

# Food And Beverage Cost Control の導入と運用 ~最新状況と今後の取り組みについて~

(株)ユニコーン ソリューション事業部 主任 SE 小島智宏

## Food And Beverage Cost Control とは

Food And Beverage Cost Control (以下、FBC と略称) に対して、皆様はどの様な認識をお持ちですか。

導入すれば即効果(コストダウン) が現れると誤解されているケース、導入を検討されるが明確なビジョンの構築に繋がらず、導入できないケース、FBC 部門又は FBC 担当者を設けているが、業務の大半が数字の入力や集計になり、本来の目的と異なるケース、など様々ではないでしょうか。

フルサービス(宴会やレストランオペレーションがある)のホテルでは、FB の収支が大きなファクターとなるため、FBC を理想的に運用できれば、とても有益な仕組みとなります。

まず、FBC はコストをコントロールすることも目的の1つではありますが、それだけではありません。FBC の最大の目的

は、利益の最大化と適正なコストを維持するために、仕入れから製造・販売・商品企画・分析・購入計画をサポートすることです。

単に原価、経費を下げることや売上を上げることは難しいことではありません。例えば、材料の質や量、調理法、サービスの質を下げれば原価、経費を下げることはできます。また、材料の質や量を上げたり、値引きを行うことで売上を上げることもできます。しかし、これで顧客や売上を維持し、継続させることは難しく、このような偏った施策では逆効果となり、目的を果たすことは出来ません。

効果的な施策を行うためには、組織全体に FBC のビジョンを浸透させることが必要です。FBC 担当者が主導しながら、組織全体が仕組み・コンセプトを理解し、互いに協力しあうことで、より有効的に効果が反映されます。

こういった改善は組織内部のみならず、顧客に良い影響をあたえ、売上への波及が期待できます。このようなサイクルを形成・維持することが理想的な FBC ではないでしょうか。

## FBC の実現に向けて

FBC を実現するにあたり、業務の問題点を洗い出し、改善方法を検討することが必要になります。ここではシステムを利用したケースをご説明致します。

システムを導入することで、発生から結果に至るまでのプロセスを管理でき、日々の速報データや組織全体の詳細な情報の把握が可能です。

そこで、弊社がご提供する『UniCC- 購買原価管理システム -』をご紹介します。

当システムは、購買業務と FBC の運用をサポートする機能を併せ持つ、ホテル業に特化したシステムです。

各営業系システムから日々の売上データを取り込むことで、売上と原価の分析に必要なデータが蓄積され、速報レポートとして原価日報を作成します。

また、原材料・中間製品・完成製品の内部振替(Transfer)、メニュー及びレシピのマスター登録を行うことで、より正確な売上部門の原価、製造部門の売上を確認できます。さらにメニュー単位の詳細な原価情報を把握することが可能になります。

アイテム単位の原価(消費) 差異分析、在庫回転率などの原価分析や、メニュー単位の ABC 分析などの売上分析を目的としたレポートを利用することで、コスト増減の要因を発見することが容易になります。そして、FBC 担当者の負担が

軽減され、本来の業務に集中することが出来ます。

既に FBC を実施されている組織においても、システムを導入することにより、作業の軽減、効率化、問題の解消が期待出来ます。



## 調理部門が担う FBC

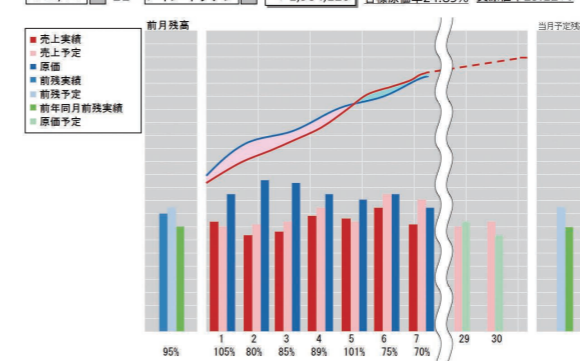
発注業務は本来、仕入や在庫、販売の状況及び過去の実績などの情報を元に行われることが理想的です。しかし、実際の発注業務では様々な要因により、理想通りに運用することは困難です。

