

メニュー価格を改定し、 経営状況を改善

会社概要 社名：非公開
設立：1996年
従業員数：5名

背景・きっかけなど／価格改定後も続く、仕入価格の高騰

飲食サービス業は新型コロナウイルス感染拡大の影響を大きく受けてきた業種のひとつです。

同店は、長年地域住民を中心に愛されているうどん屋です。埼玉県には、地域に根付いた特色あるうどん店が数多くある中、同店は伝統的な手打ちうどんを提供しています。コシの強さとのどごしだけでなく、味においても様々な工夫を重ね、独自の一品を作り出しています。

コロナで同店は営業を継続するべく、密を防ぐ改装や、テイクアウトなど、さまざまな経営努力を重ねてきました。コロナ禍の収束により、ようやく経営状況が改善するかと思った矢先、円安やウクライナ危機などの影響により、仕入価格や光熱費の高騰に直面することとなりました。

多くの飲食店同様、同店でも厳しい経営状況が続いたため、以前に一度メニュー価格を改定しました。

「当時、メニュー価格を6～8%上げることで、一時的に経営状況を改善することができましたが、仕入価格や光熱費は更に高騰し続け、これ以上値上げをするとお客様が離れていく懸念もあり、悩んでいました。」（店主）

そこで、経営状況を安定させるための助言を希望し、県の伴走型支援を活用することになりました。



小麦粉の値動きの状況

原価率を把握／再度、価格改定の必要性を認識

埼玉県の『価格交渉支援ツール』を使い、原価の大半を占める製品（小麦・そば粉・天ぷら用サラダ油・LPガス・電気等）の価格調査を行いました。

その結果、昨年の価格改定時と比較すると、ほとんどの製品価格が更に値上がりしており、原価率が高くなっている状態でした。

昨今の世界情勢や円安などの影響から、価格高騰は当面の間継続すると考えられます。

また、客数増加のための手を打っても、すぐに効果が出るとは限らない中、厳しい経営状況を打開するためには、適切なメニュー価格の再度の見直しが必要であることを理解しました。

<ポイント>

- 食材仕入価格の動向を調査し、再度の値上げの必要性を理解
- 仕入価格高騰分を加味し、改善効果が見込める改定価格を算出
- 収支計画シミュレーターの活用により、1%アップのインパクトを実感

支援ツール活用により適切な改定価格を決定、1%アップのインパクトを実感

「どれだけ原価が上がっているのか、具体的な数字として目の当たりにしたことで、再度価格改定を実施することを決断できました。」

（店主）

埼玉県の『収支計画シミュレーター』を用いて分析した結果、価格を1%上昇させるだけで、十分な経営改善効果が見込まれることが把握できました。そこで、再度の価格改定に踏み切ることとなりました。

ただ一律に上げるのではなく、今後、更に材料の価格上昇が見込まれるか、ABC分析等も踏まえてメニュー価格を設定しました。



サンプル画像

価格の改定だけでなく、差別化のためのアドバイスも

今回、専門家の支援を受けて、わずか1%の価格改定でも経営状況の十分な改善につながる事が分かり、仕入価格等に合わせた適切な価格改定の重要性を改めて実感したといます。

同店の近隣には、低価格帯のうどん・蕎麦チェーン店が多く立地しています。今までは価格設定はチェーン店の価格を意識していました。

しかし、同店は個人店であり、大手チェーンとは仕入れ力でも大きな差があります。チェーン店と価格で競争したり、価格を合わせたりすることは、同店の強みを生かした経営方針とは言えません。

「価格面だけで戦うのではなく、店内の雰囲気など近隣競合店との差別化を図ることがとても大切」というアドバイスも受けました。（店主）

そこで、レシピの見直しや、新メニューの考案、器・店内装飾の入れ替え等で近隣のチェーン店との差別化を図るための取組を開始しています。

<企業からのコメント>

メニュー価格の改定により、経営状況の改善を図ることができました。シミュレーションで1%の値上げでも利益を改善できることが分かり、驚くとともに、数字で把握することの重要性を実感しました。

価格以外の魅力をお客様に感じてもらえるよう、特色あるメニューとおもてなしでオンラインの付加価値を高め、チェーン店との差別化を図ってまいります。