

当資料DL限定特典付

開業前に気を付けておきたい 4つのポイント

■目次

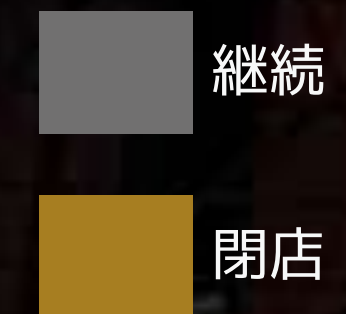
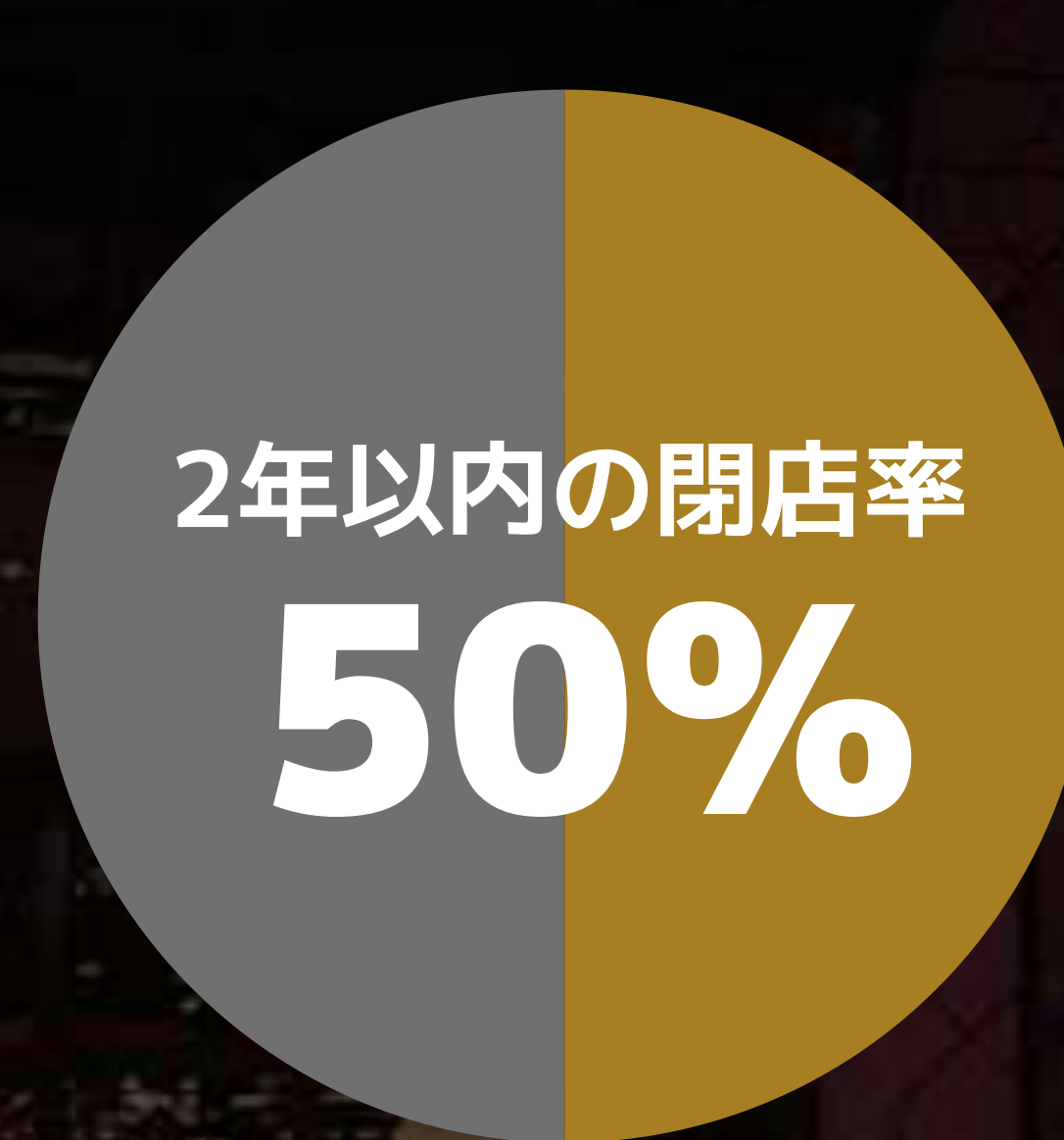
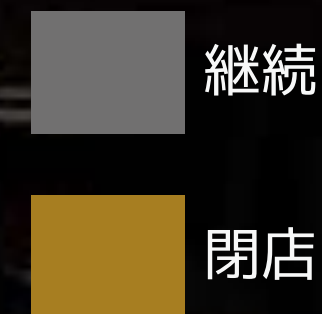
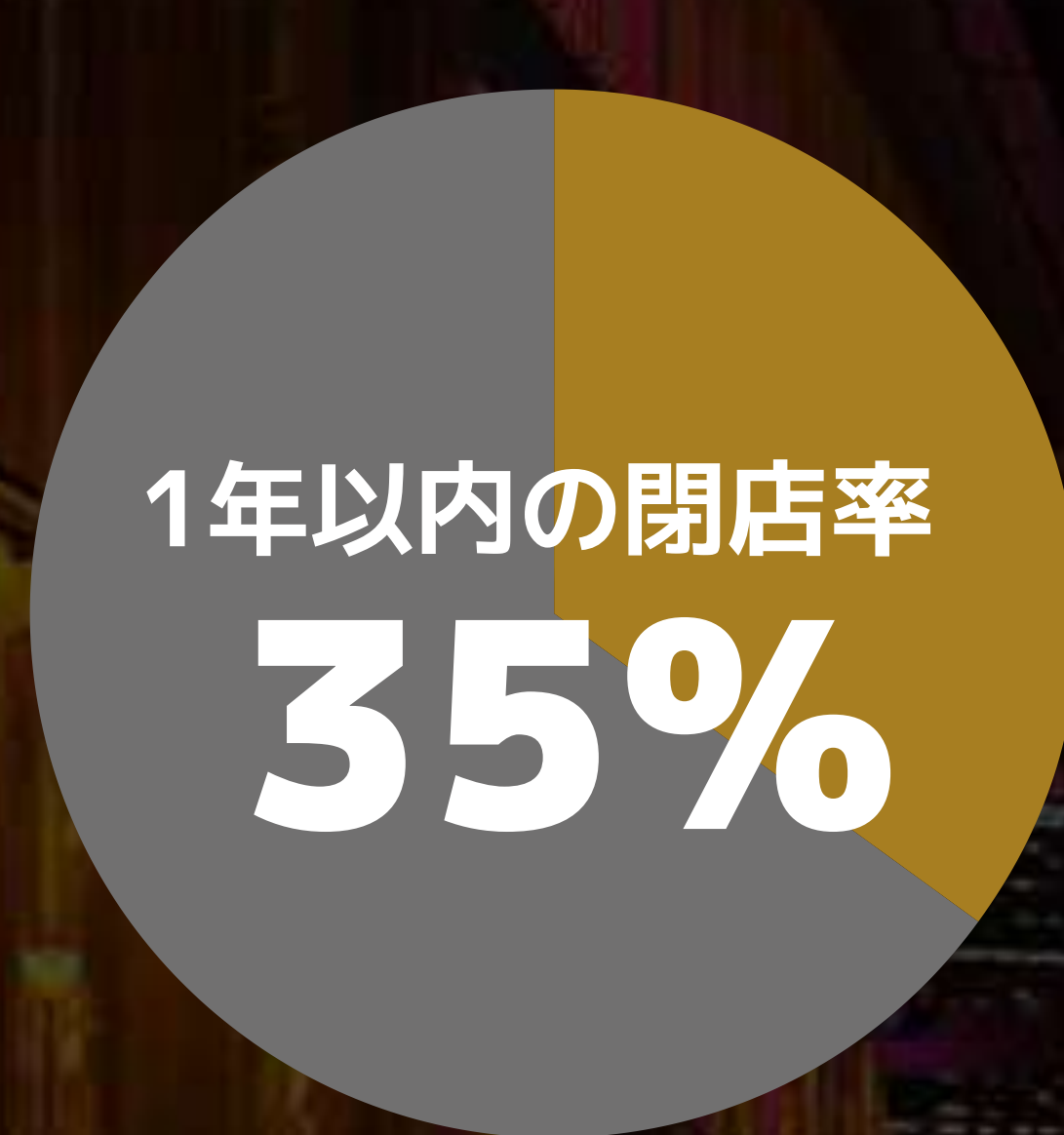
1. はじめに(3P~)
2. POINT①：利益の管理(10P~)
3. POINT②：コンセプトの設定(15P~)
4. POINT③：稼げる給与システム(21P~)
5. POINT④：男性スタッフのレベル(29P~)
6. SPECIALCONTENTS：(34P~)
7. お忙しい方向け：1分で読める要約(36P~)

