

# 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.121

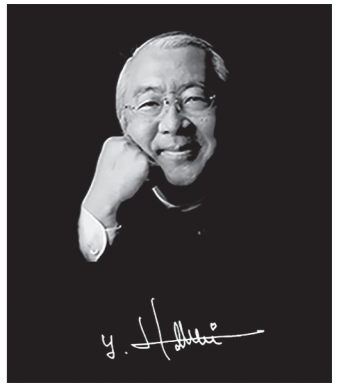
ナゴムプレス (会員情報誌)

2025年4月1日発行 発行: NAGOMU 事務局



**日時**：2025年3月25日(火)  
**会場**：キリンビール会議室  
**演題**：飲食店経営の課題と未来の展望  
**【パネラー】**  
 株式会社A.Jドリームフリエイト 代表取締役 蓮川 昌実氏  
 株式会社イトジョイ・フードサービス 代表取締役 桜井 博教氏  
 株式会社ブルームダイニングサービス 代表取締役 杉村 明紀氏  
 ファシリテーター  
 株式会社Prun 代表取締役 深見 浩一氏

### NAGOMU 第340回経営セミナー



服部 幸應 (故人) 先生

連という組織が生まれました。食団連を作ったのは服部 幸應 (故人) 先生です。人生を食のために外食産業の価値を高めるために人生を捧げた方です。今まで飲食業界はバラバラで、ミッシュランに代表されるようなレストランから居酒屋業界、焼肉業界、ラーメン業界、カフェ等、政治には頼らんでも我々は我々の力だけでの上がつてく、東になるもんじゃない。そういう生き方をしたわけですが、この東になるはずのないものを束にしてくれたのが服部先生で、現在60団体が1つになりました。コロナがきっかけだったかもしれないですが、こんな奇跡はないです。この60団体が1つになったのを分解させちゃいけない、もっと広げていかないと本当に我々外食業がダメになる。それどころか日本の産業すらダメになると感じます。服部先生が生前からずっとおっしゃった食の文化を未来へ繋ぐ思いを我々がしっかりと引き継いでいきたいです。5年〜10年で「食の専門省庁」設立を目標にして活動していきます。



一般社団法人日本飲食団体連合会



外食業界全体の声を1つにして行政へ届け、行政との信頼関係を作った上で共に新しいルールを作っていく。飲食店はランチがあつて休憩して夜まで営業があります。拘束時間無茶苦茶長いので人材が流出する理由の一つです。外食が産業になったのは1970年以降で、今の労基はそれより前にでき上がっている。飲食業にはまったく適用出来ない。外食産業は個人の集まりでルールもなくそのまゝ50年以上来たわけで、我々の声を1つにしても変えなきやダメだと思っています。

業界の声、地域の声を1つにして行政に届け行政と共に一緒にやって行く。この全ての礎がコロナ禍で取り組んだ愛知県がどれだけ日本中の飲食店が助けられたか。しっかりと行政とルールを変えていけるような状態まで外食業を持っていきたいと思っています。

外食業は日本をしっかりと支える立場にしていきましょう。皆さんと共に基幹産業にします。

### 札幌研修・交流

3月12日(水) 札幌にて一般社団法人北海道飲食業経営審議会(VIBES S会)との合同勉強会を開催しました。ナゴムからは15名、VIBES S会47名、総勢62名の参加でした。



今回はファシリテーターに株式会社Prun代表取締役 深見 浩一氏(以下深見)をお招きし、ナゴムメンバーと多くの課題・展望をディスカッションしてもらいました。

**■登壇者紹介**  
 株式会社A.Jドリームフリエイト 代表取締役 蓮川 昌実(以下蓮川) 焼肉・ホルモンのお店を50店舗、その他韓国料理・肉バル業態の経営。  
 株式会社ブルームダイニングサービス 代表取締役 杉村 明紀氏(以下杉村) 唐揚げ酒場「がブリチキン」を全国でチェーン展開。  
**【深見】**  
 ファシリテーターとして3つの質問をさせていただきます。  
 ①各企業の強み・こだわり  
 ②人材不足にどう抗うか  
 ③どのように業績を上げているか  
 オマケ・しくじり先生から学ぶ  
 どういう手を打ってるか? 短期・中期的にキャッシュフローはどのように確保されているのか。また面白ネタをたくさんお持ちだと思つのでしくじり先生の話も聞かせていただけたらと思っています。

