

NAGOMU

Nagoya Gourmet-Shop Management Union

PRESS Vol.127

ナゴムプレス（会員情報誌）

2025年11月1日発行 発行：NAGOMU事務局

www.nagomu.com

人間開発（ひとづくり）

商売繁盛（こころのあきない）

社会貢献（おやくだち）



NAGOMU 第346回経営セミナー

日時：2025年10月6日（月）

会場：四日市商工会議所

演題：また働きたいがまた来たいを生む

講師：株式会社アホウプロジェクト

代表取締役 泉川 武士氏

代表取締役 丸山 貴央氏



①自己紹介 席へ案内をし着席してから自己紹介をします。その方がお客様の心を聞く事が可能です。

②質問 「本日は何回目のご来店ですか？」と尋ねます。ここで初めてですか？とは聞きません。「本日は何回目のご来店ですか？」でお客様の状態が分かります。初めてと言われたら、「初めてのご来店なんですね。ありがとうございます。」2回目でしたら「2回目なんですね。ありがとうございます。ちなみに以前いつ来てくださったんですか？」のような会話になるかもしれない。5回目でしたら「いつも来ていただいてありがとうございます」。初めての方でしたら「今日はどんなきっかけで来ていただいたんですか？」とか「今日は何を見て来てくださったんですか？」などを聞いたりします。お客様が言われた回答に対しても「そうですね。ありがとうございます。」「Instagram見てきてくださったんです。」「Instagram見てきてくださったんです。」「めっちゃくちゃ嬉しいです。」などの共感を示します。

③共感 手を叩くなどジェスチャーをすることも大切です。質問や興味関心を持たれて嫌な人は少ないと思います。次に簡単にメニュー説明に入ります。このファースト10で来店動機をヒアリングを実践するとお客様との距離が縮まりオーダーやりピートに間違いなく影響します。

大切なファースト10ですが、いきなりは出来ないで最初はロールプレイングが必要です。こういう感じのお客様が来たら、の設定を決めてロールプレイングをするのがおすすめです。ロールプレイングを続けていくとそれがお店では当たり前になっていきます。最初はアルバイトをお客様役にして、どうだったかフィードバックを貰うとアルバイトにノウハウが付き自然とお客様にファースト10を実践してもらえるようになります。それが周囲のアルバイトさんに伝播していけば成功です。

クチコミはお店の通信簿

Google、SNS等のクチコミはお店の通信簿、接客の通信簿だと思っています。ME O対策でGoogle対策をやっているお店が増えてますが多くは嫌な風潮になっていきます。何故かという★5付けてくれたらドリンクサービスしますよ！割引しますよ！ウーロン茶飲み放題になりますよ！などのバスターククチコミが多い、これはGoogle規約でアウト、お店とお客様の信頼関係も何もないです。ね。クチコミはお客様の声に耳を傾けてお店を成長し続けるため、個人を成長し続けるための物だと思ってます。低評価をいただいたら店長とかマネージャーさんとか社長の姿勢が問われます。臭いものにフタをするのは簡単ですが、そこにどう改善していくか、改善して頑張っているこうぜつとトップが言えるかが大

事。

10秒挨拶ができれば

数字もビジョンもついてくる！

最初の10秒から始まってると思います。最初の10秒を失敗しちゃうとメニュー説明の時間も嫌な気持ちになり、商品にもワクワクせず、提案が通らず、本当に食べて欲しいものが食べてもらえなかったりすると思います。ファースト10はただ売上を上げるためだけではなくて、在り方の話です。店舗の理念やビジョンで達成を叶えていくためにファースト10を現場に細部まで落とし込む。

当たり前のことを特別に熱心にやり続ける最初の10秒の挨拶はもちろん当たり前で、全員第一印象が大事だと分かっていると、気持ちの挨拶も大事なものも分かったうえで、何回も何回もロールプレインしてお客様の声も聞きながら改善成長を続けていくことをずっとやってきました。

