

字井義行の 燃える！動く！変わる！

『飲食店 奇跡を起こす！レター！！』

販売促進のPOINT! 超集客術!販売促進編!



POP広告を効果的に使う方法

POP広告の役割はサービススタッフの推奨販売の代理となるものです。しかもスタッフが推奨するのと違って押しつけがましさを感ずることがありません。お客様自身の判断によるオーダーですから結果的に客単価が上がったとしても納得してもらえます。POPにすると、お客様の注意をひく確率がきわめて高くなります。メニューブックを差し出しても、お客様はPOPも必ず見ます。卓上POPはメニューブックと違って席にいる間、常に目に触れるものですから訴求効果は抜群です。POPの効果が大きいのは、おすすめメニューや追加オーダーの対象となるデザート類、子供向け商品の販売です。またランチタイムのように早く安く食べたいお客様が多い場合など確実にオーダーを誘導できます。オーダーがまとまれば厨房がパニックになることもありません。ただし、お店の利益ばかり考えていると失敗します。推奨商品だからこそ、お値打ち感の高さが必要で、お客様がオーダーして良かったと思える品でなければ逆効果になってしまいます。

POP 広告を効果的に使う方法のPOINT

- POPにしておけばお客様の注意をひく確率はきわめて高くなります。
- メニューブックを差し出してもPOPは必ず見ます。
- メニュー表と同様に見る楽しさ読む楽しさといった要素も必要です。
- 写真入りPOPで美味しさ、お値打ち感を表現します。
- メーカーさんから提供されたPOPがお店の雰囲気にな合わないのであれば独自のデザインを施すなどの工夫をします。



お店の簡単セルフチェック

(当たり前と思わずにしっかりチェックしましょう!)



番号	項目	チェック
POINT 1	毎日の時間別売上高を集計していますか?	<input type="checkbox"/>
POINT 2	週間・月間の時間別売上高の推移をチェックしていますか?	<input type="checkbox"/>
POINT 3	月間の曜日別・時間別1日平均売上高を把握していますか?	<input type="checkbox"/>
POINT 4	時間別1日平均売上高の年間推移に注目していますか?	<input type="checkbox"/>
POINT 5	お客様はサービスに満足していますか?	<input type="checkbox"/>

日本一のフードビジネスコンサルタント
字井義行先生 今月の金言

信頼することは、
その人に期待すること。
愛することは、
その人を無償で思うこと。



地域一番!

「飲食店に功献する」「飲食店経営に強い」フードサポートプロジェクトチーム

飲食店の開業～運営までトータルでサポートする日本で唯一の飲食ビジネス支援プラットフォームです。
「地域一番 飲食店に功献する人とクラブ」「地域一番 飲食店経営に強い人とクラブ」飲食店経営に役立つ専門ノウハウの修得を目指す士業、コンサルタントを中心とした専門分野の多業種メンバーで構成されたチームです。

名古屋フードサポートプロジェクトメンバー

業種別・順不同 / 企業名氏名・50音順

- 税理士・会計士：合同会社 aisyu コンサルタント、税理士法人内山会計、坂井会計事務所、佐竹会計事務所、税理士法人スマッシュ経営、林会計事務所、藤井会計事務所、税理士法人みどり経営、Rikyuu コンサルティング合同会社
- 社会保険労務士：愛知社労士事務所、アリンク社会保険労務士事務所、社会保険労務士法人総合経営労務センター（三重県）、リーディング社会保険労務士法人（北海道）
- コンサルタント：スラブラ株式会社（中小企業診断士）おかだ合同事務所
- 内外装看板施工：有限会社シーズン、株式会社日本道路案内標識
- 販売促進：株式会社キュプラス、フードスタジアム東海株式会社
- 店舗清掃：株式会社サンオレンジ、スマイル
- 酒販店・食材：（酒販店）株式会社おかだや、（茶卸）有限会社新世紀工房（岐阜県）、（食肉卸）丸十食品 / 有限会社ハヤカワ
- 業務用音響機器：オタイオーディオ株式会社
- 不動産：株式会社花園不動産
- 食器・厨房：有限会社オーディーイー、株式会社キッチンシティカワサキ



