

# ウィークリーニュースレター37号 2021

## <常識を覆す利用頻度と価格設定に驚いたお話>

先日あるクレープ屋さんとお話したところ考えさせられる事があったので報告致します。そのクレープ屋さんは出前館を利用していました。実際の注文状況を聞くと1日1件は注文があるといいます。ではそのお客様はクレープを一体いくらで購入しているのかを来たところ「1200円~1300円」。もう驚きです。配達をしてもらっただけで500円前後のクレープが倍以上になってしまいます。

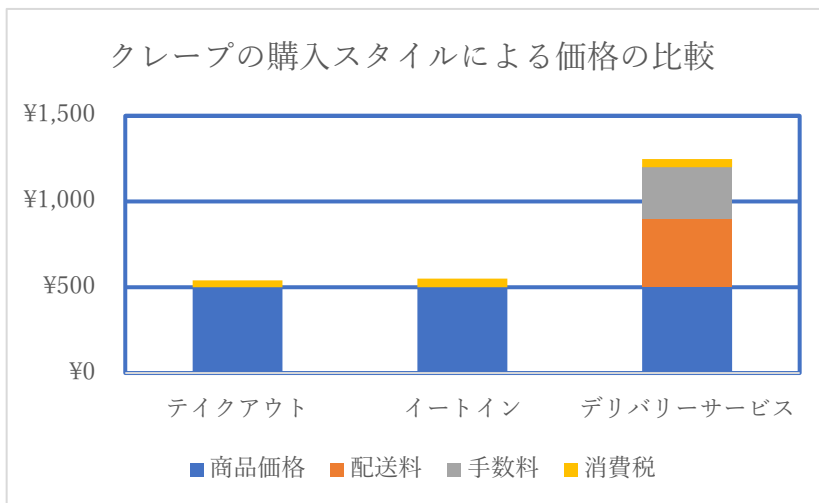
では、大手のお話でシュミレーションしてみました。あるチェーン店の牛井のお話。店舗でテイクアウト、またはイトインで牛井の並を注文すると税込みで387円でした。Uber Eats に掲載されているメニュー価格は570円！！既にこの時点で173円も高い。そして更に少額注文、配達料が加算され最終的に牛井の並が977円で精算されます。倍以上になる牛井の並。私は頼めません…。多くの人が高いと思います。しかし利用する人が後をたたない。

お店は購入した人の利用頻度や注文しているメニューなどが閲覧できるそうです。コアなユーザーは500回以上出前館を利用しているそうです。つまりクレープ1300円も牛井の並977円も高いと思って買っていない層が少ないながらも必ずいるということ。

実際の利用している人の理由は「人との接触が許されない」「子供が小さくて手がかかるため外出できない」「店舗まで行く足がない」「移動時間がない」など様々です。またデリバリーサービスを店舗がスタートする費用は0円です。毎月のランニングコストもありません。注文があったときだけお店の負担が発生します。その負担を補うためにメニューは2割~3割高く設定しています。つまりお店の収益はデリバリーもテイクアウトもイトインも変わらない。お店のリスクは全く無いと言えます。路面店で立地条件が悪く店前通行量が少ない店舗は是非導入する価値はあるサービスだと思います。

クレープの相場は500円。たい焼きの相場は150円。たこ焼きの相場は600円。そんな常識を覆す宅配サービスに乗らない手は無いと思います。

## <価格の内訳の詳細>



注目すべき点はオレンジの部分です。仲介業者である出前館やUberEatsに払う手数料です。この部分を消費者に負担してもらいます。更に消費者からもグレーの部分の手数料を仲介業者は請求しています。つまりお店の利益は青い部分から捻出しているのみ。結局利益は変わらず販売数が増えるという構造です。諸費者は2重の手数料を払っているということです。



三ツ星キッチンカー養成所  
セミナー

キッチンカー開業セミナー

豊吉公式 Twitter

株式会社豊吉ホームページ