

AI予測システム
導入事例

“経験やカン”に頼らないマネジメントで 食品ロスや人員不足を解消した飲食店の取り組み

株式会社マルブン

愛媛県でイタリアンや海鮮料理などの飲食店を展開する株式会社マルブン。大正時代創業で100年以上の歴史を持つ同社ですが、コロナ禍をきっかけに店舗のDXに挑戦しました。従業員のシフトや仕入管理など、スタッフの“経験やカン”に頼りがちだった経営を見直し、売上や生産性も大幅アップしたといいます。代表取締役の眞鍋 一成氏に、同社の取り組みについてうかがいました。



代表取締役
眞鍋 一成氏

紙や手入力による管理を デジタルで自動化

長い歴史を通して地域の人々に親しまれ、県内に5店舗を展開するマルブン。以前はアナログな方法で行っていた、オーダー管理や仕入に課題がありました。

「お客さまのオーダーは“ハンディ端末”での管理がメインでしたが、紙への手書きで管理している店舗もありました。日報作成業務もレジからレシート印字でその日の売上や来客数を見て、Excelのシートに打ち込むなど、煩雑な業務が多く、お客さまへの価値提供に関係のないタスクに時間をとられている状況でした」(眞鍋氏)

生産性に課題を感じながらも、なかなか手を打てずにいたところへ起こったのが、2020年からのコロナ禍です。飲食業界も大きな打撃を受け、同社も窮地に立たされましたが、それならばと思いついて店舗のDXに挑戦しました。

「2020年5月頃から導入に向けて動き始め、12月にリニューアルした本店でスマホ・タブレットからのオーダーとクラウドレジ[※]、それからマネジメントの効率化のためにAIによる来客やオーダー予測システムを導入しました。当時は本店で店長業務も担当していたので、自分がまずは使ってみようと思ひ、これらに興味をもってくれた新卒の社員とともに数字を見ながら使い方を学んでいきました」(眞鍋氏)

来客数・売上・注文数を予測して シフトや仕入の管理に活用

新たにデジタル機器を導入した最初の一年で、顧客の反応やつまずきやすいポイントを見つけ、次の年からはそれらへの対応を含めてほかの店舗へもスマホオーダーや新しいレジシステム、AI予測システムを順次導入していきました。

「AIは来客数と売上、商品の注文数の三つを予測して表示してくれます。来客数については当日と4~5日先、45日先、そして年間の予測が見られるので、従業員のシフトや当日の動き方、在庫管理、予算の設定などに活用しています」(眞鍋氏)

例えば、飲食店にはランチタイムなどのピークタイムがあり、ほかの時間帯は比較的余裕がある

こともあります。そのため、その時間が具体的に何時なのかを予測できれば、スタッフの勤務時間を短縮するなどの対応ができ、余分な人件費の削減にもつながります。

「また、5日先までの商品の注文数も分かるので、仕入のコントロールも容易になりました。例えば『オムライスが5日後までにこれだけ出る』という予測が出ていれば、材料がどれだけ必要か分かります。調理のための仕込み作業も同様にスケジュールがしやすくなり、結果として急に仕込みが必要になって、突然キッチンが忙しくなる…というようなイレギュラーをなくすこともできました。どこに時間をかけ、どこで時間を節約するかが明確になり、労働時間のムダをなくせています」(眞鍋氏)



来客数や商品の注文数予測をもとに、シフトや仕入れの計画を立てる

これまではベテランスタッフの経験とカンに頼る管理体制だったため、どうしても人員の過不足や食材のロスが起りがちでしたが、AIによる予測で最小限に抑えられるようになり、また経験の浅いスタッフであっても、こうした管理業務に携われるようになるまでの育成時間も短縮されました。ここ数年の材料費の高騰も頭の痛い問題ではあるものの、DXによって在庫コントロールに取り組んでいたおかげで、状況は厳しいながらも対応できているといいます。

デジタルツールの導入については、当初は年次の長いベテランスタッフから「使い方が分からない」「本当に意味があるのか」など、ネガティブな反応があったものの、「若手を中心に導入への理解が深まっていった」と眞鍋氏は振り返ります。

「当社は社員の平均年齢が31.1歳と若く、多くの高校生や大学生などのアルバイトもいます。データはすべてのスタッフに公開しているので、デジタルに慣れている人や抵抗のない人が先頭に立って数値を見たり、現場でシフト調整を行っていきうちに数値として成果が出始め、それまで難色を示していたベテランスタッフも『やらねばならない』と感ずるようになってくれました。さらに、日常のコミュニケーションにLINEを使っていたり、ネット通販を利用していたりと、デジタルに全く関わらない生活をしている人はとても少ないということへの気づきもあり、自分にも使えるという認識が広まっていきました」(眞鍋氏)

また、以前は手で入力していた来客数や売上といった実績、顧客属性やリピート率などもクラウドレジでグラフ化され、これらのデータを分析しながら、各店舗が販売促進のためのアクションプランを練るようになっていきました。



地元の大学にデータを提供し、研究に協力している

生産性も向上し 飲食業の魅力を感じる環境に

同社は店舗DXに乗り出してから3年強で人時売上高(従業員一人、一時間あたりの売上高)が20%アップ、人時生産性(従業員一人あたりの生産性)は業界平均の約2倍と、しっかりと成長を続けています。その中で、従業員の変化も感じています。

「店舗業務に追われることがなくなり、人材育成や顧客増加のためのプラン作成にしっかりと時間を割り当てられるようになりました。マルブンでは店舗の目標設定を各店舗に任せていて、スタッフが自主的に取り組めるようにしています。例えばどのようなキャンペーンを打つか、LINE公式アカウントのメッセージをいつ送るのか、ランチタイムとディナータイムで店先に出す立て看板を変えてみたらどうかなど、いろいろな施策とともに、その結果が数値として見えるので、楽しみながら取り組んでくれている印象です。最近では大学とも提携して、過疎地域の課題解決や人を呼び込む手法の研究などのために、マルブンのデータを提供しています(上記写真参照)」(眞鍋氏)

以前まで眞鍋氏が経営課題として感じていた「人件費」と「仕入のコントロール」については解消し

つつあり、2024年10月の最低賃金引き上げに伴う賃上げも、スムーズに実施できました。今後については「データ活用をさらに進化させていきたい」と抱負を語ります。

「今後は、これらのデータを活かしてマーケティングへつなげたいと考えています。反響のあった施策をもとに、お店に来ていただける・リピートしていただけるコミュニケーション方法を考えて実践していきたいです」(眞鍋氏)

人口減少による働き手の不足や消費者の外出頻度の低下など課題が山積する中、飲食業界で生き残っていくには、先端技術を積極的に取り入れ、問題にいち早く手を打つことが必須だと、眞鍋氏は力説します。

※クラウドレジ：クラウド上で動作、データ保存するPOSシステムを搭載したレジ。



●会社概要

会社名：株式会社マルブン
創業：1923年(大正12年)5月24日
本社所在地：愛媛県西条市小松町新屋敷甲407-1
代表取締役：眞鍋 一成
資本金：1,000万円
事業内容：洋食店「マルブン」をはじめ、イタリアンレストランや、海鮮丼を提供する食堂などを愛媛県内で展開している

URL：https://marubun8.com/

関連記事もWebで！
「ネット時代のロコマーケティング」
ユーザ協会 福しん

