



バリュークリエイイト 俺の株式会社

ADVISER: Kunio Izumitani
Tsubasa Oki
Jun Ota
Atsuhide Sakamoto

9th: Yuki Akutagawa
Erika Nagai
Yasuaki Niikura

目次

- ◆ 俺の株式会社とは (pp.4-6)
- ◆ 「誰に」「なにを」「いかに」※文献ベース (pp.7-10)
- ◆ 「誰に」「なにを」「いかに」※FWベース (pp.11-17)
- ◆ 問い (pp.18-24)
- ◆ まとめ 【顧客】【価値】【仕組み】 (p.25)
- ◆ 参考文献 (p.26-27)
- ◆ Special Thanks (p.28)

会社概要

社名	俺の株式会社
代表取締役	坂本 孝
事業内容	飲食店経営
本社所在地	東京都中央区銀座
設立	2012年11月1日
資本金	1億5000万円

※坂本孝はブックオフ退社後、2009年に「バリュークリエイト株式会社」を設立。
2013年に「俺の株式会社」へと社名変更。

俺のフレンチとは

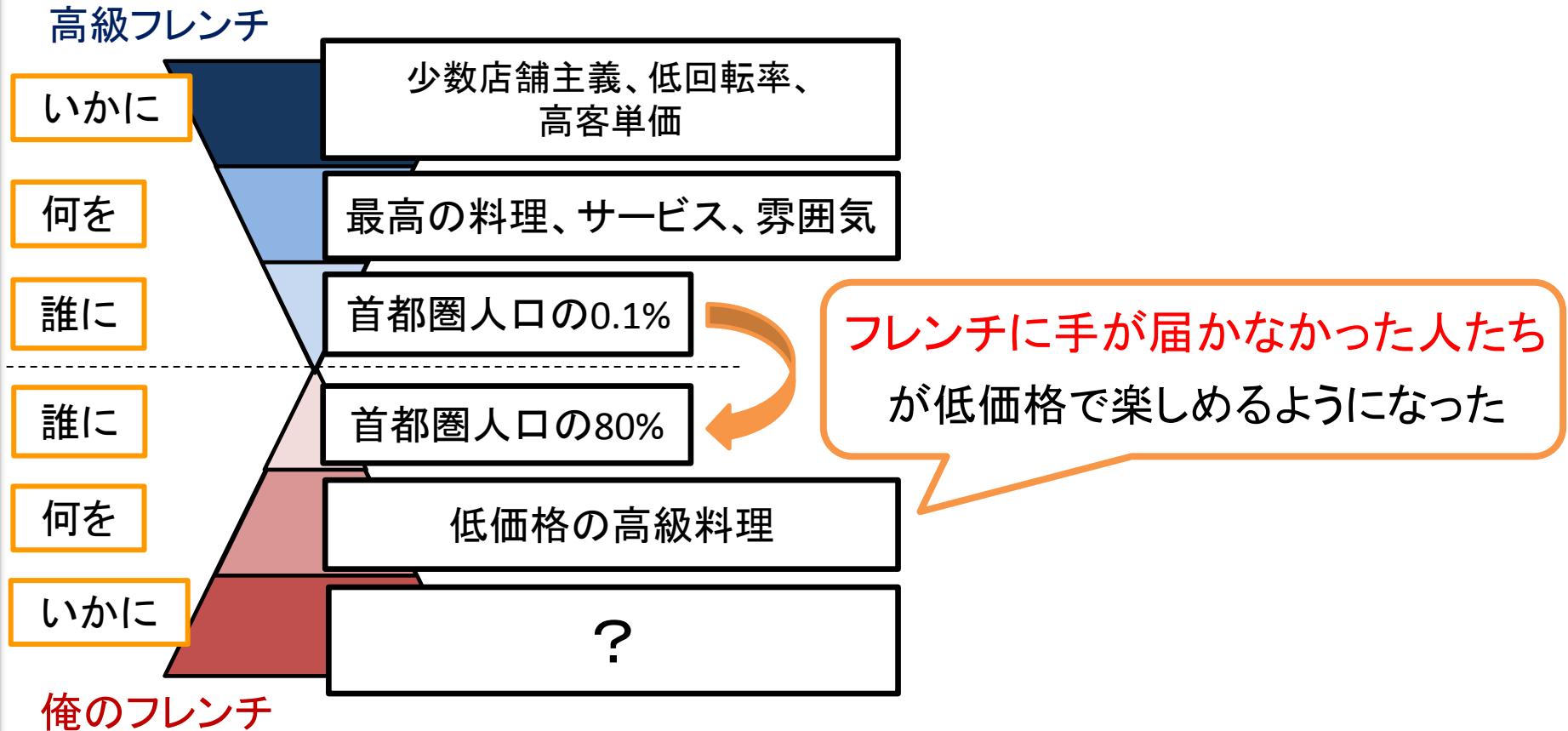
一流シェフによる

高級料理を

低価格で提供するお店



ビジネスモデルの転換を図った



なぜ低価格で高級料理を提供できるのか

飲食店の利益とは

$$\text{利益} = \text{売上} - \text{コスト}$$

売上高とは

$$\text{売上} = \text{客単価} \times \text{客数}$$

高級食材を多用して華やかさを演出



日経Trendy 2013.2月号

①大勢の客が来るため仕込みは朝8〜9時から開始 (俺のイタリアン GINZA)



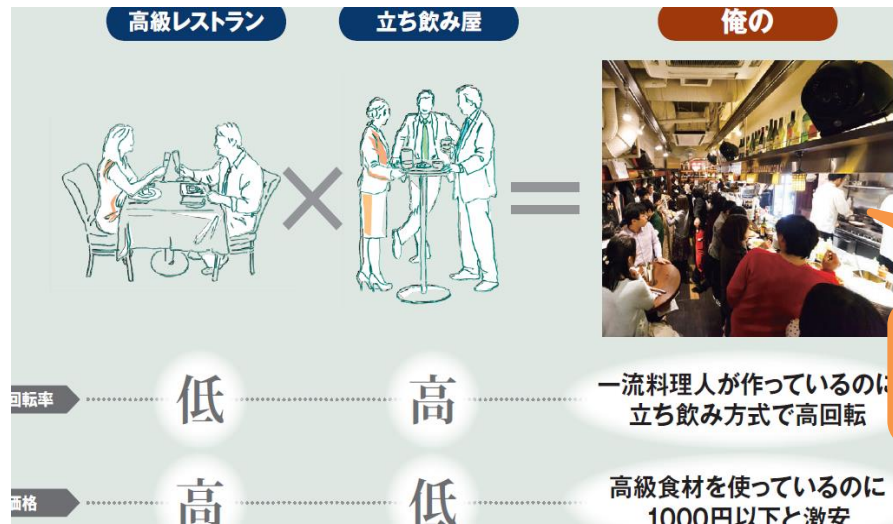
②俺のイタリアン GINZA、系列の俺のフレンチ GINZAがすぐ近くにあり社内で競う
当初はイタリアンを出せば山ほど、だがフレンチの開業をきっかけ



