



### 楽しさと益をてう業績増進

「楽しさ」と「利益」を両立させる。それが、外食業界の経営者にとっての最大の課題である。その鍵は、従業員のモチベーションと顧客満足度の向上にある。本誌では、最新の経営戦略と実践事例を詳しく紹介する。

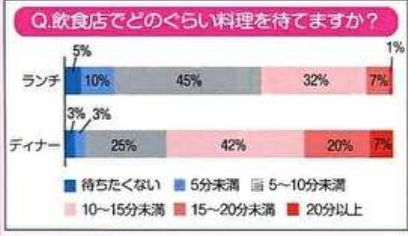
### インパクトある「ビッグ」な情報



「ビッグ」な情報とは、業界全体の動向や最新のトレンドを指す。本誌では、毎月最新のデータと分析を提供し、読者のビジネスに役立つ情報を届ける。



「配膳・下膳」は、顧客の第一印象を左右する重要なポイント。特に「待たされない」と「テーブルを清潔にしてくれる」が、多くの顧客から期待されている。これは、サービスの質を高めるための重要な課題である。



国内最大級の顧客満足度向上プラットフォーム。お客様の声を基に、効率的に顧客満足度を高めることが可能。定期的に意識調査もしている。/運営=株RO1

### モモちゃんのなるほど外食データ

最近、出社する機会が増えて、同僚とお昼に外食することも多くなりました。お昼休憩は決して「ホッと」するひと時ですが、1時間以上の制限があるため、なかなか注文と調理が遅延してしまい、内心でも焦ってしまいます。外食店においての「ストレスポイント」の1つはやはり「待たされること」なのではないでしょうか。

今回「料理の配膳時における配膳者の感じ取り方」についてアンケートを実施。800人（男性300人、女性500人）に調査を実施したところ、普段の外食における配膳を最も重視するのは「適量で配膳されること」と「待たされないこと」でした。また、ハシの日においては「待たされない」と「テーブルを清潔にしてくれる」が重要で、それに加えて「料金」も重要なポイントとして挙げられています。

「待たされない」と「テーブルを清潔にしてくれる」が上位項目に加わり、さらに「料金」も重要なポイントとして挙げられています。これは、顧客が求めるのは、実際の金額が安いことだけでなく、「15分以上」の待ち時間が多いことです。料飲を待つことができない許容時間については、ランチにおいては10分未満が60%、ディナーでは10分未満が31%です。

一方、自動配膳ロボットを導入する飲食店も増えてきましたが、配膳の希望についての調査では、「店員（が配膳）を希望する人の割合は34.7%」、「自動配膳ロボット」は41.6%、「自動配膳レーン」は28.8%になりました。自動配膳が意外なほど支持を得ているのもわかります。配膳ロボットについては、まだまだ課題はありそうですが、人手不足でお客さまを待たせて顧客満足度を落とす傾向があるなら、自動配膳システムの導入を検討してみてもいいかもしれません。

**ランチ帯のお客さまを待たせないリミットは15分未満**  
**配膳ロボットは救世主かも？**

12ヶ月連続 売上アップ  
REVENUE

fancrew