

アンケート調査の報告書

ランチ営業時間の来店者を対象に来店の動機に関する調査を以下の通り実施しましたので、その調査結果をご報告します。

調査の目的	調査を通して、昼の客層・来店の動機について把握・分析し、夜の集客に繋げる。
調査期間	2018年5月25日（金）
実施対象	ランチ営業時間の来店者
調査方法	口頭質問
調査結果	<p>ランチ営業時間の来店者 14 名のうち、9 名から回答が得られた。</p> <p>昼の来店者はほとんどが女性であり、その 2/3 がリピーターである。彼女たちは、日替わりメニューを見て来店するかを決めている。また、来店者の多くが SNS や口コミを通して SALA を知る。</p> <p>昼の来店者のうち、夜に来店したことのあるお客様は 1/3 だった。夜に SALA を選んだ基準としては、「お酒の種類が多さ」、「アジア料理が好きだから」などが挙げられた。</p>
所感	<p>夜に来店したことのない 2/3 のお客様の意見として、「夜のメニューを知らない」、「お酒の種類豊富さ、珍しいお酒などがあれば魅力的」という意見が挙げられた。</p> <p>SALA では夜のメニューが昼と違って種類が豊富だが、知られていないこと。既にお酒の種類は豊富で、珍しいお酒も置いてあるが、こちらもまた知られていないこと。など、お客様が SALA の夜に対してイメージがしにくいことが、夜の来店客数の伸び悩みに繋がるのではないかと考える。</p>

以上