

こだわりの食材・調理と接客で長年愛される中華チェーン EC、サブスクリプションでさらなる飛躍

東京都豊島区を中心に、都内に32店舗をチェーン展開するラーメン・中華定食の飲食店。国産野菜、自家製麺など食材へのこだわり、手間を惜しまない調理、長年愛されている定番メニュー、定着率の高い従業員による丁寧な接客などにより、熱心なファンを多く抱え、地域に根差したチェーン店として不可欠な存在となっている。長年にわたって築き上げてきたブランドを基に、近年はECやサブスクリプションモデルなどの新たな取組みで生産性を向上している。

所在地 東京都豊島区目白5丁目31番3号
電話/FAX 03-5982-0061 / 03-5982-8861
URL <http://fuku-sin.co.jp/index.html>
代表者 代表取締役 高橋 順

設立 1964年
資本金 5,000万円
従業員数 400人



サブスクリプションモデルによるリピート顧客の確保により、コロナ禍でも売上確保

月額 500 円で会員になると、餃子（6 個入り 200 円）を無料オーダーできるサービス「ギョウザ定期券」を開始（350 円以上の注文と 1 日 3 回までの利用という条件）。毎日朝昼晩 3 食で餃子が食べられるというメリットで、既に 500 名以上の会員を獲得している。会員の利用回数は月平均 4 回で、新型コロナウイルスによる緊急事態宣言後もこの頻度は変わらず、営業時間が短縮された際も、定期的に足を運んでくれるお客様を確保できており、売上の大きな支えになっている。



サブスクモデル 餃子定期券開始

新工場による業務効率化、職場環境改善、対外的信用の向上

老朽化した前工場に代わり、2020 年 3 月に新工場を稼働。新工場では、自家製スープ・麺・餃子・カット野菜などの一貫生産、工場内のスムーズな動線、省力化された作業環境、各店舗への機動的な配送体制、新たな許認可（食肉製品製造業）、食品衛生法改正に伴う HACCP 対応の衛生管理、などを実現・装備している。同工場の稼働により、さまざまな業務の効率化、販路の拡大、従業員の職場環境の改善、取引先など対外的な信用向上などを実現し、今後の発展に不可欠な施設となっている。



2020年3月稼働の新工場

ビッグデータ活用によるメニューの見直し

飲食業の料理一品ごとのビッグデータを有する企業と連携してキーワードの解析を行い、新メニューの開発・導入、既存メニューの見直しなどに活用している。たとえば回鍋肉は比較的新しいメニューであるが、データ解析のなかで「中華料理の炒め物メニューのなかで回鍋肉だけがキーワードとして伸びている」ことを捉え、速やかにフェアを開催。その実績をデータで確認するとともに、回鍋肉をお客様にも浸透させ、その後、定番メニューのなかでも存在感を発揮し安定した売上を継続するようになった。



ビッグデータ解析で定番化した回鍋肉