

リーダーに聞け！

株式会社
BC&BF

文：高木 正人 写真：ホクダ 茂



ブームをつくるのではなく、文化に寄り添っていきたい

「なんでもある居酒屋」から
「特別な逸品がある居酒屋」へ

まず「俺の魚を食ってみろ!!」という店名が挑発的である。仕事が終わわり、どこで飲もうかと迷っているビジネスパーソンにとって、このインパクトは新鮮で面白みがあるだろう。

この店のコンセプトを象徴するメニューとして人気なのが、「玉手箱」と名付けられた刺身の盛り合わせだ。

文字通り、玉手箱のような蓋付きの箱が運ばれてくる。蓋を開けると、ドライアイスの煙が立ち上り、そこには紫ウニをはじめとし、毛ガニや黒アワビなど、季節の高級魚と朝貝が盛りつけられているのだ。

高級魚と朝貝の魚介に特化し、たちまち大ヒットブランドとして成長をつづける「俺の魚を食ってみろ!!」。会社設立わずか2年で5店舗のスピード出店を果たし、この8月には新宿に大型店も出店した。

しかし、水面下では大きな決断を下し、大胆ともいえる方向転換を遂げた歴史がある。

「はじめに社長の小林徳馬と考えた方向性は、海のものから山のものまで、何を食べても100%旨いと思える高級食材を取りそろえた飲食店だったんですね。プラチナポークとも呼ばれている白金豚や日向地鶏など、肉ひとつ取ってもブランドものを提供していたんです。魚に関しては、ノドグロや黒アワビなどの高級魚介類ばかり。高級食材の総合百貨店みたいな居酒屋を目指してやってみたんですね。でも、実際にお店をやってみると、お客さまの

「反応がそれほどでもない。お客さまは、私たちの方向性やコンセプトを求めていることが分かってきたんです。そこで大きく行き詰まってしまうました」

そこで浮上したアイデアが大胆な選択と集中だ。

「私も社長の小林も、はつきりとした性格で、グレイゾーンが嫌いなんです。茶髪にするくらいなら、一気に金髪にしたくなるような性格(笑)。そういう考え方を突き詰めた結果、他のすべてを捨てて、高級魚と朝貝でいこうと決めたんです。それが『俺の魚を食ってみろ!!』のはじまりでした」

志を共にする複数の水産会社との出会いを通して、季節の高級魚と朝貝を年間を通して安定供給できる仕組みを確立。刺し盛りの提供の方法も、最初はすし下駄に盛りつけていたところを、よりインパクトを植え付けたいとの想いから、現在の玉手箱スタイルへと進化させてきたのだ。

「想定以上の大ヒットになりました。私たちのコンセプトとお客さまが求めていたものが完全にマッチしたと感じました。赤坂でも神田でも、一切販促・宣伝活動はしませんでしたけど、クチコミだけで一気に火がついたんです。あらためてクチコミの威力には驚きました」

コストダウンに積極的。全ては魚の品質とコストバのために

魚を食べるのが苦手だったアルバイトスタッフが、この店で働くこと魚大好き人間へと変わる。まかないで高級魚と朝貝を食べられるというのは贅沢で

あると同時に、やはり旨いのだ。店づくりは、スタッフたちの手づくりによるところが大きい。

以前展開していた食材百貨店型の居酒屋時代の空間をスケルトンに戻し、コンクリートブロックむき出しのまま、何の造り込みもせずに、がらんとした空間に椅子とテーブルを配置しただけになっている。壁面にはスタッフの手書きによるコメントが描かれているだけという最小限の演出にとどめているのが特徴的だ。

メニューもスタッフの手づくりによって日々用意され、デザインや印刷費などの予算を最小限にしている。クチコミによってお客さまが来店していることを実感できているため、販

促・宣伝費も使わない。

高級割烹や高級寿司店でないとお目にかかれないような品質の鮮魚を出す店でありながら、店づくりに関わる他の要素は徹底したコストダウンがはかられているのだ。

「すべては魚の品質のためです。『なんでもある居酒屋』から『特別な逸品がある居酒屋』へと大きく舵を切った以上、たとえ原価割れ覚悟でもメニューの品質だけは妥協できません。それがすべてのコストダウンへとつながっているのです。現場第一主義の会社ですから、本社機能を大きくするつもりもありません。本社を小さく維持し、現場に裁量権を与えているからこそ、スタッフたちもいきいきと仕事ができ、経営感覚をもてるのではないでしょう」

