

小規模企業企業が大企業、チェーンに勝つ方法 はやぶさ2・570号 2022年10月07日(金)

◆お知らせ

小規模事業者持続化補助金の応募締め切りが迫っています！

「販路開拓」という建付けであれば非常に幅広い経費が対象となり、最大200万円(補助率3/4)を受給できます。

第10回:2022年12月上旬

第11回:2023年2月下旬

お考えの社長様はお急ぎください。

お問い合わせ・質問 heart_gaia_gi@hosbiz.net

Captain 平本 靖夫

◆お知らせ②

川口市市産品フェア(22・10・21~23)参加します。

・場所:川口 Skip シティ ・ブースNo.:76 NPO 愛の星 HeartGaia

<https://www.city.kawaguchi.lg.jp/soshiki/01110/030/3/21851.html>

・captain 平本がブースにいますので、是非お出かけください

%company%

%free1%

%free2%

%name_sama%

■優良企業の社長に学ぶ、『経営の成功への道筋』シリーズの第4弾

まったく独自の手法を自ら切り拓いてきた「大久保一彦」が語る

チェーンや大企業に負けず、遠方からもお客を呼んで

ちゃんと利益を出せる経営をどうやって実現すれば良いのか？

小規模企業店が時代を生き残る方法

経営思想家、経営コンサルタント 大久保 一彦氏

プロフィール

<https://yume-akinai.com/myself/>

◆第1回 小規模企業企業が大企業、チェーンに勝つ方法

◇第2回 料理人よ故郷へ帰れ

◇第3回 そこに人が少なかったら呼ぶしかない

◇第4回 成功すればするほど、人格者であるべし

第1回 小規模企業企業が大企業、チェーンに勝つ方法

目次

- ▼チェーン店、大企業に対抗するには
- ▼経験と知識を重ねていくことで、より良い店を作る
- ▼他者のリカバリー含めて「経験」、失敗も経験して「成長」

■チェーン店、大企業に対抗するには

まず私の事をお話しすると

生まれた家はもともと家族親戚も含めて商売を結構やってまして、

その父から、「簡単に説明がつかない仕事がいいんだ」というようなことを言われたことがあるんです。

一応私は飲食店のコンサルタントということで、飲食店の開店をするお手伝いをしたり、営業上の問題を解決するというような仕事をしてるのですが、実際のところどういう風にしてるかっていうのは、何やってるかわからないようにしています。

何で、何をやってるからないようにしているかっていうと、要は競争にマネされないようにしているんです。そういう意味では父の教えを守っています。

ビジネスで差別化は大事な事ですから、ポジショニングをしっかりとやりながら、競争が少ないところを開拓しても、ベンチマークしたりして真似する人が出てきます。だから、何をやっているか分からなくすることはとても重要なことなんです。

つまり、お客様に選ばれるお店になるために、他店(特に大手)でやってないことをどうしたらうまくいっていかってという事を考えて独自の地位を確立する。その上でライバルにマネされないようにする。

というのがとても大事だと思っていますし僕の仕事のスタイルだとは思いますが。

それから分かりにくくするために、ホームページにも業務内容を詳しく書いていません。どういうサービスを、これしますあれしますって。

これはサービス内容を書いてしまうとお客様からこれしてください、あれ教えてくださいって言われてしまうので

そういう状態をなるべく作らない、つまり「教師」にならないという見地でやっています。

僕の考えでは、他人から教えられて「これやってください」と言われてやるようでは持続的に成功する飲食店はやれないと思っています。オリジナリティを出せない。

だから僕と接触することで自分自身が気が付いて、「そうだ、じゃあれやってみよう」とか思っ
て欲しいんです。

■経験と知識を重ねていくことで、より良い店を作る

でも「あれやってください」って言って欲しい人がやっぱ多い
社長さんでも多いですけど従業員の方にしても、
明確に指示してくださいってパターンが多いように思います。

従業員を使っているところでは社長自身が考えられるようになるだけではだめで、
本当は従業員の方に気づいてもらえる状況を作れば良いのですが
それがやれてるところは、なかなかないような気がしますね。

