



The Monogatari

Monogatari News 2021 December

第73章

はじまりから
始まる改善

2021年に誕生した2つの新業態焼肉店 見せませ、新業態の差別化ポイント

名物!
かるびはらみ盛り
(790円/税込869円)



焼肉 かるびと
はらみ



メインのかるびと はらみは390円(税込429円)から



高品質な焼肉を
手軽にリーズナブルに



カウンター席も完備



テイクアウト需要にも対応



カルビ丼とユッケジャンスープの2大看板

カルビ丼のファストカジュアル業態



入口すぐに設置した
券売機

商品が出来上がると
ディスプレイで呼び出し

新業態開発 これこそが “究極の理念体现”だと思います。

特集
物語の新業態開発
はじまりから始まる改善

業態は当てにいくもの。とはいえ、いくら考え尽くしても必ず成功するわけではなく、やってみないと分からないことだらけ。「言っちゃえ!やっちゃえ!」の理念行動と、「よって、たかって、みんなでやる」の議論文化。この2つがないと実現しないのが新業態開発であり、言わば究極の理念体现だと思っております。

物語の新業態開発の強みは、圧倒的な業態の磨き込み力にあります。オープン前は、味の作り込みから店舗設計まで、とにかく議論と意思決定を繰り返して、とことんまで考え尽くす。オープン後は、改善のスピードが重要で、『焼きたてのかるび』では、初日からわずか10日で厨房レイアウトの変更までしました。

業態は真似できても、この磨き込み力は簡単に真似できるものじゃない。誰かが議論を巻き起こさないと改善は始まらないからです。議論を巻き起こせる人はなかなか居ない。本気でSmile & Sexy に生きようと思っていないと、言い出しっぺになる勇気は湧いてこないものです。

そして、新業態開発で大切なのは、ディレクター思想を持って意思決定できるリーダーの存在。既存業態に比べて、新業態は形がなく数値結果もないため、皆の意見がまとまらないことがほとんどです。論理と論理がぶつかったときに、どれだけ自分が集めた情報や、日々の行動で磨き上げてきたマーケティング感覚を信じて意思決定できるか。説明責任を果たしながら、正しい取捨選択をしていけるか。新業態に限らず、リーダーには絶対に必要な能力です。

新業態開発はすごく遠い話に思えるかもしれませんが、根本は「言っちゃえ!やっちゃえ!」の理念行動です。自分が働く業態の中で毎日起こる問題に対して、「自分はこう思う!だからこう変えませんか?」の延長線上にあるのが新業態開発です。小さなことでも意思決定し、明言する。それが、あなたと会社の未来の物語につながるはずですよ。

代表取締役社長 加藤 央之



焼肉屋なのに滞在時間20分？ ピークが止まらない、さあ、どうする？

1 オープン5時間後に改善！ ごはん盛り付けだけの仕事

焼肉屋だけど昼間の顔は「定食屋」。当初の想定以上にサラリーマン層が多く、ランチタイムごはんおかわり自由の効果もあり、ごはんの出数が驚くほど伸びました。オープンして間もなく、「お膳にごはんとスープとキムチをセットする」という作業時間数 10 秒のAポジションがパンクする…。



5 意識の改善 これまでの焼肉屋の経験が 通用しない？

新卒で入社17年。
ずっと焼肉業態で
経験を積んできた
私の意識が変わった
ことも「改善」です。

かるびとはらみブロック
ブロック長 佐野彰彦さん



一緒に新業態開発に携わるメンバーは、岡田さんほか他部署の人が多く、部署の垣根を越えて仕事をしました。モットーはとにかく「思ったことは、今すぐやる、後に回さない」。とにかくスピードが全て、という岡田さんの掛け声というか、口癖で即断即決できるチーム環境でした。「当事者だから自信がなくても意見を言わなきゃいけない。部下や周りへの説明責任を果たさなきゃ」と意識して行動していたけれど、なにもかも初めてのこと。正解のない挑戦、大きな組織の中にいたときのようにうまくいきませんでした。でも「自分の心に正直に、いいと思ったことを行動していくこと」「本音を伝えることで周りの理解を得ること」これを意識しなければと気づきました。わかってはいたつもり、「言っちゃえ、言っちゃえ」の楽しさが本当に理解できました。

2 オープン後すぐに改善開始！ レジ渋滞が途切れない

お客様の使い勝手を最優先に置いて試行錯誤して導入したセルフレジ。オープン直後からレジ渋滞が途切れず大慌て！



3 オープン7日後に改善！ 1時間に30卓をバッシング

客席回転率が高いのは、すなわち、バッシング頻度も高いということ。これまでの焼肉屋よりも小規模の店舗では、『焼肉きんぐ』で活躍するバッシングカートは場所を取るので使えない。ならば、とバッシングバッグを作ってみたが…



4 オープン後すぐに改善開始！ 記憶に残る看板商品を作る

どんなに安く美味しい肉を提供していても、印象に残る商品がないとバリューを感じてもらえない。そこで、看板商品を考案。2カ月後にはヒット商品「肉厚はらみ」を導入しました。看板商品を作ることで、他の商品の出数も伸び、お客様の満足度もアップ。記憶に残ることで再来店の動機付けにも。



