

天然本鮪と赤酢シャリで作り上げる、至高のまぐろ丼

まぐろ丼専門店「まぐろとシャリ」。このお店を監修しているのが、都内屈指の予約困難店として知られる銀座鮪店『はっこく』の佐藤博之氏。25歳で鮪の世界へ入り『鮪とかみ』で大将を務めた際、わずか半年でミシュランの星を獲得し、以降4年連続でミシュランスターシェフであり続け、2018年に銀座で『はっこく』をオープンさせた人物だ。

「まぐろとシャリ」では「天然の本鮪」にこだわっており、プロの目利きにより厳選された良質なまぐろを独自のルートで仕入れている。また、丼としては珍しい赤酢シャリを使用しており、お米は最高のバランスを考え選び抜かれた新潟の「こしいぶき」。濃厚でまろやかな旨み特徴の赤酢は、試行錯誤を繰り返し、たどり着いたオリジナルブレンド。こだわりのコク深いシャリが、良質なまぐろの美味しさをより一層引き立てている。



自分好みのまぐろ丼を

メニューはまぐろ丼のみとなっており、まぐろやシャリの量をお好みで楽しむことができる。まぐろ丼のサイズは「中」（1500円）を基準に、「小」（1200円）、「中の大」（2000円）、「大」（2500円）そして「大の大〜極（きわみ）〜」（3500円）という5種類を展開し、量の選択が豊富。まぐろもシャリもお好みの量やバランスに調整可能だ。（まぐろをたくさん食べたければまぐろ増量トッピング等。）さらに、まぐろの他に8種類のトッピングメニューが存在。納豆、卵黄（各100円）、アボカド、キムチ、トロロ、九条ねぎ（各150円）、イクラ（600円）、ウニ（800円〜）

を、お好みでまぐろ丼に追加できる。ウニやイクラをのせてちょっと豪華に、納豆やアボカドでヘルシーにと、好みに合わせて自分のオリジナル丼を、その日の気分に合わせた最高の食べ方をできるのが「まぐろとシャリ」流である。



まぐろとシャリ 渋谷店
東京都渋谷区渋谷1-6-4

天然本鮪を贅沢に使用したまぐろ丼の極み

こだわりの詰まった本格的な味わいでありながら、まぐろを漁船から直接買い付けているため価格は手頃。職人が手がける本物の美味しさを、より多くの方々へ楽しんでもいただければと思う。

お客様の声 「Partner」 購読お申込み

1. Vol.199の内容はいかがでしたか？

☐ 良かった ☐ 普通

2. 弊社製品・サービスでご興味をもたれているものはありますか？

☐ オーダーエントリーシステム ☐ マルチ決済 ☐ セルフショット
☐ サービスショット ☐ ハンディ端末 ☐ テーブルショット ☐ 自動発注
☐ 棚卸し探偵団 ☐ e-foodオーダー ☐ ウイルスゲート・ショット

3. ご希望のサービスにチェックし、以下をご記入ください。

☐ 「Partner」の定期購読 ☐ 「Partner」のバックナンバー

会社名	TEL
役職	FAX
氏名	E-mail
住所	

※ 記入いただいた個人情報、適切な管理の下、パートナーの発送のみに利用させていただきます。

4. ご意見ご要望などございましたらご記入ください。

お客様係 FAX 03-5649-2055

お手数ですが上記まで FAX をお願いいたします

オゾン・次亜
塩素酸…薬剤は
ご自由に！薬剤噴射型
除菌AIロボット

新型コロナウイルス等の感染予防対策の
啓蒙活動や利用企業のPRなどのインフォ
メーション活動も可能。
お客様への「安心材料アピールロボット」
として、ご利用ください。

コロナを心配しているお客様も、安心して来店できる心配り！

資料請求は
こちらまで

株式会社 アルファクス・フード・システム
〒756-0039 山口県山陽小野田市千崎128番地
TEL:(0836)39-5151(大代表)



—— 食文化の発展に情報システムで貢献する ——

株式会社 アルファクス・フード・システム

SSS東京本部 〒103-0016 東京都中央区日本橋小網町9-3キャナルタワー3F・5F
TEL：03-5649-2100 FAX：03-5649-2055

本社/AA0ビル	〒756-0039	山口県山陽小野田市千崎128番地（江汐公園内）
大阪営業所	〒532-0004	大阪府大阪市淀川区西宮原2-7-38 新大阪西浦ビル701号
福岡営業所	〒812-0011	福岡県福岡市博多区博多駅前 3-23-12 博多光和ビル 3F
広島営業所	〒730-0022	広島県広島市中区銀山町3-1 ひろしまハイビル21 16F
札幌営業所	〒060-0807	北海道札幌市北区北七条西2-8-1 札幌北ビル9F

