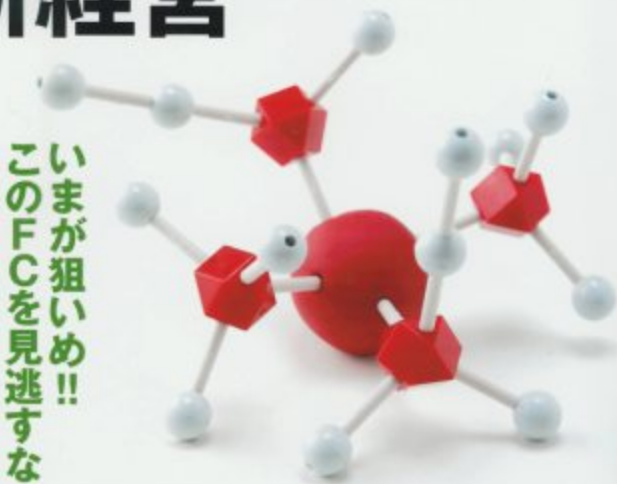


特集

# フランチャイズ 新経営



いまが狙いめ!!  
このFCを見逃すな

出店攻勢かけるFC企業の真打たち

(株)アスラポート・ダイニングのFCビジネス

名古屋のメガFCシー豊田産業(株)の実力

ますます進む、社内独立制度の仕組み

特別  
企画

大阪外食産業協会

大石重己会長 インタビュー

「関西外食のパワーを集結して  
日本の外食産業を元気にします」

# いま強い躍進企業 縁商事

## 解析 ①

空前絶後のホルモンブームの中、激々と店舗網を拡大している企業がある。「ホルモン焼肉 縁」と「海鮮ホルモン 再会」の2ブランドを布陣する縁商事

がそれだ。総店舗数はフランチャイズ店を含めて12店。素材をとことん追求する姿勢が常連客を呼ぶフックとなり、どの店も好調な実績を誇っている。

「ホルモン焼肉 縁」と「海鮮ホルモン 再会」の2つのブランドで現在12店を展開する縁商事企業が縁商事体である。韓国・済州島出身の本島原氏と、中国出身の高泰英氏が夫婦二人三脚で福の1号店を2005年に開業したのが外資参入のきっかけだ。

その後、08年9月に肉々ホルモンを「一括加工するセントラルキッチンを設置し、多店化に着手。勢気が彼を付いた09年には縁3店、再会2店を出店している。

「縁とお客さまの縁を大切に」という思いを込めて開発された縁は、地域に根差したホルモン業態をめざしており、東京・千葉や志羽といった住宅街を核骨に持った駅前沿に立地。またブランドの認知度を高めるべく、遊園や新館などの巨大ターミナル駅の周辺にも店を構えている。

中でも好調なのが09年に開業した縁西原店店で、店舗規模15坪30坪で月商600万円を記録。また縁・池袋店で12坪54坪の店舗規模で月商1100万円を突き出している。

縁の看板メニューは焼カルビ580円と焼ハラミ580円。そして豪華ホルモン780円の「東シリアズメニュー」である。特徴のたれは肉を漬け込み、提供時にお客の目の前で焼くというビッグサイズの肉を取り出して焼くというパフォーマンスが魅力のひとつになっている。

「縁」運営・提携と河合ナ音に2店

を喚ぶる再会は、店名の通り、海鮮ホルモン780円が看板メニューである。和牛A5タラスのホルモンを軽くホイルし、すぐに氷水で冷やし、その中に海鮮素材を詰め込んで炙り焼きし上げるというオリジナルメニューだ。エビやイカ、ホタテ、タコなどの海鮮素材と和牛ホルモンを組み合わせたもので、仕立みに手間がかかるため1日20食の限定商品となっている。また縁の飲食店を統括したコーゲン焼き580円も注目された。

再会・東武池袋店の店舗規模は20坪50坪、月商600万円をコンスタントに売り上げていく。縁の客単価は3700円→4000円、再会の客単価は3000円→3300円である。また標準規模は再会標準にも20坪前後で、お客の半数を女性客で占めているのが特徴だ。

### 今年は5〜6店を出店 アジアの業態輸入も視野

前述の通り、立地は駅周辺が多いが、借り手の少ない場所に突出することで、家賃を抑えている点は特筆される。たとえば縁の赤羽店、池袋店、新川店は借り手が付きにくい物件だという。「こうした店舗では接客時に階段の上り・下りが必要になるので、一般的に外食企業の方々は出店したがりますんで、弊社と当社では、こうした物件にあえて出店することで家賃を抑えているのです」と本氏は説明する。



