

お客様に選ばれる店になるために

withコロナ禍での飲食店経営成功術

講師：石田 義昭



FOOD BUSINESS ACADEMY

<http://www.fba-a.com>

1. 飲食業界の現状と見通し

「売上高」「客数」「客単価」の伸び率推移

飲食店の売上高の推移

2. 生き残りのための基本的取り組みは？

① 飲食店の生き残りの数値目標を立てる

基本的飲食店の 経営数値(月単位で考える)

売上高 = 客数 × 客単価 × 営業日

席数 × 稼働率

BF
ランチ
ディナー

BF
ランチ
ディナー

平常日
特異日

※満席率70%以下は改善必要

必要売上高 = 固定費 ÷ 0.2~0.25

家賃・リース
返済(償却)
金利

※FLコスト55%~60%が条件

2. 生き残りのための基本的取り組みは？

② 固定経費等の見直し

- **家賃**

大家との交渉、公的支援の利用申請

- **店舗経費**

水道光熱費・雑費の見直し、人件費の見直し、新聞・電話の節約

- **キャッシュレス化の経費**

店舗経費のクレジットカード活用

- **公的支援の利用**

協力金申請、支援借入金利用(感染症特別貸付等)、感染対策支援金制度の活用

2. 生き残りのための基本的取り組みは？

③ 消費者意識の変化

～アイドマからアイサスへの加速～

A アテンション(注意・注目)	→	A(注意・注目)
I インタレスト(関心)	→	I(関心)
D デザイア(欲求)	→	S(サーチ 検索)
M メモリー(記憶)	→	A(行動)
A アクション(行動)	→	S(シェア 共有)

3. 「安心安全の見える化」で信頼戦略

- 換気に対する取り組み
- 検温と安心証明
- お客様への告知
- スペース利用と感染対策動画

3. 「安心安全の見える化」で信頼戦略

● 外食各社のコロナ対策強化

すかいらーくHD

「感染症拡大防止の取り組み」動画で紹介

リンガーハット

「二酸化炭素の測定センサー」導入進める

ワタミ

「3D飛沫可視化システム」導入

デニーズ

吸排気の仕組みを利用した効率的な換気

三光マーケティングフーズ

「高性能な空気清浄機」導入

3. 「安心安全の見える化」で信頼戦略

- 見える化の成功事例

hama 2nd kitchen 18坪30席 2020年4月オープン

- 売上構成比

- ① SNSによるオープン前告知戦術(1.5ヶ月間)

- ② 感染対策の充実

3. 「安心安全の見える化」で信頼戦略

安心してご利用いただくために
予防対策を実施
しております。

感染対策の
店舗取り組
み
POP



簡易マスクケース・アルコール消毒のご用意しております。
スタッフまでお声掛けください。

4. withコロナのQ.S.C.ペントアップ需要に備えよ

● QSCの取り組みの変化

Q (品質)

味・盛付(映え)・ボリューム ⇒
個別盛り、小皿、さいばし、 tong 使用(個別 tong の提供)

S(もてなし)

接客スタイルの変更、ソーシャルディスタンス
非接触(キャッシュレス、タブレット、ロボット)

C(清掃・衛生)

