

(3)中食産業が抱える課題例

図表 5-6-4 中食産業が抱える課題（製造卸・製造小売、ロスの種類別）

製造卸／ 製造小売	ロスの種類		
	製造段階のロス	仕入・納品段階のロス	販売時点のロス
製造卸 (店舗を持たない)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・発注への対応(24時間対応など)</li> <li>・製造の精度向上</li> <li>・製造時間の短縮</li> <li>・製造現場の安心・安全対策</li> <li>・衛生管理</li> </ul> など	<ul style="list-style-type: none"> <li>・発注への対応(多頻度配送など)</li> <li>・納入先付近への工場設立</li> <li>・品質管理(商品の劣化を防ぐ)</li> <li>・そのほか物流向上(確実に早く届ける)</li> </ul> など	<ul style="list-style-type: none"> <li>・小売側と協力して来店、販売予測の精度向上(発注のための計画精度の向上)</li> </ul> など
製造小売 (店舗を持つ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売予測に基づく計画的な製造</li> <li>・製造の精度向上</li> <li>・製造時間の短縮</li> <li>・製造現場の安心・安全対策</li> <li>・衛生管理</li> </ul> など	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売予測に基づく計画的な配送</li> <li>・物流拠点の最適化</li> <li>・品質管理(商品の劣化を防ぐ)</li> <li>・そのほか物流向上(確実に早く届ける)</li> </ul> など	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来店、販売予測の高度化</li> <li>・店舗での効率的な販売対応(値きり販売など)</li> <li>・売れ筋商品の分析とアイテム数の絞り込み</li> <li>・ロングライフ化、商品の劣化対応(品質管理、ロングライフ商品開発など)</li> </ul> など

#### (4)中食産業の生産性向上の取り組み例

「付加価値、客単価を向 / 効率化等やロスに対応する」視点から、中食産業の生産性向上の取り組み例を以下に示す。合わせて、「製造卸」・「製造小売」で見たイメージ、「主に人ベースの取り組み」・「主に設備投資が伴う取り組み」で見たイメージを示す。

図表 5-6-5-1 中食産業の生産性向上の取り組み例

方向性	主な取り組み例
付加価値、客単価を上げる	<ul style="list-style-type: none"> <li>高付加価値メニューの開発(地域資源、健康、季節・期間限定等)</li> <li>専門店化</li> <li>百貨店デパ地下等への進出</li> <li>ローカライズ、リージョナル型の展開</li> <li>ビジュアルマーチャンダイジング</li> <li>店内調理、直前調理</li> <li>現場スタッフへの権限移譲</li> <li>顧客満足度向上に現場スタッフが集中できる環境(経営数値は経営本部が責任を持つ、業務の一部をアウトソーシング等)</li> <li>人材育成によるモチベーション向上(外部講師によるセミナー、自主的な勉強会、外部視察等)</li> <li>現場への正社員活用、プロの料理人採用</li> <li>労働環境の整備(休暇制度、育児休暇制度、保育施設、再雇用制度、労働時間短縮)</li> <li>メニュー、サービスにおける高品質の見える化(専門家のお墨付き、数値化、背後にあるストーリーを紹介など)</li> </ul>
効率化等やロス対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>発注仕入、人事管理、会計、社内情報共有、経営判断のためのIT導入</li> <li>顧客の来店予測、単品の販売予測の高度化(IT活用等)</li> <li>食材生産～商品生産～配送～店舗までの一貫化(垂直マーチャンダイジング)</li> <li>セントラルキッチンや工場による加工、調理等の集中化、省力化</li> <li>チルド、冷凍技術やロングライフ商品による日持ち実現</li> <li>値切りによる販売(店舗を持つ場合のみ)</li> <li>現場作業のマニュアル化、標準化</li> <li>アイテム数を絞る</li> <li>現場作業、生産・厨房業務の自動化、省力化(IT化、ロボット活用など)</li> <li>現場作業やオペレーション、導線やレイアウトの分析と改善(ビデオやセンサー活用、専用ソフトウェア等による分析、QCサークル等)</li> <li>スーパーバイザーによる横断的管理(複数店舗がある場合)など</li> </ul>

#### 方向性に関わらず共有と思われるもの

- ◆PR、情報提供
  - ・ホームページ、SNS、チラシ、雑誌等  
など
- ◆顧客管理・分析
  - ・ターゲット層の明確化、嗜好把握  
(特に中食需要増大が見込まれる高齢者、単身者、働く女性、若い主婦層へ)  
など
- ◆品揃え
  - ・強い単品を核に品揃えをつくる。
- ◆人事関係
  - ・客観的な評価項目設定と評価システムの運用
  - ・社内での資格制度  
など