

スペインバルの繁盛店に顕著な差別化のポイントは2つに絞られる。ひとつは、スペインバルの業態の魅力を徹底的に磨き上げるケース。もうひとつは、自店の個性の明確化だ。まずは、前者のポイントについて話を進めていきたい。スペインバル業態の最大の売りは、いわゆる「ちょい飲み」からしつかりとした食事利用まで、あらゆるシーンに対応できる機能性の高さである。

「バニユルス 上野駅店」は、その売りを最大限に高めた例といえる。同店は11時から深夜帯まで通し営業を実施。その間、メニューをランチ、カフェ、バル、レストラン、バーと時間帯ごとに変化させることで、お客のあらゆるニーズに応える全方位型のコンセプトに仕上げている。

加えて注目したいのはカジュアル

感の演出手法。店の機能をエリアで明確に区分させた造作はもちろんだが、特筆すべきは約30品のタパスを500円均一で提供するバルエリアの商品構成である。同様の取組みは「エルセルド」にも見られ、立ち飲み可能なカウンター席で、16品のタパスを400円均一で提供している。一方で、バニユルス 上野駅店ではレストランエリア、エルセルドではテーブル席で、1500円超の肉料理や魚料理、パエジャなど食事性の高い一品料理を多数ラインアップしている点も見逃せない。バルとレストラン、それぞれのメニューのコントラストを強めることで、その2つの機能をより鮮明にしている



バニユルス 上野駅店

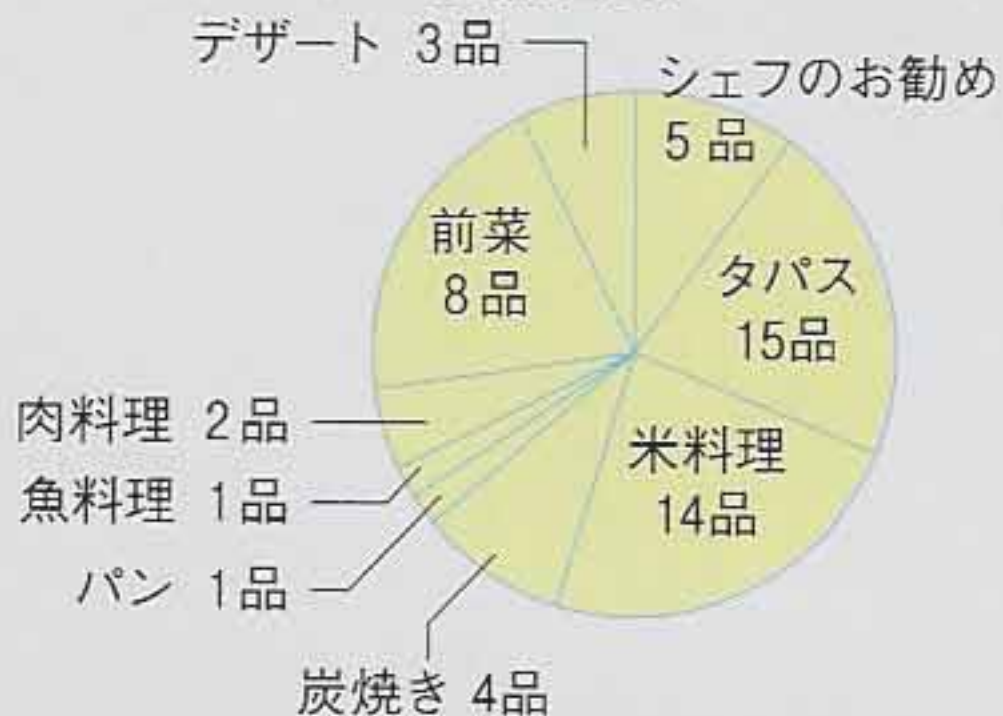
500円均一のタパスを売るバルと 重量感あるメインが並ぶレストラン

バルメニューの主力はタパス。約30品を500円均一の価格で提供し、バラエティと気軽さを訴求している。レストランメニューでは、バルと同様のタパスの他、フレンチレストランを手がけるオザミワールドならではの手間暇かけたメイン料理などを用意。

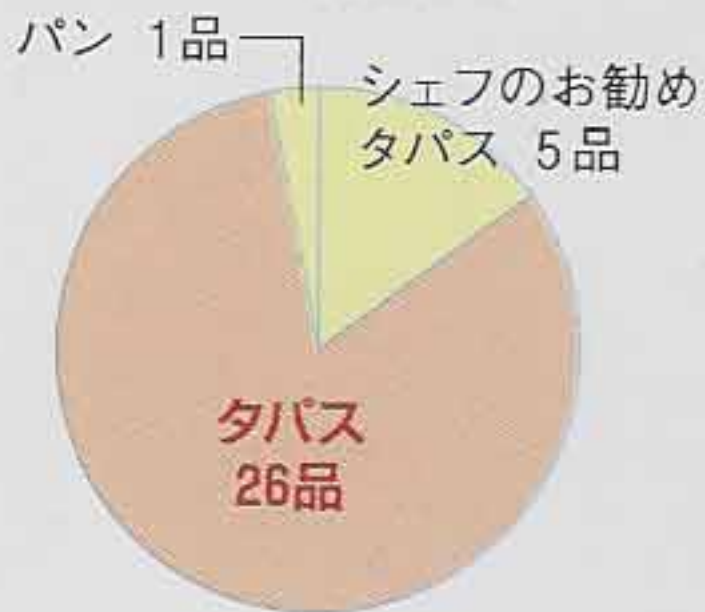


季節の野菜の蒸し煮 生ハム風味、トルティージャ、甘エビの鉄板焼き。いずれもバルで提供するタパスで、500円均一ながらボリュームのある一品だ。

カテゴリー別品目数(レストラン)



