

飲食業開業セミナー

～今日の繁盛店づくり～

飲食業界の状況
利益管理
顧客づくり
メニューと価格
“ハイタッチ”サービス
繁盛店づくりのツボ

飲食業界の状況と今後の方向

飲食業界の概要

日本の外食産業の規模

家電量販業界
7～8兆円

日本の外食産業の規模 = 24兆円

店舗数 = 73万店

アパレル業界
7兆7千億円

従業者数 = 400万人

データには給食業・宿泊業も含む・総務省事業所統計より

岡山の飲食業の規模

岡山県の外食産業の規模

岡山市の飲食店数

3851店

従業者数

2万4千人

倉敷市の飲食店数

2146店

従業者数

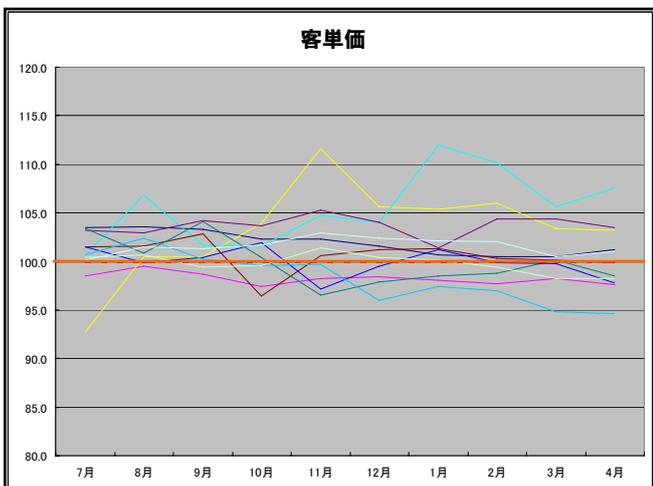
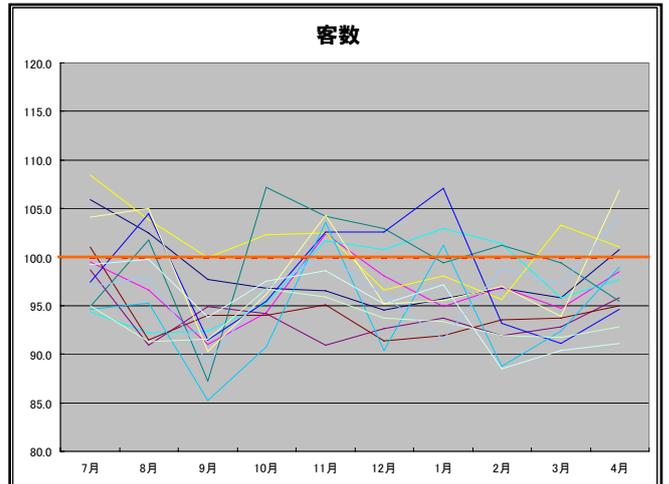
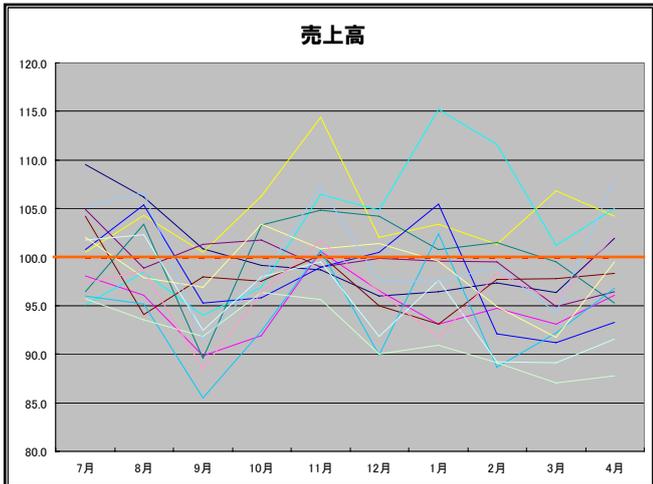
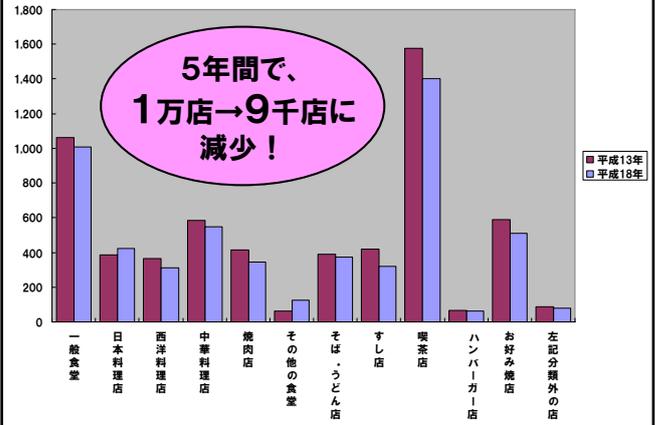
1万5千人

