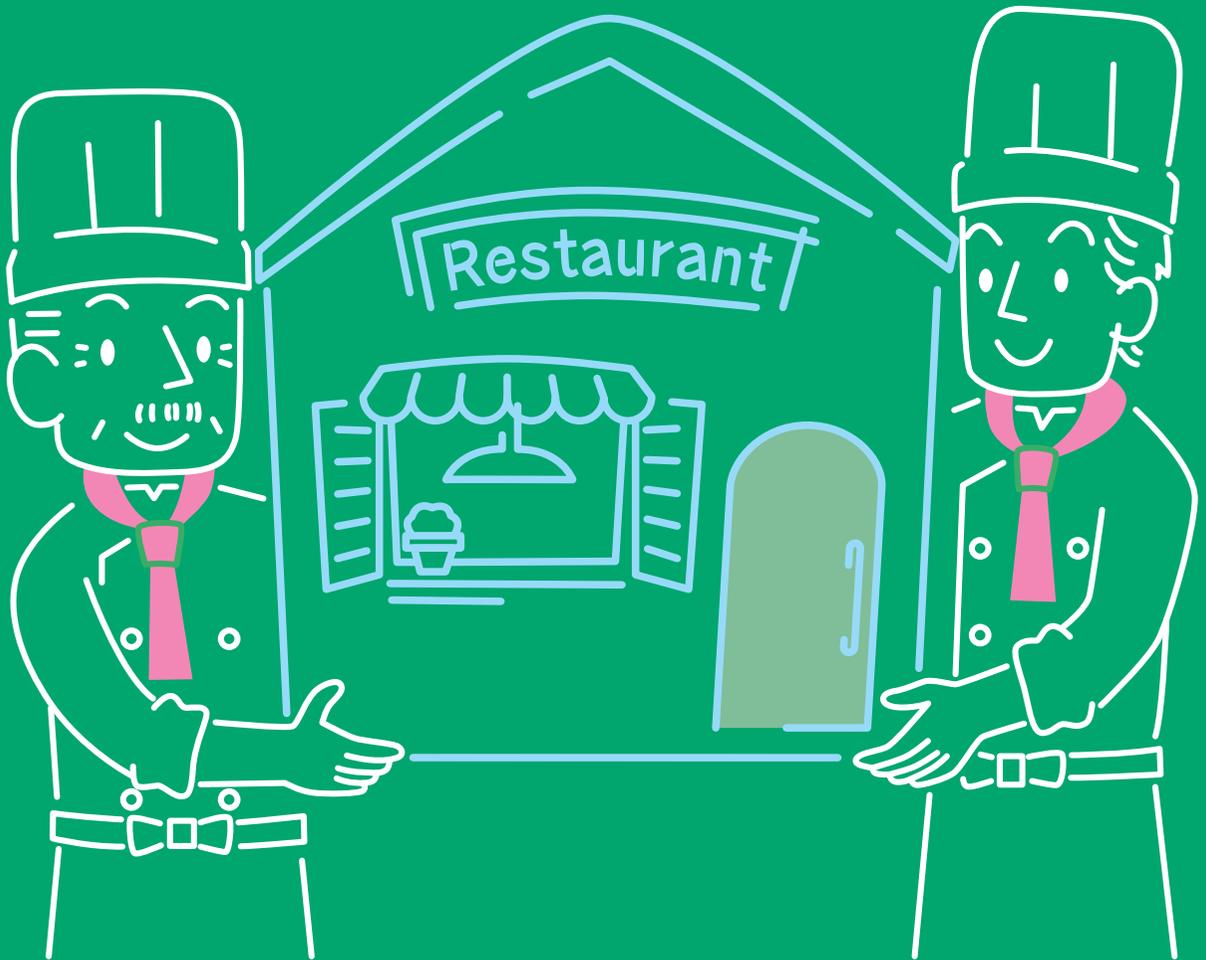


飲食店など生活衛生関係営業のみなさまへ

未来のあなた 未来のお店

事業引継ぎの可能性発見ガイド



日本政策金融公庫
国民生活事業



10年後、そしてさらにその先、あなた

Aさんの場合



もう引退しているかな。

Bさんの場合



そんなこと考えたこともなかったですね。

Cさんの場合



私はやめているでしょうね。

Dさんの場合



まだまだ頑張っていると思います。



お店の後継ぎはいらっしやいますか？

いません。子供にその気もないし。

後継ぎ…考えたことなかったな。従業員はいるけど、そんなこと話したこともないし…

子供が継いでくれることになっています。

従業員が継いでくれることになっています。

引継いでくれる人を見つけました！

とお店はどうなっていると思いますか？



お店はどうしますか？

だってやる人いないし、それほどのお店ではないと思うし…

誰か継いでくれる人がいるといいんだけど…やめることになるのかな…



あなたが引退するとお店も閉店でしょうか。

そういうことになるかな…

ぜひ、次のページをご覧ください！



お店をよりよくしていく方法として13・14ページの「見える化」と「磨き上げ」をご覧ください。

なぜ引退と同時に お店を閉めると 考えてしまうのでしょうか？

高齢社会に突入しているいま、
中小企業経営者の年齢層で最も多いのは、
60歳代になりました。

若い時に起業したり引継ぎを受けて以来長い間お店を続けてきて、
この先「自分が引退する時が店を閉める時だ」と
当然のように考える人が多いようです。

実際、休廃業した人の年齢構成は、
その8割が60歳代以上となっています。



なぜお店を閉めると考えてしまうのか？

体力的にきついかも

高齢になったらもう続けられないかも……

あなたのお店は、あなただからこそ続けてくることができました。それはまぎれもない事実です。

人によって違いはありますが、将来歳をとった自分を想像して、健康に問題が出るかもしれない、自分が動けなくなったらこの店は立ち行かない……そう考える人がいるのは自然なことです。



