

太田社長、語る!

ダイエー創業者、憧れの中内功氏を継ぐ。

中内氏は、当時の日本の居酒屋シーンをあまり好きではなかった「2〜3時間も腰をおろして広げた料理に手を出すことも憚られる上下関係ビッシリの飲み。きまって話すのは会社や上司の愚痴ばかり。そして最後には高いお金を出してヘベレケになって帰っていく。」これは**不細工な飲み方**なんじゃないか。もっと**スマートで誰もが負担無く、楽しい飲み方があるんじゃないか。**

中内氏はその答えを英国PUBに見出し、このHUBを日本に広めようと決意したんです。スタイリッシュで明るくて、上司も部下もなく和気藹々とお酒を飲む。軽く飲んでさっと帰ることもできるなど、利用動機に応じて自由に使える。言ってみれば、**“ポジティブクール”な食シーンの創造**を。

私は、中内氏のDNAを大事にし、頑なまでに伝えていきたいと思います。

太田 剛 氏

1961年 兵庫生まれ。大阪経済大学経営学部卒業。
1983年 旧(株)ハブに入社。
2003年 現(株)ハブ常務取締役営業統括本部長に。
2009年 5月に同社代表取締役社長に就任。

太田社長×ダイエー 「幼少時の感動体験」

チョコボール1つ30円で売っている時代、ダイエーならば27円で買えた。小学生の遠足時、決められた値段でお菓子を買うならば、迷わずダイエーに駆けつけた。同じ値段で多くの楽しみを買える。小学生ながらに感動。ダイエーが、大好きだった。

今も響く、中内功氏の言葉。

「しっかり、儲けます！」と中内さんに言ったことがあるんです。そしたら言われました。

「“儲ける”じゃだめだ。儲かる仕組みを作れ。」と。

中内さんの「本質」を見極めれば、何もかもが正しく、その理念を残していきたい、伝えていきたいものばかりなんです。

安さに徹するなら、サービスレベルを磨け。

安さに徹する。しかも“良いもの”を安く。これを実現するならば、徹底的にサービスレベルを磨いて、接客力を高いところに持っていかなくてはなりません。なぜなら、安いものを出して接客レベルが低いと、店の雰囲気は壊れます。悪い雰囲気のところに、大人は来ません。**子供の溜まり場になってしまう。商売になりません。**

たとえ価格にこだわらない方であっても、安いことに文句はないでしょう？でも、接客が悪いと不満の対象になります。**安くて接客が悪いから、やっぱりこんなもんだらうと文句が出る**んです。逆に、商品をどんなに安くしても、高い接客力があるならば、店の雰囲気は保たれます。良い雰囲気の場所に、お客様は集まるのです。しかも安い。満足していただけるでしょう？

子供の溜まり場になるか、大人の社交場になるかは、値段が決めるんじゃないんです。接客です。

私はいつの時代も、“週刊誌価格”と称して、週に一度は利用できる価格帯でドリンクやフードを提供していきます。それを推し進めていこうと思っています。

だから、もっともっと、接客レベルを上げて行きます。**どんどん接客レベルが上がるからこそ、ここまで安くできるんだ!**と、いつも言いたいですね。

HUBスタイル。HUB店舗の特徴。

◎キャッシュ・オン・デリバリーシステム

お客様がカウンターで注文して会計を済ませ、飲み物を受け取って席に移動するシステム。一杯からでも気軽に飲め、会計を済ませているので、そのまま帰ることができる。更に、席を自由に移動して店内の他のお客様とコミュニケーションを図ることができる。ハブならではのスタイル。

◎[商品] ドリンク

売上高の8割のシェアを占めるドリンク。オリジナルエール、ギネス、国産ビールを主力としているが、カクテル類、ワイン、ウィスキーも豊富に揃えている。カクテル導入時には、「アメリカかぶれ」「英国PUBではない」との意見も出たが、結果客層の広がりや支持の高まりを生み、英断であったと振り返る。ちなみに現在、英国のPUBでも、カクテルを提供する店が増えてきている。

◎[商品] フード

イギリスの代表的な家庭料理「フィッシュ&チップス」を中核商品に据え、その他、お酒によく合うオリジナルメニューを提供している。

◎[商品] A Taste of Britain

「A Taste of Britain」は、駐日英国大使館が展開している英国のフード&ドリンクをプロモーションするキャンペーン。HUBはこのキャンペーンの協力パートナー企業として、英国の食材を使用したオリジナルフード&ドリンクを販売。

