

雇用マーケットは再び「人手不足」へ コロナ禍で、求職者の仕事探しに対する考え方も変化 これからの飲食業界に求められるものは、従業員体験価値の向上

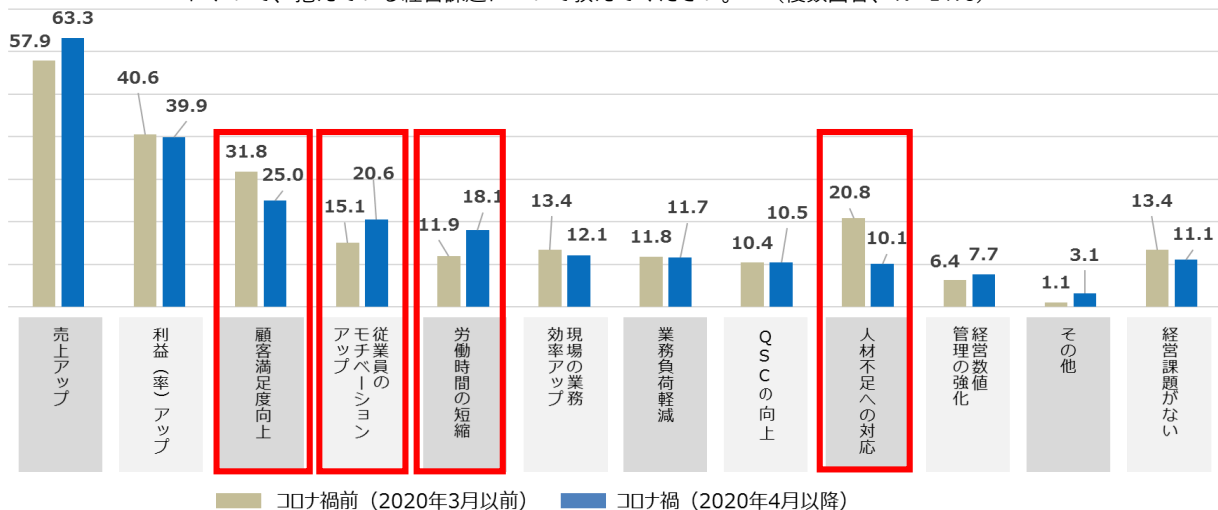
コロナ禍の影響を大きく受けている飲食業では苦しい状態が1年以上も続いており、不採算店舗の再編やコロナ禍でも顧客ニーズのある新たな業態への転換など、さまざまな打ち手を講じています。本レポートでは、飲食業界において、コロナ禍前後で生じている経営課題や雇用市場の変化を各種調査によって明らかにし、有識者の見解および企業事例とともに、今後の飲食店経営の在り方をひも解いていきます。

コロナ禍前と現在における、飲食業界の経営課題の変化

全国の飲食店経営者および役員を対象にした、今年6月実施のアンケートにおいて、「コロナ禍前と現在における抱えている経営課題」についてヒアリングしたところ、数値に大きな変化があったのは、「人材不足への対応」（10.7ポイント減少）、「顧客満足度向上」（6.8ポイント減少）、「労働時間の短縮」（6.2ポイント増加）、「従業員のモチベーションUP（5.5ポイント増加）」という結果でした。

コロナ禍で一次的に人手不足が緩和し、人材不足への対応は経営課題としての優先度が下がっているものの、従業員の働き方に直結する課題の優先度は上がってきています。

Q. コロナ禍前後それぞれの期間（コロナ禍前：2020年3月以前、コロナ禍：2020年4月以降）において、抱えている経営課題について教えてください。（複数回答、N=1473）



出典：2021年6月実施 株式会社リクルート 『ホットペッパーグルメ外食総研』 「飲食店経営者のDXに対する興味・関心と導入状況の実態調査」

上記の経営課題の変化から今後の飲食店経営に求められることを、以下の有識者にヒアリングしました。

<人材関連>

『ジョブズリサーチセンター』
センター長

宇佐川 邦子



<飲食関連>

『ホットペッパー グルメ
外食総研』
エヴァンジェリスト

竹田 クニ



2014年4月よりリクルートの調査研究機関である『ジョブズリサーチセンター』にてセンター長を務める。求人・採用活動、人材育成・定着、従業員満足のメカニズム等、「雇用に関する課題とその解決に向けた新たな取り組み」をテーマに講演・提言を行う。

外食マーケティングコンサルタントとして、外食産業に関わる調査企画、執筆、講演などのほか、外食・食品関連企業へのコンサルティング、各種業界団体との連携協働などの活動を行っている。近著に『外食マーケティングの極意』『図解即戦力 食品業界』（共著）

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

コロナ禍前からの構造的な「人手不足」。飲食業界でも依然として人手不足感あり

新型コロナウイルスの感染拡大により昨年4月以降、飲食・サービス業を中心に求人数は大幅に落ち込み、その後緩やかな回復基調にあるものの、足元でもコロナ前の水準には戻り切っていない状態です。コロナ禍における営業自粛や時短要請により先行きの不透明感が強く、人手不足を感じながらも採用の見合わせや先送りをした企業が見られることに加え、有効求人倍率も地域によっては高い状態にあるなど、依然として人手不足感がある状況です。

