外食産業動向①

インタビュー

イートアンド㈱
ラーメン営業本部
執行役員　ラーメン営業本部長
福田　龍也　氏

5年後に10業態、200店体制へ

セルフラーメンセットを定番に

総合フードビジネス企業を目指しているイートアンド㈱（大阪市中央区南久宝寺町2－1－5、☎06－6271－1110）には、「大阪王将」を展開する王将営業本部、「よってこや」や「太陽のトマト麺」を展開するラーメン営業本部、「コートロザリアン」や「厨花」を展開するレストラン営業本部という3つの営業本部がある。そのひとつ、ラーメン営業本部は大阪王将が低迷している時期に発足、一時は関東・関西エリアを合わせて、店舗数を140店まで拡大させた。現在は50店まで規模を縮小しているが、中長期的な目標として、5年後には200店まで拡大する構想を練っている。今回はその計画を実行に移す、同本部のラーメン営業本部長である福田龍也氏に話を聞いた。

――ラーメン営業本部の沿革を。

福田　大阪王将が低迷期に陥った1994年に、中華業態のスピンオフとして、大阪府枚方市駅に1号店をオープンしたのが始まりである。ちょうどラーメンブームにうまく乗り、FC展開を加速して、一時は140店まで規模を拡大させた。だが、多店舗化が進むにつれ、FCの難しさを実感するようになり、結局、50店（直営店＝15店、FC店＝35店）まで縮小した。ここ数年は直営店の出店が増えている。

――直営店のほうが出店しやすいのか。

福田　現時点ではそうなっている。直営店は1店あたりの投資を抑制できるほか、人材がすぐに確保できるというメリットもある。しかしながら、事業のさらなる成長を目指すには、やはりFC展開が不可欠だ。当社としては直営店を出店しつつ、新業態を開発し、FCシステムの仕組みも考えながら、多店舗展開を図っていくというストーリーを描いている。

また、FC展開を図るにあたって、当社は現在のFCシステムに限界を感じているので、前述の過程において、今の時代に沿った新たなFCシステムを構築するつもりだ。同システムの完成とともに、5年後の15年には、ラーメン営業本部だけで10業態、200店（直営店＝100店、FC店＝100店）の体制を築く中期目標を掲げている。

――ラーメン営業本部のブランドについて。

福田　「よってこや」と「太陽のトマト麺」がある。

「よってこや」の店舗外観

標準店舗の規模は、よってこやがビルインで店舗面積66㎡（席数＝20～25席）、ロードサイドでは同165～198㎡（同40～60席）で、太陽のトマト麺はビルインで同49～66㎡（カウンターのみ）となっている。客単価はよってこやが850円、太陽のトマト麺は880～900円。店舗数はよってこやが33店、太陽のトマト麺は17店となっている。

――よってこやの近況を。

福田　ビルインが多い関東エリアの売り上げは好調に推移しているが、ロードサイドが中心となる関西エリアは、土・日のファミリー層を取り込めず、前月割れが続くなど、低調に推移している。そのため、ファミリー層を獲得する施策として、ここ2～3カ月で、メニュー内容の変更や価格改定を実施した。

メニューに関しては、野菜中心のラーメンを組み込むなど、お母さんが喜ぶ料理を追加。同時に、ロードサイドの限定商品として、480円のラーメンを導入した。その結果、ファミリー層の来店頻度が増加し、セットメニューの注文率も高まり、客数アップへとつながった。

しかし、それでも売り上げは前年を超えないので、6月の早い時期に、テーブルで食べられるセルフラーメンセットを始める。これは麺をゆがき、スープを作って、薬味を入れるという一連の作業を、お客様に行っていただくメニューで、価格は3人前で1980円を予定している。このセルフラーメンセットは、ファミリー層の意見を聞いて料理の完成度を高め、ロードサイドの名物メニューとして定着させるつもりだ。

――ビルインの方向性は。

福田　専門店という位置づけで、マニアをターゲットにしたラーメン店へと進化させる。例として、5月のGW明けから都内の5～6店を対象に、「煮干とんこつ醤油ラーメン」の販売を開始した。煮干しをふんだんに使い、なおかつ揚げた煮干しをトッピングしたラーメンで、お客様からの反応も良く、売れ行きは好調だ。このほか、バジルソースを使用したラーメンも販売するなど、各店舗で専門性を高めている。

――太陽のトマト麺の近況について。

福田　売り上げは月平均5～7％増で推移しており、特に、女性客の食いつきが良い。出店エリアは関東が中心で、関西は福島駅前支店の1店のみとなっている。関東に比べ、関西のお客様は保守的な側面があり、福島駅前支店は、10カ月ほど業績不振に苦しんだ過去を持つ。そのため、関西エリアではもっと日常的に来店しやすい新業態を開発し、展開していく。

――新業態の内容を。

福田　関西エリアでは、大衆感を演出したラーメン店を開発する。先ごろ、スープの試食会を開いたが、「ラーメン来来亭（㈱来来亭）」のイメージに近い。あっさりとした中に旨味を凝縮したラーメンで、価格は580円に設定する予定。1号店は10年内をめどに、駅チカへの出店を計画している。

一方、関東エリアでは、つけ麺業態を展開する。現在、テストマーケティングを行っており、1号店は10年7～8月にオープンする予定。規模は店舗面積が66㎡、席数は24～25席を想定している。このつけ麺は、麺の具を焼いた卵で覆っており、卵を絡めて食べる料理となる。麺は3種類、スープは2種類を用意しており、濃厚かつ酸味・甘味があるのが特徴。同店は昼だけでなく、夜も営業する予定で、客単価は950円を想定している。

（聞き手・岡田　光記者）