Partner

パートナーvol. 199 2022年5月号

昨日の敵は今日の友。
ネット通販との競争で営業赤字に陥った苦い経験を持つヤマダHDが、amazonと提携し、ハード売り中心のビジネスモデルの展開に目処をつけ、新しい業態開発の足掛かりを得るなど、あえてライバルと手を組むことで業績を伸ばす先駆者が台頭してきた。ヤマダHDは、スマートテレビの共同開発をキッカケに「スマートホーム」のショールーム化を構想しており、利幅の薄いハード売りはネットに任せ、配送・設置・下取りなどリアル店舗ならではの収益源を確保するという戦略を創案しているとのこと。ネット販売とリアル販売、それぞれの「強み」を活かし、協業することは、私たち消費者から見れば、ありがたい事。こうした利便性の追求や付加価値提案は、今後業界を跨いでスタンダードモデルとなっていくだろう。
8年前くらいに「まいどおきに食堂」など運営するフジオフードとファミリーマートが協業し、コンビニー体型食堂をオープンした。しかし、その後、華々しい話は聞かない。時期が早すぎたのか…。時代が追いついた今、新しい取り組みが登場してくることを、楽しみにしている。

繁盛店への虎の巻

いよいよ人件費10%台で「繁盛店」を目指す時代が目前に迫っている（3）

フードベンチャースポット

4年連続ミシュラン獲得の実力シェフが監修する「まぐろ 丼店」が開店！

券売機を再発明しました

完全無人化対応
豊富な決済手段で集客力アップ♪

現金 電子マネー
QR決済 クレジットカード

d払い Pay
VISA Mastercard JCB LINE Pay R Pay
au PAY PayPay
PASMO nanaco
SUICA SUGOCA nimoca はやみかた
楽天Edy ID

※「PiTaPa」はご利用いただけません

助成金 (2/3 補助) 対象商品

東京中小企業振興公社（感染症対策助成事業）

58万円～

注）上記金額は助成金確定後の実質負担となります。

格言

経営・サービスのヒントとなる
格言をご紹介します貴人
(きじん)

貴人とは自分の人生を善い方に導き変えてくれるような、自分より、はるかにレベルの高い人のことです。若いときは、こういう貴人に会いたい、誰か自分を引き上げて向上させてくれないものかと思ったりするものです。人生も後半になると、「ああ、あの人が自分にとって貴人だったんだな」とわかってきます。夢を持ったり目標を持って一生懸命やっていると会うべき人にはちゃんと会えるようになっていたり、知るべき情報はちゃんと知るようになっていくことがわかります。

さあ、今までは先人達に手を引いて導いてもらいました。本当に有り難いことです。人生も後半に入ってくれば今度は私たちが誰かの貴人になってあげる番です。時間を無駄にすることなく、これまでの経験や知識をより洗練させ、少しでもこれまで蓄えてきたノウハウを後から来る人達に伝えていきたいです。

フードダイジェスト

外食業界に特化した
気になるニュースを毎日更新



■4月より「プラスチック新法」が施行！

「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律」、通称「プラスチック新法」が2022年4月1日から施行される。テイクアウト用のカトラリーも規制対象となり、飲食店にも影響が出る。

同法案は、プラスチック使用製品の設計から廃棄物処理までのライフサイクル全般で、あらゆる主体（自治体や事業者、個人など）におけるプラスチック資源循環の取り組みを促進することを目的としており、事業者によるプラごみ排出などを抑制する意図も盛り込まれている。

飲食店に対しては、無料配布しているプラスチック製の使い捨てフォークやスプーンを有料化もしくは紙製や木製のものへ変更するよう求める。対策を取らない店舗には政府が改善を勧告・命令。従わない場合は50万円以下の罰金を科すという。規制対象となるプラスチック使用製品は全12品目だが、飲食店に関わる製品は、「①フォーク ②スプーン ③テーブルナイフ ④マドラー ⑤飲料用ストロー」の5品目。

