



なぜ客単価は上がらない？ 客単価アップの第一歩！ 「セットメニュー」の作り方

目次

1、講座の流れ、自社紹介

2、本日のテーマ

『客単価アップの第一歩！「セットメニュー」の作り方

- ・なぜ“客単価”は上がらないのか？
- ・客単価アップが叶うセットメニューの作り方
- ・売れるセットメニューは“見せ方”がポイント

3、まとめ

4、次回のご案内

笑顔でつながるマーケティング

サイト&SNS&イベントを使って、ヒト・コト・モノをつなぎ続けるビジネスを支援

サイト・SNSを
活用して
自店の認知拡大を
実践

**WEBコンテンツ
代行「コミュ活」**



イベント活動
により見込客・
リピーター客を
取り込む

**「集客・客単価UP
プログラム」販売**



商品やサービスを
拡散し、
また買いに来る客を
増やす仕組み作り

**集客・客単価アップ
実践会「Like it」**



＼成果として／

集客ができ、リピーターが増える！客単価の上がる店舗になる！
マーケティングを知り、お客様が集まる店舗の力をつける！



なかなか売上が
上がらない…

客単価を上げたい
けれど、何から始めたら
いいか分からない

いつも価格の安い
同じメニューばかり

一番簡単にできる売上を上げる作戦は？

売上

客数 × 客単価

ここを
工夫する！

客数を増やすには

~~「新規客獲得」~~

~~「来店回数を増やす」~~

客単価を増やすには

「1人から多く買ってもらう」

~~「単価を値上げする」~~

“客単価”が上がらない理由

理由

1

お金がない、
価格に見合う価値を感じない

理由

2

情報量が多くて
「選ぶのが面倒」 と思っている

理由

3

慣れ親しんだ商品を購入する
安心感

これらの理由から、
お客様は
単品メニューや
いつものメニュー
を選びがち

客単価が
上がらない

今は特に情報量の多さから「選べない」お客様も多い

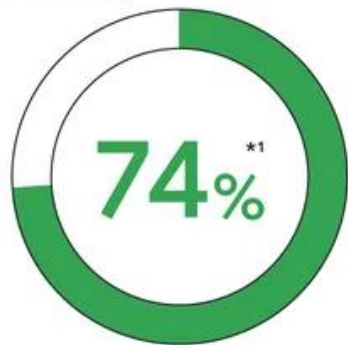
買い物の際、情報の多さに圧倒されることがある



「選べない」お客様は「いつもの」を選ぶ傾向が強い

選択肢が多すぎるときは
慣れ親しんだ選択肢を選ぶ

日本



アメリカ

75%

イギリス

79%

ドイツ

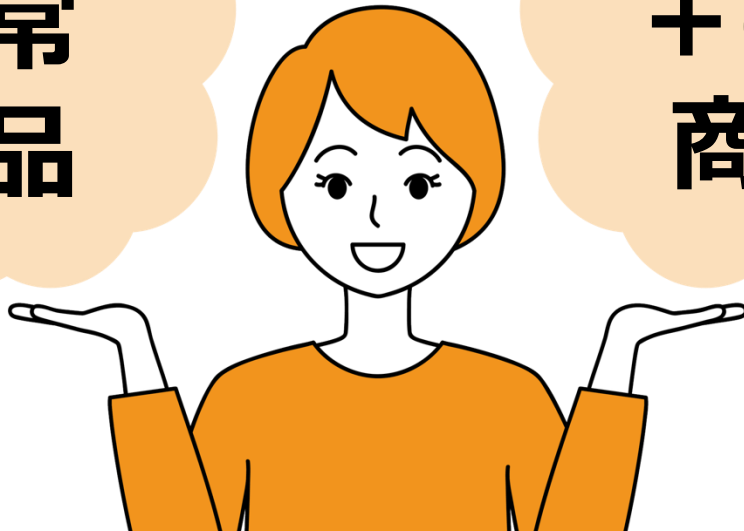
82%



選びやすく客単価も上がるのが『セットメニュー』

通常
商品

+αの
商品



売上アップだけではない！セットにするメリットが多い！！

「セットメニュー」のお客様のメリット

Advantage1

選びやすい状況をつくる

＝決定回避（選択回避）の法則

Advantage2

お客様の悩む手間が減る

「セットメニュー」の
お客様のメリット

Advantage3

単品ではなく
セットメニューであるという
お得感を与えることができる

Advantage4

他のメニューや
オプションを
やってみたい需要を叶える

「セットメニュー」の店舗側のメリット

Advantage1

選びやすい状況をつくる

店側は商品が絞れる

Advantage2

お客様の悩む手間が減る

店側は選ぶ時間を
短縮できる

「セットメニュー」の
店舗側メリット

Advantage3

お得感を与えることができる

店側は単品より
売上が上がる

Advantage4

やってみたい需要を叶える

店側は新たな商品の
提案に繋がる

セットメニューは3種作る

