時と同じ 創業から6年が Ã, 現在 シビの商品はひとつ 経ちましたが、 ツの品揃え

81

コンセプ

して掲げま

月刊食堂2017年4月号

仪 加物を使わず、 で安心して食べられるように食品添 はじめま から、 いてき 新商品の開発にも力を る価格帯を 幼いズ に低づ 一供から大人ま ・個の価格 なオリシ 12

ばすこと 規模で月商300万円を売り上げる で埋め尽く ロスを出して 通りに売り場にキッチンを併設し、 徐々に棄態の認知度も上がったこ た戦略が奏功し、2号店は7坪 スプレイでお客さ ル津田沼」に出店しま ような空間を演出し、売上げを伸 の想いが叶ってな を飛ばす を最優先したんです。 棄・津田沼の 12 年 ました。 も構わないと棚を商品 ようになりま 自月にジャック まがワクワク カラフルなデ した。 オン ž 計画

de の売上げに加え、 激機関に提出。 B 号店の出店を決意。 を補完しながら出店資金を貯め らは催事に出店 総密に立てた事業計画書を 留事 いかに将来性が の実績を そうと決めて 号店の売 レゼンテ

る時、 なってしま と離れて じSC内にあり 官に専念せざるを得な **乃家を退職** いたんです。 「米乃家とい ら事業が中途半端な結果に りができませんでした。 しまったことで想定して りましたが、 ナツの製造拠点は同 して僕が思い描い う逃げ道を持っ と腹を括り るためにも 販売場所 \* to

ų 万円を切っていたという。 に出て 予想以上の盛況ぶりにオペレーショ 場価格より10~30円ほど下げて値ご 専門店。ブランドの認知度がなかっ ものの、気がつくと銀行の残高は10 品数を15品に減らすが、 ンが追いつかなくなった。 ろ感と品質を訴求す たため、 7円まで落ち込んでしまう。 商600万円を売り 込むことでなんとか営業を続けた の収入をジャックの運転資金に注 した。初月は客単価530円で クスな商品を揃えた。 日本人が食べ慣れているオ 号店は10坪ほどのテイクアウ 来客数が激減。月商は200 オリジナル商品の開発は避 ることからスタ 上げたものの それが裏目 そこで商 さらに相 \* 米乃家

木 の許可を得ての出店です シブラザ」 備を進め、 八幡にあるSC  $^{2}_{0}$ にジャッ もちろん 「ニッケ クの1号 3 -7

タードーナツ」の一極集中という代わり映えしないドーナツ市場だが、その不発に終わり、いまや一緒にシフォンケーキを置く始末。相変わらず「ミスム・ドーナツ」が大量開店。鳴り物入りで参入した「セブン・イレブン」 き 2006年12月の日本初上陸時に旋風を巻き起こした「クリスビー 新顔としてショッピングセンター ISTUNO 直営10店、 **グクリエイト機が展開するド** フランチャイズ15店の計25店を全国の有力SCに展開して ħ; 11年12月に千葉・本八幡に1号店を出店し、 ŝ ナツチェーン 「JACK IN THE から出店要請が続いているのがビ 17年2月支 · 20

中堅企業研究

INTUE WORLD DONUTS

飯と串焼 とりでん」のメガフラン 長は「炭火焼肉酒家 牛角」や いいだろう。 構築した。当時3店だった米乃家 イズ(現・線米乃家)に転職し、 ビッグクリエイ ム・リンクで頭角を現し、 (FCジー) で (SV) として30店前 その北浦社長がド 株の北浦大作社 る限サム ある規プ 주 差

まだ米乃家在籍中のことだった。 のモデル事業を確立した人物とい 団子店「米乃家」を経営す ってしまったら申 し訳ない

頭の片隅で起菜 通営などさ こうい が

在籍中は組織づくりや店の ることを考えてい を料題させ

> 略や事業展開の考えかたに像 る団子 ナツに置き換え、 やたい焼きなどの商品を からね いざジャ 米乃家の経営戦 クで刻立す

あり 者がMDさんに対抗できないと思っ た寡占化を許 0億円と言われてい 店も好成績。 んです。 (M D 言っていいほどミスタ ピングセンター 市場の9割以上をMDさ 一定のシェアは獲得で いるのか、 いることに気づきました。こう ら諦めているか。 ませ あると考えたんです。 3 業績を調べてみると、 んが、 んも入居していたか 米乃家が出店 あるいは単純に吸う しかも、 しているのは他の経営 うことは後発で ŝ -3' 理由は定かで れにしろ競争 る日本のド およみ わらじで開 には必ず んが占め 着想

