

すぎなみ大人塾（昼コース） 「私が起業するコミュニティカフェ」公開講座

演題：起業のイメージづくり

講師：奥谷京子（WWBジャパン代表）

日時：2008年1月26日（土）午後1時30分～

会場：あんさんぶる荻窪第1・2・3教室

講演概要

直営のカフェ経営をはじめた理由

WWBジャパンは、設立18年、5000人以上の受講生と1000人を超える起業家を送り出してきた。起業支援をするにあたり、実際に自分たちで店を運営することで、「起業家のつまずきやすいところ」がわかり、リアリティーのあるアドバイスができるのでは、と考えた。

「アサンテサーナカフェ」（目黒区三田）

健康的な食事を提供する「マクロビオテック」をコンセプトにしたのは、カフェの食事を「はれの日用」のものでなく、日常的に食べて健康になってほしいという意味を込めた。そのための「価格設定」を考え、それを実現するための工夫もした。価格を抑えるために、有機野菜をいつでも一定量確保するために、群馬、埼玉、千葉などの農家と直接取引している。

飲食業起業を目指す前に考えてほしいこと

飲食は「儲かる」からでなく、とことん「好き」ではじめないと続かない。

オープン3年で5割、10年で9割がつぶれると言われる世界である。

ただし、事業にするなら「好きなこと」でなく「経済的な見方」で選ぶ。

ライフスタイルを見直し、自分の「できること、できないこと」を分けて考えてから、事業を絞り込む。あれもこれもできるとしても、ひとつに絞ることがポイント。

動機を明確に。

たとえば、家族がアレルギーだから安全で健康な食を提供したい、など理由がはっきりしているほうが続くし、共感を呼ぶ。

飲食業の成功のポイント～「アサンテサーナカフェ」を例にとって

店のコンセプトをはっきり。

カフェの最寄り駅の恵比寿は駅付近に飲食店が多い。同店は駅から徒歩10

分の裏通りにありアクセスは必ずしもよくない。そのため、素通りで見つけてくる客はほとんど望めないため、「わざわざ来てくれる店」にするためのコンセプトづくりを考えた。

どういう客に来てほしいか。

「マクロビオテック」は注目されているが、かといってベジタリアンやアレルギー対応食などにこだわる「限られた人」が来る店ではなく、誰でも健康的なメニューを楽しめる店にしたかった。そのため、「雑穀のおいしさ」を発見してもらうための「食べやすさ」とメニュー内容の「わかりやすさ」を考えた構成を目指した。

場所選び。

昼間は、クリエイターの多い土地柄のせいか、「不規則な生活の中で一日一回はちゃんとしたものを食べたい」という人や、菜食主義の外国人が多く、夜は家族連れも多い。アレルギーの家族がいて外食しづらいが、ここならOKという客も念頭に置くこと。

裏方は「白鳥の水かき」である

カフェの落ち着いた雰囲気と反して、裏方は大変。それを表から見えないようにするのがサービス業である。また、立ち仕事であり、初心者は三日で体力の限界になることもある。

家庭料理と店で出す料理の違いを心得て

ヘルシーなメニューは色が単調になりがち。おいしそうに見せる「盛りつけ」のテクニックが必要。

サービススタイルに合わせた皿数の工夫

運ぶのが一度で済むようにワンプレートのランチにするなど。

スタッフのルールの決め方

分業にするか、客ひとりにスタッフひとりが付く体制にするか。人員配置と役割分担が必須。そうでないと、店が混んでくるとパニックになりやすく、オーダーが通ってないなどのミスにつながる。

飲食業初心者は、経験のためにどこかの店で働いてみるのもおすすめ。一日の流れなどがつかめる。

飲食店のスタイルいろいろ

目的来店型

(例) 広島「からっぽ」<http://www.mapple.net/spots/G03401122403.htm>

スローカフェの先駆け。市内の山奥の廃屋を作り直したお店だから「からっぽ」。女性オーナーが07年12月に閉店後も、客の有志が続けている。何をしても自由。歌を歌うのも、薪を割るのも、昼寝をするのも(営業マンが

昼寝をしに来る)

複合型

カフェと雑貨の店、ブティック、食器の店とカフェなどの複合。失敗しないコツは、飲食と物販の責任者を分けること。あれもこれも同じ人間がやると両方ダメになることが多い。ひとつに絞り、他は割り切って利益を求めず、「手を抜く」ことも必要。

(例) 茨城県笠間「きらら館」(和食器販売)

<http://www.kilalakan.jp/index.html>

物販、ギャラリー以外に喫茶コーナーを設置したが、「そこまで手が回らない」とコーヒーを無料に。無料のドリンクを飲むかわりに「何か買わないと...」と思う客もいるので、食器の売り上げに貢献する効果も。

