ホテル内ブッフェサービスの改修ポイント

事例

伊藤芳規 (いとう よしき) 博士 (工学) 株式会社ループコンサルティング Loop Consulting Inc. 代表取締役

日々新たなコンセプトを駆使して様々な飲食店が作られている。老舗ブランドと暖簾で集客できる店舗以外、ある一定年数を経ると打ち出してきた飲食コンセプトは陳腐化し、新たなサービスコンセプトの練り直しが求められてくる。特にホテル施設のグレードにより顧客層は棲み分けられるが、流動的なゲスト層は競合施設へ容易に流れていく。顧客層の集客維持と利益向上で密接に関わる料飲施設でも、集客ニーズの変化を予測し対応することも求められる部門である。特に朝昼夕と全時間帯で飲食サービスを提供する All Day Buffet Dining ではホテル施設の顔であり、顧客ニーズを捉えながら新たな付加価値サービスを打ち出す改修が各地で行われている。

1. はじめに

東京都内をはじめ数多くのホテルがここ十年オープンしてきた。特に外資系の大型ホテルの日本進出が続き、国内外のホテル集客争いは日々続いている。そんな中、国内外系老舗ホテルも、続々とレストランをはじめ料飲施設や厨房施設のリニューアルが進めており、新たな集客戦略が計画されている。本編ではホテル内の料飲サービスでメインとなるブッフェ施設の改修時における計画留意ポイントや、改善ポイントを記載したい。

2. ブッフェ施設の改修例

ホテル料飲施設におけるリニューアルのコンセプトで重要視されているのは、その施設の料飲サービスのスタンダードは維持させながら、新しい魅力を生み出し、新たな顧客層を取り込むことが大きな目的であると言える。

特にブッフェダイニング改修では、デザイン面では クラッシックトーンからモダン・スタイリッシュへ。 メニューサービスも、朝食、朝食とランチ間、ラン チ、アフタヌーン、ディナー、ディナー以降も含め、 全時間帯でその利用ゲストの喫食利用状況や需要に合 わせ、料飲サービスを行えるブッフェスタイルの対応 やカルトサービスなどが日々検討されている。

メニュー構成と料理提供スタイルの改善傾向では、

あらかじめブッフェカウンターに並べるサラダ類、ハム、コールドガルニ、デザートなどの冷たい料理はコールドトップ、アイスベッドなどに配置させ、ゲストへ訴求する食材容器やガラストレイに盛り付ける工夫をおこなう。温ガルニやメインなどは出来立て、作り立て料理を訴求する様々な工夫を施している。

今では標準となるが、オープンキッチンで作っているシーンを見せる演出では、エンターテインメント+出来立て感を演出している。出来立て料理は提供カウンターに埋め込まれる IH 調理機に保温される。さらなる演出では、釜焼きのピザをはじめ、規制が許すならば、炭や薪を応用したグリラーなどを応用し、肉、魚のグリル焼成を目の前でみせて、演出として訴求する方式などの改修が計画される(参考資料 1)。

海外のバッフェサービスの新たなサービスコンセプトでは、最終調理作業をお客様の目の前で演出する傾向が多くなっている。各コーナーで提供する料理品はメインキッチンで下処理を行い、最終調理に必要な下処理済食材のみを各コーナーへ搬送するスタイルである。1つのダイニングエリアに点在する各種のライブ感あるフードサービスカウンターは、新たなゲスト層への取り込みに寄与している。調理作業面では、従来の分散点在する各種作業が同種の集約化への作業となり、作業の効率化にも貢献している。

No. 196 2014 連載講座 | **1**

側の意識改革も求められる。





参考資料 1 Buffet Service [Park Hyatt Shanghai]

3. 調理と調理機器の適応

調理と厨房機器では大量に調理する調理や下調理加熱ではスチコン機器、加熱瞬時の加熱パワーと包み込む熱気で調理を仕上げる料理ではガス機器を使う。

均一に手早く調理を要するソテーやポワレは電磁調理器を中心に調理させ、料理シナリオごとに合わせた 調理改善も必要となる。

調理シーンや加熱配置の変更とともに、厨房内の給排気ダクトの変更も強いられるが、根本的な衛生環境の改善も並行して検討が求められる。

新築計画では初期段階より理想形を求められるが、 リニューアル工事では容易ではない。改装目的は現状 の売り上げ維持とともに、新たな顧客層の取り入れと 売り上げ向上が命題となる。その意味でも、調理オペ レーションが大きく左右する厨房改修は慎重を要する パートである。

