

平成 29 年度
農林水産省補助事業

工夫事例 43 選 事例集

(サービス産業イノベーション推進事業)

平成 30 年 3 月

公益財団法人 食品流通構造改善促進機構

はじめに

本事例集は、平成 29 年度に農林水産省食料産業局の補助事業として実施した「平成 29 年度サービス産業イノベーション推進事業」において外食・中食産業における生産性向上に関する個々の取組について優良な事例を発掘し、その取組内容を事例集としてとりまとめたものです。

日本国内における外食産業・中食産業を含むサービス産業は、人手を要する工程が多い労働集約型の産業であり、労働生産性が低いとされています。日本国内における生産人口は、減少傾向にあり、人手不足の観点から、業務の効率化やおもてなしの提供による生産性向上に取り組む企業が増えてきています。

業務の効率化やおもてなしの提供などにより生産性を向上させるためには、個々のお店で工夫している「ちょっとした工夫」の積みかさねが重要となります。今回の事例集では、そうした観点から生産性向上の取り組みとして優良な全国各地の事例 43 件を収録しています。本事例集をご活用いただき、外食・中食産業における労働生産性の向上に広く活用いただければ幸いです。

本事例集の作成に当たり、お店・工場「生産性向上」事例総選挙にご応募いただきました外食・中食事業者の皆様、また優良事例の発掘に携わっていただきました検討委員、調査委員の皆様に厚くお礼申し上げます。

平成 29 年 3 月

公益財団法人 食品流通構造改善促進機構

目 次

外食関係

1	貝の家 岬	
	◇ 食材ロス対策として人気食材を主力としたファストフードへの転換.....	1
2	株式会社 梶賀コーポレーション	
	◇ ローコストバリアフリー化（段差解消）.....	4
3	Cafe nijineko	
	◇ 販促物の統一化による視認性の向上.....	7
4	有限会社きらく	
	◇ メニュー表からメニューブックへの変更 (メニュー写真を手書きイラストに変更)	10
5	金城樓	
	◇ 外国人旅行者向けにタブレットで和食文化を多言語提供.....	13
6	魚菜食堂	
	◇ 座席からイス席への改装による売上アップ・提供時間の短縮.....	16
7	純手打ちうどん よしや	
	◇ 出口専用ドアの設置によるお客様の導線を簡略化.....	19
8	城西館 ティーラウンジ	
	◇ メニュー表に食材の解説や生産者写真を入れ来店客に訴求.....	22
9	城西館 ティーラウンジ	
	◇ 軽食中心の喫茶コーナーに本格料理を提供.....	25
10	新橋お多幸	
	◇ ラストオーダー後の精算効率化にレジの機能を最大限活用.....	28
11	千成亭 八幡堀店	
	◇ 外国語表記のメニュー表による接客時間の短縮を実現.....	31
12	中華そば きた倉	
	◇ 年齢や性別、食べられる量に合わせたメニューシステム.....	34
13	株式会社 椿茶園	
	◇ 訴求力のある看板の設置によるお客様入り数の増加.....	37
14	株式会社 天下味	
	◇ コミュニケーションツールとして従業員同士の「握手」を発案、離職率低下に	40
15	ナチュラルキッチン・マナ	
	◇ 店舗の視認性向上に「ブラックボード」を店頭設置.....	43
16	生パスタ専門店 センプレ	
	◇ 生パスタハイブリットソースの開発.....	46

17	はりまやライト	
	◇ 複数店舗の定休日をずらすことにより廃棄ロスの低減を実現.....	49
18	村のレストラン 農家の食卓	
	◇ 「セミビュッフェ」スタイルを取り入れ厨房作業の効率化を実現.....	52
19	村のレストラン 農家の食卓	
	◇ アレルギー対応食を通じて集客アップ.....	55
20	麵通様御用達 たけ屋	
	◇ 子供用無料料理の提供により大幅な売上アップを達成.....	58
21	焼肉屋 カルビ王国 山口本店	
	◇ 多機能分子調理器等の最先端機器導入、調理時間短縮、廃棄ロス低減を実現...	61
22	La Cave de Sanoman	
	◇ 戦略商品であるドライエイジングビーフを中心とした販促.....	64
23	駱駝別邸	
	◇ 全ての料理写真をメニューブックに掲載 (注文頻度の低い料理の注文順位アップ) ...	67
24	レストラン丸八 炉萬館	
	◇ QCサークル活動により売上アップ.....	70

中食関係

1	あぐりこまち株式会社	
	◇ スマイルケア食品（青マーク）の販売.....	75
2	うなぎの井口	
	◇ 混雑時の目的別接客ラインの設置により混雑解消.....	78
3	うなぎの井口	
	◇ 製造工程の直線化.....	81
4	うなぎの井口	
	◇ サンプル陳列と紹介映像で商品選択の円滑化.....	84
5	クラッシーノ・マルシェ	
	◇ 地域の「旬」をPOP看板に掲載し地域密着の経営により売上UP.....	87
6	有限会社 グリーンフィールド	
	◇ タブレットや無線等を活用して情報の共有化や連絡ミス防止.....	90
7	有限会社 グリーンフィールド	
	◇ 会議・人材育成を通じた意識の共有化による労働環境の改善.....	94

8	魚屋シュン	
	◇ 「生」のおいしさを伝えるPOPの手書き墨文字化.....	97
9	千成亭 夢京橋店	
	◇ 商品の受け渡しミスをなくすために番号札を活用.....	100
10	宅配こまち	
	◇ 高齢者用のお弁当の開発により新規顧客の獲得.....	103
11	東毛給食センター	
	◇ 配送表の表示を箱単位に変更.....	106
12	東毛給食センター	
	◇ フレコンの活用により省人化.....	109
13	東毛給食センター	
	◇ じゃがいもの芽取り器導入.....	112
14	土佐山田ショッピングセンター	
	◇ 加熱時間の調整により複数食材を一度に調理.....	115
15	土佐山田ショッピングセンター	
	◇ 惣菜工場の新設により売上10%アップを図る.....	118
16	蜂屋食品株式会社	
	◇ 公的支援機関の支援を受け「5S勉強会を開催」.....	121
17	ふれあいの駅 うりぼう	
	◇ 狭いレジスペースの混雑解消にレジ誘導シールを活用.....	124
18	ふれあいの駅 うりぼう	
	◇ 惣菜のパック詰めからバラ売りへの転換でコストダウン.....	127
19	株式会社 ベジタコーポレーション	
	◇ 働く主婦のために企業内に託児所を設置し定着率の向上を図る.....	130

外 食 編

① 貝の家 岬

かいのいえみさき



店舗外観



店内の様子



店内の様子



現在のメニュー

①			
1. 店舗の概要			
①店舗名称	貝の家 岬 かいのいえみさき		
②店舗住所	〒441-3624 愛知県田原市伊良湖町古山2814-4		
③業態	カフェ		
④店舗開業年	1981年		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 2人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 人		
⑥規模	(1) 店舗面積 :	157.61㎡	(2) 厨房面積 : 17㎡
	(3) 駐車場面積及び台数 :	100台 (共同駐車場)	
	(4) 客席数 :	カウンター 席 小上がり 4人掛け× 4席 テーブル 4人掛け× 4席 / 3人掛け× 2席 1階 席 / 2階 席 等	
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	夏9:00~18:00 冬9:00~17:00	⑧定休日	不定休
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 100% / 物販 %)		
	(2) (1)の内、飲食の内訳 (セットメニュー 70%、単品 30%)		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】 食材ロス対策として、人気食材を主力としたファストフードへの転換

■背景

当社は昭和34年に現在地において、主に観光客を対象に土産物店及び飲食店業を開業し、昭和56年12月に法人化した。平成初期にかけてバブル景気の波に乗り、売上も安定していたが、バブル崩壊後観光客の消費傾向も変化し、売上も大きくダウンしてきている。

特に近年は、観光客の消費動向も変化してきており、当店が中心として提供している定食物を食べる人が減少し、そのかわり焼き大アサリなどのファストフード的なメニューにシフトしてきている。

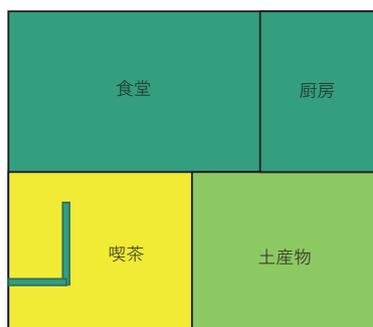
また、売上や利益の減少に伴い、従業員を雇用することが難しくなっている。

■課題

当店の主カメニューは定食物であったが、顧客の嗜好の変化により、定食物の需要が減少している。

しかし、定食物もメニューに掲げているため、食材を常に仕入れておく必要があり、食材ロスも発生してきている。

また、食堂・喫茶・土産物屋というように3つに区分された店舗であり、現在の従業員2名では作業効率が悪い店舗配置となっている。喫茶・食堂・土産物と3つの場所を常に行ったり来たりしていた。



旧店舗レイアウト



旧店舗奥の食堂部門



食材ロスが多い定食物

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 1/2

■具体的な改善策

<店舗改装>

店頭の喫茶部門と土産物部門の壁を取り壊し、店の全面を注文カウンターと飲食スペースに改装。

お客様がカウンターで注文し、自分でとりに来てもらう。

奥の食堂部分は、店頭の飲食スペースが足りない時に活用するようにした。

<スタートした時期>

平成28年12月

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

店舗改装に650万円くらいかかったため、費用対効果の面で本当に大丈夫だろうかという心配があった。

<投入した経営リソース>

店舗改装費として、650万円かかっている。

また、公的機関の専門家派遣制度を活用し、

建築会社と飲食コンサルタントとの打ち合わせを5回行った。

	店舗改装	看板(木製)
製作他	地元の建築会社	地元の建築会社
費用	6,500千円	
期間	設計～工事完了まで4か月	



現在の店舗レイアウト



厨房スペース



飲食スペース

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 2/2

■具体的な改善策

<ファストフード用のメニュー開発>

定食物は需要も少ないことから、当店の人気食材である「大アサリ」を活用したメニューの開発。
また、同じ食材で作ることができ、食材ロスが出ない新メニューの開発を行った。

※現在のメニュー
主力である大アサリを
メインにしたセットものが
中心である。



<スタートした時期>

平成28年12月

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

これまで、定食メニューを好んできていただいたお客様を逃すことになるのではないかと懸念していた。

また、近隣の競合店では定食メニューを提供しているのに、当店だけでなくもよいのだろうか懸念していた。

<実施体制>

2人でも運営できるメニュー内容にし、平日も休日の2人で行っている。

<投入した経営リソース>

投入したものはほとんどないが、メニュー開発のために、公的指導機関の専門家制度を活用し、フードコーディネーターに3回の指導をもらった。



器も使い捨てのものにし、
洗う手間を省いた。

4. 成果

<定量的成果>

- ・メニュー変更により、食材ロスの減少。定食物には、刺身、野菜、ご飯など多くの食材が必要であり、全てを揃えておく必要があったが、現在は、中心となる大アサリ等のみの仕入れにより、ロス率が10%から1%に減少すると共に、原価率も45%から25%に減少した。また、料理提供までの待ち時間についても30分~5分に短縮できた。
- ・ファストフード店への改装により、注文を聞いたり、配膳・下膳する必要がなくなり、これまで、忙しい時はパートを頼んでいたが、頼まなくても運営できるようになり、月に20,000円ほどの費用が削減できた。

※事業実施による成果

	改装・メニュー変更前	改装・メニュー変更後
食材ロス	10%	1%
原価率	45%	25%
料理提供までの待ち時間	30分	5分
パートの人件費(月額)	20,000円	0円

<定性的成果>

- ・店舗が明るく、カフェ風になったため、若いお客様が増えて、SNS等にのせてもらえるようになった。
- ・客単価が低くなった(1,300円→900円)ので、多くのお客様に来店していただけた。

5. 今後の課題

- ・店舗リニューアル及び新メニューでの提供を始めて、まだ1年も経たないため、認知度が低いのが課題であり、今後はSNS等も活用して、PR活動を積極的に行っていくことが必要である。
- ・また、主力商品の大アサリの漁獲量が減少し、仕入れ価格が大幅に上がってきたため、仕入れ先の見直しや食材の確保が課題となっている。



あぶりの説明



店舗外観



飲食スペース

② 梶賀 網元ノ家

かじか あみもとのいえ

②				
1. 店舗の概要				
①店舗名称	梶賀 網元ノ家			
②店舗住所	〒519-3923 三重県尾鷲市梶賀町312-2			
③業態	和食カフェ			
④店舗開業年	2016年			
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 1人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 1人			
⑥規模	(1) 店舗面積 :	51㎡	(2) 厨房面積 :	10㎡
	(3) 駐車場面積及び台数 :	1台		
	(4) 客席数 :	カウンター 席 小上がり 4人掛け× 3席 テーブル 2人掛け× 1席 / 人掛け× 席 1階 席 / 2階 席 等		
	(5) その他客席特記事項			
⑦店舗営業時間	11:00~16:00	⑧定休日	日曜日~木曜日	
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 50% / 物販 50%)			
	(2) (1)の内、飲食の内訳 (釜飯 60%、餅茶 10%、デザート類 30%)			

2. 背景及び課題

背景

2016年に地域おこし協力隊2名が町に赴任してきたことをきっかけに、昭和初期の網元の家屋（ここ20年は空き家）をリノベーションして、「梶賀のあぶり」をはじめとする梶賀町の食文化が楽しめるカフェをオープンさせた。地域のコミュニティの場としての利用も多いが、出入り口には段差があり、当店の顧客の中心となっている中高年のお客様には、入りづらく、迷惑をかけていた。

また、地域の特産品として、梶賀のあぶりを全国販売するために、魚をほぐして、小袋タイプにしたところ、魚の骨や頭などのあらがで、廃棄するしかなかった。

課題

当店の地域には、商店が全くなく、当社が地域のコミュニティの場となっているため、来店の中心となるお客様は、地域の中高年の方である。

しかし、当社には、出入り口に段差があることと、イス席が2席しかないことで、特に高齢の方には不便をかけており、来店していただいても、ゆっくりとさせていただくことが難しい状況であった。

魚のあらを活かして、新たな商品開発をして、付加価値を上げていくことが課題であった。



段差が高く上がりづらい



骨と頭をとり、身をほぐした小袋タイプ

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 1/2

●具体的な改善策

<階段を設置>

店舗入口にあった1段の階段を3段にし、高齢者でも上がりやすい高さにし、段差の緩和を行った。

地元の木材加工組合から端材を購入し、従業員が1日で製作した。



階段を3段に増設

<腰かけ椅子の導入>

座卓の席用に、腰かけ椅子を設置した。地元のホームセンターにて10脚購入。



腰かけ椅子の導入

<スタートした時期>

平成28年11月

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

導入したものの、お客様の来店につながるかが不安であった。

<投入した経営リソース>

階段については、端材購入費1,000円、腰かけ椅子については、1脚2,500円で10脚購入。

	階段	腰かけ椅子
製作他	自社で製作	ホームセンターで購入
材質	木製	スチールイス
費用	1,000円	25,000円(2,500円×10脚)

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 2/2

●具体的な改善策

<あぶりのアラを使った新メニュー開発>

1枚の大きな魚をほぐして、小袋の商品化を進めたところ、骨や頭などのアラが大量に発生した。そのアラを使った釜飯を商品化した。

<スタートした時期>

平成29年5月

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

食材ロスをなくすために注文があってから調理するため、提供までの時間がかかるため、注文があるかどうか懸念していた。

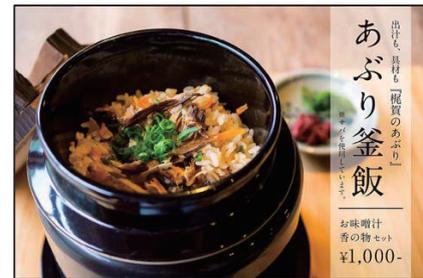
<実施体制>

簡単な調理とし、特別な技術がなくても提供できるようなメニューで誰でも提供できる。

<投入した経営リソース>

投入したものはほとんどないが、釜飯用の釜及びコンロをセットで購入した。

	個数(単価)	金額
釜とコンロのセット	7脚(1,780円)	12,460円



あぶりのアラを使ったあぶり釜飯

4. 成果

<定量的成果>

・あぶりのアラを使って釜飯を提供したことにより、廃棄していたものが商品となり、売上・利益が向上した。
1匹(300g)のあぶりのアラを使った釜飯提供による成果

	釜飯提供前	釜飯提供後
廃棄するアラの量	120g	0g
アラ使用の売上高	0円	2,000円(釜飯2食分)

・階段の増設による段差の緩和、腰かけ椅子、新メニューの投入により、売上高が約2倍に増加した。

<定性的成果>

・近隣の高齢者のグループホームの入居者の方達も来店しやすくなり、喜んでいただけるようになったとともに来店回数も増加してきている。

・新メニューについては、県外からお越しになったお客様へのあぶりの新たな食べ方としても提案できるようになり、あぶりのPRにもつながっている。

5. 今後の課題

・三重県尾鷲市の梶賀町にある郷土料理を中心に商品開発や販路拡大を行っているが、まだまだ知名度は低く、同じ三重県内でも知らない人が多い。したがって、今後も更なるPR活動を行い、尾鷲地域の良さをあぶりを通じて、知っていただくことが課題である。

・現在は、地域協力隊の2名で運営しているが、地域内で店番をしてくれる人材の確保をし、毎日、営業し、地域のコミュニティの場として機能できる店舗にしていきたいと考えている。



店舗外観①



内観

③ Café nijineko

かふえ にじねこ

商品



店舗外観②



③			
1. 店舗の概要			
①店舗名称	Café nijineko (カフェ ニジネコ)		
②店舗住所	〒981-1107 宮城県仙台市太白区東中田2-29-12		
③業態	喫茶・カフェ		
④店舗開業年	2014年5月20日		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 1 人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 0 人		
⑥規模	(1) 店舗面積 : 28㎡	(2) 厨房面積 : 6.4㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数 : ㎡ / 2 台		
	(4) 客席数 : テーブル 4人掛け× 2席 / 2人掛け× 1席)		
	(5) その他客席特記事項 なし		
⑦店舗営業時間	10:30~17:30	⑧定休日	月曜日・火曜日
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 30 % / 物販 70 %)		
	(2) (1)の内、飲食の内訳(例 : そば50% うどん20% 丼類20% 酒類10%)		

2. 背景及び課題

□店舗立地について

- ・住宅地に立地し片側一車線の歩道のない道路に面している。ゆるやかなカーブが重なることもあり、運転中は歩行者や対向車に気をとられることがある。
最寄り駅から徒歩20分以上かかることもあり、車や自転車で移動する人が多いエリア。
- ・1階建てテナントに入居しているが、左隣のテナントには美容室が入居し店舗前に植木鉢を置くなど狭いながらも雑然とした印象がある。また、右隣はバイク店を営んでおり、店頭看板やバイク、自転車が乱雑に置いてあり、両隣の印象に埋もれてしまう。

□外観サインおよび装飾について

- ・店舗前にPOP・サイン、A型看板を配置するも文字情報が多く、多色混在しているため通行人や通行車両から「ドーナツ店がある」とわかってもらえない。
また、店舗前に駐車場が1台あるが駐車してある場合にはさらに認めにくくなる。

□お客様からの声

開店して3年経ったにも関わらず
「良く通る道なのにお店があるとは知らなかった」
「何屋だかわからなかった」「いつからやっているの？」
などと言われる。

□課題

- ・視認性の強化
POPなどの表示は出しているものの
目につきにくく分かりにくい



3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

◎改善策

【大型ポスターの掲示】

店舗の正面のPOPやサインの情報を整理するため一部を取り下げ、新たに大型ポスターを掲示した。売り筋である旬の商品を全面に出したポスターのため、季節感や商品の新規性のアピールを狙った。また、ドーナツカフェであるという存在感も示したい。

◎スタートした時期

□製作期間/2017年6月12日～29日 約3週間 □掲示 7月1日～

◎実施時に懸念していたこと

より効果を得られる掲示の仕方に頭を悩ませた。
ポスターパネルを活用するか、店内に光が入らなくならないような方法を思案した。

◎投入した経営リソース

- ヒト・開業時から相談している公益財団法人仙台市産業振興事業団の担当者と専門家に依頼しキャッチコピーなどの支援(無料)
 - ・いつも依頼しているグラフィックデザイナーにポスターデザインを依頼(有料)

□モノ・カネ

- ・デザイン費 5,000円
- ・印刷費 知人に依頼したため無料
- ・掲示用ボード 1,000円 ホームセンターで購入
- ・作業時間 デザイン/メールでのやり取り 10分×5回
掲示 /30分
- ・ポスターサイズ A0 2枚



4. 成果

◎定性的成果

- ・ポスターがきっかけとなり通行人が気づいて初来店することが増えた。
- ・ポスターによって、ポスターのドーナツの新規性や季節感を感じて購入されることが増えた。
- ・外観（正面）が以前よりもすっきりとしたため、メリハリがついておすすめが分かりやすくなった。

取り組み前



雑然としておりアイキャッチがない

取り組み後



同じイメージを繰り返し掲示することで視認性が高まった。

5. 今後の課題

- ・今後も大型ポスターの掲示は継続していくが、掲示する場所やサイズに気を配るとともにデザインもさらに魅力的にしドーナツの魅力が伝わるものにしたい。
- ・イートインの利用率を高めたい。
- ・通常のドーナツは日持ちしないが、冷凍状態で販売するフローズンドーナツは日持ちし販売もしやすいのでギフトでの需要を高めEC売上げもある程度確保したい。



店舗内の写真



店舗内の写真



店舗内の写真



店舗外観

④ 有限会社 きらく



④			
1. 店舗の概要			
①店舗名称	有限会社 きらく		
②店舗住所	〒849-1311 佐賀県鹿島市大字高津原3828-2		
③業態	居酒屋		
④店舗開業年	1960年		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 5人 / (2) パート・アルバイト(8時間換算) 9人 その他必要に応じ、洗い場 11人、厨房担当 3人		
⑥規模	(1) 店舗面積 : 189.18㎡	(2) 厨房面積 : 36.67㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数 : 374.14㎡ / 15台		
	(4) 客席数 : カウンター 4席 座敷 6人掛け× 4席 / 4人掛け× 3席 / 8人掛け× 1席 / 10人掛け× 1席 テーブル 4人掛け× 2席 / 6人掛け× 2席 1階 41席 / 2階 48席		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	11:30~14:00 17:30~22:00 (内休憩、14:00~17:00)	⑧定休日	月曜日
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 100% / 物販 0%)		
	(2) (1)の内、飲食の内訳 (コース料理 33% 一品その他 36% 種類 31%)		

2. 背景及び課題

背景

当店は、1960年開業の老舗居酒屋で、地域住民の懇談の場、憩いの場として愛されてきたが、近年は、高齢化や人口減少等を受けて売上高が減少傾向になってきた。このような現状を開転するため、商品を高級化することにより価格を引き上げることとした。そのためには、単なる価格改訂では顧客の納得が得られないので、同時にワンランク上の居酒屋を目指すこととして、メニューの刷新を計画した。

課題

1. 高級店化して価格を引き上げるため、メニューの刷新と併せてメニューブックに変更する。
2. 「おすすめメニュー」を明確化し、商品の集中化で厨房の効率化も図る。

<取り組み前写真>



<取り組み後写真>



3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

●具体的な改善策

課題1.

従来は、1枚のメニュー表だったが、メニューブックにすることにより、高級感を出すことができた。

課題2.

