

# 二毛作営業で首都圏開拓

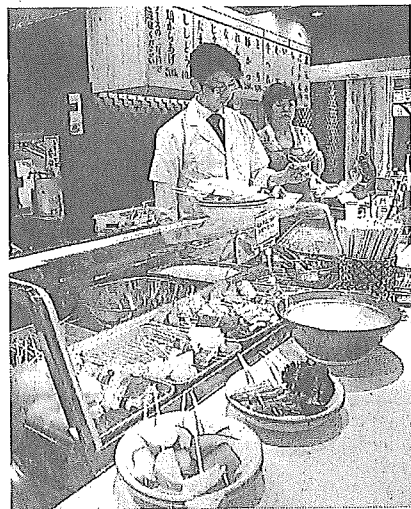
フジオフードシステムは昼間と夜間でメニューが異なる二毛作営業に乗り出す。うどんでランチ需要を取り込み、夜は串カツ主体の居酒屋で集

## フジオフード

客する。主力店舗の「つるまる」と「串家物語」の長所を生かし、効率的な店舗運営につなげる。競合する都心部でも採算が合いやすいとみて、首都圏市場を開拓する。

### 夜串カツ 店舗運営を効率化

10日に同社初の二毛作店舗面積は約40平方メートル。関店「948(くしや)串西の立ち食い店をイメージしたカウンター席のみと鮎鮎(うどん)」を東シにして、約20人分の椅子



昼はうどん、夜は串カツを提供する(東京・八重洲の1号店)

を備える。内装は木を生かした落ち着いた雰囲気にとどめた。昼メニューはかけうどん(280円)や煮込みぶっかけうどん(480円)など。同社が展開するセルフうどん店、つるまるのノウハウを活用。つるまると同様に関西風のおっさりとしただしが特徴で、客単価は500

円前後を見込む。

夕方からは串カツ店に切り替える。同社の主力店である串カツ食べ放題の串家物語と異なり、専門の職人が揚げる。「2度漬け禁止」をうたった大阪風の店にする。

1本100〜300円の串カツのほか、大阪名物の牛すじ煮込みもメニューに加えた。いずれも注文から料理提供までの時間を短くし、手軽に食事を済ませたり軽く一杯飲んだりするサラリーマン需要を狙う。客単価は1500〜1800円を想定している。

フジオフードでは、つるまるは昼に、串家物語は夜に客が集中する傾向が強く、従業員の配置などが店舗運営の課題となっていた。二毛作営業で時間帯による売り上げの偏りを是正し「主力業態の長所を合わせ、1日を通じた効率的な運営を目指す」(同社)という。

同社では郊外の商業施設を中心に展開してきた串家物語も出店余地が狭

まりつつあるため、二毛作店による新業態に活路を見いだす。