

# そば店繁盛の条件

経営コンサルタント 井関 純

## そば店の二つの型

そば店は大きく二つに分けられる。一つは最も安価な軽食としてのそばの専門店である。前者は駅のホームの立食に代表されるが住宅街相手の出前主力の店もこの分類に入るといえる。

そしてこのほうは繁盛策と云って、価格、味、出前のサービスなど常識的なことさえ注意すれば、あとはそれぞれ立地の特長がものをいうだけである。メニュー構成の変化や店舗構成などにあまり苦勞することはない。

これに対して人の多く集ってくる立

地で出前に頼らずに済む場所は嗜好品としてのそば店、趣味のそば店として成立つが、こちらのほうはただそば、うどんができませんだけでは通用せず、多くの飲食店を向うに回わして客を引き得るだけのセリング・ポイントを持たねば繁盛とつながらない。

## 店舗構成的要点

### (A) イメージ確立

そばは和風のものでありその意味に於て和風店舗を作っておけば無難ではあるが、それだけにどここのそば店も同

じになり、特長のあるそば店としての印象は薄いものとなってしまふ。もちろん和風店舗では絶対にいけないというのではなく、あまりにもそば店らしい店を作ってしまうとどこにもある平凡なそば店と受取られ、趣味のそば店を求めている客層に通じないおそれがあるから注意しなければならぬ。通にその店舗的イメージから軽い昼食をその店で食べようとして入って来た客はメニューと価格を見てびっくりしてしまふようなことになる。

要するにユニークな店舗で訴求していくことが第一条件となるわけで、そのためにはその店の性格が確立されていないことには訴求のして見ようもないことは、いうまでもないが、何か名物をそばがその店で食べられるというイ

メージを店舗構成においても強く出していく必要がある。そば店には史料とか砂場とか数多くの名門があるが、のれん分けによって広い地域に広がって数多くの店がありそれぞれ立地を異にするからその名門としての店名からの統一イメージはない。どんなに歴史のある有名店であろうとも、その店は何らかの特長を持った店であることをあらわす機会を掴んで訴えていかなければならない。

### (B) 客席と客席配置

立食スタンドは例外としても大衆そば店の場合は椅子、テーブルなどの客席にあまり金をかけないし、その配置にも細かい神経を使わない店が多かつ

た、これは低単価でありかつ安直な食事として利用する客層の中が広く、作業衣のままやエプロン姿でも気軽に入

れる店のほうがむしろ好適であり、食事に要する時間も短く回転も早いからこつたテーブルや椅子を必要としなかったためである。ただそば店には家族数人で来る客もあり、一人で来る客も多いから幾つかはどちらの客にも融通のきく大テーブルを用意すれば済んだが、単価を上げたそば店の場合はテーブルや椅子も店の個性に合せたものでなければならぬし、その配置にもいろいろ配慮を必要とする。

第一に大衆そば店よりゆとりをとらねばならないから、客席数は多少減らし、さらにドアを開けたすぐのところから客席を配置するわけにはいかな

い。レヂ・カウンターのスペースを大きく目にとってその前を空けておくぐらゐのゆとりが欲しい。

食券売場を持つ時は、いやでもそれは入口に持たれるから、入るとすぐに客席があるということはないが、昔ながらのそば店だと調理場に接して帳場がある。

もあり。それによって入口近くにゆとりができる。

客席と客席との間のついたても必要である。完全な仕切りとする必要はないが大衆そば店のように周囲の客から見通しが良過ぎるときらわれる。

### (C) 手打実演所

手打そばの看板は多くのそば店からドライブ・インにまでかかっているから看板だけでは客は信用しない。手打の実演所を設計の段階から作っておくべきである。もっとも温泉まんじゅう

などと違って営業時間中欠かせずに実演しているわけではなく一日のうちで一〜二回しか使わないが、ともかくも確かにこの店のそばは自家製であり手打であることが証明されればよい。

実演所の場所は調理室に接して持ちその部分だけはガラス張りで見えるようにしておくといふ。地下街やS・Cへの出店の場合は店内も狭いし、店前の通行量も多いから店頭の見える場所に持つのがいいが、一般の店の場合には奥の調理場に接して持ったほうがいいだろう。

### (D) 調理場

そば店の調理場は一つの品の調理の時間が短く回転が早いから能率面では広い窓口を持たなければならぬが、

その一面特別の料理を持たない限りその仕掛は簡単であり、しかも常に高熱を必要とするので夏場などは客に見せたくない姿になりがちであるから、受渡しの窓口の前に目かくしのついたてを立てて客に直接調理場を見られないようにしたほうがいい。

調理人の人たちにも趣味のそば店らしいかっこいいユニフォームを着せるのもムードが出ていいが、作業が作業だけにムリな注文でやはり見せないほうがプラスである。

## メニュー的要点

### (E) バリエーション

立食のそば店のメニューは三〜四種類の単純なものであるが一般のそば店もあんかけ、とじ、おかめなど昔からのものがそのまま受継がれ、それに天井その他数種の丼ものとオーソドックスな形は決まっている。

立地条件のいいところならば、そこから一歩も出ないメニュー構成でも、味とサービスに注意すれば十分に繁盛していくことができる。だがこの形ではいかに繁盛しても低単価であり、それに準じて売上も大きくは上らない。それでも家賃の要らない自有店なら採

