

飲食店すぐにでも売り上げを増やす方法

テイクアウトで営業効率アップ

すべての飲食店の共通の悩みは、席数にかぎりがあるということだ。しかも、お客の来店はお店が忙しい時間帯に集中することになっているから、なおいけない。なかには席が空くまで待ってくれるお客もいるし、ウェイティング客がずらりと並ぶことは繁盛店の象徴的光景でもあるのだが、現実にはこれがなかなかむずかしい。かりに並んでくれても、無制限に待ってくれるわけではないから、必ず取りこぼしがでる。もったいない話だが、こればかりは物理的にどうしようもない。その打開策は出前とテイクアウトだが、ここではまず、テイクアウトについて考えてみよう。

お店の売上高は、「**売上高 = 客数 × 客単価**」で決まる。そこで、どこのお店でもなんとか客席の回転率を高めようと努力しているわけだが、回転率には席数と同様、おのずと限界がある。あるレベルに達したら、そこで売上は頭打ちになる。ところが、年々物価は上昇し、人件費などの諸経費も確実に上がっていく。こうして、多くの繁盛店が、繁盛を続けていながら収益性を低下させていく。経営は生き物というが、生き続けるためには成長し続けなければならない。どこかで、限界を超える奇跡を起こさなければならない。**客席を必要としないテイクアウトが、奇跡的な客数増大策であることは、もはやいうまでもない。**

客数というと客席に着席して飲食してくれたお客の数、と決めつけている人が多いが、それではいつまでたっても、[奇跡]は起こらない。お客は、**すべてとはいわないが、お目当ての商品なら、席がなければ買って帰るのである。**時間がないからとか、持ち帰って家族みんなで食べたいからと、席が空いていてもテイクアウトしたいと考える客も少なくない。それはお客の都合であり、勝手である。確かに、テーブルサービスは飲食店の基本だが、ニーズがあればそれにこたえるのもまた、飲食店の使命なのだ。

テイクアウトのメリットは、たんなる客数アップだけにとどまらない。第一に、**お店で食べるのと同じ値段で買ってくれる**ということが挙げられる。つまり、サービス、雰囲気のみならず、お店は利幅が大きいわけだ。

第二のメリットは、**そのための要員を確保する必要がないこと。**暇な時間帯に仕込みをしておけば、現態勢で充分に対応できる。たとえばオフィス街なら、店頭で弁当を売ればいい。喫茶店なら、オリジナルケーキを売るための箱を用意しておけばいい。

テイクアウトへの取りくみでもっとも注意すべきことは、食中毒対策である。住所・電話番号、店名、製造責任者のほか、製造時間、「 時までにお召し上がり下さい」等、箱に明記しておく必要がある。こういうことは慎重すぎるということはないし、お店の信用にもつながる。

お持ち帰り品の容器に、店名カード（ショップカード）を貼り付けたりすると本人以外の食べる人に、 店で購入したことをPRすることができる。

また、箱や容器にファッション性をもたせると、持ち帰りやすい。もっと考慮されてしかるべき点である。メニューは、業種によってはギョーザとか肉まんのようなポピュラーメニューでもいっこうに構わない。が、食べるまで時間が経過し劣化を考えて、最初からテイクアウトを想定した商品開発をすることが大切。店頭でコーナーをつくる余裕がなければ、お土産品としてだけでも取りくむべきである。