



ニュースレター第104号



タピオカブームの終焉の次に起こる事は？

冬になり、たい焼、今川焼、たこ焼が活発に売れる季節だと思います。逆に売上が落ち込んでいるのがタピオカ店です。暖かい飲み物をストローで提供することが難しいのかもしれませんが。先日タピオカ店から今川焼をやりたいとホームページから問い合わせがありました。簡易的な機械をお客様が探し出し早速タピオカと今川焼の2輪で営業をスタートしました。結果的には失敗でした。やはりお客様のイメージがタピオカに引っ張られているのかもしれませんが。

そんな苦戦しているタピオカ店ですがまた季節が暖かくなると売上も上がってくると思われます。ただ、気になるのが店舗数です。異常なまでの店舗数となり市場は飽和状態といえます。タピオカ店でも勝ち組と負け組にすみわけされるのが今年の夏だと予想しています。すると手ごろな狭小スペースの物件が出回り始めます。

閉店したタピオカ店の跡地にどんな業態が入り込むのかを注目してみました。

① 唐揚げ テイクアウト専門店

以前ラーメン店を経営していた人のお話です。ラーメン店は席数も確保するためそれなりの広さをかくほしなくてはなりません。またアルバイトもそれなりの人数を確保します。すると毎月の固定費がかなりの負担になると話していました。そして現在その人は唐揚げのテイクアウト専門店でも働いて次の業態を考えているようです。その唐揚げ店、毎月500万以上の売上をたたき出しています。しかも家賃も人件費もラーメン店よりも少ない。テイクアウト専門店の大きなメリットはここです。少ない人数で大きな売上を作ることができます。

② スターバックスコーヒージャパン

スターバックスコーヒーがテイクアウト専門の新規業態を年内に100店舗展開すると報道がありました。今までのスターバックスコーヒーは店内で心地よく過ごす時間も付加価値として人気を集めたお店です。ここにきて国内店舗数が1500店を超え単一ブランドの飲食店としては「マクドナルド」、「すき家」に次ぐ国内3番手のチェーン店となっています。出店余地が狭まる中でのテイクアウト専門を展開すると新聞にはありました。

既に去年9月に銀座マロニエ通り店ではテイクアウト専門店として成功させています。1階をテイクアウト専門店。2階に長時間滞在を想定した予約制のある店舗。客数は減っても客単価が上がった。

昨年の10月から軽減税率によりテイクアウトの需要は高まっているはずですが。テイクアウト専門店であれば席を用意することもなくスタッフ数も大幅に減らすことができます。人材不足が止まらない外食チェーンにとって狭小スペースでのテイクアウト専門店は魅力的なはずですが。

狭小店舗の強みのあるビジネスは他にもあります。たい焼、今川焼、たこ焼です。タピオカブームが起きている昨年からのチャンスはこの後にあるだろうと個人的には感じていました。新規に店舗を増やしたい！またはこのエリアで焼き物のビジネスを始めたい！というビジョンを描いている人は今年チャンスだと思います。