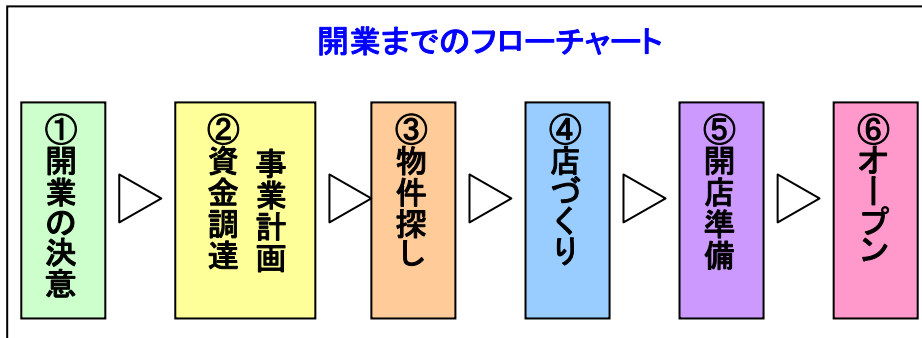


# 開業までのプロセスを知る

「ローマは一日にして成らず」との格言があるように、開業という大事業は思いつきだけでできるものではありません。山あり谷あり、いくつものハードルを自らの力で乗り越えてきた者には華々しい未来が……。反面、一歩踏み外してしまうと、それはそれは険しい道が待っている？

さて、その成功へのプロセスとは何か？

まず、誰もが通るであろう大きな6つのハードルを柱に、開店に至るまでのプロセスのポイントを順に追って紹介していきます。



## ①独立開業に向けての決意

**開業は人生の大きな転機、中途半端は挫折する**

独立を志す人にはさまざまなタイプの人があります。独立を目標にひたすら道を突き進む人もあれば、圧倒されたサラリーマン生活からの脱皮を図る人、あるいはリストラにより人生の線路変更を迫られた人など。

開業動機にしても、能力を発揮したい、収入を増やしたい、定年がないなど、そのケースは千差万別。ですが、開業して成功した人に共通して言えることは、「絶対に成功してみせる」という気迫と熱意、確固たるビジョンがあることです。特に気迫・熱意は、随所でその強さを発揮し、成功へのキーワードともいえます。

まずこの時点で「とりあえず」とか、「儲かりそうだ」といった安直な発想なら、中止した方がいいでしょう。

事業を始めるということは、想像以上に大変なことだということを肝に銘じておくべきです。

では、確固たるビジョンとは何か。

これも思いつきだけではダメです。

「独立するぞ」と決意したら、どういう店にしたいか、場所はどの辺がいいか、そのための資金はいくら必要かなどから始まり、それこそ壁に掛ける絵1枚、皿1枚にだって気を抜かないこだわりを持ちたいもの。

強く自らの思いをじっとあたため具体化していき、機が熟すタイミングをねらっていざ開店となります。

開業を志した瞬間から、すべては経営者の視点で物事を見聞き思考する。多くを学び、迷いが無いほどその道はスムーズにひらかれるはず。

次に業種の選択ですが、前職の経験や資格を生かして開業する例は依然として多いですが、近年、未経験分野で開業する人も増えています。その代表各がフランチャイズチェーンへの加盟。本部が開発した商品・サービス、経営ノウハウ、教育プログラムが整備されており、まったく経験のない素人にも開業を可能としている点にあります。

開業方法の選択は大まかに、自力での独立開業とFC加盟とに大別されますが、いずれにせよ「自分は何をしたいのか」ということを明確にしなければ、次のステップに進むことはできません。

## ②事業計画と資金調達

### 資金計画は綿密に

#### 現実な数字でなければ意味がない

方向性が決まったら、具体的な資金計画に入りましょう。

溢れんばかりの資金がある大金持ちならいざしらず、現実に限られた資金の中で、最善を尽くして開業へとこぎつけるものです。

思い描いた店をつくるにはいったいいくらかかるのか。

自分が用意できる資金はいくらあるのか。

どの程度融資してもらえるのかなど、細部にわたっての事業計画書とそれに基づく資金計画の作成が課題となります。ただし、事業計画書とはただ漠然と数字を並べるものではありません。

開業の目的・動機、営業内容・方針、セールスポイント、今後の展開などについては、文章にして明確に表示する必要があります(後々融資を受ける際、この内容いかんでその人の気迫と熱意が計られる判断基準となります)。

巧みな文章テクニックはいりません。

自分の言葉を使ってできるだけ具体的に述べること。

それが一番説得力のある表現方法なのです。

使用する資金の内訳を大きく分けると、

- ① 店舗取得費
- ② 内外装費
- ③ 什器・器具・備品費
- ④ 仕入代金
- ⑤ 運転資金
- ⑥ その他経費(当面の生活費も含む)などとなります。

必要経費が算出できたら、自己資金を確認しましょう。

夢物語を描いても、必要経費と調達できる資金のバランスが悪ければ、現実性がなさすぎて画のやり直しを余儀なくされるだけです。

資金は多ければ多いほどいいですが、50%用意できれば上々、30%でまあまあかなといった程度。皆、不足分は借入金で補っているわけです。

借入先は、親・親戚・友人などの個人、政府系金融機関、都道府県自治体、民間金融機関、ノンバンクなどに大別されます。

民間の金融機関はバブルが弾けてから、融資先の選別が非常に厳しくなっています。しかも500万円を超えたら土地などの担保が不可欠。絶望的ではありませんが、望みは薄いです。

