

企業経営に関する疑問・質問に
NICOメンターや登録専門家がお答えします。

商い 便利帳

第6回

Q 飲食業(単独店)を営んでいますが、ここ数年ジリジリと売上が落ちていきます。売上を回復させるにはどうしたらいいでしょうか。

A まず、売上を構成要素ごとに洗い出し、原因を探します。そして、自店の店舗コンセプトに沿った対策を考えましょう。

売上を回復させたいのですから、まずは、売上が何からできているか見てみます。売上は、お客さまがお店に来てくださって(=客数)、代金を支払ってくださる(=客単価)ことによって成り立ちます。

売上=客数×客単価

売上が落ちた原因は、客数が減ったのか、客単価が落ちたのか、あるいは両方か。そして、客数が減った内容は、既存客のリピート率が下がったのか、新規客が増えていないのか。客単価のほうは、注文して下さる品数が減ったのか、それとも、値段の高いメニューが売れず、安いメニューの注文が増えたのか。…というふうにブレイクダウンしていきます。そして、その原因に対応した解決策を立てることになります。

店舗コンセプト

例えば、ひとくちに「喫茶店」といっても、こだわりを持つコーヒー通の方に本格コーヒーを提供するA店、保育園に子どもを送ったあとのママたちに楽しいおしゃべりと息抜きを提供するB店、ビジネスパーソンに出勤前の1杯や仕事中的リフレッシュを提供するC店では、それぞれ採用すべき解決策が異なります。

このような「誰に」「何を」「どのように」提供するかを店舗コンセプトといいます。店主の夢や思いを核に、立地条件や競

今月の回答者

○山田コンサルティング事務所 代表
○中小企業診断士

山田 まり子

飲食・サービス業のことなら、おまかせください!



PROFILE

飲食・小売を含む広い意味でのサービス業が得意分野。また、従業員のモチベーションアップについては業種を問わず対応可能。新潟県内唯一の女性の独立中小企業診断士です!

連絡先

〒951-8068
新潟市中央区上大川前通5-64-1-907
TEL.025-223-3097 FAX.025-223-3098
ブログ <http://blog.goo.ne.jp/yamadajim/>
E-mail yamada-m@m6.gyao.ne.jp

合店との違いを考慮して決める、自店の
特長・個性を表現したものです。

具体策

先ほどの例でいうと、同じ客単価を上げるための具体策といっても、「秋のスイーツフェア」と銘打って手づくりケーキをメニューに加えるといった具体策は、B店ならいいですが、A店では果たして効果があるか?ということになります。また、希少なコーヒー豆を仕入れ、メニュー単価を上げるという具体策ならA店でないと難しいでしょう。

告知・宣伝

そして、どれほど美味しいケーキを用意しても、本当に珍しいコーヒー豆を仕入れても、それをターゲットとなるお客さまにきちんと伝えなければ売上に結びつきません。

とてもいいものを持っているのに、それを上手に表現・伝達できていないお店が多くあります。自店の良い点を店舗コンセプトとして明確にし、店舗コンセプトに沿った店づくりで売上を伸ばしましょう。

あなたのお悩み募集します!

「商い便利帳」では、経営に関するさまざまな疑問・質問をお待ちしております。現場のリアルな声をお聞かせ下さい。

質問の受付 info@nico.or.jp

NICO主催
旬のイベント・
セミナーをレポート

EVENT No.16 REPORT

販売の最前線から “売れる”商品のヒントをつかめ! NICO商品開発セミナー開催!



百貨店、通信販売、テーマ店では、それぞれどのようなお客様が、どのような商品を求めているのか。現在、そして今後はどのような商品が注目されるのか。それぞれ流通の最前線に立つ講師が“売れる”商品について講演する、「NICO商品開発セミナー」が去る9月4日に三条・燕地域リサーチコアにて開催された。

生活関連の商品を製造するメーカーが多い県央地区の企業を中心に、約80社が参加。講師の話に熱心に聞き入っていた。

例えば、百貨店では“上質な日常生活”を演出する商品が好調で、My箸や包丁、一人用のジューサーなどが倍近い売上を上げている。通販では、“物語をイメージさせることが出来るこだわりの商品”が得意だが、香りを伝えることが出来ないのが、アロマ関係は苦手。テーマ店では、ヘルス&ビューティー、キッチン・バス周り便利グッズやペット関連グッズの販売が好調。など、それぞれのチャネルの特徴が紹介された。

また、各講師共通の意見として、パッケージデザイン力の強化が挙げられた。パッケージはその商品の顔として、商品本体と同じ力を入れなくては行けない。手にとって、欲しいという欲求を与えないといけないというアドバイスをお話しいただいた。

NICOでは、このセミナーを皮切りに「市場トレンドワークショップ」を開催。“売れる”商品開発の支援を行っていく。