

# 徹底した単品管理を実行して売上増加

有限会社K社(宮城県)

県北の漁業で栄えた港町に立地しており、夫婦で経営するファミレス型の中華料理店。東日本大震災の影響により、店舗自体に被害はなかったものの、売上低迷に悩んでいた。

## 1. 相談のきっかけ

相談者は、震災復興後の景気で、一時、売上の回復傾向はあったものの、景気の落ち着きと共に営業不振が本格化。売上低迷により有利子負債の返済が滞り、取引金融機関(地元信金)から、経営改善に取り組むことを求められていた。こうした経緯を踏まえ、K社社長は公共工事の減少に伴う来店客減少など外部環境の変化という要因を克服すべく、当拠点に相談。

## 2. 課題整理・分析

以下の現状を把握。

- ・金融機関との関係では、返済条件の変更措置だけでは、早晚経営に行き詰まる。
- ・料理長を兼務する社長は、不振の原因を外部環境に求めがちで、内部要因には目を向けていない。
- ・中華料理店の料理長としてのノウハウを持っているものの、経営者としての経営管理のノウハウは不足していると分析された。
- ・店舗運営で重要となるメニューは、①麺類・単品料理等のメインメニュー、②酒のつまみ等の中華にとらわれないサイドメニューで構成される。しかし、現状の業態に馴染まない料理も多く、その上社長は売れ筋、死に筋を把握していなかった。

## 3. 解決策の提案

- ・市内には、類似業態の店はなく、従来の家族連れ中心の客層が徐々に戻るという予測に鑑み、事業者の店舗の特徴である「親しみやすい中華料理店」の特徴を生かすよう、メニューの再構築を提案。
- ・再構築するにあたって、まずは、「どのメニューが、毎日、毎月どれだけ売れるか調べてみよう」と、日常の運営で注意を向けられそうなことから助言。



## 4. 成果

### 各メニューの単品管理を行えるようになった

- ・当拠点が訪問した当初は、各メニューで一日に何食売れているかも把握できていなかった。しかし、助言を受け、メニューごとに、毎日・毎月の売上把握ができるようになった。
- ・当拠点が再度訪問した際には、売れ筋に関する質問に、資料を見ずに即答でき、現在の売れ筋やその変化動向までも把握・予測できるようになった。
- ・その結果、把握した情報に基づき、社長自らがメニューの改廃を行えるようになった。

「社長の人が変わった。売上も計画を上回って推移している」

メインバンクである信金の支店長からは、次のような報告を頂戴できた。

「策定されている経営改善計画では、利益確保のため、大幅な経費減額を予定していたが、対策効果で売上実績が計画を上回り、利益の内部留保の積み増しが可能となって、社長の顔にも笑みが戻った。」

⇒経営改善状態にもかかわらず、コストカットではない売上増加策で利益確保に成功した。