不変
※誰にでもできる事だから誰もできないくらい取り組む

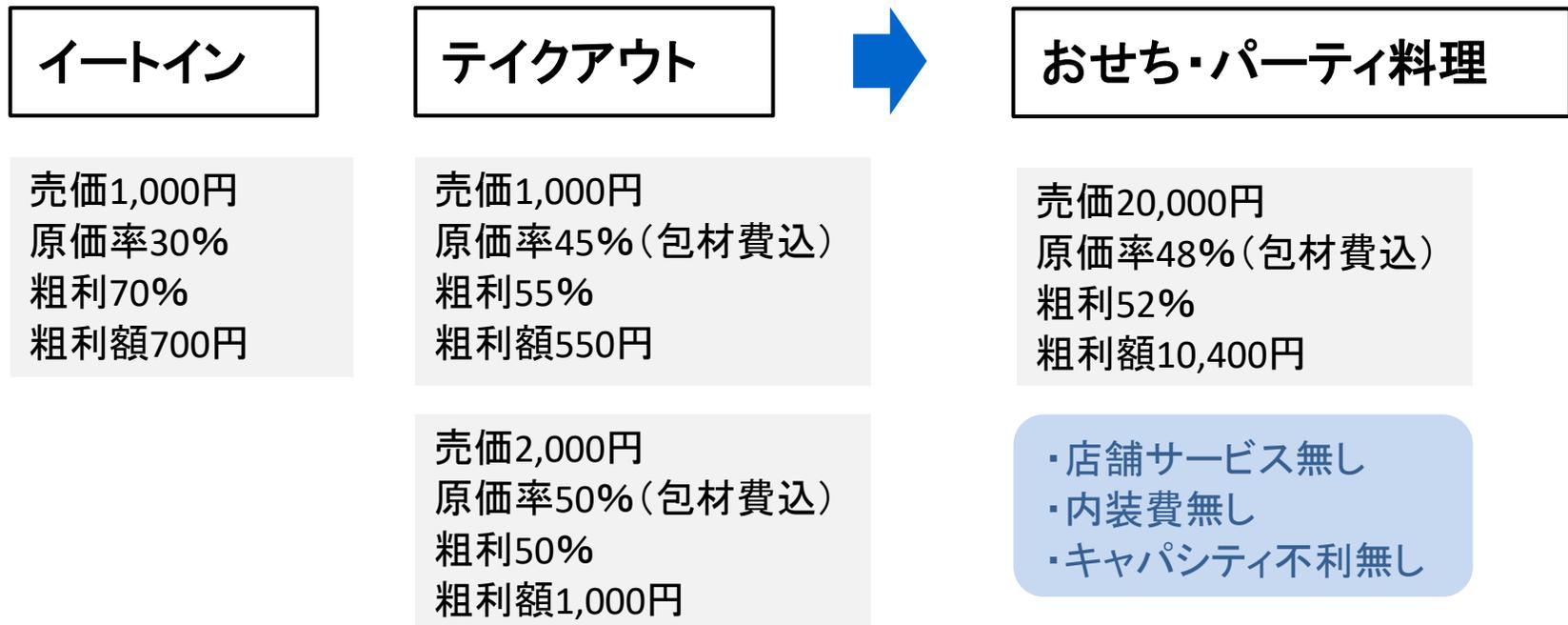
※HACCPの導入(義務化対応)

5. withコロナの対症療法の成功戦略と留意点

① テイクアウトの取り組み

- a) 販売許可？
- b) 用意する容器
- c) 訴求ツール

② テイクアウト商品開発の考え方



5. withコロナの対症療法の成功戦略と留意点

③ テイクアウトの売り方例

選べる 前菜	「4種の手作り前菜から2種をお選び頂けます」	楽しさ お得感
健康 志向	“1日分の野菜が取れる” 「朝採れ・10種の野菜が摂れちゃうサラダ」	わかり やすさ
魅力的 な陳列	店頭いっぱいプラットフォームを出して、見やすいように弁当を ど〜んと陳列して販売	実物 選びやすさ
商品 表現	ネーミング、オノマトペの使用	魅力的

5. withコロナの対症療法の成功戦略と留意点

④ キッチンカー

キッチンカーのメリット、デメリットを知る

メリット

- コロナ禍に適している
- 小額投資(自分好みの製作)
- チャンス場に移動できる
- 少人数で営業できる
- 固定家賃が必要ない

デメリット

- 終息後は？
- 投資300~500万円、営業日限定
- 道路交通法が壁
- 主軸は経営者
- 売り場家賃、駐車場代、仕込み場、家賃、運営費

⑤ バーチャルレストラン(ゴーストレストラン) バーチャルレストランのメリット、デメリットを知る

メリット

- コロナ禍に適している
- 小額投資
- 立地を選ばない(家賃が安価)
- 少人数で営業できる
- 一人で数店舗できる

デメリット

- 終息後は？
- 数十万円~100万円以内(キッチンベース施設利用の場合)
- 認知度が低い
- デリバリー業者の手数料が高い
- 専門店の信頼性が低い

キッチンカー、バーチャルレストランは…

★現店舗の売上補填事業として考える

5. withコロナの対症療法の成功戦略と留意点

⑥ デリバリーの留意点

- a) Uber Eats
 - 出前館
 - フードパンダ
 - Wolt (ウォルト)
 - ドアダッシュ
 - その他

- b) 自前戦略

デリバリーのエリア拡大方法(イメージ)

5. withコロナの対症療法の成功戦略と留意点

⑦ withコロナの新生活様式からのチャンス



5. withコロナの対症療法の成功戦略と留意点

⑧ ネット通販の導入

保健所の許可が必要
(最寄りの保健所に相談)
通販用の設備

商品の食品表示
原材料、賞味期限、
製造元など

飲食店のEC
STORES、BASE、
楽天ICHIBA、menu



テイクアウト、バーチャルレストラン(ゴーストレストラン)、
キッチンカーの事業拡大の可能性

6. アフターコロナの未来日記(3年後のビジョンづくり)

3年後のビジョンを作る

1. 経営理念を明確にする
2. 商品・仕入れについて
3. 組織・人材について
4. 販売促進計画
5. 明確な目標売上の設定