

# 居酒屋

2013

柴田書店  
MOOK

絶対に真似できない

パワフル・バリエーションアイテム

強い看板商品  
をつくる

どこにも負けない！

注文率80%以上の

キラードアアイテム

名物商品大解剖

お通し革命進行中

思わず注文！ メニュー

乾杯酒・食中酒の新スタイル

数字で捉える

メニュー開発の進め方

対談

日本居酒屋協会会長

長谷川勉氏

×

居酒屋甲子園4代自理事長

山根浩揮氏

居酒屋おやじの

熱いメッセージ

株式会社八百八町 石井誠二氏

株式会社楽コーポレーション 宇野隆史氏

株式会社駒八 八百坂 仁氏

居酒屋社長がこっそり教える

「一度行くべし、この繁盛酒場」

和酒酒場／和酒ハル／ピッツア酒場／ワイン食堂

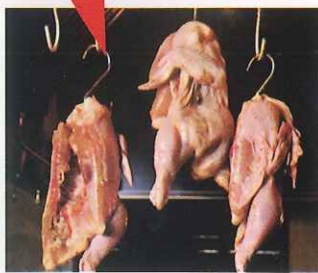
大ヒット酒場の本命！

**鶏半身を1日マリネ**

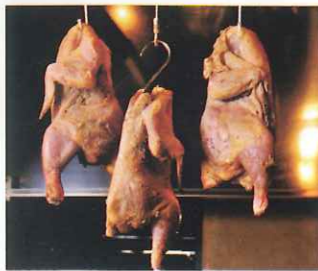
ポウルに国産ひな鶏の半身を入れ、塩、黒コショウ、白コショウ、昆布茶などを合わせて軽く揉み込む。さらにセロリの葉とスライスしたタマネギ、ニンジンを入れ全体を馴染ませる。パットに移し1日冷蔵庫で寝かせ、野菜類の香りと旨味をじっくりと鶏肉に移す。塩分は鶏肉の水分を出す役割を果たし、昆布茶は海藻に含まれるアミノ酸で旨味出しの役目を担う。



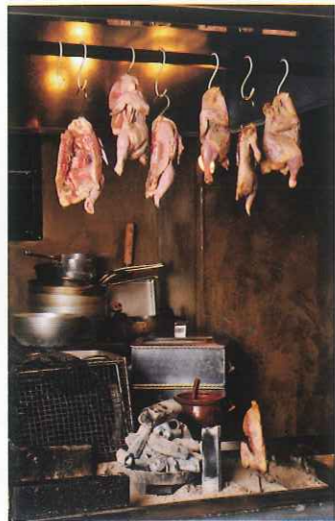
**余分な脂を落とし  
一夜干し**



1日マリネした直後



半日~1営業日干した後

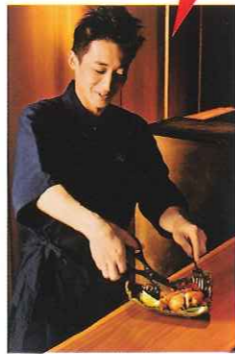


一夜寝かせた鶏肉は、囲炉裏の上で半日~1営業日吊るし熟成。炭火の余熱で余計な脂分、水分を落とし身を締める。ちょうど一夜干しに近い調理法だ。仕込んだぶんは、その日のうちにはけてしまう。

**回転させながら  
炭火で25分**



**お客の目の  
前でカット**



でき上がった商品は、スタッフがお客の目の前でカットする。カット部位はモモ肉、ムネ肉、手羽、ぼんじりなどで、4~6つに切り分けられる。カットしている間は、お客とのコミュニケーションタイムにもなる。

**炭焼長者 馬場六区**

2012年7月、東京・高田馬場にオープン。季節を反映させた鮮魚の炭焼焼きをはじめ、青森・八戸の刺身、村越シャモロックを使った鶏料理などを提供。くどき上手や南部美人などの日本酒の他、国産ワインを揃えて“大人の店”を提案している。



