

導入事例

Case Study

お客様の満足度をアップさせるため、店舗の Wi-Fi 化を推進
設置した無線環境を活用して様々な IT システムの導入検討



株式会社壺番屋様は、カレー専門店「CoCo 壺番屋」を全国エリアで展開。高いサービス品質が多くのリピーターを作り出すなど、優良企業として注目されています。“顧客満足最優先”を掲げ様々な取り組みを見せる同社は、その一環としてソフトバンクの協力を得て店舗の Wi-Fi 化を進めています。

課題と効果



株式会社壺番屋
取締役営業本部長
宮崎 龍夫 様



株式会社壺番屋
営業本部 管理課 課長
水谷 祐宣 様

課題 ・既存店をニュータイプ店へ転換する取り組みの中で、お客様にゆったりと落ち着いてもらえる仕掛けやツールを探していた
・企業全体として IT に対する意識が弱く、積極的な活用も遅れていた

効果 ・ソフトバンク Wi-Fi スポットの導入によりスマートフォンやタブレット型端末などを使える環境を構築。顧客満足度が向上し、女性のお客様も増えた
・店舗の Wi-Fi 化を進めていく中で、店側からタブレット型端末などを活用した様々な IT 化提案が寄せられるようになり、IT 意識が高まった

導入の背景 ●●●●● ニュータイプ店舗の戦略に Wi-Fi のコンセプトは最適と判断

株式会社壺番屋様は、47 都道府県すべてに「CoCo 壺番屋」を出店。2010 年 11 月末時点の総店舗数は国内 1,192 店舗、海外を含めると 1,238 店舗にも達しています。創業以来、ソフトとハード面の双方に妥協することなくサービス品質の向上に取り組む同社が、特に注力する施策が人材重視の FC（フランチャイズチェーン）戦略です。

特長は、独自の「ブルームシステム（社員のれん分け制度）」により、外部からオーナーを募るのではなく、社内で育成した社員が独立して FC 展開していること。この独立型 FC 体制は徹底しており、等級制度で一定等級以上をクリアした独立資格者に筆記と実技試験が課されるだけでなく、地道に独立資金を積み立てるプロセスなど様々な面から経営者として必要な資質がチェックされます。

このため、「独立前提で入社した社員はモチベーションが高く、この仕組みとあいまって店舗運営やマネジメント力を確実に身につけることができます」と取締役営業本部長の宮崎龍夫様。高品質なサービスや FC 本部と独立オーナーの結束力などにつながっています。

さらに、同社がハード面で進めている施策が、既存店強化を目的としたニュータイプ店舗への転換。従来の黄色を基調とした店舗カラーを落ち着いた茶色ベースに変更すると共に、椅子やテーブルの間隔を広げて落ち着けるように改装するなど店内の居心地も向上。新たな客層を取り込もうとされています。

こうした外観や内装を単に変えるだけでなく、「お客様がくつろげる仕組みや仕掛けを店舗に取り入れたい」（同前）と模索。そうした中で壺番屋様が着目したのが、ソフトバンク Wi-Fi スポットでした。

導入の内容▶ 全国の約 760 店舗にソフトバンク Wi-Fi スポットを一気に導入

導入のきっかけとなったのは、2010年5月に開催された外食産業向けの講演。ソフトバンクの孫正義社長の話に感銘を受けた壱番屋の宮崎様は、「ゆったりとくつろげる空間の実現というニュータイプ店舗の戦略に、Wi-Fiのコンセプトが適していると判断しました」。そして、ほぼすべてのニュータイプ店舗へWi-Fi環境の導入を一気に推進。約740店舗(2010年12月時点)に、ソフトバンクWi-Fiスポット対応のルーターを設置しました。

総店舗のうち7割以上をFCが占める状況で、こうした施策が一気に進められるのは、前述のブルームシステムにより元社員がオーナーであり、“不快に感じるお客様がおらず、1人でも喜ぶお客様がいるならやってみよう”という創業以来の同社の考え方が身に染みていることが理由です。

