

## 個人経営の飲食店における原価分析に関する研究

0823021 高城 翔一郎 (指導教員：黒川久幸)

### 1. はじめに

近年、世界経済は不況に陥っている。そのため、多くの企業が利益を確保することが出来ず、倒産に追い込まれている。そこで、本研究では、そうした影響を大きく受ける外食産業に焦点を当て、その利益確保の方策を模索する。

利益を確保するためには、コストを下げるか売上を上げるかのどちらかである。そこで、その両者を対象とし、原価率と注文数のデータから利益を上昇させることを本研究の目的とする。

### 2. 対象とする店舗とデータの説明

本研究では、新潟県上越市高田にある個人経営の飲食店を研究対象とする。この店舗では、鳥料理を主とし、豊富に酒類を扱うことを強みとしている。

本研究では、この店舗から各商品の注文数、商品の販売価格、食材の使用量、商品に使われる食材の種類、食材の原価に関するデータを提供してもらい、これを利用することとする。

### 3. 研究方法

本研究で扱う原価率は以下の式で表す。

A: 単位数量あたりの原価

B: 仕掛食材の使用量

C: 食材全体の重量、もしくは個数

D: 各食材の使用率

E: 商品原価

$$\text{原価率} = \sum_{i=0}^n \left( D \div \frac{B}{C} \right) \times A \div E$$

(n は、一商品における食材の数)

原価率と注文点数とでどのような傾向を持つか、似た傾向を持つ商品毎にグループを作成し、QC 七つ道具の一つであるヒストグラムを利用して比較分析を行う。また、販売価格も含めた 3 つの要因をもとにどのような分布をするかの分析を行う。

### 4. 分析結果

分析を行うと、図 1、図 2、図 3 のように全体、そしてグループ毎に大きなばらつきがあると分かった。

### 5. 考察

実験結果より、利益向上につながりそうな要因を見つけ出し、それを元にどのようなことをすれば利益向上に繋がるかを考えた。

結果 3 点が利益向上に繋がる方法だと分かった。

- ① 人気商品と不人気商品を組み合わせる「セットメニュー」の提供
- ② 原価率が高い商品で、原材料の回転率が悪いと考えら

れる商品のメニューからの除外

③ 原価率が低く、売れている商品の人気の要因を売っていない商品に取り入れる。

### 6. おわりに

本研究では、個人経営の飲食店の商品の原価率と注文数のデータから利益を上昇させる方法について考案した。様々な比較分析から、商品毎にどのような傾向があるかを分析し、その要因を元に考えられる利益向上方法についての考案をまとめた。

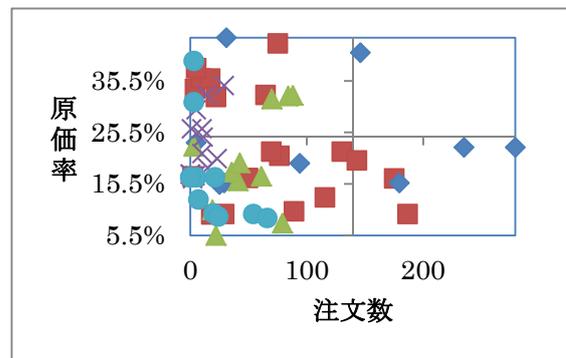


図 1. 原価率と注文数の関係

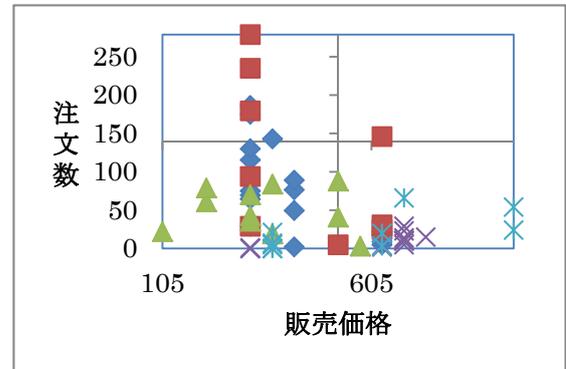


図 2. 注文数と販売価格の関係

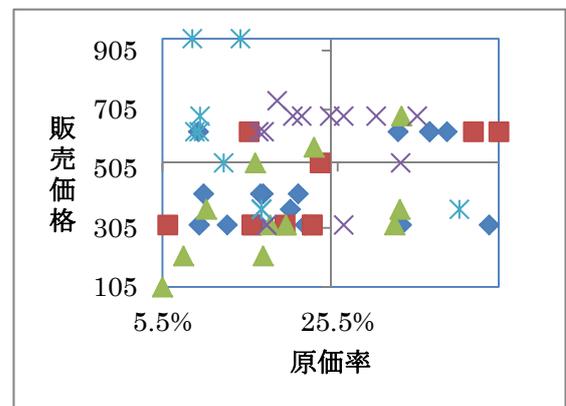


図 3. 原価率と販売価格の関係

キーワード：飲食店、原価率、注文数