

■ 弁当・惣菜販売業

彩り惣菜にじの木

担当コーディネーター
山崎 政幸
石田 篤

販路提案・営業戦略構築・情報発信強化により
売上拡大・収益増加を実現

事業者概要

2022年11月に白河駅にほど近いビル1階で弁当・惣菜販売を開始した。店主が弁当・惣菜を手作りし店頭で販売、予約でお届けも行う。Instagramで情報発信しており、市内だけでなく栃木県那須地区などからも集客がある。夫婦2人で運営しており従業員は雇っていない。直ぐ隣には大手コンビニがあるものの、**タレや出汁から手作りすることで差別化**できている。



相談内容

2023年5月、**開店して半年**であったが、売上および利益をもっと伸ばし、ときに家計からの持出が生じている資金繰りを潤沢にしたいと相談申込みがあった。



課題・問題点

開店して間もないこともあり、予定していた売上になっていない。また廃棄ロスも発生するなど材料費比率が高い。そのため期待していた利益まで届かないこともあり、資金繰りが安定していなかった。

支援内容

<https://www.instagram.com/iro.nijinoki/?hl=ja#>

- ①初回、実際の売上、原価、販管費などの金額をだまかに入れた**月次収支のイメージ図**を作成。利益があまり出ず、ときに家計の持出が生じる仕組みを**図で説明し、その要因を理解してもらった**。
- ②具体的な資金繰りを把握するため、**エクセルで日繰り表を作成**。売上や仕入、経費の金額を**毎日入力**することにし、月次で確認。**収入と支出を見える化した**。
- ③**予約弁当**や**予約惣菜**の販売を強化し、総売上高の**3割**まで拡大させる**目標を設定**。予約で廃棄ロスが出ないことにより、全体のロス比率を低減させる想定。
- ④原材料費高騰に対応した**価格改定**を勧め、並行して一部の材料を比較的安価な**代替品へ入れ替え**することを提案した。それらにより適正な**粗利の確保**を目指した。
- ⑤予約販売を周知するため**PRチラシを作成**。企業や学校、お寺など、まとまった数量の注文が期待される場所に配布するとともに**継続的に営業活動を行う**ことを提案した。
- ⑥一定程度集客に効果のあったInstagram発信について、より**集客効果を高める**ため、写真や動画の投稿、演出などについてアドバイス。**より効果的な発信を継続**するよう支援した。

支援成果

- 初回相談時2023年5月時点（11月～5月）の7ヶ月平均月商に対し、2024年3月時点（10月～3月）の**6ヶ月平均月商が1.3倍**となった。2024年3月の**単月月商は1.8倍**に達する。内訳をみると当拠点が強化を提案した企業・学校・お寺などへの**予約販売営業の成果**ができてきていることが大きく、3月は弁当・オードブルの予約販売売上が全体の7割を占めた。また、タレや出汁から手作りするなど**質の高い「味」**が評価され**リピーターが増加**したこと、Instagram発信改善なども上げられる。
- 価格改定については、メニューごとに当拠点と相談しながら**10～20%程度の値上げ**を実施、もともと価格設定が低めだったこともあり**顧客が減るなどは特になく**適正な売上および粗利を確保できている。それにより、資金繰りも安定してきている。
- 毎日日繰り表を付けることで、売上増加の要因や影響の大きい支出項目を把握できているため、その後の営業戦略も見えてきている。

COコメント

当拠点が提案したアドバイス、また相談者自身で考えたアイデアを**着実に実行**。成果が見えるようになるまで時間はかかったものの実績数字に表れたことなどから経営改善の手ごたえを**相談者自身が感じられている**と思料。約1年間伴走してきたが、**ほぼ自走体制に入った**と判断している。今後も定期的にモニタリング・フォローしていく予定である。