

# らあめん花月嵐

変化する時流と消費者のニーズに  
 応えるマルチコンセプト戦略で  
 幅広い客層を吸引するラーメン店

伸びてる  
 フランチャイズ  
 モデル研究

「らあめん花月嵐」を主力ブランドに、北は青森県から南は沖縄県まで店舗網を広げるグロービート・ジャパン(株)。1992年の創業から4年で50店、8年で200店と破竹の勢いで出店を続け、2012年1月末時点で283店を展開する。11年12月にオープンした東京・世田谷の桜新町店は標準モデルに近い16坪25席の規模で月商700万円超を計上し、同ブランドの勢いを示している。

らあめん花月嵐の不動の看板商品が嵐げんこつらあめん620円だ。豚ゲンコツと数種類の野菜を長時間煮出したスープをベースとし、醤油味噌、塩の3つの味を揃える創業以来の不動の看板商品で、売上げの約50%を占めるほどの人気を誇る。

この嵐げんこつらあめんを軸としたメニューの豊富さが、らあめん花月嵐の特色のひとつだ。グラントメニューに揃えるラーメンは、豚骨と

## 標準的投資額・投資回収期間モデルケース

※数値はモデルケースとしての概算値であり、条件によって変動する

審査依頼料	20万円
保証金	100万円
加盟金	105万円
研修費	31.5万円
宣伝広告費	52.5万円
内装・看板工事費	1450万円
家具費	105万円
什器・備品費	115.5万円
<b>合計</b>	<b>1979.5万円</b>

店舗タイプ別売上高 **450万円** (100%)

材料費	157.5万円 (35%)
人件費	81万円 (18%)
店長経費	0.0万円 (0.0%)
家賃	31.5万円 (7%)
水道光熱費	29.3万円 (6.5%)
その他消耗品レンタルなど	20万円 (4.4%)
ロイヤリティ	21.2万円 (4.7%)
各種リース料	14.9万円 (3.3%)
償却前オーナー利益	94.7万円 (21%)

投資回収期間 **21ヵ月**



### 業態概要

店舗数：283店\* (直営46店、FC222店、海外15店) (2012年1月末)  
 立地：駅前、ロードサイド、ショッピングセンター内フードコート、商業施設  
 標準営業時間：11時～翌0時  
 標準店舗規模：20坪25席  
 客単価：860円  
 モデル月商：約450万円  
 ※全ブランドの合計数

### 企業データ

グロービート・ジャパン(株)  
 東京都杉並区上荻1-14-5  
 ☎03-5335-5825  
 設立：1994年  
 資本金：1000万円  
 売上高：60億8100万円(2010年9月期)  
 従業員数：社員129人、パート・アルバイト602人

2011年12月にオープンした東京・世田谷の桜新町店。昼のピーク時には界隈のオフィスワーカーを中心に客足が絶えない繁盛店。





**嵐げんこつらめん 620円**

創業時からの人気商品。良質の豚ゲンコツと大量の野菜を長時間煮出したスープが決め手。醤油味が一番人気。



**嵐げんこつお子様らめん 280円**

嵐げんこつらめんのキッズ版。1セットにつき1個のスタンプを12個貯めて応募するとおもち券が抽選で当たる企画などを実施。



**鉄板イタめし 500円**

ごはんをバターや卵などと熱々の鉄板で焼きあげ、そこに特製ダレを混ぜ合わせて味わうオリジナルの新感覚焼飯。※店舗により価格は異なる



**期間限定商品**

高田馬場 二代目海老そばけいすけ 竹田敬介氏 × らめんと花月風 コラボ **海老そば けいすけ 720円**

東京・高田馬場の人気ラーメン店「二代目海老そばけいすけ」の味を忠実に再現した10年10月の期間限定商品。



**期間限定商品**

ラーメンデータバンク会長 大崎裕史氏監修 **喜多方らめん 大崎食堂 720円**

福島県出身のラーメン評論家・大崎裕史氏監修の11年12月の期間限定商品。売上げの一部を義援金として福島県に寄付。

魚介だしのWスープの豚そば銀次郎680円や数種類の味噌をブレンドした黄金の味噌ラーメン680円など全17種類。サイドメニューも餃子(5個)300円や鉄板イタめし500円などバリエーション豊かな商品が充実する。幅広いメニュー構成が男性客のみならず女性や年配者、ファミリーといった広範な集客を実現している要因なのである。

