



Success! Weekly Letter

「当社の料理は、まずくて高い」と言う創業者の真意



国内外で飲食店を経営するある会社の創業者は、よくこう言います。「当社の料理は、まずくて高い」と。冗談だと受け取る人も多いそうですが、その創業者は大真面目に、本気で「当社の料理は、まずくて高い」「あんなまずいものを出してしまって、お客様に申し訳ない」と言っているのです。

これをジムの経営者に例えるなら、「当社のジムは、悪くて高い」「あんなにひどい施設やサービスを提供してしまって、会員様に申し訳ない」と言うのと同じです。私は仕事柄、ジムやフィットネスクラブの経営者や経営幹部を多く知っていますが、こんな話を一度たりとも聞いたことはありません。一体、その創業者の真意は何なのでしょう？

それをお伝えする前に、今年3月25日に発刊された『フィットネスビジネス通巻 No.132』にこんな記事が掲載されていました。インターネットに掲載された東京商工リサーチによる「フィットネスクラブの倒産が急増、過去最多を更新中／サービスの差別化で競争激化、投資とコスト増も負担」という記事に寄せられたレビュー(コメント)の紹介です。

『「某大手クラブに通っていましたが退会しました。理由は閉館時間を1時間繰り上げて実質的な値上げをした事、コロナ前は50～60分だったレッスン時間を、感染症対策を理由に40分に短縮したまま戻さない事、平日夜間を中心にレッスン数自体が大幅削減されている事、などなど経費削減が露骨過ぎて費用対効果に合わないからです。苦しいのはわかりますけど、既存会員の心象を大幅に悪くするような会社に月1万円以上投資するほど余裕はありません』。ほかにも、『価格は値上げしているのに、逆にサービスは低下している』など手厳しいコメントが多数掲載されている。一言で言えば、『顧客志向ではない』のだ。同誌によれば、「アメリカでは、既存の会員を引き留めるために、会費を一時的に下げ、回復に伴い徐々に元の価格に戻していた」とのことです。

さて、冒頭に紹介した飲食店はサイゼリヤで、創業者は正垣泰彦氏です。「『サイゼリヤの料理は、高くてまずい』。そう言い続けていると、自然と欠点が見えてきます。問題や課題と言い換えてもいいでしょう。現状に満足してしまったら、欠点を見つけることもできません。どこに改善、改革の余地があるのかを把握せず、進化していくことは不可能なのです。私が『サイゼリヤの料理は、安くておいしい』と満足した瞬間から衰退が始まるのも、同じ理屈です」(『サイゼリヤの法則』正垣泰彦著)より)。トップのブレない姿勢と思想が社内に浸透しているサイゼリヤの快進撃は、まだ当分続きそうです。

本日も最後までお読み頂きありがとうございます。それでは次号をお楽しみに！



会員制健康ビジネスコンサルタント。ウェルネスビズ株式会社代表取締役。東京都出身。イオンで22年間、フィットネスと小売事業の現場および本社で様々な職種に従事した後、2007年に同社を退社。同年、会員制健康ビジネス領域で事業展開する中小・ベンチャー企業の経営不安を丸ごとサポートするコンサルティング会社を設立。会員数拡大、客単価向上、継続月数増を掛け合わせた「儲かる事業構築の仕組み」導入により、全国各地に高収益企業を多数生み出している。現在は、コンサルティング、講演、セミナー、執筆活動等を行っている。

お問い合わせ先

ウェルネスビズ株式会社

お問い合わせ先: <https://www.wellness-biz.jp/contact>

会社URL : <https://www.wellness-biz.jp>

TEL: 03-4530-6263

FAX: 03-3562-7822

〒104-0061

東京都中央区銀座1-3-3

G1ビル7階 1180号

免責事項

このニュースレターで提供された情報およびアドバイスによって起きた問題に関しては一切、当方やライターに責任や義務は発生しません。ここでの情報や助言を参考にした判断は、当然ですが、すべて読者の責任において行ってください。