### NAGOML

Nagoya Gourmet-Shop Management Union

ナゴムプレス(会員情報誌) 2022年6月1日発行 発行: NAGOMU 事務局

PRESS Vol.93

人間開発(ひとづくり) 商売繁盛(こころのあきない)

会場:ウインクあいち 日時:2022年5月25日(水)

演題:業態作りと繁盛の法則

講師:株式会社DREAM ON

赤塚 元気氏



# 第312回経営セミナ

社長 赤塚元気氏(以下 ■ 株式会社DREAM ON代表取締役 O N

これらで、 ②女性と会話できる話題を持つ その後会社を起こし現在に至る。 ①若い子と若い遊びをする ていることは次の2つ。 明治大学卒業後、居酒屋汁べゑで修業。 仕事に活かせるマーケティン 心掛け

はいつもそう捉えています」。 「優秀になっていくと思って若者を見な いといけないし、彼らは素晴らしい。 赤塚の業態は大きく分けると3つ。

②、君のハンバーグを食べたい 現在8店舗。 → "ONE HUNDREDBAKERY", ン専門店。コロナ禍の一年前に開店し、 のハン O

③メインで展開してい 商は1800万円。日本で唯一の種類 古屋ノリタケガーデンにて営業。平均月 ウズラの卵を使用している。 C15店舗。この一年でFC15店舗作 \*ESPRESSO D-WORKS ーグ専門店。名古屋のイオンモール名 外食アワ 1 2 0 人。直営20店舗、 (以下 EDW)。 るカフェ。

# そして東京進出

### 参加者の感想

の質を上げる事が重要だ

店長のためにがんば

②ブランディングの考え方がとても 鮮であり学びとなりました。

さんと話せるように韓国ド

ーム好きの男の子と話せるよう

③業態作りのポイント・差別化・ ンディング・ベンチマークとア

④成功事例の良いところだけでなく などの背景が非常に勉強になりまし 失敗事例や現在の考えに至った動機

んじゃない

かと思います。

社員が120

ルバイトの子の名前を覚えています。

アルバイトはもっといますが

している。このことがうまくい がらフラットな横の関係のチー

っている ム作りを ムをやって、

みんなと会話をしな

# 業態づくりに必要な事が解り

っぱ

ジが良く理解できた。

5人を良くすることが、 全てを良くす

P

⑥従業員との接し方を見つめなおさなけ ればいけない事に、 解決策が見えてき

)行動指針が周辺の人々を幸 持ちになりま で、聞いているだけでポジティ ・ブな気 る

持つべきか!

日頃意識してな

どこに目を向けたらよ

·何に感心 い事に気づ

ズで開催します。

①立志編②編成編③勘定編

熱い講座が開塾。

・」をテ

⑧時代の考え方、 なりました。 心の捉えた方が参考に

なりました。

⑩日本初、世界初、 いくことにワクワクしました。

## 研修・交流ツアー

を開催いたしました。 9日に博多研修・ 交流ツア

を作らないのが企業努力じゃないかなと す。この人嫌いで辞めます。という状態 持たせたら優秀にどんどんなっていきま き、興味があるというものを若者たちに ばれます。興味を持たせてこの仲間が好 ならがんばれるし、好きなことならがん 社員のことも好きです。好きな人のため

赤塚は、若い子たちはすごい!



をたくさんもらい。会場も前のめりの空 す。業態づくりに必要な重要なポイン たくさんのことを気づかせてくれると話 らはすごく優秀だという目線でみると、 ちは違う感覚を否定するのではなく、 も講演で話す。その若い子たちの自分た

> 味しいイカに舌鼓。 活イカで有名な「河太郎」に集合し、

を深めました。 再度夕方に「水たき長野」に集まり交流 その後、各自繁盛店視察に出かけた後、 9日は天神の繁盛店を視察後、

参加出来なかった方は、是非次回参加く 今回は3年振りの研修・交流ツア 飛行機で各自帰名いたしました。 よりナゴム会の懇親が深めれました。

### 店長の塾

月31日に開塾 「店長の塾」 第1期生の第 今何をすべ き か 回目が5 が わ

)採用、教育、労務の優先順位が明確に 非常識に目を向けて

### 今後のスケジュール

第314回 経営セミナー エムライト株式会社

代表取締役 時:7月20日 (水) 中瀬一人氏 14

場:ウインクあいち120

場:リンク 時:8月3日(水)