モチベーションの低下

経営者の高齢化が経営の低迷に

若い頃は新メニュー作りに没頭したりキャンペーンを行ったり、積極的に色んなことに挑戦をしてきませんでしたか？

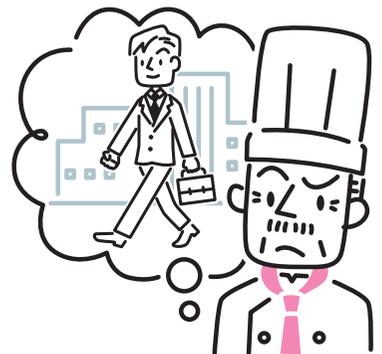
でも自分の引退を考え始めると「どうせいずれやめるから」と、積極的な事業展開をしなくなる傾向があるようです。そうなるとお店の業績にマイナスの影響となってあらわれ経営が低迷し、ますます「店を閉めるしかない」という気持ちに向かっていってしまいます。



子供に無理はさせたくない

子供には継がせにくい事情も

お子さんをお持ちであれば、継いでもらうことも一度は考えたでしょう。でも、お子さんが既に就職していたなら、「そのまま勤めている方がいい」と考えるのも親心です。それに、「自分と同じ苦勞はさせたくない」と思ってしまうものです。お子さん自身もあまりお店に関心はなさそうだし……。やっぱりあなたもお店も引退するしかないのでしょうか……。



育てて来たお店も 引退させるしか ないのでしょうか？

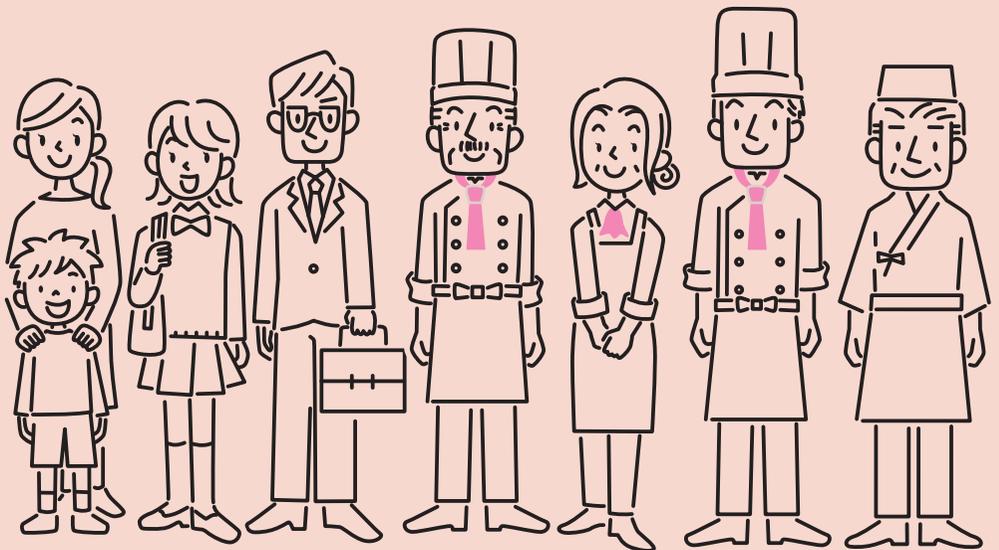
あなたがお店を立ち上げた頃、お店はあなたそのものでした。それから今まで、長い間、あなたは努力と苦勞を重ねて育ててこられたことでしょう。

そのかいあって、今のお店は、あなたの背中を見てきた従業員、お客様や事業者仲間、そして地域のみなさんが支えてくれるようになり、ここまで続けてくることができました。

時を経た今、あなたの愛するお店は、もうあなたにとってだけでなく、お店を支える多くの仲間や地域にとっても大事な存在になっています。

それは、あなた自身が一番強く感じていることかもしれませんね。

あなたが引退するとき、多くの人に愛されてきたお店も一緒に引退させることは、あなたが本当に望んでいることなのでしょうか……。



たくさんの人から愛されているお店

お店のみんなが頑張った

これまでの みんなの努力

あなたはもちろん、家族や歴代の従業員の方々の力があってこそ今のお店ができました。いったい何人の人に支えてもらったことでしょうか。

喜んでくれる人がいる

地域の人々に 愛され続けてきたこと

あししげく通ってくれるシニアのご夫婦、月1回必ず訪れてくれる子供連れの家族、4年間通いつめて卒業していく学生。昼食時のサラリーマン。ずっと地域の皆様が集う場所でした。それは今も変わりません。



