

拠点との「二人三脚」の強固な絆で実現した焼き鳥店の創業展開

焼き鳥まんげつ（千葉県）

焼き鳥などをメインで提供する飲食業。料理人としての調理技術を生かして飲食店の創業展開を目指す。

1. 相談のきっかけ

・本事業者は、料理人としての技術や仕事に対する誇りを持っており、それを生かして焼き鳥屋の新規創業を計画していた。
・創業準備を進めるうえで、不足している点や見落とししたものを指摘してほしいと思い、よろず支援拠点から助言を受けるため、来訪した。

2. 課題整理・分析

【強み】

- ・本事業者の料理人としての魂や技術は、仕入先や従業員から理解や支持を得ている。
- ・店舗コンセプトである「空間を大事に」「人を大事に」を明確にし、従業員と共有を図っている。
- ・地元・成田市公津の杜に出店したことで、知り合い（なじみ客）が多い。

【課題】

- ・反面、店舗運営の経験は浅く、財務・税務面の知識が乏しいなど、経営管理全般に対する知識・ノウハウは弱い。
- ・開業資金など経営資源は不足。

3. 解決策の提案

- 自ら積極的にできることはドンドン実行することを提案！
⇒チラシデザインや目玉商品のPR手法などを拠点から助言。こうしたチラシを積極的に配布することも提案。
- 外部の経営資源（ヒト・モノ・カネ）をドンドン活用するよう後押し！
⇒拠点のフルサポートにより、不足する経営管理ノウハウを補うことができるよう助言支援。具体的な助言内容として、
 - ・マーケティング調査を提案し、近くの企業やお店の方にも来店いただけるよう営業することを助言。
 - ・商品の原価管理など数値面や経理処理に関しても助言。
 - ・創業補助金へのエントリーも提案。
- 成田市・公津の杜の地域資源をドンドン活用することを提案！
⇒地元農産品を使った鳥料理の創作

4. 成果

①行列ができる焼き鳥店への変貌

・拠点：飯田サブコーディネーター助言のもと、周辺地域へのチラシ配布を行ったところ、多くの新規顧客を獲得し、店舗には行列ができた。また、周辺地域のマーケティング調査によりターゲット顧客を20～30歳代の会社員を主な対象として明確化。
・さらに、販促チラシを利用した顧客属性の分析や、厨房内における効率的な調理オペレーションにも着手し始めており、拠点は更なる売上拡大に向けた伴走支援を継続中である。（なお創業補助金について採択はならなかったが拠点のその後の助言により、金融機関から創業に向けた融資が実現。）

②業績の向上

地元農産品の活用など地道な取組みの積み重ねにより、売上は、堅調ないし増加の傾向にあり、開店以来黒字を確保している。

<相談者の声>

「飯田さんのような、経験豊富でタフな方に出会え、売上拡大のお手伝いをしていただけた。そんな事はとてもありがたい事です。ゼロから始めた僕がどこ迄行けるのか？どんな男になるのか目標を達成出来る自分にならないといけません。お会いさせていただいてからこれまで、本当にありがたいです。」

