

ブラッシュアップ 磨き上げる

史上初めての10連休のゴールデンウィークも、過ぎてしまえばあっけなく終わった。連休と改元によって日本人の動きが、そして「令和」に沸いた。

今回の大型連休によって様々な影響が出た。地域や業界によって悲喜こももも、大都会東京はガラガラで、行楽地は人の山で飲食や消費される店舗に大きな差が出たようです。

次に迫っているのは9月のラグビーワールドカップと10月からの消費税のアップです。いろいろなる事が言われていましたが、政府は増税を実施するの見たほうが早いようです。結論から言いますと、外食に関しては間違いなく向かい風です。ここに例を挙げますが、納税額が増え負担になります。

仕入れメニューの見直し。価格の検討も

例えば「外食」の場合、税込2,000円のメニューは現在、本体価格が1,852円で消費税額は148円。ただし消費税が10%になると、税額は185円になり売価は2,037円。売価を2,000円に抑え直すと、差額37円は店の負担(利益の減少)になる。仕入れメニューを見直し、自己負担を増やさないと工夫が必要だ。

〈税込表示の場合は増税後の負担に注意〉



※これまで通り2,000円(税込)の売価の場合、37円を店が負担することになる。

以前にも増して、飲食業の強みを強化してカバーしていくしかありません。飲食店しか表せない「旨さ」、それは「出来たて」の「アツアツ」や、香ばしい「におい」や「けむり」、そしてお店の活気ある「臨場感」は強みです。そのお店に行かなくては味わえないものが「リアル店舗」、「本場の飲食店」です。今話題のバスケットボールのBリーグ、地元千葉(船橋)のジェッツは毎試合ホームグラウンドの観客が満員(5千人)で、遂に倍の1万人以上入るスタジアムの建設を発表しました。残念ながら生で見ることが無いのですが、すごい迫力で観客を虜にするそうです。

飲食業も負けてはいられません。お客様に来てもらう魅力を磨き上げるべきです。安直な値上げはかえってお客様離れをおこすことになり、ますので、くれぐれも慎重に。

消費増税は確かにマイナス要素が強い。だが、チャンスでもあります。周りが軒並み値上げする中で、戦略的な価格設定をすれば成功する可能性は高く、新しい収益柱をいち早く開拓できれば、一気にブレイクし、トップランナーになることもできる。

増税のピンチに打ち勝つのは 自店の魅力を増やすことが最も大事

千葉発の「餃子丸」さんが今年度も顧客満足度調査で一位を獲得したニュースは、千葉の外食関係者としてはうれしい限りです。

4月20日付の日経新聞に、2040年には75歳以上の世帯が四分の一、単身者は500万人を超える、と国立社会保障・人口問題研究所が公表したとの記事がありました。一人客の影響が増していますが、これから「お一人様」の存在感が高まることで、社会保障や生活インフラは大きな変化を迫られます。「お一人様」対策がクローズアップされています。

そして、もう一方で運営する受け入れ側では今まで以上に細かい管理体制をひかなければ運営を維持できない局面に立たされる。一切の甘えや妥協は許されない。待たなしです。時給の管理でも1時間単位ではなく、10分単位で管理する事で、労使共に利点の方が多く発見されます。これは、曜日・時間管理の発想のもと、より細かくデータを生かして運営するべきだと思えます。(駐車場料金の発想です。「飲食業の働き方改革」)

暇な時にいかにお客様を呼び込むか？忙しい時にできるだけ粗利を上げられるか？それらが生命線です。これからは、売り上げは上がりにくく、それ故に粗利額や粗利率を気にしなくてはならない。高度成長期から低成長期への運営の仕方の切り替えが必要で、安さを売りにしていたアパホテルが全国で伸びているのは、地域や季節、需要と供給のバランスを考えての価格設定だからこそのやっていると、成長しているのです。飲食や外食において発想を変えなくては生き残れない。冷たい風が吹く季節が来ている。

これを取り切るのはメニュー開発しかありません。お客様を「うならせる」商品です。

お客様は納得する料理には

財布の紐が緩(ゆる)むのです!!

名もなき銘酒 Selection

シンスル&上質なJINROの新ブランド

UMESHU 1.8L 14% のご案内

無添加・無香料・無着色で、梅そのもののおいしさを引き出した、女子会ウケすること間違いなしの国産梅酒です。



本当に上質なお酒を、リーズナブルな価格で、多くの方に。そんな想いで、中身は本物だけど飾らない、気取らない「名もなき銘酒」を世界中から厳選。今回の「UMESHU 1.8L 14%」は人工甘味料、香料、酸味料、無添加の「本格梅酒」です。国内産の青梅のみを使用し、果肉は緻密で肉厚な、大ききの揃った梅を厳選。甘みと酸味の程よいバランスと濃厚な味わいで、ロックやソーダ割りでも梅本来の味がしっかり味わえます。是非、この機会にお試しください。



『名もなき銘酒 Selection UMESHU』オリジナルラベルのご案内

『名もなき銘酒 Selection UMESHU』では、飲食店様のオリジナルボトルとして展開できるように、オリジナルラベルを作成できるように致しました。

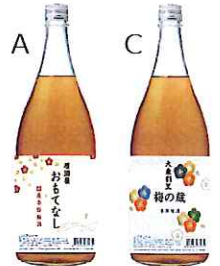
デザインフォーマットを決めたら、届いたラベルシールを貼付けるだけ。貴店だけのオリジナルラベルでお客様にご提供されてはいかがでしょうか。

◆ラベルは2枚1組でお届けいたします。◆納品前の貼付けはお引受けできません。貼付けは料飲店様自身でお願いいたします。

出来上がりデザイン例



貼り付け例



※デザインと書体の組合せは自由です。※店名は一例です。実在する店舗と何ら関係はございません。

●詳細は、弊社営業担当者にお問い合わせ下さい。

1800ml 2,070円(税別)