

飲食店成功に向けて！【開店・開業ノウハウ 第12回】

ファミリーを対象にしたお店を希望するなら・・・

絶対住宅地！

住宅立地を、大きく大別すると「新興住宅地」・「成熟住宅地」・「高級住宅地」・「下町住宅地」・「単身者中心住宅地」・「集合団地住宅地」・「工業住宅地」があります。



新興住宅地は新しい分譲住宅が建ち並ぶ町で若い夫婦が多いのが特徴です。

成熟住宅地は、昔は新興住宅地だったが、新しく住宅が建つ場所もなくなり成熟しだした町をいい、家主が40～50歳の家庭が多く、

高級住宅地は分譲価格が高い家が建ち並び、高所得者層が多い町のこと。

また、**下町住宅地**とは江戸時代から栄えた町を指し、高齢化社会を形成しているか、あるいは、観光名所として栄えている町であり、お年寄りや観光客が多く集まり、

単身者中心住宅地はワンルームマンションや寮などが多く集まっている場所で、学生や一人暮らしの従業者や単身赴任のサラリーマンが多い地域をいいます。

集合団地住宅地の場合は、市営や公団などの国が営んでいる団地が多い町を指します。集合住宅の場合、建物の老朽化の度合いにより客層が変化します。新しい建物は若年層の夫婦が多く、老朽化している場合は高齢の方も多くなります。

工業住宅地は工場に隣接した立地を指します。この町は工場の工員が多いですね。

■■■ 住宅立地のメリットとデメリット ■■■

新興住宅地

●メリット

- イ) 若い夫婦がターゲットとして考えられ、ファッションブルで先進的なお店でも受け入れてくれる町です。
- ロ) 共働き世代も多く、裕福である家庭も多いことから外食頻度も高くなります。
- ハ) 小さな子供が多い家庭が多い場合は、子供を意識した業態＝ファミリーレス

トランやファーストフードなどが良いでしょう。

- 二) これからマーケットが拡大する要素があり、人口も拡大していく可能性も高いので、将来性がかなり高いと思われます。
- ホ)) 一等地と違い出店コストが安いでしょう。

●デメリット

- イ)) 家族構成をしっかりと意識したお店作りをしなければ、失敗する可能性が高くなります。
- ロ) 歩行者が対象であれば、駅と家を結ぶ道路の通行量が多い必要があります。また、車の保有率が高い町であれば駐車場があることが重要です。
- ハ) 週末にお客様が集中するお店が多く、平日の集客を如何に行なうかがポイントです。

成熟住宅地

●メリット

- イ) 若年層から高齢者まで幅広いマーケットを獲得できる立地です。
- ロ) 子供も大きくなり、家族単位で活動することが少なくなってくることから、幅広いマーケットからお客様を絞り込んだ業種・業態も可能な立地です。

●デメリット

- イ) 成熟している町であるため、人口は横ばい、あるいは、将来的に減少する可能性もあります。
- ロ) 歩行者が対象であれば、駅と家を結ぶ道路の通行量が多い場所を選び、車の保有率が高い町であれば駐車場があることが重要です。
- ハ) 週末にお客様が集中するお店が多く、平日の集客を如何に行なうかがポイントです。

高級住宅地

●メリット

- イ) 医師、弁護士、パイロット、社長など高所得者が集まっている町であるため、客単価が高い専門店に適した立地です。
- ロ) 健康志向が高い人や素材にこだわりを持っている人が多いことから、これら

のポイントをしっかりと抑えながら業態を開発することで、成功率が高くなります。

ハ) 一等地と比較すると出店コストは低価格です。

●デメリット

イ) 口がこえたマーケットが多いので、中途半端な料理やサービスはできません。徹底した教育や料理の開発が不可欠となります。

ロ) 歩行者が対象であれば、駅と家を結ぶ道路の通行量が多い場所を選び、車の保有率が高い町であれば駐車場があることが重要です。

ハ) 週末にお客様が集中するお店が多く、平日の集客を如何に行なうかがポイントです。

二) 内装はチープなものは難しく、ある程度の水準のお店になるため、初期投資の工事コストが通常店舗と比較した場合、若干高くなりやすく、店舗のデザイン性や個室感も必要になってきます。