2月には銀座の地味店(銀座) (上) を「俺のイタリアン JAZZ GINZA」(下) に転換

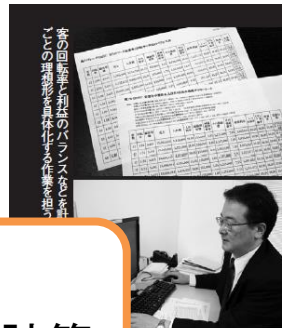
高級食材を使った立ち飲みメニュー

コストを徹底的排除
回転率と利益のバランスを計算



日経Top Leader 2014.1月号

高回転率で低価格を実現



常務の安田雄男。野村証券、証券会社社長などを経て、旧知の坂本に譲られて10年4月に入社

請われて証券業界から転職
コストを徹底排除し原材料費に充当

日経Trendy 2013.2月号

低価格を実現するための仕組み

高回転数による客数最大化

立ち飲みスタイルの導入

2時間制の徹底

提供スピードの短縮

ドミナント出店で各店の客数の最大化

コストを削減する

内装の簡素化

設備費の最適化

店舗面積の最適化

宣伝費原則なし

ドミナント出店による仕入力強化

低価格にしても客数を増やすことで利益を確保

誰に

フレンチに手の届かなかった人

何を

低価格な高級フレンチ

いかに

高回転率とコストカット

だれに【顧客】

本当に「フレンチに手の届かなかった人」なのか？

手の届かなかった人以外の顧客はいないのか



50代女性

ここのシェフとは昔シェフが高級レストランにいた頃からの仲なのよ。安いし美味しいからよく来るの。

