

小さなカフェの奮闘記。コロナを機にテイクアウト事業への挑戦！

会社名 青島のカフェ「eight aoshima」

大阪から宮崎へ移住。お菓子作りが好きで自宅庭に小さなカフェ。自分らしさを大切にステップアップを続ける。

1. 相談のきっかけ

創業時からの伴走支援。

- ①自宅の庭の小さなカフェ。認知度が無い。売上アップの方法。
- ②目玉商品を作りたい。
- ③帳簿の付け方、利益の出し方がわからない。
- ④コロナで店内飲食を中止。売上がゼロ。

2. 課題整理・分析

- ①Instagramでの発信力、情報伝達力が弱い。飛び込みだと客数が読めない。
- ②商品像が具体的に描けていない。
- ③どんぶり勘定で収支が不明確である。
- ④テイクアウトのニーズは高いが、許可や機器類の準備が整っていない。

3. 解決策の提案

- ①所在地、メニュー、営業時間などSNS掲載情報の提案。予約制の提案。
- ②ビジコンエントリーを提案。レモン農園も紹介。
- ④よろずの税理担当を紹介。
- ④持続化補助金を活用しテイクアウト販売のための準備をしたらどうかと提案。

4. 成果

3年前に開業し順調にファンを増やしていたが、2年目のコロナで4～5月の売上がゼロに。この機会に念願だったテイクアウト事業を進めることとする。持続化補助金を活用して冷凍庫とキッチンを増設し、保健所の許可を受けて8月よりテイクアウト販売を開始。

Instagramフォロワーは5千人を超え固定ファンも増えており、テイクアウト開始から人気上昇。週1日だけの販売日には店前に行列が出来てしまい感染対策や地域対策も考え、SNSで告知し予約限定販売へと徐々にシフトする。**現在もSNSで告知するだけで約10分で予約が終了するほどの人気を得る。**

月1回をオープン販売、月3回はお客様向けの販売日とする。また青島の人気カフェへのスイーツ提供や、カフェ同士のコラボイベントなども行っている。

「テイクアウトと卸販売」へ販売方法をシフトした2年目の売上は、1年目のカフェ営業売上を超える結果を得ることができた。

月4回だけの販売で年間200～300万。味にこだわりを持ち、品質を守りたいので現在の営業スタイルを変えるつもりはないが、未経験で始めたカフェ営業が、困難にぶつかりながらも成長し、テイクアウト、卸販売と販路を広げることができている事例である。



5. 相談者の声（鈴木英子様）

創業塾で柳本COと出会い、その後よろず支援拠点にて伴走支援をしてもらっている。スイーツ作りは得意だが経営は素人のため、基本的なことでもちょこちょここと相談できるのが良かった。ビジネスコンテストにも背中を押されてエントリーしたところファイナルまで進出してしまい、大変ではあったが、やり遂げたということが自信にもなった。また経理面も税理士のCOに指導してもらい帳簿や確定申告を完了できていたことでコロナの各種支援金も取得することが出来、大変助かった。