

一般社団法人岡山県中小企業診断士会 主催
令和6年度 理論政策更新研修

危機を契機に 「10年前倒しの経営革新プラン」を 実行した伴走支援

～小規模外食企業と共に歩んだ9年間の軌跡～

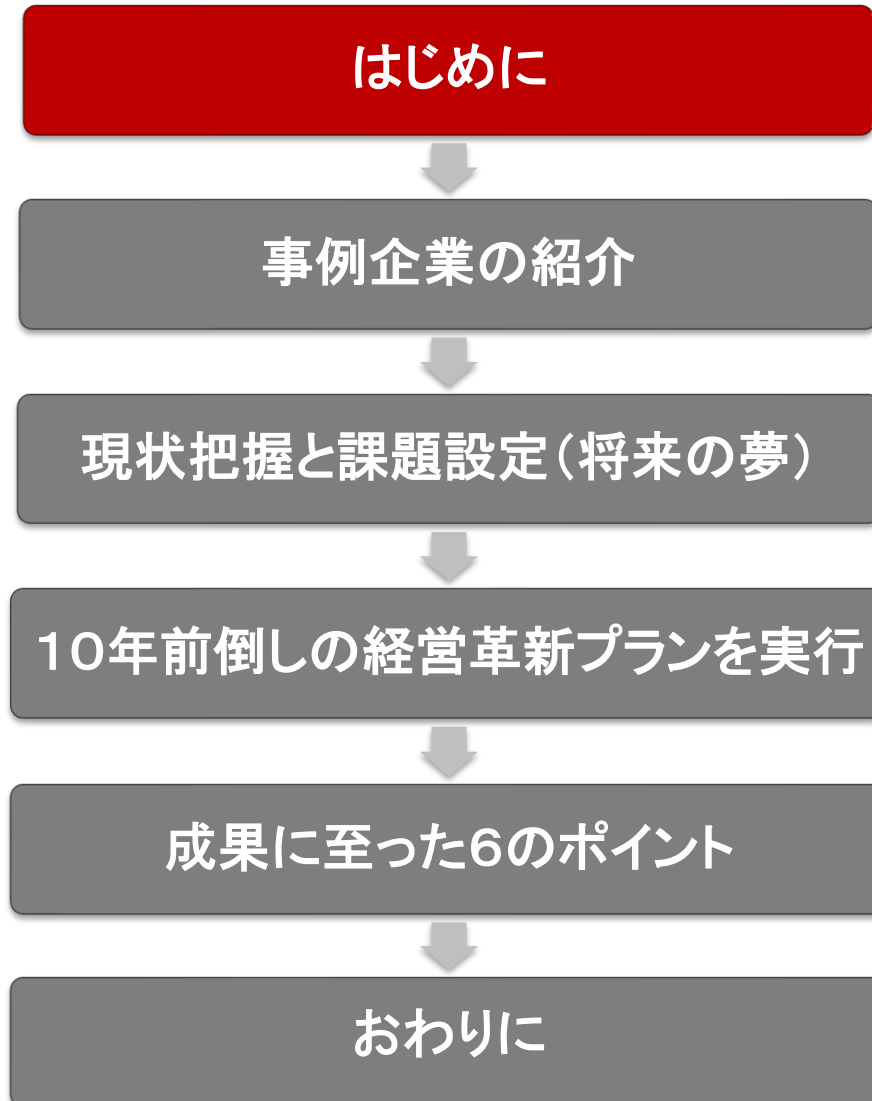
令和6年10月6日

一般社団法人東京都中小企業診断士協会
中小企業診断士 松原憲之

禁複写・禁転載

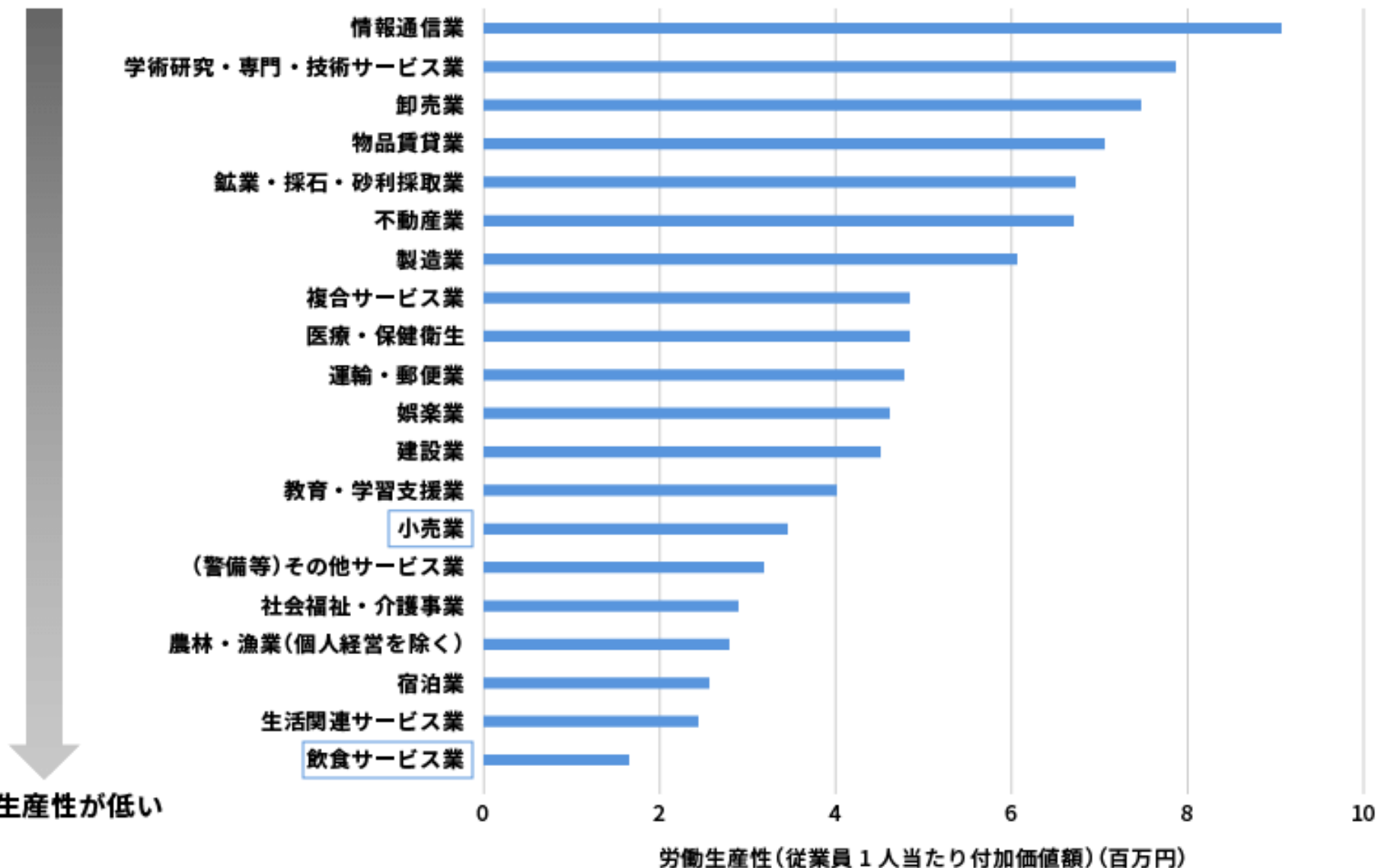
Copyright (C) Food & Beverage Business Lab All rights reserved

本日の流れ



労働生産性(従業員1人当たり付加価値額) 産業間比較

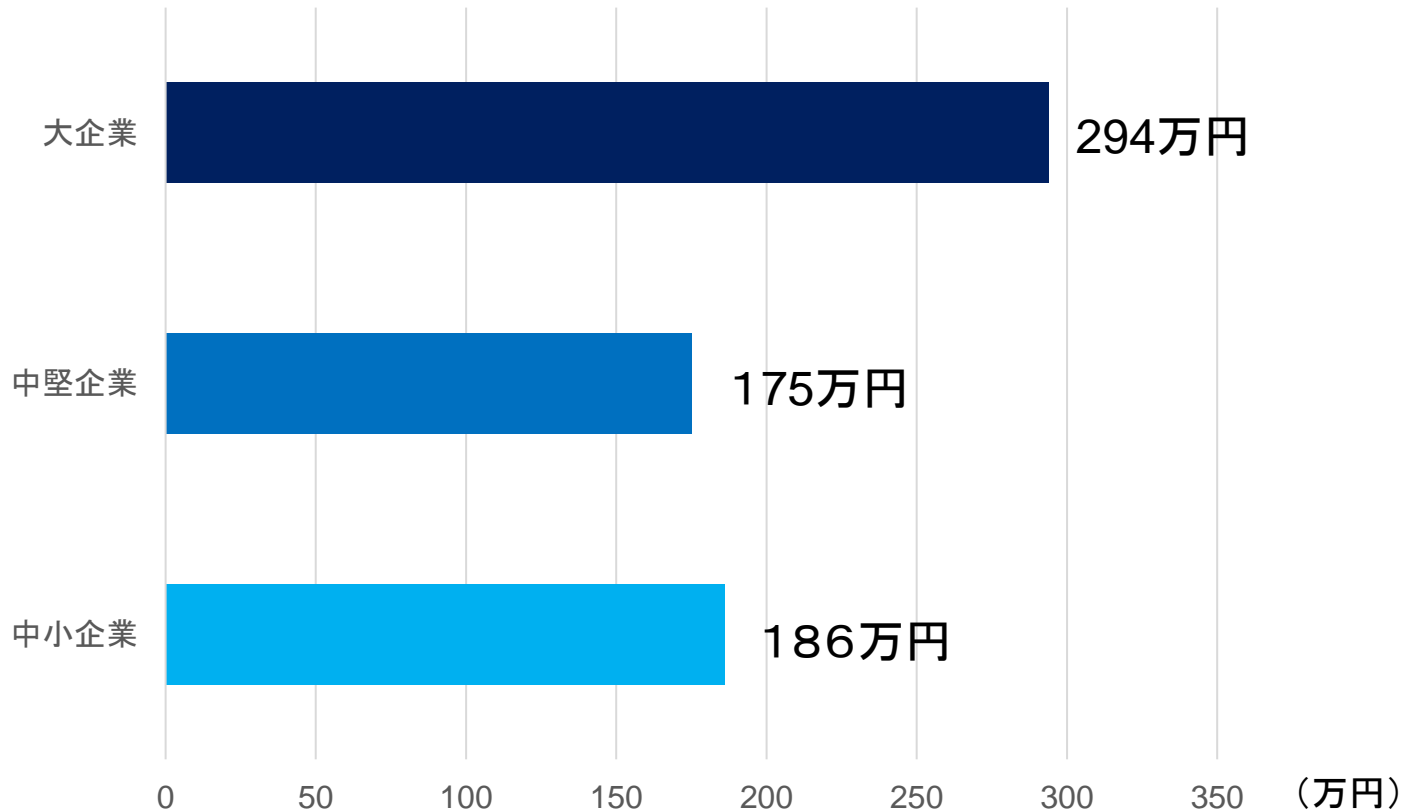
出所:総務省「経済センサスと経営指標を用いた産業間比較」



宿泊・飲食サービス業の規模別 労働生産性

出所:財務省「令和2年度 法人企業統計調査年報」再編加工

従業員1人当たり付加価値額



労働生産性向上のための視点

労働生産性

=

メニューカ・サービス力の向上
新市場の開拓(新業態の開発)