■飲食店の「感染対策」、客が最も重視していることは？

コロナ禍生活も丸2年経つが、特に外食産業は厳しい状況が続いている。お店を選ぶ際に重視していることなどについて調査を行なったところ、「感染対策の徹底」が最も多く57.6%。次いで「店舗や従業員の清潔感（40.0%）」「客数（3密の回避）（39.5%）」、「店内の席数（30.5%）」「個室の有無（25.9%）」と続いた。また、お店の感染対策で特に徹底してほしいことは、「従業員のマスク着用の有無」が最多で59.1%。その他「客席の感染対策（40.4%）」や「トイレなどの共有スペースの感染対策（27.1%）」など、不特定多数の人が触れる場所の除菌を求める声が多かった。さらに、今後コロナが落ち着いたとしても衛生管理や感染対策の徹底を継続してほしいかを尋ねたところ、「とてもそう思う」と「ややそう思う」を合計した割合は91.2%と、多くの人が感染対策の継続を望んでいることがわかった。※調査：㈱ワカヤマ（期間：3日間 対象：全国20代～50代の男女 1,001名）

■コロナ禍での飲食店コラボの取り組み。

外食産業にとってコロナ禍での厳しい社会情勢が続く中、それぞれの企業が手を取り合い協力しながら生き残りを図り、自社を発展させていくことが重要ではないか。2021年度にあった外食企業のコラボレーション事例を紹介する。

- 鳥貴族×串カツ田中
お互いの新メニューを考案。両社のSNSアカウントフォローでプレゼントキャンペーンを実施。
- あきんどシロー×sio
フレンチと海鮮をかけた合わせたテイクアウト弁当（すき焼き海鮮しゃり弁）の販売。
- 三代目たいめいけん×HOT SAND LAB mm
ハンバーグとホットサンドのコラボメニュー（たいめいけん 三代目室町ハンバーグサンド）を提供。
- est×はっこく
1日限りの『est×はっこく 和と仏の美食コラボレーション』を開催。

■開業3ヶ月間で「ザックザクカレーパン」1万食の販売を達成した「小麦の奴隷」
高級食パンブーム、コロナの自家需要などにより、パンの市場はますます活況を呈しているかに見える。2018年～2020年の平均ではコメが2万3815円に対し、パンは3万1391円と、パンにかかる出費がコメを大幅に上回るようになった。 ※総務省家計調査

そんな中、HJ（堀江貴文イノベーション大学校）に集まったメンバーの中、サロンコミュニティから堀江氏の声かけによって生まれたのが、株式会社むぎの（本社：北海道）が運営する「小麦の奴隷」だ。
2020年、北海道の大樹町店でスタートし、30店舗を展開する。

起業にあたりビジネスモデルの核としたのは、1.冷凍の生地を使う、2.地方展開、3.地域特性を生かした店舗の独自性の3つだ。
ベーカリーの仕事は、酵母を扱う技術などの習得が難しいだけでなく、早朝から夜まで、立ちっぱなしの長時間労働が必要になる。それを独自開発した冷凍生地を利用することで、職人技を要し、体力的にもきつ「仕込み」の過程をベーカリーの業務から取り除いた。

そして、人口5万人以下の小さな地域ほど、「町のパン屋」が求められている為、地方展開を核とし、更に、地域の産品を使ったオリジナルメニューの販売などで、店舗ごとの付加価値を高めている。

