

今日から実践！ 収益力の向上に向けた 取組みのヒント

生活衛生関係営業の生産性向上を図るためのマニュアル

中華
料理店編



中華料理店編

今日から実践!
収益力の
向上に向けた
取組みのヒント

目次

業界動向



P. 1

消費者動向



P. 6

経営改善のヒント



P. 12

取組事例



P. 18

お役立ち情報



P. 26

マニュアルの使い方

中華料理店の動向はご存知ですか？
この冊子で業界の動向をつかんでみましょう。



「業界動向」

「消費者調査」

業界動向をつかんだら、自店で取組むテーマを探してみましょう。

「経営改善のヒント」

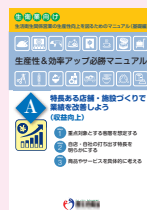
「取組事例」

自店の困りごとがみえにくいときは…



自店の困りごとを
「生産性&効率アップ
必勝ガイド」で
見える化しましょう。

取組方法をもっと知りたいと思ったら…



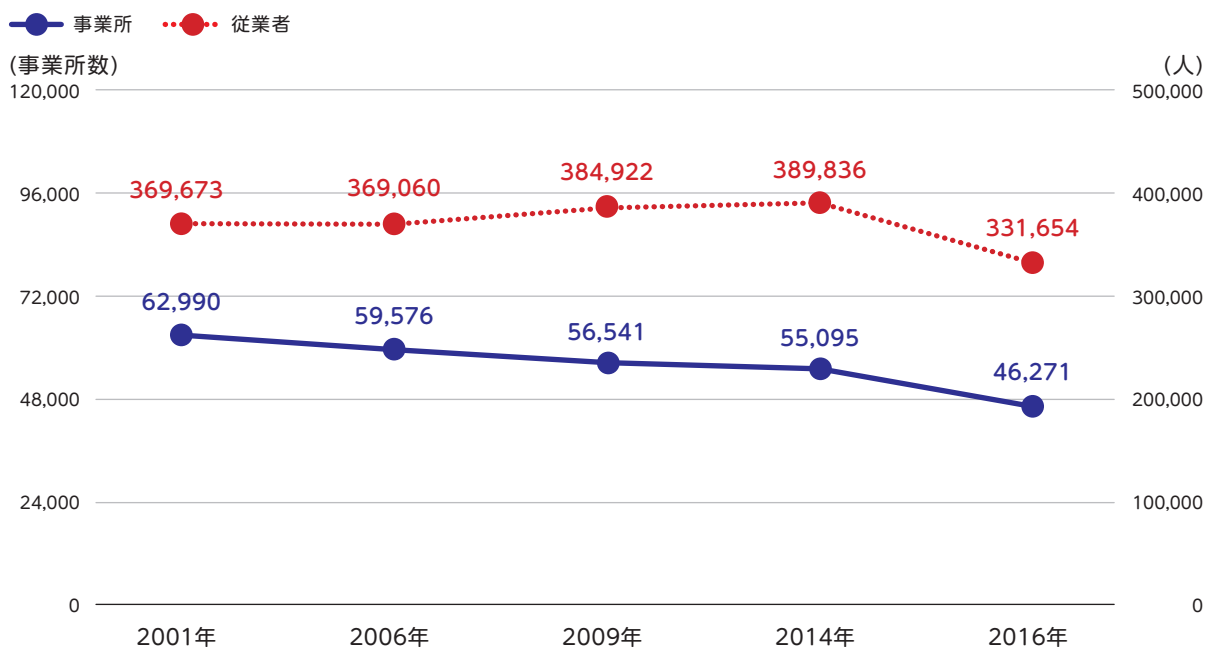
具体的な取組方法を
「マニュアル(基礎編)」で
確認してみましょう。
(A~Jの計10冊 + 付録)



中華料理店は年々減少傾向、従業者数も近年減少傾向にある

- 中華料理店(事業所)数は、2001年から一貫して減少傾向にあります。2016年の中華料理店は46,271事業所と2001年と比べ約4分の3程度となっています。
- 従業者数も、2014年までやや増加していましたが、2014年から2016年にかけて大きく減少し、2016年は331,654人となっています。

中華料理店、従業者数の推移



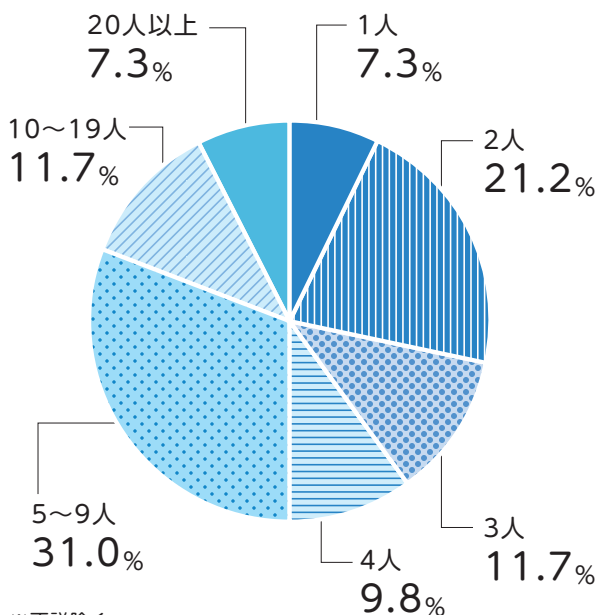
出典：総務省「事業所・企業統計調査」、「経済センサス基礎調査」

約半数の事業所が従業者数4人以下、 7割近くを個人経営が占める

- 従業者数状況を見ると、4人以下の事業所が約半数を占め、さらに9人以下の事業所が8割を占める等、零細事業者が多いことがうかがえます。
- また個人経営が7割を占め、家族経営が多くを占めることがうかがえます。

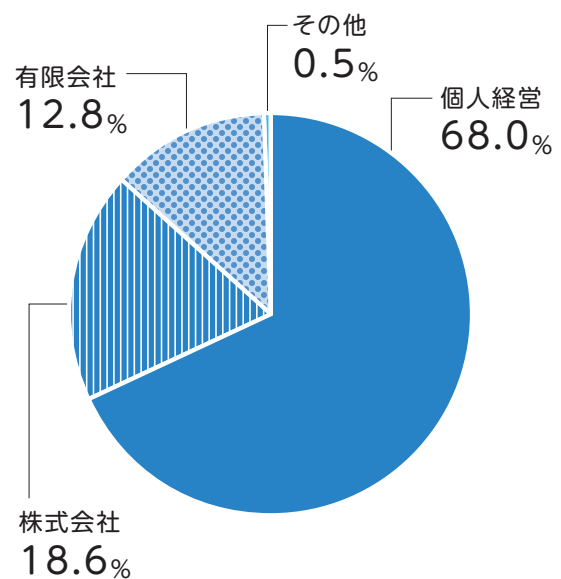
従業者規模別事業所数割合

(n=358)



経営主体別事業所数割合

(n=366)



