

インタビュー

“100店舗あれば100通りの店づくり”
地域密着型のオリジナリティの高い
施設運営をめざす

(株)アクロス 代表取締役社長 原田健一氏



複合カフェは
今後も成長していく

——2007年は業界全体として出店ペースの減少やネットカフェ難民報道など業界としてあまりよいニュースがありませんでした。

原田 07年は32店舗出店しました。前期、前々期は40店舗以上出店していましたので当社もペースダウンしたといえます。

——その要因はどこにあるとお考えですか。

原田 いくつか要因があります。ひとつは地価の高騰によって物件の獲得が難しくなってきたこと。特に東京を中心に関東エリアは高騰しています。

もうひとつは金融機関の審査基準が厳しくなっていることがあげられます。4月に入り若干解消されてきたという印象はありますが、サブプライム問題の影響なのか、真意は図りかねるところですが昨年から今春にかけて厳しかった。

さらにネットカフェ難民の報道以降は、

大手や準大手の企業が加盟される際に、イメージが悪いということで躊躇されるケースもありました。

一度悪いイメージがつくと払拭するのはたいへんですが、実際に店を見ていただいて実態をよく理解していただくしかないと考えています。

——風評被害の影響は大きかったです。

原田 そうですね。ただ、既存店舗の業績自体は対前年ベースで伸び続けています。報道以降も店舗単位では「複合カフェがどういうものか一度見てやろう」というお客さまが増えたため利用者数は増加しています。

——報道以降、来店客が減少したというチェーン店もあるようですが。

原田 当社の加盟店は利用が増えています。これは全国的な傾向です。ただ先ほど申し上げましたように加盟店開発においては大きな影響がありました。

——08年の展開についてはいかがですか。

原田 昨年と同数程度、30店舗前後のオープンを予定しています。

当社を含め業界大手の出店のペースが落ちたことで成熟期に入ったといわれますが私自身はそのようには思いません。既存店の来店客数、売上げは伸びていますし、複合カフェ

の出店していない空白エリアも全国にはまだまだ多くあります。

——今後も成長が期待できる業界であるということですね。

原田 当社では複合カフェを娯楽とは捉えていません。会社と自宅の間にあるサードプレイスであり、気持ちを和ませたり、癒されたり、慰めたりする憩いの場所と捉えています。

最大の商品は、空間であり接客サービスであると思っています。そしてそれを構成する最大のコンテンツがコミックであるということです。

当社では1人来店比率を重視しています。これが70%を切らないようにすること、そして客単価は1,000円より高くても低くてもいけない。自宅の延長線上にある自分のスペースですから、気軽に利用できる場所ではなくてはならないわけです。したがって、1ボックス(ブース)当たりの売上は決まりますし、その範囲内で投資しなければ事業として成り立たないわけです。

その意味では小商圏で成り立つビジネスといえ、当社では乗降客数5万人程度の駅前であれば十分に事業化できると考えています。5万人規模の駅前に複合カフェのないところは数多くあります。

——まだまだ市場拡大の余地があるということですね。

原田 そうです。もちろん、都市部など局地的に供給過剰といえる競争の激しい

場所もあります。従来のように出店すれば成り立つというのではなくてきた。そういう意味ではサービスの質が問われる時代を迎えたといえます。

ただ、そのような質の高いサービスをお客さまに提供できているかという点、当社を含めてその域に達していないのが実情です。しかし、その機運は出てきたと感じています。

当社では月1回、西日本と東日本で加盟店研修会を実施しているのですが、参加されているオーナーさんが各店舗の店長を集めて勉強会をはじめようという動きが出てきました。

——加盟店のオーナーが自主的に勉強会を開くということですか。

原田 そうです。加盟店さん同士で互いの店舗を見に行かれたり、そこで情報交換をするなかで、自主的な勉強会を立ち上げようという話が出てきた。どのような形で進めていくのか検討しているところですが、本部としてもサポートしていきたいと考えています。