CONTENTS1

はじめに

1. はじめに

水商売店舗を支える存在でありたい



水商売店舗は1年以内に35%、2年以内に50%の店舗が閉店しています。その多くはノウハウ不足によるもので、予めの準備や対策があれば防げることがほとんどです。

本資料では、水商売専門のPOSレジシステムを開発・運営してきた当社ならではの知見から「開業前に気を付けておきたい4つのポイント」をご紹介します。

1. はじめに

トラストタイムズ編集者の紹介

(株)モトアップ代表取締役 中田耕介 (ナカダコウスケ)

【経歴】

1988年：山梨県出身（地元は人口3,000人）

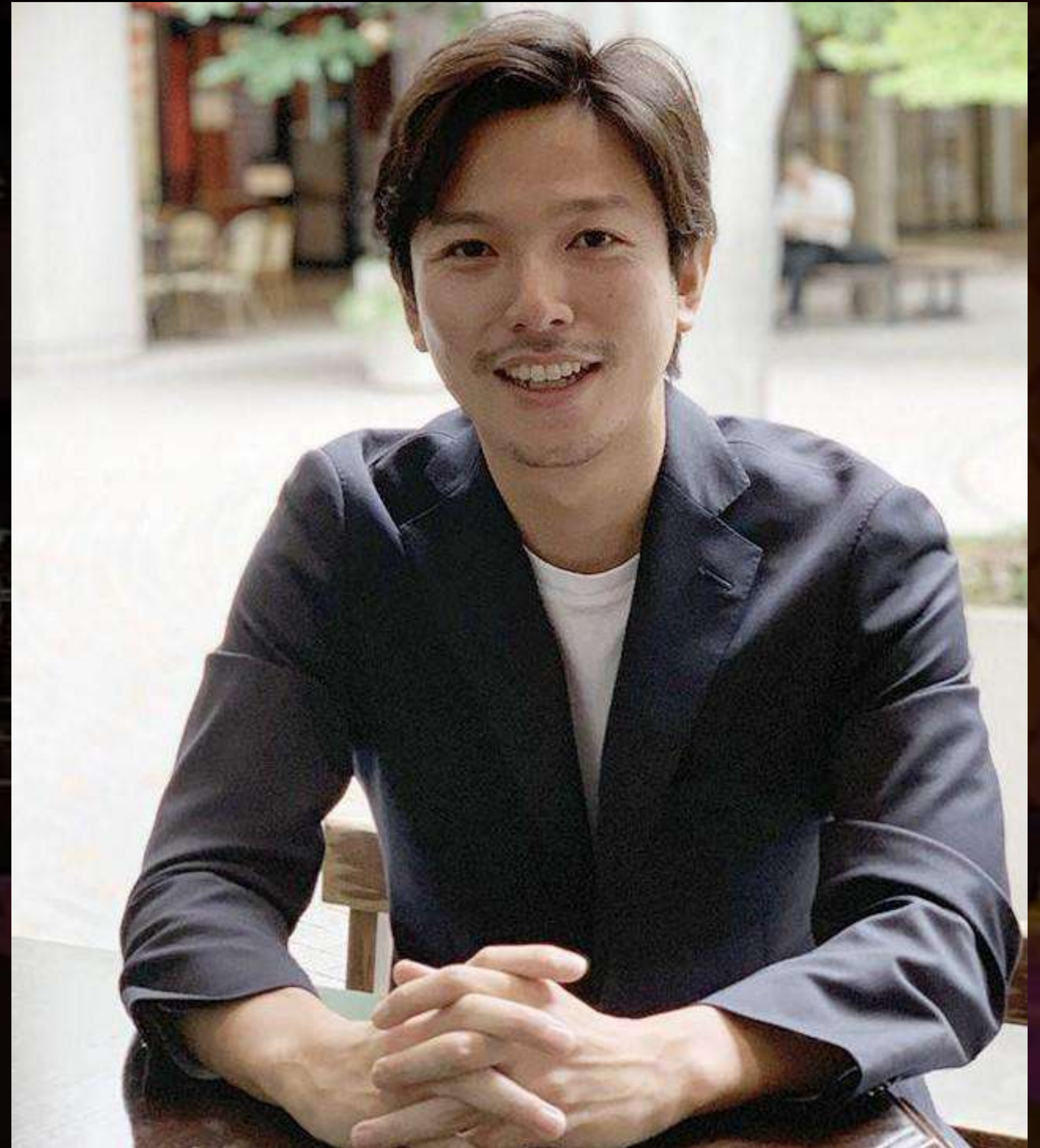
2006年：立教大学入学

2007年：ウェブ制作、メディア運営を行う
会社を設立。

2010年：同社を売却。

2012年：システム受託開発を行う
株式会社モトアップを設立。

2014年：水商売専門のPOSレジシステム
【TRUST】を立ち上げ



1. はじめに

当社が目指す水商売店舗の姿

既存



[会計]
会計時に伝票が出ず、
不正を疑われてしまう

[システム]
アナログで時代遅れ

[業務]
長時間労働で
朝方まで仕事がある

理想



[会計]
レシートが出てきて
料金がわかりやすい

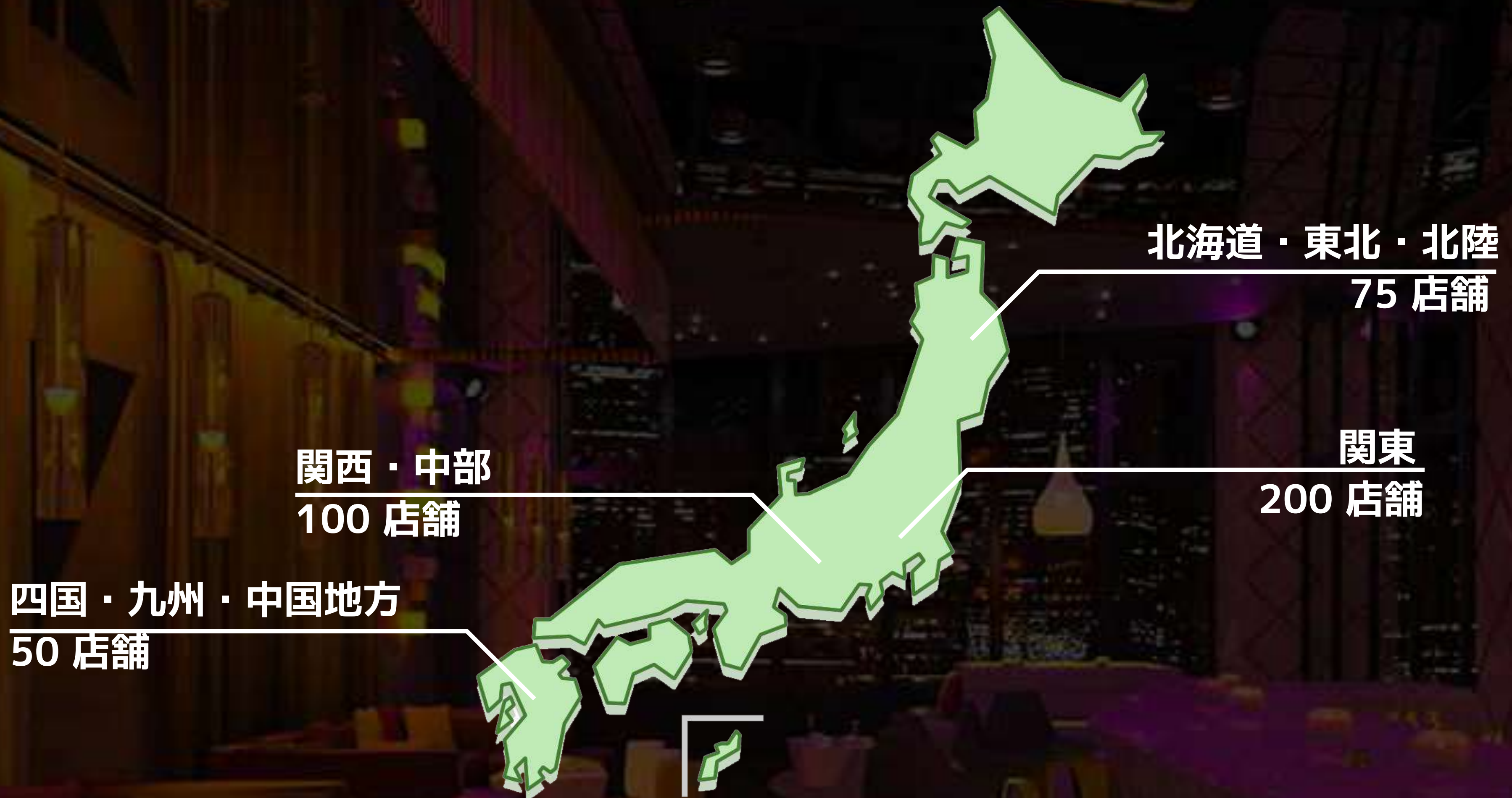
[システム]
IT の導入により最先端

[業務]
POS の導入により
面倒な作業は機械が代行

POSレジ管理システムの導入やノウハウを駆使した開業支援によって、
水 商売店舗・業界のクリーンなイメージづくりを目指しています。

1. はじめに

当社サービスの実績



当社には、全国400店舗へのPOSレジ管理システムの導入支援
100店舗の開業支援を行ってた確かな実績があります。

1. はじめに

当社 POS レジシステムの導入事例