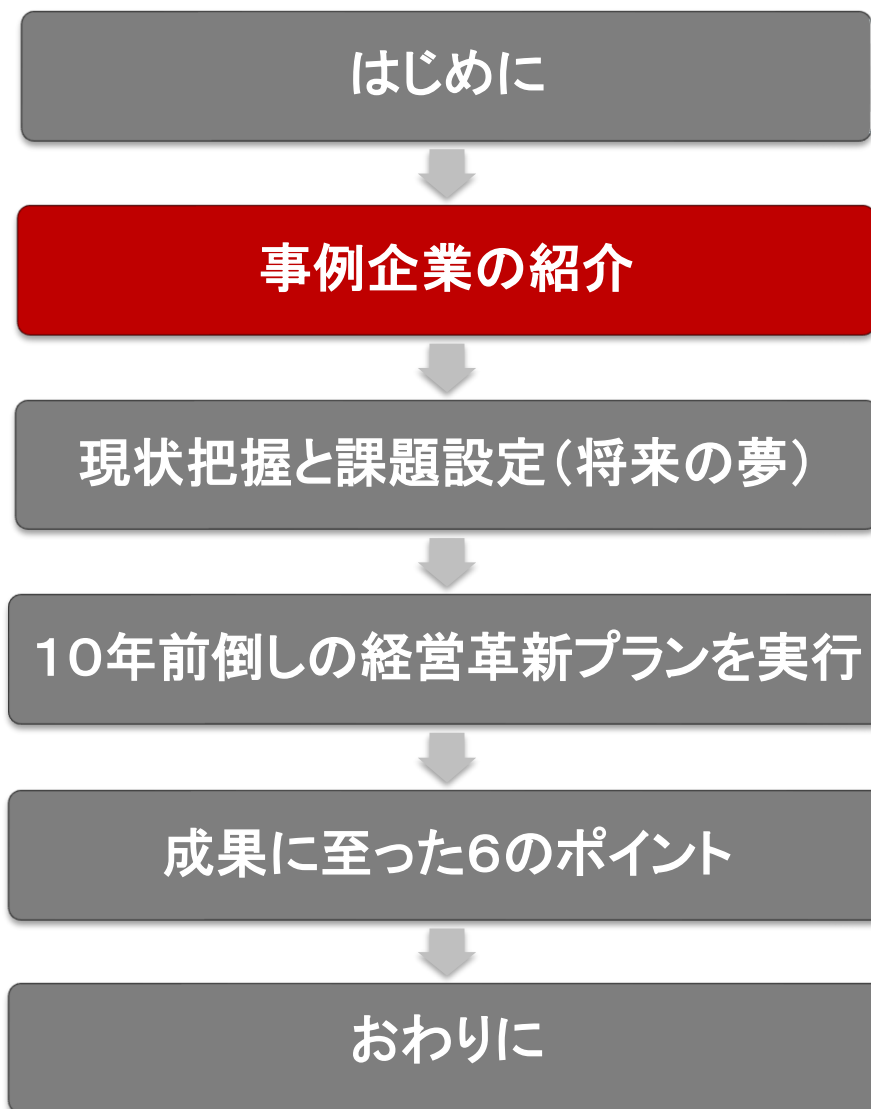
労働による成果 (付加価値)



労働投入量 (従業員数
or 時間あたりの労働量)

業務の効率化・合理化の推進

本日の流れ

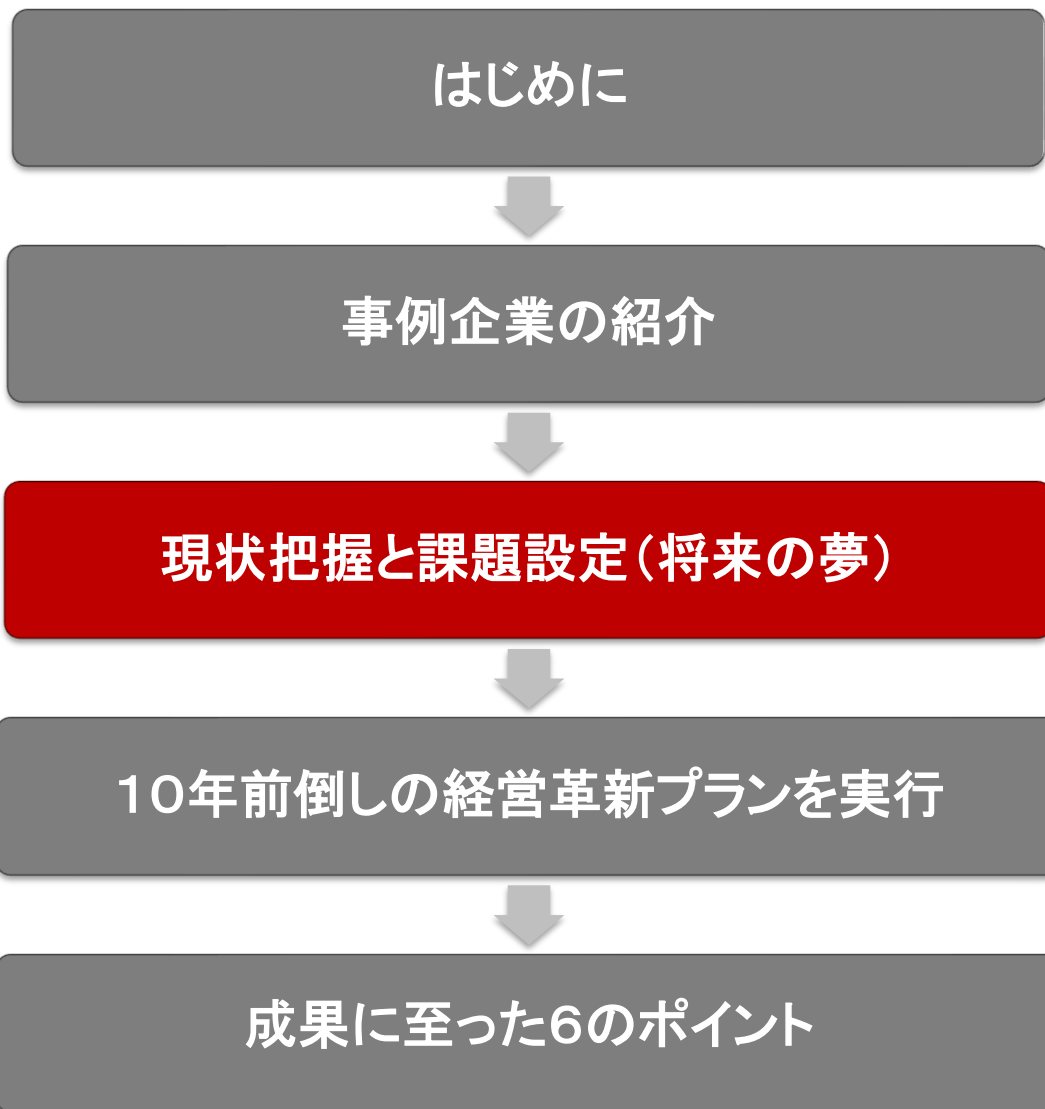




事例企業の概要（旧店舗と新店舗）

	旧店舗	新店舗
創業	2009年（平成21年）3月	2022年（令和4年）3月
業態	広島風お好み焼き（アラカルト）	ワインと鉄板焼きのアイデア料理（コース）
規模	27席（カウンター12席）、15坪	9席（カウンターのみ）、5坪
運営人員	5名（厨房3名、ホール2名）	2名（厨房1名、ホール1名）
所在地	東京都杉並区上高井戸1丁目	東京都杉並区高井戸東4丁目
アクセス	京王線八幡山駅徒歩3分	井の頭線高井戸駅徒歩12分
営業時間	12:00～15:00、17:30～24:00	12:00-15:00、17:00-23:00
売上高	平均月商250万円	平均月商170万円
FLRコスト	F:39%、L:5名（P/A3名）、R:30万円	F:38%、L:2名（P/Aなし）、R:自社物件0円

本日の流れ



1 下北沢 **ばるばる下北沢 向とはしご酒みんな呑み友** **2019 4月**

【日 時】2019年4月25日(木)～5月6日(月・祝)
 参加店舗によって営業時間が異なります。
 【会 場】下北沢のまちバル参加店(68店)
 【内 容】2万人が参加した。下北沢のディープな酒場を
 食べ歩きをする。はしご酒イベント!下北沢
 の名店を誰でも気軽に開拓することができます。
 期間限定肉料理を食べ歩きしながら、お気
 入りのお店を見つけましょう!
 【問い合わせ】[HP] <https://barbar.love-shimokitazawa.jp/>
 【チケット】公式サイト、または参加店より購入
 【備 考】雨天決行

【HP】<https://barbar.love-shimokitazawa.jp/>

2 松陰神社 **松陰神社通り松栄会商店街 まちバル** **2019 5月**

【日 時】2019年5月11日(土)15:00～
 参加店舗によって営業時間が異なります。
 【会 場】松陰神社通り松栄会商店街振興組合
 まちバル参加店(25店舗)
 【内 容】美味しいお店が勢ぞろい
 【問い合わせ】松陰神社通り松栄会商店街振興組合
 TEL: 03-3487-1641
 【チケット】前売り券2,800円(700円券×4枚)
 当日券3,200円(800円券×4枚)
 【備 考】雨天決行

【HP】<http://chitokara-machibar.com/>
 【Twitter】@chitokara_mbar
 【Instagram】chitokara_mbar

3 千歳山 **第4回ちとらまちまちバル** **2019 6月**

【日 時】2019年6月7日(金)16:00～26:00
 参加店舗によって営業時間が異なります。
 【会 場】千歳山駅周辺商店街(約45店舗)
 【内 容】千歳山を飲んで食べ歩き
 【問い合わせ】ちとらまちまちバル実行委員会
 FAX: 050-3730-2029
 【チケット】チケット5枚つづり:前売り¥3,500
 当日¥4,000 当日バラ売り¥800有
 【備 考】雨天決行

【HP】<http://chitokara-machibar.com/>
 【Twitter】@chitokara_mbar
 【Instagram】chitokara_mbar

4 桜新町 **第2回サザエさんの街桜新町まちバル** **2019 7月**

【日 時】2019年7月11日(木)
 参加店舗によって営業時間が異なります。
 【会 場】桜新町商店街内飲食店 まちバル参加店
 【内 容】美味しいお店が勢ぞろい
 【問い合わせ】桜新町商店街振興組合
 TEL: 03-3702-7850
 【チケット】後日ホームページにてご案内
 【備 考】雨天決行

【HP】<http://www.sakurashinmachi.net/default.asp>



5 三軒茶屋 **第2回中里フチまちバル** **2019 7月**

【日 時】7月1日(月)～7月31日(水)の1か月間を予定
 参加店舗によって営業時間が異なります。
 【会 場】中里通り商店街 まちバル参加店
 【内 容】中里通り商店街全体が一つの「バル」(食堂と
 バーが一緒になったようなお店)になります。
 【問い合わせ】岡村金物店 03-3422-5325
 【チケット】チケット販売店舗で1枚800円にて販売します。
 (チケット1枚が1,000円の金券として使用
 できます)
 【備 考】雨天決行

【HP】<http://home.d05.itcom.net/machi/profile1.html>

6 下北沢 **ばるばる下北沢～はしご酒みんな呑み友～** **2019 8月**

【日 時】2019年8月12日、2020年2月予定
 参加店舗によって営業時間が異なります。
 【会 場】下北沢のまちバル参加店(約70店)
 【内 容】美味しいお店を開拓したい、呑み友がほしい、
 行きつけを見つけない人にとってつけのイ
 ベントです。
 【問い合わせ】[HP] <https://barbar.love-shimokitazawa.jp/>
 【チケット】公式サイト、または参加店より購入
 【備 考】雨天決行

【HP】<https://barbar.love-shimokitazawa.jp/>

7 用賀 **第5回用賀よりみちまちバル** **2019 9月**

【日 時】2019年9月1日(日)～14日(土)
 参加店舗によって営業時間が異なります。
 【会 場】用賀商店街 まちバル参加店
 【内 容】店の雰囲気を知らない、美味しいお店に入りた
 い、いろんな店を回りたい、さあ「はしご酒」で、
 ジモトのお店を回りますよ。
 【問い合わせ】用賀商店街振興組合事務局
 TEL: 03-3700-1337
 【チケット】用賀商店街振興組合事務局及び各参加店舗
 TEL: 03-3700-1337
 【備 考】雨天決行

【HP】<http://www.facebook.com/usinga-machibar/>

8 喜多見 **第5回喜多見まちバル** **2019 9月**

【日 時】2019年9月予定
 参加店舗によって営業時間が異なります。
 【会 場】喜多見商店街振興組合内飲食店
 【内 容】喜び! 多く! 見えるまち!
 【チケット】チケット5枚つづり:前売り¥3,500
 当日¥4,000 当日バラ売り¥800有
 6月中旬より、ホームページ、参加店にて
 前売り販売予定
 【備 考】雨天決行

【HP】<http://kitamivai.com/>
 【Facebook】<https://www.facebook.com/喜多見商店街振興組合-1388187568173110/>

9 芦花公園 **第4回食べロカ飲みロカ(芦花公園街バル)** **2019 10月**

【日 時】2019年10月4日(金)17:00～23:00
 (参加店によっては多少の変更があります。各店とも売り
 のれん営業終了となります。)
 【会 場】芦花公園商店街内飲食店 まちバル参加店
 【内 容】古くて新しい芦花公園。文学館とのコラボ企画など、
 一味違ったバルをお楽しみください!
 【問い合わせ】[HP] <http://www.rokakoentokyo.com/>
 チケット5枚つづり:前売り¥3,500/当日¥4,000
 当日バラ売り¥800有 おみやげ販売、後バルもあります。
 芦花公園商店街振興組合HPみんなの芦花公園
 (<http://www.rokakoentokyo.com/>)から
 メールにて前売券予約申し込み
 【備 考】雨天決行

【HP】<http://www.rokakoentokyo.com/>
 【Facebook】<https://www.facebook.com/taberokanomirola/>

