

A1. 『近江焼肉ホルモンすだく』 大皿和牛飲めるカルビ 1000円 白すだくホルモン 879円

大皿和牛飲めるカルビは大型スライサー、白すだくホルモンはハモの骨切り機と、自社の食肉工場の設備を活用して開発した新商品。いずれも粗利益率が高く、前者は売上げ構成比率5%、後者は同1%を確保するヒット商品になり、原価率が3ポイント下がりました。



A2. 豚軟骨

A1でお答えした白すだくホルモンには豚軟骨を使用しています。ほとんど廃棄処分されていた部位ですが、ハモの骨切り機で細かく切り目を入れてメニュー化しました。

A4. 急速冷凍機、 センマイカッター、 ハモ切り機

いずれも食肉工場に導入した設備です。これまで冷凍機は1台を設置していましたが、食材によって冷凍方法の向き不向きがあるため、内臓肉用、カルビ用、薄切り肉用の3台に増やしました。センマイカッターはセンマイの店内仕込みを簡略化するために導入しました。



A5. 特になし

インフルエンサーマーケティングは直接インフルエンサーにアプローチするなど、大半の課題を自前で解決しているため、外食支援サービスはほとんど利用していません。

A6. 特定技能制度

社員50人のうちの6割が外国人。2019年の創業時から特定技能制度を利用し、外国人スタッフを戦力化する仕組みを構築していることが昨今の人材難の中で強みになっています。

A7. (株)うまプロ (株)金剛園 金子真也社長 須藤雅也社長

天井専門店『金子半之助』の生みの親である金子社長は、もんじゃ焼きやお茶の専門店も手がけるなど単品ビジネスのセンスがピカイチの経営者です。焼肉店『金剛園』6店を展開する須藤社長は肉を熟知しており、焼肉店経営者として目標にしている方です。

A8. 大阪・天満 『炭火焼肉ホルモン モツの天満屋』

焼肉のカンパニーが展開する焼肉店3店で感心させられるのが商品構成と商品力。炭火焼肉・ホルモン・モツの天満屋は次世代型大衆ホルモン業態を標榜していますが、それを品揃えと価格設定で巧みに表現しています。

A9. 月刊食堂

月刊食堂のすごいところは取材テーマの掘り下げ、ファサード誘客、ワンオペ作業研究、価値上げパターン、繁盛店の什器備品などに常に新しいテーマで特集を組み、細部まで情報を掘り起こしているため、勉強になります。

A3. 大衆点评、 RED、 Google広告

大衆点评は中国の生活情報プラットフォームですが、『焼肉すだく』那覇店が沖縄エリアのTOP1に選出されました。また、中国版InstagramといえるREDでインフルエンサーマーケティングをしており、国内ではMEO対策としてGoogleマップ上に広告を表示しています。



(株)総合近江牛商社 西野立寛 社長



▶企業情報は76頁

A10. 新興国の焼肉、 成熟国のステーキ マーケット

出店予定のフィリピンとインドネシアの他、モンゴルなどの新興国は焼肉店が狙いめ。シンガポールなどではすでに外食市場が成熟しているため、コストパフォーマンスの高いファストカジュアルスタイルのステーキ専門店『STEAK SUDAKU』で勝負しています。



A1. 『VOLLON』 デニッシュ類



ベーカリーレストランの出店や卸での展開を見据えてペストリーの品数を充実させたいと考え、パイシーターを導入。シナモンロールやカルダモンデニッシュ、ババカなど、7〜8品を増やしたところ、ペストリーカテゴリの売上げは2割アップしました。

A4. 倉庫兼作業室 になる4坪の 冷蔵ルーム



VOLLONは客席の一区画に4坪の小部屋を設け、室温18℃に設定してワインや食材の冷蔵保管室として使用しています。4カ月前から新たにパイシーターを設置し、生地の仕込み部屋としても兼用しています。業者さんに直接食材を搬入してもらえるのも助かります。

