

平成23年8月31日

各位

株式会社 徳 ・ 株式会社 傳六
ノリックス株式会社 ・ 有限会社 和公
代表取締役 鷺岡和徳

前略、今月も業務に専心いただきありがとうございます。

昨年と同様に今年の夏も猛暑となり配送担当者をはじめとする従業員の皆様にはご苦勞をおかけし、又そのような状況の中でもお客さまに喜んでいただける料理と接遇の提供が出来ましたことに対し皆様に感謝と御礼を申し上げます。

先月に社員総会を行い、本年度の指針と経営の方向性を説明させていただきました。現在はその方針に沿って会議ならびにミーティングを行い、定めた経営目標を達成すべく社員を中心に全店舗でオペレーション等の改善を行っていただいています。本年度は「利益拡大の為の業務効率化と数値化」を重点課題としました。まず高級店としてのクオリティーを保ちながら献立や料理内容を標準化します。そのことで食材ロスを減らし、仕入れそのものを標準化します。

サービス面では昨年から使用している職務ガイドブック、作業マニュアルの充実とそれを使った教育訓練でさらなるサービスのレベルアップと標準化を進めていきます。又、組織面では各部職務の明文化と分業をすすめ、与えられた仕事を完遂し報告をきちんと行う**組織化**をすすめていきます。つまり時流に合わせた経営の推進と効率的なオペレーションの確立を進めることを第一義といたします。ただし私たちの仕事は**料理店**ですので美味しい料理を提供しなければ必ず行き詰ります。ただ何を持って美味しい料理なのかは定義する必要があります。美味しいかどうかは作り手が決めるものではなくお客さまが決めるものです。当社ではお客さまにアンケートを取らせていただいています。それよりもわかりやすい指標が「客数」です。お客様は美味しければ再注文、再来店していただけます。絶対的な美味しさと言うのはビジネスでは認められません。美味しさとは料理の品質と用途で決まる相対的な感覚です。今の時代では「お得感」という部分も美味しさの要素の一つになるでしょう。飲食店経営で必要なのは現場で起こるあらゆる現象を数値や客観的なデータに置き換えて因果関係を考える姿勢です。イタリア料理のチェーン店であるサイゼリアの看板商品の「ミラノ風ドリア」も微調整がほとんどですが1000回以上の改良を加えていると聞き及びます。その微調整のあと必ず注文数に変化があると聞きます。

「自分がお金を出してでも欲しい商品」「人に紹介したくなるお得な商品」「宣伝しなくても勝手に売れる商品」を作ることだけが唯一この時代で飲食店が生き残る方法と私は考えます。

「一膳入魂」

「私たちはお客様のために常に新しいことに挑戦し、食生活に新たな価値を創造しつづけます。」
すべては自分のために。

すべてはお客様のために。

すべては会社のために。

すべては社会のために。

来月も一緒に頑張りましょう。

草々