[歌舞伎町フォーティーファイブ様]



概算伝票の計算がスピーディーとなり
お店の売上もアップしました！

トラストを導入することで会計や延長時の計算作業が楽になりました。紙伝票を使っていた頃は、会計が重なる時にお客様を待たせることが多かったのですが、今ではスムーズに進行できています。また、トラストを使うことで延長交渉の際に概算伝票を出す時間が短くなり、延長のお客様も増えました。それによる売上アップもあり、ありがとうございます。

1. はじめに

売れている店舗の4つの特徴

100店舗の開業支援と400店舗へのシステム導入の中で導き出した
売れる店舗の共有点は以下の4つです。

1 利益の管理を徹底している

2 コンセプトがある

3 稼げる給与システムの設定

4 男性スタッフのレベルが高い

開業前に4つのポイントを抑えて売れる店舗を作りあげていきましょう。

CONTENTS2
利益の管理

2. POINT①：利益の管理

利益管理とは



上記の図は、利益を詳細に分解したものです。利益を明確にするためには、各項目の数値を把握し、適切に管理していく必要があります。次ページでは、中でも重要視すべき3つの数値をご紹介します。

2. POINT①：利益の管理

重要視すべき数値

利益の管理の中でも重要視すべき3つ数値と計算式

利益 = 売上 - 経費



利益

||



売上

-



経費

売上 = 客総数 × 客単価



売上

||



客総数

×



客単価

客総数 = リピーター + 新規顧客



客総数

||



リピーター

+



新規顧客

上記の計算式からなる「利益」「売上」「客総数」は、利益の管理の中でも大切な数値です。これらを中心として利益が明確に管理されることで、売上アップのための効果的な施策等を打つことができるほか、店舗の状況の把握が可能となり、利益アップのための改善策を見つけることができます。

