

「魅力あるお店づくり」

飲食店開業セミナー 第一回

講師 難波三郎

略歴

1967年 岡山市生まれ。「メニューが飲食店を救う！」の著者。

フリーターとして20軒以上の飲食店で勤務したのち、惣菜店、居酒屋などを経営。2006年に東京で中小企業診断士となってからは、飲食店の立ち上げ、再生案件に携わり、秋田から鹿児島まで幅広い地域で活動する。また、旭屋出版が発刊する飲食店向けの雑誌には多数の記事を掲載し、ビールメーカーからメニュー診断(店舗のメニューを見て、改善する業務)を毎週受注してきた。

現在は出身地である岡山市に戻り、岡山商工会議所の窓口で経営相談に応じたり、県下の食品加工品を都市圏に販売するサポートを行っている。

パート1:

飲食店の基礎知識

飲食店の基礎知識について説明します。

- 業界の特徴
- FL比率とは
- QSAとは

飲食業とは

- 世の中には、1次産業・2次産業・3次産業がある
- 飲食業は、製造業＋サービス業である
- 飲食業は、個人店・小規模店が多い（コンビニは大手3社で9割売る。飲食は大手100社で2割しか売れない）

飲食店の開業

Q; 政策金融公庫のデータによると、4年後に融資先が廃業している率は、全体で17%、飲食業は25%だそうです。では、飲食事業者が10年後に廃業している率は、どれくらいでしょう？

- 今日は2つだけ覚えてください
その① FL比率

飲食業の2大経費は、原材料費(F)と人件費(L)
 $(F+L) \div \text{売上} = \text{FL比率}$

原材料費と人件費をたして、売上でわったものがFL比率
一般的には、60%が理想とされている

- 今日は2つだけ覚えてください
その① FL比率

$$\text{売上} \div \text{仕入(原価)} + \text{人件費(単純労務費)} \\ = \text{FL比率}$$

•今日は2つだけ覚えてください
その① FL比率

Q1 ;ある洋食屋さんが、自社で作ったカレーを卸売でも販売するようになりました。どこにも同じ価格で卸売していますが、そのカレーを、①600円で販売する、スタンド式店舗、②1,200円で販売する、レストラン式店舗、がありました。
この2軒、値付けは2倍ちがいますが、営業利益率はほぼ同じです。なぜでしょう？

Q2 ;1990年代、「台湾小皿料理」と名乗る中華料理屋さんが増えました。それから少しずつ、カップルや少人数の団体をターゲットとする中華料理屋さんが増えました。
これらの店は、それ以前からある中華料理屋さんより商品量を3割減らして、2割下げた価格で販売します。なぜでしょう？

- 今日は2つだけ覚えてください
その① FL比率

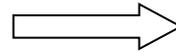
Q3; 2000年代、「すたみな太郎」など、焼肉バイキングのお店が流行しました。これらの店は、他業種のバイキング店よりたくさんお肉を食べられる(原価率が高い)のに、他業種のバイキング店と変わらない程度に利益率があります。なぜでしょう？

