

NAGOMU

Nagoya Gourmet-Shop Management Union

PRESS Vol.59

ナゴムプレス (会員情報誌)
2018年4月1日発行 発行：NAGOMU 事務局

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)



挑戦こそ未来。カチにこだわる経営

NAGOMU 第270回経営セミナー

日時：2018年3月28日(水)
会場：BARTON
演題：挑戦こそ未来。カチにこだわる経営
超・勝スタイル
講演：株式会社ゴリップ
最高顧問 勝山昭氏



参加者の感想

- ①とても楽しく聞きやすくもって聴いていたい講演でした。「決断」の大切さを知りました。
- ②講演内容が実践的で、とても刺激になりました。
- ③「ビジョン」をもっともって語る事。魂を燃やして仕事をして見える、勝山さんの話すごく熱かったです。
- ④成功者の話を目の当たりにし、もともと頑張らなくてはと言う気持ちになりました。ありがとございました。
- ⑤全ての話が刺激的でした。考え方の幅が広がりました。
- ⑥シンプルな物の考え方の中に、素晴らしいノウハウを感じました。ビジョンは大切、且つそれを伝える事が大切と改めて感じました。
- ⑦スタッフへの「未来の見せ方」や考え方を教えて頂きました。
- ⑧講演内容が素晴らしく、とても勉強になりました。「情熱」を頂きました。飲食人として改めてチャレンジしていきます。
- ⑨飲食業から1兆円を目指す人がいると知り驚きと尊敬の念を抱きました。
- ⑩勝山社長の本当に貴重なご講演と熱意を受け大変勉強になりました。ありがとうございました。

賛助会員紹介



株式会社KATOプロデュース 加藤浩二

株式会社KATOプロデュースの代表取締役 加藤浩二です。前職のデザイン事務所よりナゴム会に関わりお世話になっております。2012年8月にプロデュースを業とする事務所を創業して6年が経ちます。店舗プロデューサーとして、企画・デザインと工事を一貫として、お客様に喜んで頂き繁盛店を創る事を使命に志事をして参りました。デジタルとアナログを融合してプレゼンを行い、クライアントの要望に応えられる様に常に情報収集をしています。現在は、NAGOMUを中心にして活動していますが、今年より本格的にTOKYOへ進出し、積極的に仕事の幅を広げています。将来的には、ASEAN全域をカバーできるネットワークを構築したいです。物件開発から内装のデザインや施工管理、そして今後大切であるプロモーション戦略まで、毎回異なるプロジェクト内容を早期に把握して、売れる空間づくりをチームKATOで提案して生きます。

今後のスケジュール

第271回経営セミナー

株式会社スキルアップマネジメント
代表取締役 松原英人氏
日時：4月25日(水)
講演：13:00～14:30
総会：15:00～15:30
懇親会：16:00～17:30
会場：名古屋ビル園 浩養園

第272回経営セミナー

株式会社まるは
代表取締役 坂野豊和氏
日時：5月24日(木)
講演：15:00～16:30
懇親会：16:30～18:00
会場：まるは食堂フシック店

第273回経営セミナー

株式会社DREAMONCOMPANY
代表取締役 赤塚元気氏
日時：6月20日(水)
講演：13:30～15:00
懇親会：15:00～17:00
会場：本丸ホール

第274回経営セミナー

会員同士の情報交換&BBQ
日時：7月25日(水)
会場：小野浦HIBLUE
会員の皆様の商売繁盛に役立つ情報を集めて発行していきますので、どんな情報でも事務局へお寄せください。(事務局)

一世の中にインパクトを!

「人々にパワーを、日常に新しい食の企みを仕掛け続ける。京都から日本。そして世界。ゴリップ人よ。食よ。企みよ」
真剣な眼差しで、外食産業でやってやるうじゃないか!と見据えている株式会社ゴリップ(以下ゴリップ)の創業者、現在最高顧問の勝山昭氏、現在42歳(以下勝山)が今日の講師。

開口一番「お店をやって、会社をやった以上、大きくなりたいんですよ」と、熱意あふれるまなざしで言葉を続ける勝山を見ているだけで、その背中には大きなビジョンが映し出されているように見える。勝山の「今の考え方」がどこからきているのか、勝山の子どもの時代の話をしなくては始まらないらしい。

「小5で商売の楽しさを知る

京都生まれ、京都市育ちの勝山は、男三人兄弟の末っ子。父は建築業界の職人。裕福な家庭で育ったわけではないが、愛だけは教えてもらった。
勝山は、両親から「勉強せえ」とか「学校にちゃんといけ」と言われて育っていない。ただ何でも自分で考えろ!とは教えられてきた。

