

話題の売り方・ヒット商法

クローズアップ

新・繁盛店

調理の様子をライブのように楽しんで欲しいと、U字型のカウンターを店舗中央に設置し、板場を主役にした設計に。奥側にも出入口を設け、オーダー時の導線も確保している。



約14坪・月商1000万円

高級割烹をカジュアルにして

30代の若い世代で連日満席!

東京・新宿

001

めしや ヒロキ倶楽部

平均年齢30歳の若い飲食企業が仕掛ける繁盛店が2023年4月に開業。割烹などに敷居の高さを感じる若い世代を対象に、高級業態をカジュアルにした店づくりがヒット。平日は約50人、土日70人前後を集客し、予約必須の状況だ。

看板は大きく掲げず、入口の引き戸付近にのみアイアン製の表札を配置。暖色照明で温かみも出す。



新宿駅西口から徒歩約5分、青梅街道沿いから路地に入った場所に立地。視認性の良いガラス張りのファサードデザインで、高級感がありつつ敷居の高さを感じさせない造りを工夫。

“繁盛のポイント”

季節感のあるメニュー
売りは「毎月変わる」

客の目の前で調理、注文も誘発



ジャガイモはコンベクションオーブンでスチームし、ゆで卵とともにカツオだしのつゆで味をしみ込ませる。注文ごとにベティナイフで皮をむき、潰してつゆとマヨネーズ少々で和える。



注文ごとに皮をむき、その場で潰して作るため熱いまま提供。トッピングはちりめん山椒、しば漬け、いぶりがっこから選べる。コースにも組み込んでおり、お客の9.9割が注文する。

お品書き	
「おつまみ」	「焼酎、蒸餾酒」
「お刺身」	「焼酎、蒸餾酒」
「お寿司」	「焼酎、蒸餾酒」
「お漬物」	「焼酎、蒸餾酒」
「お惣菜」	「焼酎、蒸餾酒」
「お飲み物」	「焼酎、蒸餾酒」
「デザート」	「焼酎、蒸餾酒」



角切りにした希少部位「ザブトン」と、ゴマ油などで味をつけた自家製ねぎ塩をセルクルに詰めて盛り付け。黄身の濃さが際立つ銘柄卵を選び、見た目も追求。

フードは全40種類、うち半数は季節食材を使った月替わりに。取材時の1月はグラタンなど重めの品が多かったため、野菜類はシンプルなナムルなど全体でバランスを調整する。

若 い世代でも臆せず入れるような割烹を作りたい——。本誌2023年4月号で西新宿「酒場つむぎ堂」を取材した際、運営する(株)LINKSTYLEの代表・馬淵和也氏と、営業本部長の村野寛騎氏が語った言葉だ。

その想いを体現した新店「めしやヒロキ倶楽部」が同じ西新宿に開業。季節ごとの食材に独自性を加えた創作料理を提供する、小料理屋のような居酒屋だ。毎月半数が変わるメニューは村野氏と、洋食畑を歩んできた店長の片岡京志朗氏が開発。和をベースに洋食の要素を取り入れ、タレやソース類もほぼ自家製。お酒に合う一品を考案する。狙い通り、これまで割烹などに敷居の高さを感じていた若い世代が多く来店。約14坪・25席の規模で平均月商1000万円前後を記録し、姉妹店と並ぶ繁盛店へと成長を続けている。

客単価4000円、「ワンランク上の大衆酒場」をコンセプトにした「酒場つむぎ堂」と異なり、『めしやヒロキ倶楽部』は高級業態をカジュアルダウンさせた業態だ。開業にあたり参考にしたのは客単価1万円の高級和食店で、「高級店に行き慣れたお客様も、慣れていないお客様も両方来る中間帯は難しい」と周囲に心配



瀬戸田レモンを使った「倶楽部のレモンサワー」や酒粕入りの「大人のカルピスサワー」の他、高級茶葉のお茶割りや、日本酒、ワイン、焼酎など50種類以上を展開。



掘りごたつの半個室。呼び鈴の代わりにお手玉を通路に置くようにし、注文の通りにくさを解消。村野氏が以前訪れた旅館のアイデアだという。



料理提供までの間、九谷焼の箸置きコレクションを利用し、お客に好きな絵柄を選んでもらうようにしている。選ぶ楽しみや、各席での話題づくりにもつながっている。

Shop data

- 住 所 / 東京都新宿区西新宿7-12-24
第二小島ビル1F
- 規 模 / 14坪・25席
- 営業時間 / 月曜～金曜・祝前日 17:00～23:00、
土曜・日曜・祝日 16:00～23:00
- 定 休 日 / 無休
- 客 単 価 / 5500～6000円
- シフト人数 / 5～6人
- 月 商 / 最高1000万円
- 経 営 / ㈱LINKSTYLE



獅たたき 塩ポン酢 968円

高知県の「カツオの薫焼き」から連想し、



牡蠣と白子の
痛風盛り 1078円

牡蠣殻に湯引きした牡蠣と白子、いくら醤油漬のをせ、自家製ポン酢ジュレとワサビのをせる。登場して2週間程度の季節商品だが1日20食以上出るほどの人気に。



牛すじアラビアータ
968円

強火で軟らかく煮た牛スジと唐辛子を効かせたトマトソースを合わせ、ペコリーノ・ロマーノを振る。別売りのガーリックトースト(1枚165円)もおすすめし客単価アップ。

茹でたて
スナップエンドウ
自家製肉味噌 748円

春らしい食材を「茹でたて」の付加価値で提供するメニュー。自家製肉味噌は金山寺味噌と、鶏ムネ・モモ肉を合わせた肉そぼろ、マヨネーズ少々であとをひく味わいに。



さらに、「おすすめした料理が注文されているか」「アテンドなどの役割分担ができてきているか」など、営業時の問題点などを共有する時間も設ける。12月からは全9品90000円のコースを新設。山崎12年やボトル1万円ワインなどを除けば、プレミアムな銘柄も含まれる飲み放題が付くため人気を呼び、客単価6000円を推移している。

されたが、30代の男女を主客層に、上の世代も1〜2割程度来店している。目的来店が大半であることから、入店時の高揚感を重視するため、8月からは平日2部制、土日は3部制を導入。15分のインターバルでパッシングやテーブルセット、トイレ清掃などを終わらせ、毎回新たな雰囲気を迎える。