

# その15

軽食喫茶からランチ店へ  
一番人気「おまかせランチ」  
お客様の8割が女性



さぼう  
茶房 はせ

---

業 種 一般飲食店

---

代表者名 はせ ゆたか  
長谷 優

---

創 業 年 平成19年

---

所 在 地 山口県山口市吉田1925-1

---

従業者数 4人（うちパート2人）

---

電 話 090・6439・7094

---

◆閑静な市郊外、緑豊かな山に抱かれて

「西の京」と呼ばれる山口市は、山口県のほぼ中央部に位置する人口約十九万人の都市です。県都としての行政、教育、文化の中心地です。



「茶房 はせ」の全景

市内の中心部から南西に約七キロ、J R湯田温泉駅から車で十分の県道沿いに「茶房 はせ」があります。周囲は山を切り開いて開発された住宅団地や、近くには山口大学のキャンパスもある閑静なところです。創業は平成十九年一月。店主の長谷優さんが、貸し事務所だったのを用途変更し、飲食店に改装することを条件に借り受けました。和風の建物で市街地から適当に離れていて、店の背後は雑木が茂る緑豊かな山です。長谷さんが考えていたイメージにぴったりの場所だったそうです。

◆奥様と「二馬力」で頑張ろうと誓う

長谷さんは、福岡県大牟田市の出身。高校卒業後、福岡市内でも一、二を争うフランス料理店に就職しシェフとして腕を磨きますが、三十歳代に縁あって山口県下関市のフラン



木のぬくもりが漂う店内

ス料理や和食、結婚式場もある総合レストランに移りました。お客様と接することも大切という店の方針で、宴会場や結婚式場のマネジャーに。ところが四十歳代に体調を崩したため、接客の仕事はむりだと感じて自ら職を離れました。しばらくして健康食品の会社に勤務しましたが、会社の倒産で職を失ってしまいます。

「五十（歳）を前に再就職は難しい。以前から会社勤めが終わったら夫婦二人で小さなテイルルームでも開いてみたい」というのが夢でした。健康食品会社の倒産後、これまで勤めていた会社のお客様や知人たちからも情報を得て店を開く土地を探していたところ、山口市内の自宅近くに理想的な建物が見つかり、思い切って開業に踏み切りました。この時、長谷さんは四十九歳になっていました。接客業の経験のある奥様の朱実さんと、「二馬力で頑張っていこう」と誓ったそうです。

最初は、レストラン風の店も考えましたが、設備資金やスタッフの人件費などを考えると「中途半端な店では成り立たない。とは言え、ファミリーレストランやファストフード店のようなメニューではつまらない」と、店のコンセプトとして、静かな環境とくつろげる雰囲気の中かで女性同

士がおしゃべりしたり、ゆっくりと読書でもしてもらえる雰囲気のお店にしようと決まりました。

店の玄関でスリッパに履き替えて店内へ。知人宅のリビングを訪れたようなアットホームな印象です。店の内装は床から壁、柱にいたるまで板張りで、天井の梁がむき出しのままの凝った造りと素朴さが心を和らげてくれます。テーブルが十四、いすが四十脚。山側にはテラスがあつて、木製のテーブルが二セット（いすは計八脚）並んでいます。喧騒な世界からしばし逃れて、山の空気に包まれながら静かな時間がもてそうな店です。

### ◆軽食喫茶店が和風ランチの店に業態変化

「茶房 はせ」のメニューを見ると、飲み物は有機栽培のコーヒーや紅茶、健康ジュースなど九種類、軽食はオムライス、スパゲティなど八種類、デザートはケーキセット、オリジナルパフェなど八種類。これが定番でしたが、今では「和風ランチの店」として定着し、市内はもちろん、宇部市や近隣の町からも訪れるほどの人気です。

開店して半年が過ぎたころ、「喫茶では集客力が弱い。しかも一日の営業時間のうち昼の時間が空白になってしまう。この空白の時間を埋めよう」と二人で相談して始めたのが和風ランチです。午前十一時から午後二時までの三時間をランチタイムにして、「おまか