改善リスト

- コーンスター用のスプーンがない
- クップ用のスプーンがない
- 呼び出し ボタンを押しても店員が来ない
- ホール 調理場共にかく動きが遅い！
- 「お済みのお皿お下げします」の声かけ要る？
- 花咲きかるびにはさみが少ない
- 空いた器を下げる回数が少ない
- お客様が手を挙げていても気づかない
- 火力が強すぎて「花咲かるび」焼いてたいやきくんが焦げる
- 接客マニュアルに「失礼します」の文言が多すぎる
- 分からないとき、間違えたときにモゴモゴしてしまう
- クリームソーダ用のスプーンがない
- ドリンク提供が遅い
- LINE ドリンクサービス OP がスタッフに周知されていない
- サーバールートに爪楊枝を入れる
- セルフレジ台に鉛を置く（お一人さまお一つずつお取りくださいPOP）
- 客席でロースターの火をつける時、網交換後は火力を4にする
- トングは客席に席数分設置する
- フロートのソフトクリーム量が少ない
- 伝票かごのOPが構築されていない
- 伝票をバッシングカートに入れ、バッシング時に設置する
- おおのピッチャーをランチタイムに設置する
- ポジションの振り分けがきちんとできていない
- ランチ：オープン前に来店いただいたときは外で注文を受ける
- ランチ：オープン前の待ち列は整理が必要
- ご案内説明時間を30秒に短縮
- バッシング時間を60秒に短縮
- オリジナルバッシングカートの作成
- 床清掃頻度は2カ月に1回に
- 集塵機清掃頻度は3カ月に1回に
- カウンター着入れの説明が徹底できていない
- ピッチャーの氷が解けている
- 取り皿、たれ皿チェック体制確立
- Servi 活用方法周知（キッチンPtnまで）
- キッチンからのごあいさつ・お見送りが徹底できていない
- デザトップに仮下げ場を設置
- ディナー営業にお冷の提供は要るか
- ところどころに味がでない気がする
- レードルー一覧表がない、何にどれをつかうのか分からない
- わかめスープの塩味が強い
- ごはんを炊くときに備長炭を入れる
- 洗い場がパンクする
- キャベサラの高さが足りない
- ポジションごとの朝からする仕事一覧表がない
- 簡単レシピの文字が小さくて読みにくい
- ランチメニュー商品の伝票 AB 両方つけるから混乱する
- ビビンバの کوچュジャンが少ない
- ランチメニューのキムチスタンバイ方法検討
- キャベサラのキャベツの水分がない。カットが短い
- お子さまうどんの味が薄い
- ごはんセットを注文したらごはんだけ出る
- ごはん・キャベツのおかわりが遅い
- 冷蔵庫を追加設置
- ウォーターサーバーのテスト導入
- ロス対策：炊飯器購入とOP導入
- ライスロボのテスト導入
- 肉盛りポジション専用バット開発
- もやしナメコとたまねぎの量が少ない
- 冷麺の麺量を切り伝に記載
- ライスロボ ごはんを炊くタイミングをテプラで貼る（平日、休日）
- スライサー清掃落とし込み
- モバイルオーダーで料理が消えない？
- モバイルオーダーと口頭注文が両方スムーズにできるように！
- 待ち席システムに「どちらでもよい（カウンター・テーブル）」を入れる
- 待ち席システムを壁に埋め込む
- レシートと領収書を同時に出すか事前に選択できるようにする
- ソフトクリーム後先選べるようにする
- メニューの選択と決定が分からない
- セルフレジ：バーコードリーダーを分かりやすい配置に変更
- 待ち席システム 操作手順が多い
- 領収書発券場所 見栄えが悪い
- LINE からの予約導線が分かりづらい
- ネット順番待ちが1名からしかできない
- Servi バッテリーが100%補充されていないとキがある
- Servi ドリンク運べない
- Servi お膳用トレーの開発
- 貴重品ロッカーが十分使われていない
- 自転車駐輪場以外に停める人がいる
- のれんの定期清掃、交換ルール作成
- パートナーさんへスタチュー・発注業務の教育
- 店舗出入口ドアに「引く」シールがない
- ユニフォームの上着から「焼肉」の文字外す
- トイレのごみ箱が小さい
- 薄切り肉のブランディングを進めたい
- おすすめ商品（本日のおすすめなど）を作る
- 器・たれ皿からロゴを外す
- 冷麺、スープの量が少ない
- ランチメニューにキャベサラを追加できるようにしたい
- 「焼いてたいやきくん」をメニューから外す
- 焼きエビ導入
- 単品お子さまうどん導入
- 鶏ハラの導入検討
- 「ちょい足しメニュー」復活
- ホイルアイテムのラインナップを見直す（えのきばっかり）
- サムギョプサル導入検討
- ホルモン写真差し替え、焼いた写真にする
- ポテサラ or マカロニサラダ導入
- ディナーにセットメニュー導入
- 平日ランチを17時までに延長
- 期間限定メニューの開始
- 学生限定で終日ごはんおかわり無料にする
- 洗い場の棚割リ作成
- タッチパネルの導入検討
- 玄関のれんが重い
- ストリートサイン 390円が目立つように照明あてる？
- トイレにビクトサイン付ける（小さめ）
- ユニフォームの前掛けは前ポケットに伝票が入るようにする
- モバイルオーダーの買い物かごに入れる、注文する、他の注文を分かりやすくする
- 会計伝票のOPをシンプルにする
- 待合にメニューQRとメニューを設置する
- スーパーマルチディスプレイ導入
- ストリートサインのバンプ、チカチカするスピード落とす
- ランチタイムは外部照明をOFFに
- 花咲カルビの盛り付け、きれいに花が咲かない
- 肉の盛り付けが少なく見える
- 花咲カルビのタレの量が少ない
- 味噌ホルモンの味が薄い
- コリコリ、牛ホルモンの塩味が薄い
- ネギ塩のねぎに青みがない（写真と大きく違う）
- カルビスープの塩味が強い
- 韓国海苔が袋で出てくるのは微妙
- ポテトの揚げ時間が足りない気がする
- お子さまセットはおもちゃの方が良い
- 壺系商品の見た目が少なく見える
- ホルモンの下味が弱い
- チャンジャみたいなものが欲しい
- 刺身系が欲しい
- 牛レバー導入検討
- スープの分量を増やしたほうが良い
- 薄切り牛タン導入検討
- 名物メニューのラインナップを増やす
- 大皿メニュー導入
- ドリンク場のプリンターを客席から見えないように隠す
- 赤い照明の素材を赤ワロンにする
- Servi 対応の客席レイアウトにする
- ロースターを丸形のものに変える
- お盆のサイズを少し小さくする
- 洗い場両面直直し（作業動線短縮）
- セルフレジ2台検討（1台現金機用 1台キャッシュレス用）
- 風除室作る（待合席要らないかも）
- サービスステーションに中バス用下げ場を作る
- バッシングカート置き場を作る
- 椅子の背もたれを低くする
- ドリンクと洗い場の動線を圧倒的に短くする
- ごはんおかわりをセルフにする？
- ゲートサインやめでも目立つ玄関にする

