

# 成功事例からヒントを得よう：目次

## 視点 1

商品力、サービス力を向上する  
新しい市場を開拓する



### 外食の事例

食材付加価値率の向上

### 外食の事例

SNS等の活用による集客促進

### 外食の事例

従業員の一体感醸成による職場のサービス意識の向上

※ 本資料は、農林水産省HPで紹介している「外食・中食の生産性向上に向けた手引き」からの抜粋しています。詳細内容を確認したい場合は、こちらのアドレスに掲載されている手引きを御確認ください。また、同HPには、これ以外の生産性向上に関する資料も紹介しています。

<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/gaisyoku/seisanseikoujyou.html>

## 企業プロフィール

- 居酒屋
- 売上高6億円
- 店舗数3店舗
- モデル店舗
- 売上高2億円
- 従業員社員14人、パート20人
- 客席数200席

## 事業内容

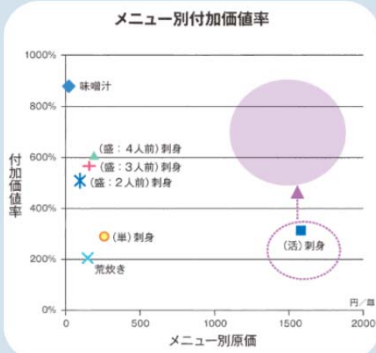
- ハンバーグ、カレーなどを提供  
(体に、心に、地域に、環境にやさしい経営、楽しい、感動を提供)
- 関連物販の販売

## この企業のお悩み

食材費の原価構成比が高く、仕入費低減、廃棄ロス削減に加えて、食材の魅力を引き出し価値を高めることで収益改善を図る必要がありました。

## この企業の取組（一部ご紹介）

### 食材の部位展開・付加価値率の算出



### 問題点の把握・付加価値案の検討

#### 【付加価値向上の視点】

- 皿や盛付方を工夫し、豪華さを演出し、メニュー金額アップ。
- 骨などを活用して出汁を取るなど、調理に一手間を加え、お客様満足度を向上し、メニュー金額アップ。
- お客様のニーズを考慮し、ポーションダウンし食材原価ダウン。  
(顧客満足度アンケート結果では、料理ボリュームはあまり重視していない)

## 取組の成果

ブリを刺し身だけでなく、ブリしゃぶとして提供するなどしたことで、(活)刺身も付加価値率が309%から400%（約1.3倍）に向上。

📖 詳細は「外食・中食の生産性向上に向けた手引き」のP.22～P.23をチェック！

## 企業プロフィール

- セルフレストラン
- モデル店舗
- ・店舗数 20店舗
- ・客席数 150席

## 事業内容

- ハンバーグ、カレーなどを提供  
(体に、心に、地域に、環境にやさしい経営、楽しい、感動を提供)
- 関連物販の販売

## この企業のお悩み

少子高齢化の進展で、地元高校生が減少傾向にあり、コアなファンをつくっていく必要がありました。

## この企業の取組（一部ご紹介）

### メールマガジンコンテンツの見直し

#### 【見直しの視点】

- ワンスクロールで情報が分かる
- 一押しポイントが明確になっている
- 情報の優先順位をつける
- ホームページなど、他のコミュニケーション媒体との連携を考える

### 目的に適したSNSや店頭広告などの媒体の使い分け

#### 【付加価値向上の視点】

- 地元密着企画を店頭で訴求
- 割引企画は新聞折り込みで広く訴求
- ロイヤリティ施策としてメルマガでの割引企画訴求
- メルマガによる年代やエリア等、ターゲット別企画の訴求
- スピーディな告知、お客さま主体の情報発信の促進とそれへの企業側の反応、拡散などを目的としたSNSの活用

## 取組の成果

- メールマガジン会員数：10%増（見込み）
- フォロワー数：15%増（見込み）

📖 詳細は「外食・中食の生産性向上に向けた手引き」のP.31～P.32をチェック！

## 企業プロフィール

- 高級割烹料理店
- モデル店舗
- 総売上高：約9億円
- 席数：約150席
- 店舗数：3店舗
- 従業員数：社員9名、パート20名

## 事業内容

- 主要メニュー：うなぎ料理、コイ料理、宴会コース
- 主な客層と使われ方：県外など遠方から来店するお客様が多い一方、地元のお客様の法事・慶事など親戚の集まりや、職場の宴会場所としても活用されている。

## この企業のお悩み

一人ひとりのサービス意識が高くても、厨房とホール、昼間シフトと夜間シフトで、協力しあえず、問題が放置されていることが多くありました。

## この企業の取組（一部ご紹介）

### 「お店を良くするためミーティング」スタート

- 年中無休、営業時間が11時～21時のため、メンバー全員が一度に集まることは不可能。
- そこで、ランチタイムとディナータイムの間のアイドル時間（14時～16時）を使い、実施日や参加メンバーを分けて、複数回ミーティングを実施した。

意見をポストイットに書き出して、紙に貼り出した。



ホール→厨房

要望	どうする？	担当・期限
1. お客様からの料理の中身の質別に、その場で考えられるようにしたい。 (確認した、戻ってから考えに際ることにする)	- 朝礼は朝が早く、全員参加が難しい。 - 会議と作業の両方をガードなどで実施する(週別) - 研修者数を0で実施も、0である旨、提示する	〇〇さん 明日から
2. うもの売りの料理の準備の良さを知りたい。	- 勉強会では、シフトの順番で聞けない人が出るため、紙で配るのがよい	ホー ル マネ ジャー 担当者
3. やり方		〇〇さん 月1日
4. お客様からの特別な注文への対応(よくある)に、どう対応するのが良いか、決めてほしい。 (つば、朝履マネジャーに確認する)	- 朝履に発生する特別な注文はないため、ルール化は困難。ただし、結果に発生する特別な注文が出てきた場合は、対応のルールを決める。 - 常連のお客様に対しては、その人特有の特別な注文もホール・厨房で共有する	ホー ル マネ ジャー 次回ミーティング

ポストイットを整理し、対策案を決めた

## 取組の成果

厨房・ホールそれぞれの問題意識をもとに、サービス向上のための改善策が実行されました。

📖 詳細は「外食・中食の生産性向上に向けた手引き」のP.49～P.50をチェック！