［ コロナ禍を乗り越え、FC4 店舗を運営。ピンチをチャンスに変える前向きな経営 ］

常に前向き、即断即決が信条の野口さん。「頑張って取り組んでいれば、難局も不思議となんとかなるものです」と笑う

株式会社ハッピーハウス

代表取締役
野口正文

1954 年飯田市出身。経営していた喫茶店を 1988 年に法人化し、地域初のピザ宅配事業を始める。1997 年、イタリアンレストラン「キャナリィ・ロウ」の FC に加盟。県内に 4 店舗を展開中。

南欧をイメージした店内。本部の設計者が立地に合わせてデザインを手掛ける。店内の壁に描かれた手書きペイントも店舗ごと異なる

旬の野菜を豊富に使った前菜バイキングは、本部のレシピに基づいて調理。ランチとディナーで内容が変わるのも魅力

冬の人気メニューは生パスタの「ずわい蟹のトマトクリーム」。バイキングで楽しめる前菜とスイーツ、ドリンクバーまでボリューム満点

女性に支持されるイタリアンレストラン

石窯で焼くピザやパスタをメインに、豊富な前菜とスイーツのバイキングで人気を集めるレストラン「キャナリィ・ロウ」。愛知県発祥の同店の FC に加盟し、長野県内に 4 店舗を展開しているのが飯田市のハッピーハウスです。

代表の野口正文さんが FC 加盟を決めたのは 1997 年。当時宅配ピザの FC 店を経営していましたが、近距離にテレビ CM で知られる大手ピザチェーンが進出したことで「勝てない」と考え、業態変更を模索。業界紙でキャナリィ・ロウを知り、興味を持ちました。

「本社がある愛知県豊橋市は飯田から比較的近いので、一度店舗を見てみようと愛知県にあった店舗を訪ねました。すると住宅街のやや分かりづらい場所にありながら、平日も多くのお客様でにぎわっている。驚きました。内装も楽しい雰囲気で、これは長野のお客様にも受け入れられると感じたんです。本部に相談したところ、愛知県外の FC 出店は当時初の試みだったそうです。契約後に研修や敷地探しを行い、約 2 年後に一号店を飯田市にオープンしました」

飯田の店舗が人気を集めたことから、信用保証協会の協力を得て松本、長野、上田と人口の多い地域へ堅実に進出を果たしました。

キャナリィ・ロウの主要ターゲットは女性客で、平日は 9 割を超えるほど。ランチで客単価 2,000 円以上と比較的高額ですが、ディナーまで通し営業を行い、バイキングやドリンクバーは時間制限がないためゆっくりと過ごせると好評です。平均滞在時間は約 2 時間に及ぶといいます。

人気を支えるのが前菜とスイーツのバイキング。旬を取り入れつつ本部が供給するレシピと素材で提供されるため、安定感が持ち味です。

「野菜をふんだんに使った前菜は、女性のお客様に大変好評です。食材は本部が一括調達するため、物価高の影響も受けづらい。スイーツは、どの時間帯も品切れを起こさないことを徹底しています。甘いものだけでなくベリー系など酸味があるもの、チョコレートなどほろ苦いものなど味のバリエーションを揃えることで、バイキングならではの楽しさや満足度を感じていただけます。これらのスイーツは、本部の統一レシピに基づいて各店で小麦粉から手作りしているんです。数カ月に一度、本部のスーパーバイザーが来店して品質チェックが行われます」

コロナ禍を乗り越え、松本店リニューアル

経営の曲がり角になったのは 2020 年のコロナ禍でした。休業する店舗が多い中、長野県は助成金が出ないためなんとか短縮営業を続けることを選択。しかし外食需要が激減し、売上はコロナ禍前の 1/3 まで落ち込んだといいます。

「従業員を雇っている以上、なんとかしなければと営業を続けました。でも、特にディナーの時間帯は来客がめっきり減ってしまって。私は生来ポジティブな性格ですが（笑）、この時ばかりは大変でしたね。コロナ禍の経験を通して、忍耐強くなったと思います。今ではかなりお客様が戻ってきましたが、コロナ前の水準には至りません。外食への意識が変化したと実感しています」

コロナ禍の直前に松本店が物件の事情で移転せざるを得なくなり、当時新しい土地探しを進めていた野口さん。一度決まりかけていた物件が白紙に戻りピンチに陥りましたが、「今思えば、コロナ禍に移転工事を行わなくてよかった」と前向きに受け止めています。

新しく巡り合った現在の敷地は、キャナリィ・ロウでは珍しい幹線道路沿い。道路側に店舗、奥に駐車場という配置により道路から目に入りやすいことが功を奏し、客足は好調です。

こうした新店舗の敷地はハッピーハウスが探し、キャナリィ・ロウ本部の調査と確認を経て決定します。立地の基本は、主要ターゲットの女性客がゆったり過ごせるよう、あえて住宅地など落ち着いた場所を選ぶこと、駐車場を広く取れて車で入りやすいこと。本部調査では、事前に周辺の軽自動車の交通量を調査することで女性客が見込めるかを見極めています。

店舗ごとに変える管理とデザイン

建物の設計は、敷地に合わせて本部が実施。南欧風というデザインコードは統一しながら、客席の配置や数、内装や家具は店舗ごとに変えています。ドルチェを作る厨房やピザ窯は客席から見えるよう設計し、料理のライブ感を演出する点も特徴です。松本店は昨今の建築費の高騰を考慮し、あえて天井の梁を見せて仕上げたり間仕切りを減らしてオープンな空間にしたりと、随所に見える工夫が店舗の個性を生み出しています。

FC と言っても店舗によって客層や売上は異なるため、価格やメニュー、細かい管理方法は店舗ごとに変えています。こうしたマーケティングは、信用保証協会の経営支援サービスで毎月訪れる中小企業診断士の提言なのだそう。

「各店舗の数字や問題点を把握した上で、運営方針を提案してもらっています。第三者の視点でストレートな意見をもらえるので、非常に助かっています。今後は息子への事業承継を視野に、より健全な経営を目指したいですね」

人気のドルチェバイキング。多くの種類を食べ比べて満足感を得られるよう 1 ピースを小さく仕上げ、味のバリエーションにも配慮

看板商品のピザを高温で焼き上げる石窯。客席から見える場所に配置し、鮮やかなタイルでインテリアの一部に

南欧をイメージした外観は独特のカラーリングで世界観を表現。植栽やベンチも本部の設計者が敷地に合わせてデザインする

株式会社ハッピーハウス
創業 | 1988 年（法人設立）
事業内容 | 飲食店 FC 経営
〒 395-0803 飯田市鼎下山 1079
Tel 0265-23-0039　HP https://n831500.gorp.jp/