改修時に共通しているクライアントからの要望では、厨房内の無駄な動きの削減、作業効率の改善、調理パフォーマンスとゲストへの訴求、美味しい料理と安全提供である。

もちろん改修計画に伴い、厨房スタッフとサービス

4. ムダを省くブッフェサービスの改善案

提供アイテムの品目数はその施設の営業方針もあり、種類は減らせないが、求められている命題は、料飲原価を下げる、食材ロスを減らす、である。通常、抑制させる方式では、食材原価ロスを提供サイズや食材のボリュームを見直すやり方がある。通常出している卵、ハム、ソーセージ、納豆、海苔、目玉焼き、出し巻き玉子等、各種ブレッド、デニッシュ、ジャム、マーガリン等、提供料理や出来合い商品のポーションを小さくし、少量にする方式がある。

ブッフェ料理では、様々な料理をいろいろと自分で 選び食べられることである。小ポーション化での提供 は、お客様にとって都合がよく、満足度向上に貢献す るバッフェサービスになるとも言える。同様にスプー ンやレードル、トングなどのカトラリー類を小さくす る方法も検討できる。

大きめのスプーンやレードルは、大目に料理を取ることとなり、小さめに多くの種類を食べたいお客様にとっても都合のよいサービスとなる(**参考資料 2**)。

さらなる改善ではブッフェの盛り容器を小さくする やり方も考えられる。大きな容器は料理を多めに盛り 付けてしまう。自分が食べる以上の量を盛りつける傾 向にある。

しかし盛り付けられた料理のボリュームが少なくて は見た目上で貧相に見えてしまう。単純に盛り容器を 小さくしてしまっては、お客様の満足度低下へ影響す る。

上記と関連するが、一般的に朝ブッフェでは、朝9時を過ぎるとお客様の来店も落ち着いてくる。しかし朝食の閉店時間までは絶えず料理の補充は必要である。

この時間帯の食材補充は食材ロスの大きな原因にもなっている。7時~8時台では朝のピーク時を迎え、料理の補充は頻繁に行われる。この時間では盛付容器はその時間に適応した収納容器でディスプレイを行い、繁忙時間を過ぎたら、その時間帯に適応した浅型容器など切り替えるなどの工夫も検討できる。

また朝9時以降ではトースト、シリアル、卵料理(例: エッグスベネディクト)、ベーコン、ハム、ソーセー ジ、パンケーキ、ワッフル、フレンチトースト、マフィ ン、ベーグル、果物、ハッシュドポテトなど限定した メニューに切り替え、限定したコンチネンタルブレッ クファーストのオーダーでサービス対応する方式もあ る。

またメニューの見直しも重要なポイントである。食材原価が高い物から低い物への切り替えである。もちろんその施設の目玉料理を変え、品質低下を引き起こすような料理の変化では、お客様の信用低下になる。客層にもよるが、通常の朝食の概念とは異なる料理でもお客様満足につながるものもある。ソースを吟味したスパゲティ、ホテル限定のカレーなど家族客に人気があり、コストも抑えられる効果はある。



参考資料 2 参考写真:ホテルピエナ神戸

通常ブッフェでは盛付サービスは1枚皿の盛りプレート用意されている。参考施設で様々な種類の料理を、小ポーションで食べたい分量で分けられる盛付プレートが採用されている。この盛り方式は1人が食べる分量を容易に盛り付けるできることと、食べ残しも少なくなることから、食材原価の抑制にも貢献できる。

5. ランニングコスト面

ランニングコストの抑制では、ホットアントレー容器の保温用に使用されている固形燃料から IH 保温プレートに変更する。固形燃料の保温はランニングコストもかかり、日々の消耗品コスト低減化へは貢献する。

現在では 1 P100V タイプの IH プレートも応用されるようになり、消費電力の低減化に貢献する。水光熱含め様々な無駄の抑制はどの施設も日々努力はしている。

ブッフェサービスで今後重要なポイントでは、朝昼 夕と宿泊需要も含め提供食数の分析管理システムの確立であると言える。提供の見誤りは、食材廃棄や過剰 調理ともなっているため、非常に食材原価へ影響する。 改修に伴う運営改善の結果は、その施設の信用性を向上させるとともに、収益の改善が必ず求められる。そのためにも表層的な改修と共に、利用者の分析とデータ特性を調理場にも反映させることが求められている と言える。