特集
物語の新業態開発
はじまりから始まる改善



商売人は「すぐやる！ぜんぶやる！」
1カ月でやり抜いた147項目！

遅いことは「悪」！
これは岡田さんの哲学。
思いつくこと、やれることは
ぜんぶやる！今やる！
これが商売人の原点です。

テークアウト商売は未知なる領域 店内に溢れるテークアウト待ちのお客さま

1 オープン初日に改善! 「ホールスタッフゼロ」 のはずが…?

「ホールスタッフゼロ」が当初のコンセプトでしたが、お客さまからはオープン直後から券売機の使い方について質問だらけ。お客さまの使い勝手を最優先に導入しましたが、急遽スタッフを券売機の前に配置することに。これが思わぬプラス作用を生むことになりました。

改善によるプラス作用!

カウンターサービスだけのファスト業態では、お客さまの反応が分かりづらいという難点も。その中でお客さまと自然と会話ができるのが、券売機前で「操作説明をおせいかいするスタッフ」だと気がきました。業態コンセプトはテーブルサービスはなし、ホールスタッフゼロ。でも、お客さまにお店をスムーズに利用していただくためのお手伝いをする、すなわち「おせいかい」はファスト業態でも大切な要素なのです。



お客さまに券売機をスムーズに使ってもらえるようスタッフを配置したら、お客さまの声が聞こえるようになりました!

店長 平田真也さん

2 オープン7日目に改善! 丼屋なのに、ごはんが残る

看板商品のカルビ丼。ごはんだけ残す人がいることに着目した改善をオープン7日で実行に移しました。



丼の中にごはんが残りがちなことに気付いた洗いのパートナーさん

ごはんの上にも、たれをかけるオペレーションに変更!

完食率が劇的にアップ!

丼に白いごはんが残っていると気付いたことが、商品の味・クオリティの見直しに繋がりました!

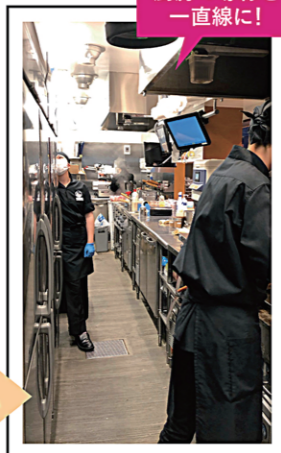
店長 Tr 大木秀人さん

3 オープン10日目に改善! パートナーさんのひと声で

想定した売上構成比の3割を大幅に超える8割のお客さまがテークアウトのご利用でした。対応策を考えましたが、すぐにできることで大きく作業効率をアップさせることはできず…そんな中、パートナーさんからの一言が大きな改善を生むことに。

初めてのテークアウト商売、もっとはやくオペレーションを進めたいけど…

厨房の導線を一直線に!



わたしが前に働いていたお弁当屋さんは、導線が一直線でしたよ!

この一言で

新井野奈々子さん

作業効率が大きく改善しスピードアップ!

4 意識の改善 執念でやり切る、あきらめない!