重ねてきた工夫

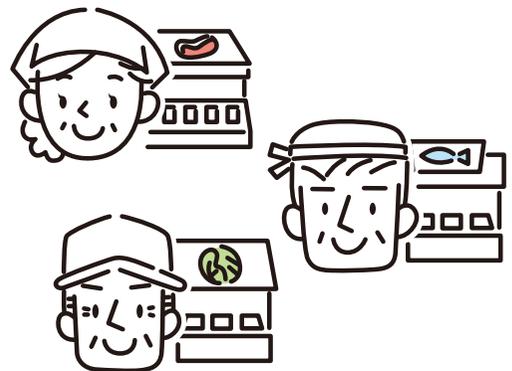
作り上げてきた 仕組み・ノウハウ

狭いながらも効率的な厨房、ホールの雰囲気、季節や地域の行事に合わせたオペレーション、テイクアウト商品など、あなたのお店ならではの個性を作り上げてきました。

助けてもらった仲間

一緒に頑張ってきた 事業者仲間

八百屋さん、魚屋さん、肉屋さん、電気店、工務店、広告会社などなど。事業者仲間が助け合いながら、あなたのお店と地域を盛り上げてきました。



うちの味

「秘伝」とまでは
いえませんが
大切なレシピと味





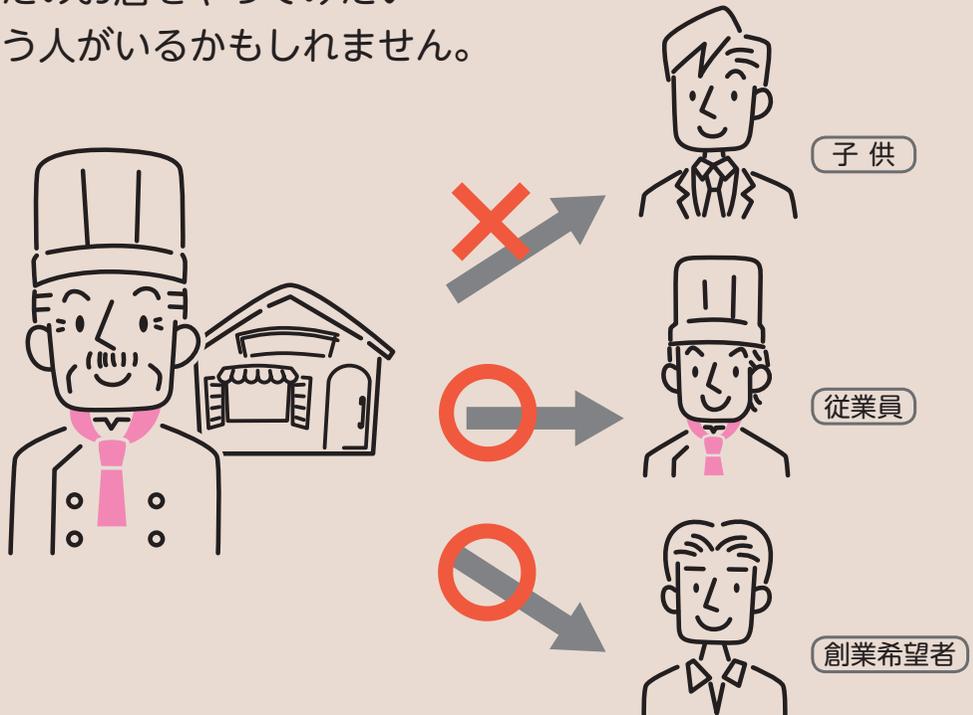
子供は継がない。 でも、お店を引継ぐ道は あります。

子供が継がないと決まった時点で
「自分の代で終わり」「小さなお店なので続ける価値はない」と
考えがちですよ。

でも今、子供以外の人にお店を譲るケースが
増えてきているのをご存知でしょうか。

もし信頼できる従業員がいるなら、ぜひ相談してみましょう。
そのあてがない方もあきらめるのはまだ早いです。
世の中には新しくお店をやりたい
という人がたくさんいます。

その中には、
あなたのお店をやりたい
と思う人がいるかもしれません。

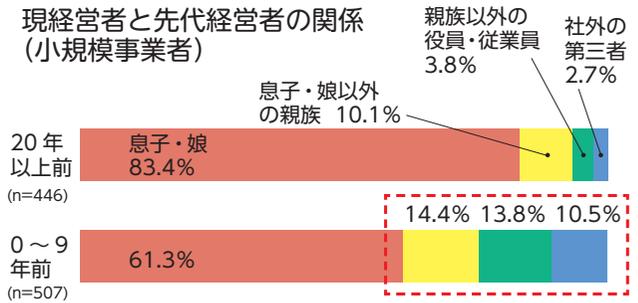


子供でなくても

子供以外に引継ぎしてもらおう ケース、意外と多いんです

事業を引継ぐ相手は、子供だけと
考えていませんか？ いまや、
事業を引継ぎした小規模企業のう
ち、子供（息子・娘）への引継ぎは
全体の6割にすぎません。では残り
4割は？ それは、息子・娘以外
の親族、親族以外の役員・従業員、
そして社外の第三者です。

現経営者と先代経営者の関係
(小規模事業者)



