

居酒屋
超え!

ちよいい飲み

革命



売れ筋
メニュー

308

選



新しい飲み文化がわかる!

新しい飲酒シーン

飲み心を誘う味なおつまみ満載



モスバーガー／フレッシュネスバーガー／KFC／築地銀だこ／ガスト／華屋与兵衛／ジョナサン／タリーズコーヒー
一風堂／リンガーハット／餃子の王将／れんげ食堂／バーミヤン／名代富士そば／丸亀製麺／なか卯
CoCo 壱番屋／カレーショップC&C／もうやんカレー／エノテカ／ミニストップ新業態／角打ち ...etc.

居酒屋
超え!

ちよいい飲み革命

売れ筋
メニュー

308

選



はじめに

吉野家が赤提灯を掲げて「吉呑み」を開始したのが2013年。

「居酒屋飲み」「宅飲み」とは別種の新たな飲酒シーンである「ちよいい飲み」はまたたくまにブームとなり、大手チェーンから個人店まで、こぞってちよいい飲み市場に参入した。2015年に入ると、居酒屋以外のさまざまな業態におけるちよいい飲み文化はすっかり定着。もはや、飲み屋は居酒屋だけを指すものではなくなった。

ちよいい飲みがここまで浸透した要因としては、まだ不況を脱し切れていない現状、「ちよいい飲みは安く飲める」点がまず挙げられる。財布を傷めることなく飲みたい、という消費者は依然として多く、軽く安く切り上げられるちよいい飲みは、そうしたニーズに合う。

若者を中心に、社会的な付き合いは「ストレスにならない程度に軽く」と志向する現代人が増え、「居酒屋での飲みの付き合いは重い」と捉えられるようになったのも一因だろう。誘う側としても、居酒屋の「本気飲み」に誘うのは気が引けるが、1〜2杯のちよいい

飲みなら声をかけやすい。

また、「自分の時間を大事にしたい」という現代人のライフスタイルは「ひとり飲み需要」につながっており、これもちよいい飲み市場を支えている。特に、働く女性が増えた昨今では、「仕事後、ひとりで一杯飲んで疲れを癒してから帰る」女性が急増。実際、「女性ひとり飲み」を重要な顧客ターゲットと見据える店は多い。

現代人の志向を考えると、「広まるべくして広まった」といえる、このちよいい飲みの潮流に小誌ではスポットを当てた。ちよいい飲み客の呼び込みに取り組む「居酒屋以外の業態」の注目店を徹底取材し、「来店客の傾向」や「店舗運営で注力している点」「ちよいい飲み店として好調の理由」を掘り下げた。その上で、各店の「売れ筋メニュー」やキラリと光る「名メニュー」を選出して解説。どれも消費者の「飲み心」をそそる優秀メニューであり、新たな客層を掘り起こしたい飲食店にとっては、必ず即戦力のヒントとなるはずだ。

「日経外食レストラン新聞」記者 森明美

本文目次

19 ファストフード・ファミレス・カフェ

- 20 モスクラシック 千駄ヶ谷店
- 24 フレッシュユネスバーガー 横浜西口店
- 28 ケンタッキーフライドチキン 高田馬場店
- 32 築地銀だこハイボール酒場 新橋店
- 36 ガスト
- 38 華屋与兵衛 高田馬場店
- 42 ジョナサン
- 44 タリーズコーヒープライムファイブ 東急プラザ銀座店



49 ラーメン・中華

- 50 一風堂浜松町スタンド
- 54 リンガーハット ちゃんぽん酒場 浅草駅前店
- 58 GYOAHO SHO 大宮駅西口店
- 62 れんげ食堂 TOSHU 京王永山店
- 66 バーミヤン



69 そば・うどん・カレー

- 70 名代富士そば 高円寺店
- 72 丸亀製麺 新宿文化クイントビル店
- 74 なか卯 西新宿店
- 78 カレーハウス CoCo壱番屋 夜ココ JR大宮駅西口店
- 80 カレーシヨップ C&Cダイニング 京橋店
- 84 もうやんカレー 大手町店

87 酒販・専門店・その他

- 88 ワインシヨップ・エノテカ GINZA SIX店
- 90 日本酒 室
- 94 相模屋本店 角打ち
- 98 河米伊藤酒店 角打ち
- 102 駿河屋賀兵衛 万世橋店
- 106 缶's Bar
- 108 神田鐵道倶楽部
- 112 cisca 日本橋本町店

