

# 月刊食堂

The  
Food  
Service  
Management

2024  
2



## 出店アクセル全開! 業績絶好調チェーンの 競争優位性と成長戦略

フォーマット篇 / インタビュー篇

七宝麻辣湯 / ダイニングイノベーショングループ 西山知義ファウンダー  
/ (株)カシュ・カシュ 石神秀幸社長

焼肉やっちゃん / (株)三島コーポレーション 三島正文社長

炭火焼干物定食  
しんばち食堂 / (株)いろはにほへと 江波戸千洋社長

BAR  
お酒の美術館 / (株)NBG 長田隆志取締役



フランチャイズ

〈特集〉いま伸びてるFC、これからくるFC

# FC市場の新しい主役



## 2023年11月～2024年8月 加盟公募スタート! 青田買いFCモデル8

近江牛畜産ホルモン すだく/油そば 日本油党  
おすすめ屋/はんばーぐ&おむらいすのお店 いくら/餃子のネオ大衆酒場 ニューカムラ  
セイカドウフルーツバーラー/ラーメン☆ビリー/にんにく焼肉 プルシン



## 韓国発FCブランド 日本進出 最新動向 ウォッチング

チュクミドサ/ユガネッタカルビ  
BONTEMPS/ALLDAY PIZZA SERVICE™

100店めざすチェーンモデル、売上げ絶好調コンセプト

## これから伸びる 絶対当たる 優良FC

お米と焼肉 肉のよいち/大衆焼き鳥酒場 やきとりさんぎゅう  
とんかつ屋のカレー屋 いっぱこつべ  
とんかつ 丸七/OHANABATAKE







2022年4月にオープンした東京・渋谷センター街。25坪41席で平均月商1650万円という大繁盛店。

うどん屋

# 山下本気うどん

店舗規模：30坪50席、繁華街・ビルインの場合  
(※数値はモデルケースとしての概算値であり、物件及び立地などの条件により変動する。)

収 支 モ デ ル		開業資金モデル(30坪スケルトン場合)	
合計	1200万円(100%)	合計	5500万円
原 価	294万円 (24.5%)	開業手数料	500万円
人件費	300万円 (25%)	保証金	150万円
家 賃	90万円 (7.5%)	研修費 (30日間×2名)	20万円
ロイヤリティ	60万円 (5%)	内外装設計費	4880万円
その他経費	168万円 (14%)	※ 預入保証金(本部/物件)は含まれておりません。	
償却前利益	288万円 (24%)		

**業 態 概 要**  
店 数：直営11店  
主力立地：繁華街、商業施設、フードコート  
標準規模：30坪50席  
客 単 価：1000円  
想定月商：1000万円~1500万円

**F C 本 部**  
株式会社ガーデン  
東京都新宿区新宿2丁目8-8  
ヒューリック新宿御苑ビル 4階  
☎03-5361-8003  
設 立：2015年12月  
資 本 金：1000万円  
売 上 高：非公開  
従業員数：社員290名 アルバイト2733名



FC店では、一都三県を除く地方郊外の一等地を中心に展開を予定。



野菜天ざるうどん 930円

オーソドックスなうどんで再来店客やフリ客の獲得に。



鶏天タルタルぶっかけうどん 1030円

人気の自家製タルタルソースを使用。うどんと絶妙に合う味わいで人気メニュー。

## 創作うどんという新たなFC

本誌昨年12月号でレポートした(株)ガーデンの「山下本気うどん」が、本格的にFC展開を開始した。旗艦店の渋谷道玄坂は、25坪46席で、2023年前半月商1960万円と驚異の売り上げ。ROIは120%に達した。現在直営店は11店舗で、平均ROIは60%オーバー。集客力エンジンには、既存の讃岐うどんチェーンとの競合がないブルーオーシャンをねらった戦略にある。

麺と出汁は、讃岐うどんをベースにした本格的な味わいだ。どちらもスクラッチで、出しはイリコと鯖節や鰹節を合わせ、広い客層に受け入れられるマイルドな関西風の味わいに設計した。調味料も店内合わせで、



白い明太チーズクリームうどん 1230円

明太子をのせたうどんの丼一面を覆うホイップクリームが特徴の看板商品。かけだしを入れたやかんを添えて味わいの変化も楽しめる。



カレポナーラうどん 1080円

定番商品に対するキラー商品のひとつ。客単価を底上げする。

## 一等地で若い女性のお客様を掴む!!

発時には社内で大反対でした。こんなものが売れるかと(笑)。しかし、先入観に問われず、食べてみるとおいしいのです。実際に発売してみると大ヒットで、男女問わずご注文をいただいております」

