

外食各社のコロナショック対策

Q1 コロナショックによる集客への影響

Q2 2020年1月～4月の既存店対前年同月比データ

Q3 コロナショックの影響について不安に感じること

Q4 感染拡大防止策として取り組んでいること

Q5 売上げ(利益)のリカバリー策

Q6 資金繰り対策として取り組んでいること

Q7 社内イベントなどの対応と対策

Q8 従業員の給与、待遇面の対応と対策

Q9 新型コロナショックを契機に見直している経営課題

Q10 外食業界の今後の見通しと所感

※アンケートは4月2日～4月11日に実施。Q2のみ最新のデータを掲載

▶▶ A3

売上げの減少、従業員の健康管理などはとくに不安を感じる

▶▶ A4

業態によって異なるが、顧客に対する取組みは消毒液の設置をはじめ、できる限りのことをやっている

従業員に対する取組みについては、営業時間の短縮および一部の店で営業の自粛を実施し、営業中は従業員のマスク着用を推奨している。また、日々の健康状態を確認するチェック体制を新たに設けた。本部はオフィスの空気清浄機を増設し、一部社員の時差出勤、テレワークなどを導入している。フェイクニュースなどSNSの利用に関する注意点なども共有している

▶▶ A7

4月に予定していた新入社員217人の入社式、社外の関係者も参加する社員総会を中止した

【株鳥貴族】

大阪府大阪市浪速区立葉1-2-12

☎06-6562-5333

設立：1986年9月

資本金：14億9182万9125円

売上高：358億4700万円(2019年7月期)

店数：直営393店 FC246店(2020年4月期)

主力ブランド：鳥貴族

▶▶ A1

2020年3月から減少傾向にある

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①107.5% ②— ③107.6% ④99.9%

2020年2月

①106% ②— ③105.6% ④100.4%

2020年3月

①83.9% ②— ③81.1% ④103.5%

2020年4月

①3.9% ②— ③3.8% ④102.5%

▶▶ A3

お客さま、店に勤務するスタッフの安全を第一に考え、直営店をすべて休業とした

▶▶ A4

4月4日より休業しているが、営業期間中は以下の取組みを実施した

顧客に対してはアルコール消毒液の設置と店内換気。従業員に対しては出勤前の検温、管理者が出勤者の体調を確認し、体調不良のス

は、帰国日を含む14日間の勤務禁止、地域を問わず出張の自粛、顧客・取引先との面談や各種会合、懇親会自粛、東京フォーラムオフィスなど都内において15人以上が集まる会議・研修の実施禁止

▶▶ A6

金融機関からの借入を検討

▶▶ A7

入社式の無期限延期、2020年上半年実施の「お好み焼本舗」および「焼肉きんぐ」のフランチイズオーナー会の中止、新卒者向けイベントの中止。その他、社員向けの研修開催の是非については、つど検討

▶▶ A10

新型コロナウイルスとの共生を図りながら、外食業界全体では7月以降の回復を見込んでいる。ただし、客単価が高い業態、来店客に占める高齢者の比率が高い業態は回復が遅いのではないかと

【株DDホールディングス】

東京都港区芝4-1-23 三田NNビル18F

☎03-6858-6080

設立：1996年3月

資本金：6億9938万円

売上高：573億6900万円(2020年2月期)

店数：直営489店 FC13店(2020年2月期グループ合計)

主力ブランド：わらやき屋(株)タイヤモンドダイニング、九州熱中屋(株)ゴールデンマジック、BAGUS(株)パグ

ス、chano-ma(株)商業芸術、ALOHA TABLE(株)ゼットン、kawara CAFE&DINING(株)エスエルディー

▶▶ A1

業態やエリアによって影響の出かたは大きく異なる。東京都内では、宴会ニーズに対応するビルインの大型居酒屋は早い段階で影響が出はじめた。専門店、独自性の高い業態、カフェなどは当初は影響が小さかったが、3月25日に小池百合子東京都知事が週末の外出自粛を都民に要請してから一気に空気が変わった

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①106% ②— ③103% ④102.9%

2020年2月

①96.9% ②— ③93.3% ④103.8%

2020年3月

①62.6% ②— ③65.1% ④96.1%

2020年4月

①— ②— ③— ④—

【株物語コーポレーション】

愛知県豊橋市西岩田5-7-11

☎0532-63-8001

設立：1969年9月

資本金：27億1961万円

売上高：589億2400万円(2019年6月期)

店数：直営277店 FC221店(2019年6月期)

主力ブランド：焼肉きんぐ、丸源ラーメン、お好み焼本舗、寿司・しゃぶしゃぶ ゆず庵

▶▶ A1

都心の繁華街立地の店は2月2週め以降、全店では2月4週め以降から客数の減少がはじまった。時間帯別で見るとランチ帯、ディナー帯ともに減少しており、とくに20時以降の減少幅が前年に比べて大きい。曜日別で見ると、日曜日の減少幅が前年に比べて大きくなっている。他の曜日に大きな変動はない

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①105.3% ②— ③104.2% ④101.1%

2020年2月

①125.7% ②— ③120.1% ④104.7%

2020年3月

①97.2% ②— ③93.8% ④103.7%

2020年4月

①— ②— ③— ④—

※数値は全業態の直営店のみ

▶▶ A3

不安に感じることは大きく2点。まずは従業員とお客さまの安全を担保できるかどうか。もうひとつは売上げ減少による収支悪化、ひいては経営状態の悪化

▶▶ A4

顧客に対する取組みはお客さま用手指消毒アルコールの設置、ドアノブなど不特定多数の人が触れる部分の消毒を実施。4月7日から4月30日まで直営302店を全店休業

従業員に対する取組みは店舗および各フォーラムオフィスで出勤時と出先からの帰社時の手洗いの励行、うがい、咳エチケットの励行、出勤前と勤務中の検温。計測後に37.5度以上の発熱が確認された場合は出勤禁止(4日以上37.5度以上の発熱が続く場合本社に報告)、店内における従業員のマスク着用許可(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)の店舗には全員ぶんのマスクを支給)、本社スタッフのリモートワークの励行、国外出張の禁止、法務省が来日を拒否している国から帰国した場合

▶▶ A1

2月後半から減少。初期は20時以降の客足が減少していたが、外出自粛要請が出てからは全時間帯、全曜日、ほぼ全客層で減少

▶▶ A3

臨時休業

▶▶ A4

顧客に対する取組みとしては、緊急事態宣言以降、イトインを休止し、テイクアウト・デリバリーへ切り替えた。従業員に対する取組みとしては営業時間の短縮、マスク着用、消毒液設置、体温測定

