

健康を打ち出した業態変更とセルフオーダーの両輪効果で売上増加を実現!



北海道でそば店を展開する有限会社一休そば総本店。そば業態では初導入となる「メニューくん」について、上層部3人に語っていただいた。



代表取締役 早川陽介氏

陽介氏（以下、陽）「一休そば」は、1975年に我々の父が北海道・苫小牧で創業した、家族や女性が来られるファミレス型のそば店です。私が入社した04年には「家業から企業へ」をスローガンに店舗拡大や時代に沿った業態転換など、さまざまな展開を行なってきました。

そして16年には「そばを通じて皆さまを健康にしたい」という想いから、「満天食堂一休そば」へとリブランディングしました。

耕平氏（以下、耕）「当店のそば湯も高い栄養素を持ち、見た目が金色のため「金のそば湯」と呼んでいます。このそば湯を各テーブルに置き、つゆを割るだけでなく、そのままでも飲んでもらうことをすすめるなどの新しい試みも行なっています。

賢氏（以下、賢）「主に健康効果が期待できる商品展開をしようと、メニューを一新。そば粉は豊富なルチンや亜鉛、ビタミン群などを含む新品種「満天きらり」という韃靼そばに変えました。また揚げ油には抗酸化力の高いこめ油を、定食のお米には食物繊維が豊富な麦めしを使い、健康食を打ち出したのです。

陽「一方、少子高齢化による生産人口の減少で、現場の人手不足が深刻化しています。北海道・札幌市内は割と人も集まるのですが、地方に行けば行くほど人が集まらない、定着しないという問題が生じています。人手不足となれば、一人あたりの負担も大きくなるためモチベーションもあ



常務取締役 早川賢氏

がらない。こうした課題解決の一つとして挙げたのが、セルフオーダーシステムの導入でした。

賢「導入コストも決して安いものではないので、我々のようなそば業態にも合うのか、費用対効果は得られなかったか、さまざまな議論を繰り返しました。しかし、まずはチャレンジしてみようと、「満天食堂一休そばイオンモール苫小牧店」で「メニューくん」の導入を始めたのです。

店の雰囲気向上にも結果

耕「私は苫小牧店の現場に立っているのですが、「メニューくん」の導入に

メニューくん導入でココが改善!

- ▶リブランディングとメニューくんの両輪効果で、売上げ昨年対比105~200% UP!
- ▶人件費率 2.5 ~ 3.5%減!
- ▶ヒューマンエラーがなくなり、お客満足度向上!



取締役 本部長 早川耕平氏

よって、さまざまな効果が生まれたと感じています。なかでも、これまでの運営限界人数を減らして4人でも売上げが立つたことが大きかったですね。導入によってスタッフの作業に変化もなく、スムーズな営業を続けられたこともよかったです。

また、スタッフを呼ぶコールが減ったことで、店内が静かで落ち着いた雰囲気になりましたし、オーダーミスなどのヒューマンエラーもなく、お客さまの満足度は確実に上がったと



数あるセルフオーダーシステムから「メニューくん」を選んだのは、紙のメニュー表のように自由なデザインが組み、表現しやすい。特にシズル感や季節感を打ち出す料理写真に大小がつけられ、売りたい商品やお勧めを明確に伝えられることが魅力だったという。



shop data

満天食堂一休そば 千歳店

- 北海道千歳市北斗2-10
- 営業時間/11時~15時、17時~20時
- 店舗規模/105坪88席
- 客単価/900~1000円

実感しています。

賢「人件費で言うと25~26%だったのを、22.5%まで落とすことができました。ランニングコストとして月額5万円を要しますが、人の採用や教育を行なうとなるともっとかかりますから、トータルで見ると絶大な効果ですね。

耕「結果、苫小牧店はリブランディングとセルフオーダーシステムによる回転率アップの両輪効果で、売上げ昨年対比105%から最大200%まで伸ばすことができましたね。

作業負担の軽減などにつながると考えています。

陽「現在当社では直営5店の他、パートナーシップ店も6店あります。エリアの異なる直営3店での結果を基に、人材不足で困っているパートナーシップ店への導入も進めていきたいですね。

我々は、そば店の展開だけで終わらせるつもりはありません。一人でも多くの方がそばを食べ、健康になって欲しいとの思いが根底にあるので、もしかすると今後はパンやサプリメントなどの開発もできるかもしれません。そば業界の形をいい意味で壊し、もっとそばという文化に貢献できる活動を北海道から広めていきたいと考えているのです。