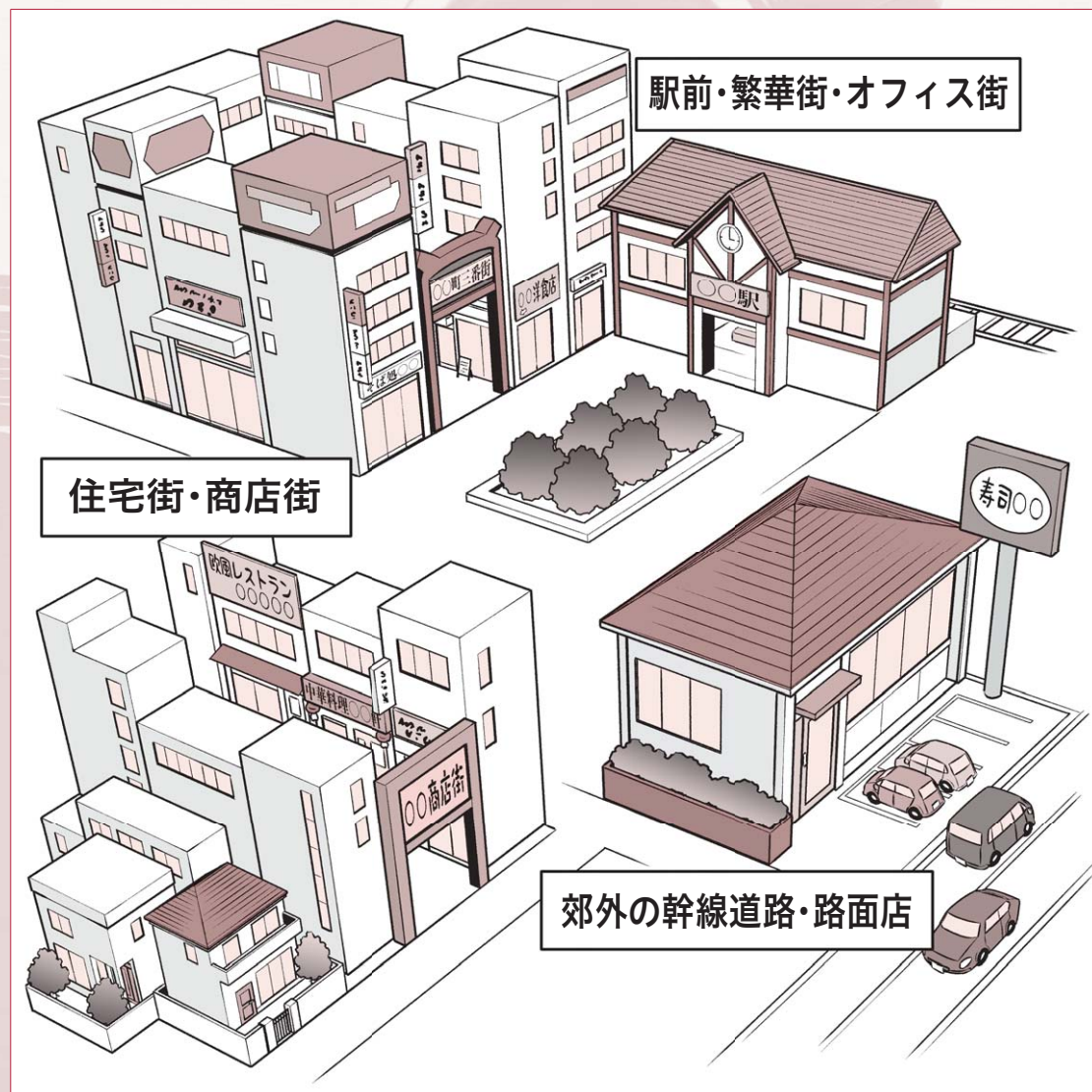


●代表的な立地のイメージ



目の付け所はここ!

飲食店の経営状況&課題発掘ポイント

解説／杉本光生 中小企業診断士
画／小野ひろき

飲食業の現況や経営課題を推測するために見るべきポイントについて、イラストを交え解説する。

目の付け所①……立地

地域の特性を踏まえて客層や課題を予測する

飲

食業は立地が重要だ。理由は、立地によって客層が決まってしまうためである。土地柄どういった客層が多いのかを察知し、それに適したコンセプトで営業することが不可欠だ。

では金融機関の担当者は、立地についてどのような点に着目すればよいだろうか。代表的な3パターンを見ていく。

1 駅前・繁華街・オフィス街

ビジネスやショッピングをはじめ、ヒト・モノ・カネがこの地域を中心に集まり、分散していく。ポイントは「昼

夜の人の流れが激しいこと」「商圏が広いこと」、そのため「不特定多数の顧客が対象であること」の3つだ。

担当者はまず「オフィス街から駅」や「駅から繁華街」といった人の流れを考えよう。オフィス街から駅までの道中に位置している飲食店なら、ビジネスマンが勤め帰りに立ち寄れるため良い立地である——などと判断できる。

一方でこのエリアは家賃などの固定費がかさみがちだ。他にもオフィス街特有の「日曜・祝日の売上減少」といった問題や建物の老朽化、小都市における事業所数不足からくる顧客絶対数の少なさとい

2 住宅街・商店街

家族連れの割合や駐車場にも注目

った課題も抱えていることが多いことを覚えておこう。

一般的に駅前や鉄道沿線の都市郊外に位置しており、昼前後と夕方に賑わいがある。

この立地について見るべきポイントは、住宅街の規模(世帯数)や密集度、ファミリー層の割合などである。特にファミリー層は外食頻度が高いため注目したい。

また自動車の保有率についても見ておきたい。もし保有率が高い地域柄なら、飲食店にとっては駐車場の有無や規模が重要だ。

課題としては、住宅地と事業所が混在している地域の場合は昼時にビジネスマンも来店することや、週末・祝日に

3 郊外の幹線道路・路面店

家族連れが集中することなど、特定のタイミングに来店が固まってしまうことなどが考えられる。

このエリアで着目すべきポイントは、道路を通行する自動車だ。台数はもちろんのこと、通行車のうちレジャー客が占める割合はどれくらいなのか、商用車が多いのか自家用車が多いのか、曜日や季節によって通行車にどの程度影響があるのかなどをチェックすることで、客層や経営状況などを予測できる。

この立地ならではの課題としては、外食ニーズの高い女性客や家族連れをどれだけ集客するかという問題である。顧客の大半が自動車での来店となるため、十分な広さの駐車場を確保することが欠かせない。