

1. 22歳の女性社長が誕生、ココ壱番屋FCの決断

日経MJの3月27日付朝刊にとても興味深い記事が掲載されていました。見出しは【ココイチFC新社長は22歳】
【接客の星 現場盛り上げ期待】とあります。こんな見出しをみて「22歳で社長なんてどんな会社だ?」と思いませんか。私が3月中旬に県外出張した際に、泊まったホテルの朝食でココ壱番屋のカレースープを美味しく頂いた記憶がこの記事に飛びつく切っ掛けをつくったのかもしれない(笑)。

ココ壱番屋は名古屋市発祥のカレー専門店です。創業者は宗次徳二さん。奥さんと経営していた喫茶店のカレーが評判を呼びカレー専門店を始めました。現在では国内外に約1450店舗を抱えています。宗次徳二さんは多店舗展開が軌道に乗り始めた頃からロイヤルティは取らないという方針で社員の独立を支援し始めます。今回の記事に上った会社、株式会社スカイクレイパーの西牧大輔社長もその一人です。

スカイクレイパー (Skyscraper) を調べてみたら「超高層ビル、摩天楼」とありました。西牧社長は最初から「一番を目指す」という強い決意を持っていたのでしょうか。同社のHPによれば本社は群馬県太田市、店舗数は9都県27店、直近の年商は約20億円です。第1期から第27期までの年商が万円単位で公開されています。同社は「社員とお客様に開かれた企業」を目指しているのでしょうか。年商の推移をみると第20期位から伸びておらず成長の踊り場にあるようです。このことが今回の驚く人事につながったのかもしれない。

同社のHPを開くと「次期代表取締役 諸沢莉乃」と署名入りの決意表明が目に入ります。インタビュー記事も。若さ溢れる22歳の女性ですが芯のある人だとの印象を強く持ちました。今回の人事のポイントが少なくとも3点あります。**①社長の年齢が53歳から22歳へと驚異的に若返ること。②男性(おっさん)から若い女性へ承継すること。③アルバイトからスタートし僅か6年で経営トップに上り詰めたこと。**

今年5月に新社長に就任する諸沢莉乃さんは、15歳・高校生の時にアルバイト募集のチラシを見て同社の店舗に販売員として入社しました。高校卒業後はボランティアをしていたそうです。行き詰りを感じ西牧社長に相談したことが契機に現場に復帰しました。FC本部のココ壱番屋では接客のスペシャリストを育成するプログラムがあるようで最上位はスターと呼ばれています。グループ全体の従業員は2万人以上だそうですが、スターは30名!しかいないようです。諸沢さんは令和3年に全国で16番目のスターとなりました。50歳となった西牧社長は次期後継者を探しており、諸沢さんがスターとなった時に就任を打診し諸沢さんは快諾したようです。

経営トップには物凄い重圧がかかります。店長時代とは比べ物になりません。その重圧を押しつけても社長就任にOKした諸沢さんの経営者としての資質・能力は不十分でしょう。そこで西牧社長は若手の幹部候補生を選抜し次期社長と共に経営学を勉強させています。**経営スキル等は現経営陣や社外の専門家の助言等がかれば急速に蓄積していきいます。知識・スキル等の不足は熱意と努力、失敗の経験値で補えます。問題はハートです。**西牧社長が求める経営者像は人間性です。HPで「(スタッフと)一緒に幸せな人生を目指す事は出来ます!」と力強く決意表明する諸沢さん。やはり**経営者は人間敬愛、熱き物語を語る心の持ち主でないとイケない**のです。

2. 厚労省、非正規社員の手当格差の指導を強化

労働法の1つにパートタイム・有期雇用労働法があります。この法律にいわゆる正社員とパートタイマー等非正規社員との間で賃金等労働条件に関し不合理な格差があってはならないという条文があります。パート等の平均的な賃金は正社員100に対し65程度となっています。日本がよく参照するEU諸国では90前後なので、日本のパート等の賃金はかなり低水準にあることが分かります。この法律は令和2年4月に施行され翌年4月からは中小企業まで適用が拡大されました。

同法の第8条で業務の内容や責任の程度(職務の内容という)等が正社員と大きな差異がなければ均衡な処遇とする義務を使用者に課しています。業務とは仕事そのものであり正社員とパート等との間で相違があれば賃金格差があってもOKです。しかしその格差は合理的かつ客観的にまた社会通念上相当とされる範囲内でなければなりません。基本給は仕事に関連付けられますが問題はお通勤手当です。**通勤手当は仕事との関連性がないに等しい**です。よって正社員とパート等の間で通勤手当の支給基準が異なっていると不合理な格差があると認定される可能性が高くなります。また**慶弔休暇等賃金とは別の福利厚生制度も問題とない**そうです。この分野で厚労省が指導を強化しており令和5年度の是正指導件数が前年の12倍と急増しています。大分県では大分労働局雇用環境・均等室が管轄部署です。厚労省は労働基準監督署との連携も考えているようです。正社員とパート等との格差が不合理とみなされる水準でないかを調べておく必要があります。

3. 出来る社長への道のり:新製品の開発・成長期④

どの会社であっても事業の根幹は「創って」「造って」「売る」です。「創って」は新製品のアイデアを出すことです。どのような製品や役務を提供すれば市場から高い評価を得ることができるのかアイデアを出します。「造って」は製造であったり仕入れることです。「創って」で検討した製品・役務をコストやタイプ、スペック等パフォーマンスに最大級の注意を払って製造し又は仕入れます。最後の「売る」は製品や役務を現金に換える工程です。売った瞬間だけではなく、売った後のフォローアップもこの段階では求められます。一見客を固定客や信者客まで引き上げることが大切です。

会社の成長期では主力の製品・役務は何か明確になっていないといけません。「当社の主力製品はこれ!」「この製品が売上と利益の〇%を稼いでいる」と即座に言えなくてはなりません。多数ある取扱製品で**主力製品がなくドンダリの背比べ状態だと会社の成長角度は高角となりません**。断トツ1番やそれに次ぐ製品があっても成長期も後半となると成長スピードが遅くなってきます。**成長スピードを落とさない為には市場攻撃を仕掛ける強いブツが必要**です。このブツが新製品なのです。新製品が主力製品と多少重なっていても問題ありません。大きく異なると新製品に係る知識を社員は学ばないといけません。現主力商品と重なる所があると製品知識の習得は早く売り方も今のやり方を踏襲することもできます。主力製品との共食いを心配する経営者もいるかもしれませんが。心配無用です。**他社に市場を奪われるよりも、社内競合しつつも市場占有率を高めていく方が結果的に固定費比率が低くなり、そうじて利益率も高くなる可能性が高い**のです。