この理念に基づき、壱番屋様の店舗にはブースターケーブル(バッテリートラブルなどでエンジンを始動できなくなった車を救援するためのツール)や、おむつ交換台などが設置されています。「こうしたツールは年に何度も使いませんが、万一の時にあれば喜ばれます。もちろん怒るお客様もいません」と宮崎様。基本的には、Wi-Fi環境の導入も同じ考え方であり「スマートフォンやタブレット型端末を使って、店内でくつろいでいただきたいですね」と、思いを語られています。

とはいえ、居酒屋などと違い、壱番屋様のような飲食店にとっ

ては滞在の長時間化は来店客の回転率が低下するため、一般的には敬遠されがちです。この点、「当社では回転率や客単価アップなどの施策は原則的に展開していません。仮に非効率であっても、お客様が喜ぶならやってみよう。Wi-Fiを設置して、少なくとも怒る人はいないはずですから」と宮崎様はいいます。

導入以来、店内ではスマートフォンやタブレット型端末などを使うお客様が増えたそうです。例えば、「女性客の来店率が低かった店舗で、Wi-Fi回線を利用してスマートフォンなどを使う女性のお客様を、たびたび見かけるようになったとの声が店側から寄せられています」(同前)。こうした傾向を受け、AC電源や充電器を設置する店舗もあるなど、お客様のニーズに店舗側が工夫で応える取り組みが実施されています。

2015年頃までに全店舗をニュータイプへ転換していく方針で、物理的に可能な店舗にはすべてWi-Fi環境を導入される予定です。



落ち着いた雰囲気、ゆったりとくつろげるニュータイプ店舗では女性のお客様も増加。“あったらいいな”を実現する様々なツールが導入されており、例えばコンセントを各テーブルに設置しているほか、充電器を置く店舗もあるほどです。

今後の展開▶ ソフトバンク Wi-Fi スポットをベースに様々な仕組みを検討

今後、全店舗にWi-Fiが設置されていくことで、大きく2つの点が期待されるといいます。

その1つは、社内システムの置き換えです。現在、60名近い同社のスーパーバイザーはノートPCを持ち歩いています。これをタブレット型端末で代替することを検討中です。また、各店舗に備えられた紙ベースのマニュアルをデジタル化したいとも考えています。「例えば、調理や接客方法などはタブレット型端末を使って動画で見せた方が分かりやすく、研修効果も高まります。実際に、厨房で動画を見ながら実地に経験することで習得も早くなると思っています」と宮崎様。いずれもタブレット型端末上で、社内システムが連携できるなら、「すぐにでも採用したい」と導入準備を進めています。

2つ目は、「ITに弱かった会社がWi-FiをベースとしたIT化を意識するようになったことです」(同前)。壱番屋様では、直営やFCを問わず店舗からの提案が本部で許可されると、その施策の実行が可能となります。

例えば、同社は全体の販促活動として、お笑い芸人を起用した動画を作成し、ネットの無料動画サイトで配信しています。群馬県前橋の店舗から、「動画を店頭でも閲覧できるようにしたい」との要望があり、本部が許可。店内にタブレット型端末や小型モニターなどを設置して、来店したお客様が自由に見ることができるような環境を構築されています。

最後に、「こうした取り組みはソフトバンクWi-Fiスポットを設置したらからこそ。これがなければ無料動画サイトを活用した販促など考えませんでしたし、店舗からもタブレット型端末による配信といった意見は出てこなかったと思います。営業や業務的な試みなど、Wi-Fiをベースに様々な仕組みを実現してみたいですね」と宮崎様は話を締めくくってくれました。



ソフトバンクWi-Fiスポットに対応した店舗では、お馴染みの「Wi-Fiつかえます」ステッカーが目立つように貼られています。

株式会社壱番屋

本社：愛知県一宮市三ツ井6-12-23

従業員数：725名(2010年5月末時点)

概要：カレー専門店「CoCo 壱番屋」を全国エリアでチェーン展開する他、あなかけスパゲッティ専門店「バスタ・デ・ココ」やハンバーグ専門店「にっくい亭」などの業態も手がけています。

URL：<http://www.ichibanya.co.jp/>



※パンフレット記載内容は2010年12月現在のものです。