

## 補助事業のテーマ

## 販路開拓型

# 和牛オリンピック日本一の「うしの中山」のブランド力を活かした海外販路開拓への挑戦

株式会社 nixy



## 自社の現状・課題

「うしの中山」(畜産業、鹿屋市串良)のグループ会社として、更なる規模の拡大と収益力向上を目指して、令和元年8月に設立し、精肉・食品加工品の製造、卸売及び小売業を営んでいます。

鹿児島の主力産業である畜産関連産業のトップランナーとして付加価値額の向上は必須であり、世界的に和牛人気が高まる中、当社でも輸出を経営の柱に据える動きに取り組みたいと考えています。

「うしの中山」が和牛オリンピック日本一となり、和牛日本一のブランド力を得たこの機会を生かし、未開拓であった海外市場に進出することで規模の拡大と収益力強化を図り、併せて、「うしの中山」のブランド力向上と海外における「かごしま黒毛和牛」の知名度向上に貢献したいと思っています。

## 取組事業の内容

補助事業では、「日本の食品'輸出エキスポ」に出展し、海外の食品バイヤーに「うしの中山」の魅力を発信し受注につなげることを目指しました。

展示会：「日本の食品'輸出EXPO」

場所：東京ビッグサイト

期間：令和5年6月19日～21日

参加ブース：約4,300ブース（国内最大規模）

総来場者数：23,070人

## 企業概要

会社名：株式会社 nixy

業種：飲食料品卸売業

本社所在地：鹿屋市王子町

従業員数：4名

ホームページ：<https://nakayama-kimotsuki.com/>

## 取組事業の成果とその工夫

海外のバイヤーだけでなく、国内の地方自治体、商社、運送業者や、外貨の入出金代行・輸出書類作成代行サービス企業など、様々な方と繋がることができ、今後の海外取引の拡大が期待できるようになりました。

当社のブースは来場者の注目を浴び、200を超える多数のメーカー等とコンタクトをとることができ、開催期間中に約30社と商談できました。

また、開催後のフォローアップ商談も多数あり、期待以上の成果を上げることができ、新規取引先候補となるターゲットを選定することができました。

## 今後の取組と課題

展示会出展を通して、海外取引では一頭すべての部位フルセットでの輸出は難しいことがわかり、特に輸出が難しい部位（モモ・ウデ中心）の販路の確保が課題となります。

しかし今回の展示会参加により、国内の卸売先も獲得できたことで、海外取引が難しい部位でも国内販路の確保ができる見込みがあります。

今後は、現在商談中のお客様、今回つながりのできた信頼のある事業者と、「うしの中山ブランドの価値」を高めつつ輸出の販路拡大を目指していきます。

また、大規模展示会や現地での商談会などへの出展も積極的に進めていきたいと考えています。

将来的には、毎月約250頭の出荷のうち、3分の1を輸出に回すことを目標に活動を進めています。

## 補助事業のテーマ

## 販路開拓型

# 東北地域をターゲットに自社独自ブランド「三ツ星カンパチ」の価値を訴求する展示会等で知名度を高め、新規販路開拓

柿内水産 有限会社



## 自社の現状・課題

1977年に会社を設立してブリ養殖を開始しました。1980年頃鹿屋市でカンパチ養殖が本格化したこと、当社もブリの養殖技術を活かしてカンパチ養殖にシフトしました。その後ヒラマサ、シマアジの養殖も開始しました。

しかし、2000年代に入り、日本人の魚離れによる消費量の減少に加えて、需要の低下による魚価の低迷等で養殖業界の経営環境は厳しさを増し、弱小の養殖事業者は淘汰される時代もありました。カンパチの価格低迷時期も長引き、厳しい状況が続いています。

また、不安定な国際情勢や円安の影響等により飼料と

なる生エサや配合飼料、燃料費の高騰で、今後の収益状況は更に厳しくなる事が予想されます。このため、この厳しい経営環境下でも安定的な収益を確保する事を最重要課題とし、年間を通じて新たな取引先の開拓と取引量の拡大に積極的に取り組んでいます。