僕も前の会社のとき部下を結構使っていたのですが、指示をしてやらせたとしても
時間がたつと結局自分のスタイルに戻っちゃうんです。
でも本人が気づいたようにやることで自分のスタイルが変えられると思うんですよね。

今の飲食業界ではチェーンが増えていますけど、
チェーンではある程度のブランド価値があり、業態価値をしっかり作っておいて、
最低限の共通化したそのルールでしっかり回して行く形になっていて

はっきり言って多少出来の悪い子がやってもうまくなるように、価値を削ってるわけですよ

でも価値を削っているビジネスモデルだと、店舗展開していくと、
お客さんにとって面白くないですし、料理も美味しくない料理ができるようになるわけです。
その現場に立つ人の人間力を残した上でやった方が良いお店ができる。

その方がお客さまも喜ぶし、そこに小さいお店が勝てる余地がある。
個人の飲食店の方が、結局ちゃんとやれば魅力があるわけですよ。

魅力を最大限にするために、自分がこう成長していこうと思って、
いろいろ勉強して知識をつけたり、あるいは技術を身につけていくことで、
もっともっと上に行くことはできるわけですからね。

私はそういう気付きを持ってもらえるように、
優れた飲食店オーナーのインタビューを音声や記事で提供したり

勉強会を開催しまして、一番予約の取れない飲食店へ実際にお伺いして、
何で予約が取れないかっていうのを実感して考えていただく

そういう経験と知識を重ねていくことで、
今の店より良い店を作るというのが一応コンセプトなんです。

■他者のリカバリー含めて「経験」、失敗も経験して「成長」

昔前の会社にいたとき、新宿さぼてんでとんかつ店のチェーン化をしていたんですけど
新しいお店がオープンするときには、面接とか社員人事採用も若い人に任せていました。

そんな時、この人はやばいんじゃないかっていう人も採用してしまうんですね。
その子は任せられたからにはしっかりしていそうな人を雇うとするんですよ、ロジック的に。

でも私から見ると、そういう人がなぜ前の会社を辞めてうちに来るのか
なぜ前の会社の事をぼろくそに言うのか、と思うような人を見てくれで採用してしまう。
そこまでは若い子は気が回らない。

それでいざオープンしてみると、やっぱり廻らない。予想通りの結果になってしまうんです。
その後その子は、なんであんなのがわかったんですかとかって言うんですよ。

それって経験ですよ。そういう経験を経て
人間っていうのはそういうのを見抜く目を持てるようになるんです。
そういう経験をさせることによって、成長を促すことができる。

もちろんそういう結果になるというのは私は予測できてて、
店が回らなくなることは、それはマイナスです。

それでも、それをリカバリーしなくてはいけなくなったという経験は
採用を任せられたからこそ、全体像を見なければならぬ立場になったからこそ深く心に刻ま
れるし

リカバリーを頑張ることを経験することも、大切だと思うんです

本人に、人を雇うときにミスをしたら自分が大変な思いをしてしまうし
解決するのはやっぱり自分自身だから、バックアップも考えるようになる。

失敗と成長するタイミングでそういうアドバイスを適切にできれば
マネージャーとして成長していく。

例えばある店を店長と一緒に巡回していたら、夕方のピークに品切れを起こしていた。
その時その店長は「もっと作れ」と指示を出したのです。

正解はそうではないですよ、「いっぱい」と言う暗黙知が見える化するのです。
「売上がこれくらいだったら残数はこれくらいのはずだから、これくらい補充しなさい」
と判断基準を指導しないとイケない。

それを店長ができるようになれるように促してあげるんです。
全体像が見えるように、そういう場面場面で一緒にお店を回って一緒に行動しながら
店長として不足しているところを、いいタイミングで指摘してあげる。

