

飲食店成功に向けて！【開店・開業ノウハウ 第6回】

出店したい立地にはどのようなタイプがあるかを知ろう！

様々な要素が立地や特性を知ることによって、成功率が高まります。下記の立地や特性を知り、出店候補を選定しましょう。



●駅前立地

駅前に位置している物件を指します。特徴としては都市部（電車が発達している地域）では、家賃や保証金など出店するための費用はかなり高くなります。

車利用の都市になった場合には過疎化が進み、出店する費用は安くなりますが、お客様も少なく、商売としては難しいと言えます。

●スクランブル駅前立地

都市部に多く見られますが、2本以上の電車路線が有る駅を指します。例えば、東京の渋谷駅のような、井の頭線、JR、地下鉄銀座線、田園都市線といった5本の線が渋谷の町に乗り入れしているような立地の駅前を指します。

●オフィス立地

事業所が多いオフィス街の事です。この場合、オフィスに勤めている従業員が駅からオフィスに移動する、移動線上にお店があることが条件です。（立地は駅前でなくても成立します）。

ただし、土曜日、日曜日、祭日、お盆、年末年始など、企業が休みの時は、売上が少ないため、平日に稼げるだけ稼がないと成功しません。

●スクール立地

学校が多く集積していて、学生が多い立地を指します。この立地は学生が学校に通っているときに稼ぐのがポイントです。

しかしながら、今後少子化傾向が進むにつれて、学校も淘汰されて行く可能性があるため、有名な学校の周辺の立地を選ぶことが大切です。

オフィス立地と同じく学校と駅を結ぶ移動線上にお店が出店できることが理想です。

宴会やパーティーができるスペースがあるとお客様も集まりやすくなります。

デメリットは、土曜日、日曜日、祝祭日、夏休み、春休み、冬休みなど学校の休みがあるので、この期間は売上が期待できません。

●二等立地

二等立地とは、駅前から少し離れた立地のことを指します。この立地は出店する費用は安いですが、しっかりと町を分析して出店する必要があることです。

二等立地の成功したチェーンと言えばモスバーガーですが、モスバーガーはお店に注文が通ってから作るという手作り感が受けて成功したお店です。

このようにお店の売り物であるメニューやサービスに**特色性やインパクト**が必要と言うことです。

●住宅立地

ファミリーが多く住んでいる立地のことを言いますが、この立地にはさらに2つの要素があります。

1 つめは**新興住宅立地**ですが、新築の家やマンションがどんどん立ってきている立地のことで、この立地を選ぶ際のポイントは都心部から1時間ぐらい離れた所を探す事です。

あまり都心部に近いと都心部の飲食店でご飯を食べて帰る人が多いためです。しかしながら、1人暮らしや夫婦2人の家族が多いのであれば、弁当やデリバリーショップ、ファミリーレストランやちょっとおしゃれな居酒屋などが良いでしょう。

2 つめの**成熟住宅地**は、住んでいる人が高齢化しているケースもあるので、年齢別の人口統計で住んでいる人を確認してみましょう。お年寄りの多い町では、和食系のお店や宅配などの業態がマッチしています。

●ロードサイド立地

ロードサイド立地は国道に面している郊外型の店舗を言います。この立地は交通量が多く、乗用車や営業車など、車に乗っている人（トラックやバスをのぞく）がお客様になります。土日や祝祭日、祝祭日前日、夏休み、冬休み、春休み、お盆、年末年始など休みにお客様が集中する立地と言えます。