

# 飲食店開業のために 必要なこと

ビジネスフードファン  
代表 岩本 留里子

# お店をなぜ開業したいのか？

---

もう一度問いかけてみてください、本当に自分がお店をやりたいのか？なぜやりたいのか？を問いかけてみましょう。

何のためにやるのか？



開業する前にやっておかないといけない事

- ・ 飲食店での経験を積む（料理技術・ホール業務・資格の取得）
- ・ 開業費用の調達
- ・ 現状把握（世の中の流れ・自分自身（強み・弱み）・出店場所

# 次の条件にご自分が該当するかチェックしてみよう

---

- 1 飲食することが大好きか？
- 2 人が大好きか？
- 3 お客様に尽くすことに喜びを感じるか？
- 4 店舗経営に必要な最低限の技術（厨房、ホール）  
は、経験や身につけているか？
- 5 開業に対して家族や周りの協力が得られているか？
- 6 開業資金の最低50%の自己資金が用意できているか？
- 7 開業にあたっての目標が明確になっているか？
- 8 常に相談できる専門家などが周りにいるか？

# コンセプトマップを作成します。

最終的には、このようなマップを作り上げます。

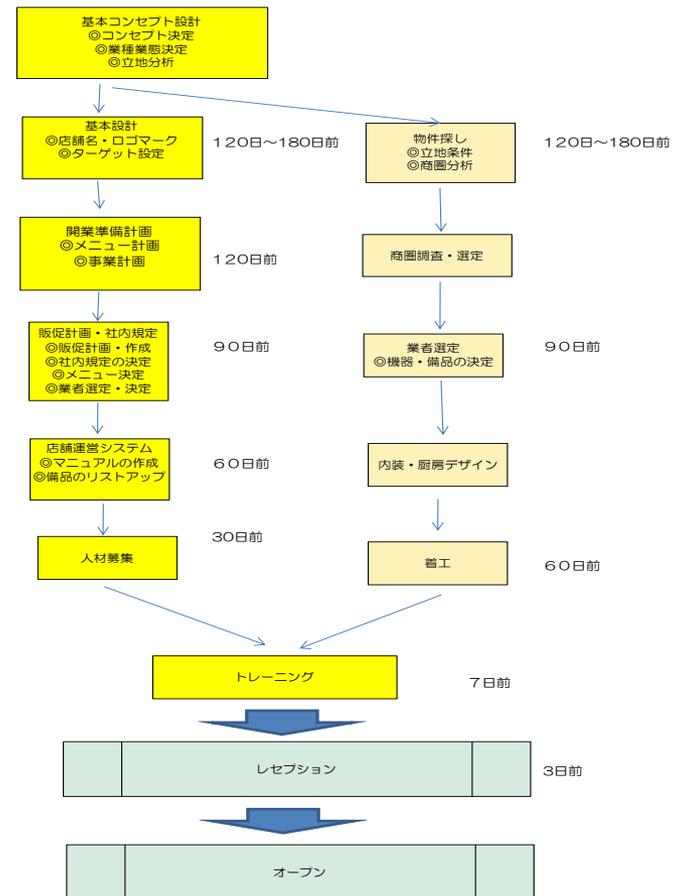


# オープンするまでの流れ 12か月の流れ

- ★12か月前
  - ・事業計画・資金計画・融資相談
- ★10か月前
  - ・物件探し・基本コンセプト
- ★8か月前
  - ・メニューのリストアップ・試作
- ★6か月前
  - ・店長・シェフ募集・メニュー構成
- ★4か月前
  - ・物件契約・基本設計