10 八幡山 **第6回ちよい飲み&つまみ食い** **2019 11月**

【日 時】2019年11月15日(金)17:00～26:00
 (店舗によって異なります)
 【会 場】京王線八幡山駅付近商店街 まちバル参加店
 【内 容】今年も自慢の料理と美味しいお酒でお楽しみ
 くださいませ
 【問い合わせ】八幡山ちよい飲み&つまみ食い実行委員会
 TEL: 03-5317-4880
 【チケット】ホームページをごらんください
 【HP】<http://hachimanyama.or.jp/index.html>
 【備 考】雨天決行

【HP】<http://hachimanyama.or.jp/index.html>

11 千歳船橋 **第4回ちとふな街バル「ちと飲み食べふな」** **2020 2月**

【日 時】2020年2月予定
 参加店舗によって営業時間が異なります。
 【会 場】千歳船橋駅周辺まちバル参加店
 【内 容】リーズナブルにちと飲み食べふなしてみよう!
 【問い合わせ】[Mail] chitofuna.machibar@gmail.com
 【チケット】[HP] <http://chitofunamachibar.ikidane.com/>
 【備 考】雨天決行

【HP】<http://chitofunamachibar.ikidane.com/>
 【Facebook】<https://www.facebook.com/chitofunamachibar/>

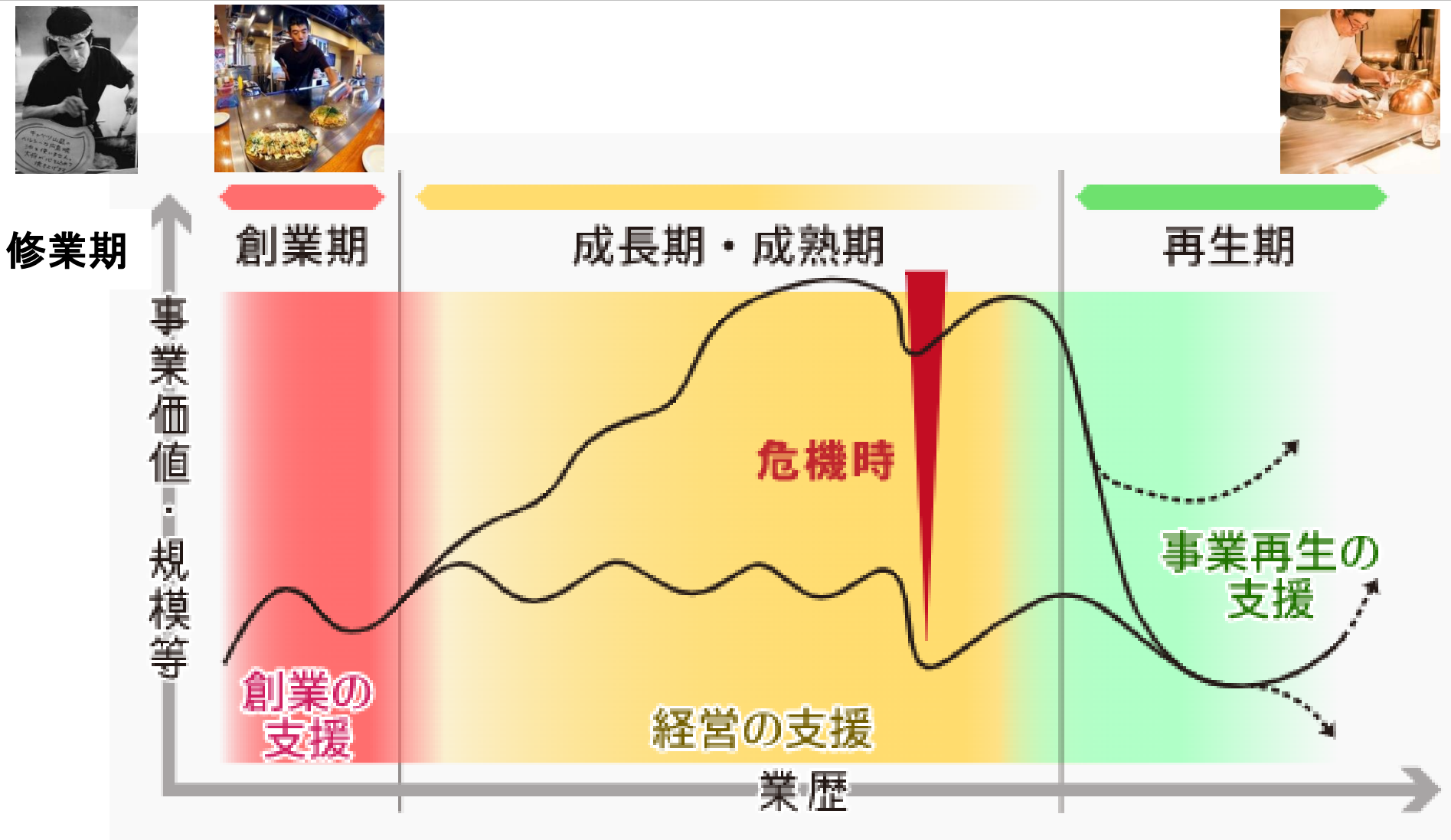
12 等々力 **第5回おどろきとどろき街バル** **2020 2月**

【日 時】2020年2月ごろ予定
 参加店舗によって営業時間が異なります。
 【会 場】等々力溪谷商店街まちバル参加店
 【内 容】店主自慢の一品をリーズナブルな価格でご用
 意し、お待ちしております。ぜひ等々力名店の
 「味」をこの機会にご堪能ください。
 【問い合わせ】[HP] <http://www.todoroki.net/>
 【チケット】[HP] <http://www.todoroki.net/>より
 アクセスして予約または参加店より
 直接購入
 【備 考】雨天決行

【HP】<http://www.todoroki.net/>

※掲載内容は、2019年4月16日時点の情報です。
 今後、変更・中止となる場合もありますので、あらかじめご了承ください。
 ※詳細は各イベント主催者にお問い合わせください。
 ※スマートフォンや携帯電話などでQRコードを調べると各商店街ホームページ等がご覧になります。

小規模外食企業と共に歩んだ9年間の軌跡



初期の支援ニーズ

① 作業負担の軽いランチメニューの開発

・ **ビジネスモデル上の優先順位はランチ?orディナー?**

② ディナー平均客単価の向上（現状@2,000円）

・ **店舗コンセプト上の利用動機は食堂?or居酒屋?**

③ 平日夜の活性化（土日は要予約）

・ **顧客ニーズを充足する価値提案はできているか?**

④ アルバイト人材の確保

・ **現状以上に厳しくなる想定をしているか?**

【質問】

- (1) 優先すべき支援ニーズは何だと思えますか
- (2) その理由は何ですか

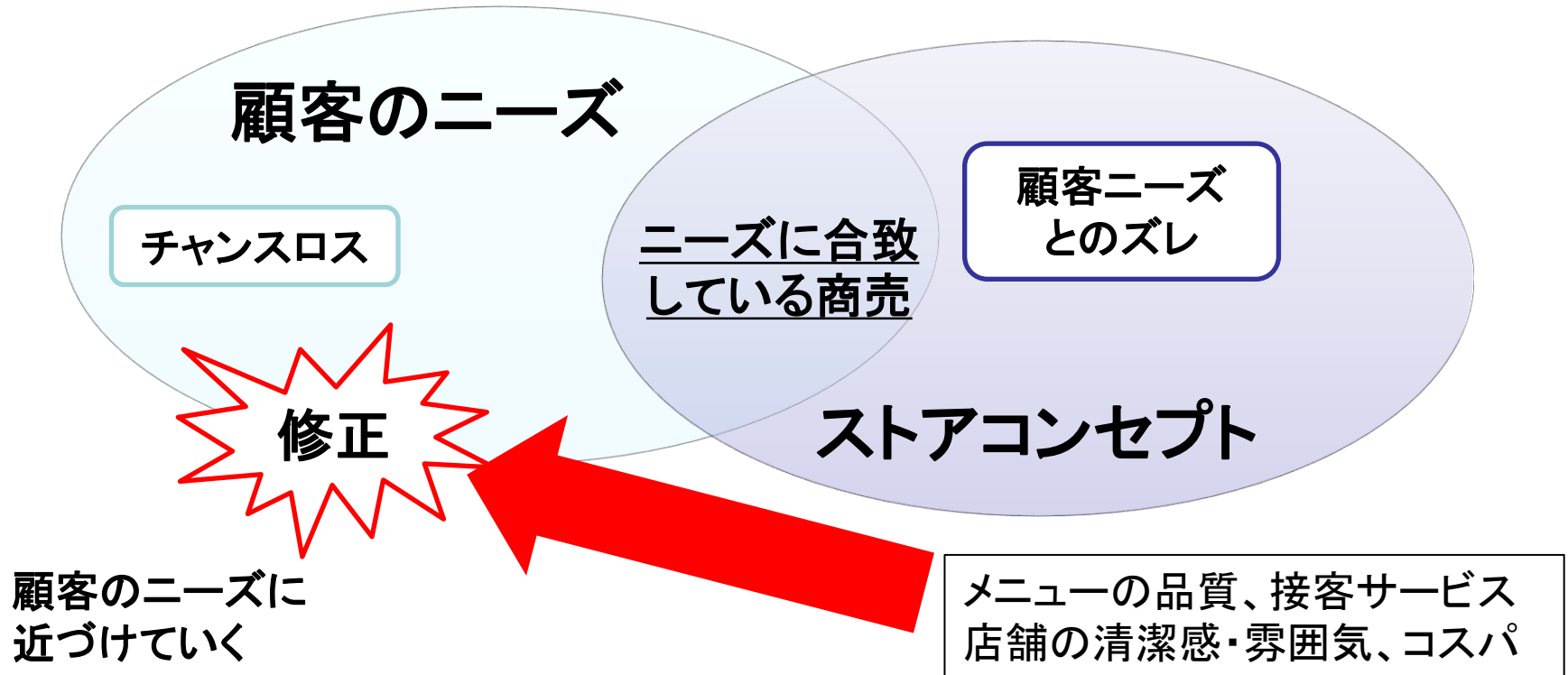
※コロナ前の設定
(コロナ禍の影響は考慮しない)

羅針盤なし&どんぶり勘定

ストア
コンセプト

計数管理

経営者の想いを顧客のニーズに近づける



「広島風お好み焼き店」のブラッシュアップ



誰の (ターゲット: どのような顧客)

どのようなニーズを (利用動機: 店の使い方、入店する理由)

どのような特長で (競争優位性: 売り、強み、独自性)

仮説構築

ストアコンセプトシート 飲食店

【参考：前提として】

社会的背景（外部要因）
人材不足、原材料高の影響

【参考：懸念点】

新規参入、代替（中食・内食）
異業種とのボーダレス化、胃袋の奪い合い

ターゲット（対象顧客）

どのような顧客

ペルソナ

（人物像をリアルに設定）

立地条件（商圏・競合・ベンチマーク）

個店は植物

（長期間に渡り商売する覚悟）

立地調査・分析（客属性、客単価）

競合店、ベンチマーク店の設定・調査

消費形態（想定売上高&利益）

ターゲットの利用動機別に設定する

客単価（売価決定）×客数＝売上

★ FLR 比率を考慮した想定利益額

利用動機

店の使い方

（入店する理由となるもの）

普段 or ハレ、ランチ or ディナー

個人 or 法人、カップル or ファミリー

基本コンセプト（どんな魅力のある飲食店）

【最終ゴール】

一言でいうと

どんな魅力のある飲食店なのか

キーワード＝「ショルダーネーム」に活用

店名より重要になる！

競争優位性

売り、強み、特長、独自性、優位性

コアコンピタンス（中核となる能力・強み）

必ず存在（無ければ継続できていない）

複数あれば優先順位は？

接客サービス・販売促進（情報発信）

接客レベルの決定

イートイン外食業に求められているもの

店舗が存在していることの周知

忘れられない努力の積み重ね

メニュー（看板メニュー、メニュー構成）

唯一無二の看板メニューの確立

放置プレーはNG、適切に誘導すること！

理想的なオーダーをシミュレーション

（消費形態を踏まえた売価&分量の設定）

内外装（造作テーマ、店頭ファサード、規模）

入店のきっかけアンケート第1位

店頭ファサードは最重要！

（何屋なのか、売り・魅力を伝えているか）

建物の視認性、路面 or 空中 or 地下、規模

ターゲット（対象顧客）



立地条件（商圏・競合・ベンチマーク）



消費形態（想定売上高&利益）



利用動機



基本コンセプト（どんな魅力のある飲食店）

競争優位性



接客サービス・販売促進（情報発信）

メニュー（看板メニュー、メニュー構成）

内外装（造作テーマ、店頭ファサード、規模）

【事例】本格フレンチと立ち食いフレンチ



&



2 誰の (ターゲット: どのような顧客)

3 どのようなニーズを (利用動機: 店の使い方、入店する理由)

5 どのような特長で (競争優位性: 売り、強み、独自性)

