

七十七ビジネス大賞受賞

第14回(平成23年度)

企業 インタビュー

Interview

株式会社利久

代表取締役 亀井 利二 氏



会社概要

住 所：岩沼市吹上2丁目2番36-1号

設 立：平成2年(創業：昭和63年)

資 本 金：30百万円

事業内容：飲食店業(牛たん店)

電 話：0223(29)3440

U R L：http://www.rikyu-gyutan.co.jp

「本来の牛たん専門店の良さ」と「豊富なメニューを取り揃える居酒屋の良さ」を融合させた「利久スタイル」を実現、牛たんのおいしさを全国に広める宮城を代表する牛たん専門店

今回は「七十七ビジネス大賞」受賞企業の中から、株式会社利久を訪ねました。当社は、昭和63年創業以来、県内を中心に関東や福岡へ31店舗を展開する牛たん専門店です。牛たんの店というと必ず挙げられる「利久」は何度訪れても飽きさせない豊富なメニューで多くの顧客を集客することに成功しています。当社の亀井社長に今日に至るまでの経緯や店舗展開などについてお伺いしました。

キーワードは三つの「感」

——七十七ビジネス大賞を受賞されたご感想をお願いします。

宮城県内に多くの企業がある中で当社が選ばれたことには大変驚きました。今でも不思議に思っています。

周りの皆様からもすぐ電話をいただきましたし、七十七ビジネス大賞の受賞が掲載された新聞記事もたくさんの方が見てくださったようです。お褒めの言葉を頂戴し、受賞の喜びを感じております。

頂いた奨励金はお世話になっている地元岩沼で貢献できるような使い方をしたいと考えています。

——社名の由来について教えてください。

何も特別なことはありません。創業当時、たまたま「千利休」の映画が放映されていたのがきっかけでした。「千利休」の生涯に感銘を受け、また、私の名前の「利」の一文字も入っていたこともあり、「利休」という社名にしようと思いました。そして、「休」の字を永久の「久」の字に変え、「利久」という社名にいたしました。

——経営理念についてお聞かせください。

「感謝」「感動」「感激」この三つの「感」をキーワードに、常に仕事に取り組んでいます。

そして、常に「それでお客様が喜ぶますか？」という問いを念頭に置いて仕事に取り組んでいます。

——会社設立の経緯について教えてください。

高校卒業後、簿記の学校へ入学したのですが、学費を自分で稼がなければならなかったため、学校に通いながら、全国チェーンの居酒屋でアルバイトをしていました。次第に、学校よりもアルバイトの方が楽しくなってしまう、学校を中退しアルバイトをしていた居酒屋に就職する道を選びました。

23歳の時に当時赤字運営であった岩沼の店舗での独立の話をしていただきました。大きなチャンスだと思ったのですが、当時わずかな貯金しかなかった私にとって出店資金を準備することは簡単なことではありませんでした。親や親戚中に頭を下げ、なんとか資金を工面し、妻から借りた10万円を元手に岩沼で新しいスタートを切ることができました。

赤字経営だった店の売上げを2倍に伸ばすほど経営は好調で、翌年には船岡へも出店することができました。若かったこともあり、体力任せに朝から晩まで寝ないで働きました。しかし、そのような日々が続き無理が祟ったのか、体調を崩してしまいました。

家族もおりまして、このままの生活ではいけないと思い、新しい事業を考える必要がありました。その時思いついたのが「牛たん」でした。牛たんのような単品商品であれば仕入れや在庫管理などもやりやすいのではないかと考えたからです。また、居酒屋の店長をしていた頃、隣が牛たん屋で、仕込みや焼き方を見せてもらったことがあり、その時から頭のどこかで「牛たん」という気持ちがあったのかもしれない。

26歳の時に牛たん店を開くための修行を始め、自信がついた頃、八乙女に利久一号店をオープンいたしました。



岩沼店

「利久スタイル」の確立

——設立から現在の事業形態である「利久スタイル」に至った経緯についてお聞かせください。

仙台の名物に「牛たん」が挙げられるようになったのは実は最近のことです。今から24年前、八乙女に一号店を出した頃は、ごく一部の牛たんファンで成り立っており、女性同士やカップルで牛たん屋に行くということは考えられない時代でした。しかし、昼時になると牛たん屋の前にサラリーマンが行列を作っていたので、牛たん屋ののれんを下げれば行列ができるものだと思っていました。もちろんその考えは甘く、お客様が入るようになるまで一年ほど掛かりました。また、名前も知られていなかったために、焼肉店と勘違いして入ってくるお客様がいたり、牛たんしかないのでは時間を待たせ「カラオケはないのか」と聞かれたりする状況でした。