勝山が小学5年生、当時の家庭にもあったファミリコンピュター。しかし末っ子の勝山はなかなか触らせてもらえない。そんな時に、毎月購読していたファミコン通信に、「あなたのカセット買い取ります」の文字を見つける。家に

は兄たちが使わなくなったカセットがある。それを箱につめて送ってみたら、5000円になって勝山の手元に送られてきた。

誰も使わないものがお金になるんだと衝撃を受けた。味を占めた勝山は、友達と集めては売ってを繰り返す。なんと月に2万円も稼ぐようになった。それを知った母親は、「これからはお小遣いはあげません」と言われたきりで、怒りもなかったそうだ。

さて、そこから勝山少年は考えた。どうしたらお金が手に入るのか。勝山は小5にして、新聞配達を始め、月に900円か1000円を稼いだ。中学になったらガソリンスタンドでバイトをした。そんな勝山の卒業アルバムという言葉は「将来社長になるぞ」と一番大きな字で書いていたそうだ。

夢を叶えて

社長になってはみたが

学校を出てからは、とにかくなんでもいいから社長になろうと考え、父親と同じ畑の建築業界に入り、貯めたお金で22才の時に、設備屋で独立。

「当時は仕事は邪魔くさいもので、やらなくちゃいけないからやっていた。ビジョンも理念も、仲間を大事にするとか、世の中のためとか、ひとつも考えていなかった」今では寝る前に明日を思いワクワクする勝山だが、そんな気持ちはなかったそうだ。その単調な勝山を変え

たのは、韓国への初めての海外旅行だった。

一週間闊歩する毎日で、言葉もわからないのに、信号待ちでは男女構わず声をかけて、仲良くなると食事に誘ったという。帰国後、人生つてもっと楽しくなるんじゃないか。自分の知ってることしかやってないのは、もう嫌だな」と感じ設備屋を閉めることにする。

勝山は、新たな気持ちで、整理して残った現金50万円を手に、韓国に渡った。

50万で始まり

50万で閉じた韓国時代

渡韓すると、色々な人に、「わたしは日本から来ましたけど、あなたは何が必要ですか？」と聴き歩いた。結果、富裕層をターゲットにした、ゴルフ用品の中古品を売ることを思いつき、普及しはじめたインターネットを活用し、気づいたら実店舗も持ち、年商3億になっていた。が、内情は悲惨だった。秘書もいない、組織をまとめる人もいない。そうこうしている内に、アメリカの大手が参入してきて右肩下がりになり、店も訴訟をおこされた。「こんなおもしろくないことないぞ!」と、残った店の2件を譲渡することに。そして50万円を手に、日本に帰ってきた。

帰国した勝山は、それまでの自分を振り返った。まず「人を信用できなかった」「一気に時代が変わると会社が儲からなくなった」だからこそ、これからは色々

な荒波が来ても、乗り越えられるような人を創る会社しよう!自分でもできる飲食店をやるう!と新たにスタートを切る決意をした。



2005年

株式会社ゴリツプ設立

勝山はそのとき、一冊の本と出会う、マクドナルドの創業者藤田さんの本だ。1970年、マクドナルドは、一店舗目を銀座にオープン。主食にパンは食べないと周囲に反対された藤田は、「人間は臓器も五感もおなじ。歴史、文化、フードを紐解いて、その国にあわせたモノに少し変化をすれば、絶対に成功する」と書かれていた。勝山は考えた。自分だったら何で紐解くかと。

サムギョプサルの店

『ベジテジャ』誕生

勝山が韓国で、一番食べたものがサムギョプサル。店を出した時も、事務所を持った時にも、サムギョプサルの店がすぐそばにあった。韓国で、数百店舗のチェーン店があるほど日常の食べ物屋だ。しかし、韓国で食べるサムギョプサルそのままでは、勝山も好きではない上



とはなんだろう。

「店の形としてその人に会いに行く、そんな店もある。しかし外食産業を冷静に見て、人はお腹が空いた時に食事にかける。一日に最低二回お腹が空くときに市場が動くが、お腹が空いている時に、あの人に会いに行こうとはなかなか言わない。では、どんなものがこの世の中で認められる商品になるのか、を一番に大切にしたい」そう考えた時に、ふとベジテジャを見ていて気づいたことがあった。この店を大好きと言ってくれるが、次の来店まで半年も間が空く事がある。大好きなのになんでだろう。つまりサムギョプサルは、日本人で言うラーメンやうどんのような日常食ではないということになる。「もつともつと売りに上げて、10億の壁を突破するのはどうしたらいいのか?」勝山は頭をひねった。

「日常食×新しい価値

」新しい価値を創りながら、日常食とかけあわせるような食べ物はなにか。月に複数回食べるもので、一週間に二回来

に、日本では売れない。

実際日本で、どれくらい市場があるか調べてみると、あるにはあるが流行った試しがない。やはり日本人は日本の焼肉が好きなんだと行き着く。そこで、サムギョプサルを、肉を焼くというモノではなく、包む楽しさで文化を創るというコトへ、価値を転換することを思いついた。そこで誕生したのが『ベジテジャ』だ。