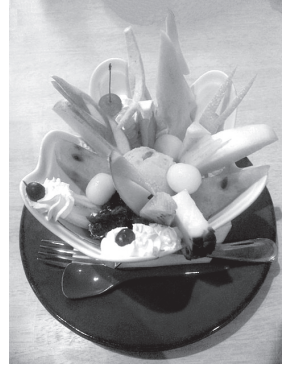
人気メニューの「おまかせランチ」

セランチ」(千二百円)と「スペシャルランチ」(千八百五十円)を限定で計二十食出しました。これがお客様の目にとまって口コミで広まり、とくに「おまかせランチ」はたちまち売り上げのトップメニューになりました。しばらくして夕食も出すことにし、五時半からの「おまかせ晩ごはん」(千二百円)をメニューに加えました。こちらは限定十五食、予約制にしました。

ランチの二十食限定について長谷さんは、「あまり期待がもてなかったし、仕込みや仕入れのこともあり試行錯誤がもてなかったし、一年間を通してランチの売り上げが全体の九割を占めるようになったので…」と言いますが、一年間を通してランチの売り上げが全体の九割を占めるようになっており、長谷さんが立てた年間目標の一・五倍の売り上げになりました。

### ◆ターゲットは主婦層

開店して三年が経過しましたが、当初からお客様の八割が女性です。とくに子育てが終わり、時間的、経済的にも余裕の出してきた四十歳代後半の主婦が多く、友だちを誘ったり、仲間同士でおしゃべりしながら時間をかけて食事を楽しんでいます。日常は外食の機会の



ボリュームたっぷりの  
フルーツパフェ

少ない主婦のおもいを存分に満たしてくれる店なのです。

一番人気の「おまかせランチ」は、前菜が小皿にのって数種類出たあと、メインメニュー、バラエティーに富んだ小鉢五品、特製サラダ。食後はコーヒーや黒ゴマのソフトクリームなど。「スペシャルランチ」になると、デザートが十種類以上の果物を使いボリュームたっぷりのぜいたく過ぎるほどのフルーツパフェ。このフルーツパフェは、ランチの付加価値を高めるために工夫を重ねてつくり上げた自慢の一品です。「デザートだけ食べたい」と訪れるお客様もいるほどで、これがランチの売れ行きにも反映し、とくにスペシャルランチの売り上げは年間を通して予想より三割増の売り上げになりました。

福岡市内の有名フランス料理店でシェフとして腕を磨いた長谷さんの経験と技がここで十二分に生きることになります。この「おまかせランチ」フィーバーについて、長谷さんは次のように話します。「メニュー単価千二百円は決して安いとは言えませんが、主婦層にターゲットを絞り、質のよい食材を使って高級感を出すことを最優先にしました。近所の奥様たちがたまに誘い合って、山あいの、静かな場所で、長い時間、ゆっくり食事を摂

■ランチタイム■  
11:00~14:00  
おまかせランチ  
¥1,200

■夕食タイム■  
17:30~19:30  
おまかせ晩ごはん  
¥1,200

※1枚につき4名様迄 ※他のクーポンとの併用不可 ※ご注文時にご提示ください 【有効期限】09.11.25迄

この広告を  
ご持参のうえ  
おまかせランチ  
又は晩ごはんを  
お召し上がりの方へ

かわいいデザートが付いてくる

お知らせ  
手作りお正月用オードブル  
2~3人前 10,000円  
ご予約承ります

茶房 はせ  
090-6439-7094  
山口市若田1925-1  
11:00~20:00  
(L.O. 19:30)  
※店休/毎週水曜日

「おまかせランチ」「おまかせ晩ごはん」のクーポン券

りながら談笑していただくための場所と時間と食事を提供したということです。『長谷家のリビング』にお迎えして食事をしてもらうという気持ちでお客様をお迎えしています。また来ていただくために、日替わりメニューにしています。

売り切れた日は玄関に「完売」の張り紙を出す日も増え、一方でランチを「予約しないと食べられない」といった噂が口コミで伝わって予約の電話がかかってくることもあり、満席でお客様が店の前に並ぶ日もあったそうです。

インターネットのグルメ店探訪欄などを見ると、「茶房はせ」の印象は、家庭的な親しみやすさが断然トップです。例えば、こんな風です。「何よりもオーナー夫人の物腰の柔らかさが良いです」「お店の方はフレンドリーで、初対面なのに親戚の家に行ったような感じがありました」。店に入って最初に受ける親しみやすさが、「おまかせランチ」などの料理の期待以上の味の良さによって顧客満足度を倍加させていると言えます。