わかる人からすればありえない位の低価格でワインを出しているので、ワインバルとして利用するリピーターの方もいます。



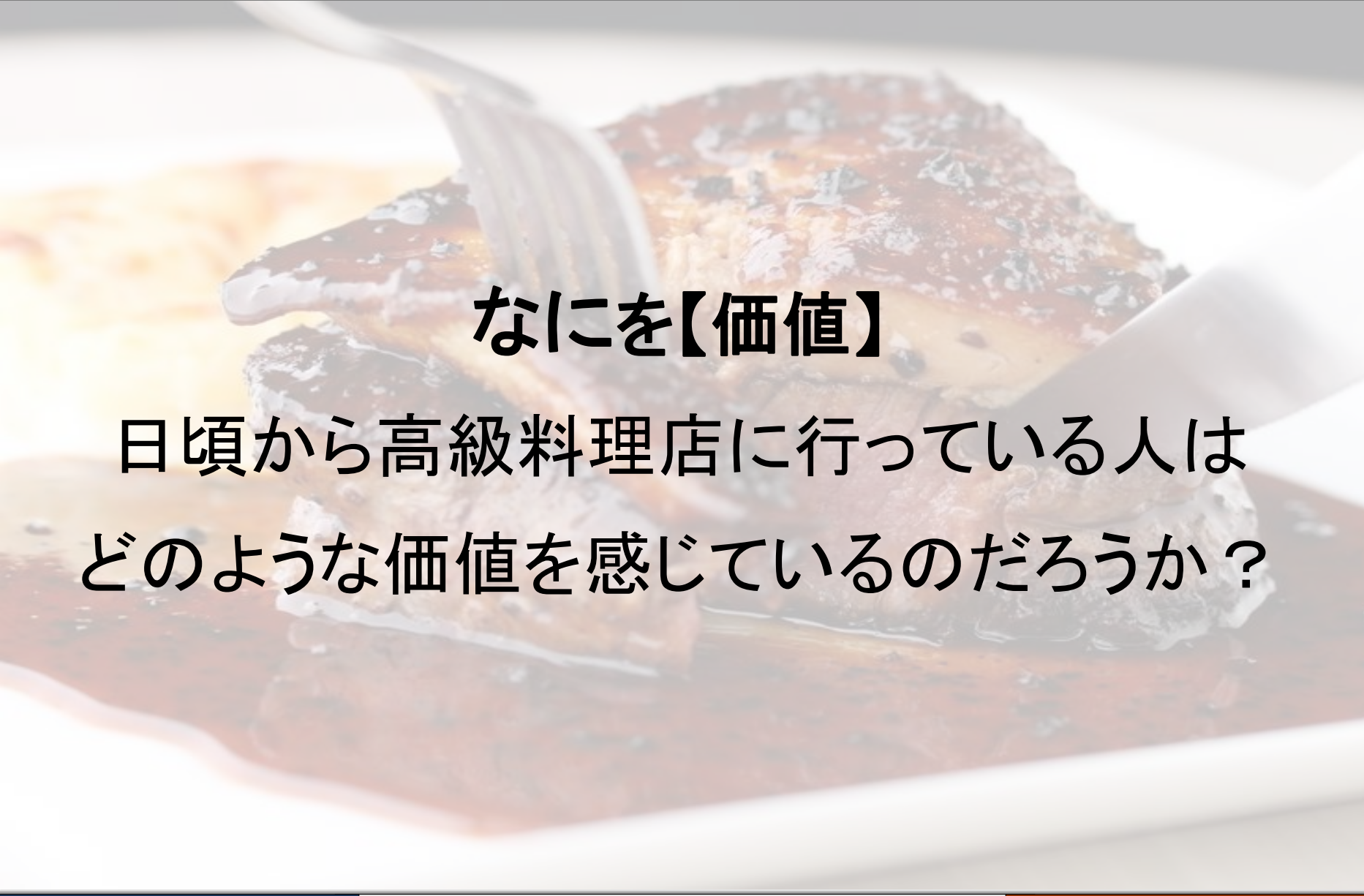
俺のフレンチ社員 梅田さん

九州機構社長



東京に来たら必ず来るよ。素材の良い本格的な料理がとてもリーズナブルな金額で食べられるのがいい。高級店より料理が速く提供されるし、お箸で食べられるのがいいね。

価格とモノがわかる賢い人



なにを【価値】

日頃から高級料理店に行っている人は
どのような価値を感じているのだろうか？

どのような価値を感じているのか

こんなワインがあるなんて！

ドラピエがある！

どこかで飲んだ後、
二軒目としてフラッと寄れる

素材が良いものをリーズナブルに
食べられる！



高級店にはない手軽さ、引けをとらない確かな味

手軽さを生み出す仕組み

回転数増加による客数最大化

立ち飲みスタイルの導入

2時間制の徹底

提供スピードの短縮

ドミナント出店で各店の客数の最大化

気兼ねなく入れる
立ち飲みならではの気軽さ
料理がすぐに出てくる



低価格を実現する仕組みが「手軽さ」を生み出していた

【価値】 低価格で**手軽な**高級フレンチ

確かな味を作る仕組み

「価格とモノがわかる賢い人」も満足させる料理

→高級店で経験を積んだ一流シェフたちの賜物



?