### OPEN情報

名古屋市名東区一社2-86 QUATTRO bar M4. 一社店

株式会社イーフィ

30

新世界!東京へ。「ワンピースのルフ 3年間で一宮から名古屋、

たちがいくぜ!新世界と言ったことで も新世界行くぜと言いました」。ここま

ぞれの業態に社長が展開し、 イアウトで稼げるように頑張ろうなと 第2章は、 新世界!東京進出。「そ 最終的に 一宮のお店 そう カ な

優秀な若者世代から学ぶことが多くある 彼らの思考や行動の傾向を知ることで、 グをしている。若者の嗜好や流行から、

たらお店が閉まり、朝まで飲まず、 経営をしてるだろうと話す。 当時から東京一極集中化と謳われるな から出社という姿。日本もいつかこう らの出勤。 は朝型へ。 離れと言われ、人口減少・高齢化社会。 大箱スタイルは厳しい。現在は若者も酒 ツ田中はずいぶん戻ってきたが、やは は宴会用でかなりの大箱だ。FCの串 でなかったら、今頃自分はネガティブ か、自分も東京進出と考えていた。 ろうと思ったと話す。 るだろうと感じていた赤塚は昼業態を いたことと、、今、の発言を比較すると、 いう目標設定」。9年前の自分の言って コロナ前、すでに欧米では夜中を過ぎ またはエスプレッソを飲んで そして早く帰宅し、 ジョグ 世界 な か

わるというよりも、10年早送りで想像 うまいこと、この波を生かして成長し うと追い風と捉えていました」。 コロナ禍の時も、 いた世の中になると感じたそうだ。 これをきっ かけに変

事務局: TEL·FAX052-837-3065 info@nagomu.com www.nagomu.com 正会員75社 賛助会員49社 (2022年5月現在)

○販促宣伝で流行るのか? ○コスパが良ければ流行るのか? ○インスタ映えすれば流行るのか。 ○良いお店ならば流行るのか? ○料理が美味しければ流行るのか? ・ビスがよければ流行るのか?

全部正解ではない、ではなにをすべきな 「これらは一時はいいかもしれないけど、 いと思います」。 のか?僕流でいきたい、その話しをした

### ①差別化

# ・まず同じことをしない。

# ・誰でも頼んでしまうA商品は捨てる

案・体験をしてもらい、次回来店する意 味をつけるラインナップづくりを大事に て食べたけどおいしい!という新しい提 えば゛サクラエビとチェリーピザ゛初め 店では、他で食べない食材をのせて、例 店の動機にはなりにくいからだ。赤塚の ても味や見た目に大差はなく、次回の来 きたりなメニューのA商品はどこで食べ める勇気を持つ必要があると説く。あり 赤塚は、 ABC分析して、A商品をや

## ・圧倒的な商品を持つ

食べたら次に絶対誰かを連れてきたくな る自信溢れる品。原価率は、 これ食べてください」と必ず案内をする。 ス焼き、原価率が高くても「とりあえず ロッシーニ〟と〝オマールエビのスパイ 店の売りは、牛フィレとフォアグラの 他の商品で

> ②ブランディング 「今の世の中、

> > ダ型というのは席数があり、回転もする。

カフェには限定されたピークが何度か訪

ター 東京で人気。こういうのは間違いなくス 機は作りやすい。食べログ1位や日本初、 的は無理ですがミシュランなどつくと動 たものに人は食いついていきます。意図 もれず、これというブランディングされ600倍。情報に溢れた社会のなかで埋 手に入らないという「顧客枯渇感」と トダッシュが成功します」。 情報量が10年前

ヒー たと話す。 なので反対に他が真似ができないと考え カフェはハードルが高く、スキルも必要 カフェでやっている。さらに、ベーカリ のが今の流れ。居酒屋でやってた感覚を に、カフェもスタイルだけでなく、 えている赤塚。居酒屋の流れと同じよう フックをつけた、flour+water中目黒、。 ン屋さんがやっているカフェ〟とい る。普通のカフェと差別化をしたのが、パ いう状態はブランディングがより強くな カフェは居酒屋の10~15年遅れだと考 や料理のおいしさもないといけない コー

