



くすなたん

如月号

Vol.68

2010年2月

毎月10日発行

発行人 藤本高司

発行所 フジモト株式会社

飲食店向け情報満載かわら版
毎月発行

飲食店舗さま向けにかわら版を毎月発行します

向春の候

今年に入って地場の地域一番店のM&A話が聞こえて来なくなりました。食マーケットの縮小、事業継承、コンプライアンス、様々なことが小資本経営での拡大路線が困難となっています。一代で築き上げた暖簾を守り発展させていく事が、初代経営者に大きく押し掛かって来ています。自分で包丁を持ち、鍋を煽っていた時から多店舗化の中で経営という新たなステージ。走り続けてきた主人が次の世代へ継承する不安と期待。そんな背景の中でM&Aという道を選ぶのも選択肢です。しかしながら、『食』はお金儲けの道具ではありません。企業として利益を上げる事はあたりまえですが、皆で知恵を出し大手に勝てる食ビジネスの仕組みを考えて行きたいものです。大変な時代ですが、継続は力なり！心折れずに食を守って行きましょう！！



！緊急執筆！ 繁盛店への施策

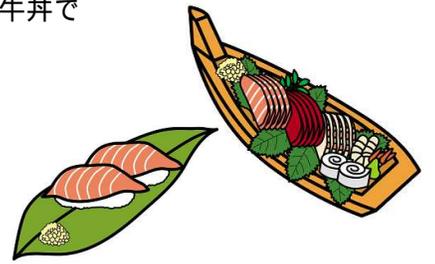
フードサービスコンサルタント 藤本高司

外食ビジネスのマーケット縮小が止まりません。これは勿論、日本人の高齢化と少子化、人口減が上向きにならない限り国内マーケット縮小は当り前のことです。このヘルシー時代に一日3食を4食に変わるような食習慣変化はありえません。

大きな意味でのマーケット規模を拡大して行くには、グローバル戦略、ペット食品など縦横に広げるもしくは掘り下げていくことしか無いでしょう。その社会背景の中で、限られたマーケットで商いを広げていくには **あらたな顧客ニーズの開拓 特化した専門性 オールラウンド対応** の3点がポイントとなります。 **あらたな顧客ニーズ開拓とは**、顧客の食スタイルを想像し顧客ニーズにマッチしたメニュー揃え、店作り、サービスを提供する事。立ち食い飲み屋さん、ショットバー、パールなど。または、ネット通販にて店外販売へのチャレンジ。 **特化した専門性は**、他が真似できない圧倒的な技術がありノウハウが有り、顧客があり続けることが出来る事。 **オールラウンド対応は**、あらゆるメニューを揃え資金回収も早く、常に顧客を飽きさせない、あるいは飽きる前にさっさとコンセプトを変えていけるスピードを持っていること。

緊急執筆として、牛丼、餃子に代表されるような潤沢な資金を持つ大手外食の戦いは大手に任せ、中小飲食店が取組んでいて成功している事例をお話したいと思います。280円、290円牛丼なんていうのは、あらゆることでおかしいことです。豊かな世の中ではないです。日常食として人の為、世の為になっているとは到底思えません。命あるものを食べることに有難さ、調理してくれる人の思い、280円の牛丼でそんなこといちいち思う必要があるのかと思うかたもいらっしゃると思いますが、それは違います。企業努力で安全安心でそこそこ美味しい牛丼をだれもが食べられる食を提供する事は素晴らしいことですが、私は間違っていると思います。

中小飲食の皆さん！この土俵で戦わず豊かな食文化を継承しビジネスを成功するよう皆で戦い、守って行きましょう。



魔法の杖などありませんが、直ぐに出来る施策と有効な施策をご紹介します。

優待券配るなら割引券より値引券

外食優待券で『10%値引します』とか『3,000円お値引します』とか優待の方法がありますが、**効果が上がるのは絶対的に値引券**です。飲食店は、お客様が利用するにあたりこのお店に行くとか何がいくらくらいで食べられるのかと値頃を持ってお店の門をくぐります。10%等の割引ですとこの値引額が実感として捉えにくいのが原因です。その点、お値引はいくら優待してくれるのかははっきりわかっているので効果があります。有効期間と優待時間(ランチ、ディナー時間)、曜日など制限をつけても良いでしょう。日常食なら有効期間は1ヶ月 高級店でも3か月です。 **やってはいけないのは『いくら以上のご利用の場合』**これは最低です！！優待時間帯の組単価分布を算出して、平均より下目の組単価でFL試算して優待額を決めて下さい。高級店で8%ぐらいのヒット率は見込めます！

あたらしいお客様を誘い込む

自社のホームページを疎かにしていませんか！毎月どのくらいのアクセス数があるかどこまで見てくれているか検証していますか！ぐるなびに載せているからそれで充分なんて思っていませんか？皆さんが思っている以上にホームページで検索してお店を探している人が沢山いらっしゃいます。電話で予約が入るとしてもその大半は**ホームページからの新規のお客様**です。

利用動機に応じて探す人、行ったこと、あるいは友人から聞いて空覚えて探して行って見ようと思っている人、その大半の人は検索エンジン(Yahoo!やGoogle)から検索して目的にあったお店を探しています。自分のお店を覚えているお客様は、お店の名前で検索してきますから検索エンジンの掲載順位も上位に出てきます。しかし、新しいお客様は自分のお店の名前もわからないので、たとえば、『東京高円寺、個室、和食』など自分勝手なキーワードを入力して検索します。この時に**いかに上位に自分のお店のホームページが載っているかが重要**です。スポンサー広告を張り巡らす事はその後です。自社のホームページを検索エンジンより認知して評価してもらい上位掲載を続けられるように対策を打つ事です。これが、**SEO対策**といわれているテクニックです。探しているお客様の勝手なワードを想像してホームページにリンクを貼りホームページ全体で安心感、期待感を醸し出しお電話してみよう、ホームページで予約してみようというアクションを起してもらおうような仕掛けが必要なんです。アクセス数の3%~7%ぐらいの予約が取れば成功でしょう！



3種ランチが定石

ランチタイムサービスを行っているお店も多いと思います。行っているなら商圏エリアが狭いので**3種で週代わりが鉄則**です。当り前ですが出来ていない怠慢なお店が多いです。プライスは最低2ゾーン設定。880円と1080円とか780円と980円とか。値頃設定は2種、メニューは3種類が適切です。毎日来てもらおうなんて虫のいい話を思っても無理な話。あわよくば2回来て貰うように3種類を用意して下さい。ランチは早い提供が一番。仕込み配膳、会計も速やかに。そして勿論、美味しい事！！ディナー時間が苦戦している中です。ランチ戦略もきちんと立てて下さい。もう一つの定石高級店はランチ価格の設定は、**ディナー定番値頃の1/3** ディナー上限プライスは**ディナー定番の2倍**とする。例えば、ディナー型レストランでディナー値頃が3,000円とするとランチはその1/3 1,000円を切る980円を上限としディナー上限は6,000円が限界です。このゾーンを見極めてのメニュー構成がお客様の価格印象がマッチします。近隣相場を見極めてオリジナルなランチ戦略実施して下さい。 拝読有難うございました。いつでもご連絡下さい。きっと良い知恵が見つかります。



Fujimoto

発行所 フジモト株式会社

http://www.fujimoto.co.jp

〒166-0011

東京都杉並区梅里1-7-7SKTビル2F TEL03-5378-6830 FAX03-5378-6823