Q4; 通常の飲食店はFL=70%になると赤字になります。しかし、「ほっかほっか亭」などの持ち帰り弁当店は、FL=70%になっても利益が出ます。なぜでしょう？

売上

利益
原材料費
人件費
家賃・減価償却費他

FL比率



売上

利益
原材料費
人件費
家賃・減価償却費他

FL比率

- ・原材料費は売上とともに変化するが、人件費はあまりかわらない。
- ・売上が減るとFとLの合計金額は減るが、FL比率があがる。

・一般的にFL比率が60%になるあたりを目標売上とすることが多いが、それは家賃による（FLRという考え方）

※帳簿を見るとき注意すること

- ・個人事業主の給与 法人の役員報酬

Q: 飲食店がFL比率を重視する理由は、
おわかりになりましたか？

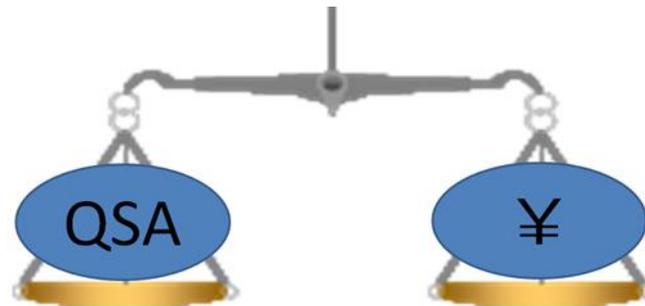
•今日は2つだけ覚えてください
その② QSC(QSA)

- マクドナルドとQSC
- Q(品質:クオリティー)
- S(接客:サービス)
- C(清潔:クレンリネス)
- A(雰囲気:アトモスフィア)

飲食店

2つの基礎知識

- ・ 儲かるお店は $FLR \leq 70\%$
- ・ $QSA = V$ (お客が求める価値)
- ・ 流行るお店は $V \geq \text{¥}$



※儲けるには、計算（知性）が必要。
だが、「感性」に訴える力は、もっと必要。

業種とQSAの関係

	Q(品質)	S(サービス)	A(雰囲気)
酒メインの商売			
飯メインの商売			
茶メインの商売			
菓子メインの商売			

業種と客層の掛け合わせ表

	食事	飲酒	お茶	お菓子
住む				
働く				
通る				
集まる				

パート2:メニューの作り方

飲食店のメニューについて、基本を学んでいただきます

- ・商品開発の基本
- ・商品構成のポイント
- ・表記のポイント

メニュー作りは、3段階

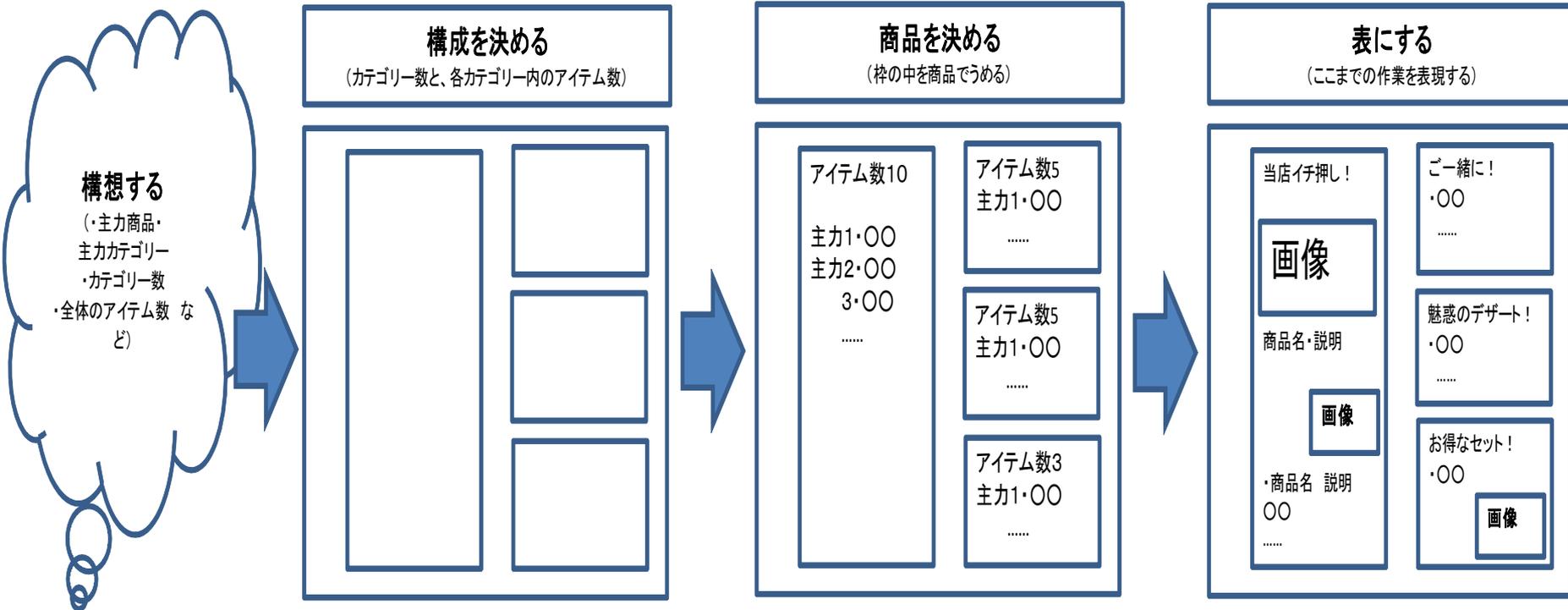
①構想～構成(骨格作り)