▶▶ A5

テイクアウト・デリバリー

▶▶ A7

「ワンダーテーブルフォーラム」は中止。社員フォーラムはWEB配信を検討中

▶▶ A8

休業補償手当としてパート・アルバイトに給与の6割補償、社員には特別休暇を付与

【株】ファイブグループ

東京都武蔵野市吉祥寺本町2-5-10 いちご吉祥寺ビルF
☎0422-28-4281
設立：2003年6月
資本金：1000万円
売上高：115億円(2019年4月期)
店数：直営130店 FC4店(2020年3月末)
主力ブランド：旨串 とりとん、居酒屋行くら俺んち来い、洋風居酒屋ベコリ、スパゲッティのパンチョ、ローストビーフ大野

▶▶ A1

訪日外国人が主客層の店は1月5週めから全時間帯で客数の減少が顕著。アルコール業態は3月2週めから週末の客数が落ち込んでおり、とくに家庭を持つ利用者が減っている。カフェ業態は土・日曜の客数が減少し、定食業態はファミリー客の減少が目立つ

▶▶ A3

従業員の給与、および雇用を維持するための費用を捻出することによる資金繰りの悪化、店の休業によってキャッシュを得る手段が断絶されること

▶▶ A4

顧客に対しては次の取組みを実施。消毒液の設置、おしぼりは袋に入れて提供、定期的な店内換気とトイレの清掃、スタッフのマスク着用の徹底、感染注意の喚起ポスターの掲示、ソーシャルディスタンスに配慮した客席配置、カスターセットの一部を撤去、プッシュ中止従業員に対する取組みは店の休業と営業時間短縮、営業中のマスク着用の徹底、入店前の検温、体調チェック、ライフサポート窓口(相談窓口)の設置、パート・アルバイトへのまかない無料提供(勤務外でも利用可)

▶▶ A5

現時点では確信的な改善策は見えていない

▶▶ A6

【イトアンド】(株)

東京都品川区東品川14-12-8 品川シーサイドイーストタワー15F
☎03-5769-5050
設立：1977年8月
資本金：20億1637万円
売上高：303億6100万円(2020年3月期)
店数：直営79店 FC399店(2020年3月期)
主力ブランド：大阪王将、よってこや、太陽のトマト麺、R Baker Inspired by court rosarian 他

▶▶ A1

3月上旬から17時以降を中心に減少。とくにファミリー層の落ち込みが顕著

▶▶ A5

関東エリアやオフィス街を中心にテイクアウトとデリバリーを強化している

【株】甲羅

愛知県豊橋市東脇3-1-7
☎0532-32-8880
設立：1974年4月
資本金：2000万円
売上高：185億円(2020年3月期)
店数：370店(FCを含む。2020年3月末)
主力ブランド：赤から、甲羅本店

▶▶ A1

2月2週めから全時間帯で減少。とくに金曜日の落ち込みが顕著

▶▶ A3

外出自粛ムードにより客足が伸びず、売上げの減少が続いている。販売促進費はある程度抑えられるが、人件費や家賃などの固定費の負担が大きい

▶▶ A4

顧客に対しては消毒液を設置。従業員に対してはマスク着用と手洗い、うがいの徹底。店内の消毒や清掃を徹底し、一部の店では営業時間を短縮。本社ではWEB会議に切り替えて3密を避けるようにした

▶▶ A5

一部の店ではUber Eatsを導入し、テイクアウトやデリバリーを強化している

▶▶ A6

雇用調整助成金の申請を検討

▶▶ A7

毎年4月下旬に実施している決起大会をネット配信に変更した

▶▶ A9

外食事業を継続しながら、異業種への参入を検討している

▶▶ A10

テレワークや在宅勤務が定着し、テイクアウト需要が高まると思う

【株】ワンダーテーブル

東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー22F
☎03-3379-8050
設立：1946年7月
資本金：8000万円
売上高：128億円(2019年3月期)
店数：直営49店 FC75店(2020年3月末)
主力ブランド：モーニングパラダイス、バルバッコア、ロウリーズ・ザ・プライムリブ

スタッフは出勤停止措置、大きな声でのかけ声自粛、スタッフのマスク着用を推奨、1時間ごとの手洗い、手が触れやすい箇所のアルコール消毒液による拭きあげ作業の徹底

▶▶ A6

今後の状況次第だが資金の流動性を高めて企業活動維持、継続に努める

▶▶ A7

入社式は延期。大人数が参加する会議はすべて中止した

▶▶ A8

4月4日から12日までの休業期間は、通常の月給支給もしくは、休業手当の支給を予定

【株】はなまる

東京都中央区日本橋箱崎町36-2 Daiwaリバーゲート18F
☎03-5651-8701
設立：2001年11月
資本金：1000万円
売上高：321億7800万円(2020年2月期)
店数：直営369店 FC85店(2020年2月期)
主力ブランド：はなまるうどん

▶▶ A3

売上げの減少、従業員の健康管理

▶▶ A4

顧客に対する取組みとしてはアクア酸性水の消毒液を客席に設置し、天ぷら用のトングを30分～1時間おきに洗浄、消毒している

従業員に対する取組みは営業時間の短縮または状況によって休業し、営業中はマスク着用を推奨している。37.5度以上の発熱、倦怠感、息苦しさ、咳やくしゃみが続くといった症状があれば、出勤を見合わせる。該当従業員に厚生労働省の間合せ窓口を案内する。小学校などの臨時休校によって勤務予定時間内に子供の対応が必要になった従業員に対しては特別休暇制度を用意し、申請後に特別手当を支給する

▶▶ A5

2019年6月にUber Eatsと出前館によるデリバリーサービスをスタート。デベロッパーの許可を得られないフードコート型タイプを除くすべての店で導入している。導入済み店数はチェーン総店数の2割にあたる約100店。住宅エリアよりも繁華街立地のほうが売上げが伸びる傾向がある

▶▶ A7

入社式を延期し、新入社員は自宅待機。研修は状況を見定めて延期や中止を判断していく

▶▶ A10

人と人の接触を避けるためにテイクアウト需要が高まっている。そうしたニーズに対応するとともにUber Eats、出前館によるデリバリーサービスに力を入れていく

Q1 コロナショックによる集客への影響 Q2 2020年1月~4月の既存店対前年同月比データ Q3 コロナショックの影響について不安に感じること
 Q4 感染拡大防止策として取り組んでいること Q5 売上げ(利益)のリカバリー策 Q6 資金繰り対策として取り組んでいること Q7 社内イベントなどの対応と対策
 Q8 従業員の給与、待遇面の対応と対策 Q9 新型コロナショックを契機に見直している経営課題 Q10 外食業界の今後の見通しと所感