岡山県内店舗数=**9145**店

従業者数=**5万4**千人

総務省事業所統計より

岡山県の飲食事業所数・増減(H13~H18)



大手企業の最近半年の傾向

ハンバーガーチェーンは売上堅調

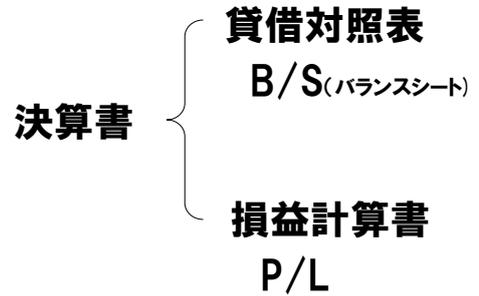
その他は売上減少傾向

特に客数が減少している

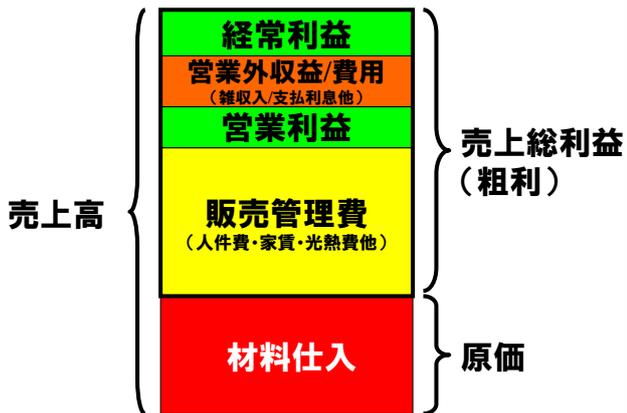
客単価は、むしろ上昇傾向

利益管理のポイント

決算書について



損益計算書について



いい企業と悪い企業の差は、人件費

単位:%

| | | 原価率 ① | 人件費比率 ② | FL比率 ①+② | 經常利益率 |
|-----------|---------|----------|------------|-------------|-------|
| 食堂、レストラン | 上位25%平均 | 34.8 | 32.2 | 67.0 | 3.8 |
| | 下位25%平均 | 36.4 | 38.1 | 74.5 | ▲4.3 |
| そば・うどん店 | 上位25%平均 | 30.3 | 35.2 | 65.5 | 3.3 |
| | 下位25%平均 | 33.4 | 41.9 | 75.3 | ▲5.2 |
| すし店 | 上位25%平均 | 42.1 | 27.6 | 69.7 | 3.2 |
| | 下位25%平均 | 44.1 | 33.2 | 77.3 | ▲4.5 |
| 喫茶店 | 上位25%平均 | 27.4 | 30.7 | 58.1 | 3.8 |
| | 下位25%平均 | 30.2 | 36.7 | 66.9 | ▲4.3 |
| その他の一般飲食店 | 上位25%平均 | 33.0 | 30.9 | 63.9 | 4.4 |
| | 下位25%平均 | 35.2 | 36.0 | 71.2 | ▲3.8 |

