

BEACH HOUSE
EXTREME

～報告と来年に向けての改善～



2013.09.13

Amusement Design
OFFICE HAYAMIZU
SEVEN STUDIO

● 総来店客数 7,907人（前年比約60% ↓）

江の島総来客数（前年比約70% ↓）

● 総売上金額 13,525,280円（前年比約80% ↓）

内訳	・ フード売上	4,775,450円 （前年比約70% ↓）	・ 更衣預かり売上	3,601,850円 （前年比約105% ↑）
	・ ドリンク売上	3,777,210円 （前年比約83% ↓）	・ レンタル	1,049,580円 （前年比約95% ↓）



▼ 来客数・売上共に前年を下回る結果でした ▼

- OPEN前の事前準備不足（告知方法・イベント設定・集客方法）

- 海の家自体の存在のアピールや、いろんな媒体を使用しての告知をもっとすべき。海の家全体の課題として取り組むべき。

- OPEN前の情報収集不足（マーケティング・前年の数字関連・現状の海の家集客力）

- 前年の集客数・売上げをしっかりと把握して、そこからさまざまな問題点や対策をしっかりと考える。

- 予定よりも人件費がかかってしまった＝無駄な人件費が多かった

- しっかりとシフト表を作成し貼っておく。社員間でどんな人材が何人必要かを毎日話をする。

- スタッフの教育不足＝サービスの徹底ができなかった

- どこまでのサービスが必要かを営業開始のタイミングでしっかりと決めて徹底する。

- コンセプトを生かしきれていなかった・徹底できなかった＝女性を第一に考えてのアプローチが弱かった

- 女性客に対しての集客の仕方・サービス提供をしっかりと。施設面の強化も視野に入れる。

- 参画してもらったSHOPを生かしきれなかった＝セレクトショップ・ボディジュエリー共に利用者は少なかった

- せっかく入れるのであれば実際に利用してもらえるモノ・コトをしっかりと考える。

- サービス業としてのノウハウを初め、根本的に把握できていなかった＝山口さんがいなかったら厳しい部分があった

- イベントや団体客に対してのシュミレーションや調理&仕入れに対しての知識を事前に勉強・把握して計画を立てる。

- 夕方以降の夜客に対してのアプローチや対策不足だった

- 夕方以降の夜営業に関してはBARを生かした営業を考える。もしくは夜向けのイベントや営業形態を考える。

- メニュー数が多すぎたかも＝仕入れの把握がしにくかったのと、お客様が選ぶのに迷ってしまうことが多々あった

- 在庫管理を想定したメニューづくりをする。ウリとなる看板メニューをしっかりと作る。

- 協賛ではなくスポンサーをつけて金銭面のバックアップが欲しかった

- 協賛がつくことは基本的にメリットが多かったので、可能であれば金額的バックアップがあると助かるのと新しい設備投資ができる。

● 海の家から発生するゴミで海やその周辺を汚してしまった

→組合を巻き込んで海の家全店で朝・昼・夕方・夜に分けてゴミ広いをするように徹底する。

● 雨漏りが多々あって食べ物に入ってしまったり、お客様にかかったりしたりと衛生面的に良くなかった

→雨漏りしないようにしっかりと補修をする。衛生面の管理はお客様の印象にも繋がるのしっかりと行なうよにする。

● 東浜の海の家を見ていると壁がない分入りやすい印象があったが、当店や周辺の店はいろんな意味で入りづらい印象を受けた

→店舗入口面の壁を取っ払って開放的にして、お客様が見やすく入りやすいにする。安心感を与える。

● テーブル・椅子等の設備が汚かったり、オシャレじゃない

→金額やレンタルを含めて検討して考える。常時清掃してキレイに保つようにする。長期利用のことも考える。

● TV映像があることをもっと生かした方が良かった

→入り口付近に設置して集客への利用も考慮する。映像の種類を増やして日によって変化を持たせる。

● スタッフのユニフォームの統一の徹底

→清潔感・安心感・雰囲気の良いに繋がるいいアプローチなので、ここは強化して徹底するようにする。

● OPEN時間の見直し・OPEN直後の呼び込みの強化

→朝の集客は午前の集客に大きく影響するので、朝のOPEN時間を早めて朝イチの呼び込みをしっかりと行うようにする。

● レンタル品の老朽化・個数の不足・オシャレ感の無さ

→浮き輪・ボディボードに関してはしっかりと回収できるのでオシャレかつ良品を個数も含めてしっかり買い揃える。

● 備品管理・整理整頓が出来ていなかった為に余分な備品購入が多かった

→店の印象にも繋がるので整理整頓&清潔に保つというポイントにおいては徹底する。

● 海を家の利用料が何に対してのものなかすべてのお客様が理解していなかった

→荷物預かりとシャワー利用が海を家の利用料だということをしっかりと打出す。店内利用に関しては料金は発生しないことも同様。

- 持ち込み客が多く、お金を落とさないのに居座るお客が結構いた
→持ち込み客に対してのルールを設ける。
- 顧客の管理、リピーターUPへのアプローチができなかった
→再来店に繋がるクーポンを渡したり、メルマガ配信やFacebookによる告知をするようにする。
- 陸側の看板やメニューの告知などが中途半端だった
→お客が店に入りたくなるようなメニュー表や告知看板等をしっかりと設ける。
- 箱が広いメリットを十分に生かしきれていなかった
→混雑が想定できる時の席の確保の仕方のオペを決めておく。座敷の有無・店舗設計の再検討をする。
- スタッフのモチベーションに繋がるリードや仕組みを作れなかった
→若干ながらもいいのでスタッフへの特別賞与の制度を設ける。働くこと・サービスすることの楽しさを提供できるようにする。
- 予想していたよりも荷物預かりにマンパワーを取られてしまった
→人数が多い時で3人も割かれていたのでロッカー設置を検討する。
- 荷物預かりの際のトラブルが何件もあった
→一度バンドと番号札を新しくする。バンドと番号札の確認を毎日行う。荷物管理のルールを再度決めて徹底する。
- 他のお客に迷惑をかけるような客に対してのルールや対処が不十分だった
→悪酔いした若い客やセクハラするような客、いきすぎたナンパ客に対しては厳重な注意or退店を徹底する。
- 食品の在庫がかなり抱えてしまった
→メニュー数が多かったのもひとつの原因なのでメニュー数の再検討をする。在庫管理をしっかりする。あとはこまめな発注を心がける。
- 運営ルールや接客ルール等に曖昧なところがあったのと、徹底ができなかった
→社員間でしっかりとしたルールを決めて共有化し、バイトリーダーを設け教育し浸透させていく。