②具体的な商品(肉付け)

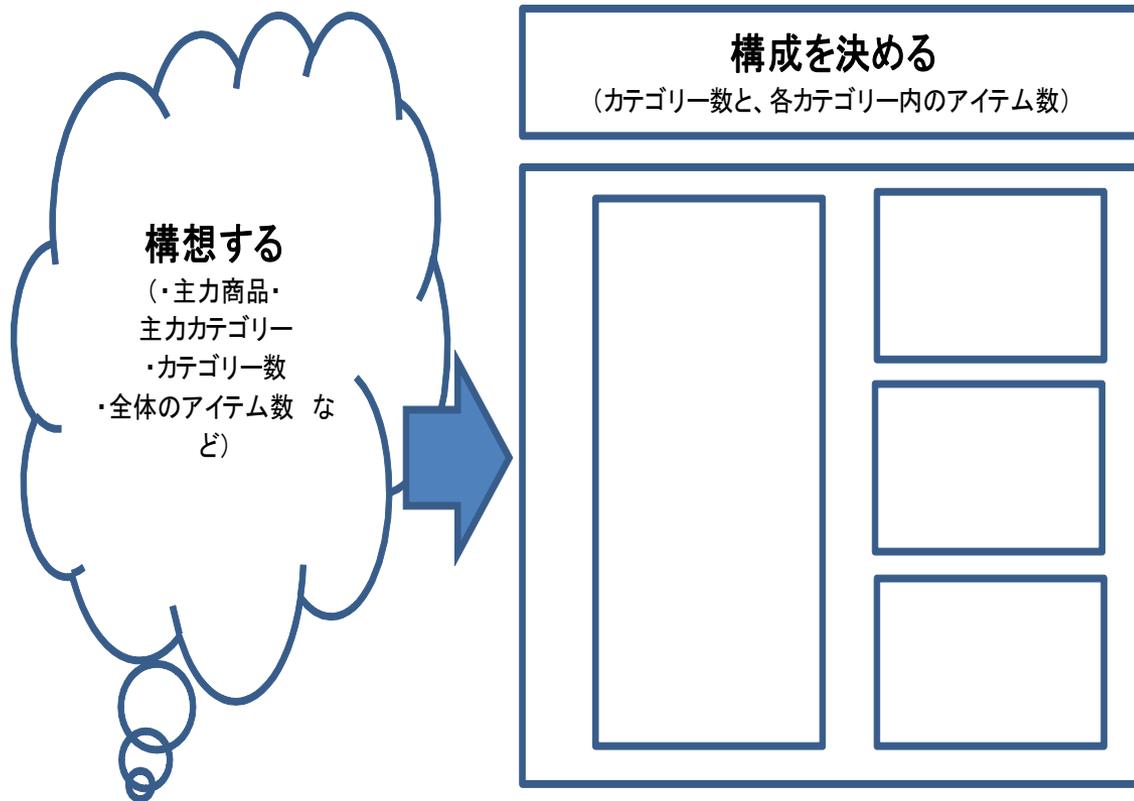
③表にする(おめかし)