飲食業をはじめると決めたら

金融機関を説得できる数字を出せる「事業計画」をたてる。

席数と客単価がわかれば、1日の売り上げが決まる。ただし、いつでも満席はありえない。経費をどのくらいにするか、純利益はどの程度かなど、第三者を説得できる数字にする。甘い見積りをしても融資は受けられない。勢いで起業する人が多いが、計画+検証が大事。

いつ、どういう客が、どのくらい来るかが見えにくいだが、記録(検証)していくと、給料日前は客数が減るなどの「傾向」がつかめる。そうした場合の売り上げ確保の企画も必要。例えば、「テイクアウト」を併用する、イベントを企画するなど。

開店後すぐに客が殺到した場合の「さばき方」のシュミレーション。また、客足が途絶えたときに、どんな「次の手」を打つか、事前に考えておく。

オープンまでの手続きなどの注意

物件探し

ぴったりの物件との出会いは、「運とタイミング」。200件見たというケースも。ただし、これという物件が見つかったら、家賃が発生する契約後1, 2カ月で開店できるようスピーディーに準備するのがおすすめ。

契約時の注意

「重要事項説明書」を落ち着いて読むこと。契約時はたいてい舞い上がっているため、大切な契約上の注意を見落とさないため。例えば、抵当権がついているかどうか、水道が通っているかどうか、電話回線の数、キズの有無(契約解除の際に原状復帰が条件のため)なども要チェック。

居抜き物件を借りる場合の注意

前の借り主の業態や使い方によっては、結局改装が必要になることも。調理台の種類、高さ（使う人の身長による）などの確認を忘れずに。

保健所の許可。

提供する商品やサービスの種類による。内装業者などが飲食店の経験があれば、教えてもらえるはず。

起業する心がまえとして

社会貢献も考えてほしい。

なぜ、事業をはじめめるのか。その「想い」のなかに、社会貢献、地域貢献も含められると理想的。店を構える以上、なんらかの「課題解決」の場にもなることを考えてほしい。（例）WWBジャパンで20年販売していたフェアトレードのコーヒーを、「アサンテサーナカフェ」で扱っている。「フェアトレードの商品を袋詰めで売るだけでなく、お客に実際に味わってほしい」と思っていた。カフェで提供することで、フェアトレードのPR、途上国の支援にもなる。同時に恵比寿では新しいカフェのスタイルにもなり、差別化にもなっている。

成功の意味について（参加者からの質問より）

成功はひとつではない。売り上げや店の規模の拡大だけが成功の目的とは限らない。WWBジャパンで学んで起業する8割が女性。「自分の成功とはこういうこと」という価値観は人それぞれ。「子育てと事業が両立できるのが成功」という人もいる。

（例）長野県名産「おやき」を販売する「和楽」のオーナー、座光寺さん

「おやき」が好評でサービスエリアなどでも扱ってもらうようになり、さらに販路拡大を目指すのかと思いきや、今度は「高齢者の食を豊かにしたい」と「配食サービス」も開始。オーナーの方向性は、商品の販路・売り上げ拡大よりも地域の課題解決を目指して事業を「深く」するという。それも、ひとつの成功のスタイルである。

参加者からの質問より

はじめにお金をかけすぎない

起業する方にいつも言うのは、「はじめはなるべくお金をかけないで」ということ。ターゲットや店の雰囲気にもよるが、備品などを揃えるときも、買う以外の選択肢を考えてほしい。「作る」「もらう」「捨てる」という方法もある。家に眠っているものを活用する、カフェなら椅子がちぐはぐなものも逆におしゃれに見せることも可能。格安の新古品の活用もおすすめ。

地方で起業の場合。

地方は、素材の宝庫。人口は少ないが、いいモノを使った事業ができる。

(例) 北海道・千歳のアイスクリームショップ「花茶」

<http://www.kacha-ice.com/>

夏場の繁忙期は1日2000人の客が来る。「260円のアイスクリームには景観代も入っている」とのこと。確かに地平線の見える景観がすばらしく、飛行機で、日帰りで買いに行く客も。

WWBジャパン直営「アサンテサーナカフェ」について

<http://www.p-alt.co.jp/asante/archives/cafe/>

05年7月リニューアルオープン。コンセプトは「マクロバイオテック」。無農薬無化学肥料でつくられた玄米、雑穀と旬の野菜、保存料を使わない調味料を使ったメニューを提供するカフェ。コーヒー、紅茶は海外のオーガニック・フェアトレード商品を使用。