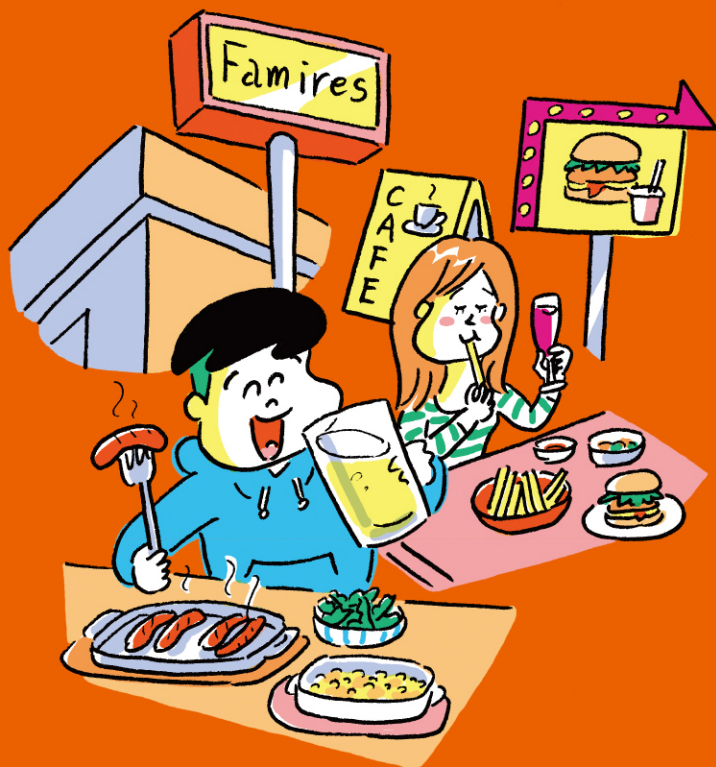


コラム

- 48 データでわかる「ちよい飲み」
居酒屋から「ラーメン・餃子店」「ファミリーレストラン」へ
／ちよい飲み「いま」がわかる意識調査
- 68 データでわかる「ひとり飲み」その①
「ひとり飲食」が一般化し、その延長線上で浸透した「ひとり飲み」
- 86 データでわかる「ひとり飲み」その②
酒好きにとってはもはや日常 「ひとり飲み」の楽しみ

*小誌の内容は、平成29年4月～平成30年1月にかけて取材した情報を基にしております。そのため、現在はメニュー変更、廃止となったものもあります。また、記載内容や店DATAが変更になっている場合もあります。以上をご理解の上、ご購入をお願い申し上げます。

*小誌に記載されている価格について、「税別」と付記されているもの以外はすべて税込価格です。



ファストフード・ ファミレス・カフェ

🍷 特徴

誰もが気軽に利用しやすい明るい雰囲気から、これまでの居酒屋ではあまり見られなかった女性ひとり飲み客に支持されている。ファミリーやグループで来店し、食事やコーヒー、そして軽いアルコールと、個々が気兼ねなく好きな楽しみ方ができる点も魅力。

🍷 メニューの傾向

バルをイメージした料理が目立つ印象。女性向けに、ちょっとずつたくさんの料理が楽しめるよう、タパス風の小皿料理を揃えていたり、「食事にプラスする一品料理」がそのまま優秀なつまみとして好評の店も多く見られる。

▼ Contents

モスクラシック	20
フレッシュネスバーガー	24
ケンタッキーフライドチキン	28
築地銀だこハイボール酒場	32
ガスト	36
華屋与兵衛	38
ジョナサン	42
タリーズコーヒープライムファイブ	44



ファストフード

モスクラシック 千駄ヶ谷店



MOSCLASSIC

出来たてハンバーガーとみずみずしい野菜へのこだわりで、FF（ファストフード）の中でも品質や素材にこだわる「モスバーガー」その上位業態のレストランとして「大人のためのモス」をコンセプトに、2015年11月にオープンした。ワンランク上のグルメバーガーとフレンチのシェフ監修のビストロ料理、そしてアルコールを楽しめる、モスバーガーにとって新たな試みの旗艦店だ。

ハンバーガーに
たどり着かずとも
大いに満足



提供される料理は、「モスらしさ」がうかがえる食材を使い、フレンチのシェフがアレンジしている。

店 DATA

住所	東京都渋谷区千駄ヶ谷1-8-11
営業時間／定休日	11:00～23:00／不定休
席数	54席、テラス4席
喫煙	禁煙（喫煙ブースあり）
ビールの銘柄	ハートランド
平均客数	平日100組・150人、週末160組・350人
ちょい飲み平均客数	来店客の約6～7%
ちょい飲みピーク時間・曜日	16時～17時 20時～23時
ドリンク・料理の平均注文数	女性1人客／2杯、2品
男女比	4:6