算のとりようがあるが、地下街やビルへの出店となり家賃がかかってくる。と在来の低単価では苦しい。それに人不足に悩むそば店だけに給与もはずまねばならないから、たとえ家賃の要らない店でも人件費の高騰に備えての売上は上げておかねばならない。その都市の組合によって、材料費の値上りとともに値上はしているだろうが、その程度では追いつかない。

そこに何らかの形による他店に無い品を提供して、それによって単価を上げていく方法がとられる。

(イ) 在来のそば店メニューにオリジナルを加えていく

(ロ) オースドックスなメニューのほうは種類を数種に絞って、むしろオリジナルのほうに重点を置く

以上二つのうちのどちらかの方法がとられるが、これは大切なことで、立地や客層の如何によって決めなければならぬ。百貨店内のお好み食堂的な存在ならば大食堂のほうで一般的なそばを提供しているし、お好み食堂に来る客のほうは、一級上の、しかも趣味のそばを求めてくる客が多いからオリジナルのほうに重点を置いてもいいが、地方都市などでは、オーソドックスのほうをだんだんに減らして、オリジナルと入れかえていく方法をとったほうが無難である。

問題はオリジナルであるが、オリジナルといってもオーソドックスのバリ

エーションである。とろろそば、なめこそばなど汁や具のバリエーションであり、単純なものだけにすぐまねされてオリジナルの魅力は薄れていくが、それでも、

(イ) オードックスそば店の持たない品を持っていて差をつけている

(ロ) それらの品によって単価を上げることには成功している。

などの点でプラスになっていることが多い。

そこで何とかして同じ狙いの店との差をつけたい気持やオリジナルへのアイデアの楽しさから、むやみにオリジナルの数をふやすことに陥りがちであるがこれは避けなければならぬ。変っているには違いないが食欲を起す客は少ないであろう。商品にまで突っ走りとも、店のイメージでかえってマイナスとなる。いかに単価が上っても客数が極端に少なくなったのでは何ればならない。

従って茶そば、とろろそばなど比較的受入れられやすい品が中心になる。それを価値づけるのは味の吟味と食器などの演出によるのが適切である。

## (F) 名物そば

オリジナルの数をいくら持っても或いは極端に変わった品を持ってそれが名物となるほどのものでなければ何

もならない。数に関係なく強力な名物となるものを持つ必要がある。茶そばもあり、とろろそばもあるが、さすが趣味のそば店だけのことはある、とうなづかせるものが何一つない…という店は弱い。

かつこうだけ趣味のそば店を持っていても、価格を高くとっているだけに客はかえって納得しない。

バリエーションは在来品を組合せたアイデアによっても成立つ。そばとうどんを一つにせいろに盛合せて「相乗り」と名づけたアイデアは拔群だがそれだけのことで高く取っているのだから、味で引きつけるものがなければ名物どころか、一回だけでこりられてしまふ。

バリエーションのもう一つのあり方として、うどんすき、そば料理など大きなものを持ってそれを名物のマグネツトとする方法がある。座敷の宴会場を持って大がかりにうどんすきを扱っている店もあれば、新大阪駅ビル内の美々卯のように一般的な店の中に取入れている場合もあり、それはその店の条件によるが、いずれにしても単にうどんすきを持っただけでは意味がない。

そば店は接待の場所として使われることが少なく、それだけにうどんすきやそば料理を持てば購買動機が広がるから売上が大きく伸びることは期待できる。

しかし、それらに力が入ってくとそば店というよりは料理店の分野に近づく。それだけに味はもとよりサービスにまできめ細かい注意をしいかないと成功しない。

## 演出的要点

### (G) 食器、組合せ、ネーミング

多くのそば店の食器はさほど上等のものといえないし、箸なども箱に裸の割箸が入れられている場合が多い。そば店は客がたて込むことが多いから、高級食器など使っていられないという面はあるが、趣味のそば店ともあれば演出的にも個性的な食器を使う必要がある。

私はこういったそば店を指導する時漆器類と箸袋に特に注意して趣味のそば店らしいムードを出す一端としての演出としている。

盆とかせいろなどの塗りものはわざわざ木曾までいって色彩などに注文をつければ変った食器ができるし、箸袋は一流デザイナーに依頼したものを作らせている。

折角趣味のそば店に入ったのに、食器はプラスチックで箸は裸であったりしたのはそれだけに気分が出なく

なってしまう。いかに味にも注意したオリジナルそばを並べても、それだけでは絶対性が出し切れないだけに食器にまで注意すべきである。

### (H) みやげ品販売

みやげ品販売もそのものの売上のみでなく、ムード構成上の演出的効果がある。もちろんいかに売れるからといってそばに全然関係のないものを売るわけにはいかないから、

(イ) 乾麺、生めんなどその店で使用している麺類そのものの販売

(ロ) そば粉などの材料の販売

(ハ) そばボーロ、そばまんじゅうなどの同材料を使った菓子その他の販売

(ニ) 陶器、漆器などその店の使っている食器と同系統の品の販売

などになる。ただこの場合に注意しなければならないことは、その品がそばそのものの信用まで落してしまいうる不安易な商品だったら、はじめからやらないほうがいいことであって、逆にこのそばはみやげに持って帰りたいとか、この食器と同じものが欲しいといった魅力ある品のみやげ品売場だったら演出的効果はある。

この他にもユニフォームその他細かい注意はあるだろうが、繁盛の最高の条件は高い価格を納得させるだけの名物料理とそれを補うきめ細かい演出にあるといえる。