

顧客満足経営事例

その7

待ちの姿勢では、取り残される
顧客のニーズを探り、きずな深めて
「いのちもうけの中華料理」提供



横浜楼

法人名	株式会社 横浜楼
業種	中華料理店
代表者名	<small>いっしき</small> 一色 <small>たいちろう</small> 太一郎
創業年	昭和44年
店舗数	2
所在地	愛知県名古屋市区花原町154
従業員数	48人（うちパート16人、アルバイト5人）
電話	052・502・8876
URL	http://www.gnavi.co.jp/yokohamaro/



地元ではすっかりおなじみの「横浜楼」本店

◆名古屋の西部に移転して三十六年余、
地域とともに発展

「横浜楼」は名古屋の中心部からやや離れた、西部地区にあります。地下鉄鶴舞線つるまいの庄内緑地公園駅から車で五分ほどの、住宅や店舗が混在する地域です。二百二十万都市・名古屋は市の中心地から東へ向かって発展していったので、この地域はのどかな田舎の風情を残してきました。

それでも近年は大手企業の立地が相次ぎ、幹線道路や町並みも整備され、急速に都市化が進んでいます。代表取締役の一色太一郎さんが「本格中華の店」をうたってこの地に開業して三十六年余。地域の発展とともに、店も今では総客席数二百五十席、六十五台収容の駐車場を持つ大型店となり、味、規模ともに名古屋で指折りの中華料理店へ発展してきました。

◆横浜中華街で厳しい修業

一色さんは横浜生まれで生粋のハマっ子。兄二人は大学の工学部卒と教育熱心な家庭に



お客様でにぎわう一階の客室

育ち、一色さんも大学を卒業後、日産系の下請け会社に就職しました。しかし、仕事はどうも性に合わないと思っていた矢先、人生の転機になったのは大学の恩師の「これからは外食産業の時代だよ」という一言でした。

一念発起した一色さんは、有名な地元横浜の中華街で修業。「一番つらかったのは、この時期」と振り返ります。料理人の修業は誰かが教えてくれるものではなく、自分で身につけていかなければなりません。一色さんも皿洗いの合間を縫っては、残った料理の味をみたり、小さな手帳にレシピをびっしり書き込んで覚えたそうです。

◆ 二十六歳で独立、開業

大卒で年齢が上だっただけに「人の三倍は頑張って」三年半で修業を終えました。そして昭和四十四年、姉の嫁ぎ先だった名古屋市の北区で独立、開業。二十六歳でした。商売は一人ではできないとすぐ結婚し、わずか六坪ほどの貸し店舗で新婚の奥様と一緒に夢中で働きました。まだ乳飲み子だった我が子をおぶって出前にも出たそうです。

ちように高度成長の時代。店はその波にも乗って右肩上



ウエートレスたちと一緒に

がりに伸び、四年後の昭和四十八年には奥様の実家のある現在地に移転し、屋号も「横浜楼」に改称。さらに平成八年には小牧支店もオープンして、順調に業績を伸ばしてきました。

◆「待ちの姿勢では取り残される」送迎バスを自ら運転

「ここで開業して一番のヒットは、送迎バスを始めたことですね」と一色さん。今はポピュラーになった送迎バスですが、当時は旅館やホテル、一部の料亭などしか使っていませんでした。一色さんは学生時代に大型二種免許を取得していたこともあって、「中華料理店のお客様にも送迎バスは喜んでもらえるのでは」と、中古のバスを一台買い入れて大々的にチラシをまいて宣伝、自らハンドルを握ってお客様を送迎しました。すると「あの店は迎えに来てくれ、帰りも送ってくれる」と評判になり、お客様の数も売り上げも一気に二倍以上に増え効果は上々。送迎バスはその後もフルに活躍し、店の発展を支えてきました。