従来の1枚メニューには「おすすめメニュー」を載せてなかったもので、お客様から度々「おすすめメニュー」を聞かれていた。「おすすめメニュー」を明確化することで注文しやすくなった。合わせて、「おすすめメニュー」を高級品化することで値上げにも貢献することになった。

<スタートした時期>

平成29年7月

※その他の取組み

花草会 (はなそうかい) ~心と心を繋ぐ縁カフェ~

一種の「和尚さんとの雑談会」というイベントで、全員会費500円で毎月1回開催している。少しずつ参加者も増えており、近い将来には盛会になるような気がする取組みである。この「花草会」そのものが売上に結びつくわけではないが、このような取組が口コミとなり、本来の商売に結び付けばいいので、末永く続けていくことが重要だと感じる。「葬式やお盆でのお寺との接点がありがちですが、仏教僧侶の本分は生きている時についてお釈迦様が思っていたことを伝えることにもあるんですよ。」という和尚さんの言葉が本来の姿なのであろう。

<取り組み後写真>



4. 成果

1. 成果について

取組み開始が平成29年7月ということで、まだ成果が出るころまでは進んでいないが、色んな取り組みが少しずつ浸透していけば、近い将来に生産性向上に結びつくものと期待できる。

課題1. について

メニューブックの高級化で商品の値上げに貢献できている。

課題2. について

お店の利益確保の財源としては「おすすめメニュー」は必須である。「おすすめメニュー」に注文を集中させることが目的であり、集中化により仕入素材も集中するので、仕入れ条件の向上、新鮮さの確保、廃棄物の縮小等いいことづくめである。併せて、厨房でも提供食材が集中することで、商品の提供時間を短縮できる等、業務の効率化が図れる。

プラス要素

メニューは女将の手書きイラストを使っており、全体に温かみを感じられるものとなっている。

5. 今後の課題



金城樓全景

⑤
きんじょろう
金城樓



お部屋とタブレット



厨房

⑤			
1. 店舗の概要			
①店舗名称	金城樓		
②店舗住所	〒920-0911 石川県金沢市橋場町2番23号		
③業態	料亭旅館		
④店舗開業年	明治23年		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた従業者数 46人 (2) 内パート 30(20)人 (3) 内仲居さん 12人		
⑥規模	(1) 延べ床面積：3912㎡	(2) 厨房面積：200㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数：10台		
	(4) 客席数：お座敷 15部屋（内6部屋宿泊可） （地下1部屋、1階6部屋、2階6部屋、3階2部屋）		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	11:00～22:00 (内休憩、～)	⑧定休日	年中無休
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合：（飲食75%、物販6%、宿泊15%、天ぷら4%）		
	(2) (1)の内、飲食の内訳(懐石料理 100%)		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】外国人旅行者向けにタブレットで和食文化を多言語提供

北陸新幹線開通によって
インバウンド客が増加



- 《対応1》 ホームページで日本語と英語の解説
- 《対応2》 パンフレットでは「日本語+英語」と「日本語+中国語」
- 《対応3》 仲居さんに日常英会話教育

※しかし、当店の特徴を外国人観光客に伝えることができなかった。

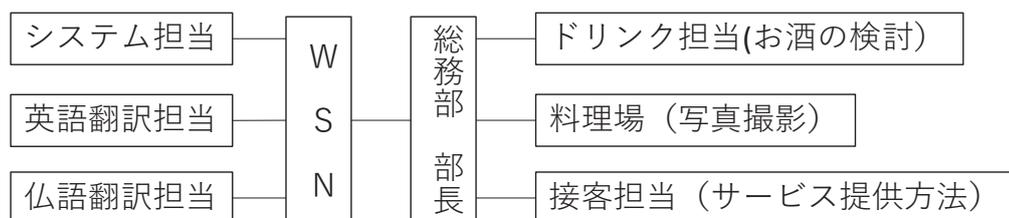
- 《課題1》 当館の加賀料理・建物・お庭の良さを伝えることができず、和食の総合的文化を十分理解して貰えなかった。
- 《課題2》 当館には仏語圏のお客様もいらっしゃるが、英語表記だけでは理解して貰えなかった。
- 《課題3》 仲居さんは日常会話はできるが、当館の文化を伝えることができずまた、説明に時間を取られてしまう。



金融機関主催のセミナーに参加し、「Wavi Savi Navi」を知り、導入を決意した。

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 1/2

【平成29年2月準備開始】



※ミーティングを繰り返し、微妙なニアンスを伝える表現を作成

《システムのイメージ》

Wavi Savi Navi



Android

iPhone



平成29年6月1日
運用開始

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 2/2

【導入費用】

- ①初期導入サービス料金(英仏2カ国語)・・・35万円
 - ②月額サービス料金・・・・・・・・・・・・・・3万円
 - ③客室用タブレット(5万円×6台)・・・・・・・・30万円
- ※政府のIT導入補助金を活用

タブレットPCに専用アプリをインストールし、当館の建物・調度品・庭園の由来や加賀会席料理の内容や意義について英語とフランス語に訳したコンテンツを提供。



【現場での運用】

- ①外国人のお客様がいらしたら、最初の接客時にタブレットとQRコードのパンフレットを渡す。
- ②使い方を説明し呼んでおいていただくことを依頼する。
- ③オーダーを伺いについて、タブレットの画面を確認しながらオーダーを受ける。

【お客様の使い方】

- ①タブレット画面のガイド表示から興味のあるコンテンツを選んで説明文を読む。
- ②飲食メニューを呼んで注文する商品を決める。
- ③ご自身のスマホでQRコードを読み取りアプリ登録する。
- ④付属の英会話で仲居さん等とコミュニケーション。



4. 成果

導入からの期間が短く、大きな経済効果は検証できていない。しかし、外国人のお客様・仲居さん・当館のそれぞれにメリットが生まれている。

《外国人のお客様にとって》

加賀会席料理の歴史的・文化的背景を料理が来るまでに理解できるので、会席料理をより美味しく楽しむことができている。特にフランス語圏のお客様の満足度は高い。ほとんどのお客様がご自身のスマホにアプリをダウンロード。

《仲居さんにとって》

英会話を学んでも和食の文化までは説明できなかった。システムを導入することによって説明に気を遣うことなく、時間も取られることがなくなった。

《当館にとって》

日本酒メニューの最初に説明されている「三種飲み比べ」への注文が確実に増え、ドリンク類の売上向上が今後期待される。

5. 今後の課題

既存のアプリを利用しているので当館の運用とは必ずしも一致していない。これらの修正と更なるコンテンツの開発を検討している。

《アプリの改善点》会席コース料理なので、お料理一品ずつのオーダー方式である現在のアプリと運用が違っている。価格0円表示を改善したい。オーダー機能が標準で組み込まれているが使用していない。

《翻訳文の内容検討》外国語表記が本当に正しく行われているかのチェックが完全にはできていない。特にフランス語に関してはお客様からの指摘で修正を行っている。



店舗外観

⑥ 魚菜食堂 さかなしょくどう



店内イス席



店内小上がり席

⑥				
1. 店舗の概要				
①店舗名称	魚菜食堂			
②店舗住所	〒470-3505 愛知県南知多郡南知多町大字篠島浦磯1-201			
③業態	和食レストラン			
④店舗開業年	2007年			
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 1人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 1人			
⑥規模	(1) 店舗面積 :	122㎡	(2) 厨房面積 :	23㎡
	(3) 駐車場面積及び台数 :	10台		
	(4) 客席数 :	カウンター 席 小上がり 4人掛け× 7席 テーブル 4人掛け× 7席 / 人掛け× 席) 1階 席 / 2階 席 等		
	(5) その他客席特記事項			
⑦店舗営業時間	11:30~14:30	⑧定休日	金曜日	
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 100% / 物販 100%)			
	(2) (1)の内、飲食の内訳 (定食80%、単品15%、酒類5%)			

2. 背景及び課題

【改善テーマ】座席からイス席への改装による売上アップ・提供時間の短縮

■背景

当店は漁師が運営する食堂として開業した。

開業当初は社員旅行などの団体客が多く、小上がりの客席を好まれたが、近年は団体客のお客さまも減少し、個人客が増加してきた。

また、イス席はなく小上がりだけの客席であり、店内の半分が使われていなかった。近年のお客さまは足や腰を痛めている方も多く、イス席での需要が増えてきた。

また、従業員の高齢化に伴い、小上がりの席は一度靴を脱いで1段上がってからの接客となり、負担が大きくなってきた。

■課題

団体客のお客さまが減少し、小上がりでゆっくり宴会するというよりも、食事のみを楽しみたいというお客さまが増加し、イス席が必要となってきた。

また、イス席がないことで足の悪いお客さまが不自由な思いをして、食事をしていただくことが増加した。当店は、港から一番近いため、子ども連れや障がいを持つお客さまも多く来店されるが、ベビーカーや車いすで店内に入ることができず、お客さまに迷惑をかけている。

従業員2名でオペレーションしているために、小上がりでの接客は時間がかかり、お客さまを待たせることが多くなった。



定食物が多いため、お膳が重い



スロープ設置前の店前

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

●具体的な改善策

<イス席の設置>

これまでは小上がりの席が中心であったが、個人客に向けてイス席を4人掛け×7席導入した。

<店内入口にスロープの設置>

車いすやベビーカー等のお客さまが入りやすいように入口にスロープを設置した。

<スタートした時期>

平成27年5月

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

設置したものの、お客さまが利用してくれるかどうか不安だった。

<投入した経営リソース>

イス席については、廃業する店舗のものを譲り受けたため、約10,000円の投資。

スロープについては、地元業者に30,000円で、作成してもらう。



イス席の導入



スロープの導入

スロープ	
購入先	地元業者による特注品
材質	ステンレス製
費用	30,000円

4. 成果

<定量的成果>

- ・スロープやイス席を導入することにより売上高が2割向上した。
- ・イス席を導入したことにより、履物を脱ぐ必要もなく、また、段差もないため、料理の提供時間が大幅に短縮できた。

売上高の変動

平成27年12月	平成28年12月
10,000千円	12,000千円

提供時間の変化

提供場所	提供時間	提供数	コメント
小上がり	45秒	1人前	段差があり、靴を脱ぐ必要もあったため、一度に1人前しか提供することができなかった。
イス席	15秒	2人前	段差がないため、一度に2人前を提供することができる。

<定性的成果>

- ・スロープやイス席を導入したことにより、お年寄りや、車いす、ベビーカーのお客様が増加した。特に車いすのお客様は島内の他店舗では利用できなかったのも、とてもありがたいとの声をいただいている。
- ・靴を脱いで配膳することが少なくなり、また、配膳回数も減少したことから、従業員の身体への負荷が軽減した。

5. 今後の課題

- ・島内でもバリアフリー化している店舗は少ないことから、バリアフリーの店舗であるということを積極的にPRしていき、客数アップを図っていくことが課題である。
- ・イスやテーブルも知り合いに譲り受けたものであるため、今後は、統一されたイスやテーブル、子供用のイスの整備も図っていきたいと考えている。



店舗外観



店舗内



厨房内①



厨房内②

⑦ よしや

⑦			
1. 店舗の概要			
①店舗名称	純手打うどん よしや		
②店舗住所	〒763-0084 香川県丸亀市飯野町東二343-1		
③業態	うどん		
④店舗開業年	2009年		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 2人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 3.5人		
⑥規模	(1) 店舗面積 : 330㎡	(2) 厨房面積 : 99㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数 : 100㎡ / 15台		
	(4) 客席数 : カウンター 4席 小上がり 4人掛け×3席 テーブル 4人掛け×4席 / 2人掛け×1席 1階 34席		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	例 : 7:00~15:00 (内休憩なし)	⑧定休日	火曜日
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 95% / 物販 5%)		
	(2) (1) の内、飲食の内訳(うどん100%)		

2. 背景及び課題

<背景：店内が混雑してきて順番待ちの動線が分かりにくかった>

県内有数の人気店となり、お客さんの増加とともに店内が混雑してきて、注文するために並んでいる人、トイレに行く人、水をセルフで入れる人が混ざりやすくなった。注文待ちの導線が分かりにくく、どこに並んで、どう注文していいか分からないお客さんが多く、トラブルになるケースも出てきた。

<課題1：並ぶ動線を示す必要性>

当初店内には、注文待ちで並ぶための導線・マーカー等の印はなかった。混んでいる時は並んでいる前の人についていく形で列ができていたが、列が長くなるにつれて、どの流れで並ぶか分かりにくくなった。このため、わかりやすい注文をするための順番待ちで並ぶ導線を示す必要性が出てきた。

<課題2：店の外にすぐ出られる出口の必要性>

入口・出口が1か所で、食べ終わった時にセルフで食器を返す場所が店の奥にあり、食べ終わった人は、注文待ちで並んでいる人の列を逆に進んで出口まで出る必要があり、店内がますます混雑するようになった。このため、帰る時は逆に進むことなく、食器を返す場所からすぐ店の外に出られるように出口専用のドアを取り付ける必要性が出てきた。

(セルフ形式：注文・支払いの順番待ちで並んでいる様子)



3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

●課題における具体的な改善策

<並ぶ動線及び出口専用ドアの設置>

並ぶ目安になるように、テープやペンキで→の線を床に大きく示して、並ぶ際の導線を分かりやすくした。また、店舗入り口に注文の動線の説明案内を掲示した。

入り口が1か所だったのを、店の奥に出口専用ドアを取り付け、混雑している時は並んでいる列を逆に進むことなく、食器を返したらすぐその横から出られるようにした。

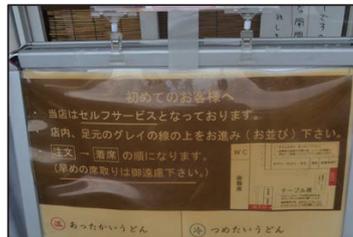
<スタートした時期>

平成27年8月頃

(並ぶ動線案内)

<実施体制及び費用>

並ぶ導線は、看板製作業者に2万円程度で矢印や線を塗ってもらった。
出口は、厨房機器業者に工事を依頼し、費用は27万円かかった。



(出口専用ドアの設置)



4. 成果

<定性的成果>

- ・はじめての人が並ぶ列や出口に戸惑うことがなくなった。人の流れがスムーズになったので、常連の人も混雑時の余計なストレスがなくなった。常連さんが県外からお客さんを連れてきた時に、お店の従業員の代りに並び方を説明できるようになった。
- ・働いている従業員も混雑している時にトラブルが発生しないかどうか注意を払う必要があるのですが、その分のストレスや気遣いが減った。従業員も働きやすくなった。
- ・出口の設置で混雑している時もさっと出られるようになった。
- ・導線や出口の直接的効果ではないが、実施前と実施後のお客さんの数を比較した時に、約1.5倍は増えている。その増えた分も含めても、昔のような混雑やトラブルがなく、スムーズにお店を運営している。



5. 今後の課題

今後は、並ぶ導線についても床に線や矢印を示すだけでなく、目線を上にした時に、メニューの隣にも並ぶ導線・ポイントを示した掲示板を設置して、さらに分かりやすい案内ができるようにする。



旅館外観

⑧ 城西館 じょうせいかん ティーラウンジ 「せせらぎ」



旅館内喫茶入口



喫茶店内

⑧			
1. 店舗の概要			
①店舗名称	城西館ティーラウンジ「せせらぎ」		
②店舗住所	〒780-0901 高知県高知市上町2-5-34		
③業態	喫茶・カフェ		
④店舗開業年	1994年		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 0人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 2.45人		
⑥規模	(1) 店舗面積：150㎡	(2) 厨房面積：14㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数：90台		
	(4) 客席数：テーブル 4人掛け×8席 / 3人掛け×2席 / 6人掛け×2席 1階50席		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	例：9:00～19:00 (休憩なし)	⑧定休日	無休
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合：(飲食 90% / 物販 10%)		
	(2) (1)の内、飲食の内訳(デザート50% 食事25% 飲物25%)		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】メニュー表に食材の解説や生産者写真を入れ来店客に訴求

■背景

＜喫茶店のファンづくり・城西館らしい喫茶とは何かを考える＞

地元高知県では知らない人がいないと言われる創業明治7年の老舗旅館内の直営の喫茶でありながら、昔ながらのどこにでもあるスタンダードなメニューで運営していた。ホットコーヒーが人気ナンバーワンの商品で、何かしらの理由で利用するお客様いるものの、店舗のファンと呼ぶには程遠い状態だった。

■仮題

＜高知県食材の活用・生産者との連携＞

旅館内では宿泊や宴会の料理や積極的に地元食材を活用し、地産地消運動を推進してきたが、喫茶の食事のメニューはカレー・サンドイッチなど、普通の喫茶店メニューで地元食材がほとんど使われていなかった。飲み物もコーヒーの注文が圧倒的に多く、その他の飲み物のメニューも柚子以外は一般的なもので高知県らしいものは少なかった。

おすすめメニューのデザートについても、高知県らしい・城西館らしいメニューはまったくなかった。



3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

●課題における具体的な改善策

＜高知県食材の積極的利用と生産者の紹介＞

これまで、ほとんどコーヒーの注文が多く、飲み物や食事・デザートなどはほとんど高知県食材を使っていなかったが、高知県を代表する旅館の喫茶コーナーとして、高知県産紅茶やドリンク、高知県産食材を使ったデザート・かき氷等を導入した。認知度は低くても本物志向のこだわり品を採用し、高知県らしい・城西館らしいメニューにした。

メニュー表には食材の説明や生産者の写真を入れ、生産者の想いが伝わるようにした。

(高知県食材・生産者の紹介の例)

- ・佐川町の明郷園さんの紅茶
- ・障害者施設ジョブなしらのグアバドリンク
- ・大豊町の在来の黒豆、銀不老豆のアイス
- ・大月町の苺氷り、沢渡茶の茶氷り

＜スタートした時期＞

平成27年8月頃

＜実施体制＞

- 喫茶担当2人：メニューの構成・方針
- 調理部2人(和食・洋食)：試作・調理
- デザイン担当1人：メニュー表作成
- 外部カメラマン1人：写真撮影

＜投入した経営リソース＞

外部のプロカメラマンにカレーライスとアイスクリームの写真を1万円で撮影してもらっただけで、その他のメニューの写真撮影やメニュー表の作成などはすべて自社の職員で行った。



4. 成果

<定量的成果>

従業員数・人件費はほとんど変わらないにも関わらず、売上総利益額（売上－原価（原材料・人件費））は、実施前の2014年の9,441千円から実施後2015年には10,737千円と、14%増加した。

- ・紅茶の注文数は高知県産紅茶を導入して5倍以上に増えた。
2015年1～8月（48杯）同年8月導入 →2017年1～8月（240杯）
- ・かき氷（苺・茶の2種類）は1年目は8月の1ヶ月で80杯だったが、2年目の今年は8月1ヶ月で150杯が出ている。

高知県産紅茶の注文数		
導入前	→	導入後
48杯		240杯

<定性的成果>

- ・とりあえずコーヒーの注文ではなく、せっかくなので明郷園の紅茶を注文する人が増えている。
- ・喫茶目的のお客が増えた。
- ・生産者自ら喫茶店をよく利用している（自分の食材が提供されているため）。
- ・生産者を招いて食のイベントを開催できるようになった。
（美味しい紅茶の飲み方教室、沢渡茶の新茶料理を楽しむ会、豆匠庵の豆乳懐石など）
- ・城西館らしさの実践、城西館らしい喫茶にすることができた。



5. 今後の課題

- ・飲み物、スイーツ、食事のすべてのメニューで積極的に高知県産食材を活用し、生産者も紹介していく。
- ・生産者を招いての食のイベントはお客さんに好評なので、定番のイベントに育てていく。
- ・年間のメニュー展開、イベント実施などのスケジュールを立てて、前もって周知・集客を図る。
（来月のおすすめメニュー、イベントのお知らせをメニュー表に挟む）
- ・喫茶のファンづくり、リピーターを増やしていく。
（1万人の人が1回訪れるのではなく、千人の人が10回訪れる店づくり）



旅館外観

じょうせいかん
 ⑨ 城西館
 ティーラウンジ
 「せせらぎ」



旅館内喫茶入口



喫茶店内

⑨			
1. 店舗の概要			
①店舗名称	城西館ティーラウンジ「せせらぎ」		
②店舗住所	〒780-0901 高知県高知市上町2-5-34		
③業態	喫茶・カフェ		
④店舗開業年	1994年		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 0人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 2.45人		
⑥規模	(1) 店舗面積：150㎡	(2) 厨房面積：14㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数：90台		
	(4) 客席数：テーブル 4人掛け×8席 / 3人掛け×2席 / 6人掛け×2席 1階50席		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	例：9:00～19:00 (休憩なし)	⑧定休日	無休
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合：(飲食 90% / 物販 10%)		
	(2) (1)の内、飲食の内訳(デザート50% 食事25% 飲物25%)		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】軽食中心の喫茶コーナーに本格料理を提供

■背景

＜喫茶店のファンづくり・城西館らしい喫茶とは何かを考える＞

地元高知県では知らない人がいないと言われる創業明治7年の老舗旅館内の直営の喫茶でありながら、昔ながらのどこにでもあるスタンダードなメニューで運営していた。ホットコーヒーが人気ナンバーワンの商品で、何かしらの理由で利用するお客様いるものの、店舗のファンと呼ぶには程遠い状態だった。

■課題

＜旅館料理人との連携＞

旅館内では一流の料理人（和食・洋食・パテシエ）が多数働いているが、調理部門は旅館の食事・宴会料理のみで、喫茶の運営は料理が素人の接客部が担当していた。このため、食事のメニューはカレー・サンドイッチなど、普通の喫茶店メニューで老舗旅館の良さや特徴がまったく反映されていなかった。

飲み物もコーヒーの注文が圧倒的に多く、その他の飲み物のメニューも柚子以外は一般的なもので高知県らしいものは少なかった。

おすすめメニューのデザートについても高知県らしい・城西館らしいメニューはまったくなかった。



(取組み前の喫茶メニュー)

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

●課題における具体的な改善策

＜旅館料理人との連携による新メニューの導入＞

旅館料理人手作りの新メニューを導入した。和食部門からは四万十鶏丼、洋食分門からはカレーライス・ハヤシライスを中心に、和食・洋食の料理人の共演を演出。メニュー表に料理写真と料理人写真を取り入れ、手軽に旅館の味を楽しめるようにした。

なお、カレーライスとハヤシライスは物販コーナーで冷凍品としても販売している。

(新メニューの例)

- ・カレーライス
- ・ハヤシライス
- ・四万十鶏丼
- ・土佐しらす丼
- ・柚子うどん
- ・生姜うどん

＜スタートした時期＞

平成27年8月頃

＜実施体制＞

- 喫茶担当2人：メニューの構成・方針
- 調理部2人（和食・洋食）：試作・調理
- デザイン担当1人：メニュー表作成
- 外部カメラマン1人：写真撮影



＜投入した経営リソース＞

外部のプロカメラマンにカレーライスとアイスクリームの写真を1万円で撮影してもらっただけで、その他のメニューの写真撮影やメニュー表の作成などはすべて自社の職員で行った。

4. 成果

<定量的成果>

従業員数・人件費はほとんど変わらないにも関わらず、売上総利益額（売上－原価（原材料・人件費））は、実施前の2014年の9,441千円から実施後2015年には10,737千円と、14%増加した。

売上総利益の変動		
導入前	→	導入後
9,441千円		10,737千円

<定性的成果>

- ・食事目的のお客が増えた。近隣の人も食事に来るようになった。
- ・旅館料理人の意識が変わった。
喫茶も旅館料理人の食事が気軽に提供できる場所として、料理人の方から新メニューの提案が出てきた。
（柚子・生姜うどん、夏限定うな丼、夏限定わらび餅など）
- ・従業員も喫茶のランチを利用するようになった。
- ・城西館らしさの実践、城西館らしい喫茶にすることができた。

実施前	旅館に仕事や打ち合わせ・会合等の目的で来られ、ついでに喫茶を利用してコーヒーの注文が多かった。
実施後	気軽に旅館の味が楽しめるため、食事（ランチ）目的のお客が増えた。ランチミーティングや女子会等のグループの予約が入るようになった。

5. 今後の課題

- ・今後は和食料理長、洋食料理長だけでなく、若手料理人の考案したメニューや料理人写真を出していく。
（料理だけでなく、自社のパティシエのケーキなど）
- ・季節限定のメニュー（夏限定のうな丼など）が好評なので、今後も季節限定メニューを考案していく。
- ・年間のメニュー展開、イベント実施などのスケジュールを立てて、前もって周知・集客を図る。
（来月のおすすめメニュー、イベントのお知らせをメニュー表に挟む）
- ・喫茶のファンづくり、リピーターを増やしていく。
（1万人の人が1回訪れるのではなく、千人の人が10回訪れる店づくり）



お店の目印



おでんカウンター

⑩ 新橋 お多幸

しんばし おたこう



店内お座敷席

⑩			
1. 店舗の概要			
①店舗名称	新橋お多幸		
②店舗住所	〒105-0004 東京都港区新橋3-7-9 川辺ビル地下1階		
③業態	おでん屋		
④店舗開業年	昭和7年		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた従業者数 15人(正規雇用9人、アルバイト6人) (2) アルバイト8時間換算 3人 (3) ホール担当11人 (4) 厨房担当4人		
⑥規模	(1) 店舗面積 : 173㎡	(2) 厨房面積 : 35㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数 : ㎡ / 台		
	(4) 客席数 : 96席 □カウンター10席 □座敷38席+24席 □テーブル 24席		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	15:00~23:00 (土曜22:30)	⑧定休日	日・祝日 (10-3月祝営業)
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 99% / 物販 1%)		
	(2) (1)の内、飲食の内訳		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】ラストオーダー後の精算効率化にレジの機能を最大限活用

【改善前】

- 22時15分のラストオーダー時に15組から20組が飲食
- 品出し後に食べ終わる頃を見計らって一組ずつ客席精算
- レジの保留可能件数が1件
- クレジット端末は有線で届く距離が制限



《課題1》精算が終わっていないお客様は自分の順番がくるまで待っていただけない。

《課題2》ラストオーダー品出し後ホールスタッフは何もできない時間が発生する。

《課題3》閉店時間の23時に未精算のお客様がいるので閉店することができず、スタッフも帰ることができない。

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 1/2

複数消費税率対応のレジを購入する時のスタッフの一言がキッカケ。

「前の職場では多くの件数を保留できるレジを使っていた。」



《POSレジの導入》

- レジメーカーに問合せ
- 営業マンもこのような機能があるレジの存在を知らない
- メーカーに確認して200件保留可能機種を選択(30万円)
- 消費税複数税率対応補助金制度を利用して導入



《無線クレジット端末導入》

- 店内はWifi環境導入済み
- Wifi環境で利用できるタブレット型クレジット端末検討
- AirPayを導入(無償貸与)



《夜間の運営体制》

- 代表者がレジ担当
- ホールはバイト2人(改善前は3人)

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 2/2

【POSレジ+Air pay導入後の閉店時の精算手順】

- 《手順1》伝票を挟むバインダーに数字のシールを貼り付け
- 《手順2》ラストオーダー後に組別にレジ締めを一気に行い全件保留
- 《手順3》保留番号のバインダーに精算レシートを挟み込み
- 《手順4》食事が済んでいるお客様から順次会計を実施
- 《手順5》クレジット支払の場合は客席でタブレット
- 《手順6》お帰りになったお客様の片付けを順次実施
- 《手順7》片付けながらお客様の会計を実施



