

NAGOMU

Nagoya Gourmet-Shop Management Union

PRESS Vol.76

ナゴムプレス（会員情報誌）

2019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287回経営セミナー

半歩先を行く飲食店のカタチ

日時：2019年10月23日（水）

会場：Eオリエンタルバンケット

演題：半歩先を行く飲食店のカタチ

講演：株式会社ミナデザイン

代表取締役社長 大久保伸隆氏



山リサイクルというシステムを作り、市民にレシピー付きでお裾分けをした。今後は、持参してきた野菜で惣菜を無料で作る試みを予定している。

話の中で、大久保は飲食に関わっているなら、環境についての意識も必要だと何度も口から出た。市民農園があり、そこで収穫している野菜の行き場がなく廃棄している状況は環境にも影響が出てくる。大久保はユーカーが丘と里山、そしてそこに住む市民にとって、共生共存



ができるよう環境問題を解決していき、食を提供するだけではない、地域共生型のコミュニティレストランを作り、人々の住む環境に合わせて変わり続けることができるカテゴリの創造を考えているという。

今後は鳥森百葉、里山両店で得た実績を元に、食とコミュニティの価値でまちづくりをする『世界的なブランドを創り続ける会社』になりたいと話を終えた。大久保の視野は広く、自分の店だけの売上では終わらない。店を置く街全体のことも考えて店を作るといふ、新しい分野を開拓している話に、誰もが感嘆の声をだしていた。

参加者の感想

- ① 発想・戦略戦術が斬新で話の内容が凄く魅力的でした。現店舗のコンセプト、街との持参自消もとても面白かったです。
- ② 本当に分り易く、聴いていてもワクワクしながら、拝聴しました。ありがとうございました。
- ③ 全体的に話が分りやすく、店のコンセプト作り等、参考になりました。
- ④ 飲食の新たな可能性を具体的な事例を基に感じることが出来ました。
- ⑤ コミュニティデザインと言う言葉が凄くよく、お客様に語らせるといふのが必要だと言うことがよく分りました。
- ⑥ 地域密着型の店舗経営、運用は新たなビジネスモデルであると感じました。

- ⑦ 営業面、販売面、人材面など様々な面からの戦術、戦略について学ぶ事が出来ました。
- ⑧ 地元を最大限に活かそうという熱意と最先端をコラボという、発想に度肝を抜かれました。
- ⑨ 目的を考え具体的に取組まれておられるので、改めて意識の大切さを学びました。
- ⑩ 自分の考えたことのない、発想もしないことがお聴きできて勉強になりました。

ONLINE情報

10月22日

せいろ蒸しと肉菜料理「ドン」

名古屋市中区黒川本通り2・42

レックハピネス株式会社

10月25日

鮮魚炉端 花ちゃ花ちゃ

北名古屋三子瀬古62・3

株式会社ブルムダイニングサービス

10月26日

一番軒Xがブリチキン。

岐阜県岐阜市芥見長山2・83・1

株式会社ブルムダイニングサービス

有限会社ファーストモア

11月19日

大甚 錦店

名古屋市中区錦3・19・11

株式会社奥志摩グループ

11月21日

魚河岸酒場 浜金 栄住吉店

名古屋市中区栄3・9・2

株式会社アコラ

一記録的な繁盛店を出した男

1983年生まれ、大卒で不動産会社に就職後、2007年株式会社エー・ピーカンパニーに入社。店長を務めた塚田農場を驚きの繁盛店にした実績を認められ、2014年、営業本部長から副社長に就任という輝かしい経歴を持つ大久保伸隆氏（以下、大久保）をお招きした。

大久保は現在株式会社ミナデザイン（以下、ミナデザイン）の代表取締役をしている。半歩先を行く飲食店を作るために、2018年7月に設立し、経営する店舗は2つ。東京の新橋の『鳥森百葉』と千葉佐倉市の『里山 transit』。どちらも大久保が考える『半歩先』を意識しプロデュースされている。今日は、その『半歩先』とはどんなカタチなのか深く聞いてみたい。