「ホルモン焼肉 縁」の看板メニュー。焼カルビ580円、焼ハラミ580円、豪華ホルモン780円などがある。



21坪54坪  
月商 4000万円  
総 1100万円

ホルモン焼肉  
縁 池袋店  
東京都池袋区西武池袋  
1-53-11  
TEL:03-3561-0835

#### 企業データ

創業地  
東京都北区上十条2-27-7  
型店ビル2F  
TEL:03-3566-3680  
設立:2005年12月26日  
資本金:1000万円  
年商:約6億円  
従業員数:40人(パート・アルバイト含む)  
店舗数:12店(うち5FGS店)  
主なブランド  
「ホルモン焼肉 縁」「海鮮ホル  
モン 再会」

経営戦略の夢み

- ▼2006年 経営戦略をオープン
- ▼2007年 経営戦略をオープン
- ▼2008年 経営戦略をオープン
- ▼2009年 経営戦略をオープン
- ▼2010年 経営戦略をオープン
- ▼2011年 経営戦略をオープン
- ▼2012年 経営戦略をオープン
- ▼2013年 経営戦略をオープン
- ▼2014年 経営戦略をオープン
- ▼2015年 経営戦略をオープン
- ▼2016年 経営戦略をオープン
- ▼2017年 経営戦略をオープン
- ▼2018年 経営戦略をオープン
- ▼2019年 経営戦略をオープン
- ▼2020年 経営戦略をオープン
- ▼2021年 経営戦略をオープン
- ▼2022年 経営戦略をオープン
- ▼2023年 経営戦略をオープン
- ▼2024年 経営戦略をオープン
- ▼2025年 経営戦略をオープン
- ▼2026年 経営戦略をオープン
- ▼2027年 経営戦略をオープン
- ▼2028年 経営戦略をオープン
- ▼2029年 経営戦略をオープン
- ▼2030年 経営戦略をオープン



取締役  
李京晏氏

「味こそ常連客を呼ぶ秘訣。そのための努力は決して惜しまない」

肉アウトレットともに入社理由は、とこ  
とこ大倉にこだわっている点だ。ホル  
モンをメイン食材としている同社では  
ホクが自ら埼玉・大宮の市場まで足を  
運び、良質な肉質内蔵を確保している。  
仕入れのポイントについてホ氏はこう  
話す。

「豚が約感にのっけていて、ほどよく厚  
みがあり、まれいなシキア色の内臓肉  
を購入しています。その目によって同  
じ厚さでも身が固いものもあれば、美  
らかいものもあります。実際に自分  
の目で確かめてから判断します。その  
意味では、自分の足で内臓肉を買い付  
けに行くことが大切なのです」

ホ氏はその日の肉の状態に合わせて、  
ホルモンに入れる鹽しぼりの加減を変  
えているという。また素材の旨みを引  
き出すために、塩は広島産の産塩を使  
用（1kg当たり仕入れ枚数280g）  
さらに醤油は味は辛味を加えて自然な  
旨みを出している。

「1度来店してもらえば、店のリピー  
ターになってもらう自信はあります。  
実際、緑の牛舎店や赤岩店はお客様の8

割が常連客です。また店舗が狭くても  
品質をしっかりと維持するために、各  
店のキッチンには必ず肉に精通したス  
タッフを配置するよう心がけていま  
す」とホ氏は語る。

さらに店長の士気向上をめざすべく、  
社内の環境を整備。「まずは接客トッ  
プが本気になって店舗運営に関わり、  
愛着を注ぎない態度を必ず必要があり  
ます。そして努力を惜しまない社員が  
存在し実力を発揮できるような環境を  
つくってほしい」とホ氏。実際、努  
力を重ねて、入社2〜3ヵ月で店長の  
ポジションに就任された社員もいると  
いう。

10年は5〜6店を新規でオープンす  
る予定で、立地に応じてアウトレットを展  
開していく計画だ。具体的には、緑は  
住宅街、再会はアルコルニーズの高  
い繁華街に出店し、進捗を速み分けて  
いく。さらに外国人経営者ならではの  
グローバルな視点を生かして、アジア  
で活躍の人数増やメニエをいち早く  
日本に上陸させ、第3の社となるア  
ーマーマーケットを築く方針である。



販売商品の「海鮮ホルモン丼」の一例。和牛A5ランクの  
ホルモンの他に、エビやタコ、カニ、イカなどを  
ひとっつ詰めたボリュームたっぷりのオリジナルメニュー。



海鮮ホルモン 再会 緑岩店  
東京都中央区新富町1-13-1F  
03-5264-0286

20坪50席  
3300円  
600万円