本日のゴールは

明日から10秒挨拶をやってみよう！

株式会社アホウプロジェクト

代表取締役 泉川 武士氏

飲食業の現在地

旨い勝負の決め手は、誰が作るかが選ばれる時代になっている。当店では食ベに行くより会いに行くというのをコンセプトに店作りをしています。あの人がいるからまた行きたい、っと思える店は値上げも関係ない。そういう場所になれば無敵だと思っています。

アホウどりは、居酒屋甲子園で優勝。もうひとつダイニールピート率日本一を取る事ができました。お店は立命館大学のお膝元にある北野白梅町という駅にあり、学生に出会いとサプライズをプレゼントするコンセプトで営業をしています。入店時に500円のテキーラを300円にし、ストップいうまで注ぎます。毎日22時に無料の振る舞いテキーラを配っています。月間750杯ぐらいになります。テキーラだけでなくジュースで乾杯もOK。店中がひっくり返るようにワイーッとなり、友達がいなかったらアホウどりに行けとなるぐらいリピート率が上がりました。

今日のゴールは明日からすぐ使える育成のヒント。研修に入る時に必ずお伝えしている3つのルールがあります。これを伝えるだけで生産性が上がります。

学びを加速させる魔法の行動

- ①アウトプットしよう
- ②こまめにメモを取ろう

ゴルフコンペ

11月17日（月）ゴルフ5カントリーみずなみコースにてナゴムゴルフコンペを開催しました。天気もよく親睦を深める一日となりました。



今後のスケジュール

第348回経営セミナー

株式会社 DREAM ON 赤塚 元気氏

日時：1月23日（金） 14：30～

会場：ウイंकあいち

第349回経営セミナー

月刊食堂編集長 通山 茂之氏

日時：2月19日（木） 14：30～

会場：COLORS・366

メモの目的

- 1、学んだことを忘れないための備忘録
- 2、要点をまとめて整理する練習になる
- 3、相手からの信頼を得る

ワンポイントアドバイス

- ・すべてをメモせず重要な箇所のみ
- ・分からない漢字はカタカナで
- ・正書ノートを作り復習しよう

③リアクションはハッキリと
うなずき・返事・拍手・質問などをよく見て、伝え方を工夫していく。この3つを意識するだけで研修の生産性って爆上がりなんです。

緊急事態宣言でしことが、2つのごめんなさい。まず1つ目が社員ミーティングでごめんなさい。全員集まるミーティングが月1回ありましてその場で泣きながら謝罪しました。これがすごい大事だと思っています。店づくりをもう一度しようと思ったらやっぱりこは茶を濁しては前に進めない。信頼って本当に積み木みたいなものでちよつとのズレが後々大きな揺らぎにつながっていくと思いますのでしっかりとそこでもう一回積み直す、ゼロに戻してもう一回やっていこうというのがすごく大事で当時の僕はそこからスタートいたしました

人材の棚卸

スタッフの現在地の見える化。横軸がスキル縦軸が共感度スキルが高くて共感度が高かったら財産の財で賃財最高です。スキル高くて共感度が低い、この人

もスキルがあるだけに影響力がある。
この人としつかり向き合いました。

結局4店舗あつたうちの2店舗閉店しました。売上も一気に下がりが負債も背負いましたけど、良かったのは理念に共感した新メンバーと一枚岩になったことです。会社でチームとしてこさえたつたらなんとかなるのをすごく感じ、いろんなチャレンジをすることができました。



高↑共感度↓低

低 ←スキル→ 高

■仕組みと伴走の時代

今僕がやってるのは、選ばれるこっち側が選ばれる面接。面接はやっぱり企業が選ぶ場だけじゃなくてお互いが選び合う場所。応募者の方にもしつかり自己紹介した上でもう一回選んでもらうというワンクッションを意識的に作っていきました。

