

日本外食新聞

THE JAPAN FOOD SERVICE NEWS

発行所

株式会社 外食産業新聞社

(本社)

東京都千代田区神田美倉町10 喜助新神田ビル
2階28〒101-0038 TEL03(5297)1601(代) FAX03(5297)0551
http://www.gaishoku.co.jp

購読料 1年 16,200円(消費税・送料込み)

郵便振替口座00190-3-192662



外食産業を… 動かす人々

フードエイト
代表取締役

俵 幸嗣 氏

たわら

こうじ

静岡県沼津市出身。神奈川大学を卒業後、米久に入社して食肉の輸入業務に携わる。7年間在籍し、店舗流通ネットワークを経てデリカフーズへ。デリカフーズで外食店向け食肉販売スキームを構築したが、会社の方針転換で肉販売から撤退。得意先の要望にこたえるため、会社員を続けながら、妻を代表に立てた会社を設立して肉流通のみを継続した。そんな折、常滑市が運営する海の家の運営委託の話が舞い込んできた。家賃は激安。3月～10月のみ営業する「海の家&BBQハウス」でいこうと考え、妻の会社で受けて、実質的な起業を果たした。2013年7月のことだ。

フェイスブックが盛り上がり始めた頃、俵幸嗣さんはSNSを駆使して、サンセットの風景や肉を焼く動画をアップして、口コミでお客さんを集めた。4年間かけて地道に

なホルモンを店内で食すことができる。この業態が爆発的な人気となり、「徳川ホルモンセンター」は3年で直営3店舗、FC6店舗に拡大した。その拡大を産地も全面的に応援する。その理由は「産地の困った」を受け止める業態を作っている点にある。

「スーパーは売れる部位だけを好きなときに発注する。しかし、例えば牛にはバラ肉ばかりあるわけではない。それを焼肉屋もやったら生産者はもたない。だからうちは、丸ごと引き受けて丸ごと売り切りお金に換える『オールイン・オールアウト』が可能な業態を作っている。外食業界が、スーパーの作った歪んだ流通のクッション材になれば、生産者は助かり、もっと外食業界を応援するはずだ。そこをもっと訴えていく」

「産地の困った」引き受ける業態を 歪んだ流通の「緩衝材」に勝機あり

「スーパーは売れる部位だけを好きなときに発注する。しかし、例えば牛にはバラ肉ばかりあるわけではない。それを焼肉屋もやったら生産者はもたない。だからうちは、丸ごと引き受けて丸ごと売り切りお金に換える『オールイン・オールアウト』が可能な業態を作っている。外食業界が、スーパーの作った歪んだ流通のクッション材になれば、生産者は助かり、もっと外食業界を応援するはずだ。そこをもっと訴えていく」

工夫だ。

この直売所では、スーパーでは忘れ去られたナポリ「会話」が重要なポジションを占める。飲食店で培ったノウハウを活かし、丁寧な会話を重ねることでリピーターの獲得に繋げている。夕飯のメニューをはじめ、さまざまな相談のりながらお店のファンを作っていく。直売所ではBBQの買い出しも多く、夏はB



お好み焼き屋の居抜きを活用。その資産をフルに活用した新たなステーキ店を考案した。

この「厚切りステーキ」は、①何の技術も要らない②提供時間が短い(回転がいい)③少ない人数で回せる、といったメリットがあるため、すでにFC展開の希望が2社から来ているという。

そもそもこの業態は、バスケットボール選手などを始めとするスポーツ選手の引退後のモデルとして開発したもので、家族経営での展開も十分に可能だ。

こうして「産地の不都合」を集めて成り立つ業態をたくさん開発し、出口を増やすことで、日本が抱える一次産業の衰退という問題の解決の一助になれば」と佐さんは語る。

「産地の不都合」を集結 出口担う業態開発を

もう一つの新しいモデルを実現する」と出した店が「298円均一」の肉業態だ。大手の均一居駅前オープンした「卸酒屋が衰退した要因を儀や肉八」だ。

牛も豚も鶏もドリンクもすべて298円の均一業態。食材ロスになりそうなのを全てお通しに回すモデルで298円で「うちは得意の肉でそれも利益の出るモデルを構築した。小ポーションでいろいろな種類の肉をタパス感覚で食べたいというニーズに向けた業態だ。肉の種類によってポーションは異なるが、30g(飛騨牛)〜150gとリーズナブルだ。

今年5月5日には愛知・東海の名鉄太田川駅前にFC1号店をオープン。7月9日には、東京初進出のFC2号店をJR蒲田駅前に相次いでオープンした。この店は、3階の2層で3階に厨房がある。27坪・64席で客単価2800円程度だ。肉のドリンク比率が40%が、ドリンク比率が40%弱と比較的高いことに加え、お通しでロスを軽減する仕組みのため、原価率(F)は肉業態にもかわらず29%と低い。人件費も22%と23%、55%を切る設定のため、十分にFCとしては耐えられ設計だ。蒲田店は、税抜月商1000万円(損益分岐点550万円)が最終目標だという。

ベには肉の端材を使った「肉八ソバ」と「肉八ラーメン」を用意。「さるだ」ソバのレベルが上がってしまつたことから温かいソバで勝負した」といい、肉ダシと野菜のダシをブレンドした。ラーメンは火鍋スープがベースで、いずれも肉の端材をトッピングしてご馳走感を強調している。

この業態も基本的には他業態と同じく「産地の不都合」を集結して成り立つ業態をたくさん開発し、出口を増やすことで、日本が抱える一次産業の衰退という問題の解決の一助になれば」と佐さんは語る。

「焼肉&野菜」の新業態好発進

安楽亭

安楽亭が7月19日に東京・西早稲田で1号店を立ち上げた「焼肉&ベジ 安楽亭」が好スタートを切っている。安楽亭 西早稲田店を業態転換し、野菜を前面に押し出した。健康志向を捉え「想定以上の客数増で、特に女性客が多い」(同社)という。

同社は2016年秋から東京・渋谷で鉄板焼き料理も楽しめる店舗を業態転換でオープンして実験中であるなど、既存店活性化策の一環として新業態開発を進めている。時流に乗った形で有力なモデルが立ち上がりつつある。既存店の店舗は野菜は健康志向の利用客から野菜も多く摂りたいという声があり、ニーズに対しては「焼肉&ベジ 安楽亭」の必要があると感じた(同社)という。新業態はサラダバーの提案力を向上させている。従来は60円(税別)以下(下同)や80円の設定で内容は、通年で特に変えてこなかったが、新たに350円で取り放題とリーズナブルにしたうえで、季節野菜もよく摂りたいという声があり、ニーズに対しては「焼肉&ベジ 安楽亭」の必要があると感じた(同社)という。

焼肉を食べて食べるなど、食べ方の提案も行うサラダバーが目玉。焼肉店ならではの野菜の楽しみ方を提案したサラダバーを提案。焼肉メニューは従来とほぼ同じ。客単価はランチ1000円、ディナー3000円と既存業態に近い水準を想定。サラダバーを定量的に注文する人が増えることで上振れを目指す。

今後は1号店の状況で多店舗化を進めていく意向がある。その場合、他のサラダバー展開店舗である東京の「田無北原店」「立川日野橋店」「埼玉の「所沢上新井店」の業態転換が有望のようだ。