- コスト削減に対しての意識やアプローチが弱かった

→事前の予算計画書をもっとしっかりと作り込むようにする。

- 日々の改善・進化、情報分析が弱かった

→情報や統計による在庫発注はバイトのシフト管理をするようにする。改善・進化については最後までしっかりとやりきる。

- BBQの団体客へのアプローチ & 告知が弱かったこと

→まとまった売上げを効率良くあげる意味でもBBQへの告知を強化する。その他に二次会やパーティイベントを企画する。

- 協賛でいただいた景品やサンプルの有効活用しきれなかったこと

→在庫を余らせないようにしっかりと計画を立てて配布したり、イベントの景品にしたりする。

- オフィス早水の関連会社へのアプローチが少し弱かった

→なかなかない機会だったのでもっとより多くの関係者にアプローチをかける。紙ベースのDMを送る。

- 食材の買い出しをもう少し効率良く、計画的に行いたかった

→食材の購入はできる限り営業終了後にしっかりと行う。食材の統一の為にもできる限り同じものを購入するようにする。

- 忘れ物が多いことに対して対策がとれなかった

→退店後のチェックの徹底をする。シャワールームはこまめにチェックするようにする。

- 組合からの納得のいかないルールを強いられたこと

→自分達が納得のいかないことに関しては徹底的に交渉する。組合いの会合でしっかりと論議する。

- ビーチにいるお客に対しての特別感や差別化したサービスが提供できなかった

→ビーチにいる客に対しても付加価値のあるサービス提供を考える。

- 忙しくない時に客への料理・ドリンクの提供し忘れが結構あった

→サービス業の基本なので、オーダーの取り方、オーダーの入れ方を再検討してルールを決めて徹底する。

●コンセプトが良かった

→他店との差別化もでき雰囲気からして他店との差別化ができていたので、この部分は強化&徹底していくポイントです。

●店舗のデザインや印象が良かった

→女性客は必ず見てくれたり、足を止めてくれていました。清潔感や安心感を保ちつつより強化していくポイントです。

●メニューや看板、告知ボードのデザイン性や見やすさ

→メニューの見やすさ、目に留まるデザイン等は良かったところなので、入口付近の集客に対しての部分を強化していく。

●清潔感や安心感、良心的な印象を提供できた

→ここは絶対必要なところなので強化&徹底していくポイントです。呼び込みは女性スタッフを中心にして行うようにする。

●店舗設備の充実（パウダールーム・ドライヤー等）

→シャワールーム・パウダールームは好評だったので、コンセプトに合わせて強化&徹底していくポイントです。

●モンゴル店長のキャラ

→他店のワイルド店長に比べ親しみやすい感じだったので、女性客やファミリー客にウケが良かったので大事にした方がいいところです。

●スタッフの質

→基本的に素直でよく働いてくれる子が多かったです。スタッフの質においてはもっと追究していいと思います。

●最低限のサービス営業・サービス提供

→酒飲み営業やキャバクラ営業は一切禁止。よりよいおもてなしのサービス精神をしっかりとスタッフに教育する。

●若干ながらあった開放的な雰囲気

→江の島が見えるロケーションは物凄く良かったので、そこをウリにした営業や店舗設計をする。

●映像があったこと

→映像があることによって少なからず話題が生まれたり、間もたせになっていたように思うので、もっと有効活用するべきところです。

営業を終えてみての良かった点②

EXTREME

● 協賛にネームバリューのある企業、コンセプトに合う企業が入っていただけたこと

→他の海の家い比べ、しっかりとした印象や安心感・オシャレ感を提供できたので、早めのアプローチでより多くの協賛を集める。

● メニューの写真が美味しそうな感じで撮影できたこと

→当初は自分達で撮影する予定だったが、プロのカメラマンに撮影していただき◎。大切なところなので見せ方等をもっと工夫する。

● 家族連れが多く入っていただけたこと

→家族連れの方に入っていただけると、人数・単価・宣伝になるので家族連れの方に対してのアプローチやサービスを強化する。

