

# 拡大する中食マーケットの パイオニア『ほっかほっか亭』が 地区本部を募集!!

青木達也・ほっかほっか亭総本部社長が語る



青木 達也氏  
株式会社ほっかほっか亭  
総本部社長

## 中食マーケットの裾野の 広がり自然な流れ

—— 持ち帰り弁当の『ほっかほっか亭』は“中食のパイオニア”と呼ばれていますが、“外食”市場が低迷する中で、“中食”マーケットの現状と将来展望をどのように見えていますか。

私どもの『ほっかほっか亭』などが“中食”といわれるようになって15年くらいになりますが、働く忙しい人たちや子供たち、あるいは高齢の方々に健康で栄養バランスのとれた食事を提供するというのを考えると、中食市場は今以上に拡大するだろうと見えています。

そもそも、生きている以上は誰でもお腹が空くわけで、その時に誰が作るのかということ、自分で作るのか、家族などグループの中の誰かを作るのか、あるいは第三者の専門家に料金を払って作ってもらうのかという三つが考えられます。第三者の専門家として産業化されたのが“外食”ですね。そのため、健康や栄養バランスを考えると外食の果たす役割は大きくなってきているといえますが、一方で料理技術のコストという問題があります。技術レベルが高ければ高いほど料理の価格に跳ね返るため、可処分所得の高い特定の人たちのものになりがちです。しかし、食の基本は“素材”を食べることであって技術を食べるのではないわけで、大衆のための食事は、素材プラス一定の加工コストを基本とする“中食”になっていかざるを得ない。そういう意味で中食の裾野が広がることは自然の流れなのです。

—— 中食マーケットが拡大していく中で『ほっかほっか亭』の優位性は、やはり注文をいただいてから店内調理を始めるバイ・オーダーですか。

そうです。作り置きはしないということ。やっぱり中食に携わる人たちが、お客様とどう向き合うのかと

いうことが必要ですね。中国やアジアで安いものを探して、工場加工・調理して作り、それを電子レンジで温めるだけで提供していくということでは、本来の意味で安全・安心な食とはいえないでしょう。

それと、ビジネスとしては、バイ・オーダー型はロスがほとんど出ないという優位性があります。素材のままなら原材料ですが、調理した時点からそれは廃棄ロスになる可能性があるわけです。我々は原材料の仕掛かり品を冷蔵庫に貯蔵して、注文をうかがってから調理します。

## 地産地消を支えるのは 『ほっかほっか亭』の地区本部

—— 『ほっかほっか亭』の場合、地域・地区本部制を敷いていますが、地域・地区本部の一部が離脱した現在、地区本部の開設を積極化しています。

その最大の目的は何かというと、やっぱり地産地消なんです。鹿児島へ行けば鹿児島の人たちが日常的に食べている佃煮・漬物・お惣菜・野菜などがあります。そういうメニューを提供する役割、使命が『ほっかほっか亭』にあるのです。つまり我々がパッケージしてテイクアウトで提供するのは“お母さんの味”“家庭料理”ですから、それを北海道から九州まで一律のメニューで提供することは不可能で、お客様は受け付けてくださらないでしょう。

そういう地域に根付いた家庭料理というものは、地域の誰もがその料理を作れるわけではありません。それを我々の手で作り、その地域の人たちが食べられるようにしていくのも我々の役割なんですね。それには地産地消が前提となるので、県単位で地区本部の開設を強力に進めているところです。

—— 重点的に進められている地域はどこですか？

加盟店の出店地域は全国ですが、地区本部に関しては北海道・宮城・山形・福島・新潟・静岡が最重要エリアです。あとは長野・山梨ですね。

—— 地区本部となる企業の規模や年商、食のビジネスの経験などの条件はありますか？

大量生産ではなく1店舗1店舗を作っていく情熱があれば、我々としては認めたいと思っているのですが、その裏付けとなる力、すなわち経験や資本はある程度必要ですね。その意味では、地域、地域の有力企業で情熱を持って『ほっかほっか亭』を大きな事業の柱に育てたいという企業に地区本部になっていただきたい。

お金儲けやパフォーマンスではなく、我々の理念や経営姿勢に共鳴して、一緒にやろうという情熱さえあれば、その他の問題はそんなに大きな障害とはなりません。

—— 地区本部が行う事業イメージはどのようなものでしょう。

加盟店の開発と研修、運営管理、スーパーバイジング、それにロイヤルティの徴収などが地区本部の主な機能となります。人口100万人の県単位で70店舗くらいが適正な出店数と見えていますので、1エリアでは50店舗から70店舗。うち8割くらいがフランチャイズ（FC）店、2割が地区本部の直営店というのが理想です。それで年間売上高は25億から35億円といったイメージですね。

利益に関しては先行費用がかかる

## 『ほっかほっか亭』の 一般加盟店の初期投資モデル (ビルイン型) 単位：万円

項目	金額
加盟金	100
加盟保証金	150
研修費	50
店舗内外装・設備開業雑費	1800前後
開業資金合計	2300前後

※加盟金及び研修費には別途消費税がかかる  
※建設協力金・敷金・前家賃・不動産手数料は別  
※開業資金には、開業準備金が含まれる



ので最初は出にくいと理解してほしいですね。ある程度のユニットができると5%から10%くらいの経常利益が見込めます。それは現在の地区本部の中で実証されている内容です。そして利益というのは事業だけを示すものではなく、従業員が育つのも利益であり、地域の信用が高まるのも利益だととらえてほしいものです。

## 地区本部は農耕型の ビジネスに徹して欲しい

—— そういう利益を大事にしているということですね。

ええ。事業における利益は一面だけを見ているに過ぎません。むしろ、100年に一度という不況の中で事業の利益だけを追求するということが、果たして地元から信用が得られるだろうかという疑問を持ちます。ですから、そういう即物的な利益だけを追求したいのであれば、この『ほっかほっか亭』のビジネスはやらない方がいいと申し上げたい。

ただのお金儲けだけではなく、地域の中で自分たちの役割は何なのかということ認識するところから入ってほしい。地域、地域の家庭料理を提供していくのが『ほっかほっか亭』なのです。家庭料理だから単価は安くして、食材のよさを十分に引き出した料理を提供していくわけ

です。そのためには50店舗ないし70店舗というエリアユニットが必要です。ユニットができれば物流コストも店舗コストも下がる。必然的に適正な利益が付いて来ますよ。

そして、エリアユニットを作るには、お客様に支持されなければならない。独りよがりではなく、熱い情熱を持って一人ひとりの消費者と向き合い、働く人ともスクラムを組んでいかないといけない。地域社会に育ててもらう“農耕型ビジネス”を展開し、その結果として店も増えていくし、売り上げも伸びていくということです。

無理に売り上げや店舗数を追いかけると、お客様に向けるべき注意がお客さまがお客さまになってしまい、遂にはお客様が離れてしまうでしょう。ですから、パートナーとしてはやっぱり狩猟型ではなく、食を通して地域の中にしっかり根を張ってくれる農耕型の企業が望ましいですね。

お問い合わせ先

株式会社ほっかほっか亭総本部  
開発部まで

TEL: 03-3456-6502

(受付: 9:00~18:00 月曜日~土曜日)