お客さまには、いつも全商品を提供することが商売の基本。欠品の続く中でも、「何とかしよう」とみんなで頑張って乗り越えました。



焼きたてのかるび
ブロック長 笠原浩輝さん

オープンしてすぐに想定していた予算を大幅に上回る売り上げができ、初日屋には商材が不足の危険が。来てくださったお客さまにメニューの全商品の中からご注文をお選びいただくこと、これは飲食店にとって基本中の基本のサービスなんです。あれがない、これがないなんて絶対に許されません。だから、初めてのピーク時に「ごはんが足りません!」とキッチンから声が出たとき、とにかくお客さまに商品を提供し続けるために、あらゆる方法で食材を調達しました。やればできないことはないんです。どんなことをしてもお客さまに商品を提供すると決めたらできる。この意識と僕自身の率先垂範で周りを諦めさせず乗り切りました。最初はみんな諦めていた部分もありますが、僕は絶対に欠品はさせないと決めて執念で提供を続けさせました。オープニングのときは、多少の欠品も許されるだろうという意識が芽生えても不思議じゃない。でも、絶対にダメなんです。いつだってお客さまにとっての姿勢は貫かなければならないんです。この意識を持ったら、自然と行動も変わり、何事も執念でやり切る人ばかりになります。

改善リスト

- 駐車場ご利用の注意書き看板は必要か
- 駐車場の水はけが悪く大雨で水が流れない
- 店舗裏に物置がほしい
- トラッシュボックスに不燃・可燃シールを貼る
- ゴミ庫のふたがぱたんと閉まる
- お取引さまのコンテナ置き場がない
- 出入口扉に業態ロゴをつけたらどうか

風除室の右壁にメニューを貼ったらどうか

- 玄関の二枚目扉にもロゴを貼ったらどうか
- 玄関のドアで頭をぶつける
- 券売機の裏側が見える
- 外から券売機操作が見える
- スタッフルーム扉に従業員専用とつけたらどうか

「お茶やお水はこちら」のサインがほしい

- カウンターに飛沫ガードは?
- テークアウトのお客さまが待つときの椅子がほしい

ディスプレイに照明が当たって、文字が見にくい

客席が殺風景

- ディスプレイの裏が見える、両面にしたらどうか
- 呼び出しディスプレイが見えない席がある
- ベンチシートに収納がほしい
- 白い壁は汚れるのでPOPを貼るのはどうか

「お子さま椅子はこちら」のサインがほしい

- トイレの場所がわかりづらい
- トイレの鍵が使いにくい
- トイレの手洗い場が小さい
- 洗剤やアルコールの入れ物の見栄えが悪い

水回りの壁紙がすぐ傷む

- ドアに「押」シール貼る
- エアコンのリモコンに温度設定基準シールを貼る
- スタッフの荷物置き場がない
- スタッフの駐車場が遠い
- スタッフルームに棚をつけたらどうか
- 掃除道具入れを洋服掛けにしたい

お持ち帰り用スペースを広く使いたい

- 手洗いしたときに水しぶきが飛ぶ
- ガス栓が鉄板に当たりそう
- 焼き台が低くて、お客さまに見えにくい
- たれ置き場が熱くなる

鉄板前にもみだれを置けるようにしたい

- 洗剤が落ちるから、鉄板をつけたらどうか
- 吊り棚のコードが剥き出し、隠したい

焼き場のグリラーが小さい

行列のお客さまにメニューを配る

- 電話注文で電話回線がパンクする
- 白スープ、女性には油が多いかも
- 明日から緊急事態宣言、営業時間の変更は?

食材が足りない!仕込み時間がほしい

- 鉄板で肉を焼く技術の向上が必要

仕込みが必要な商品が多い

- 炊飯器付き保温ジャーが必要
- 鉄板オペレーションに時間がかかる
- テークアウトスペースが足りない

ST看板の電球が暗い

- キャッシュレス券売機だとわかる表示がない
- 製氷機が大きすぎる

下げ場が狭い

- ウォッシャーと出口にラックがほしい
- 鉄板上に油受けがほしい
- 焼き台担当の手が熱くなる、そばに氷水を置く?
- 焼き台用のトングが短い
- スクレイパーが小さい
- 焼き場に厚手のゴム手袋を設置

夜の待ち時間、店外のお客さま対応をどうするか

- 券売機のトップ画面、わかりにくい
- テークアウト用容器が足りない
- テコ技術の向上が必要
- ホームページの写真が古い

たれが肉全体にかかっていない

- 味が薄い
- ごはんの仕込みに時間がかかる
- テークアウト受け渡し口の表示は必要か
- 土日混雑時にはホールにスタッフが必要か
- 券売機で店内価格が100円高みえる
- 差額の表示がわかりづらい
- ホールにアルコールスプレーがほしい
- おしぼりコーナーが必要か
- 下げ場に中身が見えないゴミ箱がほしい
- 混雑時のご案内にPOPを貼る?
- 箸が足りない
- テークアウトシールを自動にする
- テークアウト個数で色を変える
- 定食メニューの作業工数が多い
- 冷蔵庫が足りない

大容量のIHジャー炊飯器がほしい

- 使わなくなった厨房備品をどうするか
- テークアウト用のスープが漏れる
- 看板に木目を入れる
- 給水機で緑茶が出ない
- 作業している台の下が冷蔵庫ならいいのに
- 厨房に収納がほしい
- ラベルプリンターの位置を変えたい
- ミニスープのテークアウト容器に台座をつけてはどうか
- 駐車場整備にスタッフが必要ではないか
- グリーターは1人では足りない、2人体制はどうか
- 半額フェアは通常オペレーションと変えるべきでは

メニュー変更したらすぐに看板を変えたい

- グリストラップの汚れがほしい
- 排気ファンをパワーアップしたい
- 駐車場整理、交通量多い通り口を入場禁止にする?
- お客さまに並んでもらうとき、ホールが必要ではないか
- モニターの位置、もっと見やすくしたい
- 井はワークテーブルの棚に収納したい

テークアウトのシール、「並」は貼らなくていいのでは

- POP、角が気になる
- 後から取り付けた看板の色が他の看板と違って見える
- 扉間に並ぶお客さま用に日よけが必要か
- 吊り棚をもっと下げたい
- 蓋を吊り棚に収納したい
- テークアウト容器の蓋に穴が開いていて中身が漏れる
- サラダのドレッシングを忘れてしまう
- ユッケジャンスープの油の量が多い?
- 券売機からレシートが出るのが遅い
- 券売機のレシートをお客さまが引っ張ってしまう
- テークアウトのスープ、冷めるのがほしい
- 肉の量は適正か?足りない?

