

価格転嫁実践事例

急逝した父の跡を継ぎ、ゼロからの経営把握。「数値」に基づくメニュー刷新で10%の価格転嫁と黒字化を実現！

背景

先代の急逝により事業承継したが、経理知識が乏しく経営状況を把握できていなかった。「売上不振」「原価高騰」「赤字」の三重苦に陥るも、現状が見えていないため打開策が見出せずにいた。

支援内容と取組

- 記帳支援による現状把握：商工会の指導により、直近の経営状況を数値で把握。感覚ではなくデータに基づき、経費増加の実態と赤字の原因を正確に特定した。
- お得感のあるメニュー構成への刷新：単なる値上げではなく、セットメニューの導入などで付加価値を向上。顧客に「割高感」を感じさせずに単価を上げる工夫を行った。
- 「ついで買い」を誘う滞在時間対策：アルコール類をあえて割安に設定し、滞在時間の延長を促進。料理の追加注文（ついで買い）を誘発し、客単価の底上げを図った。

成果

新メニュー（セット商品）の投入等により、約10%の価格転嫁に成功し営業利益が改善。また、滞在時間の延長策が功を奏し、客単価の上昇も実現した。

今後の展望

さらなる収益確保に向け、観光客をターゲットとした新メニューの開発を検討している。また、新規顧客の獲得のために、国の補助金を活用した看板の設置を検討している。

業種
飲食店
(食堂・居酒屋)



企業概要

昭和30年代に初代祖父が創業。急逝した2代目の父から、令和6年に事業承継。

成功へのポイント

- 1 経営者の意識変革
(数値への関心)
- 2 記帳指導による
経営状況の可視化
- 3 客単価と滞在時間を意識
した価格・メニュー戦略
- 4 値上げ前の入念な
準備と根拠の整理