A5. 予約管理システム 『Tablecheck』

ビストロ業態などの予約はTablecheckで一元管理しています。ホットペッパーや食べログなどのグルメサイトと連携しており、媒体別の流入率も分析できます。

A8. オーストラリア・メルボルン 『Reine & La Rue』

ペストリー業態の下見も兼ねてオーストラリア・メルボルンを訪れた際に視察した店。建物自体のポテンシャルによるものの、圧倒的な世界観に引き込まれました。客単価や客席回転数といった価値観に捉われない店づくりに日本との文化の違いを感じました。



A2. まるはらの 『鮎魚醬』

料理にコクや奥行きを加えたい時に重宝しています。独特の旨みがありながらナンブラーと比べて臭みがなく、塩味も強くありません。幅広い食材と相性がよく、愛知・鶴舞のVOLLONや今池の『na』で提供する魚介パスタの仕上げや、ドレッシングの隠し味などに使用しています。



A3. Instagramの 自社アカウントからの 情報発信

店のInstagramに投稿する際は『これを食べたい!』と感じてもらえるシズル感のある写真や言葉選びが重要です。自前の一眼レフカメラで僕が撮影した写真を投稿することもあります。お客さまがInstagramで投稿してくださることによる販促効果も感じています。



仲野商店(株) 仲野智博 社長



▶企業情報は76頁

愛知・鶴舞のベーカリー併設型のビストロ「VOLLON」。オリジナルのデザートや、80坪50席の規模で月商2200万円を売る。

A6. 特になし

今後はDXを活用して人事評価制度を整備したいと考えており、現在情報収集中です。

A7. モモフク・グループ デイビッド・チャン氏

『食に関わることはなんでもやる』というマインドが自分と似ていて、しかもそれを全部ハイレベルで実現しているのがすごい。アメリカらしいスケールの大きさにも惹かれます。

A9. YouTubeチャンネル 『永田ラッパ〜食事を 楽しく幸せに〜』、 月刊食堂

税金対策やマネジメントの勉強など、情報検索はもっぱらYouTube。永田ラッパさんは外食トレンドを知りたい時に観ます。本はあまり読みませんが月刊食堂は読んでいます!

A10. 駅直結の 施設内

これまで商業施設への出店はすべてお断りしてきましたが、新たな挑戦として愛知・栄の駅直結の施設内への出店を決めました。オフィスフロアもあるためワーカ向けのテイクアウト展開など新しい店づくりを模索中です。

Q. ①売れた、利益貢献した商品 ②いち押しの材料 ③反響があった集客施策 ④買ってよかった設備・器具・備品 ⑤使ってよかった外食支援サービス

⑥買ってよかった人事施策 ⑦すごいと思う経営者 ⑧刺激を受けた視察店 ⑨参考になっている情報源 ⑩狙っているマーケット

“飲める一品メニュー”の「夜べろん」がブレイク

夜の売上げアップをめざしてトッピング食材を活用したアテメニュー「夜べろん」4品の提供をスタート。とくに商業施設内の居酒屋フロアに入居する大阪・心斎橋の心斎橋PARCO店で反響が大きく、夜の客単価は1400円から2600円にアップした。



長谷川泰三社長の
口コミ 52頁

(株)PE RON

2024年3月に大阪・東梅田に1号店をオープンした「ペベロンチーノ専門店 べろん」は大阪で直営1店、フランチャイズ4店を布陣する多店化フォーマット。具なしのペベロンチーノ700円〜にトッピング100円〜を組み合わせるスタイルを採り、客単価は1200円。坪月商50万円超の繁盛店を連発しており、新規出店の計画も続々と進んでいる。

企業
データ

大阪府大阪市北区梅田1-11-4大阪駅前第4ビルB1 24号 ☎06-8550-3344
設立：2024年9月 資本金：100万円
売上高：1億6000万円 店数：直営1店、FC4店
従業員数：社員3人、パート・アルバイト15人



フランチャイズ1号店の肥後橋店。オフィス街の路地の奥という二等立地ながら、坪月商64万円を叩き出している。

宮城・仙台の(株)常盤食品を買収。東北での展開に拍車をかける

2025年4月に「0秒レモンサワー® 仙台ホルモン焼肉酒場 ときわ亭」の本店である「仙台焼肉・ホルモンときわ亭」を展開する常盤食品を買収。「東北でナンバーワンの町焼肉になる」というビジョンをともに実現していく考えだ。



