

裏参道での人気店は

表参道の裏通りの住宅街にある「裏参道ガーデン」の中の人気店のひとつ、「味甘CLUB」があります。一見すると古い普通のアパートの様な外観で、知らなければ気がつかない場所にあります。

こちらではSNS等で話題になっている、まるで丸い水晶のような透明感のぷるぷる和スイーツ「天使の涙」を頂くことができます。あんこが入っていない、口溶けなめらかで、のど越しのよい水まんじゅうに、香ばしい“きなこ”と、甘さ控えめの黒蜜を合わせたもので、テイクアウトが不可能なため「幻のスイーツ」とも呼ばれています。



味甘CLUBイチオシメニュー「天使の涙」

一番人気のプルンプルンの「天使の涙」は、天然素材を使用しており、北海道産のきなこ、無添加の黒蜜、寒天を使わずに海藻由来の原料を使用しています。また、低カロリーでヘルシーなので、女性に大人気です。「天使の涙」のプルンプルンの見た目は、海藻由来の原料から形を作るギリギリの秘密の配合で作られています。さらに、「天使の涙」の雰囲気を出すために限定品のお皿を使うことで世界観を出しているの、味覚と視覚と一緒に楽しむことができます。食べるときは、きなこ黒蜜をたっぷり絡めて、味と食感を楽しめます。

「天使の涙」は、お茶との相性がピッタリで、中でも「黒豆茶」との相性は抜群です。黒豆茶は、食物繊維、ポリフェノール、アントシニアンが豊富なのでアンチエイジングにも効果的です。

自分で焼ける体験型のみたらし団子！

「味甘CLUB」では、体験型メニューがあります。それが「みたらし団子」です。目の前の七輪でお団子を焼いてモチモチのお団子を食べることができます。最初にお団子と2種類のタレと、餅焼き網の乗る七輪を出してもらいます。お団子の串に餅が4玉刺さっており、一本づつ違う味で楽しんでいただくのが主旨とのこと。お団子に付けるタレは、11種類のみたらしソースから2種類を選ぶことができます。中には、プレーン・柚子胡椒・バジル・シナモン・花山椒・カレー・わさび・七味・コチジャン・梅・ペペロンチーノの11種類の中から2種類を選び、自分がカスタマイズした「みたらし団子」を食べることができます。外国の方はもちろん、カップルや友達同士でも盛り上がること間違いなしです。ぜんざいやお餅、和パフェなどメニューも色々あるので、新感覚の和スイーツに出会うことができます。



味甘CLUB(みかんくらぶ)
東京都渋谷区神宮前4丁目15-2
裏参道ガーデン1階

1. Vol.203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は、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

これまで17000物件の賃下げに成功。
平均33%の家賃交渉が可能です！

全国家賃データベースを元にあなたのお店の
適正家賃を無料算出！！

家賃を減額できる可能性が高いテナント

- ✓ 賃料25万円位上で、入居2年以上経っている
- ✓ 家賃を下げたいが、貸主さんとの関係を悪くしたくない
- ✓ 自ら値下げ交渉をしてみたが、減額に応じてくれなかった
- ✓ 固定費をできるだけ削減したい



お問合せはこちらまで

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5F
TEL：(03) 5649-2100 坂本・山口

—— 食文化の発展に情報システムで貢献する ——			
株式会社 ALPHAX FS CO., LTD.	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/AAO本社	〒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. 203 2022年9月号

人口減少、コロナを引き金にした外食離れ、パート・アルバイトの人材確保難など、外食産業を取り巻く環境は、今後ますます厳しくなっています。しかし暗い経営環境の中でも、元気に成長している外食企業の視点から目が離せません。成長の視点は、大きく分けて2通り。1つは「海外出店」。もう一つは「新発想の業態開発」です。

海外出店では、全国67店舗展開するラーメンレストラン「どうとんぼり神座」が、本年7月にハワイに進出したのをキッカケに全米での展開を目標に掲げています。国内での販売価格は1,000円以下ですが、ハワイ店は2,000円近く（\$13.99）。世界中から観光客が訪れるハワイでブランド形成を目論む同社に目が離せません。また業態開発では、海外旅行にいけない消費者の代替欲求をみたと「外国料理屋」や、抑圧された感情を発散できる「エンタメ要素」を織り込んだ業態が注目されています。元気なお店を見るだけで明るい気分になりますね。

繁盛店への虎の巻

常連客の来店間隔を「週1」→「週2」にする、一人接客の勧め。

フードベンチャースポット

幻のスイーツ「天使の涙」がSNSで話題沸騰中！

これからの飲食店運営！ 店舗DX化を全面支援

- ✓ お客様のスマホがオーダー端末に！
- ✓ キッチンプリンター連動で、オーダー通しの自動化
- ✓ 配膳ロボット導入で、配膳・バッシングの自動化
- ✓ 会計の自動化（セルフレジ）で、会計処理の自動化
- ✓ 自動釣銭・キャッシュレス対応で、締め処理の軽減

