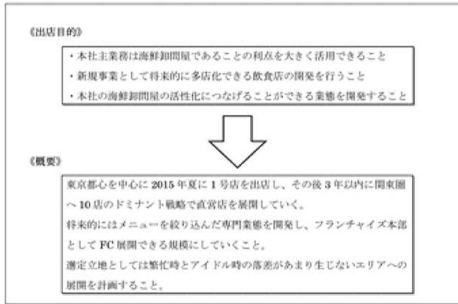


### 3 出店計画の目的 / 概要をまとめる / 短く簡潔に分かりやすく

一般的に出店計画の目的や概要については、企画書のスタートページの重要な位置付けであり、何故に飲食事業に参入する、あるいは新業態を展開するなど、「起承転結」でいう全体構成の「起」に相当する役割である。またそのスタートの目的とは、種々の目的や内容があるものであり、企業との関係性や業態選定の方向性など企画書内容に進める導入部として明確化されていなければならない。むしろいろいろ多くの文章で説明するよりも表3-9のように分かりやすく短い文章とチャート(図式化)を組み合わせた企画内容にまとめることが大切である。特に事業出店目的や概要は次の企画書内容のページへと連動されるスタートであることを配慮すると、あくまでもその役割は、飲食事業計画の目的や概要を明確化するための一歩

であることを忘れてはならない。この表3-9の事例は、出店目的と概要に分けてその内容を具体的に文章表現するのではなく、簡潔書きにしてわかりやすく簡単に明瞭にしていくことが大切である。つまり出店目的の概要はあくまでも文章説明は少なく、内容の補足説明は口頭で具体的に説明することが理想的であることを忘れてはならない。

表 3-9

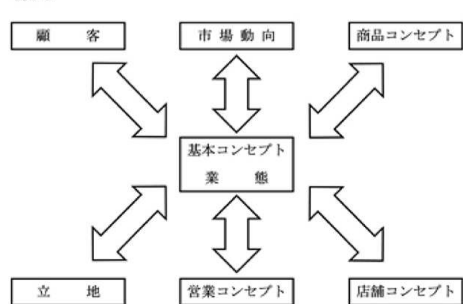


### 4 プランニング全体のチャート / 業態構成する要素

プランニングの全体的チャートは企画する業態と各項目関係の相関性を図表化するプランニングフローチャートを作成する意義とは、クライアントに対してどのような過程を経て業態企画から開業まで進めていくのかを具体的にチャートで説明したものであり、業態と各業務内容や項目の関係性をひと目で理解できるように計画(表3-10、表3-11)することが大切である。基本的には、クライアントが飲食企業、異業種に関わらず、全ての関係性を図式で表現しなければ各項目の関わりが理解しにくいことを自覚しておくことである。勿論クライアントに全体のフローチャートを説明する際には、文章を読み上げるのではなく、チャート図を見て各項目を具体的に説明しプレゼンテーションを進めていくことが常であらうし、チャート図は全体の企画の大体を把握するための重要な役割を担っていることを忘れてはならない。またプランニングチャート図の表現方法やチャートの作成方法も多種多様なものの、基本的には、全体構成や項目が全部網羅されていることやその業務の進め方が十分に理解できることが理想的である。さらにプランニングチャート作成で大切なことは、複雑なチャートやすぐに全体内容が理解

できない見づらく複雑な内容にしないことであり、チャートの体裁やデザインも重要なファクターのひとつであることを理解しておかなければならない。またチャート作成で大切なことは、クライアントが「見やすく」、「理解しやすい」という視点であり、それを配慮してチャート計画の作成に臨むことが理想的である。さらに業態はそれを構成する要素(顧客、市場動向、立地、営業コンセプト、店舗コンセプト、その他)がどのように相互に関係しているのかなど図表ですぐに理解できる内容にしておくことが理想的であり、それぞれの要素と業態の関係性の内容は、図表を見ながら説明することになるため、クライアント側、説明側双方が分かりやすい内容であることが大切であることを忘れてはならない。この表3-10の事例は、業態コンセプトを中心に配置しその業態を構成する

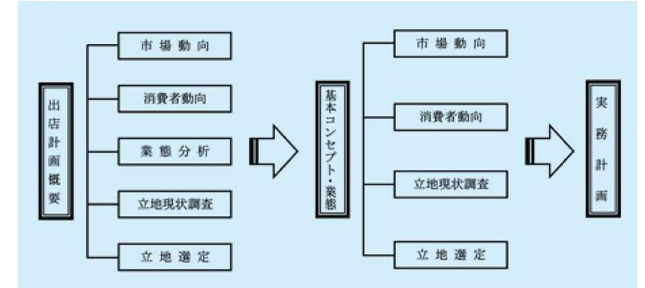
表 3-10



要素を周りに配置したものであり、項目要素はそれぞれに相関関係を構成していることを表現した構図であり、業態の基本コンセプトを中心にそのコンセプトを構成する要素を周りに項目として表記したものである。また表3-11の事例は、業務のフローと各項目の相関関係の説明をしやすく配慮した構図である。プロジェクトの内容や進行方法を出店計画から実施に移行するまでのプロセスと基本コンセプトと業態の関係性を図表化したものであり、種々な構図の作成ができるであろう。基本的にはクライアントと説明側の相互