←-----



一流シェフが他の飲食店の真似を阻んでいた

誰に

フレンチに手の
届かなかった人

価格とモノが
わかる賢い人

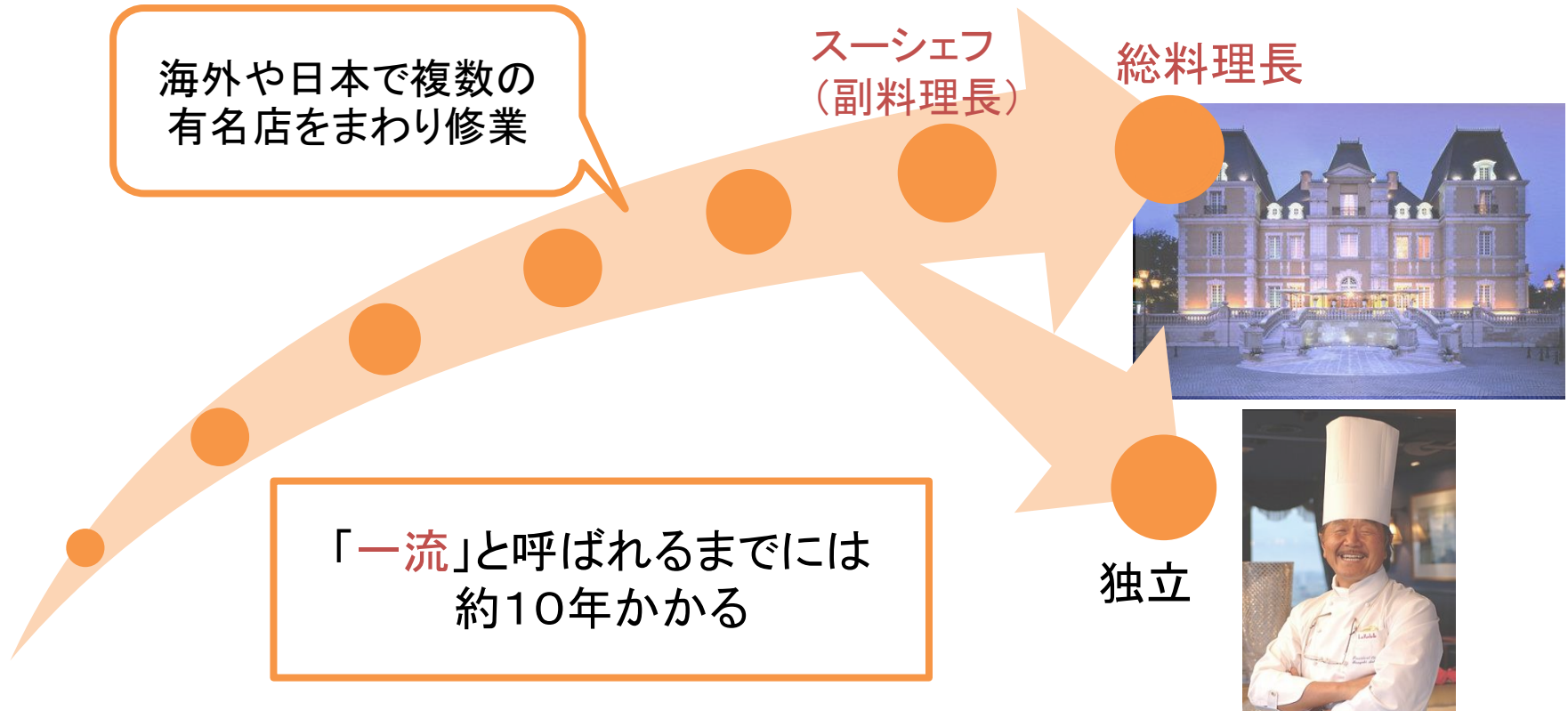
何を

低価格で手軽な高級フレンチ

いかに

高回転率・コストカット

一般的なシェフの目指すキャリア2パターン

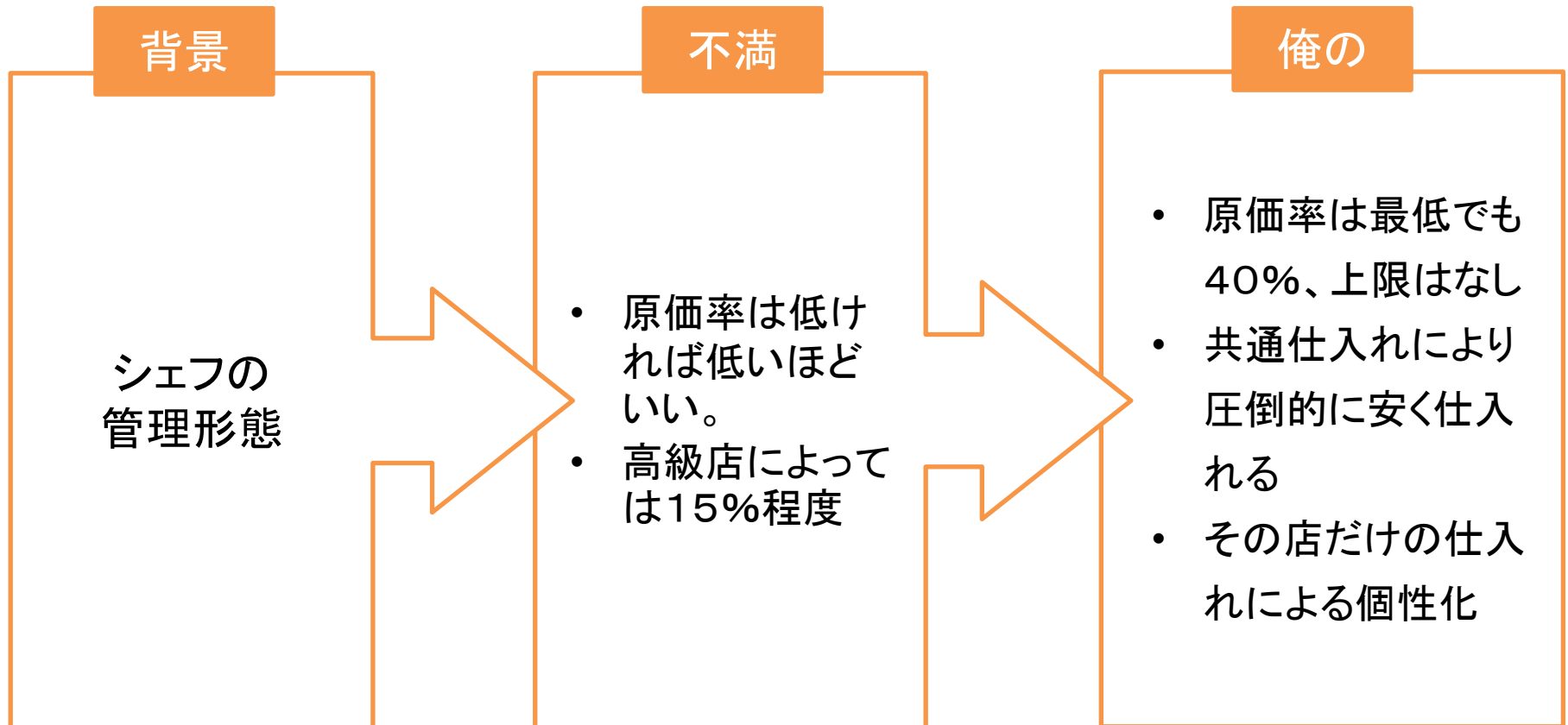


- ①有名店の一流シェフ
- ②独立してオーナーシェフ

