

Monogatari News  
2021 December

THE

Special Issue

# Monogatari

History of ICHIBAN KALVI

受け継がれる一番カルビ スピリッツ



## 一番カルビ・かるび 成長物語

2021年で約26年の歴史に終止符を打つ『一番カルビ・かるび』。

物語コーポレーションの礎となり、数々の伝説を作った方々が、一番カルビ・かるびの成長秘話について熱く語ります。

聞き手：横濱 任（執行役員 広報・IR室 室長）

取締役 特別顧問  
小林 佳雄  
小林さん元取締役専務  
高山 和永  
センム元取締役兼開発本部  
本部長  
岩崎 昭彦  
番ちゃん

1949年生まれ。中学生のときにチェーンストア理論に出会い、コングロマリットの経営者を見習う。母親の営む会社を継ぎ、80年に代表取締役社長に就任。「Smile & Sexy」を経営理念に掲げ、東証一部上場企業を築き上げる。

1953年生まれ。小林佳雄の最初の部下として84年入社、文字通り二人三脚で小林と会社を成長させてきた立役者。91年専務取締役就任。トレードマークの髭は剃ってしまったが、未だに「ひげのセンム」と呼ばれて親しまれている。

1967年生まれ。86年入社、板前としての腕と好奇心旺盛な性格で新業態開発の最前線で活躍を続け、取締役開発本部長、物語（上海）総経理などを歴任したのち独立。現在中国で活躍中。「番ちゃん」というあだ名は「げん屋」の番頭だったことが由来。

## 知られざる「一番カルビ」誕生前夜

「本日はリモートとなりますが、『一番カルビ』開業当初のキーマンだったお三方に集まっていたいただきました。さっそくですが、なぜ「焼肉」だったのでしょうか？」

岩崎：当時1990年頃は、郊外型の居酒屋業態が流行っていました。ウチでも「そば居酒屋」をやろうというのが決まっていた、まず板長だった僕が居酒屋チェーンのオペレーションを学びに仙台へ修行に出たんです。それで数カ月後に帰ってきたら、なぜか小林さんが「焼肉にするぞ」とおっしゃっていた（笑）。

高山：番ちゃん（岩崎さん）に修行に出てもらっている間、小林さんと私はいろんな店を視察してました。そこで郊外型の居酒屋が洗練されているのに比べて、他の業態はそうでもないことに気付いたんです。よくよく考えたら焼肉屋の方が勝負できるな。あともうひとつ理由があって、当社の歴史の中で焼肉は一度挫折したことがあったんです。小林さんと私の中にあった、いつか焼肉屋をやりたいという想いが再燃したのかもかもしれません。

岩崎：その頃、僕は新婚早々でした。

高山：そうだったね（笑）。でも、番ちゃんに行ってもらった本当に良かった。実は郊外型の居酒屋と焼肉屋って、大事なところは8割方一緒なんです。店の大きさもそうだし、焼肉屋も居酒屋も共通して注文点数が多くてアルコール比率が高い。メニューとテーブルが違うだけです。よくよく立った。大学ノート2冊ぐらいにまとめている真面目に研究してくれたよね。

小林：いや、懐かしいね。思い返せば私は10坪の板前だった頃から企業化したい、上場したい

何かを見つけたなや企業化できないと分かったんです。

「郊外型の繁盛店をつくるのに最適な業態が「焼肉」だったんですね。その他にも理由があったりするのでしょうか？」

小林：もともと私が、中高生のころから焼肉が大好きだったのが大きいかな。けど当時焼肉は韓国の人の食べ物だと思われていたし、ニンニクも日本ではそれほど食べられていなかった。でも自分は焼肉も焼肉屋のおばちゃんも大好きだったんです。あとアメリカへ留学していた頃、お世話になっていた韓国人ファミリーに美味しい焼肉をご馳走してもらった記憶もあって、「日本人で焼肉屋をやる資格があるのは自分しかない」と自信満々で思っていたからね（笑）。

