

大きな視点で事業と人生に勝利する By Mike Mitchelson



アップルビーのメガフランチャジー、ゼーン・タンケルの軌跡
「山中に入ったら、もういい、ここで止めてしまおうと投げ出す行為ができません。目標まで突き進む以外にありません」



多才なクロスオーバー人間、ゼーン・タンケルの南極到達時の勇姿。北極にも行き、世界の山々を登攀してきた。登山とビジネスには共通する面があるとゼーンは言う。

朝いつものように起床、出勤、帰宅後食事、そして就寝。おそらく明日も同じ日常が待っている。これは私たち普通人のライフスタイル。しかし、ゼーン・タンケルの場合にはひと味違う。ある朝、中東のジョーダン国王とミーティング、次の日にはエクアドルのジャングルの奥深くにテントをはって生活するゼーンを見かけるかもしれない。ゼーン・タンケルは大手メガフランチャイズ会社「アップル・メトロ」のCEOなのだ。同時に30代からの筋金入りの登山家でもあり、登攀した山々はペルー、エクアドル、チリに跨るアンデス山脈、米国の主要山脈の全て、エベレスト山、北極と南極にも到達した冒険家でもある。「人が山に登る理由はみな同じです。チャレンジなんです。チャレンジを受け、踏み込んでいくとあなた自身の限界を問われることとなります。そしてその時に自分自身について少し理解が深まるのです。山中に入ったら、もういい、ここで止めてしまおうと投げ出す行為ができません。目標まで突き進む以外に道はありません」とゼーンは説明する。ビジネスも探検や登山と似ているとゼーンはみている。自分自身をリスクにかける点では同じ、失うものが命か財産の一部かの違いに過ぎないと考えている。しかも、登山ほどではないがビジネスも又同様に体力を

同様に体力を消耗させるものである。現場で汗まみれになることもあるだろうし、何よりも精神的に事業に臨む準備をしておかなければならないとゼーンは語る。彼の現場主義的アプローチによってアップル・メトロ社の過去4年間の売り上げは成長の一途を辿ってきた。2000年から2003年の間に増やした店舗数はわずか6店舗に過ぎないにも関わらず、売り上げは3千7百万ドルから8千3百万ドルへと成長したのです。NYマンハッタンの42番街にあるアップルビー店は昨年度売り上げで1千200万ドルを記録し、アップルビーフランチャイズ全体で最高の業績を示した。現在42番街と50番街に店をオープンしているがその立地戦略も巧みであったと言えよう。いずれの場所も高級レストランが大失敗していたが、逆にアップビーのようなファーストカジュアルレストランに絶好の立地と狙いを定め、ロケーションを直ちに確保したのであった。

「売り上げを増やせとFC本部はジーにはっぱをかけますし、それに乗せられてしまうジーもいます。しかし、問題は儲かるかどうか、これが全てです。もちろんFC本部による事業の効率化その他メリットは多々あります」とゼーンは述べている。