がすぐに理解しやすいことが大切であることを忘れてはならない。さらに飲食業界の専門用語は、特殊であり分かりにくい用語も多く、その用語を頻繁に使用することは避けるべきであり、むしろ専門用語で内容説明を分かりにくくすることは避けるべきであろう。つまり業態コンセプトをまとめる上では、基本コンセプトとその構成要素がどのように関係しているのかなど素人が分かりやすく、理解しやすい内容になっていることが大切であり、常に専門用語は説明する段階で内容を補足し、あくまでも飲食事業を知らない人を前提に企画書の内容やチャートをまとめることを

表 3-11



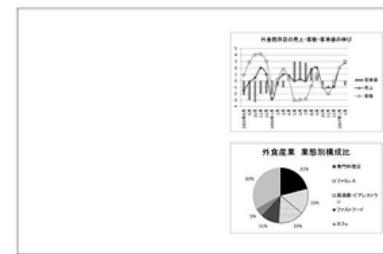
忘れてはならない。

### 5 外食市場分析・市場動向 / 消費者動向のデータ資料はビジュアルイメージが意思決定を左右する

1) 表現のインパクトを活かす力 / ビジュアルチャート、図表資料は1ページ3点以内

企画書には、文章やチャート、グラフなど説明する内容によって図表を使用することが多くなるもの、あまりにも多くの図表やグラフを多用すると、図表やグラフ内容を理解するのに時間を要することや内容を理解してもらいまで時間がかかるという問題点もあることを忘れてはならない。また基本的には、図表やグラフ、チャートなどを使用する場合には、1ページ3点以内(表3-12)に留めて内容を具体的に説明することが、見る側と説明する側にとっても見やすく、表現しやすいポイントであることを理解しておくことだろう。特に紙面のインパクトとして図表やグラフ、チャートは、クライアントに強くアピールする手法の一つであるが、必要以上にグラフやチャートなどの資料を多用しないことがクライアントにインパクトを与えるための表現方法であることを忘れてはならない。さらに表3-12の事例は、紙面右側上下にグラフと円グラフを配置し、左側に簡潔書きでその図形の説明をする構成になっている。グラフや資料もあまり小さくすると見にくくなるため、図表の大きさは内容を配慮して配置することが大切であることを理解しておくことである。つまり図表の文章説明は、長々と文章で説明するのではなく、あくまでも図表のポイントを簡潔書きやキーワードで表記することが大切であることを忘れてはならない。

表 3-12

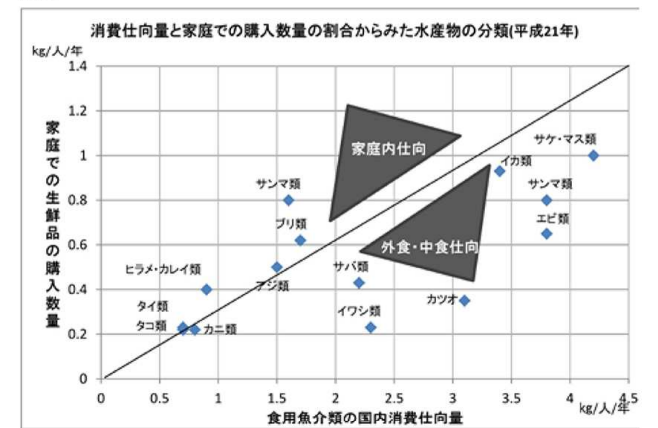


提案する業態に合わせてグラフ、図表、チャートなど(表3-13)の表現方法にすることが大切である(一例)。また業態提案をする上で注意しておきたいことは、いかにクライアントに業態選定や企画が優れているか、あるいは業態のニーズに適合しているかなどアピールするための資料内容の大切さであり、その企画する業態の業界の位置づけや需要比

2) 企画する業態に合わせてデータ資料を作成する/興味を持たせるツールである

飲食店の企画書で使用するデータや資料は、

表 3-13



率、構成比など、あくまでも企画する業態内容を分かりやすくするための役割であることを理解しておく。さらに基本的に企画書資料を説明する際には、1ページごとに具体的に資料を見てプレゼンターは説明していくため、クライアントの