

小規模店舗（10坪程度）事業計画案

1、立地 乗降客数2万人以上の駅に近い繁華街

① 駅前

駅を使う使用者が多い為、アルコールが出やすい。人が集まる場所なので潜在的なマーケットは大きい。反面、家賃や保証金が高いため、出店時は慎重に。ターゲット層は幅広い場合が多い。

② エリアの飲食市場を把握

「エリア自体の集客力」

「エリアの飲食需要の大きさ」

需要→どのくらいのお客様が外食しているか？

供給→どのくらいの席数を提供しているか？

最も流行っているお店を探し出して観察することにより、
立地の特徴を把握する！！

（商品、営業力、席数、客数、客層、サービス力、販促等）

→競合店の売上予測を立てる

→競合店と比べて自店の売上予測を立てる

例、競合店舗A店（月間売上300万より）と客層、メニュー内容、
客単価等を比較する。（野菜中心、低カロリー、栄養価が高い）

③ 店舗規模の特徴

需要の落ち込む曜日にいかに少人数で運営するのかの工夫が必要。

同時に需要が高まる時に一気に稼ぐことが必要。

ランチ営業、年中無休などの対策。

2、店舗設計

① コスト削減、お客様へのパフォーマンスを考えた店舗設計

*人件費のかからない設計

「見通しのいい設計」「動線のいい設計」「オープンキッチン」

各スタッフの作業内容を想定し、各スタッフがどんな作業を
どんな順番で行うかをシミュレーションする

→ピーク中も円滑に営業でき、お客様に安心、信頼を得る！

*水道光熱費のかからない店

例、窓ガラスの面積、壁の素材、加工方法、で冷暖房費の削減

② 外観・看板・ファサード

I ひと目で何の店かわかるか？

II 前面道路の離れた位置からみえるか？

III 看板の文字や写真のサイズは出来るだけ大きくする

IV 設置する角度、位置を考える

V 表現する内容を吟味する

→効果的な看板であれば新規顧客の取り逃し、機会損失を減少出来る。

*野菜木箱、品質、産地直送を全面に打ち出す。

③ 内装

I 座席数をできるだけ増やす

II 大口予約が取れるスペースをつくる

III カウンター席のスペースを有効活用する

3、業態とメニュー

No.1 メニューを作る

① ロコミになりやすい

② 店のオリジナルブランドづくりがしやすい

③ 仕入、仕込みが楽になる

④ 食材ロスが減少する

⑤ 原価率が下がる

⑥ 提供スピードが速くなる

⑦ 自分の店に自信が持てる

No.1 メニューの条件

I メニュー自体に差別化要素がある

II 人気があり、多くのお客様が注文する

III 原価率が低い

IV 提供スピードが速い

→既存商品をベースとして新しく作り出す

(改良を重ねて、お客様のニーズで変化させていく)

4、戦略的な「メニューブック」をつくる

- ・オーダーをコントロールする
- ・原価率をコントロールする
- ・客単価をコントロールする
- ・リピート・口コミを促進する

備考、差し込みメニュー、スタッフからのおすすめ！

5、「売上 300 万円」を実践するための「力」

- ①長期的にリピーターを増やして客数を増やす
- ②来店客にリピートしてもらうように販促する
- ③顧客を育てる「ピラミッド育成法」の実践

新規客の集客→再来客化の促進→常連客化の促進→固定客化の促進

*継続的に集客していく仕組みをつくる

(まずは顧客が育つリピート化の仕組みをつくり、そこで得た利益を使って新規客を増やす広告・販促を実施する！)

④顧客リストの獲得

I 店舗改善アンケート

例、食事の前にアンケートを渡して「お声をお寄せいただいたお客様には
〇〇一品をプレゼント」など、書けば今もらえる特典を付ける。

従業員がお客様にきちんと説明して「きちんと願います」

アンケート用紙を A4 用紙、和紙等にして気持ちを伝える

- ⑤今日から割引できる会員制度
- ⑥さまざまなツールを駆使する再来店化のしくみづくり

I クーポン券の手渡し

II 新規客向けフェア+次回使える割引券

III お礼 DM

IV 会員への入会（従業員の家族、友達、親戚）

*クーポンの内容

売りの商品、人気の商品、独自性のある商品、原価率が低い商品

- ⑦有効期限を設定して特別感を出す
- ⑧回収率の測定
- ⑨携帯メール販促
- ⑩新規顧客を獲得する方法

I 既存客からの紹介・口コミ促進

II プレリリース

III 店頭からの集客

IV ホームページ、インターネット広告・促進（パソコン・携帯）

V 法人営業・ハンディン

VI 雑誌・フリーペーパー・新聞

VII クロスクーポン・ショッピングカード

VIII 折り込みチラシ・タウンプラス

IX ラジオ・テレビ（地方都市になると安価に CM が出来、取材も多い）

* WEB 活用（会社をあげて食ベログ、ぐるなび、ヤフーグルメを活用する）

I グルメポータルサイトに掲載して WEB のリンクを張る

II 他媒体との連動

III ブログで紹介してもらう

IV ミクシーなどコミュニティーサイトを活用する

* 情報誌の効果的な活用方法

I 店舗自体の認知度

II 立地

III 情報誌の企画内容

IV 競合店の数、競合店との差

V デザインの内容、写真のインパクト

VI 記事の大きさ

VII 掲載ページ、掲載場所

* 法人営業

I 近隣の法人を訪問する

II 法人の会員になることをおすすめする

III 会員法人には特別感を与える

IV 定期的に訪問して、店の話題を提供し、固定客化を目指す

* 年間販促表を作り、継続的に実施する