ターゲット（対象顧客）



立地条件（商圏・競合・ベンチマーク）



消費形態（想定売上高&利益）



利用動機



基本コンセプト（どんな魅力のある飲食店）

競争優位性

接客サービス・販売促進（情報発信）

メニュー（看板メニュー、メニュー構成）

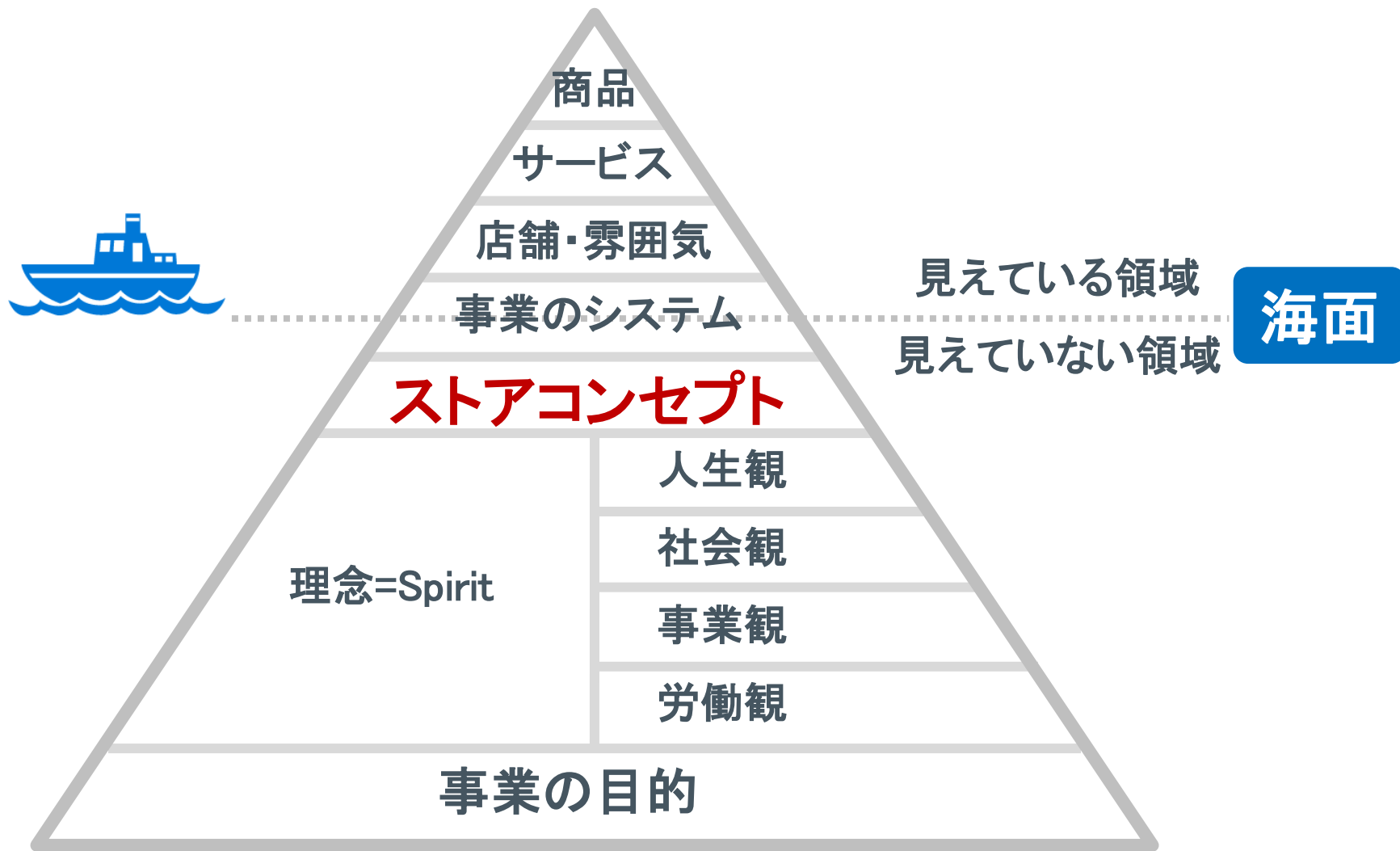
内外装（造作テーマ、店頭ファサード、規模）

ストアコンセプトシートの一考察

(1) ★² 誰の、★³ どのようなニーズを、
★⁵ どのような特長で
⇒ 満足、充足させるのか

(2) ★¹ この立地で、★² 誰の、★³ どのようなニーズを、
★⁴ どれ程の売上に
⇒ 事業計画書「想定売上高」の根拠となる考え方

ストアコンセプトとは（氷山に見立てると...）



【参考】店舗の管理指標(QSCA)

Q クォリティ

- ・品質の高い品揃え、商品、メニュー

S サービス

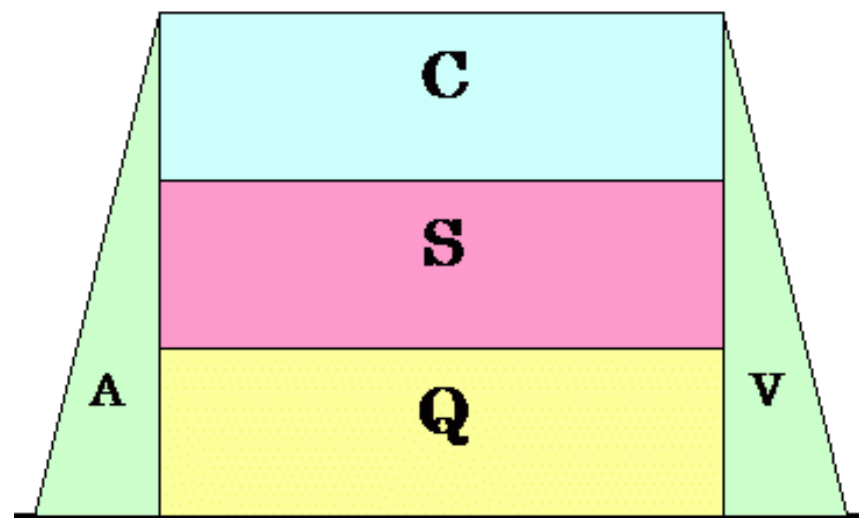
- ・お客様満足度の高い接客

C クレンリネス

- ・清潔感、きれいな店舗

A アトモスフィア

- ・空間演出、雰囲気良さ



四項目のバランスを上手にとる

Qが基礎を作る。Qのレベルが低ければすべてが崩れる。レベルアップすると台形は大きくなる

【計数管理】●●の視点

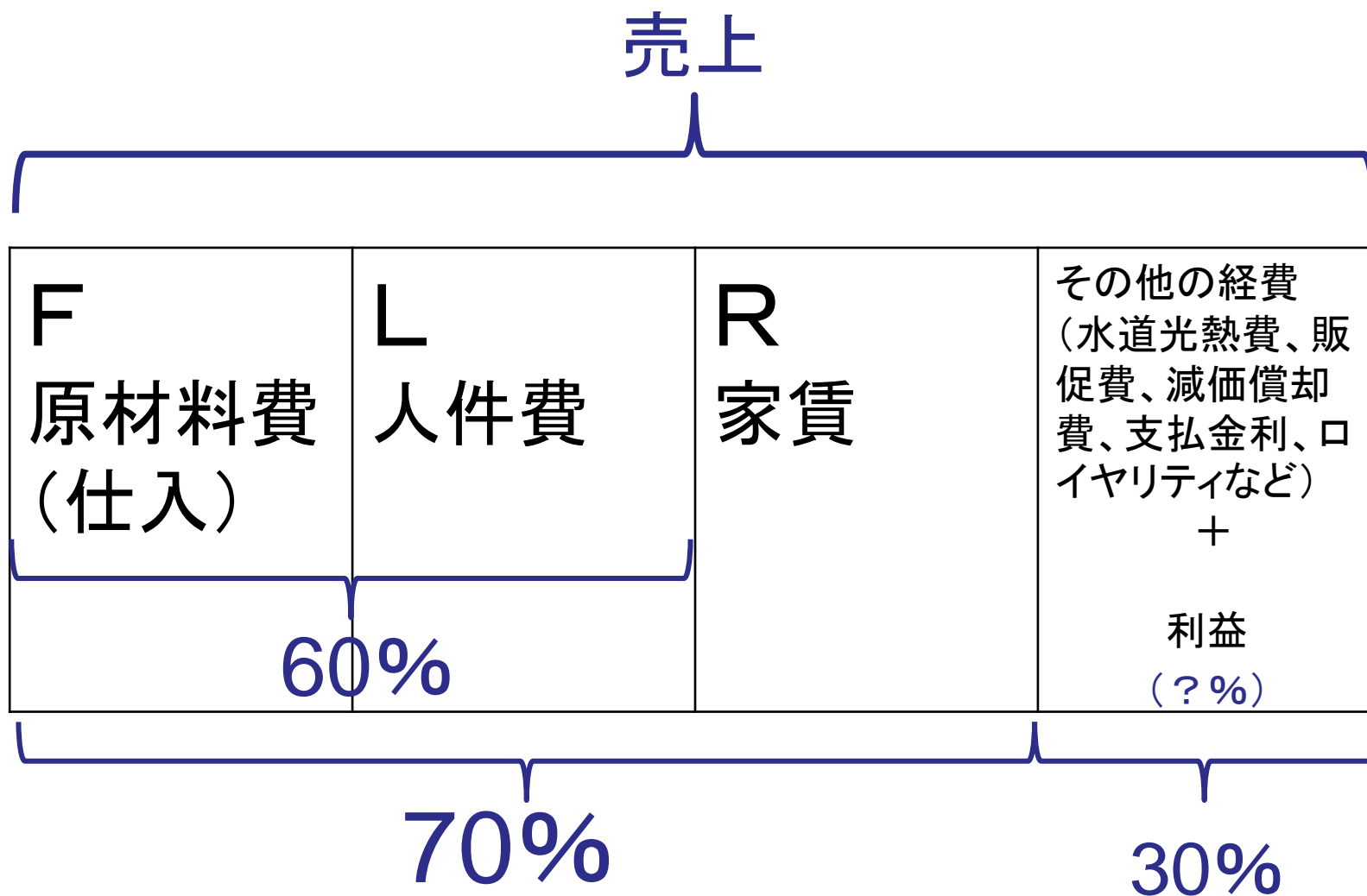
●●から先に考える

売上一経費
= 利益

売上一利益
= 経費

利益 + 経費
= 売上

コストの視点 (FLRコスト)



現状把握(売上管理表)

	売上	売上(累計)	客数	客数(累計)	客単価	仕入	仕入(累計)	仕入率	粗利	粗利(累計)	粗利率	P/A人件費	P/A人件費(累計)	P/A人件費率	家賃比率 550,000円	総労働 時間	人時売上高	備考(備忘録・日報)
1		0		0	0		0		0	0			0				0	
2		0		0	0		0		0	0			0				0	
3		0		0	0		0		0	0			0				0	
4		0		0	0		0		0	0			0				0	
5		0		0	0		0		0	0			0				0	
6		0		0	0		0		0	0			0				0	
7		0		0	0		0		0	0			0				0	
8		0		0	0		0		0	0			0				0	
9		0		0	0		0		0	0			0				0	
10		0		0	0		0		0	0			0				0	
11		0		0	0		0		0	0			0				0	
12		0		0	0		0		0	0			0				0	
13		0		0	0		0		0	0			0				0	
14		0		0	0		0		0	0			0				0	
15		0		0	0		0		0	0			0				0	
16		0		0	0		0		0	0			0				0	
17		0		0	0		0		0	0			0				0	
18		0		0	0		0		0	0			0				0	
19		0		0	0		0		0	0			0				0	
20		0		0	0		0		0	0			0				0	
21		0		0	0		0		0	0			0				0	
22		0		0	0		0		0	0			0				0	
23		0		0	0		0		0	0			0				0	
24		0		0	0		0		0	0			0				0	
25		0		0	0		0		0	0			0				0	
26		0		0	0		0		0	0			0				0	
27		0		0	0		0		0	0			0				0	
28		0		0	0		0		0	0			0				0	
29		0		0	0		0		0	0			0				0	
30		0		0	0		0		0	0			0				0	
31		0		0	0		0		0	0			0				0	
合計		0		0	0		0	0.0%	0	0	0.0%		0	0.0%	0.0%	0	0	

