

NAGOMU

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)



Nagoya Gourmet-Shop Management Union

PRESS Vol.129

ナゴムプレス (会員情報誌)

2026年2月1日発行 発行：NAGOMU 事務局



NAGOMU 第348回経営セミナー

日時：2026年1月23日(金)

会場：ウインクあいち

演題：チーム作りからの繁盛の法則

講師：株式会社 DREAM ON

代表取締役社長 赤塚 元気氏

いチームを作れないです。最近の若者は？って大昔から言われてる言葉ですが、それが本当だったとしたら人間は退化していると思います。ということは若い子が優秀ってことになります。なので最近の「って言うてるのがダメで、最近の若い子は優秀だと思えます。」

■ 3つの大好きを集めよう

1・遊ぶ(サークル活動・FUN TO) 仲間を好きになるために、お店を好きになるためには、仕事を好きになるためには遊ぶことが大事だと思います。パーベキューやボーリングをやつて、皆で遊ぶことで会社が好き、仲間が好き、お店が好きになっていきます。

2・ラーメン領収書

店長以上は、毎月1万円までラーメン屋さんの領収書が切れます。昔だと居酒屋行って酔っ払って2〜3時間飲んで最後は愚痴。しかしラーメンだと2〜30分で食べ終わってお疲れ様でした！話しも出来てコミュニケーション取るのに若い子にはちょうどいいです。

3・寝すぎる三者面談

1月末から2月に三者面談をするのですが、12月に超忙しく疲れ果て、目標達成をして燃えつき症候群になって力が抜け、なんか辞めたくなくなってきたなっというこの時期に面談をやり、みんなの勇気をつける事を面談でやって

います。一年間で成果を上げれた事、今後の貢献方法などをプレゼンしてもらい、その後担当マネージャーがネガティブな事を一切言わない褒めて感謝する感動のプレゼンをします。そうすることで離職をだいぶ減らせています。

昔勤めていた時の店長が言ったすごく好きな言葉があります。「俺たちは一流の老舗料理人に勝てる料理は作れない。一流のサービスマンのようなサービスはできない。でもどこにも負けないくらいお客様を笑わせることができる」。お客様に言われて対応する作業のような仕事だったらこの仕事は面白くないと思えます。それだとただの召し使いじゃないですか。そうではなく、少し考えて自分からこうしたら喜ばれるかな？お客様からありがとうと言ってもらえたり、褒められたり、笑顔で接してもらえたり、自分に会いに来てくれる人が居たり、それで仕事が楽しくなるんだと思います。

作業を教えるのではなく、サービスする気持ちとそこから生まれる喜びを教えてあげたいです。そうすると飲食好きになると思えます。皆さんもきつと飲食が好きになったきっかけがあると思えます。大変な仕事ですが、好きになった瞬間があつてこの仕事をやっていけると思えます。その好きになったきっかけや、好きな部分をちゃんと伝えてあげることが大切だと思います。

居酒屋 JAPAN 2026

1月21日(水) 22日(木) 池袋サンシャインシティ文化会館ビルにて居酒屋 JAPAN 2026 が開催され、オープニングセレモニーに飯田副理事長が参加いたしました。



今後のスケジュール

研修・交流ツアー(新潟)

合同セミナー

日時：3月10日(火) 16:00

会場：ジョイアミール

第350回経営セミナー

勝ち残り戦略

日時：3月27日(金) 14:30

会場：ウインクあいち

第351回経営セミナー&第36期総会

株式会社串カツ田中ホールディングス

代表取締役会長兼社長 貫啓三氏

日時：4月27日(月) 14:30

会場：名古屋国際センター別棟ホール

第352回経営セミナー

株式会社サキアジ

代表取締役谷口 泰崇氏

日時：5月20日(水) 14:30

会場：ウインクあいち

ナゴム第5代目理事長を務めた株式会社 DREAM ON 代表取締役社長 赤塚元気氏をお招きしました。愛知県一宮市出身で明治大学卒業後、友達が企業へ就職していく中「日本一の店長になる！」と決めて創業27年65店舗、年商50億円に至る「チーム作りからの繁盛の法則」を多くの事例交えてお話しいただきました。

■ 店長が知っておくべき 繁盛店づくりの方法

10年ぐらい前までずっと店長をやっていました。社員よりちょっと早く出勤し、みんなと一緒に帰ることを続けていました。基本はどこまで行っても1店1店の売上をどれだけ上げられるか、お客様にことん満足してもらい、リピートしてもらい、売上がどんどん上げていけるかということだと思います。

■ 繁盛店の法則

繁盛店を作るためには3つの要素「業態力」と「運営力」と「販促力」だと思っています。業態力は、コスパがいいとお客様は体験価値を感じる。コスパはお客様の満足と金額のバランス。運営力はチーム力とQSC力でどれだけいいチームを作り込んでいけるか。販促力はGoogle口コミの頑張り方がすごく1ヶ月に300件ぐらい取っています。食ベログのネット予約を全解放しました。ピーク時など気にせずやってみたらトータルで売上が上がりました。全解放はおすすめ