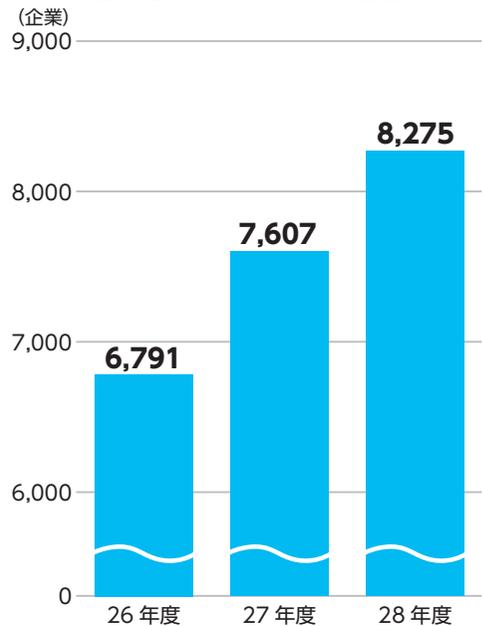
資料：中小企業庁委託「中小企業の事業承継に関するアンケート調査」再編加工
(2012年11月(株)野村総合研究所)

では誰に？

創業したいと 思っている人も たくさんいます

飲食業をはじめとした生活衛生関係営業
は、多くの人たちが創業をめざしています。
しかし、ゼロからのスタートのため、運営
ノウハウ、仕入先開拓、顧客開拓、従業員
確保、人気商品開発、物件の取得などに不
安があり、思い悩んでいる人もたくさんい
ます。このような人の中には、実績のある
あなたのお店を引継ぐことで、一から始め
るよりも楽にお店を持つことができ、失敗
のリスクを小さくすることができると思え
る人がいるかもしれません。

創業者への融資は年々増加



日本政策金融公庫（国民生活事業）／生活衛生関係営業
の創業企業（創業前及び創業後1年以内）への融資実績
の推移（企業数）

ひとりで悩まずに

候補者探し・事業引継ぎ専門の 公的相談機関があります

15・16 ページ参照

引退のタイミングと 創業ニーズがマッチ。 世代を超えて地域に愛される お店のバトンタッチ



せとラーメン（岡山県）

創業：昭和 55 年
店舗：岡山市南区郡 2982-2
電話：086-267-3301

岡山市南区の県道沿いにあるラーメン店。自家製のスープ・麺が世代を超えて近隣住民に愛される地域密着型のお店。ラーメン 9 種類（¥550～¥650）、セットメニュー 5 種類（¥900）、お子様メニュー（¥380）に加え、自慢の一品料理 6 種類を取りそろえる。

偶然でつながった「縁」

岩藤氏は妻とパート従業員の 3 人で「せとラーメン」を切り盛りしてきたが、体力的に厳しくなり店舗の売却・賃貸を考えていた。一方、井上氏は長く勤めた大手中華料理チェーンで上位職のエリアマネージャーを目指すか、自分のお店を持って独立するかを悩んでいた。

そんなおり、井上氏が家の新築をお願いした



住宅建築会社の社長と雑談した際、たまたま「いつか中華料理屋で独立したい」と将来の夢を話したところ、しばらくして「店を売却したい」といっているラーメン店のオーナーがいるので会ってみては」

と話を持って来てくれた。その社長は岩藤氏がかつて不動産業を営んでいた時の元部下で、岩藤氏から「いい人がいたら紹介してほしい」と頼まれていたのであった。

常連客がいることと 設備の良さに魅力を感じた

こうして独立志向を抱いていた井上氏と、お店を売却したかった岩藤氏は出会うことになる。井上氏は、既存店なので常連客が付いていることと、調理器具など設備が揃っていて資金面と準備期間の面で有利なことに大きなメリットを感じた。特にバックヤードにある自家製麺機には惹かれた。ラーメン店の多くは麺を業者から仕入れているが、ここでは店内で麺をいちから作っていた。小麦粉から^{めんたい}麺帯（麺にカットする前の帯状のもの）を作るところからやっていたのだ。それがお客様にも好評で、何よりも麺の原価を大幅に抑えられる。その原価は井上氏が勤めていた大手チェーンよりも低かった。

また、岩藤氏は井上氏に、決算書や細かな経費情報などを全て開示した。井上氏はそれをみ

岩藤清輝氏（左：前経営者）昭和15年生まれ、77歳。以前は複数の飲食店舗に加え不動産業も営んでいたが、引継ぎ前は「せとラーメン」1店舗を経営。2017年に井上氏に事業を引継いだ。



井上浩二氏（右：現経営者）昭和54年生まれ、38歳。大手中華料理チェーンに20年勤務。店長職も15年務めた。

て、「これならやっていけるのではないか」と感じたという。

結婚し小さな子供もいて家を新築したばかりのところ、20年勤めた会社をやめて独立することには不安もあったが、井上氏はこんなチャンスはこの先あるかどうかかわからないと思い、家族を説得した。結局、妻をはじめ親族も応援してくれることになった。

当面は調理器具・設備込みで賃貸借契約をすることで岩藤氏と合意。井上氏は経営が軌道に乗れば、将来的には買い取りも視野にしていると語った。

内装修繕とスープ・麺の継承

井上氏は会社を退職し、新装オープンに向けて動き始めた。今まで以上にファミリー層を集客するため、明るい色調のクロスに張り替え、ソファベンチを特注した。

「せとラーメン」の味を構成するスープと麺帯作りは岩藤氏からオープン前1ヶ月の間指導を受けた。特に、昔ながらの麺帯を作る技術を継承できたことはとても良かったと井上氏は感じている。店名は、井上氏が中華料理店を志向していたことから「中華料理せと」に変えようかとも思ったが、常連のお客様に馴染みのある「せとラーメン」のままとした。