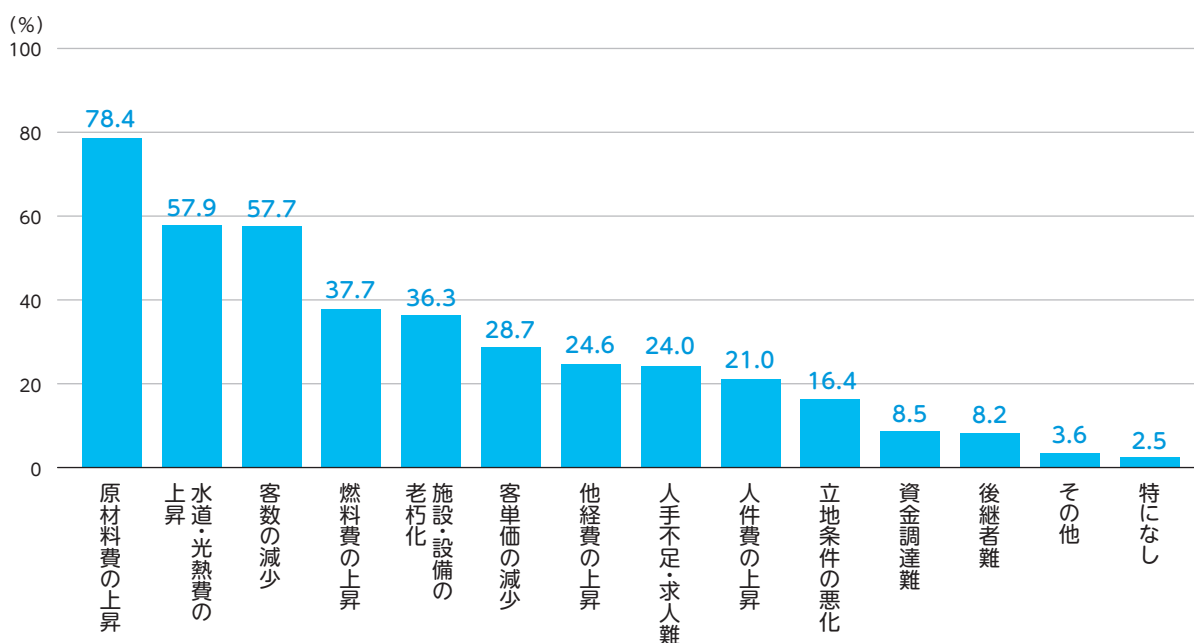


固定費の増加が主な経営上の課題

- 経営上の課題・問題点をみると、「原材料費の上昇」(78%)や「水道・光熱費の上昇」、「客数の減少」(ともに58%)が上位を占めています。
- 固定費等の上昇が経営を圧迫しているとともに、構造的な経営不況であることがうかがえます。

経営上の問題点

(n=366)

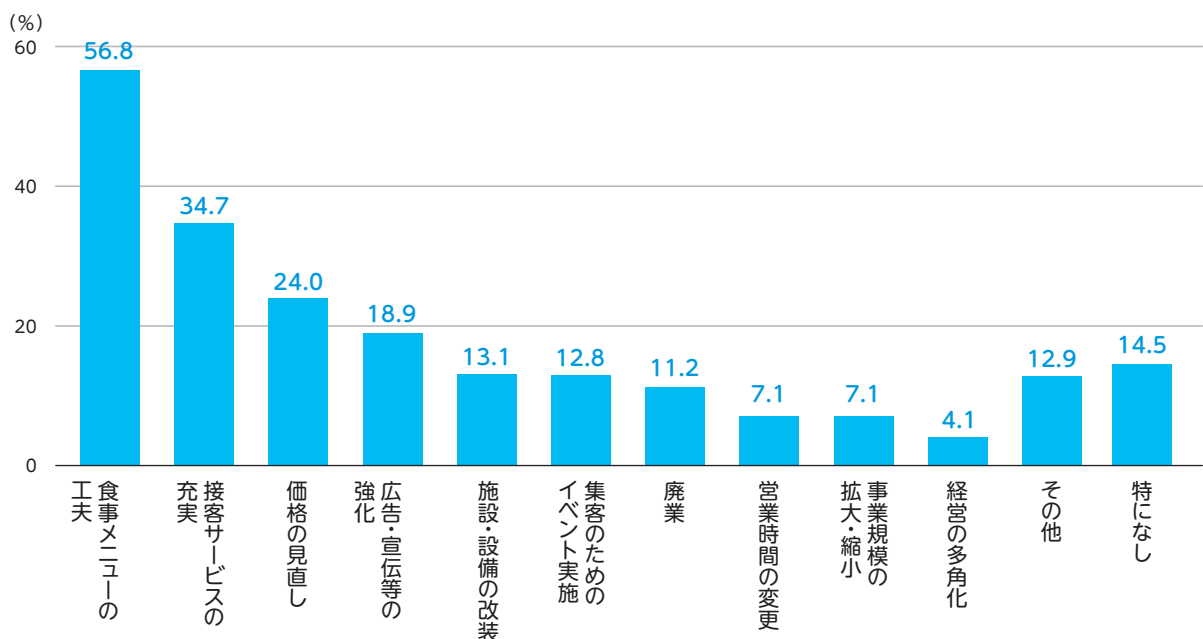


今後の経営方針は、食事メニューの工夫等個別の改善が多くを占める

- 今後の経営方針としては、「食事メニューの工夫」「接客サービスの充実」等が上位を占め、経営戦略等の見直しではなく、個別の改善が注目されていることがうかがえます。
- 一方で、「廃業」が11%を占めており、経営者の高齢化が進み、自分の代で廃業することとしている事業所の存在がうかがえます。

今後の経営方針

(n=366)



出典：厚生労働省「飲食店営業(中華料理店)の実態と経営改善の方策」(平成28年11月)



注目トピックス

“こだわりの1品”でお客さんを引きつける！

まちの中華料理店の中には大手チェーン店やコンビニには真似のできない戦略をとるお店が多くなっています。

【手間暇かけた1品へのこだわり】

- 作り置きせずに当日つくった餃子や点心を出来たてで提供する、餃子の具を選べる等、手間暇をかけた1品を用意してみましょう。

【楽しいパフォーマンス】

- 「注文を受けてから包んで焼く餃子」「お客さんの目の前で包む点心」等、こだわりとパフォーマンスを重視してみましょう。

【顧客ニーズを掴む料理のジャンルにも注目】

- 中華料理の1ジャンルである“素菜料理”を提供し、菜食主義者の多い欧米系を中心にインバウンド効果をあげているお店もあります。お客さんが求めるメニュー開発をしましょう。

