本誌プロデューサー

加藤秀俊のグルメ対談1

飲食業界の人材を語る

飲食業界の人材コンサルティングをされている田畑氏が、転職の現状と求められている人材について語る。

1996年に東京マーケティングを設立。『東京 最高の店』など、高級飲食店を紹介する雑誌を手がける。

適材適所の縁を紡ぎ、世界に誇る飲食業の活性化を願う

加藤　飲食業界におけるヘッドハンティングの現況についてお聞かせください。

田畑　この不況の影響によるものか、外食業界全体で考えると活発であるとは言い切れません。しかしながら、いわゆる新興系と呼ばれるような新業態とチェーン店については、求人も継続して行われています。現状、どのようなスタイルのヘッドハンティングがあるのかというと、〝同業種間〟において行われるものと〝異業種間〟において行われるものに大別されますね。

加藤　同業種間のヘッドハンティングではどのような傾向が見られるのですか？

田畑　新興系と呼ばれるような新業態では、どちらかというと世の中に何かを仕掛けていく「発想力」が重視されます。そういうタイプのお店では、自分で小さなレストランを立ち上げた後、よりスケール感のある仕事をしたいと考えているような方が求められ、入社後に大きく花開くケースがよく見られます。大手チェーン店のように、仕事がすべてマニュアル化されているようなところで働いていて物足りなさを感じている人、もっと自分らしくお客様視点に立って柔軟に対応していきたいと考える人も、やはり新興系に転職すると力を発揮されますね。業務改善などの面で今までの経験も生かせますし、自由度も高くなって、伸び伸びとお仕事をされるからだと思います。

加藤　異業種間のヘッドハンティングというのは？

田畑　最近では、こちらのケースのほうが増加しているように思われます。以前は料理を中心にシェフがお店作りをするスタイルとマニュアルのあるチェーン店の2つに大別することができました。しかし最近は、消費者の志向の多様化や飽きやすさから、常に新たな仕掛けを求められるようになっています。例えば、食品メーカーとコラボしたカフェやスポーツイベントとコラボしたダイニングなどがあります。そのため、さまざまな業種のプロをこの業界が必要としているのだと思います。

加藤　実際にはどのような例があるのですか？

田畑　大手航空会社のキャビンアテンダントだった女性がイタリアンレストランに入られたケースがあります。地上か上空かの違いはありますが、接客の面では、やはり彼女たちはプロ中のプロ。最初はスタッフとして入社されたのですが、結果的にはお店のナンバー2になられて、ホールの仕切りを任されていました。お客様のご予約に合わせて、全てをオリジナルで対応するスタイルのお店を作り上げて大繁盛しましたね。あとは、呉服屋さんの接客をしていた方が、というケースもありました。とにかく飲食業界は、他業種の人たちから見ても注目を集めている業界であることは間違いありません。ですから、私としてはそのような適材適所のご縁を紡ぐような応援をしていきたいと考えています。

加藤　確かに、魅力的な業界ですよ。日本の料理文化、「ホスピタリティ」や「サービス」は、世界で冠たるもの。これからワールドワイドに開かれていく業界で、しかも未知数の力が存在している。日本の料理文化に誇りを持って、そこに携わっている人を、もっとリスペクトすべきだと思うのです。「日本の料理文化ここにあり」という強い思いを打ち出していくことで、いずれは世界にこの文化が浸透していくはずですから。

田畑　おっしゃる通りです。日本の飲食業界における「ホスピタリティ」や「サービス」はかなり高いレベルにあると思うのです。ですので、逆に言えば飲食を経験している人は、どの業界でも通用する人材と言えます。

加藤　飲食業界から他業種へというケースもあるということですか？

田畑　はい。飲食店の店長だと異業界にいきにくいのでは、と思われる方も多いようですが、そんなことはありません。私たちからすれば、実に素晴らしい営業経験を積んでおられると思います。そういう方に、よくよく掘り下げてビジネスのご経験を聞いていくと、地域に根付いた営業のようなことをされているケースが多い。宴会オーダーをいただくために法人を回ったり、DMを作ったり。一般企業でいえば「販促」や「営業」にあたるお仕事を一手に受けられている。さらに店舗の計数管理も売上管理を含めて見られているので、とても数字に強い。すごく魅力的な人材です。

加藤　なるほど。飲食店の店長がしっかりとしたマネージメント経験を積んでいけば、自らの市場価値を高めることになるということですね。

田畑　はい。とにかく会社頼みではなく、個人で工夫を重ねながら仕事をしていただきたいと思います。そのような工夫は、お客様視点がないとできませんから、自ずとサービスのレベルも向上していきます。要は働き方の問題だと思うのです。マニュアルのあるチェーンで働くにしても、プロモートができて、「仕組み」を作る側の人間になるべきでしょうね。そうした視点を持った方々が増えていけば、さらに飲食業界全体が活気づいていくはずですから。

AKIKO TABATA

1992年、株式会社リクルート人材センター（現リクルートエージェント）入社。法人向け採用コンサルタントを経験。営業担当時代には年間MVPなど連続して多数受賞。2008年には会社設立以来1,000名近い営業マンの累計トッププレイヤーとして表彰を受ける。2009年2月、株式会社Keep in touch設立、代表取締役に就任。今秋、転職術をまとめた書籍を阪急コミュニケーションズから刊行予定。

株式会社Keep in touch

http://kitkit.jp/

2009年設立。次世代エグゼクティブサーチ事業、経営・事務課題からの採用アドバイザリーを展開。