

# 飲食業向けID-POS「極」で 経営力アップ!

## システム導入事例

### 深刻な飲食業界の人手不足でも MNJ 羅針盤の飲食業向けID-POS「極」が 「もう1人の従業員」に

～和歌山ラーメン まる岡(東京都葛飾区)～

2022年8月取材

異業種から飲食業に参入する企業が増えている。東京都葛飾区のラーメン店「和歌山ラーメン まる岡」もその1店だ。経営しているのはゴム製造加工の「オカダイゴム」(東京都葛飾区)。同社代表取締役の岡部剛太氏が出張先で訪れた「和歌山ラーメン」の味を関東でも広げたいと4年前にオープンしたが、コロナ禍で客足は減少。打開策として今年2月にメディアネットワークジャパンのMNJ羅針盤シリーズ飲食業向けID-POSシステム「極」を導入した。2021年度のIT導入補助金を活用。「コストがかからない従業員を1人雇ったようだ」と岡部氏。具体的なMNJ羅針盤シリーズ飲食業向けID-POSシステム「極」効果を紹介しよう。

#### ●ゴム製造会社がラーメン店を出店

##### 本場の和歌山ラーメンを関東に

2日間仕込んだとんこつ醤油のスープに、麺とシャキシャキの緑宝黒ネギが絶妙に絡む。さっぱりとした味わいが深い余韻を残す。和歌山市のラーメン店「まるイ」といえば、ラーメン通であれば知らない人はいないほどの人気店だ。

岡部氏は出張先の和歌山でまるイのラーメンに出会う。「とくにラーメン好きでもなかったが、気が付いたらスープも一滴も残さず食べ終えていた。少しオーバーな表現かもしれないが至福の時間だった」と岡部氏は振り返る。



▲和歌山ラーメン まる岡の店舗外観



▲1人で店を切り盛りしている松田和人さん

なるほど、中国や台湾の店からも「現地に出店しないか」というオファーが何度もきているという。他ならぬ岡部氏も「まるイの味を広げたいので、ぜひ、関東に店を出してほしい。叶わなければ当社でまるイのラーメンをやらせてほしい」と懇願した。

その後も“まるイ詣で”を続け、岡部氏の熱意が実ったのは11年後。その時、岡部氏はこう提案した。本業の「オカダイゴム」で飲食事業部を新設し、まるイの味をしっかりと身に付けるために従業員2人を半年間、研修生として修行させる。

2人を行かせるのは1人が挫折しても、もう1人が踏ん張り「まるイ」の味を覚えて帰ってこられるからだ。その本気度がオーナーの気持ちを変えた。「そこまでの覚悟があるならオカダイさんに任せてもいいだろう」。岡部氏の粘り勝ちだった。

「和歌山ラーメン まる岡」は4年前の2018年4月にオープンにこぎつけたが、1年もたたないうちに研修

生の1人が店をやめる。すぐさま人員補充を、と考えたが、飲食業界の人手不足は深刻である。帝国データバンクが2019年1月に行った調査によると、飲食店の84.1%が人手不足と感じているという。

岡部氏も求人活動を心配していたが、それには及ばなかった。オカダイゴムの飲食事業部として人材募集を行ったからだ。「本業がゴムメーカーということで、希望者は安心して応募してくれた」(岡部氏)。オカダイゴムの年商は3億6,000万円、社員35名という地元葛飾の中堅企業である。現在、2号店の出店を検討しているが、求人活動は心配していないという。

#### ●MNJ羅針盤シリーズ飲食業向けID-POSシステム「極」を選択した理由

##### 両替は近くのコンビニでとはいえない

岡部氏とMNJ羅針盤シリーズ飲食業向けID-POSシステム「極」の出会い、毎年秋に東京ビックサイトで開催される飲食店向けフードビジネスの一大イベント。外食・中食・小売の販路拡大を狙い食関連のサービス会社が一堂に集まる商談展示会だ。

「話題のラーメンの麺や材料、トレンドなどをチェックするのが目的。もう一つ重要な狙いはITベンダー各社の券売機。というのも、当店の券売機は5,000円札や1万円札に対応していなかったから。

これには困っていた。両替時に近くのコンビニにってくださいとは言えないし、カウンター越しに両替していると、ラーメンの注文から提供までのオペレーションに支障をきたす。特に、お昼の書き入れ時は致命傷になる」(岡部氏)。



▲とんこつ醤油のスープと緑宝黒ネギの組み合わせが絶妙(味玉はトッピング)