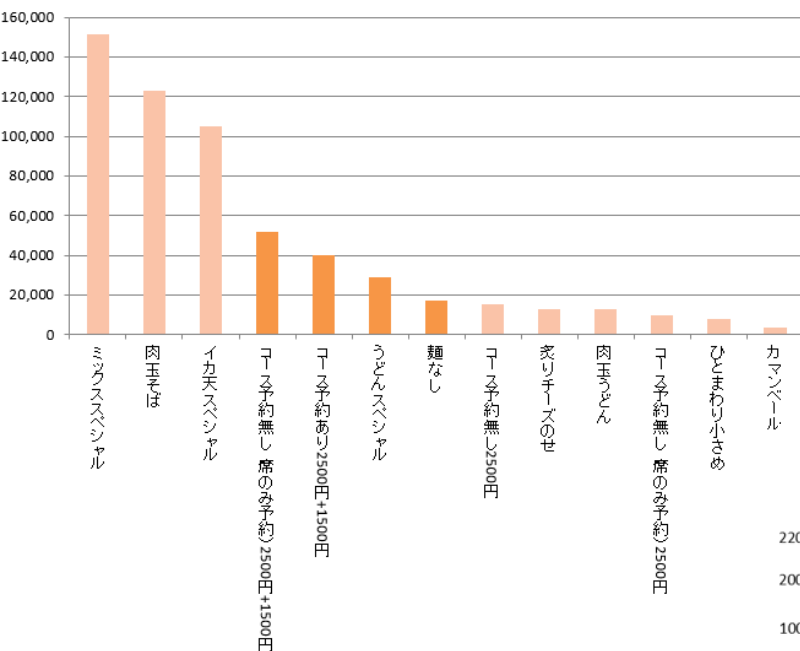
【質問】

(1) 人時売上高の目標額は？

(2) 高ければ高いほど良いのでしょうか？

現状把握(メニューABC分析)

フード 8月 売上

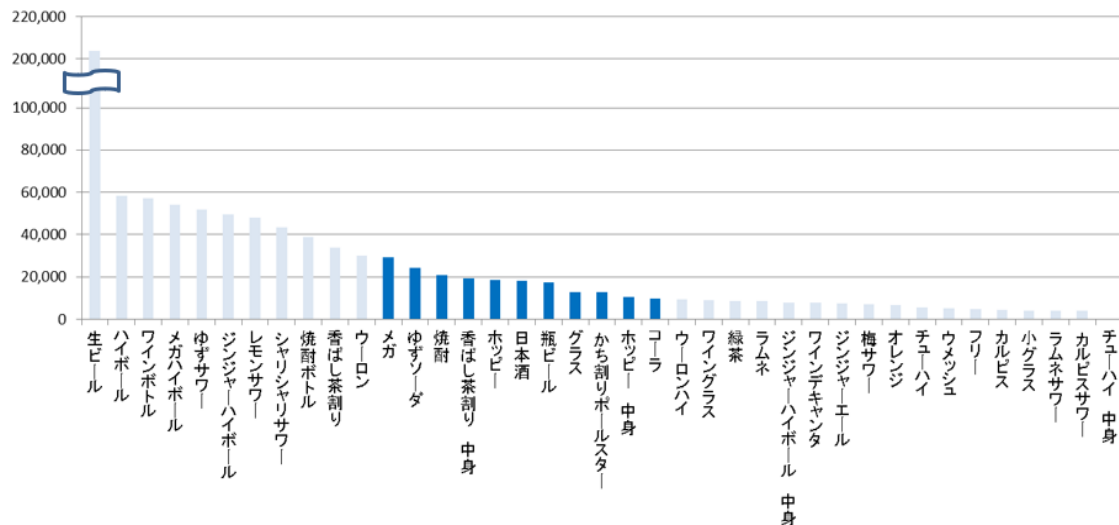


フード 売上ABC分析(8月分)

順位	品名	売価	数量	売上	構成比	累計構成比
1	ミックススペシャル	1,590	95	151,050	26.1%	26.1%
2	肉玉そば	990	124	122,760	21.2%	47.3%
3	イカ天スペシャル	1,640	64	104,960	18.1%	65.4%
4	コース予約無し(席のみ予約)2500円+1500円	4,000	13	52,000	9.0%	74.4%
5	コース予約あり2500円+1500円	4,000	10	40,000	6.9%	81.3%
6	うどんスペシャル	1,790	16	28,640	4.9%	86.3%
7	麺なし	750	23	17,250	3.0%	89.3%
8	コース予約無し2500円	2,500	6	15,000	2.6%	91.9%
9	炙りチーズのせ	1,440	9	12,960	2.2%	94.1%
10	肉玉うどん	990	13	12,870	2.2%	96.3%
11	コース予約無し(席のみ予約)2500円	2,500	4	10,000	1.7%	98.0%
12	ひとまわり小さめ	770	10	7,700	1.3%	99.4%
13	カマンベール	1,220	3	3,660	0.6%	100.0%
合計			390	578,850	100.0%	
その他		不明	87			

※その他は売価が不明のため分析不可

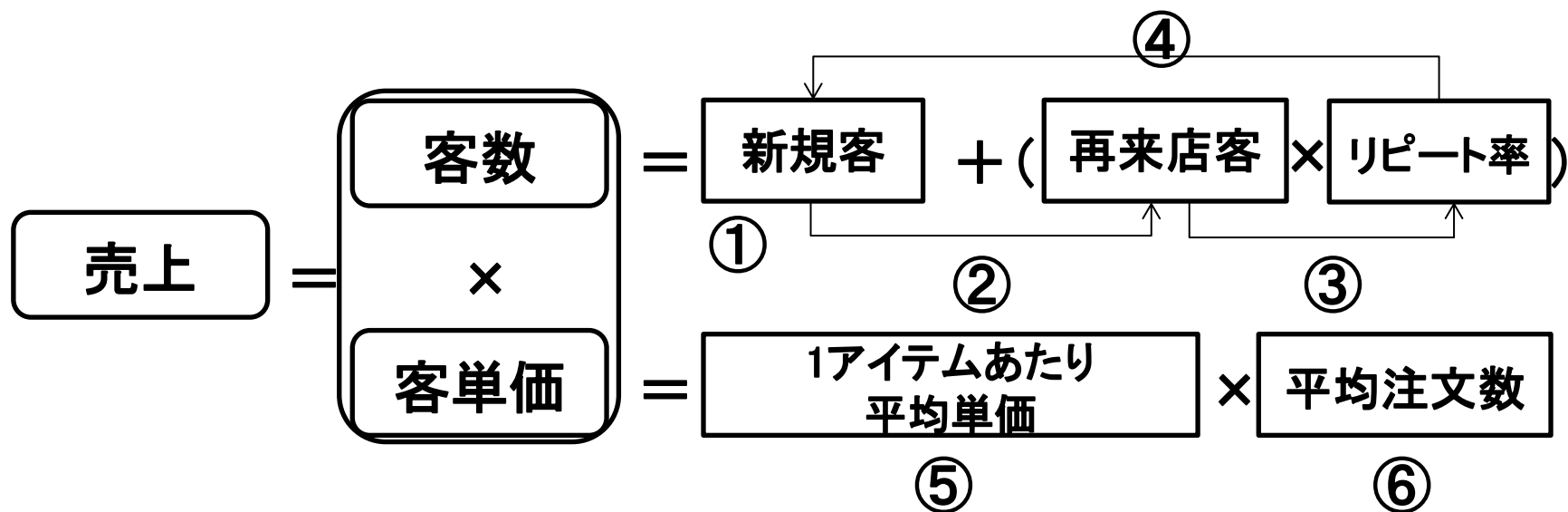
飲料 6月上



【質問】

メニュー戦略上、どのようにして
客単価を上げていきますか？

売上の分解式



【参考】 売上管理でよく使う指標

客数

(満席率を高めるか、回転率を上げるか)
= (客席数 × 満席率) × 客席回転率

客単価

(注文数を増やすか、1品当り単価UPか)
= 1人当り注文数 × 1品平均単価

坪当り売上高

(店舗1坪当りの売上高で効率を計る指標)
= 月間売上高 ÷ 店舗総坪数

【参考】 コスト管理でよく使う指標

FLRコスト

(主となる営業費用、重要管理項目)

= 原価率 + 人件費率 + 家賃比率

個別標準原価率

(メニュー1品当りの、あるべき材料原価率)

= 個別標準原価 ÷ メニュー価格 × 100%

当月ロス率

(プラスはロス、マイナスは逆ざや)

= 当月実際原価率 - 当月標準原価率

【参考】 労務管理でよく使う指標

人時売上高

(従業員1人1時間当りの売上高)

= 当月売上高 ÷ 総労働時間

人時生産性

(従業員1人1時間当りの粗利益高)

= 当月粗利益高 ÷ 総労働時間

労働分配率(%)

(総人件費が粗利益高に占める割合)

= 人件費 ÷ 粗利益高 × 100%

将来(10年先)へ向けた「夢＝理想」

仮説構築

新店舗の特長

ワインと鉄板焼きのアイデアコース料理
自宅近くで都心の高級店レベルを満喫
迫力の鉄板とパフォーマンス
温かみのある接客サービス
少人数での貸切が可能
また来たくなる雰囲気良さ

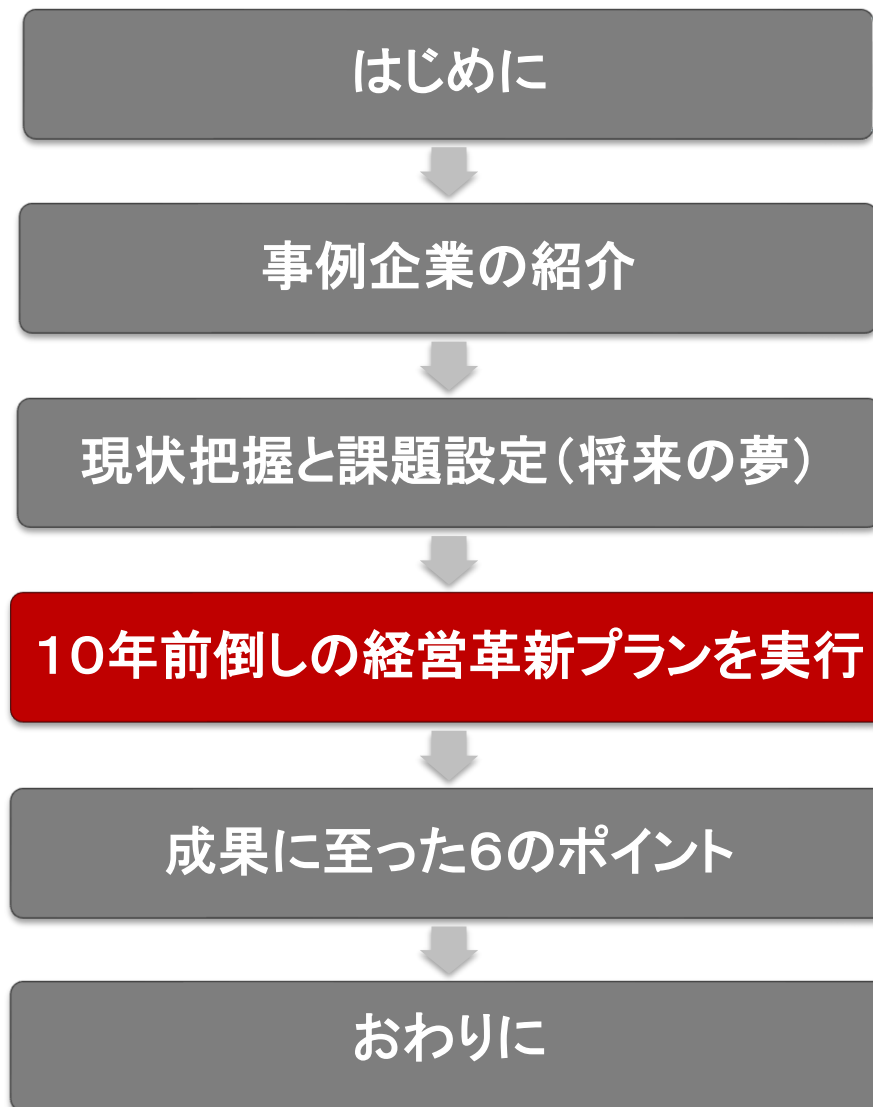
顧客ニーズ

自宅近くに素敵な飲食店がない
外食する価値のある店が近隣にない
小ハレ需要を満たしてくれる店がない
高齢者がいて遠出ができない
幼児と一緒に安心して外食ができない
アットホームな良店が少ない