従業員に対する取組みは営業時間短縮とマスク着用の徹底

▶▶ A5

デリバリー (Uber Eats) 対象店の拡大とテイクアウトの導入

▶▶ A6

家賃交渉、賃料と敷金の相殺

▶▶ A7

入社式は参加人数の絞り込みと開催時間を短縮して実施した。社内で大人数が集まる会議は中止または延期

▶▶ A8

雇用維持。休業時は補償する

▶▶ A9

コロナ後を見越し、人材の獲得と好条件の物件確保

直営店は休業しているが、営業期間中の顧客に対する取組みは従業員のマスク着用の励行、手指の殺菌に努めるように指導の徹底、1時間に1回程度の十分な換気、お客さまが着席してから割り箸とソースの提供、ソースはお客さまごとに廃棄、従業員のシフトイン前の検温徹底、37.5度以上の発熱が認められた場合の自宅待機、ウイルス拡散を防止するためトイレのジェットタオル使用禁止

従業員に対する取組みはトイレのジェットタオル使用禁止とマスクの配布。在宅勤務を推奨し、4月1日より休業日を設定。本社に勤務するスタッフは通勤時間を変更した

▶▶ A7

入社式、毎年2月または3月に実施している「串カツ田中総会」を延期した

▶▶ A8

助成金の申請を検討。社員は休業補償(法定での60%支給)に加え、追加補償もする。パート・アルバイトへの補償も検討している

▶▶ A9

リスクマネジメントに対する管理体制のありかた、単一業態での運営リスクを再検討する。業務の非効率性と偏りを改善する

▶▶ A10

コロナショック前の経済状況に戻るまで長期間を要すると考えている。政府、自治体の要請に協力しつつ、この状況を打破するために情報共有を図っていきたい

各種助成金の申請(準備)、不要なコストの削減、制度融資の活用、日次キャッシュと利益の管理徹底

▶▶ A7

入社式を7月1日に延期、社内交流イベントは中止または延期、新人研修はオンラインで実施、集合型研修は延期または中止、部活制度の中止

▶▶ A8

助成金による休業手当の検討(準備)、シフトにかかわらず系列店に来店すればまかないを無料で提供、ライフサポート窓口(相談窓口)の設置

▶▶ A9

危機管理体制の見直し、各種コスト権限の制約、事務作業のオンライン化、研修のオンライン化の推進

▶▶ A10

収束までには数ヶ月を要し、事業の継続は体力(資金)勝負となる。今後は生き残った企業との合従連衡が増え、個人店が減少すると予測。お客さまとのつながりを強く持つ企業が生き残っていくだろう。また、コロナショックを契機に従業員、お客さまともに衛生意識、健康意識が高まり、安全安心の欲求が強くなるはずだ。組織運営ではバックオフィスのオンライン化と効率化が進むと見ている

大東企業(株)

東京都千代田区鍛冶町1-5-6

☎03-3257-0211

設立: 1949年3月

資本金: 4800万円

売上高: 82億7688万円(2018年度グループ合計)

店数: 直営30店(うち海外1店)(2020年3月期)

主力ブランド: 個室会席 北大路、個室居酒屋 番屋、焼肉×バル マルウシミート

▶▶ A1

2月4週め以降から平日、休日ともに全時間帯で客数が減少。客層は年齢、性別問わず、まんべんなく減少傾向にある

▶▶ A3

従業員の健康管理と人件費の負担、資金繰りの悪化。インバウンドニーズが激減することによる売上げ減少

▶▶ A4

顧客に対しては1月に次亜塩素酸水を全店および本社に設置。店での定期換気も実施
 従業員に対しては全店で時短営業、本社勤務の正社員はテレワークを実施

▶▶ A7

各種イベントの中止

(株)ギフト

東京都町田市原町田6-27-19 平本ビル1・2F

☎042-860-7182

設立: 2009年12月

資本金: 7億7755万円

売上高: 90億5200万円(2019年10月期)

店数: 直営95店 プロデュース店367店(2019年10月期)

主力ブランド: 横浜家系ラーメン 町田商店、ラーメン豚山

▶▶ A1

日々状況は変わっているが、1月最終週、2月中旬、3月の最終週に潮目が変わった。とくに土・日曜の22時以降の客数の落ち込みが激しく、ファミリーが減少傾向

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価
 2020年1月

①95.7% ②— ③96.2% ④101.7%

2020年2月

①96.7% ②— ③94.1% ④101.1%

2020年3月

①86.3% ②— ③85.7% ④100.8%

2020年4月

①75.6% ②— ③70.9% ④106.7%

▶▶ A3

売上げの減少と従業員の健康管理

▶▶ A4

顧客に対する取組みは店内に消毒液を設置

(株)串カツ田中ホールディングス

東京都品川区東五反田1-7-6

☎03-5449-6410

設立: 2002年3月

売上高: 100億1000万円(2019年11月期)

店数: 直営116店 FC157店(2019年11月期)

主力ブランド: 串カツ田中

▶▶ A1

2月最終週(25日前後)、3月25日の小池百合子東京都知事会見後の2段階で客数が大きく減少した。現在は休業中だが、営業期間中は金・土・日曜の21時~翌1時の落ち込みが激しく、3月26日以降はファミリーの来店が大きく減少した

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①117% ②— ③115% ④102%

2020年2月

①102% ②— ③100% ④102%

2020年3月

①77% ②— ③74% ④104%

2020年4月

①— ②— ③— ④—

▶▶ A3

従業員とお客さまの健康管理、売上げと利益の減少、外食市場および経済の冷え込みの長期化

▶▶ A4

(株)ゆで太郎システム

東京都品川区西五反田2-29-5 日幸五反田ビル3F

☎03-5436-1023

設立: 2004年8月11日

資本金: 5000万円

売上高: 75億3000万円(2019年6月期)

店数: 直営107店 FC63店(2020年4月末)

主力ブランド: ゆで太郎

▶▶ A1

2月27日から客数減が明確になり、3月後半、4月に入ってさらに減少幅が広がった。時間帯は18時以降と夜間、曜日は週末の影響が大きく、平日は夜間勤労者、週末はファミリー、子供連れのお客さまが減った

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①98.4% ②— ③97.7% ④100.8%

人件費の負担と売上げの減少

▶▶ A4

顧客に対する取組みとしては、アルコール消毒液の設置と定期的な換気

従業員に対する取組みとしてはマスク着用と定期的な換気

▶▶ A7

社内行事延期

▶▶ A9

資金繰りの調整と人件費問題

▶▶ A10

閉店に追い込まれる店が増えるだろう

【(株)味ん味ん

神奈川県厚木市関口159-1

☎046-280-6715

設立：1995年7月

資本金：3000万円

売上高：45億(2019年6月期)

