

プレミアムブランド牛「榊山牛」による全部位の商品化と創作料理の差別化

「焼肉ふるさと」

日本の広島県の人々に最も人気のある焼肉店といえば、みんなが口を揃えて「焼肉ふるさと」と答えます。外食産業の調査が先月実施した広島焼肉ベンチマークツアーで、満足度1位と2位の両方を獲得したのも「焼肉ふるさと」でした。肉の品質と味はもちろん、盛り付けやサービス、そしてコストパフォーマンスまで、顧客満足度のポイントは多岐にわたります。この人気に支えられ、焼肉ふるすとは8年前に本店をオープンして以来、広島に5つの直営店を展開し、最近では東京銀座店にも焼肉店をOPENして、計6店舗を運営しています。広島新幹線駅の弁当販売店やラーメン店も含めると、合計8店舗となります。各店舗はどれも繁盛しており、最近の東京銀座店への進出は、長い歴史と伝統を重んじる日本の通念とは異なる程の急速な成長を示しています。この成長の原動力は何なのか？その疑問を解消するために、日本の広島県にある「焼肉ふるさと」を訪れ、その実態を確認してみました。





品質・コストパフォーマンスともに満足、8年で直営店8店舗

日本の焼肉店の大多数の大衆店舗は、肉や料理の品質を適度にする事で価格を安価に抑えて経営をします。そしていわゆる一部の「高級店」と呼ばれる店舗は価格を高価に設定する代わりに、肉の品質や料理の味だけでなく客席の状態や接客サービスも最高級のものを提供しています。しかし、広島にこの通念を覆し、価格のみ大衆的で、それ以外の要素を高級コンセプトに持つ店舗が登場し、近年成功を収めています。それが広島県にある「焼肉ふるさと」です。

「焼肉ふるさと」は、素材の和牛肉の品質や味はもちろん、客席の状態や接客サービスまで高級焼肉店のそれ以上のサービスと品質を提供しながら、コストパフォーマンスも抜群です。既存の焼肉店よりもメニューが多様で独創的です。適度な霜降りがのった和牛のさまざまな部位の少量ずつ調理・調味し盛り付けがされており、付け合わせの野菜も産地直送で新鮮さを保っています。この会社の代表は他の焼肉店と差別化を図るため、1年に150店以上をベンチマークし、新しい看板メニューを次々と開発・提供しています。この努力のおかげで、他企業が真似することが難しい、最良の味と品質、そして優れたコストパフォーマンスを持つメニューを次々と生み出し、オープン8年で直営店6店舗と弁当販売店、そしてラーメン店を含む計8店舗に拡大し、最近では東京銀座にも進出してグローバルな焼肉ブランドとして成長を遂げています。

脂っこさのない豊富な肉汁、バラエティ豊かな創作料理の饗宴

まず取材チームは、ふるさとの直営店の中で月間売上 1 位を誇る広島駅前店を訪れました。オープン前から入店待ちのお客様で店舗の入口は賑わっていました。

1 階には案内と精算を行うカウンターやオリジナルプリンを販売するショーケースがあり、オープンキッチンが活気に満ちた雰囲気を演出しています。エレベーターを利用して 2～4 階に設けられた個室に案内されましたが、若い男女スタッフの親切な対応は、韓国国内の高級店の接客サービスよりも活気に満ちていました。

まずメインメニューの肉を選びましたが、タン、肩ロース、バラ肉、カルビ、モモ肉、ミスジ、ホルモン、ミノなど、和牛のさまざまな部位が販売されていました。

カルビを軽く焼いてタレに浸し、口に入れると、日本最高峰の最高級和牛を食べた時のようなとろける感覚とともに、カリッとしつつも柔らかな食感が加わりました。肉汁が口の中でさっぱりと溶け、心地よい香ばしさが残ります。続いて他の部位も試食しましたが、脂肪分の多い肉をたくさん食べても脂っこさや重さを感じることない感覚が大変驚きでした。

