

ウィークリーニュースレター44号 2021

<売上げを2万→3万は難しく、4万→6万は簡単とは？>

先日、面白い話を聞くことができました。スーパーにたい焼きで出店している人の話。その人は何十年もスーパーの店頭催事で出店しています。出店場所を選定するときや場所を変更するときのタイミングなど面白いなあと思うことができました。

①信者を作る

「信者」とはコアなリピーターです。毎週1回しか出店しなくてもリピーターは作れるそうです。そしてこの信者。儲けという字になります。すごい！日本語って面白いなと思いました。リピーターがお店を支えてくれるのは固定店舗も移動するお店も同じだと言えます。以前サービスエリアに週末だけ出店している人がいましたがリピーターがいたと話していました。地元の人がわざわざたこ焼を買いに来てくれると話していたのはとても印象的です。一見さんメインのサービスエリアでもお気に入りのキッチンカーがあるのはその店主の人柄だったと思います。

②スーパーの集客について

どうしてもそのスーパーの集客に左右されてしまうのが店頭催事です。今の店頭催事の1日の目標売上げは平均3万円だそうです。いつも2万のお店があったとします。3万にするのが本当に苦労すると話していました。逆にいつも売れる平均4万円のお店があります。このお店で6万作るの簡単だと話していました。

どうゆうことか？お店(場所)の集客だそうです。4万売れるお店は集客もあるから行列もできる。列ができれば単価も上がる。という売れるスパイラルに入るのが集客の良いお店だそうです。逆に1日2万円売れないお店は移動するとも話してくれました。いつでも移動できる催事、キッチンカーはここが一番の強みではないかと思います。

<原材料が高騰する中で売価を考えてみる>

今年に入り、小麦、油、砂糖、鶏卵、タコ、精肉が値上がりしています。そして秋の政府の小麦の売渡し価格も春よりも更に高値になると報道されました。ヤマザキパンやフジパンはすでに来年の1月1日から値上を決めており年明け以降も他の原材料の値上がが続くと思われます。またこのタイミングでキッチンカーを開業する人も増えスタートの売価設定に頭を悩ます人も多いようです。

「食べた後、支払った後お得と感じたかどうか？」先日参加したセミナーの講師の人の口癖がコレです。居酒屋で支払う時に「あれ？安い？あの内容で1人4000円？得だな！」と感じた人はまたそのお店に訪れます。鯛焼きやたこ焼も同じです。買って家で食べたとき、「これで150円なら安い。また買いに行こう！」と思っもらえるかが適正な売価ではないでしょうか？日々自分の商品を食べるまでまだ値上げできるのか？それとも中身を増やして値上をするのか？タコのサイズを大きくして値上をするのか？電子マネー決済の導入をして買いやすくするので値上げするのか？多面的に値上の方法を検討するのも一つだと思います。



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