

# いま好調な焼肉店の 新・集客スタイル



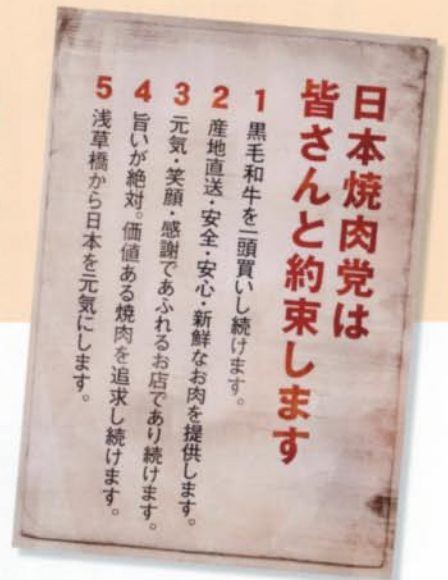
メニュー開発や業態開発などで、従来の焼肉店のやり方にとらわれず、焼肉店の新たな魅力づくりに挑戦する店が増えている。現代の焼肉ファンが利用したくなる新たな提案を上手に行なっている店が、この厳しい時代にも集客している。そうした焼肉店の新集客スタイルを見ていこう。

01

東京・浅草橋

## 大衆肉酒場 日本焼肉党 浅草橋店

一頭買いた黒毛和牛を、巧みなメニュー構成でロスなく売り切ること、リーズナブルな価格を実現している『日本焼肉党』。焼肉メニューに加え、居酒屋的なつまみメニューも豊富に揃えることで、幅広い層の気軽な利用を掴んでいる。▶解説P90に続く



- 日本焼肉党は皆さんと約束します**
- 1 黒毛和牛を一頭買ひし続けます。
  - 2 産地直送・安全・安心・新鮮なお肉を提供します。
  - 3 元氣・笑顔・感謝であふれるお店であり続けます。
  - 4 旨いが絶対。価値ある焼肉を追求し続けます。
  - 5 浅草橋から日本を元氣にします。



東京・浅草橋駅の駅前に立地。周辺には飲食店が多いが、大衆酒場をイメージしたレトロな店づくりでひととき目を引く。周辺のサラリーマンを中心に、幅広い客層が来店。客単価は昼800円、夜3200円。



政党のマニフェストにかけて、“日本焼肉党”としての約束事をPOPで張り出す。黒毛和牛を一頭買ひしていることや産地直送、サービスが元氣であることなどを、ユニークな形でアピールしている。



**集客キーワード**

一頭買いの強みを生かした  
おまかせスタイルの新商法



- 上 本日の山形牛盛り合わせ
- 下 本日の限定特選山形牛  
各1575円

日替わりで、主にヒレやサーロイン系の特上クラスの部位をお値打ち価格で提供。写真はサーロインのステーキカットで、約180gのボリューム。価格は1575円が基本で、リブローズなど、部位によっては400g3150円で提供することも。

内容は日替わりとなる看板商品の盛り合わせ。基本のスタイルとして、特上クラス、上クラス、並クラス、赤身の部位を4種類、合計で200gを盛り合わせる。写真は左上から時計回りに三角バラ、ランプ、インサイドスカート、肩ロース。



牛肉は食肉公社で40種類ほどのパーツに分割した後、(株)山形ミートランドの冷蔵庫で保管。その日に使用する分をチルド状態で店に直送している。店舗では、焼肉店一筋のベテラン・沼田政人氏が中心となって肉を手切りし、商品化する。



- 左 長芋ユッケ 714円
- 右 牛骨ラーメン 819円

赤身肉や端材を効果的に商品化している。写真左は、モモ肉（主にシンシン）60gを使ったユッケ。長芋や海苔、卵黄とともに、ワサビ醤油で混ぜ合わせて食べる。写真右は、店で牛骨を15時間炊いてとった白濁のスープが特徴の本格派のラーメン。牛タンを使った自家製チャーシューや煮玉子などをのせたおいしさでしめの食事として人気獲得。