《成果1》食事が終わったお客様から会計ができるので、会計の順番をお客様が待つことが無く、満足度が向上。会計連鎖でお客様の退店が円滑化。

《成果2》お帰りになったお客様の片付けをしながら、代金精算（現金とクレジット）ができるので手待ちのムダが無くなった。

《成果3》閉店時間の23時には全てのお客様がお帰りになるのでスタッフは定時で帰ることができる。

4. 成果

【経済的効果】

ラストオーダー後の22:30～閉店23:00の間に次の経済効果を上げることができた。

《レジ待機を利用するラストオーダー後の代金精算効果（月次）》

- ①毎日10分間の時間短縮（ホールバイト3人）
時給1200円×バイト3人×1/6×25日=15000円
- ②ホールバイト3人から2人に減少（代表者含めて3人で可能）
時給1200円×バイト1人×1.5時間×25日=45000円

《タブレット型クレジット端末導入による経済効果》

- ①入金サイクル短縮化 1ヶ月 → 5日間
- ②決済手数料 4.5% → 3.24% (JCB 3.74%)

5. 今後の課題

《料理とサービス品質を維持してスタッフの休日増加》

現在の料理品質とサービス品質を下げることなく、スタッフの休みを増やすために次の事項を実現する。

- ①メニューを絞り込み仕込み時間を短縮化
- ②ホールとキッチンの定期的人材交流による「誰が休んでもフォローできる」体制づくり



店舗外観



店内の様子



レストラン店内



⑪ 千成亭 八幡堀店
 せんなりてい
 はちまんぼりてん

⑪

1. 店舗の概要

①店舗名称	千成亭 八幡堀店			
②店舗住所	〒523-0837 滋賀県近江八幡市大杉町12			
③業態	精肉・惣菜、レストラン			
④店舗開業年	2012年			
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 2人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 3人			
⑥規模	(1) 店舗面積 :	162㎡	(2) 厨房面積 :	50㎡
	(3) 駐車場面積及び台数 :	なし		
	(4) 客席数 :	カウンター 5席 小上がり × 部屋 テーブル 4掛け × 6席 / 1階 席 / 2階 席 等	6人掛け ×	2席)
	(5) その他客席特記事項			
⑦店舗営業時間	9:00~17:00 11:00~15:00 (レストラン)	⑧定休日	火曜日	
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 60% / 物販 40%)			
	(2) (1)の内、飲食の内訳 (定食 87%、単品 10%、酒類 3%)			

2. 背景及び課題

背景

当店は、近江八幡の八幡堀に面した店舗であり、観光客が多く来店する店舗である。

最近では、中国や韓国などのアジア地域からの外国人観光客の方も増加してきている。また、近隣では、食事をする場所が少ないことから、八幡堀へ観光に来られる方の多くが当店を利用いただいている。

課題

国内だけでなく、海外からの観光客が多く来店されるようになったが、当店では、英語等外国語が話せる従業員が少ないため、身振り、手振りと単語を並べただけの接客となっております、お客様に十分な商品説明ができないでいる。

また、商品説明ができないため、注文を取るのに時間がかかっていた。



日本語表記のみのメニュー

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

●具体的な改善策

<外国語表記のメニューの導入>

中国、韓国、英語を使うお客様に対応するために、多言語でのメニュー表記を導入した。

料理のみではなく、酒類についても作成した。

<スタートした時期>

平成29年5月

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

従業員が翻訳ソフトを使用して、外国語に翻訳したため、本当にお客様に通じるかどうかが不安だった。

<投入した経営リソース>

従業員が2時間くらいで作成したため、従業員の人件費(3,000千円)のみである。



多言語で書かれたメニュー



外国語指さしシート



4. 成果

<定量的成果>

- ・お客様の注文をとるまでの時間が減少した。
- ・外国人のお客様が1割ほど増加した。
- ・外国人のお客様の平均単価が3,500円程度であるが、日本人のお客様の平均単価が2,800円程度であるため、外国人のお客様が増加したことにより、売上が向上した。

	導入前	導入後
注文を取るまでの時間	3分	0分
外国人のお客様数（1か月）	18組	20組

<定性的成果>

- ・外国語表記のメニューがあることにより、外国人のお客様が来店されても従業員の戸惑いが少なくなり、接客がスムーズに行われるようになった。
- ・お客様が注文しやすくなり、お客様とのコミュニケーションがとりやすくなった。
- ・注文間違いが少なくなり、お客様からのクレームがなくなった。

5. 今後の課題

- ・今後は、東京オリンピックも控えているため、海外からのお客様が増加すると考えられるため、現在の中国語、韓国語、英語の表記以外の外国語についても準備をしていく必要があると考えている。
- ・また、メニュー名の表記だけでなく、料理や酒類の説明も表記していくことが必要である。
- ・外国語表記のメニューだけでなく、外国語が話せる従業員の育成や採用も課題となっている。

⑫ 中華そば きた倉 きたくら



店舗外観①



店舗外観②



商品

⑫

1. 店舗の概要

①店舗名称	中華そば きた倉		
②店舗住所	〒030-0811 青森県青森市青柳1丁目7-29		
③業態	ラーメン		
④店舗開業年	2014年10月20日		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 2人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 3人		
⑥規模	(1) 店舗面積 : 86㎡	(2) 厨房面積 : 35㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数 : ㎡ / 8 台		
	(4) 客席数 : カウンター 4席 小上がり 6人掛け× 2席 テーブル 4人掛け× 4席 / 2人掛け× 1席)		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	11:00~15:00、17:00~20:00	⑧定休日	木曜
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 95 % / 物販 5 %)		
	(2) (1)の内、飲食の内訳(例 : そば50% うどん20% 丼類20% 酒類10%)		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】年齢や性別、食べられる量に合わせたメニューシステム

■背景

働き盛りの男性を応援できるようなラーメン店を作りたいという思いから、低料金でボリュームがある、満足度の高まる店作りを行っている。しかし、麺の量が通常のラーメン店の2倍近くもあるため、通常のボリュームで満足されるお客様には逆に来店の足かせとなってしまいう可能性がある。ラーメンそのものの味には自信があるものの、店のコンセプトによって客層を狭めることを懸念していた。

■課題1

事業コンセプトに矛盾せず、年齢や性別、国籍を問わずにどんな方にも満足してもらえるようなサービスが必要だと考えた。

■課題2

青森市ラーメン協会の基盤の強化を図り、連携を深めたい。

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 1/2

■課題1における具体的な取り組み

①【客の好みに合わせたサービス「やさシステム」の開発】

客の年齢や性別、食べられる量に合わせたメニュー

「あなたのためのやさしいシステム〈やさシステム〉」の構築と実施。

少なめの量を希望するお客様には、通常のラーメン一杯分の価格でトッピング1品+ドリンクまたはデザートが付く。

○「やさシステム」概要

麺の量を少なめにすればラーメン一杯分の価格でトッピングやドリンクが付加できる。

通常220g→ 180g+トッピング(チャーシュー・メンマ・味玉のうち一つ) またはウーロン茶

通常220g→ 140g+ミニデザートまたはサラダまたはウーロン茶

○スタートした時期：開店後まもなく

○投入したリソース

ほとんど投入しておらずメニュー表の制作、サラダ用の器を購入。

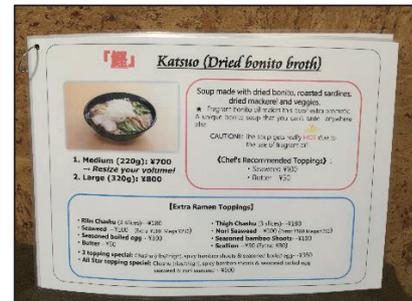


3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 2/2

②【外国語表記のメニュー表の制作】

港近くの立地のため、外国船の船員が来店することもあるが英語対応ができず、満足していただけたとは言えなかった。顧客満足度を追求する上で国籍も関係なく安心して食事を楽しんで欲しいと思ったため、簡易版メニューではなく日本語メニューを全て翻訳したものを制作した。

- スタートした時期 開業半年後～
- 投入したリソース
知人のインバウンド専門家に英語翻訳を依頼し、翻訳料は通常の2割ほど。



■課題2における具体的な取り組み

③【3店合同お持ち帰りセットの開発・販売】

市内ラーメン店の若手店主3名が連携し、それぞれの店の味が楽しめる持ち帰りセット(冷凍)を販売した。

- スタートした時期：2017年5月～
- 投入したリソース
特になし



4. 成果

①【客の好みに合わせたサービス「やさシステム」の開発】

- ・客単価が安定し、売上げの見通しが立つ。
- ・「このシステムがいいね」と直接満足感を伝えてくれるお客様が大変多く、狙い通り顧客満足度が向上した。下記データからも来店きっかけとなっていることがわかる。顧客づくりに大変役立った。

《やさシステム販売割合》

平日	180g／全体の32%	140g／全体の5%	合わせて全体の32%
土日祝	180g／全体の35%	140g／全体の6%	合わせて全体の41%

②【外国語表記のメニュー表の制作】

- ・花見や祭りなどの観光客、寄港する船員に対して店としても接客に困る事が無くなり、自由に楽しんでもらえるようになった。また、客からも満足感を得られている。

③【3店合同お持ち帰りセットの開発・販売】

- ・サービス開始から4ヶ月ほど経過し、販売数は50セットほど。市内ラーメン店同士で連携が図れていることをある程度PRできたものの、基盤強化とまでは至らない。

5. 今後の課題

- ・低価格帯のラーメン店としてオープンしたが、鰹や煮干しの値上がりによって原価率が上がっている。値上げのタイミングと新料金を検討している。
- ・2店舗開業の構想があるため、人材の育成を目指している。店を任せられるような人材を育てられる環境を整えたい。

⑬ 椿茶園 つばきさえん

店舗外観



カフェスペース



店内の様子

お茶淹れカウンター



⑬				
1. 店舗の概要				
①店舗名称	椿茶園			
②店舗住所	〒519-0315 三重県鈴鹿市山本町1795-1			
③業態	日本茶カフェ			
④店舗開業年	2016年			
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 3人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 1人			
⑥規模	(1) 店舗面積 :	65.8㎡	(2) 厨房面積 :	7.5㎡
	(3) 駐車場面積及び台数 :	2台 (共同駐車場100台)		
	(4) 客席数 :	カウンター 6席 小上がり 人掛け× 席 テーブル 2人掛け× 2席 / テラス席 2人掛け× 2席 1階 席 / 2階 席 等		
	(5) その他客席特記事項			
⑦店舗営業時間	10:00~17:00	⑧定休日	火曜日	
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 40% / 物販 60%)			
	(2) (1)の内、飲食の内訳 (茶・菓子100%)			

2. 背景及び課題

背景

当店は、茶農家が運営する日本茶カフェとして、平成28年に開業した。

主力商品は、お茶とカフェであるが、開業当時に来店されるお客様はカフェとは思わず、椿大神社の参道にある土産物屋としての認識しかなく、お土産を求められるお客様が中心であった。

お客様には、何を扱う店かわかりづらい店舗となっており、迷惑をかけていた。

課題

当店への来店は、土産物屋という認識のもと、お客様が入店されるため、当店の主力であるカフェの売上が伸び悩んでいた。

また、入店していただいたお客様にカフェであることを説明しないと理解していただけないため、接客に時間がかかってしまっていた。



看板設置前の店舗外観



お客様の目の前で、1杯ずつ淹れるスタイル

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

●具体的な改善策

<看板の設置>

店舗入口に2か所の看板を設置した。

1つは天然木を使った木製のもので、店舗イメージに合致するようなデザインにした。

もう1つは、プラスチック製のものにカットニングシートを張ってある簡易なものである。

両方の看板ともにデザイナーと設計士、看板屋でコラボして作成してもらっている。

<スタートした時期>

平成29年2月

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

看板製作費(2つ分)が高額だったため、費用に対して効果があがるかが不安だった。

<投入した経営リソース>

木製及びプラスチック製の看板2つで約330千円のコストがかかった。

看板	木製	プラスチック製
製作先	デザイナー、設計士、看板屋とコラボして製作	デザイナー、設計士、看板屋とコラボして製作
材質	木製(天然木)	プラスチック、カットニングシート
費用	330,000円	



木製の立て看板



プラスチック製の看板

4. 成果

<定量的成果>

- ・看板を設置したことにより、カフェの利用者の割合が増加した。
- ・カフェの利益率は38%、物販の利益率が30%なので、カフェの利用率が向上したことにより、利益率も向上した。
- ・また、来店客数も1日30名から100名と約3倍になった。

	看板設置前 (平成28年12月～1月)	看板設置後 (平成28年2月～7月)
カフェ利用者の割合	20%	40%
1日来店客数	30名	100名
お客様の注文されるまでの時間	3分(入店されたら、従業員が説明し、注文へ)	入店した時点で注文

<定性的成果>

- ・従業員がお客様にカフェであることを説明する時間がなくなったことにより、お茶に関する情報を多く提供することができるようになった。
- ・観光客だけでなく、当店を目当てに来店してくれるお客様が増加した。

5. 今後の課題

- ・三重県は、緑茶生産全国第3位であり、茶処であることから、もっと多くの方に日本茶の飲めるカフェとしての認知度を上げていく必要がある。
- ・また、日本茶カフェを利用されるお客様とのコミュニケーションを大切に、お客様に日本茶について知っていただける場として機能させていきたいと考えている。

店舗外観①



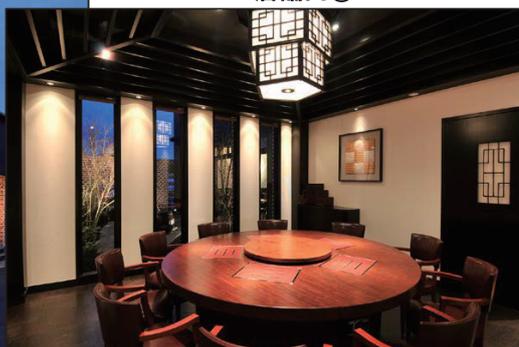
⑭ 天下味 とさどうろてん
てんかあじ 土佐道路店



店舗内①



店舗外観②



店舗内②

⑭

1. 店舗の概要

①店舗名称	天下味 土佐道路店		
②店舗住所	〒780-8082 高知県高知市若草南町21-7		
③業態	韓国焼き肉店		
④店舗開業年	2009年3月		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 6人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 20人		
⑥規模	(1) 店舗面積 : 495㎡	(2) 厨房面積 : 165㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数 : 76台		
	(4) 客席数 : カウンター なし 小上がり なし テーブル 4人掛け×14席 / 8人掛け×4席 / 10人掛け×7席 1階 150席		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	例 : 11:30~23:00 (内休憩、15:00~17:00)	⑧定休日	無休
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 97% / 物販 3%)		
	(2) (1)の内、飲食の内訳(食事70% 飲み物・酒類30%)		

2. 背景及び課題

<背景：経営者が現場から離れても生産性が上がる仕組みづくり>

取締役専務が調理の現場から経営管理の責任者になる時期に、県外からフランチャイズの競合店が複数、高知に進出し、売り上げが下がっていた。

これまでのトップダウンの現場指示から、従業員からの創意工夫の提案によって、生産性を上げるためには、従業員の働くモチベーションをいかに持続させるまたは上げていくことが重要だと考えるようになった。

自分が現場から離れると、生産性及び従業員のモチベーションが下がることも懸念されたため、自分が現場にいないでも職場内のコミュニケーションが活発化して、従業員の働くモチベーションが上がる仕組みを検討した。

<課題：従業員に負担がなく毎日できるコミュニケーション>

毎日、小さな刺激・自然なふれあい・やる気を高めるコミュニケーションの方法を考えた。

はじめは従業員同士のコミュニケーションも兼ねて、挨拶をした後に「じゃんけん&あっちむいてほい」を実施した。やってみると時間や負担がかかり、改善が必要になった。

お互いが近い距離で目と目を合わせるのが目的だったので、最終的には負担が少ない握手になった。

握手による挨拶運動を1店舗から始めて、全店に導入することとなった。



握手による挨拶運動の様子

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

●課題における具体的な改善策

<従業員同士の握手による挨拶運動・コミュニケーションの推進>

握手をしながら挨拶する。出勤時と退勤時に全員行う。

元気で心ある挨拶を心掛ける。スタッフ(仲間)の存在を認め、共に働く感謝の気持ちを握手で伝える。

例外として、厨房で調理中の人には体をタッチして挨拶する。

仕事のスキルや接客はすべて挨拶が原点ということを常に伝えている。

従業員同士の挨拶ができていないと、お客様にも挨拶できない。

握手による挨拶運動の意義は、新しいスタッフが来た時にしっかり

説明し、さらに、店長の判断で強化月間を設けて定期的に再確認している。

<スタートした時期>

平成19年3月

<実施体制>

専務の発案で、各店長との幹部会で議論の後、店舗の社員を全員集めて説明会を開催。

1店舗から始めて全店に導入した。

握手による挨拶の方式が決まってから、導入して1~2ヶ月で定着できた。

<投入した経営リソース>

費用はかかっていない。

店長から社員、社員からアルバイトへと、

積極的に握手による挨拶を実践し、

全員が自然とできるようになった。



4. 成果

<定性的成果>

- ・会社及び社員とアルバイトとの会話が増えた。
- ・社員から会社への提案（業務改善・生産性向上案）が増えた。
- ・従業員同士の悪口がなくなった。
- ・離職率が下がった。

以前は中途採用・新卒で入社後3ヶ月から半年で辞める人が多く、入社してすぐ辞めた人もいたが、今はいない。

- ・従業員の体調管理ができる。眼を見て握手すると、その人の体調や気持ちの状況・変化がよくわかる。握手による挨拶が元気がないと、仕事の態度にも表れる。
- ・お客様から店の雰囲気やスタッフの態度が良いと言われるようになった。

実施前	従業員同士の会話が少なく、社員からの積極的な提案もなく、トップダウンの経営であった。入社してすぐに辞めてしまう人がいた。
実施後	従業員同士の会話や、社員から会社への提案も増え、店の雰囲気も良くなった。離職率が下がった。

5. 今後の課題

各店舗の店長判断で強化月間が設けられているように、挨拶ができていない時期、全体的にモチベーションが落ち込む時期など、波がある。

誰か個人ができていないと、その人の挨拶が他の人に影響を与えて、伝播し、全体的に下がってしまう。

挨拶ができていないと、モチベーションが低くなり、作業スピードにも表れる。

その問題を解決できるような仕組みをさらに考えていきたい。

将来的には、スタッフと外部の業者の方、スタッフとお客様とも、握手による挨拶ができるような関係を築いていきたい。



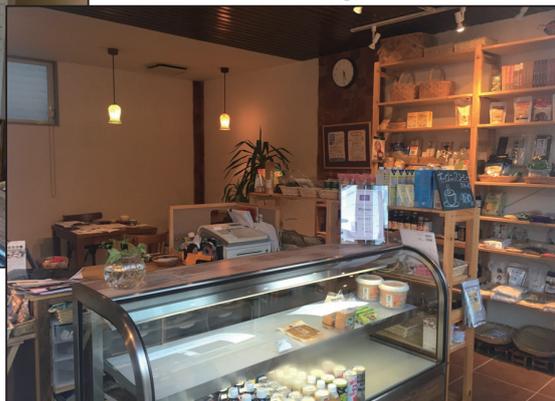
店舗外観①



店舗外観②



店舗内観①



店舗内観②

⑮ ナチュラル キッチン・マナ

⑮

1. 店舗の概要

①店舗名称	ナチュラルキッチン・マナ		
②店舗住所	〒981-3117 宮城県仙台市泉区市名坂字町39番地 ten-shoハイツ101		
③業態	自然食品店		
④店舗開業年	2015年5月		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 1 人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 0 人		
⑥規模	(1) 店舗面積 : 43㎡	(2) 厨房面積 : 10㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数 : ㎡ / 1 台		
	(4) 客席数 テーブル 2人掛け× 3席		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	10:30~18:30 ランチ営業 (木・金)	⑧定休日	日・月
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 30 % / 物販 70 %)		
	(2) (1)の内、飲食の内訳(例 : そば50% うどん20% 丼類20% 酒類10%)		

2. 背景及び課題

□背景

マクロビオテックの専門店として開業し、料理教室、マクロビ食品の販売、マクロビランチの提供を行っているが、開業当初に定めた目標の2分の1以下であり、顧客になかなか認知されていない。マクロビオテックの特性上、販売商品は高額であることが多く手が伸び難い。さらにある程度の顧客はいるものの新規客は少ない。

□店舗立地

賑やかな駅前から一本入った歩行者用通路の一番奥に面しており、周囲には美容室やレストラン、クリニック、薬局などが並ぶ。テナントの正面はガラスが配され中が見える造りになっているものの、一見して何を扱う店なのかわかりにくい。

□課題1

何を扱う店なのかわかるように販促を強化し、存在感を高める必要がある。

□課題2

次の顧客づくりのため初来店者のために低価格で求めやすい商品を作ることが必要。

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 1/2

課題1における具体的な取り組み

【店頭三角ボードの設置】

- ・ 駅前からの通行人に分かるように「お気軽にお立ち寄りください」と手書きでメッセージを書いた。
- ・ 住宅地からの通行人には、「酵素ファスティングドリンクあります」「木・金ランチやっています」など「今のおすすめ情報」を伝えている。



◎スタートした時期 2017年7月～

◎投入した経営リソース
破損したため仕舞っていた三角ボードを修理して活用。
以前購入した際の価格 4,000円程度

【店内レイアウトの変更】

- ・ 商品数が多く陳列が雑然としていたため什器を購入しレイアウトを見やすく変更した。

◎スタートした時期 2017年5月～

◎投入した経営リソース
ホームセンターで棚(80×35×130)2台を購入した。
1台5,000円程度



3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 2/2

課題2における具体的な取り組み

【低価格帯のオリジナルプチギフトセットの開発・販売】

一般よりも高価格帯のマクロビ商品の中で比較的手に取りやすい低価格のオリジナルパッケージを製作。ギフトセットとして販売した。

プチギフトセット内容物

- ・手作リスコーン（プレーン・キャロブ・コーンミール味のいずれか）
- ・オーガニックのドリップコーヒー またはハーブティ

販売価格

360円・520円の2種類

◎投入した経営リソース

PP袋（モール入り） 20セット 100円

作業時間（調理時間含む） 90分

スコーン材料原価 1個あたり65円



4. 成果

【店頭三角ボードの設置】

- ・新規来客数が増大し一部はほぼ毎日来店する顧客となった。
- ・ボードに表記したおすすめ商品の問い合わせが増えた。
- ・おすすめ情報を覚えてもらいお客様との会話が増えた。

【店内レイアウトの変更】

- ・商品が見やすくなり取り扱いアイテム数を増やすことができた。
- ・店内を回遊しやすくなったことで客の滞在時間が増した。

【低価格帯のオリジナルプチギフトセットの開発・販売】

- ・初来店者に訴求できており、お試し感覚でプチギフトを購入してもらえることが増えた。
- ・手みやげに活用される方が多く、リピーターを作るきっかけとなった。

5. 今後の課題

- ・店の認知度を向上させるためにHPやSNSを使った情報発信を強化すること。
- ・メインターゲットとなる健康意識の高い方に向けて、食に関する知識を提供できる場を設けることが課題。



2階店舗入口



1階の店舗案内



店内



厨房

⑩ 生パスタ専門店 センプレ

⑩

1. 店舗の概要

①店舗名称	生パスタ専門店 センプレ		
②店舗住所	〒150-0086 東京都世田谷区尾山台3-10-9 花繫ビル2F		
③業態	洋食レストラン（生パスタ）		
④店舗開業年	1999年10月		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 2人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 人		
⑥規模	(1) 店舗面積：40㎡	(2) 厨房面積：12㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数： ㎡ / 台		
	(4) 客席数：カウンター 席 小上がり 人掛け× 席 テーブル 4人掛け×3テーブル / 2人掛け×3テーブル 1階 席 / 2階 席 等		
	(5) その他客席特記事項		
	⑦店舗営業時間	11:00~21:30 (内休憩、15:30~17:00)	⑧定休日
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合：（飲食 98%、物販 2%）		
	(2) (1)の内、飲食の内訳 （パスタ60%、ドリンク10%、サラダ・前菜15%、その他5%）		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】生パスタハイブリッドソースの開発

- 平成11年にイタリアンレストランとして開業
- 店舗が2階で看板が出せない
- エアコンも無い（夏は室温30度超）

➡ 1日に1~20組程度しか来店しない

- 蕎麦・うどん感覚の生パスタ中心に切替
- 女性と主婦をターゲット
- ¥1000円ランチセットに特化して勝負

➡ ・エアコンの無い店に夏は来客が少ない
・座席数が18席と少ない
・利益が出ない

★お買得感があり
★楽しみながら
★美味しく
召し上がっていただける商品をつくろう！

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 1/2

約10年程前から新製品開発に着手

《開発テーマの設定》

パスタの定番「ミートソース」と「カルボナーラソース」の2種類を1皿で召し上がっていただけるハイブリッドソース。

《開発上の問題点》

単純にミックスするだけでは美味しさが生まれない。

《3年を掛けてほぼ完成》

昼と夜の休憩時間を利用して試行錯誤

食材費：原価300円×2食×28日×12ヶ月×3年=約60万円

人件費

時給1500円×2人×3時間×28日×12ヶ月×3年=約900万円

《開発上の課題》

クリームに合うお肉の選択しアクをどのように取り除くか。

《平成25年完成》

「ミートカルボ」と命名

店内提供と持ち帰り（物販）を開始

➡ 期待した程売れない！

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 2/2

《ご当地グルメのイメージ付け(世田谷ブランド化)》

- 「世田谷」を冠に「世田谷ミートカルボ」
- 店内1100円、テイクアウト2食1620円
- 「世田谷みやげ」に応募し「世田谷みやげ2014」に指定
- 平成28年テイクアウト商品のOEM化
- サークルKサンクスとコラボ商品



