

月刊食堂

2012
4

The Food Service Management



がっつり肉!!+ワイン 大繁盛店視察

MEAT 肉男 MAN(東京・六本木) / ブラッスリー ザン(東京・神田)
肉食系ビストロ&ワイン酒場 Tsui-teru!(東京・中野) / 東京ブッチャーズ(東京・神田)
ぶーみん Vinum(東京・新富町) / ビストロカルネジオー(東京・恵比寿)

牛|豚|鶏|羊

半歩進んだ肉の売り方 必見のヒットコンセプト

韓国屋台 豚大門市場 馬喰町店(東京・日本橋) / 牛の四文屋(東京・中野)
塩成吉恵汗 千生(東京・八王子) / 焼肉萬野ホルモン舗 三休橋(大阪・心斎橋)
らんまん食堂(東京・恵比寿)

成長性を考察 伸びてる 唐揚げテイクアウトビジネス

大分唐揚げ専門店 とりあん / 元祖中津からあげ もり山 / からあげ 縁-YUKARI
金のとりから / 鳥ぶろ

検証ルポ チェーン各社の動向から探る 『ステーキ+サラダバー』 市場成長の伸びしろ

ステーキハンバーグ&サラダバー けん / ステーキガスト / カウボーイ家族

店数をぐんぐん伸ばす 「肉チェーン」の有望株

かつや(アークランドサービス) / 伝説のすた井屋(アネットワークス)
串鳥(札幌開発) / てててけ(ユニテッド&コレクティブ)

市場動向ルポ 押さえておきたい「肉ビジネス」のトレンド 焼肉 しゃぶしゃぶ 食べ放題 テーブルオーダーバイキングの可能性

焼肉きんぐ / 焼肉家 味のがんこ炎 / じゅうじゅうカルビ / 旨っカルビ /
しゃぶしゃぶ温野菜 / 夢庵 / 和食さと

編集部 座談会 マーケット争奪戦の行方を探る 牛肉FFS 戦いの争点はどこだ?

牛肉FFSの新星を 緊急視察 複数店舗チェック!! 何かと話題の「東京チカラめし」
実力度を検証

やっぱり外食は肉!!

〈特集〉肉ビジネスのあらゆる形を一挙総覧



進出チェーン概況

シンガポール 外食市場規模 3590億円

基礎DATA

面積/約710km² 人口/約508万人
首都/シンガポール
公用語/英語、マレー語、中国語、タミール語
通貨/シンガポールドル(1SGD=約65円)
実質GDP成長率/14.5% 物価上昇率/2.8%

日本企業のシンガポール進出は2000年前後に初上陸を果たした先行組と、05年以降に進出した後発組に大きく分かれる。「モスバーガー」「吉野家」は先行組とともに店数は2桁を超えているが、後発組である「ペッパーランチ」が急速に店数を伸ばし、現地の日系チェーンのトップに立っている。実際に現地を訪れてもその勢いが現れており、アイドルタイムでも店内は満席状態。QSCも3チェーンの中では頭ひとつ抜き出ている。

08年以降はとくにシンガポール進出が活発化しているが、その中で圧倒的な集客力を発揮しているのが、「大戸屋 ごはん処(大戸屋)」「居食屋 和民」「カレーハウス CoCo壱番屋」である。とくに大戸屋はテナントの撤退が相次ぐ商業施設内に店を構えているにもかかわらず、平日でもディナータイムには1時間待ちのウエイティングができる盛況ぶり。お客も大半は現地客であり、あらためて日本食ブームの盛り上がりぶりを痛感させられた。

大戸屋 ごはん処

進出年月:2009年6月
店数:4店

日本同様に定食メニューを提供。セットで17~20SGD、単品で12~15SGDが中心価格帯



ペッパーランチ

進出年月:2005年7月
店数:31店



居食屋 和民

進出年月:2009年7月
店数:4店

現地では食事とアルコールを同時に採る習慣がないため、来店客はレストラン利用が中心。



モスバーガー

進出年月:1993年5月
店数:27店



吉野家

進出年月:1997年11月
店数:17店



カレーハウス CoCo壱番屋

進出年月:2011年9月
店数:1店

明るいカフェのような造りが印象的。カレーは32品を揃え、客単価は17SGD前後。



世界55カ国展開を目論む ゴーゴーカレーのアジア戦略

石川・金沢のカレーチェーン「ゴーゴーカレー」35店を国内に展開する(株)ゴーゴーシステム。同社は世界55カ国での展開を目標に掲げ、これまでに3カ国に進出しているが、その中で堅調に店数を伸ばしているのが、2009年10月に1号店を出店したシンガポールだ。フードコートを主要立地として現在3店を布陣。フードメニューは日本の内容をほぼそのまま踏襲しており、カレー4品は4つのサイズから選択するシステムを採用。カレールーは金沢の自社工場から配送することで国内と同様の品質を再現している。シンガポールはアジア展開の拠点として位置づけており、今後は東アジアで中国・上海と香港、東南アジアでインドネシアへの進出を計画している。

カツやエビフライはツォオーダーで調理して揚げたてを提供。フライヤーを店頭を設置し、シズル感を演出する。



写真手前から、ポークカツカレー、エビフライカレー各12.5SGD(ともにサイズはエコノミークラス)。客単価は12SGD前後。