

# 豚肉料理店を多店舗化

## 牛タンのねぎし

牛タン料理店「牛たんどうろ麦めしねぎし」運営のねぎしフードサービス(東京・新宿)は、豚肉料理を中心とした定食店を多店舗化する。2017年12月に開いた1号店が堅調なため、年間1~2店ほどのペースで増やす。牛タンは仕入れ価格が高騰し、新規出店が難しくなっている。豚肉料理店を第2の柱に育て、経営リスクを分散させる。

## 年1~2店出店



17年12月に都内に開いた「ポークポークポークねぎし」の1号店(写真上)。アイタホポークを使った「しろかつ」(同下)

## 牛タン高騰で第2の柱に

出店を拡大するのは「ポークポークポークねぎし」。米国のロッキーマウンテンの麓で麦中心の飼料で育てたブランド豚「アイタホポーク」を使った料理を提供する。通常の豚肉より軟らかく脂の甘みがあるという。とんかつ「しろかつセット」(1280円)のほか、ハンバーグやステーキなどのメニューをそろえる。1号店は同社が運営していた韓国料理店を業態転換し、東京都千代田区に出店した。ビジネスママや家族連れを集客し、売り上げはほぼ計画通りに推移しているといい、今後都内を中心に店舗網を広げる。当面は30店舗体制を目指す。同社は現在、牛タン料

理店を東京と神奈川県で約40店舗運営している。ただ、日本の牛タン需要の高まりに加え、仕入れ先のオーストラリアでは干ばつの影響で牛の飼育頭数が減少。17年の仕入れ価格は例年の2倍程度にまで高騰し、収益を圧迫している。リスク分散のため、新規出店の軸足を豚肉料理店に移す。

店舗運営の効率化にも取り組む。埼玉県狭山市に牛タンなどの加工工場を新設し、19年9月をめどに稼働させる。肉をよりに速くカットする設備などを導入するほか、現在は店内でしている大和芋の皮むき作業などを工場ですませるようになる。店舗の従業員の負担を減らし、外食業界での人手不足にも対応する。同社の17年4月期の売上高は前年同期比5%増の71億円。豚肉料理では、すかいらーくや松屋フーズなどの外食大手も相次ぎとんかつ店の出店を拡大している。