



異業種から学ぶ「なぜか人が集まるワケ」



異業種から学ぶ
「なぜか人が
集まるワケ」

第6回 『牛たん とろろ 麦めし ねぎし』

確実に美味しいお肉を、快適な空間で食せる
ほどよい“親切”に女子高生も夢中！

TEXT / 田中亜希 (キクカクハナス) PHOTO / 北神智子

牛たんという渋めの食材がメインメニューでありながら、女子高生やOL、お子様連れなど幅広い層で賑わう『ねぎし』。近年は「日本経営品質賞」「農林水産大臣賞」を受賞するほどの注目企業だが、その背景には、入念な仕組み作りがあった。顧客に『ねぎし』であれば間違いないと思わせるほどの、奥深い魅力とは？



午後3時を過ぎたから、店内には多くの人が。池袋東口店には、場所柄、学生や社会人、家族連れなどさまざまな人が集う(左)。週末は、1時間180名ほどが訪れ、地下の店舗入口から地上まで長い行列ができることも！(右) 写真協力：株式会社ねぎしフードサービス

DATA

ねぎし
所在地(池袋東口店)：豊島区東池袋1-11-1 オーク東池袋ビルB1
営業時間：11:00～23:00
創業：1981年
事業内容：株式会社ねぎしフードサービスが運営する飲食店。「牛たん とろろ 麦めし」の「ねぎし」は、池袋東口店のほかに、東京横浜に34店舗。また、丸の内には、韓国料理(カジュアルソウルダイニング)「コバン・コバン」が1店舗ある。www.negishi.co.jp



田島大夢(たじま・ひろむ)

「『ねぎし』は、自分の意見や提案が通りやすい会社です。私は22歳のときに店長になって、今の池袋東口店を入れたと計6店舗で店長職を経験させてもらっています。今度新店舗ができるときに、その店長を務めてみたいですね。やりがいがありそう！」

【人が集まるワケ】

- 1 大前提として、お肉が美味しい
- 2 値段は安くはないが、味とサービス両面において顧客を裏切らない
- 3 接客が“親切”。だが、押しつけがましくない
- 4 店舗に清潔感がある
- 5 料理の提供が早い
- 6 顧客の声が店舗運営に反映される



「ねぎし」の経営理念などが書かれている蛇腹折り式のカードは、顧客も持ち帰れる(左上)。全テーブルに置いてあるレギュラーパンフレットは、「ねぎし」があるエリアの詳細な地図入り。街全体を楽しんでという気持ちが伝わってくる(左下)。絶妙な焼き具合で提供されるお肉(上)。

押しつけがましくない親切な接客に 幅広い層が信頼を寄せる

ランチの一番人気メニューの価格は、1,530円。この値段を聞いて、「安い」と感じる人は少ないのではないだろうか。「牛たん とろろ 麦めし」をキャッチフレーズに、現在、東京に32店舗、横浜に2店舗を展開する「ねぎし」は、高価格の設定に関わらず、幅広い年齢層から人気を集めている。週末になると顧客が次々と訪れ、行列ができる店舗もあるほどだ。

現在、全店舗のなかでも高い売上を誇るという池袋東口店を訪ねたところ、平日の午後3時にも関わらず、店内は賑わっていた。ふと見ると、女子高生ふたりが、牛たんを頬張りながらおしゃべりに興じていたり、一方では、ビールを片手に牛たんをつまむ男性の姿も。老若男女にまんべんなく愛される理由は、何か？
「まずは、お肉がおいしいというのは、大前提としてあ

ります。それから、お客様の気持ちを考えて行動する。当たり前のことをやっています」

そう語るのは、池袋東口店の田島大夢店長。「必要以上にかしこまった接客はしなくてよいと思うのです。「ねぎし」が大切にしている文化に“親切”があるのですが、働く仲間同士も、お客様に対しても、“親切”の気持ちをもって接する。このことが大事です。たとえば、お客様におかわりの器をご提供する際、乱暴にぼんっとお出しするのではなく、お盆の上にとっと置くとか。そういう何気ないことにも、気を配りたいですね」

たしかに、取材当日のスタッフの様子を見ると、接客が自然体である。表情に押しつけがましさがないのだ。「ねぎし」が幅広い層に愛される理由は、ここにあるのではないだろうか。つまり、少し贅沢だけれど、確実に美味しいお肉を快適な空間で食せる。「ねぎし」であれば間違いない。そう思わせるものがあるのだ。

異業種から学ぶ「なぜか人が集まるワケ」

月に1,800通も寄せられる 顧客からのアンケートハガキ

「『ねぎし』は、売上よりもお客様の満足度を上げることが第一、という考えをもって。お客様満足度が上がれば売上も自然と伸びるので、会社から売上について細かく指摘されることはないのです。それから、働く仲間の満足度を上げることも大切です。仲間たちには幸せに仕事をしてほしいので、月に1度は個人面談をするよう努めています。不安や課題を聞いて、改善することを心がけています」

