

取材・清水 高
山田清志
関根利子

女性の特集 光る女性の視点

デフレ時代にあつて的確な判断で商品を開発し売る感覚、複雑になりすぎた地下鉄の乗り換えを分かりやすくする知恵、男性では気が付かなかった観光オプションの提供、etc……。主婦としての目線、生活者としての感覚が、新しい価値をつくり始めている。こうした光る女性の視点はすべての経営者にとって大いに参考になるだろう。

弁当販売

主婦の目線で駅弁業界を変革

日本レストランエンタプライズ
三浦由紀江さん

三浦由紀江さんは44歳のときに、日本レストランエンタプライズが運営するJR上野駅の売店で、パートとして働き始めた。そこで気付いたことを次々に実践すると、売り上げは大きくアップ。9年後には、弁当営業部大宮営業所所長に抜きされた。現在は、8人の社員と70人のパートを束ね、大宮駅構内の6店舗と鉄道博物館の食堂および駅弁売店などを切り盛りする力リスマ所長だ。

自分がおいしいと思うものしか並べない

「私はいまだに提供する側の論理が身に付いていないんです。常に提供される側の論理、要するに主婦感覚でしか見ていません。自分なら買うだろうか、いつも販売しながら考えています」

こう話す三浦由紀江さんが担当する売店は、JR大宮駅構内にある。その一つ、「駅弁屋 旨閉門」は「ecute大宮」という商業施設

の中にあり、周りにはすし店や総菜店、中華料理店など強力なライバルがひしめく。そんな中で、三浦さんの店は1日600〜1200個の駅弁を売りまくる。「最近では駅弁を自宅で食べる人が増えています。そんな中、私たちは

周りの店と差別化し、価格競争はしないようにしています。そのためには、魅力的な駅弁をそろえておく必要があるんです」三浦さんは陳列する駅弁を必ず自分で食べて、おいしいと思うものだけを並べる。そうすれば、お客

に自信を持つて薦めることができるからだ。

また、地方の駅弁業者とタッグを組んで、新しい駅弁も開発した。そのときは、業者の厨房まで自ら出向き、とことん味見をして「これなら」と思えるようになるまで、何度も試作してもらったそう。

「料理に関して一介の主婦にすぎない私が、プロの駅弁業者さんを手にとんどん駄目出しをするものですから、最初は驚かれたと思います。でも、家族や友達に手間暇かけた料理を20年以上も振る舞ってきた私は、自分の味覚に自信がありました。それに、何よりいろいろな駅弁を一生懸命売ってきた経験を持っています。開けた瞬間に受ける『この駅弁ならお客様に薦めやすい』とか、『こんな駅弁は売れない』というインスピレーションは、業者さんより絶対に鋭いという思いがあったんです」と三浦さん。

結局、駅弁業者は彼女の熱意を買って、「そこまで言うのなら」と従ってくれたそう。そして、こだわ



「学歴がなくても、仕事の経験がなくても、年齢が高くても、そんなことは関係ありません。大切なのは、自分で限界をつくらないことです」と話す三浦由紀江さん