その後、きれいにカットされた少量のキャベツ、ピーマン、玉ねぎ、韓国のキムチ 3 種類、レタスとニンジンなどが透明なボウルに花瓶のようにデコレーションされた野菜バスケット、バーナーで表面を軽く炙ったユッケ飯、熱された土鍋の中で炒められたニンニク炒飯などを追加注文しました。特に注目を集めたメニューは、ジュウジュウと音を立てて登場した土鍋ニンニク炒飯でした。韓国の日本料理店で見かける「アルバブ」(卵ご飯) に似た見た目でしたが、牛の脂とニンニクで風味付けされた温かい和牛炒飯でした。同行者の多くは、韓国の焼肉店でも取り入れたいメニューだと話していました。



高級飼料・長期肥育で元肉の価値を倍増させた「榊山牛」

ふるさとで販売される牛肉の大部分は、独自に開発された広島県下最高級和牛「榊山牛」という自社ブランド和牛です。またそのすべて冷凍や解凍処理を一切行わない新鮮な冷蔵肉で提供されており、屠殺からお客様の食卓に上がるまで、すべての工程が厳しい温度管理の下で行われています。このように新鮮さを保った肉は、軽く焼くだけでしっとりとした食感と豊富な肉汁を味わうことができます。

榊山牛は赤身に脂肪（霜降り）が均等に行き渡っていながらも、脂っこさがなく香ばしい風味があり、噛むたびに感じられる濃厚な味わいが特徴です。その理由は、一般の牛肉よりも榊山牛の融点が 16.4 度と低いためです。一般的な牛脂は融点が 30℃程度と高く、固まりのまま口から胃袋へと体内に入るのに対し、16.4℃という低い融点の榊山牛の脂肪は、口に入れた途端に溶けるため脂っこさがないのです。

実際にふるさとの肉は、ほとんどが鮮やかな赤い肉色を持ち、「霜降り」と呼ばれる、赤身と脂肪とのバランスが均等に分布していました。日本の牛肉は韓国とは異なり、肉量等級（A～C）と肉質等級（1～5）を複合的に判断して等級が付けられ、肉量 A 等級を取得した牛肉を対象に、さらに BMS マーブルングスコアや筋内脂肪度に基づいて 1 等級から 12 等級に分けられます。数字が高いほど商品価値の高い肉とされています。この点からも、ふるさとの牛肉は見た目だけでも非常に高い等級の肉であることがわかります。

榊山牛は「最も美味しい広島牛をお客様に食べてもらいたい」というコンセプトとして作られた思いで、10 年間にわたって開発された広島の最高級ブランド和牛です。

天然水や広島県産の稲わらなど、指定された飼料を主食とし、通常の牛より 100 日以上長い 32 ヶ月（974 日）という長期肥育を行って得られる和牛肉です。広島県内での食肉用牛の肥育期間が 24～28 ヶ月であることを考えると、非常に多くの時間と費用を投資していることになります。





セントラルキッチン(CK)システムの運営と小分け冷蔵肉の流通

「ふるさと」は「榊山牛」をはじめ、広島でも厳選された牧場でのみ飼育された牛を購入しています。そして、どの店舗でも同じ味のメニューを提供するために、仕入れから加工まで一貫して行うセントラルキッチン(CK)システムを運営しています。

取材チームは、「ふるさと」のCKがある本店の段原店4階精肉所を訪れました。30年以上の経験を持つ肉加工の専門家5名が、取材地チームが驚くほどの冷気に満ちた加工場で熟練の技を駆使していました。

広島県中央食肉市場で骨を除去し、大きく分割した後、真空包装でこの加工場に運ばれた肉は、いかなる天候の日でも室内は14℃以下の冷温度を維持しなければならず、「榊山牛」の16.4℃の低い融点でも脂肪層が溶けないように細心の注意が払われています。