下町住宅地

●メリット

イ) 昔ながら町なので、あまり先進的な業態よりもみんなが知っている馴染み感のある業種、業態を設定したお店作りが大切です。

ロ) 観光客を対象とした場合は、その地場の食材を使用した料理を販売することで観光客を獲得することができます。

ハ) 地域の人々とのつながりがかなり深くなるため、地域顧客を獲得しやすいことがあげられます。

●デメリット

イ) 観光客は流動的であるため、しっかりと観光シーズンを把握しながら戦略を立てる必要があります。

ロ) 住居者の人口は横ばい、あるいは、減少する可能性もあるが、プラス α として観光客の増減がマーケットの一つのポイントとなります。

ハ) 歩行者が対象であれば、駅と家を結ぶ道路の通行量が多い場所を選び、車の保有率が高い町であれば駐車場があることが重要です。

二) 週末にお客様が集中するお店が多く、平日の集客を如何に行なうかがポイント

トです。

- ホ) 観光名所であれば、町全体の景観に関する規制がある場合もあるため、役所で確認することが大切です。＝自分が思っているお店のイメージにならないケースもあります。
- へ) 地域を大事にしなければならないため、様々な付き合いや集まりの参加など、積極的に町の行事に参加することが重要です。時間を拘束されるためスタッフの勤務スケジュールを組み立てる必要があります。

単身者中心住宅地

●メリット

- イ) 一人暮らしの人が多くことから、お弁当、デリ、ファーストフード、丼、うどん、そばなど一人で気軽に食べられたり、テイクアウトができたりする業態がおすすめ。
- ロ) 低単価で高回転率のお店向けです。
- ハ) イ) の業態であれば、店舗面積が 10 坪～20 坪くらいでお店を探ることができることから、物件が探しやすく、かつ、工事コストや出店コストも低価格でお店を出店することができます。
- 二) カップルもお客様として取り込むことのできる立地です。
- ホ) 他の住宅地と異なり、平日の顧客獲得もしやすく、逆に週末は、デリバリーで稼ぐ仕組みづくりで売上を確保することができます。

●デメリット

- イ) ひとり客が多いため、グループ客や宴会客を中心としたお店づくりは難しくなります。
- ロ) 町の転入転出が頻繁に起こるため、販売促進を充実させて、新規顧客を獲得する必要があります。
- ハ) 売上を多く求める人には難しい立地と言えます。
- 二) 歩行者が対象であれば、駅と家を結ぶ道路の通行量が多い場所を選び、車の保有率が高い町であれば路上駐車ができる場所が必要です。

集合団地住宅地

●メリット

- イ) 公団住宅やマンモス団地などが集積する町のため、居住者は多いものの建物の築年数によって住んでいる人の層が異なるため、マーケットをしっかりとチェックする必要があります。築年数が新しい団地は若年層の夫婦やファミリーが多く居住していることから、弁当、惣菜、デリなどの業態のウエイトが高ポイントとなります。
- ロ) 低価格業態の成功率が高い住宅の1つです。
- ハ) イ) の業態であれば、店舗面積が10坪～20坪くらいでお店を探すことができることから、物件が探しやすく、かつ、工事コストや出店コストも低価格でお店を出店することができます。
- ニ) 高齢層が多く住んでいる場合は高齢向けのデリバリー業態がお勧め。
- ホ) できるだけ団地の入口に近い場所に出店できればかなりの集客があります。
- ヘ) 平日の昼夜食の惣菜や、お弁当は購入率も高くなります。

●デメリット

- イ) 築年数が古い場合は高齢者が多い場合があることと、室数は多いものの住んでいる人が少ないケースもあるので注意が必要です。
- ロ) 団地の居住者を見間違えると失敗します。

工業住宅地

●メリット

- イ) 工員を対象とした低価格の定食屋業態や立ち飲み屋などの低価格でボリュームがある業態がポイント。

●デメリット

- イ) 工場を中心とした工員が住まう場所であるため、マーケットは工場の大きさによって異なります。確認が必要です。
- ロ) 工場で成り立っている町の危険な部分は、その工場がいつ閉鎖されるかわからない現状があるからです。例えば自動車部品は、かなり海外へ工場の生産ラインを移していることを見ても、コストを下げるための工夫をしています。このため、工場閉鎖とともに町の人口が減る可能性が高いというリスクを持っています。この住宅地はどの住宅地よりもリスクが高いでしょう。