便利な道具やICTの活用がトレンドです

便利な道具やICTを使ってラクしているお店も増えています。

【野菜カット機やパスタマシンを活用】

- 野菜カット機や練り機、パスタマシン(餃子の皮をのばす)等の道具をうまく使って、下準備の時間や労力を省力化しましょう。

【オーダーシステムを活用】

- 家族経営等少人数で切り盛りしているお店こそ、お客さん自らが注文できるオーダーシステム等のICTを積極的に活用しましょう。

調査概要

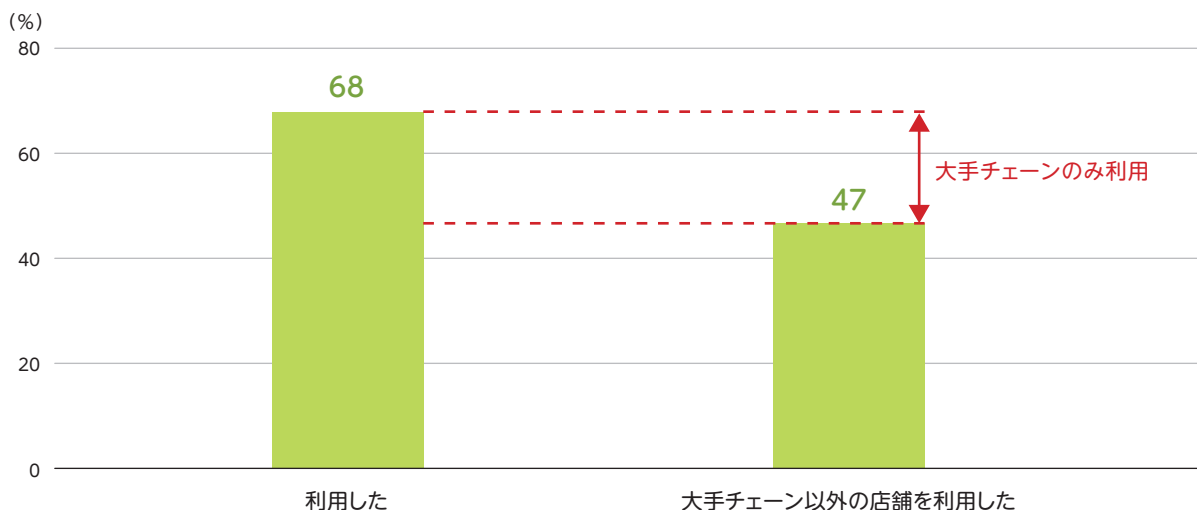
調査手法	インターネット調査
調査地域	全国
調査対象	20～70代の男女
抽出方法	楽天インサイトアンケートモニターおよび提携先モニターより抽出 20～70代のうち、20～60代を性・年代別に人口構成比に合わせて割り付け
有効回収数	スクリーニング調査:44,000サンプル (外食:15,600サンプル/卸:12,800サンプル/サービス・施設:15,600サンプル) 本調査:9,584サンプル(対象条件:外食の調査対象であり、最近3年以内に中華料理店の利用経験がある20～70代の男女)
集計対象	スクリーニング調査:20～60代の男女42,000サンプル 本調査:外食の調査対象であり、最近3年以内に中華料理店の利用経験がある20～60代の男女9,243サンプル ※70代はサンプルの代表性の観点から今回の集計から除外
調査期間	2018年12月14日～2018年12月19日
調査実施機関	楽天インサイト株式会社

最近3年以内の中華料理店の利用者は約7割。 大手チェーンのみの利用は少ない

- 20代～60代の一般消費者4万2千人のうち、最近3年以内に中華料理店を利用した人は68%でした。
- 最近3年以内に中華料理店を利用した人のうち、大手チェーンのみ利用した人は約2割で、大手チェーン以外の店舗も利用している割合が高くなっています。

最近3年以内の中華料理店の利用状況

(n=42,000)

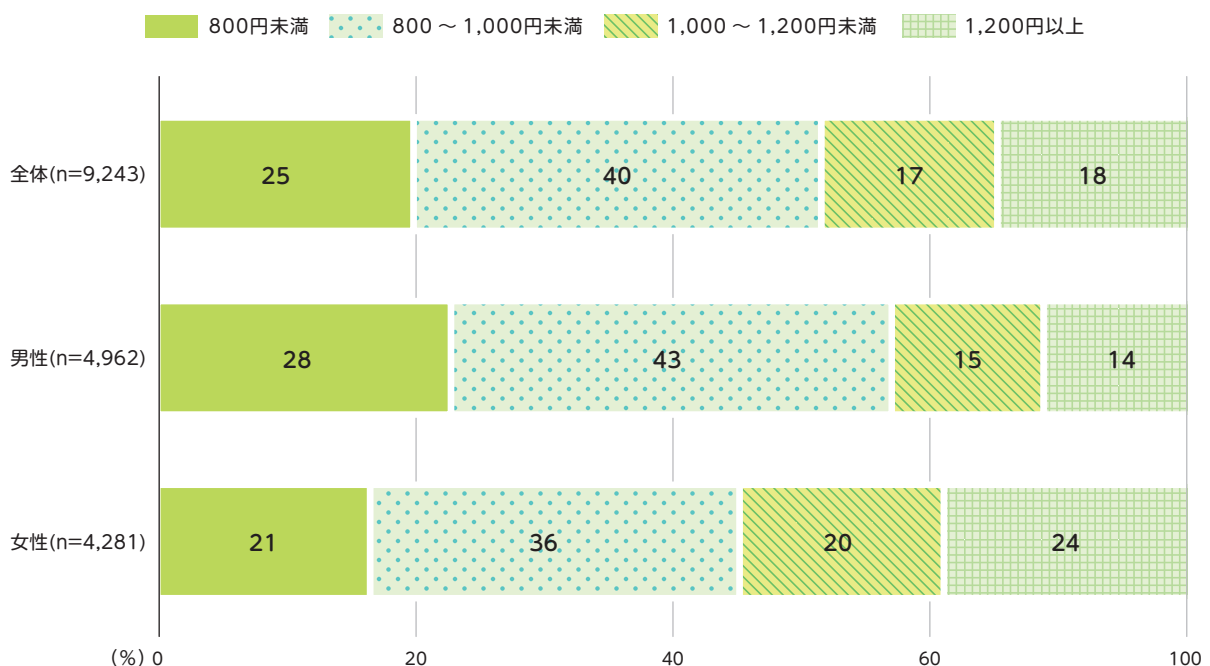




中華料理店の利用金額は 1,000円未満が6割超

- 中華料理店の一人あたり利用金額は、「800～1,000円未満」が4割で「1,000円未満」が6割超となっています。
- 中華料理店の一人あたり利用金額は、4割超の女性が「1,000円以上」となっています。

