

焼肉新聞

やきにくしんぶん

幹部候補生自由研究編

企画：齊藤誠 大竹由寛
制作：野口裕香 島田明歩

特別号

直撃

受賞者へインタビュー!

焼肉事業部2024年幹部候補生の自由研究 最終プレゼンが開催されました！わくわくする内容の発表が沢山ありました。今回は受賞者の皆さんからコメントをいただきました！ありがとうございます！！
プレゼン当日の動画は「もっとものがたり」に掲載されています。ぜひ合わせてご覧ください！

- ①テーマを思いついたきっかけ、ヒントになったこと ②大変だったこと ③工夫した点



金賞

焼肉きんぐ 瀬戸店 **松岡 舞さん**

アレンジし放題 お茶漬けorだし茶漬け

かけもの (別容器で提供)

・お茶 or だし (温 or 冷)

各項目どちらか選択
※だしを選択した場合、だし本体に味がついているため「お茶漬けの素」は不要も可

白飯

・小サイズご飯で統一

具材をのせたり、かけものをかけたときに器からあふれ出ないようにするため

①自分自身がお茶漬けが好き + アルバイト先のフレンチ料理店でお茶漬け(出汁茶漬け)をメに出していたこと。季節の食材をのせた色んなお茶漬けのバリエーションがあり、アレンジできたら面白そうだと思います。②人前で話すことが苦手だったので、パワポに時間をかけすぎて発表当日に考えることになってしまったことです。③和風チックに仕上げたことです。zoomでの発表だったので、話を聞いて理解してもらうより、視覚からイメージしてもらおうと考えました。背景を和紙風なものにしたり、色彩を変えたり、さらにオリジナリティを出したく、縦書きにしたりして印象付けを行いました。よりイメージ

してもらいやすいように挿絵も加えました。金賞をいただけるなんて夢のようで、まだまだ実感感が湧いていません。これで慢心しないように、地に足をつけた状態でこれからも頑張りたいと思います。他の幹部候補生は、お客様の視点で考えたり、お店のことを考えていて、自分自身ももっとお客様に目を向けていかないと感じました。

焼肉きんぐ 川口本町店 **浜田 美華さん**

お子様限定 お風呂ガチャ

①きっかけは私の人生経験です。昨今、ガチャはとてん馴染み深く、ワクワクする代物です。私自身、お風呂に入るまで時間がかかるものぐさな性格です。実家ではお風呂へ入るための口実として入浴剤を2種類常備していました。この2つを掛け合わせた「お風呂ガチャ」があったら嬉しいなと思いました。きんぐの客層は8割が家族連れのため、焼肉臭がついた子供をお風呂へ簡単に入らせることができると考えました。②私はこの案を考案するだけで満足してしまい、詳しい数字の所まで考えていませんでした。しかし、木村店長へ相談したところ、実際の来客人数、この設置による集客率の見込み、売上アップの計算方法等、私が思いつかなかった「経営」という視点からのアプローチ方法を教えて下さりました。③見やすくわかりやすい構図になる事を意識しました。資料作成に与えられた時間は2時間程なので、私がワクワクできる資料を完成させることを目指しました。

お子様限定 お風呂ガチャ
きんぐ→お風呂まで一直線!

煩わしいお風呂も解決
焼肉きんぐの売上げUP!!

銀賞

移動式ロースターとは

ロースターを取り外しできるように、テーブルの上に乗せることができるようにする。

焼肉きんぐ 天拝坂店 **岩崎 未花さん**

移動式ロースターで 焼肉きんぐにまた行きたくなる!!

①お子様を連れのお客様の「やけどするからリングの周り触らないでね」の言葉でした。ロースターがお客様から遠くなれば心配する必要がなくなる!と思ったからです。②実現の可能性が低そうなことを、いかにして、実現できるようにするか考えたことです。心残りなのは、もっと突き詰めて考えて、実現出来る自信を持ったプレゼンが出来たら良かったなと思います。③プレゼンの資料作りです。聞いてる人を飽きさせないように少ない文章で情報がぱっと入るようにし、アニメーションで動きのあるプレゼン資料を店長の梅木さんに協力して頂いて作成しました。

焼肉きんぐ 横浜青葉台店 **高橋 菜月さん**

1年に12回楽しめる! 月替わりメニューでお客様の心をゲットしよう

①1年中のイベント事が大好きで、「期間限定」という言葉に弱い私だからこそだと思えます! ②学生のときの図工や美術の時間が苦痛でたまらないくらい、自分の頭で新しいことを考え出すことが大嫌いでした。③このように毎月違ったメニューを出すことで、お客様は「来月はどのイベントのメニューだろう?」と気になって「来月も行ってみよう!!」とわくわくさせることができるし、リピーターの増加にも繋がると考えました。



銅賞

29日限定キャンペーン!!