世田谷みやげ指定

コンビニとコラボで種類部門
期間販売数ナンバーワン達成!



sempre No.1 BRAND

世田谷ミートカルボ

4. 成果

人気メニューとなることによって売上拡大と原価の削減に貢献。

《飲食売上の6割を締めるヒットメニュー》

- 年間1600万円、1500食
- 1日平均50食(創業時の2倍以上)

《物販は全売上高の2%に成長》

- 年間56万円、2個セット350袋
- 1日平均2個セット1袋

《作業効率の向上》

- 6割集中により調理の効率化
- 生パスタで茹で時間の短縮(3分)

5. 今後の課題

更に収益性を高めるために「世田谷パスタ専門店」として多店舗展開を検討中。

《生パスタ専門店に特化》

パスタは本来前菜であり、もっと気軽に食べて欲しいメニューである。多店舗展開によってそれを実現したい。

- 販売単価を下げてよりカジュアルな店舗づくりに挑戦
- 店舗のオペレーションを変革して更なる効率化



店舗外観



店舗入り口

⑰ はりまやライト



店舗内

⑰

1. 店舗の概要

①店舗名称	はりまやライト (株式会社LOOP)		
②店舗住所	〒780-0833 高知県高知市南はりまや町1-2-20		
③業態	居酒屋・レストラン		
④店舗開業年	平成29年6月		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 3人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 14人		
⑥規模	(1) 店舗面積 : 120㎡	(2) 厨房面積 : 40㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数 : 0㎡ / 0台		
	(4) 客席数 : カウンター 6席 テーブル 2人掛け×1席 / 4人掛け×8席 / 6人掛け×2席 8人掛け×1席 1階 36席 / 2階 26席 等		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	例 : 11:00~24:00 (内休憩、15:00~17:00)	⑧定休日	月曜日
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 100% / 物販 %)		
	(2) (1)の内、飲食の内訳(食事60% 飲み物40%)		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】複数店舗の定休日をずらすことにより廃棄ロスを低減

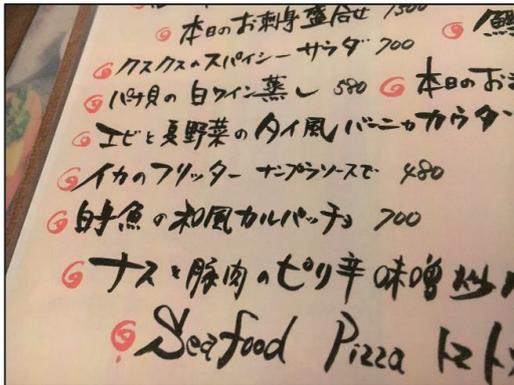
■背景

株式会社L O O Pは高知市内で居酒屋レストランを3店舗経営している。また、親が寿司店を3店舗経営している。これまで、居酒屋と寿司店で仕入れている刺身用の鮮魚のロス率の高さが経営上問題となっていた。また、魚のロスを気にするあまりに思い切って仕入れができないジレンマもあった。これから、親が経営する寿司店の事業継承を見据えて、自社が形経営する3店舗との連携によって経営効率の向上を図ることを考えた。

■課題

＜刺身用の魚の2次利用の仕組みづくり＞

刺身用の魚のロス率及び製造原価を下げ、店の利益率を上げるために、複数店舗を経営しているメリットを活かして、他のお店が刺身に仕入れた魚で、刺身としては使えない部位や鮮度となったものを、フライ等の居酒屋メニューとして活用できないか、その仕組みを検討した。



Rice	ハーフ	レギュラー	シェフ
パッチャ	450	650	
やまけん店長のチャーハン			700
シャリカレーピラフ	480	750	680
キャタピラロール	480	750	
カリフォルニアロール			750
ロツカン&ロール(ハーフ&ハーフ)			750

(刺身用の魚・寿司飯の2次利用メニュー)

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

●課題における具体的な改善策

＜複数店舗で食材の2次利用による原価軽減＞

3店舗経営しているメリットを活かして、それぞれの休みをずらして(月・火・水)、休みになる店舗の食材を別の店で活用する。

会社内では週に1度の合同ミーティングで食材の活用を調整する。

親の寿司店との関係は、在庫をチェックして仕入れ値で購入する(寿司飯は定額で購入)。

(食材の2次活用)メニュー

寿司飯：冷凍保存して焼き飯に活用(定番メニュー：シャリカレーピラフ)

刺身として活用できないもの：冷凍して魚・イカのフライ、白身魚の和風カルパッチョ、昆布締めなど)



＜スタートした時期＞

平成28年9月頃(3号店目・新店舗のはりまやライトがオープンする前)

＜実施体制及び投入した経営リソース＞

基本は代表の濱口が自社内の在庫食材と、親が経営する寿司店の在庫食材を現場でチェックして、移動及び購入を決断する。その後、各店の調理スタッフが味付け及び冷凍保存して、本日のおすすめメニューとして提供する。

4. 成果

<定量的成果>

鮮魚のロス率がなくなり、原価率が下がり、利益率も向上した。

自社の3店舗の平均原価率		
導入前	→	導入後
42%		32%

<定性的成果>

調理スタッフの食材に対するコスト意識・ロス率軽減の意識が高まった。
1店舗だけでは仕入れられないサイズの大きい魚（マグロ等）も仕入れることができる。刺身以外にフライなどに活用して使い切ることができる。（マグロの尾の身のフライなど）
シャリカレーピラフなど、他店にはない定番人気メニューも生まれた。

参考: 親の経営する寿司店の原価率		
導入前	→	導入後
43%		37%

実施前	鮮度が落ちたり、冷凍で長期間保存したもので廃棄する食材があった。 原価に対するコスト意識があまりなかった。
実施後	ロス(廃棄する)になる食材がなくなった。 スタッフの食材を使い切る原価・コスト意識が高まった。

5. 今後の課題

現在は食材の仕入れは、各店舗が在庫状況を確認してそれぞれで買い出しまたは発注をしている。
今後は、自社の3店舗と親の経営する寿司店3店舗のスケールメリットを活かして、食材の共同仕入れや、食材の仕込みの共同化を考えていきたい。



店舗外観



直売所の様子



直売所の様子

⑱ 村のレストラン

農家の食卓

のうかのしよくたく

⑱

1. 店舗の概要

①店舗名称	村のレストラン 農家の食卓			
②店舗住所	〒905-0412 沖縄県今帰仁村字湧川369			
③業態	農家レストラン (宿泊、体験教室等もあり)			
④店舗開業年	2014年			
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 2人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 8人			
⑥規模	(1) 店舗面積 :	m ²	(2) 厨房面積 :	m ²
	(3) 駐車場面積及び台数 :	80台		
	(4) 客席数 :	カウンター 小上がり テーブル 1階	席 × 部屋 掛け × 席 / 席 /	人掛け × 席)
	(5) その他客席特記事項			
⑦店舗営業時間	7:00~9:00 11:00~15:00 18:00~21:00	⑧定休日	水曜日	
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 100% / 物販 100%)			
	(2) (1)の内、飲食の内訳 (朝食 5%、昼食 90%、夕食 5%)			

2. 背景及び課題

【改善テーマ】 ツーオーダーシステム「セミビュッフェ」スタイルを取り入れ
厨房作業の効率化を実現

■背景

当社は自社農場で無農薬や有機栽培をした野菜を中心に約30種類以上の農作物を栽培し、加工場にて、味噌やドレッシング、ジャム等の加工品を製造し、販売を行っている。

地元の廃校になった小学校跡地を活用し、レストラン、直売所、宿泊施設、体験教室等を整備し、年間約7万人ほどのお客様が来店している。

団体のお客様も多く、一度に大勢のお客様がご来店されることも多く、限られた従業員で対応しているため、接客からお食事の対応までに時間がかかってしまうことがあった。

■課題

一度にたくさんのお客様が来店される昼食時には、接客からお食事の提供までの時間がかかってしまい、お客様からの苦情も出ていた。

また、厨房の人材確保も苦慮していたため、これまでの定食形式の料理提供から作業効率の良いスタイルへと転換していくことが課題となった。



現在のメニュー（メインとビュッフェの組み合わせ）



実際のメインとセミビュッフェの組み合わせ

3. 改善策（費用・手間・時間の具体例）

●具体的な改善策

＜セミビュッフェスタイルの導入＞

注文から提供までの時間を短縮し、お客様にお食事を楽しんでいただくために、セミビュッフェスタイルを導入した。

メインの料理にセミビュッフェをつけていただく形式で、セミビュッフェには、野菜サラダやおかず、ご飯、パン、味噌汁、手作りの豆腐、デザート、ドリンクなど日替わりで20種類くらい提供している。

セミビュッフェで使う野菜は当社の生産している野菜を中心にし、B級品や間引きしたにんじんや大根なども使い、仕入れコストの縮減にもつながっている。

また、当社の場合、外国人観光客も2割程度来店されるため、セミビュッフェスタイルは非常に好評となっている。

＜スタートした時期＞

平成27年

＜改善策着手・実施時に懸念していたこと＞

食べ残しやセミビュッフェの料理の偏り等が心配であった。
また、セミビュッフェスタイルは、売上とコストの面からみて採算が合うのか懸念していた。

＜投入した経営リソース＞

投入したものはほとんどないが、冷蔵庫を80万円で購入した。



セミビュッフェの様子

4. 成果

<定量的成果>

・セミビュッフェスタイルを導入した成果は以下の通りである。

	導入後
売上高・客数	2割アップ
団体客数	3割アップ
人件費	20万円（1人分）減少
料理の提供時間	2割の削減
サービス時間	1割の削減

<定性的成果>

- ・お客様はメイン料理を待っている間に、ビュッフェのお料理を食べることができるので、待たされている感じが全くなく、お客様満足につながっている。
- ・好きなものを好きなだけ食べることができるため、お客様から好評を得ている。
- ・ビュッフェの料理は前もって準備しておけるので、忙しい時間でも従業員の気持ちに余裕ができた。

5. 今後の課題

- ・できるだけ沖縄の食材を提供していきたいと考えているが、沖縄食材がなくなってきたため、今後は、沖縄在来の野菜等を栽培して、提供していくことが課題である。
- ・セミビュッフェスタイルだけではなく、お客様に喜んでいただけるような料理の提供をしていき、お客様に飽きさせない仕組みを作っていくことが課題であると考えている。



直売所の様子



直売所の様子

⑱ 村のレストラン

農家の食卓

のうかのしよくたく

⑱

1. 店舗の概要

①店舗名称	村のレストラン 農家の食卓			
②店舗住所	〒905-0412 沖縄県今帰仁村字湧川369			
③業態	農家レストラン (宿泊、体験教室等もあり)			
④店舗開業年	2014年			
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 2人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 8人			
⑥規模	(1) 店舗面積 :	m ²	(2) 厨房面積 :	m ²
	(3) 駐車場面積及び台数 :	80台		
	(4) 客席数 :	カウンター 小上がり テーブル 1階	席 ×部屋 掛け× 席 / 席 /	人掛け× 席)
	(5) その他客席特記事項			
⑦店舗営業時間	7:00~9:00 11:00~15:00 18:00~21:00	⑧定休日	水曜日	
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 100% / 物販 100%)			
	(2) (1)の内、飲食の内訳 (朝食 5%、昼食 90%、夕食 5%)			

2. 背景及び課題

背景

当社は自社農場で無農薬や有機栽培をした野菜を中心に約30種類以上の農作物を栽培し、加工場で、味噌やドレッシング、ジャム等の加工品を製造し、販売を行っている。

地元の廃校になった小学校跡地を活用し、レストラン、直売所、宿泊施設、体験教室等を整備し、年間約7万人ほどのお客様が来店している。

近年、食物アレルギーを持つお客様が多くなってきており、平成26年より、一般社団法人アレルギーサポートリスクや沖縄県、琉球大学、地元の旅行会社とともに沖縄県のアレルギー対応のツーリズムについて、勉強会を始め、修学旅行などの教育民泊におけるアレルギー対応について検討を重ねてきた。

課題

お客様の5%くらいの方が食物アレルギーを持っていることが多く、これまでのアレルギー無対応の食事では、お客様に満足していただけないことも多くなってきた。

また、沖縄県は、本島の高校生等の修学旅行として来県することも多いが、アレルギー食対応している宿泊施設やレストランが少ないものの、年々、修学旅行で訪れる人数は増えていくため、早急にアレルギー対応をしていくことが課題となっていた。



注文のあるお弁当

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

●具体的な改善策

<7大アレルゲン対応の食事の提供>

アレルギー対応のために平成26年より、一般社団法人アレルギーサポートリスクと沖縄県、琉球大学、旅行社と共に勉強会をスタートした。そこで、アレルギーを持つお客様のためのツアーを開始した。ここでは、7大アレルゲンの除去食を中心とし、お客様の要望に合わせて、個別の対応を行い、アレルギー対応の食事の提供を行っている。

現在のお客様の約5%は何らかの食物アレルギーを持つ方であり、レストランで食事をされるだけでなく、最近では、弁当を作ってほしいというオーダーも入ってくるなど、徐々にアレルギー対応の店であることが認知されてきている。

<スタートした時期>

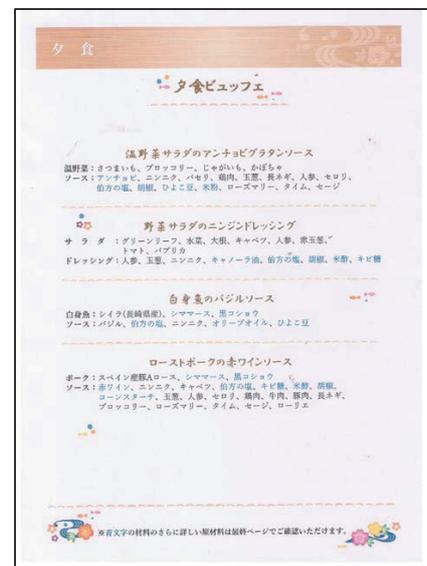
平成26年

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

アレルギー対応だからといって、その分商品価格を上げることはできない。しかし、人手は余分にかかるため、売上に対する費用の比率が懸念材料であった。

<投入した経営リソース>

厨房などは分けることができないため、設備にコストはかけていないが、その分、厨房の清掃をこれまで以上にしっかり行ったり、お弁当については、別の厨房(体験教室等)を使って、製造したりと、アレルギー対応の食事の提供には、これまで以上に衛生管理に留意している。



ツーリストのアレルギー対応メニュー

4. 成果

<定性的成果>

- ・新聞や沖縄のガイドブックに当社のアレルギー対応の食事のことが掲載されたため、アレルギーを持つお客様の来店が若干増加した。
- ・アレルギーを持つ小さなお子様のお客様が、みんなと同じ食事をすることができ、いつもよりたくさん食べてくれることが従業員の喜びにもつながっている。
- ・お客様からまた来たいと言ってもらえることが多くなった。
- ・アレルギー対応の食事を提供することによって、店内や厨房の4S（整理・整頓・清掃・清潔）がより徹底できるようになった。

日にち	旅行行程 (予定)	宿泊・食事
22日	ご出発空港 → 那覇空港 昼食(くんなとう) 奥武島にてグラスボート がんじゅう駅 ユインチホテル南城 ● ホテルにて夕食	ユインチホテル南城 ● ●
23日	ホテルにて朝食 ウッパマビーチ 昼食(ウコンサロンお弁当) 美ら海水族館 あいあいファーム ● ホテルにて夕食	あいあいファーム ● ● ●
24日	ホテルにて朝食 ● あいあいファームにて外遊び 昼食(おきなわワールド) 国際通り 那覇空港 → ご出発空港	● ●

※上記日程は、天候等の状況に伴い変更になる場合があります。
※旅行中の食事は全て、10品目(豚、乳、小麦、そば、落花生、エビ、カニ、大豆、ゴマ、ナッツ類)

当社が宿泊施設になり、夕食と朝食を提供しているアレルギーを持つお客様向けのツアー旅行の行程表

5. 今後の課題

- ・厨房は普通食とアレルギー除去食と同じところで、作っているため、完全な除去食にはなっていないため、重度のアレルギーをお持ちのお客様には対応できていないため、今後は、厨房を分けるなどの設備投資も必要であると考えている。
- ・また、業務用としての要望も多いことから、業務用に対応できるようにしていくことも課題である。
- ・小麦アレルギーの方はパン作りもしてもらえないため、体験内容についてもアレルギー対応もできるようなメニュー作りが必要であると考えている。



店舗外観



店舗外観

⑳ 麺通様御用達 たけ屋

めんつうさまごようたつ



店舗内の写真

⑳	
1. 店舗の概要	
①店舗名称	麺通様御用達 たけ屋
②店舗住所	〒830-0047 福岡県久留米市津福本町1309-1
③業態	そば・うどん店
④店舗開業年	1981年
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 6人 / (2) パート・アルバイト(8時間換算) 3人
⑥規模	(1) 店舗面積：115㎡ (2) 厨房面積：45㎡
	(3) 駐車場面積及び台数：600㎡ / 20台
	(4) 客席数：カウンター 20席 小上がり 4人掛け× 7席 テーブル 4人掛け× 3席 / 2人掛け× 1席) 1階 席 / 2階 席 等
	(5) その他客席特記事項
⑦店舗営業時間	例：11:00～17:00
⑧定休日	水曜日
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合：(飲食 80% / 物販 20%)
	(2) (1)の内、飲食の内訳(例：そば40% うどん50% 丼類10%)

2. 背景及び課題

【改善テーマ】子ども用無料料理の提供により大幅な売上アップを達成

■背景

当店は、小さな子供連れのファミリー客が多いのが特徴である。従来は、注文を受けたうどんが出来上がると、親の分と子どもの分とを同時に客席にお出ししていた。そうすると親、特に母親は先ず子供にうどんを食べさせ、子供が食べ終わった後で、おもむろに自分が食べ始めるという流れになっていた。

そして、親が食べ始める頃には、もう、うどんは一番美味しい時間を過ぎて、冷めた状態で、場合によっては麺が伸びきってしまっていることも多く、本来のうどんのおいしさを味わってもらえてなかった。

店主は、このような状況を何とか改善できないかと、長い間悩み抜いた末に解決策を考え出した。

■課題

特になし。

■その他の課題

土曜日や休日のお昼が来客のピークになり、お客様が店の外で並んで待つことも多いため、事前に注文を取るなど、スムーズな流れをとれるように対策をとっているが、てんぷら用のフライヤーの能力に限界があるので、てんぷらの注文が殺到した場合には待ち時間が長くなることもある。



3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

●具体的な改善策

注文を受けたうどんをお出しするときに、親子用を別々にずらして提供すればいいことに気づいた。まずは、小児用うどんを先にお出しし、親が子供にうどんを食べさせ終わるタイミングで、親用に注文を受けていたうどんを提供すれば、親も出来立てのおいしいうどんが食べられることになる。

そこで、離乳食代わりの小児用うどんとして麺を短くカットし、スープもぬるめにする事で子供もおいしく食べられ、親も温かいうどんを本来のおいしさを味わえるので、親には特に喜んでもらえるのではないかと考えた。小児用のうどんは、商品として提供しているものの切れ端の部分や短すぎる麺などを使って、無料でサービスすることにした。

<スタートした時期>

平成16年1月

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

<投入した経営リソース>

外見上の理由から商品としては出せない「切れ端や短すぎる麺など」の廃棄物の減量を考えていたので、廃棄物が減らせるので無料でサービスできることになった。

4. 成果

1. 売上増加： 1.32倍

取組実施前	平成25年度	総売上(営業時間11:00~17:00換算)	44,981,000円
取組実施後	平成28年度	総売上(営業時間11:00~17:00)	59,541,000円

2. 労働生産性向上： 1.31倍

取組実施前	平成25年度	3,532千円
取組実施後	平成28年度	4,632千円

3. 副次的効果

従来、親用と子供用をどうじに注文を受けていたため、うどんが出てくるまでに待ち時間があったが、現在は小児用を事前に準備しているため、待ち時間を短くすることができる。そのために顧客の回転率も向上している。

子育て中の親にとっては、小児用のうどんが無料でサービスされ、しかも食べさせ終わったところに親用の熱々のうどんが出てくるので、大満足である。これだけの心遣いをしてもらえれば、他の店に行こうという気にはならない筈である。当店の特徴として、小さな子供連れのファミリー客が多いということがありますが、この対策によりさらに子供連れのファミリー層が増えてきている。

成果は鮮明で、売上の増加と共に労働生産性も向上した。併せて廃棄物の有効利用により、地球環境対策にも貢献できた。

5. 今後の課題

②1 焼肉屋 カルビ王国 山口本店 やまぐちほんてん



店舗外観



店舗メニュー①



店舗メニュー②

②1				
1. 店舗の概要				
①店舗名称	焼肉屋 カルビ王国 山口本店			
②店舗住所	〒753-0043 山口県山口市宮島町1007-1			
③業態	焼肉店			
④店舗開業年	平成9年3月			
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 3人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 9.78人			
⑥規模	(1) 店舗面積 :	314.016㎡	(2) 厨房面積 :	㎡
	(3) 駐車場面積及び台数 :	㎡ / 35台		
	(4) 客席数 :	カウンター・小上がり なし テーブル 6掛け×13席 / 4人掛け×8席 1階 110席		
	(5) その他客席特記事項			
	⑦店舗営業時間	夜 : 17:00~23:00 (内休憩なし)	⑧定休日	無休
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 100% / 物販 %)			
	(2) (1)の内、飲食の内訳(焼肉類75% ドリンク類25%)			

2. 背景及び課題

【改善テーマ】多機能分子調理器等の最先端機器を導入し、
調理時間の短縮、廃棄ロスの低減を実現

■背景

外食産業を取り巻く環境は、生活者の消費、趣向の多様化によるマーケティングの難しさ、地域によっては、人口減を背景に市場の縮小が予想される。当社が事業展開する市場においても、大手外食チェーンの出店が増加するとともに、多様化した消費ニーズに合う、新しい形態での飲食店のオープンも今後増えていくことから、競合他社と差別化を図る事が必要となっている。

また、人手不足が深刻な経営課題となっており、今後事業を継続成長していく上で、人の確保または、それに変わる新たな対策が必要となっている。長時間労働の対策など、労働環境面での課題を解決する上で今年度、業務改善に取り組むことになった。

■課題

長期鮮度保持ができる新たな冷蔵庫の導入による肉の長期熟成保存

長期熟成保存による肉の旨味の増大（熟成肉の提供）

長期鮮度保持による仕込み時期の集約化・労働時間の削減



（長期鮮度保持型冷蔵庫の導入）

3. 改善策（費用・手間・時間の具体例）

●課題における具体的な改善策

<長期鮮度保持型冷蔵庫の導入>

長期鮮度保持型冷蔵庫を導入し、お肉の廃棄ロスの削減と、仕込み食材の保存期間の延長により、毎日の仕込みを週2回程度の仕込みを実現させ、調理人の負担軽減、人員不足の解消を図った。

<スタートした時期>

平成29年6月

<投入した経営リソース>

コストは冷蔵庫が280万円（通常の冷蔵庫の4～5倍の価格）

（カット等の仕込みをした肉の保管）



（冷蔵庫内で長期保存されているお肉）



4. 成果

<定量的成果>

①肉の仕込み時間の削減：導入前は1週間に110時間かかっていたが現在は75時間（35時間分の削減）
導入前は毎日お肉のカット・仕込みを行っていたが、現在は週2回で、空き時間を活用してまとめて作業ができるので、勤務時間（残業等）が短くなった。

②長期で鮮度維持ができるので、お肉の廃棄ロスがゼロになった。
真空パックをすると1年間保管できる。以前は毎月3万円分廃棄していた。

肉の仕込み時間の削減(1週間)		
導入前	→	導入後
110時間		75時間

<定性的成果>

週2回のタイミングでまとめて仕込みをしている。手のすいた時に、自分のタイミングで作業をやることができるのでストレスが少なくなった。

冷蔵庫内で肉の菌の増加を抑えてくれるので、熟成肉（熟成期間50日）をお店で提供できるようになった。
熟成されたお肉をおすすめメニューとして提供しており、お客様の評判も良くなった。

（40日熟成のカルビ・ロースなど）

5. 今後の課題

今後は、グループ内の他の業態の飲食店にも効果を波及させるために、セントラルキッチンに大きなタイプの冷蔵庫を導入し、各店舗の現場の仕込み時間の削減や食材の廃棄ロスを少なくさせたいと考えている。