## 「一番カルビが目指した理想の焼肉店」

「新たなチャレンジとなった『一番カルビ』ですが、どんな焼肉店を目指していたのでしょうか？」

岩崎：「4人家族1万円でお釣りがくる焼肉屋さん」が当初からの明確なコンセプトでした。

高山：主力商品のカルビは「一人前580円」と決めていましたね。客単価の設定からコンセプト作りに入ったと思います。どうい



さまを相手にどう満足してもらおうか徹底的に考えました。

小林：逆ベンチマークにした焼肉チェーン店もあったよね。「一番カルビ」はそうならないよう、普段は煙もうもの店で食べる本物志向の人も満足できて、それでいて女性やお子さんにも喜んでもらえる店が目標でした。

高山：あと「美味しそうな店舗作り」にもこだわりました。ただ、本物志向に見えすぎたという逆ベンチマークが入りにくい。要はフランスだと思ってしまう、郊外店で開口部や窓が広ければファミリー層も入りやすい店になることは分かっていたので店作りには迷いはなかったですね。建物は高そうなお店に見えるけど、看板の「一番カルビ」というロゴを見れば高そうじゃない。デザインも親しみやすいものになりました。他にもオープン1週間前に「のぼり」を追加するなど、店舗の見え方に関しては細かな調整もしましたね。

小林：「一番カルビ」という店名の由来について話しておくと、あの頃、関東の方から「カルビ好き」文化が広がってきていたんだよね。もともと焼肉は関西文化で、美味しい焼肉屋さんの看板メニューは「ロース」だったけど、そこにカルビがやってきたタイミングだった。だからカルビという言葉が店名に入れば幅広いお客さまのニーズをつかめると思ったんです。あと韓国ソウルに「○○カルビ」という店が伝統的にあるんだけど「カルビ○○」という店はないんですよ。「一番カルビ」と名付けたのは本場に対するリスペクトの想いもあります。

## 1号店大成功の舞台裏

「『一番カルビ』のオープン当初の様子はどうでしたか？」

岩崎：オープン当初の売り上げは、驚きましたね。月商1500万円を想定していたのが、蓋を開けたら3000万円だった。本当に大変でしたよ（笑）。



高山：初日の様子は今でも覚えていますよ。午前とお昼を終えて夕方からの営業が始まるんですけど、営業再開前からお客さまが並んであつという間に満席。「1時間半待ちです」と伝えて、内心「こちらはもう帰ってください」と言っているつもりなんです。誰も帰ってくれない。それで21時ぐらいになると番ちゃんがキッチンから出てきて「さうなんです。もう何も出すモノがありません」。それでオープン初日から、和食店の板前さんが仕事終わりに「一番カルビ」に来て仕込みをするようになったんだよね。

岩崎：現場もまさかここまで売れるとは想像してなかったです（笑）。しかも「一番カルビ」はキムチもスープも全部手作りだったんで、仕込みで大体一日が終わっちゃうんですよ。オープンから数カ月毎日は毎日ぶっ倒れそうでした。今じゃあり得ないけど、ほぼ店に泊まっていた。