そこで、調理担当者の発注業務にフォーカスした FBC の機能として「原価管理ツール」をご紹介します。ある時点までの売上金額と仕入金額より、月末時点の売上と棚卸の金額を予測することで、目標原価率を元に、月末までに購入可能な金額をリアルタイムに算出するツールです。

本ツールを調理担当者が利用することで、理想的な "FBC を意識した発注業務" に繋がります。さらに、売上と棚卸の予測は自由に変動させることが可能なため、原価率のシミュレーションにもご活用頂けます。

特に FBC 担当者が存在しない場合、FBC の運用における重要な役割を調理担当者が担うこととなりますので、システムを利用した運用サポートが必須といえるでしょう。

2016/04 10:00 メインキッチン ¥1,984,120 目標原価率24.89% 実原価率25.12%



## 購買部門が担う FBC

調理担当者が適正な購入を行うことが大変重要であることは前述しましたが、天候不順による生鮮品の価格変動など外部要因もありますので、調理部門だけで FBC を運用することは困難です。

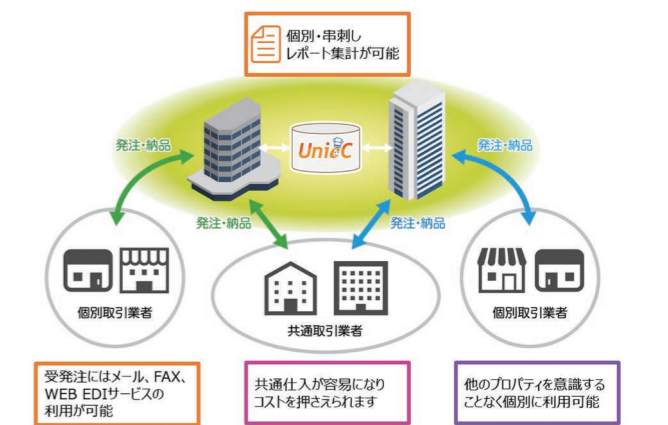
そこで購買部門が登場します。複数の購入先と契約を結ぶことで安定した購入量を保証し、定期的な見積取得により

品質に見合った購入額を維持できます。

最近では、同じエリア(例、首都圏など)内のグループホテルで、購入をまとめることによって、大量購入による価格抑制を期待する「集中購買」の運用を始めるケースが増えております。

UniCC でも、アイテムを「共通で扱うもの(集中購買向け)」と「各ホテルで個別に扱うもの(地元・地場からの購入など)」に分けて管理し、本部機構による購入分と各ホテルの購入分を区別する機能など「マルチプロパティ対応」を果たしました。

FBC の運用をサポートするのは勿論ですが、ベースとなる購買業務についても UniCC は妥協せず進化していきます。



## UniCC の最新状況と今後の取り組み

一部機能の複数プラットフォーム(タブレットなど)での動作対応や、外部のクラウドサービスと連携してメーカー各社が提供する詳細な商品情報を取得し、商品規格書の作成やアレルギー情報の管理をサポートする機能を追加。

アレルギー情報については、レシピ登録とも連動しており、レシピ登録の有効活用にもつながります。

さらに、HACCP(危害分析・重要管理点)の対応をサポートする仕組みの追加やサービスのクラウド化などにも取り組んでおり、常にユーザー様のニーズに対応できるよう、システムを進化させていきます。



## おわりに

このように、FBC の運用には様々な要素が含まれ、FBC 担当者だけではなく調理部門や購買部門など、組織全体で取り組むことが FBC の成功へと繋がることをご理解頂けるのではないのでしょうか。

利益の最大化と適正なコストを維持する、という商売の基本とも言えることが目的であり、FBC への関心を高めると共に、現状を把握し、問題点を明確にすることからスタートしてみてもは如何でしょうか。



小島智宏 (こはた・ともひろ)  
(株)ユニコーン ソリューション事業部 主任 SE

(株)ユニコーンに入社後、婚礼・宴会業務支援システム及び購買原価管理システムの開発・導入に携わり、ホテル業界の多くのシステム開発、導入を経験。現在は購買原価管理システムの開発責任者として、主力商品となるよう力を注いでいる。