と知り、 た。そこで完成したのが結果、世界初の 量の水分で作るパンを作ろうと開発をし は、どうせなら100:100という同 対して70か75が限界だとわかった赤塚 パン屋で一番売れるのは、食パン、 通常の水分量も小麦100

> ている。 京で大行列のお店名古屋初進出! 「君のハンバーグを食べたい」ここは でするいいが、これでする。 ディアで流したら、そのまま流れが続 たくなる。名古屋のオープン前に、 ができていると気になり、その店に行き 目につく12時に指定で作った。人は行列 ンさせ、毎日10名ほどの行列を時間も人 てる店。まず東京でモデルとしてオープ ルとメ 東

> > タイムで回転する状態。

入る。料理が魅力的で、コー

-ヒーだけで

赤塚のカフェの店は単価が高く、

夜も

大事。席数がちゃんとあって、朝昼ティ

らえるかのピークタイムマネジメント れ、その時にどれだけお客様に座って

が

## ③ベンチマークとアレンジ

珍しく、どの地域でも、隣にスタバやコ

メダがあっても、客のバッティングはな

プ。この客単価をキープ出来るカフェは

単価はどの時間帯も1500円をキ 間半で8万から10数万の売上があり、 帰るお客様は少ない。モーニングの2時

客

ていく。 系学生と徹底的に分析する。なんでこれ 顧客目線で分解し、そのアレンジを作っ ているポイント、おいしいと思えるポイ がおいしいと俺たちは思うのか?流行っ クを必ず作る赤塚は、その店を会社の理 ント。価値が高いと思えるポイントは? 「ベンチマー お店を作る時、その業態のベンチマ クで、一番大切なことは

のパンが色鮮やかに並び、女の子が、わ 店に入った瞬間に綺麗にたくさんの種類 目黒の状態がセンターピン。 うちの社員には言っている」。 ″本質とセンターピンを捉えること〟 くわくしちゃう〟という flour+water 中

業務が自分の世代と社会がちょうどあっ

た。そんな赤塚も最近になって、やっと はへただから人間力だけでカバーしてき

てる時代がきたと感じている。しかし長

く続かないことも自覚をしていると話

作るのがへたくそでした」と赤塚。自身

るかなどの情報は大切。「すごく業態を まどうなのか。これからの愛知もどうな モノというのはビジネスモデルのこと。

情報こそ価値なので、社会の流れがい

■よく言われる経営資源とは?

ヒト・モノ・カネ

この3つを揃える。

### 儲かるカフェモデルは、この3つ。 ■ 儲かるカフェと儲からないカフェの違い

関係なく人が並び、コーヒーのブラン ①のスタバはテイクアウト主流。席数 タバ型、②コメダ型、 ③ E D W型。

ディングがちゃんとできている。

② コ メ

現在の社会は少子化で働ける人数には限 りがある、赤塚は来年何店舗出すとか た。「人手がない会社から衰退していく」 ある時先輩からこんな言葉を言わ

ホワイトまで整えるのは必要ないと断言 限りなく近いグレー企業にした。しかし、 ン。常にブランドを先に作ることを考え 《ONE HUNDRED』という名前の食パ

する。整いすぎている会社も、 成長しなくなるそうだ。 人が甘え

ことに心がけて

いる。

係なく、採れるだけ採用して人を育てる

## ■マズローの5段階欲求

だろう。その場合、業態をよくするのか?

いる社員の人を良くするのか?となる

業績を良くしたいと誰もが直球で言う

会社の業績を良くしたい

自己実現の欲求

希望の欲求

安全の欲求 所蔵の欲求

生存の欲求

やめようかと考えてしまう。 やすい。それがないと、足元が崩れて アップも収入アップも目に見えてわかり 労務がしっかりしていれば、ステップ するのは一瞬盛り上がるがすごく大変」。 赤塚は20年前、、よし夢を叶えようぜ、 く。教育しても辞めるなら、教育自体を 「俺の夢も、従業員の夢も叶えよう!と と自己実現の欲求からスター トした。

田中、では勉強になってよかったと話す。

赤塚は、自身が加盟した、串カツ

ヒトをよくする場合は、まず人手不足

真似するか、FCに加盟するかどちらか くするために必要なのは、良いモデルを 業績も伸びていくようになる。業態をよ ることで、会社を持続している人が育ち、 が、どちらかでは足りない。両方よくす

