



「給食サービス企業のリーダーたち」

【2】メーキュー(株) 営業推進本部 営業企画部 BS企画グループ
マネージャー 管理栄養士 牧野恵美氏

食事は私たちがお客様にできる「声援」。
栄養だけでなく、食べる人の気持ちを考えて提案したい。

メーキュー(株)は創業62年を迎える、東海地区の給食サービス企業。牧野氏は新卒で入社して現場責任者などを勤め、今年5月の人事異動でBS企画グループのマネージャーに就任。各事業所で活用する統一メニューを手がけ、現場を牽引するリーダーだ。同社の社員の男女比はほぼ同数だが、現状、女性管理職は15%とまだまだ少ない。そこでSDGs5番目の目標「ジェンダー平等を実現しよう」に則り、2025年に女性管理職30%達成という目標をかかげた。新マネージャーになった牧野氏に、仕事にかける思いを尋ねた。

フェアメニューは4ヶ月先のトレンドを読む

—現在のお仕事は？

主に、本社で基準メニューの作成とフェアメニューの企画を担当している。基準メニューとは、各事業所の提供献立のベースになるものだ。食材を精査し、どの現場でも同じクオリティと味になるよう工夫し、統一メニューの配信で原価率の把握もしやすくなる。基準メニューはたくさんいる優秀な部下が立てた献立を、私が最終チェックしている。

フェアメニューは受託している事業所●件（社員食堂●件、福祉施設●件）のうち、約90%で実施している。メニュー作成は4ヶ月前から着手する。基準メニューとは違ってインパクトが勝負だ。あやふやではお客様に伝わりにくいので、コンセプトをしっかりと決めておく必要がある。フェアメニューはトレンドを読むのが難しい。今話題でも、4ヶ月後にはどうなっているのか分からないからだ。情報収集が不可欠なので、時間があれば書店に寄って、雑誌などを見る機会が増えた。レシピや食材だけでなく、盛りつけもチェッ



牧野 恵美(まきの えみ)

2008年入社。現場責任者を10年経験後、2022年営業推進本部 営業企画部 BS企画グループマネージャーに昇格。本社で基準メニューの作成やフェアメニューの企画に取り組む。

クしている。

—具体的には？

直近で企画した10月の「健康和食フェア」は、すべてにアマニ油とエゴマ油を使用した。油だけだとパンチが弱いので、プラスアルファとして、健康食材を組み合わせせた。鶏肉はたんぱく質が豊富なささみを使い、白米ではなく雑穀米にして食物繊維の摂取量を増やした。野菜も、通常なら50gとしているところを、根菜だけで100gたっぷり入れた。実際提供したらどんな反響が来るのか、今からドキドキしている。

自分の経験値だけでなく、視野を広く持つ

—仕事でうまくいったことは？

経験しないと覚えられない仕事なので、基本失敗ばかり（苦笑）。自分がいいと思って考案した

メニューでも、店舗で展開するとうまくいかないことはよくある。

例えば、鶏肉に照りを出したいので2度焼きにしようと思ったけれども、実際現場で行うのは技術的に難しかった。そこでしっかりと漬け込んで焼くのは1回とし、2度焼きするときに蒸気で火傷する可能性がなくなるようオペレーションを改善した。パートさんを基準に考えて、誰でも問題なく、調理・提供できるよう、作業工程を見直した。自分の経験値だけではなく、視野を広く持つ必要を痛感した。

店舗にいるときはお客様と直接会話ができた。「おいしかったよ、作り方を教えて」と声をかけていただき、その声で明日も頑張ろう！という気持ちになった。今後は、お客様の声をデータで集め、それを分析することで次のアクションにつながり、お客様満足度向上に取り組んでいきたい。

お客様参加型のフェアで食事を盛り上げる

—今後やってみたいフェアの企画は？

「大人のお子様ランチ」と「背徳ごはん」をやってみたい。食堂の人気メニューは、子どもにも人気なものが多い。例えば、唐揚げやエビフライ、ハンバーグ、トンカツ、オムライスなど、お子様ランチの内容と重なっている。開催時期としては4月、新入社員が不安でいっぱいのを検討している。社員食堂で「大人のお子様ランチ」を食べてホッとしてほしい。

一方、「背徳ごはん」は、世間で「悪魔の（食べ物名）」が流行っていたので思いついた。言葉の面白さとインパクトは十分だと思う。

他には「メーキューの人気No.1を当てろ」というお客様参加型の企画を考えている。お客様にアンケートを実施し、人気のメニューをピックアップしてフェアを構成。その中で何がNo.1メニューか当ててもらい、その3ヶ月後に、アンケート結果のメニューを出すものだ。一方的ではなく参加型のフェアにして、お客様に楽しんでほしい。

—フェアメニューで大切にしていることは？

食事は、私たちがお客様にできる「声援」のようなものだから、食事を通じて何かメッセージを送りたい。栄養情報は、毎月、卓上メモを刷新し

て発信しており、栄養価の表示は必ずメニューに添えているが、健康や栄養だけが食事ではない。食べる人がどんな気持ちなのかを考えて、フェアを提案したい。

—SDGsをテーマにしたことは？

過去にテーマにしたことはあるが、その時はSDGs自体あまり認知度がなく、盛り上がりには欠けた。今はかなり浸透してきているので、アクションが変わってくるのではないかと考えている。企業の方も、うちの食堂でSDGsをやっています、というアピールにつながると思う。

メーキューならあれもこれも、できる！

—これから、チャレンジしたいことは？

私が今進んでいる道は、前執行役員の金森恵子さんが作ってくれた道である。私の後ろにも、たくさんの女性社員が続いていくはずだから、その人たちの道筋をできるだけ増やしたいと考えている。給食会社はこれしかできない、ではなく「メーキューはこれもできるの？あれもできるんだ！」としていきたい。道筋さえ作れば、広げていくのは後輩たちだ。

例えば、最近できた「メーキュー HR」という会社も道筋の1つである。当社の管理栄養士が、企業に特定保健指導をするもので、私はその第一期生として、本業ありきの副業として活動している。

そもそも、給食会社が栄養指導を行う発想はなかったと思う。実は、給食サービス業界では、栄養指導がしたいために会社を辞めてしまう人が多い。「メーキュー HR」で栄養指導に取り組むことで、管理栄養士の離職を防ぐ目的もある。

また、社員食堂で取り組みたいのはお客様の健康経営をサポートすることだ。今後はお客様から健康経営優良法人認定制度についてのリクエストが増えてくるのではないかと予想している。お客様は、健康経営を取得するとそれでおしまいではなく、それを継続する必要がある。企業でできることは限られるので、「メーキューさん、食堂で何かできない？」と相談された時、メーキューとして提案できる引き出しをできるだけ多く作っておく必要がある。食事提供だけでなく、お客様の健康経営にコミットできる会社にしていきたい。