6. 根本的なブッフェメニュー群の見直し 検討

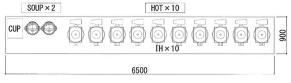
料理のディスプレイテーブルに数多くの料理アイテムが並んでいるのは、確かに見た目は良い。しかし利用ゲストにとって、そこに提供される数多くの料理は求めていないのも現実である。改善案では、確実に選択するメニがユー以外、日替りメニューアイテムで訴求する方式もある。

その日替わりメニューを主菜(メインアントレー)とする場合、グリドルやブロイラーで出来立て料理を 提供する方式のほうが、リピーター顧客への取り込み に貢献するともなる。

ホテルおけるブッフェスタイルの利点は、サービススタッフの人件費削減が。主な目的の一つである。限られた人数で、効率的にお客様へ料理を提供するサービススタイルがブッフェ形式になったとも言える。ブッフェ形式のサービスを行っても人員削減へ貢献しない100室以下の宿泊施設などや、朝の利用客に大きなバラツキがあるような施設では、ブッフェサービスに不向きな施設な場合もある。このような施設では一部分のメニューをブッフェ料理とし、主菜は日替わりメニューを提供するなどのセミセルフブッフェへの切り替え。あるいは、ブッフェ形式をやめ、その施設にふさわしい、しっかりとした朝食のセットメニューを提供する手法もある。

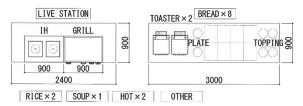
現在ではあらゆるホテル施設がブッフェ形式でのサービスであり、利用客にとっては、その施設が提供するセットメニューのほうが満足度は高まる面もあり、他のホテルと差別化にもなるのではないだろうか。

7. ブッフェ料理ディスプレイ参考事例



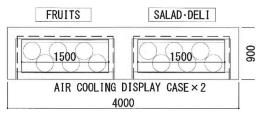
メインホットアントレーライン

ホットデリをメインとする提供ライン。IH用チューフィングングを 10 台、スープを 2 種 + カップ類を保管すると、6,500 mmの長さが必要となる。盛りプレートはカウンター下にスタッキング保管する。



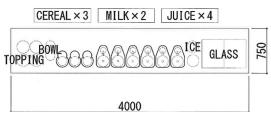
クッキングライブステーション&ブレッド

ホットアントレー他、出来立て感を訴求する場合、カウンターラインにグリドル、ブロイラーを設置。その場で調理提供するライン。間口 2,400 mm。その他、薪ピザ窯、円形ブロイラーなどの演出方法もあり。パン、デニッシュ 8 バスケットサービスライン、トースタ含め 3,000 mm。



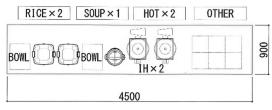
コールドディスプレーライン

フルーツコンテナー 6、サラダコンテナー 6を保管するとして間口 4,000 mm。ディスプレイ機能ではアイスベッド、フロストトップ、オーブン冷ケースと数種類に分かれる。



シリアル、コールドリングライン

シリアル×3、ミルク×2、ジュース×4+グラス+ボール関連で4,000 mm。ジュース、ミルク類はアイスベッドで保管する方法もある。



和食、和系デリライン

朝、和食をサービスしない施設はいらないが、ここではライスウォーマー、スープ、ホットガルニ、常温ライン×6コンテナーを配列で4.500mmとなる。

8. バッフェサービスライン特性

上記にまとめたサービスラインはあくまで標準的なものであり、ダイニングデザインにより、円形やアイランドと様々な形状と配置を検討しなくてはいけない。カウンター長さでは2500 mmとなるが、提供能力や規模、バッフェ業態により変化させなければならない。また計画では需要キャパ、客席回転率や提供能力によりサービスラインの組み換えが求められる。

9. まとめ

ホテルの料飲計画では、新たな新築計画よりも、より制限が多いのは改修計画である。改修時に求められるのは、改修後の集客向上に伴う売り上げと利益改善が必須であり、改修後の実績は前年対比の利益と容易に比較できる。

厨房設計やそれに関連するスタッフは本誌に記載したように、厨房配置のみならず、改修業態に合わせたメニュー配置、それに伴う調理機器の選定。同様にバック厨房や関連機能、そして作業シナリオを含め、作業改革と収益改善に貢献する総合的なアイデアが求められる。

そのためのも厨房計画の他、関連する作業やオペレーションの洞察は重要である。

伊藤 芳規 博士(工学)

フードサービスコンサルタント

株式会社ループコンサルティング 代表取締役

事務所:151-0066 東京都渋谷区西原1丁目21-16 パラス

ト西原 701

Tel: 03-5790-0720 Fax: 03-5790-0722