1番人気きんぐコース特別特価!!
最大好き牛タン!!赤字覚悟の70%OFF!!

きんぐコース2929円+税
牛タンの単品注文を1人前290円で提供!!

きんぐコース割引率 8%
牛タン割引率 70%
仕入原価 一人前242円

継続的な価格ですが
魅力はあります!!

焼肉きんぐ 小山店 **金井 祐寛さん**

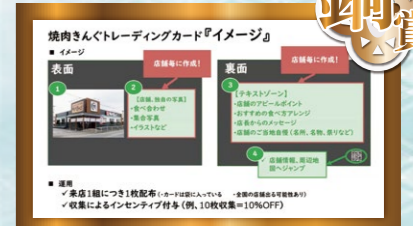
29日は肉の日! 感謝祭!

①売上が低い日を高くするより、高い日をさらに高くした方が良いと考えました。1ヵ月の中で売上が高い日に注目し、29日の肉の日特化型のイベントを考えました。②どうやったら見やすくなるか、わかりやすくなるかを考えました。PowerPointを使うのも初めてだったので、プレゼン資料作りが大変でした。③ほかの幹部候補生と差をつけるために、プレゼン資料を作る前から数字、グラフ、表を用いて原理原則に基づいたプレゼンをしようと考えていました。

焼肉きんぐ 札幌豊平店 **吉村 晴陽さん**

集めて楽しい! お得! 焼肉きんぐトレーディングカード

①焼肉きんぐの店舗数を活かした企画で何かないかと考え、以前流行った「ダムカード」をヒントにして、各店の特徴をお客様に知って頂こうと思ったのがきっかけです。②開発原則に沿った内容にまとめる事と、費用対効果を考えるのが大変でした。③筋道を立てて、話を組み立てる事。大枠のあらずし(トレーディングカード)を決めてから、そこに根拠を加えて、中身を作る事が出来た事。



焼肉きんぐ 天拝坂店 **岩崎 未花さん**

移動式ロースターで 焼肉きんぐにまた行きたくなる!!

①お子様を連れのお客様の「やけどするからリングの周り触らないでね」の言葉でした。ロースターがお客様から遠くなれば心配する必要がなくなる!と思ったからです。②実現の可能性が低そうなことを、いかにして、実現できるようにするか考えたことです。心残りなのは、もっと突き詰めて考えて、実現出来る自信を持ったプレゼンが出来たら良かったなと思います。③プレゼンの資料作りです。聞いてる人を飽きさせないように少ない文章で情報がぱっと入るようにし、アニメーションで動きのあるプレゼン資料を店長の梅木さんに協力して頂いて作成しました。

焼肉きんぐ 横浜青葉台店 **高橋 菜月さん**

1年に12回楽しめる! 月替わりメニューでお客様の心をゲットしよう

①1年中のイベント事が大好きで、「期間限定」という言葉に弱い私だからこそだと思えます! ②学生のときの図工や美術の時間が苦痛でたまらないくらい、自分の頭で新しいことを考え出すことが大嫌いでした。③このように毎月違ったメニューを出すことで、お客様は「来月はどのイベントのメニューだろう?」と気になって「来月も行ってみよう!!」とわくわくさせることができるし、リピーターの増加にも繋がると考えました。



詳しくは『もっとものがたり』 **自由研究** 🔍 で検索!!

銀賞

感謝板とは?

入口付近に感謝の込めた言葉をたくさん載せる掲示板

- 対象: 初回以上のお客様、常連のお客様
- 目的: 感謝の表明、信頼関係の築きと回復、好感度の向上
- 形態: 紙アンケート、掲示板、手書き (電子アンケートも使用)

焼肉きんぐ 四日市日永店 **サベル オサマさん**

感謝板

①自分はビザの関係で営業に出ることができませんでしたが、お客様アンケートは毎日メールで来ていて、常に確認する習慣を身につけました。営業に出られなかった分、お客様目線で考えることができ、電子アンケートは経営者が本当に確認して行動するの?という素朴な疑問から感謝板を生み出しました。②電子アンケートとそのデータの処理の効率など、どうやって旧式をシステムに戻して電子アンケートと併用させることができるか考えることが大変でした。③工夫した点はいくつかあります。看板の形や位置を邪魔にならないかつ見られる可能性が高いところに設置すること。更新頻度を来客頻度以下にすること。コメントに対してお返す際、絵文字やお描き、穏やかな絵を足すことで身近さを感じさせることなどです。

焼肉きんぐ 一宮大和町店 **梶川 聡大さん**

大切な人の誕生日 焼肉きんぐで過ごしてみませんか?

