

1. 財務関連 KPI

1.1 売上高 (Revenue)

- 月次売上高 / 日次売上高
 - ベーグル 1 個あたりの平均単価 × 販売数量で算出。
 - 例) 「1 日の売上が大きい日は、ちょっとした“お祭り”のように盛り上がります。売上高を見ると、そのお祭りが月に何回あったかがわかります。」

1.2 原価率・仕入原価 (Cost of Goods Sold / Cost Ratio)

- 原材料費 (粉・砂糖・酵母など) の合計 ÷ 売上高
 - 高品質な材料を使いすぎると原価率が跳ね上がるが、品質を下げすぎると顧客満足度に影響するため、バランスが重要。
 - 例) 「粉や酵母などの材料費が売上の何割を占めるか。“おいしさ”を守りつつコストを抑えるのは、武将が兵糧をいかに効率よく管理するかに似ています。」

1.3 粗利益 / 営業利益 (Gross Profit / Operating Profit)

- (売上高 - 原価) / (売上高 - 原価 - 販管費)
 - 製造業と小売業が一体となるベーグル屋は、特に光熱費や人件費の管理が鍵。
 - 例) 「ベーグルを焼くためのオープン電気代など、地味に大きなコストを見落とさないようにチェックすることが、“合戦”時の後方支援管理と同じくらい重要です。」

1.4 キャッシュフロー (Cash Flow)

- 営業キャッシュフロー (月次・四半期)
 - 在庫 (生地など) と現金収支のバランスを把握し、黒字倒産を防ぐための重要指標。
 - 例) 「生地を寝かせる発酵時間とキャッシュの出入りを同時にチェックするイメージです。時間を置きすぎると生地が過発酵になるように、資金繰りも回転が遅すぎると負担が大きくなります。」

2. 顧客関連 (販売・マーケティング) KPI

2.1 客数・来店者数 (Number of Customers / Foot Traffic)

- 日次来店者数 / 週次来店者数
 - ベーグル屋さんの場合、朝食時や週末のピークタイムなどの来店者数を把握。
 - 例) 「“戦国時代”でいうならば、どれだけ多くの兵 (お客様) を集められるか。それが新規顧客獲得の力にもつながります。」

2.2 客単価 (Average Purchase per Customer)

- 売上高 ÷ 来店者数

- 飲み物やサイドメニューとのセット販売を増やすことで客単価をアップ。
- 例)「メインのベーグルに加えて、スープやコーヒーも買ってもらう“セット販売”は、戦のときに弓兵だけでなく足軽や騎馬隊も一緒に動かすイメージです。」

2.3 再来店率・リピート購入率 (Repeat Rate)

- 再来店者数 ÷ 全体来店者数

- 会員カードやLINE登録などを通じて再来店をトラッキング。
- 例)「信長が“安土城”に再訪するように、新規のお客様に“もう一度来たい”と思ってもらえる接客・品質・サービスが鍵です。」

2.4 顧客満足度 (Customer Satisfaction)

- アンケートやSNS評価、NPS (Net Promoter Score)

- 例)「SNSで高評価をもらうことは、“戦国大名の評判”が他国に広がるようなもの。口コミが広がれば新規客の増加にもつながります。」

3. 製造・品質管理関連 KPI

3.1 製造効率・生産数量 (Production Efficiency / Number of Bagels Produced)

- 1時間あたりベーグル製造数、1日あたりのベーグル総生産量

- 設備の稼働率や、スタッフの作業効率を把握。
- 例)「生産速度は、パン作りでいう“適切なこね時間”のようなもの。早すぎると生地にダメージが出るし、遅すぎると回転率が落ちます。」

3.2 歩留まり率 (Yield Rate)

- 製造段階での不良 (焼きムラ、形崩れなど) ÷ 全体生産量

- 原材料をムダにしない、品質をキープする。
- 例)「焼きむらが多いのは“鍋料理で底が焦げる”ような状態。もったいないので、適切な温度管理や発酵時間の調整を行きましょう。」

3.3 在庫回転率 (Inventory Turnover)

- 原材料・製品在庫の棚卸し回数 ÷ 期間

- ベーグルの賞味期限や鮮度管理に直結。
- 例)「発酵した生地を使い切るタイミングを見誤ると余ってしまいます。新鮮さを武器にするには、在庫をこまめに回転させることが大切です。」

3.4 クレーム件数・品質トラブル件数

- 月次クレーム数 / 品質トラブル報告数

- 生地の異常発酵や異物混入など、重大クレームは細かく分類して管理。
- 例)「“城”が落城寸前になるような大きなトラブルは事前に芽を摘むことが大事。小さな問題も放っておくと大きくなるので、早期発見・早期対策です。」

4. オペレーション・スタッフ関連 KPI

4.1 労働生産性 (Labor Productivity)

- 1人1時間あたりの生産数・売上額
 - ベーグルづくりが未経験のスタッフにはしっかりと研修を。
 - 例)「優秀な兵 (スタッフ) が増えるほど、短い時間でより多くのベーグルを効率よく作ることができる、というイメージです。」

4.2 シフト管理・スタッフ定着率

- $\text{スタッフ定着率} = \text{一定期間 (1年など) 継続勤務スタッフ数} \div \text{期間開始時のスタッフ数}$
 - 小さなお店ほど、経験豊富なスタッフが辞めると影響が大きい。
 - 例)「優秀な家臣が次々に離反してしまうと、組織が回らなくなるのと同じ。モチベーションアップと働きやすい環境づくりが重要です。」

4.3 教育・研修コスト

- $\text{研修関連の投資額} \div \text{スタッフ数}$
 - 新人教育に投資して、早期に戦力化できるかどうかをチェック。
 - 例)「日本史でいえば、“寺子屋”にかかる教育コストが将来の人材育成にどれだけ役立つかを検証するようなものですね。」

4.4 作業手順遵守率・マニュアル遵守率

- 定められた作業手順の遵守度合いを定量化
 - 混ぜる時間、成形の仕方、焼き上げの温度や時間などをスタッフが正確に守れているか。
 - 例)「決められたルールを皆が徹底すれば、ベーグルの品質にもブレがなくなります。合戦時の“陣形”が乱れないよう、統率を取るイメージです。」

まとめ

1. **財務面:** 売上・利益だけでなくキャッシュフローや原価率のバランスをチェック。
2. **顧客面:** 来店者数・客単価・リピート率などを追いかけて、販売戦略や SNS 評判の向上を目指す。
3. **製造・品質管理面:** 歩留まりや製造効率を管理しながら、在庫やクレームを最小化する。
4. **オペレーション・スタッフ面:** スタッフ教育やモチベーション管理で、高品質なベーグルを安定提供。

KPI をより活用するためのヒント

- 具体的な数値目標: 「売上を伸ばしたい」 → 「客単価を 10% 上げる」など測定可能

な目標に落とし込む。

- **KPI 同士の因果関係を理解:** 「客単価アップ」のために「サイドメニュー開発」などを具体化。
- **定期的モニタリング:** 毎日・毎週・毎月レビューし、データを見ながら柔軟に方針を修正。
- **スタッフ全員で KPI 共有:** 店舗の黒板やデジタルツールに表示し、同じ目標に向かう意識づくり。

この KPI ツリーをもとに、実際の運営に落とし込めば、きっと大きな成果に結びつくはず
です！ もし追加で知りたいことや深掘りしたいテーマがありましたら、ぜひ教えてくださいね。