

キング 第33回調査

前年度 伸び率(%)
70.2
52.3
37.3
36.6
32.3
27.7
26.2
24.8
23.1
22.3

平成の外食市場は、SHOW和「企業が制す」。日経MJは第三十三回飲食業調査(二〇〇六年度)を実施した。業態の人気度が分かる店舗売上高伸び率ランキングは、食材の新鮮さや、できたて感を消費者にうまく見せる(SHOW)店作りで成功した和食の企業が上位に入った。市場全体は客単価の上昇などから二年連続のプラス。そのなかで、上位百社の売上高が占めるシェアは一九・五%と過去十年で最も高く、寡占化がじわり進む兆しもつかげる。(店舗売上高ランキングの表など関連記事を2-5面に)

和食劇場 大入り

「できたて」演出

店頭で大きな釜客の前で手作り。フランチャイズチェーン(FC)を含む店舗売上高の伸び率ランキングは大手居酒屋チェーンの「食堂」。小川町食堂(東京・千代田)、森町食堂(大阪市)など地名を冠したユニークな店名が特徴だ。

消費者、目で見て納

「丸亀製麺」はフードコートで人気(東京都葛飾区のアリオ亀有店)



店作りも個性的だ。店頭にある大きな釜は、店の外からもガラス越しに見える。精米設備も全店の九割以上で備えている。食堂に入る客はコメを選ぶビュッフェ形式。店内へのこだわりが強い。天ぷら、魚、商品。商品は、大きな集客効果を生む。同店は客が好きな商品。至近のため。

MJ

Nikkei Marketing Journal

日経流通新聞

5月11日(金曜日) 月/水/金 発行

発行所 日本経済新聞社
 東京本社 〒100-8066 東京都千代田区大手町1-9-5
 電話(代表) (03)3270-0251
 大阪本社 〒540-8588 大阪市中央区大手前1-1-1
 電話(代表) (06)6943-7111
 NIKKEI NETアドレス <http://www.nikkei.co.jp/>
 NIKKEI MJサイト <http://www.nikkei.co.jp/mj/>
 MJメールマガジン <http://www.nikkei4946.com/e-service/>
 購読の申し込み先 ☎0120-21-4946
<http://www.nikkei4946.com>

INDEX

販売は感動だ 24

価格でもサービスでもなく、感動を売り物にクライアントを支援する異色のベンチャー企業が注目されている。経営者3人の胸の内は……。

エース、中国で販路再編 6

スリーエフ、FM局と組み販促 9

ヤフー、通販DBを公開 11

シダックス、文化教室を拡充 13



クライアントの危機に寄り添い、熱く励ます営業支援。現場を知り尽くしたうえで「感動の接遇」を伝授するコンサルタント。懐古趣味にも映る、熱い男たちが率いるベンチャー企業が注目されている。売り物は価格でもサービスでもない。感動だ。クライアントに感動を授け、クライアントは消費者に感動を伝える。感動の連鎖が消費者の心をとらえる。生い立ちも仕事ぶりも異なる3人の経営者に「感動販売術」をみる。

価格でもサービスでもなく

應援團(おうえんだん)。印象的な社名の株式会社を率いる代表取締役「團長」が佐久間崇裕(36)だ。「たとえ色ものと思われてもいい。面白がられたら勝ち」。高校で応援団、大学で極真空手に没頭した男ならではの割り切り。依頼主企業にも熱心に「折れない心」を説く。

「変わっている」は褒め言葉

いい商品やサービスを擁しながら伸び悩む企業を「応援」したい、と思い2004年、営業代行の会社を創業した。佐久間は「置き薬のアルバイトを振り出しに営業しかやったことがない」。大手外食業の子会社での営業マン時代は夜は自腹を切った酒席、朝は自主的な早朝出勤とがむしゃらに働いた。とりわけ宴席での存在感は語り草。どんなに飲んでも翌朝一番に感謝のメールを職場から送る。「印象づけと心遣い。『変わっている』『面白いやつだな』という相手の言葉は最高のほめ言葉です」。

現在、「応援相手」は数十社。「営業部」「経営企画室」「営業顧問」――。業務受託した相手の社名をすり込んだ名刺の肩書を使い分けつつ奔走する。

修羅場になるほど、「応援」はパワーアップする。「最後まで付き合いますから」。倒産の危機で半ばあきらめかけた経営者に佐久間が言う。その決まり文句が相手の「もうひとがんばり、を引き出す。時には実際に経営者の尻をはたいてカツを入れることも。年上でも関係ない」。

「熱い応援」などと言えば、時代錯誤に聞こえる。ところが、1990年代から続く経済の停滞からようやく抜け出そうとするいま、高度成長期には当たり前だった愚直さを心のどこかで求めている。伶俐(れいり)に、クールに事業を拡大した、一部の「ヒルズ族」の栄光と挫折が反面教師になっているのかもしれない。時代がかった愚直さは必ず、感動を伴う。

販売は感動だ



励まし系VB、愚直に営業支援

従業員と同じ作務衣(さむえ)を着込み、温泉旅館の現場仕事に汗を流す。旅館や飲食店のコンサルティングやサービス系専門学校の講師を務める加賀屋感動ストアマネージメントの社長、加賀屋克美(35)の仕事ぶりはコンサルタントとしては異色だ。この旅館では、経営者が目指す「フレンドリーな接客」をより進めるため「もっと踏み込んでお客さんに自分をアピールしよう」と仕事の合間に従業員に語りかける。

いい意味で「期待裏切る」

労をいとわず、無邪気に「現場、を楽しむ加賀屋はかつて「仕事」が当たり前を持っていた「楽しさ」を体現する。

加賀屋の原点は12歳、オープン初日の東京ディズニーランド(TDL)での経験だ。従来の遊園地では子ども扱いされたが「働くお兄さんやお姉さんが丁寧に『どこから来たんですか?』と声をかけ、1人の客として迎えてくれたのに感動した」。

卒業文集に将来の夢を「ディズニーランドのお兄さん」と書いた加賀屋は18歳で念願の「キャスト(TDL従業員)」となり、接客を体験する。その後、本場の米ディズニーワールドでもディズニーストアの店頭に立った。物販は1人の客と接する時間が長い。加賀屋を指名して来店する客が増えるにつれ「人柄そのものが大切」と実感した。

「ディズニーの感動を広めたい」

佐久間 崇裕(さくま・たかひろ) 70年千葉県東葛市生まれ。福島県立福島高校の第90代応援團團長を87年襲名。95年京都教育大学教育学部卒業。会社経営、外食チェーン子会社勤務を経て2004年に営業代行業のLGコラボレーション(現・応援團)を設立。

加賀屋 克美(かがや・かつみ) 83年東京都生まれ。高校卒業後、外食チェーン子会社勤務を経て2004年に営業代行業のLGコラボレーション(現・応援團)を設立。

この思い加賀屋は、起業者の仕事を通二の世いちずさを語るコは『こうを超越しする。い加賀屋は

「人生

消費者り強まっネスに生(38)だトランス号は「ア:だ。『そという驚

猪股 浩行(いのまた・ひろゆき) 69年新潟市生まれ。日本文理高校卒業後、商品・サービス販売会社を経て98年、有限会社アクティブトランスポート設立。99年に株式会社に改組。現在、首都圏と新潟県内に7支社、3営業所を展開する。