塚田農場時代、成功体験が起る確率を高めるためにどうしたらいいかを考え、アルバイトに『権限譲渡』を与え、営業を促進。顧客には、名刺システムによる昇給制を導入し、販促をUP。就活支援による人材育成を考え、会社都合で行いがちなアルバイト研修を止め、卒業時の就活を100%にするために、『ツカラボ』という就活支援を始めた。社内にキャリアセクターを置き、キャリア相談員は全てアウトソーシングするという徹底ぶりを見せるなどの、革新的な考えが業界に刺激を与えたのは書くまでもないことだろう。

11月22日

奥志摩 錦総本店

名古屋市中区錦3・19・11

株式会社奥志摩グループ

11月27日

まるは別邸 はずのほし

知多郡南知多町大字片名字新師崎48
株式会社まるは

今後のスケジュール

※12月は例会お休み

第288回経営セミナー

(株)奥志摩グループ

代表取締役会長 中村文也氏

日時：1月16日（木）

講演：14：00～15：30

懇親会：16：30～

会場：名古屋能楽堂

第289回経営セミナー

(株)ワンダーイマジニア

代表取締役 今井千尋氏

日時：2月4日（火）

講演：13：30～15：00

懇親会：15：30～

会場：本丸ホール

第290回経営セミナー

(株)スリーウエルマネジメント

代表取締役 三井耕太郎氏

日時：3月11日（水）

講演：14：30～16：00

懇親会：16：30～

会場：未定

大久保の会社名『ミナデザイン』。これはなんと『ドラクエ』に出てくる魔法の名称。ドラクエにデザイン系という魔法があり、ミナデザインは『みんなデザインする』を略したもので、パーティ内全員で力をあわせて敵を撃ち落とす呪文。この後に続く、仕事ぶりを見るとその意味もさらに納得するものとなるだろう。

一 起業をした理由

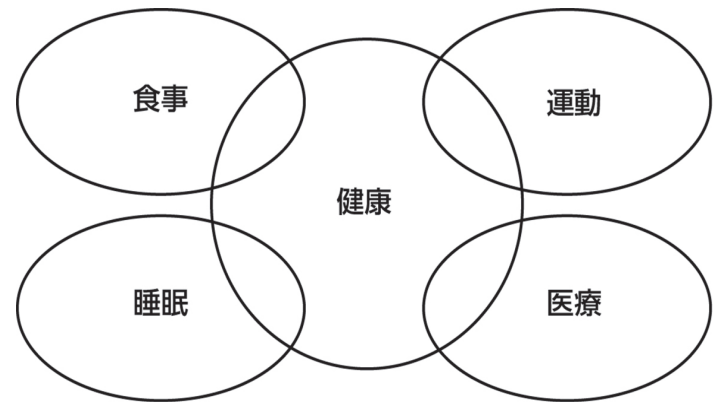
元々、独立願望があったという大久保だが、起業の理由を次のように語った。「飲食店の素晴らしさを学んだ11年でもあったが、飲食店の限界も感じた11年だった」。

人を健康にしたいと考えた場合、食事・睡眠・運動・医療等の他に、ケースによってはカウンセリングも必要になる。（図1参照）しかし自身は食でしか関われない。健康についてはデベロッパと連携して、持続可能なカタチで、町単位で取り組むことが必要だと考えた。大久保は食べることを基点にもっと大きな枠組みで人の暮らしを見ようとしている。

大久保は、1万人来店するお店ではなく、『近所の百人を大切にしよう』というコンセプトを大事にしている。そこが起業の原動力となった。

『食とコミュニティの価値でより良いまちづくりへ貢献する』この理念を元に、まちづくり・飲食店経営・プロデュース・FC・コンサルティングをしている。

本題に入る前に、わたしたちにひとつ



業務提携・アライアンスの重要性

できるとも確信している。この理詰め部分を経営者が理解していれば、いいお店がもつと増えるだろうと言う。

外食産業の市場規模の推移のグラフを見ると、上位5社が6%、上位50社を集めても16%にしかならず、十分個人店でも闘える業界ということがわかる。さらに働き方、給与を含め、もっと生産性もあがるはずだと確信している。その大久保が作った店での一年目のスコアは、『店長・料理長の給与は50万以上・公休8日、日祝休・ボーナス年2回。GW盆正月連休・社員旅行』を実施し、経営の数値も運営もバランスが良い結果を出している。