### ■離職させない

と他に成長できる場所を求めて辞めてし らない。成長できる教育システムがない これが揃ってないと、業績も人もよくな の解消をし、職場環境を整えて教育する。

離職を減らすには、労務を整え、職場

務が整ってないと人が離れ、人手が足り

プを具体的に解り易く提供すること。労 環境をよくし、キャリアアップ、収入アッ

 $\mathcal{O}$ れだけ環境を変えてしまう。 ようになる。 員がその言動内容を一番の基準に考える を出した時に、業務日報を見た社長の「そ えてきたと話す。ある会社で最高の売上 リティが育たない会社の社長の違いが見 スタッフがいる社長の特性と、ホスピタ は、ホスピタリティが高い接客ができる した場面と遭遇した。オ 人数いる?」と喜ぶ前に人件費を指摘 が口にする言動はイコー ーダーが発する言葉は と出会う機会がある赤塚 ル関わる社 ・やリ

ブラック企業から綺麗なオフホフイトりいくはずがない。労務の大切さに気づき、いたが、労務を整えていないのにうまく

これまで人材教育だ!とそればかり

う。この状況は自分たちが変わらないと

けないチャンスなんだと赤塚は話す。

シフトが週3から月3へと低下

してしま

いく。アルバイトは労務が整ってないと、 ないといい営業はできず、売上も落ちて

> れたくないからだ。 かなか払拭するのは難しい。現場は怒ら ちの祖父の世代では?、お客様の満足よ る。厳しく言われて成長するのは自分た 若者は厳しいことを言われると辞め も人件費という考えが根付いたら、 な

会社の理念があり、それを浸透させるこ 何かをするための基準だと話す。 が理念だと思うと話した。 使ってみんなに接しているか、これ自身 とよりも、いかにリ れば、売り上げの数字にも表れてくる。 の笑顔が第一優先。それを大事にし続け 赤塚は、お客様が笑顔になることが、 ーダがどんな言葉を お客様

## ■ ストロークの不足

事」だと赤塚。 言葉、態度、しぐさの全てのプラスが大 こでも話しています。相手に投げかける 「ストロークづくりが一番肝心だとど

聞いてくれてるのがとてもうれしいで 「社長がアイス買ってきてくれた、 る。 然表情は明るく前向きな言葉が生ま 顔をされればマイナスが壺に溜まってい ガティブなことばかり言われたりそんな ロークにはマイナスとプラスがある。 き表情にも出る。心には壺があり、スト す」。嬉しいとプラスのことが増えてい え、マイナスの考えが減ってい く。プラスのことばかりが溜まれば、 「今日は誰も居眠りせずに、すごく話を !楽しい!となり、 '嬉しいと思ったらプラスの感情が増表情は明るく前向きな言葉が生まれ'プラスのことばかりが溜まれば、自

> 時に、プラスばっかりになるよう声を 寄付をすることはないが、1億円持って ない。借金が100万円ある人が同額の という心からのホスピタリティなんて出 笑顔に徹する。うちの会社はこれをや けてください。褒めてほめてほめて認め う気持ちにはなれない。みんな出勤した る。満たされてないと、人は誰かにとい スが、サービススピリッツ、となる。楽 れ、満タンの壺からさらに溢れでたプ えてくれた時もプラスの感情で満たさ で盛り上がり、またくるね!と名前教 まくるんです」。 て好きだよ。感謝して、褒める。励ます。 いる人が100万円を寄付することはあ しくないとお客さんに喜んでもらいたい ■ありがとう返し

それぐらい褒めて感謝をしてを繰り返す褒めてる、9:1の比率を意識している」。 意したり怒ったりを1回したら、 が増え、プラスストロークが増えていく。 呼ぶ。人は名前を呼ばれることも安心感 そこにちゃん・くん・さんをつけて必ず 倍以上ありがとうが飛び交っているそう がとうと返すルールがある。普通の店の 「打たれ弱い優秀なやついます 必ず呼び捨てにしない。あだ名があり、 のストロークを渡しあっている。名前も だ。ありがとうを言い合うことでプラス ら、あぁとか、うんではなく、 いうものがあり、 赤塚の会社には、ありがとう返し、 ありがとうと言われた 必ずあり から。 9 回