



客単価2500円の「安さ」を印象づける業態で原価率は21%

■串ものを看板に掲げた居酒屋「串もん酒場 ちやい九灯」を7店舗、「ちび九灯」2店舗を展開されています。色々な業態がある中で、串ものを選ばれたきっかけは何だったのですか。

最初に業態を考えたとき、まず「安さ」がお客様に強く伝わる業態にしたいと考えました。そのためには明確に何かを安くする必要があります。その場合、フードカドリンクのどちらかということになりますが、僕自身フードが安い方が満足度が高いと感じていたので、食べ物ととん安くしようと考えたのです。

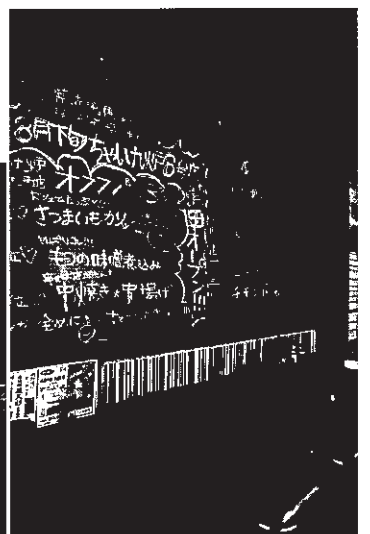
また、自分たちのモチベーションを高める意味もあり、業態の要を決める必要がありました。そこで前職の居酒屋チェーン・ワタミでの経験から、安定して人気のアイテムだった串ものに着目し、「串もん酒場」と名付けることに決めました。串ものだと一本売りにすることで単価を下げることもできますし。そして「串もん」というからには、最低で3つのカテゴリーが欲しいと考え、まず串焼きから始まって、次に王道の串揚げです。そして提供時間の早いアイテムが欲しかったため、事前に仕込みができるおでんにも串を打ち、「串煮」というカテゴリーを作りました。現在、客単価は2500円。サラリーマン男性を中心に、気軽に利用してもらっています。リピーターもかなり多いです。

■調理のオペレーションや仕込み、仕入れなどについても教えてください。

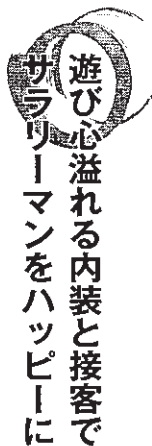
串ものは全店共通です。その他のメニューは、大衆的な居酒屋の売れ筋メニューで構成しています。各店ほぼ共通ですが、立地や客層に合わせてるように、各店長の裁量に任せています。串もの内容は、食材をできるだけ共通させて、品数が多くなるように考えました。例えば、串焼きの「つくね」と串揚げの「鶏団子」、おでんの「鶏つみれ」は、すべて同じ食材です。

串焼きなどは素材の味がそのまま出るので、国産食材を使うなどこだわっています。タレも醤油蔵に直接お願いしたオリジナルのタレを使っています。一本102円と低価格ですがボリュウムも落とさず、ひと串平均40g。そのため串焼きに関しては原価50%を越すものもあります。しかし、その分トータルの原価率は他のメニューやドリンクでしっかり調整しています。原価率は21%以内が目標。それ以下に抑えた場合は、その店舗の店長にインセンティブが入る仕組みです。いまのところ達成率は半々くらいで、トータルの原価率は約21%です。スーパーで安い食材があったら買ってきてメニューに取り入れるなど、柔軟に対応しています。仕込みに関しては、直接的な売上を生まない時間なので、できる限り短くしたいと考えています。串ものもある程度串打ちした状態で仕入れるなど省力化しています。仕込みは営業の1時間前前から、基本は24時〜翌5時くらいのお客様の少ない時間に行なっています。

漂うかしらさの懐かしさを内装。黒板には人気メニューを書き出し、色鉛筆も装飾に使用するなど随所に遊び心が散りばめられている。トイレの壁にはブラレールの線路が走る。



店舗によつて厨房の大きさも違いますし、共通のオペレーションはあまり考えていません。提供が遅ければ、その分、客席でスタッフがお客様とお話しをして盛り上げればよいと考えています。旨いものを出すのは当然のこと。私たちの店の強みは、安い、そして楽しいことではないのです。



