

## 最高級炊飯器で炊いた至福の”ご飯”を梅田で体験する

2026年2月12日、大阪・西梅田の「BREEZE BREEZE (ブリーゼブリーゼ)」5階にグランドオープンした『象印食堂梅田店』は、「おいしいごはんが、ここにある。」をコンセプトに、炊飯ジャーの技術を結集した「究極のごはん体験」を提供するレストランとして早くも注目を集めています。

## 高級炊飯ジャーで炊き上げる“最高の一膳”

最大の特徴は、象印マホービンの最高級モデル「炎舞炊き」を使用し、熟練の技で炊き分けられた「ごはん」が主役であることです。お米は五ツ星お米マイスターが厳選したオリジナルブレンドを使用。ふっくらとした「標準」や、お米の甘みを引き出した「もちもち」など、同じ銘柄でも炊き方によって変わる繊細な味わいの違いを、食べ比べという贅沢なスタイルで楽しむことができます。特におかわり自由のシステムは、ごはん好きにとっては堪らないサービスであり、炊きたてならではの香りと艶、噛むほどに広がる甘みが「主食」の概念を一段引き上げる驚きを演出します。

## 五感を満たす“和の共演”と上質な空間

ごはんに合わせておかずも素材の味を活かした和の逸品が揃っています。旬の食材をふんだんに取り入れた「象印御膳」を中心に、お米の美味しさをより一層引き立てる多彩な料理がラインナップされており、まさに日本の食文化を多面的に堪能できる構成です。

店内は木の温もりを感じさせる洗練されたデザインで都会の喧騒を忘れさせる落ち着いた空間が広がっています。

「メーカー発×食の体験型拠点」という独自のアプローチは、本物志向の都市生活者や観光客にとって、日常の中で日本の原風景である“おいしいごはん”を再発見できる、わざわざ訪れる価値のある一軒となっています。

【営業時間】 定休日:ブリーゼブリーゼに準ずる  
 平日:11:00~15:00(L.O.14:15)  
 土日祝:11:00~15:15(L.O.14:30)  
 夜:17:00~22:00(L.O.21:00)

【住所】 大阪市北区梅田2-4-9  
 ブリーゼブリーゼ5階

QRコード: ZDJRUSHISYOKUDO



- Vol.247の内容はいかがでしたか？  
 良かった  普通
- 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？  
 Timely  オーダーショット  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  ウィルスゲート・ショット
- 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。

- 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

## サービスショット シリーズ

## 配膳・配送AIロボット

- 配膳・下げ膳サービス機能
- 店頭販促・飲食誘導機能
- ラストオーダー・店内販促機能
- 誕生日・クリスマス等記念日配膳対応機能
- 席への誘導機能
- 多言語音声切り替え機能 (オプション)



🎵 TikTok はじめました！ フォローをお願いします。

株式会社アルファクス・フード・システム @afs\_kun0



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/AAO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  
 札幌営業所 〒064-0807 北海道札幌市中央区南7条西4丁目422-14 札幌74ビル204号

## Partner

パートナー vol. 247 2026年5月号

外食業界では今、生成AIを活用して「顧客一人ひとりに寄り添う体験」をデザインする動きが加速しています。AIによる嗜好分析に基づいたメニュー提案や、多言語でのきめ細かな情報発信など、テクノロジーは「効率化」の枠を超え、新たな「集客の武器」へと進化しました。こうした時代だからこそ、日々の運営を「デジタルとアナログの融合」として捉えることが重要です。

AIで顧客の潜在的なニーズを掴みつつ、現場ではそのデータをもとに「体温の伝わる一言」を添える。

この一歩踏み込んだパーソナライズこそが、単なる食事を超えた「選ばれる理由」を生み出します。変化が加速する今こそ、最新の知恵を柔軟に取り入れながら、足元の接客を丁寧に磨き上げて参りましょう。その積み重ねが、時代に左右されない強いファンベースを築く礎となります。