店数：直営22店(2020年3月末)

主力ブランド：七輪炭火焼肉 味ん味ん

▶▶ A1

2月まではコロナショックによる来客数への影響はほぼゼロ。客数の減少が見られるようになったのは3月21日。以降は土・日曜、祝日の客数の落ち込みが目立つ

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①102% ②102% ③102% ④100%

2020年2月

①102% ②102% ③102% ④100%

2020年3月

①105% ②105% ③105% ④100%

2020年4月

①50% ②— ③— ④—

▶▶ A3

売上げと利益の減少

▶▶ A4

顧客に対する取組みは消毒液の店内設置と従業員のマスク着用の徹底

▶▶ A6

雇用調整助成金の活用

▶▶ A7

社員旅行の中止

▶▶ A8

雇用調整助成金の活用

【(株)ワールド・ワン

兵庫県神戸市中央区下山手通2-13-3 建創ビル7F

☎078-333-8883

設立：1996年6月

資本金：5000万円

売上高：33億円(2020年3月期)

店数：直営31店(2020年3月期)

主力ブランド：土佐清水ワールド

▶▶ A1

2月4週めからオフィスワーカーの利用が減少。平日の22時以降、土・日曜、祝日の客数がとくに減っている

【東京レストランズファクトリー(株)

東京都目黒区大橋2-22-7 村田ビル2F

☎03-6407-1066

設立：2003年6月

資本金：4500万円

売上高：58億円(2019年7月期)

店数：直営53店 海外4店(2020年4月末)

主力ブランド：鳥幸、ぬる爛 佐藤

▶▶ A1

2月中旬以降。金曜以外の平日でディナー帯のキャンセルが相次いだ。宴会客、接待客、オフィスワーカーの利用が減っている

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①減少なし ②— ③— ④—

2020年2月

①85% ②— ③— ④—

2020年3月

①57.5% ②— ③— ④—

2020年4月

①3% ②— ③— ④—

▶▶ A3

売上げ減少に対する不安が大きい。社員は給与の8割を補償しているが、休業によって社員の給与が下がり、パート・アルバイトも出勤停止をしなければならないため、雇用を維持し続けることが難しい

▶▶ A5

鳥料理専門店「鳥幸」でテイクアウトメニュー導入の準備を進めている。通販も検討中

▶▶ A6

従業員の給与補償のために雇用調整助成金を申請中

▶▶ A7

入社式と全体会議を延期

▶▶ A8

残業代がカットされると生計が厳しくなる従業員のために自治体による個人向け小口融資制度などの情報を共有

▶▶ A9

テイクアウトメニュー、通販メニューの強化、ハラル対応、公式サイト改善などを進めていく。営業自粛で従業員の手が空いたことで、これまで手が回っていなかった業務改善に取り組んでブランディング戦略を見直す。農家や酒造メーカーの救済にも貢献したい

【(株)FTG Company

東京都目黒区中目黒3-6-1 千陽アポロビル4F

☎03-3791-2518

設立：2010年3月

資本金：1億3675万円

売上高：50億円(2020年3月期見込み)

店数：直営49店 FC6店(2019年3月期)

主力ブランド：大阪焼肉・ホルモン ふたご

▶▶ A1

3月下旬から曜日、時間帯関係なく客足が遠のいた。とくに家族連れ

▶▶ A3

2020年2月

①101.2% ②— ③99.6% ④101.6%

2020年3月

①87.1% ②— ③99.9% ④87.2%

2020年4月

①63.4% ②— ③64.9% ④97.7%

▶▶ A3

店舗における感染者の発生、従業員の健康管理、直営店およびフランチャイズ店の売上げ減少、コロナショックの影響の長期化

▶▶ A4

顧客に対する取組みとして客席にアルコール消毒液を設置し、出入口、トイレのドアノブ、券売機、テーブル、薬味用のトングなどのお客さまが触れる箇所を定期的に消毒している。従業員に対する取組みは、こまめな手洗いと消毒、マスクの着用、咳エチケットを促し、毎日就業前の検温、報告、記録を義務づけて38度以上の発熱時、2日以上の37.5度以上の発熱時は自宅待機としている。ハンドドライヤーの使用を禁止。社内に対策本部を設置し、情報の収集と対応の迅速な判断、指示に努めている

▶▶ A5

ウルトラCの奇策はないため、各店のQSCレベルを再チェックして向上させる。一部の店は営業時間を変更している

▶▶ A6

フランチャイズ加盟店の資金繰り支援策として、売上げの影響を見定めてロイヤリティを減免する他、返済不要の支援金として5万～15万円を支給。支給期間はひとまず4～5月の2ヵ月間を予定しているが、継続も検討している。本部は手元資金の積み増しを図っている

▶▶ A7

入社研修は通常体制だが、入社式は規模を縮小した。社員には3密の場所の出入りを禁止している

▶▶ A8

店ごとに雇用調整助成金や各種補助金などを活用し、社員とパート・アルバイトの雇用を維持していく

▶▶ A9

投資計画を見直している。出店はペースを落として収益が手堅いものに絞る。店舗改装を控え、券売機と製麺機は6年ごとに入れ替えてきたが、それも1年延期する

▶▶ A10

コロナショックの影響は短期間で収まるものではなく、体力のない企業は事業が継続できない恐れが大きい

Q1 コロナショックによる集客への影響 Q2 2020年1月~4月の既存店対前年同月比データ Q3 コロナショックの影響について不安に感じること
 Q4 感染拡大防止策として取り組んでいること Q5 売上げ(利益)のリカバリー策 Q6 資金繰り対策として取り組んでいること Q7 社内イベントなどの対応と対策
 Q8 従業員の給与、待遇面の対応と対策 Q9 新型コロナショックを契機に見直している経営課題 Q10 外食業界の今後の見通しと所感