■懐かしの小学校を思わせる大きな黒板のある店内や、天井にブラレールが走ったトイレなど、ユニークな店舗づくりも特徴です。

店名の「ちやい九灯」は、チャイルドクロック（子供時計・時間）という意味です。また会



Eiji Nakamichi

▶1969年生まれ、大阪出身。23歳でダイビングショップを立ち上げる。28歳でワタミに入社し、のちに常務執行役員まで務める。2008年、38歳の時に退社。2009年6月に「串もん酒場 ちやい九炉」秋葉原 昌平橋店を出店。現在、直営店7店舗、グループ店の「ちやい九炉」2店舗を展開する。

Company

- 本社/東京都港区芝大門2-1-6 BCGビル3F
- 従業員/社員22名 PA55名
- 設立/2009年2月
- 資本金/900万円
- 店舗
- 『串もん酒場 ちやい九炉』
- 店舗/坪数 月商
- 秋葉原昌平橋店/27坪 500万円
- 水道橋西口店/18坪 350万円
- 西川口西口店/32坪 200万円
- 浜松町芝大門店/30坪 600万円
- 東京八重洲口店/40坪 600万円
- 原宿東郷神社前店/23坪 430万円
- 蒲田東口店/35坪 600万円
- HP/http://www.bcg.jp

社名のピーシージーは、子供の頃におなじみのBCG注射から来ています。子供の時間を具現化し、大人をよりハッピーにさせる店にしたいと考えて、店舗を作っているのです。特にトイレは、個室Ⅱ宝物という発想から各店とも面白さにこだわってきました。壁のプラレールなども自分たちで並べています。

■スタッフの接客も、元気で楽しいと評判です。スタッフに関しては、タトゥー、つけ爪何でもOK。見た目についての規定は一切ありません。そのため募集をかけるのと非常にたくさん応募があり、2店舗分のスタッフを募集した際には、4週間で300人以上の応募があったこともあります。営業中の服装規定も特にありません。協賛でもらった蔵元のエプロンのみです。面接では、しゃべれる人間かどうか、しゃべって楽しくさせることができる人間かどうか、をチェックします。接客に関してもマニュアルは

ありません。お客様が楽しんでくれていれば、タメ口でもOKです。平均化するのではなく、胸を張って個人店でありたい。人にお客が付いて、例えばアルバイトが一人やめたら売上が落ちる、そんな店がいいと思っています。

■2009年6月に、一号店の「串もん酒場 ちやい九炉」秋葉原昌平橋店を出店されたのち、2年2カ月で一気にグループ9店舗までスピード展開されています。これまで、そして今後の出店戦略について教えてください。

最初の準備資金は、それほど豊富だったわけではありません。融資を受ける際、開業後1年以内に3店舗まで展開することを条件に融資を受けました。一店舗目を出店した際には、店の近くに一軒家を借り、スタッフ6人全員で住み込みの生活をしました。ご飯と住居費は私持ちで、その代わり無給。スタッフの熱意が高かったこともあり、この27坪の一店舗目が当たって

月商700万円を売り上げました。その利益を月300万円ずつ貯めておき、11月に水道橋西口店と西川口西口店を続けて出店しました。3店舗になったところで、月600万円ずつ貯めることができるようになり、さらに融資を受けて翌年4月には4店舗目を出店しました。1本入った場所や古いオフィスだった物件など、質的に有利な場所を選んでいくこともあり、営業利益率は高めだと思います。1年目で4店舗を出店し、今年8月の蒲田東口店で計7店舗になりました。

「ちやい九炉」としては、9店舗までしか出店しないつもりです。過去の経験から、私が社員や店をしっかりと把握できる規模がここまでだと感じていることと、あくまで個人店的に営業していきたいからです。いまは、次の業態を探しているところですが、やりたいと思えることであれば外食以外の分野も視野に入れていきます。

それとは別に、グループ会社のオフィスBCGで、「串もん酒場 ちやい九炉」を現在2店舗展開しています。業態はほぼ「ちやい九炉」と一緒で、こちらもある程度展開していく予定です。

また今年4月からは、FC募集も始めました。物件紹介から運営までサポートし、かなり自由度の高いスタイルです。「○○九炉」という店名でやってもらえればと考えていて、出店数は無制限。先着一社は加盟金なしでもよいと考えているので、興味のある方はぜひ問い合わせ頂ければと思います。

■ありがとうございました。