## 取組事業の内容

年末商戦に向けて、以下の展示会やイベントに参加し、当社独自ブランド「三ツ星カンパチ」の情報発信と販路開拓に取り組みました。

今回新規開拓地域としてターゲットにした東北地方は、カンパチの養殖がほとんどされていないこともあります。カンパチになじみがない地域です。カンパチの味はもちろん、魚自体に触れる機会も希なため、試食やつかみ取り・解体ショーなどで、販路開拓とともに認知度向上を目指しました。

## ①宮城県仙台市「夢メッセみやぎの展示会」(令和5年9月)

新規荷受会社、仲卸会社、量販店バイヤーの営業担当者、ホテル・旅館の料理人、テレビ・新聞等のメディア向けに、「三ツ星カンパチ」の商品説明と試食会を実施しました。

## ②宮城県仙台市「KHB東日本放送・あすと長町社の広場にぎわいづくり協議会主催の地域活性化イベント」(令和5年9月)

子ども向けに「三ツ星カンパチ（活魚）」のつかみ取りや、カンパチの解体ショーを実施しました。

## ③山形県山形市「山形ビッグウイングの商談会」(令和5年10月)

商談会を行い、「三ツ星カンパチ」の商品説明と試食会を実施しました。

特に②については、約120名の小学生などでにぎわい、参加賞として「三ツ星カンパチ」を各家庭で試食いただいた効果もあって、購入方法などの問合せが殺到しました。

## 今後の取組と課題

## (刺身以外の料理の認知度アップ)

カンパチはブリのように「照り焼き」「しゃぶしゃぶ」等で食するイメージを持っている方が多いため、「三ツ星カンパチ」は加熱しても美味しい、ブリと同様の食材として幅広く利用できることを認知してもらうよう努力していきます。

## (自社の情報発信)

ホームページはありますが、「イベント」や「お知らせ」などの情報や当社が地域活性化活動に注力している情報等がタイムリーに発信されており、さらに興味を引くようなPRや情報を発信していきたいと思います。

既存取引先や荷受会社に対しては、現地訪問やオンライン会議を通じて販売促進について協議していきます。

また、今後も商談会やイベント等に出展して、「三ツ星カンパチ」を実際に試食してもらい、様々な料理に利用できる点などをPRしていきたいと思います。

## ●企業概要

- 会社名 柿内水産 有限会社
- 業種 飲食料品卸売業
- 本社所在地 鹿屋市浜田町
- 従業員数 7名
- ホームページ <https://kakiuchi-suisan.com/>

## 取組事業の成果とその工夫

①②③の取組により、メディアを通じて「三ツ星カンパチ」の認知度が上がり、既存の荷受会社との料金交渉を前進させることができました。また、新規荷受会社や量販店バイヤーとも商談があり、山形市や仙台市の量販店への販路開拓につながりました。

## 補助事業のテーマ

## 販路開拓型

# お茶の魅力を伝える直営店舗により 自社ブランド力を高め、小売り事業へ進出

有限会社 坂之上製茶



## 自社の現状・課題

1992年の創業以来、鹿児島市西部の冷涼な高原地帯に茶畑をもつお茶農家です。

荒茶卸売を事業の主軸としてきましたが、高い原価率、需要の減少、売上の減少を踏まえ、新たな販路・市場を開拓することを喫緊の課題としていました。

## 取組事業の内容

地域発信型の直営店舗のプランニングと、新店舗を基軸としたお茶の小売り販路開拓に取り組み、鹿児島市松元のお茶畑の中に、新たな地域の交流拠点を作り出しました。

鹿児島市内では数少ない製茶業を営む当社が、地域の新たな拠点として店舗を設置し、プランニングすることで、鹿児島のお茶の魅力をより深く、広く伝えていく役割を果たしたいと考えています。

## 取組事業の成果とその工夫

## ◎ロゴマークデザイン

今後のブランド構築やデザイン展開を広げていくため、新店舗のイメージに合わせたロゴマークと新店舗でのイベントなどに活用しやすいロゴマークをデザインしました。

## ◎パッケージデザイン、販促ツールデザイン、ショッピングカード、イラスト、商品POPデザイン

新店舗の商品の販売促進につながるよう、オリジナル商品のパッケージデザインやギフトなどにも対応した販促ツール、商品を紹介するPOPなどのトータルデザインを作成しました。

## ◎ディスプレイコーディネート

新店舗の商品を魅力的に伝えていく売り場づくりのコーディネートをしました。

お茶文化を楽しめる売り場作りを目指し、新店舗の売り場のグーニングやディスプレイの整備を実施し、自社商品のみではなく仕入れ商品などを組み合わせるなどの工夫を施しました。