る。宴会ニーズの吸引もしばらくは厳しく、売上げを水準に戻すには相当の時間と努力が必要だと覚悟している

▶▶ A4

顧客に対する取組みは全店の入口スペースに消毒液を設置。入口やトイレのドアノブなど、お客さまやスタッフが触ることが多い箇所は1時間に1回消毒する

従業員に対する取組みは出勤時に体温を測定して記録をとる他、手洗いやうがい徹底。深夜営業をやめるなど、営業時間を短縮した

▶▶ A5

フランチャイズ加盟している「土間土間」でトライアルとしてデリバリー販売を実施した

▶▶ A6

日本政策金融公庫の助成金を活用。他金融機関でも追加融資を受けた

▶▶ A7

3月の「カンテラ祭」、4月の入社式、新入社員研修、アルバイト研修などの社内イベントはすべて中止した。また月1回の社員会議はすべてWEB会議に切り替えた

▶▶ A8

全店で休業しているが、雇用調整助成金を活用してパート・アルバイトを含めた全従業員の給与を保障していく考えだ

▶▶ A9

家賃交渉などを含めてあらゆる経費を見直し、経営効率を上げていきたい

▶▶ A10

緊急事態宣言が解除されても、消費者の自粛傾向はしばらく続くだろう。お客さまにご来店していただくためには、商品力やサービス力を高めてこれまで以上の価値を提供しなければいけないと思う。そこで、オンライン会議アプリ「Zoom」を活用した研修プログラムの準備を進めている。1講義120分、平日の午前中に実施する予定だ。座学の内容としては数値管理や人材マネジメントなど店舗運営に必要な知識の他、ビジネスマナーやコミュニケーション術なども講義していきたい

【株】ハミングバード・インターナショナル

宮城県仙台市青葉区本町2-6-16 青木ビル3F
 ☎022-225-0522
 設立：1975年4月
 資本金：2000万円
 売上高：15億7000万円(2020年3月期)
 店数：直営19店(2020年3月期)
 主力ブランド：osteria humming bird、炙屋十兵衛、うどん酒場七右衛門

▶▶ A1

2月下旬から20時以降に減少する傾向にある。とくに土・日曜の影響が大きい

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①105% ②— ③105% ④100%

①9.1% ②-566.5% ③84% ④8.2%

▶▶ A3

売上げの減少と資金繰り。スタッフの健康管理

▶▶ A4

顧客に対する取組みは営業時間の短縮、臨時休業、消毒液の設置、取っ手やトイレの定期消毒、換気の強化、buffet形式での提供のとりやめ

従業員に対する取組みは37.5度以上の発熱、または風邪症状が出た場合は出勤不可。営業時間の短縮、臨時休業、検温、マスク着用、手洗い消毒

▶▶ A5

一部の店でテイクアウトの販売を検討。おこさまメニューの強化

▶▶ A6

中小企業庁のセーフティネットと雇用調整助成金の利用

▶▶ A7

国内外の出張禁止、会議、ミーティングをWEB会議に変更

▶▶ A8

営業時間短縮に対する補償

▶▶ A9

経費の見直しに取り組む

▶▶ A10

収束時期が不透明で先行きが不安

【株】大地

滋賀県野洲市小篠原859-1
 ☎077-587-4066
 設立：1987年12月
 資本金：3000万円
 売上高：25億円(2019年9月期)
 店数：直営30店(2020年4月末)
 主力ブランド：炭火とワイン

▶▶ A1

2月3週めから客足が遠のき、とくに宴会利用客が多い19時~20時の客数が減少した。宴会利用がないぶん、フリ客でカバーできた日もあるが、トータルでは客数が減った。2月時点では主客層である30代~40代の女性客が減少したが、4月に入って20代男女も減少し、8日から全店で営業を自粛

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①100% ②— ③— ④—

2020年2月

①100% ②— ③— ④—

2020年3月

①80% ②— ③— ④—

2020年4月

①10% ②— ③— ④—

▶▶ A3

営業再開の見込みが立たないこと。コロナ収束後もすぐには客足が回復しないと考えてい

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①127% ②— ③127% ④100%

2020年2月

①125% ②— ③125% ④99%

2020年3月

①77% ②— ③78% ④99%

2020年4月

①— ②— ③— ④—

▶▶ A3

一部の店舗で休業を余儀なくされ、資金繰りが急激に悪化している

▶▶ A4

消毒液の設置。手洗いの励行、マスク着用の指導。また、一部の店で休業措置をとった

▶▶ A5

食材の産直販売、弁当販売、デリバリー、通販事業の拡大。デリバリーは神戸・三宮エリアの店で4月13日から導入を開始

▶▶ A6

政府の資金調達支援制度、雇用調整助成金の活用

▶▶ A7

社員を自宅待機させ、店長会議などすべての社内会議を中止。入社式は縮小して実施。経営計画発表会は延期を決定

▶▶ A8

雇用調整助成金を活用し、休業に伴う休業手当を支給する

▶▶ A9

FLコストやその他の固定費など、損益構造の見直しを図る

▶▶ A10

出口が見えないことに対する不安がある

【株】O・B・U Company

福岡県筑紫野市二日市中央4-11-13 2F
 ☎092-921-9007
 設立：2004年10月
 資本金：1200万円
 売上高：28億1853万円(2019年9月期)
 店数：直営35店 FC4店(2020年3月末)
 主力ブランド：博多 松介、博多ほたる、MOKKEI、ALMA Kitchen、下町ビストロロアウラ、中るラーメン、焼肉龍王館

▶▶ A1

2月3週めから客数が落ちはじめた。とくに週末20時以降の落ち込みが激しい

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①104.2% ②89.5% ③101.4% ④102%

2020年2月

①102.1% ②71.6% ③98% ④105%

2020年3月

①81.1% ②37.5% ③76.2% ④106%

2020年4月

まだこも苦境に追い込まれているわけだが、コロナ収束後の経営環境はさらに厳しさが増すのではないかとと思っている

【株わっはっは】

福岡県福岡市早良区飯倉4-10-24
☎092-834-8555
設立：2006年5月 資本金：777万円
売上高：11億円(2020年2月期)
店舗：直営10店(2020年3月末)
主力ブランド：極味や

▶▶ A1

インバウンド客の割合が高かった店は2月2週め以降、とくに5週め以降に客数が大きく落ちた。インバウンド客の割合が低かった店は2月5週め以降に客数が減少した。曜日、時間帯に関係なく客数が減ったが、21時以降の客数減がとくに顕著

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①95% ②— ③91% ④104%

2020年2月

①93% ②— ③88% ④106%

2020年3月

①68% ②— ③65% ④104%

2020年4月

①10% ②— ③11% ④94%

▶▶ A3

いちばんの不安は売上げ減。異なるエリアで複数業態を手がけているが、いずれの店も売上げが下がっている。外食業界全体が先の見えない暗いトンネルに入っており、会社の存続そのものに危機感を覚えている