業績は、地域・店舗により差はあるが、1号店の大樹店は、人口5,400万人の町で年間4,000万の売上を得ている。

こちら飲食店繁盛支援室 繁盛店への虎の巻

繁盛店への近道 いよいよ、人件費10%台で「繁盛店」を目指す時代が目前に迫っている（3）

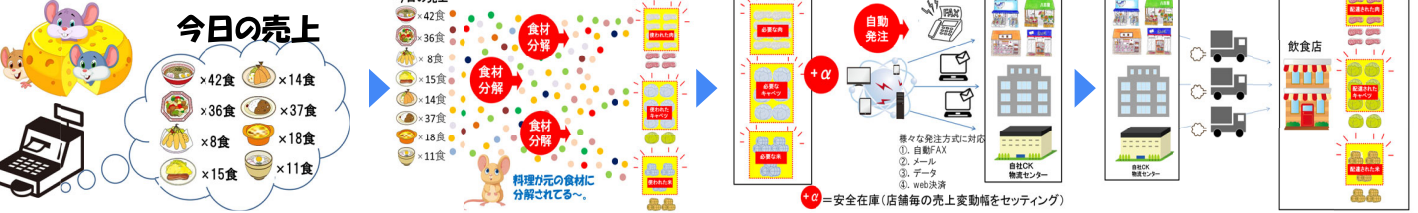
■飲食店は、経営的に言うと「メニュー」ではなく「食材を売っている」

飲食店には必ずレジがあります。このレジでは「売上金額」や「売れたメニューの数量」が分かります。そのデータを元にして、営業分析帳票などが作成されます。しかし、仕入れているのは「食材」です。このように殆どの飲食店では、売れたもの「メニュー」と仕入れたもの「食材」は全く紐づけられていません。これでは本当の意味の経営とは言えないのではないのでしょうか。実は飲食店を経営から見ると「食材」＋「サービス」を売っている業態なんです。レジからはあたかも「メニュー」が売れているように見えますが、本質的には「食材」を売っているのが飲食店なんです。

■レシピがあれば、食材使用量が分かり、自動発注が出来る。

レジで売れた「メニュー」にレシピが紐づいていたら使われた食材の量が分かります。これが飲食業に必要な管理会計なんです。食材毎に使われた量が分かれば、必要な食材の量も計算出来ます。このような計算はコンピューターが得意です。後は「在庫切れしない為の必要在庫量」を決めれば発注数量が計算されます。このようにコンピューターが計算した発注数は、これまでのように人が「勘」で発注するものより格段に正確になり、在庫も大幅に減ります。

じどうはっチューって なに？？



急速に普及するモバイルオーダー 先行店の3つの導入理由

採用理由1

人手不足の解消

注文を受ける作業をモバイルオーダーに置き換えることで
少人数でも効率のよい運営が可能となります。

採用理由2

テーブルオーダー端末が不要

ファミレスや居酒屋で導入が進んだ「テーブルオーダー端末」は、もう不要。電源工事也不要で、導入コストが激減しました。

採用理由3

来店忌避要因の回避

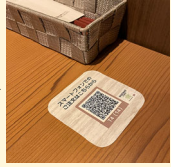
定員との会話やメニューブック、テーブルオーダー端末に触ることを嫌がるお客様が増加。自分のスマホでオーダーできるので清潔好きなお客様も安心してご来店いただけます。

お客様のスマホが オーダー端末に！

STEP1

メニューの取得

テーブルにお客様のスマホが
オーダー端末になるとご案内します。



STEP2

スマホからオーダー

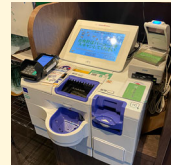
メニューのオーダー。
キッチンプリンターやディスプレイからオーダーを確認できます。



STEP3

決済をする

レジでの決済は、もちろんのこと、スマホ注文完了次第、クレジット決済も可能です。



セミナー情報

株式会社アルファクス・フード・システム
が厳選したためになるセミナーを紹介します

カフェ・喫茶店・コーヒービジネスに関する製品・サービスが一堂に集まる専門展

TokyoCafe Show

第10回

会期：2022年7月27日(水)～29日(金)
10:00～17:00
会場：東京ビッグサイト 東展示棟 4～6ホール

世界中のあらゆる種製品・専用調理器具が集まる専門展

Japan Noodle Show

第1回

会期：2022年7月27日(水)～29日(金)
10:00～17:00
会場：東京ビッグサイト 東展示棟 4～6ホール

テイクアウト・総菜 & デリカ向け食品・資材・サービス専門展

Take-out & Delicatessen Show

第1回

会期：2022年7月27日(水)～29日(金)
10:00～17:00
会場：東京ビッグサイト 東展示棟 4～6ホール

除菌・殺菌・換気対策・清掃などの食中毒・衛生対策専門展

食中毒・店舗衛生対策展

第2回

会期：2022年7月27日(水)～29日(金)
10:00～17:00
会場：東京ビッグサイト 東展示棟 4～6ホール

見て、学んで、美味しく、お買い物ができる！

第7回 オーガニック ライフスタイルEXPO2022

同時開催 SDGs Lifestyle Forum
第3回SDGsライフスタイルフォーラム2022

オーガニック3.0を推進する～持続可能な開発目標 SDGsの実現に向けて

2022年 9月16日(金) 17日(土) 18日(日) 10:00～17:00
東京都立産業貿易センター 〈浜松町館2～5F〉
入場料：1,000円 ※招待状持参、事前入場登録で入場無料
主催：一般社団法人オーガニックフォーラムジャパン (OFJ)

2022年度
出展者
募集中!

集い、繋がり、交流し、さらなるオーガニックワールドの創造を