## ◎パンフレットのデザイン

新店舗や自社のブランドを最適に伝えるためにパンフレットを作成しました。

坂之上製茶の新店舗の紹介や、自社のストーリーやコンセプト、また商品の特徴などを魅力的に伝える内容にしました。

## ◎店舗webサイトのデザイン

新店舗を伝えるwebメディアやSNS等でシェアしやすいwebページの製作を行いました。

デザインしたチラシやWEB、SNSイメージの告知効果で、認知が広がり「お店に行ってみたい」「建物が茶畑の中にあってすごい」など、ポジティブなお客様の声をいただきました。また、告知効果により、新店舗のプレオープンには、2日間で750人以上の来場をいただきました。また、多くの人に、テイクアウトの飲み物や自社製品のお茶の商品を購入していただき、新たな小売のマーケット開拓の幸先のいいスタートを切ることができました。

ケット開拓の幸先のいいスタートを切ることができました。

## 今後の取組と課題

お茶の文化を育むワークショップの展開や新茶のシーズンに開催するお茶のイベントのほか、新店舗での茶葉の販促や定期的な購入のきっかけづくりを検討しています。

来店者にいかにリピートをしていただくかが課題となりますので、緑茶を活かした新メニューの開発や、定番となるようなお茶に合うお土産の開発もこれから進めています。

## 企業概要

- 会社名 有限会社 坂之上製茶
- 業種 茶類小売業
- 本社所在地 鹿児島市直木町
- 従業員数 12名
- ホームページ <https://chagokoro.com>

## 補助事業のテーマ

生產性向上型

# ソフトウェア導入による総務業務の効率化

株式会社 S&Gマネジメント



## 自社の現状・課題

(株)S&Gマネジメントの業務内容は、物流企業をメインとしたグループの社員登録、各種手続（社会保険等）、経理業務（請求書発行及び清算等）、給料計算等多岐に渡ります。

グループの事業所は、鹿児島県だけでなく、宮崎県、福岡県、佐賀県と九州4県に構えており（総事業所数15事業所）、各種手続きの迅速化及び担当社員の業務量削減が堅実な経営課題でありました。

しかしながら、各種業務において、手書きのペーパー申請が企業文化として根付いており、その書類の輸送時間や保管量の増加が業務効率化の大きな課題となっていました。また、新型コロナウィルス感染症の拡大には、総務担当従業員も罹患したことで様々な業務が停滞し、業務の可視化や属人化の廃止は一刻の猶予も許されない状況でした。

このような状況から、当社はこれまでのやり方を踏襲せざるを得ない。根本的に総務業務を目指し、総務業務の簡素化や

可視化(属人化の防止)を実現するためにソフトウェアを導入することにしました。

物流業界は、「経済の血液」として必要不可欠な産業でありながら、IT化の遅れや長時間労働が課題となっています。その中で、グループの中核企業として、業務の生産性向上を図り、その効果を各グループ企業にも波及させたいと考えました。

今後の取組と課題

導入した人事補助システムの現時点で未対応となっている分野（社会保険手続きの内製化等）へのさらなる取組みとシステム導入に伴う効果を最大化するために必要な体制づくりを進めていきたいと考えています。

● 企業概要

- 会社名 株式会社 S&Gマネジメント
  - 業種 専門サービス業
  - 本社所在地 鹿児島市下荒田
  - 従業員数 13名

## 取組事業の内容

### ◎人事補助システムの導入

これまでの人事登録では、システムを使用しているものの、それらの入力（新規・更新）は、全て書類（紙）で申請・決裁され、それらの書類を担当者がシステムに手入力していました。

まず、これらの紙による手続きをやめ、今回新たに導入したクラウド上の新システムへ対象者本人にアクセスしてもらい、各種情報を入力し、アクセス権限者がその入力情報を確認・承認することとしました。