カテゴリー別品目数(バル)



系列のフレンチレストランでも使用する「吉田豚」を炭火焼きで提供(価格は1500円)。厚さ約1.5cm、直径約20cmのボリューム。



醸造家と直につながるバイイング力。 独自アイテムを含む個性的な60銘柄

- **グラスワイン** 17銘柄(500~1000円)
- **ボトルワイン** 約60銘柄(中心価格帯3000円台~5000円台)

売れ筋ワイン4銘柄。右から2つ目は、自然派ワインで有名なフランスのフィリップ・パカレ氏が造ったオザミオリジナルのワイン。



ワインの小売りも行なうオザミワールドのバイイング力を生かし、定番から自然派ワインといった個性的なものまで豊富に揃える。オザミ限定輸入の品も用意。ワインは月間約1200本を消費するといいい、売上げ比率は3割に達する。

スペースを明確に区切り バルとレストランの各機能を強調

ウナギの寝床のような横長の空間をバル、その奥に広がるホールをレストランとし、店の機能をエリアで明確に区分。メニュー表もエリアごとに用意するなど、お客のニーズに合致した料理やサービスを提供する。



メニューを手書きした高い天井まで届く大きな黒板が印象的なバルスペース(写真上)。レストランエリアは客席間をゆったりととり、落ち着いた雰囲気を出し創出(同左)。



スペインバル

バニユルス 上野駅店

POINT

2つの機能を明確化

500円均一のバル商品

個性的な60銘柄のワイン



お客の年齢層は20代～60代と幅広く、男女比は4対6。ピークタイムは20時と23時の2回

東

京都内で10店の飲食店を展開しているオザミワールド(株)。これまでフレンチ業態

を中心に展開してきた同社が、新たなジャンルとしてスペイン料理に着目し、開発したのが「バニユルス」である。東京・銀座

の1号店(2005年8月開業)の成功を受け、07年9月には2号店の上野駅店を開業した。

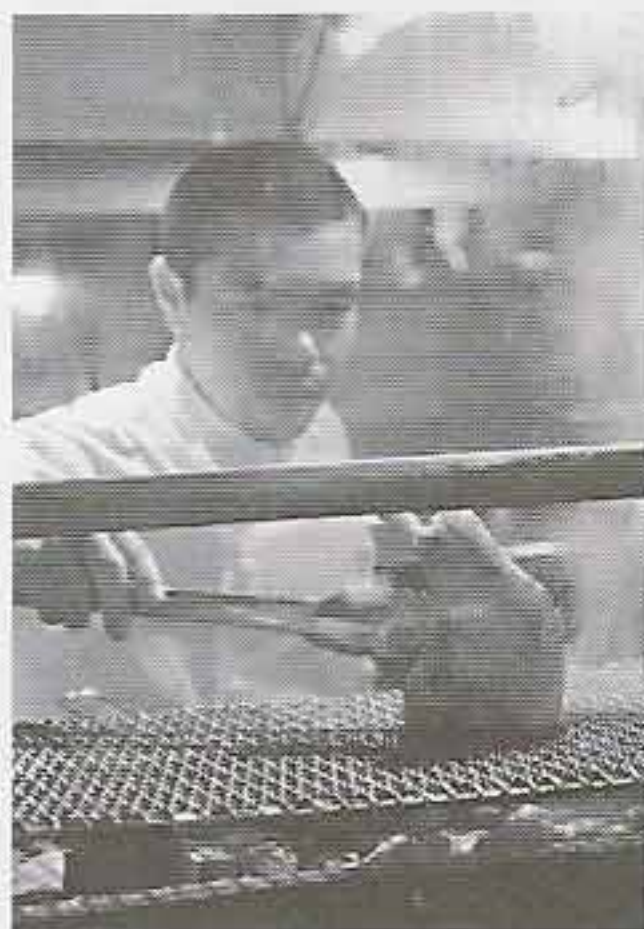
バニユルスの最大の特徴は、レストランとバル、それぞれの機能を明確に打ち出している点にある。店内をレストランエリアとバルエリアに区分し、各エリアごとにメニューを設定。バルでは500円均一のタパス、レストランではグリルや煮込みなど、しっかりとした食事利用に対応する料理を提供する。

また、フレンチのテイストが色濃いといわれるフランスとの国境付近に位置するスペイン・カタルーニャ地方の食文化をテ

ーマとしており、とりわけレストランメニューにはフレンチの調理技法やプレゼンテーションの手法など、同社の強みが十分に生かされている。

一方、売上げ比率30%を誇るワインの訴求力の高さも見逃せない。上野駅店では定番のワインはもちろん、自社で醸造元と直接取り引した希少な銘柄など、ボトル約60銘柄、グラス17銘柄を用意。グラス500円〜というリーズナブルな価格設定も訴求力の向上にひと役買っている。

上野駅店は多様な消費者ニーズが混在するJR上野駅の商業施設内に立地。そこで同店では、バルとレストランという2つの機能に加え、ランチ、カフェ、バーといったニーズにも対応する時間帯別の商品構成を採用している。



バルではトルティージャ(写真上左)や季節野菜の蒸し煮 生ハム風味(同上右)といった500円均一のタパスが売り。レストランエリアの一角に配置されたガラス張りの調理台では、レストランメニューの主力である炭火焼きメニューを調理する