●STEP-1　事業性分析（強み・弱みの可視化）

福岡県経営強化改善提案制度

コア評価

コア部分	地域に根差した和食店として創業。素材を厳選した料理と筑後の風土を感じる店舗により顧客から支持を得る。業況が安定し10年目で2店舗目を出店したがコロナ禍に遭遇し大幅赤字に陥る。3年後に撤退し小郡本店のみの運営に戻したが業況は元の状態に戻っていない。

①ビジネスモデル

沿革	和食店として成功し10年目で2店舗目を出店。コロナ禍に遭遇、大幅赤字を計上し撤退。小郡本店の業況が戻らず対応に迫られている。
事業構造	うどんそば中心のロードサイド単独店。商圏内の家族客等と前面幹線道路通行車が主要顧客。拘りの食材による高単価の料理を提供。
顧客価値	ゆったりとした店舗で厳選した食材による素朴で上品な食事を楽しめる。筑後の豊かで落ち着いた時間、風土を感じることができる。
収益構造	直近2年間で2回の値上げを実施し食材費、人件費増加に対応しているが客数が落ち、結果としてFLコストが上昇している。
事業への想い	素材を厳選した料理と筑後の風土を感じる店づくりにより小郡本店で成功。久留米店では事業への想いを実現できず撤退。

②提供するサービス

ストアコンセプト	筑後のゆったりとした時間の流れの中で素材にこだわった食事が楽しめる。店舗設備とメニュー、接客でストアコンセプトを実現。
メニュー	手打ちうどん、手打ちそばの単品メニューと丼物とのセットメニューが中心。メニュー数は多くなく創業以来ほぼ同じ構成。
うどん・そば	小麦粉、そば粉は地元産を使用し手打ち。出汁は入手が難しい北海道産の昆布を使用。その他の食材も安全性を重視。食材費は高くなるが店主の拘りとして創業依頼継続して取り組んでいる。
セットメニュー	親子丼、かつ丼等をセットにした定食物。1,500円近くまで値上げしており出数が減少している。
鴨料理	地元の特産物である鴨を使用した料理を開発。価格が高く出数は多くないが顧客からの評価は高く当店のブランドイメージを高めている。
顧客評価	2店舗体制で運営中に小郡本店の顧客アンケートや常連客より、味や接客が落ちたとの指摘が複数あり。久留米店支援に対応している間に小郡本店のオペレーションが乱れて評判が落ちたと推察。

③提供体制

人材	店主は関東の有名店で修業し和食の料理技術が高い。厨房には正社員2名を配置。ホールは配偶者が指導しベテランも多く接遇のレベルは高い。
仕入先	食材は、店主が直接出向いて現物や生産状況を確認し厳選して仕入。高齢化などで廃業を予定している生産者が複数あり対応が必要である。
店舗	実家を古民家風の店舗に改装。300㎡ほどあり広く、座席数は50席でゆったりと食事できる。店舗中央に大きなテーブルを設置しカウンター席とし、小上がりの座敷席も用意している。庭園風のエントランスを設置することで外界と遮断した店舗空間を演出している。
設備	厨房設備は若干古くなってきており更新が必要。古民家風の店舗も修繕保守に毎年一定の負担が必要。駐車場は25台を整備している。
立地	小郡市の幹線道路沿いに立地。大型のショッピングモールが近隣にあり人が集まる地域。久留米市などからのアクセスも良好。前面道路は車の交通量が多いが店舗が奥まっていて視認性は悪い。

管理体制	店舗の運営管理は概ね問題なく実行されている。メニュー毎の出数が分からず収益状況の把握や管理ができない。食材費の仕入れや、ロス率の管理、人件費の管理については十分ではなくFLコストの管理が成行きである。

①　業務管理

売上予測	過去の経験により仕入や仕込みを決めており売上予測は立てていない。食材ロス等が発生している。
シフト管理	ホールスタッフは時間当たりの効率的な配置ができていない。店舗が広くスタッフを多めに配置する必要がある。
発注管理・在庫管理	定期的に食材の在庫量を確認し不足分を都度発注している。仕入価格についてのチェックが一部なされていない。
品質管理	在庫受入れ時のチェックについて一部業者任せになっている。調理マニュアルの作成を考えているが着手されていない。
品質管理	レジと現金の管理は配偶者が対応しレジ情報と預金口座情報をスマホで確認。出数などのレジデータの活用ができていない。
クレーム管理	アンケート用紙にて顧客の声を確認している。久留米店出店の後、苦情が出た時期があったが現在は改善している。

②その他の管理

収益管理	レシピ表を作成しておらず食材費の管理は不十分でロス率の把握もしていない。FLコストの管理が成行きになっている。
衛生管理	HACCPに準じてチェックリストを作成して運用。過去に事故等は発生しておらず店内のクリンリネスも問題ないレベル。

