

両者は目的と手段であつて、二者択一の立論は無意味である。

お値打ちと効率

うまさか効率かという議論が食堂業の企業では繰り返される。そもそも、うまさか効率かについてあれかこれかという議論は不毛に終わるものだ。その理由を書こう。

うまさは、前月号に書いた品質またはお値打ちの一部であつて、品質やお値打ちの代表的な特性である。

したがつてうまさか効率かという立論は、品質またはお値打ちか効率か、と読み替えていいだろう。

さて食堂業では、お客を満足させられなければその存在理由はない。店自体が成立し得ないのである。

お客を満足させることそのものが、食堂業のお値打ちなのである。お客にとってのお値打ち提供がなければ、効率もへったくれもない。

ここで重要なことは、効率という用語の定義である。

効率というのは、効果を上げる能率のことである。効果とは、結

果目的に対して有用なことをいう。

この場合結果目的とは、お客を満足させることである。そのような状態を結果として得られるようにするための能率が効率なのである。

もし目的とする状態が得られないような能率なら、それは効率とはいわないのである。

お客の満身に奉仕するものが効率である。うまさに貢献するものが効率なのである。

うまさと効率の関係は、目的と手段との関係である。手段は目的に奉仕する限り有用であつて、その逆ではない。

そして能率は、ムリやムダやムラをなくす技術である。ムリ・ムダ・ムラを追放さえできればそれで足りる。

その限りにおいては、能率には目的という考え方がなくてもいいことにさしつかえない。効率が目的を前提にするのと、単なる能率はその点で別のものである。

つまさが能率かというテーマは、明らかに能率よりもつまさが大切だといえる。

しかしつまさが効率かというテーマでは、両者は目的と手段との関係で、二者択一的立論は無意味となる。

目的と手段とどちらが優先されなければならないかというなら、もちろん目的があつての手段であつて、手段のための目的なんてこれも意味がない。

食堂業を始めるときに、最優先でなすべきことは、うまくてお値打ちのあるものをお客に提供できることである。お客を集め、お客を満足させられないような店は、たちまち消えてなくなってしまう。

そこでは、成長とか多店化とかの仕組み作りは、あとまわしでいい。とにかくお客に感謝されるくらいのお値打ち提供ができなくてはならない。

さて、しかしである。それだけでは、事業として長続きはしない。事業としてやるなら、最低の儲けが必要である。そのためには、お客を満足させる技術が最低の効率に裏打ちされていなければならぬ。

さらにお客の数を増やし、何らかの意味で社会貢献をする企業とするためには、食堂業の場合、必然的に多店化政策をとることになる。

その場合は、一定の品質基準を維持し、お客にいつ来店されても、そしてお客が誰であろうと、同様に満足してもらえる技術が必要になる。それが効率なのである。効率を否定した途端に、バラつきや、従業員のバードワークで、かえつてお客に不満をあたえるような作業しかできなくなる。

効率とは、目的遂行のための作業の安・楽・早・正の技術であるからだ。

効率という技術を持たない限り、お客を増やすとお値打ちが低下する。

繁盛すると店がダメになるという俗論は、その限りでは正しい。その場合は、客数を限定した小規模店でやるしかない。