバーイーツを用いた宅配サービスに対する品質向上。テイクアウト用弁当商品の販売。

取組等の目的

宅配サービスでは、売り上げの確保や常連顧客との関係継続・新規顧客の取り込みを行い、次回以降の来店につなげた。弁当販売では、近隣や常連の顧客との接点の継続、従業員の雇用継続、常連顧客と従業員コミュニケーションによる従業員モチベーションの維持を目的とした。



具体的な内容

宅配サービスは、基本的に店内メニューと同様の物を宅配サービスでも注文可能であるが、宅配サービス用に調理する際は、実際に顧客が口にするまでの時間等を考慮し、揚げ方など調理方法を調整している。また、梱包方法にも工夫を行い、よりおいしく提供できるようにした。宅配によって商品を購入して頂き、店舗への来店につなげた。弁当販売は、店頭にて持ち帰り用の弁当販売を行う事で、売り上げ確保以外に、常連顧客とのコミュニケーションによる接点継続を行った。また店舗従業員の業務を創出する事で雇用継続の一端を担った。弁当販売によって商品を購入して頂き、店舗への来店につなげた。



課題と展望等

今後も宅配サービスは行っていく意向だが、宅配業者へ支払う宅配料の負担が課題。また、来店客も徐々に戻っており、最優先は来店客へのサービス向上としたい為、宅配サービスをお断りしなければならない時もある。

笑っしょい酒場 十笑

(大阪府枚方市三栗1-1-15)



ー備長炭で焼き上げる炭火焼鳥が大人気ー

背景及び経緯

コロナにおける売上確保、それ以上に、地域のお客様に店舗が営業していることを知っていただきたいという思いから。

取組等の目的

地域密着型の家族経営の店舗なので、既存のお客様との絆や繋がりをより強固にしたいという思いがあった。また、コロナ禍でも店舗が変わらず営業を継続しているということをお客様に周知して安心していただき、コロナ明けに引き続き来店していただけるようにする。



具体的な内容

アルコール提供禁止期間や時短期間におけるランチ営業、テイクアウト提供を行った。ツイッターやインスタグラムなどSNSを活用した積極的な情報発信をしている。また、店長の発案による、経営者自らの独自配達を行った。緊急事態宣言中や蔓延防止措置下では、売上が低下し、人員も削減したが、店舗営業は店長一人で十分対応できる状態だったため、共同経営者である家族で配達を行った。

課題と展望等

ランチ営業、テイクアウト提供、独自配達を行ったが、それらは単価が低く、それで売上を確保しようとする、大量に捌く必要があったが、今回できなかった。効果を検証する前に止めざるを得なかった。結果、効果がほぼなかったに等しい。今後の取組で最も重点を置いていることは「変わらない」ことである。

商品情報

日替わりランチ、丼定食、ラーメン、など	※現在は提供していない
テイクアウトの丼、焼き鳥、唐揚げ、など	※現在は提供していない

コートヤード・バイ・マリオット大阪本町

(大阪府大阪市中心区南本町2-3-7)



ー大阪の中心にある寛ぎと温かいおもてなしに満ちたホテルー

背景及び経緯

インバウンド客が多いホテルのためコロナ禍は客足が激減した。しかし、ホテルのメンバー顧客やリピーター顧客の需要は多少あったため、その方々を飽きさせないよう、またリピートしていただけるようにするための工夫を総支配人筆頭に社員やスタッフみんなで知恵を絞り、休業することなく可能な限り売上確保につなげた。

取組等の目的

客単価は変わっていないが、新たな事業展開として店舗外でのお弁当販売を試みたりと、お客様離れを防ぐ努力をした。

具体的な内容

安全・安心のための対策徹底はもちろんだが、圧迫感のないような空間づくり（テーブル配置等の見直し）をこころがけ、朝食については飽きさせないようなメニュー展開をし、特に大阪ものに特化したメニュー展開をこころがけた。またランチ時のお弁当販売も展開し、売り上げ確保につなげただけでなく、お弁当と一緒にホテルプロモーションのちらしも同時に配布した。こうした工夫で、コロナ下火になった後でもホテルへ足を運んでもらえるような工夫をした。

課題と展望等

お弁当販売はとりやめたが、今後はランチもビュッフェ中心の展開に切り替える。2023年2月まではハーフビュッフェ形式だったものを、3月1日より関西の一流料理人“亀田史郎”プロデュースのサイコー（3150円）ビュッフェに全面切り替えし、ホテルダイニングならではのサービス提供を再始動する。