

第 29 回杉診サロン報告書(1 月 11 日開催)

杉並診断士会

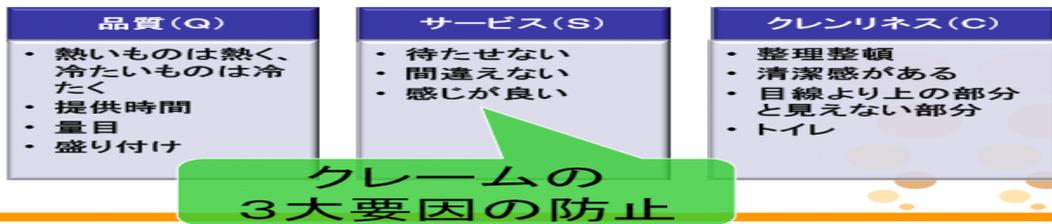
今回は、本会会員で現在、長野県、新潟県下の飲食店を多数支援している原島純一氏から「飲食店支援のポイント」のテーマで講演していただきました。

1. 飲食店を支援する際の心構え

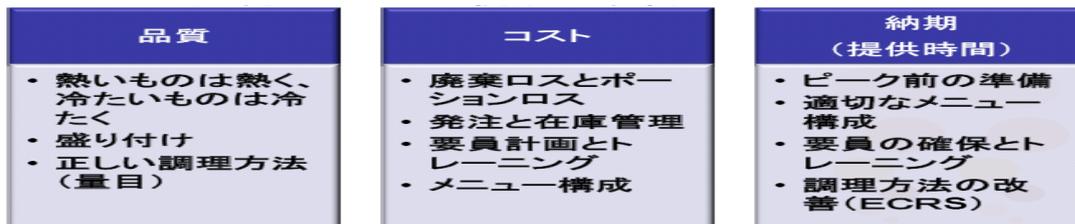
- ①飲食店を簡単な業種だと考えないこと。
- ②料理人は、料理を作れない人を尊敬しないと理解すること。
- ③お店を利用する立場（消費者）の意見と支援者（コンサルタント）の言動を区別する。

2. 飲食店を支援するポイント

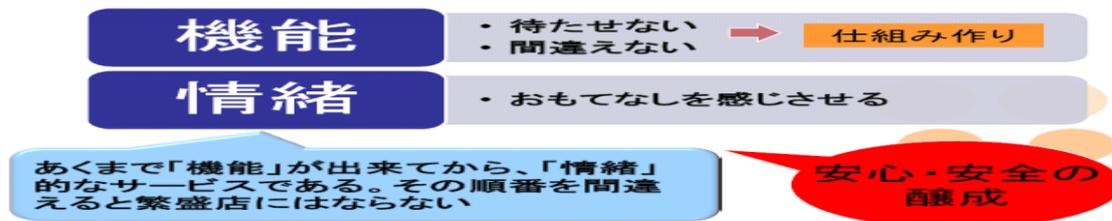
(1) 飲食店の基本はQ S C（品質、サービス、クレンリネス）



(2) キッチンが多品種少量生産（生産管理の品質、コスト、納期の視点で改善）



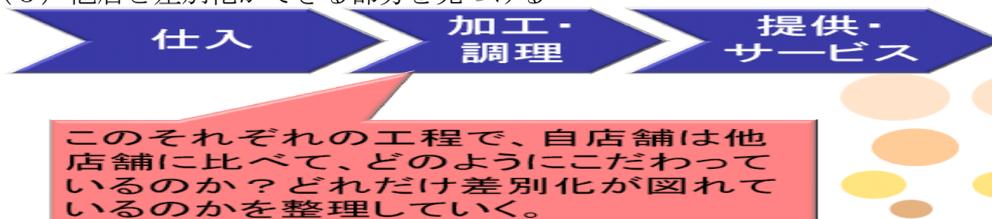
(3) 接客は、「機能」と「情緒」の両面で確認



(4) 看板メニューを作る（該当するメニューがない時には以下のやり方を実施する）

- ①調理方法を変えてみる、②即材の組み合わせを変えてみる、
- ③提供方法を変えてみる、④量を変えてみる、⑤温度を変えてみる

(5) 他店と差別化ができる部分を見つける



(6) 比率に走りすぎない（比率信仰は敬遠すること）

飲食店の管理費用は、FLコストが中心、その比率は60%前後が良い等。
⇒繁盛している原価30%のお店と、繁盛していない原価30%のお店は違う。

(7) 不振の原因が、他責なら要注意

自分の料理を分からないのが悪い、この地域の人にはバルの利用方法が分からない等。
⇒社会や消費者の変化に合っていないが、社会が悪いとして自己否定から逃げる。

(8) 「時間」や「空間」を提供するのが飲食店

「〇〇を食べて美味しかった」お店でなく、「〇〇店にきて良かった」お店を目指す。

3. 飲食店の立て直しの順番を理解し、実践する

(1) 現状の分析（支援の流れを意識し、必要な情報を収集すること）

①現在の売上状況（月別・日別・時間別）、②主な顧客層、③客単価、
④メニューの販売実績、⑤原価率、⑥仕入先、⑦店舗のこだわりや強み、
⑧競合店、⑨主な経費の比率の確認（家賃・人件費）等

(2) 出血を止める（損益分岐点を下げるため、 unnecessary 費用を確認し、削減をはかる）

①家賃、②販促費（ぐるなび等）、③水道光熱費、④原価率、⑤人件費率など
⇒（ポイント）家賃は交渉する、ぐるなびは1万円以下に抑える等

(3) 機会損失をなくす（来てもらうのが一番難しい、来てくれた人は売上につなげる）

①ピーク中の機会損失
⇒回転率の向上（提供時間の短縮・レイアウト変更など）
②品切れによる機会損失
⇒発注方法やスタンバイ基準量の確認
③人員不足による機会損失
⇒増員した際による売上アップと利益を確認

(4) お店のコンセプトを決める（特に、ターゲット顧客をとことん細かくすること）

誰に	何を
①年齢、②性別、③家族構成、 ④年収、⑤趣味、⑥職業 ⇒ターゲット顧客を細かく	①看板メニュー⇒名物料理 ②定番メニュー⇒ないと困るメニュー ③金庫番メニュー⇒原価率低く儲かるメニュー

(5) 強い時間帯（時期）の売上を最大にする

居酒屋なら木・金曜日の夜、定食屋さんなら平日のランチなど、
お店により集客力が一番強まる時間帯（時期）が必ずある。
経営者は、その時間帯（時期）はもう既に多くのお客様が来て
くれているので売上を増やすのは難しいと言うが、お店の利用
動機として消費者が望んでいる時間帯（時期）に最大限稼げる
ようにするのが重要。

(6) 弱い時間帯に挑戦する

経営者はどうしても売上げが少ない時間帯に注目してしまう。
⇒イトゥイム（14～17時）5人より、ピークタイムの5人を増やすことが簡単である。