魚の保管・仕込み：和食店へ提供

他の肉の保管・仕込み：和食店へ提供

クジラ肉の保管・仕込み：委託業務として提供

② La Cave de Sanoman

ら・かーぶ・ど・さのまん

レストラン外観



店舗外観



精肉店内



レストラン店内

②				
1. 店舗の概要				
①店舗名称	La Cave de Sanoman			
②店舗住所	〒418-0067 静岡県富士宮市宮町14-19			
③業態	レストラン			
④店舗開業年	2016年			
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 1人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 2人			
⑥規模	(1) 店舗面積 :	50㎡	(2) 厨房面積 :	26㎡
	(3) 駐車場面積及び台数 :	16台 (精肉店と共同)		
	(4) 客席数 :	カウンター 席 小上がり テーブル 4人掛け× 4席 / 2人掛け× 1席 1階 席 / 2階 席 等		
	(5) その他客席特記事項			
⑦店舗営業時間	11:30~14:00 17:30~20:30	⑧定休日	月曜日~木曜日	
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 100% / 物販 %)			
	(2) (1)の内、飲食の内訳 (メイン 70%、その他 30%)			

2. 背景及び課題

【改善テーマ】戦略商品であるドライエイジングビーフを中心とした販促

■背景

当社は、大正3年に創業し、精肉店を営業してきた。

オリジナルブランド豚の「萬幻豚」の開発や農商工連携事業に取り組んだり、日本のドライエイジングビーフ（熟成牛肉）の先駆者として、日本内外で知名度を上げてきている。

2009年にはドライエイジングビーフと生ハムの展示空間をオープンさせ、自社のドライエイジングビーフを提案する場所を開設した。

その後、ドライエイジングビーフの焼き方教室等を行いながら、ドライエイジングビーフの販路拡大に努めている。お客様にドライエイジングビーフを食べていただけるレストラン「La Cave de Sanoman」をオープンさせた。

■課題

ドライエイジングビーフは、独自の焼き方で食べていただくことが最もおいしく食べていただけるお肉であるが、なかなか家庭では上手に焼くことができず、定期的に焼き方教室を開催、お客様に正しい食べ方提案をしてきた。

しかし、焼き方教室だけではなく、プロが焼く、ドライエイジングビーフのレストランが欲しいというお客様の要望が上がってきており、レストラン経営に乗り出していくことが必要となった。



ドライエイジングビーフ（Dry Aging Beef）とは「乾燥熟成された牛肉」のことを言う。
牛肉は熟成されることにより、酵素の働きで肉質が柔らかくなり、うまみ成分のひとつアミノ酸が増加してくる。
また、ドライエイジングとあるように表面を乾燥させて熟成させるので、余分な水分が飛び旨味と香りが内側に凝縮された肉になる。

3. 改善策（費用・手間・時間の具体例）

●具体的な改善策

＜ドライエイジングビーフを提供するレストランの経営＞

当社の精肉店でドライエイジングビーフを購入していただき、それを、隣接するレストラン「La Cave de Sanoman」へ持っていき、1,000円の追加料金を支払って、調理するといったレストランの形式である。

ドライエイジングビーフを味わっていただくだけでなく、ドライエイジングビーフの特徴や当社のこだわり等を知っていただく店舗となっている。

＜スタートした時期＞

平成28年

＜改善策着手・実施時に懸念していたこと＞

ドライエイジングビーフの焼き方教室は無料であり、常に満席となっているが、レストランのように有料となると来店客につながるかどうか課題であった。

＜実施体制＞

レストランを始めるに当たり、シェフを1人雇用し、現在は、精肉店とレストランをかけ持つ従業員とパートで運営している。

＜投入した経営リソース＞

ドライエイジングビーフと生ハムのレンジルームをレストランにしたため、設備コストはほとんどかかっていないが、レストランを始めるに当たり、シェフを1名雇用した。



精肉店で購入した
ドライエイジングビーフとポーク



レストランで調理された
ドライエイジングビーフとポーク

4. 成果

<定量的効果>

- ・レストランを運営することにより、ドライエイジングビーフを知っていただくきっかけにもなり、売上高は7%のアップ、純利益は29%のアップにつながった。
- ・また、客数も5%向上した。

	導入前	導入後	成果
売上高	420,000千円	450,000千円	7%アップ
純利益額	24,000千円	31,000千円	29%アップ
客数	57,000人	60,000人	5%アップ

<定性的効果>

- ・レストランでお食事された方の90%の方が精肉店で買い物をしてくれるようになり、精肉店のお客様が増加した。また、味を見て買っていただけるため、単価の高い商品を買っていただくことが多くなった。
- ・レストランでは肉の在庫を持たないため、食材ロスがない。
- ・今までの肉のイメージと違うドライエイジングビーフを食べることができるとお客様から好評を得ている。
- ・お客様が自分で納得した肉を選んでいただいているため、お客様らかのクレームがなく、満足度が高い。

5. 今後の課題

- ・地元へ来てお肉を知っていただくことが重要であると考えているため、今後は、当店をより知っていただくための施設整備を行うことが課題であると考えている。
- ・また、現在は、レストランが金曜日・土曜日・日曜日みの営業となっているため、営業日数を増やしていくことも課題と考えている。



店舗外観



店内写真



メニューブック①

23 駱駝別邸

らくだべってい

23

1. 店舗の概要

①店舗名称	駱駝別邸			
②店舗住所	〒780-0841 高知県高知市帯屋町1-9-4 リッチモンドホテル高知 1F			
③業態	居酒屋			
④店舗開業年	2012年 4月			
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 8人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 2人			
⑥規模	(1) 店舗面積 :	185㎡	(2) 厨房面積 :	44㎡
	(3) 駐車場面積及び台数 :	0㎡ / 0台		
	(4) 客席数 :	カウンター 5席 小上がり 6人掛け×8席 / 4人掛け×1席 / 8人掛け×2席 テーブル 6人掛け×6席 1階 109席		
	(5) その他客席特記事項			
⑦店舗営業時間	例 : 17:30~25:00 (内休憩、なし)	⑧定休日	日曜日	
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 100% / 物販 %)			
	(2) (1)の内、飲食の内訳(食事70% 飲み物・酒類30%)			

2. 背景及び課題

<背景：料理名だけではどんな料理かわかりづらい>

旧デザインでのメニューが長い間続いていたため、お客様に飽きられないように新たにメニューデザインを一新した。旧デザインのメニューは料理写真が小さく、また写真の掲載数も少なかった。そのため、初めてのお客様からは、料理名だけでどのような料理かを推測してもらって注文をいただくという状況であった。

<課題：料理メニューはすべて写真を掲載する>

品数や料理に変化はないが、メニューブックが新しくなることで印象を変えたい。

お客様に料理が充実していることをPRしたい。

どんな料理か、量はどれくらいかなど、見た目で見分けるようにする。

(ホテルの1階に店があるため県外のお客様も多い)

文字だけで埋もれている料理を注文してもらいたい。

(旧デザインのメニュー)



(新デザインのメニュー)



3. 改善策(費用・手間・時間の具休例)

●課題における具体的な改善策

<すべての料理写真をメニューブックに掲載>

料理撮影用のカメラを準備して、すべての料理について写真撮影を行い、料理写真を新メニューに掲載した。その中でも特に売りたい料理については写真を大きくした。

メニューブックのページ数が増え、料理の豊富さや、見た目で見分かりやすいメニューブックができた。

(旧：揚げ物メニュー)



(新：揚げ物メニュー①)



(新：揚げ物メニュー②)



<スタートした時期>

平成29年6月頃

<実施体制>

社長と担当者、2名ですべての料理の写真撮影を行った。

<投入した経営リソース>

紙代・プリンターインク代・ラミネート代など少額の経費

ただし、写真撮影に時間がかかった。(何度も撮り直しをした)

難しかった点：料理・個々の食材の向き・高さ

料理をおいしく見せる色

(食材を向きをそろえて撮影)



4. 成果

<定量的成果>

全ての料理写真をメニューブックに載せることにより、今まであまり売れなかった料理についても比較的まんべんなく料理の注文を受けるようになった。中でも写真を大きく掲載している料理は良く出るようになった。

- ・これまであまり注文がなかったメニュー：じゃこ天とえいひれの炭火炙り<写真①>
(売上:昨年7月25位・22,620円→今年7月11位・27,300円)
- ・写真を大きくして注文が増えたメニュー：たまごかけごはん<写真②>
(売上:昨年7月31位・5,460円→今年7月15位・18,480円)



<定性的成果>

メニュー写真が増えたことにより、メニュー自体のページ数が増え、以前と比べ同じ品数でも品数が多く感じる事ができる。(旧：8ページ→新：12ページ)

メニューに対するお客様からの質問が減った(「どんな料理?」「ボリュームは?」など)。

5. 今後の課題

自社で写真撮影及び画像加工の技術が向上したことから、もっと美味しそうな写真を撮影して、写真を頻繁に入れ替えていきたい。

また、写真を大きくすることで注文数が増えたことから、今後、既存のメニューで売り出したいものが出てきたら、差し替えをしていきたい。

24

レストラン丸八 炉萬館

まるはちろまんかん



店舗外観



精肉店内



レストラン店内



焼肉店内

24

1. 店舗の概要

①店舗名称	レストランまるはち 炉萬館			
②店舗住所	〒457-0005 愛知県名古屋市南区桜台1-24-13			
③業態	レストラン 焼き肉店			
④店舗開業年	1958年			
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 19人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 12人			
⑥規模	(1) 店舗面積 :	320㎡	(2) 厨房面積 :	53㎡
	(3) 駐車場面積及び台数 :	40台		
	(4) 客席数 :	カウンター 10帖 × 3部屋 小上がり 10帖 × 3部屋 テーブル 4人掛け × 13席 / 6人掛け × 6席 1階 席 / 2階 席 等		
	(5) その他客席特記事項			
⑦店舗営業時間	10:00~20:30	⑧定休日	水曜日	
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 50% / 物販 50%)			
	(2) (1)の内、飲食の内訳 (定食 95%、酒類 5%)			

2. 背景及び課題

【改善テーマ】QCサークル活動により売上アップ

■背景

当社は、昭和33年に創業し、精肉店、レストラン、焼き肉店を営業してきた。

これまで、経営向上のための活動を数多く取り組んできたが、平成18年よりQCサークル活動を始めた。QCサークル活動は品質管理の活動で、主に製造業で取り入れられている手法であるが、当店においても商品、接客サービス、店舗づくり、職場等の品質の良い面を効率的に維持し、より良くするための改善・向上活動であると考え取り組んできている。

■課題

これまで、当店では毎月2回の経営会議や勉強会などを通じ、経営の向上及びお客様満足度の向上に向けて取り組んできた。しかし、従業員自らが考えることなく、経営幹部等からの指導を受けるといったものであったため、改善への取り組みへ100%つながることはなかった。そこで、従業員自らが考えていく仕組みづくりが重要となってきた。

また、接客サービス業は従業員が要であるとし、入社時から接客業への適正の高い従業員の採用が長年の課題である。

平成28年度のQCサークル活動日程

	期間	発表会
第33回	平成28年11月22日～ 平成29年4月16日	平成29年4月17日
第34回	平成29年4月20日～ 平成29年8月20日	平成29年8月21日
第35回	平成29年8月25日～ 平成29年11月19日	平成29年11月20日



QCサークル活動発表会風景

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 1/2

●具体的な改善策

<QCサークル活動の実施>

従業員(パート・アルバイトも含む)で5～6組のチームを作り、チームごとに、取り組むテーマを決め、1年を3つの期間に分けて、期間ごとにそれぞれ課題改善に取り組み、その成果を発表する機会を設け、優秀なチームについては、表彰制度を設けている。

<スタートした時期>

平成18年

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

QCサークルの活動を従業員が自発的にできるかどうか懸念だった。また、就業時間内にまとめることができず、残業が増えるのではないかと心配していた。

<実施体制>

従業員(パート・アルバイト含む)1チーム3～4人で5～6チームを編成し、全員参加で活動に取り組む。
すべてのチームが就業時間内で取りまとめ等をしている。

<投入した経営リソース>

コストはほとんどかかっていないが、18年に活動する2年ほど前より、QCについての勉強会を開催していた。



QC活動のまとめ



QCの評価表と表彰状

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 2/2

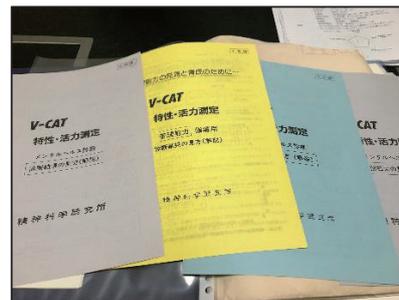
●具体的な改善策

<適正の高い人材の採用>

パート・アルバイトを含む従業員全員の採用時にクレペリン検査を導入している。

クレペリン検査は、適性検査であり、当社のように接客業においては、人材がお店の評価を左右するため、接客業に適正のあるレベルの評価5以上を採用している。

また、適性を考慮した従業員配置を行っている。



適性検査のクレペリン検査

<スタートした時期>

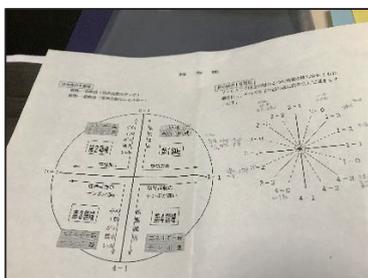
昭和52年

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

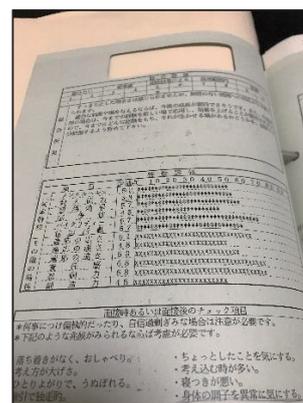
この検査で質の良い従業員の採用ができるかどうか懸念があった。

<投入した経営リソース>

検査代金として、1人当たり3,000円程度費用がかかる。
採用試験の都度行い、採用試験を受けた人数分のコストを要している。



適正の4分類



クレペリン検査の個人評価表

4. 成果

<定性的成果>

- ・QCサークル活動を行うことにより、従業員自身に改善の意識が高まり、改善策実施率が100%となった。
- ・また、活動の取組の実証を行うことにより、材料費、人件費、資材費などのコスト意識も醸成できた。
- ・クレペリン検査を導入することによって、従業員の勤続年数が長くなり、現在では、平均して20年くらいの勤続年数である。
- ・また、接客業に対して同じような意識を持った従業員を雇用できるようになり、社内トラブルはほとんどなく、若手の定着率も上がり、新入社員への接客の基本的な内容についても教育する必要がなくなった。

<定量的成果>

ここに、QCサークル活動により成果の上がった事項を例示する。

テーマ	目標	活動内容	改善結果
オーダーカット商品の売上アップ	売上20%アップ	お客様に分かりやすいPOPやメニュー表の作成を行った。	売上16%アップ
お客様ニーズに合わせたチラシの充実	客数110%アップ	従業員にチラシの内容、設置場所についてのアンケートを実施し、意見を取り入れた。	売上280%アップ
予約のお断りをなくす	チャンスロス改善	希望時間・日にちの変更の提案などを行った。	客数1%アップ 売上高7%アップ

5. 今後の課題

- ・QC活動は継続させていくことが重要であり、QCサークル活動自体がゴールではないことを従業員に周知し、定着されることが課題である。
- ・また、現在は、個々のチームでテーマを決めているが、経営陣としての大きなテーマを決めて、それに合致した個々のテーマ設定をし、全社を上げて取り組むことが重要である。

中 食 編

① あぐりこまち株式会社

工場外観



工場内



①			
1. 店舗の概要			
①店舗名称	あぐりこまち株式会社		
②店舗住所	〒010-0802 秋田県秋田市外旭川字梶ノ目98-1		
③業態	工場		
④店舗開業年	2012年1月		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 1人 / (2) パート・アルバイト(8時間換算) 0人 (有限会社宅配こまちより出向 社員1名・パート1名)		
⑥規模	(1) 店舗面積 : 0㎡	(2) 厨房面積 : 15㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数 : ㎡ / 30台		
	(4) 客席数 : なし		
	(5) その他客席特記事項		
	⑦店舗営業時間	なし	⑧定休日
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 % / 物販 100 %)		
	(2) (1)の内、飲食の内訳(例 : そば50% うどん20% 丼類20% 酒類10%)		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】スマイルケア食品(青マーク)の販売

■背景

米農家として米の生産を行い、グループ会社である高齢者向け弁当宅配を行う有限会社宅配こまちへ農作物を納品している。農作物の6次化を目指す中、在宅高齢者のQOL（クオリティ・オブ・ライフ=生活の質）向上のためには、食べる能力に合わせた食事の多様化が必要と感じていた。

そこで2013年より秋田県総合食品研究センター（総食研）と共同研究契約を結び介護食の開発に取り組んできた。

まずは、やわらか総菜（野菜）の開発から着手し、凍結含浸法（とうけつがんしつほう）という技術を用いて研究を進めたものの、作業効率の悪さとコスト面に課題を感じた。

そのため総菜ではなく米の六次化にシフトし、米の介護食であるレトルトおかゆを商品化した。しかし、製造はほとんどが手作業となるため、大手メーカーと比較すると単価が高くなるため売れ行きが伸び悩んでいた。

■課題

高齢者のQOL向上のため食の選択肢として

米の介護食（レトルトおかゆ）の普及、売上げの拡大が課題である。

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

具体的な取り組み

【スマイルケア食（青マーク）の取得】

秋田県総合食品研究センター（総食研）とともにレトルト商品を開発中に、農水省が認定する新たな介護食の枠組みである「スマイルケア食」の認定を目指すこととした。

□スタートした時期

新商品開発	2016年6月
認定に応募	2016年11月中旬
認定	2016年11月下旬



□取り組みに際し懸念したこと

厚労省が認定するJASマークを取得すべきか迷いがあった。

□投入したリソース

応募には、食品分析センターの栄養分析が必須であったためその分析費用として11万円。

商品開発にかかった時間はおよそ5ヶ月。

4. 成果

〈定性的成果〉

- ・スマイル食品（青マーク）の取得により、地元の報道機関等に取り上げられる機会が増え、認知度が増すとともに大手メーカー品との差別化が図れるようになった。
 - 新聞媒体（秋田魁新報、河北新報、日経）
 - テレビ（県広報番組 5分程度）
- ・遠方からも購入方法の問い合わせがあるなど、信頼性が高まったことで商品の訴求力が向上したことを実感している。

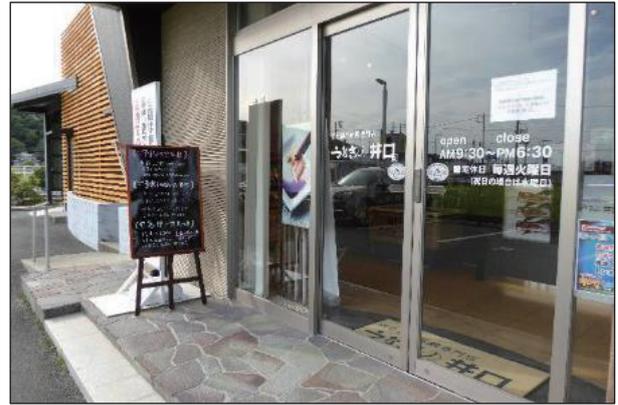


5. 今後の課題

- ・食品のロングライフ化を目指し、優れた遮光性を有するアルミパウチを使用した商品を開発し、売上を伸ばしたい。
アルミパウチの商品力と高め、売上げを上げたい。
- ・パウチの場合、一度器に盛り変える手間があるので、そのまま食べられる容器での開発を急いでいる。



店舗外観



店舗入口

②
うなぎの井口
いぐち



捌き場からの視線



出荷前の蒲焼き

②

1. 店舗の概要

①店舗名称	うなぎの井口		
②店舗住所	静岡県浜松市浜北区平口253-1		
③業態	製造小売業		
④店舗開業年	1989年(昭和63年)		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた従業員数 10人 (2) パート・アルバイト数7(4)人 (3) 店舗・発送担当 2人		
⑥規模	(1) 建物面積: 260㎡	(2) 店舗面積: 65㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数: 45台		
	(4) 客席数: 0席		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	9:30~18:30	⑧定休日	火曜日
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合: (飲食 0% / 物販 100%)		
	(2) 2017年9月現在 ・うなぎ白焼 72.4% ・うなぎ蒲焼 18.8% ・その他 9.8%		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】混雑時の目的別接客ラインの設置により混雑解消

お中元や土用の丑の日等、お客様が多く来店する日はレジ待ちの行列ができてしまう。

- | | |
|-----------------|-------------------|
| 《販売担当者側の不便》 | 《お客様側の不満》 |
| ①お客様に十分な対応ができない | ①長時間待たされる |
| ②クレーム処理に時間を奪われる | ②予約している意味が無い |
| | ③気が付いて配達伝票書いてまた並ぶ |
| | ④列を離れることができない |



予約のお客様は待たせることなく、配達のお客様からもクレームが無いような対応を行いたい。そして、全てのお客様の待ち時間を減らしたい。

- 《レジ待ち行列軽減でめざしたこと》
- ①予約したお客様にその時間に待たせることなく商品を提供する。
 - ②並んでいるお客様からの苦情やトラブルを防止する。
 - ③一般のお客様の待ち時間をできる限り短くする。
 - ④お客様に丁寧な対応を行う。
 - ⑤販売担当が接客に集中できるようトラブルを防止する。
 - ⑥お客様の満足度を高め次の販売に繋げる。

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

《混雑時はお客様のラインを3分割》



一般客の列に予約のお客様と宅配のお客様が並んでしまうことが苦情とトラブルの原因であった。混雑が予想される土用の丑の日等の特別日は店内にあらかじめ3つのラインを設定する。

- ①一般客用ライン
お持ち帰りのお客様で、商品が決まった方から順番に並んでいただくライン。
- ②宅配客用ライン

購入した商品を宅配送る予定のお客様は、宅配伝票を置いてある机に向かっていただき、伝票に記入の上一般客の列に並んでいただく。

- ③予約客用ライン
予約のお客様は列に並ぶことなく店の奥に進んでいただき、店舗スタッフに声をかけて代金を支払い商品を受け取る。スタッフは予約時間とお名前を伺って、あらかじめ準備しておいた商品をお客様にお渡しする。

《店舗前に3分割であることを掲示》



混雑時は店舗入口にボードを出し、店内には3つのラインがあることを明記している。

4. 成果

予約のお客様が一般顧客と一緒に並んでしまい、お客様から苦情を言われることが発生していた。また、宅配便を利用する予定のお客様が一般客と一緒に並んでしまうと、順番が来たときに伝票を書くことになってしまう。そこで店とのトラブルが発生する。販売担当者もその対応に追われていた。お客様の流れを3分割することによってこれらに関する苦情とトラブルはほぼ解消した。

《お客様が得ることができたメリット》

- ①予約のお客様は予約した時間に確実に商品を受け取ることができる。
- ②宅配利用時は先に配達伝票を書いて並ぶので時間の無駄が無くなった。
- ③一般のお客様も列が分散するので待ち時間が減少した。

《販売担当者側のメリット》

- ①お客様の苦情やトラブルに対する処理が無くなり販売に専念できる。
- ②待っている間に紹介映像を見ていただけられるので商品説明の時間が節約された。
- ③増員すること無く接客することができている。

5. 今後の課題

商品の性格上、受注が安定していない。生産性を更に高める為には、日々安定した受注を確保する必要がある。その活路をゴルフ場等の景品需要に求めている。また、日本の鰻は、漁獲量が減少し今や高価となっていることに合わせ、絶滅危惧種にも指定され、一般消費者の需要は減少しつつある。品質の良い鰻を安定仕入することと、サプリメント系商品の開発に挑戦しようとしている。



店舗外観



店舗入口

③
うなぎの井口
いぐち



捌き場からの視線



出荷前の蒲焼き

③			
1. 店舗の概要			
①店舗名称	うなぎの井口		
②店舗住所	静岡県浜松市浜北区平口253-1		
③業態	製造小売業		
④店舗開業年	1989年（昭和63年）		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた従業員数 10人 (2) パート・アルバイト数7(4)人 (3) 店舗・発送担当 2人		
⑥規模	(1) 建物面積：260㎡	(2) 店舗面積：65㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数：45台		
	(4) 客席数：0席		
	(5) その他客席特記事項		
	⑦店舗営業時間	9:30~18:30	⑧定休日
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合：（飲食 0% / 物販 100%）		
	(2) 2017年9月現在 ・うなぎ白焼 72.4% ・うなぎ蒲焼 18.8% ・その他 9.8%		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】 製造工程の直線化

母親と二人で手焼きにこだわったお店を経営
～100g単価を提示して秤売り～

- | | |
|----------|------------|
| 《製造面の課題》 | 《販売面の課題》 |
| ①品質が不安定 | ①大きさがバラバラ |
| ②ロスも発生 | ②価格が分かりにくい |

