

「マナーの虎」から「地方活性化の虎」へ



47都道府県・47ブランド・47地方活性化という「47プロジェクト」を掲げ、東京・銀座、六本木を中心に郷土料理店を次々と立ちあげている、株式会社ワイシシステム。東京から郷土料理や地方食材・伝統文化を発信することで、「食」を通じて地方を活性化し、日本を元気にしたいという企業理念を持つ同社代表取締役、安田久氏が打ち出す、このプロジェクトの内容とは。

Hisashi Yasuda

1962年秋田県男鹿市生まれ、大学受験のため上京。浪人時代に始めたアルバイトがきっかけで、飲食の道に入る。15年間現場を経験し、さまざまな店舗で店長を務めた後独立。98年エンターテインメントレストラン「アルカトラズB.C.」をオープンさせ、爆発的な人気を得て「マナーの虎」にレギュラー出演するなど一躍脚光を浴びるも、その後経営難に陥る。視点を改めて地方活性化を目指し、2004年秋田をテーマとした郷土レストラン「なまはげ」を立ち上げ、成功を収める。以来、47都道府県すべてのブランドを立ち上げるべく、着々と出店を重ねている。09年4月現在、7県9ブランド14店舗を展開。

株式会社ワイシシステム
代表取締役社長

安田 久氏

※関連記事12、75ページ

聞き手 文 竹内美樹 撮影 平瀬 拓

東京から郷土の「食」を発信することで、地方を活性化

47プロジェクトにたどり着いた経緯をお聞かせください。

秋田で講演したとき、地元の名産を聞く機会があったのですが、秋田の食材を県外に売りたいのだけれど、なかなか難しいと。確かに、日本のうまい物は、東京ではなく地方にある。伝統的な文化や工芸品など、日本の財産と呼べる物も地方にはたくさんあるのです。でも現状は過疎化が進んでおり、このままではそうした地方食材や工芸品を作る次世代の若者がいなくなってしまうという危機感を覚えました。そこで、自分の仕事である飲食業で地方を守ることができないだろうかと考えたわけです。それには、東京の中心地にアンテナショップ的な郷土料理の店を作って全国に発信し、地方活性化につなげるしかない。

それまで私はいくつものエンターテインメントレストランを経営していたので、まずひらめいたのが、故郷秋田県男鹿半島の伝統行事「なまはげ」のショーと、郷土料理の「きりたんぼ鍋」をミックスした業態。2004年銀座にオープンさせた、「なまはげ」です。その後、全国各地へ講演に行く度に、困っているのは秋田だけじゃないと感じ、「食」を通じて47都道府県全部のPRをしたいと考えるようになったわけです。

日本テレビ系列「マナーの虎」に出演されていましたね。

全国ネットでのレギュラー出演でしたから、反響は

す」だったです。その後、講談社から『攫千金』を出版したこともあり、全国区で知名度が上がったおかげで、今も日本全国から講演の依頼をいただきます。その講演をきっかけに県やJAなどをはじめ各地でネットワークができるので、郷土料理店の立ち上げに「協力を得られやすい」というメリットがありますね。

今となればそうしたブラスはあるものの、テレビ出演時代は芸能人扱いされて本業を顧みなかったせいで、気付いたら会社が債務超過に陥っていたのです。

そもそも私は、電気もないような田舎から出て来てこの業界に入り、15年ほど現場にいました。店長として店を仕切っていたとき、会社の経営方針と意見が合わず、ならば自分でやるしかない」と独立を考え企画を立てていたところ、それが会社にバレてしまつて、クビ同然で会社を辞めることに。サラ金に500万円の借金もあったし、妻にも三くだり半を突き付けられ、同じような生活をしているがら開業資金集めをしました。構想を練っていたコンセプトは、刑務所レストラン。誰も相手にしてくれなかったし、銀行からは「あんた、気が確かか」とバカにされたし、でも、あきらめなかった。命がけで1億円集め、なんとかオープンにこぎ着けたときは、自分を褒めてあげたかったですね。

開業した途端に「アルカトラズ」はマスコミから注目を浴びて大繁盛、私も一躍ヒーロー扱いされて、生活が一変しました。出す店出す店ヒットして、「エンターテインメントの王様」なんて言われてテレビにも出て。それは人間おかしなものです。