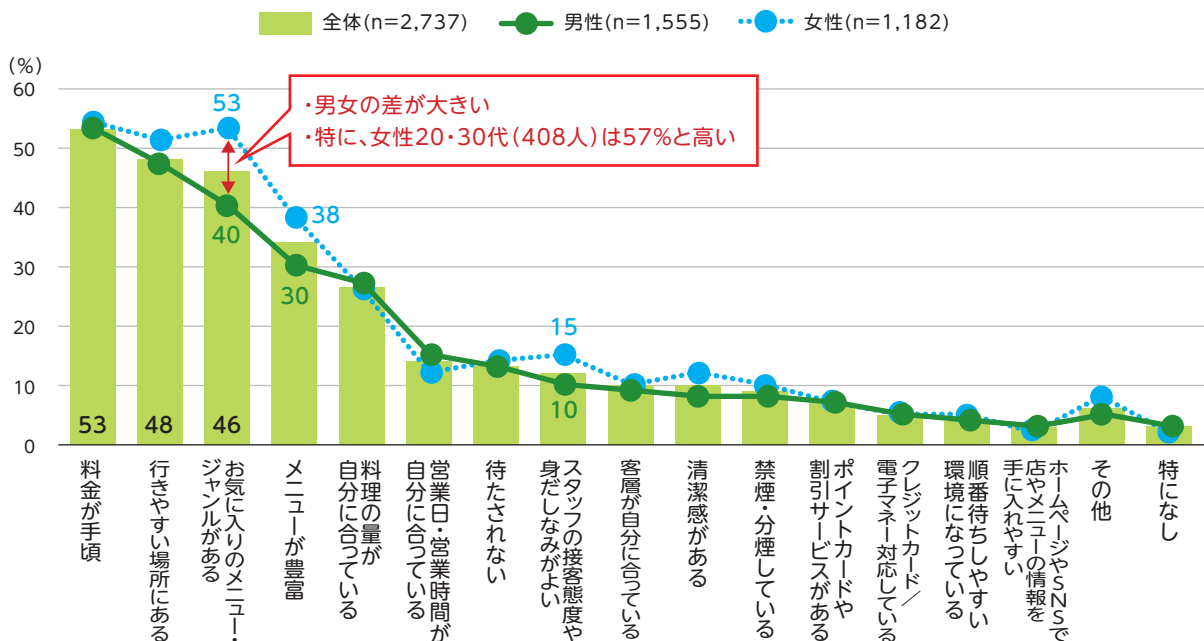
中華料理店：利用金額（一人あたり）



行きつけに通う理由は、 料金・立地・お気に入りメニューが上位

- 行きつけの中華料理の店があると回答した人(2,737人)が、行きつけのお店に通うのは、「料金が手頃」「行きやすい場所にある」「お気に入りのメニュー・ジャンルがある」が上位となっています。
- 女性は「お気に入りのメニュー・ジャンルがある」が男性と比べて高く、特に女性20・30代は高い結果となっています。

行きつけの中華料理店に通う理由





求められているのは「清潔さ」や「快適さ」。 特に、女性は全世代が期待

- 中華料理店に期待することとしては、「店内(トイレ等も含む)の清潔さ」が最も高く、特に女性は全ての年代で6割前後となっています。
- 男性20～50代は、「ボリュームやセット内容の充実」が上位に挙げられています。

中華料理店に期待すること

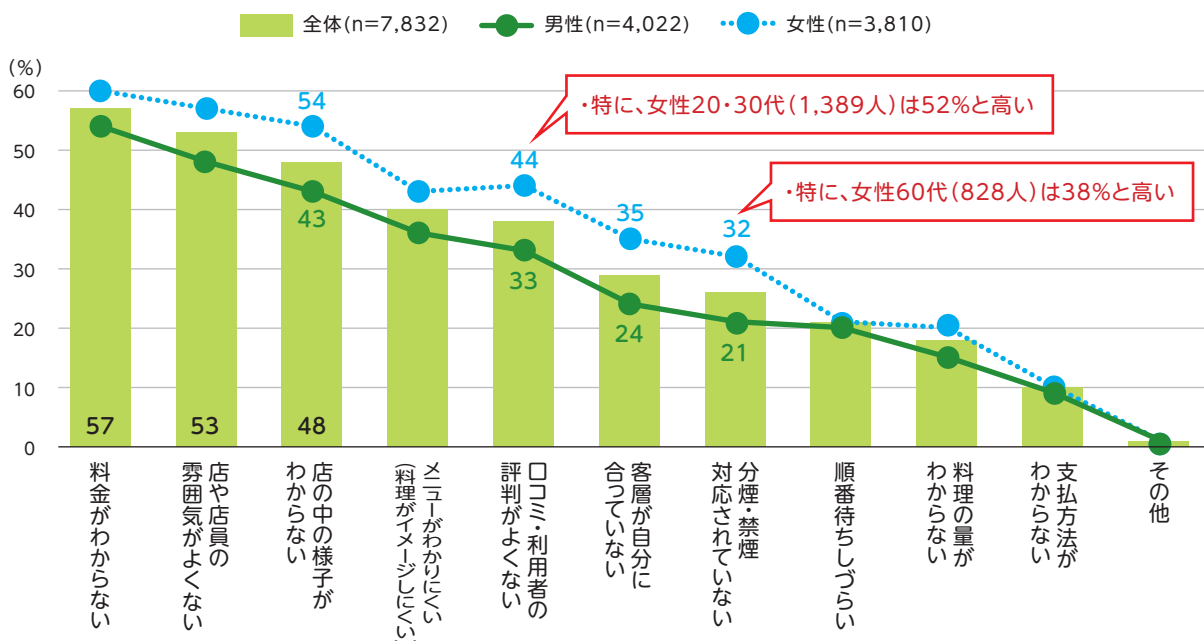
	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=7,901)	店内 (トイレ等も含む) の清潔さ 49%	快適な席作り 41%	ボリュームや セット内容の充実 39%	接客態度や 身だしなみのよさ 37%	料理の 提供スピード 35%
男性20・30代 (n=1,414)	ボリュームや セット内容の充実 44%	店内 (トイレ等も含む) の清潔さ 38%	料理の 提供スピード 35%	快適な席作り 33%	日本人に合う メニューの充実 29%
男性40・50代 (n=1,799)	ボリュームや セット内容の充実 47%	店内 (トイレ等も含む) の清潔さ 35%	料理の 提供スピード 33%	快適な席作り 32%	日本人に合う メニューの充実 29%
男性60代 (n=856)	店内 (トイレ等も含む) の清潔さ 51%	日本人に合う メニューの充実 42%	快適な席作り 37%	分煙・禁煙 36%	ボリュームや セット内容の充実 36%
女性20・30代 (n=1,392)	店内 (トイレ等も含む) の清潔さ 61%	快適な席作り 50%	接客態度や 身だしなみのよさ 45%	料理の 提供スピード 38%	ボリュームや セット内容の充実 38%
女性40・50代 (n=1,587)	店内 (トイレ等も含む) の清潔さ 58%	快適な席作り 50%	接客態度や 身だしなみのよさ 45%	分煙・禁煙 39%	ボリュームや セット内容の充実 35%
女性60代 (n=853)	店内 (トイレ等も含む) の清潔さ 62%	快適な席作り 48%	分煙・禁煙 48%	接客態度や 身だしなみのよさ 46%	日本人に合う メニューの充実 42%

※そのほか、「順番待ちしやすい環境づくり」「クレジットカード／電子マネー対応」「ターゲット別メニューの充実(女性／子ども／高齢者など)」「ヘルシー志向のメニューの充実」「ジャンル(系統や地域)に特化したメニューの充実」「総菜やテイクアウトの販売」を選択肢として挙げました
※期待することは特になしと回答した人(1,342人)は集計対象から外しています

入りづらいお店の特徴は、 「料金や店内の様子がわからない」こと。 相対的に女性は入りづらさを感じている

- 入りづらい特徴として、「料金がわからない」「店や店員の雰囲気がよくない」「店の中の様子がわからない」が上位に挙げられています。
- 女性は、多くの項目で男性よりもポイントが上回っており、より入りづらさを感じていることが伺えます。特に、女性20・30代は「口コミ・利用者の評判がよくない」、女性60代は「分煙・禁煙対応」が相対的に高くなっています。