ベジテジャの

ブランディング

まずサムギョプサルという食べ物を知ってもらわないと、何も始まらない!と、勝山の考えるブランディングは面白い。サムギョプサルの歌、切り方のパンフレットやかるたまで作った。知らなければ美味しくても、来店はない。

アルバイトの子が大学で宣伝しやすいように、サムギョプサルのノートを作成。最初のページに、サムギョプサルへの思いや包み方を紹介した。面白いことをやっているの、繁盛はしていないが、テレビの取材はよく来た。

類繁にメディアに出るので、流行店のように勘違いしてしまうが実際は違う。もつと浸透させるために、お金をかけずに2店舗目をオープンした。その時、韓流ブームが来て、一気に市場に変化が出はじめた。

日本と韓国を行き来する人が増え、日本では韓国料理が一般的に食べられるよ

て借りる。その借り入れの仕方でも毎回10行のコンペをして条件内容のいい所と契約する。勝山はメインバンクというものは必要無いと言う。

外食産業は、色々なリスクを背負っている。どれだけ綺麗な衛生状態を保っても食中毒だけはわからない。営業停止になった時に、萎んでしまう体力ではないので、現金を作ること。これが一番困難をのりこえられるポイントになる。

店舗運営で一番気をつけているのは、FLとPLの管理をすること。電気のつけっぱなしはあまりうるさく言わないが、FLの1%の変動は、かなりきつく言う。そのため、月次が締まった3日以内に分

財務体制構築のポイント

- ・投資回収は3年以内
- ・財務コンサルに気をつけろ!
- ・10億まで役員報酬を取らない
- ・家族を入れない
- ・税金を納める。唯一の通知表
- ・透明性ある財務
- ・30億規模までは経理本部はなし
- ・徹底したコスト管理
- ・社長以外BSなんか見んな
- ・3店舗日の大勝負、内装がつつり社内外の日を意識する

「カチ」にこだわる経営

カネ

勝ち続ける財務戦略

うになった。しかし、勝山は韓国料理の一般化を目指したわけではない。自分の考えたサムギョプサルに価値を見いだすことを、会社全体で真剣に取り組んできたのだ。

商品価値を豚肉に置くのではなく、包むというに変えた。

まずインパクトのあるキャッチコピー「包まぬ豚は ただの豚」を店の看板に書く。勝山はお客さんと共有するには、キャッチコピーが一番だと断言をする。毎日目にするので、働く人にも、自分

たちのお店を意識することができると、またお客さんと近い距離になるために、食べ方がわからないメニューにする。トークでお客さんとの関係を作ってリピートをあげていこうという考えだ。こ

ういうブランディングが必要だと語る勝山は、店を作る時に、キャッチコピーのブランディングに2年かける。なぜならその店が一番大事にしていることを、わかりやすく伝えることが重要だから。こうしてベジテジャは、新しい価値の店となり、売上10億にまで成長した。

ベンチャー企業にとって

一番大切なことはなにか

勝山は、企業にとって一番大切なのは、「ヒト」と言ってしまうは気持ちよくすむが、ベンチャー企業は、1・モノ。2・カネ。3・ヒト。という順番と話す。誰もがヒットするモノをつくるのが一番大切だと言いつ切る。では、繁盛するモノ

析、5日以内に改善まで持つて行くシステムを作った。

全員人事部下計画

ゴリツプの社員と名刺交換をすると、肩書き以外に、人事部と書かれている。実はこれは「働くホールのスタッフ、調理人の全員に人事を理解してもらい、人事部の意識を料理人であっても、一緒にクリアしようという考えです」

エリアには年間ノルマがある。実は採用費をかける以外に、自分たちの身の回りの人を社員にしよう!というノルマだ。意外にも、アルバイトの中で就活している子に、弊社の説明会を紹介すると、募集されてるんですか?と聞かれる。身近に広がるまつていない、それは完全な機会損失になる。もちろん魅力を感じてもらうためにも、ゴリツプの上場に向けての準備に怠りはない。以前の会社より条件がよいこと、労働環境も良いと思ってもらえる結果をだしている。全人事計画では、年間60人も入社している。

社長塾!

勝山は面接に関わっていない分、入社入口だけは、がっちり関わるようにしている。新入社員を7人から15人程と温泉に一泊旅行に行き、ひたすら社長の話を聞く2日間を過ごす。ここで得た結果はひとつ。「こいつら本気でやっってるな、結果を出したらちゃんと、跳ね返ってくる。そう伝わったら正解」と手ごたえを感じている。