



## 2

# 成長する飲食店はここが違う!

川崎ますみ

中小企業診断士

カレー屋の前でふと思ったことはいらないだろうか。「あれ? ついこの前までここは焼鳥屋じゃなかったっけ」。

飲食店の開業率は、全業種平均より高い。平成18年事業所企業統計と平成21年経済センサスを基にした推計では、全業種合計すると開業率は7・0%、廃業率は17・0%であるものの、飲食店の開業率は11・2%、廃業率は24・4%と高い(内閣府男女共同参画局「女性の活躍による経済社会の活性化」に関するデータ分析報告書)より)。焼鳥屋が廃業してその後カレー屋が開業することなど、珍しくはない。

開業率が多い飲食店の中で、存続し繁盛して成長する店舗は、飲食店としてクリアすべき基本的条

### 2 飲食店存続のための条件

味しく食べてもらうためには、飲食業はサービス業であるという認識を強く持つことが必要だ。

①店の特徴をひとことで表せること  
「居酒屋」「海鮮居酒屋」「○○漁港直送 魚がうまい居酒屋」という三つの居酒屋の看板があったとしたら、どの店に行きたくなるだろうか。

店の「独自の強み(ウリ)」のことをUSP (Unique Selling Proposition) という。このUSPがはっきりしていないと存続が難しい。その店がどんな店なのか、ひとことで表せる特徴が必要だ。何でも美味しい「居酒屋」も魅力的であるが、魚が際立っておいしい「○○港直送 魚がうまい居酒屋」のほうが、集客力がある。

集客力がある理由の一つは、店前通行者やネット検索している人のアンテナに引っかかりやすいことだ。その店舗を知らないお客様にも興味を持ってもらえる。もう一つは、記憶に残りやすい

件を満たしていることはもちろん、成長するだけの理由がある。

飲食店の基本的な条件、存続する飲食店の条件、成長する理由の順に述べ、最後に時代に合い成長する飲食店のあり方を述べたい。

### 1 飲食店としてクリアすべき基本的条件

#### ①味

飲食店の「商品」は、提供する食べ物である。商品である食べ物の味が悪ければ成長は望めないということは、言わずもがなであろう。この基本を押さえられていなければ、いくら斬新なことをしても顧客は逃げる。

ある蕎麦屋が開店したとき、各家庭に配られた出前メニューに

は、紐をつけ吊り下げて保存できるようにしたうえ、紐に5円玉を結び付けるという工夫が施されていた。そんなメニューはおいそれと捨てられない。とても良いアイデアだと感じたが、いざ注文してみると味がいまひとつで、二度と注文することはなかった。アイデアがいくら良くても、飲食店の基本中の基本である味が悪ければ、存続は難しい。

#### ②クリンリネス

飲食店には、清潔感が求められる。食中毒を予防することはもちろんであるが、潔癖症が増え、細菌に関する情報が溢れている現代において、清潔感は必須である。これは、客席のあるフロアはもちろん、トイレにもいえる。トイレに清潔感がない飲食店は、顧客、

は高い。

#### ②ホスピタリティ

「飲食店がクリアすべき基本的条件」に「サービス」を挙げたが、ホスピタリティはその上級編と考えていだろうか。いわゆる「おもてなし」である。

「おもてなし」もサービスの一つではあるが、どれだけ相手のことを想像できるかが重要となる。つまり、相手の立場に立って考え、相手がやってほしいことを先読みして、心を込めて対応をすることが求められる。店員にホスピタリティの心があれば、顧客満足度が高まり自然と顧客が付き、リピーターが増える。よって、店の売上は安定し、存続し続ける。

### 周辺環境や客層に合った店づくりが存続のカギ

#### ③立地に合った機能

飲食店に限ったことではないが、周辺環境や客層に合った店づくり・メニュー作りをしないと、存続し続けるのは難しい。

郊外の住宅街に、ナチュラルウッドを使ったおしゃれな外観で、

とりわけ女性客に嫌われる。

さらにそれだけではなく、店舗管理ができていないと見なせる。調理場やバックヤードも同じだ。調理場やバックヤードが清潔で整理整頓されている店は、衛生面と生産性において良好だといえる。

#### ③サービス

お客様が入店したら、その方の顔を見て笑顔で「いらっしゃいませ」と挨拶するのは、基本的なサービスである。しかし、これができていない店が結構多い。お客様の入店時・退店時には、きちんと顔を見て、笑顔でハキハキと挨拶をする。これだけでも店の印象は変わる。また、食器を丁寧に扱う、何事にも素早く対応する、店員にメニュー知識がある、居酒屋ならファーストドリンクは5分以内に提供する、といった基本的なサービスは外せない。

飲食店は細かく見ると、製造業、小売業、サービス業の三つの側面を併せ持つ。つまり、美味しい料理を作り、お客様に買ってもらい、美味しく食べられる場を提供しなくてはならない。快適にテーブル間隔が広く店員のホスピタリティも十分あり、ゆったりと過ごせるレストランがあれば、近所の主婦がランチに集う人気店になることが予想できる。

では、その店がオフィス街のど真ん中にあるかどうか? 周辺道路を歩いているのは、急ぎ足の会社員。周辺の店は財布にやさしい価格帯のランチセットを店頭に掲げ、12時台に来客が集中する。おそらく賃料も高いオフィス街で、前述のような回転率が悪いレストランが、営業を継続するのは困難ではないだろうか。

会社の休憩時間内や営業のアップointの合間に効率よく食べられる料理があり、丁寧な対応よりテキパキとした対応をしてくれる店員がいる飲食店のほうがオフィス街に向いている。住宅地とオフィス街では、求められる機能が異なるのである。

#### ④しっかりした原価管理

常識を覆すような高い原価の料理を出す飲食店が急成長したのを、ご存知の方も多だろう。常識を覆す数字であっても、回転率

