

飲食業向けID-POSシステム「極」で 経営力アップ！

システム導入事例

弁当の「提供時間」もっと短く！ 大型モニター導入で業務の標準化も

～おふくろ弁当(茨城県北茨城市中郷町)～

2024年7月取材

コロナ禍以降、店舗で弁当など調理済みの食品を購入して家や職場に持ち帰って食べる「中食市場」が成長している。茨城県北茨城市の「おふくろ弁当」が設立されたのは1987年(昭和62年)9月。以降大手弁当チェーンやコンビニエンスストア、大手スーパーなどの競合店がひしめく中で、現在独立系の弁当店として月商1,000万円をゆうに超える事業規模に拡大した。さらなる成長を目指して取り組んだのが「IT機器」の導入だ。IT機器を駆使し高品質の顧客サービスに磨きをかける。

●競合店ひしめく弁当業界でIT化に踏み切る

画期的なITシステムを構築

「コロナ禍の影響で、テイクアウトの需要が増加して売り上げは2割ほどアップした」。こう話すのは「おふくろ弁当」の社長鈴木利幸氏である。

確かに、近年弁当市場を含む中食市場は増加傾向にある。2023年の中食市場の売り上げは前年比5%増、食機会数は同1%増、客単価は同4%増となった。

ただ値上げの影響が大きく客単価は上昇したが、食機会数の増加率は微増となり2019年の水準には及んでいない(Circana,サカーナ・ジャパン調べ)。

弁当市場は単身世帯や共働き世帯が増えて、今後も順調に推移していくと見られているが、市場では大手弁当チェーンやコンビニエンスストアなど強力な競合店がひしめいている。大手に比べて資金力に乏しい独立系の「おふくろ弁当」はどのように競合店との差別化を図るのか。



▲おふくろ弁当の店舗外観

同店のIT機器導入のきっかけは深刻化する一方の「人手不足」対策。だが、鈴木社長はこの機会を利用して、店舗のオペレーション全体を見直し弁当業界では画期的ともいえるITシステムを構築した。

「実はかなり以前から店舗のIT化は考えていたが、こちらの要求通りにシステムを開発してくれるところが見つからなかった。唯一メディアネットワークジャパンさんがこちらの難しい条件をクリアしてくれた」(鈴木社長)。

導入したのは2023年11月、導入機種はMNJ羅針盤シリーズ「極 SELF」。自動釣銭機と連動した券売機と、キッチンモニターと連動したキッチンプリンターのシステムである。

同店の今回のIT投資額は600万円。IT導入補助金を活用し、補助額最大の3/4を引き出したので自己負担は150万円で済んだという。

メディアネットワークジャパンは、リコージャパンや大塚商会らの大手と共に名を連ねる「認定事業者」。鈴木社長は「補助金の申請から導入後のサポートまで一貫して対応していただいたので非常に助かった」と振り返る。

●おふくろ弁当が大切にしていること

経営理念を具現化する

鈴木社長は店舗のIT化に対する躊躇もあった。というのもIT化によって従業員とお客様から機械とお客様という形になり、これまで同店が大切にしてきたお客様とのふれあいが薄れてしまうと考えたからだ。お客様とのちょっとした会話の中から生まれる、心のこもった接客やコミュニケーションが失われてしまうという懸念である。

鈴木社長はこう説明する。「40年近く弁当屋をやっていて同業他社に良く聞かれるのは、どうすれば事業を永續できるかということ。簡単なんです。お客様とのふれあいを大切にすることです」。



▲IT化が進んでもお客様とのふれあいを大切にする



▲鈴木利幸社長



▲ずらり並んだ60種類以上の弁当メニュー

ふれあいを大切にすることも単なる抽象論ではない。

例えば同店は設立以来、お客様への「お茶出し」を行っている。お茶を出すことで、お客に対する感謝や歓迎の気持ちを伝える。

「普通の店ならセルフにするところだが、コストの問題ではない。60種類以上の弁当の中から時間をかけて選んでくれてありがとう、毎日のように来ていただいてありがとうという感謝の気持ちをあらわしている」。



▲自動釣銭機と連動した券売機を導入



▲ワンタッチで処理ができるカスタムキーボード活用

●大・中型キッチンモニター導入のワケ

1秒でも早くお出ししたい

MNJ羅針盤シリーズ「極SELF」の導入前は「ボタン式券売機」を使用していた。各ボタンに商品名と値段を設定しているので、ボタンを押すだけで簡単に発券できるシンプルなタイプだ。「お客様から注文を聞いて注文票を出すのはパートさん。ボタン式は60種類以上の弁当の値段を覚える必要がないことに加え、お客様と会話できる重要なツール」（鈴木社長）。