正直、商売ナメてました。会社が傾くのは当たり前。あるとき突然税理士さんから、「会社はもう倒産です、社長は飛んでください」……つまり自己破産しろと言われて。ハツとしました。これってまたまラッキーが重なっただけで経営じゃなかったんだと。秋田での講演会があったのはそんなときでした。今度はなまはげ」出店に向けてまたもや死ぬ思いで資金調達して。でも、奇跡を起こす以外再生する道はありませんでした。

失敗は誰でもする。でも、その失敗の原因をきちんと追究しなければいけません。その上で先の計画があれば、助けてくれる人はいるんです。そのとき私を助けてくれたのは、「アルカトラズ」開店時に保証金を分割してくれた、山田益弘社長でした。会社が倒産の危機にあること、そこに至った経緯など、すべて正直に話したところ、「人間安田に金を出そう。一生かけて

返してくれ」。

本当に救われましたね。「なまはげ」を立ち上げて起死回生の一発逆転満塁ホームランを放つことができたのですから。せっかくこの業界で生かしてもらったのだから、今度は飲食で人の役に立ちたいという思いが強くなりました。

地方活性化で上場を目指す

47プロジェクトの詳細をお聞かせください。

弊社の郷土料理店は各県をPRする、いわばアンテナショップ的な要素もありますから、東京の中心から発信する方が効果的だと。そこで、まずは各県の1号店を銀座に出店。そこで確立した一つのブランドをパッケージ化して、都内ターミナルに直営で5店舗展開する。その一例が秋田郷土料理「なまはげ」です。1号店の銀座店を2004年にオープン。続いて翌年に六本木店を出店しました。さらにFC店舗として「なまはげ仙台店」を展開しています。現在7県9ブランド。うち直営12店舗、FCおよび運営受託が2店舗です。

地方活性化の具体的な効果を出すには、まず各県の知名度を全国区にしなければなりません。1ブランド1店舗ではたかが知れています。仕入れ額も決まってしまうので、あまり経済効果が出ない。やはり、店舗数を増やさなければ具体的な地方活性化にはつながりません。また、地方の良い食材を仕入れるには、東京へ運ぶ物流コストもかかる。自社で資金を全部用意していたのでは、正直、限界があります。

そこで、第三者による資金提供も必要なのです。先月オープンした「佐賀牛鉄板焼と郷土料理葉隠」は、某有名企業のトップが出資してくださいました。もちろん佐賀県出身の方で、ご本人の地元貢献したいという思いと弊社のビジネスモデルがうまく合致したわけです。

もう一つの有効な手段が、ライセンスやFC契約。実際「銀座佐藤養助店」は、稲庭うどんの老舗である秋田の「佐藤養助商店」より依頼され、当社は物件取得から店舗デザイン、商品開発までトータルで行ない、現在は業務受託で運営を任せられ成功しています。このように目に見える実績をどんどん作れば、行政などといったいろいろな所からの協力も出て来るでしょう。

上場も視野に入れておられると伺っていますが。

地方活性化は日本の急務ですから、飲食業を通じてその一端を担おうとしているわれわれも急がなければなりません。今あるブランドを大切に育てながら、10年くらいをめどに47ブランドを達成したいと考えています。そのための手段として、上場があると思っています。賛同してくださる方も多いですし、地方から圧倒的なご支持もいただいていますので、2013年上場も夢ではないと。

例えば「葉隠」開店ご案内のパンフレットには、佐賀県知事をはじめ、佐賀県を代表する方々のコメントを頂戴しました。弊社の47プロジェクトは、行政や県民を含め、県ご出身者に「自分の店」として応援していただけるビジネスモデルなのです。そのためには、地元との温度差がある店ではダメ。何度も地元足を運んで周囲の方々の協力を得て、食材はもろろのこと、器もできるだけ地元の物を使うなど、あくまでも本物にこだわっています。

そうやって各県の店舗を作っていくことで、「日本を元気にしたい」と。実際、地元の方々に元氣や勇氣を与えていると自負しています。例えば「あまくさ」で言うと、熊本県に天草市という所があるのを知らない人も多いですが、東京銀座のと真ん中に「熊本郷土料理あまくさ」という店ができることで天草の名前がブランディングされる。東京のお客さまに認められることにより、地元の方々が気づかなかった新たな価値観が生まれる。それが、彼らのパワーの源にもなるんです。