一般社団法人 日本フードアドバイザー協会



飲食店は高付加価値（お客様の喜び）提供業です。この高付加価値の追求・提供する事が飲食店の存在価値です。この高付加価値を表現するのが商品（料理・サービス・雰囲気）です。時代がどう変わろうと、飲食店は高付加価値を提供するビジネスです。その基本をはずして経営する事はできません。日本フードアドバイザー協会のミッションは、飲食店経営者（店長）の方、飲食店スタッフの方、飲食関連企業の方、飲食店開業希望者の方、それぞれの立場は異なりますが、それぞれの立場で飲食業で活躍していただく事を目指し、単なる飲食の雑学や机上の知識ではなく、長年現場で修得した知識や実践ノウハウを提供していく事で、飲食店の現場で活かせる能力を身につけた【飲食のプロ】や、飲食店をアドバイス・サポートできる【フードアドバイザー】を育成していく事で飲食業界の発展に貢献していきたいと考えています。



「お金のお話し」 正しい人件費管理をするには



人件費を管理する

飲食店経営の場合、高い人件費を払いながら、なおかつ利益を確保していくためには労働生産性を高めていくより他に道はありません。そして現状を把握するためには売上高に対する標準労働時間の設定が必要となります。

パート・アルバイトの配置で人件費をコントロールするといっても時間給を低く設定することは昨今の人手不足の状況から考えても難しいと言わざるを得ません。要するにコントロールできるのは変動費であるパート・アルバイトの“労働時間”なのです。しかし、単純に時間を“カット”するということではありません。強調しますが、飲食店として「あるべきサービス」を常に意識してサービスレベルを維持しなければなりません。そのためには前段階として売上高に対する標準労働時間を設定する必要があります。適正人員配置は来客数と時間帯別の従業員の労働量によって変わっていきます。

そして、その労働量はスタッフの力量、能力によって変わってきます。その“差”の存在を明確にする意味でも「標準」がなければなりません。それと同時に「標準化」には経費の効率化もあわせて進めていくという目的があります。“**売り上げに対する明確な物差し=標準労働時間**”があって初めて達成されるのです。標準労働時間とは、例えば1日の売上が40万円の場合、その労働時間80時間を標準とします!という考え方です。

そして、この場合だと労働1時間当たりの売上高は5千円となります。この5千円を“**人時売上高**”と呼びます。人時売上高はお店によって金額が違いますが指標として設定されているお店は、これをもとにパート・アルバイトの必要人員を求めることができます。

■ 先輩経営者から後輩経営者へ贈るメッセージ ~これからの経営にきっと役立つ経験者のお話です~

「お店は自分自身が一番輝ける場所!!
誇り”なんです!”
右近 由美子氏

開店時間から行列の絶えないおにぎり専門店の名店がある。
「おにぎりほんこ」だ。

この繁盛店で切り盛りをする二代目店主の右近氏は意外にも「最初はやる気が全然なかった」といって、お店に嫁いできた当初は何となくお店を手伝っていたのだが、先代が体調を崩したのを機に、いざ自分が握らないといけない立場に置かれたことが本格的なお店の経営に携わるようになったきっかけだ。また板の前が握り手の舞臺、その舞台上に立つまでに2年かかりました。そこからしばらくの間はお客様に顔向けできなかったんですよ。」という右近氏。

早朝から仕込みに入って、深夜帰宅してから経理の仕事を繰り返す毎日。テレビを観る時間も、美容院に通う暇もない状態を繰り返して、ようやく右近氏自身が納得のいくおにぎりを提供できるようになったのは、10年が経過してからのことだ。当初は何もわからないころからのスタート。温かくて、大きくて、具が多いのが「ほんこ」のおにぎりという先代からの教えを忠実に守り、食材のことは要望を伝えるだけで、選定はプロの業者に任せてきたという。お客様からは、持って帰ったらごはんが硬くて食べにくかったと言われれば、時間がたっても硬くならないお米に変えてもらった現在の豊富な種類の具材もお客様のリクエストにお応えするうちに次第に増えていった。つまり、お客様に求められているものを素直に追及していった結果が現在に至るという。「お客様は正直なんです。ダメなものはずとあっさり伝えてくださる。お客様に育ててもらったんです!」

