

取材・文/大和まこ (本誌) 撮影/内藤貞保



株式会社元廣商店
外食事業部長
元廣剛己さん

株式会社元廣商店の管理
取締役として、外食事業
部の立ち上げを提案、フ
ランチャイジーとして着
実に業績を上げている



繊維一筋から外食産業への第一歩

1920 (大正11)年、元廣商店は絹紡績原料商としてその業を開ける。著実にその業績を伸ばし、1951 (昭和26)年には株式会社元廣商店を設立。そして2代目「現社長」になって羊毛原料商へとその事業の主体を転換する。更に、現在では一般の羊毛原料にとどまらず、カシミアなどの高級素材まで取り扱い、事業内容も上海工場を設置しての三國間貿易へと幅を広げている。タイミングを自覚えた転換や拡大が、屋台骨を作ってきたと言っべき会社である。

しかし平成に入ってから、一様「繊維業界を襲った不況は元廣商店にとっても例外ではなかった。一次男である僕が、繊維という枠を飛び出す必要があるのでは」と、そう考えた元廣取締役・元廣剛己氏によって、本社に隣接した遊休地を利用しての新店開が探り始められた。「とにかく沢山のひとと云って情報を得る中で、繊維以外のノウハウを知らないうちにとっては、フランチャイズというシステムが最適なのではないかと」。コンビニ、レンタルビデオ、書店、ファーストフード、外食産業とフランチャイジーを訪ねたのは10社をゆうに上回ったものの、今ひとつピンとくるものがないと決めるべく、いろいろ出かけたのが、当時関西では南太極に4店舗のフランチャイズを展開していたびっくりドンキーである。「美味しくて、安くって、流行っていて、お客さんに愛されているのが肌で感じられました。この雰囲気は京都でも受け入れられるに違いない」と、こうして元廣商店に受け継がれる起業家精神が、新たに外食産業への扉を開くこととなったのである。

信頼と自信がもたらす京都市場攻略

客単価が900円を切りながら「食べた」という満足感のあるボリューム、メニューと実物にギャップがないという信頼感、客層、雰囲気。これで集客は見込めると判断し、1991 (平成3)年、びっくりドンキー伏見店をオープン。近隣にないハンバーグ専門店として好調な滑り出しを見せ、現在は京滋を中心として8店舗を展開し、開業に業績を伸ばしている。ところで、京都というマーケットは見慣れないものに対して厳しいというのが通説となっており、又現状でもある。外様であるフランチャイズの展開に際して、そんな懸念は抱かなかつたのだろうか。確かに先輩の方に新しいもの、よそものを受け入れてもらうのは難しいでしょう。でも僕自身京都生まれの京都育ちですが、目新しいものには興味を引かれます。そして京都にも若い人は沢山います。そこをターゲットにすれば大丈夫だという自信がありました。その自信の裏付けとなったのは、フランチャイジーへの絶対的信頼である。びっくりドンキーのフランチャイジーであ

パイオニア精神の勝利

フランチャイズシステムの外食産業に挑んだ、繊維商社・元廣商店。単なるフランチャイジーに止まらない地元重視の展開と、そのマーケティングに迫る

る株式会社アレフは、専攻校を持つことで厳選素材を使用し、各店舗へも冷凍状態でなくチルド保存のハンバーグをその日使う分だけ届けける。更に季節ごとのシニアブルメニウの展開などのメニュー構成や、全国に100店舗持つフランチャイジーへの個別の要望の汲み上げなど、前向きな姿勢がフランチャイズシステムの良好な関係を築いているようだ。

もちろんフランチャイズのネームバリューだけで業績が上がるとは限らない。全フランチャイジーの中でも好調な売り上げを見せる元廣商店における勝因とは何か。「フランチャイジーからの提案に応えてくれるフランチャイジーの姿勢があること」によって、フランチャイズながら個性化が計ることができるといえる。実際にうちだけのオリジナルメニューを出したこともあります。そして個々のフランチャイジーとしての努力を惜しまないこと、その地域のことを本心にわかっているのは、そこに展開している店舗なのです。決して受け身ではないです。社員全員に会社の状態を正確に伝えることで、一人一人の経営意識を高め、結果全員の結束を固めるという創業当時からの元廣商店の社員が加味されることで、より魅力のあるフランチャイジーとしての位置を固めているように見受けられる。

加えてバスター・ピザ専門店の「洋麺屋ビエトロ」、コーヒー専門店「ドールコーヒー」といった外食事業のフランチャイジー、自然派化粧品「THE BODYSHOP」もオープンさせて、京都に展開している。いわば「元廣風フランチャイズ」を着々と展開しているようだ。「うちの社風に合った、若いフランチャイジーと出会えたことが最大の強みだと思っています」という言葉に、自信と信頼が垣間見えた。

京都市場の次の舞台を見据える

かといってフランチャイズが万全というわけではない。どうしても納得のいかない方針もあれば、飽和状態となりつつある店舗の増加も懸念される。フランチャイズというフィルターを通して外食産業という異業種に参入し、厳しい舌を持ちながらも、本当に美味しいものへの評価は惜しみないという京都の外食事情をマーケティングした元廣商店外食事業部の次の展開は、オリジナル事業の立ち上げたことである。そのためにも、外食事業部を独立させることで社員にとってのよりよい環境を作ることに注力をはかりたいと語る元廣氏。京都ばかりでなく繊維工場を持つ上海への進出も考えられているようだ。

会得した京都市場マーケティングに向けて、既成の枠のない提案をする。元廣氏の胸の内では既に計画は十分練られている。次はどんな手法で我々京都人を魅了してくれるのか。膨らむ期待を胸に、新展開を待ちたい。

フランチャイズとは?

- フランチャイズ
親業者が契約を結んだ従々の契約店に、経営方法・情報を含めた一定地域内の密着販売権を与えるシステム。コンビニエンスストアや外食産業などに多く見られる。
- フランチャイジー
フランチャイズシステムにおける親業者のこと。
- フランチャイジー
フランチャイズシステムにおける契約店のこと。



Corporate Character

ビエトロ おじさん
イタリア発の「羊飼いのビエトロ」が由来で、口を開けているのは羊高らかに歌を唄っているところ。ビエトロという名前は日本でいう太郎や花子のようなポピュラーな名前。こちらも親しみやすさが認められている。

ドンキーくん
ロバという意味のドンキー。故にロバのドンキーくんがキャラクター的存在に。店名の「びっくり」は和製英語に聞こえるという意図が、ロバである「ドンキー」には馴染みやすさが認められている。

- びっくりドンキー伏見店**
■京都市伏見区下鳥辺長町41
TEL. 075-603-5689
営業時間 11:00~22:00 無休
京都府店、山形店、向日店、高槻店、枚方店、大津店、草津店にて営業中
- 洋麺屋ビエトロ河原町三楽店**
■京都市中京区河原町通三楽東入4南側
三楽番地5-2F
TEL. 075-256-6160
営業時間 11:00~23:00 無休
- ドールコーヒー河原町三楽店**
■京都市中京区河原町通三楽東入4南側
三楽番地5-2F
TEL. 075-257-3525
営業時間 7:30~22:00 (日祝 8:00~) 無休