## 取組事業の成果とその工夫

人事補助システムの導入によって、給料明細発行がWEBで各自でできるようになり、①印刷に3時間、②封入作業に2名で半日かかっていた給料明細の封入作業を削減することができました。また、その他各種申請（超過勤務・休暇取得・住所変更等の各種個人情報の変更等）を全てクラウド上で完結できるようになり、総務・経理手続きの簡素化を実現することができました。特に、超過勤務手当は、超過勤務時間を入力することで、自動で計算ができるようになったことで、総務・経理の負担が大きく削減できました。有給残などを自分で管理しやすくなり、計画的に有給を取得することができるようになったことで、ワーク・ライフ・バランスの推進の一助となっています。

また、このシステムは、クラウドサービスであるため、会社所有のノートパソコンを担当者に貸与することで、総務業務の在宅ワークが可能になりました。さらに、書類申請等がクラウド上での申請となるため、申請書類を郵送する時間や紛失等の可能性がなくなり、紙資源の削減や保管スペースの削減も実現できました。

## 補助事業のテーマ

## 生産性向上型

# 配膳ロボットの導入により、業務効率化と労働時間の削減を実現

株式会社 指宿白水館



## 自社の現状・課題

大きく宿泊客が減少したコロナ禍の3年間は、国の雇用調整助成金等を活用し、一人の解雇者も出さず、乗り切ってきました。

旅行支援・新型コロナ5類移行に伴い、宿泊客の増加が続いているが、この3年間で旅館業への就職希望者が激減し、人手不足に陥っていました。その結果、予約

受注を満室の8割程度におさえ、従業員の休暇取得のため、毎週水曜日を休館としていました。

## 取組事業の内容

配膳ロボットを導入することにより、食事会場での配膳・下げ膳作業の負担軽減を図り、食事会場配置人員の削減に繋げることで、生産性が向上することを期待し、取り組みました。

しかし、お客様の席まで配膳ロボットが料理を持っていくのは旅館では相応しくないと考え、調理場から食事会場入口までの間、約20メートルを配膳ロボットにて運搬することとしました。

各テーブルのお客様の食事の進み具合を見て、トランシーバーで次の品書き料理通り、配膳ロボットに調理人が積んで運搬させ、食事終了後には食事会場内に配膳ロボットを入れて各テーブルの食器等を洗い場まで運搬させることにしました。

## 取組事業の成果とその工夫

令和5年11月2日より夕食会場「御所の間」に配膳ロボットを1台導入しました。

導入前の10月は「御所の間」の稼働日が19日で、夕食を取られた1,142名の方に対する接客人員は延べ206名で、接客人員一人当たり5.54名(1,142名/206名)のお客様に対応していました。

導入後の11月は接客人員一人当たり5.68名、12月は接客人員一人当たり5.71名、1月は一人当たり6.08名、2月は一人当たり6.38名のお客様対応数となり、少しづつではありますが、配膳ロボットを導入したことにより一人当たりのお客様対応数を約15%増やすことができ、業務の効率化につながることができました。

また、「御所の間」従業員10名の22時以降の深夜労働時間は、導入前の10月が44.75時間でしたが、導入後の11月は50.5時間と増えたものの12月は29.25時間、1月は24.25時間、2月が18.75時間と着実に減り、従業員の労務軽減にもつながっています。

## 今後の取組と課題

おもてなしを大事にした旅館であるため、お客様のテーブルまでのロボット配膳は行わず、調理場から会場入口までの運搬という限定的な運用としています。そのため、接客人員の配置を削るまでには至っていませんが、片付けを含めた作業時間の短縮につながっています。

ます。

現状では、その日のお客様全員が会場から出られた時点で配膳ロボットを投入し、食器を下げるようになっていますが、今後は空いたテーブルが出た時点で配膳ロボットを投入するなどの工夫を行いながら、更なる効率化を図っていきたいと考えています。

## ●企業概要

会社名	株式会社 指宿白水館
業種	旅館業
本社所在地	指宿市東方
従業員数	320名
ホームページ	<a href="https://www.hakusuikan.co.jp/">https://www.hakusuikan.co.jp/</a>

## 補助事業のテーマ

## 生産性向上型

# 計量作業の自動化により生産工程のボトルネックを解消し、大幅な生産能力アップを実現

有限会社 かわいち国分



## 自社の現状・課題

コロナ禍初期の観光客や外出機会の減少で、売上が30%以上減少する年度もありましたが、令和3年に販売開始した「塩バナナチップス」が非常に好評で、コロナの影響による売上減少を補うことができました。