入りづらい中華料理店の特徴



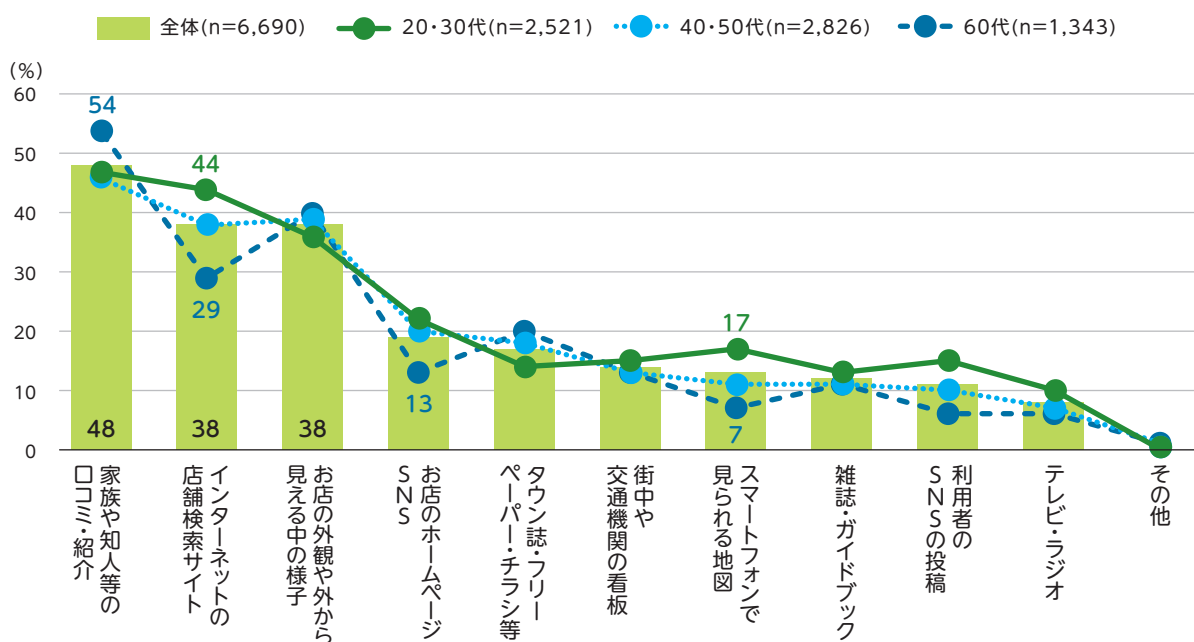
※入りづらい特徴は特になしと回答した人(1,411人)は集計対象から外しています



「口コミ・紹介」「店舗検索サイト」「外観」が情報源の上位

- お店を選ぶ際に活用している情報源は、「家族や知人等の口コミ・紹介」「インターネットの店舗検索サイト」「お店の外観や外から見える中の様子」が上位となっています。
- 60代は「口コミ・紹介」、20・30代は「店舗検索サイト」が相対的に高い結果となりました。

中華料理店を検討する際に活用する情報源



※活用している情報源が特になしと回答した人(2,553人)は集計対象から外しています

経営改善のヒント

中華料理店は、専門的な中国各地方の料理を提供する店から、日本発祥のラーメン店も含まれ、日本人だけでなく最近では海外からも注目を集める飲食業となっています。人気のラーメン店になると、店舗前に行列ができる等で話題を呼んでいる店も多い一方で、近年は価格競争で低価格化が進み、利益をあげることが難しくなっているようです。利益を上げるためには、集客で売上を上げる、または人件費等の固定費や材料費を可能な限り削減することが求められています。

最近では自動化が進んだ厨房機器も登場してきています。このような動向を踏まえつつ、生産性を向上させることが有効です。



視点

お客様が注文しやすい
仕組みを導入して
客単価を向上



視点

今日のおすすめを
演出(イベント化)して
売り切り
(商品ロス削減)



視点

在庫品を活用して
廃棄ロスを減少

気になる点はありませんか？

あなたのお店の経営改善のヒントがきっと見つかります。

スタッフと協力して現場を改善！

P.13へ

便利な道具を使って作業効率アップ！

P.14へ

新たなサービスを提案して客単価アップ！

P.15へ

SNS等の販売促進でお客様の来店頻度向上！

P.16へ

仕入や調達方法を見直してコスト削減！

P.17へ

スタッフと協力して現場を改善！

当たり前と考えていたサービスを見直して、現場の生産性を高めよう。



ヒント

- ① 信頼できる卸売市場仲買に食材の仕入と配送を任せよう
- ② 注文票をお客様に記入してもらって受注作業軽減と正確さを実現しよう
- ③ 仕出しサービスでは自動調理機や調理ロボットの活用も検討しよう
- ④ おしぼりタオルはペーパータオルに変更して接客作業を軽減しよう
- ⑤ 持ち帰り受注にはネットを利用して接客作業を軽減しよう

解説

- ① 卸売市場には仕入をしてくれる仲卸がいます。自店にあった食材を仕入れて配送してくれる業者をうまく利用して効率的な仕入れを行いましょう。
- ② 机に注文票を設置して、お客様に番号と数量を書き込んでもらえば、注文の手間が省け、お客様も安心できます。
- ③ 自動調理機やロボットの性能は相当上がってきています。仕出しサービスでは、野菜カット等の下処理をロボットに任せたり、業務用カット野菜を利用しましょう。
- ④ 暖かいおしぼりはお客様にとって嬉しいサービスのひとつですが、ペーパータオルを机に置いておけば、仕事は効率的になり、お客様も使いやすくなります。
- ⑤ 持ち帰り受注にネットを利用することで、接客作業が軽減され、お客様も店頭で注文が終わるまで待たないで済むことになります。



便利になるアイデアがたくさんあります
スタッフのみんなと仕事を見直してみよう



日々の現場で改善し働きやすい環境を！



参考事例はこちら P.24

取組方法はマニュアル(基礎編)「H. 作業しやすいお店・職場にしよう」をご参照ください。

便利な道具を使って作業効率アップ！

中華料理店でも利用できる便利な道具やシステムも多く開発されています。
利用できる道具はうまく使い、お客様満足度向上に
多くの時間を使うようにしましょう。



ヒント

- ① 比較的安価で利用できるクラウド型のオーダーエントリーシステムを活用しよう
- ② 複数税率導入に備えて軽減税率対応のレジを導入しよう
- ③ 座席でも精算ができる無線対応のキャッシュレスシステムを活用しよう
- ④ スペースに余裕があれば配膳・下膳に自動搬送車を利用しよう

解説

- ① タブレット端末等を利用するオーダーエントリーシステムの導入を検討しましょう。比較的安価で導入できるとともに、注文と売上管理が格段に便利になります。
- ② 複数税率導入に備えて軽減税率対応のレジを導入しましょう。補助金も使えるので早めに2種類の税率に対応できるレジに変更しましょう。
- ③ 最近ではキャッシュレスの動きが活発になっています。座席でも精算ができる無線対応のキャッシュレスシステムを活用しましょう。
- ④ スペースに余裕があれば配膳・下膳に自動搬送車を利用することで、スタッフは重い膳を運ぶ作業から解放され、食器を割ってしまうことも削減できます。



効率化できる道具はたくさんあります
積極的に道具を活用して生産性を高めましょう



効率化できる道具を最大限に活用しよう！



参考事例はこちら P.24

取組方法はマニュアル(基礎編)「1. 効率的に作業しよう」をご参照ください。

新たなサービスを提案して客単価アップ！

既存のお客様を飽きさせないためには、季節に応じた新メニューの提案が必要です。
提案を積極的に行い、客単価をアップさせましょう。



ヒント

- ① 毎週土曜日等週末のランチは調理人オリジナルセットメニューを提供してみよう
- ② 今日のおすすめメニューを接客時にお客様に紹介してみよう
- ③ 最後の仕上げをお客様の目の前でやるパフォーマンスメニューを開発してみよう
- ④ 仕上げのそばやデザート等、食事の後に食べたくなるメのメニューを開発・提案しよう