お店を引継いで気付いたこと

具体的な準備に着手してから2ヶ月、平成29年9月にいよいよ新装「せとラーメン」がオープンした。店内はよりファミリー向けとし、メニューは基本となる醤油・塩・味噌ラーメンや焼飯を残しつつ、客単価と来店頻度を高めるた

めに、井上氏の得意な中華料理の一品ものや定食を加えたものとした。

しかし常連客の反応は意外なものだった。満を持して投入した中華料理はほとんど注文がなく、出るのはラーメンばかり。しかも、その反応は「味が変わった」「おいしくなくなった」という厳しいものであった。井上氏はここであらためて、「せとラーメン」に顧客が期待するものに気付かされ、まずはラーメンに全力を注ぎ、その上で自分の色をプラスして発展させていくことの大事さを痛感したという。

はじめは厳しい声もあった常連客だが、井上氏の熱意もありその後も通い続けてくれた上、アドバイスもしてもらえた。2～3ヶ月後には「前の味に近づいてきた」と言ってもらえたと井上氏は笑顔で語った。

お店もお客さまもつながっていく

「せとラーメン」は岩藤氏が開店して以来、平成29年で38年になる。引継いだ井上氏には幼稚園に通う子供がいるが、親同士で話をしても「せとラーメン」をよく知っている人が多いという。また、お店に来た家族連れの母親が子供に向かって「ママも小さいころここでラーメンを食べたのよ」と言っているのを聞き、すごいなあと素直に感じるとのこと。最後に井上氏は「自分も60歳か70歳くらいまでこの店を続けて、後を誰かが引継いでくれたらいいですね」と語った。

こうして、岩藤氏が地域に愛されるお店として長年にわたって築き上げてきた「せとラーメン」は、井上氏にバトンタッチされ、これからも続いていくこととなった。

お店の熱烈なファンが 未来につないだ 「学生たちの憩いの喫茶店」



フラッグ
Flag (東京都)

創業：昭和40年

店舗：港区芝5丁目26-3

電話：080-9195-0429

慶応仲通り商店街にある、50年以上続く「喫茶ペナント」が、新しいオーナーのもと平成29年に「Flag」としてリニューアル。今も昔も変わらず、近隣にある慶應義塾大学の学生とその卒業生、地域の人々の憩いの場として愛されている。

学生が社会に巣立っていくお店

「Flag」の前身は「喫茶ペナント」である。このお店は前オーナーが昭和40年から50年以上続けてきた、インバーダーゲームテーブルが置かれジャズが流れる、いわば昭和の純喫茶であった。コーヒーと、ケチャピラ（ケチャップピラフ）、にんピラ（にんにくピラフ）、ドライカレーなどの名物料理で、学生や地域の人々が集う憩いの場となっていた。

学生にとってはサークルの溜まり場でもあり、前オーナーと話がしたくて通う店でもあった。日常や将来のことなどを前オーナーや社会人となっても訪ねてくる卒業生と話しながら自分の志望を固め社会に巣立っていく。そしてまた社会人として帰ってくる。「喫茶ペナント」はそんな場所であった。

後に「喫茶ペナント」を引継ぐ飯田氏にとってもそれは同じであった。もともと実家が自営業で飲食店での独立志向があった飯田氏にとっては、前オーナーはあこがれの人でもあり、学

生時代はほぼ毎日入りびたっていた常連であった。

「このお店をなくしたくない」 という思いから引継ぎを決意

飯田氏は卒業して金融機関に勤めた後、食の現場を勉強するために飲食店等での経験を積みながら「喫茶ペナント」にも通い続けていた。

そんななか、前オーナーの体調が徐々に優れなくなったことに加え、腰を悪くしたことでお店に出たときは頑張っただけで普段通り振る舞っていたものの、それ以外では杖を使うことが出てきた。周囲は休むことを勧めたが、前オーナーは「来てくれるお客のため」といって頑張っただけで営業を続けた。しかし、ついには入退院を繰り返すようになるまで体調が悪くなってしまった。

飯田氏は病院にお見舞いに行くたびに、前オーナーの健康を案じながらも、このまま「喫茶ペナント」がなくなってしまうのではという不安も感じていた。そしてそれは的中してしまった。ある日、前オーナーからお店を閉めるつもりで



はんだまさつぐ

飯田将嗣氏

昭和 57 年生まれ、36 歳。
大学卒業後、金融機関、
NGO、飲食店勤務を経て、
平成 29 年に「喫茶ペナント」
を前オーナーから引継いだ。

あることを告げられる。その時の飯田氏は、麻布にある京風すき焼き・おばんざいの飲食店を広く任される立場にあったが、このまま「喫茶ペナント」がなくなってしまって良いものか思い悩んだ結果、自分が引継ぐことを決意する。お店の存続を願う人は自分以外にも大勢いる。その人たちの力を少しずつ借りながら自分が頑張れば、お店を残していけるのではないかと考えたのだ。

