

第 38 回

すぐに使える飲食店の開業・開店のノウハウ！！

コンセプト-02 お客様の層を決定する

前回物件の時に説明した立地調査をもとに、客層を想定することが必要です。

1) 男女別年齢別人口統計を見て、一番人口の多い年齢層を割り出します。

例えば、ある町では 20～24 歳が一番多く、次いで 25～29 歳が多い、次に多いのが 50～54 歳となっているところがあるとした場合、考えられるお客様の層は、ターゲットは 20～29 歳、と 50～54 歳となりますが、実際にはこの層のライフスタイルは親と子供ということになります。ということはサブターゲットである 50～54 歳は人口数から考えてターゲットとはなりにくくなります。

2) 過去 5 年間の人口増減率

過去の人口増減率から、将来的なマーケットを想定します。

例えば、15～19 歳が 1) の 20～24 歳と比較した場合、15～19 歳が極端に少ないとします。しかし、過去 5 年間の人口増減を見た場合、毎年 20～24 歳が多く住んでいるというデータがあった場合、この町は一人暮らしで 20～24 歳のサラリーマンと OL が多いという予想がつかます。

3) 一世帯当りの人口

一世帯当りの人口とは、一世帯当り何人の家族かを知るための統計資料です。

例えば、1.4 人とした場合、この町は一人暮らしか若いカップルが多く住んでいることが分かります。さらに 2) の一人暮らしが多いことを裏付ける材料ともなります。

4) 立地周辺の大学及び専門学校の生徒数

この地域の学生数を知ることができます。もし、学生が多い町であれば、学生がターゲットになるものの、客単価の高い業態は難しく、なおかつ、夏休みとか春休みには帰郷する学生もいることから、この休み期間の売上は期待できません。

(上記の例外として、学校は少なく、生徒数もないという地域もあります)

5) 産業別事業所数と従業者数の人口増減

この統計では、従業員の数が問題です。例えば、従業員数が多ければ、サラリーマンや OL が多いこととなります。

以上のように 1～5 の例題を総括して考えてみると、20～29 歳のサラリーマンや OL が多く、また、一人暮らしや若いカップルが多く住んでいる町であることが想定できます。

次に、立地周辺の町を見て、時間帯別にどのような人が多く町に来訪しているのかを確認し、さらに、ターゲットを絞り込みます。

ターゲットの選定はこのような手順で実施し、常にデータで想定を行い、次いで実際に自分の目で確かめることが大切です。ターゲットが決まったらそのターゲット(客層)のライフスタイルを考えて、業態やモチベーション(利用動機)を明確にする必要があります。

今回は ライフスタイルの考え方とモチベーションについてです。乞うご期待。