マーケティング体制	接客や店づくりについては取り組んでいるが、情報発信などの能動的な集客活動が未実施。多店舗展開で業容拡大を目指していたが失敗。小郡本店を立て直したのちに再度挑戦する考えであるが具体的になっていない。

①営業体制と営業活動

営業体制	店主と配偶者が片手間に営業対応し体制として不十分。営業に対する考え方も受動的。
既存顧客管理	固定客が全体の8割で内約100名が常連客。来店時の声掛けは積極的に実施。リスト化するなどそれ以上の対応はできていない。
情報発信・来店誘致	HPは未整備でSNSによる情報発信もしていない。店舗が奥まっていて視認性が悪く立て看板やのぼりなども設置していない。
メニュー	集客メニュー設定、メニュー毎の原価率の変更など工夫がない。鴨料理以降、新しいメニューの開発は行われていない。
接客	店舗が広く来店時の出迎えが不十分。お見送り、提供時間は問題ないレベル。
催事企画	季節や年間イベントに合わせた催事企画は未実施。年末の「年越しそば」は、来店客にチラシを配布しテイクアウトを販売。
営業管理	販売目標は前年対比で大まかな数字を考えている程度。計画的な営業推進は未実施。

②営業戦略

これまでの営業戦略	多店舗展開する戦略であったが、久留米店出店に失敗。小郡本店の経営に集中し立て直しを図っている。
これからの営業戦略	体制整備し多店舗展開に再挑戦する意向。筑後地域で3店舗程度出店する予定だが具体的にはなっていない。

市場商圏	車による来店を前提とする商圏。前面道路を利用するビジネスマン等商圏外からの集客も見込め店周の住宅地からの集客も可能。コロナ禍以降、来店目的が重視されている。近隣に麺類の専門店が多い特殊な競合状況。

①市場商圏

業界-1	外食業界全体では、コロナ禍前のトレンドを上回るペースで穏やかな増加傾向が続いている。客単価はメニューの値上げにより上昇傾向が継続している。客数も新型コロナ感染症の5類移行により増加傾向にあるがコロナ前の水準までは戻っていない。
業界-2	外食全体では売上増加が続いているが、一方で倒産件数も増えており個店毎、業態毎で差が出てきている。コロナ禍以降、消費者行動が変容し目的型来店が増えており、これに対応できる飲食店が好調であると言われている。
商圏-1	店舗の周囲は人口が少ないが車で10分以内の距離であれば12万2千人が居住する。人口の多い店舗の東側と西側の地域からの車による集客、店周の住宅地からの徒歩による集客を考える必要がある。前面道路を通行するビジネスマンやドライバーも商圏外からの集客として対策が求められる。
商圏-2	年齢別では40歳代とその家族、60歳代70歳代のシニア層が多い。他の年齢層も一定数居住している。

②競合

競合施設	近隣には、ラーメン、うどん、そばなどの麺類専門店がチェーン店、有名店を含めて多く営業し麺類を中心に専門店の割合が多い地域。1,000円前後で提供する店舗が多く当店は高めの価格帯となる。

ベース評価

事業計画	経営計画書策定に取り組んだ経緯はあるが途中で終わっている。久留米店の撤退後に新たな将来像を描けておらず今後の方向性も示せていない。成行きの経営となっていて改善の取り組みも低調である。

①事業計画

事業計画	経営計画書を作成途中。大まかなスケジュール等は示されているが、数値計画を含む具体的なものがない。久留米店の撤退についての計画書も未作成。
PDCA	計画書がない為、PDCAは機能していない。売上状況を毎月確認するなどのフォローも行われておらず成り行きの経営となっている。
問題解決	久留米店を撤退し小郡本店に経営を集中させたが、その後の改善取組等がみられない。計画書未策定で経営課題や業務上の問題に対応することができていない。

②経営ビジョン

経営ビジョン	以前は、多店舗展開について明確な考えがあった。久留米店の出店が失敗した後に新たな将来のあるべき姿を具体的に描けていない。

組織体制	少人数の組織であるが、厨房とホールで分離していて意思疎通も十分でない。店主による店舗全体の統率が取れておらず一体感が稀薄である。人事評価システムはないが、賃上げは実施している。

①組織体制

組織体制	厨房を社長が、ホールを配偶者が担当。社長と配偶者の業務が多忙で連携がとれていない。ホールを配偶者に任せきりになっており店主が全体を統括できていない。
意思疎通	朝礼やミーティングが実施されておらず店内の意思疎通ができていない。ホールと厨房が別々の組織となっている。店舗全体の活気もなくバラバラな印象を受ける。

