

木下孝治

回転寿司といえば低価格というイメージが、覆ろうとしている。低価格路線の大手回転寿司チェーンが大幅にシェアを伸ばすなか、回転寿司でありながら高級路線を打ち出すことで支持を得る店舗が増えているのだ。そのパイオニアが、「金沢まいもん寿司」である。テレビ番組でも多く取り上げられ、連日行列ができていた店舗もある。そんな同店を仕掛けたのは、一級建築士という肩書をもつ異色の経営者、木下孝治さん。高級回転寿司を手掛けることとなった経緯とこだわりを探った。



株式会社エムアンドケイ
木下 孝治
Koji Kinoshita

1951年12月1日、石川県金沢市生まれ。1978年3月、(株)木下建築デザイン設立、代表取締役就任。1979年に一級建築士資格取得。1999年3月、(株)エムアンドケイ設立、代表取締役就任。2000年4月に、郊外路面型・回転寿司割烹「金沢まいもん寿司」駅西本店(1号店)を金沢市駅西新町の国道8号線沿いにオープン。2012年、一般社団法人 日本回転寿司協会会長に就任(現、顧問)。石川県を中心に、東京、神奈川、愛知、大阪など、全国的に「金沢まいもん寿司」のプロデュース・運営を行なっている。



【達人の真髄】
「縁尋機妙 多逢聖因」良い縁がさらに良い縁へと発展することは機妙である。良い人と出会うことで良い結果に恵まれる。

異業種交流会での出会いから 回転寿司店オープンへ

高級回転寿司の雄として、様々なメディアで紹介される「金沢まいもん寿司」。その第一号店オープンのきっかけは、実は偶然の出会いにあった。

「もともと父親が工務店を営んでおりまして、それを継いだ訳ではないのですが、結局は自分も一級建築士となり、建築設計事務所を構えることになりました。それが二十七歳の頃ですね。とはいえ、あまり大きくはなりません。でも、中途半端に大きく成長していったら、回転寿司をやることはなかったらどうと思います。

実はいま、地元石川県でニュービジネス創造化協会という異業種交流会の常任理事を務めているのですが、かつては副理事長をやっていたんですね。私が四十二歳の頃、その会に回転寿司用コンベアの会社社長が参加されました。その社長とお話をしていると、『回転寿司業界は、素人がやったら面白い』ということを知りました。それで自分も回転寿司をプロデュースしてみたいとなったのが、最初のきっかけです。出店する場所は、岐阜県の羽島市に決めました。海がない県のほうが魚が売れるだろうと思ったのが一つの理由で、もう一つの理由が、もしも失敗して潰れてもあまり噂にならない土地にしようというものでした。だいたい、成功するかしないかなんて、分からないですからね。なので安く借りられる土地を探しました。

最初は土日限定で鮮魚店をオープンさせました。その後、すぐ隣に回転寿司をオープン

させ、魚屋が経営する寿司屋を演出したのです。結果、これが評判になり、大繁盛することになりました」

自分が食べたいもの 家族に食べさせたいものだけを提供

低価格路線の大手回転寿司チェーンが大幅にシェアを伸ばすなか、達人が選んだのは、高級路線の回転寿司だった。

「日本で初めて、回転寿司に五〇〇円皿や一〇〇〇円皿といった高額の皿を導入したのは、おそらく私だと思います。もう二十年以上前になると思いますが、当時は他の回転寿司店は一〇〇円というリーズナブルな価格で、コンビニエンスストアみたいな店舗が主流でした。ところが私自身、『寿司の文化は和の文化だ』という考えがあったので、建物はやはり和の雰囲気にしたかったんですね。それで戯遊詩人である泉椿魚さんに、内装のプロデュースを依頼したのです。

また、寿司ネタは、自分が食べたいもの、家族に食べさせたいもの以外は一切出さないという方針にしました。そのため、ネタの安心・安全にもこだわっています。自分や家族には食べさせられないものをお客さんに出すような考えでは、社員たちもついてきません。これからの季節ですと、『のどぐろ(アカムツ)』がオススメです。

スタッフが気持よく接客できることも大事です。実はこれまでに、接客しない形態も実験的にやってみたのですが、接客をしっかりとやる店舗には敵いませんでした。お客様の要望にすぐに応えられる質の高い接客こそ、指示される重要な秘訣でしょう。『縁尋機妙 多逢聖因』という言葉があります。良い縁がさらに良い縁へと発展することは機妙であること、良い人と出会うことで良い

結果に恵まれるという意味ですが、まさにその通りだと思います」

高級回転寿司の経営強化を狙い かつてなかった協会を設立

二〇二二年には、高級回転寿司チェーンを中心とした「日本回転寿司協会」を設立。その初代会長に就任する。

「グルメ系の高級回転寿司の店舗どうしがつながることで経営を強化しよう」と、「一般社団法人 日本回転寿司協会」を設立しました。これが面白い発想と言えるかどうかは分かりませんが、グルメ系の回転寿司チェーンの方々に参加していただいています。最も大きいところで売上二〇〇億円前後の有名店さん、そのほか、売上一〇〇億円以内で地域に根ざしている企業さんなどで、なるべくバリエーションがない構成になっているのです。こうして集まってみると、皆さんが抱えている問題は共通しているということが分かりました。人材の問題、納期の問題、仕入れコストの問題、クレーム処理の問題、食中毒の対処法などです。こうした問題に対し、本音で語り合う場を開こうとしても、やはり最初は、皆さん自分たちのノウハウを話しながらないんですよ。そこでまずは私から、どこから何を仕入れているのか、限界値はどれぐらいか、といった内事情をすべて晒すことで、皆さんもようやくそれぞれの内情を開示してくれるようになりました。こうした話し合いを重ねることで、それぞれの店舗のレベルアップへと、確実に結びついていると思います」