Q. 1年前に比べて人手不足を感じますか？



出典：2021年5月18日 株式会社リクルート『ジョブズリサーチセンター』「ジョブズコミュニティレポート 2021年5月号」

Q. 転職経験がある方にお聞きます。最近1年間（2020年3月～2021年2月）の仕事探しと以前転職されたときで、仕事の探し方に变化したことがあれば教えてください。

■仕事探しにおける重視項目の変化

- できるだけWeb面接できる会社に応募している。（京阪神／30代）
- 仕事の内容や条件よりも、仕事しやすい環境（勤務日数、勤務時間、通勤時間と通勤手段）を重視した。（一都三県／60代）
- 自分がしたいことより、自分が続けられそうなこと、プライベートと心身の健康に影響をおよぼさないものを優先して選ぶようになった。（中国／20代）
- より継続的に働ける環境を重視した。（一都三県／30代）
- コロナに関係なく、仕事が安定している会社に転職したいと思うようになった。（一都三県／20代）
- 未経験な分野にも踏み込んで探した。（関東／60代）
- サービス業でもなるべく接客がない仕事を探している。（東北／60代）
- 今はコロナ禍でシフトが減っているので、短期か単発的な隙間時間でできる仕事を探している。（北陸／40代）
- 副業ができること。（東海／30代）

出典：2021年7月9日 株式会社リクルート『ジョブズリサーチセンター』「コロナ禍の仕事探し実態調査 vol.1」

外食需要が回復してくれば、飲食業での採用ニーズもある程度は回復するものと見ていますが、コロナ禍以降、求職者は仕事選びにおいて、職場の感染対策やオンラインツールの導入を重視するなど、仕事選びの志向・基準は変化してきています。こうした状況から、飲食をはじめとした接客業ではこれまで通り求人を出しても以前のように多くの応募が集まらなくなる懸念があり、需要増加局面で十分な人材を採用できない場合、機会損失につながる可能性も考えられます。

コロナ禍で「従業員満足度向上」に取り組む飲食店

飲食店経営者は、コロナ禍という危機にどのような取り組みを行っているのか？そして人材雇用や活躍に関する意識は変化してきているのか。以下に、「従業員満足度」という観点で取り組みを行っている飲食店を2パターンご紹介します。

① <新業態への転換> 勤務時間の変更&定休日導入でも従業員満足UP、そして黒字化

株式会社 竜（北海道／居酒屋）



<転換前>

- ◆大型宴会や2軒目利用がメイン
- ◆絶えず広告費をかけて新規顧客を獲得
- ◆全店舗で年中無休&朝5時まで営業しており、従業員満足度が低く、人材が定着しなかった

<転換後>

- ◆新業態「餃子専門店」5店舗オープン
- ◆働きすぎない飲食ビジネスモデルの確立
- ◆日曜定休導入&24時閉店でも全店黒字化
- ◆従業員満足度向上

② <提供形態の多様化> コロナ禍にOPEN。DXツール導入で雇用条件・働き方に変化

モンスタービーフ (東京・豊洲/カフェレストラン)



<https://monsterbeef-toyosu.owst.jp/>

2020年10月に、テイクアウトやデリバリーの提供形態でオープン。来店客への接客以外の対応も発生するため、時間捻出を目的にDXツールのセルフオーダーを導入。ツール導入に伴い、雇用条件・働き方も変化。

<これまで>

キッチン・ホールは、完全に分業制

<現在>

セルフオーダー導入により少人数でのオペレーションが可能に。スタッフの業務に余裕が生まれたため、スタッフが接客・調理の両方を担当できるような体制へ変更。従業員にとってもさまざまな仕事を学ぶことで体験価値が向上し、モチベーションUPにつながっている。

- ◆ 飲食店の接客経験がなくても採用可能に
- ◆ オペレーションが大きく変化

これからの飲食店経営には、従業員体験価値(EX)の向上が必要

人手不足が再燃してきた今、求職者の方に選ばれるためには、従業員体験価値(EX)を打ち出していく必要があると考えます。今となっては、安心・安全な職場は前提であり、追加して「従業員の負荷低減や満足度向上」、そして「お客さまにとっての価値向上」を目的として、オペレーションの変更などのイノベーションが、「顧客や働く自分たちの価値向上にどうつながるのか？」を、経営側が力強く説明し切ることが求められています。

昨今、DX化推進によるデジタルツールの導入などが盛んになってきていますが、導入によって生じる現場のオペレーション変更は、導入初期に現場の負担増や顧客の反応への不安を伴うことも事実です。人材不足への対応やコスト削減といった「経営都合」の目的だけでは、従業員への説明力が不足し、改革へのモチベーションが高まらないことが懸念されます。

作業や経費から何かを「引く」という発想だけでなく、お客さまや従業員にとっての価値を「足す」「増す」ためにデジタルツールを活用する考え方が、従業員の納得感、導入・運用のスピード感、そして売上・利益の向上という成果を創出するために重要と言えます。

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人一人のライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、4万6,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2020年度の売上収益は2兆2,693億円、海外売上比率は約45%になります。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人一人が輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.co.jp/>

リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>