藤田 建社長の
口コミ 53頁

GOSSO(株)

2005年の創業当初はチーズフォンデュ専門店「ガーデンファーム」などのレストラン業で店舗網を拡大。19年12月に「0秒レモンサワー® 仙台ホルモン焼肉酒場」ときわ亭」の1号店をオープンし、現在は直営16店、フランチャイズ34店を展開する。その後も積極的なM&A戦略を採り、グループ全体では112業態120店を全国に布陣している。

企業
データ

東京都渋谷区宇田川町14-13 宇田川ビルディング6F ☎03-6316-8191 設立：2005年12月
資本金：1000万円 売上高：60億円（2025年8月期） 店数：直営50店、FC70店
従業員数：社員100人、パート・アルバイト1000人



東京・渋谷の駅前繁華街の外食ビル2階に入居する渋谷店がチェーン売上トップ。25坪56席の規模で月商1505万円を売る。

名物は注ぎ分けビール。新業態で坪月商45万円超え

2024年12月に東京・木場に新業態の「PERFECT BEER LABO」をオープン。東京・中野の「麦酒大学」が監修したビールの注ぎ分けとハンバーガーを名物商品に据え、14坪25席の規模で月商640万円を売り上げている。



藤沼正俊社長の
口コミ 54頁

(株)PERFECT BEER

自社で設定した管理項目をクリアしたビールを「パーフェクトビア」と定義し、これをメインアイテムに据えたビアパブ業態「PERFECT BEER KITCHEN」。経営母体の(株)PERFECT BEERは2023年7月にフランチャイズ(FC)展開に着手し、25年8月末でピアガーデン、立ち飲みなど含めて直営5店、FC22店の計27店を展開している。

企業
データ

埼玉県志木市中宗岡1-4-36 ☎070-9062-1026 設立：2019年11月
資本金：1500万円 売上高：非公開
店数：直営5店、FC22店
従業員数：57人(パート・アルバイト含む)



「PERFECT BEER KITCHEN」は8〜10坪18〜20席の規模で月商300万円が標準モデル。チェーン平均の客単価は3500円。

坪月商は驚異の150万円。最高売上げを更新中だ

「立呑み中華 起率礼」は最高売上げを更新中で、2025年8月は23日営業で月商640万円、坪売上げにして150万円を達成。客単価は500円アップした。また、「立食型破離」ではリピーター獲得のため新商品の開発にも注力し、アパレルなどの高単価食材を導入した。



正木勇貴社長の
口コミ 55頁

(株)シゲキがほしい

東京・目黒区と渋谷区に3〜5坪の立ち飲み酒場3店とラーメン店1店を展開する(株)シゲキがほしい。学芸大学の「立呑み 鉄砲玉」と自由が丘の「立呑み中華 起率礼」は、ともに坪月商140万円超を売る怪物店だ。2025年4月にオープンした渋谷の「立食 型破離」はジャンルレス中華をテーマに5・5坪の規模で月商600万円、営業利益率40%をめざす。

企業
データ

東京都世田谷区下馬1-21-11 ☎080-6392-2094
設立：2015年9月 資本金：100万円
売上高：1億8000万円 店数：直営4店
従業員数：社員8人



東京・自由が丘の「立呑み中華 起率礼」は30代〜40代の男女を主客層とし、平日50人、週末80〜90人を集客する。

全 敵一社長の
口コミ 48頁

(株)pinyo

2012年11月にオープンした「ピニョ食堂」を皮切りに、テーマの異なる韓国料理店を京都市内で7店展開する。焼肉店「ミリネヤンコブチャン」はフランチャイズで全国に10店を布陣、契約提携済みの加盟企業は25社におよんでいる。全 敵一社長はプロデュース業も手がけており、近々ECサイトも開設予定。韓国の日常食を意欲的に発信している。

企業
データ

京都府京都市左京区孫橋区18-3 ☎075-746-2444
設立：2025年4月 資本金：100万円
売上高：非公開 店数：直営7店、FC10店
従業員数：社員2人、パート・アルバイト40人