解説

- ① 週末のランチは、調理人さんがその日の食材からメニューに載っていない、当日限り限定セットを提供すればお客様の楽しみが増えます。少し高めに設定して客単価のアップをねらいましょう。
- ② スタッフ全員でお薦め料理を試食しておけば、お客様に自信を持って薦めることができます。
- ③ 最後の仕上げをお客様にアピールします。(北京ダックのカットや、五目おこげの石鍋等) お客様は食事の最後にパフォーマンスを楽しむことができ、リピートにつながります。
- ④ 仕上げの一品として、メニューを工夫しましょう。定番に加え「今月のデザート」を提供すれば、毎月の来店も期待できます。



お客様が楽しく食事できる工夫をしましょう
そこに、単価アップのカギがあります



新たなメニュー、サービスをテコに売上を上げましょう！



参考事例はこちら P.19、P.20、P.21、P.22、P.23、P.24

取組方法はマニュアル(基礎編)「A. 特長ある店舗・施設づくりで業績を改善しよう」をご参照ください。

SNS等の販売促進でお客様の来店頻度向上！

SNSを通して来店したお客様に自店のファンになってもらい、お客様からお店をPRしてもらいましょう！



ヒント

- ① まずは自店のSNSアカウントを開設しよう
- ② 簡単に登録できるQRコードを設置し、お客様に登録してもらおう
- ③ 特別メニューやサービス券は毎月配信しよう
- ④ お客様がSNS発信したくなるような工夫をしよう

解説

- ① まずは、自店のSNSアカウントを開設し、情報発信してみよう。
- ② テーブルに登録用のQRコードを置いておけば、注文した後のチョット空いた時間に登録をお願いできます。スタッフが何気なく薦めることが大切です。
- ③ SNSで「今月の〇〇〇」情報や特別メニュー等をお客様に伝えましょう。定期的に来店されるお客様となる可能性があります。
- ④ 最も重視したいのはお客様からの情報発信。お客様が自ら撮影しやすい環境を整えましょう。スタッフみんなでSNS映えを研究しよう。



SNSを開設し、お客様とつながることで
お得意様を増やし、来店客数増につなげましょう



SNSを活用し、売上アップにつなげよう！

参考事例はこちら P.19、P.23、P.24

取組方法はマニュアル(基礎編)「C. ICTを活用して集客力を高めよう」をご参照ください。

仕入や調達方法を見直してコスト削減！

食材や消耗品等の経費は儲けを大きく左右します。
経営者自らコスト管理を行い、安定供給とコストダウン、
更に安心・安全を確保するようにしましょう。



ヒント

- ① 定期的に複数の仕入先に提案を求め安価で質のいい食材を仕入れよう
- ② 消耗品はインターネットの業務サイトからの調達も検討しよう
- ③ カット野菜や調理済み食品等、人件費の削減に繋がる食材の利用を検討しよう
- ④ 近隣の同業者やグループ店舗との共同仕入れで仕入単価を削減しよう

解説

- ① お箸や調味料等の消耗品は多くの問屋さんが同じ商品を扱っています。定期的に見積りを取り直し、調達先を見直すことで思わぬ発見もあります。
- ② 欲しい商品を検索すれば、ほとんどをネット上で発見することができる時代になっています。ネットからの調達をうまく使えばコスト削減も可能となります。
- ③ カット野菜や調理済み食品等を活用したり、無洗米の活用等によって作業は大きく軽減されます。積極的に活用していきましょう。
- ④ 仲間で仕様を統一して仕入れ量を増やすことによって消耗品の単価を下げましょう。



取引条件、グレード、調達方法を再度見直し、
複数の事業者からの提案等を通して調達方法を見直そう



調達コストを見直し、スリムな経営体質にしよう！

取組事例

	ポイント	
上海菜館 <東京都目黒区>	<ul style="list-style-type: none"> ・お客様との対話から生まれる通いたくなるメニュー開発と、SNS発信 	    顧客満足 売上向上 ICT
中華食堂 龍鳳 <北海道小樽市>	<ul style="list-style-type: none"> ・あんかけ焼きそばの地元人気店、必要な対策の優先付けと中長期計画の検討に着手 	   顧客満足 作業効率 労務 
平安楽 <岐阜県高山市>	<ul style="list-style-type: none"> ・お客様の日本における「食ストレス」の軽減を目指す ・地域を巻き込んだおもてなしに進化 	  顧客満足 インバウンド 
中華料理 敦煌江坂店 <大阪府吹田市>	<ul style="list-style-type: none"> ・店頭デジタルサイネージでひきつけ、斬新なメニューで固定客化 	   顧客満足 売上向上 ICT 
China Modern Liang You (良友) <兵庫県神戸市>	<ul style="list-style-type: none"> ・タブレットを使ったSNSでお客のつながりを強化 	    顧客満足 売上向上 ICT インバウンド 
中国料理 浜木綿 <愛知県名古屋市>	<ul style="list-style-type: none"> ・便利ツールの積極活用で、お客様と従業員の満足度を高める 	    顧客満足 作業効率 ICT 労務 

営業者モデル事業とは

本事業の一環として、生衛業活性化・生産性向上研修を受けたコンサルタント（経営指導員・中小企業診断士等）が、ガイドライン・マニュアル案に沿って、個店の活性化・生産性向上に向けた取組をモデル事業として支援しました。



顧客満足
向上の取組



経費削減
の取組



作業効率
向上の取組



売上向上の
取組



ICTに
関する取組



インバウンド
の取組



労務に
関する取組



上海菜館

先進事例

お客様との対話から生まれる通いたくなるメニューの開発とSNSの活用

東京都目黒区鷹番3丁目12-5

創業：1959年

従業者：4名

Facebook：

<https://ja-jp.facebook.com/gakugeidaigaku.shanghaisaikan/>

電話番号：03-3713-4808



焼きチーズ麻婆(左)と
焼き餃子(下)

いかにお店に足を運び続けてもらうかが出発点

上海菜館は、平日はサラリーマン、週末は地元のファミリー客で賑わう、約9割が固定客という地域密着のお店です。「少しずつ色々食べたい」とのニーズに対応した半品メニュー(半ラーメン、半チャーハン、半餃子)、ご年配の方には塩味や油を控えめに作る、レジの電子マネー対応等、時流に合わせた細やかなサービスが光ります。

高度成長期の頃は出前も行っていました、徐々に需要が低くなったことから、いかに店舗に来てもらうかに方針を転換しました。それ以来、「お店だから食べられる美味しさ」にこだわり続けています。

お客様との対話から生まれる一押しメニュー

定休日は様々な飲食店に足を運ぶ等、流行やお客様が食べたいものには常に敏感でいるよう努めています。毎日訪れるお客様もいるため、いかに飽きさせないメニューにするか、良い意味で中

華というジャンルにはこだわらず、新メニューを模索しています。そこで役立つのがお客様との対話です。

一押しメニューの“焼きチーズ麻婆”は、お客様の「ワインに合う料理を」とのリクエストで開発されました。麻婆豆腐の上に焼きチーズがのった一品は、イタリアンや回転ずしのあぶり等、様々なジャンルの料理から着想を得ています。リクエストされたお客様に「食べたいと言っていたもの、作ったよ」と提供することで、お客様はお店のファンになってくれます。

