

1. 下積み0秒のすし屋を開業し繁栄の秘訣とは

回転寿司でない寿司店で「寿司を食べよう」となると少々勇気がいります。寿司は食べたいものの、気になるのはそのお値段です。メニュー表に時価とある品を注文するには腰が引けます。「お値段を気にせずに寿司は食べたい」ので回転寿司店という業態が流行るのです。ところが極めて異例な寿司店があるという情報を目にしました。日経MJ 令和6年1月8日号に「下積み0秒のすし屋繁盛記」なる超面白い記事が載っていました。下記に記事を要約してみます。

①店名は「有楽町かきだ」と言います。大将の蛸田（かきだ）一博さんは33歳で、昼間は転職支援サービス会社の現役社長をこなしています。②蛸田さんは釣りが趣味で釣った魚を海鮮丼にして社員が取引先に振舞っていたとか。これが好評だったので「店を出したらいけるんじゃない？」と軽いので寿司店開業を思い立ったのです。③寿司職人は「飯炊き3年、握り8年」と言われる職人の世界。蛸田さんはずぶの素人です。寿司職人のスキルもなしに開業は無謀としか言えません。蛸田さんはどこで握りの技術を習得したのでしょうか。これが「下積み0秒のすし屋繁盛記」へと繋がるのです。

④ヒントはネットの利用です。握りをYouTubeの動画を観て覚えたのです。また寿司店に行くと職人の握り方をじっくり観察しました。動画で観た握り方を何回も繰り返すことで手が感覚を覚えたと話します。シャリのレシピは検索で探し食べた寿司の味を思い出しながら試行錯誤したようです。⑤残った課題は出店場所と家賃です。東京は有楽町に1年後に解体される4坪程度の賃料激安の小店を見つけ出し、「まずは1年間やってみよう」と開業したのです。この物件の賃貸期間が終わった後に、なんと新宿小田急ホテル・サザンタワー19階に増床移転したのです。客席は前店の8席から新店は140席へと大ジャンプです。⑥価格設定も特徴的です。看板メニュー「最強おまかせコース」は1万4000円以下。おつまみ5種、天ぷら3種、すし20種にソフトドリンク飲み放題。しかも寿司やデザートはおかわり自由となっています。

繁盛店「有楽町かきだ」の概要を綴ってきましたが、ここから経営者は何を学ぶべきでしょうか。それを考えてみたいと思います。まずは**ビジネス成功の秘訣はネット上で大量に提供されている**ということ。蛸田さんは寿司の握り方をネット動画で学びました。それに気が付いたところも凄いです。が、**沢山の動画を視聴することで自分のスキルを磨く時代になった**ことに気がつかないといけません。**視野を格段に広げること**で**成功率は高まる**のです。

次に**期間を区切って挑戦してみる**こと。蛸田さんは1年間を試行期間としました。激安物件の賃借可能期間が数年であっても1年間の挑戦にしたと思います。失敗という負の遺産は延々と引きずってはいけません。損切という決断も必要です。最後は**競合する相手とは戦う土俵を別にする**ということ。「有楽町かきだ」のサービスは笑顔で両手でお皿を提供することだそう。高級店では渋い顔で片手で出すのが常道だとか。差別化の焦点をどこに置くのかというのも成功の秘訣です。寿司おかわり自由で1万4000円以下という価格設定にも注目です。最近のお客様はパに強い関心があります。タイパ、コスバ、スベパ等々。蛸田さんは**パ、つまりパフォーマンスを注視しながらビジネスモデルを組み立てた**のでした。

2. 経営者は「〇〇の成長」を強く意識しよう

成長、停滞、衰退という言葉があります。一般的に成長をプラス、停滞や衰退はマイナスのイメージです。伸び悩んでいた社員が「大きな契約を取った」「特命プロジェクトのリーダーをやり遂げた」とき、経営者や直属上司は「彼（彼女は成長したな）」と実感する瞬間をゲットします。また「数年の退職率が3%未満」や「毎年2人以上の採用」というのも「成功している」と言ってもよいでしょう。成長の対象は人に限りません。出店だと「毎年確実に1店舗出店」、製品だと「売上高1千万円以上の新製品を毎年1つき発売」も連続性があります。**成長の判断は単発ではなく連続的であることが重要**です。この「成長」の対象物や場面、瞬間を連続技で創り出していくのが経営者の能力であり責務でもあります。

標題に「〇〇の成長」と空白しているのは理由があります。成長を実感する対象物は数多くあるからです。いや多数ないといけません。例として社員、新店、新製品を挙げましたが、これ以外にも沢山あるはず。経営者はややもするとネガティブな思考に陥ってしまいます。逆説的に言えば経営者の不安な心理が会社経営の駆動力と成り得ることもあります。しかしネガティブ感情に心身が支配されると「何を打つにも躊躇する」ことにもなりかねません。「消極的に考えつつも行動は積極的、大胆に」がベストです。**この思考・考働パターンになるには成長物探しが役立ちます**。「気が付けば『〇〇が成長している』ではないか」と陽転思考で考える習慣を身に付けることで、会社は確実に「成長」し続けていけるのです。

3. 出来る社長への道のり：会社の歴史を引き継ぐ・成熟③

1980年代初めに「会社の寿命は30年」説が喧伝されました。この説は経営者がいつかは引退するときが来るということを示唆しています。近い将来に経営者は生身の人間ではなく、AIという時代が到来するかもしれません。**企業経営を3つの軸で考えてみましょう**。

第1に**経営技術**です。これはサイエンスの世界で経営手法に関する新たな研究成果が次々と発表されています。旧態以前の経営手法に執着し過ぎると会社は成長曲線に乗れません。第2に**心の問題**です。客観的ではなく数字でも表せませんが経営者や社員が心一つにできるものであり主観的な世界です。経営技術のサイエンスに対しアートと言えそうです。最後は**中庸の姿勢**を取るクラフトの世界です。経営技術にも関心を寄せ、一方で心の問題も疎かにしません。サイエンスが効率を追求する工場生産、アートが職人気質の一品生産だとすると、クラフトは両者の良い所採りと言えるでしょうか。

今はサイエンスに偏り過ぎているように感じます。新しい技術、新しい生産方法、生成AIのような超最先端ITの活用、京以上の超膨大なデータの解析等々。昭和30年生れの私には想像もつかない世界が急拡大しています。これらはサイエンスの産物です。しかし生産される物や提供されるサービスは最終的には「ひと」が消費します。無味乾燥・無機質な機械が造った物等を購入するのは味気ありません。**魂がこもった物に本物の価値**があります。この魂を脈々と引き継ぐ**企業、クラフト(やアート)を意識する企業が生き残っていきそうな予感**がします。会社の歴史を振り返り整理し、次世代へ想いや魂を繋ぐ仕組みを作ることもまた経営者の仕事なのです。