最終的には世界進出が夢だとか。

「あまくさ」という店を海外に作ることで、食をきっかけに「日本の天草」を広く世界にPRすることにつながります。そうすると海外からの観光客が、東京や京都ではなく天草に行ってみようか、となるかもしれない。そうやって地方と世界をダイレクトに結ぶことが、僕の夢なのです。日本の地方にあるうまいもの、素晴らしい文化が世界に認められ、地方が世界を相手にダイレクトなビジネスができる時代を作りたい。そうした形で地方活性化ができるのは、飲食だからこそ可能だというのが、僕の考えなのです。

特別企画

エイチワイシシステムの 地方活性化理念を探る

47都道府県
47ブランド
47地方活性化を標榜する

(株)エイチワイシステム

代表取締役安田久氏の出身地である、秋田県の郷土料理店「なまはげ」に始まり、現在7県9ブランドの飲食店を展開。3月には「佐賀牛鉄板焼と郷土料理 葉隠」「博多筑前屋敷銀座本店」「博多筑前屋敷六本木店」「黒薩摩六本木店」を4店同時オープンさせ、その店舗数も14軒にのぼる(株)エイチワイシステム。上場も視野に入れたその経営戦略とは。

取材・文 竹内美樹 撮影 平瀬 拓

※関連記事12、20ページ



今年の3月にオープンした、「博多筑前屋敷六本木店」店内

株式会社エイチワイシステム

「『食』を通じて地方を活性化したい!日本を元気にしたい!」という企業理念のもと、郷土料理店のブランド化を図る新たなビジネスモデルを提唱。東京銀座を中心に第一号店を出店した後、都内に5店舗程度の直営店を立ち上げ、最終的にFCやライセンス契約での全国展開を狙う。さらには世界進出も目指し、日本の地方食材や郷土料理を世界に発信していきたいと語る、代表取締役安田久氏率いる、一味違う飲食企業。資本金2億9800万円・年商約16億円(グループ売り上げ)

KIRIN

麦100%を、爽やか搾り。
新・一番搾り

※麦を原料とした「麦芽」を指しています。

飲酒は20歳になってから。飲酒運転は法律で禁止されています。妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に影響を与えるおそれがあります。お酒は楽しく、ほどほどに。
www.kirin.co.jp キリンビール株式会社



「葉隠」店内には佐賀牛を扱うことを許された店に贈られる認定証が飾られている



佐賀牛を最高の状態で味わえるよう腕を振るう、「葉隠」島山料理長

スタッフに聞く エイチワイシステムの企業風土

専務取締役
服部元孝氏



かつて私がBBアイインターナショナルの取

締役だったころ、安田は店舗統括責任者として、4年半くらい一緒に仕事をしていた。彼は10年前に独立したのですが、あるとき風の噂で安田のところが大変だと聞き、大丈夫かと連絡をしたのがきっかけで、彼の仕事を手伝うようになり、安田はアイデアマンですが、どちらかというと財務関係が苦手でしたから(笑)、再生計画を立て、金融機関への対応など手助けをしているうちに本格的に一緒に仕事をすることになり、平成17年に入社しました。

前身のHYジャパンが苦しかった時期の話は安田本人もいろいろなところですが、今度はお話したいところ。そこで、「47都道府県47ブランド47地方活性化」という安田の考えに賛同してくださる方々から出資を

募り、新会社を立ち上げたのが、現在の株式会社エイチワイシステムです。平成18年4月のことでした。現在は財務関係や契約関係を主に担当しています。

47ブランドを立ち上げ、上場を視野に入れると、会社も必然的に大きくなっていきます。その前にきちんと組織作りをすることが重要だと考えています。そして成功した暁には、皆でそれを分かち合えるよう還元したい。そのためには、各部署各役職がそれぞれの力を100%発揮してもらいたい。皆それぞれがプロフェッショナル。誰も代わりはできないのですから、そこを尊重したいですね。

当社はとても可能性を秘めた会社です。安田自身、持つて生まれた強い運があると感じています。頻死の重傷から「なまはげ」を立ち上げ、起死回生の満塁ホームランを打てたのは、周囲の方々のご協力。モチロン、運だけではなく安田自身が絶対あきらめずにやり遂げる強い信念をもっているからこそ。そんな安田と互いに信頼し合えて、私にしか解決できない問題を任せてもらい、それに応えていくことで、この会社の可能性をますます伸ばしていくことが、私の使命だと思っています。