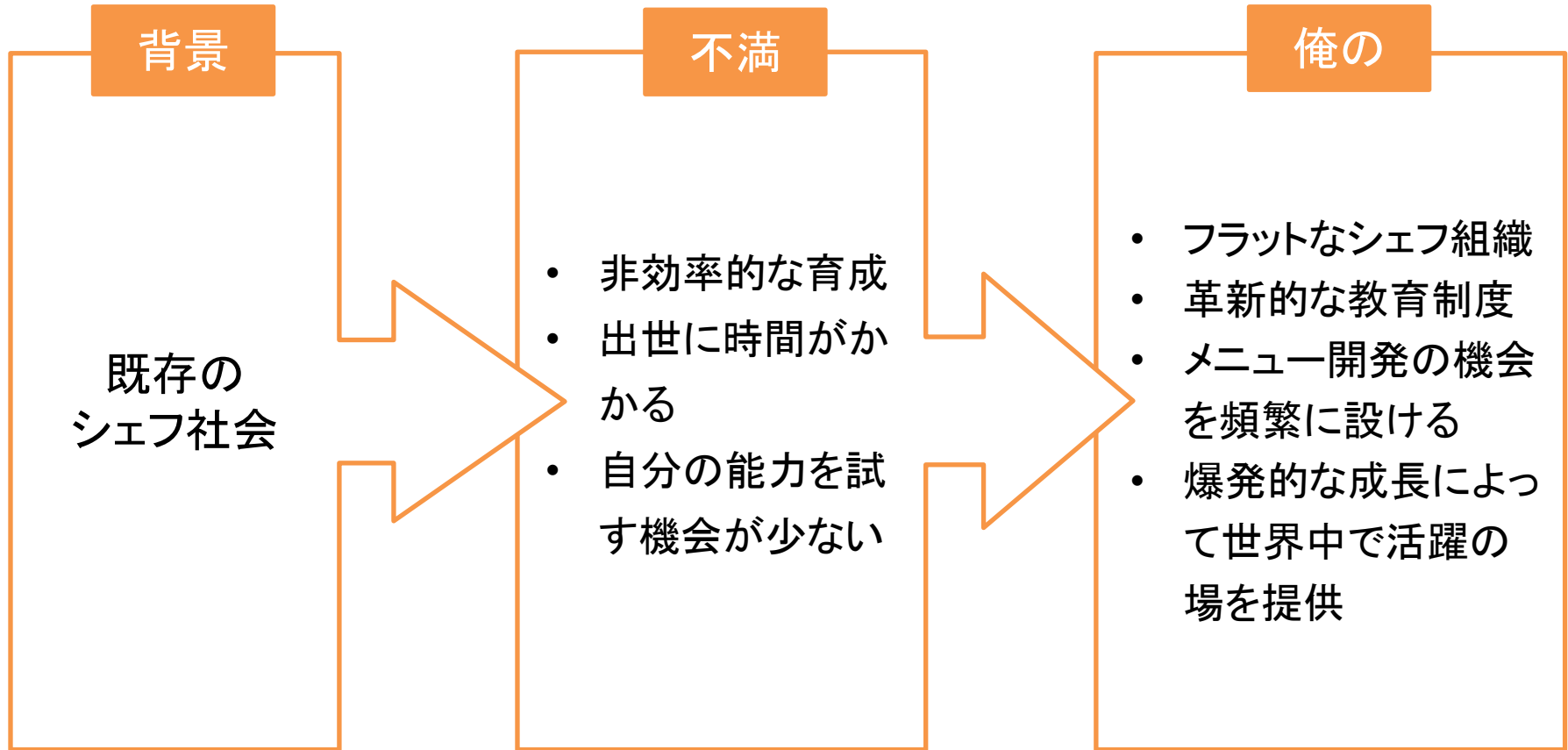
【問い】

なぜ一流シェフが「俺の」に来たのか

シェフの不満とその背景①



シェフの不満とその背景②



既存の慣習に囚われないシステムで不満を解消

夢を見て、夢を語る

自分の引き出しを使って作った料理で
直接お客さんの**反応が見られることが喜び**

多くの人にフレンチを食べてもらうという夢を果たせる

仕込んだ料理が全部売り切れるのは**気持ちいい**



布川 鉄英シェフ

『たくさんの人に自分の料理で満足してもらいたい』
という夢を「俺のフレンチ」は叶えてくれる店

たくさんのお客さんの「おいしい」を聞きたい

シェフの不満と背景③

背景

高級で
ゆったりとした
雰囲気を重視

限られた人に向け
た料理店

不満

- ・お客さんの反応が見えない
- ・たくさんの人に食べてほしい

俺の

- ・ オープンキッチン
(お客さんの反応が
直接伝わる)
- ・ 低価格
(多くの人を楽しめる)



