

飲食業での回転数増加（客数増加）の行うべき施策

Q. 飲食業で、今後回転数の拡大で客数増加を考えたいが、どのようにすればよいか？

要旨 飲食業での売上拡大の方式は「客数×客単価」となっており、客数増加には「回転数×1回転当たりの人数」という式が成り立ちます。

以下では、回転数増加並びに客数増加の課題に関して支援する方法を解説します。

解説

1. 客数増加の施策が十分になされているのか確認する

そもそも回転数を上げる施策というのは単純に増えた客数を「ピーク以外の時間にいかに上手く振り分けるか」ということであり、回転数を上げるためには前提として客数を上げるための施策が十分になされているのか？ということを確認しておく必要があります。

2. 回転数を増やすことの弊害を確認、検討する必要がある

先述した増えた客数を時間毎にいかに上手く振り分けるには、「ホールスタッフ」「キッチンスタッフ」のシフト管理と個々のKPI（重要業績評価指標）を計測する必要があります。

業態にもよりますが飲食業では、ランチタイム2～3回転、アイドルタイム（14：00～17：00）1～2回転、ディナータイム2～3回転することとなりその分必要な人員を確保しなければなりません。そうすると結果的に人件費が高騰し、逆に収益が落ち込む可能性もあります。

また、昨今の人材不足の状況においてはなかなか確保することもままならず、結果、問題にもなった「ワンオペ」のような従業

員に無理な労働を強いることとなり、場合によっては労働法に抵触するケースも発生する可能性があります。

3. 限られた時間内で回転数を増やすには予約制と時間制を設けることがセオリー

先述した諸問題をクリアした上で回転数を上げる施策としては、「予約制」を設けることと「時間制」にすることです。

「予約制」は予め店舗側で設定した時間に予約客を振り分けていくことでシフト管理と現場の作業効率が高まり、生産性の向上と最大席数の確保が可能となります。

「時間制」は1時間30分～2時間が相場となっており、「予約制」と組み合わせることでロスなくお客様を席に埋めていくことができます。ただし、高単価の飲食店ではなかなかフィットしづらいのが実情ですので、その場合は「時間制」を伝えずに3時間を1回転と考えるとお客様に心理的負担を掛けずに回転を回すことができます。

最大客席数を確保するには

＜ご提案のポイント＞

- ・まずは、「客数×客単価」「回転数×1回転当たりの人数」のバランスを考えましょう。
- ・その中で、現店舗の「立地」「客層（客単価）」「オペレーション体制（従業員のシフト体制・個々の力量）」のバランスを見ながら、回転数（客数）を増やす仕組みづくりを実施していきましょう。

1. 客数増加の施策が十分になされているか

飲食業での売上拡大の方式は「客数×客単価」となっており、客数増加には「回転数×1回転当たりの人数」という式が成り立ちます。

まずは客数を確保する施策をする必要があり、その施策は十分にされているでしょうか。宣伝広告に関する費用と効果を計測し、①現状採用している宣伝広告の媒体は正しいのか、②宣伝広告を実施しているエリアは正しいのか、③宣伝広告のターゲット（お客様層）は正しいのか、について検討する必要があります。

その上で見当違いの施策を打っていた場合、速やかに必要な施策を再度練り直し、実施していく必要があります。

2. 「立地」「客層」「オペレーション体制」のバランスを見ながら回転数を上げる

1. の施策が十分になされ客数が増加すれば、必ず時間によって入りきらないお客様が発生します。その場合、回転数を上げるために2部制や3部制をとることになりますが、必然的に従業員数の増加と既存労働者の長時間労働が高まることになります。

その結果、かえって生産性が低下する、法規に抵触する、といったリスクが発生します。そこで有効なのが「予約制」と「時間制」の組み合わせの実施です。

「予約制」を導入すると予め決められた時間に何名来店するのかが把握でき、シフト管理がしやすくなります。「時間制」は着席時間を設定することでホール、キッチンの作業負担の段取りがし易くなり作業効率が高まります。

高単価飲食店の場合は「時間制」は採用せずにお客様への給仕、ハンドバッシング時の声掛けで滞在時間の短くすることができます。次のお客様のセッティング時間も含めて1回転3時間とみておけば良いでしょう。一方、高単価のバイオーダー形式の場合も同様ですが、一気にオーダーされて召し上がられるので食後のデザート、コーヒー、お会計を失礼のない程度で早めにお出しする必要があります。

このような施策をすることで無理なく回転数を上げることは可能となります。