## 繁盛店への虎の巻

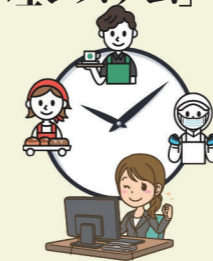
売上を伸ばすだけでは限界、利益の出る構造に変えることが最優先

## フードベンチャースポット

最高級炊飯器で炊いた至福の”ご飯”を梅田で体験する

## フードサービス業向け「勤怠集計管理システム」

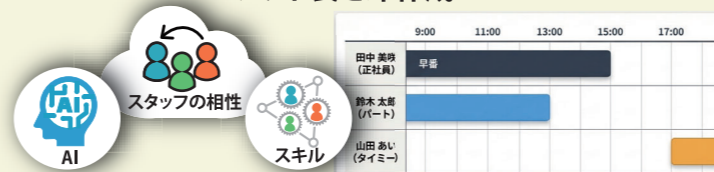
Timely  
 タイムリー



## 次世代の店舗シフト管理

生成AIシフト新登場。  
 シフト作成の悩みから解放！

AIがスタッフの相性やスキルを考慮し理想のシフト表を即作成



## 格言

経営・サービスのヒントとなる格言をご紹介します



## 呉下阿蒙

(ごかのあもう)

「呉下阿蒙」とは、中国の三国時代の呉の武将の呂蒙(ろもう)の故事によってできた故事成語でいつまで経っても進歩しない人のことを指す言葉です。基本的には悪い意味合いで使われますが、あとに「~にあらず」を付け加え、よく進歩する人という意味に変えて、褒め言葉として使います。

呂蒙は学問することを勧められ猛勉強に励み、高い教養を身につけ後に、呂蒙と対談した呉の参謀である魯肃(ろしゅく)は、彼の見識と知識に大変驚き、「もう武略だけだった頃の蒙君ではないな」と言い、この時、呂蒙は魯肃に「士別れて三日なれば、即ち更に刮目(かつもく)して相待つべし(日々努力している人は3日も会わなければ見違えるほど進歩しているものだ)」という有名な言葉も残しています。このように私たちも、それぞれの分野で奮励努力をし進歩向上を怠ってはいけません。



**外食産業「食品消費税ゼロ」議論が需要構造に波紋**

政府が検討している「2年間の食品消費税ゼロ」をめぐる、外食業界団体は強い懸念を表明しています。食料品のみがゼロ税率となれば「外食はぜいたく品」とみなされ、家庭内調理や中食へ需要が流出するとの見方が強いからです。業界側は、外食も対象に含めた一体的な税制見直しや軽減税率の整理を政府に要望しており、価格政策と集客策をどう連動させるかが今後の焦点となります。

**ドトール“焙煎体験”で差別化**

ドトールコーヒーは、横浜ベイエリアに「地域素材×焙煎体験」をテーマにしたコンセプト店を開設しました。地元産の乳製品や果実を用いた限定メニューの提供に加え、来店客が自ら焙煎を体験できる仕組みを導入し、インバウンド客と地元住民双方の需要を取り込みます。単なるカフェ利用を超えた「体験価値」の提供は、成熟した国内市場における新たな店舗モデルとして期待されています。

**はま寿司、生成AIで“接客トーク”を最適化。**

ゼンショーHD傘下のはま寿司は、生成AIを活用した「接客フレーズ最適化」の実証実験を開始しました。店内の定型トークをAIで分析し、顧客に好印象を与える言い回しを標準化することで、新人スタッフの教育期間短縮とサービス品質の底上げを狙います。店舗ごとの接客のバラつきをテクノロジーで是正するこの試みは、外食DXの新たな形として注目されています。

**コスト高とインバウンドが同時進行、「選別の時代」に突入**

「外食産業マーケット年鑑2026年版」によれば、2024～25年の外食市場は原材料・物流・光熱費の高止まりが続く中、段階的な値上げとインバウンド需要が売上を下支えています。全体としては前年比プラス成長を維持していますが、客層や業態ごとに明暗が分かれる「選別の時代」が一段と鮮明になっています。価格転嫁だけに頼らず、付加価値提案や多面的な収益モデルの構築が急務となりつつあります。

