

## 美味しい、楽しい、感動があるから、お客様は来てくれる

ダントツ地域No.1のハンバーガーチェーン「ラッキーピエロの独自戦略」

お客様、生産者、スタッフを「応援団」に！ 地域でダントツの秘密がここにある。

最近、私が興味を持っている函館の地域ダントツNo.1 ハンバーガー「ラッキーピエロ」の王一郎社長の著書に、こんなことが書いていました。

ラッキーピエロの1号店を開店して来年で30年になります。お店の数は17店舗まで増えましたが、ゆっくりしたペースだといわれています。

ゆっくり丁寧に一つひとつ好きなテーマを持たせながら、個性的な店をつくってきました。

正直な話、急いで拡大しようと思ったことは一度もありません。

1号店をオープンしたらお客様に行列して待っていただくようになりました。

当然、別の店をつくらなくてはならないと考えました。

しかし、もう1店オープンするには支えてくれるスタッフが必要で、彼らを1人前に育てるためには時間が掛かります。機が熟したと思ってから新しいお店をつくることにしました。

大手ナショナルチェーンさんなら、チャンスと見れば一気に店舗数を増やし、市場を占有しようとするでしょう。

それが正しいドミナント戦略というものです。

しかし、私は自分が納得したら店を増やそうと、真逆の道を選びました。

ラッキーピエロの「真逆」はいくつかあります。

例えば、原価率はセオリーを無視するくらいに高く、スタッフがあきれほどの手間をかけたメニューを開発します。また、1店1店それぞれに違ったメニューを用意しています。こんなことをするナショナルチェーンは見かけません。

地元へのこだわりもそうです。

「人気があるんだから、全国展開すればいいでしょう」とよく言われます。

これもムリです。

地元の食材、野菜やお肉を使ってお客様に食べていただきたいからです。

冷凍物は使わず、出来るだけ減農薬の野菜を使います。

お客様に新鮮で美味しいものを食べていただくには、出店するエリアは限られます。

地産地消を実現するために地元の農家さん、八百屋さん、畜産家の皆さんたちと交流させていただき、もっと函館が好きになりました。ますます地元と共に生きていきたいと思うようになりました。

そこで地元をよくするための清掃活動や募金活動などのボランティアも手掛け始めました。

これからのビジネス社会では「持続可能」がキーワードとなり、新しいライフスタイルマーケットを創り出すことが求められているのです。

中小企業の経営者の方々であればおわかりいただけるでしょうが、大手さんと同じことをやっていたのでは、到底勝つことはできません。生き残ることすら難しい。

ではどうやって戦うことができるのか。ここにヒントがあります。

地方都市である函館では、ご多聞にもれず毎年人口が減っています。

「地方再生」という掛け声こそ聞こえますが、現実には、地方の活力が奪われつつあるのを日々感じています。その疲弊は深刻なものであり、新しい活力と共に活性化のアイデアが各地で求められています。

「地域と共にあり、地域に役立つことがあれば、地域によって生かされるはずだ」

人と地域と商いの良好なリンクが、中小企業の成功の鍵(KSF)となりました。