2. POINT①：利益の管理

メリットとデメリット

管理していない場合

利益が減ってきたから、とりあえず新規のお客さんを増やす取り組みをして挽回を狙おう！



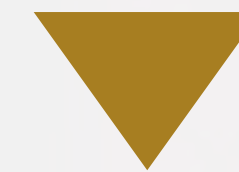
原因不明のままイベントを開催した結果、更なる営業不振へ



負のサイクルへ突入し閉店危機

管理している場合

利益が減った原因はリピーターのお客様の減少だな。今までの平均を50万円も下回ったよ…



原因を元にスタッフへのヒアリングを実施。原因に合わせたイベントの開催と本指名の多かったキャストへのボーナスで対策
キャストの意欲も利益も向上！

上記は、管理の有無での比較です。利益を適切に管理することで、店舗の問題を把握し、さまざまな危機を未然に防ぐことができます。

同じ価値でも経費削減のほうが効果的

売上 100 万円増



経費 10 万円減

利益を管理する上で大切なのが、売上増加と経費削減の関係です。利益アップ=売上増加と考えられがちですが、経費を削減したほうがすぐに効果を得ることができます。なぜなら、この2つはどちらも10万円の利益増加となるからです。大きく利益増加を図るより、**現状を見直して経費を削減**したほうが、**効率の良い利益増加**を見込めます。

CONTENTS3

コンセプトの設定

2. POINT②：コンセプトの設定

重要性

コンセプトを定めないと

- ・ 必要最低限の利益も見込めず、家賃が払えなくなるなどのリスク
- ・ 獲得できた顧客の来店機会損失やターゲット不一致による営業不振

閉店に繋がりやすい

コンセプトを定めると

- ・ 土地に合った戦略的な価格設定等ができ、戦略的な意思決定が可能
- ・ コンセプトがあることで、店の特長が明確になり来店機会が増える

計画的に経営が持続

水商売のコンセプトは、お店の料金システムや給与システムにも関わる重要なものです。なぜなら、店舗の様々な意思決定をする中で重要な指標とるほか、案内所やキャッチからお客さんを獲得できる可能性が高まるからです。お客さんとして経験してきたからなどの「感覚」で経営せず、次ページ以降を元にしっかりとしたコンセプトを定めていきましょう。