面接の3つのステップ

- ①お互いの自己紹介をする
 - ②1日考えてもらう
 - ③翌日、応募者から電話をしてもらう
- 面接の内容はとても細かいです。

①自己紹介お願いします

②アホウどりで働きたい理由は

- ③店舗の個性で動物に例えるとかですか
- ④家電に例えるとかですか

よいしょ面接をする前に アホウどりの自己紹介をします

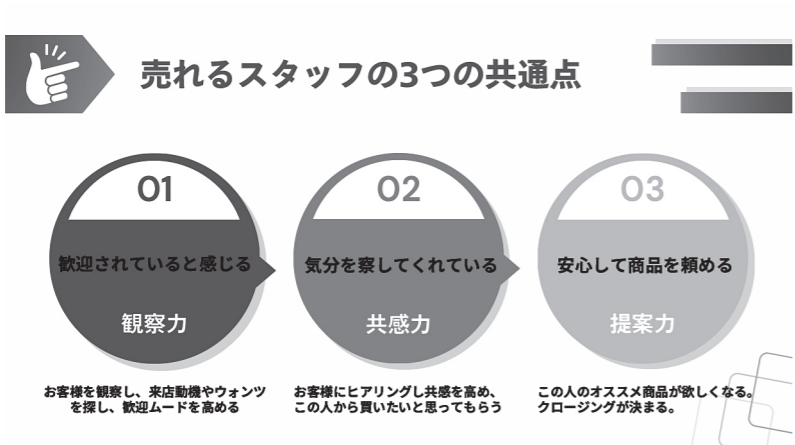
普通の自己紹介ではつまらないので紙芝居を作りました。

「アホウどり」というお店をなぜ作ったのか、これからどこへ向かうのか、アホウどりのビジョンを聞いてください。」

これを目の前でやったら結構感動するところがあるですよ。100人お客さん来たら100回生まれ変わるチャンスがあるのが飲食店。自己成長においてはこの場所最高ですが、食材を扱い、お客さんの命を扱い、自分がしんどくても笑顔で届ける責任もある仕事だと伝えます。しつかり考えて明日起きた時にここで働きたい、成長したいと思ったら電話してとしており、離職率はとても低いです。自分で選んだという感覚がある、主体性が生まれる面接です。理念浸透や育成は面接から始まっていく、ここをいかに作るかがすごく大事だと思っています。そもそもなんで辞めるか？面接合格しても初回出勤日来ない子は不安だからです。勤務前の説明会に僕は1時間半くらいします。アホウどりはただ自給を稼ぐ場所ではなくて自己成長して自分の夢を叶えることがアホウどりのゴールだよという一人称の目標設定をしてもらって

客さんと信頼関係を築いていくとか考えたことはありませんでした。このファースト10を大切にすると「この人に任せても安心だな」「この店に来て良かったな」というような感じでお客さんに安心してもらえるような空気感になります。

■売れるスタッフの3つの共通点



1、観察力

1番大事にしているのは来店目的です。飲食店は約70万店あると言われています。その中からなぜこの店に来てくれたのか。来店目的に合わせたお客さんが何を

います。

一番大事にしているのは営業日誌です。営業終了後、日々の営業を終えた後に基本的には4つの質問に答えて自分を振り返ります。それを店舗責任者が赤ペンを入れ、グループラインに上げる。手書きは筆圧で健康状態がわかるのでこだわっています。実際に振り返ることで落ち着いて仕事をもう一回復習できる。基本的にはポジションとポジション目標とそれに対しての振り返り、今日の学び気づきお客様にありがとうと言われたところや成長してるところを営業日誌で感じることができるので書けば書くほど「人」も「チーム」も強くなっています。最近は英語日誌に力を入れております。

初期教育の間違いを後から取り戻すのが結構しんどいです。チーム作りをもう一回廻って作っていくのなら、僕は面接から作り変えていくのがすごくよかったと思っています。ただ失敗しても大丈夫。チームがやばいな思っても大丈夫。僕たちには魔法の言葉があつてそれがごめんなさいから始まります。僕も何度失敗したか分からないんですけどプライドを捨ててしつかり正直に伝える、それがリーダーの資質だと思いますのでごめんなさいから始めてみてください。本当に今日は短い時間でしたがありがとうございます。

