

近代食堂

2

特別企画

確定申告・節税セミナー

▼ 節税チェックリストで自己診断
▼ 税務調査の要注意ポイントを知る

元祖店の
人気メニュー
全公開

特集

大ブレイクの甲府鳥もつ煮、激売れホルモン焼うどんetc. いま売れる“もつ”メニュー大研究

特集

メニューの提案力を強化して値下げしなくても売上挽回etc.

こうすれば逆風を跳ね返せる！

売上増大成功店の〈この一手〉

ヒット商法最前線

- 馬肉料理の新・大衆酒場が25坪・月商600万円以上
- 連日盛況！明るくて元気なフーターズガールが大活躍



砂肝、キンカン、ハツなど
ひと串で色んな部位が楽しめる
北海道美明市の“ご当地やきとり”。
しめはそばに入れて味わう。

東京・銀座「元祖北海道美明やきとり 福よし」銀座店

注目の 着眼点

チーム力で成長してきたカレー
チェーンをさらなる店舗拡大へ！

(株)ゴーゴーステム

代表取締役

宮森 宏和氏



ひと際目立つ、ゴリラのイラスト入りの黄色の看板が目印の金沢カレー専門店「ゴーゴーカーレー」。濃厚なソースとカツを組み合わせた同店のカレーは、店舗と同じインパクトがよくクセになる味わいで、多くのファン客を獲得してきた。現在、国内28店舗に加え、ニューヨークやシンガポールにも進出し、海外でも人気を集めている注目のカレーチェーンである。

代表取締役の宮森宏和氏は、「すべてはお客様の元氣のために！」を理念に掲げ、ポジティブなスタッフのチーム力で成長。路地裏や地下立地で勝負し、10坪強の新宿総本店は月商1000万円超を売り上げるなど、強いチェーンを作り上げてきた。さらにここ1、2年で社内体制の整備を完了し、いざ店舗拡大に乗り出す、飛躍の時を迎えている。

84 Pライオンデビュー記事

●カツは揚げたてを提供



注文ごとに店内でロースカツを揚げ、アツアツの状態を提供し魅力をアップ。ロースカツは1枚100g。カレーとともに食べるのにちょうどよいボリュームを工夫。

ゴーゴーカレー お茶の水駅前店

■東京都千代田区神田駿河台2-1-17 御茶ノ水SIAビル1F

濃厚なソースにカツを組み合わせた個性的な“金沢カレー”を、全国的に知らしめた気鋭のカレー専門チェーン。現在、国内に28店舗、海外に3店舗を展開。国内は関東エリアと北信越エリアを中心に展開し、お茶の水駅前店を含め直営店が8店舗、FCが20店舗。

●金沢カレーの商品力

一番人気の「ロースカツカレー」。濃厚でドロっとしたソースが、ご飯やカツに絡み合う。あとを引くおいしさで、ファン客が続出。写真はご飯の量が普通盛りのエコノミークラス750円。



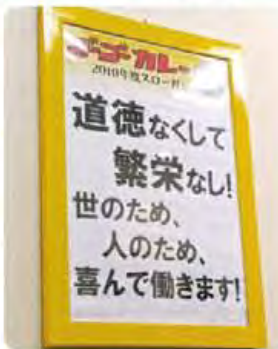
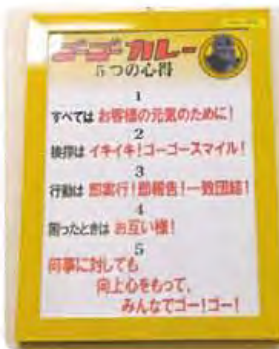
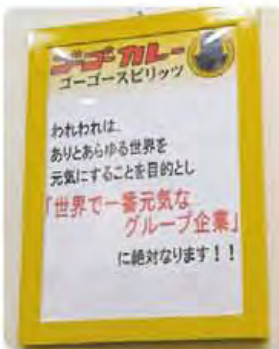
ロースカツ、チキンカツ、ウィンナー、海老フライ、ゆで玉子がのったボリュームとお値打ち価格で人気の「メジャーカレー」1000円。

フォークで食べるのが金沢カレーの流儀。器も昔懐かしいステンレスの器が定番。

●お客の元気のために サービスの原動力に!