食べ残し、ごはんだけが残る

- 上カルビの味が薄い
- ライスロブと炊飯器は近くがいい
- 営業中に活気がない。声をもっと出したい
- 朝礼ができない
- 割引券はどうする?
- 券売機の注文をキャンセルするときの返金方法は
- 券売機にカート画面(機能)を追加
- 券売機で購買点数がわからない
- たれ濃いめのほうがいいとお客さまに呼ばれる
- 券売機に動画を投入したい
- 伝票印字が薄い
- レシートの再発行ができない
- 同じ商品のプラスマイナスができるようにしたい
- PayPayの支払い方法がわかりにくい
- 紙詰まりする
- ラストオーダーの時間は適正か
- 店外で待っているお客さまが雨に濡れてしまう

グリラーの使い勝手が悪い

- 時間変更LINE会員への発信をする
- サンプルで冷蔵庫いっぱい
- テークアウト容器で炙りチーズができるか

焼肉丼のたれが甘い

- キャッシュレス券売機の画面に現金不可を入れたらいい
- ごはんの水分が多い
- 野菜スープの味がぶれている
- 旨辛冷麺が辛い
- 券売機そばにキャッシュレスPOP置く
- スズキニが分厚いかも
- シールの在庫がなくなりそう
- テークアウト容器、コストカットできないか



ここまでやるの?
とことんやり抜く爆速改善!

物語初の「ファストカジュアル業態」
初日はなんと2時間待ち!
未経験の領域に、
全員で挑み続けた激動の1カ月間!



メニュー会議 [K-1] レポート

和食の職人が集まってちょっと変わったメニュー開発をしています。その名も「K-1 (キタムラ-1)」。
WEBメールの発信ですすでにみなさんご存じのことと思います。では、いったいどんな会議なのかを改めて富岡森喜総料理長に聞いてみました。

北村さんから
もらった一言で
始まりました。
「とみさんだったら、
どんなカレーを作るの?」



富岡森喜総料理長

もともと和食の開発ばかり考えていて、視野が狭くなっていると感じていました。毎月のメニュー会議でアイデアをひねり出すのももちろん、過去のヒット商品をアレンジして提案したりと懸命に開発に取り組んでいました。ある時、北村さんとの雑談の中で不意にももらった質問からはっと気付いたのです。そう、私たち和食の職人なら、どんなカレーを作るのだろうか。

大衆向けの(例えば、カレーやハンバーグ、餃子やナポリタンなど)メニューを和食の職人が作るならば、と考えることは、これまで「和食」というジャンルで考えを巡らせていた私たちの幅を広げるきっかけになるのではと思いい、ならばやってみようかと始めました。

- K-1とは**
- 1 参加者 専門店事業部の職人と北村さん (お客さま代表)とゲスト
 - 2 会場 源氏総本店南越谷店
 - 3 開催 月に一度
 - 4 会議内容 お題の料理を職人が料理して 試食・採点する

例えば、7月のお題は餃子だったのですが、これは現在、げん屋の懐石メニューに入っています。また、生肉や生うにのバスタなど変わり種のメニューも誕生しています。

回を重ねるごとに、みんなの意識が変わってきたのを感じます。料理の質も向上してきました。和食は職人の感性も大切な素材です。それぞれに違う感性の表現で刺激し合い、お互いを高め合う機会になっているのを感じます。



これまでに開催した10回のテーマは、

- 1 専門店(職人)の仕事を知ってもらえる (現場がメニュー開発をしている) 不思議がられる
- 2 開発思想が共有できる よってたかってみんなで開発する機会を見せることができる
- 3 専門店に異動したいという人が増える(かも)



4人のピザ披露! キタムラさん試食中...
 萩野平さんの「アンチョビジェノベーゼ」
 高瀬雄太さんの「シカゴピザ」
 中島実行さんの「ナポリ風牛タンとネギのゴルゴンゾーラ」
 富岡総料理長の創作ピザ「焼きゴマ豆腐」

10月開催、第11回のテーマは「ピザ」。

Vol.1

気になる発信追ってみた

気になる発信をする人を勝手に追いかけてみるコーナーです



焼肉きんぐ 金沢八景店 店長 河村 亮祐さん

前任の金沢桜田店で、全員発信。内容は、「みーと」によって標準比激減! NPS爆上げ!!