日替わりランチはSNSで発信

店舗に来てもらうには、お店があることを知ってもらうことも重要です。上海菜館では、無料で、すぐに情報の更新ができ、また、お客様が写真をとって口コミで広げてくれるFacebookを活用しています。11時頃に日替わりランチを投稿し、「行ってみようかな」と思ってもらえるような発信を続けているほか、お客様が宣伝したくなるような目玉メニューと店員の人柄が鍵となっています。



中華食堂 龍鳳



あんかけ焼きそばの地元人気店、必要な対策の優先付けと中長期計画の検討に着手

北海道小樽市稲穂4丁目4-9

創業：1977年

従業者：2名

Facebook：<https://www.facebook.com/otaru.ryuuhou/>



ローカルフードで注目を集める「あんかけ焼きそば専門店」

小樽市民のソウルフードであり、市内約100店舗で提供されている小樽あんかけ焼きそばの専門店「龍鳳」は、小樽の地域活性化を掲げる市民団体「小樽あんかけ焼きそば親衛隊」の活動に積極的に協力し、全国放送のテレビ情報番組を始め、地元テレビ・ラジオ番組、新聞・雑誌に度々取り上げられる代表店舗の一つです。

人気の秘密は、美味しさ・超デカ盛り・ユニークなネーミング

若い二代目店主は、次々に新作メニューを創作し話題を集めています。定番の塩・醤油・海鮮に加え、「腹黒、ブラックサバス、ピンクフロイド、幸せの黄色いあんかけ焼きそば」と独特なネーミングセンス。また、通常店の超大盛りが、龍鳳の普通サイズという超デカ盛りで、具材も10種類以上、味も評判になる美味しさです。

課題は、老朽化した店舗の改装と冬季の集客対策

お客様が集中する平日ランチタイムや土日は、親子二人では対応し切れず、出前をやめ、提供メニューを絞る等、お客様にご迷惑をかけています。繁忙期は人手不足でも冬季閑散期を考えると、従業員雇用にも踏み出せません。また、約40年を経た店舗は、フロア・厨房ともに老朽化・狭隘化し、改装・設備更新の必要に迫られていますが、多忙で検討時間も十分に取れません。

必要な対策の優先付けと中長期計画の検討

お客様満足度の向上や作業効率化のためには、清潔感をアップする店内清掃や壁紙張替え、外装黄色テントの改修、母親の負担軽減のためのテーブル・椅子の軽量化、故障した冷水茶機の買換え、食洗器の導入、フロア・厨房の動線見直し等、たくさんの対策が考えられます。まずは、作業項目の洗出しと優先順位付け、費用見積りと効果の検討、資金調達を含めた中長期計画を策定し、生産性向上に向けた取組みを進める予定です。



営業者
モデル事業

平安楽

2016年トリップアドバイザー 第1位の更なる挑戦

岐阜県高山市天満町6丁目7-2

創業:1963年

従業者:2名

URL:

<http://j47.jp/heianraku-takayama/>



平安楽がトリップアドバイザーで 1位になった理由は？

平安楽は高山市の中華料理店で、トリップアドバイザー「外国人に人気の日本のレストラン2016」で1位を獲得したお店です。「Happy Cow」(ベジタリアン レストランの口コミ情報サイト)に掲載されたことが発端となり、外国人が来店するようになったとのこと。現在では、ベジタリアン、ヴィーガン、ハラール、食物アレルギー等、様々な食のニーズに対応した料理を提供しています。

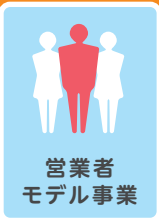
お客様の日本における 「食ストレス」の軽減を目指す

平安楽ではこの食のニーズを、食べたいものが食べられない=「食ストレス」と考え、ストレスフリーダイニングシートを作成し、できる限り食ストレスを軽減するよう対応してきました。店内の食事だけでなく、店外でも役立ててもらおうよう、帰り際にはこのシートをお渡ししています。なお、個別対応のため、料理の提供に時間がかかることも。

そのため待ち時間を楽しく過ごせるよう接客も工夫しています。トリップアドバイザーのコメントを見ると、お店のおもてなしに満足したコメントが多くみられるのも納得です。

自店だけではなく、地域を巻き込んだ おもてなしに進化

平安楽では、外国人のお客様をお迎えするお店もストレスを抱えており、そのストレスを認識し、軽減することも必要と考えています。平安楽の席数は僅か12席で、いつも予約でいっぱいです。何とか人気のお店で食事をしたいと考え、あきらめない外国人のお客様を断ることはお店の大きなストレスとなっています。そこで、周辺のお店に声をかけ「ベジタリアン対応レストランマップ」を作成し、配布することとしました。結果的には平安楽だけでなく、平安楽で食事ができなかったお客様のストレスを軽減し、かつ地域の飲食店にとってメリットとなる“三方良し”の対策となっています。



中華料理 敦煌江坂店



店頭デジタルサイネージでひきつけ、 斬新なメニューで固定客化

大阪府江坂市

創業:1958年(グループ会社創業)

従業員:20名

URL:<https://umaimon-osaka.co.jp/tonko-esaka/>



取組みの背景

小林物産株式会社は、饗屋(もてなしや)グループとして、敦煌(中華料理)3店舗・北海道(日本料理)1店舗を展開しています。うち中華料理の1店舗である「敦煌江坂店」は、昼間はビジネス街、夜と週末は住宅地という立地環境にあります。しかし、週末及び休日の集客力が弱く、江坂店のみ売上目標が達していない状況にありました。そこで、周辺住民が利用しやすいお店となるための改善に取り組むこととなりました。

取組内容及び経緯

検討の結果、次の取組みを行うこととなりました。

- 1) 住民であるファミリー層(子供連れ客)が利用しやすい店への改善
週末と休日及び平日のランチタイムは、店舗奥のお座敷席を除いて禁煙化。
- 2) 平日も含め客単価アップへのメニュー改定
家族で楽しめるように、女性や子供達が食べなくなるメニューを追加。また、お料理をおいしくする紹興酒の新しい飲み方も提案。

- ① 週末(土日)限定でシェフのおすすめ定食提供。
 - ② 食事のシメの麺としてミニ台湾ラーメン(茶葉蛋入り)を提供。
 - ③ 食事のシメのデザートとしてブラックタピオカ(ふっくらクリーム付き)提供。
 - ④ お昼定食に当店自慢の水餃子1つサービス。
準備でき次第実施予定。
 - ⑤ 甕出し紹興酒の美味しさを一層引き立てる特製干し梅提供。台湾から調達後に実施。
- 3) デジタルサイネージを設置して通りからの客を店内誘導
店頭でデジタルサイネージを設置。静止画に動きと音楽を加えてメニューを提示。

取組みの成果と今後

短期間で週末の家族連れを集めるためのお膳立ては揃えることができました。これから細かな改善等も行い、成果はこれから少しずつ出てくるとみられます。スタッフ一同で新しいメニューや取組みをお客様に紹介して、収益アップを実現していきます。



営業者
モデル事業

China Modern Liang You(良友)