自分の決意を前オーナーに告げたところ、最初は「厳しいからやめておけ」と言って首を縦にふらなかつた。それでも飯田氏は何度も自分の思いや、お店が残ってほしいという常連客の声を伝え、最後には前オーナーも「わかった。そこまでいうなら」と言って嬉しそうな顔をみせてくれたという。

店舗を「みんなで」リフォーム

前オーナーが体調を崩してからは、お店の内外装や家具などの修繕もままならず、「喫茶ペナント」はかなり傷んだ状態にあった。飯田氏はまずこのリフォームに着手した。

常連の先輩後輩に呼びかけて協力を得、店内の大掃除を行なった上で、自分たちで床や壁面の修復、机・椅子等家具の修理とクロス張替え、ファサード（店舗正面部分）の修繕などを行なっていった。修繕して使えるものはできるだけ残すようにして、「喫茶ペナント」の雰囲気大切にすることを心がけた。

業者を入れなかった理由は資金面もあるが、自分たちでやった方がお店に愛着が湧くと考えたからである。Facebook ページも立ち上げて、毎日進捗状況を発信した。するとまた応援の声

と手が増えた。まさに「喫茶ペナント」を残すために集まったサークルのようだった。

喫茶・食事メニューも引継ぐこととしたが、店名だけは、巢立って行った人たちが戻って来るための旗印という意味で、「Flag」と変えさせてもらった。

引継いだお店を未来につなげるために

リニューアル後は「喫茶ペナント」と同じ、コーヒー・ジュースとケチャピラ等の軽食メニューでスタート。しかし卒業生には懐かしいメニューでも、近隣のお客様にとっては必ずしも愛着があるわけではなかつた。「喫茶ペナント」を残すといって前オーナーから引継がせてもらった以上、違うことをやるとお叱りを受けるのではないかと無意識に思っていたが、今までどおり続けていくだけでは、お店の更なる発展のために十分ではないのではないかと考えるようになった。

それから飯田氏はどのようなメニューにしたら学生や卒業生、そして近隣のお客に喜ばれるのかを必死で考え、前職で身につけたおばんざいやすき焼きをカジュアルにアレンジしたメニューを考案した。営業時間も夜の時間帯がカバーできるようシフトし、夜はビール類と全国の地酒、ワインも置くようにした。

純喫茶とはいえなくなつたかもしれないが、皆が集まる場所としての魅力度は高まり、経営的にも安定するようになった。

前オーナーが一度は閉めると決断した「喫茶ペナント」は、こうしてお店を愛してきた人たちの力によって飯田氏にバトンが渡され、再び走り始めた。

早めに考え取り組むほど 可能性が高まります。

家族や従業員に限らず、お店を他人に引継いでもらえる可能性を高めるにはどうすればよいのでしょうか？

それは、相手にとっての魅力を高めることです。そのために、お店の「見える化」と「磨き上げ」に取り組むことをオススメします。

「見える化」とはお店の強みなど、どういうお店なのかを伝えられるようにすること。

「磨き上げ」とは少しでも今より良いお店にしてお渡しすることです。

でもこれ普段からの経営のキホンですよ。

そう、経営のキホンをやってみればいいのです。

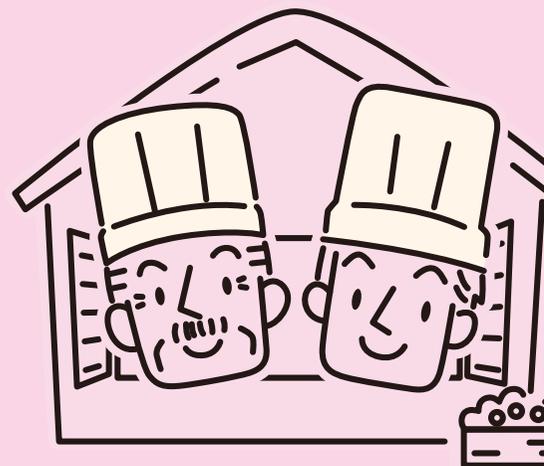
今はまだ順調だから、いよいよとなったら考えればいいと思わずに、ぜひ、今から取り組んでみませんか。

相談機関に早めに引継ぎの相談をしておくことも大切です。

じっくりと取り組むことで、

あなたのお店を引継いでもらえるいい人が見つかる可能性も高まります。

将来の選択肢の一つとして、
あなたの育ててきた
大切なお店を
誰かに引継ぐことを
考えてみませんか？



「見える化」ってなに？

付録に様式例が
ついてます。
(17・18 ページ参照)