**集客キーワード**

焼肉を外した新ランチ戦略



約70gのモモ肉（シキンボ等）を、固まりで大きめにサク取りし、パン粉をつけて揚げることで、中はレアに、外はサクッと仕上げた人気の「山形牛ギョウカツ定食」880円。

モモ肉を活用した「山形牛たたき丼」880円。バター醤油で味付けし、クセになる味に仕上げている。一日20食出る人気商品。



**集客キーワード**

肉料理×大衆酒場の売り方



タン下を茹でた「牛タンみぞれポン」（写真左上）、大腸をやわらかく茹でた「酢もつきゅうり」（手前）各399円、タン先を使った「牛タン黒胡椒揚げ」（右上）504円。



01

大衆肉酒場  
日本焼肉党 浅草橋店

# 山形牛を一頭買い。盛り合わせ & 酒場で20坪・月商750万円



枝肉の一頭買いは、買い付けの価格が優位だが、すべての部位を売り切るのが難しく、小規模店では手が出しづらいもの。しかし、2010年8月、東京・浅草橋にオープンした「大衆肉酒場 日本焼肉党」浅草

橋店は、まだ一店舗目ながら、一頭買いした山形牛を無駄なく使い切り、コストパフォーマンスの高い焼肉メニューを提供。さらに店名に「酒場」とうたうように居酒屋メニューを豊富に揃えることで、幅広い客層からの支持を獲得している。客単価は昼800円、夜3200円で、20坪・45席の規模で月商750万円以上を売り上げる繁盛焼肉店である。

## 比重の多い赤身肉をラ ンチの工夫で売り切る

同店を経営するのは、鶏の七輪焼きを売りにする居酒屋の「鳥番長」を大成させた棟バイタリテイ。代表取締役の岩田 浩氏は、一頭買いでロスなく売り切るシステムについて、何年も構想を練ってきたという。

まず焼肉メニューでは、部位ごとに売ると人気部位のみが売れてしまい、ロスは防げない。そこで、部位をおまかせスタイルで売る日替わりの「本日の山形牛盛り合わせ」1575円を柱に焼肉メニューを構成。

内容を選べない代わりに、焼肉として人気の三角バラやザブトンといった脂のつた部位を中心に組み込み、一皿200gというボリュームで、抜群のお値打ち感を打ち出している。その日に盛り込む部位については、黒板書きで明確に示し、さらにイラスト入りで部位を解説したPOPを用意するなど、お客に分かりやすく紹介する。その他、サーロイン等の特上部位も、部位を固定化せず「本日の限定特選山形牛」1575円という形で提供し、在庫を調整しながら上手に売り切る。

また、一頭分の肉300kgのうち120kgを占めるのが、焼き材としては人氣が弱いモモ肉などの赤身肉である。焼肉店では売りにくい部位だが、同店ではモモ肉のたたきにバター醤油を合わせた「山形牛たたき



㈱バイタリテイ・代表取締役 岩田 浩氏。2009年に出店した東京・小伝馬町の「鳥番長」を成功させた後、2業態目として、焼肉店経験の長い沼田政人料理長とともに「日本焼肉党」を出店。

### 山形牛一頭買い

本日の限定 盛り合わせ 1,500円

本日の特選山形牛 1,500円

牛

- 並タン塩 680円
- 上タン塩 980円
- 和牛特上タン塩 1,280円
- 和牛上ハラミ 1,280円

豚

- 米沢三元豚カルビ 480円
- 米沢三元豚トトロ 580円
- 米沢三元豚トトロ 480円

焼野菜

- 五ねぎ 280円
- 長ねぎ 280円
- エリンギ 280円
- しいたけ 280円

ホルモン

- ホルモンのMIX 1,280円
- キレバ 500円
- 上ミノ 680円

※焼肉は1人1皿までです。

盛り合わせを中心に、部位を特定せず商品化することでロスを防止。味付けはタレか塩が選べる。タレは仕様書発注し、塩はピンクソルトとボナベ島産の胡椒のみ。



本日も来店ありがとうございます

<p>日替り盛り合わせ</p> <p>三角バラ ランプ 中巻カルビ</p> <p>鶏ロース 1575円</p> <p>日替り特選牛</p> <p>サーロイン 1575円</p>	<p>本日お打ちめ牛</p> <p>¥850(892)</p> <p>限定</p> <p>党员盛り合わせ</p> <p>¥2,000(2,100)</p>
--	---