この中で新規開業者にとって一番頼りになるのは、日本政策金融公庫でしょう。

熱意と事業計画を重視しているので、融資の道への門戸はかなり大きく開かれています。

一定の要件を満たせば、保証人や担保がなくても、1000万円までの融資が受けられる「新創業融資制度」もあるので、一度相談してみましょう。

しかし、いくら融資が受けられても、返済ができなければ元も子もありません。

売り上げに見合った融資を受けるために、収支の見通しは慎重に検討しましょう。

### ③物件探し

#### 店舗物件は専門業者に依頼するのが、「安心・確実・迅速」

飲食店、小売業は「立地産業」ともいわれるように、出店候補地が業種・業態に適しているかどうかで店の業績を大きく左右します。

失敗する人の約半数は、不適切な立地条件が要因という話もあるくらい重要なファクターなのです。

たとえば、繁華街での焼鳥屋を想定している人が、郊外のロードサイドを求めるはずはありません。

開業を決意した時に、店のイメージ、立地は大体想定しているわけですから、まずはそれに近い物件を探すことになります。立地を限定している人は、根気よくエリア内で探すしか方法はありませんが、そうでない人は、立地の選定にまず着手しましょう。選定基準は多々ありますが、一般的には商圈調査を行う例が多いです。

商圈調査は「歩く・たずねる・確認」の3つが大原則。

現地に足を運び、街の雰囲気を感じとるところからはじまり、乗降客数や通行量のカウント、近隣店舗の利用客の観察、競合店の実態把握などのタウンウォッチング的な見方と、統計データなどを入手して地域特性をつかむマクロ的な見方との2本立てで行います。その結果を分析し、総合的に判断します。

本格的な調査は人と資金をかなり投入しないとできませんが、タウンウォッチング的なことぐらひはしておきましょう。後々のメニュー構成や販売戦略にも役立つはずですよ。

店舗物件情報を入手するには、

- ① 店舗専門業者に依頼する
- ② 情報誌を活用する
- ③ 街の不動産会社をくまなくあたる
- ④ ビルのオーナーと直接交渉する
- ⑤ インターネットで調べるといった5パターンがあります。

③と④はいい物件を見つけられる可能性はありますが、根気と労力のわりには情報量は微量でしょう。②は相場を知るためにも目を通すべきですが、情報がレアでない場合があります。

何しろ店舗物件は流通しにくいという特殊性を持っています。となると、やはり餅は餅屋方式の専門家に任せることが迅速で確実だといえるでしょう。

専門業者に頼むにあたっては、実績のある信頼できる業者選びも怠れません。

実績の無い住宅専門会社では営業担当者の情報や知識も乏しく、不動産取引や工事上のトラブルも多く発生していることが多いと聞きます。トラブルがあった場合に、敏速かつ誠意ある対応が出来ることも大事な条件なのですが、そもそもトラブルがないように、常に借主側目線で交渉してくれるような不動産会社を選ぶ方がはるかに大事でしょう。

また、親身になって探してくれるとか、知識が豊富であるかなど、話をしながら営業担当者の質を見抜くことも大切です。

いい加減な担当者は、「早く決めないと無くなります」と急かしたり、こちらの要望はそこそこにガンガン攻めてくるような人に出くわしたら疑ってみた方が良いでしょう。

物件を探して100%満足のいくものを見つけられたら幸福でしょう。

妥協はすべきでないのですが、何百件も回ることにくじけて「まあいいや」とばかりに、中途半端な物件をつかまえないようにしたいものです。

なお、業種によっては公的機関への認可・届出の必要があるため、物件が決まったら商工会議所なり役所で相談し、確認しておきましょう。

#### ④店づくり

##### イメージを具体的に伝え、フィーリングの合う業者を選定する

店舗が決まれば、どのような内装にするのかといった店づくりがスタートします。

当然のことながら、この時点ではコンセプトが明確になっていることが大前提。あたためてきた思いを伝え、イメージ通りの店を造り上げるためには、ここでも業者選びが重要になってきます。いくら評価が良くても、その業者が手掛けた店が自分のイメージするものとかげ離れていたら、良い店は造れません。

情報誌の広告を見て、これはと思う業者をピックアップし、その業者が手掛けた工事現場や店舗を回らしましょう。それくらい徹底して、自分の目と耳と足で集めた情報でないと、納得できないはずですよ。

そして、業者が決まったら予算を提示し、設計についてとことん打ち合わせの機会を持つ。しかし、いざイメージを伝える段になると、なかなかうまく伝わらず歯がゆさを覚えるでしょう。絵が描ける人ならば問題ないですが、ディテールまで詳しく伝えるには、雑誌の切り抜きや使いたい食器・小物など、目で見えるものをそろえておきましょう。そうすれば、プロの手でどんどん具体化されていくはずですよ。ただし、あまりイメージばかりを先行してはいけません。プロの目を信頼し、意見を反映した方が結果的にはよりいいものができ上がります。