VIBES S会とNAGOMUの取り組み事例発表、余市町町長 齊藤 啓輔氏による余市町の活性化の講演を拝聴しました。

サッポロビール博物館見学、ビール園での会食、多くの繁盛店視察を行い、志を同じくした北海道飲食店経営者さんとの意見交換、懇親を深めました。

VIBES S会には合同勉強会の設営にご尽力を賜り、サッポロビールさんには札幌繁盛店情報をご提供いただき有意義な研修・交流となりました。

### 今後のスケジュール

- 第341回 35周年記念講演&総会**  
ロイヤルホールディングス株式会社  
代表取締役会長 菊地 唯夫氏  
日時：4月23日(水) 15:00  
会場：メルパルク名古屋
- 第342回 経営セミナー**  
株式会社ベッパーフードサービス  
代表取締役社長CEO 一瀬 健作氏  
日時：5月30日(金) 14:30  
会場：ウインクあいち1104  
【予定】
- 第345回 合同経営セミナー**  
一般社団法人大阪外食産業協会  
大阪万博「ORA外食パビリオン夏」  
日時：9月11日(木)  
会場：大阪(詳細未定)

でよろしくお願いたします。

### ①各企業の強み・こだわり

「道南農林水産部」はエンタメ×寿司

×北海道物産展をコンセプトにしています。基本的には食材を北海道から仕入れています。札幌の中央卸売市場、羅臼・網走の漁師さん、洞爺湖の野菜など北海道各地から仕入れています。一番商品に「いくらこぼれ飯」があります。札幌の「はちきょう」さんの許可をもらってかけ声だけ変えてエンタメ性を取り入れて販売しています。一番商品は大切ですが商品サイクルがあるので、ある程度認知されると徐々に落ちていきます。その次に仙台にある「痛風鍋」を作りました。

道南農林水産部はこの2つの商品を軸にしていますが、最近新しく取り組み始めたのがマグロの解体ショーです。お客様の目の前でマグロ解体を行い、美味しくマグロを食べていただいています。これらの商品をブランドイングリながらエンタメ性を高めていくことを取り組んでいます。

餃子の大衆酒場「ニューカムラ」は、この先不景気な時代が来た時に、道南農林水産部の客単価が4〜5000円なので客単価2000円で美味しいものを提供し、そして楽しいというコンセプトで業態を作りました。この2軸でやらせていただいているのが強みだと思っています。

## 【蓮川】

創業の頃は居酒屋を3店舗やっていたが、当時強味が出せずに業績が落ちました。小さい頃のご馳走が味噌とんちゃんご飯。おばあちゃんが経営してたホルモン焼きの味を思い出し焼肉をやりたいと思い、当時東京で大繁盛していたTORAJIの社長さんに相談に行きました。その時に自分でやってみろ！と背中を押され、おばあちゃんの仕入れルートを活用してもらい21年前に今のホルモン業態ができました。肉とホルモンに特化したお店を50店舗ほどやっています。

## 【杉村】

今年で創業20周年を迎えます。創業者の加藤弘康さんが作られた会社で唐揚げに特化した酒場「がブリチキン」は今から14年前にできました。私は2020年8月に就任しましたが就任した2020年はコロナで営業が全くできない状態で人もおらず、売上もお金も無い、そんな状況でどうしようかと考え、創業者の加藤さんが大事に育ててきた「がブリチキン」をマルチブランド展開しようと思い、骨付鳥、からあげ、ハイボールから新らたな業態を展開しました。当時は緊急事態宣言発令で営業がまったくできませんでしたがショッピングモールは7時半ぐらいまで営業できたので唐揚げと親子丼に特化した「がブリチキン」の定食屋を作りました。また