平成20年5月に新築

新店舗ではバックヤードを加工場とし、少人数で効率的な作業を行うことができる生産ラインを実現。しかし、手捌きと手焼きにはこだわった生産ライン。

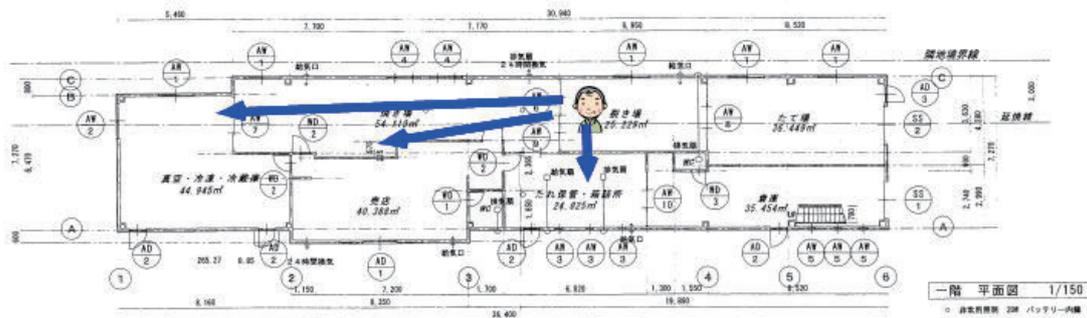
- 《新工場でめざしたこと》
- ①入荷から出荷に至まで一直線でムダの無い生産ライン
 - ②大・中・小等大きさの規格化
 - ③手捌きと手焼きにこだわった製造工程
 - ④経営者が捌きを行いながら会社全体を把握できるレイアウト
 - ⑤社内のコミュニケーションがタイムリーで円滑にできるレイアウト
 - ⑥事業全体を少人数で運営

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 1/2

《出荷までの工程》
およそ次のように示すことができる。

入荷（立て場）→捌き作業→焼き工程→蒸し工程→真空→冷凍→出荷

《一直線を実現した細長い工場》設計料及び備品を含めて約6700万円



うなぎを捌きながら店舗の状況を確認



うなぎを捌きながら、焼き場と包装を確認

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 2/2

《大・中・小の製品規格化》

うなぎの大きさを「特大」「大」「中」「小」の4分類とし、真空パックでの製品化を実現。蒲焼きには「カット」も追加。

《問題発生時のリアルタイム解決》

日々発生する問題を経営者がうなぎを捌きながら確認し、その場で指示を出すことを実行。

《加工プロセスを動画で提供》

買い物客に工場見学をして貰うことを考えていたが、新工場の加工現場をビデオ撮影し、売場やホームページ等で見るようにした。



4. 成果

各工程の状況及び売店の状況を代表者自身が作業を行ないながら確認ができる。現場で発生しているトラブルや加工の滞り等についても、即対応ができるのでトラブル発生を未然に防止できている。

(1) 1日最大加工可能数

当店のメインである白焼で換算すると、現在の加工ライン日次で5000枚を生産することができる。2017年度は平均で日次4000枚を製造している。生産能力に対して、8割の稼働率であり、余裕を持った生産体制を維持している。

(2) お客様の満足度向上

捌きながら店舗の様子を眺めることができ、トラブル発生時の処理を販売担当者と一緒にリアルタイムで行うことができている。その結果、お客様の満足度は向上している。

(3) 代表者の移動距離が半減

1日に7~8回「真空冷凍」から「焼」に製品を取りに来るが、その際に伝達事項を両者に伝えている。代表者は「真空冷凍」まで行くことなく指示を出すことができる。

浜松市民には馴染みが深い白焼が当店最大の売り物となっている。ベルギーの「国際味覚審査機構」から「優秀味覚賞」を受賞しており、美味しさが世界にも認められた。真空パック商品では独自の「ふんわり真空」を行っている。新店舗ではバックヤードを加工場とし、少人数で効率的な作業を行うことができる生産ラインを実現している。

5. 今後の課題

商品の性格上、受注が安定していない。生産性を更に高める為には、日々安定した受注を確保する必要がある。その活路をゴルフ場等の景品需要に求めている。また、日本の鰻は、漁獲量が減少し今や高価となっていることに合わせ、絶滅危惧種にも指定され、一般消費者の需要は減少しつつある。品質の良い鰻を安定仕入することと、サプリメント系商品の開発に挑戦しようとしている。



店舗外観



店舗入口

④ うなぎの井口

いぐち



捌き場からの視線



出荷前の蒲焼き

④

1. 店舗の概要

①店舗名称	うなぎの井口		
②店舗住所	静岡県浜松市浜北区平口253-1		
③業態	製造小売業		
④店舗開業年	1989年（昭和63年）		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた従業員数 10人 (2) パート・アルバイト数7（4）人 (3) 店舗・発送担当 2人		
⑥規模	(1) 建物面積：260㎡	(2) 店舗面積：65㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数：45台		
	(4) 客席数：0席		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	9:30～18:30	⑧定休日	火曜日
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合：（飲食 0% / 物販 100%）		
	(2) 2017年9月現在 ・うなぎ白焼 72.4% ・うなぎ蒲焼 18.8% ・その他 9.8%		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】 サンプル陳列と紹介映像で商品選択の円滑化

母親と二人で手焼きにこだわったお店を経営
～100g単価を提示して秤売り～

《販売担当者側の課題》

- ①商品説明に時間がかかる
- ②価格を伝えにくい

《お客様側の課題》

- ①何を買うか迷う
- ②作り方が分からない
- ③値段が分からない
- ④待たされる

平成20年5月に新築

販売担当者が説明しなくても、お客様が商品を迷わずに選ぶことができる店づくりを行った。

《新店舗でめざしたこと》

- ①映像でうなぎの加工プロセスを紹介して工場見学の替わりとしたい。
- ②商品を規格化することによって選びやすくしたい。
- ③価格を明示お客様が代金精算の時間を短縮したい。
- ④販売担当の負担を軽減し接客効率を上げたい。
- ⑤来店したお客様に当店の「うなぎ」を理解して欲しい。
- ⑥来店したお客様を飽きさせない。

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

《うなぎを焼いているシズル感あふれる動画提供》



店には行ったら直ぐ目に入る映像。

うなぎが入荷してから売場に並ぶまでの工程を、約6分の映像で流している。入口正面とレジ脇の壁にモニターを設置して、来店したお客様に何気なく見ていただく。

《注文カウンターまでの間で商品サンプルと商品説明》

商品とタレ等を注文カウンターに行くまでに決定。



- PR映像製作費85万円
- IT補助金を利用して導入

映像や商品サンプルは専門の業者に政策を依頼した。サンプルは繊細工である。商品説明等は社内で作している。

4. 成果

映像と商品説明は当店のうなぎを理解していただき、お客様が知人等に説明する際にも大いに役立っている。6分の映像ではあるが、主要なところはほぼ3分で理解することができる。

《お客様が得ることができたメリット》

- ①映像によって、当店のうなぎが美味しい理由（こだわり）を理解できる。
- ②工場見学はできないが見る以上に生産現場を理解できる。
- ③当店の売り物である「白焼」を理解することができる。
- ④注文がやりやすくなり買物時間の短縮と満足度の向上を同時に達成している。

《販売担当者側のメリット》

- ①商品説明に時間を取られることなく接客時間を短縮できた。
- ②価格等に関するトラブルはほとんど発生しない。
- ③出荷業務を含め販売は2名で運営が可能。

5. 今後の課題

商品の性格上、受注が安定していない。生産性を更に高める為には、日々安定した受注を確保する必要がある。その活路をゴルフ場等の景品需要に求めている。また、日本の鰻は、漁獲量が減少し今や高価となっていることに合わせ、絶滅危惧種にも指定され、一般消費者の需要は減少しつつある。品質の良い鰻を安定仕入することと、サプリメント系商品の開発に挑戦しようとしている。



店舗外観



店舗外観



店舗内の写真



店舗内の写真

⑤ クラッシーノ・マルシェ

⑤			
1. 店舗の概要			
①店舗名称	クラッシーノ・マルシェ		
②店舗住所	〒861-1103 熊本県合志市野々島2438-1		
③業態	農産物等直売所		
④店舗開業年	2016年		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 5人 / (2) パート・アルバイト(8時間換算) 11人		
⑥規模	(1) 店舗面積 : 498.52㎡	(2) 厨房面積 : 31.05㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数 : 1,500㎡ / 56台		
	(4) 客席数 : カウンター 20席 小上がり 人掛け× 席 テーブル 人掛け× 席 / 人掛け× 席 1階 席 / 2階 席 等		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	9:00~19:00	⑧定休日	第2木曜日
⑨商品構成	(1) 惣菜・物販の割合 : (惣菜 14% / 物販 86%)		
	(2) (1)の内、惣菜の内訳 (惣菜48% 弁当28% 寿司24%)		

2. 背景及び課題

背景

一般社団法人クラッシーノ・マルシェは、地域間連携共同販売拠点のアンテナショップとして平成28年2月にオープンし、地域間連携協定を締結した天草市等他の自治体の特産品のほか、熊本県合志市で取れた旬の野菜やブランド認証品等を販売している。クラッシーノとは「暮らし・いいの」からきた造語であり、「ここちよいくらしづくりのお手伝い」をモットーとし、より多くの人に合志市をもっと好きになって貰うために設立された。・・・（設立趣旨から要約）・・・

当店では、顧客満足度向上運動の一環として、顧客からの要望、意見、苦情等を真摯に受け止め、その改善や対応を最優先して実施し、地域に寄り添った取組を実践することになっている。

課題

1. 敷地内に市内唯一の温泉施設が設置されており、その利用者が当駐車場に駐車することで当店利用者用の駐車スペースがなくなるという事例が多く発生している。
2. 生産者の顔の見える化を実施する。
3. 地域の成果物や鮮魚について、季節に応じた「旬」を楽しみ、もっと「地域の味」を知って貰うこと。

その他の課題

課題1. 取り組み前写真



課題1. 取り組み後写真



3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

●具体的な改善策

課題1.

顧客の買物環境を適切に管理、整備するために、これまで特に区別化が徹底されていなかったスペースに、当店「お客様 駐車場」看板を設置した。

課題2.

販売農産物について、生産者がどのような思いで生産・出荷しているのかを伝えるため、当該農産物に係るビデオを撮影、設置・放映することで、顧客にとって単なる「モノ」ではなく、地域の特色や「生産者の顔の見える化」を通じて「ストーリー立てされた農産物」として販売・広告し、付加価値の創出・向上を図っている。

課題3.

地域の成果物や鮮魚について、季節に応じた「旬」を楽しみ、もっと「地域の味」を知って貰うことを目的に、「旬の農産物カレンダー」、「旬の鮮魚カレンダー」として顧客に案内することで、当店だけでなく地域への愛着を持ってもらえるように働きかけている。

<スタートした時期>

平成29年1月

課題2. 取り組み後写真



課題3. 取り組み後写真



課題3. 取り組み後写真



4. 成果

1. 労働生産性向上: 1.02倍

取組実施前 平成28年4月～7月 2,260千円

取組実施後 平成29年4月～7月 2,313千円

(開店が平成28年2月のため年間の数字がとれなかったため、4月～7月の実績値を採用した。)

課題1. について

看板設置前に比べて温泉利用者の駐車は減少しており、当店利用者の駐車スペースが確保されたことで、満足度の高い買物環境の整備に繋がった。

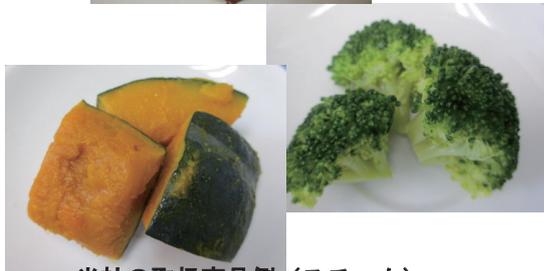
課題2. と課題3. について

農産物のストーリーや地域の「旬」等、一見すると見えない・感じられない点を可視化し付加価値を創出した結果、これらの情報を興味深く観られる方も多く、販売作物や生産者、ひいては当店に対する信頼感・満足度を高める効果に繋がった。

5. 今後の課題



当社の取扱い野菜（冷凍）



当社の取扱商品例（スチーム）



店舗外観



⑥ 有限会社 グリーンフィールド

⑥			
1. 店舗の概要			
①店舗名称	有限会社 グリーンフィールド		
②店舗住所	〒900-0001 沖縄県那覇市港町4-2		
③業態	野菜カット工場		
④店舗開業年	2005年		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 63人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 132人		
⑥規模	(1) 工場面積 :	1,875㎡	(2) 厨房面積 :
	(3) 駐車場面積及び台数 :	30台	
	(4) 客席数 :	カウンター 席 小上がり × 部屋 テーブル 掛け × 席 / 人掛け × 席) 1階 席 / 2階 席 等	
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	4:00~18:00	⑧定休日	無休
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 % / 物販 100%)		
	(2) (1)の内、飲食の内訳 (定食 %、単品 %、酒類 %)		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】タブレットや無線（インカム）等を活用して情報の共有化や連絡ミス防止

■背景

当社は自社農場や契約農場にて栽培された野菜を、衛生的に管理された自社工場にてカット野菜等に、出荷までを行っている。

当社の取り扱う野菜のアイテムは約40種類。カットの仕方を含めると200アイテムにもなり、手間が非常にかかる作業である。

開業当初から仕事量も年々増えてきており、これまでの倍の作業を行わないと間に合わないほどの作業量となり、どうしても生産性向上を図る必要があった。

■課題

工場開設時は、食品加工の素人の集まりだったため、作業の標準時間等もわからず、仕事をこなしていた。そのため、まずは、現場サイドでの生産性アップの製造会議をはじめ作業の標準時間を調査することが課題となった。

その課題を解決し、その後、各分野での生産性向上への取り組みを進めていくことが課題となっている。



カットされたキャベツを袋詰めし、
バーコードシールを添付
袋詰め、シール張りの2工程



左：構内放送 右：携帯電話による連絡

構内放送や携帯電話による連絡は、工場内で聞こえづらく伝え間違いが起こっていた。また、各部署にそれぞれ連絡しなければならず手間がかかっていた。

3. 改善策（費用・手間・時間の具体例） 1/3

●具体的な改善策

<タブレットの導入>

これまで、作業指示書を1日150枚～200枚を使い、作業を行っていた。この方法では、他の部署の進捗状況が分からず、作業が中断することもあった。

特に原材料の不足などは作業が滞ることもあり、作業効率の悪化を招いていた。

タブレット端末を導入し、他の部署の進捗状況が分かるようになったことや情報の共有化が図れるようになり、作業の効率化を図ることができるようになった。

<スタートした時期>

平成25年

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

タブレット端末を14台導入し、約800万円のコストがかかったため、費用対効果が期待できるかが懸念材料であった。

<投入した経営リソース>

タブレット端末14台の購入代金は、約800万円となった。

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 2/3

●具体的な改善策

<無線機(インカム)の導入>

工場内では、作業時の音が大きいため、携帯電話が聞こえない、構内放送が聞こえないことが多く、連絡がなかなかつかないこともあり、作業が中断することもあったため、無線機(インカム)を導入した。

無線機(インカム)を製造部の班長に各1台導入することで、構内すべての製造部門に1度に連絡ができるようになり、それぞれの作業での進捗状況等が分かるようになった。

<スタートした時期>

平成27年

<実施体制>

当社の作業の流れ

出庫 → 下処理 → カット・洗浄 → 最終工程
すべての工程で無線機を使い、全工程から一度に全ての工程へ連絡できる。

<投入した経営リソース>

無線機を12台導入し、約240万円のコストがかかった。



無線機



無線機を装着し、作業している様子



事務所でも管理

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 3/3

●具体的な改善策

<サーマルプリンターの導入>

最終工程のカット野菜の袋詰めの際に、これまでは、袋詰めをし、その上に、商品名やバーコード等が記載された表示シールを袋に貼付しており、最終工程が2工程となっていた。

そこで、袋にダイレクトに表示を印字できるプリンターを購入し、最終工程は袋詰めするだけの1工程とした。

<スタートした時期>

平成27年

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

作業工程が1工程減少することでどれだけの効果がでるか懸念していた。
また、費用対効果についても懸念していた。

<投入した経営リソース>

プリンターの導入に400万円の投資を行った。



サーマルプリンター



導入前の袋詰めとシール張りの2工程の商品



導入後の袋に直接印字された商品

4. 成果

<定量的成果>

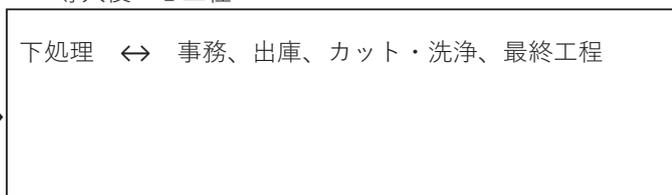
- ・無線機（インカム）の導入により、以下のように連絡の工程が7工程から1工程へ減少した。

例えば、下処理から各工程へ連絡する場合

<導入前：7工程>



<導入後：1工程>



- ・サーマルプリンターの導入により、人件費が大幅に削減できた。人件費は、64%もの削減ができた。

	導入前	導入後
作業人員（1日）	6～7名	3名
人件費（時給750円として）	26,812円	12,375円

<定性的成果>

- ・無線機の導入により、連絡ミスが減り、また、それぞれの進捗状況が分かり、作業の効率が上がった。
- ・プリンターの導入により、従業員の作業量が減少したことにより、長時間勤務がなくなった。

5. 今後の課題

- ・作業量が年々増加してきているため、更なる効率化を図り、作業量の拡大を図っていくことが課題となっている。
- ・天候不順などの影響により野菜が足りない場合も出てきているため、自社農園や契約農家の拡大も考慮していく必要がある。



当社の取扱い野菜（冷凍）



当社の取扱商品例（スチーム）



店舗外観



⑦ 有限会社 グリーンフィールド

⑦				
1. 店舗の概要				
①店舗名称	有限会社 グリーンフィールド			
②店舗住所	〒900-0001 沖縄県那覇市港町4-2			
③業態	野菜カット工場			
④店舗開業年	2005年			
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 63人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 132人			
⑥規模	(1) 工場面積 :	1,875㎡	(2) 厨房面積 :	㎡
	(3) 駐車場面積及び台数 :	30台		
	(4) 客席数 :	カウンター 席 × 部屋 小上がり × 部屋 テーブル 掛け × 席 / 人掛け × 席 1階 席 / 2階 席 等		
	(5) その他客席特記事項			
⑦店舗営業時間	4:00~18:00	⑧定休日	無休	
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 % / 物販 100%)			
	(2) (1)の内、飲食の内訳 (定食 %、単品 %、酒類 %)			

2. 背景及び課題

背景

当社は自社農場や契約農場にて栽培された野菜を、衛生的に管理された自社工場にてカット野菜等にし、出荷までを行っている。

当社は就業時間が長く、開業当初は、朝4時～23時まで作業することもあり、労働環境が非常に悪いこともあった。

開業当初から仕事量も年々に増えてきており、これまでの2倍の作業を行わないと出荷に間に合わないほどの作業量となり、どうしても生産性向上を図る必要があった。

課題

工場開設時は、食品加工の素人の集まりだったため、作業の標準時間等もわからず、仕事をこなしていた。そのために、必要以上の時間がかかっていた。そのため、まずは、現場サイドでの生産性アップの製造会議をはじめ、まずは、作業の標準時間を調査することが課題となった。

また、就業時間が長いため、パートやアルバイト等の人材も集まりが悪く、慢性的な人手不足となっていた。

従業員が多くなってきたため、会社理念の浸透にも大きな課題があった。

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 1/2

●具体的な改善策

<標準作業時間の調査とレイアウト変更>

毎週1回、製造部班長と経営者が集まって、生産性向上のための製造会議を行った。

現場では、作業の都度、作業工程と作業時間を確認し、短時間で作業できるような作業導線を確認し、効率的に作業できる導線の確保と機械等のレイアウト変更を行った。

一方通行の導線にすることにより、作業導線は大幅に改善した。

<スタートした時期>

平成27年

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

野菜の切り方を含める商品が200アイテムあるため、それぞれのアイテムの標準時間を調べるが大変であり、長期間かかったため、きちんと整備できるかどうか懸念だった。

<投入した経営リソース>

就業時間中に作業をしながら調査を行ったため、特別な経費はかからなかったが、200アイテムの量の標準時間を調べることに時間を費やした。

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 2/2

●具体的な改善策

<社員の意識改革>

社員、パート・アルバイトも含めてすべての従業員で週に1回、30分程度、経営理念の唱和を行っている。

また、月2回、会社理念の浸透のための勉強会を開催し、お互いの行動の中で、会社の経営理念に反することは注意しあい、また、仕事で迷った時には、会社理念や七つの社訓を思い出すことを実施した。

<スタートした時期>

平成28年

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

会社理念や七つの社訓を従業員全体に浸透させることができるかどうか、懸念があった。

<投入した経営リソース>

人材に対する教育費用を年間1,000万円投資している。



世の為、人の為、ひいては自分の為

常に相手を思いやり、真心込めてお役立ちに尽力せよ。
お客様と生産者と結びあがり、自らも輝く人とあれ。

企業理念

一 お客様の喜びと、すべての発想の起点とする

二 独立自尊、責任は我にあり

三 愛だろ、愛。大善は非情に似たり

四 善の発想、捉え方で人生は決まる

五 慢心するな、最善にも上がある ～謙虚にして驕らず、さらに努力を～

六 改革と恐れるな、勇気を持つ

七 自ら燃えろ、渦の中心とあれ

七つの社訓

4. 成果

<定量的効果>

・作業時間の短縮

同じ作業量でも作業導線の見直し及び機械の配置換えを行うことにより、就業時間が63%と大幅に短縮した。

	導入前	導入後
就業時間	4:00～23:00 (19時間)	4:00～16:00 (12時間)

<定性的成果>

・週に1度、会社理念等を唱和することにより、会社の思いが伝わり、従業員のコミュニケーション向上にもつながってきている。

・自分たちで考え、行動することで、仕事への意欲にもつながってきている。

・就業時間が短縮されたことにより、従業員の確保がしやすくなった。

5. 今後の課題

・当社の場合、外国人従業員も在籍しているため、外国人にも会社理念等の浸透を積極的に行っていくことが必要である。

・また、人材確保が大きな課題となっていることから、更なるオートメーション化を進め、作業効率の向上を図っていく必要がある。



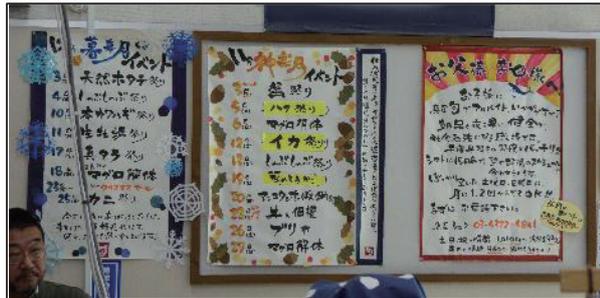
店舗外観



惣菜売場



店舗対面販売



週替わり販促

さかなや
⑧ 魚屋シュン

⑧			
1. 店舗の概要			
①店舗名称	魚屋シュン		
②店舗住所	〒177-0033 東京都練馬区谷原4-11-5		
③業態	鮮魚小売業		
④店舗開業年	1995年4月		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた正規雇用者 11人 (2) パート・アルバイト 30(15)人		
⑥規模	(1) 店舗面積 : 330㎡	(2) 厨房面積 : 149㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数 : 250台		
	(4) 客席数 : カウンター 席 小上がり 人掛け× 席 / 人掛け× 席 テーブル 人掛け× 席 / 人掛け× 席 1階 席 / 2階 席 等		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	10:00~19:00 (内休憩、:00~:00)	⑧定休日	正月 1日と2日
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 0% / 物販 100%)		
	(2) (1)の内、飲食の内訳		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】 「生」のおいしさを伝えるPOPの手書き墨文字化

- 3年前から「生さかな」の販売中心に切替
- 今期から完全に冷凍の扱いは取りやめ
- 「生」のおいしさを当店のお客様である男性客に知ってもらいたい



現場の総意

プリンターで作成したチラシやPOPでは
「生」の本当のおいしさが伝わらない！

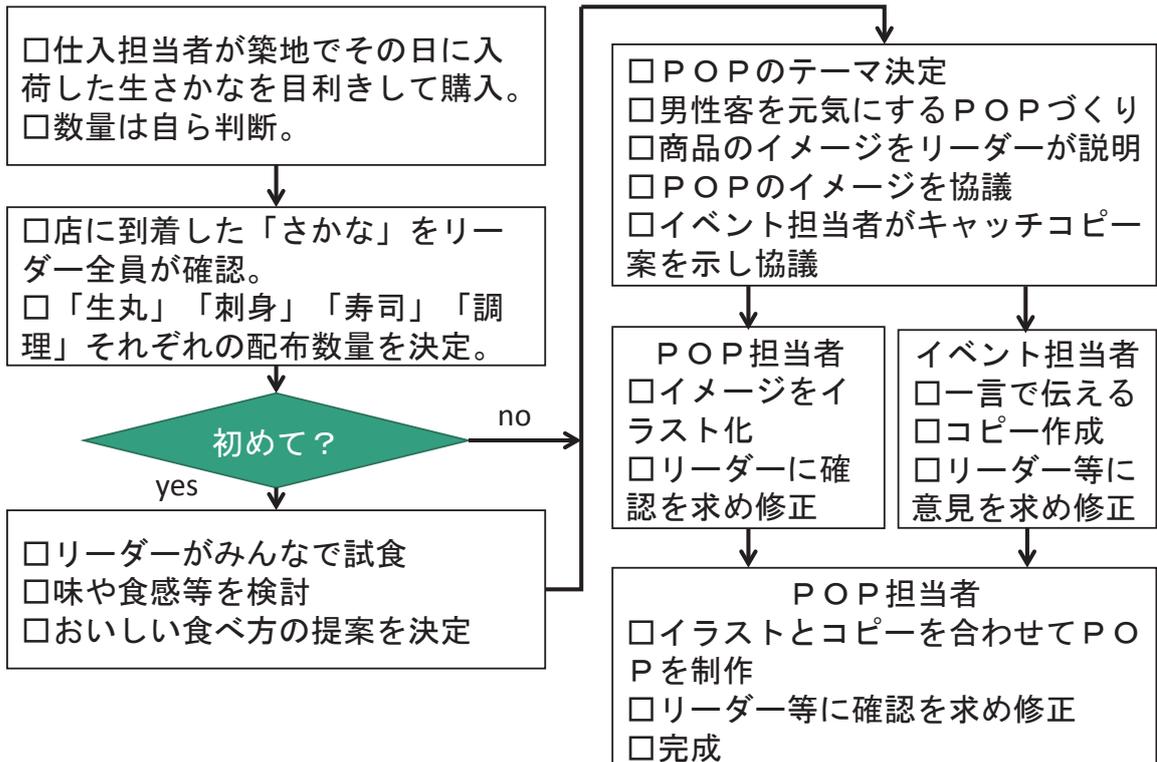
販促担当者の
決意

全て手書き墨文字にしよう！！
～「生さかな」のおいしさを知らせたい！！～

※これまでは手書き中心であったが一部はプリンターを使用

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 1/2

《手書きPOP・チラシ作成のプロセス》



3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 2/2

《活字文字から手書き文字に変わったPOP》



《男性客を意識したPOP》



《店の思いが伝わる弁当惣菜売場》



《季節を感じさせる手づくりディスプレイ》



4. 成果

当店では計数での評価は行っていない。
現場が最も大切にしているのはお客様の「笑顔」。



- 《推定経済効果》
- 本日仕入れた商品は本日完売（魚介類の在庫はゼロ）
 - 《集客力向上》
 - 店内は活気ある明るく季節感のある雰囲気
 - スタッフ一同での接客
 - 珍しいお魚を探して購入する男性客

