

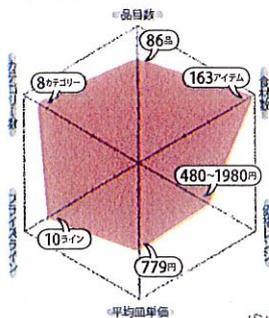
月刊食堂

The Food Service Management

2015
6

「特集」勝てる理由はメニュー「開発」ではなく「設計」

メニューのデザインポイント



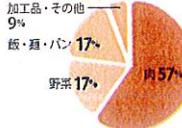
メニュー別品目

~499円	5品
~599円	5品
~699円	8品
~799円	5品
~899円	7品
900円~	1品

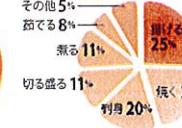
メニュー別品目

とろえろのおつまみ	7品
みんな大好き揚げ物おつまみ	4品
名物	3品
地産のおつまみ	5品
温かいおつまみ	7品
メの一品	2品
パンのおすすめ料理	6品

食料のワーク



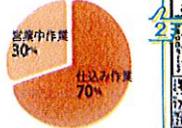
調理法のワーク



デザートワーク



調理作業ワーク



メニューの トータルプラン 常勝メカニズム 研究

メニュー設計 達人のロジック



- フルラインメニュー編 / みたのクリエイト 田野治樹氏
- シャルバンテ 藤森 真氏
- Big Belly 大林芳彰氏
- ダルマプロダクション 古賀慎一氏
- orb ヴァンテグループ 仲道敏夫氏
- サムライフドカンパニー 高城直弥氏
- シリオン 吉田裕司氏



エー・ピーカンパニーのキーパーソン
里見順子氏につける
 宮崎県日南市 塚田農場の 商品開発
 メニュー設計 10 Question



敏感シェフ 3人が描く
 コースのストーリー構成力

キキハラジク フリュイ ドウマバッション 野田雄紀氏
 アルドアック 酒井 涼氏
 龍園 栖原一之氏

チェーンモデルの集合知に学ぶ
**システム型メニュープランの
 仕様書読解**

スパイスワークス 下遠野 亘社長
 ゴールデンマジック プランディング部
 深澤啓子部長

メニュープランニングのエキスパート
 ミュープランニングが指南する
メニュー設計の最適解

本日鮮魚



業界を活性化する若手トップ

今月の顔

インタビュー

(株)キャンヴァス

代表取締役
本間保憲氏



「板前の料理とバルシーンの融合。時代にマッチした新たな和食業態で堅実に事業の拡大を進める」

板前のハイクオリティな料理とカジュアルなバルシーンをミックスした和食バル業態「板前バル」。2011年7月にオープンした東京・銀座の銀座店の出店を皮切りに、15年4月末時点で都内に直営4店、神奈川と広島にライセンス2店を展開する。経営母体の(株)キャンヴァス代表取締役の本間保憲氏は「板前の高度な調理技術とチェーソンのマネジメントノウハウを融合することで、時代にマッチした新しい和食業態の創出を図った」と業態開発の狙いを説明する。

Q 主力業態の「板前バル」が順調に店数を伸ばしています。

A 独立前から外食の中で継続的な成長が見込める業態を模索して

A 銀座店は27坪56席の規模で月商1200万円。14年11月にオープンした直営4店めの新宿店は27坪70席で月商900万円を売り上げています。ライセンス店も神奈川の小田原店は40坪62席の規模で月商1300万円と好調です。15年は5月に東京・品川、8月には大崎の商業施設内に直営店をオープンします。ライセンスは外食企業2社と仮契約済み。物件が決まり次第出店できる状況です。

Q 板前とカジュアルなバルを組み合わせてよと着想した経緯をお聞かせください。

A 成長が見込める業態を模索して

会社概要

代表取締役の本間保憲氏は高校中退後、フランス料理の道を志すが挫折。上京後、当時「北の家族」をチェーン展開していた(株)アートライフに入社し、東日本事業部取締役東日本営業本部長を務めてチェーン理論を学ぶ。2011年4月に(株)キャンヴァスを設立。5月に1号店となる居酒屋「阿波尾鶏」を東京・六本木にオープンした後、7月に「板前バル」を東京・銀座に出店する。

その後は主力業態の板前バルの多店化に着手する。13年からはライセンス展開をスタート。本部から板前を派遣する「板前つきパッケージ」を開発し、高度な調理技術を持つ板前を業態の核に据えながら、着実に出店を重ねていく。一方で外食のコンサルタント業をはじめ、バー業態やカフェ業態の運営委託にも従事。2015年4月末時点で直営8店、ライセンス2店を展開している。

（株）キャンヴァスの歩み

2011年4月	(株)キャンヴァスを設立
5月	東京・六本木に「阿波尾鶏」六本木店をオープン
7月	東京・銀座に「板前バル」の1号店となる銀座店をオープン
2012年9月	東京・虎ノ門に「板前バル」虎ノ門店をオープン
2013年2月	東京・亀戸にライセンス1号店の「板前バル」亀戸店をオープン
6月	東京・六本木に「黒檀摩」六本木店をオープン
11月	神奈川・小田原にライセンス2号店の「板前バル」小田原店をオープン
2014年11月	東京・新宿に「板前バル」新宿店をオープン。店数が10店に到達

企業DATA

(株)キャンヴァス
東京都千代田区外神田2-17-3
アヤベビル4F
☎03-6822-9159
設立：2011年4月
資本金：1000万円
売上高：7億円(2015年3月期)
店数：直営8店、ライセンス2店
従業員数：社員30人、パート・アルバイト50人

