

10月25日

Roast&Vegetable Chili diners

四日市市西浦1-1-2

株式会社PROGRESS DINING

11月24日

とんかつ・メジロ・タイムツリー赤池店

日進市赤池町箕の手1-1

株式会社マメゾン

11月29日

串カツ田中 四日市駅前店

四日市市諏訪栄町9-14

おんごるグループ

会員紹介



エグチホールディングス株式会社 尾方美香

当社は元々、父が小さな鉄筋事業を営んでおりましたが、現在では飲食事業の他、太陽光事業、海外事業、不動産事業等、数多くの業種を抱えております。私はグループ会社全ての経理を管理していますが、飲食事業のマネージャーも兼務しております。

うどんの【ゑぐち屋】は、2013年

賛助会員紹介



株式会社ROI 益子 雄児

はじめまして、『ファンくる』という覆面調査サービスを運営している株式会社ROI（アールオーアイ）の益子です。1千社、7千店舗以上の飲食店様に、年

の暮れに大須・上前津にオープンし、もうすぐ4年目を迎えます。オープン当初は「何屋だかわからない」「土地柄を理解してない値段」と苦言も頂き、スタッフ一同試行錯誤してこまできました。徐々に雑誌やテレビ等の取材を頂くことが増え、皆さまに認知されてきました。当店では切りたての自慢の麺を、最後まで熱々のカレーで召し上がって頂く「カ



間60万件的調査レポートを提供しております。

覆面調査業界の中で【最安】【最速】【最多】をコンセプトに事業展開しています。少し詳しくご説明すると【最安：調査金額が他社の3分の1】【最速：調査結果の納品は3日以内】【最多：1店舗に対し月10件以上のレポートを納品】が特長です。

リピーターづくりはもちろんですが、人事評価やスタッフの離職防止の目的で導入いただく飲食店様が増えています。料理の写真を撮影する「料理画像モニター」や従業員満足度調査「ファンくる

レーつぐうどん」を看板に、毎月新メニュー2種類も提供しています。

飲食初心者の私が見た「好き」という気持ちだけでやってきましたが、ナゴムでプロの講演を聞き、勉強させて頂ける機会を得る事ができ、感謝しております。たくさん学び、成長して、少しでも皆さまにお返しできるよう頑張ります。これからもよろしくお願いします。



ES」というサービスも提供しています。
<https://www.fancrew.jp/biz/>

【プロフィール】

1974年茨城県生まれ。大手IT企業で飲食店向けのシステムソリューションを立ち上げ、その後居酒屋甲子園の事務局を経て、ROIへ入社。年間700軒以上の飲食店での食べ歩き記録をブログを月イチ更新しています。

<http://inshokuten-odan.fancrew.jp/>

今後のスケジュール

第267回経営セミナー

株式会社DREAM ON COMPANY

取締役副社長 奥村 人氏

日時：11月21日（火）

講演：13：30～15：00

懇親会：15：30～17：00

会場：ネオ炉端道南農林水産部 錦本店

第2017忘年会

日時：12月4日（月）

講演：19：00～21：00

会場：太閤本店 伏見店

第268回経営セミナー

株式会社テンポスバスターズ

代表取締役社長 平野 忍氏

日時：1月25日（木）

講演：14：30～16：00

懇親会：16：30～18：00

会場：びち天名駅中店

業態開発とは？

NAGOMU 第266回経営セミナー

日時：2017年10月19日（木）

会場：BOCOCA

演題：業態開発とは？

第1部：株式会社スパイスワークス

代表取締役 下遠野 巨氏

第2部：懇親会パーティー（BOCOCA）

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

Nagoya Gourmet-Shop Management Union

PRESS Vol.55

ナゴムプレス（会員情報誌）

2017年11月1日発行 発行：NAGOMU事務局



ゼロからイチを作る
株式会社スパイスワークス
高校卒業後、製図専門学校を経て、建築工務店に就職。そこでは有名飲食店を手がけていた。飲食店へ興味を持った下遠野巨氏（以下、下遠野）はイタリアンのコックに転身。3年後には料理長に抜擢され、統括マネージャーとして数店舗の管理を任される。その中で、ローマやシドニーで修業を重ね、料理の知識だけではなく、その土地の文化にふれた。2005年、当時31才の下遠野は、話題の店を水道橋にオープンさせる。そこは、馬肉をピザ釜で焼くという、全く新しい視点の料理と内装で、一気に話題の店になった。この『仕事馬』という店は、飲食店のモデルルームのような位置づけになるぐらい流行れば良いと考えて作ったお店のようだ。

下遠野は、『仕事馬』オープンの翌年、建築工務店と飲食業の2つの経験を持ち合わせている強みを生かして、飲食店運営、宿泊施設運営、設計、企画の4つの事業を絡ませた株式会社スパイスワークス（以下スパイスワークス）を設立。宿泊施設では、宿場のハリウッドという名称で会社を設立。沖縄に作った宿泊施設『THE KITCHEN HOSTEL AOJ』は3000円～4000円ほど泊まれる上にサービスもよく、沖縄では人気のドミトリートになった。他に『旅籠あお』もあり、来年度は日本橋兜町にもホテルを