本格的にスタートするのは、3か月前からになります。

オープンするまでの簡単なフローチャート



# コンセプトを考えよう

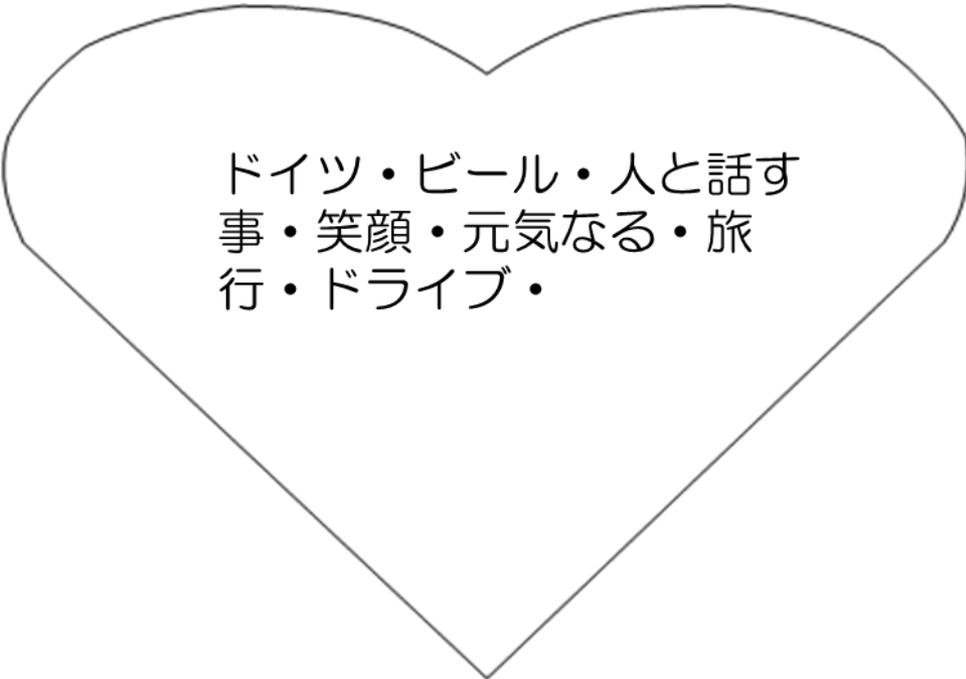
---

自分の好きな事、言われてうれしい事、嬉しい言葉、好きな場所など

ハートの中に書いてみましょう

考えるとワクワクする事をなんでも書き出してみましょう。

好きなことを書くときに自分を観察（何で何だろう）する、先を読む（時代、人）こと、自分の発見（視点、発想）



ドイツ・ビール・人と話す  
事・笑顔・元気なる・旅  
行・ドライブ・

# 好きなことを伝えてみよう

---

好きなことを誰に（ターゲット）伝えますか？

- 30代男性 会社員

好きなことをどのように（業態）伝えますか？

- カウンターサービスで気軽に一人でも入れる・客単価2500円

好きなこと→コンセプトや業種につながります。

誰に→ターゲット層

どのように→業態になります。

# コンセプト

---

## ◎コンセプトとは

意味：全体を貫く基本的な概念・こだわり・理念

→開発の方向性を示すもの（コンセプトがまとまらなければ提案が空中分解する）

コンセプト（あるべき姿）を明確に書きあげる事が最初の仕事になります。

コンセプトは何ですか？書いてみましょう。

## ◎コンセプト

人を元気にするお店

## ◎サブコンセプト

ドイツの料理や文化を伝える

# 業種と業態を決める

---

業種： 何を売るか

業態： どのように売るか

## Point

- だれに・どのように・何を感じて欲しいかという視点から考える
- 店のコンセプトを表現するものを選ぶ。お客様に何を 感じてほしいのか。
- コンセプトから業態を表現する

業種・業態を書いてみましょう。

◎業種は何か

ビールとドイツ料理のお店

◎業態はどうするか

カウンターサービス・スタンディングと席の2パターン  
単価500円・750円の2パターン

# ターゲットの設定

## ターゲットの設定を考える

- ①ターゲットの来店動機を考える
- ②特定のターゲットをイメージする
- ③立地にターゲットがいるのか？調査する

### メインターゲット

30代の男性 会社員

### サブターゲット（メインが誰と来るのか？）

彼女や同僚の女性

ターゲットをイメージしてみよう

30代男性 独身 年収400万円  
一人暮らし  
旅行が趣味

# コンセプトを作る

5W2H	的確なキーワード
WHO 誰が	30代会社員 男性
WHY 何故	元気を与えるお店
WHAT 何を	ビールとドイツ料理
HOW どのように	カウンターサービスで一人でも入れるお店
WHEN いつ	2016年11月
WHERE どこで	立川
HOW MUCH いくらで	15坪 家賃30万 売上げ300万円