京都・河原町エリアの「ミリネヤンコブチャン」は韓国・釜山にある焼肉ストリートの内外装、システムなどをそのまま再現した。

徳永孝進社長の
口コミ 49頁

(株)グラットン

広島県を拠点とし、焼肉店を核業態として直営23店舗、フランチャイズ14店舗を展開する外食企業。「黒毛和牛ホルモン 大衆焼肉しんすけ」は3年で50店体制を目標に開発した焼肉店の多店化モデルだ。和牛焼肉を税抜499〜699円の価格で提供する低価格戦略が差別化の要で、25坪50席、客単価4500円、月商850万円をモデル値としている。

企業
データ

広島県福山市沖野上町1-9-30 ☎084-927-9141 設立：1998年11月
資本金：1000万円 売上高：27億円（2025年3月期） 店数：直営23店、FC14店
従業員数：社員70人、パート・アルバイト480人



東京1号店は、2023年12月に東京・不動前にオープン。住宅エリアの駅前立地で、24坪46席の規模で月商950万円を売る。

仲野智博社長の
口コミ 50頁

仲野商店(株)

愛知・今池のビストロ「na」をはじめ、マルチブランドで名古屋に5店を展開する仲野商店(株)。2024年5月に鶴舞にオープンした「VOLLON」はビストロとベーカリーカフェの併設店で、モーニング、カフェ、テイクアウト、ランチ、ディナーと幅広い利用動機のとりに成功している。83坪66席の規模で月商2200万円という実績だ。

企業
データ

愛知県名古屋市中区栄1-15-17 アミューズビル1F ☎052-938-3373
設立：2018年8月 資本金：500万円
売上高：5億円 店数：直営5店
従業員数：社員24人、パート・アルバイト18人



愛知・鶴舞の住宅街に立地。店舗はコロナ調の建築様式で非日常感を演出。女性グループの目的来店が大半を占める。

西野立寛社長の
口コミ 51頁

(株)総合近江牛商社

近江牛をコアに据えた外食事業を手がける(株)総合近江牛商社。主力の焼肉事業は「近江焼肉ホルモンすだく」をメインブランドとして業態をモデルしながら出店を進め、直営、フランチャイズを合わせて国内45店を展開している。牛タンの端材をパティに使用したハンバーガーショップ「近江牛バーガー SUDAKU」も手がける。

企業
データ

滋賀県守山市守山1-4-14 ☎077-599-0467
設立：2020年6月 資本金：4397万円
売上高：20億円（2025年10月期見込み）
店数：直営14店、FC3店、海外3店
従業員数：社員44人、パート・アルバイト144人



郊外ロードサイドを主要立地として店舗網を急拡大。ファミリーをターゲットにした「焼肉すだく家族亭」は8店を展開する。

2025年1月に路地奥立地に「ジャスト食堂」を出店

京都・四条寺町エリアの「ジャスト食品」は韓国の角打ち「カメック」を再現した食堂。昭和の風情をそのまま残した古民家で、鍋ごと提供する韓国製インスタントラーメンなど韓国の日常的なフードを揃える。10坪10席、客単価2500円。



焼肉店のフランチャイズ展開を強化。北海道には韓国料理店を出店する

2025年7月に「黒毛和牛ホルモン 大衆焼肉しんすけ」の都内4号店となる東京・三田の三田店がオープン。首都圏でのフランチャイズ展開を加速化させる考えだ。また、25年10月には北海道に「韓国社焼肉場 ドンソク」をオープンする予定。



共同経営で東京・御成門に炭火焼きレストランを出店

2025年8月にアートディレクターのhideya氏と共同経営で、東京・御成門に炭火料理レストラン「SMUK」を出店し、都内への進出を果たした。社内では人事制度の整備に着手し、評価制度や各種手当を充実させていく意向だ。



海外展開をスタート。10年間で300店をめざす

2024年10月、海外1号店を中国・上海にオープンし、海外展開をスタート。25年にはシンガポールに進出し、さらに年内にインドネシア、フィリピンの出店も決定している。今後10年間で海外300店を目標に掲げ、出店を加速する意向だ。

