

日本外食新聞

THE JAPAN FOOD SERVICE NEWS



外食産業を…動かす人々

オリーブクリエイト
代表取締役

三宅 雅之 氏

みやけ まさゆき

高校卒業後、東京・中目黒で飲食店のバイトをしながら俳優を目指していた。その後、地元・瀬谷(横浜)に戻った三宅雅之さんは、かつてのバイト先の社長から宅配ピザ店の経営を譲り受けた。なげなしのお金で作ったチラシをバイトに捨てられたり、バイクを壊されたり…3年ほど頑張ったが精根尽き果て、「宅配」に見切りをつけた。

は若い世代には高い。しかし、配達しないなら半額で売れると考えた三宅さんは、劇団員時代に培った発声を活かして、最寄り駅近くで大声を出してピザを売ろうと考えた。知り合いのパチンコ店の社長が店前で売ることが快諾してくれた。駅に向かって声を出すと面白いように売れる。その時に「駅」と直感した。三宅さん26歳、大きい声で売ることの大切さを学ぶ。

その後、バス停や駅と繋がった歩道橋の上で、ワゴンを持って売り始めた。相模鉄道に仕事をやらせて欲しいと懇願するも「冷めたピザなんて売れない」とあしらわれた。しかし、三宅さんは諦めなかった。その熱意に折れ、1日だけ改札前でやらせてもらうと、100枚も売れた。それがキッカケで小田急電鉄からも話が来るようになった。

1日200枚以上売れるようになった。その後、1999年1月、ついに小田急相模大野駅ナカ店を開店。月商400万円を売る「駅の1坪ビジネス」として取材が殺到した。三宅さんは同時に「冷めてもいいピザ」を目指して今も改良を続ける。モツァレラをメインに冷めても硬くならず臭みが出ないよう4種のチーズをブレンドし、生地にも乾燥しづらい工夫を施す。三宅さんが言う。「駅ナカの超一等立地だけでなく、駅前でも成り立つモデルを確立し、飲食店にFCとして運営してもらいたい。20年前、29歳で冷たいピザを駅ナカで売る自分だけのモデルを作った自負がある。現在9店舗だが、テイクアウト専門のピザ店として500店舗規模を目指したい」

「冷めてもいいピザ」駅前でもテイクアウト専門で500店舗を

うになり、催事から出店への切符を得て、1999年1月、ついに小田急相模大野駅ナカ店を開店。月商400万円を売る「駅の1坪ビジネス」として取材が殺到した。三宅さんは同時に「冷めてもいいピザ」を目指して今も改良を続ける。モツァレラをメインに冷めても硬くならず臭みが出ないよう4種のチーズをブレンドし、生地にも乾燥しづらい工夫を施す。三宅さんが言う。「駅ナカの超一等立地だけでなく、駅前でも成り立つモデルを確立し、飲食店にFCとして運営してもらいたい。20年前、29歳で冷たいピザを駅ナカで売る自分だけのモデルを作った自負がある。現在9店舗だが、テイクアウト専門のピザ店として500店舗規模を目指したい」

●主な記事●

- 外食産業の未来予想図
- 3.外食の在り方が変わる
- 東京で握った寿司が宇宙で食べられる時代に!? 「データ食」が導く食の第5次革命 …2~3
- 居酒屋甲子園、来年8月開催に向け始動 第15回のテーマは「使命」 ……4
- 精肉店の課題解決にビストロ併設ミートデリ 食肉加工機械「なんつね」が新提案 ……5
- ミュージカル、音で脳に訴え集客狙う広告開発 カギはシズル感ある音「ASMR」だ!! ……7
- 大手ビール4社の20年戦略出揃う ビール主力ブランド強化で一致 ……8~9
- 第5回「居酒屋JAPAN」東京、大盛況で幕 2日間で過去最多の2万4081人来場 ……10
- ZENIBAが東京・大井町に初の大衆肉酒場 ……12

【連載】
ソトスマ 2月5日号 ……6

TRUE AUSSIE BEEF
オージー・ビーフは、オーストラリアの誇り

www.aussiebeef.jp

知らなきや損！損！ イケてる店は情報感度が高い！！

飲食店向けの業務用商品・最新サービス情報のことなら…

フードビジネスをもっと楽しく！
FOOD FUN!
飲食店のためのメーカー情報マガジン

アクセスはこちらから▼



運営元：株式会社
外食産業新聞社