

フードブランディング株式会社 代表取締役 齊藤 淳一 氏



茨城県土浦市に本社を構えるフードブランディング株式会社は、2011年に設立し、現在、県内に居酒屋を18店舗も展開しています。

同社社長の齊藤氏は「食事と会話を通じてお客様に感動を与え、信頼関係を強めていくことは、高いリピート率につながる」という信念を持って事業に取り組んでおり、創業以来、業績を伸ばし続けています。

お客様から「この地域にこの店があって良かった」と思っていただけの店づくりに邁進する同社の取り組みを取材しました。

インタビュー日：2020年1月21日
 (聞き手：筑波総研(株) 取締役社長 野口 稔夫)
 (文・写真：筑波総研(株) 主任研究員 富山かなえ)

企業概要

本社：茨城土浦市右舂2633-11
 創業：2009年
 設立：2011年
 事業内容：焼肉ホルモン店・九州居酒屋店の経営
 「ホルモンダイニング 大黒」
 (水戸市、龍ヶ崎市、土浦市)
 「九州屋台 九太郎」
 (つくば市・水戸市・土浦市内に各2店舗、つくばみらい市、守谷市、ひたちなか市)
 「焼肉酒場 うしわかまる」(つくば市)
 「博多野菜巻き串・出汁しゃぶ 獅子丸」(水戸市)
 「肉汁餃子・串煮込み 餃子酒場 TSUTSUMIYA」
 (つくば市内2店舗)
 「炭火やきとり 煮込みラーメン あっぱれ」(つくば市)
 「大阪大衆鉄板焼き酒場 てっちゃん」(つくば市)
 従業員数：240名(アルバイトを含む)
 会社HP：<https://www.food-branding.co.jp/>

少年時代の思い出や御社を創業された経緯、創業当時の様子についてお聞かせください。

■ 両親から商いの原点を引き継いだ、若き経営者

私は、阿見町で中華料理店を営む両親のもとで育ちました。両親の店は、いわゆる“まちの中華屋さん”として多くの方に親しまれ、私は幼い頃から、父が厨房で料理を作る姿、母が「いらっしゃいませー！」と元気に挨拶する姿を見て過ごしました。

現在、同じ飲食業を営む身として、幼い頃から見てきた両親の働く姿は、「お客様商売」の原点を教えてくれたと感じています。

また、祖父母も商売人でした。父方の祖父は50年以上も前に、当時としては珍しいホルモン焼き店を営んでいました。私が創業した際、最初に出した店もホルモン焼きがメインだったため、何か運命的な巡り合わせを感じています。

■ 都内の流行をいち早くメニューに取り込む

私は地元の高校を卒業後、日本大学へ進学しました。在学中から「いつか起業したい」という想いがあり、居酒屋でアルバイトをしながら店舗運営のノウハウを学びました。

大学卒業後は、県内にあるショッピングセンターの管理部門に就職しました。しかし、自分の中で、起業への想いが日毎に高くなっていくのを感じ、入社2年後には退職を決意しました。

その後、JR常磐線荒川沖駅周辺にある居抜き物件の情報を掴んだ私は、周辺の飲食店や駅の乗降客の流れを把握するために自力で市場調査を行いました。駐車場に車を止め、1日6時間以上、調査した日もあります。

「ここで勝負する」。そう決意した私は、2009年、24歳の時に起業し、当社の第1号店となる「ホルモンダイニング 大黒」をオープンしました。

ホルモンに目を付けたのは、当時、都内で大人気となっていたからです。都内の流行は、数年遅れて茨城に流れ込んでくる傾向があります。

私はこの流行を先取りし、茨城でホルモン焼きを全面に打ち出す戦略を立てました。また、店の要となるメニュー開発のため、人気店を多数巡り、様々な角度から検証を重ねました。さらに、料理人の父をはじめ、現在も取引をしている卸売業者とタイアップしながら開発を進めました。



