

味やシステムの優秀さに加えて
研修の厳しさも信頼につながった。
早くも2店めを準備中です



（株）ブルージン
代表取締役社長
青木 良仁氏

弊社はコンビニエンスストアのフランチャイジーとして最大で15店を展開してきました。しかし24時間営業は慢性的な人材不足に陥るため、外食参入を決意。数社を検討した結果、味がよく静岡県内では競合がない「かつさと」に決めました。2019年11月から物件を探し始め、厳しくも愛ある研修を終えた後、オープンしたのは20年4月の緊急事態宣言下。不安はありましたが、テイクアウト需要により初月から好調で、現在は60坪56席の規模で月商600万円を売上げています。勝因はテイクアウトに強いことと、低価格ながら商品にこちそう感があることでしょう。セルフ方式で人件費を削減できるため、営業利益もしっかり確保できています。今は2店めの物件選定中で、既に4店めまで視野に入れています。



静岡・牧之原店のピークタイムは12時～13時。平日は男性客が9割を占めるが、週末はシニアやファミリー客も獲得している。

コンビローズかつ定食 790円



とんかつと人気のからあげの盛り合わせ。定食メニューは海鮮系など15品でディナータイムの需要が高い。

玉子とじうどん 390円



うどんは客層拡大と客単価アップのキープアイテム。ランチはミニうどんとかつ丼のセットを650円で提供。



ジャンボ味噌かつ丼 790円
甘めの味噌だれをかけた名古屋名物。ジャンボシリーズはとんかつが並の1.5倍のグラム数となっている。

ここが強い!

「加盟の決め手は味。昨対比は右肩上がりです」

2018年12月に愛知・額田郡でオープンした幸田店を運営する㈱クロシェットの鈴木雅晶氏は、コンビニエンスストアからの転身組。「外食は味が決め手となるため、実際に客として行って決めて」と話す。コロナ禍は苦戦を予想したが、テイクアウトが最大で70%を占めた月もあり、オープンから2年経つ今も昨対比は右肩上がり。平均月商700万円を売上げている。



セルフサービス開始により更に人件費を削減

2020年よりセルフ方式の店舗を導入。オーダーテイクと配膳のオペレーションがカットできるため、人材難にも対応可能。18年に導入したタッチパネルではホール人員換算で1.5人分の人件費削減となったが、更に大幅な省人化が期待できる。今後の新規出店では推奨とするが、改装費用が返却台設置のみで早期に回収できるとあり、希望する既存店でも導入を進めてゆく。



かつ丼店

かつさと

店舗規模:40坪45席
立地:ロードサイド物件の場合
※数値はモデルケースとしての概算値であり、立地などの条件により変動する。

開業資金モデル

合計 **1740**万円

加盟金	250万円
保証金	200万円
研修費(2名)	30万円
開業指導料	80万円
設計監修	150万円
厨房設備費	800万円
POSレジ機械・食器・備品類	180万円
その他開業費	50万円

収支モデル

合計 **715**万円(100%)

原価	257万円 (36%)
人件費	164万円 (23%)
賃料	37万円 (5%)
ロイヤルティ	15万円 (2%)
その他	61万円 (8%)
営業利益	181万円 (26%)



業態概要

店数:直営7店、FC53店
主力立地:郊外ロードサイドなど
標準規模:40坪45席
客単価:870円
想定月商:715万円

FC本部

ヴィレッジファース・グループ
愛知県田原市田原町晩田4-1-1
☎0531-22-7769
設立:1969年1月
資本金:4000万円
売上高:48億円
従業員数:378人(社員48人、パート・アルバイト330人)

かつ丼 500円

ソーオーダーでとんかつを揚げて玉子でとじる。出数では50%、売上げ構成比では30~40%を占める看板商品。

ひれかつ定食(3コ) 800円



こちそう感のあるヒレカツがここの価格帯で食べられるとあって好評。4コは900円で更にボリューム感が増す。

海老フライカレー 800円



PB製のカレーを使用した5品のうちの売れ筋商品。カレーはカテゴリ別売上げ構成比の5%を占める。

売上げの40~50%がテイクアウト 中食需要にも強い圧倒的商品力

手づくりのワンコイン(税抜)かつ丼が強烈な集客力を発揮し、東海地方を中心に拡大を続けている「かつさと」。2000年に1号店をオープンし、06年からFC事業を本格化、現在直営7店・FC53店を布陣している。経営母体は1969年に愛知・田原市のそば店「大むら」で創業したヴィレッジファース(株)で、FC事業はグループ会社の㈱ケイ・アライアンスシステムが担当している。アイテム構成は丼16品、定食15品、カレー5品、うどん4品の計40品に、から揚げなどの単品とサイドメニュー。しかし看板商品のかつ丼が売上げの30~40%、出数では50%と図抜けており、定食などのとんかつを使用した商品が売上げの95%を占めるため、実質的には単品業態に近い。これにうどんメニューをセットするオーダーが多く、客単価は870円を確保。このメニュー設計により、効率的な運営を実現している。

が、かつさと最大の強みは厨房機器のオートメーション化にある。まず機器はソーオーダーでかつ丼の衣をつけてフライヤーに投入し、玉子でとじる一連の流れが一直線に行えるよう、手順そのまま右から左に配置。かつをコンベア式のフライヤーに投入すると自動的に3分で揚がり、玉子でとじる時間と温度は1日コンロの設定により30秒。かつ丼なら4分以内、それ以外もすべて5分以内で提供可能。なうえ、品質も安定する。また食材はカット済で配送されるため、仕込み時間もほぼ不要、高度な調理技術がなくとも高品質な商品を提供できる。キッチンシステムも省スペースで導入できる。ホール人員の更なる削減が期待できるうえ、導入に必要な費用が確立している。

用は返却台設置のみと手軽なため、希望する既存店でも順次導入を進めていく予定だ。出店立地は基本的に郊外2等地の生活道路沿いロードサイドを推奨するが、これらの立地はテイクアウト需要が高く、外食不況となったコロナ禍においても威力を発揮した。テイクアウト利用の占める売上げ比率が45~50%と大幅に増加したため、20年の昨対比は平均100%超えという好成績だ。一方で繁華街立地の一部店舗では夜限定の「ちよい呑みセット」を導入。500円でアルコール1杯

とおつまみがつくセットで「酒場は避けたいが仕事帰りに少しだけ飲みたい」というビジネスパーソンの需要を吸収して、好調な滑り出しを見せている。加盟に際しては営業利益を次店の出店費用に回せるようロイヤルティは固定。加盟金は店数が増えることにながっていきシステムを採用する。フードコート型の「かつさとJr」、テイクアウト専門店の「かつさとデリ」といったサブ業態も用意するなど、多店舗展開を前提とした加盟者には見逃せないメリットも満載だ。