

フードビジネスキーパーソン 講演会

**大型寿司店チェーン展開の
リーディングカンパニーとして
躍進し続ける「がんこ寿司」。
多くのお客様から慕われ続ける
その秘密を聞く**

がんこフードサービス株式会社 代表取締役会長 小嶋淳司氏

平成24年9月19日(水) 中央区／マイドームおおさか

1963年の創業から2年後、106席の大型寿司店を開店し話題を呼んだ「がんこ寿司」。以来、大型寿司店舗の老舗の座を守り続けるがんこフードサービス株式会社の小嶋淳司氏に、その揺るぎない経営の秘訣などを語っていただきました。

お客様の好みや要求を直接聞く姿勢が大切

私が高校生の時、母が倒れたのを機に家業のよろず屋を継ぐことになりました。それが、今の仕事の原点であります。未知の世界で無我夢中で働いた当時の経験こそ、現在の私にとって大きな財産となっています。そうした経験の中でも、最も役立ち今も大切にしていることは何かというと、店で直接お客様から教わるという姿勢です。来店くださったお客様に、好みを伺ったり、どういうことを要求しているのかを現場で知るとするのは非常に貴重なことです。そのように、好みやニーズを聞いた上で、店づくりに反映する。そうすることで、お客様から役立つ店と言われるようになりました。顧客満足度の高い店の根本は、「どこよりも良いものをより安く」提供することだと思っています。当社のキャッチフレーズでもある「旨くて安い」は、この「どこよりも良い物をより安く」を飲食に置き換えただけのことです。こうした、シンプルだけれども大切なことを実践する店をお客様は評価してくれるのだと思います。

ローカルチェーンならではのメリットを最大限に生かす

私共は、「ローカルチェーン」ということを非常に重要視しています。この「ローカル」とは、地域や地方ということではなく、「専門性」と捉えています。1軒や2軒では、なかなか良いものを安価で仕入れることはできませんが、チェーンであればできるわけです。例えば、昭和50年代前半からオリジナルの純米酒を作っていますが、当時は純米醸造がほとんどなく、純米酒作りの話に応じてくれるところはありませんでした。唯一賛同してくれた老舗の酒蔵と今も共同で酒造りをするのですが、私共が純米酒にこだわり続けたことで、今やほとんどが純米製法になったと自負しています。こうした動きを作れるというのが「ローカル」であって、「チェーン」の力だと思うのです。

ただ、「ローカル」という「専門性」を取り違えて、非効率なままやっていくというはいけません。少数のお客様に自分が気に入ったものだけを提供するというのは、「専門性」と言えないと思うのです。利益を上げなければ、「良いものを安価で提供する」というお客様への最大のサービスができなくなってしまいます。そうしたことを頭に置きながら、「ローカルチェーン」という姿勢を貫いていきたいと考えています。また、競合に負けない技術力や、1時間当たり1人どれくらい売り上げられるかという「人時生産性」なども計算していかなければ、企業としては成り立っていかないと実感しています。

これからは「柔行動の組織づくり」が重要

昨今、日本は豊かになって消費者も成熟し、その要求はとて多様化しました。しかしながら、そのように様々な要求をぶつけられるというのは、多様なビジネスチャンスにも恵まれていることだと思うのです。また、世界的不景気といわれるような今の時期こそ、大転換期でもあり、チャンスのある時期だと。そのように、すべてをチャンスと捉えれば、今の時代、こんな素晴らしい時代はないと思います。また、もうすぐそこに新しい時代がやってきているようにも感じています。そこで、その新しい幕開けにあたって、自分達で主体的に考えて何かをしていくような「柔行動の組織」を作っておかなければならないと考えます。規則で固めて社員が身動きできないような組織では、これからの時代はやっていけないと思います。柔軟な考えができる社員を育成すると共に、企業自体が柔軟に対応できるような姿勢を作っておかねばならないのではないのでしょうか。厳しい時代ではございますが、これからも飲食業界が一丸となって世の中を盛り上げていきたいと考えています。皆様、共に頑張っていきましょう。