②人事管理・労務管理

人事管理	人事評価システムはなく店主が独自に決めている。社員の賃上げ、パート・アルバイトの時給引き上げを実施している。個人面談などは未実施。
労務管理	就業規則は策定しているが、有休取得は低調である。残業は年末の繁忙時期に実施する程度である。社労士とは顧問契約はしていない。

経営者	うどん・そば店として小郡本店を成功させているが、多店舗展開で失敗し自信も失っている印象を受ける。飲食店店主から経営者への成長する過程にあり、経営管理面で不足している部分を修正し、次の成長に向けて前進していく事が求められている。

①経営者

経営者としての覚悟	当初より店を持つことを目標としており、店主としての覚悟はあり成功もしている。多店舗展開で失敗し経営者としての考え方やスキルが不足していたと思われる。
経営者としての手腕	久留米店の撤退を決断実行しているが小郡本店の立て直しが遅れている。当社が進むべき方向を示して、組織を牽引していく力が試されている。
経営者としての資質	計画的経営、計数管理、人材育成、組織管理、業務管理など経営管理への取組が不得手。経営者としての勉強、情報収集、人脈の形成などの努力も不足している。

②経営ビジョン

事業承継	50歳代と若く事業承継についての考えや予定はない。多店舗展開を計画しており、10年後20年後を見据えて後継者を選別育成していく必要がある。

SAMPLE

●STEP-2　財務分析（収益の可視化）

収益性と財務内容	久留米店撤退し小郡本店１店舗体制に戻したが、小郡本店の評判低下による客離れやコロナ禍を経て消費者行動が変化するなどの複数の要因により業況は元に戻っていない。FLコストの管理も成行きで収益性が低下している。久留米店設備投資資金借入、コロナ対応借入により返済負担が重く手元現預金が徐々に減少している。
①業況と収益性	
業況	R4年3月期に久留米店を撤退し小郡本店1店舗体制に戻した。H31年3月期は64.5百万円の売上実績があったが直近期で56.5百万円。元の売上高水準に回復しておらず減少気味である。久留米店出店により小郡本店のオペレーションが乱れて評判が落ち、コロナ禍を経て顧客の来店のハードルが上がっている中で2回の値上げを実施したことで客数が減少したことが原因と考えられる。
収益性	久留米店を撤退し小郡本店の立て直しに集中して大幅赤字は解消できたが十分な収益は確保できていない。飲食店のFL比率は60%前後と言われているが当店は元々70%程度であった。家賃負担が少なくFL比率が高めでも対応できていたが、直近期で80%を超え収益を圧迫している。食材費や人件費の高騰を背景としFLコストの管理ができていないことが収益性低下の原因である。
CF	久留米店設備投資を回収できないまま撤退しその分の借入が残ってしまった。また、コロナ対応借入で資金繰りは確保していたが業況が回復せず、久留米店出店借入分も含めて毎期返済負担が重く、手元現預金が急速に減少している。本業による稼ぎを早急に回復させて営業活動によるキャッシュフローを安定的に確保できるようにしなければならない。
②財務内容	
財務内容	久留米店出店の失敗やコロナ禍の影響等により赤字が続き、開業以来蓄積した自己資本が棄損し債務超過に陥っている。久留米点設備投資とコロナ対応による資金調達で借入金も課題となっている。現状で収益が回復せず債務超過解消と借入金返済の目途がついていない。

店舗別売上高推移　（金額　千円）

	H31年3月	R2年3月	R3年3月	R4年3月	R5年3月	R6年3月	R7年3月
売上高	64,525	106,508	71,066	80,374	57,942	59,380	56,567
小郡本店	64,525	59,523	41,974	50,369	57,942	59,380	56,567
久留米店	0	46,985	29,092	30,005	0	0	0
原価	22,584	40,347	26,585	30,841	23,176	21,550	21,947
売上高総利益	41,941	66,161	44,481	49,533	34,766	37,830	34,620
販管費	38,880	73,505	59,701	65,071	36,405	35,822	35,628
営業利益	3,061	-7,344	-15,220	-15,538	-1,639	2,008	-1,008
経常利益	2,815	-8,296	-10,761	-6,251	1,874	1,403	-1,503
当期利益	1,954	-8,366	-10,831	-6,321	-9,614	1,333	-1,600

客数・客単価の推移

		H31年3月	R5年3月	R6年3月	R7年3月
昼	売上高（千円）	34,110	30,072	32,238	30,575
	客数	26,000	22,765	22,255	19,145
	単価（円）	1,312	1,321	1,449	1,597
夜	売上高（千円）	27,355	27,870	27,143	25,991
	客数	18,000	17,515	15,450	13,385
	単価（円）	1,520	1,591	1,757	1,942
合計	売上高（千円）	61,465	57,942	59,380	56,567
	客数	44,000	40,280	37,705	32,530
	単価（円）	1,397	1,438	1,575	1,739