各社の券売機を精力的にチェックした岡部氏。一番印象に残ったのはメディアネットワークジャパンのMNJ羅針盤シリーズ飲食業向けID-POSシステム「極」だった。

「まず、メディアさんの説明が分かりやすかったこと。機器導入のメリット、デメリットを具体的に事細かく説明してくれたので安心した。決め手となったのは、自動釣銭機を組み入れたシステムだったこと。IT導入補助金の活用も提案してくれたので、アナログ式の券売機程度の予算で購入できた」(岡部氏)。

MNJ羅針盤シリーズ飲食業向けID-POSシステム「極」は5,000円や1万円の高額紙幣にも対応できるので両替の心配がない。他社のシステムに比べて著しく「安価」という点も、決定的な選択ポイントになったようだ。

## ●MNJ羅針盤シリーズ飲食業向けID-POSシステム「極」は「もう1人の従業員」

### 音声ガイダンスが単価アップへ

まる岡はこじんまりとした小料理屋風の清潔感漂うお店だ。店を切り盛りしているのはオカダイゴムの従業員である松田和人さん。オーダーの受付や調理、後片づけなどを1人でこなす、いわゆるワンオペ(ワンオペレーション)である。当然、お昼時は猫の手も借りたいほどの忙しさだ。そうしたお店の状況の中で、岡部氏はMNJ羅針盤シリーズ飲食業向けID-POSシステム「極」を「もう1人の従業員」と評価する。

理由の1つはMNJ羅針盤シリーズ飲食業向けID-POSシステム「極」に搭載している「音声ガイダンス機能」にある。あらかじめ設定されている内容を自動音声で流す機能である。松田さんはこう話す。

「お客様が券売機を操作すると、お好きなラーメンを選んでくださいとか、レシートはどうしますかなどとしゃべってくれるんです。厨房にいても、お客様が入ったかどうか分かるので忙しい時は助かっています」。

2つ目はMNJ羅針盤シリーズ飲食業向けID-POSシステム「極」が接客係も担当してくれているという点。同店のラーメンは「ネギラーメン」(880円)、「旨辛ラーメン」(880円)、「ぶりぶりワントン麺」(1,100円)、「チャーシュー麺」(1,100円)などの4品。お客様がラーメンの種類をオーダーすると、音声ガイダンスが「トッピングをどうしますか」と、お客様に尋ねる。

それを聞いたお客様はトッピング(単品)画面に移行する。その画面には「味玉」(120円)、「麺大盛」(110円)、「チャーシュー」(280円)、「鬼辛味噌」(150円)などの人気メニューを揃えている。お客様はごく自然にトッピングをオーダーしてくれるというわけだ。

これまではラーメンとトッピングの会計は別々だったが、



▲MNJ羅針盤シリーズ飲食業向けID-POSシステム「極」



▲ラーメンに合うトッピングとセットメニューが分かりやすく表示



▲ドリンクメニューも表示

MNJ羅針盤シリーズ飲食業向けID-POSシステム「極」ではラーメンとトッピングの会計が連動している。これによって、単価アップが図れる。MNJ羅針盤シリーズ飲食業向けID-POSシステム「極」導入前と導入後と比較すると、客単価が200円程度アップしたという。主力のネギラーメンに味玉やチャーシューなどが加わり、現在の平均単価は1,100円~1,200円になっている。

### データを分析しヒットメニューを作る

3つ目はPOSレジ機能だ。従来の機械では1日の売り上げを集計しようにも全て手作業。お客様の売り上げ伝票をノートに貼り付けて1日の売り上げを集計するアナログ手法だった。現在はPOSレジ機能によって簡単に売り上げを集計でき、ボタン1つで葛飾区亀有5丁目の店から葛飾区西水元のオカダイゴム本社へと売り上げデータを送信できる。松田さんの負担が大幅に削減できたのは言うまでもない。

4つ目は売れ筋のラーメンやトッピングの種類、ラーメンとトッピングの相関性、売り上げの高い時間帯、毎月の売り上げや来店客数の変化などのデータ収集やデータ分析機能だ。「ラーメン店経営に必要なデータが簡単に入手できるのがMNJ羅針盤シリーズ飲食業向けID-POSシステム「極」の大きなメリット。さまざまなデータを分析し、メニュー作りやメニューの見直し、仕入れなどの参考にしている」(岡部氏)。

最近、MNJ羅針盤シリーズ飲食業向けID-POSシステム「極」のデータを活用し、ヒットメニューを作った。ラーメンの定番メニューであるネギラーメンにチャーシューを加えたチャーシューメン(1,100円)である。なんのことはない。人気ラーメンと人気のトッピングの組み合わせだが、「データがなければ意外に気付かなかった」と岡部氏。今後もデータを組み合わせ、ヒットメニューを作りたいと意気込んでいる。

### 経営情報販売管理システム

MNJ羅針盤シリーズ 飲食業向けID-POSシステム「極」

東京都北区 03-3906-3561



▲人気のトッピングがズラリ