小さい頃の夢は「声優」。そこから大学ではプログラミングの道へ。しかし飲食が楽しくて外食の世界に。そんな理系の河村さんが別卓提供やタッチパネルの配置換えなど、「与件」をぶっ壊す改善を推進。稼働率が爆上げ! NPSも爆上げ! そのノウハウを惜しみなく全員発信してくれました。



与件をぶっ壊す! 河村亮祐の一问一答

- Q 「なぜこのような改善を思いつくのですか?」
A なぜ、こういう仕組みになっているか?というところに興味があり、もともと世の中に「出来ないことはないはずだ!」という思考回路です。
- Q 「与件をぶっ壊す」はいつから意識していますか?
A 「言っちゃえ! やっちゃえ!」この言葉に勇気もらってからです。自分の得意を活かそうと考えました。
- Q 考える人は多いけど行動に移す人は少ないはず
A 店長は店舗において一番の意思決定者「プレジデント」です。つまり、店長は「行動に移す人」です。自分のやりたいことをやるのが店長の魅力だと思います。(もちろんやることはやってからです)
- Q 発信して変わったことは?
A 情報を欲しがっている人が、こんなに多くいるのかという驚きと、反応してもらえることの喜びをとて感じました。すると、「もっと何か出来るのではないか?」「自分が役に立ることがもっとあるのではないか?」と深く考えることが増えました。メールを見る時間も圧倒的に増えました。みんな仕事に役立つ情報に飢えているはず。私も多くの店長からの発信を心待ちにしています。
- Q やはり仲間存在も大切ですね?
A もちろん自分ひとりではできません。金沢桜田店の成功も先代の店長や役員パートナーさんの存在のおかげ。金沢八景店でも一致団結した営業を目指して奮闘中です。

河村さんの改善事例

別卓提供を仕組化 バッティングカートをなくす

稼働率 1.3倍!
標準比 8%低減!

オリジナル別卓提供マニュアルを作成・発信
デコPOPを活用

※数値は21年8月度前月対比

ものがたりげんこの物語 あある

① 前髪との格闘

② 私服で店に行くとザワつく

③ ファッションOJTがある

©ymk

私の元気メシ

いい仕事はいい食事から!
物語人の「とっておき飯」をご紹介します

執行役員 内部監査室室長 | 伊藤 栄志さん

シェフ桜井の麻婆菜館 (愛知県豊橋市西岩田)

毎回違うものが食べたい、毎回違うお店に行きたい!とこれまで過ごしてきた僕は、フードビジネスマンたるものと思い、意識して行きつけを作らないようにしてきました。そんな僕にとって「元気メシ」と言えるものは、豊橋FOから徒歩5分にある『シェフ桜井の麻婆菜館』の看板メニュー「陳麻婆豆腐」です。シェフは日本における四川料理の父と呼ばれる陳建民さんの直弟子で、豊橋グランドホテルの料理長をされていた方。マスクをしていてもすぐられる山椒の香り、マー(麻)とラー(辣)のハーモニーが絶妙! 旨味が強く、ただ辛いだけの麻婆豆腐じゃないところが大好きな理由です。お昼の定食には、ごはん、コーンスープ、漬物、杏仁豆腐までついてこのお値段。辛いものと豆腐が大好きな僕にはこの上ない「元気メシ」です。



私の気になる物語人を紹介します

あの人のここが気になる

周りの気になるあの人を他己紹介！実際に本当かどうか聞いてみました。



焼肉きんぐエアマネジャー
姚宇飛さん

元医者

姚(ヨウ)です。姚という漢字が難しいので、今まで誰にも正しく呼ばれたことがありません(笑)。21年前に中国大連医科大学を卒業し、日本でも医者の勉強をしようと来日しました。ですが、日本でラーメンと出会い心奪われ、以来ずっと飲食の世界で生きています。

NEXT 郭 琨さん(物語上海)を紹介します!



ゆず庵横浜青葉台店
須藤 沙苗さん

長年の書道歴

小学校3年生の時から習字を始め、大学は書道コースに。本格的な書道の芸術や歴史を学び、上野美術館の展示、展覧会でも市長賞を2度頂きました。今は書く時間が作れませんが、めちゃくちゃ書きたいです。自由に書くのが好きです。

NEXT 菊池 燎さん(ゆず庵高松木太町店)を紹介します!



ゆず庵西東京泉町店
安ヌリさん

元地下アイドル

地下アイドルは、韓流アイドルが流行っていた時期に新大久保や渋谷あたりで週1、2回ライブしながら活動していた1年半くらいの話です。学費を楽して稼ぎたいとバイト感覚でやっていました。当時の写真は恥ずかしくて見せられません。

NEXT 黒崎 智紀さん(ゆず庵仙台八乙女店)を紹介します!



源氏総本店南越谷店
菅原 賢人さん

元おしゃれ アパレル店長

4人兄弟の末っ子、もっぱら衣服や身の回りの物はお下がり。アメカジ、バイカー、古着、モード、ヴィンテージ、スーツ、裏原系、モード系などの小物、乗物まで。永く使える、飽きない、シブくなる、使いきる、それがモットーです。

NEXT 関野 宏重さん(ゆず庵事業推進グループ)を紹介します!

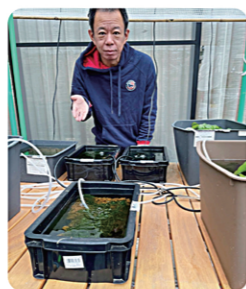


人財応援部
小川 藍さん

あんパンマニア

もともと、あんこが好きなんです。こしあんも粒あんもどちらも好きですが、こしあんのほうが好きかも。あんパンは断然こしあん派です。コンビニで買えるあんパンも実はすごく美味しくなっていて、ヤマザキのあんパンは中にぎゅっとあんこが詰まっています、一口食べただけで幸せになります。

NEXT 中井 久美さん(人財応援部)を紹介します!



