

メニューの部数が多い店が、繁盛する。

文・イラスト 中谷彰宏

text & illustration by Akihiro Nakatani

テ

テーブルにメニューを残しておくと、繁盛します。

メニューは、オーダーするためだけのものではありません。

男性は、オーダーが楽しみではないので、メニューは邪魔者です。

メニューを片付けるのは、必要ないからです。

女性にとっては、メニューは読むものです。

「へえー、こんなもあるんだ。今度、頼んでみよう。今日も余裕があったら頼んでみよう」と考えながらメニューを見えています。

メニューをテーブルに残しておくことで、今日の客単価が上がります。

「今度、これを食べよう」というリピートの動機づけにもなります。

客単価増×来店回数増＝売り上げ増という基本的効果が、メニューをテ



ブルに残しておく効果なのです。

なによりも、料理選びを楽しんでもらいたいという発想は、経営者自身が、料理選びを楽しんでいないと浮かびません。

「いつもの」や「おまかせ」「定食」という食べることを楽しまない発想から生まれているのです。

「テーブルが狭くなるから」というなら、テーブルの下に、挟み込む仕組みを作ることは、難しくありません。

テーブルクロスのあるお店でも、「メニューをお一つ、残しておきましょうね」とひと言添えることもできます。

女性のお客様は、メニューを三度見ます。

【1回目】オーダーする時。

【2回目】オーダーした後。見落としが

なかったか確認します。見落としがあった時、追加オーダーが入ります。

【3回目】食べ終わった時。自分の食べた料理名や食材の確認。次回

来た時にオーダーする料理選び。

メニューは、事務的なものではありません。

「メニューの数が足りないから」というお店に限って、ムダな宣伝費をかけた

メニューがテーブルに1つだと、オーダーに時間をとられて、回転数が下がります。

落ち着いて見ることができないので、追加オーダーができず、客単価が上がるはずだったものを、捨ててしまうことになります。

メニューは、席数+外で待っている人数分が必要です。

待っている間にも、メニューがあると、席に着いて、すぐオーダーできて回転数が上がります。

他のお店に離脱することもなくなりま

す。待っている間も、席にできるのです。

メニューの部数は、お店の愛情と比例します。

Profile

1959年生まれ。主な著作に「グズグズしない人の61の習慣」「50代がもっと楽しくなる方法」「頑張らない人は、うまくいく。」他1000冊を越す。

【中谷塾】で講演活動を行う。詳しくは、HPで。

<https://an-web.com/>

