

食の健康をのばす 1・2・3

12年前、まだまだ未開発の分野だった高齢者向けの
宅配弁当サービスの分野に「宅配クック ワン・ツウ・スリー」で
いち早く参入し、同分野を開拓していった
シニアライフクリエイト(旧社名・エックスヴィン)。
「宅配クック ワン・ツウ・スリー」はなぜそれほど支持されているのか。
お弁当の味、栄養面にこだわるのはもちろん、「向こう三軒両隣」
という思いを店舗経営に掲げている同社の高橋洋社長に
2号にわたりインタビューを行い、その秘密の一端を伺った。

創業当時、まだ世の中に高齢者向けの宅配弁当はほとんど存在していないという状況でした。

当時、配達先のお年寄りの食生活は5、6人入りの菓子パンを購入し、2日に分けて食べているとか、大衆食堂で出前をとるにしろ合計金額が1000円以上でなければ配達しないという状況でした。

創業当時、配食事業の原風景は

「昨年、社名を「エックスヴィン」から現在の「シニアライフクリエイト」に変更しましたが、その理由は。」

1999年の創業時から「エックスヴィン」という社名で事業を展開してきましたが、昨年、メインの事業である高齢者向けの在宅配食事業をずっと継続するという決意を、私をはじめ社員一同で固めたんです。その決意の表れが、「シニアライフクリエイト」という社名です。ひと目で高齢者向けビジネスを展開している会社と分かる社名にしようという思いも込められているのです。

そして今や3202011年9月時点で店舗数を増やし、現在では高橋社長の原風景からは状況が変、同業他社も数多く現れています。そんな中で「ワンツウスリー」の一番の特色はどんな点ですか。

それはやはり、効率と非効率のバランスに集約されると思います。まず、お弁当の生産部門では、徹底した効率化を図っています。当社のお弁当は、「普通食」、菌や菌害が弱い方のための「やわらか食」、食事療法用食の「カロリー・塩分調整食」といったコース分けはありますが、

シニアライフクリエイト 代表取締役 高橋 洋

プロフィール/1999年に大阪で知人の弁当店の経営を引き継ぎ、エックスヴィンを設立。夜間に塾講師をしながら日中は弁当店の経営や配達サービスに従事する。2000年、「宅配クック ワン・ツウ・スリー」の1号店オープン。10年に社名をシニアライフクリエイトに変更し、今後ますます高齢者向けサービスの拡充を目指している。

向こう三軒両隣 精神のちよつとお節介なお弁当屋さん



「では非効率の部分はどうですか。」

今まで述べたように、製造の過程では効率化を徹底しているのに対し、お客様にお届けする宅配に関しては、極端に申しあげ、「いかに非効率にできるか」というテーマで行っているんです。いわば、お客様と配達員の触れ合いの部分ですね。まず、ここをあまりに効率化し、「企業」の色が強く出過ぎてしまうと、この事業では一番大切なお客様のいわゆる「便利」を奪ってしまう、お客様に求められているサービスにはお応えできないという思いから、各店舗には「ワン・ツウ・スリー」のフランチャイズは「家業」の集合体である「便利」を奪ってしまわないようにしています。各店舗が「家業」である。例えば悪いかもしれませんが、ファストフード店に入って「ハンバーガーを10個ください」と注文したとします。そこで「店内でお召し上がりですか? お持ち帰りですか?」と聞

フランチャイズは 家業の集合体

「お客様と配達員のコミュニケーションが「ワン・ツウ・スリー」の肝なんです。」

「お弁当の内容自体にはどのような特色があるんですか。」

メニューは普通の食卓のように

「そのようちよつとお節介な「ワン・ツウ・スリー」のサービスが、今は日本全国で味わえるんですね。」



高齢者様向けに味付け、栄養バランスなどに配慮したおいしいお弁当を毎日、日替わりでお届けします