顧客満足（提供価値）

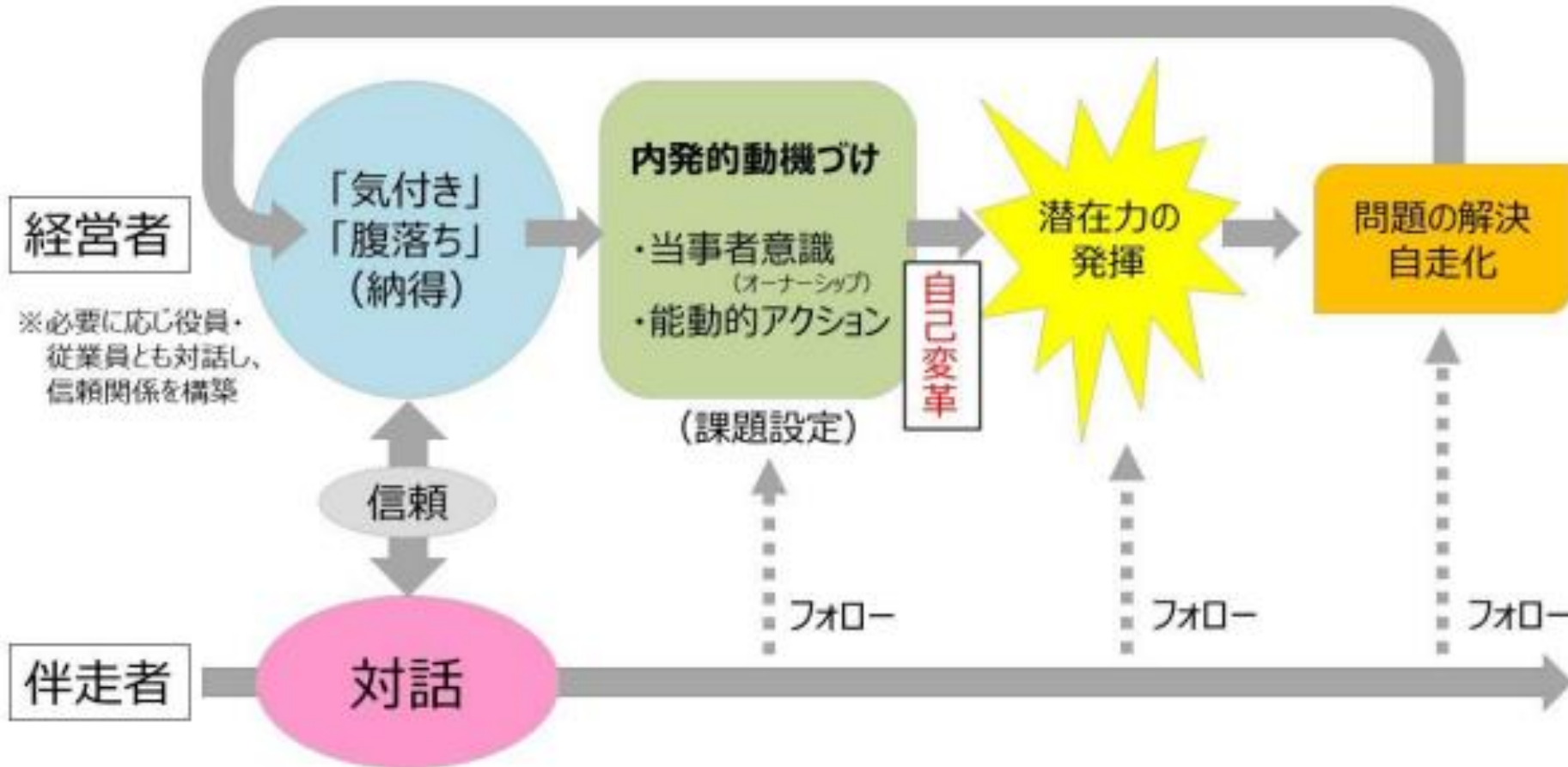
友達や家族を連れて行きたくなるような満足感を得られる
自宅では味わえないプロの技（食材や調理技術）を堪能できる
気軽なレジャーとして選択できる
高齢者や幼児がいても安心・安全を担保できる
グループでもおひとり様でも利用しやすい
良質なおもてなしでリフレッシュ・リセットできる

本日の流れ



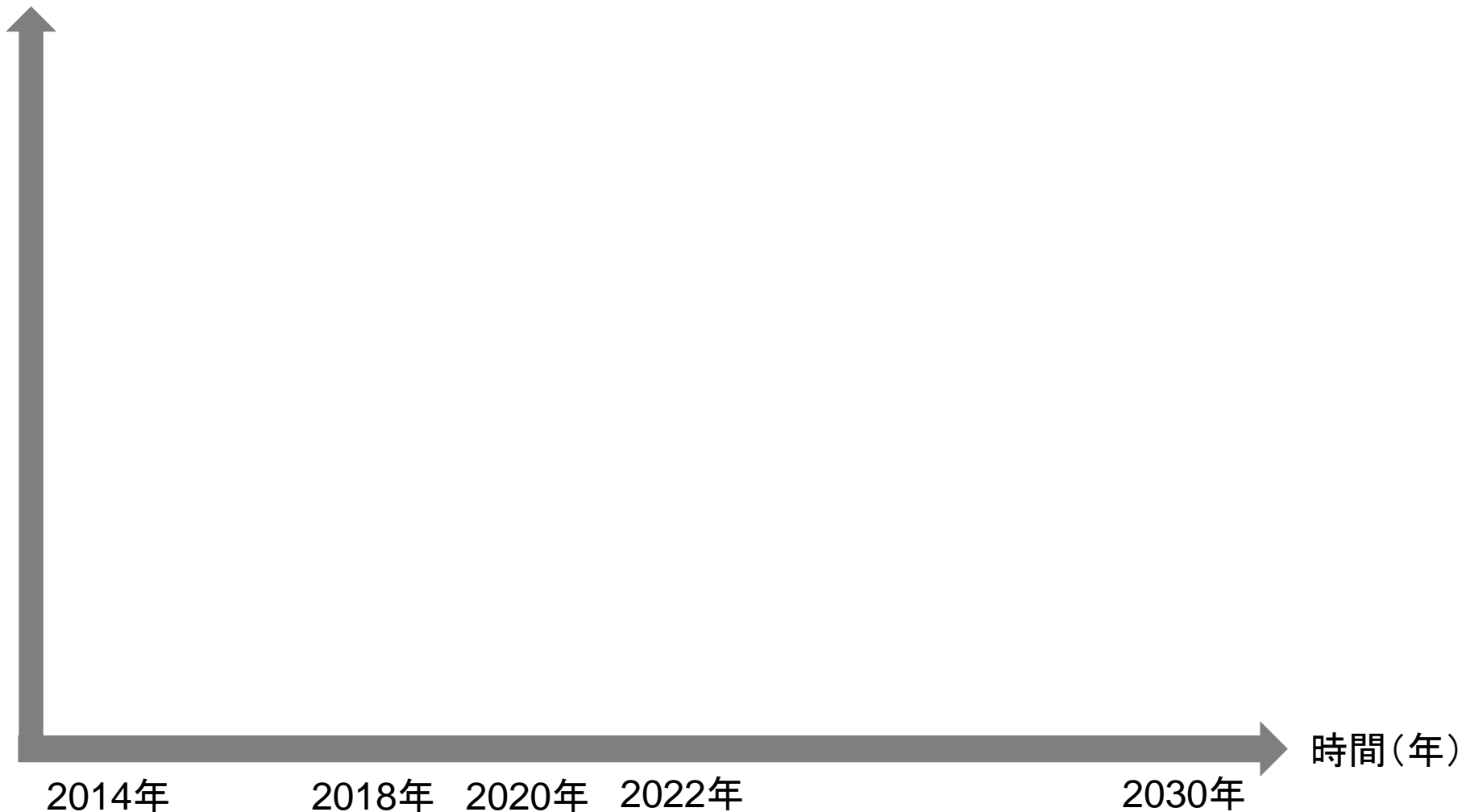
小規模外食企業と共に歩んだ9年間の軌跡

出所: 伴走支援の在り方検討会「中小企業伴走支援モデルの再構築について」一部加工



10年前倒しで実行することを決断

理想の姿(高い)



コロナ禍における飲食・外食業界の現況

飲酒業態
曲がり角

生産性の
低さ

人出
不足

巣ごもり需要
の定着

本質的
な価値

洋風
テイクアウト
好調

コスト高

将来(10年先)へ向けた「夢＝理想」の店舗

店舗スタッフ

- 伊豆川ご夫妻のみ(ご主人のブランド化)

店舗規模

- 10席以内で鉄板カウンター席のみ、軽オペレーション

看板メニュー(鉄板焼きのアイデア料理)

- ランチ、ディナーともコース料理(予約)のみ

ディナー客単価、月商

- @1万円、200万円/月

FLRコスト、人時売上高、月坪効率

- 70%、@4000円、25万円/坪

付加価値額(粗利率60%)

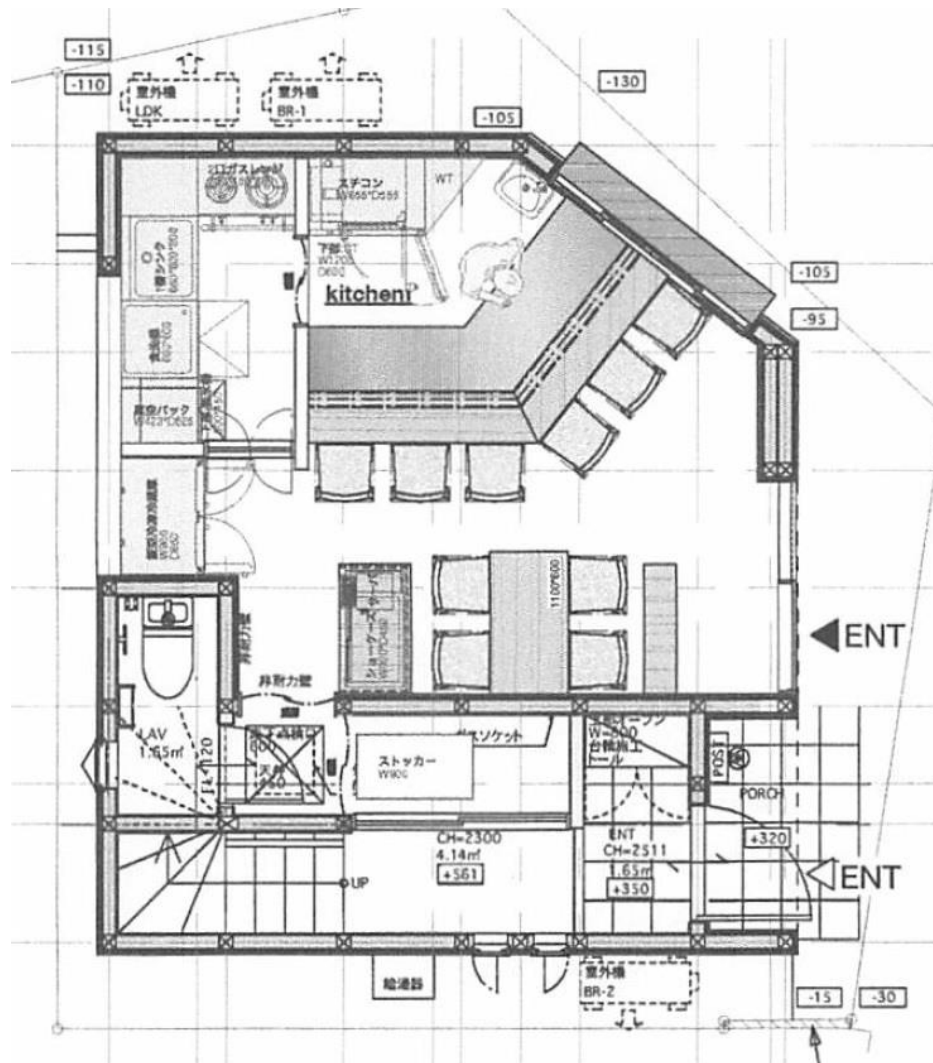
- 120万円/月

オーナーシェフの人物ブランディング



注)スクラッチ調理とは・・・厨房で素材から手作りで料理を提供する調理法

将来(10年先)へ向けた「夢＝理想」の店舗



新店舗(新業態)におけるメニュー開発

課題: 価格アップと適正利益の確保

悩み

- 食材の魅力を引き出して価値を高めたい
- メニューミックスにより、高い原価の食材をコントロールしたい
- 廃棄ロスを削減したい

解決策

- 鉄板カウンターにおけるスクラッチ調理で演出する
- 食材付加価値率の高いメニューを導入する
- ランチ、ディナーともに予約コース料理を基本とする

成果

- 「外食する価値のある店」として認知を得た(価格の受容性も確認できた)
- 知恵と工夫によって食材付加価値率1000%のメニューを開発した
- 旧店舗と比べてロス率が改善した

看板メニュー「月替わりコース料理(10月)」

コースメニュー

ディナー (月替わり)

前菜

無花果と生ハムのゴマネーズ

飯蛸と里芋のカルタファタ包みスープ

旨味ギュッとパラフィンに閉じ込めて

南瓜とカマンベールのパートブリック巻き

豆乳のベシャメルソース

メカジキのパン粉焼

野菜たっぷりのタルタルソース添え

黒毛和牛のサーロインステーキ

70g

ヒレステーキにご変更+1100円

産地はその日の仕入れによって異なります70g

ローストビーフとごはんのタルタル

ガトー仕立て

和風ジュレをのせて

デザート

マスカルポーネ入りプリン

コーヒー

6900円

ランチ (月替わり)

