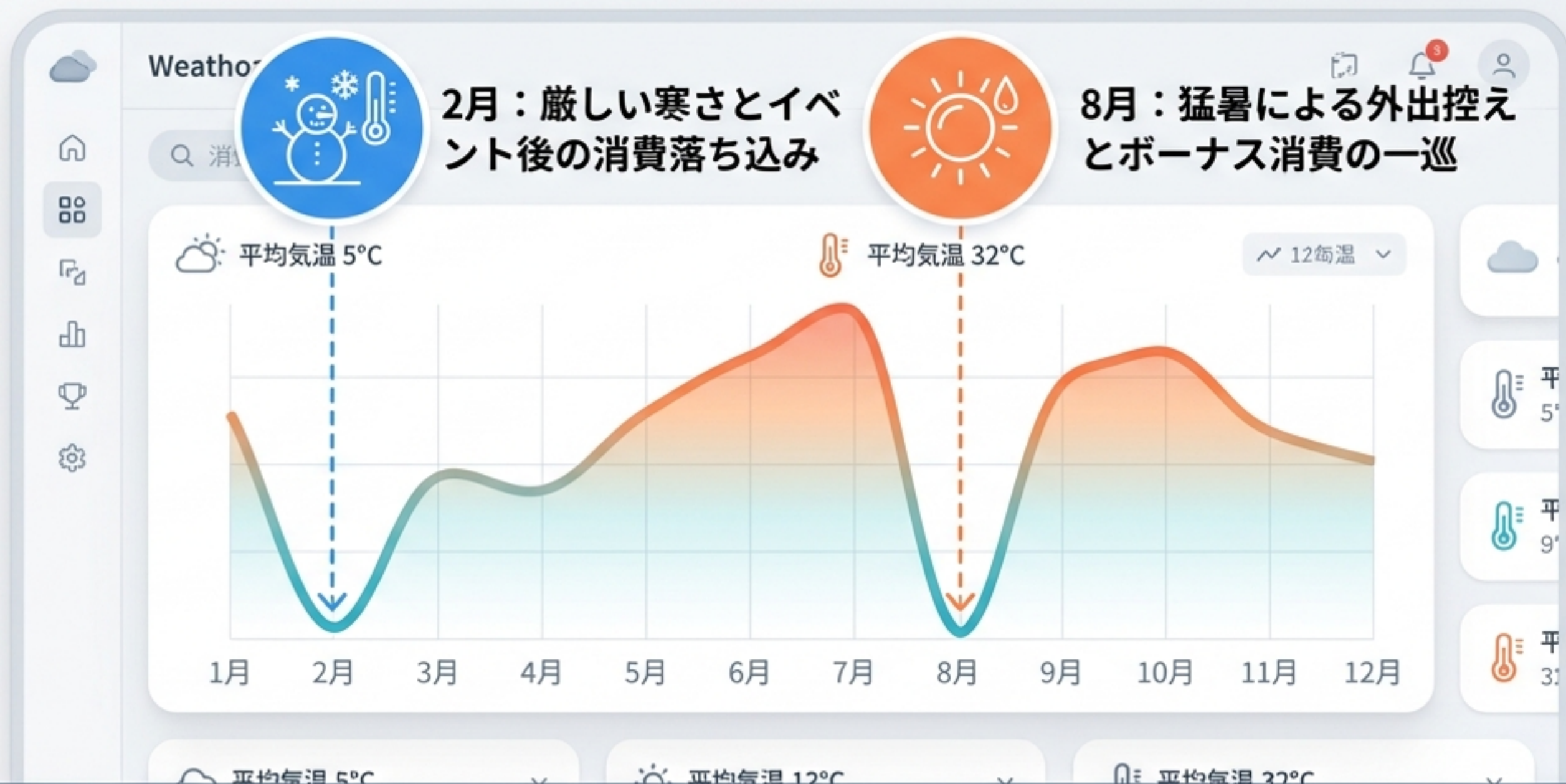


天気を「言い訳」から 「最大の武器」に変える

初心者のためのウェザーマーチャン
ダイジング&データ活用入門

飲食・小売店の売上を最大化する
「お天気ダッシュボード」戦略

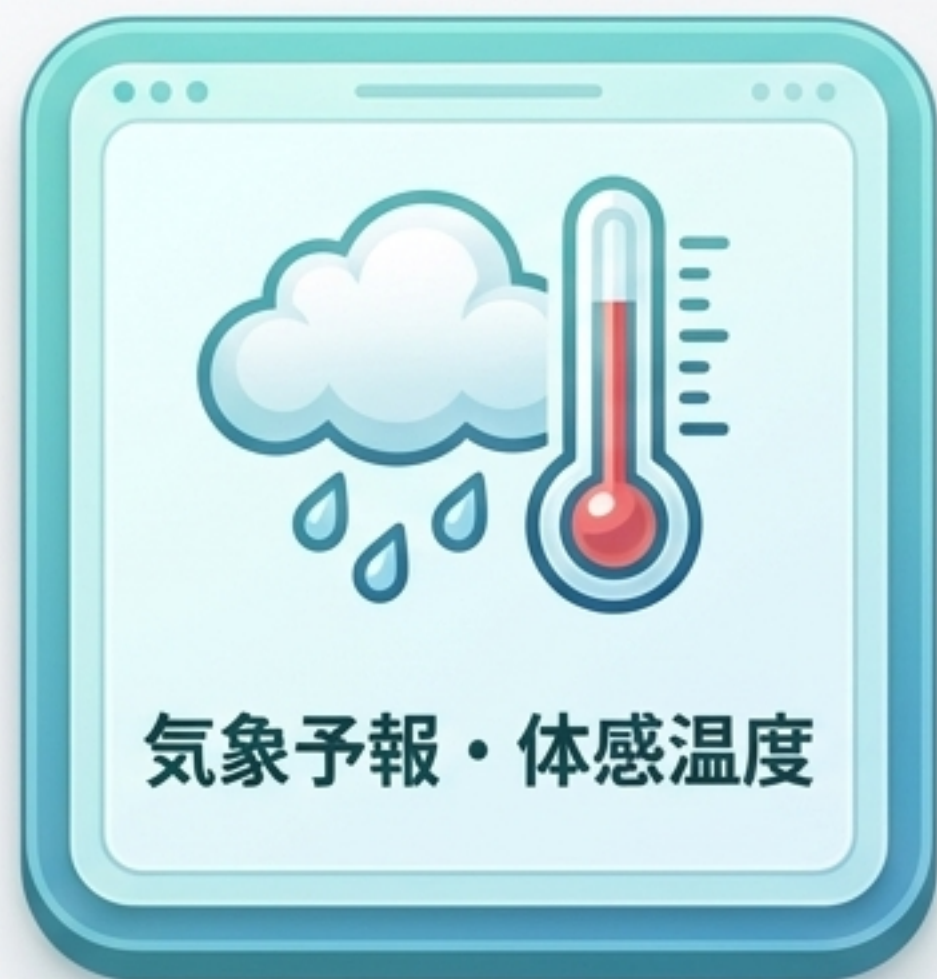
なぜ売上は変動するのか？「ニッパチの法則」の正体



売上の波は「偶然」ではありません。気象とイベントがお客様の心理を動かしています。

「ウェザーマーチャンダイジング」という解決策

単に「暑いから冷たいものを売る」ではありません。
気温や湿度の微細な変化からお客様の「欲しい」を先読みし、
来店前に準備を整える戦略です。



+



=



お客様の「食べたい」が切り替わる温度の境界線



自店の商品を分類する「4つの天気タイプ」



悪天候をチャンスに変える具体策



雨の日

「出かけたくない」を
「あのお店に行きたい」へ。

- ・雨宿りセット（コーヒーと焼き菓子）の提供
- ・デリバリー・テイクアウトの強化



猛暑日

「避暑地」としての
価値を提供する。

- ・店内冷却強化アピール（涼みスポット）
- ・アイスではなく「かき氷」やフローズン飲料の前面展開



強風・大雪

非日常感とユーモアで
共感を呼ぶ。

- ・「風速〇m割引」などSNS連動のユーモア企画
- ・到着時の温かいおしぼり
 - ・スープのサービス

POSデータとの掛け合わせで「売れ筋」を当てる



究極の武器：AI来客予測がもたらす圧倒的成果

老舗食堂「ゑびや」の事例

手作業の限界



AI予測の導入



過去の売上、気象データ、近隣イベントなど約400項目のデータをAIが分析。

🎯 **95%**

的中率

(翌日の来客数を高精度予測)

💰 **5倍**

売上

(機会損失の完全排除)

♻️ **90%削減**

食品ロス

(無駄な仕入れをストップ)

🕒 **1/3**

仕込み時間

(最適な人員配置の実現)

明日から始める「お天気ダッシュボード」構築への3ステップ



天気はコントロールできませんが、売上はコントロールできます。