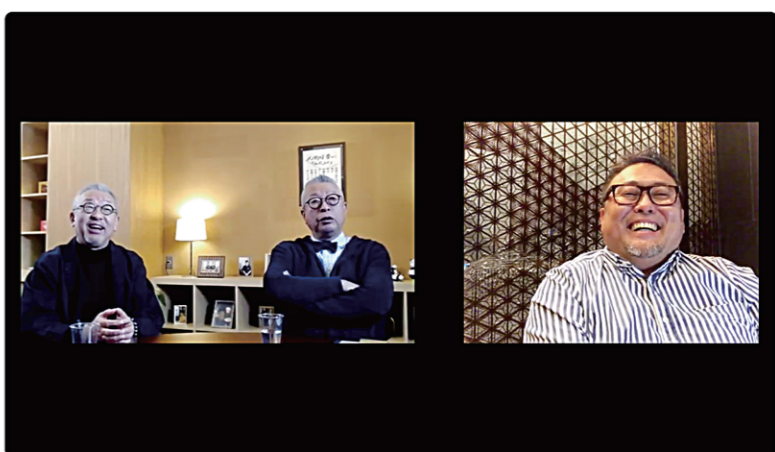
高山：当時はホールも大変でしたよ。一日80万円売れてみんなヘトヘト。でも1カ月経たないうちに120万円以上売れてもラクにさばるようになっていました。営業しながらオペレーションを現場で作っていく感じで色々工夫して、競争しながらやってたなあ。自分はオープン1カ月に7キロ痩せたので、いいダイエットになりました（笑）。

小林：私は1日しか見に行けなかったけど、本当に大変だったよね（笑）。そして大変と言えば、

と考えていたから。小さな店では繁盛店になっても従業員さんに週2日のお休みをあげられないことが分かってたからね。いつか「郊外の大規模で繁盛店」という図式をつくらなければ、いつかみんな自分のもとを離れていってしまうという危機感があつたと思う。

高山：それで1989年に「しゃぶ&海鮮源氏 総本店」をオープンしたんですね。

小林：うん、1号店は素晴らしいくらいだった。これで企業化できるし、上場できると確信に近いものもあつた。でも2号店は1号店よりもサービレベルも料理も良かったのになぜかうまくいかなかった。そこで、しゃぶしゃぶ専門店を多店舗化するという発想ではダメ、小商圏で成立する別の



オープン前のメニュー作りも鮮明に覚えているよ。当時は会社にテストキッチンもなかったんで、本社の隣にあった倉庫のシャッターを空けてそこでメニューを試作していた。焼肉の匂いが付いちゃうから他の和食店で行うわけにはいかなかったんだね。岩崎：でもあの大変さがあつて今の自分があると思つてます。得難い経験ですよ（笑）。

躍進する「一番カルビ」  
「牛肉への飽くなきこだわり」

「当時は牛肉の輸入自由化が始まって数年で、あまり美味しくないと肉が世の中にあふれていた時期でもありますが、その中で米国产産肉に堂々と特化していた「一番カルビ」のような店はあまりなかったように思います。牛肉へのこだわりについて、もう少し詳しくお聞かせください。」

高山：1号店が大成功して順調に多店舗展開していったのですが、ファミリー焼肉のくりにされるのがすこいやでした。値段以上にいい肉を使うのが「一番カルビ」だと自負していましたから。特に小林さんが米国产産肉にこだわっていて、米国产産肉は穀物を食べさせているから旨いんだ。甘みがあつて日本の焼肉に合うんだって、いい肉を選んでくれましたね。

小林：早い段階で「ナショナルビーフ社」とお付き合いできたのが一番かな。米国产産肉のバツカーの中



TAKE OVER ICHIBAN KALVI

受け継がれる

# カルビスピリット

『一番カルビ・かるび』が始めたオリジナリティあふれるサービスの数々。

中には今も物語コーポレーションの各ブランドに

受け継がれているものがたくさんあります。

懐かしいサービスが新サービスのヒントになるかも？



02

パースデーコール  
焼肉屋さんで  
最高のお誕生日会を！

パースデーハガキを持参して最高のお誕生日会を！パースデーケーキと共に大きな声で、〇〇卓のお客さま本日お誕生日です！皆さん一緒にお祝いしてください！  
♪ハッピーパースデー  
タワーユー♪



01

合言葉は  
「とびっきりの笑顔と  
心からの元気」

「一番カルビ」創業メンバーの一人である岩崎昭彦さんが考案した創業当時のコアコンセプト。「一番カルビ」は「笑顔と元気に徹底的に取り組むぞ」という熱い想いが込められています。