さらに、「塩バナナチップス」の売上は、コロナ禍に

あっても毎年、前年を大幅に上回っていき、令和5年4月には首都圏の大手スーパーから、初回発注18,000パックもの大量発注をいただきました。

しかし、当社では加工・袋詰め作業などをすべて手作業で行っていたため、迅速な対応ができず、人手を集め生産し、納品までに2か月を要しました。

その後も売れ行きは好調で可能な限り在庫を作っていましたが、生産量がぎりぎりの状態で、新規受注をお断りしている状況でした。自社店舗内でも品薄になりがちで、販売機会を逃してしまっていました。

この「塩バナナチップス」の市場ニーズは大きく、県内の小売店で月4000～5000個、先述の首都圏大手スーパーで月5000～6000個の売上があり、他県や関西、首都圏までアプローチできれば、かなりの売上が期待できます。

ところが、県外企業との取引を増やしたくても生産量が追いつかない状態は、機会損失が大きく、このことが当社のさらなる成長を妨げている1つの要因になっていました。

まずは、生産量を増やすにあたり、一連の生産工程のうち最も人がかかりボトルネックとなっていた計量作業の省力化と効率化を図るために、自動計量機の導入が必要でした。

## 取組事業の内容

計量作業では、自動計量機を導入することで、手作業と比較して、約10倍の効率化が図れるため、当社のように少人数でも、大手企業や多くの小売店のニーズに応えられる生産能力の向上が期待できると考え、自動計量機を導入しました。

## 取組事業の成果とその工夫

導入当初は、生産量と計量の精度のバランスが芳しくありませんでしたが、試行錯誤した結果、1人で1時間あたり最大約280個の計量が可能となり、1日あたりの生産量を約3倍に増やすことができました。これにより、以前は生産能力の問題でお断りしていた新規取引依頼を受ける事ができるようになったため、大手スーパーだけでなく小規模店舗へのさらなる販売拡大が可能になりました。

## 今後の取組と課題

今回は、製造工程の計量作業を効率化することができましたが、今後は自動計量機での作業の習熟度を高めながら、さらなる生産工程の効率化を図るため、現在、手作業で行っている表シール・一括表示シール貼りや計量後

の袋の圧着などの全自動化に取り組んでいきたいと考えています。

## 企業概要

- 会社名 有限会社 かわいち国分
- 業種 乾物卸売業、小売業
- 本社所在地 霧島市隼人町
- 従業員数 6名
- Instagram kawaichikokubu

## 補助事業のテーマ

## 生産性向上型

# 多機能調理機器の導入による時短効果を活用し、売上拡大と新メニュー開発を実現

株式会社 BROTHOOD(まことラーメン)



## 自社の現状・課題

霧島市溝辺町にて鹿児島県の特産品を使ったラーメンを提供しています。

当社は味へのこだわりから、麺・スープ・チャーシュー等すべてを自社で製作し提供しており、当初から味へのこだわりと、鹿児島県特産品の使用を当社の独自性として念頭におき、これまで営業を続けてきました。おかげさまで、当社のメニューを多くのお客様に受け入れてもらえ、年々客足も伸びてきています。しかし、1日に提供

できるラーメンの数量は190～200杯が限界です。このような中、令和5年8月に鹿児島県で最大規模かつ最も名誉ある「鹿児島ラーメン王決定戦6」への出場が決定しました。テレビの取材放送後、1日に提供できる杯数を大幅に超える来店客数となり、多い時には1日40名近くのお客様に提供できない事態となっていました。当社の味を求めて来店してくれたお客様に大変申し訳なく思うと同時に、経営者として多くの売上機会を逃している現状を改善する必要があると考えていました。

## 取組事業の内容

調理業務の省力化を図るためにコンベクションオーブンを購入し、短縮された時間を経営者自ら行っている製麺作業に注力することで提供食数を増加させました。また、鹿児島県の特産品を使った新メニュー開発の時間を作ることを目指しました。

## 取組事業の成果とその工夫

## 機械導入による時間短縮効果

導入前	1日	チャーシュー	6本	(調理時間 7時間)
		味玉	20個	(調理時間 40分)

↓

導入後	1日	チャーシュー	20本	(調理時間 2時間)
		味玉	200個	(調理時間 40分)