オープンするという。コンセプトとしても、ただリーズナブルに宿泊できるだけの宿ではなく、『ここに泊まる理由』があるところ、とも書かれていて、興味深いホテルとなること間違いなしだ。

クライアントの

深層心理を引き出す力

年間120件を越す物件の中に自社店の割合はたったの7%。ほとんどを他社からの依頼でこなしていくスパイスワークスはかなりハードではないのだろうか。講演の中で、下遠野は言った。「僕たちは、伝えるのが仕事です。クライアントが何を考え、どうしたいのか、深層心理まで辿り着かないと、描く絵が変なものになる。違うものになると答えが遠くなる。遠くなると、結果何枚も提案を書くことになる」ブランディングをしていくことで、大切なクライアントが求めているものは何か、もしかしたら、クライアント自身が無意識下でしか気づいてない何かを引き出すことが重要になってくる。そして下遠野は「クライアントが言った言葉を咀嚼して、分解して、もう一度再構築をする。再構築したものを一度のプレゼンで、これで行こうと決めていただけるようにしている」とも話していた。この一度のプレゼンで決めていくことが120件をこなしていく秘訣だろう。

業態を作る3つの要素と
独自のチャートシート

仕事を進めていくうえで、下遠野たちが大事にしている事が3つある。

1・素材 2・文化 3・調理法

どの業態もこの3つの要素があり、これ以外の大事な要素は考えられないと言う。これがスパイスワークスがブランディングしていく上での、重要としている『定義』だ。そしてそれを具体化していく独自のチャートシートがある。

講演の中で、何度も出てくるプレゼンで使ったイメージチャート、コンテンツチャートが、さらにクライアントたちの深層心理を引き出し固めていく。資料作りが好きだと自負しているスパイスワークスのチャートは非常に綿密だ。

この業態ならこの「カテゴリー」と細かく詰めていく。カテゴリーの抽出に対しても予断がないとみた。このチャートを軸に考えていくことで、全体として商いがうまくいくデザインとなっていく。「薄利でしているので、たくさんやらないといけない。何をやらいいかと考えて行くと『仕組み』にいきつく。うちは『仕組み』を考える会社です」と下遠野は力強くうったえた。

さて、もう少し詳しく見て行こう。スパイスワークスでは業態開発もしている。さきほどの3つの要素を軸に一切ぶれることなく『ストーリー展開』をし、物件開発からオーブントレーニングまでサポートしてくれる。業務内容は大きく6つにわけている。店内音楽・制服・

サブライズ。レシピ開発・トレーニング・研修オペレーション組み。グラフィックデザイン。立地選定、物件開発、不動産交渉。分析・シミュレーション・ターゲット戦略。設計デザイン。

全社員数150人のうち、本部は14人。グラフィックデザインが3人。設計デザイン14人で行っている。料理や現場の開発は4人。企画は常に下遠野をいれて5人のメンバーで進め、まず基本の基を下遠野が考えたあと、4人で肉付けをしていく。運営の開発も同じメンバー。重要なキーポイントになるのは常に企画の4人。そこでアイデアシートを作成して、設計図を作っていく。

「一個のメニューを決めるとき、お客様の喜ぶキーワードは大体決まっているから、そのキーワードをフィルタに通して、必ず考えていくようにしている。ポイントは、喜ぶべきキーワードと、盛り込むべきキーワードを考えていくことだ」このような考えで下遠野たちは業態依頼があると進めていくそうだが、依頼があると、その会社の強みはなにかと、徹底的に分析をすることからはじめる。しかも店舗以外の施設を見に行くそう。そうすることで、他にない特色を見つけられる。あとはそこを活かしていけばいい。

流行っているけど、客足が落ちた時に、原因をすぐ追求しなくてはいけない。メニューに飽きがきているとも考えられ

よう。

シェイプをしていく スパイスワークス

下遠野の話を聞いていると、仕事の進め方が細やかだと気づく、例えば店舗を開ける時、グリーフィング以外にも、分厚いけどわかりやすい資料を、スタッフさん、パートさんにも手渡しているそう。そこには、応援をしていたかどうかという気持ちが含まれている。また講演後の質問で、どうしてFCに加盟をしている店舗もあるのですか？という問いへの返答は、「やりたいと思った店舗がすでにあり、経営をしている人が知り合いなのであれば、その人を応援したいと思う気持ちが出てくるからです」とスマートに言った下遠野に尊敬を覚えた人もいるのではないだろうか。下遠野は最後に加えた、「どうしたらカッコいいと見せられるか、その上でその人たちが幸せになるお手伝いもできたらと考えたんです」と。