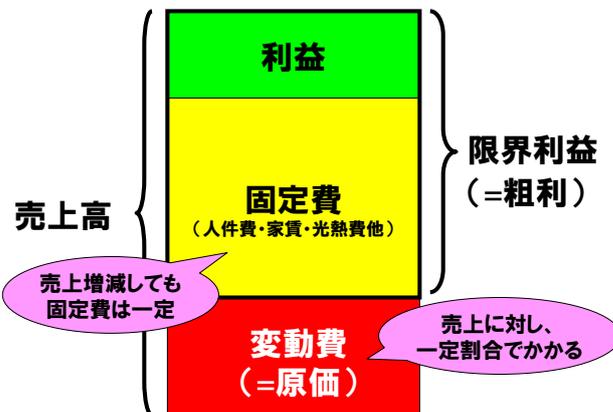
中小企業の経営指標平成19年版より

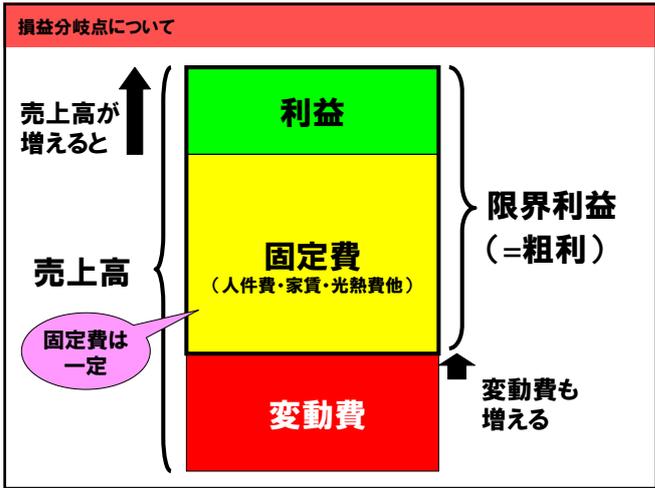
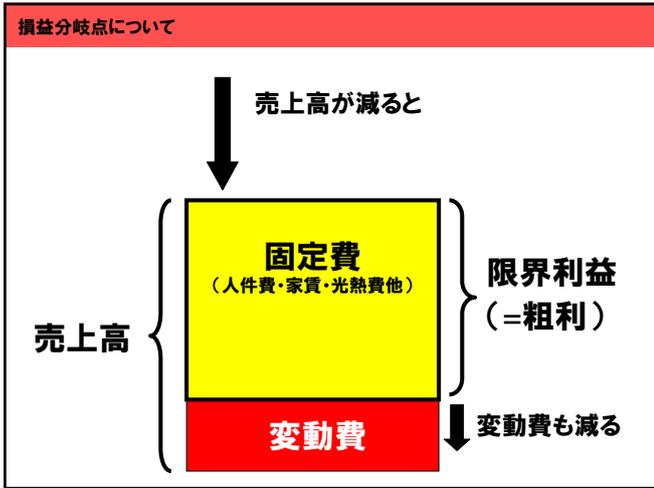
原価率 平均2.3ポイント差

人件費比率 平均5.9ポイント差

損益分岐点

損益分岐点について





損益分岐点について

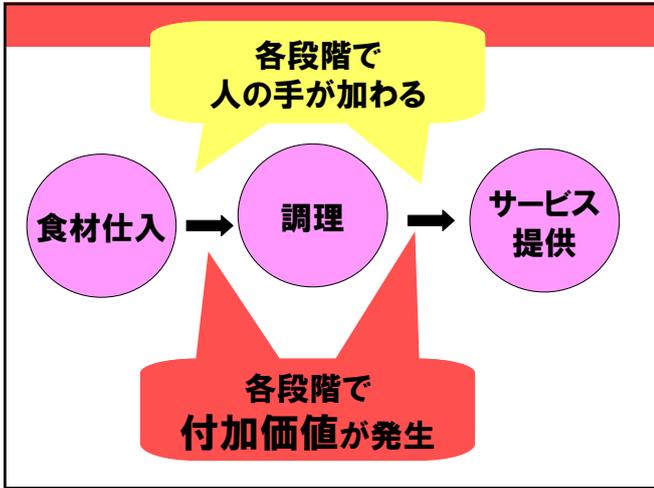
$$\text{損益分岐点売上高} = \frac{\text{固定費}}{\text{限界利益率 (粗利率)}}$$

(ちょうど固定費がまかなえる売上高)

固定費が700万円、
材料費率が30%なら...

$$\text{損益分岐点売上高} = \frac{\text{固定費: 700万円}}{\text{限界利益率: 70\%}} = 1000\text{万円}$$

