

日経 レストラン

飲食ビジネスの
実務情報誌

1

January, 2014

フードビジネスの「今」を毎日発信中! 日経レストラン ONLINE → <http://nr.nikkeibp.co.jp/>

特集

店の強みをどんどん増やそう

売り上げアップのための

自己診断

お薦め視察店

30

リスト付き

短期集中連載

上柿元勝シェフの

日本料理界よ チェスト行け!

視察の達人 》》》 学びの取り入れ方



学ぶべき店を見極め 厨房の中まで入り込む

金村秀一 ウィルウェイグループ社長

「店を良くするアイデアを自分でいくら考えても、それが成功する保証はまったくない。ならば、既に成功している取り組みを徹底的にマネるべきだ」――。

こうした考え方に基づいて、ユニークな視察を実践しているのがコンサルタントであり、自身も飲食店を経営するウィルウェイグループの金村秀一社長だ。コンサルタントとしては毎回、店を替えて厨房まで見学する「パクリツアー」という視察も企画している。

東京・上野で経営する焼鳥店「日鷲

メ(ひとりじめ)」は店舗面積25坪で月商420万円。開店から12年もの間、売り上げを落とさず一定の水準を維持している。客単価は3900円で、原価率は26%。人件費率は25%に抑えられているので、店舗ベースの営業利益は月に100万円にもなる高収益店だ。

金村社長が意識しているのは、店の半径200m圏内で居酒屋として一番選ばれる店になること。

そのために大切なのが、「『時を守り、場を清め、礼を正す』という言葉の実践」と金村社長は説明する。教

育学者である森信三氏が教育で大切なことを示した言葉で、「相手を待たせず、整理整頓はきちんと行って、挨拶やお礼はきちんとしなさい」という意味だ。

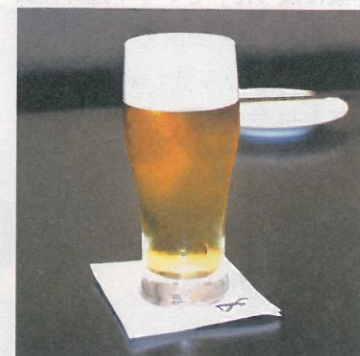
「どんな料理がおいしいかは、お客様によって異なる。しかし、例えば、『時を守る』ということを飲食店の現場が実践すると、生ビールを注文後、60秒以内に提供するといった誰からも喜んでもらえるサービスになる」(金村社長)。だから、長く続く店には欠かせない条件というわけだ。

そのため金村社長の視察目的は、

金村ウィルウェイグループ社長が考える

視察のポイント

- 1 長く続く店になるために必要なことを学ぶ
- 2 基本ができていない店は、はやっても学ぶべき点はない
- 3 見るべきは料理ではなく、その背景にある店の仕組みである



金村流の視察手順

興味のある店を選ぶ

最初の生ビールが60秒以内に出るかなどをチェック

後日、電話で厨房の中まで含めた見学を依頼

写真=高橋久雄

優れた店から学び、その工夫を取り入れている



調味料や資材を棚のどこに置くかを「ほんだし」「片栗粉」「ごみ袋」などと書いたシールと仕切りを使って定めている。これで、在庫の置き場所から、その数や量まで、一目で把握できる



調味料のボトルは空になったら、ゴミ箱には捨てず、右側のケースにいったん入れることをルール化。何が空になったのかははっきりするので、調味料の補充を忘れることがなくなる



レジ横の引き出しには、どこに何を置くかを「日付印」「修正テープ」などとシールを貼って決めてある



タクシー1台につき最大1000円まで店側で負担する。あるスナックの取り組みをマネたもの。雨の日に効果的だ

この3つを実現するために必要な工夫を学ぶことにある。そこで視察は2段階で行っている。最初は雑誌などで気になった店を普通に訪ねるという段階。店選びの方法は普通だが、チェックポイントは全く異なる。

店長が名刺をすぐ出せるかも大事なチェックポイント

具体的には、前述のファーストドリンクの提供スピードはもちろん、オープン時間ちょうどに店の看板を外に出しているか、店長と名刺交換をしようとしたときに名刺をすぐ出せるか、領収書を願いしたときに素早く印鑑を出して押せるか。こうした一見さ末な事柄を観察する。客

単価が4000円を超える高価格帯の店に雨の日に行けば、わざと傘のバンドを留めない状態で傘立てに置いておき、バンドを留めてくれるかをチェックしたりもする。

なぜ、そうした部分を細かく見るのかといえば、オープン時間に看板を出せる店は、時間を守る習慣が根付いているはずであり、名刺や領収書用の印鑑をすぐ出せる店は、整理整頓ができていないはずだからだ。逆に「高級店なのに、傘のバンドが外れたまま放っておくというのは、仮にはやっている店でも、それは運が良いだけ」と考える。

金村社長は、こうした細かい事柄の数々をきちんとできる店は、営業

体制の根本の部分がかっちりしているはずで、その店の工夫には学ぶべき点が多いと判断する。

そして、「電話を掛けて飲食店の経営者であることを名乗り、オープンの1時間前に伺うので、厨房も見せてください」(金村社長)とお願いする。意外なことに、頼んだお店の7~8割は応じてくれるという。見ただけでは分からないことも多いので、いろいろと質問もするが、それにも親切に応じてもらえるそうだ。

例えば、上段左の写真は調味料や資材を保管する棚の下にそれらの名前をシールにして貼っておく取り組み。これは同店にとって「場を清める」工夫だ。ある店を視察して学んだもので、新人のアルバイトでも調味料の定位置が分かるので、保管場所に迷わずに済む。作業効率も良くなり、在庫の数もすぐ分かるので、欠品や過剰在庫の発生を防ぐことができる。

こうしたユニークな視察に多くの店が協力してくれる理由を、金村社長は「店の中を隅々まで見せることで、見せた側の従業員のモチベーションも高まるため」と説明する。

視察「日鷲メ」 東京都台東区上野7-2-20 ☎03-3845-3773