04

「肉の日」から  
3回来店の  
法則

3回来店で必ずファンになってもらえる自信がありました。初回来店でアンケート↓2回目は割引券付きのサンキューレターで来店↓最後はパースデーハガキ。必ず3回は行きたくなる仕掛けです。



03

返事は  
「はいよ！」と  
元気よく

キッチンからお店の活気に貢献したい！「お願いします」の返事が「はいじゃ堅いし尻切れトンボ。リズムのいい「はいよがいい！」「お願いします！」「はいよ！」

でも一番品質が良かったからね。「一番カルビ」がまだ10店舗もない時に米国にあるナショナルビーフ社を訪れて、向こうの社長に経営理念と経営計画を英語でプレゼンしましたね。小さな焼肉チェーンの親父が当時米国で指折りのパッカーを訪れて：（笑）。まだ私たちの会社は小さかったけど、かっこつけて話したら向こうの心が動いたんだらうと思えます。私たちが使っていた「カルビアイ」という部位は削り出すに手がかる部位なのに、それもやってくれたのが嬉しかったですね。そんな縁もあってナショナルビーフ社とは今もずっと付き合いが続いています。

岩崎：肉については安定した「質・量・価格」が大事と小林さんから教わっていました。チルド肉という選択肢もあったのですが、多店舗化するのなら質の良い冷凍でしょう。僕もいいカルビアイを仕入れるために、米国や加国を何度も訪れました。

——「一番カルビ」躍進の決め手は他にもあったのでしょうか？

小林：焼肉事業を始めたタイミングも良かったね。日本の焼肉マーケットはピークが6500億円以上だったと思うんだけど、私たちが参入したときは4000億円だった。今まで全く焼肉を食べなかった人達が焼肉文化を知った。そして牛肉の輸入自由化で急激に安くて美味しい牛肉が食べられるようになった。このタイミングで動けたことが「一番カルビ」の背中を押したように思います。

高山：単純に「運が良かった」というのもあります。BSEが大きな社会問題になった時に、「一番カルビ」の売上げも半分まで落ち込んだのですが、ちょうどその3カ月前に「丸源ラーメン」を始めていて何とかフォローできたんです。その後牛肉も豪州産に切り替えてあの苦境を耐えられましたから。

岩崎：米国でBSEが出る数カ月前、加国でBSE



が出た時に小林さんから「米国も出る可能性があるから準備しておいて」と言われていたおかげで何とか間に合いました。国内で買える肉を全部抑えて、その後すぐに豪州へ飛んで焼肉に使える肉を手当たり次第に確保して：当時僕らのチーンが「一番牛肉を確保できていたんじゃないか」と思いますよ。

高山：米国産牛を使用していた他の焼肉チェーンはBSE発生の2カ月から休業してましたね。某牛丼チェーン店さんも3カ月しかもたなかった。自分たちは半年もつたので、あの時頑張れたのは大きかったなと思います。

受け継がれる「一番カルビ魂」

——「一番カルビ」発で今も物語コーポレーションに生き続けていることについてお聞かせください。

小林：「とびっきりの笑顔と心からの元気」という言葉は、今でもスタッフが使ってくれています。この言葉は番ちゃんが作ってくれたんだよね？

岩崎：もともとは私が二十歳の頃に源氏本店を任されたとき、何を自分の売り物にするか悩んだ末に生まれた言葉です。「一番カルビ」のときもその気持ちで大事にしたかったので、僕らの合言葉にしました。何よりも笑顔と挨拶だけはしっかりやっていこう。この考えが今でも引き継がれているのは本当に嬉しいです。

小林：あとホールスタッフの胸に、カルビネームとおすすりメニューを書いたプレートをつけるようになったのも「一番カルビ」が最初だったね。高山：お客さまとコミュニケーションするきっかけ作りですね。これがあるとホールスタッフとお客さまが自然と会話できるんです。仕組みにするのみならず、声も「一番カルビ」からでしょうか？

