

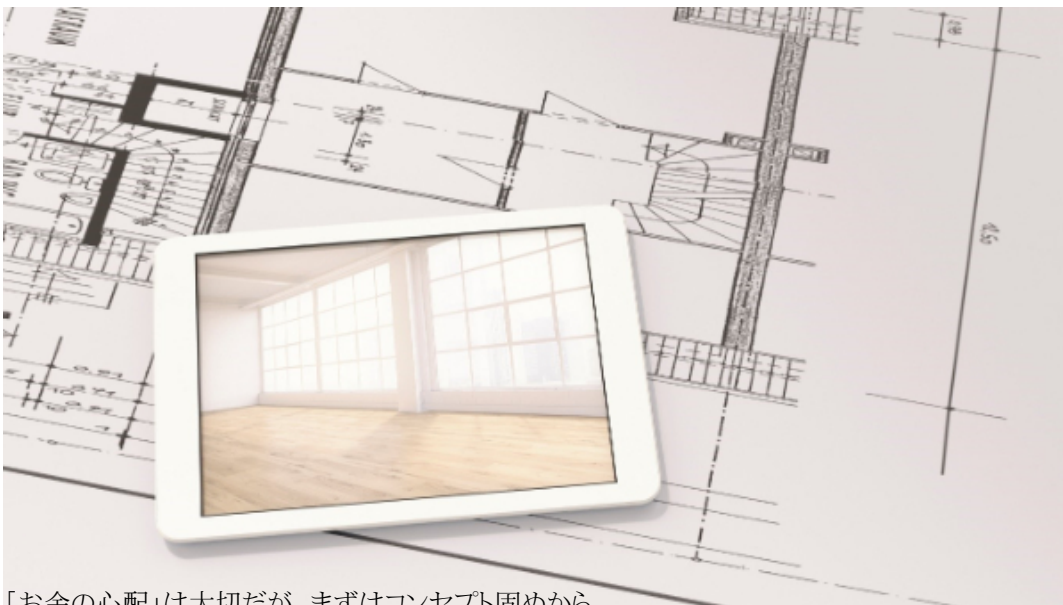
専門家が伝授する経営突破ナビゲーション(第15回)

「店を開きたい！」と欲ってからのやるべきこと&注意点

2022.03.02

2020年以降は、コロナ禍による影響から「開業・出店を控える」企業が少なくありませんでしたが、感染者数の減少やワクチン接種率の向上による経済回復の反動を受け、今後は開業や出店が加速すると見られています。そこで今回は、「今がチャンス！」と出店を考える経営者が、何からスタートし、開店までどのようなフローを辿るべきかについて、考えていきたいと思ひます。

まずは業態・コンセプトを固め、物件を探す



「お金の心配」は大切だが、まずはコンセプト固めから

お店を開くとなると、まずイメージするのは「ある程度大きなお金がかかる」ということ。以前から貯蓄してきた、相続や贈与を受けてまとまったお金が手に入ったというケースがない限りは、融資や他社からの資金援助を受けないと実現しないこともあって、いわゆる金策に走るところからスタートされる方もいると思ひます。

もちろん、そうしたアクションも必要になりますが、まずは「どんな業態で、どんなコンセプトの店にするか」というイメージを固めていくことが大切であり、ここがスタートになります。

ここで理解しておきたいのは、「街にはすでにあらゆる業態の店が営業している」ということ。多様化が進展している日本で、「うちの店にしかない！」ということを探し出すことは困難です。むしろお客さまの目線で、「どういったお客さまが、どんなシーンで店を利用し、価値を感じるか」ということを冷静に考え、突き詰めていくことでしよう。

とくに飲食店の場合、参入障壁が低く、いわゆる見切り発車でも開店できるかも知れません。しかしながら、それが長続きすることはありません。よくいわれますが、飲食店の場合には1年目で3割、2年目で5割、3年目で7割の店が廃業を余儀なくされています。他と差別化できない、廃業率も高いというのであれば、そうした不安を上回るくらいの「自分らしいコンセプト」を洗練させていく必要があるでしょう。

物件は、周辺エリアの特徴まで意識を

業態とコンセプトが固まったところで、次は物件選びです。

物件を選ぶ前提として、広く情報収集をしておくことが成功のカギといえます。地元で詳しい不動産業者に、複数社声をかけておくのは当然として、取引している銀行や信用金庫、同業の知り合いなど、考えつく限りの人脈に当たっておくべきです。その上で物件を選んでいくこととなります。

物件については、多くが「スケルトン」といわれる状態です。これは、以前どのような業態の店舗が営業していたとしても、「退去時には原状回復させる」契約となっているからです。しかし、中には前の店舗で使っていた設備や什器を置いたままにした「居抜き」といわれる状態の店もあります。居抜き物件だと初期費用を抑えることができるため、もし巡り逢った時には幸運といえるでしょう。

さて、物件の内覧が済み、内部の状態や立地、家賃などの条件が良ければ契約となりますが、ここで見落としがちなのが「周辺エリアの特徴への意識」です。もともと自身で土地勘がある場所であれば問題ないかも知れませんが、あまり知らない土地であれば、「どんな人が生活しているか」「物件の前の人通りはどうか」「周辺エリアとお店の客層がマッチするか」などをチェックする必要があります。

加えて家賃が適正か、定期建物賃貸借契約があるなら期間はどうか、といった点も確認しておくようにしましょう。

インターネットやSNSでの集客効果が期待できる時代ではありますが、お客さんは「すぐに」「手間なく」物やサービスを手に入れることが最適であり、わざわざ集客のためのアクションを起こさなくても、自然に来店いただけるような物件を見つけたいものです。

FLRコストを踏まえて事業計画を立てる… 続きを読む