

業態転換と「メニューくん」採用を同時に着手したことだけで客数20%増、総労働時間20%減!

宮崎・串間で1953年に創業した「寿司虎」。現在は中村正剛氏・臣吾氏の兄弟が継ぎ、虎コーポレーション(株)としてグルメ回転寿司「寿司虎」の展開や、寿司文化の世界発信を目的としたカナダ・バンクーバーへの出店など、時代に即した事業展開を進めてきた。そのなかで2016年には初めてセルフオーダーシステム「メニューくん」を導入。その狙いと効果について、代表取締役社長の中村臣吾氏に話を聞いた。



虎コーポレーション(株) 代表取締役社長 中村臣吾氏

1953年、宮崎・串間で創業した老舗寿司店「寿司虎」。3代目となる中村正剛氏が代表取締役に就任した98年より、高単価寿司店とチェーン系回転寿司店の間を狙ったグルメ回転寿司「寿司虎」の展開に乗り出した。現在は宮崎を中心に、熊本、鹿児島で回転寿司6店、和食店とファミリーダイニングの計8店の国内展開に加え、カナダにも4店舗を構える、宮崎発のグローバル外食企業だ。同社が近年力を注いでいるのが、テクノロジーの導入。その第一フェーズとしてセルフオーダーシステム「メニューくん」を採用した「炙り寿司虎本郷本店」を、16年6月にリニューアルオープンした。リニューアルに際しては、店舗レイアウトの改装だけでなく商品価格も変更。従来のクオリティをそのままに皿単価を約20%落とし、よりカジュアルなグル

握り場の縮小で席数増

「メニューくん」を選んだのは、店内販促の役割も担えると考えたため。売りたい商品を打ち出せるフリーレイアウトのメニュー画面や、美味しく見える画質のよさなどが決め手となったという。

「炙り寿司虎 本郷本店」の店内は



店内はボックス席を中心に、一人客向けのカウンター席も用意。リニューアルで64席から109席まで席数を増やしたことで、客数増につながった。職人が目の前で握る場所も設え、安心安全な寿司の提供をサジェストする。

ファミリー客を意識し、ボックス席を6卓から19卓まで増設。また従来は回転レーン内に職人が立つ握り場を設けていたが、「メニューくん」を導入する際には握り場を縮小、店内端の1カ所に集約できたことで、客席数を64席から109席まで増やすことができた。

「セルフオーダーシステムは職人に直接声かけせずともオーダーができる利便性がある一方で、当店ではき

メニューくんのココがすごい!

商品到着を知らせ取り忘れを防止

各車はオレンジや水色などで色分けされており、「メニューくん」で注文した商品は自分の車の色が書かれた器に乗ってレーンを流れてくる。この際、取り忘れないよう到着を知らせる音声は「メニューくん」から流れる。



店員呼出システムでお客さまを待たせない

注文端末運動型の店員呼出システムを搭載。端末にあるスタッフ呼び出しボタンや会計ボタンを押すと、店内に設置されたモニターに呼び出した卓の番号が表示される。これにより、スタッフがすぐに対応ができるため、お客さまを待たせずストレス軽減に結実する。



店内の見える位置にモニターを掲出することで、スタッフがすぐに対応できる。

「メニューくん」で店員を呼ぶ方法を示した手書きポップ。こうしたちょっとした工夫が、お客さまとスタッフの距離を縮めている。



● 導入店情報

- 炙り寿司虎 本郷本店**
- 住所/宮崎県宮崎市大字本郷北方島田3078-4
 - 営業時間/11時30分~21時
 - 定休日/無休
 - 店舗規模/100坪109席
 - 客単価/1550円

高の向上が見られました」と中村氏。

「メニューくん」で店員を呼ぶ方法を示した手書きポップ。こうしたちょっとした工夫が、お客さまとスタッフの距離を縮めている。

総労働時間約20%減に結実

「こうしたテクノロジー導入の目的の一つは、生産性の向上です。実際に「メニューくん」導入により、オーダーがスムーズになったことで人時売上高の向上が見られました」と中村氏。

「メニューくん」で店員を呼ぶ方法を示した手書きポップ。こうしたちょっとした工夫が、お客さまとスタッフの距離を縮めている。

「メニューくん」を選んだのは、店内販促の役割も担えると考えたため。売りたい商品を打ち出せるフリーレイアウトのメニュー画面や、美味しく見える画質のよさなどが決め手となったという。

「メニューくん」で店員を呼ぶ方法を示した手書きポップ。こうしたちょっとした工夫が、お客さまとスタッフの距離を縮めている。