新橋にオープンした烏森百薬

鳥森百葉は、鳥森神社に開店し、メディアにも多数取り上げられているお店だ。飲食店にとって一番の課題は集客。この集客によって利益が左右されなことが一番の解決策と言う大久保としては「坪売上は全く評価基準ではない」と言いきった。

「逆に、坪売上が低くても利益がある？！
ことに価値をおきたい。これからのビジ
ネスとして合っている」と大久保。だが、
坪単価の収入を否定しているわけではない。
飲食の今後の見通しとして、固定費
の削減、生産性の向上、利益を生み出す
体質作りに重きを置く事が重要だと伝え
ているのだ。

一つの例として、神保町の未来食堂の

立地がいいから入りやすく、入れば何かしらで食べられる、そんなお店を作りたいと言った。

■ 自前にこだわらない

大久保はメニューを決める時に、あるからあげを試食した。あまりの美味しさ
に、逆に作ろうとすることを止めたとい
う。なぜならこの味の拾得に3カ月か
けるのは労力の無駄だと判断したのだ。し
かし諦めたわけではない。このからあげ
を仕入れる方法を考えた。そうしたのは
仕込みなどの準備の時間が増えるのも理
由の一つだ。「経営側は売上が上がって
嬉しいが、現場は準備が増えて悲しい」
これを打開するために思いついたのが
『食のセレクトショップ』。からあげなら、
後は揚げるだけ、という状態で配達して
もらうことにした。

大久保は「うまいの定義付け」について、まずは簡単だが「うまいはそれまでの生き方や環境が関係してくるので、難しい」と言う。そこで、定番メニューで、まずくならないものを、そして「勝ちやすい」ものを他力本願で仕入れて提供する。食のセレクトショップにすればいいことに行き着いた。ポイントは「うまい」こと、上品すぎない定番のメニュー。似たようなものは出せても、そのものは出せない」と割り切る考えも必要だからだ。実際自力商品は5品で、他力商品は25品。自前にこだわらないおかげで、厨房は、メニュー開発にひっきりな



しに関わらなくてもよくなる。逆にその環境が、自社開発メニューに集中でき、お客様満足度も上がっていくようになった。

集客とコミュニケーション

二回目以降の来店率が下がってきているのはＩＴ化が進んだのが理由だと大久保。そういうお客様は検索をして店に来る。つまり常に新しい情報を求めている人が多い。だからこそ「ふらり」と来店したお客様を大切にしている。そして新規からクロージングすること、前向きなストレスを残すために、「全部を食べさせない」努力をしているそうだ。

『いかに来てもらうか、ではなく、いかに帰してもらうか、いかに語ってもらか』この語ることに重きを置いている。語りやすいように烏森百葉の特長を次のように話している。『神社の参道の外席、全国の旨いものを集めた食のセレクトショップ、2階がセルフで貸切ができる』。わかりやすく、人に伝えやすい。

大久保は、所有者と使用者の境目（家族と酒屋、お客様とお店、従業員と経営

話が出た。ここはランチのみの営業で利益を生み出している。からくりは、お客様が働いていることだ。なんと50分の働きで一食無料！今後は、こういった15坪以下で坪3万以下、暇でも利益が出るビジネス『デフレモデル』が勝つ残ると考えている。

新橋の烏森百葉の二階にドリンクバーは、自動販売機のようなシステムになっている。お客様が自分でお金を投入（缶ではない）、各種出てきた酒を、自分で炭酸や水、お湯で割り、自分好みの酒を作る。ドリンクの自動化に過ぎないと思われがちだが、いわゆるレジや食券などのセルフとは意味が違う。後者の場合、人手不足が原因で導入するパターンが多いが、それはお客様の満足度をあげるための発想ではないと指摘した。業界の課題をクリアするためのセルフやＩＴ化は絶対に違うと断言。