かけ、ぶっかけ、釜茹でなどの定番メニューは、もちろんそろえているが、豊富な創作メニューが1000円を超える客単価を実現している。創作系メニューの売上が50%前後になることから、うどん店として地域独走が可能になる。アイデアだけでなく、具材パレットのクオリティが高い。天ぶらの揚げたて感、鶏天にはモモ肉を使用など、食味の満足感を重視した高品質なメニューが並ぶ。「特にランチは店内の多くが女性のお客様で賑わいます。そのため、店舗デザインにはこだわりを持っていきます。リピーターになっていただければ、ディナーでもお友達や会社の同僚などグループでもご来店いただ



独自の出店戦略と商品開発で市場を開拓、高収益のビジネスモデルを確立しました

(株)ガーデン  
代表取締役社長  
川島 賢氏

当社は自社ブランドの開発とともに、M&Aや事業再生で成長を続けています。「山下本気うどん」もそのひとつで、香川・高松出身の芸人、山下栄緑さんから、ブランド商標権をお譲りいただきました。首都圏直営店でビジネスモデルを確立し、今年も数店舗の出店を予定しています。SNSを活用したインパクトのある創作メニューが人気となっていますが、店内調理の本格的な麺と出汁を使った、食べて安心感のある色とりどりなメニューを提供しています。グループで約200店舗を運営しておりますので、店舗運営ノウハウや仕入れのスケールメリットがあります。うどんジャンルでは新しい業態で、競合チェーンがないため、全国政令指定都市での複数店展開もご検討いただけたと思います。

### ココが強い！

創作系うどんの売上比率が約4割

ベースとなる製麺・出し取り・カレーの仕込みなどは毎日スクラッチ。フレッシュ感のある味わいがメニューの底力になる。小麦粉・製麺機の調整とも、提携製麺所とともにオリジナルレシピを開発した。1番人気のクリームシレーズは、ホイップクリームとうどんという未開拓ジャンル。SNS映えだけではなく、食味もよく女性男性を問わず、人気メニューとなっている。定番商品に必須の天ぷら類では、鶏天にモモ肉を使用し質が高い。メニュー開発では、ミシュランシェフや外食コンサルタントとの提携を行い、第三者目線で新しい発想を導入。年6回(2か月に1回)のメニュー更新で、リピーター客を飽きさせない。こうした創作キラー商品の売り上げが約4割を占め、高客単価を実現している。

短期で投資回収可能な高収益

ブランド確立を進めるため展開した10店舗の平均売上は、月商約1400万円(18~45坪 2023年前半統計)。ROIは軒並み50%を超えている。結果として、平均投資回収期間は、1.7年。首都圏一等地への出店が中心かつ店舗設計・デザインに力を入れているため、初期投資がかかるものの、驚異的な収益力を持つビジネスモデルだ。FC加盟者にアピールする主要点は、「競合不在」「高品質・高付加価値商品」「独自の店舗創り」「メディア戦略」。いずれも、低価格で食べられる既存のうどん業態とは異なった、新しいカテゴリーの山下本気うどん独自のコンセプトだ。競合不在+高収益FCモデルは、複数店舗を急展開するチャンスになるため、今後の出店計画に要注目だ。





M&Aと複数ブランド展開で蓄積されたノウハウを活かし、儲かるFCジーを増やしたい

(株)ガーデン  
代表取締役社長  
川島 賢氏

(株)ガーデンは、現在20ブランドの業態を展開し、「㊦角家」はその中心となるブランドです。立地により多少の上下はありますが、㊦角家の客単価は970円前後。地域性や立地にあわせ、新メニューや当社の他ブランドの商品を加えながら、売上と客単価を上げてきました。チェーンではありながら、直営・FC店とも、様々なチャレンジを繰り返し、「チェーンの統一感はあるながら、店ごとに少し違う」という運営方針です。当社は企業再生やM&Aを繰り返し成長してまいりました。成功も失敗もありましたが、そのノウハウが、㊦角家のFC展開にも、確実に反映していると考えています。他業種から㊦角家FCへのご参加をお待ちしております。

※価格は税込、一例です



MAX  
ラーメン  
1190円

チャーシュー3枚・海苔6枚・味玉が乗る。インパウンド客に一番人気の一品



すたまし  
810円

にんにく醤油の効いたタレで煽った豚バラ肉と葱の香ばしさを存分に楽しめる一品



RED  
MAXらーめん  
1480円

オリジナルブレンドの辛みペーストを加え、辛さと旨味が楽しめる一品

## ロイヤリティ「0%」

長時間熟成した麺とのマッチングは、まさにクセになる味わいだ。ラーメンオタク通称「ラオタ」や、週一で通う高頻度リピーターが多いジャンルだけに、FC加盟検討に際しては、ぜひ何度か繰り返し味わいを確認することをおすすめしたい。まずは、トッピング全部乗せの「MAXラーメン」で、グランドメニューのメインコンセプトが確認できる。価格は地域時間によって変わる場合があるが、標準は1190円(税込)。スープ、麺、副材料などは、セントラルキッチンで仕込み、配送されるため、店舗ごとの味のブレがないこともFCジーとして安心だ。