◎イベント

それぞれの地域のサッカークラブのサポート企業になるなど、スポーツ観戦や季節のイベント、UKロックライブなどを積極的に開催。それらのイベントを通して、ともに感動し新しい仲間ができるような場の提供を行う。

◎プロモーション活動

映画とのタイアップや、英会話教室のレッスン会場として店舗を提供するなど、他業種とのタイアップも積極的に行う。

自分達で作り出す自分達のための福利厚生。

従業員の生活を充実させる制度は、会社から与えられるものではなく、自分達で作り出す。そんなハブらしい発想から形となったいくつかのイベントをご紹介します。

- ★旅行会 : ほとんどの従業員が参加する一大イベント。2005年から毎年実施。
- ★スポーツ会 : 社員だけでなく、アルバイトやお客様まで参加できる。常連さんチームとフットサル大会・野球大会を実施したり、垣根を越えた繋がりを作るのも魅力。
- ★家族サービス : ハブの家族サービスは大きく分けて2つ。
「家族会」旦那様・奥様・お子様みんなが集まってBBQ大会などのイベントを年2回実施。
「パースデー記念」社員の配偶者の誕生日に「社長からの直筆メッセージ」&「花束」を内緒でお届け。
- ★従業員総会 : 店舗で働いているアルバイトこそハブの主役。クラブを貸しきって全従業員が集まるイベント。今では総勢400名が参加する大イベントに成長。

憧れるPUBシーン。

「良いPUBは、お客様がグラスを下げてくれるんだよ」

そう英国PUBで教えてもらったんです。お客様が毎日のように来て、自分の店だと思って。だから自然と飲んだグラスを返しにきてくれる。お店の世話をしてくれちゃうんです。そして軽快で親密な挨拶を交わして帰るんです。素敵ですよね？

そしてもうひとつ。いつか言われた言葉があるんです。「この店、おじいちゃんが好きだったんです。」って。100年企業ということ。何代にも渡って愛されて、その思い出話をし合う場所。変わらずそこにありつづける場所。それが本場のPUBの形です。そんな企業に、なっていきたいです。

採用のポイントは1つ。

新鮮なレタスがなければ、新鮮なサラダは作れないんです。

だから採用には気を遣います。

誰でも教えれば技術面はできるようになる。今の技術力がどうのというのではなく、**理念を理解する素養があるか**、そこを重視しています。

言い続ける。率先する。

文化を広めようというのですから、**自分の言っている事とやっている事の同一化**は大事です。本部とお店(現場)というのは、どうも溝がしやすい。自分が店長の時見ていて、やっぱりおかしいと思っていました。

だから、経費を見直せよと現場に言うのなら、通勤時タクシーで往復なんてできません。自分にもムダがないか、徹底的に第三者の目を持って確認します。**誰よりも率先垂範し、言い続ける自分作り**をいつも意識しています。

ハブの為なら、人格すら変える。

PUB文化の浸透を目指すということは、英国の文化を日本に広めてくということ。文化を広めるというのは、とてもやりがいはあるんですけど、一朝一夕にいくわけじゃないから非常に難しいし地味なんです。もっと急速に、もっと儲かる店なら若い人が作れるでしょう。でも、じっくり愛されて文化を広めるような店を築いていくには、「**理念**」を時間をかけて浸透させることが全てです。そこが私の役割です。

お客様のニーズは、店長の方が確実に知っているんです。毎日真剣にお客様を見ていますからね。でも、**やるべき事と、やってはいけない事は「理念」が決める。**

だから私は、今何でこの価格か、今何でこの店をやるのかを従業員に叩き込む、ルーツを注ぎ込む事に注力しています。「**育てる**」とは**経営理念を伝えること**だと私は思うんです。

現場主導で動いてくれていい。だけど理念だけは体に染み渡るほど伝えたい。そうしたら、どれだけ店を増やしても怖くはないんです。

自分ももともとそんなに固い人間じゃないんです。大雑把だったり、適当だったりもするんです。でも、**ハブのことにになると人格が変わります。**ガチガチに固くて、つまらない人間なんじゃないかと思う程です。身の丈のことをしたいと常に思っています。

でも、文化を広めていく作業って、こういうものではないかと思うんです。