①きっかけは、誰もが幸せになれるところはどこだ?そこでみんなに平等にしていることは何か?と考えた時に思いつきました!直近で人生初めてのDisney Seaに行き、そこでの感動が非常に大きかったため思いついたのかもしれない! ②大変だったことは開発四原則全てに当てはめることが難しく、思いつくまでにたくさん時間がかかったことですかね! ③工夫したことは3つです!誰でも実現可能にするためのオペレーションの軽さ。審査基準を満たすため、開発四原則に基づいているか?特定の人だけでなく、みんなに平等に与えられるものか。

銀賞

誕生日シールを誕生日のお客様に玄関でプレゼント!

店舗での行動内容

- 名前、誕生日を記入し誕生日のお客様にプレゼント!
- 「お誕生日のお客様ご案内します!」と大きな声でご案内!
- シールを貼られているお客様がいたら笑顔で「お誕生日おめでとうございます!」とお声かけ!

銅賞

焼肉きんぐ 小山店 **金井 祐寛さん**

29日は肉の日! 感謝祭!

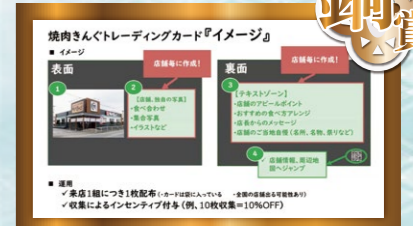
①売上が低い日を高くするより、高い日をさらに高くした方が良いと考えました。1ヵ月の中で売上が高い日に注目し、29日の肉の日特化型のイベントを考えました。②どうやったら見やすくなるか、わかりやすくなるかを考えました。PowerPointを使うのも初めてだったので、プレゼン資料作りが大変でした。③ほかの幹部候補生と差をつけるために、プレゼン資料を作る前から数字、グラフ、表を用いて原理原則に基づいたプレゼンをしようと考えていました。

銅賞

焼肉きんぐ 札幌豊平店 **吉村 晴陽さん**

集めて楽しい! お得! 焼肉きんぐトレーディングカード

①焼肉きんぐの店舗数を活かした企画で何かないかと考え、以前流行った「ダムカード」をヒントにして、各店の特徴をお客様に知って頂こうと思ったのがきっかけです。②開発原則に沿った内容にまとめる事と、費用対効果を考えるのが大変でした。③筋道を立てて、話を組み立てる事。大枠のあらずし(トレーディングカード)を決めてから、そこに根拠を加えて、中身を作る事が出来た事。



銅賞

焼肉きんぐ 天拝坂店 **岩崎 未花さん**

移動式ロースターで 焼肉きんぐにまた行きたくなる!!

①お子様を連れのお客様の「やけどするからリングの周り触らないでね」の言葉でした。ロースターがお客様から遠くなれば心配する必要がなくなる!と思ったからです。②実現の可能性が低そうなことを、いかにして、実現できるようにするか考えたことです。心残りなのは、もっと突き詰めて考えて、実現出来る自信を持ったプレゼンが出来たら良かったなと思います。③プレゼンの資料作りです。聞いてる人を飽きさせないように少ない文章で情報がぱっと入るようにし、アニメーションで動きのあるプレゼン資料を店長の梅木さんに協力して頂いて作成しました。

焼肉きんぐ 横浜青葉台店 **高橋 菜月さん**

1年に12回楽しめる! 月替わりメニューでお客様の心をゲットしよう

①1年中のイベント事が大好きで、「期間限定」という言葉に弱い私だからこそだと思えます! ②学生のときの図工や美術の時間が苦痛でたまらないくらい、自分の頭で新しいことを考え出すことが大嫌いでした。③このように毎月違ったメニューを出すことで、お客様は「来月はどのイベントのメニューだろう?」と気になって「来月も行ってみよう!!」とわくわくさせることができるし、リピーターの増加にも繋がると考えました。