「待ちの姿勢では、取り残されます。こちらからお客様ニーズをつかんでいかなくては」と言うように、一色さ



100人でも利用できる大宴会場／家族やお年寄りに好評のテーブルといすの個室

んの経営手法は、自ら積極的に顧客の満足とは何かを求め、そのニーズをつかんでいく姿勢に貫かれています。

店では年三回の特別コース料理を出し、おせちなども扱っていますが、季節になると自らチラシにタオルや季節のりんごなどを添え、お客様の家を回るのもその一例。お客様のほうも「社長さんがわざわざ来てくれた」と喜んでくれ、コミュニケーションを深めることとともにお客様の生の声を聞く機会となっています。

◆お客様の祝い事には、
心づくしのプレゼント

一色さんは店でなじみのお客様の顔を見れば、必ず声をかけます。天候の挨拶から「きょうは何のお祝いですか」「おばあちゃん、お元気ですね。おいくつになられました?」。そうしてお客様から誕生日や還暦、結婚記念日などのお祝い事と聞くと、自分が焼いた心づくしのクッキーやケーキ

をサービスしたり、絵皿をプレゼントしたりしています。「店はその分負担がかかりますが、お客様に喜んでもらえれば私もうれしい」。それがまた、お客様の好みやニーズを知ることもつながっているようです。

接客で一色さんが大事にしているのは「迎え三步に、送りは七歩」という言葉。「お客様を迎えるときは三步でいいが、お帰りになる時はその倍はお送りなさい、そうして感謝の気持ちを表す、という意味でしょう」。ここにもお客様とのきずなを大切にする一色さんの姿勢がうかがえます。

◆ホールスタッフのレベルアップも



ウエートレスと一緒に配膳もする一色さん。店内は活気があふれる

お客様の好みやニーズを把握し、より満足してもらうには、お客様とじかに接するホールスタッフのレベルアップが不可欠だと言います。「料理は食材や産地、調理の仕方、それに健康にいいことなどを分かってももらうことで、よりおいしく食べられます」。

中華料理のメニューには読めない漢字や、な



リピーターが多い
「横浜楼」のコース
料理



じみのない食材も多いので、一色さんは自分も客席に向いてメニューを説明し、ウエー
トレスもいつでも答えられるよう、マニュアルを用意しています。

さらに新しいメニューができると、調理スタッフ側とホールスタッフ側で試食会やミー
ティングを開き、従業員全員が共通の認識を持
つようにしているということです。

◆中華料理で「法事用メニュー」を開発

こうしてお客様のニーズをつかむ一方、メ
ニューの開発にも力を入れてきました。

たとえば法事というと、昔から和食が定番で
した。この法事の会食の需要が多いことに着目
した一色さんは、二十年ほど前から中華料理に
よる法事のメニューを出しています。法事の席
では高齢者が多いことから、脂っこい肉料理な
どは避け、かにやえびなどあっさりした素材を
使った海鮮料理がメイン。また故人をしのぶに



人気料理の一つ
「名古屋コーチンラーメン」

は自分たちも健康でなければと、体にいい食材や季節の野菜も取り入れました。

高齢のお客様には足や膝の不具合を訴える例もあるので、席も畳の部屋からテーブルと
いすの個室に変えました。

この法事用のメニューは大きく伸びて、今では宴会部門の二八%を占めるまでになりました。法事は客単価が高い上、四十九日、一周忌、三回忌と繰り返されるため、何度も使ってもらえることが強みです。一色さんも地元の寺などを回り、営業にも力を入れてきました。法事の伸びに伴い、宴会部門の売り上げもアップしました。最近では宴会が減ってきていますが、忘年会の代わりに法事の会食が増えるなど、法事が宴会部門の落ち込みをカバーしている、ということなのです。

◆話題呼んだ「インフルエンザに
かかりにくい料理」

「名古屋コーチンラーメン」は、平成五年に開かれた「名古屋まつり」の催しをきっかけに「名古屋の名物に」と一色さんが考案したものです。コーチンのもも肉を一度素揚げして、それをさらに秘伝のみそだ



