

頑張れ店長

うらやましい競合店

店長さんにとって気になるのが近隣の競合店。多くのホールは毎日の「頭取り(他店調査)」で、どんな機種構成で稼働率はどれほどかさらに遊技客の数や性別などをチェックしています。「敵を知り己を知れば百戦危うからず」ですが、その敵が自店より勝っていることも少なくありません。今回はあえて競合店のほうが自店より優れていることをあげてもらいました。

全国的大手には勝てない

「うちのエリアの一番の競合店は全国チェーン店。新台の導入は早いし、品薄の機種も相当数を確保していて、とても太刀打ちできません。ことあるごとに遊技メーカーの営業マンに、何とかしてくれと言っているのですが、『あちらは本社レベルの決裁なので、私に文句を言われても困ります』と聞き直られます。全国チェーン店の力をまざまざと見せつけられます」(関東・A店長)

店長レベルではいくら頑張っても難しいのが新台の確保。このままではスケールメリットを生かした全国チェーン店の寡占が進みますが、そうとばかりは言えないのがこの業界です。

ベテラン揃いの接客力

「その近隣店は4店舗しかないチェーン店の一つですが、それだけに店長も従業員も勤務が長いベテラン揃い。昔からの常連客もしっかり捕まえていて、来店客も含めてファミリーという感じです。なにしるお客様が入場すると『おかえりなさい』と挨拶するし、店内の掲示板には手書きの新聞を張り出しているのです。業績ではうちの店のほうが一枚も二枚も上ですが、スタッフは1〜2年で異動することが多く、マニュアルも決まっているので、私が思うような店づくりができません。近隣店が羨ましいです」(中部・B店長)

B店長の店は十数店のチェーン

店で若手が多く、ベテラン店員が多い近隣店のような「つるげる雰囲気」を出せないそうです。

良いところは真似させる

「頭取りは入社2〜3年の若手の仕事ですが、ときどき店長の私がかつて出ます。初心を忘れなためと、自分の目で見てこそ気づくことがあるからです。その頭取りでは、機種構成や稼働率だけでなく、店内の雰囲気や接客レベルなどもチェックします。その際、悪いところはいくらでも目に付きますが、必ず良いところを一つは見つけるようにしています。トイレに花を飾っていたり、景品コーナーに親しみが持てる手書きのPOPがあったり、休憩コーナーに人気のシリーズ漫画を揃えていたり。良いと思うことは、うちの店でも真似させてもらっています」(関東・C店長)

C店長が近隣のホールに頭取りに行くと、その店の店長が挨拶に出てくるので、じっくり観

店長からの投稿

どのホールも大地震に備えて非常食や飲料水を備蓄していると思います。うちも飲料水、乾

パン、レトルト食品、缶詰、即席ラーメン、カセットコンロ、ガスボンベ、それに防災セット、レスキューバッグ、携帯ミニトイレ、手回し式懐中電灯、寝袋、携帯ラジオなど、100人が1週間は持ちこたえられる分を備蓄しています。店のスタッフは30人ほどですが、スタッフの家族や近隣の住民にも役立ててもらえるかもしれません。かなりの分量になりますが、景品コーナーに「防災用品」として出して、備蓄を入れ替えています。それでも賞味期限が近づいたものは、廃棄するのはもったいないので、スタッフに持ち帰ってもらいます。若い連中は大量に引き取って、「これで1週間のメシ代が浮いた」と喜んでます。(関東・店長)

非常時の備蓄 食料品の入れ替え 若い連中大喜び

積極経営に後れを取る

察できなくて困るそうです。「遊技人口が減少傾向で、客単価も下がっていますが、こんなときこそ人気の新台を大量導入したり、新規出店で売り上げ増を図るといった積極経営をとるべきというのが私の持論です。実際、ホール業界のリーディング企業はもちろん、元気のある中堅グループも店舗

を増やし、売り上げを伸ばしています。ところが、うちの会社は経費削減に力を入れていて、店舗をリニューアルするのが精一杯で、新台入れ替えも必要最小限にとどめざるを得ないのが実情です。これでは手足を縛られて闘っているようなものです」(中部・D店長)

十分な予算を回さずに売り上げの確保を厳命する本社と、少ない予算をやり繰りして集客を図る店長さんのせめぎ合いは、多くのホールで見られるようです。

大きな投資がなくても

「休日には名店と言われるホール巡りをしています。実にさまざまなおホールがあります。巨額の投資ができる店は羨ましいですが、私が良い店と思うのは、お客様がくつろいで楽しめるお店です。豪華な設備でなくていいし、最新台がなくてもいいけれど、店のスタッフが馴染みのお客様と世間話をしたり、たとえ負けてもお客様が笑顔で帰るような店です。これなら経費を使わずにできることなので、私もそんな店づくりを目指しています」(関東・F店長)

負けたお客様が笑顔で帰ることができるなら、最高の店づくりかもしれません。

マネジャークラスが優秀

「店舗を運営するうえで設備も予算も大事ですが、一番大切なのは優秀で信頼できるスタッフです。とくにマネジャークラスが優秀だと、店長は勞せずして好業績をあげられます。うちの競合店がそんな恵まれた環境で、店長さんは新台発表会やセミナーでよく店を空けることが多く、ゴルフに出かけて1日いないこともあるほど。羨ましい限りです。私も部下を育てれば時間に余裕が生まれるのですが、手塩にかけて育てて、やっと店を任せられるようになった頃には異動でいなくなったりして、当分は楽できそうにありません」(中部・G店長)

「隣の芝生は青い」といいます。自店にはなくて競合店にあるものは羨ましく思えるようです。しかし、羨んでばかりいず、良いものはどんどん取り入れたいものです。

お詫びと訂正

5月号の「頑張れ店長」において、「提供回数」や「交換回数」などについて「交換率」と表記するなど誤解を招く表現があったことをお詫びします。また「500円115個」を「500円116個」と訂正します。

広報誌「日遊協」編集部