ローストビーフサラダ

黒毛和牛のローストビーフです

南瓜とカマンベールのパートブリック巻き

豆乳のベシャメルソース

黒毛和牛のサーロインステーキ

70g

ガーリックライス

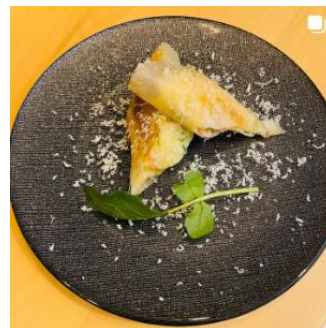
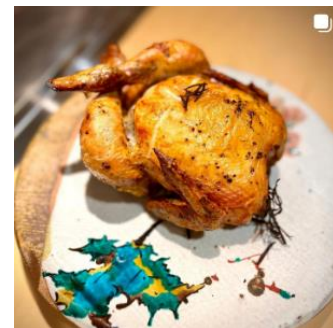
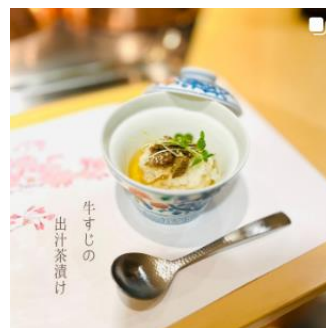
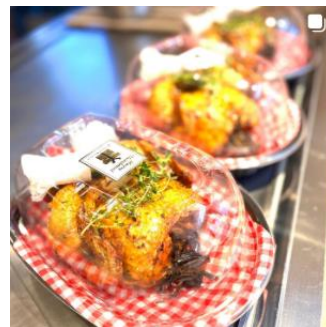
お味噌汁

デザート

マスカルポーネ入りプリンです

コーヒー

3500円



食材付加価値率の向上

(飯蛸と里芋のカルタファタ包みスープ)

食材付加価値率の向上

(飯蛸と里芋のカルタファタ包みスープ)