▶▶ A4

顧客に対する取組みとしては、アルコール消毒液を客席に設置し、殺菌作用のある洗剤を使って店内を清掃している

従業員に対する取組みについては、営業中のマスク着用と定期的な手指消毒を推奨。従業員が互いに体調を口頭で確認し、店長に報告させている

▶▶ A5

3月から弁当の店頭販売とUber Eatsによるデリバリーサービス、看板メニューの極味やハンバーグステーキのネット通販をスタートした。極味やハンバーグステーキはセントラルキッチンで製造量を増やし、ネット通販をメインにした物販を強化している。4月に入ってから、パート・アルバイトの勤務時間を短縮して人件費を抑制している

▶▶ A6

銀行からの借入れ

▶▶ A7

社員旅行を延期。子どもの日のボランティア活動を中止し、別の方法での活動を検討している

で影響がなかったが、25日の小池百合子東京都知事の外出自粛要請が出てからは予約がほぼキャンセルになり、4月4日に全店の営業自粛を決定した

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①103% ②— ③— ④—

2020年2月

①103% ②— ③— ④—

2020年3月

①70% ②— ③— ④—

2020年4月

①— ②— ③— ④—

▶▶ A3

お客さまやスタッフの健康不安もあるが、多くの経営者にとってはそもそもスタッフの生活を守るのか、会社を存続できるのかという不安のほうが大きいと考える。当社も毎月1億2000万円ほどあった売上げが4月はゼロ。経営者は精神的に相当追い詰められているのではないだろうか

▶▶ A4

営業自粛前は入店時にアルコール消毒を推奨

▶▶ A5

弁当販売やデリバリーなどを検討したが、当社の店は都内の六本木や渋谷などの繁華街に集中しているため、街中に人がいない状況で売上げをリカバーするのは不可能と判断し、テイクアウト販売などはしていない

▶▶ A6

メインバンクからの追加融資やセーフティネット保証4号の活用、法人契約していた保険の解約金などで計2億1000万円を資金調達した。商工組合中央金庫の支援融資制度の利用も検討している他、必要に応じて個人資産を売却して資金を捻出する考えだ

▶▶ A7

毎年春に実施していた社員旅行を中止

▶▶ A8

社員の給与は満額支払う方針

▶▶ A9

デベロッパーのテナントについては、家賃交渉の対応を踏まえて今後の契約見直しも辞さない

▶▶ A10

国や自治体は外食店に営業自粛を要請しながら、休業補償を約束しないことに失望している。新型コロナウイルス騒動が起こるまで、客単価が3万円を超えるようなレストランは半年先まで予約が埋まるなど外食バブルだったと思う。ただ、今回の騒動を機にこの好況感は一掃され、コロナ後の外食店は価格に見合った価値を提供しなければ淘汰されるだろう。さらに当面の間、経営者は資金繰りの不安にも駆られるはずだ。外食店は

2020年2月

①99% ②— ③99% ④100%

2020年3月

①68% ②— ③69.5% ④98%

2020年4月

①13.5% ②— ③14.7% ④94.1%

▶▶ A3

売上げ減少がいつまで続くのかの見通しが立たないこと。商業施設などの家賃が比較的高い立地に出店している企業にとっては、毎月の家賃の支払いが負担。損益分岐点を超えることも難しい

▶▶ A4

アルコール消毒液を設置し、お客さまの入店時に消毒の協力をお願いしている。また、客席の間隔を空けている

本部社員を含めた従業員全員のマスク着用を徹底し、体調不良の際は出勤不可とする。店によっては営業時間短縮、および休業。不急の会議は延期している

▶▶ A5

3月上旬から全ブランドを対象に各店で1万1000円ぶんの食事券を1万円で購入。同月下旬にはクラウドファンディングでも食事券の販売を実施。また、弁当の販売も開始。宮城県仙台市中心部の一部の店でデリバリー事業を拡大している

▶▶ A6

銀行からの借入

▶▶ A7

入社式は規模を縮小して実施し、新入社員研修は無期限の延期。店長会議は中止し、全社員総会は検討中

▶▶ A8

国や自治体の制度に応じていく予定だが、事態が日々変化しているため具体的な対策は定まっていないのが現状

▶▶ A9

出店立地や契約内容、デリバリーの取組みの見直し

▶▶ A10

実効性のある政府からの支援がない限り、この厳しい状況が続くと思う。事態が収束した際に外食店全体がどれだけいいスタートダッシュを切れるかが重要だと考えている

【株】ベイシックス

東京都港区六本木5-9-17 藤森ビル301
☎03-6423-1813
設立：1993年7月
資本金：1000万円
売上高：15億円(2019年10月期)
店舗：直営10店、FC2店
主力ブランド：ジョウモン、てやん亭、ミートマン他

▶▶ A1

東京・六本木エリアにある店は2月後半から売上げが半減し、3月は昨対20%まで落ち込んだ。その他のエリアにある店は3月中旬ま

Q1 コロナショックによる集客への影響 Q2 2020年1月~4月の既存店対前年同月比データ Q3 コロナショックの影響について不安に感じること
Q4 感染拡大防止策として取り組んでいること Q5 売上げ(利益)のリカバリー策 Q6 資金繰り対策として取り組んでいること Q7 社内イベントなどの対応と対策
Q8 従業員の給与、待遇面の対応と対策 Q9 新型コロナショックを契機に見直している経営課題 Q10 外食業界の今後の見通しと所感

▶▶ A8

役職手当の廃止とパート・アルバイトは週末の割り増し賃金の休止を決定

▶▶ A9

メニューの見直しとマニュアルの再確認。接客力を向上させるためにロールプレイングに注力するなど、人材育成の強化に取り組む

▶▶ A10

現在の状況が続くとお客さまに来店していただくことは難しい。今後は仕出し、宅配事業などの新事業に取り組んでいきたい

【(株)チームパリスト

栃木県宇都宮市西1-1-8 2F

☎028-680-4976

設立:2013年1月

資本金:100万円

売上高:5億6000万円(2020年3月期)

店数:直営9店(2020年3月期)

主力ブランド:炬燵た 鹿芭莉、パルサイカフェ、鶏そばヒバリ

▶▶ A1

4月1週目は2019年同月に比べて7割前後の客数減となった。客層としては35歳以上の女性の集客が厳しく、平日18時以降の落ち込みが目立つ

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①107% ②102% ③117% ④102%

2020年2月

①113% ②110% ③120% ④106%

2020年3月

①88% ②98.8% ③98% ④104%

2020年4月

①11.2% ②— ③13.4% ④98.9%

▶▶ A3

収束時期が不透明なことで、対策の見直しを立てることができない

▶▶ A4

顧客に対する取組みは店の休業。

従業員に対する取組みは休業にともない全スタッフに自粛支度金としてパート・アルバイト(PA)に1万円、社員に3万円を支給。これによって在宅ワークを推進し、不要不急の外出を控えるように促した。また、社内会議の時間短縮とマスク着用を徹底