めです。Instagramは全店、毎日ストーリーをあげています。オープン時は行列ができるのですが、割引き行列ではなく、お金をかけてお店のブランディングを前面に配信しています。

■ 体験価値

飲食店のレベルはめちゃめちゃ上がっているのですが、美味しい、は当たり前前の時代です。お客様が店を選ぶ理由にワクワクする体験が価値になっていきます。お客様はこちらがこだわっていることを解らないことが多いし、伝わっているつもりが伝わっていないこともあります。なのでしっかりと伝える必要があります。例えばハンバーグ店では、毎日使う分のお米を店頭で精米しています。それを店頭の羽釜で炊いて、来店時に今日のお米の産地、おかわり出来るのでたくさん食べてくださいね！と説明をしています。ちゃんと伝えることがGoogle口コミには「お米のこだわりがすごい」「お米が美味しい」とハンバーグよりお米の事が書かれています。ハンバーグで差別化しようと思うと限界があるのでお米に特化することでお客様がついてくれていると感じます。

■ flour+water

flour+water は行列が出来ます。土日は100名の行列ができるベーカーリーカフェは全国的にないと思います。パンがめちゃめちゃ美味いかと言ったらそうじゃないです。普通に美味しいぐらいで

す。その秘密は体験価値。SNSの投稿を見ると、「4つ好きなパンが選べてどれも美味しそうですこい迷った」こんな投稿がほとんどです。パンの説明を丁寧にひとつずつ選んでいただくのですが、来店者の98%が女性で、説明を真剣に聞いてくれます。この業態の価値は、目の前で見て選んでもらうことに価値があります。どれだけ時間がかろうが気持ちよく選んでもらって、選んでもらったパンを温め直して提供します。100点のパンより80点の温かいパンの方が美味しいじゃないですか。時間と手間がかかりますが、体験価値を引き出すことうまくいっていると思っています。

■共有と共感

考えていること、想い、目標ってどれぐらい共有していますか？22歳で店長になった時に、絶対に日本一の店を作る思いで、誰にも負けない日本一の店長になると本気で決めてやっていました。言葉じゃなくて行動が大事だと思い、営業時間が17時からなのに日本一の店長を目指すなら本気の時間は何時だ？と考えたら気が入って朝7時に出勤する事になりました。先輩が来た時には全部のお店の掃除が終わって、仕込みの準備がされている。お店の前も全部掃除し、空いた時間に駅前までピラ配りをやりました。パイトの子が電車で学校行く時に、着ぐるみを着てピラを配っていました。それを半年ぐらい続けていると先輩が朝来てくれ

て「俺も一緒に配るわ」となり、その後社員全員が配るようになっていくということがありました。みんなに動いてもらおうと思ったら言葉じゃなく行動。

■本気面接

採用・教育が一番大事だと思います。本気で日本一の店を目指してるから、めちゃめちゃ勉強になると思うよ、本気でやるから一緒にやろうよと。それに共感して、楽しいな、一緒にやりたいなと思ってくれる子だけ採用してるんだいう感じの話をして、なんか面白そうだな、なんかこの人と一緒に居たらなんかあるかもなど思ってもらい入ってくれたアルバイトが今うちの会社の幹部をやっています。

一、「想いノート」で毎日共有。

一、「フォーラム」毎月全員を集めて価値観の共有。アルバイトも参加で27年間ずっとやっています。僕が魂を込めてやっているの面接の時に、この毎月のフォーラムに参加できない子はどんなにいい子でも不採用です。

■「対話」心のコップを上に向けたる

最初の教育は「理念」を教える事でなく「対話」の中からコップを上に向けたる事。「北風と太陽」の話をよくします。ネガティブな感情を持った状態で接すると北風と同じように相手はなんでお前の話を聞かなければいけないの？ってなります。逆に「君のこういうところがすごい素敵だな。こんなのできるのめちゃめちゃ面白いじゃん。今度一緒にそれやろうよ」。「趣

しまう事が問題です。だからちゃんと見てあげる事が大事。そしてありがとうつと伝える。当たり前ですがちゃんと感謝を伝える場を作っているかです。週に1回、感謝を伝えあう「感謝の会」を行っています。ここではスタッフ同士で「ありがとうね」と皆で言い合います。「ありがとう」を伝える場を設定しないと伝わってしまいます。

営業中に出勤して営業中に帰っちゃうバイトの子っているじゃないですか。そうするとこのバイトの子をなかなか教育できないじゃないですか。でも店長が30秒でもいいので、お疲れ様でした、お先に失礼します！つと言いにくる子に「今日どうだった？」で聞いてあげるんです。「次いつ？」「待ってるね」「お疲れ様」たった30秒でもいいです。このやり取りをするだけでバイトの子は気持ちよく帰れます。逆にやらないと「今日お客様からクレームが来て、私が悪くないのにキッチンが遅かったので私が文句を言われて、やだな〜この仕事、疲れるな〜」つと心の中が不完全燃焼になり、帰ってから辞めようかなってなります。それらを回避するためにも、日々目標・役割・評価・感謝を繰り返していくだけで、自分から自然に頑張っていく子が育っていきます。