この効果により、1日30分程度製麺作業に充てる時間を増やすことができ、約10食分の製麺が可能となりました。また、味玉の調理ロス(失敗)が20%ほど減少しました。

機械導入前(令和5年7月)の1日平均杯数と導入後(令和5年12月、令和6年1月)の1日平均杯数を比較すると、令和5年12月は平均6.9杯、令和6年1月は平均11.3杯増加していました。

令和5年12月及び令和6年1月の中で以前の提供限界杯数200杯を超えて提供することができた日が、12月17日(203杯)と1月7日(207杯)の2日ありました。機械導入により短縮された時間を製麺時間に充てられたことにより製麺数が約10食分増えたため、麺切れを起す可能性も減少し、結果として1日平均杯数が伸びました。

また、機械導入により得られた時間を使い、新メニューの開発も行いました。溝辺産の原木椎茸を使ったスープに加え枕崎産の鰹節を使い、濃厚ながらも從来のあっさり感を残したメニューを開発し、「鹿児島ラーメン王決定戦6」に臨み、得票数6,519票で準優勝することができました。ありがたいことにラーメン王決定戦に向けて開発した新メニューが好評でした。約6,000食(チャーシュー200本)の準備において、購入機械がチャーシューの準備に非常に効率的に機能し、1日40本のチャーシューを5日で準備することができました。チャーシュー製造効率化がなければ6,000食の提供はできなかつたと思います。

## 今後の取組と課題

今後は、短縮された時間を使ってどれだけ効率的に製麺を行い、生産量をさらに増やせるかが課題となります。現状は30分の増加で約10食の増加ですが、導入機械をフル活用してさらに製麺作業に充てる時間を増やし、30食増加を目標に取り組んでいきたいと考えています。

## 企業概要

会社名	株式会社 BROTHOOD(まことラーメン)
業種	飲食店
本社所在地	霧島市溝辺町
従業員数	6名

## 補助事業のテーマ

## 生産性向上型

# 海苔巻きロボット導入による生産性の向上と、キンパブのレパートリー増による売上の増加

株式会社 三徳



## 自社の現状・課題

平成21年に韓国人店主が霧島市溝辺町に韓国家庭料理店を開業しました。

溝辺産の新鮮な野菜で、各種キムチを作り韓国の家庭料理を中心に提供しようと始めました。キンパブ（韓国風のり巻）、チヂミ、チャプチエ、ヤンニヨムチキン等まだ知名度の低かった韓国の料理を食べてもらいたい！とランチをバイキング形式としました。

徐々に評判になり売上も伸び、口コミなどからキンパ

ブ、キムチ・チヂミなどのテイクアウトの希望が増えてきました。

平成25年から、近隣の物産館にキンパブなどを納品し販売し始めました。

コロナ禍で売上は大きく落ち込みましたが、韓国料理通のお客様からキンパブの種類や、弁当などを増やしてほしいとの声がありました。

また、比較的コロナの影響を受けなかった物産館からも、キンパブは屋前に売り切れるので増やしてほしいと

の要望がありました。

従業員の雇用を続け、収入の安定化を図るには、これらの要望に応え、お客様待っているだけではなく、物産館などで手軽に購入できる商品を増やし、特に人気のあるキンパブは具材を工夫・調理して、種類を増やしていくのが良いと考えました。

そのためには、手間の掛かるキンパブを、ロボット導入で効率化していく必要があると考えました。

## 取組事業の内容

現在、2か所の近隣物産館に午前8時30分～9時までに納品していますが、これに合わせて早朝6時から5～6名で調理（5～8品目）していました。一方、キンパブは平日は3名で60本、土日祝は4名で80本を製造していました。