# 店名・ロゴマークを決める

店名やロゴマークはそれを見ると読むとコンセプトが伝わるもの

## ◎店名・ロゴ

「発声した時」「文字に書いた時」・・・語呂がいいかわかりやすいか

## ◎ショルダーネーム

何屋かわかるもの

## ◎看板

店頭・そで看板・電照看板 等

店名→お客様は店名に魅力を感じるわけではない。

ショルダーネーム→形容詞、わかりやすく、何屋なのか。

# 内装・外装デザインをイメージする

---

## 内外装デザイン、工事着工などをイメージする

店舗レイアウト・・・図面をイメージする

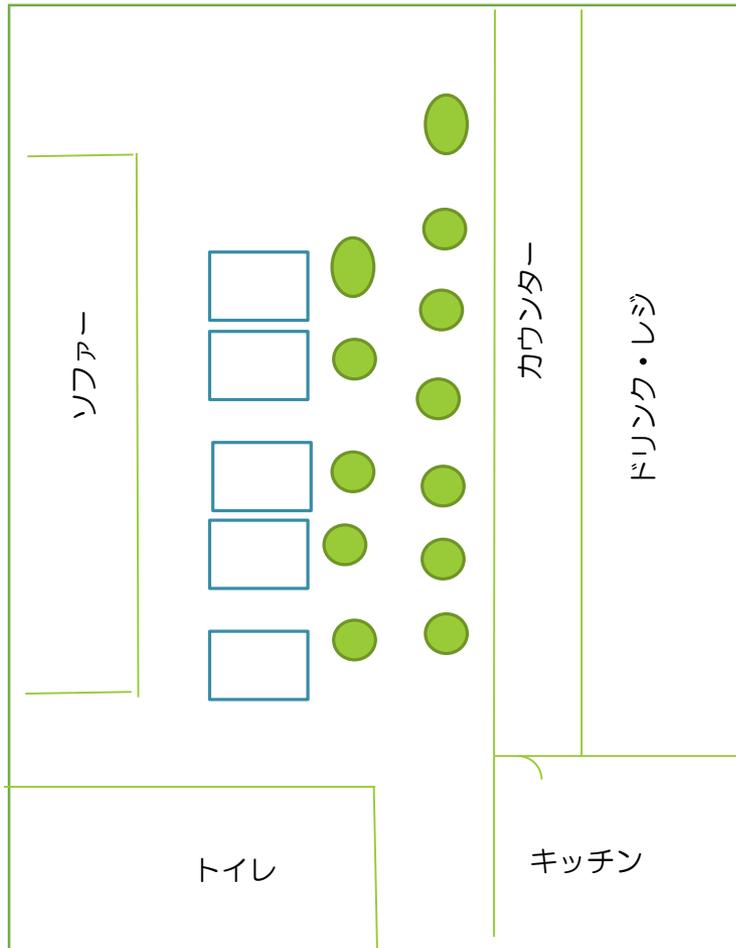
店舗外観計画・・・何をどのようにを考える

店舗内装計画・・・インテリアを意識

厨房計画・・・・・・・・導線を考える

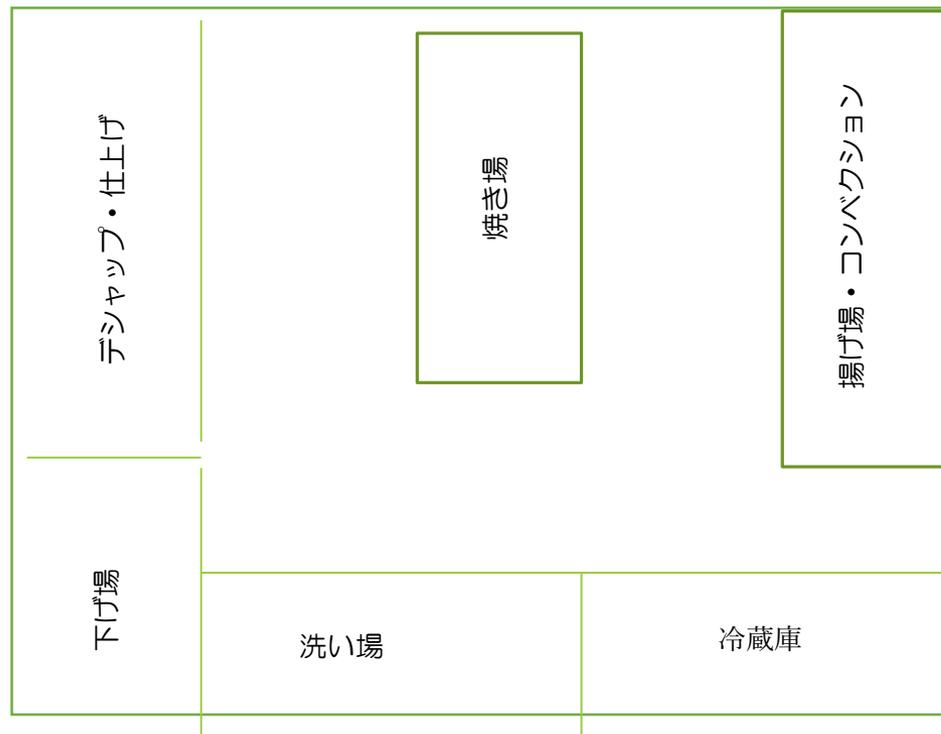
バックヤード計画・・・何をどのようにを考える

# レイアウトをイメージする



物件を見たときにイメージ  
してみてください  
平均的に  
キッチン対ホールの比率は  
4：6から3：7が理想で  
す。

# キッチンレイアウトをイメージする



メニューが決まったら  
キッチンのレイアウトを考え  
ます。  
この時に大事なものは導線です。  
何人でキッチンを回すのかな  
ども考えましょう。  
必ず、プロの人における願  
いしましょう。

