丸長鮨

のぼり旗と店頭ショーケースで呼び込み、テイクアウト利用から来店を促す

東京の下町で、御一人様から家族連れ、友人同士が楽しめるように、握りずしと各種おつまみを提供する、創業 70 年になる老舗寿司店。お得な握りずし３貫セットとして、まぐろ三昧・白身三昧・青魚三昧・軍かん三昧などが好評である。周辺地域で寿司店の閉店が続くなか、アットホームな雰囲気で気軽に食べられる寿司屋として親しまれ、昼食時はランチの会社員で、夜は地元の住民で賑わっている。

住所：〒 116-0014 東京都荒川区東日暮里 1-21-12
創業：1951（昭和 26）年
従業者数：３人
https://maruchosushi.gorp.jp

background 背景

新型コロナウイルス感染症のニュースが出始めた頃、まだ店への影響はほとんど想像していなかったという。だが、2020 年３月に入り徐々に感染が拡大し、丸長鮨の３月売上は前年同月比の３割減、４月には半減となり、５月の連休には店を閉めて、テイクアウトや出前のみで営業することとした。例年なら、歓送迎会、卒業式・入学式のお祝い会、お祭りなどのイベント関連で受注が増加する時期だが、これらがすべてキャンセルとなって、店の売上を直撃した。店主は、米屋からの請求書を見て、こんなに米を使わなかったのかと愕然としたと振り返る。影響が長期に及ぶと考え、信用金庫からの融資や持続化給付金も申請した。そして、売上回復に向けて、テイクアウト専門店を経営していた時の経験を活かし、打開策に乗り出した。

「のぼり旗」でテイクアウトを PR

連合会／お客様／営業者の声

売上減少から早期に回復基調となり、融資のお金にあまり手を付けずに済んでいます。これは、店の常連さん達が助けてくれたからだと思っています。みんな店を心配して顔を出しては、いつもと変わらぬ注文をしてくれました。また、新しいお客さんから、「この前、お持ち帰りして美味しかったから、お店に来たよ」と言っていただきました。このようなテイクアウト利用から来店というお客さまを今後は増やして行こうと勇気づけられました。［店主談］

action 取組

のぼり旗とショーケースでテイクアウト販売の認知度アップ

店主は、テイクアウト販売をアピールするための準備を進めた。まず、合羽橋に行ってテイクアウト販売の「のぼり旗」を買ってきた。次に、以前テイクアウト専門店を経営していた時に使っていたショーケースを持ち出し、これにキャスターをつけて店内からの出し入れが可能となるように工夫した。のぼり旗とショーケースを毎日店頭に出すことで、お店の活力も同時にアピールできると考えた。これらの結果、通行者にテイクアウト販売が徐々に認知されることとなり、テイクアウトの売上が増えていった。新しいお客さまが、テイクアウト利用をきっかけとして来店するなどの新しい流れも出てきた。

しかし、新型コロナ流行前のランチには、近隣の会社員が毎日30～40人程度来店していたが、これが半分くらいになっていた。さらに、客席の間引きや宴会ができない状況も続いている。この来店客減少の影響を出前とテイクアウト販売で凌ぎ、以前は売上の1割未満だったところから3割程度を占めるまでにした。それでも、店は昨年の売上に比べ、まだ2～3割減となっている。

この時期、全すし連の理事会では、コロナ禍で経営に苦しむ寿司店を支援すべく、助成金や給付金、東京都の協力金などの申請方法や営業打開策などについても情報共有をしている。理事である店主は、これを自店の経営に活かすとともに、荒川区支部の会員へ伝達している。

また、全すし連がホームページで全国共通すし券の案内を始めた。これに参加し、今後の成果に期待をしている。

店頭のショーケースはお店の活力アピールにも一躍買っている

future 今後

With コロナの今冬は、以前からメニューにある一人鍋メニューを全面に押し出す考えだ。そして、忘年会では通常は20人定員の二階座敷を使って、7～8人未満の家族や仲間内の宴会ができるようにした。宴会料理の写真と広い部屋のレイアウト写真を店頭に掲示し、ホームページでの案内も検討している。広い空間で、消毒、検温、フェースガードの提供、そして一人鍋と料理も寿司も一人用の宴会セットなどで、With コロナの時代での宴会を模索し、安全・安心な小宴会で活路を見出したいと考えている。

with コロナの時代にも食事を楽しんでいただける環境を模索している