

## 導入企業様の声

### 焼肉食べ放題すてきや 千葉店（株式会社やまとダイニング様）

店舗データ	
エリア	： 千葉市
業態	： 食べ放題焼肉店
席数	： 300 席
e-menu 設置数	： 45 台



店長：本田和樹様  
焼肉食べ放題すてきや千葉店店長様。すてきやでは月3回の社内経営勉強会があるということで、この日も朝から参加されていたそう。勉強会で培ったアイデア力を生かし、お店を盛り上げています。

#### こんな店舗・企業にオススメの事例です

- お客様から注文を受ける方式の食べ放題店
- 注文量が多いが、従業員の数が足りない
- メールマガジンなど、モバイルサービスで来店促進をしている



## 回転率 UP！ 更に余裕を持ったオペレーションへと向上

### Q. e-menu を導入されたきっかけをお聞かせください

元々この場所では、通常の焼肉店をしていました。それを「お客様から注文を受けてご提供をする」という方式のテーブルオーダー式の焼肉食べ放題の店舗を始めるにあたって、タッチパネル型のセルフオーダーを考えたのです。テーブルでオーダーできる仕組みで、成功しているお店はセルフオーダーが導入されているケースも多いので、そういうお店に実際に見に行ったりして、これなら必要だと思って。

## Q. 食べ放題の業態へ転換する時に、e-menu の導入を判断されたということですが、実際に導入した後の従業員の反応はどうでしたか？

特別ありませんが、こちらの感覚値では e-menu を導入することで、従業員への接客教育やハンディでの注文方法などの教育をしなくても、みんなわかってくれるのでとても良かったです。何せ注文の量が多いので、ハンディで注文を受けると時間がかかりすぎたし、前はテーブルにファーストオーダー用の紙と鉛筆があり、お客様にそれを記入して頂き、それをもらって従業員がハンディで打ち込んでいたので、どうしてもタイムラグが起きていたんです。また、それをしている間に、他のお客様がテーブルで待っている---このような様子を見ていて、とても効率が悪いと感じました。食べ放題業態へ転換するに当たって、接客レベルは落としたいくない。そうなると、運ぶだけかもしれないけれど、セルフオーダーを使った方が、従業員にも余裕ができるので、効率が良いと思う選択肢を選んだのです。

## Q. では、お客様からの反応はどうでしたか？

使い易いという声もある反面、面倒くさいという声があるのも事実です。ただ、そういう時は、従業員を呼んで下さいとお伝えして、従業員で対応をしています。また、家族連れで来店される方が多いのでお子さんが「タッチパネルが楽しい」といって喜んで使ってくれています。



## Q. お客様の反応も良いし、従業員の方も余裕を持って対応ができるという部分では、導入する前と比べて回転率やお客様の数も上がったのではないのでしょうか？

回転率はとても上がりました。e-menu を導入する前（※食べ放題業態の前）は、お客様からの注文を全部ハンディで打っていました。そのため、例えば 5 組のお客様を通してその対応をするのがきつかったのですが、e-menu 導入後は倍以上最低でも 10 組を通せるまでになりました。そのため、余裕を持てるようになりましたし、余裕のない接客はお客様をお待たせしてしまうということに繋がりますので。また、回転率に比例するようにして、お客様の数もちろん増えました。特に繁忙期である 7～8 月は 118% も上がりました。また、店舗のキャパがとても広く（1 階と 2 階のフロア）、席自体はあるが、どうしても運用が廻らなかったもので、混雑しても席が埋まるということはなかなかなかったのですが、今では席が全卓埋まっても運用を流せるようになりました。

## Q. では、経費について変化はありましたか？

平日に関しては従業員 1 人分は減らせるようになりましたし、週末に関しても前に比べて 2～3 人いなくても営業できるスタイルにはなりました。今までの店舗では週末の時は取りこぼしがないように従業員の数を足るようにしていたくらいなので。

## Q. 現在お使いになっているタッチパネル端末で、モバイルサービスを行っているということですが、会員数についてはいかがですか？

Felica のタッチ機能を使ってとても簡単なので、メールマガジンに登録してくれるお客様は以前よりも 3 倍～5 倍は増えました。入会募集中の画面をスクリーンセーバーでも流しますし、もちろんお客様への声かけを徹底させていました。更に QR コードで会員募集をかけるよりも、「楽」ということに尽きます。メールマガジンそのものは、1 週間に 1 回くらい配信をしています、現実的にそれを見てくれる方はほんの一握り。ただし今までと分母が違うので、そこは何とも言えないところですが、会員登録をするまでの道のりは軽くなりました。また、今年の千葉ロッテマリーンズ優勝の時には、3 日限

定で生ビール 1 杯 100 円のクーポンをつけましたが、かなりお客様がいらっしゃいましたね。今後はメールマガジンだけではなく、リピート顧客を増やしたいので、スタンプ機能を取り入れていく予定です。

**Q. アフターサポートや保守についてはどうでしょうか？**

何かトラブルやわからないことがあったらコールセンターにお電話させていただきます。24 時間対応 365 日対応は、飲食店にとってとてもありがたいことです。どうしても営業終わってからになって電話かけることが多いので、23 時を過ぎてしまうので。



**Q. そのほかにアスカ T3 に対するご要望があればお願いします。**

要望は営業担当の方に全部伝えちゃっています（笑）メニュー更新勉強会でメニュー作成のアドバイスも聞きたいので、是非他の従業員と一緒に伺いたいと思います！