## ◆お客様と心の通じ合う店づくり

フランス料理店のシェフや宴会場・結婚式のマネジャー時代に培った経験から、五十歳前後の女性の好みを念頭に、うす味で野菜中心のヘルシーメニューにしました。こめ、みそ、しょうゆにこだわり、生鮮品は生産農家や産地直売でまかなう地産地消を実践しています。日替わりですから、メニューを考えるのは大変です。仕入れに苦労もありますが、「お客様に飽きられたらおしまい。ここが勝負どころ」と、奥様の朱実さんや従業員の意見も参考にしながら翌日のメニューづくりを努めています。

日替わりメニューは、お客様によっては好き嫌いもあります。直接、お客様に接する朱実さんは、「お客様の名前を覚えたり、コミュニケーションも欠かせないサービスだという考えを徹底しています。鶏肉の嫌いな人には事前に魚に代えておいてあげるといった配慮も必要です。アレルギーなど体質に合わないお客様に対しては事前にメニューからその食材を外すようにしています」と言います。そこから安心と信頼感が芽生え、一段と店を盛り上げているのだと思います。

平成二十年春から山口市内に配布されるミニコミ紙に定期的



裏山と接する落ち着いたテラス席





長谷さんと奥様の朱実さん

に「おまかせランチ」と「おまかせ晩ごはん」にデザートサービス券付きの広告を出していますが、有効期間中の来客数の三割、多い月で五割近くがサービス券の利用客です。なかにはミニコミ紙の配布されていない市外からのお客様がサービス券を持って来店するケースもあり、サービス券付きは新しいお客様の開拓に大きく役立っています。

### ◆ 売り上げ、前年比六割増を目指す

当初、「期待がもてなかった」というランチでしたが、根強い人気に支えられてお客様も増えていきました。二年目は、ランチを主体にして、夕食と合わせて一日平均四十食に増やして前年比で約四割売り上げを伸ばしました。三年目の現在は「おまかせランチ」が一日二十食、「スペシャルランチ」と「おまかせ晩ごはん」が各十五食の計五十食をベースにしており、前年比六割増が目標です。

ランチタイムだけで三十五食、日によって四十食を越すこともありますが、「昨年来の不況の深刻化で前年のような勢いはなさそうです」と長谷さんは言います。座席数四十の一日平均の稼働率は七五%、ランチタイム三時間の回転率は

一・五倍。この三時間をいかに売り上げに結びつけるか、さらに稼働率を高めるためにランチタイムに頼らない夕食を含めた平均的なお客様の開拓が当面の課題といえそうです。

### ◆お年寄り、家族連れ、男性客に「アタック」

高齢化社会が進むなか、「七十歳以上のお年寄りが食べられるようなやさしい料理、つえについてでもこられるような店づくり」も新しい時代のテーマだと言います。「元気なお年寄りを外に誘い出して食事を通してひとときを楽しんでもらう。そして逆に家族や若者を連れてきてくれるような店でありたい」と、長谷さんは常々考えています。

夕食を家族でとる「おまかせ晩ごはん」は週末を中心に定着してきましたが、集客力の弱い家族連れや男性のお客様をいかに呼び込んでいくか——課題山積ですが、長谷さんは、「茶房はせ」の原点に戻って「長谷家のリビングで食事をしているようなつもりで、時間を過ごしていただける店づくり」を目指しています。

#### ◆取材メモ

「家内が広報部長なんですが」。冗談まじりに笑いながら取材に応

じてくださった長谷さん。この日のランチ四十六食をつくり上げ、一服する間もない長谷さんの表情には満足感があふれていました。飾り気のない人柄と、繊細な心配りがお客様の心をとらえているのだと思います。「店は、お客様が好みをつくってしまっ

ようなもの」といいます。お客様のニーズを的確に判断、分析して食事の内容を含めた店づくりを努めてきたということでしょうか。

途中で同席してくださった奥様の朱実さんは、店を「人生の楽園にしようね」と話し合ったと言います。自分たちのためにも、お客様のためにもそんなお店でありたいと願う温かいお二人の気持ちを感じました。

ぜひ見て欲しいと紹介されたものがありました。子どもがいないので、愛犬二匹の名前も書き込んだ表札代わりの店の看板。ローマ字で、「YUTAKA, AKEMI, KENTA, AI.」と長谷ファミリーの名前がありました。夫を信頼し、妻に感謝しながら二人三脚は始まったばかりです。



愛犬の名もある表札を兼ねたユニークな看板