

自己実現に徹するか、社会貢献を志すか

繁盛店と成長店

目的によっては、繁盛店ができればすばいというわけにはいかない。繁盛店でいい場合と、成長店でなければならぬ場合とがある。

その目的とは、企業化を志すのかどうかである。企業は、それ自体が目的ではない。企業とは、社会的に広がった貢献、すなわち社会貢献をすることをもってその存在理由とする。

企業の社会貢献の第一は、その企業が提供する商品によって、それを買い利用する顧客に満足してもらうことである。顧客が満足してくれたかどうかは、リピート客となってくれた時に証明される。

食堂業であれば、提供する商品とは料理である。

顧客の満足度が高ければ高いほど、社会貢献度、そしてその企業の存在理由が大きいということになる。

顧客の満足度が高いということとは、ひとりの顧客の1回だけの満足度が大きいということではなく、

リピート回数が増加したり、リピート客数が増加することによって計られる。

企業というのは、そのような店を1店だけではなく、地球上にたくさん展開できることが条件となる。つまり、チェーン店の展開ができることである。その結果、売上高規模も巨大になるばかりか、その増加のスピードも速くなる。年3割から4割以上の増加率となる。

企業化した食堂業は、本質的に成長店である。そしてまた、バブルの崩壊や景気の後退に関係なく、成長しつづけられなければならない。

さて一方の繁盛店は、その志は社会貢献なんていうのとは無縁なところにある。

それは、ひとりの人間の存在理由は、社会貢献ができるできないに関係なく、厳然として人間の存在それ自体にあるのと似ている。

繁盛店の経営者は、経営の目的を技能者としての自己実現に置く。

そして結果の数値は、坪当たり売上高の異常に高い店となる。繁盛店とは、建物規模に比較して高い売上高の店である。

繁盛店の経営者は、本人でしかできない技能者の技を顧客に問いつづける。そして、自分の作業によって料理を提供できる範囲を超えて売上高を増加させようとすれば、自分の満足できる料理を作れるコックの職人技能に頼ることになる。経営者がコックではない場合も同じである。

その店の中心人物は、職人コックとしての経営者か、あるいは腕利きコックである。そこでは、これらの職人技能者がいなくなれば、どんなに繁盛していても自己崩壊せざるをえなくなる。

繁盛店であることを維持しようとするれば、その店の立地条件は巨大商圈となる。少なくとも70万人から80万人で、その商圈人口は大きければ大きいほどいい。理想は地球全体である。

そしてお客が支払う単価、すなわち客単価は、極めて高いものとなる。特殊技能を持つ職人をたくさん必要とするし、しかも極めて豪華な雰囲気のお店でなければ、巨

大商圈人口の中からわざわざ来店してくるような料理が提供できないからである。

そのような店は、コストの高い高級店となる。売れても売れても儲からないことになる可能性はきわめて高い。それでは、多店舗展開はおろか一店舗を維持するのさえたいへんな努力が必要になる。

成長店だからといって、売れなくてもいい、儲からなくてもいいとはいっていない。お値打ち度の高い商品を提供して低コストの経営ができたなら、一坪当たりの売上高を何百万円にしなくても楽に儲けられて、従業員にも高い労働条件で働いてもらうことができる。

繁盛店に徹するか、成長店か。カゴか、ジェット機か、選択の時である。