2019年3月期は客数データがないため概算値

キャッシュフロー推移　（金額　千円）

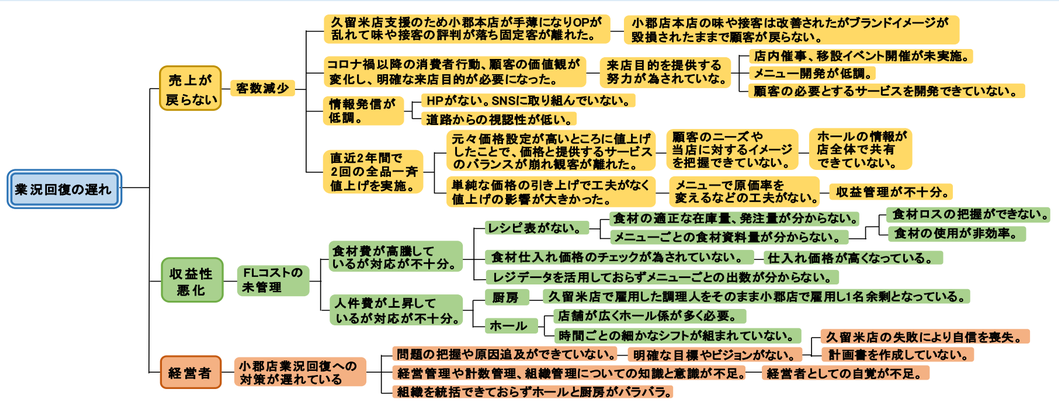
	R2年3月	R3年3月	R4年3月	R5年3月	R6年3月	R7年3月
営業活動によるCF	-6,170	-6,289	-844	4,030	2,277	-587
投資活動によるCF	-24,737	0	0	1,100	-100	0
フリーCF	-30,907	-6,289	-844	5,130	2,177	-587
財務活動によるCF	29,000	24,496	-5,504	-5,504	-5,504	-5,504
現預金の増減額	-1,907	18,207	-6,348	-374	-3,327	-6,091
現預金の期末残高	4,291	22,498	16,150	15,776	12,449	6,358

小郡本店のFL比率の推移　（金額　千円）

	H31年3月	R2年3月	R3年3月	R4年3月	R5年3月	R6年3月	R7年3月
売上高	64,525	59,523	41,974	50,369	57,942	59,380	56,567
原価（食材費）	22,584	22,023	15,530	19,140	23,176	21,550	21,947
売上高総利益	41,941	37,500	26,444	31,229	34,766	37,830	34,620
売上高総利益率	65.0%	63.0%	63.0%	62.0%	60.0%	63.7%	61.2%
販管費	38,880	36,574	29,841	34,248	36,405	35,822	35,628
人件費	22,774	20,408	16,326	20,478	22,688	23,469	23,469
減価償却費	1,460	1,710	1,710	1,350	1,000	1,000	1,000
その他	14,646	14,456	11,805	12,420	12,717	11,353	11,159
営業利益	3,061	926	-3,397	-3,019	-1,639	2,008	-1,008
F比率	35.0%	37.0%	37.0%	38.0%	40.0%	36.3%	38.8%
L比率	35.3%	34.3%	38.9%	40.7%	39.2%	39.5%	41.5%
FL比率	70.3%	71.3%	75.9%	78.7%	79.2%	75.8%	80.3%

●STEP-3　中核企業への成長に向けた課題抽出・改善提案

課題抽出ツリー図



小郡本店の業況回復遅れについて

小郡本店の業況回復の遅れは、客数の減少とFLコストの管理未実施が直接的な要因である。

① 客数の減少

久留米店支援により小郡本店のオペレーションが乱れ味や接客の評判が落ちた、また、コロナ禍を経て顧客の来店のハードルが上がったにも関わらず新たな価値を提供できていない、などの状況で工夫もなく値上げを実施したことで客数が減少した。

② 収益性の悪化

FLコストは元々高めであったが家賃負担がないことなどにより収益性は確保できていた。収益管理やシフト管理が不十分でFLコストをコントロールできない状況で食材費と人件費が上昇し収益性が悪化した。

客数の減少や収益性の悪化は、目の前で発生している様々な問題への対応が後手に回っていることで発生しており、その背景として久留米店出店の失敗により経営者が自信を失っていることが考えられる。小郡本店の現状を正しく認識し、どのように改善していくのかを示せていないため、厨房とホールがバラバラになり店の活気が低下している。経営者は、以下に示す改善策を実行し膠着した現状を少しづつでも前に進めることで自信と本来の魅力ある小郡本店を取り戻すことができると考える。