東京都新宿区高田馬場 2-15-7  
ゼロサンビル 1F  
☎ 03-3209-8869  
営: 17時30分~24時  
定休日: 無  
オープン: 2012年7月  
店舗規模: 15.6坪 29席  
客単価: 3500~4000円  
原価率: 33~34% 人件費率: 20%後半  
アルコール売上比率: 40%

余計な脂分や水分を抜いた鶏肉は、しっかりと身が締まり、旨味が凝縮されている。オーダーを受けてから鶏肉を処理して串に刺し、炭火の近くに立て、25分前後焼き上げる。その間表面、裏面、上下まで焦げ目がつくよう、回転させながら火入れする。炭火との距離を調整しながら、均一に焼き目がつくようにする。

翌日、マリネ液から取り出した鶏肉を囲炉裏の上に吊るし、ここでさらに余分な水分と脂分を落とす。余熱で温めながら干すことで、身を引き締め、旨味を凝縮させる。

炭火の近くで25分前後火加減を見ながら、じっくりと火入れする。吊るした鶏肉のインパクトから追加オーダーも獲得。仕込んだぶんはその日のうちにすべてはけるといふ。

焼き上がった鶏肉は、ほどよく残った脂分ですっきりとした肉質に。一皿でムネ肉、モモ肉、手羽、ぼんじりの各部位が楽しめるのも特徴の一つだ。添えられたワサビには、茎部分も刻み合わせる。シャキシャキとした食感と強い辛味が特徴で、味のアクセントとしても活躍する。

味付けの黒・白コショウ、旨味出しの昆布茶を使用する。そこにセロリの葉、タマネギ、ニンジンなどを軽く揉んで香りを出した後、鶏肉と合わせる。1日冷蔵庫で漬け込むことで、味を十分に染み込ませる。

翌日、マリネ液から取り出した鶏肉を囲炉裏の上に吊るし、ここでさらに余分な水分と脂分を落とす。余熱で温めながら干すことで、身を引き締め、旨味を凝縮させる。

炭火の近くで25分前後火加減を見ながら、じっくりと火入れする。吊るした鶏肉のインパクトから追加オーダーも獲得。仕込んだぶんはその日のうちにすべてはけるといふ。

**炭焼き**

炭焼長者

**馬場六区**



鶏半身の一夜干しをヒントに開発。  
身を寝かせて熟成することで旨味を凝縮

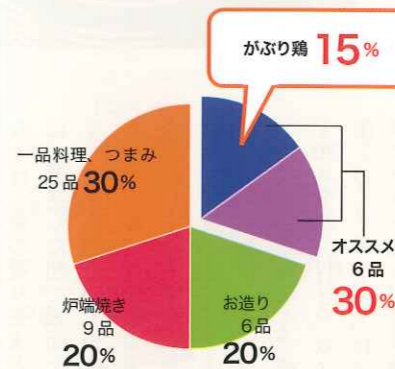
**がぶり鶏**

720円



骨付きのため、骨に沿ってカット。マリネして熟成させた肉はほどよい脂がジューシーだ。

**フード売上構成比**



がぶり鶏の単品注文率は70~80%と、おすすめ6品の中でも圧倒的な人気を誇る。もう一つの売りであるお造りも同20%と、おすすめと並んで注文するお客が多い。

単品原価率 約**55%**

総原価率 33~34%

お客にインパクトを与えるため、がぶり鶏を含めた海老クリームコロッケや牛舌大根煮込みなど6商品をおすすめとして訴求。いずれも原価率50%超の目玉商品だ。また青森・八戸から直送される日替りの刺身も売りの一つ。ドリンク注文率の40%を国産ワインが占める他、需要が拡大してきているという日本酒は同25%だ。ドリンクの原価率は15%で、とくに自家製果実酒や、ノンアルコールリキュールをソフトドリンクで割った混合酒は10%台と原価抑制に貢献。価格以上の価値を打ち出し、3ヵ月でリピート率が10%ほど伸びた。