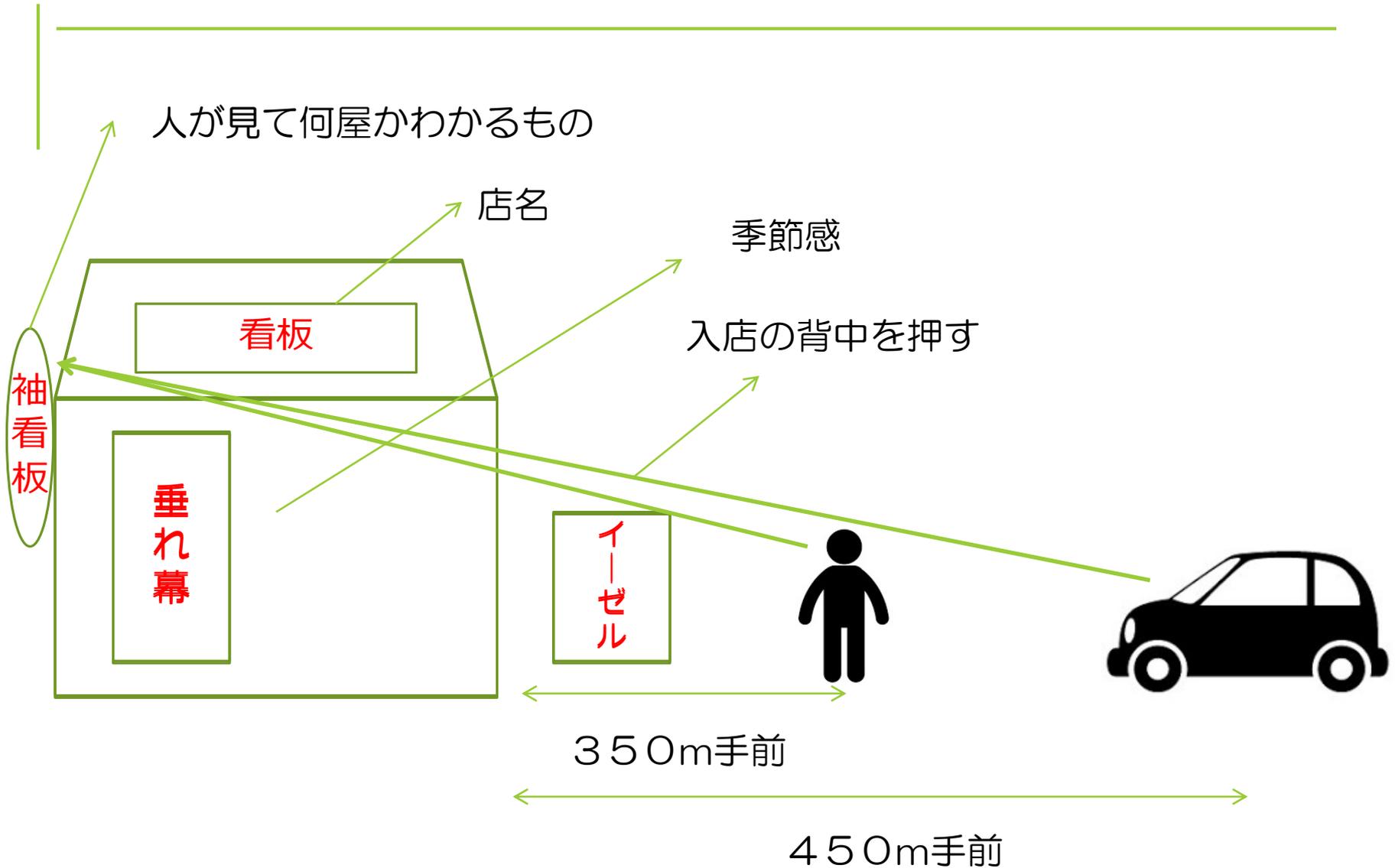
## 外装をイメージする



お店の存在を知ってもらうためにとても大事な外装です。  
どんなイメージでどんな看板を作るかなどをイメージしましょう



# 看板を考えるときのポイント



# 内装をイメージする

## ●ディスプレイとインテリアの演出

店の演出とは、店の空気をつくり、コンセプトを意識しなくても感じさせる

ディスプレイの4原則

- ① 目立たさせる 大きなディスプレイなど
- ② お店のイメージに合った色を使う
- ③ 清潔さを保つ
- ④ 変化をさせるエリアを作る

インテリアによってお客様感じるお店の印象は変わります。

◎テーブル 高級なら大きく・カジュアルなら小さく

◎イス 高級ならゆったり・カジュアルなら小さく

食事をさせるならテーブル高さ70cm 椅子 高さ40cmがベスト

◎観葉植物 演出だけではなく間仕切りとしても使えます。

リースは、月1万から3万がスタンダード

# 照明とBGMについて

## ●照明とBGM

### ◎照明の形式

「**直接**」照明・・・直接照明をあてる方法。一般的な照明

「**間接**」照明・・・壁に照明をあてて光を反射させたり、和紙などで光源を覆って光を透過させる方法。演出性が高い

### ◎光源の種類

「**電球**」・・・・・・・・・・柔らかく落ち着いた雰囲気 연출・客席フロアー向き

「**蛍光灯**」・・・・・・・・・・色や文字がはっきり見える

「**ダイクロビーム球**」・・・1点に光を当てたい時。ディスプレイやメニューボード向き

### ◎照明の設置・調光

「**配線ダクトレール**」・・・工事費用が安く、照明の位置を自由に変更できる

「**調光**」・・・・・・・・・・調光が出来ると時間帯によつての演出ができる

### ◎BGM

雰囲気 연출に重要

時間帯によつて変更したり、音量を調整したりします。

ジャズ・・・・・・・・・・酒類を提供するバー

クラシック・・・・・・・・・・ゆったりした雰囲気のカフェ

歌謡曲・・・・・・・・・・若者をターゲットにした日常利用の定食屋

# 備品類について

## ◎テーブル上リネン類と消耗品

テーブル上リネン類・・・

テーブルクロス・ナプキン 等

消耗品・・・・・・・・・・

箸・おしぼり・紙ナプキン 等

\*ロゴ入りをつくる等

## ◎食器・カトラリー等

食器類・カップ類・グラス類・

カトラリー（フォーク・ナイフなど金属製品）・プロップ類（食卓の演出類）

\*客席（客数）の「 1.25 」の量を準備

## ◎ユニフォーム

ホールスタッフ・キッチンスタッフ

レンタル・買い取りなど決める

## ●その他必要備品

◎マット

入口・キッチン マット

◎事務用品

◎衛生用品

掃除用具・洗剤・害虫駆除

◎レジ

テックレジ・エアレジ など

# 物件を探す

---

◎物件の探し方⇒①不動産 ②インターネット

③店舗設計・業者 ④自分の足

◎商圈 ⇒車なら5分から10分 徒歩なら5分から8分

◎人口統計を調べる ⇒最寄りの区・市役所

◎家賃について⇒売上の10%以内にする

敷金・保証金などを調べる

1坪3.3㎡

◎スケルトン⇒建物躯体のみの状態を表すことが多く、店舗の内装設備が無い状態を言います。

◎居ぬき⇒店舗の内装設備が残っている状態を表すことが多く、店舗の内装設備がある状態を言います。

◎視認性の良い条件⇒障害物がない・建物の1階・導線が良い

# 物件を探すときに決めておくこと

物件依頼書を作成する。最低でも必要な事を決めましょう

◎希望する坪数      坪～      坪

◎希望駅（希望エリア）・・・

◎立地・・・ロードサイド・駅前・不問  
地下・1階・2階・3階以上

◎駐車場・・・有・無

◎家賃・共益費 上限      円

◎引き渡し条件 スケルトン・居抜き