テイクアウトのニーズにも応えられるようにテイクアウト専門店も作りました。

そしてファミリー向けのコンセプトで骨付鳥、からあげ、焼鳥を作り現在4つの業態で展開しています。

コロナも明けましたので、これからは居酒屋を再度加速させていきたいと考えています。コロナ前までは直営店2割、FC店8割で、山形から沖縄まで店舗展開してましたが、コロナではほぼ全滅し現在は直営店7割、FC店2割となり名古屋中心に展開しています。

## ②人材不足にどう抗うか

### 【深見】

東京は非常に大変な状況になっています。一般社団法人日本飲食団体連合会(以下食団連)の全国16個支部から各地域の情報を伺っていますが、この愛知ではどうでしょうか？皆さんの取り組みを聞かせてください。

### 【桜井】

採用には新卒と中途しかありませんが、新卒の場合採用コストが1人100万ぐらいかかりその中で何%の人が残るのか？と考えると新卒採用は辞めて現在は中途採用のみにしています。採用方法はリファラル採用と媒体の2つ。最低賃金が1500円まで上がっていくことは決定しているので時給を上げて募集しても来ない状況です。リファラル採用で賃金保証したらある程度入ってきました。今後もしリファラル採用になると思

なくなる時期が来ると想定していますので、国ごとにガイドラインを制定して今後は外国人の採用強化をして戦力にしていきたいと考えています。

## ③どのように業績を上げているか

### 【深見】

では今後業績を上げていく具体的な内容をお聞かせください。

### 【桜井】

昔と違って1つの事をやって成果がある時代ではなく多岐に渡って取り組まないといけません。商品のブランディングだけやったら業績が上がるかと言えば絶対上がらないです。外食業は商品だけでなく空間・時間を売っているので全体をブラッシュアップしないと業績は上がらないです。最高と思える商品が出来てもお客様が食べたいな！と思うニーズがなければいけません。1番商品に育てるためにSNSの活用をしたり様々な施策を行っています。

## 【蓮川】

焼肉はすごくシンプルで、季節商品が無くタン、ハラミ、カルビ、味噌とんちゃん、ご飯、ビールが美味しければ繁盛します。これらの品質をしっかりとさせる事に重点を置いています。コロナ禍に全部見直しをし、たれの改良や、タレが染み込みやすく、濃厚な味が味わえるようにお肉の1枚1枚にスリットを入れ、よりお肉が柔らかく美味しく食べてもらえるように加工方法を改良しました。今日本

うのですが友達の紹介以外では、結局タミーさんしかない状態です。北海道の居酒屋をやっているのが職人さんが必要なわけですが、今では寿司職人さんだったら海外へ行くと2000万位貰える時代なのでなかなか難しい状況です。東海地区の特性かもしれませんがトヨタの期間工の値段が非常に高く、それに飲食店が合わせられますか？と見ると合わせられないです。東京より高いと思います。

最近モバイルオーダーを使ってDX化しています。ものすごく便利ですが、お客さんとのエンタメ・接客サービスがなくなってしまうました。DX化すると2

3年で会社の業務が色々整っていく反面、意外とコミュニケーションが取れなくなってきた人間関係が希薄化してきたる逆の問題も出てきました。便利ですが取り組み方が課題です。

## 【蓮川】

コロナ禍で自信を無くしてしまい仕事も楽しくないと感じる人が結構増え、だいぶ辞めた人がいました。コロナ明けからは、店長がまず、輝く店作りをやって25歳ぐらいの中途者が奇跡的に6〜7人入ってきました。