店の基本設計が大まかに決まると、最初の見積りが出てきます。あれもこれもしたいとなると、往々にして予算はオーバーしがちです。あまりにも大幅なオーバーだと仕切り直しとなりますが、自分が動くことで経費を節減するやり方もあります。壁を塗るなら材料費だけですみますし、器用な人なら壁紙張りや床張りだったらできないことはありません。家具はデザイン的に合う物を探して買うようにすればずっと安く抑えられます。しかし、すべてを業者にまかせるのでしたら、予算を組む時の発想の転換が必要です。

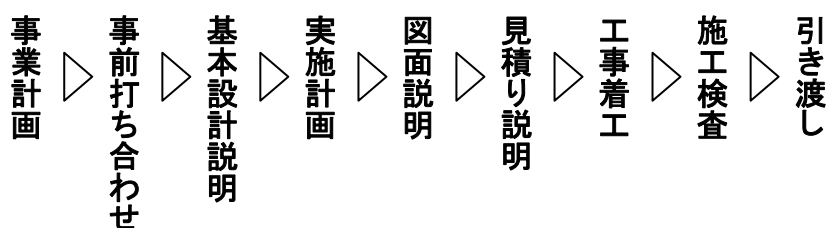
最初は最低限の予算を組み、余裕のできた部分を追加する方法です。クロスや壁紙は一番下ランクで見積もる。そして、ちょっと凝りたい建具の部分はアップさせるといった具合です。

たとえば800万円の予算を600万円まで削るのと、500万円の予算を550万円にあげるのでは、ほぼ同額のもので安くできたりします。まったく同じ材料で合い見積りを取り、業者と駆け引きするくらいのことも必要。ねばり強く交渉すれば、予算内でいいものができるはずですよ。

店づくりの8割以上は、基本設計で決まってしまうので、だから一番時間を要するのも設計であり、工事が動き出してしまうと意外と早いものです。また、工事中は現場に足を運びチェックをしましょう。予定通りに工事が進んでいるか、大きさや色に違いはないか、厨房機器や家具は注文したものがちゃんと入っているかなど、その場で確認しておくことが大事です。

計画から完成までは、最低でも2ヶ月くらいはみておきましょう。突貫工事を避けるためにも、スケジュールや工期はゆとりを持った日程にしておきましょう。

#### 引き渡しまでの大まかなスケジュール



## ⑤開店準備

### チェックリストを作成し、先手先手で取り組もう

事業計画を立て、資金調達もクリアできたら、物件探しと同時進行で徐々に開店準備に着手しましょう。

物件探しや店づくりの時期は多忙を極めるでしょうが、うまくスケジュール調整をして少しずつでも進めていかないと、オープンが遅れてしまうことにもなりかねません。

商品・食材の仕入先、従業員の確保はもちろんのこと、ユニフォーム、包装紙、事務用品などの準備、PR用チラシ制作などについても、発注したらすぐに納品されるような代物ではありませんので、早めの対応が重要です。

特に、オープン1ヶ月前からが正念場です。

なにかと慌ただしい時期に、多くのことを同時に行わなければなりません。「ついうっかり」を避けるためにも、チェックリストを作成して段取りよく事を進めましょう。

1ヶ月前にはPR用チラシ、備品類の発注は済ませておきましょう。PRの方法はいくつかありますが、チラシが手取り早く効果的。店のコンセプトを大切に、視覚的にもインパクトのあるものにした方がいいでしょう。また、備品類についてはデザイン・品名・数量・サイズを再度確認し、遅くともオープン3日前には納品してもらいましょう。

そして、2週間前までには、アルバイト、パートを確保すること。従業員の接客サービスの方法とマナーは、そのまま店の評判に通じるので、事前に教育の場を設けることが必要です。また、金融機関の口座開設もこの時期に済ませておきましょう。

オープン3日前からは前日は戦争状態。場合によっては徹夜なんてこともありえます。発注した商品、食材、備品類は予定通り納品されているか、商品はすべて陳列されているか、設備関係は正常に稼働するか、店内の隅々まで清掃が行き渡っているかなど、細部に目を光らせる。その際、チェックリストを消し込んでいくようにするとよいでしょう。

用意周到、準備万端、後はオープンを待つばかりです！

## ⑥めでたくオープン！

開店は商いの通過点、助走にすぎません。これからが本番です！！

緊張と期待と不安で、胸が渦巻くオープン当日。

オーナーは感慨もひとしおだと思います。

が、感傷に浸ってもいられません。本当の勝負はこれからです。

飲食業にしろ、小売業にしろ、商いの基本は「お客様に満足していただく」こと。

満足したお客様は必ずや、また、足を運んでくれるというものです。そのためには、毎日が勉強という殊勝な心がけと経営努力を怠ってはなりません。

「継続は力なり」という言葉を忘れてはいけません。まさに商いとは継続であり、継続してこそ本当の意味での成功者といえるからです。