

飲食ビジネスを勝ち抜く繁盛店経営誌

日経 レストラン

5

MAY, 2015

特集

店のムダを削れば 売上げが伸びる!

お客が納得する! 儲かる値付け
価格を明記せずに、お客の満足と単価を高める

板前の「技術力」が コスト削減に威力を発揮



板前バル 銀座店(和風バル、東京・銀座)

調理を板前が担うことを全面に打ち出す和風バルの「板前バル」。2012年7月にオープンした1号店の銀座店を皮切りに現在、FC(フランチャイズ)も含めて6店舗(うち直営4店)を展開するまでに急成長を遂げた。

なかでも銀座店は店舗面積27坪で月商1000万円という繁盛店。本格和食をお値打ち感のある価格で楽しめることが人気の理由となっている。その価格を実現するために、「料理人が魚介や野菜の端材を余すところなく活用している」と、同店を展開するCANVAS(東京・千代田)の本間保憲社長は強調する。

「板前バル」の目玉は、価格300円の日替わりのお通し。すべてのお客が食べる料理はお通しのみ。だから、本間社長は「料理の第一印象はお通しで決まる」と考え、インパクトのあ

る料理をお通しとして戦略的に投入している。そこで力を発揮するのが板前の存在だ。

手間をかけて見栄えの良い料理を用意しているため、お客に「この料理、いくらするの?」と値段を確認されることがよくある。お客はその料理が、わずか300円のお通しと知って驚くというわけだ。

端材を使い お客が驚く料理

取材時のお通しはマグロの皮の煮凝り、ホタルイカの酢味噌がけ、百合根、ニンジンをお合わせた「ホタルイカとマグロの煮凝り」。「高級和食店なら800円以上はするはず」と本間社長は誇る。

この料理の煮凝りで使われているマグロの皮も、普通の居酒屋ではあ

まり使われていない端材だ。しかし、同店なら魚について精通している板前たちが付加価値の高い料理に生まれ変わらせることができる。そのため、マグロやブリなどの鮮魚はサクではなく、皮・血合い付きのブロックで仕入れている。皮や血合いを有効活用するためだ。

仮に、マグロのトロや赤身をサクの状態ですり入れる場合に1kg当たり8500円で仕入れられるとしよう。それをブロックで仕入れると、同じ8500円で皮や血合いも含めて1.6kg分が入るといえる。皮や血合いを食材として活用できるなら、マグロの仕入れコストをかなり抑えられることが分かるだろう。

こうした発想は、野菜の使い方も同じだ。

例えば、品質に問題はないが、形が

お通しで店の実力を示す



お通しは日替わりで、取材日はマグロの皮の煮凝り、ホタルイカの酢味噌がけなどを合わせた「ホタルイカとマグロの煮凝り」。手間はかかるが、原価率はおよそ30%だ。マグロの皮は一般的な居酒屋ではあまり使われない食材だが、板前の手で、本格和食に生まれ変わる



マグロやブリは皮が付いたままのブロックで仕入れて、トロや赤身以外の血合いや皮も食材として有効活用している。例えば、マグロの血合いは「本鮪と根菜のみそ煮」(480円)などとして提供する

板前が端材を有効活用



マグロやブリの端材は「色々鮮魚のなめろう 焼きブレッド添え」(680円)や「湯霜鱈の蒚みそ和え」(380円、写真左)などとして提供する。和風のバーニャカウダ「和ーニャカウダ 酒盗アンチヨビディップ」(1人前850円、-halfサイズは580円、写真右)は、形が悪い野菜を安く仕入れて活用する。ドライアイスの演出付きだ



厨房スタッフは全員が板前。写真奥の列3人は銀座店の厨房スタッフ。手前左は銀座店の板長、伊藤俊和氏。同じく右は取締役総料理長の高木雄一氏

悪かったり大きさが不ぞろいだったりする野菜を安く仕入れる。それを和風のバーニャカウダ「和ーニャカウダ 酒盗アンチヨビディップ」(1人前850円)として提供する。カットすれば、野菜丸ごとの形状は関係なくなる。同様に、あえ物や煮物に使う野菜は、特に形にこだわらない。

「板前バル」の強みは、規格外の野菜を含めた端材の有効活用を単なるコスト削減で終わらせず、お客を喜ばせる料理に変えられる技術力だ。

同店の板前は、調理をするだけでなく、できる限り自らが料理を選び、食材や調理法などについてもお客に

説明している。それがお客にさらなる特別感を与える。

板前採用の条件は、魚をさばいたりダシを引いたりといった基本的な和食のスキルがあること。加えて重視するのは、「マーケティングとマネジメントを学びたいという意欲」と自らも板前出身の本間社長は話す。

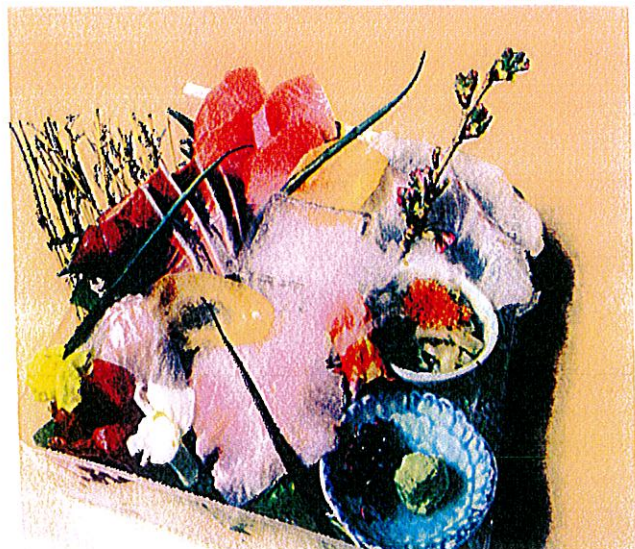
同店の料理の原価率は35%。対してドリンクの原価率は25%。その日の仕入れ状況で変わってくる端材を含めた様々な食材をムダなく使って、ワインや日本酒、ビールの注文が進むお薦め料理を考えることにはマーケティングなどに明るい人材が欠

かせないためだ。

月に1回全店の板前を集めて、「プロ育成塾」という勉強会を開く。お客のニーズを知るためのマーケティングとコスト管理、スタッフのシフトを組むためのマネジメントを学ばせている。この教育カリキュラムを持つことをFC店拡大の中で訴求していく考えだ。

ただ、おいしい料理を作れるだけでなく、お客を喜ばせつつ、原価を適正にコントロールする。両立が難しい、この2つの視点を兼ね備えた料理人は、付加価値アップとコスト削減の両面でも大きな力を発揮する。

ドライアイスの演出で高級感を出す



「刺身の盛り合わせ 箱盛り」(写真の1段盛りは1750円、2段盛りは2850円)。これは来店客のほぼ100%が注文するキラコンテツ。透明の重箱に盛り、ドライアイスで煙を立たせるプレゼンテーションも好評だ。取材当日の内容はマグロのトロと赤身、ブリ、スズキ、イシダイ、マダイ、イカのとびこあえ



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 ●月商/1000万円 ●客単価/3800円 ●店舗面積/27坪(89.1m²) ●原価率/30% ●スタッフ数(ピーク時)/9~10人 ●経営/CANVAS

写真=高橋久雄