米乃家に入社した時から



1.11) 1842

独立前に外食ビジネス

速载 第35回

のノウハウを実践的に学ぶことがで

一足の





グセンター 「イオンモ 内にオープン。 20 の仕方も新たな工夫を加えてい る。客単価800円で、月商は1700

万円とチェーンでもトップクラ スの売上げを弾き出す。

絶呂クリームブリュレ 200円

オリーボーレン 14019

2016年4月に奈良・極源 の「イオンモール構築」内 の"イオンモール種助」内 のフードコートにオーフ ンした種原店。客単価 530円、8日の規模で月 歳770万円を売り上げる

東京・秋葉祭の「ヨドバ で吉単価530円、4月 の規模で月前815万円を

438410 24 6a 2013 10a 2014 (全留DATA) ビッグクリエイト派 D0367129211 登木会:300万円

店を出店 浅草や原宿といったエリアに路面

る計画だ

2015 東京都委区道由2168ストーリア品川801

20

常使い ボ

を狙ってい

ム価格9円とい トの両タイプが530円

う値つけ

\$48387555

シは各店30品前後を

끏

年は将来的な海外進出を見据

外国人旅行客の多い都内の

店数と売上高の推移(8年9月期)

従業員:社員14人、バート・アルバイト158人

克上高:5億8387万円(2016年9月期)

オン 毎毛店をオープン (現在、窓店) 2014年6月 一型切・名古屋にイオンモール 名古屋茶屋店 をオープンし、愛知園出を東たす 2015年4月 沖縄、之中執封にイオンモール 3時間子の ムのをオープンし、沖縄通社を東たす 2016年9月 京都・京都にジャックの2019店となるイオ

ショッピングセンターで日常使いを吸引

スを設けたカフェタイプの3つを

客単価はテイクアウトとフ

カフェタイプは700円だが、

±

治革

17年は東京・原宿の路面にも出店

トはデイクアウトタイプ、フー に布陣している。出店フォーマ フランチャ は主要立地をショッピングセンタ

トタイプ、

ジャックのフランチャイズ (FC) 展開をス 2013年10月 千葉・稲毛にジャックのFC1 号店となるイ

オン 稲毛店をオープン (現在、閉店)

ンモール 京都店をオープン

兵庫・神戸にイオンモール 神戸北店をオー

月商1700万円を売り上げる 2016年12月 愛知・長久手にジャックの25号店となるイ オンモール長久手広をオープン

ブン。20坪20席の規模でチェーントップの

5

号店を出店したドー

ナンチ

年12月に千葉・本八幡

-に定め、 A [JACK IN THE DONUTS]

17年2月末で直営10店

イズ15店を12都道府県



いずれも外国人旅行者が多いエリア 秋葉原や出店候補地の浅草、原宿は いる。16年10月オープンに出店した リアの駅前繁華街に進出を検討して

価は800円を想定しています。唐 といった寛料理の食事業態で、客単

「主力商品は唐揚げや親子井、鴬鍋

に着手する。

トに出店し、第2の事業の柱づくり モールりんくう泉南」のフードコー

顔ぶれによって打つべき戦術は異な 入居するフロアや施設のテナントの 的には都内の浅草や原宿といったエ への出店準備に着手している。具体 ることは同社の重要な課題だ。 店長やSVのあるべきモデルをつく なる店数の拡大を実現するためにも 在、S>は北浦社長がともに行動し その鍵を握るのがSVの存在だ。現 わけだが、ジャックの展開において る。個店対応力を高める必要がある 直接指導にあたっているが、さら その一方で、現在北浦社長は路面

り組んでいきたいと考えています」 ックの財産になると思っていますの はいえ、現場の技術力アップはジャ 関係するつもりです。FCモデルと の技術力を見きわめるコンテスト それに先駆けて17年9月には各店 ジャックの出店立地はSCだが 人材育成は今後もしっかりと取

の販売は平日のみにするなどこれか 要求されますから、ライセンス制と ングを見きわめるなど技術と経験が らルールづくりをしていき は本末転倒です あまりに店の運営が疎かになるので 考えています。生地の発酵のタイ う形で本部が認定した店だけ実施 ます。ただ、店内加工 手づくり商品 を優先す

> かかろうとしているわけだ。 ックは次なるブランディングに取り だ。将来の海外進出に向けて、ジャ

的には米国上陸を果たし、ジャック ジア圏にFCで展開していき、最終 「海外進出は当初から考えていまし 世界ブランドに育てたい」 意識して名づけたもの。まずはア そもそもジャックの店名もそこ