ある時、常連になっていただいたお客様に、「奥様も一緒に来てもらえないですか」とお話ししたところ、「うちの妻は牛たんを食べないので、一緒には来れないな。何か他に食べられるものがあれば別かな」という返事でした。そのことがヒントになり、居酒屋を営んでいた経験から、刺身であったり、簡単な煮物であったり、牛たん以外の商品もメニューとして提供することにしました。牛たん専門店でありながら、牛たん以外のメニューも充実させ、お客様がゆったりと時間を過ごせるようにしたのです。これがお客様に受け入れられ、「利久スタイル」と呼ばれるようになりました。

——牛たん料理の他に各店舗でオリジナルのメニューを提供されているそうですね。

当社の特徴として、素材の牛たんは全て同じ工場から各店舗へ配送していますので、牛たん焼きに関するメニューは各店舗同じものなのですが、牛たん焼き以外の創作料理は各店舗の職人がそれぞれメニューを組んでおり、店舗によってメニューが異なります。和食が得意だという職人もいれば、洋食が得意だという職人もいます。そのため、各店舗の職人が得意分野を活かしたメニュー構成となっています。

また、立地条件によってメニューを変えています。通常の食事、友人と軽く飲む、家族で食事をする、仕事の接待で利用する等、立地が違えばお客様の使い勝手も変わってきます。そのため、当社ではその立地に合ったメニューを提供しています。

——商品開発への取り組みについて教えてください。

牛たんという材料は、全て「焼き」に使用できるわけではありません。当社で「焼き」に使用できる部分は、牛たん1本のおおよそ3～4割程度で、皮を除けば、残りの6～7割は「たん下」「たん先」といわれる、「焼き」には使用できない部分です。通常「焼き」に使用できない部分は、テールスープの具材に使用したりするのですが、それだけではとても使い切れませんでした。以前は、業者さんに引き取ってもらうこともありましたが、それでも余ってしまうことがほとんどです。

また、牛たんの「焼き」だけでは、相場変動の影響があり、利益を出すのに大変な苦勞があります。牛たん1本を全て使い切るためには、それぞれの牛たんの部位の特徴を最大限に活かした料理を考案することが必要でした。

まず、「焼き」に使用できない部分の美味しさを引き出すために加工技術をもった業者へ依頼し、少しずつ形にしていくことにしました。

煮込んで美味しいところはカレーやシチューにしてみたり、脂がのっていて挽いても美味しいところはハンバーグや団子にしてみたりと試行錯誤の末、徐々に形になっていきました。

パンを添えた「牛たんトマトソース煮」は、女性



牛たんを使ったメニュー

向けに開発した商品で、今では人気メニューとなっていますが、牛たんにパンという発想は創業当時の20数年前では考えられなかったことです。当社商品は突拍子もない発想で生まれたものや全国をまわってヒントを得たものが多くあります。

牛たんという単純な素材だけに、自社だけではできないものを周りの協力をいただきながら形にしてきました。今後も商品開発は積極的に取り組んでいきたいと考えています。

非効率な「手作業」へのこだわり

——美味しさの秘訣、御社の特徴、こだわり等について教えてください。

美味しさの秘訣の第一は材料である牛たんの吟味にあります。食肉商社から牛たんのサンプルをもらい、肉質・肉の色・脂の乗り具合等を見ながらいつも通りに仕込みをし、焼いて試食をします。これで合格しなければ、仕入れを検討することはありません。また、良い牛たんを確保するためには、毎年現地に行くことも惜しみません。飼育方法、与えられている餌、育てられている環境等を確認し、自分の目と舌でしっかり判断しています。当社の特徴として、牛たんが厚くて柔らかいということが挙げられます。また、仕込みの工程を全て手作業で行っているということも特徴の一つです。手作業でスライスし、手振りです塩・こしょうの味付けを行い、その後、冷蔵庫で3日ほど熟成させ、お客様に提供できるようになります。

他社との違いはそれほど大きなものではないか

もしれません。しかしながら、原材料の品質の吟味を自分の目と舌で行い、下処理、スライス、味付け等の仕込みを全て手作業で手間を掛けて行うというスタイルは創業からのもので、店舗が増え、仕込みの量が増えた現在も全く変わりません。たとえ非効率であっても昔からこのやり方を変えないこと、これが当社のこだわりです。手間暇を掛ける非効率な仕込みは、時代に逆行するようものかもしれませんが、当社にとって譲れないものであり、それが自慢でもあります。「素材にこだわる」、「品質にこだわる」、「手間暇をかける」、これらのこだわりが優位性とは言えないまでも、お客様に支持していただいている理由の一つであると思います。