【恵方巻きの手書きPOP効果】
高過ぎて売れないと考えていた
「奄美産生本マグロ巻3千円」が完売！



5. 今後の課題

来年度に向けて更なるパワーアップを検討中！

《魚屋らしさからの脱皮》

- さかな屋ならではの、さかな屋だからこそ！！を追求
- さかな文化の発信

《卸売市場休市日対策》

- 市場休市でも「生」を販売
- 漁港からの産直仕入開拓
- 現在2箇所を確保



店舗外観



店内の様子



店内の総菜売り場



惣菜のオープンキッチン

⑨ 千成亭 夢京橋店

せんなりてい ゆめきょうばしてん

⑨

1. 店舗の概要

①店舗名称	千成亭 夢京橋店			
②店舗住所	〒522-0064 滋賀県彦根市本町1-1-26			
③業態	精肉・惣菜店			
④店舗開業年	2017年			
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 7人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 2.5人			
⑥規模	(1) 店舗面積 :	228㎡	(2) 厨房面積 :	50㎡
	(3) 駐車場面積及び台数 :	200台 (共同駐車場)		
	(4) 客席数 :	カウンター 小上がり テーブル 1階 席 /	× 部屋 掛× 席 / 2階 席 等	人掛× 席)
	(5) その他客席特記事項			
⑦店舗営業時間	9:00~19:00	⑧定休日	水曜日	
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 % / 物販 100%)			
	(2) (1)の内、飲食の内訳 (%、%)			

2. 背景及び課題

【改善テーマ】商品の受け渡しミスをなくすために番号札を活用

■背景

当店は、店舗の老朽化に伴い閉店した橋本店の代わりに平成29年2月にオープンしたばかりの店舗である。彦根市の観光の中心となっている彦根城下のキャスルロードに位置し、観光客や地元客をターゲットとした店づくりをしている。

遠方からの観光客も多く、また、団体客などが来店することもあり、お店の中がお客様で一杯になり、接客がしづらいこともある。

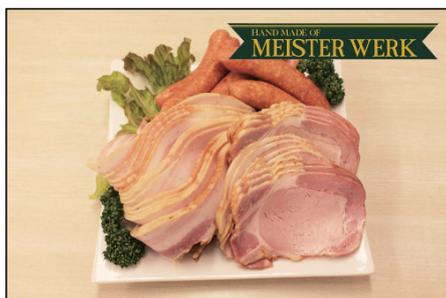
また、企業全体として、店の環境整備点検を行い、作業の改善及び整理整頓を強化している。

■課題

観光客が多く、団体客などは集団で来店し、また、観光時間も限られているため、お買い物の時間がしっかりと取れない場合もある。

当店の扱う精肉・惣菜は、高温により品質劣化する商品も多く、保冷剤を入れた包装が必須であるが、保冷剤を入れて包装するには時間がかかると共に、多くのお客様の対応をしていると、どのお客様の購入商品かわからなくなることも多く、渡し間違いなどが大きな課題となっていた。

また、全社的に作業効率の改善、従業員の責任感の醸成を図ることが課題となっていた。



お土産としても人気のハム



人気の惣菜コーナー

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 1/2

●具体的な改善策

<お客様番号札の導入>

お客様が購入された商品を保冷剤を入れて、包装する際に、番号札を渡して、お客様に渡し間違いがないように接客している。

8セット分用意し、1枚を商品につけ、1枚をお客様へ渡しておき、商品と引き換える。

<スタートした時期>

平成29年4月

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

番号札を渡すことだけで、混雑の解消及び、渡し間違いがなくなるかどうかを懸念していた。

<投入した経営リソース>

従業員がパソコンで印刷して、ラミネートした番号札なので、コストはほとんどかかっていない。



3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 2/2

●具体的な改善策

<環境整備点検の導入>

年に10回、社長と専務、正社員の6名がすべての店舗を巡回して、職場の環境整備点検を行っている。整理整頓や職場の改善アイデアを現場で出してもらうことにより、現場改善の意識を高めている。

例えば、売り場管理として、担当者に責任を持たせるように、テリトリーマップの作成や管理責任者の札をショーケースにつけるなどして、従業員全員に責任感を持たせている。

<スタートした時期>

平成26年

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

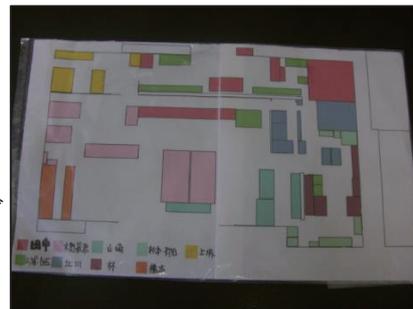
従業員に改善の意識が高まるかどうか懸念であった。

<実施体制>

巡回は、社長と専務、正社員の6名で行うが、改善活動については全従業員で行っている。

<投入した経営リソース>

現場の意見を聞いて、コストのかからないことを導入しているため、コストはほとんどかかっていない。



売り場のテリトリーマップ



ショーケースにつけられた
管理責任者の札

4. 成果

<定量的成果>

- ・お客様番号札を導入したことにより、注文からお渡しするまでの時間が短縮できた。
- ・また、導入前は、どのお客様のものか分からなくなってしまうこともあり、包装したものを、もう一度開くこともあったが、導入後は、番号でお客様が分かるため、そういった2度手間がなくなった。

	導入前	導入後
商品の注文から渡すまでの時間	5分	1分
包装をしない回数	1日に2~3回	全くなし

<定性的成果>

- ・環境整備点検を行うことにより、常に整理整頓に心掛けるようになり、売り場、作業場が清潔になった。
- ・常にきれいな状態になっているため、すぐに仕事の取り掛かれるようになり、作業の効率化が図れるようになった。
- ・管理責任者の札やテリトリーマップを作ることにより、自分の責任を持つ場所が明確になり、従業員の責任感の醸成にもつながっている。

5. 今後の課題

- ・観光地であることから、お客様が集中する時間もあり、また、お客様の時間も限られている場合が多いため、商品の渡し間違い等はあってはならないことであり、今後も留意していくことが重要である。
- ・環境整備点検については、全社的に取り組んでおり、成果が上がってきているが、今後も継続していくことが重要であり、更に改善方法等についても検討を重ねていくことが重要であると考えている。



店舗・工場外観①



店舗・工場外観②



店舗内観・直売所



宅配例④

⑩ 宅配こまち

⑩

1. 店舗の概要

①店舗名称	有限会社宅配こまち		
②店舗住所	〒010-0802 秋田県秋田市外旭川字梶ノ目98-1		
③業態	宅配		
④店舗開業年	2006年		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 6人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 24人		
⑥規模	(1) 店舗面積 : 0㎡	(2) 厨房面積 : 35㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数 : ㎡ / 30台		
	(4) 客席数 : なし		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	6:00~18:00	⑧定休日	1月1日、2日
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 % / 物販 100%)		
	(2) (1)の内、飲食の内訳(例 : そば50% うどん20% 丼類20% 酒類10%)		

2. 背景及び課題

○背景

高齢者の自宅食の現状は、主に自炊派が多いものの、足腰の弱りや近くにスーパーがないことなどから食事のための買い物が困難になる方が多い。また、食材を調達できたからといって、健康上の理由によって調理時間はできるだけ短くしたい。そのため、あたかかい食事を食べたくても我慢したり、偏った食生活となってしまうことが増えることとなる。

高齢者の健康面を重視し美味しい食事が摂れるようにと高齢者向けの弁当宅配サービスを事業化した。

また、利用者それぞれの持病や体調面に配慮した特別食での対応も全体の3割となり、十分な顧客満足度を得られる一方で調理や配達面で大変な労力を必要とされることとなった。

○課題

利用者のニーズの高まりに合わせて対応できるサービスを拡大したところ

日々の業務が煩雑となりモチベーションの維持が困難となった。

作業効率の向上が課題となった。

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 1/2

○具体的な取り組み

【業務全体を管理する独自システムの開発】

・調理について

弁当の内容は、希望があれば利用者の健康上リスクに配慮した特別食にも対応し、その割合は全体の3割にのぼる。また、米のやわらかさの希望にも応えるなど、毎食メニュー通りの調理をするだけでなく毎日に異なる特別な対応が必要となるため、顧客情報をシステム上で管理し、利用者から注文が入ると自動的に必要な配慮が分かるシステムを構築した。

・配達について

宅配こまちでは配達スタッフが1日に2回の配達を行う。午前当日の昼の食事を、午後夕飯と翌日の朝食の二食分を配達するが、弁当を必要とする日は利用者によって異なるため、宅配ルートは毎回異なり、ルート構築にも大変な労力が必要となった。そこで配達ルート構築の作業時間が短縮される独自のシステムを導入した。

○スタートした時期 開業後6ヶ月～

○投入した経営リソース

ヒト／知人のシステムエンジニアに相談し開発を依頼した。

モノ／Microsoft Accessでシステムを製作

カネ／料金は200万円ほど

4. 成果

- ・システム導入によりスタッフの作業効率が上がり作業時間を縮減できた。
- ・導入前には「これ以上の注文があるとは対応できない」という漫然とした懸念があったが、導入後は不安が解消されスタッフのモチベーションが向上した。

5. 今後の課題

- ・宅配スタッフは、毎日利用者宅を訪問するため高齢者の安否確認も担っている。地域包括センターなどと連携し利用者が安心して元気に食事がとれるような環境づくりを担っている。
- ・利用者には認知症の方もいるため電話対応に困難が生じることが多い。



工場出荷口



工場内調理釜



弁当詰め

とうもろぎゅうしよく

⑪ 東毛給食センター



炒め機

⑪			
1. 店舗の概要			
①店舗名称	東毛給食センター		
②店舗住所	〒370-0536 群馬県邑楽郡大泉町古氷22-20		
③業態	給食センター		
④店舗開業年	昭和39年8月1日		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた従業員数 210人 (2) 内パート・アルバイト130(121)人		
⑥規模	(1) 建物面積 : 5,786.79㎡	(2) 工場面積 : ㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数 : ㎡ / 台		
	(4) 客席数 : カウンター 席 小上がり 人掛け× 席 テーブル 人掛け× 席 / 人掛け× 席 1階 席 / 2階 席 等		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	8:00 ~ 17:00 (内休憩、15分・60分・15分)	⑧定休日	日曜日
⑨商品構成	(1) 給食・物販の割合 : 給食 100%、物販 % (1日18000食)		
	(2) (1)の内、給食の内訳(大泉町3300食、幼稚園1200食、一般企業13500食)		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】 配送表の表示を箱単位に変更

- 1日の配送コースは40（配達順番は固定）
- 室内空調を利用してワンボックスで配送
- 大口得意先では毎日50食から300食
- 1箱にご飯20個、特おかず8個、定おかず12個
- 事業所毎の食数を配送表に表示
- 配送表の総数で積み込み
- 配送表の事業所別食数で納品



《問題点》

次のような問題が発生していた。

- ①積み込み時の数量間違い発生
- ②納品時の数量誤配発生（年間200件）
- ③数量チェックに時間がかかり配達時間の遅延

「計算しなくてもいいように箱単位の配送に切り換えられないか」

配送システムのソフト変更で対応可能

3. 改善策（費用・手間・時間の具体例） 1/2

《配送票の数量表示を箱数優先に変更》

10年前に、情報システム担当者の協力を得て、数量の表示方法を変更。

《表示の基本》

総個数（箱数－端数）

《主食（ご飯）》

- 1箱入り数：10個
- 総個数22個の場合
22（1－2）
→1箱と2個を納品

《特副（特おかず）》

- 1箱入り数：8個
- 総個数18個の場合
18（2－2）
→2箱と2個を納品

コース		配 送 票										東毛給食センター			
18		印刷時刻 09:27:26												2017年08月03日 木曜日	
コード	得意先名	主食	大盛	定副	特副	上副	ヘル	うどん	透折	總弁	安心	備考			
4363	株式会社 東毛給食センター	22(1-2)		4	18(2-2)				1			温。			
5666	株式会社 東毛給食センター	5			5										
2711	株式会社 東毛給食センター	14		7	7										
5451	株式会社 東毛給食センター	13		5	8(1-)							温。			
5845	株式会社 東毛給食センター	5			5										
5699	株式会社 東毛給食センター	18			14(1-6)	4						食缶。			
0395	株式会社 東毛給食センター	55(2-15)		55(4-7)				9				温。休みでも前日の夜食を回収す			
5912	株式会社 東毛給食センター	15		15(1-3)								温。			
5552	株式会社 東毛給食センター	休													
3959	株式会社 東毛給食センター	51(2-11)		28(2-4)	23(2-7)			5							
4754	株式会社 東毛給食センター	28(1-8)			29(3-5)			2				温。			
0339	株式会社 東毛給食センター	8		8				1	1						
0843	株式会社 東毛給食センター	20(1-)		12(1-)	8(1-)										
5902	株式会社 東毛給食センター	13			13(1-5)			50				食缶。おわん。おたま。温。			
4024	株式会社 東毛給食センター	8			8(1-)							温。			
1047	株式会社 東毛給食センター	35(1-15)			35(4-3)										
1572	株式会社 東毛給食センター	2			2										
3955	株式会社 東毛給食センター	2			2										
5886	株式会社 東毛給食センター	4			4										
1413	株式会社 東毛給食センター	17		6	10(1-2)	1	1	4							
0167	株式会社 東毛給食センター							2							
コード	得意先名	主食	大盛	定副	特副	上副	ヘル	うどん	透折	總弁	安心	備考			
	件数	21	335(16-15)	140(11-8)	191(23-7)	5	2	74							

《コース別の総数で積み込み》

- 配送票の最下段に集計されている箱数と端数を車輛に積み込む

4. 成果

★ 10年前に導入し、最近1年間では誤配はゼロ！★

《誤配の減少》

配送員は箱の数と端数をチェックするだけで納品個数が正確になった。1日平均1000件の得意先に納品しているが、導入3年目から極端に減少。

- ①導入前：年間200件
- ②7年目から8年目：年間2-3件
- ③9年目から10年目：年間1件
- ④直近1年：年間ゼロ件

《定時配達の実現》

配送先は県内一円に及ぶがほぼ定時配送を実現。

- ①1コース平均30件にお届けするが全体で毎日10分程度の少ない時間差
- ②配送に関するクレームはゼロを達成

5. 今後の課題

機械化等によって生産性向上とパート化比率の向上を実現してきたが、労働条件の改善がまだ達成されていない。最終的には週休2日をめざすが、2千食にまで落ち込む土曜日の営業体制に関して改善を次の事項を検討中である。

- ①平日行っている午後の下膳を翌営業日の配膳時に行うことの検討
- ②大口配送先に絞り込んだ土曜日営業の可能性
- ③完全週休2日制の導入



工場出荷口



工場内調理釜



弁当詰め

とうもろぎゅうしよく
 ⑫ 東毛給食
 センター



炒め機

⑫			
1. 店舗の概要			
①店舗名称	東毛給食センター		
②店舗住所	〒370-0536 群馬県邑楽郡大泉町古氷22-20		
③業態	給食センター		
④店舗開業年	昭和39年8月1日		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた従業員数 210人 (2) 内パート・アルバイト130(121)人		
⑥規模	(1) 建物面積 : 5,786.79㎡	(2) 工場面積 : ㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数 : ㎡ / 台		
	(4) 客席数 : カウンター 席 小上がり 人掛け× 席 / 人掛け× 席 テーブル 人掛け× 席 等 1階 席 / 2階 席 等		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	8:00 ~ 17:00 (内休憩、15分・60分・15分)	⑧定休日	日曜日
⑨商品構成	(1) 給食・物販の割合 : 給食 100%、物販 % (1日18000食)		
	(2) (1)の内、給食の内訳(大泉町3300食、幼稚園1200食、一般企業13500食)		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】米袋30kg入りから300kgフレコンへの変更

当社は1日に米を1200kg使用している。玄米を前日精米し、当日配達してもらう程に、米にはこだわってきた。30kg米袋を40袋をパレット単位でフォークリフトで米倉庫の入り口まで運び、そこからは人力で搬入していた。すべてを搬入するまでに30分以上を要していた。この作業を当社の担当者と米問屋のドライバーで行っていた。

《問題点》

- ①歴代担当者が腰痛の悩み
- ②納品業者のドライバーにも横持ちの負荷
- ③荷下ろしに時間がかかり問屋の配送効率も低下

「米問屋さんではフレコンなる大きな袋を使っている」

情報を入手して問屋さんと一緒に検討。

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 1/2

《フレコン(フレキシブルコンテナバッグ)導入》

問屋さんと協議して300kgが入るフレコンを導入することを決定。

- ①1200kgを300kg×4袋で納品
- ②端数が出る場合は従来の30kg袋併用
- ③上部にはクレーン用の釣りベルト
- ④下部の紐を引くと下から米が流れ出る
- ⑤問屋で購入
- ⑥定期的にクリーニング
- ⑦問屋のドライバーはパレット単位で配送



《クレーン導入》

フレコンを吊して移動するクレーンを120万円で設置。

- ①配送車両から降ろされたパレットからフレコンを搬入
- ②クレーンでフレコンを持ち上げ米の投入口に移動
- ③フレコン下部の紐を引いて米を投入
- ④米はコンベアで炊飯システムに搬送
- ⑤30kg袋台車で移動させ人力で投入



4. 成果

20年前に導入し、人力での運搬が無くなり大きな成果が得られている。

《推定経済効果》

①クレーンとフレコンによる経済効果（月額）

1日30分従業員1人の作業が軽減された。

¥1700×0.5時間×20日＝¥17000

※正規雇用を1日7.5時間、月20日、年収300万円と仮定

②問屋ドライバーの作業軽減経済効果（月額）

当社と同様に1日30分の労働時間短縮となっているはずである。

¥1700×0.5時間×20日＝¥17000

※当社と同じ労働条件と仮定

《労働条件改善効果》

①30kgの袋を人力で持ち上げ移動する作業が無くなり腰痛が消えた

②機械化によって生まれた30分で他の仕事ができる（生産性向上）

5. 今後の課題

機械化等によって生産性向上とパート化比率の向上を実現してきたが、労働条件の改善がまだ達成されていない。最終的には週休2日をめざすが、2千食にまで落ち込む土曜日の営業体制に関して改善を次の事項を検討中である。

①平日行っている午後の下膳を翌営業日の配膳時に行うことの検討

②大口配送先に絞り込んだ土曜日営業の可能性

③完全週休2日制の導入



工場出荷口



工場内調理釜



弁当詰め

とうもろこぎゅうしよく

⑬ 東毛給食センター



炒め機

⑬			
1. 店舗の概要			
①店舗名称	東毛給食センター		
②店舗住所	〒370-0536 群馬県邑楽郡大泉町古氷22-20		
③業態	給食センター		
④店舗開業年	昭和39年8月1日		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた従業員数 210人 (2) 内パート・アルバイト130(121)人		
⑥規模	(1) 建物面積 : 5,786.79㎡	(2) 工場面積 : ㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数 : ㎡ / 台		
	(4) 客席数 : カウンター 席 小上がり 人掛け× 席 / 人掛け× 席 テーブル 人掛け× 席 / 1階 席 / 2階 席 等		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	8:00 ~ 17:00 (内休憩、15分・60分・15分)	⑧定休日	日曜日
⑨商品構成	(1) 給食・物販の割合 : 給食 100%、物販 % (1日18000食)		
	(2) (1)の内、給食の内訳(大泉町3300食、幼稚園1200食、一般企業13500食)		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】じゃがいもの芽取り器導入

当社は積極的に自動化を進めてきたが、野菜を中心とする食材の下処理作業は手作業が残っている。中でもじゃがいもの芽取り作業は創業以来、正規雇用従業員が担当してきた。

《理由》

- ①調理作業用全長377mmの包丁を使用するため熟練が必要
- ②刃渡りが長いので怪我等の危険性が高くパートに任せられない



《問題点》

- ①作業員の技術に差があり作業効率にバラつき
- ②作業員によって廃棄ロスにバラつき
- ③1日平均処理量300kgに対して3~4kg（約1%）廃棄ロス発生

「前の職場で専用の芽取り器使っていました」

今から一年前、転職者の一言でテスト導入を決定。

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)



《じゃがいも芽取り器テスト導入の評価》

ネットで購入しそれまでの担当者がテスト使用

- ①包丁よりも簡単に芽取り可能
- ②誰がやっても安定した速度で処理が可能
- ③芽取り時に発生する廃棄ロスが少ない
- ④誰がやっても大差がない廃棄ロス
- ⑤刃が円形で危険性がほとんどない
- ⑥パート・アルバイトにも任せることが可能
- ⑦単価が700円と安価



《ネットショップで6台を購入し本格運用》

- ①衛生管理の観点からは金属製品（刃はステンレス、柄はアルミ）を選択
- ②単価700円×6個＝4200円の投資金額
- ③作業をパートに任せる

4. 成果

導入から1年が経過し、大きな成果が得られている。

《推定経済効果》

①パート化による経済効果（月額）

1日2時間6人が正規雇用からパートに切り替え。

$$(\text{¥}1700 - \text{¥}900) \times 6 \text{人} \times 2 \text{時間} \times 20 \text{日} = \text{¥}192000$$

※正規雇用を1日7.5時間、月20日、年収306万円、パート時給900円と仮定

②廃棄ロスが1/3となったことによる経済効果（月額）

$$\text{廃棄ロス } 3 \text{kg} \times 1/3 \times \text{kg単価} 280 \text{円} \times 20 \text{日} = \text{¥}5600$$

※じゃがいもの平均卸売市場相場250円/kgに粗利10%を加えて仕入単価280円

《品質向上効果》

①パートが作業しても正規雇用と変わらない作業量

②誰が作業しても廃棄ロスが低く安定

5. 今後の課題

機械化等によって生産性向上とパート化比率の向上を実現してきたが、労働条件の改善がまだ達成されていない。最終的には週休2日をめざすが、2千食にまで落ち込む土曜日の営業体制に関して改善を次の事項を検討中である。

①平日行っている午後の下膳を翌営業日の配膳時に行うことの検討

②大口配送先に絞り込んだ土曜日営業の可能性

③完全週休2日制の導入



店舗外観（ノア店）



店舗内（ノア店惣菜）

⑭ 土佐山田 とさやまだ
ショッピングセンター
バリュー ノア店



店舗内惣菜厨房

⑭

1. 店舗の概要

①店舗名称	土佐山田ショッピングセンター バリュー ノア店			
②店舗住所	〒782-0039 高知県香美市土佐山田町栄町222			
③業態	惣菜製造販売			
④店舗開業年	創業1962年、ノア開業1980年			
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 55人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 105人			
⑥規模	(1) 店舗面積 :	1818㎡	(2) 厨房面積 :	83㎡
	(3) 駐車場面積及び台数 :	350台		
	(4) 客席数 :	カウンター 小上がり テーブル 1階	席 人掛け× 人掛け× 席 / 席 /	席 席 / 席 / 席 /
	(5) その他客席特記事項			
⑦店舗営業時間	9:00~21:45 (内休憩なし)	⑧定休日	正月3日間	
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (惣菜11% / その他食品89%)			
	(2) (1)の内、飲食の内訳(なし)			

2. 背景及び課題

【改善テーマ】加熱時間の調整により複数食材を一度に調理

■背景

＜オープンの使い方が不効率だった＞

店内の総菜厨房にスチームコンベクションオーブンを導入し、魚や肉の焼き物を作っていたが、十分使いこなせていなかった。使い方も各商品ごとに加熱時間の温度と時間が異なるために、オーブン内の棚は8段あるのだが、一度に調理するのは2種類の商品で2段しか使っておらず、効率が悪い状態だった。