店舗を任してみようと20代の若手社員に思い切って権限移譲し、店長が、輝く店作りに取り組んできたら離職率が下がりが去年に関して離職がありませんでした。しかし今年は何故かポツポツ離職があるので、あとは採用よりも辞めさせな

の人口は鳥取県とか島根県に相当する年間50万人ずつ減っています。しかしGDPを見るとコロナ禍から約10%上がって550兆円が600兆円になっています。人口が減ってもGDPが上がっているの国全体で考えると値上げは全然できると思っています。人口が減ってもインバウンドが4000万人あるので名古屋駅周辺、栄、伏見、金山辺りは問題ないと考えていますし、インバウンド用に盛合せメニューを作って原価率を下げ利益を上げる事に取り組んでいます。

## 【杉村】

PR戦略を見直してブランディングに凄く力を入れました。外食、中食、内食の3事業を収益化できるよう取り組み、かけるチキン は全国のドン・キホーテで販売していただきたいへん反響があり「がブリチキン」が無いエリアまで認知させる事ができました。ローンで販売したからあげ君もブランディング強化に繋がりました。

## ①しくじり先生から学ぶ

### 【蓮川】

まだ5〜6店舗ぐらいの頃に社員旅行へ行くようになりました。2月が暇なので3日間休業して1人予算10万円ぐらいで海外旅行に行きます。2月は28日しかないので3日休むと25日営業で毎年2月は赤字になります。11月が決算なので1月に税金など払うので1月は1番お金が無く、そして2月が赤字。さらに社員

いことに取り組んでいます。それと社員の1/3以上を外国人採用しておりベトナムの子がすごく頑張ってくれています。会社には欠かせない人材になってきています。

時給の件では高収益の店舗作りをして利益を出さないと継続できません。人時生産を3年前前までは3000円を目標にしていました。時給1000円でその3倍だと3000円なので給料の3倍稼げ、という事でした。これが1500円になると4500円まで引き上げないとだめになります。この人時生産を5000円に引き上げれるような単価設定、業態の準備をしています。今後3年間ぐらいかけて改良していく予定です。基本的にセルフじゃなくてフルサービスで営業したいと思ってるので客単5000円以上の店舗をどんどん強化していきたいと思っています。

あとインバンド対策をしっかりとやる。名古屋でなく長野県の白馬村に焼肉屋を出します。ほとんどオーストラリアでいっぱい地域で、1.5倍ぐらいの客単価があり、人件費が10%ぐらい下がります。そういった立地の選定をしながら出店も今後は考えています。

## 人時生産性Ⅱ売上÷総労働時間(人×時間)

### 【杉村】

コロナ前までは新卒採用に取り組んでいました。しかしコロナ禍で事業戦略を変えたので採用も変えていかななくては

旅行で出費があり何で赤字になるのかな？っていうこんな単純なことが解らず3年ぐらい続けてきました。なんとか2月を黒字に持っていきたくいっとずっと言って、4年目から黒字になった時は無茶苦茶嬉しかったです。

## ……食団連について……

### 【執行理事 山崎聡】

日本は終戦から高度成長期のジャパナンバーワンまで登り詰めた経緯があります。その時は製造業が非常に強く経済成長してきましたがコロナを経験して「物からコト」に価値観がほとんど変わっていています。その中で2003年に政府は観光立国宣言、インバウンド政策を強化を宣言しました。観光の部分の中心はやはり、食です。日本の食事って海外から非常に注目されています。それを考えると食産業こそが日本の基幹産業になるべきで、日本が観光立国に向うという事は日本の食産業がこれからは日本の経済を支えるという可能性をしっかりと示していくという事が急務です。

課題はすごく山積みで、慢性的な人手不足、コロナによる多産業への人材流出、少子高齢化。少子高齢化は世界初です。働き方改革によるクオリティの低下、職人育成の困難さ、インバンドのある町とない町の格差。古いルールが業界を非常に縛っています。こういった問題を解決するために必要なことは何なのかと食団