そのため、熟練の職人達もできる限り体温が触れないように、指先だけで肉を繊細に扱います。ここで処理された肉は再度真空処理を施し、冷凍されずに新鮮さを保ちながら毎朝「榊山牛」の取扱店へと配送されます。ここで処理された肉がすべて低価格で販売されるわけではなく、部位ごとに価格を差別化して戦略的に小分けされます。大きな塊で入荷した肉を、150～200gほどにカットして真空再包装します。2人前程の小さな分量で小分けすることで、各々で事情の違う取扱店各店舗でのオペレーションが飛躍的に向上し、在庫管理も効率的になります。

高級部位であるロースやヒレの一部はミシュラン級のレストランに高価で納品される一方、「ふるさと」ではどの部位もコストパフォーマンスの高い価格で消費されます。ただし、最近オープンした東京銀座店では、榊山牛の中でも血統等も選別したプレミアムクラスの榊山牛の高級部位を銀座の自店舗で高めの価格設定として差別化販売しています。

また、肉のトレーサビリティも徹底されています。どの店舗でも和牛の個体履歴を簡単かつ確実に把握できるように、小さなブロック一つ一つにバーコードを貼り付け、味や品質による問題やクレームが発生した際に原因分析と迅速な対応が可能となっています。このバーコードを確認すれば、牛の血統、屠殺日、そしてどの牧場のどのスペースにいた牛かまで全て把握できます。



「焼肉に向かない」部位を活用した弁当、1日売上100万円

「ふるさと」は全ての和牛肉を冷凍せず生の状態で流通させることを信念とし、牛の全ての部位をメニュー化することを目標としています。余った部位が出た場合は冷凍しなければならず、冷凍・解凍の工程を経ると商品価値が著しく低下してしまうからです。「ふるさと」で多様な部位を使用した創作焼肉料理を提供する理由はこの点にあります。

広島駅の新幹線改札構内で営業している弁当販売店やラーメン店も、牛一頭を無駄なく消費するための代替手段として開業しました。焼肉店ではメニュー化しにくい、いわゆる「焼肉に向かない部位」は、プルコギなどの味付けをして弁当として販売します。「焼肉に向かない部位」を正当な販売価格で消費し、契約している牧場維持のために始めた弁当販売は予想以上に高い売上を記録しています。段原本店では、1日100個ほどが販売されており、新幹線駅の弁当販売店では、1日600～700個が販売され、1日の弁当売上は100万円に達します。

弁当販売店のすぐ隣には「ふるさと」が運営するラーメン店があり、ここでは牛の腱を煮込んだスープが提供されています。このように、牛一頭を無駄なくメニュー化したおかげで、「ふるさと」の焼肉メニューは低価格を維持したまま最高級のブランド和牛を提供することが可能になっています。

また広島の新幹線駅では、「ふるさと」の弁当を宣伝するアニメーション動画も見ることができます。「榊山牛」がどのようにして美味しい弁当に仕上がり、販売されているのかというストーリーをアニメーション化し、親しみやすく伝えようとする戦略です。

不動産の専門家&ブランド牛開発者&焼肉の専門家

焼肉ふるさとは、広島県内に5店舗を展開しており、最近では東京銀座店にも進出し、合計6つの直営店を運営しています。さらに、弁当販売店やラーメン店も含めると、合計8店舗を運営していることになります。これらの成果は、わずか8年で達成されたものです。郊外に位置する焼肉ふるさと西条店の場合、週末になると600人以上の家族連れで賑わい、1人前のカルビを1000円以下で販売するほどコストパフォーマンスも優れています。

本店をはじめ、直営店のほとんどはテナント物件ではなく独立した建物を使用しており、1階から4階までをビル1棟丸ごと焼肉店として使用しています。初期投資費用や人件費、維持費も相当なものですが、どうしてこれほど短期間で多くの拡大を実現できたのか？さらに、これほど多様で魅力的なメニューがどうしてコストパフォーマンスに優れた価格で提供できるのか、不思議に思いました。このような驚異的な成長を目の当たりにした我々は、外食業界で長年の経験を持つ日本の「外食産業の巨人」が大胆に投資して展開しているレストランではないかと推測しました。しかし、外食経営取材団が会った焼肉ふるさとの代表は、驚くべきことに、外食業の経験がなく、不動産の専門家であり、今や40歳を少し過ぎたばかりの若い人物でした。