通常商品(単品)
3,000円

3つのセットメニューを作ると中価格帯が選ばれやすい
＜松竹梅の法則（ゴルディロックス効果）＞



結果的に竹のメニューが売れる＝客単価が上がる

| セットメニューを作る時のポイント



できるだけ関連するもの同士を合わせる

コンセプトが一緒、もしくは、ターゲットが一緒のものをセットにすると◎



メインを決める、そこに+αを追加する

売りたい商品や人気商品をメインに置き、プラス1～数点をセットに組み込む



客単価を「ちょっと」上げられる価格設定

値引きは必須ではない！A商品+B商品+ラッピング代の合計額とかになってもOK



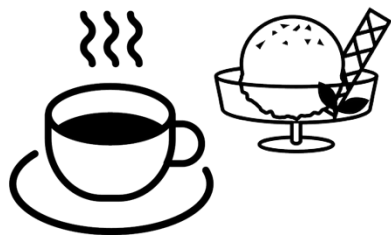
組み合わせの意図を表現

セットにした理由や意味等を名前や説明などで表現すると選ばれやすい

《事例①》飲食店のセットメニュー例

1

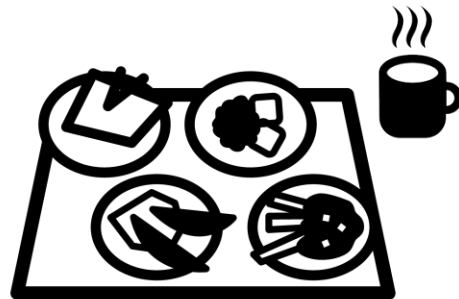
食後のドリンク+ミニデザート
くつろぎセット
¥200



- ・通常メニューにプラスして頼めるから、必然的に客単価が上がる
- ・少量の低単価で、追加注文しやすい

2

ランチセット+季節の食材のプチ料理
旬を楽しむランチセット
¥1,100



- ・普段のランチセットが1,000円だとしたら、1品追加したことで1,100円にすると単価UPする
- ・時期の食材やその限定の料理だと、選んでもらいやすくなる

《事例②》美容室・サロンのセットメニュー例

1

ヘアカラー+ケアトリートメント
毛先つや出しヘアカラーセッ
ト

¥13,000



- ・カラーによる毛先の痛みを抑えるトリートメントと一緒に施術することで仕上がり担保できる
- ・カラー10,000円+TR3,000円で値引きせずに、後で追加するより値段の高さを感じづらい

2

フェイシャル+デコルテ
結婚式およばれ美肌コース
¥5,500

- ・普段はどちらか片方の利用（3,000円）の場合、セットで施術することで相乗効果がある
- ・セットを選ぶ理由を名称に付ける（もちろん該当しないお客様も利用可）

《事例③》小売・雑貨店のセットメニュー例

1

人気の焼き菓子 3点+ラッピング
ぷち感謝”ギフト3点セット
¥1,000



- ・ 1点300円×3点でも、特別なラッピングをすることでセット1,000円でも選んでもらえる
- ・ そのまま購入し持ち帰れる便利さ、購入理由が分かるセットにしてターゲットを絞る

2

すぐ必要な季節アイテムの詰め合わせ
キャンプ必須セット
¥3,000



- ・ 「虫よけスプレー+蚊取り線香+かゆみ止め+絆創膏」など、キャンプで使えるアイテムをセットにすると、1つずつ選ぶより楽に購入できる

《事例④》 コンサル・コーチング等サービス業のセットメニュー例

1

セミナー+1回体験
○○が習得できる！
個別サポート付セミナーセッ
ト
¥ 30,000



- ・セミナー1回だけではなく、アフターフォローとして体験が付くことで、次にも繋げやすくなる
- ・何ができるようになるか、得られるものが分かる名称にすると◎

2

起業サポート+名刺（ツール）
起業スタートアップ
サポートセット
¥ 100,000



- ・メインの「起業サポート」のメニューに、必ず必要になる「名刺」というツールをセットにすることで、顧客の利便性も高まる

作
戦

1

セットメニュー自体は2～3種類に絞る
(他の単品メニューはあってOK)