キンパブを完成するまでの工程には、1時間30分以上を要し、調理には、熟練された技術が必要なため安易に人を増やせませんでした。

そこで、比較的単純な「のりを巻く」「カットする」作業を自動化するため、海苔巻きロボットと海苔巻きカッターを導入し、作業スピードの向上を図りました。

## 取組事業の成果とその工夫

これらの機械導入により、キンパブに係る作業時間の短縮を実現し、以下のとおり生産量を増やして売上を伸ばすことができました。

## 導入前

平日 3名で60本 → 2名で70本

## 導入後

土日 4名で80本 → 3名で90本

また、余剰時間を活用して、新商品の開発にも取り組むことができ、3月から販売を開始することができました。

## 今後の取組と課題

海苔巻きロボットと海苔巻きカッターの導入で今まで以上に安全と衛生の管理が重要であると思っています。

調理作業自体は効率が良くなりましたが、カッターは危険なため使用後の片付け等、注意が必要です。

また、生産増量に向けた合理的な人の配置など、今ま

でのやり方に固執せず柔軟に対処して行きたいと思っています。

さらに、今後、環境を整えて、ランチ時、店舗での注文販売ができるよう取り組みたいと考えています。

## ● 企業概要

- 会社名 株式会社 三徳
- 業種 飲食店
- 本社所在地 霧島市溝辺町
- 従業員数 7名

## 補助事業のテーマ

混合型

# セルフオーダーシステムにより スタッフの接客動線の短縮と多能工化に取り組み、 通販事業の新たな販路を開拓

株式会社 三喜



## 自社の現状・課題

当社が経営している食堂では、券売機による受注体制をとっていましたが、高齢のお客様には不評で、アルコールやデザートの追加注文をする際も、券売機まで券を買いに行く手間が発生することから、追加注文のニーズを取り込めていませんでした。

また、ランチタイムには30分近くの待ち時間が発生

し、お客様にご迷惑をおかけしていたことから、顧客回転スピード向上の必要性を感じていました。

さらに、原材料価格の高騰の影響がありますが、適正な値上げができるおらず、人手不足の中で、接客を苦手とする従業員もいるため、シフトの配置に苦慮していました。

## 取組事業の内容

DXの導入により業務を簡素化し、少ない人員でも運営できる・誰でも働ける仕組みづくりをするとともに従業員を「多能工化」し、新商品の開発や製造にシフトし販路開拓につなげることを目指しました。

タブレットによるセルフオーダー導入により、お客様がテーブルに着席したまま、ご自分のタイミングで注文ができるようになりました。

このセルフオーダー導入による省力化によってできた余剰人員の「多能工化」を図るため、通販事業の製造業務・包装業務・発送業務に従事してもらうこととしました。

## 取組事業の成果とその工夫

タブレットによるセルフオーダーの導入によりお客様自身にお席をお選び頂き、テーブルにて注文が可能になりました第一の接客（案内・受注）を削減できました。

その結果、少ない人員でも運営が可能になり、その余剰人員を新規事業の通販事業の商品製造に配置することができ、多能工化を図ることができました。

導入後を想定し、メニュー開発を行い、システム導入とともに展開しました。納入会社と事前に良く話し合い、誰でも簡単に使えるシステム開発が出来たため、スタッフ研修にはほとんど時間はかかりませんでした。

会計数に対し、2.2倍の商品購入があることから、お客様1人あたり1商品以上の購入が達成できていると推測でき、月商アップの目標は十分達成可能になったと考えています。

このセルフオーダー（システム構築も含む）によりスタッフの動線を2工程削減でき、推計308分削減できました（1動線平均1分とし、2（動線）×154人（1日平均来店客数）=1日308分の削減）。同時に、スタッフの労力も半減でき、接客時間も短縮することができました。

動線削減により残業時間が減少し、時間給上昇分以上の人件費削減（約8%）を達成しました。

## 今後の取組と課題

セルフオーダー導入後に生じた新たな課題として、店舗配置人員の削減により、接客サービスの減少、高齢者のお客様のタブレット端末注文に対する苦手意識による顧客離れがあります。

これらの課題に対応するために、活気のある雰囲気づくりや高齢者のお客様への手厚い接客をすることができる人材育成に取り組んでいます。

今回導入したセルフオーダーシステムにより、異なるお客様の利便性向上を目指し、今までメニュー帳などでは複雑になり出来なかった、「組み合わせが自由」なメニューも展開します。

また、通販事業の新たな販路開拓に注力し、通販業務の売上拡大を狙います。

さらに、多能工化できたスタッフと共に生産性をあげ、賃金アップ・福利厚生の拡充を行い、スタッフの満足度の向上に努めます。そして今後予想される人手の争奪戦にも打ち勝ち、事業拡大を目指して参ります。

## 企業概要

- 会社名 株式会社 三喜
- 業種 飲食店
- 本社所在地 鹿児島市山田町
- 従業員数 20名
- ホームページ <https://totoya-yamada.com/help/about>