付加価値について



飲食業界で寡占化が進まない理由

飲食業界は、
高付加価値型産業

↓

個人店でも**差別化**で
生き残れる



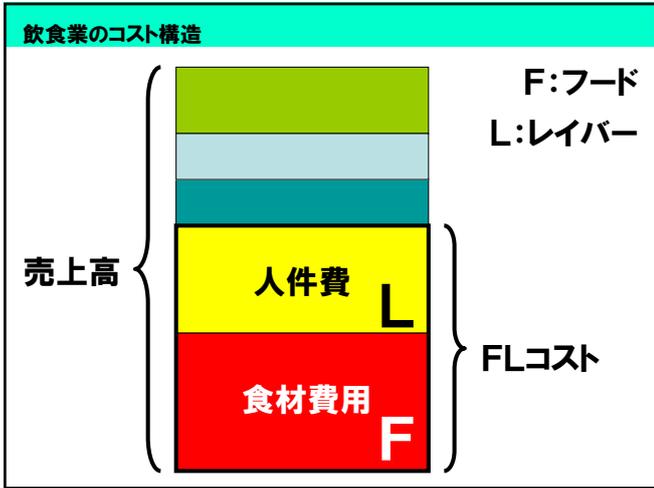
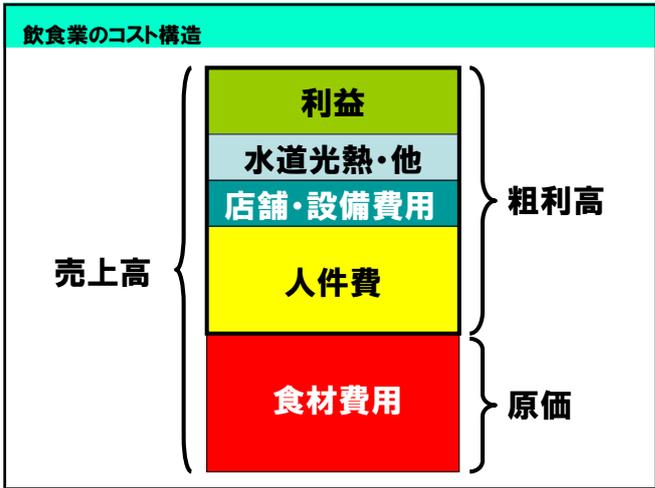
付加価値とは

仕入れてきた材料に、さまざまな付加価値を付けて売上を上げている

↓

付加価値こそ、商売の本質

飲食業のコスト構造



原価率と人件費が、費用の大半を占める

単位:%

| | | 原価率 ① | 人件費比率 ② | FL比率 ①+② |
|-----------|---------|----------|------------|-------------|
| 食堂、レストラン | 上位25%平均 | 34.8 | 32.2 | 67.0 |
| | 下位25%平均 | 36.4 | 38.1 | 74.5 |
| そば・うどん店 | 上位25%平均 | 30.3 | 35.2 | 65.5 |
| | 下位25%平均 | 33.4 | 41.9 | 75.3 |
| すし店 | 上位25%平均 | 42.1 | 27.6 | 69.7 |
| | 下位25%平均 | 44.1 | 33.2 | 77.3 |
| 喫茶店 | 上位25%平均 | 27.4 | 30.7 | 58.1 |
| | 下位25%平均 | 30.2 | 36.7 | 66.9 |
| その他の一般飲食店 | 上位25%平均 | 33.0 | 30.9 | 63.9 |
| | 下位25%平均 | 35.2 | 36.0 | 71.2 |

中小企業の経営指標平成19年版より

人時生産性

(ニンジセイサンセイ)

=従業員1人・1時間当りの粗利高

人時生産性の計算方法

…月間の損益から計算する

=月間粗利高 ÷ 月間総労働時間

顧客づくりの考え方と方法

売上 = 客数 × 客単価

客数 =

固定客数 × 来店頻度

+ 初来店客数

客数 =

固定客数 × 来店頻度

+ 初来店客数

- 離脱客数

メニューと価格設定

単なる安さではない、

「値ごろ感」

メニューと価格設定

利用シーンをイメージ
したときの、値ごろ感、
予算の立てやすさ

“ハイタッチ”サービスの実現

高満足度サービスの
カギは、「深層心理」

“ハイタッチ”サービスの実現

お客さまは、無意識の
うちにお店の評価をし
ている！

なんとなく心地よい

「下限品質」

すべての項目、すべて
のスタッフが、お客さま
の期待を上回っている

繁盛店づくりのツボ

自店が得意とする
客層を
持っているか？

繁盛店づくりのツボ

お客さまに関心を
持っているか？

お客さまと話をする
お客さまを観察する

「利用動機」

どんなイメージで利用を決意されたのか？

繁盛店づくりのツボ

お店 = 人

スタッフの人柄を育てる
日頃の生活態度が大事

開業計画の考え方の順番

1 自分の得意技



2 誰をお客さまにするか



3 物件選び・立地選定