※今日は、この3つの考え方と関連性について説明します！

メニューを作る順序



メニューを作る順序



メニューを作る順序

商品を決める
(枠の中を商品でうめる)



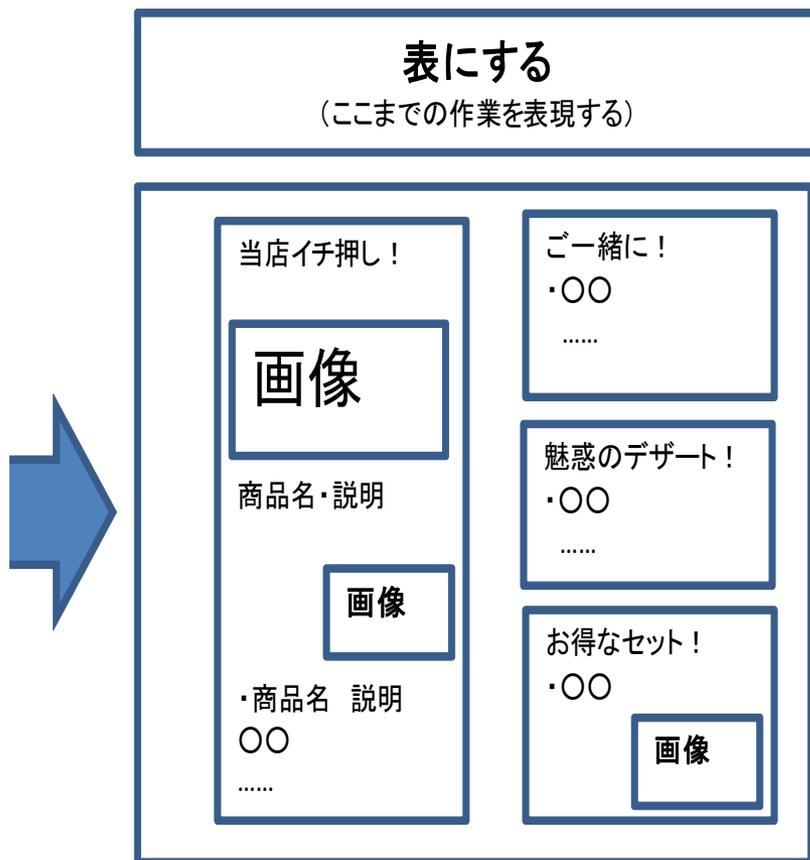
アイテム数10
主カ1・〇〇
主カ2・〇〇
3・〇〇
.....

アイテム数5
主カ1・〇〇
.....

アイテム数5
主カ1・〇〇
.....

アイテム数3
主カ1・〇〇
.....

メニューを作る順序



だめな例

一品料理

- ・冷や奴
- ・湯豆腐
- ・鳥皮ポン酢
- ・きゅうり酢
- ・もずく酢
- ・グリーンサラダ
- ・シーザーサラダ
- ・キムチ

焼き物

- ・出汁巻き卵
- ・ほっけ一夜干し
- ・さんま一夜干し
- ・ししゃも(5本)
- ・焼き鳥盛り合せ
(5本)
- ・焼き鳥盛り合せ
(8本)
- ・ソーセージ盛り合せ
- ・あさりバター

揚げ物

- ・鳥のから揚げ
- ・フライドポテト
- ・イカゲソのから揚げ
- ・軟骨のから揚げ
- ・カキフライ
- ・揚げたこ焼き
- ・じゃがチーズ
- ・揚げだし豆腐

お食事

- ・おにぎり
- ・焼きおにぎり
- ・鮭茶漬
- ・梅茶漬
- ・卵雑炊
- ・梅雑炊
- ・鳥雑炊
- ・味噌汁

◆まずは、いちばんわかりやすい、
「商品を考える」
お話から始めます！

料理の基本は、五味五色

◆ 五つの色

◆ 五つの味覚

◆ 三つのうまみ成分

商品開発：生理学の視点

脳が記憶しやすいキーワード
(また食べたいと感じる素)