**インバウンド需要「迷わせない・待たせない」が評価基準に**

2025年上半年期の訪日客数が過去最多を更新し、飲食店のインバウンド対応は一段と加速しています。多言語メニューやキャッシュレス決済、無料Wi-Fiはもはや“当たり前”の基本装備となりました。現在は渡航前からのオンライン予約・決済連携を含めた「迷わせない・待たせない」導線設計が、地方エリアを含めた集客成果を左右する重要な評価基準となっています。

**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 売上を伸ばすだけでは限界、利益の出る構造に変えることが最優先**

**■メニュー戦略(最重要)**

まずここを変えないと何も始まりません。  
●「全部売る店」→「儲かるものを売る店」へ  
原価率ではなく粗利額で判断。手間がかかるのに利益が薄い商品は削る。人気でも利益が出ない商品は値上げ or 廃止。  
★ポイント★  
●メニュー数を絞る(体感で3割削減でもOK)、仕込み・在庫ロスを減らす。  
●看板商品を作る  
「これを食べる理由」を作る。価格競争から脱却できる。  
【例】専門店化(カレー、ハンバーグ、パンなど)、ストーリー(地元食材、無添加など)。

**■値上げのやり方(重要)**

値上げしないとほぼ詰みます。ただしやり方が大事です。  
●一律値上げはNG →「見えない値上げ」を混ぜる。  
セット内容を調整/サイズを微調整。高価格帯メニューを新設(アンカー効果)  
●値上げの正当化  
「品質維持のため」と明確に伝える。手書きPOP・ストーリーで納得感を出す。

**■人件費対策(かなり効きます)**

●「人を減らす」より「仕事を減らす」  
セルフオーダー導入(QRなど)、水・配膳のセルフ化、メニュー削減でオペレーション軽量化  
●少人数で回る設計  
ワンオペでも回る時間帯を作る。ピーク時間を短縮(営業時間見直し)  
「長時間営業＝売上増」ではなく  
「利益が出る時間だけ営業」。

**■客単価アップ(今の時代は必須)**

●セット・追加提案の強化/ドリンク・デザートの導線を徹底  
「つい頼んでしまう仕組み」を作る  
例:セット割ではなく「セットでお得感」/写真・配置で誘導  
●高粗利商品を作る  
原価が低く利益が高いもの(ドリンク・デザート・パン・米系など)。

**■固定費の見直し(地味だけど効く)**

家賃交渉(更新タイミング)/電気契約見直し/廃棄ロス削減(超重要)  
特に「食材ロス」は利益を直撃します。

**■常連戦略(個店最大の武器)**

大手に勝つにはここしかありません。  
●ファン作り/LINE公式(クーポン・来店促進)、スタンプカード(紙でもOK)  
名前を覚える接客  
●“関係性”で選ばれる店へ/味+人で来てもらう/「あの人の店だから行く」状態を作る

**■売上の柱を分散**

テイクアウト強化/デリバリー(利益計算必須)、物販(バンドレッシング等)  
※店内売上だけに依存しない

**■まとめ**

これからの個店は、「売れる店」ではなく、「残る店」になる必要があります。そのためには、①メニュー削減 ②値上げ(戦略的に) ③オペレーション軽量化 ④常連づくり  
この4つが軸です。以上、もう一度確認されてみてはいかがでしょうか？

**～アルバイト募集難局時代の救世主～**

**お客様が、自分のスマホでオーダー  
モバイルオーダーシステム**



- オーダー端末の投資負担がない!
- 保守料金を大幅削減できる!
- ホールを少人数で回せる
- お会計時間が大幅短縮できる
- メニューブックの印刷費が不要

**飲食店に革命! Newバージョン登場!**

「飲食店経営管理システム」が実現する究極のコストダウン

**自動発注システム V2.0**



- 特許技術を用いたシステム採用
- あらゆるPOSシステムに対応
- 省力化・業務効率化の実現
- 食材ロスの解消
- 人件費削減! 利益率大幅アップ!



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



**2026年5月27日水 - 29日金**  
**10:00 - 17:00**  
**会場 東京ビッグサイト (西ホール)**



**2026年6月2日火 - 5日金**  
**10:00 - 17:00**  
**会場 東京ビッグサイト (西・東ホール)**



**2026年7月2日木 - 3日金**  
**10:00 - 17:00**  
**会場 インテックス大阪**