

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.48

ナゴムプレス (会員情報誌)

2017年3月1日発行 発行：NAGOMU事務局



「月刊食堂」が注目する「経営トレンド」

NAGOMU 第259回経営セミナー

日時：2017年2月21日(火)

会場：ぴち天本店

演題：「月刊食堂」が注目する「経営トレンド」

第一部：株式会社柴田書店

「月刊食堂」編集長 通山茂之氏

第二部：懇親会・パーティー(ぴち天本店)

「月刊食堂」編集長

ナゴムの基本理念「人間開発(ひとづくり)」。通山茂之氏(以下通山)はしばらくフラッグを見て「その通りだと思いません」と口火を切った。

通山は外食マネジメント誌『月刊食堂』の編集長を2011年7月から務めている。綿密な取材の上での特集記事に、外食産業の経営者は、注目をしているのはまちがいない。タイトルを見るだけでもハツとするモノが多い。通山氏を迎え、業界がどう変わらなければいけないのか、手元にある分厚い資料から何を引き出せるのか楽しみが始まりとなった。

人間開発をするためには、当然「人材」が必要。しかし外食産業の有効求人倍率が1.4から1.5倍で推移している今、非常に厳しい状態。外食産業は、外食×ヒューマンビジネス。人がいないと成り立ちようがない職業なのに、通山はこの厳しさが2020年まで続くだろうと予測している。

中二階での勝負はブランド力が必要

名古屋ではまだピンとこないかもしれないが、東京では駅前の路面店は下手すると、5年10年のスパンで待たないと契約ができない。一方がら空きなのが、大手のチェーン店の入っていたビル中二階の50坪の物件。東京の経営者たちはその中二階で、うまく商売ができる業態がないかと考えているが、現実にはドラッグス

トアと『鳥貴族』との取り合いとなっているそうだ。

路面で営業してきたお店は、ブランド認知度が進むと、中二階に出店する。中二階は当然家賃比率が下がる。そうなるのでPLもよくなっていくのだが、現在はそういうお店が非常に少ない。

業態・経営のトレンド

「マスコミ」ではまだ言われていないが、フライヤー業態と鶏肉の業態はトレンドになると考えています。この2つは組んだ方がいい」と語る通山。フライヤーといっても、揚げ物、がポイントではない。「フライヤー」という生産性が高く、品質の安定がしやすい業態で、機械を使って効率的にお店を増やすのを狙っている外食産業さんが多いのではないかと

揚げ物は揚げれば美味しくなること、アルバイトやパートでも揚げられるので、人材の短期戦略化にも繋がってくる。実際、『がぶりチキン』でも人材育成は早く、FLに関しては53%という数字を出している。ちなみに、次号発売される『月刊食堂』では、フライヤー業態の鶏モデルのFLが52〜58%の基準で経営しているお店の特集ということなので必見だ。

高原価額の店舗の原価率

月刊食堂の特集記事によると、繁盛店、坪月商30万を基準対象にし、90店舗取材した結果、平均原価率が34%。『俺のフレンチ』や『俺のイタリアン』『魚金』は38%を超えた。しかし高原価額のお店

のFLは、原価率、レイバー、家賃のどこで帳尻を合わせるのかという課題がある。二等地にすると家賃比率が5%下がり、その差額の5%を食材原価率に持つていく方法もある。キラーコンテンツに60〜70%の原価をかけるのもひとつの高原価率の流れだったが、これだと利益がとれない。最低でも客単価が3600円以上ないと経営がかなり厳しい状態になるのだ。

人が辞めない。人が定着して いく社会をどう作っていくか

「FLで55〜59%で動く業態をみなさんに作ってほしいのです！日本の外食産業は商品力、サービス力、どれもレベルが高い。世界に誇れるコンテンツなので誇りを持って働いてもらいたい。客単価が2000円前後の居酒屋業態は業績が伸びているが、もう少し客単価を上げないと、労働分配率もよくなる」海外も多く取材をしている通山の言葉だから



説得力がある。「消費者の価格コンシャスにアジャストしていくことは、働いている人たちの人生に関わることだから、きちんとしていかなければいけない」と言葉を足した。「人が辞めない。人が定着していく会社をどう作っていくか？通山はいくつかの業態を紹介し始めた。

新しい商材を見つける

フライヤーの機械にこだわると、素人でも簡単に揚げられるが、一品単価が低いため、オペレーション上で人件費が下がるがオーダーの数が増えて忙しくなる。揚げることにプラスの付加価値をつけることが目新しさにつながる。例えば『串カツ田中』は新世界でしか食べられなかった串カツを全国区にしようとしていることで注目されている。