本インタビューは、記念すべき第1号店「ホルモンダイニング 大黒」(荒川沖店)で実施しました

■ お客様との会話が「信頼」への第一歩

お客様にホルモンを美味しく召し上がっていただくためには、ホルモン独特の臭みを取る丁寧な仕込み作業が必要になります。

開業当初は仕込みに時間が掛かり、私も付きっきりで作業していました。しかし、現在では、土浦市内に全店舗の料理の下準備を行う「セントラルキッチン」を設立しているため、各店舗の調理工程は非常に効率が上がっています。また、調理時間を短縮した分、従業員はお客様との会話に多くの時間を取ることができるようになりました。

オープン当時、店で接客していた私は「お客様と大好きな会話が楽しめて、さらにお金も稼げる。なんて素晴らしい仕事なんだ」と心から感動したことを覚えています。

現在、私が店に出ることは少なくなりましたが、「食事と会話を通じてお客様に感動を与え、信頼関係を強めていくことは、高いリピート率につながる」という考え方は従業員に引き継がれ、創業以来、業績を伸ばし続けています。



「ホルモンダイニング 大黒」(荒川沖店)の外観



「九太郎」人気ナンバーワンの「もつ鍋」

現在展開されている各店舗の看板メニューや特徴についてお聞かせください。

創業から9年、攻めの経営で18店舗を展開

当社は、「大黒」第1号店オープンの翌年、JR常磐線佐貫駅の東口周辺に2号店を開業しました。さらに翌年、当社の3店舗目となる「九州屋台九太郎」1号店をつくば市内のショッピングモール「デイズタウン」内に開業しました。

同店では、九州全土の名物を楽しんでいただくことをコンセプトに、博多名物の牛もつ鍋や鉄鍋餃子、熊本県の馬刺し、大分県のとり天、鹿児島県産の芋焼酎「赤兎馬」など“プレミア”と呼ばれるお酒など多彩なメニューを取り揃えています。

オープン前、私がモデル店として視察したのは、千葉県内にある九州料理の居酒屋です。何度も足を運び、参考になる点を洗い出しました。

また、九州料理に関するアンテナを張り続けるため、徹底した情報収集のほか、社員旅行で本場・九州を訪問し、地元の名物料理の魅力、そして美味しさを舌に覚えさせました。

関東で暮らしていると、九州の文化に触れる機会は少ないと思います。九太郎は、“異文化”を楽しめる場所として多くのお客様に愛され、現在では県内に9店舗を展開するまでに成長しました。

また、2019年3月、肉汁餃子をメインにした「肉汁餃子・串煮込み 餃子酒場 TSUTSUMIYA」を開業、また、同年6月には、他の焼き鳥店の経営権を譲り受け、秘伝のタレが自慢の「あっぱれ」をデイズタウン内にオープンしました。

攻めの経営により、業績は右肩上がりです。近年は年間3、4店舗のペースで新店舗を開業し、現在では、18店舗を展開しています。

次の展開に向けた挑戦や筑波銀行へ期待することをお聞かせください。

海外展開。IPO。「いつか見たい景色」への挑戦

来年、10期目という節目を迎える当社では、現在、海外展開を計画中です。“JAPANブランド”は、世界中で絶大な人気と信頼を得ており、当社もその波に乗って“勝てるエリアと勝てる料理”を見定め、勝負に出たいと考えています。

出店を検討しているエリアは東南アジアです。タイの首都バンコクなど、日本人が出張やバカンスで長期滞在している場所を狙っています。まずは日本人をターゲット据え、その後、現地の方へ波及できるように仕掛けていく予定です。

料理については、ホルモンなどの「内臓系」が東南アジアではあまり好まれないと聞いており、炭火焼き鳥をメインにしつつ、当社自慢の九州料理もご提供したいと考えています。

海外展開への挑戦について、筑波銀行阿見支店の蓮田支店長にご相談したところ、銀行本部に掛け合っただき、現地資料のご提供や海外出店に関するご助言を多数いただきました。