総務企画部
浦野 龍一さん

趣味のめだかは 職人レベル

ある日隣のおじさんが「幹之」メダカを数匹分けてくれたことが発端。何色にも輝くメダカ、黄金に輝くメダカ、錦鯉のような3色になるメダカと種類は様々。1匹たりとも同じ柄のものがない奥深さが魅力です。

NEXT 江原 章仁さん(総務企画部)を紹介します!

Monogatari Food Watch

チェーン店を中心にこの3カ月の気になる動きを勝手に総まとめ!
(コメントはすべて羽入の主観です)

果たして広がるか? FFチキン戦争!

「唐揚げ」一段落のあとは「チキンバーガー」。アメリカの巨大市場は日本にも定着するのか?

『Doo Wap』代官山店

ダイニングインベーショングループの『すみれ』さんが運営。アメリカンテイスト満載で「映え」を意識したデザインやメニュー、モバイルオーダーなどを装備し、若者を取り込む。代官山という立地もあり、店内はほぼ20代のみ。当分都心を中心とする展開に終始するか。



オーダーは券売機
バランスセット ¥720
ジャンク欲が満たされるパンチのある味付け。パンズにはさまざまなチキンのザクザク感はかなりいい感じ。

『TORIKI BURGER』大井町店

ご存じ「鳥貴族」さんの新業態。メニューを見ると、商品に「推し」がないのも印象的。品揃えも味付けもバランス良く、万人受けを狙う印象。年齢層も幅広くとれており、個性はないが使ってみると意外にちょうどいい。結構展開するかも...



セミセルフレジ
トリキバーガーセット ¥590
素材は全て国産食材をPR。1枚のむね肉にアクセントはレモンマヨ。ストライクゾーン広めのテイスト。

外食と中食のボーダーレス化!

回転寿司最大手「フードアンドライフカンパニーズ」さんがテイクアウト市場を狙い続々と新業態



『スシロー To Go』八洲地下街店
一瞬、何屋かわからない。複数立地での検証は好調のようで、今後30店舗の出店を計画中。
『スシロー×京樽』市ヶ谷店
江戸前と上方のコラボレーション。無理やり2つを1つした印象だが、今後に期待。

さらに拡大するのか? 朝食マーケット

コロナ禍前から、ライフスタイルは朝にシフト気味。朝食マーケットはどこまで広がるのか?

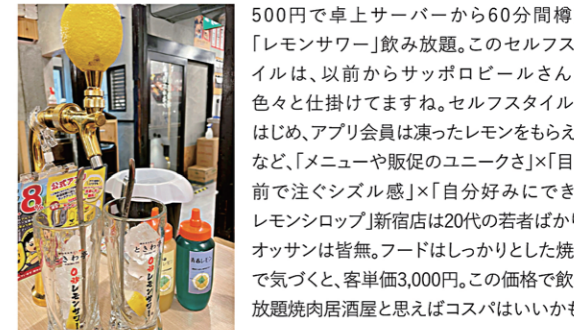


『安楽亭』池袋北口店
ブレーン粥 ¥385
ファミリーカルビ 朝食(お粥) ¥815
味は良いが、この日は提供時間が難点

オッサンがいない!でも、いま勢いのある居酒屋

苦戦と言われる居酒屋業界でも攻める好調業態

『0秒レモンサワー 仙台ホルモン焼肉居酒屋 ときわ亭(GOSSOさん運営)』



500円で卓上サーバーから60分間樽詰「レモンサワー」飲み放題。このセルフスタイルは、以前からサッポロビールさんが色々と仕掛けてますね。セルフスタイルをはじめ、アプリ会員は凍ったレモンをもらえるなど、「メニューや販促のユニークさ」×「目の前で注ぐシズル感」×「自分好みにできるレモンシロップ」新宿店は20代の若者ばかり。オッサンは皆無。フードはしっかりとした焼肉で気づくと、客単価3,000円。この価格で飲み放題焼肉居酒屋と思えばコスパはいいかも。

「非日常感」がキーワード? 来てるよ「台湾」

コロナ禍が拍車をかけるのか、「非日常感」を感じる業態がトレンドの兆し。中でも、いま「台湾」が拡大中。米やスープ(汁)など日本人とも共通する食文化の中に、日本人には真似できない香辛料の使い方ハマる人多数。住宅街に突然現れる台湾屋台を意識した店内は休日の朝9時から満席状態。

『押競満壽(おしくらまんじゅう)』 14時までは食事メニュー、14時からは喫茶メニュー 東京・代々木八幡



店内に設置された屋台風ディスプレイと厨房
台湾粥セット ¥950
台湾風おかず3品付
(左) 豆乳スープ ¥550
(右) ルーロー飯 ¥800

羽入 隆之 Takayuki Hanyu (44歳) | 2018年7月キャリア入社

広報・IR室室長と成長戦略室室長を兼務しながら、多方面にアンテナを伸ばし情報収集することが好きなフードビジネスマン。

物上物 語海語

社員番号1番はこの人!

姚琴が語る物語上海の10年間

物語上海FC開発部 部長 兼 販促部ブランド広報担当 姚琴(YAO QIN)

上海市生まれ。日本に留学して5年半学び、帰国してから法律事務所に就職。その後2011年物語上海に入社、現在に至る。

えっ?これが面接?