旨み

食感

香り

辛み

油脂

香辛料

商品開発：生理学・消費学の視点

金のなる木食材 ベスト3は、

卵 ミンチ 粉

Q:これらはなぜ儲かる？

3つの価格設定方法 ⇒

方法	例
①コスト志向 (原価に一定率の利益を加える方法)	小売業
②需要志向 (この商品ならこれくらいは払うだろうという価格にする方法)	サービス業
③競争志向 (競合の価格と比べて決める方法)	上の2つとあわせて使う

商品開発：生理学の視点

脳が記憶しやすいキーワード
(また食べたいと感じる素)

旨み

食感

香り

辛み

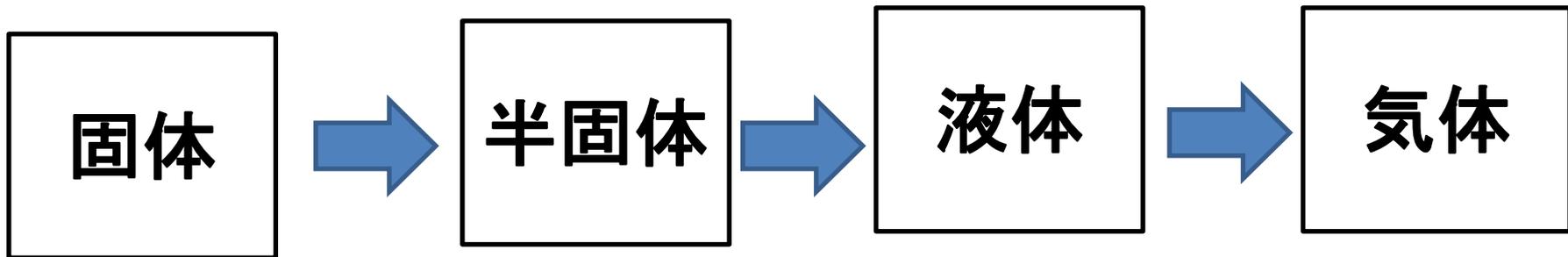
油脂

香辛料

「当たり前じゃない商品」 ＝「独自性のある商品」にする方法

- ・主食材を変える
- ・副食材を変える
- ・調理、味付けを変える
- ・状態を変える
- ・ジャンルを変える
- ・用途を変える
- ・量を変える
- ・ネーミングを変える
- ・テーマから考える

「ひらめき」にも、法則がある！



売れるネーミング方法

方法	擬音語・擬態語を入れる	産地・地域名・生産者を入れる	店名・店員名を入れる	キーワードで連想してもらう	長い	短い
例	トトロ・カリカリ ・コトコト・こんがり	知床産、宇都宮名物、 姜さんのキムチ	備後屋ランチ、愛ちゃん のフルーツパフェ	北の大地から、猟師風	名古屋コーチン玉子の ふわふわオムレツ	ミルカツ、ベー玉
効果など	食感や料理の状態を 思い出してもらう	安心感、期待感、旅行 感などを与える	店名があると名物にみ える。店員名があると 思い入れが伝わる	巣籠もりのように形か ら連想してもらうこと ある	それらの複合	気をひいておき、下に 「たっぷりベーコンのか に玉風」のような説明 を入れる