本場仙台の牛たんを全国へ

——牛たんを全国的に広めた活動について教えてください。

東京の百貨店の催事イベントに呼ばれたのがそもそものきっかけでした。予想以上の大盛況で、「牛たんってあんなに厚かった？しかも美味しいよね。」とたくさんの方々に興味を持って頂くことができ、これをきっかけに他の催事イベント等にも誘われるようになりました。元々、県外に店を出すつもりはなかったのですが、もっと多くの方に本場仙台の牛たんを食べていただきたいという気持ちもあったものですから、まずは紹介された埼玉県越谷市のショッピングモール「イオンレイクタウン」で挑戦してみようと一歩を踏み出しました。

レイクタウン店は連日1～2時間待ちの行列がで



牛たん定食

きるほどの大盛況となりました。そして、その行列を見た全国のバイヤーの方から出店のお声を掛けていただくようになりました。県外に店舗を増やしてしまうと仙台へ牛たんを食べに訪れる観光客が減ってしまうのではないかと懸念もありましたが、全国展開は仙台の牛たんを知ってもらえるいいチャンスだと思い、お声掛けをいただいたJRをはじめ、駅周辺の施設へ出店し、店舗数を増やしてまいりました。現在展開している「利久」31店舗のうち6店舗が県外店舗となっています。

福岡も含めて、東京・関東への出店は、周囲の人たちに恵まれたからこそ実現できたことを忘れる訳にはいきません。私一人ではここまで店舗を拡大することは難しかったと思います。従業員を含めた周囲の人たちの後押しやフォローがあったからこそ挑戦することができました。感謝の気持ちを忘れずこれからも邁進していければと思っています。

徹底的な衛生管理

——食品の安心・安全を確保するための取り組み、衛生面での取り組みについてお聞かせください。

根本的に、安全なものだけを商品として提供しています。安全なものを提供することは、お客様の安心につながります。

生産加工の各段階では、加工の各ラインを完全に分離しそれぞれ独立した作業を行い、また金属探知機を使用して異物混入の危険がないかを確認しています。また、工場内の温度管理も適正に行い、冷蔵庫・冷凍庫の温度についてもチェックシートにより常に管理しています。店舗においては、第三者機関による抜き打ち検査を行い、厨房などの衛生管理を徹底的に行っています。

また現在、宮城県のHACCPの申請を行っている最中です。第一段階はすでにクリアいたしました。今年一年の間に何度か調査に来ていただいて、その後認定となります。現段階では百点満点に近い評価をいただいております。HACCPを取得することで、お客様から見た時に、一つの安心材料にいただければと思っています。

——顧客満足度向上への取り組みについて教えてください。

い。

サービス業に携わる者として、「お客様を見てご挨拶していますか？」というような、ごく単純で基本的な部分の徹底した教育が第一です。基本的なことをきちんと行っていれば「感謝」「感動」「感激」していただけるのではないかと思います。

今後は、第三者機関にお願いをして出口調査をすることなども検討していく必要があるかもしれません。お客様の声をこれからも大事にしていきたいと考えています。

企業は人なり

——従業員の採用について教えてください。

現在、従業員数は約830名です。新卒の定時採用では30名前後採用し、中途採用では平均10～15名を随時採用しております。今後も、社員・パートを問わず、地元からの採用に力を入れていく予定です。当社はサービス業であり、「お客様に喜んでいただく」「感動していただく」ことが仕事ですので、人柄を見て採用しています。お客様にはご迷惑を掛けることもあるかもしれませんが、人柄を見るために1～2ヶ月の試用期間を設けており、その試用期間を見てから社員として採用をします。

——人材育成への取り組みについて教えてください。

どの会社でも同じでしょうが、当社でも「企業は人なり」と考えており、従業員の教育・育成には力を入れています。

新卒採用者には、「利久とは」、「牛たんとは」、



岩沼工場

「店舗の営業について」等の基礎的なことを研修を通じて指導していきます。中途採用者には、3ヶ月くらいの期間で、今後一層伸ばしていくべきところ、修正していくべきところ、これからの利久の社員としてどうあるべきかを教育していきます。また、指導する立場になった者に対しては、外部から講師をお招きし、店舗営業についてや、目標の設定と経過・結果管理、予算管理、人事管理等について毎月集中的に研修を行っています。