2. POINT②：コンセプトの設定

定め方-1

出店エリアの人口分布と競合店を知り、ベースを定めましょう。

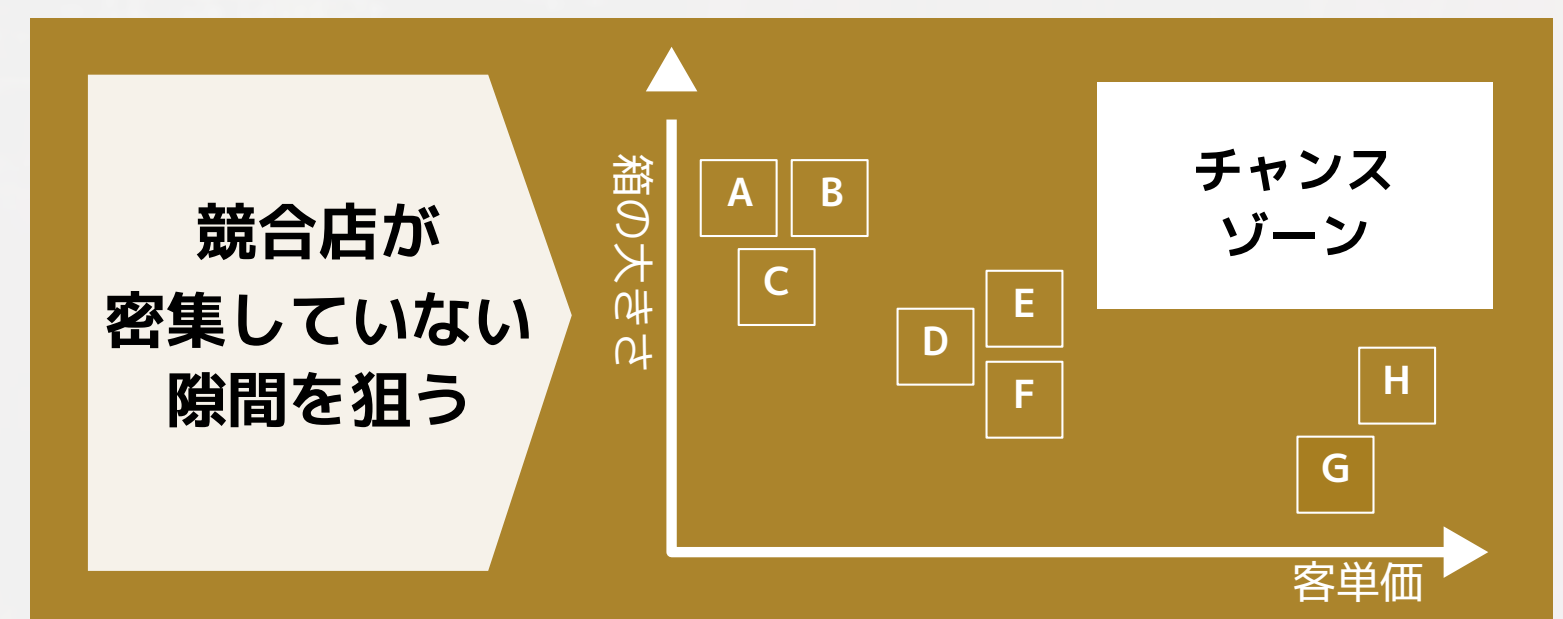
人口分布でターゲットを決定

- ①「出店予定の駅名 + 人口分布」等で検索し、人口分布を確認
- ②その駅周辺に住んでいる人や駅の利用者の年齢層を元に、ターゲットを定める

人口分布と競合店を知ること、コンセプトを設定する上のベースとなる「ターゲット」の決定と「店舗規模」の想定が可能です。

競合店を分析して規模を想定

- ①出店予定のエリアの店舗の客単価と箱の大きさをリストアップ
- ②それらを2軸で分析し、勝てそうなところを想定する
2軸の一例は以下



2. POINT②：コンセプトの設定

定め方-2

1 の情報と繁盛店の料金基準を元に、物件を選定しましょう。

繁盛店の料金基準

1日の売上 = 1か月の家賃

客単価 = 坪単価前後

繁盛店では、上記の式を元に料金を定めています。1で定めた箱の大きさに合う物件候補から料金目安を算出し、2軸のチャンスゾーンにある物件を選定しましょう。客単価の定め方の一例は以下です。

【家賃30万円/坪単価2万円の場合】

1日の売上目標：30万円 客単価目標：2万円 = 1日の集客目標：15名

※客単価調整例) セット料金6千円、延長1回とドリンクorボトルなど

2. POINT②：コンセプトの設定

定め方-2（補足）

補足では、なぜ「家賃をベースにした基準」かをご説明します。

不動産の価格は
その土地を知り尽くした
オーナーや不動産会社が
市場原理に応じて設定

立ち退きなどが無いよう
店舗の利益も
最大限になるよう
考えられている

前ページでご紹介した、**繁盛店の料金基準は不動産価格がベース**となっています。不動産の価格はその土地を知り尽くしたオーナーや不動産会社が市場原理に応じて金額を決めたものなので、自然と双方の**利益が最大限になる**ように設定されています。最大限の利益を目指すために、有効活用していきましょう。

2. POINT②：コンセプトの設定

定め方-3

ここまでの情報をコンセプトとしてまとめ、周知しましょう

まとめておく情報

ターゲット層/店舗の2軸の位置/箱の大きさ/客単価/売上目標

周知する情報

店舗のターゲット層/箱の大きさ/客単価

コンセプトとして情報をまとめておくことで、さまざまな意思決定の際に計画的な運営が可能となります。また周知する情報をキャッチや案内所に共有すれば、お客様に説明をしたり紹介したりする際に、分かりやすく、効率的な集客を見込めるきっかけとなり得ます。