中核企業への成長に向けた改善提案

経営管理への取組

① 出数把握とABC分析

レジにて出数データが記録されているが生かされていない。各メニュー、ドリンクの毎日の出数を管理表に落とし込んで売れ筋、死筋の状況を把握、ABC分析により販促や利益率改善、メニュー表見直しに活用する。

② FLコスト管理

- メニュー全てのレシピ表を作成し原価を把握する。メニュー毎に使用する食材の量を調べると同時に、食材の仕入価格と重量によりメニュー毎の食材費を算出する。適正仕入れ、歩留まりの向上、ロス率の改善に取り組む。
- 当店はホールが広くスタッフを多めに配置しており非効率となっている。現状で、昼、夜、終日の３パターンとなっているシフトを時間単位に変更し、来店客に合わせた人員配置を実施することで人件費を圧縮する。

③ 経営計画書、事業計画書の作成

将来の当社のあるべき姿を明確にしたうえで経営計画書、事業計画書を作成して方向性を示す。特に、小郡本店の立て直しの具体的な数値目標と実施施策、スケジュールについて計画にまとめる。

④ 組織体制の整備

厨房とホールを合わせて毎日の朝礼、及び年に1度の全体会議を開催する。店主が全体を統括し一体感をもった運営を目指す。

客数増加への取り組み

① 厨房管理の徹底

小郡本店の料理の味が変わったことが顧客が離れた大きな要因である。現状で店主が小郡本店の厨房を管理しているが、調理工程をマニュアル化して品質の安定を図るとともに、仕込みの効率化、歩留まりの改善、無駄の排除などを実現する。

② メニューの改定

セットメニューは値上げで1,500円近くになっていて出数が減っている。麺類とセットとなる丼物をハーフサイズにして値段を下げたラインを投入し出数の回復を図る。また、メニュー開発を実施して出数の少ないメニューとの入れ替え全体を刷新する。

③ ファミリー層集客強化

料金値上げはメイン顧客である家族連れへの影響が大きい。対策としてファミリー層へのサービスを開発し集客を強化する。幼児向けに無料食事メニューの提供、家族連れ客のうち女性と子供にデザートをサービスする等を検討する。

④ 飲酒客の開拓

シニア層を中心とする蕎麦飲み客を取り込む。蕎麦飲みのメニュー表を作成し、酒類を充実させるとともに酒肴のメニューも用意する。酒類は筑後地域の地酒を揃え、酒肴は、地元の鴨や有明の海苔などを使用した料理を開発する。

⑤ 情報発信強化

Googleビジネスプロフィール登録、インスタリール動画によるメニュー紹介、看板・提灯・のぼりの設置。

SAMPLE

シミュレーション

PL 実績推移　シミュレーション　（金額　千円）

	H31年3月	R5年3月	R6年3月	R7年3月	1年目	2年目	3年目
売上高	64,525	57,942	59,381	56,567	62,806	65,287	67,768
ランチ	34,528	27,777	29,797	27,928	29,687	29,687	29,687
その他	29,997	30,165	29,584	28,639	33,119	35,600	38,081
ランチ以外	29,997	30,165	29,584	28,639	28,639	28,639	28,639
ファミリー層集客	0	0	0	0	1,842	3,444	5,046
蕎麦飲みシニア層	0	0	0	0	2,638	3,517	4,396
原価	22,584	23,176	21,550	21,947	23,866	23,830	23,719
売上高総利益	41,941	34,766	37,831	34,620	38,940	41,457	44,049
売上高総利益率	65.0%	60.0%	63.7%	61.2%	62.0%	63.5%	65.0%
販管費	38,880	36,865	36,282	35,878	35,878	36,582	36,582
人件費	22,774	22,688	23,469	23,469	23,469	24,173	24,173
役員報酬	7,000	5,000	4,000	4,000	4,000	4,120	4,120
給与他	14,025	15,675	17,337	17,337	17,337	17,857	17,857
福利厚生費他	1,749	2,013	2,132	2,132	2,132	2,196	2,196
減価償却費	1,460	1,460	1,460	1,250	1,250	1,250	1,250
その他	14,646	12,717	11,353	11,159	11,159	11,159	11,159
営業利益	3,061	-2,099	1,549	-1,258	3,062	4,875	7,467
営業外収益	130	4,330	130	130	130	130	130
営業外費用	376	817	735	652	570	487	405
支払利息	376	817	735	652	570	487	405
経常利益	2,815	1,414	944	-1,780	2,622	4,518	7,192
税引き前当期利益	2,815	-11,984	944	-1,780	2,622	4,518	7,192
法人税等充当金	861	70	70	70	70	70	70
当期利益	1,954	-12,054	874	-1,850	2,552	4,448	7,122
FL比率	70.3%	79.2%	75.8%	80.3%	75.4%	73.5%	70.7%
F比率	35.0%	40.0%	36.3%	38.8%	38.0%	36.5%	35.0%
L比率	35.3%	39.2%	39.5%	41.5%	37.4%	37.0%	35.7%