味には「三つの味がある」

前味

- ・ 五感で得る第一印象

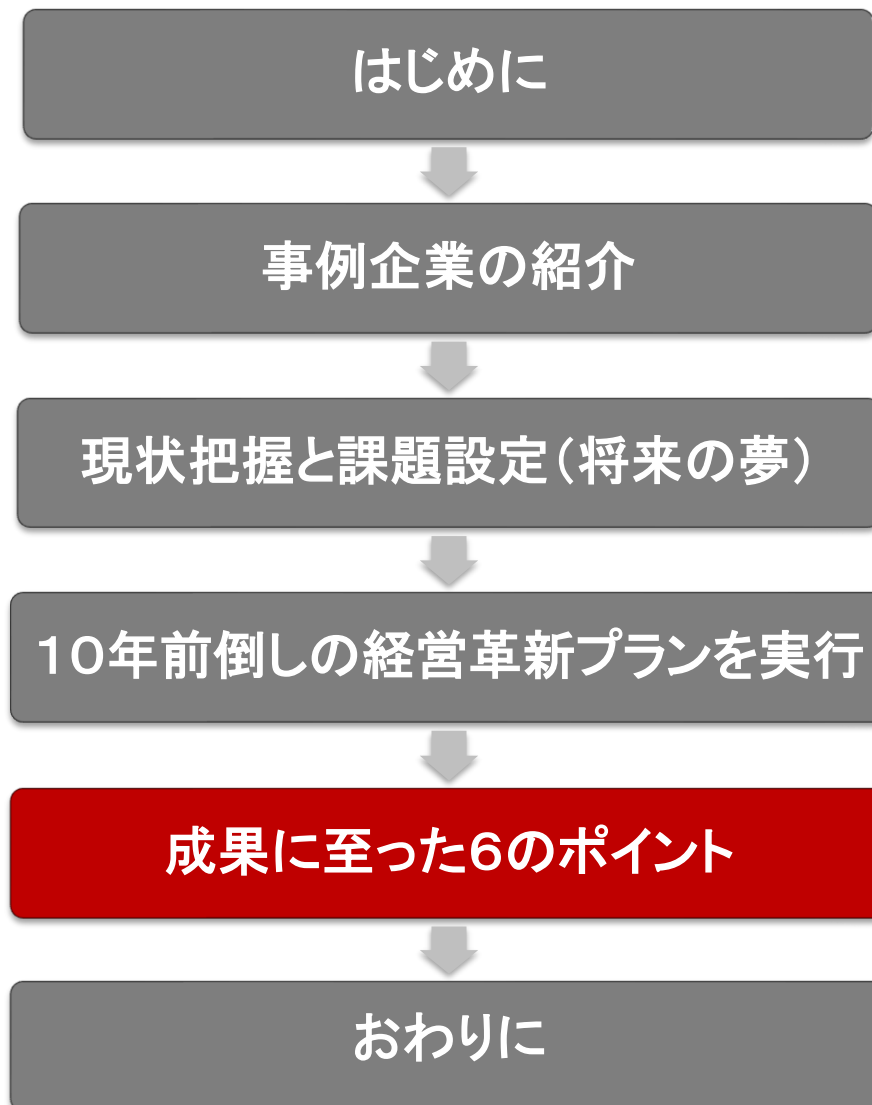
中味

- ・ QSC（看板料理、接客、清潔感）

後味

- ・ 会計後の余韻（再来店の誘発）

本日の流れ



10年前倒しの経営革新プランを実行した成果

倍増

● **旧店舗**

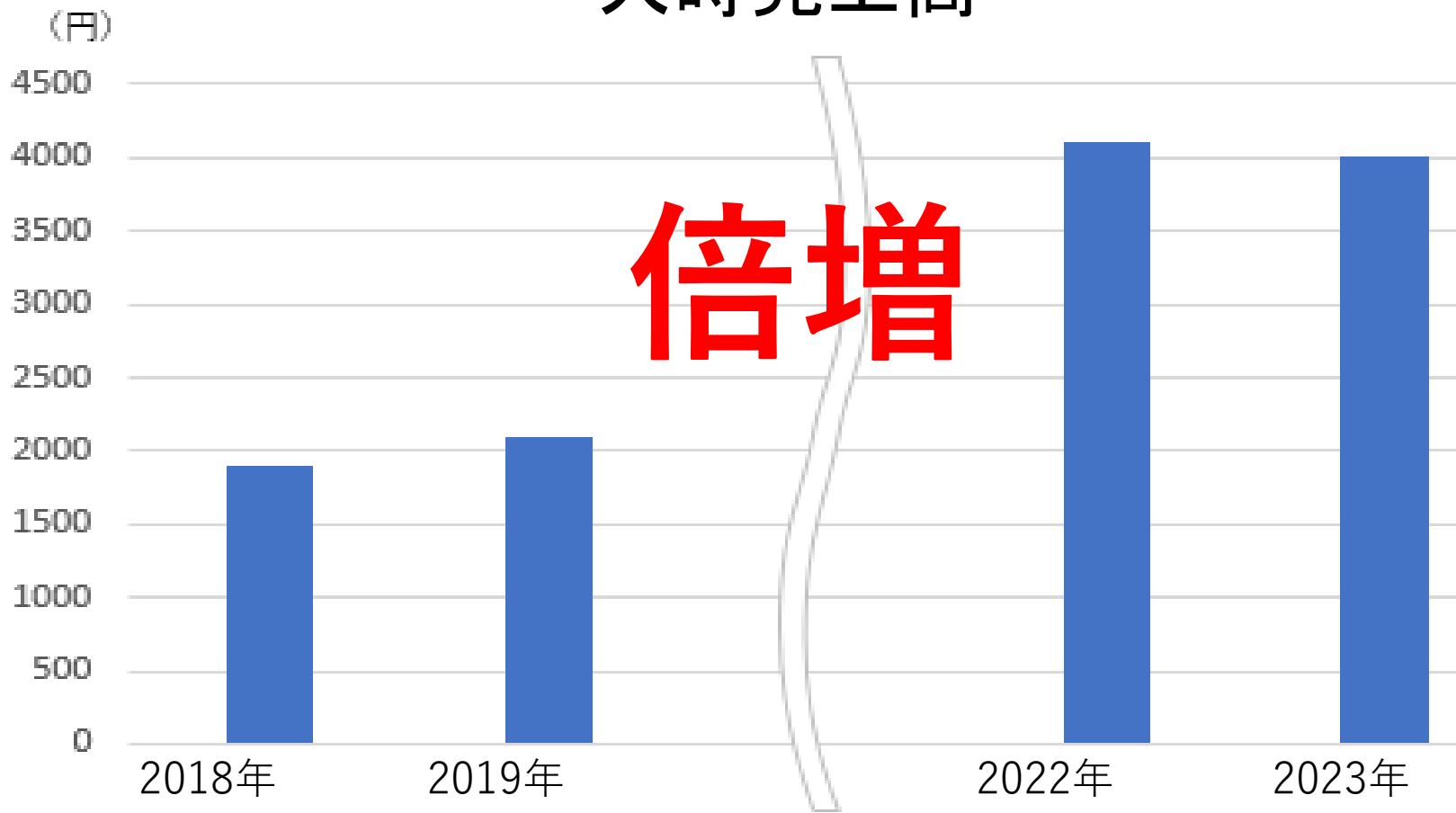
月坪効率16.6万円
平均月商250万円
店舗坪数15坪

● **新店舗**

月坪効率34万円
平均月商170万円
店舗坪数5坪

10年前倒しの経営革新プランを実行した成果

人時売上高



成果に至った6つのポイント

【支援者：診断士】

きっかけづくり

- ・ 案件を待っているだけでなく自ら現場で汲み上げる努力が必要
- ・ 得意分野を背景とした信頼関係の醸成がポイント

【支援者：診断士】

ストレスの緩和

- ・ シンプルで理解しやすく負担の軽い支援（やるべきことorそれ以外）
- ・ 現場経験から導き出された様々な実例をもとに理解促進を図る

【支援者：診断士】

共通言語・指標での対話

- ・ ストアコンセプトシート（現状と理想）
- ・ 計数管理表（売上、コスト、利益）

【支援企業：相談者】

強い覚悟

- ・ 平時から十分な準備を怠らない
- ・ 意思決定力の強さとタイミングの見極め

【支援企業：相談者】

自然体でフラットな姿勢

- ・ 対話（敬聴）とは双方向コミュニケーション
- ・ 先入観や成功体験を排除してゼロベースで考える（壁を作らない）

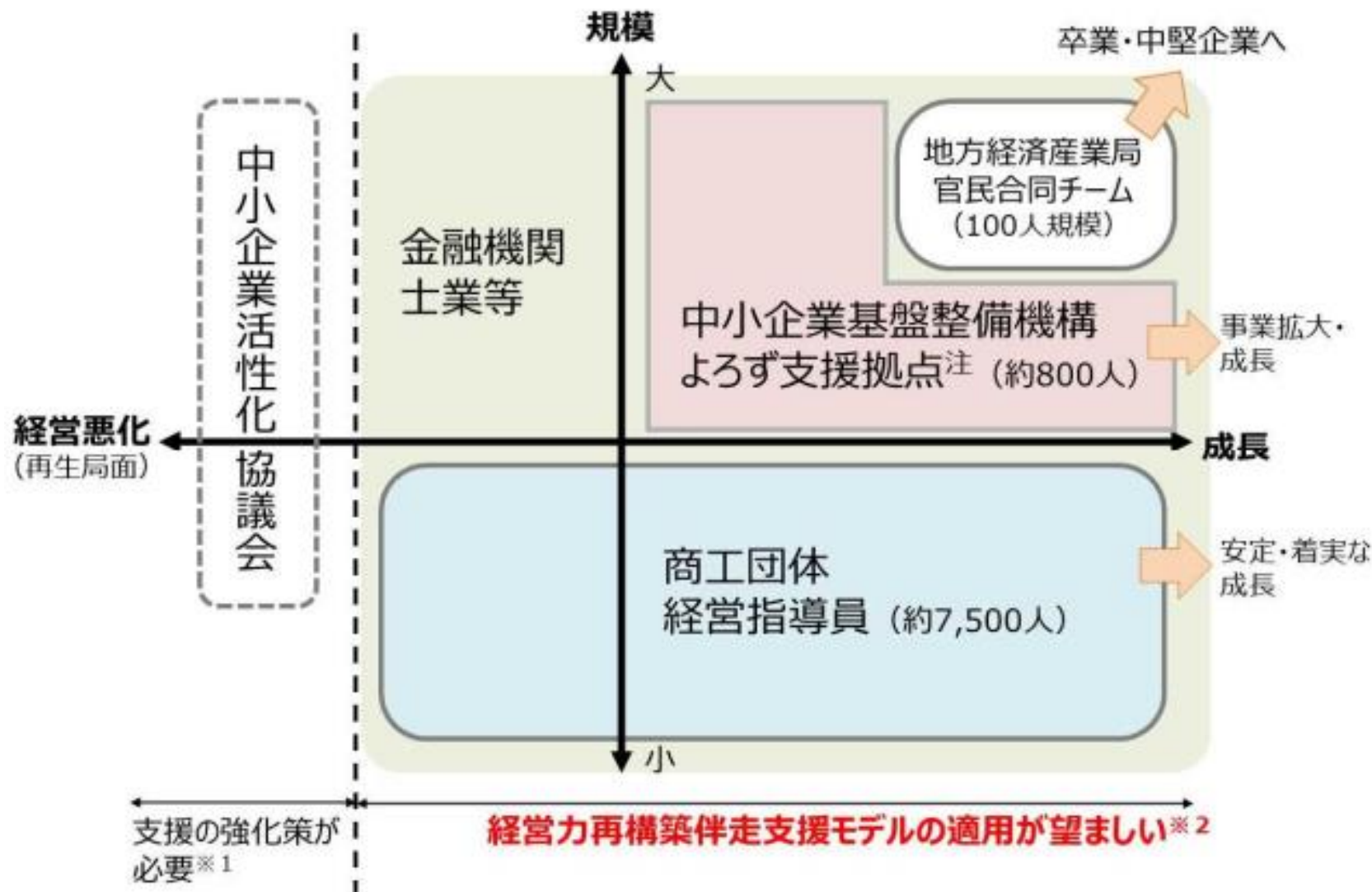
【支援機関】

従来発想からの脱却

- ・ 年度跨ぎの継続的支援の導入（世田谷区、東京都）
- ・ 担当者を固定した顧問的支援（世田谷区、東京都）

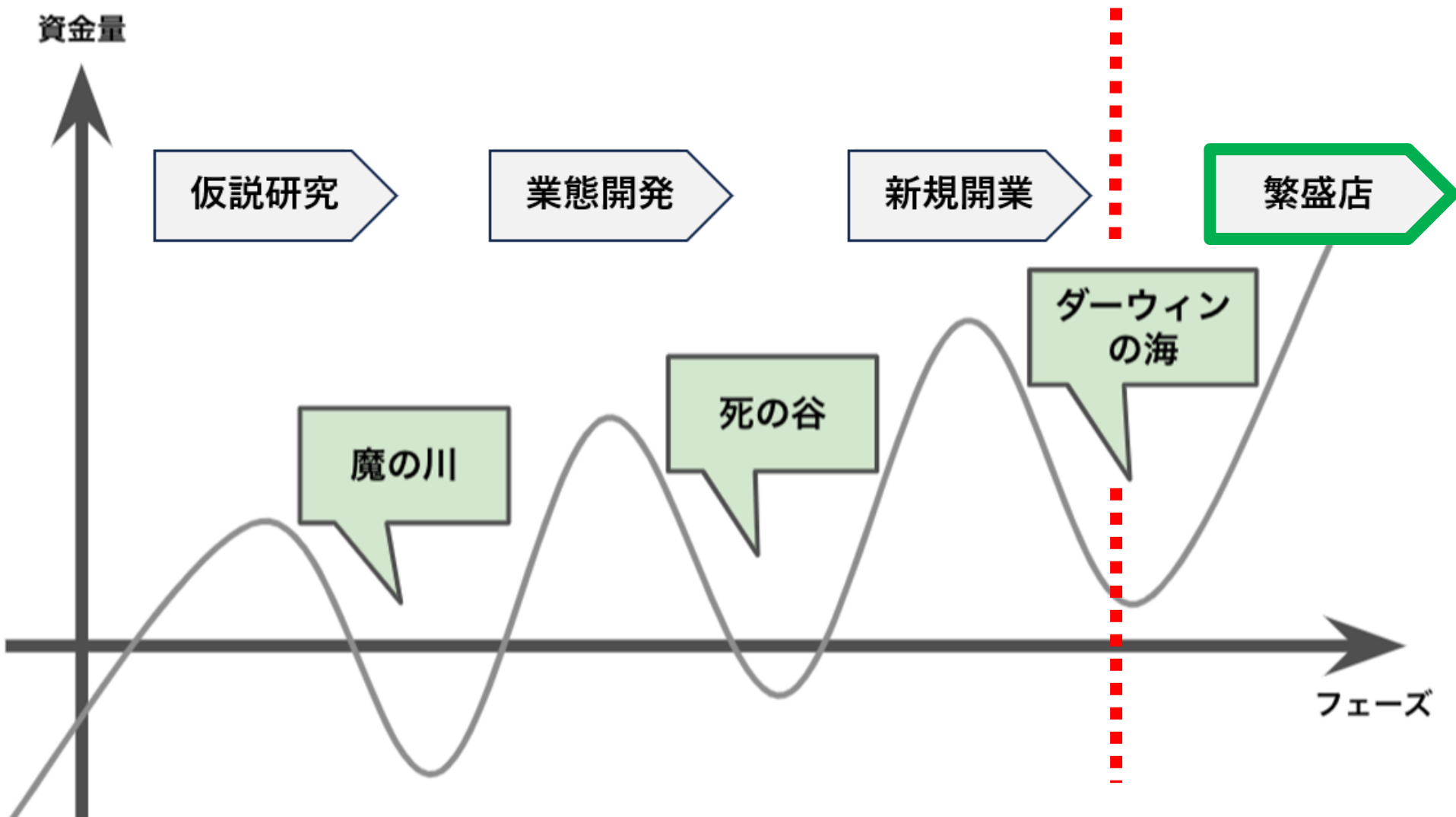
10年前倒しの経営革新プランを実行した成果

出所: 伴走支援の在り方検討会「中小企業伴走支援モデルの再構築について」一部加工

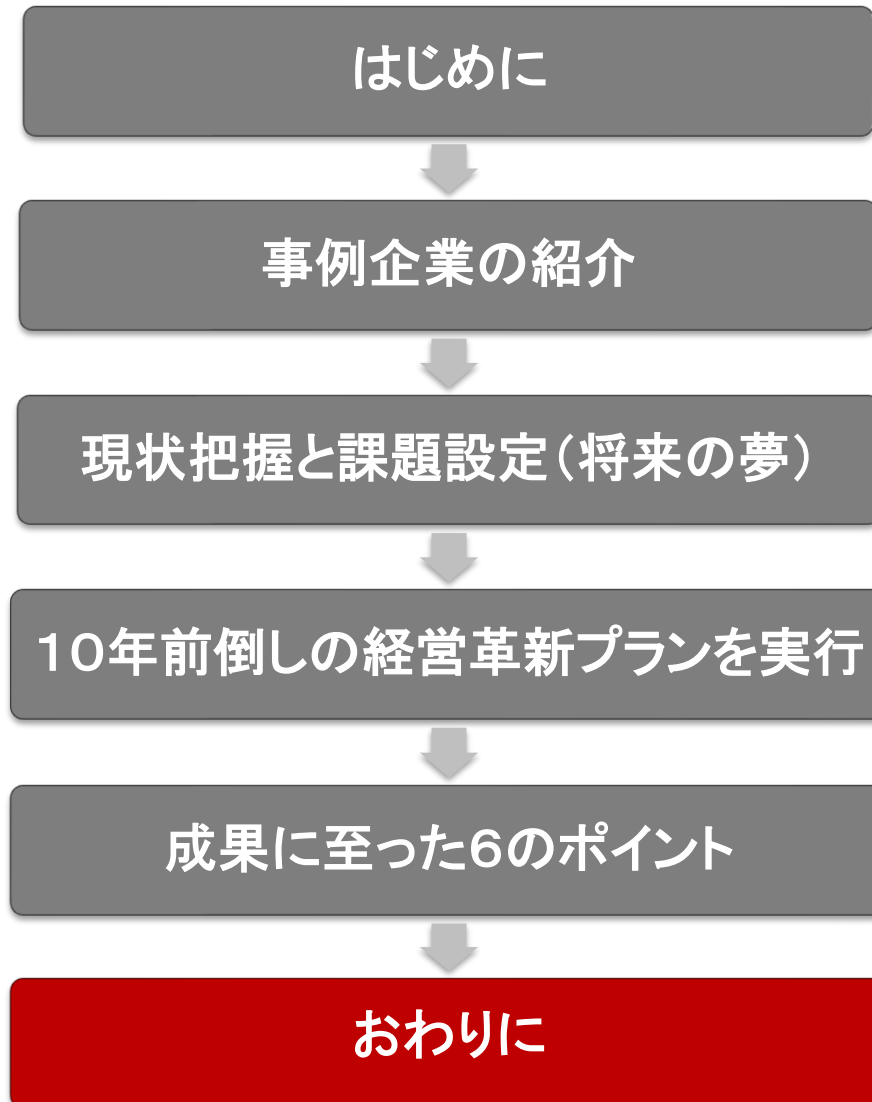


繁盛店への道（新規事業成功の4ステップ）

出所：出川通「技術経営の考え方」一部加工

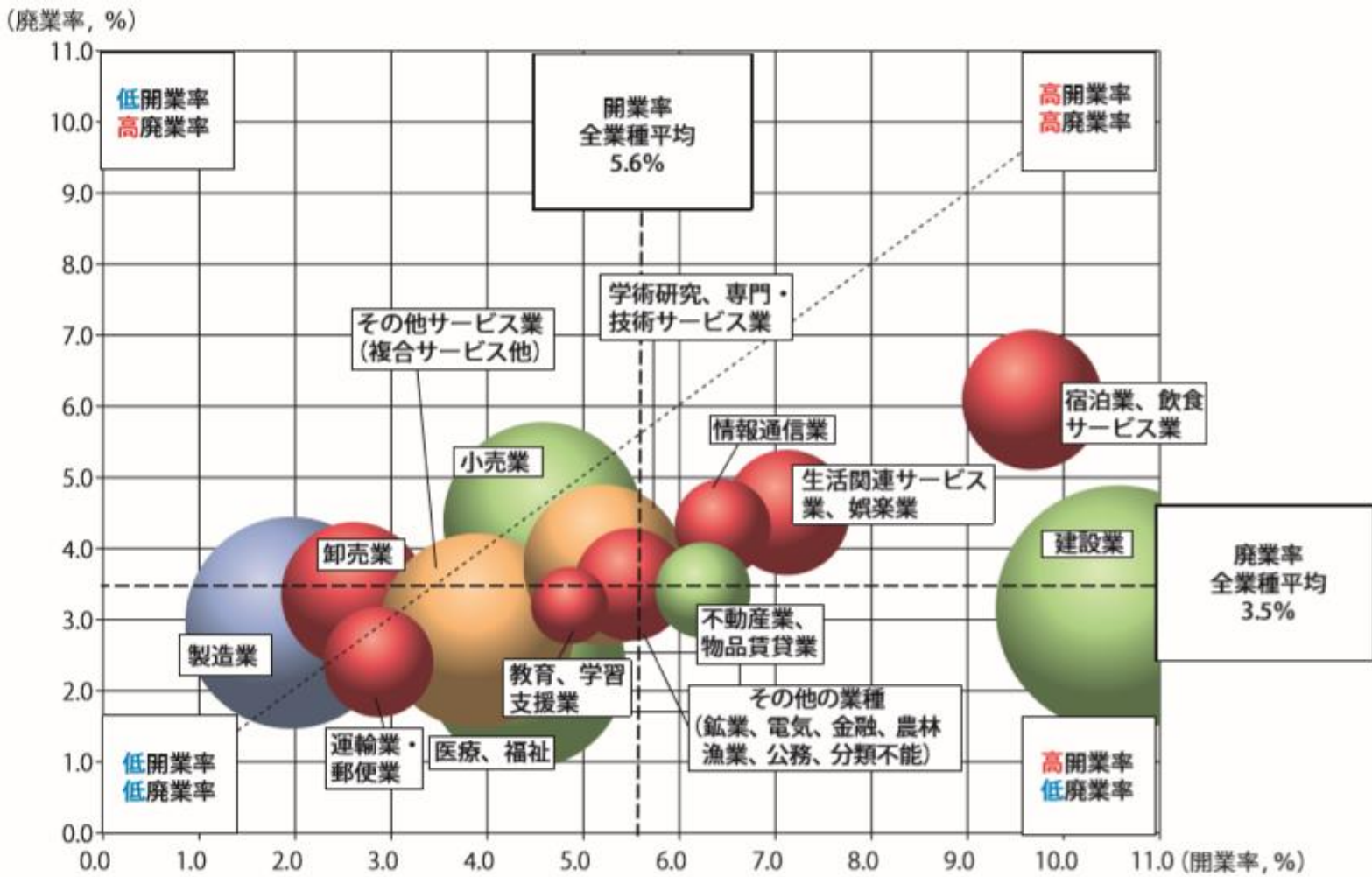


本日の流れ



業種によって大きく異なる開廃業率

出所: 中小企業白書





飲食・外食業界の現況（店舗数）

飲食店数（全国）

中小零細外食企業のボリューム

出所:財務省「法人企業統計調査2019年度」

	売上高		負債	労働者数
	(兆円)	(シェア)	(兆円)	(万人)
大企業・中堅企業（資本金1億円以上）	5.0	24%	0.8	49.2
零細でない中小企業（資本金0.1～1億円）	10.3	49%	3.2	135.4
零細企業（資本金0.1億円未満）	5.5	26%	2.7	89.9
計	20.8	100%	6.7	274.5

ご清聴いただき、ありがとうございました