

# 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。大事なことは、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じた、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。

- ・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/

# 鶴雅グループ

「地の物語」を森と湖の国、北海道から全国へ届ける

## おもてなし経営のポイント

- ❖ 「郷土文化」により「本物の個性」を磨く
- ❖ 旅館は「商売」ではなく、地域で行なう「まちづくり」



### 経営理念と企業文化

阿寒グランドホテルが母体の鶴雅グループは、北海道東エリア、サロマ・オホーツクエリア、中央エリアに多数のホテル、旅館を展開している。いずれも、国立・国定公園内の豊かな自然を背景にした立地で、それぞれの「地の物語」を提供している。鶴雅グループは、「おもてなし経営」の原点は、顧客の喜びだと考える。自然への感謝の気持ちとおもてなしの心を大切に、さまざまな旅の目的に合わせて顧客が楽しめる個性的な宿づくりをしている。

代表取締役社長の大西雅之氏は、リゾートホテルを単なる商売と考えていない。地域全体でつくっていく「作品」だと考えているのだ。リゾートホテルでは、顧客に宿自体を満足してもらうことに加え、その地域にもいかに満足してもらえかが重要となる。そのように考えると、「宿のおもてなし」は、ともに宿づくりをするスタッフから始まり、町のさまざまな事業者へと波及して、町に顧客を迎えるみ

なの喜びにつながっている。そのため、リゾートホテル運営においては地域との協力が非常に大事なポイントになる。

鶴雅グループが目指すのは、北海道観光のブランド力向上と地域活性化に貢献し、100年ブランドを創造することである。これを実現させるために、「100年ブランドの創造」、「競争しない個性をもつこと」、「システムとしての顧客満足づくり」の3つを企業理念に掲げた。他社と競争せず、自分たちのアイデンティティを保てる宿づくりを行なっている。地域の持っている『郷土力』を生かしているのだ。

例えば、2012年にリニューアルオープンした鶴雅ウイングスは、阿寒湖とアイヌ文化をテーマにし、いにしへの文化を継承しつつ、進化を続けている。食事は地産食材を基本に、素材本来の味、旬を生かした北海道料理をふるまう。さらに、ロビーにはアイヌの文化を象徴する彫刻が並び、地域の有志がアイヌの人々に伝わる話を語る「語り部の夕べ」を開催している。

このように、地域の持つ固有のテーマ

を宿に盛り込む方法で、各施設のコンセプトづくりを進めている。自然と文化が織りなす、その地ならではの物語をつくり、顧客をおもてなしする。ゆくゆくは、海外にも日本のおもてなしを展開していきたいと考えている。

### 講演者 紹介



鶴雅グループ  
代表

大西 雅之氏

1955年北海道釧路市生まれ。東京大学経済学部卒業後、三井信託銀行入社。1981年 阿寒グランドホテル入社。その後「JTB サービス最優秀旅館ホテル日本一」(2002年)になり、現在の鶴雅グループ躍進の土台となる。1989年、同社社長に就任。北海道観光の顔である。

- ・法人名：鶴雅グループ
- ・代表者：大西 雅之 代表
- ・所在地：北海道釧路市阿寒町阿寒湖温泉4-6-10
- ・設立年月：1956年3月創業

- ・事業内容：ホテル業経営、飲食店経営、土産品の販売、旅行代理店経営
- ・社員数：650名
- ・ホームページ：http://www.tsurugagroup.com/