

我流経営

JSBA対談 Volume.4 (2022.9)

株式会社エムアンドケイ
取締役COO 木下隆介

Ryusuke Kinoshita



日本食文化の価値を高める木下COO

アナログとデジタルの相乗効果で日本食文化を世界に！

■聞き手 JSBA代表理事 高松健

高松 金沢まいもん寿司は全国に何店舗ありますか？

木下 現在、とんかつ等のグループ店を含め、45店舗を運営しています。従業員も1000人近くまで増えました。

高松 金沢といえば高級寿司のイメージがありますが、北陸のお寿司は何が違うのでしょうか？

木下 石川県の能登半島は暖流と寒流がぶつかり合う漁場で、様々な魚が獲れ、内海は「天然のいけす」と呼ばれています。

高松 いつ頃から寿司事業を始めたのですか？

木下 1999年からになります。現代表の父が建築設計事業を営んでいたのですが、金沢の魚を岐阜羽島の市場で週末売り始めたところ好評で、その地に寿司屋を始めたのが最初です。

高松 建築設計からの飲食への大転換ですね。まいもん寿司の店舗の内装も華やかでこだわりが感じられます。

木下 はい、加賀友禅のデザインをモチーフに、色は黒、えんじ、白、金などをベースに仕上げています。寿司に乗せる金箔も、国内生産シェア99%を持つ金沢の文化を表しています。ご来店の際は、お店の内装などにもご注目頂きたいです。

高松 まさに豪華絢爛！職人へのこだわりもあるそうですね。

木下 「寿司」は「寿」を「司る」ものとし、お客様の寿を祝う食としています。寿司職人はただの料理人ではなく、寿を司る者として、腕を振るう重要な職人と位置付けています。

高松 また会社のスローガンにも大変興味を持ちました。これ以上ない心に響くフレーズは誰にも分かりやすいです。

木下 「私たちは自分の子どもに食べさせたいものしか出しません」ですね。みなさんも自分の子供には安全で美味しいものを食べさせたいと思うはず。スタッフがこの気持ちを持って、必ず喜ばれる寿司をご提供することができます。

高松 さらに新しい施策にも取り組まれていますね。

木下 まだ数は少ないですが、最新の冷凍技術を活用して、握りずしの冷凍販売を始めました。冷凍により、金沢の美味しい寿司をいつでもどこでも手軽に楽しめるようになります。

高松 ツイッター等を活用したデジタル宣伝も積極的ですね。

木下 寿司は手で握るため、お客様との信頼が必要で、基本的には店舗での人間関係が一番と考えています。ただ、次世代に向けて、若い方にもこの食文化に触れるきっかけにもなりますし、デジタルも有効に活用していくべきだと思います。

高松 最後にまいもん寿司が目指すものは何ですか？

木下 先ずは大切な人材ですが、女性の活躍を推進したいです。女性の寿司職人をもっと育てたい！女性だけの寿司屋が誕生してもいいですね。そして、日本の食文化の価値を高めて世界に売り込みたいです。日本の飲食業は、美味しいものを一生懸命提供しても利益や賃金が低く、産業としても厳しい状況です。日本の良き食文化をアナログとデジタルで価値をもっと高めて世界に広めたいと考えています。



全国45店舗を展開する金沢まいもん寿司
豪華絢爛な店舗の内装は必見！



鳥越アズーリFMゲスト出演（中央）
「アツい社長のホットなランチタイム♪」

2022年9月9日放送