



目の前に東京タワーがそびえ立つ、プライダル施設「The Place of Tokyo」はもとオフィビルだった物件をリノベーションし、開業から5年が経過したが今年が過去最高の来店者数を達成



早朝に築地市場から取り寄せた鮮魚が陳列されている。「今日はどうやって料理するのか?」と武蔵社長が尋ねると、「刺身ですね」との返答。生きた魚を前に興奮気味だ



「こだわりもん」家は店舗ごとに女将が常駐。オープンキッチンとカウンター席の合間には量が数かかれており、「いつでも女将が目線を合わせて会話ができるようにしている」とおもてなしのこだわりが表れている



「鮮魚×炉端 こだわりもん一家 銀座店」。和食料理と丁寧な接客が自慢で、立地上、接待や企業宴会の利用も多い。オープンキッチンで炉端焼きなどの調理の様子が客席から見えるようになっている



The Place of Tokyoの1階にあるバーカウンターでスタッフと歓談。「最近、元気にしているの?」と武蔵社長から声をかけるのがスタッフが近況報告。その後も会話が続いた

## 会員向けのアプリも展開し、会員数はシール会員を含めて約50万人にのぼります(2018年2月末現在)

### 居酒屋業態では珍しい会員制度を導入

「おかえりなさい」——。当社の創業ブランドである居酒屋「こだわりもん一家」ではお客様が入店すると、このように出迎えます。

同店は「第二の我が家」をコンセプトに掲げ、料理長が厳選した食材を使った料理を提供すると共に、ホールには女将が常駐し、お客様が自宅のリビングのように寛いでいただける空間づくりに力を入れています。

また、主力業態である九州・中洲の屋台をモチーフにした「屋台屋 博多劇場」では業界でもユニークな会員制度を導入しています。200円で会員になると、以降の通しが一生無料になったり、3回目の来店で「VIP会員」になると、1杯目の飲み物のジョッキを無料で大きなジョッキに変えるサービスもあります。

会員向けに定期的なイベントを開催しており、例えば「ゼロ



The Place of Tokyoが大切にしている「ALL for ALL」の精神と共に働く仲間やパートナー企業と分かち合う「おもてなしウェディングアワード」。素敵な結婚式を創造できる施設へと成長することを目的としたウェディングプランナーを対象とした社内アワードだ

毎年開催する社内イベント「家祭り」飲食事業部「こだわりもん一家」(13店舗)、「屋台屋 博多劇場」(31店舗)、「Traction」&「Wendy」(TANGO)店舗の計45店舗の中から最優秀店舗を決定する。全社員がアルバイトが1000人規模で参加し、今回で第13回目を迎えた



「家族のような会社であり続ける」と話す武蔵社長は毎月全社員の誕生日会を企画し、社員との関わりを大切にしている



こともありました。既存の常識にとらわれない取り組みが話題となって、東京都内915のプライダル施設の中でも口コミサイト「ウェディングパーク」では総合9位、浜松町・品川・目黒・世田谷・港区エリアでは総合1位に名を連ねました(17年9月末現在)。

17年12月12日に当社は東証マザーズに上場しました。お客様に笑ってもらって元気になってもらって感動して帰っていただく。これからはおもてなしに関わる様々な事業を視野に入れ、「日本一のおもてなし集団」を目指していきます。

ハンテープを持ってきたらドリンクサービス」といった「持ち出し企画」が好評を博し、来店客の約6割が会員のお客様になっています。

飲食店業界では生産性向上を目的に、タッチパネルの導入や自動会計などの機械化や自動化が進んでいます。そういつた時代であるからこそ、「人のおもてなし」による踏み込んだ接客が当社の強みになっています。

さらに、当社のもう1つの事業がプライダル施設「The Place of Tokyo」の運営です。東京タワーの目の前という立地性に加え、居酒屋という飲食ビジネスの領域から参入した当社独自のノウハウを活用することで、コストパフォーマンスを重視した価格設定で高回転を実現しています。1会場あたりの回転率は年間で191回転を誇ります(2017年3月期)。

### 居酒屋からおもてなし業へ

当初は「居酒屋がプライダルを運営するなんて」と言われた