総料理長兼「葉隠」料理長
畠山兼人氏

「葉隠」博多筑前屋敷六本木店2店舗の総料理長を務めています。当社は郷土料理店ばかりですから、それぞれの地方の特色をつかまなければ商品も作れません。



新しい業態を立ち上げる際、その都度テーマとなる県までおもむき、地元料理の研究はもちろん、生産者の方々とお会いして最高の食材を探し、地元の風土を生かしつつ、よりインパクトの強い商品を作るよう心掛けています。安田が重視している「メイン料理」をはじめ、それに伴う鍋のスープなど、本当に多種多様な料理を考案し、商品化してきました。正直、試行錯誤と苦難の連続ですが、お客さまに「うまい」と評価してもらえると、苦勞も吹き飛びます。

さまざまな郷土料理や地方食材との出会い、そして、これだけたくさんの方々の地域の料理に挑めることは、私にとって財産。私は安田と同郷の秋田県男鹿半島出身で、2005年「きりたんぼ」オーブンに際し、安田が秋田郷土料理研究のため私の実家の料理屋を訪れたのがきっかけで入社しました。この出会いがなければそうした財産になるような経験はできなかったと思います。

経験という意味では、今回「葉隠」の鉄板焼きカウンターを任せられたのも、和食の料理人としてあまり前例のないこと。私自身も、まさか包丁がターナーに代わるとは思っていませんでした。日々、進化して必死で学んできました。日々、進化する飲食業界で生き残るには、料理人もひと昔前の「俺がルールブックだ」という

ような考えではダメです。

料理は店全体で作るもの。料理で失敗があればホールがカバーしてくれず、料理人だけでは成り立たない。スタッフ全員が一体となって初めてお客さまに喜んでいただけるのです。それで私はお客さまはもちろんのこと、スタッフ同士「ありがとう」と言えることが大切だと教えています。

47ブランドとなると先はまだ長いですが、これからも地方の食材を生かしたパワフルな料理、それでいて故郷を懐かしく思える料理を作っていきたいと思っています。

取締役営業本部長
本間保憲氏



出身地である山形県「アトワイル」1970年生まれ。アトワイルを経て、2008年エイチワイシステム入社。現在に至る。

レストランのキッチン見習いを始めたのが、飲食業界へ入ったきっかけです。その後、上京して居酒屋「北の家族」にアルバイトから入り、そのまま社員として20年勤務。その間、店長、エリアマネージャー、部長、取締役と経験させてもらいました。縁あってエイチワイシステムに入社したのが昨年2月です。弊社代表の安田より、47都道府県47ブランド47地方活性化という明確なミッションを聞き、それを運営していくのは、私自身にとっても大きなチャレンジだと思ったのです。

現在の仕事は、商品開発・営業管理・教育など飲食店経営の全般にわたっています。なかでも今期力を入れたのが、新店舗出店も含めたインフラの整備と圧倒的な顧客満足度の確立に向けた取り組みです。

具体的には、組織作りの基盤である社員教育、社長が中心になって作成した社員理念5箇条の徹底を行ってしています。当社の社員理念は、「一、スピード・スピード・スピード。二、親切心。三、報告の徹底。四、嘘をつくな。五、料理プレゼンの徹底」です。なぜこれが必要なのか？その意味を、社員一人一人に理解させることから始めています。例えば「五、料理プレゼンの徹底」。これは特に当社が重視している部分で、われわれのビジネスモデルは地方をブランドングするというところから、お客さまに感動していただき、少しでもその県に興味を持っていただける店づくりをしなければなりません。そこで業態ごとの売りである郷土料理のプレゼンテーションを徹底し、目で見て舌で食べ「脳を刺激」して、記憶にとどめていただくためのオペレーションを徹底しているわけです。

もちろん日々葛藤はありますが、私自身、ホールアルバイトとして、それこそ焼き鳥を焼くところから経験してきた蓄積が、いま生かされていると思っています。ドラマではやったセリフじゃないですけど、「事件は現場で起きてるんだ」と。常に現場を回ってチェックしていますが、大切なのは管理する側の目線ではなくお客さまの目線です。