ドリンクMENU ※一部抜粋

- ハートランド生ビール 550円
- シャンディーガフ 580円
- スパークリングワイン（コドーニュクラシコ・セコ、白／グラス） 580円
- スパークリングワイン（同／ボトル） 2,980円
- ハウスワイン（チリ／赤、白／グラス） 430円
- ハウスワイン（チリ／赤、白／ボトル） 1,980円
- IWハーパー、同ハイボール 各550円
- サングリア（赤×オレンジ&カシス、白×パイン&オレンジ） 各580円
- カクテル 各580円



居心地のよさそうな店内の様子が外から見えると、ひとり客やファミリーでも安心して入店できる。



粗挽き肉を使用したぜいたく感のあるグルメバーガーは、モス通常店舗の1.5倍のボリューム。多彩なつまみとアルコールを楽しみながら、豪快にかぶりつきたくなる。

全席禁煙だが喫煙ルームを完備。



ゆったりとくつろげるソファ席、グループでカジュアルに利用できるテーブル席、ひとりで気ままに楽しめるカウンター席など、さまざまなスタイルに合わせた席を用意。



アルコールでくつろぎたい
大人がライトに楽しめる魅力



大きな鉄板でジューシーとハンバーグを焼く様子が客席から見えるオープンキッチン。おいしい音と香りにつられ、追加注文を重ねてしまいそう。



カウンター席前には、電熱でコーヒーを淹れる光サイフォンが並ぶ。「温かい光をながめながら一杯飲むと癒される」と、常連客に評判。



ミニサイズの「スモールバーガー」がうれしい

写真は、左からハンバーガー、チリチーズバーガー、テリヤキバーガー。全5種類のハンバーガーから2種類選び、ポテトも付く「モスクラシックスモールバーガープレート（980円）」が人気。もともとは、カップル客が飲んだ後のデザートに楽しむイメージで考案したが、「2つの味を食べたい」というランチ注文も多いとか。

店

が位置するのは、アパレル企業のオフィスが多い千駄ヶ谷界隈。そんな土地柄からか、お酒をライトに楽しむひとり客がよく見られるという。

「外から店内の様子が見えるオープンなつくりですので、女性ひとりのお客さまでも入りやすいですね」

と、モスフードサービスの川口直哉氏。アルコールを楽しむ客が多い時間帯は「20時以降」、人気のドリンクは「スパークリングワイン」というのもほかのちよい飲み店とは異なり、アパレル関係者の町らしさを感じさせる。

同店は、「大人のためのモス」をテーマにし、メニューは「ワインが進む料理」に加え、当初は「ハンバーガーを邪魔しない料理」を追求していた。しかし、実際に店を訪れる客層を見るとハンバーガー目当てではない例も多かったことで、

「もっと自由に楽しめる店にしよう」と方針を見直しました。ハンバーガーを食べに来たお客さまでも「ワインとおつまみがおいしそうだね」と注文し、「すっかり満足して、ハンバーガーまでたどり着けなかった」なんて楽しみ方もまた良し、ではないか、と（笑）と、川口氏は言う。

この方針の見直しから、ハンバーガーと同じ主食メニューの位置付けであ

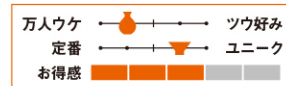


**ココ
CHECK!**

ただのクリームソース料理ではなく、照り焼き味をそのまま生かした。甘辛醤油＋クリームがベストマッチ

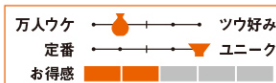
テリヤキチキン シャンピニオンクリーム 880円

モスで使われるテリヤキチキンを活用。照り焼きハンバーガーは、焼き鳥をイメージして開発されたモスの人気商品だ。それゆえ、テリヤキチキンのアレンジ料理はやはり欠かせない。モスらしさが感じられるメニュー。



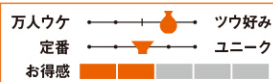
丸ごとトマトの カプレーゼ 880円

モスのこだわり野菜の代表格、トマトを豪快に使ったユニークカプレーゼ。スタッフに頼むと、4つにカットした状態でも提供してくれる。



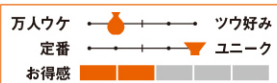
焼きソーセージと 白インゲン豆の煮込み 980円

フランスの郷土料理をサルサ味にアレンジした。モスのホットドッグに使われるソーセージを活用。冬季限定メニューだったが、女性客を中心に夏も人気が高く、通年メニューに昇格した。