創業当時と比べると、筑波銀行が目指す方向性が徐々に変化しており、非常に頼りがいがあると感じています。



齊藤社長(右)と筑波銀行阿見支店 蓮田支店長(左)と、聞き手・野口総夫

また、事業の中間地点のゴールとして、新規株式公開(IPO)なども視野に入れていきます。「上場」という言葉は、企業のブランド力向上や優秀な人財の確保につながることは確かですが、その分、大きな責任が伴うこととなります。しかし、私は「いつか、その素晴らしい景色を、この目で見てみたい」と夢見ています。

“強い組織”の構築に向けた新たな人財戦略や働き方改革などについて、お聞かせください。

■ 人事考課制度で“強い組織”の構築を目指す

宴会の場所を選ぶ際、一般的に「インターネット上の評判が良さそうだから、このままネットで予約」という流れが多いと思います。一方、当社の場合は、「お客様が店長に直接電話をして予約」というケースが非常に多いのが特徴です。

これは、来店されたお客様と店長との信頼関係がしっかりと構築されていることの表れです。「人が人を呼ぶ商売」とは正にこのことであり、私たちが最も大切にしている信条です。

今後もお客様を惹きつける店であり続けるためには、人財育成が不可欠です。そこで当社は、「人が人を育てる環境づくり」に向けた人事考課制度を確立し、今年度から本格的な運用を開始しました。

年に2度、従業員は「仲間」「教育」「お店づくり」「お客様」「数値管理」の5つのキーワードを軸に自己採点を行います。私はその結果と面接をもとに、従業員への正しい評価と幹部候補の見極めを行い、これからの時代を戦い続けられる“強い組織”の構築に力を注いでいます。

■ 多くの若者から「選ばれる企業」に

飲食業界は人財確保・定着が難しいと言われるますが、当社では人財不足を感じたことは一度もありません。これは、他社より頭一つ飛び抜けた勤務体制と福利厚生にあると考えています。

飲食店での勤務と聞くと、昼から夜までの長時間労働というイメージが浮かぶと思いますが、当社の店舗では、早くても午後4時過ぎに出勤する場合はほとんどです。これは、セントラルキッチンでの調理時間短縮による効果です。

また、新規人財の紹介制度も充実しており、紹介した従業員と被紹介者には、紹介手数料などを支給しています。紹介された側は、従業員から当社の内情を理解した上で入社するためミスマッチがなく、定着率は非常に高くなっています。

さらに、従業員への教育制度も充実しています。土浦駅前の「九太郎」を“教育店”として位置付け、抜群のおもてなしセンスが魅力の23歳の店長を教育長に抜擢しました。彼のおかげで、後輩たちの行動もみるみる変化しています。



今後の展開や社員への想いについて語る齊藤社長

■ 「独立支援」で、企業規模の拡大を図る

当社では、従業員の独立支援も行っています。「いつか自分の店を持ちたい」と願う者は、働きぶりも非常に熱心です。独立後は、当社のパートナーとして、ともに成長し続けています。

独立を目指す従業員は、当社で経営ノウハウをしっかりと学べるほか、当社が投資する店舗の店長業を「業務委託する」という形で始められるため、リスクも少なく済みます。

優秀な人財の独立は、当社にとって辛いものですが、企業規模の拡大につながるため、win-winの関係です。来期から年間で10店舗の開店を目指しており、より一層、独立支援に注力していきたいと考えています。

現在の課題を克服するために必要なことや今後の展望についてお聞かせください。

■ 全店舗「満点」を目指し、走り続ける

当社の現在の課題は、本部機能の強化です。私の右腕となる人財の育成・確保に向け、ヘッドハンティングなども視野に入れる必要があります。

幸運にも、私はその分野に明るい方や経営者の先輩方からヒントをいただく機会に恵まれており、とても感謝しています。いつか恩返しできるようさらなる成長を目指したいと思います。

今後も各店舗がお客様から「満点」をいただき、「この地域にこの店があって良かった」と思っただけのよう従業員とともに精進して参ります。

この度は、長時間にわたり貴重なお話をお聞かせいただき、誠にありがとうございました。御社の今後益々のご発展をご祈念いたします。