

2021/6/14

(うとQ世話し コロナ渦後飲食業絵姿)

街中が嫌で渦中逆に滞在人口が増えた郊外に居た事。

店の規模が小さく売上高減少で員数人件費、家賃、リース費用等固定費のはみ出しが比較的少なかった事。

味だけではなくそれ以外の無形資産(話題の提供)にも開店当初から投資をし、継続してきた事で「この店にしかない」独自性が生れ「味以外の気になる何か」でご来店数激減を回避出来た等、

諸処の幸運から現コロナ渦の大波の中で未だ当店は辛うじて存続しております。

その発想の根底にあったのが

「お客さん(たまたま隣に居る人)との交流を第一目的とする」

というもの。

ここでいう「交流」とは何も「仲良し小よし」な関係だけではなく「時には言い合いをする」「時には一肌脱ぐ」「可能な限り本心の話をする」といった「手応えのある密な交流」を指しています。

大袈裟な言い方ではありますが、自分が最初に思い描いた言葉そのままを使って申せば

「良くも悪くも、こころの琴線に触れる」

でした。

そうした包含的な上位概念を持って運営してきた事がある程度「奥懐」となり幸いした様です。

そうして今、此れ等の考えを元に今後の飲食業界(接客業界)の在り方を描いてみるとまず

味だけではなく「味とスタッフ(人)」

を両輪とし、その舞台としては郊外型小規模多店舗展開を大前提とする。

具体的に申せば、

お客様に対しては

「調理場と客席が近い事での臨場感」

「人声と温度の伝わる距離感」

「次回来店時、常に何かしらの発見」

を重視し

従業員に対しては

お客様へのスタッフサービスの質の向上を目的として

「細かい就業規則の廃止。せいぜいあったとして「嘘をつかない」「ベストを尽くす」くらい」

「店舗、職務毎の独自性を重視した裁量権限の拡大」

「それを可能にする「失敗経験の前向き」評価」

の重視等です。

特に最後の策の具体例としては既に当店で採用しております

「失敗すればその翌月の給料は下るが、改善すればその翌月から給料は戻る乃至はもとより更に上る給与制度」

です。

我が国の大半の企業のように一度失敗すると元の給与水準に復するのに何年も要する事のないう「スープの冷めないうちに」直ぐさま実態変化を給与に反映させる仕組みです。

是により外国人従業員の向学心とチャレンジ精神がアップし明るく活発になり接客レベルがかなり向上しました。

以上を総合すると今コロナ渦後の飲食接客業のニューノーマルは決して「無人店舗」や「大規模店舗」では無い気が致しております。

それは予測と言うよりも「大規模無人店舗」等と言うお客様にとっては「面白くもおかしくも無いものがのさばる様な世界」になって不味かろうという思いに駆れ敢えて「大方のマーケティング・プロの「流されるまま」の予測」に「それは違うだろう」と竿を差したいというのが正直な処で御座います。

追記)

接客の充実は人にしか出来ませんので、雇用拡大により経済効果が人そのものに還元されもします。