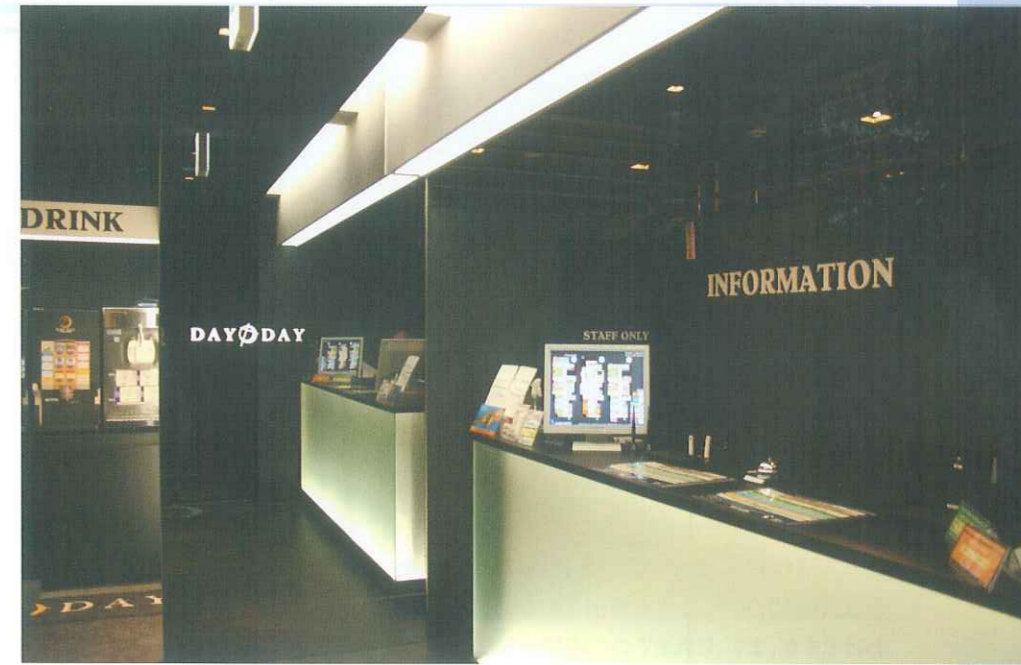
オリジナリティの高い
店づくりを推進していく

——最近、利用者のニーズに関して変化を感じることはありますか。

原田 ネット対戦ゲームのユーザーは確実に増えています。大きな変化というのはみられませんが、ここに至って40~50歳代のお客さまの利用が増えてきています。

——比較的、年齢の高い層が増えてきたのは複合カフェの認知度が高まってからですか。その層に向けたキャンペーンやイベントなどを実施されているのですか。

原田 認知度が高まってきたということはいえると思います。それと特設のキャンペーンなどは行っていないのですが、



こうした層が読む雑誌がないというお客さまの声がありましたので、40代、50代の方を対象とした雑誌を増やしています。

たとえば、これは加盟店40店舗の年齢別客単価の平均値ですが、10代が1,060円、20代が1,150円、30代が1,100円、40代が1,050円、50代が980円となっています。以前と比べてデータ化できるほど40~50歳代の利用が増えてきています。

——08年度の複合カフェ業界はどのように変化していくとお考えですか。

原田 アミューズメント機能の強い大型店と個人の憩いの場的な小型店の二極化は今後もますます進んでいくだろうとみています。

また、お客さまの利用は多種多様ですが、分類できる部分もありますので、その部分を機能強化した店舗が出てくる。

当社チェーンでは、“100店舗あれば100通りの店づくり”とあってきましたが、これまでは店舗イメージや装飾面でのつくり分けが中心でした。今後は機能的な面でのつくり分けになっていくと考えています。たとえばビジネスユースは確実に

ニーズがありますので、こうした部分を機能強化した店づくりも可能でしょう。——新しいコンテンツの展開はお考えですか。

原田 07年7月からバスターTVを立ち上げました。公序良俗に反しないということで、当社で審査してからアップしていますので、他のフリーのサイトに比べると面白みに欠けるかもしれませんが、コミックバスターの独自性を出すためにもこだわってやっていきたいと考えています。

今年の5月からは、登録制で各店舗のHPに周辺の商店街や企業の方が、商品やキャンペーン、あるいは求人などの情報を動画も含めて自由に書き込めるコーナーを開発します。

——どのようなシステムなのですか。

原田 料金をとって無償でもかまいません。本部がガイドラインを設定し、その範囲内で各オーナーさんに決めていただくと考えています。バスターTVの機能を活かして、最初はできることから、その店舗のオリジナルな情報を発信していきたいと思っています。