3年間肉処理の日々、ブランド牛の成功を経て、ふるさと直営店の拡大へ

海田代表は、それまで一度も包丁を手にしたことがありませんでしたが、祖父の焼肉とは全く異なる「自分ならではのスタイル」での焼肉店で成功したいという強い意志が、ある日芽生えたと語ります。それからの3年間一日も休まず厨房でひたすら牛肉を処理し、実践を積みました。そして、彼が開発したプレミアムブランド牛「榊山牛」が完成したとき、全国のメディアを呼び、新しいブランド和牛の誕生を知らせ、焼肉ふるさととの直営店拡大に取り組みました。焼肉ふるさと段原本店をオープンした当初は、開発が完了していなかったため、一般的な広島牛を使用せざるを得ませんでした。ただの広島牛では海田代表を満足させることはできなかったのです。

広島は古くから日本有数の牛の飼育地であり、生産量は多かったものの、神戸牛に匹敵する品質の牛肉を見つけるのは困難でした。海田代表は広島でも神戸牛よりも優れた牛肉を生産したいという情熱を持って、10年という時間と多大な努力と費用を投じ、その成果を実現しました。

神戸牛は「肝料理にフォアグラがあるように、ステーキには神戸牛がある」という言葉があるほど、日本最高の和牛肉として評価されていますが、海田代表が開発した広島の榊山牛もまた、グローバルなブランド和牛として評価される日を夢見ています。海田代表は、「良い牛肉は愛情だけでは作れない。時間とお金を惜しまず使ってこそ、ようやく良い牛肉ができる」と公言しており、榊山牛と他ライバル和牛との差別化を強調しました。



高級飼料で 32 ヶ月まで長期肥育された黒毛和牛・榊山牛

実際、牛肉の質は肥育の段階で全てが決まります。肥育期間（月齢）、飼料の配合比率、穀物や水など、何を食べさせるかによって肉の味と脂の質が変わるからです。

榊山牛は、海田代表が時間と費用、労力をかけ、これまでの和牛のイメージを変えた極めて稀な例です。海田代表は、数百頭の広島牛や全国の有名ブランド牛（松阪牛、米沢牛など）を食べ比べた結果、「32 ヶ月以上の長期肥育」「自家牧場での飼料配合」「ストレスのない牛舎の整備」など、費用と労力を惜しまずかけることが最高の牛肉を育てるための必須条件だという結論に達しました。そして、「最も美味しい広島牛をお客様に食べてもらいたい」という思いから、広島県内の肥育農家や食肉卸会社を集結して作り上げたのが、広島牛の最高級ブランド「榊山牛」です。

榊山牛の最大の特徴は、長期肥育と融点にあります。長期肥育を行う理由は、風味と香りを代表するラクトンやオレイン酸、うま味成分であるイノシン酸やグルタミンが 29 ヶ月を過ぎた頃から豊富に含まれるようになり、また、上質な脂肪成分である不飽和脂肪は生後 30 ヶ月を過ぎると体内で徐々に変化するためです。また、榊山牛の脂肪融点は 16.4℃と、日本の牛肉ブランドの中で最も低く（日本を代表する神戸牛・松阪牛等のブランド和牛の融点も 17℃程度）、口内で簡単に溶けて液状化する不飽和脂肪は、スープ化された状態で胃に流れるため胃に負担がかからないと言われています。長期肥育には莫大な費用と時間、技術が必要なため、1 ヶ月に出荷できる頭数は 15～19 頭と非常に限られています。そのため、榊山牛は現在最も希少価値の高い和牛の一つでもあります。



1 年 150 回以上のベンチマークと創造的で迅速な実行力

海田代表は、現在 3 つの牧場と提携しています。和牛の生産者と協力し、良質な飼料を与え、長期肥育によって脂肪が均等に行き渡った柔らかい食感の牛肉を生み出しました。