◎設備・・・ガスあり・上下水道・電気容量

◎同線評価・・・近くにあるといい条件  
避けたい条件  
近くにあるとNGのお店

# 許認可申請について

---

## ◎ 「飲食店営業許可書」

\* 最寄りの保健所に提出

提出物： 図面・食品衛生責任者・営業許可書

## ◎ 「防火対象物使用開始届」

\* 施工業者が申請（消防署）

\* 個人事業として開業する場合には、税務署に

「 個人事業主開業届出 」を提出

## ◎ 食品衛生許可書

## ◎ 防火管理者

\* 収容人数 30 名以上、のべ面積 300 m<sup>2</sup>以上の場合

# 主な必要資格・申請手続き

1. 食品衛生管理者の資格（@保健所/食品衛生協会） ～ 開業2ヶ月前 ～
2. 営業許可の申請（@保健所） ～ 工事前 ～
3. 消防署への届け出（@消防署） ～ 設計段階 ～
4. 開業届けの提出（@税務署） ～ 開業後1ヶ月以内 ～

但し、酒類の取扱い有無やその販売時間帯、  
 移動販売の際は、そこで調理する/しないなどによって  
 必要な許可証や申請する提出物などが変わってくるので  
 調理業の営業許可には2種類がありますが、大きな違いは

飲食店が食品に手を加えて調理することが**可能**  
 喫茶店は食品に手を加えて提供することが**不可能**

※店でケーキやお菓子などをお持ち帰りできるようにするには、菓子製造業の許可も必要

※ドッグカフェの場合も特に別途必要な許可はない

※自治体により、営業許可の基準に若干の違いあり **詳細は必ず保健所に相談しましょう！**

業態・業種	申請する許可	主な内容
喫茶店・カフェ	喫茶店営業許可	客席を設けて酒類以外の飲物又は茶菓を客に飲食させる営業。トースト・かき氷OK。サンドイッチ不可
飲食店・居酒屋	飲食店営業許可	食品を調理し、客席を設けて客に飲食させる営業。アルコール提供可
バー・居酒屋	飲食店営業許可 深夜営業の届出	食品を調理し、客席を設けて客に飲食させる営業。深夜12時以降もアルコール提供可
移動カフェ・移動販売	調理営業許可	車内で食品加工を行なう

# コンセプトを考えたメニュー作り

コンセプトから考え個性のあるウリのメニューを作る

流行っているから〇〇のメニューにしようなどと具体的な料理からメニュー作りを始めたりします。

メニューは店のコンセプトから考えていかなければいけない。

## ①主となるメニューを考える

この店のコンセプトを表現するには、〇〇が必要だななど

## ②トレンドをつかむ

主となるメニューができれば全体の構図を考える。

「お客様が何を求めているのか」を察知してメニューに取り込んでいく

## ③味は、店の利用パターンによって決める

インパクトのある料理

家庭的な料理

## ④主となるメニューと対比するメニューを作る

ターゲットと一緒に来店する客層をフォローするメニューを作る

# メニュー開発の手順（個人店舗）

---

① メニュー構成（コンセプトを考える）



② 試作・試食（原価計算を忘れずに）



③ 修正・再試食



④ レシピ化・原価計算



⑤ メニューデビュー

# 仕入れと原価の考え方

メニュー名						売 価	¥380	
ピクルス						原 価	73.53	
						原価率	19.4%	
材 料 名	使用量	単 位	原価高	単 位	仕入れ価格	内容量	単 位	備考
赤パプリカ	10	g	12.5円		200	160	個	
黄パプリカ	10	g	12.5円		200	160	g	
セロリー	10	g	6.0円		120	200	個	
きゅうり	10	g	2.5円		50	200	g	
リンゴ酢	20	c	16.8円		420	500	g	
砂糖	5	g	0.9円		180	1,000	g	
赤唐辛子	1	本	13.3円		240	18	g	
ニンニク	3	g	9.0円		240.0	80	g	