BS 実績推移　シミュレーション　（金額　千円）

	H31年3月	R5年3月	R6年3月	R7年3月	1年目	2年目	3年目
流動資産	10,022	19,219	16,003	9,791	8,329	8,618	11,582
現金預金	6,198	15,777	12,449	6,358	4,628	4,810	7,667
売掛金	1,767	1,587	1,627	1,550	1,721	1,789	1,857
棚卸資産	1,007	905	927	883	981	1,020	1,058
その他	1,050	950	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
固定資産	16,770	11,430	10,070	8,820	7,570	6,320	5,070
有形固定資産	15,250	9,810	8,450	7,200	5,950	4,700	3,450
無形固定資産	320	120	120	120	120	120	120
投資・その他資産	1,200	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
資産合計	26,792	30,649	26,073	18,611	15,899	14,938	16,652
流動負債	3,956	2,892	2,948	2,840	3,079	3,174	3,269
買掛金	2,475	2,222	2,278	2,170	2,409	2,504	2,599
その他	1,481	670	670	670	670	670	670
固定負債	12,000	54,488	48,984	43,480	37,976	32,472	26,968
長期借入金	12,000	54,488	48,984	43,480	37,976	32,472	26,968
負債合計	15,956	57,380	51,932	46,320	41,055	35,646	30,237
自己資本	10,836	-26,731	-25,858	-27,708	-25,156	-20,708	-13,585
資本金	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
利益余剰金	5,836	-31,731	-30,858	-32,708	-30,156	-25,708	-18,585
負債・資本合計	26,792	30,649	26,074	18,612	15,899	14,938	16,652

シミュレーションは、改善提案を実施した場合の目安とすべき数値を示したものです。

シミュレーションの根拠

実績	・ H31年3月期は、久留米店出店前の小郡本店のみ実績。小郡本店が順調であったころの数値との比較のために計上した。 ・ R5年3月期からの3期間は、久留米店撤退後の小郡本店のみの実績。R6年とR7年に10%の一斉値上げを実施している。 ・ R5年3月期に久留米店撤退に伴い店舗設備等を廃棄。特別損失として固定資産除去損13,398千円を計上。
ランチ	・ セットメニューごとの出数と単価の推移を算出した。 ・ ミニセットは、かけうどん、またはかけそばレギュラーサイズ＋ミニ丼（レギュラーサイズの60%）の内容とし、価格も同様に丼をレギュラーサイズの60%で設定した。 ・ ミニセットメニュー投入について、全体の出数は小郡本店が順調だったH31年3月まで回復するとした。ミニセットメニュー、従前のセットメニューそれぞれの出数については、これまでの実績数値を参考にシミュレーションした。
ファミリー層集客	・ モデル-1は、30代から40代の子育て世代とし、幼児1名を含む4名の家族を想定した。幼児分は無料のメニュー、大人2名と小学生1名はセットメニューとし、母親と子供2名はデザートサービスを利用。父親用にサイドメニュー1品を追加し客単価は4,612円とする。家族で週末に利用するものとし、徐々に利用顧客が増えていくと想定した。 ・ モデル-2は、子育て世代家族とその親世代とし、大人4名、子供1名、幼児1名を想定した。親世代が食事代を負担し、親世代の飲酒メニューも追加。週末に孫たちとゆったりとした時間を過ごしてもらい、客単価を10,794円とする。
シニア層 蕎麦飲み客集客	・ モデル-1は、一人で来店。地酒と蕎麦屋拘りの酒肴メニューを提供することで滞在時間を長くし単価は3,800円とする。 ・ モデル-2は、シニアの夫婦2名での来店で夫が飲酒メニュー利用を想定。妻もセットメニューにサイドメニューを追加するなどして単価は4,614円とする。 ・ 平日のお得な飲酒メニューを用意。来店客の少ない平日昼間の利用を誘導。常連客が徐々に増えていく事を想定。
PL	・ 原価率は改善取組して35%まで低減するとした。 ・ 人件費はR7年3月期を基準にし、2年目に役員報酬も含めて3%賃上げ実施する。 ・ 税引き前当期利益は、繰越欠損と相殺し、法人税等充当金は70千円とした。その他はR7年3月期と同じとした。
BS	・ BSの売掛金、棚卸資産、買掛金は過去の回転期間実績から算出した。 ・ 借入金は新規借入、条件変更なしで、5,504千円の約定返済のみとする。 ・ 固定資産は減価償却実施分を控除。その他はR7年3月期と同じとし、現預金で全体をバランスさせる。

