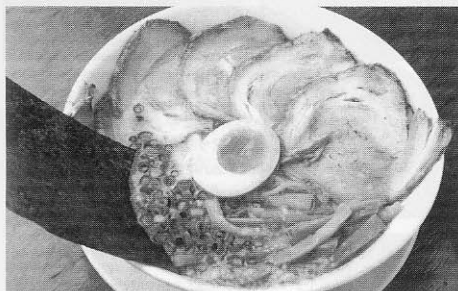


とろこくチャーシューごとか 久喜店



とろこくチャーシューめん・醤油950円(写真上)はごとかの看板メニュー。濃厚白湯とんこつらーめん700円(同下)は創業当初からのロングセラー商品



2003年8月に開店した久喜店は、埼玉県久喜市の幹線道路沿いに立地。店舗規模35坪48席で月商800万円を売る。原価率は38%、人件費率は24%で推移する

「チャーシュー」で 郊外市場を開拓 (株)けいとうプランニング(埼玉県川口市)

埼玉県内を中心に3ブランド12店(うちFC7店)のラーメン店を展開する(株)けいとうプランニング。創業9年目を迎える同社は、競合の激しいラーメン業界にありながら、成長路線を歩み続ける企業である。

同社代表取締役の田中仁氏は、もとホテルマンで、ソムリエの資格も持つ人物。アルコールのエキスパートとして(株)サントリーの業態開発部に招かれ、そこで約40の飲食店の開発、出店に携わった。その後、「資本力に頼らず、自分の実力を試してみたい」と独立を決意。1997年12月、埼玉・草加に「とっておきラーメン けいとうS(以下けいとうS)」新店を出店し、起業家としての一歩を踏み出した。

田中氏が独立に際して、あえて専門外ともいえるラーメン店を選択した。

たのは、「カウンターで対面接客ができる業態」(田中氏)を出店の第一条件としていたためだ。さらに当時都心で巻き起こっていたラーメンブームの余波が、郊外まで広がると考えただからだという。

けいとうSの売りは、野菜をふんだんに使ったとんこつ白湯スープ。オープン間もなく、「ソムリエが手がけたラーメン店」という評判が口コミで広がり、夜間のみ営業、しかも8坪13席という小体な店でありながら、最盛期には月商330万円を売り上げる繁盛店になる。

ただ、この時点では田中氏に多店化を進める意向はなかったという。しかし、同店の繁盛ぶりに出店の要請が相次いだため、2000年1月、市内に2号店を出店。また、知人からFC展開用のパッケージ開発を依頼され、「ラーメンのまめぞう」を開発。知人が経営する会社に運営を委託する形で出店を重ねていった。

チャーシューに特化した 幅広い客層に対応

同社が事業拡大に本格的に着手したのは02年。多店化を想定して開発したが、同社の主力業態「とろこくチャーシュー」ごとく(以下「とろこく」)であった。同年2月に埼玉・越谷に1号店を出店すると、翌3月には別

久喜店のメニュー(抜粋)

◆めん類◆	
豚骨醤油ごとくらーめん	580円
とっておき塩ラーメン	600円
濃厚白湯とんこつラーメン	700円
とろこくチャーシューめん	醤油 950円
	塩 970円
	白湯 1070円
高菜ラーメン	醤油 700円
	塩 720円
	白湯 820円
ねぎ盛りらーめん	醤油 800円
	塩 820円
	白湯 920円
めんの大盛り	100円
◆トッピング◆	
チャーシュー	370円
白髪ねぎ	220円
のり	150円
高菜	120円
メンマ・半熟煮玉子・バター	各100円
◆ご飯もの◆	
らぁ飯	300円
チャーシュー丼	550円
ツナマヨ丼	400円
高菜めし	350円
◆サイドメニュー・デザート◆	
肉汁ジューシーゆで餃子(7個)	350円
一口サイズの焼き餃子(7個)	300円
ブルブル杏仁豆腐	250円

