

特集

異業種参入で新基軸

「日本の経済産業施策には、新機軸が必要」。昨年、経済産業省はこの考えの下、「経済産業政策新機軸部会」を設置した。これまでの施策をゼロベースで見直すことで、日本経済の成長力や国際競争力が過去30年間低迷してきた状況から抜け出そうというのだ。ホール企業も異業種参入という新機軸で、業績向上はもちろん、社会貢献や雇用の創出といった新たな価値観を見出していくことが今こそ必要なかも知れない。

コロナ禍で見えてきた 本当に成長する FCビジネスとは？



株式会社ビジネスチャンス
代表取締役社長
中村 裕幸
編集長

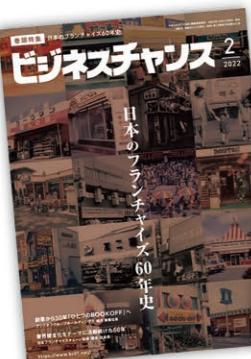
高いうわされる飲食店のトレンドについて聞いた。新型コロナウイルス感染拡大に伴い、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が発出され、飲食店の営業に大きな影響を与えてきた。しかし、こうした状況でも売上げを伸ばした業態があるという。

「都市部の居酒屋系フランチャイズ店は壊滅状態で、売上げがコロナ禍前の2割程度まで落ち込んだ店舗がたくさんありました。一方、飲食でも郊外店は、売上げが6割程度で下げ止まりました。店舗が多く、今はかなり回復しています。21年の早い時期に昨対比100%まで戻した店舗もありました」

コロナ禍からの回復著しい 郊外の大型飲食店に注目

まず、昔からホール企業と親和性が高いと言われる飲食店のトレンドについて聞いた。新型コロナウイルス感染拡大に伴い、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が発出され、飲食店の営業に大きな影響を与えてきた。しかし、こうした状況でも売上げを伸ばした業態があるという。

「都市部の居酒屋系フランチャイズ店は壊滅状態で、売上げがコロナ禍前の2割程度まで落ち込んだ店舗がたくさんありました。一方、飲食でも郊外店は、売上げが6割程度で下げ止まりました。店舗が多く、今はかなり回復しています。21年の早い時期に昨対比100%まで戻した店舗もありました」



続きは月刊アミューズメントジャパン
2月号をご覧ください

リモートワークに切り替わり、出社しなくなった時期でも家の近くの飲食店で食事をしたり、テイクアウトを利用した人が多かった。繁華街やオフィス街の飲食店とは対象的だ。

郊外型店舗の中でも、とりわけ好調だったのがキャバシティの大きい飲食店だ。「珈琲処コメダ珈琲店」、「からあげ専門店からやま」、「物語コーポレーション」などがその代表格で、広い店内で三密を避けながら飲食ができる点も利用客の減少に歯止めをかけた。

同じ郊外店でも、ロケーションによつて売上げは変化する。片側1車線の

紙媒体では日本で唯一のフランチャイズ専門情報誌(隔月刊)。最新号は『日本のフランチャイズ60年史』。税込み800円。書店やAmazon等で販売。お得な定期購読は<https://www.bc01.net>から

