

今それやると利益がなくなる 地雷チェック 50(飲食店専用)

YES/NO で今、利益が出ていない原因を特定し、
今月「やらないこと」を確定するためのチェックです。



Spice Hand

スパイスハンド | 飲食店再生ラボ

使い方

この資料は、利益を増やすためのものではありません。
今月、利益を削っている行動を止めるためのものです。

やることを増やさないでください。削るためのチェックです。

1: チェック 50 を YES/NO で埋める

迷ったら YES にしてください(甘く判定すると意味がありません)

2: A/B/C の YES 数を数える

各項目の右端に(A)(B)(C)が付いています。

YES の数を数えて、

A: 原価側に原因がある

B: 人の使い方に原因がある

C: 売り方に原因がある

3: 一番多い型の「今月の 3 手」だけやる

他はやらないでください。追加施策は不要です。

型の説明(A/B/C)

利益が出ていない型は3つ

このチェックは「成功する方法」を教えるものではありません。今、利益が出ていない原因がどの型かを特定するためのものです。

A:原因の中心が原価側にある

特徴:

売上はあるのに、なぜか手元に利益が残らない。
忙しい日ほど、材料が減り、ロスが出る。

よくある状態:

- ・原価の高い商品が店の主役になっている
- ・ロスが勘で処理されている
- ・“同じ食材を少量で多品目”に抱えている
- ・仕入れ努力で耐えようとしている

この型が危険な理由:

努力すればするほど忙しくできるが、忙しいほど赤字幅が増えていく。

B:原因の中心が「人の使い方」にある

特徴:

売上は上がっても、店が回らない。
提供が遅れ、回転率が落ち、クレームが増え、追加注文も止まる。

よくある状態：

- ・ピーク中に仕込みや掃除など別の動作が入っている
- ・できる人に仕事が集中して崩れていく
- ・新人が入ると品質かスピードが落ちてしまう
- ・忙しいほど厨房が回らなくなる

この型が危険な理由：

人を削るとさらに店が崩れる。忙しいのに利益が残らない状態が固定される。

C: 売り方が悪く利益がでていない

特徴：

何を売って利益を取る店か決まっています。
お客さんは来ているのに、単価が上がらないことが起こります。
ドリンクが出ない。追加が出ない。おすすめが出ない。
来店後の設計ができていない。

よくある状態：

- ・人気メニューが一番薄利
- ・「最初の一皿」で単価が決まっていない
- ・セット/コースに利益の中心がない
- ・値引きやクーポンが当たり前

この型が危険な理由：

安くて無難な注文ばかりが増えるため、お客さんを増やすほど薄利メニューが回り、忙しくなるだけで利益が残らない状態となります。

YES/NO チェック 50

※直感で答えてください

① 値付け・売り方 (C)

1. YES NO 原価が上がったのに、価格は据え置きで耐えている (C)
2. YES NO 人気メニューが一番薄利 (C)
3. YES NO 看板メニューが「原価高い／時間かかる／人手が要る」のどれか (B/C)
4. YES NO セット／コースに「利益が取れる設定」ではない (C)
5. YES NO 客単価が「お客さん」ではなく「店の都合」で決まっている (C)
6. YES NO おすすめの言い方がスタッフごとにバラバラ (C)
7. YES NO “最初の一皿”で単価が決まっていない (C)
8. YES NO ドリンクの初動が弱い(最初の注文が取れてない) (C)
9. YES NO 追加注文の“きっかけ”がメニュー上にない (C)
10. YES NO 「安い方が出る」前提でメニューを組んでいる (C)

② メニュー・原価 (A)

11. YES NO 食材の値上がりを「仕入れ努力」で吸収しようとしている (A)
12. YES NO ロスが「何が・いくら・いつ」で出てるか見えてない (A)
13. YES NO 仕込み量が勤で決まっている (A)
14. YES NO 忙しいほど高原価メニューが回る (A)
15. YES NO 同じ食材を“少量多品目”で抱えている (A)
16. YES NO 原価率を月 1 でしか見ない (A)
17. YES NO 仕入れ先を変える前に、メニュー側を触っていない (A)
18. YES NO 原価が高いのに「量で満足」を作ろうとしている (A)
19. YES NO 付け合わせ／ソース／薬味が“無料で盛られている” (A)
20. YES NO 原価が高い料理ほど写真・説明が強く、注文が寄っている (A/C)

③ 人件費・店の回し方 (B)

- 21. YES NO ピーク時の役割分担が固定されていない(B)
- 22. YES NO 忙しいほど厨房がまわらず、提供が遅れる(B)
- 23. YES NO ピーク中に仕込みなどが混ざっている(B)
- 24. YES NO ピーク後半に追加注文が止まり、売上が伸びない(B/C)
- 25. YES NO 時給が上がったのに配置を変えていない(B)
- 26. YES NO “できる人”がいないと回らない(B)
- 27. YES NO 新人が入ると品質かスピードが落ちる(B)
- 28. YES NO 発注／仕込み／掃除の時間が営業中に食い込む(B)
- 29. YES NO 「忙しい＝利益が増える」前提で動いている(A/B)
- 30. YES NO ラストオーダー前の動きが弱く、最後の売上を逃している(B/C)