それほど重視していたボタン式だが、やむなく従業員の手を煩わすことのない最新の自動券売機に切り換えた。それほど、弁当業界の人手不足は深刻だということだ。

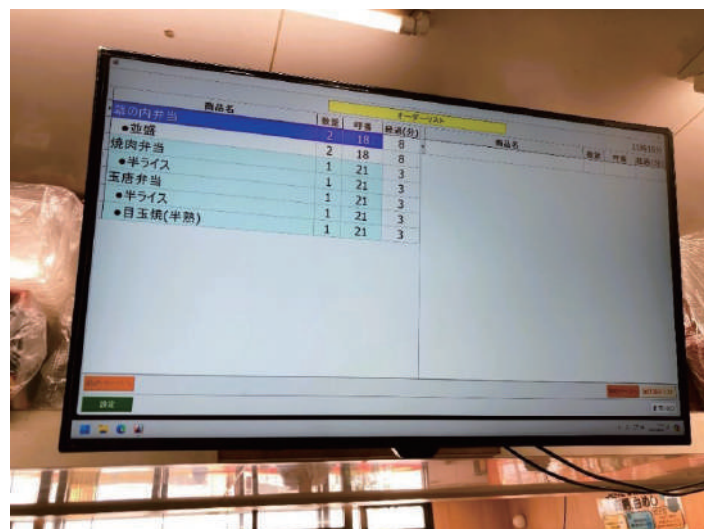
新システムの業務フローの簡単な流れはこうだ。

- ①お客様が券売機で注文を入れる
- ②大・中型キッチンモニターから音と一緒に注文データが表示される
- ③同時にキッチンプリンターから注文データが印刷される
- ④厨房スタッフは大・中型キッチンモニターをチェックしながら調理する。

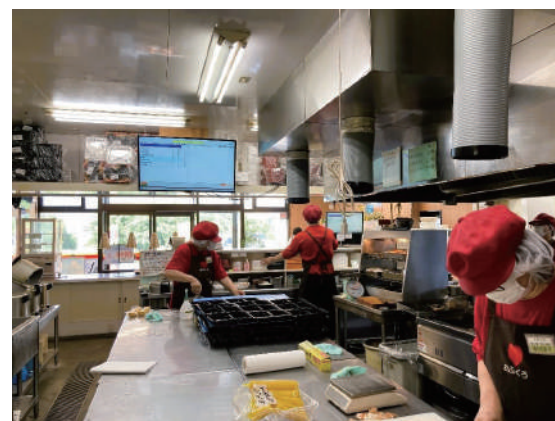
新システムのポイントの一つである①の券売機は番号入力式を採用した。他の入力方式に比べてシンプルで操作しやすいからだ。新システムではその時点で決済を終える。

弁当の提供時間を知る

画期的なのは②の大「中型キッチンモニター」の導入だ。鈴木社長は



▲大型のキッチンモニターを導入した



▲弁当の提供時間の標準化を図る



モニター導入の理由をこう説明する。

「弁当の品質を落とさず1秒でも早くお客様にお出ししたい。それには弁当の注文からお出しするまでの“提供時間”を知る必要がある。お客様が券売機に注文していただいた時点でスタート時間はカウントできるが、終了時間はカウントできない。どうすればいいのか悩みました」。

弁当を作る人と待つ人では両者の時間感覚は微妙に違う。作る人は急いでいるつもりでも、待つ人は遅いと感じるものだ。鈴木社長はそこに目を付けた。

鈴木社長が出したアイデアは新たに「(調理終了の)決定ボタン」の装置を設置して、厨房スタッフが調理を終えたら決定ボタンを押す。スタート時間は分かっているの、これをネットワークにつなげば提供時間が分かるというわけだ。

提供時間を表示するのは大・中型キッチンモニターである。モニターには商品名(例えば焼肉弁当)、数量、呼び出し番号と共に提供時間(経過時間)を知らせる「オーダーリスト」が表示される。厨房スタッフはそれを見ながら調理時間を調整する。

将来のモバイルオーダーシステム導入の布石

ITを活用してお客様に最大限の顧客満足を提供したいというのが、鈴木社長の思い。

1秒でも早く商品を提供するだけでなく、商品の提供時間の標準化も図ろうと考えている。調理の作業手順をマニュアル化して、20人ほどの厨房スタッフの誰が作っても同じような時間、同じような品質を保つことだ。

人気の唐揚げ弁当や焼き肉弁当の提供時間は4分程度。モニターでは商品別に提供時間の長短で色分けしている。○分経過するとイエロー、○分以上はレッドという使い分けだ。

さらに、鈴木社長は例えばお昼の11時から12時まで各弁当の提供時間の平均データを集計している。こうした提供時間の収集データは、将来の「モバイルオーダーシステム」導入の布石である。

同店には1日20件〜30件の電話注文がある。顧客がスマートフォンやタブレットなどを利用して注文するのがモバイルオーダーシステム。顧客は待ち時間を減らしスムーズに商品を受け取れる。一方、店側では注文の受け取りや決済の手間を省き従業員の業務負担を軽減する。

弁当業界の人手不足は今後ますます厳しくなると考えている鈴木社長。店舗のオペレーションのIT化で顧客満足アップと人材不足の解消を図る。

経営情報販売管理システム

MNJ羅針盤シリーズ「極SELF」

東京都北区 03-3906-3561