ゼロから1を作るのが得意なスパイスワークスは、ゴールドデンワークスタイルンドを立ち上げ、現地の店舗管理を1、2年の契約で任せてもらい、契約期間の運営管理を手間賃10%スタートで運営をしているそう。将来的には、育てたスタッフごと、契約期間後にあげようという形を考えているという。

他にもスマッシュヒットをとつていくと考えていて、平均点をとるつもりは

る。例えば、シンガポールの店舗では、お客様の感度が高く飽きさせないために、年4回のメニュー変更をしている。

実は、下遠野が日本で初めてB.Y.Oを実現したのだが、シンガポールでは日本酒のB.Y.Oにしたそう。味を色やラベルでわかりやすく表現して、人気を博している。あまりお酒がでない場所では、お通しでモヒートを出してエンジンをかけてしまえ、というアイデアもあっておもしろい。例えばカップラーメンのような味が好きな世代がターゲットであれば、テーマは「ジャンク」しかない。ある寿司屋では、サイドメニューを充実させた。寿司は意外にお腹がすぐ満足してしまう。そうすると客単価が落ちてしまう。なんとかサイドメニューに目線を行かせるために、わかりやすく全品299円均一料金にし、ボリュームも多くなった。そうすることで、お客は寿司よりもサイドメニューを多く食べることで、客単価があがる仕組みを作ったという。よく言われる味の五味、これに最近加わった油の味を加え六味にして酢飯を作ることを提案。ネタも「炙る、のける、マリネにする」などの加工して味の提案をするようにした。そのなかでジャンク的な味も追加させる。「二時間滞在して色々伝えられる飲食店にしたい。味が全てだけど、味だけじゃないものにしたい」と下遠野は加えた。

人手不足と言われる昨今だが、そこも

ないと強く言い切る。

最後に下遠野は「どんどんブランドを生み出していきたい。文化になりそうだったら、手放すかもしれないし、弊社で頑張つて続けていくかもしれない。あくまでも生んで行くことをしてい



抜かりはない。スパイスワークスが考える制服は、スタッフが働きたくなる、可愛くて着たくなる衣装を提案している。お洒落なロゴがはいったり、見た目に質のいいエプロンにした。他にも気分を変えられる蝶ネクタイを用意している店がある。なんとその種類は7個。毎日変えても大丈夫だ！

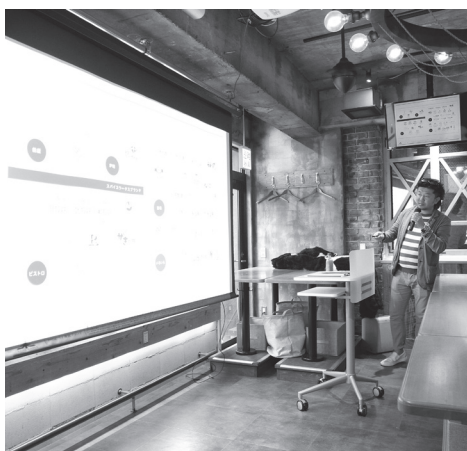


25店舗展開した 肉寿司を売却

2010年に恵比寿横町に誕生した下遠野の肉寿司。寿司のネタを単に肉に変える発想ではなく、素材である肉を美味しく食べる、新しく価値ある料理を生み出したいという視点の店。「寿司というジャンルを求めるのではなく、あくまでも肉料理というジャンルで、『肉寿司』と言わない」と肉寿司」とわからない形にしたい」と下遠野は語る。なんと下遠野は社団法人日本馬肉協会なるものまで作ってしまった。というのも、当時10数店舗まで増えた肉寿司も他店の生肉の食中毒事件であおりをうけそうになり、怖

参加者の感想

- ① 開発方法が具体的に非常に分り易かったです。
- ② 繁盛店になる業態の作り方をお訊きできて良かったです。
- ③ 育ての親ではなく、生みの親である考え方がとても素晴らしいと思いました。
- ④ 考え方がスマートで一つの事に囚われない考え方が参考になりました。
- ⑤ 経営に対する考え方がとても独創的でとても新鮮でした。
- ⑥ クリエイティブの中にある仕組み作りが勉強になりました。
- ⑦ 業態開発の仕組み作りがとても参考になりました。
- ⑧ ゼロから1を作るスピードと判断は素晴らしいと思いました。これから自分自身もゼロから1を作る時に、今日学んだ事を活かしたいと思います。有難うございました。
- ⑨ 業態開発について具体的に聞かせて頂いてとても良かったです。
- ⑩ 業態開発の発想について新たな知識を得る事が出来ました。



て25店舗まで増えた肉寿司をなぜ売却したのか問われることが多いだろう。下遠野は「生みの親、育ての親の違うだけ。20年続くと文化になると言われている。あと13年、14年、それ以上続けてもらい文化にしておこうと考えている。そして運営に対しての難しさを感じたので、あえて嫁に出した」と答えた。他誌のインタビューによると、スパイスワークスがゼロから1をつくりあげるなら、株式会社ガーデンは10を100にする会社だと下遠野は答えている。肉寿司のセカンドステージに大いに期待し