

B-Rサーティワンアイスクリーム

# サーティワン』オープン

# 「最後の1000店ブランド」の出店戦略と挑戦



インタビュー

アメリカに本部を置くバスキン・ロビンズ社と不二家の合併会社として1973年にスタートし、翌年1号店を黒目に出店して以来、今年10月までに全国に957店のアイスクリームショップを展開するB-Rサーティワンアイスクリーム(本社・東京)。「最後の1000店ブランド」といわれ、アメリカ発のブランドとしては老舗の同社だが、今

## アイスクリームカフェで月商1900万円

年7月には茨城県の「あみプレミアム・アウトレット」(運営・チエルシージャパン(株))に初のカフェ業態「カフェサーティワン」を出店するなど、新しい挑戦も始めている。同社の今後の出店計画と新戦略について、B-Rサーティワンアイスクリーム管 理本部・経営企画室室長代理の由井宏氏に聞いた。



カフェサーティワン

## 今年度中に980店めざす SCの出店ブレーキが影響

「好調に出店数を増やしている、こうした大型SCの出店に合わせてSCの出店にブレーキがかかっているため、当社も今年から理由を教えてください。」  
理由は2つあって、1つはフランチャイズのオーナーさんたち、2つは店舗だけなく、複数の店舗を出してくださるからです。当社が1店舗だけ出さなく、店舗のほとんどがフランチャイズですが、そのオーナーさんたちが2号店、3号店を出そうと考えると、店舗を増やすとインセンティブがあるという施策をしています。それともう1つが、イオンさんやヨーカ堂さんのパイプができてくるというのも、まちづくり3法の改正(※1)



サーティワンアイスクリーム

## 1300店から先、店をどう増やすか

先、何店まで出店できるかというのが正直分らないですね。そこで他社を見ると、200~1300店がひとつの壁なのかな。

「そうした中で、「カフェサーティワン」をスタートされました。今までのアイスクリームショップとは違う、カフェという業態を出した理由について教えてください。ただ、1000店を目指すという目標は、あくまでもサーティワンのアイスクリームをベースとして出店しているという話をしてきたが、その

て、その延長線上で、もうちょっと違った付加価値のあるスイーツを提供できないか、というところで、カフェ

かやっています。韓国でも10店以上やっています。アメリカの本社から「日本もやらないか」といわれていて、試してみようかというタイミングでもありました。

先、どうやって店数を増やしていくか。天上が1300店だとすると、新たな業態とか、新たな出店の仕方を探っていくとどこかで止まってしまう。そこで、1つの試みとして、カフェという形をやるかという話になりました。

という形は非常にマッチしています。それと、カフェは日本では初めてなんです。アメリカでは何店も出しています。

「出店された場所はチエルシーが展開する「あみプレミアム・アウトレット」。立地としては、この場所を選んだのはなぜでしょう。」  
当社の通常の店舗は平均で15坪くらいなんです。ですが、カフェは40坪と、倍以上のスペースになっています。実は今まではSCさ

「そうしてオープンしたカフェは、ピーク時には2時間待ちの行列ができるほどの好調でしたし、チエルシー自

体もすごく集客力があって、かなり忙しくなりました。客層はどうでしょう。1900万円くらい、8月が1900万円くらい、9月が1300万円くらい、違いはありますか？」  
通常店と変わらないです。ファミリーから若い女性層です。アウトレットモールという立地上、1人で来る客層が多いです。

## 40坪の大型区画にも出店可能に

「先にもお話しした通り、出店できるんです。でも、カフェという業態でも出店できるんです。でも、カフェという業態でも出店できるんです。でも、カフェという業態でも出店できるんです。」