働く目的を見失わないよう、『ねぎし』では、会社の経営理念を、朝礼と夕礼の際にスタッフ全員で必ず読み上げている。経営理念は、以下の通りだ。

「お客様においしさを お客さまにまごころを ねぎしはお客さまのためにある そして お客さまの喜びを自分の喜びとして 親切と奉仕に務める」

この経営理念などを、名刺8枚分のボリュームにたっぷり綴ったクレドカードは、レジの脇にも置いてあり、顧客が持ち帰れるようになっている。自社の方針や考え方を顧客に包み隠さずオープンにし、かつ、顧客からの声も積極的に取り入れる仕組みももっている。たとえば、全店舗の全テーブルに置いてある「お

客様アンケート」がそのひとつで、寄せられた声をサービスの向上に反映させているのだ。

「アンケートはハガキになっていて、お客様は記入したあとわざわざポストに投函して下さい。毎月1,800通ほどのハガキが郵送で会社に返ってくるのです。すごい数ですね。アンケートの集計は会社でデータ化されるので、どの店舗でどういうことが問題になっているのかが一目瞭然です。たとえば、アンケートの「気配りや親切を感じる接客対応でしたか?」という問いに対して、複数のお客様が「不満」にチェックを入れていたとしたら、その原因を考える。回答をもとに改善点を話し合えるので、「お客様アンケート」は貴重な情報源になっています」

毎月行う「改革改善全体会議」には 社員125名が集結

『ねぎし』を運営する株式会社ねぎしフードサービスは、「経営の中心は店長にある」という考えをもち、「会社はあくまでも、店舗をサポートする立場だ」と言明している。その方針通り、一般企業では「本部」や「本社」と表現するところを、ねぎしフードサービスではあえて「サポートオフィス」と呼び、仲間たち

が生き生きと働ける環境の整備に専念しているのだ。「うちの社長は、『売上は店舗からしか上がってこない。だから、社長やマネージャーはまったく偉くない。我々は店舗をサポートする側の人間だ』と、よく言っています。そして、『店長は、店舗に課題があるのであれば、サポート側にどんどん意見を上げよう』とも。とにかく、話し合いを大切にしている会社です。同じエリア内の5店舗ほどの店長が集まる、店長エリアミーティングというものもあるのです。店長同士は本来ライバル関係なのかもしれませんが、うちの場合は、励まし合う仲間。仲がよすぎる気がします(笑)」

また、ねぎしフードサービスでは、全社員が集まる「改革改善全体会議」を月に1度行っているという。社員の人数は、現在125名。かなり大規模な会議だ。「社長によると、『飲食業でこういう会議を月1ペースで行っている会社はないだろう』とのこと。会議では、それぞれの店舗の改善点を発表したり、『お客様アンケート』に寄せられた「本日輝いていたスタッフ」への「親切賞」を、スタッフが所属する店舗の店長に渡したり。そのほかにも、全社員で共有しておいたほうがいいことを確認し合う場となっています」

全社員で『ねぎし』を高める努力を重ねてきた結果、ねぎしフードサービスは、2011年度に日本経営品質

賞、2012年度には農林水産大臣賞の新規業態・人材開発部門を受賞している。人材ならぬ「人財」が育つ仕組みに尽力してきた証である。

人を責めないで仕組みを責める 誠実な農耕型経営で信頼獲得

「『ねぎし』では多くのことを学んでいます。特に、社長に言われて印象に残っている言葉があるのですが、それは、『人を責めないで、仕組みを責めよう』ということ。悪いのは人じゃない。仕組みだと。たとえば、『あの人にちゃんと教えたんです。それなのに、どうしてわからないんですかね?』と言うとしますよね。そのときは相手を責めるのではなく、相手がわかる伝え方をしていないことが問題では? と。そして、きちんと伝わる仕組みを考えるべきだと教わりました」

ねぎしフードサービスの前身は、今のようない「人財」や「仕組み」をコツコツと作り上げる農耕型経営ではなく、先手必勝でヒットを追いかける狩猟型経営だったという。過去の経験を生かすことで、現在は「『ねぎし』であれば間違いない」と顧客に思わせるほどの信頼厚い店舗作りで成功。当たり前のことを誠実に実行し進化し続ける場所に、人は惹かれ、集うのだ。



「ねぎし」独自の資格「焼士」に認定された者だけが、お肉を焼くことができる(上)。一番人気メニューの「白たん厚切 しろたんセット」(1,530円)は、ほどよい柔らかさと上質な旨みが味わえる(右)。

変えがおかわり自由というサービスは、男性客にとって嬉しい! ランチタイムにしてはやや高額のメニューが揃うが、良質な価格の「豚ロースセット」や「鶏ジュシー焼セット」(ともに900円)も人気(下)。



客席から厨房の大部分が見渡せる、オープンキッチンスタイル。スタッフの仕事ぶりがじかに伝わってくる(左)。「ねぎし」の根岸栄治社長の著書『日本でいちばん「親切な会社」をつくる』(ダイヤモンド社刊)。「仕組み作りの大切さ」が細やかに語られている(上)。

「ねぎし」が掲げる5大商品のひとつに「クレンリネス(清潔な状態を保つこと)」があり、年に2回、全店舗あげて「クレンリネスコンテスト」を開催。普段から、メニューをこまめに拭くなど作業を怠らない。