タブレットを使ったSNSで お客のつながりを強化

兵庫県神戸市

創業:2005年

従業者:20名

URL:<http://www.ryoyu-shuke.com/CMLiangYou/>



お客さまとのつながりを大事にしたい

当店は、神戸市山中手通で長年営業していた広東料理・火鍋「良友酒家」のセカンドラインとして、2005年に三宮にオープンしました。おしゃれでモダンな空間と、本場の料理・点心とお酒を提供しており、いわゆる著名人も多く訪れるお店として有名です。

そのような中、店長の潘さんはお客様とのつながりをさらに緊密にしたいとの思いをもっていました。

対策の内容

そこで次のことに取り組みました。

①タブレットの購入

タブレットを購入し、FacebookとInstagramを一層充実させることにしました。

②外国語翻訳機(ポケットーク)

最近では自動翻訳機の性能も上がっています。外国人のお客様も多いという当店で活用できると考えました。

③着脱式簡易スロープ

車椅子のお客様でもスムーズに店内にお越しいただけるようスロープを設置しました。これまでは、電動車椅子のお客様はお断りしていました。

取組みの成果

タブレットを使うことで、例えば「今週のおすすめランチ、おすすめ火鍋コース」等新たなメニューを簡単にアップできるようになりました。その場で写真を取り、そのままコメントを入れてアップができます。以前は一週間に一度更新していましたが、毎日情報を更新するようになりました。常連さんからの反応が多く寄せられるようになりました。

外国語翻訳機(ポケットーク)においては、外国人のお客様の注文をとるのがスムーズになったことはもちろん、厨房の中国人とのコミュニケーションも円滑になりました。

着脱式簡易スロープにおいては、お客様から感謝の音がかけられました。近年バリアフリー対策は必要不可欠になっているともいえます。

今後の課題

これらのシステムを活用し、今後は顧客管理システムの導入に取り組み、一層お客様の満足度を高めていくことを予定しています。

業界動向

消費者動向

経営改善のヒント

取組事例

お役立ち情報



先進事例

中国料理 浜木綿



便利ツールの積極活用で、 お客様と従業員の満足度を高める

愛知県名古屋市昭和区山手通3-13-1

創業:1968年

従業者:228名(パート・アルバイト1,423名)

URL:<http://www.hamayuu.co.jp/company/index.php>



ICTを活用し、奥深い中国料理の文化を伝える

中国料理 浜木綿は、愛知県を中心に中国料理を提供するレストランチェーンです。開業から50年が経ち、5世代にわたって来店されるお客様もいる等地域に愛されているお店です。

更なるお客様へのおもてなしとして検討しているのが、iPadを用いたタッチパネル式の注文機器の進化です。単にメニュー選択をするのではなく、料理の素材や料理の由来、調理工程の動画等も見てもらい、メニュー選びの参考にしてもらったり、料理を待つ間等に親子で中国料理の文化を知ってもらいたいと考えています。

作業効率を上げる 便利な器具の積極活用

浜木綿の一部店舗では、自動中華鍋洗い機を導入しています。中華鍋を使う調理時間と次の料理をつくるまでに中華鍋を洗う時間は、概ね同じ所要時間です。そのため鍋洗い機を導入することで、洗い機に入れている間は別の中華鍋で調理を行い、

次は洗い終わった中華鍋を使うというように、常に調理に時間をかけられるようになります。単純に2倍の調理が可能となり、忙しい時間帯には非常に役立っています。

誰でも働き続けられる環境づくり

10年前から、メニュー開発のトップは女性従業員が務めています。住宅街に店舗をかまえている場合、平日昼のメインターゲットは主婦となります。そのため、女性視点で開発を進め、野菜が多く、あっさりとした味付けにする、アマニ油等をアピールする等、女性に喜んでもらえるような工夫をしています。

また、従業員は材料の仕入れや調理、売上管理等、全ての工程を経験し、店舗全体のマネジメントができるような教育体制となっています。女性や高齢者にとって、大きく重たい調理器具や暑い調理場はより大変なことから、調理道具や寸胴の小型化、軽いチタン製鍋への変更等、誰もが働きやすい労働環境への改善を継続的に行っています。

メモ

A large rectangular area with rounded corners, containing 25 horizontal dotted lines for writing. The lines are evenly spaced and extend across the width of the page.

困ったときは・・・

● 経営に関しては：

都道府県生活衛生営業指導センター

営業活動を行う中での悩み等、経営全般に関する相談ができます。

web http://www.seiei.or.jp/db_meibo/3.html



● 融資に関しては：

株式会社日本政策金融公庫

生活衛生関係事業者向けの融資制度(生活衛生貸付)の相談ができます。

事業資金相談ダイヤル

TEL: 0120-154-505 (平日9:00~17:00)

web <https://www.jfc.go.jp/>



● 雇用関係の助成金に関しては：

各都道府県労働局またはハローワーク

最低賃金の引上げに向けた取組みの支援(業務改善助成金)や非正規雇用労働者の企業内キャリアアップの促進(キャリアアップ助成金)、人材確保等を支援する助成金(人事評価改善等助成コース・設備改善等支援コース)等様々な助成制度があります。

web https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyou/kyufukin/

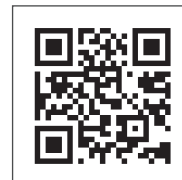


● その他の相談

よろず支援拠点

中小企業・小規模事業者が抱える様々な経営課題の相談ができ、一步踏み込んだ専門的な助言が何度でも無料で受けられます。

web <https://yorozu.smrj.go.jp/>





● 受動喫煙対策に関する助成金等(厚生労働省)

中小企業事業主による受動喫煙防止のための施設設備の整備に対し助成することにより、事業場における受動喫煙防止対策を推進することを目的としています。

web

<https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000049868.html>



なお、上記URLの事業のほか、2019年度より、「労働者災害補償保険の適用を受けない事業主(一人親方等)」に対する助成も実施いたします。

全国中華料理生活衛生同業組合連合会の紹介

全国中華料理生活衛生同業組合連合会(全中連)は、国が制定した「生活衛生法」に基づき、公衆衛生、食品衛生水準の向上と、経営に寄与することを目的とした、厚生労働省認可の全国の連合会組織です。

web

<http://www.zenchuren.or.jp/index.htm>



● 料理講習会の開催

料理講師を招き、メニュー開発や改良に役立つ実践講習を実施しています。素材の選定方法、活かし方、また、下処理などにも思わぬ発見があります。

● 全国大会の開催

毎年、全国の組合所在地で全国大会を開催しています。大会では、年間活動計画のテーマとなるスローガンを掲げ、組合内外の諸問題に関する論議を深めるとともに、組合員同士の意見交換を行い、交流会で親睦を深めています。

● 広報紙の発行

「全中連広報」を発行しています。生活衛生法や食品に関する最新情報、組合員に直結するニュース、また、各地方組合の取組や、推進目標の掲示、表彰、料理研究、イベント告知などを掲載しています。

● 生命共済制度

無審査で加入できる生命共済制度があります。他の制度や保険とは関係なく共済金が給付されます。一年毎に決算を行い、剰余金があった場合には配当金として還付される仕組みです。

厚生労働省 生活衛生関係営業の
生産性向上を図るための
ガイドライン・マニュアル作成事業

今日から実践!
収益力の向上に向けた
取組みのヒント

中華料理店編