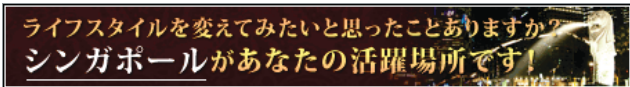
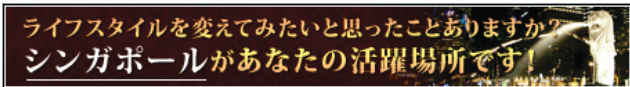


外食産業をエンターテイメントに読み解く!!

フードリンクニュース



U-10 外食リーダーレポート

TOP > 経営者レポート > 外食リーダーレポート > 油そば&すためし、駅前一等地&巨大看板で25店舗。商品にこだわりなし。



2012年7月01日(日)16:13 外食リーダーレポート

油そば&すためし、駅前一等地&巨大看板で25店舗。商品にこだわりなし。

國松晃氏 株式会社ユウシン 取締役社長

記事への評価 ★★★★★ 4.3

いいね! 22

取材・執筆：安田正明 2012年6月28日取材

キーワード：カラオケ すためし すた丼 油そば 看板

新宿、池袋、渋谷の一等地で「油そば」と「すためし」の派手で巨大な看板がこの1年で目立ってきた。展開するのは埼玉・東京・千葉にカラオケ店「マック」を直営・FCで46店舗展開する株式会社マックのグループ企業。カラオケの発想で外食に新風を吹き込んできた。



國松 晃氏。元タレント。

ユウシンはこの1年間で15店舗を出店し、計25店舗となった。1階に「油そば総本店」を置き、2階に「すためし どんどん」を配置。2店舗セットでの出店で1~2階を覆うような巨大な看板を設置する。しかも新宿、池袋、渋谷というターミナル駅の好立地に出店し、いやがおうにも目立つ存在となっている。

Asahi 販促 レシピ 飲食店様限定

今すぐ使える "ご繁盛ネタ" 満載!

業界トレンド

ご利用無料

ご繁盛サポートネット 詳細はこちらから!

時間無制限バイキング 東京に挑むマルチ業態

最強の飲食店 売上管理システム

ゲキ安

MAID SYSTEM

R東海 7/30 名古屋

セミナー 6/25 開催

シンガポール 出店

DVD 販売中!

- 1 4.4点 油そば&すためし、駅前一等地&巨大看板で25店舗。商品にこだわりなし。
- 2 3.9点 ドトール「ラクラス」展開。「オーバカナル」のシェフが作るカジュアル版。
- 3 4.3点 ブームを牽引するのは唐揚げ専門店。スナック、立ち呑みにも拡大。
- 4 4.8点 買収も含めマルチ業態で100店舗を目指す。信頼される外食企業へ。
- 5 4.1点 コンプリート・サークル、若者の街に少し大人の「スズカフェ」16月29日(金)オープン。

素晴らしい!!! (by せき)

R東海のセミナー行きます! 楽しみにしてます! (by かるひ)



池袋東口駅にある、油そば&すためしの巨大看板。

カラオケを展開するマックの外食事業は、2006年に「牛丼どどん」を展開していたユウシンを買収したのが始まり。「牛丼どどん」は30年以上続いた牛丼店。ピーク時、都内に50店舗あった。マックが買収時は10店舗にまで減っていた。マックは同店のまかない飯だった「すためし」にハイライトを当てて、「すためし どどん」に屋号を変えていった。

國松氏は、1975年、東京・練馬生まれ。17歳でモデル事務所にスカウトされ、フジテレビ「海ごはん山ごはん」のレギュラーを6年間務めるなど、役者やタレントとして活躍していた。しかし、安定的な収入を求めて、カラオケ店を買収しようとして出会ったのが、カラオケ「マック」をスタートさせた当時の川島賢氏。現、ユウシンとマックの代表取締役。國松氏はマックの取締役副社長でもある。

「渋谷駅前でスカウトされた。鼻が高い奴が多い中、仕事はできないけど一生懸命やります、とオーディションで言うと、熱意を感じてもらえた。そこから色々指名が貰えるようになった。マクドナルドのCMIにも出た」と國松氏。

「『海ごはん山ごはん』を6年間やって、行ったことがない県はないくらい。飲食は面白いと思った。役者は収入が安定しない。結婚を機に、マックのFC店を買おうとしていたら、川島に出会って一緒に来て勉強しろよ、じゃ頑張りますよとなった。まだ、マックが3店舗の時。」

マックは1999年創業。1号店は埼玉・戸田。カラオケを居抜きで展開し、埼玉・東京・千葉で直営・FCで46店舗。

「カラオケ店を買って、立地も部屋も変えずに、人の意識だけを変えて売上を倍に延ばす手法。大手が出店してきたことで潰れた店を買収する。大手よりもインシヤルが安いので、室料100円で大手の横に出していく。人の意識だけで伸ばせるのが面白い。」

「ユウシン買収の時もこっちもいなくなってきた所に、じゃ、僕行きましょうか。カラオケ店の再生と同じ。ユウシンは50店舗あったが、最終は10店舗になった。3年間は出店せず、既存店を油そばとすためしに変えてブラッシュアップ。立地だけはいい場所だった。」

「1にも2にも看板。店名やコンセプトは関係ない。油そば、すためしと見ただけでわかるようにする。1階は賃料が高いが2階は安いので、1階の高い分を2階の賃料に割り振る。その分看板面積を広げて、2階専用入り口にうまく誘導していく。」



油そば。

[カフェカンパニーとか、ちゃんと料理作ってるのかな？ \(bv のりお\)](#)

[ついに、カフェの聖地に進出ですね！ \(bv エマ\)](#)

