

## 杉並発の飲食ベンチャー「げんこつ屋」倒産

帝国データバンクによれば、都内を中心に15店舗を展開していた「げんこつ屋」が資金繰りに行き詰まり、事実上倒産した。負債総額は約15億円とのことである。

「げんこつ屋」の創業は昭和56年、1号店は青梅街道沿い、地下鉄新高円寺駅の近くであった。「げんこつ屋」のラーメンは、一般には高級料亭でしか使わないまぐろ節を贅沢に使い、いっさい化学調味料を使用しないというこだわりの和風スープで人気を集めた。女性が1人でも入れるラーメン屋というこれまでにない業態を作り上げたという点も評価できるだろう。「げんこつ屋」は東京ドーム横の温泉施設ラクーア、渋谷109、カレッタ汐溜、お台場のアクアシティーなどにも出店し、事業規模を拡大していった。「げんこつ屋」は我が地元杉並発の飲食ベンチャーとして期待されていたのである。「げんこつ屋」倒産は、「げんこつ屋」オーナーとも面識があった小生にとっても残念である。

小生はかつてより「げんこつ屋」に注目していた。注目というより、その危なっかしい経営にいつかこうなるのではという懸念をいだいていたというのが本当のところである。

小生が「げんこつ屋」の経営に危うさを感じていた点は3つある。第一は、無茶苦茶な立地選定である。「げんこつ屋」のような業態であれば、戦略の基本は一度来店した客にまた来させることである。つまり、どれだけげんこつ屋ファンを作れるかがポイントだ。そうであるとしたら、観光地的性格が強い渋谷109やお台場のアクアシティーへの出店は、小生には理解できない。また、杉並診断士会がしばしば使う新東京会館1階にあった店舗も全く不可思議。「げんこつ屋」の客は「げんこつ屋」のラーメンが食べたくて来店するのである。同じ商圈内に複数店舗（当時、阿佐谷には「げんこつ屋」が全部で3店あった）を出店すれば、客を取り合うだけである。「げんこつ屋」は、このように首をかしげたくなくなるような立地に出店し、わずかな期間で撤退した店が実に多い。おそらく償却もすんでいないで、内装や什器備品の除却損はかなりの金額になり、経営の足を引っ張ったに違いない。

次は、接客のひどさだ。小生は「げんこつ屋」の店に行って接客がよかったという記憶が一度もない。客を客とも思わない態度、従業員同士のおしゃべりなどよくもこれだけひ

どい接客ができるものだというレベルである。おそらく、「げんこつ屋」に従業員教育という言葉は存在しないのであろう。ラーメンの食べ歩きに類するブログを書いている人は数多いが、「げんこつ屋」の店員の接客態度はこき下ろされている。これでは、客はまた行きたいとは決して思わないはずである。

最後は、コスト感覚の甘さである。げんこつ屋の店舗はいわゆる一等地に多い。多分、ラクーア、渋谷109、カレッタ汐溜、アクアシティーなどの賃料は坪5万円／月は下らないだろうし、保証金（敷金）も相当な額だろう。ラーメン店の売上は、チェーン店の場合だと平均して月坪20万円とればいいほうであろう。ラーメン店の収益構造というのは、原価率が思ったより高く、一般的にはF Lコスト（原材料費と人件費の合計）は60%（もちろん、一般的な外食に比較すればF Lコストはかなり低いのだが…）を超える。減価償却費やその他の経費を考えると、売上に占める家賃の比率が20%を超えるラーメン店などありえないのである。（杉並中小企業診断士会HPコラム）