フライヤー業態でも新しい組み合わせで売ろうというモノは、当然美味しくないことと認知度の拡がりがない。

京都の『炭火焼鳥ソリレス』は丸鶏を仕入れ、余すことなく使っている。面白いのは、鶏の14部位盛り合わせという商品だ。牛の部位はわかっても、鶏の部位はなかなか答えられないだろう。こういう視点の面白さで新しい商材を見つけることが必要だ。

お店を見直すときは、 まずポジションから

平均組客数が東京、大阪では下がっている。例えば通山の取材結果では、ガストは18年前で23人。3年前は21人まで下

がり、とうとう1年前は1.7人になった。この数字はもはやファミレスの組客数ではない。この現状は焼肉店でも言える。カルビの一人前は、相変わらず5枚が多い。これは4、5人で来る想定なのだが、これを2人の想定にすれば従来のポジションから半分になり、価格も半分になる。21人を想定してあるので、結果、オーダー数が増え客単価が80円ほどあがる計算になる。他にお通しで増えた例をあげよう。

『天狗』はお通しを止めたら90円売上が上がり、『炉端焼き一步一步』で『てまえの一步』では、エビマヨをバラ売りにしたら注文数が30%増になった。

品質の安定化のためにも



ロールモデル社員を決める

「チェーンもお店も、この商品は一品〇〇秒で作ると決める。そのためにロールモデル社員が必要です」通山が言うには、決めたことで、ロールモデル社員を基準に教育をしていけること、その社員の包丁の置き場所、調味料の置き場所、カットの仕方、身体の動かし方などをしっかりと学ぶことによって、無駄な動線がなくなり、一品ずつきちんとしたFLを出せるようになる。

新基準 単品FLの効能

通山は、単品にかかっているFLを取することを強く訴えた。

『晩杯屋』のサバの塩焼きは、一人前の仕込みに5秒、オーダーオペレーション25秒、合計30秒。この基準は、単品FL50%となっている。原価がかかっているものは、レイバーを10%にする。刺身は、手間をかけずに合計50%。原価が低いものは手間をかけて、レイバーをあげて50%にするという図式。この場合、一番大事なのは調理時間。商品を作るために、一品いっぴん何分何秒で作っていますか？決まっていますか？決めることが大事と訴えた。

単品FLを出すこと。一品あたりの出数をだすこと。そうすることで、キッチンの中の、どのポジションが一番負荷がかかっているのがわかる。それを見ながら調整をしていくと、ロジック上で

は、ポジシオンごとのウエイト率も標準化するつもりで、しかも労働生産性があるだろう。あげていかないと働く人たちが幸せになれない。単品F.Lを出すことによって、メニューの弱点がわかり、改善点はどこなのかがはつきりする。通山はABC分析も必要ないと言いつつ、この単品F.Lは、『サイゼリヤ』と『晩杯屋』が実施している。

「オペレーション効率の工夫」

オペレーションの効率を計り、メニューのバランスと労働負荷を考慮してF.Lを50%にすれば、商品の価値を一定化できる。

『かぶら屋』は、オペレーション効率をとっても工夫しており、ひとつは、仕込みの手順。やきとんの場合、精肉のカット↓油だけの肉のカット↓血がついた部位を切る↓血のついた部位の串打ち↓油の出る部位の串打ち↓まな板を洗う↓精肉の串打ち。こうして、まな板を洗う行程をひとつ減らしている。この単品F.Lについては、『月刊食堂』で年末に特集を出すとのこと、とても楽しみだ。

人材クライシス

ウェルカムプログラム

離職率を減らすための努力を色々な店がしている。例えば『物語コーポレーション』は特別なことはしておらず、面接のときに知らない人がきても冷たくしない。社員さんは、新人が来たときと帰るときに必ず挨拶をするなどの心配りを

している。ところがそれだけでずいぶんと離職率が減ったというから驚きだ。

先月の講師の『キープウィルダイニング』ではメンター制度を導入した。これは新人を不安にさせないという目的もあるが、実際は、教える立場の2年目、3年目の社員の勢力をあげるため。

エー・ピーカンパニーの：自転車補助輪理論：は、新人にポジティブな考えを抱かすためにどうしたらいいのか、と考えだされたもの。まず自転車で言う：補助輪：をつけて走らせてみる。すると風をきって乗れるので、気持ちいいイメージが残る。すると、そのあと転んで痛くても諦めない社員が増えるそう。最近の若い人たちはつまづきに弱い。弱みからこそ、お客様



に喜ばれる『武器』を持たせ、自信をつけ離職しないようにし、会社に対しては、ロイヤリティが高い社員に育てなければいけない。どこかで『店長を何で評価す

るのか』という特集を組もうと思っていると語った通山は、終始、働いている人たちが幸せになるのは？と話していたのが印象的。最後まで盛りだくさんの情報で盛会となった1日だった。