盛り合わせの内容は、店内のホワイトボードに明記する。ボリュームはひと皿200g。商品の原寸大のカラー写真を使ったチラシを作成し、店頭においてアピールも。



焼肉店の定番から、揚げ物なども含めて、酒に合うつまみを豊富に用意。300~400円台を中心に設定し、気軽な居酒屋利用も狙む。店名にちなんだ「肉刺し党」などのネーミングも楽しい。

「井」880円などのランチ商品を工夫し、大量に消費する。さらにフライヤーも導入し、モモ肉に衣を付けてレアに揚げた「山形牛ギユウカツ定食」880円などの揚げ物も取り込み、メニューの幅を広げている。

ランチではさらに、焼肉に向かないスジ肉や固い部分、端材等を挽き肉にし「沼田の石焼ギユウカレー」780円、「山形牛100%ハンバーグ定食」980円も提供し、メニュー数は20種類近くと豊富に揃える。その一方、七輪が必要で時間もかかる焼肉メニューはランチから除外し、井や揚げ物中心で構成するなど、効率とスピード提供も工夫する。また、夏は冷麺、冬はチゲを組み込むなど、

## 自店の規格で切り付け 店舗で効率的にカット

季節感も重視しつつ、年2回大幅にメニューを変え、お客を飽かさせない。単なるロス削減を越えた魅力ある商品づくりで評判を掴み、ランチだけで平均70~80人を集客し、全体の売上の18%をランチで占める。

牛の仕入れは、(株)山形ミートランドに、月齢30カ月以上のメスの山形牛だけを指定し、食肉公社から買い付けてもらう。さらに同店が指定したカット法で40種類のパーツに食肉公社で分割してもらい、(株)山形ミートランドの冷蔵庫で保管。それぞれの部位は、店舗のまな板にのるサイズを基本にし、大きいものでも一つ2、3kgのサイズに揃えている。そして、在



赤身肉や端材を活用し、20種類近く揃えるランチメニュー。写真入りで分かりやすくアピールする。季節感も取り入れながら、年に2回大きく内容を変えている。

庫の状態をみながら毎日ファックスで発注し、必要な分のみをチルド状態で店に入れる。店では、焼肉店出身のベテラン沼田政人氏を中心に、小分割した肉の切り付けを行ない、商品化する。端材などはミンチにするなどして、余すところなく商品化する。内臓肉類も仕入れ先は共通だが、山形牛の牛タンや小腸、ハラミなど、部位ごとに仕入れる。

肉に関してロスはほぼないものの、値付けを抑えているため、焼肉メニューの原価は50%ほど。その原価を調整するのが、居酒屋風つまみメニューとドリンク類である。つまみメニューは、「もやしナムル」294円や「豚キムチチヂミ」441円といった焼肉店の定番から、フライヤーを活用した「ミノから揚げ」504円などの揚げ物、山形牛の小腸を



店長・山本将吾氏(写真後列左)、焼肉店歴20年の料理長・沼田政人氏(写真後列右)を中心に、飲食店経験の長い社員が店を固める。

使った「もつ鍋」1鍋1050円など、幅広く約60種類を用意する。焼き材としては使えないタン下を活用した「牛タンみぞれポン」399円やタン先を揚げた「牛タン黒胡椒揚げ」504円など、一品料理でもロス防止は怠りない。ドリンクメニューは、専用サーバーで注ぐ「角ハイボール」357円をはじめとしたハイボール、やかんに入れて提供する「マッコリ」2079円などを中心に提供。どちらも値付けは抑え、その分多く注文してもらおうという方針だ。ドリンクの売上比率は約30%で、原価率は、ドリンクを含めると全体で40%以下に収まる。

さらにつまみメニューを多数揃えたことで、焼肉を食べない居酒屋ニーズのお客の取り込みにも成功し、客数増加につながっている。