お客様にメニューを説明する一色さん

れ（八丁みそのようなもの）でことごと煮込んで仕立ててラーメンに乗せたものですが、今も人気メニューとして続いています。

恒例の年三回の特別コース料理にも力を入れていて、新型インフルエンザが流行した平成二十一年秋に出した「インフルエンザにかかりにくい」コース料理が話題を呼び、好評でした。ベータカロチンを豊富に含むかぼちゃは、古くから「冬至に食べると風邪をひきにくい」とされ、人の免疫力を高める働きがあると言われます。そこでかぼちゃをクリームスープにし、さらに中華料理で使う藍藻らんそうの一種で、やはり免疫を高める効果のある髪菜ツァイをメニューに加えました。

この話題の特別コースには、期間中の一か月で四百五十人を超える来客があり、その月の売り上げの一三%を占めた、ということなのです。過去では、これも人気のフカヒレの特別コースを出したところ、多い月で六百人を超えるお客様が訪れ、売り上げの二〇%に達しました。「特別コース料理は、次はどんな料理かと楽しみにされるお客様が多い。その上、客単価が高く、売り上げの上でも比重が大きい」と一色さんは話します。

食べる人の健康に配慮した良質な料理と、一人ひとりのお客様を大事にする巧みな接客、さらに食材についての豊富な知識などが相まって、店はリピーター客が多いのも特徴。特に、この特別コース料理は七割がりピーター客だということです。



新メニューを伝える看板

◆新しいメニューの開発が課題

こうした取り組みの結果、本店も開業当初の一部二階建て、客席数百二十席の店舗から増築や新築を重ね、二階建て、客席数も二百五十席の店舗になり、駐車場も三十台から六十五台収容へと順調に業績を伸ばしてきました。長男の

友一郎さんは小牧支店に勤務していて、将来の後継者のめども立っています。

一色さんは店の経営のかたわら、愛知県中華料理生活衛生同業組合の副理事長の要職を務め、調理師専門学校の特任講師として教壇にも立つという、大変多忙な日々。そうした中で、今後の方向性についてうかがうと「やはり、お客様に喜んでもらうためにも新しいメニューの開発は、絶対必要ですね」という答えが返ってきました。グルメの時代と言われる中、新しい食材は次々に出てくるし、特に中華料理ではまだ出回っていない食材が豊



『「いのちもうけの中華料理」をこれからも提供していきたい』と、今日も料理に腕を振るう一色さん

富にあります。「これを掘り起こし、上手に組み合わせていくことで、おいしくて体にいい料理を提供していかなくては」と意欲的です。

◆これからも「いのちもうけの中華料理」を

これまで順風満帆に見える一色さんの経営ですが、実は開業した後、父母や兄をがんで相次いで亡くすという不幸も経験しました。それをきっかけに一色さんが痛感したのは「食は健康に通じる」との思いだと言います。

「金もうけはビジネスだけど、それだけ追い求めると農薬や添加物など、いろんな食の問題も出てきます。そうではなく、料理はいのちのため、健康のためにつくる。お総菜でも買えば安いけど、できるだけ健康にいい素材を選び、自分たちで味付けもする。それでお客様においしかったと言われることが、料理人には一番うれしいことです」

そうした料理を一色さんは「いのちもうけの中華料理」と呼び、これからもそんな料理を提供していきたいと話しています。

◆取材メモ

取材の合間に、一色さんが「最近、とてもうれしいことがありますね」と満面の笑顔を浮かべながら話してくれました。「横浜楼」で警察関係の若い人たちの宴会が開かれたさい、心のこもった料理に加え、一色さんの宴席でのトークと行き届いたサービス、さらに宴会が終わると、社長自ら送迎バスを運転して送ってくれたことに若い人たちが感激したのでしょうか。バスが寮に着くや「今日のお礼に社長を胴上げしよう」と声が上がリ、三度、四度と宙に舞ったというのです。

「胴上げされるなんて、人生で初めて。こちらはお金をもらいう立場なのに、逆に胴上げしてもらうなんて、感謝、感激でした」と一色さん。そして「長いこと、この店をやってきて、本当によかったと思います」とも。いかにも、お客様とのきずなを何より大事にしてきた一色さんらしいエピソードです。この気持ちが店の発展を支えてきたんだな、とあらためて納得しました。