④ 値引き・キャンペーン(C)

- 31. YES NO 売上が落ちると、まず値引きを考える(C)
- 32. YES NO クーポンが常設になっている(C)
- 33. YES NO 値引き客を通常価格へ戻す道がない(C)
- 34. YES NO 「集客すれば何とかなる」で利益の回復が後回し(C)
- 35. YES NO 新規客を取る前に「何を買わせる店か」が曖昧(C)
- 36. YES NO 強みが料理名ではなく“雰囲気”だけになっている(C)
- 37. YES NO 予約の時点で単価が決まっていない(C)
- 38. YES NO 忙しい日ほど、写真撮影やロコミ返信を後回しにしている(C)
- 39. YES NO やることを増やすほど、店が回らなくなり、品質が落ちる(B)
- 40. YES NO 「繁盛してる感」だけ作って、残る金を見ていない(C)

⑤ 数字の見方(A/B/C)

- 41. YES NO 日別売上しか見ていない(残り方を見ていない)(A/B/C)
- 42. YES NO 原価が上がった時に“原因”まで落とせない(A)
- 43. YES NO 人件費が高いのか、スタッフの使い方が悪いのか分からない。(B)
- 44. YES NO 客単価が下がった時に「注文の流れ」が追えてない(C)
- 45. YES NO 「忙しいのに手元に利益が残らない日」がある(A/B/C)

46. YES NO 条件が変わるたびに、その場しのぎで動いている。(B/C)
47. YES NO 原因を直さず、反省だけを繰り返している。(A/B/C)
48. YES NO メニュー変更で利益より“好み・こだわり”が先に立つ(A/C)
49. YES NO 薄利なのにオペが重い商品が残っている(A/B)
50. YES NO 「何を削るか」より「何を足すか」で考えるクセがある(A/B/C)

集計欄

A の YES 数: _____

B の YES 数: _____

C の YES 数: _____

一番多い型が、今、利益が出ていない原因。

同点の場合は A → B → C の順で見ます。

A:原因の中心が原価側にある(Aが最多)

今月やること

- 1: 薄利の主力を1つ弱める
(写真・おすすめ・露出を落とす)
- 2: ロスの原因を1つ止める
(「何を」より「いつ出るか」を止める)
- 3: 食材を増やさない
(同一食材に寄せて、使い切る前提で回す)

今月やらないこと

- 量を減らして誤魔化さない(不満は言わずに来なくなる)
- 安い食材へ全面置換しない(客層が崩れて戻らなくなります)
- メニューを増やすな(ロスが増えます)

今月、見る数字

- 粗利額(売上-原価)
- ロス金額(廃棄・作り置き of 残り)

B:原因の中心が「人の使い方」にある(Bが最多)

今月やること

- 1: ピークの役割を固定する
(毎回同じ担当割り分で迷いをださない)
- 2: ピーク中の作業を削る
(仕込み・掃除・発注を営業中に入れない)
- 3: 提供遅れの原因を1つ切る
(重い工程を外す／順番を変える)

今月やらないこと

- いきなり人を削らない(回らなくなって売上も落ちます)
- できる人に全部寄せない(疲弊して崩壊します)
- ピーク中に新メニュー入れない(店の稼働が遅くなります)

今月、見る数字

- 時間帯別の売上(ピーク前/ピーク/ピーク後)
- 提供遅れ回数(体感でOK、毎日メモ)

C: 売り方が悪く利益がでていない(C が最多)

今月やること

- 1: **最初の注文で単価を決める**
(1品目+1ドリンクを固定で推す)
- 2: **利益の芯を1つ作る**
(セット/コースの中心に“残る皿”を置く)
- 3: **おすすめ文句を1つに統一する**
(全員同じ言い回しにする)

今月やらないこと

- 値引きでお客さんを集めない(客層がズれて戻らなくなる)

- 安い方が出る前提で並べない(利益がでない)
- “全部おすすめ”にしない(結局どれも出ない)

今月、見る数字

- 客単価(最初の注文で決まっているか)
- ドリンク率(最初の一杯の出方)

最後に

この PDF は、今月、確実に利益を削っている行動を止める力があります。

ここに書いてあるのは、店を 13 年間経営して 100 店舗以上見てきた「やると失敗する側の共通点」です。

このチェックでやることは、たった一つ。今月、店を壊す動きをしないことです。

それだけ守れば、

- ・忙しいのに残らない
- ・動いているのに良くならない
- ・毎月同じ反省で終わる

この状態からは、確実に抜けだせます。

まずは利益を残す形にしてください。

まずは、ここに書いてある「やるな」を 1 ヶ月守ってください。

著者:スパイスハンド 小林

飲食店で、売上と原価と人件費を、13 年間、背負ってきた立場から書いています。