2

ネーミングに“ 悩み解消ワード” や
“ 喜ばれるポイント” を入れる

3

季節感や流行を取り入れ興味を引く工夫を

価格よりも 価値”を伝える工夫を

セットにすると価格の値引きをしがち→“値引き”は原則しない！

01



お得感を伝える工夫

- 「セットで1,500円」より「15分短縮できる時短コース」
- 値段だけで比べられない、お客様にとってのメリットを打ち出す

&

02



メニュー表や料金表の書き方を工夫

- セットを大きく表現する、写真やイラストなどで分かりやすく
- セット内容がわかること、他とどう違うのかを明記する

&

03



SNS等の投稿文や写真の工夫

- 「ただ一緒になっただけ」とは見えないようにする
- セットへの想いやセットが限定であること等を説明する

迷わせない！美容室のメニュー表の見せ方

1 パールコース





カット シャンプー
ブロー 頭皮パック

S ¥4,250 (¥4,590) **L** ¥4,750 (¥5,130)

2 ゴールドコース





カット シャンプー
ブロー プチリラ
10分

S ¥4,500 (¥4,860) **L** ¥5,000 (¥5,400)

※プチリラマッサージは10分延長毎 +¥1,000(税込¥1,080)

3 プラチナコース





カット シャンプー
ブロー 生コラーゲン
パック

S ¥5,300 (¥5,724) **L** ¥5,800 (¥6,264)

シャンプー・ブロー	S ¥2,000 (¥2,160)
	L ¥2,500 (¥2,700)
小人カット	¥1,900 (¥2,052)
シャンプー・ブロー付	¥2,500 (¥2,700)
中学生カット	¥2,500 (¥2,700)
高校生・大学生カット	¥3,500 (¥3,780)
フロントカット	¥500 (¥540)

オブション	
フェイシャルエステ	¥2,500 (¥2,700)
日本医美容協会認定	S ¥3,500 (¥3,780)
メディカルヘッドスパ(60分)	L ¥5,000 (¥5,400)
各種トリートメント	¥2,500 (¥2,700)

カラーリングコース	
根本リタッチ	S L ¥3,000 (¥3,240)
半分カラー	S L ¥3,500 (¥3,780)
オールカラー	S ¥4,000 (¥4,320) L ¥5,000 (¥5,400)
Wカラー	S ¥4,000 (¥4,320) ~ ¥5,000 (¥5,400)
	L ¥4,800 (¥5,184) ~ ¥6,000 (¥6,480)
マニキュア	S L ¥3,500 (¥3,780)

・追加オプション	
フロスティング	S L ¥4,800 (¥5,184) ~ ¥6,000 (¥6,480)
※根本はりこし2液の場合	+¥500 (¥540)

着付、メイク、セット 事前にご相談ください

パーマコース	
【ウェーブ】	
フロント・部分	
オールパーマ	¥6,500 (¥7,020) ~ ¥8,500 (¥9,080)
ツイスト	
デジタル	
【ストレート】	
フロント・部分	
全頭ストレート	L ¥6,500 (¥7,020) ~ ¥8,500 (¥9,080)
デジタルストレートパーマ	S ¥8,000 (¥8,640)
	L ¥8,500 (¥9,180) ~ ¥10,000 (¥10,800)

自分の店舗に合う
セットメニューや
メニュー表、
料金設定にしていく
ことが大事！



～全てのカットメニューに お客様一人一人に合わせた、医学的に基づいた“頭皮ケア＆マッサージ”が付いてきます～

まとめ：セットメニューで注意してほしいポイント

セットメニューでよくある失敗から、気をつけて欲しいポイントを解説



よくある失敗ケース

「売りたいから！」と、普段あまり売れないメニューや商品をセットにすることは、さらに売れなくなる要因に。売れない商品の在庫処分ではありません。

売りたい商品 & お客様に求められるものをセットに！



価格は値引きしすぎない

セットメニューにするからと、お得感を出すために通常以上の値引きをしてしまうのは本末転倒。セット価格を値引き価格にしたいなら10%以内程度に抑えて。お客様は必ずしも価格のお得さだけを見ているわけではありません。



お客様との会話を大事に

セットメニューをただ伝えるだけではお客様に良さもお得さも伝わりません。セットを利用するお客様のメリットをしっかりと伝えて、コミュニケーションのきっかけに。さらにセットのニーズを聞きだし、改善にも生かしましょう。

最後まで、セミナーをご覧いただき
ありがとうございます！

ビジネスを続けるほどに、
いろいろなお客様が増えてきます。

ビジネスが好きな方、
もっと楽しみたい方、
いつでもご相談ください♪

Samantha
Heart



■ HP
<https://salon.samanthaheart.com>

■ Facebook
高橋真由美(サマンサハート)

■ Instagram
@samanthaheart3



お問い合わせフォームはこちら▲

Mail info@samanthaheart.com



〒959-0215
新潟県燕市吉田下中野703-4

Tel 0256-92-3724