シェフに最高のやりがいを与えた

シェフの夢

直接お客さんの
反応が見られることが喜び

多くの人にフレンチを
食べてもらうという夢
を果たせる



低価格を実現するための仕組み

高回転数による客数最大化

立ち飲みスタイルの導入

2時間制の徹底

提供スピードの短縮

ドミナント出店で各店の客数の最大化

コストを削減する

内装の簡素化

設備費の最適化

店舗面積の最適化

宣伝費原則なし

ドミナント出店による仕入力強化

オープン
キッチン

この低価格の仕組みが夢の実現につながっていた

誰に

フレンチに手の届かなかった人
価格とモノがわかる賢い人

何を

低価格で手軽な高級フレンチ

いかに

高回転率・コストカット
一流シェフの第3の道

参考文献

- 坂本孝(2013)『俺のイタリアン・俺のフレンチ ～ぶっちぎりで勝つ競争優位性のつくり方～』商業界
- 尾崎弘之(2014)『『俺のイタリアン』を生んだ男「異能の起業家」坂本孝の経営哲学』IBCパブリッシング
- 太田肇(2005)『認められたい！ーがぜん、人をやる気にさせる承認パワーー』日本経済新聞社
- 「イタリアンの成功で次はフレンチ『脱常識』経営で繁盛モデルを構築」(2012) 月刊飲食店経営 7月号,p.18～24
- 「俺のフレンチEBISU」(2013)月刊飲食店経営 2013年2月号,p.12～13
- 「空前の大ヒット業態『俺のイタリアン』『俺のフレンチ』が次々と打ち出す“ディナーの革新”」月刊飲食店経営 2013年5月号,p.106～107
- 「バルは外食シーンに文化として根付き今後はさらに細分化が進む」(2013) 月刊飲食店経営 2013年5月,p.10～13
- 「第2ステージに立つ『俺のイタリアン』『俺のフレンチ』」(2013)月刊飲食店経営 2013年10月号,p.86～90
- 「俺の株式会社3人の総料理長が語る リピーターをつくる『価値』の創造」(2013) 月刊飲食店経営 2013年11月号,p.38～42

- ・「外食の常識をぶった切る高原価率経営の両雄」(2012) 月刊食堂 2012年12月号,p.18~25
- ・「経営トレンド動向2013 高原価率経営は時代のあだ花か」(2013) 月刊食堂 3月号,p.19
- ・「若手ソムリエ5人が目利きするカジュアルプライスの絶品ワイン25本」(2013) 月刊食堂 2013年4月号,p.102
- ・「10トピックスで考察する経営トレンド動向2013」(2013) 月刊食堂 2013年5月号,18~19
- ・「ワイン酒場の大戦争 必見の繁盛店」(2013) 月刊食堂 9月号,p.32,33
- ・「坪月商50万の超怪物店 爆発的ヒット店」(2014) 月刊食堂 2月号,p.26~28
- ・「餃子屋と高級フレンチどちらが儲かるか」(2010) 週刊ダイヤモンド2010年5月22日号,p.52~55
- ・「安けりゃいいってもんじゃない! 異食対談」(2013) 週刊ダイヤモンド2013年7月6日号,p.28~31
- ・「社長の学校」(2014) 日経トップリーダー 1月号,p.62~65
- ・「ヒットの軌跡」(2013) 日経TRENDY 2月号,p.86~89
- ・「新店『俺のやきとり』の主役は鶏より海鮮!?想定外の豪華盛りで驚かせ、ファンをつくる70% 1品の粗利300~400円で値付け」(2013) 日経TRENDY 2013年5月,p.22~23
- ・「旗手たちのアリア」(2013) 日経ビジネス2013年3月25日号,p.131~132
- ・「繁盛する着想 夢と数字を共有すれば人は3倍の力を発揮する」(2013) 日経レストラン2013年9月号,p.3
- ・「メニュー開発の新法則 品数は約30人に絞り、原価率は70% 1品の粗利300~400円で値付け」(2013) 日経レストラン2013年1月,p.19~21
- ・「外食復興の道を探る」(2011) 日経レストラン2011年12月号,p.32~35
- ・「新型立ち飲み、これは困った」(2013) 日本経済新聞社2013年10月30日,p.9
- ・俺の株式会社HP<www.oreno.co.jp>,2014年5月23日閲覧

参考文献

Special Thanks

俺のフレンチ 布川シェフ
梅田さん

俺の焼き肉 藤原さん

俺のやきとり 大村さん

株式会社 九州機構 社長さん

マネージャー 松尾さん



ご清聴ありがとうございました。