最初は 1 牧場で 90 頭の牛だけを榊山牛として肥育していましたが、現在は 400 頭以上に増え、さらに 2 つの牧場と契約したことで、徐々に榊山牛の飼育規模を拡大しています。

榊山牛の飼育規模の拡大は、ふるさとの直営店の拡大と密接に関連しています。ふるさとの売上が上がるほど、必要な牛の量が増え、それに見合う牛が継続的に供給される必要があるからです。

このような運営方式が成功するためには、継続的なメニュー開発力が欠かせないと海田代表は断言します。独創的で美味しい新作メニューを作り、それを定期的に販売することでより多くのお客様が訪れ、それにより牧場で肥育する牛肉頭数の需要が右肩上がり且つ継続的に必要とされることになる。と海田代表は考えます。

海田代表はこのために、1 年間で約 150 軒のレストランをベンチマークしていると言います。日本全国はもちろん、世界中の有名なレストランを可能な限り自分の目で確かめ、焼肉ふるさとに取り入れられる要素を探し出します。勿論、韓国にも頻繁に訪れ、在日韓国人コミュニティに根付いた韓国の感性を取り入れたレストランのメニューを見て、日本の文化に合うように再創造してメニュー化します。

例えばふるさとのキムチの場合、日本人が経営する工場で製造されていますが、そこで働いている大半は韓国人のため、日本の他のレストランで提供される一般的なキムチよりも、はるかに韓国の味に近いと評価されています。サイドメニューや野菜、その全ての盛り付けなども独創的です。海田代表が継続的にベンチマークを行い、メニュー開発に注いだ努力の結果です。そのため、ふるさとの全店舗は常に満席であり、榊山牛は冷凍庫に入る間もなく全て新鮮な冷蔵状態のまま今日も消費されています。



8 ヶ月齢の良質な血統の雌子牛だけを選定

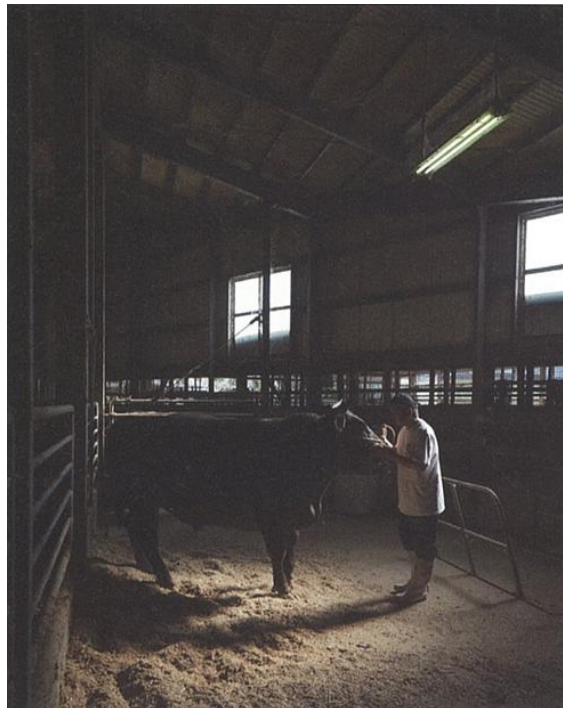
榊山牛は、より美味しい和牛肉を生産するために、子牛の競り市場で良質な血統を持つ 8 ヶ月齢の雌の子牛だけを選び、専属牧場で丁寧に長期間肥育されます。

榊山牛を肥育している牧場は現在 3 カ所あり、各牧場で 100～200 頭の牛を肥育しており、今後さらに 1 カ所の牧場を追加して、合計 500 頭以上の榊山牛を肥育する予定です。

一つの囲いで 2 年間にわたり 15～18 頭の和牛を一緒に育て、22 ヶ月になると個別の部屋に移し、仲の良いペアを一つの囲いに入れて育てます。榊山牛となる牛の餌は、日本国内の和牛肥育に一般的に使用されている安価な混合飼料ではありません。