お客様が何を求めて「利久」に来店されるのか、どんなサービスを提供すべきなのか、お客様の「また来るよ」の一言をいただくためにはどうしたら良いのか、そのためには、普段からの教育が大事だと考えています。

「仙台の食文化」を次の世代へ

——社会貢献への取り組みについてお聞かせください。

会社設立から22年余、社会貢献として具体的なことはあまり考える余裕はなかったというのが正直なところかもしれません。ただ、仙台の食文化である牛たんに真摯に取り組み、それを大事にそして大胆に展開してきたと自負しています。仙台市・仙台市近郊・関東圏・福岡市等に出店することで、その取り組みは少しずつですが形になってきているように思います。60数年の歴史を持ち「仙台の食文化」となっている牛たん。その業界の一員として参加させてもらうことに感謝しています。そうでなければ、「牛たんの利久」として全国に知られることもなかったと思うからです。だからこそ、仙台の食文化である牛たんを次の世代の人たちに伝えていくことが、社会貢献になるのではないかと考えています。

これから先10年くらいは、店を繁栄させ、雇用に拡大していくことに力を入れていき、次のステップが来た時には、違った形で社会へ貢献していければと思います。

——今後の事業展開についてお聞かせください。

主要都市に一軒ずつ出店できればと思っています。現在、各方面の方々よりお声を掛けていただいております。小さなお店ですが、渋谷ヒカリエ、東京ス

カイツリー、大阪駅、大阪阿倍野の近鉄百貨店への出店が決まっています。

商品開発の面では、今後はお弁当やお惣菜といった中食の分野に力を入れていこうと考えています。少子高齢化や単身世帯の増加を見込み、広く販路を拡大する意味でもお弁当というのは今後必要になってくると思います。当社では、東京に出店してからお弁当を販売するようになったのですが、東京でのお弁当の売れ行きは、平日600食、週末ですと1,000食ほどを売り上げておりますので、このまま中食ビジネスの方に入り込んでいければと思っています。

仕事ができることに感謝する

——このたびの東日本大震災についてお聞かせください。

被害に合われた方は大変な思いをされていると思います。私は震災当時、博多店のオープニング準備のため2月中旬から博多におりましたので、震災で地元宮城がこのような被害になっていることに気が付きませんでした。一緒に博多に行った従業員が、テレビのニュースに気付いて教えてくれたのですが、テレビの映像を見た時にはショックで茫然としてしまいました。夜中に何人かの社員と連絡をとることができたのですが、被害状況も分かりませんでしたし、何より全従業員の安否が心配でした。翌日、急いで飛行機に乗って仙台へ帰って来たのですが、私はその場ですぐに指示を出し、博多店へ戻ることを決断しました。仙台は店が開けられる状況ではありませんでしたし、雇用を守るためにも会社は倒産するわけにはいかなかったので、現状で開けられる店で精一杯のことをしようと考えました。結果的にその決断は間違っていないと思います。私が冷静になってすぐに行動をとることができたのは震災の影響がなかった福岡で考える時間があったからだと思っています。

年末に社員を集めて私が話したことは「仕事ができることに感謝しよう」ということです。この度の震災では、励ましの言葉をいただいたり、支援をいただいたり多くの方々に助けていただきました。今

まで通り仕事ができていることは「当たり前」ではありません。これからも感謝の気持ちを持ち続け、日々の仕事に取り組んでいきたいと思っています。

——いち早く炊き出しなどの活動をされていましたね。

米とガスはありましたので、塩おにぎり、味噌おにぎり、牛たんの煮込み、豚汁などを作って岩沼と名取で炊き出しをやらせていただきました。困っている人がいるのだから材料があるうちはやろうとすぐに指示を出しました。決して満足できるようなものではなかったかもしれませんが、普段お世話になっている地域の皆様にいくらかでもお返しができればと考えた結果です。

成功する秘訣

——最後にこれから起業される方へアドバイスをお願いします。

全て準備が整ってから何かをするということはありません。100%準備が出来てから行動に移そうと思っていたのでは日が暮れてしまうし、歳をとってしまうだけです。100%揃っていないでも失敗を恐れず、まず一歩、行動を起こしてみてください。行動を起こして初めて気が付くこともたくさんあります。「まずは行動すること」それが成功する秘訣だと思います。



亀井社長

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後ますますのご発展をお祈り申し上げます。

(24. 1. 27取材)