——オーダーを受けた際の「はいよ！」という掛け声も「一番カルビ」からでしょうか？

岩崎：それは「げん屋」からの文化です。「げん屋」の掛け声が「はいよ！」で、そこから「はいよ！」になりました。これも活気を出すための仕組み作り。キッチンとホールの交流がスムーズになるんですよ。

——最後の質問です。いま物語には「一番カルビ」を知らない人たちもたくさん入ってきています。そういう方たちにメッセージをお願いします。

岩崎：「一番カルビ」の1号店をつくったときに、僕らには明確に「日本になりたい」という夢がありました。皆さんも若いころから夢を持ってください。もうひとつとびっきりの笑顔と心からの元気が、ずっと物語の魂として貫いてほしいと思います！

高山：会社の歴史としては、「げん屋」や「源氏総本店」が「株式会社げんじ」の原点。「一番カルビ」は、物語コーポレーションの成長の原点であると言えるでしょう。「一番カルビ」で僕らの商売のステージが上がったように、皆さんにもどんどん自分たちの仕事をレベルアップしていったらいいですね。

小林：全てを残すのは難しいだろうけど、「一番カルビ」が築いてきたものは心に残してほしい



Inherit the Spirits.

座談会の様子を動画でチェック！



ですね。これから始まる新ブランドにも受け継いでほしいです。どんなに時代やターゲットが変わっても、商売で大切なことは変わりませんからね。——ありがとうございます！



# 05

家族4人  
1万円で  
お釣りがくる



当時の焼肉店は「一人1万円」を覚悟して行く業態でした。その中で「番カルビ」は「家族1万円でお釣りがくるお店」に！業界の常識をひっくり返す存在になりました。



# 06

履き物を脱いで  
自宅のように  
リラックス



お店でも我が家のようにリラックスして欲しい。そんな想いからお客さまには靴を脱いで店内にあがっていただきます。私達は「Smile & Sexy」だから、お客さまをリラックスさせる存在であるべきなのです。



# 07

おしゃべり推奨！  
お客さまと雑談しよう



「番カルビ」はお客さまのおしゃべり推奨。テキパキ効率的に動きすぎるあまり「すぐに帰って来ないで、お客さまとお話してきて！」と怒られるスタッフも？



# 08

ブレない味を実現！  
こだわりの  
フローズンミート



「品質」「物量」「価格」が安定したお肉でなければ、多店舗展開はできません。早くからアメリカの食肉パッカーと提携し、こだわり抜いた美味しいフローズンミートを確保しました。



# 09

お客さまと  
目線を合わせる  
基本姿勢



掘りこたつ式の客席なので、お客さまと目線を合わせるための「基本姿勢」は常にキープ。この姿勢、結構つらいんです。鍛えてる人じゃないと、腹筋にくるんです。



# 11

お子さまのために  
待合スペースに  
ゲーム機を設置



お子さんも退屈しないで待てるように、待合室には小さなテトリスなどのゲームがありました。運良く待ち時間がなかったために少しガツカリしている様子の子もいたようです。



# 13

秘伝のスパイス  
『五十年伝説』？

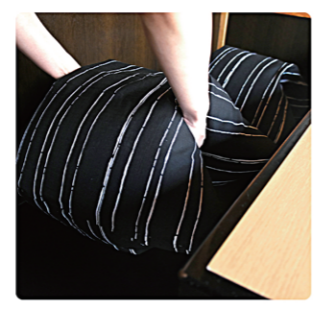


「伝説」になって50年ではありません。創業50年の記念でできたスパイスです。唐辛子、味噌、ニンニク入りですが、食べてみるまで味の想像は一切つきません。正に伝説のネーミング！



# 15

ふっかふかの  
座布団で  
おもてなし



初回来店のお客さまが「わぁ〜なにこの座布団ふっかふか〜」って驚かれるのが嬉しくて、客席にはとびつきりふかふかの座布団をご用意。小さな「わぁ〜」の積み重ねが、素敵なお店を作ります。