CONTENTS4

稼げる給与システム

2. POINT②：稼げる給与システム

4つの重点

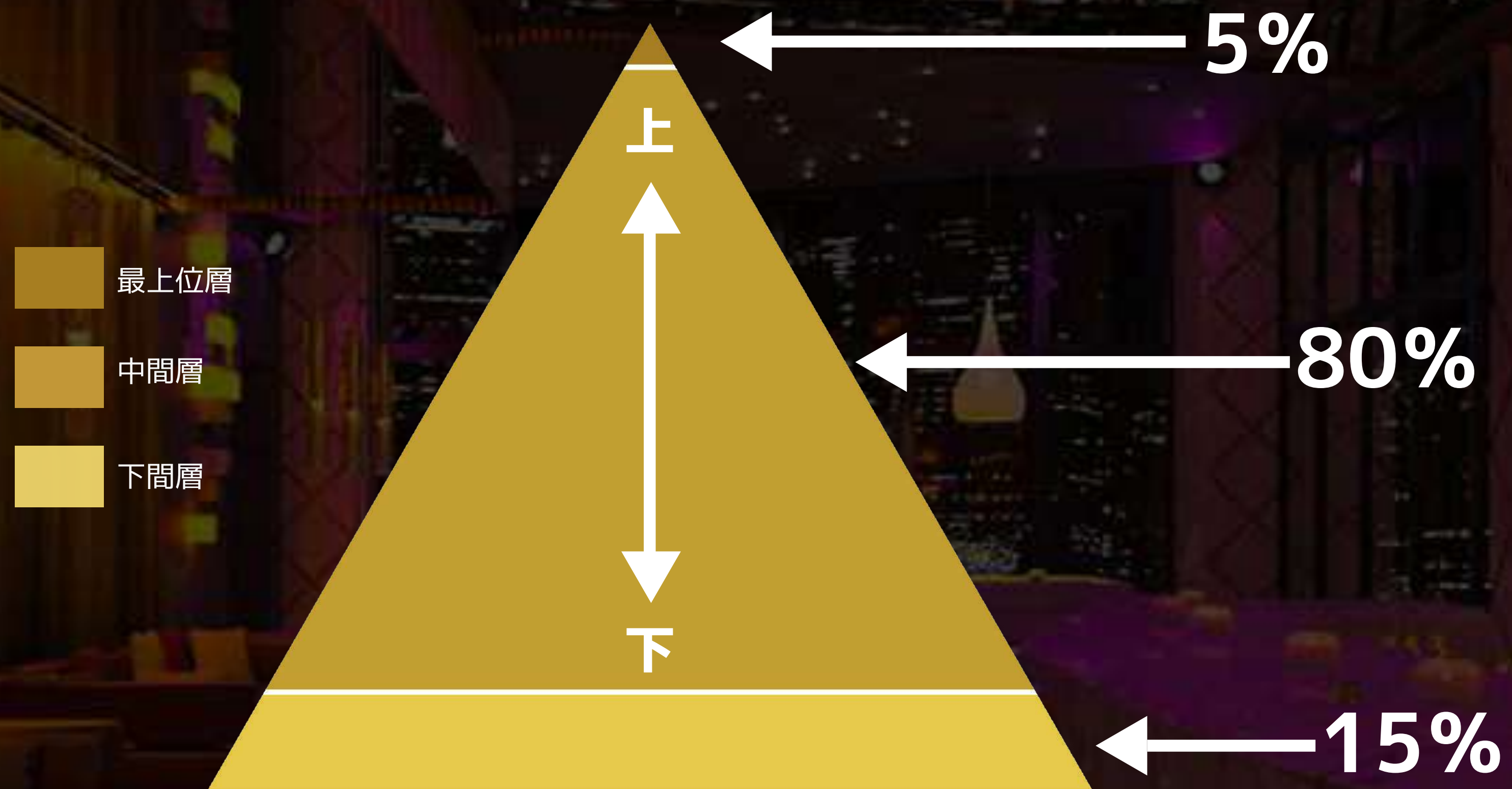
繁盛店の多くは、以下の4つに重点を置いて
給与システムを設定しています。

- 1 最上位層のキャストが稼げる
- 2 中間層に特化したバリエーション
- 3 下位層のやる気を保つ
- 4 わかりやすくシンプルに

最上から下層までのキャストの分布については、次ページでご確認ください。

2. POINT②：稼げる給与システム キャストの分布

キャストの80%が中間層で、下位層は15%、最上位層はそのうちたったの5%の分布となっています。



次ページでは、給与システム4つの要点に基づき、各層に適したシステムの作り方をご紹介します。

2. POINT②：稼げる給与システム

項目1

「最上位のキャストが稼げるシステム」にする理由とは

最上位＝お店の売上を作る存在
だからこそ辞めないよう対処が必須

売上小計の折半や個別契約等で
最大限の優遇を行う

最上位層
全体の5%

最上位は、お店の売上を作ってくれる貴重な存在です。だからこそ、辞めてしまうことのないよう、**最大限優遇する必要**があります。また既存の給与システムに当てはまらない場合は、個別契約を結んでください。一般的な例としては、売上小計の折半が有効とされています。

【最上位の目安】

売上100万円以上、給率50%以下のキャスト

※給率＝総支給額÷キャストの売上（キャストの売上が100万円で給与が50万円の場合は、給率50%）

2. POINT②：稼げる給与システム

項目2

「中間層に特化したバリエーション」にする理由とは

お店のキャストの8割を占めるからこそ、
しっかりとした環境整備が重要

がんばった分だけ給与が上がる仕組みで
スタッフを定着させる

中間層
全体の80%

8割を占める中間層だからこそ、お店のコンセプトを指標に、がんばった分だけ給与が増える仕組みを作りましょう。しかし中間層はさまざまなキャストが在籍するため、ベストな給与システム作りも困難なのが現状です。中間層を分析した無料コンサルが可能ですので、お問い合わせください。

【中間層の給与システム一例】

指名客が多いクラブの場合：売上/指名本数によって給与アップ

新規顧客が多い場合やキャストの勤務日数が少ない場合：成果に応じたポイント性

2. POINT②：稼げる給与システム

項目3

「下位層のやる気を保つシステム」にする理由とは

必ず存在する下位層だからこそ
モチベーション維持の仕組みが必要

上位層と組ませ存在意義を与え、
特別な給与システムで対応する

下位層
全体の15%



下位層のモチベーション維持には、上位層と仲良くさせ上位層のヘルプとして活躍させること「あと一歩でもっと稼げそう」と期待感を持たせる給与システムを定めることが有効です。さらに指名が取れた際にシフトを追加するなど、下層のがんばりを認めてあげることでモチベーションは向上します。

【下層の給与システム一例】

シフトの連勤数や活躍度に応じて、50円ずつなど細かに時給が上がる仕組みなど店舗のコンセプトに合わせ「もう一歩」のチャンスを感じさせる給与システム

2. POINT②：稼げる給与システム

項目3（補足）

補足では、経済理論に基づいた「下層の仕組み」をご説明します。



経済理論でも語られるように、どんな組織であっても**必ず下層は存在**します。また下層は使えないからと、クビにすると、残っている人の中から新たな下層が生まれると言われていています。必要以上のキャストの入替りを生まないためにも、下層こそ**しっかりとモチベーション管理**をして、活躍できる場を作るようにしましょう。

2. POINT②：稼げる給与システム

項目3

「分かりやすくシンプルなシステム」にする理由とは

分かりやすいシステムはやる気向上や求人に効果的

給与アップの方法が明確なシンプルなシステムが大切

キャストが簡単に理解でき覚えられる給与システムは、キャストのモチベーションを自発的に高めるので、「何を求めているか」が明らか可能な限りシンプルなシステムを作りましょう。またシンプルで稼ぎ方の分かりやすいシステムは求人広告を打つ際にも効果的です。