あと彼らは目が届かない時間帯とかもある。
例えば閉店間際とか、遠い店の開店時とかそういうところは見えないんで。

そういうところを見せて、どこを重要ポイントととらえるかを一緒に考える。

先ほど述べた品切れの場合では、プロダクションコントロールって概念をまず理解してもらおう
とか、人の採用だったこういうところがポイントかなとかですね。

いかがでしたでしょうか？

次回は
優良企業の社長に学ぶ、『経営の成功への道筋』シリーズの第4弾

まったく独自の手法を自ら切り拓いてきた「大久保一彦」が語る
チェーンや大企業に負けず、遠方からもお客を呼んで
ちゃんと利益を出せる経営をどうやって実現すれば良いのか？
小規模企業店が時代を生き残る方法

経営思想家、経営コンサルタント 大久保 一彦氏
プロフィール
<https://yume-akinai.com/myself/>

第2回 料理人よ故郷へ帰れ

をお届けしていきますので、楽しみにしていてくださいね。

それでは次回、お会いしましょう。

著者:(株)I&C・HosBiz センター
編集長:岩下 一智 MRC

本記事に対するご質問やご感想は下記アドレスまでお願いいたします。
kazu.zohan@hosbiz.net

◆お知らせ②

川口市市産品フェア(22・10・21~23)参加します。

・場所:川口 Skip シティ ・ブースNo.:76 NPO 愛の星 HeartGaia

<https://www.city.kawaguchi.lg.jp/soshiki/01110/030/3/21851.html>

・captain 平本がブースにいますので、是非お出かけください

理念に基づいた経営について知りたい方は

下記の書籍が参考になると思います。

「アフターコロナの時代の生き方* 理念経営実戦のすすめ」・・・上記ブースで販売いたします
平本靖夫 著 HosBiz ミロク出版舎

<https://kazuzohan.clickfunnels.com/sp1u35saqy2>

~~~~~

経営者の悩み・お困りごとを、全て解決!

期間限定! Zoom 無料経営相談:「経営・かかりつけ医」問合せコーナー!

<https://kazuzohan.clickfunnels.com/copy-of-stm5jwovh8f>

~~~~~

バックナンバーは下記の URL を確認してください。

■ #569号・・・22・09・30(金)・・・バックナンバー・・・

https://rinenkeieishi.net/mail_magazine/hayabusa.php

~~~~~ 次回予告 ~~~~~

皆様のコメントを励みにして、航海を持続いたしますので、重ねてご支援ご鞭撻を  
よろしく願います。

◆次号 第571号 22・10・14(金)は、

まったく独自の手法を自ら切り拓いてきた「大久保一彦」が語る

チェーンや大企業に負けず、遠方からもお客を呼んで

ちゃんと利益を出せる経営をどうやって実現すれば良いのか?

小規模企業店が時代を生き残る方法

経営思想家、経営コンサルタント 大久保 一彦氏

第2回 料理人よ故郷へ帰れ

についてお話しいただきます。

どうぞ、ご期待ください。

(予告なく変更する場合がありますので了解ください)

最後までお読みいただき感謝いたします。本当にありがとうございます。

では、また次号で元気にお会いしましょう！

---

◆発信日……毎週・金曜日

◆発行責任者……Captain 平本 靖夫

◆編集長……岩下一智・(株)I&C・HosBiz センター 執行役員

マーケット・クリエーター(MRC)……CST 開発推進責任者

プロフィール

<https://rinenkeieishi.net/corporate/index.html#inoue>

Facebook

<https://www.facebook.com/yasuo.hiramoto>

<https://www.facebook.com/MRCkazu/>

\*「理念営実戦のすすめ」特価(888円税込)で販売

<https://rinenkeieishi.net/contact/form.php>

ご愛読ありがとうございます

著者:(株)I&C・HosBiz センター

Captain 平本 靖夫

プロフィールは

<http://rinenkeieishi.net/corporate/index.html#hiramoto>

◆お問い合わせ・質問は

メールアドレス:kazu\_zohan@hosbiz.net

発行責任者:Captain 平本 靖夫、

編集長:岩下 一智 MRC

\*配信解除URL:配信停止をご希望の際は、以下のアドレスをクリックしてください。

%cancelurl%