

海外日本食 成功の分水嶺(37) 繁盛飲食店サポート「メニューデザイン研究所」<上>

外食

連載

2017.10.06 11602号 03面



繁盛飲食店サポート企業「ウイングッド」が展開する「メニューデザイン研究所」のタイ支社長、近藤かおりさん(中央奥)＝タイ・バンコクで小堀晋一が9月20日写す

●メニューはセールスマン

大阪に本社を置く繁盛飲食店サポート企業「ウイングッド」は、レストランのメニューブック作りを手掛けるプロフェッショナル集団。その制作部門「メニューデザイン研究所」の海外拠点がタイの首都バンコクにある。

支社長の近藤かおりさんは同社創業期からのメンバーで、赴任して満5年。これまでにタイで作ったメニューブックは250点余りと、今ではタイの飲食業界ですっかり知られた存在となった。

11年前、出身地の大阪で仕事を探していた近藤さん。仕事とプライベートを分けがちな日本社会に疑問を感じ、「自分の好きな食べることを仕事にしたい」とウイングッドの扉をたたいた。麻雀店が入居する建物の2階の事務所には

社長以下わずかなスタッフだけ。

「営業は君に任すや」と社長の一声があつて以降、レストランを訪ね歩いては、ひたすらメニューブックを作り続けてきた。

日本食ブームが続くタイに進出しようと会社が決断した時、真っ先に白羽の矢が立ったのも近藤さんに対してだった。考えたこともなかった海外での暮らし。退職も真剣に考えて「行きません」と一度は断りを入れた。だが、「こんなチャンス、そうそうないで」と周囲から説得されて覚悟を決めると辞意を撤回。身体一つで独り海を渡った。

知り合いがいるわけでもなく、タイ語も地理も商慣習も一切が分からないタイでの生活。まさに無からの創造だった。無我夢中で飲食店を歩き回り、アポを取った。信頼関係を築くのが日課となっていた。「1から100を作ることのできる人は天才。でも、私にはそんな能力はない。あるのは、0から1を作る忍耐力と愛嬌(あいきょう)、そして度胸だけ」と近藤さんは振り返る。

「初対面でも断れきれない魅力」とも自身を表現する。こぶしの効いた河内弁を聞いているうちに「この人の話を聞いてみよう」と思うようになるのだという。見ず知らずの企業トップにも用件を作り上げていきなり電話を入れる。2分の1以上の確率で会うことができる。「事業の立ち上げとはそういうこと。全ての人ができることではないはず」。自信は実績の裏返しでもある。

レストランでの話の中心は、もっぱらメニューブックの重要性。ツールの一つほどしか考えていないオーナーらに、集客の鍵となる大切なものと説く。「お店の魅力をお客さんに分かりやすく、伝わるようにまとめたものがメニューブック。言うならば、その店のナンバーワンセールスマン。一番大事なところを徹底的にやることで繁盛店への道筋が見えてくる」

今や国内で3000店にも達しようというタイの日本食レストラン。だがその一方で、ちょっとした気遣いや工夫を添えた盛り方など、タイ人従業員の接客能力やホスピタリティーは必ずしも日本国内で求められる水準に達しているとはいえないのが現実だ。

「私が自信を持ってお薦めするメニューブックでそれを補ってほしい。一緒に繁盛店の道を開いてほしい」。今日もバンコクの飲食街を闊歩(かっぽ)する近藤さんの姿がある。

(バンコク=ジャーナリスト・小堀晋一)

Copyright © 2015 日本食糧新聞社 All Rights Reserved.