▶▶ A5

EC販売とデリバリーの強化、キャッシュレスの推進など

▶▶ A6

日本政策金融公庫のセーフティネット貸付を利用し、当社は3000万円を借り入れた。関連企業も3000万円の借入を申請中

▶▶ A7

社内イベントとスタッフの交流会は中止または延期。社内挨拶の握手を肘のタッチに変更した

▶▶ A7

全社会議の中止。地方のスタッフは個別面談をWEB上で実施した

▶▶ A8

社員と雇用保険に入っているパート・アルバイト(PA)は休業手当を支給。その他のPAの補償は政府の政策待ち

▶▶ A9

新規出店の中止と延期。他のビジネスの展開スピードをあげる

▶▶ A10

1年間は売上げ減少が続き、2021年もウイルスの蔓延状況によっては厳しいだろう

【(株)丘里

茨城県古河市関戸1625-17

☎0280-97-1381

設立:1991年3月

資本金:1000万円

売上高:6億円(2020年2月期)

店数:直営9店(2020年3月末)

主力ブランド:おかさと 庵、旬 おかさと、和食 丘里、手作りおばんざい とんかつなかもら

▶▶ A1

安倍晋三内閣総理大臣が全国の小学校、中学校、高校に対する休校要請の会見を実施した2月29日を機に客数が減少した。とくに18時~21時の時間帯で、40代以上のお客さまが減少傾向にあり、男性会社員の宴会利用の落ち込みも目立つ

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①103.7% ②71.9% ③103.2% ④107.8%

2020年2月

①107.7% ②64.5% ③109.2% ④94%

2020年3月

①51.5% ②48% ③54.6% ④84.3%

2020年4月

①27.8% ②— ③41.4% ④67.2%

▶▶ A3

先行きが不透明な中での売上げの落ち込み。それによる資金繰りの悪化が不安

▶▶ A4

顧客に対する取組みは消毒液の設置とソーシャルディスタンスに配慮した客席配置の変更
従業員に対する取組みは任意でのマスク着用、手洗いと消毒の徹底、営業時間短縮

▶▶ A5

デリバリーの強化、テイクアウトメニューの見直し、お子さまメニューの全品半額を実施

▶▶ A6

日本政策金融公庫と地方銀行から計9800万円を借り入れた

▶▶ A7

入社式は参加人数を制限して実施。社内の料理コンクールは中止、8月に実施予定だった経営方針発表会を2021年3月に延期した

▶▶ A8

社員の給与を確保するため、休業している店の社員を営業可能な店に異動する方向で調整している

▶▶ A9

物販など外食事業の他にも収益の柱になる事業を持つべき。「極味や」のフランチャイズ展開を含め、既存事業の中から新規事業を探っていく

▶▶ A10

なんらかの形で新型コロナウイルス感染拡大の収束が宣言されない限り、以前の状態に戻ることはないだろう。今後の外食マーケットの勢力図が大きく変わるのかもしれないと考えている

【(株)ティーカンパニー

東京都千代田区神田三崎町3-3-20 VORT水道橋2F

☎03-6265-4815

設立:2017年12月

資本金:6000万円

売上高:6億5000万円(2019年11月期)

店数:直営15店(2020年3月末)

主力ブランド:comma tea、comma TOGO

▶▶ A1

2月下旬から全時間帯で客数が減少した。当初は土・日曜の売上げの落ち込みが激しかったが、現在は全曜日の客数の落ち込みが顕著になった。客層はファミリーおよびオフィスワーカーが減少し、徐々に全客層に広がった

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①80% ②— ③— ④—

2020年2月

①80% ②— ③— ④—

2020年3月

①90% ②— ③— ④—

2020年4月

①15% ②— ③— ④—

▶▶ A3

長期的な売上げ減少。商業施設の休館に伴う家賃の支払い

▶▶ A4

顧客に対する取組みは店内のマスク着用、手洗いと消毒の徹底
従業員に対する取組みは時差通勤、在宅ワーク、一部社員は週半分を休業にした

▶▶ A5

デリバリーの導入を進めているが、Uber Eatsに加盟を申し込んで1ヵ月半経つが返答なし。何度か催促しているが順番に進めているとの回答だった。コロナショック以前から各商業施設との連携、別ブランドとの相互送客も進めている

▶▶ A6

日本政策金融公庫とセーフティネット4号などを活用

▶▶ A5

テイクアウトの導入

▶▶ A6

日本政策金融公庫の借入れ。経費削減

▶▶ A7

周年祭やオープニングイベントなどを延期、もしくは中止する

▶▶ A8

ほとんどの従業員が自宅待機

▶▶ A9

メニューの見直し。従業員の再教育

▶▶ A10

おそらく回復は夏以降になると思う

【株】江戸一

東京都足立区西綾瀬2-23-22

☎03-3849-2421

設立：1970年9月

資本金：5000万円

店数：直営142店(2020年4月末)

主力ブランド：すたみな太郎

▶▶ A1

3月上旬からディナータイムを中心に減少

▶▶ A3

お客さまと従業員の健康管理。売上げとインバウンドを中心とした客数の減少

▶▶ A4

顧客に対する取組みはbuffetコーナーに設置しているトングの交換と洗浄の徹底。店舗設備の消毒を定期的実施。入店時にアルコール消毒の協力をお願いしている

従業員に対してはマスク着用を推奨。シフトインする前に従業員の体調を確認。手洗い、アルコール消毒を高頻度で実施している

【株】スタイルスグループ

宮城県仙台市青葉区一番町2-8-16 内ヶ崎ビル5F

☎022-738-8835

設立：1998年3月

資本金：1000万円

店数：直営18店 FC1店(2020年3月期)

主力ブランド：天海のろばた、津田鮮魚店、三陸天海のろばた、センダイエキ天海、東口ミート酒場、かもぎゅうとん、テンノクラ、三陸天海一家、The Oyster Mans、女川男

▶▶ A1

2月28日からディナータイム、とくに金曜の売上げが減少傾向。客層は学生や20代前半などの若者を中心に客足が遠のいている

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①111% ②— ③98% ④113%

2020年2月

①126% ②— ③96% ④131%

2020年3月

①53% ②— ③— ④—

2020年4月

①3% ②— ③— ④—

▶▶ A3

への施策として、一部の店で日～木曜限定で時間無制限の飲み放題2567円を実施

▶▶ A6

日本政策金融公庫と信用保証協会の借り換えで現金を増やし、毎月のキャッシュフロー改善に取り組む。また、生命保険や倒産防止共済など、簿外資産を解約した

▶▶ A7

入社式中止

▶▶ A8

雇用調整助成金を活用した休業補償

▶▶ A9

新規客が多いため外部環境の変化に弱い。商業施設への出店。大阪市内に店が集中しているため、有時に全店がダメージを受けるリスクの高さ

▶▶ A10

新型コロナウイルス禍の収束後、個人消費の減少が起き、外食をとり巻く環境はよりいっそう厳しくなると予想。外食をする理由そのものを明確に打ち出さないと、店にこなくなる消費者が増えるだろう