今月振り返りで心のコップが上に向いてると振り返りが自分の矢印になるんです。そうじゃないと誰々がやってなかつ

味一緒だね」と、いろんな話しをしながら温かいトークとポジティブトークで相手を受け入れるという姿勢が伝った時にはこのコップが上に向けてくれます。

業績が悪くなっていく原因の一つに、ベテランのアルバイトがお店を潰します。こうした場合最初にしなければならぬのが、改善を見つけて指摘するのではなく、超仕事ができてどのポジションでも入れますよつというベテランの子が幅を利かせているので、その子とまずマンツーマンで会って、お茶やご飯に誘って対話をしながらポジティブにその子を受け入れ、最終的に『この店のことは一緒にこうやってやっていきたいなと思ってる。今度のミーティングでこれやろうって言いたいと思うけど、もしよかつたらその時にやりましょうって言ってもらえると嬉しいな』という話すると『大丈夫ですよ、分かりました』となります。そうするとお店って結構簡単に良くなっています。まず心のコップを上に向けたるの日本全国の多くの店長さんが悩んでいますよね。だからこの順番を覚えてあげたらいいと思っています。

■リーダーの3つの仕事

■ミーティング

細かくミーティングをたくさん行う店長がいるんな成果を上げます。カフェとハンバーグが隣り同士のお店があるんですが、店頭でテラスがあって、椅子と机があります。どちらの店舗が使っても

思っていた方が建設的です。

お店の社員さんが辞めたいつという時ってどんな時かつと言うと、大体が人間関係です？僕のところにも何年も働いた子が「すいません元気さん、もうちょっとさすがに辞めたいと思います」つと来る時があります。話しを聞くと「こうでこうで店長と合わなくてこうで」と様々な話しが聞けます。そして「そうなんだ！判った、判った！じゃあちよつと移動しようか！こうしようか！」と折り合いをつけようとして話しますが、辞める事と、次の職場も決めてから話しに来る事がほとんどです。なので僕のとこに話しに来る時にもう手遅れです。もつと早い段階でその子のストレス、嫌なこと等をきちんと聞いて相談にのつていけば展開は違っていたんじゃないかと思えます。そこで取り組んでいるのが先輩評価シート。スタッフに店長とか先輩でイライラしてない？か、理不尽になってない？特定のキャストに対して態度異なつてない？言葉遣い気にならない？大きな声でちゃんと挨拶してくれている？お客様からの請求はちゃんと伝えられている？解らないことが聞きやすい状態？サボつてることがない？メンバーによって態度に变化が出てない？これらのありがちな事が現場のストレスになっている場合が多いです。この先輩評価シートで店長、先輩がきちんと評価されます。そして相談シートがあります。これにはアルバイト

いようにしていました。そうしたらテラス席の取り合いになって喧嘩をしているんです。「カフェの店長さんがこんなことするんですよ。ありえないです」。カフェの店長は「いや、ハンバーグの方がこうやってるんです」と喧嘩です。そんな事はミーティングして決めればい話じゃないかって思う、そんなレベルもあります。僕は最初にミーティングをします。1日何回もミーティングをします。

長くやる必要は無いので、仕事の合間などで5分とか短くていいので行います。そのミーティングで何をやるのが大事かと言うと、「目標」と「役割」と「評価」と「感謝」がすごく重要だと思っています。良いリーダーは自然に営業前にこれらのミーティングをやっています。そうすると自然に頑張っていくサイクルにスタッフがなつていきます。目標を毎日考えてもらおうとか、目標を店長が掲げればいいかもしれないですが、重要なのは難しい目標でなくて、簡単にクリアできる目標でいいんです。

原監督が目標設定は70%、80%頑張れば達成できる目標を選手に与え続けるんだつと言っていました。スーパーアスリートなら100%や120%の目標設定だと思っていたのですが、そうではなくていいんだと気づきました。それよりも頑張っているのに誰も見えていない。誰も見えてくれない、これだけ頑張っているのに評価されない、頑張り損だな。となつたら。らしさシートがあります。何かと言うと、ドリームオンらしさつてどういうこと？みたいな事が書いてあります。ありがとうと言われたら、相手の目を見て名前でありがとうを言う。イライラしないで営業出来てますか？ニックネームで呼んでますか？お客様と会話しながら接客出来ていますか？マイナスイメージを使つてないですか？みたいなことを50個書いてあり、毎月自己チェックしてもらいます。うちらしさつて？つて表現しにくいと思います。そこでらしさシートを毎月できてるかチェックします。そうすると僕らが望んでいるうちらしさは何かちゃんと判つてきます。

■大好き経営

30年前ぐらいまでは理念経営が大事だと言われていました。しかし理念経営を会社の中で持ち出した時に、若い子がピンと来ないと思います。社長の中では理念経営でいいと思いますが、若い子にはピンとこないし押し付けられているとなります。今の子たちは理念経営は大好き経営だと思います。大事なことは今の若い子は優秀だと思つているかどうかです。「最近の若者は〜」と思つたり言つてしまつたら、もうゲームセットです。若い子とうまくやれないですし、い