

赤レンガ建物のカフェを
もっと使ってもらおう

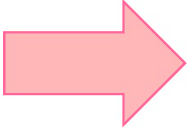








なぜ人が集まらないのか？

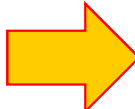
- 
1. 市役所担当部署へのメールでの質問
 2. 訪問、従業員へインタビュー
 3. インターネットの口コミや身近な人の
カフェに対する評判・感想など

1. 市役所担当部署へのメールでの質問

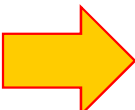
①火を使えない建物内での調理方法

 IHコンロ・電気オーブンの使用

②カフェの宣伝方法

 ポスターをカフェの入り口に貼る
※イベント時、掲示場所を増やす

③客層

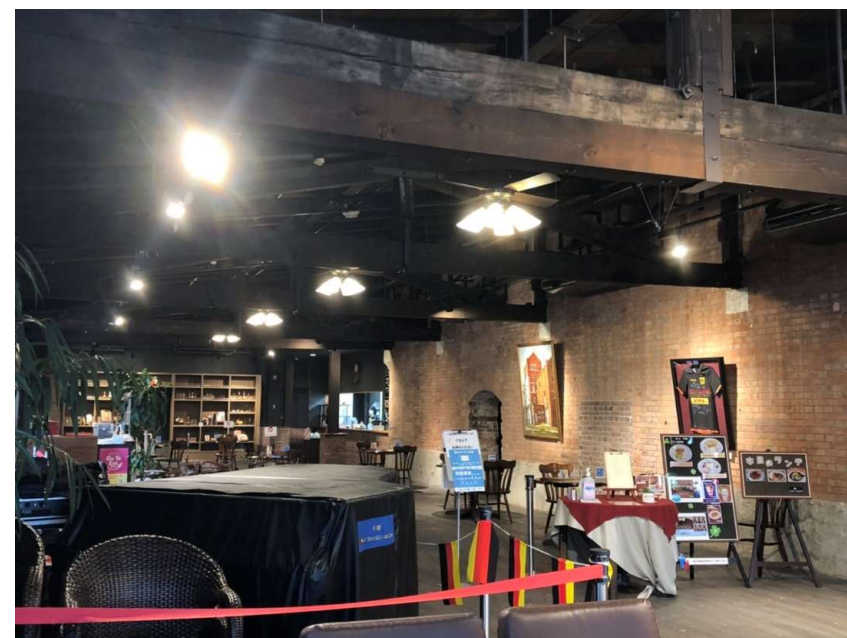
 年齢は40代から60代が多い
男女比は4:6

料理の幅の限界

若者の認知度が低い

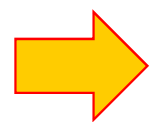
2. 訪問 & 従業員に質問

①外観・建物のすばらしさ、昭和レトロなインテリア



➡ 人を集めるには十分魅力がある？

②メニュー

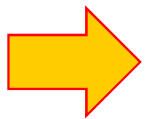


特別感・「ここでなければ」という魅力は・・・

③質問

<売上について>

- いちばん売り上げが伸びたのはGO TO EAT
- 屋台が出ているときは減る



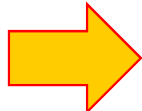
- ・お得なクーポンがあれば人は集まる
- ・屋台イベントの際にクーポンを配り、次に来たくなるように

3. インターネットの口コミや身近な人の カフェに対する評判・感想など

①高評価なのは、市外からビールとウインナーや
プレッツェルを楽しみに訪れた人たちのモノがおおい

②知多半島の名産を使ったシラスピザと
酢を使った酢ムージーを食べた人からの評価も高い

③そのほかの食事は量や味について低評価

 特別感のあるものが人気？

なぜ人が集まらないのか？

1、カフェの認知度が低い

2、魅力的なメニューがない

3、コンセプトが見えない

人が集まるようにするには

1. 広く知ってもらうための工夫

例えば・・・

- 半田市報に飲み物・モーニングのクーポンを付ける
- また来たくなるようなクーポン付きのメニュー紹介チラシを配る
- 交通量の多い道側に、目を引くようなカフェ黑板や看板
- 食べたいメニューの投票と割引

人が集まるようにするには

2. 半田市民が行きたくなる魅力的なメニューの開発

流行るカフェのメニューの特徴

メニュー構成は3つ

①定番メニュー

どのカフェにもあるようなメニュー

用意していないと顧客満足度が下がってしまう

②看板メニュー

このカフェといたら～だよね と思い浮かべるようなメニュー

他店との差別化

③利益率の高いメニュー

原価を低く抑えて提供できるメニュー

お店の売り上げが大きく上昇する

人が集まるようにするには

2. 半田市民が行きたくなる魅力的なメニューの開発

例えば・・・

○看板メニュー

- ・ 半田市民がメニュー開発に参加し、それを提供する

○お得感を出し、

- ・ また行きたいと思えるよう毎月変わる前菜
↑自分で選べる
- ・ 半田市民が選べてお得なもの

人が集まるようにするには

3. コンセプトをはっきり

例えば・・・

○『赤レンガ建物の雰囲気を楽しみながらのんびり』

→ドリンクとデザート、スナックの充実

フリースペースを設けて、読書や仕事・勉強などに使ってもらう

○『半田の魅力を食事で多くの人に』

→近辺の食材を使ったピザ

酢を使って洋風ちらし寿司

自分たちの住む街を知る

自身の街を市民の手で変えていく

参考文献

- <https://handa-akarenga-tatemono.jp/about/>
- <https://yo-raku.co.jp/column/cafe-menu/>
- <https://tabelog.com/aichi/A2304/A230402/23057493/dtlrvwlst/B254252549/>