

視点(2257)

(専門店編)

がんこ商法とチーズケーキファクトリーの商法!!

がんこ商法とは、大阪・十三で創業したがんこフードサービス㈱が展開する和食料理チェーン店のビジネスモデルのことです。現在、関西・首都圏を中心に、寿司・和食・居酒屋・とんかつ・回転寿司・豆腐店を約1,000店舗を職人の味をコンセプトに展開しています。

がんこのチェーン店の代表的店舗である「曾根崎本店」(和食のメガストア)を例として説明させていただきます。

アメリカにファミリーレストランであるのに1店舗当たり平均10億円、優良店では15億円、最高25億円売上げている「チーズケーキファクトリー」があり、この見事なノウハウを私は2度「流通とSC・私の視点」で紹介させていただきました。私はがんこ商法とチーズケーキファクトリーの商法に共通点が多いことから今回、がんこ商法を取り上げました。

(1) ターゲティング(対象とする客層の生活シーン)

がんこはチーズケーキファクトリーと同様に、多様な客層の生活シーンに対応しています。ファミリー客、グループ客、カップル客、接待客、アニバーサリー客…等の多様なニーズに、ただ汎用目的に対応しているのではなく、各々の異なるニーズに料理・客席・応対や接客サービス・店舗イメージ等でカスタマイズ化しています。

(2) メニュー

がんこはチーズケーキファクトリーと同様に、多様かつ多アイテムのメニュー戦略です。客層と生活シーンにカスタマイズ化するためにメニューの豊富さは欠かせません。通常の類似店の2~3倍以上のメニューを持ち、各々のニーズの客層に対応しています。内容的には和食料理で、お寿司・お造り・鍋物・懐石・てんぷらから肉料理を付加して、老若男女に対応してバリエーションのあるメニューを提供しています。

(3) 客席

がんこはチーズケーキファクトリーと同様に、多様な客層の生活シーンに対応しています。バラエティに富んだ客席で、座敷(少数グループと多数グループ)、テーブル(少数グループと多数グループ)、カウンター(寿司バー)を個室や広間スタイルで、それぞれの客層の生活シーンに対応して用意されています。

(4) ハイイメージ&プチ・ゴージャスな店舗

がんこはチーズケーキファクトリーと同様に店舗及び内装はハイイメージで、気軽な豪華な場を提供しています。豪華な敷居の高い店ではなくゲタ履きではないが、ちょっとよそゆきスタイルで出掛ける場です。

(5) 料理にデザイン性がある

がんこはチーズケーキファクトリーと同様に料理の盛り付けにデザイン性があり、ごちそう&御膳スタイルで提供しています。料理の盛り付けは「ごちそう御膳スタイル」と「おしゃれ&スタイリッシュ」の2つの面が必要で、がんこの提供スタイルも同様です。

(6) 健康志向

がんこはチーズケーキファクトリーと同様に自然食材や健康食材を基にしたメニューを豊富に持っており、美食・健康を提供しています。

(7) 価格

がんこはチーズケーキファクトリーと同様に「安くはないがこだわりがあるために高くは感じない価格」で提供しています。客が高いと感じると繁盛しません。がんこはセットの場合でも単品の場合でも、安心して発注でき、かつこの食材の料理がこの値段で買えるという割安感があります。

以上のように、日米の繁盛型飲食のメガストアには共通点がたくさんあります。いわゆるメカニズムから見る繁栄ノウハウは同じです。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代 表 六 車 秀 之