● 他店にはないイベントをやることができた

→街コン・アイドルイベント等を行うことによって話題になったり宣伝になったりしたので、もっとさまざまなイベントを行う。

● EXTREMEという屋号

→覚えやすさや響きも良く、お客にもスグ覚えていただいたような印象を持ちます。

● たくさんのお客に店の入口で記念撮影をしていただいたこと

→皆に笑顔が生まれ、思い出としてカタチになる。これをより多く増やし、この部分を生かした何かが出来たらいいと思います。

● パートナー会社の方々にご協力いただけたこと

→パートナー会社の方々に色々と協力していただき、いろんな意味でお互いにいい経験ができたように思います。

● スタッフの友人・知人がよく来てくれたこと・何度も来てくれたこと

→友人や知人が来てくれて楽しんでくれることは自分たちのモチベーションにも繋がりました。もっと来てもらえるようになるといいです。

● 何度も利用していただけるリピーターのお客が結構いたこと

→2度でなく3度4度と通っていただいた方もいました。再度来ていただけるようなクーポンや告知などもっと考慮するべきところです。

● スタッフにとっていろいろなことを学ぶいい機会であり、貴重な経験ができたこと

→いつもに比べてコミュニケーションを取る場が多かったり、別業種の仕事をすることによっていろいろ気付かされることが多かったです。

● 西浜主体での大きなイベントの誘致

→年々落ちている海の家に来場数。海の家をやる側にも来る側、近隣の方々も有意義に楽しめるイベントを考える必要がある。

● ルールや方向性の徹底

→タトゥー禁止や暴力団の入店禁止など、初めに言っていたルールが曖昧になっている。その結果が悪い影響をもたらしている。

● メディアへの告知・宣伝の量を増やす

→来場者数が減っていることに対しての危機感がないのと、来場者数を増やさないと海の家をやる側がいなくなると思います。

● 街灯の設置

→夜営業の際にあまりに暗すぎるので、もう少し街灯を増やして夜を安心して楽しめるようにする。

● ゴミの清掃

→もっと組合が仕切ってゴミの清掃の徹底をするべきです。これもひとつのイメージアップに繋がり、自然を守ることに繋がります。

● ルールの改定・軽減

→海の家それぞれに納得いかないルールがあり不満があるはずです。まずはそれを吸い上げてしっかり議論するべきです。

● 駅からの導線の見直し、駅での宣伝・告知をする

→東浜は案内があるのに西浜への案内はない。海の家が存在を知ってもらったり、店のアピールする場所として使用させてもらいたい。

● トイレの設備を増やす

→トイレが近いことがセールストークになっているのも残念ですし、大勢の客を呼ぶには必要不可欠な施設だと思います。

● 西浜全体、江の島の海の家全体の協力

→西浜全体・江の島全体で協力して、“江の島の夏”を盛り上げるような施策を市や観光協会なども巻き込んで考えていく。

● 海の家全体をプロデュースする人を入れる・組合スタッフの活性化をする

→現在の仕組みやスタッフのままだと現状を変えるのは難しいと思います。新しい風を入れて大きく再編するべきだと思います。

海の家から生まれる ゴミの清掃を徹底する



海を汚す・自然を汚すようなら海の家を止めるべきです。
海を愛する心・大切にしている気持ちを今一度見直しましょう。

海の家が存在を もっと多くの人に 知らせよう!!



海の家の存在・使い方・魅力・クリーンなイメージを
できるだけ多くの人に知ってもらう為の施策を打つ。

海の家に人を呼ぶ 新しい魅力や イベントを考える



今までのしきたりやルールを改善して
新しい江の島の海の家を作っていきましょう。

海は広いな 大きな
月のはのぼるし 日が沈む

海は大波 青い海
ゆれてどこまで 続くやら

海は愉快だ 最高だ
笑ってみたいな いつまでも

海はきれいだ 気持ちいい
過ごしてほしいな 海の家

西浜海水浴場は左に江の島、右に富士山に見える最高のスポットでした
気持ちいい風と波の音で身体全身が気持ち良くなりました。
海の家の可能性は無限大です。

皆が愛する“江の島の海”をより多くの人に!!