# 仕入れと原価の考え方

---

レシピ表で原価を管理する

レシピ表を作成する事によって原価率が適正範囲内に納まっているか確認できる

また、食材の発注のタイミングを予測する事ができる。

仕入れ一覧を作成する

使用材料を計量する

調理工程を記入する

売価と原価率を記入する

業者と決める事

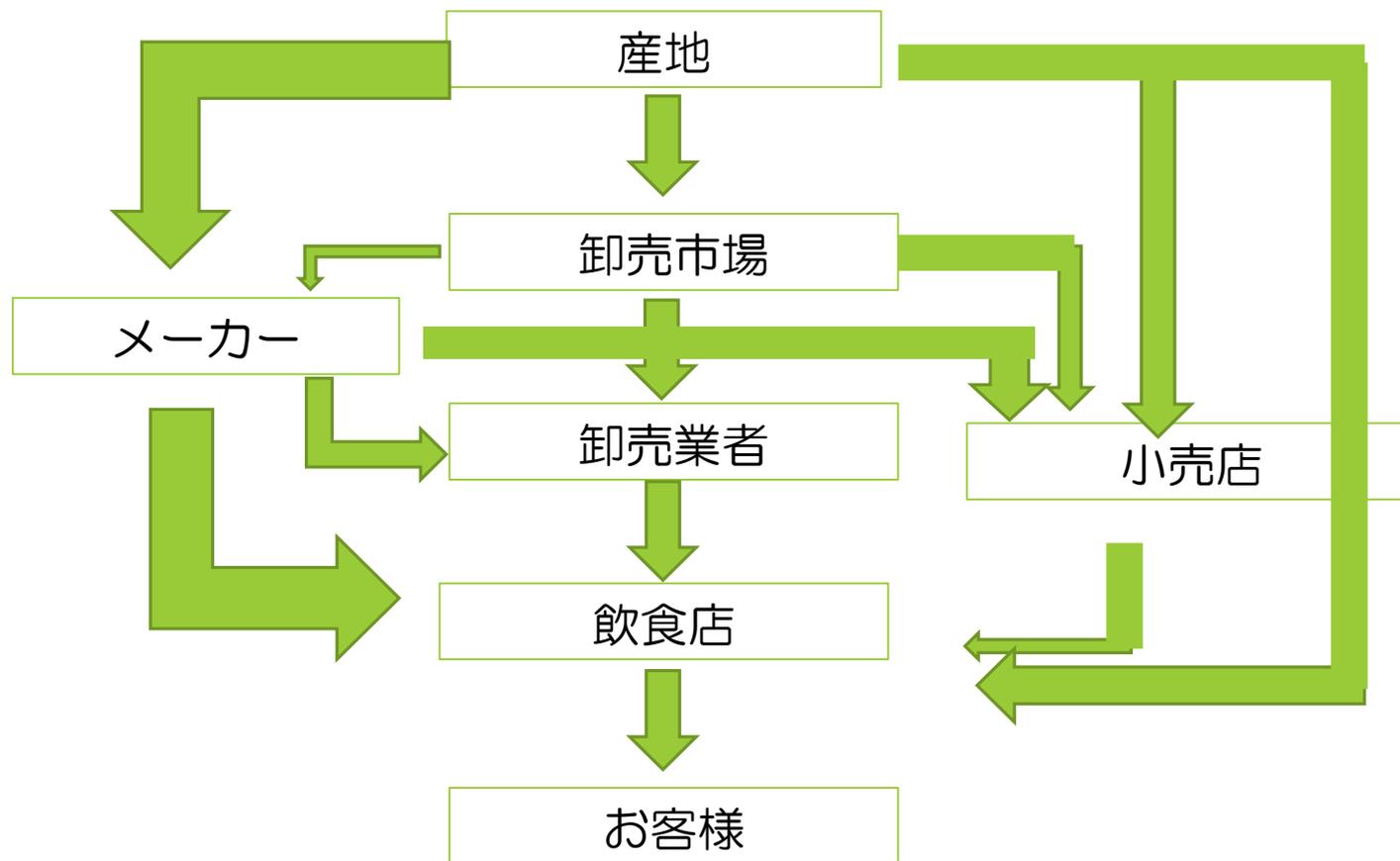
- ① 食材と価格
- ② 最少ロット数
- ③ 発注方法
- ④ 配送回数・時間
- ⑤ 支払方法

# 仕入れ先の選定

---

- 知り合いなどから生産者を紹介してもらい直接合うケースが多い。
- まずは、人が減り始める時間に何度も市場に行って挨拶をして回りましょう。  
たくさんの食材を見て、目利きになる努力をする事です。
- ネットや電話帳などで調べたり、飲食店を経営している知人などから評判聞いたりして選ぶといいでしょう
- 大型マーケット（コストコ・メトロ・ハナマサなど）に直接買いに行く  
ポイント
  - 最初は、現金買いで信用を得る
  - 珍しい食材を仕入れ個性をアピールする
  - 季節・産地にこだわり少量で仕入れる。（限定品）