モバイルオーダーシステム



格言

経営・サービスのヒントとなる
格言をご紹介します



即実行
(そくじっこう)

あなたの「今」は、あなたの人生そのものです。

「今」できないことは一生できなくなります。考え方を切り替えるなら、行動するなら、「今」それを実行しなくては、明日ではできなくなり、一ヶ月後、一年後でもできないものです。

そして、実行できたら、その「今」をできるだけ多くしていくことが大切です。そうすると、それが自然に身について、それからは無意識のうちにムダな時間を過ごすようなことをしなくなります。人間の行動の大半は無意識の行動ですから、そういうクセをまず身につけることです。そして、何か思いついたら、時を逃さず「今」即実行することが肝心です。そうしていると、あなたの人生は必ず晴らしいものになります。

■飲食店のDX導入、約81%の店舗が効果を実感。
現在、国は2025年までのDX化を推進しており、飲食業界では、食材の発注を紙からオンラインに移行することや、支払いをキャッシュレス決済に変更することなどがDXに当てはまるが、経営者はどのように考えているのか。アンケートを行なった。
〔調査時期：2022年3月11日～3月16日/調査対象：全国の18歳以上の飲食店経営者（マクロミル登録モニター）/有効回答数：1141件（男性853件、女性288件/調査機関：ホットペッパーグルメ外食総研）
「DXに興味・関心がある」のは、42.8%だが、既に何らかのデジタルツールを導入しているのは、55.6%だった。
「いずれかのデジタルツール導入で何らかの効果を感じているか」という質問には80.6%が「効果あり」と回答。特に効果を実感していると挙がったのはハンディ（95.0%）と「人事労務管理」系ツール（94.9%）だった。
尚、DXによって得られている効果としては、「売上UP」（48.1%）、「顧客満足度UP」（37.5%）、「経営数値管理の強化」（24.4%）が上位に入った。デジタルツールはコスト削減や業務効率化の効果を狙うものだと思うが、売上が顧客満足度の向上への効果を実感している経営者も多いことがわかった。

■サンマルクが、ベーカリースキッチン「ohana」と、マスターFC契約し全国展開へ
サンマルクホールディングス(本社 岡山市)が、国内で14店舗を展開するベーカリースキッチン「ohana」を運営するグリーンルーム(本社 埼玉県本庄市)と先月、マスターフランチャイズ契約をし、全国でFC展開を始めると発表した。
「ohana」は、2014年5月に本庄市に本店を出し、現在スクラッチベーカリーとして、直営店6店舗・FC店8店舗の14店舗を関東を中心に展開している。都内には有明ガーデン、月島などに5店舗あり、ハワイ語の『ohana』が意味する“家族”をキーワードに、「豊富な種類で家族みんなが楽しめる」「本格的でも手軽でカジュアル」「安心・安全を徹底したパンづくり」を目指しているとしている。

■ゼットン、名古屋・柳橋中央市場の一角に和食店「こ盆」を出店
ゼットン(本社 愛知県)は、名古屋の胃袋を支え長年愛されてきた通称「柳橋市場」の一角に、柳橋中央市場直結ならではの新鮮食材をいかした和食業態「こ盆」を7月12日に出店した。
柳橋市場は、名駅エリアの西側に広さ約4000坪・約300の店舗が並ぶ柳橋中央市場の通称で、明治の後期からと歴史も古く、全国最大級の規模を誇る民間の食品卸売市場となっている。
「こ盆」では、柳橋市場直結ならではの鮮魚・肉など多様な食材を新鮮な状態で仕入れ、経験豊富な料理人がその時の最も旬な素材の良さを最大限に引き出した季節料理・季節鍋を提供する。また、東海・東海地産地消にこだわり厳選された旬の食材を使用した季節料理も楽しめ、おすすめは、当日の注文も可能な「おまかせコース料理」(6,500円/税込)。

■鮎忠が、小田原で百余年の歴史ある老舗鰻料理店「柏又」を、子会社化
鮎忠(本社 東京都)は、明治3(1870)年創業で152年の歴史を有する老舗鰻料理店「小田原柏又」を有する柏又(本社 同)を、7月1日に株式譲渡により子会社化したと発表した。
今後は同社の100%子会社として、新たに柏又を設立し、既存の外食事業の強化を図り、鮎忠グループの企業価値向上に努めていくとしている。柏又は、地域と密着し長い歴史を有しながら、事業継承に課題を抱えていたという。
一方同社の外食事業は、コロナ禍や原材料の値上げ等により事業の縮小を余儀なくされており、優秀な従業員の働き場が減少してしまうという悩みがあったという。今回のM&Aにより、柏又にとっては事業の継承に、同社にとっては外食事業における多ブランド化の実現、さらにはこれまで首都圏を中心に店舗してきたが、今後は初めて観光地に店舗展開と、両社に大きなメリットが生まれた。

