【いばらき中小企業経営フォーラム2015　基調講演】

結果を生み出すブランディング

「ブランディング」はイノベーションとだいたい訳される。自分は公務員として勤務する中、ブランディングを学んだ。①Value（文化）②Excellent（クオリティ）③Exciting（活力）④Delight（おもてなし）⑤Comfort（快適）この5つがとても大事。小さな22坪にこの5つは詰まっている。

六花界を始めるときに十人が十人やめとけと言った。僕は集合分母だと思う。一万人に一人、六花界をいいと言ってくれれば成功と考えた。賛同してくれる人が集まって来ると企業力が上がってくる、採用力が上がってくる。ウチのスタッフはみんな元々お客さん。人材が自然と集まってくれることとなった。

まずお店の、森田のファンができる。そこにコミュニティーが出来る。出来ると拡散出来る、そうするとグループが出来る、チームが出来る。ファミリーが出来る。この構図で会社の人財ができた。

ファミリーからチームへ、グループへ、コミュニティーへと拡散されることでクラウドファウンディングが成功したのは必然。コミュニティーの時点から1つ1つの信用を積み上げた結果。時間は本当に必要。地道にやることが大事。

ブランディングというと、今ある物を構築しようとする。焼肉屋のなかで差別化を計ろうとするのがブランディングだと思われがち。自分達の文化は新しい別の物である、小さな鍵穴に鍵を突っ込み、拡げていくのがブランディングだと思っている。広がってくると今までのカテゴリーに属してくれていない、「NO」が出てくる。この人たちをお店に行ってみたい、興味がある人が沢山いる状態を作る事が大事。そのためには知名度はやはり大事。貯金と同じ。

今、私たちの店は会員制で、予約が1年先で行きたいけれど行けない状態にしている。今回は「モノ」を売った。「森田の肉を食べたい」ではなく、「森田の肉を食べたい、食べられます」という権利を売った結果が1000万円になった。権利が売れるためのブランディング。

この結果は自分に大きなブレッシャーになっている。応援して頂いた方にお返しをしなくてはならない。シェフになった時にはいつは自分達が育ててやったんだ」といってもらえるようにありたいと思っている。すごいストレスだが、すごくやりがいがある、自分達がやりこいことの核となってる。

今、信念としてあるのはMade in Japan。「和牛」は日本にしかない。焼肉にビールではなく、「日本酒」。追求した結果のMade in Japanが僕の中のブランディングであって本当の愛情であると思う。

森田さんは恩返しをしたいと繰り返す。愛を返す時には不定多数ではだめ。必ず特定少数の人に対してでないと愛は伝わらない。愛はサービスのずっと手前にあると思う。

今後もこうしてお店をやっていこうと思っているが、成功と言える裏付けというのならば今まで一度も借り入れはしていない。銀行のお付き合いは一切ない。これは私の財産となっている。

質疑応答でも印象的な言葉が繰り出される

Q社員を理想、夢に向かわせるためにしていることはありますか？

森田氏：圧倒的な夢をみせます。圧倒的なベクトルを示すことで次はこれをしたい、みんなでこれをやる！という熱、活力が生まれる。決してお金でないことは明らかです。

Q茨城のような、いわゆる田舎でできるブランディングとは？

森田氏：集合分母の違いでやり方が変わるのは間違いない。逆に東京のように選択肢が多い中で広めるよりは多くの人に知ってもらう事が容易なのではないだろうか。地方には地方のやり方があると思う。

Q良い会社とは？

森田氏：行動、決断力が早い会社。幼稚園の時に学んだような最低限の事が当たり前のように出来ている会社。最近ご関係の新しい会社はなぜかこれができているところが多いように感じている。

Qとても忙しいはずだがどうやって行動管理しているのか？

森田氏：移動時間のロスをなくすことは心がけている。やりたい事がたくさんあるのが原動力、つらくはない。お店が予約制なので、スケジュールを動かしたり、管理することは簡単。

まだまだ聞きたたりないという声が多かった森田氏の講演。チョロQという表現のようにスピードをもって走り抜け、次々と新しい試みを成功させる一端を垣間見ることができました。森田さんの、お店のファンができる訳が表れる人を自然と惹きつける軽快な語り口であっという間に時間が過ぎてしまうと感じるような学びの多い時間となりました。