シミュレーションコメント

・ このシミュレーションは、ミニ丼セットメニュー投入による値上げで離れた顧客の呼び戻しと、ファミリー層・シニア層などの新規顧客集客の効果について検証することを目的とする。

・ 値上げで離れたランチ客を呼び戻すため、リーズナブルなミニ丼セットを投入。好調だったH31年3月期の客数実績まで増加するとしたが、通常のレギュラーメニューの出数をミニ丼セットが取り込んでしまうため、売上の増加額は大きくない。
新たな顧客層を取り込む子育て世代向けのサービス開発、蕎麦飲みメニューの開発は、客数増加が売上増加に直結し効果が大きい。新規客の開拓が重要であり新たなメニューやサービスの開発とSNSによる情報発信に真剣に取り組む必要がある。

・ シミュレーションでは、売上増加に加えて食材費の見直しも実施することで収益力が改善すると予想。約定返済を続けながら手元資金も最低限確保が可能。

・ 久留米店出店が失敗し経営者は自信を失くしている印象を受けるが、元々、当店のポテンシャルは高く収益力回復は十分見込めると考える。失敗を生かし、多店舗展開に再度挑戦し、筑後地域を代表する飲食チェーン店を目指すべきである。

資料

ランチ（セットメニュー）出数と単価の実績

R5年3月	内訳	単価（円）	1日出数	年間出数	年間売上高（千円）
親子丼セット	麺類350円+丼800円	1,150	44	13,685	15,738
かつ丼セット	麺類350円+丼950円	1,300	17	5,354	6,960
天丼セット	麺類350円+丼1,150円	1,500	11	3,386	5,079
合計（単価は平均値）		1,239	72	22,425	27,777

R6年3月	内訳	単価（円）	1日出数	年間出数	年間売上高（千円）
親子丼セット	麺類385円+丼880円	1,265	48	15,040	19,026
かつ丼セット	麺類385円+丼1,045円	1,430	17	5,150	7,365
天丼セット	麺類385円+丼1,265円	1,650	7	2,065	3,407
合計（単価は平均値）		1,339	72	22,255	29,797

R7年3月	内訳	単価（円）	1日出数	年間出数	年間売上高（千円）
親子丼セット	麺類424円+丼968円	1,392	44	13,670	19,029
かつ丼セット	麺類424円+丼1,150円	1,574	14	4,342	6,834
天丼セット	麺類424円+丼1,392円	1,816	4	1,137	2,065
合計（単価は平均値）		1,458	62	19,149	27,928

ミニセットメニュー投入　シミュレーション

シミュレーション	内訳	単価（円）	1日出数	年間出数	年間売上高（千円）
親子丼セット	麺類424円+丼968円	1,392	30	9,330	12,987
かつ丼セット	麺類424円+丼1,150円	1,574	10	3,110	4,895
天丼セット	麺類424円+丼1,392円	1,816	3	933	1,694
親子丼ミニセット	麺類424円+丼581円	1,005	15	4,665	4,688
かつ丼ミニセット	麺類424円+丼690円	1,114	10	3,110	3,465
天丼ミニセット	麺類424円+丼835円	1,259	5	1,555	1,958
合計（単価は平均値）		1,308	73	22,703	29,687

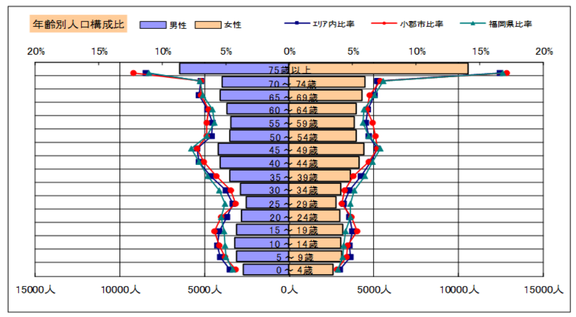
ファミリー層　集客シミュレーション

	構成	注文内容	単価		1年目	2年目	3年目
モデル1	大人２名＋小学生１名＋幼児１名	セットメニュー1,574円×2+1,114円×1+サイドメニュー350円	4,612円	土日組数	3	5	7
				年間組数	156	260	364
				年間売上高（千円）	719	1,199	1,679
モデル2	シニア２名+大人２名＋小学生１名＋幼児１名	セットメニュー1,816円×2+セットメニュー1,574円×2+1,114円×1+サイドメニュー700円+ドリンク1400円+その他800円	10,794円	土日組数	2	4	6
				年間組数	104	208	312
				年間売上高（千円）	1,123	2,245	3,368
合計					1,842	3,444	5,046