業態のスタイルで、デフレ時代の終焉を模索

各現場では、さまざまな業態の経験者たちが仕事をしている。居酒屋経験者はもちろんのこと、割烹料理店で修業してきた苦勞人、イタリアンでパスタを極めたきたスタッフもいる。

おすすめメニューの一部には、各現場に裁量権がある。

スタッフの経験を表すように、鮪の生ハムやアヒージョがある店舗もあれば、北海道の鮮度抜群のホタテをわざわざ燻製にして提供する店舗もある。

「店長に運営を任せています。それを支えるのが本社という考え方です。高級魚と朝貝をメインにしながらも、店舗ごとに付加価値をつけていくことも

目指しています」

会社として、今後も「俺の魚を食ってみろ!!」ブランド一本に絞って展開していくのだろうか。

「今はまだ俺の魚を食ってみろ!!」のブランド力を高めていくことに全力を尽くしていますが、将来的には核となる業態を3つほど育てていきたいと考えています。それは魚だけにとらわれずに、自由な発想で、さまざまなチャレンジをしていきたいですね」

デフレ時代に流行した業態の代表格として、全メニュー均一価格で提供する業態や、完全個室化という空間をウリにする業態があった。

しかし「株式会社BC&BF」が今、表現しているのは、その真逆である。最高品質の高級魚と朝貝を、遮るものがない見晴らしのいい空間で愉しんでいただくというスタイルだ。

「私たちはブームをつくるのではなく、文化に寄り添っていききたいと思っています。文化に向き合い、高めていきながら、食材の品質と、驚くほどのコストパフォーマンスの良さを追求していきたいですね。ちなみに、BC&BFという社名の由来は、Best company Best fortune(最高の仲間と最高の幸せを掴む)の略で、従業員満足度を高めたいというテーマを表現したものです。まだ若い会社ですが、スタッフたちと価値を共有しながら、スピードをもって成長していきたいですね」

デフレ時代が終焉を迎え、新しい時代の空気感を呼吸するかのよう躍進をはじめた「俺の魚を食ってみろ!!」ブランド。今後の成長から目が離せない。



株式会社 BC&BF
専務取締役
岩崎 大輝
Taiki Iwasaki

1988年、神奈川県生まれ。10代の頃、アルバイトをしていた渋谷の居酒屋で小林徳馬氏(現:株式会社BC&BF社長)と出会い、小林氏についていこうと、18才の時に決心。2009年、21才で個人店を立ち上げ、2011年には「株式会社BC&BF」に法人化。高級魚と朝貝に特化した居酒屋をコンセプトに大ヒット店に成長。現在、直営6店舗を展開中。

株式会社 BC&BF — 店舗情報 —

<p>俺の魚を食ってみろ!! 神田本店 東京都千代田区内神田3-19-10 ソーシャルビルB1F ☎03-6206-9680</p>	<p>俺の魚を食ってみろ!! 神田分店 東京都千代田区神田多町2-2-3 1F ☎03-3525-4208</p>	<p>俺の魚を食ってみろ!! 神田南店 東京都千代田区鍛冶町1-3-8 楽楽ビル1F~3F ☎03-6206-0873</p>
<p>俺の魚を食ってみろ!! 赤坂見附店 東京都港区赤坂3-10-6 モリタ八洲ビルB1F ☎03-5545-9573</p>	<p>俺の魚を食ってみろ!! 田町本店 東京都港区芝5-27-13 YA三田ビル2F ☎03-6459-4836</p>	<p>俺の魚を食ってみろ!! 西新宿店(B.18OPEN) 東京都新宿区西新宿7-10-14 富士山ビル1F ☎03-6980-7482</p>

現在6店舗展開中
<http://bcandbf.co.jp>

同社に興味を持たれた方は「特集：9月～12月OPENのお店」をご覧ください。