

# 月刊食堂

最高坪月商 **45.6万~407.5万円**の**大繁盛店**をブン回す  
**スゴ腕スーパー店長の**

## 力量と度量



**中村隼人** 店長  
立喰い焼肉 治郎丸 西武新宿店  
規模4坪 スタンディング12人  
最高月商 **1630**万円



**馬渡雄二** 店長  
炭焼笑店 陽  
お初天神裏参道店  
規模14坪34席 テラス8席  
最高月商 **1080**万円



**四ノ宮亮平** 店長  
MERCER BRUNCH  
GINZA TERRACE  
規模52.2坪60席 テラス95席  
最高客数 **4500**人



**橋壁辰誠** 店長  
WINE&Belgian Beer  
Hemelミヤマス  
規模20.5坪48席  
最高月商 **935**万円



**徳山文祥** 店長  
トラットリア チッチヨ  
規模10坪24席  
最高月商 **795**万円



**味松敬子** 店長  
なかめのとっぺん 本店  
規模27坪55席  
最高月商 **1410**万円



**大牟田真治** 店長  
魚とワインはなたれ野毛店  
規模8.7坪21席(スタンディング6人)  
最高月商 **600**万円



**飯泉温子** 店長  
アガリコ  
オリエンタルビストロ  
規模19坪36席  
最高月商 **1400**万円



### 巨艦店を操舵する 熟練スキッパーの スキルと統率力

規模194坪178席 年商16億7800万円 スタッフ数113人  
ウルフギャング・ステーキハウス 六本木店  
**高橋 功** ゼネラルマネジャー  
規模355坪300席 年商8億8000万円 スタッフ数120人  
ロウリーズ・ザ・プライムリブ 東京  
**横溝慎一** 支配人



組織で**ズバ抜ける**特級エースの仕事で検証する  
店長の**タスクと権限委譲**の最適解



**岩谷明弘** 店長  
焼肉きんぐ 府中店  
規模110坪170席  
最高月商 **3500**万円



**武居良太** 店長  
新宿三丁目 日本再生酒場  
規模9.5坪 スタンディング40人  
最高月商 **1007**万円

# 10

キーワードで  
読み解く

人材育成プロフェッサー  
エー・ピー・カンパニー  
**大久保伸隆** 社長

## 教育思想論



イントロダクション  
緊急提議ルポ

求人倍率1倍超え 東京オリンピック  
ブラック悪評 食の安全問題  
採用・雇用コスト増

人材枯渇2020クライシス  
正社員化のすゝめ

〔特集〕**外食の現場応援号**マンパワーをフル出力化する最適解を探る

# スゴ腕スーパー店長

## 看板商品は薪窯で焼きあげる赤身肉。 新業態のステーキ専門店がオープン

オイスターバー&レストラン「Ostra」をはじめ都内に3業態12店を展開するバル.ジャパンは、2015年7月30日に新業態のステーキ専門店「Caro-Fuego（カロフイゴ）」赤坂店を東京・赤坂にオープンした。Caroはラテン語で肉、Fuegoはスペイン語で火を意味する言葉で、店名はそれらを組み合わせた造語だ。店内に備えた薪窯で焼きあげる赤身肉ステーキを主力商品として打ち出している。

店で使用する牛肉はニュージーランド牧草牛や熊本産のくまもとあか牛など、自然の中で飼育された安全な赤身肉を厳選。脂の味わいが主体の霜降り肉とは対照的に肉本来の旨みや香りを味わえるうえに、赤身肉



薪窯で肉を焼きあげる様子を見ながら食事ができるのも売りのひとつだ

ならではのヘルシーさを訴求して従来のステーキ専門店との差別化を図った。また、窯にくべる薪も赤身肉と相性のよいナラを使用。ナラ独特の香りも商品のオリジナリティを高めている。

フードメニューは薪窯焼きの肉料理250gをメインに据え、旬の野菜や魚介を使った前菜2品、肉料理のサイドディッシュ、デザートがセットになったカロフエゴコース7800円が柱。その他にアベタイザー12品5200〜3700円、スープ3品950〜1350円、サイドディッシュ6品580〜1100円、メイン6品5800〜1万2000円のアラカルトメニューをラインアップする。メインの薪窯焼きの単品はフィレ250g、サーロインやロースは500gの量り売りスタイルを採用。牧草牛サーロイン500g9000円、くまもとあか牛サーロイン500g1万円、リブアイロース500g1万2000円という価格設定だ。客単価は1万5000円前後を想定しており、37坪33席の規模で想定月商950万円の突破をめざす。

### ▼Caro-Fuego 赤坂店

東京都港区赤坂3-7-11 レジーア赤坂1F

☎03-6459-1285

## 壱番屋

### 2015年5月期連結決算を発表。 営業利益は前期比6.5%増を達成

㈱壱番屋は2015年7月6日に15年5月期決算を発表した。フランチャイズ（FC）店を含めた国内売上高は前期比5%増の798億2600万円、売上高は同3.4%増の440億1400万円、営業利益は同6.5%増の45億9600万円、経常利益は同5.9%増の47億1700万円、純利益は同14.2%増の27億2600万円となった。売上高は5期連続増取、営業・経常利益は4期ぶりの最高益、当期純利益は2期連続最高益と、売上げ、利益とも過去最高を更新。営業利益増の要因は既存店売上げが前期比4.5%増と当初の業績予測よりも大幅に上回ったことが大きい。

こうした好調を支えた施策のひとつが、09年に導入したストアレベルマーケティングだ。各店の店長の裁量の下、オリジナルメニューの販売や販売キャンペーンなどの提案ができるようになった。14年には関西地区限定で販売していた濃厚甘くて辛いカレー524円（一部の店は545円）が全国595店に販売エリアを拡大するといったヒット商品も生まれている。

また、05年から10年計画で「Co Co 壱番屋」の既存店のリニューアルを推進してきた。15年5月末時点で全店の約99%にあたる1208店の改

装を完了。さらに全国602店で宅配サービス、237店でドライブスルー、128店でテイクアウト専用窓口を導入した。店の改装にあたっては各店の地域特性に応じた設備の見直しを図り、商品の販売チャネルの拡大に取り組んだことも売上げ増に貢献。こうした業態のリフレッシュによって、既存店における来店客数は前期比2.9%増、客単価は同1.6%増を記録した。

海外事業も堅調だった。前期はマレーシアとフィリピンに進出し、出店エリアを10の国と地域に拡大。前期は海外36店を新規出店し、国内外のグループ総店数は1404店に到達した。

一方でCo Co壱番屋以外の既存3業態においても鉄板ハンバーグ「につくい亭」の既存店売上げは前期比11.6%増、カレーラーメン「麺屋ここいち」は同13.6%増、あんかけスパゲッティ「バスタデココ」は同2%増といずれの業態も前期を上回る好成績を残した。

16年5月期の業績予想では国内店舗売上高は今期比2.1%増の815億円、純利益は同3.1%増の28億1000万円を想定。総店数は1469店を目標として海外での出店を増やすなど、さらなる事業拡大を進める構えだ。