の開発と既存商品のブラッシュアッ 年からパティスリーにスタッフ プを図っていく方針だ。 技術習得に注力し、オリジナル商品 SCへの出店については、これま 国内では創業10周年にあたる21年 る研修制度をスター • 00店体制をめざしている。 ŀ, 14

今後も を派

で売上げ規模が100億円以上の施

設に限定していたが、今後はそのハ

考えています。 異なる利用動機を掘り起こしたいと り、これまでのフードコー ざいにしてもらうことを想定してお エアしたり、家庭に持ち帰ってそう どっさり盛り、それをグループでシ とするなど、どのメニュー 揚げのボリュームは1 また、この業態は労働者の高齢化 人前4008 も料理を 「店とは

違和感なく働ける店です。今後、 男性はきっと働きづらいと思います す。ジャックの雰囲気だと、年配の に対応するフォーマットでもありま る仕組みが必要になるでしょうね」 めざすのであればシニア層を活かせ すます高齢化が進む中で、多店化を が、鳥さくは40代以上のスタッフが 17年の出店計画は直営10店、FC Ŧ

> 想は1業態 態の開発に取り組んでいきたい。 が難しい。ジャックの菜績はおかげ 数展開していくことです」 ッジという観点からも、今後も新菜 「単一業態だと、何か予期せぬトラ まで好調ですが、経営のリスク ルが発生した時の経営の建て直 は1号店の立ち上がり次第だという の出店を計画しているが、その判断 うちジャックは6店。残りは鳥さく 00店のチェーンを R

またうら・だいさく 1976年12月生まれ、大阪府泉佐 野市出身。大学卒業後、僕リロク ラブに営業機として入社。2000 年に転職した祝ブライム・リンク ではスーパーパイザーとして30回 制役を終愁。の時には採取りムライ ズ(限・先来入別のの財社長として、 2017年15日の第一日のため世界 団子店「米乃家」の多店化を指揮 (3)する、ホノノボノッションにで用用 入社当時3店だった店数を83店# で伸ばした。米乃家に在職中の1 ウレ、代表的納税に対任

業態100店のチェーンをつくりたい」 10

鶏の食事業態で多店化をめざす

てもひとつの転機を迎える だが、さらにこの春には会社にとっ ステージへの転機を迎えているわけ

要するにジャックはいま、新たな

ドルを上げていく。

「鳥さく」を大阪・泉南の「イオン

17年3月に新業態の鶏料理専門店

## 「実店舗の強みはできたてを提供できること。

超える商品を2品から5品に増やし、 変わりませんが、単価が200円を えず改廃しています。また、商品の およそ半分が定番商品で、残りは絶 は30品前後が標準ですが、そのうち んとの差別化を図りました」 ム価格の設定が90円という点は

品質を前面に打ち出すことで、MD ドーナツのブランドは歓迎すべき デベロッパーにしてみれば、新し

ての目新しさはないからだ。ジャッ すれば売上げは手堅いが、業態とし ものだった。実績のあるMDを誘致

業態改革に着手

現在のジャックに対す

る北浦社長

クはそうした際間をつき、

イオング

ーン。100点に持っていくのがこ の評価は厳しく、「まだ65点のチェ

ちから生地づくりに取り組みたいと

4店ほどを想定している。直営店の

シェア獲得をめざしている。 には、国内のドーナツ市場で10%の 25店を布陣するに至っており将来的 城村まで拡大。17年2月末で国内に リアは北海道・旭川から沖縄・北中 うより、施設側から出店オファ 進んだ ループのSCを中心に順調に出店が らうケースが増え、 自ら出店を働きかけるとい いまや出店工 ė

> 鍵と考えているのがドーナツショッ れからの課題」と述べている。その

神戸のイオンモール 神戸北店など れを16年10月にオーブンした兵庫・ ことで売上げがどう変わるのか、 変わりません。たとえばベーカリー 商品数のみで陳列の手法もほとんど の最新店で実験しています。 のように商品を立体的な陳列にする エンスストア (CVS) との違いも ったくおもしろみがない。コンビニ はどこも商品を棚に並べるだけでま プならではのライブ感の演出だ。 ナツショップのディスプレイ また、 ÷

地を使用していましたが、店内でい 後はマサラダをツーオーダーで揚げ るなと痛感しました。ですから、 置きですからおいしさの次元が異な 品質と比べると、うちの商品は揚げ ワイで食べた揚げたてのマサラダ 何といってもできたてを提供で めています。また、これまで冷凍生 て、熱々の状態で提供する準備を進 ところ。にもかかわらず、 CVSにはないわれわれの 強みは 米国, 4 Ø

チャレンジするつも

香りなど五感に訴える売りかたにも