すると喜んでもらえるのか。ウェルカム感マックスの空気を出します。ポイントとしてはこの3つをチェックします。

①荷物②服装③人間関係。

どちら側に座るのかなとか、会話からフランクな関係なのか、仕事の取引先のかななど言葉使いから様々な状況を観察します。だいたいこの3つを観察すればどんな来店動機・目的なのか想像できます。想像したらそのお客様の来店動機・目的に仮説をたて、お客様の要望に応える行動・接客をしてみます。この体験の積み重ねが成長する要因だと考えています。

2、共感力

お客様に興味、愛情を持つていることを声かけや行動で示し、胸の内を代弁してさしあげる。笑顔、挨拶、うなずき、プラスαの行動など、愛情表現は全て共感力になります。そして共感力を高めるとクレームが激減します。クレームが減ると満足度が上がり、売上・利益にも繋がります。共感力はホールだけでなくキッチンの人でもお客様と目線があつたらニコッと会釈するだけでもいいです。来店された時に1番最初に対応した人だけでなく、ホールスタッフ、キッチンスタッフのファースト10もあると意識できるといいと思います。お客様を観察して喜んでもらえる事を考える行動することが大事です。

株式会社バンビエン

代表取締役 丸山貴央氏

■ファースト10の実践

肉汁水餃子餃包六本木交差点店で2019年からコロナ禍を受けて約半年店舗に入り修行しました。このお店は社員が1人であとはアルバイトさんで運営。しかもアルバイトさんの6〜7割は海外の方。当初Googleの口コミが2000件で今では14000件を超え評価4・8、トリップアドバイザーのカジュアルレストラン部門で世界8位、日本1位となりました。きっかけは「最初の10秒でお客様を笑顔にする奇跡のルール」著者の小野寺誠さんとの出会いです。小野寺さんはチェーン展開がもっとも難しいと言われるBPO業態を日本で唯一チェーン展開している方です。

■ファースト10メソッドの特徴

最初の10秒と10分で8割の印象が決まります。最初の10秒でお客様との信頼関係を作り、その10秒を含めた10分でお客様がまた来てくれるようなおもてなしをする仕組みのこと。初めて行ったお店に入った瞬間、これ飲んだらお店変えようか！と思ったことはありませんか。最初の10分でお客さんの満足度を高めてもらえる仕組みができたからお客様は感動してまた来てくださるようになります。これはセンスではなく再現性があり誰でもできます。なぜかと言うと技術だからです。センスだと人により得意、不得意

3、提案力

観察力と共感力を元にしてそれまでに得た情報からお客様にとって最善の提案をしていくことです。お客様との会話、観察を通じてお客様にとっての提案お客様に思いを寄せて提案することはすごく大事です。成功するとお客様は「私のために再善を尽くしてくれている」と思っていただけです。お客さんが感動してる状態を目指す、それができるとファースト10は大成功です。よくおすめ料理だけ提案するお店を見かけますが、お客様が求めてないものであればそれを無理やりお勧めする必要はないです。例えばお子様がいたらお子様セット、サラリーマンが4名ぐらいで来たらお造り盛り合わせ2人前とどて煮など。でしたら□□□□はいかがでしょうか？と魔法の言葉「でしたら」を使うのがおすすめです。

■来店動機ヒアリング

お客様に来店のヒアリングをすると会話も弾むし、接客がすごくやりやすくなります。僕は「いらっしやいませ」ではなくて、「こんばんは」と言います。「いらっしやいませ」よりも「こんばんは」の方が返事がかえってくる可能性があります。スターバックスも「いらっしやいませ」は言いません。最初の10秒を意識する事で挨拶も大切になります。海外の方でしたらその国の言葉で挨拶をします。