「見える化」とはお店の価値が客観的にわかるようにすることです

周囲の環境

お店を取り巻く環境を説明できるようにしましょう。

- お店の立地
- 通行量
- 住民層
- 競合店の有無など

お店の状況

お店の経営状況を説明できるようにしましょう。

- 決算書
- 売上と利益推移
- 料理のジャンル
- 席数
- 客数・客単価
- 客層
- 主な仕入先など

お店の強み

「強み」とは最終的にお店の魅力につながる事柄です。

- 人気メニュー
- こだわり素材
- 店の雰囲気
- 仕入力
- シニアへの配慮等

※見える化をより詳しく体系的に行うには「知的資産経営報告書」や「事業価値を高める経営レポート」を作成する方法があります。

「磨き上げ」ってなに？

「磨き上げ」とはお店をより良くすること。 何だって他人に渡す前にはきれいにしますよね

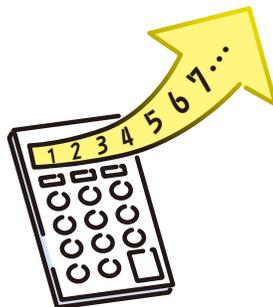
1 補修する

補修とはモノの修繕だけではありません。ソフト面での問題点の修繕（改善）も行いましょう。



2 強化する

原価の点検や商品別粗利の見直しなどで収益力を改善しましょう。お店の強みは維持強化しましょう。



3 光らせる

補修して強化すれば、お店はより光り出し、創業希望者にとって魅力的になるでしょう。



事業引継ぎ支援センター一覧

後継ぎ候補さがしなど事業引継ぎの相談にのってもらえます。

事業引継ぎ支援センター名	所在地
北海道事業引継ぎ支援センター	〒060-0001 札幌市中央区北1条西2丁目 北海道経済センター7F TEL 011-222-3111
青森県事業引継ぎ支援センター	〒030-0801 青森市新町2-4-1 青森県共同ビル7階 TEL 017-777-4066
岩手県事業引継ぎ支援センター	〒020-0875 盛岡市清水町14-17 中圭ビル TEL 019-601-5079
宮城県事業引継ぎ支援センター	〒980-0802 仙台市青葉区二日町12-30 日本生命勾当台西ビル8階 TEL 022-722-3884
秋田県事業引継ぎ支援センター	〒010-0951 秋田市山王二丁目1番40号 田口ビル4階 TEL 018-883-3551
山形県事業引継ぎ支援センター	〒990-8580 山形市城南町1-1-1 霞城セントラル13F TEL 023-647-0663
福島県事業引継ぎ支援センター	〒963-8005 郡山市清水台1-3-8 郡山商工会議所会館403 TEL 024-954-4163
茨城県事業引継ぎ支援センター	〒310-0801 水戸市桜川2-1-6 アイランドビル 3F 301号 TEL 029-284-1601
栃木県事業引継ぎ支援センター	〒320-0806 宇都宮市中央3丁目1番4号 栃木県産業会館8階 TEL 028-612-4338
群馬県事業引継ぎ支援センター	〒379-2147 前橋市亀里町884-1 群馬産業技術センター内 TEL 027-265-5040
埼玉県事業引継ぎ支援センター	〒330-0063 さいたま市浦和区高砂3-17-15 さいたま商工会議所会館4F TEL 048-711-6326
千葉県事業引継ぎ支援センター	〒260-0013 千葉市中央区中央2丁目5-1 千葉中央ツインビル2号館11階 TEL 043-305-5272
東京都事業引継ぎ支援センター	〒100-0005 千代田区丸の内2-5-1 丸の内二丁目ビル5階 TEL 03-3283-7555
東京都多摩地域事業引継ぎ支援センター	〒190-0012 立川市曙町2-38-5 立川ビジネスセンタービル12階 TEL 042-595-9510
神奈川県事業引継ぎ支援センター	〒231-0015 横浜市中区尾上町5-80 神奈川中小企業センタービル12階 TEL 045-633-5061
新潟県事業引継ぎ支援センター	〒950-0078 新潟市中央区万代島5-1 万代島ビル10階 TEL 025-246-0080
山梨県事業引継ぎ支援センター	〒400-0055 甲府市大津町2192-8 アイメッセ山梨3F TEL 055-243-1830
長野県事業引継ぎ支援センター	〒380-0936 長野市中御所岡田131-10 長野県中小企業会館3階 TEL 026-219-3825
静岡県事業引継ぎ支援センター	〒420-0851 静岡市葵区黒金町20番地の8 TEL 054-275-1881
愛知県事業引継ぎ支援センター	〒460-0008 名古屋市中区栄二丁目10-19 名古屋商工会議所ビル6F TEL 052-228-7117
岐阜県事業引継ぎ支援センター	〒500-8727 岐阜市神田町2丁目2番地 TEL 058-214-2940
三重県事業引継ぎ支援センター	〒514-0004 津市栄町1丁目891 三重県合同ビル5F TEL 059-253-3154
富山県事業引継ぎ支援センター	〒930-0866 富山市高田527 情報ビル1F (富山県新世紀産業機構内) TEL 076-444-5605
石川県事業引継ぎ支援センター	〒920-8203 金沢市鞍月2-20 石川県地場産業振興センター新館 TEL 076-256-1031