シャンピニオン カルボナーラ 1,280円

キノコをたっぷり入れたクリームソースに目玉焼きをのせた、アレンジカルボナーラ。好んで半熟の黄身をつきずし、カルボナーラソースに仕上げながら食べるのが楽しい。



**ココ
CHECK!**

「ハンバーガーみたいなカプレーゼ」として考案。インスタ映えもばっちり

**「三つ星の美食」より
親しみやすさを**

るパスタなども新たに採用。いつそう幅広いメニュー展開が実現した。

同店のメニューは現在、フレンチのシェフが監修しており、本格的な味わいを誇る。モスの運営業態から「フレンチアイズのオーナーが対応できる範囲のシンプルな調理オペレーション」という条件は必須ながらも、「ちよびり特別感のあるメニュー」をイメージ。その一方で、「凝り過ぎない料理」というバランス感も重視した。川口氏によると、

「うちは、三つ星を目指すような本格レストランではありません。完成度の高い美食を追求するのではなく、モスらしさを大事にし、誰にとっても親しみやすい料理を目指しています」。

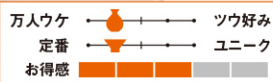
モスバーガーらしい親しみやすさと、ちよびり特別感のあるメニューは、「お酒と食事をライトに楽しみたいが、居酒屋やレストランは重い」「一息つきたいが、コーヒー、コーラではない気分」と考える層に響き、着実に固定ファンを増やし続けている。

しかし、「モスクラシックは、モスの自由な姿勢を体現する旗艦店でもあり、現状が完成形ではありません。お客さまが当店の新たな魅力を見いだしてくだされば、それに合わせて柔軟に進化していきます」と川口氏は語る。



モスチキン ハニーマスタード ソース 580円

「モスチキン」を活用。米粉のカリカリ衣に包まれたやわらかいチキンにハニーマスタードを絡めると、満足感のあるしゃれたつまみに変身。軽食としてはもちろん、ビール、ワインにも合い、気軽に注文しやすい。

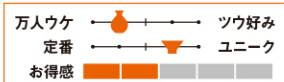


パンズのふたがかわいらしく、運ばれてくると笑みがこぼれる



魚介と里芋の アヒージョ 880円

アヒージョのソースが染みだした里芋が絶妙。パゲットではなく、パンズを添えている点が、モスバーガーらしい！



なるほど！

裏話

ちょっと意外!? シニア層に人気の秘密

その場所柄から、同店は東京体育館利用後のシニア層にも人気が高いという。ちょい飲みしたい人、コーヒーを飲みたい人、食事を取りたい人が一緒に来店しても、それぞれの好きなスタイルで楽しめる気楽さが、シニアグループには好評のようだ。

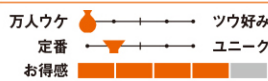
ココ CHECK!

ゆっくり飲むお客様に、冷めてもおいしく食べられるよう、モスで提供するポテトよりも硬めに揚げている



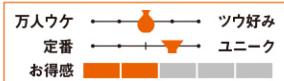
ポテトフライ (スイートチリ&サワークリーム) 580円

ドリンクと共につい注文してしまうメニューといえば、やはりコレ。誰もが好む鉄板メニュー。添えてあるスイートチリ&サワークリームの爽やかなコクがポテトにぴったり過ぎて、後を引く！



6種の野菜のグリル 880円

ラタトゥイユをイメージし、トマトをくずしながら、野菜に絡めて食べる。ぶつ切りにした野菜を使うことで、モスらしさを演出。



モスバル MOSBAR

ちょい飲み「モスバル」を展開中

モスの限定店舗でも「モスバル」と銘打ち、ちょい飲みメニューを提案。ハンバーガーは昼のイメージがどうしても強いが、「ビールが飲めるモス」として夜の飲食シーン拡大を目指し、17年6月から約170店舗で実施している。

「ハンバーガー+ポテト+ドリンク」のセットメニューに140円をプラスすると、ドリンクを缶ビール(350ml)に変更できるセットが人気だ。

また、15時からは、バルメニューを単品290円、「ハンバーガー+ビール+バルメニュー」セットを620円で提供。バルメニューは、既存メニューの食材をアレンジしたシンプルなおつまみだが、ハンバーガーをメインに軽くビールを楽しむのにはほどよく、FF店のちょい飲みにはうってつけのライトさだ。

バルメニュー 各290円



チリポテト

グリルドソーセージ

よくばり3種盛り

ちょい飲み のヒント

- モスらしい親しみやすさと、ちょっぴり特別感のあるメニューが好評。
- ハンバーガーにこだわらず、お客様の楽しみ方に合わせて進化を続けている。
- 「FF+バル」形態は、グループで来店してもちょい飲みや軽食など、各自が好きに楽しめる。