では烏森百葉はどうしたのか？お客様の満足UPのために、無人化にし、自動化にするために、貸切システムを導入。新橋では、半個室ばかりで貸切できる店がほとんどない。大久保は、店の二階部分を貸切にし、気兼ねなく楽しめるという特別感をだした。

ドリンクの自動化システムは、スイッチのON・OFFでコインの投入の有無を選べ、持込みも無限に可としている。1人いくらというシステムではなく、4万円以上の予算であれば、2人でも貸

者)を曖昧にする努力もしているという。

例えば酒屋。店に置く一升瓶は酒屋が品を選んでいる。大久保が出した条件は2つだけ。美味いこと・ラベルが可愛いこと。ラベルに特長があると、偶発的にお客様とのコミュニケーションが取れる狙いがある。次は店とおお客様の境目をなくすために、「掲示板システム」を作った。意見をべたべたと貼ってもらい、そこからメニューのヒントをもらったりする。現代は食べて満足するというよりも、食べて、人に伝えて充実感を量る世の中。そのためにもコミュニケーション力が高いスタッフが必要となる。

個人店のオーナーは
アナログの最先端を目指せ

世間ではＩＴ化が言われるが、大久保は真逆のアナログを活用している。業界の抱える様々な課題を解決し、利益率、低賃金、長時間労働や独立を叶えられるのは、アナログを活用した個人店だからこそできるという。なぜならＩＴは初期投資の費用が高く、しかも完成形ではない上に費用が今後も嵩むことが必至だ。お客様の接客をＩＴに頼らず、飲食に関わる人の生活を豊かにすることができる信じ、開店させた烏森百葉は順調なスタートだ。大久保のアナログ戦略の中でも、時間をかけ、絶対に焦らず待つのが立地開発。なぜなら良い物件は、裏切らず良い結果を導き出すからだ。

持続可能なまちづくり

出をする。この場合、二階に店員を置く必要がなくなり、15倍の売上になるが、人件費はそのままで利益が見込めるようになる。さらに一階の個人利用のお客様にわざと二階のトイレを案内する事で、「あの部屋なに?」と聞いてもらえるような二階を知るきっかけ作りに対しても惜しみなくしている。

飲食店において、和食などの専門性に限らず、コンセプトを限定しない総合居酒屋を作りたい。でもこれが実現できるのは東京だからできること。名古屋で店を作るなら、その形は変えるそうだ。新橋では、一次会と二次会の間、またはその前に30分だけ隙間時間を持つお客が多い。そこでスターバックスで珈琲が飲める同じ値段で酒が飲めるようにもした。結果4時から開けて、びったり3回転で店が終了する。

看板を見て何屋かわからないけれど、



長期間、価値を提供するために必要な『街』というインフラ（ハードウェア）、『サービス』という付加価値（ソフトウェア）を実現したくて、デベロッパを探していた大久保は、千葉の佐倉市を開発する山万株式会社と出会う。ユーカリが丘を開発している会社だ。

ここは8000世帯を目標に都市計画を進めているが、これらを一度に販売せず、40年間をかけて、年間で2000世帯ずつ販売を行う、街としても先まで見据えた持続可能な形を取り、自然と共生しつつ、インフラ整備も自社で整え、今もなお開発は続いている。

このユーカーが丘には高齢者が利用している市民農園がいくつかあるが、野菜を収穫しても、その行き先に困り、残ったものは破棄していることを大久保は知る。そこで始めたのが『持参自消』。

地元の物であれば流通コストもから
ないうえに、新鮮でかつ美味しい。こ
ういった地域の資源を生かしコミュニ
ティの中継地点となる街と繋ぐとい
う思いで作った店が『里山 transit』。こ
うまで大久保を導いたのは藻谷浩介著
の『しなやかな日本列島のつくりかた』と『里山資本主義』という二冊だった。

この『里山』はファミリレストランの形態で、コンセプトは子どもから大人まで楽しめる、住民の意見を元に進化する、世界一変わり続ける料理店。

店では、市民農園での収穫のものは里