素直な心、感謝の心、奉仕の心。この3つの心を持ち、前向きに考えるパーフェクトポジティブがスタッフの成長につながっている。



「お客様を元気にしたい」というサービスの原点を重視。朝礼や黒板等で、考え方を徹底して指導する。ありがたいという気持ちを忘れず、笑顔で、自分たちで考えたサービスを各店舗で実践している。

松井秀喜選手の雄姿にあこがれ 金沢カレーでNY出店を目指す

■「ゴーゴーカレー」の一号店を、2004年に新宿に出店されてから6年が経ちました。現在、31店舗まで増え、海外にも進出されました。元々、宮森社長は旅行会社に勤務していたそうですが、飲食店での独立を考えたきっかけは、何だったのでしょうか。

同じ石川県出身で同世代ということもあり、松井秀喜選手の大ファンなんです。その松井選手がニューヨークで活躍している姿を見て触発され、独立を決めました。その際、飲食業なら現金商売というか、独立しやすいと考えたのです。そしてカレーは、私自身も好きで、嫌いな人が少ないメニューだし、小規模店で始められると考え選びました。小回りも利くし、ニューヨークにも出店できると。さらに調べたところ、他の業種と比べチェーン化に成功している会社が少なく、これはチャンスだと思い、カレー専門店に決めました。

ところが実際に始めてみると、カレーを作るにはすごい時間や労力、コストがかかるということに気づきました。かといってそれらを抑えようとありきたりの味になってしまいます。量産も難しく、だから競合が少なかったんだと気づいたんです。私は自分が旨いと思ったカレーを出したいという思いがあって、いまも工程には手を抜かずに作っています。

■カレーはどのように開発されたのですか。

金沢カレーの老舗「ターバンカレー」で修業し、多少材料は違いますが味はほぼ一緒です。姉妹店のような位置付けですね。価格帯も「ターバンカレー」を参考に設定しました。

金沢カレーは、カツカレーが基本です。元々は洋食店のトンカツ定食とカレーが混ざったものかもしれないですね。せん切りキャベツを添えるのもスタンダードで、トンカツ用のソースがベースとなったソースをカツにかけます。

ですから「ゴーゴーカレー」のルーもカツも、ご飯も、すべてがカツカレー用にできています。カツの厚さは薄めですが、これはあくまでカツカレーに合わせているからです。ご飯は、甘みのあるコシヒカリと、食感を出すために硬質米をブレンドしています。

また、地元の石川を元気にしたいという思いもあって、米と玉ネギは、自社農場と契約農場による金沢のゴーゴーフームで作ったものを主に使用しています。

■調理等はどのようなシステムになっているのでしょうか。

2004年12月からセントラルキッチンを設けており、いまはNY店を除き、FCを含めた全店分のルーを仕込んでいます。カレーのルーは焙煎から始まり、ずっと手をかけなければならぬので本当に大変です。うちの場合、ルーは5時間煮込み、55の工程を経て、55時間寝かせて旨みを熟成させています。

一方、カツの方は、カット状態で店に入れて、

NYでも行列のできる店!
TV・雑誌で話題沸騰!!
http://www.gogocurry.com
人気No.1 ロースカツカレー
価格表:
カツカレー 1,000円
カレー 700円
カレー 750円
カレー 800円
カレー 850円
カレー 900円
カレー 950円
カレー 1,000円
カレー 1,050円
カレー 1,100円
カレー 1,150円
カレー 1,200円
カレー 1,250円
カレー 1,300円
カレー 1,350円
カレー 1,400円
カレー 1,450円
カレー 1,500円
カレー 1,550円
カレー 1,600円
カレー 1,650円
カレー 1,700円
カレー 1,750円
カレー 1,800円
カレー 1,850円
カレー 1,900円
カレー 1,950円
カレー 2,000円

カツカレーを前面に押し出しアビール。カツメニューの注文が半数以上を占める。

各店舗で衣付けを行ない、注文ごとに揚げたてを提供しています。

■味にこだわりながらチェーン展開に成功された秘訣は、どこにあるのでしょうか。

現在のFLコストは、原価率が約38%、人件費率が約21%で、合わせて60%ほどです。味は変えたくないし、庶民の味方でありたいので、メニュー価格も創業以来変えていません。

その一方、家賃比率は5〜10%以内に抑えています。直営店の出店場所は、店舗コストの低い二等立地が基本です。うちの強みは商品力。クセになる味なので目的客が多く、口コミで来てくれるコアなファンも多いので、裏路地や地下立