# 仕入れの流れ



# メニュープランニングの基本

メニューについてコンセプトから考えたメニュー作りをする

まず、ウリ（軸）の商品を考えてからメニュー構成を考えていく

ウリとは？・・・

◎メニュー構成

わかりやすいもの・認知されやすい物・  
ここでしか食べられない物

固定メニュー・・・

3人に1人が頼むもの

季節メニュー・・・

実利的な目的で商品を変えずに提供

市場メニュー・・・

季節に合わせたメニューを期間限定で

その日に市場から仕入れたメニュー

◎メニュー内のアイテム数を考える

カテゴリー・・・

アイテム・・・

調理方法や食材別など

3品から5品がベスト

# メニューブックの役割について

---

## ◎メニューBook

◇表紙には

写真・イメージ・歴史・物語り

☆来店動機に合わせる

ターゲットによってカテゴリー分けする

◇カテゴリー内のメリハリをつける

主役と脇役がわかるレイアウトをする

◇商品の特徴を伝える

初めて来たお客様が見てわかるメニュー作り

# メニューブックの役割について

## ◎メニューの種類

店のタイプによりアイテム数が変わる

居酒屋	料理・・・	20品目～60品目
	ドリンク・・	40品目～50品目
レストラン	料理・・・	20品目～50品目
	ドリンク・・・	20品目～30品目
小さいお店	料理・・・	20品目～40品目
	ドリンク・・	20品目～40品目

## ◎メニュー（カテゴリー別）の種類別

- グランドメニュー
- ドリンクメニュー
- キッズメニュー
- ランチ・ディナーメニュー
- 季節メニュー

# メニュープランニングの基本

## ◦メニューブック

メニューブックの印象→ショップコンセプトを反映する

メニューブックの見た目→色・大きさ・書体・イラスト・写真・材質

色： 高級なら濃い色 カジュアルなら明るい色

デザイン： 高級ならデザイン重視・カジュアルなら見やすさ重視

写真：写真入りならわかりやすさ

メニューブックの手触り→材質・重さ

メニューブックの大きさ→B5・B4・A5・A4が多い

メニューブックのページ数→スピード感を出すときは、1枚ものにする

ゆっくりと時間を過ごしたい方は、品数の多さが利用  
動機になる

差し込みメニュー→季節やイベントに合わせて気軽にメニュー変更ができます。

美肌メニュー・冬の限定メニューなど

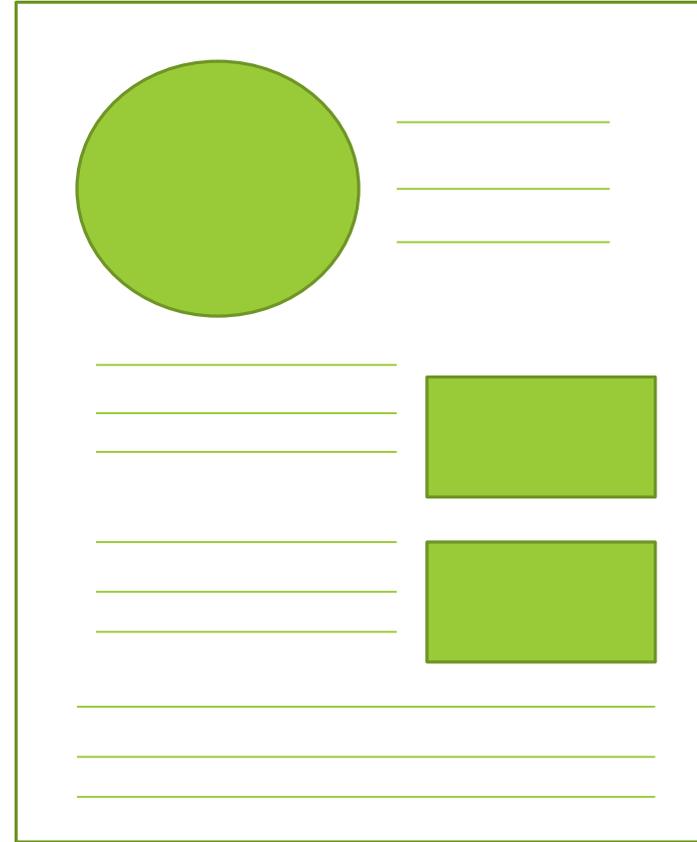
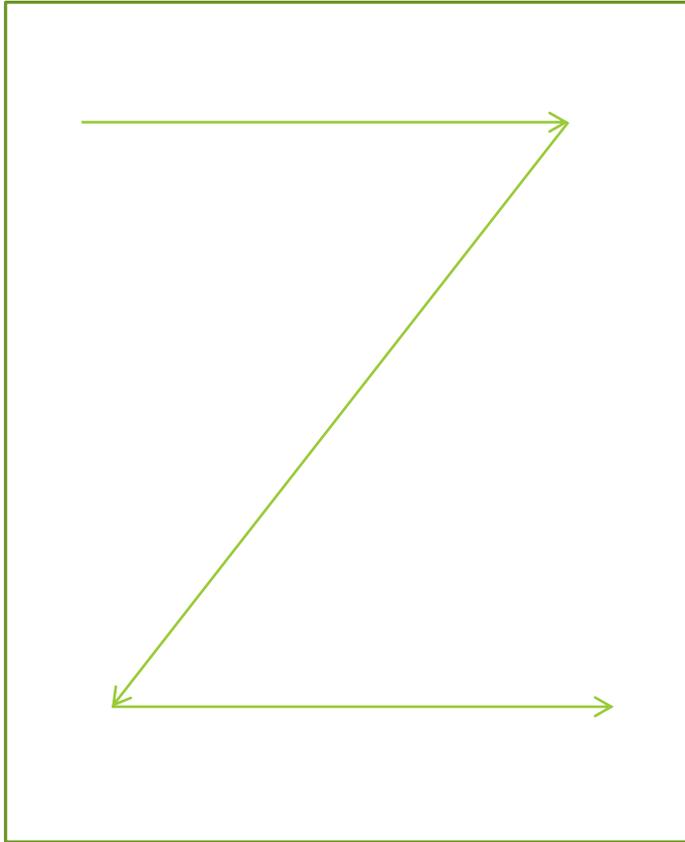
# メニューブックの役割について