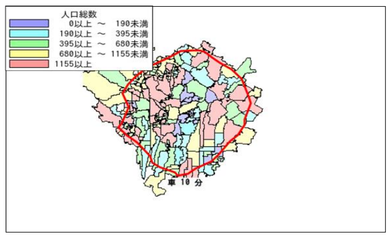
蕎麦飲みシニア層　集客シミュレーション

	構成	注文内容	単価		1年目	2年目	3年目
モデル1	シニア１名	酒類2,100円+酒肴3品1,700円	3,800円	平日組数	1.5	2	2.5
				年間組数	313.5	418	522.5
				年間売上高（千円）	1,191	1,588	1,986
モデル2	シニア１名+配偶者１名	酒類1,400円+酒肴2品800円+ざるそば500円+セットメニュー1,114円+サイドメニュー400円	4,614円	平日組数	1.5	2	2.5
				年間組数	313.5	418	522.5
				年間売上高（千円）	1,446	1,929	2,411
合計					2,638	3,517	4,396

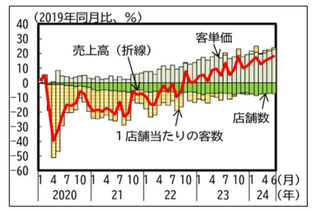
データ名	人口		
	1次エリア	小郡市	福岡県
人口総数	122,507	59,360	5,135,214
男人口	57,935	27,825	2,430,951
女人口	64,572	31,535	2,704,263
75歳以上	17,037	8,750	699,717
70-74	8,400	4,165	358,807
65-69	8,350	3,919	336,618
60-64	7,626	3,657	295,632
55-59	7,316	3,841	291,110
50-54	7,489	3,918	315,729
45-49	8,586	4,183	368,781
40-44	8,157	3,819	337,699
35-39	7,122	3,162	305,695
30-34	5,870	2,630	264,980
25-29	5,303	2,459	243,524
20-24	5,820	2,997	251,264
15-19	6,307	3,301	236,939
10-14	6,246	2,951	229,922
5-9	6,191	2,827	227,369
0-4	5,246	2,337	204,888
年少人口（0歳～14歳）	17,684	8,115	662,179
生産年齢人口（15歳～64歳）	69,596	33,967	2,911,353
老年人口（65歳以上）	33,786	16,834	1,395,142
15歳以上就業者数	56,033	26,752	2,253,134
後期高齢者数（75歳以上）	17,037	8,750	699,717



JSTAT　リッチレポート



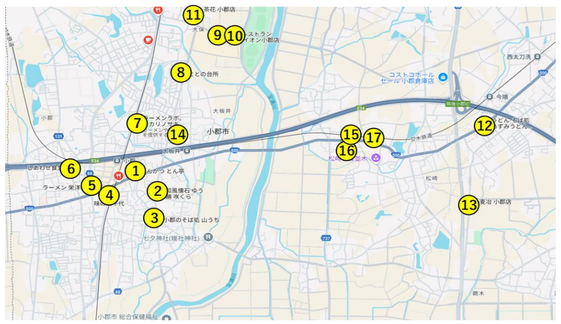




内務省HP 外食産業動向

近隣の競合店の状況

	店名	住所	カテゴリ	単価	席数
①	[redacted]	[redacted]	とんかつ専門店	1,000円～2,000円	30席
②	[redacted]	[redacted]	日本料理、海鮮、ステーキ	4,000円～5,000円	80席
③	[redacted]	[redacted]	そば	～1,000円	33席
④	[redacted]	[redacted]	食堂、ラーメン、居酒屋	～1,000円	11席
⑤	[redacted]	[redacted]	ラーメン	～1,000円	
⑥	[redacted]	[redacted]	食堂	～1,000円	
⑦	[redacted]	[redacted]	ラーメン	1,000円～2,000円	23席
⑧	[redacted]	[redacted]	カフェ	1,000円～2,000円	
⑨	[redacted]	[redacted]	麺類、日本料理	1,000円～2,000円	
⑩	[redacted]	[redacted]	ちゃんぽん	～1,000円	
⑪	[redacted]	[redacted]	日本料理、創作料理	1,000円～3,000円	
⑫	[redacted]	[redacted]	うどん、そば	～1,000円	80席
⑬	[redacted]	[redacted]	うどん、そば	～1,000円	
⑭	[redacted]	[redacted]	ラーメン	～1,000円	55席
⑮	[redacted]	[redacted]	ラーメン	～1,000円	43席
⑯	[redacted]	[redacted]	うどん	～1,000円	17席
⑰	[redacted]	[redacted]	うどん	～1,000円	18席



SAMPLE