事業引継ぎ支援センター名	所在地
福井県事業引継ぎ支援センター	〒 918-8580 福井市西木田 2-8-1 福井商工会議所ビル 2F TEL 0776-33-8283
滋賀県事業引継ぎ支援センター	〒 520-0806 大津市打出浜 2 番 1 号 コラボしが 21 9 階 TEL 077-511-1500
京都府事業引継ぎ支援センター	〒 604-0862 京都市中京区烏丸通夷川上ル 京都商工会議所ビル 1 階 TEL 075-255-7101
大阪府事業引継ぎ支援センター	〒 540-0029 大阪市中央区本町橋 2-8 大阪商工会議所 5 階 事業承継・再生支援担当内 TEL 06-6944-6257
兵庫県事業引継ぎ支援センター	〒 650-0044 神戸市中央区東川崎町 1-8-4 神戸市産業振興センター 6 階 TEL 078-367-2010
奈良県事業引継ぎ支援センター	〒 630-8586 奈良市登大路町 36-2(奈良商工会議所内) TEL 0742-26-6222
和歌山県事業引継ぎ支援センター	〒 640-8567 和歌山市西汀丁 36 (和歌山商工会議所内) TEL 073-422-1111
鳥取県事業引継ぎ支援センター	〒 680-0031 鳥取市本町 2 丁目 123 番地 三井生命鳥取ビル 4 階 ビジネス サポートオフィスとっとり内 TEL 0857-20-0072
島根県事業引継ぎ支援センター	〒 690-0886 松江市母衣町 55-4 松江商工会議所ビル 6F TEL 0852-33-7501
岡山県事業引継ぎ支援センター	〒 701-1221 岡山市北区芳賀 5301 テクノサポート岡山 TEL 086-286-9708
広島県事業引継ぎ支援センター	〒 730-8510 広島市中区基町 5-4 4 広島商工会議所ビル 7 階 TEL 082-555-9993
山口県事業引継ぎ支援センター	〒 753-0077 山口市熊野町 1-10 NPY ビル 10 階 TEL 083-902-6977
徳島県事業引継ぎ支援センター	〒 770-0865 徳島市南末広町 5 番 8-8 号 徳島経済産業会館 1 階 TEL 088-679-1400
香川県事業引継ぎ支援センター	〒 760-8515 高松市番町 2-2-2 高松商工会議所会館 5 階 TEL 087-802-3033
高知県事業引継ぎ支援センター	〒 780-0870 高知市本町 4 丁目 1 番 32 号 こうち勤労センター 5 階 TEL 088-802-6002
愛媛県事業引継ぎ支援センター	〒 790-0067 松山市大手町 1 丁目 11-1 愛媛新聞・愛媛電算ビル 2F TEL 089-948-8511
福岡県事業引継ぎ支援センター	〒 812-0011 福岡市博多区博多駅前 2-9-28 福岡商工会議所ビル 7 階 TEL 092-441-6922
佐賀県事業引継ぎ支援センター	〒 840-0826 佐賀市白山 2 丁目 1-18 高島ビル 2 F TEL 0952-20-0345
長崎県事業引継ぎ支援センター	〒 850-0032 長崎市興善町 4-5 カクヨウ BLD 3 F TEL 095-895-7080
熊本県事業引継ぎ支援センター	〒 860-0022 熊本市中央区横紺屋町 10 熊本商工会議所 6 階 TEL 096-311-5030
大分県事業引継ぎ支援センター	〒 870-0026 大分市金池町 3-1-64 大分県中小企業会館 5 階 TEL 097-585-5010
宮崎県事業引継ぎ支援センター	〒 880-0811 宮崎市錦町 1-10 宮崎グリーンズフィア壱番館 (KITEN) 7 階 TEL 0985-72-5151
鹿児島県事業引継ぎ支援センター	〒 892-8588 鹿児島市東千石町 1-38 鹿児島商工会議所ビル 13F TEL 099-225-9533
沖縄県事業引継ぎ支援センター	〒 900-0033 那覇市久米 2-2-10 那覇商工会議所 1 階 TEL 098-941-1690

とりあえずちょっとだけ

わかる範囲で書き込んでみましょう。平均客数・客単

お店の概要

● 店名

● 業種

(そば・うどん、寿司、和食、洋食、中華など)

● 営業日数 / 営業時間

営業日数 週 _____ 日
月 _____ 日
営業時間 昼 _____ ~ _____
夜 _____ ~ _____

● 開店年

平成・昭和
大正・明治 _____ 年

● 駐車場

なし・あり (_____ 台分)

● 一言でいうとこんな店

経営状況

● 売上 / 利益

	1年前	2年前	3年前
売上高			
利益額			

● 従業員数

 人

● 店舗面積

 m²・坪

● 席数

 席

● 平均客数 / 客単価

	昼 (時~ 時)	夜 (時~ 時)
客数	_____ 人	_____ 人
客単価	_____ 円 / 人	_____ 円 / 人

● 主な来店層とその割合

(高齢者、ファミリー、サラリーマン、学生など)

● 主な仕入先

仕入食材	仕入先

周囲の環境

● 立地

駅前 商店街 住宅街
 その他 (_____)

見える化してみましよう

価はだいたいでも結構です。下記は飲食店の例です。

お店の強み

● 人気メニュー

● その他の強み

(設備、人材、運営の仕組み、仕入業者との関係、ポリシーなど何でも)

気になっていること

● 建物・内装・設備

● 厨房業務 / ホール業務

● その他

磨き上げたいこと

● いっそう強くしたいこと

● 補修 (改善) したいこと

● 住民層の特徴

- 高齢層が多い
- ファミリー / 親子連れ層が多い
- 学生が多い
- その他 ()

● 競合店

- 同業店 ()
- 異業種店 ()



日本政策金融公庫

国民生活事業

監修：知的資産経営研究所 代表／中小企業診断士 長島孝善

発行：株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 生活衛生融資部

〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-9-4

大手町フィナンシャルシティノースタワー

TEL:03-3270-1653 <https://www.jfc.go.jp/>

(平成 30 年 3 月発行)