# 12

お客さまに選ばれる  
インパクトのある  
メニューを！



メイン商品はしっかり食べ応えのある王道メニュー。でも、時々は冒険もしたくなりますよね？だから期間限定メニューは思いっきりインパクトのある商品にしました。



# 14

話のきっかけ  
胸元の大きな  
ネームプレート



胸にある大きなネームプレート。ここにはカルビネーム（韓国風のあだ名）と私のおすすめメニューが書かれています。これがあると、お客さまから「何それ？」ってお声掛けいただけるんです。



# 10

ウェイティングの  
お客さまには  
ドリンクサービス



「番カルビ」の週末は1時間待ち、2時間待ちが当たり前。お待たせして申し訳ございません。せめて喉だけでも潤してお待ちくださいという想いから、ドリンクサービスを実施していました。



# 16

石焼ビビンバは  
「お混ぜしますね」



石焼ビビンバを「注文いただいたお客さまには、お混ぜしますね！」とお声掛け。この店舗にも、上手に混ぜて美味しいおこげを作れる人が必ずいました。



24

肉(2・9)に日は  
みんなに  
ガラガラチャンス!

毎年2月と9月には、  
店内でガラガラの福引  
を実施。ハズレくじ無し。  
1等は人気ゲーム機等  
が当たるほか、いちばん  
低い6等でも1000円  
のお食事券と大盤振る  
舞いでした。



23

ドリンクカーは  
お店を見渡す  
司令塔ポジション

ホールにあるドリンク  
ポジション。海外の  
パブやショットバーを  
イメージしたドリンクカー  
は、客席の一段上から  
お店全体の様子を落ち  
着いて見渡せます。  
よし、まだまだ食べて  
もらおうぞ!



18

発見!!  
希少部位  
「カルビアイ」

美味しいけれどカット  
が難しく、あまり使わ  
れていなかった「カル  
ビアイ」という部位を  
発見。思い切って「番  
カルビ」の看板商品に。  
このためにスライサー  
も改良し、店舗拡大に  
貢献!



17

食後に熱い  
お茶出しを

食後には「今日はいかが  
でしたか?」と聞きなが  
ら熱いお茶をご提供。  
「食後もゆっくりして  
ください」とお声掛けし  
つつ、さりげなくアン  
ケートにもご協力いた  
だいていました。

Smile



Yakiniku Ichiban KALVI

energy

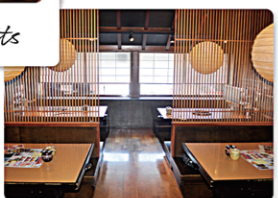


物語の本流は  
未来に  
引き継がれる

グループにおいて  
一番カルビ。  
かるびは  
成長の原点。



Ichikal Spirits



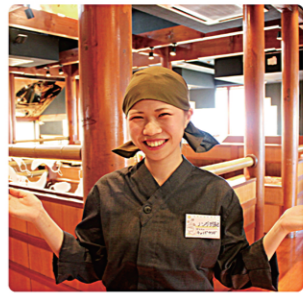
Yakiniku Ichiban Kalvi



20

お誕生日の  
マグカップ持参で  
ドリンクサービス

お誕生日にプレゼント  
していたマグカップ。来店  
時に持参するとドリンク  
を入れてくれて、飲み  
終わると洗って返して  
くれます。毎年もらえる  
ので、常連さんの家には  
2個や3個もあることも。



19

接客の基本は  
Everything  
OK!

