【掲載情報】株主手帳

2017 年 2 月 17 日発売の株主手帳 3 月号「You は何をしている会社なの？」にて、弊社副社長 伴の取材記事が掲載されました。

カタカナ表記の社名、どんな事業を行っているのか想像しにくい企業も多い。そこで、どんなことをしているのか分かりやすく解説してもらった。

している会社なの？ you doing?

今回の会社 エスエルディー 3223・JQ

カルチャーコンテンツの企画・開発 リアル店舗からWEBへの進出目指す

エスエルディーは、店舗運営受託を通じたカルチャーコンテンツ提供事業として飲食店運営が売上の9割超、その他音楽イベントやテナント出店・運営コンサルティングを手掛ける。つながる人をふやせる場所」という企業理念の下、居酒屋、アミューズメント、食材などを組み合わせた空間プロデュースやイベントの提供を目指している。

―― 御社のビジネスモデルについてお聞かせください。

見た目は飲食店舗の運営ですが、飲食などカルチャーコンテンツを組み合わせ、空間を活性化するプロデュース業です。空間も常に変化を必要ではなく、創業時は和風で店舗という形式にこだわりはないのですが、あるタイミングを機に店舗出店が増えていき、今では売上の95％を直営飲食店運営が占めるようになりました。

―― 飲食店舗が他にできた要因はなんでしょうか。

強みである音楽をきっかけに空間づくりを提案した、立地にとらわれない出店戦略が奏功したことです。これにより知名度も上がっていき、上場前後からは商業施設への出店が増えていきました。しかし、商業施設という一等立地での展開ということで他社との差別化が難しくなり、集客もより難しくなりました。これからは新たな役割として、原点回帰である音楽や服装などの各店舗自由となっている「個性」を前面に出した店舗展開をしていきます。

―― 現場の裁量権は高いのですね。

ほかにも、店内のメニューの一新や、店舗ごとに空間づくりのためのコンテンツ開発環境を育てるため、あえて統一感のない雰囲気を残すなど、飲食サービス事業では和風作料理店専門店「kawara CAFE & DINING」を筆頭に20業態、合計70店舗を運営しています。メニューは約200種が、店舗独自のものとなっており、各店舗それぞれで開発しています。これまでレシピにあるだけで5000以上のメニューを開発してきました。外食業界としては単一業態に比べ非合理的には思われますが、なるべく同じ材料を使った別メニューの展開をするなどコスト削減に努めています。

―― 飲食事業において今後の強みとは？

飲食サービス事業では和風の由来である「Solid」（固体）という言葉通りに起因しています。この言葉には「みんなで一つの意思に向かって進んでいく」という意味が含まれています。青野社長が色々な意見の中で部分最適を組んでいくのではなく、全員が意見をできる環境づくりをしてきました。

―― 今後の事業展開としてはどのようなものですか？

リアル飲食店からの脱却ということでWEBでの展開を考えています。2016年11月より開始した料理動画メディア「クラシル」を皮切りに、1万2000本の動画を保有しています。これは、プロの料理人の調理動画など30秒程度の動画を配信しているコンテンツで、純粋なメディアとしての成長を目指しています。2017年からは「EC市場に参入し、農業水産業などの第一次産業や食品加工・流通販売も行う六次産業品の商品を展開。他社ではないような、良いものではあるが販売先網の限られたアイテムを取り扱っていく考えです。また、タイアップ広告の制作・配信による収益化も視野中です。既に、米映画配給会社FOXから人気ゾンビドラマ「ウォーキングデッド シーズン7」の宣伝CMを制作した実績があります。これはインオンエアクオンツ内プロコンカフェで「ゾンビを掃除するTVコマーシャル」を開発したものが伝わり、受注をもらったので、現在は、1日に1本の動画配信ですが、まずはこれを2～3本に増やしていく予定です。

伴 直樹 取締役副社長

株主手帳：http//www.kabunushitecho.co.jp/