【シンプルな給与システム一例】

- ・ 上位層は売上小計を折半（活躍によっては更なる個別契約あり）
- ・ 中間層は売上や指名本数によって売上増加
- ・ 下層は連勤で時給アップ

CONTENTS5

男性スタッフのレベル

2. POINT③：男性スタッフのレベル

重要性

レベルが低いスタッフだと

- ・ 効果的な付け回しができず、見込めた売上を損失してしまう
- ・ キャストのモチベーションが低下してしまう



売上低下の原因に

レベルが高いスタッフだと

- ・ 巧な付け回しでお客様にもキャストにも店舗にもメリット
- ・ キャストのモチベーションを管理し良いクラブ環境が築ける



売上向上の担い手に

キャストの質ばかりが重視されがちなクラブ経営ですが、実は**男性スタッフのレベルが売上向上の鍵**を握っています。レベルの高い男性スタッフは売上向上のためのベストな付け回しのコツを熟知しているほか、キャストの手厚いフォローアップも可能なので、結果的に売上を大きく伸ばすことができます。次のページでは付け回しの有無の実例をご紹介します。

2. POINT③：男性スタッフのレベル

付け回し

お客様3組/1時間あたりの料金：5千円/ドリンクの値段千円 で比較

付け回しが不得意な場合

1組に1人ずつキャストを付ける。
盛り上がっている様子なので、付け回しは行わない。

【1時間の売上合計】

$$(5,000 \times 3 \text{組}) + (1,000 \times 3 \text{人}) \\ = 18,000 \text{円}$$

付け回しが得意な場合

20分に一度ずつキャストを付け回し

1時間で3人のキャストを付ける。
キャスト毎のドリンクで売上アップ

【1時間の売上合計】

$$(5,000 \times 3 \text{組}) + (1,000 \times 3 \text{人} \times 3 \text{回}) \\ = 24,000 \text{円}$$

付け回しの得意不得意で、1時間だけで6千円もの差が生まれます。

2. POINT③：男性スタッフのレベル キャスト面談-1

レベルの高いスタッフは面談でキャストの意欲や顧客も管理します

【対応】
適時キャストの
思いや言葉に
耳を傾ける



【気持ち】
愚痴を聞いてよ
給与上げて 辞
めたいかも



キャストの課題発見・意欲向上/顧客の状況把握などが可能に

面談の重要さや生かし方を分かるスタッフを持つ店舗は強固です。

2. POINT③：男性スタッフのレベル キャスト面談-2

キャスト面談にはタイミングと会話内容のポイントがあります。

給与日前の月に1~2回がベスト

【オススメ会話内容チェックリスト】

- 何名接客したか 何名と連絡先を交換できたか
 - 連絡先を知る方のうち何人と定期的に連絡が取れているか
 - どんなお客さんとのコミュニケーションが得意か
 - どのようにお客さんと連絡を取っているか
 - 仕事に対するモチベーションの確認
 - 運営側の方針を伝える
- 例) 付け回しを1時間に3回行うので、連絡先を交換し忘れないようになど
- 運営側に対しての要望はあるか

上記を活用すること、経営に必要な情報が聞き出しやすいです。

SPECIALCONTENTS

DL特別特典

全国100店舗の開業支援を行ってきた当社が開業準備中の読者様を**無料サポート**します。

利益アップのための物件探しや数値管理のノウハウ

開業における資金集めの方法や開業に必要な準備

良いキャストを集める効果的なシステムの作り方

など、開業にまつわる様々な相談をお受けいたします。

LINEで楽々サポート

今だけのチャンス！まずは登録！

下記 URL もしくは
QR よりお友達登録

「開業相談希望」と
メッセージ送信

当社専門スタッフが
ご相談を承ります。



LINE URL: <http://nav.cx/mrIwWk8>

お忙しい方向け
1分で読める要約

繁盛店を目指すために必要な4つのこと

**利益アップのためには経費削減を最重視し
売上や客総数などの数値管理を徹底すべし**

**エリアの人口分布や土地価格を元にターゲットと金額を設定し
なるべく競争率の低い形態で計画的に運営すべし**

**とにかく分かりやすく稼ぎやすいシンプルな給与システムで
キャストが自発的にやる気になる状況を作るべし**

**男性スタッフのレベル向上が店舗運営の鍵
付け回しやキャスト管理を学ぶ時間を作るべし**

全国100店舗の開業支援を行ってきた当社が開業準備中の読者様を**無料サポート**します。

利益アップのための物件探しや数値管理のノウハウ

開業における資金集めの方法や開業に必要な準備

良いキャストを集める効果的なシステムの作り方

など、開業にまつわる様々な相談をお受けいたします。

LINEで楽々サポート

忙しいからこそ手軽に**すぐ相談!**

下記 URL もしくは
QR よりお友達登録

「開業相談希望」と
メッセージ送信

当社専門スタッフが
ご相談を承ります。



LINE URL: <http://nav.cx/mrIwWk8>