接客は基本的に  
Everything  
OK!「要望は何でも  
言ってください。できる  
ことはすべてお応えし  
ます。できないことは  
ごめんなさい。」にも  
かくにも、お客さまに  
満足してもらいたいと  
いう姿勢が大事です。

一番カルビ  
「かるび」

22

「カルビ」と  
「かるび」は  
違うんです

「存じでない方もいらっ  
しゃるかもしれませんが  
「一番カルビ」と「番  
かるび」があるんです。  
似たお店が増えてきた  
ので、陳腐化する前に  
大きな改革。名前を  
変えて内容も大きく  
改善しました。



21

みんなの憧れだった  
「店長の白シャツ」

ユニホームは藍色?  
いえいえ、店長だけは  
白いシャツに長いサロ  
ンが着られます。おしゃ  
れな「白シャツ長サロン」  
に憧れて店長を目指した  
人もいたとかいいたか。

焼肉

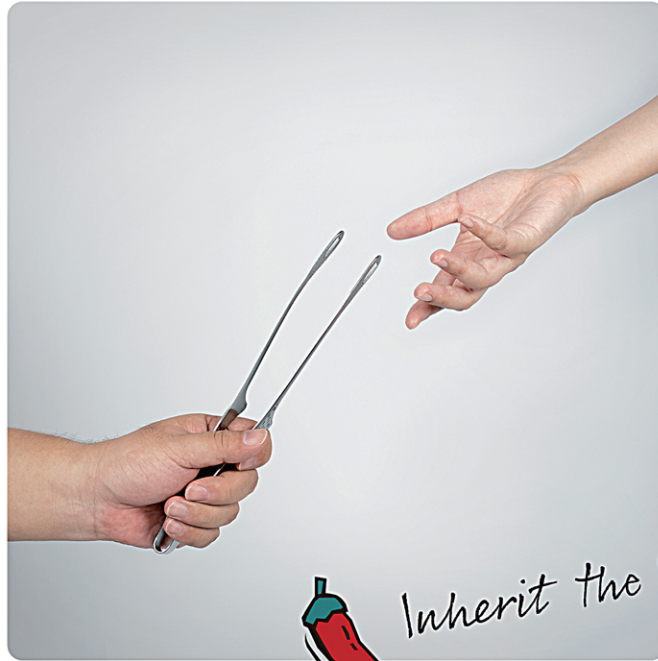


11:30~24:00  
年中無休



2008年	2007年	2006年	2005年	2004年	2003年	2002年	2001年	2000年	1999年	1998年	1997年	1995年
10月	8月	4月	2月	2月	6月	2月	2月	3月	4月	4月	4月	12月
焼肉 一番かるび石巻店OP	焼肉 一番かるび座光寺店(FC)OP 焼肉 一番かるび白根店(FC)OP 焼肉 一番かるび元巻店OP	焼肉 一番かるび小黒店(FC)OP 焼肉 一番かるび小黒店(FC)OP	焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP	焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP	焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP	焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP	焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP	焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP	焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP	焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP	焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP	焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP 焼肉 一番かるび新津店(FC)OP

焼肉一番カルビ・かるび  
ヒストリー



*Inherit the Spirits.*



Storyteller tells the Story  
物語コーポレーション

発行：広報・IR室

○東京フォーラムオフィス 東京都港区南青山2-4-3

Tel:03-5414-5750

○豊橋フォーラムオフィス[本社] 愛知県豊橋市西岩田5-7-11

Tel:0532-63-8001

○<https://www.monogatari.co.jp/>

### 編集後記

2021年10月31日。たくさんの笑顔と拍手に包まれて、「焼肉一番カルビ・かるび」は、26年間の幕を閉じました。忘れてはいけない大切なこと、忘れられない多くの思い出が詰まった「一番カルビ」と「一番かるび」。これからも、ずっと私たちの心の中に。

この2つの業態に携わったすべての皆さんに、愛してくださったすべての皆さんに、感謝と敬意の気持ちを込めてこの号を発刊させていただきます。(編集部一同)

Special thanks

【アイディアバルブ株式会社】プロデューサー：たかつじゅんや

【株式会社たきコーポレーション】ディレクター/コピーライター：稲垣厚作 デザイナー：近藤真衣