【株】ベレット

大阪府大阪市北区天神橋2-2-10

☎06-6358-2100

設立：2010年10月

資本金：1430万円

売上高：4億円(2019年9月期)

店数：直営7店 FC18店(2020年3月末)

主力ブランド：ローマ軒

▶▶ A1

2020年3月上旬からオフィスワーカーを中心に平日は18時以降、土・日曜は終日減少している

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①98% ②95% ③98% ④100%

2020年2月

①90% ②90% ③90% ④100%

2020年3月

①60% ②— ③60% ④100%

2020年4月

①20% ②— ③30% ④90%

▶▶ A3

外国人観光客の激減などにより各店の売上げは50%以下まで減少。休業している店は家賃の支払いが難しいため、存続できるか不安。営業再開時の従業員の確保

▶▶ A4

顧客に対しては消毒液を設置。客席の間隔を空ける

従業員に対してはマスク着用を義務化し、手洗いとうがい、消毒液による除菌を徹底している。人員数を最小限にして営業。営業時間を短縮し、スタッフの睡眠時間を増やし、基礎体力の向上を図っている

▶▶ A8

休業した4月6日～15日のシフトが確定していたPAに1日3時間換算した日給の50%を補償。休業を延長する場合、5月末まではすべてのPAに過去3ヵ月の平均支給額の50%の給与を補償する。社員に対しては5月末まで給与の80～100%を支給。それ以降は社会情勢を加味して検討する

▶▶ A9

EC販売など実店舗以外で利益を確保できるビジネスモデルの確立とオンラインでの人材育成プログラムの構築に取り組みたい。感覚経営からデータ経営へのシフトチェンジの必要性を痛感した。幹部社員の育成とコロナショックによって起こりうる社会変化に対応できる、柔軟な思考を持った人材の育成が課題

▶▶ A10

営業の再開時期は社会情勢や世論を見ながら決断する。コロナ収束後については廃業する企業が増えるだろう。M&Aなど迅速に判断できるように準備を進める

【株】てりとりー

大阪府大阪市北区中崎西1-4-22 梅田東ビル301

☎06-6940-6163

設立：2013年1月

資本金：1000万円

売上高：4億円(2020年6月期見込み)

店数：直営11店(2020年3月末)

主力ブランド：てりとりー、沖繩食堂ハイサイ、ウメダ

チュウハイ35

▶▶ A1

2月25日以降、徐々に客数が減少。とくに平日の21時以降および日曜の集客が弱い。30代以上のビジネスパーソンの落ち込みが目立つ

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①122% ②— ③— ④—

2020年2月

①116% ②— ③— ④—

2020年3月

①70% ②— ③— ④—

2020年4月

①5% ②— ③— ④—

▶▶ A3

5月以降の個人消費意欲の低下による、売上げ減少の長期化。一時的な売上げ減よりも、中長期の見通しのほうに不安を感じる

▶▶ A4

顧客に対する取組みは、消毒液を店内に設置、おしぼりをお渡しする際、スタッフがお客さまの手指に消毒液を噴霧する

従業員に対する取組みは手洗い、消毒、マスクの着用を徹底。4月7日から一部の店で臨時休業を実施

▶▶ A5

外出自粛モードの反動で痛飲したいお客さま

Q1 コロナショックによる集客への影響 Q2 2020年1月～4月の既存店対前年同月比データ Q3 コロナショックの影響について不安に感じる事
Q4 感染拡大防止策として取り組んでいる事 Q5 売上げ(利益)のリカバー策 Q6 資金繰り対策として取り組んでいる事 Q7 社内イベントなどの対応と対策
Q8 従業員の給与、待遇面の対応と対策 Q9 新型コロナショックを契機に見直している経営課題 Q10 外食業界の今後の見通しと所感

▶▶ A4

消毒液を設置し、来店時に除菌の協力をあおぐ。従業員に対しては手洗い、除菌の徹底、およびマスク着用。4月8日より一部の店で営業時間の短縮や、休業措置をとっている

▶▶ A5

4店にてテイクアウト販売を導入。小売店ではUber Eatsなどを活用したデリバリー、本店ではランチ営業をスタートした。ランチは今後拡大予定

▶▶ A6

銀行、信用保証協会、日本政策金融公庫からの借入

▶▶ A7

新入社員の研修会を中止した

▶▶ A8

社員の給与を10%減額、パート・アルバイトの時給を一律1000円に減額した。また休業している店の社員に対しては、平均給与の60%を補償

株 萬野屋

大阪府大阪市天王寺区国分町21-40 ガード下番号68～70
☎06-6775-5200
設立：1997年9月
資本金：1000万円
店数：直営9店(2020年3月期)
主力ブランド：焼肉萬野

▶▶ A1

2月下旬からすべての時間帯、曜日で客数が減少しはじめた。年代、性別問わず、すべての客層で減少が見られる

▶▶ A2

①売上高 ②利益 ③客数 ④客単価

2020年1月

①92.26% ②— ③— ④—

2020年2月

①86.53% ②— ③— ④—

2020年3月

①67.61% ②— ③— ④—

2020年4月

①28.18% ②— ③— ④—

▶▶ A3

売上げ減少と人件費の負担、および資金繰りの悪化を懸念。またインバウンドニーズの減少、スタッフの健康管理についても不安を抱いている

売上げ減少による雇用の継続。資金繰りの悪化を懸念

▶▶ A4

商品はお客さまの人数ぶんに分けて提供する。消毒液の設置。客席の間隔を空ける。定期的な換気。営業時間短縮。従業員に対する取組みとしては営業中のマスク着用と検温の徹底

▶▶ A5

テイクアウト用の弁当、オードブルの販売を開始。Uber Eatsの導入。ケータリング販売を開始。割り増し商品券の販売

▶▶ A6

雇用調整助成金の申請

▶▶ A7

テイクアウトの強化。ターゲットとする客層の幅を広げる。宴会需要が高い店の出店ペースダウンを検討

▶▶ A10

外食店が減少し、テイクアウト販売の導入と持ち帰り業態が増加する。大人数の宴会が減り、少人数ニーズが増加すると思う