大豆やトウモロコシなど人間が口にできる程栄養価の高い特別な飼料を別途購入し、それらを毎日自家配合して与え、牛の成長段階の最後の 6 ヶ月間は牛の餌としては驚く程高価なカシューナッツ粉を与えます。そして 32 ヶ月ほどの長期間育てられた牛は屠殺場に移されますが、最終的な 1 頭あたりの平均重量は約 800kg と一般的な和牛と同じです。

このように、一般の牛よりも肥育期間が長く、高価な飼料を毎日配合変化させながら与えるため、飼料費は一般の和牛の 1.5 倍、約 3 万円にもなります。特別な高級飼料で長期肥育されたおかげで、榊山牛は総重量は変わらずとも、その特別に優れた肉質を今日も多くのレストランで認められているのです。榊山牛の生産牧場である馬上牧場はかつて、5 年に一度行われる和牛コンテストでは 3 回、天皇杯でも 1 回優勝した実績がある日本屈指の名牧場です。広島牛の生産を止め、榊山牛の生産にシフトチェンジした現在の馬上牧場は広島や日本国内のブランドの域を超え、世界一の牛肉の称号を目指しています。



外食経営の「ヨンソンカルビ」、日本の焼肉の最強者「ふるさと」との技術提携

外食産業取材チームは、海田代表の案内で、広島畜産技術センターと榊山牛牧場、そして広島中央食肉市場を回り、広島牛の歴史と、海田代表が育てる榊山牛がいかに他ライバル牛より優れた取組みをしているのかを確認しました。続いて海田代表は取材チーム一行を「焼肉ふるさと段原本店」の厨房内へ案内し、当日屠殺されたばかりの新鮮な牛のレバーやタン、センマイ、大腸、大動脈、等のホルモンや、精肉のトモバラカルビなどを試食させました。レバーやタンは全く臭みがなく、新鮮な味と食感を持っていました。

試食が終わった後、外食経営のキン・ヒョンス代表と焼肉ふるさとの海田代表は協約式を行い、記念撮影をしました。技術提携を通じて、必要なメニューや技術を相互に協力し、交流を深めていくことを約束したのです。

外食経営は韓国で焼肉店「연성갈비（ヨンソンカルビ）」で成功を収めながら展開しており、また韓国唯一の「焼肉専門教育機関」でもあります。今回の技術提携を契機に、今後は「焼肉ふるさと」に必要なメニューの教育を行い、必要に応じてレシピも共有します。焼肉ふるさとが開発したプレミアムブランド牛「榊山牛」が世界一となるために支援するだけでなく、今後、外食経営は焼肉ふるさとの成功ノウハウに興味を持つ外食関係者と共に、広島焼肉のベンチマークも推進する予定です。

焼肉ふるさとは、商品力と接客力が優れた高級焼肉店でありながら、全ての部位を完全に商品化し、コストパフォーマンスも兼ね備えた希少なレストランです。特に焼肉ふるさとの全店舗の中で売上1位を記録している広島駅前店は、アクセスの良さも相まって今後の成功がさらに期待されます。将来的には、「연성갈비（ヨンソンカルビ）」の韓国風タレや韓国風サイドメニューも焼肉ふるさと側に提供したいと考えています。そして「焼肉ふるさと」が現在一般客に提供しているメニュー、それはミシュランガイドに掲載される程高品質な焼肉創作料理ですが、こちらに関する技術やレシピなども我々と情報交換する予定です。

また今年オープンした肉匠ふるさと銀座本店の場合、外食経営が運営する「연성갈비（ヨンソンカルビ）」チームが2024年9月初旬に訪問し、深層取材と分析を行う予定です。広島で圧倒的1位を走る焼肉ふるさとを通じて、韓国の「연성갈비（ヨンソンカルビ）」も技術力が倍増することが期待されます。