もう一つ、先代からの教えが、景気が悪い時に賃を落とすとお客様が離れて行ってしまう。逆に良いものを出さないとダメだ。というものでした。お客様がお客様を呼んで利益を運んでくれるから、お客様に投資をしないといけないんだ。今となってはハツと気づかせられたことだ。

お店で働く従業員とは初めはお互いが納得するまで議論を交わすという。ほんこは新しい人が入るたびにスタイルが変わるんです。議論を交わらずに良いと思ったことはすぐに実行に移してきたという右近氏。中でも具材の追加トッピングのアイデアはお客様に好評で、大当たりした事例だ。従業員に対しては、少々ミスをしたことが叱ることがない。代わりに、健康管理だけは常に言い続けているそう。疲れた顔を仕事にしてもお客様は美味しいと感じない。自分が完全でない時は、完全な仕事はできないよ。という。すべてはお客様の「美味しかったよ!」の一言のために右近氏自身も趣味に時間をとれるようになったそう。これらについて、「お客様に育ててもらった。お世話になった分、世の中にお返しをしたい。この想いから、食育の発信をしないといけないと考えている。自然界にあるもので美味しいものを楽しく食べるのが一番なんです。ごはんお米を美味しく食べる方法を伝えていきたい。」

最後に、これから開業を考えている方へ一言「食は愛です。愛情のこもった、おふくろの味には敵わない。ナンパマンになろうと思わないので、おふくろの味、次の一番手と思ってもらえらるお店を目指します。」と。

宇井義行公式ホームページ



や、日本フードアドバイザー協会ホームページ



でも公開中!

一般社団法人 日本フードアドバイザー協会は飲食店を経営されている皆様を全力でサポートいたします!

飲食店が病氣(赤字)にならないための繁盛・繁盛継続健康保険!



お店の健康保険

【商標登録第 5725074 号】

飲食店のサプリメント! 飲食店の日々の運営努力を継続していただき顧客満足度・売上高を高めていただくための学び満載のサービスです。飲食店の売りものは「料理」「接客サービス」「お店の雰囲気」です。この3つの「店舗力」を通してお客様に付加価値を提供するのが飲食業です。この付加価値こそがお客様の喜びであり、この付加価値は、日々の運営努力から生まれます。お店の健康保険は1週間に3回48週(約1年間)宇井義行先生の音声メッセージをメール形式で、あなたのお手元にお届けします。いつでも、どこでも気軽に学んでいただけます。

お客様が喜ぶ!お客様が増える!利益が増える!



お店の健康診断

【商標登録第 5664195 号】

あなたが毎年、健康診断をするように、お店も健康診断が必要です。**101項目にわたり“機会損失(チャンスを失う)”を完全見える化します!**

お店の健康診断は、お店の健康診断士の先生(日本フードアドバイザー協会公認)がお客様として店にお伺いし問題点を洗い直した後、診断書と評価レポートをご提出致します。体質改善ポイントと、改善優先順位を表で解りやすくお教えします。“お客様の心の声”を聞いてみませんか!



一般社団法人 日本フードアドバイザー協会

フードアドバイザークラブ (北海道・東京・名古屋・大阪・広島)

TEL 03-5413-6127 FAX 03-5413-6123

E-mail info@faaj.or.jp HP http://www.faaj.or.jp

『飲食店なんでも無料相談室』開設中!



お問い合わせ



税理士法人スマッシュ経営

【知立本社】 愛知県知立市長田1丁目11番地

TEL: 0566-83-3055 FAX: 0566-83-1317

【名古屋オフィス】 名古屋市熱田区金山町1丁目7番5号 電波学園金山ビル9F

TEL: 052-908-7077 FAX: 052-908-7088