



CONTENTS

1. 低単価居酒屋『ぶっちぎり酒場』フランチャイズ1号店、2号店を渋谷スペイン坂と上野広小路に6月30日(水)に同時オープン。開店後の出だしも好調。
2. 『牛角』夏限定メニューで長さ30cm・厚さ3cmの“牛角ギガカルビ”が新登場。
3. 『牛角』・『土間土間』“食べるラー油”メニュー開発裏話
4. “第16回パートナーズフォーラムを”7月27日(火)に開催。約3,000名が“パシフィコ横浜”に集結。スタッフのやる気を促し、外食産業の活性化を目指す。

1. 低単価居酒屋『ぶっちぎり酒場』フランチャイズ1号店、2号店を渋谷スペイン坂と上野広小路に6月30日(水)に同時オープン。開店後1週間の出だしも好調。



低価格居酒屋『ぶっちぎり酒場』は、“平成版大衆酒場”をコンセプトに、昨年12月に東京・渋谷宮益坂にオープンした新業態です。1号店は、36坪88席でビルの6階に位置しながら、6月までの平均月商が約960万円(坪売26万円)と好調に推移しております。ビジネスモデルにそった安定した収益を創出していること、また、消費の低価格志向により低価格居酒屋市場が活性化している現状をブランド認知と拡大の好機であると判断し、フランチャイズ展開を早期開始に至りました。6月30日(水)には、**フランチャイズ第1号である「渋谷スペイン坂店」と2号店「上野広小路店」が同時にオープン**いたしました。

【ぶっちぎり酒場】

20代後半から30代男性をメインターゲットに“平成版大衆酒場”をコンセプトとした客単価2,100円程の低価格居酒屋。商品の中心価格は税込294円と安価でありながら、レインズチェーンのスケールを最大限に生かした調達により、『旨くて安い』を実現。2010年末までに、首都圏主要駅を中心に65店舗の展開を予定しています。

2. 『牛角』夏限定メニューで長さ30cm・厚さ3cmの“牛角ギガカルビ”が新登場



7月14日(水)から8月31日(火)までの期間限定で、**牛角史上最大級**の大きさを誇るカルビが登場。年4回替わる期間限定メニューは、“サプライズ”がテーマのひとつ。お客様に、いつでも“驚き”と“楽しさ”を感じていただけるメニューを目指し、企画、開発をしています。**今年の夏の目玉商品として“牛角ギガカルビ”980円(税込1,029円)**を投入。まずは、見た目の「厚さ」、続いて焼くときに、その「長さ」に、

2段階でお客様に「サプライズ」を感じていただく商品となっています。「サプライズ」だけではなく、味にもこだわっており、焼肉の最高部位と言われ、一般的に、特上カルビとして提供されているボンレスショートトリブを100%使用。**牛1頭からわずしかとれない希少なボンレスショートトリブを厚さ3cm、長さ30cm、160g**という驚きのボリュームで提供いたします。タレは、旨味噌ダレ、食べるラー油、ガリバタ(ガーリックバター)の3種から選択可能です。

=====【掲載内容・取材に関するお問い合わせ】=====

3. 『牛角』・『土間土間』“食べるラー油”メニュー開発裏話



『牛角』、『土間土間』で、5月から期間限定でご提供してきた“食べるラー油”メニューが、牛角では、販売約2ヶ月で20万食、土間土間では、8万食を突破し、好評をいただきました。この人気を得て、『牛角』では、7月14日から、『土間土間』では、7月6日からの季節の期間限定メニューで新ラインナップにて再登場します。

当社にて“食べるラー油”の開発に着手したのは、2009年秋頃。それ以前から沖縄・辺銀食堂の『石垣島ラー油』が手に入らない状況やメディアでの露出などから、**牛角の商品開発担当者が『ラー油が近い将来、全国的に流行る!』と直感し、独自にオリジナルのラー油開発を進めていました。**2010年初頭から、桃屋の『辛そうで辛くない少し辛いラー油』が小売から品薄状態となり、一気にラー油ブームに。このブーム以前から、開発に着手していたために、**外食チェーンでは、いち早く“食べるラー油”を取り入れたメニューを提供できた**という経緯があります。ご提供している“食べるラー油”は、何度も試作した末に決定した一品。決定の決め手は『味』と『香り』。口に入れるときの甘い香りと後味のよさを感じてほしい商品です。

4. “第16回パートナーズフォーラムを”7月27日(火)に開催。店舗関係者約3,000名が“パシフィコ横浜”に集結。スタッフのやる気を促し、外食産業の活性化を目指す。



当社チェーンのアルバイトスタッフには、アルバイトが、単なるお金を稼ぐだけの場ではなく、目標をもって日々の業務に取り組むことで、個人の成長の場であるようにしたいという、代表取締役社長の西山知義の考えのもと、2001年より毎年開催している当社の一大イベントです。フォーラムでの発表店舗を目指す過程で、目標をもって、行動すること、諦めない姿勢やチームワークの大切さなどを体験することは、若いスタッフたちの将来に役に立つ宝となることを目的のひとつとしています。また、この取り組みを通じて、当社の経営理念である「感動創造」

を具現化することが、チェーン全体のみならず、外食全体の活性化を図る仕組みであると考えています。

【第16回パートナーズフォーラム】

7月27日(火)AM10:00(開演)～PM4:00(閉演)※予定

会場:パシフィコ横浜 国立大ホール