Hirokazu Miyamori

▶1973年生まれ、石川県金沢市出身。旅行会社に勤務後、松井秀喜選手の背番号に因んで2004年5月5日に東京・新宿に「ゴーゴーカレー」一号店を出店。2005年5月5日よりFC出店も開始。現在、国内に直営店8店舗、FC20店舗、海外に3店舗を展開する。

Company

- 設立/2003年12月
 - 東京本部/東京都中央区日本橋人形町1-11-2 川崎ビル5階
 - 金沢本社/石川県金沢市磯部町手6番地
 - 従業員数/437人(2010年5月現在)
 - 資本金/4000万円
 - 店舗/
- (直営店舗) 新宿総本店/新宿東口中央通店/お茶の水駅前店/「ゴーゴーカレー」井井/品川本店/金沢本店/野々市役場店/鹿島店/「ゴーゴーカレー」井井/イオンかほくSC店/NY本店
- (FC店舗) 関東エリア・西新宿店/秋葉原1号店/秋葉原中央通店/高田馬場駅前店/上野御徒町店/水道橋西口店/渋谷宇田川町店/小田原中央通店 北信越エリア・保古町店/ルネスかなざわ店/近岡店/金沢東インター店/松任ハイパス店/羽咋スポーツプラザ店/輪島店/掛尾店/富山天正寺店/富山呉羽店 関西エリア・宇治大久保店 九州エリア・鹿児島宇宿店 海外エリア・シンガポール アイオン チャード店/シンガポール313@サマセット店

2009〜2010年にかけて、よい店で前年比110〜118%の伸びがあり、平均すると約100%で、横ばいです。ただ、多い店では40回転する店もあり、10坪強の新宿総本店では30回転近く行き、1000万円以上を売り上げています。注文ごとにカツを揚げるといったこともあり、1時間で4、5回転が限度。あとはテイクアウトを増やす位です。満足してもらうことが原点なので、回転率のさらなるアップ等は考えていません。

■それでは、今後は店舗数拡大を考えているのでしょうか。

独立最初から、555店舗まで増やすのが一つの目標でした。これまではあまり売上は意識しないで、数字は後からついてくると思っていました。しかし、30店舗を越えて、これからは戦略も必要になってきます。そこで実は、ここ1、2年出店を控えて、内部統制を強化していった。財務体質も改善し、量産に備えて第2工場の開設も考えています。ただ、チェーン店でも生産性を追っていくのではなく、いまの常連客に来てもらえるような店にしていきたいです。FC参加を希望される方とも、何回も面談し、ともに汗を流せるオーナーさん、店長さんであることを確かめてから決めています。

2011年は、まず数店舗出して検証し、2012年位から本格的に出店攻勢をかける予定です。松井選手は今年、エンゼルスからアスレチックスへと活躍の場を移しますが、私自身も今年をさらなる飛躍の年にしたいと思っています。

■ありがとうございました。

理念を共有する仲間とともに お客様を元気にする店を作る

地でも一度認知してもらえれば大丈夫。そのために最初は、通勤時間を狙って朝にチラシ配りをしたり、プラカードを掲げながらピラをまいたり等、色々工夫して認知度を高めています。

■「ゴーゴーカレー」のスタッフの方は、笑顔がすばらしく、サービス面も充実されています。

私は、ゴーゴーカレーは1つのチームで、スタッフはプレイヤーだと思っています。お客様は観客やファンです。わざわざ足を運んでくれるお客様がいることほどうれいことではない。そしてまた次も来ていただきたい。そういう思いがたいという気持ちがあるのだと思います。

そのため、「お客様の元気のために」という理念を大事にしています。おいしいものをおいしい状

態で、快適な空間で、最高の笑顔とサービスのもどで食べてもらいたい。そのためにはどうしたらよいかを、スタッフも一緒に考えてほしいと伝えています。お見送りの際に「元気で帰ってらっしゃいませ」と声をかけている店があるようですが、こういったこともスタッフが自発的に自分たちで考えて、それを共有してくれているようです。また毎月一回、社員全員が集まる朝礼を行なっています。ポジティブニュースといって、店のよかったことや頑張った結果の発表等を行ないます。直に顔を合わせることでコミュニケーションもとれますし、場所は毎回持ち回りなので、情報共有にも役立ちます。

■最近、飲食業界では、低価格化が進み、売上の低下も問題になっていますが、御社の状況はいかがでしょう。

メニュー価格は創業時より変わらず、客単価は700〜750円をキープしています。売上は