

昼と夜で別の店 協業「二毛作」広がる

うなぎ・焼き鳥、焼き魚・居酒屋…コスト削減

新型コロナウイルス禍で大きな打撃を受けた外食産業で、店舗を他の事業者と貸し借りする「二毛作営業」が広がりを見せている。同じ畑で時期をずらして異なる作物を栽培するように、夕方から営業する居酒屋で昼間は他の事業者がランチ営業するなど、施設を有効活用することで双方のコストが抑えられるためだ。事業者間やチェーン内の業態間での協業にとどまらず、個人事業主間の協業をマッチングするサービスも登場している。

空き時間の店舗活用

飲食店などを全国展開するヴィア・ホールディングスは、居酒屋「やきとりの扇屋（看板は焼鳥オオギヤ）」の二毛作営業を令和3年9月に始めた。飲食店支援や飲食店運営などを手掛けるG-FACTORYが展開するうなぎ料理店「名代宇奈とと」との協業店を展開している。

ももとは「やきとりの扇屋」として夕方から営業してきたが、現在は両社のブランドを看板に掲げ、昼間はうなぎなどを提供する



ラーメン店「希望軒」の軒先に出店したうなぎ料理店「名代宇奈とと」のテイクアウトコーナー —大阪府高槻市 (G-FACTORY提供)

居酒屋「焼鳥オオギヤ」と「名代宇奈とと」の協業店舗 —東京都足立区 (ヴィア・ホールディングス提供)

うなぎ店として営業する。ヴィアが店舗を運営し、G-FACTORYがうなぎ料理の食材を提供するとともに、ヴィアからライセンス収入を得る形だ。

業績は好調に推移している。両社は毎月数店のペースで二毛作店舗を増やしており、現在は計36店にまで拡大した。ヴィアでは「稼働時間が増え、売り上げも伸びている。今後も立地などを考慮し、こうした店舗

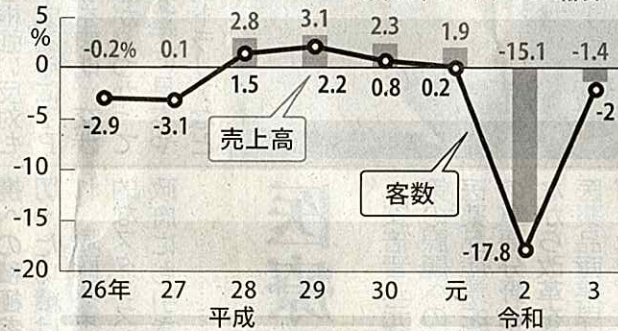
を増やしていく」（広報担当者）戦略だ。

直営14→100店超に

一方、G-FACTORYはヴィア以外にも、小規模な居酒屋との協業や、店頭うなぎ料理のテイクアウトコーナーを出店する取り組みも続ける。「コロナ禍前の令和元年に直営14店だった店舗が計100店以上にまで増加した。食材提供やライセンス収入の増加で売

外食産業の「売上高」「客数」の増減率推移

出典・日本フードサービス協会



り上げも伸びている」（広報担当者）という。

自社内で二毛作営業を行うケースもある。居酒屋「天狗」などを展開するテナライドは昨年秋、自社で展開する居酒屋「大衆スタンド神田屋」と、とんかつ店「大衆とんかつかんた」を組み合わせ、昼はとんかつ店、夜は居酒屋として営業する店舗を東京都新宿区内に出店した。昼は焼き魚専門店、夜は居酒屋な

ど異なる組み合わせも含め、現在は二毛作店舗を4店営業している。

仲介サービスも好調

個人店舗の二毛作を支援するサービスも始まっている。外食大手の吉野家ホールディングスは、空き時間やスペースを有効活用したい飲食店オーナーと、そうした時間などを活用して開業したい人をマッチングするサービス「シェアレストラン」を2年5月に始めた。利用者は増えており、「営業を開始した店舗は前年より145店増えて377店に、登録者数も149人増の737人と好調に推移している。引き続き強化・拡大を進める」（広報担当者）という。

日本フードサービス協会によると、外食産業はコロナ禍で多大な影響を受け2年の売上高は前年比15.1%減、客数も17.8%減と2桁のマイナスとなった。余波は続き、3年はさらに落ち込んだ。

今年はコロナ禍前と同様の営業状態に戻りつつあるものの、ウイルスと共存するウィズコロナ時代の市場動向は依然不透明で、材料費の高騰など外食産業を取り巻く環境はなお厳しい。集客力アップと効率化につながりやすい二毛作営業への期待は高い。

(青山博美)