



コミックバスター時空千葉駅前店。行き届いたサービスで競合店との違いを打ち出す

客単価は、1300円、1日の来客数は900人、週末に売り上げが偏っているため、平日をもっと上げたいところだ。それと意外だったのが、

シャワーの利用者が多いことです。本部に、駅前ならシャワーは必要だと言われて付けたのですが、私は利用する人がいるのかなと思っていました。

勢の共有は、非常に重要ですね。現在、御社にとってのネットカフェ1号店を出店されていますが、この1号店は40坪と、ネットカフェとしては小さいように思いました。

女性のお客様にとっては、安心感があるかもしれません。

実は平成20年2月に、24坪の2号店をオープンするんです。やはり駅前立地なんです。この半年間でかなり勉強が出來たし、手応えは感じていますので、勉強してきたことを2号店に必ず生かせると思っています。3号店も検討中で、こちらは100坪ぐらいになりそうです。店の規模に関わらず、最終的には、やはり人間なんですよね。人間がしっかりしていれば、やっていけると思っています。

—確かにネットカフェは、スペース提供業のようなものだから、あと加えるとしたら、サービスの部分だけでもいいですね。

—数多いネットカフェFCの中で、コミックバスターを選ばれた理由は何でしょう。

—1号店の現状についてお話しいただけますか。

—客の不満に細かく対応 選ばれる店を目指す

—まず、FC事業を始められたきっかけからお話してください。

—なるほど。ピザ宅配、中古車買取、販売の次に、新たなFC事業としてインターネットカフェを手付けられたわけですが、ネットカフェ進出の動機は何ですか。

—なぜサービス業だったのでしょうか。

—課題などはありますか。

—業種を問わず 最後はサービス力勝負

—閉社の社員から、さらに店舗展開したいという声が上がりました、それなら今までやってきたことのないものを作りたいたと考えたのです。その中で、なぜかネットカフェが自分に響いてきたんです。それと、サービス業という分野で、もっと窮めていきたいという気持ちもありましたので。

—結局のところ、ピザも車も、基本的な考え方や姿勢は同じで、気配りなどサービス面での差別化が不可欠だと、つくづく感じたからです。

—それは本部がやってくれることですから、そこで止まってしまうと、もう駄目なんです。お客様も慣れてくるし、付加価値がついていないと飽きられちゃうんです。ですから何をサービスするか、つまり

—手軽なレジャー施設として、定着してきたインターネットカフェ。新業態として成長性が期待される一方、顧客サービス面では、まだまだ改善の余地があるという。この改善の余地にこそ、ビジネスチャンスが隠れているものだ。今回は、サービスの充実で差別化を図る、インターネットカフェFC「コミックバスター時空千葉駅前店」の山下将志氏にお話を伺った。

—きめ細かい気配りなどがとても重要になってくるんです。それでネットカフェなら、空間を売っているわけですから、究極のサービス業じゃないかなと思ったのです。それにネットカフェ業界の現状を見ると、大半の店で、入店時の受付だけやって終わりじゃないで

—課題などはありますか。

FCで新分野に挑戦!

自信の接客サービス力で異業種から参入 ネットカフェ、 脱・「場所貸し業」に 商機あり



株式会社ビックマウンテン
代表取締役社長
山下 将志 氏
株式会社ビックマウンテン
千葉県千葉市に本拠を置く、FC加盟店として、中古車買取・販売店3店、インターネットカフェ1店舗などを運営。年商は8億9000万円(平成18年11月決算)。グループ会社で、宅配ピザ店FC3店舗も運営。