

飲食店成功に向けて！【開店・開業ノウハウ 第8回】

駅前なら絶対にスクランブル立地は絶対お勧め！人が集まる要素が詰まっている。

スクランブル立地とは、2 線以上の電車の駅が1カ所に集積している場所を指します。

例えば東京の渋谷駅は、JR 線、地下鉄銀座線、京王井の頭線、地下鉄半蔵門線、東急田園都市線、東急東横線という 6 路線の電車が 1 か所の町に乗り入れています。



こういう立地をスクランブル立地と言います。

1.スクランブル立地のメリット&デメリット

● メリット

- イ) 様々な方面から 1 カ所の駅に集まる場所のため、待ち合わせにも最適である。
- ロ) 各路線ともに一度改札口を出て、乗り換える駅の改札口に向かわなければならないので、町に人が乗換のために必ず訪れることになる。必然的に町の発展が目覚ましくなり、ショッピングなどを目的とした繁華街が形成されているため買い物客やデート客が多い。
- ハ) ロ) と同じく通勤のサラリーマンや OL、通学の学生といった様々な幅広いマーケットがある。

● デメリット

- イ) 同じスクランブル立地でも、駅構内から直接改札を通り乗換ができる駅や、その町については良い立地とは言いません。ただの乗換駅であり駅から乗降客が町に出ない場所が多く、町の発展速度も遅くなるため。
- ロ) また、当然、賃料や保証金などの物件取得にかかる費用はかなり割高となる。

2.物件の見方

- 前回述べた駅前立地と同じです。
- 駅の乗降客調査を実施してマーケットの数を調べる。
まずは、各線の改札口の数を把握し、物件に一番近い改札口を特定する。
次に駅の改札で日間乗降客数を確認する。(地域によっては市役所や区役所の統計課で、乗降客数の統計を算出していますから確認してみましょう)

乗降客数の合計で算出している場合は、その2分の1がマーケットであると考えれば良いでしょう。

- 役所の統計調査でわかる定期利用客数が大事。
定期利用客の乗降客数は、平日のサラリーマンやOL、学生が利用しているものであり、定期利用客は平日のマーケットを把握するためのバロメーターとも言えます。
定期は平日の通勤、通学に必ず使われるものだからです。
- 地下鉄の地上出入口や駅の出入口で利用客数をカウントしよう。
調査する時間を設定し、自分が出店したい物件に一番近い駅の出入口の利用客数をカウントしてみることでお店に集客できるマーケットを把握できます。
調査する場合は業態によってことなりますが、モーニングを行なう店であれば、朝の通勤時間帯8時から10時。居酒屋やディナーレストランなどの夜の業態であれば、帰宅時間である7時から9時ぐらいの時間帯を調査しましょう。
- 各路線の最終電車の時間を調べて、営業時間の決定数材料とします。
ほとんどの店舗の方が終電よりも30分ぐらい早い閉店時間を設定しています（ただし、週末は朝まで営業しているお店もあります）。
なぜかと言うとアルバイトが電車を使って通勤を行なっている場合など、自宅に帰れなくなり余分にタクシー代がかかったり、社員が自宅まで送るなどすることでコストがかかってしまうからです。

ワンポイント

居抜きの場合、設備のメンテナンスのチェックが必要になります。
例えば、冷暖房の能力が充分かとか、冷蔵庫等の補償期限がいつまでか、など…。
結局、修理費が高くてついでにしまったり、新しくやり変える場合の撤去費用が余分にかかることのないよう、注意しましょう。