2018年からFC展開を開始し、現在は22店舗。立地に関しては、都市部では1日乗降客数が10万人を超える駅前繁華街で中心で、新宿や渋谷の繁盛店では、坪月商100万円を超える店も。昼夜のピークタイムに加え、終電前の「駆け込み」客

が、売り上げの伸びに貢献する。郊外ロードサイドにも出店が可能で、都市部とロードサイドではメニュー構成をかえて、マーケット特性に対応。時間帯により価格を替えるダイナミックプライシングも、一部店舗で行っており、細やかな施策で売上アップを実現している。

標準収支モデルとして、月商650万円の店舗で投資回収16か月を目安とする。加盟条件で注目したいのは、なんといっても「ロイヤリティ0%」である。売上高にかかわらず常時0%が続くのは、当然ながら収益に大きく寄与する。好立地・高家賃の物件で利益が出るのも、この0%があつてのFCモデルだ。開店に際しては、C/Kからの配送システムが確立され調理オペレーション負担が軽いため、居抜きによる低コスト改装で十分だ。競争が厳しいジャンルで、店舗数を順調に増やす㊦角家に注目したい。



背脂  
味噌㊦郎  
1100円

3種の味噌をブレンドした特製味噌に焦がしにんにくオイルを合わせたコクのある味わい。が楽しめる一品



温玉  
チーズのせ  
油そば  
1150円

タレを絡めて食べる、もちり極太汁なし麺。調味料でアレンジが楽しめる一品

## 家系で高収益を実現

1974年、横浜「吉村家」発祥とされ、全国に広まった「家系ラーメン」。豚骨醤油ベースのスープと、コシのある中太麺の組み合わせが、その人気のポイントだ。オシの強い看板がひととき目を引く「横浜家系ラーメン ㊦角家」は、(株)ガーデンが経営母体で、同社は複数ブランド計200店舗以上を運営する。プロ野球の新庄剛志をグループのブランドアンバサダーとして起用し話題となった飲食チェーン企業だ。家系ラーメンには2014年に参入、競争の激しい家系ラーメン市場で、㊦角家は直営・FCを合わせて120店舗を超える急成長を遂げ、この分野のトップランナーとなっている

(海外店舗含む)。同社FC事業部長福島靖宏氏はこの躍進の理由を次のように語る。

「㊦角家は、コロナ禍を開店実質ゼロで切り抜けることができました。濃厚豚骨スープで、ごはんにも合う当社の家系の味わいが、ラーメン好きのお客さまにご評価いただけたのだと思います。家系ラーメンがリピーターをつかめる理由のひとつが、常習性。当社では「二度食べたらクセになり、二度食べたら忘れられない、三度食べたらやめられない」を表現しています」

時間をかけ炊きだした濃厚でクリーミーなスープと、厳選した小麦粉をブレンドし低加水で練り上げて

## 注目のフランチャイズモデルガイド



2021年8月にオープンした東京・東久留米店。コロナ禍FC閉店「0」を誇り、老舗の味とブランドを確立。続々増店中。

### ラーメン店

## 横浜家系ラーメン ㊦角家

店舗規模：20坪25席の場合

(※数値はモデルケースとしての概算値であり、物件及び立地などの条件により変動する。)

収 支 モ デ ル		開業資金モデル(飲食店居抜きの場合)	
合計	650万円 (100%)	合計	1,050万円
原 価	188.5万円 (29%)	開業手数料	200万円
人件費	175.5万円 (27%)	保証金	100万円
家 賃	60万円 (9.2%)	研修費 (10日間×2名)	15万円
ロイヤリティ	0万円 (0%)	券売機 (新規)	185万円
その他経費	104万円 (16%)	内外装工事	350万円
償却前利益	122万円 (18.8%)	厨房設備	150万円
		開業備品	50万円

※不動産取得費は含まれておりません。

### 業 態 概 要

店 数：直営98店、FC22店、海外2店  
主力立地：都心部駅チカ、地方ロードサイド  
標準規模：15坪～30坪 平均25席  
客 単 価：980円  
想定月商：600～1000万円

### F C 本 部

株式会社ガーデン  
東京都新宿区新宿2丁目8-8  
ヒューリック新宿御苑ビル 4階  
☎03-5361-8003  
設 立：2015年12月  
資 本 金：1000万円  
売 上 高：非公開  
従業員数：社員290名 アルバイト2733名



首都圏～郊外、駅前や繁華街を中心にフードコートやロードサイドまで、エリアと形態の多様化が進む。