食の総合出版社
柴田書店

参加者の感想

- 具体的な成功例を取り入れて説明して頂き分かり易かったです。
- 店舗に落とし込める様な具体的な事例が多くとても参考になりました。
- 料理提供時間がすごく気になっていたのに、具体的に改善方法を教えてもらったので嬉しかったです。
- 他社の色々な事例や新しい事を教えていただきどれも分かり易く目を引くものばかりでした。
- 単品F.Lについて新しい考え方だと感じ、自店で行ってみようと思いました。
- 数字とオペレーションや戦略の関係性が分かり易く大変なになりました。
- 単品F.Lを早速出してみようと思います。ありがとうございます。
- フライヤー業態&鳥業態の話、単品F.Lの話などいずれも実態に沿ったお話で非常に面白かったです。

理事だより



副理事長 加藤弘康

今年度、副理事を務めさせて頂いて
ます、株式会社ブルームダイニングサー
ビス加藤弘康です。

私が、ナゴム会の存在を知ったのは、創
業前の飲食店に店長として勤務してい
た頃でした。

『いつか、ナゴムの方達みたいになら
憧れを抱いていたのをハッキリと覚えて
います。その数年後、いざ独立し3店舗
目出店の頃、先輩にお声がけ頂き、念願
のナゴム入会を果たしました。

創業駆け出し経営者の私は、輝かしい
諸先輩方の生きた経営学に触れ、経営に
必要な知識・情報・人脈に至るまで、こ
のナゴム会で学び成長させて頂いたと確
信し感謝の気持ちで一杯です。

入会から10年。まだまだ若輩者の私で
すが、ナゴム会と諸先輩方に育てて頂い
たご恩を返していけるよう、今後ナゴム
会が、飲食で頑張りたい後輩のために、
また名古屋の飲食業界発展のために、よ
り有意義な情報共有の場・交流の場とし

て発展していけるよう尽力していきたい
と思っています。

今後も、どうぞ宜しくお願い致します。

会員紹介

ナゴム会の皆さま、こんにちは。福島
工業・中部支社の岸本と申します。

株式会社ブルームダイニングサービス・
加藤社長様にご紹介頂き、昨年末に賛助
会員としてナゴム会に入会させて頂きま
した。誠にありがとうございます。

当社は1951年の創業以来、業務用冷
凍冷蔵庫の専門メーカーとして歩み、独
自の技術とシステムによりフードビジネ
スに新しい価値を創造し、お客様の「幸
せ」に貢献することを企業理念として
活動しています。業務用冷凍冷蔵庫の
他、自動製氷機、ショーケース、プレハ
ブ冷凍冷蔵庫や急速冷却機のプラストチ
ラー、といった製品が、ホテルやレスト
ラン、百貨店やスーパーマーケットなど
様々なお店で活躍しています。

東海エリアでは名古屋市中村区八田駅前
に支社をもち、豊橋、岐阜、津にも営業



岸本 正則

所を構えております。店舗づくりのプラ
ニング相談から、厨房レイアウトの設
計、メニュー開発のお手伝い、現場施工
からアフターメンテナンスまで、お客様
目線でお手伝い致します。

私自身は関西出身で、東海地域に住ん
では18年。現在は名古屋にすっかり根を
張り仕事をさせて頂いております。お気
軽にお声がけ下さい。

OPEN情報

3月1日オープン

CORO GROUP

点火鍋楼「CORO」

四日市市諏訪栄町22・3

3月1日オープン

株式会社かぶらやグループ

四川料理チャイナ5(チャイナゴ)

名古屋市中村区東桜一丁目1・3・28

3月1日オープン

株式会社かぶらやグループ

広島流お好み焼き がんす

名古屋市中村区東桜一丁目1・2・4

3月15日オープン

株式会社創三舎

魚神(うおかみ)

名古屋市緑区白土401サンシャイン白土1F

3月30日オープン

株式会社マ・メゾン

マ・メゾン メイカーズピア店

名古屋港区金城ふ頭2・7・1

※レゴランド・ジャパン前

今後のスケジュール

第260回経営セミナー

人事評価はいろいろなシエア企業とは
株式会社みたのクリエイト

代表取締役社長CEO 田野治樹氏

月日・3月14日(火)

講演・14:30~16:00

懇親会・16:30~18:30

会場・CLOCK

第261回経営セミナー(総会)

大切なのは次の一手
株式会社ジエイグループホールデイ
ングス

代表取締役 新田治郎氏

月日・4月11日(火)

講演・13:00~14:30

総会・15:00~15:30

懇親会・15:45~17:15

会場・名古屋ルーセントタワー40階

ルーセントマリアージュタワー

第262回経営セミナー

講演テーマ未定

株式会社KINGYO

代表取締役 飯田貴文氏

月日・未定

講演・14:30~16:00

懇親会・16:30~18:30

会場・未定

会員の皆様の商売繁盛のために、どんな
情報でも事務局へお寄せください。