■課題

＜同じ温度で一度に複数を加熱調理できるノウハウ取得＞

総菜の調理のオペレーションについて、何か工夫が必要だと考えていた時に、東京から惣菜専門店の社長が高知に別の仕事で来た時に弊社に立ち寄ってくれた。その時に、同じ温度で加熱時間だけを変えるだけで、一度に複数の食材を調理できることを教えてくれた。

このノウハウを惣菜の調理に導入させるために、常務・惣菜パイヤー・惣菜マネージャー2人、計4人を東京の惣菜店に派遣させ、2日間の研修で基本的なことを学び、その後、各メニューの共通温度と加熱時間を調整した。



(導入前は1～2種類を加熱)



(導入後は5～6種類を同時に加熱)

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

●課題における具体的な改善策

＜同じ加熱温度で一度に複数の惣菜を調理する仕組み＞

オーブンを使用してつくるすべてのお惣菜について、同じ加熱温度にした場合の最適な加熱時間を整理して、同じ温度で一度に複数の食材をオーブンに入れて、時間の差を少しずつずらすことで、8段あるオーブンの棚をすべて使えるようにした。

例えば、160度の加熱温度の場合の食材別加熱時間はししゃも13分、鮭・生姜焼き・野菜炒め・鯖の照り焼き15分、秋刀魚25分。

160度は比較的低温なので、じっくり焼くことで食材の中の水分が残ってしっとり・ふっくら焼くことができる。(200度の場合は時間をそれぞれ短くできる。230度だと高温で表面をパリッと焼くことができる)

※時間・タイマー設定の方法

例) スタートは13分でタイマー設定、取り出して次の15分仕上がり・残り2分をタイマー設定、取り出し

＜スタートした時期＞

平成25年2月頃

(惣菜専門店研修)

＜実施体制＞

体制：常務・パイヤー・
マネージャー2人、計4人
協力：東京の惣菜専門店

＜投入した経営リソース＞

東京への出張旅費程度



4. 成果

<定量的成果>

焼きの工程：8時から開始して11時に終わっていたが、改善後は9時半頃には終わるようになった。

惣菜の利益率：平成21年と平成29年現在を比較して5%増となっている。

パートの残業時間：平成21年（月平均）200時間が現在はゼロになった。

（残業時間はイベント・催事を除く）

焼き物の作業時間の変動		
導入前	→	導入後
約3時間		約1.5時間

<定性的成果>

その他の製造時間の短縮として、盛り付け時間も焼き時間の間隔が短くなったので、次から次へと料理が仕上がるため、待ちの時間がなくなり短時間で盛り付けできるようになった。

正規社員の労働時間について、以前は早出・残業が多かったが、導入後は定時に入社・退社ができるようになった。

実施前	焼き物が仕上がるまで、バック詰めの作業に待ち時間が生じていた。 以前は早出や残業が多かった。
実施後	焼き物が次々と仕上がるので、バック詰めの時間が早くなった。 定時に入社・退社できるようになっている。

5. 今後の課題

スチームコンベクションオーブンを活用した新たな惣菜の開発

他のメーカーから購入している惣菜を手作り商品にする。

（開発中の商品）

手作りパスタ：ナポリタン、和風きのこ、アスパラベーコン、アサリなど計6種類

伊達巻：中に高知県産のハモのすり身を入れて試作中

その他：秋刀魚の甘露煮、煮豆など

とさやまだ
⑮ 土佐山田
ショッピングセンター
バリュー ノア店



店舗内（ノア店惣菜）



総菜センター①



総菜センター②

⑮

1. 店舗の概要

①店舗名称	土佐山田ショッピングセンター バリュー ノア店			
②店舗住所	〒782-0039 高知県香美市土佐山田町栄町222			
③業態	惣菜製造販売			
④店舗開業年	創業1962年、ノア開業1980年			
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 55人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 105人			
⑥規模	(1) 店舗面積 :	1818㎡	(2) 厨房面積 :	83㎡
	(3) 駐車場面積及び台数 :	350台		
	(4) 客席数 :	カウンター 小上がり テーブル 1階	席 人掛け× 人掛け× 席 / 席	席 人掛け× 席
	(5) その他客席特記事項			
⑦店舗営業時間	9:00~21:45 (内休憩なし)	⑧定休日	正月3日間	
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (惣菜11% / その他食品89%)			
	(2) (1)の内、飲食の内訳(なし)			

2. 背景及び課題

【改善テーマ】惣菜工場の新設により売上10%アップを図る

■背景

＜惣菜工場の立ち上げと手作り惣菜の生産＞

今から10年前に、高知県内の大手の量販店が惣菜を仕入れから自社製造に切り替えたことで、惣菜製造の会社が少なくなった。新たに惣菜を製造・納品してくれる会社を探していたが、なかなか見つからず、自社で使われていなかった倉庫を改装して、惣菜工場を立ち上げることになった。

■課題

＜センター利用による味の統一と手作り惣菜の充実＞

総菜工場ができる前は、各店（3店舗）で煮物等を作っており、3店舗で味のばらつきがあった。このため、味を統一させるとともに、さらに煮物の種類などを充実させた。

惣菜工場を立ち上げてからは、徐々に自社の手作り商品（手作りコロッケ等）が増えていった。店のコンセプトもできるだけ添加物の少ない食品を売ることになったことから、惣菜についてもできるだけ、冷凍食品や添加物の入った調味液を使いことをやめて、生の食材やオリジナルの無添加調味液で、手作り惣菜を作るようになった。



（惣菜のセンター利用：煮物・和え物・サラダ・カット・下ごしらえ等）

3. 改善策（費用・手間・時間の具体例）

●課題における具体的な改善策

＜センター調理への変更と冷食利用＞

①惣菜工場（センター）の立ち上げ

センター調理への変更：各店舗で個別に製造していた惣菜をセンターで一括で製造する。

味の統一と、煮物・サラダなどセンター製造の総菜の充実「蔵屋ダイニング」

②冷食利用による手作り惣菜・無添加惣菜の推進

冷凍の食材から冷蔵の食材に変更

調味液も添加物が入っている既存商品から無添加のオリジナル商品に変更

例）エビチリセット（生のエビ・オリジナル調味液）、酢豚セット（工場仕込み）、

お寿司の合わせ酢（無添加）



＜スタートした時期＞

総菜工場の立ち上げ：平成19年5月

冷食利用による手作り惣菜・無添加惣菜の推進：平成24年3月

＜実施体制＞

常務・総菜担当役員、惣菜バイヤー、惣菜工場マネージャーの3人

＜投入した経営リソース＞

惣菜工場：改修・設備費用に約3,000万円

4. 成果

<定量的成果>

売上：2012年139,670（千円） 2016年154,290（千円）

*ノア店の売上のみ（年間）

例）冷凍から手作りに変えて単価を上げ粗利が10%アップした。
エビチリはぷりぷりで美味しくなった。付加価値の向上。

売上の変動		
導入前	→	導入後
139,670千円		154,290千円

<定性的成果>

- ・センターで時間のかかる煮物などはセンターでやって、効率化が図られた。
センター利用：煮物・和え物・サラダ、揚げ物の衣づけ（店舗で揚げる）等
同じ時間、同じ人員で製造の点数が上がって、売上が上がった。
- ・昔は各店で煮物を作っていた。3店舗で味のばらつきがあった。年間で煮る時間が短縮できた。
- ・煮物の評判が高いので現在はデイサービスにも煮物を納品している。
- ・化学調味料をなくしたので、美味しいと評判になった。
- ・オードブルの高品質化：いろんなメーカーさんのオードブルを冷凍で組み合わせていたが、自社の手作りで価値が上がった。
例）むね肉のチキンロール（冷凍）をモモ肉のチキンロール（冷食・手作り）
- ・リピート率が上がったので、廃棄率も下がった。

5. 今後の課題

- ・小世帯で家でまとめて料理をすることが少なくなっており、精肉と鮮魚の売上が落ちている。このため、肉と魚の総菜も今後、充実させないといけないと考えている。
- ・センターに食パンを焼ける設備があれば、サンドイッチができる。
- ・他のメーカーから購入している惣菜を手作り商品にする。
（開発中の商品）
調理時間がかかるもの：秋刀魚の甘露煮、黒豆の煮豆など

①⑥ 蜂屋食品株式会社

はちやしよくひん



店舗・工場外観



店舗内観・直売所



工場内観

①⑥

1. 店舗の概要

①店舗名称	蜂屋食品株式会社		
②店舗住所	〒985-0011 宮城県塩釜市貞山通3丁目3-27		
③業態	工場		
④店舗開業年	1924年		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 5 人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 9 人		
⑥規模	(1) 店舗面積 : 3㎡	(2) 厨房面積 : 500㎡	
	(3) 駐車場面積及び台数 : ㎡ / 15 台		
	(4) 客席数 : なし		
	(5) その他客席特記事項		
⑦店舗営業時間	10 : 00~18:00	⑧定休日	日・祝
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 % / 物販 100 %)		
	(2) (1)の内、飲食の内訳(例 : そば50% うどん20% 丼類20% 酒類10%)		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】公的支援機関の支援を受け「5S勉強会を開催」

■背景

生産現場には使われていない機械が放置され梱包資材などが積まれるなど、備品の無管理状態が慢性化していた。モノを使っても元の場所に戻せない、モノの置き場所が決まっていないなど、スタッフ間での共通認識が欠け、コミュニケーションが図りにくかった。

その中で2015年には異物混入という危機的なクレームが発生し、衛生管理体制の改善が急務となった。

＜クレームの内容＞

ニラを束ねたテープの一部が餃子内に混入

年間取引額300万円の上顧客が相手だったためその後取引が一部中止される事態となる。

■課題

5Sという言葉に聞き覚えはあったものの全くノウハウがなく、何をどのようにすればいいのかわからなかった。スタッフの食品衛生意識改革が必要とされ、管理体制の構築とチェック機能の強化が急がれた。



画像提供
仙台市産業振興事業団
2014年撮影

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 1/2

□具体的な改善策

①【5S勉強会・意見交換会の実施】

商品開発と販路開拓で繋がりのあった公益財団法人仙台市産業振興事業団に課題について相談したところ、専門家（中小企業診断士）の支援を受けて5S勉強会を実施することとなった。工場スタッフ全員で衛生意識の向上を目的とし不定期開催とした。

○スタートした時期 2015年8月18日～

○実施体制

講師／事業団専門家 受講メンバー／社長・専務・事務・工場スタッフ 10名

時間／1回60分 16時～17時

日時／2015年8月、2016年2月・4月、2017年5月、6月、7月

5Sチェックシート活用し点検実施体制を整えた

○実施時に懸念していたこと

受講メンバーの時間を調整し勉強会の時間を設けることが継続できるかどうか懸念した。

○投入した経営リソース

勉強会は事業団の支援内で無料であったため特に投入していない。



画像提供
仙台市産業振興事業団
2016年撮影

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例) 2/2

② 【工場レイアウトの変更】

5S勉強会と学んだことを並行して実践すべく工場内のレイアウトを変更した。
使っていない大型機械や高く積み上げられた資材を整理した。
また、動線を考慮し、管理しやすく作業も高まる用工場スタッフが意見を出し合いながら整備を進めた。清掃や衛生管理における作業性を第一に衛生面の改善も目的としている。

○スタートした時期 2015年8月～以降随時行っている

○実施体制

5Sチェックシートを参考に工場スタッフで取り組んだ。

○投入した経営リソース

・備品購入 10万円ほど

(収納整理ボックス、掃除用品収納器具など)



取り組み前

画像提供
仙台市産業振興事業団
2016年撮影

取り組み後



4. 成果

〈定性的成果〉

- ・勉強会や意見交換会で学んだ5Sチェックシートや点検シートを活用することによって社内の衛生意識が向上した。
無管理状態のモノの置き場所が決まり、使い方なども管理されるようになった。
- ・仕事に対する意識や日々の業務の中での注意すべき事項が共有されたことで社員同士のコミュニケーションが密となり、工場全体のモチベーションが向上した。
- ・「仕事がしやすくなった」「以前とは全然違う」と声が上がるほど着実に効果を実感している。

5. 今後の課題

- ・勉強会や意見交換会をいかに継続するかが課題。外部の支援を借りながら、この効果を持続させたい。
- ・定性的な効果は把握しているが、定量的な効果を測定していない。今後数値化を目指す。
- ・工場併設の性質上物販スペースの床レベルが高くなっており、スロープの設置が検討される。

いなべ農産物直売所
ふれあいの駅
うりぼう



店舗外観



厨房内の写真



店舗内の写真

17

1. 店舗の概要

①店舗名称	ふれあいの駅 うりぼう いなべ農産物直売所			
②店舗住所	〒511-0224 三重県いなべ市員弁町大泉2517番地			
③業態	農産物直売所 惣菜・弁当			
④店舗開業年	1996年			
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 2人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 9人			
⑥規模	(1) 店舗面積 :	252㎡	(2) 厨房面積 :	42㎡
	(3) 駐車場面積及び台数 :	2,000㎡ / 100台		
	(4) 客席数 :	カウンター 小上がり テーブル 1階	席 人掛け× 人掛け× 席 / 席 /	席 席 / 席等
	(5) その他客席特記事項			
⑦店舗営業時間	8:30~17:00	⑧定休日	火曜日	
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 % / 物販 100 %)			
	(2) (1)の内、飲食の内訳			

2. 背景及び課題

背景

当店の立地は、三岐鉄道北勢線の「大泉駅」に隣接している。当店の主力商品は地元でとれた農産物であるが、その農産物を利用した「惣菜」も当店の人気商品となっている。

特にお客様の来店時間は、午前中に集中し、また、お盆や年末年始には、惣菜やオードブルを購入するお客様で、店内が大変混雑し、レジでの混雑でお客様に迷惑をかけていた。

課題

当店の場合、開店からお昼にかけて、お客様が集中し、レジ待ちでご迷惑をかけることが多い。また、お盆や年末年始には、惣菜・オードブルやおせち料理などを購入されるお客様でレジ待ちでご迷惑をかけてしまう。

しかしながら、スペースの問題やコスト（人件費）の問題から、レジの増設は困難な状況となっている。



※所狭しと商品が並んでおり、レジの増設は難しい。（米売り場の奥がレジ）

3. 改善策（費用・手間・時間の具体例）

●具体的な改善策

<レジ待ち誘導シールとPOPの掲示>

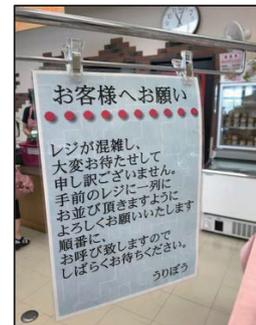
当店の場合は、開店から正午までの時間にお客様が集中するため、レジでの混雑やトラブルを避けるために、レジ待ちの誘導シールとPOPを掲示した。これまでは、市販のテープを使い、床面に貼付していたが1か月ほどではがれてしまい、また、お客様にもわかりにくいものであったが、張り替えてからは、お客様の誘導もスムーズになった。

<スタートした時期>

平成29年2月



誘導シール



レジ待ちのPOP

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

床面のシールとPOPだけで、お客様がスムーズに並んでくれるのかどうか不安であった。また、お客様のトラブルが減少し、効率的なレジ待ちをしていただけるかどうか。

<投入した経営リソース>

レジメーカーの紹介により、5,000円で床面テープの購入をした。

床面テープ	
購入先	(株)ラミーコーポレーション
材質	ポリオレフィン
費用	5,000円
特徴	1か月に1度の大掃除の際には、剥がして、繰り返し使える。

4. 成果

<定性的成果>

・レジ待ち床面誘導テープとPOPの掲示により、お客様がスムーズにレジ待ちをしていただくことができるようになった。それにより、店内の混雑が解消され、トラブルも減少した。

実施前	誘導シールを床面に張る前は、お客様に列を作っただけで、順番がぐちゃぐちゃになり、横入りするお客様もあり、トラブルになっていた。
実施後	お客様がレジ待ちする場所が分かりやすくなり、きちんと並んでくださるようになった。また、お客様の混雑が解消されたことで、レジ担当者に気持ちの余裕ができ、レジでの会計作業の対応が良くなったと評価された。

5. 今後の課題

- ・通常営業の際のレジ待ちについては、床面誘導テープとPOPの掲示により解消されたが、今後は、繁忙期（お盆の時期や年末時期など）の混雑解消のための対策を立てていく必要があると考えている。
- ・レジ対応時に次回の大典へつなげる販促策（短い時間で訴求力のある提案）が必要であると考えている。

いなべ農産物直売所
ふれあいの駅
うりぼう



店舗外観



厨房内の写真



店舗内の写真

18

1. 店舗の概要

①店舗名称	ふれあいの駅 うりぼう いなべ農産物直売所			
②店舗住所	〒511-0224 三重県いなべ市員弁町大泉2517番地			
③業態	農産物直売所 惣菜・弁当			
④店舗開業年	1996年			
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 2人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 4人			
⑥規模	(1) 店舗面積 :	252㎡	(2) 厨房面積 :	42㎡
	(3) 駐車場面積及び台数 :	2,000㎡ / 100台		
	(4) 客席数 :	カウンター 小上がり テーブル 1階	席 人掛け× 席 / 席 / 席	席 人掛け× 席
	(5) その他客席特記事項			
⑦店舗営業時間	8:30~17:00	⑧定休日	火曜日	
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食 % / 物販 100 %)			
	(2) (1)の内、飲食の内訳			

2. 背景及び課題

【改善テーマ】惣菜のパック詰めからバラ売りへの転換でコストダウン

■背景

5年ほど前より惣菜部門の売上が伸び悩み、何とかして、付加価値の高い惣菜部門を強化していきたいと考えていた。また、近隣に大型店が出店したことにより、さらに、状況は厳しくなっている。

ご高齢のお客様及び少人数家庭では、準備から後始末の労力が多く必要なフライなどの揚げ物類は「惣菜」として購入される例が増えてきている。

また、従来は家庭内料理が主流であった「焼き魚」や「煮魚」なども単身世帯などでは、調理が面倒であるという理由から「惣菜」としての購入が増えてきている。

■課題

お客様の高齢化、少人数世帯の増加などから惣菜も少量しか購入してもらえなくなったため、これまでのパック売りだけではなかなか購入に結びつかないことが多い。

お客様の嗜好に合わせた品ぞろえを行うことは重要なことと認識しているが、売り場スペース、労力、包材費等の増加を考えるとバリエーションの増加には一定の制約がかかる。

また、パック売りの場合、お客様の要求する分量でないこともあり、購入に結びつかない。



導入前のパック売り商品



農産物直売所の様子

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

●具体的な改善策

<バラ売りの提供>

これまではパック売りが中心であったが、少人数世帯の増加に対応するために、パック詰めだけでなく、ばら売りを始めた。

専用のケースに入れて、衛生にも気を遣っている。

<スタートした時期>

平成26年7月

<実施体制>

惣菜部が行っている。人員は導入以前と以後とは変わらないが、パック詰め作業をお客様にしてもらうことにより、パック詰め作業が減少し、他の作業に手を回すことができている。

<改善策着手・実施時に懸念していたこと>

お客様が自分でパック詰めをしてくれるかどうかということ。
衛生的な販売方法ができるかどうかということ。

<投入した経営リソース>

ほとんど、投入していないが、衛生的に販売するための食品ケースを購入した。



ばら売り商品の様子

食品ケース	
購入先	よし与工房 (パンの資材屋)
材質	アクリル製 (ディニッシュ等を入れるものなので、べたつかない)
費用	2000円×2個

4. 成果

<定量的成果>

- ・導入することにより、パート従業員の作業時間を縮減できた。
- ・導入前と導入後では、惣菜の売上高が127%向上した。
- ・ばら売りをすることにより、販売ロスが減少した。
導入前と導入後では、5%ほどの違いが出ている。

売上高の変動（惣菜部門）	
平成27年3月	平成29年3月
13,992千円	17,861千円

実施前・実施後の生産性向上効果

販売形式	作成数	作業時間	コスト (パートの給与)	コメント
フライ・コロッケ・シューマイなど5～6種類のパック詰め	5～6種類× 10パック	60分	850円	揚げたてはすぐにパック詰めできないため、時間もかかっていた。
ばら売り	2～5ケース	15分	200円	アイテムごとにケースに入れ、お客様にパック詰めしていただく形式

5. 今後の課題

- ・今後は、更に試食できる惣菜のアイテムを増やしたり、ばら売りを増やして、お客様の購入しやすい方法を拡大していくことで、更なる売上の向上を図っていくことが課題である。
- ・また、お客様とのコミュニケーションを増やして、新たな商品開発を行っていく。

⑱ 株式会社ベジタコーポレーション



工場外観



工場内事務室



企業内託児所入口



企業内託児所内

⑱			
1. 店舗の概要			
①店舗名称	株式会社ベジタコーポレーション 企業内託児所		
②店舗住所	〒720-2413 広島県福山市駅家町法成寺1613-55		
③業態	カット野菜製造		
④店舗開業年	平成26年10月		
⑤従業者数	(1) 経営者を含めた社員数 15人 (2) パート・アルバイト(8時間換算) 135人		
⑥規模	(1) 店舗面積 :	m ²	(2) 厨房面積 :
	(3) 駐車場面積及び台数 :	m ² /	台
	(4) 客席数 :	カウンター 席 小上がり 人掛け× 席 テーブル 人掛け× 席 / 1階 席 / 2階 席 等	人掛け× 席)
	(5) その他客席特記事項	企業内託児所の面積 : 43m ² (定員22名)	
⑦店舗営業時間	9:00~19:00 (企業内託児所)	⑧定休日	無休
⑨商品構成	(1) 飲食・物販の割合 : (飲食0% / 物販100%)		
	(2) (1)の内、飲食の内訳(なし)		

2. 背景及び課題

【改善テーマ】働く主婦の為に企業内に託児所を設置し定着率の向上を図る

■背景

＜安定的な人材確保が厳しい＞

(株)ベジタコーポレーションは、備後漬物の子会社でカット野菜を専門として平成26年10月に設立した。これまで親会社の食品業界は、パート・アルバイトの人材確保が厳しく、チラシ・広告・ネット掲載等で費用をかけて募集はしているが、掲載時はある程度の応募があるが、それは一時的なもので次第に応募件数は減る傾向にあった。

このため、新会社のベジタコーポレーションの人材募集については新たなやり方を考える必要があった。

■課題

＜若い女性を直接雇用するための託児所設置＞

会社全体として、人材は常に足りていない状態が続いていて、それを補うために派遣労働者を受け入れている。時間給が高いため、直接パート・アルバイトを雇用するために、新会社の建物を設計する際に、若い女性をターゲットに人材を確保しやすいように企業内託児所を中に組み込んで設計し、会社設立後、企業内託児所の仕組みを整えることとなった。



(新しい社屋・工場の2階に設けた企業内託児所)

3. 改善策(費用・手間・時間の具体例)

●課題における具体的な改善策

＜企業内託児所の設置＞

働きたいのに子どもの世話をしているため、外へ出て働くことができない若い方(女性)に対して、企業内託児所を設置して、子どもを託児所にあずけて働ける環境を作った。

また、保育料金をできるだけ少額にして、少しでも所得面でも収入が残るようにして働いた実感が持てるようにした。

＜スタートした時期＞

平成26月10頃

＜実施体制＞

社長の考えに基づき、新会社の設立と同時に企業内託児所を建物内に設計し、担当者が認可外の託児所の要件を満たすために、市役所に相談しながら体制を整えた。

＜投入した経営リソース＞

3人の保育士を雇用して託児所の運営を行っている。

コストは初期コストは建物を除いて、備品・遊具に300万円程度。ランニングコストが3人の保育士の人件費が70万円程度。



4. 成果

<定量的成果>

企業内託児所に子どもを預けることにより、保育世代の従業員の所得増につながっている。

公立の保育園の費用：乳幼児は4～5万円

弊社の託児所の料金：短時間労働（4時間）は10,000円

フルタイム労働（8時間）は13,000円

保育費用の軽減(所得増)		
公立保育園	→	企業内託児所
40～50千円		10～13千円

<定性的成果>

- ・現在はある程度、人材がそろっている状態となった。
- ・これまで託児所を利用した人で退職した人は1人もいない。
2人目の子どもが生まれて育児休業を取得した人は2人で、定着率が非常に高い。
- ・人材募集の広告費用は毎月10～15万円かけているが、広告を見てという応募ではなく、口コミで託児所があるということで、広告以外のルートから応募が来るようになった。
- ・託児所を利用している人からの口コミの宣伝効果があった。
(保育所の雰囲気が良いと人から聞いて、利用者からの紹介など)

5. 今後の課題

現在、15名の児童を預かっている。

設立当初は6人の女性が利用（子ども6人）、現在は13人の女性が利用（子どもが15人）

年々と応募する主婦層が増えているため、最大定員の22名まで伸ばしたい。

将来的に定員数を上回るようであれば、託児所の隣が倉庫スペースなので、壁を取り除いてスペース及び定員数の増加も考えている。

平成 29 年度サービス産業イノベーション推進事業
(生産性向上推進事業)
報告書

作成日 平成 30 年 3 月

公益財団法人 食品流通構造改善促進機構

〒101-0032 東京都千代田区岩本町 3-4-5 第 1 東ビル 6 階

電話 03-5809-2176 FAX 03-5809-2183