ポイント

- ①: 全体に統一感があって、そこに目立つものがあること
- ②: 目立つものは売りたい商品であること
- ③: お店のイメージや客層とあっていること

: 口コミとは NPSという方法

・「このお店を、友達に紹介したいですか？」

⇒ 回答を10段階に分ける

⇒ プラスに評価するのは、9点～10点。マイナスに評価するのは、0～6点（日本人らしい、7・8点は無視）

プラス10点の企業が、プラス22点になると、業績は倍増する

（フレデリック・ライクヘルド）

点数のつけかた

※100人にアンケート

高評価(9点、10点) 20人

ふつう(7点、8点) 70人

低評価(0点~6点) 10人

20人(高評価) - 10人(低評価) = プラス10点

⇒ プラス10点の企業が、プラス22点になると
業績は倍増する ⇒ <どうやって??>

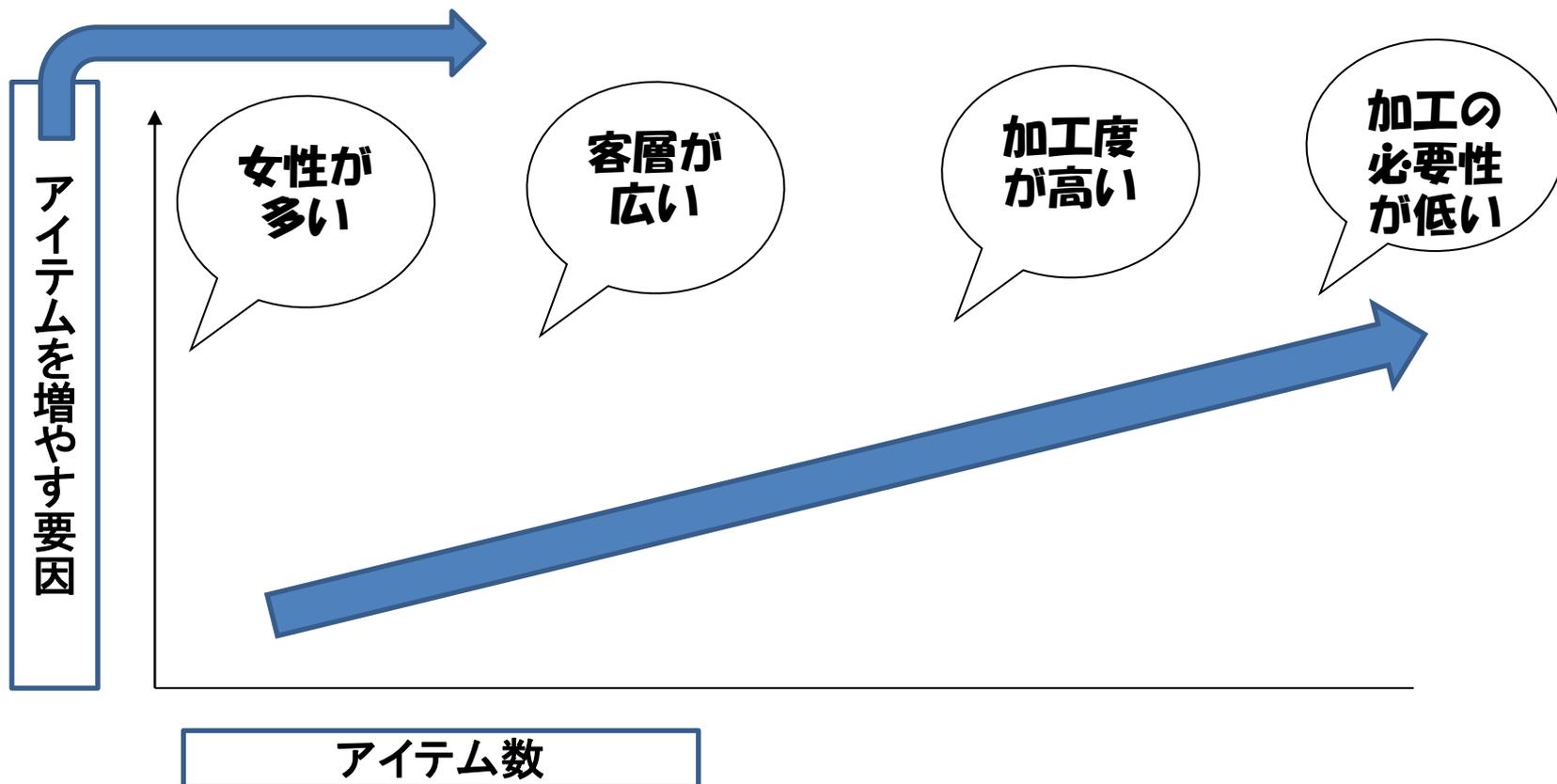
構成比率の例

【単位：個） （単位：万円）

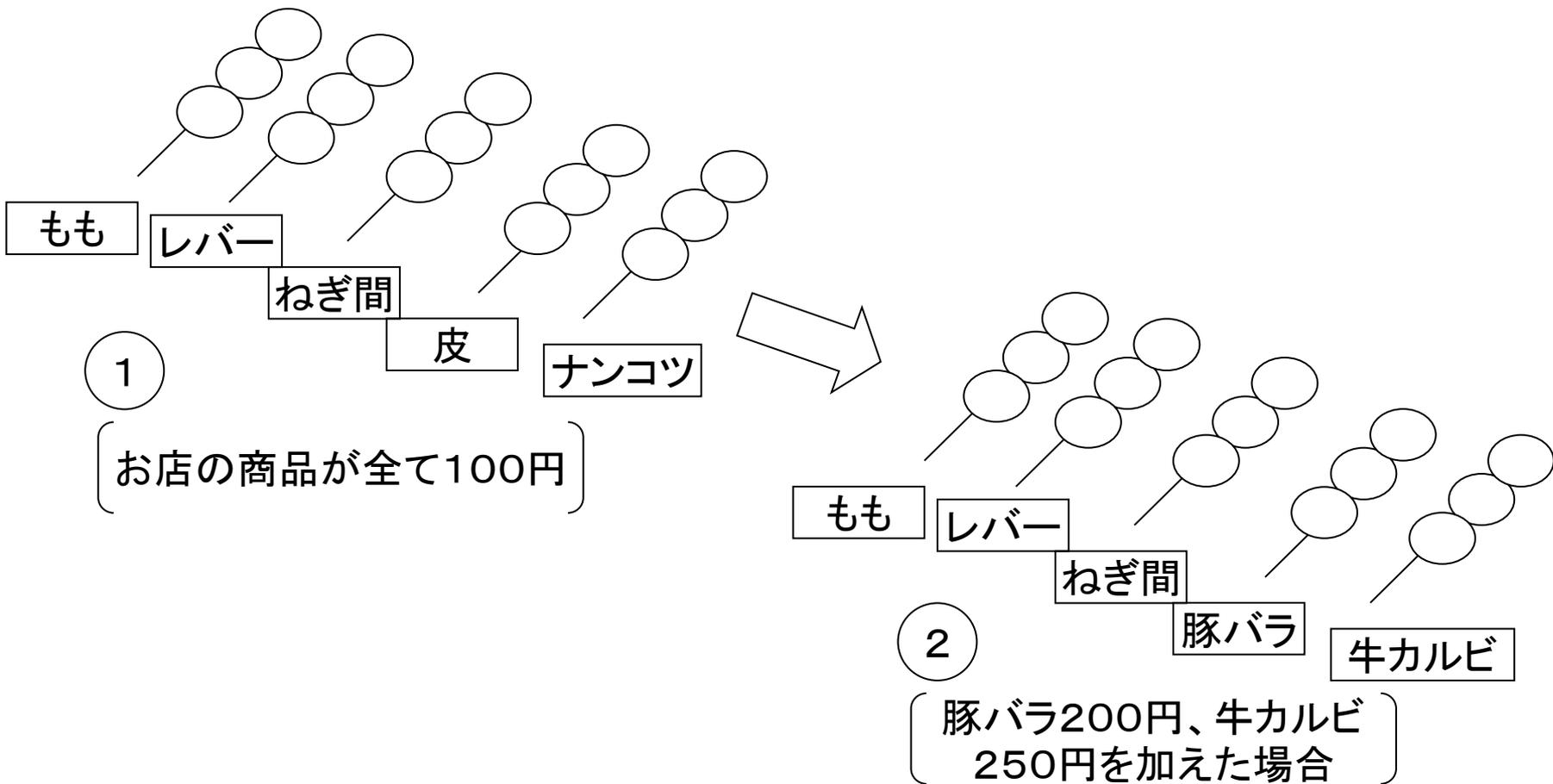
	注文数	金額	構成比
丼	383	23	3%
麺類	395	25	3%
定食	1,298	114	13%
つまみ	2,760	138	15%
宴会	560	168	19%
ドリンク	6,250	250	28%
仕出し	462	185	20%
合計	12,108	903	100%

