

ラッキーピエログループ

地域密着、地産地食、環境に優しい
「おもてなし経営」を目指す



おもてなし経営のポイント

- ❖ 顧客に選ばれる、地域に根差した店舗づくり
- ❖ 顧客の声をもとに地域でオンリーワンを目指す

経営理念と企業文化

1987年、ハンバーガーレストラン「ラッキーピエロ」を函館市にオープンしたラッキーピエログループ。全16店舗で、「顧客満足経営」、「スタッフ満足経営」をモットーに、地域密着、地産地食、環境に優しい経営を実践している。従来はハンバーガー中心であったが、現在はカレーライス、パスタ、ピザ、とんかつ、ラーメンなど、幅広いメニューを提供している。店舗はそれぞれ異なるテーマに沿って装飾され、メニューのラインナップも店舗ごとに異なるのが特徴の一つである。代表の王一郎氏は、店舗拡大を志向するチェーンビジネスとして考えるのではなく、その地域にあった店舗であるかどうかを重視している。例えば、ソフトドリンクの値段は、学生の顧客が多い店舗では170円であるが、観光コースの店ではMサイズ120円と、店舗によって設定を変えているのである。大事なのは、その店がいかに地域に密着しているかであり、顧客の目的に合わせて店づくりをしている

のだ。同社は、都会で上位何番目になることよりも、地域でオンリーワンになることの方が面白いと考え、今後も地域密着にこだわり続ける。

地域密着をさらに進めていくため、顧客の声をもとに経営を行なっている。店舗内に置かれたアンケートは毎日100～150枚集まり、お褒めの言葉や要望が多数届く。この顧客からの声を「応援歌」と呼び、ミーティングで活用して日々の業務改善につなげている。すべての店舗において、店づくり、食材、サービスなど、自信を持って行なっているのは当然だが、最終的に店を利用するかどうかを決めるのは顧客である。そのため、スタッフは顧客が本当に喜んでくれているかを常に意識している。

一般的なチェーン理論から考えると、同社の展開方法は非効率である。しかし、常に顧客と「美味しいこと、楽しいこと」を分かち合うというテーマのもと、手間を惜しむことなく商品を提供している。「近年の情報技術の発達により、速いスピードで世の中に情報が出回るように

なった。これにより、モノの時代から心の時代へ、会社中心の時代からお客さま中心の時代へと変化した。私たちが売っているのはハンバーガーという食べ物だけではなく、店舗で過ごす時間全体を通した、楽しさと面白さなんです」と王氏は語る。

講演者紹介



ラッキー
ピエログループ
代表取締役社長

王 一郎氏

1942年5月神戸市出身。1987年北海道函館市のベイエリアにハンバーガーレストランの「ラッキーピエロ」をオープン。以来、道南地域に16店舗を展開。「顧客満足経営」「スタッフ満足経営」をモットーに地域密着、地産地食、環境に優しい経営を実践。2006年北海道ゼロエミ大賞、2007年容器包装3R推進環境大臣優秀賞受賞。

会社概要

- ・法人名：ラッキーピエログループ
- ・代表者：王 一郎 代表取締役社長
- ・所在地：北海道函館市末広町23-18
- ・設立年月：1987年開業
- ・事業内容：ファーストフードショップ運営
- ・社員数：300名
- ・ホームページ：<http://www.luckypierrot.jp/>