

# 貸し会議室運営の次はから揚げ店 新規事業を育てて売り、事業転換続ける

## 菅原智美 代表【浅草ゆかりインターナショナル（からあげ店のフランチャイズ運営）】

携帯電話販売も貸し会議室も、始めたときには誰もが「流行らない」と反対した。しかし、どちらも大きな成長市場となった。世の中のニーズをつかんで事業を始めて成長させ、譲渡によって巧みに事業を乗り換えてきた。文／尾越まり恵



新たな事業を成功させるには、「儲かるかどうか」だけではダメ。「自分が楽しめるかが大事」と話す菅原智美社長

「いま、日本はから揚げブームなんです。こう笑顔で話す菅原智美社長は、昨年10月、7年間経営してきた貸し会議室の事業を譲渡し、譲渡益を利用してから揚げチェーンのフランチャイズ運営を行う新会社、浅草ゆかりインターナショナルを立ち上げた。

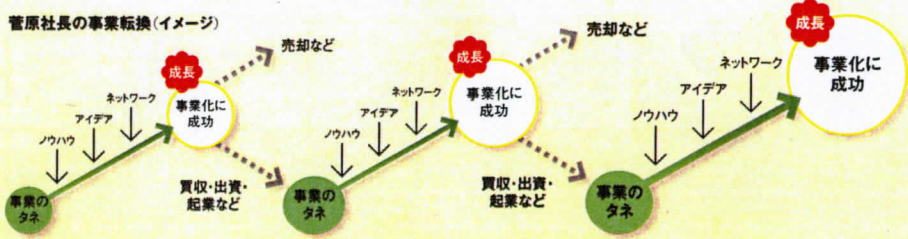
すでに28店舗を展開しているから揚げ店のオーナーが、「自慢の品をもっと多くの人に広めたい」と菅原社長に相

談を持ちかけた。菅原社長がから揚げ店に興味を持った理由は2つある。1つは、「初期投資が少ない」こと。から揚げ店は7〜10坪の小規模店舗のため、標準的なケースで初期費用はおおよそ500万〜700万円ほどで開店できる。

2つ目は、「利益率が高く、投資回収が早い」こと。諸経費を差し引いても月に50万〜80万円ほどの利益が出る見込みで、1年ほどで投資回収が

できる。これは飲食業界では異例のスピードだという。さらに菅原社長は証券会社と連携して資金を集め、熱意はあるが資金のない人向けに開店資金を援助する仕組みも検討中だ。

その裏には「女性社長を応援したい」という思いがある。菅原社長は女性経営者を支援する一般社団法人「エメラルド倶楽部」を設立。4年目を迎える現在、700人ほどの



会員を抱える。「カフェなどを開業したい女性が多いものの、ノウハウ不足で苦戦している。まずは初期投資の少ないから揚げ店で集客から宣伝まで、一通りの飲食のノウハウを身に付けてほしい。1〜2年で資金を貯めて、その後で自分の好きなお店を始めればきっと成功する」と話す。

### 譲渡によって事業が成長する

1995年のポケットベル全盛期。当時、24歳だった菅原社長は携帯電話の市場に可能性を感じて携帯電話販売会社に飛び込んだ。店舗の窓口スタッフからのスタートだったものの、「まだ、誰も使っていないから逆にチャンスだ」と思いました。その後、この業界は急成長を遂げた。初期投資ゼロで多店舗展開するノウハウはここで学んだ。

入社から10年後、35歳でこの会社の副社長になった。自分の裁量でどんどん改革し、仕事は楽しかった。しかし、安定するともっと新しいことに

挑戦したくなる。携帯電話以外の世界を知りたいと思い、7年前に起業を決意した。事業のタネを探そうと調査したところ、当時男性ビジネスパソコンを中心に流行っていたネットカフェが目に入った。暗く狭く、女性客はほとんどいない。「女性も打ち合わせをしたり、ゆっくり本を読んだりする場所を求めているのでは」と思った。今でいうコワーキングスペースだ。

自己資金1000万円を元手に、2つの銀行から合わせて4000万円の開業資金を借りた。抵抗はありませんでした。その頃は成功するというイメージしなかったんですけど、NATURAL NEW CONCEPTと名付けたスペースはまったく流行らず、1年目の収支は真つ赤だったという。

転機となったのは、2008年のリーマン・ショックだ。自社フロアを縮小した企業が、外に会議室を求め

始めた。ビジネスラウンジの一角に用意した貸し会議室の予約が埋まり、全体の売り上げの8割を占めるようになった。同時に、駅前の立地の良いビルに空きが出るようになり、安価で貸してくれるオーナーが現れた。そこで不動産業者を介さず、直接ビルのオーナーと契約して貸し会議室を増やした。毎月家賃を支払うのではなく、売上げの半分を支払う。オーナーには予約管理票を見せて常に売り上げが分かる仕組みを整えた。

ナチュラルの貸し会議室が10店舗となった1年半前、条件が合わなかったり、予約が埋まっていたときに、とここぼしてある客を聞きたいと考えた。そこで、自社の店舗を増やすのではなく、全国の貸し会議室会社と提携し、客を紹介して紹介料をもらう戦略へとシフト。競い合っていたライバルを仲間にし、都内に150店舗もの提携店のネットワークをつくった。

インターネットのサイトを増充させて提携店をさらに増

やそうとしていたところに、ある企業からM&Aの話を受けた。ナチュラルは年間売上高1億円あまりの8割以上を占める会議室事業を譲渡。13年9月に資本金1400万円の新会社「会議室コンシェルジュ」が創設された。

7年間大事に育ててきた事業をなぜ譲渡するのか。「譲渡により、3〜4年後にこの事業がもっと大きくなる可能性を感じました。その方がビジネスとしてはいい」。

そして、1カ月後に自身はから揚げチェーンの社長へ。菅原社長が新規事業を始める際の判断基準は、「今ないもの」そして「これからトップになれる余地のある事業であること」だと言う。「事業を作る人、育てる人、維持する人、それぞれタイプがあるでしょう。中でも私は事業を作ることに関心があるんです。立ち上げた事業を軌道に乗せた後は、拡大や維持が得意な人へとバトンを渡す。当面は菅原社長は「日本一のから揚げチェーンづくり」に挑戦する。