[サイトの地図だけだと迷うんですね、迷うと行く気なくなるし… 動画見ただけだと絶対迷わないですね！
 \(bv しのぶ\)](#)

プレゼント(7月)



プレミアム会員様限定

日本初のテキーラガイドブック「テキーラ大鑑」13名様にプレゼント！



図解と漫画で分かりやすい！「誰からも嫌われない 図解 店員のマナー」13名様にプレゼント！



すためし。

「1業態ではどんなに頑張っても1500万円。2業態なら1000万円×2店となる。粗利率は大したことないが、粗利金額は高い。1階は油そばでフリー客が入ってくる。すためしは肉を使うので原価が上がる。家賃の安い空中階にもっていけば負担は減る。油そばは原価がかなり低い商売。単一業態なら1、2階は出せない。」

「小さいビルの大家から一括で借りる。その代わり看板を大きくすることを飲んでもらう。小さいビルは条件交渉がしやすい。開発は僕が一人で担当。」

「10店舗で3年間全く出店しなかったが、去年1年で25店舗にした。買収した10店舗が営業利益で25%出ており、前年比は一度も割れてない。」

運営は、社員の自主性に委ねている。

「メニュー、オペレーションは同じだが、彼らが自分で考えて何かをすることで評価している。行動して失敗したとしても色々と学べる。僕自身も何かをしなさいと言われて仕事をしたことがない。タレント時代は僕自身が商品。クライアントに気に入ってもらうには何をすればいいかを考えた。それに対して上手くいけば嬉しい。喜びを自分で見つけていった。」

「カラオケは何もしないことが悪だという文化が出来ている。やる以上は楽しく仕事をしたい。失敗しても詰めない。案外、会社が何も言わないと苦しくて出してくる。それが当たると、じゃ次何やろうと次々に膨らんでくる。自発的に行動できない人間は居心地が悪くなっていく。そんな人さえ集めておけば、業態なんて何でもいい。飲食じゃなくてもいい。ウチの商品は立地と人。あとは笑顔でやってくればラーメンじゃなくてもいい。」

「すためしは、もともと牛丼チェーンの頃のまかない。出してみたら好評。すた丼と似ているのでどうしようと思いつつも出したら売れた。どんどん出店していったら被って行った。ウチにもお客様が来ているし、結局は支持される方が残る。」

「ウチは立地はいい。ぶつけてきたらぶつけてきたで商品を変えればいい。こだわりがない。こだわると変なしがらみができる。一緒に価値観を共有して同じ行動が取れる人間と仕事をする状況が出来ていけばいい。面白いことをやっていこうよ、という人間が集まった会社。苦しいことも耐えられる。」

「ゴミを拾うなど当たり前のも毎日できると凄い。トリッキーなことじゃなくて、つまらない作業が毎日きちんとできると大きなものになるよ、と教える。でも案外やらない。」

「感動なんかさせられるわけがない。当たり前前に店が綺麗できちんとした身なりでいい。感動接客とかいらぬ。ウチの店は不備だらけ。でも、特別美味しくなくても何か行ってしまう店。必要とされるのが嬉しい。」

「売上目標も一応あるが、届かなかったらどうのことはない。今は売上が伸びているから、失敗を恐れるな。今まで10回くらい潰れる経験をした。絶対こんなことは無理だろうと思うことをやってみて、ライバルを突き放す。今までカラオケでは室料0円にしたり、10円で何時間も歌える券をポスティングしたり、2人で1人無料、街中の電柱に黄色い看板を張り付けたりした。」

「無料券は配らない。渋谷店はドリンクバーを入れたので、ドリンクを無料にしたりする。機械でできることは機械にやらせる。普段は150円だが無料の時間を設ける。メインの商品を割引すると安売りになる。10円券とか配ると、あいつら頭がおかしいぞとなる。既存概念を壊す。違和感を持たせるのが好き。外食から叩かれている。今はお客様が来てくれているので数字が立っている。どこまでできるのか。」

「皆、独立志向が高い。幹部になると実際の難しさが分かって、独立はいいですという人も多い。カラオケの方が独立したい人が多い。外食はなんとなく社長になりたいだけ。カラオケの方が理論的。体力的にも楽で時間もかなりある。カラオケ機器などハードは決められて手をつけられない。他社とは差別化できない。商品がこうなんだという考えはない。そこは誰がやっても同じ。あとは俺たちがどうするのかだけ。」

「で、看板が大きくなる。マックよりカラオケと書いてあった方がお客様は来る。何の店というのを明確にする。油そばもすためしも見ただけで食べたくなる。だから、看板の電球が1個切れているだけでも凄くうるさく注意する。看板の管理だけは力を入れる。看板も社員の一人。看板をきれいにしてあげば、お客様を呼んでくれる。」



看板の電球が1個切れているだけでも凄くうるさく注意する。



置き看板も巨大。

「平均で月商は10坪2階の2業態セットで1000万円×2店。新宿3丁目店は9坪。油そばのワンフロアで700万円売ったところが、2階を借り増したら結局1000万円までしか上がらなかった。1、2階で違う業態を入れた方がいい。」

「新店では3ヶ月は利益なし。通年では新店で営業利益10~15%。既存店で、牛丼どんどこから続く歴史のある店では25%は残る。賃貸借契約も古いので賃料が安い。3年間出店を止めて、減価償却費もほとんどなくなった。じゃ出店しようかと去年から出店攻勢に出た。ただ、一気にやり過ぎて社員がついていけない。」

同社は7月から新年度。来期も既に4店舗が決まり、通年で8店舗は出すという。商品にこだわらない。外食企業とは異なる視点で戦うウシン。既存概念にとらわれている外食企業には見習うべき点は多い。

いいね! 22

興味深い ★★★★★
役に立つ ★★★★★
誰かに教えたい ★★★★★

送信する