前職では弁護士アシスタントとして日系企業の行政手続きなどのサポートをしていました。色々な企業のお世話をするうち、「日系の企業で働いてみたいな」と思ったんです。色々な会社の面接を受けましたが、物語は他の企業と全く様子が違いました。当時面接してくれた岩崎さんが口にしたのは「物語上海をこういう会社にしたんだ!」といった理念やビジョンの話ばかり。私の志望動機や私生活についての質問はほとんどなかったように思います。情熱に圧倒されると共に、心をわしづかみにされました。

入社2カ月目で「あら!」

物語上海に入社し、『鍋源』1号店のオープンに向けて総力を上げて準備に取り掛かっていたところ、入社2カ月目にして妊娠が発覚。実は高校時代から付き合っていた彼と遠距離恋愛を経て、法律事務所勤務時代に結婚していました。結婚して2年近く経っても子どもができなかったのに、転職した途端におめでた。私たち夫婦はもちろん大喜びでしたが、会社に迷惑をかけてしまうかな?と心配でした。ところが岩崎さんに報告すると、笑顔で祝福してくれました。ストレスを感じることなく産休に入り、6カ月後には職場復帰。今も仕事と育児を両立しています。実は私のあとに入社した方も2カ月目で妊娠が発覚。中国では「おめでたの社員が多いほど幸せな会社」という考え方があります。物語上海だから子宝に恵まれたのかもしれない。

岡田さんと大鍋と蟹

董事長の岡田雅道さんが物語上海へやってきたのは、『鍋源』が業績不振で会社全体が意気消沈していた頃。着任するや否や「新しい業態を作る!」と声高らかに宣言

し、空気が一変したのを覚えています。岡田さんは意思決定がとても早く、行動力のある方です。好き嫌いがはっきりしていて、良いと思ったことは簡単に撤回しません。逆に中国語を習得することは早々に諦めてしまったらしく(笑)、私が通訳として様々なシーンに同行しました。「頑張るのは当たり前、重要なのは結果」「早く、安く」「改善・改革」は、何度となく通訳した



YAO QIN

ワードです。あと、『蟹の岡田屋』のオープン当初は、岡田さん自らが厨房に立って指示を出していたので、私も通訳のために厨房へ入りました。忙しくなると私にも調理フォローの指示が出ましたが、なにを隠そう料理が大の苦手(笑)。岡田さんに励まされながら必死に大鍋で蟹を茹でました。

魅力あふれる物語上海の人々

芸術家肌の阪本善仁さんも印象深い方です。中国人のリーダーは高圧的な態度を取る

人が多いですが、阪本さんは後方支援してくれるタイプ。阪本さんのおかげで現場は一致団結していました。あと、営業本部長に着任した笠原さんは頭の回転が早く、『薪火焼肉 源の屋』を立ち上げるときの情熱は並々ならぬものがありました。リンム一こと鈴木さんも大好きな方です。第一印象は「ボーっとしている人」でしたが(笑)、ひとたび仕事を始めれば、これまでの経験と持ち前のセンスで大ヒットメニューを考案。自分のポリシーを持っていて、安易に他店の真似などしません。謙虚でかわいらしいところもあるので、みんなから愛されています。前の董事長だった小林さんの通訳も担当させていただきましたが、一番心に残っているのは『鍋源』の業績不振時に通訳した言葉です。董事会議で「絶対に上海から撤退しない」と言い切ってくれた時は、本当に勇気づけられました。あの時のことは決して忘れません。5年目研修で上海を訪れた加藤さんの印象も鮮烈でした。誰よりも積極的でおしゃべり。好奇心の塊で、ちょっと違うぞというオーラ満載。社長就任を知りびっくりしつつも、納得でした(笑)。

チャレンジが私の原動力

私は単調な仕事を繰り返すのが苦手です。その点、物語上海は常に新しいことにチャレンジできて、成長し続けられる環境です。現在、お店のファンになってくれたお客さまに「WeChat」で情報発信をしています。興味を引く題名をつけないとスルーされてしまうので、いつも題名選びには四苦八苦。その分、反響が大きかったときの達成感はひとしおです。まだまだ勉強中ではありますが、今後も市場動向をリサーチしながら感性を研ぎ澄ませ、お客さまの心に響く文章を発信したいと思います!



Storyteller tells the Story

物語コーポレーション

発行 広報・IR室

○東京フォーラムオフィス / 東京都港区南青山2-4-3

Tel.03・5414・5750

○豊橋フォーラムオフィス [本社] / 愛知県豊橋市西岩田5-7-11

Tel.0532・63・8001

○URL <https://www.monogatari.co.jp>

※画像の無断複製・無断転載などを固く禁じます。

Special thanks

[アイディアバルブ株式会社] プロデューサー: たかつじゅんや

編集後記

改善をテーマに取材していく中で、「よってたかってみんなで」というもののお大切さや気持よさを深く知ることになりました。物語には最近SNSが導入され、そこには多くのグループが存在し、部門や職務、職位を飛び越えたコメントが絶えず飛び交っています。気づいたら、思ったら、考えたらすぐに発言することが簡単にでき、その発言が多くの問題解決に結びついています。なんでもスピードを持って行うことは大切ですが、私たちは「みんなで一緒にやっちゃうこと」これをとても大切にしています。これがスピード改善の秘訣だと思います。(社内報担当 すずきゆか)



[株式会社たきコーポレーション] ディレクター: 稲垣厚作 デザイナー: 近藤真衣 長沢勉