えました。

業態開発にあたっては、ある程度は時流も考慮しなければなりません。そこで、当時注目を浴びていたバルの営業スタイルに目をつけたのです。こうした経緯を経て、板前バルのアウトラインを組み立てていきました。

Q 板前バルのフードはバルや居酒屋の定番料理だけでなく、割烹店で提供するような手の込んだ日本料理もラインアップしています。

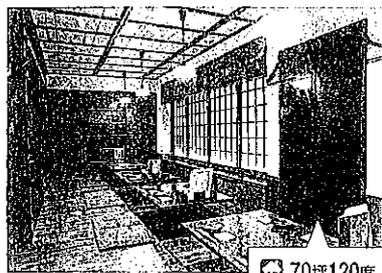
A フードは全店共通のグラントメニューが40品。各店の板前の裁

量によるおすめメニューが10〜20品の構成です。プライシングは価値感が出るように全メニューの9割を1000円未満に設定しています。

ただし、板前バルのストロングポイントはいまでもなく板前がつくる日本料理。そこで板前の芸術。本日の焼物八寸1280円や刺身盛り合わせ箱盛り1000円、といった高度な調理技術と食材の品質を前面に打ち出したメニューを看板商品に位置づけています。わかりやすい例が単品原価率100%を投じた蒸し鮑と雲丹の鮑肝の特製ソース1個550円。これは価格のバリューはもちろん、鮑を驚くほど柔らかく蒸しあげることでお客さまに板前ならではの技術のアピールしている商品です。

その他の看板商品が白レバー雲丹パテ焼きブレッドを添えて650円と和ニヤカウダ酒盗アンチョビディップ850円。お客さまの注文がこの5品

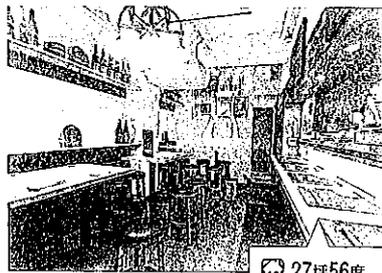
阿波尾鶏 六本木店



東京都六本木5-2-14
三子島ビル1・2F
☎03-5114-1073

70坪120席
3700円
1300万円

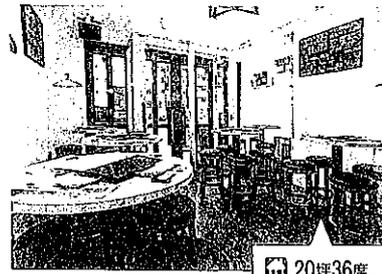
板前バル 銀座店



東京都中央区銀座3-9-18
東銀座ビル1F
☎03-6264-0850

27坪56席
3900円
1200万円

板前バル 小伝馬町店



東京都中央区日本橋大伝馬町
2-14 パールビル1F
☎03-3663-3310

20坪36席
3700円
500万円

板前バル 新宿店



東京都新宿区西新宿7-3-1
三花パークビル
☎03-5331-3341

27坪62席
3800円
900万円

規模 客単価 月商

に集まるように、メニュー表のレイアウトなども工夫しています。板前バルの価値を明確にできるうえに営業中のオペレーションも安定しますからね。

また、できる限りフードに原価を投下するためにアルコールの売上げを伸ばす施策が必要でした。和食と相性のよい地酒と白ワインをセカンドコンセプトに据えて、品揃えを厚くしているのもそのためです。現状はアルコールの売上げ比率は45%、フードの原価率は36%ですが、アルコールを加えたトータルの原価率は32〜33%で推移しています。

業態の軸になる板前の採用と教育については、どのような施策を採っているのでしょうか。

板前の採用は一般的な求人募集だけでなく、総料理長の高木雄一（氏）が持つ日本料理界のネットワークを活用しています。採用した板前候補生は総料理長らの技術指導を受け

たうえで、僕が主催する「プロ育成塾」を受講してもらいます。ここで職人気質の板前が苦手とするワークスケジュールの作成方法や計数管理など、外食経営に必要なマネジメントスキルを身につけてもらう流れです。

一方で、板前のモチベーションを高める環境整備にも力を入れています。そのひとつが店で提供する板長お手製のお通し。弊社は各店の板長がつくるオリジナルのお通しの写真を毎日SNSにアップするように義務づけていますが、これを総料理長がチェックするわけですが、他店の板前にもその経過を確認できるようにして、互いに切磋琢磨できる雰囲気づくりに努めています。

13年11月から板前バルのライセンス展開もスタートしています。板前の存在が不可欠な業態でありながら、ライセンス展開を可能にしたのが「板前つきパッケージ」の導入です。これは本部で採用し、教

育を施した板前をライセンス店に派遣する仕組みのこと。現時点で板前つきパッケージを導入している店は小田原店だけですが、現在出店を進めているライセンス2店も板前つきパッケージを採り入れることが決まっています。

オーナーさまの反応もよく、今後の展開も大いに期待できます。

今後は板前バルの出店が事業の柱になりますか。

当面は板前バルの展開がメインになります。直営は商業施設内の出店にシフトし、路面の出店はライセンス店を中心に進める方針です。ただし、具体的な出店計画を立てるつもりはなく、必要とされるエリアを精査しながら、堅実な展開をめざします。今後はおでん専門店など板前の技術力を生かした新業態にもチャレンジしたい。台湾などの海外からの出店オフアもありまますから、16年からは海外進出にも着手します。