●直営店舗概要

店名	オープン	住所	店舗規模	月商
とろこくチャーシューごとく	2002年2月	埼玉県越谷市浅間台西1-8-4	20坪32席	550万円
とろこくチャーシューごとく久喜	2003年8月	埼玉県久喜市古久喜49	35坪48席	800万円
とろこくチャーシューごとく勝田台	2004年7月	千葉県佐倉市井野町66-1	20坪33席	500万円
とろこくチャーシューごろう商店	2004年7月	千葉県千葉市若葉区みつわ台2-10-14	20坪35席	550万円
とろこくチャーシューごとく伊奈	2006年3月	埼玉県北足立郡伊奈町栄1-78	30坪40席	600万円

とっておきラーメンけいとう'S 松原店

2000年1月にオープンした同ブランドの2号店。東武線松原団地駅から徒歩5分の生活道路沿いに立地し、店舗規模は8坪13席。たっぷりの野菜を煮込んだとんこつ白湯スープのとっておきラーメン550円が主力商品。新田店、松原店ともに社内独立制度によって、05年にFC店として独立を果たした。これ以外に同社ではFC展開用パッケージとして「ラーメンのまめぞう」を開発。(株)シングルが経営母体となり、埼玉県下で3店を展開する。



埼玉県草加市松原5-4-3 ☎048-943-5838

●タイプ別初期投資・標準施工内容

規模	12.5坪(ビルイン)	20坪(ビルイン)	30坪(ロードサイド)
客席数	14席	33席	48席
開店販促費	50万円	50万円	60万円
店舗施工費	530万円	850万円	1275万円
厨房設備費	270万円	290万円	310万円
什器・備品費	140万円	150万円	170万円
合計	1160万円	1510万円	1985万円

*合計額は右表の加盟金、保証金、研修費を含んだもの

●加盟契約内容

加盟金	100万円
保証金	50万円
研修費	20万円

掲のFCパッケージによるFC展開をスタートさせた。

ごとくはその店名に冠したキャッチフレーズの通り、チャーシューが看板商品である。そのチャーシューを用いたラーメンは、醤油、塩、白湯のスープなど、幅広い品揃えだ。「ラーメン業界は成熟化が進み、多様な商品が出揃ったことで、麺やスープによる差別化は一部のラーメンマニアにしか伝わらなくなった。もっと広く、一般的な客層をターゲットにするのであれば、チャーシューの商品価値を高める方が集客につながる」と考えました」と田中氏はその狙いについて語る。

さらに、チャーシューの品質向上を図るためのアイテムとして田中氏

「2006年は地固めの年と位置付けて出店を控えましたが、今年から多店化を積極的に進めていきたいと考えています。新規出店はFC店が中心になりますが、従業員の独立を推し進めるため、直営店も埼玉県内に年1店は出店するつもりです。また、現在新業態の開発にも着手しています。今後はもともとの専門分野であったアレルギーを軸にした業態で、都内への進出も視野に入れています」



株けいとうプランニング 代表取締役 田中 仁氏

文・栗田利之 撮影・高瀬信夫

が着目したのが圧力釜であった。「圧力釜を使用することで、豚肉を下茹でする手間が省けるだけでなく、旨みを肉の中にしっかりと閉じ込められる。つまり一石二鳥の効果があるのです」(田中氏)

また、ごとく各店ではチャーシューを生肉から店内で調理するが、圧力釜は普通の鍋と違って、火力の誤差などが生じにくいいため、マニュアル化しやすい利点もあるという。

田中氏の狙い通り、ごとくは幅広い客層の集客に成功。写真で紹介している久喜店は、週末には行列ができる繁盛ぶりを見せ、店舗規模35坪48席、客単価890円で月商800万円を売り上げる。

同社では「店舗レベルでの品質維持には人のスキルが不可欠」(田中氏)との考えから、従業員の給与制度に成果主義を導入。社内独立制度も設け、モチベーションの向上を図っている。

また、FC店の屋号はオーナーの好みで決められるようにするなど、オーナーの個性を尊重した店づくりを推進している。

「今後はFC店を中心に年5店のペースで出店を進めるつもりです。出店エリアも、軽井沢や静岡・沼津といった地方都市への進出を計画しています」と田中氏は力強く語る。