お客さまに喜んでいただける日本一のチームを作って、日本一の会社になりたい。そのためには料理プレゼンの方法や盛り付けなど細かなことから商品開発まで、すべてにおいてプロ集団にならなくては。それには僕自身も、もっと勉強しなければと思っています。

営業推進部長兼デザイナー 岩間 大氏



最初は「アルカトラス」に興味を抱き、ホールスタッフ募集に応募しました。面接の際、私がデザイナー専門学校卒業後、イベント制作会社でデザインの仕事をしていたと知った当時の営業部長が、過去の制作物を見せてくれた。イベントのブースデザインとともに、カタログなど紙媒体制作の依頼も受けておりましたので、そこらへんをお見せしたところ、本部でデザイナーとして力を生かしてみないかということになり、本部採用になりました。

デザインと言ってもさまざまなありますが、例えばお客さまにお送りしているDMは、形状やデザイン内容、どんな情報を載せるかなど、大切な要素がたくさんあります。中でもクーポン等がついたものは、どういう形で打ち出したらより多くのお客さまに利用していただけるか、戦略を練って制作しています。当然反響の有無は重要で、集計・分析も行なっております。コスト面・発行数等に、利用数・売上金額・割引額・来店回数（人数）などの情報を集計し、総合的に今回のDMはどれくらいの費用対効果があったか、費用対効果が悪かったなら、どこに原因があったのかなどを分析していきます。

ですから、制作物を発送して反響があったとき、それを利用してくださるお客さまが多かったときはもちろんうれしいです。この仕事のやりがいの一つですね。新店舗立ち上げときには、必ずテーマにする県に行って、どんな料理や器があるか、どういう文化・伝統があるかなど、実際に現地を見て、触れ、体験して、それをデザインに反映させていきます。現地では「熱」というものがあり、資料だけでは温度差が生まれてしまいます。行ったことのない県、見たこともない食べ物など、仕事を通して知ることができ、各地の文化伝統に触れられるのは、当社ならではの面白味の一つです。

今後は、さらに事業規模を拡大して、さまざまな方法で地方に還元できたらと。飲食は人間商売。お店を作ってもうけて終わりではなく、各地の生産者の方々など、総合的に地方の力になれる企業にしていきたいと思っています。

営業推進部長兼担当 黒野和子さん



コピーライターから編集ディレクターを経て、一昨年に入社しました。47プロジェクトを掲げ、食を通じて地方を元気にしたいという、企業コンセプトに引かれたからです。広報として入りましたが、実際は他の仕事の方が多くいます。新規店舗立ち上

げ時のコンセプト作りから、お店のユニフォーム選定まで、いわゆる「新店企画室」でやるようなことも、すべてやっています。取材をしていただきやすいような目玉をどうするか？などの部分もあるので、メニューも最初のアイデア出しの段階から携わります。お料理の試食にも立ち会います。料理人ならではのセオリーや原価率の問題もありますが、お客さま目線で金額が見合っているかどうか大切な要素なので、意見させてもらいます。そんなふうには、立場や上下に関係なく意見が言えるのが当社の社風。その代わり一人一人に考える頭を求められます。

一つの店をオープンさせるのは、一人でできることではありません。企画段階から、皆で一緒に考えたり動いたりして、初めて形になる仕事。当然ぶつかり合いやめ事も起きますが、それを乗り越えて作り上げたときは、ものすごく感動します。先日もオープンングレセプション終了後、帰りのタクシーの中で涙が出てきたんですよ。

けれど、オープンはあくまでもスタートであってゴールではない。お客さまがどれだけ入ってくれたか、どんな繁盛店であつてもときがたてば飽きられますし、社会情勢も日々変わります。そのときどうやって巻き返すかなど、常に課題が尽きることはありません。

大変さも含め自分が本気になって仕事を楽しまたいと思えば実現できる会社ですから、やりがいがあります。

47ブランドは達成したいですが、数を急ぐのではなく、出したお店を丁寧に育てていきたいです。これだけ飲食店がひしめく中で、それなりのこだわりやお客さまからの支持がなくてはマスコミにも取り上げられません。ぜひHYSシステムの郷土料理を味わってみてください。来ていただければ、味には絶対自信がありますし、皆で日々さまざまな課題を改善して頑張っていますので。