---

## ◎メニューブック

メニューブックの役割	ショップコンセプトを反映する
メニューブックの色：	気軽な店なら明るい色 高級店なら濃い色
デザイン：	気軽な店なら見やすさ重視 高級店ならデザイン重視
メニューブックのカバー：	気軽な店なら軽く 高級店なら重く
メニューブックの大きさ	気軽な店なら大きく 高級店なら小さく
メニューブックのページ数	スピード感を出すなら1枚もの ゆっくりと過ごしてもらいたいならページ数を多く

# メニューブックの役割について



# 飲食店を営業するのにかかる費用

---

## 店舗

- ・不動産物件取得・店舗設計施工・家賃・設備・什器備品・店舗維持管理

## 商品

- ・仕入れ食材・包材・メニュー開発・メニューブック

## 人

- ・店長・アルバイトスタッフ・求人費

## 店舗運営

- ・衛生管理費・清掃費・顧問料・消耗品・水光熱費・販促物

# 売上計画

## 売上計画

売上げ＝客席×回転数×客席稼働率×客単価

＊稼働率は平均80%～90%

客数＝店前の通行料×吸引率（%）×営業日数

＊吸引率平均0.7%～0.9%

考えてみましょう

四角の中に何が入りますか？

● 売上高＝  ×

● 客 数＝  ＋

● 客単価＝  ×

# FLコストについて

原材料比率と人件費率は自社としての経営戦略要素が強く働くために自社の業態に合わせて標準原価率とあるべき人件費率を設定します。

このときに基準になるのが「FLコスト」です。

Fとは、フードコスト(原材料費)の頭文字、Lとはレーバークスト(人件費)の頭文字を表し、その2つを足した数値がFLコストです。「プライムコスト」「原+人」ということもあります。

FLコストの基準値はフードサービス業の場合原則として60%以内となります。

原価とは、

お客さまに提供されたメニューの「食材」だけでなく、ロスなども含めた売り上げに対する割合になります。メニューを作るときにきちんと原価計算をしないとけません。

原価率の計算方法

$$\text{原価率} = \frac{\text{前月棚卸高} + \text{今月仕入高} - \text{今月棚卸高}}{\text{当月売上高}} \times 100$$

当月売上高

## 言葉の説明

前月棚卸高

・・・ 前月末に残っていたもので今月使ったもの

今月棚卸高

・・・ 今月末に残ってたもので来月使えるもの

今月仕入高

・・・ 今月の売上を作るために実際かかった仕入価格

# FLコストについて

人件費は、売り上げに対して使用した人件費のトータルをいいます。  
人件費をコントロールすることは利益を生み出すために重要です。  
客数は曜日や時間によって常に変動します。もし混雑時にスタッフが少なければ、サービスが低下して  
お客様は不満を持つ恐れがあります。一方、暇な時にスタッフが多ければ、無駄な人件費が生じてしまいます。そのため、適正な人員を配置したシフト表（人員計画表）の作成が求められます

計算例) 売上150000円 アルバイト人件費 32000円 社員人件費8000円  
人件費トータル 40000円  
人件費率 = 人件費40000円 ÷ 売上150000円 = 26.7%

# 損益計算書とは

経費とは

◎変動費・・・

- 原価・人件費・光熱費・販促費・交通費
- 通信費・消耗品費・修繕費・福利厚生費・租税公課

◎固定費・・・

- 家賃・減価償却費・支払利息
- リース料・本部費・固定契約料

表1 計画損益計算書(単位:千円)

	売上高	10,000	100%
	原材料	3,500	35%
	人件費	2,500	25%
	諸経費	1,400	14%
初期	賃借料	2,000	20%
	減価償却費		
条件	支払利息		
	利益	600	6%

◎初期投資（イニシャルコスト）・・・

- 人件費は、社員の給料や福利厚生費などとパート・アルバイトの必要時間数や時給、交通費などを算出し、売上に対してオペレーションが適切となるように設定されたもの
- 諸経費には、エネルギーコストや備品、消耗品、宣伝広告費などが含まれる
- 初期条件には、賃借料、支払利息、減価償却費などの合計です。これらは開店前に決まっている経費ですから初期条件と呼ぶことにしています。

損益計算書を大きくとらえた場合、原料費・人件費・諸経費が店長としてあなたが管理するものです。これらはお客さまの来店数により増加したり、減少する費用ととらえることができます。

# その他

# 必要書類

営業日報  
ワークシート  
衛生チェック表  
仕入れ月報  
棚卸し表  
損益計算書  
行動計画書  
小口管理票  
クレーム対応表  
トイレチェック表  
ハウスルール  
マニュアル  
労働契約書  
面接表  
予約帳

等