アイテム数の基本

<カテゴリー内>	売上に比例する	ただし……
<お店全体>	席数に比例する	ただし……



高価格商品があると



全てのお客が5本ずつ注文すると①の平均客単価は500円。全てのお客が5本ずつ食べるが、豚と牛を10人に1人ずつ食べれば、平均客単価は525円になる。さらに、5人に1人ずつなら550円になる。

※ベース商品＝客単価ではない。 ※価格のバランスは、2:6:2 が基本

構想・構成は銭勘定もご一緒に…

お店の原価率を試算する方法

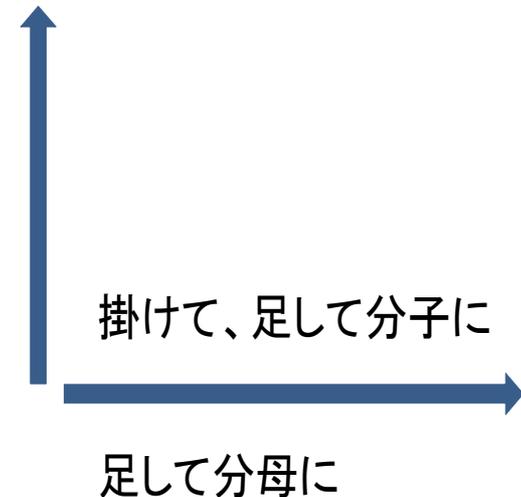
<総合原価率計算の公式>

$(a\text{構成比率} \times a\text{原価率}) + (b\text{構成比率} \times b\text{原価率}) + (c\text{構成比率} \times c\text{原価率}) \dots$

$a\text{構成比率} + b\text{構成比率} + c\text{構成比率} \dots$

- Q・次のお店の総合原価率は
いくらですか？

	ランチ	ディナー	ドリンク
原価率	50%	40%	30%
構成比率	30%	50%	20%



$$\frac{(0.5 \times 0.3) + (0.4 \times 0.5) + (0.3 \times 0.2)}{0.3 + 0.5 + 0.2} \Rightarrow 41\%$$

メニュー表の役割

- ・お店のコンセプトを伝える
- ・食べたい気持ちを喚起する
- ・売りたいものを売り込む

メニュー表作りのポイント

- ・お客様は考えたくない事を前提に
- ・流れを大切に(意図して誘導する)
- ・1・2・10の法則を利用する
- ・キャッチコピーや画像は、必要なとき入れる
- ・グランド:その他(日替わり~季節商品)の比率を意識する
- ・売上、注文数と面積を意識して作る

フォントを変えると、
見え方・伝わり方が変わる

ペンネアラビアータ

ペンネ★アラビアータ (ペンネの怒りんぼ風)

Penne all'arrabbiata (ペンネ・アラビアータ)

スパイシーなトマトソースとご一緒に...

Penne all'arrabbiata

今日のおさらい(よいメニューとは…)

メニューには、商品・商品構成・メニュー表
の3つの意味がある

- ・3つは連動していて、考える順序は前記のとおり
 - ・意図のある商品構成になっている
 - ・お客様にとって魅力のある商品がある
- ・売りたい商品を注文してもらえる商品表になっている
 - ・その結果、お客様が満足して、
お店が儲かる商品構成になっている
- ・3つが揃っていれば、長く商売ができる。