また、注目したいのがグローバル・ジャパンの商品戦略の根底にあるマルチコンセプト戦略だ。営業本部長の宮下卓也氏はこの戦略を「時代の流れに合わせて変幻自在に自らも変化すること」と説明する。つまり、変化する時流と消費者のニーズに応じて機敏に新メニューを開発・投入できる点が同社の強みなのだ。

期間限定ラーメンの企画も、マルチコンセプト戦略に基づく取組みだ。ほぼ月替りで年間10以上の商品を提供することで、特徴的なのが人気ラーメン店の店主や著名なラーメン評論家、シェフとのコラボレーション企画。同企画の商品には協業相手である人気店の味をそのまま再現するものと、協業相手とともにオリジナル商品を開発するものがある。

コラボレーション企画の商品は話題性の高さからメディアに取り上げられることが多く、新規顧客の獲得に大きな力を発揮するという。とくに人気店の味を再現した商品は、そ



グロービート・ジャパン(株)  
営業本部長  
宮下卓也氏

## マルチコンセプト戦略を武器に 流行の移り変わりが著しい ラーメン業界で店舗網を拡大

流行の変化が激しいラーメン業界の中で勝ち残っていくために当社が掲げているのがマルチコンセプト戦略です。進化する時代の流れに合わせて変幻自在に自らも変化するという戦略です。

新商品戦略はこのマルチコンセプト戦略に基づいて取り組んでおり、中でも注目いただいているのが期間限定ラーメンの企画でしょう。人気ラーメン店の店主や著名なシェフとコラボレーションし、人気店の味を再現したりオリジナル商品を開発しています。昨今、話題のラーメン店は東京に多く、人気店の味を再現した商品はとくに地方在住のお客さまに大変好評をいただいています。

こうして世にあるラーメンを日本中に紹介させていただくという取組みは、全国展開するラーメンチェーン企業の使命だと考えています。同時に、このような企画を通じて常に新しくおもしろいことに取り組み続けることが、当社の強みであり個性だと自負しています。この強みと個性で他店との差別化を図り、2020年までの500店体制の実現に向けて、国内はもとより海外においても出店をさらに加速させていきたいと考えています。

ここもポイント

## らめん花月嵐ならではのシステム 直営の繁盛店を引き継いで独立できる “繁盛店引き継ぎ開業プラン” 5年間で100店以上の実績



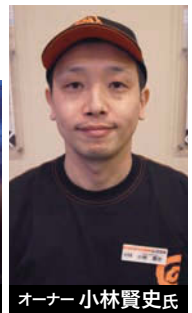
オープン	20××年×月
エリア	◎×エリア
立地	人通りが絶えない駅前
主な客層	会社員、学生、ファミリー
売上げ	××年のオープン以来の平均月商 〇〇〇万円

## グロービート・ジャパンの営業マンが 繁盛店引き継ぎ開業プランで独立 らめん花月嵐 行徳店

2011年11月にFCオーナーとして独立を果たした小林氏はグロービート・ジャパンの元営業マン。「ラーメン業界の中でらめん花月嵐のブランド力は強い」と独立を決意。複数店を手がけることを計画中だという。



千葉県市川市行徳駅前3-7-15



オーナー 小林賢史氏

の人気店が出店していない地方のフランチャイズ（FC）店で絶大な集客効果をもたらしている。

## 独自の開業プランが好評

グロービート・ジャパンのFCの仕組みで注目すべきなのが、「繁盛店引き継ぎ開業プラン」（引き継ぎプラン）だ。通常のFC店のオープンまでの流れは、契約後に立地選定↓店舗設計・施工↓引渡し。一方の引き継ぎプランは、売上げ実績のある直営の繁盛店をFCオーナーに引き継いでFC店とするというものだ。「このプランであれば、FCオーナーさまに立地選定などの新規出店に伴なうリスクを少なからず回避していただくことができます」（宮下氏）

既存の繁盛店を引き継ぐため、初期投資額を抑制できるうえに売上げや収益構造を見通すことができ、外食業未経験者でも取り組みやすい。約100店の実績があるという。

FCオーナーのバックアップ体制も整っている。オープン前の研修は座学から実地研修まで最短で5週間で修了。オープン後は月1回のスーパバイザーの臨店指導でレベル維持・向上を図っている。

同社では今後、首都圏をメインに大阪や名古屋、そして未出店エリアへも積極的な出店を計画。「20年までに500店体制としたい」（宮下氏）とさらなる多店化を掲げる。