■日本で一番古いとされるドムドムバーガーが、銀座に出店
日本最古のハンバーガーチェーン「ドムドム」を運営するドムドムフードサービス(本社 神奈川県)が、今月16日に、東京都銀座に新業態「ドムドムハンバーガーPLUS(プラス)」を出店した。
「ドムドムハンバーガーPLUS」では、「TREE&TREE's新橋」で人気の黒毛和牛100%パティを使ったプレミアムバーガーをメインメニューとし、甘辛チキンバーガーを米粉パンズにチキンを大幅増量させクオリティアップした商品などを加え、さらには既存店舗で販売している独創的な期間限定メニューも合わせて販売している。

■常連客は「精神的なもの」を求めている！
このコーナーを読まれている方は、既にお分りと思いますが、今一度整理させて頂きます。

1. 飲食店は「常連客」で成り立っている。→常連客を増やす。
2. 「新規客」開拓にお金をかけても、新規客の70%は2度と来ない。つまり、非常に効率が悪く、利益を圧迫する。
3. 常連客の「客単価」は高い。年間では一見客の約24倍になる。
4. 新規客は「コスパ」重視。割引に弱いので利益を圧迫する。
5. 常連客は「精神的なもの」＝「声がけ」などが効く。価格は理解済。
6. 飲食店の売上は「常連客」の来店頻度で決まる。
7. 限られた「お金」の配分を変える。セルフ化がポイント。

以上のような事をお話してきました。お分かりのように、これらのポイントは全てつながっており、同じ事を言っているとも言えます。とにかく重要なのは「常連客」の維持と増加なんです。さらには「常連客」に「新規客」を連れてきてもらう事なんです。この販促には販促費が殆どかかりません。しかも「常連客」が連れてきた新規客は常連になる可能性が高いんです。毎月、販促費に高いお金をかけていても本当の売上と利益アップにはならないんです。それでは常連客を掴んで離さない方法とは？常連客を増やす方法とは？それはメニュー戦略だけでは無理です。常連客は「料理は理解している＝いつも同じものを食べている」人達です。しかも同じ曜日の同じ時間に来店される方も多いでしょう。このような常連客が期待しているのは「今日は何か特別な事があるかな？」なんです。「特別な事」＝「スタッフの特別対応」なんです。

■常連客を特別扱いする一番簡単な方法
上記を見て「そうは言っても、うちはそんな余裕ないよ」という方も多くでしょう。しかし店長が「一人接客」係だしたら？出来ませんか。

■お客様を知る「基本中の基本」である「売上デシル分析」を理解しよう。
下記の表は「1年間に来店された5400人のお客様を単純に10当分して、年間に使われた金額の多いお客様から順番に並べた表」です。年間10回来店されても1人として計算します。このお客様セグメントは、常連客の増減や販促によって常に動いています。ポイントは上位50%のお客様で90%近くの売上を上げる事です。その為には常連客がわかる仕組みが必要ですね。貴店は常連客の売上割合を掴んでいますか？

デシル	顧客数	売上(%)	累計(%)	年間売上	倍率	累計来店数
10	540	41.2%	41.2%	¥ 85,120	3.78	8.61回
9	540	18.0%	59.2%	¥ 40,473	1.78	4.58回
8	540	12.2%	71.3%	¥ 27,410	1.21	3.21回
7	540	8.9%	80.2%	¥ 20,070	0.89	2.44回
6	540	5.9%	86.1%	¥ 15,064	0.67	1.91回
5	540	4.8%	90.9%	¥ 11,635	0.52	1.61回
4	540	3.8%	94.7%	¥ 9,124	0.41	1.29回
3	540	2.7%	97.4%	¥ 7,224	0.32	1.08回
2	540	1.9%	99.3%	¥ 5,547	0.25	1.07回
1	540	0.7%	100.0%	¥ 3,556	0.16	1.01回

年間平均売上は22,519円。トップ顧客はボトム顧客の24倍購買している。

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。電源工事も不要で、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こと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。

商業施設・店舗DX展

AIソリューション・IoT設備が出展

関西展

【会期】2022年9月28日(水)～30日(金)
【会場】インテックス大阪

関東展

【会期】2022年12月5日(月)～7日(水)
【会場】東京ビックサイト

＜同時開催＞
施設リノベーションEXPO、スマートハウスEXPO、etc

【主催】RX Japan 株式会社



【展示会名】
FOOD STYLE Japan2022
ラーメン産業展 in Japan
＜FOOD STYLE 内特別企画 製パン&製菓 バビリオン＞
【会期】
2022年9月28日(水)～29日(木)
【会場】
東京ビッグサイト 東2・3ホール
【主催】
株式会社イノベント

食品開発展2022

【展示会名】
食品開発展2022
【会期】
2022年10月12日(水)～14日(金)
【会場】
東京ビッグサイト西1・2ホール&アトリウム
【主催】
インフォマー マーケッツ ジャパン株式会社